

Communication Management in Sports Media

Vol. 13(4), (Series 52): 117-130 (2026)

 DOI: 10.30473/jsm.2025.71446.1873

E-ISSN: 2538-4961

P-ISSN: 2345-5578

ORIGINAL ARTICLE

Designing an Effective Media Architecture Model for the Development of Women's Sports in Iran with an Emphasis on the Role of Modern Technologies

Parto Rostami AbuSaidi¹, Mohsen Manochehrinejad^{2*}, Mohammad Pourranjbar³

1. Ph D Student, Department of Sports Management, Ke. C., Islamic Azad University, Kerman, Iran.

2. Assistant Professor, Department of Sports Management, Tehran Branch, Farhangian University, Tehran, Iran.

3. Associate Professor, Department of Physical Education, School of Medicine and Neuroscience Research Center, Kerman University of Medical Sciences, Kerman, Iran.

*Correspondence

Mohsen Manochehrinejad

Email:

Manochehrinejad_M@iau.ac.ir

Receive Date: 30/May/2024

Revise Date: 20/Jan/2025

Accept Date: 01/Feb/2025

How to cite

Rostami AbuSaidi, P., Manochehrinejad, M., & Pourranjbar, M. (2026). Designing an Effective Media Architecture Model for the Development of Women's Sports in Iran with Emphasis on the Role of New Technologies. *Communication Management in Sport Media*, 13(4), 117-130.

ABSTRACT

This study aimed to design an effective media architecture model to advance women's sports in Iran, focusing on the role of modern technologies. The research utilized a thematic analysis methodology employing a qualitative approach. The study population included sports management scholars, media professionals, and senior officials from organizations responsible for women's sports, such as the Ministry of Sports and Youth, the National Olympic and Paralympic Committees, and heads of sports federations, as well as organizations overseeing labor, school, and university sports. Participant selection was based on direct involvement in women's sports or media-related activities and at least five years of managerial experience in these organizations. Purposeful sampling was applied, and interviews continued until theoretical saturation was achieved (18 participants). Exploratory semi-structured interviews served as the primary research tool. The instrument's validity was verified through sample credibility, expert reviews, and inter-coder reliability. Data analysis followed Attride-Stirling's (2001) thematic analysis method, conducted using MAXQDA Pro software. The conceptual framework identified four overarching themes: shifting societal perceptions through media, promoting gender equity in sports, utilizing technology for development, and improving women's participation in sports decision-making. These were further refined into 12 organizing themes, forming the core components of the proposed model. The findings highlighted the critical role of media in transforming societal attitudes toward women's sports and advocating for gender equity. Modern technologies were instrumental in expanding media coverage and creating platforms to increase women's involvement in sports governance. The proposed model offers a pathway to sustainable development in women's sports by integrating digital tools and innovative media strategies. This framework is a strategic tool for policymakers, sports administrators, and media managers in Iran to realize the goals of women's sports development.

KEYWORDS

Modern Media, Women's Sports, Modern Technologies, Women's Participation.



Copyright © 2026, by the author(s). Published by Payame Noor University, Tehran, Iran.

This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

<https://sportmedia.journals.pnu.ac.ir/>

Extended Abstract

Introduction

Sport, as one of the most important indicators of sustainable development, plays a key role in promoting individuals' physical and mental health and fostering social cohesion. In societies like Iran, characterized by diverse cultural and social structures, sport can serve as a tool for promoting social justice, changing attitudes, and enhancing women's status in society. However, women's participation in sports still faces various challenges and limitations. These challenges are rooted not only in infrastructure and financial resources but also in cultural and social attitudes, often posing significant obstacles to the progress of women's sports. The role of media in transforming this situation is undeniable. The media has long served as a tool for public awareness and information dissemination, playing an unparalleled role in shaping societal attitudes and behaviors. In the realm of women's sports, the media can foster increased participation by presenting positive and balanced portrayals of female athletes, challenging traditional perspectives, and reducing gender stereotypes. Furthermore, the development of women's sports is fundamental to achieving sustainable development goals. Sport not only serves as a means of improving physical and mental health but also provides a platform for enhancing women's social, economic, and cultural capacities. In Iran, which faces numerous cultural and social constraints, the development of women's sports can act as a means of bridging gender gaps and strengthening the participatory culture of society. This research aims to offer practical solutions based on technological and media capacities to achieve this goal. Considering the highlighted importance and necessities, the main research question is: What strategies exist for an impactful media architecture model in developing women's sports in Iran, with an emphasis on the role of modern technologies?

Methods

This research follows a thematic analysis approach and employs the method proposed by Attride-Stirling (2001). The statistical population includes sports management experts, media scholars, and managers and officials from organizations responsible for women's sports (e.g., the Ministry of Sports and Youth, the National Olympic and Paralympic Committees, heads of sports federations, and those involved in labor, student, and collegiate sports). The criteria for selecting the statistical population are direct involvement in women's sports or media related to sports and over five years of managerial experience in one of the aforementioned organizations. The sampling method is purposive, and interviews were conducted until theoretical saturation was achieved. A list of 69 individuals from the statistical population was prepared. Following correspondence and coordination, 33 individuals agreed to participate in the research, and interviews continued with 18 individuals until theoretical saturation was reached. Interviews were conducted both in person and remotely (via text file submissions or video calls on platforms like WhatsApp, Telegram, and Eita). All interviews were recorded, transcribed, and used for detailed analysis. Open and semi-structured questions were employed to extract data, which was coded and analyzed using MAXQDA Pro software. Based on the thematic analysis results, relationships among basic, organizing, and overarching themes were mapped into a conceptual framework. This framework helped identify the components, dimensions, and ultimately the main factors of the conceptual model. The interview analysis was also conducted manually to enhance result accuracy.

Results

The results identified four overarching themes—changing attitudes through media, promoting gender equity in sports, leveraging technology for development, and increasing women's participation in sports decision-making—as well as 12 organizing themes, forming the dimensions of the media architecture model for developing women's sports in Iran, with an emphasis on modern technologies. By examining theoretical foundations and gathering expert opinions and

insights from some interviewees, a network of themes was created. The results of the overarching thematic analysis and the thematic network, incorporating expert opinions and theoretical studies, revealed that the four identified factors are effective strategies in a media architecture model to develop women's sports in Iran, focusing on the role of modern technologies.

Conclusion

Women's sports in Iran, as a critical tool for social, cultural, and economic development, possess significant potential to drive societal transformation. However, structural, cultural, and social barriers have hindered the growth and expansion of women's sports. This research sought to design an impactful media architecture model that emphasizes the use of modern technologies and public attitude changes, offering comprehensive and practical solutions for developing women's sports. The findings highlighted that changes in four key areas—media-driven attitude shifts, promotion of gender equity, utilization of modern technologies, and increased participation of women in sports decision-making—can address existing challenges. A deeper analysis of these areas is provided subsequently. It is recommended that Iranian sports policymakers develop comprehensive strategies to focus more on gender equity in sports. Media outlets should create balanced and purposeful content to shift public attitudes toward women's sports while avoiding stereotypical and unequal portrayals. Investments in modern technologies, the establishment of digital infrastructures, and conducting workshops on utilizing technological tools can play a vital role in improving women's status in sports. Additionally, providing tax incentives for women's sports sponsors, encouraging the creation of local platforms, and strengthening international collaborations are among the strategies that could promote women's sports. Furthermore, implementing extensive educational programs to change cultural attitudes and raise public awareness about the importance of women's sports is essential. Ultimately, this research demonstrated that developing women's sports in Iran requires structural, cultural, and social changes. A comprehensive media architecture model, coupled with modern technologies, can increase women's participation in sports, transform societal attitudes, and pave the way for achieving sustainable development goals in this field.

