

عنوان مقاله:

تحلیل رویکرد سایبرفمینیسم در شبکه های اجتماعی فارسی و جایگاه زنان در فضای سایبر

محل انتشار:

سمپوزیوم ملی زنان امیدها، فرصت ها و چالش های پیش رو در دهه ی جدید (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 3

نویسنده:

کتایون مصری - دکترای مطالعات زنان، پژوهشگر و روزنامه نگار

خلاصه مقاله:

مخاطب شناسی رسانه های جهان از مطبوعات، رادیو و تلویزیون گرفته تا رسانه های نوپدید مانند شبکه های اجتماعی، نشان میدهد میان رشد آگاهی و مشارکت زنان و میزان توجه رسانه ها به این بخش از جامعه بهمثابه مخاطبان پایدار، رابطه ای معنادار وجود دارد. افزایش مشارکت و خودآگاهی زنان، نه تنها آنان را به مخاطبان جدی رسانه های جریان اصلی تبدیل کرده که در رسانه های تعاملی فضای مجازی نیز زنان بخش عمدهای از کاربران شبکه های اجتماعی را تشکیل میدهند. به گواهی آمارهای جهانی، زنان، ۷۶ درصد و مردان اندکی کمتر، یعنی ۲۲ درصد از پلت فرم های اینترنتی استفاده می کنند. این درحالیست که در ایران، مردان در تلگرام و اینستاگرام پیشتازند و زنان تمایل بیشتری به استفاده از واتساپ دارند. دلیل این امر را میتوان در تمایل بیشتر زنان به ایجاد ارتباط و گفتگو و انگیزه مردان در کسب اخبار و اطلاعات جستجو کرد. بنابراین، با توجه به استمرار رشد آگاهی و مشارکت زنان، میتوان این سؤال را مطرح کرد که رسانه های فضای سایبر، چقدر در ارتقای توانمندی، تفکر انتقادی و سواد رسانه ای زنان، تاثیر دارند. «سایبرفمینیسم» معتقد است با وجودیکه فضای حاکم بر فناوریهای نوین ارتباطی، از هژمونی مردان حکایت میکند، اما این فناوری ها و شبکه های نوین ارتباطی، فرصتی برای توانمندی زنان و ارتباط بیشتر میان آنها فراهم میکنند. از این منظر، شبکه های اجتماعی، همانند ابزاری عمل میکنند که قدرت انتقال تجربه زیسته زنان به یکدیگر را در سراسر جهان دارند. به عبارتی، کمرنگ بودن سنتها و هنجارهای نهادینه شده جامعه در فضای مجازی، عرصه را برای فعالیت گروه های اجتماعی حاشیه نشین مانند زنان فراهم کرده است. یکی از بهترین مثالها برای تحقق رویکرد سایبرفمینیسم، جنبش بهار عربی در کشورهای خاورمیانه طی سالهای ۲۰۱۱ به بعد است. انتشار وسیع خبر خودسوزی محمدبوعزیزی، جوان تونس، از سوی لینا بن مهنی، دختر بلاگر این کشور، اولین جرقه جنبش کشورهای اسلامی را علیه حاکمان مستبد کشورهای عربی روشن کرد. از آن سال، زنان عرب خاورمیانه که تجربه مشارکت سیاسی اندکی داشتند، به مدد شبکه های اجتماعی، با امضای طومارهای بین المللی، راه اندازی کمپین های سیاسی-اجتماعی، شرکت در فعالیتهای داوطلبانه و نگارش و انتشار نامه های جمعی، نه تنها به اشتراک دیدگاه های خود پرداختند که با طرح مطالبات جدید در رسانه های نوپدید، از ساختارهای سنتی عبور کردند. در ایران اگرچه زنان، تجربه زیسته متفاوتی دارند و مشارکت سیاسی و اجتماعی آنان بیش از برخی کشورهای سنتی خاورمیانه مانند عربستان سعودی بوده است، اما شبکه های اجتماعی مانند اینستاگرام، فیسبوک و توئیتر و پیام رسانیهایی چون واتساپ و تلگرام، مسیر جدیدی را برای خروج از فضای خصوصی باز کرد. در این پژوهش با تمرکز بر سه نرم افزار و شبکه اجتماعی، واتساپ، اینستاگرام و تلگرام- که بیشترین کاربران را در ایران دارند- ۲۰ گروه و صفحه ویژه زنان مورد تحلیل محتوا قرار گرفته است. در این مقاله، ضمن بررسی نقاط قوت رویکرد سایبرفمینیسم در استفاده از ظرفیت های رسانه ها و فناوری ...

کلمات کلیدی:

سایبرفمینیسم، شبکه های اجتماعی، مطالبات، کاربران

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1281639>



