الجندرية في الإعلام الرياضي المرئي
مُقاربة تحليلية في ضوء نظرية العوامل الخبرية

د . محمود محمد زكي

مدرس الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام
جامعة سيناء بالقنطرة شرق

ملخص الدِّراسة :

تقصَّت الدراسة ظاهرة الجندرية في الإعلام الرياضي المرئي، وسعت إلى اختبار مدى التحيز الجندري في التغطيات التلفزيونية لكل من رياضات الرجال ، ورياضات المرأة، وتحديد دور العوامل الخبرية في توازن التغطية أو اختلالها. وظَّفت الدراسة أداة تحليل المحتوى بالتطبيق على عينة من البرامج الرياضية التي بثَّتها على الهواء مباشرة قنوات ONTime Sports وقناة النيل للرياضة على مدار ثلاثة أشهر مُتَّصلة بلغ إجمالي حلقاتها ٥٦٤ حلقة.

توصَّلت الدراسة إلى الارتفاع الكبير في حجم اهتمام القنوات الرياضية برياضات الرجال مقارنة بذلك الذي توليه لرياضات المرأة، حيث لم يقل إجمالي زمن بث رياضات الرجال وعدد فقراته في أي من القنوات محل الدراسة عن ٩٠% من مجمل تغطياتها البرامجية، غير إن هذا الانحياز في المقدار الكمي للتغطية لم يصاحبه

انحياز في المحتوى المُذاع، إذ الصفات الإيجابية والسلبية توزعت بنسب متقاربة بين رياضات الرجال والمرأة، بل وركزت التغطية البرامجية على صفات الأداء في رياضات المرأة بأكثر من تركيزها على صفات الشكل مثلما فعلت في رياضات الرجال. ووجدت الدراسة أنه مجاراة لاعتبارات "صناعة الرياضة"، فقد كان للعوامل الخبرية الدور الأهم في توجيه التغطيات الرياضية التلفزيونية.

الكلمات المفتاحية: جندر، عوامل خبرية، تغطية تلفزيونية، قنوات رياضية، رياضات الرجال، رياضات المرأة.

Gender in visual sports media
An analytical approach in light of News Factors Theory

Dr. Mahmoud Mohamed Zaky

Abstract

The study examined gender representation in televised sports media, focusing on potential gender bias in the coverage of men's and women's sports and assessing how news factors influence coverage balance. Using content analysis on a sample of live sports programs aired on ONTime Sports and Nile Sports over three consecutive months, the study analyzed 564 episodes.

Findings reveal a significant disparity in airtime between men's and women's sports, with coverage of men's sports exceeding 90% of total programming across the channels studied. However, this quantitative imbalance did not extend to content bias: positive and negative attributes were similarly distributed between men's and women's sports. Notably, coverage of women's sports emphasized performance attributes over physical appearance, in contrast to the focus on appearance in men's sports coverage. The study also concluded that news factors, aligned with the sports industry's demands, play a pivotal role in directing televised sports coverage.

KeyWords: Gender, News factors, TV coverage, Sport channels, Men's' sports, Women's sports.

مُقدِّمة :

لطالما كان تصوير الجندر (أ) في الإعلام الرياضي المرئي محورًا أساسيًا في الدراسات الإعلامية، حيث يؤثر بعمق في كيفية نظر المجتمع للأدوار الجندرية وفهمه لها في المجال الرياضي. وغالبًا ما تُبنى التغطية الرياضية في العديد من المنظومات الإعلامية على أولوية موضوعات /وقصص ،وشخصيات رياضية بعينها، ما يمكن أن يعزّز عن غير قصد القيم التقليدية للجندر. ويشمل مفهوم "تمثيل الجندر" في الإعلام الرياضي ليس فقط حجم التغطية المُخصَصة للرياضيين والرياضيات أو مدى بروزها، وإنما أيضًا القيم الثقافية الأوسع والتوقُّعات المجتمعية التي تعكسها هذه التغطيات. ويؤدي التركيز على سرديات معينة في الإعلام الرياضي إلى تشويه الصورة العامة لأدوار الجندر، ويسهم سلبًا في الطريقة التي يستوعب بها الجمهور، بخاصة الشباب، مفاهيم الذكورة والأنوثة في الرياضة.

ويتطلب استكشاف الجندر في الإعلام الرياضي المرئي فهمًا للنهج الذي يتبعه الإعلاميون في تحديد ما يستحق البث وطريقة تقديمه. فعادة ما تميل وسائل الإعلام الرياضية –بحسب ما رصده الباحثون- إلى تفضيل البطولات ،والأحداث التي يغلب عليها العنصر الذكوري، حيث تستخدِم معايير انتقائية لتحديد المحتوى القادر على جذب انتباه الجمهور. وبتحليل هذه المعايير، اتَّضح وجود تحيُّزات معينة، سواء كانت مقصودة أو غير مقصودة، تشكِّل رؤية الجمهور للرياضيين ،والرياضيات بطرق مختلفة؛ فالرياضيون الذكور غالبًا ما يتم تصويرهم كنماذج للقوة البدنية ،والروح التنافسية ،والبطولة، في حين أن الرياضيات، عند تغطية رياضاتهن، يتم التركيز عليهن في جوانب تُعزّز من الأنماط التقليدية للأنوثة، كالجمال أو الرشاقة، بدلًا من الاكتفاء بإبراز إنجازاتهن الرياضية فقط.

تكشف هذه التباينات في التصوير عن خصائص هيكلية أعمق في الإعلام الرياضي المرئي، حيث تميل التغطيات لتتوافق مع "التوقعات الثقافية" ،و"تفضيلات

الجمهور". وهذا يعني أن الرياضات ذات الجماهيرية الأكبر بين الذكور، أو الرياضات التي يُنظر إليها على أنها أكثر ارتباطًا بالصفات الذكورية التقليدية، تحظى بمزيد من الإبراز وتُخصَّص لها الموارد. ونتيجة لذلك، قد تميل المؤسسات الإعلامية تلقائيًا نحو المحتوى الذي يتماشى مع تفضيلات الجمهور السائدة، مما يجعل الرياضيات ورياضات المرأة أقل حضورًا على الرغم من النمو المتزايد لشعبيتها عالميًا. وينتج عن ذلك حلقة مفرغة حيث تستمر رياضات الرجال في الهيمنة على المشاهدة والاستثمار، ما يرسخ بدوره استمرار التغطية الإعلامية غير المتوازنة.

أيضًا تلعب التوقعات الثقافية للجمهور دورًا فاعلاً في تعزيز "الديناميكيات الجندرية" في الإعلام الرياضي. ففي العديد من الثقافات، تُعتبر رياضات الرجال جزءًا من الهوية الوطنية والمكانة والتقاليد، مما يجعلها أساسًا لجذب اهتمام الجمهور وتحقيق العوائد المالية. أما رياضات المرأة، فعلى الرغم من التقدُّم الملحوظ في ممارستها وتغطيتها، فتجابهها تحديات عدَّة للتغلب على السرديات الراسخة التي تصورها على أنها أقل حدة أو تنافسية. ونتيجة لذلك، فإن المعايير المستخدمة لاختيار المحتوى الذي يعتقد الإعلاميون أنه سيروق للجمهور غالبًا ما تفضِّل الرياضات الذكورية بسبب الارتباط القوي بين الذكورة وبعض السمات الرياضية، مما يخلق تحيزًا هيكليًا في ظهور الرياضيات وتمثيلهن.

علاوة على ما سبق، لا يمكن إغفال تأثير السرد البصري في الإعلام الرياضي؛ ففي "عصر الصورة" كما وصفه المفكر، وعالم اللسانيات الفرنسي Roland Barthes، تؤثِّر كيفية تمثيل الرياضيين بصريًا على إدراك الجمهور بشكل كبير. فعادة ما يُعرض الرياضيون الذكور في سياقات تنافسية بارزة، في حين تُعرض الرياضيات في أحيان أخرى بطرق تبرز أدوارهن خارج الملاعب أو جوانب من حياتهن الشخصية التي تتماشى مع الأدوار التقليدية للأنوثة. لا يؤدي هذا فقط إلى حصر إنجازات المرأة في نطاق ضيق بل يعزز أيضًا من الصور النمطية عبر أطر تصوُّرية تركز على أمور غير رياضية. وعلى الرغم من أن هذا قد يخلق سردًا إنسانيًا ،وعاطفيًا قابلاً للاتِّصال، إلا أنه يحد من إمكانية رؤية الرياضيات كمهنيات جديرات بالتقدير على قدم المساواة مع نظرائهن الذكور.

وتعتبر الديناميكيات الجندرية في الإعلام الرياضي المرئي بمثابة مرآة تعكس تصورات المجتمع تجاه الأدوار الجندرية، ولا يمكن فهم هذه الديناميكيات بمعزل عن نظرية العوامل الخبرية. فهذه النظرية توفر إطارًا أكثر ملاءمة لفهم كيفية تشكيل الخبر الرياضي وتغطيته باعتبار انبنائها على أسس مهنية لا أيدلوجية، حيث تُعنى بالمعايير المؤثرة في اختيارات المحتوى وطرائق تقديمه. ولا تقتصر العوامل الخبرية على مجرد تغطية الرياضة، بل تشمل أيضًا الطريقة التي يُصنف بها الرياضيون بحسب جندرهم، وكيف تُعطى الأولوية للأحداث الرياضية بناءً على توقعات الجمهور وتوجهاته. ومن خلال دمج نظرية العوامل الخبرية في تحليل الديناميكيات الجندرية، يمكن توضيح كيف تسهم هذه العوامل في تشكيل خطاب الإعلام الرياضي المرئي وتحديد آليات التغطية، مما يعزز أو يقلل من ظهور الأدوار الجندرية في السياقات الرياضية.

في هذا الإطار، تأتي الدراسة الحالية ساعية إلى تحليل كيف تؤثر هذه العوامل في بناء التصورات الاجتماعية حول الرياضيين والرياضيات، وكيفية تجسيد القيم الجندرية عبر التغطيات التلفزيونية، مما يسلط الضوء على التحديات والفرص أمام تحقيق توازن أكبر في تمثيل الجندر في الإعلام الرياضي المرئي.

مشكلة الدِّراسة :

في ضوء التطورات المتسارعة التي يشهدها الإعلام الرياضي المرئي، تبرز قضية الجندرية كواحدة من الموضوعات التي نالت اهتمامًا متزايدًا من الباحثين والمهنيين. فالجندر لم يعد مجرد مفهوم اجتماعي وثقافي يتناول الفروق بين الجنسين فحسب، بل بات أحد العوامل التي تؤثر بشكل مباشر على طريقة تشكيل الخطاب الإعلامي الرياضي، وعلى كيفية تقديم اللاعبين واللاعبات في التغطية الإعلامية.

وتوفِّر نظرية العوامل الخبرية إطارًا منهجيًا مواتيًا لفهم كيف يُختار المحتوى الإعلامي ويُعرض للجمهور؛ فالنظرية تُلقي الضوء على المعايير المهنية التي تجعل حدثًا ما قابلاً للنشر ويستحق التغطية الإعلامية، وتُسهم في تفسير كيفية تعامل الإعلام مع الأحداث الرياضية التي تشمل الرجل والمرأة على حد سواء.

لذا تسعى الدراسة إلى الإجابة عن تساؤلات جوهرية تتعلق بمدى تأثُّر التغطية الإعلامية للقنوات التلفزيونية الرياضية المصرية بالفروق الجندرية، وما إذا كانت تلك التغطية تنحاز لنوع دون آخر. كما تهدف إلى تقييم الأثر الذي تلعبه العوامل الخبرية في تشكيل هذا الانحياز أو التوازن، سواء من حيث توزيع الوقت المخصص لرياضات الرجال ورياضات المرأة أو من حيث الأوصاف المنسوبة لممارسيها.

أهمية الدِّراسة :

تستمد دراسة الجندرية في الإعلام الرياضي المرئي أهميتها انطلاقًا من اعتبارات ذات طبيعة معرفية وتطبيقية بإسهامها فيما يلي:

الأهمية المعرفية:

١- توسيع المعرفة حول علاقة الجندر بالإعلام الرياضي المصري لاسيَّما المرئي منه، وبالتالي توفير أساس قوي للأبحاث المستقبلية في الموضوع.

٢- بناء تصور نظري لفهم الظاهرة يراعي خصوصية الحالة الثقافية المصرية ،ولا يخضع لتحيزات أيدولوجية خاصة.

٣- يمكن استخدام نتائج الدراسة لتقييم فعالية السياسات والبرامج الرامية إلى تحقيق المساواة بين الجنسين في مجال الإعلام الرياضي.

الأهمية التطبيقية:

١- لفت انتباه الفاعلين في الإعلام الرياضي المصري إلى ما قد تنطوي عليه تغطياتهم من تنميطات جندرية تضر الممارسة وتخرجها عن أهدافها الترفيهية/ المعرفية.

٢- محاولة تطوير سياسات إعلامية أكثر عدالة وتنوعًا، من خلال تحديد التحيزات القائمة وتعزيز التمثيل المتساوي لكلا الجنسين.

٣- تحسين جودة المحتوى الإعلامي الرياضي من خلال توجيه الانتباه إلى أهمية تقديم تغطية متوازنة وعادلة.

أهداف الدِّراسة :

سعت الدراسة إلى تحقيق هدف عام، وهو محاولة استكشاف سردية/ سرديات الإعلام الرياضي المرئي المصري بشقيه الحكومي، والخاص، وفهمها من منظور يتحرَّى جندرية التغطية للأحداث ،والفاعليات الرياضية التلفزيونية، وذلك من خلال تحقيق الأهداف الفرعية التالية:

١- قياس مدى وجود تحيز جندري في تغطية القنوات التلفزيونية الرياضية لكل من رياضات الرجال ورياضات المرأة.

٢- تحديد مدى إسهام العوامل الخبرية في تقرير ما تبثه القنوات التلفزيونية الرياضية من رياضات الرجال ورياضات المرأة.

٣- تقييم دور الإعلام الرياضي المرئي في تعزيز أو تحدي الصور النمطية الجندرية في المجال الرياضي.

مراجعة الدِّراسات السابقة:

بمراجعة قواعد البيانات البحثية، وعن طريق توظيف كلمات مفتاحية مُستقاة من عنوان الدراسة ومشكلتها البحثية، وبحصر الإطار الزمني للبحث في الدراسات المنشورة منذ عام ٢٠١٤م ، أمكن الوصول إلى عدد من الدراسات وثيقة الصِّلة بالموضوع البحثي، وهي تتيح تحقيق التراكم المعرفي المطلوب في دراسته.

وتحقيقًا لأهداف الدراسة، فقد اقتصر البحث على الدراسات التي عالجت الجندرية ،والتمثيل النوعي في وسائل الإعلام، واعتمدت في معالجتها على المدخل التحليلي بأنواعه، حيث توفِّر بدورها إطلالة واسعة وعميقة على واقع الجندرية في

الإعلام الرياضي المرئي، وتكنيكات تغطية كل من رياضات الرجال والمرأة في القنوات الرياضية، وما يمكن أن يرشح عنها من تأثيرات على جمهور المستخدمين.

وفيما يلي عرضًا توضيحيًا للدراسات التي أسفر عنها البحث واستفادت منها الدراسة الحالية، بعد تصنيفها موضوعيا إلى محوريين، الأول يضم الدراسات التي ركزت على التغطية الإعلامية للمرأة الرياضية، بينما اتسع المحور الآخر للدراسات التي قارنت بين تغطية كل من الرجل والمرأة في الإعلام الرياضي. ويشمل العرض موضوع كل دراسة ،وهدفها، وأدواتها البحثية، والإطار النظري لها وأبرز النتائج التي خلصت إليها ويمكن أن تبني عليها الدراسة الحالية.

المحور الأول: دراسات ركزت على التغطية الإعلامية للمرأة الرياضية

ركزت دراسة **Allain, K. A., & Dotto, S. (٢٠٢٤)** [١] على مشكلة التمييز السِّنِّي في الجمباز النسائي، حيث يتم تقديم الرياضيات الأكبر سنًّا بشكل مختلف عن زميلاتهن الأصغر سنًّا. واستهدفت فهم كيف تساهم وسائل الإعلام والرياضة نفسها في تشكيل نظام سنِّي يؤثر على مسيرة اللاعبات المهنية وتوقعاتهن. وظفت الدراسة أداة تحليل المحتوى الكيفي للتقارير الإعلامية والتغطيات الرياضية والمقابلات (عددها ١٧) التي بثتها قنوات NBC وBBC وCBC وتخص لاعبة الجمباز الأوزبكية Oksana Chusovitina.

وجدت الدراسة أن الإعلام الرياضي يركز بشكل كبير على سن الرياضيات في تغطية الجمباز النسائي، مما يعزز مفهوم أن الرياضة مخصصة للشابات. ويتم تصوير اللاعبات الأكبر سنًا كاستثناءات "يتحدين الزمن" أو "مخالفات للتوقعات"، بينما تعتبر الشابات رمزًا للكفاءة، والنشاط. خلصت الدراسة إلى إن هذه التغطية تساهم في تعزيز الفجوة السِّنيَّة، وإعادة إنتاج القوالب النمطية السلبية المرتبطة بالشيخوخة، مما يخلق حواجز نفسية واجتماعية أمام استمرار اللاعبات الأكبر سناً في مسيرتهن الرياضية.

دارت مشكلة دراسة **Marín-Montín, J., & Bianchi, P. (٢٠٢٤م)** [٢] حول العنف الجندري الذي تواجهه الحكام النساء في كرة القدم، وكذلك كيفية تغطيته في

وسائل الإعلام في البرازيل وإسبانيا، وقامت بتحليل خطاب عينة من القصص الإخبارية التي تناولت حالات العنف الجندري ،وأُذيعت في نشرات الأخبار بقناتي TV Globo البرازيلية وAtresmedia Televisión الإسبانية بين عامي ٢٠١٨-٢٠٢٠.

أظهرت الدراسة أن التغطيات التلفزيونية ركزت بشكل كبير على الأبعاد العاطفية والمثيرة للحوادث المتعلقة بالعنف الجندري ضد الحكمات النساء، فيتم تصوير هذه الحوادث بشكل مبالغ فيه لجذب الانتباه، مما يعزز من الطابع الدرامي للقصص بدلاً من تقديم تحليل متوازن وعميق للمسألة. كما تم تقديم العنف كحوادث فردية أو سلوكيات غير متكررة. أيضًا أظهرت الدراسة تفاوتًا في طريقة التغطية، حيث كانت التغطية في البرازيل أكثر ميلاً لتجاهل السياق الجندري وتقديمه كقضية ترفيهية، بينما في إسبانيا كان هناك بعض الجهود لتناول القضية بشكل أعمق، ولكن دون تحقيق تغطية متوازنة وشاملة.

ناقشت دراسة **Crabill, E. (٢٠٢٤م)** [٣] الجوانب الثقافية، والإعلامية المُتعلِّقة بالتمييز الجندري في رياضة المرأة، وذلك بدراسة حالة القبلة المثيرة للجدل بين رئيس الاتحاد الإسباني لكرة القدم "لويس روبياليس"، واللاعبة "جيني هيرموسو" خلال تتويج إسبانيا في كأس العالم للسيدات ٢٠٢٣. وظَّفت الدراسة منهج تحليل الخطاب الإعلامي بالتطبيق على عينة من المقالات الصحفية ،والتعليقات التلفزيونية ،ومنشورات مواقع التواصل الاجتماعي، واستندت إلى النظرية النسوية النقدية التي تركز على تحليل الأدوار الجندرية والهياكل الثقافية التي تعزّز التمييز الجنسي.

كشفت الدراسة عن تحيزات واضحة في التغطية الإعلامية، حيث تم تقديم الحادثة بطرق مختلفة بناءً على الثقافة والاتجاه السياسي لوسائل الإعلام. في بعض الحالات، تم التقليل من شأن الحادثة وتقديمها على أنها "لحظة عفوية"، بينما في حالات أخرى، تم تناولها كدليل على التمييز الجنسي المتجذر في الرياضة. النتائج أظهرت أيضًا أن الحادثة أثارت نقاشًا واسعًا حول التمييز الجنسي في كرة القدم، ما دفع العديد من المنظمات النسائية والرياضية للمطالبة بإصلاحات أعمق.

سعت دراسة **Park, D., & Shin, N. (٢٠٢٣)** [٤] إلى استكشاف كيفية تقديم وسائل الإعلام لمدربة هوكي الجليد الأمريكية Sarah Murray خلال دورة الألعاب الأولمبية الشتوية، وكيف تتقاطع هذه التمثيلات مع عوامل الوطنية الأولمبية، والجندر، والعرق، مع التركيز على تصورات "اللون الأبيض للبشرة" في هذا السياق. اعتمدت الدراسة على تحليل المحتوى باستخدام منهج التحليل النقدي للتغطيات الإخبارية في وسائل الإعلام الأمريكية والكورية، كما وظفت كل من نظرية التقاطع Intersectionality ونظرية الهيمنة الثقافية.

كشفت النتائج عن تركيز وسائل الإعلام بشكل كبير على كون Sarah Murray رمزًا للإنجاز الأولمبي من خلال دورها كمدربة لفريق الهوكي النسائي الكوري، وهو مجال يهيمن عليه الرجال تقليديًا، حيث تم تمثيلها كشخصية تجمع بين الكفاءة الرياضية والتفاني الوطني، ما ساهم في تعزيز الانتماء الكوري للفريق الأولمبي النسائي في مواجهة الضغوط الدولية. ومع ذلك، لم تكن هذه التمثيلات خالية من الانحيازات الثقافية بالترويج لها كمدربة ناجحة من خلال الإشارة المستمرة إلى "بياضها" كمؤشر للجودة والاحترافية في مجال رياضي عالمي.

ركَّزت دراسة **Martínez-Corcuera, R., et al. (٢٠٢٣)** [٥] على البث الإذاعي ،والتلفزيوني لبطولة دوري أبطال أوروبا لكرة القدم "سيدات" التي فاز بها نادي برشلونة في عام ٢٠٢١، واستهدفت قياس مدى التمييز على أساس النوع، والتَّعرُّف على السَّرديات البديلة التي قد تظهر في البث، وتقييم ما إذا كان الإعلام الرياضي يروّج لهذه السَّرديات أم يُنتج أشكالًا أكثر تعقيدًا من التمييز الجنسي في تمثيل المرأة في كرة القدم. اعتمدت الدراسة أداة التحليل الموضوعي للمحتوى كمًّا وكيفًا بالتطبيق على تغطية قناة TV3 ،وإذاعات RAC1 وCR الإسبانية للمباراة النهائية.

أفصحت نتائج الدراسة عن وجود عدد غير قليل من التعليقات التي تُقلِّل من شأن لاعبات كرة القدم أو تهمّشهن، كما تُركِّز الكاميرات على الانفعالات العاطفية للاعبات من خلال تصويرهن ،وهن يبكين. وبالتالي فغالبًا ما تميَّز البث الرياضي بروايات مثيرة يمكن أن تتصاعد إلى خطاب متحيّز جنسيًا، ويُعتقد أنه خطاب كراهية، يحرض على

درجات مختلفة من العدوان أو العنف، دون إنكار عرض سرديات بديلة تطالب بالمساواة بين الجنسين.

وخلال جائحة COVID-19 اجرى **Parry, K. D., et al (٢٠٢٢)** [٦] دراسة عن تغطية كرة القدم النسائية في الإعلام الإنجليزي. تحدَّدت المشكلة فيما إذا كانت هذه الأزمة الصحية العالمية قد أثرت على التغطية الإعلامية لهذه الرياضة مقارنةً بكرة القدم الرجالية. استند الباحثون إلى نظرية الأطر، وقاموا بتحليل محتوي المقالات والتقارير الإعلامية التي نشرتها ١١ من أشهر الصحف البريطانية باستخدام أدوات التحليل الكمي والكيفي.

النتائج أشارت إلى أن التغطية الإعلامية لكرة القدم النسائية خلال الجائحة كانت محدودة مقارنةً بكرة القدم الرجالية، وهو ما يعكس استمرار التمييز بين الجنسين في التغطية الرياضية. بالرغم من التأثير الكبير للجائحة على الرياضة بشكل عام، تم تجاهل العديد من القضايا المتعلقة برياضة المرأة، وبدلاً من تسليط الضوء على التحديات التي واجهتها الرياضيات، ركز الإعلام بشكل أكبر على كيفية استئناف البطولات الرجالية. كما اتضح إن الإعلام لم يستغل الأزمة للترويج لرياضة السيدات، بل ساهم في استمرار التفاوت القائم بين الجنسين في التغطية الرياضية.

استكشفت دراسة **Coche, R. (٢٠٢١)** [٧] تغطية شبكة Eurosport لكرة القدم على مواقعها الإلكترونية بلغات عدَّة خلال كأس العالم للسيدات ٢٠١٩. وتركزت مشكلتها البحثية في تحليل مدى التغير في تناول رياضة المرأة، وتحديدًا ما إذا كانت التغطية قد عكست بداية لعصر جديد يتسم بالاهتمام المتزايد برياضة السيدات وتقديمها بشكل متساوٍ مع رياضة الرجال. استندت الدراسة إلى نظرية النقد النسوي لفهم ديناميات القوة والجندر في التغطية الرياضية، واستخدمت أداة تحليل المحتوى الكمي.

كشفت النتائج عن وجود تحسن ملحوظ في تغطية الشبكة من حيث الاهتمام والإبراز مقارنة بالتغطيات السابقة، مع رصد بعض أوجه التفاوت بين التغطية المخصصة لبطولات الرجال والسيدات، حيث لم يتم القضاء بالكامل على الفجوة بين

الجنسين. الدراسة أشارت إلى توازن التغطية، حيث تم التركيز على أداء اللاعبات ،والفرق النسائية دون الاعتماد بشكل كبير على السرديات التقليدية التي تهمش إنجازات المرأة في الرياضة. مع ذلك، ظهرت بعض التحيزات الجندرية في القصص الرياضية والاهتمام بالأحداث الرياضية النسائية.

بعد أن أطلقت شبكة ESPN الأمريكية في عام ٢٠١٣ سلسلة من الأفلام الوثائقية للاحتفال بالذكرى الأربعين للباب التاسع في القانون الفيدرالي الأميركي (قانون الحقوق المدنية)، جاءت دراسة **Antunovic, D., & Linden, A. D. (٢٠٢٠)** [٨] لتحليلها. وتروي الأفلام الوثائقية التسعة قصصًا عن اللاعبات الرياضيات الناجحات، وتعالج القضايا ذات الصلة بالنوع والجنس، وتعد بتعليم الجماهير العادية التاريخ غير المروي للرياضة النسائية. ولجأت الدراسة إلى أداة تحليل المحتوى الكيفي للإجابة عن تساؤلاتها البحثية.

أظهرت النتائج أن الأفلام قدَّمت النساء الرياضيات باعتبارهن نماذج قوية تتحدى الصور النمطية التقليدية للجندر، مع التركيز على قصص النجاح، والمقاومة ضد التمييز الجنسي. كما أبرزت القضايا الاجتماعية مثل العرق، والتمييز، والجنس، بالإضافة إلى تقديم نظرة متعمقة في الصعوبات التي تواجهها المرأة في عالم الرياضة. وأوضحت الدراسة كيف يمكن أن تكون الأفلام الوثائقية وسيلة قوية للتأثير الاجتماعي ،وتغيير الصور السائدة حول المرأة في الرياضة، مشيرة إلى أن الإعلام يمكن أن يكون أداة لتعزيز المساواة في التمثيل الجندري.

وعالجت دراسة **Cummins, R. G., et al. (٢٠١٩)** [٩] كيفية تجسيد الإناث في الألعاب الرياضية، واستكشفت الاختلافات في كيفية مشاهدتهن فعليًا من قبل الجمهور من حيث توزيع الاهتمام البصري، باعتبار أن مثل هذه الاختلافات يمكن أن توفر دليلاً موضوعيًا على التشيؤ بإظهار التحيز الجنسي من حيث الاهتمام البصري بأجساد المراسلات. وظفت الدراسة المنهج التجريبي بالتطبيق على عينة من ٦٦ مبحوثًا بين ١٨ و٣٣ سنة، حيث جرى تتبع العين لقياس مقدار الاهتمام الذي خصصه

المشاهدون لأجساد المراسلين الذكور والإناث مقابل وجوههم، بالإضافة إلى الاختلافات في المصداقية المُدركة كدالة لنوع المراسل.

كشفت النتائج عن ازدياد الوقت الذي قضاه المبحوثون في النظر لأجساد المراسلات مقارنة بوجوههن قياسًا إلى المراسلين الذكور، وكان هذا التأثير أكثر وضوحًا بين المبحوثون ذوي الاهتمام المنخفض بالرياضة. علاوة على ذلك، فإن الاهتمام البصري بأجساد المراسلين –وهو مقياس سلبي للتشيؤ– لم يكن مرتبطًا إلى حد كبير بالمصداقية المُدركة.

تناولت دراسة **Choi, Y. (٢٠١٩)** [١٠] كيفية تأثير برامج تلفزيون الواقع الخاصة بإنقاص الوزن في كوريا على تشكيل مفهوم الأنوثة في المجتمع الكوري، وكيف يُستخدم الجسد كوسيلة لفرض المعايير الاجتماعية المتعلقة بالجندر. اعتمدت الدراسة المنهج الكيفي باستخدام أداة تحليل المحتوى لعينة من برامج الواقع الكورية التي تتناول موضوعات خسارة الوزن، واستندت إلى كل من النظرية النسوية الجندرية ونظرية الأداء الجندري لجاك بولر لفهم كيفية تصنيع الهوية الجندرية للمرأة من خلال الخطاب الإعلامي.

