



مدل مفهومی جنسیت در پوشش رسانه‌ای المپیک ۲۰۲۰ توکیو و

۲۰۱۶ ریو (مطالعه موردی: روزنامه ایران ورزشی)

صدیقه رضایی پاشا^۱، فریده شریفی فر^۲، محمود شارع پور^۳، علی اصغر کیا^۴

تاریخ دریافت: ۱۳/۷/۰۱، تاریخ تایید: ۱۱/۱۱/۰۱

چکیده

با توجه به تعداد محدود و محدودیت مدل‌های مفهومی جنسیت ارائه شده در پوشش رسانه‌ای، هدف از نگارش این مقاله رسیدن به یک مدل مفهومی از جایگاه جنسیت در پوشش رسانه‌ای المپیک ۲۰۲۰ توکیو و ۲۰۱۶ ریو بود تا بتوان از آن به‌عنوان الگویی در تحلیل شرایط موجود و نیل به وضع مطلوب بهره‌برداری کرد. این تحقیق به روش پژوهش کیفی و مبتنی بر رویکرد تحلیل مضمون است. جامعه آماری، شامل تمامی مطالب روزنامه ایران ورزشی در سال ۱۳۹۵ و در سال ۱۴۰۰ بود. نمونه‌گیری آماری به‌صورت هدفمند انتخاب گردید که شامل ۲۱۲ داده متنی (خبر، گزارش، مصاحبه و مقاله) در روزنامه ایران ورزشی در بازه زمانی برگزاری هر یک از المپیک‌های مذکور (۱۵ الی ۳۱ مرداد ۱۳۹۵ و ۱ الی ۱۷ مرداد ۱۴۰۰) بود. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش کدگذاری سه مرحله‌ای کدگذاری توصیفی، تفسیری و یکپارچه‌سازی استفاده شد. با توجه به نتایج کدگذاری‌ها، پنج مضمون اولیه، سه مضمون ثانویه و یک مضمون فراگیر حاصل گردید مقایسه نتایج به‌دست‌آمده نشان می‌دهد که در اغلب موارد تحت تأثیر فضای گفتمان جنسیت زدگی و رویکرد این روزنامه مبنی بر مفاهیم «هژمونی»، «استعاره‌های ورزشی» و «فرا واقعیت» بوده است. از نکات قابل توجه در مفهوم «هژمونی» این است که پوشش خبرها در این مضمون برای هر دو جنس انجام شده است با این تفاوت که حمایت خبری از بانوان بیشتر اعلام محرومیت‌های زیرساختی می‌شود.

واژه‌های کلیدی: جنسیت؛ خبرهای ورزشی؛ المپیک، رسانه، تحلیل مضمون

^۱ دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی ورزش، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
rezaeepasha@yahoo.com

^۲ استادیار مدیریت ورزشی، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده‌ی مسئول)
f_sharififar@azad.ac.ir

^۳ استاد جامعه‌شناسی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران؛ sharepour@yahoo.com

^۴ استاد روزنامه‌نگاری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران aliasgharkia22@gmail.com

در دنیای امروز رسانه‌ها مهم‌ترین ابزار انتقال پیام هستند که به طرق گوناگون در دسترس عموم مردم قرار دارند و سهم چشمگیری در میزان آگاهی مردم نسبت به موضوعات مختلف دارند. رسانه‌ها از معیارها و شاخص‌های توسعه فرهنگی و اجتماعی به حساب می‌آیند و نقش عمده‌ای در فرهنگ‌سازی، آموزش، اطلاع‌رسانی و ایجاد مشارکت اجتماعی دارند. رسانه‌ها همواره تابع قالب‌های تفکر و چارچوب‌های سیاسی مسئولان و افراد با نفوذ جوامع مختلف هستند. مطالعات نشان داده‌اند که رسانه‌ها، به‌ویژه رسانه‌های اجتماعی، نه تنها بر سلامت روان افراد جامعه تأثیر مستقیم دارند، بلکه می‌توانند بازنمایی‌های جنسیتی را نیز دستخوش تغییر کنند. به‌طور خاص، الگوریتم‌های رسانه‌های اجتماعی با ایجاد فشار روانی بر مخاطبان برای ارائه تصویری ایده‌آل از خود، به افزایش اضطراب و نارضایتی از بدن و تغییر در بازنمایی‌های جنسیتی منجر می‌شوند (نصرتی و همکاران، ۲۰۲۱). در این میان رسانه و ورزش بخش‌های به هم وابسته زندگی ما هستند. ورزش بخش مهمی از محتویات رسانه‌ها را تشکیل می‌دهند و ورزش برای کسب درآمد و مقبولیت اجتماعی به رسانه‌ها وابسته‌اند (جوانی، ۱۴۰۱) و یک رابطه دوطرفه‌ای بین ورزش و رسانه در حیطه مهم زندگی وجود دارد یعنی هریک روی دیگری تأثیر می‌گذارد و هریک بر حسب دیگری رشد کرده است و به محبوبیت اجتماعی و موفقیت دیگری وابسته است. مطابق بیان پدرسون^۱ رسانه یکی از مؤثرترین صورت‌های اجتماعی‌سازی در جامعه امروز در ایجاد ارزش‌های جنسیتی است. در حقیقت، رسانه‌های جمعی از طریق نمایش‌های روزانه در رسانه‌های چاپی و تلویزیون نقش مهمی در انتقال تفاوت‌های جنسیتی و نابرابری ایفا می‌کنند. افراد با مجله‌ها و روزنامه‌های حاوی عکس‌ها و روایت‌هایی که بیانگر عدم تعادل جنسیتی بین زنان و مردان است اشباع می‌شوند. این تفاوت‌های نقش جنسیت مخصوصاً در دنیای ورزش مشهود است. (کواکلی^۲، ۱۳۹۹) نصرتی و همکاران (۲۰۲۰) نیز با تأکید بر تأثیر رسانه‌های اجتماعی، به این نکته اشاره می‌کنند که این رسانه‌ها می‌توانند استانداردهای جنسیتی خاصی را ترویج دهند و از طریق فشار به افراد برای تطبیق خود با این استانداردها، موجب ایجاد مشکلات روانی مانند اضطراب و افسردگی شوند. ورزش یکی از ارکان مهم برای بازتاب تفکر اجتماعی است تا جایی که نوربرت الیاس^۳ بیان می‌کند «شناخت ورزش، کلید شناخت جامعه است» (قدیمی، ۱۴۰۰).

¹ Perderson

² Jay Coakley

³ Norbert Elias

۱۳۰) در اینجا یکی از ابزارهایی که با به کار گرفتن نهاد ورزش در به نمایش گذاشتن فرهنگ یک جامعه ورزشی نقش شایان توجهی دارد رسانه ها هستند. رسانه‌ها، به‌ویژه رسانه‌های اجتماعی، نقش بسزایی در سلامت اجتماعی و روابط فردی جامعه ایفا می‌کنند. در صورتی که این رسانه‌ها در جهت آموزش، انتقال دانش و ترویج فرهنگ به کار گرفته شوند، می‌توانند به تقویت سلامت و انسجام جامعه کمک کنند (زمانی و همکاران، ۲۰۲۱). در حقیقت رسانه‌ها در کنار نهاد آموزش و پرورش و نهاد خانواده از جمله عوامل جامعه‌پذیری کردن افراد یک جامعه، فرهنگ یک قوم و هویت فردی و اجتماعی افراد هستند، به علاوه، آنچه رسانه‌ها به نمایش می‌گذارند هم برگرفته از فرهنگ جامعه و هم تاثیرگذار بر آن است. از جمله رسانه‌های مطرح در هر جامعه‌ای مطبوعات ورزشی هستند که علاوه بر جنبه تفریحی، سرگرمی و اطلاع‌رسانی، جنبه پوشش جنسیتی رسانه‌ای نیز دارند. (مطهری، ۱۳۹۴: ۱۳۶) با توجه به نقش و کارکرد مطبوعات ورزشی در تولید و باز تولید روابط و مناسبات قدرت از طریق رویه‌های گفتمانی و ایدئولوژیکی در قالب معناسازی جنسیت در مطبوعات ورزشی، اتخاذ رویکردی انتقادی به مطبوعات امری ضروری است. به‌طوری‌که، آنچه از طریق این پژوهش حاصل می‌شود، می‌تواند مبنایی برای دیگر پژوهش‌ها باشد. با مرور مطالعات انجام شده در زمینه تحلیل جامعه‌شناختی جنسیت در داده‌های متنی اخبار ورزشی المپیک مشخص می‌شود که اکثر پژوهش‌ها عمدتاً کمی و قوم‌نگارانه و یا به بررسی رویداد ورزشی خاص در یک مقطع زمانی و با هدف برهم زدن تصورات قالبی و پیش‌فرض‌های مبتنی بر کلیشه‌های جنسیتی به ورزش پرداخته‌اند. با توجه به مطالب فوق و به دلیل نبود یک مدل و الگوی مفهومی از تحلیل جامعه‌شناختی رسانه‌ها مبتنی بر جنسیت در ادوار گذشته در رویدادهای ورزشی مهمی مانند المپیک که جز معدود رویدادهای جهانی است که به‌طور همزمان مسابقات مربوط به هر دو جنس زن و مرد برگزار می‌گردد که نیاز به انعکاس مربوط به اخبار و یا حواشی احتمالی آن مسابقات در همان زمان برگزاری مسابقات مذکور می‌باشد که قابل قیاس و استناد در بررسی‌های کنونی باشد، به نظر می‌رسد جهت ترسیم یک نقشه و الگوی مفهومی جامعه‌شناختی جنسیت در اخبار ورزشی رسانه‌ای زمان حاضر، نیاز به بررسی دو مقطع زمانی و مقایسه وضعیت موجود با وضعیت گذشته دارد. بنابراین پژوهش حاضر ضمن مطالعه جامعه‌شناختی جنسیت در اخبار منعکس شده در یک رسانه (روزنامه ایران ورزشی) در مورد بزرگ‌ترین رویداد ورزشی جهان به نام المپیک در دو بازه زمانی متفاوت، وضعیت آن رسانه در نوع نگاه به جنسیت و کلیشه‌های جنسیتی در یک فرایند زمانی ۴

