

## تقييم فاعلية توظيف تكنولوجيا الاتصال التفاعلي في إدارة الأزمات التي تواجه الأندية الرياضية

أ.د/ كوثر السعيد الموجي

أ.د/ هنا يوسف

حسام حافظ

### مقدمة البحث :

تعد الأندية الرياضية من المؤسسات الإدارية والاجتماعية التي تضم العديد من الشرائح البشرية، كأعضاء الهيئة الإدارية والمدربين واللاعبين والعاملين والجمهور الذي يشجع النادي ويدعم نشاطاته، وتحتوى الأندية الرياضية على المنشآت كالملاعب والقاعات الداخلية والمساح الرياضية، إن عملية إجراء النشاطات والمسابقات والتدريبات ليست بالعملية السهلة أو العشوائية والتي تتطلب وجود رئيس وهيئة إدارية تضم عدداً من الأعضاء الذين يشكلون الركيزة الأساسية في إدارة النادي والعمل به، كما يؤدي المدرب دوراً كبيراً في المساعدة في إدارة النادي.

إن عالم اليوم هو عالم الأزمات لأسباب تتعلق بالتغيرات الكثيرة التي حدثت في مجالات الحياة المختلفة التي أثرت في حياة الإنسان داخل المجتمعات كافة وبشكل خاص داخل المجتمع المصري وعلى الأخص في الفترة الأخيرة لما تشهده البلاد من صراعات سياسية واقتصادية وانفلات امنى وأخلاقي في شتى ربوع مصر الأمر الذي يجعل الأزمات متلاحقة ومتتالية في المجال الرياضي فلا يستطيع الفرد أن يهناً بيوم بعد الخروج من الأزمة الأولى حتى تبدأ أزمته جديده في اليوم الاحق وعلى الأصعدة جميعها ومن المعروف أن التحدى الكبير الذي يواجه الافراد والمنظمات والدول يتحدد بسلسلة الأزمات التي تختلف في طبيعتها وحجمها وعوامل تحريكها والتي تؤدي الى خلق الصعوبات والمشكلات واحداث الانهيارات في القيم والمعتقدات والموارد المادية والبشرية ولا شك بان احدى هذه المنظمات هيه الأندية الرياضية التي ما زالت تعاني الكثير من المشاكل والأزمات التي تواجهها وخاصة عند تصاعد وتيرة المنافسات الرياضية.

على الرغم من أن الأزمة هي وليدة مجتمعها الى انها تؤثر في تأثيراً مباشراً وتتفاعل مع معطياته وظروفه والتفاعل المتبادل بين الأزمة والمجتمع يحكمه اساس الفكر السائد في المجتمع فكلما كان ذلك الفكر متقدماً ازدادت قدرة المجتمع على تجاوز ازماته وازدياد شدة الأزمة واستفحالها لن يكونا سبب كافياً لتدمير المجتمعات وانهارها وخاصة تلك والراغبة في مواجهتها ولن يتحقق ذلك الا من خلال ادارة تسيطر على قيم المجتمع ومثله العليا وتكون قادرة على تنظيم مسيرته وتعمل على تقوية دعائمه وربطه فضلاً عن المشاركة الفعالة من ابناء المجتمع في مواجهة التصدعات التي تنعكس على قدراته وتأثر في إمكانياته.

إن الذي نراه في واقعنا الرياضي في مصر من صراعات داخلية في الاندية بين جميع عناصر الرياضة وعناصر اللعبة من ( اللاعبين , والمدربين , والإداريين , ومجالس الادارة , واعضاء الاندية , واتحادات الالعاب , ولجان الحكام ) فكل الصراعات والازمات كان من شأنها ان يتدنى من مستوى الرياضة المصرية على الصعيد العالمي والدولي في مختلف الرياضيات والمنافسات العالمية فقد لا نرى على ساحه الرياضة العالمية سوى فريق او فريقا على الاكثر هم من يمثلوا تمثيلا مشرفا على منصات التتويج العالمية , ويتحمل التواصل الفعال العبء الاكبر في هذه الازمات في التواصل الفعال يستطيع ان يتغلب على الازمة قبل حدوثها وقد يعمل التواصل الفعال على تعقيد الازمة وتفخمها وكل هذا يرجع الى الاغراض الشخصية للأفراد القائمين على التواصل التفاعلي فيستطيع الاشخاص ان يسيطر على الازمة بالإيجاب او بالسلب وكذلك وما يتناقل بين افراد من اخبار ومعلومات صحيحة او خاطئة كان من شأن هذه الشبكة العنكبوتية ايضا ان يؤثر على الازمة اما بحلها وهذا هو الجانب الإيجابي او بتفخيم الازمة وهذا هو الجانب السلبي للتواصل الفعال من خلال الشبكة العنكبوتية (21) .

