

Planning Cultural Content to Raise Awareness of Women's Issues and Developing a Production Model in Iraqi Satellite Channels

1. Sabreen Khazaal Hammadi : Department of Communication Sciences, Isf.C., Islamic Azad University, Isfahan, Iran.

2. Siamak Korang Beheshti *: Department of Management, Institute of Market and Business, Isf.C., Islamic Azad University, Isfahan, Iran.

3. Adel Abd-Alrazaqh Mostafa Ghrairi : Department of Media Management, University of Baghdad, Iraq.

4. Mojtaba Aghajani : Department of Management, Mo. C., Islamic Azad University, Isfahan, Iran.

*Corresponding Author's Email Address: sk.beheshti@khuisf.ac.ir

Abstract:

This study aimed to identify the components and dimensions of a model for cultural content production and planning to enhance awareness of women's issues in Iraqi satellite channels. The research followed a qualitative and exploratory strategy, employing grounded theory using the systematic approach of Strauss and Corbin. Data were collected through semi-structured in-depth interviews. The qualitative sample consisted of 15 individuals, including managers, activists, experts, and researchers in the field of media and women's cultural issues, as well as producers and program managers from Iraqi satellite channels during the 2023–2024 period. Participants were selected using purposive sampling. The findings were analyzed and categorized through three coding stages: open, axial, and selective coding. Based on the results, a model comprising six main axial codes was developed: causal conditions (media governance challenges, media transformation in representing women's identity); contextual conditions (the prevailing context of cultural content production); intervening conditions (extra-managerial limitations in producing cultural content); strategies (media capacity-building, organizing cultural content production on women's issues); consequences (transformation of media policies in support of women's issues, deepening public awareness about women's issues); and the core category (media policymaking for the promotion of awareness of women's issues). The results of this study, by presenting a model for producing and planning cultural content aimed at raising awareness of women's issues in Iraqi satellite channels, can facilitate policymaking and the realization of the goals of culturally produced media content in Iraq. It may also assist legislative and executive institutions in optimizing the use of Iraqi satellite channels to advance overarching cultural, social, and national objectives.

Keywords: cultural content planning, women's issues, satellite channels.

How to Cite: Khazaal Hammadi, S., Korang Beheshti, S., Abd-Alrazaqh Mostafa Ghrairi, A., & Aghajani, M. (2025). Planning Cultural Content to Raise Awareness of Women's Issues and Developing a Production Model in Iraqi Satellite Channels. *Management, Education and Development in Digital Age*, 2(3), 1-18.



برنامه ریزی محتوای فرهنگی به منظور افزایش آگاهی پیرامون مسائل زنان و ارائه الگوی تولید در شبکه‌های ماهواره‌ای عراق

۱. صابرین خزعل حمادی ^{id}: گروه علوم ارتباطات، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران.

۲. سیامک کورنگ بهشتی ^{id*}: گروه مدیریت، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران.

۳. عادل عبدالرزاق مصطفی غیری ^{id}: گروه مدیریت رسانه، دانشگاه بغداد، عراق.

۴. مجتبی آقاجانی ^{id}: گروه مدیریت، واحد مبارکه، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران.

*پست الکترونیک نویسنده مسئول: sk.beheshti@khuisf.ac.ir

چکیده

این پژوهش با هدف شناسایی مؤلفه‌ها و ابعاد مدل تولید و برنامه ریزی محتوای فرهنگی به منظور افزایش آگاهی پیرامون مسائل زنان در شبکه‌های ماهواره‌ای عراق انجام شد. این پژوهش از نظر استراتژی کیفی و اکتشافی است که از نظریه داده بنیاد و روش سیستماتیک اشتراوس و کوربین استفاده گردید. برای جمع آوری اطلاعات از مصاحبه عمیق نیمه ساختار یافته استفاده شد که مشارکت کنندگان در بخش کیفی جامعه آماری تحقیق شامل ۱۵ نفر از مدیران، فعالان، متخصصان و پژوهشگران حوزه رسانه و فرهنگ زنان و نیز دست اندرکاران و مدیران تولید برنامه‌های تلویزیونی و شبکه‌های ماهواره‌ای در عراق در سال (۲۰۲۳-۲۰۲۴) بودند که با روش نمونه گیری هدفمند انتخاب شدند. یافته‌های پژوهش در سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی پیاده سازی و طبقه بندی شد. مطابق نتایج بدست آمده مدلی شامل شش کد محوری اصلی ارائه شد، شرایط علی (چالش‌های حکمرانی رسانه‌ای، تحول رسانه‌ای در بازنمایی هویت زنان)، شرایط زمینه‌ای (بافت حاکم بر تولید محتوای فرهنگی)، شرایط مداخله‌گر (محدودیت‌های فرامدریتی در تولید محتوای فرهنگی)، راهبردها (ظرفیت‌سازی رسانه‌ای، سامان‌دهی تولید محتوای فرهنگی درباره زنان)، پیامدها (تحول سیاست‌های رسانه‌ای برای حمایت از مسائل زنان، تعمیق آگاهی عمومی درباره مسائل زنان) و مقوله محوری (سیاست گذاری رسانه‌ای برای ارتقاء آگاهی مسائل زنان). نتایج این تحقیق با ارائه الگوی تولید و برنامه ریزی محتوای فرهنگی به منظور افزایش آگاهی پیرامون مسائل زنان در شبکه‌های ماهواره‌ای عراق، می‌تواند سیاستگذاری و تحقق اهداف محتوای فرهنگی تولید شده در رسانه‌ها در کشور عراق را تسهیل نموده و به نهادهای قانونگذار و اجرایی در استفاده بهینه از شبکه‌های ماهواره‌ای عراق در جهت پیشبرد اهداف کلان فرهنگی، اجتماعی و ملی کمک نماید.

کلیدواژه‌ها: برنامه ریزی محتوای فرهنگی، مسائل زنان، شبکه‌های ماهواره‌ای.

نحوه استناددهی: خزعل حمادی، صابرین، کورنگ بهشتی، سیامک، عبدالرزاق مصطفی غیری، عادل و آقاجانی، مجتبی. (۱۴۰۴). برنامه ریزی محتوای فرهنگی به منظور افزایش آگاهی پیرامون مسائل زنان و ارائه الگوی تولید در شبکه‌های ماهواره‌ای عراق. مدیریت، آموزش و توسعه در عصر دیجیتال، ۳(۳)، ۱-۱۸.



مقدمه

شبکه‌های ماهواره‌ای به‌عنوان یکی از تأثیرگذارترین رسانه‌های جمعی، نقشی بی‌بدیل در شکل‌دهی به افکار عمومی، انتقال ارزش‌ها و فرهنگ‌ها، و هدایت گفتمان اجتماعی ایفا می‌کنند. در کشوری چون عراق که با بافت فرهنگی، مذهبی و قومیتی متنوعی روبروست، بهره‌برداری صحیح از ظرفیت رسانه‌ای این شبکه‌ها می‌تواند به ابزاری نیرومند برای آگاهی‌بخشی و تحول اجتماعی، به‌ویژه در حوزه مسائل زنان، تبدیل شود. واقعیت این است که زنان عراقی هم‌چنان با چالش‌های گوناگونی نظیر تبعیض جنسیتی، بازنمایی کلیشه‌ای در رسانه‌ها، محدودیت‌های حقوقی و اجتماعی، و مشارکت محدود در فرآیندهای تصمیم‌گیری مواجه‌اند (Ali et al., 2023; Sabri & Aziz, 2023).

مطابق گزارش‌های رسانه‌ای و پژوهش‌های میدانی، تصویر زنان در شبکه‌های ماهواره‌ای عراق اغلب با کلیشه‌های سنتی، نقش‌های حاشیه‌ای، و بازنمایی‌های تقلیل‌گرایانه همراه است که نه‌تنها در راستای توانمندسازی زنان نیست، بلکه موجب بازتولید گفتمان مردسالارانه و تثبیت نقش‌های منفعلانه برای زنان می‌شود (Mahmoud et al., 2023; Zheltukhina & Radhi, 2023). در این میان، تولید و برنامه‌ریزی محتوای فرهنگی با رویکرد آگاهی‌بخشی به مسائل زنان می‌تواند به تغییر این روند کمک کرده و زمینه‌ساز ارتقای آگاهی اجتماعی، مشارکت فرهنگی و بازتعریف نقش زنان در فضای رسانه‌ای و اجتماعی شود (Aghapouri, 2023; Shahverdi et al., 2023).

تولید محتوای فرهنگی، فرآیندی هدفمند برای خلق و مدیریت اطلاعاتی است که در قالب برنامه‌های مستند، گفتگو محور، آموزشی یا داستانی، به بازنمایی موضوعات فرهنگی، اجتماعی و جنسیتی می‌پردازد. در این فرآیند، جنسیت نه به‌عنوان یک ویژگی بیولوژیک بلکه به‌عنوان سازه‌ای اجتماعی-فرهنگی در نظر گرفته می‌شود که از خلال رسانه‌ها معنا می‌گیرد و بازتولید می‌شود (Cox-Han & Heldman, 2023; Glaser & Holton, 2023). لذا در طراحی هرگونه برنامه فرهنگی برای زنان باید مؤلفه‌هایی چون سن، طبقه اجتماعی، قومیت، بافت دینی و حساسیت‌های منطقه‌ای مد نظر قرار گیرد (Aseidu et al., 2023; Ros-Sanchez et al., 2023).

