



" تقييم الصحافة الإلكترونية كأداة للتوعية برياضة الجمباز الإيقاعي بجمهورية مصر العربية "

* أ.م.د/ شيماء جمال الدين جعفر

** د/ إبراهيم أحمد عبد الوهاب

*** د/ نجلاء فتحي أحمد

**** م/ ندى محمد يوسف

المقدمة ومشكلة البحث :

يلعب الإعلام الرياضى وخاصة الصحافة الإلكترونية دورا هاما في نشر الثقافة والوعى الرياضى من خلال نشر ومتابعة الأخبار والمعلومات على مدار الساعة، حيث تقوم بالنقل الفوري للأخبار ومتابعة التطورات التى تطرأ عليها مع قابلية تعديل النصوص في أى وقت، مما جعلها تنافس الوسائل الإعلامية الأخرى كالإذاعة والتلفزيون.

تعتبر الصحافة أحد أهم وسائل الإعلام في المجتمع فهي رئة الشعوب التي تتنفس من خلالها وتعبر عن فرحها وألمها، فمن خلال صفحاتها تغضب وتسعد فتعلن عن رضاها أو رفضها من خلال تحقيق أو مقال أو كلمة ساخرة او كاريكاتير ساخن، وهي في نفس الوقت واحدة من القوي التربوية المؤثرة في تشكيل وجدان واتجاهات ومعارف الجماهير كما لا يمكن تجاهل دورها في تشكيل وتوجيه دفة النظام الرياضي في مجتمع ما إلي الوجهة التي ترتضيها، فالصحافة الرياضية لها من الإمكانيات الكثير ولها من القدرات ما يجعل الوسيلة الفعالة التي تحدث التغيير المنشود في المجتمع الرياضي بشرط ان يتم أستغلالها علي اسس علمية وفنية سليمة. (٥ : ٢٨)

واتفق كل من " عبد الله محمد زلطة" (٢٠٠٥) مع "حسن الشافعي وسوزان أحمد" (٢٠٠٣) و"سامية محمد جابر، نعمات أحمد عثمان" (٢٠٠٣) أن الإعلام أو الاتصال الإعلامي هو كافة أوجه النشاط الاتصالية التي يمكن أن تهدف إلى تزويد الجمهور بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عن القضايا والموضوعات والمشكلات ومجريات الأمور بطريقة موضوعية وبدون تحريف بما يؤدي إلى خلق أكبر درجة ممكنة من الوعي والإدراك والإحاطة الشاملة لدى

* أستاذ مساعد بقسم التمرينات والجمباز والتعبير الحركى- كلية التربية الرياضية- جامعة المنيا.

** مدرس الإدارة الرياضية والترويج بكلية التربية الرياضية-جامعة الوادي الجديد.

*** مدرس التعبير الحركى بقسم الإدارة الرياضية والترويج- بكلية التربية الرياضية- جامعة الوادي الجديد.

**** معيدة بقسم الإدارة الرياضية والترويج بكلية التربية الرياضية- جامعة الوادي الجديد.



فئات جمهور المتلقين للمادة الإعلامية لكافة الحقائق والمعلومات الموضوعية الصحيحة عن هذه القضايا والموضوعات ، بما يسهم في تنوير الرأي العام وتكوين الرأي الصائب لدى الجمهور في الوقائع والموضوعات والمشكلات المثارة أو المطروحة (١٢ : ١٦) (٤ : ٢٠) (٨ : ٤١٨) فالصحافة الإلكترونية هي الصحافة اللاورقية التي يتم نشرها على شبكة الإنترنت ويقوم القارئ باستدعائها وتصفحها والبحث داخلها بالإضافة إلى حفظ المادة التي يريدها منها وطبع ما يرغب في طبعة مستخدمة الكمبيوتر في عمليات إنشاء وتحرير وتصميم وطباعة وتوزيع المطبوعات فمفهومها يرتبط بمفهوم النشر الإلكتروني.(٧: ٩٢)

والجمباز الإيقاعي هو أحد الرياضات التنافسية الحديثة رفيعة المستوى التي أدرجت مسابقاتها في الألعاب الأولمبية بصورة فردية أو جماعية ، حيث يتميز الاداء بالبراعة والجمال ويؤدي في صورة جملة حركية مكونة من مهارات عناصر الجسم الأساسية مع المصاحبة الموسيقي والادوات الخمس وهي (الحبل-الطوق-الكرة-الشريط-الصولجان) وتؤدي بصورة مترابطة ومتجانسة لايمكن الفصل فيها بين الأداة والاعبة وتعتبر الاداة امتداد لجسم اللاعبة. (٢ : ١١) ومن خلال قيام الباحثة بمقابلة شخصية مع بعض أعضاء لجنة العلاقات العامة والإعلام بالإتحاد المصري للجمباز التي كانت من نتائجها معرفة أن لجنة العلاقات العامة والإعلام تهتم بكل أنشطة الجمباز ومنها الجمباز الإيقاعي وتقوم بنشر كل ما يتعلق به من أحداث وأخبار على صفحتها الخاصة بالإتحاد ولكن هناك قصور من الإعلام الرياضي بالإهتمام بأنشطة الأتحاد المصري للجمباز وأخباره وأحداثه.

ومن خلال إطلاع الباحثة لبعض الدراسات المرتبطة - على حد علم الباحثة- وجدت أنه لم تتناول الدراسات السابقة دور الصحافة الإلكترونية في نشر رياضة الجمباز الإيقاعي، مما دفع الباحثة للقيام بالدراسة الحالية لتقييم الصحافة الإلكترونية كأداة للتوعية برياضة الجمباز الإيقاعي بجمهورية مصر العربية .

أهمية البحث والحاجة إليه:

- قد يسهم البحث في التوعية برياضة الجمباز الإيقاعي بإستخدام الصحافة الإلكترونية بجمهورية مصر العربية وتوسيع قاعدة الممارسين لتلك الرياضة.
- قد يسهم البحث في نشر الثقافة الرياضية فيما يتعلق بالجمباز الإيقاعي.

هدف البحث:

يهدف البحث لتقييم الصحافة الإلكترونية كأداة للتوعية برياضة الجمباز الإيقاعي بجمهورية مصر العربية.



تساؤل البحث:

١- ما هو الواقع الفعلي للصحافة الإلكترونية كأداة للتوعية برياضة الجمباز الإيقاعي بجمهورية

مصر العربية؟

المصطلحات الواردة البحث:

الصحافة الإلكترونية:

هي الصحف التي يتم إصدارها ونشرها على شبكة الإنترنت وتكون على شكل جرائد مطبوعة

على شاشات الحاسبات الإلكترونية. (٧: ٩٣)

الدراسات المرتبطة:

الدراسات العربية:

١- دراسة شيماء منتصر نبيهة ٢٠١٦م (١٠) وتهدف الدراسة إلى تأثير وسائل الإعلام الجديد على أنشطة العلاقات العامة في الأندية الرياضية ووسائل الإعلام الجديد المستخدم في الأندية الرياضية.

٢- دراسة هيثم بهجت عمار ٢٠١٥م (٢٠) وتهدف الدراسة للتعرف على مستوى تأثير الصحافة الإلكترونية الرياضية على اتجاهات شباب جامعة المنصورة نحو قضايا التعصب والعنف في الرياضة.

٣- دراسة لبنى محمود سنوسي ٢٠١٣م (١٦) وتهدف الدراسة إلى القيام بدراسة تحليلية لمواقع الصحافة الإلكترونية الرياضية ودورها في نشر الثقافة الرياضية لدى الرياضيين بمحافظة المنيا.

٤- دراسة عمرو محمد عبدالفتاح ٢٠١٢م (١٥) وتهدف الدراسة للتعرف على أثر المواقع الإلكترونية على الثقافة الرياضية لدى طلاب جامعة المنصورة.

الدراسات الأجنبية:

١- دراسة J ERIC (٢٠٠٣م) (٢٣) واستهدفت الدراسة معرفة العلاقة بين التعليم العالي بأقسامه الرياضية والتلفزيون، وتتناول الدراسة تجربة "بيج تايم" بأقسامها الرياضية ودورها في التعليم العالي بأمريكا.

٢- دراسة Eli skogerb, Marte winsvold (٢٠١١م) (٢٢) وتهدف الدراسة إلى دراسة قراء نسخ الصحف المطبوعة والإلكترونية.



خطة وإجراءات البحث:

منهج البحث:

استخدمت الباحثة المنهج الوصفي بإتباع الدراسات المسحية وذلك لمناسبته وطبيعة البحث.

مجتمع وعينة البحث:

مجتمع البحث:

يتمثل مجتمع البحث في (١٣٠٠) من لجنة العلاقات العامة والإعلام بالإتحاد المصري للجماز، أفرع الإتحاد والعاملون بها، بعض الصحفيين المحررين.

عينة البحث:

تم اختيار عينة البحث بالطريقة العشوائية من أعضاء ورؤساء مجالس وأفرع الإتحاد ولجنة العلاقات العامة والإعلام بالإتحاد المصري للجماز، وبعض الصحفيين المحررين وقد بلغ قوامها (٣٠٠) من إجمالي مجتمع البحث.

