

Media and Culture, Institute for Humanities and Cultural Studies (IHCS)
Biannual Journal, Vol. 11, No. 2, Autumn and Winter 2021-2022, 95-114
Doi: 10.30465/ismc.2021.33166.2274

Presenting a pattern of written media policies with emphasis on women's human development

Fatemeh Khodabakhshi*, **Mojtaba Amiri****
Taher Roshandel Arbatani***, **Elaheh Kolae******

Abstract

Today, the unique role of the media as an important tool for promoting development in society can not be denied. In this regard, this article describes the qualitative method based on the classical (data of the Glaser Foundation) in the form of a report on the implementation of the doctoral dissertation. In this research, classical theory (Glaser) is used because in this approach, unlike other approaches of theory based, there is a lack of theory and the researcher's preconceptions are suspended and the problem appears from the data and it is the data that They reveal the theory This research is important because by conducting this study, the existing policies of the country and the measures taken in this field will be examined and analyzed based on the opinion of experts to determine the consequences for using or not using women's capabilities. The components of attitude change, popular institutions, motivation by managers, needs assessment, use of new technologies and audience research were identified and finally It can be concluded that press policy with emphasis on the

* PhD Student in University Media Management, fabakhshi@ut.ac.ir

** Associate Professor, Faculty of Management, University of Tehran, (Corresponding Author)
mamiry@ut.ac.ir

*** Professor, Faculty of Management, University of Tehran, arbatani@ut.ac.ir

**** Professor, Faculty of Law and Political Science, University of Tehran, ekolae@ut.ac.ir

Date received: 20/07/2021, Date of acceptance: 14/10/2021



Copyright © 2018, This is an Open Access article. This work is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International License. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/> or send a letter to Creative Commons, PO Box 1866, Mountain View, CA 94042, USA.

human development of women should be based on the self-direction of the press in order to draw a vision of development in society.

Keywords: Policy Making, Press, Women, Based Theory, Glaser.

طراحی مدل سیاست‌گذاری مطبوعات با تاکید بر توسعه زنان با استفاده از نظریه بر پایه کلاسیک

فاطمه خدابخشی*

مجتبی امیری**، طاهر روشندل اربطانی***، الهه کولایی****

چکیده

در دنیای امروز مطبوعات همزمان در رقابت با رسانه‌های مختلف، هنوز جایگاه خود را از دست نداده‌اند و می‌توانند به وظایف ذاتی شان از جمله در جهت آگاهی بخشی بپردازند. هم‌چنین با توجه به اینکه زنان نیمی از جمعیت کشور می‌باشند و اهمیت نقش بانوان در توسعه جوامع و پایین بودن نرخ شاخص بین‌المللی توسعه زنان انجام مطالعه در این زمینه ضروری به نظر می‌رسد. در این پژوهش، سیاست‌های موجود کشور و اقدامات بعمل آمده در این زمینه بر اساس نظر صاحب‌نظران مورد بررسی و تحلیل قرار می‌گیرد. این تحقیق در حوزه سیاست‌گذاری رسانه مکتوب (مطبوعات) تلاش نموده که در راستای موضوع اصلی تحقیق الگویی با تاکید بر توسعه انسانی زنان ارائه دهد. در این پژوهش از روش تحقیق کیفی و نظریه بر پایه کلاسیک (گلیزر) استفاده شده است. به این منظور با ۱۳ نفر از متخصصان و صاحب‌نظران در زمینه‌های سیاست‌گذاری و مطبوعات و زنان که به صورت هدف‌مند انتخاب شدند، مصاحبه عمیق و نیمه ساخت یافته بعمل آمد. براساس تحلیل داده‌های بدست آمده از طریق مصاحبه نیمه ساختار یافته و مدل بدست آمده از تحقیق،

* دانشجوی دکتری مدیریت رسانه دانشگاه، fabakhshi@ut.ac.ir

** دانشیار دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران (نویسنده مسئول)، mamiry@ut.ac.ir

*** استاد دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، arbatani@ut.ac.ir

**** استاد دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه تهران، ekolaee@ut.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۴/۲۹، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۷/۲۲



مقوله‌های اشباع شده عبارتند از: قوانین و سیاست‌ها، نهادسازی، مدیریت و رهبری، فرهنگ‌سازی و درونی کردن ارزش‌ها، اقدامات محتوایی و آینده نگری.
کلیدواژه‌ها: سیاستگذاری، مطبوعات، توسعه زنان، نظریه بر پایه، گلیرز.

۱. مقدمه

امروزه رسانه‌ها تنها ابزار گسترش و تسریع تربیت توسعه‌انند. در تمام مراحل توسعه، رسانه‌ها نقش منحصر بفرد و بی‌بدیل بر آگاهی افراد جامعه دارند و مطبوعات به عنوان نهادهایی برخاسته از اندیشه توان ساختن فرهنگ توسعه را دارند (خانیکی ۱۳۹۷). بخش عظیم جامعه را بانوان تشکیل می‌دهند که نه تنها به عنوان یک جنسیت بلکه با موقعیت‌های متنوع از توانمندی‌ها و مهارت‌های مختلف و با فرصت‌هایی که جامعه در اختیار آنها قرار می‌دهد، می‌توانند در عرصه توسعه نقش آفرینی کنند (کولایی ۱۳۸۵).

تدوین سیاست‌ها و استراتژی‌های اثربخش در این زمینه، یکی از وظایف اصلی سیاست‌گذاران در سطح جامعه می‌باشد (روشندل، ۱۳۹۴).

جامعه‌ای که قصد حرکت به سوی توسعه را دارد لازم است تعالی انسان‌ها و کاهش نابرابری‌ها را در نظر بگیرد. اگر در جامعه‌ای ضریب باسوادگی، تندرستی، شاخص‌های تغذیه و تامین مسکن، ایجاد اشتغال و درآمد بالا رود اما توزیع آن بین زنان و مردان متعادل نباشد آن جامعه توسعه نیافته است از اینرو نقش زنان در توسعه بسیار مهم و حیاتی است (مامسن، ۱۳۸۷).

