

## بررسی نقش رسانه بر نگرش زنان ایرانی نسبت به شرکت زنان مسلمان در مسابقات المپیک و جهانی

حسین عیدی، امین رضا بخشی چناری<sup>\*۲</sup>، معصومه فدایی ده‌چشمه<sup>۳</sup>

۱. استادیار مدیریت ورزشی، دانشگاه رازی کرمانشاه

۲. دکتری مدیریت ورزشی، دانشگاه تهران

۳. کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی، دانشگاه رازی کرمانشاه

تاریخ پذیرش: (۱۳۹۷/۱۱/۰۴)

تاریخ ارسال: (۱۳۹۷/۰۵/۰۹)

### The Role of the Media on the Attitude of Iranian Women toward the Participation of Muslim Women in the Olympic and World Championships

Hossein Eydi<sup>۱</sup>, Amin Reza Bakhshi Chenari<sup>\*۲</sup>, Masoumeh Fadaei deh cheshmeh<sup>۳</sup>

1. Assistant Professor of Sport Management, Razi University of Kermanshah

2. Ph.D. of Sport Management, University of Tehran

3. M.A. of Sport Management Razi University of Kermanshah

Received: (2018/11/26)

Accepted: (2019/01/24)

#### Abstract

Women have long been faced with many social problems for along time ago such as: lack of opportunity and possibility for exercise or prohibitions of do it on time, incorrect Cultural beliefs in society, discrimination on the media coverage of women's sports, Sponsors reluctance of women's sport and etc. Also, given the importance of exercise for women of different aspects of physical, mental, social and political and also, not expanding sports among this important group of society, The present study has paid the role of media on the Iranian women's attitudes to participation of Muslim women in the Olympics and world competition. In this study, the research methodology is the type of research strategy of the focus group interview. the tool is an interview that has been done in the fieldwork. The statistical sample this study included 12 Physical Education students female undergraduate, graduate and postgraduate students at Razi University who were selected by simple random sampling. The results showed that Iranian women are very proud to watch the matches and the presence of athletes in the tournament. Especially at the global and Olympic levels, and their loss in these competitions will not disappoint them. The results also showed that media coverage of womens participation in the competition in some ways, women's sports are progressing in the country and this lead to propaganda of the sport of muslim women.

**Keywords:** Media, Iranian Women, Muslim Women, Olympic Games and World

#### چکیده

زنان از دیرباز با مسائل و مشکلات اجتماعی زیادی مواجه بوده‌اند که از جمله می‌توان به فقدان فرصت و امکان برای انجام فعالیت ورزشی یا ممنوعیت پرداختن به آن در تاریخی نه‌چندان دور، باورهای نادرست فرهنگی در جامعه، تبعیض رسانه‌ها در خصوص پوشش خبری ورزش زنان، عدم تمایل حامیان مالی از ورزش زنان و غیره اشاره کرد؛ همچنین با توجه به اهمیت ورزش زنان از جنبه‌های مختلف جسمانی، روحی، اجتماعی و سیاسی و نیز عدم گسترش یافتگی ورزش در میان این قشر مهم جامعه، پژوهش حاضر به بررسی تأثیر نقش رسانه بر دیدگاه زنان ایرانی نسبت به شرکت زنان مسلمان در مسابقات المپیک و جهانی پرداخته است. در این پژوهش روش تحقیق از نوع راهبرد تحقیقی گروه کانونی و ابزار آن مصاحبه است که به صورت میدانی انجام شده است، نمونه آماری این پژوهش تعداد ۱۲ نفر از دانشجویان تربیت بدنی دختر مقطع کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکتری دانشگاه رازی بودند که به صورت نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. 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 باعث در این مسابقات باعث دلسردی و ناراحتی آن‌ها نمی‌شود. همچنین یافته‌ها نشان داد که بازتاب رسانه‌ای حضور زنان در مسابقات به نوعی باعث پیشرفت ورزش بانوان در کشور می‌شود و باعث تبلیغ برای ورزش زنان مسلمان می‌شود.

واژه‌های کلیدی: رسانه، زنان ایرانی، زنان مسلمان، مسابقات المپیک و جهانی

\*Corresponding Author: Amin Reza Bakhshi Chenari

E-mail: aminchenari@gmail.com

\* نویسنده مسئول: امین رضا بخشی چناری

پست الکترونیک: aminchenari@gmail.com

## مقدمه

در حال حاضر اطلاعات آماری کمی در دسترس است که نشان‌دهنده مشارکت فعالیت بدنی گروه‌های مختلف مذهبی باشد. با توجه به نرخ مشارکت مسلمانان، مشارکت قومیت‌ها اغلب به دلیل آگاهی و نزدیکی اعتقاداتشان بیشتر است. بالغ بر ۹۰ درصد مردم پاکستان و بنگلادش مسلمان هستند، بدیهی است که مردم از دیگر اقلیت‌های قومیتی از اسلام پیروی کنند. در میان این جوامع شرکت اقلیت‌های قومی کمتر از میانگین ملی است. تنها ۱۲٫۵ درصد از زنان آسیایی به اندازه کافی در هفته ورزش می‌کنند و از سلامتی حاصل از ورزش سود می‌برند که این آمار در مقایسه با ۱۸٫۸ درصد زنان سفید پوست اروپایی بسیار کمتر است. این آمار به وضوح نشان می‌دهد که نیاز به مداخلات خاص برای توسعه اختصاصی ورزش زنان مسلمان برای اینکه آنها نیز فرصت‌هایی برای شرکت در ورزش و فعالیت بدنی داشته باشند، و نیز به دست آوردن مزایای پرداختن به ورزش ضروری است (دارابی، ۱۳۸۰: ۶۵). میزان پایین مشارکت به ناچار پیامدهای منفی برای سلامت را به دنبال دارد، در همین راستا سازمان بهداشت انگلستان در سال ۲۰۰۴ سطح بیشتری از بیماری را در میان اقلیت‌های قومی گزارش کرده است. مشارکت در ورزش یک اقدام پیشگیرانه بسیار عالی برای بسیاری از بیماری‌هاست و همچنین می‌تواند نقش مهمی را در درمان و سلامتی ایفا کند.

