

## نقش رسانه‌ها در احقاق حقوق زنان

از رسانه‌های سنتی  
تا رسانه‌های اجتماعی

■ نازیلا شفیعیان

دکترای مدیریت رسانه دانشگاه تهران  
nazeela.shafian@gmail.com

تاریخچه فمینیسم حکایت از آن دارد که رسانه‌های سنتی توانسته‌اند نقش به‌سزایی در ایجاد برابری حقوق زنان با مردان در جوامع ایفا کنند. فمینیسم به جنبش‌های ایدئولوژیکی اطلاق می‌شود که هدف آنها برقراری فرصت‌های برابر برای زنان با مردان در عرصه‌های مختلف سیاسی-اجتماعی-اقتصادی است. این جنبش‌ها همواره سرکوب زنان و نابرابری‌های جنسیتی را در جوامع مردم‌محور مورد اعتراض قرار گرفته است. احقاق حقوق زنان به شکل جنبش‌های فمینیستی در چهار مرحله شکل گرفته است، که در هر یک از آن‌ها، رسانه‌ها به عنوان ابزارهای اصلی این جنبش‌ها، نقش مهمی را در توسعه این ایدئولوژی ایفا کرده‌اند. موج اول جنبش‌های فمینیستی، از دهه ۱۹۲۰ میلادی با ابزار رسانه‌های چاپی شامل؛ روزنامه‌ها، بولتن‌ها و مجلات، آغاز شد. اگرچه فاز اول جنبش‌های فمینیستی در انگلستان با کمپین احقاق حق رأی زنان در انتخابات شروع شد، ولی در ادامه این جنبش اعاده حق مالکیت، حق طلاق، حق سرپرستی کودکان، و حضور زنان در حوزه‌های عمومی-اقتصادی نیز مطرح گردیده، و این جنبش توانست طی چند دهه به کشورهای اروپایی دیگر همچون آلمان، فرانسه و ایتالیا نیز سرایت کند.

پیروزی زنان در کسب حق رأی، و برخی دیگر از خواسته‌های مطرح شده آن‌ها در نخستین موج جنبش‌های فمینیستی، فعالین حقوق زنان را بر آن داشت تا در عرصه‌های بزرگتری قدم نهاده و دومین موج فمینیسم با ادعای رفع هرگونه تبعیض جنسیتی و محدودیت‌های اجتماعی-اقتصادی-فرهنگی را در دهه‌های بین ۱۹۶۰-۱۹۸۰ میلادی شکل دهند. در این مرحله، زنان توانستند با تریبون‌های رسانه‌ای جمعی قدرتمندتری همچون رادیو و تلویزیون، صدای عدالت‌خواهی خود را در ابعاد و موضوعات گسترده‌تری نظیر برابری کار و حقوق زنان با مردان، رفع خشونت خانگی علیه زنان، تجاوز جنسی، استفاده‌های ابزاری از زنان در محل کار و غیره را به گوش مردم جهان و مسئولین کشورهای مختلف برسانند. اگرچه نتیجه این جنبش‌ها، پررنگ‌تر شدن نقش زنان در عرصه‌های اجتماعی و سیاسی بود، شواهد دال بر آن است که زنان همچنان در غالب برنامه‌های تلویزیونی به‌عنوان مجریان یا کارشناسان اصلی حضور نداشته و اغلب از زنان زیبا و جوان به‌عنوان ابزار تبلیغات بهره گرفته شده است.

با ورود فن‌آوری‌های جدید ارتباطاتی، و دسترسی همگانی به اینترنت، فرصت‌های مناسب بیشتری در جهت برابری‌خواهی زنان با مردان فراهم گردید. از این رو، موج

