

مقایسه مطالب مربوط به زنان در خبرگزاری جمهوری اسلامی ایران

دکتر علی اصغر کیا*

تاریخ دریافت: ۸۴/۶/۱۹

تاریخ پذیرش: ۸۴/۹/۲۵

چکیده

در این مقاله، به بررسی محتوای تلکس خبرگزاری جمهوری اسلامی ایران (ایرنا) پرداخته شده که در سه مقطع ۱۳۶۱، ۱۳۷۱ و ۱۳۸۱ در زمینه مسائل و مطالب مربوط به زنان گردآوری شده و انعکاس یافته است تا بخشی از فعالیت خبرگزاری ایرنا در زمینه اخبار و مطالب مربوط به زنان به عنوان نیمی از پیکره جامعه روشن شود. چارچوب نظری این بررسی تلفیقی است از نظریه‌های فمینیسم و برجسته‌سازی تا تأثیر این دو نظریه در تعیین و انتخاب اخبار مربوط به زنان و انعکاس آن مورد بررسی قرار گیرد.

ساختار موضوعی مطالب، ماهیت و محوریت مطالب، سبک ارائه مطالب، آفرینندگان مطالب، حجم و اندازه مطالب، جهت‌گیری مطالب، کارکرد و اهداف مطالب انعکاس یافته متغیرهایی هستند که در این بررسی مورد ارزیابی و تحلیل قرار گرفته‌اند. بررسی حاضر به روش تحلیل محتوا انجام گرفته و حجم نمونه آماری شامل ۳۲۱ مطلب است. از آن جایی که هر یک از متغیرها در سه دوره مورد بررسی به مقایسه گذاشته شده‌اند، یافته‌های پژوهش در مجموع، نشان می‌دهد تفاوت معنی‌داری بین دوره‌های مورد بررسی در بسیاری از متغیرها متناسب با شرایط سیاسی اجتماعی و فرهنگی هر دوره وجود دارد. به لحاظ کمیت نیز یافته‌ها نشان می‌دهد که روز به روز هم به تعداد مطالب و اخبار زنان و هم به حجم هر یک از آن موارد افزوده می‌شود و به عبارتی روند صعودی دارد.

واژه‌های کلیدی: رسانه‌ها، خبرگزاری جمهوری اسلامی ایران، اخبار زنان، برجسته‌سازی خبر

طرح مسئله

جامعه انسانی و مباحث مربوط به آن پیوسته در حال تغییر و تحول هستند. مسائل و موضوعات مربوط به زنان نیز از آن جمله‌اند. به موازت پیشرفت‌های اجتماعی و تغییر و تحولاتی که در فرهنگ و تمدن جوامع پدید آمده است، طرز تفکر نسبت به این قشر، تغییر یافته، به طوری که بررسی‌ها و مطالعات در این خصوص، بیش‌تر تحت تأثیر فرهنگ و تمدن اجتماعات گوناگون قرار داشته و در هر مورد برداشت خاصی از آن شده است. در نتیجه، تفکر تبعیض‌آمیزی از نظر ذهنی و علمی در این باره به وجود آمده و این امر سبب شده است شکاف نسبی بین زن و مرد به وجود آید. از این‌رو زنان در جریان زندگی دشوار و پر‌فد خود همواره بیش از مردان در معرض محدودیت‌های

گوناگون بوده‌اند و لذا به ندرت مجال یافته‌اند تا در امور جامعه شرکت جویند. از سوی دیگر در همین وضعیت نامطلوب و مقرون به تیره‌روزی با مردان مقایسه شده و مورد داوری قرار می‌گیرند.

تا پیش از قرن بیستم مشارکت زنان در زندگی اجتماعی، اشتراک و همفکری آنان در مسائل اقتصادی، آموزش، اشتغال و ... در جوامع مختلف به تناسب وضعیت فرهنگی و ریشه‌های تاریخی * اجتماعی و مذاهب، کم‌تر مورد توجه قرار می‌گرفت و عموماً با میزبانی مواجه بود. با پیشرفت حقوق بین الملل در نیمه دوم قرن بیستم حمایت از زنان در تمامی زمینه‌ها جهت برابری و تساوی حقوق عمیقاً پیگیری شد. تحت تأثیر این‌گونه شرایط، دولت‌ها نیز بر آن شدند تا قوانین و مقررات خاصی را در این زمینه به اجرا بگذارند. قانون «تساوی زن و مرد» حاصل چنین فعالیت سازمان یافته‌ای بود که به تمامی کشورها رسوخ کرد. در راستای تحقق این اهداف و عملی شدن قانون فوق، زنان به صورت جدی وارد عرصه فعالیت‌های اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و اقتصادی شدند. لیکن این نوع حرکت‌ها در جوامع مختلف مقید و تابع نظام‌های سیاسی - اجتماعی حاکم بر آن جوامع است.

کشور ما نیز به‌رغم داشتن فرهنگ دیرین و عمیق و از این نابرابری‌ها فارغ نبود و الزاماً با چالش‌ها و نگرش‌های متفاوت نسبت به این موضوع مواجه بود. تغییر و تحولات ناشی از انقلاب اسلامی، توجه به مشکلات اساسی و بنیادی اجتماع ایران و لزوم توجه به حقوق زنان به عنوان نیمی از بافت جامعه، سبب شد تا حدودی نگرش تبعیض آمیز و نابرابری‌های اجتماعی رفع شود. و نگرش سنتی مبنی بر حبس زن در خانه و نقش «تدبیر منزل» به کلی از بین برود.

به هر حال مسئله زنان در حل مشکلات عقب‌ماندگی‌های تاریخی و اعاده حقوق اجتماعی همان قدر که مهم، جدی و تعیین کننده است، امری بس ظریف و دقیق است

و کم‌ترین بی‌توجهی و ساده‌انگاری به شکلی بحران‌زا، انحرافی و در مجموع به ضرر جامعه تمام شود. پس بدون تردید یکی از شیوه‌هایی که چهره‌کنونی جوامع بشری را از غبار ستم‌آلود بتواند به گونه‌ای مطلوب تغییر می‌دهد، اعطای حقوق مساوی با مردان است.

امروز، بر اثر شرایط و موقعیت‌هایی نظیر توجه و تمهیدات سازمان‌های بین‌المللی در راستای طرح و حل مسائل زنان، ورود فناوری‌های جدید به زندگی و افزایش ارتباط بین افراد و به تبع آن افزایش توقعات و انتظارات، چالش‌هایی در این زمینه به وجود می‌آید. در این میان رسانه‌ها از طریق ارائه درست و یا نادرست اطلاعات باعث جهت‌گیری افراد می‌گردند و یک طرز تفکر عمومی در جامعه ایجاد می‌نمایند.

در عصر کنونی، رسانه‌ها از پیچیده‌ترین دستگاه‌های تبلیغاتی به شمار می‌آیند که عمده‌ترین و بیش‌ترین تأثیر را در شکل‌گیری نظام فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی دارند و مهم‌ترین نقش را در انتقال اطلاعات و تنویر افکار عمومی و ارائه آگاهی و بینش به افراد جامعه، عهده دار است. البته این دیدگاه را نباید از نظر دور داشت که تأثیر رسانه‌ها اغلب به تشدید تمایلات موجود در مردم، خواه ثبات عقاید و خواه دگرگونی عقاید و نگرش‌ها می‌انجامد. اما نکته حایز اهمیت در این خصوص این است که نقش رسانه‌ها به ویژه رسانه‌های خبری در اطلاع‌رسانی واقعی، دقیق و کامل از مسائل و موضوعات مربوطه زنان و فراهم ساختن زمینه‌های آگاهی‌دهی به مردم و به دور از سوگیری در جهت تشویق مشارکت هر چه بیش‌تر زنان در مسیر زندگی امری مهم، منطقی و ضروری به نظر می‌رسد.