گسترش تغییرات در عادات مشارکت در سنین پایین و جذب دختران با لذت بردن از تجارب ورزشی برای اطمینان از شرکت آن‌ها در بزرگسالی بسیار مهم است. همچنین ارائه‌دهندگان خدمات نیز باید استفاده از ورزش را به عنوان مکانیسمی برای ارتقای سلامت در جوامع در نظر بگیرند (حمیده‌پور و همکاران، ۲۰۱۵: ۵۱).

با توجه به اهمیت مطالب گفته شده تحقیقات زیادی در مورد شرکت زنان مسلمان به ورزش و نگرش‌های موجود در مورد آن‌ها انجام نشده است. با وجود تلاش قابل توجه محققان، سیاست‌گذاران و پزشکان در ۲۵ سال اخیر (یست و نایک<sup>۳</sup>، ۲۰۰۱؛ ورزش انگلستان ۲۰۰۲، ورزش اسکاتلند، ۲۰۰۶) به این نتیجه رسیدند که مشارکت دختران در ورزش و فعالیت بدنی در زیر سطح مطلوب باقی مانده است.

در مجموع آمار به ما نشان می‌دهد که دختران همچنان در سطح پایین‌تر و کمتر از پسران به فعالیت و شرکت در فعالیت‌های بدنی و ورزش می‌پردازند. مثلاً سازمان بهداشت انگلستان در سال ۲۰۰۸ اعلام کرد که تنها ۲۴ درصد دختران و ۳۲ درصد پسران ۲-۱۵ ساله در سطح توصیه شده یعنی ۶۰ دقیقه در روز به ورزش و فعالیت بدنی می‌پردازند. با مشاهده این ارقام می‌توان به این نتیجه

زنان از دیرباز با مسائل و مشکلات اجتماعی زیادی مواجه بوده‌اند. یکی از این مشکلات، فقدان فرصت و امکان پرداختن به ورزش در تاریخی نه چندان دور است. در مقایسه با گذشته ورزش زنان پیشرفت‌های خوبی داشته است؛ مانند تصویب قانون عدم تبعیض زن و مرد در برنامه‌های آموزشی در آمریکا، افزایش تعداد زنان تصمیم‌گیرنده در سازمان‌های ورزشی کشورهای مختلف، افزایش بودجه‌های مربوط به ورزش زنان، برتری زنان در بعضی از رشته‌های ورزشی و افزایش قراردادهای و رویدادهای ورزشی زنان با شرکت‌ها (منظمی و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۵۶). نگاهی کلی به سابقه پژوهش‌هایی که درباره ورزش زنان انجام شده است، نشان می‌دهد که اکثر این پژوهش‌ها در حیطه جامعه‌شناسی بوده و به ورزش زنان از دریچه ارتباط آن با نقش زنان در خانواده، ارتباط آنان با جامعه و مسائل و آسیب‌شناسی‌های خاص اجتماعی آن نگرسته می‌شود. اما با توجه به اینکه جهان ورزش مردسالار است و زنان، به خصوص زنان مسلمان اغلب با چالش‌هایی از جمله نگرش روانی اجتماعی نسبت به فعالیت آن‌ها، نگرش مردان نسبت به فعالیت ورزشی بانوان، نابرابری جنسیتی شرکت در ورزش در بعضی جوامع، موانع موجود حضور زنان در فعالیت‌های ورزشی و حتی نگرش خود زنان نسبت به پوشش آن‌ها در بعضی رشته‌های خاص مانند دو و میدانی، شنا و غیره مواجه می‌شوند (گارات<sup>۱</sup>، ۱۹۸۹: ۱۱). در این تحقیق ما با آن دسته از مسائل و نگرش‌های پیش‌روی زنان مسلمان می‌پردازیم. باورها و ارزش‌های دینی به ساختار و سبک زندگی بسیاری از زنان مسلمان معنا می‌بخشد، در واقع اسلام سلامتی و تناسب اندام را ترویج و هم مردان و هم زنان را به شرکت در فعالیت‌های بدنی برای حفظ شیوه زندگی سالم تشویق می‌کند، هرچند بعضی از جنبه‌های مذهبی بر چگونگی فعالیت‌های ورزشی اثر می‌گذارد. برای مثال زنان مسلمان به خاطر پیروی از اعتقاداتشان و با در نظر گرفتن محیط ورزشی و پوشش خاص آن رشته نمی‌توانند در برخی از رشته‌های ورزشی مختلط شرکت کنند. همچنین با توجه به برداشت‌های غلط مذهبی و یا عدم آگاهی و نه به دلیل عدم توانایی زنان، از حضور بسیاری از زنان مسلمان در ورزش جلوگیری شده است. بسیاری از زنان با درک اینکه شرکت آن‌ها در ورزش با تبعیض همراه است یا با نگرش منفی ارائه‌دهندگان خدمات در رابطه با نیازهای فرهنگی و دینی‌شان مواجه می‌شوند از حضور در ورزش خودداری می‌کنند (سلمنت و همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۱۲: ۴۲۸).

۳. Yst &amp; Nike

۱. Garratt

۲. Clement &amp; et all

بودند که فراهم آوردن پوشش ورزشی مناسب برای زنان در مشارکت بانوان در ورزش و فعالیت بدنی مؤثر است.

