

نقش رسانه‌ها در کنترل و کاهش آسیب‌های اجتماعی در حوزه زنان

نوع مقاله: پژوهشی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۷/۱۷

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۱۱/۱۰

سیده لطیفه حسینی^۱

زینب عصمتی^۲

چکیده

یکی از ساحت‌های مهم اجتماعی حیات بشری را رسانه‌ها به خود اختصاص می‌دهند. تنوع رسانه‌ها تا این اندازه گسترش یافته است که افراد ناگزیرند برای ارتباط با رسانه‌های خاص، گزینش کنند. شهروندان جامعه نوین، اکثر اوقات خود را با رسانه‌ها می‌گذارند و از ارتباط با رسانه‌ها احساس اطمینان و آرامش می‌کنند. گستره عمل رسانه‌ها شامل همه عرصه‌ها اعم از عرصه سیاسی، اقتصادی و اجتماعی از جمله زنان و خانواده است؛ لذا پرداختن به مباحث زنان و نقش رسانه‌ها امری ضروری است. براین اساس دولت‌ها در چهارچوب حقوق رسانه‌ایی در جهت تحکیم بنیان خانواده کوشش نموده‌اند. در این راستا رسانه به عنوان یکی از ابزارهای مهم در جهت کاهش آسیب‌های اجتماعی زنان نقش مهمی دارند و هدف رسانه معرفی نقش زن جهت سیاست‌گذاری مطلوب و پیشگیری از آسیب‌های اجتماعی مربوط به زنان است. امروزه آسیب‌های اجتماعی سلامت زنان را با خطر مواجه ساخته است. ورود زنان به عرصه عمومی و جمعی هر چند نمادی بر اثبات توان زنان در ساختن جامعه‌ای سالم است؛ اما با نبود زیرساخت‌های فرهنگی لازم، موجب بروز آسیب‌های فراوان شده است. بخش مهمی از این آسیب‌ها ناظر به زنان شاغل در جوامع نوین معاصر است؛ اما بخش دیگری از آفات، ناخواسته و منبعث از نگاه عمومی است. هدف این پژوهش، بررسی نقش رسانه در پیشگیری از آسیب‌های اجتماعی در حوزه زنان و خانواده با روش توصیفی و تحلیلی است. نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد که حاکمیت دیدگاه‌های منفی نسبت به زنان و وجود محرومیت‌ها و آسیب‌های جدی، سبب شده که امروزه برای اصلاح این معضل به زنان توجه خاصی مبذول شود و رسانه با هدف تربیت کارشناسان در عرصه‌های مختلف که توانمندی ارائه طریق مسائل مربوط به زنان را داشته باشند و

۱- استادیار گروه حقوق، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی، دانشگاه الزهراء، تهران، ایران.

L.hosseini@Alzahra.ac.ir

۲- استادیار، گروه حقوق، دانشکده حقوق، دانشگاه آزاد اسلامی، کرج، ایران (نویسنده مسئول).

Esmati_tehranbar@yahoo.com

بتوانند دیدگاه‌های متعادل جنسیتی را در کلیه سطوح اجرایی و سیاست‌گذاری کشور ارائه کنند، ایفای نقش نماید. آموزش از طریق رسانه‌ها به زنان آسیب‌دیده یکی از راه‌های مهم در زمینه پیشگیری و همین‌طور کنترل تکرار مجدد آسیب است و پیشگیری و آموزش بیشتر از ارائه خدمات دارای اهمیت است. آموزش و آگاهی زنان از اهداف توسعه هزاره و توانمندی آن‌ها برای مشارکت فعالانه در عرصه‌های اجتماع، نقش مهمی در استفاده از سرمایه ارزشمند جوانان به‌ویژه دختران در جهت توسعه کشور و تحقق اهداف آرمانی و عدالت‌خواهانه خواهد داشت. نخستین گام در جهت بهره‌گیری از مشارکت فعالانه زنان در برنامه‌ریزی، توسعه ایجاد آگاهی و اطلاع‌رسانی در راستای پیشگیری از آسیب‌های اجتماعی از طریق رسانه‌ای درباره اهمیت‌گذاری از وضعیت موجود و ضرورت نیاز برای تغییر و پیشگیری از آسیب‌هاست.

واژگان کلیدی

رسانه، آسیب‌های اجتماعی، زنان، قانون.

مقدمه

امروزه جوامع گسترده به دلیل پیچیدگی‌های خاصی که در آن‌ها وجود دارد، با مشکلات و مسائل فراوانی در زمینه‌های مختلف فرهنگی و اجتماعی روبه‌رو هستند و همیشه همراه با پیشرفت با انواع آسیب‌های اجتماعی روبه‌رو بوده‌اند. مسائل مربوط به آسیب‌های اجتماعی از دیرباز در جوامع بشری مورد توجه اندیشمندان بوده است. همزمان با گسترش انقلاب صنعتی، دامنه نیازمندی‌ها، محرومیت‌های ناشی از نبود امکان برآورده شدن خواست‌ها و نیازهای زندگی باعث گسترش شدید و دامنه‌دار فساد، اعتیاد، بزهکاری، سرقت، انحراف‌های جنسی و دیگر آسیب‌ها شده است. هر یک از آسیب‌های اجتماعی که به تعبیر بعضی از اندیشمندان حاصل و معلول مستقیم انقلاب صنعتی است، در بیشتر جوامع وجود دارد و تأثیرات خود را می‌گذارد؛ اما آنچه جوامع مختلف را در این مورد از هم متفاوت می‌سازد، نوع نگرش این جوامع به علل به وجود آورنده آسیب‌ها و راهکارهای اصلاح و بهبود آن است. آسیب‌شناسی اجتماعی زنان یکی از موضوع‌هایی است که از دیرباز توجه اندیشمندان مختلف را به خود جلب کرده است. در قرون جدید با پیشرفت‌های گسترده علوم و از طرف دیگر گسترش دامنه حرکت‌ها و اعتراض زنان در کشورهای مختلف، توجه هر چه بیشتر محافل علمی را معطوف خود کرده است.

