

رابطه گرایش سیاسی دولت‌ها و هنجارهای شغلی روزنامه‌نگاری با حضور زنان در

روزنامه‌ها

احمد شکرچی: دانشیار گروه پژوهش علوم اجتماعی، دانشکده ادبیات دانشگاه شهید بهشتی،

shekarchi.sociology@gmail.com

شمیم شرافت: دانشجوی کارشناسی ارشد پژوهش علوم اجتماعی، دانشکده ادبیات دانشگاه شهید بهشتی

Shamim.sherafat@gmail.com

چکیده: در حرفه روزنامه‌نگاری قوانینی نوشته‌شده وجود دارند که تحت عنوان قانون مطبوعات بر فعالیت روزنامه‌ها نظارت می‌کنند. قوانین نانوشته نیز با توجه به گرایش سیاسی روزنامه و هنجارهای اجتماعی موجود در محیط روزنامه‌نگاری بر محتوای تولیدشده و حضور زنان روزنامه‌نگار در این فضا تأثیرگذارند. در این پژوهش که مبتنی بر دو روش «تحلیل محتوای روزنامه‌ها» و «مصاحبه با روزنامه‌نگاران» است، تأثیر دولت‌ها و هنجارهای شغلی روزنامه‌نگاری بر حضور زنان در روزنامه‌ها مطالعه می‌شود. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد دولت‌های روی کار آمده بر محتوای روزنامه‌ها تأثیرگذارند و بدین طریق بر حضور نویسندگان زن و بازنمایی زنان در روزنامه‌ها نیز تأثیر می‌گذارند. زنان روزنامه‌نگار به نشر مطالب پیشرو درباره‌ی هم‌جنس خود می‌پردازند اما مردان روزنامه‌نگار در این مورد متفاوت‌اند. مردان اصلاح‌طلب بیش‌تر تحت تأثیر دولت‌ها قرار می‌گیرند و مردان محافظه‌کار در دولت‌های مختلف به بازتولید کلیشه‌های جنسیتی می‌پردازند. همچنین هنجارهای جامعه می‌تواند محیط کار و متقابلاً وضعیت زنان و ارتقاء آن‌ها را تحت تأثیر قرار دهد.

واژگان کلیدی: زنان، مطبوعات، قوانین غیررسمی، زنان روزنامه‌نگار.

مقدمه

حضور زنان در روزنامه‌ها تحت تاثیر دولت‌ها و گرایش سیاسی روزنامه دارای کمیت و کیفیت متفاوتی است. منظور از حضور زنان در روزنامه‌ها، میزان اخباری که به آن‌ها اختصاص داده می‌شود، صفحاتی که در آن به زنان پرداخته می‌شود، تصاویر و محتوای اخبار مختص به آنان و همچنین نقش خود زنان به عنوان کنشگر، چه روزنامه‌نگار، چه متخصص در روزنامه‌ها است. تراب‌پرور (۱۳۸۴) گزارش وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی را در مورد وضعیت زنان در مطبوعات طی سال‌های ۱۳۷۴ تا ۱۳۷۸ مطالعه کرده است:

مطالعه فعالیت زنان در رسانه‌ها اعم از رادیو، تلویزیون و مطبوعات و ناشران نشان می‌دهد که اوج فعالیت زنان در رسانه‌ها به نیمه دوم سال ۷۶ و نیمه اول سال ۷۷ مربوط بوده. متأسفانه در سال ۷۸ و ۷۹ سیر نزولی داشته است. این می‌تواند نشانگر تحت تاثیر قرار گرفتن موضوعات زنان در درگیری‌های جناح‌های سیاسی باشد. تصویب لایحه منع استفاده ابزاری از تصاویر زنان در رسانه‌ها، تعطیلی روزنامه‌ی زن، زندانی شدن موقت سه زن نویسنده و ناشر، تصویب قانون جدید مطبوعات و سرانجام تعطیل شدن سه مجله که مدیرمسئول زن داشتند، همگی نشانگر آن است که فعالیت زنان در رسانه‌های ایران تحت تاثیر حوادث سیاسی بوده و بسیار آسیب‌پذیر است (تراب‌پرور، ص ۱۳۲).

گرایش سیاسی روزنامه‌ها و دولت‌ها تا چه حد بر حضور زنان (حضور فیزیکی زنان به صورت نویسنده و تعداد مطالب مربوط به زنان) در روزنامه تأثیرگذارند؟ هنجارهای محیط روزنامه‌نگاری چه تاثیری بر حضور زنان در روزنامه‌ها دارند؟ با توجه به این سوال‌ها و مطالعه‌ی قانون مطبوعات محققین به مطالعه‌ی قوانین نانوشته‌ای که در قالب هنجار و امر سیاسی در متن و فضای روزنامه خود را بروز می‌دهند پرداختند. در این‌جا هنجار با روش مصاحبه و امر سیاسی (گرایش سیاسی دولت و روزنامه) با تحلیل محتوای روزنامه‌ها کنکاش شده است. دو فرض اصلی در تحقیق این است: تغییر حضور زنان در مطبوعات تابعی است از تغییرات سیاسی. به این معنا که با تغییر دولت‌ها حضور زنان نیز در متن و یا در محیط روزنامه‌نگاری از لحاظ کمیت و کیفیت دستخوش تغییر می‌شود. این فرض با تحلیل محتوای روزنامه‌ها سنجدیده می‌شود به این صورت که ابتدا کمیت و کیفیت حضور زنان در روزنامه‌ها عملیاتی شده و میزان و نوع آنها با روش تحلیل محتوا استخراج شده است. برای آزمون فرضیه در این مرحله نیز معناداری تفاوت میانگین حضور زنان براساس گرایش سیاسی دولت‌ها، گرایش سیاسی خود روزنامه‌ها و جنسیت روزنامه‌نگاران آزمون می‌شود. دیگر این که تغییر در حضور زنان در مطبوعات تابعی است از هنجارهای غیررسمی و درون‌سازمانی. این فرض نیز با مصاحبه با روزنامه‌نگاران کنکاش می‌شود.

مروری بر نظریات زنان و رسانه:

در خصوص حضور زنان در رسانه‌ها اسمیت (۱۹۸۷) اشاره کرده است که زنان در متون منفعل هستند، درحالی‌که تلاش‌ها در جهت سوژه بودن و فعال و تجربه‌گرا بودن آن‌ها است. تولیدکنندگان متن مردان هستند و معرفت تولیدی مردانه است. مطابق با نظرات وی، متون تأثیرگذارند و رسانه بر آگاهی افراد تأثیر می‌گذارد (سیدمن، ۱۳۸۶). پاتریشیا هیل کالینز (۱۹۹۲) با تأسی از اسمیت معتقد است که ایجاد باندهای مردانه به آنچه توسط مردان تولید می‌شود اولویت می‌دهد. زنان از تولید محتوا محروم می‌شوند و این موجب می‌گردد تا مردان اعتمادبه‌نفس بیشتری نسبت به زنان داشته باشند.

اسمیت (۱۹۷۲) اشاره می‌کند آنچه مردان می‌گویند همواره مهم تلقی می‌شود و نظرات زنان هم‌رتبه با مردان، نادیده انگاشته می‌شود. وی تأکید دارد که نگاه به زن در قالب اموری چون تولیدمثل، امور جنسی و عاطفی است. به نظر اسمیت روش برتر مطالعه روش کیفی و تفسیر و تحلیل متون به‌صورت انتقادی است (اسمیت، ۱۹۹۷).