این پژوهش در صدد مطالعه این موضوع است که سیاستگذاری در مطبوعات به عنوان ابزاری تاثیر گذار در باورها و هنجارهای جوامع مدرن به چه صورتی موجب رشد توسعه انسانی زنان در جامعه می‌شوند.

مسئله اصلی در این پژوهش این است که با توجه به اینکه تاکنون سیاست‌های رسانه مکتوب (مطبوعات) با تاکید بر توسعه زنان کشور مورد بررسی قرار نگرفته تا اثربخشی آن‌ها مورد آزمون قرار بگیرد، بنابراین در این خصوص دانش لازم وجود ندارد و تولید دانش در این مورد می‌تواند زمینه مناسبی را برای سیاستگذاری رسانه مکتوب فراهم نماید. بنابراین، لازم است به این پرسش پاسخ داده شود که آیا می‌توان به الگویی در سیاست

طراحی مدل سیاست‌گذاری مطبوعات با ... (فاطمه خدابخشی و دیگران) ۹۹

رسانه مکتوب (مطبوعات) با تاکید بر توسعه انسانی زنان در کشور دست یافت؟ برای پاسخ به این سوال اصلی لازم است ابتدا به دو سوال زیر پاسخ داده شود:

سوال اول: مولفه‌ها و ابعاد تاثیرگذار بر سیاست‌های رسانه مکتوب (مطبوعات) و توسعه انسانی زنان در کشور کدامند؟

سوال دوم: رابطه بین مولفه‌ها و ابعاد تاثیرگذار بر سیاست‌های رسانه مکتوب (مطبوعات) با تاکید بر توسعه انسانی زنان در کشور کدامند؟

توسعه انسانی به آموزش و آگاه‌سازی و آماده کردن افکار عمومی برای بهره‌برداری از امکانات مادی و معنوی نیاز دارد. در این میان نقش مطبوعات به عنوان یکی از پارامترهای مهم توسعه فرهنگی آشکار می‌شود. مطبوعات به عنوان رکن چهارم دموکراسی در یک جامعه دموکراتیک با کارکردهای خود (اطلاع‌رسانی، آموزشی، تفریحی و سرگرمی) به توسعه همه جانبه کمک می‌کند و توسعه کشور در یک رابطه دیالکتیکی به رشد و توسعه مطبوعات یاری می‌رساند (کلاتتری، ۱۳۹۲).

وقتی صحبت از نقش رسانه در توسعه انسانی مطرح می‌شود، زنان نیز به عنوان نیمی از جمعیت کشور متأثر از سیاست‌گذاری‌های رسانه‌ای هستند. لذا باتوجه به نیروی بالقوه این بخش از جامعه، بنظر می‌رسد براساس معیارهای جهانی توسعه هنوز زنان ایرانی نتوانسته‌اند به جایگاه و نقش مناسب خود در کشور دست یابند (مظفری ۱۳۹۴). شاخص بین‌المللی توسعه انسانی برای سنجش موفقیت هر کشور با سه معیار زندگی طولانی و سالم (امیدبه‌زندگی)، دسترسی به دانش (آموزش)، و سطح زندگی مناسب (میزان درآمد) سنجیده می‌شود که ایران در سال ۲۰۱۸ با پنج پله سقوط در سطح جهانی رتبه ۶۵ و در منطقه خاورمیانه رتبه ۸ را کسب نموده است. علیرغم رشد میل روز افزون زنان در کشورمان به توسعه در سال‌های اخیر، شاخص توسعه زنان هنوز در مقایسه با کشورهای منطقه کم‌تر است.

با رجوع به منابع کتابخانه‌ای و مطالعات اسنادی، در بررسی قانون اساسی و اسناد سیاست‌های ابلاغی برنامه‌های توسعه اول تا پنجم و برنامه ششم (که به تازگی به دستگاه‌های اجرایی ابلاغ شده است)، سند چشم‌انداز در افق ۱۴۰۴، مصوبات شورای عالی انقلاب فرهنگی، قوانین ولایحه‌های مصوب در مجلس و سند ملی توسعه می‌توان دریافت که به غیر از مواردی که بصورت کلی در مورد جایگاه و منزلت زن با تاکید به نهاد خانواده

بیان شده، به اهمیت نقش زنان در ارتقای توسعه کشور اشاره‌ای نشده و روی هم رفته حقوق فردی زنان کمتر مورد توجه قرار گرفته است.

مضاف بر اینکه در بررسی اهداف توسعه هزاره سوم که سال ۲۰۰۰ میلادی از طرف سازمان ملل متحد به کشورهای عضو پیشنهاد شد، در بخش‌های مربوط به زنان تا رسیدن به نقطه مطلوب راه درازی در پیش است و ما به جز مورد آموزش و بهداشت، نتوانسته ایم در زمینه‌های اقتصادی و سیاسی و اجتماعی به اهداف مورد نظر نزدیک شویم. قانون مطبوعات هم (که آخرین بار سال ۱۳۷۸ و اواخر مجلس پنجم مصوب شد) متضمن موردی از سیاست‌هایی در جهت زنان و توسعه آنها نیست.

در زمینه نقش زن در توسعه رویکردهای متفاوتی وجود دارد. بعضی از این رویکردها بر اساس نیاز جامعه صنعتی به نیروی کار است و اینکه به تمام نیروی انسانی خود نیاز دارد و بعضی از آنها بر اساس لزوم تساوی زن و مرد و حقوق فردی مساوی آنها در کشورهای توسعه یافته با توجه به کم شدن رشد جمعیت و رقابتی که در تولید وجود دارد جامعه مجبور به استفاده از نیروی کار زنان شد و این وظیفه‌ای است که جامعه بر عهده زنان نیز گذاشته است.

