البحوث والدراسات

الهوية في التغطية الصحفية لدورة كأس الخليج لكرة القدم: دراسة تحليلية مقارنة لموقعي "الأيام" البحرينية و"الراي" الكويتية

د. إيناس محمد سرج

ملخص

الأهداف: تستهدف الدراسة قياس العلاقة بين متغير الهوية كمتغير سياسي والتغطية الصحفية كمتغير إعلامي.

المنهج: هي دراسة وصفية تحليلية اعتمدت على منهج المسح والمنهج المقارن وتحليل المضمون. الإطار النظري: نظرية بناء الهوية. عينة المواقع الإلكترونية: موقع جريدة "الراي" الكويتية، موقع "الأيام" البحرينية، وتم تحليل كل الموضوعات المنشورة طوال فترة البطولة.

النتائج: اهتم الموقعان بتسويق الهوية الجماعية للفرق الرياضية والهوية الفردية للاعبين دون التركيز بالمعدل نفسه على تسويق هويات الدول المشاركة. وكان دعم الروح المعنوية أبرز أهداف تسويق الهوية الجماعية والفردية. في حين كانت الأخبار أهم الأشكال التي استخدمت في التغطية الصحفية. وثبت وجود فروق دالة بين الموقعين في تغطية أحداث البطولة في خمسة فروض بينما لم تثبت في فرض واحد.

الخاتمة: تركزت التغطية الإخبارية في الموقعين على الفريقين الرياضيين أكثر من الاهتمام بتسويق الهوية الوطنية للدولة التابع لها كل موقع بأبعادها الثقافية والاجتماعية والسياسية.

الكلمات المفتاحية: كأس الخليج لكرة القدم، الهوية، التغطية الرياضية، المواقع الإلكترونية.

- تُسلم البحث في 2018/2/18، عُدّل في 2018/8/27، أجيز للنشر في 2018/9/12.
Doi: https://www.doi.org/10.34120/0382-047-182-005

المقدمة

بات المحتوى الرياضي المنشور في وسائل الإعلام من أكثر المجالات جذباً للجماهير، ولا سيما بين فئة الشباب، ويبرهن على ذلك درجات المتابعة العالية للبطولات والأندية العالمية والإقليمية في وسائل الإعلام، وزاد من حجم هذه المتابعة وجود تطبيقات جديدة وفرتها الإنترنت، وأصبحت بين أيدي الجمهور، وفي مقدمتها الهواتف الذكية. ونتج عن هذا الاهتمام المتزايد بالشؤون الرياضية أن ارتفع عدد الصحفيين العاملين بالأقسام الرياضية؛ حتى وصل الأمر إلى أن يكون لكل لعبة محرر متخصص (أبو زيد، 1986، ص.81)، والأمر نفسه بالنسبة للإنترنت؛ إذ برزت مواقع إخبارية عامة تنشر بين صفحاتها أخباراً رياضية ومواقع أخرى، تتخصص في المجال الرياضي موظفة الخصائص التي وفرتها الإنترنت ومنها الفورية والتفاعلية والوسائط المتعددة في التغطية الرياضية.

ولم تعد الرياضة مجرد ألعاب وبطولات، تتنافس فيها الفرق والدول للفوز بلقب ما، وإنما صارت استثمارات ضخمة، وكذلك ظهر التوظيف السياسي للرياضة من خلال سعي الدول المختلفة إلى استثمار البطولات للترويج السياسي لنفسها وحضارتها وثقافتها الوطنية ولكل الرموز الدالة عليها؛ باعتبار هذه البطولات ساحات مهمة تستخدم للترويج للدولة وكنوع من القوى الناعمة التي تستخدمها في العلاقات العامة الدولية والترويج السياسي العابر للقارات؛ وهو ما يسهم في نشر جزء من هويتها الوطنية عالمياً في أثناء هذه البطولات الدولية التي تنال تغطية إعلامية أكثر كثافة وسرعة. ولذا تتسابق الدول للفوز بتنظيم البطولات والمسابقات الدولية والإقليمية لتحقيق مكاسب مالية بجانب الترويج لها عالمياً، سواء من خلال إبراز العادات والتقاليد أو الثقافة الوطنية ومكوناتها الحضارية أو رموزها السياسيين والرياضيين، وغير ذلك مستغلة كثافة التغطية الإعلامية التي تنالها هذه البطولات؛ وعلى هذا فإن تناول هذا الموضوع بالدراسة سوف يتم من خلال وصف أنواع الهويات التي

يسعى الموقعان مجال الدراسة لتسويقها خلال بطولة كأس الخليج لكرة القدم، بجانب آليات التسويق وأهدافه ووصف المحتوى الرياضي الذي يتم التركيز عليه في هذه البطولة، وخصوصية المعالجة الصحفية التي يتم تبنّيها في موقعي الدراسة، وهما: الأيام البحرينية والراي الكويتية بشأن بطولة كأس الخليج لكرة القدم، وذلك عبر تحليل كمّي وكيفيّ للموضوعات التي نشرت فيهما حول هذه البطولة.

أولاً: الإطار المعرفي للدراسة

الدراسات السابقة

توزعت الدراسات السابقة على ثلاثة مجالات، ركّز أولها على التغطية الإخبارية للبطولات الرياضية من منظور دور الرياضة في بناء الهوية الوطنية والترويج لها، واعتمدت دراسات هذا المجال على المداخل السياسية والنفسية والاجتماعية وربطت ما بين الهوية الوطنية والرموز الدالة عليها كجزء من ترويج الدول والحضارات والثقافات الوطنية للدول وتحسين صورتها لدى الآخرين. فقد كشف (Campos, 2017) عن أن حكومة المكسيك قد دفعت بتنظيم مونديال 1986؛ بهدف الحصول على الدعم الشعبي، ولتقديم صورة إيجابية للعالم عن المكسيك كدولة مستقرة آمنة، ولمواجهة الانتقادات الشعبية للحكومة، أما دراسة (Billings et al., 2013)؛ فقد توصلت إلى أن المشاهدين كثيفي التعرض للإعلام وقت الأولمبياد أظهروا مستويات أعلى بكثير من حيث الشعور بالوطنية والفخر بها من المشاهدين قليلي التعرض.

وقد وجد (Scott et al., 2012) أن الوسائل الإعلامية نشرت مواضيع وطنية، تصور روح العمل والنداءات الوطنية في التعليق الرياضي عندما تصف فريقهم الوطني، ووجد أن هناك تأثيراً للتعرض لوسائل الإعلام في الأحداث الرياضية الضخمة على المواقف الوطنية للجماهير، وأن الألعاب الأولمبية والمونديال كانت الأكثر مشاهدة في العالم؛ لأنها توفر منصات للإعلام للقيام بتعزيز القيم والرموز والأيديولوجيات الوطنية.

ووجد (Ryan, 2012) ارتباطاً بين التركيز على المفاهيم الوطنية واستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة ووسائل الإعلام الجماهيرية في الأحداث الرياضية الضخمة، وفي دراسته لاستضافة جنوب إفريقيا لكأس العالم 2010 اكتشف قدرة الرياضة على تعميق فهم الجمهور للثقافة المشتركة وتعزيز الحوار والتعاون، وأن الاهتمام العالمي بالدول المضيفة قد شجع هذه الدول على رفع مستوى مصالحها الوطنية وتطلعاتها الجيوسياسية، وتوصلت دراسة (Taylor, 2009) إلى أن المشاركات الرياضية من جانب الطلاب المهاجرين لأمريكا للدراسة كانت إحدى أدواتهم لعرض هويتهم الثقافية والمحافظة عليها؛ إذ إن هذه المشاركات توفر فرصاً للتواصل الاجتماعي والتعبير الثقافي، كما توصلت إلى أن الذكور أحرزوا درجات أعلى في الحفاظ على الهوية الثقافية من الإناث، ووجدت علاقة دالة بين الجنسية ونوع الرياضة التي يشاركون فيها أو التي يشاهدونها، وأخيراً فإن طول فترة إقامتهم في أمريكا قد أثرت على استخدامهم لوسائل الإعلام الرياضية.

وانتهت دراسة (Kim & Morrsion, 2005) إلى أن المعالجة الإعلامية لمونديال 2002 بكوريا واليابان لعبت دوراً في تناول هويات الدول المنظمة وتحسين صورتها وتطوير مصادر السياحة وزيادة الاهتمام بالمونديال والبلدان المشاركة وثقافتها الوطنية.

ووجدت (Poulton, 2004) أن وسائل الإعلام تعتمد في تغطية البطولات الدولية على الرموز الدالة على العادات والتقاليد الوطنية في حياة الشعوب؛ ولذا استخدم الإعلام البريطاني الرياضة في إعادة تأكيد شكل مكثف من الهوية الوطنية في مواجهة الاتجاه نحو الوحدة الأوروبية. ودرس (Carvalho, 2003) التغطية الإخبارية في ثلاثة مواقع برازيلية، وتوصل إلى أن التغطية الرياضية منتج ثقافي وإعلامي، يمكن من خلاله فهم العلاقة بين الأيديولوجيا والثقافة، واكتشف نموذجاً برازيلياً واحداً في المحتوى المنشور فيها، أعطى الأهمية الكبرى للمونديال.

ورصد المحور الثاني دراسات الهوية الفردية للاعبين والجماعية للفِرق؛ حيث بناء الهوية لدى اللاعبين، وفي هذا السياق انتهت (Knapp, 2008) إلى أن الهويات الذاتية للاعبين عن أنفسهم كانت إيجابية، تمثلت في أنهم يلعبون بطريقة صحيحة، ووجدت أن كرة القدم استخدمت كآلية لإعادة إنتاج مفهوم الذكورة في الثقافة الأمريكية؛ وهو ما دفع النساء إلى الاستمرار في النضال؛ لأجل تحديد هويتهن ووجودهن في عالم كرة القدم الأمريكية، وتوصلت دراسة (Stewart, 2008) إلى وجود صورة إيجابية عن لاعبي كرة القدم لدى الرياضيين، وقد بنيت الهوية على عدد من الصفات المرتبطة بالرجال "مسؤولون ولديهم أهداف يسعون إلى تحقيقها، ويواجهون التحديات والمخاطر، ولديهم عقلية قوية، تتسم بالتركيز والذكاء والقابلية للتدريب والشجاعة". ودرس (Heere, 2005) الهوية الفردية للاعبين في مقابل الهوية الجماعية للفرق أو المشجعين، وانتهى إلى أن الهوية الجماعية مفهوم متعدد الأبعاد، بينما هوية اللاعبين مفهوم ذو بعد واحد، وتوصلت (McMillan & Maskin, 2005) إلى أن الصورة الذهنية عن لعبة الهوكي لدى أنصار اللعبة هي أنها أقل عنفاً عنها لدى غير المهتمين والمرتبطة خبرتهم بما يعرض بالتلفزيون، واتضح تأثير متغير الإدراك الانتقائي على المهتمين بهذه اللعبة، ودرست (Alexander, 1994) تأثير النوع على معالجة الأولمبياد، ووجدت أن هذه الوسائل تتحيز لتغطية رياضة الذكور مقابل النساء، وبرز التحيز في اختيار الموضوعات والعناوين والصور.

وركز المحور الثالث على المعالجة الصحفية للبطولات الدولية، وفيه انتهت دراسة (Hongbum et al., 2016) إلى أن الصراع السياسي/ الإداري كان أبرز أطر القضايا في معالجة بطولة الألعاب الآسيوية رقم 17، وأن الإداريين في المؤسسات الحكومية التي تنظم الدورة كانت أكثر المصادر تكراراً، وكانت الأطر السلبية أكثر من الإيجابية، ولعبت الوكالات الإعلامية دوراً كبيراً في تأطير البطولة. وفي دراسة لجامعة Cambridge(2016) توصلت من تحليل لغة الموضوعات الرياضية إلى أنه لايوجد توازن بين أخبار الرجال والنساء الرياضيين، وما زالت النواحي الجمالية محورالاهتمام بدلاً من الرياضية، وتغطية الرياضة النسائية أقل من الرجالية، ولا مساواة بينهما، إلا أن الدراسة وجدت

تحسناً في موضوعات الأولمبياد؛ إذ قلت الفجوة بين الرجال والنساء؛ مما يظهر وجود تأثير إيجابي للأولمبياد العالمية على لغة الصحافة الرياضية. وتوصل (Baek, 2012) من مقارنته للتغطية الصحفية بين USA Today الأمريكية وصحيفة Donga Ilbo الكورية الجنوبية إلى هيمنة أخبار الرياضيين غير المعوقين جسدياً على التغطية الإخبارية في كلتا الصحيفتين مقارنة بالمعوقين، واتسمت تغطية USA Today للدورة بالندرة والتهميش، بجانب تأثر التغطية في الصحيفتين بعوامل الجنس والعرق، وانتهى (Ramma, 2011) إلى أن التغطية المصاحبة لمونديال 2010 بجنوب إفريقيا لم ترفع كثيراً وعي الجماهير بقضية فقد السمع الناتج عن الضجيج المفرط في المباريات.

ووجدت دراسة (Chang et al., 2011) فروقاً كبيرة في تغطية الصحف الكندية لدورة الألعاب الأولمبية للمعاقين 2008 ببكين؛ حيث نال الرياضيون الرجال تغطية أكبر من الإناث، بينما حدث العكس في التغطية الإخبارية المصورة، فكانت لصالح الإناث، وفي الوقت الذي تساوت فيه نسبة التغطية للاعبين الكنديين والدوليين في دورة الألعاب الأولمبية نجد في دورة المعوقين أن اللاعبين الكنديين حظوا بتغطية أعلى، وأن الألعاب الفردية حظيت بتغطية أكبر من الجماعية، وانتهى (أبو دريس، 2003، ص.133) إلى أن كرة القدم احتلت الترتيب الأول بين كل الألعاب في الصحافة البحرينية من حيث المساحات، ووجد مبالغة في استخدام الخبر مقارنة ببقية الفنون وأن المعوقات المهنية تلاها الاقتصادية كانت الأبرز لدى المحررين الرياضيين. وتوصل (Vincent, 2000) إلى وجود موضوعية في التغطية الإخبارية لكلا الجنسين، سواء تعلق الأمر بنوع التغطية أو عدد الفقرات والكلمات الرئيسية وحجم الصورة واستخدام الألوان وأهمية الخبر، إلا أنه وجد فروقاً في تغطية أخبار الجنسين، وكانت لصالح الذكور، وبخاصة عدد الكلمات، ووجد أن الصحافة الرياضية مازالت مهنة يسيطر عليها الرجال؛ إذ إن 80% من الصور والموضوعات أنتجها الرجال، وتوصل (طلعت، 1987) إلى أن كرة القدم كانت أبرز اهتمامات الصحف المصرية مقارنة بالألعاب الأخرى بجانب تركيزها على الأشكال الإخبارية، واكتشفت (الإمام، 1979) أن 65% من قراء الصحف المصرية يهتمون بصفحة الرياضة.

