

دراسة تحليلية لاستخدامات تكنولوجيا الاعلام الرياضى بالتطبيق على بعض الفضاءات الرياضية المصرية

* أ.م.د / عبدالحق سيد عبدالباسط
** د / تامر عبدالعظيم عبدالموجود

المقدمة ومشكلة البحث :

تعد التكنولوجيا من أهم وأبرز الانجازات العلمية فى العصر الحديث حيث لعبت دورا فاعلا فى تغيير ملامح الاداءات البشرية فى شتى المجالات بل إننا لا نبالغ اذا قلنا أن التكنولوجيا عامة وتكنولوجيا الاتصال والاعلام والمعلومات خاصة و ظهور الحواسيب والانترنت تحديدا كانت عاملا رئيسا أسفر عن مرحلة جديدة متميزة يحيهاها العالم من مراحل تطوره الاقصادى والسياسى والثقافى والرياضى ترافقها نجاحات عظيمة على كافة المستويات (11 : 3) .

ويعتبر البث التلفزيونى عبر الأقمار الصناعية ظاهرة اعلامية مهمة ، حيث يشهد العالم الآن ثورة هائلة فى مجال نقل المعلومات والاتصالات ، ويعتبر التطور التكنولوجى سمة أساسية للبيئة الاتصالية فى العصر الحديث وفى ظل هذا التقدم التكنولوجى تضاعف عدد القنوات الفضائية بظهور التقنية الرقمية حيث أصبح فى الامكان بث أعداد كبيرة من القنوات التليفزيونية وفى عصر تكنولوجيا الاتصال الفضائى الذى شهد تغيرات كبيرة فى مجال الإعلام برزت إلى الوجود فكرة القنوات التليفزيونية المتخصصة (7 : 76).

ولقد أصبح الاعلام علما له مقوماته ومصادره وشروطه وتقنياته ، ومتخصصوه ومستلزماته وأدواته كما أصبح ثمرة تشارك فى انضاجها كل المعارف والعلوم وتوظف لها أرقى الخبرات (14 : 9).

والاعلام الرياضى فرع من منظومة الاعلام ككل حيث يتناول الأحداث الرياضية والسياسية المتبعة فى البلدان وقد تستطيع من خلال هذا الاعلام التوجه نحو الآراء التي تريد توجيهها للجمهور (15 : 17).

كما يعد الاعلام الرياضى هو عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع الرياضى (15 : 46).

وقد أشارت توصيات ندوة الإعلام الرياضى الواقع والطموح 2011م إلى أهمية استثمار تطور وسائل تكنولوجيا الاتصالات فى المساهمة بارتقاء الإعلام الرياضى وتحقيق أهدافه فى إيصال قيم الرياضة النبيلة للجماهير والتي تسعى إلى بناء جسور التفاهم بين المجتمعات حول العالم (3 : 1).

كما أكدت قناة "بلومبرج" الأوروبية المتخصصة فى سوق الأوراق المالية فى إحصائية تؤكد أن قنوات المشاهدة المدفوعة أصبحت أهم الموارد المالية بالنسبة للأنديّة فى كل الألعاب وجاء فى التقرير أن قناة CNBC هي أكثر القنوات دعما لرياضة الهوكى ، وأن قناة ABC هي أكثر القنوات دعما لرياضة كرة السلة ، كما أن قناة FOX Sports هي أكثر القنوات دعما لكرة القدم الأمريكية ، وقناة TNT هي أكثر القنوات دعما لرياضة البيسبول .

ولقد أعلن عديد من الأنديّة الأمريكية أنه لولا بيع حقوق البث لقنوات المشاهدة المدفوعة لما كانت الرياضات الأمريكية حققت هذا الازدهار والانتشار (8 : 692).

ويوضح عباس مصطفى صادق 2008م مزايا استخدام التكنولوجيا الرقمية الجديدة فى المجال الاعلامى حيث أن البث الرقمية أكثر كفاءة من البث التماثلى كما يوفر صورة أكثر وضوحا وصوتا اكثر نقاءا وجودة بالاضافة إلى المزيد من الخيارات والأسلوب السينمائى وامكانيات التفاعل مع الجمهور وفرص التسوق والمعاملات المالية والاشتراك فى الألعاب ويمكن الاستفادة من تكنولوجيا الاعلام فى المجال الرياضى باستخدام التطبيقات التالية :

✓ **الواقع الافتراضى فى التلفزيون ويشمل نوعين هما :**

- استديو الواقع الافتراضى Virtual Studio هو استديو متكامل بديكورات الافتراضية ومؤثراته الفنية وهو مزود بكاميرا ذكية متحركة بحيث تحافظ أثناء حركتها على الأبعاد وتعامل معها

بذكاء الكتروني كبير فيتم التفاعل بين الديكورات والخلفيات الافتراضية وما هو موجود حقيقة في الاستديو من مذيعين وضيوف في مكان آخر وغيرهم .

- استديو الراصد الافتراضى Virtual Replay وهو يختص بالمباريات والمناسبات الرياضية ويقوم برصد المباريات رسدا الكترونيا ذكيا وهو مزود بكاميرات ذكية أيضا تحسب أبعاد الملعب وأماكن اللاعبين حيث يتمكن من رصد حالات التسلل والأخطاء مثل ضربات الجزاء وغيرها من الأخطاء سواء من اللاعبين أو الحكام على الهواء مباشرة وأثناء الإعادة بالحركة البطيئة ويتم ذلك فى استديوهات التلفزيون دون الحاجة إلى عمل المؤثرات خارجيا .

✓ استخدامات تكنولوجيا الاعلام الرياضى فى انتاج الاعلانات المصاحبة للأحداث الرياضية :

- استخدام تكنولوجيا Princeton Electronic Billboard التى طورت نظاما يسمح لمنتجى التلفزيون من ادخال اعلانات فى أجزاء محددة من لحظات البث على سبيل المثال أثناء مباراة كرة القدم يمكن ادخال اعلان يظهر وكأنه من سور الملعب الخارجى وكأن التلفزيون قام بنقل عالم حقيقى من الجانب الخارجى للملعب فالنظام بإمكانه تحديد الموقع الذى توضع فيه الكاميرات بعد قراءة خارطة الملعب والمكان الذى يتم فيه إدخال اللقطة الإعلانية المطلوبة (10 : 123، 122).