۲. رویکردهای مربوط به نقش زنان در توسعه

۱.۲ رویکرد سستی

بر اساس این رویکرد توسعه عاملی برای بهینه سازی کیفی سطح زندگی معرفی شده است. زنان در این رویکرد حتی اگر در نظام تولید صنعتی شرکت نداشته باشند باز هم در روند توسعه نقش اساسی ایجاد می‌کنند. آنها با تربیت نیروی انسانی و فراهم کردن محیط آرام در منزل شرایط مناسب کاری را برای مردان فراهم می‌کنند. در این رویکرد از زنان به عنوان مهم‌ترین عامل توسعه انسانی یاد شده است. و این توسعه انسانی با توسعه فرهنگی اقتصادی و صنعتی هم ارزش در نظر گرفته شده است.

۲.۲ رویکرد فمینیستی

این رویکرد از همان ابتدا فعالیت خود را برای آگاهی زنان از حقوق خود انجام داده است. یکی از دلایل در حاشیه قرار گرفتن زنان را ماندن آنها در خانه و عدم شرکت در فعالیت‌های اجتماعی می‌دانند در نتیجه به نظر آنها همه زنان باید در فعالیت‌های اجتماعی و روند توسعه شرکت داشته باشند.

۳.۲ رویکرد عدالت جنسیتی

طرفداران این رویکرد معتقدند که زنان امروز به اندازه مردان توانایی دارند و استفاده نکردن از این نیروی کار باعث به وجود آمدن ناهنجاری‌هایی در جامعه می‌شود. از همین روست که اعتقاد بر این است که رویکرد عدالت جنسیتی می‌بایست در برنامه ریزی توسعه مد نظر قرار گیرد. رویکردی که اساسش توازن است و ساختار نابرابر و تبعیض آمیز علیه زنان را مورد توجه قرار می‌دهد.

جدول ۱. پیشنهاد مطالعات

ردیف	پژوهشگر	عنوان پژوهش	نتایج
۱	آرن، پلاک (۲۰۱۹)	روزنامه نگاری بعنوان یک کالای عمومی: چشم اسکاندیناوی	در این مطالعه براساس تجربیات رسانه‌های اسکاندیناوی و اصلاحات اخیر انجام شده، ضرورت سیاست رسانه‌ها و سیستم بودجه که روزنامه نگاری با کیفیت را به عنوان تولید دانش اجتماعی و کالای عمومی به رسمیت می‌پردازد، بحث می‌کند.
۲	اسین، ایزنیل (۲۰۱۸)	رهبری و جنسیت در رسانه‌های عربی	این مقاله به تبعیض اجتماعی در غیاب فضای قانونی و سازمانی برای زنان و وجود شکاف قابل توجه دستمزد و روابط جنسیتی کار در رسانه‌های مصر می‌پردازد.
۳	اسجوواک، کوالهیم (۲۰۱۹)	اخباری وقفه: نقاط کور در روزنامه‌نگاری و دم بلند از محتوای اخبار	این مقاله به مطالعه مطالب روزنامه نگاران در نروژ می‌پردازد که کمتر از یک درصد اخبار را به موضوعات اجتماعی (که به منابع و دانش و تحقیقات عمیق نیاز دارد) می‌پردازد.
۴	طالبیان، سارا (۲۰۲۰)	بررسی ویژگی‌های سیاست رسانه ای در ایران	مالکیت سخنگیرانه دولت، ترویج گفتمان سیاسی و فرهنگی، یکسان سازی، تمرکز بر مخاطبان

ردیف	پژوهشگر	عنوان پژوهش	نتایج
			گسترده از موضوعات اصلی الگوی سیاست رسانه ای دهه‌های اخیر بوده است.
۵	پاپیز، مانوئل، بولک، هیلدا (۲۰۱۹)	سیاست رسانه و پژوهش سیاست رسانه	سیاست‌های رسانه ای ناشی از دیدگاه‌های پارادایمی انتزاع در رابطه بین دولت، جامعه و رسانه است.
۶	فریدمن، دس (۲۰۱۵)	فتیشیسم سیاست رسانه	این مقاله به ویژگی فتیشیستیک فرایند سیاستگذاری رسانه می‌پردازد و بر آزادی مطبوعات و تکرر رسانه ای تمرکز دارد.
۷	چان ویک چین (۲۰۱۱)	فرایند سیاست و یادگیری سیاست و نقش رسانه‌های محلی در چین	در فرایند سیاستگذاری رسانه ای و تاثیرگذاری آن‌ها بواسطه چگونگی اجرای این سیاستها را تبیین می‌کند و به نقش دولت در تدوین سیاست‌ها می‌پردازد.
۸	چریان، جورج (۲۰۱۹)	هم‌سویی سیاست رسانه با سلطه اجرایی	محقق به توصیف سیستم رسانه ای کشور سنگاپور می‌پردازد که برهم افزایش رسانه‌ها و نخبگان متمرکز شده است.
۹	پیترهامپری (۲۰۰۹)	سیاست‌های سیاست رسانه	دولت و مدیران در قالب سیاستگذاری رسانه به قانون گذاری برای رسانه‌ها می‌پردازند.
۱۰	دنيس مک کوئیل (۲۰۰۵)	مراحل سیاست گذاری رسانه	سه مرحله مختلف برای سیاستگذاری رسانه وجود دارد: مرحله اول در مورد مخابرات بود و تا جنگ جهانی دوم وجود داشت، بعد از آن سیاستگذاری رسانه‌ها تحت سلطه دغدغه‌های سیاسی و اجتماعی بود (۱۹۹۰) و مرحله سوم جریان‌های اجتماعی و اقتصادی و تکنولوژیک زمینه سیاستگذاری رسانه‌ها را تغییر داد.
۱۱	دنيس فریدمن (۲۰۰۸)	سیاست‌های سیاست گذاری رسانه	وی به انتقاد از ارزشهای زیربنایی دو مکتب پلورالیسم و تئولیرالیسم که در ساختار سیاست گذاری رسانه ای موثر هستند، می‌پردازد.
۱۲	ریچارد جولی (۲۰۱۰)	نیازهای اساسی و توسعه انسانی، عناصر مورد نیاز یک پارادایم بین‌المللی برای حل بحران	ضرورت پارادایم جدید توسعه در دنیای بحرانی امروز با محوریت توسعه انسانی
۱۳	منجو سینگ (۲۰۱۰)	توانمندسازی زنان، شکاف‌های موجود در انتشار نوآوری	اهمیت توانمندسازی زنان روستایی و بیان و معرفی تکنولوژی‌های آموزشی منجر به توانمندسازی زنان روستایی برای انجام مشاغلشان می‌شود.
۱۴	مارک رابوی،	نقشه جهانی سیاست گذاری رسانه ای، مفاهیم،	به چگونگی رویارویی با موانع سیاست گذاری ارتباطی و رسانه ای پرداخته‌اند و سپس به