أدوات جمع البيانات:

١. مقابلة شخصية.

٢. استمارة استبيان.

خطوات إعداد استمارة الاستبيان الأولى (نقاط القوة والضعف):

تم عرض محاور الاستبيان علي السادة الخبراء وهم (ملحق ١) وعددهم ١١ خبير وذلك بغرض التعرف على النسبة المئوية لآراء السادة الخبراء في المحاور المقترحة لاستبيان التعرف على نقاط القوة والضعف للتوعية برياضة الجماز الإيقاعى، وتبين أن النسبة المئوية لآراء السادة الخبراء حول محاور الاستبيان تراوحت ما بين (٩٠.٩١٪ : ١٠٠٪)، وأرتضت الباحثة مع هيئة الإشراف قبول نسبة ٧٠٪ فأكثر من آراء السادة الخبراء وبذلك تم التوصل إلى المحاور النهائية للاستبيان وعددها ٤ محور.

تم الاطلاع على الدراسات السابقة والمراجع العلمية المرتبطة بموضوع البحث وذلك لاعداد عبارات التي تتناسب كل محور من المحاور المختارة ثم تم عرضها على السادة الخبراء للتعرف على النسبة المئوية لآراء السادة الخبراء في العبارات المقترحة وكانت النسبة المئوية للمحور الأول تراوحت ما بين (٧٢.٧٣٪، ١٠٠٪)، وأرتضت الباحثة مع هيئة الإشراف قبول نسبة ٧٠٪ فأكثر من آراء السادة الخبراء وبذلك تم التوصل إلى تعديل صياغة بعض العبارات وكذلك قبول جميع عبارات المحور.



بينما تراوحت النسبة المئوية لآراء السادة الخبراء في العبارات المقترحة للمحور الثاني ما بين (٧٢.٧٣٪، ١٠٠٪)، وأرْتُضت الباحثة مع هيئة الإشراف قبول نسبة ٧٠٪ فأكثر من آراء السادة الخبراء وبذلك تم التوصل إلى تعديل صياغة بعض العبارات وقبول جميع عبارات المحور. في حين تراوحت النسبة المئوية لآراء السادة الخبراء في العبارات المقترحة للمحور الثالث ما بين (٧٢.٧٣٪، ١٠٠٪)، وأرْتُضت الباحثة مع هيئة الإشراف قبول نسبة ٧٠٪ فأكثر من آراء السادة الخبراء وبذلك تم التوصل إلى تعديل صياغة بعض العبارات وكذلك قبول جميع عبارات المحور.

وأخيراً تراوحت النسبة المئوية لآراء السادة الخبراء في العبارات المقترحة للمحور الرابع ما بين (٥٤.٥٥٪، ١٠٠٪)، وأرْتُضت الباحثة مع هيئة الإشراف قبول نسبة ٧٠٪ فأكثر من آراء السادة الخبراء وبذلك تم التوصل إلى تعديل صياغة بعض العبارات وكذلك استبعاد عدد (٣) عبارات لم تحصل على النسبة المحددة، وبذلك بلغ عدد عبارات المحور الرابع في صورته المبدئية (٧) عبارات

الدراسة الاستطلاعية:

قامت الباحثة بإجراء دراسة استطلاعية على عينة عشوائية مكونة من (٥٠) فرد من مجتمع البحث ومن خارج عينة البحث في الفترة من ١٠ / ٢ / ٢٠٢٠م م حتى ٢٥ / ٢ / ٢٠٢٠م وذلك بهدف التعرف على مناسبة المفردات لمستوى فهم العينة، والتأكد من عدم وجود أي عبارات يصعب فهمها، وتحديد زمن الإجابة عن الاستبيان، كذلك إيجاد صدق وثبات الاستبيان. وقد أظهرت نتائج الدراسة الاستطلاعية أن المفردات مناسبة من حيث الصياغة واللغة المستخدمة ولم تظهر أي تعليقات توجي بالصعوبة أو عدم الفهم. ولقد قامت الباحثة بشرح الهدف من البحث وأهمية الاستجابة لما تحمله استمارة الاستبيان بداخلها، حتى يمكن الاعتماد على النتائج المستخرجة فيما بعد، واستخدمت الباحثة ميزان التقدير الثلاثي (موافق، إلى حد ما، غير موافق) (موافق = ٥، إلى حد ما = ٣، غير موافق = ١).

المعاملات العلمية لاستمارة الاستبيان:

أولاً: صدق الاستبيان:

استخدمت الباحثة صدق الإتساق الداخلي لحساب معامل الصدق وذلك بهدف التحقق من صدق استمارة الاستبيان، حيث تم تطبيق الاستبيان على مجموعة قوامها (٥٠) فرد من مجتمع البحث ومن خارج عينة البحث الأساسية.



وأُتضح أن معاملات الارتباط بين عبارات المحور الأول والدرجة الكلية له تراوحت ما بين (٠.٧٥، ٠.٨٨) وهي معاملات ارتباط دالة إحصائياً عند مستوى (٠.٠٥) مما يشير إلى الاتساق الداخلي للمحور، كما تبين أن معاملات الارتباط بين عبارات المحور الثاني والدرجة الكلية له تراوحت ما بين (٠.٧٧، ٠.٩٣) وهي معاملات ارتباط دالة إحصائياً عند مستوى (٠.٠٥) مما يشير إلى الاتساق الداخلي للمحور، في حين تبين أن معاملات الارتباط بين عبارات المحور الثالث والدرجة الكلية له تراوحت ما بين (٠.٧٨، ٠.٩٢) وهي معاملات ارتباط دالة إحصائياً عند مستوى (٠.٠٥) مما يشير إلى الاتساق الداخلي للمحور، وأخيراً اتضح أن معاملات الارتباط بين عبارات المحور الرابع والدرجة الكلية له تراوحت ما بين (٠.٧٥، ٠.٩١) وهي معاملات ارتباط دالة إحصائياً عند مستوى (٠.٠٥) مما يشير إلى الاتساق الداخلي للمحور.

كما تم حساب معامل الارتباط بين مجموع كل محور والدرجة الكلية للاستبيان وتراوحت ما بين (٠.٨٨ : ٠.٩٦) وهي معاملات ارتباط دالة إحصائياً عند مستوى (٠.٠٥) مما يشير إلى الاتساق الداخلي للاستبيان ككل.

ثانياً: ثبات الاستبيان:

استخدمت الباحثة طريقة الإختبار وإعادة الإختبار لحساب معامل الثبات لإستمارة الإستبيان وتم التطبيق على عدد ٥٠ فرد من مجتمع البحث ومن خارج عينة البحث الأساسية وإعادة التطبيق على نفس المجموعة من الأفراد بعد فترة زمنية أسبوعين تقريباً وتحت ظروف موحدة، واتضح أن معاملات الارتباط بين التطبيق الأول والتطبيق الثاني تراوحت ما بين (٠.٩٧ : ٠.٩٨) وهي معاملات ارتباط دالة إحصائياً عند مستوى (٠.٠٥)، مما يشير إلى ثبات الاستبيان، وبذلك يصبح الاستبيان في صورته النهائية وصالح للتطبيق. مرفق (٢)

خطوات إعداد استمارة الإستبيان الثانية (الفرص والتحديات):

تم عرض محاور الاستبيان علي السادة الخبراء وهم (ملحق ١) وعددهم ١١ خبير وذلك بغرض التعرف على النسبة المئوية لآراء السادة الخبراء في المحاور المقترحة لاستبيان التعرف على الفرص والتحديات للتوعية برياضة الجمباز الإيقاعي، وأتضح أن النسبة المئوية لآراء السادة الخبراء حول محاور الاستبيان تراوحت ما بين (٩٠.٩١% : ١٠٠%)، وأرترضت الباحثة مع هيئة الإشراف قبول نسبة ٧٠% فأكثر من آراء السادة الخبراء وبذلك تم التوصل إلى المحاور النهائية للاستبيان وعددها ٥ محور.

تم الاطلاع على الدراسات السابقة والمراجع العلمية المرتبطة بموضوع البحث وذلك لاعداد عبارات التي تتناسب كل محور من المحاور المختارة ثم تم عرضها على السادة الخبراء للتعرف



على النسبة المئوية لآراء السادة الخبراء في العبارات المقترحة وكانت النسبة المئوية للمحور الأول لاستبيان التعرف على الفرص والتهديدات للتوعية برياضة الجمباز الإيقاعي تراوحت ما بين (٥٤.٥٥٪، ١٠٠٪)، وأرتضت الباحثة مع هيئة الإشراف قبول نسبة ٧٠٪ فأكثر من آراء السادة الخبراء وبذلك تم التوصل إلى تعديل صياغة بعض العبارات وكذلك استبعاد عدد (٢) عبارة لم تحصل على النسبة المحددة، وبذلك بلغ عدد عبارات المحور الأول في صورته المبدئية (٦) عبارات.