ومن عرض الدراسات السابقة يتبين أن الدراسات الأجنبية قد تنوعت في مداخلها البحثية للبطولات الرياضية؛ فمنها ما درس المتغير الإعلامي بالتركيز على أنماط وأشكال المعالجة الصحفية والإعلامية للبطولات العالمية، ومنها ما درس أكثر من متغير، بالربط بين المتغير الإعلامي و المتغيرات السياسية والاجتماعية والثقافية، وهو المنظور الأكثر عمقاً وتقدماً، والملاحظ أيضاً أن الدراسات العربية السابقة تندرج ضمن دراسات المتغير الواحد، وهو المتغير الرياضي؛ ولذا تأتي دراستنا هذه لتركز على المدخل الأكثر تنوعاً وشمولية، وهو الذي يربط الرياضة بالسياسة، عبر دراسة متغير الهوية ضمن تغطية مواقع الدراسة لدورة كأس الخليج رقم 22 لكرة القدم بالرياض 2014، وهو ما يمثل جانباً من الاستفادة من الدراسات السابقة، بجانب أنه يمثل إضافة علمية تقدمها الدراسة، كما أن التراث المعرفي قد زودنا بكثير من الأفكار التي تم الاستفادة منها في تصميم استمارة التحليل، ولا سيما الجزء المتعلق بأنواع الهوية وأهداف تسويقها، هذا إلى جانب أن البطولة لم تدرس من قبل، على الرغم من أنها تحظى خليجياً بتغطية مكثفة وباهتمام رسمي وشعبي.

مشكلة الدراسة

باتت قضية الهوية الوطنية واحدة من أبرز القضايا في المشهد السياسي الخليجي؛ لأنها تختزل معاني أعمق من مجرد المواطنة، كما أنها تمثل إشكالية سياسية واجتماعية؛ نظراً للتنوع القبلي والعرقي من ناحية، وتعدد موجات الغزو الثقافي والإعلامي من ناحية ثانية؛ لذا تتركز الجهود الرسمية في المنطقة على تعزيز الهوية والانتماء والمواطنة لدى كل مواطنيها، وبخاصة الشباب. وهنا يأتي دور الإعلام كإحدى القوى الناعمة؛ ليقوم بدور مهم في هذه القضية عبر مضامينه المتنوعة، ومنها المضمون الرياضي الذي يتوجه – في الغالب – إلى فئة الشباب، وهي الجمهور المستهدف بالأساس في قضية الهوية.

كما تحظى بطولة كأس الخليج لكرة القدم باهتمامات رسمية وجماهيرية كبيرة، ويقدم لها الدعم المالي والمعنوي، كما تهتم كل وسائل الإعلام الخليجية

بتغطيتها ومتابعة أحداثها، والسؤال الذي تركز عليه المشكلة البحثية للدراسة هو: هل استطاع كل من الموقعين الإلكترونيين مجال الدراسة عبر معالجته لهذه البطولة استثمار هذا الحدث لتناول هوية الدولة الوطنية بجانب اهتمامه بإبراز هوية فرقها الرياضية ولاعبيها؛ بما يجعل هدف معالجته لهذه البطولات أبعد من مجرد الإمتاع والتنافس الرياضي إلى أن تكون ساحة وآلية لتناول هوية الدولة عبر هذه المعالجة المكثفة للبطولة، وبما يؤكد وعي الإعلام الرياضي عبر الإنترنت ببناء الهوية من خلال ما ينشره من محتوى، يسهم في تسويق الهوية وزيادة وعي الجماهير بها، وبما يكمل دور بقية مؤسسات التنشئة المختلفة، وهذا ما تكشفه الدراسة وتسعى للإجابة عنه.

أهمية الدراسة

1 – تتمثل الأهمية العلمية للدراسة في تركيزها على جانب حديث في دراسات الإعلام الرياضي، وهو علاقة السياسة بالرياضة، وهو الجانب الذي لم تركز عليه الدراسات العربية، ويتمثل في هذه الدراسة في علاقة قضية الهوية بالمعالجة الصحفية في المواقع الإلكترونية.

2 – تتمثل أهمية الدراسة من الناحية التطبيقية في أنها تدرس دورة كأس الخليج لكرة القدم بالتطبيق المقارن بين موقعين صحفيين لدولتين خليجيتين مختلفتين.

3 – إن الاهتمام بدراسة المحتوى الرياضي عامة قليل في الدراسات الإعلامية، إذا ما قورن بمجال آخر، كالسياسة، مثلاً، على الرغم من أنهما ينتميان للصحافة المتخصصة.

4 – تتناول الدراسة المجال الرياضي، الذي يخاطب شريحة عريضة من الجمهور، في مقدمتهم الشباب؛ ومن ثم، فالتركيز على الهوية في المعالجة الصحفية – موضوع هذه الدراسة – معناه التوجه مباشرة

إلى الفئة المستهدفة التي يرغب كل مجتمع في دعم هويتها وتعزيز مفاهيم المواطنة، والانتماء لديها؛ بما يؤكد دور الرياضة والإعلام في خدمة المجتمع.

أهداف الدراسة

1 – أهداف تتعلق بالمضمون

- تعرّف أشكال الهوية وآليات تناولها وأهدافها في موقعي الدراسة.
- تعرّف المضمون الرياضي الذي آثر موقع كل صحيفة الاهتمام به في تغطية الدورة.
- تعرّف المنتخبات التي تنال أحداثها اهتمامات كبيرة في التغطية الصحفية.

2 – أهداف تتعلق بشكل التغطية

- تعرّف الفنون الصحفية التي يوظفها الموقعان في تغطية أحداث الدورة.
- تعرّف المصادر التي يستقي منها الموقعان أخبارهما ومعلوماتهما حول الدورة وأحداثها.
- رصد خصوصية التغطية الصحفية للدورة، التي تعكس طبيعة المعالجة الصحفية للدورة.
- رصد الفروق بين خصائص معالجة موقع الأيام وخصائص معالجة موقع الراي.

تساؤلات الدراسة

تطرح الدراسة سبعة تساؤلات تسعى إلى الإجابة عنها، وهي:

- تساؤلات تتعلق بالمضمون

1 – ما أشكال الهوية وآليات تناولها وأهدافها في موقعي الدراسة؟

2 – ما المضمون لمجال اهتمام الموقعين بشأن دورة كأس الخليج؟

- تساؤلات تتعلق بشكل التغطية الصحفية

3 – ما الفنون الصحفية التي تم توظيفها في كتابة المادة الرياضية الخاصة بالدورة؟

4 – ما خصائص كتاب المادة الرياضية؟

5 – ما المصادر التى تم الرجوع إليها للحصول على المادة الصحفية؟

6 – ما خصوصية التغطية الصحفية للدورة من حيث أشكال التغطية وأنواعها وأهدافها؟

7 – هل توجد فروق دالة إحصائياً بين معالجة موقع الأيام للدورة ومعالجة موقع الراي؟

فروض الدراسة

تقترح الدراسة سبعة فروض تسعى لاختبار رتب القضايا باستخدام معامل سبيرمان واختبار الفروق باستخدام اختبار (ت) T-Test، وهي:

- الفرض الأول: توجدعلاقة ارتباط بين ترتيب القضايا في موقع الأيام وترتيبها في موقع الراي.
- الفرض الثاني: توجد فروق دالة إحصائياً بين الموقعين في فنون كتابة الموضوعات الصحفية.
- الفرض الثالث: توجد فروق دالة إحصائياً بين الموقعين في كُتاب موضوعات الدورة.
- الفرض الرابع: توجد فروق دالة إحصائياً بين الموقعين في مصادر المعلومات لموضوعات الدورة.
- الفرض الخامس: توجد فروق دالة إحصائياً بين الموقعين في أنواع التغطية الصحفية للدورة.
- الفرض السادس: توجد فروق دالة إحصائياً بين الموقعين في مستويات التغطية الصحفية للدورة.
- االفرض السابع: توجد فروق دالة إحصائياً بين الموقعين في أهداف التغطية الصحفية للدورة.

ثانياً: الإطار النظري للدراسة.. نظرية بناء الهوية

مفهوم الهوية

تقوم مجمل الهويات على أسس عرقية، طائفية، مذهبية، قَبلية، مناطقية، جهوية، قومية، لغوية، تاريخية، سياسية، جغرافية... ونجدها في المناهج التعليمية، والتربوية، والثقافية، في المدارس، والجامعات، والمعاهد الدينية، وغير الدينية، وفي المؤسسات الإعلامية والثقافية والاجتماعية والسياسية وفي الخطابات الدينية والتربوية والثقافية وفي مختلف النتاجات العلمية والأدبية؛ ولذا يجب أن تتحول الهوية من قيمة نظرية إلى طرح فكري ومشروع عملي، له رؤيته، وسياساته، وبرامجه في مختلف المجالات (شقير، 2017). فلا يوجد إنسان دون هوية ذاتية، أو هوية مواطنة، أو هوية حضارية. إنها من مكونات الوجود الأساسية. والهوية ذات جذور بيولوجية، تتمثل في التعلق بالأرض والانتماء لمجال حيوي (بادغيش، 2013).

كما أن الهوية مجموعة من المكوّنات الاجتماعية والإنسانية، التي تدل على الأفراد داخل مجتمعهم، وتمنحهم صفةً قانونية للتصرّف بحُرية، تحفظها لهم الأحكام الدستورية والتشريعية المحلية والدولية. كما يشير المنظور العام للهوية إلى جماعة من الناس تتبع دولة، أو منطقة، أو جهة معينة، مثل: الهوية العربية، التي تشير إلى العَرب، والمقصود بالهويّة هنا طبيعة التصرفات، والعادات، واللهجات واللغات التي تحقق الاندماج مع البيئة المحيطة بالأفراد، وهي "نظام من تصورات الذات" و"نظام مشاعر إزاء الذات". فالهوية هي حصيلة مجموع الخصائص الجسدية والنفسية والأخلاقية والاجتماعية والثقافية التي يرويها الفرد عن نفسه؛ فهي تحدد موقعه من غيره (حمدوش، 2007).

تطور دراسة الهوية

انصبت دراسات الهوية في الخمسينيات والستينيات على تصور الذات، والشعور بالذات ونظريات الأنا، وفي الثمانينيات ركزت على دراسة الهوية من الناحية النفسية الاجتماعية، والحديث عن إستراتيجيات الهوية؛ وذلك لمواكبة التغيرات الاجتماعية، ويعتبر الباحث النفسي الأمريكي إيركسون (1950) أول من

استعمل هذا المفهوم في مجال العلوم الإنسانية والاجتماعية. وفي نهاية القرن العشرين اهتمت دراسات الهوية بالمغتربين والشباب، كما أن الاتجاه الحديث في دراسات الإعلام الرياضي يربط بين الرياضة وبناء الهوية الوطنية؛ بحيث لاتدرس الرياضة كحدث منفصل عن سياقه السياسي والاجتماعي والاقتصادي، وهو ما روعي في دراستنا هذه.

بناء الهوية

إن بناء الهوية شديد الصلة باللغة والدين (حامي، 2017) بجانب الروابط الاجتماعية، وهذه الروابط لها علاقة بالاتصال وما يجمع الأفراد، وبخاصة اللغة، والمواقف والسلوكيات. فمن خلال التفاعلات تبرز الهويات، الفئات الاجتماعية، ويرى "كلود دوبار" أن بناء "الهوية" يتم من خلال عملية "النقل" من جيل إلى آخر، وعلى أساس ما توارثه الجيل الحالي عن الجيل السابق، وتقوم المؤسسات الاجتماعية بدورها في عملية البناء (عبد المالك، 1988)، وهذه المؤسسات هي التي تحدد وتصف الأنماط السلوكية للأفراد أو حتى تلك المؤسسات التي تعمل على قولبة الأفراد داخل مجموعة من الضوابط، وهي وسائل قوية لبناء الهوية الفردية ونحتها.

تصنيفات الهوية

يوجد تصنيفات عديدة للهوية وفقاً للمقاربات النظرية التي وظفها الباحثون؛ فمنها (الهوية المادية، الهوية الذاتية، أو الاجتماعية). فالفرد له علاقاته وروابطه الأسرية، وله المكانات والأدوار التي يمكن أن يتقمصها، وله انتماؤه الأيديولوجي والمعتقدي، أما (إرفين جوفمان)؛ فيقسم الهوية إلى هوية اجتماعية، وهوية شخصية، وهوية للذات (حنفي، 1981). والهوية الفردية – وفقاً للعالم أريكسون – تتكون نتيجةً لعوامل اجتماعية تهتمّ بدراسة السلوك النفسي للأفراد، وكيفيّة تأقلمهم مع المجتمع (خضر، 2016). ويرى "نوربر إلياس" أنه لا يمكن أن توجد هوية لـ"أنا" من دون هوية "نحن"، ولا يمكن الحديث عن الهوية الفردية من دون هوية جماعية. وقد اهتمت طروحات كل من "دوركايم وإلياس" بالعلاقة التي تقام بين الكيان الجمعي والكيان الفردي (حمدوش،

2007). وتتبنى دراستنا هذه تقسيم (إرفين جوفمان) للهوية؛ أي جماعية وفردية؛ لأنه يتفق مع أهدافها.

الهوية.. الوظائف والأهداف

لخص "س. كاميليري" الوظائف التي تؤديها الهوية في ثلاث وظائف: أولاها الوظيفة المعنوية؛ باعتبارها وحدة دلالة كالثقافة، وثانيها الوظيفة الواقعية البراجماتية، وهي ترمي إلى جعل الفرد يتأقلم و يتكيف مع محيطه، والثالثة الوظيفة القيمية؛ بحيث يعمل الفرد على الاستظهار لذات حاملة لقيم – قيمة – واحترام، تساعده على الاندماج في الواقع ونسج علاقات وروابط مع الغير؛ ومن ثم تكون هويته مقبولة عند الآخرين. وتهدف الهوية إلى تحقيق التشابه والامتثال والاندماج؛ لأجل حل أزمات الفرد وصراعاته داخل الجماعة، ويلجأ الفرد إلى إستراتيجيات الهوية وقت الأزمات، كفترات التحولات الاجتماعية، فيعتمد الرفض أو القبول أو التفاوض كإستراتيجية لتحقيق هويته.

أزمة الهوية

إذا كان من الصعب الفصل بين الهوية والواقع السياسي، فإن مجمل الواقع السياسي الراهن يقول: إن العمق العربي للهوية يعاني اليوم من أزمات بنيوية عديدة، ولذلك فإن مسألة الهوية ليست مجرد شعار يرفع، بل هي مسألة خيار إستراتيجي، وهذا ما يتطلب العمل على مسارين، مسار تعزيز الهوية العربية لدرء مخاطر الأمن القومي من أطماع الخارج، ومسار تعزيز التعددية والتنمية وحقوق الإنسان؛ لأجل تعزيز مناعة الدول من الداخل (ميرو، 2016).