نظریه‌پردازان رسانه بر این باورند که بازنمایی زنان در رسانه‌ها نه‌تنها معرف واقعیت اجتماعی نیست، بلکه ساختاری است که می‌تواند این واقعیت را شکل دهد یا تحریف کند. این رویکرد با نظریه‌های فمینیستی رسانه هم‌راستا بوده و تولید محتوای زن‌محور را امری فرهنگی-سیاسی در راستای بازتعریف قدرت و بازنمایی می‌داند (Bartolini De, 2023; Angeli, 2023; Micova, 2023). بر اساس این چارچوب نظری، هر محتوای رسانه‌ای دارای بار ارزشی، گفتمانی و ساختاری است که یا به تقویت جایگاه زنان می‌انجامد یا مانع از آن می‌شود. در نتیجه، رسانه‌ها می‌توانند هم ابزار بازتولید تبعیض باشند و هم عرصه‌ای برای کنش‌گری اجتماعی زنان.

در سال‌های اخیر، توجه به بازنمایی عادلانه زنان در رسانه‌ها در سطح جهانی نیز افزایش یافته و سیاست‌گذاران بین‌المللی بر ضرورت ارتقای سواد رسانه‌ای جنسیتی، تربیت نیروی متخصص زن، و تدوین خط‌مشی‌های حمایتی تأکید کرده‌اند (Deering & Williams, 2024; Elliott & Higgins, 2023; Zubair, 2023). این دغدغه‌ها در فضای رسانه‌ای عراق نیز اهمیت ویژه‌ای یافته، به‌ویژه در شرایطی که پس از تحولات سیاسی اخیر، شاهد گسترش نسبی آزادی رسانه‌ای و رشد شبکه‌های ماهواره‌ای در این کشور بوده‌ایم (Zheltukhina & Radhi, 2023).

با این حال، مطالعات انجام‌شده نشان می‌دهند که محتوای فرهنگی تولیدشده درباره زنان در شبکه‌های ماهواره‌ای عراق همچنان از انسجام، اصالت و رویکرد تحلیلی برخوردار نیست. فقدان مدل‌های مفهومی بومی، نبود چارچوب نظری مدون برای تولید محتوای زن‌محور، و تسلط رویکردهای سیاسی و مردسالارانه از مهم‌ترین موانع در این مسیر هستند (Brandy et al., 2025; Didier et al., 2023). به‌علاوه، بسیاری از برنامه‌سازان و تولیدکنندگان محتوا فاقد سواد جنسیتی بوده و با مفاهیم چون عدالت جنسیتی، بازنمایی متوازن، یا روایت تجربیات زنان ناآشنا هستند (Clarke et al., 2023; Smith, 2024).

بر همین اساس، این مطالعه با بهره‌گیری از روش نظریه داده‌بنیاد و چارچوب سیستماتیک اشتراوس و کوربین، تلاش کرده است تا مدلی مفهومی برای تولید و برنامه‌ریزی محتوای فرهنگی در شبکه‌های ماهواره‌ای عراق ارائه دهد که هدف اصلی آن افزایش آگاهی عمومی نسبت به مسائل زنان است. استفاده از رویکرد داده‌بنیاد در این تحقیق این امکان را فراهم کرده تا از دل تجربیات میدانی فعالان رسانه، پژوهشگران حوزه زنان، و تهیه‌کنندگان برنامه‌های تلویزیونی، مقولات اصلی و ساختار علی-راهنمایی تولید محتوا شناسایی و طبقه‌بندی شود (Koleva, 2023; Rantung et al., 2025; Wood et al., 2025).

در چارچوب این مدل، شش بعد کلیدی به عنوان مقولات محوری شناسایی شدند: شرایط علی (نظیر چالش‌های حکمرانی رسانه‌ای و بازنمایی ناقص هویت زنان)، شرایط زمینه‌ای (بافت فرهنگی و اجتماعی حاکم)، شرایط مداخله‌گر (محدودیت‌های سیاسی، مالی و فنی)، راهبردها (ظرفیت‌سازی رسانه‌ای و سازمان‌دهی تولید)، پیامدها (افزایش آگاهی و تحول سیاست رسانه‌ای)، و پدیده محوری (سیاست‌گذاری رسانه‌ای برای ارتقای آگاهی مسائل زنان). هر یک از این ابعاد با مفاهیم نظری و شواهد تجربی پشتیبانی شده و به صورت شبکه‌ای با یکدیگر ارتباط دارند (Cape, 2023; Clarke et al., 2023).

در مجموع، ارائه مدل بومی برای تولید محتوای زن‌محور در شبکه‌های ماهواره‌ای عراق می‌تواند خلأ موجود در ادبیات نظری و تجربه عملی این حوزه را پر کرده، و در عین حال، ابزاری کاربردی برای سیاست‌گذاران فرهنگی، سازمان‌های مردم‌نهاد، و نهادهای آموزش رسانه فراهم سازد. این مدل نه تنها می‌تواند موجب تولید محتوای فرهنگی متنوع و تأثیرگذار شود، بلکه بستر مشارکت بیشتر زنان در فرایندهای فرهنگی-رسانه‌ای را نیز تقویت می‌کند (Abdelaziz et al., 2023; Aboalshamat et al., 2023; Zhou et al., 2024).

بنابراین، هدف از این تحقیق، نه صرفاً تحلیل وضعیت موجود بلکه طراحی و ارائه الگویی مفهومی برای آینده‌نگری در حوزه رسانه‌های زن‌محور در عراق است.

روش‌شناسی پژوهش

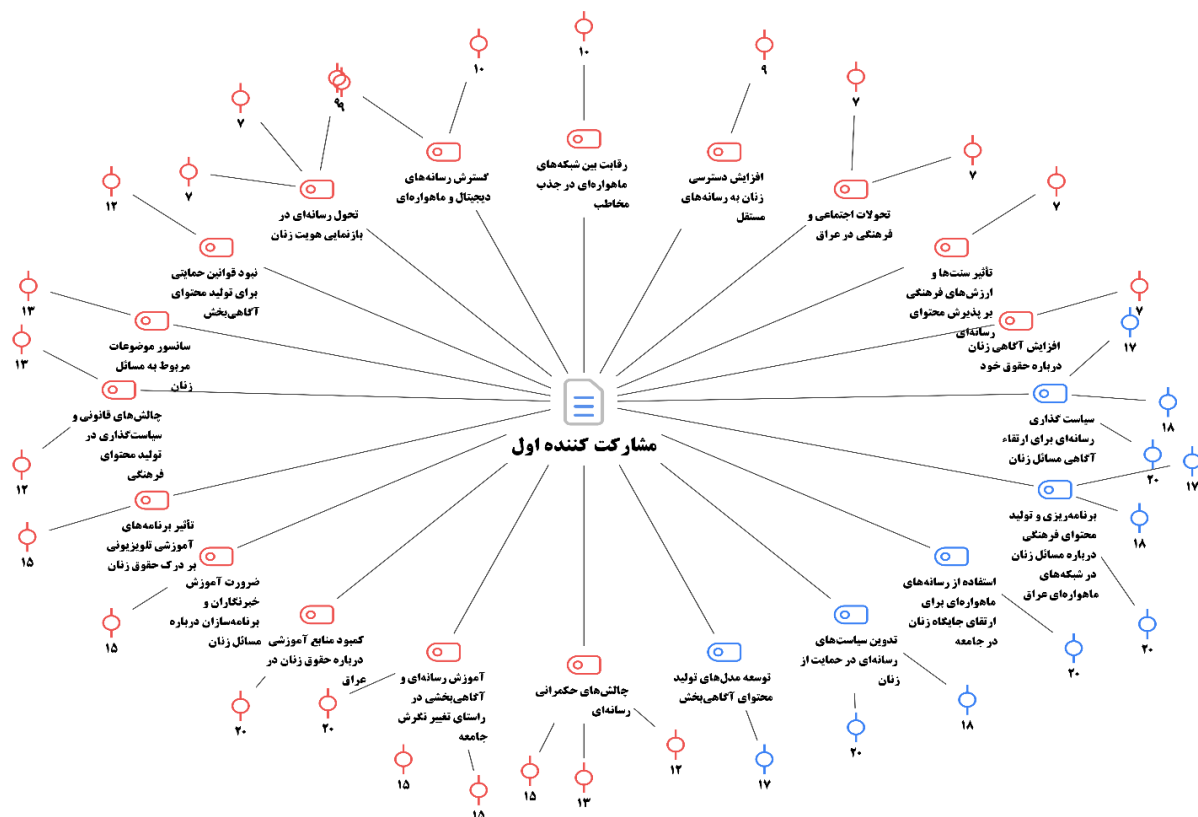
با توجه به این که هدف پژوهش حاضر ارائه مدل توانمندسازی کاربران عراقی به منظور ایجاد وفاق فرهنگی در شبکه‌های اجتماعی است، رویکرد مطالعه حاضر از نوع کیفی است. بر این اساس و با توجه به ابعاد مورد مطالعه، روش مورد استفاده نظریه زمینه‌ای یا نظریه داده بنیاد می‌باشد. در این پژوهش از طرح نظام مند و روش سیستماتیک اشتراوس و کوربین استفاده شد. روش نمونه‌گیری در بخش کیفی پژوهش حاضر به صورت هدفمند بوده به این ترتیب ابتدا ۱۰ نفر از مدیران، فعالان، متخصصان و پژوهشگران حوزه رسانه و فرهنگ زنان و نیز دست‌اندرکاران و مدیران تولید برنامه‌های تلویزیونی و شبکه‌های ماهواره‌ای در عراق مصاحبه صورت گرفت و مصاحبه‌ها جنبه تکراری پیدا نمود. پس از ارائه نتایج به متخصصان و صاحب‌نظران مربوطه و مشورت با آن‌ها برای تایید روایی پژوهش، تصمیم گرفته شد تا با افراد دیگری از جامعه تحقیق مصاحبه‌ها ادامه یابد و در نتیجه پس از مصاحبه با ۱۵ نفر اشباع نظری حاصل گردید.

