

استراتيجية مقترحة لتفعيل الإعلام الرياضي بجامعة دمياط في ضوء متطلبات التطوير المؤسسي

د/ أحمد طارق موسى^(١)

المقدمة ومشكلة البحث:

أصبح الاعلام اليوم يشكل أهمية كبيرة على صعيد الدول والافراد والجماعات حيث تعمل وسائل الاعلام المختلفة على تحقيق حاجات ومتطلبات الجماهير في أدق الامور وابسطها واعقدها، حيث اصبح الاعلام لغة العصر فقد تمكنت ثورة التكنولوجيا والمعلومات من تجسيد وتأكيد هذا المعنى واقعا ملموسا متمثلا في الشبكات الفضائية وتطوراتها المذهلة واستحداث المطبوعات ونظم اصدارها في اكثر من موقع ودولة في نفس الوقت الى جانب التقدم الكبير في التقنيات الرقمية حتى اصبحت الكرة الارضية اشبه بغرفة صغيرة، حيث يعمل على نشر معلومات وحقائق واخبار ووقائع وافكار منطقية تهدف الى خدمة شرائح المجتمع كافة.

وفي هذا المجال تذكر **زهرة فاضلون** (٢٠١٤) أن الاعلام يعد أحد اهم التحديات الكبرى التي تواجه منظمة التعليم الجامعي وذلك لما له من أهمية في تغيير الافكار وتسهيل وصول المعلومات لك الموارد البشرية الجامعية، والدور الكبير الفعال في شتى مجالات الحياة ومساعدة أفراد المجتمع على اكتساب معلومات وخبرات تفيدهم في حياتهم اليومية. (فاضلون ٢٠١٤: ٩٤).

ويذكر **عبدالرازق احمد الشرفاوى** (٢٠٢٠) أن الاعلام الرياضي يعد من أهم فروع الاعلام الحديث، حيث يلعب دوراً رئيسياً في نقل الأحداث الرياضية وتحليلها، وتعزيز الوعي الرياضي لدى الجماهير. ومع التطور التكنولوجي وانتشار وسائل الاعلام المختلفة، أصبح الاعلام الرياضي أكثر تأثيراً، إذ لم يعد مقتصرًا على الصحف والمجلات، بل امتد ليشمل القنوات التلفزيونية، والإذاعات، والمواقع الإلكترونية، ومنصات التواصل الاجتماعي. (الشرفاوى، ٢٠٢٠: ٢٩)

كما ذكر **محمد عبد الملك المتوكل** (٢٠٠٥) أنه لم يعد الاعلام مجرد ردود افعال وانما تخطيط وبرمجة واساليب محددة وواضحة، ترعى فيه القنوات المختارة والوقت المناسب وثقافة المستقبل وغير ذلك من وسائل ومتطلبات الاتصال الناجح. (المتوكل ٢٠٠٥: ٥)

كما يعرف **خير الدين على عويس**، **عطا حسن عبدالرحيم** (٢٠١١) الاعلام الرياضي هو تلك المنظومة التي تهتم بنشر الأخبار والمعلومات المرتبطة بالمجال الرياضي وتفسير قوانين

^١ مدرس بقسم الإدارة الرياضية- كلية التربية الرياضية- جامعة دمياط.

الألعاب المختلفة والمنافسات الرياضية كما تعمل على توضيح الرؤى العلمية والرياضية بغرض نشر الثقافة الرياضية لدى الجماهير وتنمية اتجاهاتهم تنمية ايجابية نحو ممارسة الانشطة البدنية والحركية وتوجيههم باستثمار أوقات الفراغ في المجال الرياضي متابعة أو مشاركة على حد سواء. (عويس، عبدالرحيم، ٢٠١١ : ٥٦)

وأشار كابيدو **Cabiddu** (٢٠١٦) ان الاعلام الرياضي هو أحد فروع الاعلام ذات التأثير الكبير اللامحدود وخاصة مع التطور السريع لتكنولوجيا الإتصال حيث يعمل على تلبية حاجات الجماهير والرياضيين وذلك عن طريق نشرات الاخبار الرياضية وغيرها من أشكال عرض المعلومات بما يخدم أشباع الرغبة عبر بثها ونشرها. (Cbiddu,2016: 49)

وحدد ياسين فضل ياسين (٢٠١١) عناصر الاعلام الرياضي في أربعة عناصر وهي:

- المرسل: وهو صاحب الرسالة الإعلامية، أي الجهة التي تصدر عنها هذه الرسالة سواء كانت هذه الجهة إتحاد أو نادي أو، لاعب، أو مدرب.
- المستقبل : هو الشخص الذي توجه إليه الرسالة الإعلامية سواء كان فرد أم جماعة.
- الأداة أو الوسيلة: هي ما تؤدي أو تعمل به الرسالة الإعلامية سواء كانت صحيفة أم إذاعة أم تلفازا.
- الرسالة أو المضمون أو المحتوى: وهو ما تحمله وسيلة أو الأداة الاعلام الرياضية لتبليغه أو نقله إلى المستقبل. (ياسين، ٢٠١١ : ٤٦-٤٧)
- اتفق كل من علي عبد الفتاح كنعان (٢٠١٤) مع حسن أحمد الشافعي (٢٠٠٣) أن الاعلام الرياضي وجد بعدة أشكال وأنواع وأقسام وهي كالآتي:
- **الأعلام الرياضي المقروء**: وفي هذا النوع يعتمد على الكلمة المكتوبة مثل الكتب والصحف والمجلات والملصقات والنشرات.
- **الأعلام الرياضي المسموع**: الذي يعتمد على سمع الجمهور مثل الراديو ووكالات الانباء.
- **الأعلام الرياضي المرئي**: ففي هذا النوع يعتمد الجمهور على بصره مثل التلفزيون السينما والفيديو وشبكة الانترنت وفي بعض الاحيان يطلق على هذا النوع من الاعلام بالأعلام الرياضي المرئي المسموع لاعتماده على حاستي البصر والسمع في وقت واحد.
- **الأعلام الرياضي الثابت**: الذي يعتمد على المعارض والمسارح والمؤتمرات وسمي بالثابت لأن الجمهور يقصدها بنفسه للاطلاع على آخر الأخبار الرياضية. (كنعان، ٢٠١٤ : ١٢) (الشافعي، ٢٠٠٣ : ٣٧)

وذكر **علي عبد الفتاح كنعان** (٢٠١٤) أن من اهداف الاعلام الرياضي هو حدث وتنشيط الاندية الرياضية والاتحادات من أجل تفعيل كافة انشطتها ليصبح شاملا لكل الجوانب وليس مقتصرًا على جانب واحد دون الآخر اذ يعد الجانب الثقافي ذات اهمية كبيرة في توعية الجماهير الرياضية جنبًا الى جنب مع الجانب الاجتماعي وبذلك تؤكد الاندية والاتحادات رسالتها الحقيقية بأنها مؤسسات تربوية وجدت لتقديم افضل الخدمات للمجتمع. ويمكن تلخيص اهم اهداف الاعلام الرياضي بالاتي:

- نشر الثقافة الرياضية من خلال اعلام الجمهور بالقواعد والقوانين الخاصة بكل لعبة.
- ترسيخ القيم والمبادئ والمحافظة عليها وبذلك يتم تحديد انماط السلوك الرياضي لكل مجتمع.
- العمل على نشر اهم الاخبار والحقائق ذات العلاقة بالجانب الرياضي وعرض المشكلات الرياضية ومحاولاً تفسيرها لايجاد الحلول المناسبة لها.
- استخدام طرق واساليب تخفف عن الجمهور اعباء وصعوبات الحياة بهدف الترويج عنهم. (كنعان، ٢٠١٤: ٤٤)

أما من حيث خصائص الاعلام الرياضي فقد أشار ياسين فضل ياسين (٢٠١١) الى ذلك موضحا اهم تلك الخصائص:

- أن الاعلام الرياضي يمتاز بكونه اعلام جماهيري له القدرة على تغطية مساحات كبيرة ومخاطبة فئات عمرية مختلفة.
- يسعى الى جذب أكبر عدد من أفراد المجتمع الى نقطة افتراضية يتجمع حولها أكبر عدد من الجمهور الرياضي.
- حيث يمتاز بكونه المرأة التي تعكس فلسفة وصورة الجمهور .
- الاعلام الرياضي بكافة انواعه مؤسسة اجتماعية يتفاعل مع البيئة التي يعمل بيها.
- الاعلام الرياضي يتمكن من اختيار جمهوره الذي يخاطبه ويتفاعل معه. (ياسين، ٢٠١١: ٥٤)

وانطلاقاً من هذه المعطيات، جاءت الاستراتيجية المقترحة لتفعيل الإعلام الرياضي بجامعة دمياط، لتشكل إطاراً عملياً يعزز من دور الإعلام الرياضي في تغطية النشاطات الرياضية، ويمنح الطلبة فرصاً تطبيقية حقيقية لصقل مهاراتهم في بيئة مهنية، بما ينسجم مع أهداف التعليم الجامعي الحديث، ويُسهم في تعزيز الهوية الرقمية للجامعة.

وأشار **موسى سلامة اللوزي** (٢٠٠٧) أنه التخطيط الاستراتيجي يمثل منظومة من العمليات المتكاملة ذات العلاقة بتحليل البيئة الداخلية والخارجية وصياغة استراتيجية مناسبة وتطبيقها وتقييمها في ضوء تحليل اثر المتغيرات المهمة عليها وذلك بما يتضمن تحقيق ميزة استراتيجية للمنظمة وتعظيم انجازها في أنشطة الاعمال المختلفة، وتختلف الادارة الاستراتيجية عن التخطيط الاستراتيجي والتخطيط التشغيلي، فالإدارة الاستراتيجية هي ثمرة لتطور مفهوم التخطيط الاستراتيجي وتوسيع نطاقه واغناء لأبعاده، فالتخطيط الاستراتيجي هو عنصر من عناصر الادارة الاستراتيجية وليس الادارة الاستراتيجية بعينها لان الادارة الاستراتيجية تعني ايضا ادارة التغير التنظيمي وادارة الثقافة التنظيمية وادارة البيئة في نفس الوقت، فالإدارة الاستراتيجية تهتم بالحاضر والمستقبل في آن واحد معا، في حين ان التخطيط الاستراتيجي هو عملية تنبؤ لفترة طويلة الاجل وتوقع ما سيحدث وتخصيص الموارد. (اللوزي، ٢٠٠٧: ٥٧)

وقد وضع **إسماعيل محمد السيد** (٢٠٠٦) أن الاستراتيجية هي الطريق الرئيسي الذي تتخذه وتستخدمه المنظمة في النضال لنفسها لتحقيق أهدافها في الأجل القصير والطويل في ضوء الظروف والتهديدات والفرص الموجودة البيئية العامة وظروف المنافسين واعتماداً على تحليل القوة الذاتية التي تعمل بها المنظمة وهذا التعريف يشير إلى القواعد الأساسية لكل من الأهداف والقرارات فالأهداف تحدد معايير الأداء التي تسعى المنظمة إلى تحقيقها (السيد، ٢٠٠٦: ٢٦)

أنفق **محمد عبد الغني هلال** (٢٠٠٧) و**عبد الشافي محمد أبو الفضل** (٢٠٠٧) بأن الاستراتيجية تتضمن عملية تحليل البيئة الحالية والمستقبلية العامة والخاصة للمؤسسة من أجل تنظيم وتطوير الرؤيا والرسالة والأهداف يتم من خلالها تحقيق الأهداف الاستراتيجية. (هلال، ٢٠٠٧: ١١) (أبو الفضل، ٢٠٠٧: ٩)

يذكر **علي عبد الله الجعفري** (٢٠٠٩) أنه يجب على المؤسسة مراعاة النقاط التالية قبل تطبيق الاهداف الإستراتيجية:

- تهيئة المنظمة داخليا وخارجيا بإجراء التعديلات اللازمة في الهيكل التنظيمي للمؤسسة والقواعد والأنظمة والموارد البشرية العاملة فيها.
- إتخاذ قرارات صحيحة ومدروسة تعمل على زيادة حصة المنظمة في السوق.
- تحديد الأولويات بحيث يتم وضع الأهداف طويلة الأجل.
- زيادة كفاءة وفعالية العمليات في اتخاذ القرارات والتنسيق والرقابة وتصحيح الانحرافات.
- تجميع وتصنيف البيانات والفرص والتهديدات و نقاط قوة والضعف.

- وجود نظام متكامل للإدارة الإستراتيجية يتكون من خطوات معينة.
- تسهيل عملية الاتصال داخل المنظمة وخارجها.
- الإستراتيجية تتسق وتمنع التعارض والاحتكاك بين الإدارات لوجود معايير واهداف واضحة ومحددة. (الجعفري، ٢٠٠٦: ٥٦)
- ويشير ثابت عبدالرحمن (٢٠٠٦) الى اهمية الإستراتيجية فيما يلي :
- تحقيق وضوح الرؤية المستقبلية
- تنمية القدرة لدى المؤسسة على احداث التغيير والتطوير
- تقليل او ازالة اسباب مقاومة التغيير والتطوير
- تعميق منهج او سياسة التمكين وتفعيل القرارات الجماعية
- تنمية قدرة المؤسسة في تحقيق التفاعل البيئي في المدى الطويل. (عبدالرحمن، ٢٠٠٦: ٢٤)
- ولا يمكن تصور احداث تغيير في الاستراتيجية العامة للمنظمة دون تغيير في اعمال وطرق وترتيبات واساليب العمل، ويتم تعديل مستويات التقنية ونظم العمل وترتيبات الاداء من خلال دراسة اساليب العمل التي يتم التعامل بها في المنظمة لتحديد نقاط القوة والضعف وطرق الاتصال وتوزيع السلطات ومستويات العمل ورسم السياسات والاهداف واحداث التغييرات التنظيمية الهيكلية في المستويات التنظيمية وفي الادوار وفي محتويات الوظيفة والمسؤولية والعلاقات والمشاركات واساليب الاتصال وخطوط السلطة ونظم التحفيز والعمل الجماعي وتعدد اشكاله بهدف التوافق مع ظروف العمل الجديدة.
- التطوير المؤسسي هو عملية منظمة تهدف إلى تحسين الأداء العام للمؤسسة من خلال تحديث هياكلها التنظيمية، وأساليب عملها، ونظمها الإدارية، بما يتماشى مع المستجدات والمتغيرات البيئية والتكنولوجية. ويُعد جزءاً من عملية التطوير الشامل لضمان استمرارية المؤسسة ورفع قدرتها التنافسية.
- ويذكر عمر أحمد الحر (٢٠١٣) أن من أهداف التطوير المؤسسي ما يلي :
- تحسين الكفاءة الإدارية والتنظيمية.
- رفع مستوى جودة الخدمات المقدمة (للطلاب وأعضاء هيئة التدريس والمجتمع).
- دعم التحول الرقمي والابتكار في بيئة العمل.
- تعزيز ثقافة التقييم والتخطيط الاستراتيجي.
- تهيئة بيئة عمل محفزة ومنفتحة على التغيير. (الحر، ٢٠١٣ : ٥٤)

وأشار محمد مصطفى حسين (٢٠١٧) أن متطلبات التطوير المؤسسي تنقسم إلى خمسة

محاور رئيسية هي :

*** المتطلبات الإدارية والتنظيمية:**

- وجود رؤية ورسالة واضحة للمؤسسة.
- توافر هيكل تنظيمي مرن يتيح إعادة توزيع الأدوار بفعالية.
- تفعيل أساليب الإدارة الحديثة (مثل الإدارة بالأهداف، الإدارة الرشيقة).
- دعم التخطيط الاستراتيجي المرتبط بمؤشرات الأداء.
- اعتماد أنظمة متابعة وتقييم مستمرة.