KEYWORDS

Modern media, women's sports, modern technologies, women's participation

Ethical Considerations

Compliance with Research Ethical Guidelines

This article has been done considering all ethical principles.

Funding

This article is taken from the doctoral dissertation of the first person.

Authors' Contributions

All authors have participated in designing, implementing and writing all parts of the present study.

Conflicts of interest

The authors declared no conflict of interest.

Acknowledgement

This article is extracted from the doctoral dissertation with the guidance and advice of the author's professors. We would like to thank everyone who helped us with this study.

مدیریت ارتباطات در رسانه ورزشی

سال سیزدهم، شماره چهارم، پیاپی پنجاه و دو، تابستان ۱۴۰۵ (۱۳۰-۱۱۷)

DOI: 10.30473/jsm.2025.71446.1873

E-ISSN: 2538-4961

E-ISSN: 2538-4961

«مقاله پژوهشی»

طراحی مدل معماری رسانه‌ای اثرگذار در توسعه ورزش زنان ایران با تأکید بر نقش فناوری‌های نوین

پرتو رستمی ابوسعیدی^۱، محسن منوچهری نژاد^۲، محمد پوررنجبر^۳

چکیده

هدف از این پژوهش، طراحی مدل معماری رسانه‌ای اثرگذار در توسعه ورزش زنان ایران با تأکید بر نقش فناوری‌های نوین بود. تحقیق از نوع کیفی با رویکرد تحلیل مضمون انتخاب شد. جامعه آماری تحقیق حاضر، شامل شامل استادان مدیریت ورزشی، استادان حوزه رسانه، مدیران و مسئولان سازمان‌های متولی ورزش زنان (وزارت ورزش و جوانان، کمیته ملی المپیک و پارالمپیک، رؤسای فدراسیون‌های ورزشی، ورزش کارگری، ورزش دانش‌آموزی و دانشجویی) است. معیارهای انتخاب جامعه آماری عبارت‌اند از فعالیت مستقیم در زمینه ورزش زنان یا رسانه‌های مرتبط با ورزش و سابقه مدیریتی بیش از ۵ سال در یکی از سازمان‌های ذکرشده. روش نمونه‌گیری به صورت هدفمند بوده و مصاحبه‌ها تا زمان اشباع نظری ادامه یافته است (۱۸ نفر). ابزار پژوهش شامل مصاحبه اکتشافی (نیمه ساختارمند) بود. روایی ابزار بر اساس اعتبار نمونه، نظر خبرگان و توافق بین مصححان ارزیابی و تأیید گردید. جهت تحلیل یافته‌ها از روش تحلیل مضمون با روش پیشنهادی اترید-استرلینگ (۲۰۰۱) استفاده شد. تحلیل‌ها با استفاده از برنامه مکس کیودی‌ای نسخه پرو انجام شد. بر اساس چارچوب مفهومی استخراج شده، ۴ مضمون فراگیر تغییر نگرش‌ها از طریق رسانه، تقویت عدالت جنسیتی در ورزش، بهره‌گیری از فناوری برای توسعه و افزایش مشارکت زنان در تصمیم‌گیری‌های ورزشی و ۱۲ مضمون سازمان‌دهنده از جمله ابعاد تشکیل‌دهنده مدل می‌باشد. نتایج این پژوهش نشان می‌دهند که برای طراحی یک مدل معماری رسانه‌ای اثرگذار در توسعه ورزش زنان ایران، باید تغییر نگرش‌ها نسبت به ورزش زنان از طریق رسانه‌ها در اولویت قرار گیرد. رسانه‌ها باید نقش مهمی در تقویت عدالت جنسیتی در ورزش ایفا کنند و با بهره‌گیری از فناوری‌های نوین، زمینه‌ای برای افزایش مشارکت زنان در تصمیم‌گیری‌های ورزشی فراهم آورند. همچنین، توجه به استفاده از پلتفرم‌های دیجیتال و رسانه‌های نوین می‌تواند به گسترش و ارتقای پوشش رسانه‌ای ورزش زنان و در نهایت توسعه پایدار این حوزه کمک کند. این مدل پیشنهادی می‌تواند به عنوان یک چارچوب راهبردی برای سیاست‌گذاران، مسئولان ورزش زنان و مدیران رسانه‌ای در ایران جهت دستیابی به اهداف توسعه ورزش زنان مفید باشد.

واژه‌های کلیدی

رسانه‌های نوین، ورزش زنان، فناوری‌های نوین، مشارکت زنان.

۱. دانشجوی دکتری، گروه مدیریت ورزشی، واحد کرمان، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمان، ایران.
۲. استادیار، گروه مدیریت ورزشی، واحد تهران، دانشگاه فرهنگیان، تهران، ایران.
۳. دانشیار، گروه تربیت بدنی، دانشکده پزشکی و مرکز تحقیقات علوم اعصاب دانشگاه علوم پزشکی کرمان، کرمان، ایران.

*نویسنده مسئول: محسن منوچهری نژاد

رایانامه: Manochehrinejad_M@iau.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۳/۱۰

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۱۱/۰۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۱/۱۳

استناد به این مقاله:

رستمی ابوسعیدی، پرتو؛ منوچهری نژاد، محسن و پوررنجبر، محمد. (۱۴۰۵). طراحی مدل معماری رسانه‌ای اثرگذار در توسعه ورزش زنان ایران با تأکید بر نقش فناوری‌های نوین. *فصلنامه علمی مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی*، ۱۳(۴)، ۱۱۷-۱۳۰.

حق انتشار این مستند، متعلق به نویسندگان آن است. © ۱۴۰۵ ناشر این مقاله، دانشگاه پیام نور است.

این مقاله تحت گواهی زیر منتشر شده و با رعایت شرایط مندرج در آدرس زیر مجاز است.

This is an open access article under the CC BY (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).<https://sportmedia.journals.pnu.ac.ir/>

مقدمه

ورزش به‌عنوان یکی از مهم‌ترین شاخص‌های توسعه پایدار، نقشی کلیدی در ارتقای سلامت جسمی و روانی افراد و ایجاد انسجام اجتماعی ایفا می‌کند (مورگان^۱ و همکاران، ۲۰۲۱).

در جوامعی مانند ایران، که با ساختارهای فرهنگی و اجتماعی متنوعی روبه‌روست، ورزش می‌تواند به‌عنوان ابزاری برای ترویج عدالت اجتماعی، تغییر نگرش‌ها و ارتقای جایگاه زنان در جامعه عمل کند. با این حال، حضور زنان در عرصه‌های ورزشی همچنان با چالش‌ها و محدودیت‌های گوناگونی همراه است. این چالش‌ها نه تنها در حوزه زیرساخت‌ها و منابع مالی، بلکه در نگرش‌های فرهنگی و اجتماعی نیز ریشه دارد که اغلب مانعی جدی برای پیشرفت ورزش زنان محسوب می‌شوند (پاروز^۲، ۲۰۲۴).

