

## تحلیل محتوای بخش ورزشی مطبوعات سراسری پرشمارگان و پرمخاطب آنلاین کشور با تأکید بر پوشش مؤلفه‌ها و رشته‌های ورزشی بانوان

سعید یوسفی<sup>۱\*</sup>، پرستو زرکی<sup>۲</sup>، اسماعیل شریفیان<sup>۳</sup>، کوروش قهرمان تبریزی

تاریخ تصویب: ۹۳/۲/۲۲

تاریخ دریافت: ۹۲/۹/۷

### چکیده

هدف از این پژوهش، بررسی تحلیلی بخش ورزشی مطبوعات سراسری پرشمارگان و پرمخاطب آنلاین کشور با تأکید بر پوشش مؤلفه‌های اصلی ورزش کشور و رشته‌های مختلف ورزشی بانوان بود. روش پژوهش از نوع توصیفی-تحلیلی و از نظر هدف، کاربردی می‌باشد که داده‌ها به روش اسنادی و کتابخانه‌ای جمع‌آوری شده است. جامعه آماری پژوهش آرشيو ۱۰ روزنامه سراسری کشور در سال ۱۳۹۱ بود که برای نمونه‌گیری از روش تصادفی منظم استفاده شد. در مجموع ۷۲ شماره از هر روزنامه انتخاب شد. نتایج به‌دست آمده نشان می‌دهد تنها در ۲/۹ درصد از اخبار، جنسیت موضوع خبر مربوط به بانوان بوده و ۸۶ درصد از اخبار جنسیت موضوع خبر به‌صورت مستقیم مربوط به آقایان بوده است. در بین مؤلفه‌های ورزشی با رویکرد بانوان، به‌ترتیب قهرمانی، حرفه‌ای، همگانی و تربیتی مورد توجه مطبوعات بوده است. رشته‌های ورزشی فوتبال و فوتسال نیز در اولویت پوشش نسبت به رشته‌های دیگر قرار داشتند. با توجه به وضعیت ضعیف حاضر ورزش بانوان در مطبوعات، این رسانه جمعی برای خروج از این وضعیت و ارتقای جایگاه ورزش بانوان ناگزیر به بازنگری در برنامه‌ها و اتخاذ راهکارها و راهبردهایی در جهت پوشش هرچه بیشتر ورزش بانوان در مطبوعات است.

**کلید واژه‌ها:** ورزش، روزنامه، تحلیل محتوا، ورزش بانوان، مؤلفه‌های ورزش

**Email:** saeed\_yuosefi@yahoo.com

**Email:** parastu\_z1988@yahoo.com

**Email:** sharifines@yahoo.com

**Email:** kouros3795@yahoo.com

۱. دانشجوی کارشناسی‌ارشد مدیریت ورزشی دانشگاه شهید باهنر کرمان\*

۲. دانشجوی کارشناسی‌ارشد مدیریت ورزشی دانشگاه شهید باهنر کرمان

۳. استادیار مدیریت ورزشی دانشگاه شهید باهنر کرمان

۴. استادیار مدیریت ورزشی دانشگاه شهید باهنر کرمان

## مقدمه

زنان در هر جامعه‌ای قشر عظیمی را تشکیل می‌دهند که بار اصلی تربیت و تشکیل خانواده و تداوم زندگی خانوادگی به آن‌ها بستگی زیادی دارد. بنابراین، اگر زنان جامعه‌ای از نظر جسمی و در نتیجه روحی در شرایط مناسبی نباشند اثر آن را در خانواده و جامعه می‌توان دید (آقاجانی، ۱۳۷۵). انجام فعالیت‌های بدنی و ورزش نیز می‌تواند تأثیر مثبتی از نظر جسمی و روحی در بانوان داشته باشند (مهدویان مشهدیان، ۱۳۹۱). به طوری که ورزش زنان از بارزترین نمودهای فرهنگی هر جامعه است که غفلت از آن می‌تواند نظام فرهنگی جامعه را با مشکل مواجه کند (گائینی، ۱۳۸۱). با این حال، مرور تاریخی بیشتر جوامع بیان‌کننده نقش حاشیه‌ای زنان در ورزش است (پناهی و همکاران، ۱۳۹۱) که در این میان رسانه‌های جمعی در صورت مطلوب بودن مطالب‌شان با توجه به نقش چهارگانه فرهنگ‌سازی، آموزشی، اطلاع‌رسانی و ایجاد مشارکت اجتماعی نقش بسزایی در گسترش ورزش در بین بانوان می‌توانند داشته باشند؛ به طوری که هرگاه رسانه تصویر بهتری از این مقوله ارائه دهند، دختران بیشتری مشتاق ورزش می‌شوند (غفوری، ۱۳۸۲). همچنین، یکی از راه‌های عملی برای تشویق زنان به ورزش رسانه‌های جمعی می‌باشد (دارابی، ۱۳۸۰). در پژوهش‌های متفاوتی نیز یکی از راه‌های آگاهی‌سازی زنان از فواید فعالیت‌های ورزشی رسانه‌های جمعی پیشنهاد شده است (سلامی، ۱۳۸۰؛ اتقیا، ۱۳۸۴).

