



دراسة تحليلية لواقع التحول الرقمي بالأندية الرياضية بالتطبيق على موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك

م.م/ محمود حامد محمد كسيبه

مدرس مساعد بقسم الإدارة الرياضية - كلية التربية الرياضية - جامعة دمياط

م.م/ السيد محمد السيد بلال

مدرس مساعد بقسم الإدارة الرياضية - كلية التربية الرياضية - جامعة دمياط

مستخلص البحث

يهدف البحث إلى تحليل واقع التحول الرقمي بالأندية الرياضية بالتطبيق على موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك وذلك من خلال تحليل الشكل وتحليل المضمون، وقد استخدم الباحثان المنهج الوصفي التحليلي، وذلك لملائمته لطبيعة وأهداف البحث، ثم قام الباحثان بتحليل عدد (١٠٠) منشور تم اختيارهم بالطريقة العشوائية من بعض صفحات الرياضة بجمهورية مصر العربية، واعتمد الباحثان على المقابلة الشخصية المقننة، واستمارة تحليل المحتوى في جمع البيانات، وتمثلت نتائج البحث في اعتماد صفحات الرياضة في منشوراتها على الفيديوهات والصور واستخدام اللغة العامية وأن اتجاه مضمون المنشورات إيجابيا، كما أن الصفحات في ضوء سياسة التحول الرقمي توفر العديد من الخدمات أهمها (تجديد العضوية عن بعد، نشر الأخبار الرياضية، التسويق للخدمات والمنتجات الرياضية)، وتمثلت أهم التوصيات في ضرورة اعتماد المؤسسات الرياضية علي تقنيات التحول الرقمي لتقديم الخدمات عن بعد والتواصل مع الجمهور، أهمية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي عامة والفيس بوك خاصة لتسويق الخدمات والمنتجات الرياضية، أهمية صناعة المحتوى الرقمي لجذب الجمهور الرياضي والتأثير علي اتجاهاته.

الكلمات المفتاحية: التحول الرقمي ، التواصل الاجتماعي

المجلد	العدد	الشهر	السنة	الصفحة
(الأول)	(١)	(مارس)	(٢٠٢٣)	- ٣١ -

عدد خاص بالمؤتمر العلمي الأول لكلية التربية الرياضية - جامعة دمياط بعنوان:
(الإبتكار في المجال الرياضي - الواقع والمأمول) في الفترة (من ١٤ إلى ١٥) مارس (٢٠٢٣م).



An Analytical Study Of The Reality Of Digital Transformation In Sports Clubs By Application On The Social Media, Site Facebook

Mahmoud Hamed Mohamed Kesiba

Assistant Lecturer, Department of Sports Administration - Faculty of Physical Education - Damiya University

El-Sayed Mohamed El-Sayed Bilal

Assistant Lecturer, Department of Sports Administration - Faculty of Physical Education - Damiya University

Abstract

The research aims to analyze the reality of digital transformation in sports clubs by applying it to the social networking site Facebook, through analyzing the form and analyzing the content. The researchers used the analytical descriptive approach, due to its suitability to the nature and objectives of the research by analyzing the number (100) publications that were randomly selected from some sports pages in the Arab Republic of Egypt, the researchers relied on the standardized personal interview and the content analysis form in collecting data. The publications are positive, and the pages, in light of the digital transformation policy, provide many services, the most important of which are (remote membership renewal, publishing sports news, marketing sports services and products), and the most important recommendations were the need for sports institutions to rely on digital transformation techniques to provide remote services and communicate with The audience, the importance of using social media in general and Facebook in particular to market sports services and products, the importance of creating digital content to attract the sports audience and influence its trends.

Key Words: Digital Transformation, Social Media



دراسة تحليلية لواقع التحول الرقمي بالأندية الرياضية بالتطبيق على موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك

م.م/ محمود حامد محمد كسيبه

مدرس مساعد بقسم الإدارة الرياضية - كلية التربية الرياضية - جامعة دمياط

م.م/ السيد محمد السيد بلال

مدرس مساعد بقسم الإدارة الرياضية - كلية التربية الرياضية - جامعة دمياط

١ / مقدمة ومشكلة البحث:

أصبحت قضية التحول الرقمي من القضايا الحديثة في المجتمع وذلك نتيجة تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وكذلك للتغلب على المتغيرات الخارجية الطارئة وعلى سبيل المثال جائحة فيروس كورونا (Covid-19) مما دعي لضرورة التباعد الاجتماعي والاعتماد على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في كافة المجالات.

وقد اوضح محمد علي شعلان (٢٠١٦) أن التقنية هي السمة الأهم للعقود الأخيرة حيث أدى التطور السريع للتكنولوجيا إلى تعقيد عملية التحكم والاستفادة من التطبيقات التي انتشرت في جميع المجالات، ومع الانتشار الواسع للتقنية تم تعريف العديد من المفاهيم أهمها "التحول الرقمي"، وهو يعتبر إطارا مهما لنجاح الأعمال يعيد تشكيل الطريقة التي يعيش بها الناس ويعملون ويفكرون ويتفاعلون ويتواصلون اعتمادا على التقنيات المتاحة ومرافقتها المتلازمة، مع التخطيط المستمر والسعي الدائم لإعادة صياغة الخبرات العملية، فالتحول الرقمي يوفر إمكانات ضخمة لبناء مجتمعات فعالة، ومع تطلع الجميع إلي تحسين الكفاءة وتطبيق خدمات جديدة بسرعة ومرونة وتقليل الإنفاق، فالتحول الرقمي يشكل الآن تحديا للمؤسسات لتتحول إلي الاستخدام الذكي للتقنية وتندارس نماذج الأعمال الجديدة علي نشاطاتها، فالتحول الرقمي ليس خطوة واحدة وإنما رحلة طويلة تتميز بالديناميكية وتختلف مكوناتها وأولوياتها من مؤسسة إلي أخرى. (شعلان، ٢٠١٦: ٤٨ - ٥٠)

