

## رسانه‌ها و بازتاب هویت زن در عرصه عمومی

مجتبی عطارزاده<sup>۱</sup>

دریافت: ۱۳۸۷/۱۰/۳۰ پذیرش: ۱۳۸۸/۲/۵

### چکیده

رسانه‌ها به عنوان جزئی از فرهنگ غیرمادی جوامع انسانی که نقش تعیین‌کننده‌ای در ساختن و پرداختن افکار عمومی بر عهده دارند، تنها آن‌گاه که زمینه پذیرش ذهنی در مخاطبان داشته باشند، قادر به تأثیرگذاری هستند و گرنه اثر آن‌ها موقتی و گذراست. با شکل‌گیری نهاد جدید دولت و لزوم بهره‌گیری از نظرات و افکار عمومی در روند تصمیم‌سازی، ضرورت واقعی‌شدن ارتباط بین دولت و مردم و در نتیجه شکل‌گیری عرصه عمومی، نقش رسانه‌ها در این رابطه درمقایسه با گذشته تقویت شد؛ چه آن‌که دامنه توازن از قدرت حاکم به سپهر عمومی نیز کشیده شده و ضرورت حضور فعال آحاد جامعه در این روند آشکار شده است. در نتیجه چنین تغییر و تحولی، دیگر حاشیه‌نشینی و انفعال حاکم بر اجزایی از جامعه که به دلایل سیاسی و اجتماعی بیشتر از سایر اقشار زنان را در برمی‌گیرد، معنایی نخواهد داشت و رسانه‌ها می‌توانند زمینه این انتقال از حاشیه به متن را فراهم سازند.

این انتقال در گرو احساس هویت مستقل و افزایش ضریب تأثیرگذاری به‌ویژه در لایه‌های ضعیف جامعه است. فرایند جهانی شدن نیز با ایجاد نوعی تغییر گسترده در برداشت از هویت، ضرورت گذر از تفاوت‌های جنسیتی و توجه به جنبه‌های اجتماعی را در حوزه مسائل زنان آشکار ساخت.

این مقاله با تمرکز بر نقش رسانه‌ها در تبیین شأن واقعی زن در عرصه عمومی، در پی اثبات این فرضیه است که تأکید بر هویت جنسی در عرصه عمومی باعث آن می‌شود که مقوله حضور برابر زنان در این عرصه بیشتر از آنکه جنبه واقعی پیدا کند، در چارچوب حقوقی محدود و منحصر شود. در برابر، این قلم با بهره‌گیری از مطالعه کتابخانه‌ای بر پایه شیوه توصیفی - تحلیلی بر آن است که حضور زن آن‌گاه ظهور پیدا می‌کند که خودجوش، رقابت‌آمیز، گروهی، سازمان‌یافته و مبتنی بر آگاهی باشد. چنانچه پافشاری رسانه‌ها بر حضور و فعالیت زنان در عرصه عمومی تنها بر پایه هویت جنسی و در رقابت با مردان به عنوان پایمال‌کنندگان حقوق زنان صورت پذیرد، پویایی لازم را نخواهد داشت؛ چرا که این روند با تقویت حسی غیریت جز تضعیف همبستگی مدنی، نتیجه و پیامد دیگری در پی نخواهد داشت.

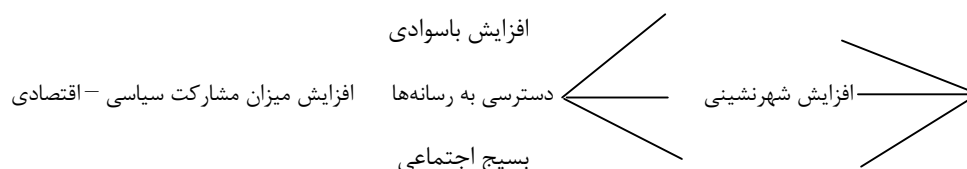
**کلیدواژه‌ها:** رسانه، دولت، عرصه عمومی، فمینیسم، هویت جنسی و مدنی.

### مقدمه و طرح موضوع

ارسطو برای نخستین بار مفهوم ارتباطات را مورد توجه قرار داد و به عنوان یک عنصر اجتماعی، هسته اصلی آن را تبادل افکار متعدد معرفی کرد. او عناصر اصلی جریان ارتباطات را فرستنده پیام، مخاطب و هدف فرستنده از ارسال پیام را متقاعد کردن مخاطب می‌دانست (راس، ۱۳۷۷: ۲۴۱). اما اینک تأثیرگذاری رسانه‌ها حتی فراتر از اقناع و تغییر نگرش که ملاک - های بررسی تأثیرات رسانه‌ها طی سه دهه قبل بودند، ارزیابی می‌شود. تأثیرات بررسی شده طی پژوهش‌ها اکنون در چارچوب طبیعی چون روانشناسی فیزیولوژی، روانشناسی اجتماعی و انسان شناسی فرهنگی قرار می‌گیرند تا در مجموع کارآمدی یا ناکارآمدی رسانه‌ها در انجام کارکرد خود مورد ارزیابی قرار گیرد.

رسانه‌ها، پیچیده‌ترین ابزار برای القای اندیشه‌ها و کارآمدترین تسلیحات برای تسخیر آرام جوامع هستند. در چند دهه اخیر با توجه به سرعت سرسام‌آور رشد فن آوری ارتباطات، هر روز بر پیچیدگی و کارآمدی این ابزار و تسلیحات افزوده می‌شود. با این وجود، تأثیر و تأثر زنان و رسانه‌ها کمتر در ساختار جوامع انسانی مورد توجه بوده است؛ زیرا برخورد جوامع مختلف با مسأله زنان یکسان نبوده و به طور طبیعی در بسیاری از آن‌ها به دلیل نبود یک جایگاه شایسته و هویت مستقل برای زنان، گویی هیچ‌گاه ضرورت طرح چنین موضوع و سرفصلی احساس نمی‌شده است. دوم آنکه به‌طور اساسی پرداختن به چنین سرفصلی در جوامعی که به زن به دید جنس دوم نگرسته و زن را ابزاری برای تولید، عرضه و فروش بیشتر کالاها و نه فراتر از آن، می‌شناسند موجب بروز تضاد و تناقض آشکار می‌شود. شدت و دامنه چنین تناقضی در جوامعی با ساختار سیاسی متمرکز که اساساً به دلیل حاکمیت نهاد تصمیم‌گیری بسته، جایی و فرصتی برای ابراز وجود دیگران (اعم از زن و مرد) باقی نمی‌ماند، بیشتر است.

اما در اثر تحولات ناشی از فرایند جهانی شدن در ساختار جوامع و شکل‌گیری عرصه عمومی در حد فاصل حوزه خصوصی و نهاد اجرایی (دولت) و ضرورت اطلاع از دیدگاه و انتظارات مردم در فرایند تصمیم‌سازی، نقش ارتباطات و رسانه‌ها برجسته‌تر شده است. در راستای تبیین چنین تحولی می‌توان به نتیجه حاصل از بررسی دانیل لرنر پیرامون شش کشور خاورمیانه (از جمله ایران) اشاره داشت که طی آن وجود ارتباط مستقیم میان میزان توسعه اقتصادی، شهرنشینی، توسعه سطح سواد و آموزش با گسترش ارتباطات و بسیج اجتماع و در نهایت توسعه سیاسی مشخص و روشن شده است (بدیع، ۱۳۷۶: ۳۷).



