

روزنامه‌نگاری بین‌المللی و فمینیزه کردن سیاست

دکتر عباس اسدی

چکیده

این مقاله مدعی است که رسانه‌های بین‌المللی در حال فمینیزه کردن جهان سیاست هستند؛ یعنی زنان بخشی از گفتمان و مطالبات سیاسی خود را به درون رسانه‌ها می‌برند و بدین طریق می‌کوشند تا دغدغه‌های سیاسی خود را به کانون توجه رسانه‌های بین‌المللی تبدیل کنند و بدین ترتیب، آنان با کمک رسانه‌های بین‌المللی درگیر حوزه عمومی جهان سیاست می‌شوند. رسانه‌های بین‌المللی نیز می‌کوشند تا با مطرح کردن بحث مشارکت سیاسی زنان، حساسیت مردان را نسبت به توسعه سیاسی موردنظر غرب سلب کنند. موضوع دیگر اینکه رسانه برای فمینیزه کردن سیاست، تنها به «جنسیت جریان اصلی» در تمام سطوح جامعه توجه می‌کند و این امر این تصور را به وجود می‌آورد که فمینیزه کردن سیاست، اهداف لیبرالی و ترویج دموکراسی از طریق رسانه‌های بین‌المللی را در دستور کار خود دارد، و این روند «رهایی» زنانه را به چالش خواهد کشید.

کلید واژه‌ها: روزنامه‌نگاری بین‌المللی، فمینیست، سیاست، زنان.

مقدمه

ناپلئون در جایی گفته است: زنان با یک دست گهواره و با دست دیگر دنیا را تکان می‌دهند؛ اما از شواهد موجود چنین برمی‌آید که زنان برای تکان دادن هر چه بیشتر دنیا، به خصوص دنیای سیاست، به‌طور روزافزون، در حال رها کردن گهواره‌اند.

دیگر این روزها، دیدن زنان در رأس سیاست، در بسیاری از نقاط جهان پدیده‌ای عجیب و ناآشنایی نیست. به عبارتی، هر روز که می‌گذرد جهان سیاست، بیشتر و بیشتر با چهره‌های تازه‌ای از رهبران زن مواجه می‌شود. تنها در چند سال اخیر، ریاست بسیاری از کشورها، در اروپا، آمریکای لاتین، آفریقا، آسیا و غیره در يد زنان قرار گرفته است. در همین حال، احتمال به‌صدر رسیدن سیاستمداران زن در سایر کشورها نیز، موضوع بحث محافل سیاسی است. بنابراین چه بخواهیم، چه نخواهیم، واقعیت‌های روز دنیا نشان می‌دهد که در جهان سیاست، زنان به‌طور دائم در حال پیشروی هستند. مهم‌تر اینکه، تمامی این پیشرفت‌ها در شرایطی به وجود آمده است، که در گذشته، گفتمان رسمی آن مردسالارانه بوده و ساختارها و فرایندهای سیاسی، به‌طور حساب‌شده زنان را به حاشیه رانده بوده است، اما اکنون، زنان در صف مقدم حوزه سیاست قرار گرفته‌اند و حالا می‌کوشند برای هدایت امور داخلی و بین‌المللی سهمی داشته باشند و نقشی ایفا کنند.

گزارش‌های منتشره در سال ۲۰۱۱ به مناسب یک صدمین سال تلاش برای رفع تبعیض

علیه زنان، نشان می‌دهد که زنان در صدسال گذشته و به‌ویژه طی دهه‌های پایانی قرن بیستم به پیشرفت‌های قابل توجهی در حوزه‌های مختلف از جمله حوزه سیاست دست یافته‌اند. همچنین گزارش‌های سازمان‌های بین‌المللی، از جمله «مجمع جهانی اقتصاد»، حاکی از آن هستند که شکاف جنسیتی میان مردان و زنان در خلال سال‌های اخیر در بسیاری از کشورها کمتر شده است. مطالعات انجام گرفته توسط این مجمع طی سال ۲۰۰۶ تا ۲۰۱۳ در مورد برابری زنان و مردان، بیانگر آن است که در ۸۰ درصد کشورهای جهان این فاصله جنسیتی کاهش یافته است. (بی‌بی‌سی، ۲۰۱۳) یکی از شاخص‌های مورد سنجش در این تحقیق، توجه به توانمندی سیاسی زنان بر پایه نمایندگی آن‌ها در مجالس قانون‌گذاری و حضور ایشان در وزارتخانه‌ها و همین‌طور در رأس دولت‌ها و به‌طور کلی، در ساختارهای تصمیم‌گیری سیاسی بوده است. مثلاً در «روآندا ۶۴ درصد نمایندگان مجلس سفلی را زنان تشکیل می‌دهند. روآندا یگانه کشور در تاریخ جهان است که شمار نمایندگان زن در آن بیش از مردان است.» (Hunt, 2013:40) در حالی که در مجلس انگلیس تعداد زنان به‌زحمت به ۲۲ درصد می‌رسد. روآندا یک استثنا نیست، در مجالس قانون‌گذاری ۱۶ کشور آفریقایی از جمله آفریقای جنوبی (۴۲ درصد)، موزامبیک (۳۹ درصد) و آنگولا (۳۸ درصد) درصد نمایندگان زن بیش از انگلیس است. (پول، ۱۳۹۱)

همچنین، با نگاهی به چند دهه اخیر، مشخص می‌گردد تعداد زنانی که از آغاز قرن بیستم تاکنون به مقام‌های بالایی سیاسی و تصمیم‌گیری راه پیدا کرده‌اند، از مرز ده‌ها نفر گذشته است. مثلاً در برخی کشورها از جمله در آلمان، کره جنوبی، لیبریا، شیلی، برزیل، فنلاند، استرالیا، انگلیس، آمریکا، ایتالیا و جاهای دیگر، هدایت و ریاست این کشورها در ید زنان قرار گرفته است. در همین حال، احتمال به صدر رسیدن سیاستمداران زن در سایر کشورهای جهان نیز موضوع بحث محافل سیاسی است.

اگر در گذشته، در انگلیس، هند، اندونزی، برمه، فیلیپین، پاکستان، بنگلادش، تایلند، قزاقستان، واگذاری رهبری کشورها به زنان، غالباً در خاندان‌های سیاسی رخ داده و همواره داشتن ارتباطات، عاملی مهم در رسیدن به مقام سیاسی بوده است تا جنسیت فرد، اما اکنون، ورود زنان به عنوان تصمیم‌ساز در تالارهای قدرت - با هر دیدگاه شخصی که داشته باشند

- در بسیاری از کشورها در حال تبدیل شدن به امری عادی است. به‌طوری‌که امروز، در بسیاری از کشورها و فرهنگ‌ها، انتخاب نمایندگان، وزیران و سیاستمداران عالی‌رتبه از بین زنان، به‌صورت امر طبیعی و عادی در آمده و راحت‌تر از دهه‌های قبل پذیرفته می‌شود.

بدون تردید، یکی از مهم‌ترین و البته اصلی‌ترین عامل قرار گرفتن زنان در مدار سیاست، رسانه‌ها بوده و هستند. رسانه‌ها به‌ویژه رسانه‌های بین‌المللی با دامن زدن به بحث سهمیه جنسیتی در قدرت، زمینه سهم خواهی زنان از قدرت سیاسی را فراهم آورده و می‌آورند. به بیانی روشن‌تر، امروز رسانه‌ها در حال ساختارزدایی مردانگی از حوزه سیاست هستند و این باور را به جهان و جهانیان القا می‌کنند که عرصه سیاست و روابط بین‌الملل، علاوه بر مردان، به زنان هم نیاز دارد. حتی گاهی، تا آنجا پیش می‌روند که مدعی می‌شوند که زنان بیش از مردان صلح طلبند و دیگر باید مردان را از قدرت خلع ید کرد!

درواقع، باید گفت آنچه در حال وقوع است، فمینیزه کردن دنیای سیاست است. امری که بیش از هر چیز، تحت لوای رسانه‌ها صورت می‌گیرد. بنابراین، حرکت برای فمینیزه کردن سیاست، با حمایت رسانه‌ها یکی از اتفاقات نادر در تاریخ جنبش‌های زنان است، که طی آن، زنان می‌روند تا به دغدغه استراتژیک حکومت‌ها تبدیل شوند.

فمینیزه کردن سیاست درست زمانی در حال وقوع است که سپهر سیاست، «جهانی» و گستره فعالیت رسانه‌ها، «بین‌المللی» شده‌اند. مقاله حاضر کوشیده تا به این پاسخ دهد که رسانه‌ها به‌خصوص رسانه‌های بین‌المللی چگونه و در چه بستری در جهان، سیاست را فمینیزه می‌کنند؟

تعریف و مفهوم فمینیسم (فمینیزم)

واژه «فمینیسم» در زبان‌های انگلیسی، فرانسوی و آلمانی، فارغ از اندکی تغییر در تلفظ، به یک معنا مورد استفاده قرار می‌گیرد. این واژه از ریشه لاتینی «فمینا»^۱ به معنای زن یا جنس مؤنث گرفته شده است.