لیزبت ون زونن در کارهای خود کلیشه‌های جنسیتی را که توسط رسانه‌ها بازتولید می‌شوند تحلیل کرده است (ون زونن، ۱۹۹۴). وی اشاره می‌کند که بیش‌تر متن‌ها یک خوانش مرجح دارند که با توجه به جایگاه اقتصادی و ایدئولوژیک بیش‌تر رسانه‌ها ارزش‌های مسلط یک جامعه را بازسازی می‌کنند. بازتولید کلیشه‌های جنسیتی در اخبار و توسط رسانه‌ها رخ می‌دهد. این مردان هستند که اخبار را تولید می‌کنند، پس محتوای تولیدشده نیز مردانه است. و چوکوا (۲۰۰۸) به نقل از ون زونن اشاره می‌کند که حضور مردان در مناصب بالا و حضور زنان در مراتب پایین‌تر موجب بازتولید نابرابری در محیط کار است. لایوی (۲۰۰۴) نیز معتقد است، ساختار مردسالار موجب ایجاد رقابت منفی زنان با یکدیگر در محیط کار می‌شود.

مطابق با مطالعات گالاگر (۲۰۰۲) زنان در اخبار حاشیه‌ای نقش بیش‌تری دارند، همچون ستاره‌های سینما یا تبلیغات رسانه‌ای. آن‌ها جوان، زیبا و جذاب هستند و در ارتباط با شوهر، پدر، پسر، رئیس و یک مرد دیگر و به‌عنوان افراد کنش‌پذیر، دودل، سلطه‌پذیر و ضعیف نمایش داده می‌شوند. وی اشاره می‌کند که رسانه‌ها محافظه‌کار هستند و موجب تقویت ارزش‌های سنتی می‌شوند (گالاگر، ۱۳۷۹). رسانه‌ها مفاهیم فرزندپروری، مادری و درمجموع شخصیت‌های استاندارده شده کلیشه‌ای را بازتولید می‌کنند. گالاگر (۲۰۰۲) در مطالعه سقف شیشه‌ای آن را مانعی در پیشرفت زنان می‌داند که موجب حضور آن‌ها در پست‌های پایین‌تر می‌شود، زنان در محیط‌های کاری تلاش می‌کنند تا شبیه مردان و به‌خوبی آن‌ها شوند. همچنین مدیران تصور می‌کنند زنان به علت نان‌آور نبودن نیاز مالی و نیاز به ارتقا ندارند و دستمزد زنان و مردان در محیط کاری رسانه‌ای نابرابر است.

رویکرد محققین با استفاده از این متغیرها و مفاهیم طرح شده و سازگاری آنان با محیط اجتماعی و سیاسی ایران است. محققین با بهره‌گیری از پیشینه‌ی ادبیات پرداخته شده به زنان در محیط روزنامه‌نگاری و رویکرد نظری خویش درباره‌ی حضور فیزیکی زنان در روزنامه و محتوای مطالب روزنامه‌ها درباره‌ی زنان کنکاش نمودند.

روش تحقیق

روزنامه‌های منتخب در سال‌های ۱۳۶۷ (مقارن با آخرین سال ریاست جمهوری آیت‌الله سید علی خامنه‌ای) کیهان و اطلاعات و در ۱۳۷۵ (مقارن با آخرین سال ریاست جمهوری علی‌اکبر هاشمی رفسنجانی) کیهان و سلام بودند. در ۱۳۸۳ (مقارن با آخرین سال ریاست جمهوری سید محمد خاتمی) کیهان و اعتماد، و در ۱۳۹۱ (مقارن با آخرین سال ریاست جمهوری محمود احمدی‌نژاد) کیهان و اعتماد بودند. محققین تلاش کردند تا در هر دوره زمانی دو روزنامه با گرایش سیاسی متفاوت را تحلیل محتوا کنند. از آنجا که روزنامه کیهان تنها روزنامه کثیرالانتشاریست که با گرایش سیاسی واضح در دوره موردنظر تحقیق بوده و انتشار آن دچار انقطاع نشده به عنوان روزنامه بارز محافظه‌کار در تمام دوره‌ها انتخاب شد. انتشار روزنامه‌های اصلاح‌طلب در این دوره موردنظر زمان دقیق به صورت گسسته بوده و لذا در هر مقطع از بارزترین آنها به عنوان نمونه استفاده شده است. دو ماه خرداد و اسفند به علت تعیین‌کننده بودن این دو ماه از نظر سیاسی، اجتماعی و انتخاب روز شنبه به خاطر آغازگر بودن و پر مطلب بودن این روز در هفته بود. انتخاب آخرین سال ریاست جمهوری به این علت بود که دستاورد هر دولت پس از دوران ریاست جمهوری مورد مطالعه قرار گیرد. تعداد روزهای مورد مطالعه نیز ۳۲ روز بود.

در این تحقیق از فن تحلیل محتوا برای یافتن کلیشه‌های جنسیتی در روزنامه‌ها استفاده کردیم. کلیشه‌های جنسیتی مطابق با نظریات مورد استفاده شامل حضور زنان در نرُم خبرها، حوادث، وابستگی زنان و پرداختن به زیبایی زنان می‌شود. با مطالعه روزنامه‌ها کلیشه‌ها یافت شده و پس از مقوله‌بندی تحلیل شده‌اند. در حین کار با شمارش تعداد اخبار مربوط به هر صفحه (همچون صفحه اول، سیاسی، اقتصادی و...) کمیت و کیفیت اخباری که مربوط به زنان بود تحلیل شد. پس از اتمام مطالعه کل اخبار روزنامه، محتواهای یادداشت شده را با توجه به بنیان نظری تحقیق مقوله‌بندی کردیم و مقوله‌های موردنظر را در فایل اکسل^۱ و اس پی اس اس^۲ وارد کردیم. سطح سنجش متغیرهای مستقل و وابسته اسمی است. برای آزمون فرضیه‌ها از جدول تقاطعی^۳ و آزمون‌های فی^۴، وی کرامر^۵، ضریب وابستگی^۶ و کی دو^۷ استفاده کردیم. سطح معنی‌داری ۰۰۰۵ در نظر گرفته شد.

روش دیگر در این تحقیق، مصاحبه بود. نوع مصاحبه‌ها، به علت انتخاب مصاحبه‌شوندگان از میان روزنامه‌نگاران، مصاحبه عمیق بوده است. جامعه‌ی آماری شامل روزنامه‌نگاران زن و مرد در طیف‌های مختلف سیاسی و سمت‌های مختلف در روزنامه‌های تهران در بازه‌ی زمانی مهر و آبان و آذر ۱۳۹۴ است. تعداد روزنامه‌نگاران مورد مصاحبه ۲۲ نفر بود (که پیش از آن ۵ نفر به‌صورت پایلوت مصاحبه شده بودند) که در طیفی از روزنامه‌های اصول‌گرا، خنثی و اصلاح‌طلب قلم‌زده‌اند. محققین با کدگذاری مصاحبه‌های انجام‌شده به تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها پرداختند. نویسندگان مصاحبه‌ها را ابتدا با روش کدگذاری باز به‌صورت خط به خط تحلیل کردند و سپس با کدگذاری محوری به خانواده‌ای از کدها تبدیل کردند. با کدگذاری گزینشی داده‌های یافت شده را در بستر و به‌صورت پیامدی تحلیل کردند و مقوله‌هایی از یافته‌ها تشکیل دادند.