طراحی مدل سیاست‌گذاری مطبوعات با ... (فاطمه خدابخشی و دیگران) ۱۰۳

ردیف	پژوهشگر	عنوان پژوهش	نتایج
	کلودیا پدوانی (۲۰۱۰)	چهارچوب‌ها و روش‌ها	بررسی محدودیت‌ها برای نقشه جهانی سیاست‌گذاری رسانه ای و تهیه چهارچوب می‌پردازد.
۱۵	نانسی کولریا (۲۰۱۲)	رسانه چاپی (مطبوعات) و توان‌مندسازی زنان	به تاثیرات و کارکرد مطبوعات در جهت توان‌مندسازی زنان پرداخته است. وی با بررسی دوره ای مطبوعات، متوجه تاثیر و کارآمدی مطبوعات در جهت ارائه راهکارهای متعدد و الگوسازی زنان از مطبوعات برای بهره برداری در افزایش توانمندی‌هایشان استفاده می‌کنند.

بررسی پیشینه تحقیق:

همانطوری که در پژوهش‌های بالا ملاحظه می‌شود این تحقیقات به شکل کلان به موضوع پرداخته‌اند و به نقش زنان کمتر توجه شده است و از این لحاظ عنوان مقاله تقریباً بی‌بدیل می‌باشد.

۳. روش‌شناسی تحقیق

این تحقیق دارای رویکرد کیفی بوده و از روش نظریه برپایه به عنوان روش تحقیق استفاده می‌شود (دانایی فرد و همکاران ۱۳۸۸). روش پژوهش برپایه مبتنی بر ظهور خلاقانه‌ی یک نظریه‌ی تازه است که به دلیل همین خلاق بودنش هیچ‌گاه به صورت تبعیت گام به گام از قواعد و فنون تحقیق شکل پیدا نمی‌کند (قانع‌ی راد ۱۳۹۶). در این پژوهش از نظریه برپایه کلاسیک (گلنزر) استفاده می‌شود زیرا در این رویکرد بر خلاف رویکردهای دیگر نظریه برپایه، فقدان نظریه وجود دارد و پیش برداشتهای محقق به تعلیق در می‌آید و مسئله از داده‌ها ظاهر می‌شود و داده‌ها هستند که نظریه را آشکار می‌سازند (فراستخواه، ۱۳۹۶).

در این روش محقق مستقیماً به جمع‌آوری داده‌ها، کدگذاری و تحلیل آنها پرداخته و از ابتدا به بررسی عمیق ادبیات نمی‌پردازد (گلنزر، ۲۰۰۴)

داده‌ها از طریق مصاحبه و تعاملات و تفکر محقق جمع‌آوری می‌شود.

در ابتدا متن هر مصاحبه بررسی شده و با توجه به جملات و نکات کلیدی در مصاحبه برچسب مفهومی برای آنها انتخاب شده است. بعد از کدگذاری اولیه محقق کدها را باهم ترکیب کرده و کدهای مشابه در طبقات انتزاعی به نام مقولات قرا گرفته و در نهایت در چند سطح مفهومی مقولات قرار می‌گیرد.

در این مطالعه، مصاحبه با متخصصان و نخبگان به عنوان روش اصلی گردآوری داده‌ها مورد استفاده قرار گرفته است.

در این تحقیق با استفاده از نمونه گیری هدفمند، افرادی برای مصاحبه انتخاب شدند که حداقل ۱۰ سال در زمینه‌های سیاست‌گذاری، رسانه مکتوب (مطبوعات)، توسعه و زنان دارای تخصص و سابقه کار و تدریس باشند. از مطالعه کتابخانه ای و اینترنتی، منابع مرتبط با موضوع که شامل کتابهای چاپی، مقاله‌ها، قوانین و مدارک موجود در پایگاه‌های علمی داخلی و خارجی میشود، مصاحبه عمیق با ۱۳ نفر از مدیران مسئول مطبوعات کنیرالانتشار و روزنامه نگاران باتجربه، نمایندگان مجلس شورای اسلامی، فعالین حوزه زنان و اساتید دانشگاه انجام شد. مصاحبه‌های اولیه بصورت کاملا باز و ساختار نیافته انجام گرفت و به مرور با توجه به پاسخ‌های داده شده به سوالات و یافتن سرخ‌های بیشتر برای سوالات بعدی شکل سوالات تغییر کرد. از مصاحبه ششم به بعد تکرار در اطلاعات مشاهده شد اما برای اطمینان کار تا مصاحبه سیزدهم ادامه یافت.

فرایند مصاحبه‌ها تا جایی ادامه یافت که داده‌ها کاملا تکراری بوده و باین ترتیب اشباع اطلاعاتی حاصل شد، بدین معنی که مصاحبه با افراد جدید، مطالب جدیدی درباره موضوع پژوهش به همراه نداشت.