همچنین در همایشی که در سال ۲۰۱۵ با شرکت کشورهای صاحب نام جهان در چین با عنوان «زنان و برابری جنسیتی در ورزش» برگزار شد ضمن ارائه موفقیت‌های بزرگ و پیشرفت‌های به‌دست آمده توسط ورزشکاران زن در مسابقات جهانی و المپیک نتایج مختلفی از مزایای شرکت زنان در ورزش و فعالیت بدنی را عنوان کردند که به چند نمونه آن می‌پردازیم.

تحقیقات آن‌ها نشان داد که اگرچه بسیاری از تحقیقات و آزمایش‌های بالینی و مطالعات اپیدمیولوژیک، سلامت جسمانی زنان را با شرکت در فعالیت‌های ورزشی ثابت کرده است با این حال اطلاعات موجود نشان می‌دهد که مشارکت زنان در فعالیت بدنی و ورزش خواص درمانی و منافع بهداشتی زیادی را به دنبال دارد. از نتایج دیگر این همایش این بود که مشارکت در ورزش و فعالیت بدنی از بسیاری از بیماری‌های غیرمسمری که ۶۰ درصد مرگ و میر جهان به‌خاطر آن‌هاست جلوگیری می‌کند.

در داخل کشور تحقیقات اندکی درباره ورزش زنان و نگرش‌های موجود نسبت به آن‌ها انجام شده است. از جمله این تحقیقات می‌توان به پژوهش احسانی و همکاران (۱۳۸۸) با عنوان «نقش ورزش حرفه‌ای در رشد و گسترش ورزش زنان مسلمان» که بر روی صاحب‌نظران و مدیران ورزشی زن فعال در وزارت ورزش و جوانان، فدراسیون‌ها، دانشگاه‌ها، آموزش و پرورش و باشگاه‌های ورزشی انجام داد، اشاره کرد. یافته‌های پژوهش حاکی از آن بود که «نقش ورزش حرفه‌ای زنان مسلمان در افزایش مربیان زن مسلمان»، «نقش ورزش حرفه‌ای در تشویق زنان مسلمان به ورزش قهرمانی»، «نقش ورزش حرفه‌ای در استحکام پیوند دوستی کشورهای اسلامی» از جمله مهم‌ترین تأثیرات ورزش حرفه‌ای بر گسترش ورزش زنان مسلمان بود.

کرمی و همکاران (۱۳۹۱) در تحقیق خود با عنوان «تحلیل محتوای برنامه‌های ورزشی شبکه‌های تلویزیونی کشور با رویکرد ورزش بانوان» به این نتیجه رسیدند که سهم بانوان از مدت زمان نمایش برنامه‌ها ۳,۳ درصد و در مقابل برای آقایان ۸۴,۳ می‌باشد، بانوان در ۲۳ و آقایان در ۴۴ رشته ورزشی نمایش داده شده‌اند، همچنین مؤلفه قهرمانی با بیشترین مدت زمان نمایش رتبه اول و در رتبه‌های بعدی مؤلفه همگانی - تفریحی، حرفه‌ای و تربیتی قرار دارند.

منظمی و همکاران (۱۳۹۰) در تحقیقی با عنوان «تعیین عوامل مؤثر بر توسعه تربیت بدنی و ورزش بانوان جمهوری

رسید که یک الگوی کاهش مشارکت در دختران با افزایش سن، به‌ویژه در سنین نوجوانی وجود دارد (بلوتر<sup>۱</sup>، ۲۰۱۲: ۴۷).

ادواردسن کارلوت و همکاران<sup>۲</sup>، (۲۰۱۱) در مؤسسه ورزش جوانان در پژوهشی تحت عنوان «درک نگرش روانی اجتماعی نسبت به ورزش و فعالیت بدنی در دختران» که در دو مرحله بر روی ۱۵۰۷ نفر از جوانان و دانش‌آموزان در بریتانیا انجام دادند به این نتایج دست پیدا کردند که از جمله عوامل تأثیرگذار مشارکت دختران در ورزش و فعالیت بدنی، ویژگی‌های جمعیت‌شناختی و ساختار خانواده، آنچه جوانان در مورد تربیت‌بدنی و ورزش و فعالیت فیزیکی فکر می‌کنند، حمایت اجتماعی از فعالیت بدنی از قبیل حمایت از معلمان، دوستان، والدین و اعضای خانواده، منطقه‌ای که جوانان در آن زندگی می‌کنند و غیره می‌باشد.

وی اینجهو و سلینا<sup>۳</sup> در تحقیقی با عنوان «نگرش پسران دانشجو به ورزش دختران» که بر روی ۴۵ نفر از دانشجویان ۱۹ تا ۳۵ ساله دانشگاه تکنولوژی مارا و دانشگاه مالایا انجام دادند به این نتایج رسیدند که اکثریت پاسخ‌دهندگان (بیش از ۹۱ درصد) با شرکت کردن دختران در ورزش موافق هستند. همچنین دانشجویان معتقد بودند که ورزش برای زنان بسیار مهم است و آن‌ها باید برای شرکت در فعالیت ورزشی تشویق و حمایت شوند. از نظر وضعیت تأهل نیز، مردان متأهل اعتقاد داشتند که تشویق زنان به شرکت در ورزش و فعالیت بدنی باید در اولویت برنامه‌ها باشد و رسانه‌ها نیز باید در پوشش برنامه‌های آن‌ها برابری را رعایت کنند.

مارنی براون و همکاران<sup>۴</sup>، (۲۰۱۱) در تحقیقی طولی با عنوان «نگرش دانش‌آموزان دبیرستانی نسبت به ارائه فرصت‌هایی برای مشارکت دختران در ورزش» که بر روی مدارس چند نژادی (آسیایی، آمریکایی، اسپانیایی، سفیدپوستان، سیاه پوستان) و همچنین مدارس کاتولیک و سکولار و بسیاری از مدارس شهری و روستایی انجام دادند به این نتیجه رسیدند که بین ارائه فرصت‌ها و افزایش مشارکت دختران در ورزش و فعالیت بدنی ارتباط مثبت وجود دارد، به عبارت دیگر با افزایش فرصت‌ها، مشارکت دختران در ورزش نیز افزایش می‌یابد. همچنین یافته‌ها نشان داد که در صورت وجود حمایت اجتماعی از دختران، مشارکت آنها در فعالیت‌های ورزشی از پسران به‌طور قابل توجهی بیشتر است.