زنان از جمله اقشار آسیب‌پذیر در جامعه هستند که در معرض آسیب‌های اجتماعی قرار می‌گیرند. زنانی به دلایل متعدد از جمله: فوت همسر، متارکه، طلاق، ازکارافتادگی همسر، مفقودالایر بودن همسر و ... سرپرستی خانواده خود را برعهده گرفته‌اند. آن‌ها علاوه بر نقش مادری، وظیفه سنگین پدری را نیز عهده‌دار شده‌اند. در اکثر جوامع مسئولیت تأمین مخارج زندگی وظیفه مرد است و مرد سرپرست و محور اصلی خانواده است که با نبود مرد در زندگی به هر دلیل این بار سنگین به دوش زن خانواده می‌افتد. زنی که تاکنون در نقش همسر و مادر ایفای وظیفه کرده حال باید نقش پدر و نان‌آور خانواده را به عهده گیرد. وظایف دشوار و متعددی که به اجبار به زنان محول می‌شود؛ مانند تربیت فرزند، رسیدگی به امور منزل، تأمین نیازهای روحی، روانی، مادی فرزند، تأمین هزینه مسکن و غیره آن‌ها را با مسائل و مشکلات بی‌شماری روبه‌رو می

کند و فشارها و تنش‌هایی بیش‌ازحد توان و ظرفیتشان به آن‌ها وارد می‌کند که به مرور آن‌ها را به سمت انواع ناراحت‌های روحی و روانی سوق می‌دهد. زنان با انواع بیماری‌های روحی؛ مانند اضطراب، پرخاشگری، افسردگی، انزوایی، وسواس و غیره دست‌وپنجه نرم می‌کنند؛ همچنین از دردهای جسمانی متعددی رنج می‌برند که منشأ اکثر آن‌ها روحی و روانی است. اگر بر این باوریم که در عصر جهانی‌سازی، خانواده یکی از مهم‌ترین سنگ‌های مقاومت و مرزبان ارزش‌هاست و می‌توان با کارآمدی خانواده، به‌ویژه با ارتقای جایگاه و نقش زنان، تحولات اجتماعی و تاریخی را به نفع توسعه ارزش‌های انسانی و مفاهیم جاودانه اسلامی جهت داد، باید نظام اسلامی با نگاهی آسیب‌شناسانه بر عملکرد گذشته خویش، راهی به سوی اصلاح خانواده و بهینه‌سازی کارکردهای آن بیابد. بیشتر صاحب‌نظران و کارشناسان معتقدند منابع انسانی اساسی‌ترین نقش را در توسعه جوامع ایفا می‌کنند. در این میان زنان به‌عنوان نیمی از جمعیت کشور که از قابلیت‌ها و ظرفیت‌های بسیاری برخوردارند، به‌عنوان سازندگان و پرورش‌دهندگان نسل آینده، منبع انسانی مهمی در پیشرفت و توسعه علمی، اجتماعی و فرهنگی کشور محسوب می‌شوند. از سوی دیگر مهیا بودن و ایجاد فرصت‌های مختلف فعالیت در عرصه‌های اقتصادی، اجتماعی و سیاسی امروزه یکی از ملاک‌هایی است که بر اساس آن جوامع ارزیابی و طبقه‌بندی می‌شود؛ بنابراین توجه به بهبود وضعیت زنان و توانمندسازی آنان به‌عنوان نیمی از جمعیت کشور امری مهم و ضروری و ازجمله عوامل مهم تأثیرگذار بر پیشرفت و توسعه تلقی می‌گردد. زنان بیش از نیمی از جمعیت هر جامعه‌ای را تشکیل می‌دهد و رفع نیازها و مشکلات آن‌ها و ارائه راهکارهای مناسب برای بهبود وضعیتشان، از عمده‌ترین مسائل کشورهاست. از آن‌جا که تعالی و پیشرفت یک جامعه مستلزم حضور و مشارکت فعال زنان در کنار مردان در تمامی عرصه‌های جامعه است؛ لذا فراهم‌سازی چنین شرایطی یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های کشورها از جمله ایران است. آمارهای موجود و مطالعه‌ها و تحقیق‌های متعدد حاکی از آن است که زنان ایرانی هنوز برای رسیدن به جایگاه حقیقی خود راه درازی در پیش‌رو دارند. یکی از موضوع‌های مهم در مورد زنان، امنیت و سلامت آنان می‌باشد. آسیب‌های اجتماعی زنان

در اشکال مختلف جسمی و روانی دارای عمری به قدمت تاریخ بشری و جزئی از آن است؛ واقعیتی تلخ و انکارناپذیر که زندگی و کرامت انسانی را خدشه‌دار و صدمه‌های غیرقابل جبرانی به آن وارد می‌نماید. آسیب‌های اجتماعی علیه زنان، تهدید جدی برای سلامتی و حقوق انسانی به‌شمار می‌رود. همان‌طور که ذکر شد سلامت و امنیت زنان نقش مهمی در توسعه کشورها بالاخص در جمهوری اسلامی ایران دارد. یکی از راه‌های پیشگیری و کنترل آسیب‌های اجتماعی، استفاده از ظرفیت‌های خوب رسانه‌هاست. نقش رسانه‌ها در اطلاع‌رسانی، آگاه‌سازی و آموزش در زمینه آسیب‌های اجتماعی بی‌بدیل است. رسانه به‌دلیل شناخت شرایط سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی، مناطق تحت پوشش خود و برنامه‌سازی با استفاده از عناصر و ظرفیت‌های خاص منطقه، می‌تواند در زمینه کمک به شناسایی، پیشگیری، کنترل و مقابله با آسیب‌های اجتماعی در جامعه تأثیرگذار باشد. از این‌جهت این پژوهش به شناسایی و بررسی آسیب‌های اجتماعی زنان از دیدگاه کارشناسان و نقش رسانه در پیشگیری و کنترل این آسیب‌ها می‌پردازد. در همین‌راستا و برای تحقق هدف این پژوهش در ابتدا به مفاهیم کلیدی و مبانی نظری موضوع پرداخته خواهد شد (قسمت اول)، جایگاه زنان در نظام حقوقی ایران و اسلام (قسمت دوم) و در نهایت جلوه‌های مثبت رسانه‌ها در پیشگیری از آسیب‌های اجتماعی مرتبط با حوزه زنان (قسمت سوم) مطرح‌نظر است.

۱- مفاهیم و مبانی نظری

روشن شدن هر موضوعی نیازمند تعریفی روشن و مختصر از آن موضوع است و نگاهی اجمالی به مبانی نظری یک پدیده امکان ارزیابی و بررسی تحولات آن پدیده را بهتر فراهم می‌کند. به این ترتیب در این قسمت بررسی موضوع با ارائه تعریف واژگان کلیدی و مبانی نظری موضوع آغاز شده است.

۱-۱- تحلیل مفهومی رسانه

رسانه در لغت به معنی «رساندن» است و در اصطلاح وسیله‌ای برای نقل و انتقال اطلاعات، ایده‌ها و افکار افراد یا جامعه و واسطه عینی و عملی در فرایند برقراری ارتباط است.