وقد عرفت إيمان صالح عبد الفتاح (٢٠٠٧) إلى التحول الرقمي بأنه "قيام المنظمة بعملياتها الإدارية وكافة أنشطتها من خلال توفير بنية أساسية معلوماتية متطورة تمكنها من مباشرة أعمالها عبر شبكة الانترنت وذلك في كافة المجالات بما يسهم في تحقيق الكفاءة والفعالية في الأداء التنظيمي لها". (عبد الفتاح، ٢٠٠٧: ٧٧)

المجلد	العدد	الشهر	السنة	الصفحة
(الأول)	(١)	(مارس)	(٢٠٢٣)	- ٣٣ -

عدد خاص بالمؤتمر العلمي الأول لكلية التربية الرياضية - جامعة دمياط بعنوان:
(الإبتكار في المجال الرياضي - الواقع والمأمول) في الفترة (من ١٤ إلى ١٥) مارس (٢٠٢٣م).

كما أشارت فداء محمود حامد (٢٠١٥) إلى التحول الرقمي بأنه من ثمار إنجازات التقنية في العصر الحديث، حيث أدت التطورات في مجالات الاتصالات إلى التفكير الجدي من قبل الدول والحكومات في الاستفادة من إنجازات الثورة التقنية باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في إنجاز الأعمال، وتقديم الخدمات للمواطنين بطريقة إلكترونية، تسهم بفاعلية في حل العديد من المشكلات التي من أهمها التزاحم، تجنب الروتين والوساطة، بالإضافة إلى ما يتميز به التحول الرقمي من سرعة في إنجاز الأعمال وتوفير الوقت والجهد والتكلفة. (حامد، ٢٠١٥: ١٩١)

وقد أشار حسين مصطفى هلالي، وآخرون (٢٠١٠) إلى أهمية تطبيق التحول الرقمي في المنظمات بصفة عامة فيما يلي:

- يؤدي التحول الرقمي إلى تخفيض تكاليف الإنتاج مما يترتب عليها زيادة ربحية المنظمة وكفاءتها التشغيلية.

- يمكن التحول الرقمي المنظمات من اقتحام أسواق جديدة محليا وعالميا، ويمنحها القدرة علي تخطي حواجز الزمن والقيود الجغرافية، ومتابعة التطورات الحديثة في تقنية المعلومات مما يؤدي إلي تحسين درجة التنافسية للمنظمة.

- يساهم التحول الرقمي في تحقيق أهداف نماذج التميز التنظيمي.

- يسهم التحول الرقمي في القضاء على التعامل الورقي، وما يترتب عليه من بذل الجهد وضياع الوقت، وزيادة التكاليف. (هلالي، وآخرون، ٢٠١٠: ٧٨-٧٩)

كما أكدت الهيئة القومية لضمان جودة التعليم والاعتماد (٢٠٠٩) على أن الرياضة أصبحت من أهم وسائل تحقيق التنمية الاجتماعية في المجتمعات الحديثة، كما أصبحت الرياضة والنشاط البدني المنظم من الأمور المسلم بها للارتقاء بالصحة والمحافظة عليها، وزاد الاهتمام بها بشكل يتعاضم يوم بعد يوم، وأصبح شعار القرن الواحد والعشرين "اللياقة البدنية من أجل الصحة"، كذلك لم تعد الممارسة الرياضية مقصورة على من لديهم مواهب بدنية ورياضية فائقة، وإنما أصبحت حاجة ملحة لكل أفراد المجتمع.

(الهيئة القومية لضمان جودة التعليم والاعتماد، ٢٠٠٩: ١٢-١٣)



ويري الباحثان أن منشورات "الفييس بوك" كأحد مواقع وسائل التواصل الاجتماعي" تعد من أهم وسائل التواصل مع الجمهور والتي يمكن الاستفادة منها من الناحية الإعلامية والتسويقية للمؤسسات الرياضية.

عرف ماهر عودة الشمايلة وآخرون (٢٠١٥) وسائل التواصل الاجتماعي أنها "مواقع على شبكة الإنترنت تتميز بإمكانية تواصل الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم وفقا لاهتماماتهم وانتمائهم من خلال مجموعة من الخدمات كإرسال الرسائل والاطلاع على الملفات الشخصية للأخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم". (الشمايلة وآخرون: ٢٠١٥: ٢٠٠)

وقد ذكر محمد سيد ريان (٢٠١٢) أن مواقع التواصل الاجتماعي ظهرت عام (١٩٩٥) وذلك من خلال موقع (*Classmates.com*) بهدف التواصل بين زملاء الدراسة إلكترونيا وتم إنشائه بواسطة راندي كونرادز وفي عام (١٩٩٧) تم إنشاء موقع (*SixDegrees.com*) والذي أتاح إمكانية عمل ملفات شخصية تعريفية وإدراج قوائم بالأصدقاء وبعدها بعام أتاح فرصة تصفح هذه القوائم وفي الفترة من (١٩٩٩) إلى (٢٠٠٢) ظهرت مجموعة من المواقع ولكن تحظي بالنجاح، وفي عام (٢٠٠٣) تم إنشاء واحد من أكبر مواقع التواصل الاجتماعي وهو موقع ماي سبيس فهو يوفر مجموعة من الخدمات كنشر الصور والفيديوهات والمدونات وفي عام (٢٠٠٤) تم إنشاء "موقع فيسبوك" بواسطة مارك زوكربيرغ ونتيجة الاهتمام والاقبال الشديد علي مواقع التواصل الاجتماعي سارعت جميع الجهات والمؤسسات الإلكترونية بإنشاء مختلف مواقع التواصل الاجتماعي . (ريان، ٢٠١٢: ٧ - ٨)

ولقد غزت مواقع التواصل الاجتماعي عالم الرياضة بقوة في الآونة الأخيرة حيث أصبحت وسائل الإعلام والاتحادات الأندية والمؤسسات المؤسسات تروج لنفسها في مواقع التواصل الاجتماعي ولم تعد تكتفي بمجرد نقل الأخبار والمعارف للأفراد والجماهير.

