

**Original Research**

***Representation of Gender in Sports News from a Sociological Perspective***

**Sedigheh Rezaeepasha<sup>1</sup>**  
**Farideh Sharififar<sup>2</sup>**  
**Mahmoud Sharepour<sup>3</sup>**  
**Ali Ashghar Kia<sup>4</sup>**

***Abstract***

The purpose of writing this article is to represent gender in the sports news of the 2020 Tokyo Olympics and 2016 Rio and to analyze it from a sociological perspective. In this article, the method of content analysis has been used. The statistical population is all the contents of Shargh newspaper in 2016 and 1400. The statistical sampling of the present study was purposefully selected, which included 418 textual data (news, reports, interviews and articles) published in Shargh newspaper during the 2020 Tokyo Olympics and 2016 Rio Olympics. In the present study, based on a specific process in content analysis, Shargh newspaper textual data in the coding process were classified into three levels: basic themes, organizing themes and comprehensive themes. These three levels were shown along with the relationships between them. A comparison of the results obtained from the content analysis of Shargh newspaper in the two periods of the two Olympics shows that while in the Rio 2016 Olympics, the newspaper's approach was based on the concepts of "hegemony", "sports metaphors" and

---

1. Phd Student in Sociology of Sport, South Tehran Branch, Eslamic Azad University, Tehran, Iran. esfandiary.af26@gmail.com.

2. Asistanse of Sport Management, Soth Tehran Branch, Eslamic Azad University. Tehran, Iran. f\_sharififar@azad.ac.ir.

3 . Professor of Sociology, University of Mazandaran, Babolsar, Iran. Sharepour@yahoo.com. **(Corresponding Author)**

4 . Professor of Journalism, University of Allame Tabatabaei, Tehran, Iran aliasgharkia22@gmail.com

Submit Date: 2022/26/08

Accept Date: 2022/17/12



"surrealism", but in addition to the similarity of the results with the approach and news policy in the concepts of "sports metaphors" and "surrealism" with the news approach of the Rio 2016 Olympics, it was observed that there is a slight point in the concept of "hegemony" Gender and hegemony have occurred in the coverage of sports news at the 2020 Tokyo Olympics.

### ***Keywords***

*Representation, Gender; Sports News; Olympics, thematic analysis*

### **Introduction**

The media is one of the most comprehensive and effective institutions for the production, reproduction and distribution of knowledge and knowledge compared to other institutions of knowledge in the new world. (Mehdizadeh, 2008). Sport is always the subject of the media from different dimensions. Gender is one of the most important issues in this area and has caused a lot of controversy in this area. (Ahmadi et al., 2015). Sport and the media are interdependent and coexist peacefully. (Sharipour, 2009) Here, one of the tools that play a significant role in displaying the culture of a sports community by using the institution of sports is the media. Among the media outlets in any society are the sports press, which in addition to the entertainment, entertainment and information aspects, also have a gender representation aspect. (Motahari, 134: 136) Accordingly, the present study seeks to represent gender in the textual data of Olympic sports news in the newspaper (Sharq) with a sociological perspective. In other words, the importance of this study is to determine whether there is a particular bias in favour of women or men in the coverage of Olympic sports news by the newspaper (Sharq).

### **Methodology**

This research has been conducted using the pragmatism paradigm and a descriptive-exploratory approach, within the framework of a qualitative method for data collection and analysis. Firstly, a documentary and library study was conducted to investigate the existing background in the field of the theoretical foundations and model of concepts related to the research subject. Then, to understand the type of Iranian media's view of gender in reflection of Olympic news, the research method of this paper was based on the qualitative research strategy and the thematic analysis method. Specifically, textual data (including 418 articles) from the events



of the two Tokyo 2020 and 2016 Rio Olympics in Shargh newspaper were purposefully sampled and analyzed based on common aspects, related themes, main themes, and finally the central themes of each research subject. Lastly, the network of themes related to the representation of gender in Iranian media was drawn and analyzed.

### **Findings**

According to the encodings and analyses performed on the text data of Shargh newspaper during the Tokyo 2020 and Rio 2016 Olympics, the most important themes extracted from the news are the reflections of this sporting event as follows: hegemony, sports metaphors, and hyperreality. The newspaper can be categorized into two types of metaphors: the metaphor of sexism and the metaphor of war. In hyperreality, magnifying or distorting information about a real sporting event causes no trace of the original reality to remain in television or press reports. However, it should be noted that in both Olympics, the distortion of sports news has occurred and reports have been misrepresented. Regarding hegemony, the newspaper sought to support the dominant male ideology in the reflection of the 2016 Olympic news, which portrayed gender discrimination as the dominant male ideology in the sports community. But at the 2020 Olympics, by criticizing TV attitudes reflected in the tournament report, this hegemonic view has been somewhat moderated, and a more unbiased view or gender equality has been approached. The metaphor of war and the metaphor of sexism indicate the existence of a kind of "sexist language" whose application creates or promotes an irrelevant or unfair distinction among different genders, reflecting the sexism of the social system. In the metaphors of war in sports reports, a kind of competitive language in social systems is created and strengthened. This applies to both male and female athletes in both Olympics. The results show that the concepts of hegemony, sports metaphors, and hyperreality play a key role in depicting gender representation in sports news of this medium. Olympic news with an emphasis on gender is a social construct, and the concepts of "hegemony, sports metaphors, and hyperreality" by Shargh newspaper are addressed to the audience, interpreting, rethinking, and representing gender. In conclusion, the signs reflected in some news related to the Tokyo 2020 Olympics show a gentle rise in the direction of gender neutrality and even the supporting role of women's sport in this medium.



## References

- Ahmadi, S., Aqili, S., Mehdizadeh, S. & Mozaffari, A. (2015). Media and gender identity issues represented (Analysis of historical conflict and promote the role of the media in the reproduction of gender inequality). *Media Studies*, 10(4), 7-18. (In Persian)
- Baudrillard, J. (2007). *Seduced Translation*, Amin Jahani. Paris, Poetry.
- Baudrillard, J. (1981). *Simulacra and Simulation*. Sheila Glaser, Paris, Semiotext.
- Bruce, T. (2016). New rules for new times: Sportswomen and media representation in the third wave. *Sex Roles*, 74, 361–376.
- Bruce, T. (2013). Reflections on communication and sport: On women and femininities. *Communication & Sport*, 1(1/2), 125–137.
- Charteris-Black, J. (2019). *Corpus approaches to critical metaphor analysis*, Translated by Yekta Panahpour. Tehran: Logos Publishers.
- Chukwurah, L. N., Malete, L. & Nji, G. C. (2020). Gender inequity in media coverage and athletes' welfare in Nigerian sports: Impact of the Nigeria sports policy and African union agenda 2063. *Sport in Society*, 25(8), 1438-1449.
- Fornari, L. F., Lourenço, R. G., Fonseca, R. M. G. S., Santos, D. L. A. & Egry, E. Y. (2019). Gender perspective in reports on women athletes in Rio 2016 Olympic Games. *Texto & Contexto Enfermagem* 2019, v. 28: e20180170.
- Ghadimi, B. (2019). *Classic & Modern Theories in Sport Sociology*. Gameshenasan, Tehran. (In Persian)
- Grabmüllerová, A. (2022). Social media and the olympics: A chance for improving gender equality. *Front. Sports Act. Living* 4:825440.
- Ghareh, M. & Anet, Z. (2017). Understanding attitudes of media management students towards women's sport reflected in national media. *Sport Physiology & Management Investigations*, 9(1), 45-55. (In Persian)
- Giulianotti, R. (2012). *Sport: A critical sociology*, Translated by Afsaneh Tavasoli. Tehran: Elm Publishers.
- Iman, M., Sotoudeh, M., Enayat, H. & Rajabi, M. (2020). The production and reproduction of symbolic domination against women in Dehdasht. *Women's Studies Sociological and Psychological*, 18(1), 7-64.
- Martindale, R. (2020). *The institution of sport: Female athletes, media representation and the social construction of a dual gender identity*. M.A Thesis, The Department of Education, Concordia University, Montreal, Quebec, Canada.
- Mehdizadeh, M. (2010). *Media Theories: Common ideology and Critical Perspectives*. Tehran, Hamshahri. (In Persian)
- Mohammadpour, A. (2011). *Qualitative Research Method Counter Method*. Tehran, Jameshenasan. (In Persian)



- Motahari, S. & Saadat, M. (2015). Sexist language in the social magazines of Iran: A case study of four high-circulating magazines. *Zabanpazhoi (Journal of Language Research)*, 7(16), 133-157. (In Persian)
- Ortega, E., (2020). News coverage of women athletes during the Olympic games. *Revista Internacional de Ciencias del Deporte*, 61(16), 267-284.
- Pakseresht, S., Hoseini, H. & Inanloo, M. (2012). A thematic analysis of body behaviors of women and girls in Tehran. *Cultural Studies and Communication*, 8(28), 147-169. (In Persian)
- Rezaeipasha, S., Sharififar, F., Sharepour, M. & Kia, A. (2021). Thematic analysis of 2020 Tokyo Olympics' news with emphasis on gender(case study: Shargh newspaper). *Journal of Socio-cultural Development Studies*, 9(4), 33-58. (In Persian)
- Rostaei, M. (2016). The comparison between men's and women's sports reflections in the Iranian sports newspapers: A content analysis of "Khabar Varzeshi" and "90" sports newspapers. *2nd International Conference on Media Management, Tehran*. (In Persian)
- Sadeghi Fassaei, S. & Karimi, S. (2005). Gender stereotyping in Iranian television drama (Mar. 2004 - Mar. 2005). *Women's Researches*, 3(3), 59-90. (In Persian)
- Sainz-de-Baranda, C., Adá Lameiras, A. & Blanco Ruiz, M. (2020). Gender differences in sports news coverage on twitter. *International Journal Environmental Research and Public Health*, 17(14), 1-13.
- Sharepour, M. (2009). The role of the media in reproducing male hegemony in sport (Case study: Olympic Games. *Journal of Culture Communication Studies*, 5(14), 11-32. (In Persian)
- Shor, E., van de Rijt, A. & Fotouhi, B. (2019). A Large-Scale test of gender bias in the media. *Sociological Science*, 6, 526-550.
- Virginia, B. & Victoria, C. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.