وقد بدأ توظيف آليات الانترنت في تحقيق اهداف الاندية الرياضية, وتستخدم الآن شبكات المواقع الاجتماعية في مجالات عدة ؛ مما أتاح استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية بوصفها ادوات في الاندية الرياضية الإلكترونية بطريقة سريعة وأكثر حيوية للحصول على المعلومات من مصدرها , وتبادل الخبرة مع الآخرين و فضلا عن تقديم الاندية نفسها للجمهور بشكل افضل , بالإضافة الى التفاعل والحوار معه عبر تلك المجتمعات الافتراضية , واقامة علاقات مع جماهير جدد , والحفاظ على الجماهير الحالية. (25 : 222).

وقد أصبح الانترنت وسيلة مهمة للأندية الرياضية في تواصلها مع الجمهور, اذ تلعب دورا بارزا في تقديم المعلومات الصحيحة للجمهور بشرائحه المختلفة ؛ سواء عبر المراسلات الإلكترونية , او عبر النشر على مواقع الاندية الرياضية , او بواسطة النشرات الاخبارية الإلكترونية الدورية وغيرها , بشرط تحديث المعلومات المتاحة على مواقع الاندية الرياضية بصورة مستمرة , واذا كان من اهداف ووظائف الاندية الرياضية العمل على مواجهة الازمات التي تتعرض لها الاندية , بل العمل على التنبؤ بهذه الأزمات قبل وقوعها , فان الانترنت يسهم في تحقيق هذا الهدف عبر المتابعة المستمرة لتوجهات وردود الفعل المحيطة بالأندية , كما أتاح وجود الانترنت مجالا اتصاليا فعالا للمنظمة ؛ فمن خلاله تتمكن من القيام بعملية تحليل الموقف وجمع المعلومات ومتابعة تأثير الأزمة على القطاعات والفئات الجماهيرية المختلفة. (24).

تعتمد العديد من الاندية على مواقعها الإلكترونية, بوصفها وسائل حديثة يمكن استخدامها للتفاعل مع الجمهور المستهدف , كما توظيف هذه الاندية المواقع الإلكترونية بصفه وسيلة سريعة ومتكاملة للوصول الى الجمهور في اثناء الازمات معتمدة على قدرات هذه الوسيلة في

تفاعل المباشر ونقل الرسائل السريعة وتقديم المضمون عبر وسائط متعدد تتكامل فيما بينها.  
(1).

كما أن للمواقع الإلكترونية القدرة على التعبير عن مختلف مواقف مجموعات المصالح ذوي الصلة بالأندية . (30 :87).

الى جانب المواقع الإلكترونية للمنظمة, اتاح الانترنت ايضا انشاء مدونات , تستطيع الاندية الرياضية استخدامها بسهولة لإمداد الجمهور بمواد ومعلومات موثقة وحديثة ودورية عن أحداثها , وأن تستقبل رد فعل الجمهور وانطباعاته بصورة سريعة ,الى جانب امداد المدونة بروابط تتضمن معلومات وصور وجداول تهم الاندية والجمهور ,وأصبح الجمهور يستخدم ايضا الشبكات الاجتماعية على نحو متزايد للتعبير عن آرائه وتشمل الأمثلة على ذلك الفيس بوك ,ويوتيوب ,وتويتر . وقد تطورت وسائل التواصل الاجتماعي بسرعة, الى ان اصبحت فرصة كبيرة وتحديا للعديد من الاندية الرياضية ؛ حيث أصبحت الاتصالات الأكثر ديناميكية ؛ نظرا لتغير المعلومات بسرعة قياسية , والقضايا المحلية ويمكن أن تصبح عالمية فى ثوان ؛ وبالتالي اتاح الانترنت الفرصة للأندية الرياضية لكى تدير قضاياها وازماتها ولتستجيب كذلك لهذ القضايا والأزمات. (16 :144).

#### مشكلة البحث.

تعتبر المواقع الإلكترونية للمنظمات فرصة وتحديا كبيرا للأندية الرياضية؛ إذ يدخل ضمن مسؤولياتها كيفية استخدام شتى هذه المواقع لخدمة الجمهور الرياضي وغيرهم من مجموعات المصالح التى تتفاعل معها كمنظمة, وكيفية بناء حوار جيد مع الجماهير المختلفة.

هذا وقد تزايد اتجاه ممارسي العلاقات العامة على مدار العقدين السابقين لاستخدام التواصل التفاعلي, ويظهر ذلك من خلال تصميم مواقع للأندية على الانترنت ,وانشاء مدونات لها ومتابعتها باستمرار , والمشاركة فى عمل الاستطلاع للأراء عبر الانترنت , وأيضاً إنشاء بريد إلكتروني للأندية واصدار نشرات اخبارية إلكترونية , بالإضافة الى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للتفاعل مع الجماهير .