(<https://www.almayadeen.net>)

وقد عرف حسنين محمد شفيق (٢٠١٥) الفيس بوك أنه "موقع اجتماعي على الإنترنت يتواصل من خلاله ملايين من المشتركين عن طريق الصور والمشاركات والمحادثات وصاحبه هو مارك زوكربيرغ". (شفيق، ٢٠١٥: ١٩)



كما أن الفيس بوك هو أكبر شبكة اجتماعية في العالم حيث يوجد به أكثر من ٢.٩ مليار مستخدم نشط شهريا فهو يتبع لشركة ميتا.

(<https://www.crunchbase.com/organization/facebook>)

ومن خلال مجال وطبيعة عمل الباحثان كمدربين مساعدين بقسم الإدارة الرياضية بكلية التربية الرياضية جامعة دمياط وبالاطلاع على أشهر الصفحات الرياضية عبر الفيس بوك "صفحة النادي الأهلي (Al Ahly)" وعدد تسجيلات الإعجاب بها (١٤٤٦٢٥٤٠)، وصفحة "نادي الزمالك (Zamalek SC)" وعدد تسجيلات الإجاب بها (٦٨٩٩٤٥٧) لاحظ الباحثان أن التفاعل النشط للجمهور مع منشورات الفيس بوك يتيح العديد من الفرص لدي المؤسسات الرياضية لرفع القيمة التسويقية للمؤسسة والتأثير على اتجاهات الجمهور.

مما دفع الباحثان للقيام بدراسة استطلاعية عن طريق المقابلة الشخصية المقننة مع بعض مسؤولي العلاقات العامة بالأندية الرياضية وعددهم (١٠) بهدف التعرف على مميزات التحول الرقمي في المجال الرياضي، وأهم تقنيات التحول الرقمي في المجال الرياضي مرفق (١)، وكانت أهم النتائج:

- أشارت عينة الدراسة الاستطلاعية إلى أن مميزات التحول الرقمي في المجال الرياضي تمثلت في تسويق المنتجات، زيادة تفاعل الجمهور، تجديد العضويات عن بعد من خلال التقنيات الحديثة بأقل وقت وجهد.

- كما أجمعت عينة الدراسة الاستطلاعية إلى أن أهم تقنيات التحول الرقمي في المجال الرياضي تتمثل في مواقع التواصل الاجتماعي وتحديدا "الفيس بوك". وقد قام الباحثان بالاطلاع على نتائج وتوصيات بعض الدراسات السابقة

وأثبتت نتائج دراسة سامويل لوبيز كاريل وآخرون (Samuel López-Carril and others) (٢٠٢٠) أن وسائل التواصل الاجتماعي تستخدم من قبل أصحاب المصالح في صناعة الرياضة وبالتالي يمكن للطلاب استخدامها للبقاء على اتصال مع الخبراء وأحدث الاتجاهات في صناعة الرياضة.

وتوصي نتائج دراسة جونج شي، ووانج يونج (Gong xi and Wang young) (٢٠٢١) بضرورة وجود المزيد من التعريفات بعد الأحداث الرياضية الرئيسية وفي المناطق القريبة من الفرق واللاعبين.



٢/ أهمية البحث:

١/٢ الأهمية العلمية

يمثل البحث نقطة انطلاق لكثير من الدراسات والبحوث التي ستهتم بالتحول الرقمي والتسويق والإعلام في المجال الرياضي باعتباره موضوع يتمتع بالأصالة والحدثة.

٢/٢ الأهمية التطبيقية

تكمن أهمية البحث التطبيقية في مواكبة المؤسسات الرياضية للتطورات التكنولوجية في العصر الحالي.

٣/٢ الأهمية الاقتصادية

تكمن أهمية البحث الاقتصادية في تسهيل خدمات المؤسسات الرياضية ورفع القيمة التسويقية لها، وتوفير الوقت والجهد والمال للمؤسسات الرياضية ولأعضائها باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

٣/ أهداف البحث:

يهدف البحث إلى تحليل واقع التحول الرقمي بالأندية الرياضية بالتطبيق على موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك وذلك من خلال:

١/٣ تحليل الشكل:

- طبيعة المنشور.
- اللغة المستخدمة في المنشورات

٢/٣ تحليل المضمون:

- أهداف المضمون المقدم في المنشورات.
- مصدر المعلومات الموجودة في منشورات الصفحة.
- اتجاه المضمون المقدم في المنشورات.

٤/ تساؤل البحث:

- ما واقع التحول الرقمي بالأندية الرياضية بالتطبيق على موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك؟



٥ / الدراسات السابقة:

١/٥ الدراسات العربية:

١/١/٥ دراسة هيثم بهجت أبو المجد (٢٠١٧): بعنوان "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام الرياضي نحو قضايا جماهير كرة القدم"، وهدفت الدراسة التعرف علي دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام الرياضي نحو قضايا جماهير كرة القدم، واعتمد الباحث علي المنهج الوصفي، وتم اختيار (٤٠٠) مفردة عشوائيا من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي ومتابعين لقضايا كرة القدم من طلاب جامعة المنصورة، واعتمد الباحث علي استمارة الاستبيان كأداة أساسية لجمع البيانات، وأثبتت نتائج الدراسة اعتماد جماهير كرة القدم على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي في مخاطبة الرأي العام من خلال صفحات خاصة بهم، مواقع التواصل الاجتماعي تسهم في تكوين الرأي العام الرياضي لكرة القدم وتمثلت أهم التوصيات في ضرورة الاهتمام بمواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة الرأي العام الرياضي.