الإعلام الرقمي وبناء الهوية

إن عولمة المسألة الثقافية في مكونها الإعلامي والاتصالي، وما يتبعها من مظاهر التأثير والهيمنة، قد شغلت حيزاً مهمّاً من الجدل الفكري والسياسي منذ القرن الماضي إلى يومنا هذا. وقد ازدادت حدة النقاش حول ثقافة الميديا، وخاصة عند ظهور ما يعرف بفكر إعلام ما بعد الحداثة، الذي تجاوز المكان والحدود الجغرافية وسعى إلى إقامة شبكة من العلاقات تربط بين الثقافات، ولكن

تحت عين القطب الواحد (جفال، 2013)، وجاء القرن الحالي ليعرف بأنه قرن هيمنة العولمة على البشرية، والعولمة أداة الحضارة الجديدة في نشر أفكارها وقيمها، التي تفرض على الناس نمطاً جديداً من التفكير ونمطاً جديداً من التعايش معها، ونمطاً جديداً من الولاء لمن ينادي بهذه العولمة. فهي نظام عالمي جديد يخترق العالم عبر الفضائيات والإلكترونيات والحواسيب والإنترنت ووسائل الاتصال الجديدة (تعوينات، 2017).

وفي ظل هذا النظام العالمي الجديد، وتنامي الاتصالات الجديدة، أصبح موضوع الهوية شائكاً ومعقداً؛ نظراً لما تحمله هذه الأخيرة من خطابات وممارسات على شبكات التواصل الاجتماعي؛ حيث يمكن للهويات أن تبنى خارج حدودها المكانية، عن طريق المؤسسات المهيمنة وما تحمله من رموز وإشارات ومعانٍ وصور؛ الأمر الذي يفضي إلى التعارض بين الذات والشبكة في خضم فضاء التدفقات المختلفة لأنظمة المعلومات العالمية التي تصب في كل الاتجاهات؛ مما قد يطرح أزمة هوية ناجمة عن التفاعل وآليات التأثير والتأثر المتبادل، الذي قد يُحدث هوة بين الهوية الواقعية والهوية الافتراضية، لذلك أصبح من الضروري إعادة النظر في بناء الهوية وتشكلها في ظل انتشار هيمنة استخدام وسائل الإعلام الجديدة (بغامي، 2018)، وبخاصة في ظل الويب 2.0 ذات المصادر المفتوحة، التي أتاحت للمستخدم إنتاج وإعادة إنتاج المضامين الإعلامية وكذا التغيرات في البيئة المعلوماتية، التي جعلت المجال العام أكثر تجسيداً للديموقراطية، وإتاحة الفرص أمام الشخص للتعبير عن رأيه، وبما أن العمل الإعلامي جزء من الظاهرة السوسيولوجية لهذا التحول في صيغة الويب فإنه أصبح ضرورياً التركيز على هذا الجانب من الظاهرة التفاعلية داخل البيئة المعلوماتية (عبوب، 2017).

ووفقاً لتجزئة الجمهور بحسب اهتمامات كل فئة فإن بعض الباحثين سعوا إلى دراسة العلاقة بين الإعلام الرياضي عبر الإنترنت ومسألة الهوية؛ باعتبار أن الإنترنت فضاء خصب لتشكيلها وتسويقها بشكل عابر للحدود، وبخاصة وقت

البطولات الإقليمية والدولية؛ باعتبار أن الإعلام له دور مزدوج، على عكس باقي مؤسسات بناء الهوية، كالأسرة والمدرسة والمسجد، وهذا الدور يتمثل في أنه إحدى أدوات بناء الهوية الوطنية في الداخل، وإحدى أدوات تسويقها للآخرين أيضاً عبر ما يحمله من رموز ومعانٍ ودلالات وقيم حضارية للمجتمع.

وترجع أسباب اختيار هذه النظرية إلى أنها متسقة مع الهدف الرئيس للدراسة ومتغيرها الأساسي، المتمثل في الهوية في المواقع الرياضية؛ وهو ما يسهم في النهاية في دعم الهوية وتعزيز الانتماء والمواطنة لدى الجماهير المتصفحة لهذه المواقع، ولاسيما فئة الشباب. وقد تم الاستفادة من هذه النظرية في الجزء الخاص بأنواع الهوية، سواء الهوية الفردية التي تخص اللاعبين أو الهوية الجماعية التي تخص الفرق الرياضة أو الهوية الوطنية للدول المشاركة وسماتها الثقافية والرموز الدالة على ذاتيتها الحضارية والثقافية، وغير ذلك، بجانب أهداف بناء الهوية في هذه المواقع، ولذا تبنت الدراسة تقسيم (إرفين جوفمان) للهوية.

المواقع مجال الدراسة

تتناول الدراسة موقعين إلكترونيين لاثنتين من الصحف الخليجية، وهما:

1 – الراي: وهي إحدى الصحف الكويتية المشهورة الصادرة عن مجموعة الراي الإعلامية المالكة لقناة "الراي"، بدأت تحت مسمي "الرأي العام" 1996 وفي 2006/11/18 صدر العدد الأول من " الراي" مستقلة تماماً عن جريدة "الرأي العام" التي أسست 1961 كأول جريدة يومية كويتية (الراي، د. ت أ).

2 – الأيام: جريدة بحرينية يومية سياسية جامعة، صدر عددها الأول في 7/3/1989م عن مؤسسة الأيام، وقد عرفت بتعدد الملاحق، وفي مقدمتها الملحق الرياضي (سرحان، 2001). وكان الدافع وراء اختيار الموقعين أنهما – بجانب كونهما موقعين لاثنتين من كبريات الصحف الخليجية – تتوافر فيهما ظروف التغطية نفسها لكل منهما؛ إذ إن كلاً منهما لا تتم

البطولة مجال الدراسة على أرضه، وإلا ستتوافر لإحداهما فرصة أكبر من الأخرى؛ وهو ما ستنعكس آثاره في حجم التغطية وكثافتها وتعدد مصادرها لقرب مكان الصحفيين من الحدث وعلاقتهم الشخصية بالمنظمين؛ ومن ثم سيبرز تحيز من نوع آخر؛ ولذا تم تحييد أثر متغير قرب مكان الحدث أو بعده من مقر الصحيفة وهذا ما كان سيحدث في حال دراسة موقع سعودي مثلاً، هذا بالإضافة إلى أن قضية الهوية لدى دولتي الكويت والبحرين هي مجال اهتمام أكبر على المستويين الرسمي والشعبي من أي دولة خليجية أخرى لارتباطها بعوامل سياسية أفرزتها أحداث 2011، التي برزت بعدها قضية الهوية والانتماء والمواطنة على قمة الأجندة الرسمية والشعبية والإعلامية في الدولتين.

المنهج

نوع الدراسة

هي دراسة وصفية/ تحليلية، ولهذه المنهجية "تنتمي معظم بحوث الصحافة؛ حيث تستهدف وصف الأحداث والأشخاص والاتجاهات والأهداف والتفضيل والاهتمام" (عبدالحميد، 1992، ص.81). ولذا اهتمت دراستنا بوصف أحداث الدورة ومحتواها عبر رصدها وتوصيفها في الموقعين، إضافة إلى تقديم رؤية تحليلية تفسيرية لهذا المضمون حول الدورة، سواء ما يتعلق بخصوصية تناول الهوية بأنواعها المختلفة أو خصوصية المعالجة الصحفية للبطولة. واعتمدت الدراسة على منهجين، الأول: منهج المسح؛ "باعتباره من أنسب المناهج العلمية ملاءمة للدراسات الوصفية؛ حيث يستهدف تسجيل الظاهرة وتحليلها وتفسيرها في وضعها الراهن" (عبدالحميد، 1992، ص.93). وقد وظفته الدراسة في مسح المضمون الرياضي المنشور بالموقعين وفي مسح متغير الهوية وتحليله، وكذلك مسح القضايا الرياضية وتحليلها، وأخيراً في مسح سمات التغطية وخصائصها، وهو ما يمثل وصفاً لجوانب المحتوى وسمات التغطية، والثاني المنهج المقارن؛ بوصفه منهجاً مساعداً لمقارنة الهوية والتغطية الصحفية في موقعين بدولتين مختلفتين؛ وذلك لبيان خصوصية

التغطية ونقاط التشابه والاختلاف ولاسيما أنهما تنتميان لدولتين مختلفتين إلى حد ما، سواء في تاريخ التجربة السياسية؛ حيث متغير الهوية، وفي الفوز بالألقاب في البطولة؛ حيث المتغير الرياضي، وفي تعددية الإصدارات الإعلامية أيضاً؛ حيث المتغير الإعلامي. ولذا فإن المقارنة بينهما تزيد الدراسة ثراء.

الإطار الإجرائي: مجتمع الدراسة

يتمثل البعد الموضوعي للدراسة في أنها ركزت على الهوية في تغطية أحداث دورة كأس الخليج، بينما كان البعد المكاني متمثلاً في موقعي الأيام البحرينية والراي الكويتية، على حين اتخذ البعد الزمني مدة شهر سبتمبر 2014 نطاقاً زمنياً لتحليل النصوص الرياضية بالموقعين، وهو الشهر الذي أجريت في إطاره مباريات كأس الخليج رقم 22 لكرة القدم بالرياض. وكانت استمارة تحليل المضمون، وهي أداة جمع البيانات، مشتملة على الفئات الرئيسية والفرعية، التي تتعلق بأهداف الدراسة، وفيها كانت الفكرة هي وحدة التحليل بالاعتماد على الأسلوب الكمي والكيفي، وروعي في تصميمها شروط وضع الفئات، وقد اعتمدت على أسلوب المسح الشامل لجميع المواد الصحفية الخاصة بالدورة خلال فترة الدراسة، وليس العينة، وقد تم حصر كل الموضوعات التي برزت عبر أرشيف الموقعين من خلال الكلمات المفتاحية؛ مثل(كأس الخليج، كرة القدم، الدورة 22 ..إلخ)، وتم تحليل كل الموضوعات التي أسفر عنها البحث، وبلغ عددها الإجمالي 378 موضوعاً، يخص الدورة، توزعت على الموقعين "الأيام" 187 موضوعاً و "الراي" 191 موضوعاً.

إجراءات الصدق والثبات

تم عرض استمارة تحليل المضمون بعد تصميمها على عدد من أساتذة الصحافة*؛ وذلك للتحقق من صدق المقياس، ومن واقع ملاحظاتهم ومناقشة

* المحكمون: أ. د. أشرف صالح، أ. د. جمال عبدالعظيم، د. محمد السيد عثمان (أساتذة بقسم الإعلام – جامعة البحرين).

الاستمارة معهم تأكد قدرة الاستمارة على قياس الهدف الذي وضعت لأجله بعد إجراء بعض الملاحظات التى أبداها الأساتذة. أما بالنسبة لثبات المقياس فقد تم الاعتماد على معادلة Hostli لحساب عدد الفئات التي اتفق عليها المحللون، وكان إجمالي الفئات الرئيسية للاستمارة 15 فئة، وتم حساب الثبات بين اثنين من المحللين وكان الاتفاق بين المحلل الأول والمحلل الثاني =93.3 %؛ ومن ثم كان الاتفاق بين الباحثة ومتوسط نسبة المحللين = 96%، وهذه درجة عالية من الثبات، كما بلغت قيمة الجذر التربيعي لمقياس ثبات المحللين 9.6، وهذا يشير إلى الاتساق الداخلي للمقياس؛ وهذه الإجراءات تؤكد ثبات المقياس وصلاحيته لاختبار أهداف الدراسة.

معامل الثبات = 2ت\ ن1+ن2 (القانون)

حيث:

ت= عدد الفئات التي اتفق عليها المحللان (= 14 فئة)

ن1 = عدد الفئات التي حللها الأول (=15 فئة)

ن2 = عدد الفئات التي حللها الثاني (=15 فئة)

إذاً معامل الثبات = 28\ 15+15 = 93.3%.

المعالجة الإحصائية للبيانات

بعد تحليل المضمون والمراجعة المكتبية للاستمارات تم إدخال البيانات للحاسب الآلي باستخدام برنامج SPSS، وحددت الأوزان النسبية للفئات للإجابة عن تساؤلات الدراسة، وكذلك معامل "سبيرمان" لاختبار ترتيب القضايا بالموقعين، وأخيراً اختبار "ت" لقياس دلالة الفروق التي تسعى الفروض من الثاني إلى السابع لاختبارها.

متغيرات الدراسة

متغير ترتيب القضايا والموضوعات في الموقعين، وفيه استخدم معامل سبيرمان للرتب، أما المتغيرات التي تم فيها اختبار الفروق بين الموقعين باستخدام اختبار (ت)؛ فهي: متغير نوع الفنون الصحفية، متغير الكتاب

الصحفيين، متغير مصادر المعلومات، متغير أنواع التغطية، متغير مستويات التغطية، متغير أهداف التغطية.

التعريفات الإجرائية

أنواع الهويات: هي نوع الهوية التي يتم التركيز عليها في المعالجة، وقد تكون هوية جماعية تخص الفرق الرياضية أو فردية تخص لاعبين محددين أو هوية الدولة.

آليات تناول الهوية: ويقصد بها الأسلوب أو الطريقة التي يقدم بها الفرق أو اللاعبون، سواء التركيز على انتماءاتهم الوطنية وتفانيهم في خدمة الوطن أو الخبرة أو أخلاقياتهم أو الحضارة أو الثقافة الوطنية أو غير ذلك؛ بهدف التسويق لها وبناء صورة إيجابية عن مكونات هويتهم الوطنية.

أهداف تناول الهوية: وتعني ما يريد الصحفي تحقيقه من وراء نشر الموضوع الذي يركز فيه على متغير الهوية؛ أي الأثر الذي يبغي تحقيقه؛ فقد يكون زيادة الروح المعنوية ودعمها لدى اللاعبين، أو الحشد الجماهيري وراء الفريق، أو تقليل الإحباط عقب هزيمة، أو غير ذلك من الأهداف.

التغطية الصحفية: هي كيفية تناول الموقع للحدث الرياضي؛ من حيث نوع التغطية: (تمهيدية، تسجيلية، تسجيلية تمهيدية) أو مستوى التغطية: (مجردة، مفسرة) أو أهداف التغطية: (إخبارية، استقصائية).

النتائج

تنقسم هذه الفقرة إلى ثلاثة محاور، الأول: نتائج الدراسة التحليلية. والثاني: اختبارات الفروض الإحصائية. الثالث: الخلاصة ومناقشة النتائج وحدود الدراسة وتوصياتها.

المحور الأول: نتائج الدراسة التحليلية

يرصد هذا المحور نتائج التحليل البسيط لكل المتغيرات عبر حساب نسب كل موقع وتكراراته، ثم المقارنة بين الموقعين.