*** المتطلبات البشرية:**

- توفر قيادة مؤسسية مؤمنة بالتطوير وقادرة على إدارته.
- تنمية الكفاءات البشرية وتدريب العاملين على المهارات الحديثة.
- دعم ثقافة التغيير والابتكار داخل المؤسسة.
- تعزيز روح العمل الجماعي والتواصل الفعال بين الإدارات.

*** المتطلبات التكنولوجية والرقمية**

- بنية تحتية رقمية متكاملة (شبكات، أجهزة، برامج).
- استخدام نظم إدارة إلكترونية (مثل أنظمة الموارد البشرية، التعليم الإلكتروني، الإعلام الرقمي)
- التحول إلى إدارة المعرفة من خلال قواعد بيانات مؤسسية موحدة.
- تأمين المعلومات وضمان أمن البيانات وسريتها.

*** المتطلبات المالية والمادية**

- تخصيص ميزانيات مرنة لدعم خطط التطوير المؤسسي.
- توفير الموارد المادية اللازمة (مقرات، أدوات، معدات).
- إيجاد مصادر تمويل بديلة عبر الشراكات، والرعايات، والمنح.

*** المتطلبات الثقافية والتشريعية**

- دعم ثقافة مؤسسية محفزة للتعلم المستمر والتحسين.
- وجود لوائح وسياسات داخلية مرنة تسمح بالتطوير والتجريب.
- تعزيز الشفافية والمساءلة كجزء من الثقافة المؤسسية.
- توافق أنشطة المؤسسة مع التشريعات الوطنية ومعايير الجودة. (حسين، ٢٠١٧ : ٢٧-٢٨)

وتسعى الجامعات الحديثة إلى تطوير أدائها المؤسسي في ضوء التحولات المتسارعة في بيئات التعليم العالي، والتي تشمل التحول الرقمي، ومتطلبات الجودة، والمنافسة على المستوى المحلي والدولي، ويُعد الإعلام المؤسسي وبخاصة الإعلام الرياضي أحد المكونات الحيوية التي تسهم في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة، وتعزيز المشاركة الطلابية، وإبراز إنجازات الجامعة في المجال الرياضي، وهو ما ينعكس بدوره على تحقيق أهداف التنمية المستدامة في قطاع التعليم العالي.

وعلى الرغم من أهمية الإعلام الرياضي كأداة للتواصل والترويج والتأثير، إلا أن واقع ممارسته في كثير من الجامعات ومنها جامعة دمياط لا يزال دون المستوى المأمول، حيث يفتقر إلى استراتيجية واضحة، أو هيكل إداري متخصص، أو خطة إعلامية منسقة تواكب متطلبات التطوير المؤسسي.

وقد كشفت ملاحظات الباحث، من خلال الاطلاع على الأنشطة الرياضية والإعلامية داخل الجامعة، عن عدد من التحديات، أبرزها:

- غياب وحدة متخصصة للإعلام الرياضي داخل الهيكل التنظيمي مرفق رقم (١).
- ضعف توظيف الإعلام الرقمي في تغطية الأنشطة الرياضية.
- قلة التفاعل بين الإعلام الرياضي والمجتمع الجامعي.
- عدم وجود تدريب أو تأهيل إعلامي للطلاب المشاركين في العمل الرياضي.
- نقص في الموارد المادية والبشرية المخصصة لهذا المجال.

كما أظهرت تقارير الجودة والاعتماد أهمية تعزيز أدوار الاتصال المؤسسي والإعلام الداخلي والخارجي كأحد مؤشرات تطوير الأداء الجامعي، ومن هنا تبرز الحاجة إلى وضع استراتيجية مقترحة لتفعيل الإعلام الرياضي في جامعة دمياط، بحيث تتكامل مع متطلبات التطوير المؤسسي وتدعم الأهداف العامة للجامعة.

أهداف البحث:

يهدف البحث الى وضع استراتيجية لتفعيل الإعلام الرياضي بجامعة دمياط في ضوء متطلبات التطوير المؤسسي من خلال التعرف على :

- * تحليل البيئة الداخلية لتحديد نقاط القوة والضعف للإعلام الرياضي بجامعة دمياط
- * تحليل البيئة الخارجية للتعرف على الفرص والتحديات للإعلام الرياضي بجامعة دمياط.
- * تصميم إستراتيجية للإعلام الرياضي للإعلام الرياضي بجامعة دمياط في ضوء متطلبات التطوير المؤسسي.

تساؤلات البحث :

- * ماهي نتائج تحليل البيئة الداخلية والخارجية (تحليل SOWT) للأعلام الرياضي بجامعة دمياط.
- * ما هو التصور المقترح لاستراتيجية الاعلام الرياضي بجامعة دمياط فى ضوء متطلبات التطوير المؤسسى.

الدراسات السابقة:

- ١- دراسة "صابر محمد عبد الباسط" (٢٠٢٥) بعنوان "استراتيجيه اعلاميه مقترحه للأنشطة الترويحية لطلاب جامعه الإسكندرية" يهدف البحث إلى وضع استراتيجية إعلامية للأنشطة الطلابية بجامعة الاسكندرية ويتم ذلك من خلال: تحليل البيئة الداخلية (الهيكل التنظيمي) للتعرف على نقاط القوة والضعف لإدارة الاتصال الإعلامي بإدارات الأنشطة الطلابية لكليات جامعة الاسكندرية، استخدم الباحث المنهج الوصفي، وقام الباحث بإختيار عينة قدرها (٦٠) فردا من العاملين برعاية الشباب بجامعة الاسكندرية، وكانت أدوات جمع البيانات: إستمارة التحليل البيئى، إستمارة الاستراتيجية، وأهم النتائج: رسم السياسة الاعلامية لإدارة الإعلام ورعاية الشباب ووضع الخطط والبرامج لتنفيذ تلك السياسة، القيام بحملات اعلامية للأنشطة الترويحية التي تنفذها إدارات رعاية الشباب بكليات الجامعة، الإعلان عن أهداف ومهام إدارة الأعلام والعلاقات العامة من خلال المؤسسات الصحفية القومية والخاصة، والقنوات الفضائية المصرية وإدارات رعاية الشباب بكليات الجامعة.
- ٢- دراسة "زيد مكي جاسم" (٢٠٢٣) بعنوان "دور الاعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية بين طلاب الجامعات العراقية من وجهة نظر منتسبي قسم النشاط الرياضي في جامعات الفرات الاوسط" يهدف البحث إلى معرفة وجهات نظرم بواقع الاعلام الرياضي ودوره في نشر الثقافة الرياضية، واستخدم الباحث المنهج الوصفي، واشتملت عينة البحث : ٩٤ فرد، وكانت أدوات جمع البيانات: إستمارة الاستبيان، وأهم النتائج: دور الاعلام الرياضي ضعيف في نشر الثقافة الرياضية بين طلبة الجامعات، وأن الاعلام السمعي يعتبر من اسرع الوسائل لنشر الثقافة الرياضية على الرغم من كون الاعلام الرياضي المتوفر لا يلبي توجهات الطلبة المختلفة، ان وسائل التواصل الاجتماعي تعد افضل وسيلة حاليا لرفع المستوى الثقافي لدى الطلبة باعتبارها الاكثر تداولاً بين فئة الشباب.
- ٣- دراسة أحمد سعد عبد الرزاق عبود" (٢٠٢٢) بعنوان "وضع استراتيجية لتقنيات الاعلام الحديثة بالاتحاد العراقي لألعاب القوى" يهدف البحث إلى التعرف على نقاط القوة والضعف

للجنة الاعلامية في الاتحاد العراقي لالعاب القوى، تحديد الرؤية والرسالة والاهداف لتقنيات الاعلام الحديثة للجنة الاعلامية لالعاب القوى، استخدم الباحث المنهج الوصفي، واشتملت عينة البحث : (٢٢٠) فرد، وكانت أدوات جمع البيانات: إستمارة الاستبيان، وأهم النتائج: لا يوجد رؤية ورسالة وأهداف واضحة للجنة إعلامية، ضعف الاتصال الإعلامي بي اللجنة الإعلامية بالاتحاد والمؤسسات الإعلامية المختلفة، الاعتماد على وسائل اتصال تقليدية وعدم استخدام تقنيات الاعلام الحديثة.

٤- دراسة "محمد عبد الرزاق محمد السيد" (٢٠٢١) بعنوان "إستراتيجية مقترحة لتسويق الخدمات الرياضية في ضوء الاداء الإعلامي الإلكتروني بأستاذ الإسكندرية الرياضي" يهدف البحث إلى وضع أستراتيجية مقترحة لتسويق الخدمات الرياضية في ضوء الأداء الإعلامي الإلكتروني بأستاذ الاسكندرية الرياضي، واستخدم الباحث المنهج الوصفي، واشتملت عينة البحث : (١٨٠) فردا من من العاملين بالنشاط الرياضي، وكانت أدوات جمع البيانات: إستمارة الاستبيان، وأهم النتائج : الوصول الى المستوى الافضل في تسويق الخدمات إستاد الاسكندرية الرياضي، الوصول بإستاد الرياضي كمدينة رياضية متكاملة من حيث تقديم خدماتها للجميع عن طريق نشر ابهى صورة لها عن طريق الاداء الاعلامي الإلكتروني.

٥- دراسة "عامر محمد أحمد الضبياني" (٢٠١٨) بعنوان "استراتيجية مقترحة لتطوير إدارات الاعلام الجامعي في الجمهورية اليمنية" يهدف البحث إلى وضع استراتيجية مقترحة لتطوير إدارات الاعلام الجامعي في جمهورية اليمن، واستخدم الباحث المنهج الوصفي، واشتملت عينة البحث : (٩٠) فرد من العاملين بالاعلام الجامعي، وكانت أدوات جمع البيانات: إستمارة الاستبيان، وأهم النتائج: اهمية متطلبات ادارات الاعلام الجامعي جاءت بدرجة متوسطة (١,٨٩) بانحراف معياري (٠,٧٨)، اهمية المتطلبات البشرية على ادنى متوسط حسابي (١,٨٤)

٦- دراسة "محمد فوزي عبد المنعم" (٢٠١٨) بعنوان "استراتيجية مقترحة للاعلام الرياضي في وزارة الشباب والرياضة" يهدف البحث إلى تنظيم العمل الاعلامي داخل وزارة الشباب والرياضة المصرية، واستخدم الباحث المنهج الوصفي، واشتملت عينة البحث : (١٦٧) من العاملين بوزارة الشباب والرياضة، وكانت أدوات جمع البيانات: إستمارة الاستبيان، وأهم النتائج: وضع استراتيجية للأعلام الرياضي للوزارة الشباب والرياضة تضمن الرؤية والرسالة والهدف الاستراتيجي.

إجراءات البحث:**منهج البحث:**

استخدم الباحث المنهج الوصفي، وذلك لملائمته لطبيعة البحث.

مجتمع وعينة البحث:**مجتمع البحث:**

يشمل مجتمع البحث على جميع العاملين بإدارة رعاية الشباب بجامعة دمياط والكليات التابعة لها.

عينة البحث:

قام الباحث باختيار عينة عشوائية قدرها (٧٣) فرد من العاملين بإدارات رعاية الشباب بجامعة دمياط والكليات التابعة لها، وقد قام الباحث بتقسيم عينة البحث كالتالى:

- **عينة الدراسة الاستطلاعية:** قوامها (١٦) فرد بغرض تقنين استمارة التحليل البيئى من عينة البحث الاصلى ومن خارج عينة الدراسة الاساسية.
- **عينة الدراسة الأساسية:** قوامها (٥٧) فرد بغرض تطبيق استمارة التحليل البيئى وإستمارة الاستراتيجية المقترحة الخاصة بالبحث وهذا ما يوضحه جدول (١)

جدول رقم (١)**التوزيع العددي لمجتمع وعينة البحث**

العينة الأساسية		العينة الاستطلاعية		عينة البحث	فئات عينة البحث
%	ت	%	ت		
٧٨,٠٨%	٥٧	٢١,٩٢%	١٦	٧٣	العاملين بإدارة رعاية الشباب بجامعة دمياط والكليات التابعة لها
٧٨,٠٨%	٥٧	٢١,٩٢%	١٦	٧٣	الاجمالي

أدوات جمع البيانات.

أولاً: إستمارة التحليل البيئى

قام الباحث بتصميم استمارة تحليل البيئى الداخلية و الخارجية للاعلام الرياضى بجامعة دمياط تحليل (SOWT) من خلال المسح المرجعي ونتائج الدراسات السابقة المرتبطة بموضوع البحث، والاطلاع على الهيكل التنظيى لجامعة دمياط مرفق (١)، ومن خلال ذلك قام الباحث بوضع عدد(٢) محور لاستمارة التحليل البيئى وتحت كل محور مجموعة من الابعاد والمتمثلين في الآتي :

المحور الاول: تحليل البيئة الداخلية لتحديد نقاط القوة والضعف للاعلام الرياضي بجامعة دمياط.

البعد الاول : الهيكل التنظيمى

البعد الثانى : الموارد البشرية

البعد الثالث : الموارد المالية والمادية

البعد الرابع: نظم المعلومات

البعد الخامس : إجراءات العمل والأنماط الإدارية

المحور الثانى : تحليل البيئة الخارجية للتعرف على الفرص والتهديدات للاعلام الرياضي بجامعة دمياط

البعد الاول : العوامل الاقتصادية

البعد الثانى : العوامل الاجتماعية والثقافية

البعد الثالث: العوامل السياسية والتشريعية

البعد الرابع: العوامل التكنولوجية

المعاملات العلمية لاستمارة التحليل البيئى:

- الصدق:

لكى يتوصل الباحث إلى صدق استمارة التحليل البيئى قام بالاعتماد على:

صدق المحتوى (صدق المحكمين):

قام الباحث بعرض المحاور والابعاد على مجموعة من السادة الخبراء المتخصصين فى مجال الادارة الرياضية والذى تتوافر فيهم شروط الحصول على درجة الدكتوراة فى مجال الادارة الرياضية والبالغ عددهم (٩) خبراء مرفق رقم (٢) لاستطلاع آراءهم حول مناسبة المحاور والابعاد المقترحة لإبداء الرأي فى مدى ملائمتها لتحقيق اهداف البحث، ومن خلال ذلك اتضح اتفاق آراء السادة الخبراء على صلاحية المحاور والابعاد الموضوعية من قبل الباحث بنسبة قدرها (١٠٠%)

ثم قام الباحث بوضع العبارات المناسبة الخاصة بكل محور وبعد، ثم تم عرض المحاور والعبارات لاستمارة التحليل البيئى فى صورتها الاولية مرفق (٣) على السادة الخبراء وقد تم تسليم الاستمارة الى السادة الخبراء شخصيا من قبل الباحث لإبداء آراءهم فى :

- مدى مناسبة كل عبارة للمحور الذى تنتمى إليه لتحقيق هدفه.