## مقاله پژوهشی

# بازنمایی جنسیت در خبرهای ورزشی از دیدگاه جامعه‌شناسی

صدیقه رضایی پاشا<sup>۱</sup>

فریده شریفی فر<sup>۲</sup>

محمود شارع پور<sup>۳</sup>

علی اصغر کیا<sup>۴</sup>

## چکیده

این مطالعه با هدف بازنمایی جنسیت در خبرهای ورزشی المپیک ۲۰۲۰ توکیو و ۲۰۱۶ ریو و تحلیل آن از دیدگاه جامعه‌شناسی به روش کیفی و با رویکرد تحلیل مضمون انجام شده است. جامعه آماری آن شامل کلیه مطالب روزنامه شرق در سال ۱۳۹۵ و ۱۴۰۰ است. نمونه‌گیری آماری به صورت هدفمند انتخاب گردید که شامل ۴۱۸ داده متنی (خبر، گزارش، مصاحبه و مقاله) در روزنامه مزبور طی بازه زمانی برگزاری هر یک از المپیک‌های مذکور است. سنجش روایی با روش «متمیزی کردن از سوی داور» و سنجش پایایی با روش «هولستی» بررسی شد. در تحقیق حاضر بر اساس روندی مشخص در تحلیل مضمون، داده‌های متنی روزنامه شرق در فرآیند کدگذاری در سه سطح مضامین پایه، سازمان‌دهنده و فراگیر دسته‌بندی گردید. سپس این مضامین به صورت یک نقشه الگوی مفهومی رسم و مضامین برجسته هر یک از این سه سطح همراه با روابط میان آنها نشان داده شد. مقایسه نتایج به دست آمده از تحلیل مضمون نشان داد رویکرد این روزنامه در المپیک ۲۰۱۶ ریو مبنی بر مفاهیم «هژمونی»، «استعاره‌های ورزشی» و «فراواقعیت» بوده است. اما در المپیک ۲۰۲۰ توکیو نتایج با رویکرد و سیاست خبری در مفاهیم «استعاره‌های ورزشی» و

<sup>۱</sup> دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی ورزش، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران جنوب، تهران، ایران  
rezaepasha@yahoo.com

<sup>۲</sup> استادیار مدیریت ورزشی، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران  
f\_sharififar@azad.ac.ir

<sup>۳</sup> استاد جامعه‌شناسی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران. (نویسنده مسئول)  
sharepour@yahoo.com

<sup>۴</sup> استاد روزنامه‌نگاری، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران  
aliasgharkia22@gmail.com

«فراواقعیت» با رویکرد خبری المپیک ۲۰۱۶ ریو تشابه دارد. اما، در مفهوم «هژمونی» خیزشی ملایم به سمت کم‌رنگ نمودن کلیشه‌های جنسیتی و هژمونی در انعکاس خبرهای ورزشی در المپیک ۲۰۲۰ توکیو رخ داده است.

### واژگان کلیدی

بازنمایی، جنسیت، خبرهای ورزشی، المپیک، تحلیل تمانیک

### مقدمه و بیان مسئله

رسانه‌ها یکی از فراگیرترین و مؤثرترین نهادهای تولید، بازتولید و توزیع دانش و معرفت در مقایسه با سایر نهادهای آگاهی و شناخت در جهان جدید هستند. لذا رسانه‌ها را باید سازنده محیط نمادینی دانست که تأثیر عمده آن‌ها، شکل‌گیری تصویر ذهنی مخاطب از دنیای اطراف است (مهدی‌زاده، ۱۳۸۷). از طرفی، پدیده ورزش یکی از عام‌ترین پدیده‌های دنیای امروز است که تقریباً همه انسان‌ها با آن مواجه‌اند و می‌توان ادعا کرد رسانه‌های جمعی در آن نقش بسیار مهمی دارند. زیرا تجربه عموم مردم از ورزش بستگی عمیق به آن چیزی دارد که رسانه منتقل می‌سازد. به عبارتی، در برقراری ارتباط بین ورزش و مردم رسانه نقش واسط را ایفا می‌کند. لذا، رسانه به‌شدت بر نوع ادراک و تجربه مردم از ورزش اثر دارد (روستایی، ۱۳۹۴). ورزش همواره از ابعاد مختلف سوژه رسانه‌ها است. جنسیت، یکی از مهم‌ترین مسائلی است که در این گستره مطرح بوده و مناقشات زیادی را برانگیخته است (احمدی و دیگران، ۱۳۹۴). جنسیت به‌عنوان یک مقوله اجتماعی شامل: رفتارها، کنش‌ها و اندیشه‌های اجتماعی است که فرهنگ حاکم در هر جامعه به عهده دو جنس زن و مرد می‌گذارد. همچنین، در مورد نقش‌های جنسیتی ورزشی، در جامعه مجموعه افکار قالبی مشاهده می‌شود که دامنه انتظارات از هر دو جنس را طراحی و تعیین می‌کند و در این راستا قشربندی‌های جنسیتی در جامعه پدیدار می‌شوند که به‌طور کلی مربوط به پاداش‌هایی از قبیل توزیع قدرت، ثروت، وجهه، آزادی‌های فردی و اقتصادی است که هر عضو در جامعه بنا بر موقعیت خود در هرم سلسله مراتبی حاضر در جامعه از آن بهره می‌برد. قشربندی‌های اجتماعی از جمله قشربندی‌های جنسیتی، در نهادهای مختلف اجتماعی نمود می‌یابند. ورزش از جمله نهادهای اجتماعی است که بخشی از «فرهنگ جنسیتی» در آن توسط نهادهایی چون رسانه بازتولید می‌شوند (صادقی‌فسایی و کریمی، ۱۳۸۴). ورزش و رسانه به هم





وابسته بوده و با یکدیگر دارای رابطه همزیستی مسالمت آمیز هستند (شارع‌پور، ۱۳۸۸). ورزش یکی از ارکان مهم برای بازتاب تفکر اجتماعی است. بنابراین، نمود تفکر و نقطه‌نظرهای یک جامعه نسبت به جنسیت با تحلیل عملی ورزش آن جامعه قابل درک است و از طریق آن می‌توان موقعیت، نقض و حضور اجتماعی هریک از جنس‌ها را مشاهده کرد. از سویی، ورزش یکی از مهم‌ترین نهادهایی است که معانی، افکار، رفتارها، و واقعیت اجتماعی را تحت تأثیر قرار داده و آن‌ها را منتقل می‌نماید. از این‌رو به‌نظر می‌رسد ورزش در درک ما از دنیای پیرامون نقش مهمی ایفا می‌کند و این همان چیزی است که رابطه فرهنگ جامعه و ورزش خوانده می‌شود تا جایی که نوربرت الیاس<sup>۱</sup> بیان می‌کند «شناخت ورزش، کلید شناخت جامعه است» (قدیمی، ۱۴۰۰). در اینجا رسانه‌ها یکی از ابزارهایی که با به‌کار گرفتن نهاد ورزش در به‌نمایش گذاشتن فرهنگ یک جامعه ورزشی نقش شایان توجهی دارد. در واقع رسانه‌ها در کنار نهادهای آموزش و پرورش و خانواده از عوامل جامعه‌پذیر کردن افراد، فرهنگ یک قوم و هویت فردی و اجتماعی افراد هستند. به‌علاوه، آنچه رسانه‌ها به‌نمایش می‌گذارند هم برگرفته از فرهنگ جامعه و هم تأثیرگذار بر آن است. از جمله رسانه‌های مطرح در هر جامعه‌ای مطبوعات ورزشی هستند که علاوه بر جنبه تفریحی، سرگرمی و اطلاع‌رسانی، جنبه بازنمایی جنسیتی نیز دارند. بازنمایی نیز به معنی «تولید معنا از طریق چارچوب‌های مفهومی و زبانی» است. جریان مداوم و مکرر بازنمایی رسانه‌ها از جهان واقعی، به طرز قوی بر ادراک‌ها و کنش‌های مخاطبان تأثیر می‌گذارد و یک تفکر قالبی را به تدریج به امر طبیعی و بدیهی تبدیل می‌کند. زیرا فرض بر این است که این بازنمایی عین واقعیت است (مطهری، ۱۳۹۴). با توجه به نقش و کارکرد مطبوعات ورزشی در تولید و بازتولید روابط و مناسبات قدرت از طریق رویه‌های گفتمانی و ایدئولوژیکی در قالب بازنمایی و معناسازی جنسیت در مطبوعات ورزشی، اتخاذ رویکردی انتقادی به بازنمایی‌های مطبوعاتی امری ضروری است. به‌طوری‌که آنچه از طریق این پژوهش حاصل می‌شود، می‌تواند مبنایی برای دیگر پژوهش‌ها باشد. با مرور مطالعات انجام شده در زمینه بازنمایی 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 به‌دلیل نبود یک الگوی مفهومی از بازنمایی

---

1. Norbert Elias

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 و نیازمند انعکاس اخبار و حواشی احتمالی آن در زمان برگزاری مسابقات است، پژوهش حاضر ضمن مطالعه جامعه‌شناختی بازنمایی جنسیت در اخبار منعکس شده در یک رسانه (روزنامه شرق) 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 پروسه زمانی ۴ ساله را نیز مورد بررسی قرار داده و درصدد برآمد تا مقوله‌بندی نوینی از بازنمایی جنسیت در خبرهای ورزشی المپیک ۲۰۲۰ توکیو و ۲۰۱۶ ریو بر اساس حمل معناها و پیام‌های اجتماعی (روزنامه شرق) در زمینه‌ها و متن‌های مختلف بازنمایی جنسیت در خبرهای ورزشی المپیک ارائه نماید و این می‌تواند پژوهش حاضر را از دیگر پژوهش‌ها متمایز کند و جنبه‌ای نسبتاً بدیع و نوین بدان ببخشد. به همین منظور تحقیق حاضر در پی پاسخگویی به این سؤال اصلی شکل گرفت که تحلیل بازنمایی جنسیت در پوشش اخبار ورزشی دو المپیک ۲۰۲۰ توکیو و ۲۰۱۶ ریو از دیدگاه جامعه‌شناسی چگونه است؟. فرض بنیادین پژوهش این است که بازنمایی‌ها و معناسازی‌های رسانه‌ای، امری ذاتی و طبیعی نیست، بلکه برساخته‌ای اجتماعی، فرهنگی، زبانی و گفتمانی است؛ لذا، با تحلیل و گزارش الگوهای موجود در داده‌های کیفی به‌دست آمده از داده‌های متنی ضمن رسیدن به پاسخ سؤال فوق و ترسیم الگوی مفهومی از بازنمایی جنسیت در اخبار ورزشی المپیک در روزنامه شرق، سعی شد تا الگوی جامعه‌شناختی مناسبی برای تحلیل بازنمایی جنسیت در خبرهای ورزشی المپیک طراحی گردد.