أظهرت الدراسة أن البرامج التلفزيونية لا تركز فقط على التحولات الجسدية للنساء، بل أيضاً على التحولات الاجتماعية. يتم تصوير هذه التحولات على أنها تأكيد لهوية المرأة الكورية، حيث يتم دفع المرأة نحو معايير جسدية معينة تمثل الجمال المقبول في المجتمع الكوري، وبالتالي تربط هذه البرامج بين تحقيق الجمال وتحقيق النجاح الاجتماعي، مما يفرض ضغطاً نفسيًا واجتماعيًا على المشاركات، ما يعزز فكرة أن الجمال الأنثوي ليس فقط أمرًا مرغوبًا به بل ضرورة اجتماعية.

كان الغرض من دراسة **Vorster, T. (٢٠١٨)** [١١] إجراء تحليل نقدي مقارن لتمثيلات المرأة في البث الرياضي التلفزيوني في جنوب أفريقيا. واعتمدت الدراسة نظريًا على أفكار الكاتبات النسويات Laura Mulvey وJudith Butler وbell hooks لفحص تعقيدات التمثيل التلفزيوني للاعبات ومُقدِّمي رياضة المرأة في

شبكتين تلفزيونيتين جنوب أفريقيتان هما SABC 1 وSuperSport. وركز التحليل النصِّي على الاستراتيجيات المرئية المُمثَّلة فيما تنقله الكاميرات وما يُقال في الحوار، بالإضافة إلى الانعكاسات الأيديولوجية لمجتمع ما بعد الفصل العنصري على المحتوى.

خَلُصت الدراسة إلى أن النساء في البث الرياضي ما زالت، إلى حد ما، تخضع للتوجهات الأبوية، حتى لو تم ذلك عن غير قصد من جانب بعض الرجال المشاركين، وأن كلا الشبكتين تعملا على إعادة إنتاج المواقف الأبوية والمتعالية. كذلك فالتعليقات المهينة للمعلقين والمُقدمين الرياضيين الذكور، وأيضًا لقطات الكاميرا المختارة، هي دليل على أن المذيعين الرياضيين في جنوب إفريقيا ما يزال لديهم عمل للقيام به عندما يتعلق الأمر بتمثيل النساء على الشاشة حتى يكن على قدم المساواة مع نظرائهم الذكور.

عالجت دراسة **Musto, M., et al. (٢٠١٧)** [١٢] مشكلة التمييز القائم على الجندر في تغطية الأخبار الرياضية المتلفزة، وبحثت طريقة تقديم رياضة المرأة في وسائل الإعلام الرياضية مقارنة برياضيات الرجال، وركزت على مفهوم "التمييز الجنسي المعتدل" أو ما يعرف بـ "التمييز الجنسي الباهت" (gender-bland sexism). وظفت الدراسة أداة تحليل المحتوى الكمي والكيفي لعينة من البرامج والأخبار الرياضية المتلفزة في الولايات المتحدة بالتركيز على عدد التغطيات، نبرة التغطية، والتعبيرات المستخدمة.

توصلت الدراسة إلى أن رياضة المرأة تتم تغطيتها بشكل متواضع مقارنة برياضة الرجال، وغالباً ما تُقدم بأسلوب رتيب وغير مثير، مما يعزز فكرة أن رياضة المرأة أقل أهمية أو إثارة. كانت التغطية موجهة بشكل أساسي نحو الإنجازات الجماعية وليس الفردية، وغالبًا ما أفتقرت إلى الإثارة والحماس الذي يُظهر في تغطية الأحداث الرياضية الرجالية. كما أظهرت النتائج أن الرياضيات يُقدمن بطريقة "جافة" تفتقر إلى الألق الذي يصاحب الرياضيين الذكور، مما يعزز مفاهيم التحيز الجنسي الخفي.

رصدت دراسة **Coche, R., & Tuggle, C. A. (٢٠١٦)** [١٣] التغطية الإعلامية لأولمبياد ريو دي جانيرو عام ٢٠١٦م على قناة NBC، وبحثت التفاوت بين

التغطيات الرياضية للرجل والمرأة، واستهدفت تحليل مدى العدالة في التغطية بين الجنسين، ونوع الرياضات التي تحظى بالاهتمام الأكبر في البرامج الرياضية. استندت الدراسة لنظرية الأطر، ووظفت أداة التحليل الكمي لتغطية القناة خلال أوقات الذروة بالتركيز على مدة التغطية، نوع الرياضة، ونوع المتنافسين.

توصلت الدراسة إلى أن خمسة رياضات فقط نالت الجزء الأكبر من التغطية على NBC، وهي: السباحة، ألعاب القوى، الجمباز، الغطس، والسباق. أما الرياضات الأخرى، فحظيت بتغطية ضئيلة للغاية. كما مالت التغطية إلى إبراز الرياضيين الذكور أكثر من الإناث، على الرغم من أن هناك بعض الرياضات مثل الجمباز نالت فيها الرياضيات تغطية أكبر. أظهرت الدراسة أيضًا أن الاهتمام المتزايد ببعض الرياضات يعزز الصور النمطية حول ما يُعتبر رياضة "جاذبة" لجمهور التلفزيون، مما يؤدي إلى تقليص التعددية في تمثيل الرياضات الأولمبية المختلفة.

اهتمت دراسة **MacArthur, P. J., et al. (٢٠١٦)** [١٤] بالبث التلفزيوني للرياضات الأولمبية في أوقات الذروة على قناة NBC الأمريكية، وتحديداً كيف يتم نقل أوجه التشابه أو الاختلافات القائمة على الجنس ضمن هذه التغطية التي تحظى بمشاهدة واسعة. وظَّفت الدراسة أداة تحليل المحتوى بالتطبيق على عينة بلغ إجمالي مدتها ٦٣ ساعة من تغطية القناة لبث الألعاب الأوليمبية الشتوية لعام ٢٠١٤م في مدينة سوتشي الروسية، مما كشف عن اتجاهات مهمة قائمة على النوع.

حصلت اللاعبات على ٤٧.٧٪ من زمن البث، أكثر من أي أولمبياد شتوي آخر خضع للبحث، وأكثر بكثير من الألعاب الأولمبية الشتوية الأربع السابقة. وحصلت المرأة على ٤١.٧٪ من الإشارات في البث، وشكلن ٤٥٪ من أفضل ٢٠ رياضيًا تم ذكرهم. كما ظهرت بعض الاختلافات القائمة على النوع في الحوارات المُتَّصلة بصفات النجاح، ولكن لم يتم الكشف عن أي منها لصفات الفشل. كذلك ظهرت بعض الاختلافات القائمة على النوع في أوصاف الشخصية/ الجسد. وقد تأثرت تغطية نجاحات اللاعبات الأمريكيات في الفوز بالميداليات بالنوع والشهرة وبروز القصص.

وقد أجرى **Cooky, C., Messner, M. A., & Musto, M. (٢٠١٥)** [١٥] دراسة تحليلية لمحتوى الأخبار الرياضية ومُلخَّصات أبرز الأحداث التي بثَّتها شبكة ESPN الأمريكية والمحطات التلفزيونية المحلية التابعة لها. وأشارت الدراسة إلى أن كمية تغطية رياضة المرأة في الأخبار الرياضية المتلفزة ومُلخَّصات الأحداث في السنوات الأولى للتحليل ما تزال منخفضة للغاية، كما يتم منح نصيب الأسد من تغطية الرياضات الثلاثة الكبرى (كرة القدم الأمريكية وكرة السلة والبيسبول) للرجال.

أظهرت النتائج استمرارية اتساع الفجوة بين تغطية رياضات الرجل والمرأة، فشكلت رياضات المرأة أقل من ٢% من إجمالي التغطية الرياضية، وهو ما يعكس التهميش المستمر لرياضات المرأة. كذلك اتسمت التغطية بالسطحية والتركيز على جوانب غير رياضية مثل مظهر اللاعبات أو حياتهن الشخصية، بدلاً من التركيز على مهاراتهن أو إنجازاتهن الرياضية، وكانت تتم بنبرة أقل جدية مقارنة بتغطية رياضات الرجال، فكانت التعليقات الرياضية المتعلقة برياضات المرأة غالبًا ما تتضمن دعابات أو ملاحظات غير ذات صلة بالأداء الرياضي.

ناقشت دراسة **Wolter, S. (٢٠١٥)** [١٦] كيفية تمثيل النساء المشجعات والرياضيات في موقع ESPN، وهو قسم خاص بالمرأة في شبكة ESPN الرياضية، واستعرضت كيفية استخدام الخطاب الإعلامي في الموقع لإعادة تشكيل تصورات ما بعد النسوية (Postfeminism) عن المرأة في الرياضة، مركزةً على الفجوة بين تمثيل المشجعات والرياضيات. اعتمدت الدراسة على النظرية ما بعد النسوية (Postfeminism)، واستخدمت تحليل الخطاب النقدي بالتطبيق على النصوص والمحتويات الإعلامية المنشورة بالموقع.

أظهرت الدراسة تناقضات في تغطية ESPNW للنساء الرياضيات مقابل المشجعات، حيث يتم تصوير الرياضيات كمحترفات قويات، بينما تركزت تغطية المشجعات على الموضة وأسلوب الحياة. يعتمد الموقع على خطاب ما بعد النسوية، مروجًا للتمكين الفردي، لكنه يعزز في الوقت ذاته صورًا نمطية تقليدية تتعلق بالجمال

والمظهر. ورغم اهتمام ESPNW بتمكين المرأة، إلا أنه يهمش إنجازات الرياضيات مقارنة بالرياضيين الرجال، مع استمرار التركيز على موضوعات غير رياضية. وتبنَّى الموقع خطابًا مزدوجًا يعمق الفجوة بين رياضات المرأة ورياضات الرجال.

وقد كانت تغطية NBC لأكبر حدث إعلامي رياضي عالمي، وهو دورة الألعاب الأولمبية لعام ٢٠١٢ م في لندن خلال وقت الذروة محورًا أيضًا لدراسة **Billings A. C., et al. (٢٠١٤)** [١٧]. وقد استخدمت الدراسة نظرية الأطر، كما اعتمدت على أداة تحليل المحتوى من خلال دراسة الوقت المُخصَّص لرياضات المرأة على مدار الساعة، ودرجة البروز العام، والأوصاف المنسوبة إلى الرياضيين، وذلك بغرض تقديم رؤى فيما يتعلق بدور النوع في المُنتَج الإعلامي النهائي.

وجدت الدراسة أن تغطية NBC عكست اعتقادها في أن النساء قدَّمن القصص الأكثر إقناعًا في برامجها المُذاعة خلال وقت الذروة، وهو ما قد يكون سببه نجاح فريق الولايات المتحدة الأمريكية للسيدات. وتملك القناة تاريخًا طويلاً في تسليط الضوء على الرياضيين الأمريكيين الناجحين في برامجها، ولم يكن نقل البطولة استثناءً. ومع ذلك، فإن نجاح الرياضيين الأمريكيين هو أحد المكوِّنات التي تؤثر على قرارات القناة. لم يؤد هذا إلى التكافؤ بين الجنسين، بل أدى إلى ميل كبير في التغطية تجاه الرياضيات.

بعد أن توِّج منتخب الياباني لكرة القدم للسيدات، الذي أطلق عليه اسم "Nadeshiko Japan"، بطلاً لكأس العالم FIFA في عام ٢٠١١، أصبح أعضاء الفريق مشهورين بين عشية وضحاها. غير إن دراسة **Ho, M. H. S. (٢٠١٤)** [١٨] لاحظت أن أهم ما يميز شهرتهم هو هوس وسائل الإعلام اليابانية بـ "الأنوثة". وخلال قيامها بالتحليل الإعلامي لشخصيات مشاهير الرياضيات، أو tarento ("المواهب")، افترضت الدراسة أن وسائل الإعلام اليابانية كانت تتنقَّل في تناولها للاعبات المنتخب بين تقديمهم باعتبارهم رياضيات وطنيات حقَّقن مجدًا لليابان وكشخصيات "أنثوية" تافهة.

وجدت الدراسة أن التغطية الإعلامية للفريق غالبًا ما ركزت على الأنوثة والجمال، مما ساهم في تعزيز الصور النمطية الجندرية، وذلك على حساب مهاراتهن الرياضية. وقدِّمت لاعبات "Nadeshiko Japan" كنماذج للأناقة واللطافة، ما يعكس صورة اليابان كدولة "متحضرة" و"أنيقة"، مع تجنب التركيز على القوة أو التنافسية المرتبطة بالرياضة. كما أظهرت التغطية نوعًا من عدم التوافق بين النجاح الرياضي غير المتوقع للفريق وضرورة الحفاظ على صورة أنثوية متوافقة مع القيم الاجتماعية اليابانية.

المحور الثاني: دراسات قارنت بين تغطية كل من الرجل والمرأة في الإعلام الرياضي

اهتمت دراسة **Sadri, S. R., (٢٠٢٤)** [١٩] بتحليل كيفية تصوير الإعلام الرسمي الإيراني هجرة الرياضيين النخبة، وكيف يؤثر هذا التصوير على تصور الفجوة بين الجنسين في المجال الرياضي، وسعت لفهم كيف يتم تناول قضايا الهجرة بناءً على نوع الرياضيين، وما إذا كان هناك تحيزات تتعلق بالنوع الاجتماعي في التغطية الإعلامية. استخدمت الدراسة نظرية الأطر الخبرية، ووظَّفت أداة تحليل المحتوى بالتطبيق على عينة قوامها ٧٠٤ مقال إخباري نشرتها مواقع إلكترونية رسمية بين عامي(٢٠٠٧ و٢٠٢٢م).

كشفت الدراسة عن وجود تحيزات جندرية في تناول الإعلام الرسمي الإيراني هجرة الرياضيين، إذ يميل إلى تقديم هجرة الرياضيين بوصفها نتيجة منطقية وطبيعية لتعزيز مسيرتهم الرياضية، بينما تُصور هجرة الرياضيات غالبًا بأنها مشوبة بالعقبات أو بأنها خيار غير مألوف. كما يُقدَّم الرياضيون الذكور باعتبارهم يمثلون الأمل القومي لإيران في المنافسات الدولية، فتحظى إنجازاتهم الفردية باهتمام كبير، ويُستخدم إطار "البطل" لتسليط الضوء على أدوارهم القيادية دوليًا، مما يعزز الصورة النمطية التقليدية للذكور مقابل الإناث في المجال الرياضي.

انصبت دراسة **Ihle, H. (٢٠٢٣م)** [٢٠] على تكوين الأخبار الرياضية وكيف يؤثر النوع في بروز القصص الإخبارية الرياضية. وظَّفت الدراسة نظرية العوامل

الخبرية حيث وجدت فيها تفسيرًا سببيًا لقلة الأهمية الإخبارية لرياضات المرأة في التقارير الرياضية التلفزيونية، واستخدمت أداة تحليل المحتوى بالتطبيق على عينة مدَّتها عامين لسبعة برامج رياضية إخبارية ألمانية قُدِّمت عبر ٣ قنوات تلفزيونية محلية ألمانية (MDR, NDR, WDR) وقناتين عامتين (Das Erste & ZDF).

أظهرت النتائج أن رياضات المرأة تُقدَّم باعتبارها أقل أهمية إخباريًا من رياضات الرجال، بالرغم من أن العوامل الإخبارية لا تختلف كثيرًا بحسب النوع، فالنوع إذا كان يعمل كعامل إخباري مستقل بذاته، فإنه لا يُقلِّل من القيمة الإخبارية لبعض العوامل الإخبارية ولكن من الأهمية الإخبارية العامة لرياضة المرأة في التغطية التلفزيونية. وتوضح النتائج أن عدم المساواة بين الجنسين في وسائل الإعلام الرياضية لا يأتي بالضرورة من إدراك الإعلاميين لأداء اللاعبات على أنه أدنى مستوى، ولكن من تقديم رياضة المرأة في كثير من الأحيان بطريقة أقل بروزًا بكثير من رياضات رجال.

ورصدت دراسة **Scott, O., et al. (٢٠٢٣)** [٢١] الاختلافات في التَّغطية التلفزيونية لشبكة Seven Network في أوقات الذروة للرياضيين الذكور والإناث الذين شاركوا في دورة ألعاب الكومنولث لعام ٢٠١٨ التي أقيمت في أستراليا. نظريًا اعتمدت الدراسة على نظرية الأطر، ووظَّف الباحثون أداة تحليل المحتوى، حيث جرى تحليل أكثر من ٣١ ساعة من التغطية الإجمالية للوقت المُخصص، وتذكُّر الأسماء، ووصف الرياضيين من قِبل المذيعين منسوبًا إلى النوع البيولوجي.

كشفت النتائج عن استمرار التفاوتات الجندرية في التغطية الإعلامية، حيث حصل الرياضيون الذكور على نسبة أكبر من التغطية مقارنة بالرياضيات الإناث، رغم مشاركة كلا الجنسين في الألعاب بشكل متساوٍ. كما ركَّزت التغطية على الرياضات التي يُنظر إليها على أنها ذكورية تقليديًا مثل ألعاب القوى والسباحة، بينما كانت الرياضات التي تهيمن عليها الإناث أقل ظهورًا في وقت الذروة. وقد أعادت التغطية إنتاج القوالب النمطية الجندرية بالإشارة إلى القوة والسرعة عند تغطية الرجال، في حين تم التركيز على الجمال واللياقة عند تغطية رياضات المرأة.

سلَّطت دراسة **Howell, C. E. (٢٠٢٢)** [٢٢] الضوء على كيفية تعامل شبكة Fox Sports مع جمهور كرة القدم الأمريكية خلال كأس العالم للسيدات ٢٠١٩م ، مع التركيز على مجموعة المُشجِّعين المُسماة " The American Outlaws"، وسعت لاستكشاف التناقض بين كيفية تمثيل الشبكة جماهير كرة القدم الأمريكية وترويجها للرياضة من جهة، والمشاعر والهوية الحقيقية لهؤلاء المُشجِّعين من جهة أخرى، كما عُنيت بفهم كيف يمكن أن يؤثر ترويج الشبكة على تجارب المشجعين وعلى الهوية الجماهيرية المُقدَّمة إعلاميًا.

باستخدام أداة تحليل المحتوى، أظهرت النتائج أن Fox Sports قد قدمت صورة متناقضة لجماهير "The American Outlaws"؛ حيث كانت هناك محاولة لتعزيز الانتماء الوطني والترويج للرياضة بشكل تجاري. هذا الترويج قد يؤدي إلى حالة من الازدواجية في تجربة المشجعين، حيث قد يشعرون بتناقض بين هويتهم الحقيقية وبين الصورة التي تروج لها الشبكة. كما أبرزت تأثير الترويج التجاري على الهوية الجماهيرية، وكيف أثر هذا على التفاعل الفعلي للمشجعين مع الرياضة.

اهتمت دراسة **LeCouteur, A., & Yong, A. (٢٠٢٢)** [٢٣] بالتباينات في التعليق التلفزيوني على مباريات الرجال والسيدات في دوري كرة القدم الأسترالي خلال الموسم الافتتاحي للمسابقة الاحترافية للسيدات للتحقق من وجود تحيزات جندرية، وطبَّقت تحليلاً موضوعيًا من مرحلتين للتعليق التلفزيوني على ١٠ مباريات كرة قدم للرجال و١٠ مباريات كرة قدم للسيدات أُذيعت عبر شبكة Fox Sports خلال عام ٢٠١٧م.

أن هناك اختلافات ملحوظة في التعليق على مباريات الرجال مقارنة بالمرأة. تميل التعليقات على مباريات الرجال إلى التركيز على الجوانب الفنية والتكتيكية للرياضة، بينما يميل التعليق على مباريات النساء إلى التركيز على الجوانب الشخصية والجمالية. كما أظهرت الدراسة أن التعليقات على مباريات النساء غالباً ما تكون أقل تحليلاً وأكثر تركزاً على الجوانب الاجتماعية والجمالية، مما يعكس تحيزات جندرية قائمة في الإعلام الرياضي. كما ظهر إن المصطلحات والميزات والتفاصيل المستخدمة

في التعليق أدت إلى تركيز أكبر على نقاط الضعف الرياضية لدى النساء، والجوانب السلبية لمهاراتهن وعقلياتهن.

فحصت دراسة **Scott, O., et al. (٢٠٢٢)** [٢٤] الاختلافات في تغطية مجموعة قنوات Seven Network الأسترالية في أوقات الذروة لدورة الألعاب الأولمبية الشتوية في بيونج يانج عام ٢٠١٨م. تم تحليل أكثر من ١٠٢ ساعة من التغطية الإجمالية لزمن البث، وذكر الأسماء، والأوصاف التي يُطلقها المذيعون على الرياضيين من الجنسين. ووظفت الدراسة نظرية الأطر، كما اعتمدت على أداة تحليل المحتوى الكمي.

مِن النتائج ظهر إن الرياضيين الذكور تلقَّوا الجزء الأكبر من التغطية على مدار الساعة؛ وكان ١٣ من أفضل ٢٠ رياضيًا تم ذكرهم من الرجال. كما ظهرت اختلافات بين الجنسين في الكلمات الواصفة للنجاح والفشل والجسد والشخصية. كما اتَّضح إن تغطية دورة الألعاب الأولمبية الشتوية في بيونج يانج ٢٠١٨ م جرى تأطيرها لصالح الرياضيين الذكور. كانت أفضل ثلاث رياضات نسائية تم بثها هي هوكي الجليد والتزلج الحر والتزلج على الجليد، وأيضًا ظهرت المرأة في الرياضات غير الأنثوية ما اعتبرته الدراسة "علامة مفعمة بالأمل على أن النساء في أستراليا يتميزن بكثافة في الرياضات التنافسية".

تنتمي دراسة **Cooky, C., et al (٢٠٢١)** [٢٥] إلى فئة الدراسات الطولية، حيث قامت بتتبع وتحليل كمية ونوعية تغطية رياضات المرأة والرجل في الأخبار التلفزيونية ومُلخَّصات الأحداث. واعتمدت الدراسات على البيانات التي جُمعت خلال الفترة من عام(١٩٨٩ حتى عام ٢٠١٩ م لعينات من النشرات الإخبارية الرياضية التي تبثها قنوات التلفزيون المحلية في لوس أنجلوس (KABC وKNBC وKCBS) ومن الأخبار الرياضية ومُلخَّصات الأحداث التي ينتجها مركز أخبار شبكة ESPN الأمريكية.

نتائج الدراسة كشفت عن تغُّير طفيف في التوزيع الكمي لتغطية رياضات النسائية والرجال على مدار ثلاثين عامًا، فما تزال رياضات الرجال (خاصة "الثلاثة الكبار" وهي كرة السلة وكرة القدم والبيسبول) تحوز نصيب الأسد من التغطية، سواء في الموسم أو خارجه، وعندما تظهر قصة إخبارية لرياضة نسائية، فإنها عادة ما تكون "حالة استثنائية" تأتي بين مجموعة من قصص الرجال تسبقها وتليها وتكون أطول منها. على الرغم من تنوُّع التغطية في وسائل الإعلام الجديد، فإنها تعكس في الغالب نفس نمط التَّحيُّز الجنسي.

هَدِفت دراسة **Weiller-Abels, K., et al. (٢٠٢١)** [٢٦] إلى فهم كيفية تأطير القائمين بالاتصال التلفزيوني لنوع الرياضيين وإعاقتهم، وذلك من خلال تحليل المحتوى الكيفي لتغطية قناة NBC لفعاليات الألعاب البارالمبية الشتوية للمعاقين التي أُقيمت في بيونج يانج خلال عام ٢٠١٨م. نظريًا استخدم الباحثون المناهج النسوية، وتقاطع أشكال التَّمييز، والذكورة المهيمنة بغرض فحص الأطر المستخدمة في تغطية التزلج على جبال الألب ضمن الألعاب البارالمبية.

أظهرت النتائج أن اللاعبات تلقين وقتًا أقل من الرجال، وأنهن وُضِعن في أطر تقليدية لأدوار الجنسين، كما جرى تصويرهن بطريقة قائمة على النوع. ووجد الباحثون أيضًا أن إعاقات اللاعبات تم تأطيرها بواسطة وسائل الإعلام الرياضية بطريقة طبية كشيء يجب "التغلب عليه"، وأن اللاعبات البارالمبيات ذوات الإعاقة تم تصويرهم على أنهم "أقل من" اللاعبات الصحيحات. اكتشف الباحثون أن تغطية الألعاب الأولمبية للمعاقين لم تتغير في العقد الماضي، واستمرت في قمع اللاعبات ذوات الإعاقة من خلال تنميطهن وتهميشهن، ووصم الرياضيين ذكورًا وإناثًا من ذوي الإعاقة من خلال تأطيرهم على أنهم يطمحون لأن يكونوا قادرين جسديًا.

اعتمدت دراسة **Smith, L. R., & MacArthur, P. J. (٢٠٢٠)** [٢٧] على الدراسات التي حلَّلت الاختلافات في حوارات مذيعي شبكة NBC حول الرياضيين الذكور والإناث في وقت الذروة خلال دورة الألعاب الأولمبية (بيونغ يانج ٢٠١٨م) عن طريق دراسة التعليقات المستخدمة. وقد قامت بتحليل محتوى البث

التلفزيوني على قناة NBC للبطولة وبلغ ٦٣.٥ ساعة وذلك بغرض تحديد الاختلافات بين معاملة الشبكة للرياضيين من الذكور والإناث. استفادت الدراسة من كل من نظرية الأطر ونظرية وضع الأجندة.

كشفت النتائج عن إن التغطية كانت متوازنة من حيث الوقت المخصص للرياضيين الذكور والإناث، مما يعكس تقدمًا في تحقيق الإنصاف الإعلامي بين الجنسين. أما على مستوى الوصف المستخدم في التعليق على أداء الرياضيين الذكور فغالبًا ما كان يركز على المهارات التقنية والقدرة البدنية، في حين أن التعليق على أداء الرياضيين الإناث كان يميل أكثر إلى التركيز على الجوانب العاطفية والشخصية، مما يشير إلى استمرار الفروقات في أسلوب التغطية.

قامت دراسة **Xu, Q., et al. (٢٠٢٠)** [٢٨] باختبار التمثيل النسائي مقارنة بالتمثيل الذكوري في التغطية الإذاعية للتلفزيون المركزي الصيني (CCTV) للرياضة، وأجرت تحليلاً من منظور النوع البيولوجي لمحتوى البث التلفزيوني لرياضات التزلُّج على الجليد والتزلُّج السريع على مضمار قصير والتزلُّج الحر، وهي الرياضات الشتوية الثلاث الأكثر شهرة في الصين خلال دورة الألعاب الأولمبية الشتوية في بيونغ تشانغ عام ٢٠١٨م.

أظهرت النتائج تفوق الذكور في وقت البث مقارنة بالإناث، رغم مشاركة المرأة في رياضات عديدة. ركزت التغطية على رياضات "أنثوية" مثل التزلج الفني على الجليد، بينما جرى تهميش الرياضات القوية مثل التزلج السريع أو البياثلون. وعلى حين تمحورت التغطية النسائية حول الجوانب الجمالية مثل المظهر والشكل الجسماني، فقد ركزت للرجال على القوة والقدرة البدنية والمهارات الرياضية. كما انعكس الانحياز الجندري في التعليق بوصف المرأة بعبارات مثل "لطيفة" و"جميلة" و"مرنة"، بينما وُصفت مشاركات الرجال بعبارات ترتبط بالإنجاز والقوة. ارتبطت الهوية الوطنية بالرجال كرموز قومية، بينما المرأة بهويات جمالية.

قارنت دراسة **Arth, Z. W., et al. (٢٠١٩)** [٢٩] بين مدى ظهور كل من الرجل والمرأة الرياضيين خلال تغطية شبكة NBC الأمريكية لفعاليات دورة الألعاب الأولمبية الشتوية في بيونج يانج لعام ٢٠١٨. ولفهم الصور الخاصة بالنوع، وظَّفت الدراسة أداة تحليل المحتوى، حيث تم تسجيل ٥٥٧ ساعة و١٥ دقيقة من البث التلفزيوني للبطولة. تضمَّن المحتوى المُسجَّل ٦٢ ساعة و٣٠ دقيقة من بث وقت الذروة للشبكة، كما أخضعت للتحليل كل ما تبقى من تغطية أوقات الذروة في القنوات الأخرى التابعة للشبكة غير القناة الرئيسية NBC. ووظَّفت الدراسة نظرية وضع الأجندة.

كشفت النتائج عن أن اللاعبات تلقين تغطية برامجية أطول من حيث المدَّة الزمنية على مدار الساعة في قنوات الشبكة خلال وقت الذروة؛ ومع ذلك، تلقى الرجال وقتًا أطول بكثير على مدار الساعة على البرامج التلفزيونية الأولمبية المتبقية خلال اليوم. وبالنسبة لكلا مجموعتي البرامج، تم العثور على اختلافات بين مقدار التغطية للرياضيين من الرجال والنساء حسب الرياضة. ومع هذا فقد كانت تغطية القناة الأفضل فيما يخص المساواة بين الذكور والإناث.

سعت دراسة **Billings, A., & Angelini, J. (٢٠١٩)** [٣٠] إلى تحقيق هدفين: الأول فهم كيفية تقديم الرياضيين المتنافسين كرجال ونساء في البث التلفزيوني لدورة الألعاب الأولمبية الشتوية (بيونج يانج ٢٠١٨م) في أوقات الذروة عبر شبكة NBC الأمريكية، والهدف الآخر يتمثَّل في معرفة مدى تناسُب التغطية التلفزيونية للبطولة في نسختها الأخيرة مع ما كان يتم بثه خلال نسخ سابقة للبطولة جرت خلال العقدين الماضيين، ولتحقيق أهدافها وظَّفت الدراسة نظرية وضع الأجندة بمستوييها الأول والثاني، كما اعتمدت أداة تحليل المحتوى الكمي.