مدیریت  
رسانهشماره ۴۱  
اردیبهشت ۹۷

سوم جنبش‌های فمینیستی در دهه ۱۹۹۰، در راستای به چالش کشیدن رویکردهای مختلف فمینیستی در جنبش‌های موج دوم و برخی تفکرات نژادپرستانه و دستاوردهای آن‌ها آغاز شد. در این جنبش‌ها هرگونه تبعیض جنسیتی در هر نژاد و از هر قوم و ملیتی مورد اعتراض قرار گرفت. فمینیست‌های موج سوم معتقد بودند که جنسیت تعیین‌کننده شخصیت انسان‌ها نیست و هیچ تفاوت ذاتی روانشناختانه‌ای بین مردان و زنان وجود ندارد. توسعه شبکه‌های اینترنتی در سر تا سر جهان و ایجاد رسانه‌های اجتماعی نظیر فیس‌بوک، توئیتر، اینستاگرام، فعالان حقوق زنان را به سوی جنبش‌های موج چهارم فمینیسم سوق داد که از سال ۲۰۱۲ با ابزارهای رسانه‌های اجتماعی آغاز شد که تا هم کنون نیز ادامه یافته است. جنبش‌های اخیر در راستای اعتراض به عدم امنیت جنسی زنان اعم از آزار جنسی در خیابان، محل کار، دانشگاه و نیز قتل زنان و دختران، و تغییرات اساسی در فرهنگ جنسیتی شکل گرفت.

علی‌رغم آن که انتقادهای زیادی را می‌توان به جنبش‌های فمینیستی، در خصوص خط مشی، اهداف، میزان و نحوه دستیابی به هدف‌ها، وارد نمود، ولی حقیقت این است که این جنبش‌ها توانستند از طریق رسانه‌های جمعی سنتی، زنان را از حقوق واقعی خود آگاه ساخته، نگرش عامه مردم را نسبت به قابلیت‌های زنان تغییر داده، و با ایجاد کمپین‌های مختلف و اعتراض‌های مداوم نسبت به گرایش‌های تبعیض‌آمیز، زنان را از حاشیه جامعه به متن بکشانند، و مسئولین کشورهای مختلف را ناگزیر سازند تا در جهت عدم تبعیض جنسیتی اقدام به فرهنگ‌سازی نموده، و با رعایت برابری حقوق زنان با مردان، قوانین جدیدی را وضع نمایند. هر چند که این جنبش‌ها با رسانه‌های جمعی سنتی آغاز شدند، ولی توانستند با رسانه‌های ارتباطاتی نوین در راستای تکمیل آرمان‌های برابری خواهی زنان ادامه یابند. شبکه‌های اینترنتی سراسری، دهکده‌ای جهانی را پدیدار نمودند که در آن علاوه بر نزدیک شدن فرهنگ مردم دنیا به یکدیگر، و در جریان قرار دادن مردم در سرتاسر دنیا از اطلاعات جهان پیرامون، ویژگی‌ها و توانایی‌های زنان به شکل پررنگ‌تری به مردم نشان داده شود. فعالان حقوق زنان از طریق رسانه‌های نوین توانستند علاوه بر اعتراض به تبعیضات جنسی علیه زنان و تبلیغات ایدئولوژیکی خود، فرهنگ جدید و نسبتاً واحدی را در جوامع مختلف ایجاد کنند. آن‌ها تلاش کردند تا با شرکت دادن بسیاری از افراد سرشناس دنیا در این کمپین همچون هنرپیشه‌ها یا سیاستمداران محبوب، به صورت مستقیم یا غیرمستقیم، در جهت تغییر نگرش عامه مردم و حتی سیاسیون حرکتی رو به جلو داشته باشند. از این رو، می‌توان شاهد بود که هرگونه رفتار تبعیض‌آمیز و نگاه‌های ابزار به زنان، در این فضاهای مجازی به صورت گسترده مورد نقد اقشار مختلف جامعه قرار گرفته است. فعالان حقوق زنان همواره توانسته‌اند با بهره‌گیری از رسانه‌های جمعی، چه سنتی و چه نوین، فرهنگ جدیدی را به جهانیان ارائه داده، هنجارها و ارزش‌های مردسالارانه را به چالش کشیده، تفوق مردان به زنان را کاهش داده، پایه تبعیض جنسیتی را سست کرده، و عرصه‌های اجتماعی - سیاسی را برای ورود زنان به جامعه اجتماعی - اقتصادی و حتی سیاسی با حقوقی برابر با مردان و دوش به دوش آن‌ها، باز کنند. از این رو، امروزه شاهد آن هستیم که تمام مردم دنیا، فارغ از زن و یا مرد بودن، قادرند از طریق رسانه‌های نوین و به ویژه شبکه‌های اجتماعی، پا به پای مردان در تهیه گزارش‌ها و محتواها برای رسانه‌های جمعی معتبر شرکت نموده، و برنامه‌ها و محتواهای مورد نظر خود را تهیه نموده و برای مخاطبین خود در سر تا سر دنیا، به اشتراک گذاشته، با آن‌ها ارتباطات دوسویه یا حتی چندسویه برقرار کنند.