كما تبين أن النسبة المئوية لآراء السادة الخبراء في العبارات المقترحة للمحور الثاني لاستبيان التعرف على الفرص والتهديدات للتوعية برياضة الجمباز الإيقاعي تراوحت ما بين (٥٤.٥٥٪، ١٠٠٪)، وأرتضت الباحثة مع هيئة الإشراف قبول نسبة ٧٠٪ فأكثر من آراء السادة الخبراء وبذلك تم التوصل إلى تعديل صياغة بعض العبارات وكذلك استبعاد عدد (٢) عبارة لم تحصل على النسبة المحددة، وبذلك بلغ عدد عبارات المحور الثاني في صورته المبدئية (٦) عبارات.

بينما أن النسبة المئوية لآراء السادة الخبراء في العبارات المقترحة للمحور الثالث لاستبيان التعرف على الفرص والتهديدات للتوعية برياضة الجمباز الإيقاعي تراوحت ما بين (٧٢.٧٣٪، ١٠٠٪)، وأرتضت الباحثة مع هيئة الإشراف قبول نسبة ٧٠٪ فأكثر من آراء السادة الخبراء وبذلك تم التوصل إلى تعديل صياغة بعض العبارات وكذلك قبول جميع عبارات المحور.

كما تبين أن النسبة المئوية لآراء السادة الخبراء في العبارات المقترحة للمحور الرابع لاستبيان التعرف على الفرص والتهديدات للتوعية برياضة الجمباز الإيقاعي تراوحت ما بين (٥٤.٥٥٪، ١٠٠٪)، وأرتضت الباحثة مع هيئة الإشراف قبول نسبة ٧٠٪ فأكثر من آراء السادة الخبراء وبذلك تم التوصل إلى تعديل صياغة بعض العبارات وكذلك استبعاد عدد (٢) عبارة لم تحصل على النسبة المحددة، وبذلك بلغ عدد عبارات المحور الرابع في صورته المبدئية (٣) عبارات.

وأخيراً اتضح أن النسبة المئوية لآراء السادة الخبراء في العبارات المقترحة للمحور الخامس لاستبيان التعرف على الفرص والتهديدات للتوعية برياضة الجمباز الإيقاعي تراوحت ما بين (٧٢.٧٣٪، ١٠٠٪)، وأرتضت الباحثة مع هيئة الإشراف قبول نسبة ٧٠٪ فأكثر من آراء السادة الخبراء وبذلك تم التوصل إلى تعديل صياغة بعض العبارات وقبول جميع عبارات المحور.



الدراسة الاستطلاعية:

قامت الباحثة بإجراء دراسة استطلاعية على عينة عشوائية مكونة من (٥٠) فرد من مجتمع البحث ومن خارج عينة البحث في الفترة من ١٠ / ٢ / ٢٠٢٠م حتى ٢٥ / ٢ / ٢٠٢٠م وذلك بهدف الآتي التعرف على مناسبة المفردات لمستوى فهم العينة، التأكد من عدم وجود أي عبارات يصعب فهمها، وتحديد زمن الإجابة عن الإستبيان، كما تم إيجاد صدق وثبات الإستبيان. وقد أظهرت نتائج الدراسة الإستطلاعية أن المفردات مناسبة من حيث الصياغة واللغة المستخدمة ولم تظهر أي تعليقات توحى بالصعوبة أو عدم الفهم. ولقد قامت الباحثة بشرح الهدف من البحث وأهمية الاستجابة لما تحمله استمارة الإستبيان بداخلها، حتى يمكن الاعتماد على النتائج المستخرجة فيما بعد، واستخدمت الباحثة ميزان التقدير الثلاثي (موافق، إلى حد ما، غير موافق) (موافق = ٥، إلى حد ما = ٣، غير موافق = ١).

المعاملات العلمية لاستمارة الإستبيان

أولاً: صدق الإستبيان:

إستخدمت الباحثة صدق الإتساق الداخلي لحساب معامل الصدق وذلك بهدف التحقق من صدق إستمارة الإستبيان، حيث تم تطبيق الإستبيان على مجموعة قوامها (٥٠) فرد من مجتمع البحث ومن خارج عينة البحث الأساسية.

وأوضح أن معاملات الارتباط بين عبارات المحور الأول والدرجة الكلية له تراوحت ما بين (٠.٨٤، ٠.٩١) وهي معاملات ارتباط دالة إحصائياً عند مستوى (٠.٠٥) مما يشير إلى الاتساق الداخلي للمحور، وأضح معاملات الارتباط بين عبارات المحور الثاني والدرجة الكلية له تراوحت ما بين (٠.٨٩، ٠.٩٣) وهي معاملات ارتباط دالة إحصائياً عند مستوى (٠.٠٥) مما يشير إلى الاتساق الداخلي للمحور، كما أضح أن معاملات الارتباط بين عبارات المحور الثالث والدرجة الكلية له تراوحت ما بين (٠.٧٢، ٠.٩٣) وهي معاملات ارتباط دالة إحصائياً عند مستوى (٠.٠٥) مما يشير إلى الاتساق الداخلي للمحور، كما اضح أن معاملات الارتباط بين عبارات المحور الرابع والدرجة الكلية له تراوحت ما بين (٠.٧٦، ٠.٩١) وهي معاملات ارتباط دالة إحصائياً عند مستوى (٠.٠٥) مما يشير إلى الاتساق الداخلي للمحور.

وأخير تبين أن معاملات الارتباط بين عبارات المحور الخامس والدرجة الكلية له تراوحت ما بين (٠.٨٣، ٠.٨٨) وهي معاملات ارتباط دالة إحصائياً عند مستوى (٠.٠٥) مما يشير إلى الاتساق الداخلي للمحور.



كما تم حساب معامل الارتباط بين مجموع كل محور والدرجة الكلية للاستبيان وتراوح ما بين (٠.٨٧ : ٠.٩٨) وهي معاملات ارتباط دالة إحصائياً عند مستوى (٠.٠٥) مما يشير إلى الاتساق الداخلي للاستبيان ككل.

ثانياً: ثبات الاستبيان:

استخدمت الباحثة طريقة الإختبار وإعادة الإختبار لحساب معامل الثبات لإستمارة الإستبيان وتم التطبيق على عدد ٥٠ فرد من مجتمع البحث ومن خارج عينة البحث الأساسية وإعادة التطبيق على نفس المجموعة من الأفراد بعد فترة زمنية أسبوعين تقريباً وتحت ظروف موحدة، وتبين أن معاملات الارتباط بين التطبيق الأول والتطبيق الثاني تراوحت ما بين (٠.٨٢ : ٠.٩٧) وهي معاملات ارتباط دالة إحصائياً عند مستوى (٠.٠٥)، مما يشير إلى ثبات الاستبيان، وبذلك يصبح الاستبيان في صورته النهائية صالح للتطبيق. مرفق (٤)



عرض النتائج مناقشتها وتفسيرها:

تحقيقاً لأهداف البحث ووصولاً للإجابة على تساؤلاته وفي حدود العينة المختارة تعرض الباحث نتائج البحث كما يلي:

التساؤل الأول: ما هو الواقع الفعلي للتوعية برياضة الجمباز الإيقاعي باستخدام الصحافة الإلكترونية بجمهورية مصر العربية؟

أولاً: نقاط القوة والضعف:

جدول (١)

الدرجة المقدرة والوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الأول

لاستبيان الواقع الفعلي للتوعية برياضة الجمباز الإيقاعي (نقاط القوة والضعف) (ن=٣٠٠)

م	العبرة	الاستجابات			الدرجة المقدرة	الوزن النسبي	المتوسط	الاتجاه
		موافق	الى حد ما	غير موافق				
١	الصالات التي يوفرها إتحاد الجمباز والمناطق مناسبة لممارسة رياضة الجمباز الإيقاعي.	٨٠	٢٢٠	٠	١٠٦٠	٧٠.٦٧	٣.٥٣	متوسط
٢	تتوافر الأدوات المستخدمة برياضة الجمباز الإيقاعي بصالات التدريب والبطولات.	٢٤٠	٥٠	١٠	١٣٦٠	٩٠.٦٧	٤.٥٣	قوي
٣	مطابقة صالات الجمباز الإيقاعي لمواصفات الاتحاد الدولي.	٢٤٠	٦٠	٠	١٣٨٠	٩٢	٤.٦٠	قوي
٤	جاهزية صالات الجمباز الإيقاعي للدعاية والإعلام.	٢٠٠	٦٥	٣٥	١٢٣٠	٨٢	٤.١٠	قوي
٥	عدد اللقاءات الرياضية الخارجية للجمباز الإيقاعي كاف طوال العام.	١٠٠	٢٠٠	٠	١١٠٠	٧٣.٣٣	٣.٦٧	متوسط
٦	إمكانات إتحاد الجمباز للتطوير.	٢٤٠	٦٠	٠	١٣٨٠	٩٢	٤.٦٠	قوي
٧	يتم تقديم جوائز مادية وعينية كنوع من الإثابة والتحفيز للمشاركين في نشاط الجمباز الإيقاعي.	٢٤٠	٤٠	٢٠	١٣٤٠	٨٩.٣٣	٤.٤٧	قوي
٨	توجد لوحة إعلانات للإعلان عن بطولات الجمباز الإيقاعي التي يقوم بها الإتحاد المصري للجمباز.	٨٠	٢٠٠	٢٠	١٠٢٠	٦٨	٣.٤٠	متوسط