بررسی و شناخت محتوای مطالب مربوط به زنان در خبرگزاری جمهوری اسلامی ایران، هدف اصلی مقاله حاضر است که با توجه به تغییر و تحولات امروزی و نقش جدید زنان در زندگی اجتماعی، ممکن است طی دوره‌های مختلف، به لحاظ کمی و

کیفی تغییرات حادی ایجاد شود. بنابراین با دو پرسش اساسی روبرو می شویم. اولاً، چه نوع مطالب و اخباری از قشر زنان، در خبرگزاری جمهوری اسلامی تهیه، تولید، جمع آوری شده و انعکاس می یابد؟ ثانیاً، چه تغییراتی طی سه دوره ۱۳۶۱، ۱۳۷۱ و ۱۳۸۱ در این زمینه ایجاد شده است؟

پیشینه تحقیق

زنان و انعکاس اخبار و موضوعات مربوط به آنان در رسانه‌های مختلف از جمله موضوعاتی است که تا کنون توجه کم‌تری به آن شده است. پیچیدگی مسائل و موضوعات مربوط به زنان سبب شده است که هر یک از محققان از دیدگاه خاصی آن را بررسی کنند. لیکن جهت شناخت بهتر محتوای رسانه‌ها در خصوص نحوه انعکاس مسائل و موضوعات زنان به چند تحقیق مرتبط با این موضوع اشاره می‌شود: مینو بدیعی در تحقیقی با عنوان «تصویر زن در آئینه مطبوعات» کلیه مطالب و اخبار مربوط به زنان را در یک روزنامه پر تیراژ از اول خرداد ۱۳۷۲ تا پنجم آذر ۱۳۷۳ بررسی کرده است. یافته‌های تحقیق وی، نشان می‌دهد که در طول یک سال و نیم، ۱۱۸ خبر کوتاه و نه چندان با ارزش (به لحاظ ارزش خبری) در زمینه مسائل زنان به چاپ رسیده است. در عین حال بخش قابل توجهی از آن اخبار، خارجی است و تعداد کمی از آن به مسائل داخلی زنان اختصاص دارد.

بر اساس تحقیق مذکور، فقط ۳/۰ درصد اخبار روزنامه مورد بررسی به رویدادهای مربوط به زنان است و عموماً اخبار مذکور غیر تحلیلی و یا فاقد ارزش‌های خبری‌اند. به لحاظ سبک خبری ۲۳ مقاله (۴/۰ درصد از مجموع مقالات روزنامه مورد بررسی در طول یک سال و نیم) مسائل زنان را مد نظر قرار داده بود. ۹ گزارش (۰/۵ درصد از

مجموع گزارش روزنامه) و ۳ مصاحبه در طی مدت مورد بررسی در آن روزنامه به چاپ رسیده است که رقم بسیار اندکی است.

تحقیق دیگری با عنوان «سیمای زن در مطبوعات» توسط عبادالله رضانی در سال ۱۳۷۴ انجام شده است. وی کلیه مطالب و آگهی‌های بازرگانی مجله «زن روز» را طی دو دوره قبل از انقلاب اسلامی و بعد از انقلاب اسلامی بررسی کرده است.

نتایج تحقیق وی نشان می‌دهد مشارکت زنان، مطالب مربوط به فرهنگ و هنر و بیان نقش زنان و مسائل مربوط به محاکم قضایی مورد توجه جدی نشریه مورد بررسی بعد از انقلاب اسلامی بوده است. همچنین مطالب آموزش دهنده و آگاهی بخش که قبل از انقلاب در پایین‌ترین سطوح قرار داشته‌اند، بعد از انقلاب جایگاه خود را پیدا کرده‌اند. طبق تحقیق مذکور، اهداف و روشهای ارائه مطلب طی دو دوره مورد بررسی کاملاً متفاوت است؛ برخلاف دوره قبل از انقلاب که عمدتاً روشهای خبری مثل مطالب مختلط خبری - تصویری و یا تصویرهای غیرخبری مورد استفاده قرار می‌گرفت، بعد از انقلاب اسلامی از روشهایی که بیش‌تر آگاهی دهنده و هوشیار ساز بوده‌اند جهت ارائه مطلب استفاده شده است.

«نحوه انعکاس امور زنان در نشریات ویژه بانوان در نیم قرن گذشته» تحقیق دیگری است که در سال ۱۳۷۸ توسط معصومه کیهانی انجام گرفته است. هدف این تحقیق، بررسی تحولات مطبوعات زنان در چهار دهه ۲۴-۱۳۲۳، ۳۲-۱۳۳۱، ۱۳۵۵ و ۱۳۷۶ ذکر شده است. روش تحقیق، همانند دو تحقیق پیشین، تحلیل محتوا بوده است.

یافته‌های تحقیق وی نشان می‌دهد تفاوت معنا داری در محتوای مطالب چهار نشریه مورد بررسی (زن امروز، حقوق زنان، اطلاعات بانوان و زنان) متناسب با شرایط سیاسی، اجتماعی و فرهنگی هر دوره وجود دارد. به عنوان نمونه در مقطع ۱۳۷۶، ۱۶/۹ درصد از مطالب نشریه «زنان» به مشارکت سیاسی زنان اختصاص دارد.

با مروری بر تحقیقات انجام شده، این نکته آشکار می‌شود که به مرور زمان و به تدریج، به مسائل و موضوعات زنان در نشریات بیش‌تر پرداخته می‌شود. براساس تحقیقات انجام شده، نشریات ویژه زنان، با شناسایی شاخص‌های دوره تاریخی خود و متناسب با شرایط سیاسی - اجتماعی در پرداختن به موضوعات خود تجدید نظر می‌کنند و بیش‌تر از روش‌های آگاهی‌بخش و هوشیار ساز، جهت ارائه مطالب استفاده می‌کنند.

مبانی نظری

تأکیدات فراوان برای حضور زنان و ایفای نقش‌های اجتماعی و مشارکت بیش‌تر آنان در اجتماع برخاسته از آن است که همواره بین زن و مرد تفاوت‌هایی وجود داشته است. اما این که علت این تفاوت چیست؟ موضوعی است که از مدت‌ها پیش فمینیست‌ها پیگیر آن بوده‌اند. آنان در این راستا تلاش فراوانی کرده‌اند تا بحث درباره حقوق زنان را مطرح نمایند. فمینیست‌ها تمامی تلاش خود را وقف ایجاد قوانین حمایتی از زنان نموده‌اند.

روزالیند دلمار (Rosalind Delmar) در تشریح ماهیت فمینیسم می‌نویسد: «دست کم می‌توان گفت فمینیست کسی است که معتقد باشد زنان به سبب جنیست‌گرفتار تبعیض‌اند، نیازهای مشخص دارند که نادیده گرفته می‌شود و ارضا نشده می‌ماند که لازمه ارضای این نیازها، تغییرات اساسی در نظام اجتماعی، اقتصادی و سیاسی است.» به رغم مشابهت‌های فراوان در تعریف فمینیسم، بسیاری از اصول دو پهلو و غالباً متضاد در این زمینه وجود دارد. به بیان دیگر به لحاظ تعدد مکاتب فکری در این زمینه و پراکندگی آن، همیشه دغدغه مفهوم یکسان از فمینیسم وجود دارد. تاریخ رسمی آغاز حرکت فمینیستی در غرب، با آثار و نوشته‌های اعتراض‌آمیز نسبت به وضعیت و

موقعیت زنان آغاز شد. این آثار که نخستین بار در دهه ۱۶۳۰ منتشر شدند محدود و فردی بود اما به طور مستمر تا سال ۱۷۸۰ ادامه یافت. این گونه فعالیت بعدها دسته جمعی شد و تعداد مشارکت کنندگان افزایش یافت و در اواخر سده نوزدهم این حرکت سامان یافته تر از قبل گردید.

بر اثر شکل گیری جنبش های فمینیستی و حرکت اجتماعی نظام مند زنان نگارش مسائل زنان توسط خود آنان روند رو به رشد و قابل ملاحظه ای یافت. در سال ۱۹۴۹ سیمون دوپوار (Simon de Beauvoir) نویسنده معروف فرانسوی در کتاب خود، جنس دوم به دفاع از زنان پرداخت. بعدها در سال ۱۹۶۳ و ۱۹۶۴ به ترتیب مارگارت مید (Margaret Mead) و بتی فریدان (Betty Friedan) از پیشگامان جنبش فمینیستی امریکا کتاب هایی در باب آزادی زنان نوشتند.

جنبش فمینیسم به عنوان مهم ترین داعیه دار حقوق زنان در دوران معاصر تلاش گسترده ای را در ابعاد مختلف برای معرفی نابرابری ها و ستم های جنسی و تبیین و ریشه یابی آن ها و نیز ارائه راهکار برای رفع نابرابری و ستم جنسی در خانواده به طور خاص و در محیط اجتماعی به طور عام سامان داده است.

