

تمثيل الجنسين في الإعلام الرياضي الأردني لكرة القدم في  
البرامج التلفزيونية الرياضية الأردنية: دراسة تحليلية

إعداد

نؤي محمد خليل العكش

إشراف

الدكتور محمود أحمد الرجبي

قُدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير

في الإعلام

قسم الصحافة والإعلام

كلية الإعلام

جامعة الشرق الأوسط

كانون الثاني، 2026



**Gender representation in Jordanian sports media,  
specifically football, on Jordanian television sports  
programs: An analytical study**

Prepared by

**Loay Mohammad Khalil Al-Akash**

Supervised by

**Dr. Mahmoud Ahmad Al-Rujbi**

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Master's Degree in Media**

**Department of Journalism and Media**

**Faculty of Media**

**Middle East University**

**January, 2026**

## قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة وعنوانها: تمثيل الجنسين في الإعلام الرياضي الأردني لكرة القدم في

البرامج التلفزيونية الرياضية الأردنية: دراسة تحليلية.

للباحث: لؤي محمد خليل العكش.

وأجيزت بتاريخ: 15 / 1 / 2026.

### أعضاء لجنة المناقشة

التوقيع	جهة العمل	الصفة	الاسم
	جامعة الشرق الأوسط	مشرفاً	د. محمود أحمد الرجبي
	جامعة الشرق الأوسط	عضواً من داخل الجامعة ورئيساً	د.حنان كامل الشيخ
	جامعة الشرق الأوسط	عضواً من داخل الجامعة	د.سرى محمد شطناوي
	جامعة البتراء	عضواً من خارج الجامعة	د.منال هلال المزاهره

## التفويض

أنا **لؤي محمد خليل العكش**، أفوض جامعة الشرق الأوسط بتزويد نسخ من رسالتي ورقياً وإلكترونياً للمكتبات، أو المنظمات، أو الهيئات والمؤسسات المعنية بالأبحاث والدراسات العلمية عند طلبها.

الاسم: لؤي محمد خليل العكش.

التاريخ: 2026 / 1 / 15.

التوقيع: 

## شكر وتقدير

اللهم لك الحمد حتى ترضى، ولك الحمد إذا رضيت، ولك الحمد بعد الرضى، اللهم لك الحمد حمداً  
كثيراً طيباً مباركاً فيه

فإنني أشكر الله العليّ القدير أولاً وأخيراً الذي وفقني بإنجاز هذا العمل المتواضع

أتقدم بجزيل الشكر والعرفان لأستاذي الفاضل الدكتور محمود أحمد الرجبي بآرك الله فيه لقبوله

الإشراف على رسالتي ولتشجيعه وجهده الذي ساندني به لإتمام رسالتي على أكمل وجه.

كما أتقدم بالشكر الجزيل إلى أساتذتي الأكارم في كلية الإعلام في جامعة الشرق الأوسط

لما قدموه لنا من علمٍ ومعرفة في مرحلة دراسة الماجستير.

وأتقدم بالشكر والامتنان للسادة أعضاء لجنة المناقشة الكرام لما سيُبدونه من مقترحاتٍ قيّمة على

هذه الرسالة لتصويبها.

وأتقدم بالشكر إلى أعضاء لجنة تحكيم أداة التحليل الكرام، لما كان لهم من نصح وتوجيه.

الباحث

لؤي العكش

## الإهداء

إلى روح جدتي الطاهرة رحمها الله وأسكنها فسيح جناته.

إلى والديّ حفظهما الله، لما قدموه من دعم نفسي ومعنوي ومادي طيلة السنوات السابقة.

إلى أختي العزيزة، تقديرًا لمساندتها المستمرة وتشجيعها الدائم.

إلى كل مشجع ومحب في عالم كرة القدم الرياضية.

إلى الإعلامي القدير حبيب الزعبلوي.

إلى الدكتور كامل خورشيد لما قدمه من دعم بمسيرتي التعليمية.

وإلى أسرتي الكريمة وكل من أسهم، ولو بكلمة، في دعمي وتحفيزي خلال هذه الرحلة الأكاديمية.

أهدي لكم بحثي المتواضع وأدعو الله أن يحفظكم لي جميعًا.

الباحث

لؤي العكش

## قائمة المحتويات

الموضوع	الصفحة
العنوان.....	أ.....
قرار لجنة المناقشة.....	ب.....
التفويض.....	ج.....
شكر وتقدير.....	د.....
الإهداء.....	ه.....
قائمة المحتويات.....	و.....
قائمة الجداول.....	ح.....
قائمة الملحقات.....	ط.....
الملخص باللغة العربية.....	ي.....
الملخص باللغة الإنجليزية.....	ك.....

### الفصل الأول خلفية الدراسة ومشكلتها

أولاً: المقدمة.....	1.....
ثانياً: مشكلة الدراسة.....	2.....
ثالثاً: أهداف الدراسة.....	2.....
رابعاً: تساؤلات الدراسة.....	3.....
خامساً: أهمية الدراسة.....	4.....
سادساً: التعريفات الاصطلاحية والإجرائية لمتغيرات الدراسة.....	5.....
سابعاً: حدود الدراسة.....	6.....
ثامناً: محددات الدراسة.....	6.....

### الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة

أولاً: الأدب النظري.....	7.....
ثانياً: الدراسات السابقة.....	17.....
ثالثاً: التعقيب على الدراسات السابقة.....	20.....

### الفصل الثالث: منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات)

أولاً: منهج الدراسة.....	24.....
ثانياً: مجتمع وعينة الدراسة.....	24.....

25	.....	ثالثاً: أداة الدراسة
30	.....	رابعاً: متغيرات الدراسة
30	.....	خامساً: المعالجات الإحصائية
30	.....	سادساً: إجراءات الدراسة

#### الفصل الرابع: نتائج الدراسة

32	.....	أولاً: فئة حجم التغطية الإعلامية
33	.....	ثانياً: اللغة المستخدمة
36	.....	ثالثاً: أسلوب تقديم المحتوى
44	.....	رابعاً: الصورة النمطية

#### الفصل الخامس: مناقشة النتائج والتوصيات

48	.....	أولاً: مناقشة النتائج
61	.....	ثانياً: أهم نتائج الدراسة
63	.....	ثالثاً: التوصيات
64	.....	قائمة المراجع
69	.....	الملحقات

## قائمة الجداول

الصفحة	العنوان	رقم الفصل - رقم الجدول
25	حلقات البرامج قيد الدراسة من كل قناة وفترتها الزمنية	1-3
32	فئة حجم التغطية الإعلامية.	1-4
33	فئة النبذة الإعلامية	2-4
34	فئة التركيز في اللغة	3-4
36	فئة اللغة المقارنة	4-4
36	فئة التركيز على الأداء والإنجاز	5-4
37	فئة الأسلوب التحليلي التكتيكي	6-4
38	فئة اسلوب البطولة والتمجيد	7-4
39	فئة اسلوب التمثيل الوطني والهوية	8-4
40	فئة الأسلوب الشخص الحياتي	9-4
41	فئة اسلوب التقييم	10-4
42	فئة اسلوب الندرة والاستثناء	11-4
43	فئة اسلوب التسليع والرعاية	12-4
44	فئة الكفاءة والقدرة البدنية	13-4
45	فئة صور نمطية لغوية وخطابية	14-4
46	فئة صور نمطية للأدوار الاجتماعية	15-4

## قائمة الملحقات

الصفحة	العنوان	الرقم
69	أداة الدراسة بصورتها الأولية (كشاف التحليل)	1
73	قائمة بأسماء السادة المحكمين	2
74	أداة الدراسة بصورتها النهائية (كشاف التحليل)	3

# تمثيل الجنسين في الإعلام الرياضي الأردني لكرة القدم في البرامج التلفزيونية الرياضية الأردنية: دراسة تحليلية

إعداد

لؤي محمد خليل العكش

إشراف

الدكتور محمود احمد الرجبي

## الملخص

هدفت الدراسة إلى الكشف عن واقع تمثيل الجنسين في الإعلام الرياضي لكرة القدم في البرامج التلفزيونية الأردنية، واعتمدت المنهج الوصفي باستخدام تحليل المضمون. شملت الدراسة جميع حلقات البرامج الرياضية المتخصصة بكرة القدم المبنوثة عبر قنوات رؤيا، والمملكة، والتلفزيون الأردني خلال الفترة من 2025/8/1 إلى 2025/12/1، وبلغ عددها (36) حلقة. وأظهرت النتائج وجود اختلال واضح في التمثيل الإعلامي بين الجنسين، حيث استحوذت كرة القدم الرجالية على معظم التغطية الإعلامية بنسبة 93.9% مقابل 6.1% للكرة النسوية. كما غلبت النبرة التمجيديّة على التغطية الإعلامية، وارتفع استخدامها في تغطية كرة القدم النسوية، مع تصوير إنجازات السيدات بوصفها أحداثاً استثنائية. وكشفت النتائج أيضاً عن تركيز الخطاب الإعلامي على الأداء الفني والقدرات البدنية، مقابل حضور محدود للجوانب المهنية في كرة القدم النسوية، إضافة إلى تكريس صور نمطية جنديرية تعزز التحيز لصالح كرة القدم الرجالية في الإعلام الرياضي الأردني.

**الكلمات المفتاحية:** تمثيل الجنسين، الإعلام الرياضي الأردني، كرة القدم.

# **Gender representation in Jordanian sports media, specifically football, on Jordanian television sports programs: An analytical study**

Prepared by

**Loay Mohammad Khalil Al-Akash**

Supervised by

**Dr. Mahmoud Ahmad Al-Rujbi**

## **Abstract**

This study aimed to reveal the reality of gender representation in Jordanian television sports media, specifically football programs. It employed a descriptive methodology using content analysis. The study encompassed all episodes of specialized football programs broadcast on Roya TV, Al-Mamlaka TV, and Jordan TV between August 1, 2025, and December 1, 2025, totaling 36 episodes. The results showed a clear gender imbalance in media representation, with men's football dominating media coverage at 93.9%, compared to only 6.1% for women's football. Furthermore, the media coverage was predominantly glorified, with its use increasing in coverage of women's football, portraying women's achievements as exceptional events. The results also revealed a focus on technical performance and physical abilities in media discourse, with limited attention given to professional aspects of women's football. Additionally, the study highlighted the perpetuation of gender stereotypes that reinforce bias in favor of men's football within Jordanian sports media.

**Keywords:** Gender representation, Jordanian sports media, football.

## الفصل الأول

### خلفية الدراسة ومشكلتها

#### أولاً: المقدمة

تعد وسائل الإعلام عنصرًا فاعلاً في تشكيل التصورات الاجتماعية المرتبطة بالجنس، ويتجلى هذا الدور بوضوح في الإعلام الرياضي، ولا سيما في كرة القدم ذات الانتشار العالمي. وتشير دراسات عديدة إلى وجود تفاوت جندي مستمر في التغطية الإعلامية، حيث تحظى كرة القدم الرجالية بتركيز مكثف مقابل تهميش واضح لكرة القدم النسائية، سواء من حيث حجم التغطية أو طبيعة الخطاب (Cooky, Messner, & Musto, 2015؛ Bruce, 2016).

وتؤكد الأبحاث الحديثة أن الإعلام الرياضي ما يزال يكرّس الهيمنة الذكورية من خلال تقديم اللاعبين الرجال كنماذج للقوة والإنجاز، في حين يُركّز في تغطية الرياضيات على الجوانب الشخصية أو الشكلية بدلاً من الأداء الرياضي (Bruce, 2018؛ Cooky & LaVoi, 2021؛ Sainz-de-Baranda et al., 2020). كما تسهم هذه الأنماط في إضعاف التقدير المجتمعي لمشاركة النساء في كرة القدم، وتعيق تحقيق المساواة الجندرية (Cooky & LaVoi, 2022؛ Antunovic, 2020).

وتشير التقارير إلى أن التغطية الإعلامية للرياضة النسائية لا تتجاوز 4% عالمياً، مما يعكس استمرار نموذج "الذكورة المهيمنة" في الخطاب الرياضي (Connell & Messerschmidt, 2005؛ Salido-Fernández & Muñoz-Muñoz, 2021). ولم تنجح المنصات الرقمية في تقليص هذه الفجوة (Sainz-de-Baranda et al., 2020). وفي الإعلام العربي، تتفاقم هذه الإشكالية بفعل القيود الثقافية والاجتماعية التي تحد من حضور المرأة في المجال الرياضي (الزبيدي، 2020).

وانطلاقاً من ذلك، تبرز أهمية تحليل التغطية الإعلامية لكرة القدم من حيث الكم والمضمون والخطاب، للكشف عن آليات تكريس التفاوت الجندي (Hinata, 2022) وتوسعي الدراسة الحالية إلى تحليل تمثيل الرجال والنساء في البرامج التلفزيونية الرياضية، بما يسهم في تعزيز الوعي بدور الإعلام في دعم المساواة الجنديّة في المجال الرياضي.

### ثانياً: مشكلة الدراسة

على الرغم من التطور الكبير الذي شهدته الرياضة النسائية في السنوات الأخيرة، لا تزال التغطية الإعلامية، تميل بشكل ملحوظ إلى أبراز الرياضة الرجالية خصوصاً في مجال كرة القدم، إذ هناك أختلال واضح في التمثيل الاعلامي بين الجنسين في جوانب متعددة، وغياب تمثيل عادل في الاعلام، إذ لا يمنح اللاعبات أنفسهن الاهتمام الذي يمنح للاعبين الرجال، مما يسهم في ترسيخ صورة نمطية تتمثل من مكانة المرأة الرياضيّه، ويؤدي الى تأثير على وعي الجمهور وتصوراته الكشف عن تمثيل الجنسين في الرياضة.

من هنا تتمثل مشكلة الدراسة في الكشف عن تمثيل الجنسين في الاعلام الرياضي المتعلق بكرة القدم في البرامج الرياضية الأردنية ومن خلال تحليل التغطية الإعلامية واتجاهاتها نحو كل من الرجال والنساء الرياضيين.

### ثالثاً: أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن تمثيل الجنسين في الإعلام الرياضي المتعلق بكرة القدم، من خلال تحليل مضمون البرامج، ويتفرع عن هذا الهدف عدد من الأهداف الفرعية التالية وهي:

1. الكشف عن حجم التغطية الإعلامية المخصصة لكرة القدم الرجالية مقارنة بكرة القدم النسائية في قنوات رؤيا والمملكة والتلفزيون الأردني.
2. الوصول الى الأساليب الإعلامية المستخدمة في تقديم لاعبي ولاعبات كرة القدم في قنوات رؤيا والمملكة والتلفزيون الأردني.
3. الكشف عن الصور النمطية المتعلقة بالجنسين التي تظهر في تغطية قنوات رؤيا والمملكة والتلفزيون الأردني للنشاطات الرياضيّة المتعلقة بلاعبي ولاعبات كرة القدم.
4. معرفة طبيعة الفروق بين التغطية الإعلامية لكرة القدم الرجالية والنسائية من حيث المحتوى والتركيز في قنوات رؤيا والمملكة والتلفزيون الأردني.

#### رابعاً: تساؤلات الدراسة

- تسعى الدراسة إلى الإجابة عن التساؤل الرئيس الآتي: ما طبيعة تمثيل الجنسين في الأعلام الرياضي المتعلق بكرة القدم في المؤسسات الإعلامية الرياضية الأردنية التلفزيونية التي تقدم تغطية خاصة بكرة القدم، ويتفرع عنه التساؤلات الفرعية الآتية
1. ما حجم التغطية الإعلامية المخصصة لكرة القدم الرجالية مقارنة بكرة القدم النسائية في قنوات رؤيا والمملكة والتلفزيون الأردني؟
  2. ما الأساليب الإعلامية المستخدمة في تقديم لاعبي ولاعبات كرة القدم في قنوات رؤيا والمملكة والتلفزيون الأردني؟
  3. ما الصور النمطية المتعلقة بالجنسين التي تظهر في تغطية قنوات رؤيا والمملكة والتلفزيون الأردني للنشاطات الرياضيّة المتعلقة بلاعبي ولاعبات كرة القدم؟

4. ما طبيعة الفروق بين التغطية الإعلامية لكرة القدم الرجالية والنسائية من حيث المحتوى

والتركيز في قنوات رؤيا وَالْمَمْلَكَة والتلفزيون الأردني؟

### خامساً: أهمية الدراسة

#### أولاً: الأهمية العلمية

تتبع الأهمية العلمية لهذه الدراسة من مساهمتها في سد فجوة بحثية قائمة في الأدبيات العربية المتعلقة بتمثيل الجنسين في الإعلام الرياضي، ولا سيما في التغطية التلفزيونية لكرة القدم داخل السياق الأردني. إذ تُعد هذه الدراسة - في حدود علم الباحث - من الدراسات القليلة التي تعتمد تحليل المضمون للكشف عن أنماط التمثيل الجندي في القنوات الرياضية العربية، الأمر الذي يُسهم في إثراء حقل دراسات الإعلام الرياضي ودراسات الجندر. كما تُسهم نتائج الدراسة في توسيع المعرفة النظرية حول العلاقة بين الخطاب الإعلامي الرياضي وبناء الصورة الذهنية للجمهور تجاه أدوار الجنسين، من خلال تحليل الأساليب والأنماط الإعلامية المستخدمة في تقديم الرياضيين والرياضيات، ومدى انعكاسها على تكريس أو تحدي الصور النمطية الجندرية في المجال الرياضي.

#### ثانياً: الأهمية العملية (التطبيقية)

تكتسب الدراسة أهميتها العملية من إمكانية الاستفادة من نتائجها في تطوير الأداء المهني والمؤسسي للإعلام الرياضي، حيث يمكن أن تُسهم في توجيه المؤسسات الإعلامية الرياضية نحو تبني ممارسات إعلامية أكثر توازناً وعدالة في تغطية كرة القدم، بما يعزز الوعي الجندي ويُسهم في تحقيق العدالة الإعلامية. كما تُفيد صنّاع القرار في القنوات الرياضية في مراجعة وتطوير السياسات التحريرية والإنتاجية بما يضمن تمثيلاً أكثر إنصافاً للمرأة في الإعلام الرياضي. إضافة إلى ذلك، يمكن أن تُشكّل نتائج الدراسة مرجعاً عملياً للعاملين في مجال الإعلام الرياضي لتحسين الخطاب

الإعلامي المهني، وإبراز الإنجازات الرياضية النسائية بصورة أكثر فاعلية، فضلاً عن كونها منطلقاً للباحثين والأكاديميين لإجراء دراسات مستقبلية تُعنى بقضايا المساواة الجندرية في الإعلام العربي عامةً والإعلام الرياضي خاصةً.

### سادساً: التعريفات الاصطلاحية والإجرائية لمتغيرات الدراسة

تضمنت الدراسة الحالية مجموعة من المصطلحات وقد تم تعريفها على النحو الآتي:

**تمثيل الجنسين في الإعلام الرياضي:** يشير إلى الطريقة التي يتم من خلالها تقديم الجنسين (الرجال والنساء) في التغطية الإعلامية الرياضية، سواء من حيث حجم التغطية، أو طبيعة المحتوى المقدم، أو الصور والرسائل المرتبطة بكل جنس. ويشمل ذلك إبراز الأدوار الاجتماعية، والإنجازات الرياضية، والتصورات الجمالية، واللغة المستخدمة في تغطية الرياضة للرجال والنساء. ويُعد هذا التمثيل انعكاساً للقيم الثقافية السائدة، وفي الوقت ذاته أداةً يمكن أن تُسهم في تعزيز الصور النمطية الجندرية أو تحديها (Cooky, Messner, & Musto, 2015).

**التعريف الإجرائي:** هي الطريقة التي تُقدّم بها صورة كلٍّ من الرجال والنساء في التغطية الإعلامية لكرة القدم في قنوات رؤيا، المملكة، والتلفزيون الأردني، وذلك من خلال تحليل محتوى المواد الإعلامية المرتبطة بكرة القدم الرجالية والنسائية.

**الإعلام الرياضي (Sports Media):** وهو نوع متخصص من الإعلام يعنى بتغطية وتحليل الأخبار الرياضية، ويلعب دوراً كبيراً في تشكيل الوعي الرياضي لدى الجمهور (أبو حمدة، 2018).

**التعريف الإجرائي:** ويعني البرامج الرياضية الآتية: برنامج المدرج في قناة رؤيا، برنامج الكابتن في قناة المملكة، برنامج المجلة الرياضية في التلفزيون الأردني.

## سابعاً: حدود الدراسة

اقتصرت هذه الدراسة على:

**الحدود الموضوعية** تقتصر هذه الدراسة على تمثيل الجنسين في الأعلام الرياضي الأردني لكرة القدم.

**الحدود الجغرافية:** يتكون من جميع المؤسسات الإعلامية الرياضية الأردنية التلفزيونية التي تقدم تغطية رياضية وهي قنوات رؤيا والمملكة والتلفزيون الأردني.