### پیشینه تجربی

رضایی‌پاشا و همکاران (۱۴۰۰) به تحلیل مضمون خبرهای المپیک ۲۰۲۰ توکیو با تأکید بر جنسیت پرداخته‌اند. برای این منظور، داده‌های متنی رویداد المپیک توکیو ۲۰۲۰ (۱ تا ۱۷ مرداد سال ۱۴۰۰) منتشره در روزنامه شرق به‌صورت هدفمند انتخاب و با روش کیفی مبتنی بر تحلیل مضمون مورد بررسی قرار گرفتند که یافته‌ها نشان داد مفاهیم «هژمونی، استعاره‌های ورزشی، فراواقعیت» برای ترسیم بازنمایی جنسیت نقش کلیدی دارند.

قره و همکاران (۱۳۹۶) به بررسی شناخت نگرش دانشجویان مدیریت رسانه نسبت به انعکاس ورزش بانوان در رسانه ملی پرداخته‌اند. یافته‌های آنها نشان داد رسانه ملی در انعکاس ورزش



بانوان و مطابقت آن با راهبردهای ورزش بانوان ناموفق بوده و تنها در مورد ورزش دانشجویی و قهرمانی نظرها تا حدودی بهتر و مثبت‌تر از سایر موارد به‌دست آمد. همچنین، از نظر جنسیت بین مؤلفه‌های ورزش آقایان و ورزش قهرمانی تفاوت وجود دارد.

احمدی و همکاران (۱۳۹۴) با رهیافت تحلیلی به بررسی مناقشه تاریخی نقش رسانه‌ها در بازتولید و ترویج نابرابری جنسیتی پرداخته‌اند. بدین‌منظور، سریال «تکیه بر باد» با استفاده از تحلیل نشانه‌شناختی فیسک<sup>۱</sup> در سه سطح رمزگان واقعیت، بازنمایی و ایدئولوژی تحلیل و ارزیابی شد که نتایج نشان داد توجه به نقش مادری و همسری، پوشش چادر، تعلق به ارزش‌های خانواده، توجه به جایگاه پدر و همسر در تصمیم‌گیری به‌عنوان نشانه‌های وجود رویکرد مردسالارانه و ذات‌گرایانه در جامعه ایران برجسته است. در مقابل، نشانه‌هایی نظیر تحصیلات، اشتغال و حضور در فضاهای بیرونی استقلال مادی، انتخاب‌گری، پوشش مانتو و مراودات متفاوت از عرف خانواده به‌عنوان نشانه‌های هویت برساخته به حاشیه رانده شده‌اند.

گرابمولروا<sup>۲</sup> (۲۰۲۲) به بررسی نقش رسانه‌های اجتماعی در تقویت یا تضعیف برابری جنسیتی کمیته بین‌المللی المپیک<sup>۳</sup> در طول بازی‌های المپیک ۲۰۲۰ توکیو پرداخته است. برای این منظور، حساب‌های رسانه‌های اجتماعی سه کمیته ملی المپیک نروژ، جمهوری چک و سوئیس با روش کمی و مصاحبه‌های عمیق کیفی تجزیه و تحلیل شد تا تصمیمات و فرآیندهای مؤثر بر تصویر جنسیتی در بازی‌های المپیک ۲۰۲۰ توکیو شناسایی گردد. یافته‌ها نشان داد کارکنان رسانه‌ها تأثیر معنی‌داری بر ارائه تصویر منطقی از جنسیت در محتوای کانال‌های ارتباطی خود دارند و برخلاف رسانه‌های خبری، آنها از الگوهای مورد استفاده آگاه بوده و در راستای ارزش‌های المپیک به‌کار می‌برند. در نتیجه، دستور کار منصفانه‌تری برای ورزشکاران زن و مرد تعیین نموده و مأموریت برابری جنسیت را تقویت کرده‌اند.

مارتیندیل<sup>۴</sup> (۲۰۲۰) با استفاده از روش اتنوگرافی به بررسی تأثیر تصاویر رسانه‌ای از ورزشکاران زن بر افکار عمومی پرداخته است. وی نتیجه گرفت که زنانگی و شکل ظاهری، ریشه چگونگی درک و ارزش‌گذاری جامعه از ورزشکاران زن است. ورزشکاران زن موفق، به‌طور خودکار نماینده

1. Fiske

2. Grabmüllerová

3. International Olympic Committee

1. Martindale

تمام زنان در ورزش محسوب می‌شوند و اقدامات و تصاویر عمومی آنها در داخل و خارج از زمین بازی تأثیر بسزایی در پایداری و پیشرفت ورزش زنان به‌طور کلی دارد.

کالو و اورتگا<sup>۱</sup> (۲۰۲۰) با تحلیل محتوای ۸۶۱ خبر مربوط به ورزشکاران زن اسپانیایی در جریان بازی‌های المپیک ۲۰۱۶ ریو نشان دادند میزان پوشش خبری زنان ورزشکار در طول این دوره از المپیک افزایش یافته است. با این وجود، این پوشش خبری کمتر از پوشش خبری ورزشکاران مرد بوده است. اما، به دلیل موفقیت‌های زنان اسپانیایی که بیش‌تر از مردان در این دوره مدال کسب کردند، عدالت خاصی بین جنسیت وجود دارد.

فورناری و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۱۹) دیدگاه جنسیتی موجود در گزارشات مربوط به ورزشکار زن برزیلی حاضر در بازی‌های المپیک ریو ۲۰۱۶ منتشره در دو روزنامه برزیلی با تیراژ ملی را بررسی نموده و دریافتند رسانه‌ها با به تصویر کشیدن ورزشکاران زن به کمک ویژگی‌های کلیشه‌ای زنان، الگوهای جنسیتی برساخت اجتماعی را تکرار می‌کنند که نشان‌دهنده نابرابری‌های جنسیتی و خشونت علیه ورزشکاران زن توسط اعضای تیم‌های فنی و حامیان آنها است.

شور و همکاران<sup>۳</sup> (۲۰۱۹) تعصب جنسیتی در رسانه‌ها را با آزمون مقیاس بزرگ مورد مطالعه قرار داده‌اند. برای این منظور، پوشش خبری بیش از ۲۰ هزار زن و مرد موفق در حوزه‌های مختلف اجتماعی و شغلی در بیش از ۲ هزار منبع خبری به‌عنوان معیار رفتاری مورد بررسی قرار گرفت که نتایج نشان داد زنان در مقایسه با مردان هم‌سال از همان قشرهای شغلی، از اقبال عمومی بیشتری برخوردارند، اما بازتاب رسانه‌ای کمتری دارند.

مرور مطالعات پیشین نشان می‌دهد اگر چه در پژوهش احمدی و همکاران (۱۳۹۴) از روش جان فیسک استفاده شده است، ولی آنها به روابط بینامتنی و گفتمان خارج از متن، توجهی نکرده‌اند. پژوهش قره و همکاران (۱۳۹۶) نیز یک مطالعه توصیفی است که از اعتبار درونی کمی برخوردار است. پژوهش گرایمولروا (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 قابل ملاحظه‌ای دارد. مارتیندیل

---

2. Calvo-Ortega

2. Fornari at al

3. Shor at al



(۲۰۲۰) صرفاً با روش قوم‌نگاری به بررسی مسأله پرداخته که ناشی از دو اصل طبیعت‌گرایی و انعطاف‌پذیری آن، توصیفی بوده و پایایی آن ضعیف است. در پژوهش فورناری و همکاران (۲۰۱۹) از روش تجزیه و تحلیل محتوا استفاده شده است. اما این روش به تنهایی نمی‌تواند مبنای اظهارنظر درباره تأثیر محتوا بر مخاطبان باشد. زیرا این روش تنها به چارچوب مقوله‌ها و تعاریف به‌کار رفته در تحلیل محدود می‌شود. در پژوهش کالو و اورتگا (۲۰۲۰) از روش تحلیل محتوا استفاده شده که چون محدود به زمان رقابت است، خلاف نظریه‌های موجود را نشان می‌دهد و نتایج آن به‌طور معناداری با نتایج تحقیقات قبلی متفاوت است. بنابراین، لزوم اقدامات احتیاطی و عمیق‌تر در این نوع مطالعات، در کنار حضور مؤثرتر و ملموس‌تر زنان در عرصه‌های مختلف ورزشی در سال‌های اخیر، انجام یک مطالعه کیفی جهت بررسی وضعیت جنسیت در انعکاس اخبار ورزشی در رسانه‌های ایرانی را ضرورت بخشید و پژوهش حاضر در این راستا شکل گرفت تا با مطالعه جامعه‌شناختی بازنمایی جنسیت 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. بنابراین، مقوله‌بندی نوین از تحلیل بازنمایی جنسیت در خبرهای المپیک ۲۰۲۰ توکیو و ۲۰۱۶ ریو با دیدگاه جامعه‌شناسی ترکیبی (کلان و خرد و پست مدرن) بر اساس حمل معناها در پیام‌های اجتماعی، جنبه‌ای نسبتاً بدیع و نوین به این تحقیق بخشیده است. به عبارتی، نوآوری این تحقیق در ایجاد یک الگوی مفهومی نظریه‌ای درباره مطالعه المپیک توکیو ۲۰۲۰ و المپیک ۲۰۱۶ ریو در زمینه‌ها و متن‌های مختلف اجتماعی است.

### چارچوب نظری

#### نظریه بازنمایی جنسیت

بازنمایی با «دلالت» نیز متضمن فرآیندهای تولید معانی است. بنابر استدلال فمینیست‌ها، بازنمایی به‌طور مداوم تصور از هویت جنسی را ایجاد، تأیید یا دگرگون می‌کند. این اصطلاح عمدتاً توسط فمینیست‌های موج دوم در اواخر دهه ۶۰ و ۷۰ برای بیان تولید معنا و تصور از زنان و نحوه بازنمایی آنها در تولیدات حوزه‌های هنر، سینما، رسانه‌های روان‌شناسی و ... استفاده می‌شد. در

برخی مباحث فمینیستی موضوع بازنمایی با بحث درباره سوژه شدگی و یا مطیع شدن ارتباط دارد. زیرا فمینیست‌ها با توجه به مفهوم سوژه در نزد فوکو<sup>۱</sup> که آن را جلوه‌ای از ساختارهای گفتمانی می‌داند، که با آن ساختارها تعامل می‌کند، ولی به خودی خود بنیادی نیست و اتخاذ برخی مواضع سوژه‌ای را نوعی از کنش که در درون بافت‌های خاصی از کنش‌ها صورت می‌گیرد، می‌داند. نحوه آشکارشدگی مواضع سوژه‌ای در ادبیات، تبلیغات و رسانه‌ها همان بازنمایی خواننده می‌شود. در واقع بازنمایی‌ها نمایش همان «نفس» مرکز زدوده است و نه مرگ سوژه که باتلر<sup>۲</sup> به آن اشاره دارد. مفهوم بازنمایی در مطالعات رسانه‌ای جنبه محوری دارد. این مفهوم با تلاش‌هایی که برای ترسیم واقعیت صورت می‌گیرد، رابطه تنگاتنگی دارد. بازنمایی را تولید معنا از طریق چارچوب‌های مفهومی و زبان تعریف می‌کنند. جریان مداوم و مکرر بازنمایی رسانه‌ها از جهان واقع، به طرز گسترده‌ای بر ادراک و کنش‌های مخاطبان تأثیر می‌گذارد؛ زیرا فرض بر این است که این بازنمایی‌ها عین واقعیت است. فمینیست‌ها بر این باورند که رسانه‌ها و به‌ویژه تلویزیون، با ساخت و ارائه ایماژهای اصلی از زنانگی و مردانگی، فعالانه در گفتمان نمادین جنسیت که ریشه در روابط قدرت دارد، سهمیم هستند (مهدی‌زاده، ۱۳۸۷).