وقد توصلت نتائج دراسة **Xavier GINESTA PORTET 2010**م إلى أنه نظرا للمزايا العديدة التى تتمتع بها المنظمات الرياضية لاستخدام تطبيقات تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة فقد تشجعت الأندية الرياضية على إنشاء وسائل اعلامية خاصة بها ، وبشكل أكثر تحديدا وسائل الإعلام الخاصة لريال مدريد ، و فالنسيا ، واتلتيك بلباو ، ونادي دي والتى تم تشكيلها على الموقع **FC** كما بدأ برشلونة البث قبل نهاية عام 2008 قناة تلفزيون برشلونة الذى افتتحها عبر **DTT** في كاتالونيا (16 : 161).

ويرى الباحثان أن الأحداث الرياضية الهائلة التى تحدث بشكل يومى وفى مختلف دول العالم على كافة المستويات المحلية والاقليمية والقارية والعالمية قد اكتسبت إهتماما إعلاميا متزايدا نظرا لما تحمله بين طياتها من قيم سامية ومبادئ رقيقة تغذى روح السلام والوحدة الانسانية فى العالم كله ، كما أصبحت سوقا ضخما أقبل عليه المستثمرون نظرا للجمهور العريض الذى يتابع هذه الأحداث بشغف بالغ وفى ظل هذا الاهتمام الاعلامى تظل المنظمات الرياضية صاحبة الحدث الرياضى فى حاجة إلى الاستفادة من تكنولوجيا الاعلام ووسائل الاتصال الحديثة لنقل أحداثها الرياضية وتتواصل من خلالها مع جمهورها تأكيدا لرسالتها فى المجتمع وتقدم الرياضة للمشاهد وفق أصولها وقيمها وأهدافها وفى الوقت نفسه تمثل مصدر دخل قوى لها الأمر الذى أصبح يمثل حاجة ملحة للحاق بركب التطور الهائل على الساحة الرياضية كما أن ذلك يقدم حولا فورية للمشكلات المالية التى تواجهها المنظمات الرياضية ومن هذا المنطلق نشأت مشكلة البحث الأمر الذى يتطلب اجراء دراسة تحليلية لاستخدامات تكنولوجيا الاعلام الرياضى وكيفية الاستفادة منها فى زيادة الوعى الرياضى للجمهور وزيادة الموارد المالية للمنظمات الرياضية.

هدف البحث :

التعرف على استخدامات تكنولوجيا الاعلام الرياضى بالتطبيق على بعض الفضائيات الرياضية المصرية (دراسة تحليلية)

- وصف وتحليل استخدامات تكنولوجيا الاعلام الرياضى فى البيئة الرقمية الجديدة .
- التعرف على العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والمنظمات الرياضية وانعكاسه على الجمهور .

مصطلحات البحث :

○ التكنولوجيا :

" الأساليب الفنية البشرية فى صناعة وعمل الأشياء " (13 : 9) .

○ تكنولوجيا الاتصال :

" التجهيزات والوسائل التى اكتشفتها أو اخترعتها البشرية بجمع وانتاج وبث ونقل واستقبال ، وعرض المعلومات الاتصالية بين المجتمعات والأفراد (13 : 16) .

○ الفضائيات الرياضية :

" هى القنوات المتخصصة فى تقديم الخدمة الإعلامية الرياضية بأشكالها ومضامينها المختلفة على مستوى النشرات والبرامج والمباريات والمسابقات " (تعريف اجرائى)

○ التلفزيون :

يتكون التلفزيون كلفظ من مقطعين هما :

Tele ومعناها " من بعيد " ، و **Vision** ومعناها " رؤية "

أى بمعنى " الرؤية القادمة من بعيد " (1 : 402)

ويعرف النظام التلفزيونى بأنه " طريق إرسال واستقبال الصورة المرئية المتحركة مع الصوت المصاحب لها عبر موجات كهرومغناطيسية " (5 : 85)

الدراسات السابقة :

أولا : الدراسات باللغة العربية :

1- دراسة : المنصف العيارى ، محمد عبد الكافى 2006م (2) بعنوان : "القنوات التلفزيونية العربية المتخصصة" واستهدفت التعرف على دوافع إنشاء القنوات الفضائية العربية المتخصصة ، كما استهدفت توصيف هذه القنوات وتحديد مدى أدائها لمهامها وتحقيق أهدافها ، واستخدم الباحثان المنهج الوصفى وبلغ عدد العينة 93 قناة تم تقسيمها حسب التخصص ، وكانت اهم النتائج ما يلى:

○ القنوات المتخصصة فى الرياضة والترفيه تحتل حيزا هاما على خارطة القنوات التلفزيونية المتخصصة وذلك لأنها تستقطب العدد الأكبر من المشاهدين والمشاهدين المشتركين بالنسبة إلى القنوات المشفرة والعدد الأكبر من المعلمين .

○ القنوات الرياضية المتخصصة تهتم بنقل التظاهرات الرياضية العربية والعالمية مع التركيز على مباريات كرة القدم ، وتتنافس القنوات المشفرة الخاصة على احتكار حقوق بث مقابلات أبرز المنافسات الأوربية .

2- دراسة : عباس مصطفى صادق 2008م (10) بعنوان : " الدليل الإرشادى لإنشاء قناة فضائية " واستهدفت دراسته ايجاد خريطة واضحة للأسس العلمية والعملية لإنشاء قناة فضائية ،الوقوف

على أهم المستجدات التكنولوجية فى المجال التلفزيونى واستخدم الباحث المنهج الوصفى واشتملت العينة على بعض القنوات الفضائية وهى قناة الاتحاد الافريقى ، وقناة اعلامية متخصصة فى الدعوة الاسلامية ، وقناة تجارية تعتمد على المواد التفاعلية .

