

«زن و مطالعات خانواده»

سال هفدهم - شماره شصت و دوم، زمستان ۱۴۰۲

ص ص: ۶۵-۸۷

تحلیل اجتماعی نقش رسانه‌ها برجایگاه جنسیت در ورزش مطالعه موردی: خبرهای ورزشی المپیک ۲۰۲۰ توکیو در روزنامه ایران ورزشی

صدیقه رضایی پاشا^۱

فریده شریفی فر^۲

محمود شارع پور^۳

علی اصغر کیا^۴

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۷/۱۳ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۹/۵

چکیده

هدف از نگارش این مقاله، تحلیل اجتماعی نقش رسانه‌ها برجایگاه جنسیت در ورزش در پوشش رسانه‌ای مسابقات المپیک ۲۰۲۰ توکیو است. این تحقیق به روش پژوهش کیفی و با استراتژی تحلیل مضمون انجام شده است. جامعه آماری، کلیه مطالب روزنامه ایران ورزشی سال ۱۴۰۰ است. نمونه گیری آماری به صورت هدفمند انتخاب گردید که شامل ۸۹ داده متنی (خبر، گزارش، مصاحبه و مقاله) در روزنامه ایران ورزشی می‌باشد در تحقیق حاضر داده‌های متنی روزنامه ایران ورزشی در فرآیند کدگذاری در سه سطح مضامین پایه، مضامین سازمان دهنده و مضامین فراگیر دسته بندی گردیدند 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 بدست آمده از تحلیل مضمون روزنامه ایران ورزشی در بازه زمانی برگزاری المپیک نشان می‌دهد که رویکرد این روزنامه مبنی بر مفاهیم «هژمونی»، «استعاره‌های ورزشی» و «فراواقعیت» بوده است اما نکته قابل توجه در مفهوم «هژمونی» است که پوشش خبرها در این مضمون برای هر دو جنس انجام شده است با این تفاوت که حمایت خبری از بانوان بیشتر اعلام محرومیت‌های زیرساختی جهت تمرین در قبل از اعزام به مسابقات یا کمبود امکانات یا تجهیزات برای فرد ورزشکار در هنگام برگزاری مسابقات و ... می‌شود در حالیکه پوشش خبری برای ورزشکاران مرد شامل اختصاص

rezaeepasha@yahoo.com

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

f_sharififar@azad.ac.ir

۲ استادیار مدیریت ورزشی، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده‌ی مسوول)

sharepour@yahoo.com

۳ استاد جامعه‌شناسی، دانشگاه مازندران، بابل، ایران

aliasgharkia22@gmail.com

۴ استاد روزنامه‌نگاری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

امتیازات ویژه و تشویق بابت تلاش‌ها در عرصه رقابت با حریفان حتی در حالیکه به نتیجه مطلوب مد نظر نرسیدند.

واژه‌های کلیدی: جنسیت، خبرهای ورزشی، المپیک، رسانه.

مقدمه و بیان مسأله

رسانه‌ها بر شناخت و درک عموم از جهان تأثیر می‌گذارند، به این معنا که آگاهی و ذهنیت مردم نسبت به جهان بستگی به محتوایی دارد که از رسانه‌ها دریافت می‌کنند؛ زیرا رسانه‌ها واسطه و میانجی بین آگاهی‌های فردی و ساختارهای گسترده‌تر اجتماعی و سازنده معنا هستند. (مهدی زاده، ۱۳۸۷). رسانه‌ها در عصر جدید از جمله عوامل تفکیک نشدنی از زندگی روزمره هستند، مطبوعات و ... از جمله رسانه‌هایی هستند که همواره مورد استفاده افراد جامعه قرار گرفته و به تناسب میزان کارآیی‌شان مخاطبان خاص خود را جذب می‌کنند. رسانه‌های جمعی بازنماینده بی طرف جنسیت از طریق «توجه، گزینش و تفسیر اغراق آمیز» مسابله جنسیتی سعی می‌کنند ارزش‌ها و هنجارهای جنسیتی موجود را نزد مخاطبان تثبیت کنند (معینی فر، ۱۳۸۸). رسانه‌ها نقش عمده‌ای در تغییرات فرهنگی، اجتماعی شدن، هویت بخشی، آگاه سازی اعضای جامعه و ... ایفا می‌کنند. در این میان، تفکر تقویت کلیشه‌های جنسیتی در ورزش و مردانه تلقی کردن آن به منظور تحکیم جایگاه‌های اجتماعی پر قدرت مردان، در رسانه‌ها حاکم بوده و بر این اساس، محتوای رسانه‌های ورزشی با سوگیری جنسیتی آشکار به نفع جنس مذکر همراه بوده‌است. در واقع رسانه‌ها می‌کوشند برتری مردان بر زنان را حفظ کنند. این موضوع را حتی می‌توان در مجلات و صفحات روزنامه‌های ورزشی نیز مشاهده کرد، وقتی در عرف یک جامعه، ورزشی به عنوان امری مردانه تلقی می‌شود، حضور زنان در آن ورزش خوشایند به حساب نمی‌آید و زنان با محدودیت‌هایی رو به رو می‌شوند و این باعث عدم پیشرفت زنان در آن زمینه ورزشی می‌شود. بنابراین پژوهش حاضر، به دنبال مطالعه تحلیل اجتماعی نقش رسانه‌ها بر جایگاه جنسیت در ورزش می‌باشد.

رسانه یکی از مؤثرترین صورت‌های اجتماعی سازی در جامعه امروز در ایجاد ارزش‌های جنسیتی است. در حقیقت، رسانه‌های جمعی از طریق نمایش‌های روزانه در رسانه‌های چاپی و مطبوعاتی نقش مهمی در انتقال تفاوت‌های جنسیتی و نابرابری ایفا می‌کنند. افراد با مجله‌ها و روزنامه‌های حاوی عکس‌ها و روایت‌هایی که بیانگر عدم تعادل جنسیتی بین زنان و مردان است اشباع می‌شوند. این تفاوت‌های نقش جنسیت مخصوصاً در دنیای ورزش مشهود است. ورزش از جمله نهادهای اجتماعی است که بخشی از «تفاوت جنسیتی» در آن توسط نهادهایی چون رسانه بازتولید می‌شوند (صادقی فسایی و کریمی، ۱۳۸۴: ۶۱). ورزش همواره از ابعاد مختلفی سوژه رسانه‌هاست. ورزش صرفاً یک نهاد عینی نیست بلکه دارای پتانسیل تأثیرگذاری بر هنجارها، ارزش‌ها و اعتقادات فعالیت‌های اجتماعی بزرگتر است. رسانه‌ها و رابطه همزیستی ورزش‌ها، جایگاه جنسیتی خاصی را ساخته و برای حفظ نابرابری جنسیتی و تفاوت‌های جنسیتی از طریق