بعد از انجام هر مصاحبه، نکات کلیدی استخراج شده و داده‌های آن مصاحبه کدگذاری شد تا از این طریق، مقوله بندی داده‌ها و تفسیر آنها انجام شود. بعد از انجام هر مصاحبه، داده‌های آن مصاحبه کدگذاری شد تا از این طریق، مقوله بندی داده‌ها و تفسیر آنها انجام شود.

پژوهشگر با کدگذاری چهار مصاحبه نخست، چارچوب ذهنی اولیه را ایجاد کرد و با انجام مصاحبه‌های بعدی و با استفاده از کدهای جدید بدست آمده، چارچوب ذهنی را توسعه داد تا زمانی که اشباع نظری حاصل شد و مصاحبه‌ها به پایان رسید. بعد از اتمام

طراحی مدل سیاست‌گذاری مطبوعات با ... (فاطمه خدابخشی و دیگران) ۱۰۵

کدگذاری‌ها، بر اساس شاخص‌های بدست آمده و روابط بین آنها، الگوی پیشنهادی طراحی شد.

۴. اعتبارسنجی

منظور از سنجش اعتبار این است که آیا ابزار اندازه‌گیری می‌تواند مفهوم خاص مورد نظر را اندازه‌گیری کند؟ و آیا مفهوم واقعی آنچه مورد نظر هست را اندازه می‌گیرد؟ در اینجا از روش‌های بازنگری توسط مشارکت‌کنندگان استفاده می‌شود:

- اعتبارسنجی تحقیق جی تی از طریق تحلیل مقایسه‌ای و مداوم داده‌ها و پرسش‌ها و هماهنگی‌های چندباره با مشارکت‌کنندگان (member check) و مقایسه‌های مجدد انجام پذیرفت. در طول تحقیق و در پایان همه مصاحبه‌ها خلاصه گفته‌های مصاحبه‌شوندگان و در مرحله پایانی مدل بدست آمده توسط شرکت‌کنندگان بازبینی و تاییدشده و نکات پیشنهادی اعمال گردید.

۵. کدگذاری باز

مصاحبه‌های انجام شده بعد از ثبت و پیاده کردن، بصورت مفاهیم و کد مفهومی در آمدند. نکته مهم در کدگذاری باز این است که محقق صرفاً به فهرست برداری جملات مصاحبه‌ها بسنده نمی‌کند بلکه در همان حین مصاحبه و مشاهده و تفحص هر حرفی که می‌شنود یا مطلبی می‌بیند، مفهومی از آن در ذهن اش تداعی می‌شود. لازم به توضیح است که معمولاً در کدگذاری باز، محقق یک مقوله واحد را از چند عبارت مختلف که مصاحبه‌شوندگان گوناگون بیان داشته‌اند، استخراج می‌کند. به عبارت دیگر محقق به انبوهی از معانی و مفاهیم و مقولات پراکنده، نظم معنایی می‌بخشد.

در طی این مرحله، از فنون تحلیلی پیشنهاد شده گلایزر (۲۰۱۳) به کار گرفته شد. واحد اصلی تحلیل برای کدگذاری باز مفاهیم بودند. ۸۶ کد باز شناسایی شد.

جدول ۲. تبدیل متون مصاحبه در قالب کدگذاری باز

ردیف	متن مصاحبه	کدگذاری باز
۱	باید فرهنگ سازی از طریق ارتباط با جمعیت‌ها، افراد و گروه‌های فعال حقوق زنان انجام شود.	ارتباط با گروه‌های فعال حقوق زنان
۲	از پژوهشگران حوزه مطبوعات و اساتید مطالعات زنان استفاده شود.	استفاده از اساتید و پژوهشگران حوزه مطبوعات و مطالعات زنان
۳	نهادسازی در مطبوعات ایجاد شود.	نهاد سازی در مطبوعات
۴	دپارتمان‌های مطالعه در مورد زنان و توسعه ایجاد شود.	ایجاد دپارتمان‌های مطالعات زنان
۵	برای توسعه زنان اهمیت قایل نیستند.	اهمیت دادن به مبحث توسعه زنان

نمونه‌ای از داده‌های کیفی به دست آمده از فرایند مزبور بر اساس کدگذاری باز و انتخابی و نظری در قالب جدول ارائه شده است. جداول دیگر مربوطه به دلیل پرهیز از طولانی شدن متن آورده نشده است.

۶. کدگذاری انتخابی

در این مرحله، کدگذاری برای مقوله اصلی و مقوله‌های مرتبط صورت می‌گیرد و داده‌های نا مرتبط در نظر گرفته نمی‌شود. این مرحله تا زمانی ادامه می‌یابد که مقوله اصلی و مقوله‌های مرتبط اشباع شوند به این معنا که ویژگی‌های بیشتر و جدید تری از داده‌ها حاصل نشود و کدها به مفاهیم تبدیل می‌شوند.

جدول ۳. کدگذاری انتخابی

ردیف	کدهای باز (نشانه‌ها)	مفاهیم
۱	ارتباط با گروه‌های فعال حقوق زنان	تشکیل نهادهای اجتماعی
۲	نهاد سازی در مطبوعات	
۳	همفکری میان اهالی مطبوعات	
۴	هماهنگی نظرات	
۵	انجمن مدیر مسئول‌های مطبوعات	

۷. کد گذاری نظری

کدهای نظری، چگونگی ارتباط مقوله‌ها با یکدیگر را مفهوم سازی می‌کنند. این مرحله معمولاً در زمان مرتب سازی و یکپارچه کردن یادداشت‌ها اتفاق می‌افتد و مفاهیم با هم مرتبط می‌شوند.

در این مرحله و از طریق کدهای نظری، مفاهیم را به یکدیگر ارتباط می‌دهیم. در اینجا نمی‌توان گفت که کدامیک از مفاهیم مهم‌تر یا کمتر دارای اهمیت هستند یا حتی مهم نیستند. این متغیرها هر کدام روی یکدیگر تاثیر می‌گذارد و از هم تاثیر می‌پذیرند و در تعامل با هم می‌باشند.

