

رسانه‌های نوین و عدالت جنسیتی

13 مرداد 1401

عرصه رسانه‌های نوین در عصر کنونی به بستری دموکراتیک و فارغ از هر نوع تبعیض تعریف شده است، فرصت برابر برای حضور، در اختیار داشتن امکان تولید و توزیع و تغییر در پیام‌های ارسالی فارغ از جنسیت یکی از جدی‌ترین دستاوردهای این نوع رسانه‌هاست! رسانه‌های جریان اصلی به دلایل متعدد فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی نوعی تبعیض دانسته یا نادانسته را در عرصه رسانه‌ای نسبت به زنان اعمال می‌کنند! بررسی‌های متعدد در تیتراژ خبرها و عکس‌های صفحه اول در طول حداقل چند دهه گذشته نشان از این تبعیض دارد که به‌طور مداوم بازتولید شده است! اما این مهم در رسانه‌های نوین به دلیل نقش برابر و فرصت مساوی برای زنان و مردان کمتر به چشم می‌خورد.

به باور کاستلز(1) ارتباطات اینترنتی، به دلیل تازگی تاریخی این رسانه و بهبود نسبی جایگاه قدرت برای گروه‌هایی از قبیل زنان که از نظر سنتی در قدرت قرار نداشتند، ممکن است فرصتی را برای معکوس کردن بازی‌های سنتی قدرت در فرآیند ارتباطات فراهم کند. در این میان نگاهی به حضور زنان در این فضای جدید رسانه‌ها شاید بتواند بخشی از رویکرد عدالت جنسیتی را معنا کند.

در تحقیقی که در سال 1398 توسط ایسنا از سوی موسسه pew منتشر شد، آمده است: استفاده زنان از شبکه‌های اجتماعی و گشت و گذار در فضای مجازی اندکی بیشتر از مردان است، اما نکته جالب توجه اینجاست که به جای ساعات و میزان مصرف، هدف استفاده آنها از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی متفاوت است. این بدان معناست که زنان از پلتفرم‌های شبکه‌های اجتماعی و اپلیکیشن‌های پیام‌رسان بیشتر به منظور برقراری تماس و ارتباط با دوستان، آشنایان و اعضای خانواده خود استفاده می‌کنند، این در حالی است که مردان بیشتر به منظور آگاهی یافتن از اخبار و اتفاقات مختلف در سراسر جهان به وب‌گردی و استفاده از شبکه‌های اجتماعی مشغول می‌شوند. بر اساس نتایج و یافته‌های تحقیقات صورت گرفته، زنان به میزان ۷۶ درصد از شبکه‌های اجتماعی و مردان اندکی کمتر، به میزان ۷۲ درصد از پلتفرم‌های مختلف اینترنتی استفاده می‌کنند.

دکتر کبری درویش پیشه

مرکز مشاوره

حال خوب

ازدواج ، طلاق ، خانواده ، تحصیلی

قزوین ، خیابان شهید بابایی، مقابل دادگستری قزوین

۰۹۱۰۲۹۰۴۷۵۸

باتعین وقت قبلی ۰۲۸۳۳۶۷۲۷۵۰

این نتایج تقریباً یافته‌های قبلی مبنی بر استفاده بیشتر زنان از فضای مجازی در مقایسه با مردان را تایید می‌کند. (2) در ایران نیز عضویت در شبکه‌های اجتماعی برای زنان حدود 49 درصد و مردان 51 درصد بوده است. (3) این مهم بیانگر آن است که فضای رسانه‌های نوین بستری برای حضور زنان فارغ از نگرش‌های سنتی فرودستی و فرادستی جنسیتی ایجاد کرده‌اند که بستری برای دیده شدن و دیدن را فارغ از کلیشه‌های جنسیتی ایجاد کرده است .