**الحدود الزمنية:** تم إجراء هذه الدراسة في الفصل الدراسي الأول خلال الفترة ما بين العام الجامعي من 1-8 الى 1-12-2025

## ثامناً: محددات الدراسة

تُعد هذه الدراسة من الدراسات التي تناولت تمثيل الجنسين في الإعلام الرياضي الأردني، وقد توصلت إلى مجموعة من النتائج والتوصيات التي انبثقت عن استهدافها لثلاث قنوات تلفزيونية أردنية تقدم برامج رياضية هي: رؤيا والمملكة والتلفزيون الأردني.

وبناءً على تحليل عينة الدراسة، وصدق وثبات أداة البحث المستخدمة، فإنه لا يوجد ما يمنع من تطبيق نتائج الدراسة وتعميمها على مؤسسات إعلامية أخرى تتشابه في خصائصها التنظيمية وحجمها وطبيعتها نشاطها مع المؤسسات الإعلامية التي استهدفتها هذه الدراسة.

## الفصل الثاني

### الإطار النظري والدراسات السابقة

يتناول هذا الفصل الأدب النظري الخاص بالدراسة الحالية، وتمثيل الجنسين في الاعلام الرياضي، واستعراض الدراسات السابقة ذات الصلة، وما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة ذات الصلة ذات الصلة بموضوع هذه الدراسة.

#### أولاً: الأدب النظري

تعد وسائل الإعلام من القوى الرئيسة في بلورة المفاهيم المجتمعية حول الأفراد والجماعات، بما في ذلك الجنسين. في مجال الرياضة، وخاصة كرة القدم، ويُلاحظ اختلاف ملحوظ في تمثيل الجنسين، مما يؤثر على تصورات الجمهور ومكانة المرأة في هذا المجال.

الإعلام عملية يتم من خلالها نقل وتبادل المعلومات والأفكار بين الأفراد والمجتمع بهدف تثقيف الجمهور وتوجيه الرأي العام والتأثير في المواقف والسلوكيات. ويُعتبر وسيلة أساسية لنقل المعرفة وتعزيز القيم الثقافية والاجتماعية، كما يساهم في توفير الترفيه وإشراك الجمهور في القضايا المجتمعية (McQuail, 2010).

#### نشأة الإعلام الرياضي الأردني وتطوره التاريخي

بدأ الإعلام الرياضي الأردني بالتشكل تدريجيًا مع نشأة الصحافة الأردنية في النصف الأول من القرن العشرين، واقتصر الاهتمام الرياضي في بداياته على أخبار موجزة ضمن الصحف العامة، دون وجود تخصص إعلامي رياضي واضح. ومع تأسيس المملكة الأردنية الهاشمية عام 1946، شهدت الصحافة المحلية توسعًا ملحوظًا، وبدأت الرياضة، ولا سيما كرة القدم، تحظى بحضور أكبر في التغطية الصحفية، بالتزامن مع تأسيس الأندية والاتحادات الرياضية ( سليمان، 2021).

مع تأسيس المملكة الأردنية الهاشمية عام 1946، بدأت الصحف المحلية مثل الدستور والرأي بتخصيص مساحات للأخبار الرياضية، وبدأت الأعمدة الرياضية بالظهور في صفحات الصحف، مدفوعة بتزايد عدد الأندية والاتحادات الرياضية المحلية، وخاصة كرة القدم (الطراونة، 2016).

### الإعلام الرياضي في فترة الصحافة المتخصصة

منذ بداية التسعينيات، شهد الإعلام الرياضي الأردني تطوراً نوعياً من خلال ظهور الصحافة الرياضية المتخصصة، سواء على شكل ملاحق مخصصة داخل الصحف اليومية أو صحف مستقلة. وقد أسهم هذا التطور في توسيع نطاق التغطية الإعلامية للأحداث الرياضية، وتعزيز التحليل النقدي لمستوى الاحتراف الرياضي ومتابعة أخبار انتقالات اللاعبين. كما بدأت بعض التغطيات للرياضة النسائية بالظهور، لكنها بقيت محدودة ولم تصل إلى مستوى التغطية التي تحظى بها الرياضة الرجالية، مما يعكس استمرار الفجوة الجندرية في الإعلام الرياضي الأردني (الشرقاوي، 2020).

### نظرية الدراسة

تستند هذه الدراسة إلى نظريتين تساعد على فهم العلاقة بين الإعلام والجندر وتحليل كيفية تمثيل الجنسين في الإعلام الرياضي لكرة القدم، وهي:

#### 1. نظرية التمثيل الإعلامي (Media Representation Theory)

حسب (Hall, 1997)، تركز نظرية التمثيل الإعلامي على الكيفية التي يتم من خلالها تمثيل الأفراد والجماعات في وسائل الإعلام، وعلى الرسائل الضمنية والدلالات الثقافية التي تعكسها هذه التمثيلات، والتي لا تعكس الواقع كما هو، بل تُسهم في بنائه وإعادة إنتاجه.

تقوم هذه النظرية على مجموعة من الفرضيات التي تصف العلاقة بين الإعلام والواقع، من أبرزها:

1- البناء الاجتماعي للواقع، حيث يُنظر إلى الإعلام بوصفه أداة فاعلة في تشكيل المعاني

الاجتماعية وصناعة الصور الذهنية عن الأفراد والجماعات.

2- التمثيل، الذي يتمثل في اختزال الفئات الاجتماعية في صور نمطية مبسطة ومكررة، غالبًا

ما تعزز أحكامًا مسبقة.

3- السلطة والهيمنة الثقافية، إذ يعكس التمثيل الإعلامي علاقات القوة السائدة في المجتمع،

ويسهم في ترسيخ هيمنة ثقافية لفئات معينة على حساب فئات أخرى.

4- التمكين، حيث يمكن للإعلام أن يكون أداة لإعطاء صوت للفئات المهمشة وإعادة تقديمها

بصورة إيجابية.

5- التحويل والتغيير، إذ يملك التمثيل الإعلامي القدرة على إعادة تشكيل الخطابات السائدة

والمساهمة في إحداث تغيير اجتماعي وثقافي.

يميل الإعلام الرياضي التلفزيوني إلى تقليل تمثيل الرياضة النسائية كمًّا مقارنة بالرجال، من

حيث زمن البث، وعدد القصص، وموضعها في النشرة أو الحلقة،

تُقدّم الرياضة الرجالية بوصفها "المعيار الطبيعي" للتغطية، بينما تُقدّم النسائية بوصفها "استثناء"

يحتاج تعريفًا أو تبريرًا، وذلك عبر الاختيار اللغوي وترتيب الأولويات وأسلوب السرد.

يتسم تمثيل الرياضة النسائية بقدر أكبر من المعالجة بوصفها محتوى ثانوي أو مادة خفيفة،

ويظهر ذلك في نقلها إلى الفواصل، أو الشريط الإخباري، أو تغطية قصيرة مقارنة بالموضوعات

الرجالية.

## 2. نظرية الهيمنة الثقافية (Cultural Hegemony Theory)

تعود جذور نظرية الهيمنة الثقافية إلى المفكر الإيطالي أنطونيو غرامشي، الذي طوّرها خلال عشرينيات وثلاثينيات القرن العشرين، وتشير هذه النظرية إلى أن الطبقة أو المجموعة المهيمنة في المجتمع لا تحكم فقط عبر أدوات القمع المباشر، بل تستند بدرجة أساسية على أدوات ثقافية ورمزية للسيطرة على الثقافة والقيم والمعاني السائدة، و الإعلام من أبرز هذه الأدوات لما له من دور محوري في تشكيل الوعي الجمعي.

تقوم نظرية الهيمنة الثقافية على مجموعة من الفرضيات الأساسية، من أهمها:

**أولاً:** السيطرة الثقافية غير المباشرة، حيث تُقدّم قيم الطبقة المهيمنة بوصفها طبيعية وبديهية.

**ثانياً:** إعادة إنتاج علاقات القوة، إذ يسهم الإعلام في تكريس التفاوتات الاجتماعية وتعزيز هيمنة فئات معينة من خلال التمثيل غير المتوازن.

**ثالثاً:** القبول الاجتماعي للهيمنة، حيث تتبنى الفئات الخاضعة هذه القيم دون وعي بطابعها الأيديولوجي.

**رابعاً:** إمكانية المقاومة والتغيير، إذ يؤكد غرامشي أن الهيمنة ليست ثابتة، بل يمكن تحديها عبر خطاب ثقافي وإعلامي بديل (العلوي، 2020).

وفي سياق هذه الدراسة، يمكن توظيف نظرية الهيمنة الثقافية لتفسير كيفية تكريس الإعلام الرياضي لهيمنة الرياضة الرجالية على حساب الرياضة النسائية، من خلال أنماط التغطية الإعلامية غير المتكافئة، مما يعزز الأدوار الجندرية التقليدية ويحد من فرص المرأة في الحصول على تمثيل

إعلامي عادل ومتوازن. (McLoughlin, 2025).

## أهمية اختيار هاتين النظريتين

- تُوفّران إطاراً شاملاً لتحليل الجوانب المختلفة لتمثيل الجنسين في الإعلام الرياضي .
- يساهمان في تفسير الظواهر الإعلامية والاجتماعية المتعلقة بالجنس في تغطية كرة القدم، مما يُمكن من تقديم تحليل علمي معمق للنتائج .
- يساعدان في وضع توصيات مبنية على فهم نظري لكيفية تحسين التغطية الإعلامية وتعزيز العدالة الجنسانية، من خلال تحليل الأطر النظرية للإعلام والجنس ودراسة التغطية الإعلامية لرصد التحيزات وتحويل النتائج إلى توصيات عملية تعزز العدالة الجنسانية.

## ثانياً الإعلام الرياضي

(أ) تعريف الإعلام الرياضي يُعرف الإعلام الرياضي بأنه وسيلة اتصال جماهيري متخصصة، تسعى إلى تقديم المعلومات الرياضية بصورة دقيقة وموضوعية، وتفسيرها بما يسهم في خدمة التنمية الرياضية. (المالكي، 2020)

يشمل الإعلام بمختلف أنواعه، ومنها الإعلام الرياضي، أربعة عناصر أساسية.

- 1- المرسل: هو من يقوم بإنشاء المحتوى وبثه أو نشره ليتلقاه الجمهور .
- 2- المستقبل: هو المتلقي للرسالة الإعلامية التي تُوجّه للفرد أو المجتمع.
- 3- الوسيلة: هي قناة الاتصال التي تتيح نشر أو بث الرسائل الإعلامية، مثل الإذاعة أو الصحيفة أو التلفزيون. (القيسي، 2019)

4- المضمون (الرسالة): المحتوى الذي تنقله الوسيلة الإعلامية إلى الجمهور عبر النشر أو البث (رضاعمار، 1998)

## ب) خصائص الإعلام الرياضي

للإعلام الرياضي العديد من الخصائص ولكن من أبرز هذه الخصائص ما يأتي:

1. يشمل الإعلام الرياضي جانبا من الاختيار حيث أنه يختار الجمهور الذي يخاطبه ويرغب

في الوصول إليه، فهذا برنامج إذاعي رياضي موجه إلى جمهور كرة القدم خاصة بكرة السلة

وهذا حديث تلفزيوني موجه إلى جمهور كرة اليد وهكذا.

2. الإعلام الرياضي يمتاز بأنه جماهيري له القدرة على تغطية مساحات واسعة والتواصل مع

شرائح واسعة من الجمهور.

3. يهدف الإعلام الرياضي لاجتذاب أكبر عدد من الجمهور يتوجه إلى نقطة متوسطة افتراضية

يتجمع حولها أكبر عدد من الناس باستثناء ما يوجه إلى قطاعات محددة من الناس كالبرامج

الرياضية لذوي الاحتياجات الخاصة وغيرها.

4. الإعلام الرياضي بوسائله المتعددة مؤسسة اجتماعية تستجيب للبيئة التي تعمل فيها بسبب

التفاعل القائم بينها وبين المجتمع وحتى يمكن فهمه لابد أولا من دراسة أو فهم المجتمع الذي

يعمل فيه حتى لا يتعارض مع ما يقدمه من رسائل إعلامية مع القيم والعادات السائدة في

هذا المجتمع، فالإعلام الرياضي صورة معكوسة لهذا المجتمع وفلسفته. (محمد، 2018)

## 2. أهداف الإعلام الرياضي

يهدف الإعلام الرياضي إلى تحقيق مجموعة من الغايات الأساسية، من أبرزها تعزيز الثقافة

الرياضية من خلال توعية الجمهور بالقوانين والأنظمة التي تحكم مختلف الألعاب والأنشطة

الرياضية، إلى جانب توضيح أي تغييرات أو تحديثات قد تطرأ عليها. كما يسعى إلى ترسيخ القيم

والمبادئ الرياضية والمحافظة عليها، إذ يمتلك كل مجتمع منظومة قيمية تحدد أنماط السلوك الرياضي بما يتوافق مع تلك القيم، ويُعد هذا التوافق عنصرًا جوهريًا في استقرار المجتمع وتماسكه.

ويُسهم الإعلام الرياضي كذلك في إضفاء أجواء من الترفيه والمتعة، مما يساعد الجمهور على التخفيف من ضغوط الحياة اليومية ومشكلاتها. إضافة إلى ذلك، يركز على نقل الأخبار والمستجدات الرياضية وتقديم الحقائق المتعلقة بالقضايا والتحديات الراهنة في المجال الرياضي، مع تحليلها وتفسيرها، بما يمكن الجمهور من تكوين فهم أعمق وصياغة آراء ومواقف مدروسة تجاه مختلف القضايا المطروحة. (كنعان، 2014)

### العلاقة بين الإعلام وكرة القدم والجنس

يُعد الإعلام الرياضي وسيلة مركزية في تشكيل الانطباعات الاجتماعية للجنسين في الرياضة، حيث يعكس ويعيد إنتاج القوالب النمطية المرتبطة بالجنسين. وقد أظهرت الدراسات أن تمثيل النساء في الإعلام الرياضي بنسبة ضئيلة من تمثيل الرجال، مما يقلل من اهتمام الجمهور بمشاركتهن ويؤثر على مستوى مشاركتهن الرياضية. (Cooky, Messner, & Musto, 2015) كما أن طريقة تقديم اللاعبات غالبًا ما تركز على الجوانب الجمالية أو الشخصية بدلاً من الأداء والاحترافية الرياضية، وهو ما يساهم في ترسيخ الصور النمطية حول القدرات الرياضية للنساء. (Fink, 2015)

ومن ناحية أخرى، يمكن للإعلام أن يكون أداة لتعزيز المساواة بين الجنسين إذا تم تقديم التغطية بشكل متوازن وعادل. كما أظهرت دراسة حديثة أن التغطية الإعلامية الشاملة للرياضة النسائية، مع التركيز على الإنجازات والمهارات الرياضية بدلاً من الجوانب الجمالية، تؤدي إلى تحسين تصورات الجمهور حول الاحترافية والكفاءة الرياضية للنساء. (Parry, 2021)

بناءً على ذلك، يُظهر الإعلام الرياضي تأثيرًا ذا بعدين: فهو قادر على ترسيخ الصور النمطية في حالة التمثيل المحدود والموجه، وفي الوقت ذاته يمكن أن يكون أداة قوية لتعزيز المساواة بين الجنسين في الرياضة من خلال التغطية الإعلامية الموضوعية.

### وظيفة الإعلام الرياضي

تسعى وظيفة الإعلام الرياضي في تزويد الجمهور بالإخبار الصحيحة والمعلومات الموثوقة التي تساعد في تكوين رأي عام صائب في واقعة أو حادثة أو مشكلة تتعلق بالمجال الرياضي، ومن أهم وظائف الإعلام الرياضي كما ذكرها (براهيمي، 2013)، الوظيفة المعرفية التي توفر المعلومات عن الأحداث الرياضية داخل المجتمع بما يساهم في تأقلم الأفراد وانسجامهم مع بيئتهم، إضافة إلى الوظيفة التفسيرية التي تدعم ترابط المجتمع من خلال الشرح والتفسير والتعليق على القضايا الرياضية، ثم الوظيفة الاستمرارية التي تعكس الثقافة السائدة وتحافظ على القيم الرياضية وتعزز استمراريتها. كما يبرز جانب آخر مهم يتمثل في الترويح عن النفس، حيث يساهم الإعلام الرياضي في التخفيف من عوامل التوتر والضغط الاجتماعي، ويمنح الأفراد فرصة للابتعاد عن الروتين اليومي وعجلة الحياة السريعة التي غالبًا ما تشغل الناس عن متعة العيش.

### أنواع الإعلام الرياضي

تنوعت أنواع الإعلام الرياضي وأشكاله وفقًا لما يأتي:

- 1- المقروء: هي التي تركز على الكلمة المكتوبة كالمصحف والكتب والمجلات والنشرات.
- 2- المسموع: هي التي تركز على سمع الانسان كالراديو وشرطة التسجيل ووكالات الانباء.

3- **المرئي:** وهي التي تقوم على بصر الانسان كالسينما والتلفزيون والفيديو وشبكة المعلومات، في بعض الاحيان يطلق عليها اسم الإعلام المرئي لأنها تركز على حاستي السمع والبصر في الوقت نفسه.

4- **الثابت:** وهي التي يتوجه من خلالها الناس للاطلاع عليها كالمعرض، والمؤتمرات والمسارح. (القيسي، 2019)

### كرة القدم

تُعد كرة القدم الرياضة الأكثر شعبية في العالم، إذ يمارسها حوالي 265 مليون لاعب رسمياً في مختلف أنحاء العالم، بما يشمل المحترفين والهواة (FIFA, 2025). كما تتمتع كرة القدم بأكبر قاعدة جماهيرية مقارنة بأي رياضة أخرى، حيث يُقدَّر عدد المشجعين والمتابعين العالميين بحوالي 3.5 مليار شخص، مما يبرز مكانتها العالمية الكبيرة (FIFA, 2025). تُظهر هذه الأرقام أن كرة القدم لا تزال الرياضة الأكثر قدرة على جذب المشاركين والمشاهدين على حد سواء، مع انتشار واسع في جميع القارات

### التحديات المستقبلية في كرة القدم

تواجه كرة القدم العديد من الصعوبات المعقدة التي تؤثر على مستقبلها، وتشمل هذه الصعوبات الجوانب التكنولوجية والأخلاقية والاجتماعية. فقد أدخل التطور التكنولوجي تغييرات جوهرية على اللعبة، مثل التقنية الجديدة لخط المرمى وتقنية حكم الفيديو المساعد (VAR)، مما أثار نقاشات بشكل واسع حول مدى تأثير هذه التقنيات على اللعبة وروحها التقليدية (FIFA, 2020).

بالإضافة إلى ذلك، توجد ظواهر كالعنف والتعصب حاضرة في بعض الملاعب، الأمر الذي يتطلب جهوداً مستمرة لوضع سياسات وإجراءات تسعى إلى الحد من هذه السلوكيات وتعزيز القيم الرياضية. (Giulianotti, 2019)

وقد شهدت كرة القدم أمور تتعلق بالنزاهة والفساد، وهو ما يستدعي ضرورة تعزيز الشفافية والمساءلة داخل المؤسسات الرياضية. Maguire, 2020، وبذلك أصبحت قضية الاستدامة البيئية من الأولويات، إذ تزايدت الدعوات إلى اعتماد ممارسات صديقة للبيئة في تنظيم البطولات وبناء الملاعب، بما يتماشى مع الوعي العالمي بأهمية حماية البيئة للأجيال القادمة. (Smith & Stewart, 2021)

### شخصيات واحداث بارزة في كرة القدم

شهدت كرة القدم العديد من المحطات الحاسمة التي ساهمت في تطورها وانتشارها عالمياً. من الشخصيات البارزة جول ريميه، الرئيس الثالث للاتحاد الدولي لكرة القدم (FIFA, 2023)، والذي يُعدُّ المؤسس الفعلي للهيكل التنظيمي العالمي للعبة. فقد لعب ريميه دوراً أساسياً في إطلاق فكرة تنظيم بطولة كأس العالم، والتي انطلقت نسختها الأولى في عام 1930، جامعاً منتخبات دولية في منافسة موحدة تنظم بشكل دوري كل أربع سنوات، ما مثّل خطوة ثورية في توحيد كرة القدم على المستوى الدول (Britannica, 2024).

## ثانياً: الدراسات السابقة

استعرض الباحث من الدراسات السابقة العربية والأجنبية المتعلقة بتمثيل الجنسين في الاعلام

الرياضي في كرة القدم والتي جاءت كما يلي:

**دراسة (Billings, Angelini, & Eastman, 2018):**

**A comparative analysis of the media portrayal of male and female athletes during the Olympic**

**دراسة مقارنة للتناول الإعلامي للرياضيين والرياضيات خلال الألعاب الأولمبية**

هدفت الدراسة إلى فهم كيفية تأثير الإعلام الرياضي في تشكيل الأدوار الجنسانية بين الشباب.