٢/١/٥ دراسة بسمة إبراهيم عبد البصير (٢٠٢٠): بعنوان "دراسة استشرافية لإدارة التحول الرقمي بوزارة الشباب والرياضة وانعكاسها على مستوى الكفاءة المؤسسية اعتمادا على أسلوب السيناريوهات تحقيقاً لرؤية مصر ٢٠٣٠"، وتهدف لدراسة إدارة التحول الرقمي بوزارة الشباب والرياضة وانعكاسها على مستوى الكفاءة المؤسسية تحقيقاً لرؤية مصر ٢٠٣٠، واعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي، واشتملت العينة علي (٤٥٠) من العاملين بالإدارات العامة بوزارة الشباب والرياضة، واعتمدت الباحثة علي استمارة الاستبيان كأداة أساسية لجمع البيانات، وتمثلت أهم النتائج في ضعف ممارسات التخطيط الاستراتيجي للتحول الرقمي بوزارة الشباب والرياضة، وعدم استخدام التقنيات الحديثة في إدارة البيانات بما يسهم في حوكمة البيانات داخل وزارة الشباب والرياضة، وتمثلت أهم التوصيات في ضرورة تخصيص ميزانية كافية لتوفير البنية التحتية والبرمجيات وجميع الأدوات اللازمة للتحول الرقمي.

٣/١/٥ دراسة رنا مروان العيسي (٢٠٢٠): بعنوان "دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية لدي الشباب الأردني من وجهة نظر المدربين الرياضيين"،

المجلد	العدد	الشهر	السنة	الصفحة
(الأول)	(١)	(مارس)	(٢٠٢٣)	- ٣٨ -

عدد خاص بالمؤتمر العلمي الأول لكلية التربية الرياضية - جامعة دمياط بعنوان:
(الإبتكار في المجال الرياضي - الواقع والمأمول) في الفترة (من ١٤ إلى ١٥ مارس ٢٠٢٣م).



هدفت الدراسة تقصي وجهة نظر المدربين الرياضيين عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية لدى الشباب الأردني، واعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي، وقامت الباحثة باختيار عدد (٣٢٨) مدرباً رياضياً ذكوراً وإناثاً العاملين في النوادي الرياضية، واعتمدت الباحثة على استمارة الاستبيان كأداة أساسية لجمع البيانات، وأثبتت النتائج أن لمواقع التواصل الاجتماعي دور كبير في نشر الثقافة الرياضية لدى الشباب الأردني، وتمثلت أهم التوصيات في ضرورة يجب استخدام فيسبوك وإنستغرام ويوتيوب لأنهم أكثر المواقع استخداماً من قبل المدربين لتشجيع الشباب على ممارسة الرياضة.

٤/١/٥ دراسة نواف بن ضيف الله قزعان الحمادي (٢٠٢٠): بعنوان "التحول الرقمي وأثره في تقليل تكلفة الخدمة: من وجهة نظر العاملين بالنيابة العامة بمنطقة مكة المكرمة"، وهدفت الدراسة التعرف على أثر التحول الرقمي في تقليل تكلفة الخدمة، واعتمد الباحث على المنهج الوصفي، وتمثلت عينة البحث في (٢١١) موظف بالنيابة العامة بمنطقة مكة المكرمة، واعتمد الباحث على استمارة الاستبيان كأداة أساسية لجمع البيانات، وأثبتت النتائج أن التحول الرقمي يسهم بدرجة كبيرة في تقليل التكلفة، وتمثلت أهم التوصيات في ضرورة العمل على استبدال العمليات التقليدية بالعمليات الرقمية، وأهمية توفير الامكانيات والآليات اللازمة لمتابعة ومراقبة أداء التحول الرقمي.

٥/١/٥ دراسة نوال بنت علي البلوشية، ونبهان بن حارث الحراصي، وعلي بن سيف العوفي (٢٠٢٠): بعنوان "واقع التحول الرقمي في المؤسسات العمانية"، بهدف استكشاف واقع التحول الرقمي في سلطنة عمان عن طريق التعرف على الأدوار التي تقوم بها المؤسسات المختلفة في مجال التحول الرقمي والحكومة الإلكترونية، واعتمد فريق البحث على المنهج الوصفي، وتمثلت عينة البحث في (٥) هيئات هم وزارة التقنية والاتصالات، شرطة عمان السلطانية، وزارة الصحة، وزارة التربية والتعليم، وبنك مسقط، واعتمد فريق البحث على المقابلة الشخصية واستمارة تحليل المحتوى لجمع البيانات، وأثبتت النتائج أن سلطنة عمان حققت المستوى (٤٣) عالمياً في مجال التحول الرقمي، وتمثلت أهم التوصيات في ضرورة التعريف بالخدمات



الإلكترونية المتاحة والترويج لها، وتكثيف عملية استغلال المؤسسات لتقنيات الثورة الصناعية الرابعة.

٦/١/٥ دراسة أمل خالد عبد الكريم (٢٠٢١): بعنوان "فعالية استخدام الماركات لاستراتيجية تسويق الأحداث الجارية علي موقع الفيس بوك"، بهدف التعرف علي مدى فعالية استخدام الماركات لاستراتيجية تسويق الأحداث الجارية علي الفيس بوك، واعتمدت الباحثة علي المنهج الوصفي، وتمثلت العينة في (٤٠٣) فرد يستخدم الفيس بوك، وتحليل محتوى أعلي (١٠) صفحات تستخدم الاستراتيجية، واعتمدت الباحثة علي استمارة الاستبيان واستمارة تحليل المحتوى لجمع البيانات، وأثبتت النتائج أن المنشورات المعتمدة على الاستراتيجية حققت نسب تفاعل عالية مقارنة بالمنشورات العادية، وتمثلت أهم التوصيات في ضرورة استخدام الاستراتيجية لتسويق الأحداث عبر الفيس بوك.