### نظریه هژمونی گرامشی

گرامشی<sup>۳</sup> از هژمونی<sup>۴</sup> در دو نهاد اجتماعی جامعه مدرن امروزی یعنی رسانه و ورزش صحبت می‌کند. ورزش و رسانه به هم وابسته بوده و با یکدیگر دارای رابطه همزیستی مسالمت‌آمیز هستند. ورزش به‌عنوان نهاد اجتماعی هژمونیک، برتری مردان نسبت به زنان را طبیعی می‌سازد. به‌عبارتی، رسانه از طریق ایجاد و انعکاس نگرش‌های اجتماعی مربوط به مردان و زنان، هژمونی موجود در ورزش را تقویت می‌کند (شارع‌پور، ۱۳۸۸). در این پژوهش، تبعیض جنسیتی به‌عنوان ایدئولوژی مسلط مردانه در جامعه ورزش باعث به‌وجود آمدن شرایط نابرابری اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی برای زنان مورد بحث می‌باشد. منظور از 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 طبقه تحت سلطه در جست‌وجوی رسیدن به برابری می‌باشند. گرامشی، اعمال

1. Foucault
2. Butler
3. Antonio Gramsci
4. Hegemonie



هژمونی یا سلطه فرهنگی را که همانا به شفاف‌سازی سلطه طبقه حاکم از طریق ایدئولوژی و فرهنگ بر طبقه زیردست می‌پردازد به تصویر می‌کشد. گرامشی بر این باور است که طبقات حاکم در جامعه، هژمونی یا سلطه خود را با به‌وجود آوردن افرادی که خودشان تمایل به تحت سلطه بودن دارند، به‌دست می‌آورند و ایدئولوژی در به‌وجود آوردن این تمایل نقش به‌سزایی دارد؛ چرا که به‌عنوان ابزاری محسوب می‌شود که از طریق آن عقاید معینی منتقل گشته و مهم‌تر این‌که درست تلقی می‌گردند. در نتیجه برای تغییر هژمونی یا سلطه در چنین جوامعی باید یک "جنگ موقعیت" صورت بگیرد که در واقع یک مبارزه زمان‌بر بر ضد ایدئولوژی مسلط مردانه محسوب می‌گردد (جیولیونوتی، ۱۳۹۱).

### نظریه فراواقعیت ژان بودریار

بودریار<sup>۱</sup> از مفهوم «فراواقعیت»<sup>۲</sup> برای بیان کارکرد رسانه‌ها در نمایان‌سازی واقعیت استفاده کرد؛ 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 درباره یک رخداد واقعی ورزشی سبب می‌شوند تا دیگر اثری از واقعیت اولیه در گزارش‌های رادیویی، تلویزیونی یا مطبوعاتی باقی نماند (بودریار، ۲۰۰۷).

### نظریه تحلیل انتقادی استعاره<sup>۳</sup>

در تحقیقات کیفی، محقق با سهم شدن در دنیای مشارکت‌کنندگان به درک ذهنی و بینشی عمیق از تجارب آن‌ها نائل می‌گردد. بنابراین، محقق باید استعداد درک مفاهیم را داشته باشد تا بتواند روابط بین آنها را تشخیص و عناصر مربوط را از نامربوط تمیز دهد. به این ویژگی حساسیت نظری<sup>۴</sup> اطلاق می‌شود که روشی برای درک بهتر رابطه میان زبان و تفکر است تا بتوان بر اهرم‌های فشار مدرنیته کنترل بیشتری داشت. استعاره می‌تواند در یک معنای ساده دو قسمت گم شده از بافت‌های مختلف معنا را در کنار هم قرار دهد. بنابراین، ما انتقال ساده واژه‌ها را بررسی نمی‌کنیم، بلکه با نوعی اندیشه‌ورزی که بین بافت‌ها مطرح می‌گردد، سروکار داریم. رویکرد تحلیل انتقادی

- 
1. Baudrillard
  2. Hyper Reality
  3. Critical Metaphor Analysis
  4. Theoretical Sensitivity

استعاره نشان می‌دهد کدام دسته از عوامل بر انتخاب واژه‌ها و عبارات برانگیزاننده احساسات توسط قدرتمندان جامعه، سیاست‌مداران، صاحبان رسانه و ورزش نقش دارند؟ استعاره‌ها غالباً اثر گذارند (حتی به قول لیکاف<sup>۱</sup>: استعاره‌ها می‌توانند کشنده باشد)؛ چراکه شیوه‌های خاص نگاه به جهان را به ما می‌قبولانند. این باور وجود دارد که درک بهتر زبان، اساس خلق جامعه‌ای بهتر است. تحلیل انتقادی استعاره، روشی برای آشکارسازی ایدئولوژی‌ها، نگرش‌ها و باورهای زیربنایی است. بنابراین، استعاره ابزاری حیاتی برای درک و فهم بیش‌تر روابط پیچیده بین زبان، اندیشه و بافت اجتماعی در اختیار می‌گذارد. چارتریس بلک<sup>۲</sup> (۱۳۹۸) محقق معتقد است که کاربست استعاره‌های جنگ در گزارش‌های ورزشی نوعی زبان رقابتی را در نظام‌های اجتماعی ایجاد و تقویت می‌کند که برای همه اشکال رفتار رقابتی اجتماعی ارزش‌گذاری بالایی قائل هستند. استعاره‌های مفهومی برای ورزش‌های خاص از قبیل: فوتبال، جنگ است و بسکتبال یک بازی جنگنده و غیره... به‌طور ضمنی، به بازنمایی معنایی در سطح بالاتر اشاره می‌کند: ورزش، مبارزه برای بقاست. بنابراین اگر فوتبال، جنگ است، پس می‌توان گفت که جنگ‌ها نیز نوعی مسابقه فوتبال هستند. این ادعا از لحاظ ایدئولوژیک بسیار مهم است؛ زیرا اگر استعاره‌های برخورد در گزارش‌های ورزشی به‌هنگار تبدیل گردند، می‌توانند این زیربنای مفهومی را القا کنند که جنگ‌های واقعی توری بازنمایی شوند که گوئی «صرفاً» مسابقه‌ای ورزشی هستند. البته این می‌تواند مقاومت در برابر جنگ را به حداقل برساند. همچنین، در این سطح پنهان، استعاره‌های گزارش ورزشی دارای ویژگی‌های معناشناختی مشابه با ویژگی‌های سایر انواع گفتمان‌ها از قبیل سیاست هستند. در استعاره‌های جنسیت‌زدگی زبان، ارتباط میان زبان و جنسیت از اهمیت به‌سزایی برخوردار است که باعث گسترش و اشاعه ایدئولوژی‌های جنسیتی از طریق زبان گفتاری می‌شود (مطهری و همکاران، ۱۳۹۴).

### جمع‌بندی

در تحلیل بازنمایی جنسیت در خبرهای ورزشی می‌توان گفت که رسانه و ورزش از یک طرف دو نهاد اجتماعی دارای هژمونی در جامعه مدرن امروزی می‌باشند، 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

<sup>1</sup>. George Lakoff

<sup>2</sup>. Jonathan Charteris Black





که تبلیغات رسانه‌ای در شکل‌گیری هویت جنسیتی نقش مؤثری دارد و از طرفی رسانه، ورزش را بر سر دوراهی بهره‌وری و اغوا، فراواقعیت قرار داده است. 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، بازنمایی نمی‌شوند، بلکه شبیه‌سازی می‌شوند و با میانجی رسانه‌ها به فراواقعیت تبدیل می‌شوند. به‌طور کلی این مفاهیم (هژمونی، تحلیل انتقادی استعاره، فراواقعیت) در رسانه‌های ورزشی با تلاش‌هایی که برای ترسیم واقعیت صورت می‌گیرد، رابطه‌ای تنگاتنگ با مفهوم «بازنمایی» دارد. به‌عبارتی بازنمایی واقعیت ورزشی، نوعی معناسازی از یک رویداد ورزشی است که می‌توان گفت رسانه‌ها نه آینه‌ای برای انعکاس واقعیت، بلکه سازنده واقعیت و شکل‌دهنده به آن هستند.

### روش پژوهش

این پژوهش با بهره‌گیری از روش تحلیل مضمون به‌عنوان روشی برای شناخت، تحلیل و گزارش الگوهای موجود در داده‌های کیفی به‌دست‌آمده از مصاحبه‌ها و داده‌های متنی و نیز روشی برای طراحی الگوی مفهومی، تلاش کرده تا الگویی مناسب برای تحلیل مضمون خبرهای المپیک ۲۰۲۰ توکیو و ۲۰۱۶ ریو با تأکید بر جنسیت طراحی کند. تحلیل مضمون، روشی برای شناخت تحلیل و گزارش الگوهای موجود در داده‌های کیفی، تحلیل داده‌های متنی است (براون و کلارک<sup>۱</sup>، ۲۰۰۶: ۲۳) در تحلیل مضمون، داده‌های متنی در آن بر اساس مقوله‌های معنایی مشترک گروه‌بندی می‌شود و در نهایت بر اساس وجوه مشترک، عبارات گروه‌بندی‌شده در هر کدام از مقولات و طی فرآیندی سلسله‌مراتبی، مضامین اصلی و در مرحله نهایی، مضمون مرکزی (مضمون نهایی) شناسایی می‌شود (پاک‌سرشت، ۱۳۹۱: ۱۶۶). به دلیل این‌که پژوهش از نوع بنیادی خواهد بود، لذا برای آن، جامعه آماری همچون پژوهش‌های کمی متصور نیست و روش نمونه‌گیری نظری خواهد بود. به این منظور، منابعی انتخاب خواهند شد که بیشترین اطلاعات و داده برای پاسخ به سوال تحقیق فراهم می‌کنند. داده‌های متنی با این نمونه‌ها تا آنجا ادامه یافت که محقق به مرحله اشباع نظری دست یافت (محمدپور، ۱۳۹۰: ۴۸).