برایان کریستوفر بولتر<sup>۵</sup>، (۲۰۱۲) در پژوهش کیفی خود با عنوان «نگرش زنان خبرنگار ورزشی نسبت به پوشش زنان ورزشکار» که بر روی زنان دانشجو در دانشگاه تکراس انجام داد به این نتیجه رسید که خبرنگاران ورزشی نیز با مرور کلی ورزش زنان معتقد

۴. Marny Brown & et all

۵. Brayan Christopher Buter

۱. Bluter

۲. Karlot Edvarson & et all

۳. Selina khoo and Wee eng hoe

گروه کانونی یکی از روش‌های اکتشافی کیفی است که از علوم اجتماعی وارد حوزه مدیریت و بازاریابی شده است. در این روش گروه محدودی از افراد مطلع تشکیل می‌شود و از آن‌ها خواسته می‌شود تا نظر و تحلیل‌شان را در مورد موضوع مورد نظر به صورت آزادانه به بحث و تبادل نظر بگذارند. اصولاً تعداد افراد انتخاب شده در این روش شامل ۶ تا ۱۲ نفر می‌باشند که در این پژوهش حداکثر افراد انتخاب شدند (حسینی، ۱۳۹۴: ۶۱). بنابر نظر ایستری - اسمیت و همکاران<sup>۱</sup>، (۱۹۹۱) راهبرد گروه کانونی جهت فهم دیدگاه‌ها و نگرش‌های درونی مصاحبه‌شوندگان درباره یک موضوع مشخص کاربرد دارد. نمونه‌ها ۱۲ نفر از دانشجویان دختر مقطع کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکتری دانشکده تربیت بدنی دانشگاه رازی کرمانشاه بودند که مشتاقانه در تحقیق شرکت کردند و از آن‌ها مصاحبه به عمل آمد. روایی سؤالات مصاحبه توسط ۶ نفر از متخصصین و اساتید دانشگاه مورد تأیید قرار گرفت، همچنین به منظور افزایش دقت در روایی سؤالات از روش چک کردن سؤالات (اطلاعات) توسط شرکت‌کنندگان<sup>۲</sup> که برای اولین بار به سبیل لینکلن و گابا<sup>۳</sup> (۱۹۸۵) مطرح شد، نیز استفاده شد. برای پایایی سؤالات پژوهش نیز از روش توافق درون موضوعی استفاده شد. در این روش از دو کدگذار (ارزیاب)، از یک استاد دانشگاهی درخواست شد تا به عنوان همکار (ارزیاب یا کدگذار) در پژوهش مشارکت کند. سپس محققان به همراه این همکار پژوهش، تعداد ۵ مصاحبه را کدگذاری کردند. روش توافق درون موضوعی که به عنوان شاخص پایایی در روش‌های کیفی به کار می‌رود با استفاده از فرمول مخصوص این روش ۹۰ درصد حاصل شد که نشان از پایایی بالای سؤالات بود. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی شرکت‌کنندگان در جدول یک آمده است.

اسلامی ایران» که بر روی مدیران زن سازمان تربیت بدنی و ورزش سابق در سال ۱۳۸۸ شامل معاونت امور بانوان در سازمان تربیت بدنی، رؤسای زن فدراسیون‌های ورزشی، نواب رئیس زن فدراسیون‌ها، معاونان توسعه ورزش بانوان در استان‌ها و رؤسای زن هیئت‌های ورزشی استان‌های سراسر کشور بود به این نتیجه رسیدند که عوامل «مالی و امکاناتی»، «انسانی و تخصصی»، «ساختاری و مدیریتی» و «فرهنگی و اجتماعی» به ترتیب اولویت بر توسعه تربیت بدنی و ورزش بانوان جمهوری اسلامی ایران مؤثرند.

زردشتیان و همکاران (۱۳۹۵) در تحقیقی با عنوان «بررسی نقش رسانه‌های جمعی در گرایش بانوان استان کرمانشاه به ورزش همگانی» به این نتایج دست یافتند که نقش رسانه بر آگاه‌سازی ورزش همگانی بر ابعاد سلامت جسمی و سلامت روانی، آموزش درباره ورزش همگانی، اطلاع‌رسانی در مورد مکان‌های مناسب بر ایجاد نگرش مثبت بانوان کرمانشاهی به ورزش همگانی مطلوب بوده است.

مرور تحقیقات گذشته نشان می‌دهد که با وجود اثرات مثبت پرداختن رسانه‌ها با رویکرد ورزش بانوان، در کشور ما همچنان نواقص و چالش‌هایی در این حوزه وجود دارد و بیشتر پژوهش‌های انجام شده به موانع، محدودیت‌ها، شناسایی یا تعیین عوامل مؤثر مشارکت بانوان در ورزش پرداخته‌اند، بنابراین با توجه به مطالب فوق و کمبود پژوهش‌های مرتبط در داخل کشور و همچنین با توجه به اهمیت ورزش زنان از جنبه‌های مختلف جسمانی، روحی، اجتماعی و سیاسی و نیز عدم گسترش یافتگی ورزش در میان این قشر مهم و تأثیرگذار جامعه، این پژوهش سعی دارد با بررسی نقش رسانه بر نگرش و دیدگاه زنان ایرانی نسبت به شرکت زنان مسلمان در مسابقات المپیک و جهانی، پیشنهادهای به مسئولین ذی‌ربط ارائه دهد.