- صحة الصياغة اللغوية لكل عبارة.

- حذف اودمج أو نقل او تعديل ما ترونة مناسباً.

وقد بلغ عدد العبارات الخاصة باستمارة التحليل البيئي (٥٠) عبارة أساسية، وبعد عرض إستمارة التحليل البيئي على السادة الخبراء تمت الموافقة على الصورة الأولية لاستمارة التحليل البيئي حيث تراوحت نسبة الموافقة ما بين (٢٢,٢٢% : ١٠٠%)، مع اقتراح حذف بعض العبارات وقد قام الباحث بإجراء التعديلات اللازمة كما يتضح من الجدول التالي رقم (٢).

جدول (٢)

التعديلات التي تمت باستمارة التحليل البيئي

المحور	العدد	رقم العبارة	العبارة قبل التعديل	نوع التعديل	العبارة بعد التعديل
الاول	الاول	٥	هناك تنسيق فعال بين مختلف وحدات العمل في الإعلام الرياضي.	حذف	-----
	الثاني	١١	هناك نظام تحفيز وظيفي يدعم أداء العاملين في الإعلام الرياضي.	حذف	-----
	الخامس	٢٣	هناك إجراءات عمل منظمة يتم الالتزام بها في تنفيذ المهام الإعلامية.	حذف	-----
الثاني	الاول	٢٧	تؤثر الأوضاع الاقتصادية العامة في مصر على تمويل أنشطة الإعلام الرياضي بالجامعة.	حذف	-----
	الثاني	٣٣	يحظى الإعلام الرياضي باهتمام كبير من طلاب الجامعة ومجتمع دمياط.	حذف	-----

وبناء علي التعديلات للسادة الخبراء التي تمت باستمارة الاستبيان من حذف بعض العبارات أصبحت استمارة التحليل البيئي في صورتها النهائية قبل التطبيق، حيث أصبح عدد عبارات استمارة التحليل البيئي في صورتها النهائية (٤٥) عبارة أساسية مرفق رقم (٤) صدق الاتساق الداخلي :

تم التأكد من صدق عبارات استمارة التحليل البيئي بحساب معامل الارتباط بين درجة كل عبارة وبين الدرجة الكلية لاستمارة التحليل البيئي وهذا ما يوضحه جدول (٣).

جدول (٣)

معامل الارتباط بين درجة كل عبارة ودرجة المحور الذي تنتمي اليه والدرجة الكلية لاستمارة التحليل البيئي ن = ١٦

المحور	رقم العبارة	معامل ارتباط بيرسون		المحور	رقم العبارة	معامل ارتباط بيرسون	
		العبارة مع المحور	العبارة مع الاستبيان			العبارة مع المحور	العبارة مع الاستبيان
الاول	١	*٠,٥٨٩	*٠,٦٠٠	الثاني	٢٤	*٠,٦٩٤	*٠,٤٩٣
	٢	*٠,٦١٧	*٠,٨٤٢		٢٥	*٠,٨٥٩	*٠,٦٢٥
	٣	*٠,٧٥٣	*٠,٥٥٦		٢٦	*٠,٤٩١	*٠,٥٣٤
	٤	*٠,٦٣٩	*٠,٦٤٤		٢٧	*٠,٥٠٩	*٠,٦٥٣
	٥	*٠,٧٥٧	*٠,٥٨٣		٢٨	*٠,٥٨٠	*٠,٥٧٧

تابع جدول (٣)
معامل الارتباط بين درجة كل عبارة ودرجة المحور الذي تنتمي اليه والدرجة الكلية لاستمارة
التحليل البيئي ن = ١٦

المحور	رقم العبارة	معامل ارتباط بيرسون		المحور	رقم العبارة
		العبارة مع المحور	العبارة مع الاستبيان		
	٦	*٠,٧٨٦	*٠,٨٢١		٢٩
	٧	*٠,٩٥٥	*٠,٧٨٣		٣٠
	٨	*٠,٧٨٦	*٠,٨٢١		٣١
	٩	*٠,٦٥٧	*٠,٦٢٨		٣٢
	١٠	*٠,٧٩٦	*٠,٦٥٣		٣٣
	١١	*٠,٩٥٥	*٠,٧٨٣		٣٤
	١٢	*٠,٧٣٤	*٠,٦١٣		٣٥
	١٣	*٠,٩٥٥	*٠,٧٨٣		٣٦
	١٤	*٠,٧٢٨	*٠,٧٦١		٣٧
	١٥	*٠,٨٠٦	*٠,٧٥٠		٣٨
	١٦	*٠,٧٠٦	*٠,٦٤٩		٣٩
	١٧	*٠,٩٥٥	*٠,٧٨٣		٤٠
	١٨	*٠,٧٩٥	*٠,٥٠٦		٤١
	١٩	*٠,٨٨٦	*٠,٧٦١		٤٢
	٢٠	*٠,٨١٨	*٠,٦١٣		٤٣
	٢١	*٠,٥٩٨	*٠,٦٣١		٤٤
	٢٢	*٠,٧٣٤	*٠,٦٩٠		٤٥
	٢٣	*٠,٧٤٨	*٠,٥٦٧		

* دال إحصائياً عند ٠,٠٥ (معامل ارتباط بيرسون الجدولي = ٠,٤٨٢)
يتضح من جدول ارقام (٣) أن معاملات الارتباط بين كل عبارة ودرجة المحاور الذي تنتمي اليه والدرجة الكلية لاستمارة الاستبيان ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة (٠,٠٥).

جدول (٤)
الاتساق الداخلي لمحاور استمارة التحليل البيئي (ن=١٦)

المحاور	معامل ارتباط بيرسون مع اجمالي الاستبيان
المحور الاول : تحليل البيئة الداخلية لتحديد نقاط القوة والضعف للاعلام الرياضى بجامعة دمياط.	*٠,٨٢٣
المحور الثانى : تحليل البيئة الخارجية للتعرف على الفرص والتحديات للاعلام الرياضى بجامعة دمياط	*٠,٧٤٨

* دال إحصائياً عند ٠,٠٥ (معامل ارتباط بيرسون الجدولي = ٠,٤٨٢)
يتضح من جدول (٤) أن قيم معاملات الارتباط بين استمارة التحليل البيئي بعضها البعض وبينها وبين الدرجة الكلية للاستمارة قيم دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠٥) مما يدل على صدق استمارة التحليل البيئي وأنها تقيس ما وضعت من أجله.

الثبات:

تم التحقق من الثبات باستخدام معامل ألفا كرونباخ لإيجاد ثبات عبارات استمارة التحليل البيئي وثبات محاور الاستمارة وهذا ما يوضحه جدول (٥).

جدول (٥)

ثبات إستمارة التحليل البيئي بطريقة ألفا كرونباخ (ن = ١٦)

المحور	رقم العبارة	معامل الثبات في حالة حذف العبارة		المحور	رقم العبارة	معامل الثبات في حالة حذف العبارة	
		للمحور	للاستبيان			للمحور	للاستبيان
الاول	١	٠,٨٢٢	٠,٩٦٢	الثاني	٢٤	٠,٩٥٤	٠,٩٦٢
	٢	٠,٨٣٥	٠,٩٦٢		٢٥	٠,٩٥٤	٠,٩٦٢
	٣	٠,٩٥٧	٠,٩٦٢		٢٦	٠,٩٥٤	٠,٩٦٢
	٤	٠,٩٥٩	٠,٩٦٢		٢٧	٠,٩٥٤	٠,٩٦٢
	٥	٠,٩٥٧	٠,٩٦٢		٢٨	٠,٩٢٠	٠,٩٦٢
	٦	٠,٩٥٦	٠,٩٦٢		٢٩	٠,٩١٥	٠,٩٦٢
	٧	٠,٩٥٢	٠,٩٦٢		٣٠	٠,٩١٧	٠,٩٦٢
	٨	٠,٩٥٦	٠,٩٦٢		٣١	٠,٩٢١	٠,٩٦٢
	٩	٠,٩٥٩	٠,٩٦٢		٣٢	٠,٩١٢	٠,٩٦٢
	١٠	٠,٩٥٧	٠,٩٦٢		٣٣	٠,٩١٥	٠,٩٦٢
	١١	٠,٩٥٢	٠,٩٦٢		٣٤	٠,٩١٦	٠,٩٦٢
	١٢	٠,٩٥٧	٠,٩٦٢		٣٥	٠,٩١٩	٠,٩٦٢
	١٣	٠,٩٥٢	٠,٩٦٢		٣٦	٠,٩١٧	٠,٩٦٢
	١٤	٠,٩٥٧	٠,٩٦٢		٣٧	٠,٩٢٧	٠,٩٦٢
	١٥	٠,٩٥٦	٠,٩٦٢		٣٨	٠,٩٢٩	٠,٩٦٢
	١٦	٠,٩٥٩	٠,٩٦٢		٣٩	٠,٩١٥	٠,٩٦٢
	١٧	٠,٩٥٢	٠,٩٦٢		٤٠	٠,٩٠٤	٠,٩٦٢
	١٨	٠,٧٩٤	٠,٩٦٢		٤١	٠,٩٠٩	٠,٩٦٢
	١٩	٠,٨١٤	٠,٩٦٢		٤٢	٠,٩٣١	٠,٩٦٢
	٢٠	٠,٨٠٢	٠,٩٦٢		٤٣	٠,٨٩٥	٠,٩٦٢
	٢١	٠,٨٩٧	٠,٩٦٢		٤٤	٠,٩٣١	٠,٩٦٢
	٢٢	٠,٩٦٦	٠,٩٦٢		٤٥	٠,٨٩٤	٠,٩٦٢
	٢٣	٠,٩٦٨	٠,٩٦٢				

جدول (٦)

قيم معامل الفا لكرونباخ لمحاور إستمارة التحليل البيئي

معامل الفا كرونباخ	محاور الاستمارة	
	للمحور ككل	للاستبيان ككل
٠,٩٧١	٠,٩٦٣	المحور الاول : تحليل البيئة الداخلية لتحديد نقاط القوة والضعف للاعلام الرياضي بجامعة دمياط.
	٠,٩٦٥	المحور الثاني : تحليل البيئة الخارجية للتعرف على الفرص والتهديدات للاعلام الرياضي بجامعة دمياط

يتضح من جدول (٦) أن معامل ثبات عبارات إستمارة التحليل البيئي مقبولة إحصائياً (٠,٧٠ فأكثر) كما أن معاملات الثبات للاستبيان والمحاورة في حالة حذف العبارة أقل من مثيلتها بدون حذف العبارة مما يعني أن حذف أي عبارة سيؤثر سلباً على ثبات الاستبيان، وهذا يدل على ثبات الاستبيان ومحاورة وعباراته.

تطبيق الاستمارة التحليل البيئي

قام الباحث بتطبيق استمارة التحليل البيئي على عينة البحث الاساسية والتي بلغت (٥٧) فرد من الفترة ٢٠٢٥/٢/١٧ الى ٢٠٢٥/٤/٢٢
طريقة تصحيح إستمارة التحليل البيئي :

اعتمد الباحث في تحديد استجابات عينة البحث على عبارات استمارة التحليل البيئي على ميزان التقدير الثنائي (موافق- غير موافق) وقد اعطيت الاستجابات (٢، ١) درجة على التوالي وبذلك تكون أعلى إستجابة (١ × ٤٥)، (٢ × ٤٥) درجة.

ثانياً: إستمارة الإستراتيجية المقترحة للإعلام الرياضي بجامعة دمياط:

في ضوء هدف البحث ونتائج إستمارة التحليل البيئي (SWOT) قام الباحث بتصميم إستمارة الإستراتيجية المقترحة للإعلام الرياضي بجامعة دمياط، حيث تمكن الباحث من تحديد محاور إستمارة الإستراتيجية المقترحة للإعلام الرياضي بجامعة دمياط وقد إشملت على عدد (٦) محاور كالتالي.

- المحور الاول : الرؤية والرسالة والاهداف الاستراتيجية للاعلام الرياضى بجامعة دمياط
 - المحور الثانى : السياسات الاستراتيجية المقترحة للاعلام الرياضى بجامعة دمياط
 - المحور الثالث : الاجراءات الاستراتيجية المقترحة للاعلام الرياضى بجامعة دمياط
 - المحور الرابع : آليات تنفيذ الاستراتيجية المقترحة للاعلام الرياضى بجامعة دمياط
 - المحور الخامس : البدائل الاستراتيجية للاعلام الرياضى بجامعة دمياط
 - المحور السادس : آليات تقييم الاستراتيجية للاعلام الرياضى بجامعة دمياط
- المعاملات العلمية لاستمارة الاستراتيجية المقترحة :

* الصدق :

- الصدق المحتوى :

حتى يتوصل الباحث الى صدق إستمارة الاستراتيجية المقترحة للإعلام الرياضي بجامعة دمياط، قام الباحث بعرض هذه المحاور على مجموعة من السادة الخبراء مرفق رقم (٢) وعددهم (٩) خبراء مجال الادارة الرياضية، وذلك لابداء الرأي في مدى ملائمة وكفاية المحاور المقترحة لتحقيق أهداف البحث وتعديل (صياغة، حذف، دمج، نقل، إضافة) ما يراه مناسباً من العبارات،

وأجمعت الخبراء على صلاحية جميع محاور استثمار الاستراتيجية المقترحة بنسبة قدرها (١٠٠%)، وبالتالي لا يوجد أي تعديل على محاور استثمار الاستراتيجية المقترحة.

- ثم قام الباحث بتحديد وصياغة عبارات استثمار الاستراتيجية المقترحة المندرجة تحت كل محور في استثمار الاستراتيجية المقترحة في صورتها المبدئية مرفق رقم (٥) حيث بلغ عدد العبارات (٤١) عبارة أساسية، (٣٣) عبارة فرعية.