تبحث في الكيفية التي يتم بها تعزيز الهيمنة الذكورية في الرياضة من خلال الإعلام، وتأثير ذلك

على الفجوة بين الجنسين. واتبعت منهج الدراسة الاستقصائية باستخدام تحليل كمي، وطبقت على

طلاب جامعيون في تخصصات الإعلام والرياضة، باستخدام استبيانات مع أسئلة مغلقة ومفتوحة.

وأظهرت الدراسة أن الإعلام الرياضي يركز بشكل كبير على إنجازات الرياضيين الذكور، بينما يُقدم

الرياضيات في أدوار فرعية أو هامشية. تم رصد تأثير هذه الأنماط الإعلامية في تعزيز التصورات

السلبية حول قدرة النساء على تحقيق إنجازات رياضية متساوية مع الرجال.

**دراسة بعنوان:**

**( Using Sport Media Exposure to Promote Gender Equality Counter stereotypical Gender Perceptions and (FIFA) Women's World Cup, 2019 )**

استخدام التغطية الإعلامية الرياضية لتعزيز المساواة الجنسانية ومواجهة الصور النمطية عن

**النوع الاجتماعي: كأس العالم لكرة القدم للسيدات (فيفا) 2019**

استخدام التعرض لوسائل الإعلام الرياضية لتعزيز المساواة بين الجنسين: القوالب النمطية

تصورات النوع الاجتماعي وكأس العالم للسيدات (FIFA,2019)

هدفت الدراسة إلى تحليل كيفية تمثيل النساء في الإعلام الرياضي، مع التركيز على دراسة الجوانب المختلفة للتغطية الإعلامية، مثل الصور النمطية المستخدمة، ومستوى الاهتمام الإعلامي الموجه للرياضيات النساء مقارنة بالرياضيين الرجال. كما تستكشف الدراسة تأثير هذه الأنماط الإعلامية على تصورات الجمهور والمجتمع حول مشاركة النساء في الرياضة. واتبعت منهج التحليل النوعي من خلال استعراض مقاطع إعلامية متعلقة بالرياضة، حيث حللت الدراسة تغطيات إعلامية لمباريات وأحداث رياضية بارزة، باستخدام مراجعة محتوى إعلامي باستخدام أدوات تحليل السرد. ومن النتائج التي توصلت إليها الدراسة التفاوت الواضح في التغطية الإعلامية بين الرجال والنساء، إذ لوحظ أن الإعلام يميل إلى التركيز على المظهر الخارجي للرياضيات النساء بدلاً من إنجازاتهن الرياضيّة، بينما تم تعزيز الصور النمطية التي تصور النساء على أنهن أقل أهمية من الرجال في المجال الرياضي، مما يحد من التقدير المجتمعي لمشاركة المرأة الرياضية.

**دراسة (دوالة وعباد، 2020) "مساهمة الإعلام الرياضي التلفزيوني في نشر الثقافة الرياضية: دراسة تحليلية لقناة الهدف":**

هدفت الدراسة الى تقييم دور القنوات الرياضية المتخصصة في تعزيز تمثيل الجنسين في الإعلام الرياضي الجزائري من خلال دراسة ميدانية أجريت على عينة من طلبة علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية بجامعة المسيلة خلال الموسم الجامعي 2016/2017، حيث بلغ عددهم 2124 طالب واعتمد الباحث المنهج الوصفي باستخدام استمارة استبيان. وكان من أبرز نتائجها أن القنوات الرياضية، مثل قناة "الهدف"، تركز بدرجة كبيرة على الرياضة الرجالية، مع اهتمام محدود بالرياضة النسائية، مما يحد من انتشار الرياضة النسوية وتعزيز حضورها في المجتمع. وقد أكدت على الحاجة إلى تحسين التوازن الجندي في التغطية الإعلامية الرياضية لتعزيز المساواة والاعتراف بإنجازات النساء في الرياضة.

دراسة (Parry, et, al, 2021):

### Media Framing of Women's Football During the COVID-19 Pandemic

#### إطارات تناول الإعلام لكرة القدم النسائية خلال جائحة كوفيد-19

هدفت الدراسة الى تحليل كيفية صياغة الإعلام البريطاني لتغطية كرة القدم النسائية أثناء جائحة كورونا. واستخدم الباحثون منهج تحليل المحتوى الكمي والنوعي لدراسة البرامج التلفزيونية والمقالات الإخبارية المرتبطة بكرة القدم النسائية خلال فترة الجائحة، مع التركيز على الأطر الإعلامية المستخدمة لتغطية هذه الرياضة. وأظهرت نتائج الدراسة أن الإعلام ركز على خمسة أطر رئيسية، منها الأهمية المالية لكرة القدم النسائية وأولوية تغطية كرة القدم الرجالية، كما أظهرت النتائج ارتفاعاً نسبياً في ظهور النساء في الإعلام مقارنة بالفترات السابقة، مع استمرار وجود فروق في كمية ونوعية التغطية بين الجنسين. وتعد هذه الدراسة مرجعاً مهماً لفهم كيفية تمثيل الرياضات النسائية في الإعلام من حيث الإطار والتحليل الإعلامي، ما يمكن الاستفادة منه لتطبيقه على سياق الإعلام الرياضي الأردني لكرة القدم.

#### دراسة (الصرايرة، 2022) " دور الإعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية من وجهة نظر طلبة كليات التربية الرياضية في الجامعات الأردنية

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الإعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية من وجهة نظر طلاب كليات التربية الرياضية في الجامعات الأردنية، وطرحت قياس الفروق في هذا الدور بحسب متغيرات من بينها النوع الاجتماعي (الجنس). واستخدم الباحث المنهج الوصفي المسحي، وجمعت البيانات باستخدام استبانة وزعت على (624) طالباً وطالبة من جامعات أردنية متنوعة، وأشارت النتائج الى وجود دور مرتفع نسبياً للإعلام الرياضي الأردني في نشر الثقافة الرياضية من وجهة

نظر طلبة كليات التربية الرياضية في الجامعات الأردنية. كما أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقدير دور الإعلام الرياضي تعزى لمتغير الجنس (النوع الاجتماعي).

### دراسة (زكي، 2024) "الجندرية في الإعلام الرياضي المرئي من خلال مقارنة تحليلية في ضوء نظرية العوامل الخيرية"

هدفت الدراسة إلى الكشف عن مدى التمييز الجندري في التغطية الإعلامية للرياضات المختلفة. واستخدمت الدراسة منهج تحليل المحتوى، حيث تم تحليل (564) حلقة من البرامج الرياضية المعروضة على قناتي Onetime Sports وقناة النيل للرياضة خلال فترة زمنية محددة. وأظهرت نتائج الدراسة وجود عدم توازن واضح في التغطية الكمية بين الجنسين، إذ حظيت رياضات الرجال بنسبة تفوق 90% من إجمالي زمن البث، في مقابل ضعف كبير في تغطية الرياضات النسائية. في المقابل، أشارت النتائج إلى أن التحيز الجندري في مضمون التغطية لم يكن بنفس حدة التحيز الكمي، حيث ركزت بعض التغطيات الخاصة بالرياضات النسائية على الجوانب الفنية والأدائية أكثر من الجوانب الشكلية. كما بينت الدراسة أن العوامل الخيرية كانت العامل الأساسي في توجيه التغطية الإعلامية، الأمر الذي يفسر هيمنة رياضات الرجال، وخاصة كرة القدم، على المحتوى الإعلامي الرياضي.

### ثالثاً: التعقيب على الدراسات السابقة

#### أوجه التوافق بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة

جميع الدراسات السابقة تناولت قضايا الإعلام الرياضي وتأثيره على المجتمع، سواء من خلال التغطية الجندرية أو تعزيز الثقافة الرياضية. يتوافق ذلك مع هدف دراستنا التي تركز على تحليل تمثيل الجنسين في الإعلام الرياضي.

على سبيل المثال، دراسة "Using Sport Media Exposure to Promote Gender Equality"

تتقاطع مع دراستي في تناول القوالب النمطية الجندرية وتأثيرها المجتمعي.

المنهجية: أغلب الدراسات استخدمت مناهج وصفية وتحليلية، مثل تحليل المحتوى أو المسح

الوصفي. وهو نفس المنهج المستخدم في دراستي لتحليل التغطية الإعلامية.

**أوجه الاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة**

**المجتمع والعينة**

بعض الدراسات ركزت على قناة رياضية واحدة (دراسة دواله وعباد، 2020). أما دراستي،

فتسعى إلى تغطية أكثر شمولية للإعلام الرياضي الأردني بمختلف قنواته ومنصاته.

**النطاق الجغرافي:** الدراسات السابقة ركزت على سياقات جغرافية مختلفة (مثل مصر)، بينما دراستي

تسلط الضوء على الإعلام الرياضي في الأردن، مما يعزز قيمتها في سياق محلي محدد.

**أدوات البحث:** معظم الدراسات السابقة اعتمدت على الاستبيانات الإلكترونية أو تحليل المحتوى

بشكل نوعي. دراستي قد تتضمن أدوات إضافية، مثل المقابلات مع الإعلاميين الرياضيين،

لتقديم تحليل أعمق.

**التركيز على فئات الجمهور:** بينما ركزت بعض الدراسات على الجمهور مباشرة (مثل دراسة

ذيب التي تناولت الشباب على وسائل التواصل الاجتماعي)، دراستي تسلط الضوء بشكل

أكبر على القنوات الإعلامية نفسها وكيفية تقديمها لتمثيل الجنسين.

**القضايا المطروحة:** تضمنت بعض الدراسات محاور مختلفة مثل دراسة (Olympic Games 2018)

في حين تركز دراستي على تحليل العدالة الجندرية في الإعلام الرياضي بشكل دقيق.

ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة:

### 1. التخصص الرياضي:

تتميز الدراسة الحالية بتركيزها على رياضة كرة القدم كحالة دراسية، مما يمنحها دقة أعمق في تحليل التغطية الإعلامية المرتبطة بجنس اللاعبين.

### 2. الجوانب الكمية والنوعية:

تجمع الدراسة بين التحليل الكمي (عدد المقالات ومدة التغطية) والتحليل النوعي (طبيعة اللغة والصور)، بينما اعتمدت بعض الدراسات السابقة على أحد الأسلوبين فقط.

### 3. الإطار الجندري:

استخدمت الدراسة الحالية إطارًا تحليليًا مستمدًا من نظرية التمثيل الإعلامي، ونظرية الهيمنة الثقافية، مما أضاف بعدًا نظريًا يوضح العلاقة بين الإعلام والتميز الجندري.

### 4. التغطية الزمنية:

ركزت الدراسة الحالية على فترة زمنية محددة لتحليل المحتوى الإعلامي، مما يساعد في رصد التغيرات المحتملة بمرور الوقت.

### كيفية استفادة الدراسة الحالية من الدراسات السابقة

#### 1. تحديد الفجوة البحثية: من خلال مراجعة الدراسات السابقة، تم تحديد الفجوات التي لم تُعالج

بشكل كافٍ، مثل التركيز على رياضة كرة القدم أو دراسة الإعلام العربي فقط، مما ساعد في توجيه الدراسة الحالية.

#### 2. توسيع الفهم النظري: الدراسات السابقة قدمت أساسًا نظريًا قويًا لفهم علاقة الإعلام بالتمثيل

الجندري، مما دعم الدراسة الحالية في تبني إطار نظري متكامل يناسب السياق العربي.

3. **مقارنة النتائج:** تتيح نتائج الدراسة الحالية إمكانية المقارنة مع نتائج الدراسات السابقة، مما

يعزز الفهم المتكامل لقضية التمثيل الجندري في الإعلام الرياضي.

ساهمت الدراسات السابقة في توفير قاعدة معرفية ومنهجية مهمة للدراسة الحالية، مما جعلها

مرجعاً أساسياً لتطوير الإطار النظري والأداة البحثية. ورغم التشابه في الأهداف والمنهجية، فإن

تركيز الدراسة الحالية على رياضة كرة القدم العربية وأبعادها الجندرية يجعلها أكثر تخصصاً ودقة

في معالجة الظاهرة الإعلامية محل الدراسة.

**واختلفت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة** بكونها مركزة على الأردن، وهدفت إلى كشف

تمثيل الجنسين في الإعلام الرياضي المتعلق بكرة القدم. شمل تحليل المحتوى المؤسسات الإعلامية

الرياضية الأردنية، مثل رؤيا الإخبارية، المملكة، والأردن الرياضية، بما في ذلك برامجها التلفزيونية

(المدج، الكابتن، المجلة الرياضية) والمنصات الإلكترونية. ركزت الدراسة على تمثيل كل من الرجال

(لاعبون، محللون، مدربون) والنساء (لاعبات، محلات، مدربات)، واستخدمت أداة تحليل المحتوى

التي صممها الباحث، حيث اشتمل كشاف التحليل على 20 فئة رئيسية و64 فئة فرعية، تضمنت:

حجم التغطية الإعلامية، النبذة، أسلوب التركيز على الأداء والإنجاز، التحليل التكتيكي، التمثيل

الوطني والهوية، الصور النمطية اللغوية والجسدية، التركيز على المظهر والجمال، والأدوار

الاجتماعية لكرة القدم النسوية.

## الفصل الثالث

### منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات)

يتمثل الهدف الرئيس للدراسة في تحليل تمثيل الجنسين في الإعلام الرياضي المتعلق بكرة القدم في القنوات الفضائية الأردنية، وذلك من خلال تحديد طبيعة الحضور لكل من الرجال والنساء في التغطيات الإعلامية ودورهم في تقديم المحتوى الرياضي وتحديد الفروق في أساليب طرح المحتوى الإعلامي تم ذلك بتحليل مضمون عدداً من المواد الإعلامية التي نشرتها الصحف أو المنصات الرياضية الرقمية أو القنوات التلفزيونية.

#### أولاً: منهج الدراسة

تعتبر هذه الدراسة دراسة وصفية حيث تم استخدام منهج المسح باعتباره من أكثر المناهج شيوعاً في الدراسات الإعلامية التي تقوم على تحليل مضمون المواد الإعلامية والتعرف على اتجاهاتها وخصائصها. يستند هذا المنهج على دراسة الظاهرة الإعلامية المرتبطة بمشكلة الدراسة كما هي في الواقع دون أي تدخل (ناجي، 2023)، حيث يقوم الباحث بجمع البيانات والمعلومات ذات العلاقة وتحليلها للتوصل الى نتائج موضوعية تسهم في التعرف على مدى تمثيل الجنسين في الإعلام الرياضي لكرة القدم. هذه النتائج قد تسهم في تعزيز مبدأ المساواة في الطرح الإعلامي وتطوير الخطاب الإعلامي الرياضي.

#### ثانياً: مجتمع وعينة الدراسة

اشتمل مجتمع الدراسة على جميع البرامج الرياضية البرامج التلفزيونية الرياضية عبر القنوات الثلاثة: الفضائية الرياضية الأردنية؛ رؤيا (برنامج المدرج)، المملكة (برنامج الكابتن)، الأردن الرياضية (برنامج المجلة الرياضية). تم اختيار هذه البرامج لكونها تعرض على المحطات التلفزيونية

الأكثر مشاهدة في الأردن (Ipsos, 2025)، كما تم اختيار قناة حكومية والثانية خاصة والثالثة وهي قناة المملكة قناة خدمة عامة. كما تم التركيز على المحتوى الإعلامي الممثل للجنسين بحيث شمل كل من الرجال (لاعبون، محللون، مدربين) والنساء (لاعبات، محلات، مدربات).

اختيرت عينة الدراسة بأسلوب الحصر الشامل، لجميع الحلقات المبنوثة للبرامج الثلاثة خلال الفترة (2025/8/1-2025/12/1) وعددها (36) حلقة تنوعت فيها طبيعة التغطية. تم اختيار هذه العينة لتحليل مضمون المواد الإعلامية بدقة وتحديد نسبة تغطية الأحداث الرياضية للرجال والنساء، ونوع التغطية ومحتواها. الجدول الآتي يعرض حلقات البرامج من كل قناة وفترتها الزمنية.

الجدول (1-3) حلقات البرامج قيد الدراسة من كل قناة وفترتها الزمنية

الفترة الزمنية	عدد الحلقات	البرنامج الرياضي
2025/12/1-2025/8/1	12	الكابتن/ قناة المملكة
2025/12/1-2025/8/1	12	المجلة الرياضية/ قناة الأردن الرياضية
2025/12/1-2025/8/1	12	برنامج المدرج/ قناة رؤيا

### ثالثاً: أداة الدراسة

اعتمدت الدراسة الحالية على تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات الخاصة حولتمثيل الجنسين في الإعلام الرياضي لكرة القدم، حيث يُمكن تحليل المضمون من فهم الفروقات الجندرية في التغطية الإعلامية من خلال دراسة اللغة، الصور، وأنماط السرد الإعلامي. ويوفر تحليل المضمون بيانات خاصة بمتغيرات الدراسة مثل عدد مرات ذكر النساء مقارنة بالرجال، أو طبيعة الصور المستخدمة لكل جنس.

وقد قام الباحث بتحليل مضمون الذي اشتمل على فئات تحليل المضمون، لها، ضمّ الكشاف

(20) فئة رئيسية، وهي: حجم التغطية الإعلامية، النبرة الإعلامية، محور التركيز في اللغة، اللغة

المقارنة، أسلوب التركيز على الاداء والانجاز، الأسلوب التحليلي التكتيكي، أسلوب البطولة والتمجيد، أسلوب التمثيل الوطني والهوية، الأسلوب الشخصي الحياتي، أسلوب التركيز على المظهر والجمال، أسلوب التقزيم أو الرعاية الأبوية، أسلوب الندرة والاستثناء، أسلوب الإثارة والفضائية، أسلوب التسليع والرعاية، الاهتمام والأولوية، الكفاءة والقدرة البدنية، صور نمطية لغوية وخطابية، صور نمطية مرتبطة بالمظهر والجسد، صور نمطية للأدوار الاجتماعية، الشرعية الاجتماعية لكرة القدم النسوية. تفرعت الفئات الرئيسية إلى (49) فئة فرعية. كما قام الباحث بمراجعة المادة الإعلامية مرتين للاطلاع على المحتوى العام، وتسجيل البيانات وتصنيفها ضمن جداول منسقة، مع تحليل المحتوى لكل محتوى إعلامي وتحديد مستوى تمثيل الجنسين. يكمن الهدف الرئيس من أداة الدراسة لجمع بيانات دقيقة، وقابلة للتحليل بما يوفر قاعدة بيانات تتيح للباحث إجراء مقارنة شاملة لتمثيل الجنسين في الإعلام الرياضي لكرة القدم الأردنية.

### 1) وحدة التحليل

اعتمدت الدراسة على وحدة موضوع المادة الإعلامية ووقتها وتسجيل البيانات المستخلصة منها باستخدام كشاف التحليل، وشكلت الحلقة التلفزيونية وحدة للتحليل (عيشة، 2018).