<sup>۱</sup>. Braun & Clarke

## مشارکت کنندگان

کلیه خبرها، گزارش‌ها، مصاحبه‌ها و مقاله‌های منتشرشده در رسانه‌های مکتوب ایرانی سال ۱۳۹۵ و ۱۴۰۰ است که رویداد المپیک ۲۰۲۰ توکیو (۲۵ تیر - ۲۵ مرداد ۱۴۰۰) و ۲۰۱۶ ریو (۸ شهریور - ۸ مرداد ۱۳۹۵) را پوشش داده‌اند.

## نمونه آماری

با توجه به این‌که روزنامه‌ها تنها رسانه مکتوبی هستند که به‌طور روزانه اخبار را منتشر می‌کنند و مخاطبین آنان را هر سن و قشری تشکیل می‌دهد، به‌عنوان نمونه آماری در نظر گرفته شدند و از میان آن‌ها، روزنامه شرق به‌صورت هدفمند جهت مطالعه و بررسی انتخاب شد. بررسی روزنامه‌ها نشان داد که روزنامه شرق نمونه خوبی از روزنامه‌نگاری حرفه‌ای حال حاضر ایران می‌تواند باشد. جهت پوشش‌دهی حداکثری اخبار مربوط به المپیک، خبرهای بازه زمانی یک هفته قبل از شروع المپیک ۲۰۲۰ توکیو و ۲۰۱۶ ریو، دو هفته زمان برگزاری المپیک ۲۰۲۰ توکیو و ۲۰۱۶ ریو و یک هفته بعد از المپیک ۲۰۲۰ توکیو و ۲۰۱۶ ریو که جمعاً برابر با یک ماه می‌شد مورد بررسی قرار گرفت که در مجموع ۱۷۷ داده متنی کدگذاری و استخراج گردید.

جدول ۱. 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	۱۲ آگوست - ۲۷ جولای ۲۰۲۰	۱ مرداد - ۱۷ مرداد ۱۴۰۰	۲۵ تیر - ۲۵ مرداد ۱۴۰۰	۱۷۷
۲	برزیل - ریودوژانیرو	۲ آگوست - ۵ آگوست ۲۰۱۶	۳۱ مرداد - ۱۵ مرداد ۱۳۹۵	۸ شهریور - ۸ مرداد ۱۳۹۵	۲۴۱
۴۱۸	مجموع داده‌ها				

منبع: یافته‌های پژوهش

برای بررسی جمعاً ۴۱۸ خبر مدنظر، از برگه کدگذاری محقق ساخته با دستورالعمل اختصاصی ریان و برنارد<sup>۱</sup> (۲۰۰۳) و افزودن واحدهای تحلیل جدید استفاده شد. واحدهای تحلیل (متغیرهای) مورد بررسی در این تحقیق شامل مطالب مربوط به رویداد ورزشی المپیک ۲۰۲۰ توکیو و المپیک

<sup>۱</sup>. Ryan & Bernard



۲۰۱۶ ریو از ابعاد قالب مطالب (اخبار، مصاحبه، گزارش، مقاله و...) موضوع مطالب، جهت‌گیری مطالب (مثبت، منفی، خنثی و دوپهلوی)، تیتراژ در صفحه اول و صفحه درج مطلب بود. برای سنجش روایی تحلیل مضمون، از روش «ممیزی کردن از سوی داور» به این نحو که محقق با توضیح در مورد چگونگی مشتق شدن مضامین و چگونگی اخذ تصمیم در طول پژوهش برای ممیزی و تایید آن به دست داور استفاده نمود که قابلیت اطمینان نتایج تحقیق افزایش می‌یابد. در پژوهش پیش رو این کار توسط چند تن از اساتید جامعه‌شناسی ورزش و علوم ارتباطات انجام گردید. جهت سنجش پایایی از روش هولستی<sup>۱</sup> استفاده شد. درصد توافق ۰/۸۹ به دست آمد که نشان می‌دهد نتایج پژوهش از قابلیت اعتماد بالایی برخوردار است.

### یافته‌های پژوهش

با توجه به کدبندی‌ها و تحلیل‌های انجام‌گرفته روی داده‌های متنی روزنامه شرق در زمان برگزاری المپیک ۲۰۲۰ توکیو و ۲۰۱۶ ریو، مهم‌ترین مضمون‌های استخراجی از بطن خبرهای انعکاس‌یافته از این رویداد ورزشی به شرح جدول زیر است.

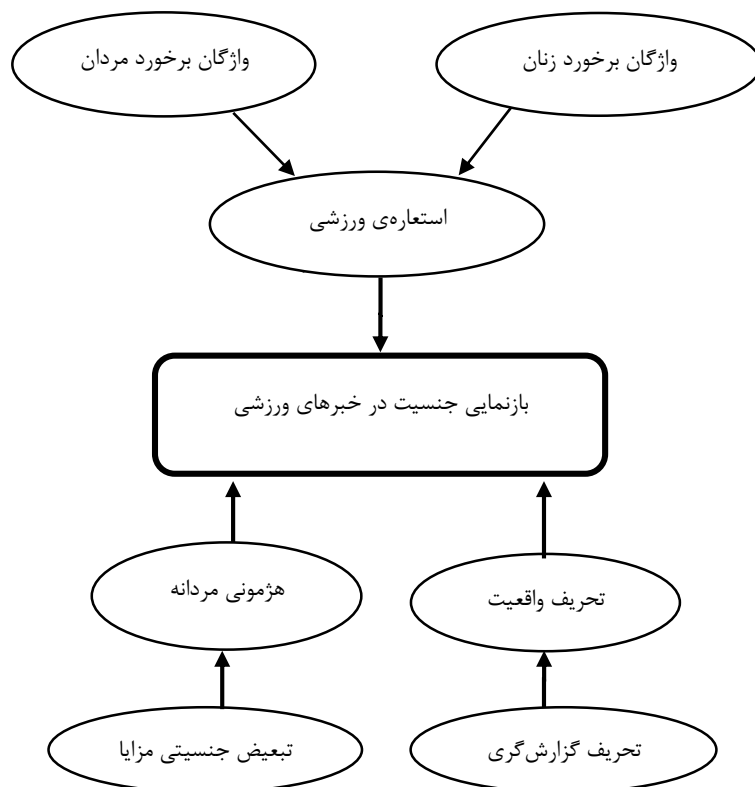
جدول ۲. مضامین بازنمایی جنسیت در خبرهای ورزشی از دیدگاه جامعه‌شناسی

مضمون فراگیر	مضمون سازمان‌دهنده	مضمون اصلی	مصادقات‌های خبرهای ورزشی ۱۳۹۵ (المپیک ۲۰۱۶ ریو)	مصادقات‌های خبرهای ورزشی ۱۴۰۰ (المپیک ۲۰۲۰ توکیو)
بازنمایی جنسیت در خبرهای ورزشی	استعاره‌های ورزشی	واژگان برخوردار زنان	اولین بانوی محجبه مدال‌آور آمریکا، ایراندخت کیمیاگر تاریخ	جدال هم‌تیمی و خواهران دیروز، دوستی «خاله خرسه»، «آلت دست بیگانگان»، به ملیت خودش پشت کرده است، به مملکت خود پشت می‌کند، به پرچم خود پشت می‌کند
		واژگان برخوردار مردان	شمشیر تیزی که مدال ...، خیز کیانوش، رستمی دیگر، ارتش «بنا» وارد می‌شود، پایان خوش شاهنامه برای سهراب، غول کوبایی، جلود	من تنشه مبارزه‌ام و می‌خواهم برنده بشم، این طلسم در شرایطی شکست، تانک روس، ترقه ایرانی!، اتحادیه جهانی کشتی به او لقب «شاهین» داد، سنجاب پرنده

<sup>۱</sup>. Holsti's Coefficient of Reliability

یا جلا، «کمیل» طلا کاشت، نقره گرفت «کمیل ۳۰ ثانیه»، مزدور و وطن فروش	سرانجام خوشی نداشت!، مصاف دیدنی پلنگ جویبار			
-----	تحریرف کیمیا علیزاده در تلویزیون و پیش از رقابتش با ناهید کیانی در سه مرحله شکل گرفت	تحریرف گزارشگری		
تحریرف بهداد سلیمی از اعتراض های تیم ایران نسبت به تیم داوری، واکنش تخریبگر رسانه ها و تماشاگران از برچسب جلود یا جلا و هک شدن سایت فدراسیون جهانی وزنه برداری تا رأی دادگاه	-----	تحریرف سیستماتیک	فراواقعیت	
پاداش ۱۴۰ سکه ای برای طلایی های کشتی در المپیک ...	اوضاع بد مالی کمیته ملی المپیک متحمل هزینه مالی رفت و آمد بی حاصل احسان حدادی به توکیو... نداشتن بودجه جهت تهیه جلیقه یخ برای نازنین ملایی... عدم اعزام ماساژور همراه کاروان ورزشی به توکیو...	تبعیض جنسیتی مزایا	هژمونی	

منبع: یافته های پژوهش



نمودار ۱. الگوی تحلیل بازنمایی جنسیت در خبرهای ورزشی از دیدگاه جامعه‌شناسی

منبع: یافته‌های پژوهش

همان‌گونه که در نمودار ۱ مشاهده می‌گردد، سه مضمون اصلی شامل استعاره ورزشی، تحریف واقعیت و هژمونی، از تحلیل بازنمایی جنسیت در خبرهای ورزشی از دیدگاه جامعه‌شناسی به دست آمده است که در ذیل به تحلیل آنها پرداخته شده است.