ساله را نیز مورد بررسی قرار می‌دهد و در صدد مقوله‌بندی نوینی از تحلیل جامعه‌شناختی جنسیت در خبرهای ورزشی المپیک ۲۰۲۰ توکیو و ۲۰۱۶ ریو بر اساس حمل معناها و پیام‌های اجتماعی (روزنامه ایران ورزشی) در زمینه‌ها و متن‌های مختلف جامعه‌شناختی جنسیت در خبرهای ورزشی المپیک است. که این امر می‌تواند پژوهش حاضر را از دیگر پژوهش‌ها متمایز کند و جنبه‌ای نسبتاً بدیع و نوین بدان بخشد به همین منظور تحقیق حاضر در پی دست یافتن به پاسخ این سؤالات است که:

- تحلیل جامعه‌شناختی جنسیت در پوشش اخبار ورزشی دو المپیک ۲۰۲۰ توکیو و ۲۰۱۶ ریو چگونه است؟

فرض بنیادین این پژوهش این است که معناسازی‌های رسانه‌ای، امری ذاتی و طبیعی نیست، بلکه برساخته‌ای اجتماعی، فرهنگی، زبانی و گفتمانی است؛ لذا این پژوهش با تحلیل و گزارش الگوهای موجود در داده‌های کیفی به دست آمده از داده‌های متنی ضمن رسیدن به پاسخ سؤال فوق، در صدد است تا به ترسیم مدل مفهومی از تحلیل جامعه‌شناختی جنسیت در اخبار ورزشی المپیک در روزنامه ایران ورزشی برسد

مبانی نظری و مروری بر پیشینه پژوهش نظریه‌ی هژمونی^۱ گرامشی^۲

نظریه هژمونی آنتونیو گرامشی می‌تواند ما را در فهم چگونگی متقاعد کردن اعضاء جامعه به پذیرش نظم طبیعی از طریق ورزش یاری رساند. ورزش در مقام عاملی مهم در کنترل اجتماعی جوامع معاصر تلقی گردیده و نقشی مؤثر را ایفا می‌کند. (حشمت زاده و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۰)

آنتونیو گرامشی صحبت از هژمونی در دو نهاد اجتماعی در جامعه‌ی مدرن امروزی می‌کند که عبارتند از: رسانه و ورزش. ورزش و رسانه به هم وابسته بوده و با یکدیگر دارای رابطه‌ی همزیستی مسالمت‌آمیز هستند. ورزش به‌عنوان نهاد اجتماعی هژمونیک، برتری مردان نسبت به زنان را طبیعی می‌سازد. به عبارت دیگر، رسانه از طریق ایجاد و انعکاس نگرش‌های اجتماعی مربوط به مردان و زنان، هژمونی موجود در ورزش را تقویت می‌کند. (شارع پور، ۱۳۸۸: ۱۱). در این پژوهش تبعیض جنسیتی به‌عنوان ایدئولوژی مسلط مردانه در جامعه‌ی ورزش می‌باشد و که

^۱ Hegemonie

^۲ Antonio Gramsci

منجر به وجود آمدن شرایط نابرابری اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی برای زنان مورد بحث قرار می‌گیرد. تبعیض جنسیتی یعنی اعمال و رفتار، پیش‌داوری‌ها و ایدئولوژی‌هایی که زنان را فرودست‌تر و کم‌ارزش‌تر از مردان و مردان را مسلط بر زنان می‌داند، زنان به‌عنوان طبقه‌ی تحت سلطه در جست‌وجوی رسیدن به برابری می‌باشند. (جیولیونوتی، ۱۳۹۱: ۸۲).

نظریه فرا واقعیت ژان بودریار^۱

بودریار از مفهوم «فرا واقعیت»^۲ برای بیان کارکرد رسانه‌ها در نمایان‌سازی واقعیت استفاده کرد؛ بودریار واقعیت را به‌عنوان مقوله‌ای منفک از نشانه‌های آن، در جهان اشباع شده از اطلاعات و سیطره رسانه، از میان رفته است. او این وضعیت را حاد واقعیت نامید. (حامدی، ۱۳۹۴، ۷۱) حاد واقعی در ارتباطات و در معنا، به معنی واقعی‌تر از واقعی است که نشان می‌دهد واقعیت چگونه از میان رفته است زیرا به اعتقاد وی رسانه‌ها با بزرگ‌نمایی یا تحریف اطلاعات درباره‌ی یک رخداد واقعی ورزشی، سبب می‌شوند تا دیگر اثری از واقعیت اولیه در گزارش‌های رادیویی، تلویزیونی یا مطبوعاتی باقی نماند (بودریار، ۲۰۰۷: ۴۸)

نظریه تحلیل انتقادی استعاره^۳

تحلیل انتقادی استعاره، روشی برای آشکارسازی ایدئولوژی‌ها، نگرش‌ها و باورهای زیربنایی است. رویکرد تحلیل انتقادی استعاره نشان می‌دهد کدام دسته از عوامل بر انتخاب واژه‌ها و عبارات برانگیزاننده‌ی احساسات توسط قدرتمندان جامعه، سیاست‌مداران، صاحبان رسانه و ورزش، نقش دارند؟ استعاره‌ها غالباً اثرگذارند (حتی به قول لیکاف^۴: استعاره‌ها می‌توانند کشنده باشند)؛ چراکه شیوه‌های خاص نگاه به جهان را به ما می‌قبولانند. این باور وجود دارد که درک بهتر زبان، اساس خلق جامعه‌ای بهتر است.

بنابراین ابزاری حیاتی برای درک و فهم بیش‌تر روابط پیچیده بین زبان، اندیشه و بافت اجتماعی در اختیار می‌گذارد (چارتریس بلک^۵، ۱۳۹۸: ۳).