وفى هذا الإطار, وفى ضوء ما تواجهه الاندية الرياضية من ازمات تتبلور قضية الدراسة فى " رصد وتحليل وتقويم الكيفية التى يتم من خلالها توظيف لتكنولوجيا الحديثة والوسائل التفاعلية المتاحة على شبكة الإنترنت فى ادارة الاندية الرياضية لعمليات الاتصال قبل و اثناء وبعد الأزمات التى تواجهها , وذلك بالتطبيق على الوسائل الإلكترونية التفاعلية التى تستخدمتها الاندية الرياضية فى ادارتها للاتصالات فى مواجهة الازمات.

ومن خلال عمل الباحث فى المجال الرياضي واطلاعه الدائم على مواقع التواصل الاجتماعي (الاتصال التفاعلي) وجد الباحث ان هناك مشكله فى ادارة الازمات الرياضية بالأندية

الرياضية وأحيانا يتم استغلال تكنولوجيا الاتصال التفاعلي فى صناعة الازمة بدلا من استخدامها فى ادارة وحل الازمة وتوجيه جمهور الاندية الرياضية من خلال ادارة واعيه بالاندية الرياضية وتقوم على ادارة الازمة عن طريق السوشيال ميديا حتى لا تتطور الازمة ويصعب حلها. وتكنولوجيا الاتصال التفاعلى لها اهمية كبيرة فى ادارة وحل الازمات فى الاندية الرياضية إذا تم استثمارها الاستثمار الامثل لمعالجة الازمة الرياضية خصوصا الازمات الخاصة بالاندية الرياضية الجماهيرية مثل نادى الاهلى والزمالك والازمات التى تمر بها فى الفترات الأخيرة.

#### هدف البحث:

يهدف البحث الي التعرف علي اهمية الاتصال التفاعلي بالاندية الرياضية

#### تساؤلات البحث:

ماهي اهمية الاتصال التفاعلي فى ادارة الازمات بالاندية الرياضية

#### مصطلحات البحث

**النادى الرياضى:** هيئة رياضية تكونها جماعة من الأشخاص الطبيعية أو الاعتبارية مجهزة بالمباني والملاعب والإمكانات لنشر الممارسة الرياضية (8).

#### الدراسات المرتبطة:

1-دراسة **امنية عبدالحميد توفيق الديب (2016) ( 15 )** بعنوان " تقييم فاعلية توصيف تكنولوجيا الاتصال التفاعلي فى إدارة الازمات التى تواجه المنظمات العامة فى مصر " , وهدفت الدراسة رصد وتحليل وتقويم الكيفية التى يتم من خلالها توظيف التكنولوجيا الحديثة والوسائل التفاعلية المتاحة على شبكة الانترنت فى إدارة المنظمة لعمليات الاتصال اثناء وبعد الازمات ,واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي والدراسات التحليلية وطبقت على وزارتي الدفاع والداخلية وكان من أهم نتائج الدراسة أن للاتصال التفاعلي دور فعال فى ادارة ازمات المنظمات العاملة فى وزارتي الدفاع والداخلية.

2- دراسة **سماح عبد الرزاق غلاب محمد (2014) ( 12 )** بعنوان "استخدام الأنترنت فى ممارسة أنشطة العلاقات العامة: دراسة تطبيقية على عينة من المؤسسات الإنتاجية والخدمية ,استخدامات الانترنت فى الأنشطة الاتصالية" واعتمدت تلك الدراسات على المنهج المسحى التى توصلت الى ان الموقع عينة الدراسة نجحت فى تحقيق أول شروط ومراحل بناء العلاقة الحوارية بين المنظمات والجماهير حيث ظهرت عناصر مؤشر سهولة استخدام المواقع بصورة تفوق عناصر كل من مؤشرات التفاعل ومؤشرات خدمة العاملين بوسائل الاعلام.

3- دراسة **وفاء محمد سليم الجمال (2014) ( 11 )** بعنوان "استخدام العلاقات العامة لتكنولوجيا الاتصال الحديث فى قطاع البترول, دراسة ميدانية على عينة من شركات قطاع البترول العام والخاص", هدف البحث الوصول الى معلومات فى العلاقات العامة للوصول الى النجاح فى

شركات البترول باستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة واستخدمه دراسة الاستبيان على العاملين بإدارات العلاقات العامة بشركات البترول العامة والخاصة ,وتوصلت الدراسة الى وجود علاقة ارتباطية ايجابية بين مدى توظيف تكنولوجيا الاتصال داخل إدارات العلاقات العامة بشركات البترول ومستوى النشاط الاتصالي للعلاقات العامة بها .