به طور کلی ادبیات موجود در مورد نگاه و نگرش به زن حکایت از حرکت از تضاد نگرش و قطبی نگریستن به مقوله جنسیت، به سمت تحقیق و کسب نوعی نگرش متعادل در صحنه اجتماعی و فرهنگی جوامع دارد که سازوکاری اندیشمند در فرآیند جامعه پذیری و تقویت کننده فرآیندهای برابری فرصت ها، برابری در مشارکت و در نهایت جریان توسعه اجتماعی است. در مقابل از ظهور فرآیندهای منفی چون انزوای اجتماعی، حاشیه ای شدن، خارج شدن از صحنه عمومی و انسداد اجتماعی ممانعت می کند. فمینیسم در یک عبارت ساده تر حرکت ها و فعالیت های اجتماعی است که با هدف احقاق حقوق زنان و رفع تضییع حقوق آنان و غالباً به وسیله خود زنان انجام

می‌گیرد. جنبش‌هایی نظیر فمینیسم به شیوه زندگی و سیاست هویتی توجه زیادی داشتند و برای تجسم بخشیدن به نظم اجتماعی که قصد برقراری آن را داشتند، اغلب به شیوه‌ای غیرسلسله‌مراتبی سازمان یافته بودند و از ابزار سنتی نظیر عمل مستقیم استفاده می‌نمودند نه از طریق نهادهای سیاسی دولت. طبق نظر اسکات، جنبش‌هایی مثل فمینیسم در صدد بسط حقوق شهروندی به گروه‌های محروم و ایجاد یک دولت عقلانی از طریق به حداقل رساندن نابرابری‌های اجتماعی در جامعه مدنی هستند. حداقل تأثیری که نهضت جهانی فمینیسم بر جامعه جهانی گذاشت توجه دادن همه ملتها به حقوق زن بود که در هر جامعه‌ای به نحوی ثابت می‌شود. راه یافتن زنان به مراکز تصمیم‌گیری‌های سیاسی و به طور بارز انتخاب نخست وزیران و رییس جمهوران زن در کشورهای انگلیس، فیلیپین، پاکستان، بنگلادش و ترکیه در دهه‌های اخیر، تغییر در قوانین مدنی و بعضاً قوانین اساسی کشورها در جهت احیاء حقوق زن و اجرای آن توسط دولتها، تصمیم در جهت ایجاد تسهیلات آموزشی، بهداشتی و رفاهی برای زنان، ورود زنان به قلمروهای دسترسی به کار و برابری دستمزدها، همه و همه شاخص‌هایی از تلاش‌های مشترک نهضت‌های زنان تمام کشورها و تأثیر این تلاش‌ها بر دولت‌هاست.

پس از جنگ دوم جهانی، حقوق، موقعیت اجتماعی و ویژگی‌های انسانی زن در مجامع علمی و جریانات اجتماعی - سیاسی کشورها به شکل یک مسئله بسیار جدی و مهم مطرح گردید. در اثر فعالیت‌های انجمن‌های حقوقی و جنبش‌های اجتماعی زنان و نیز حمایت‌های انجام شده از آنان در کشورهای غربی، در حال حاضر در بسیاری از کشورها تبعات آن به وضوح دیده می‌شود. نمونه‌ای از این موارد را در بحث جنبش فمینیسم ذکر کرده‌ایم. آشکار است که کسب جایگاه نسبتاً متعالی و رفع برخی از موانع حقوقی محصول و برآیند تطور و تحول نقش و سهم زنان در عرصه حیات اجتماعی و

سیاسی است. حیاتی که زنان در دگرگونی و رشد و تکامل، بسط و گسترش آن مرارت‌ها و سختی‌های بسیاری را متحمل شده‌اند و هنوز هم متحمل می‌شوند. در کشور ما، وقوع انقلاب اسلامی به شأن و منزلت زنان ارج نهاد و پیشرفت و توسعه اقتصادی و سیاسی آن، منجر به فعال‌تر شدن نیروهای انسانی از جمله زنان گردید و باعث بروز توانایی‌ها و شایستگی‌ها آن‌ها هم در جهت تغییر نگرش در جامعه پذیری افراد و هم به خود باوری آنان منتهی شد. در اوایل دهه ۱۳۷۰ برخی از نشریات ویژه زنان، کارکرد مؤثر الگوپردازی و الگوگزینی را در احقاق حقوق زنان مورد پرسش قرار دادند. این نگرش تا سال‌ها بر دیدگاه بسیاری از جریان‌های فمینیستی در ایران حاکم ماند. به دنبال بحث بر سر موضوع حرکت اجتماعی زنان در ایران و به رسمیت شناختن یا طرد آن، دیدگاه‌ها و نگرش‌های متفاوتی ارائه گردید، اما در این بین می‌توان به سه رویکرد عمده در این راستا اشاره کرد:

۱- گرایش نفی‌گرا: در این نگرش نه تنها به سعی و تلاش اجتماعی زنان و اقدام اصلاح‌طلبان آنان امکان بسط و گسترش داده نمی‌شود، بلکه با به وجود آوردن عده زیادی مخالف و بدخواه جلوی حرکت نوپای آنان گرفته می‌شود.

۲- گرایش اثبات‌گرا: عده‌ای هم، اگرچه در اهداف و برنامه‌های خود از رفع تبعیض و ستم زنان و حل مشکلات و موانع موجود بر سر راه آنان حرف می‌زنند، اما در عمل به دلیل نپذیرفتن استقلال حرکت زنان، از ایجاد تحول باز می‌مانند. به بیان دیگر، این گروه با تأکید بر سنت و عرف اجتماعی عملاً از پذیرش مسیولیت برای تحول در وضعیت موجود، شانه خالی می‌کنند.

۳- گرایش اصلاح‌گرا: طرفداران این نگرش، نگاهی انتقادی به وضعیت اجتماعی حاکم، قوانین حقوقی و نظایر آن به عنوان موانع اصلی در تحرک اجتماعی زنان دارند. این طیف از زاویه منافع زنان ایرانی وضع موجود را نقد می‌کنند. طرفداران

اصلاح‌گرایی در حرکت اجتماعی زنان به «مبارزه علیه نابرابری» می‌پردازند و برای چنین تحول از خود زنان آغاز می‌کنند؛ تحول در بینش و دانش زنان، تحول در نوع نگرش جامعه نسبت به زنان و ...

نظریه برجسته‌سازی

نظریه برجسته‌سازی جزو نظریاتی است که به بررسی تأثیر پیام‌های ارتباطی با توجه به محتوا می‌پردازد. واژه برجسته‌سازی، اولین بار در تحقیق مک کومبز (Mac Combs) و «دونالد شاو» (Donald Shaw) در سال ۱۹۷۲ ظاهر شد. این دو محقق که به پژوهش در زمینه نقش رسانه‌های جمعی در انتخابات ریاست جمهوری ایالات متحده در سال ۱۹۶۸ پرداختند، این دیدگاه را عنوان کردند که رسانه‌ها با بزرگ کردن و اولویت‌دهی به برخی موضوعات و قرار دادن موضوع مورد نظر در تیتراژ اول و صفحه اول، ذهن مخاطب را به سمت موضوع خاص سو داده و بر اولویت‌های مخاطب تأثیر می‌گذارند. براساس نتایج تحقیق این دو محقق، همان چیزی که مطبوعات برجسته می‌کنند، معیار قضاوت مخاطبین و چه بسا رهبران کشور هم قرار می‌گیرد. مطابق نظریه برجسته‌سازی، مطالبی را که رسانه‌ها انتخاب می‌کنند و فضای بیش‌تری به آن می‌دهند و آن را تکرار می‌کنند، در ذهن مخاطب اولویت پیدا می‌کند. در حقیقت برجسته کردن خبر یا مطلب خاص در رسانه‌ها، باعث برجسته و مهم شدن آن در محافل عمومی شده و به عنوان مسائل مهم و به روز در جامعه مطرح می‌شود. سون ویندال (S. Windal) و همکارانش در تعریف و تشریح برجسته‌سازی می‌نویسند:

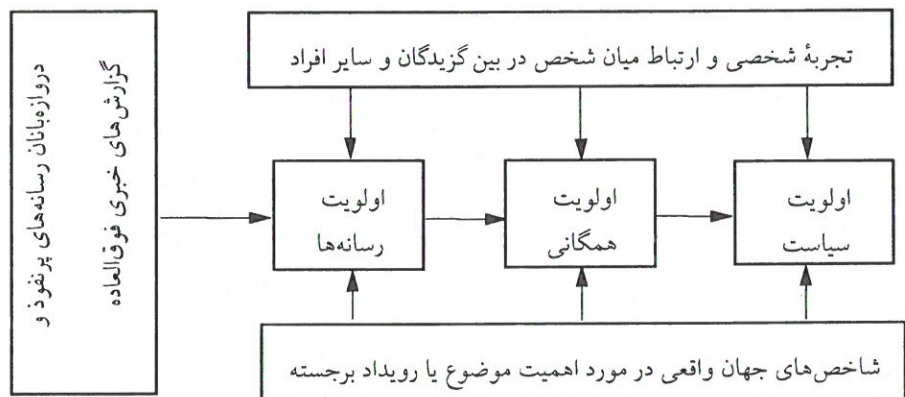
برجسته‌سازی، فراگردی است که طی آن رسانه‌های جمعی اهمیت نسبی موضوعات مختلف را به مخاطبان انتقال می‌دهند. هرچه رسانه‌ها اهمیت بیش‌تری به

موضوع یا رویداد بدهند، مخاطبان اهمیت بیش‌تری برای آن قایل می‌شوند. عبارت «رسانه‌ها به مردم نمی‌گویند که چطور بیندیشند، ولی به آن‌ها می‌گویند که درباره چه بیندیشند، جوهره این نظریه را به دست می‌دهد.»