ابزار گردآوری داده‌ها در این پژوهش جهت شناسایی مولفه‌ها و ابعاد سازه‌های پژوهش، مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته می‌باشد. از آنجا که پایه‌های اصلی ساختن نظریه مفاهیم هستند، لازم است سازو کاری تعبیه شود تا مفاهیم شناسایی و بر حسب خصوصیات و ابعادشان بسط داده شوند. در نظریه داده بنیاد ابتدا کدگذاری باز انجام می‌شود به طوری که از دل داده‌های خام اولیه، مقوله‌های مقدماتی در ارتباط با پدیده مورد بررسی از طریق سوال کردن درباره داده‌ها، مقایسه موارد، رویدادها و دیگر حالات پدیده‌ها، برای کسب شباهت‌ها و تفاوت‌ها استخراج می‌شوند. از دل داده‌های خام اولیه، مجموعه‌ای از مقوله‌ها ضمن کدگذاری باز ظهور یافت؛ در مرحله بعد (کدگذاری محوری)، یکی از مقوله‌ها (مقوله اصلی) محور فرایند در حال بررسی و اکتشاف قرار می‌گیرد و سپس مقوله‌های دیگر به طور نظری به آن ارتباط داده می‌شود. این مقوله‌ها عبارتند از: شرایط علی (علل موجه پدیده اصلی)، راهبردهای کنش و کنش متقابل (کنش یا کنش‌های متقابلی که برای کنترل، اداره، برخورد و پاسخ به پدیده اصلی انجام می‌شوند)، زمینه (شرایط بستر ساز خاص موثر در راهبردها)، شرایط مداخله‌گر (شرایط بستر ساز عام موثر در راهبردها) و پیامدها (ره‌آورد به کار بستن راهبردها) نشان دهنده روابط میان مقوله‌های مزبور در قالب مدل علی، موسوم به پارادایم کدگذاری است. گزاره‌های حکمی یا قضاوت‌های پژوهش که بر روابط درونی مقوله‌ها اشاره دارند، محصول کدگذاری انتخابی قلمداد می‌شوند. پس از انجام کدگذاری و تایید اعتبار و پایایی داده‌ها؛ نگارش نظریه صورت می‌گیرد. نظریه، مجموعه مقوله‌های پرورده است که به صورت منظم و با جمله‌های بیان کننده ارتباط، به یکدیگر متصل شده اند تا چارچوب نظری را شکل دهند که پدیده‌های اجتماعی، روانشناختی، آموزشی، بهداشتی و مشابه این‌ها را توضیح دهد.

یافته‌ها

کدگذاری باز به‌عنوان نخستین مرحله از استخراج اطلاعات است که به شکل برچسبی معنایی به واحدهای معنادار (متن، عکس، فیلم، صوت) تعلق می‌گیرد و مانند پازل‌هایی ارزشمند موجبات شکل‌گیری یک تئوری را بنا می‌نهد. لازم به ذکر است که در این پژوهش از نرم‌افزار مکس کیودا ورژن ۲۰۲۰ که یکی از نسخه‌های این ابزار تجزیه تحلیل داده‌های کیفی می‌باشد استفاده شده است. در واقع کدگذاری مقدماتی به معنای ارزیابی اولیه از اسناد و مشاهدات برای آماده‌سازی داده‌ها برای امر کدگذاری اولیه می‌باشد. در این بخش و در ابتدا همه اسناد که شامل ۱۵ مصاحبه عمیق و نیمه ساختاریافته است مورد بررسی قرار گرفت. بنابراین در ادامه تمامی اسناد مورد تحلیل تماتیک یا تحلیل محتوای پنهان قرار گرفت و مفاهیم و کدهای اولیه یا جنینی را که یکی از خروجی‌های نرم‌افزار مکس کیودا است، با توجه به نتایجی که از واحدهای معنادار که در بخش کدگذاری مقدماتی مشخص شده بود، استخراج گردید.

تعداد کدهای اولیه بدون تکرار ۶۹۵ کد بود که بعد از شمارش کدهای تکراری و مشورت با اساتید محترم راهنما و مشاور تعداد کدها به ۸۳ کد اولیه منحصربه‌فرد رسید. در حقیقت محقق در طی ۱۵ مصاحبه و پس از مقوله‌بندی کدهای اولیه به نقطه اشباع تئوریک دست یافت. تفسیر محقق بر اساس نتایج خروجی‌های انجام شده یا همان تحلیل محتوای پنهان مصاحبه‌ها است و فراوانی کدها در تحلیل محقق نقشی ندارد لیکن محقق برای کیفیت هر سند و اینکه هر سند چه اطلاعاتی را به ما ارائه می‌کند برای هر یک از ۱۵ سندی که او را به اشباع رسانیدند نمودار علم‌سنجی خروج کدهای علمی از هر یک از اسناد را ترسیم که به صورت نمونه یکی از این نمودارها که خروجی‌های نرم‌افزار مکس کیودا است ارائه می‌گردد.



شکل ۱. نمودار سند مشارکت کننده اول بر اساس کدهای اولیه استخراج شده

در این بخش برای آگاه‌سازی مخاطبین و ارائه اطلاعات تکمیلی نمودار ابری کدهای استخراجی از نرم‌افزار مکس کیودا ارائه می‌شود. این نمودار بر مبنای فراوانی کدها تهیه شده و کدها را در فرمتی خاص نمایش می‌دهد. بر اساس خروجی پژوهش ۵۴ کد اولیه شناسایی شده‌اند که در مجموع ۷۵۸ بار در داده‌های تحقیق تکرار شده‌اند. این توزیع

[illegible]

شکل ۲. نمودار ابری نمایش گرافیکی کدهای اولیه بر اساس فراوانی

در ادامه بخشی از ماتریس آنتروپی شانون ارائه می‌گردد که کدها را براساس درجه اهمیت فراوانی به صورت مساحتی از یک شکل (مربع-دایره) ارائه می‌دهد.