اتضح من النتائج أن اللاعبات حصلن على غالبية الوقت على مدار الساعة وذُكر الأسماء خلال تغطية أحداث البطولة، ما يُبرهن على الاتجاه نحو زيادة التركيز على رياضة المرأة وألعاب القوى على مدار عقدين من الزمن. واستخلصت الدراسة أن حقيقة فوز النساء الأميركيات أيضًا بنسبة أكبر من الميداليات في الألعاب الأولمبية هي الدافع الأساسي لهذا التغيير بمرور الوقت. وبالتالي فقد تراجعت الفجوات في التغطية

على أساس النوع عمَّا قبل، وحتى الاختلافات التي ظهرت أمكن عزوها لاعتبارات تحريرية لا بيولوجية.

استطلعت دراسة **Quayle, M., et al. (٢٠١٩)** [٣١] الطريقة التي قدَّم بها المذيعون مباريات نصف نهائي ونهائي بطولة أستراليا المفتوحة للرجال والسيدات لعام ٢٠١٥ في تغطية شبكة Eurosport الأمريكية. فقد أُخضعت الأوصاف المُتعلِّقة بالنوع لرقابة مُستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بعد أن طلب أحد المذيعين من لاعبتين أن "تدورا" أمام الجمهور. طبقت الدراسة كلاً من التحليل الموضوعي الدلالي والتحليل الموضوعي الخطابي على التغطية، أولاً بتحليل الأنماط العامة للمحتوى الدلالي، ثم استكشاف الوظائف الخطابية لهذه الأوصاف.

أظهر التحليل الموضوعي الدلالي أن الأوصاف الشخصية كانت موجهة إلى المرأة أكثر من الرجل، وغالبًا تتطرق لسمات خارج الملعب. تضمنت أوصاف الرجال صورًا مُفصَّلة ومُحدَّدة للخصائص الجسدية، بينما نادرًا ما تمت الإشارة إلى أجساد النساء على وجه التحديد. أظهر تحليل الخطاب أن مباريات الرجال صُوِّرَت على أنها صدامات جسدية بين جبابرة، بينما وُصِفت المباريات النسائية بعبارات جمالية وليست جسدية. في حين وُصِفت أجساد الذكور بتفاصيل محددة عندما تكون ذات صلة بالسمات الفنية للعبة، وُصِفت أجساد النساء فقط بشكل غير مباشر وغير محدد.

استكشفت دراسة **Xu, Q., et al. (٢٠١٩)** [٣٢] الفروق بين الجنسين في تغطية التلفزيون الأسترالي خلال أوقات الذروة لدورة الألعاب الأولمبية الصيفية في ريو عام ٢٠١٦. وقامت على تحليل محتوى مدته ٤٥ ساعة من بث قنوات Seven Network فيما يتعلق بالزَّمن المُخصَّص، وذكر الأسماء، والأوصاف المنسوبة بحسب النوع البيولوجي، وذلك بالاستفادة من نظرية التهيئة المعرفية.

وجدت الدراسة أن Seven Network كرَّست وقتًا متساويًا تقريبًا على مدار الساعة للرياضيين من الذكور والإناث، ومع ذلك كانت هناك اختلافات في الأحداث التي تمت تغطيتها، حيث استحوذ الرياضيون على الغالبية في رياضات التجديف

والتجديف بالكاياك والسباحة وألعاب القوى؛ بينما حازت الرياضيات على غالبية التغطية في كرة السلة وركوب الدراجات. أيضًا فقائمة الـ ٢٠ رياضيًا الأكثر ورودًا في التغطية ضمت ١٤ رياضيًا رجلاً. ومن حيث التوصيفات الواردة في تعليقات المُذيعين، ظهرت فروق بين الجنسين على العديد من المستويات المتعلقة بصفات النجاح والفشل والشخصية وشكل الجسد. وانتهت إلى إن صور النوع الاجتماعي في الرياضة الأسترالية تراوحت من المساواة النسبية إلى الاختلافات المعنوية.

بحثت دراسة **Xu, Q., et al. (٢٠١٨)** [٣٣] الافتراضات القائلة بأن المعتقدات الشيوعية بشأن المساواة بين الجنسين والقدرة المُتجدِّدة للاعبات الصينيات على تحقيق مجدًا وطنيًا أدت إلى تصوير اللاعبات في وسائل الإعلام الرياضية الصينية في المقام الأول على أنهن رياضيات شرعيات في مستوى الرياضيين الذكور. وقامت بتحليل محتوى البث التلفزيوني لأولمبياد الجمباز على التلفزيون المركزي الصيني (CCTV) عام 2016 التي فشلت فيها اللاعبات الصينيات في تحقيق التوقعات الوطنية، واستكشفت الاختلافات المحتملة للأطر الجنسانية في الثقافة الرياضية الصينية.

أظهرت النتائج تفوق الرياضيين الذكور في التغطية الإعلامية مقارنة بالرياضيات، حيث ركزت تغطية المرأة على المظهر والأزياء والحياة الشخصية أكثر من الأداء الرياضي. كما وُجدت فروق في اللغة المستخدمة؛ إذ تم تعزيز قيم القوة والمهارة للرجال، بينما ركزت لغة الإعلام بخصوص المرأة على المظهر الجسدي. كما أن الرياضات الجماعية الذكورية مثل كرة القدم وكرة السلة حظيت بتغطية أكبر، مما يعكس التحيز الإعلامي نحو الرياضات "الذكورية".

بحثت دراسة **Hull, K. (٢٠١٧)** [٣٤] طبيعة التغطية التي تقدمها حسابات مذيعي الرياضة المحليين على تويتر للرياضات النسائية مقارنة برياضات الرجال، وسعت إلى فهم العوامل التي تؤثر على حجم التغطية ومدى التفاعل مع محتوى رياضات المرأة. اعتمدت الدراسة على أداة تحليل المحتوى الكمي، حيث تم فحص ما مجموعه ١٩٦٤٩ تغريدة من ٢٠١ مذيع رياضي محلي في جميع أنحاء الولايات المتحدة على موقع اكس بالاستناد إلى نظرية الهوية الاجتماعية.

أظهرت الدراسة أن تغطية رياضات المرأة كانت أقل بكثير من تغطية رياضات الرجال، ففي حين غردت غالبية المذيعين الرياضيين المحليين عن رياضات المرأة، فلم تُمثِّل هذه التغريدات سوى حوالي ٥٪ من العدد الإجمالي للرسائل، حتى عندما تم تغطية رياضات المرأة، كانت تغريدات المذيعين تميل إلى تلقِّي تفاعلاً أقل من الجمهور مقارنة بتلك التي تتناول رياضات الرجال. كشفت الدراسة أيضًا عن توجه واضح نحو تهميش رياضات المرأة، وأن مستوى التغطية يعتمد إلى حد كبير على مستوى الاهتمام العام والربحية المحتملة للتغطية الرياضية.

مثَّلت دراسة **MacArthur, P. J., et al. (٢٠١٧)** [٣٥] المحاولة الأولى لتحليل البث التلفزيوني لهيئة الإذاعة الكندية CBC في وقت الذروة لدورة لألعاب الأولمبية الشتوية التي أُقيمت في مدينة سوتشي الروسية عام ٢٠١٤، وذلك لتحديد ما إذا كانت هناك اتجاهات مؤثِّرة تستند إلى نوع الرياضيين. وظَّفت الدراسة أداة تحليل المحتوى، واعتمدت على نظرية وضع الأجندة.

النتائج كشفت عن إنه عند استبعاد ألعاب الفرق المُكوَّنة من ذكور وإناث، حصل الرجال على 60.4% من وقت البث و٦١.٢% من ذكر الأسماء، وشكَّلوا ٦٥% من قائمة أفضل ٢٠ رياضيًا. احتوت تعليقات المذيعين الرياضيين بخصوص صفات النجاح والفشل، وكذلك تصوير الجسد والشخصية، على بعض الاختلافات القائمة على نوع الرياضي. تم تصوير الرجال على أنهم ناجحون بسبب القدرة الرياضية والذكاء بينما نُسِب نجاح المرأة إلى التجربة. كما كان الرجال أكثر عرضة لأن تُعزى إخفاقاتهم إلى نقص الذكاء. في مجالات الشخصية والجسد، كانت اللاعبات أكثر عرضة لتلقي تعليقات حول وزنهن/ أجزاء من الجسم، بينما كان الرجال أكثر عرضة لتلقي تعليقات تخص الانبساط والمشاعر.

اتجهت دراسة **Coche, R., & Tuggle, C. A. (٢٠١٦)** [٣٦] إلى تحليل تغطية شبكة NBC الأمريكية لدورة الألعاب الأولمبية الصيفية لعام ٢٠١٢ في لندن، وفحص مدى انحيازها نحو رياضات الرجال أو المرأة. استخدم الباحثان أداة تحليل المحتوى الإعلامي لتحليل بيانات تصنيف التغطية بين رياضات المرأة ورياضات

الرجال، ومدة التغطية المخصصة لكل منهما، وكذلك طبيعة السرد الإعلامي المستخدم في تقديم الرياضيين والرياضيات.

توصلت الدراسة إلى أن شبكة NBC قد خصصت تغطية أكبر من المعتاد لرياضات المرأة خلال دورة الألعاب الأولمبية ٢٠١٢ مقارنة بالدورات السابقة، وهو ما قد يُفسر على أنه تحول نحو توازن أكبر في التغطية الجندرية. ومع ذلك، أظهرت النتائج أن التغطية حملت تحيزات معينة؛ فقد كانت السرديات حول الرياضيات تركز بشكل أكبر على مظاهرهن الجسدية وحياتهن الشخصية، بينما تم التركيز على الأداء الرياضي فقط في تغطية رياضيات الرجال. كما حظيت الرياضات التي تميل إلى الانجذاب التقليدي للأنوثة مثل الجمباز والسباحة بتغطية أكبر مقارنة برياضات نسائية اخرى.

وهدفت دراسة **Billings, A. C., & Young, B. D. (٢٠١٥)** [٣٧] إلى رصد التغطية للمرأة من خلال مقارنة البرامج الإخبارية الرئيسية التي تقدِّمها شبكتي ESPN وFOX Sports الأمريكيتين بتوظيف أداة تحليل المحتوى، فأخضعت لتحليل متزامن لمدى التمثيل الجنسي ما مجموعه ١١٨ ساعة من برامج البث الإخباري الرياضي، نصفها من شبكة البرمجة الترفيهية والرياضية (ESPN's SportsCenter) والنصف الآخر من برنامج Fox Sports Live التي بدأ عرضها في عام ٢٠١٣ على شبكة Fox Sports.

أظهرت النتائج أن كلا البرنامجين عرضا رياضات المرأة بنسبة ١٪ فقط من زمن بثهما، مع تحقيق زيادة متواضعة فقط خلال دورة الألعاب الأولمبية (فبراير ٢٠١٤) من التعرض المفترض لرياضات المرأة الثقيلة مقارنة بالخريف (أكتوبر/ نوفمبر ٢٠١٣). علاوة على ذلك، أظهر كلا البرنامجين نفس أفضل خمس رياضات بنسب متطابقة تقريبًا، وكانت مدد قصص المرأة أقصر بنسبة ٧٠٪ مقارنة بقصص الرجال بغض النظر عن البرنامج، كما اتضح إنه من منظور جنساني فإن Fox Sports Live وSportsCenter اشتركا في طرق العرض البرامجي دون أي اختلاف بينهما يُذكر.

واستكشفت دراسة **Billings A. C., et al. (٢٠١٤)** [٣٨] درجة الاختلاف في صورة النُّوع بين الرياضات المعروضة تلفزيونيًا، وركَّزت على تغطية رياضات الجمباز، وسباقات المضمار والميدان، والسِّباحة، والغطس، والكرة الطائرة الشاطئية التي شكَّلت معًا ٩٠.٨٪ من البث التلفزيوني. حلَّلت الدراسة ٦٩ ساعة من تغطية قناة NBC الأمريكية وقت الذروة لدورة الألعاب الأولمبية الصيفية بلندن عام ٢٠١٢ لتحديد الرياضة التي تحتوي على اختلافات في التعليق حسب نوع الرياضي.

بتحليل التعليقات الوصفية، وُجِد أن هناك ٢٣ اختلافًا كبيرًا: ١١ سمة للنجاح والفشل الرياضي و١٢ تصويرًا للشخصية والجسد. تم العثور على السباحة لديها معظم الاختلافات في التعليق، بينما احتوت الكرة الطائرة الشاطئية على اختلاف واحد فقط، فاللاعبات نجحن في الغوص بسبب شجاعتهم وفي الكرة الطائرة الشاطئية بفعل خبراتهن الفائقة، بينما فشلن في غيرها لافتقادهن رَباطة الجأش وقلة التَّوفيق. أما اللاعبون فنجحوا لخبراتهم المتراكمة وقوتهم الفائقة وذكائهم وقدرتهم الرياضية والتزامهم. فيما يتعلق بالأوصاف الشخصية والجسدية، فقد تلقت اللاعبات تعليقات تخص مشاعرهن وجاذبيتهن، على حين تلقى الذكور تعليقات تتصل بأحجام أجسادهم.

التعليق على الدِّراسات السابقة

١- حازت قضية التمثيل الجندري في الإعلام الرياضي بشكل عام والتلفزيوني منه بشكل خاص اهتمامًا بحثيًا ملحوظًا، حيث زاد عدد الدراسات الإعلامية التي موضوعها تمثيل المرأة وحضورها في المجال الرياضي مقارنة بتمثيل الرياضيين الرجال.

٢- اهتم بدراسة الجندرية في التمثيل الإعلامي للمرأة باحثون من تخصصات اجتماعية ومشارب ثقافية مُتعدَّدة، فتوزعت مجالاتهم البحثية بين الإعلام والاتصال، والدراسات الأنثربولوجية، وقضايا النوع الاجتماعي.

٣- على الرغم من تنوع المدارس البحثية التي تناولت قضية الجندرية في الإعلام الرياضي وانتشارها في مختلف السياقات الجغرافية والثقافية شرقًا وغربًا، يُلاحظ

غياب كبير للدراسات المتخصصة في التراث البحثي العربي التي تعالج هذه القضية في سياقها الثقافي الخاص. ويقتصر تناول هذه المسألة في الدراسات العربية على إشارات عابرة ضمن نتائج أبحاث أوسع حول المرأة في المحتوى الإعلامي بشكل عام، دون التطرق العميق والمباشر لقضية الجندرية في الإعلام الرياضي بشكل مستقل.

٤- كان للمفهوم الجندري (المؤصِّل للنوع الاجتماعي) دور في توجيه أهداف القطاع الأكبر من الدراسات السابقة، فعملت على قياس مدى تحقُّق المساواة بين الجنسين في تغطية القنوات التلفزيونية للبطولات الرياضية، وصولاً إلى تحديد مقدار الانحياز الجندري (لصالح الذكور) فيها، ومرورًا بتقصي التصورات والمفاهيم المُقدَّمة عن رياضات المرأة.

٥- سعت الدراسات إلى تحدى الصور النمطية الراسخة حول الجندر في الرياضة، وتعزيز المساواة الجندرية من خلال إبراز الفجوات والتفاوتات، والإسهام في التوعية والمطالبة بتمثيل أكثر عدالة للرياضيات، والتأثير الثقافي.

٦- على ما بين الثقافات المختلفة من تباينات فيما يخص التمثيل الجندري في الإعلام الرياضي المرئي، فقد امتدت الدراسات الجندرية لتشمل دول العالم في مختلف القارات، ومنها الإعلام المرئي الأمريكي (١٦ دراسة)، والإعلام المرئي الأسترالي (٥ دراسات)، والإعلام المرئي الإسباني (٣ دراسات)، والإعلام المرئي الكوري (دراستين)، والإعلام المرئي الصيني (دراستين)، والإعلام المرئي الألماني (دراسة)، والإعلام المرئي الجنوب أفريقي (دراسة)، والإعلام المرئي الكندي (دراسة)، والإعلام المرئي الياباني (دراسة)، بخلاف دراسات أخرى تناول بالرصد والتحليل مقارنة الإعلام المرئي في أكثر من ثقافة.

٧- جاءت شبكة قنوات NBC الأمريكية في مقدمة القنوات التي خضعت للبحث بعدد (١٠ دراسات)، تليها شبكة قنوات ESPN (٥ دراسات)، ثم شبكة قنوات Fox

Sports (٣ دراسات)، وشبكة قنوات Seven Network (٣ دراسات)، وشبكة قنوات CCTV (دراستين)، بالإضافة إلى قنوات أخرى متنوِّعة.

٨- قاربت الدراسات مشكلاتها البحثية من المنظور التحليلي، حيث ظهر الاعتماد على التحليل الكمي للمضمون في (٢٠ دراسة)، والتحليل الكيفي للمضمون في (٨ دراسات)، والتحليلي الموضوعي (٤ دراسات) والتحليل النقدي للخطاب (دراستين)، على حين جمعت (٤ دراسات) بين أكثر من طريقة من هذه الطرق للتحليل.

٩- تباينت الدراسات من حيث المدد الزَّمنية للتغطيات التلفزيونية التي أخضعتها للتحليل، غير إن غالبيتها العظمي كانت قصيرة المدى (ركزت على تحليل التغطية الإعلامية خلال أحداث رياضية محددة مثل الألعاب الأولمبية أو بطولات كأس العالم)، ودراسة طولية واحدة قامت بتحليل التغيرات في التغطية الإعلامية للجندر عبر فترة زمنية طويلة امتدت ثلاثين عامًا، واستهدفت تحديد ما إذا كان هناك تحسنًا في تمثيل المرأة في الإعلام الرياضي أم استمرت الفجوة الجندرية.

١٠- اتَّخذت التغطيات التلفزيونية لرياضات المرأة عدَّة صور لعل أهمها نشرات الأخبار والقصص وملخصات الأخبار، وتقارير المراسلين، والتعليق على المباريات، ثم البرامج الرياضية.

١١- نظريًا استندت بعض الدراسات بشكل أساسي إلى عدد محدود من النظريات هي بالترتيب: نظرية الأطر (٧ دراسات)، ونظرية وضع الأجندة (٤ دراسات)، والنظرية النقدية النسوية (٣ دراسات)، ونظرية العوامل الخبرية (دراسة)، ونظرية التهيئة المعرفية (دراسة)، ونظرية الهوية الاجتماعية (دراسة)، ونظرية ما بعد النسوية (Postfeminism)، ونظرية الأداء الجندري (دراسة).

١٢- أظهرت نتائج الدراسات التحليلية للمنصات التلفزيونية المُحدَدة خلال توقيتات تطبيق هذه الدراسات ما يلي:

أ- خصَّص "الإعلام المرئي الأمريكي" مساحة أكبر في التغطية الإخبارية لرياضات الرجال مقارنة برياضات المرأة، بينما كانت الفرصة أكثر سنوحًا لتحقيق المساواة بين الجنسين في تغطية الأحداث الرياضية الخاصة بكل منهما.

ب- حازت رياضات المرأة في "الإعلام المرئي الأسترالي" وقتًا أقل في التغطية من ذلك الذي خُصِّص لرياضات الرجال، كما لم تزد حصة المرأة من التغطية إلا حين نجحت في الفوز بميداليات.

ت- تأثَّرًا بالإرث الشيوعي الصيني، فقد تلقَّت اللاعبات في "الإعلام المرئي الصيني" اهتمامًا إعلاميًا أقل من حيث زمن التَّغطية وذكر اسمائهن مقارنة بنظرائهم من اللاعبين الذكور بالرغم من تساوي عدد المعلِّقين والمُعلِّقات الرياضيين.

ث- يُقدِّم "الإعلام المرئي الألماني" الرياضات التي تشارك فيها المرأة باعتبارها أقل أهمية من الناحية الإخبارية مقارنة برياضات الرجال.

ج- تتعرَّض المرأة الرياضية في "الإعلام المرئي الإسباني" للتهميش، ويجرى تناول المنافسات الرياضية الخاصة بها تأسيسًا على كونها امرأة لا كونها رياضية.

ح- نال الرياضيون الذكور في "الإعلام المرئي الكندي" وقتًا أطول وإشارات أكثر تكرارًا لأسمائهم مقارنة بالرياضيات الإناث، كما ظهر التركيز على مواصفات أجسادهن، وعزو نجاحهن للخبرات المتراكمة.

خ- على الرغم من حرص "الإعلام المرئي الياباني" على تحقيق المساواة بين الجنسين في تغطية الرياضات المختلفة، فقد أضمرت التعليقات الرياضية اختزان العقول أفكارًا تنتقص من كفاءة المرأة الرياضية.

د- لم تنل المرأة الرياضية تغطية بارزة أو كبيرة في "الإعلام المرئي الجنوب أفريقي"، بل هيمن الرجال على أغلب التغطيات الخبرية وللأحداث الرياضية المختلفة، سواء من حيث زمن التغطية أو نوعها.

الإطار النظري للدراسة

نظرية العوامل الخبرية News Factors

نشأت نظرية العوامل الخبرية في إطار دراسة العوامل التي تؤثر على اختيار وتغطية الأخبار في وسائل الإعلام. ويعود الفضل في تطوير هذه النظرية إلى مجموعة من الباحثين الألمان، وعلى رأسهم Hans Mathias Kepplinger وSimon Ehmig، خلال فترة السبعينيات والثمانينيات من القرن العشرين.

والنظرية (المعروفة أيضًا باسم قيم الأخبار News Values) هي إطار تجريبي يسعى إلى شرح المعايير التي تصبح بها الأحداث جديرة بالنشر، وتعود جذورها إلى نظريات سابقة لاختيار الأخبار، وأبرزها نظرية Galtung وRuge (١٩٦٥)، لكن Kepplinger وEhmig وسَّعوا مفهومها من خلال دراسات إمبريقية، مع التركيز على كيفية تأثر قرارات الصحفيين بطبيعة الحدث وتوقُّعات الجمهور [٣٩].

منظور Galtung وRuge

بدأت دراسة قيم الأخبار بالعمل الرائد لكل من Galtung وRuge في عام ١٩٦٥، والذي رصد مجموعة من العوامل التي تحدد مدى جدارة الأحداث بالنشر، مثل السلبية والقرب والتكرار والوضوح والمفاجأة والأهمية الثقافية. وركز تحليلهما على التغطية الإخبارية الأجنبية، وأرسى الأساس لبحوث لاحقة أجراها Kepplinger وEhmig [٤٠].

تعديلات Kepplinger وEhmig

بناءً على الإطار الأصلي Galtung وRuge، بدأ Kepplinger وEhmig في تطوير نظريتهما لعوامل الأخبار في التسعينيات، وصقلوا المفهوم من خلال الدراسات التجريبية، مع التركيز بشكل خاص على أنظمة الإعلام في ألمانيا [٤١]. لقد وسَّعوا قائمة عوامل الأخبار وطوروا نهجًا ثنائي المستوى يميز بين الحدث نفسه وتوقعات جمهور وسائل الإعلام. واعتمدت بحوثهم على كل من التحليل الكمي للمحتوى وبحوث الجمهور.

تصنيف العوامل الخبرية

قام Kepplinger وEhmig ببناء نظريتهما للعوامل الخبرية حول فئتين رئيسيتين: العوامل التي تركز على الحدث، والعوامل التي تركز على المتلقي [٤٢].

١) عوامل تتصل بالحدث: وهي عوامل متأصلة في الحدث ذاته، وتتضمن خصائص تجعل الحدث أكثر احتمالية للتغطية، مثل [٤٣]:

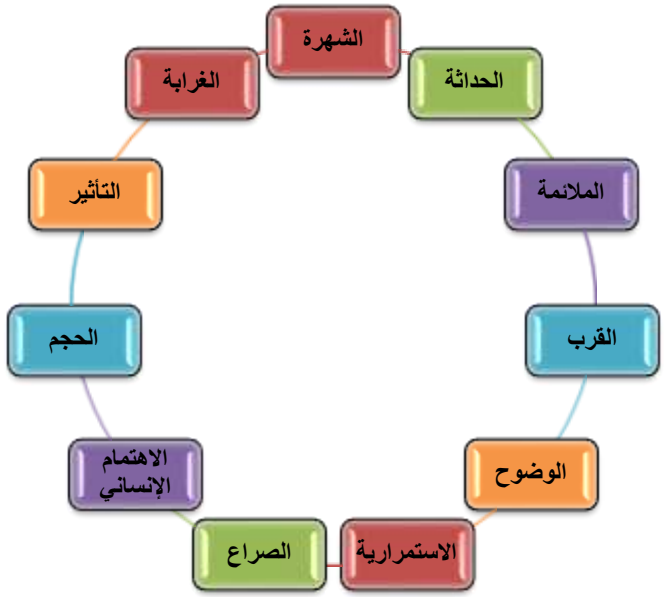
- الصراع: الأحداث التي تنطوي على الجدل أو العنف أو المعارضة.
- الدراما: غالبًا ما يزيد التأثير الدرامي للقصة من قيمتها الإخبارية، وخاصة في الأزمات البارزة.
- الشهرة: إن إشراك شخصيات معروفة أو مشاهير يعزز من جاذبية القصة الخبرية.
- السلبية: من المرجح أن يتم نشر الأحداث السلبية، مثل الحوادث أو الكوارث أو الفضائح.
- التوافق: من المرجح أن تصبح الأحداث التي تتوافق مع السرديات أو الصور النمطية الموجودة أخبارًا.

٢) عوامل تركز على المتلقي: وهي تتعلَّق بتفضيلات الجمهور وتوقعاته، مما يعكس التفاعل بين وسائل الإعلام ومستهلكيها. وتشمل العوامل [٤٤]:

- الأهمية: الأحداث التي تؤثر بشكل مباشر على الجمهور أو يتردد صداها مع مخاوفهم الشخصية.
- القرب: الأحداث التي تحدث جغرافيًا أو ثقافيًا بالقرب من الجمهور أكثر أهمية من غيرها.

- القيمة الترفيهية: غالبًا ما يتم اختيار القصص ذات الزاوية العاطفية أو الترفيهية نظرًا لقدرتها على جذب انتباه الجماهير.

وبالرجوع للدراسات التي وظَّفت النظرية في دراسة ظواهر اتصالية، أمكن حصر العوامل الخبرية على النحو الذي يعرض له الشكل البياني التالي رقم (١)



شكل رقم (١): العوامل الخبرية (من إعداد الباحث)

المفاهيم الأساسية للنظرية

١. بناء الواقع من قِبل وسائل الإعلام:

كانت أطروحات Kepplinger مفيدة في شرح كيف أن الأخبار لا تعكس الواقع فحسب بل تنشط في بنائه؛ ففي كتابه "Construction of Reality" (١٩٨٩) رأى أن وسائل الإعلام الإخبارية تشكل الإدراك العام من خلال اختيار الأحداث وتأطيرها وفقًا لعوامل مُحدَّدة. يساعد هذا النهج في تفسير دور وسائل

الإعلام في خلق "واقع إعلامي"، والذي قد يختلف بشكل كبير عن "الواقع الموضوعي" (٤٥).

٢. التحقق الآلي

يُقصد بهذا المفهوم الطريقة التي تسلط بها المؤسسات الإخبارية الضوء عمدًا على جوانب بعينها في القصة الخبرية أو تُقلِّل من أهميتها لخدمة أهداف سياسية أو اجتماعية محددة. يشير هذا التوسع في نظرية عوامل الأخبار إلى أن الصحفيين لا يستجيبون فقط للعوامل التي تركز على الحدث أو المتلقي، بل يشاركون أيضًا فيما اسماه Kepplinger بـ"الاستخدام الاستراتيجي للأخبار" (٤٦).

٣. الدعم التجريبي

اختبر Kepplinger وEhmig نظريتهما من خلال تحليلات موسَّعة وممتدة للمحتوى، مع التركيز على الصحف والبث التلفزيوني في ألمانيا. وأكدت دراساتهما أن الأحداث التي سجلت درجات أعلى في عوامل الأخبار (خاصة الصراع، والسلبية، والشهرة) كانت أكثر عرضة للاختيار للتغطية (٤٧).

التطبيقات المعاصرة لنظرية العوامل الخبرية

١. اختيار الأخبار في وسائل الإعلام المختلفة

تم تطبيق النظرية على أشكال مختلفة من وسائل الإعلام، بما في ذلك الصحف المطبوعة، والراديو، والتلفزيون، ومؤخرًا، الإعلام الرقمي ومواقع التواصل الاجتماعي. وقد وجدت الدراسات أن عوامل خبرية مثل السلبية والدراما تظل مهمة عبر المنصات (٤٨). ومع ذلك، قدم العصر الرقمي ديناميكيات جديدة، مثل الانتشار الفيروسي، والمحتوى الذي ينشئه المستخدم، والتي تتفاعل مع عوامل الأخبار التقليدية في تشكيل اختيار الأخبار (٤٩).

٢. المقارنات الدولية

تم أيضًا اختبار تطبيق العوامل الخبرية عبر بلدان مختلفة. على سبيل المثال، قارن Esser وStrömbäck (٢٠١٤) العوامل الخبرية في الولايات المتحدة والسويد وألمانيا، ووجدوا اختلافات في كيفية تطبيق المنظمات الإعلامية لهذه العوامل بناءً على السياقات الثقافية والسياسية. وبالتالي اتضح إن النظرية مرنة بما يكفي لاستيعاب مثل هذه الاختلافات مع الحفاظ على مبادئها الأساسية [٥٠].