نقش رسانه‌ها در تغییر این وضعیت غیرقابل انکار است. رسانه‌ها از دیرباز به‌عنوان ابزاری برای اطلاع‌رسانی و آگاهی‌بخشی عمومی عمل کرده‌اند و در فرایند شکل‌گیری نگرش‌ها و رفتارهای اجتماعی نقشی بی‌بدیل ایفا کرده‌اند. در حوزه ورزش زنان، رسانه‌ها می‌توانند با بازنمایی مثبت و متعادل از زنان ورزشکار، تغییر نگرش‌های سنتی و کاهش کلیشه‌های جنسیتی، بستری برای افزایش مشارکت زنان در ورزش فراهم کنند (رگستاد^۳، ۲۰۲۳). با این حال، رسانه‌های سنتی اغلب توجه کافی به ورزش زنان ندارند یا با ارائه تصاویری کلیشه‌ای و محدود، بازنمایی نادرستی از این حوزه ارائه می‌دهند. در مقابل، ظهور فناوری‌های نوین و پلتفرم‌های دیجیتال فرصت‌های بی‌سابقه‌ای برای تغییر این وضعیت ایجاد کرده است (بروس^۴، ۲۰۱۵).

ابزارهایی نظیر شبکه‌های اجتماعی، وبسایت‌ها و اپلیکیشن‌های تعاملی، فضایی را فراهم آورده‌اند که در آن می‌توان محتوای متنوع، جذاب و هدفمند در راستای ترویج ورزش زنان تولید و توزیع کرد (ژانگ^۵، ۲۰۲۴).

با این حال، استفاده مؤثر از این فناوری‌ها و ظرفیت‌های رسانه‌ای به‌طور کامل محقق نشده است. یکی از دلایل اصلی این مسئله، نبود برنامه‌ریزی استراتژیک و چارچوبی علمی و

عملی برای بهره‌برداری از این ابزارها در جهت توسعه ورزش زنان است. بسیاری از رسانه‌ها و پلتفرم‌های دیجیتال در حال حاضر به صورت پراکنده و بدون هماهنگی عمل می‌کنند و به‌جای تقویت جایگاه زنان ورزشکار، تنها به جنبه‌های تبلیغاتی یا ظاهری می‌پردازند (سانتینیکولو^۶ و همکاران، ۲۰۲۳). علاوه بر این، شکاف‌های ساختاری در دسترسی به فناوری‌های نوین و ناآگاهی از ظرفیت‌های این ابزارها در تغییر نگرش‌ها و رفتارهای اجتماعی، چالش‌های جدی‌تری در این مسیر ایجاد کرده است. در نتیجه، بسیاری از فرصت‌های بالقوه در این حوزه از دست می‌رود و زنان ورزشکار همچنان با موانع متعددی در معرفی و پیشرفت خود مواجه هستند (رگستاد، ۲۰۲۳).

کیسی^۷ و همکاران (۲۰۱۹) در پژوهش خود عنوان نمودند که استفاده بهینه از زیرساخت‌ها و تدوین سیاست‌های استفاده عادلانه از امکانات ورزشی، توسعه ظرفیت داوطلبان و ایجاد استراتژی‌های جذب و نگهداری زنان در ورزش و تغییر فرهنگ و ساختارهای جنسیتی در ورزش‌های اجتماعی از جمله راهکارهای افزایش مشارکت زنان در ورزش می‌باشد. بوز و الکساندرا^۸ (۲۰۲۱) در پژوهش خود عنوان نمودند که ورزش حرفه‌ای زنان پیشرفت‌های قابل توجهی داشته، اما هنوز با چالش‌های ساختاری و فرهنگی روبه‌رو است.

سیاست‌ها و راهبردهایی که به برابری جنسیتی و حمایت از ورزشکاران زن توجه می‌کنند، برای حرفه‌ای‌سازی پایدار ضروری هستند و شناسایی دقیق حرفه‌ای‌سازی و رفع موانع تبعیض‌آمیز می‌تواند گام مهمی در ارتقای ورزش زنان باشد.

رگستاد (۲۰۲۳) در پژوهش خود عنوان نمود که افزایش نمایندگی زنان در ورزش‌های الکترونیک تنها زمانی می‌تواند مؤثر باشد که با تغییرات در دینامیک‌های قدرت و هنجارهای جنسیتی همراه شود. این مطالعه اهمیت بازنمایی رسانه‌ای در شکل‌دهی به هنجارهای اجتماعی و تأثیر آن بر پذیرش یا تغییر هنجارهای جنسیتی و نژادی را برجسته می‌کند. همچنین، نشان می‌دهد که چگونه فضاهای مردسالارانه می‌توانند مقاومت کنند یا تغییرات تدریجی را بپذیرند.

1. Morgan
2. Parvez
3. Rogstad
4. Bruce
5. Zhang

6. Santoniccolo
7. Casey
8. Bowes & Alexandra

فناوری‌های نوین، فرصت‌هایی بی‌نظیر برای بازتعریف نقش رسانه‌ها در توسعه ورزش زنان ایجاد کرده است (کوکی^۵ و همکاران، ۲۰۱۳). شبکه‌های اجتماعی، پلتفرم‌های دیجیتال و ابزارهای تعاملی این امکان را فراهم می‌آورند که محتوایی متناسب با نیازهای فرهنگی و اجتماعی جامعه تولید و به شکل گسترده‌ای توزیع شود. این ابزارها می‌توانند به بستری برای ایجاد گفت‌وگوی اجتماعی، ترویج ارزش‌های مثبت و معرفی زنان ورزشکار موفق تبدیل شوند (کاورا و جنزن^۶، ۲۰۲۴).

از سوی دیگر، تحقیقات علمی در زمینه استفاده از فناوری‌های نوین و رسانه‌ها در توسعه ورزش زنان ایران بسیار محدود است. اغلب پژوهش‌ها به صورت پراکنده و بدون ارائه راهکارهای عملی صورت گرفته‌اند. این در حالی است که یک مدل جامع و کاربردی می‌تواند به‌عنوان الگویی برای سایر جوامع نیز مطرح شود. پژوهش حاضر با تمرکز بر طراحی مدلی جامع، به دنبال ایجاد پیوندی میان رسانه‌ها، فناوری‌های نوین و توسعه ورزش زنان است تا بتواند به‌طور هم‌زمان مسائل فرهنگی، اجتماعی و ساختاری این حوزه را پوشش دهد. این مدل می‌تواند زمینه‌ای برای تغییر نگرش‌های اجتماعی و افزایش مشارکت زنان در ورزش فراهم کند و از ظرفیت‌های فناوری‌های نوین به بهترین شکل ممکن بهره‌برد.

علاوه بر این، توسعه ورزش زنان نقشی اساسی در دستیابی به اهداف توسعه پایدار دارد. ورزش، نه تنها ابزاری برای ارتقای سلامت جسمی و روانی است، بلکه بستری برای تقویت توانمندی‌های اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی زنان ایجاد می‌کند. در ایران، که با محدودیت‌های متعدد فرهنگی و اجتماعی روبه‌روست، توسعه ورزش زنان می‌تواند به‌عنوان ابزاری برای کاهش شکاف‌های جنسیتی و تقویت فرهنگ مشارکتی جامعه عمل کند. این پژوهش در تلاش است تا با ارائه راهکارهایی عملی و مبتنی بر ظرفیت‌های فناورانه و رسانه‌ای، به این هدف دست یابد.