Code System	مضاد...	مضاد...	مضاد...	مضاد...	مضاد...	مضاد...	مضاد...	مضاد...	مضاد...	مضاد...	مضاد...	مضاد...	مضاد...	مضاد...	مضاد...	SUM
● پیامدها																0
● های رسانه‌ای برای حمایت از مسائل زنان				1		1	1	4	2	1	4	2	2	3		21
● ترش نقش زنان در رسانه‌ها و جامعه				1		1	1	4			2	1		2		12
● های اجتماعی از زنان در رسانه‌ها				1			1	2			2	1		2		9
● ای جنسیتی در محتوای رسانه‌ای				1			1				1					3
● ر مدیریت رسانه‌های ماهواره‌ای								2					2			4
● ولی و سیاست‌گذاری در حوزه رسانه		1					1	1	1	2	1	2	1			10
● تولید و اجرای برنامه‌های رسانه‌ای					1					1	1					3
● رویکردهای جنسیتی تعصب‌آمیز										1		1				2
● ثابت از برنامه‌های مرتبط با زنان							1	1	1		1	1	1	1		6
● همیق آگاهی عمومی درباره مسائل زنان	1	1	1	1	1	2	2	2	4	1	3	5	4	3		31
● بد کیفیت و تنوع برنامه‌های رسانه‌ای						1		1	2		1	2	1	1		10
● رسانه‌ای با محوریت مسائل زنان												1	1			2
● رویکردهای آموزشی و اجتماعی						1		1	2	1	1		1			7
● لید محتوای فرهنگی درباره زنان		1	1				1					2		1		6
● تی آگاهی عمومی درباره حقوق زنان	1			1	1	2	1	1	2	1	2	3	3	2		20
● مشارکت در عرصه‌های مختلف				1	1		1	1				1	2			7
● ها نسبت به نقش اجتماعی زنان	1		1			1	1		1		1	2	1			9
● بومی نسبت به زنان در رسانه‌ها						1			1	1	1			3		7
● راهبردها																0
● ظرفیت‌سازی رسانه‌ای	2	2	1	2	1	2	1	3	1		2	7	4	3		31
● گسترش تعامل با مخاطبان و جامعه	1	1	1	1	1	2	1	1	1		2	3	4	2		21
● خشی برای ارزیابی تاثیر برنامه‌ها												1	1	1		3
● های برای افزایش آگاهی عمومی												2	3	1		6
● رای دریافت بازخورد از مخاطبان	1	1	1	1	1	3	1	1		3	1	1	1	1		17
● های حمایتی برای رسانه‌های مستقل	1	1					2					4		1		10
● تانه‌ها و سازنده‌های حقوق زنان				1								2		1		5
● تولیدکنندگان محتوای فرهنگی	1	1						1	1			1		2		7
● تولیدکنندگان محتوای فرهنگی								1				1		1		4
● ده تولید محتوای فرهنگی درباره زنان	1	2	1	1	1	4	4	2	3	2	5	6	3	4		39
● مه نیروی انسانی و آموزش رسانه‌ای			1	1	1	2	1	1	1	1	3	3	1	1		16
● ها برای بهبود آموزش رسانه‌ای						1					2		1	1		5
● ن تولید برنامه‌های تلویزیونی			1								1	2		2		7
● شی برای خبرنگاران در حوزه زنان			1	1	1	1		1	1	1	1	1		1		10
● طراحی مدل‌های محتوایی مؤثر	1	2				2	4	1	2	1	2	3	2	3		23
● گفتگو محور با حضور کارشناسان						1	2					1	2			6
● های تحلیلی درباره مسائل زنان	1	1	1	1	1		2		1		2	2		1		13
● ت‌های داستانی برای انتقال پیام			1			1	1	1	1	1		1		2		9
● شرایط مداخله گر																0
● ی فرامدریتی در تولید محتوای فرهنگی	1			1	1	1		1	3	2	1	4	3	1		20
● یگران سیاسی و مذهبی در رسانه‌ها									1	1		2	1	1		6
● سائل زنان در رسانه‌های سیاسی												1				1
● ن‌های مذهبی درباره حقوق زنان													1	1		2
● سیاسی بر سیاست‌های رسانه‌ای								1	1			1		1		4
● های اقتصادی و مالی در تولید محتوا	1		1	1	1	1		1	2	1	1	2	2			14
● های حرفه‌ای درباره مسائل زنان						1		1								2
● ، ماهواره‌ای به جریان‌های خاص	1		1	1	1	1					1	1	2			9
● ، تولید محتوای فرهنگی مستقل								2	1			1				4
● شرایط زمینه‌ای																0
● یافت حاکم بر تولید محتوای فرهنگی	1	1	1	1	1	1	1	2	3	3	4	4	2	2		27
● حمایت نهادهای مدنی و بین‌المللی	1	1	1	1	1			1	1	1	2	2	1	1		14
● ؛ خارجی برای تولید محتوای زنان								1				1				2
● ب بر سیاست‌های رسانه‌ای عراق					1						1					2
● حمایت از رسانه‌های آگاهی‌بخش	1	1	1	1	1				1	1	1	1	1	1		11
● ساختار رسانه‌ای و فنی در عراق						1	1	1	1	1	1			1		7
● متخصص در حوزه رسانه و زنان												1				1
● تولید محتوای فرهنگی با کیفیت														1		1
● ارتباطی در رسانه‌های ماهواره‌ای						1	1	1	1	1						5
● یافت فرهنگی و اجتماعی عراق									1	1	1	2	1			6
● عی برای حضور زنان در رسانه‌ها												1				1
● فنی در پذیرش محتوای رسانه‌ای													1	1		2
● ، سنت و مدرنیته در مسائل زنان									1	1	1	1				4
● پدیده محوری																0
● ، رسانه‌ای برای ارتقاء آگاهی مسائل زنان	1	2	2	1	1	2	3	4				1	1	1	3	22
● ، زنان در شبکه‌های ماهواره‌ای عراق	1	2	2	1	1	2	3	4				1	1	1	3	22
● رای ارتقای جایگاه زنان در جامعه							1	3				1	1		1	7
● های رسانه‌ای در حمایت از زنان	1	1	1	1	1	1	2	2			1	2	1		2	16
● های تولید محتوای آگاهی‌بخش		1	1			1								1	1	6
● شرایط علی																0
● چالش‌های حکمرانی رسانه‌ای		2				1	4	1			3	2	1	3	5	22
● بخشی در راستای تغییر نگرش جامعه							1				1	1		1	3	6
● یرشی درباره حقوق زنان در عراق												1			1	3
● برنامه‌سازان درباره مسائل زنان															1	1
● ب تلویزیونی بر درک حقوق زنان														1	1	3
● ست‌گذاری در تولید محتوای فرهنگی		2				1	4	1			1	2	1	2	2	16
● وضوعات مربوط به مسائل زنان		1									1			1	1	3
● ر محتوای شبکه‌های ماهواره‌ای						1	3	1			1	1		1	1	8
● برای تولید محتوای آگاهی‌بخش		1					1						1	1	1	5
● تحول رسانه‌ای در بازتابی هویت زنان	2	1	1			3	3	1	1	1	2	1	1	3	4	23
● رش رسانه‌های دیجیتال و ماهواره‌ای	1						1				1			1	2	6
● های بر تغییر دیدگاه‌ها در عراق														1		1
● های ماهواره‌ای در جذب مخاطب															1	1
● ترسی زنان به رسانه‌های مستقل	1						1				1				1	4
● تحولات اجتماعی و فرهنگی در عراق	1	1	1			1	3	2	1	1	1	1	1	2	2	18
● نگی بر پذیرش محتوای رسانه‌ای	1	1	1				1	1			1	1		1	1	10
● ، جامعه نسبت به مشارکت زنان						1	2							1		4
● ن آگاهی زنان درباره حقوق خود								1	1	1				1		5
SUM	27	34	28	26	21	49	59	69	50	33	77	103	65	80	37	758

شکل ۳. ماتریس نمایش اهمیت کدها از نظر فراوانی (ماتریس آنتروپس شانون)

هدف اصلی کدگذاری محوری، ایجاد ارتباط میان مفاهیمی است که در مرحله کدگذاری باز شناسایی شده‌اند. این فرآیند معمولاً از طریق الگوهای از پیش تعیین‌شده انجام می‌شود تا پژوهشگر بتواند یک چارچوب نظری منسجم را توسعه دهد. در این روش، یک مفهوم مرکزی به‌عنوان مقوله اصلی انتخاب شده و سایر مفاهیم مرتبط به آن متصل می‌شوند. این مفاهیم پیرامونی می‌توانند دلایل ایجاد این مفهوم اصلی (شرایط علی)، زمینه و شرایطی که در آن رخ می‌دهد (زمینه و شرایط مداخله‌گر)، واکنش‌ها و اقداماتی که در نتیجه آن اتفاق می‌افتد (راهبردهای کنش)، و در نهایت نتایج نهایی این فرآیند (پیامدها) باشند. به عبارت دیگر، کدگذاری محوری به ما کمک می‌کند تا یک داستان کامل از پدیده مورد مطالعه را روایت کنیم در واقع، کدگذاری محوری به پژوهشگر کمک می‌کند تا با در نظر گرفتن این ابعاد روایت جامعی از پدیده مورد مطالعه ارائه دهد. در ادامه بخشی از کدهای اصلی به عنوان نمونه آورده شده است.

شرایط علی به عواملی اشاره دارند که موجب شکل‌گیری و بروز مقوله‌های محوری در پژوهش می‌شوند. این شرایط شامل رویدادها، اتفاقات و عواملی هستند که زمینه‌ساز پدیده مورد بررسی شده و به درک بهتر از چرایی و چگونگی واکنش افراد و گروه‌ها نسبت به آن کمک می‌کنند. تحلیل این شرایط امکان بررسی روابط میان رویدادهای گذشته و وضعیت کنونی پدیده را فراهم می‌کند و عواملی را که در تحول و شکل‌گیری آن نقش داشته‌اند، شناسایی می‌نماید. پژوهشگران با شناخت این عوامل می‌توانند راهکارهای مناسبی برای مدیریت و پیشگیری از پیامدهای نامطلوب ارائه دهند.

در این بخش، با تحلیل عمیق داده‌های مصاحبه‌ها، به شناسایی عواملی پرداختیم که به‌عنوان پیش‌نیازها و محرک‌های اصلی پدیده عمل کرده‌اند. نتایج این تحلیل در جدول زیر ارائه شده است که نقش عوامل مختلف در ایجاد و تقویت پدیده مورد مطالعه را نشان می‌دهد.

جدول ۱. مفاهیم و مقوله‌های شناسایی شده مرتبط با علل

گروه	مقولات اصلی	مقولات فرعی (مفاهیم)	کدهای استخراج شده
شرایط علی	چالش‌های حکمرانی رسانه‌ای	آموزش رسانه‌ای و آگاهی بخشی در راستای تغییر نگرش جامعه	کمبود منابع آموزشی درباره حقوق زنان در عراق ضرورت آموزش خبرنگاران و برنامه‌سازان درباره مسائل زنان تأثیر برنامه‌های آموزشی تلویزیونی بر درک حقوق زنان
		چالش‌های قانونی و سیاست‌گذاری در تولید محتوای فرهنگی	سانسور موضوعات مربوط به مسائل زنان مداخلات سیاسی در محتوای شبکه‌های ماهواره‌ای نبود قوانین حمایتی برای تولید محتوای آگاهی‌بخش
	تحول رسانه‌ای در بازنمایی هویت زنان	گسترش رسانه‌های دیجیتال و ماهواره‌ای	تأثیر رسانه‌های جهانی بر تغییر دیدگاه‌ها در عراق رقابت بین شبکه‌های ماهواره‌ای در جذب مخاطب افزایش دسترسی زنان به رسانه‌های مستقل
		تحولات اجتماعی و فرهنگی در عراق	تأثیر سنت‌ها و ارزش‌های فرهنگی بر پذیرش محتوای رسانه‌ای تغییر نگرش جامعه نسبت به مشارکت زنان افزایش آگاهی زنان درباره حقوق خود

پدیده محوری به مفهومی مرکزی در فرآیند پژوهش اشاره دارد که به عنوان محور اصلی تحلیل و تفسیر داده‌ها در نظر گرفته می‌شود. این پدیده نقش کلیدی در هدایت پژوهش ایفا کرده و نقطه تمرکز بررسی‌های علمی را تشکیل می‌دهد. در واقع پدیده محوری چارچوبی مفهومی ارائه می‌دهد که بر اساس آن، سوالات تحقیقاتی شکل می‌گیرند و روش‌های مناسب برای تحلیل و تفسیر داده‌ها انتخاب می‌شوند. پژوهشگر با تعیین پدیده محوری، مسیر مطالعه را مشخص کرده و تلاش می‌کند تا از طریق تحلیل‌های دقیق، به درک جامع‌تری از آن دست یابد. این مفهوم نه تنها به انسجام و جهت‌دهی تحقیق کمک می‌کند، بلکه در انتخاب ابزارهای پژوهشی و روش‌های تجزیه و تحلیل نیز تأثیر بسزایی دارد. پدیده محوری همچنین به محقق این امکان را می‌دهد که یافته‌های خود را در قالبی منظم و هماهنگ ارائه داده و بین داده‌های مختلف ارتباط منطقی برقرار کند. تمرکز بر این مفهوم موجب می‌شود که پژوهش در مسیر روشنی حرکت کند و نتایج به دست آمده از دقت و اعتبار بالاتری برخوردار باشند.