ثم قام الباحث بعرض استثمار الاستراتيجية المقترحة في صورتها المبدئية مرفق رقم (٥) على السادة الخبراء مرفق رقم (٢) وقد تم تسليم استثمار الاستراتيجية المقترحة شخصياً باليد من قبل الباحث لإبداء آرائهم من حيث:

- التأكد من كفاية العبارات ومناسبتها لكل بعد و محور .
 - إرتباط كل عبارة بالبعد الذي تنتمي اليه .
 - سلامة صياغة العبارات ومناسبتها لعينة البحث .
 - (إضافة، حذف، إعادة صياغة، نقل، دمج) أي عبارات يرونها مناسبة .
- وقد أقتراح الباحث ميزان التقدير الثنائي (ثيرستون) (موافق، غير موافق) وتم عرضه على السادة الخبراء لمعرفة مدى مناسبتها للبحث وأجمعت عليه آراء السادة الخبراء بنسبة (١٠٠%) . ومن خلال عرض الباحث عبارات استثمار الاستراتيجية المقترحة حيث تراوحت نسب الموافقة ما بين (٨٨,٨٩% - ١٠٠%)، وبالتالي لا يوجد أي تعديل على عبارات استثمار الاستراتيجية المقترحة

تطبيق استثمار الاستراتيجية المقترحة

قام الباحث بتطبيق استثمار الاستراتيجية المقترحة على مجموعة من الخبراء المختصين في مجال الادارة الرياضية والاعلام والتي بلغت (٢٠) خبير من الفترة ٢٠٢٥/٦/٣ الى ٢٠٢٥/٦/٢٧ م.

طريقة تصحيح استثمار الاستراتيجية المقترحة :

اعتمد الباحث في تحديد استجابات عينة البحث على عبارات استثمار الاستراتيجية المقترحة على ميزان التقدير الثنائي (موافق- غير موافق) وقد اعطيت الاستجابات (٢، ١) درجة على التوالي.

المعالجات الإحصائية المستخدمة في البحث:

تم ايجاد المعالجات الاحصائية باستخدام برنامج SPSS version 2020 فيما يلي :

- النسبة المئوية % لحساب تكرارات آراء الخبراء في عبارات ومحاور الاستبيان

- معامل الارتباط (البيرسون) لحساب صدق الاتساق الداخلي بين عبارات الاستبيان
 - معامل ثبات الفا كرونباخ لحساب ثبات استمارة الاستبيان
 - مربع كاي^٢ لحساب الفروق بين استجابات اراء عينة البحث
 - الاتجاه السائد لتحديد اتجاه استجابات افراد العينة
 - نسبة الموافقة لتحديد نسبة موافقة اراء عينة البحث على عبارات استمارة الاستبيان
- عرض ومناقشة النتائج :

أولاً: عرض ومناقشة نتائج إستمارة التحليل البيئي

جدول (٧)

التكرار والنسبة المئوية والدلالات الإحصائية الخاصة بعبارات المحور الاول (تحليل البيئة الداخلية لتحديد نقاط القوة والضعف للاعلام الرياضي بجامعة دمياط) ن= (٥٧)

م	الدلالات الإحصائية محتوى العبارة	موافق		غير موافق		مربع كاي	مستوى الدلالة	الاتجاه السائد
		التكرار	النسبة. %	التكرار	النسبة. %			
	البعـد الاول : الهيكل التنظيمي							
١	يوجد هيكل تنظيمي واضح لإدارة الإعلام الرياضي داخل الجامعة.	13	٢٢,٨١ %	44	٧٧,١٩ %	16.860	.000	لا أوافق
٢	تتحدد الاختصاصات والمسؤوليات لكل فرد في إدارة الإعلام بوضوح.	16	٢٨,٠٧ %	41	٧١,٩٣ %	10.965	.001	لا أوافق
٣	يتم تحديث الهيكل الإداري ليتناسب مع متطلبات التطوير المؤسسي.	14	٢٤,٥٦ %	43	٧٥,٤٤ %	14.754	.000	لا أوافق
٤	يتمتع الهيكل بالمرونة الكافية لمواكبة التغيرات في المجال الرياضي والإعلامي.	14	٢٤,٥٦ %	43	٧٥,٤٤ %	14.754	.000	لا أوافق
٥	هناك تواصل فعال بين إدارة الإعلام الرياضي والإدارات الأخرى بالجامعة.	34	٥٩,٦٥ %	23	٤٠,٣٥ %	2.123	.145	أوافق

تابع جدول (٧)

التكرار والنسبة المئوية والدلالات الإحصائية الخاصة بعبارات المحور الأول (تحليل البيئة الداخلية لتحديد نقاط القوة والضعف للإعلام الرياضي بجامعة دمياط) ن = (٥٧)

م	الدلالات الإحصائية محتوى العبارة	موافق		غير موافق		مربع كاي	مستوى الدلالة	الاتجاه السائد
		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %			
	البعد الثاني : الموارد البشرية							
٦	يتوافر عدد كافٍ من الكوادر المتخصصة في الإعلام الرياضي.	20	٣٥,٠٩%	37	٦٤,٩١%	5.070	.024	لا أوافق
٧	يتمتع العاملون بالكفاءة والخبرة المناسبة في المجال الرياضي والإعلامي.	33	٥٧,٨٩%	24	٤٢,١١%	1.421	.233	أوافق
٨	تتاح فرص تدريب وتطوير مهني للعاملين في الإعلام الرياضي.	24	٤٢,١١%	33	٥٧,٨٩%	1.421	.233	لا أوافق
٩	تسود روح التعاون والعمل الجماعي بين أفراد فريق الإعلام الرياضي.	36	٦٣,١٦%	21	٣٦,٨٤%	3.947	.047	أوافق
	البعد الثالث : الموارد المالية والمادية							
١٠	تتوفر ميزانية كافية لتنشغيل وتطوير أنشطة الإعلام الرياضي.	32	٥٦,١٤%	25	٤٣,٨٦%	.860	.354	أوافق
١١	يتوفر للإعلام الرياضي أجهزة ومعدات تقنية حديثة.	14	٢٤,٥٦%	43	٧٥,٤٤%	14.754	.000	لا أوافق
١٢	تستخدم الموارد المالية بكفاءة في تنفيذ البرامج الإعلامية.	14	٢٤,٥٦%	43	٧٥,٤٤%	14.754	.000	لا أوافق
١٣	هناك دعم مادي لتغطية الأحداث والمناسبات الرياضية الجامعية.	32	٥٦,١٤%	25	٤٣,٨٦%	.860	.354	أوافق

تابع جدول (٧)
التكرار والنسبة المئوية والدلالات الإحصائية الخاصة بعبارات المحور الأول (تحليل البيئة
الداخلية لتحديد نقاط القوة والضعف للاعلام الرياضي بجامعة دمياط) ن= (٥٧)

م	الدلالات الإحصائية محتوى العبارة	موافق		غير موافق		مربع كاي	مستوى الدلالة	الاتجاه السائد
		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %			
١٤	يتم صيانة وتحديث الأجهزة الإعلامية بشكل دوري.	11	١٩,٣٠%	46	٨٠,٧٠%	21.491	.000	لا وافق
	البعد الرابع: نظم المعلومات							
١٥	توجد قاعدة بيانات رقمية تحتوي على أنشطة الفرق الرياضية بالجامعة.	11	١٩,٣٠%	46	٨٠,٧٠%	21.491	.000	لا وافق
١٦	يتم استخدام أنظمة معلومات متطورة في إدارة المحتوى الإعلامي الرياضي.	9	١٥,٧٩%	48	٨٤,٢١%	26.684	.000	لا وافق
١٧	يتم توثيق الأحداث والأنشطة الرياضية بشكل منتظم ومنظم.	29	٥٠,٨٨%	28	٤٩,١٢%	.018	.895	أوافق
١٨	هناك تكامل بين نظم الإعلام الرياضي ومنصات الجامعة الرسمية.	7	١٢,٢٨%	50	٨٧,٧٢%	32.439	.000	لا وافق
١٩	تتوفر وسائل حديثة لنقل وتوزيع الأخبار الرياضية بسرعة وكفاءة.	10	١٧,٥٤%	47	٨٢,٤٦%	24.018	.000	لا وافق
	البعد الخامس : إجراءات العمل والأنماط الإدارية							
٢٠	توجد خطة إعلامية واضحة ومعلنة تغطي جميع الأنشطة الرياضية.	7	١٢,٢٨%	50	٨٧,٧٢%	32.439	.000	لا وافق
٢١	النمط الإداري السائد يشجع على الإبداع والتجديد في العمل الإعلامي.	29	٥٠,٨٨%	28	٤٩,١٢%	.018	.895	أوافق
٢٢	يتم إشراك العاملين في الإعلام في اتخاذ القرارات المتعلقة بالعمل.	15	٢٦,٣٢%	42	٧٣,٦٨%	12.789	.000	لا وافق
٢٣	تُتاح الحرية الكافية لفريق الإعلام في ممارسة مهامه دون تدخل بيروقراطي.	32	٥٦,١٤%	25	٤٣,٨٦%	.860	.354	أوافق

*مربع كاي معنوي عند مستوى ٠,٠٥ حيث مستوى الدلالة $\geq ٠,٠٥$ عند درجة الحرية = ١, ٣, ٨٤

يتضح من جدول (٧) والخاص بالتكرار والنسبة المئوية والدلالات الاحصائية الخاصة بعبارات المحور الاول (تحليل البيئة الداخلية لتحديد نقاط القوة والضعف للاعلام الرياضي بجامعة دمياط) وجود فروق معنوية ذات دلالة احصائية بين الإستجابات وهذه القيم لمربع كاي معنوية عند مستوى ٠,٠٥ فى جميع العبارات، عدا العبارة رقم (٧، ٨، ١٠، ١٣، ١٧، ٢١، ٢٣)، وبنسبة موافقة تراوحت ما بين (١٢,٢٨% إلى ٦٣,١٦%)، ومن خلال ذلك قام الباحث بتحديد نقاط القوة والضعف للمحور الاول كما يلي:

نقاط القوة فى المحور الاول :

- هناك تواصل فعال بين إدارة الإعلام الرياضي والإدارات الأخرى بالجامعة.
- يتمتع العاملون بالكفاءة والخبرة المناسبة في المجال الرياضي والإعلامي.
- تسود روح التعاون والعمل الجماعي بين أفراد فريق الإعلام الرياضي.
- تتوفر ميزانية كافية لتشغيل وتطوير أنشطة الإعلام الرياضي.
- هناك دعم مادي لتغطية الأحداث والمناسبات الرياضية الجامعية.
- يتم توثيق الأحداث والأنشطة الرياضية بشكل منتظم ومنظم.
- النمط الإداري السائد يشجع على الإبداع والتجديد في العمل الإعلامي.
- تُتاح الحرية الكافية لفريق الإعلام في ممارسة مهامه دون تدخل بيروقراطي.

نقاط الضعف فى المحور الاول

- لا يوجد هيكل تنظيمي واضح لإدارة الإعلام الرياضي داخل الجامعة.
- لا يتم تحدد الاختصاصات والمسؤوليات لكل فرد في إدارة الإعلام بوضوح.
- لا يتم تحديث الهيكل الإداري ليتناسب مع متطلبات التطوير المؤسسي.
- لا يتمتع الهيكل بالمرونة الكافية لمواكبة التغيرات في المجال الرياضي والإعلامي.
- لا يتوافر عدد كافٍ من الكوادر المتخصصة في الإعلام الرياضي.
- لا تتاح فرص تدريب وتطوير مهني للعاملين في الإعلام الرياضي.
- لا يتوفر للإعلام الرياضي أجهزة ومعدات تقنية حديثة.
- لا تُستخدم الموارد المالية بكفاءة في تنفيذ البرامج الإعلامية.
- لا يتم صيانة وتحديث الأجهزة الإعلامية بشكل دوري.
- لا توجد قاعدة بيانات رقمية تحتوي على أنشطة الفرق والمناسبات الرياضية بالجامعة.
- لا يتم استخدام أنظمة معلومات متطورة في إدارة المحتوى الإعلامي الرياضي.
- لا يوجد تكامل بين نظم الإعلام الرياضي ومنصات الجامعة الرسمية.

- لا تتوفر وسائل حديثة لنقل وتوزيع الأخبار الرياضية بسرعة وكفاءة.
- لا توجد خطة إعلامية واضحة ومعلنة تغطي جميع الأنشطة الرياضية.
- لا يتم إشراك العاملين في الإعلام في اتخاذ القرارات المتعلقة بالعمل.

جدول (٨)

التكرار والنسبة المئوية والدلالات الإحصائية الخاصة بعبارات المحور الثاني (تحليل البيئة الخارجية للتعرف على الفرص والتهديدات للإعلام الرياضي بجامعة دمياط) ن = (٥٧)

م	الدلالات الإحصائية محتوى العبارة	موافق		غير موافق		مربع كاي	مستوى الدلالة	الاتجاه السائد
		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %			
	البعد الأول : العوامل الاقتصادية							
٢٤	توفر الدولة تمويلًا أو دعمًا ماديًا للأنشطة الإعلامية الرياضية بالجامعات.	37	٦٤,٩١%	20	٣٥,٠٩%	5.070	.024	أوافق
٢٥	تمثل الشراكات مع مؤسسات اقتصادية محلية فرصة لدعم الإعلام الرياضي.	10	١٧,٥٤%	47	٨٢,٤٦%	24.018	.000	لا أوافق
٢٦	ضعف الإقبال الإعلاني من الجهات الاقتصادية يشكل تهديدًا لتطوير الإعلام الرياضي.	39	٦٨,٤٢%	18	٣١,٥٨%	7.737	.005	أوافق
٢٧	توجد فرص لتتويع مصادر تمويل الإعلام الرياضي من خلال الرعاية والجهات الخاصة.	4	٧,٠٢%	53	٩٢,٩٨%	42.123	.000	لا أوافق
٢٨	الاستقرار الاقتصادي يسهم في دعم التخطيط طويل المدى للإعلام الرياضي بالجامعة.	41	٧١,٩٣%	16	٢٨,٠٧%	10.965	.001	أوافق
	البعد الثاني : العوامل الاجتماعية والثقافية							
٢٩	الثقافة الرياضية المجتمعية تدعم إنتاج محتوى إعلامي رياضي هادف وجذاب.	36	٦٣,١٦%	21	٣٦,٨٤%	3.947	.047	أوافق

تابع جدول (٨)

التكرار والنسبة المئوية والدلالات الإحصائية الخاصة بعبارات المحور الثاني (تحليل البيئة الخارجية للتعرف على الفرص والتهديدات للإعلام الرياضي بجامعة دمياط) ن = (٥٧)