السؤال الأول: ما أنواع الهويات التي تم تناولها في الموقعين وما آليات التناول وأهدافه؟

استمدت هذه الدراسة من التراث المعرفي ثلاثة أنواع من الهويات، الأولى: تخص هوية الدولة (الهوية الوطنية) التابع لها الموقع. والثانية: الهوية الجماعية الخاصة بالفرق الرياضة. وأخيراً (الثالثة): الهوية الفردية للاعبين، وتبرز نتائج التحليل التالي؛ أي الهويات التي كانت مجال تركيز المواقعين.

جدول 1

أنواع الهويات في التغطية

الموقع	الهوية الجماعية		الهوية الفردية (اللاعبون)	المجموع
	هوية فريق دولة الموقع	هوية منتخبات دول أخرى		
الأيام	6	20	4	30
	%20	%66.6	%13.4	%100
الراي	16	20	4	44
	%40	%50	%10	100%

يتبين من جدول 1 أن الموقعين لم يركزا على الهوية الوطنية للدولتين التابعين لهما؛ ولذا كان اهتمام موقع الأيام الإلكتروني قد تركز على تناول الهوية الجماعية وبشكل أقل الهوية الفردية، وتركزت هذه الهوية الجماعية في هوية الفرق الرياضية دون الاهتمام بهوية الدولة بعاداتها وتقاليدها وحضارتها أو أية رموز دالة عليها، وقد بلغت النسبة الإجمالية لهوية الفريق 86.6%، توزعت على الفرق الخليجية 66.6%، ثم هوية الفريق الوطني البحريني 20%، وأخيراً الهوية الفردية للاعبين 13.4%، ولم يركز الموقع على تناول الهوية السياسية أو الحضارية للدولة ولا مكانتها الخليجية والدولية ضمن المعالجة وإنما يركز على المنتخب البحريني، وكان الاهتمام بالمنتخب من منظور الاهتمامات الرياضية وليس السياسية أو صناعة الصورة، كما كان الهدف شد انتباه القارئ وتشويقه وإثارة اهتمامه بالفريق كممثل للدولة؛ ولذا كثرت الإشارة إليه بلونه المميز، وهو

الأحمر، وحتى بالنسبة لتناول هويات الدول الأخرى المشاركة بالدورة، فقد ارتبطت بهوية فرقها الرياضية، من ذلك نشر تصريحات قائد المنتخب اليمني "علاء الصاصي" بأن لاعبي منتخبه يلعبون لأجل اليمن في مبارياتهم (الأيام، 2014، نوفمبر 18أ)، وكذلك بعد فوز قطر بالكأس: "إن الإنجاز الذي فازت به قطر يؤكد مكانة الكرة القطرية المميزة على الخريطة الكروية الخليجية – وكذلك فوز العنابي بكأس الخليج يكرس تطور الكرة" (الأيام، 2014، نوفمبر 28)، وكان يشار إلى هذه المنتخبات باللون المميز لها، كما تم مع منتخب البحرين؛ ولذا ركزت المعالجة على (الأخضر السعودي والعنابي القطري والأزرق الكويتي)، وهكذا. كما لوحظ أن معالجة موقع الأيام عند الحديث عن منتخب البحرين إنما كان يريد بها إحداث نوع من الدعم المعنوي للفريق؛ لذلك كان يشير دائماً إلى اللون المميز، أو اللون مع اسم الدولة (الأحمر، الأحمر البحريني)، لكن عند تناول منتخبات أخرى كان يذكر اسم الدولة؛ مثل: (مدرب العراق، قطر تتعادل، الإمارات بالمركز الثالث، السعودية تكمل انتفاضتها وتبلغ قبل النهائي).

وتشابه موقع "الراي" مع موقع "الأيام"في الاهتمام أولاً بالهوية الجماعية 90%، توزعت على هويات الفرق الخليجية 50%، من ذلك: السعودية تحتفل مع «مئوية هوساوي» بثلاثية في البحرين (الراي، 2014، نوفمبر 18أ) والعنابي .. سيّد الخليج (الراي، 2014، نوفمبر 27)، ثم هوية فريق الكويت 40%، من ذلك: زعيم الخليج يصطدم بحامل اللقب (الراي، د.ت ب)؛ حيث تأطير هوية إيجابية لفريق الكويت بوصفه "زعيم الخليج"؛ لأنه أكثر الفرق فوزاً بالبطولة (10 مرات)، وسيقابل الإمارات حامل لقب آخر بطولة والأزرق يرفض الاستسلام في خليجي 22 (الراي، 2014، نوفمبر 18ب). وذلك عقب تعادله مع الإمارات (2/2)، وتحول تأطير الموقع من هوية إيجابية للفريق الكويتي إلى سلبية بعد خسارته أمام فريق عمان (5/صفر)، وارتسمت ملامح هذا الإطار في نشر موضوعات "خروج مهين للأزرق، مهزلة الأزرق" (الراي، 2014، نوفمبر 22). أما الترتيب الأخير؛ فاحتلته الهوية الفردية 10%؛ مثل: لاعبون سعوديون يسعون للفوز بالكأس، أو كويتيون يسعون إلى تأكيد سيادة فريقهم على عرش البطولة.

وخلاصة هذا التحليل تكشف تركيز الموقعين على الهوية الجماعية المتمثلة في هوية الفرق الرياضية وكذلك الهوية الفردية المتمثلة في هوية اللاعبين، بينما أهملا التركيز على الهوية الوطنية المتمثلة في هوية الدول التي ينتمي إليها كل موقع، وكان من المهم دمج هوية الدولة في هذه المعالجة لتحقيق نوع من التناول الإيجابي للدولة بجانب الترويج الرياضي للفرق واللاعبين، وهذا ما توصلت إليه دراسة (Poulton, 2004)؛ إذ إن الصحف البريطانية استغلت بطولة Euro 96 لعرض الهوية الوطنية في مواجهة الاتجاه نحو الوحدة الأوروبية، بجانب استخدام رموز دالة عن العادات والتقاليد، بل التذكير أيضاً بالحرب العالمية الثانية بما يدعم الهوية البريطانية في مقابل الهويات الأخرى

أما آليات تناول الهوية في الموقعين؛ فقد استطاعت هذه الدراسة أن تستخلص عبر الدراسة الاستطلاعية عدداً من الآليات المستخدمة في تناول الهويات في الموقعين، وهي ما يوضحها جدول 2.

جدول 2

آليات تناول الهوية

الآليات	موقع الأيام		موقع الراي	
	ك	%	ك	%
اللعب لأجل الوطن	6	14.3	4	11.8
أسلوب (نا، نحن)	12	28.6	4	11.8
العادات والثقافة الوطنية	6	14.3	–	
خبرة الفريق وتميزه	2	4.8	14	41.1
القيم والأخلاق	2	4.8	4	11.8
الحضارة	2	4.8	–	
اللون المميز للفريق	8	19	8	23.5
السلوك الحضاري	2	4.8	–	
الارتباط بالرياضة العالمية	2	4.8	–	
الإجمالي	42	%100	34	%100

كانت أبرز آليات تناول الهوية في موقع الأيام الإلكتروني استخدام ضمير (نحن، نا) (الدال على الملكية)؛ مثل (منتخبنا) بنسبة 30% تقريباً من الآليات

المستخدمة، تلاها آلية التركيز على اللون المميز للفريق؛ مثل الأحمر البحريني والأخضر السعودي والأزرق الكويتي19%، ثم آلية التركيز على أن اللعب لأجل دولة الفريق، وكذلك آلية إبراز العادات والثقافة الوطنية 13.9% لكل آلية منهما، وكان الترتيب الخامس لخمس آليات، هي: تاريخ الفريق والقيم الأخلاقية التي يتمسك بها، والحضارة والسلوكيات الإيجابية المتحضرة، وأخيراً الارتباط بالرياضية العالمية 4.8% لكل آلية منها.

أما أبرز آليات موقع "الراي"؛ فهي تأكيد عنصر الخبرة والتميز الرياضي 41.1%، وارتبط توظيفها بشكل خاص بمنتخبات الكويت والسعودية والإمارات؛ مثل "عناصر الخبرة حاضرة بقوة في خليجي 22" (الراي، 2014، نوفمبر 18ج)، ثم توظيف اللون المميز لكل فريق 23.5%، بعدها جاءت آليات ثلاث، هي: اللعب لأجل الدولة و(نحن، نا) والقيم الأخلاقية 11.8% لكل آلية.

أما فيما يتعلق بأهداف تناول الهوية في الموقعين؛ فقد استطاعت الدراسة أيضاً أن تستخلص من تحليل المحتوى عدداً من الأهداف، وكانت على النحو الآتي:

جدول 3

أهداف تناول الهوية

المواقع		دعم الروح المعنوية	التشجيع والحشد	تقليل الإحباط	تعزيز الذات	صورة إيجابية	إبراز الجوانب المميزة	المجموع
الأيام	ك	6	3	1	1	2	-	13
	%	46	23	7.7	7.7	15.4	-	%100
الراي	ك	7	5	4	4	4	1	20
	%	28	20	16	16	16	4	%100

كانت أبرز أهداف موقع الأيام دعم الروح المعنوية للاعبين 46%؛ من ذلك "عبدالله بن مساعد يزور الأخضر ويطالبه بكأس الخليج" (الأيام، 2014، نوفمبر 23). وكذلك ما نشره الموقع قبيل اللقاء الأول للفريق في البطولة "يسعى الأحمر لبداية إيجابية .. معتمداً على الرغبة الجادة والروح العالية والحماس والإعداد البدني

والفني الذي مر به"، تلاه هدف التشجيع وخلق الإجماع الجماهيري 23%، مثل "كأس الخليج: دخول الجماهير مجاني" (الأيام، 2014، نوفمبر14). وكذلك "بعد فوزه ببطولة كأس الخليج.. القطريون يستقبلون منتخب بلادهم بحفاوة بالغة" (الأيام، 2014، نوفمبر 27)، أما الترتيب الثالث؛ فكان رسم صورة إيجابية للفريق وللدولة محور الحدث 15.4%؛ مثلما ذكر بعد فوز قطر بالبطولة: "إنه دليل على تقدم الرياضة في دولة قطر وتقديم التحية للحكومة والفريق"، وفي الترتيب الرابع والأخير جاء هدفان، هما: تقدير الذات و تقليل الإحباط الناتج عن تحقيق نتائج غير متوقعة؛ من ذلك: "إن الوقت لم يحن لتتويج البحرين بكأس الخليج" (الأيام، 2014، نوفمبر 18ب)، ونال كل هدف منهما 7.7%، ويلاحظ أن الأهداف جميعها تخص الفرق الرياضية وليس دولها، وهذا يتسق مع نتائج جدول 3، من أن هويات الفرق الرياضية هي مجال الاهتمام وليست هويات الدول.

وقد تشابه موقع الراي مع موقع الأيام في أهداف تناول الهويات؛ من حيث معالجته للدورة؛ ومن ثم ركّز أولاً على دعم الروح المعنوية للفريق الكويتي 28%؛ من ذلك: "الأزرق زعيم الخليج والحاصل على اللقب عشر مرات يصطدم بحامل اللقب"، ثم التشجيع وخلق الإجماع حول الفريق 20%، ومن أبرز ما نشره في هذا الشأن: "ثلاث طائرات نقلت مشجعي الأزرق من الكويت إلى السعودية"، وفي الترتيب الثالث برزت أهداف ثلاثة، هي: الرغبة في تقليل الإحباط ولا سيما بعد هزيمة فريقه أمام فريق عمان، وكذلك هدف رسم صورة إيجابية للفريق وهدف تقدير الذات "من ذلك تقدير الكويت لقدرتها على تنظيم خليجي 23 القادم على أراضيها، وكذلك تقدير الفريق السعودي الذي وصفه الموقع بأنه صاحب الإنجازات"؛ إذ نال كل هدف منها 16% من أهداف موقع الراي.

ويلاحظ اتفاق موقعي الدراسة في إعطاء الأولوية للهوية الجماعية وعدم استغلال البطولة لتناول الدولة وتراثها الوطني والحضاري، كما تفعل الصحف العالمية في تغطية المونديال أو الأولمبياد، حين تستغل هذه الأحداث لتناول الهوية الوطنية، من ذلك ما رصدته دراسة (Campos, 2017, p.30)، التي توصلت إلى أن الإعلام المكسيكي قد استغل مونديال 1986 لتقديم صورة المكسيك

للعالم كدولة آمنة مستقرة. كما برز اختلاف طفيف في معالجة الموقعين لهوية الفرق المشاركة؛ ففي الوقت الذي اهتم فيه الموقع الكويتي بإبراز هوية فريقه الوطني بالأساس، ثم هويات الفرق الأخرى، نجد أن الموقع البحريني اهتم بإبراز هويات الفرق الأخرى أكثر من فريقه الوطني، وهذا ربما يرجع إلى تاريخ الفريق الكويتي في إحراز اللقب (10 مرات)، على عكس فريق البحرين، الذي لم يفز بها مطلقاً، على الرغم من وصوله إلى الأدوار النهائية في غير ما مرة.

السؤال الثاني: ما المضمون الرياضي مجال الاهتمام في بطولة كأس الخليج 22

جدول 4

القضايا والموضوعات الرياضية

الموقع / فئات المحتوى	الأيام		الراي	
	ك	%	ك	%
وصف اللقاءات الرياضية ونتائجها	47	17.9	39	11.4
تقييم أداء الفرق والتوقعات	34	12.9	65	19.1
البطولة والتنظيم	26	10	19	5.5
مفاجآت ارتبطت بالدورة، كاستقالة مدرب	10	3.8	24	7
الدول المشاركة وحكوماتها	57	21.8	35	10.2
المشكلات والأزمات التي تواجه الفرق	23	8.8	46	13.8
اللاعبون	11	4.2	10	2.9
المسؤولون الرياضيون	9	3.5	17	5
مؤسسات رياضية دولية وإقليمية	27	10.3	33	9.6
التدريب والمدربون	3	1.1	–	–
الجمهور	8	3	21	6.2
تشكيل الفرق المشاركة	1	0.4	2	0.5
قضايا وأحداث رياضية فرعية أخرى	6	2.3	30	8.7
المجموع	262	%100	341	%100

ورد في "الأيام" 262 فكرة مضمونية، نشرت في إطار الموضوعات الخاصة بالدورة، وبلغ عددها 187 موضوعاً، والموضوع الواحد يمكن أن يشتمل على أكثر من فكرة، واهتم الموقع أولاً بالدول المشاركة ومستواها وتاريخها في الدورة 21.8%، ثم وصف اللقاءات الرياضية ونتائجها 17.9%، ثم تقييم أداء الفرق والتوقعات 12.9%، وفي الترتيب الرابع المؤسسات الرياضية الدولية والإقليمية 10.3%، أما الخامس؛ فكان للبطولة ذاتها؛ من حيث تنظيمها ونشأتها والافتتاح والختام 10%، ثم المشكلات والأزمات التي تواجه الفرق 8.8%، وفي الأخير ما يخص الجمهور 3%.