### روش‌شناسی پژوهش

جهت گردآوری داده‌های کیفی از راهبرد تحقیقی گروه کانونی بهره گرفته شد. روش گروه کانونی یا گفتگوی گروهی متمرکز، یکی از روش‌های متداول در روش تحقیق کیفی است که به منظور جمع‌آوری اطلاعات، بررسی مسئله و محصولات یا خدمات انجام می‌شود.

۳. Lincoln and Guba

۱. Esterby, Smith & et all

۲. Member check

جدول ۱- ویژگی‌های جمعیت‌شناختی شرکت‌کنندگان

ردیف	سن	مقطع تحصیلی	وضعیت تأهل	رشته تحصیلی - گرایش
۱	۱۹	کارشناسی	مجرد	تربیت بدنی و علوم ورزشی - عمومی
۲	۲۲	کارشناسی	مجرد	تربیت بدنی و علوم ورزشی - عمومی
۳	۲۸	کارشناسی	مجرد	تربیت بدنی و علوم ورزشی - عمومی
۴	۲۴	کارشناسی	مجرد	تربیت بدنی و علوم ورزشی - عمومی فیزیولوژی
۵	۲۶	کارشناسی ارشد	متاهل	تربیت بدنی و علوم ورزشی - مدیریت ورزشی
۶	۲۴	کارشناسی ارشد	مجرد	تربیت بدنی و علوم ورزشی - رفتار حرکتی
۷	۲۱	کارشناسی ارشد	مجرد	تربیت بدنی و علوم ورزشی - فیزیولوژی
۸	۲۴	کارشناسی ارشد	مجرد	تربیت بدنی و علوم ورزشی - مدیریت ورزشی
۹	۲۳	کارشناسی ارشد	مجرد	تربیت بدنی و علوم ورزشی - مدیریت ورزشی
۱۰	۲۸	کارشناسی ارشد	متاهل	تربیت بدنی و علوم ورزشی - فیزیولوژی
۱۱	۳۱	دکتری	متاهل	تربیت بدنی و علوم ورزشی - رفتار حرکتی
۱۲	۳۱	دکتری	مجرد	تربیت بدنی و علوم ورزشی - مدیریت ورزشی

هست} {با حجاب ورزش کردن مانع ایجاد نمی‌کنه}، {این حجاب باعث همیشه تو مسابقه کم بیارن یا نسبت به بقیه کم باشن}.

۲. نقش رسانه بر شکل‌گیری نگرش و احساس زنان ایرانی از باخت ورزشکاران زن مسلمان

پاسخ‌دهندگان احساس خود را از باخت ورزشکاران در این سطح ناراحتی مطلق ندانستند و بیان داشتند که حتی حضور صرف زنان مسلمان در این مسابقات شایسته تقدیر و قدردانی است. {این نیست که بگم ناراحت نمی‌شم فقط به نظرم همین که اونجا رفته کافیه}. {توانایی زنان مسلمان رو زیر سؤال نمی‌برم بیشتر شاید امکاناتی که داشتن یا عوامل دیگه‌ای که باعث شده اون خانم بازه رو مد نظر قرار میدم... اینکه بگم احساس تحقیر شدن دارم نه؛ اینجور نیست میگم خب باشه این شرکت کرده یه تجربه‌ای میشه برا آینده، مهم فقط شرکت کردنشه}. {ناراحتی داره که تا اونجا رفته حیف شده ولی خوب، تا اونجا که رفته خلیه}.

۳. نقش رسانه بر شکل‌گیری نگرش و احساس زنان ایرانی از برد ورزشکاران زن مسلمان

در خصوص احساس برد، زنان ایرانی بیان داشتند که این برد نه تنها باعث غرور و افتخار می‌شود، بلکه باعث ترقی ورزش زنان مسلمان در بین تمام اقشار جامعه و توجه و اهمیت مسئولان ورزش به ورزش بانوان می‌شود. {جدا از بحث ورزشی خیلی خوشحالم که یه زن ایرانی قهرمان شده و این ارزشمنده برا کل جامعه و جهان اسلام} {حضور دختر ایرانی در در یک جامعه جهانی به نظرم حضور خیلی بزرگیه علاوه بر اینکه مغرور میشم یه اعتماد به نفسی هم به خود من داده میشه}، {برای من تفاوت نداره فقط از حضورش تو اون مسابقات احساس غرور می‌کنم}.

۴. نقش رسانه بر شکل‌گیری دیدگاه مثبت یا منفی زنان نسبت به حضور در این مسابقات

### یافته‌های پژوهش

در تحقیق حاضر به بررسی نقش رسانه بر نگرش و دیدگاه زنان ایرانی در مورد شرکت زنان مسلمان در مسابقات جهانی و المپیک پرداخته شد که سؤالات در هشت آیتم عبارت بودند از: نقش رسانه بر نگرش زنان ایرانی نسبت به حضور ورزشکاران در مسابقات جهانی و المپیک؛ نقش رسانه بر شکل‌گیری نگرش و احساس زنان ایرانی از باخت ورزشکاران زن مسلمان؛ نقش رسانه بر شکل‌گیری نگرش و احساس زنان مسلمان؛ نقش رسانه بر شکل‌گیری دیدگاه مثبت یا منفی زنان نسبت به حضور در این مسابقات؛ نقش رسانه در حمایت مسئولان از ورزش زنان؛ نقش رسانه در حمایت خانواده‌ها؛ نقش رسانه در انتقال مزایای حضور زنان مسلمان در مسابقات؛ نقش رسانه در انتقال پیامد باخت زنان مسلمان در مسابقات، که در ادامه یافته‌های مربوط به هر یک ارائه می‌شود.