به عبارت دیگر در این سطح از تحلیل، محقق مقولات و مفاهیم بدست آمده از مراحل قبل را باهم مقایسه می‌کند، ترکیب و ادغام می‌کند، تقلیل و تلخیص می‌کند و همراه با خلاقیت‌های فکری و انتزاعی، کل معانی بدست آمده از تحقیق را بر حسب ارتباطاتی که باهم دارند در چند محور اصلی مرتب سازی می‌کند.

جدول ۴. کدگذاری نظری (استخراج مقوله‌ها)

مقوله‌ها	مفاهیم
قوانین و سیاست‌ها	قوانین و مقررات
	سیاست‌ها
	مبارزه با سانسور

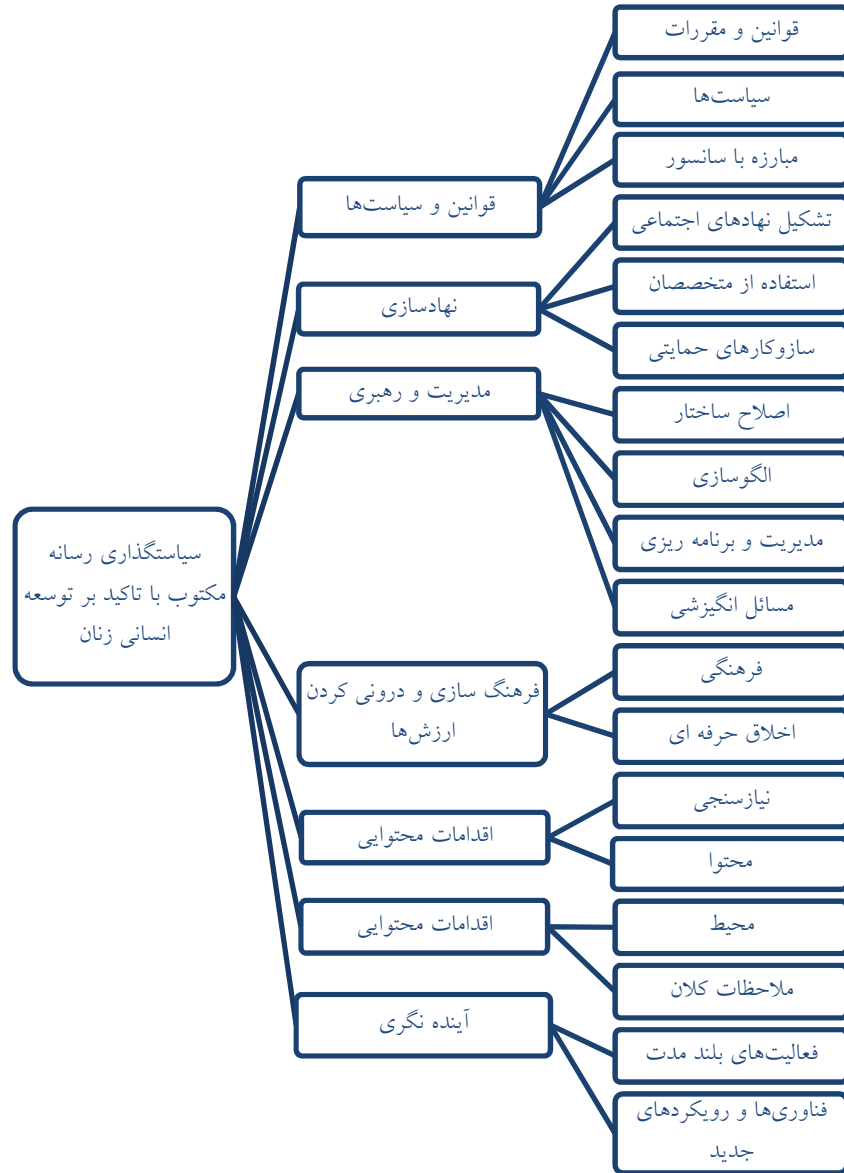
۸. بحث و تحلیل یافته‌ها

این پژوهش با روش کیفی و با رویکرد نظریه برپایه برای ارایه الگوی سیاست‌گذاری رسانه مکتوب (مطبوعات) با تاکید بر توسعه انسانی زنان انجام شد. مولفه‌ها و ابعاد (مقولات) به دست آمده در قالب یک الگو از عناصر مرتبط با هم ارایه شده اند. هر کدام از مقوله‌ها شامل مفاهیم متعددی می‌شوند.

در پاسخ به سوال اصلی پژوهش که "آیا میتوان به الگویی در سیاست رسانه مکتوب (مطبوعات) با تاکید بر توسعه انسانی زنان در کشور دست یافت؟" می‌توان براساس تحلیل داده‌ها تحقیق بصورت مدل ذکر شده در قالب یک نظریه برپایه بیان کرد. مقوله‌های

ذکرشده در قالب مدل با یکدیگر ارتباط مستقیم و غیر مستقیم دارند و بر هم تاثیر می‌گذارند. این مقوله‌ها به هم وابسته هستند چون همه اجزا مهم می‌باشند و نقص هر کدام باعث کمبود و اختلال می‌شود. البته ممکن است بعضی اجزا نقش مهم‌تری داشته باشند. همه مقوله‌ها با هم در ارتباط و تعامل مستقیم یا غیر مستقیم هستند در عین حال که بر یکدیگر تاثیر می‌گذارند.

باتوجه به یافته‌های پژوهش و مفاهیم شناسایی شده و گویه‌های هر مفهوم (مولفه‌ها و ابعاد) می‌توان مدل پیشنهادی زیر را جهت الگوی سیاستگذاری رسانه بر توسعه انسانی زنان نشان داد.