«فمینیسم» یکی از ناهمگون‌ترین، متنوع‌ترین و جنجالی‌ترین جنبش‌های اجتماعی و

فکری در قرن بیستم در جهان به شمار می‌آید که به دنبال ایجاد دگرگونی‌های اجتماعی، سیاسی و حقوقی در وضعیت زنان بوده است. به همین دلیل آن، در هر برهه‌ای از تاریخ، تعریف و مفهوم گسترده‌ای داشته است. در واقع باید گفت که «فمینیسم» نهضتی بوده و هست که می‌کوشد با باز تعریف هویت زنان به انکار هویتی پردازد که مردان برای آنان تعریف کرده و می‌کنند. شاید بر همین اساس، «جین مانس بریج»^۱ یک تعریف وسیع از فمینیسم ارائه کرده که عبارت است از: «تعهدی برای پایان دادن به سلطه جنس مذکر» (کاستلز، جلد ۲، ۲۱۷:۱۳۸۰)

برخی نیز بر این باورند که فمینیسم یک تفکر جهانی «خواهری» است که می‌کوشد به تبلیغ و ترویج منافع مشترک همه زنان پردازد. در این معنا، میان فمینیست‌ها بر اساس شرایط، تجربیات و نگرانی‌های مشترکی موجود یا در حال شکل‌گیری، همبستگی وجود دارد. در ۱۹۸۴ کتابی نیز تحت عنوان «خواهری، جهانی است»^۲ نوشته شد، که با تأکید بر مشترکات و کم‌رنگ نشان دادن تفاوت‌ها میان زنان، تلاش می‌کرد تا مفهوم «خواهری جهانی»، را ترویج کند. اما با این حال هنوز تفاوت‌ها فراوانی در استراتژی‌های فمینیست‌ها مشاهده می‌شود. این تفاوت‌ها به وضوح در طبقه‌بندی‌های نظیر «فمینیسم لیبرال»، «فمینیسم سوسیالیست»، «فمینیسم رادیکال»، «فمینیسم فرهنگی»، «فمینیسم معنوی»، «فمینیسم هم‌جنس‌گرای جدایی‌طلب»، «فمینیسم سیاه»، «فمینیسم چند فرهنگی»، «فمینیسم مسیحی»، «فمینیسم یهودی»، «فمینیسم هیستریک» و... قابل مشاهده است. برخی از فمینیست‌ها در استراتژی‌های خود به سکسوالیته یا مسائل پیرامون تولید مثل اولویت می‌دهند. عده‌ای دیگر، بعضی مسائل حرفه‌ای و کاری را مقدم می‌شمارند. برخی خواستار انقلاب سوسیالیستی هستند. دیگری نیز وجود دارند که از نوع اصلاح‌شده‌ای از سرمایه‌داری دفاع می‌کنند، که در آن زنان را در سود سرمایه‌داری شریک می‌دانند. گروهی دیگر به لزوم روان‌شناسی جدیدی برای زنان پافشاری می‌کنند، روان‌شناسی که زنان را توانمند می‌کند. عده‌ای دیگر هم خواهان تغییر بنیادی در ساختار اقتصادی و حکومتی هستند و ...

1. Jane Mansbridge
2. Sisterhood is Global

به‌طور کلی، «در اصطلاح سیاسی واژه فمینیسم تا دهه ۶۰ و ۷۰ میلادی برای اشاره به تشکلهای زنان مرسوم نبود و کاربردی محدود در ارتباط با مسائل خاص و گروه‌هایی خاص داشت. صرفاً در همین اواخر است که استفاده از این واژه برای تمامی گروه‌های مرتبط با مسئله حقوق زنان، متداول و فراگیر شده است.» (زیبایی نژاد، ۱۳۸۲: ۱۴)

مفهوم «فمینیزه کردن سیاست»

فمینیزه کردن سیاست، نوعی تبلوری از خودآگاهی، جنسی است که نسبت به وضعیت خویش معترض بوده و هست و در تلاش برای حفظ و شکوفایی ممیزه‌های هویتی خویش، خود را به لحاظ سیاسی سامان می‌دهد. به بیانی دیگر، فمینیزه کردن سیاست یک شیوه تأیید هویت دسته‌جمعی زنان و به یک معنی، «جنسیت سیاسی شده» است. در این شیوه، زنان و همین‌طور مردان طرفدار فمینیسم به‌طور فعالانه در حوزه عمومی به‌قصد ترویج نیروی زنان در عرصه‌های سیاسی می‌کوشند. فمینیزه کردن سیاست، یک پدیده جهانی است که در جوامع مختلف، حتی در جوامع پراکنده و به شیوه‌های متنوعی در حال وقوع است. به‌نظر می‌رسد با فمینیزه کردن سیاست، زنان در حال منفک شدن از خانه‌هایشان و محدود شدن به حوزه عمومی می‌شوند.

از آنجایی که سیاست برای زنان مختلف، بنابر درک آن‌ها از خودشان، از طبقه و ایدئولوژی‌شان و همین‌طور میزان استفاده آنان از رسانه‌ها متفاوت است، اما با فمینیزه کردن سیاست، زنان تحت نفوذ یا زیر کثرتابی‌های قدرت رسانه‌ها به‌خصوص رسانه‌های بین‌المللی، در صدد حذف صدای مردان در عرصه سیاست برمی‌آیند. این موضوع تا آنجا پیش می‌رود که این تصور را به وجود می‌آورد که زنان می‌خواهند تنهای اعضای حوزه عمومی سیاست باشند.

به‌طور کلی، در جهان امروز، فمینیزه کردن سیاست به‌عنوان یک گفتمان سیاسی از جنسیت در رسانه‌های بین‌المللی (غربی) غلبه دارد و رسانه‌ها به‌طور فزاینده بر نیاز به مشارکت سیاسی زنان و بازسازی اجتماعی، اقتصادی و سیاسی آنان، در قالب نیاز به صیانت از حقوق زنان تأکید می‌کنند. به بیانی دیگر، با فمینیزه کردن سیاست، تفسیر حقوق بشر از

چارچوب تعاریف و آموزه‌های کلاسیک آن خارج و به حقوق سیاسی (زنان) معطوف می‌شود که بازتاب آن را می‌توان در کنوانسیون‌های متعدد دید که در چند دهه اخیر به تصویب سازمان‌های جهانی و اتحادیه‌های بین‌المللی رسیده است. حقوق بشر در گفتمان فمینیزه کردن سیاست در عمل و در تفسیر نهایی، یعنی حقوق زنان و حقوق زنان یعنی آزادی و آزادی یعنی مشارکت سیاسی زنان و بالاخره مشارکت سیاسی آنان یعنی هژمونی نهایی زنان در تمام ساحت‌ها سیاسی. و این یعنی نشانه قدرت یافتن و گسترش هویت‌طلبی زنان و نوعی کنش به‌روز شده رفتارهای قهرآمیز زنان در دهه‌های گذشته است.

پیشینه حضور زنان در سیاست

پیشینه حضور زنان در سیاست به زمان‌های بسیار دور بازمی‌گردد. از زمانی زنان در دربار شاهان و حاکمان می‌زیسته‌اند، همواره به‌طور آشکار و پنهان در تصمیم‌گیری حاکمان و پادشاهان تأثیر می‌گذاشته‌اند. اما آنچه در این مقاله مورد بحث است ورود زنان به عرصه سیاست از اواخر قرن نوزدهم و اوایل بیستم است. یعنی در دوره‌ای از پیشرفت و درعین حال آشفته‌گی و تلاطم در جهان صنعتی که با انفجار جمعیت، افزایش زاد و ولد و نیز ظهور ایدئولوژی‌های افراطی همراه بود.

در سال ۱۹۰۸ میلادی، نارضایتی شدید و بحث‌های انتقادی، به تدریج در بین زنان در حال شکل‌گیری بود. نابرابری‌ها و فشار بر زنان، آن‌ها را ترغیب کرد تا هرچه بیشتر وارد فعالیت‌های تبلیغی و «کمپین برای تغییر» شوند و در این زمینه فعالیت کنند. در همین سال حدود ۱۵ هزار زن در شهر نیویورک دست به تظاهرات زدند. داشتن ساعات کاری کمتر، دستمزد بهتر و نیز داشتن حق رأی از خواسته‌های اصلی تظاهرکنندگان در این روز بود.

در سال ۱۹۱۰ میلادی، دومین کنفرانس بین‌المللی زنان شاغل در کپنهاگ برگزار شد. یک زن به نام «کلارا زتکین» (رهبر «اداره زنان» در حزب سوسیال دموکراتیک آلمان) ایده انتخاب روزی به‌عنوان روز جهانی زن را مطرح کرد. او پیشنهاد کرد که هر ساله در تمام کشورهای دنیا مراسم ویژه‌ای برای بزرگداشت زنان در یک روز مشخص و ثابت برگزار شود تا تمام زنان دنیا بتوانند در این روز و تاریخ معین، بر مطالبات و خواسته‌های خود تأکید

بیشتری کنند.

در این کنفرانس بیش از ۱۰۰ زن از ۱۷ کشور مختلف حضور داشتند و نمایندگانی از اتحادیه‌ها، احزاب سوسیالیست، کانون و انجمن‌های زنان شاغل، از جمله سه زنی که برای اولین بار به‌عنوان نمایندگان پارلمان فنلاند انتخاب شده بودند، در آن شرکت داشتند. بعد از طرح این ایده، حاضران در کنفرانس، با اکثریت آراء تعیین روزی به عنوان روز جهانی زن را تصویب کردند و به این ترتیب، موضوع انتخاب روز جهانی زن در سال ۱۹۱۰ میلادی رسمیت یافت.

به دنبال تصمیمی که در کپنهاگ گرفته شد، در سال ۱۹۱۱ میلادی برای اولین بار مراسم روز جهانی زن در کشورهای اتریش، دانمارک، آلمان و سوئیس و در روز ۱۹ مارس برگزار شد. در این روز بیش از یک میلیون زن و مرد در گردهمایی‌هایی شرکت کردند که با محور حق کار زنان، حق رأی و حق آموزش آن‌ها برگزار شد. انتصاب زنان در سمت‌های دولتی و پایان یافتن تبعیض بین زن و مرد از دیگر خواسته‌هایی بود که در این مراسم مطرح شد.

در سال‌های ۱۹۱۳ و ۱۹۱۴ میلادی، در آستانه جنگ جهانی اول، فعالان زن روس کمپینی برای صلح تشکیل دادند و مراسم روز جهانی زن را برای اولین بار در کشورشان، در آخرین یکشنبه فوریه سال ۱۹۱۳ میلادی برگزار کردند. در همان سال، به دنبال بحث‌ها و مذاکراتی که انجام شد، روز هشتم مارس به عنوان روزی مشخص و ثابت برای برگزاری مراسم روز جهانی زن در نظر گرفته و تصویب شد. در سال ۱۹۱۴ میلادی، زنان بیشتری در سراسر اروپا تجمعاتی را تحت عنوان کمپین علیه جنگ برگزار کردند که نوعی تأکید بر همبستگی زنان در این زمینه بود.

در آخرین یکشنبه فوریه سال ۱۹۱۷، زنان روسیه اعتصابی را با عنوان «نان و صلح» برگزار کردند. این اعتصاب در واکنش به مرگ بیش از دو میلیون سرباز روسی در جنگ بود و با وجود مخالفت رهبران سیاسی روسیه، زنان این کشور تا چهار روز به اعتصابشان ادامه دادند. با پیوستن گروه‌هایی از دیگر طبقات جامعه روسیه به این اعتصاب، در نهایت تزار روسیه وادار به کناره‌گیری شد و دولت موقت این کشور هم به زنان حق رأی داد. روز آغاز اعتصاب زنان روسیه در تقویم سزازی که در آن زمان در روسیه به کار می‌رفت،

روز ۲۳ فوریه بود. این روز در تقویم گریگوری که در دیگر کشورها مورد استفاده قرار می‌گرفت، با تاریخ ۸ مارس برابر می‌شد.