۱. نقش رسانه بر نگرش کلی زنان ایرانی نسبت به حضور ورزشکاران در مسابقات جهانی و المپیک

شرکت‌کنندگان در تحقیق حاضر در مجموع دید خوبی را نسبت به حضور زنان مسلمان در این سطح از مسابقات داشتند و عنوان داشتند که این حضور زنان در مسابقات به نوعی باعث پیشرفت ورزش بانوان در کشور و تبلیغ برای ورزش زنان مسلمان می‌شود. {راهیابی‌شون تو این مسابقات باعث پیوند اعتقادی با ورزش شده} {شاید خودم چون نمی‌تونم شرکت کنم وقتی کسی رفته و شرکت کرده این برام خیلی جالبه شاید بگم یه احساس غرور به من دست میده}. {در حال حاضر به نظر من یه جور پیشرفت محسوب میشه برای کشورهای مسلمان که از اون حالت بسته بودن و دور بودن در میان برمیگردن میان به سمتی که خودشون نشون بدن به سایر دنیا که آزادی‌هایی هم اونجا

تشخیص و تعیین نقاط قوت و ضعف استفاده می‌کنیم، مطمئناً باخت رو هم به‌عنوان یه پوئن مثبت میشه در نظر گرفت}.

### بحث و نتیجه‌گیری

رسانه به عنوان یک وسیله و عامل انتقال دهنده فرهنگ و افکار دارای نقش‌هایی در زمینه‌های اجتماعی، فرهنگ‌سازی، اعتمادسازی، انعکاس واقعیت، تبلیغات، افکارسنجی، سرگرمی و تفریح، آگاهی از جهان هستی، ارتباطات، آموزش مداوم، اطلاع‌رسانی، فعال‌سازی، کمک به رشد فرهنگی و فکری جامعه، فراهم کردن سرگرمی‌های آموزنده، ایجاد روحیه مشارکت و همکاری، تغییر نگرش و رفتار مردم نسبت به موضوعات مختلف به‌ویژه ورزش می‌تواند مورد استفاده قرار گیرد. هدف پژوهش حاضر بررسی نقش رسانه بر نگرش زنان ایرانی نسبت به حضور زنان مسلمان در مسابقات جهانی و المپیک از دیدگاه دانشجویان رشته تربیت‌بدنی دانشگاه رازی بود و هدف اصلی بررسی نگرش زنان نسبت به حضور ورزشکاران زن در این مسابقات بود. سؤالات در هشت آئتم تنظیم و از شرکت‌کنندگان مصاحبه به عمل آمد. تحقیقات نشان می‌دهند که مشکلات زیادی برای موفقیت‌های ورزشی زنان وجود دارد. به‌طوری‌که، پیشرفت و کامیابی ورزش قهرمانی در سده بیستم تا اندازه زیادی به نقش رسانه گره خورده است و رسانه‌ها در مورد ترویج و سرمایه‌گذاری ورزش قهرمانی ایفای نقش کرده‌اند. البته، می‌توان باورهای نادرست فرهنگی در خصوص ورزش حرفه‌ای و قهرمانی زنان در جامعه و محدودیت‌هایی مربوط به وظایف خانوادگی (همسراری و مراقبت از فرزندان)، تبعیض بین زنان و مردان در تسهیلات و مشکلات اقتصادی (احسانی و همکاران، ۱۳۸۸) و غیره، اشاره کرد. همچنین بین پوشش خبری ورزش زنان و مردان نیز تبعیض وجود دارد و حامیان مالی، تمایل کمی به حمایت از ورزش زنان دارند. همچنان که غفوری و همکاران (۱۳۸۲) بر نقش رسانه‌ها و قاسمی و همکاران (۱۳۸۶)، بر بی‌توجهی رسانه‌ها به‌خصوص تلویزیون تأکید کرده‌اند. درباره دیگر عوامل اثرگذار، احسانی و همکاران (۱۳۸۸)، نابرابری فرصت مربی‌گری کمبود فضاهای ورزشی ویژه زنان (به ویژه زنان مسلمان)، نابرابری فرصت برای پرداختن زنان به ورزش حرفه‌ای از نظر تعداد رشته‌های ورزشی، مشکلات اقتصادی و تبعیض در تخصیص اعتبارات به ورزش بانوان را از دیگر مشکلات مربوط به بخش بانوان عنوان کردند. در تحقیقات اشاره شده که؛ حقیقت این است که زنان در سراسر جهان هنوز هم در امر ورزش دارای محدودیت‌هایی هستند؛ از جمله محدودیت فرهنگی، نبود امکانات در دسترس، نگرش نادرست مردم جامعه به حضور زنان در مسابقات ورزشی، مسئله برابری جنسیتی و مسائل دیگر. اکثر تحقیقات نشان دادند در صورت فراهم شدن امکانات و

شرکت‌کنندگان در تحقیق حاضر بر این موضوع که دیدگاه منفی نسبت به ورزش بانوان قبلاً وجود داشته اما در حال حاضر با پوشش خبری ورزش زنان از رسانه ملی این دیدگاه در جامعه کمرنگ شده و یا حتی از بین رفته اتفاق نظر داشتند و معتقد بودند این دید منفی توسط رسانه‌ها باید رفع شود. {این دید نسبت به قبل خیلی کم‌تر شده ما الان خیلی از رشته‌ها مون حتی توی شنا البته در سطوح پایین‌تر با مایو اسلامی راهیابی رو داشتیم} {این دید منفی بخوایم یا نخوایم وجود داره ولی میشه با فرهنگ‌سازی درستش کرد}. {این دید منفی رو فکر میکنم رسانه‌ها بهتر می‌تونن در موردش کار کنن}. {اگه دید مردم ما بهتر بشه دید کشورهای دیگه هم بهتر میشه}.