با توجه به اهمیت و ضرورت‌های مطرح شده، پرسش اصلی پژوهش این است که چه راهبردهایی در مدل معماری

پاپ و همکاران^۱ (۲۰۲۳) در پژوهش خود پیشنهاد نمودند که پوشش رسانه‌ای فوتبال زنان باید فراتر از دوره مسابقات مهم باشد و به‌طور مداوم ادامه یابد همچنین رسانه‌ها باید نقش خود را در بازتولید نابرابری‌های جنسیتی شناسایی کرده و تغییرات لازم را اجرا کنند و نیاز به یک تحول واقعی و پایدار در رسانه‌های ورزشی برای ایجاد برابری جنسیتی وجود دارد.

گوپتا و شروتی^۲ (۲۰۲۴) عنوان نمودند که رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان ابزاری دگرگون‌کننده، تأثیرات گسترده‌ای بر زندگی زنان در گروه‌های سنی مختلف دارند. مزایا شامل تسهیل ارتباطات، افزایش خلاقیت، و دسترسی به منابع آموزشی است. معایب شامل فشارهای اجتماعی، کاهش تعاملات حضوری، و بازنمایی‌های کلیشه‌ای است. برای بهره‌گیری بهینه از رسانه‌های اجتماعی، آگاهی‌بخشی و آموزش درباره استفاده صحیح از این پلتفرم‌ها ضروری است.

احمدی و مولانا (۲۰۲۳) در پژوهشی دریافتند که وضعیت نامطلوب پوشش رسانه‌ای ورزش زنان در ایران، منجر به ضعف در مدیریت و توسعه این حوزه شده است. رسانه‌های اجتماعی، به‌عنوان ابزاری جایگزین، نقشی کلیدی در ارتقای ورزش زنان ایفا می‌کنند؛ ورزشکاران زن از شبکه‌های اجتماعی برای نشان دادن دستاوردها، ارتباط با مخاطبان، و جذب حمایت استفاده می‌کنند؛ اهمیت توجه به عوامل فرهنگی و اجتماعی در توسعه ورزش زنان و اصلاح باورهای سنتی و تغییر سیاست‌های رسانه‌ای برای بهبود پوشش ورزش زنان ضروری است.

با توجه به موارد مطرح شده، ضرورت انجام این پژوهش از چندین منظر حائز اهمیت است. اولاً، توجه جهانی به برابری جنسیتی در ورزش به‌طور فزاینده‌ای در حال گسترش است (لجوبوویک^۳ و همکاران، ۲۰۲۴) و ایران نیز نمی‌تواند از این روند جهانی جدا باشد. توسعه ورزش زنان به معنای تحقق عدالت اجتماعی و فراهم کردن بسترهای برابر برای مشارکت زنان در فعالیت‌های اجتماعی و فرهنگی است (پتروویچ^۴، ۲۰۲۴). این امر نه تنها به ارتقای جایگاه زنان در جامعه کمک می‌کند، بلکه نقشی کلیدی در تقویت انسجام اجتماعی و تغییر نگرش‌های جنسیتی ایفا می‌کند. ثانیاً، تحولات سریع در حوزه

1. Pope
2. Gupta & Shruti
3. Ljubojevic
4. Petrović

5. Cooky
6. Kavoura & Jenzen

رسانه‌ای اثرگذار در توسعه ورزش زنان ایران با تأکید بر نقش فناوری‌های نوین وجود دارد؟

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از نوع تحلیل مضمون بوده و به روش پیشنهادی اترید-استرلینگ (۲۰۰۱) انجام شده است. جامعه آماری شامل استادان مدیریت ورزشی، استادان حوزه رسانه، مدیران و مسئولان سازمان‌های متولی ورزش زنان (وزارت ورزش و جوانان، کمیته ملی المپیک و پارالمپیک، رؤسای فدراسیون‌های ورزشی، ورزش کارگری، ورزش دانش‌آموزی و دانشجویی) می‌باشد. معیارهای انتخاب جامعه آماری عبارت‌اند از فعالیت مستقیم در زمینه ورزش زنان یا رسانه‌های مرتبط با ورزش و سابقه مدیریتی بیش از ۵ سال در یکی از سازمان‌های ذکر شده. روش نمونه‌گیری به صورت هدفمند بوده و مصاحبه‌ها تا زمان اشباع نظری ادامه یافته است. فهرستی شامل ۶۹ نفر از جامعه آماری تهیه شد. از این تعداد، با انجام مکاتبات و هماهنگی‌ها، ۳۳ نفر آمادگی خود را برای شرکت در پژوهش اعلام کردند. فرآیند مصاحبه با ۱۸ نفر تا دستیابی به اشباع نظری ادامه یافت (اورکوهارت، ۲۰۱۳).

مصاحبه‌ها به دو صورت حضوری و غیرحضوری (از طریق ارسال فایل متنی یا برگزاری تماس تصویری از طریق پلتفرم‌هایی نظیر واتساپ، تلگرام و ایتا) انجام شدند. تمامی مصاحبه‌ها ثبت و ضبط شدند و متن آن‌ها برای تحلیل دقیق استفاده گردید. برای استخراج داده‌ها از سؤالات باز و نیمه ساختاریافته استفاده شد.

برای بررسی روایی، از معیارهای قابلیت باورپذیری (اعتبار)، انتقال‌پذیری و تأییدپذیری استفاده شد.

۱. قابلیت باورپذیری (اعتبار): تأیید فرآیند پژوهش توسط هفت متخصص و استفاده از دو کدگذار جهت کدگذاری چند نمونه مصاحبه.

۲. انتقال‌پذیری: دریافت نظرات سه متخصص که در پژوهش مشارکت نداشتند.

۳. تأییدپذیری: ثبت و ضبط تمامی مصاحبه‌ها و در دسترس قرار دادن آن‌ها برای تحلیل.

برای سنجش پایایی نیز از دو روش مطالعه حسابرسی فرآیند و توافق درون موضوعی دو کدگذار استفاده شد. تحلیل سه مصاحبه به صورت مستقل توسط محقق و یک همکار انجام شد که طی آن ۵۹ کد شناسایی شد. میزان توافق به دست آمده برابر با ۸۴/۷٪ بوده است که بر اساس معیارهای استملر (۲۰۰۱)، بیش از حداقل قابل قبول (۶۰٪) است.

کدگذاری و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار مکس کیودی‌ای نسخه پرو انجام شد. فرآیند تحلیل مضمون در سه سطح انجام شد:

۴. مضامین پایه (شناسایی نکات کلیدی)

۵. مضامین سازنده (گروه‌بندی و استخراج مفاهیم مرتبط)

۶. مضامین فراگیر (ترکیب مفاهیم و شکل‌دهی ساختار کلی مدل).

بر اساس نتایج تحلیل مضمون، روابط میان مضامین پایه، سازنده و فراگیر در قالب یک چارچوب مفهومی ترسیم شد. این چارچوب به شناسایی مؤلفه‌ها، ابعاد و در نهایت عوامل اصلی مدل مفهومی کمک کرد. فرآیند تحلیل مصاحبه‌ها به صورت دستی نیز انجام شد تا دقت نتایج افزایش یابد.