٣. التأطير الإخباري ووضع الأجندة

ترتبط نظرية العوامل الخبرية ارتباطًا وثيقًا بنظريات التأطير ووضع الأجندة في دراسات الإعلام. من خلال تحديد الأحداث التي تصبح أخبارًا، تساهم العوامل الخبرية في عملية التأطير، حيث يتم التأكيد على جوانب معينة من القصة دون غيرها [٥١]. وبالمثل، من خلال تسليط الضوء على أحداث معينة بشكل متكرر، كما تلعب العوامل الخبرية دورًا في وضع أجندة وسائل الإعلام [٥٢].

الانتقادات الموجهة للنظرية

١. الذاتية في التطبيق

أحد الانتقادات الموجهة لنظرية العوامل الخبرية هو ارتفاع احتمالية الذاتية فيها؛ فقد يزن الصحفيون عوامل الأخبار بشكل مختلف بناءً على التحيزات الشخصية أو السياسات التحريرية أو القيود التنظيمية [٥٣]. في حين حاول Kepplinger في دراساته تفسير مثل هذا التباين، إلا أنه يظل تحديًا في تطبيق النظرية عالميًا.

٢. بيئة الأخبار المتغيرة

مع ظهور وسائل الإعلام الرقمية والإعلام الاجتماعي، يرى بعض الباحثين أن العوامل الخبرية التقليدية صارت أقل أهمية؛ فقد أدخلت متغيرات مثل المحتوي الذي ينشئه المستخدمون والخوارزميات والعناوين الرئيسية التي تجذب الانتباه headlines **clickbait** معاييرًا جديدة للقيمة الإخبارية، مثل قابلية

المشاركة ومقاييس التفاعل [٥٤]. ومع ذلك، لا يزال البحث يثبت أن العديد من العوامل الخبرية الأصلية التي قدَّمتها النظرية لا تزال سارية، وإن كان ذلك في أشكال مُعدَّلة [٥٥].

أوجه الاستفادة من النظرية في الدراسة الحالية

يساعد توظيف نظرية العوامل الخبرية في دراسة الجندرية في الإعلام الرياضي المرئي في تحليل كيفية اختيار وتغطية الأحداث الرياضية بناءً على مجموعة من العوامل التي تجعل الحدث جديرًا بالتغطية الإعلامية، مثل الشهرة، النزاع، القرب، والسلبية. من خلال تطبيق هذه النظرية، يمكن دراسة ما إذا كانت وسائل الإعلام تميل إلى تغطية رياضات الرجال أكثر من النسائية بناءً على تلك العوامل.

على سبيل المثال، قد تساعد النظرية في تفسير لماذا تحظى رياضات الرجال بتغطية أكبر، نظرًا لعوامل مثل التنافسية والشهرة، بينما قد تُهمل رياضات المرأة. كذلك، تساعد النظرية في تحليل كيفية إبراز الرياضيين، حيث قد يتم التركيز بشكل أكبر على إنجازات الرجال وتقديمهم كأبطال، في حين قد يتم التقليل من أهمية إنجازات النساء أو تقديمهن في إطار مختلف.

إضافةً إلى ذلك، يمكن استخدام النظرية لتحليل كيفية عرض النزاعات أو الأزمات الرياضية بين الرجل والمرأة، ومدى تضخيم أو تقليل هذه الأحداث بناءً على الجندر. بهذا الشكل، تسهم النظرية في كشف التحيزات الجندرية المحتملة في الإعلام الرياضي المرئي، مما يساعد في فهم كيفية تشكيل الصور النمطية للرجال والنساء في الرياضة.

الإطار المعرفي للدراسة

الجندرية هي بناء اجتماعي وثقافي يتجاوز الفروقات البيولوجية بين الرجل والمرأة. يشمل هذا البناء الأدوار والسلوكيات والتوقعات والمعايير التي تفرضها المجتمعات على الأفراد بناءً على جنسهم الظاهر. والجندرية مرنة ومتغيرة مع الزمن

والمكـــان، وتتـــأثر بـــالقوى التاريخيـــة والثقافيـــة والاجتماعيـــة [٥٦]. يشـــير البـــاحثون المعاصـرون إلـى أن الجندريـة ليست فطريـة، بـل يتم تعلمهـا مـن خـلال عمليـات التنشئة الاجتماعية منذ سن مبكرة، حيث تؤثر مؤسسات مثل الأسرة والتعليم والإعلام والدين في تشكيل هذه الهويات [٥٧].

فـي الرياضـة، ارتبطـت المعـايير الجندريـة تقليديًا بالذكوريـة التـي تتصـل بـالقوة والعدوانية والتنافسية، في حين أن الأنوثة ترتبط بالرشاقة والعاطفة والسلبية. هذه البنـى تـؤثر فـي كيفيـة إدراك الرياضـيين وتصـويرهم، حيـث يُحتفـى بالرياضـيين الـذكور عـادةً علـى أسـاس بـراعتهم البدنيـة، بينمـا تُقيَّم الرياضـيات غالبًا بنـاءً علـى مظهرهن أو ردود أفعـالهن العاطفيـة [٥٨]. يعـزز الإعـلام هـذه القوالـب النمطيـة مـن خـلال أنمـاط التغطيـة المتحيزة جندريًا التـي قد تُهمِّش رياضـة المـرأة، وتكـرس الهيمنـة الذكوريـة فـي السـاحة الرياضية [٥٩].

لذا فالعلاقة بين الجندرية والإعلام، وخاصـة فـي سياق الإعلام الرياضـي، تُعد مجالاً حيويًا للدراسة ضمن دراسات الاتصـال والجنـدر. هذه العلاقـة تتنـاول كيفيـة تـأثير تمثـيلات الجنـدر Gender Representations فـي الإعـلام علـى التصـورات المجتمعيـة للـذكورة والأنوثـة، ومـا يـرتبط بهـا مـن أدوار ونُظـم اجتماعيـة. فـي الإعـلام الرياضـي، تتفـاقم هـذه الديناميكيات بشـكل كبيـر نتيجـة لتحيـزات تاريخيـة متجـذرة تعـزز عـدم المسـاواة بـين الجنسـين مـن حيـث التغطيـة الإعلاميـة، طريقـة التصـوير، والتفاعـل الجمـاهيري. هـذه المشـكلة لا تعكـس فقـط اختيـارات الإعـلام، بـل تـرتبط أيضًـا بهياكـل اجتماعية أوسع وعلاقات قوى متجذرة، مما يجعلها قضية متعددة الأبعاد [٦٠].

التمثيل الجندري في الإعلام الرياضي

أحد الموضوعات الشائعة في أبحـاث الإعلام الرياضـي هو التغطيـة غيـر المتكافئـة بين الرياضيين الذكور والإناث. على مدار عقود، أظهرت الدراسات أن الرياضـيين الـذكور يهيمنون علـى التغطيـة الإعلاميـة الرياضـية، وغالبًـا مـا يحصـلون علـى أكثـر مـن ٩٠% مـن إجمالي التغطية في نشرات الأخبار والبرامج الرياضـية المتلفزة. هذه الفجوة لا تقتصـر علـى

كمية التغطية، بل تمتد أيضًا إلى نوعيتها. يُصوَّر الرياضيون الذكور في كثير من الأحيان على أنهم أقوياء، عدوانيون، وصامدون، وهي صفات ترتبط عادةً بالذكورة المهيمنة. في المقابل، عندما يتم تغطية الرياضيات الإناث، غالبًا ما يتم تأطيرهن بطرق تُبرز أنوثتهن أو حياتهن الشخصية بدلاً من إنجازاتهن الرياضية [٦١].

من هذا أيضًا ما تقوم به القنوات الرياضية من تصوير الرياضيين الذكور بشكل بطولي، والاحتفاء بقوتهم البدنية كرموز للقوة، بينما يتم التركيز في تغطية الرياضيات الإناث على مظهرهن الجسدي أو حالتهن العاطفية أو حياتهن الشخصية، ما يعزز فكرة أن الرياضة هي مجال ذكوري في المقام الأول، وأن رياضة المرأة تأتي في مرتبة ثانوية. مثال على ذلك هو سيرينا ويليامز، واحدة من لاعبات التنس الأكثر حصدًا للألقاب في التاريخ. فرغم إنجازاتها الاستثنائية، كثيرًا ما انحرفت التغطية الإعلامية نحو مناقشة مظهرها أو حالتها العاطفية أو سلوكها على أرض الملعب، متجاوزةً في كثير من الأحيان إنجازاتها الرياضية [٦٢].

التشييء الجنسي للرياضيات

واحدة من الأبعاد الأساسية التي تم تسليط الضوء عليها في العديد من الدراسات هي التشييء الجنسي Sexualization and Objectification للرياضيات. أبحاث مثل دراسة Kane وآخرين (٢٠١٣) تشير إلى أن الرياضيات غالبًا ما يُقدَّمن في الإعلام بطرق تُظهر مظهرهن الجسدي أكثر من إنجازاتهن الرياضية. يظهر هذا بشكل خاص في التسويق والإعلانات الرياضية، حيث يتم تصوير الرياضيات بملابس كاشفة أو في أوضاع مثيرة لجذب الانتباه. هذا النوع من التأطير يعزز التوقعات المجتمعية الأوسع التي تُقيم النساء بناءً على مظهرهن بدلاً من قدراتهن المهنية [٦٣].

على سبيل المثال، خلال أولمبياد ريو ٢٠١٦، ركزت بعض وسائل الإعلام على مظهر لاعبات الجمباز والسباحة بدلاً من أدائهن الرياضي. هذا النوع من التمثيلات الإعلامية يعزز الصور النمطية التي تقوّض مصداقية الرياضيات، ويعيد

إنتاج أدوار الجندر التقليدية التي تضع الجاذبية الأنثوية كصفة رئيسية للنساء دون اعتداد بكونهن بالأساس رياضيات ينافس الرياضيين الذكور [٦٤].

وفي تغطية شبكة ESPN للبطولة ذاتها (دورة الألعاب الأولمبية ٢٠١٦)، تم وصف Simone Biles، لاعبة الجمباز الفني الأمريكية والأكثر تتويجًا بالألقاب في اللعبة، بـ"الجذابة" و"اللطيفة"، على الرغم من كونها واحدة من أبرز الرياضيين في رياضتها [٦٥].

تأثير التمثيل على إدراك الجمهور

تؤثر طريقة تمثيل الجندر في الإعلام الرياضي بشكل مباشر على كيفية إدراك الجمهور للأمر. أظهرت دراسات عديدة أن التمثيل غير المتكافئ والاستخفاف بالإنجازات الرياضية للنساء يقلل من اهتمام الجمهور برياضة المرأة. ووفقًا لـ Fink (٢٠١٥) [٦٦] عندما يتعرض الجمهور باستمرار لتغطية رياضية يهيمن عليها الذكور، يتبنى فكرة أن رياضة الرجل أكثر أهمية وإثارة وتستحق المتابعة أكثر من رياضة المرأة. هذا يؤدي إلى انخفاض المشاهدات للرياضة النسائية، وقلة الرعاية التجارية، وفرص أقل للرياضيات.

علاوة على ذلك، عندما يتم تصوير الرياضيات بشكل جنسي، يمكن أن يؤثر ذلك سلبًا على كيفية رؤية الجمهور لمهنيتهن وقدراتهن. على سبيل المثال، أظهرت الدراسات أن الجمهور يركز على مظهر الرياضيات بدلاً من إنجازاتهن عندما يتم تصويرهن في صور جنسية [٦٧]. هذا يقلل من شرعية رياضة المرأة ويعزز عدم المساواة بين الجنسين في الإعلام والمجتمع.

وقد انعكست هذه الصور النمطية في صورة تصيف جندري للرياضات لدى الجمهور، حيث وجد Liu, Z وأخرون (٢٠٢٣) أن طلاب الجامعات في الصين يربطون الرياضات القتالية أو البدنية بالرجال، في حين ربطوا الرياضات الفنية أو الرشيقة بالمرأة، وأن الرياضيون الذين يتجاوزون التوقعات النمطية قد يواجهون صعوبة في الحصول على التقدير الاجتماعي المناسب [٦٨].

اللغة المتحيزة في التعليق الرياضي

إلى جانب التصوير البصري للرياضيات، فاللغة المُستخدمة في التعليق على المنافسات الرياضية تعزز أيضًا الصور النمطية المرتبطة بالجندر. وجد Kian وآخرون (٢٠٠٨) أن المعلقين غالبًا ما يستخدمون لغة مجنّسة تصف الرياضيين الذكور على أنهم عدوانيون، أقوياء، واستراتيجيون، بينما تصف الرياضيات الإناث بأنهن عاطفيات أو ضعيفات أو محظوظات. كما يُنسب نجاح الرياضيين الذكور عادةً إلى مهاراتهم وجهودهم، بينما قد يُعزى نجاح الرياضيات إلى أخطاء المنافسين أو الحظ [٦٩].

على سبيل المثال، في رياضة التنس النسائية، قد يصف المعلقون نجاح لاعبة تنس بأنها "قوية نفسيًا" بدلاً من الإشارة إلى مهاراتها الفنية، أو قد يركزون على مظهرها أو سلوكها. هذا النوع من التعليقات يعزز الفكرة بأن رياضة المرأة أقل جدية أو تستند إلى مهارات أقل مقارنة بالرياضة حين تكون المنافسة فيها بين رجال [٧٠].

التقدم من خلال الإعلام الجديد والمنصات الرقمية

رغم هذه التحديات، هناك تقدمًا ملحوظًا في السنوات الأخيرة، خاصة مع ظهور الإعلام الرقمي ومنصات التواصل الاجتماعي. أتاحت هذه المنصات للرياضيات والمنظمات الرياضية النسائية التحكم في سردياتهن الإعلامية وتجاوز حراس البوابة التقليديين. أدى ذلك إلى تمثيلات أكثر عدالة وتنوعًا للرياضيات، حيث أصبح بإمكانهن التواصل المباشر مع الجماهير، والترويج لإنجازاتهن دون الاعتماد على التأطير المنحاز الذي كثيرًا ما يأتي من وسائل الإعلام التقليدية [٧١].

على سبيل المثال، أصبحت منصات مثل إنستجرام وتويتر أدوات قوية للرياضيات لعرض إنجازاتهن، وتدريباتهن، ورحلاتهن الشخصية بطرق تتحدى الصور النمطية المرتبطة بالجندر. وقد استخدمت لاعبات كرة السلة في رابطة WNBA ولاعبات كرة القدم النسائية هذه المنصات لبناء مجتمعات داعمة من الجماهير، مما يبرز ليس فقط مهاراتهن الرياضية بل أيضًا أنشطتهن الاجتماعية والسياسية [٧٢].

الخلاصة

العلاقة بين الجندر والإعلام، وخاصة في مجال الرياضة، مرتبطة بشكل عميق بهياكل القوى الاجتماعية والمعايير الثقافية. رغم أن الإعلام الرياضي التقليدي قد ساهم في تعزيز عدم المساواة بين الجنسين من خلال التمثيل غير المتكافئ والاستخفاف بالرياضيات، فإن الأشكال الجديدة من الإعلام تقدم فرصًا لتحدي هذه الصور النمطية والترويج لتمثيلات أكثر شمولية [٧٣]. مع ذلك، يتطلب تحقيق المساواة الحقيقية بين الجنسين في الإعلام الرياضي جهودًا مستمرة لتفكيك التحيزات الراسخة، وتشجيع التغطية المتساوية، وإعادة تشكيل تصورات الجمهور لتقدير الاحترافية والمهارة الرياضية لدى جميع الرياضيين بغض النظر عن الجنس.

تعريف مفاهيم الدِّراسة

باستيفاء المراجعة المُدقِّقة للدراسات السابقة، وبعد بناء إطار معرفي واضح الأبعاد للدراسة، تُعرِّف الدِّراسة الحالية مفاهيمها المُستخدمة على النحو التالي:

- الجندر: مجموعة الأدوار والسلوكيات والتعبيرات والهويات التي تعيّنها المجتمعات للأفراد على أساس جنسهم المُدرَك، ما يميزه عن الجنس البيولوجي. وعلى عكس الجنس، الذي يستند إلى السمات البيولوجية (الذكر، الأنثى)، يشمل الجندر البنى الاجتماعية والثقافية المحيطة بالذكورة والأنوثة والتعبيرات الجندرية الأخرى. الأدوار الجندرية ليست متأصلة ولكنها تتشكَّل من خلال السياقات الثقافية والاجتماعية والتاريخية، وتختلف على نطاق واسع عبر المجتمعات المختلفة وبمرور الوقت [٧٤].
- العوامل الخبرية: المعايير التي تؤثر على اختيار الأحداث ونشرها من جانب الصحفيين ووسائل الإعلام. تساعد هذه العوامل المُحرِرين في تحديد ما إذا كانت القصة تستحق النشر وكيفية تأطيرها، بناءً على جاذبيتها المحتملة للجمهور. عادةً ما تتضمن الملائمة والتوقيت والصراع والقرب والتأثير، حيث يساهم كل منها في احتمالية تغطية القصة. تسلط هذه العوامل الضوء على أن

أهمية الخبر لا تتعلق بالحدث نفسه فحسب، بل أيضًا بمدى توافقه مع ما يقدره الجمهور أو يجده مثيرًا للاهتمام [٧٥].

- رياضات الرجال: الأحداث والمسابقات الرياضية التي يتم تنظيمها في المقام الأول للرياضيين الذكور، حيث يكون المشاركون والجمهور المستهدف من الذكور إلى حد كبير. تقليديًا، تم تصنيف بعض الرياضات على أنها "رياضات للرجال" بسبب ارتباطها بالقوة البدنية والقدرة على التحمل والعدوانية التنافسية، وهي سمات تتوافق ثقافيًا مع الرجولة. أثر هذا التصنيف على التمثيل الإعلامي والتصورات المجتمعية، مما أدى غالبًا إلى زيادة العرض والتمويل لدوريات ومسابقات الرجال مقارنة بدوريات ومسابقات المرأة [٧٦].
- رياضات المرأة: الأنشطة الرياضية والأحداث الرياضية المُنظَّمة في المقام الأول للرياضيات الإناث، وغالبًا ما تتميز بدوريات وفرق ومسابقات خاصة بهن. تاريخيًا، واجهت رياضة المرأة حواجز كبيرة أمام المشاركة والتغطية المتساوية بسبب التصورات المجتمعية للأنوثة، والتي غالبًا ما كانت تُرى على أنها غير متوافقة مع المفاهيم التقليدية للقدرة التنافسية والجسدية في الرياضة. نمت رياضة المرأة بشكل كبير في العقود الأخيرة، مع زيادة التمويل والتغطية الإعلامية، على الرغم من أن التفاوت في التمثيل والموارد مقارنة برياضات الرجال ما يزال كبيرًا [٧٧].

الإجراءات المنهجية للدراسة

نوع الدِّراسة

الدراسة وصفية، حيث تهدف إلى تقديم وصف دقيق ومنهجي لظاهرة "الجندرية في الإعلام الرياضي المرئي"، وذلك من خلال تحليل محتوى التغطيات الإعلامية، والبحث في كيفية تقديم الرياضيات والرياضيين في القنوات التلفزيونية الرياضية.

منهج الدِّراسة

استخدمت الدراسة منهج المسح بالعينة، وهو منهج يعتمد على جمع البيانات من عدد كبير من المصادر الإعلامية المرئية (مثل القنوات التلفزيونية، البرامج الرياضية، والتغطيات الخاصة بالأحداث الرياضية) لتحليل محتواها. وقد أتاح للدراسة ما يلي:

١. الحصول على بيانات شاملة وممثلة حول مدى التفاوت في تغطية الرياضة بين الجنسين.

٢. القدرة على تحليل الاتجاهات والأنماط في التغطية الإعلامية عبر فترة زمنية معينة أو مجموعة من التغطيات الرياضية.

٣. تحديد مدى تأثير الجندر على الأوصاف والصور المنقولة عن الرياضيين والرياضيات في الإعلام المرئي.

أداة الدِّراسة

استخدمت الدراسة أداة تحليل المضمون باعتبار ما تتميز به مقارنة بالأدوات الأخرى من "قدرة على تحليل النصوص في سياقات استخدامها" (٧٨) على حد تعبير Krippendorff. وتضمَّنت استمارة التحليل مجموعة من الفئات المُصمَّمة خصيصًا للإجابة عن تساؤلات الدراسة. تم تطبيق هذه الأداة على الأخبار ومواد الرأي التي تظهر في البرامج الرياضية المحددة، بهدف تحليل المحتوى الإعلامي المرئي المتعلق بالجندرية في الرياضة، وتحديد الأوصاف والأساليب المستخدمة في تغطية رياضات الرجل والمرأة على حد سواء.

مجتمع الدِّراسة

يتكوَّن مجتمع الدراسة من جميع البرامج الرياضية المرئية التي تُبث على القنوات التلفزيونية الرياضية المصرية العامة والخاصة التي تقدم بثًا مباشرًا للمحتوى الرياضي في الفترة الزمنية المحدَّدة للدراسة. ويشمل المجتمع أيضًا التغطيات الرياضية الخاصة بأحداث الرياضة المحلية والدولية التي تتناول رياضات الرجل والمرأة.

عينة الدِّراسة

يبلغ عدد القنوات الرياضية المصرية خمس قنوات، هي ONTime Sports 1، و2 ONTime Sports، (يتبعان في ملكيتهما الشركة المتحدة للخدمات الإعلامية) والنيل للرياضة (تتبع الهيئة الوطنية للإعلام)، والأهلي، والزمالك (كل منهما قناة تابعة لنادي رياضي).

ولتحقيق أهداف الدراسة في استكشاف الجندرية في الإعلام الرياضي المرئي الحكومي والخاص، فقد وقع الاختيار على تحليل قنوات ONTime Sports 1، و2 ONTime Sports، والنيل للرياضة.

وبحصر البرامج الرياضية التي تُقدِّم بثًّا مباشرًا عبر هذه القنوات اتضح أنها ثمانية برامج، وقد أُخضِعت جميعها للتحليل في الدراسة على مدى ثلاثة أشهر متصلة من ١ يونيو وحتى ٣٠ أغسطس ٢٠٢٤، ويرجع اختيار هذه الفترة إلى اشتمالها على أحداث رياضية هامة على المستويين المحلي والعالمي (ب) جاء على رأسها دورة الألعاب الأولمبية ٢٠٢٤ التي نظمتها باريس في الفترة من ٢٤ يوليو إلى ١٠ أغسطس وهو الحدث الذي شهد مشاركة مصر بأكبر بعثة رياضية للخارج على مدار تاريخها الأوليمبي تضم ١٦٤ لاعبًا ولاعبة شاركوا في ٢٢ رياضة مختلفة.

وبلغ إجمالي عدد الحلقات محل التحليل ٥٦٤ حلقة، توزعت إلى ٢٦٧ حلقة في قنوات ONTime Sports، و٢٩٧ حلقة في قناة النيل للرياضة. ويعرض الجدول التالي رقم (١) بيانًا تعريفيًا بأسماء هذه البرامج، ومُقدَّميها، وتوقيت بثها، ودورية البث، وعدد حلقات كل برنامج التي عُرضت خلال فترة التحليل.

جدول رقم (١)

توصيف عينة الدراسة التحليلية

القناة	اسم البرنامج	مقدمي الحلقات	توقيت البث	دورية البث	عدد الحلقات
ONTime Sports	صباح ONTime	أميرة جمال، فرح علي، شيما صابر، ميرهان عمرو	١٠ صباحًا	السبت إلى الخميس (ساعة ونصف)	٧٨ حلقة
	ملعب ONTime	سيف زاهر، إبراهيم عبد الجواد (محمد غانم أحيانا)	١١ مساءً	يوميًا (ساعتين)	٨٦ حلقة

القناة	اسم البرنامج	مقدمي الحلقات	توقيت البث	دورية البث	عدد الحلقات
ONTime Sports2	أخبار ONTime	أحمد كيوان، محمد طارق أضا، محمود بدراوي، لينة الطهطاوي	١٢ ظهرًا	يوميًا (ساعة ونصف)	٨٥ حلقة
	هاتريك (بدأ في ٢٠ يوليو ٢٠٢٤)	محمد المحمودي	١١ مساءً	السبت إلى الإثنين (ساعتين)	١٨ حلقة
النهار الرياضي	حصاد اليوم	منى عبد الكريم، عبد الغني المالكي، ايمان مصطفى	١١ مساءً	يوميًا (ساعة)	٨٦ حلقة
	صباح الرياضة	إيمان مصطفى، نهى جعفر، سها ابراهيم	١١ صباحًا	يوميًا (ساعة)	٨٧ حلقة
	أصداء الملاعب	محمد مرسي، سماح عمار، ايمان مصطفى	٦ مساءً	السبت إلى الأربعاء (ساعتين)	٦٣ حلقة
	رياضة Online	هشام حمدي، ايمان مصطفى	١٢ مساءً	السبت إلى الأربعاء (ساعة)	٦١ حلقة

تساؤلات الدِّراسة

لتحقيق أهداف الدِّراسة، وللتعامل مع مشكلتها البحثية، تم تحديد التساؤلات وصياغتها على النحو التالي:

١- ما حجم اهتمام القنوات الرياضية بكل من رياضات الرجال ورياضات المرأة قياسًا إلى المدى الزمني وعدد الفقرات؟

٢- ما القوالب التي التحريرية التي تستخدمها القنوات الرياضية لتغطية كل من رياضات الرجال ورياضات المرأة؟

٣- ما نوع مُقدِّمي الفقرات البرامجية ودلالته؟

٤- ما الرياضات محل التغطية في القنوات الرياضية؟

٥- ما جنسيات الرياضيين محل التغطية في كل من رياضات الرجال ورياضات المرأة؟

٦- ما التصنيف الجغرافي للأحداث الرياضية المنقولة في القنوات الرياضية؟

٧- ما الصفات المنسوبة للرياضيين والرياضيات؟ وما تصنيفها من حيث الإيجابية/ السلبية، والشكل/ الأداء؟

٨- ما العوامل الخبرية الحاكمة لتغطية أخبار كل من رياضات الرجال ورياضات المرأة؟

فروض الدراسة

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مدى الاهتمام التلفزيوني الذي تحظى به كل من رياضات الرجال ورياضات المرأة قياسًا إلى:

١) الزمن المُخصَّص للتغطية التلفزيونية لكل مِنهما.

٢) عدد المواد المُخصصة لكل منهما.

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الصفات المنسوبة للرياضيين والرياضات في المواد محل التحليل

الفرض الثالث: تزيد صفات الشكل في تغطية رياضات المرأة مقارنة بتغطية رياضات الرجال التي تزيد فيها صفات الأداء

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين العوامل الخبرية وزمن التغطية في كل من رياضات الرجال ورياضات المرأة

النتائج العامة للدراسة

١. مدة الحلقة

تُعتبر مدة الحلقة أحد العوامل الأساسية التي تؤثر على جودة المحتوى وفعاليته، كما إنها يمكن أن تؤثر على مستوى انتباه المشاهدين واهتمامهم، وقد تُحدِّد أيضًا مدى استجابة الجمهور واستمراره في متابعة البرنامج.

وبحساب المدد الزمنية للحلقات البرامجية خلال فترة التحليل، جاءت النتائج التي يعرض لها الجدول التالي رقم (٢)

جدول رقم (٢)

مدة عرض الحلقات البرامجية

القناة / البرنامج	ONTime Sports		النيل للرياضة	
	ساعة	دقيقة	ساعة	دقيقة
صباح ONTime	١٥٥	٥٧		
ملعب ONTime	١٧٠	٦		
أخبار ONTime	١٢٦	٣٦		
هاتريك	٣٦	٢		
حصاد اليوم			٨٥	١٩
صباح الرياضة			٨٤	٤٣
أصداء الملاعب			١٢٦	٥
رياضة Online			٥٧	٢٦
الإجمالي	٤٨٨	٤١	٣٥٣	٣٣
الإجمالي العام	٨٤٢ ساعة و١٤ دقيقة			

كما يتضح من الجدول فبحكم كون القنوات محل الدراسة مُتخصصة في تقديم المحتوى الرياضي، وبسبب امتداد بثها على مدار ٢٤ ساعة بغير توقف، فقد زاد عدد ساعات البث البرامجي المباشر في القنوات خلال الأشهر الست للتحليل، حيث بلغ في قناتي ONTime Sports ما مقداره ٤٨٨ ساعة و٤١ دقيقة، ووصل في قناة النيل

للرياضة إلى ما مقداره ٣٥٣ ساعة و٣٣ دقيقة، بإجمالي مدة بث بلغت ٨٤٢ ساعة و١٤ دقيقة.