يتضح من جدول (١) أن الوزن النسبي لاستجابات عينة البحث في عبارات المحور الأول لاستبيان الواقع الفعلي للتوعية برياضة الجمباز الإيقاعي (نقاط القوة والضعف) قيد البحث قد تراوح ما بين (٦٨٪ : ٩٢٪)، كما تراوحت المتوسطات الحسابية لإستجابات عينة البحث في عبارات المحور ما بين (٣.٤٠ : ٤.٦٠)، كما تراوح اتجاه عبارات المحور ما بين (متوسط، قوي). كما يتضح من الجدول أن العبارات (٥، ١، ٨) تحصل على نسبة من (٦٨٪ : ٧٣.٣٣ %) وهي تعتبر نسبة متوسطة، وترى الباحثة أنه في العموم لا يوفر إتحاد الجمباز والمناطق صالات مناسبة بها



كافة الإمكانيات لممارسة رياضة الجمناز الإيقاعى ، حيث نجد أن منطقة يتوفر بها والباقي لا يتوفر بهم أو يوجد صالات ولكن غير مهياً بالكامل لممارسة الجمناز، ولا يوجد بكل المناطق لوحات للإعلان عن بطولات الجمناز الإيقاعى التى يقوم بها إتحاد الجمناز، وترجع الباحثة ذلك لقلة الدعم المقدم من الدولة لرياضة الجمناز الإيقاعى فى جميع مناطقها، فبالتالى نجد عدم إنتشار رياضة الجمناز الإيقاعى خاصة بالصعيد فلا نجد عدد كبير من المشاركين بها، وبالتالي عدم الإهتمام بتلك المناطق من حيث الإمكانيات والجدير بالذكر أنه يوجد ثلاث مناطق لإتحاد الجمناز بها رياضة الجمناز الإيقاعى وهم (القاهرة - الإسكندرية - بورسعيد) فقط.

أما بقية العبارات فتراوحت النسبة بها من (٨٢٪ : ٩٢٪) وهى نسبة أعلى من سابقتها توضح أن الإتحاد لديه إمكانيات للتطوير وأن صالات الجمناز الإيقاعى جاهزة للدعاية والإعلام رغم عدم وجود أعداد كافية من الصحفيين والمذيعين المهتمين بالرياضة وبالأخبار عاما لنشر كل ما يخص رياضة الجمناز الإيقاعى ونشر بطولاتها بكافة الصحف الإلكترونية والقنوات مثل رياضة كرة القدم.

ومطابقة صالات بطولات الجمناز الإيقاعى لمواصفات الإتحاد الدولى من حيث بساط اللعب والإرتفاع وغيرها، وتوافر الادوات المستخدمة برياضة الجمناز الإيقاعى بصالات التدريب والبطولات، ونجد أنه يتم تقديم جوائز مادية وعينية كنوع من التحفيز للمشاركين فى رياضة الجمناز الإيقاعى والجدير بالذكر أن هناك أيضا مناطق مفتقدة هذا كالصعيد.

مما يؤكد فى العموم أن الدعم الكافى من الدولة له دور فى نشر التوعية برياضة الجمناز الإيقاعى عن طريق عمل بروتوكولات مع مختلف الصحف الإلكترونية الرياضية والعامّة لتغطية جميع أحداث رياضة الجمناز الإيقاعى بمعظم الصحف الرياضية خاصة والأخرى بصفة عامة لنشر رياضة الجمناز الإيقاعى ، وتوفير دعم لعمل مناطق أخرى فى الصعيد للتوسع فى نشر اللعبة، وهذا يتفق مع دراسة منال على محمود (٢٠٠٩) (١٨) حيث توصلت إلى أن اللوائح المالية الحالية للإتحاد لا تتناسب مع المتغيرات العالمية للتسويق، وأيضا تحدثت عن الإعلام كجانب للتسويق حيث ذكرت أن قلة تشفير المباريات الخارجية بالإتحاد يؤدى لعدم زيادة العائد المادى الناتج من التسويق.



جدول (٢)

الدرجة المقدره والوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الثاني

لاستبيان الواقع الفعلي للتوعية برياضة الجمباز الإيقاعي (نقاط القوة والضعف) (ن=٣٠٠)

م	العبارة	الاستجابات			الوزن النسبي	المتوسط	الاتجاه
		موافق	الى حد ما	غير موافق			
١	عدد العاملين بإتحاد الجمباز كافي.	٢٠٠	٠	١٠٠	٧٣.٣٣	متوسط	
٢	وجود متخصصين بالدعاية والإعلام بإتحاد.	٥٠	٢٥٠	٠	٦٦.٦٧	متوسط	
٣	مهارات القائمين على الدعاية والإعلام بإتحاد الجمباز على درجة عالية من الكفاءة.	٧٠	٢٠٠	٣٠	٦٥.٣٣	متوسط	
٤	يملك القائمين على الدعاية والإعلام بإتحاد الجمباز خبرات كبيرة.	٦٠	٢٤٠	٠	٦٨	متوسط	
٥	توجد ثقافة كبيرة لدى العاملين بإتحاد الجمباز.	١٠٠	٢٠٠	٠	٧٣.٣٣	متوسط	
٦	توجد إدارة خاصة بالدعاية والإعلام بإتحاد الجمباز.	١٤٠	١٦٠	٠	٧٨.٦٧	قوي	
٧	يخضع العاملين (إداريين - مدربين) بإتحاد الجمباز لبرامج تدريبية لتحسين كفاءة الأداء بصورة دورية.	٤٦	٢٥٤	٠	٦٦.١٣	متوسط	
٨	أجور المدربين والإداريين كافية بقدر الأعمال المنوط بهم أدائها .	٣٠	٢٢٠	٥٠	٥٧.٣٣	متوسط	
٩	الحوافز والمكافآت للحكام مناسبة.	٠	٢٨٠	٢٠	٥٧.٣٣	متوسط	

يتضح من جدول (٢) أن الوزن النسبي لاستجابات عينة البحث في عبارات المحور الثاني لاستبيان الواقع الفعلي للتوعية برياضة الجمباز الإيقاعي (نقاط القوة والضعف) قيد البحث قد تراوح ما بين (٥٧.٣٣٪ : ٧٨.٦٧٪)، كما تراوحت المتوسطات الحسابية لإستجابات عينة البحث في عبارات المحور ما بين (٢.٨٧ : ٣.٩٣)، كما تراوح اتجاه عبارات المحور ما بين (متوسط، قوي). كما يتضح من الجدول أن العبارات (١، ٢، ٣، ٤، ٥، ٧، ٨، ٩) حصلت على نسبه (٥٧.٣٣٪ : ٧٣.٣٣٪) مما يعطى دلالة على أن **العبارة الدالة على تلك العبارات** السابق ذكرها أنه متوفر ولكن ليس بالقدر الكافي، وإن كان متوفر بقدر كافي في منطقة ما فليس بالقدر الكافي بالنسبة لأخري وترى الباحثة أن ذلك لقلة عدد اللاعبين مقارنة بالرياضات الأخرى. وأيضاً لا يوفر إتحاد الجمباز والمناطق الخاصة برياضة الجمباز الإيقاعي البرامج التدريبية الكافية لتحسين كفاءة الأداء بصورة دورية ، ونرى أن العبارة (٦) تحصل على نسبة أعلى من بقية العبارات من حيث وجود إدارة خاصة بالدعاية والإعلام بإتحاد الجمباز حتى وإن كان عدد أفرادها قليل وأعمالها مقصورة على تحميل أعمال الإتحاد على الصفحة الرسمية للإتحاد المصرى للجمباز ولكنها موجودة.