یافته‌های پژوهش

نتایج جمعیت‌شناختی پژوهش در جدول ۱ گزارش شده است:

جدول ۱. توصیف ویژگی‌های دموگرافیک مصاحبه‌شوندگان

Table 1. Description of demographic characteristics of interviewees

گروه	سن	جنسیت	کد مصاحبه‌شونده	گروه	سن	جنسیت	کد مصاحبه‌شونده
استاد	۴۴	مرد	P10	استاد	۵۵	مرد	P1
مدیر	۴۴	مرد	P11	مدیر	۴۱	مرد	P2
استاد	۴۰	مرد	P12	استاد	۳۵	مرد	P3
استاد	۳۹	مرد	P13	استاد	۴۰	زن	P4
مدیر	۴۸	زن	P14	استاد	۴۳	مرد	P5
مدیر	۵۵	مرد	P15	استاد	۵۷	مرد	P6
استاد	۴۹	مرد	P16	مدیر	۶۰	مرد	P7
استاد	۵۷	مرد	P17	مدیر	۵۴	مرد	P8
استاد	۵۸	مرد	P18	مدیر	۴۲	مرد	P9

در ابتدا چند نمونه از کدگذاری های انجام شده در جدول ۲ آورده شده است:

جدول ۲. چند نمونه از کدگذاری متن مصاحبه های انجام شده

Table 2. Some examples of coding the text of the interviews conducted

شماره مصاحبه	پاسخ مصاحبه‌شونده	کدهای اولیه
۳	یکی از مهم‌ترین راهکارها این است که رسانه‌ها و مسئولین ورزش زنان به‌طور جدی‌تری به استفاده از پلتفرم‌های دیجیتال بپردازند. باید شبکه‌های اجتماعی و وب‌سایت‌های ورزشی برای پوشش بیشتر مسابقات و اخبار ورزش زنان تقویت شوند. همچنین، تولید محتوای اختصاصی برای این دسته از ورزشکاران از طریق ویدیوهای آموزشی، مستندها و گفت‌وگوها می‌تواند تأثیر زیادی در جذب مخاطب داشته باشد.	پلتفرم‌های دیجیتال، شبکه‌های اجتماعی، وب‌سایت‌های ورزشی، تولید محتوا، ویدیوهای آموزشی، جذب مخاطب
۷	استفاده از تکنولوژی‌های پیشرفته مانند واقعیت مجازی (VR) یا واقعیت افزوده (AR) برای ارائه تجربه‌های جدید به مخاطبان می‌تواند به توسعه ورزش زنان کمک کند. همچنین، راه‌اندازی اپلیکیشن‌های موبایل مخصوص ورزش زنان، که اطلاعات دقیق و لحظه‌ای در مورد مسابقات و اخبار ورزشکاران زن ارائه دهد، می‌تواند به ایجاد ارتباط مستقیم‌تر با طرفداران کمک کند.	واقعیت مجازی (VR)، واقعیت افزوده (AR)، اپلیکیشن‌های موبایل، تجربه‌های جدید، اطلاعات لحظه‌ای، ارتباط مستقیم
۸	یکی از راهکارها این است که رسانه‌ها به تولید محتوای آموزشی و ترویجی در زمینه ورزش زنان بپردازند و در این راستا از فناوری‌های نوین مانند استریم زنده (live streaming) استفاده کنند. این کار باعث می‌شود که مخاطبان به‌طور زنده و مستقیم با مسابقات و فعالیت‌های ورزشی زنان آشنا شوند. همچنین، حمایت از کمپین‌های تبلیغاتی و مشارکت با برندها برای افزایش دیده‌شدن ورزش زنان در رسانه‌ها ضروری است.	تولید محتوا، استریم زنده، کمپین‌های تبلیغاتی، حمایت از برندها، دیده‌شدن، مسابقات زنده

یافته‌های پژوهش شامل چارچوب کدگذاری مؤلفه‌ها و مدل مفهومی بر خاسته از آن است. چارچوب مفهومی استخراج شده شامل ۴ مضمون فراگیر، ۱۲ مضمون سازمان‌دهنده و ۶۰ مضمون پایه بود. نتایج کدگذاری در جدول ۳ گزارش شده است.

جدول ۳. تحلیل مضمون سه مرحله‌ای مفاهیم شناسایی شده

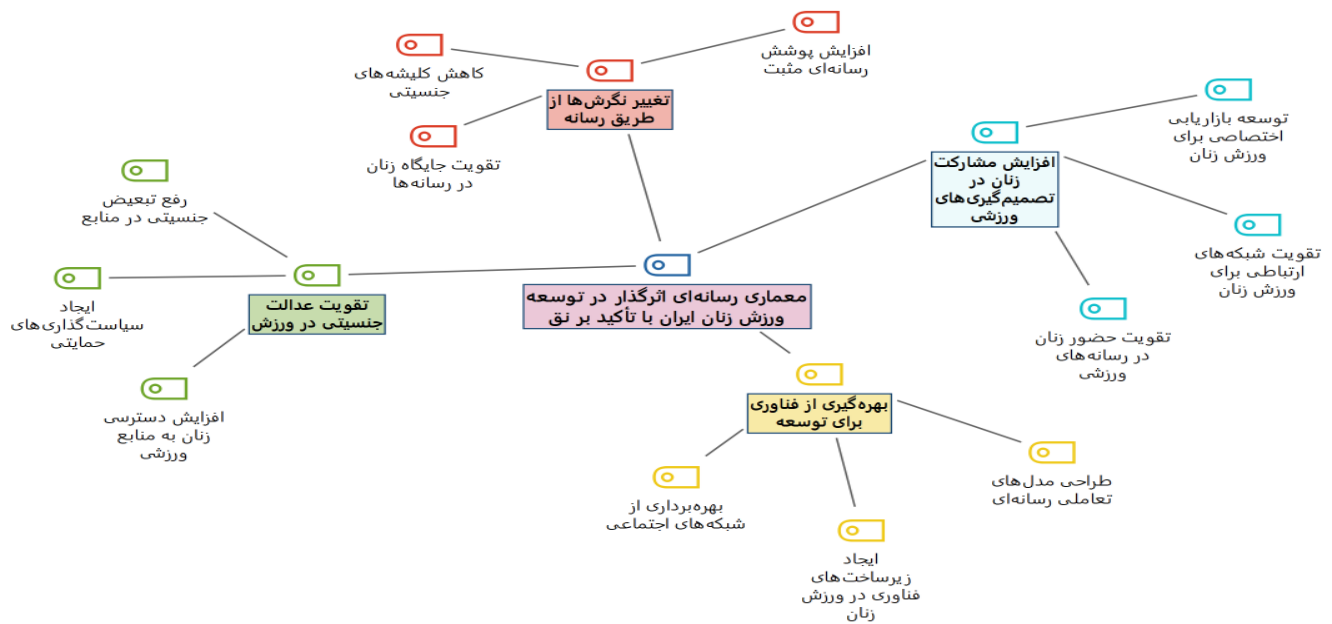
Table 3. Three-step content analysis of identified concepts