بر این اساس، اولویت‌های مردم توسط رسانه‌ها تعیین می‌شود. آن‌چه رسانه‌ها به آن اولویت می‌دهند، در نهایت از طرف مخاطبان مورد تأکید و اغلب مورد تعیید قرار می‌گیرد. اصولاً کارکرد برجسته‌سازی، همان تأثیرگذاری بر انتخاب و اولویت‌بخشی به مخاطبان قلمداد می‌شود.

امروزه صاحب‌نظران علوم ارتباطات، برجسته‌سازی را فرآیندی می‌دانند که می‌تواند بر موضوع و نحوه تفکر مخاطبان رسانه‌ها اثر گذارد. به این ترتیب آن را یک قاعده‌سازی برای سمت‌گیری نسبت به یک موضوع خاص و ایجاد عقاید مشترک نسبت به آن تعریف می‌کنند.

به طور کلی، اجزای اصلی فراگرد برجسته‌سازی را راجرز و دیرینگ (Rogers and Dearing) با ارائه مدل زیر به طور واضح بیان کرده‌اند:



اجزای اصلی فراگرد برجسته‌سازی راجرز و دیرینگ ۱۹۸۸

جمع‌بندی

حضور جامعه زنان به تدریج از آغاز سده بیستم نقش مؤثر و همه‌جانبه‌ای را در تعیین همه ابعاد سرنوشت جامعه خویش ایفا کرد. برنامه‌های توسعه در اغلب کشورهای جهان، امکانات و تسهیلاتی را برای زنان در جهت افزایش مشارکت سرنوشت‌ساز فراهم نمود.

دنیای کنونی اطلاعاتی و تحولات تکنولوژیک، ابزار افزایش اقتدار فرد و جامعه را فراهم آورده و اداره زندگی خصوصی و عمومی برای جامعه زنان بسیار آسان‌تر شده است. مشارکت فعال جامعه زنان ایران در همه مراحل و مقاطع طاقت‌فرسای نهضت‌های صد سال گذشته، هویت بسیار درخشان و تابناکی از آنان ارائه داده است. ایجاد خود آگاهی میان جامعه زنان برای پیاده‌سازی رسالت‌های تاریخی گذشته در کنار ایفای نقش مادری (نقش سنتی) و حضور در نقش‌های جدید اجتماعی، اقدام مهمی در این زمینه به شمار می‌آید.

مطالعه تاریخی حرکت اجتماعی زنان ایران حاکی از آن است که گرچه از تغییر و تحولات منسجم و منظم درون‌زا به دور است، اما حرکت‌ها و فعالیت‌های قابل ملاحظه آنان در جهت آگاه‌سازی و نیز رهایی بخشی از تبعیض‌ها و ستم‌های تاریخی و رفع موانع موجود داشته، نه تنها که عقب نیفتاده‌اند بلکه در برخی مواقع پیشگام و پیشقدم نیز بوده‌اند. اما نمی‌توان تنها به این‌گونه موارد دل بست بلکه امروزه بیش از هر زمان دیگر توجه و فراهم کردن بستر حضور و مشارکت زنان در امور گوناگون ضروری می‌نماید. در واقع وضعیت زنان در جامعه ما همچون بسیاری از کشورهای در حال توسعه به گونه‌ای است که نیازمند اقدام جدی برای رفع محدودیت‌ها و کاهش عقب افتادگی‌ها در دستیابی به زندگی مطلوب توأم با کرامت انسانی است. اولین گام در جهت جبران آن و نیز مشارکت هرچه بیشتر زنان در امور اجتماعی و

سیاسی را می‌توان پذیرش مسئولیت توسط خود آنان و در واقع حرکت از سوی خود آنان قلمداد کرد. ضرورت تداوم آن، دریافت یک هویت و احساس مشترک جمعی است که نقش رسانه‌ها در این خصوص کار ساز است، چنانکه در شکل‌گیری و پیشبرد اهداف جنبش فمینیسم کار ساز بوده‌اند.

برایدنتهال (Bridenthal) علت پایداری جنبش زنان را در ترکیب هم‌زمان انگیزه فمینیسم از طریق اقدام دسته‌جمعی در جهت خواسته‌ها و مطالبات و ابزار تحقق آن یعنی رسانه‌ها ذکر می‌کند. در سال‌هایی که جنبش زنان از ابزار و امکانات بیشتری برای انتشار و طرح دیدگاه‌های خود از طریق نشریات و مطبوعات اعمال می‌کردند، رسانه‌ها مهم‌ترین ابزار انتقال دیدگاه‌های آنان به شمار می‌رفت؛ از ابزار سنتی مثل تریبون، نامه‌نگاری، چاپ اعلامیه‌ها و آگهی‌ها گرفته تا نشریات و تلفن. در واقع، یکی از عوامل مهم و تعیین‌کننده در افزایش هواداران جنبش زنان و مشارکت آنان، معرفی از سوی رسانه‌ها بوده است.

«دانیل لرنر» (Daniel Lerner) از نظریه پردازان مکتب نوسازی، دسترسی به رسانه‌های جمعی را پیش شرط مشارکت در جامع امروزی ذکر می‌کند. وی معتقد است رسانه‌های جمعی به طور مستقیم بر نگرش‌ها و رفتارهای فرد تأثیر می‌گذارند. طبق نظر وی، وسایل ارتباط جمعی باعث تحرک اجتماعی گردیده است و این بدان معنی است که شبکه ارتباطات جمعی هم شاخص و هم عامل تغییرند. پائولو فریره (Paulo Freire) از متفکران ارتباطات با لرنر هم عقیده است. وی با تأکید بر نقش هوشیار سازی و راهنمایی وسایل ارتباط جمعی، تأثیر آن را در ارتقای فرهنگ جامعه، اساسی می‌داند.

با توجه به مطالب ارائه شده، این مسئله مطرح می‌شود که آیا توجه به تغییر و تحولات به وجود آمده در سطح بین‌الملل در راستای حل مشکلات و تبعیضات علیه

زنان که متعاقب آن دولت‌ها نیز سعی داشته‌اند تا حدودی در برنامه‌ها و قوانین خود تجدید نظر کنند و همچنین، روند روبه رشد حرکت، فعالیت و مشارکت زنان در کشور خودمان و نیز حوادث و اتفاقات طبیعی مربوط به زنان منجر به این می‌شود که اخبار و مسائل زنان در رسانه‌ها از جمله خبرگزاری جمهوری اسلامی در نوسان باشد و به عبارتی محدودیت پیدا کند. یا عوامل خاصی همچون ملاحظات قانونی در ایفای وظیفه اطلاع رسانی و آموزش برای رسانه مورد نظر، اهداف و خط مشی رسانه (سیاست خبری)، دروازه‌بانان و گزینش‌گران خبر، شرایط سیاسی - اجتماعی حاکم بر سه دوره مورد بررسی (سال‌های ۱۳۶۱، ۱۳۷۱ و ۱۳۸۱) و وجود گفتمان‌های غالب در هر دوره با روی کار آمدن دولت‌های جدید، در نحوه پرداختن به موضوعات و مسائل زنان به لحاظ کمی و کیفی تأثیر شگرفی خواهد گذاشت. از اینرو فرضیات زیر را می‌توان مطرح کرد:

فرضیه‌های تحقیق

- ۱- به نظر می‌رسد تفاوت معنی‌داری بین ساختار موضوعی (مضمون) مطالب مربوط به زنان در سه دوره مورد بررسی وجود دارد.
- ۲- به نظر می‌رسد تفاوت معنی‌داری بین ارزش‌های خبری مطالب مربوط به زنان در سه دوره مورد بررسی وجود دارد.
- ۳- به نظر می‌رسد تفاوت معنی‌داری بین عناصر خبری مطالب مربوط به زنان در سه دوره مورد بررسی وجود دارد.
- ۴- به نظر می‌رسد تفاوت معنی‌داری بین آفرینندگان مطالب مربوط به زنان در سه دوره مورد بررسی وجود دارد.
- ۵- به نظر می‌رسد تفاوت معنی‌داری بین منطقه رویداد خبری (داخلی یا خارجی

- بودن مطالب زنان) در سه دوره مورد بررسی وجود دارد.
- ۶- به نظر می‌رسد تفاوت معنی‌داری بین جهت‌گیری مطالب مربوط به زنان در سه دوره مورد بررسی وجود دارد.
- ۷- به نظر می‌رسد تفاوت معنی‌داری بین حجم (اندازه) مطالب مربوط به زنان در سه دوره مورد بررسی وجود دارد.
- ۸- به نظر می‌رسد تفاوت معنی‌داری بین ماهیت مطلب (رویدادگرا بودن و فرآیندگرا بودن) در سه دوره مورد بررسی وجود دارد.