✓ واژگان برخورد زنان و مردان

✓ مضمون استعاره ورزشی

## جدول ۳. طبقه‌بندی واژگان برخورد در خبرهای ورزشی

خبرهای المپیک ۲۰۱۶ ریو		خبرهای المپیک ۲۰۲۰ توکیو	
واژگان برخورد زنان	واژگان برخورد مردان	واژگان برخورد زنان	واژگان برخورد مردان
نعمتی قلبها و ذهنها را فتح کرد	شمشیر تیزی که مدال نشد اما آن قدر تیز بود که گلوی دنیا را پاره کرد	«آلت دست بیگانگان»	من تنشهی مبارزه هستم و می‌خواهم برنده شوم
بی‌غیرت (لیلا رجبی)	خیز کیانوش	به ملیت خودش پشت کرده است.	ما یک بازی جان‌دار و جنگنده می‌خواهیم
ابتهاج اولین بانوی محجبه مدال‌آور آمریکا	رستمی دیگر	به مملکت خود پشت می‌کند	تانک روس، ترقه ایرانی!
ایراندخت کیمیاگر تاریخ	ارتش «بنا» وارد می‌شود	به پرچم خود پشت می‌کند	شروع بد آسمان‌خراش‌ها
نتایج ضعیف صمیمی و رجبی	پایان خوش شاهنامه برای سهراب	دوستی «خاله خرسه»	لقب «شاهین»
مهسا جاور فینالیست نشد	مادسن دانمارکی بار دیگر مثل کوه مقابل سعید ایستاد	جدال هم‌تیمی و خواهران دیروز یاد می‌شد	مصاف دیدنی پلنگ جویبار با تیلور آمریکایی
سرنا ویلیامز هم حذف شد	غول کوبایی	چون رقیب، رقیبی معمولی نبود!	سنجاب پرنده سرانجام خوشی نداشت!
	جلود یا جلاد	شرایط ذهنی و جسمی ناهید کیانی بهتر از کیمیا علیزاده است	رویارویی آسمان خراش‌ها
	«کمیل» طلا کاشت، نقره گرفت «کمیل ۳۰ ثانیه»	حمیده، «کیمیای» کاروان ایران؟	این طلسم در شرایطی شکست
	مزدور و وطن‌فروشی	(حمیده عباسعلی) او کارنامه پرافتخاری دارد که می‌تواند برای رقبایش ترسناک باشد	علی هاشمی اوت شد
		باخت تلخ حمیده عباسعلی	(حسن یزدانی) برای این‌که باز با تمام توان بجنگم

منبع: یافته‌های پژوهش



با توجه به یافته‌های جدول بالا، واژگان برخورد در روزنامه شرق در دو سطح استعاره‌های مربوط به مردان و استعاره‌های مربوط به زنان قابل طبقه‌بندی است. در استعاره‌های مربوط به مردان و زنان نوعی جنسیت‌زدگی مشاهده می‌شود که حکایت از وجود «زبان جنسیت‌زده» در واژگان برخورد زنان وجود دارد که به نوعی واژه‌های تحقیرشده برای ورزشکار زن را بیان می‌کند. این شکل از کاربرد زبان نوعی خشونت علیه زنان ورزشکار در محیط ورزشی است که توسط رسانه‌ها و حتی روشنفکران، نویسندگان و مجریان اصحاب رسانه و هر فردی که از وسیله‌ای به نام زبان استفاده می‌کند به صورت مستقیم و غیرمستقیم به کار می‌رود (جدول ۴).

**نمونه استعاره‌های گزارش ورزشی در المپیک ۲۰۲۰ توکیو نسبت به زنان:** دوستی خاله خرسه، به ملیت خودش پشت کرده است، به مملکت خود پشت می‌کند، به پرچم خود پشت می‌کند.

**نمونه استعاره‌های گزارش ورزشی در المپیک ۲۰۱۶ ریو نسبت به زنان:** بی‌غیرت، نتایج ضعیف صمیمی و رجبی. در مقابل در واژگان برخورد مردان، نوعی از توصیف واژه‌های شجاع و مبارز و قوی بیان می‌شود. این در حالی است که برای ورزشکاران زن از این ادبیات استفاده نمی‌شود.

**نمونه استعاره‌های گزارش ورزشی در المپیک ۲۰۲۰ توکیو نسبت به مردان:** تانک روس، ترقه ایرانی!، شاهین، پلنگ جویبار.

**نمونه استعاره‌های گزارش ورزشی در المپیک ۲۰۱۶ ریو نسبت به مردان:** شمشیر تیزی که مدال نشد اما آنقدر تیز بود که گلوی دنیا را پاره کرد. رستمی دیگر، ارتش «بنا» وارد می‌شود، پایان خوش شاهنامه برای سهراب، مثل یک کوه ایستاد، جلاد.

جدول ۴. استعاره‌های جنسیتی ورزشی در خبرهای المپیک ۲۰۲۰ توکیو و ۲۰۱۶ ریو

استعاره‌های جنسیتی گزارش ورزشی		المپیک
استعاره‌های جنسیتی نسبت به مردان	استعاره‌های جنسیتی نسبت به زنان	
تانک روس، ترقه ایرانی!، شاهین، پلنگ جویبار	دوستی خاله خرسه، به ملیت خودش پشت کرده است، به مملکت خود پشت می‌کند، به پرچم خود پشت می‌کند	۲۰۲۰ توکیو
شمشیر تیزی که مدال نشد اما آنقدر تیز بود که گلوی دنیا را پاره کرد. رستمی دیگر، ارتش «بنا» وارد می‌شود، پایان خوش شاهنامه برای سهراب، مثل یک کوه ایستاد، جلاد	بی‌غیرت، نتایج ضعیف صمیمی و رجبی	۲۰۱۶ ریو

منبع: یافته‌های پژوهش

از طرفی ورزش ایران در المپیک ۲۰۲۰ توکیو با پدیده‌ای به نام تیم پناهندگان المپیک مواجهه بود که استعاره‌های گزارش ورزشی منحصر به فردی از طرف جامعه ورزشی برای این پدیده مطرح شد که جدا از بحث جنسیت ورزشکاران، استعاره‌های جنگی ورزشی برای هر دو جنس (مرد و زن) یکسان است. پنج ورزشکار با اصلیت ایرانی (سعید فضل الله در کایاک یک نفره از آلمان، هامون در فنی پور در کاراته از کانادا، جواد محجوب در جودو از کانادا، دینا پوریونس در تکواندو از هلند و کیمیا علیزاده در تکواندو از آلمان) بیشترین اعضای تیم پناهندگان المپیک ۲۰۲۰ توکیو را تشکیل می‌دادند.

در اینجا به استعاره‌های مورد استفاده برای کیمیا علیزاده در گزارش‌های ورزشی المپیک ۲۰۲۰ توکیو پرداخته می‌شود: «آلت دست بیگانگان»، به ملیت خودش پشت کرده است، به مملکت خود پشت می‌کند، به پرچم خود پشت می‌کند (روزنامه شرق، ۱۴۰۰/۰۵/۲۱: ۱۱)

تیم پناهندگان در المپیک ۲۰۱۶ ریو شامل چهار ورزشکار ایرانی با نام‌های سامان طهماسبی و صباح شریعتی (کشتی) و راحله آسمانی و میلاد بیگی (تکواندو) بود. به علاوه، چند مربی ایرانی از جمله جمشید خیرآبادی (کشتی-جمهوری آذربایجان)، رضا مهماندوست (تکواندو-جمهوری آذربایجان)، حسن رنگرز (کشتی-مراکش) و شاهین نصیری‌نیا (وزنه‌برداری-آمریکا) در تیم‌های دیگر حضور داشتند (روزنامه شرق، ۱۳۹۵/۰۵/۲۷: ۱۹).

در اینجا به استعاره‌های مورد استفاده برای میلاد بیگی در گزارش‌های ورزشی المپیک ۲۰۱۶ ریو پرداخته می‌شود: «مزدور و وطن فروشی». میلاد بیگی تکواندوکار مهاجر ایرانی در تیم جمهوری آذربایجان قرار داشت که مقابل مهدی خدابخشی، نماینده کشورمان قرار گرفت و او را شکست داد. پولادگر رئیس فدراسیون تکواندو بعد از باخت مهدی خدابخشی مقابل میلاد بیگی، این تکواندوکار مهاجر و ایرانی‌های حاضر در تیم جمهوری آذربایجان (رضا مهماندوست سرمربی سابق ایران هدایت تیم ملی تکواندو جمهوری آذربایجان هم برعهده دارد) را مزدور خواند که باعث جنگ لفظی پولادگر و مهماندوست شد (روزنامه شرق، ۱۳۹۵/۰۶/۰۱: ۱۸).





جدول ۵. استعاره‌های جنسیتی ورزشی خطاب به ورزشکاران مهاجر ایرانی در خبرهای المپیک ۲۰۲۰ توکیو و ۲۰۱۶ ریو

المپیک	ورزشکار مهاجر	استعاره‌های جنگی گزارش ورزشی ورزشکاران مهاجر
۲۰۲۰ توکیو	کیما علیزاده	«آلت دست بیگانگان»، به ملیت خودش پشت کرده است، به مملکت خود پشت می‌کند، به پرچم خود پشت می‌کند
۲۰۱۶ ریو	میلا بیگی رضا مهماندوست (مربی)	«مزدور و وطن فروشی»

منبع: یافته‌های پژوهش

در ادامه مضمون فرعی واژگان برخوردار زنان و مردان در روزنامه شرق، و مضامین سازمان‌دهنده در قالب استعاره‌های ورزشی که ذیل آن‌ها مضامین پایه استخراج شد مورد اشاره قرار گرفته است.

#### ب: مضمون فرا واقعیت

روزنامه شرق با نقد نحوه انعکاس رقابت کیما علیزاده در تلویزیون و پیش از رقابتش با ناهید کیانی در المپیک ۲۰۲۰ توکیو سعی نمود اثر غالب تحریف گزارشگری شکل گرفته در تلویزیون در سه مرحله زیر را به درستی نقد نماید:

#### ۱. تحریف قبل از مسابقه: این تحریف در عبارات ذیل قابل مشاهده است:

حرکت کیما علیزاده و هر ورزشکار دیگری که به نوعی روبه‌روی کشورش قرار می‌گیرد، عملی زشت است. حالا چنین ورزشکاری می‌رود و آلت دست افراد بیگانه می‌شود و سیاسی‌کاری دامنش را می‌گیرد و متأسفانه به جایی می‌رسد که بزرگ‌ترین اتفاق بد یعنی کشور نداشتن برایش رخ می‌دهد و به ملیت خودش پشت کرده است (روزنامه شرق، ۱۴۰۰/۰۵/۰۴: ۱۱). در این مضامین تحریف واقعیت مهاجرت یک ورزشکار صورت گرفته که عضو تیم پناهندگان المپیک توکیو شده است.