مضامین فراگیر	مضامین سازنده	مضامین پایه
افزایش پوشش رسانه‌ای مثبت	افزایش پوشش رسانه‌ای مثبت	ایجاد کمپین‌های تبلیغاتی برای ورزش زنان Q1,Q3,Q10,Q6,Q11,Q17
		تشویق رسانه‌ها به بازنمایی موفقیت‌های زنان ورزشکار Q6,Q4,Q18,Q13,Q1,Q3
		آموزش خبرنگاران برای پوشش برابر Q15,Q13,Q6,Q11
		استفاده از داستان‌سرایی مثبت Q17,Q13,Q9,Q10
		انتشار محتوای چندزبانه Q5,Q3,Q8,Q7
تغییر نگرش‌ها از طریق رسانه	کاهش کلیشه‌های جنسیتی	کاهش استفاده از تصاویر کلیشه‌ای Q9,Q2,Q1,Q18,Q3
		تنظیم محتوای بدون تبعیض Q10,Q16,Q7,Q3,Q15,Q5
		حذف تمرکز بر نقش‌های سنتی زنان Q16,Q8,Q5,Q13,Q6,Q1
		تغییر استانداردهای رسانه‌ای Q1,Q13,Q10,Q11,Q4,Q12
		تشویق الگوهای مدرن و متنوع Q1,Q2,Q18,Q6,Q16,Q13
تقویت جایگاه زنان در رسانه‌ها	تقویت جایگاه زنان در رسانه‌ها	اختصاص برنامه‌های ویژه به ورزش زنان Q11,Q13,Q3,Q15
		افزایش پوشش زنده رقابت‌های زنان Q15,Q2,Q13,Q10,Q4
		تشویق به تولید محتوای متنوع Q17,Q12,Q16,Q11,Q4
		حمایت از خبرنگاران زن Q16,Q14,Q7,Q17,Q12
		استفاده از فناوری برای تعمیق ارتباط با مخاطب Q2,Q4,Q14,Q9
رفع تبعیض جنسیتی در منابع	رفع تبعیض جنسیتی در منابع	تخصیص بودجه متناسب برای ورزش زنان Q1,Q11,Q4,Q13
		بازنگری قوانین حمایتی Q17,Q18,Q15,Q5

مضامین فراگیر	مضامین سازنده	مضامین پایه
تقویت عدالت جنسیتی در ورزش	ایجاد سیاست‌گذاری‌های حمایتی	Q18, Q10, Q5, Q4, Q6 برگزاری کارگاه‌های آموزشی
		Q7, Q17, Q10, Q16, Q2, Q6 افزایش حمایت دولتی
		Q7, Q9, Q10, Q5, Q18, Q3 ایجاد شفافیت در توزیع منابع
		Q7, Q17, Q11, Q3, Q6, Q8 تدوین سیاست‌های حمایتی برای زنان ورزشکار
		Q3, Q4, Q17, Q15, Q10, Q12 ارائه تسهیلات مالیاتی به حامیان ورزش زنان
		Q17, Q15, Q10, Q13 تشویق سازمان‌ها به حمایت از زنان
		Q14, Q18, Q6, Q13 تضمین حقوق زنان در رویدادهای ورزشی
		Q16, Q3, Q1, Q10, Q2, Q11 پایش مستمر پیشرفت زنان ورزشکار
		Q6, Q13, Q12, Q8, Q18 افزایش فضاهای ورزشی مختص زنان
		Q5, Q7, Q4, Q16, Q3 توسعه امکانات ورزشی در مناطق کم‌برخوردار
افزایش دسترسی زنان به منابع ورزشی	ایجاد بسترهای عادلانه آموزشی	Q14, Q18, Q13, Q6, Q9, Q16 کاهش هزینه‌های ورزش زنان
		Q7, Q9, Q1, Q18, Q14 تشویق به حضور زنان در تصمیم‌گیری‌ها
		Q5, Q4, Q17, Q3, Q14, Q8 طراحی کمپین‌های دیجیتال
		Q1, Q5, Q12, Q18, Q13 ترویج ورزش زنان در شبکه‌های اجتماعی
		Q4, Q9, Q8, Q16 استفاده از ابزارهای تعاملی
		Q11, Q10, Q5, Q2 تشویق به استفاده از هوش مصنوعی برای تحلیل داده‌ها
		Q17, Q15, Q13, Q14 ایجاد پلتفرم‌های بومی
		Q4, Q3, Q16, Q14, Q2 توسعه نرم‌افزارهای ورزشی
		Q14, Q6, Q15, Q12, Q18 افزایش دسترسی به اینترنت پرسرعت در مناطق ورزشی
		Q2, Q16, Q12, Q14, Q5 تقویت امنیت سایبری
بهره‌گیری از فناوری برای توسعه	ایجاد زیرساخت‌های فناوری در ورزش زنان	Q17, Q7, Q4, Q8 حمایت از تولید محتوای دیجیتال
		Q10, Q18, Q12, Q2, Q6 تجهیز سالن‌های ورزشی با فناوری نوین
		Q8, Q6, Q17, Q11, Q4 ایجاد پلتفرم‌های مشارکتی
		Q16, Q6, Q12, Q14 استفاده از ابزارهای چندرسانه‌ای
		Q8, Q9, Q18, Q16, Q13 تشویق به تعامل دوطرفه در رسانه‌ها
		Q18, Q13, Q4, Q17 طراحی اپلیکیشن‌های مرتبط با ورزش زنان
		Q4, Q6, Q13, Q16, Q3, Q7 شفاف‌سازی اطلاعات از طریق فناوری
		Q10, Q14, Q17, Q11, Q8 حمایت از استخدام خبرنگاران زن
		Q4, Q15, Q18, Q2 افزایش فرصت‌های مدیریتی برای زنان در رسانه‌ها
		Q17, Q13, Q12, Q3, Q1, Q8 تشویق به تولید محتوای ویژه زنان
تقویت حضور زنان در رسانه‌های ورزشی	تقویت شبکه‌های ارتباطی برای ورزش زنان	Q8, Q9, Q4, Q5 ارائه فرصت‌های آموزشی رسانه‌ای
		Q8, Q3, Q1, Q14, Q13 نظارت بر نقش زنان در رسانه‌های ورزشی
		Q15, Q13, Q3, Q17 ایجاد همکاری میان رسانه‌ها و فدراسیون‌ها
		Q15, Q4, Q5, Q6 تشویق به ایجاد انجمن‌های ورزشی زنان
		Q9, Q5, Q18, Q13 تقویت روابط بین‌المللی زنان ورزشکار
		Q4, Q7, Q12, Q8 ترویج شبکه‌سازی زنان در رویدادهای ورزشی
		Q12, Q15, Q18, Q8 استفاده از فناوری برای اتصال ورزشکاران
		Q11, Q13, Q8, Q10, Q18, Q16 طراحی استراتژی‌های بازاریابی دیجیتال
		Q18, Q7, Q8, Q14, Q3 استفاده از الگوهای تبلیغاتی مؤثر
		Q2, Q14, Q11, Q5 تشویق به حمایت اسپانسرها
افزایش مشارکت زنان در تصمیم‌گیری‌های ورزشی	توسعه بازاریابی اختصاصی برای ورزش زنان	Q13, Q10, Q9, Q11 برگزاری نمایشگاه‌های ورزشی
		Q7, Q1, Q13, Q9, Q14, Q16 افزایش آگاهی عمومی درباره زنان ورزشکار
		Q13, Q2, Q16, Q11, Q1

در توسعه ورزش زنان ایران با تأکید بر نقش فناوری‌های نوین می‌باشد. با بررسی مبانی نظری و نظر استادان و برخی از مصاحبه‌شوندگان، شبکه مضامین ترسیم گردید و نتایج در شکل ۱ آورده شده است.