4- دراسة السيد السعيد عبد الوهاب محمد (2012) ( 11 ) بعنوان "استراتيجيات الخطاب الاتصالي المؤسسي فى ادارة الازمات, ودراسة تحليله للبيانات الرسمية بشأن عينة من ازمات المرحلة الانتقالية , والمؤتمر العلمى الدولى الثامن عشر لكلية الإعلام" وهدفت الدراسة تحليل للبيانات الرسمية بشأن المرحلة الانتقالية واستخدم الباحث المنهج الوصفي وتوصل ان جميع بيانات المجلس العسكري جاءت بعيدة عن خطاب الاعتراف بالازمة او السعي لتحمل المسؤولية عن ما حدث وشجاعة الاعتراف بذلك, وكما لم يتطرق خطاب المجلس العسكرى الى الاعتذار او الاسف المباشر للجمهور ,بالإضافة الى ان جميع بيانات المجلس العسكرى صدرت متأخرة عن توقيت

#### اجراءات البحث

#### منهج البحث:

استخدم الباحث المنهج الوصفي (الدراسات المسحية) وذلك لملائته لطبيعة البحث ومناسبته لطبيعة إجراءاته عن طريق وصف ما هو كائن وتحليله واستخلاص الحقائق منه إذ أن المنهج الوصفي لا يقتصر على جمع البيانات وتبويبها وإنما يستهدف تحليل وتفسير النتائج للاستفادة منها في المستقبل.

#### مجتمع البحث:

يمثل مجتمع البحث الفئات التالية:

- اساتذة الادارة الرياضية بالجامعات المصرية.
- قيادات وزارة الاعلام. لجنة ضبط الاعلام الرياضي.
- الاعلاميون الرياضيون بوسائل الاعلام المرئي والمسموع والمقروء.
- اعضاء مجالس الادارات بالأندية الرياضية.
- مديري واعضاء مجلس ادارة الاتحادات الرياضية.
- قيادات وزارة الشباب والرياضة.
- اعضاء الجمعية العمومية.
- العاملين بالأندية الرياضية المصرية.

#### عينة البحث:

قام الباحث باختيار عينة البحث بالطريقتين العمدية والعشوائية من الفئات التالية:-

بعض اساتذة الادارة الرياضية بالجامعات المصرية.  
بعض قيادات وزارة الاعلام. لجنة ضبط الاعلام الرياضي.  
بعض الاعلاميون الرياضيون بوسائل الاعلام المرئي والمسموع والمقروء.  
بعض اعضاء مجالس الادارات بالأندية الرياضية.  
بعض مديري واطعاء مجلس ادارة الاتحادات الرياضية.  
بعض قيادات وزارة الشباب والرياضة.  
بعض اعضاء الجمعية العمومية.  
بعض المديرين بالأندية الرياضية المصرية.

#### العينة الاستطلاعية:

- (3) اساتذة الجامعات
- (2) قيادات وزارة الاعلام
- (2) اعلاميون.
- (4) اعضاء مجالس الادارات بالأندية الرياضية.
- (5) اعضاء مجلس ادارة الاتحادات
- (4) قيادات وزارة الشباب والرياضة
- (5) اعضاء جمعية عمومية .
- (5) جمهور رياضي.

وبذلك يكون مجموع عينة البحث الاستطلاعية (30) فرد.

#### عينة البحث الأساسية:

- (15) اساتذة الجامعات
  - (15) قيادات وزارة الاعلام.
  - (15) اعلاميون.
  - (15) اعضاء مجالس الادارات بالأندية الرياضية
  - (10) اعضاء مجلس ادارة الاتحادات
  - (15) قيادات وزارة الشباب والرياضة.
  - (20) اعضاء جمعية عمومية.
  - (25) جمهور رياضي.
- وبذلك يكون مجموع عينة البحث الأساسية (112) فرد.

## جدول (1)

### توصيف عينة البحث

الأساسية	الاستطلاعية	التصنيف	التوصيف	الفئة
5	1	اساتذة الاعلام	اساتذة جامعات	أ
5	1	اساتذة ادارة رياضية		
5	1	اساتذة اعلام رياضي		
15	3	المجموع		
15	2	المديرون	قيادات وزارة الاعلام	ب
15	2	المجموع		
15	2	رؤساء اقسام	اعلاميون	ج
15	2	المجموع		
5	2	اندية رياضية اهلية	اعضاء مجالس الادارات بالاندية الرياضية	د
5	2	اندية رياضية خاصة		
15	4	المجموع		
2	3	جماعية	اعضاء مجلس ادارة الاتحادات	ز
3	2	فردية		
10	5	المجموع		
15	4		قيادات وزارة الشباب والرياضية	ط
15	4	المجموع		
12	5		اعضاء جمعية عمومية	هـ
12	5	المجموع		
15	3	الممارسين للرياضة	جمهور رياضي	و
10	2	غيرممارسين للرياضة		
25	5	المجموع		
112	30	الاجمالي		

ويوضح جدول (1) توصيف عينة البحث موضحاً مجموع عينة البحث الاستطلاعية وتوصيفها، ومجموع عينة البحث الأساسية وتوصيفها، وقد قام الباحث باستبعاد عينة البحث الاستطلاعية من عينة البحث الأساسية.