### 2) فئات التحليل (كشاف التحليل)

فيما يلي عرضاً لفئات التحليل (كشاف التحليل):

#### • فئة حجم التغطية الإعلامية

التعريف	الفئات
الحضور الإعلامي لكل من الرجال والسيدات في كرة القدم من خلال عدد الأخبار واجمالي الوقت المخصص لهم وحجم الظهور.	عدد الدقائق
	عدد الأخبار
تصنيف حجم التغطية لثلاثة فئات (كبير، متوسط، صغير)	حجم التغطية

• اللغة المستخدمة

التعريف	الفئات الفرعية	الفئات الرئيسية
الاتجاه العام الذي يعكسه المحتوى الرياضي تجاه اللاعب او اللاعبة ويقاس من خلال المفردات المستخدمة.	مُحايدة	اتجاه التغطية
	تمجيدية / بطولية	
	انتقادية	
	تهكمية/ ساخرة	
	عاطفية	
المحور الذي يدور حوله الخطاب الإعلامي ويتم قياسه من خلال الكلمات المفتاحية التي تسيطر على النص.	الأداء الفني	محور التركيز في اللغة
	القدرات البدنية	
	الجانب الشخصي/ العاطفي	
	الالتزام والانضباط	
	الصفات الأخلاقية والقيم	
	الدور الاجتماعي	
الخطابات التي تقارن بين الرجال والنساء بشكل مباشر او غير مباشر لتفضيل أحد الأطراف على الآخر.	مقارنة اللاعبة باللاعب	اللغة المقارنة
	استخدام اللاعب كمعيار للتفوق	
	تصوير الإنجاز النسوي كاستثناء	

• أسلوب التغطية

التعريف	الفئات الفرعية	الفئات الرئيسية
التركيز على النتائج والإنجازات والمهارات دون التطرق للخصائص الشخصية.	المهارات	أسلوب التركيز على الاداء والإنجاز
	الإنجازات بالأرقام	
	الدور التكتيكي	
	المسار الاحترافي	
عرض المعلومات الخاصة بالتشكيلات والخطط المتعلقة باللعب الاحترافي.	الخرائط الحرارية	الأسلوب التحليلي التكتيكي
	تقييم القرارات	
	ربط الأداء بالخطة والمدرب	
استخدام عبارات مدح لتضخيم الدور الشخصي في الإنجاز الرياضي.	مفردات القوة والصلابة والتضحية	أسلوب البطولة والتمجيد
	إنجاز استثنائي	
ربط إنجاز اللاعب أو اللاعبة بصورة الوطن والخدمة الوطنية بهدف دعم الهوية الوطنية.	ربط اللاعب/ة بصورة المنتخب او الوطن	أسلوب التمثيل الوطني والهوية
	كسر القيود المجتمعية	

التركيز على الحياة الخاصة للاعبين واللاعبات خارج الملعب كالأُسرة والعلاقات والهوايات.	الحياة الخاصة	الأسلوب الشخصي الحياتي
	المشاعر	
	الطفولة	
النهج الذي يتبناه الإعلامي أو المحلل في تقييم أداء اللاعبين واللاعبات	ندرة تشجيع	أسلوب التقييم
	ندرة تقييم احترافية	
التعبير عن الإنجاز وكأنه حدث استثنائي غير مألوف ونادر	حدث مألوف	أسلوب الندرة والاستثناء
	حدث استثنائي	
تقديم اللاعب أو اللاعبة كمنتج تسويقي والتركيز على الاعلانات والرعاة.	العقود	أسلوب التسليع والرعاية
	الرعاة	
	الصور التجارية	

• الصور النمطية

التعريف	الفئات الفرعية	الفئات الرئيسية
حجم التغطية ونسبة المساحة الإعلامية التي خصصت للرجال والسيدات ومقارنتهم ببعضهم البعض.	القوة	الكفاءة والقدرة البدنية
	السرعة	
	التنافسية	
التركيز على المهارات البدنية والسرعة واللياقة التي تؤثر على الأداء داخل الملعب	مصطلحات القوة والحرب	صور نمطية لغوية وخطابية
	لغة التلطيف والشقفة	
	ربط الأخطاء بالجنس	
الخطاب الذي تربط الرجال بدور القيادة والقوة والسيدات بالعاطفة والرعاية.	البطولة	صور نمطية للأدوار الاجتماعية
	القدوة	
	قيادة الفريق	
	الدعم	
	التضحية	
	التوفيق بين الرياضة والحياة الشخصية	
	العطاء	

أ. صدق المحتوى

تم التحقق من صدق الأداة (تحليل المحتوى) عبر الصدق الظاهري، وذلك من خلال عرض أداة الدراسة على مجموعة من الخبراء المتخصصين في مجال الإعلام الرياضي والبحث العلمي. قام الخبراء بتقييم الأدوات من حيث ملاءمتها لقياس التفاوت الجندري في التغطية الإعلامية لكرة القدم، وأُجريت التعديلات بناءً على ملاحظاتهم، مما ساعد في ضمان الصدق.

#### ب. ثبات الأداة

تم استخدام معادلة هولستي لاختبار ثبات أداة الدراسة، حيث يقوم اثنين من ذوي الخبرة في التحليل، ويدعى كل منهما ب (الرمز) بترميز فئات التحليل. ومن خلال تحليل عينة صغيرة من عينة الدراسة، يتم تحديد عدد الفئات التي اتفق المحللون عليها.

$$\text{معامل الثبات} = \frac{2 * \text{عدد الفئات المتفق عليها}}{\text{مجموع قرارات الترميز للرمز الأول والثاني}}$$

قام الباحث ومحكم آخر (رمز) بترميز فئات التحليل لسبعة محتويات اعلامية شملتها عينة الدراسة. رمز الباحث المضمون الاعلامي الى (60) فئة، بينما رمزها المحكم إلى (62) فئة، تم الاتفاق على (54) فئة من أصل (60) فئة. تم حساب معامل الثبات وفقاً لمعادلة هولستي:

$$\text{معامل الثبات} = \frac{2 * \text{عدد الفئات المتفق عليها}}{\text{مجموع فئات الباحث والمحكم الأول والثاني}}$$

$$\text{معامل الثبات} = \frac{54 * 2}{62 + 60} = 88.5\%$$

وبذلك بلغ معامل الثبات (88.5%) مما يشير الى مستوى مرتفع من الثبات.

#### رابعاً: متغيرات الدراسة

##### أولاً: المتغير المستقل

- الجنس (رجال/نساء) في التغطية الإعلامية.

##### ثانياً: المتغيرات التابعة

- حجم التغطية الإعلامية (مدة التغطية التلفزيونية، عدد الأخبار).
- نوع التغطية (إيجابية، سلبية، حيادية).
- محتوى التغطية (اللغة المستخدمة، الصور المصاحبة، المواضيع المطروحة).
- الزمن (الفترة الزمنية التي يغطيها التحليل).

#### خامساً: المعالجات الإحصائية

لاستخلاص نتائج الدراسة، تم حساب التكرارات والنسب المئوية، ومعادلة هولستي للتحقق من

ثبات الأداة.

#### سادساً: إجراءات الدراسة

تم اجراء الدراسة الحالية ضمن المراحل الآتي:

##### 1. مرحلة التخطيط:

- تحديد مشكلة وأهداف ومتغيرات الدراسة.
- تصميم أداة الدراسة المتمثلة في أداة تحليل المحتوى وذلك بالاعتماد على الأدبيات

السابقة ذات الصلة.

## 2. مرحلة جمع البيانات:

- تحديد عينة الدراسة التي تضمن المحتوى الرياضي المنشور عبر كافة وسائل الاعلام الرياضية (صحف، قنوات، منصات رقمية).
- حصر النصوص الإعلامية والتقارير المتعلقة بكرة القدم النسائية والرجالية خلال الفترة المحددة.

## 3. مرحلة اختبار الفئات

- اخضاع جزء من حلقات البرنامج إلى دراسة استكشافية للتوصل إلى فئات أداة تحليل المضمون.

## 4. مرحلة تحليل البيانات:

- توظيف أداة تحليل المحتوى لتحليل المحتوى الاعلامي الرياضي بناءً على فئات الدراسة.
- تصنيف البيانات في جداول مُنظمة لغايات التحليل الإحصائي.

## 5. مرحلة كتابة النتائج:

- تفسير البيانات الإحصائية بالاستناد إلى النظريات الجندرية والمبادئ الإعلامية.
- تقديم التوصيات اللازمة وفقاً للنتائج المستخلصة.

## الفصل الرابع

### نتائج الدراسة

يقدم هذا الفصل عرضاً تفصيلياً للنتائج التي تم التوصل إليها بعد تحليل مضمون المواد الإعلامية

فيما يتعلق بتمثيل الجنسين في الإعلام الرياضي لكرة القدم.

#### أولاً: فئة حجم التغطية الإعلامية

الجدول (1-4) فئة حجم التغطية الإعلامية

المجموع	سيدات		رجال		الفئات
	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
18:10	%6.1	1:10	%93.9	17:00	عدد الساعات
61	%6.6	4	%93.4	57	عدد الاخبار
كبير	صغير		كبير		حجم التغطية

فيما يتعلق بحجم التغطية الإعلامية، كشفت النتائج عن إجمالي عدد الساعات التي غطت كرة

القدم الأردني قد بلغ 18 ساعة و(10) دقائق، خصصت (17) ساعة للرجال وبنسبة (%93.9)

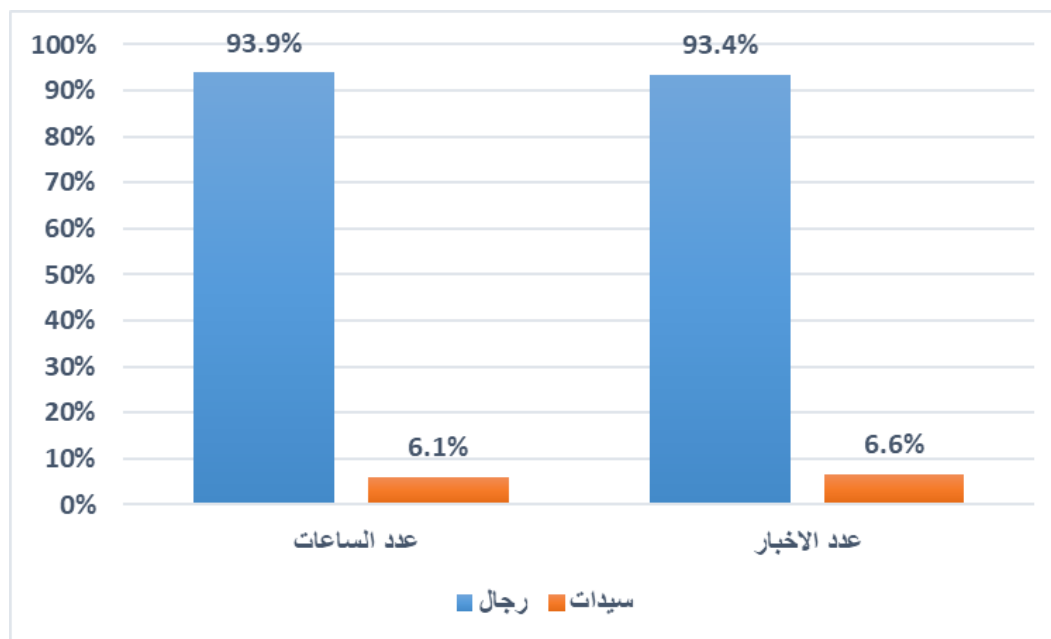
بينما بلغ عدد الساعات المخصصة لكرة القدم النسوية ساعة و(10) دقائق. كما يتضح أن عدد

الأخبار الإجمالي لكرة القدم الأردنية في الإعلام الرياضي الأردني قد بلغ (61) خبراً، كان (%93.4)

منها خاصة بالرجال وبتكرار بلغ (57)، في المقابل بلغ عدد الأخبار المتعلقة بكرة القدم النسوية قد

بلغ (4) أخبار وبنسبة بلغت (%6.6). الرسم البياني الآتي يوضح الفروق بين حجم التغطية الإعلامية

بين الجنسين.



ثانياً: اللغة المستخدمة

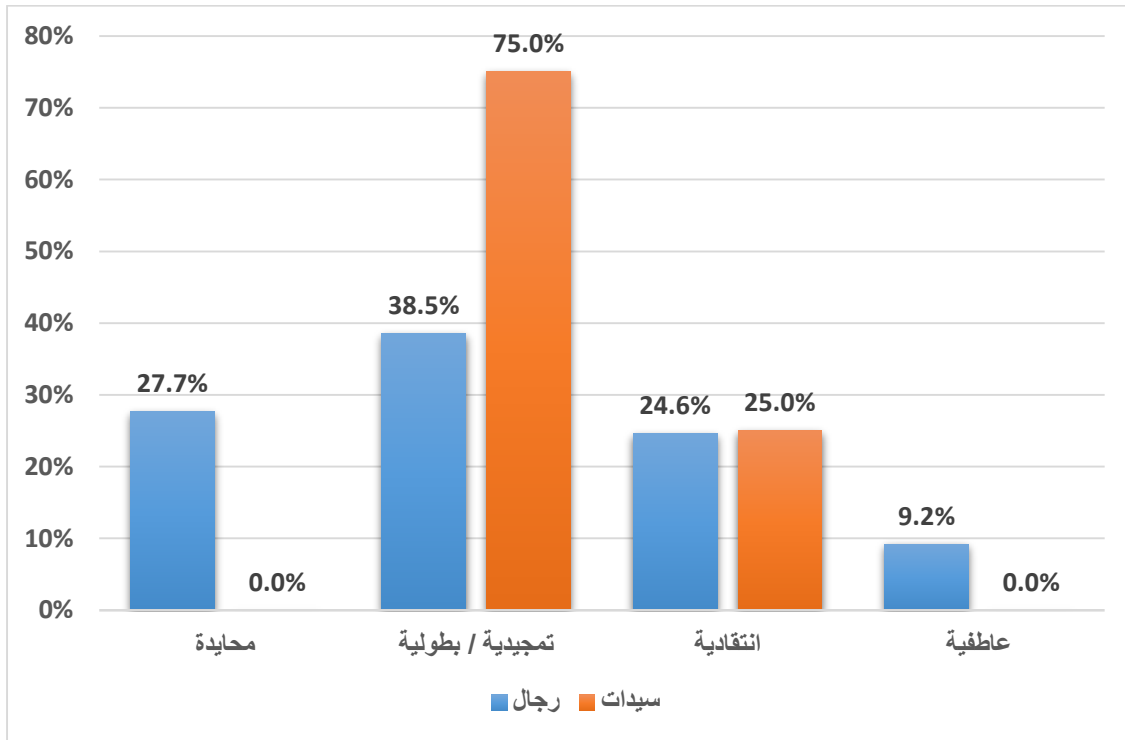
### 1- النبرة الإعلامية

الجدول (2-4) فئة النبرة الإعلامية

النسبة	المجموع	سيدات	رجال	التكرار	النسبة	الفئات
%26.1	18	-	18	التكرار	%	محايدة
		-	%27.7	النسبة		
%40.6	28	3	25	التكرار	%	تمجيدية / بطولية
		%75	%38.5	النسبة		
%24.6	17	1	16	التكرار	%	انتقادية
		%25	%24.6	النسبة		
%8.7	6	-	6	التكرار	%	عاطفية
		-	%9.2	النسبة		
%100	69	4	65	المجموع		النسبة
		%100	%100			

تُظهر نتائج الجدول (2-4) أن النبرة الإعلامية الأكثر تكراراً في الاعلام الرياضي لكرة القدم الأردنية كانت التمجيدية/ البطولية وبنسبة (40.6%)، تلتها الفئة المحايدة بنسبة (26.1%)، في حين بلغت نسبة الفئة الانتقادية (24.6%)، أما الفئة العاطفية فقد بلغت نسبتها (8.7%). بالنسبة

للمضمون الإعلامي الخاص بكرة القدم للرجال، كانت النبرة الإعلامية (التمجيدية) هي الأكثر تكراراً بنسبة (38.5%)، أما النبرة العاطفية فقد كانت الأقل تكراراً بنسبة (9.2%)، وبالمثل كانت النبرة الإعلامية المستخدمة في كرة القدم للسيدات هي التمجيدية أيضاً بنسبة (75%)، وكانت النبرة الانتقادية الأقل تكراراً بنسبة (25%).



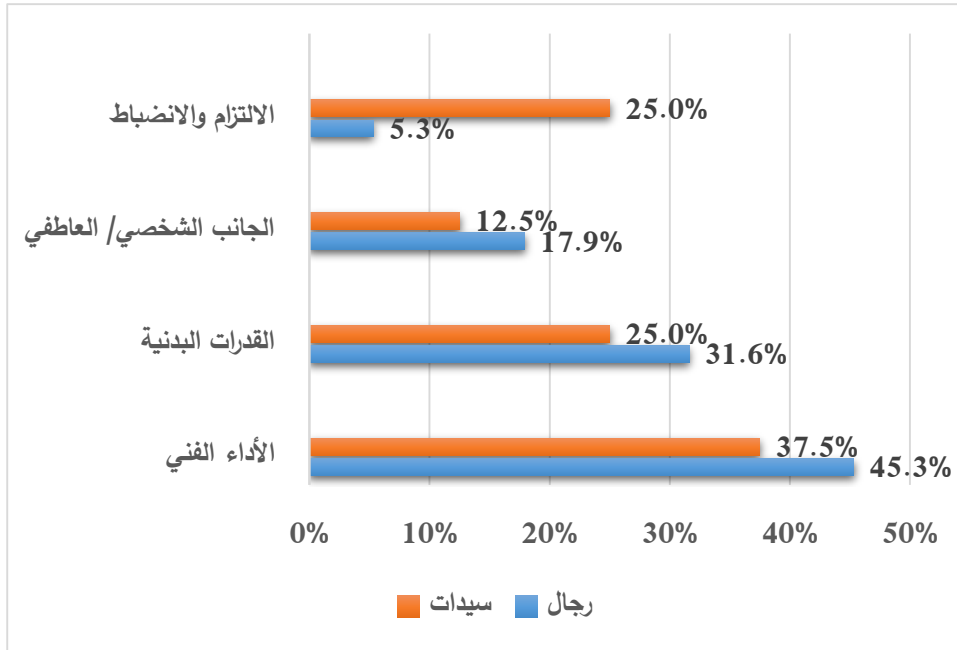
## 2- محور التركيز في اللغة

الجدول (3-4) فئة التركيز في اللغة

النسبة	المجموع	سيدات	رجال	الفئات
%44.7	46	3	43	التكرار
		%37.5	%45.3	النسبة
%31.1	32	2	30	التكرار
		%25	%31.6	النسبة
%17.5	18	1	17	التكرار
		%12.5	%17.9	النسبة

النسبة	المجموع	سيدات	رجال		الفئات
%6.8	7	2	5	التكرار	الالتزام والانضباط
		%25	%5.3	النسبة	
%100	103	8	95		المجموع
		%100	%100		النسبة

تُظهر نتائج الجدول (3-4) فئة التركيز في اللغة الأكثر تكراراً قد كان الأداء الفني بنسبة بلغت (44.7%)، تلاها القدرات البدنية بنسبة (31.1%)، كذلك بلغت نسبة التركيز على الجانب الشخصي/العاطفي (17.5%)، أما التركيز على الالتزام والانضباط فقد تكرر بنسبة (6.8%). بالنسبة للرجال، فقد كان التركيز الأكبر على الأداء الفني بنسبة 45.3%، بينما كان التركيز الأقل على الجانب الشخصي/العاطفي، أما السيدات. فقد كان التركيز على الأداء الفني بنسبة (37.5%)، أما النسبة الأقل فقد كانت لفئة الجانب الشخصي/العاطفي.



## 3- اللغة المقارنة

الجدول (4-4) فئة اللغة المقارنة

النسبة	المجموع	سيدات	رجال		الفئات
%100	1	1	0	التكرار	تصوير الإنجاز النسوي كإنجاز
		0	0	النسبة	
%100	103	1	0	المجموع	
		%100	0	النسبة	

فيما يتعلق باللغة المقارنة، بينت النتائج استخدام الفئة (تصوير الإنجاز النسوي كإنجاز) حيث

تكرر لمرة واحدة واحدة.

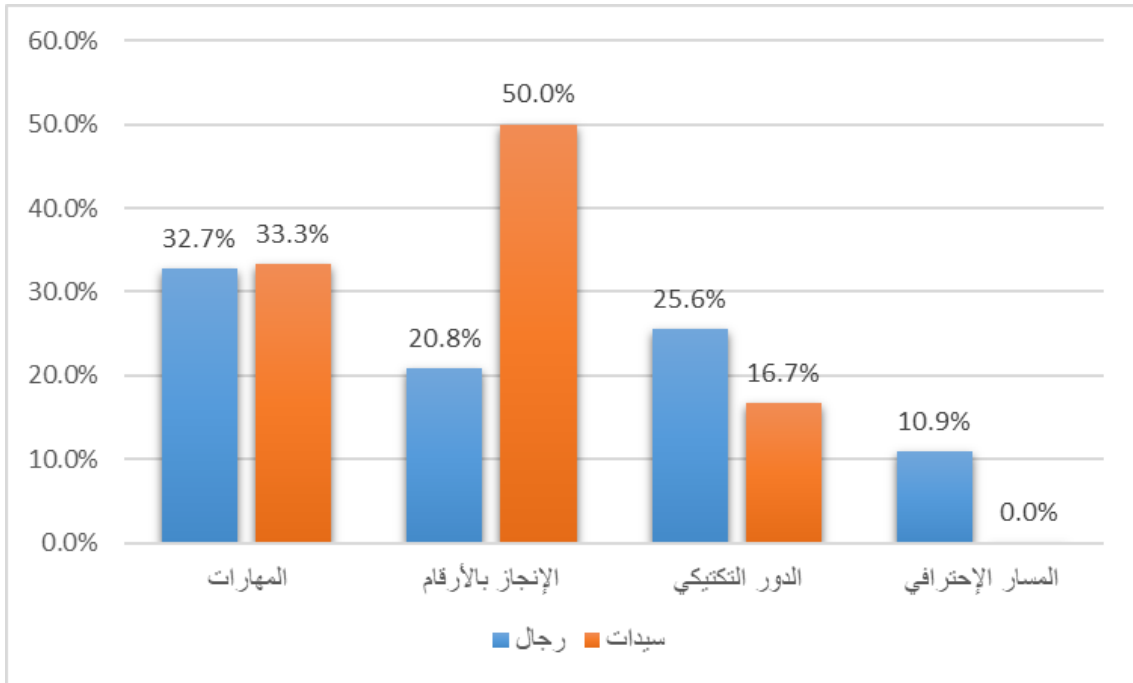
## ثالثاً: أسلوب تقديم المحتوى

## 1- أسلوب التركيز على الأداء والإنجاز

الجدول (4-5) فئة التركيز على الأداء والإنجاز

النسبة	المجموع	سيدات	رجال		الفئات
%32.7	35	2	33	التكرار	المهارات
		%33.3	%32.7	النسبة	
%22.4	24	3	21	التكرار	الإنجاز بالأرقام
		%50	%20.8	النسبة	
%34.6	37	1	36	التكرار	الدور التكتيكي
		%16.7	%25.6	النسبة	
%10.3	11	0	11	التكرار	المسار الاحترافي
		0.0	%10.9	النسبة	
%100	107	6	101	المجموع	
		%100	%100	النسبة	

يتضح من الجدول أن التركيز الأعلى في المواد الاعلامية لكرة القدم الأردنية قد كانت حول الدور التكتيكي بنسبة (34.6%)، تلاها التركيز على المهارات بنسبة (32.7%)، كما بلغت نسبة التركيز على الإنجاز بالأرقام (22.4%)، في حين كان التركيز الأقل على المسار الاحترافي بنسبة (10.3%). بالنسبة للرجال، كان التركيز الأعلى على الدور التكتيكي بنسبة (25.6%)، بينما كان التركيز الأقل على المسار الاحترافي بنسبة 10.9%. فيما يتعلق بكرة القدم النسوية، فقد كان التركيز الأعلى على الإنجاز بالأرقام وبنسبة (50%)، بينما لم يكن هناك أي تركيز على المسار الاحترافي.