وكانت أهم النتائج ما يلى :

- تحديد آليات التأسيس والانشاء للقنوات الفضائية .
- تحديد المكونات المادية والتكنولوجية للقنوات الفضائية .

3- دراسة : **سعود صالح كاتب 2012م (6) بعنوان** : "تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الاذاعات التقليدية " واستهدفت الدراسة رصد وتحليل وتفسير وتقييم تأثيرات تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الاذاعات التقليدية واستخدم الباحث المنهج الوصفى باستخدام الدراسات المسحية واشتملت العينة على : 525 مفردة .

وكانت أهم النتائج ما يلى :-

- توقعات مرتفعة بنمو قطاع الاعلان حسب الوسيلة الاعلانية المستخدمة .
- وضع أفضل المهارات والقدرات لتقديم أفضل البرامج التنافسية .

ثانياً الدراسات باللغة الاجنبية :

1-دراسة : **Xavier GINESTA PORTET 2010 (16) بعنوان** : "وسائل الاعلام الخاصة لأندية كرة القدم الاسبانية " واستهدفت الدراسة التعرف على الوضع الخاص لأندية كرة القدم الاسبانية لدى وسائل الإعلام فى العصر الرقمي الجديد ، واستخدم الباحث المنهج الوصفى واشتملت العينة : بعض الأندية الرياضية الاسبانية
وكانت اهم النتائج ما يلى:

- تعزيز الشعور بالانتماء إلى المجتمع من خلال الانتماء للأندية الرياضية وكذلك متابعة وسائل الاعلام المحلية .
- مكنت البيئة الرقمية الجديدة وتطوير وسائل الإعلام الخاصة القوية (على شبكة الإنترنت ، القنوات الفضائية ،الراديو) المنظمات الرياضية من التواصل مع الجمهور .
- تشجعت الأندية الرياضية على إنشاء وسائل اعلامية خاصة بها وبشكل أكثر تحديدا وسائل الإعلام الخاصة : لريال مدريد ، و فالنسيا ، واتلتيك بلباو ، و نادي دي والتى تم تشكيلها على الموقع **FC** كما بدأ برشلونة البث قبل نهاية عام 2008 قناة تلفزيون برشلونة الذى افتتحها عبر **DTT** فى كاتالونيا ، وهذا يعكس التكامل بين وسائل الإعلام والمؤسسات الرياضية .

إجراءات البحث :

منهج البحث :

استخدم الباحثان المنهج الوصفى نظرا لملائمته لطبيعة البحث وتحقيق أهدافه .
مجتمع البحث : سوق القنوات الفضائية الرياضية المتخصصة المصرية بإجمالى عدد (6) قنوات رياضية قناة الأهلئ ، قناة وادئ دجلة ، قناة النيل للرياضة ، قناة مودرن سبورت ، قناة ميلودئ

سبورت ، قناة النهار رياضة.

عينة البحث :

قام الباحثان باختيار عينة البحث بالطريقة العمدية من القنوات الفضائية الرياضية المتخصصة المصرية بالطريقة العمدية عدد (3) قنوات رياضية بنسبة (50%) من مجتمع القنوات الرياضية وهى قناة الأهلئ وقناة وادئ دجلة وقناة النيل للرياضة ، وبلغ اجمالى عدد مفردات عينة القنوات الفضائية الرياضية (21) مفردة تمثلت فى رئيس القناة أو المشرف عليها والمدير التنفيذئ ومديرى الاعداد والانتاج والتسويق ومديرى البرامج والاخراج ومقدمى البرامج.

وسائل و أدوات جمع البيانات :

المسح المرجعئ :- تم مسح عدد من المراجع العلمية الحديثة العربية والأجنبية ذات العلاقة بموضوع البحث .

المقابلة الشخصية : تم إجراء العديد من المقابلات الشخصية للحصول على المعلومات اللازمة لهذا البحث .

إستمارة جمع البيانات :-

صمم الباحثان إستمارة التحليل البيئئ لرأئ عينة البحث ملحق (1) حول الحاجة لقناة رياضية متخصصة وماهى رؤئة ورسالة وهدف القناة وجمهور القناة المستهدف والتحليل البيئئ لمشروع القناة والجوانب الفنية للقناة وطريقة التأسيس والشكل القانونئ للقناة والجوانب المالية والاستثمارية للقناة والدراسات العلمية للقناة وكذلك التوصيات المقدمة للمنظمات الرياضية واستعان الباحثان بمجموعة من الخبراء لمشروع البحث بلغ عدد (10) خبراء ملحق (2).

جدول (1)

آراء الخبراء والنسبة المئوية لمحاول الاستبيان (ن=10)

م	المحاور	نسبة الاتفاق	
		عدد	نسبة
1	المحور الأول : الحاجة لقناة رياضية متخصصة	10	100%
2	المحور الثانئ : رؤئة ورسالة وهدف القناة	10	100%
3	المحور الثالث : جمهور القناة المستهدف	8	90%
4	المحور الرابع : التحليل البيئئ لمشروع القناة	9	90%
5	المحور الخامس : الجوانب الفنية للقناة	10	100%
6	المحور السادس : طريقة التأسيس الشكل القانونئ للقناة	8	80%
7	المحور السابع : الجوانب المالية والاستثمارية للقناة	8	80%
8	المحور الثامن : الدراسات العلمية للقناة	10	100%
9	المحور التاسع : التوصيات المقدمة للمنظمات الرياضية	9	90%

يتضح من جدول (1) أن جميع محاور استمارة الاستبيان حازت على موافقة أكثر من 80% من آراء الخبراء ، وهئ النسبة التى ارتضاها الباحثان .

ثم قام الباحثان بوضع مجموعة من العبارات بما يتناسب مع كل محور من المحاور وعرضها على الخبراء لتحديد مدى مناسبة وارتباط العبارات بالمحاور ويوضح ذلك جدول (2) .