^۱ Jean Baudrillard

^۲ Hyper Reality

^۳ Critical Metaphor Analysis

^۴ George Lakoff

^۵ Jonathan Charteris Black

جمع‌بندی مبانی نظری

در تحلیل جامعه‌شناختی جنسیت در خبره‌ای‌های ورزشی می‌توان بیان کرد که رسانه و ورزش از یک‌طرف دو نهاد اجتماعی دارای هژمونی در جامعه‌ی مدرن امروزی می‌باشد، ورزش به‌عنوان نهاد اجتماعی هژمونیک، برتری مردان نسبت به زنان را طبیعی می‌سازد. در واقع، هژمونی در ورزش وجود دارد و این هژمونی توسط نوع پوشش رسانه از نهاد ورزش، مورد حمایت قرار می‌گیرد تا جایی که این تبلیغات رسانه‌ای در شکل‌گیری هویت جنسیتی نقش مؤثری دارد و از طرف دیگر رسانه، ورزش را بر سر دوراهی بهره‌وری و اغوا، فرا واقعیت قرار داده است. (رضایی پاشا، ۱۴۰۰، ۴۲) رسانه‌ها با بزرگنمایی یا تحریف اطلاعات درباره یک رخداد واقعی ورزشی، سبب می‌شوند تا دیگر اثری از واقعیت اولیه در گزارش‌های رادیویی، تلویزیونی یا مطبوعات ورزشی باقی نماند. در واقع واقعیت‌های ورزشی، شبیه‌سازی می‌شوند و البته با میانجی رسانه‌ها به فرا واقعیت تبدیل می‌شوند. به‌طور کلی این مفاهیم (هژمونی، تحلیل انتقادی استعاره، فرا واقعیت) در رسانه‌های ورزشی با تلاش‌هایی که برای ترسیم واقعیت صورت می‌گیرد.

جدول شماره (۱): خلاصه جمع‌بندی مبانی نظری

پارادایم	نظریه	توضیحات
پارادایم انتقادی	نظریه‌ی گرامشی: «هژمونی»	گرامشی هژمونی را این‌طور تعریف می‌کند حکومت‌گران برای تحمیل ایدئولوژی به گروه‌ها و طبقات تحت حاکمیت خود، نمی‌توانند به‌سادگی فقط آن را تجویز کنند بلکه باید آن‌ها را قانع کنند. ورزش و رسانه، دو نهاد اجتماعی دارای هژمونی با هم وابسته و با یکدیگر رابطه همزیستی مسالمت‌آمیزی دارند.
	نظریه لیکاف: «تحلیل انتقادی استعاره»	این نظریه، ارائه‌ی روشی برای درک بهتر رابطه‌ی میان زبان و تفکر است تا بتوان بر اهرم‌های فشار مدرنیته کنترل بیشتری داشت. رویکرد تحلیل انتقادی استعاره نشان می‌دهد کدام دسته از عوامل بر انتخاب واژه‌ها و عبارات برانگیزاننده‌ی احساسات توسط قدرتمندان جامعه، سیاست‌مداران، صاحبان رسانه و ورزش، نقش دارند؟
پارادایم پست‌مدرن	نظریه ژان بودریار: «فرا واقعیت»	حاد واقعی در ارتباطات و در معنا، به معنی واقعی‌تر از واقعی است که نشان می‌دهد واقعیت چگونه از میان رفته است. حاد واقعی یعنی کلاً وانموده شده و در نتیجه زیباتر از زیبا و حقیقی‌تر از حقیقی است. ورزش را در مخصصه بین فریب و اغوا و فناوری گرفتار می‌داند و رسانه این قدرت را دارد تا برخی از واقعیت‌های ورزشی را درشت‌نمایی یا چشم‌پوشی نماید.

مروری بر پیشینه پژوهش

جوانی و همکاران (۱۴۰۱) در تحقیقی به تأثیر رسانه‌ها بر کلیشه‌های جنسیتی در ورزش زنان پرداختند در این روش به کار گرفته برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، تحلیل مضمون است. جامعه‌ی پژوهش شامل زنان ایرانی ورزشکار در سطح حرفه‌ای و همچنین شامل پژوهشگرانی است که در حوزه‌ی مطالعاتی ورزش زنان فعالیت می‌کنند. در تحلیل یافته‌های حاصل از مصاحبه‌ها، دو تم اصلی؛ کژکارکردها و کارکردهای رسانه‌ها در حوزه‌ی تأثیرگذاری رسانه‌ها بر کلیشه‌های جنسیتی استخراج شد که بیانگر تأثیر دوگانه و متضاد آن‌هاست؛ بدین معنی که؛ از یک سو، پیامد بازتاب موفقیت‌ها و فعالیت‌های زنان ورزشکار حرفه‌ای در رسانه‌ها سبب تضعیف اندیشه‌های حاکم مردسالارانه در ورزش می‌شوند، ولی از سوی دیگر، رسانه‌ها به واسطه‌ی سوگیری در تأکید و بزرگنمایی بعد زنانگی ورزشکاران زن با القای نگاه جنسیتی و باور غیر جدی بودن ورزش زنان در اذهان عموم به تقویت کلیشه‌های جنسیتی در جامعه می‌پردازند.

نظری آزاد و همکاران (۱۳۹۸) در تحقیقی به تحلیل جامعه‌شناختی از نابرابری جنسیتی در ورزش (از منظر زنان ورزشکار قهرمان ملی) پرداختند. در این تحقیق با استفاده از روش پیمایش، تعداد ۲۲۲ نفر از زنان ورزشکار در سطح ملی و بین‌المللی به عنوان نمونه آماری با استفاده از نمونه‌گیری تصادفی انتخاب شدند. ابزار سنجش پژوهش، پرسشنامه بود، یافته‌های تحقیق نشان داد که متغیرهای پایگاه اجتماعی - اقتصادی، ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی، الگوپذیری از والدین، تحصیلات زنان و استفاده از رسانه‌ها، به ترتیب، بیشترین تأثیر را بر متغیر وابسته‌ی تحقیق داشته و در مجموع توانستند بیش از ۴۹ درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین نمایند.

قره و همکاران (۱۳۹۶) شناخت نگرش دانشجویان مدیریت رسانه نسبت به انعکاس ورزش بانوان در رسانه ملی را بررسی کرده‌اند. روش گردآوری داده‌ها، میدانی بود. یافته‌های تحقیق نشان داد که رسانه ملی در انعکاس ورزش بانوان و مطابقت آن با راهبردهای ورزش بانوان ناموفق بوده است و تنها در مورد ورزش دانشجویی و قهرمانی نظرها تا حدودی بهتر و مثبت‌تر از سایر موارد به دست آمده است. همچنین از نظر جنسیت بین مؤلفه‌های ورزش آقایان و ورزش قهرمانی تفاوت وجود داشته است.

گرا بمولروا^۱ (۲۰۲۲) در پژوهشی به بررسی رسانه‌های اجتماعی و المپیک: یک فرصت

برای بهبود برابری جنسیت پرداخت. هدف این مقاله بررسی این موضوع است که آیا محتوای رسانه‌های اجتماعی توسط کمیته‌های ملی المپیک (NOC) در طول بازی‌های المپیک ۲۰۲۰ توکیو تقویت شده یا بلندپروازی‌های برابری جنسیتی کمیته بین‌المللی المپیک (IOC) را تضعیف می‌کند؟ روش تحقیق جهت مطالعه موضوع حاضر، روش تجزیه و تحلیل کمی حساب‌های رسانه‌های اجتماعی سه کمیته ملی المپیک (NOC) (نروژ، جمهوری چک و سوئیس) و مصاحبه‌های عمیق کیفی با اطلاع‌رسانان کلیدی - رسانه‌های اجتماعی NOC و پرسنل کمیته المپیک اروپا (EOC)، است. بنابراین این مطالعه تصمیمات و فرآیندهایی که تصویر جنسیتی در بازی‌های المپیک ۲۰۲۰ توکیو را تحت تأثیر قرار می‌دهند، بررسی می‌کند. یافته‌های پژوهش نشان داد که پرسنل رسانه‌ها تأثیر قابل توجهی بر ارائه تصویر منطقی از جنسیت در محتوای کانال‌های ارتباطی خود دارند و برخلاف رسانه‌های خبری، آن‌ها از الگوهایی که بکار می‌برند آگاه بودند و آن‌ها را در راستای ارزش‌های المپیک به کار بستند. در نتیجه، آن‌ها دستور کار منصفانه‌تری را برای ورزشکاران زن و مرد تعیین کردند و مأموریت برابری جنسیت (IOC) را تقویت کردند.

کالوو اورتگا^۲ (۲۰۲۰) پوشش خبری ورزشکاران زن در جریان بازی‌های المپیک ۲۰۱۶ ریو را مورد مطالعه قرار دادند. برای این کار، از روش تجزیه و تحلیل محتوا استفاده شد. نتایج تحلیل ۸۶۱ خبر، نشان داد که میزان پوشش زنان ورزشکار در طول دوره‌ی المپیک با توجه به اطلاعات روزانه‌ی ارائه‌شده در خارج از دوره‌ی المپیک، افزایش یافته است. البته این افزایش پوشش هرگز از میزان پوشش دریافتی ورزشکاران مردان فراتر نرفت. با وجود این، از نظر اهمیتی که به اخبار داده می‌شود و به دلیل مرتبط بودن مسابقات ورزشی و موفقیت‌های تیم ملی زنان در این دوره عدالت خاصی بین جنسیت وجود دارد این نتایج در مقایسه با این واقعیت است که زنان اسپانیایی بیش‌تر از مردان در بازی‌های المپیک که در ریو دو ژانیرو در سال ۲۰۱۶ برگزار شد، مدال‌های المپیک را کسب کردند.