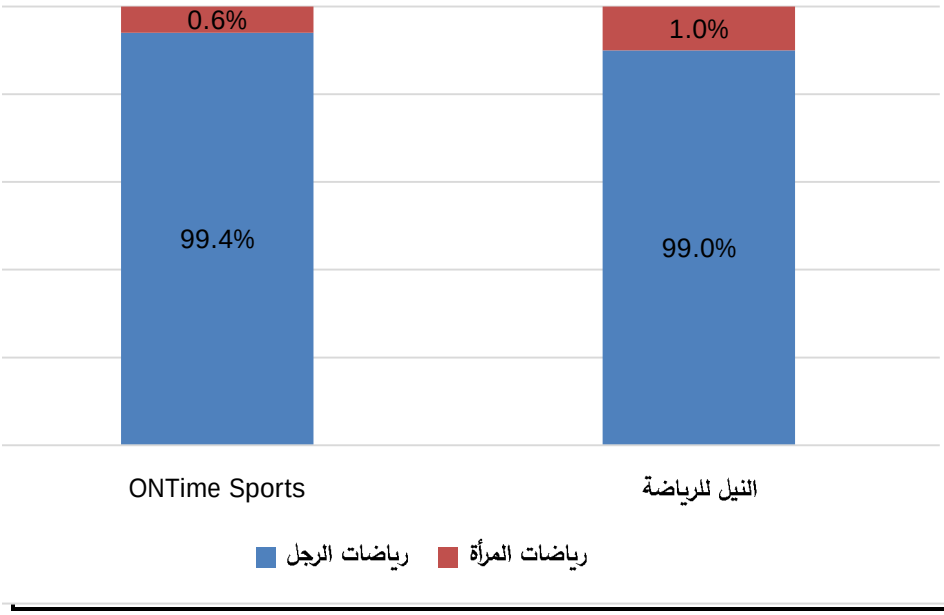
هذا على مستوى الزمن الكلي للحلقات محل التحليل من كل برنامج في القنوات الرياضية المصرية عينة الدراسة، أما عن توزعيها بحسب نوع الرياضات محل التغطية، فقد جاءت النتائج التي يكشف عنها الجدول التالي رقم (٣)

جدول رقم (٣)

مدة عرض رياضات المرأة والرجل

القناة / نوع الرياضات	ONTime Sports		النيل للرياضة		الإجمالي	
	ساعة	دقيقة	ساعة	دقيقة	ساعة	دقيقة
رياضات الرجل	٤٨٥	٥٥	٣٤٩	٥١	٨٣٥	٤٦
رياضات المرأة	٢	٤٦	٣	٤٢	٦	٢٨
الإجمالي	٤٨٨	٤١	٣٥٣	٣٣	٨٤٢	١٤

تُظهر بيانات هذا الجدول الفارق الكبير في مدة التغطية بين كل من رياضات الرجل مقارنة برياضات المرأة؛ حيث وصل إجمالي وقت عرض رياضات الرجال إلى ٨٣٥ ساعة و٤٦ دقيقة، بينما لم يزد الوقت المخصص لرياضات المرأة عن ٦ ساعات و٢٨ دقيقة. وبحساب النسب المئوية لزمن التغطية في القنوات جاءت النتائج التي يعرض لها الشكل البياني التالي رقم (٢).



شكل رقم (٢): النسب المئوية لمدة عرض رياضات المرأة والرجل

يكشف هذا الشكل البياني عن اتساع الفجوة في التغطية الإعلامية بين رياضات الرجال ورياضات المرأة، حيث استحوذت رياضات الرجل على ما نسبته ٩٩.٤% من زمن البث البرامجي في قناتي "ONTime Sports"، وما نسبته ٩٩% من زمن البث البرامجي في قناة "النيل للرياضة"، على حين كانت النسبة المتبقية (٠.٦% و١%) فقط من نصيب رياضات المرأة.

٢. القالب التحريري للتغطية

اعتمدت البرامج الرياضية محل الدراسة على عدة قوالب تحريرية في تغطيتها للأحداث الرياضية، ويعرض الجدول رقم (٤) لهذه القوالب.

جدول رقم (٤)

القوالب التحريرية للتغطية

القناة / القوالب	ONTime Sports		النيل للرياضة		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
خبر	١٧٥٥	%٥٠.٨	٢٧٥٥	%٥٦.٧	٤٥١٠	%٥٤.٢
تعليق خبري	١١٧٥	%٣٣.٩	١٩٢٧	%٣٩.٧	٣١٠٢	%٣٧.٣
حوار	٤٢٠	%١٢.١	١٦٩	%٣.٥	٥٨٩	%٧.١
تقرير خبري	١١٢	%٣.٢	٥	%٠.١	١١٧	%١.٤
الإجمالي	٣٤٦٢	%١٠٠	٤٨٥٦	%١٠٠	٨٣١٨	%١٠٠

استحوذت الأخبار على غالبية التغطية في القنوات محل الدراسة، حيث شكَّلت ما نسبته ٥٦.٧% من القوالب في قناة "النيل للرياضة" وحضرت بنسبة ٥٠.٨% في قناة "ONTime Sports". هذا يشير إلى أن كلتا القناتين تعتمد بشكل كبير على الأخبار كوسيلة رئيسية لتقديم المعلومات الرياضية بسرعة وفعالية للمشاهدين، وهو ما يلبِّي حاجة متابعي هذا النوع من المحتوى إلى مواكبة الأحداث الرياضية أولًا بأول.

جاءت التعليقات الخبرية لمقدمي البرامج في الترتيب الثاني للقوالب التحريرية، حيث بلغت نسبتها ٣٧.٣% من القوالب في كلتا القناتين. وقد بلغت نسبتها في قناة "النيل للرياضة ٣٩.٧%، بينما وصلت النسبة في قناة "ONTime Sports" إلى ٣٣.٩%. يعكس هذا تركيزًا كبيرًا على التحليل والتعليق على الأخبار والأحداث الجارية، حيث تمثل هذه التعليقات أداة هامة لمُقدِّمي البرامج لشرح الأخبار والربط بينها وتفسيرها للمشاهدين.

بينما تراجعت أعداد الحوارات التليفونية أو في الاستوديو مقارنةً بالأخبار والتعليقات، حيث بلغت نسبتها ٧.١% من إجمالي المواد محل التحليل، وقد بلغت ما نسبته ١٢.١% في قناة "ONTime Sports" و٣.٥% في قناة "النيل للرياضة". يُظهر هذا أن الحوارات ليست عنصرًا رئيسيًا في التغطية الرياضية، كما يعكس تفضيلًا أكبر للنقل السريع والمباشر للأحداث، مع اعتماد أقل على المناقشات الطويلة أو المتعمقة.

التقارير الخبرية تشكل النسبة الأقل من القوالب التحريرية، إذ لم يزد إجمالي نسبتها عن ١.٤% من المواد محل التحليل، وقد بلغت نسبتها ٣.٢% في قنوات "ONTime Sports" و٠.١% فقط في قناة "النيل للرياضة". قد يعكس هذا الاتجاه

نقصًا في الوقت أو الموارد لتقديم تقارير تحليلية مُتعمِّقة أو ضعف الاهتمام بهذا النوع من المحتوى مقارنةً بالأخبار السريعة والتعليقات المباشرة.

من هذا يمكن القول إن القنوات الرياضية تعتمد بشكل رئيسي على تقديم الأخبار والتعليقات المباشرة كاستجابة سريعة للأحداث الرياضية الجارية، وبما يعكس إدراك هذه القنوات ميل الجمهور إلى الحصول على المعلومات بسرعة مع بعض التحليل البسيط. بينما تأتي الحوارات والتقارير في مرتبة تالية ولكن بنسبة ضئيلة، مما يؤشِّر إلى تركيز أقل على المناقشات المُطوَّلة والتقارير المُتعمِّقة.

٣. نوع مُقدِّمي الفقرات البرامجية

يلعب مقدمي البرنامج الرياضي دورًا هامًا في تشكيل وتوجيه مدركات الجمهور عن الرياضيين والرياضيات من خلال التغطيات الإعلامية. ويُعد المُقدِّم وسيطًا بين الجمهور والمحتوى الرياضي، وله دور كبير في توجيه النقاشات، وطرح الأسئلة، وتسليط الضوء على إنجازات أو إخفاقات الرياضيين. هذا التأثير لا ينحصر في مجرد نقل المعلومات، بل يمتد إلى أسلوب العرض والتحليل، مما قد يعزز أو يضعف الصفات المنسوبة للرياضيين والرياضيات، سواء كانت إيجابية أو سلبية.

وبرصد نوع مُقدِّمي القوالب التحريرية لتغطيات رياضات كل من الرجل والمرأة في البرامج محل الدراسة ظهرت النتائج التي يعرض لها الجدول التالي رقم (٥).

جدول رقم (٥)

نوع مُقدِّمي الفقرات البرامجية

القناة / النوع	ONTime Sports		النيل للرياضة		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
أنثى	٣١٠٩	٦٤%	2293	٦٦.٢%	٥٤٠٢	٦٤.٩%
ذكر	١٧٤٧	٣٦%	١١٦٩	٣٣.٨%	٢٩١٦	٣٥.١%
الإجمالي	٣٤٦٢	١٠٠%	٤٨٥٦	١٠٠%	٨٣١٨	١٠٠%

اتضح من التحليل أن نسبة الإناث اللائي يقدمن الفقرات البرامجية أكبر من نسبة الذكور، حيث قدَّمت الإناث ما نسبته ٦٤.٩% من إجمالي المواد محل التحليل على كلا القناتين، بينما بلغت نسبة المواد التي قدَّمها ذكور ٣٥.١%. هذه النتائج تشير إلى تزايد دور المرأة في تقديم البرامج الرياضية، مما قد يعكس توجهًا نحو تعزيز مشاركة المرأة في الإعلام الرياضي.

وعلى مستوى كل قناة من القنوات محل الدراسة لم يختلف الحال عنه على مستوى العينة ككل، فقد قدَّمت الإناث ٦٦.٢% من المواد في قناة النيل للرياضة وما نسبته ٦٤% من المواد في قنوات ONTime Sports. وبالتالي فقد كان للإعلامية الرياضية حضورًا كبيرًا في القنوات التلفزيونية فاق في نسبته حضور الإعلاميين الرياضيين.

بشكل عام، يتضح من تحليل البرامج في كلتا القناتين أن الإناث يشكلن الجزء الأكبر من مقدمي الفقرات البرامجية، وهو ما قد يشير إلى اعتراف متزايد بدور المرأة في المجال الرياضي والإعلامي، بالإضافة إلى تغييرات في توجهات صناعة الإعلام الرياضي التلفزيوني نحو دعم هذا الدور.

٤. الرياضات محل التغطية في الحلقات البرامجية

عكست تغطيات البرامج الرياضية في القنوات الخاصة والحكومية محل الدراسة تنوعًا في رياضات المحترفين المنقولة تلفزيونيًا سواء كانت تخص الرجال فقط أم المرأة وحدها. وهو ما يعرض لنتيجته الجدول التالي رقم (٦).

جدول رقم (٦)

الرياضات محل التغطية

الرياضات / القناة		ONTime Sports (ن=٣٤٦٢)		النيل للرياضة (ن=٤٨٥٦)		الإجمالي (ن=٨٣١٨)	
		ك	%	ك	%	ك	%
كرة القدم	رجال	٣١٨١	%٩١.٩	٤٥٣٨	%٩٣.٥	٧٧١٩	%٩٢.٨
	مرأة	١٤	%٠.٤	٣	%٠.١	١٧	%٠.٢
كرة اليد	رجال	٥١	%١.٥	٦٩	%١.٤	١٢٠	%١.٤

القناة / الرياضات		ONTime Sports (ن=٣٤٦٢)		النيل للرياضة (ن=٤٨٥٦)		الإجمالي (ن=٨٣١٨)	
	مرأة	٩	%٠.٣	١٥	%٠.٣	٢٤	%٠.٣
اسكواش	رجال	١٩	%٠.٥	٢٨	%٠.٦	٤٧	%٠.٦
	مرأة	١٢	%٠.٣	١٧	%٠.٤	٢٩	%٠.٣
كرة السلة	رجال	٢٣	%٠.٧	٣٣	%٠.٧	٥٦	%٠.٧
	مرأة	٤	%٠.١	١٤	%٠.٣	١٨	%٠.٢
الكرة الطائرة	رجال	٣٨	%١.١	٢٠	%٠.٤	٥٨	%٠.٧
	مرأة	١١	%٠.٣	٣	%٠.١	١٤	%٠.٢
ألعاب القوى	رجال	١٦	%٠.٥	٢٥	%٠.٥	٤١	%٠.٥
	مرأة	١٠	%٠.٣	١٨	%٠.٤	٢٨	%٠.٣
الملاكمة	رجال	١٨	%٠.٥	٢٥	%٠.٥	٤٣	%٠.٥
	مرأة	٤	%٠.١	٨	%٠.٢	١٢	%٠.١
الخماسي الحديث	رجال	٢٥	%٠.٧	١٠	%٠.٢	٣٥	%٠.٤
	مرأة	٢	%٠.١	٣	%٠.١	٥	%٠.١
جمباز	رجال	٢	%٠.١	٤	%٠.١	٦	%٠.١
	مرأة	١٢	%٠.٣	١٥	%٠.٣	٢٧	%٠.٣
أكثر من لعبة	رجال	٩	%٠.٣	٤	%٠.١	١٣	%٠.٢
	مرأة	٢	%٠.١	٤	%٠.١	٦	%٠.١
الإجمالي	رجال	3382	%97.7	4756	%٩٧.٩	8138	%97.9
	مرأة	80	%2.3	100	%2.1	180	%2.1

كما يتضح من بيانات هذا الجدول فقد بلغ إجمالي الفقرات التي تناولت رياضة الرجال ٩٧.٩% من إجمالي الفقرات محل التحليل توزَّعت بين قنوات "ONTime Sports" بنسبة ٩٧.٧% وقناة "النيل للرياضة" بنسبة 97.9%، على حين لم تظهر رياضات المرأة سوى فيما نسبته ٢.١% من إجمالي الفقرات توزَّعت بين قنوات "ONTime Sports" بنسبة ٢.٣% من فقراتها وبنسبة 2.1% من فقرات قناة "النيل للرياضة".

وعلى مستوى رياضات الرجال فقد جاءت "كرة القدم" في مقدمة الرياضات محل التغطية في الفقرات البرامجية، حيث ظهرت فيما نسبته ٩٢.٨% من الفقرات، وقد ظهرت فيما نسبته ٩٣.٥% من تغطية قناة "النيل للرياضة" وما نسبته ٩١.٩% من تغطية قنوات "ONTime Sports". بينما قل ظهور الرياضات الأخرى مثل كرة اليد وكرة السلة والكرة الطائرة وألعاب القوى وغيرها من الرياضات الأخرى.

أما على مستوى رياضات المرأة فمع الأخذ في الاعتبار قلة عدد الفقرات المُخصصة لها، فقد جاءت كل من رياضة "الاسكواش" ورياضة "ألعاب القوى" في مقدمتها فيما نسبتها ٠.٣% من إجمالي الفقرات، يليهما رياضة "الجمباز"، ثم "كرة اليد"، ورياضات أخرى. وعلى حين حازت رياضات كرة القدم والجمباز والاسكواش للمرأة (على الترتيب) على عدد أكبر من الفقرات في تغطية قنوات "ONTime Sports"، فقد جاءت رياضات ألعاب القوى والاسكواش وكرة اليد للمرأة (على الترتيب) في مقدمة الرياضات التي حازت على تغطية أكبر في قناة النيل للرياضة.

٥. جنسيات الرياضيين

التنوُّع في تغطيات البرامج الرياضية محل البحث لم يكن مُتعلقًا بالرياضات المختلفة فحسب، وإنما أمكن رصده أيضًا في جنسيات اللاعبين واللاعبات ممارسي الرياضات التي تناولتها هذه البرامج. وقد تحددت الجنسيات في ثلاثة تصنيفات هي عامة هي: المصرية والعربية والأجنبية (تشمل الأوروبية واللاتينية). ويعرض الجدول التالي رقم (٧) للنتيجة الخاصة بجنسية الرياضيين في البرامج.

جدول رقم (٧)

جنسيات الرياضيين

الجنسية / القناة		ONTime Sports (ن=٣٤٦٢)		النيل للرياضة (ن=٤٨٥٦)		الإجمالي (ن=٨٣١٨)	
		ك	%	ك	%	ك	%
مصرية	رجال	3159	٩١.٢%	٤٥٤٦	٩٣.٦%	٧٧٠٥	٩٢.٦%
	مرأة	٥٧	١.٦%	٨١	١.٧%	١٣٨	١.٧%
عربية	رجال	١٠١	٢.٩%	٦٧	١.٤%	١٦٨	٢%
	مرأة	٧	٠.٢%	٩	٠.٢%	١٦	٠.٢%
أجنبية	رجال	١٢٢	٣.٥%	١٤٣	٢.٩%	٢٦٥	٣.٢%
	مرأة	١٦	٠.٥%	١٠	٠.٢%	٢٦	٠.٣%
الإجمالي	رجال	٣٣٨٢	٩٧.٧%	٤٧٥٦	٩٧.٩%	٨١٣٨	٩٧.٨%
	مرأة	٨٠	٢.٣%	١٠٠	٢.١%	١٨٠	٢.٢%

يتضح من الجدول أن الرياضيين المصريين يستحوذون على النصيب الأكبر من التغطية الإعلامية في كل من قنوات ONTime Sports وقناة النيل للرياضة بإجمالي بلغ ٩٤.٣% من إجمالي فقرات القناتين. وقد مثَّل الرجال المصريون نسبة ٩١.٢% من التغطية على قنوات ONTime Sports و٩٣.٦% على قناة النيل للرياضة، مع نسبة إجمالية بلغت ٩٢.٦%.

هذا التركيز الكبير على الرياضيين المصريين يمكن فهمه بالنظر إلى أن القناتين محليتان وتغطيان الرياضات المصرية بشكل أساسي. ومع ذلك، هناك فجوة واضحة في تغطية النساء المصريات، حيث شكلت تغطيتهن ١.٧% فقط من الإجمالي.

أما الرياضيون العرب، فقد كانت نسبة التغطية لهم ضئيلة نسبيًا مقارنة بالرياضيين المصريين، حيث بلغت النسبة الإجمالية ٢% لرياضات الرجال و٠.٢% لرياضات المرأة. هذه النسب تعكس قلة التركيز الإعلامي على الرياضيين من الدول العربية الأخرى، مع العلم أن العديد من هذه الدول تشارك في بطولات إقليمية ودولية بجانب مصر. النسبة المنخفضة للنساء العربيات (٠.٢%) تؤشر إلى ضعف الاهتمام الإعلامي برياضات المرأة العربية.

تظهر البيانات أن الرياضيين الأجانب يشكلون نسبة ٣.٢% من إجمالي التغطية للرجال و٠.٣% للنساء. وعلى الرغم من أن هذه النسبة أعلى من الرياضيين العرب، إلا أنها لا تزال منخفضة، وهو ما يشير إلى أن القنوات تركز بشكل رئيسي على الرياضيين المحليين، سواء في المنافسات المحلية أو الدولية التي يشارك فيها المصريون.

٦. تصنيف الحدث الرياضي

يؤثر تصنيف الحدث الرياضي من حيث كونه مصريا أم عربيًا أم عالميًا أم غيره على مقدار ما يحظى به من تغطية إعلامية، وما يلقاه من اهتمام جماهيري. وببحث الأحداث التي عالجتها تغطيات القنوات محل التحليل أمكن الوصول إلى النتيجة التي يعرض الجدول التالي رقم (٨)

جدول رقم (٨)

تصنيف الحدث الرياضي

التصنيف	القناة	ONTime Sports (ن=٣٤٦٢)		النيل للرياضة (ن=٤٨٥٦)		الإجمالي (ن=٨٣١٨)	
		ك	%	ك	%	ك	%
مصري	رجال	3042	%٨٧.٩	٤٤٨٥	%٩٢.٤	٧٥٢٧	%٩٠.٥
	مرأة	١٩	%٠.٥	١٦	%٠.٣	٣٥	%٠.٤
عالمي	رجال	٢٠٤	%٥.٩	١٨٩	%٣.٩	٣٩٣	%٤.٧
	مرأة	٤٣	%١.٢	٥٦	%١.٢	٩٩	%١.٢
قاري	رجال	١٠٧	%٣.١	٩٧	%٢	٢٠٤	%٢.٥
	مرأة	٥	%٠.١	٩	%٠.٢	١٤	%٠.٢
عربي	رجال	١٠٩	%٣.١	٨٥	%١.٨	١٩٤	%٢.٣
	مرأة	١٣	%٠.٤	١٩	%٠.٤	٣٢	%٠.٤
الإجمالي	رجال	٣٣٨٢	%٩٧.٧	٤٧٥٦	%٩٧.٩	٨١٣٨	%٩٧.٨
	مرأة	٨٠	%٢.٣	١٠٠	%٢.١	١٨٠	%٢.٢

يتضح من النتائج الواردة في هذا الجدول رقم (٨) أن الأحداث المصرية تستحوذ على النصيب الأكبر من التغطية بنسبة ٩٠.٩% من إجمالي الأحداث، مما يبرز التركيز الكبير على الرياضات المحلية خاصةً بالنسبة للرجال. أما الأحداث العالمية فهي تحتل المرتبة الثانية بنسبة ٥.٩%، وهو مؤشر على الاهتمام النسبي بالأحداث التي تحظى بمتابعة دولية، ولكنها تأتي في مرتبة أقل مقارنة بالأحداث المحلية. في المقابل، الأحداث القارية والعربية تشكل نسبًا أصغر، حيث تمثل ٢.٩% و٢.٧% على التوالي.

على مستوى قنوات ONTime Sports، فإنها تغطي شكل أساسي الأحداث المصرية بنسبة ٨٧.٩% لرياضات الرجال و٠.٥% لرياضات المرأة، مع تغطية بسيطة للأحداث العالمية بنسبة ٥.٩% لرياضات الرجال و١.٢% لرياضات المرأة. وهذا يعكس ميل القناة نحو التركيز على الأحداث المحلية مع اهتمام أقل بالمنافسات العالمية انعكس في قلة عدد الفقرات التي انصبت تغطياتها على معالجة هذه المنافسات.

أما على مستوى قناة النيل للرياضة، فقد جاءت تغطية الأحداث المصرية في المرتبة الأعلى أيضًا بنسبة ٩٢.٤% لرياضات الرجال و٠.٣% لرياضات المرأة، وهو

ما يظهر تركيز القناة على الرياضات المحلية بشكل كبير. غير أن اللافت للنظر هو أن نسبة تغطية الأحداث العالمية كانت أقل قليلًا مقارنة بقنوات ONTime Sports، حيث بلغت ٣.٩% لرياضات الرجال و١.٢% لرياضات المرأة.

٧. مدى نسبة صفات إيجابية أو سلبية للرياضيين والرياضات في التغطيات

بالنظر إلى أهمية الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في تشكيل الصورة الذهنية للرياضيين، واعتماد هذه الصورة إلى حد كبير على الأوصاف التي يتم استخدامها في التغطيات الرياضية، كان من الضروري دراسة مدى نسبة السمات الإيجابية أو السلبية إلى الرياضيين والرياضات في التغطيات محل الدراسة، وهو ما يعرض لنتيجته الجدول التالي رقم (٩)

جدول رقم (٩)

مدى نسبة صفات إيجابية أو سلبية للرياضيين والرياضات في التغطيات

مدى النسبة / القناة		ONTime Sports (ن=٣٤٦٢)		النيل للرياضة (ن=٤٨٥٦)		الإجمالي (ن=٨٣١٨)	
		ك	%	ك	%	ك	%
صفات إيجابية	رجال	2978	%٨٦	٤٢٦٤	%٨٧.٨	٧٢٤٢	%٨٧.١
	مرأة	٦٣	%١.٨	٦٦	%١.٤	١٢٩	%١.٦
صفات سلبية	رجال	٨٩	%٢.٦	٣٨٩	%٨	٤٧٨	%٥.٧
	مرأة	١٥	%٠.٤	٢٢	%٠.٥	٣٧	%٠.٤
لا توجد	رجال	٣١٥	%٩.١	١٠٣	%٢.١	٤١٨	%٥
	مرأة	٢	%٠.١	١٢	%٠.٢	١٤	%٠.٢
الإجمالي	رجال	٣٣٨٢	%٩٧.٧	٤٧٥٦	%٩٧.٩	٨١٣٨	%٩٧.٨
	مرأة	٨٠	%٢.٣	١٠٠	%٢.١	١٨٠	%٢.٢

تكشف بيانات هذا الجدول أن الغالبية العظمي ٩٤.٨% من الفقرات محل التحليل ظهرت فيها صفات منسوبة للرياضيين، بينما لم تزد نسبة الفقرات التي لا توجد بها صفات عن ٥.٢% من إجمالي العينة.

وقد طغت السمات الإيجابية على رياضات الرجال، حيث ظهرت فيما نسبته ٨٧.١% من الفقرات، بينما بلغت نسبتها في رياضات المرأة ١.٦%، وقد كانت السمات الإيجابية أكثر ظهورا في برامج قناة النيل للرياضة بنسبة ٨٧.٨% من فقراتها،

وبلغت نسبتها في قنوات ONTime Sports ٨٦%. أما رياضات المرأة فبلغت نسبة الفقرات التي ظهرت فيها السمات الإيجابية ١.٨% في قنوات ONTime Sports و١.٤% في قناة النيل للرياضة.

أما عن السمات السلبية في رياضات الرجال فقد ظهرت فيما نسبته ٥.٧% من الفقرات، بينما بلغت نسبتها في رياضات المرأة ٠.٤%، وقد كانت السمات السلبية أيضًا أكثر ظهورًا في برامج قناة النيل للرياضة بنسبة ٨% من فقراتها، وبلغت نسبتها في قنوات ONTime Sports ٢.٦%. أما رياضات المرأة فبلغت نسبة الفقرات التي ظهرت فيها السمات السلبية ٠.٥% في قناة النيل للرياضة و٠.٤% في قنوات ONTime Sports.

إجمالاً يمكن القول إن التغطيات الرياضية تميل إلى إبراز الصفات الإيجابية سواء في رياضات الرجل أم رياضات المرأة، لكن مع ملاحظة وجود تباين كبير في كيفية تقديم الرياضيين من الجنسين. وهو ما يبرز دور وسائل الإعلام في تشكيل الصورة العامة للرياضة وممارسيها.

٨. مجال الوصف في التغطية

يمثل مجال الوصف في التغطية أحد الجوانب المهمة التي تعكس كيفية تناول وسائل الإعلام للأحداث الرياضية وتقديمها للجمهور. يتنوع هذا الوصف بين التركيز على صفات الشكل والصفات المتعلقة بالأداء، ويُظهر هذا المجال مدى الاهتمام الذي توليه وسائل الإعلام لكل من رياضات الرجال والنساء، وما إذا كان هناك توازن في التركيز بين الجوانب الشكلية والأداء الفعلي للرياضيين. ويعرض الجدول التالي نتائج التحليل التي تسلط الضوء على كيفية تقسيم مجال الوصف بين الرجال والمرأة في قنوات ONTime Sports وقناة النيل للرياضة.

جدول رقم (١٠)

مجال الوصف في التغطية

مجال الصفات / القناة		ONTime Sports (ن=3145)		النيل للرياضة (ن=4741)		الإجمالي (ن=7886)	
		ك	%	ك	%	ك	%
صفات الأداء	رجال	1781	%56.6	2893	%61	4674	%59.3
	مرأة	54	%1.7	59	%1.2	113	%1.4
صفات الشكل	رجال	1286	%40.9	1760	%37.2	3046	%38.6
	مرأة	24	%0.8	29	%0.6	53	%0.7

يعرض هذا الجدول رقم (١٠) نتائج تحليل مجال الوصف في في التغطية التلفزيونية لقنوات ONTime Sports وقناة النيل للرياضة، والتي جاءت على النحو التالي:

- فيما يخص صفات الأداء، فقد جاءت في الصدارة حيث بلغ إجمالي نسبة المواد التي تناولت صفات تتعلق بالأداء ٦٠.٧%، توزعت بين ٥٩.٣% في رياضات الرجال و١.٤% في رياضات المرأة. وعلى مستوى كل قناة من القنوات محل البحث، فقد بلغت نسبة المواد التي ركزت على صفات الأداء في قناة النيل للرياضة ٦١% في رياضات الرجال و١.٢% في رياضات المرأة، أما في قنوات ONTime Sports فقد بلغت نسبة المواد التي عالجت صفات الأداء ٥٦.٦% في رياضات الرجال و١.٧% في رياضات المرأة.
- فيما يخص صفات الشكل، فقد جاءت بعد صفات الآداء، حيث بلغ إجمالي نسبة المواد التي تناولت صفات تتعلق بالشكل ٣٩.٣%، توزعت بين ٣٨.٦% في رياضات الرجال و٠.٧% في رياضات المرأة. وعلى مستوى كل قناة من القنوات محل البحث، فقد بلغت نسبة المواد التي ركزت على صفات الشكل في قنوات ONTime Sports ٤٠.٩% في رياضات الرجال و٠.٨% في رياضات المرأة، أما في قناة النيل للرياضة فقد بلغت نسبة المواد التي عالجت صفات الأداء ٣٧.٢% في رياضات الرجال و٠.٦% في رياضات المرأة.

تشير هذه النتيجة إلى أن الارتفاع النسبي في إبراز صفات الأداء مقارنة بصفات الشكل في التغطية الإعلامية للأحداث الرياضية، يستوي في هذا أن تكون الرياضة خاصة بالرجال أم بالمرأة، أخذا في الاعتبار التباين الكبير في عدد المواد التي تخص كل نوع رياضة لصالح رياضات الرجال.

٩. الصفات المنسوبة للرياضيين والرياضات في التغطيات

عند تحليل مدى نسبة الصفات المنسوبة للرياضيين والرياضات في التغطيات الإعلامية، يمكن التطرق إلى مجموعة من الجوانب التي تتعلق بكيفية وصف الرياضيين في هذه التغطيات، سواء من حيث التركيز على الجوانب المهارية أو الأخلاقية. ومن خلال تحليل الصفات المنسوبة في التغطيات أمكن الوصول للنتيجة التي يعرض لها الجدولين التاليين رقمي (١١) و(١٢).