۵. نقش رسانه در حمایت مسئولان از ورزش زنان

شرکت‌کنندگان در تحقیق حاضر اعتقاد داشتند اگر مسئولین امر ورزش بانوان توجه و سرمایه‌گذاری بیشتری در این زمینه داشته باشند باعث تلاش و موفقیت بیشتر زنان در این رقابت‌ها خواهد شد. {حمایت مسئولین همه می‌دانن که نیست، مسئولان خیلی کم کار می‌کنن}. {بزرگ‌ترین مزیت برای هر جامعه‌ای دارا بودن مادران سالم و این از طریق اهمیت دادن به ورزش بانوان محقق میشه}.

۶. نقش رسانه در حمایت خانواده‌ها

پاسخ‌دهندگان به‌طور کلی عقیده داشتند میزان حمایت اعضای خانواده و اطرافیان از ورزش زنان به عواملی چون فرهنگ خانواده، میزان آگاهی آن‌ها، درک شرایط موجود جامعه و... بستگی دارد. {این برمیگرده به دیدگاه خانواده به دید پدر و مادر (مثله تحصیلات)} {حمایت خانواده از این دختر ورزشکار باعث شده بره و افتخار کسب کنه}

۷. نقش رسانه در انتقال مزایای حضور زنان مسلمان در مسابقات اکثر پاسخ‌دهندگان معتقد بودند که حضور ورزشکاران زن در این مسابقات و پخش آن در رسانه‌های جمعی منجر به انگیزه و پیشرفت ورزش بانوان در کشور و نشان دادن اهمیت مسئولان کشور به ورزش بانوان به سایر کشورها می‌شود. {وقتی پرچم کشورم به اهتزاز در میاد این نشون‌دهنده سرمایه‌گذاری کشورم رو ورزش بانوانه}، {باعث ایجاد یه چشم‌انداز بزرگ‌تری برای مسئولین ورزش میشه} {بردشون قطعاً پله ترقی میشه مطمئناً خود بازیکنانی که توی اون تیم هستن اعتماد بنفس میدن و به مسئولان اجازه میدن که تا این مرحله صعود کردیم حالا سال بعد باید ضعف‌ها رو از بین ببرن}.

۸. نقش رسانه در انتقال پیامد باخت زنان مسلمان در مسابقات

پاسخ‌دهندگان در پاسخ به این سؤال اعتقاد داشتند که باخت می‌تواند پله‌ای برای پیروزی باشد. {اگه باخت باشه به‌خاطر

دارای پتانسیل‌های زیادی در زمینه سرمایه‌گذاری شرکت‌ها باشد که توجه به این امر مهم باعث پیشرفت ورزش زنان خواهد شد. شرکت‌های بزرگ بیشتر باید از پتانسیل زیاد ورزش زنان، که قابل توجه‌ترین موتور رشد اقتصادی جوامع است از سال‌های آینده و فراتر از آن سرمایه‌گذاری کنند.

همچنین یافته‌ها نشان داد که زنان ایرانی از حضور ورزشکارانشان در مسابقات سطوح بالا نه تنها احساس غرور دارند، بلکه این غرور در هنگام پیروزی چندین برابر می‌شود، همچنین شکست در این رقابت‌ها نه تنها باعث سرافکنندگی و حقارت، بلکه پُلی برای پیروزی و شناسایی نقاط قوت و ضعف برای حضور پر-رنگ‌تر در مسابقات بعدی خواهد شد. از سوی دیگر در تحقیق حاضر اشاره شده که ورزش زنان در سال‌های اخیر با استقبال خوبی مواجه شده که این موضوع اهمیت توجه بیشتر مسئولان ورزش را به ورزش بانوان نشان می‌دهد. افزون بر این، بازنگری درخصوص میزان پوشش رسانه‌ای ورزش بانوان نیز ضروری است، زیرا رادیو، تلویزیون و سایر رسانه‌های گروهی، نقش بسیار مهمی در گسترش و بهبود دیدگاه‌ها نسبت به ورزش زنان و پیشرفت آن‌ها در آینده ایفا می‌کنند. اما متأسفانه با توجه به رشد چشم‌گیر ورزش بانوان در سال‌های اخیر و افتخارآفرینی آن‌ها در مسابقات بین‌المللی (المپیک، پارالمپیک، جهانی و آسیایی) همچنان شاهد توجه کم مسئولین امر نسبت به ورزش بانوان و عدم پوشش مسابقات توسط رسانه‌ها می‌باشیم.

## References

- ۱- Brown, M. Ruel, E (۲۰۱۱). High School Students' Attitudes Toward Providing Girls Opportunities to Participate in Sport. *Sociology of Sport Journal*, ۱۱(۲۸). ۲۳۹-۲۵۳
- ۲- Bulter, B.K. (۲۰۱۲). On the same team? A qualitative study of female sportswriters attitudes on covering woman's athletics. ۴۶-۵۵.
- ۳- Buysse, J.A., & Wolter, S. (۲۰۱۳). Gender Representation in ۲۰۱۰ NCAA Division I [۲۱] Media Guides: The Battle for Equity was only Temporarily Won, *Journal of Issues in Intercollegiate Athletics*, ۶ (۱۸).
- ۴- Clément-Guillotin, C. & Fontayne, P (۲۰۱۱). Situational Malleability of Gender Schema: The Case of the Competitive Sport Context. *Sex Roles* ۶۴. ۴۲۶-۴۳۹.

تجهیزات ورزشی برای زنان، مشارکت آن‌ها در بیشتر موارد از پسران بیشتر است.

همچنین نتایج نشان داد که از جمله عوامل تأثیرگذار مشارکت دختران در ورزش و فعالیت بدنی، ویژگی‌های جمعیت‌شناختی و حمایت خانواده، آنچه جوانان در مورد تربیت بدنی و ورزش و فعالیت فیزیکی فکر می‌کنند، حمایت اجتماعی از فعالیت بدنی از قبیل حمایت از معلم، دوستان، والدین و اعضای خانواده، منطقه‌ای که جوانان در آن زندگی می‌کنند و غیره می‌باشد. تحقیقات دیگر نیز به این نتیجه رسیدند که بین ارائه خدمات و افزایش مشارکت دختران در ورزش و فعالیت بدنی ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد، به عبارت دیگر با افزایش فرصت‌ها و خدمات مشارکت دختران در ورزش نیز افزایش می‌یابد.