واژه‌ها و عکس‌ها از آن استفاده می‌کنند (ترولان^۱، ۲۰۱۳). روشن است که نسل کنونی با رسانه‌های ورزشی بزرگ می‌شوند و بخش زیادی از اطلاعات فرهنگ ورزشی جامعه خود را از آنان دریافت می‌کنند. به عبارتی دیگر، بخش بزرگی از جامعه‌پذیری نسل جوان، توسط رسانه‌های ورزشی صورت می‌گیرد. نوشته‌ها ورزشی و تبلیغات ورزشی، برای جوانان می‌تواند در شکل‌گیری و تغییر ارزش‌های اجتماعی و نوع ارتباطات آنان تأثیرگذار باشد. رسانه‌ها ورزشی می‌توانند بقول استوارت‌هال^۲ اولویت ذهنی و حتی رفتاری مخاطبان را تعیین می‌کنند. رسانه‌های ورزشی، شاید نتوانند چگونه فکر کردن را به ما یاد بدهند، اما در اینکه به چه چیزی فکر کنیم بسیار تأثیرگذارند، رسانه‌های ورزشی به عنوان شاهره، در فرایند هویت بخشی جنسیتی، در جامعه نقش ایفا می‌کنند، به همین دلیل رسانه‌های ورزشی به عنوان یکی از ابزارهای اصلی تغییرات اجتماعی، فرهنگی و سیاسی مطرح‌اند. زیرا رسانه‌ها وسائلی هستند که، فرستنده به کمک آن‌ها معنا و مفهوم مورد نظر را به گیرنده منتقل می‌کند. از جمله رسانه‌های مطرح در هر جامعه‌ای مطبوعات ورزشی هستند که علاوه بر جنبه تفریحی، سرگرمی و اطلاع رسانی، جنبه پوشش جنسیتی رسانه‌ای نیز دارند. (مطهری، ۱۳۹۴: ۱۳۶) با توجه به نقش و کارکرد مطبوعات ورزشی در تولید و باز تولید روابط و مناسبات قدرت از طریق رویه‌های گفتمانی و ایدئولوژیکی در قالب معناسازی جنسیت در مطبوعات ورزشی، اتخاذ رویکردی انتقادی به مطبوعات امری ضروری است. به طوری که، آنچه از طریق این پژوهش حاصل می‌شود، می‌تواند مبنایی برای دیگر پژوهش‌ها باشد. با مرور مطالعات انجام شده در زمینه تحلیل نقش رسانه‌ها برجایگاه جنسیت در ورزش در داده‌های متنی اخبار ورزشی المپیک مشخص می‌شود که اکثر پژوهش‌ها عمدتاً کمی و قوم نگارانه و یا به بررسی رویداد ورزشی خاص در یک مقطع زمانی و با هدف برهم زدن تصورات قالبی و پیش فرض‌های مبتنی بر کلیشه‌های جنسیتی به ورزش پرداخته‌اند. با توجه به مطالب فوق و به دلیل نبود یک مدل و الگوی مفهومی از تحلیل جامعه شناختی نقش رسانه‌ها برجایگاه جنسیت در ادوار گذشته در رویدادهای ورزشی مهمی مانند المپیک که جز معدود رویدادهای جهانی است که به طور همزمان مسابقات مربوط به هر دو جنس زن و مرد برگزار می‌گردد که نیاز به انعکاس مربوط به اخبار و یا حواشی احتمالی آن مسابقات در همان زمان برگزاری مسابقات مذکور می‌باشد بنابراین پژوهش حاضر ضمن مطالعه نقش رسانه‌ها برجایگاه جنسیت در اخبار منعکس شده در یک رسانه (روزنامه ایران ورزشی) در مورد بزرگترین رویداد ورزشی جهان به نام المپیک در بازه زمانی، وضعیت آن رسانه در نوع نگاه به جنسیت و کلیشه‌های جنسیتی در یک پروسه زمانی ۴ ساله را نیز مورد بررسی قرار می‌دهد و در صدد مقوله‌بندی نوینی از تحلیل جامعه شناختی جنسیت در خبرهای ورزشی المپیک ۲۰۲۰ توکیو بر اساس حمل معناها و پیام‌های اجتماعی (روزنامه ایران ورزشی) در زمینه‌ها و متن‌های مختلف نقش رسانه‌ها برجایگاه جنسیت در خبرهای ورزشی المپیک است. که این امر می‌تواند پژوهش حاضر را از دیگر پژوهش‌ها متمایز

^۱ Eoin J. Trolan

^۲ Stuart Hall

کند و جنبه‌ای نسبتاً بدیع و نوین بدان بخشید به همین منظور تحقیق حاضر در پی دست یافتن به پاسخ این سؤال است که:

- تحلیل نقش رسانه‌ها برجایگاه جنسیت در پوشش اخبار ورزشی المپیک ۲۰۲۰ توکیو چگونه است؟ فرض بنیادین این پژوهش این است که معناسازی‌های رسانه‌ای، امری ذاتی و طبیعی نیست، بلکه برساخته‌ای اجتماعی، فرهنگی، زبانی و گفتمانی است؛ لذا این پژوهش با تحلیل و گزارش الگوهای موجود در داده‌های کیفی به دست آمده از داده‌های متنی ضمن رسیدن به پاسخ سؤال فوق و ترسیم مدل مفهومی از تحلیل جامعه شناختی نقش رسانه‌ها برجایگاه جنسیت در اخبار ورزشی المپیک در روزنامه ایران ورزشی، در صدد است تا الگویی مناسب طراحی نماید.

مبانی نظری پژوهش

نظریه‌ی جنسیت

واژه جنسیت برخلاف جنس مقوله‌ای اجتماعی است. ویژگی اساسی جنسیت ابتدا در محیط خانواده ایجاد می‌شود و سپس در محیط مدرسه، گروه همسالان و از طریق رسانه‌ها تقویت می‌شود. مفهوم قشربندی جنسیتی، توزیع ناعادلانه پاداش‌های اجتماعی مشتمل بر منابع ارزشمند اجتماعی، قدرت، وجهه و آزادی‌های فردی است که خود نشان دهنده جایگاه هر کدام از دو جنس در سلسله مراتب اجتماعی است. زنان و مردان در روند اجتماعی شدن به نقش‌های اجتماعی خود پی می‌برند و نیز متوجه می‌شوند انتظارات جامعه از آنها چیست. جامعه با نشر هنجارهای مسلط از طریق آموزش رسمی، تعاملات اجتماعی، بازی‌ها، ملاحظات اخلاقی و غیره و گاه تحمیل آنها به افراد جامعه، تفکر و فرهنگ اجتماعی را برای هریک از آنها طرح و تعیین می‌کند (محسنی، ۱۳۸۳: ۲۹۱). مفهوم قشربندی جنسیتی، توزیع ناعادلانه پاداش‌های اجتماعی مشتمل بر منابع ارزشمند اجتماعی، قدرت، وجهه و آزادی‌های فردی است که خود نشان دهنده جایگاه هر کدام از دو جنس در سلسله مراتب اجتماعی است. زنان و مردان در روند اجتماعی شدن به نقش‌های اجتماعی خود پی می‌برند و نیز متوجه می‌شوند انتظارات جامعه از آنها چیست. جامعه با نشر هنجارهای مسلط از طریق آموزش رسمی، تعاملات اجتماعی، بازی‌ها، ملاحظات اخلاقی و غیره و گاه تحمیل آنها به افراد جامعه، تفکر و فرهنگ اجتماعی را برای هریک از آنها طرح و تعیین می‌کند. انسان در دنیایی از واقعیت‌های اجتماعی به سر می‌برد. این واقعیت‌های اجتماعی تحمیلی می‌توانند معنا، ارزش‌ها و فرهنگ‌های حاکم اجتماعی را تولید کنند؛ به گونه‌ای که کردار و ذهنیت‌های اجتماعی کنشگران را تحت تأثیر قرار می‌دهند. بر این اساس دانش و معرفت موجود در اجتماع، همواره ساخته و پرداخته موقعیت‌های اجتماعی و منافع سازندگان آن است. (محسنی، ۱۳۸۳: ۲۶۱).

نظریه‌ی هژمونی^۱ گرامشی^۲

یکی از مهم‌ترین مباحث مطالعات فرهنگی درک آنتونیو گرامشی از هژمونی است (جیولیونوتی، ۱۳۹۱: ۸۲). گرامشی هژمونی را این‌طور تعریف می‌کند حکومت‌گران برای تحمیل ایدئولوژی به گروه‌ها و طبقات تحت حاکمیت خود، نمی‌توانند به‌سادگی فقط آن را تجویز کنند بلکه باید آن‌ها را قانع کنند (کنوبلاخ، ۱۳۹۰: ۳۳۸)؛ هژمونی روابط قدرت متغیر منحصر به فردی را توضیح می‌دهد. گروه‌های حاکم از طریق روش‌ها و فنون کنترل خود بر گروه‌های تحت سلطه را با به دست آوردن توافق ایدئولوژیکی تأمین می‌کنند نه از طریق روش‌های تهدید جسمانی. گرامشی ورزش را به‌عنوان ترکیبی از فرهنگ ملی در رابطه با سلطه مطرح می‌کند (مهرآیین، ۱۳۸۷: ۸۸). آنتونیو گرامشی صحبت از هژمونی در دو نهاد اجتماعی در جامعه‌ی مدرن امروزی می‌کند که عبارتند از: رسانه و ورزش. ورزش و رسانه به هم وابسته بوده و با یکدیگر دارای رابطه‌ی همزیستی مسالمت‌آمیز هستند. و برای قرن‌ها ورزش چنان با مردان پیوند خورده که دو مفهوم: ورزش و مردانه بودن، مترادف هم شده‌اند. ورزش به‌عنوان نهاد اجتماعی هژمونیک، برتری مردان نسبت به زنان را طبیعی می‌سازد. به عبارت دیگر، رسانه از طریق ایجاد و انعکاس نگرش‌های اجتماعی مربوط به مردان و زنان، هژمونی موجود در ورزش را تقویت می‌کند. (شارع پور، ۱۳۸۸: ۳۲-۱۱). در واقع، هژمونی در ورزش وجود دارد و این هژمونی توسط نوع پوشش رسانه از نهاد ورزش، مورد حمایت قرار می‌گیرد. می‌توان گفت که رسانه از طریق تولید، بازتولید، و مشروع سازی به حفظ هژمونی مردان در ورزش کمک می‌کند. (جیولیونوتی، ۱۳۹۱: ۸۲). پس ورزش بر قدرت و کنترل مردان صحنه گذاشته و بدین طریق زنان را محدود می‌سازد. لذا می‌توان گفت که ورزش و رسانه با کمک هم به ایجاد و انعکاس هژمونی مردانه می‌پردازند. بسیاری از محققان تلاش نموده‌اند که نشان دهند چگونه نهاد ورزشی و رسانه با کمک هم به تداوم سلطه مردان در جامعه کمک می‌نمایند. مکانیسم انجام این کار از طریق پوشش فراوان ورزشی مردان و به حداقل رساندن ورزش زنان است. بدین ترتیب رسانه‌ها از طریق نوع و میزان پوشش ورزش، به تسلط مردان کمک می‌کنند. پس ورزش و رسانه‌های جمعی به بازتولید و تقویت ایدئولوژی مسلط در مورد نظم جنسیتی در جامعه می‌پردازند. (شارع پور، ۱۳۸۸: ۳۲-۱۱).