یافته‌های تحقیق:

سوال اول تحقیق رابطه‌ی گرایش سیاسی روزنامه‌ها و دولت‌ها با حضور زنان در روزنامه‌ها بود. این سوال در چند بخش تحلیل شد. لازم به ذکر است که مقوله‌ها و طبقات تحلیل از تحلیل محتوای روزنامه‌ها به دست آمد. اما از آنجا که تکنیک تحلیل محتوا به تنهایی امکان سنجش رابطه‌ی میان متغیرها را به دست نمی‌دهد، تفاوت میان این مقوله‌ها براساس فرضیه‌های اصلی تحقیق آزمون شد. به این معنی که آیا فراوانی یک مقوله در روزنامه‌های اصلاح‌طلب تفاوت معناداری با فراوانی آن در روزنامه‌های اصول‌گرا دارد؟. همین روش در آزمون معناداری تفاوت در دولت‌ها و همین‌طور جنسیت روزنامه‌نگاران نیز بکار رفت:

رابطه‌ی گرایش سیاسی روزنامه‌ها با حضور زنان در روزنامه‌ها: مطابق با یافته‌های تحقیق گرایش سیاسی روزنامه با نحوه‌ی بازنمایی زنان در روزنامه رابطه معنادار نداشت. با اینکه روزنامه کیهان به‌عنوان رسانه‌ی محافظه‌کار، با اندک درصدی بیش‌تر از روزنامه‌های جناح دیگر به بازتولید کلیشه‌های جنسیتی پرداخت اما این تفاوت معنادار نبود. کنترل متغیر جنسیت نشان داد که گرایش سیاسی روزنامه بر نویسندگان زن تأثیر ندارد اما بر روزنامه‌نگاران مرد تأثیرگذار بود و نویسندگان مرد در روزنامه محافظه‌کار بیش‌تر به بازتولید کلیشه‌های جنسیتی می‌پرداختند.

با توجه به نظریات موجود و تحلیل مطالب روزنامه‌ها معرف‌های باروری، قربانی جنسی/جسمی/ساختاری، مجرم، مادر و همسر و فرزند، مصرف‌کننده، زیبایی برای سنجیدن بازنمایی کلیشه و معرف‌های هویت مستقل، کار و تولید و پیشرفت، تخصص و قربانی ساختاری، برای بازنمایی زنان پیشرو در نظر گرفته شد. درصد مطالب در قالب معرف‌های مربوط به بازنمایی کلیشه‌ای در روزنامه‌ی کیهان ۵۸,۵ درصد و در روزنامه‌های دیگر ۴۸,۴ درصد است. اختلاف ۱۰ درصد حاکی از پرداخت کم‌تر روزنامه‌های دیگر در امور کلیشه‌ای است، اما سطح

معناداری ۰,۰۸ که بیش‌تر از ۰,۰۵ است نشان می‌دهد این رابطه در جامعه آماری وجود ندارد و فرضیه تأیید نمی‌شود.

جدول ۱. جدول تقاطعی متغیر نحوه بازنمایی بر حسب متغیر روزنامه

روزنامه			درصد و فراوانی	متغیر	
مجموع	اصلاح طلب	اصول‌گرا		پیشرو	نحوه بازنمایی
۱۴۵	۹۶	۴۹	تعداد		
%۴۷,۷	%۵۱,۶	%۴۱,۵	درصد در روزنامه		
۱۵۹	۹۰	۶۹	تعداد	نحوه بازنمایی	کلیشه
%۵۲,۳	%۴۸,۴	%۵۸,۵	درصد در روزنامه		
۳۰۴	۱۸۶	۱۱۸	تعداد	مجموع	
%۱۰۰	%۱۰۰	%۱۰۰	درصد در روزنامه		
آزمون معنی‌داری کی‌دو: ۰,۰۸۶					

با کنترل متغیر جنسیت در دو دسته روزنامه، درصدها نشان می‌دهند که گرایش سیاسی روزنامه بر نویسندگان زن تاثیر ندارد ولی بر نویسندگان مرد تأثیرگذار است. به طوری که نویسندگان زن محافظه‌کار ۶۷,۷ درصد به مسائل پیشرو و ۳۲,۳ درصد به امور کلیشه‌ای پرداخته‌اند و در روزنامه‌های اصلاح طلب ۶۹,۲ درصد درباره مسائل پیشرو و ۳۰,۸ درصد درباره مسائل کلیشه‌ای قلم زده‌اند. این امر نشان دهنده آن است که نویسندگان زن فارغ از گرایش سیاسی‌شان در روزنامه‌های اصلاح طلب و اصول‌گرا بیش‌تر به مسائل پیشرو می‌پردازند؛ اما نویسندگان مرد در روزنامه‌های محافظه‌کار ۳۰,۶ درصد مطالبشان به مسائل پیشرو مربوط به زنان و ۶۹,۴ درصد به مسائل کلیشه‌ای مربوط است ولی نویسندگان مرد در روزنامه‌های اصلاح طلب ۵۲,۲ درصد به مسائل کلیشه‌ای و ۴۷,۸ درصد به امور پیشرو مربوط به زنان پرداخته‌اند. اختلاف ۱۷ درصدی میان پرداختن به امور پیشرو در میان مردان نشان‌دهنده آن است که گرایش سیاسی روزنامه‌ها در بازنمایی زنان بر نویسندگان مرد تأثیرگذار است. به عبارت دیگر نویسندگان مرد اصلاح طلب، نسبت به نویسندگان مرد اصول‌گرا زنان را کم‌تر به صورت کلیشه‌ای نمایش می‌دهند که با شدت رابطه ۰,۱۷ و با ضریب معنی‌داری ۰,۰۱ در جامعه آماری تأیید می‌شود.

جدول ۲. جدول تقاطعی متغیر جنسیت نویسنده بر حسب متغیر روزنامه

مجموع	روزنامه		درصد و فراوانی	متغیر	
	اصلاح طلب	اصول گرا		نامعلوم	جنسیت نویسنده
۱۶	۱۴	۲	تعداد	زن	جنسیت نویسنده
%۴,۴	%۶,۴	%۱,۴	درصد در روزنامه		
۱۰۰	۵۷	۴۳	تعداد	مرد	جنسیت نویسنده
%۲۷,۲	%۲۵,۹	%۲۹,۳	درصد در روزنامه		
۲۵۱	۱۴۹	۱۰۲	تعداد	مجموع	جنسیت نویسنده
%۶۸,۴	%۶۷,۷	%۶۹,۴	درصد در روزنامه		
۳۶۷	۲۲۰	۱۴۷	تعداد	مجموع	جنسیت نویسنده
%۱۰۰	%۱۰۰	%۱۰۰	درصد در روزنامه		
آزمون معنی‌داری کی‌دو: ۰,۰۱					