وسایلی همانند روزنامه‌ها، مجله‌ها، رادیو، تلویزیون، ماهواره، اینترنت مصادیق این تعریف هستند (زکمپ، ۱۳۷۶، ص. ۱۳۲): به عبارت دیگر «رسانه وسیله‌ای است که فرستنده به کمک آن، معنا و مفهوم موردنظر خود (پیام) را به گیرنده منتقل می‌کند» (امیرتیموری، ۱۳۷۷، ص. ۱۰). با توجه به گسترش و پیشرفت علم و فناوری در عرصه‌های مختلف، در بحث ارتباطات و رسانه‌ها نیز شاهد گسترش چشمگیر و روزبه‌روز ابزار ارتباطی و رسانه‌ای هستیم؛ در مجامع علمی و محافل اندیشه‌ای انواع مختلفی از رسانه‌ها بیان شده است که ما در اینجا در یک تقسیم‌بندی کلی آن را به سه دسته تقسیم می‌کنیم: یکم) رسانه‌های مکتوب یا نوشتاری؛ مانند انواع نشریه‌ها، مطبوعات، کتاب و مجله‌ها (اعم از الکترونیکی یا سنتی)؛ دوم) رسانه‌های شنیداری؛ مانند رادیو، نوار کاست و... سوم) رسانه‌های دیداری — شنیداری؛ مانند تلویزیون، سینما، رایانه، اینترنت، ماهواره. در برخی پژوهش‌های انجام گرفته در زمینه رسانه، علاوه بر این سه قسم، اقسام دیگری همچون رسانه‌های ابزاری [مانند اعلامیه، تابلوی اعلانات، کاتالوگ، پوستر، تراکت و...]، رسانه‌های نهادی یا گروهی [همچون روابط عمومی‌ها، شرکت‌های انتشاراتی و...]، رسانه‌های فزاینده‌ای [همچون خبرگزاری‌ها، دفاتر روابط بین‌الملل، کارتل‌ها] و اقسامی دیگر بیان کرده‌اند؛ اما با یک نگاه دقیق، روشن می‌شود این اقسام رسانه به همان سه قسم کلی بازمی‌گردند. پس می‌توان نتیجه گرفت که جامع‌ترین تقسیم برای انواع رسانه عبارت است از: نوشتاری، شنیداری و درنهایت رسانه‌های دیداری - شنیداری.

رسانه، بخشی از دستاوردهای فناوریانه فرهنگ و تمدن غرب است، اگرچه پیچیده‌ترین و پیشرفته‌ترین محصول فناوریانه غرب صنعتی به حساب نمی‌آید؛ اما «نماد» و نشانه فناوریانه این فرهنگ است، به گونه‌ای که برای توده‌های مردم، تحولات فناوریانه با تحولات در حوزه صنعت رسانه ملموس است.

مفهوم رسانه یا وسیله ارتباطی که جمع آن رسانه‌ها «وسایل ارتباط جمعی» است، کلمه لاتین است که به نحو عجیبی در یک مجموعه لغوی انگلوساکسون وارد شده است و معنی آن به‌طور کلی جریان انتقال از طریق وسایل ارتباطی است و حامل‌های زیادی را دربرمی‌گیرد. رسانه‌های ارتباط جمعی عبارت از آن وسیله‌ای ارتباطی است

که مورد توجه کثیری می‌باشد و منظور، آن دسته از وسایل ارتباطی است که در تمدن‌های جدید به وجود آمده و استفاده می‌شوند و ویژگی اصلی آنان قدرت و توانایی زیاد و شعاع عمل وسیع است. امروزه رسانه‌های جمعی یکی از منابع قدرت محسوب می‌شوند (تقوی، ۱۳۹۱، ص. ۷۲). رسانه‌ها در شکل‌دهی به زیست جهان ایرانی و حوزه مصرف در عصر جدید از اهمیت قابل ملاحظه‌ای برخوردارند. رسانه‌ها نه تنها منبع اصلی اطلاعات بوده‌اند بلکه در شکل دادن به پندارهای افراد درباره جهان پیرامونی‌شان نقش مهمی ایفا کرده‌اند. در بین رسانه‌ها، تلویزیون عامه‌پسندترین جلوه فرهنگ در قرن بیست و یکم است. می‌توان گفت در سرتاسر جهان، مردم برای گذران اوقات فراغت بیش از هر کاری تلویزیون تماشا می‌کنند. شبکه‌های تلویزیونی به عنوان دستگاهی ایدئولوژیک به واسطه طبیعی نشان دادن برخی کنش‌ها و نگرش‌ها می‌کوشند گفتمان مصرف‌گرایی را سیطره ببخشند و این گفتمان را به مثابه عرف عام به مخاطبان خود معرفی کنند (تقوی، ۱۳۹۱، ص. ۷۲). حقوق رسانه حوزه‌ای بین‌رشته‌ای درباره «حقوق، آزادی‌ها و قواعد حقوقی ارتباط جمعی» و مبتنی بر دو حوزه «ارتباطات و حقوق» است. از بعد رشته ارتباطات می‌توان به انواع مباحث «مدیریت رسانه، خبرنگاری، روابط عمومی، روابط بین‌الملل و تبلیغات» و از بعد رشته حقوق می‌توان به انواع مباحث «حقوق عمومی، حقوق بشر، حقوق بین‌الملل، حقوق خصوصی و حقوق کیفری» اشاره کرد (تقوی، ۱۳۹۱، ص. ۷۵).

۱-۲. زنان

زن انسان ماده را می‌گویند که در مقابل آن واژه مرد قرار می‌گیرد و نیز به معنای جفت مرد می‌آید که در عربی به آن زوجه می‌گویند (عمید، ۱۳۸۹، ص. ۶۰۶). امروزه در اغلب کشورهای جهان زمینه و عرصه حضور زنان در بستر توسعه بر پایه تعریف همه سویه نگری و کل‌گرایی توسعه فراهم شده است و زنان نه تنها به عنوان جنسیت بلکه با جایگاه‌ها و موقعیت‌های متنوع و متفاوت برخاسته از توانمندی‌ها و مهارت‌های علمی - تخصصی و نیز با فرصت‌هایی که جامعه و نظام سیاسی در اختیار آن‌ها قرار می‌دهد، در عرصه توسعه نقش‌آفرینی می‌کنند (صیدالی بختیاری، ۱۳۹۱، ص. ۱۹). در اغلب نوشته‌های