ورزش در کشور ایران نیز براساس تقسیم‌بندی نظام جامع توسعه ورزش کشور، به چهار مؤلفه اصلی تربیتی، همگانی-تفریحی، قهرمانی و حرفه‌ای تقسیم می‌شود. ورزش تربیتی یا ورزش مدارس و دانشگاه‌ها به تولید مدارس، مؤسسات آموزشی و دانشگاه‌ها پیگیری می‌شود (قاسمی، ۱۳۸۹). ورزش همگانی با هدف افزایش مشارکت تمام گروه‌های اجتماعی و فراهم کردن تکرنگرایی ورزشی، تقویت ورزش قهرمانی، ورزش رقابتی، تفریحات سالم و ورزش تفریحی پایه‌گذاری شده (روشندل‌اربطانی، ۱۳۸۶). ورزش قهرمانی، همان ورزش مدال‌آور است که فدراسیون‌ها و هیأت‌های ورزشی برای آن تلاش می‌کنند و مؤلفه آخر، ورزش حرفه‌ای است که باشگاه‌ها، بودجه باشگاه‌ها، خرید و فروش بازیکنان باشگاهی، مربیان باشگاهی، درآمدزایی و شغل ورزشی، لیگ‌ها، زیرساخت باشگاه‌ها و مدیران باشگاهی را شامل می‌شود (قاسمی، ۱۳۹۱). رسانه‌های جمعی در توسعه چهار مؤلفه اصلی ورزش کشور و انواع رشته‌های ورزشی می‌توانند نقش بسزایی ایفا می‌کنند (قاسمی، ۱۳۸۷). در صورتی که بررسی منابع تحقیق حاکی از آن است که در اکثر تحقیق‌های انجام شده، در گسترش چهار مؤلفه اصلی ورزش کشور اختلاف معنی‌دار وجود دارد، و بیشتر محتوای رسانه‌های جمعی در مورد ورزش‌های قهرمانی و حرفه‌ای می‌باشد و ورزش‌های تربیتی و همگانی مورد بی‌توجهی قرار گرفته است در صورتی که ورزش قهرمانی و حرفه‌ای موفق به ورزش همگانی و ورزش‌های تربیتی وابسته است (قاسمی، ۱۳۸۹). ورزش زنان نیز از این قاعده مستثنا نیست و پوشش رسانه‌ای برای ورزش بانوان، امری ضروری است زیرا رسانه‌های جمعی نقش بسیار مهمی در اطلاع‌رسانی و گسترش دیدگاه‌ها نسبت به ورزش زنان و میزان پیشرفت آن‌ها در آینده ایفا می‌کنند (وردن و کردون، ۲۰۰۲). رسانه‌های جمعی با اطلاع‌رسانی گسترده در مورد ورزش زنان می‌توانند، در توسعه و پیشرفت ورزش آنان در جامعه مؤثر باشند و با باز کردن فضایی برای مطرح کردن عقاید مردم در خصوص نقش زنان در فعالیت‌های ورزشی و نیز انتقاد، گفت‌وگو و مقایسه، به جبران عقب‌ماندگی‌ها کمک کنند (رضایی، ۱۳۸۵). با این حال، نتایج پژوهش فرزالپور و همکاران (۲۰۱۲)، نشان داد که رسانه‌های همگانی در شرایط جاری نقش بسیار اندکی در توسعه ورزش بانوان بازی می‌کنند. در حالی که، در شرایط مطلوب، این رسانه‌های جمعی نقش مهمی در ورزش بانوان دارند. همچنین، نتایج پژوهش مهدویان‌مشهدی (۱۳۹۱)، نشان می‌دهد که از دیدگاه صاحب‌نظران حوزه رسانه و ورزش و از نظر بانوان ورزشکار سطح ملی و قهرمانی، در حال حاضر رسانه‌های جمعی در ترغیب بانوان به حضور فعال‌تر در ورزش همگانی، تربیتی، قهرمانی و حرفه‌ای نقش بسیار ضعیفی دارند در صورتی که در وضعیت مطلوب، باید میانگین بالاتری را به خود اختصاص دهند. همچنین، در بین این رسانه‌های جمعی، مطبوعات<sup>۱</sup> به عنوان عامل اصلی اثرگذار بر فرهنگ جامعه از اهمیت خاصی برخوردارند؛ زیرا ماندگارترند و از طرفی امکان دسترسی مجدد

به آن‌ها تا مدت‌های نسبتاً طولانی برای افراد وجود دارد (کردی، ۱۳۸۳). مطبوعات در پوشش اخبار، ویژگی خاصی دارند؛ آن‌ها نه مانند کتاب با تأخیر مواجه می‌شوند و نه مثل رادیو و تلویزیون با شتاب زدگی همراه هستند. به همین دلیل روزنامه‌ها، امکان می‌یابند که به نحو شایسته به بررسی و تحلیل و تفسیر و قایع و مسایل اجتماعی بپردازند. در مجموع روزنامه‌ها با استفاده از زمان کافی در مرحله تهیه و انتشار می‌توانند جوانب مختلف وقایع را بررسی و نارسائی‌های خبری را با استفاده از اطلاعات آرشیوی تحلیل و تفسیر کنند (قاسمی، ۱۳۸۶). بخش ورزشی مطبوعات سراسری نیز به‌خاطر علاقه روز افزون مردم به ورزشی دارای اهمیت خاصی است. به طوری که کشورهای توسعه‌یافته به‌طور مرتب به صفحات ورزشی مطبوعات خود می‌افزایند و دلیل این کار علاقه مردم به ورزش می‌باشد (اندروس، ۱۳۸۹). امروزه بخش ورزشی روزنامه‌های عمومی، نقش مؤثری در بازار فروش آنها دارد. زیرا برخی کارشناسان اعتقاد دارند که اگر حجم مطالب ورزشی نشریه بالا باشد، در جمع نشریات عامه‌پسند طبقه‌بندی می‌شود (همان منبع).