جدول(2)

معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور الذى تنتمئ إليه (ن = 10)

المحاور	المحور الأول	المحور الثاني	المحور الثالث	المحور الرابع	المحور الخامس	المحور السادس	المحور السابع	المحور الثامن	المحور التاسع
رقم العبارة	معامل الارتباط	معامل الارتباط	معامل الارتباط	معامل الارتباط	معامل الارتباط	معامل الارتباط	معامل الارتباط	معامل الارتباط	معامل الارتباط
1	0,508	0,452	0,453	0,361	0,428	0,366	0,427	0,439	0,366
2	0,781	0,418	0,420	0,453	0,549	0,439	0,332	0,450	0,338
3	0,532	0,366	0,366	0,420	0,541	0,450	0,389		0,532
4	0,762	0,338	0,439	0,377	0,515	0,442	0,405		0,432
5	0,621	0,532	0,450	0,349	0,508	0,521	0,418		
6	0,636	0,432	0,422	0,450	0,482	0,489	0,521		
7	0,911	0,625	0,379	0,511		0,520	0,489		
8	0,804	0,411		0,423			0,336		
9	0,475			0,501			0,515		
10	0,92			0,348			0,421		
11				0,399			0,362		
12				0,421			0,325		
13							0,480		
14							0,51		

قيمة معامل الارتباط الجدولية عند درجات حرية (8) ومستوى دلالة (0.05) = 0.273

يتضح من جدول (2) أن قيم معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه العبارة اكبر من القيمة الجدولية مما يدل على الاتساق الداخلي بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور .

الدراسة الاستطلاعية الأولى:

تم تطبيق استمارة التحليل البيئي على عينة عشوائية من مجتمع البحث ومن خارج عينة البحث الأساسية وذلك للوقوف على مدى وضوح العبارات وسهولة فهمها والتأكد من مناسبتها للعينة قيد الدراسة ونتج عن ذلك تعديل وتغيير في بعض الألفاظ وفي تكوين العبارة نفسها وتم تطبيقها في الفترة من 12 / 3 / 2013م إلى 27 / 3 / 2013م .

الدراسة الاستطلاعية الثانية :

تم تطبيق استمارة التحليل البيئي على عينة عشوائية من مجتمع البحث ومن خارج عينة البحث الأساسية وذلك لحساب المعاملات العلمية للاستمارة من صدق وثبات في الفترة من 1 / 4 / 2013م إلى 16 / 4 / 2013م

جدول (3)

صدق الاتساق الداخلي لاستمارة التحليل البيئي للقنوات الفضائية قيد الدراسة (ن = 11)

م	المتغيرات	معامل الارتباط	
		معامل الارتباط	المعنوية
1	التحليل البيئي للقنوات الفضائية قيد البحث	1	.000
2	المحور الأول : الحاجة لقناة رياضية متخصصة	.956**	.000
3	المحور الثاني : رؤية ورسالة وهدف القناة	.894**	.000
4	المحور الثالث : جمهور القناة المستهدف	.837**	.001
5	المحور الرابع : التحليل البيئي لمشروع القناة	.972**	.000

6	المحور الخامس : الجوانب الفنية للقناة	.987**	.000
7	المحور السادس : طريقة التأسيس الشكل القانوني للقناة	.757**	.007
8	المحور السابع : الجوانب المالية والاستثمارية للقناة	.248*	.462
9	المحور الثامن : الدراسات العلمية للقناة	.926**	.000
10	المحور التاسع : التوصيات المقدمة للمنظمات الرياضية	.951**	.000

يتضح من جدول (3) وجود دلالة إحصائية لقيم معاملات ارتباط محاور استمارة التحليل البيئي للقنوات الفضائية قيد الدراسة قد انحصرت بين 1 ، 248. عند مستوى معنوية تراوح بين 0.000 إلى 462. مما يشير إلى صدق الاتساق الداخلي للاستمارة .

معامل الثبات لاستمارة التحليل البيئي للقنوات الفضائية قيد البحث :

جدول (4)

التجزئة النصفية باستخدام معامل ألفا كرونباخ لاستمارة التحليل البيئي
للقنوات الفضائية (قناة الأهلى – قناة وادى دجلة – قناة النيل للرياضة)

عدد العبارات	معامل الثبات ألفا كرونباخ
69	.932

يتضح من جدول (4) أن قيمة معامل الثبات ألفا كرونباخ لاستمارة التحليل البيئي للقنوات الفضائية قيد الدراسة هي 932. مما يشير إلى ثبات الاستمارة .

الصورة النهائية للاستبيان :

وصل الباحثان إلى الصورة النهائية لاستمارة التحليل البيئي ودراسة الحالة للقنوات الفضائية قيد الدراسة حيث بلغ عدد المحاور (9محاور) ، وعدد العبارات الرئيسية والفرعية (69عبارة) .

الدراسة الأساسية :

قام الباحثان بتطبيق استمارة التحليل البيئي ودراسة الحالة للقنوات الفضائية قيد الدراسة (قناة الأهلى – قناة وادى دجلة – قناة النيل للرياضة) فى الفترة من 2013/5 /20 إلى 2013/6/1م .

المعالجات الإحصائية :

تم اجراء التحليل الاحصائى لمتغيرات البحث بمعهد الدراسات والبحوث الاحصائية – مركز الدراسات والاستشارات الاحصائية والقياسية - جامعة القاهرة – وتم تطبيق المعالجات الإحصائية فى إجراءات البحث بإستخدام برنامج " SPSS " الاصدار (18) لحساب :

- المتوسط الحسابى .
- الإنحراف المعياري .
- معامل الارتباط .
- معامل كاي² .
- معامل ألفا كرونباخ .
- اختبار كروسكال واليز .