پس از جنگ جهانی دوم تا نیمه‌های دهه ۱۹۶۰، مفهوم زن به‌عنوان یک جنس به‌کار برده شده است و به‌سان موجودی با مشکلات خاص خود و جدا از مردم دیده شده است (مرکز امور مشرکت زنان، ۱۳۸۱، ص. ۵۰۰). از قرن هفدهم به بعد نهضت حقوق زن با آرمان رفع هرگونه تبعیض و تمایز بین زنان و مردان در اروپا متولد شد (هاشمی، ۱۳۸۴، ص. ۲۲). برای بررسی حقوق زن در اسلام توجه به دو عنصر شناخت اصل انسانیت که حقیقت مشترک میان زن و مرد است و ویژگی‌های خاص زن ضروری است و خداوند تنها موجودی است که برای تشخیص صحیح این دو عنصر صالح است. خداوند نظر خود را در قالب وحی آسمانی ارائه نموده و شرح آن را به ائمه معصومین واگذارده است. عناصر فوق منادی حقوق مشترک و همچنین حقوق مخصوص زن یا مرد می‌باشد. حق مشترک در تعالی روح و ارتقای انسانیت مشترک میان زن و مرد مؤثر است درحالی‌که حق مخصوص به هر یک، در پرورش هویت مختص زن یا مرد سهم بسزایی دارد؛ بنابراین از این منظر همه انسان‌ها اعم از زن و مرد باید از لوازم تعالی روح و انسانیت نظیر فراگیری علوم و معارف و فضایل اخلاقی برخوردار باشند (جوادی آملی، ۱۳۸۳، ص. ۲۷۸).

۳-۱- آسیب‌های اجتماعی

آسیب‌شناسی اجتماعی^۲ عبارت است از مطالعه و شناخت ریشه بی‌نظمی‌های اجتماعی. در واقع، آسیب‌شناسی اجتماعی مطالعه و ریشه‌یابی بی‌نظمی‌ها، ناهنجاری‌ها و آسیب‌هایی نظیر بیکاری، اعتیاد، فقر، خودکشی، طلاق و... همراه با علل و شیوه‌های پیشگیری و درمان آن‌ها و نیز مطالعه شرایط بیمارگونه و نابسامانی اجتماعی است (ستوده، ۱۳۷۹، صص. ۱۴-۱۵).

۴-۱- مبانی نظری

در کل سه دسته رویکرد نظری در زمینه تأثیر وسایل ارتباط جمعی بر آسیب‌های اجتماعی وجود دارد که در این بخش به اختصار به آن‌ها اشاره می‌گردد:

الف) رویکرد آسیب‌زایی رسانه‌ای

بعضی از صاحب‌نظران بر این عقیده‌اند که رسانه‌ها به‌خودی‌خود آسیب‌زا هستند. آنان به انفعال مطلق انسان در مقابل رسانه و تأثیر اجتناب‌ناپذیر رسانه‌ها در حیات انسانی اشاره کرده‌اند و معتقدند رسانه‌های گروهی جدید، مهاجمان بیگانه‌ای هستند که پیام، افکار و مفاهیم‌شان را به‌طور مستقیم به اذهان مخاطبان دست بسته خود القا می‌کنند و می‌توانند پیامدهای منفی و ضداجتماعی به‌دنبال داشته باشند (ساروخانی، ۱۳۸۱، ص. ۴۵).

ب) رویکرد تطهیر رسانه‌ای

بعضی از اندیشمندان معتقدند که رسانه‌ها به‌خودی‌خود مفیدند و موجبات ارتقای انسان، فرهنگ و اندیشه انسانی را فراهم می‌آورند. آنان معتقد به تأثیر رسانه‌های جمعی بر کاهش انحراف‌های اجتماعی هستند. نظریه حساس‌زایی، نظریه پالایش روانی فریود و نظریه کنترل اجتماعی هیرشی و رکس در این دسته قرار دارند. طبق نظریه حساس‌سازی، رسانه‌ها موجب می‌شوند که انسان‌ها نسبت به هرگونه انحراف و جنایت حساسیت نشان دهند و در برابر به آن آگاه و هوشیار باشند (ساروخانی، ۱۳۸۱، ص. ۱۷۷).

ج) رویکرد مشروط رسانه‌ای

بسیاری از صاحب‌نظران بر این عقیده‌اند که رسانه‌ها تأثیری یکسان بر افراد ندارند. نظریه‌های ادراک تفاضلی، گزینش تفاضلی و برداشت تفاضلی در این دسته قرار دارند براساس این نظریه‌ها، اگر یک هزار انسان، یک پیام خاص را از طریق وسیله‌ای معین و در زمانی معین دریافت کنند، همگی دقیقاً برداشت، ادراک و تفسیر معنایی یکسانی از آن نخواهند داشت و عواملی چون سن، جنس، پایگاه اجتماعی، تحصیلات و ... این تأثیر تفاضلی را موجب می‌شوند (ساروخانی، ۱۳۸۱، ص. ۱۷۷).

۲- جایگاه زنان و رسالت رسانه ملی

زنان، نیمی از جامعه بشری را تشکیل داده که بنابر طبیعت و توان خویش، به آن بقا و حیات می‌بخشند. زنان به‌عنوان نیمی از جمعیت انسانی و یکی از ستون‌های اساسی خانواده، زمانی شاهد دگرگونی و تغییر در منزلت اجتماعیشان خواهند بود که با دنیای اجتماعی خود ارتباط داشته باشند، چرا که عدم ارتباط با دنیای اجتماعی، مانع

بزرگی در کسب آگاهی از حقوق زنان بوده است. حقوق زنان در جهان یا به عبارت دیگر حقوق اجتماعی (اعم از سیاسی، فرهنگی، آموزشی و ...) و اقتصادی زنان در جهان جهانی شده، تأثیر و تأثر آنها از جهانی شدن، امری است که باید بررسی شود (رفیعی و دباغ، ۱۳۹۳، ص. ۲۱۰). دخالت زنان در مسائل اجتماعی و سیاسی، سبب آگاهی بخشیدن به حقوق و گریز از فقر فرهنگی خواهد بود و آگاهی نسبت به حقوق خود در واقع نخستین گام برای دفاع از آن است. به بیان دیگر، هرچه زنان در جامعه منفعلانه برخورد کنند، احتمال تضييع حقوقشان، از جمله حقوق خانوادگیشان حتمی است؛ اما اگر زنان نسبت به حقوق خود آگاهی داشته باشند، زمینه حضورشان در جامعه و اجتماعات امکان پذیر خواهد شد (کلانتری، حسنی و علیپور درواری، ۱۳۹۱، ص. ۱۳). حقوق زنان با شکل گیری میثاق‌ها، موافق‌نامه‌ها، تشکیل همایش‌ها و صدور بیانیه‌ها و تنظیم اسناد بین‌المللی در عرصه‌های مختلف، نظم‌ی حقوقی و جهانی یافته است (منتظر قائم و شعبان کاسهگر، ۱۳۹۴، ص. ۲۰۵).