م	الدلالات الإحصائية محتوى العبارة	موافق		غير موافق		مربع كاي	مستوى الدلالة	الاتجاه السائد
		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %			
٣٠	ضعف الوعي الإعلامي لدى بعض الطلاب يمثل تهديداً للتفاعل مع المحتوى الرياضي.	42	٧٣,٦٨%	15	٢٦,٣٢%	12.789	.000	أوافق
٣١	توجد رغبة مجتمعية متزايدة في متابعة الفعاليات والأنشطة الرياضية بالجامعة.	38	٦٦,٦٧%	19	٣٣,٣٣%	6.333	.012	أوافق
٣٢	التغيرات في ميول واهتمامات الشباب تؤثر على طبيعة المحتوى الرياضي المطلوب.	42	٧٣,٦٨%	15	٢٦,٣٢%	12.789	.000	أوافق
٣٣	المشاركة الطلابية في العمل الإعلامي تعزز من ثقافة الانتماء والحوار الرياضي.	33	٥٧,٨٩%	24	٤٢,١١%	1.421	.233	أوافق
	البعد الثالث: العوامل السياسية والتشريعية							
٣٤	تحرص السياسات الحكومية على دعم الأنشطة الرياضية والإعلام الجامعي.	31	٥٤,٣٩%	26	٤٥,٦١%	.439	.508	أوافق
٣٥	توجد لوائح وتشريعات جامعية تنظم العمل الإعلامي الرياضي بوضوح.	8	١٤,٠٤%	49	٨٥,٩٦%	29.491	.000	لا أوافق
٣٦	ضعف أو غموض بعض التشريعات يحد من حرية العمل الإعلامي في الرياضة الجامعية.	38	٦٦,٦٧%	19	٣٣,٣٣%	6.333	.012	أوافق
٣٧	استقرار البيئة السياسية يشجع على توسع الإعلام الرياضي الجامعي.	35	٦١,٤٠%	22	٣٨,٦٠%	2.965	.085	أوافق

تابع جدول (٨)

التكرار والنسبة المئوية والدلالات الإحصائية الخاصة بعبارات المحور الثاني (تحليل البيئة الخارجية للتعرف على الفرص والتهديدات للإعلام الرياضي بجامعة دمياط) ن = (٥٧)

م	الدلالات الإحصائية محتوى العبارة	موافق		غير موافق		مربع كاي	مستوى الدلالة	الاتجاه السائد
		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %			
٣٨	توجد فرص للتعاون مع جهات رياضية رسمية بناء على الدعم السياسي المتاح.	13	٢٢,٨١%	44	٧٧,١٩%	16.860	.000	لا أوافق
٣٩	دعم القيادة الجامعية يشكل عنصر قوة لتعزيز دور الإعلام الرياضي.	43	٧٥,٤٤%	14	٢٤,٥٦%	14.754	.000	أوافق
	البعد الرابع: العوامل التكنولوجية							
٤٠	تتوفر تقنيات حديثة تساعد على تطوير الإعلام الرياضي بالجامعة.	6	١٠,٥٣%	51	٨٩,٤٧%	35.526	.000	لا أوافق
٤١	ضعف البنية التحتية التكنولوجية يمثل تهديدًا أمام نمو الإعلام الرياضي.	35	٦١,٤٠%	22	٣٨,٦٠%	2.965	.085	أوافق
٤٢	الاستخدام الواسع للمنصات الرقمية يُمثل فرصة كبيرة لتوسيع نطاق الوصول الإعلامي.	43	٧٥,٤٤%	14	٢٤,٥٦%	14.754	.000	أوافق
٤٣	تتوفر لدى العاملين مهارات كافية للتعامل مع أدوات الإعلام الرقمي والمرئي.	13	٢٢,٨١%	44	٧٧,١٩%	16.860	.000	لا أوافق
٤٤	نقص التدريب على الوسائط الحديثة يُضعف من جودة الإنتاج الإعلامي الرياضي.	41	٧١,٩٣%	16	٢٨,٠٧%	10.965	.001	أوافق
٤٥	تطور أدوات التحليل الرقمي يتيح تقييم أداء الإعلام الرياضي بدقة.	45	٧٨,٩٥%	12	٢١,٠٥%	19.105	.000	أوافق

*مربع كاي معنوي عند مستوى ٠,٠٥ حيث مستوى الدلالة $\geq ٠,٠٥$ عند درجة الحرية = ١, ٣,٨٤

يتضح من جدول (٨) والخاص بالتكرار والنسبة المئوية والدلالات الاحصائية الخاصة بعبارات المحور الثانى (تحليل البيئة الخارجية للتعرف على الفرص والتهديدات للاعلام الرياضي بجامعة دمياط) وجود فروق معنوية ذات دلالة احصائية بين الإستجابات وهذه القيم لمربع كاي معنوية عند مستوى ٠,٠٥ فى جميع العبارات، عدا العبارة رقم (٣٣، ٣٤، ٣٧)، وبنسبة موافقة تراوحت ما بين (٧,٠٢% إلى ٧٨,٩٥%)، ومن خلال ذلك قام الباحث بتحديد الفرص والتهديدات فى عبارات المحور الثانى كالتالى :

الفرص للمحور الثانى :

- توفر الدولة تمويلاً أو دعماً مادياً للأنشطة الإعلامية الرياضية بالجامعات.
- الاستقرار الاقتصادي يسهم في دعم التخطيط طويل المدى للإعلام الرياضي بالجامعة.
- الثقافة الرياضية المجتمعية تدعم إنتاج محتوى إعلامي رياضي هادف وجذاب.
- توجد رغبة مجتمعية متزايدة في متابعة الفعاليات والأنشطة الرياضية بالجامعة.
- المشاركة الطلابية في العمل الإعلامي تعزز من ثقافة الانتماء والحوار الرياضي.
- تحرص السياسات الحكومية على دعم الأنشطة الرياضية والإعلام الجامعي.
- استقرار البيئة السياسية يشجع على توسع الإعلام الرياضي الجامعي.
- دعم القيادة الجامعية يشكل عنصر قوة لتعزيز دور الإعلام الرياضي.
- الاستخدام الواسع للمنصات الرقمية يُمثل فرصة كبيرة لتوسيع نطاق الوصول الإعلامي.
- تطور أدوات التحليل الرقمي يتيح تقييم أداء الإعلام الرياضي بدقة.

التهديدات للمحور الثانى :

- لا تمثل الشراكات مع مؤسسات اقتصادية محلية فرصة لدعم الإعلام الرياضي.
- لا توجد فرص لتنويع مصادر تمويل الإعلام الرياضي من خلال الرعاية والجهات الخاصة.
- ضعف الوعي الإعلامي لدى بعض الطلاب يمثل تهديداً للتفاعل مع المحتوى الرياضي.
- التغيرات في ميول واهتمامات الشباب تؤثر على طبيعة المحتوى الرياضي المطلوب.
- لا توجد لوائح وتشريعات جامعية تنظم العمل الإعلامي الرياضي بوضوح.
- ضعف أو غموض بعض التشريعات يحد من حرية العمل الإعلامي في الرياضة الجامعية.
- لا توجد فرص للتعاون مع جهات رياضية رسمية بناءً على الدعم السياسي المتاح.
- لا تتوفر تقنيات حديثة تساعد على تطوير الإعلام الرياضي بالجامعة.
- ضعف البنية التحتية التكنولوجية يمثل تهديداً أمام نمو الإعلام الرياضي.
- نقص التدريب على الوسائط الحديثة يُضعف من جودة الإنتاج الإعلامي الرياضي.
- لا تتوفر لدى العاملين مهارات كافية للتعامل مع أدوات الإعلام الرقمي والمرئي.

ومن خلال دراسة الواقع الفعلي للإعلام الرياضي بجامعة دمياط وتحليل البيئة الداخلية والخارجية توصل الباحث الى مصفوفة التحليل البيئي كما يوضحها جدول (٩)

جدول (٩)

مصفوفة التحليل البيئي *SWOT mtrix*

الآن وبعد التحليل السابق فإنه يتم تجميع نتائج التحليل للبيئة الداخلية والخارجية في مصفوفة واحدة يطلق عليها مصفوفة ال SWOT الشكل النهائي لتلك المصفوفة بعد تجميع نتائج التحليل المتحصل عليه



التحديات Threats

- لا تمثل الشراكات مع مؤسسات اقتصادية محلية فرصة لدعم الإعلام الرياضي.
- لا توجد فرص لتتنوع مصادر تمويل الإعلام الرياضي من خلال الرعاية والجهات الخاصة.
- لا توجد لوائح وتشريعات جامعية تنظم العمل الإعلامي الرياضي بوضوح.
- ضعف أو غموض بعض التشريعات يحد من حرية العمل الإعلامي في الرياضة الجامعية.
- لا تتوفر تقنيات حديثة تساعد على تطوير الإعلام الرياضي بالجامعة.
- ضعف البنية التحتية التكنولوجية يمثل تهديداً أمام نمو الإعلام الرياضي.
- نقص التدريب على الوسائط الحديثة يُضعف من جودة الإنتاج الإعلامي الرياضي.
- لا تتوفر لدى العاملين مهارات كافية للتعامل مع أدوات الإعلام الرقمي والمرئي.

الفرص Opportunities

- توفر الدولة تمويلاً أو دعماً مادياً للأنشطة الإعلامية الرياضية بالجامعات.
- ضعف الإقبال الإعلاني من الجهات الاقتصادية يشكل تهديداً لتطوير الإعلام الرياضي.
- الاستقرار الاقتصادي يساهم في دعم التخطيط طويل المدى للإعلام الرياضي بالجامعة.
- توجد رغبة مجتمعية متزايدة في متابعة الفعاليات والأنشطة الرياضية بالجامعة.
- المشاركة الطلابية في العمل الإعلامي تعزز من ثقافة الانتماء والحوار الرياضي.
- استقرار البيئة السياسية يشجع على توسع الإعلام الرياضي الجامعي.
- دعم القيادة الجامعية يشكل عنصر قوة لتعزيز دور الإعلام الرياضي.
- الاستخدام الواسع للمنصات الرقمية يُمثل فرصة كبيرة لتوسيع نطاق الوصول الإعلامي

ثانياً: عرض ومناقشة نتائج إستمارة الاستراتيجية المقترحة

عرض ومناقشة المحور الاول : الرؤية والرسالة والاهداف الاستراتيجية للاعلام الرياضي بجامعة دمياط

جدول (١٠)

التكرارات والنسب المئوية لآراء عينة البحث حول عبارات المحور الاول: الرؤية والرسالة والاهداف الاستراتيجية للاعلام الرياضي بجامعة دمياط (ن = ٢٠)

الاتجاه السائد	غير موافق		موافق		الدلالات الاحصائية محتوى العبارة	م
	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
أوافق	10%	2	90%	18	الرؤية "زيادة وتمييز في الإعلام الرياضي الجامعي لدعم التنمية الرياضية وتعزيز الانتماء المؤسسي بجامعة دمياط."	١

تابع جدول (١٠)
التكرارات والنسب المئوية لآراء عينة البحث حول عبارات المحور الاول: الرؤية والرسالة
والاهداف الاستراتيجية للاعلام الرياضى بجامعة دمياط (ن = ٢٠)

الاتجاه السائد	غير موافق		موافق		الدلائل الإحصائية محتوى العبارة	م
	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
لا أوافق	75%	15	25%	5	أن يصبح الإعلام الرياضي بجامعة دمياط منصة متميزة تدعم التميز الرياضي، وتعزز الهوية المؤسسية، وتسهم في تحقيق أهداف الجامعة في ضوء معايير الجودة والتطوير المؤسسي.	٢
					الرسالة	
أوافق	15%	3	85%	17	" بناء منظومة إعلامية رياضية احترافية، تواكب التطورات التقنية والمعرفية، وتبرز الأنشطة الرياضية الجامعية، وتسهم في تنمية وعي طلاب الجامعة بالرياضة ودورها المجتمعي، من خلال محتوى هادف، وأدوات تواصل فعالة، وتعاون مستدام مع الشركاء الداخليين والخارجيين."	٣
لا أوافق	65%	13	35%	7	نشر الوعي الرياضي بين الطلاب وأعضاء هيئة التدريس والعاملين، ودعم الأنشطة والبطولات الرياضية، والترويج لنجاحات الجامعة رياضياً، من خلال إعلام رياضي مؤسسي احترافي يواكب متطلبات التحول الرقمي والتطوير المؤسسي.	٤
					الاهداف	
أوافق	20%	4	80%	16	تعزيز دور الإعلام الرياضي في دعم الأنشطة الطلابية الرياضية.	٥
أوافق	٠٠%	٠٠	100%	20	الترويج للبطولات والمبادرات الرياضية بالجامعة داخلياً وخارجياً.	٦
أوافق	20%	4	80%	16	ربط الإعلام الرياضي برؤية الجامعة في التطوير المؤسسي والتحول الرقمي.	٧
أوافق	15%	3	85%	17	بناء كوادر طلابية مؤهلة للعمل في مجال الإعلام الرياضي.	٨
أوافق	5%	1	95%	19	تطوير قنوات ومنصات إعلامية رياضية فاعلة (مقروءة، مرئية، رقمية)	٩
أوافق	5%	1	95%	19	توثيق الإنجازات الرياضية للجامعة على المستويين المحلى والدولى.	١٠
أوافق	15%	3	85%	17	بناء شراكات إعلامية مع جهات رياضية وإعلامية مؤثرة	١١

*مربع كاي معنوى عند مستوى ٠,٠٥، حيث مستوى الدلالة $\geq ٠,٠٥$ عند درجة الحرية = ١، ٣,٨٤

يتضح من جدول (٤) نجد أستجابة عينة البحث فى الاتجاه السائد (موافق) حيث تراوحت نسبة ما بين (٢٥% : ١٠٠%)، وقد إرتضى الباحث نسبة (٨٠%) كمعيار لاختيار الرؤية الاستراتيجية، ومن خلال ذلك يتضح أن الرؤية الاستراتيجية المقترحة تتمثل فى "ريادة وتميز فى الإعلام الرياضي الجامعي لدعم التنمية الرياضية وتعزيز الانتماء المؤسسي بجامعة دمياط"، كما تتمثل الرسالة الاستراتيجية فى "بناء منظومة إعلامية رياضية احترافية، تواكب التطورات التقنية والمعرفية، وتبرز الأنشطة الرياضية الجامعية، وتسهم فى تنمية وعي طلاب الجامعة بالرياضة ودورها المجتمعي، من خلال محتوى هادف، وأدوات تواصل فعالة، وتعاون مستدام مع الشركاء الداخليين والخارجيين"، وتتمثل الاهداف الاستراتيجية فى "الترويج للبطولات والمبادرات الرياضية بالجامعة داخليًا وخارجيًا، توثيق الإنجازات الرياضية للجامعة على المستويين المحلي والدولي، ربط الإعلام الرياضي برؤية الجامعة فى التطوير المؤسسي والتحول الرقمي، تعزيز دور الإعلام الرياضي فى دعم الأنشطة الطلابية الرياضية، تطوير قنوات ومنصات إعلامية رياضية فاعلة (مقروءة، مرئية، رقمية)، بناء كوادر طلابية مؤهلة للعمل فى مجال الإعلام الرياضي، بناء شراكات إعلامية مع جهات رياضية وإعلامية مؤثرة

وفى هذا الصدد أشارت نتائج دراسة **ايمان مسعد التحفة (٢٠٠٨)** على وضع رؤية إعلامية للاستراتيجية المقترحة للقنوات الرياضية، تحديد اهداف الاستراتيجية المقترحة للقنوات الفضائية، تحديد البدائل والسياسات للاستراتيجية المقترحة للقنوات الفضائية وفى هذا الصدد أشارت نتائج دراسة **يحيى زكريا محمد (٢٠١٤)** أنه لا توجد رؤية ورسالة واضحة لهيئة إستاذ القاهرة، أهداف هيئة إستاذ غير واضحة وغير محددة ولا يمكن قياسها، الاهداف الموضوعية اكبر من الامكانيات المتوفرة، هناك قوانين غير مناسبة تعوق من العمل داخل الاستاد الرياضي.