نظریه فرا واقعیت^۳ ژان بودریار^۴

بودریار یکی از مفسران پرآوازه در حوزه فرامدرنیته (پست‌مدرن) است؛ وی به فرهنگ فرامدرن اعتقاد دارد - مشخصه فرهنگ پست‌مدرن، افزایش اغواگری در تولید محصولات جدید است (قدیمی، ۱۳۹۳: ۸۸). بودریار می‌گوید اغلب ورزش بر سر دوراهی بهره‌وری و اغوا، گیر کرده‌است (جیولیونوتی، ۱۳۹۱: ۲۷۷).

1 Hegemonie

2 Antonio Gramsci

3 Hyper Reality

4 Jean Baudrillard

بودریار در برابر روابط تولید، میل و معنا که به زعم میشل فوکو^۱ در ساختارهای قدرت، جنسیت و دانش، تاریخ را شکل می‌بخشند، بدیلی به نام اغوا قرار می‌دهد. بودریار از مفهوم «فرا واقعیت» برای بیان کارکرد رسانه‌ها در نمایان سازی واقعیت استفاده کرد؛ حاد واقعی در ارتباطات و در معنا، به معنی واقعی‌تر از واقعی است که نشان می‌دهد واقعیت چگونه از میان رفته‌است زیرا به اعتقاد وی رسانه‌ها با بزرگ نمایی یا تحریف اطلاعات درباره‌ی یک رخداد واقعی ورزشی، سبب می‌شوند تا دیگر اثری از واقعیت اولیه در گزارش‌های رادیویی، تلویزیونی یا مطبوعاتی باقی نماند (بودریار، ۲۰۰۷: ۴۸) رسانه از نظر او مهم‌ترین عامل در ترویج ورزش و جلب نظر مخاطبان نسبت به رویدادهای ورزشی است. با توجه به دیدگاه بودریار، ورزش شیفتگی و مصرف را با یکدیگر در ارتباط تنگاتنگی می‌داند. بودریار معتقد است که رسانه‌ها واقعیت زندگی زنان را انتقال نمی‌دهند؛ بلکه واقعیت را می‌سازند. واقعیت‌هایی که بازنمایی نمی‌شوند، بلکه شبیه سازی می‌شوند و البته با میانجی رسانه‌ها به فراواقعیت تبدیل می‌شوند.

نظریه تحلیل انتقادی استعاره^۲

تحلیل انتقادی استعاره، این نظریه، ارائه‌ی روشی برای درک بهتر رابطه‌ی میان زبان و تفکر است در این نظریه ما انتقال ساده واژه‌ها را بررسی نمی‌کنیم بلکه با نوعی اندیشه‌ورزی که بین بافت‌ها مطرح می‌گردد، سروکار داریم. رویکرد تحلیل انتقادی استعاره نشان می‌دهد کدام دسته از عوامل بر انتخاب واژه‌ها و عبارات برانگیزاننده‌ی احساسات توسط قدرتمندان جامعه، سیاست مداران، صاحبان رسانه و ورزش، نقش دارند؟ استعاره‌ها غالباً اثر گذارند (حتی به قول لیکاف^۳: استعاره‌ها می‌توانند کشنده باشد)؛ چراکه شیوه‌های خاص نگاه به جهان را به ما می‌قبولانند. (چارتریس بلک^۴، ۱۳۹۸: ۳). 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 ابزاری حیاتی برای درک و فهم بیش‌تر روابط پیچیده بین زبان، اندیشه و بافت اجتماعی در اختیار می‌گذارد (چارتریس بلک، ۱۳۹۸: ۱۳). محقق معتقد است که کاربست استعاره‌های جنگ در گزارش‌های ورزشی نوعی زبان رقابتی را در نظام‌های اجتماعی ایجاد و تقویت می‌کند که برای همه‌ی اشکال رفتار رقابتی اجتماعی ارزش‌گذاری بالایی قایل هستند. استعاره‌های مفهومی برای ورزش‌های خاص از قبیل فوتبال، جنگ است و بسکتبال یک بازی جنگنده، غیره... به طور ضمنی، به بازنمایی معنایی در سطح بالاتر اشاره می‌کند: ورزش، مبارزه برای بقاست. بنابراین اگر فوتبال، جنگ است، پس می‌توان گفت که جنگ‌ها نیز گویی نوعی مسابقه‌ی فوتبال هستند. این ادعا از لحاظ ایدئولوژیک بسیار مهم است؛ زیرا اگر استعاره‌های برخورد در گزارش‌های ورزشی به هنجار تبدیل گردند، می‌توانند این زیربنای مفهومی را القا کنند که جنگ‌های واقعی طوری بازنمایی شوند که گوئی «صرفاً»

1 Paul Michel foucault

2 Critical Metaphor Analysis

3 George Lakoff

4 Jonathan Charteris Black

مسابقه‌های 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 به سزایی برخوردار است که باعث گسترش و اشاعه ایدئولوژی‌های جنسیتی از طریق زبان گفتاری می‌شود. در استعاره‌های جنسیت‌زدگی زبان، بعضی از صفات ارزشی جامعه فقط در انحصار مردان قرار می‌گیرد و همچنین استعاره‌های جنسیت‌زدگی زبان می‌تواند موجب کاربرد متمایز، تحقیرآمیز و حتی بی‌ادبانه آن نسبت به جنس دیگر در جامعه شود. میلز (۲۰۰۸) معتقد است، جنسیت‌زدگی زبان را نمی‌توان به طور ساده یک اشتباه شخصی یا لغزش زبانی دانست که به خاطر عدم تفکر یا فقدان آگاهی اتفاق می‌افتد و بنابراین با توجه و تمرکز روی اشتباهات و کاربرد گزینه‌های مناسب قابل اصلاح است. میلز معتقد است تبعیض جنسیتی درست مثل تبعیض نژادی و دیگر شکل‌های تبعیض زبانی ریشه در عوامل اجتماعی مهم‌تری دارد؛ از جمله نابرابری قدرت و نزاع بر سر این که چه کسی حق استفاده از موقعیت، منابع و امکانات را دارد (مطهری و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۵۵).

جمع بندی

در تحلیل اجتماعی نقش رسانه‌ها برجایگاه جنسیت در خبرهای ورزشی می‌توان بیان کرد که رسانه و ورزش از یک طرف دو نهاد اجتماعی دارای هژمونی در جامعه مدرن امروزی می‌باشد، ورزش به عنوان نهاد اجتماعی هژمونیک، برتری مردان نسبت به زنان را طبیعی می‌سازد. در واقع، هژمونی در ورزش وجود دارد و این هژمونی توسط نوع پوشش رسانه از نهاد ورزش، مورد حمایت قرار می‌گیرد تا جایی که این تبلیغات رسانه‌ای در شکل‌گیری هویت جنسیتی نقش مؤثری دارد و از طرف دیگر رسانه، ورزش را بر سر دوراهی بهره‌وری و اغوا، 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، شبیه سازی می‌شوند و البته با میانجی رسانه‌ها به فراواقعیت تبدیل می‌شوند. به طور کلی این مفاهیم (هژمونی، تحلیل انتقادی استعاره، فراواقعیت) در رسانه‌های ورزشی با تلاش‌هایی که برای ترسیم واقعیت صورت می‌گیرد.

مطالعات پیشین

جوانی و همکاران (۱۴۰۱) در تحقیقی به بررسی تأثیر رسانه‌ها بر کلیشه‌های جنسیتی در ورزش زنان پرداختند. در این تحقیق با استفاده از روش تحلیل مضمون و جامعه پژوهش شامل زنان ایرانی ورزشکار در سطح حرفه‌ای انتخاب شدند. ابزار سنجش پژوهش، مصاحبه بود، یافته‌های تحقیق نشان داد که بازتاب موفقیت‌ها و فعالیت‌های زنان ورزشکار حرفه‌ای در رسانه‌ها سبب تضعیف اندیشه‌های حاکم

مردسالارانه در ورزش می‌شوند ولی از سوی دیگر، رسانه‌ها به واسطه سوگیری در تاکید و بزرگنمایی بعد زنانگی ورزشکاران زن با القای نگاه جنسیتی و باور غیر جدی بودن ورزش زنان در اذهان عموم به تقویت کلیشه‌های جنسیتی در جامعه می‌پردازد.