نگرش قانون اساسی به جایگاه و منزلت والای زن و نقش آفرینی گسترده او در حیات فرهنگی جامعه حائز اهمیت است، چرا که خانواده به مثابه سلول‌های سازنده جامعه محسوب می‌گردند و تزلزل و تقویت آن به تزلزل و تقویت جامعه منجر می‌گردد. از نگاه جمهوری اسلامی ایران زن دارای اصالت و استقلال می‌باشد (ستوده، ۱۳۷۸، ص. ۲۴). در اندیشه اسلام زن و مرد به عنوان دو رکن اجتماعی به طور مشترک در پیدایش، تشکیل، اداره و بهره‌گیری از جامعه نقش دارند (امینی، ۱۳۹۰، ص. ۱۴). با این حال اسلام نخستین مکتبی است که قائل به حقوق زنان بوده و ندای آزادی زن را سر داده است. اسلام در گام نخست، آفرینش زن را از نشانه‌های خدای متعال معرفی می‌کند. شأن وی را فراتر یا فروتر از مرد نمی‌داند و ملاک برتری انسان را علم و تقوی می‌داند (عظیم‌زاده اردبیلی و خسروی، ۱۳۸۱، ص. ۴۹). خانواده از اهمیت زیادی در اندیشه اسلامی برخوردار بوده و بستری برای تربیت نسل و مودت میان زن و شوهر است؛ چنین مهمی در پرتو محوریت زن در خانواده میسر می‌گردد (حکیمی، ۱۳۸۱، ص. ۴۹). نگاهی به برنامه‌های توسعه نشان می‌دهد که زنان در این برنامه نقش اندکی داشتند. به طور کلی از محتوای برنامه‌های پیشین توسعه استنباط می‌شود که در همه این برنامه‌ها زنان در

کنار دیگر گروه‌های اجتماعی به‌عنوان جامعه هدف در برنامه‌ریزی مطرح بودند؛ اما سهم آنان در این برنامه اندک بود؛ اما همین سهم ناچیز هم به فراموشی سپرده شد. این مسئله باعث شد که زنان به‌رغم برخورداری از ظرفیت‌ها و توانمندی‌های خاص، نتواند به جایگاه مطلوب در جامعه دست یابند (ن.ک: مرندی، مظفری سبینی و حسینی، ۱۳۹۱، صص ۹۲-۹۷).

خوشبختانه نگاه به زن در رسانه ملی و دیگر رسانه‌های ما توأم با کرامت و منزلت زن و جایگاه او با حفظ شئون اسلامی و حقوق مادی و معنوی او در جامعه است و این از برکات نظام شکوهمند اسلامی است. تجربه‌های ارزشمند دوران پس از انقلاب شکوهمند اسلامی در این زمینه قابل تحقیق و تعمق است؛ بنابراین نوع نگاه نظام رسانه‌ای به زنان و مسائل آنان نکته حائز اهمیت در هر مکتب فکری است و امروز نیز هرچه حضور زن در رسانه و به‌ویژه رسانه ملی به‌عنوان کلیدی‌ترین و فراگیرترین رسانه در دسترس جامعه با توجه به ارزش‌ها و اهداف جامعه سازنده‌تر و مثبت‌تر باشد به‌صورت مستقیم و غیرمستقیم تأثیر خود را بر افکار عمومی و جامعه خواهد گذاشت. با توجه به اینکه نقش زنان امروزی در صحنه‌ها و حوزه‌های مختلف روزبه‌روز بیشتر می‌شود، به‌نظر می‌رسد باید به این قشر از جامعه در رسانه‌های جمعی نیز بیشتر توجه شود. بررسی موضوع‌ها و مسائل زنان به‌عنوان بخش بزرگی از جامعه امکان اصلاح و آگاهی‌بخشی از عناصر مؤثر در شکل‌گیری و جهت‌گیری افکار و اندیشه‌های آنان در جریان تحولات جامعه را فراهم می‌کند. در دنیای امروز، رسانه‌های جمعی در میان ابزارهای فرهنگی نقش به‌سزایی در تأثیرگذاری و نفوذ بر جامعه دارا هستند؛ این رسانه‌ها در پیدایش عادات تازه تغییر در باورها و رفتار انسان‌ها نقش مهمی دارند. رسانه‌ها امروز وظایف مهمی چون انتقال اخبار و اطلاعات، آموزش مردم، پرکردن اوقات فراغتشان، تعامل و تضارب افکار را بر عهده دارند؛ اما یکی از مهمترین مسئولیت‌های رسانه‌های دیداری شنیداری و نوشتاری، زنده نگه‌داشتن سنت‌ها و باورهای دینی و ملی آن کشور است. می‌توان گفت چگونگی نگرش هر جامعه نسبت به زنان، نمایانگر سطح فرهنگی و معنوی آن جامعه و بازتاب نقش‌ها و مسائل زنان در رسانه‌های آن کشور است. بر اساس چنین نگرشی است که مشاهده می‌کنیم در رسانه‌های جهان غرب، نگاه به

زن نگاه کالا و در واقع ابزاری برای تبلیغات پرونده است، حال آنکه نمایش چنین تصویری از زن آن هم در جوامعی با آن همه ادعای پیشرفت، آزادی و مردم‌سالاری، زیرپا گذاشتن اصول اولیه انسانی و نوعی بردگی و اسارت تن و روح زن است. بسیاری از نقشه‌های ارائه شده از زن در این جوامع، فرسنگ‌ها با واقعیت فاصله دارد.

۳- جلوه‌های مثبت رسانه‌ها در پیشگیری از آسیب‌های اجتماعی

جایگاه برابر بین افراد یا گروه‌های موجود در یک جامعه در چهارچوب ارتباط منجر به کاهش پیش‌داوری می‌شود (Brewer, 1985, p.219). در این میان اگر تعامل افراد براساس تفکرهای کلیشه‌ای باشد و نگاه فرادستی و فرودستی بین آن‌ها حاکم باشد نه تنها هدف نظریه ارتباط که کاهش نگرش‌های منفی افراد و گروه‌ها نسبت به یکدیگر است، محقق نخواهد شد بلکه این تعامل برتری و تبعیضی همچنان به قوت خود باقی خواهد ماند و تقویت خواهد شد (Forbes, 1997, p.116). رسانه‌ها از طرق مختلف می‌توانند در حوزه زنان به‌عنوان بخش مهمی از ائتلاف جامعه در پیشگیری از آسیب‌های اجتماعی مرتبط با آن‌ها نقش‌آفرینی کنند که برخی از جلوه‌های آن در این قسمت مورد توجه قرار گرفته است.