از زمان تولد روز جهانی زن در جریان جنبش سوسیالیست، این روز به تدریج به‌روزی برای به رسمیت شناختن و بزرگداشت زنان در بیشتر کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه تبدیل شد. در طول چندین دهه، این روز در کشورهای مختلف جهان بیش از قبل به رسمیت شناخته شد و چندین سال است که سازمان ملل متحد در این روز کنفرانسی سالانه برگزار کرده است تا تلاش‌ها و اقدامات بین‌المللی در زمینه حقوق زنان و نیز حضور آن‌ها در عرصه‌های سیاسی، اجتماعی و اقتصادی هماهنگ شود.

سال ۱۹۷۵ میلادی از طرف سازمان ملل متحد به عنوان سال جهانی زن تعیین شد. سازمان‌های فعال در حوزه زنان و دولت‌های کشورهای مختلف جهان هم هر ساله روز جهانی زن را در تاریخ ۸ مارس و با برگزاری مراسم‌هایی گسترده گرامی داشته‌اند. در مراسم این روز، به‌طور معمول از پیشرفت‌های زنان قدردانی می‌شود و هم‌زمان، ضرورت تداوم تلاش‌ها در این زمینه و پشتکار بیشتر برای اطمینان از برابری زنان در تمام ابعاد زندگی و نیز حفظ این برابری مورد تأکید قرار می‌گیرد.

با تلاش‌ها و اقداماتی که در یک قرن اخیر در حوزه زنان انجام شد، هزاره جدید، شاهد تغییری قابل توجه در شرایط زنان و نیز تغییر نگرش در خصوص حق برابری و آزادی زنان در جوامع مختلف و حتی در بین خود زنان بوده است. نسل جوان امروز با مقایسه شرایط کنونی با وضعیت زنان در یک قرن پیش، می‌تواند دریابد که زنان برنده اصلی مبارزاتی بوده‌اند که در طول دهه‌ها برای رفع تبعیض و برابری جریان داشته‌اند.

یادداشت‌ها، سخنرانی‌ها، آثار و اقدامات بسیاری از فمینیست‌هایی که در دهه ۱۹۷۰ میلادی برای رفع تبعیض علیه زنان تلاش می‌کردند، به‌خوبی نشان می‌دهد که آن‌ها می‌دانستند مردسالاری در جوامع به‌طور پیچیده‌ای، ریشه دوانده است و برای رسیدن به اهدافشان، راهی طولانی پیش‌رو دارند. اما امروزه با حضور تعداد زنان بیشتر در هیئت مدیره‌ها و بخش‌های اجرایی و مدیریتی، برابری بیشتری آن‌ها با مردان در داشتن حقوق قانونی و افزایش قابل توجه تعداد زنانی که به عنوان الگو و نمونه در تمام ابعاد زندگی شناخته می‌شوند، می‌توان

این برداشت را کرد که زنان به رفع تبعیض علیه خود و دست یافتن به برابری واقعی حقوقشان نزدیک‌تر شده‌اند.

زنان ایران هم با شرکت در انقلاب مشروطیت که ۶ سال قبل از رسمیت یافتن روز جهانی زن روی داد، به نقش خود به‌عنوان انسان‌هایی که می‌توانند در جامعه مشارکت داشته باشند، معنا دادند و به میدان آمدند و با تأسیس مدارس دخترانه و نشر مجلات زنان و محافل و کلوپ‌های زنانه و تأکید بر لزوم سوادآموزی در پیشبرد وضعیت زن ایرانی، پیشتاز امر برابری و رفع تبعیض از زن ایرانی شدند.

مبانی نظری تحقیق

برجسته‌سازی

نظریه برجسته‌سازی که توسط «دونالد شاو» و «مکسول مک کومبز» ارائه شده، مدعی است که رسانه‌ها با برجسته کردن بعضی از موضوعات و رویدادها، بر نگرش و شناخت مردم تأثیر می‌گذارند. به عبارتی منظور از برجسته‌سازی این است که رسانه‌ها از طریق گزارش‌ها و تفسیرها این توانایی را دارند که توجه مردم را به مسائل و موضوعات معین معطوف کنند و از مسائل و موضوعات دیگر چشم‌پوشی کنند. درواقع این نظریه مدعی است رسانه‌ها با برجسته ساختن بعضی از موضوعات و رویدادها، گرچه نمی‌توانند تعیین کنند که مردم «چگونه» بیندیشند، اما می‌توانند تعیین کنند که «درباره چه» بیندیشند.

«گلادیس انگل لنگ» و «کورت لنگ» در ۱۹۸۳ در مطالعه میان مطبوعات و افکار عمومی طی بحران و اترگیت در امریکا، فرایند برجسته‌سازی را به شش مرحله تقسیم کردند: ۱. مطبوعات بعضی از موضوعات و رویدادها را مهم و بااهمیت جلو می‌دهند و آن‌ها را بارز و برجسته می‌سازند.

۲. موضوعات و رویدادهای متفاوت برای جلب توجه مردم، به نوع و میزان پوشش خبری متفاوتی نیاز دارند. چنان‌که اترگیت موضوعی دور از ذهن و ناآشنا بود و بنابراین پوشش گسترده رسانه‌ای برای جلب توجه عمومی به آن صورت گرفت.

۳. موضوعات و رویدادهای مورد توجه باید دارای چارچوب باشند یا حوزه‌ای از معانی

به آن‌ها اختصاص داد که قابل فهم شوند. واترگیت ابتدا در چارچوب موضوعی جزئی در مبارزه انتخاباتی مطرح شد و این امر درک آن را در چارچوبی دیگر یعنی نشانه فساد سیاسی گسترده در آمریکا مشکل ساخت.

۴. زبان مورد استفاده رسانه‌ها بر درک اهمیت موضوع اثر می‌گذارد. اشاره اولیه به شنود واترگیت تحت عنوان «کاری غیر اخلاقی» که چند ماه طول کشید، در جهت کوچک کردن و تخفیف دادن آن بود. اما پس از آن، کاربرد واژه «افتضاح» توسط رسانه‌ها برای فعل شنود، اهمیت بیشتری به موضوع داد.

۵. رسانه‌ها موضوعات و رویدادهایی را که مورد توجه عموم قرار گرفته‌اند، به نمادهای ثانویه که از نظر سیاسی و اخلاقی دارای منزلت و موقعیت مناسب هستند، وصل می‌کنند، چرا که مردم برای جهت‌گیری درباره یک موضوع، نیازمند پایه و مبنا هستند. در قضیه واترگیت، هنگامی که موضوع به نمادهای ثانویه مثل «نیاز به روشن شدن حقایق» و «اعتماد به حکومت» پیوند خورد، به جهت‌گیری مردم کمک کرد.

۶. هنگامی که اشخاص معروف و معتبر درباره موضوعی اظهارنظر می‌کنند، روند برجسته‌سازی شتاب پیدا می‌کند. (مهدی‌زاده، ۱۳۸۹: ۶۰)

نقش رسانه‌ها در «فمینیزه کردن سیاست»

رسانه‌ها مهم‌ترین ابزار انتقال دیدگاه‌های زنان هستند. آن‌ها سخنرانی‌ها، نامه‌ها، اعلامیه‌ها، آگهی‌ها و غیره زنان را به صورت گسترده منتشر می‌کنند. رسانه‌ها همچنین در پوشش خبری فعالیت سیاسی زنان، انتقال خواسته‌های آنان به افکار عمومی و طرفداری از آن و در نتیجه شکل دادن به افکار عمومی تأثیر تعیین‌کننده دارند.

نمایندگان رسانه‌ها نیز با رهبران سازمان‌های سیاسی زنان و سایر سازمان‌ها پیوسته مصاحبه می‌کنند و مقالات و یادداشت‌های و نامه‌های آن‌ها را منتشر می‌نمایند و ضمن انعکاس نظریات آن‌ها درباره مسائل مختلف سیاسی روز، دیگر زنان را به مشارکت سیاسی هر چه بیشتر تشویق می‌کنند.

قبل از جنگ جهانی اول، جنبش زنان از هر وسیله‌ای برای جلب پوشش خبری و برانگیختن

افکار عمومی، و ایجاد حالت اضطرار در دولتمردان استفاده می‌کرده‌اند. در آن زمان، با رادیکال‌تر شدن تاکتیک‌های جنبش فمینیستی، زنان بیشتر از تظاهرات، راهپیمایی، سفرهای تبلیغاتی با قطار و انواع اقدامات مهیج و چشمگیری که می‌توانست پوشش خبری بیشتری برای جنبش به دنبال داشته باشد و افکار عمومی را به خود جلب کند، استفاده می‌کرده‌اند، اما بعد از جنگ جهانی اول اکثر مطبوعات مهم از جنبش هواداری می‌کردند. در نیویورک از پانزده روزنامه اصلی، ده تا موافق حق رأی و سه تا بی‌طرف بودند. از نمونه‌های حمایت نشریات از جنبش زنان می‌توان به این موارد اشاره کرد که روزنامه «واشنگتن پست» از جمله منابع کمک مالی به کمیته کنگره ناسا^۱ بود و سردبیر آن یک هدیه هزار دلاری به این کمیته اعطا کرد. (مشیرزاده، ۱۳۸۲: ۱۲۱)

بررسی‌ها نشان می‌دهند تعداد زیادی از کسانی که جذب فعالیت‌های سیاسی زنان می‌شوند از طریق رسانه‌ها صورت می‌گیرد. طبق برآورد «کاردن» طی سال‌های ۱۹۶۶ تا ۱۹۷۰ حدود یک‌چهارم از کسانی که جذب جنبش فمینیسم شده بودند، از طریق رسانه‌ها با آن آشنا شده بودند. (همان، ۲۶۳)