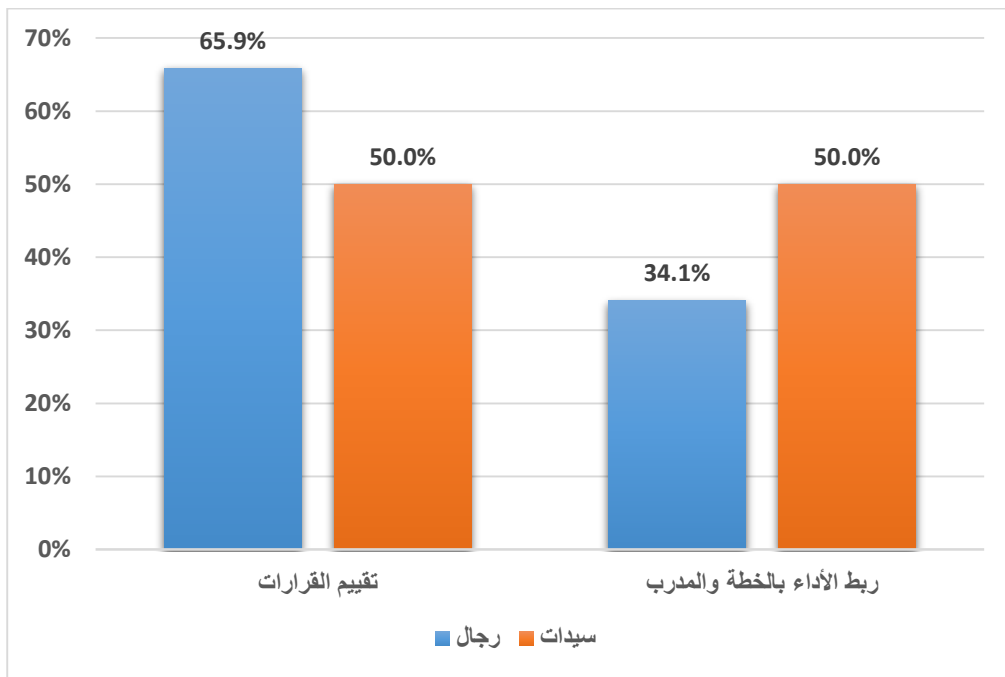


## 2- الاسلوب التحليلي التكتيكي

الجدول (4-6) فئة الأسلوب التحليلي التكتيكي

النسبة	المجموع	سيدات	رجال	الفئات
%65.1	28	1	27	التكرار
		%50	%65.9	النسبة
%34.9	15	1	14	التكرار
		%50	%34.1	النسبة
%100	43	2	41	المجموع
		%100	%100	النسبة

بينت نتائج الجدول (4-6) أن الأسلوب التحليلي التكتيكي الأكثر استخداماً هو تقييم القرارات بنسبة (65.1%)، تلاه أسلوب ربط الأداء بالخطة والمدرّب وبنسبة (34.9%). بالنسبة لكرة القدم للرجال، كان أسلوب تقييم القرارات هو الأكثر تكراراً بنسبة (65.9%)، أما أسلوب ربط الاداء بالخطة والمدرّب فقد بلغت نسبته (34.1%). بالنسبة لكرة القدم النسوية فقد تم استخدام الاسلوبين بالقدر نفسه.

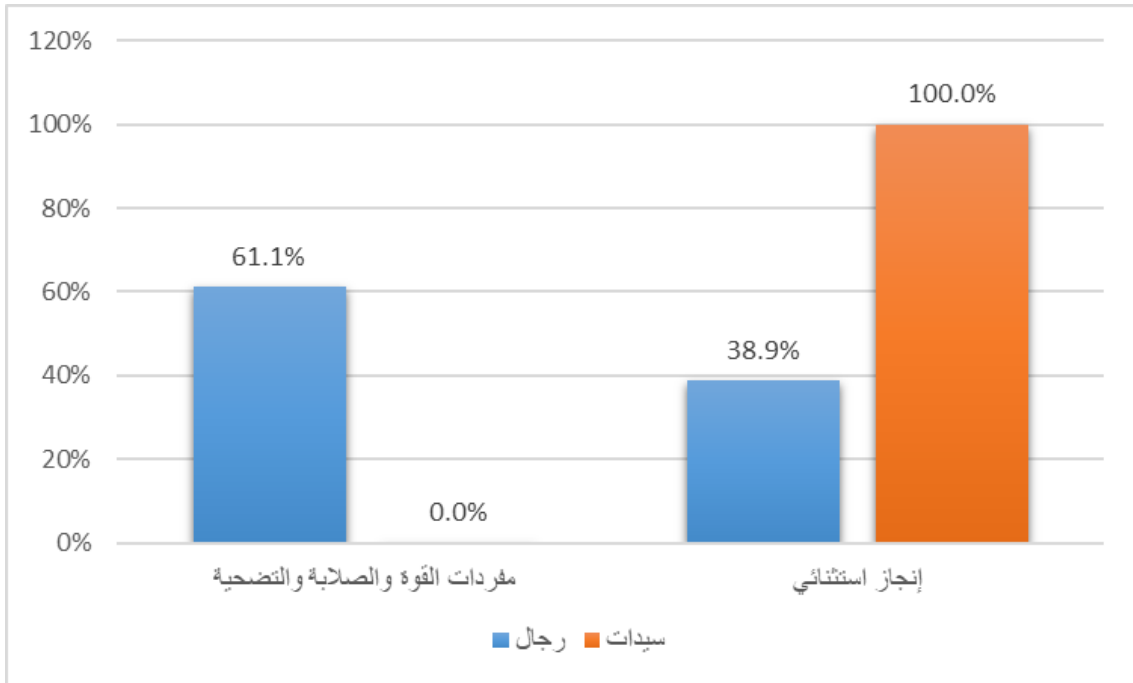


### 3- أسلوب البطولة والتمجيد

الجدول (4-7) فئة أسلوب البطولة والتمجيد

النسبة	المجموع	سيدات	رجال	الفئات
%55	11	0	11	التكرار
		0	%61.1	النسبة
%45	9	2	7	التكرار
		%100	%38.9	النسبة
%100	20	2	18	المجموع
		%100	%100	النسبة

بينت نتائج الجدول (4-6) أن أسلوب البطولة والتمجيد الأكثر استخداماً في المواد الإعلامية المتعلقة بكرة القدم الأردنية هو مفردات القوة والصلابة والتضحية بنسبة (55%)، بينما كان نسبة استخدام أسلوب الإنجاز الاستثنائي (45%). فيما يتعلق بالرجال، كان استخدام مفردات القوة والصلابة والتضحية الأكثر تكراراً بنسبة (61.1%)، بينما بلغت نسبة استخدام أسلوب الإنجاز الاستثنائي (38.9%). فيما يتعلق بكرة القدم الأردنية النسوية، كان استخدام أسلوب الإنجاز الاستثنائي هو السائد وبنسبة 100%.



#### 4- أسلوب التمثيل الوطني والهوية

الجدول (4-8) فئة أسلوب التمثيل الوطني والهوية

النسبة	المجموع	سيدات	رجال	الفئات
%100	7	0	7	التكرار
		0	%100	النسبة
%100	7	0	7	المجموع
		0	%100	النسبة

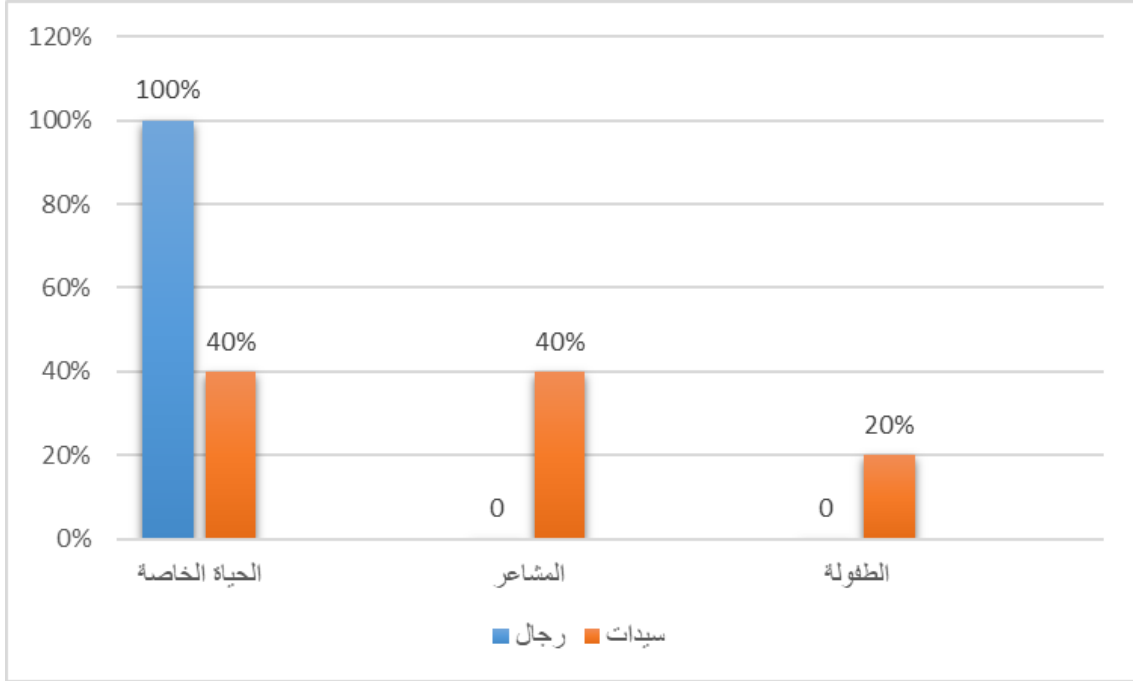
بينت نتائج الجدول (4-8) أن التمثيل الوطني والهوية الأكثر استخداماً في المواد الإعلامية المتعلقة بكرة القدم الأردنية هو ربط اللاعب/ة بصورة المنتخب أو الوطن بنسبة (100%)، بينما لم يتم استخدام أسلوب كسر القيود المجتمعية. تم ربط اللاعب/ة بصورة المنتخب أو الوطن بالمواد الإعلامية المتعلقة بكرة القدم للرجال ولم يتم الإشارة إليها عند الحديث عن الكرة القدم النسوية.

#### 4-الأسلوب الشخصي الحياتي

الجدول (4-9) فئة الأسلوب الشخص الحياتي

النسبة	المجموع	سيدات	رجال		الفئات
%50	3	2	1	التكرار	الحياة الخاصة
		%40	%100	النسبة	
%33.3	2	2	0	التكرار	المشاعر
		%40	0	النسبة	
%16.7	1	1	0	التكرار	الطفولة
		%20	0	النسبة	
%100	6	5	1	المجموع	
		%100	%100	النسبة	

كشفت نتائج الجدول (4-9) أن المضمون الإعلامي لكرة القدم الأردنية قد تضمن الحديث عن الحياة الخاصة بنسبة 50%، تلاه الحديث عن المشاعر بنسبة 33.3%، أما التمثيل الأقل فقد كان للطفولة وبنسبة 16.7%. فيما يتعلق بكرة القدم للرجال، كان التطرق للحياة الخاصة فقط ولمرة واحدة. في المقابل تتطرق المواد الإعلامية للكرة النسوية للحياة الخاصة بنسبة بلغت (40%) وللمشاعر بنسبة (40%)، في حين كان التكرار الأقل للحديث عن الطفولة وبنسبة (20%).

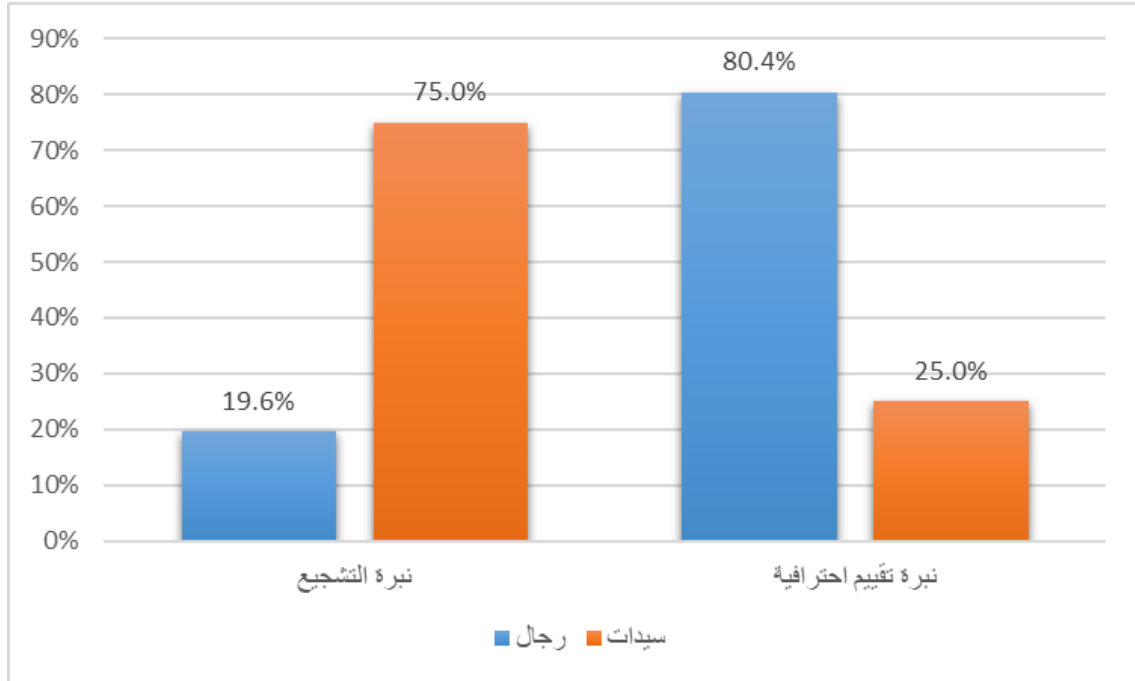


### 5- اسلوب التقييم

الجدول (4-10) فئة اسلوب التقييم

النسبة	المجموع	سيدات	رجال	الفئات
%24	12	3	9	التكرار
		%75	%19.6	النسبة
%76	38	1	37	التكرار
		%25	%80.4	النسبة
%100	50	4	46	المجموع
		%100	%100	النسبة %

يتضح من نتائج الجدول (4-10) أن اسلوب التقييم الأكثر تكراراً في المواد الإعلامية الخاصة بكرة القدم هو التقييم الاحترافي بنسبة (76%)، أما نبرة التشجيع فقد تكرر بنسبة (24%). بالنسبة للرجال، استخدم اسلوب التقييم الاحترافي بنسبة 80.4%، أما نبرة التشجيع بنسبة (19.6%). بالنسبة لكرة القدم النسوية، فقد تم استخدام اسلوب التقييم التشجيعي بنسبة 75%، مقابل 25% لأسلوب التقييم الاحترافي.



#### 6- اسلوب الندرة الاستثناء

الجدول (4-11) فئة اسلوب الندرة والاستثناء

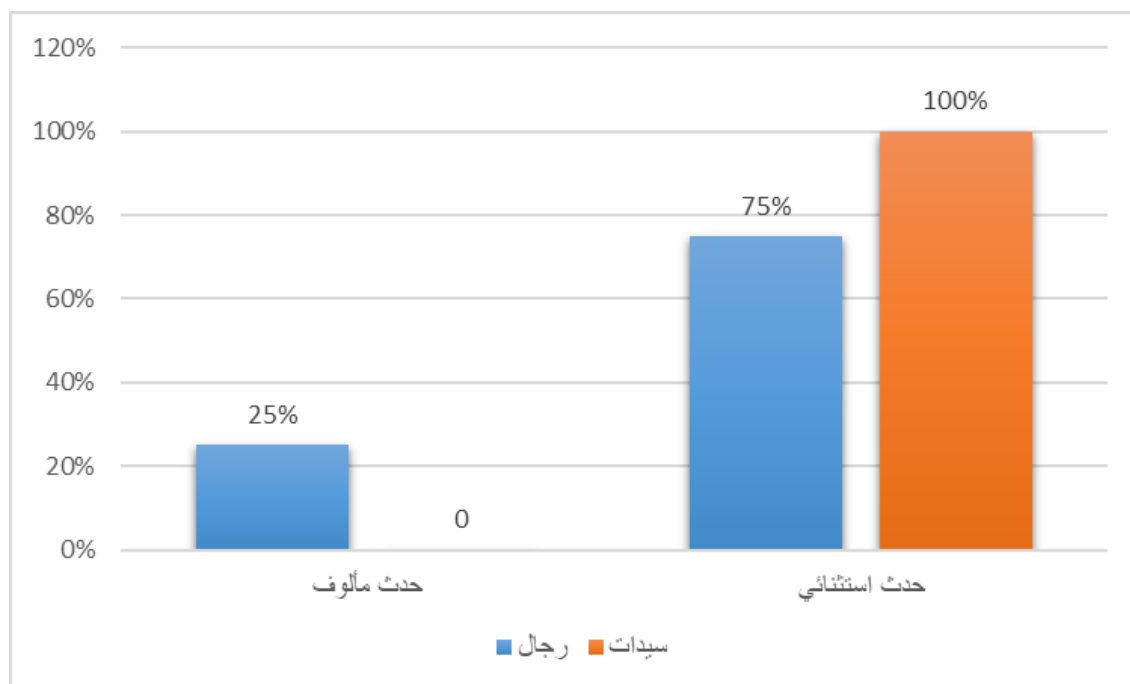
النسبة	المجموع	سيدات	رجال	التكرار	الفئات
%16.7	1	0	1	التكرار	حدث مألوف
		0	%25	النسبة	
%83.3	5	2	3	التكرار	حدث استثنائي
		%100	%75	النسبة	
%100	6	2	4	المجموع	
		%100	%100	النسبة%	

يتضح من نتائج الجدول (4-11) أن الندرة والاستثناء الأكثر تكراراً في المواد الإعلامية الخاصة

بكرة القدم هو الحدث الاستثنائي بنسبة (83.3%)، أما الحدث المألوف فقد تكرر بنسبة (16.7%).

بالنسبة للرجال، استخدم الحدث الاستثنائي بنسبة 75%، أما نبرة التشجيع بنسبة (25%). بالنسبة

لكرة القدم النسوية، فقد تم استخدام صيغة الحدث الاستثنائي فقط وبنسبة 100%.



#### 7- اسلوب التسليع والرعاية

الجدول (4-12) فئة اسلوب التسليع والرعاية

النسبة	المجموع	سيدات	رجال	الفئات
%66.7	4	0	4	التكرار
		0	%66.7	النسبة
%33.3	2	0	2	التكرار
		0	%33.3	النسبة
		0	6	المجموع
		0	%100	النسبة%

يتضح من نتائج الجدول (4-12) أن اسلوب التسليع والرعاية الأكثر تكراراً في المواد الإعلامية

الخاصة بكرة القدم هو العقود بنسبة (66.7%)، أما الرعاية فقد تكرر بنسبة (33.3%)، ولم يتم

التطرق للصور التجارية. بالنسبة للرجال، تم التطرق للعقود بنسبة 66.7%، أما الرعاية فقد تكرر

بنسبة (33.3%). بالنسبة لكرة القدم النسوية، لم يتم التطرق لهذا الاسلوب.