۳-۱- اطلاع‌رسانی و هشدار در مسائل زنان و خانواده

یکی از کارکردهای اساسی رسانه‌ها اطلاع‌رسانی از وقایع است که در محیط اجتماعی واقع می‌شود. امروزه تمامی ابعاد زندگی فردی و اجتماعی انسان‌ها در رسانه‌ها رسوخ کرده و از خصوصی‌ترین رفتار انسان‌ها تا بزرگ‌ترین تغییرهای نهادهای اجتماعی و ساختارهای فرهنگی و سیاسی تحت تأثیر رسانه‌هاست. گاه رسانه‌های جمعی اعم از روزنامه‌ها، مجله‌ها، رادیو و تلویزیون، از انحراف‌های اجتماعی نظیر تجاوز، خشونت، قتل و ... پرده برمی‌دارند و زوایای پنهان داستان‌های عشقی و جنایی را برای مخاطبان خود آشکار می‌سازند با اطلاع‌رسانی به موقع و مناسب برای اعضای جامعه، در پیشگیری از انحراف‌های اجتماعی نقش مؤثری ایفا می‌کنند. وسایل ارتباط جمعی می‌توانند با بهره‌گیری از شگردهای تبلیغی و آفرینش‌های هنری، پیامدهای مختلف تزلزل باورها و ارزش‌های ملی و دینی را به مخاطبان خود یادآور شوند. براین اساس، یکی از وظایف و

کارکردهای مهم رسانه‌ها، آگاه‌سازی و اطلاع‌رسانی عمومی است؛ اطلاع‌رسانی درباره وقوع جرایم و انحراف‌های اجتماعی و کیفیت وقوع و ابعاد و راه‌های لغزش افراد به‌سوی کجروی و هنجارشکنی و در بعد دیگر ایجاد نفرت از وقوع انحراف‌ها و جرایم اجتماعی (شفیعی سروستانی، ۱۳۸۵، ص.۳).

۲-۳- آشناسازی زنان با قوانین و مقررات کیفری

قوانین در هر جامعه‌ای مبنای اصلی نظم اجتماعی محسوب می‌شوند به‌طوری‌که بدون وجود قوانین، نظم و انتظام اجتماعی میان افراد، سازمان‌ها و نهادهای مدنی غیرممکن خواهد بود. قانون، جایگاه هر فرد را در نظام قشربندی، معین می‌سازد و توقع‌ها و انتظارات را در جهت منطقی هدایت می‌کند. ارائه گزارش از ضوابطی که قانون عرضه می‌کند و کیفری که قانون برای متخلفان معین ساخته است، کارکرد ارزشمندی است که رسانه‌ها در عصر ارتباطات برعهده دارند. رسانه‌های جمعی از طریق تبیین قانون و مقررات می‌کوشند تا رفتارهای افراد را در مسیر هنجارهای تعریف شده جامعه رهبری کنند و از طریق اقناع و رسوخ به ذهن انسان‌ها، به درونی‌سازی، جذب و پذیرش قلبی هنجارها می‌پردازند. رسانه‌ها با نمایش کیفرهایی که برای مجرمان به دلیل تخلف و تخطی از قانون در نظر گرفته شده است، می‌توانند در کاهش جرم تأثیرگذار باشند (شفیعی سروستانی، ۱۳۸۵، ص.۴).

۳-۳- کنترل اجتماعی

در تعریف کنترل اجتماعی گفته‌اند: کنترل اجتماعی به مجموعه شیوه‌ها، تدابیر و وسایلی اطلاق می‌شود که یک جامعه یا یک گروه در راه تحقق اهداف خود و هدایت افرادش به رعایت آداب، شعایر، مناسک و هنجارهای پذیرفته به‌کار می‌گیرد (رسولی و حسین‌نژاد، ۱۳۹۰، ص.۴۵). کنترل اجتماعی به دو شیوه انجام می‌شود: یکی از طریق فشارهای اجتماعی که ابزار آن همان «قوانین و ضمانت اجرای» آن است و دیگری از طریق «اقناع» که افراد را به رعایت هنجارها ملزم می‌کند رسانه‌های همگانی نیز دارای کارکرد کنترل اجتماعی هستند. رسانه‌ها با درج و انعکاس ناپهنجارهای اجتماعی و عواقب شومی که در انتظار

افراد کجروست، به طور غیرمحسوس، به کنترل و پیشگیری از نابهنجاری‌ها در جامعه اقدام می‌کنند. رسانه‌ها عمدتاً از طریق اقناع‌پذیری بهتر می‌توانند در کنترل اجتماعی مؤثر باشند (شفیعی سروستانی، ۱۳۸۵، ص. ۴).

۳-۴- پیشگیری از جرم

عملکرد رسانه‌ها در شکل دادن به تعریف جرم و کجروی، نقش آن‌ها را در ایجاد تغییرهای قانونی و تقویت انواع خاصی از راهکارهای عملیاتی پلیس، به نقش بسیار مؤثری بدل می‌کند؛ برای مثال می‌توان به اتخاذ شیوه‌هایی برای کنترل اماکن خاص اشاره کرد (داوری و سلیمی، ۱۳۸۰، ص. ۱۶۰). رسانه‌های جمعی از طریق اطلاع‌رسانی و آگاه‌سازی، تأثیر بر نگرش‌ها و ارزش‌های اجتماعی، تأثیر بر الگوهای رفتاری و ایفای نقش تفریحی و سرگرم‌کنندگی می‌توانند نقشی بسیار گسترده و تعیین‌کننده در پیشگیری از جرم در حوزه زنان و خانواده داشته باشند.

۳-۵- تقویت و تحکیم اخلاق اجتماعی در حوزه زنان و خانواده

اهمیت نقش رسانه در سلامت اخلاقی جامعه انکارناپذیر است و خانواده به‌عنوان نخستین و مهم‌ترین نهاد اجتماعی، از تأثیرپذیری بیشتری در این زمینه برخوردار است. رسانه می‌تواند با ارائه برنامه‌هایی، در تقویت قیود اجتماعی و پیوندهای خانوادگی مؤثر واقع شود. نظریه کنترل اجتماعی هیرشی می‌گوید: افراد زمانی بزه‌کار می‌شوند که نسبت به قیود اجتماعی کم‌اعتنا یا بی‌اعتنا شوند. این قیود عبارت‌اند از: وابستگی مانند وابستگی فرزندان به والدین؛ تعهد مانند تعهد به پیروی از دستورهای مذهبی یا حفظ شئون خانوادگی؛ درگیر بودن یعنی اشتغال فرد به فعالیت‌های گوناگون، به نحوی که فرصتی برای کارهای خلاف نداشته باشد؛ باورها یعنی میزان اعتباری که فرد برای معیارهای قراردادی جامعه قائل است و درحالی‌که می‌تواند به میل خود از هنجارهای اجتماعی عدول کند، پایبند به آنها باقی می‌ماند، مانند باور به نیکوکاری، باور به محرمات و مانند آن (رسولی و حسین‌نژاد، ۱۳۹۰، ص. ۴۵). نقش دیگر رسانه در سلامت اخلاقی جامعه، ایجاد

باورها و اعتقادهایی است که رفتار ما را شکل می‌دهند و درونی می‌کنند؛ یعنی همان جامعه‌پذیری که در علم جامعه‌شناسی از آن یاد می‌شود.