اگرچه در تحقیقات پیشین صورت گرفته، از جمله، پژوهش جوانی و همکاران (۱۴۰۱) از روش تحلیل مضمون به کار گرفته است ولی در این روش جامعه‌ی پژوهش مورد مطالعه شامل زنان

¹ Aneta Grabmüllerová

² Elena Calvo-Ortega

ایرانی ورزشکار در سطح حرفه‌ای و همچنین شامل پژوهشگرانی است که در حوزه‌ی مطالعاتی ورزش زنان فعالیت می‌کنند که از نظر ماهیت جامعه مورد مطالعه، با تحقیق حاضر تفاوت قابل‌ملاحظه‌ای دارد. پژوهش آزاد و همکاران (۱۳۹۸) از روش پیمایشی به کار گرفته است ولی در این روش اطمینانی به روابط بین متغیرهای مستقل وابسته علی هستند یا نه موجود نیست و پژوهش قره و همکاران (۱۳۹۶) فقط یک تحقیق توصیفی است که از اعتبار درونی کمی برخوردار است و پژوهش گرایمولرو (۲۰۲۲) به تحلیل اخبار یک صفحه رسانه اجتماعی الکترونیک کمیته بین‌المللی المپیک و مقایسه آن با صفحات اینستاگرام کمیته ملی المپیک سه کشور اروپایی و مصاحبه با مدیران آن صفحات پرداخته که از نظر روش تحقیق و ماهیت رسانه مورد مطالعه و جامعه مورد مطالعه، با تحقیق حاضر تفاوت قابل‌ملاحظه‌ای دارد. پژوهش کالوو اورتگا^۱ (۲۰۲۰) از روش تجزیه و تحلیل محتوا استفاده شده است که این نتیجه پژوهش محدود به زمان رقابت است و خلاف نظریه‌های موجود نشان می‌دهد که نتایج این پژوهش به طور قابل توجهی با نتایج تحقیقات قبلی متفاوت است. این تفاوت اهمیت و نیاز به اقدامات احتیاطی و عمیق‌تری را در این نوع مطالعه تأکید می‌کند. بنابراین با توجه به بررسی نتایج یافته‌های محققان از یک‌سو و حضور مؤثر و ملموس زنان در عرصه‌های مختلف ورزشی در سال‌های اخیر، نیاز به مطالعه کیفی به‌صورت عمیق‌تر را جهت بررسی وضعیت انعکاس اخبار ورزشی در رسانه‌های ایرانی ایجاد نموده است. لذا پژوهش حاضر جهت پر نمودن این خلأ تلاش نموده است تا با مطالعه تحلیل جامعه‌شناختی جنسیت در پوشش رسانه‌ای مسابقات المپیک ۲۰۲۰ توکیو و ۲۰۱۶ ریو در اخبار جدیدترین و بزرگ‌ترین رویداد ورزشی جهان یعنی المپیک ۲۰۲۰ توکیو و مقایسه آن با المپیک ۲۰۱۶ ریو، تصویری از وضعیت انعکاس اخبار رسانه‌های ایرانی با تمرکز بر جنسیت در فاصله زمانی ۴ سال اخیر که ایران دارای دو رویکرد سیاسی اجتماعی متفاوت نیز بوده است، ارائه دهد. به‌طوری‌که، آنچه از طریق این پژوهش حاصل می‌شود، می‌تواند مبنایی برای دیگر پژوهش‌ها باشد. آنچه که می‌تواند پژوهش حاضر را از دیگر پژوهش‌ها متمایز کند و جنبه‌ای نسبتاً بدیع و نوین بدان بخشد، مقوله‌بندی نوینی از تحلیل جامعه‌شناختی جنسیت در خبرهای المپیک ۲۰۲۰ توکیو و ۲۰۱۶ ریو است که با یک دیدگاه جامعه‌شناسی ترکیبی (کلان و پست‌مدرن) بر اساس حمل معناها که پیام‌های اجتماعی را در برمی‌گیرد به‌عبارت دیگر قدرت خلاقیت و نوآوری محقق در این تحقیق در ایجاد یک مدل مفهومی نظریه‌ای درباره‌ی مطالعه‌ی

¹ Elena Calvo-Ortega

جامعه‌شناختی جنسیت در خبرهای المپیک توکیو ۲۰۲۰ و المپیک ۲۰۱۶ ریو در زمینه‌ها و متن‌های مختلف اجتماعی است.

روش پژوهش

روش پژوهش حاضر کیفی و با استفاده از رویکرد تحلیل مضمون انجام شده است. جامعه آماری، شامل کلیه خبرها، گزارش‌ها، مصاحبه‌ها و مقاله‌های منتشر شده در رسانه‌های مکتوب ایرانی در سال ۱۳۹۵ و در سال ۱۴۰۰ است که رویداد المپیک ۲۰۲۰ توکیو (۲۵ تیر- ۲۵ مرداد ۱۴۰۰) و ۲۰۱۶ ریو (۸ شهریور- ۸ مرداد ۱۳۹۵) را پوشش می‌دهد.

روش نمونه‌گیری آماری به‌صورت هدفمند/انتخاب گردید که شامل ۲۱۲ داده متنی (خبر، گزارش، مصاحبه و مقاله) در روزنامه ایران ورزشی در بازه زمانی برگزاری هر یک از المپیک‌های مذکور بود (جدول شماره ۲). در تحلیل مضمون روزنامه ورزشی ایران، داده‌های متنی که در آن بر اساس مقوله‌های معنایی مشترک گروه‌بندی شدند و در نهایت بر اساس وجوه مشترک عبارات گروه‌بندی شده در هرکدام از مقولات و طی فرآیندی سلسله مراتبی، مضمون‌های اصلی، سازمان دهنده و فراگیر مشخص گردید. برای سنجش روایی از روش «ممیزی کردن از سوی داور» و پایایی از روش هولستی^۱ استفاده گردید و درصد توافق ۰/۸۹ به دست آمد که نشان می‌دهد نتایج پژوهش از قابلیت اعتماد بالایی برخوردار است جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش کدگذاری سه مرحله‌ای کدگذاری توصیفی، تفسیری و یکپارچه‌سازی استفاده شد

جدول شماره ۲- مشخصات زمان و مکان برگزاری المپیک ۲۰۲۰ توکیو و ۲۰۱۶ ریو

ردیف	مکان برگزاری المپیک	تاریخ برگزاری به میلادی	تاریخ برگزاری به هجری شمسی	زمان مورد مطالعه	تعداد خبر
۱	ژاپن- توکیو	۲۰۲۰ ۱۲ آگوست- ۲۷ جولای	۱۴۰۰ ۱ مرداد- ۱۷ مرداد	۱۴۰۰ ۲۵ تیر- ۲۵ مرداد	۸۹
۲	برزیل- ریودوژانیرو	۲۰۱۶ ۲ آگوست- ۵ آگوست	۱۳۹۵ ۳۱ مرداد- ۱۵ مرداد	۱۳۹۵ ۸ شهریور- ۸ مرداد	۱۲۳
مجموع داده‌ها					۲۱۲

^۱ Holsti, s coefficient of reliability

یافته‌های پژوهش

با توجه به کدبندی‌ها و تحلیل‌های انجام گرفته بر روی داده‌های متنی روزنامه‌ی ایران ورزشی در زمان برگزاری المپیک ۲۰۲۰ توکیو و ۲۰۱۶ ریو، مهم‌ترین مضمون‌های استخراج شده از بطن خبرهای انعکاس این رویداد ورزشی به شرح جدول ذیل می‌باشد.