روش‌شناسی تحقیق

روش تحقیق در این پژوهش، تحلیل محتوا است. این روش از پرکاربردترین روش‌ها در علوم ارتباطات محسوب می‌شود. در روش تحلیل محتوا، به جای مشاهده مستقیم رفتار افراد یا پرسش در مورد آن، به پیام‌ها و آثاری که آنان به وجود آورده‌اند توجه می‌شود و مورد تحلیل و بررسی قرار می‌گیرد.

مطالعه‌ای که براساس تحلیل محتوا صورت می‌گیرد، غالباً در پی شناخت ارزش‌های فرهنگی و دیدگاه‌های اجتماعی عمده است که در رسانه‌ها عرضه می‌شوند. این روش به محقق امکان می‌دهد با بررسی یکی از رسانه‌ها در دوره معینی به مطالعه تغییرات وجود محتوای آن در طول زمان بپردازد و گاهی ممکن است به مجموعه جالبی از اطلاعات دست یابد.

جامعه آماری تحقیق، شامل کلیه مطالب مربوط به زنان است که توسط خبرگزاری جمهوری اسلامی طی سال‌های ۱۳۶۱، ۱۳۷۱ و ۱۳۸۱ جمع‌آوری، تهیه و تنظیم شده است. روش نمونه‌گیری، از نوع طبقه‌ای متناسب است، به این ترتیب که در هر یک از سال‌های مورد بررسی، ایام هفته در هر یک از فصل‌ها به عنوان نمونه انتخاب شده‌اند.

لذا در هر سال مجموعاً مطالب ۲۸ روز و در مجموع سه دوره، مطالب ۸۴ روز مورد بررسی قرار گرفته‌اند.

در این بررسی، از روش تحلیل محتوا استفاده شده است، بعد از انتخاب نمونه‌های آماری، اطلاعات لازم براساس دستورالعمل کدگذاری ثبت گردید، سپس با استفاده از نرم‌افزار SPSS و به کارگیری آزمون X² و جدول‌های توزیع فراوانی به تجزیه و تحلیل اطلاعات به دست آمده پرداختیم.

از آن جایی که روش تحلیل محتوا، مستلزم ابداع شیوه بدیع در دسته‌بندی و کدگذاری محتوای مورد بررسی است که باید از اعتبار و پایایی برخوردار باشد، از این رو و به منظور کسب اعتماد از جامع و مانع بودن تعاریف عملیاتی متغیرهای تحقیق و رعایت دقت در کدگذاری مطالب، از فرمول ویلیام اسکات جهت محاسبه ضریب قابلیت اعتماد، استفاده کردیم. سه متغیر «ساختار موضوعی مطالب»، «ارزش‌های خبری» و «عناصر خبری» به ترتیب با ضریب پایایی ۰/۹۱/۱۷، ۰/۹۰۸۱ و ۰/۸۹/۱۲ مورد قبول واقع شدند.

توصیف یافته‌ها

حدود یک چهارم از مطالب مربوط به زنان در خبرگزاری جمهوری اسلامی به لحاظ ساختار موضوعی دارای مضمون سیاسی است. به عبارت دیگر، ۲۵/۵ درصد از مطالب مورد بررسی، مربوط به موضوعات سیاسی زنان از جمله مشارکت سیاسی، حقوق بشر و آزادی، تظاهرات و راهپیمایی زنان، سهم زنان در مجالس و... است. پس از آن مطالب دارای مضمون اجتماعی با ۱۲/۵ درصد، موضوعات حقوقی با ۱۱/۲ درصد، موضوعات پزشکی و بهداشتی با ۲/۱۱ درصد، موضوعات اقتصادی با ۷/۵ درصد، موضوعات دینی - مذهبی با ۶/۵ درصد و کم‌ترین میزان از مطالب زنان با

مضمون‌های آموزشی و حوادث هر کدام با ۲/۸ درصد در رده‌های بعدی قرار دارند.

جدول شماره ۱- توزیع فراوانی و درصد ساختار موضوعی مطالب مربوط به زنان در ایران

درصد	فراوانی	ساختار موضوعی مطالب
۲۵/۵	۸۲	موضوعات سیاسی
۱۲/۵	۴۰	موضوعات اجتماعی
۷/۵	۲۴	موضوعات اقتصادی
۹/۳	۳۰	موضوعات فرهنگی
۲/۸	۹	موضوعات آموزشی
۱۱/۲	۳۶	موضوعات حقوقی
۶/۵	۲۱	موضوعات دینی - مذهبی
۱۱/۲	۳۶	موضوعات پزشکی
۲/۸	۹	اخبار حوادث و اتفاقات
۱۰/۶	۳۴	موضوعات ورزشی
۱۰۰	۳۲۱	جمع

در زمینه انعکاس مسائل و مشکلات زنان، مطالب در خوری به چشم نمی‌خورد، به طوری که فقط ۱۷/۵ درصد از کل مطالب مربوط به زنان را شامل می‌شود. به عبارتی مسائل و مشکلات زنان جایگاه خوبی در بین مطالب مربوط به زنان در خبرگزاری جمهوری اسلامی ندارد.

مطالب مربوط به زنان در خبرگزاری جمهوری اسلامی عمدتاً با عنصر خبری «چه» به میزان ۵۷/۹ درصد، تنظیم شده‌اند. مجموعه دولت (کارکنان سازمان‌های دولتی)

۳۱/۸ درصد مطالب مربوط به زنان را به وجود آورده‌اند. به عبارت دیگر، خبرگزاری جمهوری اسلامی، مطالبی از زنان را انعکاس داده‌اند که آفرینندگان آن مجموعه دولت بوده‌اند (دیدگاه دولت را انعکاس داده‌اند).

جدول شماره ۲- توزیع فراوانی و درصد مسائل و مشکلات زنان

درصد	فراوانی	مسائل و مشکلات زنان
۲/۱	۷	بررسی مسائل سیاسی زنان
۴/۷	۱۵	بررسی مسائل اجتماعی زنان
۲/۵	۸	بررسی مسائل اقتصادی زنان
۱/۶	۵	بررسی مسائل فرهنگی زنان
۱/۶	۵	بررسی مسائل حقوقی زنان
۳/۴	۱۲	بررسی مسائل پزشکی زنان
۱/۶	۵	بررسی مسائل ورزشی زنان
۱۷/۵	۵۷	جمع

یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد ۶۸/۸ درصد از مطالب مربوط به زنان در خبرگزاری جمهوری اسلامی ایران، دارای جهت گیری مثبت، ۲۲/۱ درصد فاقد جهت گیری و ۹ درصد دارای جهت گیری منفی است. بیش از سه چهارم مطالب مربوط به زنان یعنی ۷۷/۹ درصد دارای کارکرد اطلاع رسانی و کم‌تر از یک چهارم مطالب مربوط به زنان یعنی ۲۲/۱ درصد دارای کارکرد آموزشی هستند.

فرضیه آزمایی

فرضیه اول: به نظر می‌رسد تفاوت معنی‌داری بین ساختار موضوعی مطالب مربوط به زنان در سه دوره مورد بررسی وجود دارد.

آزمون محاسبه شده X^2 در سطح اطمینان بالاتر از ۹۵ درصد تفاوت معنی‌داری را بین دوره‌های مورد بررسی به لحاظ ساختار موضوعی نشان می‌دهد. بنابراین فرضیه اول مورد تأیید واقع شده است.

در حالی که در سال ۱۳۶۱ هیچ نوع مطالبی در حوزه حقوقی زنان وجود ندارد، در سال‌های ۱۳۷۱ و به ویژه سال ۱۳۸۱ حتی بیش از برخی حوزه‌ها به آن توجه شده است. در سال ۱۳۶۱ مطالب مربوط به زنان در حوزه‌های دینی - مذهبی، در سال ۱۳۷۱ در دو حوزه ورزشی و اجتماعی و در سال ۱۳۸۱ در حوزه‌های حقوقی و آموزشی - فرهنگی بیش‌ترین میزان را به خود اختصاص داده‌اند.