## رابعاً: الصورة النمطية

## 1- الكفاءة والقدرة البدنية

الجدول (4-13) فئة الكفاءة والقدرة البدنية

النسبة	المجموع	سيدات	رجال		الفئات
%25	13	0	13	التكرار	القوة
		0	%25	النسبة	
%5.8	3	0	3	التكرار	السرعة
		0	%5.8	النسبة	
%69.2	36	0	36	التكرار	التنافسية
		0	%69.2	النسبة	
%100	52	0	52		المجموع
		%100	%100		النسبة%

يتضح من نتائج الجدول (4-13) أن اسلوب الكفاءة والقدرة البدنية الأكثر تكراراً في المواد الإعلامية الخاصة بكرة القدم هو التنافسية بنسبة (69.3%)، أما القوة فقد تكرر بنسبة (25%)، والسرعة بنسبة (5.8%). بالنسبة للرجال، تم الحديث عن التنافسية بنسبة 69.3%، اما القوة فقد تكرر بنسبة (25%)، وكان استخدام مفهوم السرعة بأقل تكرار (5.8%) بالنسبة لكرة القدم النسوية، لم يتم التطرق لهذا الاسلوب.

## 2- صور نمطية لغوية وخطابية

الجدول (4-14) فئة صور نمطية لغوية وخطابية

النسبة	المجموع	سيدات	رجال	الفئات
%60	3	0	3	التكرار
		0	%75	النسبة
%40	2	1	1	التكرار
		%100	%25	النسبة
%100	5	1	4	المجموع
		%100	%100	النسبة%

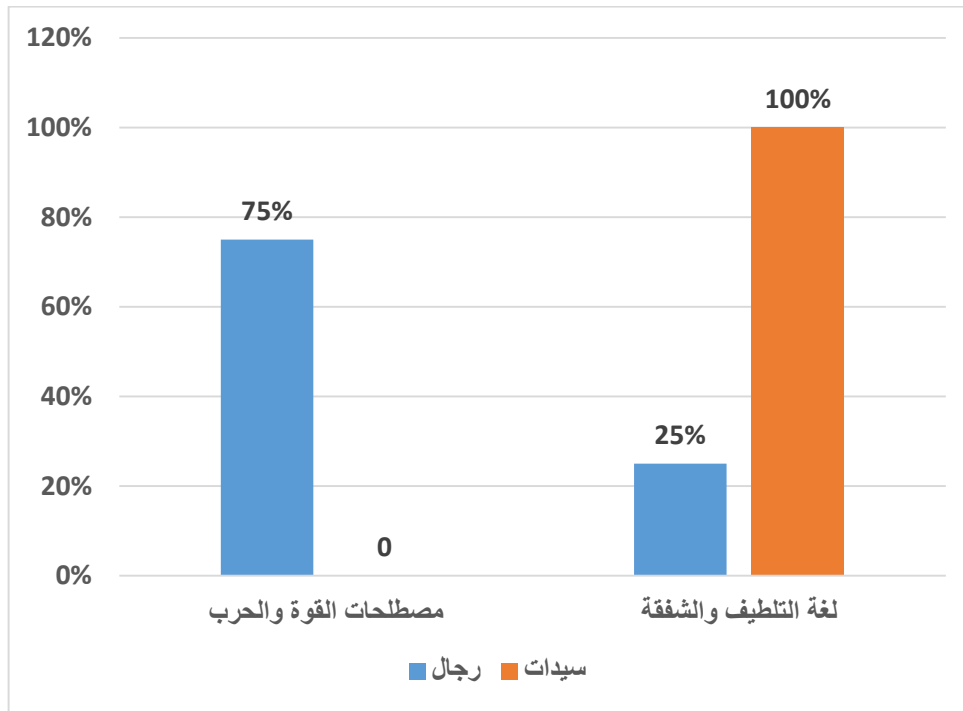
يتضح من نتائج الجدول (4-13) أن الصور النمطية اللغوية والخطابية الأكثر تكراراً في المواد

الإعلامية الخاصة بكرة القدم هو مصطلحات القوة والحرب بنسبة (60%)، أما لغة التلطيف والشفقة

فقد تكرر بنسبة (40%). بالنسبة للرجال، تم الحديث عن مصطلحات القوة والحرب بنسبة 75%،

أما التلطيف والشفقة فقد تكرر بنسبة (25%). بالنسبة لكرة القدم النسوية، تم الحديث فقط بلغة

التلطيف والشفقة.

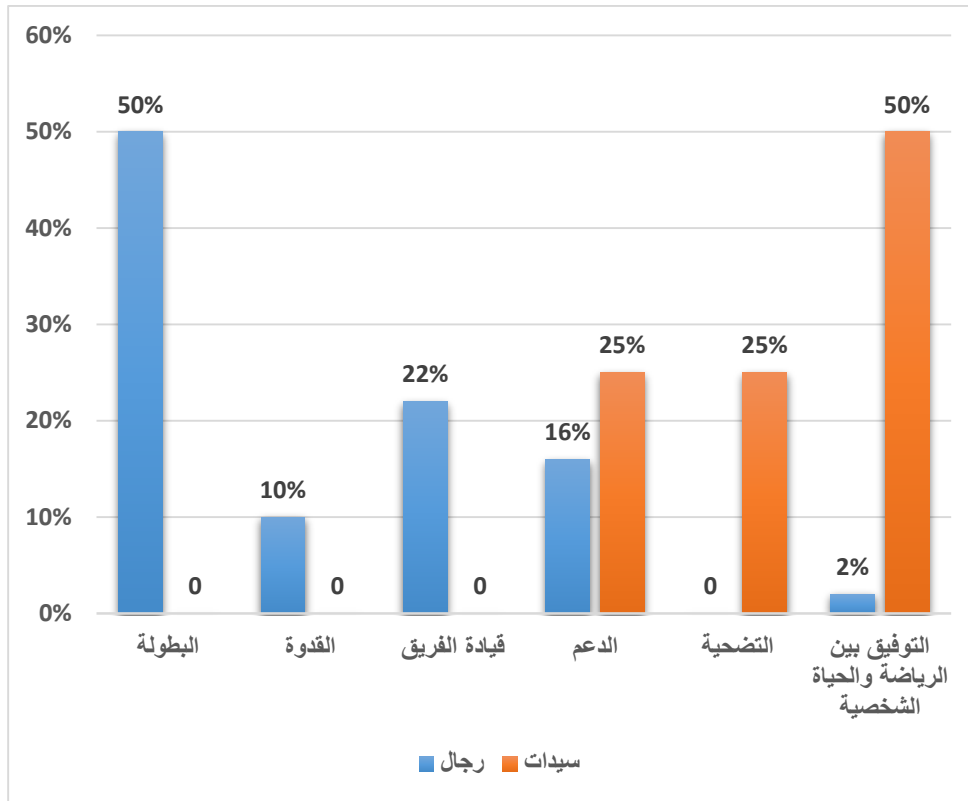


## 2- صور نمطية للأدوار الاجتماعية

الجدول (4-15) فئة صور نمطية للأدوار الاجتماعية

النسبة	المجموع	سيدات	رجال	التكرار	الفئات
%46.3	25	0	25	التكرار	البطولة
		0	%50	النسبة	
%9.3	5	0	5	التكرار	القدوة
		0	%10	النسبة	
%20.4	11	0	11	التكرار	قيادة الفريق
		0	%22	النسبة	
%16.7	9	1	8	التكرار	الدعم
		%25	%16	النسبة	
%1.9	1	1	0	التكرار	التضحية
		%25	0	النسبة	
%5.6	3	2	1	التكرار	التوفيق بين الرياضة والحياة الشخصية
		%50	%2	النسبة	
%100	54	4	50		المجموع
		%100	%100		النسبة%

يتضح من نتائج الجدول (4-16) أن الصور النمطية للأدوار الاجتماعية الأكثر تكراراً في المواد الإعلامية الخاصة بكرة القدم هو البطولة بنسبة (%46.3)، تلتها قيادة الفريق بنسبة (%20.4)، والدعم بنسبة (%16.7)، أما التضحية فقد كانت الأقل تكرار بنسبة %1.9. بالنسبة للرجال، تم الحديث عن البطولة بنسبة %50، أما التضحية فلم يتم التطرق عليها. بالنسبة لكرة القدم النسوية، تم الحديث عن التوفيق بين الرياضة والحياة الشخصية بنسبة %50، وتم الحديث عن التضحية والدعم فقط بنسبة %1 لكل منهما.



## الفصل الخامس

### مناقشة النتائج والتوصيات

يقدم هذا الفصل أبرز النتائج التي تم التوصل إليها وربطها بتفسير علمي منهجي، كذلك تقديم عدداً من التوصيات والمقترحات في ضوء تلك النتائج.

#### أولاً: مناقشة النتائج

##### أولاً: فئة حجم التغطية الإعلامية

كشفت النتائج عن إجمالي عدد الساعات التي غطت كرة القدم الأردني قد بلغ 18 ساعة و(10) دقائق، خصصت (17) ساعة للرجال وبنسبة (93.9%) بينما بلغ عدد الساعات المخصصة لكرة القدم النسوية ساعة و(10) دقائق. تظهر هذه النتيجة الى أن الإعلام الأردني يخصص اهتماماً بالغاً بكرة القدم، حيث أن الحديث عن أخبار كرة القدم. كما يتضح أن عدد الأخبار الإجمالي للكرة القدم الأردنية في الإعلام الرياضي الأردني قد بلغ (61) خبراً، كان (93.4%) منها خاصة بالرجال وبتكرار بلغ (57)، في المقابل بلغ عدد الأخبار المتعلقة بكرة القدم النسوية قد بلغ (4) أخبار وبنسبة بلغت (6.6%). يعزو الباحث هذه النتيجة إلى أن كرة القدم الرجالية تهيمن على المشهد الرياضي في الأردن سواء من حيث حجم المتابعة أو القاعدة الجماهيرية، كما يعتبر النشاط الرياضي الأكثر شعبية وتأثيراً على الرأي العام. كما يُرجع الباحث هذه النتيجة إلى محدودية البطولات النسوية وقلة الدعم المؤسسي والاستثمارات مقارنة بكرة القدم الرجالية، فضلاً عن تأثير الثقافة المجتمعية التي تولي الرجال أولوية في الإهتمام الإعلامي.

هذه النتائج تشير إلى وجود فجوة واضحة في حجم التغطية الاعلامية بين الرجال والنساء، فكرة

القدم الرجالية تعتبر أكثر جماهيرية واقبالاً، فضلاً عن حجم المنافسات الداخلية والخارجية، كما أن

تأهل المنتخب الأردني لكأس العالم زاد من الاهتمام الاعلامي بالمنتخب الأردني، فضلاً عن وجود العديد من المنافسات الدولية والإقليمية التي شارك بها المنتخب والأندية مؤخراً. تتفق هذه النتيجة مع دراسة دواله وعباد (2020) التي أكدت على أن القنوات الرياضية تركز بدرجة كبيرة على الرياضة الرجالية، مع اهتمام محدود بالرياضة النسائية، مما يحد من انتشار الرياضة النسوية وتعزيز حضورها في المجتمع. كما تتفق هذه النتيجة مع دراسة زكي (2024) التي أشارت إلى وجود عدم توازن واضح في التغطية الكمية بين الجنسين، إذ حظيت رياضات الرجال بنسبة تفوق 90% من إجمالي زمن البث، في مقابل ضعف كبير في تغطية الرياضات النسائية. تتسجم هذه النتيجة أيضاً الفرضيات التي قدمتها نظرية التمثيل الإعلامي (Hall, 1997) التي نصت على أن الإعلام الرياضي التلفزيوني يميل إلى تقليل تمثيل الرياضة النسائية كمياً مقارنة بالرجالية، من حيث زمن البث، وعدد القصص، وموضعها في النشرة أو الحلقة.

تتوافق هذه النتيجة مع نظرية التمثيل الإعلامي (Hall, 1997)، التي تشير إلى أن الإعلام الرياضي التلفزيوني يقلل من التغطية الكمية للرياضة النسائية مقارنة بالرجالية، سواء من حيث زمن البث، أو عدد القصص، أو ترتيبها وموقعها في النشرة أو الحلقة، مما يفسر التمثيل الأقل للرياضة النسائية.

## ثانياً: اللغة المستخدمة

### 1- النبرة الإعلامية

بينت النتائج أن النبرة الإعلامية الأكثر تكراراً في الاعلام الرياضي لكرة القدم الأردنية كانت التمجيدية/ البطولية وبنسبة (40.6%)، تلتها الفئة المحايدة بنسبة (26.1%)، في حين بلغت نسبة الفئة الانتقادية (24.6%)، أما الفئة العاطفية فقد بلغت نسبتها (8.7%)، ولم تتضمن أي مادة

اعلامية نبرة تهكمية أو ساخرة. بالنسبة للمضمون الإعلامي الخاص بكرة القدم للرجال، كانت النبرة الإعلامية (التمجيدية) هي الأكثر تكراراً بنسبة (38.5%)، أما النبرة العاطفية فقد كانت الاقل تكراراً بنسبة (9.2%)، وبالمثل كانت النبرة الإعلامية المستخدمة في كرة القدم للسيدات هي التمجيدية أيضاً وبنسبة (75%)، وكانت النبرة الانتقادية الاقل تكراراً بنسبة (25%). هذه النتيجة تظهر ان النبرة الإعلامية عادة ما تتشابه لدى الرجال والنساء. يعزو الباحث هيمنة النبرة التمجيدية/البطولية في الإعلام الرياضي الأردني إلى توجه وسائل الإعلام لإبراز إنجازات اللاعبين وبناء صورة إيجابية لكرة القدم الأردنية، بما ينسجم مع الدور التقليدي للإعلام الرياضي والمتمثل في بناء رموز رياضية وتعزيز الإنتماء الوطني وتلبية رغبات الجمهور واهتماماتهم. كما تعزى هذه النتيجة إلى أن كرة القدم تحظى بقاعدة جماهيرية واسعة مما يشجع وسائل الإعلام على استخدام خطاب جاذب وتحفيزي يركز على الإنجازات والنجاحات. أما النبرة المحايدة فيرى الباحث أن هناك مستوى جيد من المهنية لدى الإعلام في تناول الأخبار الرياضية لا سيما في التقارير الإخبارية التي تركز على نقل الوقائع كما هي دون اضافة إي أبعاد إنفعالية أو تقييمية.

تؤكد هذه النتيجة استخدام نبرة نقدية في الحديث عن كرة القدم الرجالية، مما يظهر تعاملاً أكثر صرامة ومهنية. في حين يتم تجنب النقد الجارح في الحديث عن الكرة النسوية، كما أن حجم التوقعات للكرة الرجالية تفوق التوقعات من الكرة النسوية، مما يجعل الخطاب الموجه للرجال أكثر يري الباحث أن اختلاف النبرة الإعلامية بين كرة القدم الرجالية والنسوية يعود إلى تفاوت الاهتمام والشعبية وارتفاع سقف التوقعات في الأولى، مقابل الطابع التشجيعي والداعم للإعلام الموجه للنسوية بجدية وصرامة.

## 2- محور التركيز في اللغة

كشفت النتائج المتعلقة بفئة التركيز في اللغة الأكثر تكراراً قد كان الأداء الفني بنسبة بلغت (44.7%)، تلاها القدرات البدنية بنسبة (31.1%)، كذلك بلغت نسبة التركيز على الجانب الشخصي/العاطفي (17.5%)، أما التركيز على الالتزام والانضباط فقد تكرر بنسبة (6.8%). لم تركز أي مادة إعلامية على الصفات الأخلاقية والقيم والدور الاجتماعي. بالنسبة للرجال، فقد كان التركيز الأكبر على الأداء الفني بنسبة 45.3%، بينما كان التركيز الأقل على الجانب الشخصي/العاطفي، أما السيدات. فقد كان التركيز على الأداء الفني بنسبة (37.5%)، أما النسبة الأقل فقد كانت لفئة الجانب الشخصي/العاطفي. يعزو الباحث هذه النتيجة إلى اهتمام الإعلام الرياضي الأردني بتسليط الضوء على الجوانب الفنية لكرة القدم كالتكتيك والأهداف ومستوى اللاعبين، وهذا يتفق مع الهدف الرئيس للإعلام الرياضي والمتمثل في عرض الإنجازات والمهارات الفنية للجمهور، كما يميل الإعلام الرياضي للتركيز على الأداء كونه قابل للقياس والملاحظة المباشرة، حيث يمكن للجمهور تمييزه بسهولة. كذلك يرى الباحث أن التركيز على القدرات البدنية يعكس أيضاً إهتمام الإعلام بعرض اللياقة والقوة البدنية والسرعة لكونها مؤشرات هامة في تقييم أداء اللاعبين، حيث يعطي هذا التركيز صورة متكاملة عن اللاعبين. إلا أن التغطية الإعلامية لكرة النسوية ركزت أيضاً على الأداء ولكن ليس بالقدر نفسه لكرة الرجالية نظراً لحدثة التجربة النسوية وقلة المسابقات مقارنة بكرة القدم الرجالية. كما يُرجع الباحث إنخفاض التركيز على الجوانب العاطفية والشخصية إلى أن الإعلام الرياي يركز على تقديم كرة القدم كنشاطاً تنافسياً قائماً على النتائج والأداء. كذلك تشير هذه النتيجة الى أن محور التركيز في المضمون الاعلامي هو الاداء الفني باعتباره محور التميز والإنجاز في كرة القدم، كما أن تقييم أي منتخب أو نادي يتم من خلال تقييم أداءه الفني وبالتالي تم التركيز عليه.

### 3- اللغة المقارنة

فيما يتعلق باللغة المقارنة، بينت النتائج المواد الإعلامية لم تتضمن أي فئة من فئات اللغة المقارنة، باستخدام الفئة (تصوير الإنجاز النسوي كإنجاز) حيث تكرر لمرة واحدة. يعزو الباحث هذه النتيجة إلى أن الإعلام الرياضي الأردني نادراً ما يستخدم المقارنات بين الجنسين حيث يركز عادة على الأداء الفني والتمجيد مع تجاهل الجوانب الشخصية وغياب لغة المقارنة لا سيما فيما يتعلق بالإنجازات النسوية. كما يعزو الباحث هذه النتيجة إلى محدودية التغطية الإعلامية لكرة القدم النسوية مقارنة بالرجالية مما يقلل من استخدام اللغة المقارنة بين الجنسين في البرامج الإعلامية. فضلاً عن توجه الإعلام الرياضي لمعالجة الكرة النسوية باعتبارها نشاطاً مستقلاً دون أي مقارنة مع الكرة الرجالية. كما تؤكد هذه النتيجة أن الهدف هو تطوير كرة القدم سواء أكان للرجال أم النساء، لذلك لا يتم المقارنة بين الأدائيين، كما تعكس هذه النتيجة وعي المحللين والإعلاميين بظروف كرة القدم النسوية والرجالية فلا يتم المقارنة بينهما. أما فيما يتعلق بالإنجاز النسوي، فقد يعكس ذلك دعم الإعلام للمنتخب النسوي وتشجيعها للتطور حيث أن المشاركة النسوية ما زالت محدودة.

#### ثالثاً: أسلوب تقديم المحتوى

##### 1- أسلوب التركيز على الأداء والإنجاز

بينت النتائج أن التركيز الأعلى في المواد الإعلامية لكرة القدم الأردنية قد كانت حول الدور التكتيكي بنسبة (34.6%)، تلاها التركيز على المهارات بنسبة (32.7%)، كما بلغت نسبة التركيز على الإنجاز بالأرقام (22.4%)، في حين كان التركيز الأقل على المسار الاحترافي بنسبة (10.3%). بالنسبة للرجال، كان التركيز الأعلى على الدور التكتيكي بنسبة (25.6%)، بينما كان التركيز الأقل على المسار الاحترافي بنسبة 10.9%. فيما يتعلق بكرة القدم النسوية، فقد كان التركيز

الأعلى على الإنجاز بالأرقام وبنسبة (50%)، بينما لم يكن هناك أي تركيز على المسار الاحترافي. يعزو الباحث هذه النتيجة إلى أن كرة القدم الرجالية عادة ما تتمتع بمنظومة أكثر إستقراراً من حيث الجهاز الفني والدوريات والمنافسات المحلية والدولية، مما يدفع وسائل الإعلام للتركيز على الدور المهاري والتكتيكي باعتبارها من أبرز العناصر في تحليل الأداء، في حين يُعزى غياب التركيز على الجوانب الإحترافية في الكرة النسوية إلى ضعف الفرص الإحترافية المتاحة للاعبات.

تظهر هذه النتيجة التوجه التحليلي في الخطاب الاعلامي الذي يركز على الدور التكتيكي والمهارات، اما الاختلاف بين الرجال والنساء فيعزى الى اختلاف منظور التحليل، حيث يوصف انجاز كرة القدم النسوية بأنه حدثاً استثنائياً دون التطرق للمسار الاحترافي الذي عادة ما يكون محدود في الكرة النسوية. بينما ينظر الى كرة القدم الرجالية بأنها جملة من المهارات والتكتيت التي تلفت نظر المهتمين للاحتراف الخارجية والداخلي.

يعزو الباحث هذا الاختلاف إلى محدودية المسار الاحترافي في الكرة النسوية، مقابل التركيز على المهارات والتكتيك في الكرة الرجالية.