در مرحله دوم رابطه گرایش سیاسی روزنامه با حضور فیزیکی زنان در قالب نویسنده در روزنامه‌ها تحلیل شد و یافته‌ها نشان داد که ۲۹,۳ درصد مطالب مربوط به زنان در روزنامه اصول‌گرا توسط نویسندگان زن نوشته شده است و در روزنامه اصلاح‌طلب این رقم ۲۵,۹ درصد است. در بررسی روزنامه‌ها طی دولت‌های مختلف، از میان ۲۶۲۴ مطلب روزنامه اصول‌گرا تنها ۴۳ مطلب توسط زنان نوشته شده است، معادل ۱,۶۴ درصد. در بین ۲۹۲۰ مطلب روزنامه اصلاح‌طلب نیز ۵۷ مطلب یعنی ۱,۹۵ درصد توسط زنان نوشته شده است. در نتیجه، گرایش سیاسی روزنامه‌ها با حضور روزنامه‌نگاران زن رابطه ندارد. با توجه به یافته‌ها در روزنامه‌های کیهان و اطلاعات، سلام و اعتماد تفاوت چندانی در تعداد مطالب روزنامه‌نگاران زن وجود نداشت. مطابق با فرضیه تحقیق که دولت‌های مختلف بر حضور روزنامه‌نگاران زن تأثیرگذار هستند. همان‌طور که در جدول زیر مشهود است در دولت محمد خاتمی درصد نویسندگان زن بیش از سایر دولت‌های مورد بررسی است که با سطح معناداری ۰,۰ فرضیه مورد نظر را تایید می‌کند و مشاهده می‌شود که در دولت اصلاح طلب حضور زنان در روزنامه بیش از سایر دولت‌ها بوده است. در سال ۱۳۶۷ ۳,۳٪ زن در روزنامه‌های مورد بررسی می‌نوشتند، در سال ۱۳۷۵، ۱۴,۳٪ نویسندگان زن حضور دارند، در سال ۱۳۸۳، ۳۶,۳٪ نویسندگان زن در روزنامه حضور دارند و در سال ۱۳۹۱، ۲۹,۸٪ نویسندگان زن در روزنامه‌ها حضور دارند.

جدول ۳. جنسیت نویسنده بر حسب دولت

مجموع	دولت				درصد و فراوانی	متغیر	
	احمدی نژاد	خاتمی	هاشمی	خامنه‌ای			
۱۶	۵	۱۱	۱۰۰٪	۰	تعداد	نامعلوم	جنسیت نویسنده
٪۴,۴	٪۴,۱	٪۷,۵	٪۰	٪۰	درصد در دولت		
۱۰۰	۳۶	۵۳	۱۰	۱	تعداد	زن	
٪۲۷,۲	٪۲۹,۸	٪۳۶,۳	٪۱۴,۳	٪۳,۳	درصد در دولت		
۲۵۱	۸۰	۸۲	۶۰	۲۹	تعداد	مرد	
٪۶۸,۴	٪۶۶,۱	٪۵۶,۲	٪۸۵,۷	٪۹۶,۷	درصد در دولت		
۳۶۷	۱۲۱	۱۴۶	۷۰	۳۰	تعداد	مجموع	
٪۱۰۰	٪۱۰۰	٪۱۰۰	٪۱۰۰	٪۱۰۰	درصد در دولت		
آزمون معنی داری فی: ۰,۰۰۰							

فرضیه ۴: گرایش سیاسی دولت‌ها با نحوه بازنمایی زنان در روزنامه‌ها رابطه دارد.

اسمیت جهان اجتماعی را امری جنسیتی می‌داند. جامعه از زنان توقع دارد تا احساساتی باشند، در نقش‌های حمایتی و مراقبتی ظاهر شوند و از مردان می‌خواهد تا پرخاشگر باشند و نقش‌های رهبری را بر عهده بگیرند. این امری اجتماعی است و نه طبیعی که توسط مردان تولید و بازتولید می‌شود و سلطه آن‌ها را تأکید می‌کند. بر اساس نظریات اسمیت جهان مردان و زنان جهانی اجتماعی و سیاسی (آن‌ها پدیده‌های اجتماعی - همان‌طور که در علوم اجتماعی گفته می‌شود - و پدیده‌هایی سیاسی - به تعبیر اسمیت - هستند) است. افراد یاد می‌گیرند فرادست یا فرودست باشند و به قول دوبووار یاد می‌گیرند زن باشند، به همین دلیل محقق اخبار روزنامه‌ها را در دو دسته کلیشه و پیشرو طبقه‌بندی کرد در مرحله سوم تأثیر گرایش سیاسی دولت‌ها بر بازنمایی زنان و حضور فیزیکی زنان روزنامه‌نگار در روزنامه‌ها کنکاش شد. طبق نظریات مطرح شده در بخش نظریات، نحوه بازنمایی زنان در روزنامه به دو صورت می‌تواند باشد؛ روزنامه‌های محافظه‌کار که در پی تثبیت وضعیت موجود هستند تمایل دارند نقش زن را در قالب نقش‌های کلیشه‌ای مادر و همسر و مصرف‌کننده نشان دهند که طبق نظریات مارگارت مید، دوروتی اسمیت، لیزبت ون زونن و مارگارت گالاگر این نقش‌ها توسط دنیای مردانه تعریف شده است و مبنای بیولوژیکی ندارد و می‌توان با بازنگری در این تعاریف گستره نقش زن را فراتر از نقش‌های کلیشه‌ای در نظر گرفت و شخصیتی

مستقل از مادر و همسر بودن برای او قائل شد. با توجه به پیشینه تحقیقات در زمینه روزنامه‌های ایران، فرض را بر این گرفته‌ایم که روزنامه‌های اصول‌گرا محافظه‌کار هستند و به بازنمایی زن کلیشه‌ای می‌پردازند؛ و روزنامه‌های اصلاح‌طلب به بازنمایی زن مستقل و خارج از کلیشه می‌پردازند. برای آزمون این فرضیه روزنامه‌های نمونه تحلیل محتوا شد و از آنجا که به صورت مستقیم سنجش رویکرد بازنمایی کلیشه‌ای و خارج از کلیشه ممکن نبود، به سنجش معرف‌هایی که با توجه به نظریات مربوط به زنان می‌توانست به منزله اندازه این دو رویکرد در نظر گرفته شود پرداخته شد، معرف‌های باروری، حجاب، قربانی جنسی/اجسمی/ساختاری، مجرم، مادر و همسر و فرزند، مصرف‌کننده، زیبایی برای سنجیدن بازنمایی کلیشه و معرف‌های هویت مستقل، کار و تولید و پیشرفت، تخصص و قربانی ساختاری، برای بازنمایی زنان پیشرو در نظر گرفته شد. در دوره آیت‌الله خامنه‌ای ۳۵٫۷ درصد، در دوران هاشمی رفسنجانی ۶۱٫۵ درصد در دوران محمد خاتمی ۵۵٫۸ درصد و در دوران محمود احمدی‌نژاد ۳۰٫۸ درصد به مطالب پیشرو پرداخته شده است؛ که با ضریب معناداری ۰٫۰ فرضیه صفر رد می‌شود. مطابق با یافته‌ها گرایش سیاسی دولت‌ها با نحوه بازنمایی زنان در روزنامه‌ها و نیز با حضور نویسندگان زن در روزنامه‌ها رابطه داشت. این عوامل از این حکایت داشتند که با تغییر دولت‌ها حضور نویسندگان زن و کم و کیف مطالب مربوط به آن‌ها نیز دستخوش تغییر می‌شود.

