

تحلیل محتوای مجله تماشاگر از نظر مؤلفه‌های ورزش با تأکید بر نظریه‌های نابرابری جنسیتی

آزیتا شهپرتوفیق^۱

سارا کشکر^۲

عمود باهمت^۳

ابراهیم دلدار^۴

تاریخ پذیرش:

تاریخ وصول: ۹۱/۵/۲۵

۹۱/۷/۱۰

چکیده

رسانه‌ها از مهمترین ابزارها برای انتقال پیام‌ها، اخبار و اطلاعات گوناگون هستند. این ابزار که به طرق گوناگون در دسترس عموم مردم قرار می‌گیرد، در حال انتقال پیام‌هایی است که در جهت منافع و اهداف آنها باشد. در حیطه ورزش نیز این مسئله پررنگ است. از بین انواع رسانه‌ها، نشریات از جمله، مجله از توجه ویژه‌ای در میان مردم برخوردار است. از میان تمامی مجلات ورزشی مجله تماشاگر را می‌توان پرمخاطب‌ترین مجله ورزشی در ایران نامید. به همین دلیل تحقیق حاضر با هدف بررسی سوگیری جنسیتی با توجه به نظریه‌های نابرابری جنسیتی و مؤلفه‌های ورزشی تحت پوشش این مجله انجام می‌شود. روش تحقیق این پژوهش، تحلیل محتوا بود و به این منظور تعداد ۱۴۸۵ عکس و ۱۳۳۱ مطلب از بین بیست شماره‌ای که به صورت تصادفی در دسترس انتخاب شده بود، مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. متغیرهای مورد بررسی در دو بخش مربوط به عکس‌ها (هفت متغیر) و مربوط به مطالب (هفت متغیر) به صورت جداگانه

azita_shahpar@yahoo.com

۱- مربی دانشگاه آزاد اسلامی واحد میمه

۲- استادیار دانشگاه علامه طباطبایی

۳- دانش‌آموخته کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی دانشگاه علامه طباطبایی

۴- دانش‌آموخته کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی دانشگاه علامه طباطبایی

بررسی شد. داده‌های پژوهش پس از جمع‌آوری برای طبقه‌بندی و تجزیه و تحلیل‌های آماری توصیفی و استنباطی از برنامه کامپیوتری SPSS استفاده شد و آزمون خیدو برای بررسی معنی‌داری تفاوت‌ها مورد استفاده قرار گرفت. ضریب توافق بین کدگذاران نیز یافته‌های این پژوهش نشان داد که مجله دچار سوگیری جنسیتی است و همچنین توجه چندانی به مؤلفه تربیتی و همگانی در ورزش ندارد.

واژگان کلیدی: مجله، نابرابری جنسیتی، مؤلفه ورزشی، تحلیل محتوا.

مقدمه

مطبوعات به طور عام در دنیای کنونی از معیارها و شاخص‌های توسعه فرهنگی/اجتماعی به حساب می‌آید. امروزه جامعه‌ای را توسعه‌یافته می‌نامند که در کنار شاخص‌های اقتصادی و جمعیتی نظیر تولید ناخالص ملی، درآمد سرانه، تولید فولاد و انرژی، نرخ امید به زندگی، میزان مرگومیر و زادوولد، ساخت سنی و جنسی جمعیت و شاخص‌های دیگر، آموزش و اطلاعات یا به عبارتی دیگر عنصر اطلاعات و میزان دانائی اجتماعی در آن برجسته باشد. پیدایش و گسترش وسایل ارتباط جمعی به خصوص فناوری اطلاعات باعث شده است تا برخی گمان برند که دیگر مطبوعات یا نشریات و به طور کلی عصر فرهنگ نوشتاری به سر آمده و وارد دوران بصری یا فرهنگ تصویری شده‌ایم. این ادعا با توجه به نتایج تحقیقات و بررسی‌های متخصصان علوم ارتباطی و اجتماعی حکایت از آن دارد که نه تنها از میزان اعتبار و ارزش نشریات کم نشده است، بلکه نقش و منزلت و جایگاه این رسانه‌ها، عمیق‌تر، گسترده‌تر و حساس‌تر شده است (زکی، ۱۳۸۵). در ایران نیز همچون بسیاری دیگر از کشورها روزنامه‌ها از بیشترین اعتبار رسانه‌ای برخوردارند (خواجانه‌نوری، ۱۳۸۹).

به ویژه آن که شاهد افزایش تعداد روزنامه‌ها و مجلات در کشور هستیم به طوری که در سال ۱۳۷۵ تعداد مطبوعات کشور ۶۶۲ و در سال ۱۳۸۶ به تعداد ۳۳۷۸ رسید (مرکز آمار ایران، ۱۳۸۶) و در این میان افزایش قابل ملاحظه‌ای در تعداد روزنامه‌ها و مجلات ورزشی بوقوع پیوست به طوری که تعداد ۳۴ هفته نامه، ماهنامه و فصلنامه و ۱۰ روزنامه ورزشی (وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۸۹) در عرصه مطبوعات کشور ظهور یافت.

امروزه عمده‌ترین نقشی که وسایل ارتباط جمعی بر عهده دارند عبارت است از: فرهنگ سازی، آموزش، اطلاع‌رسانی و ایجاد مشارکت اجتماعی (خالصی، ۱۳۸۸). از طرفی با توجه به گفته رو^۱ (۲۰۰۰)، رسانه مرکز هدایت و سرنوشت ورزش امروزی است. حال در میان تمامی موضوعاتی که رسانه به آن پرداخته است، در ایران نیز مانند سایر کشورها نشریاتی با موضوع و محوریت ورزش وجود دارد. از آن بین تعداد روزنامه‌ها رقم بالا و مجلات تعداد کمی نسبت به سایر کشورهاست. از بین مجلات ورزشی در ایران، مجله تماشاگر از اقبال خوبی روبرو شده است و توانسته توجه ویژه‌ای را در بین عموم مردم به خود جلب کند.

در این راستا محقق به دنبال بررسی ویژگی‌های اثرگذار این مجله در مورد تأکید بر جنسیت خاص و همچنین مؤلفه ورزش همگانی و تربیتی در بین افراد جامعه است و این ویژگی‌ها عبارتند از: رنگ، محتوا، سوگیری و ... است. اما واقعاً این مجله توانسته است که از سوگیری جنسیتی به دور باشد؟ و همچنین چه مقدار توانسته است به مؤلفه ورزش همگانی و تربیتی توجه کند؟ برای پاسخگویی به این سؤالات

۱. Rowe, D.

لازم است در مورد هر یک از مفاهیم فوق اشارات مختصری ارائه کنیم که در ادامه به آن می‌پردازیم:

تعریف مجله

در عرف مطبوعات، هرگاه ترتیب انتشار نشریه ای حداکثر ماهی یک بار باشد، برآن نشریه، عنوان «مجله» می‌گذارند که انتشار دوره‌ای، مهم‌ترین خصوصیت مطبوعات به شمار می‌رود (کاظم‌نژاد، ۱۳۸۳). قطع، تعداد صفحه‌ها، ترکیب موضوعی مطالب و حتی نوع ماشین چاپی که مورد استفاده قرار می‌گیرد، از جمله مواردی است که تفاوت میان ترکیب ظاهری مجله و روزنامه را از آن طریق می‌توان تشخیص داد (بنیادی، ۱۳۶۹).