وترى الباحثة مما سبق أنه على وجه العموم عدم إعطاء الإتحاد الإهتمام الكافي للدعاية والإعلام وأن فكرة الصحافة الإلكترونية بالنسبة لإتحاد الجمناز مقصورة على الصفحة الرسمية للإتحاد، ومن هنا اشادت الباحثة بالدور الكبير للإعلام وخاصة الصحافة الإلكترونية نظرا لتوفر الإنترنت في كل مكان وذلك في نشر الوعي برياضة الجمناز الإيقاعي، وذلك بما يتفق مع هبة حسن رزق (٢٠١٨) أن الانترنت أكثر وسائل الإعلام انتشارا وتفضيلا لما يتسم به من عناصر جذب وخاصة أنه متوفر مع كل الأفراد وسهولة الوصول لأي معلومة. (١٩: ٢٩٢)

جدول (٣)

الدرجة المقدره والوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الثالث

لاستبيان الواقع الفعلي للتوعية برياضة الجمناز الإيقاعي (نقاط القوة والضعف) (ن=٣٠٠)

م	العبارة	الاستجابات			الوزن النسبي	المتوسط	الاتجاه
		موافق	الى حد ما	غير موافق			
١	يوجد هيكل تنظيمي للدعاية والإعلام.	٥٠	٥٠	٢٠٠	٤٠	٢	ضعيف
٢	يوجد هيكل للعلاقات العامة بإتحاد الجمناز .	٨٠	٢٠٠	٢٠	٦٨	٣.٤٠	متوسط
٣	جودة الهيكل التنظيمي الحالي بالإتحاد .	٢٨٠	٢٠	٠	٩٧.٣٣	٤.٨٧	قوي
٤	يوجد جهاز إداري للإعلام بإتحاد الجمناز .	٦٥	٢٠٠	٣٥	٦٤	٣.٢٠	متوسط
٥	تتطبق الإجراءات الإدارية الخاصة بالإعلام بالإتحاد.	٤٠	٢٦٠	٠	٦٥.٣٣	٣.٢٧	متوسط
٦	وضوح العلاقات بالهيكل التنظيمي.	٢٦٠	٤٠	٠	٩٤.٦٧	٤.٧٣	قوي
٧	وضوح السلطة والمسؤولية بالهيكل التنظيمي.	٢٩٠	١٠	٠	٩٨.٦٧	٤.٩٣	قوي

يتضح من جدول (٣) أن الوزن النسبي لاستجابات عينة البحث في عبارات المحور الثالث لاستبيان الواقع الفعلي للتوعية برياضة الجمناز الإيقاعي (نقاط القوة والضعف) قيد البحث قد تراوح ما بين (٤٠٪ : ٩٨.٦٧٪)، كما تراوحت المتوسطات الحسابية لإستجابات عينة البحث في عبارات المحور ما بين (٢ : ٤.٩٣)، كما تراوح اتجاه عبارات المحور ما بين (ضعيف، قوي).

كما يتضح من الجدول أن العبارة (١) حصلت على نسبة ٤٠٪ وهي تعتبر نسبة ضعيفة جدا فلا يوجد هيكل تنظيمي فعلى للدعاية والإعلام وترجع الباحثة ذلك لغياب الوعي بنشر رياضة الجمناز الإيقاعي والتوسع بإنشاء مناطق لها في محافظات كثيرة عن طريق استخدام الدعاية والإعلام بمختلف أنواعها وخاصة الصحافة الإلكترونية نظرا لإنجذاب الشباب والجيل الصاعد لها بصورة كبيرة، أما بالنسبة للعبارات (٢، ٤، ٥) فكانت نسبتهم (٦٤٪ : ٦٨٪) حيث اتضح وجود هيكل للعلاقات العامة للإتحاد، بالإتحاد ولكن من وجهة نظر الباحثة غير مستغل بالشكل الأمثل فكان من الأفضل استغلال العلاقات العامة والإعلام في التوسع في نشر رياضة الجمناز الإيقاعي،



أما بالنسبة لتطبيق الإجراءات الإدارية فمن وجه نظر الباحثة أنها تطبق في الإتحاد بالفعل ولكنها لا تطبق في بعض المناطق الخاصة بالجمبار الإيقاعي الأخرى أما بالنسبة للعبارات (٣، ٦، ٧) فكانت نسبتهم (٩٤.٦٧٪ : ٩٨.٦٧٪) عباراتها حصلت على درجات أعلى من سابقها فالهيكل التنظيمي الحالي بالإتحاد قوى وبة تتضح العلاقات والسلطات والمسؤوليات للعاملين به، ومما سبق تستنتج الباحثة الدور المهم لتخطيط الهيكل التنظيمي بالإتحاد ودور العلاقات العامة والإعلام بما يتفق مع جمال حسن محمد (٢٠١٨) (١١١) أن المنظومة الإدارية التي تعمل على تطوير الإتحاد رفع الأثقال تشمل على التخطيط، الإعلام، التمويل والتسويق.

جدول (٤)

الدرجة المقدرة والوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الرابع

لاستبيان الواقع الفعلي للتوعية برياضة الجمبار الإيقاعي (نقاط القوة والضعف) (ن=٣٠٠)

م	العبرة	الاستجابات			الدرجة المقدرة	الوزن النسبي	المتوسط	الاتجاه
		موافق	الى حد ما	غير موافق				
١	يتم الإعلان عن المنشآت الرياضية الخاصة بالجمبار الإيقاعي.	٣٠٠	٠	٠	١٥٠٠	١٠٠	٥	قوي
٢	يتم استثمار المرافق والخدمات في الهيئات الرياضية الخاصة بالجمبار الإيقاعي.	٢٤٠	٦٠	٠	١٣٨٠	٩٢	٤.٦٠	قوي
٣	استثمار حقوق الدعاية والإعلان الخاصة بالجمبار الإيقاعي.	٢٠	٤٠	٢٤٠	٤٦٠	٣٠.٦٧	١.٥٣	ضعيف
٤	إصدار الطابع والعملات التذكارية و الأحداث الرياضية الخاصة بالجمبار الإيقاعي.	٢٤٥	٥٠	٥	١٣٨٠	٩٢	٤.٦٠	قوي
٥	الترخيص باستخدام العلامات والشعارات الخاصة بالجمبار الإيقاعي على المنتجات ووسائل الخدمات.	٠	٢٠	٢٨٠	٣٤٠	٢٢.٦٧	١.١٣	ضعيف
٦	الإعلان عن ملابس وأدوات لاعبين الجمبار الإيقاعي.	١٨٠	٩٠	٣٠	١٢٠٠	٨٠	٤	قوي
٧	يتم تطبيق حقوق البث الإذاعي والتلفزيوني للأنشطة والمناسبات الرياضية الخاصة بالجمبار الإيقاعي.	٥٠	١٥٠	١٠٠	٨٠٠	٥٣.٣٣	٢.٦٧	متوسط

يتضح من جدول (٤) أن الوزن النسبي لاستجابات عينة البحث في عبارات المحور الرابع لاستبيان الواقع الفعلي للتوعية برياضة الجمبار الإيقاعي (نقاط القوة والضعف) قيد البحث قد تراوح ما بين (٢٢.٦٧٪ : ١٠٠٪)، كما تراوحت المتوسطات الحسابية لإستجابات عينة البحث في عبارات المحور ما بين (١.١٣ : ٥)، كما تراوح اتجاه عبارات المحور ما بين (ضعيف، قوي).



كما يتضح من الجدول أن العبارات (٣، ٥) حصلت على نسبة (٢٢.٦٧٪ : ٣٠.٦٧٪) وهي تعتبر نسبة ضعيفة جدا، والعبارة (٧) حصلت على نسبة (٥٣.٣٣٪) وهي درجة متوسطة، أما بالنسبة للعبارات (١، ٢، ٤، ٦) على نسبة (٨٠٪ : ١٠٠٪) وهي أكبر الدرجات، وترى الباحثة مما سبق أنه لا يتم الترخيص باستخدام العلامات والشعارات الخاصة بالجماز الإيقاعي على المنتجات ووسائل الخدمات وذلك مبنى على عدم استثمار حقوق الدعاية والإعلان الخاصة بالجماز الإيقاعي لعدم إهتمام الإتحاد والمناطق الخاصة بالجماز الإيقاعي بالدعاية والإعلام كمصدر من مصادر الدخل للإتحاد فعن طريق الإعلام يستطيع الإتحاد عمل تسويق لمبارياته وإيجاد راعى رسمى لكل مباراة.

وبما أنه يستخدم الشعارات الخاصة بالجماز الإيقاعي على ملابس وأدوات اللاعبين التي يتم الإعلان عنها وعلى الطابع والعملات التذكارية الخاصة بالجماز الإيقاعي، ويسمح بالقيام بالبحث الإذاعي والتلفزيونى للأنشطة والمناسبات الرياضية الخاصة بالجماز الإيقاعي فتري الباحثة أنه يجب تطبيق استثمار حقوق الدعاية والإعلان الخاصة بالجماز الإيقاعي في ذلك مما يؤدي لدخل وفير للإتحاد، سواء من أجل نشر اللعبة والتوعية بها أو من أجل تحقيق أرباح للإتحاد فهما وجهى لعملة واحدة. ويتفق ذلك مع ما توصلت إليه دراسة منال على محمود (٢٠٠٩) (١٨ : ٢٧٦) أن من مشكلات الترويج بالاتحادات الأولمبية قلة استخدام الوسائل الإعلانية مثل (التلفزيون) للإعلان عن بطولاته ومبارياته، ودراسة يحيى بدر مبارك ٢٠١٠ (٢١ : ٢٤١) أن إدارة النادي لا تستخدم الوسائل التكنولوجية لتسويق البطولات من خلال المجالات الرياضية والإنترنت.