بدیهی است استفاده از تمام توانمندی‌های آشکار و نهان می‌تواند روند توسعه همه جانبه در جوامع را شتاب بخشد. رسانه‌ها به عنوان محصول و برآیند مستقیم توسعه می‌توانند از رهگذر معرفی پتانسیل عظیم و توانمندی‌های ناشناخته انسانی به‌ویژه زنان به جامعه از یکسو و آگاه-سازی زنان نسبت به این توانمندی‌ها و ایجاد خود باوری در آن‌ها از سوی دیگر، روند توسعه را تسهیل و تسریع کنند. اگرچه فرایند توسعه چند جانبه است، اما بعد اقتصادی آن همواره در مقایسه با سایر ابعاد بیشتر مورد توجه و عنایت قرار دارد و این در حالی است که به نظر می‌رسد بیشتر از آن که ابزار مهم باشد، عامل ابزارساز (انسان) از اهمیت زیربنایی برخوردار است. در تأکید بر نکته اخیر، هابرماس با استفاده از دو تعبیر «عقلانیت ابزاری» در برابر «عقلانیت فرهنگی» معتقد است کشورهای غربی صرفاً در بعد اقتصادی توسعه یافته‌اند و در نتیجه نمی‌توان آن‌ها را کاملاً توسعه یافته دانست. به دیگر بیان در کشورهای این گونه تنها توانایی‌های فنی یا توانایی‌های دست‌ساز انسان و اعمال زور و اجبار، افزایش و گسترش پیدا کرده‌اند (بشیریه، ۱۳۷۱: ۵). آنچه در هیچ تجربه توسعه‌ای به معنای کامل اتفاق نیفتاده است، ظهور «عقلانیت فرهنگی»، یعنی گسترش توانایی‌های کلامی و زبانی انسان (فارغ از بار جنسیتی) است که مبنای همه وجوه معنوی توسعه را تشکیل می‌دهد.

گرچه در تحولات ناشی از توسعه و افزایش روند شهرنشینی و نیاز به نیروی کار بیشتر در فرایند مطالبات گسترش سرمایه‌داری، حضور زنان در عرصه عمومی بیشتر شد و انتظارات ایشان در رسانه‌ها انعکاس یافت، اما به دلیل توجه به زنان به مثابه ابزار تولید و غفلت از بعد ابزارساز آنان، زمینه طرح و بالندگی دیدگاه‌های متمرکز بر بزرگ‌نمایی تفاوت‌های ساختاری و بیولوژیک زن و مرد تا سر حد تقابل جنسیتی فراهم شد. به این گونه به منظور پاسداشت جایگاه، شأن زن و ترسیم هویت مستقل برای او، مفهوم غیریت در رسانه‌ها مورد تأکید قرار گرفت تا کنش اجتماعی زنان فعال و پویا جلوه‌گر شود، غافل از آنکه در پایان این پروسه هویت مدنی در برابر هویت جنسی رنگ می‌بازد.

### کارکرد هویت‌سازی رسانه‌ها

پژوهش‌های معطوف به کارکردها و وسایل ارتباط جمعی با هدف شناخت انتظارات مردم از محتوای این وسایل در راستای بازتاب خواسته‌ها، نیازها و گرایش‌های واقعی آنان ناظر می‌باشد. در این بین، برخی پژوهش‌گران با نگرشی کلی و کلان وظایف سه‌گانه‌ای را برای وسایل ارتباط جمعی ترسیم می‌کنند:

(۱) حراست از محیط (یا نظارت دقیق بر اخبار)؛

(۲) ایجاد همبستگی بین اجزای جامعه در پاسخ به نیازهای محیطی؛

(۳) انتقال میراث اجتماعی از نسلی به نسل دیگر (کازینو، ۱۳۶۷: ۵۲).

به نظر این گروه وظیفه اساسی وسایل ارتباط جمعی - یعنی وظیفه‌ای که در صورت عدم تحقق آن، دیگر وظایف معنا پیدا نمی‌کند - نمایش است؛ نمایشی که دامنه آن، سطح کل جامعه و تمامی ابعادش را فرا می‌گیرد (همان: ۵۵).

یکی از عوامل مؤثر در تغییرات پارادایمی در بستر مدرنیته، تحولات شگرفی است که در تکنولوژی‌های اطلاعاتی و ارتباطی برای تبیین گرایش‌ها و مطالبات عمومی صورت گرفته و چهره معرفتی و ارزشی بشر را دگرگون کرده است؛ یعنی انقلاب‌هایی که بر اساس اینترنت و ماهواره به وجود آمده و مغزها را متحول کرده است. این تحول، دامنه نمایش را از سطح یک جامعه خاص به عرصه جهانی و بین‌المللی می‌کشانند. از این رو تأثیر وسایل ارتباط جمعی بر هویت افراد و تشدید تمایلات موجود در مردم (خواه تمایل به ثبات و بقای سلیقه‌ها و عقاید و خواه تمایل به دگرگونی) قابل بررسی است.

در واقع یک رابطه دوسویه بین خواست‌ها، گرایش‌ها و ارزش‌های گروهی از یک سو و تأثیر وسایل ارتباطی از طرف دیگر مشروط به آنکه افراد در جامعه‌ای غیر همگن به سر برند و توانایی و امکان انتخاب را داشته باشند، وجود دارد. در چنین جوامعی با تقویت احساس قدرت‌گزینش در مخاطبان از رهگذر کسب آگاهی‌های لازم، عنصر شخصیت در افراد تکوین پیدا می‌کند. اهمیت این مقوله آن‌گاه آشکار می‌شود که برخی آزادی و اختیار را از ویژگی‌های سرشتی فرد انسانی نمی‌دانند بلکه آن را معلول اکتساب نوعی ادراک هستی‌شناسانه از واقعیت خارجی و هویت شخصی معرفی می‌کنند. به زعم ایشان، خود مختاری مشخصی که آدمیان به دست می‌آورند ناشی از توانایی آن‌ها در گسترش دامنه تجربیات غیر مستقیم است که خود در گرو کسب اطلاع از تجربه‌های دیگران می‌باشد. به دنبال این آگاهی و به منظور ارتقای جایگاه و شأنی که افراد آن را لایق و در خور خویش نمی‌بینند، اراده برای تغییر شکل می‌گیرد. این روند در گروه‌ها و اقشاری (نظیر زنان و جوانان) که به لحاظ اجتماعی و سیاسی در حاشیه و انزوا به سر می‌برند، شتاب بیشتری دارد تا آنجا که می‌تواند سبب و موجد حرکتی هویت‌خواهانه در قالب یک جنبش اجتماعی شود.

جنبش‌های اجتماعی فعالیتی آگاهانه و دسته جمعی است که با هدف تغییر شرایط اجتماعی موجود صورت می‌پذیرد. این جنبش‌ها در مخالفت با ساختار سیاسی موجود، ارزش‌ها و هنجارهای متداول شکل می‌گیرند و دوام و بقای خود را مدیون افرادی هستند که به هدف‌های آن جنبش باور دارند و برای تحقق آن فعالیت می‌کنند. بررسی این‌گونه حرکت‌های اجتماعی تا چندی پیش به معنای مطالعه جنبش‌هایی بود که یا بر محور تضادهای طبقاتی حاصل از رشد و شکل‌گیری سامانه سرمایه‌داری قرار داشتند و در خواسته‌های کارگری و یا در خیزش جنبش‌های ملی و ضد استعماری تبلور می‌یافتند. اما پیامد تکامل اجتماعی معطوف به هویت‌خواهی، فقط به شکل‌گیری طبقات جدید و مبارزات ملی منحصر به محدود نبوده بلکه تحولات زندگی بشر مسائل اجتماعی نوین را دامن زده و شکل‌گیری گروه‌های تازه‌ای را ممکن ساخته است. این‌گونه تحولات ساختار زندگی اجتماعی، جنبش‌های اجتماعی نوینی را با هدف حذف نابرابری‌ها در عرصه حضور پدید آورده است. جنبش‌های نوین اجتماعی از جمله حرکت‌های دانشجویی، جنبش زنان، نهضت دفاع از محیط زیست و جنبش صلح، زاینده واکنش هویت طلبانه گروه‌های مختلف به نابرابری‌های اجتماعی به شمار می‌رود و از توان بالقوه نابرابری‌ها در ایجاد خیزش‌های اجتماعی حکایت دارد.