روی جلد

جلد مجله عنصری است که نظر مخاطب و خواننده را به خود جلب می‌کند. چند عامل، طرح ظاهر و جلد مجله را تعیین می‌کند. عوامل مزبور شامل تخصصی یا عمومی بودن مجله، عوامل فرهنگی، مخاطبان خاص و در نهایت حوادث، تنش‌ها و دگرگونی‌های اقتصادی، سیاسی و اجتماعی که باعث دگرگونی‌های عمده در جامعه می‌شود، نیز به صورت مقطعی بر روی جلدها اثر می‌گذارد.

عکس

عکس، خواننده را به طور مستقیم در کوران حوادث قرار می‌دهد و در عین حال، او را سرگرم نیز می‌کند. عکس‌هایی که در مجله‌ها چاپ می‌شوند، چهار نوع هستند که شامل عکس‌های منفرد با تیترو شرح عکس جداگانه؛ عکس‌های منفرد، داخل یک متن و خبر؛ عکس‌های پی در پی (مانند باندهای تصویری)؛ عکس‌های مونتاژ. درانتخاب عکس برای مجله چند اصل را باید مورد توجه قرار داد که عبارتند از ارزش خبری

عکس، قدرت انتقال پیام، ارزش هنری و قدرت اثرگذاری.

طراحی صفحه

طراحی صفحه وظیفه اطلاع‌رسانی، جلب توجه، سرگرمی و آگاه‌سازی را برعهده دارد.

رنگ

رنگ، عنصر بسیار مؤثری برای مجله است و عکس‌العمل‌های آنی را در مخاطب ایجاد می‌کند. تأثیر رنگ آمیزی جالب روی جلد، بیشتر از تیتراهای هیجان‌انگیز است. زیرا رنگ آمیزی در زمانی کوتاه دیده می‌شود، در حالی که تیترا جالب را باید اول دید. بعد خواند و در مرحله سوم آن را فهمید، و درک کرد (بنیادی، ۱۳۶۹).

مجلات ورزشی به عنوان رسانه‌ای قوی و مؤثر که در بین مردم جایگاه ویژه‌ای داشته است نیز همواره تابع قالب‌های تفکر و چارچوب‌های سیاسی مسئولان و افراد ذی‌نفوذ جوامع مختلف بوده است. در این بین کلیشه‌سازی ورزش و اختصاص آن به مردان به منظور قرار دادن آن‌ها در جایگاه‌های پر قدرت اجتماعی تفکری بوده است که نه تنها در جوامع بدوی که در کشورهای متمدن جهان مورد تأکید قرار داشته است. نتایج تحقیقات نشان داده‌اند که محتوا رسانه‌های ورزشی با سوگیری جنسیتی آشکار به نفع جنس مذکر همراه بوده است از جمله نتایج پژوهش‌های کشکر، قاسمی و شیرویی (۱۳۹۰) در مقاله‌ای تحت عنوان رابطه سوگیری جنسیتی با مؤلفه‌های مدیریت تصاویر روزنامه‌های ورزشی دریافت که بانوان ورزشکار سهم اندکی در مؤلفه‌های انعکاس تصویری روزنامه‌های ورزشی این تحقیق در مقایسه با مردان داشتند و تفاوت میان تصاویر ورزشی در دو جنس مرد و زن در

نشریات با توجه به متغیرهای تحقیق معنی‌دار بود. قاسمی (۱۳۹۰) در تحلیل محتوای روزنامه‌های ورزشی با تأکید بر پوشش مؤلفه‌های ورزشی در نیم سال پایانی ۱۳۸۸ به این نتیجه دست یافت که سهم ورزش بانوان کمتر از ۴٪ است.

ابوالقاسمی و همکاران (۱۳۸۸) در گزارش تحلیل محتوای نشریات ورزشی ایران که شامل استقلال جوان، پیروزی، خبر ورزشی، گل، ایران ورزشی، نود، البرز ورزشی و ابرار ورزشی است به این نتیجه رسیدند که ۹۵٪ از اخبار روزنامه‌ها پیرامون ورزش مردان و ورزشکاران مرد می‌باشد و سهم مسائل پیرامون ورزش بانوان بسیار اندک بوده و تفاوت فاحشی در این رابطه به چشم خورد. بارفروش (۱۳۸۱) در تحلیل محتوای نشریات ورزشی ایران در سه ماهه اول ۱۳۸۱ که شامل نشریات خبر ورزشی، صبح ورزش، ابرار ورزشی، کیهان ورزشی، ایران ورزشی، پیروزی و استقلال جوان است به این نتیجه رسید که جنسیت مطالب، بیشتر مربوط به مردان و ورزش‌های مربوط به آنان سوق یافته است. تنها روزنامه صبح ورزشی ۸۰٪ از مطالبش مربوط به جنسیت مؤنث اختصاص دارد. بارفروش (۱۳۸۷) در تحلیل محتوای نشریات ورزشی در سه ماهه اول ۱۳۸۷ به نتایج مشابهی دست یافته است.

کیم و ساگاس (۲۰۱۰) در مقاله‌ای تحت عنوان «جایگزینی ورزش‌گرایی با جنسیت»، به تحلیل محتوای مجله‌ای با عنوان Sports Illustrated پرداخته است. در این تحقیق که بر پایه دو سؤال بنا شده بود و این دو سؤال: ۱- ورزشکاران زن و مرد به چه صورت در متن مجله از بین سال‌های ۲۰۰۹-۱۹۹۷ شرح داده شده‌اند؟ ۲- چه تفاوتی در مدل‌های ورزشی زنان و مردان در مجله وجود دارد؟ به این نتیجه رسید که اگرچه در مقاطعی تصاویر روی جلد مربوط به زنان بود ولی بیشتر بر پایه تأکید بر مسائل جنسیتی

بوده نه براساس شایسته‌سالاری و ویژگی‌های ورزشی و قهرمانی زنان ورزشکار. دانکن ام^۱ (۱۹۹۰) در تحقیقی با عنوان عکس‌های ورزشی و تفاوت‌های جنسیتی که به تحلیل محتوای مجله‌های ورزشی آمریکای شمالی با استفاده از عکس‌های بازی‌های المپیک‌های ۱۹۸۴ و ۱۹۸۸ پرداخته بود به این نتیجه رسید که به ورزش مردان در رسانه‌های نوشتاری ۲۸/۸ برابر بیشتر از ورزش زنان پرداخته شده بود. همچنین سهم مطالب مردان نسبت به زنان ۲۳ به یک بود و ۹۲٪ از تصاویر متعلق به مردان بود.

استمن^۲ و بلینگ^۳ (۱۹۹۹) و لی^۴ (۱۹۹۲) تفاوت آشکار و عمیقی بین پوشش رسانه‌ها در مورد ورزش مردان و زنان در تحقیقاتشان پیدا کردند. کریستوفر کینگ^۵ (۲۰۰۷) در مقاله‌ای با عنوان نمایش رسانه از تصاویر ورزشکاران زن و مرد، به تحلیل محتوای دو روزنامه تایمز^۶ و دیلی میل انگلیس در مورد ورزشکاران دو میدانی در بازی‌های المپیک از المپیک ۱۹۴۸ تا ۲۰۰۴ آتن پرداخت. تحلیل محتوای این دو روزنامه فقط در مدت دو هفته‌ای بازی‌های المپیک مربوط به رشته دوومیدانی بوده است. در این تحقیق تیترهای اختصاص داده شده به مردان و زنان و مقالات مربوط به زنان و مردان و جنسیت روزنامه‌نگاران مورد بررسی قرار گرفت. ۶۸٪ از کل مقالات توسط روزنامه‌نگاران مرد نوشته شده بود. ۲٪ از کل مقالات فقط توسط زنان نوشته شده بود و در ۳۰٪ از مقالات، جنسیت مشخص نشده بود.