زنان تازه‌وارد به حوزه سیاست، با بهره‌مندی از حمایت و کمک رسانه‌ها با سایر زنان احساس همبستگی پیدا می‌کنند و درعین حال می‌آموزند که وضعیت خود را با زبان فمینیستی دوباره مفهوم‌بندی کنند و به این ترتیب، به نوعی «حس هویت» و احساس رضایت می‌رسند. درمجموع می‌توان گفت که سازمان‌دهی زنان توسط رسانه‌ها، در عمل هم‌زمان در دو عرصه سیاست روزمره (سیاست نهادینه) و جنبش (سیاست غیر نهادینه) شکل می‌گیرد. رسانه‌ها به تناسب شرایط به عنوان گروه فشار و گروه حامیان فعال عمل می‌کنند و انعطاف لازم را برای «بازی» در هر دو عرصه دارند. این انعطاف‌پذیری باعث می‌شود که در دوره سرکوب، فمینیزه کردن سیاست نیز بتواند به حیات خود ادامه دهد و از طریق سیاست روزمره اهداف خود را پی‌گیرد. (همان، ۲۶۴)

1. National Woman's Suffrage Association (NWSA)

جایگاه نشریات زنان در فمینیزه کردن سیاست

تا قرن هجدهم زنان در اخبار جدی مطبوعات حضور نداشتند. روزنامه‌ها و مجلات که به دست مردان اداره می‌شدند نه تنها مسائل زنان را نادیده می‌گرفتند، حتی گزارشگری درباره مسائل و رهبران زن با جهت‌گیری علیه زنان همراه بود. در این میان، پایگاه‌های خبری هم که اخبار زنان را پوشش می‌دادند، در اکثر موارد اهداف آن‌ها را کم‌اهمیت قلمداد می‌کردند. زنانی که از هنجارهای اجتماعی انفعال و تسلیم در برابر مقام مرد و نقش سنتی همسر و مادر عدول می‌کردند، ممکن بود افرادی ناشایست، دیوانه یا ناجور و غیر قابل معاشرت تلقی شوند. اگر خواستار برابری با مرد می‌شدند، رسانه‌ها آن‌ها را به عنوان افراد عجیب یا پروسودا و ستیزه خو معرفی می‌کرد. این قبیل توصیف‌ها تا روزهای اولیه جنبش فمینیسم ادامه داشت. (اپستین، ۱۹۷۸)

تا اینکه در اواسط قرن نوزدهم در پی شروع جنگ داخلی آمریکا و تشدید مبارزات زنان علیه برده‌داری و نابرابری‌ها، فعالیت آنان در مطبوعات و سیاسی بازتاب یافت. مطبوعات همواره خبر گردهمایی‌ها و مطالبات زنان در این گردهمایی‌ها را پوشش خبری می‌دادند. البته همچنان تفاسیر مطبوعات از جنبش زنان در بسیاری موارد منفی بود. اما به هر حال، صرف پوشش اخبار این جنبش اهمیت زیادی داشت. همچنین در این دوره، برخی از زنان همچون «مارگرت فولر» که خود سردبیر مجله «دایل»^۱ در نیوانگلند بود، در مطبوعات قلم می‌زدند و از آرا و عقاید جنبش زنان دفاع می‌کردند

تا اینکه به تدریج از اواخر قرن نوزدهم و اوایل قرن بیستم، از سوی زنان طرفداران حق رأی و فعالان حقوق زن و رهبران اولیه جنبش دفاع از حق رأی، در کشورهای این احساس به وجود آمد تا برای رساندن ایده‌ها و اخبار فعالیت‌های خود به عموم مردم، به فکر تأسیس مجله‌ها و روزنامه‌های خاص خود بیافتند.

پس از پایان جنگ داخلی آمریکا دو انجمن طرفدار حقوق زنان به نام‌های «انجمن

آمریکایی حق رأی زنان»^۱ و «انجمن ملی حقوق زنان»^۲ در راستای احقاق حقوق زنان، اقدام به تأسیس دو نشریه کردند. انجمن آمریکایی با همکاری «بلک ول» و «لوی مور»^۳ نشریه «وومنز ژورنال»^۴ و انجمن ملی روزنامه «لیبریشن»^۵ را منتشر نمودند. در حدود سال ۱۸۷۰ «الیزابت کیدی استانتون» و «سوزان بی آنتونی» نیز نشریه هفتگی «روولوشن»^۶ (انقلاب) را با کمک صرافی به نام «جورج ترین»^۷ که به داشتن عقاید ضد سیاهان معروف بود، با شعار «مردان، حقوقشان و نه چیزی بیشتر؛ زنان، حقوقشان و نه چیزی کمتر»، بنیان گذاشتند. نشریه «وومنز ژورنال» با توجه به نزدیکی به جنبش الغا بردگی، منابع مالی بیشتری داشت و «روولوشن» تنها به کمک «ترین» متکی بود. در نتیجه، وقتی «ترین» کوشید مجله را به محلی برای طرح علائق خود در زمینه‌های مالی و اقتصادی تبدیل کند و با مخالفت زنان روبرو شد و کمک‌های مالی خود را قطع کرد، مجله نتوانست به حیات خود ادامه دهد و دو سال بعد از آغاز کار، انتشار آن متوقف شد. (مشیرزاده، ۱۳۸۲: ۸۵)

هفته‌نامه «وودهال» و «کلافین» که پس از پایان جنگ داخلی آمریکا منتشر می‌شدند از جمله نشریات تأثیرگذار بودند به‌طوری‌که در سایه اقدامات «وودهال»، ناشر آن یعنی «ویکتوریا وودهال» توانست به عنوان اولین زن به مقام ریاست جمهوری کشور برسد. و نشریه دیگر در این دوره «اونا» بود که مدافع حقوق زنان مهاجر و فقیر بود.

یکی دیگر از نشریات تأثیرگذار در سال‌های اوج‌گیری مبارزات برای حق رأی، نشریه خبری هفتگی «سافرجیست»^۸ (طرفدار حق رای) بود که در اقدامی تقریباً بی‌سابقه به دنبال آن بود که پوششی ملی داشته باشد و پیوسته مخاطبان خود را در جریان اخبار مربوط به حق رأی قرار دهد. این نشریه به شکلی حرفه‌ای اداره می‌شد و دارای مشترکان متعدد بود و با

-
1. American Woman's Suffrage Association (AWSA)
 2. National Woman's Suffrage Association (NWSA)
 3. Levimore
 4. Woman's Journal
 5. Liberation
 6. The Revolution
 7. George Train
 8. Suffragist

چاپ آگهی هزینه خود را تأمین می‌کرد. (همان، ۱۲۱)

در فاصله بین دهه ۱۹۳۰ تا اواخر ۱۹۶۰ (موج دوم فمینیسم) شاخه لیبرال جنبش زنان، نشریاتی چون «اسپوکس وومن»^۱، «وومن تودی»^۲ و «وومن اکتیویست»^۳ منتشر می‌کرد. تعداد چهل نشریه در کل منحصرآرای این جناح از جنبش را منعکس می‌کردند. (همان، ۲۶۲)

در اواخر قرن بیستم، زنان در سراسر جهان درصدد تصویب اصلاحات سیاسی و قانونی برآمدند که هدف آن‌ها تعمیم برابری زنان و حق دسترسی زنان به نهادهای اجتماعی و تضمین صیانت از حقوق آن‌ها بود. عصر جدیدی از حقوق زن آغاز شده بود. با استقلال یافتن کشورها از سلطه قدرت‌های استعماری، زنان بسیاری در جنبش‌های استقلال‌طلب سیاسی شدند. میراث آن اکتیویسم به رسانه‌های زن منتقل شد که مجله «میز»^۴ که در اوایل دهه ۱۹۷۰ توسط فمینیست‌های آمریکا تأسیس شد، نشریه فمینیست هندی^۵ Manushi که در اواسط دهه ۱۹۷۰ تأسیس شد، و Isis International Bulletin که ابتدا در رم و بعدها در مانیل منتشر شد از جمله آن‌ها است. (برادلی، ۲۰۰۵)

رسانه‌های بین‌المللی و فمینیزه کردن سیاست

رسانه‌های بین‌المللی برای فمینیزه کردن سیاست، زنان را به «خوانش‌های دوباره» و ارائه برداشت‌های مجدد از سیاست و بازتعریف ساختارهای قدرت در جوامع خودشان تشویق می‌کنند، ساختارهای که به اصطلاح پدرسالارانه هستند. این رسانه‌ها، مرزهای ایدئولوژی‌های مردانه را عقب می‌رانند و عرصه سیاست را فراخ‌تر می‌کنند. به عبارتی، رسانه‌های بین‌المللی با فمینیزه کردن سیاست، قوی‌ترین راهبردهای انگیزشی درونی جوامع زنان را برای نقد و دگرگونی‌های بنیادی قدرت فراهم می‌کنند.

درواقع، رسانه‌های مذکور در حال لقاء این تصور خوش‌بینانه هستند که ورود زنان به

1. Spokeswoman
2. Woman Today
3. Woman Activist
4. Ms
5. Manushi
6. Isis International Bulletin

عرصه‌های سیاسی می‌تواند منجر به خلق جوامع دموکراتیک شود و برابری‌های جنسیتی و حقوق بشر و به‌طور کلی حقوق زنان را نهادینه کند. درحالی‌که به‌نظر می‌رسد این، مسیر توسعه (سیاسی) خاص غرب است که رسانه‌های غربی آن را دنبال می‌کنند.

به‌طور کلی، رسانه‌های بین‌المللی با فمینیزه کردن سیاست، در حال دگرگون کردن فضای عمومی سیاست به عنوان عرصه‌ای از برابری جنسیتی و حضور زنان در این عرصه هستند، که هدف آن تحمیل غیر دموکراتیک یک نظم جهانی مورد علاقه غرب به‌خصوص آمریکاست.

در فمینیزه کردن سیاست، رسانه‌های بین‌المللی همدست پروژه‌های استیلاجویانه غربی به نام استانداردهای جهانی است. آن‌ها تلاش می‌کنند فمینیزه کردن سیاست را به یک گفتمان جنسیتی مناسب با نیازهای حوزه سیاسی خود پیوند دهند.

رسانه‌های بین‌المللی، می‌کوشند زنان را قادر به ایجاد تحول در رویه‌های جنسی کنند که ریشه در یک گفتمان برابری جنسیتی و عدالت اجتماعی و سیاسی دارد که زنان تعهد و درکش را از رسانه‌ها می‌گیرند.