از نظر تاریخی، انواع گوناگون امتیازهای تصادفی در روابط اجتماعی ظاهر شده که به گسترش نابرابری در عرصه حضور انجامیده است. برای نمونه در مورد طبقه اجتماعی، اشخاصی که در برخی اقشار متولد می‌شوند، در مقایسه با دیگران از امکانات زیستی کمتری برخوردارند. به همین ترتیب از نظر کشورها، افرادی که در کشورهای جنوب یا شرق زندگی می‌کنند با اینکه از توانایی‌های شخصی برابر با افراد ساکن در کشورهای شمال برخوردارند و به اندازه آن‌ها تلاش می‌کنند، فقط به دلیل آنکه در یک منطقه خاص از کره زمین زندگی می‌کنند، از ثمرات کمتری بهره‌مند هستند. درحوزه تعامل اجتماعی نیز روابط پدر سالارانه به طور کلی در زندگی اجتماعی برای مردان در مقایسه با زنان، امتیازهایی ذاتی قائل شده است.

به رغم گذشت بیش از دو دهه از طرح موضوع نقش زنان در تحولات اجتماعی که نتایج و پیامدهای متفاوتی در کشورهای مختلف در پی داشته است، روی هم رفته فرایند توسعه به جای کاهش تمایزات، نابرابری بین مردان و زنان را دامن زده است. از آنجا که کفه سنگین این نابرابری به نفع مردان است، مردان بهره‌وران و زنان قربانیان این فرایند به‌ویژه در کشورهای رو به توسعه بوده‌اند. توجه به آثارمشهود این نابرابری آزردهنده زنان در حوزه‌های گوناگون اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی در رسانه‌ها، اولویت عدالت جنسیتی برای بازیابی شأن و هویت مخدوش شده زنان را در اذهان مطرح ساخته است.

با این وجود، عدالت مستلزم حذف طبقات اجتماعی و برابری مردم نیست. این نوع همسانی نه مطلوب و نه دست‌یافتنی است. آنچه ناعادلانه است و رفع آن ضرورت دارد اینکه یک قشربندی ریشه‌دار از جایگاه‌های اجتماعی تعیین کند که آیا مردم می‌توانند به منابع لازم برای شکوفایی استعدادها بالقوه خود دست پیدا کنند یا نه. بنابراین برای این پرسش که چرا کودکان قشرهای ثروتمند اجتماعی در مقایسه با کودکان قشرهای فقیرتر از امکان زندگی بیشتری برخوردارند یا این که چرا باید مردان از فرصت‌هایی بیشتر از زنان برخوردار باشند یا چرا باید روستاییان در مقایسه با شهرنشینان از نظر ساختاری محروم باشند، هیچ دلیل قابل توجیهی وجود ندارد. البته پاداش‌های بیشتر برای موفقیت‌های بزرگتر قابل دفاع است، اما عدالت مستلزم آن است که همه اقشار و گروه‌ها از فرصت‌های مساوی برای بدست آوردن موفقیت‌های بیشتر برخوردار باشند (آرت شولت، ۱۳۸۲: ۲۹۳) و تنها در این صورت است که شالوده‌هویت انسانی پی‌ریزی می‌شود.

هر اندازه مقوله هویت در افراد بیشتر تکوین یافته باشد، تلاش برای دست پیدا کردن به فرصت‌های برابر رو به فزونی می‌گذارد. به رغم همه پویایی اجتماعی ملهم از هویت‌جویی در جوامع ناهمگن، در جوامع همگن که نظام استبدادی بر آن حاکم است، چشم‌ها می‌بیند و گوش‌ها می‌شوند، اما این دیده‌ها و شنیده‌ها پاسخگوی خواسته‌ها و نیازهای افراد نیست بلکه برعکس، چیزی است که مجبور به دیدن یا شنیدن آنند (دیباچی، ۱۳۷۴: ۱۳۹). نظریه اقتدارگرایی (که مبنای چنین رفتاری است) متعلق به اواخر دوران رنسانس بوده و با دو روی سکه دانستن حقیقت و قدرت و اعتقاد به این که حاکمان به دلیل هوش و ذکاوت خود حقیقت را بهتر درمی‌یابند و توده‌ها باید از آن‌ها اطاعت کنند، کنترل و نظارت دولت بر رسانه‌های جمعی به عنوان

ابزاری کارآمد در راستای هویت‌سازی را مجاز می‌شمارد. این نظریه با مقدم دانستن جامعه و دولت بر فرد، معتقد است که رسانه‌ها باید حامی برنامه‌ها و سیاست‌های دولت و تحت کنترل شدید آن باشند و به همین جهت سانسور شدیدی بر آن‌ها اعمال می‌کنند. از آنجا که افراد ذره‌وار هستند و عضو هیچ تشکل مدنی نیستند، تأثیرات رسانه‌ها بر مخاطبان نیز به طور عمده در بعد باورها و اعمال لحاظ می‌شوند (رسانه - فرد) و به تأثیرات اجتماعی رسانه‌ها (همگرایی ناشی از احساس هویت انسانی، ثبات سیاسی، همکاری مبتنی بر تعامل اجتماعی) کمتر توجه می‌شود. در جوامعی این گونه، تأثیر اجتماعی را تنها با تحلیل فرایند نهادی، تحلیل نظام پیام و تحلیل چگونگی پرورش مفروضات جمعی می‌توان مورد توجه قرار داد که در بنیان ذهنی مدیریت رسانه‌های انحصاری جایی ندارند. عامل تأثیر هم به طور عمده فقط رسانه‌ها معرفی می‌شوند و از تحولاتی که در ساخت‌های سیاسی و اقتصادی صورت گرفته و می‌تواند از رهگذر بازتاب در رسانه‌ها بر هویت جمعی تأثیر گذارد، کمتر سخن به میان می‌آید.

در جوامع بسته، وسایل ارتباط جمعی (از قبیل تلویزیون) صرفاً وظیفه ابتدایی پاسخ به احتیاجات بسیار کلی نظیر دیدن و شنیدن، اطلاع یافتن و به هر ترتیب ارتباط برقرار کردن را بر عهده دارند. در چنین جوامع توده‌واری، رسانه‌ها به عنوان مهم‌ترین مبدأ ایجاد مشروعیت و نفوذ، عامل انتقال انتظارات و تقاضاهای حاکمیت به مردم و انتقال سرسپردگی و اطاعت مردم به حاکمیت، تنها بلندگوی جامعه و تنها عنصر انتقال آراء و دیدگاه‌ها به مردم تلقی می‌شوند. رسانه‌ها در این گونه جوامع از تحلیل فرایند نهایی جامعه، نظام پیام و تحلیل چگونگی پرورش مفروضات جمعی عاجز هستند و با چشمانی بسته به تبلیغات ایدئولوژیک و تقویت نظام آمرانه می‌پردازند.

این دیدگاه رسانه سالار خود به خود مقتضی انحصار است؛ چرا که وجود یک رسانه همگانی با مخاطبان توده‌وار (مثل تلویزیون)، موجب تقویت تک صدایی در جامعه می‌شود. با این همه اما تحولات اخیر در عرصه ارتباطات و نیز پدیده جهانی شدن، مهر پایان بر چنین وضعیت انحصار طلبانه‌ای نهاده و فصل نوینی در کارکرد هویت آفرین رسانه‌ها باز است. اگرچه جهانی شدن ویژگی نامتوازی دارد و محدودیت بیشتری در شخص به لحاظ پایبندی به آداب و رسوم سنتی ایجاد می‌کند، اما بر قدرت تأمل، تفکر و توانایی تأثیرگذاری را نیز بیشتر می‌کند. به همین سبب، جهانی شدن در خودش تکثر ایجاد کرده و باعث تکثر و پلورالیسم فرهنگی شده است. به رغم این که جهانی شدن درصدد ایجاد یکسان‌سازی بوده، واقعیت این است که این یکسان‌سازی بیشتر تکثر فرهنگی و تمدنی را در پی داشته است. از آثار و پیامدهای ناشی از این امر در تزلزل حاکمیت مطلق مردسالاری در پی افزایش میزان اطلاع از پیشرفت‌های زنان در جوامع مختلف از رهگذر رسانه‌های فرامرزی، نباید غافل بود.