وتؤكد نتائج دراسة **محمود علي الحاج (٢٠١٩)** انه توجد أهداف وغايات استراتيجية لكنها غير معلومة ومعروفة لدى الاداريين فى الإتحادات الرياضية، كما أن الاتحادات الرياضية تمارس التخطيط الاستراتيجي بصورة متوسطة وهذا يتطلب تفعيل ممارسة وتطبيق التخطيط الاستراتيجي فى الإتحادات الرياضية.

وأوصت دراسة **محمد فوزي عبد المنعم (٢٠١٨)** بضرورة وضع استراتيجية للأعلام الرياضي للوزارة الشباب والرياضة تضمن الرؤية والرسالة والهدف الاستراتيجي.

عرض ومناقشة المحور الثاني : السياسات الاستراتيجية المقترحة للاعلام الرياضى بجامعة دمياط

جدول (١١)

التكرارات والنسب المئوية لآراء عينة البحث حول عبارات المحور الثاني: السياسات الاستراتيجية المقترحة للاعلام الرياضى بجامعة دمياط (ن = ٢٠)

الاتجاه السائد	غير موافق		موافق		الدلالات الاحصائية محتوى العبارة	م
	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
					سياسات تنظيمية وهيكلية	١٢
أوافق	15%	3	85%	17	إعتماد هيكل تنظيمي واضح لوحدة الإعلام الرياضي يتضمن إدارات متخصصة (تحرير، تصوير، بث، تسويق رقمي)	١/١٢
أوافق	٠٠%	٠٠	100%	20	تحديد الاختصاصات والمهام للعاملين والطلاب المشاركين في الإعلام الرياضي الجامعي.	٢/١٢
أوافق	20%	4	80%	16	دمج الإعلام الرياضي ضمن الخطة الاستراتيجية العامة للجامعة.	٣/١٢
					سياسات الموارد البشرية	١٣
أوافق	5%	1	95%	19	استقطاب كوادر مؤهلة من أعضاء هيئة التدريس والخريجين المتخصصين في الإعلام الرياضي.	١/١٣
أوافق	5%	1	95%	19	تدريب وتأهيل الطلاب على إنتاج وتحرير المحتوى الإعلامي الرياضي بجودة عالية.	٢/١٣
أوافق	5%	1	95%	19	تحفيز المشاركين في الإعلام الرياضي من خلال شهادات تقدير أو حوافز معنوية.	٣/١٣
					سياسات التمويل والموارد	١٤
أوافق	٠٠%	٠٠	100%	20	تخصيص ميزانية مستقلة للإعلام الرياضي ضمن موازنة الأنشطة الطلابية.	١/١٤
أوافق	٠٠%	٠٠	100%	20	التعاون مع جهات راعية لدعم البرامج الإعلامية الرياضية بالجامعة.	٢/١٤
أوافق	٠٠%	٠٠	100%	20	توفير الأجهزة والمعدات الحديثة لتغطية الأنشطة الرياضية (كاميرات، ميكروفونات، أجهزة مونتاج... إلخ)	٣/١٤
					سياسات المعلومات والتكنولوجيا	١٥
أوافق	٠٠%	٠٠	100%	20	إنشاء منصات إلكترونية رسمية (موقع إلكتروني، صفحات تواصل اجتماعي) لنشر الأخبار والأنشطة الرياضية.	١/١٥
أوافق	٠٠%	٠٠	100%	20	استخدام تكنولوجيا البث المباشر لتغطية المباريات والفعاليات داخل الجامعة.	٢/١٥

تابع جدول (١١)
التكرارات والنسب المئوية لآراء عينة البحث حول عبارات المحور الثاني: السياسات
الاستراتيجية المقترحة للاعلام الرياضي بجامعة دمياط (ن = ٢٠)

م	محتوى العبارة	الدلالات الاحصائية		الاتجاه	
		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
٣/١٥	تطوير قاعدة بيانات رقمية توثق الأنشطة الرياضية والإنجازات الطلابية.	20	100%	٠٠	٠٠%
١٦	سياسات التعاون والشراكة				
١/١٦	إقامة شراكات مع كليات الإعلام، والتربية الرياضية، والمؤسسات الإعلامية داخل محافظة دمياط وخارجها.	17	85%	3	15%
٢/١٦	التنسيق مع اتحادات طلاب الكليات ومراكز الشباب بالجامعة لتنظيم حملات توعوية رياضية.	20	100%	٠٠	٠٠%
٣/١٦	الاستفادة من علاقات الجامعة مع الهيئات الرياضية لتوفير فرص تدريبية وميدانية للطلبة.	20	100%	٠٠	٠٠%

* مربع كاي معنوى عند مستوى ٠,٠٥، حيث مستوى الدلالة $\geq ٠,٠٥$ عند درجة الحرية = ١، ٣,٨٤

يتضح من جدول (١١) عدم وجود فروق داله احصائيا بين استجابات فئات البحث على عبارات المحور الثاني (السياسات الاستراتيجية المقترحة للاعلام الرياضي بجامعة دمياط) في جميع العبارات، وبنسبة موافقة تراوحت ما بين (٨٥% : ١٠٠%).

وأكدت نتائج دراسة **محمد السيد محمد** (٢٠٢١) أن الأنشطة لا تتفق مع ميول وهويات الطلاب، نقص الوعي وقيمتها واهمية الثقافة لدي الطلاب، عدم وجود الكوادر الفنية من المدربين والمتخصصين لممارسة الأنشطة.

وأوضحت نتائج دراسة **وليد إبراهيم احمد** (٢٠١٤) على ضعف مصادر التمويل وقلة الميزانية وعدم الاعتماد على الأسلوب العلمي في وضع الخطط الرياضية، وقلة المنشآت بكليات الجامعة.

وأشارت نتائج دراسة **مصطفى محمد محسن** (٢٠١٨) أن للاعلام الرياضي دور مهم في إدارة الازمات للاتحاد العراقي لكرة القدم، واستخدام العديد من الفنون الصحفية في تغطيتها للازمات منها جريدة الملاعب وبرامج الاستوديو.

عرض ومناقشة المحور الثالث: الاجراءات الاستراتيجية المقترحة للاعلام الرياضى بجامعة دمياط

جدول (١٢)

التكرارات والنسب المئوية لآراء عينة البحث حول عبارات المحور الثالث: الاجراءات الاستراتيجية المقترحة للاعلام الرياضى بجامعة دمياط (ن = ٢٠)

م	محتوى العبارة	الدلالات الاحصائية		موافق		غير موافق		الاتجاه السائد
		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	
١٧	الاجراءات التنظيمية والإدارية							
١/١٧	تأسيس وحدة للإعلام الرياضى داخل الهيكل الإدارى لإدارة رعاية الشباب.	20	100%	٠٠	٠٠%	أوافق		
٢/١٧	إعداد دليل تنظيمى يوضح الهيكل الإدارى والمهام التفصيلية لفريق الإعلام الرياضى.	20	100%	٠٠	٠٠%	أوافق		
٣/١٧	تشكيل لجنة دائمة للإعلام الرياضى تضم أعضاء من الكليات ذات الصلة (الإعلام، التربية الرياضية، الحاسبات...).	17	85%	3	15%	أوافق		
١٨	إجراءات تطوير الموارد البشرية							
١/١٨	تنفيذ برامج تدريبية متخصصة للطلاب في مجالات (التحرير الرياضى - التصوير - المونتاج - البث الرقمى)	17	85%	3	15%	أوافق		
٢/١٨	تنظيم ورش عمل مع خبراء إعلاميين ورياضيين لرفع كفاءة الفريق الإعلامى الجامعى.	17	85%	3	15%	أوافق		
٣/١٨	تشجيع المبادرات الطلابية الإعلامية عبر المسابقات والتحفيز.	17	85%	3	15%	أوافق		
١٩	إجراءات تحسين الموارد المالية والمادية							
١/١٩	تخصيص ميزانية سنوية لدعم الأنشطة الإعلامية الرياضية.	17	85%	3	15%	أوافق		
٢/١٩	توفير معدات وتقنيات حديثة (كاميرات، ميكروفونات، استوديو مصغر، برامج تحرير)	17	85%	3	15%	أوافق		
٣/١٩	البحث عن شراكات مع مؤسسات خارجية (رعاة، قنوات إعلامية، شركات تكنولوجيا) لدعم الأنشطة.	17	85%	3	15%	أوافق		
٢٠	إجراءات تطوير نظم المعلومات والتكنولوجيا							
١/٢٠	إطلاق منصة إلكترونية للإعلام الرياضى تتضمن بث مباشر، أرشيف مباريات، أخبار وتقارير.	19	95%	1	5%	أوافق		
٢/٢٠	إنشاء صفحات رسمية على منصات التواصل الاجتماعى لتغطية الفعاليات الرياضية.	19	95%	1	5%	أوافق		

تابع جدول (١٢)
التكرارات والنسب المئوية لآراء عينة البحث حول عبارات المحور الثالث: الاجراءات
الاستراتيجية المقترحة للاعلام الرياضى بجامعة دمياط (ن = ٢٠)

م	محتوى العبارة	الدلالات الاحصائية		الاتجاه	
		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
٣/٢٠	تطوير نظام رقمي لتوثيق الإنجازات الرياضية للطلاب على مستوى الجامعة.	19	95%	1	5%
٢١	إجراءات تحسين بيئة العمل				
١/٢١	إعداد نظام متابعة وتقييم دوري لأداء الإعلام الرياضى الجامعى.	20	100%	٠٠	٠٠%
٢/٢١	تفعيل نظام تغذية راجعة من الطلاب والجمهور لتحسين جودة المحتوى الإعلامى.	19	95%	1	5%
٣/٢١	توفير بيئة عمل مشجعة ومحفزة للمشاركين في الإعلام الرياضى من حيث المكان والأدوات والدعم الإدارى.	20	100%	٠٠	٠٠%
٢٢	إجراءات بناء الشراكات والعلاقات المجتمعية				
١/٢٢	توقيع اتفاقيات تعاون مع كليات الإعلام والمؤسسات الصحفية المحلية لتدريب الطلبة.	19	95%	1	5%
٢/٢٢	التعاون مع الاتحاد الرياضى للجامعات المصرية لتبادل التغطيات الإعلامية.	20	100%	٠٠	٠٠%
٣/٢٢	التسيق مع إدارة العلاقات العامة بالجامعة لتوحيد الجهود الإعلامية.	19	95%	1	5%

*مربع كاي معنوى عند مستوى ٠,٠٥ حيث مستوى الدلالة $\geq ٠,٠٥$ عند درجة الحرية = ١,٨٤ = ٣
يتضح من جدول (١٢) عدم وجود فروق داله احصائيا بين استجابات فئات البحث على عبارات المحور الثالث (الاجراءات الاستراتيجية المقترحة للاعلام الرياضى بجامعة دمياط) فى جميع العبارات، وبنسبة موافقة تراوحت ما بين (٨٥% : ١٠٠%)
وأشارت نتائج دراسة ريهام أمين حمزة (٢٠١١) عدم توفر نظام اتصال جيد لنقل المعلومات والاتصالات بين إدارة الأزمات والأفراد، عدم توفر المنظمة متحدت رسمي ومختص للاتصال بوسائل الاعلام المختلفة، نقص الكوادر الاعلامية، نقص بحجم المعلومات التي تقدمها وسائل الاعلام عن الازمات والكوارث.

عرض ومناقشة المحور الرابع : آليات تنفيذ الاستراتيجية المقترحة للاعلام الرياضى بجامعة دمياط

جدول (١٣)

التكرارات والنسب المئوية لآراء عينة البحث حول عبارات المحور الرابع: آليات تنفيذ الاستراتيجية المقترحة للاعلام الرياضى بجامعة دمياط (ن = ٢٠)

م	محتوى العبارة	الدلالات الاحصائية		موافق		غير موافق		الاتجاه
		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	
٢٣	تطوير البنية التحتية الإعلامية من حيث الأجهزة، والاستوديوهات، وقنوات النشر.	19	95%	1	5%	أوافق		
٢٤	تفعيل المنصات الرقمية الرسمية لتغطية الأنشطة الرياضية بشكل دوري.					أوافق		
٢٥	إعداد برامج تدريبية دورية للطلاب والكوادر الإعلامية في المجال الرياضي.	20	100%	٠٠	٠٠%	أوافق		
٢٦	تخصيص ميزانية سنوية لدعم أنشطة الإعلام الرياضي بالجامعة.	17	85%	3	15%	أوافق		
٢٧	إصدار دليل تنظيمي وإجرائي خاص بمهام الإعلام الرياضي الجامعي.	19	95%	1	5%	أوافق		
٢٨	تنظيم ندوات وورش عمل لتعزيز الوعي بأهمية الإعلام الرياضي المؤسسي.	17	85%	3	15%	أوافق		
٢٩	تشجيع البحث العلمي في مجال الإعلام الرياضي الجامعي وتطبيق مخرجاته.	20	100%	٠٠	٠٠%	أوافق		
٣٠	إطلاق مسابقات سنوية في الصحافة الرياضية بين طلاب الجامعة.	20	100%	٠٠	٠٠%	أوافق		
٣١	تكوين فريق إعلامي طلابي متكامل يعمل بإشراف أكاديمي متخصص.	20	100%	٠٠	٠٠%	أوافق		
٣٢	تنويع أدوات التغطية الإعلامية لتشمل الفيديوهات، التقارير، البودكاست، والمنشورات الإلكترونية.	19	95%	1	5%	أوافق		
٣٣	التفاعل مع الجمهور الجامعي من خلال استبيانات ومشاركات عبر الوسائط الرقمية.	17	85%	3	15%	أوافق		
٣٤	متابعة وتقييم الأداء الإعلامي الرياضي من خلال مؤشرات أداء دورية.	20	100%	٠٠	٠٠%	أوافق		
٣٥	إدراج الإعلام الرياضي كجزء من خطة التسويق المؤسسي للجامعة.	20	100%	٠٠	٠٠%	أوافق		
٣٦	استثمار الفعاليات الكبرى كفرصة لترويج الهوية الرياضية للجامعة إعلامياً.	20	100%	٠٠	٠٠%	أوافق		
٣٧	تطوير نظام إلكتروني لأرشفة وإدارة المحتوى الإعلامي الرياضي الجامعي.	19	95%	1	5%	أوافق		

*مربع كاي معنوى عند مستوى ٠,٠٥ حيث مستوى الدلالة $\geq ٠,٠٥$ عند درجة الحرية = ٣,٨٤

يتضح من جدول (١٣) عدم وجود فروق داله احصائيا بين استجابات فئات البحث على عبارات المحور الرابع (آليات تنفيذ الاستراتيجية المقترحة للاعلام الرياضى بجامعة دمياط) فى جميع العبارات، وبنسبة موافقة تراوحت ما بين (٨٥% : ١٠٠%) وأشارت نتائج دراسة وفاء محمود محمد موسى (٢٠١٢) أن المشروعات القومية لم تحقق النتائج والاهداف المستهدفة في التردد على الهيئات حيث يعتبر الاقبال على المشاركة ثابت بالإضافة انه لا يوجد دعاية الاعلامية تعمل على جذب الافراد للمشاركة في الاعمال. وذكرت نتائج دراسة مؤمن عبد الله مهدي (٢٠١٥) أنه يوجد قصور باستخدام الادارة الإلكترونية بوزارة الرياضة ومديريات الرياضة التابعة لها، عدم استخدام وسائل الإلكترونية بهذه لمؤسسات، الإدارة الإلكترونية لها دور كبير في ادارة ودعم اتخاذ القرار، عدم تطبيق الانظمة الالكترونية الحديثة في ادارة القرار.