بنابراین، رسانه‌های یادشده می‌کوشند فمینیزه کردن سیاست را جهان‌شمول کنند و روی مدل‌هایی کار می‌کنند که می‌توانند این ویژگی را توضیح دهند. درحالی‌که این رسانه‌ها در حالی می‌کوشند سیاست را فمینیزه کنند که فهم چندانی از جوامع پسا استعماری که خود نمونه شکست‌های بارز تئوری مدرنیزاسیون هستند، ندارند و یا نمی‌خواهند داشته باشند.

به‌هر حال، امروز رسانه‌های بین‌المللی به‌مثابه «مجمعی» برای ایجاد رفتار سیاسی در درون زنان عمل می‌کنند و زنان را برای دور زدن سنت‌ها آموزش می‌دهند و یاری می‌رسانند. بنابراین زنان در حضور رسانه‌ها به‌طور فزاینده سیاست را در کنترل خود می‌گیرند. معنای آن، این است که این رسانه‌ها ضمن اینکه امکانی برای زنان فراهم می‌آورند تا شکل جدیدی از جامعه آرمانی را شکل دهند، به جامعه (زنان/ مردان) نیز اجازه می‌دهند تا دوباره درباره مفهوم سیاست تأمل کنند. در این راستا، رسانه‌ها، به شکل گسترده‌ای تصویر متداول از جنسیت را تغییر می‌دهند و چنین القاء می‌کنند که جنس فرد را آناتومی او تعیین نمی‌کند؛ بلکه مؤلفه‌های تعیین‌کننده مذکر و مؤنث عمدتاً ساختاری فرهنگی و سیاسی است. آن‌ها

به‌طور مستقیم و غیر مستقیم این گفته سیمون دوبووار را یادآور می‌شوند که «یک فرد، زن به دنیا نمی‌آید، زن می‌شود.» (دوبووار، ۱۳۶۴: ۳۳۳)

بالاخره اینکه، در رسانه‌های بین‌المللی، زنان نقش‌هایی در مقابل نقش مردان دارند و مخاطبان‌شان مردان هستند و این گونه است که سیاست، ناچار است نقش زنانه بگیرد، ارزش‌ها و راه‌های درک، حس و عمل زنانه را بپذیرد و هر عمل زنانه را درونی کند. به عبارتی، در فمینیزه کردن سیاست، پیش‌فرض‌ها و شیوه‌های استدلالی زنانه، آمیخته شده‌اند؛ به عبارت دیگر شیوه‌های حکومت‌داری و تصمیم‌گیری، کاملاً متأثر از فرهنگ جنسیتی است. چراکه رسانه‌ها می‌کوشند نشان دهند که زنان در دریافت جهان سیاست، تفکر، احساس، ارزش‌گذاری و ویژگی‌های خاص خود را دارند.

بدین ترتیب است که گسترش روزنامه‌نگاری بین‌المللی، زندگی سیاسی جوامع را عمیقاً تحت تأثیر قرار داده و فعالان زن را به تلاش واداشته تا از این رسانه‌ها به عنوان شکل‌دهنده و زمینه‌ساز مشارکت‌های سیاسی بهره ببرند و البته این امر تا حد زیادی وابسته به محل زندگی آن‌هاست.

شیوه‌های رسانه‌های بین‌المللی «فمینیزه کردن سیاست»

۱- توانمندسازی زنان

امروز توانمندسازی زنان و قدرت بخشیدن به آنان، برای ورود به عرصه‌های سیاسی، به امر محوری و اساسی برای رسانه‌ها به‌خصوص رسانه‌های بین‌المللی تبدیل شده است. رسانه‌های بین‌المللی، با همکاری برخی سازمان‌های بین‌المللی مانند دفتر «برابری جنسی و توان‌بخشی زنان» سازمان ملل متحد، توانمندسازی زنان در همه حوزه‌ها از جمله عرصه سیاست را در دستور کار خود قرار داده‌اند.

رسانه‌های مذکور این امر را با تغییر شناختی بنیادین در زمینه مسائل سیاسی و با افزایش سطح آگاهی زنان در زمینه‌های مختلف سیاسی انجام می‌دهند. بنابراین، آن‌ها علاوه بر این می‌کوشند به طرق مختلف زنان را به شرکت در تصمیم‌گیری‌های سیاسی تشویق و آماده کنند، با آموزش و آگاهی بخشی این امکان و فرصت را نیز برای زنان فراهم می‌آورند تا به

مشاغل سیاسی دسترسی پیدا کنند.

به‌طور کلی، رسانه‌های بین‌المللی برای توانمندسازی زنان به دو شیوه عمل می‌کنند:

اطلاع‌رسانی

رسانه‌ها با اطلاع‌رسانی درباره محیط زندگی زنان، آنان را برای رویارویی با رویدادهای مختلف از جمله وقایع سیاسی پیرامون زندگی ایشان، آماده می‌کنند. درک زنان از جهان پیرامون، به آنان شناخت و توانایی وسیع می‌دهد تا در مقابل وقایع بهتر و دقیق‌تر تصمیم بگیرند و واکنش‌های مناسب‌تر نشان دهند. به عبارتی، اطلاع‌رسانی به موقع به زنان می‌تواند باعث ارتقاء سطح آگاهی زنان در زمینه مسائل و امور سیاسی و زمینه‌ساز رشد قابل ملاحظه آنان به مشارکت سیاسی گردد.

آموزش

توانمندسازی زنان از طریق آموزش رسانه‌ها به خصوص رسانه‌های بین‌المللی یکی از ابزارهای اصلی فمینیزه کردن سیاست به شمار می‌آید. رسانه‌ها به همین منظور، به زنان مهارت‌های ورود به حوزه سیاست و روش‌های مبارزه علیه نابرابری‌ها در عرصه‌های مختلف از جمله سیاست را آموزش می‌دهند و فرصت کسب موقعیت‌های اجتماعی، اقتصادی و مهم‌تر از همه سیاسی را برای زنان به وجود می‌آورند. به عبارتی، رسانه‌ها از طریق آموزش، این بستر را برای زنان فراهم کند تا آنان توانایی و شایستگی خود را در عرصه‌های سیاسی نشان دهند و به اشکال گوناگون، آگاهانه و یا در اشکال ظریف‌تر و در عمل، نظم‌مردانه را به چالش بکشند و موقعیت‌های بهتری را کسب کنند.

از این دیدگاه، آموزش می‌تواند برای بسیاری از زنان به صورت نوعی مقاومت اجتماعی - سیاسی و همین‌طور نوعی حضور اجتماعی در بعد نمادین و عینی در آید. مثلاً خروج از خانه برای شرکت در کمپین‌ها، انتخابات، راهپیمایی‌ها، تظاهرات، تحصن‌ها و غیره از طریق آموزش رسانه‌ها صورت می‌گیرد. آموزش رسانه‌ها، به کنش زنان به عنوان بازیگران اجتماعی - سیاسی و روندهای جامعه‌پذیری آنان، نوعی استقلال می‌دهد. این خودمختاری از جمله به‌خاطر معنایی است که فرد اجتماعی (زن) به هنجارها و کارکرد نهادهای رسمی

می‌دهد. روندهای جامعه‌پذیری هیچ‌گاه برنامه‌ریزی‌شده و قابل نظارت از بالا نیستند و تا حد زیادی، در عرصه خصوصی و در ذهنیت کنشگران اجتماعی به وقوع می‌پیوندند. زنان روندهای جامعه‌پذیری و شناختی را آن‌گونه که خود می‌خواهند و تجربه‌های اجتماعی انعکاس یافته در رسانه‌ها به آن‌ها می‌آموزند، درونی می‌کنند.

از این منظر، آموزش یکی از حقوق اساسی زنان و کلید توسعه سیاسی آنان به شمار می‌آید که می‌تواند به صلح و ثبات در درون ممالک و بین کشورها کمک کند. به عبارتی، در این مفهوم آموزش یک وسیله ضروری برای مشارکت مؤثر سیاسی زنان در جامعه است. گفتنی است، آموزش‌های رسانه‌های بین‌المللی در دو شکل مجازی و حضوری (کارگاهی) صورت می‌گیرد، که در هر دو شکل مباحث عمده زیر آموزش داده می‌شوند:

- آموزش شیوه شناخت مسائل سیاسی و نحوه ورود به ورود به آن
- آموزش شیوه تجزیه و تحلیل مسائل سیاسی و نحوه نگاه به مسائل این عرصه
- آموزش شیوه‌های مقاله‌نویسی و خبرنگاری جهت انعکاس افکار و عقاید خود درباره مباحث سیاسی جامعه
- آموزش مهارت‌های نافرمانی مدنی (مانند نحوه برگزاری کمپین‌ها، تجمعات، اعتراضات، راهپیمایی و حتی نحوه مقابله با اقدامات پلیس و نیروی‌های انتظامی ...)
- آموزش حقوق سیاسی و روش‌های احقاق آن (حقوق شهروندی / آزادی‌های اجتماعی ...)

۲- برجسته‌سازی اخبار زنان

چنانکه در مبانی نظری اشاره شد، رسانه‌ها با برجسته کردن بعضی از موضوعات و رویدادها، بر نگرش و شناخت مردم تأثیر می‌گذارند و توجه آنان را به مسائل و موضوعات معین معطوف می‌کنند. درواقع نظریه برجسته‌سازی مدعی است رسانه‌ها با برجسته ساختن بعضی از موضوع‌ها و رویدادها، گرچه نمی‌توانند تعیین کنند که مردم «چگونه» ببینند، اما می‌توانند تعیین کنند که «درباره چه» ببینند. اما به نظر می‌رسد که رسانه‌ها حداقل در فمینیسم کردن سیاست، هم به زنان می‌گویند «درباره چه» ببینند و هم «چگونه» ببینند.

بدین طریق که، رسانه‌ها با برجسته کردن یک موضوع، افکار عمومی زنان را متوجه آن موضوعی خاص می‌کنند (درباره چه بیندیشند) و با ارائه تحلیل و تفسیرهای مربوط به آن موضوع، نگرش زنان را نسبت به همان موضوع، مثبت یا منفی می‌کنند. درواقع، ایجاد نگرش‌های مثبت یا منفی، همان «چگونه» اندیشیدن است. بدین طریق، نظریه برجسته‌سازی، در برابر بحث فمینیزه کردن سیاست، به چالش کشیده می‌شود. در فمینیزه کردن سیاست، برجسته‌سازی به دو صورت مثبت و منفی اتفاق می‌افتد. برجسته‌سازی در این مفهوم نوعی بازنمایی است.