جدول شماره ۴ - بررسی رابطه بین ساختار موضوعی مطالب زنان و دوره‌های مورد بررسی

جمع	دوره‌های مورد بررسی			ساختار موضوعی مطالب مربوط به زنان
	۱۳۸۱	۱۳۷۱	۱۳۶۱	
۸۲	۴۹	۱۷	۱۶	موضوعات سیاسی
۱۰۰/۰	۵۹/۸	۲۰/۷	۱۹/۵	
۲۵/۵	۲۲/۴	۲۹/۳	۳۶/۴	
۲۵/۵	۱۵/۳	۵/۳	۵/۰	
۴۰	۲۹	۹	۲	موضوعات اجتماعی
۱۰۰/۰	۷۲/۵	۲۲/۵	۵/۰	
۱۲/۵	۱۳/۲	۱۵/۵	۴/۵	
۱۲/۵	۹/۰	۲/۸	۰/۶	

ادامه جدول شماره ۴

جمع	دوره‌های مورد بررسی			ساختار موضوعی مطالب مربوط به زنان
	۱۳۸۱	۱۳۷۱	۱۳۶۱	
۲۴	۲۰	۳	۱	موضوعات اقتصادی
۱۰۰/۰	۸۳/۳	۱۲/۵	۴/۲	
۷/۵	۹/۱	۵/۲	۲/۳	
۷/۵	۶/۲	۰/۹	۰/۳	
۳۹	۳۲	۴	۳	موضوعات فرهنگی - آموزشی
۱۰۰/۰	۸۲/۱	۱۰/۳	۷/۷	
۱۲/۱	۱۴/۶	۶/۹	۶/۸	
۱۲/۱	۱۰/۰	۱/۲	۰/۹	
۳۶	۳۱	۵		موضوعات حقوقی
	۱۰۰/۰	۸۶/۱	۱۳/۹	
	۱۱/۲	۱۴/۲	۸/۶	
	۱۱/۲	۹/۷	۱/۶	
۲۱	۱۳	۱	۷	موضوعات دینی و مذهبی
۱۰۰/۰	۶۱/۹	۴/۸	۳۳/۳	
۶/۵	۵/۹	۱/۷	۱۵/۹	
۶/۵	۴/۰	۰/۳	۲/۲	
۳۶	۲۶	۴	۶	موضوعات پزشکی و بهداشتی
۱۰۰/۰	۷۲/۲	۱۱/۱	۱۶/۷	
۱۱/۲	۱۱/۹	۶/۹	۱۳/۶	
۱۱/۲	۸/۱	۱/۲	۱/۹	

ادامه جدول شماره ۴

جمع	دوره‌های مورد بررسی			ساختار موضوعی مطالب مربوط به زنان
	۱۳۸۱	۱۳۷۱	۱۳۶۱	
۹	۶		۳	حوادث و اتفاقات
۱۰۰/۰	۶۶/۷		۳۳/۳	
۲/۸	۲/۷		۶/۸	
۲/۸	۱/۹		۰/۹	
۳۴	۱۳	۱۵	۶	موضوعات ورزشی
۱۰۰/۰	۳۸/۲	۴۴/۱	۱۷/۶	
۱۰/۶	۵/۹	۲۵/۹	۱۳/۶	
۱۰/۶	۴/۰	۴/۷	۱/۹	
۳۲۱	۲۱۹	۵۸	۴۴	جمع
۱۰۰/۰	۶۸/۲	۱۸/۱	۱۳/۷	
۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	
۱۰۰/۰	۶۸/۲	۱۸/۱	۱۳/۷	

فرضیه دوم: به نظر می‌رسد تفاوت معنی‌داری بین ارزش‌های خبری مطالب مربوط به زنان در سه دوره مورد بررسی وجود دارد.

آزمون محاسبه شده X^2 در سطح اطمینان بالاتر از ۹۵ درصد تفاوت معنی‌داری را بین سه دوره مورد بررسی از نظر ارزش‌های خبری مطالب نشان می‌دهد. بنابراین فرضیه مذکور، تأیید می‌شود.

در حالی که در سال ۱۳۸۱ در انتخاب مطالب مربوط به زنان، از ارزش خبری

«شهرت + دربرگیری» بیش از سایر ارزش‌های خبری توجه شده است، در سال ۱۳۶۱ از ارزش خبری «شهرت» بیش از سایر ارزش‌های خبری توجه شده است. به عبارت دیگر در سال ۱۳۶۱ مطلب مربوط به زنان بیش‌تر به این دلیل انتخاب شده است که خود فرد از شهرت خاصی برخوردار بوده است و این در حالی است که در سال ۱۳۸۱ مطالبی از زنان انتخاب شده است که هم فرد یا سازمان و یا گروه و احزابی که آفریننده آن بوده‌اند مشهور بوده و هم این مطلب، تأثیر زیادی روی جامعه زنان و مسئولان و برنامه‌ریزان داشته است. پس به این ترتیب به راحتی می‌توان کیفیت مطالب مربوط به زنان را طی دوره‌های مختلف مورد ارزیابی قرار داد.

جدول شماره ۵- بررسی رابطه بین ارزش‌های خبری و دوره‌های مورد بررسی

جمع	دوره‌های مورد بررسی			ارزش‌های خبری مربوط به زنان
	۱۳۸۱	۱۳۷۱	۱۳۶۱	
۲۲	۱۳	۳	۶	ارزش خبری شهرت
۱۰۰/۰	۵۹/۱	۱۳/۶	۲۷/۳	
۶/۹	۵/۹	۵/۲	۱۳/۶	
۶/۹	۴/۰	۰/۹	۱/۹	
۸۳	۵۹	۱۰	۱۴	ارزش خبری در برگیری
۱۰۰/۰	۷۱/۱	۱۲/۰	۱۶/۹	
۲۵/۹	۲۶/۹	۱۷/۲	۳۱/۸	
۲۵/۹	۱۸/۴	۳/۱	۴/۴	
۶۵	۳۰	۲۱	۱۴	ارزش خبری برخوردار
۱۰۰/۰	۴۶/۲	۳۲/۳	۲۱/۵	
۲۰/۲	۱۳/۷	۳۶/۲	۳۱/۸	
۲۰/۲	۹/۳	۶/۵	۴/۴	

ادامه جدول شماره ۵

جمع	دوره‌های مورد بررسی			ارزش‌های خبری مربوط به زنان
	۱۳۸۱	۱۳۷۱	۱۳۶۱	
۱۱	۷	۳	۱	ارزش خبری عجیب و استثنا
۱۰۰/۰	۶۳/۶	۲۷/۳	۹/۱	
۳/۴	۳/۲	۵/۲	۲/۳	
۳/۴	۲/۲	۰/۹	۰/۳	
۲۶	۱۹	۵	۲	ارزش خبری شهرت + دربرگیری
۱۰۰/۰	۷۳/۱	۱۹/۲	۷/۷	
۸/۱	۸/۷	۸/۶	۴/۵	
۸/۱	۵/۹	۱/۶	۰/۶	
۱۳	۷	۴	۲	ارزش خبری شهرت + برخورد
۱۰۰/۰	۵۳/۸	۳۰/۸	۱۵/۴	
۴/۰	۳/۲	۶/۹	۴/۵	
۴/۰	۲/۲	۱/۲	۰/۶	
۱۰۱	۸۴	۱۲	۵	سایر ارزش‌های خبری
۱۰۰/۰	۸۳/۲	۱۱/۹	۵/۰	
۳۱/۵	۳۸/۴	۲۰/۷	۱۱/۴	
۳۱/۵	۲۶/۲	۳/۷	۱/۶	
۳۲۱	۲۱۹	۵۸	۴۴	جمع
۱۰۰/۰	۶۸/۲	۱۸/۱	۱۳/۷	
۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	
۱۰۰/۰	۶۸/۲	۱۸/۱	۱۳/۷	

فرضیه سوم: به نظر می‌رسد تفاوت معنی‌داری بین عناصر خبری برجسته مطالب مربوط به زنان در سه دوره مورد بررسی وجود دارد.

آزمون محاسبه شده X^2 در سطح اطمینان بالاتر از ۹۵ درصد تفاوت معنی‌داری را بین دوره‌های مورد بررسی از نظر عناصر خبری برجسته مطالب زنان نشان نمی‌دهد. بنابراین، فرضیه تأیید نمی‌شود.