مقالات نوشته شده در روزنامه تایمز به این شرح بود: ۵۹٪ در مورد ورزشکاران مرد، ۲۸٪ در مورد

۱. Duncan, M

۲. Eastman, S.T

۳. Billings, A.C

۴. Lee, J.

۵. Christopher King

۶. The Times

ورزشکاران زن و ۱۳٪ بدون اشاره به جنسیت خاص. وینسنت و همکاران (۲۰۰۲) بیان کردند که با توجه به اینکه اکثریت پوشش رسانه‌ای مربوط به ورزشکاران مرد است، این فاصله کم‌کم رو به کاهش می‌رود.

پدرسون^۱ (۲۰۰۲) در مقاله‌ای با عنوان تحلیل محتوای عکس‌های روزنامه‌ها از ورزشکاران زن و مرد دبیرستان‌ها نشان داد که ۶۶/۷٪ از عکس‌ها برای ورزشکاران مرد بود و ۳۲/۶٪ از عکس‌ها مربوط به ورزشکاران زن و حدود ۰/۶٪ از عکس‌ها از هر دو جنس بود.

نتایج تحقیقات پیشین در مورد تصاویر زنان در رسانه‌های ورزشی نشان داد که زنان کمتر از مردان در موردشان مطلب نوشته شده است (فینک و کنسیک^۲، ۲۰۰۲) و پوشش بیشتر رسانه‌ها از زنان در قالب مسائل جنسیتی مطرح می‌شود (هاردین و والسولر^۳، ۲۰۰۵).

تحقیق در مورد رسانه‌های ورزشی سنتی که همچنان ادامه دارد نشان می‌دهد که به ورزشکاران زن نسبت به مردان همسطح‌شان در هر دو پوشش نوشتاری (بیشاپ^۴، ۲۰۰۳، فینک و کنسینک، ۲۰۰۲) و سخن-پراکنی (بیلینگ و آجلینی^۵، ۲۰۰۷، بیلینگ و استمن^۶، ۲۰۰۳) پوشش رسانه‌ای کمتری داده می‌شود. مطالعات بسیاری نشان می‌دهد که دستاوردهای زنان به اندازه دستاوردهای مردان اهمیت چندانی ندارد (کلاویا و ایگلمن^۷، ۲۰۱۱). دانکن و سایاوانگ^۸ (۱۹۹۰) در مقاله‌ای تحت عنوان تصاویر و

۱. Pedersen, P.M.

۲. Fink, J.S., & Kensicki, L.J

۳. Hardin, M., Lynn, S., & Walsdorf, K.

۴. Bishop, R.

۵. Billings, A.C., & Angelini, J.R.

۶. Billings, A.C., & Eastman, S.T.

۷. Clavio, I., Eagleman, A. N.

۸. Duncan, M.C., & Sayaovong, A.

جنسیت در مجله Sports Illustrated for Kids به این نتیجه رسیدند که تفاوت‌های جنسیتی بین زنان و مردان در این مجله مثل شرکت زنان در ورزش‌های انفرادی است در حالیکه مردان در ورزش‌های تیمی شرکت می‌کنند. زنان اغلب در غالب شرکت در ورزش‌های وابسته به زیبایی^۱ نشان داده می‌شوند مثل ژیمناستیک و یا اسکیت و ... در حالیکه مردان در ورزش‌هایی که بر قدرت تأکید دارند نشان داده می‌شوند.

یک تحقیق مشابهی که توسط هاردی و همکاران^۲ (۲۰۰۲) همکاران^۲ (۲۰۰۲) انجام شده بود نشان داد که زنان به عنوان درجه دوم برای عکس‌های ورزشی در مجله Sports Illustrated for Kids این مطالعه نشان داد که نسبت عکس‌های مردان به زنان ۳ به ۱ است.

با توجه به نتایج این پژوهش‌ها می‌توان گفت که زنان یا کمترین توجه را در نشریات ورزشی داشته‌اند و یا اگر مورد توجه بوده‌اند به دلیل بزرگنمایی ویژگی‌های زنانگی آن‌ها بوده‌است و از ایشان به عنوان ابزارهای جنسیتی جهت جلب توجه مردان مخاطب رسانه‌ها استفاده شده است. در باب علت این امر نظریات مختلفی از طرف صاحب‌نظران علوم اجتماعی مطرح شده است از جمله رندال کالینز، بلومبرگ و جانت چافتز^۳. چافتز بخش عمده‌ای از کار خود را بر روی پایه‌های اجباری سلطه مردان و نابرابری جنسیتی قرار می‌دهد. در این باره بیان می‌کند که بقای نظام قشربندی جنسیتی کارکرد پیوسته‌ای است به خصوص درجه‌ای که مردان قدرت اجباری دارند و زمانی افزایش می‌یابد که ۱- تقسیم کار سطح کلان در جامعه، جنسیتی می‌شود؛ ۲- تقسیم کار جنسیتی به مردان فواید منابع مادی می‌بخشد؛ ۳- فواید منابع مادی مردان در سطح خرد در

۱. Aesthetic Sports

۲. Hardin, M., Lynn, S., Walsdorf, K., & Hardin, B.

۳. J.S. Chafetz

برخورد با زنان به کار می‌رود و ۴- فواید منابع مادی مردان در سطح خرد و کلان منجر به کنترل آنها به موقعیت‌های برگزیده در سطح کلان جامعه می‌شود (لهسایی‌زاده و بوستانی، ۱۳۸۵).

در این پژوهش مجال بررسی سایر نظریه‌ها وجود ندارد ولی چهار مضمون مشترکی که در تمامی نظریه‌های نابرابری جنسیتی وجود دارد، عبارتند از: نخست آنکه، زنان و مردان نه تنها موقعیت‌های متفاوتی در جامعه دارند بلکه در موقعیت‌های نابرابری قرار گرفته‌اند. دوم آنکه این نابرابری از سازمان جامعه سرچشمه می‌گیرد و از هیچ‌گونه تفاوت مهم زیست‌شناختی یا شخصیتی میان زنان و مردان ناشی نمی‌شود. سومین مضمون نظریه نابرابری این است که هر چند افراد انسانی ممکن است از نظر استعدادها و ویژگی‌هایشان با یکدیگر تا اندازه‌ای تفاوت داشته باشند، اما هیچ‌گونه الگوی تفوق طبیعی مهمی وجود ندارد که دو جنس را از هم متمایز سازد: نابرابری جنسی برای آن وجود دارد که زنان در مقایسه با مردان از قدرت کمتری برای برآوردن نیاز به تحقق نفس برخوردارند، در حالی که هر دو در این نیاز سهیمند. چهارم اینکه، همه نظریه‌های نابرابری فرض را بر این می‌گیرند که هم مردان و هم زنان می‌توانند در برابر ساختارها و موقعیت‌های اجتماعی برابرنه‌تر، واکنشی آسان و طبیعی از خود نشان دهند، بعبارت دیگر آنها بر این عقیده‌اند که دگرگون ساختن موقعیت زنان امکان‌پذیر است (بشیریه، ۱۳۷۴). درکل نابرابری جنسیتی به وضعیتی اشاره دارد که در آن زنان عموماً تحت سلطه مردان جامعه قرار دارند و موقعیت زنان و مردان به دو حوزه خصوصی و عمومی تفکیک شده و از یکدیگر متمایز می‌گردد (اعظم‌آزاده، ۱۳۸۴).