جدول شماره‌ی ۳- مضامین تحلیل جامعه‌شناختی جنسیت در پوشش رسانه‌ای

مسابقات المپیک ۲۰۲۰ توکیو و ۲۰۱۶ ریو

تم (مضمون فراگیر)	مفاهیم ثانویه (مضمون سازمان‌دهنده)	مفاهیم اولیه (مضمون اصلی)
جنسیت در پوشش رسانه‌ای مسابقات المپیک	استعاره‌های ورزشی	واژگان برخورد زنان
		واژگان برخورد مردان
	فرا واقعیت	تحریف گزارشگری
		تحریف سیستماتیک
	هژمونی	تبعیض جنسیتی مزایا

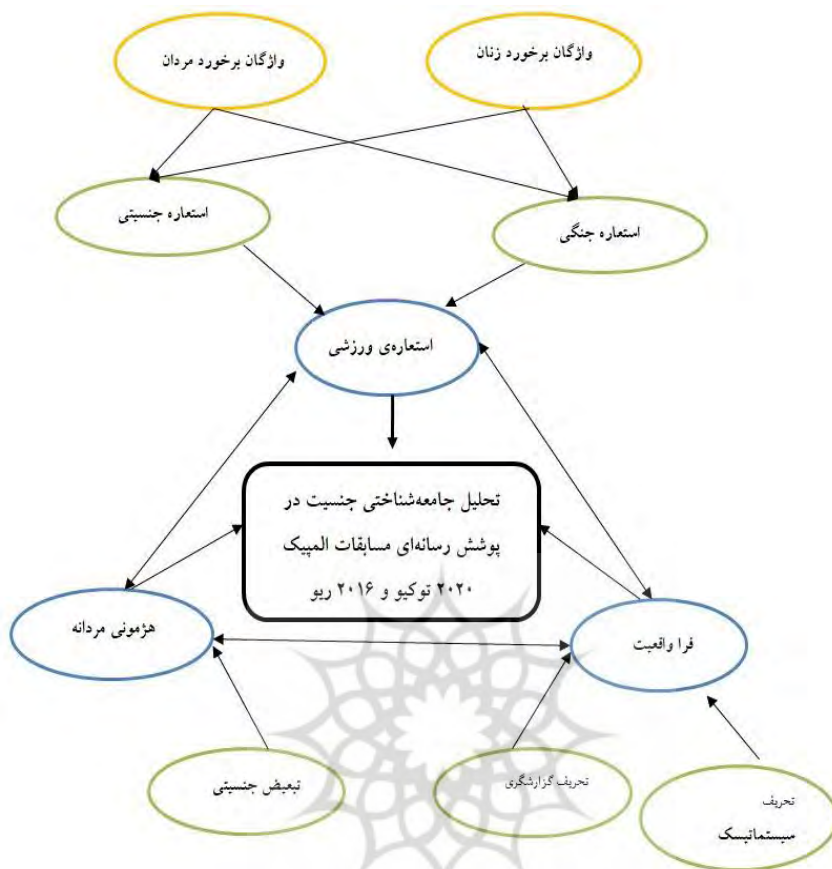
همان‌گونه در جدول (شماره ۳) مشاهده می‌گردد، پس از سه مرحله کدگذاری داده‌های متنی روزنامه ایران ورزشی، پنج مضمون اصلی (شامل: واژگان برخورد زنان، واژگان برخورد مردان، تحریف گزارشگری، تحریف سیستماتیک و تبعیض جنسیتی مزایا)، سه مضمون سازمان دهنده (شامل: استعاره‌های ورزشی، فرا واقعیت و هژمونی) و یک مضمون فراگیر (شامل جنسیت در پوشش رسانه‌ای) حاصل گردید که در جدول ذیل (شماره ۴) مصداق‌های مربوط به هر یک از مضامین به تفکیک آورده شده است.

جدول شماره ۴- مضامین و مصداق‌های تحلیل جامعه‌شناختی جنسیت در پوشش رسانه‌ای

مسابقات المپیک ۲۰۲۰ توکیو و ۲۰۱۶ ریو

مضمون مضمون سازمان‌دهنده	مضمون اصلی	مصداق‌های خبرهای ورزشی (المپیک ۲۰۲۰ توکیو)	مصداق‌های خبرهای ورزشی (المپیک ۲۰۱۶ ریو)
مضمون فراگیر	واژگان برخورد زنان	ناهید کیانی: بازنده نبرد من و کیمیا «المپیک» بود، المپیک کرونازده بدون صلح. «کیمیا علیزاده با پول مالیات من و شما موفق شده؛ وگرنه کسی او را نمی‌شناخت.»	فرزام: مهسا جاوید در گروه مرگ قرار دارد ندا شهسوار، بعد از یک مبارزه جانانه، کارش را در المپیک تمام کرد.
	واژگان برخورد مردان	کشتی‌فرنگی با تمام قوا به توکیو رسید؛ ۵ سرباز، یک فرمانده و یک ژنرال، ۵ سرباز جنگجو و دلاور به همراه یک فرمانده کار بلد و یک ژنرال افتخارآفرین، این‌ها برای یک جنگ تمام‌عیار به نظر کافی می‌آید. چون پرده برافتد، نه تو مانی و نه من جنگ تیروکمان سنگی با مسلسل! دستان خود را خالی از اسلحه دیدند و انواع ادوات جنگی را در دست رقبای نامدار. علی پاکدامن: زخم‌هرروز عمیق‌تر می‌شود مانند سربازی بودم که روی زمین پر از مین راه می‌رود رقابت تانک روس و اسنایدر آمریکایی در فینال جنگ طلای سوم	تهدید رئیس فدراسیون جهانی دوومیدانی به مرگ بازیکن سالاری حالا در المپیک؟! جنگ است، یکی افتاده روی زمین، فرمانده فرمان پیشروی می‌دهد و کسی حق ماندن ندارد. آن یکی که روی زمین مانده برادرت است. بهترین دوست، پدرت، هم‌رزم و حتی همان فرمانده‌ای که می‌گوید برو! چه باید بکنی؟ وظیفه سرباز در این دوراهی چیست؟ قارداشی: جنگندگی بیشتری از پینگ‌پنگ‌بازان می‌خواستیم امید نوروزی: تک‌وتنها با داور و حریف می‌جنگیدیم سید محمدرضا پولادگر: متأسفم برای کسانی که با پول مردم رشد کرده و مثل مزدور به کشورهای دیگر می‌روند و در رویداد بزرگ جلوی چشم مردمان ایران روبه‌روی یک هم‌وطن می‌ایستند. پول چقدر ارزش دارد؟ «ما حاضریم جان خود را بدهیم تا مردم‌مان شاد شوند. آیا پول این‌قدر ارزش داشت که باعث ناراحتی مردم ایران شوند. من این‌ها را هم‌وطنان خودم نمی‌دانم. او به خاطر پول در میدانی که باعث شادی هم‌وطنانش می‌شود زیر پرچم کشور دیگر مبارزه کرد. آیا او می‌تواند خودش را ببخشد؟»

				شناگر روس: بازی‌های ریو شبیه جنگ بود بررسی قضاوت‌های جانبدارانه داوران کشتی در المپیک، نوشدارو پس از مرگ سهراب
فرا واقعیت	تحریف گزارشگری	تحریف سیستماتیک	تحریف کیمیا علیزاده در تلویزیون و پیش از رقابتش با ناهید کیانی در سه مرحله شکل گرفت.	-----
			مالیات ما چگونه در ورزش خرج شده؟ همه هزینه‌ها برای دیگران! (کیمیا علیزاده با پول مالیات من و شما موفق شده؛ وگر نه کسی او را نمی‌شناخت.) تکواندوکاری که به رایگان به تیم پناهندگان المپیک سپرده شد، نازنین ملایی نماینده ایران در قایقرانی، چند روز پیش به عدم دسترسی «جلیقه ضد یخ» سخن گفت؛ تقدیر کمیته ملی المپیک از قهرمان ایران، یزدانی پاداش مدال طلا را گرفت	تحریف خبری بهداد سلیمی و اعتراض‌های تیم ایران نسبت به تیم داوری تا واکنش تخریبگر رسانه‌ها تا شکایت به دادگاه عالی ورزش و رأی دادگاه عالی ورزش که اعتراض ایران را وارد ندانست.
هژمونی	تبعض جنسیتی مزایا			الهه احمدی: اگر حمایت می‌شدیم مدال می‌گرفتیم این است نشانه پسرقت دوومیدانی لیلا رجبی: قراردادم در لیگ ۶ میلیون تومان بود دلم می‌خواست زمین دهان باز کند و مرا بلعد سلیمی به‌اندازه طلایی‌ها پاداش می‌گیرد



نمودار شماره ۱- مدل مفهومی جنسیت در پوشش رسانه‌ای مسابقات المپیک ۲۰۲۰ توکیو و ۲۰۱۶ ریو در روزنامه ایران ورزشی

همان‌گونه که در نمودار (شماره یک) مشاهده می‌گردد از تحلیل جامعه‌شناختی جنسیت در خبرهای ورزشی از دیدگاه جامعه‌شناسی سه مضمون اصلی به دست آمده است که شامل: الف) استعاره ورزشی ب) فرا واقعیت ج) هژمونی، که در ذیل به تحلیل آن‌ها پرداخته شده است.