۳-۶- آموزش مهارت‌های زندگی به زنان

مهارت‌های زندگی افراد را قادر می‌سازند تا به‌طور مؤثری با مقتضیات و چالش‌های زندگی روزمره مقابله کنند. آموزش این مهارت‌ها موجب ارتقای رشد شخصی و اجتماعی، محافظت از حقوق انسان‌ها و پیشگیری از مشکلات روانی اجتماعی می‌شود (رسولی و حسین‌نژاد، ۱۳۹۰، ص. ۴۵). به‌طورکلی مهارت‌های زندگی ابزاری قوی در دست متولیان سلامت روانی — اجتماعی جامعه هستند و وسایل ارتباط جمعی به‌عنوان یکی از متولیان سلامت جامعه نقش بسیار مهمی در آموزش مهارت‌های زندگی به افراد جامعه دارند. این وسایل، به‌ویژه تلویزیون، با مخاطب‌شناسی علمی و اولویت‌بندی مهارت‌های زندگی می‌تواند نقش مؤثر خود را در توانمندسازی افراد جامعه به‌خوبی ایفا کند.

نتیجه‌گیری

خانواده ایرانی در دهه‌های اخیر، همچون بسیاری جوامع دیگر، در معرض تحولاتی مهم بوده است. افزایش سن ازدواج، افزایش تمایل به تجرد و تک‌زیستی، تغییر نگرش‌ها که به تردید در ضرورت تشکیل خانواده به‌عنوان مسیر تکاملی در زندگی منجر شده است، افزایش تخصص‌های خانوادگی و طلاق، کم‌شدن روحیه سازش‌پذیری و ضعف کارآمدی خانواده در تنظیم رفتار جنسی، حمایت و مراقبت، کنترل و نظارت، ایجاد آرامش روانی و ارضای نیازهای عاطفی، جامعه‌پذیری و پرورش معنوی از معضله‌های مهم خانواده ایرانی است. حل مشکلات زنان و نظام خانواده‌ها، تنها در پرتو تلاش علمی اندیشمندان و با مبنا قراردادن کتاب آسمانی و سیره نبوی امکان‌پذیر است؛ اما در مراجعه به متون مقدس، این بار، به‌جای توقف بر نصوص و یا اکتفا به فتاوی فقهای عظام، لازم است در عین پذیرش آن، به فضای نظریه‌پردازی علمی قابل استناد به وحی پای‌نهم و پایه‌های محکمی برای سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی کلان‌مبتهی بر انگاره‌های اسلامی بنا کنیم. این حرکت ارزشمند گرچه از پرسش‌گری و نقد انگاره‌های موجود آغاز می‌شود؛ اما می‌تواند نگاه

جامعه علمی را به سمت نگرشی نوین معطوف نماید؛ نگرشی که ضمن توجه به کارآمدی و حجیت، با رویکردی خانواده‌گرا، هم به حل معضله‌های اجتماعی می‌اندیشد و هم داعیه دفاع از زنان را در سر دارد. تنها با چنین رویکردی است که می‌توان به اصلاح جامعه و حل مشکلات زنان امیدوار بود. امید است شناخت دقیق آسیب‌ها در مورد زنان و نظام خانواده و عوامل ایجادکننده آن، برنامه‌ریزان را برای کمک مؤثر یاری دهد. درنهایت، اولویت‌های برنامه‌سازی رسانه در حوزه آسیب‌های اجتماعی نوجوانان به برنامه‌سازی برای خانواده‌ها در مواردی از قبیل آموزش مدیریت برخورد با نوجوانان در خانواده‌ها به شیوه‌های غیرمستقیم؛ بررسی عوامل آسیب‌های اجتماعی و فرهنگی موجود و تلاش جهت آموزش مهارت‌های مقابله با آن؛ برنامه‌سازی در مورد روابط بین والدین و نوجوانان، حقوق شهروندی؛ آموزش در زمینه‌های اجتماعی شدن، کارهای مشارکتی و جمعی، قانون‌پذیری و مبارزه با تبعیض و بی‌عدالتی‌های اجتماعی و نهادی است. آموزش مهارت‌های زندگی؛ روابط با جنس مخالف؛ برنامه‌سازی در زمینه اخلاق‌مداری، اعتماد اجتماعی؛ برجسته‌سازی تلاش‌های موفق و الگوسازی از افراد و گروه‌ها و باورپذیر کردن دستیابی به اهداف فردی با رعایت مصالح جمعی؛ برنامه‌سازی اقتناعی برای جلوگیری از روی آوردن نوجوانان به مصرف سیگار، مواد مخدر و اعتیاد نیز در زمره برنامه‌سازی‌ها در حوزه فردی است.

ارتباطات و رسانه‌های ارتباطی علاوه‌براین، از آن جهت در این‌گونه برنامه‌ها اهمیت می‌یابند که می‌توانند با برجسته‌سازی موضوع‌ها سبب آگاهی برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران جامعه نسبت به این مشکل شوند تا تحت فشار افکار عمومی به این مسئله اهمیت بیشتری بدهند؛ اما، در این زمینه استفاده از ارتباطات و رسانه‌های ارتباطی باید با دقت صورت گیرد، چراکه این رسانه‌ها مانند تیغ دو لبه‌ای هستند که در صورت استفاده نامناسب از آن‌ها می‌توانند آثار بسیار وخیمی را برجای گذارند. ارائه اطلاعات نادرست در مورد آسیب اجتماعی، ارائه چهره‌ای نامناسب و غیرواقعی از افراد منحرف و کجرو و در نتیجه طرد آن‌ها از جامعه، تکیه صرف بر حوادث و رخدادهای خشونت‌بار و جنایت‌ها و ارائه نکردن روش‌ها و آموزش‌های پیشگیری، از جمله اشتباه‌هایی است که رسانه‌های