در مبنای یافته‌های تحقیق در هر سه دوره، مطالب مربوطه به زنان به لحاظ عنصر خبری برجسته بیش‌تر با عنصر «چه» تنظیم شده‌اند. در سال ۱۳۶۱ به میزان ۶۳/۶ درصد، در سال ۱۳۷۱ با ۵۵/۲ درصد در سال ۱۳۸۱ با ۵۷/۲ درصد. همچنین در هر سه دوره عنصر «که» در تنظیم مطالب مربوط زنان جایگاه دوم را به خود اختصاص داده و دو عنصر «چرا» و «چگونه» در هر سه دوره مورد بررسی جایگاه بعدی را در تنظیم مطالب مربوط به زنان به خود اختصاص داده‌اند.

فرضیه چهارم: به نظر می‌رسد تفاوت معنی‌داری بین آفرینندگان مطالب مربوط به زنان در سه دوره مورد بررسی وجود دارد.

طبق آزمون محاسبه شده X^2 در سطح اطمینان بالاتر از ۹۵ درصد، بین دوره‌های مورد بررسی از نظر آفرینندگان مطالب مربوط به زنان تفاوت معنی‌داری وجود دارد. بنابراین فرضیه ذکر شده، تعیید می‌شود.

در سال‌های ۱۳۶۱ و ۱۳۷۱ اشخاص عادی به ترتیب با ۲۵ درصد و ۳۱ درصد آفرینندگان مطالب مربوط به زنان بوده‌اند، در حالی که در سال ۱۳۸۱ مجموعه دولت (دستگاه‌های دولتی) بیش‌تر از سایر مقولات با ۳۷/۴ درصد آفرینندگان مطالب مربوط به زنان هستند.

از نکات قابل توجه دیگر این که در سال ۱۳۸۱ تمام آفرینندگان مطالب در ایجاد

مطالب آنان سهیم‌اند و این نشان از قاعده‌مند شدن، تخصصی‌تر شدن و به روز شدن مسائل و موضوعات زنان است.

جدول شماره ۶ - بررسی رابطه بین آفرینندگان مطالب زنان و دوره‌های مورد بررسی

جمع	دوره‌های مورد بررسی			آفرینندگان مطالب مربوط به زنان
	۱۳۸۱	۱۳۷۱	۱۳۶۱	
۲۲	۱۵	۵	۲	مجلس و نمایندگان مجلس (قوه مقننه)
۱۰۰/۰	۶۸/۲	۲۲/۷	۹/۱	
۶/۹	۶/۸	۸/۶	۴/۵	
۶/۹	۴/۷	۱/۶	۰/۶	
۱۰۲	۸۲	۱۰	۱۰	دولت و کارکنان دولت
۱۰۰/۰	۸۰/۴	۹/۸	۹/۸	
۳۱/۸	۳۷/۴	۱۷/۲	۲۲/۷	
۳۱/۸	۲۵/۵	۳/۱	۳/۱	
۱۸	۹	۲	۷	احزاب، انجمن‌ها و تشکل‌ها
۱۰۰/۰	۵۰/۰	۱۱/۱	۳۸/۹	
۵/۶	۴/۱	۳/۴	۱۵/۹	
۵/۶	۲/۸	۰/۶	۲/۲	
۴۲	۳۶	۳	۳	گروه‌های علمی - تخصصی
۱۰۰/۰	۸۵/۷	۷/۱	۷/۱	
۱۳/۱	۱۶/۴	۵/۲	۶/۸	
۱۳/۱	۱۱/۲	۰/۹	۰/۹	

ادامه جدول شماره ۶

جمع	دوره‌های مورد بررسی			آفرینندگان مطالب مربوط به زنان
	۱۳۸۱	۱۳۷۱	۱۳۶۱	
۱۳	۱۱	۱	۱	نهادهای حکومتی
۱۰۰/۰	۸۴/۶	۷/۷	۷/۷	
۴/۰	۵/۰	۱/۷	۲/۳	
۴/۰	۳/۴	۰/۳	۰/۳	
۶۰	۳۱	۱۸	۱۱	افراد و اشخاص عادی
۱۰۰/۰	۵۱/۷	۳۰/۰	۱۸/۳	
۱۸/۷	۱۴/۲	۳۱/۰	۲۵/۰	
۱۸/۷	۹/۷	۵/۶	۳/۴	
۶۴	۳۵	۱۹	۱۰	سایر
۱۰۰/۰	۵۴/۷	۲۹/۷	۱۵/۶	
۱۹/۹	۱۶/۰	۳۲/۸	۲۲/۷	
۱۹/۹	۱۰/۹	۵/۹	۳/۱	
۳۲۱	۲۱۹	۵۸	۴۴	جمع
۱۰۰/۰	۶۸/۲	۱۸/۱	۱۳/۷	
۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	
۱۰۰/۰	۶۸/۲	۱۸/۱	۱۳/۷	

$$X^2 = ۳۹/۵۱۸$$

$$d.f = ۱۲$$

$$P = ۰/۰۱$$

فرضیه پنجم: به نظر می‌رسد تفاوت معنی‌داری بین منطقه رویداد خبری (داخلی یا خارجی بودن مطالب زنان) در سه دوره مورد بررسی وجود دارد. در سطح اطمینان بالاتر از ۹۵ درصد آزمون X^2 محاسبه شده، تفاوت معنی‌داری بین سه دوره مورد بررسی از نظر منطقه رویداد خبری نشان می‌دهد. بنابراین فرضیه مذکور، مورد تأیید است. در حالی که در سال ۱۳۷۱ بیش‌ترین میزان از مطالب مربوط به زنان (۷۲/۴ درصد) مربوط به زنان سایر کشورهاست، در سال‌های ۱۳۶۱ و ۱۳۸۱ بیش‌ترین میزان از مطالب به ترتیب با ۵۲/۳ درصد و ۶۸ درصد به زنان داخل کشور مربوط است.

فرضیه ششم: به نظر می‌رسد تفاوت معنی‌داری بین جهت‌گیری مطالب مربوط به زنان در سه دوره مورد بررسی وجود دارد. آزمون X^2 در سطح اطمینان بالاتر از ۹۵ درصد تفاوت معنی‌داری را بین سه دوره مورد بررسی از نظر نوع جهت‌گیری مطالب نشان نمی‌دهد. بنابراین، فرضیه تعیینی نمی‌شود.

طبق یافته‌های تحقیق، در هر سه دوره مورد بررسی بیش‌ترین میزان از مطالب مربوط به زنان دارای جهت‌گیری مثبت (به ترتیب ۵۹/۱ درصد در سال ۱۳۶۱، ۶۷/۲ درصد در سال ۱۳۷۱ و ۷۱/۲ درصد در سال ۱۳۸۱) و کم‌ترین میزان از مطالب مربوط به زنان دارای جهت‌گیری منفی (به ترتیب ۱۱/۴ درصد در سال ۱۳۶۱، ۱۸/۶ درصد در سال ۱۳۷۱ و ۸/۷ درصد در سال ۱۳۸۱) است. بنابر یافته‌های تحقیق، مطالب مربوط به زنان دارای جهت‌گیری مثبت روند صعودی دارد.

فرضیه هفتم: به نظر می‌رسد تفاوت معنی‌داری بین حجم (اندازه سطری) مطالب مربوط

به زنان در سه دوره مورد بررسی وجود دارد.

آزمون X^2 محاسبه شده در سطح اطمینان بالاتر از ۹۵ درصد، بین دوره‌های مورد بررسی از نظر حجم (اندازه) مطالب تفاوت معنی داری را نشان می‌دهد. بنابراین، فرضیه تأیید می‌شود.

در حالی که در سال ۱۳۶۱ بیش‌ترین میزان (۴۷/۷ درصد) از مطالب مربوط به زنان در کم‌تر از ۱۰ سطر ارائه شده‌اند، در سال ۱۳۷۱ بیش‌ترین میزان با ۳۹/۷ درصد بین ۱۱ تا ۲۰ سطر (حجم متوسط) و در سال ۱۳۸۱ بیش‌ترین میزان با ۴۳/۴ درصد در بیش از ۲۰ سطر (حجم زیاد) ارائه شده‌اند. به عبارت دیگر، به مرور زمان خبرگزاری جمهوری اسلامی در انعکاس مطالب مربوط به زنان فضای بیش‌تری به آن اختصاص می‌دهند.

فرضیه هشتم: به نظر می‌رسد تفاوت معنی داری بین ماهیت مطالب (به لحاظ رویدادگرا و فرآیندگرا بودن) در سه دوره مورد بررسی وجود دارد.