برجسته‌سازی مثبت

در برجسته‌سازی مثبت، زنانی که در کشورهای توسعه‌یافته فعال سیاسی هستند و در فرایند دموکراسی مشارکت دارند، زنان تحصیل‌کرده، حرفه‌ای، به لحاظ سیاسی زنده و منشأ اثر هستند. در این نوع برجسته‌سازی، زنان جوامع توسعه‌یافته، به مثابه نماد مدرنیته سیاسی «ساخته» می‌شوند.

درواقع، در این بخش، رسانه‌های بین‌المللی، با گزارش‌های سرشار از توصیف‌های غلوآمیز و مثبت از وضعیت زنان جوامع توسعه‌یافته (غربی)، چنان تصویر ایدئالی از آنان ارائه می‌دهند که به الگوی رفتاری زنان جوامع توسعه‌نیافته تبدیل می‌شوند و زنان جوامع توسعه‌نیافته با استفاده از تجربیات این الگوها در روندهای جامعه‌پذیری خود بهره می‌جویند. مثلاً یکی از روش‌های مورد استفاده در برجسته‌سازی مثبت، بحث درباره زیبایی ظاهری زنان سیاستمدار و تأثیر این امر بر محبوبیت آن‌ها است. رسانه‌های غربی در مواقع برگزاری انتخابات، بیش از آنکه به برنامه‌های کاندیداهای زن، توجهی نشان دهند، زیبایی ظاهری آنان را مورد بحث قرار می‌دهند یا سراغ جراحی‌های زیبایی زنانی می‌روند که پس از کسب عناوین سیاسی، انجام داده یا می‌دهند. مثلاً مجله آمریکایی «تایم»، در یک شماره در ۲۰۰۵ به‌طور مفصل به این موضوع پرداخت و نوشت «جراحی زیبایی سیاستمداران با جراحی زیبایی سایر مردم معمولاً تفاوت دارد. آنان به این دلیل که همیشه تحت فشار افکار عمومی و رسانه‌ها هستند، معمولاً از «جراحی‌های زیبایی تدریجی» استفاده می‌کنند.

تایم با مقایسه کردن عکس‌های قدیمی و جدید هیلاری کلینتون وزیر سابق امور خارجه آمریکا نشان می‌دهد که او «از ترکیبی از جراحی‌های پلاستیک استفاده کرده؛ یعنی ابروها و پلک چشم‌هایش را بالا کشیده، پوست صورت و گردنش را پیلینگ کرده و چربی‌های زیر چانه‌اش را لیپوساکشن کرده و طبیعتاً زیباتر و جوان‌تر شده است.» یا «کریستینا فرناندز» اولین رئیس‌جمهور زن آرژانتین، به لطف جراحی‌های زیبایی توانسته است ظاهرش را جوان‌تر و زیباتر کند و در انتخابات ریاست جمهوری پیروز شود. روزنامه ایتالیایی «کورییر دلا سرا» نیز در ۲۰۱۰ به نقل از سازمان «هاتست هدز آو استیت»^۱ نوشت: «یولیا تیموشنکو» سیاستمدار و نخست‌وزیر سابق اوکراین در میان ۱۷۲ سیاستمدار جهان با بالاترین جذابیت ظاهری مکان نخست را به خود اختصاص داد.

به‌طور کلی در رسانه‌های بین‌المللی، به‌کارگیری کلیشه زیبایی تنها در القای مفهوم ساختگی زیبایی نیست، بلکه در جهت‌دهی برداشت عموم از شخصیت زن تأثیر می‌گذارند. این رسانه‌ها از «زیبایی» در کنار «خوبی» و «قابل اعتماد بودن» و یک سری ویژگی‌های مثبت دیگر تعریف می‌کنند، همان‌طوری که، «زشتی» و «بدی» را نیز در کنار هم تعریف می‌کنند. این رسانه‌ها در تحلیل‌ها و تفسیرها خود چنین القاء می‌کنند که در سیاست، هر چقدر زنان «خوش اندام» و «خوش سیما» هستند، به همان اندازه از شخصیت‌های باهوش و مثبت برخوردارند و افراد (مردان) با چهره‌های زشت، یا هیکلی چاق، یا قد کوتاه، یا موی سفید، دارای شخصیت بدجنس، بی‌عرضه، احمق یا غیرقابل اعتماد هستند. بدین ترتیب، رسانه‌های بین‌المللی، ضمن اینکه زنان سیاستمدار را بر اساس مقتضیات دنیای سیاست، به جراحی زیبایی تشویق می‌کنند، از زنان زیبا نیز در عرصه سیاست برای دیگران به‌خصوص برای زنان جوامع توسعه‌نیافته الگوسازی می‌کنند. این نکته نیز یادآوری می‌شود که توجه رسانه‌ها به زیبایی زنان سیاستمدار، یک شمشیر دولبه است، که گاهی اوقات تأکید بیش از حد آن‌ها بر زیبایی یک زن سیاستمدار، منجر به کنار گذاشتن او از قدرت یا مانع رسیدن او به قدرت می‌شود. مثلاً در برخی دوره‌های انتخابات مجلس نمایندگان در ایران، به علت توجه رسانه‌ها به زیبایی تعدادی از نامزدهای زن که تا حدود زیادی به‌خاطر زیبایی ایشان

توانسته بودند آرای رأی‌دهندگان را کسب کنند، از سوی شورای نگهبان رد صلاحیت شدند. به‌طور کلی استفاده از زیبایی برای رسیدن به قدرت یا ناکامی از راه یافتن به قدرت، همواره موضوع رسانه‌های بین‌المللی بوده و هست.

برجسته‌سازی منفی

در مفهوم برجسته‌سازی منفی، وضعیت زنان کشورهای توسعه‌نیافته، همواره با عقب‌ماندگی، فقر، تبعیض و قربانی سیاست‌های اقتدارگرایانه گره می‌خورد. در این شکل از برجسته‌سازی که با نوعی تعصب جنسی همراه است، همواره نقش حاشیه‌ای زنان مورد تأکید قرار می‌گیرد که در عرصه سیاست منفعل و تابع خواسته مردان بوده و آراء و عقایدشان بی‌ارزش و فاقد اعتبار تلقی می‌شود.

رسانه‌های بین‌المللی با انتشار مکرر گزارش‌های منفی تهیه‌شده توسط خودشان یا سازمان‌ها و نهادهای بین‌المللی و غیردولتی، در زمینه تبعیض‌ها، ستم‌ها و فشارها علیه زنان در کشورهای توسعه‌نیافته یا مخالف دولت‌های استعماری، چنین نشان می‌دهند که جایگاه سیاسی زنان در جوامع مذکور، ناهماهنگ با استانداردهای سیاسی در جهان است. یعنی در این جوامع، نه انتقال قدرت برای زنان نهادینه شده و می‌شود و نه محل انتقال قدرت. تنها نقشی که به باور رسانه‌های مذکور در این جوامع، برای زنان تعریف شده و می‌شود، نقش بچه‌زایی یا باز تولید ملت است. به عبارتی، از نظر آن‌ها الگوی مطلوب دولت‌های این جوامع از زن، «رحم بارور» است تا مشارکت داشتن آن‌ها در امور سیاسی.

این نوع تفسیر خاص از زنان جوامع توسعه‌نیافته یا جوامع مخالف ایدئولوژی استعماری غرب، بر اساس پیش‌داوری‌ها و ضدیت رسانه‌های بین‌المللی با سیاست‌های حاکمان آن کشورها ارائه می‌شود، که ساختارهای سیاسی یک کشور، روند تغییرات سیاسی آن، ویژگی‌های جغرافیایی و تاریخی و خصوصیات فرهنگی آن در رسانه‌های بین‌المللی و رسانه‌های داخلی همسو با آن‌ها عمداً یا از روی ناآگاهی مورد بی‌توجهی قرار می‌گیرد.

مثلاً یکی از فاکتورهای اساسی رسانه‌های بین‌المللی (غربی) برای برجسته کردن وضعیت زنان در جوامع اسلامی تأکید بر مسئله حجاب است. زنی در قید و بند سنت‌های مردسالار

و پوشش سخت‌گیرانه اسلامی. در این گونه موارد پدیده «حجاب» در قالب نوعی گفت‌وگو میان امپریالیستی و غربی، یک کاسه و ابزاری برای «دیگری» سازی می‌شود. آنچه در امر بازنمایی و برجسته‌سازی تصاویر زنان مسلمان و حجاب چشمگیر است، فرایند یکسان‌سازی و حذف تفاوت‌های موجود در نوع پوشش اسلامی و نیز معناها و انگیزه‌های مختلف نهفته در عمل زنان مسلمان برای پوشیدن حجاب است.

در مجموع، رسانه‌های بین‌المللی در برجسته‌سازی منفی، محورهای زیر را دنبال می‌کنند:

- القاء یاس و ناامیدی از نبود آزادی و شرایط مطلوب زندگی برای زنان
- القاء وجود فساد در حکومت‌ها و ضرورت تغییر در آن‌ها
- ایجاد بدبینی نسبت به مسئولین
- افزایش نگرانی و اضطراب در زنان (اکثریت پیرامون)
- تضعیف ارزش‌های یک جامعه
- از بین بردن وحدت و یگانگی
- ارباب مسئولین، نخبگان و مردم
- دامن زدن به اختلافات

برجسته‌سازی و مرکز - پیرامون سازی زنان

بینش «مرکز - پیرامون» سازی زنان، در ادامه برجسته‌سازی (مثبت و منفی) از اوضاع سیاسی آنان مطرح می‌شود. «مرکز»، «زن الگو» و به‌طور «محوری» زن غربی یا نماینده زن غربی یعنی زن ساختارشکن غرب نگر و مورد مطلوب غرب در جوامع توسعه‌نیافته را در برمی‌گیرد و «پیرامون» را «زنان پایبند به سنت و بی‌اعتنا به الگوهای غربی در کشورهای جنوب» تشکیل می‌دهند. در رسانه‌های بین‌المللی «زنان مرکز» و «نماینده زن غربی» همواره «مثبت» و «زنان پیرامون» همیشه «منفی» برجسته‌سازی می‌شود. مرکز پیرامون سازی زنان، به‌طور عمده ساخته و پرداخته ایدئولوژی‌های رسانه‌های بین‌المللی و در خدمت منافع تاکتیکی و استراتژیکی غرب است. نماینده زن غربی (همان زن مدرن غرب نگر و سنت‌شکن «پیرامونی») و زن «مرکز» تحت تأثیر رسانه‌ها در فکر گسست از سیستم جهانی سرمایه نبوده،

بلکه در خدمت و در کنار آن قرار دارند.