بر اساس جدول بالا، ۴ مضمون فراگیر تغییر نگرش‌ها از طریق رسانه، تقویت عدالت جنسیتی در ورزش، بهره‌گیری از فناوری برای توسعه و افزایش مشارکت زنان در تصمیم‌گیری‌های ورزشی و ۱۲ مضمون سازمان‌دهنده ازجمله ابعاد تشکیل‌دهنده مدل معماری رسانه‌ای اثرگذار



شکل ۱. شبکه مضامین

Figure 1. Theme network

دهد. یافته‌ها نشان داد که ایجاد تغییرات در چهار محور کلیدی شامل تغییر نگرش‌ها از طریق رسانه، تقویت عدالت جنسیتی، بهره‌گیری از فناوری‌های نوین و افزایش مشارکت زنان در تصمیم‌گیری‌های ورزشی می‌تواند به رفع چالش‌های موجود کمک کند. در ادامه، تحلیل عمیق‌تری از این محورها ارائه می‌شود.

نخستین محور این پژوهش به نقش رسانه‌ها در تغییر نگرش‌های عمومی پرداخته است. رسانه‌ها، به‌ویژه رسانه‌های دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی، ابزاری بسیار قدرتمند برای شکل‌دهی به ادراکات عمومی و کاهش کلیشه‌های جنسیتی هستند. یافته‌های این پژوهش نشان داد که بازنمایی مثبت و متعادل از زنان ورزشکار در رسانه‌ها می‌تواند به تغییر نگرش‌های سنتی و افزایش پذیرش عمومی نسبت به ورزش زنان کمک کند. ایجاد کمپین‌های تبلیغاتی، انتشار محتوای چندزبانه، و بازنمایی داستان‌های موفقیت‌آمیز از جمله راهکارهایی است که می‌تواند در این

نتایج تحلیل مضمون فراگیر و ترسیم شبکه مضامین که با بهره‌گیری از نظرات خبرگان شرکت‌کننده در پژوهش و همچنین مطالعه مبانی نظری است، نشان داد که ۴ عامل شناسایی‌شده از راهبردهای مؤثر معماری رسانه‌ای اثرگذار در توسعه ورزش زنان ایران با تأکید بر نقش فناوری‌های نوین می‌باشد.

بحث و نتیجه‌گیری

ورزش زنان در ایران به‌عنوان یکی از ابزارهای مهم توسعه اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی، پتانسیل بسیار بالایی برای ایجاد تحول در جامعه دارد. با این وجود، موانع ساختاری، فرهنگی و اجتماعی متعددی مانع از رشد و گسترش ورزش زنان شده است. این پژوهش تلاش کرد تا با طراحی یک مدل معماری رسانه‌ای اثرگذار، بر اهمیت استفاده از فناوری‌های نوین و تغییر نگرش‌های عمومی تأکید کند و راهکارهایی جامع و عملی برای توسعه ورزش زنان ارائه

راهکارهای کلیدی برای بهره‌برداری از فناوری‌های نوین است. برای مثال، طراحی اپلیکیشن‌هایی که اطلاعات مرتبط با ورزش زنان را در اختیار کاربران قرار دهد، می‌تواند به ارتقای دسترسی و افزایش مشارکت کمک کند. همچنین، تجهیز سالن‌های ورزشی با فناوری‌های پیشرفته و تقویت امنیت سایبری از دیگر اقدامات ضروری است. این یافته‌ها با پژوهش‌های ژانگ (۲۰۲۴) و گوپتا و شروتی (۲۰۲۴) مطابقت دارد که اهمیت فناوری در تسهیل ارتباطات و افزایش خلاقیت را برجسته کرده‌اند. با این حال، در ایران، کمبود آگاهی عمومی درباره استفاده بهینه از این فناوری‌ها و عدم برنامه‌ریزی استراتژیک در این حوزه، مانعی جدی بر سر راه بهره‌برداری کامل از این ظرفیت‌ها است.

محور چهارم پژوهش به افزایش مشارکت زنان در تصمیم‌گیری‌های ورزشی و رسانه‌ای پرداخته است. تقویت نقش زنان در سطوح مدیریتی، افزایش حضور خبرنگاران زن و ارائه فرصت‌های آموزشی در حوزه رسانه و ورزش از جمله پیشنهادهای است که در این پژوهش شناسایی شده است. یافته‌ها نشان داد که حمایت از زنان در نقش‌های مدیریتی و رسانه‌ای می‌تواند به تغییر ساختارهای مردسالارانه و تقویت جایگاه زنان در ورزش کمک کند. برای مثال، تشویق سازمان‌ها به حمایت از زنان ورزشکار و ایجاد فرصت‌های شغلی در حوزه‌های مدیریتی و رسانه‌ای می‌تواند تأثیر مثبتی بر مشارکت زنان داشته باشد. این یافته‌ها با پژوهش‌های پاپ و همکاران (۲۰۲۳) و احمدی و مولانا (۲۰۲۳) همسو است که بر لزوم نقش‌آفرینی زنان در ساختارهای مدیریتی و رسانه‌ای تأکید کرده‌اند.

در مقایسه با مطالعات پیشین، این پژوهش یک مدل جامع و یکپارچه ارائه داده است که به مسائل ساختاری، اجتماعی و فرهنگی به صورت هم‌زمان توجه دارد. برخلاف پژوهش‌های پراکنده گذشته که بیشتر به جنبه‌های خاصی از ورزش زنان پرداخته‌اند، این مدل بر عدالت جنسیتی، استفاده از فناوری‌های نوین و ارائه راهکارهای عملی تأکید دارد. به‌عنوان مثال، در حالی که پژوهش‌های قبلی به تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر ورزش زنان در سطح فردی پرداخته‌اند، این پژوهش استفاده هماهنگ و سیستماتیک از فناوری را در سطح کلان مطرح کرده است.

راستا مؤثر باشد. برای مثال، ایجاد داستان‌های الهام‌بخش از زنان ورزشکار می‌تواند تصویری جدید از زنان در عرصه‌های ورزشی ارائه دهد که با نقش‌های سنتی و محدودیت‌های اجتماعی در تضاد است. این یافته‌ها با مطالعات بروس (۲۰۱۵) و احمدی و مولانا (۲۰۲۳) همخوانی دارد که به تأثیر بازنمایی رسانه‌ای در تغییر ادراکات عمومی اشاره کرده‌اند. با این حال، رسانه‌های سنتی در ایران معمولاً توجه کافی به ورزش زنان ندارند و اغلب بازنمایی‌هایی محدود و کلیشه‌ای ارائه می‌دهند. این پژوهش نشان داد که فناوری‌های نوین، به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی، می‌توانند این شکاف را پر کرده و بستری برای ایجاد محتوای متنوع و تأثیرگذار فراهم کنند.