عرض النتائج :

جدول (5)

متوسط الرتب لمعامل كروسكال واليز على مستوى المحاور لقياس العلاقة بين

نتائج التحليل البيئي للقنوات الفضائية الرياضية قيد الدراسة (على مستوى المحاور)

م	المحاور	القنوات	عدد العينة	متوسط الرتب
1	الحاجة لقناة رياضية متخصصة	قناة الأهلى	7	8.75
		قناة وادى دجلة	7	2.50

م	المحاور	القنوات	عدد العينة	متوسط الرتب
		قناة النيل للرياضة	7	7.00
2	رؤية وهدف القناة	قناة الأهل	7	6.88
		قناة وادى دجلة	7	2.50
		قناة النيل للرياضة	7	9.50
		قناة الأهل	7	7.25
3	جمهور القناة المستهدف	قناة وادى دجلة	7	2.50
		قناة النيل للرياضة	7	9.00
		قناة الأهل	7	9.00
4	التحليل البينى لمشروع القناة	قناة وادى دجلة	7	2.50
		قناة النيل للرياضة	7	6.67
		قناة الأهل	7	9.00
5	الجوانب الفنية للقناة	قناة وادى دجلة	7	2.50
		قناة النيل للرياضة	7	6.67
		قناة الأهل	7	9.50
6	الاجراءات القانونية للقناة	قناة وادى دجلة	7	2.88
		قناة النيل للرياضة	7	5.50
		قناة الأهل	7	9.13
7	الجوانب المالية والاستثمارية للقناة	قناة وادى دجلة	7	5.50
		قناة النيل للرياضة	7	2.50
		قناة الأهل	7	8.63
8	الدراسات العلمية للقناة	قناة وادى دجلة	7	2.50
		قناة النيل للرياضة	7	7.17
		قناة الأهل	7	8.13
9	التوصيات المقدمة للمنظمات الرياضية	قناة وادى دجلة	7	2.50
		قناة النيل للرياضة	7	7.83

يتضح من جدول (5) أن قيمة متوسط الرتب لمعامل كروسكال واليز على مستوى محاور الاستمارة تراوحت بين 6.88 ، و9.50 لعينة قناة الأهل ، بينما تراوحت قيمة متوسط الرتب لمعامل كروسكال واليز بين 2.50 و5.50 لعينة قناة وادى دجلة ، كما تراوحت قيمة متوسط الرتب لمعامل كروسكال واليز بين 2.50 و 9.50 لعينة قناة النيل للرياضة .

جدول (6)

معامل كروسكال واليز لقياس العلاقة بين نتائج التحليل البينى للقنوات الفضائية الرياضية قيد الدراسة (على مستوى المحاور)

م	المحاور	قيمة كا ²	درجات الحرية	مستوى المعنوية
1	الحاجة لقناة رياضية متخصصة	7.687	2	.021
2	رؤية ورسالة وهدف القناة	8.540	2	.014
3	جمهور القناة المستهدف	8.350	2	.015

م	المحاور	قيمة كا ²	درجات الحرية	مستوى المعنوية
4	التحليل البيئي لمشروع القناة	8.069	2	.018
5	الجوانب الفنية للقناة	8.855	2	.012
6	الاجراءات القانونية للقناة	9.063	2	.011
7	الجوانب المالية والاستثمارية للقناة	7.350	2	.025
8	الدراسات العلمية للقناة	7.906	2	.019
9	التوصيات المقدمة للمنظمات الرياضية	7.832	2	.020

يتضح من جدول (6) وجود دلالة احصائية لقيمة كا² المحسوبة بمستوى معنوية أقل من 0,05 لجميع المحاور ، لذا فإننا نقبل فرض البديل الذي يقول بوجود اختلاف بين نتائج نتائج التحليل البيئي للقنوات الفضائية الرياضية قيد البحث .

جدول (7)

متوسط الرتب لمعامل كروسكال واليز لقياس العلاقة بين نتائج

التحليل البيئي للقنوات الرياضية قيد الدراسة (اجمالي الاستمارة)

م	الاستمارة	القنوات	عدد العينة	متوسط الرتب
1	التحليل البيئي للقنوات الرياضية قيد البحث	قناة الأهلى	7	9.50
		قناة وادى دجلة	7	2.50
		قناة النيل للرياضة	7	6.00

يتضح من جدول (7) أن قيمة متوسط الرتب لمعامل كروسكال واليز لاجمالي الاستمارة بلغت 9.50 لعينة قناة الأهلى ، بينما بلغت قيمة متوسط الرتب لمعامل كروسكال واليز بين 2.50 لعينة قناة وادى دجلة ، كما بلغت قيمة متوسط الرتب لمعامل كروسكال واليز بين 6.00 لعينة قناة النيل للرياضة .

جدول (8)

معامل كروسكال واليز لقياس العلاقة بين نتائج

التحليل البيئي للقنوات الرياضية قيد الدراسة (اجمالي الاستمارة)

م	الاستمارة	قيمة كا ²	درجات الحرية	مستوى المعنوية
1	التحليل البيئي للقنوات الرياضية قيد الدراسة	8.909	2	.012

يتضح من جدول (8) وجود دلالة احصائية لقيمة كا² المحسوبة بمستوى معنوية أقل من 0,05 لاجمالي الاستمارة ، لذا فإننا نقبل فرض البديل الذي يقول بوجود اختلاف بين نتائج نتائج التحليل البيئي للقنوات الفضائية الرياضية قيد الدراسة .

مناقشة النتائج :

قام الباحثان باجراء تحليل بيئي للفضائيات الرياضية (قناة الأهلى ، وقناة وادى دجلة ، وقناة النيل للرياضة) ودراسة حالة هذه الفضائيات الرياضية كأحد التطبيقات لاستخدامات تكنولوجيا الاعلام الرياضى الحديثة بهدف وصف وتحليل استخدامات تكنولوجيا الاعلام الرياضى في البيئة الرقمية الجديدة ، والبحث فى العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والمنظمات الرياضية وانعكاسه على الجمهور وتم مناقشة النتائج كما يلى :

أشارت نتائج الجداول من (5) إلى (8) إجمالاً إلى وجود دلالة احصائية لمعامل كروسكال واليز لاجمالي الاستمارة ، حيث جاءت قيمة كا² المحسوبة (8.909) بمستوى معنوية (.012) ، وحيث أن مستوى المعنوية أقل من 0,05 ، لذا فإننا نقبل فرض البديل الذي يقول بوجود اختلاف بين نتائج التحليل البيئي للفضائيات الرياضية قيد البحث ولصالح عينة قناة الأهلى وعينة قناة النيل للرياضة .