وأكدت نتائج دراسة بهاء حيدر فليح (٢٠١٦) أن استمرار التعديلات الهيكلية وكثرتها تؤدي الى عدم الاستقرار في الهيكل التنظيمي، نظام المتابعة والتقييم يقتصر على جمع وتحليل البيانات اللازمة لإعطاء صورة واضحة عن جوانب المتابعة.

عرض ومناقشة المحور الخامس : البدائل الاستراتيجية للاعلام الرياضى بجامعة دمياط
جدول (١٤)

التكرارات والنسب المئوية لآراء عينة البحث حول عبارات المحور الخامس: البدائل الاستراتيجية للاعلام الرياضى بجامعة دمياط (ن = ٢٠)

م	محتوى العبارة	الدلالات الاحصائية		موافق		غير موافق		الاتجاه السائد
		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	
٣٨	استراتيجية الثبات والاستقرار للإعلام الرياضى بجامعة دمياط : تهدف هذه الاستراتيجية إلى الحفاظ على الوضع الحالى للإعلام الرياضى بالجامعة مع تحسينات بسيطة ومحدودة تضمن استمرار الأداء وتفادي المخاطر، دون الانخراط في تغييرات جذرية أو توسعات كبيرة.	7	35%	13	65%	لا أوافق		
٣٩	استراتيجية التطور الجزئي للإعلام الرياضى بجامعة دمياط : تهدف هذه الاستراتيجية إلى تحقيق تحسينات تدريجية ومنظمة في أداء الإعلام الرياضى بجامعة دمياط من خلال تطوير بعض الجوانب المحورية، مع الحفاظ على بعض الركائز القائمة، دون إجراء تغيير شامل أو جذري.	20	100%	٠٠	٠٠%	أوافق		

تابع جدول (١٤)
التكرارات والنسب المئوية لآراء عينة البحث حول عبارات المحور الخامس: البدائل
الاستراتيجية للإعلام الرياضي بجامعة دمياط (ن = ٢٠)

م	محتوى العبارة	الدلالات الإحصائية		الاتجاه	
		موافق	غير موافق	الاتجاه	السائد
		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
٤٠	استراتيجية التطور الشامل للإعلام الرياضي بجامعة دمياط : استراتيجية التطور الشامل هي خطة تغيير متكاملة تستهدف إعادة بناء وتحديث كافة عناصر منظومة الإعلام الرياضي بالجامعة، بدءاً من الهيكل الإداري والبشري، مروراً بالبنية التكنولوجية، وانتهاءً بالمحتوى والممارسات الإعلامية، بما يتماشى مع متطلبات التطوير المؤسسي والمعايير المهنية الحديثة.	20	100%	٠٠	٠٠%
٤١	استراتيجية التحسين والتطوير للإعلام الرياضي بجامعة دمياط : هي استراتيجية تهدف إلى تحسين كفاءة الإعلام الرياضي بالجامعة وتطوير أدواته وأساليبه تدريجياً، بناءً على تحليل الواقع الفعلي وتحديد الفجوات في الأداء، مع الحفاظ على الهيكل العام الموجود دون تغييره كلياً.	17	85%	3	15%
٤٢	استراتيجية الانكماش للإعلام الرياضي بجامعة دمياط : هي استراتيجية دفاعية مؤقتة تهدف إلى تقليص حجم الأنشطة الإعلامية أو خفض الموارد المخصصة للإعلام الرياضي، بهدف مواجهة أزمات أو ظروف استثنائية مثل نقص الموارد، ضعف الكفاءة، أو غياب الدعم المؤسسي، مع الحفاظ على الحد الأدنى من الأداء إلى أن تتحسن الظروف.	2	10%	١٨	٩٠%

* مربع كاي معنوي عند مستوى ٠,٠٥، حيث مستوى الدلالة $\geq ٠,٠٥$ عند درجة الحرية = ١، $٣,٨٤$ يتضح من جدول (١٤) عدم وجود فروق داله احصائياً بين استجابات فئات البحث على عبارات المحور الخامس (البدائل الاستراتيجية للإعلام الرياضي بجامعة دمياط) في جميع العبارات، وبنسبة موافقة تراوحت ما بين (١٠% : ١٠٠%)، وقد حازت استراتيجيات (استراتيجية التطور الشامل للإعلام الرياضي بجامعة دمياط، استراتيجية التحسين والتطوير للإعلام الرياضي بجامعة دمياط، استراتيجية التطور الجزئي للإعلام الرياضي بجامعة دمياط) على نسبة موافقة تراوحت ما بين (٨٥% : ١٠٠%)

عرض ومناقشة المحور السادس : آليات تقييم الاستراتيجية للاعلام الرياضى بجامعة دمياط

جدول (١٥)

التكرارات والنسب المئوية لآراء عينة البحث حول عبارات المحور السادس: آليات تقييم

الاستراتيجية للاعلام الرياضى بجامعة دمياط (ن = ٢٠)

م	محتوى العبارة	الدلالات الاحصائية		الاتجاه	
		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
٤٣	قياس مدى تحقق الأهداف الاستراتيجية من خلال مؤشرات أداء محددة قابلة للقياس.	20	100%	٠٠	٠٠%
٤٤	تُجرى عمليات رقابة دورية نصف سنوية لمتابعة تنفيذ الأنشطة الإعلامية المخططة.	18	90%	٢	10%
٤٥	استخدام استبيانات دورية لقياس رضا المستفيدين من الأنشطة الإعلامية داخل الجامعة.	19	95%	١	5%
٤٦	تُستخدم تقارير الإنجاز الشهري لمقارنة الأداء الفعلى بالمستهدف فى الخطة.	20	100%	٠٠	٠٠%
٤٧	تحليل الفجوة بين ما تم تحقيقه وما هو متوقع لضبط مسار التنفيذ.	20	100%	٠٠	٠٠%
٤٨	تُقارن نتائج الإعلام الرياضى بجامعة دمياط مع جامعات مماثلة لتحديد جوانب التميز أو القصور.	20	100%	٠٠	٠٠%
٤٩	تُعقد اجتماعات تقييمية دورية مع الأطراف المعنية لمراجعة التقدم وتبادل التغذية الراجعة.	20	100%	٠٠	٠٠%
٥٠	تُعتمد نتائج استطلاعات الرأي كأداة رئيسية لتحديد فعالية الخطط الإعلامية.	20	100%	٠٠	٠٠%
٥١	يُرصد مستوى التفاعل الطلابى مع الوسائط الإعلامية كأحد مؤشرات نجاح الاستراتيجية.	18	90%	٢	10%
٥٢	يتم تحليل بيانات أنشطة الإعلام الرياضى باستخدام أدوات إحصائية وبيانية لقياس الأثر.	18	90%	٢	10%

* مربع كاي معنوى عند مستوى ٠,٠٥، حيث مستوى الدلالة $\geq ٠,٠٥$ عند درجة الحرية = ١، ٣,٨٤
يتضح من جدول (١٥) عدم وجود فروق داله احصائيا بين استجابات فئات البحث على عبارات المحور السادس (آليات تقييم الاستراتيجية للاعلام الرياضى بجامعة دمياط) فى جميع العبارات، وبنسبة موافقة تراوحت ما بين (90% : 100%)،

وأشار عاطف عدلي رضا (٢٠٠٨) بضرورة متابعة ومراجعة لخطة لتحقيق هدفين الاول ضمان تنفيذ الخطة مع اكتشاف معوقات التنفيذ واستبعادها بصور سريعة دون تأخير، والثاني معرفة الآثار الناتجة عن التنفيذ ومدى مطابقتها للتصورات فى أذهان واضعي ومصممي الخطة وفق ما تبين من النتائج. (رضا، ٢٠٠٨: ٢١)

وأكدت نجوان عادل غنيم في دراستها (٢٠٠٥) ان اهمية تحقيق اهداف تقييم الأداء الإداري لتزويد المسؤولين بمؤشرات تفيدهم في انتقاء عناصر العمل وتحديد الخطط المستقبلية والكشف عن القصور في الاداء
الاستخلاصات والتوصيات

أولا : استخلاصات نتائج إستمارة استمارة تحليل البيئة الداخلية والخارجية للأعلام الرياضي بجامعة دمياط تحليل (SOWT)

فى ضوء ما توصل اليه الباحث من نتائج استمارة التحليل البيئى (SWOT) توصل الباحث الى الاستخلاصات الاتية :

المحور الاول : تحليل البيئة الداخلية للتعرف على نقاط القوة والضعف للاعلام الرياضى بجامعة دمياط.

نقاط القوة فى المحور الاول

- هناك تواصل فعال بين إدارة الإعلام الرياضي والإدارات الأخرى بالجامعة.
- يتمتع العاملون بالكفاءة والخبرة المناسبة في المجال الرياضي والإعلامي.
- تسود روح التعاون والعمل الجماعي بين أفراد فريق الإعلام الرياضي.
- تتوفر ميزانية كافية لتشغيل وتطوير أنشطة الإعلام الرياضي.
- هناك دعم مادي لتغطية الأحداث والمناسبات الرياضية الجامعية.
- يتم توثيق الأحداث والأنشطة الرياضية بشكل منتظم ومنظم.
- النمط الإداري السائد يشجع على الإبداع والتجديد في العمل الإعلامي.
- تُتاح الحرية الكافية لفريق الإعلام في ممارسة مهامه دون تدخل بيروقراطي.

نقاط الضعف فى المحور الاول

- لا يوجد هيكل تنظيمي واضح لإدارة الإعلام الرياضي داخل الجامعة.
- لا يتم تحدد الاختصاصات والمسؤوليات لكل فرد في إدارة الإعلام بوضوح.
- لا يتم تحديث الهيكل الإداري ليتناسب مع متطلبات التطوير المؤسسي.
- لا يتمتع الهيكل بالمرونة الكافية لمواكبة التغيرات في المجال الرياضي والإعلامي.
- لا يتوافر عدد كافٍ من الكوادر المتخصصة في الإعلام الرياضي.
- لا تتاح فرص تدريب وتطوير مهني للعاملين في الإعلام الرياضي.
- لا يتوفر للإعلام الرياضي أجهزة ومعدات تقنية حديثة.
- لا تُستخدم الموارد المالية بكفاءة في تنفيذ البرامج الإعلامية.

- لا يتم صيانة وتحديث الأجهزة الإعلامية بشكل دوري.
 - لا توجد قاعدة بيانات رقمية تحتوي على أنشطة الفرق والمناسبات الرياضية بالجامعة.
 - لا يتم استخدام أنظمة معلومات متطورة في إدارة المحتوى الإعلامي الرياضي.
 - لا يوجد تكامل بين نظم الإعلام الرياضي ومنصات الجامعة الرسمية.
 - لا تتوفر وسائل حديثة لنقل وتوزيع الأخبار الرياضية بسرعة وكفاءة.
 - لا توجد خطة إعلامية واضحة ومعلنة تغطي جميع الأنشطة الرياضية.
 - لا يتم إشراك العاملين في الإعلام في اتخاذ القرارات المتعلقة بالعمل.
- المحور الثانى :تحليل البيئة الخارجية للتعرف على الفرص والتهديدات للإعلام الرياضي بجامعة دمياط.**

الفرص للمحور الثانى

- توفر الدولة تمويلًا أو دعمًا ماديًا للأنشطة الإعلامية الرياضية بالجامعات.
- الاستقرار الاقتصادي يساهم في دعم التخطيط طويل المدى للإعلام الرياضي بالجامعة.
- الثقافة الرياضية المجتمعية تدعم إنتاج محتوى إعلامي رياضي هادف وجذاب.
- توجد رغبة مجتمعية متزايدة في متابعة الفعاليات والأنشطة الرياضية بالجامعة.
- المشاركة الطلابية في العمل الإعلامي تعزز من ثقافة الانتماء والحوار الرياضي.
- تحرص السياسات الحكومية على دعم الأنشطة الرياضية والإعلام الجامعي.
- استقرار البيئة السياسية يشجع على توسع الإعلام الرياضي الجامعي.
- دعم القيادة الجامعية يشكل عنصر قوة لتعزيز دور الإعلام الرياضي.
- الاستخدام الواسع للمنصات الرقمية يُمثل فرصة كبيرة لتوسيع نطاق الوصول الإعلامي.
- تطور أدوات التحليل الرقمي يتيح تقييم أداء الإعلام الرياضي بدقة.

التهديدات للمحور الثانى

- لا تمثل الشراكات مع مؤسسات اقتصادية محلية فرصة لدعم الإعلام الرياضي.
- لا توجد فرص لتنويع مصادر تمويل الإعلام الرياضي من خلال الرعاية والجهات الخاصة.
- ضعف الوعي الإعلامي لدى بعض الطلاب يمثل تهديدًا للتفاعل مع المحتوى الرياضي.
- التغيرات في ميول واهتمامات الشباب تؤثر على طبيعة المحتوى الرياضي المطلوب.
- لا توجد لوائح وتشريعات جامعية تنظم العمل الإعلامي الرياضي بوضوح.
- ضعف أو غموض بعض التشريعات يحد من حرية العمل الإعلامي في الرياضة الجامعية.
- لا توجد فرص للتعاون مع جهات رياضية رسمية بناءً على الدعم السياسي المتاح.

- لا تتوفر تقنيات حديثة تساعد على تطوير الإعلام الرياضي بالجامعة.
- ضعف البنية التحتية التكنولوجية يمثل تهديداً أمام نمو الإعلام الرياضي.
- نقص التدريب على الوسائط الحديثة يُضعف من جودة الإنتاج الإعلامي الرياضي.
- لا تتوفر لدى العاملين مهارات كافية للتعامل مع أدوات الإعلام الرقمي والمرئي.