جدول ۴. جدول تقاطعی متغیر بازنمایی بر حسب دولت

مجموع	دولت				درصد و فراوانی	متغیر	
	احمدی‌نژاد	خاتمی	هاشمی	خامنه‌ای		پیشرو	نحوه بازنمایی
۱۴۵	۲۸	۶۷	۴۰	۱۰	تعداد		
%۴۷٫۷	%۳۰٫۸	%۵۵٫۸	%۶۱٫۵	%۳۵٫۷	درصد در دولت		
۱۵۹	۶۳	۵۳	۲۵	۱۸	تعداد	کلیشه	نحوه بازنمایی
%۵۲٫۳	%۶۹٫۲	%۴۴٫۲	%۳۸٫۵	%۶۴٫۳	درصد در دولت		
۳۰۴	۹۱	۱۲۰	۶۵	۲۸	تعداد	مجموع	
%۱۰۰	%۱۰۰	%۱۰۰	%۱۰۰	%۱۰۰	درصد در دولت		
آزمون معنی‌داری کی‌دو: ۰/۰۰۰							

فرضیه ۵: جنسیت نویسندگان با نحوه بازنمایی زنان رابطه دارد.

رابطه گرایش سیاسی دولت‌ها و...

مطابق با جدول زیر از ۱۰۰ درصد مطالبی که در روزنامه محافظه کار توسط مردان درباره زنان نوشته شده است، ۳۰,۶ درصد شامل مطالب پیشرو بودند و ۶۹,۴ نیز به بازتولید کلیشه‌ها پرداخته‌اند، همچنین ۶۷,۷ درصد زنان به مطالب پیشرو و ۳۲,۳ درصد به بازتولید کلیشه‌ها پرداخته‌اند؛ اما در روزنامه‌های اصلاح طلب ۴۷,۸ درصد مردان بازنمایی پیشرو از زنان داشته‌اند و ۵۲,۲ درصد بازنمایی کلیشه‌ای، در میان زنان نیز ۶۹,۲ درصد زنان مطالب پیشرو و ۳۰,۸ درصد مطالب کلیشه‌ای نوشته‌اند. چنین است که مردان در این نشریات بیش تر به بازتولید کلیشه‌های جنسیتی می‌پردازند و ضریب معناداری ۰,۰۰ نیز حاکی از پذیرفته شدن فرضیه است.

جدول ۵. رابطه نحوه بازنمایی و جنسیت نویسندگان در روزنامه‌ها

مجموع	جنسیت نویسنده			روزنامه				
	مرد	زن	نامعلوم	پیشرو		کلیشه		
۴۹	۲۶	۲۱	۲	تعداد	نحوه بازنمایی	اصول‌گرا	درصد در جنسیت نویسنده	
%۴۱,۵	%۳۰,۶	%۶۷,۷	%۱۰۰	درصد در جنسیت نویسنده				
۶۹	۵۹	۱۰	۰	تعداد	کلیشه			درصد در جنسیت نویسنده
%۵۸,۵	%۶۹,۴	%۳۲,۳	%۰	درصد در جنسیت نویسنده				
۱۱۸	۸۵	۳۱	۲	تعداد	مجموع		درصد در جنسیت نویسنده	
%۱۰۰	%۱۰۰	%۱۰۰	%۱۰۰	درصد در جنسیت نویسنده				
۹۶	۶۵	۲۷	۴	تعداد	پیشرو	نحوه بازنمایی	اصلاح طلب	
%۵۱,۶	%۴۷,۸	%۶۹,۲	%۳۶,۴	درصد در جنسیت نویسنده				
۹۰	۷۱	۱۲	۷	تعداد	کلیشه			درصد در جنسیت نویسنده
%۴۸,۴	%۵۲,۲	%۳۰,۸	%۶۳,۶	درصد در جنسیت نویسنده				
۱۸۶	۱۳۶	۳۹	۱۱	تعداد	مجموع		درصد در جنسیت نویسنده	
%۱۰۰	%۱۰۰	%۱۰۰	%۱۰۰	درصد در جنسیت نویسنده				

مقوله‌سازی یافته‌های حاصل از تحلیل محتوا:

قربانیان جسمی/جنسی و قربانیان سیاسی: صادقی فسایی و دیگران در پژوهش خود با عنوان «درک و تصور زنان از قربانی شدن» به بررسی تصور قربانی شدن در زنان شهر تهران پرداخته‌اند. محققین سه مفهوم

رابطه گرایش سیاسی دولت‌ها و...

اصلی قربانی شدن، از جمله حرمان زندگی (بر باد رفتن گذشته و آینده)، سلب اختیارات و منابع از افراد و آسیب‌پذیری را از مفاهیم به‌دست‌آمده استخراج کرده‌اند (صادقی فسایی و دیگران، ۱۳۹۲).

در این تحقیق زنان قربانی در محتوای روزنامه‌ها طبق آنچه مشاهده شده است در سه مقوله جای گرفتند: قربانیان جسمی شامل زنان مقتول، کتک‌خورده و یا آزار دیده؛ قربانیان جنسی شامل زنانی که به آنان تجاوز شده و قربانیان سیاسی/ساختاری نیز زنانی که به دلایل ساختاری و کلان از فرصت‌های گوناگون محروم شده‌اند، را شامل می‌شود. محرومیت از آموزش، محرومیت بهره‌مندی از سالن‌ها و اماکن ورزشی، محرومیت از عضویت در تشکل، محرومیت از ورود به ورزشگاه از این جمله‌اند. نوع این قربانیان در دو طیف روزنامه‌ها متفاوت بود. زنان در کیهان بیش‌تر قربانی جسمی بودند و در روزنامه‌های دیگر قربانی جنسی و سیاسی.

مجرمان بزهکار و مجرمان جنسی: در تحلیل محتوای روزنامه‌ها هنگام تحلیل زنانی که در صفحات حوادث به آن‌ها پرداخته شده بود، طبقه‌بندی از زنان مجرم به دست آمد: زنانی که به جرم کلاه‌برداری و یا دزدی مجرم شناخته شده‌اند شامل زنان فالگیر و زنان متهم به کلاه‌برداری (که عمدتاً به صورت خانوادگی دست به کلاه‌برداری زدند) بودند. در مورد دوم، شامل زنانی بود که در دفاع از عفت خود دست به قتل زده‌اند. محاکمه شهلا جاهد، عروس سیاه‌بخت و بسیاری زنان دیگر که در صفحه حوادث به آن‌ها پرداخته شده است، حاکی از وجود عامل جنسی در قتل بود.

تخصص فرعی و اصلی: زنان متخصص در دو طیف روزنامه‌ها به دو صورت متفاوت مشاهده شدند. زنان متخصص در روزنامه کیهان در عرصه‌های ورزشی، هنری و در صفحه مدرسه (مخصوص دانش‌آموزان) حضور داشتند؛ اما زنان متخصص در سایر روزنامه‌ها در عرصه‌های سیاست، اقتصاد، هنر، ورزش و کارآفرینی بودند. همچنین در سال‌های مذکور زنان در صفحه اول روزنامه کیهان حضور نداشته‌اند.

در بخش دوم، با زنان و مردان روزنامه‌ها از طیف‌های مختلف مصاحبه انجام شد تا وضعیت زنان در محیط‌های روزنامه‌نگاری از منظر خود آنان مطالعه شود. در این بخش تلاش شد هنجارهای نانوشته و قوانین غیررسمی حاکم بر روابط و مسائل شغلی روزنامه‌نگاران زن کشف و طبقه‌بندی شود. یافته‌های مصاحبه‌ها در قالب مقوله‌های زیر تقسیم بندی شدند:

مادران روزنامه‌نگار، روزنامه‌نگاران مادر: روزنامه‌نگاری شغلی است که ساعات کاری مشخصی ندارد. روزنامه‌نگار باید تحت هر شرایطی مطلب خود را ارائه کند و یا صفحه‌ای را که به او محول شده است ببندد؛ بنابراین امکان حضور در محیط کار حتی تا نیمه‌شب هم وجود دارد. این مسئله برای زنان پاسخگو همواره دغدغه بوده است. زنان با پذیرفتن نقش مادری یا همسری، گاهی ناچار به ترک محیط کار و انجام کار پاره‌وقت

رابطه گرایش سیاسی دولت‌ها و...