درواقع میان اکثر زنان پیرامون (سنت باور)، هنوز غلبه علایق و باورهای سنتی و نفوذ غیرقابل‌انکار فرهنگ‌ها و سنت‌ها در حدی است که هویت‌طلبی زنان امکان عرض اندام چندانی نیافته است و تنها در سطح نخبگان، فعالان سیاسی حرفه‌ای و بخشی از فعالان دانشجویی نمود دارد.

امروز رسانه‌های بین‌المللی به‌ظاهر نشان می‌دهند که درصدد کم کردن فاصله بین گفتمان زنان مرکز و گفتمان زنان پیرامون هستند. اما در عمل آن‌ها از طریق برجسته‌سازی مثبت و منفی، یک جهان دو قطبی از زنان ایجاد می‌کنند و بدین طریق می‌کوشند میان نماینده زن غربی (زنان مدرن و سنت‌شکن پیرامونی) و زن مرکز، نوعی همزیستی و میان نماینده زن غربی (زنان مدرن غرب‌گرای پیرامون) و زنان پیرامونی پایبند سنت نوعی هم‌ستیزی به وجود آورد. (مثلاً در ایران بین هر کدام از زنان مدرن و همین‌طور بین هر کدام از زنان سنتی همزیستی ولی بین زنان مدرن و سنتی هم‌ستیزی وجود دارد. (مانند بی‌حجاب‌ها (مدرن) و محجبه‌ها (عقب‌مانده) که هیچ نقطه مشترکی ندارند).

بدین ترتیب می‌توان گفت که در رسانه‌ها بین‌المللی همواره بیشتر خواسته‌ها و مطالبات زنان مرکز و زنان غرب نگر پیرامون، بازتاب داده و برجسته می‌شوند. اگر این رسانه‌ها زمانی هم به مشکلات و مسائل زنان سنتی پیرامون توجهی نشان می‌دهند، باز در راستای تأمین منافع زنان مرکز و نماینده آنان در پیرامون و مشروعیت بخشیدن به خواسته‌های این دو گروه از زنان است. مثلاً گفتمان مربوط به آزادی، مشارکت سیاسی یا حق رأی بیش از آنکه دغدغه زنان سنتی پیرامون باشد، خواسته زنان مرکز و نماینده آنان در پیرامون است.

یادآوری این موضوع ضروری است که زن غرب نگر پیرامون، از یک سو، تفکر زن مرکز را در جامعه خود نمایندگی می‌کند و از سوی دیگر، یک مرکز - پیرامونی در درون جامعه خود ایجاد می‌کند که خود (زن نماینده تفکر غرب) در مرکز و دیگران (زن پایبند سنت) در پیرامون قرار می‌گیرند، و بدین ترتیب به یک نابرابری جنیستی در پیرامون، دامن می‌زنند. از آنجایی که زن غرب نگر در هر دو حالت در جستجوی جایگاه، قدرت و نفوذ خود است، لذا نمی‌تواند نیروهای دیگر زنان (سنتی) را برای تصرف قدرت سیاسی،

سازمان‌دهی کند و به حرکت درآورد، بنابراین، این زنان (غرب‌گرا) برای خودگردانی و حاکم شدن و حاکم ماندن بر سرنوشت خود، به استفاده از رسانه‌های بین‌المللی تمایل پیدا می‌کند. رسانه‌های بین‌المللی نیز پیوسته فعالیت و اقدامات آنان به‌خصوص نقد نظام موجود کشورشان را مثبت و بی‌اقتبالی دیگر زنان پیرامون را منفی برجسته‌سازی می‌کنند.

به‌طور کلی، از آنجایی که هدف رسانه‌های بین‌المللی از فمینیزه کردن سیاست، یافتن نقطه‌های مشترک میان زنان مرکز و نماینده آنان در پیرامون، برای تصرف و حفظ قدرت سیاسی است، لذا هیچ‌گاه به نابرابری جنسیتی میان زنان اشاره‌ای نمی‌کنند و برعکس همواره نابرابری جنسیتی میان زن و مرد را مورد تأکید قرار می‌دهند.

همچنین، در مواقعی رسانه‌های بین‌المللی بی‌تفاوتی و در سکوت و به انتظار و تماشا نشستن زنان سنتی پیرامون را به معنای همراهی آنان به مطالبات زنان غرب‌گرا یا واکنش منفی آنان نسبت به اقدامات حکومت خود تفسیر کنند.

به‌طور کلی، رسانه‌های بین‌المللی در پرتو فمینیزه کردن سیاست، جهان زنان را به دو بخش تقسیم می‌کنند. کره‌ای که مرکز زنان شمال و زنان ساختارشکن جنوب و پیرامونش زنان جنوب پایبند به سنت و بی‌اعتنا به سیاست است.

آثار و پیامدهای «فمینیزه کردن سیاست»

فمینیزه کردن سیاست دارای آثار مثبت و منفی است. یکی از مهم‌ترین آثار مثبت آن، درگیر کردن زنان در عرصه حوزه عمومی جهان سیاست و ترویج دموکراسی است.

از آثار منفی فمینیزه کردن سیاست، این است که احتمال می‌رود که در درازمدت ایدئولوژی برتر بینی را در زنان برانگیزاند و آن را تا حدی بزرگ و تحریک‌کننده و این امر منجر به رشد تصویری از سیاست به عنوان یک ساختار زن‌سالارانه شود و مهر تقدس بر فرودستی مردانه زند و در بسیاری از مؤثرترین نمودهایش در خدمت سرکوب باشد.

همچنین، فمینیزه کردن سیاست، می‌تواند زنان و مردان را به فرهنگ‌های ازهم‌گسیخته و به خودهایی دوزیست تبدیل کند و مستمراً دولت‌های اجتماعی را یا منحل نماید یا مانع شکل‌گیری آن‌ها شود.

از دیگر پیامدهای منفی آن، این است که فمینیزه کردن سیاست، می‌تواند به نوعی بازتولید کننده و در مواردی حتی ایجادکننده شرایط محدودیت و خشونت علیه بخش بزرگی از زنان به خصوص در جهان سوم تبدیل شود و اجازه ندهد که حقوق زنان در بسیاری از مناطق تأمین پیدا کند و تلاش آن‌ها برای به دست آوردن حقوق ایشان به شکست بینجامد. همچنین به نظر می‌رسد که با فمینیزه شدن سیاست، حداقل در کوتاه مدت دولت‌ها مستبد به خصوص در کشورهای در حال توسعه برای حفظ موجودیت خود سیاست انتقام و تخریب را در پیش گیرند و خشونت دولتی به دنبال محو خواسته‌های سیاسی زنان پیش رود و به همین سبب، خشونت بیش از پیش به زنان تحمیل شود.

شاخص‌های فمینیزه کردن سیاست

فمینیزه کردن سیاست، دارای شاخص‌هایی است. در هیچ جامعه‌ای همه شاخص‌ها قابلیت نمود ندارد. در برخی جوامع ممکن است تعداد شاخص‌ها نسبت به سایر جوامع بیشتر یا کمتر باشد. هر چه تعداد شاخص‌ها در یک جامعه بیشتر باشد، به همان میزان، روند فمینیزه کردن سیاست در آن جامعه نیز پرشتاب است و برعکس. عمده‌ترین این شاخص عبارت‌اند از:

- میزان حضور زنان در مجالس قانون‌گذاری و شوراها
- میزان حضور در نمایندگی‌ها و سفارت‌خانه‌ها
- سهم زنان از حکومت در سطح وزارت خانه‌ها به خصوص خارجه و کشور
- سهم زنان از مقام‌های عالی مدیریتی
- شناسایی حق رای توسط زنان
- میزان انتشار کتب و مطبوعات در زمینه امور سیاسی توسط زنان
- میزان مقالات در زمینه امور سیاسی توسط زنان یا توسط مردان درباره جایگاه و مشارکت سیاسی زنان
- میزان مطالعه مطبوعات و کتب مربوط به امور سیاسی توسط زنان
- میزان خرید کالای فرهنگی (مطبوعات و کتب) در امور سیاسی توسط زنان
- میزان دسترسی زنان به رادیو و تلویزیون و اینترنت

- میزان حضور زنان در برنامه‌های سیاسی رادیو و تلویزیون
- میزان حضور زنان (به عنوان نویسنده یا روزنامه‌نگار یا کارشناس) در مطبوعات
- به‌خصوص در سرویس سیاسی و بین‌المللی
- میزان مصاحبه زنان با رسانه‌ها درباره امور سیاسی
- میزان سخنرانی‌ها و مناظره‌های سیاسی و انتخاباتی و دیگر امور سیاسی روز توسط زنان
- میزان تأثیرگذاری زنان در افکار عمومی
- میزان برگزاری همایش‌ها و سمینارهای مربوط به امور سیاسی توسط زنان
- میزان آزادی زنان در برگزاری تجمعات، راهپیمایی‌ها و اعتراضات و اعتصابات و غیره
- میزان مشارکت زنان در امور سیاسی
- تعداد نشریات مربوط به حوزه زنان به‌خصوص در زمینه مشارکت سیاسی زنان
- میزان دسترسی آزاد زنان به اخبار و اطلاعات به‌خصوص در حوزه سیاسی
- میزان آزادی عقاید و بیان زنان

نتیجه‌گیری:

چنانکه گفته شد، فمینیزه کردن سیاست به‌ظاهر یکی از ابعاد اصلی فرایند توسعه سیاسی است که هدفش دستیابی به عدالت جنسیتی است. براین اساس، هدف فمینیزه کردن سیاست کاهش عدم تعادل‌ها و تبعیض‌ها بین زنان و مردان و توزیع قدرت میان آنهاست. البته آنچه در اهداف فمینیزه کردن سیاست، تعیین‌کننده است هم به فضای سیاسی و اجتماعی جوامع و هم به جنس و نوع آرمان‌ها و اهداف سیاسی زنان بستگی دارد.