دومین محور پژوهش به تقویت عدالت جنسیتی در ورزش از طریق بازنگری در سیاست‌های حمایتی و تخصیص منابع عادلانه اختصاص دارد. یافته‌ها حاکی از آن است که تبعیض‌های جنسیتی در ورزش ایران، از سیاست‌گذاری‌های کلان گرفته تا دسترسی به منابع و امکانات ورزشی، مانع از توسعه ورزش زنان شده است. ایجاد شفافیت در توزیع منابع، پایش مستمر پیشرفت زنان ورزشکار، و ارائه تسهیلات مالیاتی به حامیان ورزش زنان از جمله راهکارهایی است که می‌تواند به کاهش این تبعیض‌ها کمک کند. همچنین، برگزاری کارگاه‌های آموزشی برای مدیران و خبرنگاران و ارتقای دسترسی به منابع ورزشی در مناطق کم‌برخوردار می‌تواند بستری مناسب برای ایجاد فرصت‌های برابر فراهم کند. این یافته‌ها با پژوهش بوز و کول‌وین (۲۰۲۱) همخوانی دارد که بر لزوم تدوین سیاست‌های پایدار برای حرفه‌ای‌سازی ورزش زنان تأکید کرده‌اند. علاوه بر این، افزایش آگاهی عمومی درباره اهمیت عدالت جنسیتی در ورزش، از طریق برنامه‌های آموزشی و رسانه‌ای، می‌تواند نقش مهمی در تقویت این محور ایفا کند. محور سوم پژوهش به نقش فناوری‌های نوین در توسعه ورزش زنان اختصاص داشت. فناوری‌های دیجیتال، از جمله شبکه‌های اجتماعی، اپلیکیشن‌های ورزشی و ابزارهای تعاملی، فرصت‌هایی بی‌سابقه برای تولید و توزیع محتوای خلاقانه و هدفمند فراهم کرده‌اند. یافته‌ها نشان داد که طراحی پلتفرم‌های بومی، توسعه نرم‌افزارهای ورزشی و استفاده از هوش مصنوعی برای تحلیل داده‌ها از جمله

توصیه می‌شود برنامه‌های آموزشی گسترده‌ای برای تغییر نگرش‌های فرهنگی و افزایش آگاهی عمومی درباره اهمیت ورزش زنان اجرا شود.

در نهایت، این پژوهش نشان داد که توسعه ورزش زنان در ایران نیازمند تغییرات ساختاری، فرهنگی و اجتماعی است. ایجاد یک مدل جامع معماری رسانه‌ای، همراه با استفاده از فناوری‌های نوین، می‌تواند به افزایش مشارکت زنان در ورزش و تغییر نگرش‌های اجتماعی کمک کند و بستری مناسب برای دستیابی به اهداف توسعه پایدار در این حوزه فراهم آورد.

پیشنهاد می‌شود سیاست‌گذاران ورزشی در ایران با تدوین استراتژی‌های جامع، به توسعه عدالت جنسیتی در ورزش توجه بیشتری داشته باشند. رسانه‌ها باید با ایجاد محتواهای متعادل و هدفمند، نگرش‌های عمومی را نسبت به ورزش زنان تغییر داده و از بازنمایی کلیشه‌ای و نابرابر اجتناب کنند. سرمایه‌گذاری در فناوری‌های نوین، ایجاد زیرساخت‌های دیجیتال و برگزاری کارگاه‌های آموزشی برای استفاده از ابزارهای فناوری می‌تواند نقش مهمی در بهبود جایگاه زنان در ورزش ایفا کند. علاوه بر این، ارائه تسهیلات مالیاتی به حامیان ورزش زنان، تشویق به تأسیس پلتفرم‌های بومی، و تقویت همکاری‌های بین‌المللی از جمله راهکارهایی است که می‌تواند به توسعه ورزش زنان کمک کند. همچنین،

Reference

- Ahmadi, M., & Molana, Y. (2023). Conceptual Model of Media Coverage of Iranian Female Athletes. *Sport Management*, 15(3), 129-149. DOI: <https://10.22059/JSM.2021.331555.2825>. (In Persian)
- Bowes, A., & Culvin, A. (2021). Introduction: Issues and Debates in the Professionalisation of Women's Sport. DOI: <https://10.1108/978-1-80043-196-620211001>.
- Bruce, Toni. (2015). New Rules for New Times: Sportswomen and Media Representation in the Third Wave. *Sex Roles*, 74. DOI: <https://10.1007/s11199-015-0497-6>.
- Casey, M., Fowlie, J., Charity, M., Harvey, J., & Eime, R. (2019). The implications of female sport policy developments for the community-level sport sector: a perspective from Victoria, Australia. *International Journal of Sport Policy and Politics*, 11, 1-22. DOI: <https://10.1080/19406940.2019.1618892>.
- Cooky, C., Dycus, R., & Dworkin, S. L. (2012). What Makes a Woman a Woman?" Versus "Our First Lady of Sport. *Journal of Sport and Social Issues*, 37(1), 31-56. <https://doi.org/10.1177/0193723512447940>
- Shruti, R., & Gupta, S. K. (2024). Social Media Culture and the Representation of Indian Women of Different Age-Groups. *Navigating the Technological Tide: The Evolution and Challenges of Business Model Innovation*, 530-539. https://doi.org/10.1007/978-3-031-67444-0_49
- Kavoura, A., & Jenzen, O. (2024). "Having an unfair advantage" vs "playing by the rules": media discourses of trans women's participation in the Olympics. *Feminist Media Studies*, 25(8), 1804-1819. <https://doi.org/10.1080/14680777.2024.2395965>
- Ljubojevic, A., Karalic, T., & Pantelic Babic, K. (2025). Assessing Gender Perception of Sports among School-Aged Children: a Pilot Study. *Gymnasium*, 26(1), 7-18. <https://doi.org/10.29081/gsjesh.2025.26.1.1>
- Morgan, H., Bush, A. & McGee, D. (2021). The Contribution of Sport to the Sustainable Development Goals: Insights from Commonwealth Games Associations. *Journal of Sport for Development*. Retrieved from. DOI: https://www.sportanddev.org/sites/default/files/2023-07/morgan.sport_.and_.sdgs_.pdf.
- Parvez, Z. (2024). The FIFA World Cup 2022, National Identity, and the Politics of Women's Sports Participation in Qatar. *Asian Journal of Sport History & Culture*, 3(2), 154-179. DOI: <https://doi.org/10.1080/27690148.2024.2341256>
- Petrović, J. (2024). From equality to equity: Gender perspective of sport in Serbia. *Antropološki I Teoantropološki Pogled Na Fizičke Aktivnosti*, (10) - Zbornik Radova, 2. <https://doi.org/10.5937/atavpa24002p>

- Pope, S., Allison, R., & Petty, K. (2024). Gender Equality in the “Next Stage” of the “New Age?” Content and Fan Perceptions of English Media Coverage of the 2019 FIFA Women’s World Cup. *Sociology of Sport Journal*, 41(1), 27–38. <https://doi.org/10.1123/ssj.2022-0195>
- Rogstad, E. T. (2023). Media (re)presentation of a black woman esports player: The case of Chiquita Evans in the NBA 2K League. *International Review for the Sociology of Sport*, 59(4), 520–538. <https://doi.org/10.1177/10126902231211683>
- Santonniccolo, F., Trombetta, T., Paradiso, M. N., & Rollè, L. (2023). Gender and Media Representations: A Review of the Literature on Gender Stereotypes, Objectification and Sexualization. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20(10), 5770. <https://doi.org/10.3390/ijerph20105770>
- Zhang, J. (2024). The Transformation of the New Media Communication Paradigm in the Metaverse Era and Blockchain Based on the Topological Characteristics of Information Communication. *International Journal of Web Services Research*, 21(1), 1–17. <https://doi.org/10.4018/ijwsr.336840>