جدول رقم (١١)

الصفات الإيجابية المنسوبة للرياضيين والرياضيات في التغطية

الصفات / القناة		ONTime Sports (ن=٢٩٧٨)		النيل للرياضة (ن=٤٢٦٤)		الإجمالي (ن=٧٢٤٢)	
		ك	%	ك	%	ك	%
السرعة	رجال	١٤٧٢	%٤٩.٤	٢٨٥٧	%٦٧	٤٣٢٩	%٥٩.٨
	مرأة	٧	%٠.٢	٩	%٠.٢	١٦	%٠.٢
المهارة	رجال	٩٩٧	%٣٣.٥	٣٠١٥	%٧٠.٧	٤٠١٢	%٥٥.٤
	مرأة	٢	%٠.١	٤	%٠.١	٦	%٠.١
القوة	رجال	١٦٩٠	%٥٦.٧	٢١٨٩	%٥١.٣	٣٨٧٩	%٥٣.٦
	مرأة	٥	%٠.٢	٩	%٠.٢	١٤	%٠.٢
التركيز	رجال	١٠١١	%٣٣.٩	٢٥٧٩	%٦٠.٥	٣٥٩٠	%٤٩.٦
	مرأة	١٩	%٠.٦	٢٦	%٠.٦	٤٥	%٠.٦
الشجاعة	رجال	١٥٦٢	%٥٢.٥	٢٠٠٩	%٤٧.١	٣٥٧١	%٤٩.٣
	مرأة	٦	%٠.٢	١١	%٠.٣	١٧	%٠.٢
الدقة	رجال	٧٥٣	%٢٥.٣	١٨٧٩	%٤٤.١	٢٦٣٢	%٣٦.٣
	مرأة	٨	%٠.٣	-	-	٨	%٠.١
الروح الرياضية	رجال	٥١٤	%١٧.٣	٥٨٤	%١٣.٧	١٠٩٨	%١٥.٢
	مرأة	٢٦	%٠.٩	٣٠	%٠.٧	٥٦	%٠.٨
الانضباط	رجال	٢٧٩	%٩.٤	٧٥٠	%١٧.٦	١٠٢٩	%١٤.٢
	مرأة	-	-	١٢	%٠.٣	١٢	%٠.٢
المرونة/ اللياقة	رجال	٥٨	%١.٩	٣٥١	%٨.٢	٤٠٩	%٥.٦
	مرأة	١٠	%٠.٣	١٨	%٠.٤	٢٨	%٠.٤
التعاون	رجال	٧٧	%٢.٦	٢٣٧	%٥.٦	٣١٤	%٤.٣
	مرأة	٤	%٠.١	-	-	٤	%٠.١
التحمل	رجال	١٧٨	%٦	١١٦	%٢.٧	٢٩٤	%٤.١
	مرأة	٤	%٠.١	١٠	%٠.٢	١٤	%٠.٢
التفاني	رجال	٢٨	%٠.٩	٧٧	%١.٨	١٠٥	%١.٤
	مرأة	٢٠	%٠.٧	١٧	%٠.٤	٣٧	%٠.٥
التكيف	رجال	١٦	%٠.٥	٤٥	%١.١	٦١	%٠.٨
	مرأة	-	-	١٥	%٠.٤	١٥	%٠.٢

تعرض النتيجة الواردة في هذا الجدول توزيع الصفات الإيجابية المنسوبة للرياضيين والرياضيات في تغطية قنوات ONTime Sports وقناة "النيل للرياضة". يتضح من النسب المئوية أن هناك تفاوتًا ملحوظًا في عدد المرات التي تُنسب فيها هذه الصفات للرياضيين بين القناتين، كما أن التغطية تميل بشكل كبير نحو الرياضيين الذكور، حيث تُنسب لهم معظم الصفات الإيجابية مقارنةً بالإناث. على الرغم من أن الرياضيين الذكور في "النيل للرياضة" يحصلون على نسبة أكبر في بعض الصفات مقارنةً بـ "ONTime Sports"، إلا أن هناك ميلًا عامًا لتمثيل الصفات الإيجابية بنسب منخفضة للرياضيات الإناث على القناتين.

ففي قنوات "ONTime Sports" جاءت الصفات كالتالي:

- القوة: تركز القناة بشكل كبير على صفة القوة بنسبة ٥٦.٧% للذكور، وهي واحدة من أعلى الصفات التي نُسبت للرياضيين، بينما تبقى هذه النسبة شبه معدومة في تغطية رياضات المرأة.
- الشجاعة والتركيز: الصفات العقلية مثل التركيز والشجاعة تُنسب بنسبة كبيرة للذكور (٥٢.٥% و٣٣.٩% على التوالي)، بينما نرى ضعفًا كبيرًا في تمثيل المرأة الرياضية بهاتين الصفتين.
- السرعة: ينسب لهذه القناة التركيز على سرعة الرياضيين الذكور بنسبة ٤٩.٤% من مجمل الفقرات التي حملت سمات إيجابية، وهي نسبة مرتفعة، بينما تُنسب هذه الصفة للرياضيات الإناث بنسبة ضئيلة (٠.٢%). هذا يشير إلى تركيز واضح على الأداء البدني للرياضيين الرجال.
- المهارة: نسبة ٣٣.٥% من الرياضيين الذكور يوصفون بالمهارة، مقارنة بتمثيل ضئيل جدًا للرياضيات (٠.١%). القناة تبرز أداء الرياضيين الرجال بشكل أكبر.
- الدقة والروح الرياضية: الدقة تُنسب بنسبة ٢٥.٣% للذكور بينما لا تحظى المرأة بنفس الاهتمام، كذلك الروح الرياضية التي جاءت بنسبة ١٧.٣% للذكور و٠.٩% للإناث.

- الصفات الأقل تركيزًا: صفات مثل التحمل والتعاون والمرونة والتفاني والتكيف تظل ذات تمثيل ضعيف في تغطية القناة، سواء للذكور أو الإناث.

أما في قناة "النيل للرياضة" فقد جاءت الصفات كالتالي:

- المهارة: المهارة تُنسب بنسبة ٧٠.٧% للذكور، مما يدل على أن القناة تسلط الضوء بشكل واضح على الجوانب الفنية للرياضيين الذكور.
- السرعة: سلَّطت القناة الضوء بشكل أكبر على سرعة الرياضيين الذكور بنسبة ٦٧%، وهي نسبة أعلى بكثير من ظهورها في قنوات "ONTime Sports"، بينما تبقى نسبة الصفة لدى الإناث ضئيلة (٠.٢%).
- التركيز والقوة: تُنسب صفة التركيز بنسبة ٦٠.٥% والقوة بنسبة ٥١.٣% للذكور، وهو تمثيل ملحوظ لهذه الصفات العقلية والبدنية مقارنة بقنوات "ONTime Sports".
- الشجاعة والدقة: القناة تُنسب الشجاعة والدقة بنسب مرتفعة (٤٧.١% و٤٤.١% على التوالي) للذكور، وهو ما يشير إلى أن القناة تعطي اهتمامًا خاصًا لهذه الجوانب.
- الانضباط والروح الرياضية: الروح الرياضية تأتي بنسبة منخفضة نسبيًا عند "النيل للرياضة" (١٣.٧%)، ولكن الانضباط يحصل على تمثيل أعلى (١٧.٦%).
- الصفات الأقل انتشارًا كانت المرونة والتعاون والتحمل والتفاني التي ظهرت بنسب منخفضة جدًا لدى القناة، خاصة فيما يتعلق بالرياضيين الإناث، ما يعكس نمطًا عامًا لا يُبرز هذه الصفات.
- انخفضت إلى حد كبير الصفات الإيجابية المنسوبة للمرأة الرياضية، وكان أكثرها ظهورًا الروح الرياضية فيما نسبته ٠.٧%، والتركيز في ٠.٦% من الفقرات محل التحليل بالقناة.

من هذه النتيجة يمكن القول إنه على الرغم من أن كلتا القناتين تركزان بشكل أكبر على الرياضيين الذكور، إلا أن "النيل للرياضة" مالت بصورة أوضح إلى إسناد الصفات الإيجابية مثل المهارة والسرعة والتركيز والقوة، في حين أن " ONTime Sports" تركز على صفات مثل السرعة والمهارة والقوة. كذلك هناك ضعف عام في نسبة إسناد الصفات الإيجابية للرياضيات في كلتا القناتين، مما يعكس تحديات تمثيل النساء في الإعلام الرياضي، حيث تظل مساهماتهن في الأداء البدني والعقلي غير بارزة.

جدول رقم (١٢)

الصفات السلبية المنسوبة للرياضيين والرياضيات في التغطية

الصفات	القناة	ONTime Sports (ن=١٠٤)		النيل للرياضة (ن=٤١١)		الإجمالي (ن=٥١٥)	
		ك	%	ك	%	ك	%
الغضب المفرط	رجال	٢٦	%٢٥	١١٦	%٢٨.٢	١٤٢	%٢٧.٦
	مرأة	-	-	١	%٠.٢	١	%٠.٢
الأنانية	رجال	١٦	%١٥.٤	٤٩	%١١.٩	٦٥	%١٢.٦
	مرأة	٢	%١.٩	٤	%١	٦	%١.٢
التهاون واللامبالاة	رجال	٥	%٤.٨	٥٨	%١٤.١	٦٣	%١٢.٢
	مرأة	٢	%١.٩	١	%٠.٢	٣	%٠.٦
تراجع المستوى	رجال	١٩	%١٨.٣	٢٩	%٧.١	٤٨	%٩.٣
	مرأة	٧	%٦.٧	٨	%١.٩	١٥	%٢.٩
ضعف اللياقة البدنية	رجال	٩	%٨.٧	٣٧	%٩	٤٦	%٨.٩
	مرأة	٥	%٤.٨	٨	%١.٩	١٣	%٢.٥
قلة الانضباط	رجال	١٠	%٩.٦	٢٤	%٥.٨	٣٤	%٦.٦
	مرأة	٤	%٣.٨	٦	%١.٥	١٠	%١.٩
التردد أو الخوف	رجال	٩	%٨.٧	١٥	%٣.٦	٢٤	%٤.٧
	مرأة	٦	%٥.٨	٧	%١.٧	١٣	%٢.٥
الغرور	رجال	٩	%٨.٧	١٨	%٤.٤	٢٧	%٥.٢
	مرأة	١	%١	-	-	١	%٠.٢

يعرض هذا الجدول رقم (١٢) الصفات السلبية المنسوبة إلى الرياضيين والرياضيات في التغطيات الرياضية عبر قنوات ONTime Sports وقناة "النيل للرياضة".

وقد مثَّلت الصفات السلبية المتعلقة بالرجال الجزء الأكبر من التغطية السلبية، حيث ظهرت صفة الغضب المفرط بنسبة ٢٧.٦% من مجمل الفقرات التي حملت صفات سلبية، تليها الأنانية بنسبة ١٢.٦%، ثم التهاون واللامبالاة بنسبة ١٢.٢%. بالمقابل، نجد أن الصفات السلبية المنسوبة للمرأة الرياضية تمثل نسبًا صغيرة جدًا مقارنة بالرجال، مما يشير إلى انخفاض التركيز على السلوكيات السلبية للرياضيات في التغطيات الإعلامية.

في قنوات "ONTime Sports" جاءت الصفات كالتالي:

من الملاحظ أن صفة الغضب المفرط كانت الصفة السلبية الأكثر بروزًا في تغطية القناة بنسبة ٢٥% بين الرجال، مما يعكس ميل الإعلام إلى تسليط الضوء على هذه السمة عند الرياضيين الذكور. تليها في المرتبة الثانية صفة تراجع المستوى فيما نسبته ١٨.٣%، ثم صفة الأنانية بنسبة ١٥.٤% بين الرجال، ثم قلة الانضباط التي ظهرت فيما نسبته ٩.٦% من الفقرات التي حملت سمات سلبية.

أما عن الصفات السلبية التي ارتبطت برياضات المرأة في تغطيات القناة، فقد جاء في مقدمتها تراجع المستوى فيما نسبته ٦.٧% من الفقرات التي حملت سمات سلبية، تليها التردد أو الخوف بنسبة ٥.٨%، ثم ضعف اللياقة البدنية بنسبة ٤.٨%.

أما في قناة النيل للرياضة فجاءت الصفات كالتالي:

كانت قناة النيل للرياضة أكثر تركيزًا على الصفات السلبية مقارنة بقنوات ONTime Sports، حيث بلغت نسبة ظهور الغضب المفرط ٢٨.٢% بين الرياضيين الرجال. ومن بعدها جاءت صفة التهاون واللامبالاة التي ظهرت بنسبة ١٤.١%، وهي نسبة مرتفعة مقارنة بقنوات ONTime Sports (٤.٨%)، مما قد يشير إلى تركيز إعلامي أكبر على هذه الصفات في تغطية النيل للرياضة، ثم صفة الأنانية بنسبة ١١.٩%.

بينما فيما يخص التغطية المتعلقة برياضات المرأة، فقد ظهرت الصفات السلبية في تغطياتها بنسب أقل بكثير مقارنة بالرجال، وهو ما قد يشير إلى تقليل أهمية

السلوكيات السلبية للرياضيات أو تقليل التركيز الإعلامي عليهن. وقد كان تراجع المستوى وضعف اللياقة البدنية الصفتين السلبيتين الأكثر ظهورًا في رياضات المرأة بنسبة ١.٩% من إجمالي فقرات الصفات السلبية.

١٠. العوامل الخبرية في التغطيات

تأتي العوامل الخبرية على رأس قائمة مُحدِّدات أهمية الأخبار وملائمتها في التغطيات الإعلامية، حيث تمارس دورًا محوريًا في توجيه انتباه الجمهور وترتيب الأولويات في نقل المعلومات. من خلال تحليل هذه العوامل، يمكن فهم الأسباب وراء اختيار موضوعات معينة في التغطيات الرياضية.

جدول رقم (١٣)

العوامل الخبرية في التغطيات

العوامل الخبرية / القناة		ONTime Sports (ن=٣٤٦٢)		النيل للرياضة (ن=٤٨٥٦)		الإجمالي (ن=٨٣١٨)	
		ك	%	ك	%	ك	%
الشهرة	رجال	٣٤٥٩	%٩٩.٩	٤٨٣٤	%٩٩.٥	٨٢٩٣	%٩٩.٧
	مرأة	٦٢	%١.٨	٩٠	%١.٩	١٥٢	%١.٨
الحداثة	رجال	٣٣٥٩	%٩٧	٤١٦٢	%٨٥.٧	٧٥٢١	%٩٠.٤
	مرأة	٧٣	%٢.١	٨٦	%١.٨	١٥٩	%١.٩
الملائمة	رجال	٢٩٩٠	%٨٦.٤	٣٩٨٠	%٨٢	٦٩٧٠	%٨٣.٨
	مرأة	٥١	%١.٥	٦٤	%١.٣	١١٥	%١.٤
القرب	رجال	٢٧٥٥	%٧٩.٦	٣٨٩١	%٨٠.١	٦٦٤٦	%٧٩.٩
	مرأة	٧٤	%٢.١	٩٥	%٢	١٦٩	%٢
الوضوح	رجال	٢٨٧٤	%٨٣	٣٤٦١	%٧١.٣	٦٣٣٥	%٧٦.٢
	مرأة	٢٤	%٠.٧	٢١	%٠.٤	٤٥	%٠.٥
الاستمرارية	رجال	٢٠٠٨	%٥٨	٢٦٧٣	%٥٥	٤٦٨١	%٥٦.٣
	مرأة	٦	%٠.٢	٥	%٠.١	١١	%٠.١
الصراع	رجال	١٦٨٤	%٤٨.٦	٢٦٨٤	%٥٥.٣	٤٣٦٨	%٥٢.٥
	مرأة	٥	%٠.١	٧	%٠.١	١٢	%٠.١
الاهتمام الإنساني	رجال	٩٨٦	%٢٨.٥	١٥٥٨	%٣٢.١	٢٥٤٤	%٣٠.٦
	مرأة	٩	%٠.٣	٨	%٠.٢	١٧	%٠.٢
الحجم	رجال	٢٧٣	%٧.٩	٧٦١	%١٥.٧	١٠٣٤	%١٢.٤
	مرأة	٢٥	%٠.٧	٣٧	%٠.٨	٦٢	%٠.٧
التأثير	رجال	٨٧	%٢.٥	٢١٩	%٤.٥	٣٠٦	%٣.٧
	مرأة	١٦	%٠.٥	٩	%٠.٢	٢٥	%٠.٣
الغرابة	رجال	٥٧	%١.٦	١٣٦	%٢.٨	١٩٣	%٢.٣
	مرأة	-	-	٥	%٠.١	٥	%٠.١

يعرض هذا الجدول رقم (١٣) نتيجة تحليل العوامل الخبرية في المواد محل التحليل في تغطيات قنوات ONTime Sports وقناة النيل للرياضة، حيث جاء ترتيب هذه العوامل في رياضات الرجال ورياضات المرأة على النحو التالي:

- في الترتيب الأول جاء عامل الشهرة فيما نسبته ٩٩.٧% من المواد الخاصة برياضات الرجال، وقد ظهر في رياضات الرجال بنسبة ٩٩.٩% في قنوات ONTime Sports و٩٩.٥% في النيل للرياضة، في حين أن تمثيل المرأة في هذا العامل يكاد يكون معدومًا، حيث بلغت نسبته ١.٨% في كلا القناتين. ما يُبرز الفجوة الكبيرة في تسليط الضوء على الشخصيات النسائية في التغطيات الرياضية.
- بينما حل عامل الحداثة ثانيًا إذ ظهر فيما نسبته ٩٠.٤% من إجمالي المواد محل التحليل، وقد حصل الرجال أيضًا على نصيب كبير من هذا العامل في تغطية رياضاتهم، حيث بلغت نسبتهم ٩٧% في قنوات ONTime Sports و٨٥.٧% في النيل للرياضة، ما يشير إلى الاهتمام الكبير بتغطية الأحداث الجديدة المتعلقة بالرجال، بينما انخفضت نسبة ظهور هذا العامل في تغطية رياضات المرأة، بمعدل ٢.١% في قنوات ONTime Sports و١.٨% في النيل للرياضة.
- فيما يخص عامل الملائمة، فقد ظهر في ٨٣.٨% من رياضات الرجال، وكان حضوره أكبر في تغطية هذه الرياضات في قنوات ONTime Sports بنسبة ٨٦.٤% مقارنة بظهوره في قناة النيل للرياضة بنسبة ٨٢%، بينما كانت نسبة تغطية النساء بسبب هذا العامل أقل من ٢%.
- الأمر ذاته يمكن ملاحظته مع عامل القرب، حيث ظهر في رياضات الرجال بنسبة ٧٩.٩%، وكان ظهوره في قنوات ONTime Sports بنسبة ٧٩.٦% وفي قناة النيل للرياضة بنسبة ٨٠.١%، مع بقاء تغطية رياضات المرأة انطلاقًا من هذا العامل محدودًا بنسبة ٢%.

- في الترتيب الخامس جاء عامل الوضوح فيما نسبته ٧٦.٢% من رياضات الرجال، وقد ظهر هذا العامل فيما نسبته ٨٣% من تغطية قنوات ONTime Sports و٧١.٣% في قناة النيل للرياضة، بينما كانت نسبة رياضات المرأة في هذا العامل منخفضة للغاية (٠.٧% و٠.٤% على التوالي في القناتين).
- مقارنة بالعوامل السابقة فقد كان هناك اهتمام أقل بعامل الاستمرارية حيث ظهر فيما نسبته ٥٦.٣% من تغطية رياضات الرجال، وقد ظهر هذا العامل فيما نسبته ٥٨% من تغطية قنوات ONTime Sports و٥٥% في قناة النيل للرياضة، بينما كانت نسبة رياضات المرأة في هذا العامل منخفضة أيضًا حيث بلغت نسبتهن ٠.٢% فقط في قنوات ONTime Sports و٠.١% في النيل للرياضة.
- ظهر عامل الصراع فيما نسبته ٥٢.٥% من رياضات الرجال محل التحليل، يُلاحظ أن النيل للرياضة قد أعطت اهتمامًا أكبر للرجال في هذا الجانب بنسبة ٥٥.٣% مقارنة بـ٤٨.٦% في قنوات ONTime Sports، في حين كانت نسبة تغطية رياضات المرأة ضئيلة للغاية حيث لم تزد عن ٠.١% في القناتين.
- بالنسبة لعامل الاهتمام الإنساني فقد ظهر فيما نسبته ٣٠.٦% من رياضات الرجال، سجل هذا العامل نسبة أعلى بقليل في قناة النيل للرياضة عند تغطية رياضات الرجال ٣٢.١% مقارنة بـ٢٨.٥% في قنوات ONTime Sports، بينما ظل تمثيل النساء محدودًا جدًا في كلا القناتين بنسبة ٠.٣% و٠.٢%.
- أما العوامل الأخرى وهي الحجم والتأثير والغرابة فقد ظهرت بنسب ١٢.٤% و٣.٧% و٢.٣% في رياضات الرجال، بينما قل ظهورها في تغطية رياضات المرأة على القنوات محل التحليل.

تكشف هذه النتائج عن الفجوة الملحوظة بين القنوات محل التحليل في توظيف العوامل الخبرية بين رياضات الرجال ورياضات المرأة. تُظهر البيانات أن رياضات الرجال تتصدر تغطيات القناتين في جميع العوامل الخبرية، بدءًا من الشهرة والحداثة، وصولًا إلى الملائمة والقرب. على الرغم من وجود نسب عالية لهذه العوامل في تغطيات الرجال، إلا أن تمثيل النساء يظل ضعيفًا للغاية، حيث تظهر النسب بشكل ضئيل لا يتجاوز ٢% في معظم العوامل.

نتائج اختبار الفروض البحثية

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مدى الاهتمام التلفزيوني الذي تحظى به كل من رياضات الرجال ورياضات المرأة قياسًا إلى:

٣) الزمن المُخصَّص للتغطية التلفزيونية لكل مِنهما.

٤) عدد المواد المُخصصة لكل منهما.

جدول رقم (١٤)

معنوية الفروق في الزمن المُخصَّص للتغطية التلفزيونية لكل مِن رياضات الرجال ورياضات المرأة

نوع الرياضات	الزمن بالدقيقة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	مستوى المعنوية
رياضات الرجال	٥٠١٦٤	٤٠.٠٦	٠.٠٤٥	١٥.٣١	٨٣١٦	٠.٠٠٠
رياضات المرأة	٣٨٨	٥.٢١	١.٢٠٧			

تكشف القيم الكميَّة الواردة في هذا الجدول رقم (١٤) عن معنوية الفروق بين رياضات الرجال ورياضات المرأة في الزمن المُخصَّص للتغطية التلفزيونية لكل مِنهما، حيث بلغت قيمة "ت" ١٥.٣١، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند درجة حرية ٨٣١٦ ومستوى معنوية أقل من ٠.٠٥. وقد كانت هذه الفروق لصالح رياضات الرجال بمتوسط حسابي ٤٠.٠٦ مقارنة برياضات المرأة بمتوسط حسابي ٥.٢١. ما يعني أن رياضات الرجال حازت على تغطية زمنية أطول بكثير مقارنة بتلك التي خُصِّصت لرياضات المرأة، وذلك بدلالة إحصائية.

جدول رقم (١٥)

معنوية الفروق في عدد المواد المُخصَّصة لكل من رياضات الرجال ورياضات المرأة

نوع الرياضات	عدد المواد	المتوسط الرتبي	مجموع الرتب	مان ويتني	قيمة Z	مستوى المعنوية
رياضات الرجال	٨١٣٨	٥٥٠٠	٤٤٧٥٩	١٤٩١١	٦.٢٠-	٠.٠٠٠
رياضات المرأة	١٨٠	٢٠٠	٣٦٠٠٠			

أيضًا تُفصح القيم الكميَّة الواردة في هذا الجدول رقم (١٥) عن معنوية الفروق بين رياضات الرجال ورياضات المرأة في عدد المواد المُخصَّصة لكل منهما، حيث بلغت قيمة "اختبار مان يتني" ١٤٩١١، وبلغت قيمة Z -٦.٢٠، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية أقل من ٠.٠٥. وقد كانت هذه الفروق لصالح رياضات الرجال بمتوسط رتبي ٥٥٠٠ مقارنة برياضات المرأة بمتوسط رتبي ٢٠٠. ما يعني أن رياضات الرجال استحوذت على عدد من المواد البرامجية أكبر من ذلك الذي استحوذت عليه رياضات المرأة، وذلك بدلالة إحصائية.

من مجمل هذه النتيجة يمكن القول إن اختبار صحة الفرض الأول القائل بـ "وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مدى الاهتمام التلفزيوني الذي تحظى به كل من رياضات الرجال ورياضات المرأة قياسًا إلى: الزمن المُخصَّص للتغطية التلفزيونية لكل منهما، وعدد المواد المُخصصة لكل منهما" قد انتهى إلى ثبوت صحته بشكل كلي.

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الصفات المنسوبة للرياضيين والرياضات في المواد محل التحليل

جدول رقم (١٦)

معنوية الفروق في الصفات الإيجابية المنسوبة للرياضيين والرياضات في المواد محل التحليل

نوع الرياضات	عدد المواد	المتوسط الرتبي	مجموع الرتب	مان ويتني	قيمة Z	مستوى المعنوية
رياضات الرجال	٨١٣٨	٨٦٠٠	١١٢٠٠	٣٤٤٧٣	٥.٥٠-	٠.٠٠٠
رياضات المرأة	١٨٠	١٧٠٠	٤٥٠			

تُظهر القيم الكميَّة الواردة في هذا الجدول رقم (١٦) معنوية الفروق في الصفات الإيجابية المنسوبة للرياضيين والرياضات في المواد محل التحليل، حيث بلغت

قيمة "اختبار مان يتني" ٣٤٤٤٣، وبلغت قيمة Z -٥.٥٠٠، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية أقل من ٠.٠٥. وقد كانت هذه الفروق لصالح رياضات الرجال بمتوسط رتبي ٨٦٠٠ مقارنة برياضات المرأة بمتوسط رتبي ١٧٠٠. ما يعني أن الصفات الإيجابية كانت أكثر ارتباطًا برياضات الرجال مقارنة بارتباطها برياضات المرأة، وذلك بدلالة إحصائية.

جدول رقم (١٧)

معنوية الفروق في الصفات السلبية المنسوبة للرياضيين والرياضات في المواد محل التحليل

نوع الرياضات	عدد المواد	المتوسط الرتبي	مجموع الرتب	مان ويتني	قيمة Z	مستوى المعنوية
رياضات الرجال	٨١٣٨	٥٢٠٠	٤٢٣١٧٦	١٤٨١١	٥.٧٠-	٠.٠٠٠
رياضات المرأة	١٨٠	١٥٠٠	٢٧٠٠٠			

أيضًا تُظهر القيم الكميَّة الواردة في هذا الجدول رقم (١٧) معنوية الفروق في الصفات السلبية المنسوبة للرياضيين والرياضات في المواد محل التحليل، حيث بلغت قيمة "اختبار مان يتني" ١٤٨١١، وبلغت قيمة Z -٩.٧٢٠، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية أقل من ٠.٠٥. وقد كانت هذه الفروق لصالح رياضات الرجال بمتوسط رتبي ٥٢٠٠ مقارنة برياضات المرأة بمتوسط رتبي ١٥٠٠. ما يعني أن الصفات السلبية كانت أكثر ارتباطًا برياضات الرجال مقارنة بارتباطها برياضات المرأة، وذلك بدلالة إحصائية.

من مجمل هذه النتيجة يمكن القول إن اختبار صحة الفرض الثاني القائل بـ "وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الصفات الإيجابية والسلبية المنسوبة للرياضيين والرياضات في المواد محل التحليل" قد انتهى إلى ثبوت صحته بشكل كلي.

الفرض الثالث: تزيد صفات الشكل في تغطية رياضات المرأة مقارنة بتغطية رياضات الرجال التي تزيد فيها صفات الأداء

جدول رقم (١٨)

معنوية الفروق في صفات الشكل بين رياضات الرجال ورياضات المرأة في المواد محل التحليل

نوع الرياضات	عدد المواد	المتوسط الرتبي	مجموع الرتب	مان ويتني	قيمة Z	مستوى المعنوية
رياضات الرجال	٨١٣٨	٩٢١٠	٥٧١٣٠	٢٢٦١٤	٤.١٣٠	٠.٠٦٩
رياضات المرأة	١٨٠	٣٦٠	١٦٠٧٠			

تُبين القيم الكميَّة الواردة في هذا الجدول رقم (١٨) عدم معنوية الفروق في صفات الشكل بين رياضات الرجال ورياضات المرأة في المواد محل التحليل، حيث بلغت قيمة "اختبار مان يتني" ٢٢.٦١٤، وبلغت قيمة Z ٤.١٣٠، وهي قيمة غير دالة إحصائيًا (مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥). ما يعني أنه لم تكن هناك اختلافات معنوية تذكر في استخدام صفات الشكل وتوظيفها في التغطية التلفزيونية لكل من رياضات الرجال ورياضات المرأة.

جدول رقم (١٩)

معنوية الفروق في صفات الأداء بين رياضات الرجال ورياضات المرأة في المواد محل التحليل

نوع الرياضات	عدد المواد	المتوسط الرتبي	مجموع الرتب	مان ويتني	قيمة Z	مستوى المعنوية
رياضات الرجال	٨١٣٨	١٠٠٩٠	٤٩٥٦٠	٢٧٣٦٢	٣.٦٦٨	٠.٣٢٦
رياضات المرأة	١٨٠	٤٤٠	١٣٤٥٠			

كما تُبين القيم الكميَّة الواردة في هذا الجدول رقم (١٩) عدم معنوية الفروق في صفات الشكل بين رياضات الرجال ورياضات المرأة في المواد محل التحليل، حيث بلغت قيمة "اختبار مان يتني" ٢٢.٦١٤، وبلغت قيمة Z ٤.١٣٠، وهي قيمة غير دالة إحصائيًا (مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥). ما يعني أنه لم تكن هناك اختلافات معنوية تذكر في استخدام صفات الأداء وتوظيفها في التغطية التلفزيونية لكل من رياضات الرجال ورياضات المرأة.