ثانياً: الفرص والتحديات:

جدول (٥)

الدرجة المقدره والوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الاول
لاستبيان الواقع الفعلي للتوعية برياضة الجمناز الإيقاعي (فرص وتهديدات) (ن=٣٠٠)

م	العبارة	الاستجابات			الوزن النسبي	المتوسط	الاتجاه
		موافق	الى حد ما	غير موافق			
١	دعم القيادة السياسية للمنظومة الرياضية بشكل عام وإتحاد الجمناز بشكل خاص.	٣٠٠	٠	٠	١٠٠	٥ قوي	
٢	رياضة الجمناز ضمن مخطط التنمية الاستثمارية بالدولة.	٢٥٥	٣٥	١٠	٩٢.٦٧	٤.٦٣ قوي	
٣	إنشاء العديد من المنشآت الرياضية الخاصة بالجمناز ضمن التوجه العام للدولة.	٢٢٠	٧٠	١٠	٨٨	٤.٤٠ قوي	
٤	تأثرت الرياضة بشكل عام و رياضة الجمناز الإيقاعي بشكل خاص بالأزمة الاقتصادية الحالية التي تمر بها مصر.	٠	٩٠	٢١٠	٣٢	١.٦٠ ضعيف	
٥	يوجد دعم حكومي كافي لرياضة الجمناز الإيقاعي.	٠	٢٣٠	٧٠	٥٠.٦٧	٢.٥٣ متوسط	
٦	يوجد انفلات أمني بالمؤسسات الرياضية يؤثر على رياضة الجمناز الإيقاعي.	١٥٠	١٠٠	٥٠	٧٣.٣٣	٣.٦٧ متوسط	

يتضح من جدول (٥) أن الوزن النسبي لاستجابات عينة البحث في عبارات المحور الاول
لاستبيان الواقع الفعلي للتوعية برياضة الجمناز الإيقاعي (فرص وتهديدات) قيد البحث قد تراوح
ما بين (٣٢٪ : ١٠٠٪)، كما تراوحت المتوسطات الحسابية لإستجابات عينة البحث في عبارات
المحور ما بين (١.٦٠ : ٥)، كما تراوح اتجاه عبارات المحور ما بين (ضعيف، قوي).
ومن خلال الجدول نجد أن العبارة (٤) حصلت على نسبة (٣٢٪) وهي نسبة ضعيفة جدا
تؤكد أن رياضة الجمناز الإيقاعي لم تتأثر بالأزمة الاقتصادية المالية التي تمر بها مصر وترى
الباحثة أن هذه العبارة تمثل أقوى الفرص لرياضة الجمناز الإيقاعي حيث لا يوجد أزمة مالية تهدد
اللعبة من عدم الإنتشار، والعبارات (٥، ٦) حصلت على نسبة (٥٠.٦٧٪ : ٧٣.٣٣٪) وهي
نسبة أعلى من سابقتها ولكنها متوسطة ، فتجد الباحثة أن الدعم الحكومي لو كافي يمثل فرص
عالية أما إن كان متوسط مثلما وجدت في رياضة الجمناز الإيقاعي فإنه يمثل بداية التهديدات
لتلك الرياضة، وأيضا الانفلات الأمني يمثل أكبر التهديدات للرياضة عامة ولرياضة الجمناز
الإيقاعي خاصة، والعبارات (١، ٢، ٣) حصلت على (٨٨٪ : ١٠٠٪) وهي نسبة عالية تمثل
أعلى الفرص المتاحة لرياضة الجمناز الإيقاعي حيث تدعم المنظومة السياسية الإتحاد ورياضة



الجمبار وتضعها ضمن مخطط التنمية الاستثمارية بالدولة، ومما سبق استنتجت الباحثة أن من الفرص الكبيرة للإهتمام بنشر رياضة الجمبار الإيقاعي وضع الدولة للرياضة ضمن مخطط التنمية وإنشاء العديد من المنشآت الرياضية، ومن أكبر التهديدات التي تحد من نشر تلك الرياضة الإنفلات الأمنى والأزمة الإقتصادية أو الدعم المالى غير الكافى وهذا يتفق مع دراسة شيماء علي أبو العلا ٢٠١٥ حيث أشارت إلى أن ظاهرة شغب الملاعب في ضوء الأنفلات الأمنى يؤدي لتوقف النشاط الكروي، وتقلص الأنشطة الإقتصادية المختلفة المرتبطة بالنشاط الكروي مثل غلق بعض الفنون الفضائية الرياضية. (١٠: ٢٤٣)

جدول (٦)

الدرجة المقدره والوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الثاني

لاستبيان الواقع الفعلي للتوعية برياضة الجمبار الإيقاعي (فرص وتهديدات) (ن=٣٠٠)

م	العبارة	الاستجابات			الدرجة المقدره	الوزن النسبي	المتوسط	الاتجاه
		موافق	الى حد ما	غير موافق				
١	يوجد وعى للعاملين بإتحاد الجمبار بأهمية الصحافة الإلكترونية فى التوعية برياضة الجمبار الايقاعى.	٢٤٢	٣٨	٢٠	١٣٤٤	٨٩.٦٠	٤.٤٨	قوي
٢	مجلس إدارة اتحاد الجمبار لدية قناعة بأهمية الصحافة الإلكترونية.	٢٨٦	١٤	٠	١٤٧٢	٩٨.١٣	٤.٩١	قوي

تابع جدول (٦)

الدرجة المقدره والوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الثاني

لاستبيان الواقع الفعلي للتوعية برياضة الجمبار الإيقاعي (فرص وتهديدات) (ن=٣٠٠)

م	العبارة	الاستجابات			الدرجة المقدره	الوزن النسبي	المتوسط	الاتجاه
		موافق	الى حد ما	غير موافق				
٣	يوجد وعى بأهمية الصحافة الإلكترونية كمدخل لتحقيق التمويل الذاتى بإتحاد الجمبار.	٢٧٧	٢٣	٠	١٤٥٤	٩٦.٩٣	٤.٨٥	قوي
٤	المستوى التعليمى للعاملين بإتحاد الجمبار مؤهلات عليا.	٢٩٠	١٠	٠	١٤٨٠	٩٨.٦٧	٤.٩٣	قوي
٥	هناك عائد من تطبيق أنشطة الصحافة الإلكترونية على رياضة الجمبار الإيقاعى.	٢٦٧	٢٣	١٠	١٤١٤	٩٤.٢٧	٤.٧١	قوي
٦	إنتشار الصحافة الإلكترونية فى المؤسسات الرياضية عامة والتي تخص الجمبار الإيقاعى خاصة.	٢٤٢	٣٨	٢٠	١٣٤٤	٨٩.٦٠	٤.٤٨	قوي



يتضح من جدول (٦) أن الوزن النسبي لاستجابات عينة البحث في عبارات المحور الثاني لاستبيان الواقع الفعلي للتوعية برياضة الجمباز الإيقاعي (فرص وتهديدات) قيد البحث قد تراوح ما بين (٨٩.٦٠٪ : ٩٨.٦٧٪)، كما تراوحت المتوسطات الحسابية لإستجابات عينة البحث في عبارات المحور ما بين (٤.٤٨ : ٤.٩٣)، كما بلغ اتجاه عبارات المحور جميعها (قوي). من خلال الجدول العبارات من ١ إلى ٦ حصلت على نسبة (٨٩.٦٠% : ٩٨.٦٧%).

وهي نسبة عالية جداً تعتبر من أهم الفرص التي تبين أن الصحافة الإلكترونية موجودة في المؤسسات الرياضية والتي تخص الجمباز الإيقاعي بصفة خاصة وكل من إدارة الإتحاد والعاملين بالإتحاد حاصلين على مؤهلات عليا ولديهم معرفة بأهمية الصحافة الإلكترونية في العمل بها في التوعية برياضة الجمباز الإيقاعي لقدرتها على بث الثقافة الرياضية خاصة في رياضة الجمباز الإيقاعي وتحقيق عائد من تطبيق الصحافة الإلكترونية وبالتالي تحقيق التمويل الذاتي بإتحاد الجمباز، وهذا يتفق مع لبنى محمود سنوسي (٢٠١٣)(١٦) أن الصحافة الإلكترونية الرياضية لها دور في نشر الثقافة الرياضية في محافظة المنيا.