با توجه به اینکه مطبوعات در فرهنگ‌سازی، آموزش، اطلاع‌رسانی و ایجاد مشارکت اجتماعی در بین استفاده‌کنندگان از آنها نقش دارند می‌توان از این مزیت مطبوعات استفاده کرده و در بخش ورزشی مطبوعات به توسعه انواع رشته‌ها و مؤلفه‌های اصلی ورزش کشور در بین بانوان پرداخت. ولی متأسفانه نتایج پژوهش‌های انجام شده در داخل و خارج کشور حاکی از آن می‌باشد که ورزش زنان مورد بی‌توجهی مطبوعات قرار گرفته است. از جمله تحقیقات ایمولد و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۰۳)، در زمینه مطبوعات ورزشی آمریکا، کانادا و انگلیس در صدمین سالگرد بازی‌های المپیک نشان داد که برخی از ورزش‌ها مانند ژیمناستیک، شنا و تنیس بیش از برخی از رشته‌های ورزشی مانند والیبال، فوتبال، هاکی و سافتبال انعکاس تصویری داشتند و حتی تعداد عکس‌های این گروه از رشته‌های ورزشی بیش از تعداد میانگین عکس در صفحات اول و دیگر صفحات ارائه شده بود. همچنین کیان و کلاویو<sup>۲</sup> (۲۰۱۱)، پژوهشی با هدف نحوه گزارش روزنامه‌های لس آنجلس تایمز، نیویورک تایمز، یواس‌ای تودی و سایت‌های اینترنتی ESPN، فاکس اسپورت، در مورد تنیس زنان و مردان نشان داد، روزنامه‌ها ورزش گرای و ورزشکاران زن را کوچک شمرده و قدرت مردانگی را برتر می‌شمارند.

با توجه به اهمیت نقش مطبوعات سراسری کشور که توسط عموم مردم کشور استفاده می‌شود و نقشی که می‌تواند در توسعه انواع رشته‌های ورزشی و مؤلفه‌های اصلی ورزش بانوان داشته باشد و همچنین با توجه به بررسی منابع تحقیق که حاکی از نبود تحقیقی در خصوص تحلیل محتوای بخش ورزشی مطبوعات سراسری کشور (مطبوعات غیرورزشی) در رابطه با ورزش بانوان می‌باشد و کم‌توجهی مطبوعات ورزشی به ورزش بانوان و افزایش روزافزون ورزش بانوان در سطح ملی و بین‌المللی هدف پژوهش حاضر بررسی تحلیل محتوایی بخش ورزشی مطبوعات سراسری پرشمارگان همشهری، ایران، جام، اطلاعات، آفرینش، جمهوری اسلامی، جوان، اعتماد، ابرار و رسالت می‌باشد و سعی شده است سهم رشته‌های ورزشی مختلف و مؤلفه‌های اصلی ورزش بانوان در بخش ورزشی مطبوعات سراسری بررسی شود.

## روش‌شناسی پژوهش

روش تحقیق حاضر از لحاظ استراتژی توصیفی، نوع هدف کاربردی و از نظر مسیر اجرا تحلیل محتواست. همچنین برای بررسی داده‌ها از روش اسنادی و کتابخانه‌ای استفاده شده است. جامعه آماری این پژوهش شمارگان ده روزنامه سراسری پرشمارگان سال ۱۳۹۱ کشور بودند، که علاوه بر پرشمارگان بودن روزنامه‌های انتخاب شده، با استفاده از سایت (الکسا)<sup>۳</sup>، رتبه روزنامه‌ها در بین کل سایت‌های کشور را نسبت به تعداد مراجعات توسط کاربران اینترنتی مشخص کرده، که از بین کل روزنامه‌های منتشر شده در کشور، ده روزنامه‌ای که بیشتر از دیگر روزنامه‌ها منتشر شده و بیشتر از کل روزنامه‌ها در کشور توسط کاربران اینترنتی استفاده می‌شود، به‌عنوان جامعه آماری انتخاب شدند. برای نمونه‌گیری از روش تصادفی منظم

1. Imwold & et al

2. Kian & Clavio

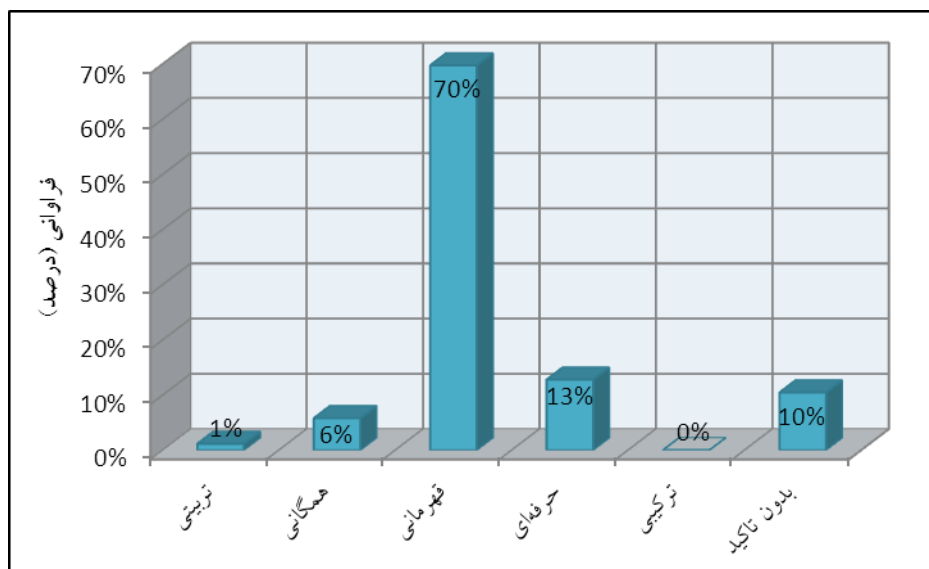
3. Alexa: یک وب سایت معتبر بین‌المللی و ارزیاب وبسایت‌های اینترنتی است که جایگاه آنها را در اینترنت طبق اطلاعات موجود ارزیابی می‌کند.