### أدوات جمع البيانات:

قام الباحث باستخدام أكثر من أداة من أدوات جمع بيانات وهي كالاتي:

## تحليل الوثائق:

قام الباحث بدراسة وتحليل المراجع العلمية والدراسات المرتبطة بموضوع البحث، وذلك للتعرف على الخطوات الواجب إتباعها لتحقيق أهداف البحث،  
المقابلات الشخصية:

قام الباحث بإجراء المقابلات الشخصية غير المقننة لتمييزها بالمرونة والقدرة على تعديل الأسئلة بحيث تناسب الموقف وتتاسب المفحوصين، وتشجعهم أحياناً على التعبير عن أفكارهم بحرية، وفي بعض الأحيان يتم الحصول على المعلومات بطريقة عارضة، هذا ويعتبر توجيه الأسئلة شفويًا ملائمة لجمع البيانات.

حيث قام الباحث بإجراء المقابلة الشخصية مع بعض المسؤولين من اساتذة الجامعات والقيادات الادارية بالهيئات الرياضية ، وبعض السادة الخبراء قيد البحث مرفق (1)، وبعض السادة العاملين من ذوى الخبرات فى مجال الاعلام الرياضي، وذلك خلال الفترة من 2019/7/20 الى 2019/8/12م، وذلك للاستفادة منها فى تصميم استمارة الاستبيان، وقد أشرت الباحث فى اختيار السادة الخبراء ما يلي:

- ان يكون من اساتذة الادارة الرياضية
  - أن يكون من الأساتذة فى الاعلام الرياضي
  - أن يكون قد أمضى أكثر من عشرة سنوات على الأقل فى العمل فى مجال الرياضة.
- استمارة الاستبيان :

استخدم الباحث استمارة الاستبيان كوسيلة لجمع البيانات التى يمكن من خلالها تحقيق أهداف البحث.

معاملات الارتباط بين درجات عبارات المحور الثالث (اهمية الاتصال التفاعلي بالأندية الرياضية (( والدرجة الكلية (ن=30)

م	العبارات	معامل الارتباط بالمحور	معامل الارتباط بالدرجة الكلية للاستبيان
1	الاهتمام بالمادة الوثائقية المصاحبة للتغطية الاعلامية	0.598	0.607
2	الاهتمام بتنوع فنون الاتصال التفاعلي من تقارير وتعليقات وتحليلات لازمة وتطوراتها.	0.428	0.532
3	الالتزام بعرض الحقائق ورفض مبدأ حجب المعلومات أو اخفائها	0.621	0.408
4	الاهتمام بنقل الاحداث من موقع حدوثها.	0.411	0.378
5	جذب انتباه المشاهدين من الجمهور باستخدام طرق واساليب التناول الاعلامي	0.470	0.526
6	فورية نقل الحدث من موقعة بالعمق والشمول الذي يساعد علي فهم ابعاد الازمة.	0.798	0.664
7	ظمانة الجمهور الداخلي والخارجي.	0.798	0.496
8	القضاء علي الشائعات التي تنشر في حالة نقص المعلومات.	0.448	0.419



0.086	0.188	تزويد وسائل الاعلام بالمعلومات الدقيقة المتعلقة بالازمة.	9
0.409	0.493	كسب تايبيد الجمهور الداخلي وتعاطف الجماهير الخارجية	10
0.510	0.453	متابعة كل ما هو جديد فيما يخص الازمة بالنادي.	11
0.403	0.481	المتابعة المستمرة لاعلام المنافس او الخصم وتحليل مضمونه.	12
0.404	0.449	تحديد سبل الرد علي المنافس او الخصم بهدف تخفيض اثاره.	13
0.396	0.682	طمأنة الراي العام من مخاطر المنافس او الخصم.	14
0.560	0.521	جذب الجماهير للنادي بعد حدوث الازمة.	15
0.463	0.676	عدم اهمال المعالجات السلبية لما تنشره بعض وسائل الاعلام.	16
0.556	0.598	الاستمرار في تزويد الاعلام بالمعلومات الصحيحة.	17

\* قيمة "ر" الجدولية عند مستوى (0.05) = 0.361

يتضح من جدول ( 9 ) ان قيم معاملات الارتباط لعبارات المحور الثالث جاءت دالة احصائيا عند مستوى (0.05) فيما عدا العبارات ارقام 9 وبذلك اصبح عدد عبارات المحور الثالث (16) عبارة علي درجة مقبولة من الصدق .