بنابراین، این مقاله مدعی است که اگر در گذشته، حوزه سیاست و امور بین‌الملل، دچار سوگیری‌های جنسیتی بوده و با صدای پرطنین مردانه سخن می‌گفت، اما امروز با کمک رسانه‌ها به‌خصوص رسانه‌های بین‌المللی، زنان در حال ورود از حاشیه به متن سیاست هستند، به‌طوری‌که مشاهده می‌شود حضور فعال و برابر زنان در مذاکرات و تصمیم‌گیری‌های ملی و بین‌المللی روزبه‌روز پررنگ‌تر می‌شود، که این امر، همچنین، بر توسعه و نحوه تصمیم‌گیری در سازمان‌های بین‌المللی، ازجمله سازمان ملل متحد، نیز تأثیر گذاشته است.

از دیگر یافته‌های این مقاله آن است که، در طی فرایند فمینیزه کردن سیاست، رسانه‌ها این ایدئولوژی را در میان جوامع، نهادینه می‌کنند که مردان به تدریج می‌پذیرند که بدون اعتراض یا سرکشی، پذیرای حضور زنان در امور سیاسی باشند، در غیر این صورت به عنوان زن‌ستیز معرفی می‌شوند.

از یافته‌های دیگر مقاله حاضر این است که رسانه‌های بین‌المللی برای فمینیزه کردن سیاست از دو روش برجسته‌سازی مثبت و منفی بهره می‌برند. به عبارتی، زنان در این رسانه‌ها معمولاً با دو انتظار نسبتاً متضاد برجسته می‌شوند: از یک سو زنانی که در کشورهای توسعه‌یافته فعال سیاسی هستند و صورت الگو مطرح می‌شوند و از سوی دیگر زنانی که در کشورهای توسعه‌نیافته قربانی سیاست‌های اقتدارگرایانه می‌باشند، که نقش بچه‌زایی یا بازتولید ملت را بر عهده دارند، درواقع در مفهوم برجسته‌سازی منفی، وضعیت زنان کشورهای توسعه‌نیافته، در رسانه‌های بین‌المللی و همین‌طور در رسانه‌های داخلی همسو با آنها، همواره با عقب‌ماندگی، فقر و تبعیض گره می‌خورد.

به عبارتی، رسانه‌های بین‌المللی با برجسته کردن ضمن اینکه مطالبات سیاسی زنان، نحوه مواجهه آنها با حکومت مرکزی و جریان‌های سیاسی را تغییر می‌دهند. درباره نحوه مواجهه زنان با مسائل سیاسی و راه‌های عبور از موانع به وجود آمده توسط سیاستمداران مرد را نیز آموزش می‌دهند. همچنین رسانه‌ها برای توانمندی سازی زنان از دو روش اطلاع‌رسانی و آموزش استفاده می‌کنند. پیامد قابل انتظار آموزش رسانه‌ها، توانمندسازی زنان در عرصه فردی و خانوادگی، اجتماعی و اقتصادی و ازجمله سیاسی است.

به‌طور کلی، نتیجه‌ای که باید از این مقاله گرفت، این است که توسعه مشارکت سیاسی زنان در دهه‌های اخیر، چهره جامعه جهانی را دگرگون کرده است. با وجود شرایط نامساعد و سیاست‌های تبعیض‌آمیز جنسیتی نهادهای رسمی، روزبه‌روز زنان در مرکز تحولات سیاسی جوامع قرار گیرند و نقش آنها در تغییر چهره جهان امروز به‌وضوح قابل مشاهده است. این جهش مهم، پیش از هر چیز از طریق دسترسی زنان به رسانه‌ها به‌خصوص رسانه‌های بین‌المللی است. درواقع، با تلاش‌ها و اقداماتی که در یک قرن اخیر در حوزه زنان انجام شده، هزاره جدید، شاهد تغییری قابل توجه در شرایط زنان و نیز تغییر نگرش نسبت به حق

برابری و آزادی زنان در جوامع مختلف و حتی در بین خود زنان بوده است. یادداشت‌ها، سخنرانی‌ها، آثار و اقدامات بسیاری از فمینیست‌هایی که در دهه ۱۹۷۰ میلادی برای رفع تبعیض علیه زنان تلاش می‌کردند، به‌خوبی نشان می‌دهد که آن‌ها می‌دانستند مردسالاری در جوامع به‌طور پیچیده‌ای، ریشه دوانده است و برای رسیدن به اهدافشان، راهی طولانی پیش‌رو دارند. اما امروزه با حضور تعداد زنان بیشتر در هیئت مدیره‌ها و بخش‌های اجرایی و مدیریتی، برابری بیشتری آن‌ها با مردان در داشتن حقوق قانونی و افزایش قابل توجه تعداد زنانی که به عنوان الگو و نمونه در تمام ابعاد زندگی شناخته می‌شوند، می‌توان این برداشت را کرد که زنان به رفع تبعیض علیه خود و دست یافتن به برابری واقعی حقوقشان نزدیک‌تر شده‌اند.

البته این نکته را هم باید در نظر داشته باشیم که فراگیری مشارکت سیاسی زنان در سال‌های اخیر با مشارکت سیاسی آنان در دهه‌های گذشته قابل قیاس نیست. در مشارکت‌های سیاسی امروز، به لطف رسانه‌ها به‌خصوص رسانه‌های بین‌المللی، طیف بسیار وسیع‌تری از زنان حضور دارند که می‌توان آن را ناشی از افزایش آگاهی و گسترش خودآگاهی و هویت طلبی جنسی در میان زنان تلقی کرد.

بالاخره اینکه برای فهم فمینیزه کردن سیاست، باید دید که چه رسانه‌ای، چگونه و در چه بستری وضعیت زنان کشوری را مورد خوانش قرار می‌دهد؟ به نظر می‌رسد که رسانه‌های بین‌المللی، عرصه سیاست را به عنوان متن پدرسالارانه ارائه می‌کنند، زنان نیز متن را با خوانشی که اساساً پدرسالارانه است، می‌خوانند و بستری که متن را در آن مورد خوانش قرار داده، نیز اساساً پدرسالارانه است.

منابع

- بی‌بی‌سی فارسی، (۲۰۱۳)، «شکاف جنسیتی بین زنان و مردان کمتر شده است» در آدرس زیر:
http://www.bbc.co.uk/persian/world/2013/10/131025_nm_100women_gender_male.shtml
- پول، هانا (۱۳۹۱)، «آفریقا: مسیر زنان»، سایت شهرزاد نیوز در آدرس زیر:
<http://www.1001nights.org/index.php?page=2&articleId=3386>
- کاستلز، مانوئل، (۱۳۸۰)، عصر اطلاعات، قدرت هویت، ترجمه: احد علیقلیان، افشین خاکباز و حسن جاوشیان، تهران: طرح نو، جلد دوم. چاپ دوم.
- کولایی، الهه و حافظیان، محمد حسین. (۱۳۸۵)، «نقش زنان در توسعه کشورهای اسلامی»، فصلنامه پژوهش زنان، دوره ۴، شماره ۱ و ۲، بهار و تابستان.
- زیبایی نژاد، محمدرضا، (۱۳۸۲)، «درآمدی بر فمینیسم» درمجموع مقالات دایره المعارف روتلیج (فمینیسم و دانش‌های فمینیستی) ترجمه عباس یزدانی و بهروز جندقی، تهران دفتر مطالعات و تحقیقات زنان.
- هافکین، نانسی و تاگارت نانسی، (۱۳۸۳)، تحلیلی بر جنسیت و فناوری اطلاعات

در کشورهای در حال توسعه، ترجمه: حسین شعبانعلی فمی و امیر حسین علی بیگی، تهران: دانشگاه الزهرا.

هریسون، کوین و بوید تونی، (۱۳۹۲)، فهم اندیشه‌ها و جنبش‌های سیاسی، ترجمه: عباسعلی رهبر، حسن صادقیان کمار علیا و میرقاسم سیدین زاده، تهران: انتشارات رویه
«صدسال تلاش برای رفع تبعیض علیه زنان»، دوشنبه ۰۷ مارس ۲۰۱۱ - ۱۶ اسفند ۱۳۸۹

http://www.bbc.co.uk/persian/iran/2011/03/110306_125_women_day_iwd2011.shtml

Brown, Helen Gurley. (1962). *Sex and the Single Girl*. New York: Bernard Geis Associates

Brunsdon, Charlotte. (1993). "Identity in Feminist Television Criticism." *Media, Culture, and Society* 15 (2):309-20

Foucault, Michel. (1972). *The Archaeology of Knowledge*. Trans. A. M. Sheridan Smith. New York: Pantheon

Friedan, Betty. (1963). *The Feminine Mystique*. New York: Dell

Friedan, Betty. 1964a. "Television and the Feminine Mystique," Part I. *TV Guide*, January 24, 6-24

Friedan, Betty. 1964b. "Television and the Feminine Mystique," Part II. *TV Guide*, February 1, 19-24

Haraway, Donna. (1985). "A Manifesto for Cyborgs: Science, Technology, and Socialist Feminism in the 1980s." *Socialist Review* 80:65-108

Hunt, Swanee. (2013), *Journal of International Affairs*, Fall/Winter, Vol. 67, No. 1.

Irigaray, Luce. (2004), *Politics and Happiness*. In: *Key writings*. London: Continuum, pp.230-234

Lynd, Robert S., and Helen Merrell Lynd. (1929). *Middletown: A Study in Modern American Culture*. New York: Harcourt, Brace & World

Lynn Spigel. "Theorizing the Bachelorette: 'Waves' of Feminist Media

Studies.” *Signs*, Vol. 30, No. 1, *Beyond the Gaze: Recent Approaches to Film*. Eds. Kathleen McHugh and Vivian Sobchack (Autumn 2004), pp. 1403-1424. Permission to republish granted by The University of Chicago Press.

Middletown in Transition: A Study in Cultural Conflicts. New York: Harcourt, Brace & World

Trinh T. Minh-ha. (1989). *Woman, Native, Other: Writing Postcoloniality and Feminism*. Bloomington: Indiana University Press

Wallace, Michele. (1990). *Invisibility Blues: From Pop to Theory*. London: Verso. Williams