الف: مضمون استعاره‌ی ورزشی

جدول شماره‌ی ۵- طبقه‌بندی مضمون استعاره‌ی ورزشی در روزنامه ایران ورزشی

خبرهای المپیک ۲۰۱۶ ریو		خبرهای المپیک ۲۰۲۰ توکیو	
واژگان برخورد زنان	واژگان برخورد مردان	واژگان برخورد زنان	واژگان برخورد مردان
فرزام: مهسا جاور در گروه مرگ قرار دارد	تهدید رئیس فدراسیون جهانی دوومیدانی به مرگ	ناهید کیانی: بازنده نبرد من و کیمیا «المپیک» بود،	نقشه تزارها برای پلنگ ایرانی
ندا شهسواری، بعد از یک مبارزه جانانه، کارش را در المپیک تمام کرد.	قارداشی: جنگندگی بیشتری از پینگ‌پنگ‌بازان می‌خواستیم	«کیمیا علیزاده با پول مالیات من و شما موفق شده؛ وگرنه کسی او را نمی‌شناخت.»	حسن یزدانی شاه‌ماهی کشتی ایران است
احسان مهاجر شجاعی، لایلا رجبی، به‌نوعی به نبود غیرت در این ورزشکار هنگام این بازی‌ها اشاره کرد.	امید نوروزی: تک‌وتنها با داور و حریف می‌جنگیدیم	بدترین در تاریخ، کیانی؛ قربانی چه چیزی شد	محمد بنا شاگردانش را مثل شیر تربیت می‌کند
بی‌غیرت برای بانویی که بیشترین افتخارات را برای دوومیدانی بانوان به دست آورده و طلسم شکنی کرده؟	کوبایی‌ها با غول چراغ جادو در ریو	تکواندوکاری که به‌رایگان به تیم پناهندگان المپیک سپرده شد.	شکار شیر روی رینگ

با توجه به یافته‌های جدول فوق، مضمون استعاره‌ی ورزشی در روزنامه‌ی ایران ورزشی، در دو سطح استعاره قابل طبقه‌بندی است: (۱) استعاره‌های مربوط به مردان؛ (۲) استعاره‌های مربوط به زنان. در روزنامه‌ی ایران ورزشی، در استعاره‌های مربوط به مردان و زنان نوعی استعاره‌ی جنسیت-زدگی و جنگی مشاهده می‌شود و حکایت از وجود «زبان جنسیت‌زده» دارد که در واژگان برخورد زنان وجود دارد و به‌نوعی توصیف واژه‌های تحقیرشده را برای ورزشکار زن بیان می‌کند که این شکل از کاربرد زبان نوعی خشونت علیه زنان ورزشکار تلقی می‌شود که هرلحظه و هر ثانیه در محیط ورزشی، رسانه‌ها و حتی از سوی روشنفکران و نویسندگان و مجریان اصحاب

رسانه و هرکسی که از وسیله‌ای به نام زبان استفاده می‌کند به صورت مستقیم و غیرمستقیم به کار می‌رود (جدول شماره پنج).

در مقابل در واژگان برخورد مردان، نوعی از توصیف واژه‌های شجاع و مبارز و قوی بیان می‌شود و این در حالی است که برای ورزشکاران زن از این ادبیات استفاده نمی‌شود. در این جا مضمون فرعی واژگان برخورد زنان و مردان در روزنامه‌ی ایران ورزشی، مضامین سازمان‌دهنده در قالب استعاره‌های ورزشی بودند که ذیل آن‌ها مضامین پایه از بین داده‌های پژوهش استخراج شد.

ب: مضمون فرا واقعیت

با توجه به یافته‌های جدول (شماره چهار)، مضمون فرا واقعیت در روزنامه‌ی ایران ورزشی، در دو سطح تحریف قابل طبقه‌بندی است: (۱) تحریف گزارشگری؛ (۲) تحریف سیستماتیک روزنامه‌ی ایران ورزشی با نحوه انعکاس خبری رقابت کیمیا علیزاده با ناهید کیانی در المپیک ۲۰۲۰ توکیو سعی نمود به تحریف گزارشگری فرا واقعیت بپردازد از این لحاظ که اشاره به رفتار سیاسی کمیته بین‌المللی المپیک داشت و همچنین با توجه به بعد شرایط اجتماعی و فرهنگی جامعه ورزشی ایران با نحوه انعکاس خبری رقابت بهداد سلیمی در المپیک ۲۰۱۶ ریو، رسانه‌ی مذکور سوار بر موج تحریف رسانه‌ای، دچار تحریف فرا واقعیت سیستماتیک و نهادینه شده بود که حتی از ابتدا با وجود اینکه رأی داور درست بود و هیأت داور، تصمیم داور را کاملاً درست اعلام کرده بود ولی موج تحریف رسانه‌ای، نادآوری می‌پنداشتند و تحریف خبری بهداد سلیمی و اعتراض‌های تیم ایران نسبت به تیم دآوری تا واکنش تخریبگر رسانه‌ها و شکایت به دادگاه عالی ورزش ادامه داشت تا در انتها رأی دادگاه عالی ورزش که اعتراض ایران را وارد ندانست.

ج: مضمون هژمونی

با توجه به یافته‌های جدول (شماره چهار)، تحلیل مضمون هژمونی در روزنامه‌ی ایران ورزشی به تبعیض جنسیتی مزایا که بر روی ورزشکارانی همانند: کیمیا علیزاده و نازنین ملایی و احسان حدادی ... صورت گرفته است اشاره دارد. تبعیض جنسیتی مزایا با توجه به مصادیق بالا (جدول شماره چهار) در دو المپیک توکیو و ریو، نشان‌دهنده دیدگاه حمایتی رسانه مذکور از تبعیض جنسیتی مزایا در خصوص ورزشکاران زن و مرد بوده است.

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با اتخاذ رویکردی کیفی و مبتنی بر رویکرد تحلیل مضمون کوشید به تحلیل جامعه‌شناختی جنسیت در خبرهای ورزشی المپیک ۲۰۲۰ توکیو و ۲۰۱۶ ریو از این مفهوم ارائه دهد. با توجه به نتایج کدگذاری‌ها، پنج مضمون اولیه، سه مضمون ثانویه و یک مضمون فراگیر حاصل گردید مقایسه نتایج به‌دست‌آمده نشان می‌دهد که رویکرد این روزنامه مبنی بر مفاهیم «هژمونی»، «استعاره‌های ورزشی» و «فرا واقعیت» بوده است که این مفاهیم برای ترسیم مدل مفهومی جامعه‌شناختی جنسیت نقش کلیدی داشتند. تحلیل یافته‌های این تحقیق با کارهای پیشین در بعد پارادایم انتقادی همچون گرامشی (از لحاظ هژمونی)، باراندا^۱ (۲۰۲۰)، لیکاف (از لحاظ تحلیل انتقادی استعاره)، قره و همکاران (۱۳۹۶)، مارتیندیل^۲ (۲۰۲۰)، فورناری^۳ و همکاران (۲۰۱۹)، شور^۴ و همکاران (۲۰۱۹) همسو است و در بعد پارادایم پست‌مدرن، همچون بودریار (از لحاظ فرا واقعیت)، جوانی و همکاران (۱۴۰۱)، گرابمولرو^۵ (۲۰۲۲)، بروس^۶ (۲۰۱۶) همسو است ولی آن چیزی که در این تحقیق کار محقق را با تحقیقات پیشین متمایز می‌کند و تحلیل جامعه‌شناختی جنسیت در خبرهای ورزشی المپیک توکیو و ریو در این تحقیق را برجسته می‌کند، پدیده تحریف سیستماتیک در فرا واقعیت رسانه‌ای و هژمونی در تبعیض جنسیتی مزایا با توجه به شرایط اجتماعی و فرهنگی که حاکم بر جامعه ورزشی ایران است. در این پژوهش این سه پدیده مورد کنکاش قرار گرفت و به این قرار است:

در مضمون سازمان دهنده این پژوهش در فرا واقعیت به دو بخش مضمون اصلی: ۱- فرا واقعیت سیستماتیک ۲- تحریف گزارشگری تقسیم گردیده است. (روزنامه ایران ورزشی) در قضیه بهداد سلیمی، سوار بر موج فرا واقعیت سیستماتیک رسانه‌ای بوده است اما در قضیه رقابت کیمیا علیزاده (عضو تیم پناهندگان المپیک ۲۰۲۰ توکیو) با ناهید کیانی، روزنامه (ایران ورزشی) به تحریف گزارشگری واقعیت می‌پردازد از این لحاظ که اشاره به رفتار سیاسی کمیته بین‌المللی المپیک داشت. در مضمون سازمان دهنده این پژوهش در هژمونی به مضمون اصلی که شامل تبعیض جنسیتی مزایا می‌شود روبرو بودیم: نحوه پوشش خبرها در این مضامین برای هر دو

¹ De Baranda Clara Sainz

² Rebecca Martindale

³ Lucimara Fabiana Fornari

⁴ Eran Shor

⁵ Aneta Grabmüllerová

⁶ Toni Bruce

جنس انجام شده است با این تفاوت که حمایت خبری از بانوان بیشتر اعلام محرومیت‌های زیرساختی جهت تمرین در قبل از اعزام به مسابقات یا کمبود امکانات یا تجهیزات برای فرد ورزشکار در هنگام برگزاری مسابقات و ... می‌شود در حالی که پوشش خبری برای ورزشکاران مرد شامل اختصاص امتیازات ویژه و تشویق بابت تلاش‌ها در عرصه رقابت با حریفان حتی در حالی که به نتیجه مطلوب مدنظر نرسیدند همانند در نظر گرفتن پاداش معادل مدال طلا برای حسن یزدانی (المپیک ۲۰۲۰ توکیو) و بهداد سلیمی (المپیک ۲۰۱۶ ریو) به خوبی پوشش داده شد و به وجود هژمونی در این گزارشات می‌توان به طور محسوس پی برد.

در مضمون سازمان دهنده این پژوهش در استعارهای ورزشی به دو بخش مضمون اصلی، واژگان برخورد زنان، واژگان برخورد مردان مواجهه بودیم که حاوی استعاره‌ی جنسیت‌زدگی می‌باشد؛ استعاره‌ی جنسیت‌زدگی حکایت از وجود نوعی «زبان جنسیت‌زده» دارد که کاربرد آن تمایزی نامربوط یا ناعادلانه را در میان جنسیت‌های مختلف به وجود آورده و یا ترویج می‌نماید که بازتابی از جنسیت‌زدگی نظام اجتماعی و خشونت اجتماعی است. در نهایت نتایج به دست آمده در مقاله حاضر نشان می‌دهد که خبرهای المپیک با تأکید بر جنسیت یک برساخته‌ای اجتماعی است که مفاهیم «هژمونی، استعاره‌های ورزشی، فرا واقعیت» توسط روزنامه ایران ورزشی به مخاطب، تفسیر، بازاندیشی و بازنمایی جنسیتی می‌شود.

پیشنهادهات

با توجه به نتایج فوق، پیشنهاد می‌گردد محققان جهت مطالعات آتی به موارد زیر توجه نمایند:

- به شناسایی و مفهوم کلیدی در استعاره‌های گزارش ورزشی در مطبوعات با توجه بیشتری شود که به شناخت قصد پنهان روزنامه‌نگاران کمک شایانی می‌کنند.
- _ میزان و نوع پوشش خبری (تصویری) از ورزشکاران مرد و زن در سطح المپیک نیز توجه گردد تا با مطالعه ابعاد کامل‌تری از پوشش رسانه‌ای به شباهت‌ها و تفاوت‌های موجود در پوشش رسانه‌ای پی برد.

محدودیت‌ها

یکی از خصوصیات پژوهش‌های کیفی مبتنی بر رویکرد تحلیل مضمون، انعطاف‌پذیر بودن آن است، اگرچه انعطاف‌پذیری یک مزیت تحلیل مضمون است اما می‌تواند یک عیب نیز باشد، زیرا

راهکارهای خاصی برای تحلیل‌های سطح بالاتر ارائه نمی‌کند، از این‌رو ممکن است پژوهشگر خود تصمیم بگیرد که روی چه چیزی در داده‌ها تمرکز کند. این امر در پژوهش حاضر نیز دخیل بوده است.

منابع

احمدی، ثریا؛ عقیلی، سیدوحید؛ مهدی زاده، سیدمحمد؛ مظفری، افسانه. (۱۳۹۴) «رسانه و مسأله هویت جنسیتی بازنمایی شده (رهیافتی تحلیلی به مناقشه‌ی تاریخی نقش رسانه‌ها در بازتولید و ترویج نابرابری جنسیتی)»، **مطالعات رسانه‌ای**، سال ۱۰، صص ۷-۱۸. زمستان.

پاک‌سرشت، سلیمان؛ حسینی، حاتم؛ اینانلو، مینا. (۱۳۹۱). «تحلیل تماتیک رفتارهای بدنی در بین دختران و زنان تهرانی»، **فصل‌نامه‌ی انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات**، سال ۸، شماره ۲۸، صص ۱۶۹-۱۴۷. پاییز.

جوانی، وجیهه؛ آقاجانی، فرشته؛ عالمی، مینا. (۱۴۰۱). تأثیر رسانه‌ها بر کلیشه‌های جنسیتی در ورزش

زنان، **فصل‌نامه‌ی علمی زن در فرهنگ و هنر**، دوره ۱۴، شماره ۱، صص ۵۷-۷۲. پاییز.

جیولیونوتی، ریچارد. (۱۳۹۱). **نظریه‌های جامعه‌شناسی انتقادی در ورزش**، ترجمه‌ی افسانه توسلی، چاپ اول، تهران: نشر علم.

چارتیس بلک، جانانان. (۱۳۹۸). **تحلیل انتقادی استعاره: رویکردی شناختی - پیکره‌ای**، ترجمه‌ی یکتا پناه پور، چاپ اول، تهران: انتشارات لوگوس.

حامدی، مهدی؛ رضوی، فاطمه. (۱۳۹۴) «نظام نشانه‌ای حاد واقعیت در اندیشه بودریار و تطبیق آثار پیترو هالی با آن». **دوفصل‌نامه فلسفی شناخت**. سال هشتم، شماره ۲، صص ۷۱-۸۴. زمستان.

حشمت زاده، محمدباقر؛ اکرمیان، سید محمدحسین. (۱۳۹۴). «ارتباط سنجی ورزش و سیاست با بهره‌گیری از نظریه آنتونی گرامشی»، **رهیافت‌های سیاسی و بین‌المللی**، سال هفتم، شماره ۱، صص ۳۵-۱۰. پاییز.

رضایی پاشا، صدیقه؛ شریفی فر، فریده؛ شارع پور، محمود؛ کیا، علی اصغر کیا. (۱۴۰۰). تحلیل تماتیک خبرهای المپیک ۲۰۲۰ توکیو با تأکید بر جنسیت (مطالعه موردی: روزنامه شرق)، **فصل‌نامه**

مطالعات توسعه‌ی اجتماعی - فرهنگی، دوره نهم، شماره ۴، ۵۷-۳۳. بهار.

شارع پور، محمود. (۱۳۸۸). «نقش رسانه در بازتولید هژمونی مردانه در ورزش: مطالعه‌ی موردی: بازی‌های المپیک»، **فصل‌نامه‌ی انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات**، دوره ۵، شماره

۱۴، صص ۳۲-۱۱. بهار.

صادقی فسایی، سهیلا؛ کریمی، شیوا. (۱۳۸۴). «کلیشه های جنسیتی سریال تلویزیونی ایرانی در سال ۱۳۸۳، پژوهش زنان، دوره ۳، شماره ۳، ص ۸۹-۵۹. پاییز.

قدیمی، بهرام؛ شکاری، شیوا؛ تجرد، ابوالفضل؛ امیری مقدم، مرجان. (۱۴۰۰). *نظریه های کلاسیک و مدرن در جامعه شناسی ورزش*، چاپ سوم، تهران، انتشارات جامعه شناسان.