• مناقشة نتائج التحليل البيئي لقناة الأهلى :

يرجع الباحثان نتائج قناة الأهلى نظرا لأنها نشأت وفقاً للاحتياج الواقعي لتلك القناة لترسم ملامح جديدة عن الرياضة فى الأندية الرياضية تتواكب مع الطفرة الهائلة التى يشهدها المجال الرياضى علما بأن مشروع القناة الرياضية يتطلب دراسات جيدة تضع فى اعتباراتها هذا التطور الهائل وتوفر سبل اللحاق به .

ويستفيد الباحثان من نموذج قناة الأهلى فى طريقة التغلب على الجوانب المالية والتمويلية للاستثمار فى مشروع قناة فضائية للأندية الرياضية الأخرى ، كما يستفيد الباحثان أيضا التأكيد فى دراسته بالاعتماد على هيكل تنظيمى للقناة مهنيا ومحترفا ولديه القدرة على تقديم خريطة برامجية متنوعة تلبي رغبات الجماهير والعمل على تطويرها وتحديثها ، كما يستفيد الباحثان من وجود قناة النادى الأهلى بصفة عامة على الساحة الرياضية ونجاحها فى التأكيد على أهمية هذه الدراسة العلمية لتطبيقات استخدامات تكنولوجيا الاتصال والاعلام الحديثة للأندية الرياضية وانطلاقها من الاحتياج الواقعي لهذه الدراسة وكذلك امكانية تطبيقها على المنظمات الرياضية المختلفة .

ويرتبط ذلك بما أشار إليه كلا من حسن السودانى 2009م ، وكمال درويش ، ومحمد صبحى حسانين 2004م إلى عالمية الاستراتيجية وعالمية عمليات التشغيل والانتاج ووضوح المواصفات الفنية للمشروعات بالتقنية التكنولوجية العالية ، وعالمية فريق العمل حيث أن توفر الصفات الايجابية فى الموارد البشرية تمثل منظور الديناميكية البشرية التى تؤثر فى البيئة الثقافية لمكان العمل ، واعتماد التنوع فى بث البرامج والتجديد فى إنتاجها وتأسيس وحدة إنتاج لها ، كما يعتبر التخطيط الاستراتيجى للموارد البشرية من أهم آليات العمل فى المؤسسات التى تعمل على تحقيق الأهداف الموضوعية . (4 : 181) ، (12 : 173)

• مناقشة نتائج التحليل البيئي لقناة وادى دجلة :

ويرجع الباحثان نتائج قناة وادى دجلة إلى عدم اجراء الدراسات التى تستوفى كافة الجوانب وعدم مراعاة وضع محتوى يلبي رغبات الجماهير ، بالإضافة إلى عدم مراعاة بناء أهداف القناة بشكل علمى وتداخلها بشكل أو بآخر مع أهداف نادى ليرس البلجيكي المملوك لشركة نادى وادى دجلة بعيدا عن طبيعة الجمهور المستهدف .

كما يرجع الباحثان نتائج التحليل البيئي لأراء عينة نادى وادى دجلة إلى أن عدم قدرة نادى وادى دجلة على الاستمرار فى بث قنواته الفضائية يرجع إلى أن انشاء القناة لم يأتى وفق منهجية علمية واجراءات تستوفى كافة الجوانب والتى أدى عدم دراستها إلى ضعف إيرادات القناة وعدم إقبال شركات الاعلان عليها حتى زادت تكاليف الانتاج عن نسبة الربح من الايرادات وبالتالي أدى إلى عدم قدرة القناة على استمرار البث .

وبذلك يكون السبب الرئيسى لاغلاق قناة وادى دجلة هو عدم توافر الشعبية والجماهيرية لنادى وادى دجلة والتى تساهم فى استمرار بث القناة ، وارتفاع تكاليف الانتاج والتشغيل عن الايرادات ، ونظرا لعدم وضوح أهداف النادى المصرى وقناته وتداخلها مع أهداف نادى ليرس البلجيكي المملوك لشركة وادى دجلة القابضة .

ويستفيد الباحثان من نموذج قناة وادى دجلة بالتأكيد فى دراسته على تحديد مفهوم القناة الرياضية تحديدا يراعى استيفاء الرؤية والرسالة والمهمة والأهداف ، مع أهمية مراعاة وضع حلول وبدائل لمواجهة الجوانب المالية والاستثمارية كما ينبغى الاهتمام بالخريطة البرامجية لتلبي احتياجات المشاهدين ، مع الاهتمام بتوصيف الهيكل التنظيمى للقناة مع ضرورة الاعتماد على أحدث تقنيات التكنولوجيا فى مجال الاعلام الأمر الذى أدى إلى عدم قدرة القناة على استمرار البث.

كما يستفيد الباحثان من نموذج قناة نادى وادى دجلة فى مشروع البحث بضرورة تحديد الأهداف

تحديدا منطقيا بما يتناسب مع واقع الأندية الرياضية المصرية ، وتنوع الخريطة البرامجية لتبلي كافة رغبات المشاهدين واتباع سياسة لا تدعو للتعصب والتحيز وبناء محتوى ذو رسالة مجتمعية هادفة ، وابرار الدور البنائى للرياضة ودعمها للقيم ، والاعتماد على هيكل تنظيمى محترف والتعاون مع الشركات المتخصصة العاملة فى المجال الاعلامى للوصول للمهنية والاحترافية فى أعمال القناة . ويؤيد ذلك ما ذكره عباس مصطفى صادق 2008م من ضرورة تكامل المكونات المادية للقناة التليفزيونية النموذجية وفقا لأحدث تقنيات تكنولوجيا الاعلام والاتصال فى العصر الحديث حتى تستطيع الاعتماد على نفسها فى جميع مراحل الانتاج والبت. (10 : 67)

• مناقشة نتائج التحليل البيئى لقناة النيل للرياضة :

ويرجع الباحثان نتائج قناة النيل للرياضة إلى كونها قناة رياضية حكومية ، كما أسفرت المقابلات الشخصية عن تطوع مسئولى القناة إلى البعد عن الادارة الحكومية لتلافى السلبيات الادارية التى لا تتناسب مع سرعة الأحداث وتحتاج إلى التفاعل معها على مستوى الحدث حيث يتجه المسئولون بالقناة إلى اعداد خطة لعرضها على السلطات المختصة لتحويل القناة إلى شركة مساهمة حتى تحقق القناة كامل طموحاتها وقت اجراء الدراسة .