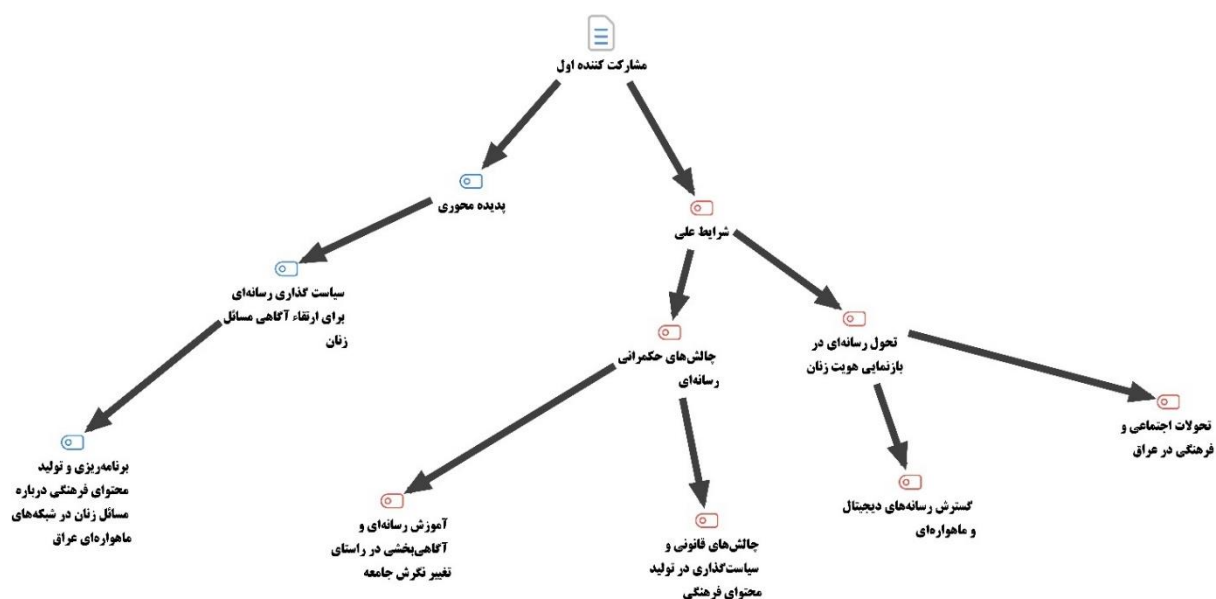
جدول ۲. مفاهیم و مقوله‌های شناسایی شده مرتبط با پدیده محوری

گروه	مقولات اصلی	مقولات فرعی (مفاهیم)	کدهای استخراج شده
پدیده محوری	سیاست گذاری رسانه‌ای برای ارتقاء آگاهی مسائل زنان	برنامه‌ریزی و تولید محتوای فرهنگی درباره مسائل زنان در شبکه‌های ماهواره‌ای عراق	استفاده از رسانه‌های ماهواره‌ای برای ارتقای جایگاه زنان در جامعه تدوین سیاست‌های رسانه‌ای در حمایت از زنان توسعه مدل‌های تولید محتوای آگاهی‌بخش

کدگذاری محوری در حقیقت عبارت است از فرایند مرتبط ساختن مقوله‌ها با زیرمقوله‌ها است که در نهایت محقق بتواند به یک قاب مفهومی با بیشترین درجه انتزاع برسد. فرایند مذکور به این دلیل محوری نامیده می‌شود که کدگذاری حول یک مقوله مرکزی اتفاق می‌افتد و مقولات در سطح ابعاد و طیف‌ها با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کند. هدف کدگذاری محوری ترکیب مجدد داده‌هایی می‌باشد که در کدگذاری باز شکسته شده بودند. شایان ذکر است که در این قسمت می‌توان از الگوی پارادایمیک استراوس کوربین که برای استراتژی گراند تئوری آماده شده است استفاده نمود؛ یعنی مقولات را در دسته‌هایی مثل عوامل مؤثر، پیامدها، راهبردها، زمینه و بافت و... قرار داد. در ادامه کدهای محوری درآمده از مقولاتی که با هم ارتباط مفهومی دارند را طبقه‌بندی نموده تا در مرحله بعد با ارتباط این کدهای محوری فرایند کدگذاری انتخابی مورد پردازش قرار گیرد که یک نمونه آن در جدول زیر ارائه شده است.

در کدگذاری محوری مقوله‌ها به نحوی نظام‌مند توسعه یافته و با زیر مقوله‌ها مرتبط می‌گردند؛ اما باید خاطرنشان کرد که یافته‌های پژوهش هنگامی شکل یک نظریه را به خود می‌گیرند که مقولات اصلی با یکدیگر تلفیق شده و یک چارچوب نظری بزرگ‌تر را شکل دهند؛ بنابراین کدگذاری انتخابی یا گزینشی عبارت است از فرایند تلفیق و پالایش مقوله‌ها و کدهای محوری و ارتباط آن‌ها با یکدیگر.

در این بخش، پیش از انجام کدگذاری انتخابی، پژوهشگر نمودارهای سلسله‌مراتبی کدها را برای هر سند به صورت جداگانه ارائه می‌دهد. این نمودارها نمایانگر مجموعه‌ای از کدهای اولیه، مقولات اصلی و فرعی هستند که از هر سند در مصاحبه‌ها استخراج شده‌اند. پژوهشگر با استفاده از نرم‌افزار MAXQDA نسخه ۲۰۲۴ این داده‌ها را تحلیل و پس از بهبود بصری، خروجی نهایی را ارائه کرده است.



شکل ۴. نمودار سلسله مراتبی کدهای استخراجی مشارکت کننده اول

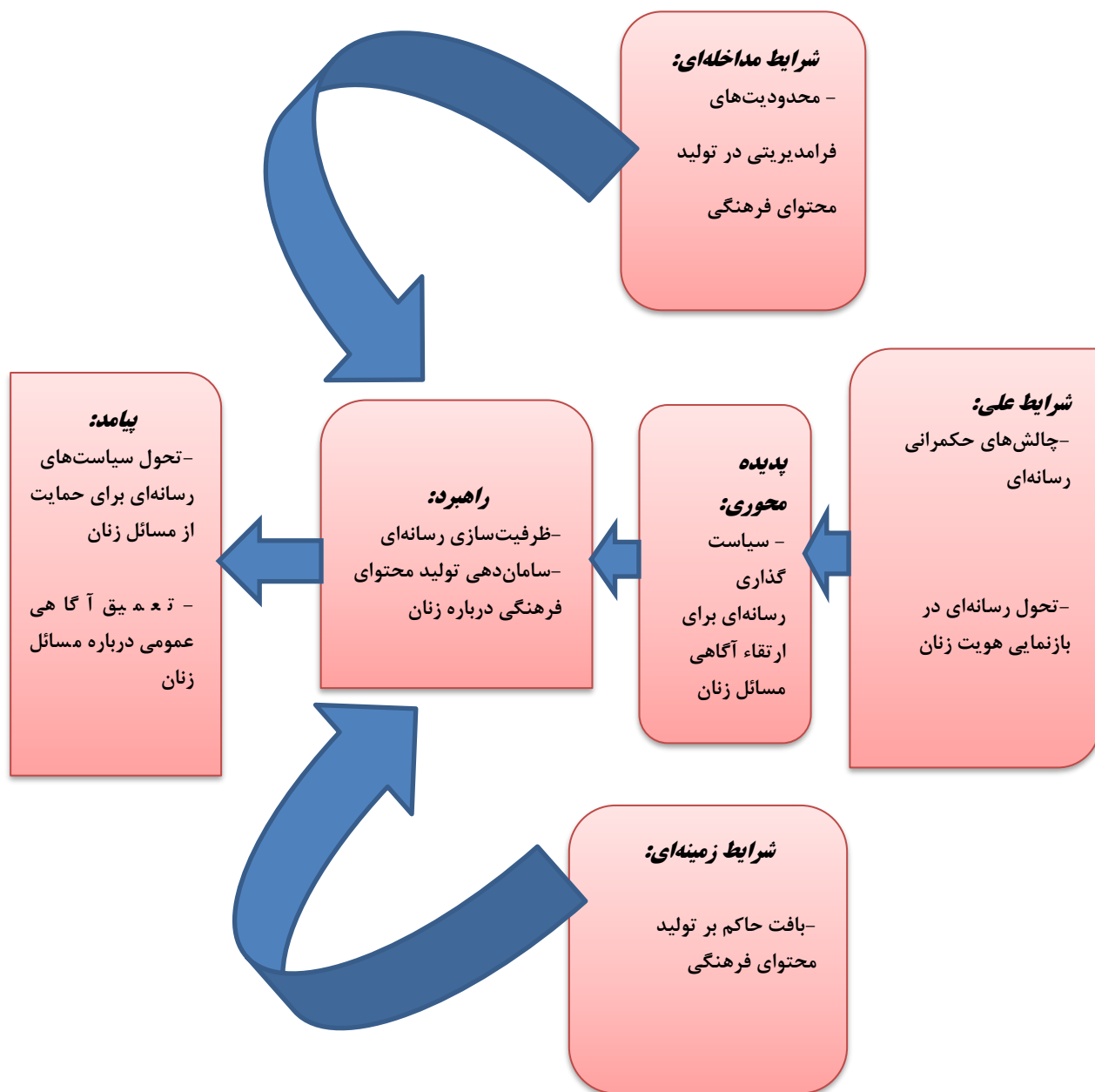
نمودار ۴ نشان می‌دهد که مشارکت کننده اول دارای ۲ گروه، ۳ مقوله اصلی و ۵ مقوله فرعی می‌باشد؛ که توانسته این حجم از اطلاعات را به محقق در مصاحبه ارائه نماید.