استفاده شد. به این صورت که از هر چهار فصل، ۲ ماه به طور تصادفی و از هر ماه ۹۰ شماره به صورت چرخشی انتخاب شد. در مجموع از جامعه‌ای با ۲۹۰۰۰ شمارگان، تعداد ۷۲۰ نمونه که دو برابر با نمونه آماری بر اساس جدول مورگان است انتخاب شد. برای جمع‌آوری اطلاعات از برگه کدگذاری، که با توجه به دستورالعمل کدگذاری و پیشینه تحقیق توسط محقق ساخته شده بود، استفاده گردید. که شامل ۳ مقوله و ۱۸ واحد تحلیل بود. برای تعیین ضریب عینیت از آزمون اسکات استفاده شد، ضریب عینیت برای مقوله مؤلفه‌های اصلی ورزش کشور ۸۱/۷ و مقوله رشته‌های ورزشی ۸۹/۳ از فرمول اسکات استخراج شد، که نشان‌دهنده این می‌باشد که برگه کدگذاری از عینیت خوبی برخوردار است. برای تعیین روایی صوری مقوله‌ها نیز برگه کدگذاری در میان تعدادی از استادان روش تحقیق و کارشناسان تحلیل محتوا توزیع و روایی مقوله‌ها نیز تأیید شد. داده‌های جمع‌آوری شده با استفاده نرم‌افزار SPSS<sub>v20</sub> و Excel<sub>v2010</sub> با استفاده از شاخص‌های آمار توصیفی و آزمون غیرپارامتریک کای اسکور تجزیه و تحلیل شد.

### یافته‌ها

طبق اطلاعات به دست آمده، از مجموع ۷۲۰ روزنامه مورد تحلیل، هشت هزار و هفتصد و هفتاد و هشت خبر رصد شده است، که در ۹۱/۴ درصد از اخبار جنسیت برجسته شده است. از میان این خبرها تنها در ۲/۹ درصد اخبار، جنسیت موضوع خبر مربوط به بانوان بود. در حالی که در ۸۶ درصد از اخبار جنسیت موضوع خبر به صورت مستقیم مربوط به آقایان بود. همچنین در ۲/۱ درصد اخبار به هر دو گروه جنسیتی اشاره داشته‌اند و در ۹ درصد از اخبار، اشاره‌ای به جنسیت نشده است. در مجموع نیز از ۷۸۸۷ خبر رصد شده در بازه زمانی مورد نظر ۲۵۸ خبر مربوط به ورزش بانوان بوده است که در جدول‌های ۱ و ۲ به تفکیک مؤلفه‌های اصلی ورزش و رشته‌های مختلف ورزشی آورده شده است.

طبق اطلاعات به دست آمده از نمودار شماره ۱، سهم مؤلفه‌های ورزش بانوان به ترتیب برای ورزش تربیتی ۱ درصد، ورزش همگانی ۶ درصد، ورزش حرفه‌ای ۱۳ درصد، ورزش قهرمانی ۷۰ درصد و بدون تأکید به مؤلفه خاص ۱۰ درصد و ۰ درصد خبر ترکیبی به دست آمد. که ورزش قهرمانی به عنوان پرخبرترین مؤلفه ورزش و ورزش تربیتی به عنوان کم‌خبرترین مؤلفه ورزش در مطبوعات بوده‌اند.



نمودار ۱: توزیع درصد مؤلفه‌های ورزش کشور با رویکرد ورزش بانوان در مطبوعات سراسری

طبق اطلاعات به‌دست آمده از جدول شماره ۱، رشته‌های ورزشی فوتبال (۲۱/۷ درصد)، فوتسال (۱۷/۸ درصد) و تکواندو (۸/۵ درصد) پرمطلب‌ترین رشته‌های ورزشی در بین رشته‌های ورزشی بانوان بوده‌اند و کل سایر رشته‌های ورزشی که در کشور برای بانوان برگزار می‌شود، از بین ۲۵۸ خیر مربوط به ورزش بانوان ۴۲ خیر ورزشی معادل (۱۶/۳ درصد) مطالب را به خود اختصاص داده‌اند.

جدول ۱: توزیع فراوانی و درصد رشته‌های مختلف ورزشی با رویکرد ورزش بانوان در مطبوعات سراسری

آماره	رشته ورزشی	فراوانی	درصد
	فوتبال	۵۶	۲۱/۷
	فوتسال	۴۶	۱۷/۸
	والیبال	۱۲	۴/۷
	هندبال	۳	۱/۲
	تکواندو	۲۲	۸/۵
	دو و میدانی	۱۷	۶/۶
	ورزش‌های آبی	۳	۱/۲
	کاراته	۱۸	۷
	ورزش‌های راکتی	۱۵	۵/۸
	چند رشته ورزشی	۱۸	۷
	سایر رشته‌های ورزشی	۴۲	۱۶/۳
	بدون رشته ورزشی	۶	۲/۳
	مجموع	۲۵۸	۱۰۰

رشته ورزش معلولین با رویکرد ورزش بانوان نیز به‌صورت جداگانه مورد بررسی قرار گرفت که نتایج به‌دست آمده نشان می‌دهد، از ۲۵۸ خبر رصد شده در موضوعات مختلف با رویکرد ورزش بانوان ۴۸ خبر معادل ۱۸/۶ درصد از کل خبرهای بانوان در مورد ورزش معلولین بانوان در کل رشته‌ها بوده است.

طبق اطلاعات به‌دست آمده از جدول شماره ۲، نتایج آزمون خی دو در بین مؤلفه‌های اصلی ورزش کشور و رشته‌های مختلف ورزشی نشان می‌دهد، بین مؤلفه‌های اصلی ورزش کشور و رشته‌های مختلف ورزشی با رویکرد ورزش بانوان تفاوت معنی‌دار در سطح ( $P=0/001$ ) وجود دارد.

جدول ۲: بررسی تفاوت بین مؤلفه‌های اصلی ورزش کشور و رشته‌های مختلف ورزشی بانوان

شاخص‌ها	آماره	کای اسکور ( $X^2$ )	درجه آزادی (df)	سطح معنی داری (Sig)
مؤلفه‌های اصلی ورزش کشور		۴۰۹/۶۷۴	۵	* /۰۰۱
رشته‌های مختلف ورزشی بانوان		۱۷۶/۶۴۳	۱۱	* /۰۰۱

\* در سطح  $P \leq 0/05$  تفاوت معنی دار است.