## 2-الاسلوب التحليلي التكتيكي

بينت النتائج أن الأسلوب التحليلي التكتيكي الاكثر استخداماً هو تقييم القرارات بنسبة (65.1%)، تلاه أسلوب ربط الأداء بالخطة والمدرّب بنسبة (34.9%)، أما الخرائط الحرارية فلم يتم التطرق لها. بالنسبة لكرة القدم للرجال، كان اسلوب تقييم القرارات هو الاكثر تكراراً بنسبة (65.9%)، أما اسلوب ربط الاداء بالخطة والمدرّب فقد بلغت نسبته (34.1%). بالنسبة لكرة القدم النسوية فقد تم استخدام الاسلوبين بالقدر نفسه. يعزو الباحث هذه النتيجة إلى أن كرة القدم الرجالية تحظى بتغطية إعلامية وخبرات تحليلية متخصصة مما يجعل تقييم القرارات الجماعية والفردية هو الأكثر استخداماً.

كذلك يعكس ربط الأداء بالمدرّب والخطة استقرار للأجهزة الفنية وتكرار المباريات مما يتيح بناء سرد تحليلي مستمر.

تظهر هذه النتيجة الى ان الاعلام عادة ما يغطي الجوانب الفنية المباشرة للمنتخبات والأندية، لذلك يركز على تقييم القرارات باعتبارها المؤثر الأكبر على مسيرة اللاعبين والانجازات الرياضية، كما ان المدرّب وخطته يؤديان دوراً مهماً في الانجازات والنتائج الرياضية.

### 3- اسلوب البطولة والتمجيد

بينت النتائج أن أسلوب البطولة والتمجيد الأكثر استخداماً في المواد الإعلامية المتعلقة بكرة القدم الأردنية هو مفردات القوة والصلابة والتضحية بنسبة (55%)، بينما كان نسبة استخدام اسلوب الإنجاز الاستثنائي (45%). فيما يتعلق بالرجال، كان استخدام مفردات القوة والصلابة والتضحية الأكثر تكراراً بنسبة (61.1%)، بينما بلغت نسبة استخدام اسلوب الانجاز الاستثنائي (38.9%). فيما يتعلق بكرة القدم الأردنية النسوية، كان استخدام اسلوب الانجاز الاستثنائي هو السائد وبنسبة 100%. يعزو الباحث هذه النتيجة إلى إختلاف الأطر الخطابية التي يركز عليها الإعلام الرياضي الأردني في تمثيل كرة القدم النسوية والرجالية، حيث تطرح كرة القدم الرجالية عادة في خطاب تقليدي يربط الأداء المتميز بالقوة والصلابة والتضحية باعتبارها مات متجذرة في النمطية لكرة القدم الرجالية. أما كرة القدم النسوية فعادة ما تطرح في خطاب إستثنائي يصف تحقيقهن للنتائج بأنه إنجاز غير مألوف. كما يعزو الباحث هذه النتيجة إلى أن إنجازات الرجال تُقاس بمعايير الإستمرارية والقوة، بينما تُوصف إنجاز السيدات بأنها حدثاً غير مألوف يستحق التمجيد.

تشير هذه النتيجة إلى اعتبار الانجازات الرجالية في كرة القدم كحدث بطولي نتيجة القوة والصلابة للاعبين، بينما يوصف الانجاز النسوي بأنه حدث استثنائي، وهذا يعكس نظرة الاعلام لمشاركة

السيدات في كرة القدم باعتباره حدث استثنائي. تتفق هذه النتيجة مع دراسة (Schwarz, 2017) التي كشفت عن أن الإعلام الرياضي يركز بشكل كبير على إنجازات الرياضيين الرجال، بينما يُقدم الرياضيات في أدوار فرعية أو هامشية.

#### 4- اسلوب التمثيل الوطني والهوية

بينت النتائج أن التمثيل الوطني والهوية الأكثر استخداماً في المواد الإعلامية المتعلقة بكرة القدم الأردنية هو ربط اللاعب/ة بصورة المنتخب او الوطن بنسبة (100%)، بينما لم يتم استخدام اسلوب كسر القيود المجتمعية. تم ربط اللاعب/ة بصورة المنتخب او الوطن بالمواد الإعلامية المتعلقة بكرة القدم للرجال ولم يتم الإشارة إليها عند الحديث عن الكرة القدم النسوية. يعزو الباحث هذه النتيجة إلى أن كرة القدم الرجالية تعتبر الممثل الأبرز للهوية الرياضية الوطنية حيث ترتبط بالمنتخب الوطني والإنجازات القارية والدولية مما يجعل وسائل الإعلام يصفون المنتخب الوطني كرمزاً للتمثيل الوطني. كما يُرجع الباحث هذه النتيجة إلى محدودية حضور الكرة النسوية في الوعي الرياضي الوطني وعدم ترسخها كجزء من الخطاب الرمزي للهوية الرياضية.

تشير هذه النتيجة الى الفجوة الاعلامية في الاعتراف بدور الرياضة النسوية في تمثيل الوطن، واعتبار منتخب الرجال الاكثر تعبيراً عن صورة الوطن والاكثر تمثيلاً، وقد يعزى ذلك الى مشاركة المنتخب الرجولي ببطولات ومحافل دولية وعربية، كما ان التأهل لكأس العالم عزز من صورة المنتخب الأردني محلياً ودولياً مما جعل الاعلام يركز عليهم كممثل للوطن.

#### 5- الأسلوب الشخصي الحياتي

كشفت النتائج عن أن المضمون الإعلامي لكرة القدم الأردنية قد تضمن الحديث عن الحياة الخاصة بنسبة 50%، تلاه الحديث عن المشاعر بنسبة 33.3%، أما التمثيل الأقل فقد كان للطفولة

وبنسبة 16.7%. فيما يتعلق بكرة القدم للرجال، كان التطرق للحياة الخاصة فقط ولمرة واحدة. في المقابل تتطرق المواد الاعلامية للكرة النسوية للحياة الخاصة بنسبة بلغت (40%) وللمشاعر بنسبة (40%)، في حين كان التكرار الأقل للحديث عن الطفولة وبنسبة (20%). يعزو الباحث هذه النتيجة إلى تباين الأطر الإعلامية عند طرح كرة القدم الرجالية والنسوية، فعند تناول كرة القدم الرجالية يتم التركيز على الجوانب التنافسية والفنية مع تجنب الانخراط بالمواضيع الشخصية والعاطفية، لترسخ صورة اللاعب بوصفه محترفاً يتم تقييمه بناءً على أدائه داخل الملعب. أما كرة القم النسوية فيتم تناولها من منظور أكثر إنسانياً وشخصياً حيث يتم الإهتمام بالمشاعر والحياة الخاصة والطفولة كوسيلة لإضافة بعد عاطفي على التغطية. كما تظهر هذه النتيجة اهتمام الاعلام الرياضي بإبراز الجوانب العاطفية والشخصية للاعبات لخلق تعاطف جماهيري وتعويض ضعف الاهتمام الاعلامي والحضور التنافسي وربط الفشل أحياناً بظروفهن الخاصة. أما الرجال فقد يُنظر إليهم محترفين لذلك يركز الخطاب على الأداء والنتائج دون التطرق للحياة الخاصة.

#### 6- اسلوب التقييم

أشارت النتائج إلى أن اسلوب التقييم الأكثر تكراراً في المواد الإعلامية الخاصة بكرة القدم هو التقييم الاحترافي بنسبة (76%)، أما نبرة التشجيع فقد تكرر بنسبة (24%). بالنسبة للرجال، استخدم اسلوب التقييم الاحترافي بنسبة 80.4%، اما نبرة التشجيع بنسبة (19.6%). بالنسبة لكرة القدم النسوية، فقد تم استخدام اسلوب التقييم التشجيعي بنسبة 75%، مقابل 25% لأسلوب التقييم الاحترافي. يعزو الباحث هذه النتيجة إلى ميل الإعلام الرياضي عند تغطية كرة القدم الرجالية إلى تقييم الأداء تبعاص لمعايير إحترافية كالتيكتيك والمهارات الفنية والإنضباط بما يعكس المستوى الجيد لدى الرجال في لعبة كرة القدم وتوقعات الجمهور. كذلك تتمتع كرة القدم للرجال بتغطية إعلامية

راسخة وواسعة مما أتاح للإعلاميين تطوير معايير واضحة مبنية على الأداء الفني والإحترافية والإنضباط. كما يبرز التقييم التشجيعي عند الحديث عن الكرة النسوية بهدف تعزيز الإهتمام الجماهيري وتشجيع المشاركة نتيجة محدودية التغطية الإعلامية للكرة النسوية، فهذا التقييم عادة ما يهدف لبناء الثقة والترويج للكرة النسوية بدلاً من التقييم النقدي الصارم. يرى الباحث أن أسلوب التقييم الإعلامي يرتبط بنوع الرياضة والجنس، فعادة ما يميل الإعلام للرجال إلى التحليل النقدي والإحترافية، أما الإعلام للسيدات فيميل إلى الدعم والتشجيع.

#### 7- أسلوب الندرة الاستثناء

تبين أن الندرة والاستثناء الأكثر تكراراً في المواد الإعلامية الخاصة بكرة القدم هو الحدث الاستثنائي بنسبة (83.3%)، أما الحدث المألوف فقد تكرر بنسبة (16.7%). بالنسبة للرجال، استخدم الحدث الاستثنائي بنسبة 75%، أما نبرة التشجيع بنسبة (25%). بالنسبة لكرة القدم النسوية، فقد تم استخدام صيغة الحدث الاستثنائي فقط وبنسبة 100%. يعزو الباحث هذه النتيجة إلى أن كرة القدم الرجالية تعتبر نشاطاً رياضياً يحظى بإهتمام وإقبال كبير لذلك يتم التركيز على الأخبار المتعلقة باللاعبين ضمن مزيج من الأحداث المألوفة والإستثنائية. أما كرة القدم النسوية فيتم تناولها كتجربة رياضية استثنائية ونادرة لقلة البطولات الرسمية والوعي بأهمية تشجيع الكرة النسوية. كما تؤكد هذه النتيجة النظرة السائدة عن كرة القدم النسوية حيث يعتبر أي انجاز استثنائياً وغير مألوفاً نظراً للقيود الاجتماعية. أما منتخب الرجال فقد تم استخدام مصطلح الحدث الاستثنائي نتيجة التأهل لكأس العالم الذي يعتبر بالفعل حدثاً استثنائياً في تاريخ كرة القدم الأردنية. تتسجم هذه النتيجة أيضاً الفرضيات التي قدمتها نظرية التمثيل الإعلامي (Hall, 1997) حيث تُقدّم الرياضة الرجالية بوصفها "المعيار

الطبيعي” للتغطية، بينما تُقدّم النسائية بوصفها “استثناء” يحتاج تعريفاً أو تبريراً، وذلك عبر الاختيار اللغوي وترتيب الأولويات وأسلوب السرد.

#### 8- اسلوب التسليح والرعاية

كشفت النتائج عن أن اسلوب التسليح والرعاية الأكثر تكراراً في المواد الإعلامية الخاصة بكرة القدم هو العقود بنسبة (66.7%)، أما الرعاة فقد تكرر بنسبة (33.3%)، ولم يتم التطرق للصور التجارية. بالنسبة للرجال، تم التطرق للعقود بنسبة 66.7%، اما الرعاة فقد تكرر بنسبة (33.3%). بالنسبة لكرة القدم النسوية، لم يتم التطرق لهذا الاسلوب. يعزو الباحث هذه النتيجة إلى ضعف البنية الاستثمارية في كرة القدم النسوية، فما زالت تعاني من محدودة العقود الاحترافية والرعاة، الا أن اللاعبين عادة ما يُنظر إليهم كمنتج رياضي قابل للاستثمار والتسويق باعتباره جزءاً لا يتجزأ من منظومة اقتصادية.

#### رابعاً: الصورة النمطية

##### 1- الكفاءة والقدرة البدنية

بينت النتائج أن اسلوب الكفاءة والقدرة البدنية الأكثر تكراراً في المواد الإعلامية الخاصة بكرة القدم هو التنافسية بنسبة (69.3%)، أما القوة فقد تكرر بنسبة (25%)، والسرعة بنسبة (5.8%). بالنسبة للرجال، تم الحديث عن التنافسية بنسبة 69.3%، اما القوة فقد تكرر بنسبة (25%)، وكان استخدام مفهوم السرعة بأقل تكرار (5.8%) بالنسبة لكرة القدم النسوية، لم يتم التطرق لهذا الاسلوب. يعزو الباحث هذه النتيجة إلى الفجوة في مستوى التغطية الإعلامية لكرة القدم الرجالية والنسوية حيث تركز المواد الإعلامية الخاصة بكرة القدم الرجالية على الأداء والقدرة البدنية والكفاءة وإبراز التنافسية كعنصر رئيسي يوضح طبيعة الرياضة الاحترافية والمستوى العالي من المنافسة. كما يعزو الباحث

هذه النتيجة إلى النظرة الثقافية للرجال الذين يقدمون أداءً بدنياً عالياً مقارنة بالنساء، حيث ما زالت النظرة النمطية للنساء ومحدودية قدراتهن البدنية. كما أن الدوريات والمنافسات الكروية الأردنية للرجال أكثر منها للنساء وبالتالي هناك تنافسية أعلى لديهم. تتفق هذه النتيجة مع دراسة ( Vezzali et al., 2022) التي أشارت إلى التفاوت الواضح في التغطية الإعلامية بين الرجال والنساء. حيث لوحظ أن الإعلام يميل إلى التركيز على المظهر الخارجي للرياضيات بدلاً من إنجازاتهن الرياضية. تم تعزيز الصور النمطية التي تصور النساء على أنهن أقل أهمية من الرجال في المجال الرياضي، مما يحد من التقدير المجتمعي لمشاركة المرأة الرياضية. هذا ما تؤكدته نظرية الهيمنة الثقافية التي قدمها أنطونيو غرامشي، وتُشير إلى أن الطبقة أو المجموعة المهيمنة في المجتمع تسعى للسيطرة على الثقافة والقيم من خلال وسائل الإعلام.

## 2- صور نمطية لغوية وخطابية

أظهرت النتائج أن الصور النمطية اللغوية والخطابية الأكثر تكراراً في المواد الإعلامية الخاصة بكرة القدم هو مصطلحات القوة والحرب بنسبة (60%)، أما لغة التلطيف والشفقة فقد تكرر بنسبة (40%)، ولم يتم ربط الأخطاء بالجنس. بالنسبة للرجال، تم الحديث عن مصطلحات القوة والحرب بنسبة 75%، أما التلطيف والشفقة فقد تكرر بنسبة (25%). بالنسبة لكرة القدم النسوية، تم الحديث فقط بلغة التلطيف والشفقة. يعزو الباحث هذه النتيجة إلى تأثير الصورة النمطية للجندرية في التغطية الإعلامية الرياضية حيث يُنظر للرجال عادة ضمن إطار التنافس والقوة، كما أن الثقافة السائدة تصور الرياضة الرجالية على أنها مجالاً مليئاً بالتنافس والتحديات القتالية والبدنية. أما كرة القدم النسوية فعادة ما يتم تناولها باستخدام لغة الشفقة والتلطيف نتيجة الثقافة والنظرة المجتمعية التي تنظر إلى الكرة النسوية بأنها نشاطاً غير مألوف. كما تعكس هذه النتيجة تبني الإعلام لخطاب كروي

تتفاسي عند الحديث عن اللاعبين، بينما يستخدم لغة التلطيف مع النساء، حيث ينظر الى الرجال كمنافس رياضي، في حي ينظر للنساء كحالة تتطلب دعماً وتفهماً إضافياً. تتفق هذه النتيجة مع دراسة (Billings et al., 2018) التي أشارت إلى أن الإعلام الرياضي يركز بشكل كبير على إنجازات الرياضيين الذكور.

### 3- صور نمطية للأدوار الإجتماعية

بينت النتائج أن الصور النمطية للأدوار الاجتماعية الأكثر تكراراً في المواد الإعلامية الخاصة بكرة القدم هو البطولة بنسبة (46.3%)، تلتها قيادة الفريق بنسبة (20.4%)، والدعم بنسبة (16.7%)، اما التضحية فقد كانت الاقل تكرار بنسبة 1.9%. بالنسبة للرجال، تم الحديث عن البطولة بنسبة 50%، اما التضحية فلم يتم التطرق عليها. بالنسبة لكرة القدم النسوية، تم الحديث عن التوفيق بين الرياضة والحياة الشخصية بنسبة 50%، وتم الحديث عن التضحية والدعم فقط بنسبة 1% لكل منهما. يعزو الباحث هذه النتيجة إلى كرة القدم الرجالية عادة ما تصور ضمن إطار البطولة وقيادة الفريق لكونها القيم الاساسية المتعلقة بالإحتراف والنجاح. أما المواد الإعلامية الخاصة بكرة القدم النسوية فتركز على التوفيق بين الحياة الشخصية والرياضة مع إشارة محدودة للدعم والتضحية. كما تشير هذه النتيجة إلى أن الإعلام الرياضي يعاني من غياب تمثيل عادل في الإعلام، فالتصوير النمطي للجنسين الذي يُبرز اللاعبين الرجال كأبطال يتمتعون بالقوة والمهارة، بينما لا يُمنح السيدات نفس الاهتمام أو التقدير الذي يُمنح للاعبين الرجال، مما يُسهم في ترسيخ صورة نمطية تقلل من مكانة المرأة الرياضية. وتؤدي هذه الأنماط الإعلامية إلى تأثير مباشر على وعي الجمهور وتصوراتهم حول أدوار الجنسين في الرياضة.

## ثانياً: أهم نتائج الدراسة

1. وجود فجوة اعلامية في تغطية كرة القدم الرجالية والنسوية في الاعلام الأردني، حيث أن التغطية الإعلامية عادة ما تركز على كرة القدم الرجالية، حيث كشفت النتائج عن إجمالي عدد الساعات التي غطت كرة القدم الأردني قد بلغ 18 ساعة و(10) دقائق، خصصت (17) ساعة للرجال وبنسبة (93.9%) بينما بلغ عدد الساعات المخصصة لكرة القدم النسوية ساعة و(10) دقائق.
2. يُنظر إلى الإنجازات النسوية بأنها حدث استثنائياً وليس كحدث اعتيادي، فضلاً عن تغطية عدد محدود من الاخبار الخاصة بالكرة النسوية، حيث كان استخدام اسلوب الانجاز الاستثنائي هو السائد وبنسبة 100%.
3. استخدام النبرة التمجيدية / البطولية في المضمون الاعلامي الرياضي لكلا الجنسين، مع بروز النبرة النقدية عند تغطية كرة القدم الرجالية. بالنسبة للمضمون الإعلامي الخاص بكرة القدم للرجال، كانت النبرة الإعلامية (التمجيدية) هي الأكثر تكراراً بنسبة (38.5%)، وبالمثل كانت النبرة الإعلامية المستخدمة في كرة القدم للسيدات هي التمجيدية أيضاً وبنسبة (75%)،
4. التركيز على الأداء الفني والقدرات البدنية كمحور للتحليل دون التطرق للجوانب الأخلاقية والدور الإجتماعية لكرة القدم. بالنسبة للرجال، فقد كان التركيز الأكبر على الأداء الفني بنسبة 45.3%. أما السيدات، فقد كان التركيز على الأداء الفني بنسبة (37.5%).
5. التركيز على الجوانب العاطفية والشخصية عند تغطية كرة القدم للسيدات مقارنة بالرجال، حيث يتم التطرق للجوانب المهنية والتحليلية عند الحديث عن كرة القدم الرجالية، حيث

تطرقت المواد الاعلامية للكرة النسوية للحياة الخاصة بنسبة بلغت (40%) وللمشاعر

بنسبة (40%)، في حين كان التكرار الأقل للحديث عن الطفولة وبنسبة (20%).

6. استخدام اسلوب التقييم الاحترافي عند تغطية كرة القدم للرجال، في المقابل يتم التركيز على

تقييم التشجيع عند الحديث عن كرة القدم النسوية. بالنسبة للرجال، استخدم اسلوب التقييم

الاحترافي بنسبة 80.4%، اما نبذة التشجيع بنسبة (19.6%). بالنسبة لكرة القدم النسوية،

فقد تم استخدام اسلوب التقييم التشجيعي بنسبة 75%، مقابل 25% لاسلوب التقييم

الإحترافي.

7. عند الحديث عن كرة القدم الرجالية يتم التركيز على البطولة والتنافسية والكفاءة البدنية ولغة

الحرب والقوة، في المقابل يركز على لغة التلطيف عند الحديث عن الكرة النسوية مما يبرز

الصور النمطية الجندرية للإعلام الرياضي. بالنسبة للرجال، تم الحديث عن التنافسية بنسبة

69.3%، اما القوة فقد تكرر بنسبة (25%)، وكان استخدام مفهوم السرعة بأقل تكرار

(5.8%) بالنسبة لكرة القدم النسوية، لم يتم التطرق لهذا الاسلوب.