کدگذاری همپوشان یا همزمان

این روش کدگذاری یک رویکرد نوین است که در آن، نرم‌افزار با توجه به کدگذاری انجام شده و ارتباط بین مقولات و دسته‌ها به پژوهشگر مجموعه‌ای از فرضیات پیشنهادی ارائه می‌دهد. سپس پژوهشگر می‌تواند با توجه به موضوع تحقیق و توانایی تحلیلی خود و رویکرد تحقیقی که دارد، فرضیات مناسب را انتخاب کرده و یک مدل تدوین کند. نرم‌افزار مکس کیودا این قابلیت را دارد که میزان هم‌زمانی یا هم‌پوشانی میان کدها و مقولات را تحلیل کرده و آن را در قالب یک خروجی نمایش می‌دهد. در این مرحله، پژوهشگر می‌تواند از این نمودار برای شناسایی ارتباطات قوی یا حتی متوسط بین کدها استفاده کرده و از آن به عنوان ابزاری معتبر برای ایجاد فرضیات و تدوین مدل تحقیق بهره‌برد.

Code System	تحول رسانه‌ای...	چالش‌های...	سیاست‌گذاری...	یافت حاکم...	محدودیت...	سامان‌دهی...	ظرفیت‌سازی...	تعمیق آگاه...	تحول سیا...
پیامدها									
• های رسانه‌ای برای حمایت از مسائل زنان									
• همیق آگاهی عمومی درباره مسائل زنان									
راهبردها									
• ظرفیت‌سازی رسانه‌ای									
• دهی تولید محتوای فرهنگی درباره زنان									
شرایط مداخله گر									
• ی فرامدریتی در تولید محتوای فرهنگی									
شرایط زمینه‌ای									
• یافت حاکم بر تولید محتوای فرهنگی									
پدیده محوری									
• رسانه‌ای برای ارتقاء آگاهی مسائل زنان									
شرایط علی									
• چالش‌های حکمرانی رسانه‌ای									
• تحول رسانه‌ای در بازنمایی هویت زنان									
SUM	6	7	16	10	6	9	12	3	7

شکل ۵. ماتریس کدگذاری همپوشان برای بررسی ارتباط معنایی مقولات



شکل ۷. مدل نهایی تحقیق - مقوله‌های اصلی

همان‌طور که مشاهده می‌گردد، مدل پارادایمیک تحقیق شامل ۶ کد محوری می‌باشد که بنا به فراخور اهمیت و تحلیل داده‌های کیفی در بخش‌های مدل پارادایمیک قرار گرفته‌اند. به این ترتیب کد محوری دانش مجازی با داشتن ۳ مؤلفه به نام‌های (سواد رسانه، سواد فرهنگی، سواد اطلاعاتی) به عنوان شرایط علی اثرگذار بر توانمندسازی کاربران شناخته شدند. همچنین شرایط زمینه‌ای به عنوان بستر شامل کد محوری بسترهای راهبردی با ۲ مؤلفه (بسترهای محیطی، بسترهای دیجیتال) ارائه گردید. در ادامه کد محوری ناهنجاریهای رسانه با ۴ مؤلفه به نام‌های (تهاجم رسانه‌ای، تبعیضات فرهنگی، فیلترینگ و جهانی شدن) به عنوان عوامل مداخله‌گر در این مدل پارادایمیک شناخته شدند. کد محوری توسعه فرهنگی دیجیتال با ۲ مؤلفه به نام‌های (توسعه همگرایی فرهنگی و توسعه پلتفرم‌های داخلی) به عنوان راهبرد در این مدل پارادایمیک شناخته شدند. در ادامه نیز کد محوری توانمندسازی کاربران با ۳ مؤلفه به نام‌های (تواناسازی عملیاتی، تواناسازی هنجاری، تواناسازی رسانه‌ای) به عنوان مقوله محوری شناخته شد. پیامد در این مدل شامل کد محوری وفای فرهنگی بود که ۲ مؤلفه به نام‌های (همبستگی فرهنگی و همبستگی اجتماعی) شناخته شدند.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف این پژوهش طراحی مدلی برای تولید و برنامه‌ریزی محتوای فرهنگی با رویکرد افزایش آگاهی پیرامون مسائل زنان در شبکه‌های ماهواره‌ای عراق بود. با بهره‌گیری از نظریه داده‌بنیاد و انجام مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با ۱۵ نفر از متخصصان، فعالان، و مدیران رسانه‌ای، شش کد محوری شامل شرایط علی، زمینه‌ای، مداخله‌گر، راهبردها، پیامدها و پدیده محوری شناسایی شد. یافته‌ها نشان دادند که سیاست‌گذاری رسانه‌ای آگاهانه و منسجم می‌تواند در تولید محتوای فرهنگی تأثیرگذار نقش بسزایی ایفا کند و در عین حال منجر به تعمیق آگاهی عمومی پیرامون مسائل زنان شود.

یکی از مهم‌ترین یافته‌های این پژوهش، نقش چالش‌های حکمرانی رسانه‌ای در شکل‌گیری محدودیت‌های محتوایی در بازنمایی مسائل زنان بود. چنان‌که شرکت‌کنندگان بیان کردند، سانسور، فشارهای سیاسی، و ساختار مردسالارانه رسانه‌های عراق، مانعی برای تولید محتوای آگاهی‌بخش درباره زنان ایجاد کرده‌اند. این یافته با مطالعه (Zhelutukhina & Radhi, 2023) هم‌راستا است که نشان داد برنامه‌های فرهنگی در شبکه‌های ماهواره‌ای عراق غالباً به بازنمایی سنتی و غیرانتقادی از زنان می‌پردازند. همچنین (Mahmoud et al., 2023) نیز گزارش کرده است که تبلیغات و برنامه‌های تلویزیونی تأثیر منفی بر تصویر ذهنی زنان در جامعه داشته و نیاز به بازنگری سیاست‌های تولید محتوا را گوشزد می‌کند.

در بعد تحول رسانه‌ای در بازنمایی هویت زنان، شرکت‌کنندگان به ظهور رسانه‌های دیجیتال، رشد شبکه‌های ماهواره‌ای، و افزایش دسترسی زنان به منابع رسانه‌ای اشاره کردند. این شرایط امکان مشارکت بیشتر زنان در گفت‌وگوهای اجتماعی و فرهنگی را فراهم آورده است. یافته‌ای که با نتایج (Ali et al., 2023) سازگار است. در آن مطالعه، نقش زنان در مواجهه با برنامه‌های غربالگری سلامت و چالش‌های گفت‌وگو درباره موضوعات حساس بررسی شد. در این راستا، (Ros-Sanchez et al., 2023) نیز تأکید می‌کند که توانمندسازی زنان با مشارکت مستقیم آن‌ها در فرآیند رسانه‌ای و پژوهش‌های کنشگرانه ممکن می‌شود.

در زمینه شرایط مداخله‌گر، محدودیت‌های مالی، فنی، و مدیریتی به‌ویژه نبود قوانین حمایتی برای تولید محتوای زن‌محور، به‌عنوان یکی از موانع اصلی تحقق برنامه‌های آگاهی‌بخش شناسایی شد. در تأیید این یافته، (Sabri & Aziz, 2023) در مرور خود بر وضعیت حقوق زنان در اقلیم کردستان عراق، به نبود حمایت‌های نهادی کافی در فرآیند بازنمایی رسانه‌ای اشاره می‌کند. همچنین (Micova, 2023) در بررسی سیاست‌های رسانه‌ای اروپا نشان می‌دهد که فقدان چارچوب‌های قانونی مشخص، می‌تواند مانع از بازنمایی متوازن اقلیت‌ها و زنان در رسانه‌ها شود.

راهبردهای استخراج‌شده از تحلیل داده‌ها شامل ظرفیت‌سازی رسانه‌ای، تربیت نیروی متخصص، و سازمان‌دهی تولید محتوای فرهنگی مرتبط با مسائل زنان بودند. این یافته با مطالعه (Glaser & Holton, 2023) هماهنگ است که نقش آموزش در تولید نظریه‌محور و منسجم را در رویکرد گراند تئوری تأیید می‌کند. همچنین در پژوهش (Deering & Williams, 2024) بر اهمیت مرور نظام‌مند منابع و مشارکت مستمر متخصصان در فرآیند تولید دانش تأکید شده است؛ نکته‌ای که در مسیر راهبردی پژوهش حاضر به وضوح دیده می‌شود.