قره، محمدعلی؛ آنت، زینب. (۱۳۹۶). «شناخت نگرش دانشجویان مدیریت رسانه نسبت به انعکاس ورزش بانوان در رسانه ملی»، *پژوهش های فیزیولوژی و مدیریت در ورزش*، دوره ۹، شماره ۱، صص ۴۵-۵۵. بهار.

کواکلی، جی. (۱۳۹۹). *ورزش در جامعه*، ترجمه ی سید احمدنژاد سجادی، چاپ اول، تهران، انتشارات علمی و فرهنگی.

مطهری، شهلا؛ سعادت، محبوبه. (۱۳۹۴). «بررسی زبان جنسیتی در مطبوعات اجتماعی ایران: مطالعه ی موردی چهار مجله ی خانوادگی پرتیراژ»، *فصل نامه ی علمی - پژوهشی زبان پژوهی دانشگاه الزهرا*، سال ۷، شماره ی ۱۶، صص ۱۵۹-۱۳۳. پاییز.

نظری آزاد، معصومه؛ طالب پور، اکبر؛ کاشانی، مجید. (۱۳۹۸). تحلیل جامعه شناختی از نابرابری جنسیتی در ورزش (از منظر زنان ورزشکار قهرمان ملی). *فصلنامه علمی - پژوهشی زن و جامعه*، سال دهم، شماره ۴، صص ۲۸۹-۳۱۶. زمستان.

- Ahmadipour, Soraya; Aghili, Seyed Vahid; Mahdizadeh, Seyed Mohammad; Mozaffari, Afsaneh. (2015). "Media and the Issue of Gender Identity Representation (An Analytical Approach to the Historical Controversy of Media's Role in Reproducing and Promoting Gender Inequality)," *Media Studies*, Year 10, pp. 18-7. Winter.(In Persian)
- Baudrillard, Jean. (2007). *Seduced Translation*, Amin Jahani. Paris press.
- Braun, Virginia, and Victoria Clarke. (2006) "Using thematic analysis in psychology." *Qualitative research in psychology* 3.2: 77-101.
- Bruce, T. (2016). New rules for new times: Sports women and media representation in the third wave. *Sex Roles*, 74(7-8), 361-376.
- Chartres Black, Jonathan. (2019). "Critical Analysis of Metaphor: A Cognitive-Corporeal Approach," translated by Yekta Panah Pour, First Edition, Tehran: Logos Publishing. (In Persian)
- Coakley, Jay. (2020). *Sport in soiety: issues and controversies*. Translated by Seyed Ahmadnejhad Sajadi. Elmi and farhangi press.
- De Baranda Clara Sainz, Adá Lameiras Alba, Blanco Ruiz Marian (2020) "Gender Di_erences in Sports News Coverage on Twitter", *International Journal Environmental Research and Public Health*, 17(14): 1-13.
- Fornari LF, Lourenço RG, Fonseca RMGS, Santos DLA, Egly EY(2019) Gender perspective in reports on women athletes in Rio 2016 Olympic Games. *Texto Contexto Enferm*

[Internet]. 2019 [cited YEAR MONTH DAY]; 28:e20180170. Available from: <http://dx.doi.org/10.1590/1980-265X-TCE-2018-0170>

- Ghadimi, Bahram; Shakari, Shiva; Tajrod, Abolfazl; Amirimoghadam, Marjan. (2021). "Classical and Modern Theories in the Sociology of Sports," Third Edition, Tehran: Sociologists Publishing. (In Persian)
- Gharae, Mohammad Ali; Ant, Zeynab. (2017). "Understanding Media Management Students' Attitudes Toward Women's Sports Coverage in National Media," *Researches in Physiology and Management in Sports*, Vol. 9, No. 1, pp. 45-55. Spring. (In Persian)
- Giulianotti, Richard. (2012). "Critical Sociological Theories in Sports," translated by Afsaneh Tosali, First Edition, Tehran: Science Publishing. (In Persian)
- Grabmüllerová, A. (2022). Social Media and the Olympics: A Chance for Improving Gender Equality. *Frontiers in Sports and Active Living*, 4.
- Hamed, Mehdi; Razavi, Fatemeh. (2015). "The Acute Signifying System of Reality in Baudrillard's Thought and Its Application to Peter Hall's Works," *Biannual Journal of Philosophical Cognition*, Year 8, No. 2, pp. 84-71. Winter. (In Persian)
- Hesmatzadeh, Mohammad Baqer; Akramian, Seyed Mohammad Hossein. (2015). "Correlation Between Sports and Politics Using Antonio Gramsci's Theory," *Political and International Approaches*, Year 7, No. 1, pp. 35-10. Autumn. (In Persian)
- Javani, Vajieh; Aghajani, Fereshteh; Alami, Mina. (2022). "The Impact of Media on Gender Stereotypes in Women's Sports," *Scientific Quarterly Journal of Women in Culture and Art*, Vol. 14, No. 1, pp. 57-72. Autumn. (In Persian)
- Kwakli, Ji. (2020). "Sports in Society," translated by Seyed Ahmad Nejad Sajadi, First Edition, Tehran: Scientific and Cultural Publishing. (In Persian)
- Martindale Rebecca (2020) *The Institution of Sport: Female Athletes, Media Representation and the Social Construction of a Dual Gender Identity*, MA Thesis, The Department of Education, Concordia University, Montreal, Quebec, Canada.
- Motehari, Shahla; Saadat, Mahbubeh. (2015). "Examining Gendered Language in Iranian Social Press: A Case Study of Four High-Circulation Family Magazines," *Scientific-Research Quarterly Journal of Linguistics at Alzahra University*, Year 7, No. 16, pp. 159-133. Autumn. (In Persian)
- Nazari Azad, Masoumeh; Talabpour, Akbar; Kashani, Majid. (2019). "A Sociological Analysis of Gender Inequality in Sports (From the Perspective of National Champion Female Athletes)," *Scientific-Research Quarterly Journal of Women and Society*, Year 10, No. 4, pp. 289-316. Winter. (In Persian)
- Nosraty, N., Sakhaei, S., & Rezaei, R. (2021). The impact of social media on mental health: A critical examination. *Socio-Spatial Studies*, 5(1), 101-11. doi: 10.22034/soc.2021.212042
- Nosraty, N., Tomraei, S., & Zamani, M. (2020). Beauty business in Iran: Does beauty make you healthy?. *Socio-Spatial Studies*, 4(1), 1-11. doi: 10.22034/soc.2020.211920
- Ortega Calvo Elena (2020) "News Coverage of Women Athletes during the Olympic Games", *RICYDE. Revista Internacional de Ciencias del Deporte*. 61(16), 267-284. <https://doi.org/10.5232/ricyde2020.06103>
- Pakseresht, Soleiman; Hosseini, Hatam; Einanloo, Mina. (2012). "Thematic Analysis of Bodily Behaviors Among Girls and Women in Tehran," *Journal of the Iranian Association for Cultural Studies and Communication*, Year 8, Issue 28, pp. 169-147. Autumn. (In Persian)
- Rezayi Pasha, Sedigheh; Sharifi Far, Farideh; Shahrpour, Mahmoud; Kia, Ali Asghar Kia. (2021). "Thematic Analysis of News on the Tokyo 2020 Olympics with a Focus on

- Gender (Case Study: Shargh Newspaper)," Quarterly Journal of Social-Cultural Development Studies, Vol. 9, No. 4, pp. 57-33. Spring. .(In Persian)
- Sadeghi Fasaei, Soheila; Karimi, Shiva. (2005). "Gender Stereotypes in Iranian Television Series in 2004," Women's Research, Vol. 3, No. 3, pp. 89-59. Autumn. .(In Persian)
- Shahrpour, Mahmoud. (2009). "The Role of Media in Reproducing Male Hegemony in Sports: A Case Study of the Olympics," Quarterly Journal of the Iranian Association for Cultural Studies and Communication, Vol. 5, No. 14, pp. 32-11. Spring. .(In Persian)
- Shor, Eran, Arnout van de Rijt, and Babak Fotouhi (2019) "A Large-Scale Test of Gender Bias in the Media". Sociological Science 6: 526-550. DOI: 10.15195/v6.a20
- Zamani, M., Nourbakhsh, Y., & Nayeby, H. (2021). Presenting a pattern for promoting social health through social networks (Case study: Instagram social network). *New Media Studies*, 7(28), 42-1. doi: 10.22054/nms.2022.63698.1277