ويتفق ذلك مع ما ذكره كلا من ابراهيم عبد الله المسلمى 2005 م ، وعاطف عدلى العبد ، نهى عاطف العبد 2007م أن قناة النيل للرياضة كقناة متخصصة تهدف إلى فتح نافذة أساسية أمام الرياضة المصرية والعالمية لكى تصل إلى كل بيت مصرى بحيث تحبب الشباب والكبار فى الرياضات المفيدة وتغرس فى نفوسهم القيم الرياضية الرفيعة النبيلة . (1 : 253) (9 : 397) وبذلك يستفيد الباحثان من قناة النيل للرياضة أهمية توفر كافة الامكانات التقنية والتكنولوجية الحديثة وكذلك ضرورة توافر العناصر البشرية على أعلى مستوى من المهنية والحرفية والتخصصية لادارة مشروع القناة بالشكل الأمثل ، وكذلك الاستفادة بضرورة البعد عن الادارة الحكومية لتقليل المشكلات الادارية والتفاعل الفورى مع الأحداث.

ومن هنا يرى الباحثان ضرورة أن تواكب المنظمات الرياضية العربية المنظمات الرياضية العالمية فى إنشاء قنوات رياضية تبرز القيم الرياضية من خلالها وترسم ملامحها وتحقق أهدافها التسويقية والربحية لتكون فى مصاف المنظمات الرياضية العالمية المحترفة من خلال دمج تكنولوجيا المعلومات والاتصالات فى العلاقة بين المؤسسات الرياضية وادارة الأعمال والإعلام والمشجعين الرياضيين .

الإستنتاجات و التوصيات :-

الإستنتاجات :

فى ضوء هدف البحث ومنهجيته والعينة التى طبقت عليها الدراسة والتحليل الإحصائى المستخدم جاءت النتائج التالية :

- مكنت البيئة الرقمية الجديدة وتطوير وسائل الإعلام الخاصة القوية المنظمات الرياضية من التواصل مع الجمهور من دون وساطة أخرى .
- تلعب وسائل الاعلام الرياضية الخاصة دور اقتصادى يتمثل فى الاعلان والتسويق لمنتجات الشركات والمؤسسات الأخرى التى تدر دخلا هائلا للمنظمات الرياضية المنتج الحقيقى لهذه المؤسسات الاعلامية .
- تعزيز الشعور بالانتماء إلى المجتمع وزيادة الوعى الرياضى من خلال متابعة وسائل الاعلام الرياضية .
- لم تأخذ الفضائيات الرياضية قيد البحث نصيبها من التخطيط ودراسة الجدوى وتقدير حاجات

الجمهور المستهدف بجانب عدم الاهتمام ببحوث المشاهدين أو إيكالها للمؤسسات المتخصصة ذات الطابع التجارى .

- عملية الانشاء للفضائيات الرياضية قيد البحث جاءت كردة فعل متعجلة لذلك لجأت لتقديم برامج تقليدية ولم تراعى رغبات وميول المشاهدين المختلفة على اختلاف شرائحهم .
- الفضائيات الرياضية المتخصصة قيد البحث تهتم بنقل مباريات كرة القدم على حساب باقى الأحداث والألعاب الرياضية .
- أظهرت نتائج الفضائيات الرياضية التابعة للأندية الرياضية الأهلية فى مصر أنها واجهت عقبات قانونية فى طريقة التأسيس والشكل القانونى لإنشاء قناة رياضية متخصصة بالمخالفة لقانون الشباب والرياضة بالدولة .

التوصيات :

فى ضوء مشكلة البحث وهدفه وطبيعة العينة واستنادا على النتائج التى تم التوصل إليها يوصى الباحثان بما يلى :

- أن تسعى المنظمات الرياضية للاستفادة من تكنولوجيا الاتصالات والاعلام والمعلومات فى ابراز دور الرياضة للمجتمع من خلال وسائل الاعلام الرياضى والتى تساهم بشكل ملحوظ فى زيادة موارد تلك المنظمات .
- ينبغى أن تلتزم وسائل الاعلام الرياضى بمعايير الأداء المتميز فى الكلمة والصورة وتهدف للسير فى الاتجاه الصحيح ولتكون لبنة أصيلة فى بناء صرح رياضى كبير .
- ينبغى أن تتطلق الخطة البرمجية لمشروع القناة الرياضية المتخصصة من الأفكار الخلابة والابداعية الهادفة طبقا لأسلوب التشغيل واستراتيجية أداء القناة الرياضية بالاضافة إلى تلبية رغبات جمهورها المستهدف .
- ينبغى أن تتعدد البرامج المعروضة على الشاشة الرياضية المتخصصة بهدف تشكيل ملامح المؤسسة الرياضية ونشر الثقافة الرياضية بما تحمله من معانى رياضية سامية باعتبارها لغة سلام عالمية وتعزيز الأهداف الرياضية من بناء مواطن رياضى قادر على مواجهة متطلبات الحياة والاستمتاع بالصحة من خلال برامج رياضية تخاطب كافة فئات الجمهور المستهدف بمستوياته المختلفة .
- تقديم برامج تهتم بالمتخصصين فى مجال التربية الرياضية وعلومها ونقل وقائع المؤتمرات العلمية فى المجال الرياضى وذلك للاستفادة من الدور الأكاديمى والبحثى فى المجال الرياضى على كافة المستويات ومدى مساهمته فى تطوير المنظمات الرياضية بالاضافة إلى نقل المباريات والأحداث والمسابقات الرياضية وقت حدوثها فى مختلف الألعاب الرياضية .
- أن تتوفر فى الخريطة البرمجية للفضائيات الرياضية المتخصصة المواصفات التالية :
 - أن تلبى رغبات الجمهور المستهدف ومراعاة التوقيت المناسب لكل فئة من فئات الجمهور .
 - التنوع فى المادة البرمجية وتثبيت الخريطة البرمجية لمدد محددة .
 - تقديم رسالة اعلامية رياضية ذو مضمون يجذب المشاهد تراعى تقديم الترفيه والتعليم

والتثقيف ببساطة .