من مجمل هذه النتيجة يمكن القول إن اختبار صحة الفرض الثالث القائل بإن "صفات الشكل تزيد في تغطية رياضات المرأة مقارنة بتغطية رياضات الرجال التي تزيد فيها صفات الأداء" قد انتهى إلى ثبوت عدم صحته بشكل كلي.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين العوامل الخبرية وزمن التغطية في كل من رياضات الرجال ورياضات المرأة

جدول رقم (٢٠)

معنوية العلاقة الارتباطية بين العوامل الخبرية وزمن التغطية في كل من رياضات الرجال ورياضات المرأة

عوامل الاقتران	رياضات الرجال		رياضات المرأة	
	معامل بيرسون	مستوى المعنوية	معامل بيرسون	مستوى المعنوية
الشهرة	٠.٥٢٠**	٠.٠٠٠	٠.١٨٥**	٠.٠٠١
الحداثة	٠.٤١٤**	٠.٠٠٠	٠.٢٤٧**	٠.٠٠٠
الملائمة	٠.٣٢٨**	٠.٠٠٠	٠.١٩٣**	٠.٠٠٥
القرب	٠.٣٦٩**	٠.٠٠٠	٠.٣٠٧**	٠.٠٠٠
الوضوح	٠.٤٧٠**	٠.٠٠٠	٠.٣٦٧**	٠.٠٠٠
الاستمرارية	٠.٣٤٩**	٠.٠٠٠	٠.٢٠٠**	٠.٠٠٠
الصراع	٠.٢٨٧**	٠.٠٠٠	٠.٢٣٤**	٠.٠٠١
الاهتمام الإنساني	٠.٢٦٤**	٠.٠٠٠	٠.١٧٩**	٠.٠٠١
الحجم	٠.٠٠٩	٠.٨٩٧	٠.٠٦٤	٠.٣٥٠
التأثير	٠.٠٩٨	٠.١٥٤	-٠.٠٣٩	٠.٥٧٠
الغرابة	٠.٠٥٤	٠.٤٢٨	٠.١٢٨	٠.٠٦٠
** دال عند مستوى معنوية ٠.٠١				

تكشف القيم الكمية الواردة في هذا الجدول رقم (٢٠) بخصوص مدى معنوية العلاقة الارتباطية بين العوامل الخبرية وزمن التغطية في كل من رياضات الرجال ورياضات المرأة عن النتائج التالية:

- **فيما يخص عامل الشهرة:** اتَّضحت معنوية العلاقة الارتباطية بين هذا العامل وزمن التغطية، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون للارتباط بينهما في رياضات الرجال ٠.٥٢٠، بينما بلغت القيمة في رياضات المرأة ٠.١٨٥، وجميعها قيم دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية أقل من ٠.٠١. وهي علاقات

طردية، ما يعني أنه زمن التغطية يزيد مع زيادة شهرة الشخصية الرياضية والعكس بالعكس، وهذا على مستوى كل من رياضات الرجال ورياضات المرأة على السواء.

- **فيما يخص عامل الحداثة**: اتَّضحت معنوية العلاقة الارتباطية بين هذا العامل وزمن التغطية، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون للارتباط بينهما في رياضات الرجال ٠.٤١٤، بينما بلغت القيمة في رياضات المرأة ٠.٢٤٧، وجميعها قيم دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية أقل من ٠.٠١. وهي علاقات طردية، ما يعني أن الأخبار والموضوعات الرياضية الأحدث حظيت بزمن تغطية أطول مقارنة بتلك القديمة والعكس بالعكس، وهذا على مستوى كل من رياضات الرجال ورياضات المرأة على السواء.
- **فيما يخص عامل الملائمة**: اتَّضحت معنوية العلاقة الارتباطية بين هذا العامل وزمن التغطية، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون للارتباط بينهما في رياضات الرجال ٠.٣٢٨، بينما بلغت القيمة في رياضات المرأة ٠.١٩٣، وجميعها قيم دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية أقل من ٠.٠١. وهي علاقات طردية، ما يعني أنه كلمات كانت الأخبار المقدمة ذات صلة بقضايا مستمرة زاد الزمن المخصص لها في التغطية التلفزيونية والعكس بالعكس، وهذا على مستوى كل من رياضات الرجال ورياضات المرأة على السواء.
- **فيما يخص عامل القرب**: اتَّضحت معنوية العلاقة الارتباطية بين هذا العامل وزمن التغطية، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون للارتباط بينهما في رياضات الرجال ٠.٣٦٩، بينما بلغت القيمة في رياضات المرأة ٠.٣٠٧، وجميعها قيم دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية أقل من ٠.٠١. وهي علاقات طردية، ما يعني أن الأحداث المحلية حظيت بزمن تغطية أطول مقارنة بالأحداث العالمية والعكس بالعكس، وهذا على مستوى كل من رياضات الرجال ورياضات المرأة على السواء.

- **فيما يخص عامل الوضوح**: اتَّضحت معنوية العلاقة الارتباطية بين هذا العامل وزمن التغطية، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون للارتباط بينهما في رياضات الرجال ٠.٤٧٠، بينما بلغت القيمة في رياضات المرأة ٠.٣٦٧، وجميعها قيم دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية أقل من ٠.٠١. وهي علاقات طردية، ما يعني أن زيادة وضوح الأحداث وعدم تعقيدها يتسبب في زيادة زمن تغطيتها والعكس بالعكس، وهذا على مستوى كل من رياضات الرجال ورياضات المرأة على السواء.
- **فيما يخص عامل الاستمرارية**: اتَّضحت معنوية العلاقة الارتباطية بين هذا العامل وزمن التغطية، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون للارتباط بينهما في رياضات الرجال ٠.٣٤٩، بينما بلغت القيمة في رياضات المرأة ٠.٢٠٠، وجميعها قيم دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية أقل من ٠.٠١. وهي علاقات طردية، ما يعني أن كلما كانت الأخبار والأحاديث الرياضية تتناول قضايا موضع نقاش عام لبعض الوقت، حتى لو لم تكن جديدة، يزيد زمن تغطيتها تلفزيونيا مقارنة بالقضايا التي تفتقر إلى هذه الاستمرارية والعكس بالعكس، وهذا على مستوى كل من رياضات الرجال ورياضات المرأة على السواء.
- **فيما يخص عامل الصراع**: اتَّضحت معنوية العلاقة الارتباطية بين هذا العامل وزمن التغطية، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون للارتباط بينهما في رياضات الرجال ٠.٢٨٧، بينما بلغت القيمة في رياضات المرأة ٠.٢٣٤، وجميعها قيم دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية أقل من ٠.٠١. وهي علاقات طردية، ما يعني أنه كلما زادت درجة الصراع في الأحداث الرياضية زاد زمن تغطيتها والعكس بالعكس، وهذا على مستوى كل من رياضات الرجال ورياضات المرأة على السواء.
- **فيما يخص عامل الاهتمام الإنساني**: اتَّضحت معنوية العلاقة الارتباطية بين هذا العامل وزمن التغطية، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون للارتباط بينهما في رياضات الرجال ٠.٢٦٤، بينما بلغت القيمة في رياضات المرأة

٠.١٧٩، وجميعها قيم دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية أقل من ٠.٠١. وهي علاقات طردية، ما يعني أنه كلما كان للحدث الرياضي طابع إنساني زاد زمن تغطيته والعكس بالعكس، وهذا على مستوى كل من رياضات الرجال ورياضات المرأة على السواء.

- **فيما يخص عوامل الحجم والتأثير والغرابة**: اتَّضح عدم معنوية العلاقة الارتباطية بين هذه العوامل وزمن التغطية، حيث كانت قيم معامل بيرسون للارتباط بينهما في كل من رياضات الرجال ورياضات المرأة غير دالة إحصائية (مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠١).

من مجمل هذه النتيجة يمكن القول إن اختبار صحة الفرض الرابع القائل بـ "معنوية العلاقة الارتباطية بين العوامل الخبرية وزمن التغطية في كل من رياضات الرجال ورياضات المرأة" قد انتهى إلى ثبوت صحته بشكل جزئي.

مناقشة نتائج الدِّراسة

في كتابهما المعنون "الإعلام والجندر: قراءات نقدية" تصف أستاذتي الصحافة Cynthia Carter وLinda Steiner الإعلام الرياضي بأنه "أحد أكثر فروع الإعلام التي شهدت تحيزات قائمة على أساس النوع" [٧٩]. وهما بهذا المنحى كان يشيران بالأساس إلى وسائل الإعلام الغربية بشكل عام التي رأوها "مجالاً خاصًا للرجال استطاعوا فرض هيمنتهم عليه" وبما لا يتماشى مع الازدهار الكبير في مشاركات المرأة الرياضية، ونجاحها في خوض غمار المنافسات الإقليمية والعالمية على مستوى مختلف الرياضات، وتحقيق إنجازات رسَّخت حضورها في كافة المحافل الرياضية.

هذه الرؤية استلهمت فقط النظريات النسوية في فهمهما للظواهر المرتبطة بعمل الإعلام الرياضي، وتفسير ما اعتبرته "عدم مساواة بين الجنسين" في بيئة العمل الإعلامي، وهي النظريات التي ترى أن الإعلام يُعزز الأدوار الجندرية التقليدية من

خلال التقليل من قيمة إنجازات الرياضيات أو التركيز على مظهرهن الخارجي بدلاً من قدراتهن الرياضية، وتسلِّط ضوءً قويًا على التمييز الذي تواجهه المرأة في المجال الرياضي، وتدعو إلى تغييرات هيكلية في طريقة تناول الإعلام لرياضة المرأة لتحقيق المزيد من المساواة.

غير إن هذه المنطلق التنظيري النسوي أغفل اعتبارًا جوهريًا في تناوله لواقع الجندر في الإعلام الرياضي ألا وهو كون "الرياضة صناعة"، ما يعني أنها تركز بشكل أساسي على الربحية دون النظر إلى الفوارق الجندرية بشكل مباشر. فعلى سبيل المثال، تقدِّم الصناعة الرياضية منتجات وخدمات تستهدف جمهورًا واسعًا، ذكورًا وإناثًا، مثل الرعاية، البث التلفزيوني، وتسويق الأدوات الرياضية. كما أن الشركات والاتحادات تستثمر في الرياضيين والألعاب بناءً على عوامل الشعبية والأداء، وهي عوامل ذات صلة بالموضوع ذاته وليس نوع المشاركين فيه بالضرورة.

على هذا الأساس سعت الدراسة إلى اختبار الجندرية في الإعلام الرياضي المرئي المصري من خلال مقاربة تحليلية تستند إلى نظرية العوامل الخبرية باعتبارها أداة فعالة لفهم كيفية اختيار وتقديم الأخبار والأحداث الرياضية المتعلقة بالمرأة مقارنةً بالرجال، حيث تعتمد النظرية على تحديد العوامل التي تجعل الخبر جديرًا بالتغطية، مثل الشهرة والصراع والقرب وغيرها، وهو ما يتيح الحكم على مدى انحياز القنوات التلفزيونية المصرية الحكومية والخاصة في تغطياتها للرياضات المختلفة، وما إذا كان هذا الانحياز يستند إلى اعتبارات جندرية أم ينطلق من متطلبات الصناعة التي تُعلي قيمة العوامل الخبرية.

بتطبيق أداة تحليل المحتوى على عينة عمدية من البرامج التلفزيونية التي عرضتها قنوات ONTime Sports (١، ٢) والنيل للرياضة توزَّعت بين صباحية ومسائية، وجميعها تُذاع مباشرة على الهواء، وبلغ حجم العينة ٥٦٤ حلقة، وبإجمالي زمن بث بلغ ٨٤٢ ساعة و١٤ دقيقة توصَّلت الدراسة إلى إن رياضات الرجال سيطرت على الغالبية العظمى من التغطية سواء من حيث زمن البث (٩٩.٤%) أو قياسًا إلى

عدد الفقرات (٩٧.٨%)، ما قاد إلى انخفاض شديد في تغطية رياضات المرأة في البرامج محل التحليل.

اتفقت الدراسة في هذه النتيجة مع عدد كبير من الدراسات التي أبرزت التفاوت الكبير في الزمن المخصص لتغطية رياضات الرجال مقارنة بذلك المخصص لرياضات المرأة، ومنها على سبيل المثال دراسة Scott, O., et al. (٢٠٢٢)، ودراسة Arth, Z. W., et al. (٢٠١٩)، ودراسة Xu, Q., et al. (٢٠١٩)، ودراسة Coche, R., & Tuggle, C. A. (٢٠١٦)، ودراسة Coche, R., & Tuggle, C. A. (٢٠١٦)، ودراسة Billings, A. C., & Young, B. D. (٢٠١٥). بينما لم تختلف الدراسة في هذه النتيجة سوى مع عدد محدود من الدراسات هي دراسة Billings, A., & Angelini, J. (٢٠١٩).

إذا كان هذا هو الحال على مستوى الحضور التلفزيوني للمرأة كرياضية، فقد اختلف جذريًا مع المرأة كإعلامية، حيث قدَّمت الإعلاميات ثُلثي المواد محل التحليل بما نسبته ٦٤.٩% مقارنة بالرجال الذين قدَّموا ثلث المواد بما نسبته ٣٥.١%. هذا الحضور القوي للمرأة على صعيد التقديم التلفزيوني للرياضات المختلفة يمكن أن يؤشر إلى وجود تحول إيجابي في تمكين المرأة في المجال الإعلامي الرياضي، حيث أصبحت تشغل مساحة أكبر في تقديم البرامج الرياضية، وهو ما يعكس تغيرًا في الأدوار التقليدية التي كانت تُسند إلى الرجال في هذا المجال، وسعيًا مؤسَّسيًا لتحقيق التوازن بين الجنسين في الإعلام المرئي المصري.

واتَّخذت التغطية التلفزيونية لكل من رياضات الرجال ورياضات المرأة عدَّة قوالب غلب عليها في المقام الأول الطابع الخبري (أخبار، وتعليقات، وتقارير)، وهذا النوع من التغطية يتناسب مع اهتمام الجمهور المعني بالاطلاع السريع والمباشر على الأحداث الجارية، سواء كانت تخص المباريات أو نتائجها أو التعاقدات والتغيُّرات في الفرق الرياضية، كما يبحث عن فَهم أعمق للرياضة، ويتوق إلى تحليلات فنية وتكتيكية تساعده في تقييم الأداء الرياضي. على حين تُظهر النسبة المنخفضة للمواد الحوارية

(٧.١%) تركيزًا أقل على النقاشات المفتوحة أو استضافة الخبراء والرياضيين لمناقشة قضايا رياضية متعددة الأبعاد.

وقد توافق ترتيب الرياضات محل التغطية مع مدى الشعبية التي تحظى بها في المجتمع المصري جريًا مع مفهوم الصناعة الرياضية، حيث جاءت كرة القدم في مُقدِّمة هذه الرياضات باستحواذها على ما نسبته ٩٣% من إجمالي الفقرات محل التحليل. وهو ما يتساوق مع الفرضية القائلة باعتبار كرة القدم الرياضة الأكثر شعبية في مصر بلا منازع، مع اعتماد الصناعة الرياضية على حقوق البث، الإعلانات، والرعايات التجارية التي ترتبط غالبًا بهذه الرياضة.

تلت كرة القدم من حيث حجم التغطية الإعلامية رياضات اخرى مثل كرة اليد والاسكواش وكرة السلة وإن بفارق كبير. هذا الفارق يشير إلى أن هذه الرياضات، رغم تحقيقها بعض النجاح على المستويين المحلي والدولي، ما تزال تفتقر إلى الدعم الجماهيري والمؤسسي الذي تحظى به كرة القدم. فالاسكواش، مثلاً، هو أحد الرياضات التي حققت فيها مصر نجاحات عالمية بارزة، ومع ذلك فإن نقص التغطية الإعلامية يشير إلى ضعف الاستثمار الإعلامي في هذه الرياضة مقارنة بكرة القدم.

من هذا يمكن القول إن اختيار الرياضات التي تتم تغطيتها تلفزيونيًا يرتبط بمدى شعبيتها وقدرتها على جذب الإعلانات والتمويل من خلال حقوق البث. لهذا تُهيمن كرة القدم على التغطية نظرًا للعوائد الاقتصادية التي تولدها مقارنةً بالرياضات الأخرى. هذا النمط من نماذج العمل Business Model يعكس مفهوم "الصناعة الرياضية"، حيث يتم توجيه التغطية والاهتمام إلى الرياضات التي تُسهم في تحريك عجلة الاقتصاد الرياضي، مما يجعل الإعلام الرياضي جزءًا من هذه المنظومة الاقتصادية.

واتسع نطاق تغطية القنوات الرياضية المصرية للرياضات والأحداث الرياضية، وامتد ليشمل رياضيين من جنسيات مختلفة، وعلى الرغم من أن الرياضيين المصريين قد ظهروا في الغالبية العظمي من التغطيات، فلم يغب الرياضيون العرب والأجانب من التغطيات وإن انخفضت تمامًا نسب حضورهم. كما كانت النسبة الأعلى

من الأحداث التي جرت تغطيتها مصرية بنسبة ٩٠.٩%، وهي أقل تكلفة وأسهل من الناحية اللوجستية مقارنة بتغطية الأحداث الدولية التي تتطلب موارد أكبر. تليها بفارق تغطية دورة الألعاب الأولمبية في باريس بنسبة ٦% من الفقرات، ثم الأحداث والقارية والعربية معًا بنسبة ٥.٤%.

وحملت التغطية التلفزيونية للأحداث الرياضية المختلفة أوصافًا متنوعة أُطلِقت بحق الرياضيين والرياضيات، وطغت الإيجابية على الصفات الواردة في غالبية الفقرات سواءً كان الرياضة للرجال أم رياضة المرأة، وإن كانت أكثر حضورًا في الأخيرة مقارنة بالأولى. وهو ما يعني أن الصورة المنقولة للمرأة الرياضية كانت إيجابية أكثر منها سلبية، كما كانت أكثر إيجابية مقارنة بتلك التي تخص الرجال. بينما ظهرت الصفات السلبية في ٦.١% من الفقرات، ما يمكن عدَّه توجهًا عامًا نحو تقليل النقد أو الانتقاص من الرياضيين، وقد يكون جزءًا من استراتيجية إعلامية لدعم وتشجيع الأداء الرياضي بشكل إيجابي. على حين خلى ما نسبته ٥.٢% من الفقرات من الصفات الإيجابية والسلبية معًا.

وانصرفت غالبية الفقرات الواردة في التغطية بنسبة ٦٠.٧% إلى إطلاق صفات تتعلق بأداء الرياضيين والرياضيات، ما يساعد في تقديم تقييم شامل للجمهور حول قدراتهم ونجاحهم أو فشلهم في تحقيق النتائج المتوقعة، كما يلعب هذا النوع من التغطية دورًا مهمًا في تشكيل الرأي العام حول الرياضيين والفرق الرياضية، حيث يساهم في تعزيز سمعة الرياضيين البارزين أو انتقاد الأداء المتدني. على حين حظيت صفات الشكل بالظهور فيما نسبته ٣٩.٣% من الفقرات. هذا التركيز على الشكل قد يعكس جوانب من المعايير الإعلامية التي تروج لصورة معينة للرياضيين، سواء من حيث الأناقة أو اللياقة البدنية.

وعلى خِلاف ما قد يتبادر للذهن من أن صفات الشكل قد غلبت على تغطية رياضات المرأة مقارنة برياضات الرجال، فقد كشف التحليل عن أن صفات الشكل قد ظهرت في كلا النوعين من الرياضات، وأن التركيز عليها كان أكثر وضوحًا في رياضات الرجال مقارنة برياضات المرأة. ومن الممكن أن يرتبط هذا التركيز على الشكل الخارجي بأدوار الرياضيين كنجوم مجتمعيين، حيث يُنظر إليهم كأيقونات شعبية ليست فقط بسبب أدائهم الرياضي، ولكن أيضًا بسبب صورتهم الشخصية التي يجذبون بها المتابعين.

ومن ثم فهذه النتيجة تغاير التصوير النمطي الشائع الذي كشفت عنه بعض الدراسات السابقة من أن المرأة الرياضية تتعرض عادةً لاهتمام أكبر بمظهرها مقارنة بأدائها، حيث يتبين أن الإعلام الرياضي يتبنى أحيانًا معايير مختلفة في تغطية الرياضيين الذكور، فيُنظر إلى مظهرهم كجزء من حضورهم الإعلامي. وهو ما يمكن أن يقود بدوره إلى تعزيز النقاش حول كيفية تقديم الرياضيين في الإعلام، وما إذا كان التركيز على المظهر يعزز الصورة العامة للرياضة أو يعوق تقييم الأداء الرياضي بشكل موضوعي.

ومن الدراسات التي اختلفت معها الدراسة في هذه النتيجة دراسة Xu, Q., et al. (٢٠١٩)، دراسة MacArthur, P. J., et al. (٢٠١٧)، ودراسة MacArthur, P. J., et al. (٢٠١٦). وهو ما يمكن عزوه إلى الاختلاف في المنطلقات النظرية والأبستمولوجية مع الباحثين، وكذلك الاختلاف في العينة المدروسة وما يستتبعه من تباينات في التوجهات الثقافية والجماهيرية للقنوات؛ فأغلب من درسوا صفات الرياضيين عالجوها من منظور أيدلوجي نسوي، وانصرفت تحليلاتهم إلى أحداث رياضية بعينها خلال فترات زمنية قصيرة، بينما تبنَّت الدراسة الراهنة منطلقًا أكثر حيادية يتمثَّل في نظرية العوامل الخبرية، وعالجت فترة زمنية طويلة نسبيًا قياسًا إلى حجم عينتها.

وعلى مستوى الصفات الإيجابية التي ارتبطت بالرياضيين والرياضيات، فقد جاء السرعة في الترتيب الأول، تليها مباشرة المهارة، ثم القوة، بينما جاء التركيز في المرتبة الرابعة، يليه الشجاعة، ثم الدقة. وهي صفات تعد أساسية في الأداء الرياضي المتميز، سواء في الرياضات الفردية أو الجماعية. هذا الترتيب يعكس كيف ينظر الإعلام الرياضي إلى العوامل الحاسمة في نجاح الرياضيين بصرف النظر عن اعتبار نوع الرياضي.

أما فيما يخص الصفات السلبية فقد حل في مقدِّمتها الغضب المفرط، يليه الأنانية، ثم التهاون واللامبالاة، ورابعًا جاء تراجع المستوى، ثم ضعف اللياقة البدنية. تشير هذه الصفات إلى ضرورة التركيز على الانضباط الذاتي والسلوكيات الإيجابية في الوسط الرياضي، حيث تعكس التحديات التي قد تواجههم في الأداء والضغط النفسي. هذه الصفات لا تعكس فقط عيوبًا فردية، بل تدل أيضًا على الحاجة إلى تحسين مستوى

الأداء وتطوير المسؤولية الاجتماعية للرياضيين كقدوات، مما يستدعي دعمًا أكبر في الجوانب النفسية والبدنية لتعزيز النجاح والتفوق.

كذلك لا يمكن إغفال إن الاختلافات الجندرية كانت حاضرة في التغطية التلفزيونية لكل من رياضات الرجال ورياضات المرأة في قنوات ONTime Sports وقناة النيل للرياضة، حيث أظهرت نتائج اختبار الفروض البحثية معنوية الفروق بين نوعي الرياضات في مدى الاهتمام التلفزيوني الذي تحظى به، وذلك قياسًا إلى الزمن المُخصَّص وعدد المواد المُخصَّصة للتغطية التلفزيونية لكل مِنهما، حيث زادت في رياضات الرجال مقارنة برياضات المرأة وذلك بدلالة إحصائية.

وفي الوقت الذي كشفت فيه نتائج اختبار الفروض البحثية عن معنوية الفروق في الصفات الإيجابية والسلبية المنسوبة للرياضيين والرياضات في المواد محل التحليل، حيث كانت هذه الصفات بنوعيها أكثر ارتباطًا برياضات الرجال منها برياضات المرأة، فقد ظهر أيضًا عدم معنوية الفروق في نسبة صفات الشكل أو صفات الأداء إلى الرياضيين من منظور نوعهم، حيث ظهر كلا الشكلين من الصفات في رياضات الرجال ورياضات المرأة على السواء دون تمييز.

بينما عند اختبار علاقة العوامل الخبرية بزمن التغطية في كل من رياضات الرجال ورياضات المرأة، فقد كشفت النتائج عن معنويتها، حيث حازت زمن تغطية أطول تلك الرياضات التي ظهرت فيها العوامل الخبرية وتحديدًا الشهرة والحداثة والملائمة والقرب والوضوح والاستمرارية والصراع والاهتمام الإنساني.

ومن ثم فقد رصدت الدراسة زيادة اهتمام القنوات الرياضية محل التحليل برياضات الرجال، وتمييزها بزمن تغطية أطول وعدد فقرات أكبر مقارنة برياضات المرأة، غير أن هذا الاهتمام لم يكن راجعًا لنوع ممارسي الرياضة بقدر ما لعبت فيه العوامل الخبرية الدور الأكبر على نحو ما أفادت به نتائج اختبار الفروض، فاختيارات القنوات للأخبار والموضوعات النقاشية وتعليق مقدميها عليها انطلق من اعتبارات مهنية بالأساس، وهو ما يمكن توضيحه على النحو التالي:

١. الشهرة (Prominence)

الشهرة تعد عاملاً رئيسيًا في التغطية الإعلامية الرياضية؛ فهي تدفع القنوات إلى التركيز على الفرق الرياضية والشخصيات المعروفة التي تلقى إقبالًا من الجمهور. بالنسبة لقنوات مثل ONTime Sports والنيل للرياضة، فتغطية أخبار لاعبي كرة القدم الذكور المشهورين تعود في المقام الأول لشعبيتهم الكبيرة، وليس لكونهم ذكورًا. ويعني هذا أن الشهرة تتجاوز الاعتبارات الجندرية إلى حد كبير، حيث يسعى الإعلام إلى تقديم الشخصيات الأكثر شهرة لاستقطاب أكبر عدد من المشاهدين، بغض النظر عن جنسهم.

٢. الحداثة (Timeliness)

تُعتبر الحداثة عاملاً أساسيًا في تحديد المواضيع الرياضية المطروحة، فالأخبار التي تغطي أحداثًا رياضية جارية أو حديثة تلقى أولوية لدى الجمهور. من هنا، يتم تغطية الرياضات والأحداث الكبرى القائمة على اللحظة الراهنة، مثل بطولات كرة القدم وكرة اليد، بناءً على حداثتها. وهكذا، فإن التحيز الملاحظ نحو تغطية الرياضات التي تسيطر عليها فرق الرجال في لحظات معينة قد لا يعود لجندرية الحدث، بل لأنه يجري في الوقت الحالي ويستحوذ على اهتمام الجمهور الأوسع.

٣. الملائمة (Relevance)

ظهر من التحليل أن قنوات ONTime Sports والنيل للرياضة تولي أهمية كبيرة للملائمة عند اختيار المواضيع الرياضية. فيتم تقديم الأخبار الرياضية التي تهم جمهور القناة، وهذا بدوره يعتمد على نوعية الرياضات الشائعة والمحبوبة في المجتمع. غالبًا ما يكون التركيز الأكبر على رياضات الرجال الشهيرة في الثقافة الرياضية المصرية، ككرة القدم، لأن القنوات تميل إلى تقديم محتوى ملائم ومتسق مع اهتمامات جمهورها المستهدف.

٤. القرب (Proximity)

تغطي القنوات بشكل رئيسي الرياضات المحلية التي تتمتع بشعبية وتفاعل من قبل الجمهور المحلي، ما يفسر إعطاء الأولوية لأحداث كرة القدم المحلية على سبيل المثال. هذا العامل يعكس اهتمام القنوات بتقديم محتوى قريب من الجمهور المصري، بحيث ينصب التركيز على الرياضات التي تحقق اتصالاً مباشرًا مع المشاهدين، ما يسهم في تعزيز شعورهم بالانتماء والمشاركة.

٥. الوضوح (Clarity)

إن الأحداث التي تتسم بالوضوح وتوفر قصة رياضية قوية ومباشرة تسهل من توصيل الرسالة للمشاهد تحظى بفرص أكبر للتغطية. في هذا السياق، نجد أن الرياضات الجماعية ذات القواعد الواضحة والأحداث المرتقبة كالمباريات الحاسمة تحظى بتغطية أكبر، وبالتالي فإن غياب التركيز على رياضات معينة يعود لأسباب تتعلق بدرجة الوضوح وقابلية التغطية الإعلامية، وليس للجندر بحد ذاته.

٦. الاستمرارية (Currency)

يتجلى هذا العامل في تغطية القنوات للأحداث الرياضية المتكررة ذات الطابع الدوري، مثل الدوريات والمباريات الكبيرة، كالدوري المصري الممتاز ودوري أبطال أفريقيا. وبالتالي، فإن الاستمرارية تضفي نوعًا من الاعتياد على متابعة أحداث معينة متعلقة بالرياضات الذكورية مثل كرة القدم، لكنها ليست بالضرورة تعبيرًا عن تحيز جندري؛ إذ إن الأحداث المتكررة تجذب المتابعة وتستحوذ على اهتمام المشاهدين بفضل وجود تقليد دوري ومعروف لهم.