آزمون X^2 در سطح اطمینان ۹۵ درصد، تفاوت معنی داری بین سه دوره مورد بررسی از نظر ماهیت مطالب نشان می‌دهد. بنابراین، فرضیه مورد تعیید است. در حالی که بیش‌ترین میزان از مطالب مربوط به زنان یعنی ۶۵/۹ درصد دارای ماهیت رویدادگرایی است، در سال‌های ۱۳۷۱ و ۱۳۸۱ بیش‌ترین میزان به ترتیب ۵۵/۲ درصد و ۵۷/۵ درصد دارای ماهیت فرآیندگرایی است. به بیان دیگر در سال ۱۳۶۱ مطالب مربوط به زنان تأثیر چندانی روی برنامه‌ریزی و سیاستگذاری یا خواننده نمی‌گذاشت و با درج و انعکاس، در همان زمان آثار آن از بین می‌رفت، در حالی که در سال‌های ۱۳۷۱ و ۱۳۸۱ مطالبی از زنان انعکاس یافته‌اند که بر هر دو مورد فو الذکر تأثیر دراز مدتی می‌گذارند.

نتیجه‌گیری

حضور زن در صحنه‌های مختلف و امور گوناگون در جامعه امروز ما که به وضوح دیده می‌شود، بی‌شک بخشی از آن حاصل حرکت‌ها، فعالیت‌ها و تأثیر تدابیر سازمان‌های بین‌المللی در راستای دفاع از حقوق زنان و بهبود وضعیت آنان است. اما آنچه مهم است، این نکته است که جهت برقراری تعادل نسبی در موقعیت‌ها و فراهم نمودن فرصت‌های برابر بین زن و مرد و رفع محرومیت‌ها و تبعیضات علیه زنان نیازمند آگاهی و ارتقای شعور جمعی است که نقش رسانه‌ها در این خصوص بسیار حساس، جدی و تعیین‌کننده است. به ویژه برای جامعه‌ای مثل جامعه ما که در مسیر رشد و توسعه قرار دارند و این حرکت در ابتدای راه است، این نقش دو چندان می‌شود.

برداشت‌های ذهنی افراد نسبت به موضوع و مسائل زنان، حاصل مشاهداتی است که روزانه از طریق رسانه‌های مختلف مثل رادیو - تلویزیون، مطبوعات و نشریات، ماهواره و اینترنت و چه بسا نتایج تحقیقات علمی که در این زمینه صورت گرفته است، به عنوان یک مسئله یا واقعیت مطرح می‌شود. ولی این فرض، زمانی قابل دفاع است که با استفاده از یک روش علمی و در حوزه‌ای معین و به دور از هرگونه پیش‌داوری، انگاره‌سازی و سوگیری به دست آید و آمار و ارقام از این طریق مستدل و مستند گردد. بررسی حاضر، در مورد تمامی مطالب مربوط به زنان در خبرگزاری جمهوری اسلامی ایران در سه دوره ۱۳۶۱، ۱۳۷۱ و ۱۳۸۱ انجام گرفت تا بخشی از زاویه‌های پنهان و دور از دسترس فعالیت این رسانه خبری را در این زمینه بررسی نماید. در مجموع یافته‌های تحقیق نشان داد که انعکاس مطالب مربوط به زنان در خبرگزاری جمهوری اسلامی از چند وجه قابل‌تعمل است:

۱- کارکرد رسانه‌ها تنها به انعکاس اخبار و اطلاعات منحصر نمی‌شود، بلکه در کنار آن باید به مجموعه‌ای از مسائل و معضلات مهم اجتماعی با ارائه و با هدف آموزش و

هوشیاری سازی پرداخت. متأسفانه یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد بیش از سه چهارم مطالب مربوط به زنان در خبرگزاری جمهوری اسلامی ایران، صرفاً کارکرد اطلاع‌رسانی دارند و تنها ۲۲/۱ درصد مطالب مربوط به زنان دارای کارکرد آموزشی هستند.

۲- موضوعات و مسائل زنان صورت و هویت جمعی دراد و یک مسئلهٔ اجتماعی تلقی می‌شود، لذا در شرایط حساس امروزی، جهت بحث و بررسی، روشنگری و نیز عمق‌نگری این گونه مسائل باید از طریق طرح دیدگاه‌ها و نگرش‌های متخصصان و کارشناسان امور زنان و در سبک‌های مصاحبه و تفسیر اقدام کرد. اما یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که تنها ۱/۸ درصد از مطالب مربوط به زنان در این سبک ارائه شده‌اند.

۳- علاوه بر آن، در وهلهٔ اول باید مسائل و موضوعات زنان داخل کشور، در اولویت هر یک از رسانه‌های کشور قرار گیرد. اما متأسفانه داده‌های تحقیق در این خصوص هم مطلوب نیست و فاصلهٔ اندکی بین مطالب مربوط به زنان ایرانی و زنان سایر کشورها مشاهده می‌شود (۵۲/۳ درصد در مقابل ۴۷/۶ درصد).

متعاقباً به چند نکتهٔ حایز اهمیت و مثبت که ناشی از مقایسه سه دورهٔ مورد بررسی است، اشاره می‌کنیم.

۱- یافته‌های به دست آمده نشان می‌دهد، به لحاظ کمی مطالب مربوط به زنان در خبرگزاری جمهوری اسلامی ایران در سال ۱۳۸۱ نسبت به دوره‌های ۱۳۶۱ و ۱۳۷۱ به میزان پنج برابر افزایش یافته است و یک روند صعودی دارد. یافته‌های پژوهش در زمینهٔ حجم ارائهٔ مطالب نیز این نکته را تعیید می‌کند. چراکه بیش‌ترین میزان از مطالب زنان در سال ۱۳۸۱ در حجم بیش از ۲۰ سطر ارائه شده‌اند.

۲- به لحاظ ساختار موضوعی هم نکات قابل توجهی مشاهده می‌شود. به طوری که در سال ۱۳۸۱ به تمامی موضوعات و مسائل زنان از جمله سیاسی، حقوقی، اقتصادی،

آموزشی و ... تقریباً به یکسان پرداخته شده است. این در حالی است که در دو دوره قبلی چنین نظامی حاکم نبوده است و در هر دوره به پاره‌ای از موضوعات زنان پرداخته می‌شد.

مجموعه دولت (دستگاه‌های دولتی) بیش‌ترین میزان از مطالب مربوط به زنان را به وجود آورده‌اند و این نشان‌دهنده توجه دولتمردان به مسائل و موضوعات زنان است.

پیشنهادها

۱- در مجموع با توجه به یافته‌های تحقیق، توجه بیش از پیش به مسائل و موضوعات زنان هم به لحاظ کمی و هم به لحاظ کیفی در خبرگزاری جمهوری اسلامی ضروری می‌نماید.

۲- جهت پوشش مناسب و عمق نگری مسائل زنان، استفاده از دیدگاه‌های صاحب‌نظران و کارشناسان مسائل زنان و پرداختن به آن در سبک‌های مصاحبه و تفسیر اقدامی مفید و موثر به نظر می‌رسد.

۳- با توجه به این که امروزه، تقریباً در تمامی رسانه‌ها به موضوعات و مسائل زنان پرداخته می‌شود، لذا پیشنهاد می‌شود تحقیقات مشابهی از محتوای فیلم‌های سینما و تلویزیون، برنامه‌های مختلف رادیو تلویزیونی، مطالب و اخبار روزنامه‌ها و نشریات و سایت‌های اینترنتی به عمل آید.

۴- با توجه به این که واحد مرکزی خبر سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی و نیز سایر خبرگزاری‌های کشور اقدام به جمع‌آوری خبر از نقاط مختلف کشور و دنیا می‌نمایند، پیشنهاد می‌شود تحقیقات مقایسه‌ای در این زمینه صورت گیرد.

منابع

- کتاب زن. علم، صنعت و توسعه. تهران: دفتر امور زنان ریاست جمهوری، ۱۳۷۴.
- کریمی فرد، علی یار. سیمای زن در خبرگزاری جمهوری اسلامی ایران. «بررسی مطالب مربوط به زنان در خبرگزاری جمهوری اسلامی ایران در سه مقطع ۱۳۶۱، ۱۳۷۱ و ۱۳۸۱». پایان نامه کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی، استاد راهنما: دکتر علی اصغر کیا، استاد مشاور: دکتر نعیم بدیعی، ۱۳۸۳.
- مشیرزاده، حمیرا. از جنبش تا نظریه اجتماعی: تاریخ دو قرن فمینیسم. تهران: شیرازه، ۱۳۸۲.
- ناصری زاده، فاطمه. برجسته سازی اخبار تلویزیونی ایران و مقایسه آن با روزنامه های تهران. پایان نامه کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی، ۱۳۸۱.
- Shaw, Donald and Maxwell E. MacCombs. *The Agenda Setting Function of the Press*. Stpulmin: West Publish, 1999.