ثانياً: التوصيات

فى ضوء نتائج البحث يوصى الباحث جامعة دمياط بما يلى:

- وضع الاستراتيجية المقترحة لتفعيل الاعلام الرياضى بجامعة دمياط فى ضوء متطلبات التطوير المؤسسى محل الدراسة والتنفيذ.
- تشكيل وحدة أو مركز إعلام رياضى جامعي متخصص يتبع مكتب نائب رئيس الجامعة لشؤون الطلاب.
- تعزيز التعاون بين كلية التربية الرياضية ووحدة الإعلام الجامعي لتدريب الطلاب على إنتاج المحتوى الإعلامي الرياضي.
- توفير بنية تحتية رقمية متطورة (استوديوهات - كاميرات - برامج مونتاج) لدعم إنتاج المواد الإعلامية.
- دعم الإعلام الرياضي الجامعي بميزانية سنوية مستقلة ضمن خطة الموارد المالية للجامعة.
- تطوير نظام معلومات إعلامي رياضي موحد يربط بين كليات الجامعة وأنشطتها الرياضية.
- تنظيم برامج تدريبية وورش عمل في مجالات الإعلام الرياضي للطلاب والعاملين.
- إشراك الطلاب في مشاريع إعلام رياضي تطبيقية ضمن الأنشطة الجامعية والدراسية.
- إقامة شراكات مع قنوات رياضية وصحف محلية لتدريب طلاب الجامعة عملياً في مجال الإعلام الرياضي.

- العمل على وضع الاستراتيجية المقترحة التالية موضع الدراسة والتنفيذ

الاستراتيجية المقترحة للإعلام الرياضي بجامعة دمياط.

الرؤية

- "ريادة وتميز في الإعلام الرياضي الجامعي لدعم التنمية الرياضية وتعزيز الانتماء المؤسسي بجامعة دمياط."

الرسالة

- "بناء منظومة إعلامية رياضية احترافية، تواكب التطورات التقنية والمعرفية، وتُبرز الأنشطة الرياضية الجامعية، وتسهم في تنمية وعي طلاب الجامعة بالرياضة ودورها المجتمعي، من خلال محتوى هادف، وأدوات تواصل فعالة، وتعاون مستدام مع الشركاء الداخليين والخارجيين."

الاهداف

- الترويج للبطولات والمبادرات الرياضية بالجامعة داخليًا وخارجيًا.
- توثيق الإنجازات الرياضية للجامعة على المستويين المحلي والدولي.
- ربط الإعلام الرياضي برؤية الجامعة في التطوير المؤسسي والتحول الرقمي.
- تعزيز دور الإعلام الرياضي في دعم الأنشطة الطلابية الرياضية.
- تطوير قنوات ومنصات إعلامية رياضية فاعلة (مقروءة، مرئية، رقمية)
- بناء كوادر طلابية مؤهلة للعمل في مجال الإعلام الرياضي.
- بناء شراكات إعلامية مع جهات رياضية وإعلامية مؤثرة

السياسات الاستراتيجية المقترحة للإعلام الرياضى بجامعة دمياط

- سياسات تنظيمية وهيكلية: (إعتماد هيكل تنظيمي واضح لوحدة الإعلام الرياضي يتضمن إدارات متخصصة (تحرير، تصوير، بث، تسويق رقمي)، تحديد الاختصاصات والمهام للعاملين والطلاب المشاركين في الإعلام الرياضي الجامعي، دمج الإعلام الرياضي ضمن الخطة الاستراتيجية العامة للجامعة.
- سياسات الموارد البشرية: استقطاب كوادر مؤهلة من أعضاء هيئة التدريس والخريجين المتخصصين في الإعلام الرياضي، تدريب وتأهيل الطلاب على إنتاج وتحرير المحتوى الإعلامي الرياضي بجودة عالية، تحفيز المشاركين في الإعلام الرياضي من خلال شهادات تقدير أو حوافز معنوية.
- سياسات التمويل والموارد: تخصيص ميزانية مستقلة للإعلام الرياضي ضمن موازنة الأنشطة الطلابية، التعاون مع جهات راعية لدعم البرامج الإعلامية الرياضية بالجامعة، توفير الأجهزة والمعدات الحديثة لتغطية الأنشطة الرياضية (كاميرات، ميكروفونات، أجهزة مونتاج... إلخ)
- سياسات المعلومات والتكنولوجيا: إنشاء منصات إلكترونية رسمية (موقع إلكتروني، صفحات تواصل اجتماعي) لنشر الأخبار والأنشطة الرياضية، استخدام تكنولوجيا البث المباشر لتغطية المباريات والفعاليات داخل الجامعة، تطوير قاعدة بيانات رقمية توثق الأنشطة الرياضية والإنجازات الطلابية.
- سياسات التعاون والشراكة: إقامة شراكات مع كليات الإعلام، والتربية الرياضية، والمؤسسات الإعلامية داخل محافظة دمياط وخارجها، التنسيق مع اتحادات طلاب الكليات ومراكز الشباب بالجامعة لتنظيم حملات توعوية رياضية، الاستفادة من علاقات الجامعة مع الهيئات الرياضية لتوفير فرص تدريبية وميدانية للطلبة.

الاجراءات الاستراتيجية المقترحة للإعلام الرياضى بجامعة دمياط

- **الإجراءات التنظيمية والإدارية** : تأسيس وحدة للإعلام الرياضى داخل الهيكل الإدارى لإدارة رعاية الشباب، إعداد دليل تنظيمى يوضح الهيكل الإدارى والمهام التفصيلية لفريق الإعلام الرياضى، تشكيل لجنة دائمة للإعلام الرياضى تضم أعضاء من الكليات ذات الصلة (الإعلام، التربية الرياضية، الحاسبات...).
- **إجراءات تطوير الموارد البشرية**: تنفيذ برامج تدريبية متخصصة للطلاب في مجالات (التحرير الرياضى - التصوير - المونتاج - البث الرقمى)، تنظيم ورش عمل مع خبراء إعلاميين ورياضيين لرفع كفاءة الفريق الإعلامى الجامعى، تشجيع المبادرات الطلابية الإعلامية عبر المسابقات والتحفيز.
- **إجراءات تحسين الموارد المالية والمادية**: تخصيص ميزانية سنوية لدعم الأنشطة الإعلامية الرياضية، توفير معدات وتقنيات حديثة (كاميرات، ميكروفونات، استوديو مصغر، برامج تحرير)، البحث عن شراكات مع مؤسسات خارجية (رعاة، قنوات إعلامية، شركات تكنولوجيا) لدعم الأنشطة.
- **إجراءات تطوير نظم المعلومات والتكنولوجيا**: إطلاق منصة إلكترونية للإعلام الرياضى تتضمن بث مباشر، أرشيف مباريات، أخبار وتقارير، إنشاء صفحات رسمية على منصات التواصل الاجتماعى لتغطية الفعاليات الرياضية، تطوير نظام رقمى لتوثيق الإنجازات الرياضية للطلاب على مستوى الجامعة.
- **إجراءات تحسين بيئة العمل**: إعداد نظام متابعة وتقييم دورى لأداء الإعلام الرياضى الجامعى، تفعيل نظام تغذية راجعة من الطلاب والجمهور لتحسين جودة المحتوى الإعلامى، توفير بيئة عمل مشجعة ومحفزة للمشاركين فى الإعلام الرياضى من حيث المكان والأدوات والدعم الإدارى.
- **إجراءات بناء الشراكات والعلاقات المجتمعية**: توقيع اتفاقيات تعاون مع كليات الإعلام والمؤسسات الصحفية المحلية لتدريب الطلبة، التعاون مع الاتحاد الرياضى للجامعات المصرية لتبادل التغطيات الإعلامية، التنسيق مع إدارة العلاقات العامة بالجامعة لتوحيد الجهود الإعلامية.

آليات تنفيذ الاستراتيجية المقترحة للإعلام الرياضى بجامعة دمياط

- تفعيل المنصات الرقمية الرسمية لتغطية الأنشطة الرياضية بشكل دورى.
- تطوير البنية التحتية الإعلامية من حيث الأجهزة، والاستوديوهات، وقنوات النشر.
- تخصيص ميزانية سنوية لدعم أنشطة الإعلام الرياضى بالجامعة.

- إعداد برامج تدريبية دورية للطلاب والكوادر الإعلامية في المجال الرياضي.
- تطوير نظام إلكتروني لأرشفة وإدارة المحتوى الإعلامي الرياضي الجامعي.
- تنظيم ندوات وورش عمل لتعزيز الوعي بأهمية الإعلام الرياضي المؤسسي.
- استثمار الفعاليات الكبرى كفرصة لترويج الهوية الرياضية للجامعة إعلامياً.
- تنويع أدوات التغطية الإعلامية لتشمل الفيديوهات، التقارير، البودكاست، والمنشورات الإلكترونية.

- إطلاق مسابقات سنوية في الصحافة الرياضية بين طلاب الجامعة.
- تكوين فريق إعلامي طلابي متكامل يعمل بإشراف أكاديمي متخصص.
- إصدار دليل تنظيمي وإجرائي خاص بمهام الإعلام الرياضي الجامعي.
- تشجيع البحث العلمي في مجال الإعلام الرياضي الجامعي وتطبيق مخرجاته.
- إدراج الإعلام الرياضي كجزء من خطة التسويق المؤسسي للجامعة.
- متابعة وتقييم الأداء الإعلامي الرياضي من خلال مؤشرات أداء دورية.
- التفاعل مع الجمهور الجامعي من خلال استبيانات ومشاركات عبر الوسائط الرقمية.

البدائل الاستراتيجية للإعلام الرياضي بجامعة دمياط

- استراتيجية التطور الشامل للإعلام الرياضي بجامعة دمياط
 - استراتيجية التحسين والتطوير للإعلام الرياضي بجامعة دمياط
 - استراتيجية التطور الجزئي للإعلام الرياضي بجامعة دمياط
- #### آليات تقييم الاستراتيجية للإعلام الرياضي بجامعة دمياط
- قياس مدى تحقق الأهداف الاستراتيجية من خلال مؤشرات أداء محددة قابلة للقياس.
 - تُقارن نتائج الإعلام الرياضي بجامعة دمياط مع جامعات مماثلة لتحديد جوانب التميز أو القصور.

- تُستخدم تقارير الإنجاز الشهري لمقارنة الأداء الفعلي بالمستهدف في الخطة.
- تُجرى عمليات رقابة دورية نصف سنوية لمتابعة تنفيذ الأنشطة الإعلامية المخططة.
- يتم تحليل بيانات أنشطة الإعلام الرياضي باستخدام أدوات إحصائية وبيانية لقياس الأثر.
- استخدام استبيانات دورية لقياس رضا المستفيدين من الأنشطة الإعلامية داخل الجامعة.
- تحليل الفجوة بين ما تم تحقيقه وما هو متوقع لضبط مسار التنفيذ.
- تُعقد اجتماعات تقييمية دورية مع الأطراف المعنية لمراجعة التقدم وتبادل التغذية الراجعة.
- يُرصد مستوى التفاعل الطلابي مع الوسائط الإعلامية كأحد مؤشرات نجاح الاستراتيجية.
- تُعتمد نتائج استطلاعات الرأي كأداة رئيسية لتحديد فعالية الخطط الإعلامية.

- ١٢- عامر محمد أحمد الضبياني (٢٠١٨): استراتيجية مقترحة لتطوير إدارات الاعلام الجامعي في جمهورية اليمن، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة دمار، جمهورية اليمن.
- ١٣- عبد الشافي أبو الفضل (٢٠٠٧): العمل التطوعي من منظور الاستراتيجية، الرؤية والرسالة والتحليل البيئي، مذكرة غير منشورة، جامعة نايف للعلوم الأمنية، المملكة العربية السعودية.
- ١٤- عبدالرازق احمد الشرقاوى (٢٠٢٠): الاعلام الرياضي، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان
- ١٥- علي عبد الفتاح كنعان (٢٠١٤): الاعلام والمجتمع، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الاردن.
- ١٦- علي عبد الله الجعفري (٢٠٠٩): إستراتيجية مقترحة للتسويق الرياضي في الوطن العربي، مكتبة كلية التربية البدنية والرياضة، الرياض، المملكة العربية السعودية.
- ١٧- عمر أحمد الحر (٢٠١٣): "التطوير المؤسسي: إطار متكامل لتحسين الأداء المؤسسي"، دار الفكر العربي، القاهرة.
- ١٨- محمد عبد الرزاق محمد السيد (٢٠٢١): إستراتيجية مقترحة لتسويق الخدمات الرياضية في ضوء الأداء الإعلامي الإلكتروني بأستاذ الاسكندرية الرياضي الدولي، رسالة دكتوراه، جامعة حلوان، القاهرة.
- ١٩- محمد عبد الغني هلال (٢٠٠٧): مهارات التفكير والتخطيط الاستراتيجي- كيف تربط بين الحاضر والمستقبل، مركز تطوير الأداء والتنمية، القاهرة.
- ٢٠- محمد عبد الملك المتوكل (٢٠٠٥): مدخل الى الاعلام والراي العام. الطبعة الثانية، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، مصر.
- ٢١- محمد فوزي عبد المنعم (٢٠١٨): استراتيجية مقترحة للأعلام الرياضي لوزارة الشباب والرياضة بجمهورية مصر العربية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنات، جامعة الاسكندرية.
- ٢٢- محمد مصطفى حسين (٢٠١٧): "التطوير التنظيمي والإداري: مدخل لتحقيق الفاعلية المؤسسية"، دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر، الإسكندرية.
- ٢٣- مصطفى محمد محسن (٢٠١٨): دور الاعلام الرياضي في ادارة الازمات الرياضية في الاتحاد العراقي المركزي لكرة القدم من وجهة نظر المدربين، رسالة ماجستير في التربية البدنية وعلوم الرياضة، جامعة القادسية، العراق.

- ٢٤- موسى سلامة اللوزي (٢٠٠٧): الإدارة الاستراتيجية - مفاهيم وممارسات، ورقة عمل مقدمة لمؤتمر الموارد البشرية الأول - كلية الاعمال، الجامعة الأردنية.
- ٢٥- مؤمن عبد الله مهدي (٢٠١٥): دراسة تقييمية للإدارة الإلكترونية ودورها في دعم اتخاذ القرار بوزارة الدولة للرياضة، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية الرياضية جامعة المنيا.
- ٢٦- وفاء محمود محمد موسى (٢٠١٢): خطة اعلامية للمشروعات القومية بالإدارة المركزية لبرامج التنمية الرياضية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية الرياضية جامعة حلوان.
- ٢٧- وليد أبراهيم أحمد (٢٠١٤): خطة استراتيجية لتفعيل الممارسة الرياضية لطلاب جامعة بور سعيد، كلية التربية الرياضية، جامعة بور سعيد، رسالة دكتوراه غير منشورة.
- ٢٨- ياسين فضل ياسين (٢٠١١): الاعلام الرياضي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان.
- ٢٩- يحيى زكريا محمد (٢٠١٤): استراتيجية مقترحة لتطوير هيئة استاد القاهرة الدولي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة بنها.

ثانياً: المراجع الأجنبية

- 30- Cabiddu, F., & Floreddu, P. (2016): " Social media communication strategies", Journal of Services Marketing (Vol. 30). Pp. 490-503.