در پژوهشی با عنوان تحلیل محتوای روزنامه‌های ورزشی با تأکید بر پوشش مؤلفه‌های ورزشی در نیم سال پایانی ۱۳۸۸، به این نتیجه دست یافت که

ورزش حرفه‌ای و قهرمانی بیش از ۹۷٪ سهم روزنامه‌های ورزشی را به خود اختصاص داده‌اند و ابوالقاسمی و همکاران (۱۳۸۸) در گزارش تحلیل محتوای نشریات ورزشی ایران به این نتیجه رسیدند که از میان مؤلفه‌های ورزشی، مؤلفه ورزش حرفه‌ای در حدود ۷۵٪ اخبار را به خود اختصاص داده و سهم ورزش تربیتی که متولی آن دانشگاه‌ها و شهرداری‌ها می‌باشند کمتر از ۱٪ است.

با توجه به اهمیت مطالبی که شرح آن گذشت محققین به دنبال این امر هستند که چه تعداد مطلب در مورد زنان و ورزش زنان در این مجله نوشته شده است و این که بین دو جنس زن و مرد در مطالب مجله تفاوت معنی‌داری وجود دارد؟ چه تعداد از مطالب توسط نویسندگان و خبرنگاران زن نوشته شده است؟ آیا سوگیری جنسیتی در عکس‌های مجله وجود دارد؟ چه تعداد از مطالب در مورد هر یک از مؤلفه‌های ورزشی است؟ تأکید مطالب مجله بر روی چه رشته یا رشته‌های ورزشی است؟ آیا مطالب مجله بر اصول اخلاقی و مسائل فنی تأکید دارد؟ و اهدافی که مطالب مجله دنبال می‌کند چیست؟ بر این اساس محققان قصد دارند که با بررسی محتوای مجله تماشاگر به عنوان پرمخاطب‌ترین مجله ورزشی کشور به بررسی فاکتورهای اثرگذار در مجلات می‌پردازد.

روش‌شناسی تحقیق

تحلیل محتوا یک شیوه پژوهشی است که برای تشریح عینی، منظم و کمی محتوای آشکار پیام‌های ارتباطی به کار می‌رود (ضیغمی و همکاران، ۱۳۸۷). پژوهش حاضر از نظر استراتژی توصیفی و از نظر مسیر اجرا تحلیل محتواست که به صورت کتابخانه‌ای انجام شد. با استفاده از روش تحلیل محتوا بر روی بیست نسخه‌ی مجله تماشاگر که تاکنون ۶۰ شماره‌ی آن چاپ شده است، با

استفاده از نمونه‌گیری تصادفی در دسترس، انجام گرفت. در این تحقیق ۱۴ متغیر انتخاب گردید که هفت متغیر مربوط به عکس و هفت متغیر دیگر مربوط به مطالب مجله بود. متغیرهای مربوط به عکس به ترتیب عبارت بودند از اندازه عکس، دوری و نزدیکی سوژه و نمای عکس، محل قرارگیری سوژه عکس، ورزشی بودن سوژه، تأکید بر عکس، جنسیت سوژه عکس و جایگاه حرفه‌ای سوژه. علاوه بر متغیرهای فوق متغیرهای تأکید بر اصول اخلاقی، نوع رشته ورزشی، هدف مطلب، مؤلفه‌های ورزشی و تأکید بر مسائل فنی. مرحله بعدی دادن کد به متغیرهاست و مرحله آخر از مجموعه مراحل جمع‌آوری اطلاعات، مربوط است به وارد کردن کدها در برگه‌های کدگذاری که در نهایت این اطلاعات با استفاده از نرم‌افزار آماری SPSS در کامپیوتر مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. روایی برگه‌های کدگذاری با استفاده از نظر کارشناسان و صاحب‌نظران در حیطه رسانه و مدیریت ورزشی گرفته شده است و مقدار ضریب توافق بین کدگذاران حدود ۰/۹ به دست آمد.

یافته‌های پژوهش

یافته‌های توصیفی

۷۳/۳٪ از مطالب مجله مربوط به اخبارها و رویدادهایی است که روایتگر فعالیت‌های مردان است که این میزان معادل ۹۸۱ مطلب است و فقط ۲/۴٪ از مطالب که معادل ۳۲ مطلب از ۱۳۳۱ مطلب است مربوط به فعالیت‌های بانوان است. ۰/۸٪ از مطالب توسط نویسندگان زن نوشته شده است و ۶۰٪ از مطالب توسط خبرنگار و یا نویسندگان زن نوشته شده است و حدود ۳۹٪ از مطالب بدون منبع خاصی نوشته شده است. یعنی به تعداد هر دو نسخه یک مطلب توسط بانوان نوشته شده است.

۲۳ عدد از عکس‌های مجله از زنان گرفته شده که معادل ۱/۵٪ از عکس‌هاست و بقیه مربوط به مردان است. در ادامه، نتایج سایر ویژگی‌ها و فاکتورهای عکس‌ها که شامل: اندازه عکس‌ها، وضعیت دوری و نزدیکی عکس‌ها، محل قرارگیری سوژه عکس‌ها و تکی یا گروهی بودن عکس‌های گرفته شده از زنان است که با تأکید بر سوگیری جنسیتی ارائه می‌شود:

جدول ۱. توزیع فراوانی براساس اندازه عکس

اندازه مجموعه عکسها		اندازه عکس بانوان		
فراوانی	%	فراوانی	%	
۵۱۳	۳۴,۵	۸	۳۴,۸	بزرگ
۹۷۲	۶۵,۵	۱۵	۶۵,۲	کوچک
۱۴۸۵	۱۰۰	۲۳	۱۰۰	مجموع

تعداد عکسهای کوچک ۹۷۲ عدد که معادل ۶۵,۵ % از عکسهاست و عکسهای بزرگ ۵۱۳ عدد عکس که معادل ۳۴,۵ % از کل ۱۴۸۵ عکس موجود در این بیست جلد بوده است. از ۲۳ عکس مربوط به زنان ۸ عکس بزرگ و ۱۵ عکس کوچک است.

جدول ۲. توزیع فراوانی براساس دوری و نزدیکی عکسها

دوری و نزدیکی عکسها		عکس بانوان		
فراوانی	%	فراوانی	%	
۳۲۰	۲۱,۵	۸	۳۴,۸	نمای دور
۱۱۶۵	۷۸,۵	۱۵	۶۵,۲	نمای نزدیک
۱۴۸۵	۱۰۰	۲۳	۱۰۰	مجموع

تعداد عکسهایی که از نمای دور گرفته شده معادل ۲۱/۵ % از کل عکسهاست و تعداد عکسهایی که از نمای نزدیک گرفته شده ۷۸/۵ % از عکسهاست. از ۲۳ عکس مربوط به بانوان ۸ عکس از نمای دور و ۱۵ عکس از نمای نزدیک گرفته شده است.

جدول ۳. توزیع فراوانی عکس‌ها بر اساس مکان

مکان عکس بانوان		مکان عکس‌ها		
فراوانی	%	فراوانی	%	
۴۷,۸	۱۱	۴۸,۲	۷۱۶	در زمین بازی
۵۲,۲	۱۲	۵۱,۸	۷۶۹	در سایر مکان‌ها
۱۰۰	۲۳	۱۰۰	۱۴۸۵	مجموع

عکس‌هایی که در خارج از زمین بازی گرفته شده بیش از نیمی از عکس‌هاست، که معادل ۵۱,۸ % از کل عکس‌ها می‌باشد. از ۲۳ عکسی که مربوط به زنان است ۱۱ عکس در زمین بازی و ۱۲ عکس در خارج از زمین بازی گرفته شده است.