### زنان، جهانی شدن، دولت مدرن و رسانه‌ها

در رایج‌ترین کاربرد، اصطلاح جهانی شدن در زبان روزمره، معادل بین‌المللی شدن شناخته می‌شود. جهانی شدن از این دیدگاه، نشان از افزایش تعامل و وابستگی متقابل میان مردم

کشورهای گوناگون دنیا دارد. در دهه‌های اخیر افزایش قابل ملاحظه‌ای در مبادلات برون مرزی رخ داده است. بنابراین منطقی است که بسیاری از مردم، اصطلاح جهانی شدن را به معنای بین-المللی شدن بگیرند.

صرف نظر از معنا و مفهوم، آنچه اهمیت دارد اینکه فرایند جهانی شدن نشان از نوعی تغییر گسترده در ماهیت فضای اجتماعی دارد. انتشار و گسترش ارتباطات فرامرزی موجب پایان یافتن قلمروگرایی، یعنی وضعیتی که در آن جغرافیای اجتماعی کاملاً مربوط به یک قلمرو یا سرزمین است، خواهد شد. گرچه همواره تأکید می‌شود که قلمرو جغرافیایی در دنیای جهانی شونده باقی خواهد ماند، اما دیگر کل جغرافیایی ما را تشکیل نخواهد داد.

پیش از تسریع جهانی شدن در دهه‌های اخیر، حکومت‌ها به‌عنوان جزئی از فضای اجتماعی به طور عمده پیرامون اصل حاکمیت مستقل تشکیل شده بودند. براساس برداشت‌های سنتی، حاکمیت شامل ادعای یک دولت مبنی بر حکومت برتر و کنترل انحصاری بر قلمرو تحت اختیار خود است. دولت در برابر هیچ مرجع بالاتری پاسخگو نیست و همه جنبه‌های اجتماعی همچون عرصه اقتصاد، امور نظامی، آموزش و پرورش و ... را در چنبره خود دارد و اختیارات خود را با دیگران تقسیم نمی‌کند.

واقعیت آن است که حتی در دوران وستفالی، گاهی در عمل این تعریف ناکارآمد بوده است. برای مثال، بیشتر دولت‌ها اقدام به تهاجم نظامی و مداخله آشکار در کشورهای دیگر کرده‌اند. با این وجود، فرض بر این است که حق حاکمیت در دنیای قلمرو گرای کهن، تحقق پذیر بود. یک دولت می‌توانست با تقویت امکانات خود از حاکمیت قانونی صرف به حاکمیت قطعی دست پیدا کند. اما دولت‌ها در مواجهه با جهانی شدن بی‌سابقه از دهه ۱۹۶۰ به بعد، دیگر نمی‌توانند به معنای سنتی خودمختار باشند. به دلایل عملی و نظری در شرایط جهانی شدن معاصر، یک دولت نمی‌تواند بر یک کشور و روابط خارجی آن حاکمیت غایی، جامع و مطلق و منفرد اعمال کند و در یک کلام پایان قلمروگرایی به منزله پایان یافتن حق حاکمیت مطلق نیز خواهد بود (هلینر، ۱۹۹۹: ۱۴۲).

آنتونی گیدنز در مقام بیان تفاوت‌های دولت‌های مدرن با دولت‌های سنتی در عصر جهانی شدن که در پی آن دامنه و حوزه عرصه عمومی نیز گسترش پیدا کرده است، به چند بعد اصلی اشاره می‌کند: نخست آنکه به خلاف دولت‌های سنتی، قلمرو تحت حاکمیت دولت‌های مدرن تعریف شده است و در محدوده این قلمرو دارای اقتدار برتر یا حاکمیت هستند. دوم آنکه افراد تحت حکومت دولت‌های مدرن شهروند محسوب می‌شوند؛ یعنی حقوق و وظایف مشترک دارند و جزئی از ملت تلقی می‌گردند. سوم اینکه این دولت‌ها در پیوند با ملی‌گرایی، یعنی مجموعه‌ای از نمادها و باورها که حس تعلق به یک اجتماع سیاسی را به وجود می‌آورند، می‌باشند (گیدنز، ۱۳۷۴: ۳۲۶). او در همین راستا، ویژگی‌های ساختاری دولت مدرن را چنین بیان می‌کند: (۱) نظم حقوقی متمرکز؛ (۲) مدیریت متمرکز؛ (۳) نظام مالیاتی با سازماندهی تمرکز یافته؛ (۴) سازماندهی نظامی جدید همراه با جدایی نیروهای نظامی و انتظامی؛ (۵) توسعه ملت مدرن؛ (۶) توسعه

ارتباطات، اطلاعات و نظارت؛ ۷) آرامش داخلی؛ ۸) گسترش مردم سالاری به عنوان پلی آرسی کثرت‌گرا و حقوق شهروندی (جسپ، ۱۹۸۹: ۱۱۰).

از جمله نتایج شکل‌گیری دولت‌های مدرن ملی و شاید از پیش شرط‌های تکمیل فرایند ساخته شدن این دولت‌ها، گسترش کانال‌ها و راه‌های ارتباطی است که همگرایی ملی از رهگذر آن تحقق پیدا می‌کند. تحول تدریجی صورت‌های نهادین قدرت سیاسی و در نتیجه فراهم آمدن شرایط ظهور نوع جدیدی از سپهر عمومی در قرن نوزدهم اروپا، نوید بخش تکوین همگرایی مذکور بود. بین حوزه اقتدار عمومی دولت از یک سو، حوزه خصوصی و روابط شخصی از سوی دیگر، سپهر عمومی جدیدی ایجاد شد مرکب از افراد خصوصی که در مورد هدایت دولت به مناظره با یکدیگر می‌پرداختند. این سپهر عمومی بخشی از دولت نبود بلکه عرصه‌ای بود که در آن فعالیت‌های دولتی مورد نقد و چالش قرار می‌گرفت. به نظر هابرماس واسطه اصلی در این حوزه استفاده عمومی از خرد در مباحثات باز و بدون محدودیت با هدف تلاش در جهت تبدیل اقتدار سیاسی به اقتدار عقلانی بود. در چارچوب این سپهر عمومی بود که بحث انتقادی رسانه‌ها (از جمله مطبوعات) و محافل مختلف فکری و سیاسی شکل می‌گرفت. در این راستا، رسانه‌ها برای اینکه از حقوق ملت دفاع کنند، باید خود بر خوردی قانونی و حقوقی با مسائل جاری می‌داشتند. موضع مستقل رسانه‌ها را عدم اتکای مستقیم به دولت یا احزاب سیاسی، موضع نقادی و لحاظ چارچوب‌های تخصصی در تحلیل‌ها تضمین می‌کرد. دسترسی به مجاری متنوع اطلاعات و ارتباطات و تنوع منابع مالی نیز در دفاع از حقوق مردم و بازدارندگی از تجاوز به حقوق آن‌ها مؤثر بود. هابرماس بر آن است که رسانه‌های نوشتاری (روزنامه‌ها) در این دوره، یک نهاد عمومی بودند و مباحثات عمومی را ایجاد و تشدید می‌کردند (هابرماس، ۱۹۸۹: ۲۸۶).