مدیریت

شماره ۴۱

اردیبهشت ۹۷

# مدیریت رسانه

ماهنامه علمی تخصصی مدیریت رسانه

## فرهیخته گرامی؛

ماهنامه علمی تخصصی مدیریت رسانه به عنوان اولین نشریه علوم و فنون حوزه مدیریت رسانه از سال ۱۳۹۲ به خانواده نشریات کشور پیوسته است. هدف این نشریه بازتاب پژوهش‌ها، تجارب، و دستاوردهای نو و ارائه رهیافت‌های سودمند علمی در این حوزه تخصصی است. از شما دعوت می‌نماییم تا با ارسال مقالات، دیدگاه‌ها و نظرات ارزشمند خود ما را در این راه یاری نمایید. همچنین می‌توانید با تکمیل فرم زیر و ارسال آن به آدرس [info@mediamgt.ir](mailto:info@mediamgt.ir) به جمع خانواده مشترکین ما بپیوندید

مشخصات		
نام:	سازمان:	سمت:
تحصیلات:	رشته:	شماره همراه:
آدرس:		
کد پیگیری واریز:	تاریخ:	نحوه پرداخت:
نوع اشتراک		
شش ماهه تهران (۴۲۰,۰۰۰ ریال)		یکساله تهران (۸۴۰,۰۰۰ ریال)

پرداخت آسان از طریق موبایل : جهت خرید نسخه‌های چاپی و اشتراک ماهنامه می‌توانید از طریق #۱۲۶۷\*۹۷\*۷۸۸ اقدام نمایید.

برای خرید رایگان نسخه‌های قبلی الکترونیک می‌توانید به کتابراه، فیدیبو، مگایران و نورمگز مراجعه نمایید

برای خرید ماهنامه‌ها به صورت چاپی و خرید اشتراک می‌توانید به سامانه [www.mediagmt.ir](http://www.mediagmt.ir) مراجعه فرمایید.

جهت تعامل با ما می‌توانید از طرق زیر اقدام نمایید:

سایت : [www.Mediagmt.ir](http://www.Mediagmt.ir)

تلگرام : @mediagmt\_ir

اینستاگرام : @mediagmt\_ir

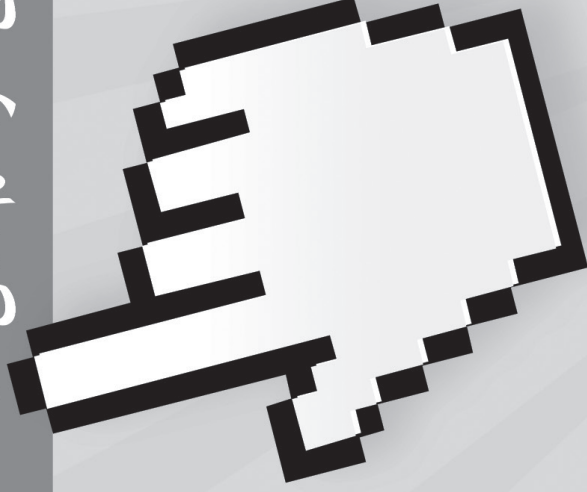
شماره پیامکی : ۵۰۰۰۱۲۶۷



[www.hemmat10.com](http://www.hemmat10.com)

[info@hemmat10.com](mailto:info@hemmat10.com)

مهمه خوانان الان کمک کن



غلام همت آن نازنینم  
که کار خیر بی روی و ریا کرد

بیت