جدول ۴. توزیع فراوانی عکس‌ها بر اساس ورزشی بودن سوژه‌ها

ورزشی بودن سوژه‌ها		ورزشی بودن زنان		
فراوانی	%	فراوانی	%	
۱۰۶۸	۷۱,۹	۱۶	۶۹,۶	ورزشی بودن سوژه عکس-ها
۴۱۷	۲۸,۱	۷	۳۰,۴	ورزشی نبودن سوژه عکس-ها
۱۴۸۵	۱۰۰	۲۳	۱۰۰	مجموع

تعداد عکس‌هایی که سوژه‌های آن ورزشی بوده‌اند ۱۰۶۸ عدد می‌باشد که معادل ۷۱,۹ % است. و از بین ۲۳ عکسی که از زنان گرفته شده ۱۶ سوژه عکس ورزشی هستند و ۷ سوژه عکس ورزشی نیستند.

جدول ۵. توزیع فراوانی عکسها بر اساس تکی یا گروهی بودن

تکی و گروهی بودن عکسها		تکی و گروهی بودن عکس بانوان	
فراوانی	%	فراوانی	%
۵۷۲	۳۸,۵	۱۶	۶۹,۶
۹۱۳	۶۱,۵	۷	۳۰,۴
۱۴۸۵	۱۰۰	۲۳	۱۰۰

۹۱۳ عکس به صورت گروهی گرفته شده است که معادل ۶۱/۵٪ است و بقیه عکسها به صورت تکی گرفته شده است. از بین ۲۳ عکسی که مربوط به بانوان است ۱۶ عکس به صورت تکی و ۷ عکس به صورت گروهی گرفته شده است.

و در ارتباط با این موضوع که چه تعداد از مطالب در مورد هر یک از مؤلفه‌های ورزشی است؟ ۱/۶٪ از مطالب مربوط به ورزش تربیتی و همگانی است و ۷۱٪ از مطالب مربوط به ورزش حرفه‌ای و قهرمانی است. در ۲۳/۲٪ از مطالب هیچ اشاره‌ای به این مؤلفه‌ها نشده است و در ۴/۱٪ از مطالب به هر دو بخش از مؤلفه‌ها که شامل تربیتی و همگانی و حرفه‌ای و همگانی است، اشاره شده است. همچنین بیش از نیمی از عکسها از ورزشکاران گرفته شده که معادل ۵۲/۱٪ از عکسهاست و بقیه مربوط به دو گروه مربیان (۱۹/۷٪) و سایر (۲۸/۱٪) که منظور داوران، تماشاگران، رؤسای باشگاهها و ... است.

تأکید مطالب مجله بر روی چه رشته یا رشته‌های ورزشی است، مورد دیگری است که این پژوهش ۱۳۳۱ پاسخگویی به آن است. تعداد مطالبی که در مورد رشته ورزشی فوتبال نوشته شده ۸۹۶ مطلب از ۱۳۳۱ مطلب است که معادل ۶۷/۲٪ از مطالب است. سایر رشته‌های ورزشی به غیر از فوتبال ۱۶٪ از مطالب را به خود اختصاص داده است. ۸٪ مطالبی که در مورد هیچ نوع رشته ورزشی نبوده ۸٪ است و درصد

مطالبی که در مورد همه رشته‌های ورزشی نوشته شده، ۸/۸٪ است.

تعداد مطالبی که به مسائل اخلاقی پرداخته و درصد ترویج مسائل اخلاقی نظیر بازی جوانمردانه بوده است، ۱۰۸ مطلب است که معادل ۸/۱٪ است و مطالب دیگر، تأکیدی بر مسائل اخلاقی نداشته است. تعداد مطالبی که بر مسائل فنی تأکید دارد ۲۳۱ مطلب است که معادل ۱۷/۴٪ است و تعداد مطالبی که بر مسائل فنی تأکیدی نداشته است ۱۱۰۰ است که معادل ۸۲/۶٪ است.

تعداد مطالبی که با هدف ایجاد آگاهی نوشته شده است ۷۶۸ مطلب از ۱۳۳۱ مطلب نوشته شده است که معادل ۵۷/۷٪ می‌شود. مطالبی که با هدف تحریک و تخریب بوده است ۲۶/۸٪ است و تعداد مطالبی که باهدف بررسی و تحلیل بوده ۲۰۶ مطلب است که معادل ۱۵/۵٪ از مطالب است.

یافته‌های استنباطی

برای تعیین معنی داری تفاوت‌ها از آزمون خی‌دو یک متغیره استفاده شد. برای پاسخ‌دهی به این سؤال که آیا بین مطالب مجله تفاوت معنی‌داری بین زن و مرد وجود داشت یا نه، نتیجه آزمون $P=0/05$ را نشان داد که نشان دهنده تفاوت معنی‌دار در بین مطالب از نظر توجه به جنسیت خاص بود. همچنین برای پاسخگویی به این سؤال که بین جنسیت گزارشگران تفاوت معنی‌داری وجود داشت یا نه از این آزمون استفاده شد که همانند مطالب تفاوت معنی‌داری بین جنسیت گزارشگران وجود داشت ($P=0/05$). علاوه براین سردبیر، صاحب امتیاز و دبیر تحریریه که از ارکان اصلی و سیاست‌گذاران مجله محسوب می‌شوند همگی مرد هستند.

برای بررسی و پاسخ به این سؤال که آیا سوگیری جنسیتی در عکس‌های مجله وجود دارد یا نه، یکبار

دیگر از آزمون خی‌دو استفاده شد و نتایجی مشابه با مطالب و خبرنگاران به دست آمد ($P=0/05$).

بحث و نتیجه‌گیری

بدون هیچ مقیاسی، ورزش در رسانه‌های جمعی به عنوان یک قلمرو مردانه همراه با نمایش ورزش حرفه‌ای مردان به عنوان آخرین حد از ورزش، و مقیاس موفقیت بنا شده است (ونسینگ^۱ و همکاران، ۲۰۰۳). این طرز نگاه در رسانه‌ها و مهمترین آنها در نشریات به چشم می‌خورد و این یک قانون نوشته شده‌ای نیست که نتوان آن را تغییر داد بلکه این نگاه که رسانه‌ها نه تنها در ایران بلکه در تمام رسانه‌های دنیا در حال ترویج ورزش مردان به عنوان بهترین اجرا هستند، می‌تواند تغییر کند که این تغییر نیازمند نگاه ویژه‌ای به ورزش زنان است و البته امکان‌پذیر. مطالعه‌ای نشان داد که زنان بیشتر از مردان مجله می‌خرند و زندگی، نقش‌ها، نیازها و انتظاراتشان در طول سال‌های گذشته تغییر کرده است و اگر قرن ۲۱ قرن دانش و تکنولوژی است، می‌تواند قرن زنان نیز نامیده شود چرا که زنان خودشان را برای پیشرفت آماده می‌کنند (ترولند، ۲۰۰۵). بنابراین جایگاه زنان به خصوص ورزش زنان در تمامی کشورها در حال تغییر است که نیازمند توجه خاص به این بخش است.

