

إيجابيات وسلبيات الإعلام التفاعلي خلال الأزمات

أ.د/ أماني محمد محسن الشريف

استاذ بقسم الإدارة الرياضية

كلية التربية الرياضية للبنين بالقاهرة - جامعة حلوان

أ.م.د/ أحمد سعيد رجب

استاذ مساعد بقسم الإدارة الرياضية

كلية التربية الرياضية للبنين بالقاهرة - جامعة حلوان

الباحث / أحمد عبد الفتاح السيد فاضل

المدير الفني لقطاع الرياضة للجميع بنادي ١٥ مايو الرياضي

Doi: 10.21608/jsbsh.2023.216605.2465

مشكلة البحث :

يري الباحث مدي أهمية توضيح مفهوم ودور الإعلام التفاعلي وقواعده الأساسية وخصائصه المميزة التي تجعل لدراسته خصوصية عن دراسة موضوعات الإعلام التقليدي ، ووجد الباحث من خلال متابعته لوسائل الإعلام الجماهيرية سواء المسموعة و المقروءة و المرئية أو الإلكترونية ، وجود مساحة كبيرة في التأثير علي الرأي العام وتوجيهه سواء بالسلب أو الإيجاب ، حيث نجد أن الإعلام المصري يقدم مجرد إخبار أو تقارير عن اتحادات أو أندية أو لاعبين فقط ولا يوجه الإعلام إلي الدور الأهم في تلك الأحداث أو الأزمات الرياضية سواءً كان الإسهام في التعرف علي الأسباب أو طرق الحل أو تطوير فكر الأفراد ورفع مستوي الثقافة والوعي الرياضي لذا نهدف إلي تحليل عنوان البحث من خلال بعض الأحداث التي مر عليها الباحث وفي ضوء ذلك وجد عدة أحداث وأزمات رياضية من أهمها.انتشار فيروس كورونا حول العالم كله الذي أصاب المجتمع بالشلل التام علي جميع مستوياته السياسية والاقتصادية والرياضية وإيقاف جميع الأنشطة الرياضية والدور الذي لعبه الإعلام التفاعلي خلال تلك الأزمة . ومن هنا يظهر الدور الذي يلعبه الإعلام التفاعلي الذي ساعد علي منهجية علمية سليمة من خلال وسائل متعددة ومنضبطة قادت المجتمع إلي نتائج علمية دقيقة أنقذته من التوقف .

مفهوم **الإعلام التفاعلي** هو " ذلك الإعلام الذي يقوم علي استخدام التكنولوجيا الرقمية وتطبيقات النشر والبت الإلكتروني منتجاً المشاركة للجميع لمنتجيه ومتلقيين للمادة الإعلامية ووسطاء لتداولها والتفاعل معها بحريه ومرونة " (١ : ٢٠)

إن الدراسة المنهجية العلمية للظاهرة التفاعلية الإعلامية الجديدة ، توجب أن تبحث هذه الظاهرة بوصفها ظاهرة مستقلة وتمتيزة نسبياً تمتلك خصائص وسمات محددة ، إلا أنها متجذرة في الوقت ذاته بالتاريخ والمجتمع ، ومتشابكة ومتلاحمة مع النسيج و السياق (الاجتماعي ،السياسي ،الاقتصادي) الذي نشأت وتشكلت وتطورت فيه ..فقد أصبح الإعلام التفاعلي.

عملية ليس لها بداية أو نهاية أو تسلسل مفترض للأحداث ، وليس فيه أشياء ثابتة ومستقلة عن الأشياء الأخرى ، و أن جميع العناصر تتفاعل ... وأن ثمة علاقات ديناميكية قائمه بين هذه العناصر ، وترابطها وتحدد شكل الظاهرة ونتائجها . (٢٥ : ١١)

وللإعلام الرياضي : دور في المجتمع ظهر بوضوح بعد انتشاره على نطاق واسع في القرن الماضي ولذلك أخذت الحكومات على اختلاف سياستها الفكرية والفنوت الإذاعية والتلفزيونية وتوجيهها نحو تحقيق أهدافه الداخلية من حيث رفع مستوى الثقافات الرياضية للجمهور وزيادة الوعي الرياضي لهم وتعريفهم بأهمية دور الرياضة في حياتهم العامة والخاصة واستخدامها أيضا للوصول إلى أهدافها الخارجية من حيث تعريف العالم بحضارة شعوبها الرياضية والذي يعكس بدوره رقي هذه الدول وتقدمها في شتى المجالات ومنها المجال الرياضي . (١٢ : ٣٢)

الإعلام التفاعلي في قطاع الرياضة :

كباقي القطاعات الأخرى المختلفة فإن قطاع الرياضة أيضاً يعتبر ميداناً واسعاً للإعلام الاجتماعي ، فالنوادي الرياضية والملاعب الواسعة والصالات هي مجال رحب للعلاقات الاجتماعية بين الرياضيين ومحبي الرياضة وعشاقها بأنواعها المختلفة ومن هنا فإن هذا المجتمع الرياضي بحاجة إلي إعلام رياضي وإعلام اجتماعي وإعلام نفسي يصاحب سلوكيات الأفراد وأنماط تصرفاتهم في الملاعب وميادين الرياضة المختلفة ، ويعتمد الإعلام التفاعلي هنا علي وسائل الإعلام المختلفة من ملصقات وملصقات ونشرات و بطاقات ويا فطاط كهربائية متحركة وصحف ومجلات رياضية واجتماعات بين الرياضيين ومشجعي الألعاب الرياضية .