عبدی و همکاران (۱۳۹۸) در تحقیقی به بررسی نقش رسانه بر نگرش زنان ایرانی نسبت به شرکت زنان مسلمان در مسابقات المپیک و جهانی پرداختند. در این تحقیق با استفاده از روش راهبرد تحقیقی گروه کانونی، تعداد ۱۲ نفر از دانشجویان تربیت بدنی دختر مقطع کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکترای دانشگاه رازی بودند به عنوان نمونه آماری با استفاده از نمونه گیری تصادفی انتخاب شدند. ابزار سنجش پژوهش، مصاحبه بود، یافته‌های تحقیق نشان داد که زنان ایرانی با تماشای مسابقات و حضور ورزشکاران زن در مسابقات در هر سطحی باشد به خصوص در سطح جهانی و المپیک احساس غرور و خوشحالی دارند و باخت در این مسابقات باعث دلسردی و ناراحتی آنها نمی‌شود.

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

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

مزیدی و همکاران (۱۳۹۳) در تحقیقی به تحلیل خبررسانی نوشتاری و تصویری خبرگزاری ایرنا و بی بی سی از مسابقات المپیک ۲۰۱۲ لندن پرداختند. روش تحقیق مورد استفاده در این پژوهش کیفی و از نوع تحلیل محتوا است. یافته‌های تحقیق نشان داد که بین دو خبرگزاری در حوزه‌های نوع مطلب، عکس، سبک خبری، عناصر خبری و پوشش خبری بر اساس جنسیت تفاوت معنادار به لحاظ آماری وجود دارد؛ به این معنا که نوع مطلب رویدادگرا و عکس‌های آرشیوی و همچنین سبک خبری هرم وارونه و عناصر خبری «چه» و «که» ایرنا بیش از بی بی سی (BBC) و توجه خبر ورزشی بانوان بی بی سی (BBC) بیش از ایرنا بود و در نهایت در زمینه موضوع ورزشی و ارزش‌های خبری بین دو خبرگزاری تفاوتی معنادار به لحاظ آماری مشاهده نشد.

گرابمولروا^۱(۲۰۲۲) در پژوهشی به بررسی رسانه‌های اجتماعی و المپیک: یک فرصت برای بهبود برابری جنسیت پرداخت.

هدف این مقاله بررسی این موضوع است که آیا محتوای رسانه‌های اجتماعی توسط کمیته‌های ملی المپیک (NOC) در طول بازی‌های المپیک ۲۰۲۰ توکیو تقویت شده یا بلند پروازی‌های برابری جنسیتی کمیته بین‌المللی المپیک (IOC) را تضعیف می‌کند؟ روش تحقیق جهت مطالعه موضوع حاضر، روش تجزیه و تحلیل کمی حساب‌های رسانه‌های اجتماعی سه کمیته ملی المپیک (NOC) (نروژ، جمهوری چک و سوئیس) و مصاحبه‌های عمیق کیفی با اطلاع‌رسانان کلیدی - رسانه‌های اجتماعی NOC و پرسنل کمیته المپیک اروپا (EOC). است. یافته‌های پژوهش نشان داد که پرسنل رسانه‌ها تأثیر قابل توجهی بر ارائه تصویر منطقی از جنسیت در محتوای کانالهای ارتباطی خود دارند و مأموریت برابری جنسیت (IOC) را تقویت کردند.

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

اگر چه در تحقیقات پیشین صورت‌گرفته، از جمله، پژوهش جوانی و همکاران (۱۴۰۱) از روش تحلیل مضمون به کار گرفته‌است ولی در این روش جامعه پژوهش تک جنسیتی است که شامل زنان ایرانی ورزشکار بود است و پژوهش عبدی و همکاران (۱۳۹۸) از روش راهبرد تحقیقی گروه کانونی به کار گرفته‌است ولی در این روش علاوه بر اینکه جامعه موضوع پژوهش تک جنسیتی می‌باشد و به بررسی نقش رسانه بر نگرش زنان ایرانی نسبت به شرکت زنان مسلمان در مسابقات المپیک و جهانی پرداختند، نتیجه پژوهش تحت تأثیر اثر گروهی می‌باشد و به نظر می‌رسد محقق کنترل کمتری نسبت به داده‌ها دارد و پژوهش آزاد و همکاران (۱۳۹۸) از روش پیمایشی به کار گرفته‌است ولی در این روش اطمینانی به روابط بین متغیرهای مستقل وابسته علی هستند یا نه موجود نیست و پژوهش قره و همکاران (۱۳۹۶) فقط یک تحقیق توصیفی است که از اعتبار درونی کمی برخوردار است و پژوهش مزیدی و همکاران (۱۳۹۳) از روش تجزیه و تحلیل محتوا استفاده شده‌است که این نتیجه پژوهش اثر معکوس در بر داشته که تمرکز

1 Aneta Grabmüllerová

2 Elena Calvo-Ortega

زیاد بر روی کلمات باعث بی توجهی به متن شده است و پژوهش گرایمولروا (۲۰۲۲) به تحلیل اخبار یک صفحه رسانه اجتماعی الکترونیک کمیته بین المللی 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. پژوهش کالوو اورتگا^۱ (۲۰۲۰) از روش تجزیه و تحلیل محتوا استفاده شده است که این نتیجه پژوهش محدود به زمان رقابت است و خلاف نظریه‌های موجود را نشان می‌دهد که نتایج این پژوهش به طور قابل توجهی با نتایج تحقیقات قبلی متفاوت است. این تفاوت اهمیت و نیاز به اقدامات احتیاطی و عمیق‌تری را در این نوع مطالعه تأکید می‌کند. بنابراین با توجه به بررسی نتایج یافته‌های محققان از یک سو و حضور مؤثر و و ملموس زنان در عرصه‌های مختلف ورزشی در سالهای اخیر، نیاز به مطالعه کیفی بصورت عمیق‌تر را جهت بررسی وضعیت انعکاس اخبار ورزشی در رسانه‌های ایرانی ایجاد نموده است. لذا پژوهش حاضر جهت پر نمودن این خلأ تلاش نموده است تا با مطالعه تحلیل جامعه شناختی جنسیت در پوشش رسانه‌ای مسابقات المپیک ۲۰۲۰ توکیو در اخبار جدیدترین و بزرگترین رویداد ورزشی جهان یعنی المپیک ۲۰۲۰ توکیو، تصویری از وضعیت انعکاس اخبار رسانه‌های ایرانی با تمرکز بر جنسیت در فاصله زمانی ۴ سال اخیر که ایران دارای رویکرد سیاسی اجتماعی متفاوت نیز بوده است، ارائه دهد. به طوری که، آن چه از طریق این پژوهش حاصل می‌شود، می‌تواند مبنایی برای دیگر پژوهش‌ها باشد. آن چه که می‌تواند پژوهش حاضر را از دیگر پژوهش‌ها متمایز کند و جنبه‌ای نسبتاً بدیع و نوین بدان بخشد، مقوله‌بندی نوینی از تحلیل اجتماعی نقش رسانه‌ها بر جایگاه جنسیت در خبرهای المپیک ۲۰۲۰ توکیو است که با یک دیدگاه جامعه شناسی ترکیبی (کلان و خرد و پست مدرن) بر اساس حمل معناها که پیام‌های اجتماعی را در بر می‌گیرد به عبارت دیگر قدرت خلاقیت و نوآوری محقق در این تحقیق در ایجاد یک مدل مفهومی نظریه‌ای درباره‌ی مطالعه‌ی تحلیل اجتماعی نقش رسانه‌ها بر جایگاه جنسیت در خبرهای المپیک توکیو ۲۰۲۰ در زمینه‌ها و متن‌های مختلف اجتماعی است.

روش پژوهش

این پژوهش با بهره‌گیری از روش تحلیل تماتیک به عنوان روشی برای شناخت، تحلیل و گزارش الگوهای موجود در داده‌های کیفی به دست آمده از مصاحبه‌ها و داده‌های متنی و نیز روشی برای طراحی الگوی مفهومی مناسب، تلاش کرده است تا الگویی مناسب برای تحلیل تماتیک خبرهای المپیک ۲۰۲۰ توکیو با تأکید بر تحلیل اجتماعی نقش رسانه‌ها بر جایگاه جنسیت طراحی کند. تحلیل مضمون، روشی برای شناخت تحلیل و گزارش الگوهای موجود در داده‌های کیفی، تحلیل داده‌های متنی است (براون و کلارک^۲، ۲۰۰۶: ۲۳) در تحلیل تماتیک، داده‌های متنی در آن بر اساس مقوله‌های معنایی مشترک گروه‌بندی می‌شود

1 Elena Calvo-Ortega

2 De Baranda Clara Sainz

و در نهایت بر اساس وجوه مشترک، عبارات گروه‌بندی شده در هر کدام از مقولات و طی فرآیندی سلسله-مراتبی، تم‌های اصلی و در مرحله‌ی نهایی، تم مرکزی (تم نهایی) شناسایی می‌شود (پاک سرشت، ۱۳۹۱: ۱۶۶) به دلیل این که پژوهش از نوع بنیادی خواهد بود، لذا جامعه‌ی آماری برای آن همچون پژوهش‌های کمی متصور نیست و روش نمونه‌گیری نیز نظری و یا تئوریک خواهد بود. به این منظور، منابعی انتخاب خواهند شد که بیش‌ترین اطلاعات و داده برای پاسخ به سؤال تحقیق فراهم می‌کنند. داده‌های متنی با این نمونه‌ها، تا آن جا ادامه یافت که محقق به مرحله‌ی اشباع نظری دست یافت. (محمدپور، ۱۳۹۰: ۴۸).