- التنويه والتذكير المستمر ببرامج القناة على مدار اليوم .
- تكثيف إنتاج الفلاشات والرسائل التوعوية الهادفة إلى تعميق قيم الانتماء والولاء الوطني لدى الشباب من خلال مواقف رياضية بمشاركة نجوم الرياضة وعرضها خلال فترات البث اليومي .
- ينبغي أن تنطلق رؤية الفضائيات الرياضية المتخصصة من كونها قناة فضائية رياضية خدمية ربحية مرتبطة بأهداف المؤسسة الرياضية ذات كفاءة وجودة تخاطب كافة فئات المجتمع بأساليب إبداعية .
- ينبغي أن تتبلور مهام الفضائيات الرياضية المتخصصة حول :
 - تقديم الرياضة للمشاهد وفق أصولها وقيمها وأهدافها .
 - تقديم علوم الرياضة فضائياً ووضع منهجيه قابلة للتطوير .
 - تشكيل ملامح متطورة للمؤسسة الرياضية والمحافظة على جمهورها وجذب مزيد من الأعضاء.
 - تهيئة مناخ أفضل لجذب المزيد من الاستثمارات في مجال المؤسسات الرياضية .
- ينبغي أن تحمل الفضائيات الرياضية المتخصصة رسالة هادفة من منطلق الخصائص البنائية للرياضة وتقديم الخدمة الاعلامية الرياضية على أسس مهنية احترافية .

المراجع :

أولاً :المراجع العربية :

- 1- إبراهيم عبد الله المسلمي : نشأة وسائل الاعلام وتطورها ، ط 2 ، دار الفكر العربي ، القاهرة 2005م.
- 2- المنصف العياري ، محمد عبد الكافي : القنوات التلفزيونية العربية المتخصصة ، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية ، اتحاد إذاعات الدول العربية ، جامعة الدول العربية ، تونس . 2006م
- 3- جياتي ميرلو : ندوة الإعلام الرياضي الواقع والطموح ، الملتقى الإعلامي الثامن ، الكويت 2011م.
- Web Site: <http://www.alqabas.com.kw> 25/04/2011
- 4- حسن السوداني : قراءة المرئيات دراسات في الاعلام المتخصص ، الاكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك ، الطبعة الأولى 2009م.
- 5- حسين أبو شنب : مدخل إلى فن الراديو والتلفزيون ، العربي للنشر والتوزيع ، القاهرة 1999م.
- 6- سعود صالح كاتب : تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الاذاعات التقليدية ، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية وتلفزيونية ، جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج لمجلس التعاون لدول الخليج العربي ، الرياض 2012م.
- 7- سلوى إمام على : تأثير مشاهدة الجمهور المصري للقنوات الفضائية على وسائل الاتصال ، أعمال المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الاعلام ، الفضائيات العربية ومتغيرات العصر ، المكتبة الاعلامية ، الدار المصرية اللبنانية 2005م.

- 8- صالح عبد الله كامل
9- عاطف عدلى العبد ، عاطف العبد
10- عباس مصطفى صادق
11- عفاف عبد المنعم درويش
12- كمال الدين عبد الرحمن درويش ، محمد صبحى حساتين
13- محمد محفوظ
14- محى الدين عبدالحليم
15- ياسين فيصل ياسين
- : تجربة راديو وتلفزيون العرب ، ورقة عمل ضمن أعمال المؤتمر العلمى الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الاعلام ، الفضائيات العربية ومتغيرات العصر ، المكتبة الاعلامية ، الدار المصرية اللبنانية .
: وسائل الاعلام نشأتها وتطورها وآفاقها المستقبلية ، الجزء الأول ، الراديو والتلفزيون والقنوات الفضائية ، دار الفكر العربى ، القاهرة 2007م.
- : الدليل الإرشادى لإنشاء قناة فضائية ، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية وتلفزيونية ، جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج لمجلس التعاون لدول الخليج العربى ، مكتبة الملك فهد الوطنية ، الرياض 2008م .
: تكنولوجيا ادارة المؤسسات الرياضية (المعلومات – اتخاذ القرار –الاتصال – التوثيق – المتابعة والرقابة – التعاملات) ، منشأة المعارف ، الاسكندرية 2009م.
: التخطيط ومهارات حل المشكلات فى إدارة المشروعات وأساليب تنمية الموارد البشرية ، موسوعة منجهاات ادارة الرياضة فى مطلع القرن الجديد ، المجلد الثانى ، دار الفكر العربى ، القاهرة (2004م).
: تكنولوجيا الاتصال – دراسة فى الأبعاد النظرية والعملية لتكنولوجيا الاتصال ، دار المعرفة الجامعية ، الأزاريطة ، الاسكندرية 2005م.
- فنون الاعلام وتكنولوجيا الاتصال ، مكتبة الانجلو المصرية ، 2009م
الاعلام الرياضى ، دار اسامة للنشر والتوزيع ، الاردن ، 2011م

ثانياً :المراجع الأجنبية :

16- Xavier GINESTA PORTET: Los medios propios de los clubes de fútbol españoles, de la tesis doctoral , Universitat Autònoma de Barcelona ,2010.

Web site : <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/viewFile/ESMP1010110145A/113852->