الوزن النسبي والنسبة المئوية ومربع كا والترتيب لآراء العينة بالنسبة لعبارات المحور الثالث  
(اهمية الاتصال التفاعلي بالأندية الرياضية) (ن = 112 )

مربع كا	النسبة المئوية %	الوزن النسبي	الاستجابة						العبارات	م
			لا		الي حد ما		نعم			
			%	ك	%	ك	%	ك		
79.6	89.3	300	2.7	3	26.8	30	70.5	79	الاهتمام بالمادة الوثائقية المصاحبة للتغطية الاعلامية	1
128.5	71.7	241	0.9	1	83.0	93	16.1	18	الاهتمام بتنوع فنون الاتصال التفاعلي من تقارير وتعليقات وتحليلات لازمة وتطوراتها.	2
52.2	84.8	285	2.7	3	40.2	45	57.1	64	الالتزام بعرض الحقائق ورفض مبدا حجب المعلومات أو اخفائها	3
71.5	88.4	297	0	0	34.8	39	65.2	73	الاهتمام بنقل الاحداث من موقع حدوثها.	4
195.2	97.6	328	2.7	3	1.8	2	95.5	107	جذب انتباه المشاهدين من الجمهور باستخدام طرق واساليب التداول الاعلامي	5
184.1	96.7	325	3.6	4	2.7	3	93.8	105	فورية نقل الحدث من موقعة بالعمق والشمول الذي يساعد علي فهم ابعاد الازمة.	6
159.9	96.4	324	0	0	10.7	12	89.3	100	طمأنة الجمهور الداخلي والخارجي.	7
139.7	94.3	317	2.7	3	11.6	13	85.7	96	القضاء علي الشائعات التي تنشر في حالة نقص المعلومات.	8
179.2	97.3	327	0.9	1	6.3	7	92.9	104	كسب تايبيد الجمهور الداخلي وتعاطف الجماهير الخارجية	9
164.6	96.7	325	0	0	9.8	11	90.2	101	متابعة كل ما هو جديد فيما يخص الازمة بالنادي.	10
168.7	96.4	324	1.8	2	7.1	8	91.1	102	المتابعة المستمرة لاعلام المنافس او الخصم وتحليل مضمونه.	11
84.4	90.2	303	0	0	29.5	33	70.5	79	تحديد سبل الرد علي المنافس او	12

										الخصم بهدف تخفيض اثاره.
206.6	98.8	332	0.9	1	1.8	2	97.3	109	13	طمأنة الراي العام من مخاطر المنافس او الخصم.
114.4	93.2	313	0	0	20.5	23	79.5	89	14	جذب الجماهير للنادي بعد حدوث الازمة.
60.3	86.6	291	2.7	3	34.8	39	62.5	70	15	عدم اهمال المعالجات السلبية لما تنشره بعض وسائل الاعلام.
212.4	99.4	334	0	0	1.8	2	98.2	110	16	الاستمرار في تزويد الاعلام بالمعلومات الصحيحة.

قيمة كا2 عند مستوي دلالة  $0.05 = 5.99$

يتضح من جدول (15) ان النسب المئوية لاستجابات عينة البحث على المحور الثالث اهمية الاتصال التفاعلي بالأندية الرياضية قد انحصرت ما بين ( 71.7 % ، 99.4 %) وجاءت قيم مربع كا دالة احصائيا عند مستوي دلالة 0.05 علي جميع العبارات في اتجاه الاجابة ب نعم فيما عدا العبارة رقم 2 حيث جاءت قيم كا2 دالة احصائيا عند مستوي دلالة 0.05 في اتجاه الاجابة ب الي حد ما وجاء ترتيب العبارات كما يلي :

- الاستمرار في تزويد الاعلام بالمعلومات الصحيحة.
- طمأنة الراي العام من مخاطر المنافس او الخصم.
- جذب انتباه المشاهدين من الجمهور باستخدام طرق واساليب التناول الاعلامي
- كسب تأييد الجمهور الداخلي وتعاطف الجماهير الخارجية
- فورية نقل الحدث من موقعة بالعمق والشمول الذي يساعد علي فهم ابعاد الازمة.
- متابعة كل ما هو جديد فيما يخص الازمة بالنادي.
- طمأنة الجمهور الداخلي والخارجي.
- المتابعة المستمرة لأعلام المنافس او الخصم وتحليل مضمونه.
- القضاء علي الشائعات التي تنتشر في حالة نقص المعلومات.
- جذب الجماهير للنادي بعد حدوث الازمة.
- تحديد سبل الرد علي المنافس او الخصم بهدف تخفيض اثاره.
- الاهتمام بالمادة الوثائقية المصاحبة للتغطية الاعلامية
- الاهتمام بنقل الاحداث من موقع حدوثها.
- عدم اهمال المعالجات السلبية لما تنشره بعض وسائل الاعلام.
- الالتزام بعرض الحقائق ورفض مبدا حجب المعلومات أو اخفائها
- الاهتمام بتنوع فنون الاتصال التفاعلي من تقارير وتعليقات وتحليلات لازمة وتطوراتها