در سطح پیامدها، شرکت‌کنندگان به دو پیامد کلیدی اشاره کردند: نخست، تحول سیاست‌های رسانه‌ای در جهت حمایت از زنان، و دوم، تعمیق آگاهی عمومی درباره مسائل و حقوق زنان. این یافته با تحقیق (Cox-Han & Heldman, 2023) که بر رابطه میان قدرت، رسانه و مبارزات جنسیتی در آمریکا تمرکز دارد، قابل تطبیق است. به همین صورت، (Bartolini De Angeli, 2023) نشان می‌دهد که مشارکت فعال زنان در فرآیندهای رسانه‌ای می‌تواند به ایجاد صلح اجتماعی و ارتقای سطح فرهنگی جوامع کمک کند. در زمینه عراق نیز، (Aghapouri, 2023) به اهمیت ایجاد رسانه‌های جایگزین برای ملت‌های بی‌دولت از جمله کردها اشاره می‌کند که بازتاب نیازهای مشابه زنان در فضای رسانه‌ای را برجسته می‌سازد.

در نهایت، پدیده محوری پژوهش، سیاست‌گذاری رسانه‌ای برای ارتقاء آگاهی نسبت به مسائل زنان است که در قالب یک مدل پارادایمی و بر اساس یافته‌های کیفی سازمان‌دهی شده است. این مفهوم با دیدگاه (Clarke et al., 2023) هم‌خوانی دارد که معتقد است نظریه‌پردازی در حوزه خدمات اجتماعی می‌بایست در بستر فرهنگی خاص و به‌صورت

انعطاف‌پذیر انجام گیرد. همچنین (Rantung et al., 2025) بر اهمیت فرآیندهای اجتماعی در نظریه‌پردازی تأکید دارد که در مدل ارائه‌شده در این تحقیق نیز از مصاحبه‌های عمقی برای شناسایی دقیق کنش‌های رسانه‌ای استفاده شده است.

در مجموع، پژوهش حاضر توانست از دل مصاحبه‌های تجربی، مدلی بومی، فرهنگی و کاربردی برای برنامه‌ریزی محتوای فرهنگی زن‌محور در عراق استخراج کند. این مدل، هم از نظر نظری و هم از نظر عملی، ابزاری برای مواجهه با چالش‌های فرهنگی، سیاسی و اجتماعی موجود در بازنمایی زنان در رسانه‌های ماهواره‌ای عراق فراهم می‌آورد و می‌تواند در سیاست‌گذاری‌های آتی مورد استفاده قرار گیرد (Brandy et al., 2025; Loisa et al., 2023; Zhou et al., 2024).

یکی از مهم‌ترین محدودیت‌های این پژوهش، تمرکز صرف بر مصاحبه با متخصصان و فعالان حوزه رسانه و فرهنگ زنان بود که ممکن است دیدگاه‌های عمومی و تجربه زیسته مخاطبان عادی را منعکس نکند. همچنین، با توجه به بافت سیاسی و امنیتی عراق، برخی از مشارکت‌کنندگان ممکن است از بیان آزادانه دیدگاه‌های خود پرهیز کرده باشند. محدودیت دیگر، تمرکز پژوهش بر بازه زمانی خاص و شرایط اجتماعی-فرهنگی عراق در سال‌های ۲۰۲۳-۲۰۲۴ است که ممکن است قابلیت تعمیم آن را به سایر کشورها یا دوره‌های زمانی کاهش دهد.

پیشنهاد می‌شود در تحقیقات آینده، تحلیل محتوای کمی و کیفی برنامه‌های زن‌محور در شبکه‌های ماهواره‌ای عراق نیز انجام گیرد تا همسویی ادراک تولیدکنندگان با محتوای واقعی بررسی شود. همچنین انجام مطالعات تطبیقی میان سیاست‌های رسانه‌ای در عراق و سایر کشورهای منطقه در حوزه بازنمایی زنان می‌تواند به غنای نظری مدل‌ها کمک کند. بهره‌گیری از روش‌های ترکیبی و افزایش تنوع نمونه در پژوهش‌های بعدی نیز می‌تواند به بهبود کیفیت داده‌ها و اعتبار یافته‌ها منجر شود. ضروری است که نهادهای تصمیم‌گیر رسانه‌ای در عراق، سیاست‌گذاری جامع و شفاف در زمینه تولید محتوای فرهنگی با رویکرد جنسیتی تدوین کنند. همچنین، سرمایه‌گذاری در تربیت نیروی متخصص رسانه‌ای با درک عمیق از مسائل زنان و توسعه کارگاه‌های آموزشی برای برنامه‌سازان، گامی مهم در مسیر تغییر است. لازم است مشارکت فعال زنان در فرایند تولید محتوای رسانه‌ای تقویت شود تا روایت‌های اصیل و واقعی‌تری از تجربیات زنان در فضای رسانه‌ای بازتاب یابد.

تشکر و قدردانی

از تمامی کسانی که در طی مراحل این پژوهش به ما یاری رساندند تشکر و قدردانی می‌گردد.

مشارکت نویسندگان

در نگارش این مقاله تمامی نویسندگان نقش یکسانی ایفا کردند.

تعارض منافع

در انجام مطالعه حاضر، هیچ‌گونه تضاد منافی وجود ندارد.

حمایت مالی

این پژوهش حامی مالی نداشته است.

موازین اخلاقی

در انجام این پژوهش تمامی موازین و اصول اخلاقی رعایت گردیده است.



Extended Summary

Introduction

Satellite television channels play a vital role in shaping public discourse, especially in complex cultural and political contexts such as Iraq. These channels, with their wide reach and diverse content, possess the potential to influence societal attitudes, particularly regarding sensitive and marginalized topics like women's rights and gender equality. In recent years, the representation of women in Iraqi satellite media has drawn significant academic attention due to its persistent adherence to traditional gender roles and its reinforcement of patriarchal norms (Mahmoud et al., 2023; Zheltukhina & Radhi, 2023). Such portrayals not only misrepresent women's identities but also hinder progress toward gender equity in Iraqi society (Ali et al., 2023; Sabri & Aziz, 2023).

Numerous studies have shown that media representations are not neutral reflections of society but are actively involved in constructing social meanings, identities, and power structures (Cox-Han & Heldman, 2023; Micova, 2023). In conservative societies, these constructions can either sustain existing inequalities or challenge them through critical and inclusive content. However, in the case of Iraq, the lack of strategic media policies aimed at empowering women and promoting cultural awareness has limited the transformative capacity of satellite media. Scholars argue for the development of structured, theory-based content production models that reflect women's realities and support their societal participation (Brandy et al., 2025; Ros-Sanchez et al., 2023).

Cultural content planning, particularly from a gendered lens, refers to the intentional design of media narratives that reflect the diverse experiences and needs of women across age, ethnic, and socioeconomic lines. Such planning aligns with global efforts to promote inclusive media systems, capable of resisting stereotypical portrayals and fostering critical awareness among audiences (Aseidu et al., 2023; Bartolini De Angeli, 2023). Yet, in the Iraqi context, empirical studies on how such a model could be built, and what structural or cultural constraints it must account for, remain scarce. While some scholars have examined the image of women in Iraqi television (Zubair, 2023), few have attempted to offer grounded, localized models for cultural content production aimed at raising awareness about women's issues.

The current study seeks to address this gap by designing a grounded theory model for cultural content production in Iraqi satellite television that enhances awareness of women's rights and challenges. Drawing upon the experiences of media professionals, cultural experts, and gender advocates, this research develops an evidence-based, context-specific framework that policymakers and content creators can employ. The study also builds upon methodological advancements in grounded theory, particularly the use of open, axial, and selective coding in the systematic tradition of Strauss and Corbin (Clarke et al., 2023; Glaser & Holton, 2023; Wood et al., 2025). In doing so, it provides both theoretical insights and practical tools to facilitate gender-conscious media production in Iraq.

Methods and Materials

This research employed a qualitative exploratory design using grounded theory methodology, based on the systematic approach of Strauss and Corbin. Fifteen participants—including media executives, cultural experts, women's rights activists, and producers of satellite television programs—were selected through purposive sampling. In-depth, semi-structured interviews were conducted between 2023 and 2024 to capture participants' experiences and perspectives regarding the challenges and possibilities of women-focused cultural content in Iraq.



Data analysis was carried out in three stages: open coding, axial coding, and selective coding. The MAXQDA 2020 software was used for organizing and visualizing the data, including frequency analyses and conceptual maps. Codes were refined through iterative comparison and expert consultation, resulting in the emergence of six core categories (axial codes). These categories were later integrated into a paradigm model describing the causal relationships among conditions, strategies, and consequences in cultural content planning. Theoretical saturation was achieved after 15 interviews, and validation of findings was performed through member checks and peer reviews.

Findings

The data analysis yielded a paradigm model composed of six main components: (1) *causal conditions*, (2) *contextual conditions*, (3) *intervening conditions*, (4) *strategies*, (5) *consequences*, and (6) *core phenomenon*. Each component was supported by specific codes derived from the participants' narratives.

Causal conditions included two major challenges: governance issues in Iraqi media and the transformation of media landscapes affecting women's identity representation. These issues were manifested through lack of supportive policies, political interference, and dominance of patriarchal discourse in content production. Participants frequently cited censorship and inadequate journalist training as significant obstacles.

Contextual conditions referred to the broader cultural, religious, and social environment in Iraq that frames media production. These included conservative public attitudes, ethnic and sectarian diversity, and low levels of gender literacy among both audiences and content producers. These factors were seen as shaping the production and reception of women-related content.