٢/٥ الدراسات الأجنبية:

١/٢/٥ دراسة اجزافير جينستا بروتيت "Xavier Ginesta Portet" (٢٠١٠): بعنوان "وسائل الإعلام الخاصة لأندية كرة القدم الإسبانية"، بهدف التعرف على الوضع الخاص لأندية كرة القدم الإسبانية لدي وسائل الإعلام في العصر الرقمي الجديد، واعتمد الباحث علي المنهج الوصفي، وتمثلت العينة في بعض العاملين في الأندية الرياضية الإسبانية وثلاث منظمات هي إدارة المنافسة والملكية الإسبانية لكرة القدم واتحاد الكتلونية لكرة القدم ودوري المحترفين لكرة القدم الوطنية، واعتمد الباحث علي استمارة الاستبيان كأداة أساسية لجمع البيانات، وأثبتت النتائج أن وسائل الإعلام الرياضية الخاصة تلعب دور اقتصادي وذلك من خلال الإعلان والتسويق لمنتجات الشركات والمؤسسات التي تعلن عن منتجاتها من خلال المؤسسات الإعلامية الرياضية، وتمثلت أهم التوصيات في ضرورة تعزيز الشعور بالانتماء إلى المجتمع من خلال الانتماء إلى تلك الأندية وكذلك متابعة وسائل الإعلام.

٢/٢/٥ دراسة يوجين خيتسكوف، وآخرون "Eugene Khitskov & others" (٢٠١٧): بعنوان "التحول الرقمي للمجتمع: مشاكل الدخول في الاقتصاد الرقمي"، بهدف تحديد التحديات الرئيسية للتحول الرقمي للشركات، واعتمد فريق البحث على المنهج

المجلد	العدد	الشهر	السنة	الصفحة
(الأول)	(١)	(مارس)	(٢٠٢٣)	- ٤٠ -

عدد خاص بالمؤتمر العلمي الأول لكلية التربية الرياضية - جامعة دمياط بعنوان:
(الإبتكار في المجال الرياضي - الواقع والمأمول) في الفترة (من ١٤ إلى ١٥) مارس (٢٠٢٣م).



الوصفي، وتمثلت عينة البحث في (١٣٣) عضو هيئة تدريس بالجامعة الاجتماعية الحكومية الروسية (موسكو)، واعتمد فريق البحث على المقابلة الشخصية المقننة واستمارة الاستبيان لجمع البيانات، وأثبتت النتائج عدم فهم عمليات التحول الرقمي للشركات، والحاجة إلي زيادة عدد المتخصصين في الاقتصاد الرقمي، وتمثلت أهم التوصيات في ضرورة تنفيذ التعليم الرقمي لتحسين الجودة الشاملة لتعليم السكان.

٣/٢/٥ دراسة ل.ويلمز، وآخرون "L. Wilms & others" (٢٠١٧): بعنوان "التحول الرقمي في التعليم العالي: أنماط جديدة، متطلبات جديدة"، بهدف دراسة الاختلافات في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية بين مجموعات مختلفة من أعضاء الجامعة، واعتمد فريق البحث على المنهج الوصفي، وتمثلت عينة البحث في (٢) من كل فئة: طلاب البكالوريوس، والماجستير، والدكتوراه، والموظفين بجامعة دوسبرونغ، واعتمد فريق البحث على المقابلة الشخصية المقننة لجمع البيانات، وأثبتت النتائج أن خدمة مواقع التواصل الاجتماعي والمنصات التي تقدمها الشركات الدولية الكبيرة تعتبر منصات غير آمنة في حين تعتبر المنصات التي يقدمها التعليم العالي تعتبر منصات آمنة، وتمثلت أهم التوصيات في ضرورة إجراء مسح مستقبلي بحجم عينة أكبر، وتوسيع البحث ليشمل جامعات أخرى.

٤/٢/٥ دراسة ماسايوكي يوشيدا، وآخرون "Masayuki Yoshida & others" (٢٠٢١): بعنوان "استراتيجية لمحتوي وسائل التواصل الاجتماعي للأندية الرياضية لزيادة تفاعل المعجبين"، بهدف معرفة وفهم تأثير نوع وحيوية محتوى فيس بوك الذي تشاركه الأندية الرياضية علي تفاعل المعجبين، واعتمد فريق البحث علي المنهج الوصفي، وتمثلت عينة البحث في محتوى صفحات (٦) أندية كريكيت في الدوري الهندي الممتاز علي فيس بوك، واعتمد فريق البحث علي استمارة تحليل المحتوى لجمع البيانات، وتمثلت أهم النتائج في أن فيس بوك يسمح بتفاعل الجماهير مع النادي ومشاركة مشاعرهم مع الآخرين، وتمثلت أهم التوصيات في ضرورة استخدام الأندية للتسويق الرياضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي لزيادة تفاعل المعجبين.



٦/ إجراءات البحث:

١/٦ منهج البحث :

استخدم الباحثان المنهج الوصفي بالأسلوب التحليلي وذلك لملائمته طبيعة البحث

٢/٦ مجتمع وعينة البحث:

١/٢/٦ مجتمع البحث:

يمثل مجتمع البحث جميع الصفحات الرياضية بجمهورية مصر العربية

٢/٢/٦ عينة البحث:

تم تحليل عدد (١٠٠) منشور تم اختيارهم بالطريقة العشوائية من بعض صفحات الرياضة بجمهورية مصر العربية.

٧/ أدوات جمع البيانات:

استمارة تحليل المحتوى

المعاملات العلمية لاستمارة تحليل المحتوى

صدق المحتوى لاستمارة تحليل المحتوى

قام الباحثان بعرض محاور استمارة تحليل المحتوى المقترحة في صورتها الأولية مرفق (٢) على مجموعة من الخبراء المتخصصين وعددهم (١٠) في مجال الإدارة الرياضية وتوفر فيهم شرط الخبرة التي لا تقل عن ٥ سنوات بعد الحصول على درجة الدكتوراه لإبداء الرأي في مدى ملائمتها لتحقيق أهداف البحث وإجراء أي تعديل يروونه مناسب من (صياغة، إضافة، حذف، دمج، نقل).