این تحقیق که بر روی مجله تماشاگر به عنوان یکی از پرطرفدارترین مجلات با محوریت و موضوع ورزش در میان عموم مردم پرداخته، %د پاسخگویی به این پرسش است که این مجله چه میزان در حال ترویج این نگاه است که ورزش ظاهراً متعلق به مردان است و بس؟ که برای پاسخگویی به این سؤال می‌توان با روش تحلیل محتوا، مطالب و عکس‌ها را تجزیه و تحلیل

^۱ - Wensing, E

کرد که تعداد عکس‌هایی که از ورزشکاران مرد گرفته شده بود ۱۴۶۲ عکس از بین ۱۴۸۵ عکس بود که معادل ۹۸/۵٪ است و مابقی که بسیار ناچیز است متعلق به زنان است. از تعداد ۲۳ عکسی که از زنان گرفته شده بود اندازه ۸ عکس بزرگ و ۱۵ عکس کوچک بود، ۸ عکس از نمای دور و ۱۵ عکس از نمای نزدیک گرفته شده بود، ۱۱ عکس در زمین بازی و در حال فعالیت و ۱۲ عکس در خارج از زمین بازی گرفته شده بود، شغل ۱۶ عدد از سوژه‌های عکس‌ها ورزشکار و ۷ عدد از آنها را سایرین (به جز مربی و ورزشکار) تشکیل می‌دادند، ماهیت سوژه‌های ۱۶ عکس ورزشی بودند و ۷ سوژه ورزشی نبودند (مثل خبرنگار، تماشاگران و مدیران)، ۱۶ عکس به صورت تکی و ۷ عکس به صورت گروهی گرفته شده بود. همچنین از بین ۱۳۳۱ مطلب، سهم مردان ۹۸۱ مطلب که معادل ۷۳/۷٪ است، می‌باشد و سهم زنان بازم ناچیز است (۲/۴٪). یک شاهد دیگر برای صحت گذاشتن بر این موضوع که مجله با سوگیری جنسیتی همراه است تعداد مطالبی است که توسط خبرنگار یا نویسنده زن نوشته شده که این میزان بسیار کم است (از بین ۱۳۳۱ مطلب فقط ۱۰ مطلب توسط زنان نوشته شده). همچنین با توجه به نتایج آزمون خیدو در مورد معنی‌دار بودن تفاوت بین جنسیت خبرنگاران، تأکید جنسیتی در مطالب و در عکس‌ها، تفاوت موجود، معنی‌دار به دست آمد (۰۰۰۰ > ۰۰۵). این نتایج با نتایج تحقیقات ابوالقاسمی و همکاران (۱۳۸۸) که گفته بود ۹۵٪ از اخبار مربوط به ورزش مردان است همخوانی دارد همچنین با نتایج تحقیقات بارفروش (۱۳۸۱، ۱۳۸۷) که به این نتیجه رسیده بود که تنها در یکی از روزنامه‌ها فقط ۰/۸۰٪ از مطالب به ورزش زنان پرداخته بود. دانکن ام (۱۹۹۰) نیز به این نتیجه رسید که در رسانه‌های نوشتاری به ورزش مردان ۲۸/۸ برابر بیشتر از ورزش زنان پرداخته می‌شود و

سهم مطالب مردان نسبت به زنان ۲۳ به یک و ۹۲٪ از تصاویر متعلق به مردان بود. نتایج تحقیق قاسمی (۱۳۹۰) در مورد تحلیل محتوای روزنامه‌های ورزشی با تأکید بر پوشش مؤلفه‌های ورزشی نیز به نتایج مشابهی دست یافت. کشر و همکاران (۱۳۹۰) نیز به نتایج مشابهی در مقاله‌ای با عنوان رابطه سوگیری جنسیتی با مؤلفه‌های مدیریت تصاویر روزنامه‌های ورزشی دست یافت. استمن و بلینگ (۱۹۹۹) و لی (۱۹۹۲) کلاً به این نتیجه رسیدند که تفاوت عمیق و آشکاری بین پوشش رسانه‌ها در مورد ورزش مردان و زنان پیدا کردند. کریستوفر کینگ (۲۰۰۷) به این نتیجه رسید که ۶۸٪ از کل مقالات توسط روزنامه‌نگاران مرد نوشته شده بود و تنها ۲٪ از کل مقالات توسط روزنامه‌نگار زن نوشته شده بود و ۵۹٪ از مطالب مربوط به ورزشکاران مرد و ۲۸٪ از مطالب مربوط به ورزشکاران زن بود. وینسنت و همکاران (۲۰۰۲) گفته بودند که اکثریت پوشش رسانه‌ها مربوط به مردان است. پدرسون (۲۰۰۲) گفته بود که ۶۷/۷٪ از عکس‌ها برای ورزشکاران مرد و ۳۲/۶٪ از عکس‌ها مربوط به ورزشکاران زن است. به صورت کلی نتایج این پژوهش با نتایج پژوهش‌های فینک و کنسیک (۲۰۰۲)، بیشاپ (۲۰۰۳)، بیلینگ و انجلینی (۲۰۰۷)، بیلینگ و استمن (۲۰۰۳)، کلاویا و ایگلمن (۲۰۱۱)، دانکن و سایاوانگ (۱۹۹۰) و هاردی و همکاران (۲۰۰۲) همخوانی دارد. نتایج تمامی این تحقیقات با آنچه که ما در مورد سوگیری جنسیتی به آن رسیدیم، همخوانی دارد، در صورتی که ورزش بانوان در سال‌های اخیر دارای موفقیت‌های درخشانی در صحنه‌های بین‌المللی و جهانی به خصوص در بازی‌های آسیایی گوانگژو بوده و انتظار می‌رفت که توجه ویژه‌ای به ورزش بانوان شود. با توجه به نظریه چافتز مبنی بر اینکه بقای قشر بندی جنسیتی کارکرد پیوسته‌ای است به خصوص درجه‌ای که مردان قدرت اجباری دارند و زمانی

افزایش می‌یابد که ۱- تقسیم کار سطح کلان در جامعه، جنسیتی می‌شود، جهت اثبات این قضیه (یعنی اینکه تقسیم کار کلان در کشور ما جنسیتی است) کافی است به سطوح عالی مدیریت کشور توجه شود. سران همه سه قوه مرد هستند، همه وزرا به غیر یکی از آنها مرد هستند و در میان نمایندگان مجلس تعداد انگشت‌شماری نماینده زن وجود دارد که بخش عمده‌ای از این افراد از منسوبان دولت‌مردان می‌باشند. پس با اطمینان می‌توان پذیرفت که تقسیم کار در سطح کلان جامعه ایران، یک تقسیم کار جنسیتی و آن هم تحت کنترل جنس مرد می‌باشد.

۲- تقسیم کار جنسیتی به مردان فواید منابع مادی می‌بخشد، وضعیت زنان در بازار کار می‌تواند گواه خوبی در جهت تأیید فایده‌مندی تقسیم کار جنسیتی به نفع مردان می‌باشد چرا که با توجه به نتایج تحقیق فقط ۱۰ مطلب از ۱۳۳۱ مطلب توسط زنان نوشته شده و همچنین صاحب امتیاز، سردبیر و سایر اعضای هیئت تحریریه مرد هستند.

۳- فواید منابع مادی مردان در سطح خرد در برخورد با زنان به کار می‌رود تا آنان را به اطاعت وادارد که در آغاز این امر الف: زنان را محکوم به انجام امور خانه و تولید مثل می‌کند و ب: توانمندی آنان را برای رقابت با مردان در سطح کلان تقسیم کار کاهش می‌دهد.