فضای شبکه‌ای و روان و آسان به همراه تعاملی بودن این فضا خدماتی است که فرصت و آزادی حضور را برای زنان ایجاد کرده است؛ با این نگاه اگر عرصه رسانه‌های نوین را فرصتی برای شکل‌گیری فضای عمومی یا عرصه عمومی به تعبیر هابرماس (4) بدانیم و عدالت و برابری و آزادی و آگاهی را لازمه شکل‌گیری آن بدانیم به نظر می‌رسد این رسانه‌ها بستری برای فراهم آمدن عدالت جنسیتی ایجاد کرده‌اند. از این رو اگر عدالت را در رسانه بر مبنای امکان حضور، آزادی عمل و امکان انتشار تعریف کنیم، به نظر می‌رسد رسانه‌های نوین در این حوزه توانسته‌اند بستر لازم برای عدالت جنسیتی را مهیا کنند .

در واقع اگر اینجا به رویکرد عدالت رسانه‌ای هم توجه کنیم شاید بستری که رسانه‌های نوین فراهم کرده‌اند این مهم را تحقق بخشیده باشد؛ به اعتبار برخی تقسیم‌بندی‌ها اگر عدالت به دو بخش سخت‌افزاری و نرم‌افزاری تقسیم شود در واقع در حوزه سخت‌افزار ایجاد زیرساخت‌ها و در بخش نرم‌افزار پوشش همه‌جانبه و سهیم شدن مردم در تولید محتوای رسانه‌هاست که در اینجا معنا می‌گیرد. (5) نکته قابل تامل در رسانه‌های جریان اصلی اولویت‌دهی است که بستر عدالت را از رسانه دور یا حداقل ضعیف می‌کند، اما در رسانه‌های نوین این مهم کمتر قابل تامل است، چراکه اولویت‌ها توسط مخاطب و در فضای یکسان ایجاد می‌شود. عدالت در تولید، عدالت در مصرف، عدالت در بهره‌گیری از ظرفیت‌های زیرساختی این رسانه‌ها فرصت‌های کمیابی است که در رسانه‌های نوین در حوزه جنسیت مهیا شده است . به تعبیر برخی مطالعات، با ظهور رسانه‌های نوین و فراهم شدن امکان کنشگری زنان در شبکه‌های اجتماعی، زنان با انتشار تصاویر زندگی روزمره، تجربه بصری خود را خلق می‌کنند. در جهان جدید، خرده‌فرهنگ‌ها و گروه‌های خاموش، از طریق شبکه‌های اجتماعی تصویرمحور فرصت یافتند به چرخه فرهنگ بصری راه یابند و به‌طور روزافزون، شکل‌گیری هویت جنسیتی سیال و متغیر از طریق زنان تقویت شده است.

در تجربه بصری جدید، این کاربران زن هستند که به بازنمایی زندگی روزمره خود می‌پردازند؛ از طریق این بازنمود تصویری، زنان فرصتی یافتند تا هویت جنسیتی زنانه‌ای را بازتولید کنند که خودشان

می‌خواهند و مطلوب آنهاست. به اشتراك‌گذاري مداوم تصاویر زندگی روزمره خود، امری است که کاربران این شبکه‌ها به آن می‌پردازند. این مهم شاید بتواند به عنوان بستری برای تسری این نوع نگرش در جامعه باشد و فضاي عمومي را به نوعی به عدالت جنسیتی نزدیک کند. در نهایت به نظر می‌رسد رسانه‌های نوین با توجه به ساختار و زیرساخت‌های فنی فرصت بروز عدالت در مفهوم دسترس‌ی برابر را ایجاد کردند، اما نکته کلیدی آن استفاده همگانی از این ظرفیت است که تفکیک جنسیتی در آن به حاشیه رفته است.

**زهرا نژاد بهرام

پاورقی

1- کاستلز، مانوئل. 1380. عصر ارتباطات و پایان هزاره، ناصر موفقیان، جلد اول، تهران، انتشارات علمی و فرهنگی.

2- <https://www.isna.ir/news/>

3- <https://bdok.ir/blog/social-media-demographics-in-iran/>

4- هابرماس، یورگن (1386) دگرگونی ساختاری حوزه عمومی، کاوش در باب جامعه بورژوازی، ترجمه جمال محمدی، تهران: نشر افکار

5- <http://ensani.ir/file/download/article/1614586614-10227-9-5.pdf>