## بحث و نتیجه‌گیری

نتایج به‌دست آمده از تحلیل محتوای ۷۲۰ شماره مطبوعات پرشمارگان و پرمخاطب آنلاین سراسری کشور در بازه زمانی موردنظر (به مدت یک سال)، ۸۷۷۸ خبر رصد شده است که از این تعداد خبر در ۲۵۸ خبر به ورزش بانوان اشاره شده بود که در برگیرنده ورزش هم در داخل کشور و هم در خارج کشور بود. نتایج نشان‌دهنده سهمی کمتر از ۳ درصد برای ورزش بانوان در این تحقیق است. در صورتی که سهم ورزش مردان ۸۶ درصد است و ۲/۱ درصد اخبار، به هر دو جنسیت و ۹ درصد اخبار بدون تأکید بر جنسیت است. این نتایج به‌دست آمده با نتایج پژوهش‌های بارفروش (۱۳۸۶، ۱۳۸۱)، رهنما (۱۳۸۲)، تجاری و همکاران (۱۳۸۵)، کرمی و همکاران (۱۳۹۱) همخوانی دارد که در تمامی این پژوهش‌ها نشان داده شده است پوشش خبری ورزش بانوان هم در رسانه‌های مکتوب و هم در رسانه‌های تصویری درصد قابل توجهی از ورزش آقایان کمتر است. این در حالیست که اگر رسانه‌های ارتباط جمعی به ورزش زنان توجه ویژه داشته باشند، می‌توانند تحرک و انگیزه ورزش زنان را بیدار کرده و آن‌ها را به سوی سلامت جسمی و در نتیجه روحی سوق دهند (آقاجانی‌چوبر، ۱۳۷۵). مخصوصاً در مورد مطبوعات پرشمارگان و پرمخاطب آنلاین کشور که توسط عموم مردم کشور خریداری و استفاده می‌شود این تحرک و انگیزش می‌توانند همگانی‌تر باشد، چرا که توسط خیلی از افراد جامعه استفاده می‌شود.

نتایج به‌دست آمده در مورد مقوله مؤلفه‌های اصلی ورزش در کشور با رویکرد ورزش بانوان حاکی از آن است که به ترتیب ورزش‌های قهرمانی (۷۰ درصد)، حرفه‌ای (۱۳ درصد)، همگانی (۶ درصد) و تربیتی (۱ درصد) توسط مطبوعات پوشش داده شده است که ورزش‌های قهرمانی و حرفه‌ای، نسبت به ورزش‌های همگانی-تفریحی و تربیتی با اختلاف قابل توجهی پوشش بیشتری داده شده است. در این رابطه کرمی و همکاران (۱۳۹۱) در پژوهشی با هدف تحلیل محتوای برنامه‌های ورزشی تلویزیون با رویکرد ورزش بانوان نشان دادند، ۵۹/۵ درصد به مؤلفه قهرمانی، ۱۶/۷ درصد به مؤلفه همگانی، ۱۰/۲ درصد به مؤلفه حرفه‌ای و در رتبه آخر به برنامه‌های ورزشی تلویزیون‌های به مؤلفه تربیتی پرداخته‌اند که اولویت مؤلفه ورزش قهرمانی و تربیتی با نتایج پژوهش حاضر همسو می‌باشد ولی اولویت و میزان مؤلفه‌های همگانی و حرفه‌ای با نتایج پژوهش حاضر ناهمسو می‌باشد که در تلویزیون ورزش‌های همگانی نسبت به ورزش حرفه‌ای پوشش کمتری داشتند ولی در مطبوعات برعکس موضوع صدق می‌کند. همچنین نتایج این پژوهش در خصوص سهم ورزش بانوان نسبت به مؤلفه‌های ورزش با تحقیقات تجاری و همکاران (۱۳۸۵)، بارفروش (۱۳۸۶)، کمیل و اوگاز<sup>۱</sup> (۲۰۱۰)، کیان و کلاویو<sup>۲</sup> (۲۰۱۱) و فرزالیپور و همکاران (۲۰۱۲) همخوانی دارد که در آن‌ها نیز نشان داده شده است که به ورزش‌های همگانی در رسانه‌های ارتباطی جمعی کمتر پوشش داده شده است. این در حالیست که ورزش قهرمانی و حرفه‌ای موفق به ورزش همگانی، ورزش مدارس و ورزش دانشگاه‌ها وابسته است (زرکی و همکاران، ۱۳۹۱). علاوه بر اینکه پایه ورزش‌های قهرمانی و حرفه‌ای ورزش‌های همگانی و تربیتی می‌باشد، ورزش همگانی، یکی از مهم‌ترین عرصه‌های توسعه ورزش در سطح عمومی جامعه و افزایش سلامت روانی و جسمی جامعه است (کرمی و همکاران، ۱۳۹۱) و پوشش مناسب و