در ادامه این روند که از رسانه‌های نوشتاری آغاز شد، رسانه‌ها به طور کلی با تمهید حضور هرچه بیشتر شهروندان در تصمیم‌گیری‌ها و مشارکت بیشتر، روند این مباحثات را تسهیل می‌کنند. در این بین رسانه‌های متعلق به تشکل‌های زنانه - به‌ویژه ارگان‌های مکتوب که نقش سخنگو دارند - با طرح و عرضه دیدگاه‌های آنان در قالب واکنش به سوء استفاده سیاستمداران از قدرت، بهترین ضامن حفظ حقوق فردی و اجتماعی شهروندان هستند و با انعکاس صداهای خاموش ولی معنادار بخش‌های خفته جامعه، سپهر عمومی ایجاد شده جدید که در ابتدا به نخبگان ثروتمند، تحصیل کرده و به عبارتی بورژوازی محدود بود و نیز به طور اساسی در انحصار مردان قرار داشت و حوزه‌ای مردانه تلقی می‌شد، به چالش می‌طلبند (تامپسون، ۱۹۹۵: ۷۰).

در این چالش، طرفداران حقوق اجتماعی زنان معتقدند دانش علمی مردانه بیش از آنکه وضعیت زنان را تبیین کند، توجیه‌کننده وضعیت نابرابر زنان می‌باشد. جسی برنارد بر پایه نظریه زیمل که می‌گوید زنان، جهان خاص خود را دارند که قابل مقایسه با مردان نیست معتقد است که جامعه بر دو جهان یک جنسیتی تقسیم شده است و جامعه‌شناسی و دیگر رشته‌های علوم انسانی، تاکنون اغلب صرفاً با جهان مردانه سروکار داشته‌اند. او می‌گوید جهان زنان به طور ذهنی و عینی از جهان مردان متفاوت است و جهان زنانه باید به عنوان یک کل و نه یک محصول جهان مردانه بررسی شود، در این صورت غفلت از جهان زنانه و تجارب زنانه سبب آن شده که رشته



جامعه‌شناسی و دیگر رشته‌ها از بحث پیرامون دیدگاه‌هایی که ممکن است راه حل و رهیافت تازه‌ای برای مسائل معاصر فراهم کنند، محروم شوند (زنجانی زاده، ۱۳۸۲: ۳۰).

در غیاب چنین شناختی از مسائل زنان، باز تولید دانش مردانه در حوزه مطالعات زنان از رهگذر رسانه‌های جمعی، تحقق تکثر فرهنگی مورد انتظار عصر پسامدرن در جریان جهانی‌شدن را با تأخیر مواجه می‌کند که این امر در جوامع در حال توسعه، نمود بیشتری دارد. با توجه به ترکیب موراث سنتی (فرهنگ تکثرگرا، خاص‌گرایی، چگالی پایین در فرهنگ‌های مختلف، بالا بودن غلظت نمادی ناشی از گسترش ارتباطات جمعی، توسعه و گسترش تخصص‌ها، رشد علم و تکنولوژی و ازدیاد سرعت جریان اطلاعات، مهاجرت و تحرک روانی جمعیت و بالا بودن پویایی اجتماعی)، امکان تحقق استراتژی تکثرگرایی به دلیل مشکل مزمن نقص و ضعف انسجام اجتماعی و قوی بودن صبغه سیاسی نظم در کشورهای در حال توسعه فراهم نمی‌باشد، چه آنکه در این صورت تفاوت‌های فرهنگی به سرعت به اختلافات سیاسی و بی‌ثباتی اجتماعی تبدیل می‌شود (چلبی، ۱۳۷۵: ۱۴۵). در این کشورها که در ابعاد چهارگانه اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی آسیب‌پذیر هستند، باید در وهله اول تأکید روی اشتراکات عقلی و عاطفی و با مراجعه به فصول مشترک ابعاد انسانی، مذهبی و ملی در سطح جامعه باشد؛ به طوری که هویت جامعه‌ای در رأس هویت‌های جمعی و گروهی دیگر قرار گیرد و اکثریت افراد داوطلبانه در سایه چتر مفاهیم فرهنگی بایستند.

کثرت‌گرایی به این معنا نه تنها بستر فرهنگی ایدئولوژیک و معرفت‌شناختی خاص خود را می‌طلبد بلکه زمینه‌های روان‌شناختی، اجتماعی و بلوغ اجتماعی ویژه‌ای را می‌طلبد؛ به عبارتی دیگر جامعه باید به درجه‌ای از بلوغ برسد که بدون تخریب دیگران و بدون اینکه از قبل کسی را محکوم کند حرف‌هایش را بشنود و مورد تجزیه و تحلیل قرار دهد و اگر آن‌ها را مخالف عقاید خود دید، تحمل کند. این وضعیت احتیاج به سطحی از بلوغ اجتماعی دارد که رواج فرهنگ انسان دیدن زنان بیش از زن شمردن آنان، از جمله نشانه‌های آن است. تحقق این امر مهم با توجه به دیدگاه مرتن که فرهنگ را تضمین‌کننده اهداف و اجتماع را تضمین‌کننده وسایل یا قواعد مشروع نیل به اهداف می‌داند، بیش از پیش آشکار می‌شود. اگر این دو عنصر اساسی جامعه هماهنگ با هم عمل نمایند به طوری که افراد جامعه اهداف، راه‌ها و قواعد مشروع رسیدن به اهداف را پذیرفته باشند، هم‌نویسی و نظم در جامعه برقرار می‌شود ولی با ایجاد ناهماهنگی در کارکرد این دو عنصر در اعمال افراد هم ناهماهنگی و انحراف پدید می‌آید. اگر فرهنگ و ابزارهای فرهنگی به‌ویژه رسانه‌ها در شناخت و معرفی اهداف ضعیف عمل کنند، مناسک‌گرایی و حفظ الگوهای موجود عمده می‌شود و اگر اجتماع در ایجاد و معرفی قواعد عملی فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی موفق نشود، بدعت و نوآوری و هنجارشکنی عمده می‌شود و اگر هر دو ضعیف عمل کنند، واپس‌گرایی و یا طغیان پدید می‌آید که همگی در مورد جامعه زنان قابل پی‌گیری و مشاهده است.

غفلت از این مهم و پرداختن به نیازهای بعدی در نمادهای بازتاب دهنده افکار عمومی که رسانه‌ها در رأس آن است، می‌تواند به تشدید و پیچیدگی وضعیت اجتماعی منتهی شود که

هرچند نشانه‌های آن ملموس نیست، اما درخفا و پنهان به حیات خود ادامه می‌دهد. در این بین، تلاش زنان برای تأمین این نیاز باید به شکل صحیح و به دور از تعصب جنسیتی مورد توجه و اهتمام ارباب رسانه‌ها قرار گیرد؛ چه آن‌که در غیر این صورت با افزایش میزان اطلاع از روند پیشرفت و بالندگی حضور زنان در عرصه جهانی که بر تحقق و تثبیت عنصر هویتی مسبوق است، امکان بروز تنش‌های درون و برون جنسی شدت می‌گیرد. آن‌گاه که پدیده توسعه نیافتگی - که پیش از این به آن اشاره شد - نیز به این امر اضافه شود، موقعیت سهمگین‌تری به دست می‌آید که به دلیل احتمال طغیان قشرهای هویت‌طلبی چون زنان بسیار حساس است. طغیان زن، طغیانی است که در تمام اقشار اجتماعی ایجاد آشفتگی و تشنج می‌کند. وقتی این طغیان شروع می‌شود، هیچ چیز سر جای خود بند نخواهد شد؛ نه روابط طبقاتی، نه روابط گروهی و بالاخره نه روابط فردی (گارودی، ۱۳۷۸: ۴۷).