می‌شدند. این دوری از محیط کار برای پاسخگویان موجب عقب‌گرد، وقفه انداختن در فرآیند رشد آنان و از دست دادن مزایای کار همچون بیمه می‌شد.

رقابت رفاقتی: یکی از یافته‌های مصاحبه‌ها «تصور عامل جنسی در ارتقاء زنان» در میان روزنامه‌نگاران بود. زنان بسیاری در محیط‌های کاری هنگام پیشنهاد ارتقاء موقعیت خود با پیشنهادهای جنسی نیز مواجه می‌شوند. حتی مواقعی که این پیشنهاد توسط فرد مافوق مرد مطرح نشده است، این نگرانی و تصور همواره در خود فرد وجود دارد که احتمال طرح این پیشنهاد ممکن است. گاهی اطرافیان نیز در صورت ارتقا زن به سمت بالاتر این انگاره را در ذهن خود پرورش می‌دهند که عوامل نامرئی در ارتقاء او مؤثر بوده‌اند، حتی اگر این امور نقشی نداشته‌اند. بنابراین این ترس در زن، هنگام ارتقاء چه از طرف مافوق مرد چه به خاطر نگاه‌های اطرافیان وجود دارد. اعزازی (۱۳۸۳) چنین اشاره کرده است که ساختار جامعه، زنان را در موقعیت‌های نابرابر قرار داده و موجب می‌شود، زن همواره در هراس از خشونت (نه لزوماً فیزیکی، بلکه کلامی و روانی) قرار بگیرد. این امر انتخاب شغل و امنیت محیط کار را برای زن تحت‌الشعاع قرار می‌دهد.

با توجه به اطلاعات به‌دست‌آمده از روزنامه‌نگاران، زنان با زنان رقابت بیش‌تری داشتند. زنان در محیط کار یا رقیب جنسی و یا رقیب کاری خود تلقی می‌شدند. درحالی‌که برای مردان این امر محدود به رقابت کاری بود. «لابی جنسی» از طرف‌های شناخته‌شده زنان روزنامه‌نگار برای ارتقاء موقعیت خود بود. این امر موجب رشد **بادکنکی** در برخی زنان و ارتقاء آن‌ها به سمت‌های بالاتر می‌شد. روزنامه‌نگاران این عامل را علت بی‌کفایتی برخی مدیران زن و تجربه‌ی بد آن‌ها هنگام همکاری با زنان مدیر می‌دانستند. چنین نحوه‌ی ارتقاء عرصه را نیز برای زنانی که با تلاش خود رشد پیدا کرده‌اند تنگ‌تر می‌کرد. همچنین برخی مصاحبه‌شوندگان اعلام کردند که هنگامی که سخن از تعدیل نیروی کار می‌شود، زنان بیش از مردان دچار دلهره می‌شوند. مدیران که نگران ازدواج، بارداری و ترک کار به علت عدم نیاز و کار زیاد در زنان هستند هنگام تعدیل نیرو زنان را بیش‌تر مدنظر قرار می‌دهند. این امر موجب می‌شود تا زنان برای بقا بیش‌تر تلاش کنند و با زنان دیگر رقابت بیش‌تری داشته باشند.

مردان مانتو پوش: فیگز (۱۳۸۸) اشاره کرده است زنانی که تلاش می‌کنند خود را با فرهنگ حاکم بر جامعه سازگار سازند، با سختی‌هایی روبه‌رو هستند. احتمالاً یا مورد سرزنش قرار می‌گیرند از این‌که مردهایی هستند که دامن پوشیده‌اند که از مردها هم مردانه‌تر برخورد می‌کنند. یا اینکه به خاطر رئیس بازی درآوردن کنار گذاشته می‌شوند. آنان برای رفتاری گناهکار شمرده می‌شوند که در مردان نشانه‌ای از یک مدیریت سالم و طبیعی است.

گیدنز همچنین اشاره کرده است که هرگاه زنان به مقام‌های ارشد مدیریتی می‌رسند معمولاً «مثل مردان مدیریت می‌کنند». وی به تحقیق وایکمن اشاره می‌کند که در ۳۲۴ مدیر ارشد در شرکت‌های چندملیتی انجام داده است و به این نتیجه رسیده است که زنان برای آنکه به قدرت برسند و نفوذ و تأثیر خود را حفظ کنند، باید خود را با سبک حاکم بر مدیریت تطبیق دهند که بر رهبری قاطعانه، برخورد‌های خشک و جدی و تصمیم‌گیری سلسله‌مراتبی تأکید دارند (گیدنز، ۱۳۹۳).

ترس زنانه: سلسله‌مراتب در روزنامه‌نگاری به این صورت است: روزنامه‌نگار (نویسنده)، دبیر بخش، سردبیر، مدیرمسئول. اکثر پاسخ‌دهندگان علاقه به ارتقاء شغلی داشتند اما خانم‌ها احتمال کم‌تری برای ارتقاء در خود می‌دیدند. گاهی زنان هنگامی که فرصت ارتقاء موقعیت را نیز داشتند، خود تمایلی به پذیرفتن مسئولیت سنگین‌تر نداشتند. به عقیده پاسخگویان مردان از راهکار چانه‌زنی برای افزایش حقوق خود یا رساندن خبر به تیتراژ یک یا صفحه اول بهره می‌جستند، اما زنان خیر. عمده دلایل بی‌علاقگی زنان به ارتقا از نظر پاسخگویان عبارت بودند از:

(الف) نداشتن اعتماد به نفس و آگاهی کافی برای پذیرفتن سمت بالاتر و تصور ناتوانی در مدیریت بحران.

(ب) نیاز به سپری کردن زمان طولانی در محیط کار و بازماندن از اموری چون خانواده و فرزندان.

(پ) بی‌علاقگی به پذیرفتن مسئولیت دشوار و عدم نیاز مالی و نداشتن دغدغه مالی برای ارتقا موقعیت.

سقف شیشه‌ای: زنان پاسخگو مدعی بودند قوانین نانوشته‌ای وجود دارند که با وجود آنکه درجایی

ثبت نشده‌اند، مانع پیشرفت زنان می‌شوند. این قوانین نانوشته شامل موارد زیر بود:

۱. باندهای مردانه: مردان گروه‌هایی دارند که با آن‌ها کار می‌کنند. این امر مانع ارتقاء مردان دیگر که در گروه آن‌ها نیستند نیز می‌گردد. این باندها خود محدودیت‌هایی دو برابر برای زنان ایجاد می‌کنند، چراکه باندها عمدتاً مردانه هستند. برخی روزنامه‌نگاران اشاره کرده‌اند که بسیاری تصمیم‌گیری‌های مهم هنگام سیگار کشیدن‌های دوستانه مردان در خارج از محیط کار صورت می‌گیرد و زنان با شرکت در جلسات متوجه این تصمیم‌ها و حذف شدن نظر خود می‌شوند.