توجه به ورزش تربیتی بانوان در مطبوعات می‌تواند باعث توسعه ورزش بانوان در مدارس و دانشگاه‌ها باشد که توجه به این مؤلفه از ورزش به رشد و تکامل انسان از طریق ورزش، بازی و فعالیت‌های بدنی نیز کمک می‌کند (رضوی، ۱۳۹۱). در صورتی که مهدویان مشهدی (۱۳۹۱)، در پژوهشی دریافت که رسانه‌های گروهی نقش بالقوه زیادی در ورزش بانوان دارند و به دلایلی این نقش خود را به درستی ایفا نمی‌کنند و بین وضعیت موجود و مطلوب رسانه‌های گروهی در ورزش بانوان تفاوت معناداری وجود دارد. همچنین کرمی و همکاران (۱۳۹۱) در پژوهشی بیان می‌کنند لزوم برخورداری از پوشش اسلامی و نداشتن مغایرت با ارزش‌های دینی، کافی نبودن پوشش برنامه‌های ورزشی بانوان در رسانه‌های ملی را توجیه نمی‌کند. نتایج به‌دست آمده در مورد رشته‌های مختلف ورزشی با رویکرد ورزش بانوان نشان می‌دهد، مانند تمامی پژوهش‌های انجام شده در داخل کشور در رسانه‌های ارتباطی جمعی در مورد رشته‌های مختلف ورزشی رشته ورزشی فوتبال بیشترین پوشش را به‌خود اختصاص داده است که در پژوهش حاضر نیز از ۲۵۸ خبر رصد شده بیشترین خبرها به رشته ورزشی فوتبال (۵۶ خبر معادل ۲۱/۷ درصد) اختصاص داده شده است و بعد از آن به ترتیب رشته‌های ورزشی فوتسال، تکواندو، دوومیدانی، کاراته، ورزش‌های راکتی، والیبال، هندبال و ورزش‌های آبی قرار دارند. همچنین سایر رشته‌های ورزشی که نام آن‌ها ذکر نشده است یا تعداد خبرها در مورد آنها خیلی کم بوده که در بخش سایر رشته‌های ورزشی قرار دارند و یا هیچ پوششی از آن‌ها در بازه زمانی مورد نظر در مطبوعات وجود نداشته است. همچنین اختلاف بین دو رشته ورزشی فوتبال و فوتسال با رشته‌های ورزشی دیگر قابل توجه می‌باشد. کرمی و همکاران (۱۳۹۱) نیز در تحلیل برنامه‌های ورزشی پنج شبکه صدا و سیما نشان دادند، که رشته ورزشی فوتبال در اولویت برنامه‌های نمایشی قرار دارد که با نتایج پژوهش حاضر همخوانی دارد. این در حالیست که در محدوده زمانی این پژوهش بازی‌های المپیک برگزار می‌شد که از کشور ایران بانوان در رشته‌های ورزشی تیراندازی، تیروکمان، تنیس روی میز، قایقرانی و دوومیدانی نمایندگانی شرکت نموده بودند. با این همه حال به این رشته‌های ورزشی در مطبوعات سراسری در حد چند خبر پرداخته شده است. کرمی و همکاران (۱۳۹۱) نیز نشان داد آقایان در ۴۴ و بانوان تنها در ۲۳ رشته ورزشی در تلویزیون به تصویر کشیده شده‌اند. که این نتایج می‌تواند پیامد نامطلوبی در توسعه ورزش در بین بانوان داشته باشد و باعث کوچک شمردن ورزش بانوان و تلاش‌های ورزشی آنان و در نهایت باعث کم شدن فعالیت‌های بدنی و ورزش در بین بانوان شود. این در حالیست که رسانه‌های ارتباط جمعی با ارائه مطالب تخصصی و علمی درباره تربیت بدنی و ورزش می‌توانند، بانوان را نسبت به تغییر نگرش به انجام فعالیت‌های بدنی تشویق کنند (سلامی، ۱۳۸۱). محمدخانی‌ملکوه (۱۳۸۶)، نیز در پژوهشی نتیجه گرفت ۶۷/۷ درصد پاسخگویان در این پژوهش معتقد بودند که پخش برنامه‌های ورزشی، در حد «خیلی و خیلی زیاد» باعث آشنا کردن مردم با انواع مختلف رشته‌های ورزشی می‌شود. در رشته‌های ورزشی نمایش داده شده از بانوان، ورزش معلولان ۱۸/۶ درصد را به خود اختصاص داده است؛ که با توجه برگزاری مسابقات پارالمپیک در بازه زمانی پژوهش حاضر و کسب چندین مدال توسط ورزشکاران بانوان کشورمان به نظر می‌رسد این درصد برای این دسته از ورزش‌ها کم باشد. کرمی و همکاران (۱۳۹۱)، نیز در تحلیل برنامه‌های ورزشی تلویزیون نشان دادند، که در دوره‌های خارج از فصل، گزارش‌ها به پوشش ورزش‌های مردان توجه می‌کردند در صورتی که رشته‌های ورزشی زنان در فصل خود برگزار می‌شد ولی با این حال پوشش داده نمی‌شد. که در مطبوعات نیز با وجود برگزاری مسابقات مهم بانوان به ورزش مردان خصوصاً فوتبال توجه بیشتری نسبت به ورزش بانوان داشتند.

همچنین، در بررسی انجام شده در خصوص ۸۰ روزنامه از ۲۲ کشور جهان معلوم شد زنان ورزشکار تنها موضوع ۹ درصد از مطالب روزنامه‌ها می‌باشند (تافت<sup>۱</sup>، ۲۰۱۱). آقاپور و زارع‌پور (۱۳۹۱)، نیز در فراتحلیل مطالعات ورزش و رسانه نشان می‌دهند که از دیدگاه کارشناسان، زمان صرف شده مطبوعات ورزشی، رادیو و تلویزیون جهت ورزش بانوان ۱/۱ درصد است. سازمان ورزشی زنان انگلستان<sup>۲</sup> (۲۰۰۶)، نیز نتیجه گرفتند که پوشش رسانه‌ای نامتعادل از ورزش بانوان معضلی است که

1. Toft

2. Women's sports foundation UK

کشورهای غربی نیز دچار آن هستند و پوشش رسانه‌ای ورزشکاران زن در مقابل مردان بسیار کم است و رسانه‌ها اغلب مرد محورند.

شاید از دلایل کم‌توجهی به ورزش بانوان در رسانه‌های جمعی به حضور کم‌رنگ بانوان در صحنه‌های ورزشی بازگردد (احسانی و همکاران ۱۳۸۸). رضایی (۱۳۸۵)، نیز در تحقیقی با عنوان تحلیل محتوای روزنامه‌های ورزشی دریافت که نوع و مقدار پوشش رسانه‌ای در برگیرنده زنان ورزشکار با شرایط حجم فعالیت و پوشش آن‌ها ارتباط دارد. وینست و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۰۲)، نیز سطح اهمیت مسابقات را به‌عنوان عاملی اثرگذار بر پوشش خبری ورزش بانوان مطرح کردند، به‌طوری‌که دریافتند زنان ورزشکار وقتی در مسابقات مهم و معتبری چون المپیک شرکت می‌کنند، حجم مطالب و عکس‌های اختصاص یافته به آن‌ها از دیگر مسابقات بیشتر می‌شود. نتایج پژوهش حاضر با نتایج پژوهش رضایی (۱۳۸۵)، احسانی و همکاران (۱۳۸۸) و وینست و همکاران (۲۰۰۲) ناهمسو می‌باشد چرا که با وجود برگزاری دو رویداد بزرگ ورزش جهان المپیک و پارالمپیک و شرکت کردن ۱۵ ورزشکار زن از کشورمان در این رویدادها که هم‌زمان با بازه زمانی این پژوهش بود مطبوعات سراسری با این وجود توجهی کمتری نسبت به آن‌ها داشته‌اند.