أما موقع "الراي"؛ فقد ورد فيه 341 فكرة مضمونية، نشرت في 191 موضوعاً، كان أبرزها تقييم أداء الفرق المشاركة 19.1%، ثم رصد المشكلات والمعوقات التي تواجه الفرق 13.8%، ثم وصف اللقاءات الرياضية 11.4%، أما الترتيب الرابع؛ فكان للتركيز على الدول المشاركة وحكوماتها 10.2%، تلاه المؤسسات الرياضية ومشاركة وتصريحات رؤسائها 9.6%، ثم مفاجآت تخص الفرق المشاركة 7%، أما الجمهور؛ فجاء في الاهتمام السابع 6.2%، وكان آخر اهتماماته ما يخص تشكيل الفرق المشاركة 0.5%. وتتفق هذه النتائج مع دراسة (Hongbum et al., 2016) في أن الجوانب الخاصة بالمعلومات والأحداث المرتبطة ببطولة الألعاب الآسيوية قد نالت أولوية متقدمة في التغطية الصحفية، تمثلت لدينا في فئات وصف اللقاءات الرياضية ونتائجها وكذلك تقييم أداء الفرق.

ويلاحظ ارتفاع عدد فئات المضمون في موقع "الراي" إذا ما قورن بـ"الأيام". وعلى الرغم من التقارب في عدد الموضوعات فإن موقع "الراي" اهتم بتنوع الأفكار في كل موضوع مقارنة بـ"الأيام"؛ إذ بلغت في "الأيام" 262 فكرة في مقابل 341 فكرة في "الراي"؛ أي مانسبته 44% للأولى و56% للثانية؛ ومن ثم اتسمت المعالجة في موقع "الأيام" بالتعمق وتقديم موضوعات مفسرة تتبنى التركيز على الفكرة الواحدة أكثر من اهتمامها بتعدد الأفكار داخل الموضوع، أما موقع "الراي"؛ فقد فضل في معالجة أحداث الدورة التركيز على التعدد والتنوع في الأفكار في داخل الموضوعات؛ ولذا يمكن وصف معالجة "الأيام" بالمعالجة المتعمقة بينما يمكن وصفها في "الراي" بالمعالجة المتنوعة، إلا أنهما اتفقا في أن هناك تعدداً كبيراً في القضايا (أكثر من 12 قضية رئيسية).

السؤال الثالث: ما الفنون الصحفية التي تم توظيفها في كتابة المادة الرياضية الخاصة بالدورة؟

جدول 5

الفنون الصحفية في الموقعين

المواقع / الفنون الصحفية	الأيام		الراي		إجمالي الموقعين	
	ك	%	ك	%	ك	%
الأخبار القصيرة	33	17.6	101	53	134	35. 4
القصص الإخبارية	47	25	35	18.3	82	21.1
التقارير الإخبارية	74	39.5	38	20	112	29.6
المقال الصحفي	22	11.7	8	4	30	7.9
المقابلات الصحفية	9	4.8	7	3.6	16	4.2
التحقيقات	1	0.5	2	1	3	0.8
أخرى	1	0.5	-	-	1	0.3
إجمالي	187	100	191	100	378	%100

تظهر نتائج جدول 5 اهتمام "الأيام" أولاً بالتقرير الرياضي لتقديم معالجات موسعة للأحداث 39.5%، تلاه القصص الإخبارية 25%، ثم الأخبار القصيرة 17.6%، وجاء المقال الرياضي في الترتيب الرابع 11.7%، ثم المقابلات 4.8%، وأخيراً التحقيقات 0.5%؛ وعلى هذا، فإن الأولوية الأولى لدى "الأيام" في تغطية أحداث الدورة كانت للفنون الإخبارية بما يقرب من أربعة أخماس ما تم نشره، تلاه الاهتمام بفنون الرأي (المقال)، أما الفنون التفسيرية والاستقصائية و(المقابلات والتحقيقات)؛ فنالت 5.3%، وهذا يتسق وطبيعة موضوع الدراسة كحدث آني، تبرز فيه الوظيفة الإخبارية للصحافة.

بينما اهتم "الراي" بالأخبار القصيرة 53%، فالتقارير 20%، ثم القصص الإخبارية 18.3%، أما الرابع؛ فكان للمقال 4%، ثم المقابلات 3.6%، وأخيراً التحقيق الرياضي 1%. والخلاصة أن المواد الإخبارية نالت 90% مما نشر في الموقع، ثم المقالات.

ويشير العرض السابق إلى اهتمام الموقعين بالفنون الإخبارية في الترتيب الأول، بنسبة مهيمنة، وهذا يرجع إلى طبيعة الحدث بجانب كونهما يصدران عن صحيفتين يوميتين؛ حيث الاهتمام بالأخبار، كمواد لها أولوية أولى، ثم مواد الرأي لتقديم التحليل والتفسير، وفى النهاية المواد الاستقصائية التي تتطلب وقتاً أطول لإنتاجها، وهو ما لايحققه مدة الدورة واحتياجات الجمهور، وأبرزها إخباره بالنتائج والأحداث.

غير أن الاختلاف في التغطية برز في نسبة الاهتمام بهذه الفنون؛ ففي الوقت الذي اهتمت فيه "الأيام" بازدياد تدريجي في نسب الفنون الإخبارية (القصيرة والقصة والتقرير)، نجد غالبية النسب في موقع "الراي" تتركز في الخبر القصير 53%. كذلك في الوقت الذي هيمن على موقع "الراي" المادة الإخبارية 90%، وطغى بشكل واضح على باقي الفنون الصحفية نجد موقع "الأيام" يخصص 17% للمقالات، و8.6% للتفسير والاستقصاء. وتتفق هذه النتائج مع دراسة (Baek, 2012) وكذلك (Vincent, 2000)، التي انتهت جميعها إلى هيمنة المواد الإخبارية على تغطية الإعلام للبطولات الرياضية الكبرى (الأولمبياد والمونديال).

السؤال الرابع: ما خصائص كتاب الموضوعات الصحفية الخاصة بالدورة في الموقعين؟

جدول 6

كاتب المادة الصحفية الرياضية

الصحيفة / الفئة	الأيام		الراي	
	ك	%	ك	%
محددة الكاتب	65	34	20	10.4
غير محددة الكاتب	122	66	171	89.6
المجموع	187	100	191	100

يوضح جدول 6 ارتفاع نسبة الموضوعات الصحفية غير محددة المصدر بالموقعين؛ إذ اهتما بنقل الحدث الرياضي – في الغالب – دون ذكر المراسل أو المحرر الذي كتب الخبر؛ فموقع "الأيام" نشر 66% من مادته الصحفية حول الدورة غير محددة المصدر، في مقابل 34% محددة الكاتب.على حين ترتفع نسبة المواد مجهولة المصدر بشكل لافت للنظر في موقع "الراي"؛ إذ بلغت 90% في مقابل 10% معلومة المصدر.

وفي الموقعين تصدر المحرر الموضوعات محددة المصدر، سواء رافق فريقه بالدورة (مراسل مؤقت) أو من خلال متابعته للدورة دون مرافقة الفريق 60.5% من تغطية صحيفة "الأيام"، تلاه الكتاب الدائمون بالجريدة 19.3%، ثم وكالات الأنباء 17.1%، ثم الخبراء والمتخصصون في الرياضة من خارج هيئة التحرير 1.6%، ثم القراء 0.5%، أما موقع "الراي"؛ فقد نال المحررون 92%، بينما نال الكتاب 3.8%. إلا أن الملاحظ أنه بعيداً عن الموضوعات التي نسبت إلى وكالات أنباء؛ مثل (د ب أ) الألمانية أو (أ ف ب) الفرنسية، فإن كل كتاب المادة الرياضية الخاصة بالدورة، التي نشرت في الموقعين كانوا رجالاً فقط، ولا مجال إطلاقاً لأسماء نسائية. وتتفق هذه النتائج مع دراسة أمريكية أنجزها (Vincent, 2000) ووجد أن الصحافة الرياضية مازالت مهنة يسيطر عليها الرجال؛ إذ إن 80%، من الصور والمقالات والأخبار ينتجها الرجال.

السؤال الخامس: ما المصادر التي تم الرجوع إليها للحصول على المادة الصحفية الخاصة بالدورة ؟

ويقصد بها المصادر التي استقى منها كل موقع المعلومات أو التصريحات التي نشرها، وكانت على النحو الآتي:

جدول 7

مصادر المادة الصحفية بالموقعين

الموقع / المصادر	الأيام		الراي		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
مسؤولون سياسيون	47	25	7	3.6	54	14.3
مسؤولون إداريون	21	11.2	56	29.3	77	20.4
لاعبون	31	16.5	13	6.8	44	11.6
مدربون	28	15	21	11	49	13
حكام	1	0.5	1	0.5	2	0.6
إعلاميون وشخصيات رياضية	28	15.7	86	45	114	30.2
أخرى	7	3.7	-	_	7	1.9
مصدران مما سبق	23	12.3	5	2.6	28	7.4
ثلاثة مصادر	1	0.5	2	1	3	0.8
إجمالي	187	%100	191	%100	378	%100

ركز موقع "الأيام" على المصادر الرسمية كالمسؤولين السياسيين المنتمين للمجال الرياضي؛ مثل الشيخ سلمان بن إبراهيم آل خليفة رئيس الاتحاد الآسيوي لكرة القدم، بالإضافة إلى تصريحات الشخصيات السياسية الخليجية 25.1% من إجمالي مصادر "الأيام"، ثم اللاعبين 16.6% ثم المدربين، وكذلك (لإعلاميين و الشخصيات العامة الرياضية) 15% لكل فئة منهما، وفي الترتيب الخامس المواد التى جمعت في داخلها مصدرين مماسبق (12.3%). أما الترتيب السادس؛ فكان للمسؤولين الإداريين في الفرق المشاركة 11.2%، بينما جاء الحكام في الترتيب الأخير 0.5%.

أما موقع "الراي" فقد آثر التركيز أولاً على الإعلاميين والشخصيات العامة 45%، ثم المسؤولين الإداريين الكويتيين29.3%، ثم المدربين 11%، فاللاعبين 6.8%، ثم المسؤولين السياسيين الرياضيين، وبخاصة وزير الشباب السعودي 3.6%، ثم مصدرين معاً 2.6%، وأخيراً الحكام 0.5%.

ويلاحظ مما سبق:

1 – اهتمام موقع "الأيام" في البداية بتصريحات المسؤولين السياسيين الرياضيين، بينما اهتم " الراي" بتصريحات الإعلاميين والشخصيات الرياضية العامة وتعليقاتهم على المباريات، وربما يرجع تركيز "الأيام" على المسؤولين إلى السياسة التحريرية شبه الرسمية للجريدة على الرغم من ملكيتها الخاصة.

2 – اتفق الموقعان في عدم الاعتماد كثيراً على تصريحات الحكام، واحتلت هذه الفئة الترتيب الأخير لدى كل منهما، وهذا أمر طبيعي؛ لأن آراءهم ربما تعرضهم للاتهام بالتحيز.

3 – اهتمام الموقعين بالمسؤولين الإداريين في الفرق وكذلك باللاعبين والمدربين والشخصيات الإعلامية العامة، وجميعها مصادر مهمة في تقديم التحليل للمباريات.

4 – اهتم الموقعان – في الغالب – بالتغطية ذات المصدر الواحد، وكان يجب التعدد في مصادر الموضوع الواحد بجانب ضرورة الاهتمام بتقديم المعلومات الخلفية لمعالجة أكثر عمقاً وتنوعاً.

السؤال السادس: ما خصوصية التغطية الصحفية للدورة من حيث نوعها ومستواها وأهدافها؟

جدول 8

خصوصية التغطية الصحفية بالموقعين

المواقع		نوع التغطية			إجمالي	مستوى التغطية		إجمالي	أهداف التغطية		إجمالي
		تمهيدية	تسجيلية	تسجيلية تمهيدية		تغطية مجردة	تغطية مفسرة		إخبارية	استقصائية	
الأيام	ك	27	137	23	178	92	95	187	113	74	187
	%	14.4	73.3	12.3	100	49.2	50.8	100	60.4	39.6	100
الراي	ك	34	113	44	191	145	46	191	134	57	191
	%	17.8	59.1	23.1	100	76	24	100	70	30	100

1 – نوع التغطية: اهتم موقع "الأيام" أولاً بالتغطية التسجيلية 73.3%، تلاها التغطية التمهيدية 14.4%، وأخيراً التغطية التى تجمع بين النوعين السابقين، وهي التغطية التسجيلية التمهيدية التي تسجل أحداثاً تمت مع تناول ما سوف يتم مستقبلاً 12.3%. واهتم موقع "الراي" أيضاً في الترتيب الأول بالتغطية التسجيلية 59.1%، لكن تلاها التغطية التسجيلية التمهيدية 23.1%، وأخيراً التغطية التمهيدية 17.8%. ويمكن تفسير زيادة الاهتمام بتقديم تغطيات متنوعة لأحداث الدورة في ضوء ما انتهت إليه دراسة أبو دريس بالبحرين (2003)، وكذلك دراسة طلعت في مصر (1987)، اللتان توصلتا إلى أن كرة القدم تحتل الترتيب الأول بين كل الألعاب؛ نظراً لشعبيتها.

2 – مستوى التغطية الصحفية: برز اهتمام "الأيام" أولاً بالتغطية التفسيرية للأحداث بشكل أكبر من الاهتمام بتقديم تغطية مجردة؛ حيث نالت المفسرة 50.8%، في مقابل 49.2% للتغطية المجردة، بينما اهتم موقع "الراي" أولاً بالتغطية المجردة التي تجيب فقط عن أهم الأسئلة الستة الأساسية في الحدث؛ بحيث تقدم الأخبار دون تحليل 76% في مقابل 24% للتغطية المفسرة، ويرجع اهتمام موقع "الراي" بالخبر القصير والقصص الإخبارية بشكل أكبر من اهتمامه بالتقارير والمواد التفسيرية إلى التغطية المجردة التي اعتمد عليها الموقع بشكل أساسي.

3 – أهداف التغطية الصحفية: اهتم موقع "الأيام" بالتغطية الإخبارية للأحداث، التي تستهدف أخبار الجمهور 60.4%، بينما نالت التغطية الاستقصائية التى تقدم نقداً أو تكشف سلبيات معينة 39.6%. وكذلك

آثر موقع "الراي" تقديم تغطية إخبارية إعلامية 70%، في مقابل 30% للتغطية الاستقصائية النقدية.

والخلاصة أن الموقعين اهتما بالتغطية التي تستهدف إعلام القراء بتطورات الأحداث أكثر من اهتمامهما بالاستقصاء والنقد، ويمكن تفسير ذلك في ضوء طبيعة الأحداث الآنية اليومية للبطولة؛ حيث ينتظر القارئ أن تمده صحيفته بما يقع من أحداث في الدروة.