۲. نگاه جنسی به زن: زنان برای پیشرفت ناچار به استفاده از راهکارهای جنسی، همچون برقراری ارتباط با مدیر هستند.

۳. صرف زمان و هزینه زیاد برای مدیریت: مدیریت یک روزنامه نیازمند آن است که فرد تمام زمان و انرژی خود را برای کار اختصاص دهد. پاسخگویان بر این عقیده‌اند که اگر یک مرد قصد انتخاب مدیر را داشته باشد عمدتاً یک مرد دیگر را انتخاب می‌کند تا بتواند راحت‌تر با او کار کند. مرد می‌تواند زمان بیش‌تری به کار اختصاص

دهد، از سرمایه مالی بیش‌تری بهره‌مند است و درعین‌حال در صورت بروز مشکلات قانونی راحت‌تر با مواع بر خورد می‌کند.

۴. مشکلات هنگام صدور مجوز: در قانون مطبوعات از تأهل صاحب نشریه صحبتی نشده است، اما برخی زنان آن را مانعی دانسته‌اند که هنگام صدور مجوز برای آن‌ها ایجاد دردسر کرده است. برخی مصاحبه‌شوندگان اشاره کردند، زمانی که یک مرد برای درخواست مجوز نشریه اقدام می‌کند امکان موفقیت او در اخذ مجوز بیش از یک زن است و برای زن بهانه‌تراشی جهت عدم صدور مجوز بیش‌تر صورت می‌گیرد.

روزنامه‌نگاران اشاره کرده‌اند که برای سردبیری و مدیرمسئولی تخصص، اطلاعات و تجربه ضروری است. امروز روزنامه‌نگاری در میان جوان‌ها شایع‌تر است و در طول زمان تعداد زنان کم‌تری بوده‌اند که روزنامه‌نگاری را از حدود ۲۰ یا ۳۰ سال پیش شروع کرده‌اند. تعداد مردان کارآزموده در این زمینه بیش‌تر است، پس زنان باتجربه و سن و سال دار نیز در این حوزه کم‌تر هستند. برخی با اتخاذ تبعیض مثبت برای سردبیران و مدیرمسئولان زن، موافق‌اند و آن را قدمی برای پیشبرد وضعیت زنان دانسته‌اند. برخی نیز آن را هزینه سنگینی می‌دانند که روزنامه‌ها باید پردازند و با آن موافق نیستند. روزنامه‌نگاران اشاره کردند که تعداد زنان خط‌شکن و هنجارشکن یا شجاع که حاضر شوند خطرات این مسئولیت و پافشاری برای آن را به جان بخرند نیز کم است.

خنده بر زن: زمانی که زنان در جامعه حضور پیدا می‌کنند مردانی که امکان مخالفت با این حضور را ندارند از طریق شوخی‌ها و جوک‌های جنس‌گرا مخالفت خود را با این حضور ابراز می‌کنند. فیگور (همان) از شوخی‌های جنس‌گرایانه یاد می‌کند که حاکی از آن است که: «تو آن فردی هستی که با بودندت مرا تهدید می‌کنی. تنها راهی که من می‌توانم با این قضیه کنار بیایم این است که آن را به مسخره بگیرم. پس چرا بجای این که در مورد آن صحبت کنیم باهم به قضیه نخندیم» (ص ۵۲). زنان همواره راهکارهای فردی و موقتی برای سرکوب این رفتارها اتخاذ کرده‌اند. در محیط‌های اصول‌گرا این توهین‌ها بیش‌تر در حوزه مسائل خانگی مطرح شده است و پاسخ‌ها نیز بیش‌تر همراه با شوخی و حفظ ادب بوده است. در محیط‌های اصلاح‌طلبی شوخی‌ها تندتر و برخوردها نیز شدیدتر و جدی‌تر بوده‌اند.

زنان حساس و مردان خونسرد: زنان احساساتی‌تر از مردان در هر گروه از مصاحبه‌شوندگان مرد و زن تلقی شده‌اند. مصاحبه‌شوندگان به صورت کلی در فرآیند مصاحبه صفاتی را به زنان و مردان نسبت داده‌اند که شامل این موارد است:

- صفاتی که به زنان نسبت داده شده است: حساس، بدجنس، سختگیر، تنبل، ریزبین، لطیف، احساساتی، تلطیف‌کننده فضا، دلسوز، حسود، زودرنج، ترسو، بی‌اعتماد، دقیق، ظریف، آینده‌نگر.

• صفاتی که به مردان نسبت داده شده است: به هم‌ریخته، تنش‌زا، بی‌خیال، خونسرد، مقطعی، احساسی، کل بین.

تجرد روزنامه‌نگاران زن: از دیگر نکاتی که در مصاحبه با روزنامه‌نگاران به دست آمد میزان زیاد روزنامه‌نگاران زن مجرد در نشریه بود. دلایلی که برای این امر طرح شده است عبارت‌اند از: دستمزد پایین روزنامه‌نگاری و نیاز به سپری کردن ساعات طولانی در محیط کار. در صورتی که افراد متأهل باشند باید زمان بیش‌تری را برای فرزند یا شوهر صرف کنند. آزادی روابط در محیط کار توسط چند روزنامه‌نگار به‌عنوان عاملی تلقی شد که «هر مردی حاضر به زندگی با زن روزنامه‌نگار نباشد» (ارتباط شخصی، ۱۸ آذر ۱۳۹۴).

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری:

یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که گرایش سیاسی روزنامه‌ها بیش از هر چیز تحت تأثیر دولت‌های روی کار آمده است. مردان بیش از هر گروه دیگر تحت تأثیر این دو عامل قرار می‌گیرند. نویسندگان زن بی‌توجه به گرایش سیاسی دولت و روزنامه کم‌تر از مردان به بازتولید کلیشه‌های جنسیتی می‌پرداختند. از نظر کمیت، نویسندگان مرد چه در روزنامه محافظه‌کار و چه در روزنامه اصلاح‌طلب در دولت اصلاحات کم‌تر به بازتولید کلیشه‌ها پرداخته‌اند و در دولت محافظه‌کار بیش‌تر. از نظر کیفیت نویسندگان مرد محافظه‌کار بی‌توجه به دولت‌های روی کار آمده همواره نسبت به پرداختن به امور مربوط به زنان پیشرو بی‌اعتنا بوده‌اند. نویسندگان مرد اصلاح‌طلب اما با تغییر دولت‌ها نسبت به این امر تغییر رویه داده‌اند. در نهایت می‌توان چنین گفت که باز و بسته شدن فضای سیاسی که توسط دولت‌ها صورت می‌گیرد بر حضور زنان در روزنامه‌ها تأثیرگذار است. این تأثیر در قالب این موارد خود را نمایان می‌کند: تعداد مطالب چاپ‌شده از زنان در روزنامه‌های محافظه‌کار، محتوای مطالب نویسندگان مرد اصلاح‌طلب بر اساس بازتولید و یا تعدیل کلیشه‌های جنسیتی. بنابراین می‌توان چنین گفت که جنسیت نویسندگان با نحوه بازنمایی زنان رابطه دارد. مردان بیش‌تر مسائل کلیشه‌ای زنان را بازتولید می‌کنند و زنان در نشر مطالب پیشرو مقدم هستند.