در تحقیقاتی نیز نشان داده‌اند توجه به ورزش زنان به دلایلی دیگر بوده است؛ به‌طوری‌که نتیجه تحقیق ونبرگ<sup>۲</sup> (۲۰۱۱)، نشان داد که هر چند با گذشت زمان نشریات بیشتر از قبل به زنان توجه می‌کنند، اما تمرکز آنها بر جاذبه‌های جنسی زنان ورزشکار بیش از توانایی و مهارت‌های ورزشی آنهاست و در واقع از این امر به‌عنوان امتیازی برای ارتقای درآمدهای تجاری و توسعه بازاریابی خود بهره می‌گیرند. در صورتی‌که رسانه‌های ارتباط جمعی باید در فرهنگ سازی برای ورزش بانوان، آشنا کردن بانوان با انواع رشته‌های قابل اجرا در کشور، ارائه مطالب در مورد سودمندی‌های تربیت بدنی و فعالیت‌های ورزشی، افزایش مخاطبان ورزش بانوان، آشنایی با ورزشکاران و قهرمانان ورزش بانوان و پوشش خبری آنان نقش بسزایی داشته باشند. تا از این طریق به‌عنوان یکی از روش‌های تأثیرگذار در توسعه ورزش بانوان در بانوان انگیزه ایجاد کرده و اثرات مثبت فعالیت‌های بدنی را به اطلاع آنها رساند. همچنین، رسانه‌های گروهی نقش زیادی در گسترش انواع رشته‌های مختلف ورزشی و مؤلفه‌های اصلی ورزش کشور در بین بانوان دارند که با توجه به وضعیت ضعیف حاضر، ورزش زنان برای خروج از این وضعیت و ارتقای جایگاه رسانه‌ای ناگزیر به بازنگری در برنامه‌ها و اتخاذ راهکارها و راهبردهایی در جهت ایجاد تعامل هرچه بیشتر با رسانه‌ها است. رسانه‌های ورزشی باید در برنامه‌های خود بازنگری اساسی داشته باشند تا بتوانند از این جایگاه رسانه‌ای استفاده کرده و به اعتلای ورزش بانوان کمک نمایند.

## منابع

- اتقیا، ناهید (۱۳۸۴). نیازسنجی از اقشار مختلف زنان کشور درباره ورزش همگانی به منظور تدوین الگو. طرح پژوهشی، تهران: دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی.
- احسانی، محمد؛ هنرور، افشار؛ شریفیان، اسماعیل؛ کوزه‌چیان، هاشم و فرزانه، فرزانه (۱۳۸۸). نقش ورزش حرفه‌ای در رشد و گسترش ورزش زنان مسلمان. پژوهش در علوم ورزشی، شماره: ۲۲، ۱۵۳-۱۷۱.
- آقاپور، مهدی و زارع پور، ساجده (۱۳۹۱). فرا تحلیل مطالعات ورزش و رسانه: ارزیابی ده مقاله و پایان‌نامه. مجله جهانی رسانه- نسخه فارسی، دوره ۷، شماره ۱، شماره پیاپی ۱۳، ۱۹۰-۱۶۳.
- آقاجانی چوبر، نوشین (۱۳۷۵). بررسی نقش بانوان در مطبوعات ورزشی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، تهران: دانشگاه آزاد اسلامی.
- اندروس، فیل (۱۳۸۹). روزنامه نگاری ورزشی. مترجمان: سارا کشکر، حمید قاسمی. نشر علم و حرکت.