### کارکرد هویت‌سازی رسانه در نگرش پست فمینیستی

فمینیسم را می‌توان در دو رویکرد قرار داد و بر این اساس، تصویر دقیق‌تری از آن ترسیم کرد. یکی از این رویکردها، رویکرد توصیفی<sup>۱</sup> است که برحسب آن جهت‌گیری تمام مباحث فمینیستی به گونه‌ای است که در آن زنان به مثابه موضوعات یا سوژه‌های واقعی و موجود مورد توجه‌اند. رویکرد دوم، رویکرد هنجاری است که به زنان آن‌گونه که باید باشند و شایسته و مطلوب است، می‌نگرد. دو رویکرد مذکور (هنجاری و توصیفی) خود سرمنشأ تحول در نوع نگاه به زنان و تغییر روش‌های برخورد با مقوله هویت زن شده است؛ چنان‌که مدافعان فمینیسم با تأکید بر وجوه هنجاری هویت زنان و با تحلیل وضع موجود زنان، به مبارزات خود در این حیطه ادامه می‌دهند.

در رویکرد توصیفی سعی بر این است که زنان از منظر حقوق، شأن و مرتبت موجود با مردان مقایسه شوند و در رویکرد هنجاری به الزام و باید در برابری حقوق، احترام و شأن پرداخته می‌شود (بور دو، ۲۰۰۱: ۹۷). بنابراین، این ادعا که زنان و مردان باید حقوق و احترام برابر داشته باشند، ادعایی هنجاری است و این‌که زنان از حقوق برابر محرومند، یک ادعای توصیفی است. به عنوان مثال، فمینیست‌ها در این‌که چه چیزهایی ظلم یا نابرابری محسوب می‌شود یا چه نوع بی‌عدالتی به زنان آسیب می‌رساند، با هم اختلاف دارند؛ چنان‌که سوزان جیمز در قالب توصیفی، دیدگاه کلی فمینیسم را این‌گونه توضیح می‌دهد: فمینیسم بر این عقیده استوار است که زنان نسبت به مردان، ستم‌دیده و محروم هستند و این ستم غیرقانونی و غیرمنصفانه است (هاردینگ، ۱۹۸۰: ۱۱۲).

از جمله نحله‌های عملگرایی فمینیستی که متأثر از آموزه‌های پست مدرنی از دهه هفتاد میلادی به بعد ظاهر شد، فمینیست‌های پست‌مدرن‌اند که با تأکید بر اصل تفاوت انسان‌ها معتقدند که باورهای جهان شمول و فرانسوی یا حکایت‌های برتر نه تنها غیر قابل قبول و دسترس هستند بلکه خود بنیانگذار ستم‌های جدید علیه زنان خواهند بود. به نظر این گروه، نه

#### 1. Descriptive

نفس ازدواج و نقش مادری بلکه دسته‌ای از روابط تحمیل شده بر زنان موجب بردگی آن‌ها شده است. علت زیر سلطه رفتن زنان، وجود رفتارهایی است که از بدو تولد میان دختر و پسر، تفاوت و اختلاف ایجاد می‌کند. آنان نظریهٔ "مردان و زنان با تعاریف جدید" را پیشنهاد می‌کنند و به تشابه حقوق زن و مرد در خانواده و محیط اجتماعی اعتقاد دارند. پست مدرن‌های فمینیست به آثار گفتمان‌های متعدد، چارچوب‌های تئوریک، داستان‌ها و روایت‌هایی که بخشی از آن‌ها به وسیله رسانه‌های جمعی در مقام تعریف از جنسیت باز تولید می‌شود، اشاره می‌کنند و معتقدند که این داستان‌ها و حکایت‌ها در تعیین هویت و تعریف جنسیت نقش دارند. چنان‌که حتی تعریف هویت جنسی نیز تابعی از روابط قدرت اجتماعی - سیاسی است (جونز، ۱۹۹۶: ۹۲).

اندیشمندان پست مدرن با طرح پرسش‌هایی در زمینه جنس و هویت در عرصه رسانه‌های گروهی در واقع چشم‌اندازهای جدیدی را فراروی فمینیسم گشودند که عمده روندهای فمینیستی را تحت تأثیر خود قرار داده است. پست‌مدرنیست‌ها سعی می‌کنند با طرح این‌گونه مباحث، فمینیسم یا جنبش فمینیستی را به سمتی سوق دهند که به جای تأکید محض بر مسأله برابری جنسی یا توزیع عادلانه شأن و منزلت زنان و مردان و برخورد با تبعیض‌های موجود بین زن و مرد، به جنبه‌های اجتماعی مسائل زنان و مردان (مقوله جنسیت و هویت جنسی) توجه بیشتری صورت گیرد. آنان معتقدند جامعه امروز، تعریف جنس را تغییر داده است؛ چراکه به زعم آنان مسیری را که یک کلمه یا لغت طی می‌کند تا مورد استفاده و کاربرد افراد آن جامعه قرار گیرد، مسیری است که طی آن، معنای آن واژه عوض می‌شود، به نحوی که دیگر آن واژه ممکن است معنای واقعی خود را از دست بدهد. بر این اساس، تعریفی که جامعه امروز از جنس و جنسیت ارائه می‌کند، تنها بخشی یا قسمتی از معنای واقعی آن را لحاظ می‌کند. واژگانی چون «پرورش دادن» و «مراقبت» ناظر به معنایی در انحصار جنس خاص (مرد یا زن) نیست اما به گونه‌ای تعبیر و تفسیر می‌شوند که تنها نیمی از جمعیت جهان (یعنی زنان) را دربرمی‌گیرد.

در ادامه این تلاش‌ها، فمینیست‌های پست مدرن برآنند که فمینیسم نباید فقط به مسأله برابری جنسیتی توجه کند بلکه باید به تصویر بزرگ‌تر از این مسأله بپردازد. این تصویر بزرگ نیز همان هویت مدنی<sup>۱</sup> است که باید منطبق با آن به تبیین و تعریف مقولات مختلف از جمله هویت، جنسیت و ... پرداخت؛ چرا که هویت مدنی هیچ کس را محدود و استثنا نمی‌کند بلکه مقوله‌ای فراگیر است. هویت مدنی به این معنا است که همه زنان، نژادها و جنسیت‌ها حق برابری دارند و امتیازی به دلیل این ویژگی‌ها بر یکدیگر ندارند. وظیفه خطیر رسانه‌های همگانی در این زمینه ایجاب می‌کند تا با طرح مطالب و مباحثی با محور بودن هویت مدنی به تحقق حقوق یکسان جنسیت‌ها در پرتو مسأله مهم‌تری کمک کنند.

حال مسأله این است که چگونه می‌توان فمینیست‌ها را به این سمت هدایت کرد که به جای پافشاری بر هویت جنسی، فراتر نگاه کرده و تحقق هویت مدنی را دنبال کنند. به‌زعم حال با

## 1. Civil identity

تأکید بر سه نکته از رهگذر روشنگری افکار عمومی که رسانه‌ها در تحقق آن نقش مهمی ایفا می‌کنند، می‌توان این امر را متحقق کرد:

اول این که اجتماع را به عنوان یک کل فرض کرد که دست پیدا کردن به وفاق ملی (دستیابی به کل) تنها در گرو با هم بودن افراد جامعه تصور شود.

دوم این که جنس را امری محدود به صفات و ویژگی‌های خاص ندانست و به جای پرداختن به مقوله برابری جنسیتی به حقوق برابر بین جنس‌ها توجه کرد، زیرا برابری جنسیتی امری غیر قابل بحث و مفروض است و بیشتر باید به تضمین حقوق برابر توجه کرد. برابری جنسیتی (برابری و هم‌ترازی جنس زن و مرد) امری مسلم است ولی حقوق برابر برای دو جنس زن و مرد، امری به دست آوردنی است که تنها در صورت فراهم شدن زمینه لازم، حاصل می‌شود. نگرش فرا فمینیستی در پرتو دست پیدا کردن به آرمان جامعه همچون سعادت همگانی، گامی اساسی در جهت بسترسازی لازم در این زمینه است.