جامعه آماری

کلید خبرها، گزارش‌ها، مصاحبه‌ها و مقاله‌های منتشر شده در رسانه‌ی مکتوب ایرانی سال ۱۴۰۰ است که رویداد المپیک ۲۰۲۰ توکیو (۲۵ تیر - ۲۵ مرداد ۱۴۰۰) را پوشش می‌دهد

نمونه‌ی آماری

با توجه به این که روزنامه‌ها تنها رسانه‌ی مکتوبی هستند که به طور روزانه اخبار را منتشر می‌کنند و مخاطبین آنان از هر سن و قشری می‌باشند، به عنوان نمونه‌ی آماری در نظر گرفته شدند و از میان آن‌ها، روزنامه‌ی ایران ورزشی به صورت هدفمند به جهت مطالعه و بررسی انتخاب شد. بررسی روزنامه‌ها نشان داد که روزنامه ایران ورزشی نمونه‌ی خوبی از روزنامه‌نگاری حرفه‌ای حال حاضر ایران می‌تواند باشد. جهت پوشش دهی حداکثری اخبار مربوط به المپیک، خبرهای بازه‌ی زمانی یک هفته قبل از شروع المپیک ۲۰۲۰ توکیو، دو هفته زمان برگزاری المپیک ۲۰۲۰ توکیو و یک هفته بعد از المپیک ۲۰۲۰ توکیو که برابر با یک ماه می‌شد مورد بررسی قرار گرفت که در مجموع ۸۹ داده‌ی متنی کدگذاری و استخراج گردید.

جدول شماره‌ی ۱- مشخصات زمان و مکان برگزاری المپیک ۲۰۲۰ توکیو

ردیف	مکان برگزاری المپیک	تاریخ برگزاری به میلادی	تاریخ برگزاری به هجری شمسی	زمان مورد مطالعه	تعداد خبر
۱	ژاپن- توکیو	۲۰۲۰	۱۴۰۰	۱۴۰۰	۸۹
		۱۲ آگوست- ۲۷ جولای	۱ مرداد- ۱۷ مرداد	۲۵ تیر- ۲۵ مرداد	
	مجموع داده‌ها				۸۹

برای بررسی جمعاً ۸۹ خبر مدنظر، از برگه‌ی کدگذاری محقق ساخته با دستورالعمل اختصاصی ریان و برنارد^(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 از ابعاد قالب مطالب (اخبار،

مصاحبه، گزارش، مقاله و...) موضوع مطالب، جهت گیری مطالب (مثبت، منفی، خنثی، دوپهلوی)، تیتراژ در صفحه‌ی اول و صفحه‌ی 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 جامعه شناسی ورزش و علوم ارتباطات انجام گردید. جهت سنجش پایایی از روش هولستی^۱ استفاده شد. درصد توافق ۰/۸۹ بدست آمد که نشان می‌دهد نتایج پژوهش از قابلیت اعتماد بالایی برخوردار است

یافته‌های پژوهش

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

جدول شماره ۲- مضامین تحلیل اجتماعی نقش رسانه‌ها برجایگاه جنسیت در ورزش در

پوشش رسانه‌ای مسابقات المپیک ۲۰۲۰ توکیو

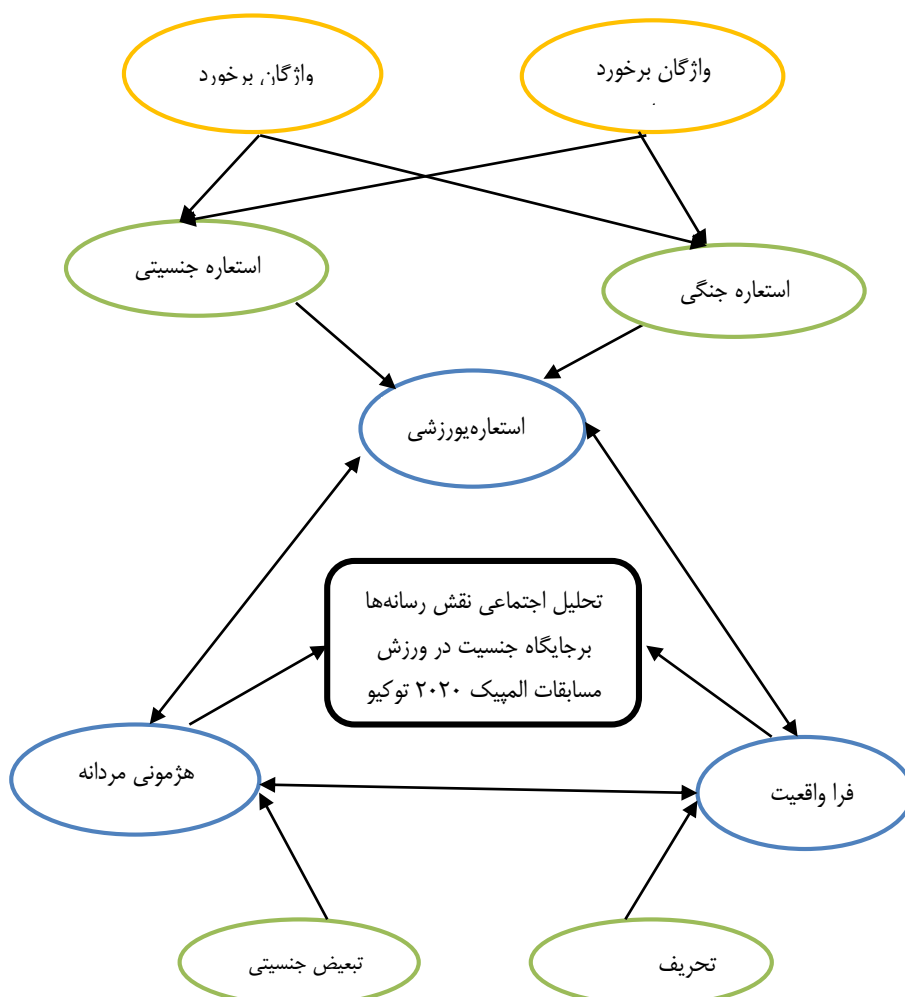
مضمون فراگیر	مضمون سازمان-دهنده	مضمون اصلی	مصادقات خبرهای ورزشی ۱۴۰۰ (المپیک ۲۰۲۰ توکیو)
تحلیل اجتماعی	نقش رسانه‌ها	واژگان برخورد زنان	«کیمیای علیزاده با پول مالیات من و شما موفق شده؛ وگرنه کسی او را نمی‌شناخت.»
برجایگاه جنسیت در مسابقات المپیک ۲۰۲۰ توکیو	استعاره‌های ورزشی	واژگان برخورد مردان	کشتی فرنگی با تمام قوا به توکیو رسید؛ ۵ سرباز، یک فرمانده و یک ژنرال، ۵ سرباز جنگجو و دلاور به‌همراه یک فرمانده کار بلد و یک ژنرال افتخارآفرین، اینها برای یک جنگ تمام‌عیار به نظر کافی می‌آید.
فرا واقعیت	در مسابقات المپیک ۲۰۲۰ توکیو	تحریف گزارش‌گری	چون پرده برافتد، نه تو مانی و نه من جنگ تیروکمان سنگی با مسلسل! دستان خود را خالی از اسلحه دیدند و انواع ادوات جنگی را در دست رقبای نامدار. علی پاکدامن: زخم هر روز عمیق‌تر می‌شود مانند سربازی بودم که روی زمین پر از مین راه می‌رود رقابت تانک روس و اسنایدر آمریکایی در فینال جنگ طلای سوم

1 Holsti,s coefficient of reliability

تحریف کیمیا علیزاده در تلویزیون و پیش از رقابتش با ناهید کیانی در سه مرحله شکل گرفت

مالیات ما چگونه در ورزش خرج شده؟ همه هزینه‌ها برای دیگران! (کیمیا علیزاده با پول مالیات من و شما موفق شده؛ وگرنه کسی او را نمی‌شناخت. «تکواندوکاری که به رایگان به تیم پناهندگان المپیک سپرده شد، نازنین ملایی نماینده ایران در قایقرانی، چند روز پیش به عدم دسترسی «جلیقه ضد یخ» سخن گفت؛ تقدیر کمیته ملی المپیک از قهرمان ایران، یزدانی پاداش مدال طلا را گرفت

تبعیض
جنسیتی مزایا
هژمونی



نمودار شماره‌ی یک- الگوی تحلیل اجتماعی نقش رسانه‌ها برجایگاه جنسیت در ورزش مسابقات المپیک ۲۰۲۰ توکیو

همان گونه که در نمودار شماره یک مشاهده می‌گردد، سه مضمون اصلی شامل: استعاره ورزشی، تحریف واقعیت و هژمونی، از تحلیل جامعه شناختی جنسیت در خبرهای ورزشی از دیدگاه جامعه شناسی بدست آمده‌است که در ذیل به تحلیل آن‌ها پرداخته شده‌است.