جدول (٧)

الدرجة المقدره والوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الثالث

لاستبيان الواقع الفعلي للتوعية برياضة الجمباز الإيقاعي (فرص وتهديدات) (ن=٣٠٠)

م	العبارة	الاستجابات			الوزن النسبي	المتوسط	الاتجاه
		موافق	الى حد ما	غير موافق			
١	إنشاء موقع خاص بإتحاد الجمباز يعمل على نشر نشاط وأهداف الإتحاد.	٣٠٠	٠	٠	١٥٠٠	٥	قوي
٢	التطور التكنولوجي يساعد على وجود صالات بها نسبة أمان عالية لرياضة الجمباز الإيقاعي .	٣٠٠	٠	٠	١٥٠٠	٥	قوي
٣	التعاقد مع محطات فضائية لنشر بطولات الجمباز الإيقاعي وأنشطة الإتحاد المصري للجمباز.	١٦٠	١١٠	٣٠	١١٦٠	٣.٨٧	قوي
٤	إنشاء قاعدة بيانات للعاملين واللاعبين بإتحاد الجمباز .	٢٨٠	٢٠	٠	١٤٦٠	٩٧.٣٣	قوي
٥	التعامل مع العاملين واللاعبين والعملاء يتم من خلال الإنترنت.	٠	٢٠	٢٨٠	٣٤٠	٢٢.٦٧	ضعيف
٦	تسويق بطولات الجمباز الإيقاعي من خلال شبكة المعلومات.	٢٦٩	٣١	٠	١٤٣٨	٩٥.٨٧	قوي

يتضح من جدول (٧) أن الوزن النسبي لاستجابات عينة البحث في عبارات المحور الثالث لاستبيان الواقع الفعلي للتوعية برياضة الجمباز الإيقاعي (فرص وتهديدات) قيد البحث قد تراوح



ما بين (٢٢.٦٧٪ : ١٠٠٪)، كما تراوحت المتوسطات الحسابية لإستجابات عينة البحث في عبارات المحور ما بين (١.١٣ : ٥)، كما تراوح اتجاه عبارات المحور ما بين (ضعيف، قوي). من خلال الجدول نجد أن العبارة (٥) حصلت على نسبة (٢٢.٦٧٪) حيث أن التعامل مع العاملين واللاعبين والعملاء لا يتم عن طريق استخدام النت وهذا يعتبر من التهديدات التي تواجه التوعية برياضة الجيمباز الإيقاعي، والعبارات (١، ٢، ٣، ٤، ٦) حصلت على نسبة (٩٥.٨٧٪ : ١٠٠٪) حيث أنه من أكبر الفرص تسويق البطولات عبر الإنترنت والتعاقد مع العديد من المحطات الفضائية لنشر بطولات الجيمباز الإيقاعي وأنشطة اتحاد الجيمباز، والتطور التكنولوجي الذي يوفر نسبة كبيرة من الأمان في صالات الجيمباز الإيقاعي، ووجود موقع خاص باتحاد الجيمباز لنشر أهدافه، ومن حيث انه يوجد بالفعل موقع رسمي خاص بالاتحاد على الفيس بوك، ومن وجه نظر الباحثة يجب إستغلال تلك النقطة في جعل الصحف الإلكترونية المعنية بنشر ما يخص الرياضات وخاصة الجيمباز الإيقاعي توظف شبكات التواصل الإجتماعي مثل الفيس بوك (نظرا لان الصفحة الرسمية للاتحاد على الفيس بوك) لنشر التوعية عن طريق نشر كل ما يخص رياضة الجيمباز الإيقاعي وبالتالي كثرة تردد المستخدمين على تلك الصحف والتفاعل معها، وذلك يتوافق مع دراسة سماح عبد الرازق الشهاوي (٢٠١٥) (٩) حيث كانت من نتائجها أن الصحف الإلكترونية المصرية استطاعت توظيف شبكات التواصل الإجتماعي كوسيلة لنشر وترويج موضوعاتها وبالتالي زيادة أعداد مشاركيها.

جدول (٨)

الدرجة المقدرة والوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الرابع

لاستبيان الواقع الفعلي للتوعية برياضة الجيمباز الإيقاعي (فرص وتهديدات) (ن=٣٠٠)

م	العبارة	الاستجابات			الوزن النسبي	المتوسط	الاتجاه
		موافق	الى حد ما	غير موافق			
١	إستفادة اتحاد الجيمباز واللاعبين والمدربين من درجات الحرارة المعتدلة لفترات طويلة من العام.	٢٩٠	١٠	٠	٩٨.٦٧	٤.٩٣ قوي	
٢	تقام بطولات الاتحاد ف صالات مجهزة بموقع بعيدا عن التلوث.	٣٠٠	٠	٠	١٠٠	٥ قوي	
٣	الموقع الجغرافي المميز لمصر له دور في استضافة الاتحاد المصري للجيمباز لعدد من البطولات على ارضها.	٢٨٠	٢٠	٠	٩٧.٣٣	٤.٨٧ قوي	

يتضح من جدول (٨) أن الوزن النسبي لاستجابات عينة البحث في عبارات المحور الرابع

لاستبيان الواقع الفعلي للتوعية برياضة الجيمباز الإيقاعي (فرص وتهديدات) قيد البحث قد تراوح



ما بين (٩٧.٣٣٪ : ١٠٠٪)، كما تراوحت المتوسطات الحسابية لإستجابات عينة البحث في عبارات المحور ما بين (٤.٨٧ : ٥)، كما بلغ اتجاه عبارات المحور ما بين (قوي). ومن خلال الجدول يتضح أنه العبارات كلها من ١ إلى ٣ تمثل فرص مثل، الإستفادة من درجات الحرارة المعتدلة طوال العام والموقع الجغرافي المميز في إستضافة الاتحاد المصري للجمباز للعديد من البطولات على أرضها، وإقامة بطولات الإتحاد في صالات مجهزة وبموقع جيد بعيد عن التلوث. ويتفق مع دراسة محمد حسين إبراهيم (٢٠١٨) (١٧ : ١٨٦) أن جمهورية مصر العربية تمتلك العديد من المقاومات الطبيعية والسياحية التي نستطيع من خلالها إستغلال البطولات الدولية وجذب أكبر عدد ممكن من السياح وزيادة الإقتصاد في مصر.

جدول (٩)

الدرجة المقدرة والوزن النسبي لاستجابات العينة في عبارات المحور الخامس

لاستبيان الواقع الفعلي للتوعية برياضة الجمباز الإيقاعي (فرص وتهديدات) (ن=٣٠٠)

م	العبارة	الاستجابات			الدرجة المقدرة	الوزن النسبي	المتوسط	الاتجاه
		موافق	الى حد ما	غير موافق				
١	جودة القوانين واللوائح المنظمة للإعلام بإتحاد الجمباز .	١٨٠	١٠٠	٢٠	١٢٢٠	٨١.٣٣	٤.٠٧	قوي
٢	قوانين الإعلام واضحة ومفهومة للعاملين بإتحاد الجمباز .	٢٤	٢٧٦	٠	٩٤٨	٦٣.٢٠	٣.١٦	متوسط
٣	وضوح اللوائح المرتبطة بإعلام بإتحاد الجمباز .	٢٤٠	٦٠	٠	١٣٨٠	٩٢	٤.٦٠	قوي
٤	قوانين الهيئات الرياضية مسقرة وواضحة للعاملين بإتحاد الجمباز .	٢٨٠	٢٠	٠	١٤٦٠	٩٧.٣٣	٤.٨٧	قوي
٥	يتم تطبيق قانون الضرائب المرتبط بالإتحادات الرياضية على إتحاد الجمباز .	٣٠٠	٠	٠	١٥٠٠	١٠٠	٥	قوي

يتضح من جدول (٩) أن الوزن النسبي لاستجابات عينة البحث في عبارات المحور الخامس لاستبيان الواقع الفعلي للتوعية برياضة الجمباز الإيقاعي (فرص وتهديدات) قيد البحث قد تراوح ما بين (٦٣.٢٠٪ : ١٠٠٪)، كما تراوحت المتوسطات الحسابية لإستجابات عينة البحث في عبارات المحور ما بين (٣.١٦ : ٥)، كما تراوح اتجاه عبارات المحور ما بين (متوسط، قوي). ومن خلال الجدول يتضح أن العبارة ٢ تحصل على نسبة ٦٣.٢٠٪ وهي عدم فهم قوانين الإعلام وتعتبر من التهديدات التي تواجه التوعية برياضة الجمباز الإيقاعي، وأن العبارات ١، ٣، ٤ من الفرص المتاحة حيث جودة وإستقرار قوانين الهيئات الرياضية، ووضوح اللوائح والقوانين المرتبطة والمنظمة للإعلام بإتحاد الجمباز، وترى الباحثة أن العبارة ٥ يتم تطبيق قوانين الضرائب المرتبط بالإتحادات الرياضية على اتحاد الجمباز من التهديدات حيث ارتفاع الرسوم الجمركية التي توضع على الأدوات الرياضية وغيرها، وهذا يتفق مع أحمد رشاد محمد (٢٠٠٧) (١) أنه لا يطبق قانون منع جمركة الملابس والأدوات الرياضية في مصر رغم وجوده كقانون. ويتفق مع منال على



محمود (٢٠٠٩) (١٨) صعوبة الحصول على الأدوات والأجهزة الرياضية نتيجة لإرتفاع الرسوم الجمركية مما يشكل عبئاً على ميزانية الاتحادات الرياضية.