آنچه در میان تمام روزنامه‌نگاران روزنامه‌های اصلاح‌طلب و اصول‌گرا و میانه‌رو در مصاحبه‌ها مشترک بود رشد یادکنکی زنان در اثر تعامل جنسی با مدیران مرد بود. در روزنامه‌های اصلاح‌طلب افرادی که این‌گونه ترقی می‌کردند شناخته‌شده‌تر بودند و اکثر افراد فرد ارتقا یافته را به اسم می‌شناختند. در روزنامه‌های اصول‌گرا این امر به‌صورت هاله‌ای پنهان خود را نمایان می‌کرد. در قالب گفت‌وگوهای درگوشی؛ اما این عامل در هر دو جناح روزنامه دیده شد. بنابراین امکان ارتقاء برای زن در عین خوشایندی نوعی واهمه را نیز به همراه داشت؛ لذت از بالا رفتن از نردبان پیشرفت و واهمه از نحوه بالا رفتن. خشونت کلامی نیز خود را در قالب شوخی‌های

جنسی بروز می‌داد. در روزنامه‌های اصلاح‌طلب این شوخی‌ها بیش‌تر در جمع‌ها مطرح می‌شد و در روزنامه‌های اصول‌گرا این عامل کم‌تر دیده شده است. علت آن وجود حرمت میان اعضای نشریه و جدی‌تر و کاری بودن روابط توسط روزنامه‌نگاران دانسته شد.

مطابق با یافته‌های این تحقیق با وجود اینکه در تصور عموم و در شعارهای دولت‌ها و روزنامه‌های اصلاح‌طلب فضا برای حضور فیزیکی زنان در روزنامه‌ها، آزادی بیان و انتشار مطالب پیشرو درباره‌ی زنان بیش‌تر است، اما تفاوت چندانی میان مردان اصلاح‌طلب و مردانی که در روزنامه‌های محافظه‌کار قلم می‌زنند در راستای توانمندی زنان یافت نشد. زمانی که دولت اصلاح‌طلب با شعار «اصلاح امور» برگزیده می‌شود، مردان به نشر مطالب پیشرو درباره‌ی زنان می‌پردازند، اما در نبود دولت اصلاح‌طلب و با تغییر فضای سیاسی جامعه مطالبات مردان نیز سمت و سوی دیگری می‌یابد. در روزنامه‌ی محافظه‌کار نیز مردان همواره از ذکر مطالب پیشرو درباره‌ی زنان پرهیز می‌کنند؛ اما زنان در تمام دولت‌ها و در فضاهای سیاسی و هنجارهای متفاوت روزنامه‌نگاری همواره مطالبات زنان را طرح کرده‌اند و در نشر مطالب پیشرو درباره‌ی زنان پیش قدم بوده‌اند. چنین یافته‌ها و نتیجه‌ای ضرورت حضور بیش‌تر زنان در روزنامه‌ها را ایجاد می‌کند.

این یافته‌ها فرضیه رابطه میان قدرت و گفتمان جنسیتی را مطرح و تقویت می‌کند. با نگاهی دورکیمی، در تقسیم کار اجتماعی و با تخصصی‌شدن جوامع، نظام اخلاقی از تکیه زدن به وجدان جمعی به سمت اخلاق حرفه‌ای تحول می‌یابد. از این منظر، در محیط‌های حرفه‌ای و روابط شغلی تخصصی انتظار می‌رود قواعد و هنجارهای حرفه‌ای و شغلی حاکم باشد. در مقابل فرضیه‌های گفتمانی وابسته بودن تحول گفتمان‌های اجتماعی به ساختار قدرت را پیش می‌کشند. از این منظر اخلاق حرفه‌ای گفتمانی انتزاعی و مستقل از زمان و مکان نیست و با تغییر در ساختارهای قدرت قواعد هنجاری حرفه‌ای نیز تغییر ماهیت می‌دهند. این تحقیق تا حدودی به شواهدی برای برجسته ساختن این تمایز در گفتمان جنسیتی دست یافته است.

-
- ^۱ Excel
 - ^۲ Spss
 - ^۳ Crosstabulation
 - ^۴ Phi
 - ^۵ Cramer's V
 - ^۶ Contingency Coefficient
 - ^۷ Chi-Square

منابع فارسی:

- اعزازی، ش. (۱۳۸۳). «ساختار جامعه و خشونت علیه زنان». نشریه رفاه اجتماعی، دوره ۴، ش ۱۴.
- تراب‌پور، ف. (۱۳۸۴). «جامعه روزنامه‌نگاران زن، نگاهی به تلاش‌ها و چالش‌ها». ماهنامه پیام زن، شماره ۱۵۸.
- سیدمن، اس. (۱۳۸۶). کشاکش آرا در جامعه‌شناسی. ترجمه هادی جلیلی. تهران: نشر نی.
- فیگنر، ک. (۱۳۸۸). زنان و تبعیض: تبعیض جنسی و افسانه فرصت‌های برابر. ترجمه اسفندیار زند پور، به دخت مال امیری. تهران: نشر گل‌آذین.
- قانون مطبوعات جمهوری اسلامی ایران. (۱۳۷۹). وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی. معاونت امور مطبوعاتی و اطلاع رسانی.
- گالاگر، م. (۱۳۷۹). «زن و صنایع فرهنگی». ترجمه مهرداد وحدتی دانشمند. نشریه نقد و نظر. سال هفتم. شماره اول و دوم.
- گیدنز، آ. (۱۳۹۳). مبانی جامعه‌شناسی. ترجمه حسن چاوشیان. تهران: نشر نی.

منابع انگلیسی:

References:

- Collins, P. H. (۱۹۹۲). Transforming The Inner Circle: Dorothy Smith's Challenge to Sociological Theory. *Sociological Theory*, ۱۰ (۱), ۷۳-۸۰.
- Gallagher, M. (۲۰۰۲, November). Women, Media and Democratic Society: In Pursuit of Rights and Freedoms. In *Expert group meeting on "participation and access of women to the media, and the impact of media on, and its use as an instrument for the advancement and empowerment of women.*
- Hsieh, H. F., & Shannon, S. E. (۲۰۰۵). Three Approaches to Qualitative Content Analysis. *Qualitative health research*, ۱۵(۹), pp. ۱۲۷۷-۱۲۸۸.
- Lavie, A. (۲۰۰۴). Organizational Factors in the Radio Newsroom; Cause of Hope or Despair. *Gender and newsroom cultures: Identities at work*, pp. ۱۲۱-۱۴۴.
- Smith, D. (۱۹۹۷). Consciousness, Meaning, And Ruling Relations: From Women's Standpoint. In *Millennial milestone. The Heritage and Future of Sociology in the North American Region. Toronto, Canada: Proceedings of the ISA Regional Conference for North America*, pp. ۳۷-۵۰.
- Smith, D. E. (۱۹۷۴). Women's Perspective as A Radical Critique of Sociology. *Sociological inquiry*, ۴۴(۱), pp. ۷-۱۳.
- Smith, D. E. (۱۹۸۷). *The Everyday World as Problematic: A Feminist Sociology*. Toronto: University of Toronto Press.

Van Zoonen, L. (۱۹۹۲). Feminist Theory and Information Technology. *Media, Culture and Society*, 14(1), pp. ۹-۲۹.

Van Zoonen, L. (۱۹۹۴) *Feminist Media Studies*. London: Sage. [Google Scholar](#)

Vochocova, L. (۲۰۰۸). Women in Newsrooms: Idle hopes for the conquest of the masculine fortress. *Mediální studia*, (۰۳), pp. ۲۳۱-۲۵۶.