الف: مضمون استعاره‌ی ورزشی

- واژگان برخورد زنان و مردان:

جدول شماره ۳- طبقه‌بندی واژگان برخورد در خبرهای ورزشی

خبرهای المپیک ۲۰۲۰ توکیو

واژگان برخورد مردان	واژگان برخورد زنان
نقشه تزارها برای پلنگ ایرانی	ناهید کیانی؛ بازنده نبرد من و کیمیا «المپیک» بود،
حسن یزدانی شاه ماهی کشتی ایران است	«کیمیا علیزاده با پول مالیات من و شما موفق شده؛ وگرنه کسی او را نمی‌شناخت.»
محمد بنا شاگردانش را مثل شیر تربیت می‌کند	بدترین در تاریخ، کیانی؛ قربانی چه چیزی شد
شکار شیر روی رینگ	تکواندوکاری که به رایگان به تیم پناهندگان المپیک سپرده شد.
اگر ببرد به شکارچی شیر معروف خواهد شد.	
لقب سنجابک پرنده و شاهین	
یزدانی همچون یک شیر زخمی به در و دیوار حمله کرد	
پلنگ جویبار یک بار لغزید؛ یل مازندران	
علی هاشمی ثابت کرده وزنه‌برداری است مسابقه‌ای و جنگنده روی تخته مسابقه.	
۵ سرباز، یک فرمانده و یک ژنرال	
علی پاکدامن: مانند سربازی بودم که روی زمین پر از مین راه می‌رود	

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

- سوی روشنفکران و نویسندگان و مجریان اصحاب رسانه و هر کسی که از وسیله‌ای به نام زبان استفاده می‌کند به صورت مستقیم و غیرمستقیم به کار می‌رود (جدول شماره چهار).
- نمونه استعاره‌های گزارش ورزشی در المپیک ۲۰۲۰ توکیو نسبت به زنان:
- حذف هر سه نماینده تکواندوی ایران از المپیک، بدترین در تاریخ، کیانی؛ قربانی چه چیزی شد؟ مسئول این به‌هم‌ریختگی چه کسی بود؟
 - «کیمیا علیزاده با پول مالیات من و شما موفق شده؛ وگرنه کسی او را نمی‌شناخت.» تکواندوکاری که به رایگان به تیم پناهندگان المپیک سپرده شد
 - در مقابل در واژگان برخورد مردان، نوعی از توصیف واژه‌های شجاع و مبارز و قوی بیان می‌شود و این در حالی است که برای ورزش کاران زن از این ادبیات استفاده نمی‌شود.
 - نمونه استعاره‌های گزارش ورزشی در المپیک ۲۰۲۰ توکیو نسبت به مردان:
 - نقشه تزارها برای پلنگ ایرانی
 - حسن یزدانی شاه ماهی کشتی ایران است
 - محمد بنا شاگردانش را مثل شیر تربیت می‌کند، و با شاگردان رخ به رخ با غول‌های دنیا
 - شکار شیر روی رینگ؛ او اگر ببازد به یک قهرمان بزرگ باخته و هیچ‌کس به او ایراد نمی‌گیرد اما اگر ببرد به شکارچی شیر معروف خواهد شد.
 - دو شیر برای شکار دو مدال { کشتی فرنگی }
 - میرزازاده در سنگین وزن به غول بی‌شاخ و دم کوبایی باخت؛ امین بچه غول را می‌کشد؟ امین جوان زورش به این غول بی‌شاخ و دم نرسید و امروز باید به مضاف بچه غول این وزن برود.
 - دام برای شاهین، لقب سنجابک پرنده و شاهین به او به طور کل محمدعلی گرابی را از ریل خارج کرد و ظاهراً اینها برای این بود که به تله بیفتد.
 - دورخیز پلنگ
 - پلنگ جویبار یک بار لغزید؛ یل مازندران
 - بیست ثانیه پایانی برای پلنگ مازندران
 - یزدانی همچون یک شیر زخمی به در و دیوار حمله کرد.

جدول شماره ۴ - استعاره‌های جنسیتی ورزشی در خبرهای المپیک ۲۰۲۰ توکیو

استعاره‌های جنسیتی گزارش ورزشی		المپیک
استعاره‌های جنسیتی نسبت به مردان	استعاره‌های جنسیتی نسبت به زنان	۲۰۲۰ توکیو
نقشه تزارها برای پلنگ ایرانی، محمد بنا شاگردانش را مثل شیر تربیت می‌کند، پلنگ جویبار؛ یل مازندران	«کیمیا علیزاده با پول مالیات من و شما موفق شده؛ وگرنه کسی او را نمی‌شناخت.» تکواندوکاری که به رایگان به تیم پناهندگان المپیک سپرده شد	

از طرفی ورزش ایران با پدیده‌ای به نام تیم پناهندگان المپیک مواجهه بود که استعاره‌های گزارش ورزشی منحصر به فردی از طرف جامعه ورزشی با این پدیده مطرح شده‌است، ایران بیشترین ورزشکار تیم پناهندگان المپیک ۲۰۲۰ توکیو را تشکیل می‌داد که شامل پنج ورزشکار ایرانی بود: سعید فضل الله در کایاک یک نفره از آلمان، هامون درفشی پور در کاراته از کانادا، جواد محبوب در جودو از کانادا، دینا پوریونس در تکواندو از هلند و کیمیا علیزاده در تکواندو از آلمان، در تیم پناهندگان هستند. روزنامه ایران ورزشی در مواجهه با تیم پناهندگان المپیک ۲۰۲۰ توکیو، هیچ اشاره‌ای به اسامی ورزشکار تیم پناهندگان المپیک نمی‌کند و فقط اشاره به رفتار سیاسی کمیته بین‌المللی المپیک دارد که ناهیدکیانی قربانی المپیک شده‌است

در این‌جا مضمون فرعی واژگان برخورد زنان و مردان در روزنامه‌ی ایران ورزشی، مضامین سازمان‌دهنده در قالب استعاره‌های ورزشی بودند که ذیل آن‌ها مضامین پایه از بین داده‌های پژوهش استخراج شد.

مصادق‌هایی از استعاره‌های جنگی گزارش ورزشی در المپیک ۲۰۲۰ توکیو بر روی ورزشکار زن ایران:

ناهید کیانی: بازنده نبرد من و کیمیا «المپیک» بود، المپیک کرونازده بدون صلح.»
لیلا رجبی: بی غیرت، ایکاش مدال را یک ایرانی می‌گرفت، کسی نمی‌توانست آرامش کند. می‌گفت، مگر من ایرانی نیستم. چرا هر کاری می‌کنم، مرا هموطن نمی‌دانید؟
ندا شهبواری، بعد از یک مبارزه جانانه، کارش را در المپیک تمام کرد.

مصادق‌هایی از استعاره‌های جنگی گزارش ورزشی در المپیک ۲۰۲۰ توکیو بر روی ورزشکار مرد ایران:

- علی هاشمی: جنگنده روی تخته مسابقه.
- کشتی‌فرنگی با تمام قوا به توکیو رسید؛ ۵ سرباز، یک فرمانده و یک ژنرال، یک تیم که جنسش به نظر کاملاً جور است؛ ۵ سرباز جنگجو و دل‌آور به‌همراه یک فرمانده کار بلد و یک ژنرال افتخارآفرین، همه داشته‌های این تیم است. اینها برای یک جنگ تمام‌عیار به نظر کافی می‌آید.
- فروغی: اما ابرقدرت‌های تپانچه هستند
- علی پاکدامن: مانند سربازی بودم که روی زمین پر از مین راه می‌رود
- سهراب مرادی: من که مثل یک سرباز مطیع تابع دستورات بودم. چطور توانستند اینطور حقم را در روز روشن ضایع کنند و به من یک مشت دروغ تحویل بدهند؟ اینطور با پنبه سرم را ببرند.
- یزدانی و تیلور؛ نبرد پادشاه و جادوگر در مسابقه بزرگ امروز، فینال قرن

ب: مضمون فرا واقعیت

روزنامه‌ی ایران ورزشی با نحوه انعکاس رقابت کیمیا علیزاده با ناهید کیانی در المپیک ۲۰۲۰ توکیو سعی نمود به تحریف گزارشگری فرا واقعیت پردازد از این لحاظ که اشاره به رفتار سیاسی کمیته بین‌المللی المپیک داشت

مصادق‌هایی از تحلیل فراواقعیت در المپیک ۲۰۲۰ توکیو در روزنامه ایران ورزشی:

- مهرو کمرانی IOC: می‌خواست حتماً مسابقه ناهید و کیمیا انجام شود.
 - با اشاره به رفتار سیاسی کمیته بین‌المللی المپیک
 - کیانی؛ قربانی چه چیزی شد مسئول این به‌هم‌ریختگی چه کسی بود؟
 - ناهید کیانی: بازنده نبرد من و کیمیا «المپیک» بود
- اما در قضیه رقابت کیمیا علیزاده (عضو تیم پناهندگان المپیک ۲۰۲۰ توکیو) با ناهید کیانی، روزنامه (ایران ورزشی) به تحریف گزارشگری واقعیت می‌پردازد از این لحاظ که اشاره به رفتار سیاسی کمیته بین‌المللی المپیک داشت
- در اینجا مضمون فرعی به: تحریف گزارش‌گری در روزنامه ایران ورزشی، از مضامین سازماندهنده در قالب تحریف واقعیت بود که ذیل آنها مضامین پایه از بین داده‌های پژوهش استخراج شد.