المحور الثاني: اختبارات الفروض الإحصائية

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباط بين ترتيب القضايا في موقع "الأيام" وترتيبها في موقع "الراي"

دلت نتائج معامل سبيرمان للرتب على وجود علاقة ارتباط قوية بلغت 736. بدلالة إحصائية (0.002) بين رتب القضايا الفرعية الخاصة بمعالجة الدورة في الموقعين، الواردة في جدول 4؛ مما يؤكد صحة الفرض الأول؛ ومن ثم قبوله.

وتتفق هذه النتائج مع دراسة (Carvalho, 2003)؛ حيث وجد أن المونديال كان الموضوع الأبرز لدى ثلاث بوابات إلكترونية برازيلية، ويمكن تفسير نتائج الفرض الأول في ضوء طبيعة المصادر التي اعتمد عليها الموقعان؛ حيث تتفق النتائج مع ما انتهت إليه دراسة (محمود، 2001)، التي رأت أن وكالات الأنباء ومصادر الأخبار توجه انتباه القائم بالاتصال إلى قضايا معينة، يركز عليها؛ ومن ثم فهي تؤثر في أجندة القضايا مجال اهتمامه، بل تؤثر في أجندة القضايا النهائية للوسيلة الإعلامية ، هذا بالإضافة إلى أن التقارب في القضايا بين الموقعين ربما يرجع إلى طبيعة البطولة وأحداثها؛ نظراً لأنها القضايا محل اهتمام كل الصحفيين؛ وهو ما يجعل الفروق في فنية المعالجة وليس في محتواها.

الفرض الثاني: توجد فروق دالة إحصائياً بين الموقعين في فنون كتابة الموضوعات الصحفية

ولمعرفة مدى معنوية الفروق بين الموقعين أجري اختبار(ت) الذي تظهر نتائجه على النحو الآتي:

جدول 9

معنوية الاختلاف بين الموقعين في متوسطات نوعية الفنون الصحفية

المواقع	العدد	متوسط الفن الصحفي	الانحراف المعياري	قيمة الاختلاف بين المتوسطات	قيمة (ت)	مستوى الدلالة
الأيام	187	31.0695	1.8376	.9177	4.879	.000
الراي	191	30.1518	1.8189			

ملاحظة. درجات الحرية في الجدول (ن–1= 376).

يتضح وجود فروق دالة إحصائياً في متوسطات الفنون الصحفية بين كل من "الأيام" (31.0695) و"الراي" (30.1518) وقيمة (ت) 4.879 بدلالة (.000)، وهذا ما يشير إلى وجود فروق بين الموقعين في أنواع الفنون الصحفية المستخدمة؛ ومن ثم ثبوت صحة الفرض و قبوله.

ويمكن تفسير ذلك في ضوء طبيعة الفنون الصحفية التي نالت أولوية أولى لدى كل موقع منهما؛ إذ اهتم "الأيام" بالتقرير الإخباري 74 تقريراً في مقابل 38 تقريراً لموقع "الراي"، بينما اهتم "الراي" بالأخبار القصيرة 101 خبر في مقابل 33 خبراً قصيراً لموقع "الأيام"، وربما يرجع هذا التباين إلى طبيعة عمل مؤسسة الراي، التي تهتم بالأخبار المرئية والمسموعة في تلفزيونها الفضائي، والتي تتسم بقصر حجمها؛ بسبب طبيعة المادة المذاعة، وذلك بجانب المطبوعة، التي تكون جميعها متاحة أمام محرري الموقع للاختيار من بينها ما يناسب النشر لديهم في مقابل "الأيام" ذات الإصدار المطبوع فقط، وتهتم بالتقارير الرياضية التي تنشر في الملحق الورقي والموقع الإلكتروني.

الفرض الثالث: توجد فروق دالة إحصائياً بين الموقعين في كُتاب موضوعات الدورة

ولمعرفة مدى معنوية الفروق بين الموقعين أجري اختبار(ت) الذي تظهر نتائجه على النحو الآتي:

جدول 10

معنوية الاختلاف بين الموقعين في متوسطات كتاب المواد الصحفية الرياضية

المواقع	العدد	متوسط كاتب المادة	الانحراف المعياري	قيمة الاختلاف بين المتوسطات	قيمة (ت)	مستوى الدلالة
الأيام	187	40.4064	1.2722	.9177–	6.692–	.000
الراي	191	41.0471	.3447			

ملاحظة. درجات الحرية (ن–1= 376).

يتضح وجود فروق دالة إحصائياً في متوسطات كتاب المادة الصحفية بين "الأيام" (40.4064) والراي (41.0471) و قيمة (ت)–6.692 بدلالة (000.)؛ وهو ما يشير إلى ثبوت صحة الفرض الثالث وقبوله.

ويمكن تفسير النتائج في ضوء نسب طبيعة كتاب المادة الرياضية في الموقعين، التي ارتفع فيها مجهولة المصدر في موقع "الراي" إلى ما يقترب من 90% مقابل 66 % في "الأيام"، ولاشك في أن ارتفاع نسبة المادة مجهولة الكاتب تقلل من المصداقية، وهذا ما انتهت إليه بعض الدراسات التي تناولت مصداقية الإنترنت، ومنها دراسة عزة عبدالعظيم محمد، التي توصلت إلى أن وسائل الإعلام التقليدية، وتحديداً الصحف والتلفزيون، تتمتع بثقة الجمهور الإماراتي كمصادر للأخبار بشكل أكبر من الإنترنت، وفي حجم التزامها بالدقة والموضوعية والمعايير المهنية في أدائها (الاتحاد، 2009، مايو 2)، وكذلك دراسة (كدواني، 2017، ص.126) حول مصداقية الإنترنت، ورأت أن كثيراً من رسائل الإعلام الرقمي غير معروفة المصدر؛ ولذلك فهذه الرسائل ينتابها الشك وعدم التصديق والضعف المهني.

الفرض الرابع: توجد فروق دالة إحصائياً بين الموقعين في مصادرالمعلومات لموضوعات الدورة

ولمعرفة مدى معنوية الفروق بين الموقعين أجري اختبار(ت)، وكانت نتائجه على النحو الآتي:

جدول 11

معنوية الاختلاف بين الموقعين في متوسطات مصادر المادة الصحفية

المواقع	العدد	متوسط المصادر	الانحراف المعياري	قيمة الاختلاف بين المتوسطات	قيمة (ت)	مستوى الدلالة
الأيام	187	42.2460	15.5727	5.1833–	3.970–	.000
الراي	191	47.4293	9.0178			

ملاحظة. درجات الحرية (ن–1= 376).

يتضح وجود فروق دالة إحصائياً في متوسطات المصادر بين "الأيام" (42.2460) والراي (47.4293) وقيمة (ت) –3.970 بـدلالة (000.)؛ وهو ما يعني ثبوت الفرض و قبوله.

ويمكن تفسير الفروق في متوسطات المصادر، التي هي لصالح موقع "الراي" في ضوء إمكانيات المؤسستين؛ فموقع "الراي" جزء من مؤسسة إعلامية أكبر (صحفية وتليفزيونية فضائية)، وهي مؤسسة "الراي"، بينما موقع "الأيام" هو جزء من مؤسسة صحفية فقط (مؤسسة الأيام للنشر)، ومن هنا يتاح للصحفي الرياضي في موقع "الراي" مصادر أكثر مما يتاح لزميله في "الأيام"؛ إذ إن الموقع الكويتي لديه اشتراك أكبر في الوكالات الدولية والإقليمية والشبكات المصورة؛ وهذا ما انعكس أيضاً في عدد الموضوعات والأفكار والمصادر وعدد الكلمات في الموضوع الصحفي، وكلها لصالح موقع "الراي"؛ فعلى سبيل المثال، فإن تقرير افتتاح الدورة بلغ حجمه في موقع "الأيام" 479 كلمة، بعنوان "سمو ولي ولي العهد السعودي يفتتح دورة كأس الخليج العربي الـ 22 لكرة القدم" (الأيام، 2014، نوفمبر 13)، بينما بلغ عدد كلمات التقرير

الصحفي الذي أنتجه موقع "الراي" بشأن الحدث نفسه (1556) كلمة بعنوان "افتتاح "خليجي 22"... حاشد دولياً وضعيف جماهيرياً" (الراي، 2014، نوفمبر 14)، وهو ما يفسر سبب الفروق في المصادر كما ثبت من الفرض السابق.

الفرض الخامس: توجد فروق دالة إحصائياً بين الموقعين في أنواع التغطية الصحفية للدورة

ولمعرفة مدى معنوية الفروق بين الموقعين أجري اختبار(ت)، وكانت نتائجه على النحو الآتي:

جدول 12

معنوية الاختلاف بين الموقعين في أنواع التغطية

المواقع	العدد	متوسط شكل التغطية	الانحراف المعياري	قيمة الاختلاف بين المتوسطات	قيمة (ت)	مستوى الدلالة
الأيام	187	53.9786	.5180	7.3746–	1.232–	.219
الراي	191	54.0524	.6386			

ملاحظة. درجات الحرية (ن–1= 376).

يتضح عدم وجود فروق دالة إحصائياً في متوسطات أنواع التغطية بين "الأيام" (53.9786) و"الراي" (54.0524)، وقد بلغت قيمة (ت) –1.232 بدلالة إحصائية (.219)، وهذا ما يؤكد عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين الموقعين فيما يتعلق بنوع التغطية الصحفية لأخبار البطولة؛ وهو ما يشير إلى عدم ثبوت الفرض ومن ثم عدم قبوله.

ويمكن تفسير النتائج في ضوء طبيعة الحدث مجال الدراسة الذي يتسم بالسرعة وتتابع أحداثه وكثافتها؛ ومن ثم، فإن كل الوسائل عليها أن تتابعه أولاً فأولاً، وبخاصة أن جدول المباريات والأحداث معروف مسبقاً، وفي الغالب، فإن كل الصحفيين، وبخاصة المراسلون الرياضيون، يتعاملون جميعاً مع المركز الإعلامي المصاحب للبطولة، الذي يكون المصدر الأساسي لكل الوسائل؛ ومن هنا تشابهت أنواع التغطية في الموقعين، ولم يوجد تباين دال إحصائياً بينهما في أنواع التغطية.

الفرض السادس: توجد فروق دالة إحصائياً بين الموقعين في مستويات التغطية الصحفية للدورة

ولمعرفة مدى معنوية الفروق بين الموقعين أجري اختبار(ت)، وكانت نتائجه على النحو الآتي:

جدول 13

يبين معنوية الاختلاف في مستويات التغطية

المواقع	العدد	متوسط مستوى التغطية	الانحراف المعياري	قيمة الاختلاف بين المتوسطات	قيمة (ت)	مستوى الدلالة
الأيام	187	56.5080	.5013	.2672	5.573	.000
الراي	191	56.2408	.4287			

ملاحظة. درجات الحرية (ن–1= 376).

يتضح وجود فروق دالة إحصائياً في متوسطات مستويات التغطية بين "الأيام" (56.5080) و"الراي" (56.2408) وقيمة (ت) 5.573 بدلالة (000.)؛ وهذا ما يشير إلى وجود فروق دالة بين الموقعين؛ ومن ثم قبول الفرض. ويمكن تفسير هذه النتائج في ضوء ما كشفته نتائج التحليل البسيط من أن موقع "الأيام" اهتم أكثر بالتغطية التفسيرية بينما اهتم "الراي" بالتغطية المجردة، وهذا يرجع إلى طبيعة الفنون الإخبارية التي نالت اهتماماً أكبر لدى كل منهما؛ ففي الوقت الذي زادت فيه نسبة التقارير الإخبارية ذات التغطية التفسيرية والطبيعة التحليلية في "الأيام" نجد العكس في موقع "الراي" الذي زادت فيه نسبة الأخبار القصيرة ذات التغطية المجردة مقارنة بالتقارير الإخبارية.

الفرض السابع: توجد فروق دالة إحصائياً بين الموقعين في أهداف التغطية الصحفية للدورة

ولمعرفة مدى معنوية الفروق بين الموقعين أجري اختبار(ت)، وكانت نتائجه على النحو الآتي:

جدول 14

معنوية الاختلاف في أهداف التغطية الصحفية

المواقع	العدد	متوسط هدف التغطية	الانحراف المعياري	قيمة الاختلاف بين المتوسطات	قيمة (ت)	مستوى الدلالة
الأيام	187	58.3957	.4903	9.729	1.993	.047
الراي	191	58.2984	.4588			

ملاحظة. درجات الحرية (ن–1= 376).

يتضح وجود فروق دالة إحصائياً، وإن كانت ضئيلة، في متوسطات أهداف التغطية الصحفية الرياضية بين "الأيام" (58.3957) و"الراي" (58.2984) وقيمة (ت) 1.993 بدلالة (047.)؛ مما يشير إلى ثبوت صحة الفرض وقبوله.

ويمكن تفسير ذلك في ضوء نتائج التحليل البسيط الخاص بأهداف التغطية، التي أشارت إلى ارتفاع نسبة التغطية الإخبارية 70%مقارنة بنسبة التغطية الاستقصائية 30%. أما في "الأيام" فإن الفرق بين نوعي الأهداف لم يكن بهذه النسبة؛ حيث 60% للتغطية الإخبارية مقابل 40% للاستقصائية، وربما يرجع هذا إلى اهتمام موقع "الراي" بالأخبار القصيرة بشكل أكبر من التقارير الإخبارية على عكس"الأيام"؛ حيث الاهتمام بالتقارير التي تقدم التحليل والتفسير بشكل أكبر من الأخبار القصيرة.

المحور الثالث: الخاتمة ومناقشة النتائج

كشفت الدراسة عن أن كلاً من موقعي "الأيام" و"الراي" لم يركز على الهوية الوطنية لدولته في تغطيته الصحفية لبطولة كأس الخليج لكرة القدم رقم 22 بالرياض أواخر 2014؛ بوصفها دولة ذات خصوصية حضارية وثقافية وسياسية مميزة كجزء من الترويج السياسي لها عبر هذا الحدث الرياضي الكبير، الذي يحظى بتغطية إعلامية مكثفة وعابرة للحدود الوطنية، واكتفى الموقعان بالتركيز على الهوية الجماعية (هوية فريقه الوطني، وكذلك هويات الفرق الرياضية الخليجية الأخرى)، ثم الهويات الفردية للاعبين، وهذا لا يتلاقى مع تغطيات وسائل الإعلام في العالم المتقدم للبطولات الدولية والإقليمية؛ حيث

تستغلها لتسويق هوية دولها عالمياً، وهذا ما نبّهت عليه نتائج الدراسات الحديثة التي درست الهوية في وسائل الإعلام خلال المسابقات الرياضية العالمية كالمونديال والأولمبياد، ومنها دراسة (Poulton, 2004) التي وجدت أن الإعلام البريطاني استغل بطولة أوروبا لكرة القدم لتناول العادات والتقاليد الوطنية للدولة وتكرار الإشارة إلى الحرب العالمية الثانية وانتصار إنجلترا في كأس العالم 1996، وسعت هذه الوسائل إلى إعادة تأكيد الهوية الوطنية في مواجهة الاتجاه نحو الوحدة الأوروبية.