در تحقیق حاضر نیز نتایج مشابهی به دست آمد و شرکت‌کنندگان معتقد بودند که در صورت وجود امکانات و فرصت‌های در دسترس برای بانوان، مشارکت آن‌ها در فعالیت‌های بدنی و ورزشی به طور چشم‌گیری افزایش پیدا خواهد کرد. بیشتر بانوان در جامعه ما از حضور زنان در هر سطح از رقابت‌ها احساس غرور و افتخار دارند؛ بیشتر عنوان کردند که این حضور باعث نوعی تخلیه روانی در آن‌ها می‌شود چرا که خود آن‌ها بنابر دلایل گوناگون ذکر شده نتوانسته‌اند به ورزش کردن بپردازند، از تماشای این چنین ورزشکارانی که به مسابقات سطح بالا راه یافته‌اند احساس غرور و خوشحالی می‌کنند. در تحقیقات آمده است که ورزش زنان می‌تواند

- ۵- Darabi, M. (۲۰۰۱). Investigating the Cultural Factors of Women's Attitudes toward Sport in Tehran. M.A Thesis. Islamic Azad university. (Persian)
- ۶- Edvardson, CH. Gorely, T. (۲۰۱۱). Understanding Psycho-Social Attitudes towards Sport and Activity in Girls. Institute of Youth Sport Loughborough University. ۷(۱۱). ۱۵-۳۲.
- ۷- Ehsani, M. Honarvar, A. Sharifian, E. Kozechian, H. (۲۰۱۰). The role of professional sports in the development and expansion of Muslim women's sports. *Research in Sport Sciences*. ۱(۲۲), ۱۵۳-۱۷۱. (Persian)
- ۸- Garratt, L. (۱۹۸۹). Women in Sports. *City Sports*, ۳(۷), ۱۰-۱۲.
- ۹- Ghafouri, F. Rahman Seresht, H. Kozechian, H. Ehsani, M. (۲۰۰۴). Study of the role of physical education specialists in

- the role of mass media (radio, television and publications) in the tendency of people to exercise championship. Motion Magazine .۵۷-۸۸. (Persian)
- ۱۰- Ghasemi, H. Mozafari, A. Amirtash, A. (۲۰۰۸). Sports Expansion through Television in Iran. Research Journal in Sport Sciences. ۲ (۱۷). ۱۳۱-۱۴۸. (Persian)
- ۱۱- Hadad, N.(۲۰۱۲).Media & Sports.Journal of Communication Stud-ies,۲(۸).۱۶۱-۱۷۴. (Persian)
- ۱۲- Hamidehpour, H. Shetab boushehri, N. (۲۰۱۵). The role of mass media in the development of women's championship sports. Communication management in sports media. ۲(۸). ۴۸-۶۰. (Persian)
- ۱۳- Hosseini, M. (۲۰۱۵). Introducing the Focus Group method and Its application in research. Research Center for Thinking Research. Second editon. ۵۴- ۶۰. (Persian)
- ۱۴- Hoe, W. Khoo .S. (۲۰۱۶). Male Undergraduates' Attitude towards Women in Sport. University of Technology MARA and University of Malaya. Institute of Youth Sport University.
- ۱۵- Karami, A. Ghasemi, H. Nemati, D. (۲۰۱۱). Analysis of the content of sports programs of television networks of the country with the approach of women's sports. Journal of Communication Studies. ۱(۱۶). ۱۳۵- ۱۵۵. (Persian)
- ۱۶- Lincoln, Y. S. & E. G. Guba (۱۹۸۵). Naturalistic inquiry Beverly hills, CA, Sage.
- ۱۷- Media coverage. Retrieved on September ۲۹, ۲۰۰۶ from Australian Sport Commission (۲۰۰۶). Sport Psychology Theory and Appli-cation Issues, Jacaranda: John Wiley & Sons.
- ۱۸- Mohamadi, E. Honarvar, A. Kozechian, H. Farzan. F (۲۰۱۰). The role of professional sport in the development and expansion of Muslim women's sports . Research in Sport Sciences. ۵(۲۲). ۱۵۳-۱۷۱. (Persian)
- ۱۹- Monazami, M. Alam, Sh. Shetab bou-shehri, N. (۲۰۱۱). Determining the Fac-tors Affecting the Development of Physical Education and Women's Sports of the Islam-ic Republic of Iran. Journal sport manage-ment. ۴ (۱۰), ۱۵۱- ۱۶۸. (Persian)
- ۲۰- Yst, O. Nike, J .(۲۰۱۵). Review Muslim Women in Sport Women' s Sport and Fitness Foundation and Sporting Equals. Review Date Jan ۲۰۱۰.
- ۲۱- Selina, kh, & Wee eng, (۲۰۱۰). Pub-lished to promote the goals of the beijing declaration and the platform for action Women, gender equality sport.۵(۱۴). ۱۱۲-۱۲۵.
- ۲۲- Yousefi, B (۲۰۱۳). Gender Equity in Competitive Sports. Journal of New Approaches in Sport Management. ۱(۴). ۳۱-۴۲. (Persian)
- ۲۳- Zardoshtian, SH. Hosseini, M. Karimi, J (۲۰۱۶). The role of mass media in the tendency for women Kermanshah province to examine the sport. Communication management in sports media. ۴(۱۴). ۱۳-۲۰. (Persian)
- ۲۴- Zarifi, M. Davoodi, K. (۲۰۱۲). Media and Sports Promotio, Journal of Communica-tion Research, ۱(۴). ۱۱۹- ۱۳۴. (Persian)