ج: مضمون هژمونی

تحلیل تماتیک هژمونی در روزنامه‌ی ایران ورزشی در دو بعد متفاوت در انعکاس اخبار المپیک شکل گرفت:

بعد اول: روزنامه ایران ورزشی در مقاله‌ای با عنوان: از پرچمداری مشترک تا حضور همزمان در میکس زون: برابری جنسیتی، از شعار تا واقعیت {کمیته بین‌المللی المپیک} را تجزیه و تحلیل می‌کند

بعد دوم: روزنامه ایران ورزشی در دو گزارش خود تحت عنوان «مالیات ما چگونه در ورزش خرج شده؟ همه هزینه‌ها برای دیگران!» و «نگران‌های مالیات و مدال‌های ورزشی» اشاره دارد به قضیه کیمیا علیزاده که در برنامه‌ای گفته شد «کیمیا علیزاده با پول مالیات من و شما موفق شده؛ وگرنه کسی او را نمی‌شناخت.» تکواندوکاری که به رایگان به تیم پناهندگان المپیک سپرده شد، تا به تنهایی از صفر مسیر مدال‌آوری را طی کند، در اینجا به این مساله پرداخته شد که «مالیات ما چگونه خرج ورزش کشور شده؟» این گزارش نقدی بر تبعیض جنسیتی مزایا ورزشکاران المپیک می‌کند و نقدی بر صدا و سیما که این حرف‌ها از دهان عوامل سازمانی {صدا و سیما} بیرون می‌آید که یکی از بزرگترین مصرف‌کننده‌های مالیات مردم است و هیچ پاسخگویی در برابر مردم ندارد و مواردی از تبعیض جنسیتی مزایا که بر روی ورزشکاران صورت گرفته‌است را تجزیه و تحلیل می‌کند و اشاره دارد بر: کیمیا علیزاده و نازنین ملایی و احسان حدادی ...

مصادقی‌هایی از تبعیض جنسیتی مزایا در المپیک ۲۰۲۰ توکیو در روزنامه ایران ورزشی (نگاه حمایتی به ورزشکار زن):

- در برنامه‌ای که حتی از آوردن نامش بر حذر بود، با این جمله به او طعنه زده شد: «کیمیا علیزاده با پول مالیات من و شما موفق شده؛ وگرنه کسی او را نمی‌شناخت.» تکواندوکاری که به رایگان به تیم پناهندگان المپیک سپرده شد، به‌عنوان ورزشکاری که ۱۸ ماه پیش از روشن شدن مشعل المپیک رفت تا به‌تنهایی از صفر مسیر مدال‌آوری را طی کند، به‌خوبی نادرستی این ادعا را درک می‌کند

- نازنین ملایی نماینده ایران در قایقرانی، چند روز پیش به عدم دسترسی «جلیقه ضد یخ» اشاره کرد

مصادقی‌هایی از تبعیض جنسیتی مزایا در المپیک ۲۰۲۰ توکیو در روزنامه ایران ورزشی (نگاه حمایتی به ورزشکار مرد):

- تقدیر کمیته ملی المپیک از قهرمان ایران یزدانی پاداش مدال طلا را گرفت.

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

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با اتخاذ رویکردی کیفی و با استراتژی تحلیل مضمون کوشید به تحلیل اجتماعی نقش رسانه‌ها برجایگاه جنسیت در خبرهای ورزشی المپیک ۲۰۲۰ توکیو از این مفهوم ارائه دهد. براساس یافته‌های پژوهش حاضر، در خبرهای ورزشی (روزنامه ایران ورزشی)، سه مضمون اصلی (هژمونی، استعاره‌های ورزشی، فراواقعیت) برای ترسیم تحلیل اجتماعی نقش رسانه‌ها برجایگاه جنسیت در ورزش 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)، عبدی و همکاران (۱۳۹۸)، قره و همکاران (۱۳۹۶)، پژوهش مزیدی و همکاران (۱۳۹۳)، مارتیندیل^۱ (۲۰۲۰)، فورناری^۲ و همکاران (۲۰۱۹)، شور^۳ و همکاران (۲۰۱۹) همسو است و در بعد پارادایم پست مدرن، همچون بودریار (از لحاظ فراواقعیت)،

1 Rebecca Martindale

2 Lucimara Fabiana Fornari

3 Eran Shor

جوانی و همکاران (۱۴۰۱) و گرابمولروا^۱ (۲۰۲۲) همسو است ولی آنچه‌ی که در این تحقیق کار محقق را با تحقیقات پیشین متمایز می‌کند و تحلیل اجتماعی نقش رسانه‌ها برجایگاه جنسیت در خبرهای ورزشی المپیک توکیو در این تحقیق را برجسته می‌کند، پدیده تحریف سیستماتیک در فرا واقعیت رسانه‌ای و هژمونی در تبعیض جنسیتی مزایا با توجه به شرایط اجتماعی و فرهنگی که حاکم بر جامعه ورزشی ایران است. در این پژوهش این سه پدیده مورد کنکاش قرار گرفت و به این قرار است:

در مضمون سازمان دهنده این پژوهش در فراواقعیت به مضمون اصلی: تحریف گزارشگری مواجهه بودیم. روزنامه ایران ورزشی در قضیه رقابت کیمیا علیزاده (عضو تیم پناهندگان المپیک ۲۰۲۰ توکیو) با ناهید کیانی، روزنامه (ایران ورزشی) به تحریف گزارشگری واقعیت می‌پردازد از این لحاظ که اشاره به رفتار سیاسی کمیته بین‌المللی المپیک داشت. در مضمون سازمان دهنده این پژوهش در هژمونی به مضمون اصلی که شامل تبعیض جنسیتی مزایا می‌شود روبرو بودیم: نحوه پوشش خبرها در این مضامین برای هر دو جنس انجام شده‌است با این تفاوت که حمایت خبری از بانوان بیشتر اعلام محرومیت‌های زیرساختی جهت تمرین در قبل از اعزام به مسابقات یا کمبود امکانات یا تجهیزاتی برای فرد ورزشکار در هنگام برگزاری مسابقات و ... می‌شود در حالیکه پوشش خبری برای ورزشکاران مرد شامل اختصاص امتیازات ویژه و تشویق بابت تلاش‌ها در عرصه رقابت با حریفان حتی در حالیکه به نتیجه مطلوب مدنظر نرسیدند همانند در نظر گرفتن پاداش معادل مدال طلا برای حسن یزدانی (المپیک ۲۰۲۰ توکیو) به خوبی پوشش داده‌شد و به وجود هژمونی در این گزارشات می‌توان بطور محسوس پی برد. در مضمون سازمان دهنده این پژوهش در استعارهای ورزشی به دو بخش مضمون اصلی، واژگان برخورد زنان، واژگان برخورد مردان مواجهه بودیم که حاوی استعاره‌ی جنسیت‌زدگی می‌باشد؛ استعاره‌ی جنسیت‌زدگی حکایت از وجود نوعی «زبان جنسیت‌زده» دارد که کاربرد آن تمایزی نامربوط یا ناعادلانه را در میان جنسیت‌های مختلف به وجود آورده و یا ترویج می‌نماید که بازتابی از جنسیت‌زدگی نظام اجتماعی و خشونت اجتماعی است در نهایت نتایج بدست آمده در مقاله حاضر نشان می‌دهد که، خبرهای المپیک با تأکید بر نقش رسانه‌ها برجایگاه جنسیت یک برساخته‌ای اجتماعی است که مفاهیم «هژمونی، استعاره‌های ورزشی، فرا واقعیت» توسط روزنامه ایران ورزشی به مخاطب، تفسیر، بازاندیشی و بازنمایی جنسیتی می‌شود.