وفي الوقت الذي برز فيه استخدام ضمير (نحن، ونا الدال على الملكية)؛ مثل (منتخبنا) كأبرز آليات تناول الهوية في موقع "الأيام"، تلاها آلية التركيز على الألوان المميزة للفرق الرياضية المشاركة، نجد أن أبرز آليات "الراي" الكويتي كان تأكيد عنصر الخبرة والتميز الرياضي، ثم جاءت آلية توظيف اللون المميز لكل فريق في الترتيب الثاني.

واتفق الموقعان في أهداف تناول الهوية؛ إذ كانت أبرز الأهداف لديهما دعم الروح المعنوية للاعبين، ثم تشجيع الفريق وتكوين الإجماع الجماهيري حوله، ولذا وجد تشابه كبير بين الموقعين في نوع الهوية وأهدافها، إلا أنهما اختلفا في آليات هذا التناول؛ فركز "الأيام" البحريني على رعاية حكومات الدول المشاركة لفرقها واستعدادات هذه الدول رسمياً وشعبياً في المقام الأول، بينما اهتم "الراي" الكويتي بالمعوقات التي واجهت الفرق المشاركة، وبخاصة الفريق الكويتي وضعف مستواه، وكذلك الصعوبات التي تواجه العراق في تنظيم الدورة القادمة لافتقاد الأمن، وأن الكويت هو المرشح الأنسب لتنظيمها. وكان الاهتمام منصباً على المنتخب الذي ينتمي إليه كل موقع، وهذا أمر طبيعي؛ بحكم كون الصحيفة إحدى أدوات نقل أخبار المنتخب لجماهيره.

واهتم موقعا الدراسة بالفنون الصحفية الإخبارية في المقام الأول؛ فنالت هذه الفنون ما يزيد على 80% من إجمالي ما نشر في الموقعين، وربما يرجع ذلك إلى كون الدورة حدثاً آنياً، تبرز فيه الأشكال الخبرية، ثم فنون الرأي ولاسيما العمود، ثم الفنون التفسيرية والاستقصائية؛ كالمقابلات والتحقيقات الرياضية. وارتفعت نسبة المواد مجهولة المصدر لتصل إلى 60% في موقع

"الأيام" و90% في موقع "الراي"، وهذا يحتاج إلى مراجعة من الموقعين حتى لا ينعكس سلباً على مصداقيتهما والثقة فيما ينشران من موضوعات صحفية.

واهتم "الأيام" بالمصادر الرسمية ليستقي منها أخباره، ثم باللاعبين وتصريحاتهم، ثم بالمدربين والإعلاميين. بينما اهتم "الراي" بالتركيز على الإعلاميين والشخصيات الرياضية أولاً، تلا ذلك الاهتمام بإداريي البعثة الكويتية، ثم المدربين فاللاعبين فالمسؤولين الرياضيين، وأعطى "الأيام" أخباره صبغة شبه رسمية نابعة من تصريحات المسؤولين، بينما اهتم "الراي" بإعطاء أخباره صبغة غير رسمية من خلال الخبراء واللاعبين. وعلى الرغم من هذا الاختلاف فإنهما اتفقا في إعطاء الترتيب الأخير لفئة الحكام. كما آثر الموقعان الاهتمام بالتغطية التسجيلية أولاً وبالمستوى المجرد، الذي لا يقدم تفسيرات للحدث، وذلك في ضوء اتفاقهما أيضاً في الأهداف الإخبارية الإعلامية للتغطية أكثر من اهتمامها بالأهداف الاستقصائية النقدية.

وفيما يتعلق باختبارات الفروض، فقد ثبت وجود ارتباط بين الموقعين في رتب القضايا محل اهتمامهما، أما الفروض التي تقترح وجود فروق بين الموقعين في تغطية الدورة فقذ ثبت وجود فروق دالة إحصائياً بين الموقعين في أنواع الفنون الصحفية المستخدمة، وكذلك في الكتاب الذين أنتجوا الموضوعات، وفي المصادر التي تم الرجوع إليها للحصول على المعلومات، وكذلك في مستويات التغطية (مجردة، مفسرة)، وأخيراً في أهداف التغطية (إخبارية، استقصائية)، بينما لم يثبت وجود فروق دالة بين الموقعين في أنواع التغطية الصحفية (تمهيدية، تسجيلية، تسجلية تمهيدية).

خلاصة النتائج تشير إلى أن الموقعين قد آثرا في معالجة الدورة أن يقوما بدور وظيفي في خدمة منتخبيهما؛ باعتبار كل واحد منهما إحدى وسائله في توصيل الأخبار للجمهور الذي هو في الوقت نفسه القارئ الأساس للموقع؛ وهذا ما أوجد الفروق بين الموقعين في غالبية الفروض.

حدود الدراسة وما تثيره من دراسات مستقبلية

إن هذه الدراسة لا تدعي إلمامها الكامل بكل جوانب التغطية الصحفية؛ من حيث أسلوب الكتابة أو لغة إنتاج المحتوى الرياضي أو جمهوره أو سمات الإنترنت في تقديم الأخبار الرياضية، مقارنة بالوسائل التقليدية فهذه القضايا يمكن أن تكون أطروحات لموضوعات بحثية مستقبلية، ولكن يحسب لهذه الدراسة أنها سعت لاختبار اهتمام المواقع بمتغير سياسي، وهو الهوية في معالجة الأحداث الرياضية، ولذا تندرج في سياق دراسات الإعلام الرياضي المتقدمة، التي تخرج بالمحتوى الرياضي إلى مجال أوسع من مجرد الرياضة للرياضة، وهذا ما فعلته دراسات أجنبية سابقة، درست الهوية خلال المونديال أو الألعاب الأولمبية.

التوصيات

في ضوء ما انتهت إليه الدراسة من نتائج فإنها توصي بضرورة اهتمام الصحفيين الرياضيين في المعالجة بالمعلومات الثقافية، وبخاصة الثقافة السياسية والاجتماعية والحضارية عبر التقارير الإخبارية والمقابلات والتحقيقات حتى تستغل البطولات الكبرى في الترويج السياسي للدولة وحضارتها وذاتيتها الثقافية؛ لأن هذه البطولات تنال تغطية مكثفة عابرة للحدود.

كما توصي بضرورة تبني هذا الاتجاه نفسه في دراسات الإعلام الرياضي حتى تخرج من الإطار التقليدي الذي يركز على دراسة المتغير الرياضي فقط دون ربطه بالمتغيرات السياسية والاقتصادية والثقافية للدولة؛ فكان لموقع "الأيام"، مثلاً، أن يربط بين أي إنجاز حققه فريقه في البطولة وبين الإصلاحات السياسية والاقتصادية في البحرين، وكذلك بين تنظيم البحرين للبطولة السابقة وتمتع البحرين بالأمن والاستقرار، وبين تاريخ البطولة وتنظيم أول بطولة على أرضها وبين حضارة البحرين، وأنها كانت ملتقى لكل الخليج في التعليم أو الطيران أو الإعلام، وكذلك الرياضة، وهكذا الأمر نفسه بالنسبة لموقع "الراي"؛ حيث يربط بين إنجازات الفريق الكويتي وإنجازات الكويت كتجربة سياسية ديمقراطية رائدة في الخليج، وبين ترشيح الكويت لاستضافة الدورة القادمة وتمتعها بالأمن والاستقرار، أو بين التميز الثقافي والحضاري للكويت وتميزها

الرياضي بالبطولة، أو بين تقاليد الكرم العربي وحرص الكويت على استضافة البطولة القادمة.

وعلى مستوى المهنية الصحفية فإن الدراسة توصي بضرورة التنوع في الفنون الصحفية التي يهيمن عليها استخدام الأخبار دون الاكتراث بالتنوع في الفنون، بجانب ضرورة ذكر كاتب كل موضوع صحفي حتى تزداد مصداقية الموقع والثقة فيما ينشر.

وكون الإعلام من العلوم البينية فإننا نوصي بضرورة تبني مداخل نظرية جديدة في دراسات المحتوى الرياضي يمكن استيرادها من العلوم السياسية أوالاجتماعية أوالاقتصادية؛ حتى نخرج من هيمنة نظرية الأطر التي كادت تسيطر على دراسات المحتوى في العقدين الأخيرين.

ومن الزاوية المهنية، فالدراسة توصي بالتوازن والموضوعية في النقد الرياضي وتقييم أداء الفرق؛ إذ إننا نرصد معالجة مرتفعة الإشادة قبل المباراة، وحين لا يتحقق الفوز يحدث تحول كامل؛ إذ تنقلب الإشادة إلى هجوم وسخرية وتهكم، وكلاهما غير مبني على أسس واقعية، إنما مبني على حماسة مفرطة قبل المباراة وإحباط مفرط بعدها، وهذا ينعكس بالسلب على تقييم الجماهير للتحليل الرياضي، كما ينعكس بالسلب على اللاعبين ويفقدهم الثقة ويجعلهم يلعبون تحت ضغوط إعلامية تؤثر سلبياً عليهم.

إنه مع توافر الإمكانات المالية والبشرية والتقنية للموقعين، بات من الضروري استفادتهما مما أتاحته التقنية الرقمية من وسائط متعددة (حركة، صور، فيديو، رسوم الإنفوجرافيك، أو تحديث المحتوى باستمرار)، وهي مطلوبة في تقديم المحتوى الرياضي بشكل خاص، وحتى لاتظل النسخة الرقمية إعادة إنتاج للنسخة الورقية؛ لأن كل ذلك يكاد ينعدم استخدامه في تقديم المحتوى الرياضي في الموقعين، على عكس مواقع الدول المتقدمة التي تخصص كادراً تحريرياً وفنياً يختلف عن كادر الإصدار الورقي.

المراجع

أبو دريس، محمود. (2003). *واقع الصحافة الرياضية في مملكة البحرين: دراسة تحليلية لمحتوى وشكل الصفحات الرياضية في الجرائد اليومية* [رسالة ماجستير، جامعة البحرين]. قسم التربية الرياضية، كلية التربية.

أبوزيد، فاروق. (1986). *الصحافة المتخصصة*. عالم الكتب.

الاتحاد (2009، مايو 2) دراسة: الصحافة والتلفزيون أكثر مصداقية من الإنترنت عند جمهور المواطنين. *الاتحاد*. http://www.alittihad.ae/details.php?id=15604 & y=2009

الإمام، مديحة محمد. (1979). *دور الصحافة في نشر الثقافة الرياضية عامة والعاب القوى خاصة* [رسالة ماجستير]. كلية التربية الرياضية للبنات، جامعة الإسكندرية، ص.225.

الأيام. (2014، نوفمبر 13). سمو ولي ولي العهد السعودي يفتتح دورة كأس الخليج العربي الـ 22 لكرة القدم. *الأيام*. http://www.alayam.com/online/sport/48735/News.html

الأيام. (2014، نوفمبر14). كأس الخليج: دخول الجماهير مجاني. *الأيام*. http://www.alayam.com/online/sport/60858/News.html

الأيام. (2014، نوفمبر 18أ). علاء الصاصي: نلعب لأجل اليمن ونستمتع بكأس الخليج. *الأيام*. http://alay.am/8bFtBI

الأيام. (2014، نوفمبر 18ب). الوقت لم يحن لتتويج البحرين بكأس الخليج. *الأيام*. http://alay.am/ZM7gnh

الأيام. (2014، نوفمبر 23). عبدالله بن مساعد يزور الأخضر ويطالبه بكأس الخليج. *الأيام*. http://alay.am/BPwpDH

الأيام. (2014، نوفمبر 27). بعد فوزه ببطولة كأس الخليج ..القطريون يستقبلون منتخب بلادهم بحفاوة بالغة. *الأيام*. http://www.alayam.com/online/sport/481233/News.html

الأيام. (2014، نوفمبر 28). سلمان بن إبراهيم: فوز العنابي بكأس الخليج يكرس تطور الكرة القطرية. *الأيام* https://www.alayam.com/alayam/sports/465335/News.html

بادغيش، أحمد. (2013، يوليو 7). تكوين الهوية الذاتية لدى الشباب عند مصطفى حجازي. *ساقية*. http://www.saqya.com

بغامي، كتيبة. (2018). الإعلام الجديد والحفاظ على الهوية. *مجلة الآداب والعلوم الإنسانية، 11*(1)، 91– 112. كلية اللغة والأدب العربي والفنون، جامعة باتنة.

تعوينات، علي. (2017). العولمة، الهوية والمناهج الدراسية وبناء الإنسان. *مجلة الباحث في العلوم الإنسانية و الاجتماعية، 3*(5)، 142– 152.

جفال، سامية. (2013). الإعلام والثقافة وجدلية العلاقة في ظل العولمة. *مجلة علوم الإنسان والمجتمع، 2*(8)، 335–362. doi:10.12816/0002037

حامي، حسان. (2017). الأزمة الهوياتية في المجتمع الجزائري بين التنازع الإيديولوجي والتوظيف السياسي. *مجلة الباحث في العلوم الإنسانية و الاجتماعية*، 9(29)، 53– 60.

حمدوش، رشيد. (2007). *إستراتيجيات العلائقية، الرباط الاجتماعي وإشكالية التقاليد والحداثة من خلال التصورات الشبانية. دراسة ميدانية، مدينة الجزائر نموذجاً توضيحياً* [رسالة دكتوراة]. قسم علم الاجتماع، جامعة الجزائر.

حنفي، حسن. (1981). الأصالة والمعاصرة، المستقبل العربي. مركز *دراسات الوحدة العربية، 4*(29).