جدول (١) آراء السادة الخبراء حول محاور استمارة تحليل المحتوى

(ن = ١٠)

ملاحظات	معامل لوش لصدق المحتوى	الخبراء الموافقون		المحاور
		النسبة	التكرار	
-	١	١٠٠%	١٠	تحليل الشكل
-	١	١٠٠%	١٠	تحليل المضمون

مقبول الحد الأدنى لمعامل لوش لصدق المحتوى المقبول إحصائياً عند ن = ١٠ خبراء = ٠.٨٠٠

وأجمعت آراء الخبراء على صلاحية محاور استمارة تحليل المحتوى الموضوعية من قبل الباحث بنسبة (١٠٠%) وفقا لقيم معامل لوش لصدق المحتوى (٠.٨٠٠).

بعد موافقة السادة الخبراء على المحاور قام الباحث بوضع العبارات المناسبة الخاصة بكل محور حيث بلغت عدد العبارات الخاصة باستمارة تحليل المحتوى (٦) عبارات أساسية تحتوي على (١٩) عبارة فرعية.

وتم عرض استمارة تحليل المحتوى في صورتها الأولية مرفق (٢) على السادة الخبراء وتم تسليمها إلى بعض السادة الخبراء شخصيا باليد وإرسالها للبعض الآخر عبر تطبيق واتس آب لإبدا آرائهم فيما يلي:

- التأكد من كفاية ومناسبة العبارات لكل محور.
 - التأكد من وضوح كل عبارة.
 - (تعديل، صياغة، نقل، دمج، إضافة، حذف) وذلك طبقا لما يروونه مناسب لسيادتهم.
- جدول (٢) التكرارات والنسب المئوية لآراء السادة الخبراء حول عبارات استمارة تحليل المحتوى

(ن = ١٠)

ملاحظات	معامل لوش لصدق المحتوى	الخبراء الموافقون		العبارات	ملاحظات	معامل لوش لصدق المحتوى	الخبراء الموافقون		العبارات
		النسبة	التكرار				النسبة	التكرار	
				المحور الثاني					المحور الأول
-	١	%١٠٠	١٠	١/٢	-	١	%١٠٠	١٠	١/١
-	١	%١٠٠	١٠	١/١/٢	-	١	%١٠٠	١٠	٢/١
-	١	%١٠٠	١٠	٢/١/٢	-	١	%١٠٠	١٠	١/٢/١
صياغة	٠.٨	%٩٠	٩	٣/١/٢	-	١	%١٠٠	١٠	٢/٢/١
-	١	%١٠٠	١٠	٤/١/٢	صياغة	٠.٨	%٩٠	٩	٣/٢/١
-	١	%١٠٠	١٠	٥/١/٢	-	١	%١٠٠	١٠	٣/١
				٢/٢	-	١	%١٠٠	١٠	١/٣/١
-	١	%١٠٠	١٠	١/٢/٢	-	١	%١٠٠	١٠	٢/٣/١
-	١	%١٠٠	١٠	٢/٢/٢	-	١	%١٠٠	١٠	٣/٣/١
صياغة	٠.٨	%٩٠	٩	٣/٢/٢					
-	١	%١٠٠	١٠	٤/٢/٢					
-	١	%١٠٠	١٠	٥/٢/٢					
-	١	%١٠٠	١٠	٣/٢					
-	١	%١٠٠	١٠	١/٣/٢					
-	١	%١٠٠	١٠	٢/٣/٢					
-	١	%١٠٠	١٠	٣/٣/٢					

مقبول الحد الأدنى لمعامل لوش لصدق المحتوى المقبول إحصائياً عند ن = ١٠ خبراء = ٠.٨٠٠

المجلد (الأول) العدد (١) الشهر (مارس) السنة (٢٠٢٣) الصفحة - ٤٣ -

عدد خاص بالمؤتمر العلمي الأول لكلية التربية الرياضية - جامعة دمياط بعنوان:
(الإبتكار في المجال الرياضي - الواقع والمأمول) في الفترة (من ١٤ إلى ١٥) مارس (٢٠٢٣م).

ويوضح الجدول السابق موافقة السادة الخبراء حول عبارات استمارة تحليل المحتوى والتي تراوحت ما بين (١: ٠.٨) مع اقتراح (تعديل، صياغة، إضافة) بعض العبارات طبقاً لآراء السادة الخبراء وبعد إجراء التعديلات اللازمة لاستمارة تحليل المحتوى ليكون عدد عبارات استمارة تحليل المحتوى (٦) عبارات أساسية تحتوي على (١٩) عبارة فرعية.

٨/ عرض ومناقشة النتائج:

١/٨ عرض ومناقشة المحور الأول:

عرض ومناقشة نتائج المحور الأول (تحليل الشكل) لمنشورات بعض الصفحات الرسمية في المجال الرياضي عبر الفيس بوك.

جدول (٣) نتائج المحور الأول: تحليل الشكل

٢/١ طبيعة المنشور		
٣/٢/١	٢/٢/١	١/٢/١
فيديو	صورة	نص
%٦٢	%٣٨	%٠
٣/١ اللغة المستخدمة في المنشورات		
٣/٣/١	٢/٣/١	١/٣/١
اللغة إنجليزية	اللغة عامية	اللغة عربية
%٥	%٧٥	%٢٠

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

- تعتمد المنشورات قيد التحليل بالشكل الأكبر على الفيديوهات بالشكل الأكبر في المرتبة الأولى تليها الصور ولم تحصل النصوص بمفردها على أي نسبة.
 - وتعتمد في مخاطبتها للجمهور بالعامية لسهولة تليها العربية وفي المرتبة الأخيرة اللغة الإنجليزية وذلك لتنوع فئات المجتمع والوصول إلى جميع الفئات.
- وبناء على ذلك يرى الباحثان أن مقاطع الفيديو تعمل على جذب الجمهور، كما أن عنوان المنشور يعمل على إثارة فضول المستخدم لمشاهدة الفيديوهات، وأن النص فقط لا يناسب الجمهور عبر الفيس بوك.