سوم این که باید از ذهن گشوده برخوردار بود. وقتی تحقق هویت مدنی هدف واقع شود نمی‌توان فقط یک بخش از این تصویر یا قطعات را مورد توجه قرار داد و آن‌ها را کنار هم گذاشت، مگر این که به تصویر کل یا کل تصویر توجه کرد. پست‌مدرن‌ها و به تبع آن فمینیست‌های پست مدرن در پاسخ به ادعای ناتوانی پست مدرنیسم در مواجهه واقعی و همه جانبه با مقوله هویت زن و پرداختن به مسائل مربوط به نابرابری‌ها و تبعیض‌های مربوط به زنان، با تأکید بر عنصر ساختارزدایی و نفی تفاوت سوژه و ابژه که نوعی تفکیک مدرنیستی تلقی می‌شده است، خواهان از بین بردن تفاوت‌های ساختگی و جعل، غیر واقعی و تاریخی بین زن و مرد هستند.

بدیهی است توفیق کارکردهای سه‌گانه مذکور در راستای ایجاد هویت جمعی و اولویت بخشی آن بر هویت جنسی در گرو آگاهی زنان به این مهم و اجتناب از پافشاری بر تحقق خواسته‌های صنفی در کوتاه مدت می‌باشد. به طور قطع پیشرفت آموزش و پرورش، درصد بالای باسوادی و فرهیختگی جامعه از یک سو و پای‌بندی اصحاب رسانه‌ها به انجام رسالت خویش که همانا افتخار و بارورسازی افکار عمومی از رهگذر تأمین نیاز فکری و خبری آنهاست از سوی دیگر، از مهم‌ترین نموده‌ها و مظاهر آگاهی مذکور در جامعه به طور کلی و در زنان به طور خاص به شمار می‌آید، زیرا که زنان نسبت به مردان به موضوعات بیشتری می‌اندیشند و نیز تنوع ذهنی بیشتری دارند و جالب اینجاست که هر چقدر نسل زنان جدیدتر می‌شود، تنوع ذهنی آن‌ها هم بیشتر می‌شود. در حال حاضر نسل زن‌های ۳۵ تا ۴۰ ساله نسبت به نسل زن‌های ۲۰ تا ۲۲ ساله در طول روز به موضوعات کمتری می‌اندیشند. دوره ۲۳ تا ۲۷ سال اوج تولید و تنوع ذهنی در بین زنان مردان است؛ هرچند زن‌ها در سال‌های اخیر خیلی بیشتر تولید ذهنی می‌کنند. مطالعات نشان می‌دهد که زنان امروز بیشتر به موضوعات نرم افزاری و در رأس آن به موضوعات فرهنگی و سیاسی می‌اندیشند و به تدریج میل به اندیشیدن پیرامون موضوعات حقوقی نیز در آن‌ها رو به فزونی می‌گذارد (عبداللهیان، ۱۳۸۲: ۲۷۵).

کارکرد مؤثر رسانه‌ها در ایفای نقش در چنین فضایی با توجه به تحول شگرفی که طی سال‌های اخیر در عرصه اطلاع رسانی از جهت ظهور رسانه‌های الکترونیکی به وقوع پیوسته، از

اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. اگرچه رسانه‌های نوین به طرز ناهم‌باز در سطح جهان و بویژه کشورهای جهان سوم توزیع شده‌اند، اما نباید از این واقعیت دور شد که وجود چنین رسانه‌هایی حتی بی‌سوادان را نیز صاحب حق و نظر کرده است. با اینکه میزان سواد در بسیاری از نقاط جهان سوم هنوز بسیار پایین است، اما همان‌گونه که رادولف در این زمینه خاطرنشان می‌کند، مردم گرچه نمی‌توانند بخوانند اما می‌توانند ببینند و بشنوند (رادولف، ۱۹۹۲: ۸۲).

بر این اساس، حوزه‌های در حال گسترش جمعیت جهان به تدریج وارد یک شبکه ارتباطی می‌شوند که هم به لحاظ جمعی و هم جغرافیایی، بخش اعظم مناطق پیرامونی را نیز دربر می‌گیرد. در نتیجه این تغییر و تحولات، رسانه‌ها همگام با افزودن بر میزان مخاطبان خود در حوزه ارتباطات توانسته‌اند فاصله‌های جغرافیایی و زمانی را در نور دیده و آن‌ها را به راحتی پشت سر گذارند. فرایندی که به «جدا شدن زمان از فضا»<sup>۱</sup> موسوم است. از این گذشته، رسانه‌های نوین می‌توانند با کم کردن شکاف‌های اجتماعی، موضوعات و نمادها را از چارچوب اولیه و معنادار خود جدا ساخته و در نتیجه آن‌ها را هرچه بیشتر فراگیر کنند و از این رهگذر به تصحیح معانی و مفاهیم نادرست واژگانی هم‌چون جنسیت کمک کرده و برتری هویت مدنی بر هویت جنسی را سرعت ببخشند.

### نتیجه‌گیری

رسانه‌ها به عنوان محصول و برابری زیست جمعی انسان‌ها، حافظ و تقویت کننده هویت اجتماعی و مدنی شمرده می‌شوند. هویت مدنی براساس شهروندی یک ملت - دولت به وجود می‌آید و حقوق و مسؤولیت‌های مدنی بر آن بار می‌شود. اما هرگونه هویت زبانی، نژادی و جنس با انتساب حق به خود و باطل به دیگر انواع همین هویت‌ها، جامعه را به دو دسته تقسیم می‌کند و شکاف‌هایی ایجاد می‌کند که مانع از جریان یافتن هویت مدنی به عنوان عامل حیات و پویایی عرصه عمومی می‌شود.

رسانه‌ها با طرح این واقعیت که زنان به عنوان بخشی از جامعه انسانی، از قدرت تأثیرگذاری در عرصه تصمیم‌سازی برخوردارند می‌توانند در خارج ساختن آنان از پستوی ذهنی تفرد و اقتدارگرایی نقش مؤثری ایفا کنند. در این کارکرد صحیح، راه حل مشکلات حقوقی زنان نه دامن زدن به سرایت الگوهای دو سطح جامعه و خانواده به یکدیگر (مثل اینکه به جای تأثیر ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی بر هنجارهای جنسی و خانوادگی، برخی هنجارهای جنسی نوین بر ارزش‌ها و هنجارهای سنتی حاکم شود یا از برابری حقوق زن و مرد در جامعه آغاز شود تا مشکل نابرابری در خانواده حل شود)، بلکه تفکیک این حیطة‌هاست.

آنچه در راستای تقویت بنیان اجتماعی و مدنی جوامع انسانی، ایفای رسالت در زمینه ادای دین و حق زنان در عرصه عمومی از رسانه‌ها انتظار می‌رود، تبیین تفاوت‌ها و در عین حال کاهش تقابل‌ها است. حال آنکه نگرش زن مدارانه (فمینیسم) به مثابه یک ایدئولوژی، مبارزه برای وارونه

1. Time – space distinction

کردن هرم قدرت در جامعه را سرلوحه کار خود قرار داده و این کار را از طریق تأکید بر تفاوت‌های میان زن و مرد انجام می‌دهد و در این راه چنان پیش می‌رود که گویی این دو سازش ناپذیرند. این ایدئولوژی برای به زیر کشیدن ایدئولوژی مردانه، ایدئولوژی زنانه را برمی‌کشد (ابوت، ۱۳۷۴: ۳۲). این درحالی است که ایدئولوژی‌هایی که نه فهم جهان بلکه تغییر جهان را دنبال می‌کنند، از حیث روش اقتدارگرا هستند؛ به این معنا که برای تغییر جهان، قدرت را نشانه می‌روند و تصور می‌کنند که با کسب قدرت می‌توانند به اهداف خویش دست پیدا کنند. با حاکمیت نگرش فمینیستی بر رسانه‌ها، تغییر جامعه از رهگذر قدرت گرفتن زنان تبلیغ می‌شود. این تبلیغات از مقابله با مرد سالاری آغاز می‌شود، اما به جای انسان سالاری، زن سالاری را به جای آن می‌نشانند. حال آنکه مجموعه تلاش‌های زنان برای حضور در عرصه عمومی را نمی‌توان بر اساس فمینیسم قرائت کرد. ایدئولوژی‌ها در پی آنند که تاریخ را برحسب دغدغه‌های خویش قرائت کنند و نوعی تاریخ برای خود بتراشند و فمینیسم هم از این قاعده مستثنی نیست.