ومن هنا فإن علي وسائل الإعلام المختلفة في مجال الرياضة بأن يدرك القائمون عليها الفوارق بين فئات وشرائح المجتمع المختلفة ويوجهون رسائل اجتماعية مناسبة للجميع من أجل أن يساهم الإعلام التفاعلي في رعاية الجماهير وتفاعلها وتوجيهها والتأثير في سلوكها نحو الأفضل تلك هي رسالة الإعلام التفاعلي في حقل الرياضة . (١٣ : ١٣٧)

ونظراً للأهمية التربوية للإعلام الرياضي فقد أصبح التخطيط للإعلام متطلباً رئيسياً لنشاط وبرامج المؤسسات الإعلامية التربوية والمهنية بهذا المجال ومن ثم أصبح التخطيط للإعلام الرياضي التربوي ينال اهتمام المسؤولين عن التخطيط للإعلام لدوره في تنمية الإنسان والمجتمع والارتقاء بهما . (٦ : ٨٢)

كما أن الإعلام يهتم بالتأثير في جمهوره التي يتمثل في الأفراد والجماعات المتلقين لرسائله بغرض استثمار أوقات برامجه والاستمتاع بها ومن ثم الاستفادة من هذه الأوقات في الترويح عن أنفسهم من خلال ما تقدمه وسائل الإعلام المختلفة . (٢ : ٨١)

دور الإعلام التفاعلي في الكوارث والأزمات :

يلعب الإعلام التفاعلي في وقت حدوث الكوارث أو الأزمات دوراً هاماً وبارزاً في إخبار الناس بما يحدث وفي توجيه سلوكهم للتفاعل والتعامل مع الكوارث والأزمات نفسياً واجتماعياً وعلمياً مما يخفف من آثار الكارثة أو الأزمة ويحد من تفاقمها ، بل ويساعد الناس علي تجنب مضاعفاتها وفي كيفية معالجتها . (١٣ : ١٠٤)

- هدف البحث :

يهدف البحث إلى التعرف على دور وسائل الإعلام التفاعلي وتأثيرها على المجتمع وذلك من خلال الإيجابيات والسلبيات التي قدمها .
تساؤل البحث :

١- ما هو دور وسائل الإعلام التفاعلي في تقديم المعلومات الرياضية اللازمة لرفع وعي وثقافة الفرد والمجتمع بإيجابيات وسلبيات من وجهة نظرك ؟

المصطلحات المستخدمة في البحث**. الإعلام التفاعلي Interactive Media**

وهو الإعلام وثيق الصلة بالانترنت كشبكة اتصالات عالمية ضخمة ، فالإتصال عبر الإنترنت إتصال تفاعلي ، بمعنى أنه لا يعتمد علي الإتصال في اتجاه واحد من المرسل إلي المستقبل ، ولكنه مثل الإتصال المباشر يحدث في اتجاهين من المرسل إلي المستقبل والعكس ، بحيث يتبادل أطراف العملية الاتصالية الأدوار فيما بينهم . (٩ : ١٨)

. التفاعلية Interactivity

وتعد هذه السمة من أهم السمات التي تميز شبكة الإنترنت بشكل خاص ، وتتجلي هذه الصفة في كثير من الأنماط الإتصالية عبر الإنترنت ، حيث تمكن القارئ أو المتصفح لموقع ما من التحوار مع كاتبه ، أو إرسال رساله إليه ، الأمر الذي يعطي رجع الصدي . أحد عناصر العملية الإتصالية . سمة الفورية والمباشرة . (١٢ : ٥٧)

- الأزمة The Crisis

هي خلل مفاجئ يحدث نتيجة الأوضاع غير مستقرة تتضمن إنفصال يعلن الإنتقال الحتمي من حاله لآخري أوهي تهديدا خطرا أو غير متوقع لأهداف أو معتقدات أو ممتلكات الأفراد أو المنظمات أو الدول والتي تحد من علمية إتخاذ القرار . (١٦ : ١٣)

الدراسات السابقة

أولاً : الدراسات العربية :

١- تغريد فاضل حسين (٢٠٢٣) مجلة آداب الفراهيدي المجلد ١٥ العدد ٥٢ القسم الثالث ص ٢٦٤ - ٢٨٦ .