شکل ۱. مدل پیشنهادی برای تبیین سیاست‌گذاری مطبوعات با تاکید بر توسعه انسانی زنان

در این پژوهش محقق فرایند مدل مفهومی برآمده از داده‌ها را شکل می‌دهد و میان مقوله‌های بدست آمده از داده‌ها ارتباط برقرار می‌کند. در راستای تحلیل یافته‌ها در این

مقاله، به سوالات پژوهش پاسخ داده می‌شود. نخستین سوال این پژوهش عبارت بود از: مولفه‌ها و ابعاد تاثیرگذار بر سیاستهای رسانه مکتوب (مطبوعات) و توسعه انسانی زنان در کشور کدامند؟ مطابق مدل پیشنهادی پاسخ سوال شامل موارد زیر می‌شود:

- قوانین و سیاستها که شامل مفاهیم: قوانین و مقررات سیاستها و مبارزه با سانسور می‌شود. منظور اینکه برای انجام فرایند سیاستگذاری نیاز به بازنگری و وضع قوانین و در صورت لزوم اصلاح قوانین و کثرت گرایي در تدوین سیاستها و شفافیت می‌باشد.
- نهادسازی که مشتمل بر تشکیل نهادهای اجتماعی استفاده از متخصصان و سازوکارهای حمایتی است. در این راستا سازوکار نهادهای مختلف مردمی باید تقویت شود.
- مدیریت و رهبری شامل مفاهیم: اصلاح ساختار الگوسازی مدیریت و برنامه ریزی و مسائل انگیزشی می‌باشد. در این فرایند اصلاح ساز و کار مدیریت فردی و برنامه‌ها و بالابردن انگیزه‌ها لازم است.
- فرهنگ سازی و درونی کردن ارزش‌ها شامل مفاهیم فرهنگی و اخلاق حرفه ای می‌باشد. اصلاح ساز و کارهای فرهنگی و تخصصی حرفه ای در کار مطبوعات باید انجام شود.
- اقدامات محتوایی مشتمل بر مفاهیم نیازسنجی محتوا محیط و ملاحظات کلان می‌باشد. انجام فرایندهای تحقیقی و نظرسنجی مداوم بر اساس نیاز مخاطب در جامعه هدف ضروری می‌باشد.
- آینده نگری شامل مفاهیم فعالیتهای بلندمدت و فناوری‌ها و رویکردهای جدید می‌باشد. ایجاد سازوکارهای علمی در استفاده مطبوعات از فناوریهای نوین. این مقوله‌ها در تعامل و ارتباط با یکدیگر هستند.

سوال دوم پژوهش در پی شناسایی ارتباط بین مولفه‌ها و ابعاد تاثیرگذار بر سیاستهای رسانه مکتوب (مطبوعات) با تاکید بر توسعه انسانی زنان است. بر اساس تحلیل داده‌های تحقیق می‌توان چنین گفت که اجزای بدست آمده در تحقیق با یکدیگر رابطه متقابل دارند و بر یکدیگر تاثیر می‌گذارند. این مقوله‌ها به هم وابسته هستند چون همه اجزا مهم می‌باشند

و نقص هر کدام باعث کمبود و اختلال می‌شود. البته ممکن است بعضی اجزا نقش مهم‌تری داشته باشند. همه مقوله‌ها با هم در ارتباط و تعامل مستقیم یا غیر مستقیم هستند در عین حال که بر یکدیگر تاثیر می‌گذارند.

۹. نتیجه‌گیری

بر اساس این مدل لازم است که برای سیاست‌گذاری مطبوعات، مضامین این تحقیق به‌صورت زیر در نظر گرفته شود:

- در وهله نخست لازم است که مرجع وضع سیاست‌های مطبوعات مشخص شود، در این مورد می‌توان از نیروهای پیشرو در مطالعات زنان و سازمان‌های مدنی و رسمی زنان، مجمعی شامل دولت و جامعه مدنی و بخش خصوصی در قالب ماموریت مشترک با هم تعامل نموده، قوانین قدیمی را مورد بازنگری و اصلاح و بروزرسانی قرار دهند و سیاست‌های جدید تدوین نمایند.
- ایجاد و راه‌اندازی تشکل‌ها و نهادها و سمن‌های مردمی جهت همفکری و استفاده از متخصصان نوآور و نهاد ناظر مستقل که امکان نظارت داشته باشد.
- اصلاح ساختارهای مطبوعات بر اساس الگوهای جدید و موفق، برنامه ریزی برای بالابردن انگیزه کارکنان مطبوعات، ورود زنان و دیدگاه زنانه بعنوان سهامدار، مدیر مسئول، سردبیر و مدیر تحریریه و ..
- مطبوعات باید به جایی برسند که ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی نظیر مطالبه‌گری را در جامعه تقویت کند. بطور مثال در مورد شاخص‌های توسعه، مطالبه‌گری و بهره‌مندی زنان در سه حوزه اقتصاد و دسترسی به آموزش و امید به زندگی از لحاظ روانی، ورزشی و بهداشتی و ... قطعاً نتیجه موثری خواهد داشت.
- سیاست‌ها بر اساس نیاز مخاطب و دیدگاه زنانه انجام شود. استفاده از زنان خبرنگاری که برای زنان تولید محتوا می‌کنند. انجام نیازسنجی و مخاطب‌سنجی مداوم از طریق نهادهای مستقل از دولت، عدم وجود نگرش کلیشه‌ای و دیدگاه جنسیت زده.

- استفاده از ابزار دیجیتال، تولید خبرهای محتوایی و تحلیلی و گزارشات تحقیقی در مطبوعات، تولید ارزش‌های افزوده در مطبوعات، اجرای قوانین بین‌المللی کپی‌رایت و در نهایت خودراهبری مطبوعات با آزادی بیان.