۴- فواید منابع مادی مردان در سطح خرد و کلان منجر به کنترل آنها به موقعیت‌های برگزیده در سطح کلان جامعه می‌شود. این امر منجر می‌شود به الف: توزیع فرصت‌ها در حوزه سیاسی، کاری و ... بیشتر به نفع مردان و ب: تعاریف خصایص خوب و بد در حوزه کاری و سیاسی و ... بیشتر به نفع مردان. و با توجه به مضمون نخست از چهار مضمون نظریه‌های نابرابری جنسیتی در مورد اینکه زنان در موقعیت‌های نابرابری در جامعه در حال فعالیت هستند می‌-

توان با توجه به این ارقام و این نتایج این‌گونه استنباط کرد که جایگاه اجتماعی زنان در مقایسه با مردان بسیار پایین است چرا که توجهی چه از جانب خود زنان و چه از جانب مردان به زنان و ورزش زنان نمی‌شود.

با توجه به مضمون سوم از نظریه‌های نابرابری جنسیتی مبنی بر اینکه هیچ‌گونه الگوی تفوق طبیعی مهمی وجود ندارد که دو جنس را از هم متمایز سازد: نابرابری جنسی برای آن وجود دارد که زنان در مقایسه با مردان از قدرت کمتری برای برآوردن نیاز به تحقق نفس برخوردارند، در حالی که هر دو در این نیاز سهیمند. با توجه به نتایجی که از این تحقیق برآمده می‌توان یکی از دلایلی را که به زنان و ورزش زنان کمتر از مردان توجه می‌شود این‌گونه بیان کرد که زنان خود در راه ترویج ورزش زنان ضعیف عمل می‌کنند چرا که فقط از بین ۱۳۳۱ مطلب، ۱۰ مطلب توسط زنان نوشته شده و این نشان دهنده توجه ضعیف زنان به امور ورزشی‌شان است و تا زمانی که خود وارد عمل نشوند هیچ تغییری از جانب مردان اتفاق نمی‌افتد و با توجه به مضمون چهارم مبنی بر اینکه دگرگون کردن موقعیت زنان امکان‌پذیر است باید گفت با توجه به نتایج تحقیقات وینسنت و همکاران (۲۰۰۲) که گفته: با توجه به اینکه اکثریت پوشش رسانه‌ای مربوط به ورزشکاران مرد است، این فاصله کم‌کم رو به کاهش می‌رود. در نتیجه می‌توان امید آن را داشت که این وضعیت روبه بهبودی می‌گذارد.

همچنین این تحقیق درصد پاسخگویی به این سؤال است که چه میزان، این مجله به مؤلفه‌های ورزشی توجه کرده است؟ از بین ۱۳۳۱ مطلبی که تجزیه و تحلیل شد ۷۱/۱٪ به ورزش حرفه‌ای و قهرمانی توجه کرده و موضوعات و اخبارهای این حوزه را پوشش داده است. و فقط ۱/۶٪ از مطالب مربوط به ورزش تربیتی و همگانی بود و از بین ۹۴۶ مطلبی که در

مورد ورزش حرفه‌ای و قهرمانی نوشته شده، ۱۸/۹٪ از مطالب بر مسائل فنی تأکید دارد و مابقی که سهم عمده‌ای در این بین دارد به مسائل فنی توجهی ندارد. که این نتیجه نیز با نتیجه تحقیق ابوالقاسمی و همکاران (۱۳۸۸) مبنی بر اینکه ۷۵٪ از اخبار نشریات ورزشی به ورزش حرفه‌ای می‌پردازد همخوانی دارد و با نتایج قاسمی (۱۳۹۰) مبنی بر اینکه ورزش حرفه‌ای و قهرمانی بیش از ۹۷٪ سهم مطالب رزونامه‌های ورزشی را به خود اختصاص داده، نیز همخوانی دارد.

از نتایج دیگری که می‌توان به آن اشاره کرد توجه مجله به ورزش‌های مختلف است. که به این نتیجه رسیدیم که ورزش فوتبال ۶۷/۲٪ از کل مطالب را به خود اختصاص داده که با نتایج بارفروش (۱۳۸۷، ۱۳۸۱) و ابوالقاسمی و همکاران (۱۳۸۸) همخوانی دارد.

اهدافی که از مطالب گرفته شد به این صورت بود: ایجاد آگاهی ۵۷/۷٪ از کل مطالب، تحریک و تخریب ۲۶/۸٪ و بررسی و تحلیل ۱۵/۵٪ از کل مطالب را دربرمی‌گرفت و تأکیدی که مطالب بر مسائل اخلاقی داشتند بسیار ناچیز بود (۸/۱٪).

با توجه به یافته‌ها می‌توان اینگونه نتیجه گرفت که مجله باید به ورزش زنان بیش از این توجه بکند و آنچه را که در شأن آنها و عملکردشان است، به نمایش بگذارد. همچنین به ورزش تربیتی و همگانی که از ارکان ورزش حرفه‌ای و قهرمانی و سلامت جامعه است بیش از این توجه کند و ترویج و تبلیغ آن برآید. ترویج اخلاق جوانمردانه و پهلوانی می‌تواند به بهبود ورزش کشور کمک زیادی کند که مجله باید مسائل اخلاقی را بیش از این ترویج کند و از حاشیه‌سازی و حاشه‌پردازی به دور باشد. و با توجه به نتایج پژوهش، پیشنهاداتی برای بهبود مجله ارائه می‌شود. از جمله اینکه: همکاری بیشتری با

خبرنگاران و نویسندگان زن در مجله به صورت تمام وقت و یا پاره وقت و به صورت یک فراخوان عمومی باید وجود داشته باشد، ایجاد یک بخش از مجله، مخصوص ورزش زنان و ورزشکاران زن ایران و جهان، همراه با عکس‌هایی از آنها، انجام مصاحبه‌هایی با ورزشکاران مدال‌آور زن ایرانی و نوشتن زندگینامه‌هایی از آنها، توجه بیشتر به ورزش تربیتی و همگانی با ایجاد بخش جداگانه‌ای، که می‌توان از سازمان‌های متولی در این امر خواست که برای پر کردن مطالب آن همکاری کنند و تجلیل مجله از ورزشکاران با اخلاق هفته در تمامی رشته‌های ورزشی (نه فقط فوتبال).

منابع فارسی

- ابوالقاسمی، مهتاب؛ مریم مرجان مسعودی و فاطمه صدیقی. (۱۳۸۸). گزارش تحلیل محتوای نشریات ورزشی، گروه تحلیل محتوای سازمان تربیت بدنی.
- اعظم آزاده، معصومه. (۱۳۸۴). آگاهی از نابرابری‌های جنسیتی: مدلی برای سنجش میزان شناخت از نابرابری‌های جنسیتی، مجله پژوهش زنان، دوره ۳، شماره ۲، صفحات ۷۳-۵۱.
- بارفروش، احمد. (۱۳۸۱). تحلیل محتوای نشریات ورزشی. فرهنگ عمومی و ورزش، شماره ۳۰.
- بارفروش، احمد. (۱۳۸۷). تحلیل محتوای نشریات ورزشی. روزنامه گل، نسخه شماره ۷۸۳. قابل دسترسی از طریق: www.Ggoaldaily.ir
- بشیریه، حسین. (۱۳۷۴). جامعه‌شناسی سیاسی: نقش نیروهای اجتماعی در زندگی سیاسی، تهران: نشر نی.
- بنیادی، نسرین. (۱۳۶۹). صفحه‌آرایی، پلی بین نویسندگان و خواننده، فصلنامه رسانه، سال ۱، شماره ۱، صص ۴۸-۴۶.
- خالصی، پروین. (۱۳۸۸). نقش و اهمیت رسانه‌های جمعی و کارکرد آنها. مجله سیاسی-اقتصادی، شماره ۲۶۲-۲۶۱، صفحات ۲۸۷-۲۷۴.
- خواجه نوری، اشکان. رقابت روزنامه‌ها با تلویزیون: <http://www.magiran.com/article.asp?AID=۱۸۸۹>