#### ۲. تحریف در حین مسابقه: این تحریف در عبارات ذیل قابل مشاهده است:

با نادیده گرفتن کیما علیزاده تا جای ممکن از او اسمی نبرد و حتی امتیازاتی را هم که مقابل ناهید کیانی به‌دست آورد، گزارش نکرد. گزارشگر زمانی که کیما از ناهید پیش افتاد، این امتیازات را

برنامه‌ریزی قبلی و اشتباهات داوری توصیف کرد و گفت به داوران دستور داده‌اند مبارزه را برای کیمیا علیزاده در بیاورند! بعد از اتمام بازی هم که با برتری ۱۸ بر ۹ کیمیا علیزاده همراه شد تصاویر خیلی سریع قطع شد تا در آغوش گرفتن مهر و کمرانی و بغل کردن ناهید کیانی توسط کیمیا علیزاده به تصویر کشیده نشود (روزنامه‌ی شرق، ۱۴۰۰/۰۵/۰۴: ۱۱). در این مضامین تحریف خبر ورزشی و سانسور تصویری صورت گرفته و گزارش خلاف واقع داده شده است.

۳. **تحریف بعد از مسابقه:** این تحریف در عبارات ذیل قابل مشاهده است:

کیمیا با سه رنگ پرچم ایران اسم خود را روی کمر بندش حک کرده بود، اما در ایران مجری تلویزیون به گفتن این جمله بسنده کرد که مبارزه زیر پرچم ایران لیاقت می‌خواهد که بعضی‌ها این لیاقت را ندارند (روزنامه‌ی شرق، ۱۴۰۰/۰۵/۰۴: ۱۱)

جدول ۶. مراحل شکل‌گیری تحریف بهداد سلیمی در المپیک ۲۰۱۶ ریو

مصادق‌ها	مراحل شکل‌گیری تحریف خبری
واکنش تماشاگران حاضر در سالن و حضور نیروهای پلیس ضدشورش	تحریف واقعیت
واکنش بهداد سلیمی	
واکنش رسانه‌ها	
واکنش سرمربی ایران سجاد انوشیروانی، واکنش رئیس کمیته ملی المپیک کیومرث هاشمی	واقعیت
واکنش رئیس فدراسیون جهانی تاماش آیان	تحریف واقعیت
هک سایت فدراسیون جهانی وزنه‌برداری	واقعیت
رأی دادگاه حکمیت ورزش در مورد بهداد سلیمی	واقعیت

منبع: یافته‌های پژوهش

با توجه به داده‌های جدول بالا، انعکاس رقابت بهداد سلیمی در المپیک ۲۰۱۶ ریو را باید به‌عنوان مصادیق تحریف گزارشگری در روزنامه شرق ذکر کرد: جرقه اعتراض از تیم ایران نسبت به تیم داوری شروع می‌شود (اعتراض بهداد سلیمی، اعتراض تماشاگران، اعتراض سرمربی ایران سجاد انوشیروانی و رئیس کمیته ملی المپیک کیومرث هاشمی، اعتراض رسانه‌ها) که این واقعیت ورزشی را نادرست و ناداوری و تحریف می‌دانند. این درحالی است که رئیس فدراسیون جهانی «تاماش آیان» تأکید کرد تصمیم هیأت ژوری درست بوده و در آخر دادگاه حکمیت ورزش پس از بررسی



ماجرا، اعتراض ایران را وارد ندانست (روزنامه شرق، ۲/۰۶/۱۳۹۵: ۱۸). در این مضامین تحریف خبر ورزشی صورت گرفته و گزارش خلاف واقع داده شده است.

در این جا مضمون فرعی تحریف گزارش‌گری در روزنامه شرق، از مضامین سازمان‌دهنده در قالب تحریف واقعیت بود که ذیل آنها مضامین پایه از بین داده‌های پژوهش استخراج شد.

با توجه به بعد شرایط اجتماعی و فرهنگی جامعه ورزشی ایران در قضیه بهداد سلیمی، رسانه (روزنامه شرق) سوار بر موج تحریف رسانه‌ای، دچار تحریف واقعیت سیستماتیک و نهادینه بود که حتی از ابتدا با وجود این‌که رأی داور درست بود و هیات ژوری، تصمیم داور را کاملاً درست اعلام کرد، ولی موج تحریف رسانه‌ای، نادآوری می‌پنداشتند و در انتها دادگاه حکمیت ورزش، اعتراض بهداد سلیمی را وارد ندانست و آن را رد کرد. اما در قضیه رقابت کیمیا علیزاده (عضو تیم پناهندگان المپیک ۲۰۲۰ توکیو) با ناهید کیانی، روزنامه شرق گزارش توصیفی رسانه ملی که با تحریف واقعیت همراه بود را نقد می‌کند.

در اینجا مضمون فرعی به دو بخش تحریف سیستماتیک و تحریف گزارش‌گری در روزنامه شرق، از مضامین سازمان‌دهنده در قالب تحریف واقعیت بود که ذیل آنها مضامین پایه از بین داده‌های پژوهش استخراج شد.

### ج: مضمون هژمونی

تحلیل مضمون هژمونی در روزنامه شرق در دو بعد متفاوت در انعکاس اخبار دو المپیک شکل گرفت:

۱. تبعیض جنسیتی مزایا در المپیک ۲۰۲۰ توکیو (نگاه حمایتی به ورزشکاران زن): در این اوضاع بد مالی، کمیته ملی المپیک متحمل هزینه مالی رفت‌وآمد بی‌حاصل این ورزشکار (احسان حدادی) به توکیو شد، آیا بهتر نبود مسوولان کمیته ملی المپیک این هزینه را صرف یک جلیقه یخ برای ورزشکاری مثل نازنین ملایی می‌کردند تا با حوله سرد دمای بدنش را پایین نیاورد؟ یا به‌جای اعزام حدادی، یک ماساژور بیش‌تر همراه کاروان به توکیو می‌فرستادند (روزنامه شرق، ۱۴۰۰/۰۵/۰۹: ۱۱).

۲. تبعیض جنسیتی مزایا در المپیک ۲۰۱۶ ریو (حمایت از ورزشکاران مرد): پاداش ۱۴۰ سکه‌ای برای طلایی‌های کشتی در المپیک، مسئولان کشتی ایران در مراسم بدرقه تیم‌های کشتی آزاد و فرنگی به رقابت‌های المپیک از اهدای جوایز ویژه برای مدال‌آوران کشتی در المپیک خبر دادند (روزنامه شرق، ۱۳۹۵/۰۵/۱۸: ۱۹).

تحلیل مضمون هژمونی، روزنامه شرق در رویدادهای ورزشی به دنبال حمایت از ایدئولوژی مسلط مردانه بود که این پژوهش تبعیض جنسیتی به عنوان ایدئولوژی مسلط مردانه در جامعه ورزش را به تصویر می‌کشد که خبر پاداش برابر مدال ورزشکاران مرد با طلایی‌ها را با این هژمونی طبیعی جلوه دادند. در عین حالی که روزنامه در پوشش خود از بازی‌های المپیک نتوانست هژمونی قدرتمندانه مردانه را از بین برده و کماکان نقش حاشیه‌ای برای ورزشکاران زن قائل بودند. اما با توجه به مصادیق بالا در دو المپیک توکیو و ریو می‌توان نتیجه گرفت که در این مضامین ارزش عملکرد ورزشی زنان در دو المپیک کمی متفاوت از هم منعکس شده و رویکرد روزنامه شرق در المپیک ۲۰۲۰ توکیو نسبت به المپیک ۲۰۱۶ ریو، سمت‌وسوی واقع‌نگرانه‌تر نسبت به رعایت نگاه بی‌طرفانه جنسیتی در انعکاس اخبار ورزشی مربوط به دو جنس داشته است. اما، در مصادیق خبری المپیک ۲۰۱۶ ریو، به نظر می‌رسد برای عملکرد ورزش مردان (کشتی) بیش‌تر ارزش، بها، مزایا و... قایل هستند. این به مضمون فرعی تبعیض جنسیتی و تبعیض جنسیتی مزایا در روزنامه شرق اشاره دارد که از مضامین سازمان‌دهنده در قالب هژمونی بود.

### بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با اتخاذ رویکرد کیفی و استفاده از راهبرد تحلیل مضمون کوشید بازنمایی جنسیت در خبرهای ورزشی المپیک ۲۰۲۰ توکیو و ۲۰۱۶ ریو را از دیدگاه جامعه‌شناسی تحلیل نماید. طبق یافته‌های پژوهش حاضر، در خبرهای ورزشی روزنامه شرق، سه مضمون اصلی (هژمونی، استعاره‌های ورزشی و فراواقعیت) در ترسیم بازنمایی جنسیت نقش کلیدی داشتند.

تحلیل یافته‌های این تحقیق با کارهای پیشین در بعد پارادایم انتقادی همچون گرامشی (از لحاظ هژمونی)، لیکاف (از لحاظ تحلیل انتقادی استعاره)، قره و همکاران (۱۳۹۶)، مارتیندیل (۲۰۲۰)، فورناری و همکاران (۲۰۱۹)، شور و همکاران (۲۰۱۹) همسو است و در بعد پارادایم پست مدرن



(همچون بودریار از لحاظ فراواقعیت) با گرابمولروا (۲۰۲۲) همسو است. ولی آنچه تحلیل جامعه‌شناختی بازنمایی جنسیت در خبرهای ورزشی المپیک توکیو و ریو در این تحقیق را نسبت به تحقیقات پیشین متمایز می‌کند، پدیده تحریف سیستماتیک در فراواقعیت رسانه‌ای و هژمونی در تبعیض جنسیتی مزایا با توجه به شرایط اجتماعی و فرهنگی حاکم بر جامعه ورزشی ایران است.

در مضمون سازمان‌دهنده، در فراواقعیت با دو بخش مضمون اصلی: فراواقعیت سیستماتیک و تحریف گزارشگری مواجهه بودیم. در قضیه بهداد سلیمی، روزنامه شرق سوار بر موج فراواقعیت سیستماتیک رسانه‌ای بوده است. اما در قضیه رقابت کیمیا علیزاده (عضو تیم پناهندگان المپیک ۲۰۲۰ توکیو) با ناهید کیانی، این روزنامه، گزارش توصیفی رسانه ملی که واقعیت را تحریف کرده، نقد نموده است.

در مضمون سازمان‌دهنده، در هژمونی به مضمون اصلی که شامل تبعیض جنسیتی مزایا می‌شود: روزنامه در انعکاس اخبار المپیک ۲۰۱۶ به دنبال حمایت از ایدئولوژی مسلط مردانه بود که در این پژوهش تبعیض جنسیتی را به‌عنوان ایدئولوژی مسلط مردانه در جامعه ورزش به تصویر می‌کشید. اما در المپیک ۲۰۲۰ با نقد نگرش تلویزیون در انعکاس گزارش مسابقات، این نگاه هژمونی تا حدودی تعدیل و به نگاه بی‌طرفانه یا برابری جنسیتی نزدیک شده است.