Intervening conditions were identified as managerial and operational constraints such as the absence of legal frameworks protecting women's representation, limited funding for content development, and lack of institutional support for gender-based programming. Participants also noted technological deficiencies and insufficient access to training for female media workers.

Strategic actions proposed by participants included media capacity-building initiatives, policy design for gender-inclusive programming, and the development of targeted, issue-based content. Examples included producing documentaries on women's achievements, training workshops on gender-sensitive journalism, and fostering partnerships with NGOs to fund awareness campaigns.

Consequences of implementing such strategies were identified as: (1) transformation in national media policies toward women's empowerment, and (2) increased public awareness of women's issues. Participants highlighted that these outcomes could enhance women's societal participation and shift collective perceptions of gender roles in Iraq.

The *core phenomenon* around which the entire model was organized was defined as "media policymaking for raising awareness on women's issues." This was not only the thematic anchor of the research but also served as the guiding principle for interpreting the interplay among all other components in the paradigm model.

Discussion and Conclusion

The findings of this study underscore the urgent need for a comprehensive, grounded approach to cultural content planning in Iraq that centers on women's rights and experiences. The identification of governance, societal, and institutional barriers to inclusive content production reflects the structural inequalities embedded within Iraq's media system. These obstacles mirror earlier critiques by scholars who emphasized the political economy of media and its influence on gender representation (Mahmoud et al., 2023; Zheltukhina & Radhi, 2023).

By providing an empirically grounded model, this study contributes to the limited but growing body of literature advocating for culturally sensitive and gender-aware media policy in the Middle East. The proposed paradigm not only illustrates the complexity of producing effective women-focused content in satellite networks but also offers actionable pathways for change. It echoes the global scholarship on participatory and emancipatory media practices, which highlight the role of media as both a mirror and a molder of social realities (Bartolini De Angeli, 2023; Ros-Sanchez et al., 2023).

Another significant contribution of this research lies in its methodological rigor. By employing a grounded theory approach and incorporating diverse voices from the media sector, it ensures that the resulting model reflects the lived realities and constraints of media production in Iraq. This aligns with theoretical propositions from grounded theory scholars who emphasize iterative coding, constant comparison, and contextual theorization (Deering & Williams, 2024; Glaser & Holton, 2023; Rantung et al., 2025).

In conclusion, the study offers a nuanced and context-aware framework that can guide media institutions, policymakers, and educational bodies in promoting gender-sensitive media. The integration of strategic and operational recommendations further strengthens its practical value. By situating the representation of women as a central concern of media policy and production, this model paves the way for more inclusive, equitable, and socially responsive media landscapes in Iraq and potentially other similar contexts.

References

- Abdelaziz, W., Nofal, Z., & Al-Neyazy, S. (2023). Factors affecting contraceptive use among currently married women in Iraq in 2018. *Journal of Biosocial Science*, 55(3), 449-462. <https://doi.org/10.1017/S0021932022000104>
- Aboalshamat, K., Alharbi, J., Alharthi, S., Alnifae, A., Alhusayni, A., & Alhazmi, R. (2023). The effects of social media (Snapchat) interventions on the knowledge of oral health during pregnancy among pregnant women in Saudi Arabia. *PLoS One*, 18(2), e0281908. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0281908>
- Aghapouri, J. (2023). *The Kurdish Media in the Middle East and Diaspora: Alternative Public and Participatory Spaces for a Non-State Nation*. The Handbook of Media and Culture in the Middle East. <https://doi.org/10.1002/9781119637134.ch37>
- Ali, S. M., Lawes, R., & Ghalib, A. K. (2023). "I am not a Good Woman?" Exploring the Views and Challenges of Nurses When Discussing HPV Testing and Associated Cervical Screening with Women in Iraq. *Sage Open Nursing*, 9, 23779608221150719. <https://doi.org/10.1177/23779608221150719>
- Aseidu, E., Boakye, A. N., Amoako, G. K., & Maccalm, E. (2023). *Gender and Sustainability in Africa*. Corporate Sustainability in Africa: Responsible Leadership, Opportunities, and Challenges. https://doi.org/10.1007/978-3-031-29273-6_15
- Bartolini De Angeli, E. L. (2023). The Contribution of Women to Peace in the Middle East: The Experience of the Movement Women Wage Peace (WWP). *Religions*, 14(7), 820. <https://doi.org/10.3390/rel14070820>
- Brandy, J., Kessler, T., & Gass, G. (2025). A Grounded Theory: The Process of Managing Self-Identified Depression During the Freshman Year of College. *Issues in Mental Health Nursing*, 1-9. <https://doi.org/10.1080/01612840.2025.2456181>
- Cape, D. R. (2023). *Experimenting Despite Outcomes: A Classic Grounded Theory* Doctoral dissertation, Saybrook University].
- Clarke, A., Healy, K., Lynch, D., & Featherstone, G. (2023). The use of a constructivist grounded theory method-A good fit for social work research. *International Journal of Qualitative Methods*, 22, 16094069231186257. <https://doi.org/10.1177/16094069231186257>
- Cox-Han, L., & Heldman, C. (2023). *Women, power, and politics: The fight for gender equality in the United States*. Oxford University Press. <https://global.oup.com/academic/product/women-power-and-politics-9780197694206>
- Deering, K., & Williams, J. (2024). Approaches to reviewing the literature in grounded theory: a framework. *Nurse researcher*, 32(3). <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/32643353/>
- Didier, A., Nathaniel, A., Scott, H., Look, S., Benaroyo, L., & Zumstein-Shaha, M. (2023). Protecting personhood: a classic grounded theory. *Qualitative Health Research*, 33(13), 1177-1188. <https://doi.org/10.1177/10497323231190329>
- Elliott, N., & Higgins, A. (2023). Surviving grounded theory research method in an academic world: Proposal writing and theoretical frameworks. *Grounded Theory Review*, 22(01), 164-176. <https://groundedtheoryreview.org/index.php/gtr/article/view/113>
- Glaser, B. G., & Holton, J. (2023). Staying open: The use of theoretical codes in grounded theory. *Grounded Theory Review*, 22(01), 4-16. <https://groundedtheoryreview.com/2023/06/22/staying-open-the-use-of-theoretical-codes-in-grounded-theory/>
- Koleva, P. (2023). Critical analysis of grounded theory strategy in organisational and management. *International Journal of Social Research Methodology*. <https://doi.org/10.1108/QRJ-08-2022-0118>



- Loisa, R., Utami, L. S. S., Pandrianto, N., & Irena, L. (2023). Cultural Content in the Youth's Social Media on Likupang Super Priority Tourism Destination. *International Journal of Application on Social Science and Humanities*.
- Mahmoud, A., Ahmad, A. K., Safori, A., Eid, Y. N. A., & Al Tawalbeh, A. (2023). The Effect of Television and Electronic Advertisements on The Mental Image of Women Among A Group of Female Media Professionals. *Studies in Media and Communication*.
- Micova, S. B. (2023). *From the Television without Frontiers Directive to the Audiovisual Media Services Directive*. European Audiovisual policy in transition. <https://www.taylorfrancis.com/books/edit/10.4324/9781003262732/european-audiovisual-policy-transition-heritiana-ranaivoson-sally-broughton-micova-tim-raats>
- Rantung, G., Griffiths, D., & Moss, C. (2025). The social processes that emergency nurses use to achieve sustainability: A constructivist grounded theory. *Journal of Advanced Nursing*. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/jan.16297>
- Ros-Sanchez, T., Lidon-Cerezuela, M. B., Lopez-Benavente, Y., & Abad-Corpa, E. (2023). Promoting empowerment and self-care in older women through participatory action research: Analysis of the process of change. *Journal of Advanced Nursing*. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/jan.15573>
- Sabri, S. N., & Aziz, M. (2023). A Review on Women's Rights Struggle in the Kurdistan Region of Iraq. *International Journal of Social Sciences & Educational Studies*, 10(1), 151. https://www.researchgate.net/publication/368503094_A_Review_on_Women's_Rights_Struggle_in_the_Kurdistan_Region_of_Iraq
- Shahverdi, T., Khazari, Z., & Ghasemi, A. (2023). Qualitative Content Analysis of Television Pathology and Its Impact on the Lifestyle of Women's Cultural and Social Values. *Quarterly Journal of Women and Society*, 14(53), 1-20. <https://doi.org/10.30495/jzv.2023.28154.3589>
- Smith, J. A. (2024). *Qualitative psychology: A practical guide to research methods*. <https://www.amazon.co.uk/Qualitative-Psychology-Jonathan-Smith/dp/1446298469>
- Wood, N. K., Helfrich-Miller, K. R., & Dyer, A. M. (2025). A longitudinal study of breastfeeding relationships at home during the COVID-19 pandemic: A grounded theory method. *Journal of Advanced Nursing*. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/jan.16219>
- Zheltukhina, M. R., & Radhi, W. S. (2023). Analytical study of cultural programs of Iraqi satellite TV channels. *Rudn Journal of Studies in Literature and Journalism*. <https://journals.rudn.ru/literary-criticism/article/view/34361>
- Zhou, Y., Yuan, Y., Huang, K., & Hu, X. (2024). Can ChatGPT perform a grounded theory approach to do risk analysis? An empirical study. *Journal of Management Information Systems*. <https://www.hkubs.hku.hk/event/can-chatgpt-perform-a-grounded-theory-approach-to-do-risk-analysis-an-empirical-study/>
- Zubair, O. A. (2023). Assessment of Women's Awareness of Reproductive Health Concepts in Iraqi Community. *Research Square*. <https://wjarr.com/sites/default/files/WJARR-2024-3368.pdf>