## ثالثاً: التوصيات

بالاستناد على النتائج التي تم التوصل إليها، يوصي الباحث بما يلي:

1. توصي الدراسة الاتحاد الأردني لكرة القدم ووزارة الشباب بتنظيم حملات اعلامية للتركيز على الكرة النسوية وتشكيل صورة ذهنية يُنظر بها إلى المرأة كمنافس ومحترف.
2. توصي الدراسة المؤسسات الإعلامية الرياضية الرسمية والخاصة بالتعاون مع الجهات الإعلامية لتوفير محتوى اعلام تحليلي وبيانات حول الكرة النسوية لتعزيز التغطية الإعلامية.
3. توصي الدراسة القنوات التلفزيونية والإذاعية الرياضية بتوجيه القائمين على البرامج الرياضية على تخصيص محوراً للكرة النسوية في برامجها الدورية لتسليط الضوء على كرة القدم النسوية وعدم الاقتصار على التغطية الاعلامية عند الحدث الرياضي فقط.
4. توصي الدراسة وسائل الإعلام الرياضية والصحافة المتخصصة بتوسيع نطاق التغطية الإعلامية لتشمل التدريبات والبنية التحتية والأكاديميات النسوية والأندية وليس فقط البطولات.

## قائمة المراجع

### أولاً: المراجع العربية

- أبو حمدة، م. (2018). *الإعلام الرياضي: دراسة نقدية*. عمان: دار أسامة.
- الأنصاري، س. (2019). *الجنرد في الإعلام: دراسات نقدية*. عمان: دار صفاء للنشر.
- براهيمي، مبروك. (2013). *دور الإعلام الرياضي المرئي والمسموع في صنع القرار داخل الهيئات الرياضية العليا* (رسالة دكتوراه غير منشورة). جامعة الجزائر، الجزائر.
- بن عيشة، الكريم. (2018). *تحليل المحتوى الاعلامي*. عمان: دار أسامة.
- الحوت، عبد الرحمن. (2022). *تغطية قناة الجزيرة الإخبارية لمونديال كأس العالم 2022 - دراسة تحليلية* (رسالة ماجستير). جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.
- خليل، م. (2016). *تقنيات البحث الإعلامي*. بيروت: دار النهضة العربية.
- دوالة، ع. ا. & عباد، ل. (2023). *مساهمة الإعلام الرياضي التلفزيوني المتخصص في نشر الثقافة الرياضية: دراسة ميدانية على عينة من طلبة السنة الثانية ماستر سمعي بصري بجامعة الجزائر 3 من متابعي قناة الهدف*. TV. *مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية*, (2)8, 563-578.
- رضا، هاني، وعمار، رامي. (1998). *الرأي العام والإعلام والدعاية* (ط1). بيروت: المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع.
- زعلابي، حبيب (2025). *إعداد البرامج الرياضية من الألف إلى الياء*. دار الكنوز المعرفية العلمية.
- زكي، محمود. (2024). *الجنردية في الإعلام الرياضي المرئي: مقارنة تحليلية في ضوء نظرية العوامل الخيرية*. *مجلة البحوث والدراسات الإعلامية*, (4)30, 459-558.
- الشرقاوي، عبد الرزاق. (2020). *الإعلام الرياضي*. عمان: دار غيداء للنشر.

الصرابرة، أحمد يوسف. (2022). دور الإعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية من وجهة نظر طلبة كليات التربية الرياضية في الجامعات الأردنية. *المجلة العلمية لعلوم وفنون الرياضة،* 71(1)، 52-72.

الطراونة، محمد. (2016). دور الإذاعة الأردنية في نشر الوعي الرياضي (بحث غير منشور). عمان، الأردن.

عبد العباس، غفران. (2021). تمثيل الجنسين في الإعلام الرياضي: دراسة مقدمة إلى كلية التربية البدنية وعلوم الرياضة للبنات/جامعة بغداد (بحث بكالوريوس غير منشور). جامعة بغداد، كلية التربية البدنية وعلوم الرياضة للبنات.

العبد الله، أ. (2021). *الإعلام والمساواة الجندرية: مقاربات حديثة*. بيروت: دار الجيل.

العساف، عبد الله محمد. (2016). *الإعلام الرياضي وقضايا المجتمع*. الرياض: دار جامعة الملك سعود للنشر.

عطا الله، أ. ج. (2018). *تحليل المحتوى في الدراسات الإعلامية*. القاهرة: دار الشروق.

العلوي، عبد الله. *الإعلام والهيمنة الثقافية: مقاربات نقدية*. عمان: دار المسيرة، 2020.

العنبري، س. ح. (2017). *البحث العلمي: أسس ومناهج*. الرياض: دار الخريجي.

القواسمة، ق. ذيب. (2021). *مدى توظيف العلاقات العامة في البنوك التجارية الفلسطينية للاتصال الحواري عبر منصة الفيسبوك وأثره على تفاعل العملاء* (رسالة ماجستير)

القيسي، اسماعيل. (2019). *دور الإعلام الرياضي في دعم الثقافة الرياضية للجمهور العراقي من وجهة نظر أعضاء الهيئات الإدارية للأندية* (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.

كنعان، علي عبد الفتاح. (2014). *الإعلام الرياضي*. عمان، الأردن: دار النيازوري العلمية للنشر والتوزيع.

الكيالي، ب. ح. (2019). *المرأة والإعلام الرياضي: قضايا التغطية الجندرية*. مجلة الإعلام الدولي.

المالكي، ع. (2020). الإعلام الرياضي ودوره في التنمية المجتمعية. مجلة دراسات وبحوث الإعلام، 12. 33-34.

محسن، مصطفى محمد. (2018). دور الإعلام الرياضي في إدارة الأزمات الرياضية في الاتحاد العراقي المركزي لكرة القدم من وجهة نظر المدربين (رسالة ماجستير، كلية التربية البدنية وعلوم الرياضة).

الموسى، عصام. (2021). الصحافة الأردنية في مئة عام. عمان: دار المسيرة.

## ثانياً: المراجع الاجنبية

- A comparative analysis of the media portrayal of male and female athletes during the 2016 Olympic Games.
- Billings, A. C., & Eastman, S. T. (2002). Gender differences in Olympic television coverage. *Mass Communication & Society*, 5(3), 229–239. [https://doi.org/10.1207/S15327825MCS0503\\_02](https://doi.org/10.1207/S15327825MCS0503_02)
- Billings, A. C., Angelini, J. R., & Eastman, S. T. (2018).
- Caple, H., Greenwood, K., & Lumby, C. (2011). What league? The representation of female athletes in Australian television sports coverage. *Media International Australia*, 140(1), 137–146. <https://doi.org/10.1177/1329878X1114000117>
- Connell, R. W., & Messerschmidt, J. W. (2005). Hegemonic masculinity: Rethinking the concept. *Gender & Society*, 19(6), 829–859. <https://doi.org/10.1177/0891243205278639>
- 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>
- 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>
- FIFA. (2023). *Global football development report*. Fédération Internationale de Football Association. <https://www.fifa.com>
- 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. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2014.05.001>
- Giulianotti, R. (2019). *Football: A sociology of the global game*. Polity Press.
- Hall, S. (Ed.). (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. SAGE Publications/Open University.
- Hinata, Y. (2022). Gender representation in sports media: A comparative analysis of Japanese and Western media. *Asian Journal of Communication*, 32(1), 45–62. <https://doi.org/10.1080/01292986.2021.1987456>
- <https://doi.org/10.61838/kman.intjssh.7.3.1>
- Ipsos. (2025, October). *Television viewership rankings in Jordan: Roya TV leads with 40% share* [Data report]. Roya News. Retrieved from <https://en.royanews.tv/news/65577>

- Journal of Broadcasting & Electronic Media, 62(3), 410–433  
Bruce, T. (2016). New rules for new times: Sportswomen and media representation. *Sex Roles*, 74(7–8), 361–376. <https://doi.org/10.1007/s11199-015-0497-6>
- Maguire, J. (2020). *Global sport: Identities, societies, civilizations*. Polity Press.
- McLoughlin (2025) argues that cultural hegemony in digital media shapes dominant cultural narratives by reinforcing the values of powerful groups while marginalizing alternative voices.
- McLoughlin, E. (2025). *Digital media and cultural hegemony: Class, power, and narrative control*. *Media, Culture & Society*. <https://doi.org/10.1080/16078055.2025.2516648>
- McQuail, D. (2010). *Mass communication theory* (6th ed.). Sage Publications.
- Messner, M. A., Duncan, M. C., & Jensen, K. (1993). Separating the men from the girls: The gendered language of televised sports. *Gender & Society*, 7(1), 121–137. <https://doi.org/10.1177/089124393007001008>
- Parry, J. (2021). Media coverage of women’s football: A critical review. *Soccer & Society*, 22(1–2), 1–18. <https://doi.org/10.1080/14660970.2020.1731004>
- Parry, K. D., Clarkson, B. G., Bowes, A., Grubb, L., & Rowe, D. (2023). Media framing of women’s football during the COVID-19 pandemic. *Communication & Sport*, 11(3), 592–615. <https://doi.org/10.1177/21674795211012800>
- Sainz-de-Baranda, C., Adá-Lameiras, A., & Blanco-Ruiz, M. (2020). Sports news coverage on Twitter: Gender differences in Spanish media. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(14), 5199. <https://doi.org/10.3390/ijerph17145199>
- Salido-Fernández, J., & Muñoz-Muñoz, A. M. (2021). Media representation of women athletes at the Olympic Games: A systematic review. *Apunts Educación Física y Deportes*, 146(2), 32–41. [https://doi.org/10.5672/apunts.2014-0983.es.\(2021/2\).146.04](https://doi.org/10.5672/apunts.2014-0983.es.(2021/2).146.04)
- Smith, A., & Stewart, B. (2021). *Sustainability and sport: Managing environmental impacts*. Routledge.
- Tuggle, C. A., & Owen, A. (1999). A descriptive analysis of NBC’s coverage of the 1996 Summer Olympics. *Journal of Sport and Social Issues*, 23(2), 171–182. <https://doi.org/10.1177/0193723599232004>
- Vezzali, L. *Using Sport Media Exposure to Promote Gender Equality: Counter-Stereotypical Gender Perceptions and the FIFA Women’s World Cup 2019*. Master’s Thesis.

## الملحقات

الملحق (1) أداة الدراسة بصورتها الأولية (كشاف التحليل)

كلية الاعلام

قسم الصحافة والإعلام

حضرة الدكتور المحكم/ة:

تحية طيبة وبعد...

يقوم الباحث بإجراء دراسة بعنوان " تمثيل الجنسين في الإعلام الرياضي الأردني لكرة القدم " وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في تخصص الإعلام بإشراف الدكتور محمود أحمد الرجبي، ونظراً لما عرف عنكم من خبرات وقدرات عالية في مجال البحث العلمي، فيرجو الباحث من حضرتكم تحكيم أداة الدراسة وكما يؤمل من حضرتكم التكرم بتقديم مقترحاتكم وتعديلاتكم التي تعتقدون بضرورتها لتطوير أداة الدراسة (تحليل المضمون المرفقة).

تجدد الإشارة الى ان هذه الدراسة تدرس اختلاف المضمون الإعلامي الرياضي لكرة القدم

الأردنية بين الرجال والنساء.

الطالب: نؤي محمد العكش

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام والتقدير

البيانات الشخصية للمحكم:

الاسم	التخصص	الجامعة	الرتبة الأكاديمية

## فئات التحليل

تضمن كشاف التحليل (7) فئات رئيسية، توزعت على (23) فئة فرعية كما هي موضحة في

الجدول الآتية.

جداول التحليل:

### • فئة حجم التغطية الإعلامية

المجموع	التكرارات		الفئات
	رجال	نساء	
			عدد المواد الإعلامية
			مدة المادة الإعلامية
			نسبة التركيز على الجنس

### • اللغة المستخدمة

المجموع	التكرارات		الفئات الفرعية	الفئات الرئيسية
	رجال	نساء		
			محايدة	النبرة الإعلامية
			تمجيدية / بطولية	
			انتقادية	
			تهكمية/ ساخرة	
			عاطفية	
			تلطيفية	
			الأداء الفني	
			القدرات البدنية	
			الجانب الشخصي/ العاطفي	
			الالتزام والانضباط	
			الصفات الأخلاقية والقيم	
			الظهور والمظهر	
			الدور الاجتماعي	اللغة المقارنة
			مقارنة اللاعب بالرجل	
			استخدام الرجل كمعيار للتفوق	
			تصوير الإنجاز النسوي كاستثناء	

• أسلوب تقديم المحتوى

المجموع	التكرارات		الفئات الفرعية	الفئات الرئيسية
	رجال	نساء		
			المهارات	اسلوب التركيز على الاداء والانجاز
			الارقام	
			الدور التكتيكي	
			المسار الاحترافي	
			الخرائط الحرارية	الاسلوب التحليلي التكتيكي
			تقييم القرارات	
			ربط الأداء بالخطة والمدرب	
			مفردات القوة والصلابة والتضحية	اسلوب البطولة والتمجيد
			لهجة استثنائية	
			ربط اللاعب/ة بصورة المنتخب او الوطن	اسلوب التمثيل الوطني والهوية
			كسر القيود المجتمعية	
			الحياة الخاصة	الاسلوب الشخصي الحياتي
			المشاعر	
			الطفولة	
			الشكل	أسلوب التركيز على المظهر والجمال
			اللباس	
			الجاذبية	
			نبرة تشجيع	اسلوب التقييم
			نبرة تقييم احترافية	
			حدث مألوف	أسلوب الندرة والاستثناء
			حدث استثنائي	
			تعظيم الرجل	أسلوب الإثارة والفضائية
			قياس اداء اللاعبة بمرجعية الرجل	
			العقود	أسلوب التسليع والرعاية
			الرعاة	
			الصور التجارية	

## • الصور النمطية

المجموع	التكرارات		الفئات الفرعية	الفئات الرئيسية
	رجال	نساء		
			محور التغطية	الاهتمام والأولوية
			القوة	الكفاءة والقدرة البدنية
			السرعة	
			التنافسية	
			مصطلحات القوة والحرب	صور نمطية لغوية وخطابية
			لغة التلطيف والشقفة	
			ربط الأخطاء بالجنس	
			المظهر الخارجي	صور نمطية مرتبطة بالمظهر والجسد
			الاجاذبية	
			اللباس	
			البطولة	صور نمطية للأدوار الاجتماعية
			القدوة	
			قيادة الفريق	
			الدعم	
			التضحية	
			التوفيق بين الرياضة والحياة الشخصية	
			العطاء	
			العادات والتقاليد	الشرعية الاجتماعية لكرة القدم النسوية
			تقبل الاسرة والمجتمع	

## الملحق (2) قائمة بأسماء السادة المحكمين

الرقم	الاسم	التخصص	الرتبة	مكان/جهة العمل
1.	زياد محمد ارميلي	علوم الحركة والتدريب الرياضي	استاذ دكتور	الجامعة الأردنية
2.	عزت حجاب	الصحافة والإعلام	استاذ دكتور	جامعة الشرق الأوسط
3.	عمر احمد امير	التربية الرياضية	استاذ دكتور	جامعة العلوم التطبيقية
4.	تحسين محمد الشراذقة	الإذاعة والتلفزيون	أستاذ مشارك	جامعة الزرقاء
5.	حنان الشيخ	الإعلام والاتصال	أستاذ مشارك	جامعة الشرق الأوسط
6.	ليلي جرار	الصحافة والإعلام	أستاذ مشارك	جامعة الشرق الأوسط
7.	محمد كامل القرعان	الإعلام والاتصال	استاذ مشارك	جامعة العقبة للتكنولوجيا
8.	أشرف محمد المناصير	الاعلام/الاذاعة والتلفزيون	استاذ مساعد	جامعة العلوم التطبيقية
9.	خزيم الخالدي	الإعلام والاتصال	أستاذ مساعد	جامعة اليرموك
10.	عبدالباسط أحمد هاشم	العلاقات العامة والإعلان	أستاذ مساعد	جامعة الزرقاء
11.	صدام المشاقبة	الاعلام الرقمي	استاذ مساعد	جامعة العلوم التطبيقية
12.	محمد بن حسن حريصي	الصحافة والإعلام الرقمي	أستاذ مساعد	جامعة الملك خالد - المملكة العربية السعودية
13.	محمد فواز عنيزات	الإذاعة والتلفزيون	أستاذ مساعد	جامعة الزرقاء
14.	يحيى عبدالله الزهراني	الصحافة والإعلام	أستاذ مساعد	جامعة الملك خالد - المملكة العربية السعودية
15.	منذر محمد عقيلان	تربية رياضية	محاضر غير متفرغ	الجامعة الأردنية

### الملحق (3) أداة الدراسة بصورتها النهائية (كشاف التحليل)

#### فئات التحليل (كشاف التحليل)

ضمَّ الكشاف (20) فئات رئيسية، وهي: حجم التغطية الإعلامية، النبذة الإعلامية، محور التركيز في اللغة، اللغة المقارنة، أسلوب التركيز على الأداء والانجاز، الأسلوب التحليلي التكتيكي، أسلوب البطولة والتمجيد، أسلوب التمثيل الوطني والهوية، الأسلوب الشخصي الحياتي، أسلوب التركيز على المظهر والجمال، أسلوب التقزيم أو الرعاية الأبوية، أسلوب الندرة والاستثناء، أسلوب الإثارة والفضائية، أسلوب التسليع والرعاية، الاهتمام والأولوية، الكفاءة والقدرة البدنية، صور نمطية لغوية وخطابية، صور نمطية مرتبطة بالمظهر والجسد، صور نمطية للأدوار الاجتماعية، الشرعية الاجتماعية لكرة القدم النسوية. تفرعت الفئات الرئيسية إلى (64) فئة فرعية.

#### • فئة حجم التغطية الإعلامية

المجموع	التكرارات		الفئات
	سيدات	رجال	
			عدد الدقائق
			عدد الاخبار
			التغطية

#### • اللغة المستخدمة

المجموع	التكرارات		الفئات الفرعية	الفئات الرئيسية
	سيدات	رجال		
			محايدة	النبذة الإعلامية
			تمجيدية/بطولية	
			انتقادية	
			تهكمية/ ساخرة	
			عاطفية	

المجموع	التكرارات		الفئات الفرعية	الفئات الرئيسية
	سيدات	رجال		
			الأداء الفني	محور التركيز في اللغة
			القدرات البدنية	
			الجانب الشخصي/ العاطفي	
			الالتزام والانضباط	
			الصفات الأخلاقية والقيم	
			الدور الاجتماعي	
			مقارنة اللاعبة بالرجل	اللغة المقارنة
			استخدام الرجل كمعيار للتفوق	
			تصوير الإنجاز النسوي كاستثناء	

• أسلوب تقديم المحتوى

المجموع	التكرارات		الفئات الفرعية	الفئات الرئيسية
	سيدات	رجال		
			المهارات	اسلوب التركيز على الاداء والانجاز
			الإنجازات بالأرقام	
			الدور التكتيكي	
			المسار الاحترافي	
			الخرائط الحرارية	الاسلوب التحليلي التكتيكي
			تقييم القرارات	
			ربط الأداء بالخطة والمدرّب	
			مفردات القوة والصلابة والتضحية	اسلوب البطولة والتمجيد
			إنجاز استثنائي	
			ربط اللاعب/ة بصورة المنتخب او الوطن	اسلوب التمثيل الوطني والهوية
			كسر القيود المجتمعية	
			الحياة الخاصة	الاسلوب الشخصي الحياتي
			المشاعر	
			الطفولة	
			الشكل	أسلوب التركيز على المظهر والجمال
			اللباس	
			نبرة تشجيع	أسلوب التقييم
			نبرة تقييم احترافية	

المجموع	التكرارات		الفئات الفرعية	الفئات الرئيسية
	سيدات	رجال		
			حدث مألوف	أسلوب الندرة والاستثناء
			حدث استثنائي	
			تعظيم الرجل	أسلوب الإثارة والفضائية
			قياس اداء اللاعبة بمرجعية الرجل	
			العقود	أسلوب التسليع والرعاية
			الرعاة	
			الصور التجارية	

• الصور النمطية

المجموع	التكرارات		الفئات الفرعية	الفئات الرئيسية
	سيدات	رجال		
			القوة	الكفاءة والقدرة البدنية
			السرعة	
			التنافسية	
			مصطلحات القوة والحرب	صور نمطية لغوية وخطابية
			لغة التلطيف والشقفة	
			ربط الأخطاء بالجنس	
			المظهر الخارجي	صور نمطية مرتبطة بالمظهر والجسد
			الاجاذبية	
			اللباس	
			البطولة	صور نمطية للأدوار الاجتماعية
			القدوة	
			قيادة الفريق	
			الدعم	
			التضحية	
			التوفيق بين الرياضة والحياة الشخصية	
			العطاء	
			العادات والتقاليد	الشرعية الاجتماعية لكرة القدم النسوية
			تقبل الاسرة والمجتمع	