ارتباطی ممکن است مرتکب شوند. درمقابل، استفاده صحیح و مناسب از این رسانه‌ها می‌تواند کمک بسیار زیادی به برنامه‌های پیشگیری کند. این رسانه‌ها می‌توانند با ارائه آموزش‌های پیشگیرانه به خانواده‌ها و جوانان، آن‌ها را با این معضله‌ها آشنا کنند و به آن‌ها در این مبارزه یاری رسانند. با این اوصاف، هر اندازه جامعه برای تغییرهای به‌وجودآمده از آمادگی و توان پاسخگویی بیشتری برخوردار باشد، امکان تولید یا فراگیری آسیب‌های اجتماعی کاهش می‌یابد و یکی از کارآمدترین و مهم‌ترین ابزارهای پیشگیری و مقابله با آسیب‌های اجتماعی، به‌کارگیری ابزارهای فرهنگی و رسانه‌ای است. آموزش حقوق اساسی و مدنی به دختران و زنان توسط رسانه‌ها و دستگاه قضائی درخصوص ظلم‌های خانگی، اجتماعی و آسیب‌های اجتماعی از طریق رسانه‌ها و اتخاذ تدابیر لازم جهت حمایت و امدادسانی فوری به آنان در بروز بحران‌ها (طرح پلیس مدنی و سلب حق از والدین ناصالح) از نکات مهمی است که به پیشگیری از آسیب‌های اجتماعی زنان کمک می‌کند. آسیب‌ها و آفات موجود ناشی از نفس حضور زنان در جامعه نیست بلکه بیشترین عامل آفت‌زا برخاسته از آفت فرهنگ حقوقی و سرمایه اجتماعی مبتنی بر آن است. با شفاف شدن این نوع آسیب‌ها از طریق رسانه‌ها، فعالان اجتماعی و مسئولان جوامع با درایت لازم، رویکرد شفاف فرهنگی و کارآمد قانونی در پیش می‌گیرند.

منابع و مأخذ

- ازکمپ، استوارت (۱۳۸۵). *روانشناسی اجتماعی کاربردی*؛ ترجمه: فرهاد ماهر. تهران: مؤسسه انتشارات به نشر.
- امینی، ابراهیم (۱۳۹۰). *آشنایی با وظایف و حقوق زن*. قم: مؤسسه بوستان کتاب.
- امیرتیموری، محمدحسن (۱۳۷۷). *رسانه‌های آموزشی، شیراز: ساسان*.
- تقوی، تندیس (۱۳۹۸). *حقوق زن و رسانه. دوفصلنامه مطالعات فقه و حقوق رسانه*، سال اول، شماره ۲، ص ۷۲.
- جوادی آملی، عبدالله (۱۳۸۳). *زن در آینه جلال و جمال*؛ تحقیق و تنظیم محمود لطیفی. قم: مرکز نشر اسراء.

- حکیمی، محمد (۱۳۸۱). *دفاع از حقوق زن*. تهران: دفتر نشر فرهنگ اسلامی.
- داوری، محمد و سلیمی، علی (۱۳۸۰). *جامعه‌شناسی کجروی*. قم: پژوهشکده حوزه و دانشگاه.
- رسولی زهره و حسین‌نژاد، فهیمه (۱۳۹۰). *نقش رسانه‌های جمعی در بروز و پیشگیری از آسیب‌های اجتماعی*، مجموعه مقالات همایش هجوم خاموش، بی‌جا: بی‌نا.
- رفیعی، محمدتقی و دباغی، مجید (۱۳۹۳). *جهانی شدن و حقوق زنان*، فرصت‌ها و چالش‌ها، *فصلنامه مطالعات راهبردی جهانی شدن*، سال پنجم، شماره چهاردهم.
- ساروخانی، باقر (۱۳۸۱). *نقش وسایل ارتباط جمعی در پیشگیری از وقوع بزهکاری*. تهران: معاونت امنیتی و انتظامی وزارت کشور.
- ستوده، هدایت‌الله (۱۳۷۸). *زن از دیدگاه مقام معظم رهبری*، شورای هماهنگی تبلیغات اسلامی، تهران: نوادر.
- ستوده، هدایت‌الله (۱۳۷۹). *آسیب‌شناسی اجتماعی*. تهران: نشر آوای نور.
- شفیعی سروسرستانی، ابراهیم (۱۳۸۵). *انحرافات اجتماعی و رسانه‌ها*. *فصلنامه تحلیلی و پژوهشی فرهنگ رسانه*، شهریورماه.
- صیدالی بختیاری، محسن (۱۳۹۱). *جایگاه مشارکت زنان در توسعه پایدار زاگرس مرکزی*، سرویس خبری *زنان اینانیز*، ۲۵ اردیبهشت ۱۳۹۱: <http://ibnanews.com/vdce.p8fbjh8zo9bjz>
- عظیم‌زاده اردبیلی، فائزه و خسروی، لیلا (۱۳۸۸). *مطالعه تطبیقی حقوق زنان از منظر اسلام و غرب: مبانی حقوق زنان، حق حیات و حق تأمین اجتماعی*. تهران: ریاست جمهوری، مرکز امور زنان و خانواده.
- عمید، حسن (۱۳۸۹). *فرهنگ فارسی عمید*، تهران: راه رشد.
- کلانتری، عبدالحسین، حسینی، حسین و علیپور درواری، اکرم (۱۳۹۱). *سنجش تأثیر جنسیت بر مصرف رسانه‌ای در ایران (تحلیل ثانویه داده‌های پیمایشی ملی)*، *زن در توسعه و سیاست*، دوره دهم، شماره چهارم.
- مرکز امور مشارکت زنان (ریاست جمهوری) (۱۳۸۱). *مجموعه مقالات همایش و چالش‌ها و چشم‌اندازهای توسعه ایران*، دفتر دوم، گزارش هم‌اندیشی زنان و توسعه، مؤسسه

عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی، تهیه‌کننده: مؤسسه عالی پژوهش
تأمین اجتماعی، تهران.

مردی، الهه، مظفری سبینی، خدیجه و حسینی، سیده لطیفه (۱۳۹۸). رویکرد قوانین برنامه
توسعه اقتصادی اجتماعی فرهنگی پس از انقلاب به زنان با تأکید بر برنامه ششم.
فصلنامه پژوهش‌های اجتماعی اسلامی، سال بیست و پنجم، شماره ۱۲۰.
منتظر قائم، مهدی و شعبان کاسهگر، مونا (۱۳۹۴). سواد رسانه‌ای انتقادی و فعالیت سایبر
زنان در ایران، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، سال یازدهم،
شماره چهل.

هاشمی، سید محمد (۱۳۸۴). حقوق بشر و آزادی‌های اساسی. تهران: نشر میزان.

Brewer, M.B and Kramer R.M. (1985), The psychology of intergroup attitudes and
behavior. *Annual Review of Psychology*, vol. 36, pp.219-43.

Forbes, H.D. (1997). *Ethnic Conflict: Commerce, Culture and Contact Hypothesis*. New
Haven and London: Yale University Press, p. 11.