## مناقشة نتائج اهمية الاتصال التفاعلي بالأندية الرياضية

يتضح من نتائج جدول (15) والخاص باستجابات عينة البحث علي المحور الثالث ايجابيات ومميزات الاتصال التفاعلي بالأندية الرياضية:

جاءت في الترتيب الاول العبارات ارقام (16) و (18) و (5) والتي تنص علي الاستمرار في تزويد الاعلام بالمعلومات الصحيحة وحصلت علي نسبة مئوية بلغت 99.4%. وطمأنة الراي العام من مخاطر المنافس او الخصم وحصلت علي نسبة مئوية بلغت 98.8%. جذب انتباه المشاهدين من الجمهور باستخدام طرق واساليب التناول الاعلامي وحصلت علي نسبة مئوية بلغت 97.6% وجاءت قيمة كا2 في اتجاه الاجابة بنعم علي معظم العبارات .

وفي ضوء استجابات عينة البحث يتضح اتفاق معظم عينة البحث علس محور ايجابيات ومميزات الاتصال التفاعلي بالأندية الرياضية يتمثل في العديد من النقاط والتي اكدت عليها جميع افراد عينة البحث والتي تتمثل في تزويد الاعلام الرياضي بالمعلومات الصحيحة دون اللجوء الي اخفاء المعلومات عن الاعلام حتي لا يقوم الاعلام الرياضي بتصدير الازمات للأندية الرياضية وكذلك طمأنة الراي العام من مخاطر الاندية المنافسة لهم في جميع الانشطة الرياضية كذلك العمل علي جذب انتباه المشاهدين والجمهور الداخلي والخارجي والعمل اقناع الجمهور بمتابعتهم عبر السوشيال ميديا والحصول علي مصدر المعلومة من خلالهم فقط وعدم الانصياع الي اي اخبار خارجية كاذبة هدفها ضرب استقرار الاندية الرياضية وتصدير الازمات والمشكلات لمجلس الادارة وبالتالي تفاقم الازمات .

ويتفق ذلك مع نتائج دراسة قذري عبد الحميد 2012 وجاءت في الترتيب الاخير العبارات التالية ارقام (15) و (3) و (2) والتي تنص علي عدم اهمال المعالجات السلبية لما تنشره بعض وسائل الاعلام وحصلت علي نسبة مئوية بلغت 86.6%. الالتزام بعرض الحقائق ورفض مبدا حجب المعلومات أو اخفائها وحصلت علي نسبة مئوية بلغت 84.8% % الاهتمام بتنوع فنون الاتصال التفاعلي من تقارير وتعليقات وتحليلات للازمة وتطوراتها وحصلت علي نسبة مئوية بلغت 71.7% وجاءت قيمة كا2 في اتجاه الاجابة بنعم علي معظم عبارات المحور الثالث والتي اكدت علي الدور الايجابي للاتصال التفاعلي ومميزاته بالأندية الرياضية والذي يعتبر حائط الصد الحالي في ضوء الثورة التكنولوجية الحديثة.

وفي ضوء استجابات عينة البحث يتضح اتفاق معظم عينة البحث علي محور ايجابيات ومميزات الاتصال التفاعلي بالأندية الرياضية والتي اكدت ان الاتصال التفاعلي بالأندية الرياضية له دور مهم وفعال في عدم اهمال الصورة السلبية اليت ينشرها الاعلام عن النادي الرياضي والعمل ايقاف تلك الهجمات علي النادي والتصدي لها كذلك الالتزام بعرض الحقائق وعدم اخفائها عن الجمهور الداخلي او الخارجي سواء جمعية عمومية او مشجعين للأندية

الرياضية والاهتمام بتوع فنوت الاتصال لوصول المعلومات لجميع مستفيدي الاندية الرياضية ويتفق ذلك مع نتائج دراسة .امل محمد فوزي 2004

وبذلك تمت الاجابة علي التساؤل الثالث ماهي اهمية الاتصال التفاعلي بالاندية الرياضية.