وقد أثبتت دراسة السيد محمد بلال (٢٠٢٢) أن القنوات الفضائية الرياضية تعتمد على فيديوهات وصور من برامجها الرياضية المتخصصة في إطار التحول إلى الإعلام الرقمي لمواكبة التغيرات وجذب الجمهور.

المجلد	العدد	الشهر	السنة	الصفحة
(الأول)	(١)	(مارس)	(٢٠٢٣)	- ٤٤ -

عدد خاص بالمؤتمر العلمي الأول لكلية التربية الرياضية - جامعة دمياط بعنوان:
(الإبتكار في المجال الرياضي - الواقع والمأمول) في الفترة (من ١٤ إلى ١٥) مارس (٢٠٢٣م).

٢/٨ عرض ومناقشة نتائج المحور الثاني:

عرض ومناقشة نتائج المحور الثاني (تحليل المضمون) لمنشورات بعض الصفحات الرسمية في المجال الرياضي عبر الفيس بوك.

جدول (٤) نتائج المحور الثاني: تحليل المضمون

١/٢ أهداف المضمون المقدم في المنشورات				
٥/١/٢ تسويق لمنتجات رياضية	٤/١/٢ تهنئة	٣/١/٢ برتوكول تعاون	٢/١/٢ أخبار رياضية	١/١/٢ إعلان لأعضاء النادي
١٠%	٤%	٥%	٧٥%	٦%
٢/٢ مصدر المعلومات الموجودة في منشورات الصفحة				
٥/٢/٢ جهة التعاون مع النادي	٤/٢/٢ مسئولي الأندية	٣/٢/٢ وسائل التواصل الاجتماعي	٢/٢/٢ مؤسسات رياضية	١/٢/٢ أدمن الصفحة
٢%	١٥%	١٠%	٦٤%	٩%
٣/٢ اتجاه المضمون المقدم في المنشورات				
٣/٣/٢ سلبي		٢/٣/٢ محايد		١/٣/٢ إيجابي
٠%		١٢%		٨٨%

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

- المؤسسات الرياضية في إطار سعيها للتحويل الرقمي تعمل على الإعلان عن منتجاتها وبرتوكولات تعاونها ونشر أخبار عبر الفيس بوك.
 - تعتمد تلك الصفحات على معلوماتها من المؤسسات الرياضية ومسئولي الأندية ووسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات التي تقدمها لجمهورها.
 - اتجاه المضمون المقدم في المنشورات إيجابي.
- وبناء على ذلك يري الباحثان أن وسائل التواصل الاجتماعي عامة والفيس بوك خاصة يمكن الاستفادة منهم في المجال الرياضي وذلك من خلال الحملات التسويقية، وتحسين صورة المؤسسات الرياضية، وإنجاز بعض العمليات الإدارية المهمة بشكل بسيط في إطار التحويل الرقمي في ضوء سياسة الدولة في التحويل الرقمي.

وأثبتت نتائج دراسة كل من تشيونج وآخرون "Cheung & others" (٢٠١١)، وليد بن سالم البادي (٢٠١٧) أن وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن تفيد المؤسسات الإعلامية



وذلك من خلال نشر رسائلها الإعلامية والتسويقية للجمهور المستهدف من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، كما أن الأفراد يستخدمون الفيس بوك وذلك بهدف الحصول على مزيد من المعلومات والموضوعات والأحداث الجارية.

وذكر عبد الرزاق محمد الدليمي (٢٠١٢) أن التطور التكنولوجي في مجال الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي في الآونة الأخيرة أدى إلى تغيير أساسي في الطريقة التي يتم من خلالها تجميع المعلومات حيث يفضل كبار السن الطريقة التقليدية بينما يفضل الشباب مصادر الإنترنت. (الدليمي، ٢٠١٢: ٢٩٧)

٩/ الاستخلاصات والتوصيات:

١/٩ الاستخلاصات:

في ضوء عرض ومناقشة النتائج استخلص الباحثان ما يلي:

- اعتماد الصفحات الرياضية في منشوراتها على الفيديوهات والصور.
- استخدام الصفحات الرياضية للغة العامية في منشوراتها.
- اتجاه المضمون في منشورات الصفحات الرياضية اتجاها إيجابيا.
- الصفحات الرياضية في ضوء سياسة التحول الرقمي المتبعة داخل الدولة علي توفير الخدمات التالية عن بعد:

- تجديد العضوية.
- نشر الأخبار الرياضية للأعضاء.
- تسويق الخدمات والمنتجات الرياضية.
- نشر العروض وبرتوكولات التعاون مع الجهات الأخرى.
- تحسين صورة المؤسسة للجمهور والأعضاء.
- اعتماد الصفحات الرياضية في ضوء سياسة التحول الرقمي على مصادر المعلومات التالية:

- المؤسسات الرياضية.
- جهات التعاون مع المؤسسة ذاتها.
- أدمن الصفحة.
- متجر النادي.

المجلد	العدد	الشهر	السنة	الصفحة
(الأول)	(١)	(مارس)	(٢٠٢٣)	- ٤٦ -

عدد خاص بالمؤتمر العلمي الأول لكلية التربية الرياضية - جامعة دمياط بعنوان:
(الإبتكار في المجال الرياضي - الواقع والمأمول) في الفترة (من ١٤ إلى ١٥) مارس (٢٠٢٣م).



○ الخبراء ومسئولي المؤسسات الرياضية.