فمینیسم شعار خود را محو هرگونه نابرابری بر پایه تفاوت‌های جنسی و فیزیکی قرار می‌دهد اما از آنجا که زرادخانه برخورد با این نابرابری‌ها را هویت جنسی (و نه هویت مدنی و انسانی) قرار می‌دهد، همانند همه ایدئولوژی‌ها خود در دام آن نابرابری‌ها گرفتار می‌شود. ایدئولوژی‌های طبقاتی برای رفع نابرابری‌های طبقاتی وارد میدان مبارزه می‌شوند، اما چون محل تجمع افراد را هویت طبقاتی آن‌ها قرار می‌دهند، خود به تثبیت بیشتر تصور طبقاتی از نظام اجتماعی و سلطه طبقه‌ای بر طبقه دیگر منتهی می‌شوند.

بنابراین طرح نگرش‌های فمینیستی در رسانه‌ها ممکن است در مرحله‌ای گامی در جهت دموکراسی و برابری تلقی شود (در صورتی که در هندسه نیروهای سیاسی تنها نباشد و برابری عمل آن و دیگر نیروها، تکثر سیاسی باشد) اما هویتی را که تبلیغ می‌کند، ضد دموکراسی است؛ چون حقوق انسان‌ها را به حقوق بر اساس جنسیت قید می‌زند. فمینیسم مساوی با این ایده نیست که گوهر زنان برتر از مردان است (یا حداقل همه فمینیست‌ها چنین باوری ندارند) اما روش مبارزاتی آن به گونه‌ای است که با ملاک قراردادن هویت جنسی، میان افراد خط کشی می‌کند و به این ترتیب هدف از تأکید بر حضور زنان در عرصه عمومی برای بهره‌وری از توانمندی‌های آنان، در کشمکش بحث بر سر تفاوت‌ها و تبعیض‌های جنسیتی گم می‌شود.

رسانه‌ها در ایفای نقش مورد انتظار برای حفظ و پاس‌داشت حقوق زن در عرصه عمومی باید به این مهم توجه داشته باشند که هویت جنسی هنگامی که بخواهد جایگزین هویت مدنی شود، مشکلاتی را برای مدنیت به بار خواهد آورد. اما اگر این هویت جنسی در حد خانواده و زندگی خصوصی باقی بماند، جنبه کارکردی پیدا می‌کند. بر همین اساس در هندسه دولت، جامعه مدنی و خانواده، باید هویت جنسی را به سطح خانواده محدود کرد تا زن در حیطه عرصه عمومی به عنوان انسان با همه حقوق و مسئولیت‌های خود ظاهر شود. قوت گرفتن انواع روابط انسانی مثل همکاری، همکلاسی، هم‌گذری و مانند آن‌ها به طور طبیعی هویت جنسی را به کنج خانه‌ها و زندگی خصوصی می‌راند. افراد می‌توانند در آن واحد حیثیت‌های گوناگونی را یدک بکشند و در هر موقعیت یکی از آن‌ها را در ذهن داشته و به صحنه آورند. رسانه‌ها با تبیین این حیثیت‌های

گوناگون و تلاش جهت نفی نگاه تک حیثیتی به زن (خلاصه کردن وی در هویت جنسی) بیش از انگاره‌های جنسیت محوری چون فمینیسم می‌توانند در رفع موانع بالندگی زنان در عرصه‌های مختلف سپهر عمومی از جمله آموزش، کار، سیاست و ... مؤثر واقع شوند.

#### منابع:

- آرت شولت، یان (۱۳۸۲) *نگاهی موشکافانه بر پدیده جهانی شدن*. ترجمه: مسعود کرباسیان. تهران: شرکت انتشارات علمی و فرهنگی.
- ابوت، پاملا و کلر والاس (۱۳۷۴) *درآمدی بر جامعه‌شناسی نگرش‌های فمینیستی*. ترجمه: مریم خراسانی و حمید احمدی. تهران: انتشارات دنیای مادر.
- بدیع‌برتران (۱۳۷۶) *توسعه سیاسی*. ترجمه: احمد نقیب زاده. تهران: قومس.
- بشیریه، حسین (۱۳۷۱) «*تهادهای سیاسی و توسعه*»، فرهنگ توسعه، سال اول، شماره ۳. چلبی، مسعود (۱۳۷۵) *جامعه‌شناسی نظم*. تهران: نشر نی.
- دیباجی، فاطمه (۱۳۷۴) «*نقش تلویزیون در چگونگی شکل‌گیری شخصیت اجتماعی زن*»، مجموعه مقالات زن در رسانه‌ها، تهران: دفتر امور زنان در نهاد ریاست جمهوری.
- راس، دیوید (۱۳۷۷) *ارسطو*. ترجمه: مهدی قوام صفری. تهران: فکر روز.
- زنجانی زاده، هما (۱۳۸۲) «*نظریات اجتماعی کلاسیک*»، *مجله مطالعات زنان*، سال اول، شماره ۱.
- عبداللهیان، حمید (۱۳۸۲) «*تغییرات فرهنگی و شکاف نسل‌ها در ایران*»، در *نگاهی به پدیده گسست نسل‌ها*، تهران: پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی.
- کازینو، ژان (۱۳۶۷) *جامعه‌شناسی وسایل ارتباط جمعی*. ترجمه: باقر ساروخانی و منوچهر محسنی. تهران: انتشارات اطلاعات.
- گارودی، روزه (۱۳۷۸) *زنان چگونه به قدرت می‌رسند؟*، ترجمه: امان ترجمان. تهران: انتشارات پرشکوه.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۷۴) *جامعه‌شناسی*، ترجمه: صبوری. تهران: نشر نی.

Bordo, S.(2001) *Unbearable Weight: Feminism, Western Culture and the Body*. University of California Press.

Habermas, J.(1989) "The Crisis of Welfare State and the Exhaustion of Utopian Energies" in S. Seidman. *Jurgen Habermas on Society and Politics: A Reader Boston: Beacon Press*.

Harding, S.(1980) *The Norm of Social Inquiry and Masculinity Experience: Philosophy of Science Association*. Vol.2.

Helleiner, E.(1999) "Sovereignty, Territoriality and the Globalization" in D.A. Smith et al.(eds) *States and Sovereignty in the Global Economy*. London:Routledge.

Jessap, B.(1989) "Capitalism, Nation- State and Surveillance" in D,Held and J.Thompson, eds. *Social Theory of Modern Societies: Antony Giddens. And His Critics*. Cambridge University press.

Jones, A.(1996) *Feminisme Reclaimed*. New York: Rutgers University Press.

Rudolph, L(1992) "The Media and Cultural Politics" in S.K.Mitra and J. Chiriyankandath (eds). *Electoral Politics in India*. New Delhi: Segment Books.

Thompson, J.B.(1995) *The Media and Modernity*. Oxford: polity press .