الاستخلاصات والتوصيات

#### اولا: الاستخلاصات

- 1.الاستمرار في تزويد الاعلام بالمعلومات الصحيحة.
2. طمأنة الراي العام من مخاطر المنافس او الخصم.
3. جذب انتباه المشاهدين من الجمهور باستخدام طرق واساليب التناول الاعلامي
4. كسب تأييد الجمهور الداخلي وتعاطف الجماهير الخارجية

#### ثانيا : التوصيات

- 1) ضرورة عقد شراكات مع المؤسسات الاعلامية التي لها علاقة بالرياضة وتوعية الجمهور الداخلي والخارجي للحد من الازمات.
- 2) الاهتمام بحوث ادارة الازمات بالاندية الرياضية.
- 3) تفعيل قرارات لجنة ضبط الإعلام الرياضي على البرامج الرياضية التي تحت على التعصب بين الجماهير عبر السوشيال ميديا والتي تثير الازمات والتعصب.
- 4) الاهتمام ببحوث الاتصال التفاعلي في المؤسسات الرياضية.

#### المراجع

##### أولا المراجع باللغة العربية:

- 1-إبراهيم عبد الله المسلمي (2007م): الإعلام والمجتمع، دار الفكر العربي، الطبعة الثانية.
- 2-ابراهيم عبد الوكيل الفار. " تربيوات تكنولوجيا القرن الحادي والعشرين: تكنولوجيا (ويب ٢.٠)"، ط١، (طنطا: الدلتا لتكنولوجيا الحاسبات، ٢٠١٢)، ص ٢٠١ - ٢٠٢.
- 3-احمد سعيد رجب(2004) م: الاعلام والدعاية والاعلان، كلية التربية الرياضية بالهرم، مذكرات غير منشورة، القاهرة.
- 4-احمد فاروق رضوان: ادارة اتصالات الازمة من خلال المواقع الإلكترونية للمنظمة , دراسة علي ازمة استدعاء السيارات لشركة تويوتا خلال عام 2010 , مؤتمر الاعلام وادارة الازمات 2010
- 5-أسما حسين حافظ، تكنولوجيا الاتصال الإعلامي التفاعلي في عصر الفضاء الإلكتروني المعلوماتي والرقمي، ط1، الدار العربية للنشر والتوزيع، د.م.ن، 2005.
- 6-اشرف عبد المعز(1999) م: تقويم إقتصادية الاندية الرياضية، رسالة دكتوراة غير منشور، كلية التربية الرياضية بنين، جامعة حلوان، القاهرة.

- 7-أماني جمال مجاهد، استخدام الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطورة "، مرجع سابق.
- 8-امل محمد فوزى منتصر : مجالات استخدام شبكة للمعلومات الدولية الانترنت فى الأنشطة الاتصالية , رسالة ماجستير غير منشورة , كلية الاعلام ، جامعة القاهرة.2004.
- 9-امنيرة عبدالحميد توفيق الديب : تقييم فاعلية توصيف تكنولوجيا الاتصال التفاعلي فى إدارة الازمات التى تواجه المنظمات العامة فى مصر . 2016.
- 10-تامر بسيونى عبدالصمد (2011م): "دور وسائل الاعلام فى ادارة الازمات الرياضيه "رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة القاهرة.
- 11-توماس ج. م ، ماكسويل ليمن، تقنيات الاتصال وتدفق المعلومات، ترجمة حشمة محمد على، جامعة الرياض، الرياض، 1993.
- 12-توفيق عبد الرحمن . ادارة الازمات : التخطيط لما قد يحدث . القاهرة . مركز الخبرات المهنية للإدارة ( بميلك ) 2011.
- 13-جان جيران كرم (1999) م: الاعلام العربي من القرن الواحد وعشرين، دار الجليل بيروت، لبنان.
- 14-حسن احمد الشافعي (2003) م: الاعلام فى التربية البدنية والرياضة، دار الوفاء للطباعة والنشر الاسكندرية.
- 15-حسن عماد المكاوي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة فى عصر المعلومات، ط4، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2005.
- 16-حسن عماد المكاوي، محمود سليمان علم الدين، تكنولوجيا المعلومات والاتصال، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 2000.
- 17-حمزه سيد حمزه خليل. استخدامات الشباب مواقع الشبكات الاجتماعية لاطلاق ثورة 25 يناير 2011 المصرية والاشباعات المتحققة منها (دراسة ميدانية) رسالة ماجستير غير منشورة جامعه طنطا 2012
- 18-حنان فاروق جديد : دور مواقع الانترنت فى تحقيق الاهداف الاتصالية للمنظمة دراسة تحليلية للمواقع الالكترونية للجامعات الحكومية والخاصة فى مصر والامارات ,المجلة العلمية لبحوث الصحافة, كلية الاعلام , جامعة القاهرة.2010.
- 19-خالد صلاح الدين حسن (2008) م: اتجاهات الراي العام المصري نحو ثنائية الاعلام والشائعات فى اطار التحليل الاجتماعى لمحددات الوعي الاعلامي، بحث مقدم من المؤتمر العلمى السنوي الرابع عشر، عن الاعلام بين الحرية والمسؤولية، كلية الاعلام جامعة القاهرة.