- زکی، محمدعلی. (۱۳۸۵). بررسی تحلیل محتوای گرایش‌های پژوهشی در مجلات علمی تخصصی مدیریت. *فصلنامه دانش مدیریت، سال ۱۹، شماره ۷۵، صفحات ۷۴-۴۳*.
- ضیغمی، رضا، باقری نسامی، معصومه، حق‌دوست اسکوئی، سیده فاطمه، یادآور، معصومه. (۱۳۸۷). تحلیل محتوای *فصلنامه پرستاری ایران*. دوره ۲۱، شماره ۵۳، صفحات ۴۱-۵۲.
- قاسمی، حمید. (۱۳۹۰). تحلیل محتوای روزنامه‌های ورزشی با تأکید بر پوشش مؤلفه‌های ورزشی در نیم‌سال پایانی ۱۳۸۸. *مجموعه مقالات دومین همایش ملی تخصصی مدیریت ورزشی شاهرود*. صفحه ۱۸.
- کشکر، سارا، قاسمی، حمید، شیرویی، اعظم. (۱۳۹۰). رابطه سوگیری جنسیتی با مؤلفه‌های مدیریت تصاویر روزنامه‌های ورزشی. *مجموعه مقالات همایش ملی تربیت بدنی و علوم ورزشی*. دانشگاه آزاد اسلامی واحد آیت‌الله آملی.
- لهسایی‌زاده، عباس، بوستانی، داریوش. (۱۳۸۵). نابرابری جنسیتی در ایران (بقا یا تغییر)، *فصلنامه تخصصی جامعه‌شناسی، سال دوم، شماره ۱، ۶۰-۴۷*.
- مرکز آمار ایران (۱۳۸۶). <http://amar.sci.org.ir>. بازیابی در ۱۳۹۰.
- معتدنی‌زاد، کاظم. (۱۳۸۳). وسایل ارتباط جمعی. جلد اول. تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی. چاپ چهارم.
- مهربانی، جواد. (۱۳۸۴). ورزش همگانی، آرمان یا واقعیت. www.hamshahri.net روزنامه همشهری. بازیابی در ۱۳۹۰ از <http://Hamshahri.net>.
- وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، اداره مطبوعات داخلی، سیستم مدیریت اطلاعات نشریات (۱۳۸۶). <http://press.farhang.gov.ir/magazine-fa.html> بازیابی در ۱۳۹۰ از <http://press.farhang.gov.ir>.
- ویکی‌پدیا (دانشنامه‌ی آزاد). (۲۱ آبان ۱۳۹۰). <http://fa.wikipedia.org> بازیابی در ۱۳۹۰ از <http://fa.wikipedia.org>.

- Bishop, R. (۲۰۰۳). Missing in action: Feature coverage of women's sports in Sports Illustrated. *Journal of Sport and Social Issues*, ۲۷(۲), ۱۸۴-۱۹۴.
- Billings, A.C., & Angelini, J.R. (۲۰۰۷). Packaging the Games for viewer consumption: Gender, ethnicity, and nationality in NBC's coverage of the ۲۰۰۴ Summer Olympics. *Communication Quarterly*, ۵۵(۱), ۹۵-۱۱۱.
- Billings, A.C., & Eastman, S.T. (۲۰۰۲). Selective representation of gender, ethnicity, and nationality in American television coverage of the ۲۰۰۰ Summer Olympics. *International Review for the Sociology of Sport*, ۳۷(۳/۴), ۳۵۱-۳۷۰.
- Clavio, I., Eagleman, A. N. (۲۰۱۱). Gender and Sexually Suggestive Images in Sports Blogs. *Journal of Sport Management*, ۷, ۲۹۵-۳۰۴.
- Duncan, M.C. (۱۹۹۰). Sports Photographs and Sexual Difference: Images of Women and Men in the ۱۹۸۴ and ۱۹۸۸ Olympics Games, *Sociology of Sport Journal*, ۷:۲۲-۴۳.
- Duncan, M.C., & Sayaovong, A. (۱۹۹۰). Photographic images and gender in Sports Illustrated for Kids. *Play and Culture*, ۳(۲), ۹۱-۱۱۶.
- Eastman, S.T. and Billings, A.C. (۱۹۹۹) 'Gender Parity in the Olympics: Hyping Women Athletes, Favouring Men Athletes', *Journal of Sport and Social Issues* ۲۳(۲): ۱۴۰-۷۰.
- Fink, J.S., & Kensicki, L.J. (۲۰۰۲). *An imperceptible difference: Visual and textual constructions of femininity in Sports Illustrated and Sports Illustrated for Women*. *Mass Communication & Society*, ۵(۳), ۳۱۷-۳۳۹.
- Hardin, M., Lynn, S., & Walsdorf, K. (۲۰۰۵). Challenge and conformity on "contested terrain": *Images of women in four women's sport/fitness magazines*. *Sex Roles*, ۵۳(۱/۲), ۱۰۵-۱۱۷.
- Hardin, M., Lynn, S., Walsdorf, K., & Hardin, B. (۲۰۰۲). The framing of sexual difference in SI for Kids editorial photos. *Mass Communication & Society*, ۵(۳), ۳۴۱-۳۵۹.
- Kim, K.Y., Sagas, M. (۲۰۱۰). Replacing Athleticism with Sexuality: A Content Analysis of Athlete Models in Sports Illustrated Swimsuit Issues. ۲۰۱۰ *North American Society for Sport Management Conference (NASSM ۲۰۱۰)*. June ۳, ۲۰۱۰. ۴۱۱-۴۱۲.
- King, Christopher. (۲۰۰۷). Media Portrayals of Male and Female Athletes : A Text and Picture Analysis of British National Newspaper Coverage of the Olympic Games since ۱۹۴۸. *International Review for the Sociology of Sport*, ۴۲: ۱۸۷.
- Lee, J. (۱۹۹۲) 'Media Portrayals of Male and Female Olympic Athletes: Analyses of Newspaper Accounts of the ۱۹۸۴ and the ۱۹۸۸ Summer Games', *International Review for the Sociology of Sport* ۲۷: ۱۹۷-۲۱۹.
- Pederson, P.M. (۲۰۰۲). Examining Equity in Newspaper Photographs. *International Review for the Sociology of Sport*, ۳۷: ۳۰۳.
- Row, D. (۲۰۰۰). No Gain No Game? Media and Sport. *Mass Media and Society*, pp. ۳۴۶-۶۱.

- Troland, T.(۲۰۰۵). Seeing Ahead: Underpinnings for What Is Next for Magazine Publishing. *Publishing Research Quarterly*. Winter :۳-۱۳.
- Vincent, J., Imwold, C., Masemann, V. and Johnson, J.T. (۲۰۰۲) '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* ۳۷(۳-۴): ۳۱۹-۳۵
- Wensing, E., Bruce, T.(۲۰۰۳). Media Representations of Gender During an International Sporting Event. *International Review for the Sociology of Sport*, ۳۸: ۳۸۷.