٢/٩ التوصيات:

في ضوء استخلاصات البحث يوصي الباحثان بما يلي:

- ضرورة اعتماد المؤسسات الرياضية على تقنيات التحول الرقمي لتقديم الخدمات عن بعد والتواصل مع الجمهور.
- أهمية صناعة المحتوى الرقمي بطريقة شيقة لجذب الجمهور الرياضي والتأثير على اتجاهاته.
- أهمية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي عامة والفيس بوك خاصة لتسويق الخدمات والمنتجات الرياضية.
- إجراء المزيد من الدراسات في مجال صناعة المحتوى الرياضي الرقمي والتسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي.



قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية:

- إيمان صالح عبد الفتاح (٢٠٠٧). "التخطيط الاستراتيجي في المنظمة الرقمية"، الناشر: شركة أبيس. كوم، القاهرة، مصر.
- فداء محمود حامد (٢٠١٥). "الإدارة الالكترونية الأسس النظرية والتطبيقية"، دار ومكتبة الكندي للنشر والتوزيع، عمان.
- محمد علي حسين شعلان (٢٠١٦). "حوكمة التحول الرقمي في الرؤية السعودية ٢٠٣٠ - ١"، (مقال منشور)، مجلة المهندس، السعودية، العدد ٩٩.
- الهيئة القومية لضمان جودة التعليم والاعتماد (٢٠٠٩). "المعايير الأكاديمية القياسية"، قطاع التربية الرياضية، مصر.
- حسين مصطفى هلال، إيمان صالح عبد الفتاح، ريم محمد الألفي، غريب جبر غنام، ومحمد محمد الألفي (٢٠١٠). "الإدارة الإلكترونية"، دار السحاب للنشر والتوزيع، القاهرة.
- بسمة إبراهيم عبد البصير (٢٠٢٠). "دراسة استشرافية لإدارة التحول الرقمي بوزارة الشباب والرياضة وانعكاسها على مستوى الكفاءة المؤسسية اعتماداً على أسلوب السيناريوهات تحقيقاً لرؤية مصر"، (بحث منشور)، المجلة العلمية للتربية البدنية وعلوم الرياضة، جامعة حلوان، مصر، المجلد ٨٨، العدد ٣.
- نواف بن ضيف الله قزعان الحمادي (٢٠٢٠). "التحول الرقمي وأثره في تقليل تكلفة الخدمة: من وجهة نظر العاملين بالنيابة العامة بمنطقة مكة المكرمة"، (رسالة ماجستير غير منشورة)، كلية العلوم الاستراتيجية، جامعة نايف للعلوم الأمنية، الرياض.
- نوال بنت البلوشية، نبهان بن حارث الحراسي، علي بن سيف العوفي (٢٠٢٠). "واقع التحول الرقمي في المؤسسات العمانية"، (بحث منشور)، مجلة دراسات وتكنولوجيا المعلومات، جامعة حمد بن خليفة، عمان، المجلد ٢٠٢٠، العدد ١.
- عبد الرزاق محمد الدليمي (٢٠١٢): "مدخل إلى وسائل الإعلام الجديد"، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان.



- ماهر عودة الشمالية، محمود عزت اللحام، مصطفى يوسف كافي (٢٠١٥): "الإعلام الرقمي الجديد"، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان.
- محمد سيد ريان (٢٠١٢): "الإعلام الجديد"، مركز الأهرام للنشر والترجمة والتوزيع، القاهرة.
- حسنين محمد شفيق (٢٠١٥): "أطفالنا ووسائل الإعلام الاجتماعي"، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق.
- هيثم بهجت أبو المجد (٢٠١٧): "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام الرياضي نحو قضايا جماهير كرة القدم"، (رسالة دكتوراه غير منشورة) كلية التربية الرياضية للبنات، جامعة الإسكندرية.
- رنا مروان العيسي (٢٠٢٠): "دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية لدى الشباب الأردني من وجهة نظر المدربين الرياضيين"، (رسالة ماجستير غير منشورة)، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط.
- أمل خالد عبد الكريم (٢٠٢١): "فعالية استخدام الماركات لاستراتيجية تسويق الأحداث الجارية على موقع الفيس بوك"، (رسالة ماجستير غير منشورة)، كلية الآداب، جامعة عين شمس.
- السيد محمد بلال (٢٠٢٢): "مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالبرامج الرياضية المتخصصة في القنوات الفضائية المصرية لدى شباب جامعة دمياط"، (رسالة ماجستير غير منشورة)، كلية التربية الرياضية للبنات، جامعة الإسكندرية.



ثانيا: المراجع الأجنبية:

- Eugene A. Khitskov, Svetlana V. Veretekhina, Alla V. Medvedeva, Olga L. Mnatsakanyan, Elena G. Shmakova, Andrew Kotenev (2017). **"Digital Transformation of Society: Problems Entering in the Digital Economy"** Eurasian Journal of Analytical Chemistry - ISSN: 1306-3057.
- Konstantin L. Wilms, Christian Meske, Stefan Stieglitz, Hannah Decker, Lena Fröhlich, Nadine Jendrosch, Sarah Schaulies, Raimund Vogl, Dominik Rudolph (2017). **"Digital Transformation in Higher Education – New Cohorts, New Requirements"** - Conference: 23rd Americas Conference on Information Systems.
- Gong xi and Wang young (2021) : **"Exploring dynamics of sports fan behavior using social media big data - A case study of the 2019 National Basketball Association Finals"** Applied Geography ,Vol 129 .
- Samuel López-Carril & others (2020): **"Social media in sport management education: Introducing LinkedIn"**, Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education, Vol 27.
- Masayuki Yoshida and others (2021): **"Social media content strategy for sport clubs to drive fan engagement"**, Journal of Retailing and Consumer Services, Vol 62.
- Xavier Ginesta Portet (2010): **"The media Of the Spanish football clubs"**, Ph.D, Autonomu University of Bar Aelina.

ثالثا: الشبكة الدولية للمعلومات:

- <https://www.almayadeen.net/news/sports/764818/>
- <https://www.crunchbase.com/organization/faceboo>