- بارفروش، احمد (۱۳۸۱). تحقیقی به عنوان تحلیل محتوای نشریات ورزشی از سال ۷۹ تا سه ماه اول سال ۸۱ بر روی ۸ روزنامه ورزشی. تهران: مرکز مطالعات رسانه‌ها.
- بارفروش، احمد (۱۳۸۶). تحلیل محتوای نشریات ورزشی سه ماهه دوم ۸۷. مرکز مطالعات و توسعه رسانه‌ها، معاونت امور مطبوعاتی و اطلاع رسانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- پناهی، محمدحسین؛ صداقت‌زادگان اصفهانی، شهناز (۱۳۹۱). منابع قدرت و تفسیر ایدئولوژیک قواعد ورزش بانوان. زن در توسعه و سیاست، دوره ۱۰، شماره ۱، ۵-۲۲.
- تجاری، فرشاد؛ زارعی، علی؛ صادقیانی، آریتا و رضایی، مونا (۱۳۸۵). تحلیل محتوای روزنامه‌های ورزشی منتخب، مورد کاربرد برای ورزش زنان. تهران: مجله تربیت بدنی و علوم ورزشی، ۲۶-۱۹.
- دارابی، مهتری (۱۳۸۰). بررسی عوامل فرهنگی گرایش زنان به ورزش در تهران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، تهران: دانشگاه آزاد اسلامی.
- رضایی، مونا (۱۳۸۵). تحلیل محتوای روزنامه‌های ورزشی منتخب، مورد کاربرد برای ورزش زنان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد تربیت بدنی، دانشگاه آزاد اسلامی تهران مرکز.
- رضوی، سیدمحمدحسین (۱۳۹۱). ورزش تربیتی. فصلنامه آموزش تربیت بدنی، دوره ۱۲، شماره ۴.
- رهنما، بهروز (۱۳۸۲). تحلیل محتوای اخبار ورزشی شبکه سوم سیما ساعت ۱۹:۴۵. پایان‌نامه کارشناسی، تهران: دانشکده صدا و سیما.
- روشن دل‌اربطانی، طاهر (۱۳۸۶). تبیین جایگاه رسانه‌های همگانی در نهادینه کردن ورزش همگانی در کشور. نشریه حرکت، شماره ۳۳، ۱۷۷-۱۶۵.
- زرکی، پرستو؛ یوسفی، سعید؛ شریفیان، اسماعیل؛ قهرمان تبریزی، کوروش (۱۳۹۱). بررسی نقش روزنامه‌های پرتیراژ ورزشی در مؤلفه‌های اصلی ورزش کشور. دانشگاه شمال، همایش بین‌المللی علوم ورزشی شمال.
- سلامی، فاطمه (۱۳۸۱). توصیف موانع مشارکت بانوان در فعالیت‌های ورزشی. طرح پژوهشی، تهران: دانشگاه تربیت معلم.
- غفوری، فرزاد (۱۳۸۲). مطالعه و بررسی نگرش متخصصان تربیت بدنی به نقش رسانه‌های جمعی در گرایش مردم به ورزش قهرمانی و همگانی. نشریه حرکت، شماره ۱۶.
- قاسمی، حمید (۱۳۸۷). نقش مطبوعات در توسعه ورزش ایران. فصلنامه تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه آزاد اسلامی. واحد تهران مرکزی، ۶۷-۸۰.
- قاسمی، حمید (۱۳۸۶). بررسی نقش رسانه‌های گروهی در توسعه ورزش کشور. رساله دکتری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران.
- قاسمی، حمید (۱۳۸۹). تحلیل محتوای روزنامه‌های ورزشی با تأکید بر پوشش مؤلفه‌های ورزش در نیمسال پایانی سال ۱۳۸۸. فصلنامه علمی-پژوهشی جهش، سال دوم، شماره ۸، ۲۱-۳۰.
- قاسمی، حمید؛ نوربخش، مهوش و تپه‌رشی، گیتی (۱۳۸۹). تحلیل محتوای مقالات مدیریت ورزشی مجلات علمی-پژوهشی. فصلنامه علمی-پژوهشی جهش، سال دوم، شماره ۶، ۱۷-۲۵.
- کرمی، عبدالله؛ قاسمی، حمید؛ نعمتی‌انارکی، داوود (۱۳۸۹). تحلیل محتوای برنامه‌های ورزشی در شبکه‌های تلویزیون ایران. فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، سال نوزدهم، شماره ۱ (پیاپی ۶۹)، ۱۵۵-۱۳۵.
- کردی، محمدرضا (۱۳۸۳). بررسی وضعیت نشریات ورزشی کشور. طرح پژوهشی، دانشکده تربیت بدنی دانشگاه تهران.
- گائینی، عباسعلی (۱۳۸۱). زن، ورزش و فرهنگ، خلاصه مقالات کنگره زن و گفتگوی تمدن‌ها. تهران.
- محمدخانی‌ملکوه، محمد (۱۳۸۶). نیازسنجی از مردم تهران درباره برنامه‌های ورزشی صدا و سیما. تهران: مرکز تحقیقات سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، تهران.
- مهدویان مشهدی، مریم؛ همتی‌نژاد، مهرعلی؛ احمدی، عبدالحمید و احسانی، محمد (۱۳۸۷). مقایسه وضع موجود و مطلوب نقش نقش رادیو، تلویزیون و مطبوعات در ورزش بانوان از دیدگاه صاحب‌نظران. فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، سال نوزدهم، شماره ۱ (پیاپی ۶۹)، ۳۹-۵۳.

- Cemil C. and Oguz Ozbek (2010), "Sports coverage in National Dailies". *Beden Egitimive Spor Bilimleri Dergisi*. 4(1).
- Farzalipour Salman, Aklan Cengiz (2012). "The Role of Mass Media in Women's Sport". *European Journal of Sports And Exercise Science*. 1(1): PP-C-B.
- Imwold, V, J., C., Hohnson, J.T., & Massey, C.D. (2003). "Newspaper coverage of female athletes competing in selected sports in the centennial Olympic games". *Women in sport & Physical Activity Journal* , 12(1); PP:1-21.
- Kian E.M. and Clavio G. (2011). "A comparison of online media and traditional newspaper coverage of the men's and women's open tennis tournaments". *Journal of Sports Media*. 6(1) : PP 55-84.
- Toft Ditte (2011). "Newspapers Focus narrow - 17 on sports results". *New Sports Press Survey*.
- Vincent, J., Imwold, C., Maseman, V., & Johnson, J. T. (2002). "A comparison of selected 'serious' and 'popular' British, Canadian, and United States newspaper coverage of female and male athletes competing in the centennial Olympic Games: Did female athletes receive equitable coverage in the 'Games of the Women'?" *International, Review for the Sociology of Sport*, 37, 319-335.
- Wanneberg P.L. (2011). "The sexualisation of sport: A gender analysis of Swedish elite sport from 1967 to the present day". *European Journal of womens Studies*, Vol 18, No3, PP:265-278.
- Wearden, S.T. & Creedon, P. J. (2002). " We got next: image of women in television commercials during the inaugural WNBC season, culture, sport, society" (London) 5 (3), Pp. 189-210.
- Women's sports foundation UK. (2006). "Research report women in the 2006 olympic and perelympic winter games and analysis of participation". *Leadership and Media Coverage*.

به این مقاله این گونه استناد کنید:

یوسفی، سعید، زرکی، پرستو، شریفیان، اسماعیل، قهرمان تبریزی، کوروش. (۱۳۹۳). «تحلیل محتوای بخش ورزشی مطبوعات سراسری پرشمارگان و پرمخاطب آنلاین کشور با تأکید بر پوشش مؤلفه‌ها و رشته‌های ورزشی بانوان»، پژوهش‌های معاصر در مدیریت ورزشی، ۴ (۷)، ۴۵-۵۴.