الاستنتاجات:

في ضوء النتائج التي تم الحصول عليها ومعالجتها وعرضها وتفسيرها، وفي حدود المنهج المستخدم تمكنت الباحثة من التوصل إلى الاستنتاجات التالية:

- لا يعمل مسؤول العلاقات العامة بالإتحاد بدورة على أتم وجه في تقوية العلاقات الخارجية مع الإتحاد .
- لا يعمل مسؤول العلاقات العامة على توضيح ونشر المعلومات والبيانات والأهداف الخاصة بإتحاد الجمناز سواء للجمهور الداخلي أو الخارجي مما يعمل على نشر رياضة الجمناز الإيقاعى والتوعية بها وإنتشار قاعدة الممارسين لها .
- يوجد قصور فى تقويم أنشطة العلاقات العامة بالإتحاد بسبب عدم وجود ميزانية للصرف على عملية التقويم .
- لا يتم استثمار حقوق الدعاية والإعلام الخاصة بالجمناز الإيقاعى.
- لا يتم استخدام الدعاية والإعلام سواء من الصحف الالكترونية أو التلفزيون أو الإذاعة فى زيادة الحضور الجماهيرى للبطولات الرياضية للجمناز الإيقاعى .
- لا يطور الإتحاد سياسات الدعاية والإعلام ولا يضع لها أهداف أساسية.
- لا يتم استغلال الدعاية والإعلام فى تسويق منشآت وصلات الإتحاد وإيجاد راعين رسمين لرياضة الجمناز الإيقاعى.
- لا يقوم الإتحاد بعمل دورات تثقيفية حول رياضة الجمناز الإيقاعى من أجل نشر اللعبة والتوعية بأهميتها وفوائدها البدنية والنفسية والجسمية.
- لا يتم استغلال أماكن البطولات والمباريات لزيادة التسويق.
- سوء معاملة الإتحاد للعملاء .
- تتمتع وثائق الإتحاد بالمصادقية والكفاءة.
- يعلن الإتحاد عن مبارياته وبطولاته بوقت كاف من خلال الصفحة الرسمية للإتحاد.
- لا يتم بيع التذاكر من خلال الموقع الرسمى للإتحاد على الانترنت.
- لا يتم التعامل مع العاملين واللاعبين والعملاء من خلال الانترنت.
- لا يسعى الإتحاد إلى بيع حق إذاعة مباريات المنتخبات والدوريات بأسعار مناسبة.
- لا يستخدم الإتحاد وسائل حديثة للترويج لبطولاته.



- لا يستخدم الاتحاد إنجازاته للترويج.
- لا يستخدم الأبطال والبطلات الرياضيين للترويج في فروع الجمباز وخاصة الجمباز الإيقاعي لما يمتلكه من شكل جمالى.

التوصيات:

- فى ضوء أهداف البحث وما تم التوصل إليه من نتائج واستخلاصات، يوصى الباحث بما يلى:
١. يفضل الاسترشاد بنتائج هذه البحث لتحقيق نشر رياضة الجمباز الإيقاعي والتوعية بها من قبل الاتحاد المصرى للجمباز و المناطق .
 ٢. سعى الإتحاد المصرى للجمباز لإمتلاك كل الوسائل الإعلامية الحديثة التى تعينة على نشر رياضة الجمباز الإيقاعي والتوعية بها من (صحيفة إلكترونية، قناة تلفزيونية، موقع إلكترونى)
 ٣. ضرورة تصميم هيكل للإعلام، وكذلك هيكل للعلاقات العامة، ويستتبع ذلك جهاز إدارى للتسويق.
 ٤. يوصى بتعديل الهيكل التنظيمي الموجود بما يتناسب مع تفعيل أنشطة الصحف الإلكترونية بالاتحاد المصرى للجمباز .
 ٥. ضرورة سعى الاتحاد لبيع حق إذاعة البطولات واللقاءات إلى احدى القنوات الفضائية
 ٦. ضرورة تفعيل التشريعات التى تعمل على تسهيل الصحافة و الإعلام بالاتحادات الرياضية.
 ٧. ايجاد راعى رسمى لأنشطة رياضة الجمباز الإيقاعي بالاتحاد.
 ٨. ضرورة إنشاء إدارة خاصة بالتسويق بالاتحاد المصرى للجمباز مع عقد برامج تدريبية للعاملين بالاتحاد على تسويق منتجات الإتحاد (مدربين - حكام - لاعبين - بطولات).



المراجع

أولا المراجع العربية:

- ١- أحمد رشاد محمد: إستراتيجية مقترحة لتسويق بطولات المبارزة، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة بنها، ٢٠٠٧م
- ٢- إيمان عبد الله عبد الحميد: فاعلية برنامج للتعلم الفردي بمساعدة الكمبيوتر علي تحصيل وزمن تعلم طالبات كلية التربية الرياضية ومستوي أدائهن في الجمباز الإيقاعي، رسالة دكتوراة، غير منشورة، كلية التربية الرياضية جامعة إسكندرية، ٢٠٠٦م.
- ٣- جمال حسن محمد: تطوير المنظومة الإدارية للاتحاد المصري لرفع الأثقال، رسالة دكتوراة، كلية التربية الرياضية بنات، جامعة الإسكندرية، ٢٠١٨م.
- ٤- حسن أحمد الشافعي، سوزان أحمد (٢٠٠٣): تطبيقات ميدانية للعلاقات العامة في التربية البدنية والرياضية ، دار الوفاء للطباعة والنشر، القاهرة.
- ٥- خالد محمد عبد الجابر، محمد عبد المحسن احمد: الإعلام الرياضي وإدارة الأزمات، دسوق، دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع.
- ٦- خير الدين علي عويس ،عطا حسن عبدالرحيم: الإعلام الرياضي، مركز الكتاب للنشر القاهرة، ١٩٩٨م.
- ٧- رضا عبد الواحد أمين: الصحافة الإلكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠٠٧م.
- ٨- سامية محمد جابر، نعمات أحمد عثمان (٢٠٠٣): الاتصال والإعلام تكنولوجيا المعلومات، دار المعرفة الجامعية، القاهرة.
- ٩- سماح عبد الرازق الشهاوي (٢٠١٥): تأثير توظيف الصحف الإلكترونية المصرية لشبكات التواصل الإجتماعي في زيادة أعداد مستخدميها على نوعية المحتوى المقدم عبر هذه الشبكات، المؤتمر العلمى السنوى الحادى والعشرين لكلية الإعلام جامعة القاهرة في الفترة من (٢٦-٢٧ مايو ٢٠١٥)
- ١٠- شيماء علي أبو العلا: تداعيات أحداث ثورة يناير على الرياضة المصرية من منظور إدارتى التغيير والأزمات، رسالة دكتوراة، كلية التربية الرياضية بنات، جامعة حلوان، ٢٠١٥م.
- ١١- شيماء منتصر نبيهة: تقويم دور وسائل الإعلام الجديد لتطوير إدارة العلاقات العامة بالأندية الرياضية بمحافظة الدقهلية، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية، جامعة المنصورة، ٢٠٠٦م



- ١٢- عبد الله محمد زلط (٢٠٠٥): الإعلام الدولي في العصر الحديث، ط٣، دار الفكر العربي، القاهرة.
- ١٣- عصام بدوي (٢٠٠١): موسوعة التنظيم والإدارة في التربية البدنية والرياضية، دار الفكر العربي، القاهرة.
- ١٤- علي إمبابي (٢٠٠٧): الإعلام التربوي المقروء في المؤسسة التعليمية، العلم والإيمان للنشر والتوزيع.
- ١٥- عمرو محمد عبدالفتاح: أثر بعض المواقع الإلكترونية على الثقافة الرياضية لدى طلاب جامعة المنصورة، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية، جامعة المنصورة، ٢٠١٢م.
- ١٦- لبنى محمود سنوسي: دراسة تحليلية لمواقع الصحافة الإلكترونية الرياضية ودورها في نشر الثقافة الرياضية لدى الرياضيين بمحافظة المنيا، رسالة دكتوراه، كلية التربية الرياضية، جامعة المنيا، ٢٠١٣م.
- ١٧- محمد حسين إبراهيم: تنظيم وتسويق البطولات الدولية للإتحاد المصرى للتنس في ضوء مقاومات السياحة الرياضية، رسالة دكتوراه، كلية التربية الرياضية، جامعة أسيوط، ٢٠١٨م.
- ١٨- منال على محمود: استراتيجية التسويق التسويق الرياضى كمصدر للتمويل الذاتى في الإتحادات الرياضية الأولمبية، رسالة دكتوراه، كلية التربية الرياضية للبنات، جامعة حلوان، ٢٠٠٩م.
- ١٩- هبة حسن رزق: رؤية سوسيولوجية لدور الإعلام في تنمية السياحة الرياضية في المجتمع المصرى، رسالة دكتوراه، كلية الآداب قسم علم الاجتماع، جامعة المنصورة، ٢٠١٨م.
- ٢٠- هيثم بهجت عمار: تأثير الصحافة الإلكترونية الرياضية علي اتجاهات شباب جامعة المنصورة نحو قضايا التعصب والعنف، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية، جامعة المنصورة، ٢٠١٥م.
- ٢١- يحيى بدر مبارك: استراتيجية مقترحة لجذب رؤوس الأموال فى الأندية الرياضية الكويتية، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية بنين، جامعة بنها، ٢٠١٠م.



ثانيا المراجع الاجنبية:

- 22- Eli skogerb, Marte winsvold (2011): **Use and assessment of local print and online news papers**, European journal of communication.
- 23- Eric J (2003): **An exploratory analysis of the relationship between higher education and television: A focus on big Time college Sports**.
The University of Wisconsin – Madison