٧. الصراع (Conflict)

يعد عامل الصراع جاذبًا رئيسيًا في الإعلام الرياضي، حيث يميل الجمهور لمتابعة المنافسات الشرسة والتحديات الكبرى بين الفرق الرياضية أو حتى بين اللاعبين. تغطية أحداث كرة القدم المحلية والعالمية التي تشهد مستويات عالية من

المنافسة لا يعبر عن تحيز جندري بل عن استجابة القنوات لرغبة الجمهور في متابعة أحداث مشوقة، حيث يتم إبراز اللحظات التنافسية لتكثيف مشاعر الحماس والتشويق لدى المتابعين.

٨. الاهتمام الإنساني (Human Interest)

القصص الرياضية التي تتناول الجوانب الإنسانية أو التي تقدم قصص نجاح فردية أو جماعية تلقى اهتمامًا كبيرًا؛ مثل قصص اللاعبين الذين واجهوا تحديات شخصية وتغلبوا عليها. توجيه التغطية نحو هذه النوعية من القصص ينبع من رغبة الجمهور في استلهام الدروس من تجارب رياضية ملهمة. من هذا المنطلق، فإن التركيز على قصص النجاح والتحديات يتجاوز البعد الجندري نحو تقديم مادة إعلامية تربط الجمهور بعواطف إنسانية مشتركة.

٩. الحجم والتأثير (Magnitude and Impact)

في سياق الإعلام الرياضي، يشكل حجم الحدث الرياضي وتأثيره عاملًا رئيسيًا، حيث تركز القنوات على تغطية الأحداث ذات التأثير الكبير، مثل المباريات النهائية أو البطولات القارية. بالتالي، يُفسر التركيز على الأحداث الرياضية للفرق الذكورية، مثل كأس العالم لكرة القدم، بفضل حجم التأثير الكبير والاهتمام المحلي والإقليمي بها.

١٠. الغرابة (Novelty)

الغرابة قد تكون عاملًا إضافيًا في جاذبية بعض الأخبار الرياضية، خاصة تلك التي تثير الدهشة أو التي تبرز لحظات غير متوقعة في الأحداث الرياضية. وعلى الرغم من أن هذا العامل ليس شائعًا بنفس درجة العوامل الأخرى، إلا أنه يساعد في تفسير تغطية أحداث غريبة قد لا تتعلق بالجندر، بل بمحتوى غير مألوف وجذاب للمشاهدين.

بناءً على التحليل السابق، يمكن الاستنتاج بأن تغطية قنوات ONTime Sports والنيل للرياضة للأحداث الرياضية لم تعمد إلى التمييز الجندري، وإنما

ارتكزت بشكل رئيسي على هذه العوامل الخبرية التي تعزز من جاذبية المحتوى الإعلامي وتستجيب لرغبات وتفضيلات الجمهور. وفي المجمل، يمكن القول إن تغليب هذه العوامل عند اختيار المحتوى الرياضي المقدم يُعتبر وسيلة فعّالة لتحقيق الانتشار والتفاعل الإيجابي من الجمهور، مع الحفاظ على حيادية نسبية تجاه كل ما له صله بالجندر، ما يضع هذه القنوات في موضع يعكس ويخدم توجهات المشاهدين دون انحياز مقصود تجاه نوع بعينه وضد نوع آخر، ومُسهمة في تشكيل التصورات الاجتماعية بخصوص الرياضيين والرياضيات.

وتتفق الدراسة في هذه النتيجة مع دراسة **Ihle, H. (٢٠٢٣)** التي توصَّلت إلى أن عدم المساواة بين الجنسين في الإعلام الرياضي لا ينبع بالضرورة من تصور الإعلاميين لأداء اللاعبات على أنه أقل مستوى، بل من إعطاء وزن أكبر لقيمة العوامل الخبرية في تقرير أي الرياضات تُنقل عبر وسائل الإعلام وحجم التغطية وحدودها وطريقة معالجة كل رياضة على حدة. ما يسمح للباحث باستخلاص أن تغطيات الإعلام الرياضي المرئي في مصر وإن كانت منحازة لرياضات الرجال مقارنة برياضات المرأة، فمرد هذا الانحياز إلى عوامل خبرية بالأساس وليست أدلجة جندرية مُتعمَّدة.

الخاتمة والتوصيات

في ختام هذه الدراسة التي تناولت موضوع الجندرية في الإعلام الرياضي المرئي من خلال تحليل التغطية الإعلامية بناءً على نظرية العوامل الخبرية، يتضح أن طبيعة تناول رياضات الرجال ورياضات المرأة في الإعلام لا تتشكل فقط من الاعتبارات الجندرية، بل تتأثر بمجموعة من العوامل الإخبارية التي تفرض أولويات معينة. فقد بينت الدراسة أن العوامل الخبرية كالشعبية، والشهرة، والتأثير، والحداثة، والقرب، والصراع، وغيرها تلعب دورًا محوريًا في تحديد حجم وأهمية التغطية التي تحصل عليها الرياضات المختلفة. هذه العوامل الخبرية توضح أن وسائل الإعلام تميل إلى التركيز على الأحداث الرياضية التي تثير اهتمام الجمهور، بغض النظر عن الجندر، لكنها في الوقت ذاته قد تؤدي إلى تغطية غير متوازنة بسبب هيمنة بعض الرياضات التي يقودها الرجال وتحظى بشعبية أوسع.

ومع ذلك، فإن غياب التمييز الجندري الصريح لا يعني بالضرورة تساوي الفرص في الظهور الإعلامي بين رياضات الرجال ورياضات المرأة، حيث تشير النتائج إلى أن العوامل الخبرية تؤثر على القنوات التلفزيونية في تفضيل الرياضات التي يعتقد أنها ستجذب انتباهًا أكبر. ومع زيادة اهتمام الجمهور برياضات محددة كرياضات الرجال، يتضاءل الاهتمام الموجه لرياضات المرأة التي قد لا تتوافق مع بعض العوامل الخبرية كالشعبية والشهرة. في هذا السياق، يظهر أن الإعلام الرياضي يعتمد على ما يراه ملائمًا لجمهوره ومؤثرًا فيه، وهذا ما انعكس على تغطية رياضات المرأة بشكل غير متوازن. وهنا كمنت أهمية البحث في تبيان العلاقة بين العوامل الخبرية والسياسات التحريرية للإعلام الرياضي المرئي، مما يسلط الضوء على تأثيرات هذه العوامل على الصورة الإعلامية لرياضات المرأة.

ولمواجهة التفاوتات في التغطية الإعلامية بين رياضات الرجال ورياضات المرأة، تتقدَّم الدراسة بعدد من التوصيات العملية التي تهدف إلى تعزيز التوازن والعدالة في التغطية الإعلامية، وهي كما يلي:

- تعزيز التغطية المتوازنة للرياضات النسائية: يجب على وسائل الإعلام الرياضية العمل على تخصيص مساحات متوازنة لتغطية رياضات المرأة بنفس القدر من التركيز الذي يُمنح لرياضات الرجال. يمكن تحقيق ذلك عبر إعداد خطة تحريرية تُشرك رياضات المرأة بشكل أكبر في الأخبار والتقارير، مما يعزز من حضورها أمام الجمهور.
- مراجعة السياسات التحريرية: يوصى بأن تقوم القنوات الرياضية بمراجعة وتحديث سياساتها التحريرية لتشمل قيم العدالة الجندرية، إذ ينبغي أن تعمل هذه السياسات على تخفيف التركيز على القيم الخبرية التي قد تؤدي إلى تهميش بعض الرياضات. ويُعد تعزيز التنوع الجندري في التغطية جزءًا مهمًا من مسؤولية الإعلام تجاه المجتمع.
- تدريب الإعلاميين وتوعيتهم: من المفيد تطوير برامج تدريبية للإعلاميين تركز على الوعي بالجندر وأهمية التوازن في التغطية الإعلامية. هذه البرامج يمكن أن تساعد على تقليل التحيزات غير المقصودة، وتزويد الإعلاميين بالمعرفة والأدوات اللازمة لتقديم محتوى متوازن.
- الترويج لرياضات المرأة عبر المبادرات المجتمعية: يجب أن تُبذل جهود إضافية لترويج رياضات المرأة عبر رعاية المبادرات المجتمعية، وذلك بهدف خلق قاعدة جماهيرية أوسع لها. هذا يمكن أن يزيد من اهتمام الجمهور، ويشجع وسائل الإعلام على تغطيتها بشكل أكبر، مما ينعكس إيجابيًا على حضورها الإعلامي.
- إجراء دراسات مستقبلية: توصي الدراسة بإجراء أبحاث إضافية تركز على جوانب أخرى من التمييز الجندري في الإعلام الرياضي المرئي، بما في ذلك التحليل الثقافي والاجتماعي لدور الإعلام في تشكيل صورة رياضة المرأة. مثل هذه الدراسات يمكن أن تقدم رؤى أعمق حول كيفية تحسين التغطية الإعلامية للرياضات النسائية.

في النهاية، تبرز أهمية هذه الدراسة في توضيح تأثير العوامل الخبرية على التغطية الرياضية وكيف يمكن لهذه العوامل أن تؤدي إلى تغطية غير متوازنة بين الجنسين. وعلى الرغم من أن الإعلام الرياضي المرئي لا يُظهر دائمًا تحيزًا جندريًا صريحًا، إلا أن الاعتماد على العوامل الخبرية قد يؤدي إلى تهميش غير مقصود لرياضات المرأة. ولذلك، فإن تعزيز التوازن في الإعلام الرياضي يتطلب وعيًا وسياسات تحريرية مستنيرة تهدف إلى تقديم صورة عادلة ومتوازنة للرياضة بكافة أشكالها، بغض النظر عن الجندر.

هوامش الدِّراسة

(أ) اختارت الدراسة استخدام تعبير "جندر" الذي هو تعريب لمصطلح "Gender" لشيوع استخدامه في الدراسات الأنثروبولوجية والاجتماعية المُتخصِّصة، مع الإقرار بوجود ترجمات مُتعدِّدة للمصطلح منها النوع الاجتماعي، والجنوسية، والجنسانية، وغيرها.

(ب) من هذه الأحداث الرياضية ما يلي:

- دورة الألعاب الأولمبية الصيفية (٢٤ يوليو-١١ أغسطس ٢٠٢٤)
- الألعاب البارالمبية الصيفية (٢٨ أغسطس-٨ سبتمبر ٢٠٢٤)
- في كرة القدم: كأس الأمم الأوروبية (١٤ يونيو-١٤ يوليو ٢٠٢٤)، وكأس كوبا أمريكا (١٤ يونيو-١٣ يوليو ٢٠٢٤)
- في الاسكواش: بطولة Egyptian Open الماسية للرجال والسيدات (٣٠ أغسطس-٦ سبتمبر ٢٠٢٤)
- في التنس: بطولة ويمبلدون (١ يوليو-١٤ يوليو ٢٠٢٤)، وبطولة الولايات المتحدة المفتوحة (٢٦ أغسطس-٨ سبتمبر ٢٠٢٤).
- في الجولف: بطولة أمريكا المفتوحة (١٣-١٦ يونيو ٢٠٢٤).
- في ركوب الدراجات: طواف فرنسا (٢٩ يونيو-٢١ يوليو ٢٠٢٤).

مصادر الدِّراسة ومراجعها

(1) Allain, K. A., & Dotto, S. (2024). “She’s Twice Their Age”: Representations of Aging and the Creation of an Age Order in Women’s Gymnastics. *Communication & Sport*, 12(5), 772-791. https://081139fme-1105-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/21674795231167768

(2) Marín-Montín, J., & Bianchi, P. (2024). “Go and Wash up!”: Gender Violence in Female Refereeing and Its Media Coverage in Brazil and Spain. *Communication & Sport*, 12(3), 466-490. https://081132oet-1106-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/21674795221129197

(3) Crabill, E. (2024). Womens’ football, sexism and media representation: Contextualising the Rubiales/Hermoso kiss. *European Journal of Cultural Studies*, 0(0). https://081139fme-1105-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/13675494241270521

(4) Park, D., & Shin, N. (2023). Branded Media Representations of Coach Sarah Murray: The Intersection of Olympic Nationalism, Gender, and Whiteness in ice Hockey. *Journal of Sport and Social Issues*, *47*(1), 36-55. https://081132l76-1106-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/01937235221134606

(5) Martínez-Corcuera, R., Ginesta, X., & Frigola-Reig, J. (2023). Towards Normalization of Women’s Football in Spanish Sports Journalism: Analysis of 2021 UEFA Women’s Champions League Final Broadcasts. *Communication & Sport*, *0*(0). https://doi.org/10.1177/21674795231190369

(6) Parry, K. D., Clarkson, B. G., Bowes, A., Grubb, L., & Rowe, D. (202٢). Media Framing of Women’s Football During the COVID-19 Pandemic. *Communication & Sport*, 11(3), 592-615. https://081132v5a-1106-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/21674795211041024

(7) Coche, R. (2021). A new era? How the European ESPN covered the 2019 Women’s World Cup online. *International Review for the Sociology of Sport*, 57(1), 73-91. https://081132v5a-1106-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/1012690221992242

(8) Antunovic, D., & Linden, A. D. (2020). “Powerful Lessons” in Women’s Sport: ESPN’s Nine for IX Series. *Journal of Sport and Social Issues*, *44*(6), 534–549. https://doi.org/10.1177/0193723519899245

(9) Cummins, R. G., Ortiz, M., & Rankine, A. (2019). “Elevator Eyes” in Sports Broadcasting: Visual Objectification of Male and Female Sports Reporters. *Communication & Sport*, *7*(6), 789-810. https://doi.org/10.1177/2167479518806168

(10) Choi, Y. (2019). ‘One is not born, but rather becomes, a Korean woman’: Gender politics of female bodies in Korean weight-loss reality TV shows. *International Review for the Sociology of Sport*, 54(8), 1005-1019. https://08113zore-1103-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/1012690218768751

(11) Vorster, T. (2018). *Representations of Women in South African Television Sports Broadcasting* (Order No. 28281285). Available from ProQuest Dissertations & Theses Global. (2524677810). https://www.proquest.com/dissertations-theses/representations-women-south-african-television/docview/2524677810/se-2

(12) Musto, M., Cooky, C., & Messner, M. A. (2017). “From Fizzle to Sizzle!” Televised Sports News and the Production of Gender-Bland Sexism. *Gender & Society*, *31*(5), 573–596. https://doi.org/10.1177/0891243217726056

(13) Coche, R., & Tuggle, C. A. (201٦). Men or Women, Only Five Olympic Sports Matter: A Quantitative Analysis of NBC’s Prime-Time Coverage of the Rio Olympics. *Electronic News*, *12*(4), 199–217. https://doi.org/10.1177/1931243117739061

(14) MacArthur, P. J., Angelini, J. R., Billings, A. C., & Smith, L. (2016). The dwindling Winter Olympic divide between male and female athletes: the NBC broadcast network’s primetime coverage of the 2014 Sochi Olympic Games. *Sport in Society, 19*(10), 1556–1572. https://doi.org/10.1080/17430437.2016.1159193

(15) Cooky, C., Messner, M. A., & Musto, M. (2015). “It’s Dude Time!”: A Quarter Century of Excluding Women’s Sports in Televised News and Highlight Shows. *Communication & Sport, 3*(3), 261–287. https://doi.org/10.1177/2167479515588761

(16) Wolter, S. (2015). A Critical Discourse Analysis of ESPNW: Divergent dialogues and Postfeminist conceptions of female fans and Female athletes. *International Journal of Sport Communication*, 8(3), 345–370. https://doi.org/10.1123/ijsc.2015-0040

(17) Billings, A. C., Angelini, J. R., MacArthur, P. J., Bissell, K., & Smith, L. R. (2014). (Re)Calling London: The Gender Frame Agenda within NBC's Primetime Broadcast of the 2012 Olympiad. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, *91*(1), 38–58. https://doi.org/10.1177/1077699013514416

(18) Ho, M. H. S. (2014). Is Nadeshiko Japan "Feminine?" Manufacturing Sport Celebrity and National Identity on Japanese Morning Television. *Journal of Sport and Social Issues*, *38*(2), 164–183. https://doi.org/10.1177/0193723513515891

(19) Sadri, S. R., Billings, A. C., & Latififard, M. (2024). Iranian Sports Migration and the Gender Imbalance: Examining Emigration Framing of Elite Iranian Athletes by State-Run Media. *Electronic News*, 0(0). https://081139fme-1105-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/19312431241234829

(20) Ihle, H. (2023). How gender affects the newsworthiness of sports news on German TV: An application of the news-factors approach to understanding gender-biased sports news presentation. *International Review for the Sociology of Sport, 58*(2), 253–277. https://doi.org/10.1177/10126902221103106

(21) Scott, O., Li, B., & Bingaman, J. (2023). Still Battling for Equity: Examining Biological Sex Portrayals Through the Lens of the Gold Coast During Australian Prime Time Coverage of the 2018 Commonwealth Games. *Communication & Sport*, *0*(0). https://doi.org/10.1177/21674795231153343

(22) Howell, C. E. (2022). "The American Outlaws Are Our People": Fox Sports and the Branded Ambivalence of an American Soccer Fan at the 2019 FIFA Women's World Cup. *Television & New Media*, *23*(8), 900–916. https://doi.org/10.1177/15274764211053219

(23) LeCouteur, A., & Yong, A. (2022). Television commentary on women's and men's Australian Rules football: A thematic analysis. *International Review for the Sociology of Sport, 57*(5), 693–714. https://doi.org/10.1177/10126902211033221

(24) Scott, O., Li, B., & Mighton, S. (2022). Gender representation at the 2018 winter olympic games from an Australian broadcast perspective. *International Journal of Sport Communication*, *15*(1), 66–75. https://doi.org/10.1123/ijsc.2021-0099

(25) Cooky, C., Council, L. D., Mears, M. A., & Messner, M. A. (2021). One and Done: The Long Eclipse of Women's Televised Sports, 1989–2019. *Communication & Sport, 9*(3), 347–371. https://doi.org/10.1177/21674795211003524

(26) Weiller-Abels, K., Everbach, T., & Colombo-Dougovito, A. M. (2021). She's a Lady; He's an Athlete; They Have Overcome: Portrayals of Gender and Disability in the 2018 Paralympic Winter Games. *Journal of Sports Media, 16*(1), 123–148. https://doi.org/10.1353/jsm.2021.0005

(27) Smith, L. R., & MacArthur, P. J. (2020). Striking the Balance: The Portrayal of Male and Female Athletes on NBC's Primetime Television Broadcast of the 2018 PyeongChang Winter Olympic Games. *Electronic News*, *14*(4), 168–186. https://doi.org/10.1177/1931243120972410

(28) Xu, Q., Billings, A. C., Wu, H., Jin, R., Guo, S., & Xu, M. (20٢٠). Women, men, and five Olympic rings: An examination of Chinese Central Television's broadcast of the 2018 PyeongChang Winter Olympics. *International Review for the Sociology of Sport, 55*(6), 747–766. https://doi.org/10.1177/1012690219849950

(29) Arth, Z. W., Hou, J., Rush, S. W., & Angelini, J. R. (2019). (Broad)casting a Wider Net: Clocking Men and Women in the Primetime and Non-Primetime Coverage of the 2018 Winter Olympics. *Communication & Sport*, *7*(5), 565–587. https://doi.org/10.1177/2167479518794505

(30) Billings, A., & Angelini, J. (2019). Equity Achieved? A Longitudinal Examination of Biological Sex Representation in the NBC Olympic Telecast (2000–2018). *Communication & Sport*, *7*(5), 551–564. https://doi.org/10.1177/2167479519863652

(31) Quayle, M., Wurm, A., Barnes, H., Barr, T., Beal, E., Fallon, M., Flynn, R., McGrath, D., McKenna, R., Mernagh, D., Pilch, M., Ryan, E., Wall, P., Walsh, S., & Wei, R. (2019). Stereotyping by omission and commission: Creating distinctive gendered spectacles in the televised coverage of the 2015 Australian Open men's and women's tennis singles semi-finals and finals. *International Review for the Sociology of Sport*, *54*(1), 3–21. https://doi.org/10.1177/1012690217701889

(32) Xu, Q., Billings, A. C., Scott, O. K. M., Lewis, M., & Sharpe, S. (2019). Gender differences through the lens of Rio: Australian Olympic primetime coverage of the 2016 Rio Summer Olympic Games. *International Review for the Sociology of Sport*, *54*(5), 517–535. https://doi.org/10.1177/1012690217710690

(33) Xu, Q., Billings, A. C., & Fan, M. (2018). When Women Fail to "Hold Up More Than Half the Sky." *Communication and Sport, 6*(2), 154–174. https://doi.org/10.1177/2167479517695542

(34) Hull, K. (2017). An Examination of Women's Sports Coverage on the Twitter Accounts of Local Television Sports Broadcasters. *Communication & Sport*, 5(4), 471-491. https://081139fme-1105-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/2167479516632520

(35) MacArthur, P. J., Angelini, J. R., Smith, L., & Billings, A. C. (2017). The Canadian State of Mind: Coverage of men and women athletes in the Canadian Broadcasting Corporation's prime time broadcast of the 2014 Sochi Winter Olympic Games. *Journal of Broadcasting & Electronic Media, 61*(2), 410–429. https://doi.org/10.1080/08838151.2017.1309412

(36) Coche, R., & Tuggle, C. A. (2016). The Women's Olympics? A Gender Analysis of NBC's Coverage of the 2012 London Summer Games. *Electronic News*, 10(2), 121-138. https://081132v5a-1106-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/1931243116647770

(37) Billings, A. C., & Young, B. D. (2015). Comparing Flagship News Programs: Women's Sport Coverage in ESPN's SportsCenter and FOX Sports 1's FOX Sports Live. *Electronic News*, *9*(1), 3–16. https://doi.org/10.1177/1931243115572824

(38) Billings A. C., Angelini J. R., MacArthur P. J., Bissell K., Smith L. R., Brown N. (2014). Where the differences really reside: The "big five" sports featured in NBC's 2012 London primetime Olympic

telecast. *Communication Research Reports, 31* (2), 131–143. https://doi.org/10.1080/08824096.2014.907142

(39) Kepplinger, H.M. (2008). News Factors. In The International Encyclopedia of Communication, W. Donsbach (Ed.). https://doi.org/10.1002/9781405186407.wbiecn021

(40) Boukes, M., Jones, N. P., & Vliegenthart, R. (2020). Newsworthiness and story prominence: How the presence of news factors relates to upfront position and length of news stories. *Journalism*, 23(1), 98–116. https://doi.org/10.1177/1464884919899313

(41) Kepplinger, H. M., & Ehmig, S. C. (2006). Predicting news decisions. An empirical test of the two-component theory of news selection. *Communications*, 31(1), 25–43. https://doi.org/10.1515/commun.2006.003

(42) Kepplinger, H. M., & Ehmig, S. C. (2006). Opcit

(43) Eilders, C. (2006b). News factors and news decisions. Theoretical and methodological advances in Germany. *Communications*, 31(1), 5–24. https://doi.org/10.1515/commun.2006.002

(44) Holbert, R. L. (2006). Comparing political communication: Theories, cases, and challenges. *Journal of Communication*, 56(2), 427–429. https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00027.x

(45) Couldry, N., & Hepp, A. (2020). Media and the social construction of reality. In *Oxford University Press eBooks* (pp. 27–39). https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780197510636.013.2

(46) Kepplinger, H. M., Brosius, H., & Staab, J. F. (1991). Instrumental Actualization: a theory of Mediated Conflicts. *European Journal of Communication*, 6(3), 263–290. https://doi.org/10.1177/0267323191006003002

(47) Boukes, M., & Vliegenthart, R. (2017). A general pattern in the construction of economic newsworthiness? Analyzing news factors in popular, quality, regional, and financial newspapers. *Journalism*, 21(2), 279–300. https://doi.org/10.1177/1464884917725989

(48) Tenenboim-Weinblatt, K., & Neiger, M. (2015). Print Is Future, Online Is Past: Cross-Media Analysis of Temporal Orientations in the News. *Communication Research*, 42(8), 1047-1067. https://doi.org/10.1177/0093650214558260

(49) Araujo, T., & Van Der Meer, T. G. (2018). News values on social media: Exploring what drives peaks in user activity about organizations on Twitter. *Journalism*, 21(5), 633–651. https://doi.org/10.1177/1464884918809299

(50) Esser, F., & Strömbäck, J. (Eds.). (2014). *Comparing political communication: Theories, cases, and challenges*. Cambridge University Press

(51) McCombs, M. E. (2005c). Setting the agenda: the mass media and public opinion. *Choice Reviews Online*, 42(11), 42–6312. https://doi.org/10.5860/choice.42-6312

(52) Entman, R. M. (2007). Framing Bias: Media in the distribution of power. *Journal of Communication*, 57(1), 163–173. https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00336.x

(53) Shoemaker, P. J., & Vos, T. (2009). Gatekeeping theory. In *Routledge eBooks*. https://doi.org/10.4324/9780203931653

(54) Hermida, A., Fletcher, F., Korell, D., & Logan, D. (2012). SHARE, LIKE, RECOMMEND. *Journalism Studies*, 13(5–6), 815–824. https://doi.org/10.1080/1461670x.2012.664430

(55) Tenenboim-Weinblatt, K., & Neiger, M. (2015). opcit

(56) Connell, R. (2020). *Gender in world perspective*. Polity Press

(57) West, C., & Zimmerman, D. H. (1987). Doing Gender. *Gender & Society*, 1(2), 125-151. https://doi.org/10.1177/0891243287001002002

(58) Messner, M. A. (2021). *Sports and gender: Power, performance, and representation*. Stanford University Press.

(59) Bruce, T. New Rules for New Times: Sportswomen and Media Representation in the Third Wave. *Sex Roles*, (74), 361–376 (2016). https://doi.org/10.1007/s11199-015-0497-6.

(60) Lavoi, N. M. (2013). Gender and sport media. In *SensePublishers eBooks* (pp. 39–52). https://doi.org/10.1007/978-94-6209-455-0_3

(61) Cooky, C., Messner, M. A., & Musto, M. (2015). opcit.

(62) Bruce, T. (2016). New Media—New Femininities? Women, Sport and New Media Technologies. In Routledge Handbook of Sport, Gender, and Sexuality (pp. 154-164). Routledge

(63) Kane, M. J., LaVoi, N. M., & Fink, J. S. (2013). Exploring elite female athletes' interpretations of sport media images: A window into the construction of social identity and "selling sex" in women's sports. *Communication & Sport*, 1(3), 269-298

(64) Fornari, L. F., Lourenço, R. G., Da Fonseca, R. M. G. S., Santos, D. L. a. D., & Egry, E. Y. (2019). Gender perspective in reports on women athletes in Rio 2016 Olympic Games. *Texto & Contexto - Enfermagem*, 28. https://doi.org/10.1590/1980-265x-tce-2018-0170

(65) Kian, E. T., Mondello, M., & Vincent, J. (2009). ESPN—The Women's Sports Network? a content analysis of internet coverage of March madness. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 53(3), 477–495. https://doi.org/10.1080/08838150903102519

(66) Fink, J. S. (2015). Female athletes, women's sport, and the sport media commercial complex: Have we really "come a long way, baby"? *Sport Management Review*, 18(3), 331-342

(67) Daniels, E. A., & Wartena, H. (2011). Athlete or Sex Symbol: What Boys Think of Media Representations of Female Athletes. *Sex Roles*, 65(7-8), 566-579

(68) Liu, Z., Shentu, M., Xue, Y., Yin, Y., Wang, Z., Tang, L., Zhang, Y., & Zheng, W. (2023). Sport–gender stereotypes and their impact on impression evaluations. *Humanities and Social Sciences Communications*, 10(1). https://doi.org/10.1057/s41599-023-02132-9

(69) Kian, E. M., Vincent, J., & Mondello, M. (2008). Masculine hegemony in sports media: A study of television commentary during the 2006 FIFA World Cup. *Sociology of Sport Journal*, 25(3), 276-293

(70) Liu, & Xuan. (2006). Psychological mechanism of maintaining gender stereotypes. *Advances in Psychological Science*, 14(03), 456–461. http://journal.psych.ac.cn/xlkxjz/EN/abstract/abstract2622.shtml

(71) O'Shea, M., & Maxwell, H. (2022). Exploring new media and sport through a gendered lens: Enabling possibilities and/or reproducing inequities for women? In R. Domeneghetti (Ed.), *Insights on Reporting Sports in the Digital Age: Ethical and Practical Considerations in a Changing Media Landscape* (pp. 61-79). Routledge.

(72) Antunovic, D., & Hardin, M. (2013). Women athletes as leaders: Changing the face of women's sports. *Journal of Communication Inquiry*, 37(4), 305-321

(73) Cooky, C. (2018). What's new about sporting femininities? female athletes and the Sport-Media Industrial Complex. In *New femininities in digital, physical and sporting cultures* (pp. 23–41). https://doi.org/10.1007/978-3-319-72481-2_2

(74) West, C., & Zimmerman, D. H. (1987). opcit

(75) Harcup, T., & O'Neill, D. (2001). What is news? Galtung and Ruge revisited. *Journalism Studies*, 2(2), 261-280. https://doi.org/10.1080/14616700120042114

(76) Connell, R. W., & Messerschmidt, J. W. (2005). Hegemonic masculinity: Rethinking the concept. *Gender & Society*, 19(6), 829-859. https://doi.org/10.1177/0891243205278639

(77) Kane, M. J., & LaVoi, N. M. (2007). An examination of intercollegiate athletic directors' attributions regarding the underrepresentation of female coaches in women's sports. *Sport Psychologist*, 21(4), 397-412. https://doi.org/10.1123/tsp.21.4.397

(78) Krippendorff, K. (2019). *Content Analysis: an Introduction to its methodology*. https://doi.org/10.4135/9781071878781

(79) Carter, C., & Steiner, L. (2005). *Critical Readings: Media and gender*. Open University Press; 1st Ed.