باید زمینه برای سیاست‌گذاران و مدیران و تصمیم‌گیرندگان و متخصصان فراهم شود تا بتوانند یک دستورالعمل اجتماعی برای اندیشیدن و تصمیم گرفتن و ایجاد کردن بسازند. در نهایت در رابطه با شاخص‌های توسعه انسانی و سیاست‌گذاری زنان باید بیان کرد که: در مورد آموزش، مطبوعات می‌توانند علیرغم موقعیت نابرابر برای زنان و مردان، به کم‌کردن این فاصله و دسترسی عادلانه‌تر و هماهنگ‌تر و همچنین کمک به حذف موانع فرصت‌های آموزشی برای زنان طبقه فرودست کمک نماید.

در مورد امید به زندگی، مطبوعات می‌توانند با تحلیل و توضیح و پیگیری و تعدیل موانع زیستی، به سلامتی زنان در طول زندگی یاری رسانند. در باره درآمد و اشتغال هم مطبوعات با ارائه و اختصاص جایگاه ویژه به بررسی مسائل زنان، می‌تواند روشن‌گری نماید.

برای پژوهش‌های آتی پیشنهاد می‌شود:

۱- تحقیق در باره این موضوع در رسانه‌های دیگر مانند صدا و سیما با تاکید بر توسعه انسانی زنان انجام شود.

۲- تحقیق در مورد سیاست‌گذاری رسانه‌ای با تاکید بر توسعه انسانی زنان در کشورهای مختلف

۳- آرایه الگو برای اجرایی کردن سیاستها

کتاب‌نامه

منابع فارسی:

دانایی فرد، حسن، الوانی، سید مهدی، آذر، عادل (۱۳۸۸)، روش شناسی پژوهش کیفی در مدیریت:

رویکردی جامع، انتشارات صفار_اشرافی

خانیک، هادی (۱۳۹۷)، قدرت، جامعه مدنی و مطبوعات، انتشارات طرح نقد

روشندل اربطانی، طاهر (۱۳۹۴)، سیاست‌گذاری رسانه‌ای، انتشارات دانشگاه تهران

طراحی مدل سیاست‌گذاری مطبوعات با ... (فاطمه خدابخشی و دیگران) ۱۱۳

کلاتری، عبدالحسین، روشنفکر، پیام(۱۳۹۲)، تحلیل سیاست‌های رسانه‌ای در ایران، فصلنامه رسانه، سال ۲۴، شماره دوم
کولایی، الهه، حافظیان، محمدحسین(۱۳۸۵)، نقش زنان در توسعه کشورهای اسلامی، انتشارات دانشگاه تهران
فراستخواه، مقصود (۱۳۹۶)، روش تحقیق کیفی در علوم اجتماعی با تاکید بر نظریه برپایه قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران
مامسن، جنت(۱۳۸۷)، جنسیت و توسعه، ترجمه: زهره فنی، انتشارات دانشگاه تهران
مظفری، افسانه(۱۳۹۴)، نقش رسانه‌های جمعی در توسعه پایدار با رویکرد توانمندسازی زنان، مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران، سال ۷، شماره سوم

منابع لاتین

- Allern, S., Pollack, E. (2019), Journalism as a public good: A Scandinavian perspective, *Journalism* 20(11), pp. 1423-1439
- Akhter, N., & Naheed, F. (2014). Perceptions of Educated Women about the Role of Media in Women Empowerment. *European Scientific Journal*, 10(31).
- Akhter, Nasreen, Naheed, Farrukh, (2012), Perceptions of educated women about the role of media in women empowerment, university of Bahawalpur Pakistan.
- Aram, I., Arul & Jaya, M. (2004). Women, Print Media and Indian Culture. *Journal of Communication Studies*. 3 (2) pp. 53-71
- Aruna, Z. (2006) *Print Media Communication and Management – Elements, Dimensions and Images*. New Delhi: Kanishka Publishers, Distributors.
- Asif, M (2013). *Role of Media in Women Empowerment*. Brighton: Institute of Development Studies at the University of Sussex
- Bergsma, L. J. (2004). Empowerment Education The Link between Media Literacy and Health Promotion. *American Behavioral Scientist*, 48(2), 152-164.
- Braden, M. (2015). *Women politicians and the media*. University Press of Kentucky.
- Cherian, George (2019). *Aligning media policy with executive dominance*. Springer link.
- Campus, Donatella (2013), *Women political leaders and the media*, university of Innsbruck, Austria
- Essien-Kaye, Ismail C, W (2018), *Leadership, gender and the Arab media: a perception study of female journalists in Egypt*, scopus site
- Freedman, Des (2008), *The political of media policy*, Cambridge, UK, polity press.
- Freedman, Des (2015), *Media policy Fetishism*, *Journal of Critical studies in media communication*.
- Glaser, B. (2013). *What is grounded theory*. It's online at:

<http://www.groundedtheory.com/what-is-gt.aspx>

Guleria, N. (2012). Print media and women empowerment Available at
www.peerpapers.com/essays/Media-Influences-Women/topic

Humphreys, Peter(2009), The politics of media policy, University of Manchester publication.

Sjovaag,H ,Kvalheim (2019), Eventless news : Blind spots in journalism and the long tail of news content , Journal of applied journalism and media studies 8(3),pp.291-310

Talebian,Sara (2020), Understanding the characteristics of broadcast media policy in Iran, Journal of Global Media and communication.

han, E. H. & Moin, A. (2013). Women empowerment. Role of new media. Excellence International Journal of Education and Research. 1 (3) .pp. 208-214

M.Byerly, Ross, Karen,(2006),Women and media, Acritical Introduction, Blackwell publishing

Mansell, robin.(2010).The handbook of global media and communication ,capture20,28 ,Willy

Puppies,Manuel,Van Den Bulck, Hilde. (2019). Introduction: Media policy and Media policy Research. Springer link.

Yik Chan Chin,(2011, Policy process, policy learning, and the role of the provincial media in China, University of Nottingham, Media, Culture & Society journal,vol(54).