خضر، مجد. (2016، فبراير 22). مفهوم الهوية. *موضوع*. http://mawdoo3.com

الراي.(د. ت أ). مجموعة الراي الإعلامية. *الراي*. *http://www.alraimediagroup.com*

الراي. (د. ت ب). زعيم الخليج يصطدم بحامل اللقب. *الراي*.
http://m.alraimedia.com/ar/article/gulf-22/2014/11/17/542558/nr/kuwait

الراي. (2014، نوفمبر 14). افتتاح "خليجي 22"..حاشد دولياً وضعيف جماهيرياً. الراي.
https://www.alraimedia.com/article/531426/رياضة/افتتاح-خليجي-22حاشد-دوليا-وضعيف-جماهيريا

الراي. (2014، نوفمبر 18أ). السعودية تحتفل مع "مئوية هوساوي" بثلاثية في البحرين. *الراي*.
https://www.alraimedia.com/article/532288/رياضة/السعودية-تحتفل-مع-مئوية-هوساوي-بثلاثية-في-البحرين

الراي. (2014، نوفمبر 18ب). «الأزرق» يرفض الاستسلام في "خليجي 22". *الراي*.
https://www.alraimedia.com/article/532425/رياضة/الأزرق-يرفض-الاستسلام-في-خليجي-22

الراي. (2014، نوفمبر 18ج). عناصر الخبرة حاضرة بقوة في "خليجي 22". *الراي*.
https://www.alraimedia.com/article/532284/رياضة/عناصر-الخبرة-حاضرة-بقوة-في-خليجي-22

الراي. (2014، نوفمبر 22). خروج مهين للأزرق – مهزلة الأزرق. *الراي*.
http://m.alraimedia.com/ar/article/gulf-22/2014/11/24/544358/nr/kuwait

الراي. (2014، نوفمبر 27). "العنابي"... سيّد الخليج. *الراي*.
https://www.alraimedia.com/article/534766/رياضة/العنابي–سيد–الخليج

سرحان، منصور محمد. (2001). *الصحافة في البحرين*. وزارة الإعلام، ص.77.

شقير، محمد. (2017، آب 23). نظرية العدالة والصناعة الهوياتية. *الأخبار*.
http://www.al-akhbar.com/node/282148

طلعت، علاء الدين أحمد. (1987). *الأسس العلمية لتحرير الصفحات الرياضية بالصحف اليومية الصباحية: دراسة تحليلية مقارنة لصحف الأهرام والأخبار والجمهورية في الفترة من 1961 – 1982* [رسالة ماجستيرغير منشورة]. قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

عبدالحميد، محمد. (1992). *بحوث الصحافة*. عالم الكتب.

عبد المالك، أنور. (1988). *الوعي و الوعي الزائف في الفكر العربي المعاصر*. منشورات عيون.

عبوب، محمد أمين. (2017). الويب 2.0 والإعلام الاجتماعي تحولات البيئة الإعلامية. *مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، 9*. doi:10.35156/1173-000-029-017187 .

كدواني، شيرين محمد. (2017). *مصداقية الإنترنت: العوامل المؤثرة ومعايير التقييم*. العربي للنشر والتوزيع. ص.126.

محمود، سماح رضا زكى. (2001). *دور وكالات الأنباء الدولية والشبكات العالمية المصورة في بناء أجندة وسائل الإعلام المصرية بالنسبة للأخبار والقضايا الخارجية* [رسالة ماجستير غير منشورة]. كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

ميرو، حسام. (2016، نوفمبر 16). أزمة الهوية والأمن القومي العربي. *السياسة الدولية*.
http://www.siyassa.org.eg/News/11945.aspx

Abdulhamid, M. (1992). *Press researches* (in Arabic). Alam alkotob

Abdualmalek, A. (1988). *Awareness and fake awareness in the contemporary arab thinking* (in Arabic). Oyoun publishing

Abob, M. A. (2017). Web 2.0 and social media, media environment transformation (in Arabic). *Arab journal for humanities, 9*. doi:10.35156/1173-000-029-017

Abuzeid, F. (1986). *Specialized Press* (in Arabic). Al-Sahafa Alam Al Kotob.

Abudres, M. (2003). *The status of sport press in the kingdom of Bahrain. analytical study of the content and form of sport pages of the daily newspaper* [master's thesis] (in Arabic). faculty of education, pe department, university of Bahrain.

Al-Ayam. (2014, Nov 13). Crown Prince inaugurates the 22nd Arabian Gulf Cup (in Arabic). *Al-Ayam*. http://www.alayam.com/online/sport/48735/News.html

Al-Ayam. (2014, Nov 14). Gulf cup: free entry to the matches (in Arabic). *Al-Ayam*. http://www.alayam.com/online/sport/60858/News.html

Al-Ayam. (2014, Nov 18a). Ala'a alsassi: we play for Yemen and we are enjoying the gulf cup (in Arabic). *Al-Ayam*. http://alay.am/8bFtBI

Al-Ayam. (2014, Nov 18b). Not yet for Bahrain to hold the gulf cup trophy (in Arabic). *Al-Ayam*. http://alay.am/ZM7gnh

Al-Ayam. (2014, Nov 23). Abdullah ben msa'ed visits KSA team to demand winning trophy (in Arabic). *Al-Ayam*. http://alay.am/BPwpDH

Al-Ayam. (2014, Nov 27). Qataris warmly welcome their team after winning the gulf trophy (in Arabic). *Al-Ayam*. http://www.alayam.com/online/sport/481233/News.html

Alayam. (2014, Nov 28). Salman ben brahim: Qatar winning the gulf cup constitutes Qatar football progress (in Arabic). *Al-Ayam*. https://www.alayam.-com/alayam/sports/465335/News.html

Alexander, S. (1994). Newspaper coverage of athletics as a function of gender. *Women's Studies International Forum, 17*(6), 655-662. doi:10.1016/0277-5395(94)00062-x

Al-Imam, M., M. (1979). *Press role in spreading the culture of sport in general and athletic in particular* [master's thesis] (in Arabic). faculty of Physical Education for Girls - Alexandria University, p225.

Alitihad. (2009, May 2). A study: citizens give tv and press higher credibility over the internet (in Arabic). *Alitihad*. http://www.alittihad.ae/details.php?i-d = 15604&y = 2009

Allen, J. T., Drane, D. D., Byon, K. K., & Mohn, R. S. (2010). Sport as a vehicle for socialization and maintenance of cultural identity: International students attending American universities. *Sport Management Review, 13*(4), 421-434. doi: 10.1016/j.smr.2010.01.004

Alrai. (N. D.a). Alrai media group (in Arabic). *Alrai*. http://www.alraimediagroup.-com

Alrai. (N. D.b). Gulf leader team to play the champion (in Arabic). *Alrai*. http://m.alraimedia.com/ar/article/gulf-22/2014/11/17/542558/nr/kuwait

Alrai. (2014, Nov 14). "Khaligi 22" inauguration, international attention but weak attendance (in Arabic). *Alrai*. https://www.alraimedia.com/article/531426/ رياضة/افتتاح-خليجي-22حاشد-دوليا-وضعيف-جماهيريا

Alrai. (2014, Nov 18a). Saudi celebrates Hussawee's 100 matches with 3 goals in Bahrain's net (in Arabic). *Alrai*. https://www.alraimedia.com/article/532288/ رياضة/السعودية-تحتفل-مع-مئوية-هوساوي-بثلاثية-في-البحرين.

Alrai. (2014, Nov 18b). Al-azraque no to white flag in ‘‘khaliji 22’’ (in Arabic). *Alrai*. https://www.alraimedia.com/article/532425/

رياضة/الأزرق-يرفض-الاستسلام-في-خليجي-22

‘Alrai. (2014, Nov 18c). Elements of experience strongly present in ‘‘Kaliji 22 (in Arabic). *Alrai*. https://www.alraimedia.com/article/532284/

رياضة/عناصر-الخبرة-حاضرة-بقوة-في-خليجي-22

Alrai. (2014, Nov 22). Humiliating exit to al-azraque - farce of alazraque (in Arabic). *Alrai* http://m.alraimedia.com/ar/article/gulf-22/2014/11/24/544358/nr/kuwait

Alrai. (2014, Nov 27). ‘‘Alenabi’’ the master of the gulf (in Arabic). *Alrai*. https://www.alraimedia.com/article/534766/

رياضة/العنابي-سيد-الخليج

Badgish, A. (2013, June 7). Forming youth personal identity for Mustafa Hijazi (in Arabic). *Saqya*. http://www.saqya.com

Baek, S. Y. (2012). *An analysis of U.S. and Korea newspaper coverage on athletes with disabilities during the 2008 Beijing Paralympics* [PHD dissertation, The University of Alabama]. P.87-94

Begami, Q. (2018). New media and maintaining identity (in Arabic). Arab literature and languages, University of Batna, faculty of Arts, *Human sciences and art journal, 11*(1), 91-112.

Billings, A. C., Brown, K. A., & Brown, N. A. (2013). 5,535 hours of impact: Effects of Olympic media on nationalism attitudes. *Journal of Broadcasting & Electronic Media, 57*(4), 579-595.

Cambridge University Press (2016). *Language, Gender and Sport*. *Part of the Cambridge Papers in ELT series*. Cambridge University Press, p.12.

Campos, N. P. (2017). *The 1986 World Cup and Political Legitimacy During Mexico's "Lost Decade"* [Master dissertation, The University of North Carolina at Charlotte]. ProQuest Dissertations Publishing.

Carvalho, D. M. (2003). *Ideology and cultural identity: News coverage by three leading Internet portals in Brazil* [PHD dissertation, University of Missouri]. ProQuest Dissertations Publishing. P.80-90.

Chang, I. Y., Crossman, J., Taylor, J., & Walker, D. (2011). One World, One Dream: A Qualitative Comparison of the Newspaper Coverage of the 2008 Olympic and Paralympic Games. *International Journal of Sport Communication, 4*(1), 26-49. doi:10.1123/ijsc.4.1.26

Gafal, S. (2013). Media and culture and their relation dialectic under globalization (in Arabic). *Ulum al-insan wal mujtama, 2*(8) 335-362. doi:10.12816/0002037

Hami, H. (2017). The identity crisis in algerian society between ideological conflict and political employment (in Arabic). *journal el-baheth in human and social sciences, 9*(29), 53-60.

Hamdosh, R. (2007*). Relations strategies, social connection and tradition problem and modernization through youth perceptions, field study, Algeria city as an illustrative sample* [doctoral dissertation] (in Arabic). department of social science, university of Algeria.

Hanafi, H. (1981). Originality and Modernization, the Arab future (in Arabic). *centre of arab unity studies, 4*(29).

Heere, B. (2005*). Internal and external group identities of a sports team: The development of a multi-dimensional team identity scale* [PHD dissertation, The Florida State University]. p.129-14.

Hongbum, S., Soonhwan, L., & Seungbum, L. (2016). How mass media frames the mega sporting event: the case of the 17th Incheon Asian Games 2014. *Journal of Physical Education and Sport, 16*(2), 345-360.

Kedwani, S. M. (2017). *Internet credibility: influencing effects and assessment criterium* (in Arabic). Al arabi publishing and distributing. P.126.

Kim, S. S., & Morrsion, A. M. (2005). Change of images of South Korea among foreign tourists after the 2002 FIFA World Cup. *Tourism Management, 26*(2), 233-247. doi: 10.1016/j.tourman.2003.11.003

Kheder, M. (2016, Feb 22). The concept of identity (in Arabic). *Mawdoo*. http:// mawdoo3.com

Knapp, B. A. (2008). *Smash mouth football: An interpretive study of identities constructed and performed on a women's football team* [PHD dissertation, The University of Iowa]. ProQuest Dissertations Publishing, p.134-146.

Mahmoud, S., R. Z. (2001). *The role of the international news agencies and networks in building the Egyptians' media agenda concerning news and external affairs* [unpublished master's dissertation] (in Arabic). faculty of mass communication, cairo university.

McMillan, S., & Maskin, D. (2005) *Personal confort and personal care products: asorrey of womans' dependency on advertising*. ProQuest Dissertations Publishing. p.92.

Miro, H. (2016, Nov 16). Arab national security and identity crisis (in Arabic). *alsyasa aldawleya*. http://www.siyassa.org.eg/News/11945.aspx

Poulton, E. (2004). Mediated Patriot Games. *International Review for the Sociology of Sport, 39*(4), 437-455. doi:10.1177/1012690204049072

Ramma, L. (2011). Vuvuzela media coverage during the 2010 FIFA soccer world cup tournament: Impact on raising awareness of noise-induced hearing loss. *Noise and Health, 13*(55), 415. doi:10.4103/1463-1741.90302

Ryan, J. (2012). World Cup watching. Aethlon. *The Journal of Sport Literature, 30*, p.12.

Sarhan, M. M. (2001). Press in Bahrain (in Arabic). *ministry of information affairs*, p.77.

Scott, O. K. M., Hill, B., & Zakus, D. H. (2012). When the home team is not featured: Comparison of two television network commentaries during broadcasts of the2006 FIFA World Football Cup. *Sport Management Review, 15,* 23-32.

Shaqir, M. (2017, Aug 23). The theory of justice and identification industry, *Al-akhbar*. http://www.al-akhbar.com/node/282148

Stewart, M. C. (2008). *Constructing masculine and athletic identities: The case of college football players* [PHD dissertation, The Florida State University]. 80-93.

Tal'at, A. A. (1987). *Scientific basis of editing sport pages in the daily morning newspaper: analytic study to Alhram, al-akhbar and aljomhoureya between 1961-1982* [unpublished master's thesis] (in Arabic). press department, faculty of mass communication, cairo university.

Tawinat, A. (2017). Globalization, identity, curriculums and building human (in Arabic). *majalat al-ulum al-insaniyah wa-alijtimaiyah,3*(5), p.142-152

Vincent, J. (2000) *Cross national comparisons of print media coverage of female /male athletes in the Centennial Olympic Games in Atlanta 1996* [PHD dissertation, The Florida State University]. ProQuest s Publishing, p.80-85.

Identity in the Press Coverage of the Gulf Football Cup Tournament: A Comparative Analysis to "Al-Ayam" and "Al-Rai" Websites

Dr. Enas M. Sarg

Abstract

Objectives: The study aims to measure the relationship between the identity as a political variable and the press coverage as a media variable.

Method: The study is an analatical descriptive dpended on surveying, comparative and content analysis approaches. It used identity-building theory as a theoretical framework, and the Kuwiait Al-Rai and Bahraini Al-Ayam websties as a sample. All the news published throughout the championship period were analyzed.

Results: The two sites were concerned with marketing the collective identity of the participating teams as well as the individual identity of the players without focusing on promoting the identities of the participating countries. Bossting the moral spirit was the most prominent feature of promoting the individual and collective identity, while news coverage were the most important forms used in press coverage. There were significant differences between the two sites in covering the events of the championship in five hypotheses, while there were no differences in one only.

Conclusion: The news coverage in the two websites focused more on the two sports teams than on promoting the country's national identity in the poltical, social and cultural dimentions.

Keywords: Gulf Football Cup, Identity, Sports Coverage, Websites.

د. إيناس محمد سرج، حاصلة على دكتوراه في الصحافة والإعلام الإلكتروني من جامعة القاهرة، كلية الإعلام عام 2014، عضو هيئة خريجي الصحافة من جامعة القاهرة، مدرس مقررات الإعلام الإلكتروني في خطة قسم الإعلام بالجامعة الأهلية، مملكة البحرين. الاهتمامات البحثية: التصميم الجرافيكي، نظريات الإعلام، الاتصال السياسي، الشعر، مبادئ الاتصال، الاتصال التنظيمي، سلوك المستهلك.
الإيميل: drenassarg@hotmail.com