تضاد منافع: بنا بر اظهار نویسندگان، مقاله حاضر فاقد هرگونه تعارض منافع بوده‌است.

Reference

Ahmadi, Soraya., 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)

1 Aneta Grabmüllerová

- Baudrillard, Jean, (2007), *Seduced Translation*, Amin Jahani. Paris , press.
- Baudrillard, Jean. (1981). *Simulacra and Simulation*. Translated by Sheila Glaser, The first full-length translation in English of an essential work of postmodernist thought .(In Persian)
- Braun, Virginia, Clarke, Victoria, (2006), Using thematic analysis in psychology, *Qualitative research in psychology*, 3.2, 77-101.
- Bruce, Toni, (2016), New rules for new times: Sportswomen and media representation in the third wave, *Sex Roles*, 74, 361-376, <https://doi.org/10.1007/s11199-015-0497-6>. CrossRefGoogle Scholar.
- Bruce, Toni, (2013), Reflections on communication and sport: On women and femininities. *Communication & Sport*, 1(1/2), 125-137, <https://doi.org/10.1177%2F2167479512472883>, CrossRefGoogle Scholar
- Charteris-Black, Jonathan, (2019), *Corpus approaches to critical metaphor analysis* (Y. Panahpour), Tehran, Logos, (Original work published 2005). (In Persian)
- De Baranda Clara, Sainz, Adá Lameiras, Alba & Blanco Ruiz, Marian, (2020), Gender Differences in Sports News Coverage on Twitter, *International Journal Environmental Research and Public Health*, 17(14): 1-13, doi: 10.3390/ijerph1714519
- Eydi, Hosein, Bakhshi Chenari, Amirreza, & Fadaei deh cheshmeh, Masomeh, (2019), The Role of the Media on the Attitude of Iranian Women toward the Participation of Muslim Women in the Olympic and World Championships, *Communication Management in Sport Media*, 7(1), 43-50. doi: 10.30473/jsm.2019.42463.1278. (In Persian)
- Fornari, Lucimara Fabiana, Lourenço, RG, Fonseca RMGS, Santos DLA & Egrý EY, (2019), Gender perspective in reports on women athletes in Rio 2016 Olympic Games. *Texto Contexto Enferm [Internet]*, 2019 [cited YEAR MONTH DAY]; 28:e20180170. Available from: <http://dx.doi.org/10.1590/1980-265X-TCE-2018-0170>
- Javani, Vajihah, Alemi, Mina & Aghajani, Fereshteh, (2022), The Impact of Media on Gender Stereotypes in Women's Sports. *Journal of Woman in Culture Arts*, 14(1), 57-72. doi: 10.22059/jwica.2022.332840.1701
- Grabmüllerová, A, (2022), Social Media and the Olympics: A Chance for Improving Gender Equality, *Front, Sports Act., Living* 4:825440. doi: 10.3389/fspor.2022.825440
- Ghadimi, Bahram. shekari, Shiva. Tajarrod, Aboolfazl & Amiri moghadam, marjan, (2021), *Classic & Modern Theories in Sport Sociology*, Gameshenasan, Tehran. (In Persian)
- Ghareh, Mohammad Ali, Anet, Zeunab, (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, Richard, (2012), Sport: a critical sociology(A. Tavasoli.).Tehran:Elm. (Original work published 2005). (In Persian)
- Martindale, Rebecca, (2020), The Institution of Sport: Female Athletes, Media Representation and the Social Construction of a Dual Gender Identity,MA Thesis, The Department of Education, Concordia University, Montreal, Quebec, Canada.
- Mehdizadeh, Seyyed Mohammad, (2009), Media Theories: Popular Thoughts and Critical Perspectives, Tehran: Hamshahri Publications(In Persian)
- Mohammadpour, Ahmad, (2018), Qualitative research method against method, Tehran: Sociologists Publications. (In Persian)
- Mohseni, Manouchehr, (2008), Introduction to Sociology, Tehran: Aghah Publications. (In Persian)
- Motahari, Shahla, Saadat, Mahbobeh, (2015), Sexist Language in the Social Magazines of Iran: A Case Study of Four High-Circulating Magazines, Zabanpazhohi (Journal of Language Research), 7(16), 133-157. doi: 10.22051/jlr.2015.2093. (In Persian)
- Linda, Chukwurah N, Malette, Leps & Godfrey, Nji C, (2020), Gender inequity in media coverage and athletes' welfare in Nigerian sports: impact of the Nigeria sports policy and African union agenda, *Sport in Society*, <https://doi.org/10.1080/17430437.2020.1828869>
- Ortega, Calvo Elena (2020) News Coverage of Women Athletes during the Olympic Games, RICYDE. Revista Internacional de Ciencias del Deporte. 61(16), 267-284. <https://doi.org/10.5232/ricyde2020.06103>
- Pakseresht, Soleyman., & Hoseini, Hatami., & Inanloo, Mina, (۲۰۱۲), A Thematic Analysis of Body Behaviors of Women and Girls in Tehran. Cultural Studies and Communication, ۸(۲۸), ۱۶۹-۱۴۷. <https://www.sid.ir/en/journal/ViewPaper.aspx?id=۵۰۰۷۹۷>. (In Persian)
- rezaeipasha ,Sedigheh, Sharififar ,Farideh, Sharepour Mahmoud & Kia ,Ali Asghar(2021) Thematic analysis of 2020 Tokyo Olympics' news with emphasis on gender(case study: Shargh news paper), Journal of Socio-cultural Development Studies, 9 (4) :33-58. <http://journals.sabz.ac.ir/scds/article-1-1394-en.html>. (In Persian)
- Roustaei, Maryam, Mahdizadeh Taleshi, Seyed Mohammad & Borujerdi Alavi ,Mehdakht (2014) Comparison of Men's and Women's Sports Coverage in Iran Sports Newspapers, Second International Media Management Conference(In Persian).
- Sadeghi Fassaei, Soheyla, Karimi ,Shiva,(2005), Gender Stereotypings In Iranian Television Drama (Mar. 2004 - Mar. 2005), Woman in

- Development and Politics. WOMEN'S RESEARCH, 3 (3), 59 - 90. (In Persion)
- Sharepour, Mahmoud, (2009), The role of the media in reproducing male hegemony in sport (Case study: Olympic Games. Journal of culture - Communication Studies, 5(14),
- Shor, Eran, Arnout van de Rijt & Babak Fotouhi, (2019), A Large-Scale Test of Gender Bias in the Media. Sociological Science 6: 526-550. DOI: 10.15195/v6.a2011-32. (In Persion).
- Talebpour, Aliakbar, Nazari Azad, Masomeh & Kashani, Majid, (2019), Sociological Analysis of Gender Inequality in Sport (The Perspective of Female National Hero Athlete), Quarterly Journal of Women and Society, 10(40), 289-316. (In Persion)
- Eoin J, Trolan, (2013), The impact of the media on gender inequality within sport, Procedia - Social and Behavioral Sciences 91, 215 – 227, DOI: 10.1016/j.sbspro.2013.08.420.

**Social analysis of the role of media in the place of gender in sports
Case study: Tokyo 2020 Olympic sports news in Iran Sports newspaper**

*Sedigheh Rezaepasha*¹

*Farideh Sharififar*²

*Mahmoud Sharepour*³

*Ali Ashghar Kia*⁴

Abstract

The purpose of This study was to do the social the social analysis of the role of the media and the position of gender in sports in the media coverage of the Tokyo 2020 Olympic Games. This research was conducted using qualitative research method and thematic analysis strategy. The statistical Data included all the contents of Iran Sports newspaper in 1400. Statistical sampling was purposefully selected, which includes 89 textual data (news, reports, interviews, and articles) in the Iran Sports newspaper. In the present research, the textual data of Iran Sports newspaper were categorized in three levels of basic themes, organizing themes, and overarching themes in the coding process. These three levels were shown along with the relationships between them. The comparison of the results obtained from the analysis of the content of the Iran Sports newspaper during the Olympic period shows that the approach of this newspaper was based on the concepts of "hegemony", "sports metaphors" and "super-reality", but the noteworthy point is the concept of "hegemony". that the news coverage in this theme has been done for both sexes, with the difference that the news support for women is more about the announcement of infrastructural restrictions for training before being sent to competitions or the lack of facilities or equipment for athletes during competitions, While the news coverage for male athletes includes allocating special points and encouraging them for their efforts in the field of competition with their opponents, even when they did not achieve the desired result

Keywords: gender; sports news; Olympics, media.

1 . Phd Student in Sociology of Sport, South Tehran Branch, Eslamic Azad University, Tehran, Iran. rezaepasha@yahoo.com

2 . Asistanse of Sport Management, Soth Tehran Branch, Eslamic Azad University, Tehran, Iran. (Coresponding Author), f_sharififar@azad.ac.ir

3 . Professor of Sociology, University of Mazandaran, Babolsar, Iran. Sharepour@yahoo.com

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