در مضمون سازمان‌دهنده در استعارهای ورزشی به دو بخش مضمون اصلی، واژگان برخورد زنان و واژگان برخورد مردان مواجهه بودیم که در واژگان برخورد مردان و زنان با دو نوع استعاره جنگی و استعاره جنسیت‌زدگی برخوردیم. از یک طرف استعاره 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. از طرفی، در استعارهای جنگی، گزارش‌های ورزشی نوعی زبان رقابتی را در نظام‌های اجتماعی ایجاد و تقویت می‌کنند که در هر دو المپیک برای هر دو جنس ورزشکار (مرد و زن) یکسان است.

در نهایت نتایج به‌دست آمده در مقاله حاضر نشان می‌دهد خبرهای المپیک با تأکید بر جنسیت یک برساخته اجتماعی است که مفاهیم «هژمونی، استعارهای ورزشی و فرا واقعیت» توسط

روزنامه شرق به مخاطب، تفسیر، بازاندیشی و بازنمایی جنسیتی می‌شود. ولی در برخی اخبار انعکاس‌یافته از المپیک ۲۰۲۰ توکیو، خیزشی ملایم به سمت بی‌طرفی جنسیتی و حتی نقش حمایتی از ورزش بانوان در این رسانه مشاهده می‌شود. البته، پیشنهاد می‌گردد خبرهای این روزنامه از المپیک بعدی که در سال ۲۰۲۴ برگزار خواهد شد تحلیل بازنمایی جنسیت گردد تا به درک درستی از رویکرد این رسانه در قبال بحث جنسیت رسید.



## منابع

- احمدی، ثریا، عقیلی، سیدوحید، مهدی‌زاده، سیدمحمد و مظفری، افسانه. (۱۳۹۴). رسانه‌ها و مسأله هویت جنسیتی بازنمایی شده (رهیافتی تحلیلی به مناقشه تاریخی نقش رسانه‌ها در بازتولید و ترویج نابرابری جنسیتی). *مطالعات رسانه‌ای*، ۱۰(۳۱)، ۷-۱۸.
- پاک سرشت، سلیمان، حسینی، حاتم و اینانلو، مینا. (۱۳۹۱). تحلیل تماتیک رفتارهای بدنی در بین دختران و زنان تهرانی. *مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، ۸(۲۸)، ۱۶۹-۱۴۷.
- جیولونوتی، ریچارد. (۱۳۹۰). *نظریه‌های جامعه‌شناسی انتقادی در ورزش*، ترجمه افسانه توسلی. تهران: انتشارات علم.
- چارتریس بلک، جانانان. (۱۳۹۸). *تحلیل انتقادی استعاره: رویکردی شناختی - پیکره‌ای*، ترجمه یکتا پناه‌پور. تهران: انتشارات لوگوس.
- رضایی‌پاشا، صدیقه، شریفی‌فر، فریده، شارع‌پور، محمود و کیا، علی‌اصغر. (۱۴۰۰). تحلیل تماتیک خبرهای المپیک ۲۰۲۰ توکیو با تأکید بر جنسیت. *مطالعات توسعه اجتماعی فرهنگی*، ۹(۴)، ۳۳-۵۷.
- روستایی، مریم، مهدی‌زاده طالشی، سیدمحمد و بروجردی علوی، مهدخت. (۱۳۹۴). مقایسه بازتاب ورزش مردان و زنان در روزنامه‌های ورزشی ایران (تحلیل محتوای روزنامه‌های ورزشی خبر ورزشی و نود). *دومین همایش بین‌المللی مدیریت رسانه: ۲۱-۱*.
- شارع‌پور، محمود. (۱۳۸۸). نقش رسانه در بازتولید هژمونی مردانه در ورزش، مطالعه موردی: بازی‌های المپیک. *مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، ۵(۱۴)، ۱۱-۳۲.
- صادقی فسایی، سهیلا و کریمی، شیوا. (۱۳۸۴). کلیشه‌های جنسیتی سریال تلویزیونی ایرانی (سال ۱۳۸۳). *پژوهش زنان*، ۳(۳)، ۵۹-۸۹.
- قدیمی، بهرام و شکاری، شیوا. (۱۳۹۷). *نظریه‌های کلاسیک و مدرن در جامعه‌شناسی ورزش*. تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.
- قره، محمدعلی و آنت، زینب. (۱۳۹۶). شناخت نگرش دانشجویان مدیریت رسانه نسبت به انعکاس ورزش بانوان در رسانه ملی. *پژوهش‌های فیزیولوژی و مدیریت در ورزش*، ۹(۱)، ۴۵-۵۵.
- محمدپور، احمد. (۱۳۹۰). *روش تحقیق کیفی ضد روش*، تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.

مطهری، شهلا و سعادت، محبوبه. (۱۳۹۴). بررسی زبان جنسیتی در مطبوعات اجتماعی ایران: مطالعه موردی چهار مجله خانوادگی پرتیراژ. *زبان پژوهی*، ۷(۱۶)، ۱۵۹-۱۳۳.

مهدی‌زاده، سیدمحمد. (۱۳۸۹). *نظریه‌های رسانه: اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی*، تهران: انتشارات همشهری.

- Ahmadi, S., Aqili, S., Mehdizadeh, S. & Mozaffari, A. (2015). Media and gender identity issues represented (Analysis of historical conflict and promote the role of the media in the reproduction of gender inequality). *Media Studies*, 10(4), 7-18. (In Persian)
- Baudrillard, J. (2007). *Seduced Translation*, Amin Jahani. Paris, Poetry.
- Baudrillard, J. (1981). *Simulacra and Simulation*. Sheila Glaser, Paris, Semiotext.
- Bruce, T. (2016). New rules for new times: Sportswomen and media representation in the third wave. *Sex Roles*, 74, 361-376.
- Bruce, T. (2013). Reflections on communication and sport: On women and femininities. *Communication & Sport*, 1(1/2), 125-137.
- Charteris-Black, J. (2019). *Corpus approaches to critical metaphor analysis*, Translated by Yekta Panahpour. Tehran: Logos Publishers.
- Chukwurah, L. N., Malet, L. & Nji, G. C. (2020). Gender inequity in media coverage and athletes' welfare in Nigerian sports: Impact of the Nigeria sports policy and African union agenda 2063. *Sport in Society*, 25(8), 1438-1449.
- Fornari, L. F., Lourenço, R. G., Fonseca, R. M. G. S., Santos, D. L. A. & Egry, E. Y. (2019). Gender perspective in reports on women athletes in Rio 2016 Olympic Games. *Texto & Contexto Enfermagem* 2019, v. 28: e20180170.
- Ghadimi, B. (2019). *Classic & Modern Theories in Sport Sociology*. Gameshenasan, Tehran. (In Persian)
- Grabmüllerová, A. (2022). Social media and the olympics: A chance for improving gender equality. *Front. Sports Act. Living* 4:825440.
- Ghareh, M. & Anet, Z. (2017). Understanding attitudes of media management students towards women's sport reflected in national media. *Sport Physiology & Management Investigations*, 9(1), 45-55. (In Persian)
- Giulianotti, R. (2012). *Sport: A critical sociology*, Translated by Afsaneh Tavasoli. Tehran: Elm Publishers.
- Iman, M., Sotoudeh, M., Enayat, H. & Rajabi, M. (2020). The production and reproduction of symbolic domination against women in Dehdasht. *Women's Studies Sociological and Psychological*, 18(1), 7-64.
- Martindale, R. (2020). *The institution of sport: Female athletes, media representation and the social construction of a dual gender identity*. M.A Thesis, The Department of Education, Concordia University, Montreal, Quebec, Canada.





- Mehdizadeh, M. (2010). Media Theories: Common ideology and Critical Perspectives. Tehran, Hamshahri. (In Persian)
- Mohammadpour, A. (2011). Qualitative Research Method Counter Method. Tehran, Jameshenasan. (In Persian)
- Motahari, S. & Saadat, M. (2015). Sexist language in the social magazines of Iran: A case study of four high-circulating magazines. *Zabanpazhoi (Journal of Language Research)*, 7(16), 133-157. (In Persian)
- Ortega, E., (2020). News coverage of women athletes during the Olympic games. *Revista Internacional de Ciencias del Deporte*, 61(16), 267-284.
- Pakseresht, S., Hoseini, H. & Inanloo, M. (2012). A thematic analysis of body behaviors of women and girls in Tehran. *Cultural Studies and Communication*, 8(28), 147-169. (In Persian)
- Rezaeipasha, S., Sharififar, F., Sharepour, M. & Kia, A. (2021). Thematic analysis of 2020 Tokyo Olympics' news with emphasis on gender (case study: Shargh newspaper). *Journal of Socio-cultural Development Studies*, 9(4), 33-58. (In Persian)
- Rostaei, M. (2016). The comparison between men's and women's sports reflections in the Iranian sports newspapers: A content analysis of "Khabar Varzeshi" and "90" sports newspapers. *2nd International Conference on Media Management, Tehran*. (In Persian)
- Sadeghi Fassaie, S. & Karimi, S. (2005). Gender stereotypings in Iranian television drama (Mar. 2004 - Mar. 2005). *Women's Researches*, 3(3), 59-90. (In Persian)
- Sainz-de-Baranda, C., Adá Lameiras, A. & Blanco Ruiz, M. (2020). Gender differences in sports news coverage on twitter. *International Journal Environmental Research and Public Health*, 17(14), 1-13.
- Sharepour, M. (2009). The role of the media in reproducing male hegemony in sport (Case study: Olympic Games. *Journal of Culture Communication Studies*, 5(14), 11-32. (In Persian)
- Shor, E., van de Rijt, A. & Fotouhi, B. (2019). A Large-Scale test of gender bias in the media. *Sociological Science*, 6, 526-550.
- Virginia, B. & Victoria, C. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.



### نویسندگان

rezaepasha@yahoo.com

صدیقه رضایی پاشا

دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی ورزش، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران جنوب

f\_sharififar@azad.ac

فریده شریفی‌فر

استادیار مدیریت ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران جنوب

sharepour@yahoo.com

محمود شارع‌پور

استاد جامعه‌شناسی، دانشگاه مازندران

aliasgharkia22@gmail.com

علی اصغر کیا

استاد روزنامه‌نگاری، دانشگاه علامه طباطبائی