- دور الإعلام الجديد في إدارة الأزمات جائحة كورونا كنموذج .
- أصبح الإعلام الجديد كمواقع التواصل الاجتماعي لاغني عنه من قبل الجمهور وكذلك قدرته في التأثير علي الجمهور والقناعة بم طرح من خلاله ، ومن ثم إمكانية التحكم في سلوكيات ذلك الجمهور و من ثم توجيهه ، إذا تعمل تلك الوسائل علي معالجة الأزمات عبر التوجيه والإرشاد والتوعية من هلال الاتصال المباشرين العاملين في مواجهة الأزمات وبين الجمهور لجزيرة من الإخطار التي قد تحدث والتي تم التنبؤ بوقوعها ، وأين ومكان وقوعها ومتى واتجاهاتها ، ونظهر أهمية هذه الوسائل عبر التحقيق من وطنه الأزمات عبر إطلاع الجمهور علي الحقائق .
وذلك لأجل الحد من انتشار الشائعات وتزويد الجمهور بالمعلومات الصحيحة مما يساعدهم علي تكوين رأي عام صحيح ، لكن في بعض الأحيان يكون تأثير الإعلام في الأزمات سلبيا ، فبدل أن يوضح الحقائق ويخلق الوعي وليبث الأخبار ، يكون مصدراً للشائعات ، لذلك فإن معالجة الأزمات من خلال الإعلام تتطلب تظافر الجهود الإعلامية بمختلف وسائله ضمن لأنه عامة لحماية الدولة وتحسينها من المؤثرات الناجمة عن تلك الأزمات .

٢- أجري أحمد عبد الفتاح السيد فاضل (٢٠١٩) بحث بعنوان دراسة تحليلية لدور وسائل الإعلام الرياضي ومدى تأثيره علي الرأي العام ، وكان من أهم توصياته بأنه ، أصبحت الثقافة و الإعلام الإلكتروني متاح لجميع شرائح المجتمع و جميع الإعماء و ذلك لسهولة الوصول الي المعلومة الرياضة في أي وقت و أي مكان و لكل فرد، ويرى الباحث أن لو لا اختلاف الفروق الفردية لدي أفراد المجتمع لكان اتجاه الإجابات أصبح واحداً ولكن يمكن القول أن اختلاف الثقافات سبب هذا التفاوت في الإجابات ، ويمكن القول بأنه لا يزال هناك فئة من المجتمع تعتمد علي الوسائل التقليدية للإعلام للحصول علي المعلومات الرياضية المهمة لهم في حين أتجه العديد من الفئات المختلفة إلي الإعلام الجديد لتزويد وتلبية احتياجاتهم الرياضية في حين أصبح الإعلام الإلكتروني صناعة رياضية تمكن الأفراد من نقل الحدث لحظة حدوثه من وإلي أي مكان .

٣- أجرى أحمد محمد علي الشامخ (٢٠١٩ م) بحث عنوانه إقتصاديات الإدارة الإلكترونية لدوري القسم الأول (الدوري الممتاز) لكرة القدم ، و كان من أهم التوصيات ، ضرورة تفعيل الموقع الإلكتروني الخاص بالإتحاد المصري لكرة مع ضرورة إتاحة كافة الوثائق (اللوائح / التقارير النهائية

- للمسابقات) لجميع مستخدمي الموقع.
- ٤- إنشاء موقع إلكتروني خاص برابطة أندية القسم الأول (رابطة دوري المحترفين) مع إتاحة كافة الوثائق و التقارير الخاصة بالرابطة لجميع مستخدمي الموقع.
- ٤- أجري أحمد محمود زيدان (٢٠١٩ م) دراسة عنوانها " الأثار المترتبة عن منع الجماهير من حضور مباريات كرة القدم " و كان من أهم التوصيات، ضرورة تأكيد وجود قاعدة بيانات كاملة عن أعضاء الرابطة أو المشجعين.
- ضرورة تطبيق المادة ٨٠ من قانون الرياضة ٧١ لسنة ٢٠١٧ م التي تنص على إلزام الأندية و الهيئات الخاضعة لأحكام هذا القانون وضع الخطط و البرامج لنشر ثقافة الروح الرياضية و مكافحة شغب الملاعب ، و نبذ العنف و التعصب الرياضي
- ٥- أجرت مروة محمد صالح (٢٠١٥) دراسة بعنوان " دور الحملات الاعلامية التليفزيونية في المشاركة الجماهيرية " وقد هدفت الدراسة الى التعرف على دور الحملات الاعلامية التليفزيونية في التأثير المتعلق بالمشاركة الجماهيرية ، وقد استخدمت الباحثة المنهج المسحي بشقيه الميداني و التحليلي ، وقد إشتملت عينة الدراسة على الحملات الاعلامية التي تم عرضها في الفترة من ٢٠١٢ الى ٢٠١٤ و استخدمت الباحثة تحليل المضمون واستمارة الاستبيان ودليل المقابلة كادوات لجمع البيانات ، وكانت من أهم الاستخلاصات وجود إختلاف على ما يريده الناس على مختلف المستويات و بين ما يحتاجونه فقد لا يستطيع الناس التعبير عن احتياجاتهم وعلى المخططين ان يسبقوهم ويعملوا على بلورة الاحتياجات التي يعجزون عن التعبير عنها .
- ٦- أجرت مروة شمس (٢٠١٥) دراسة بعنوان " فاعلية الحملات الاعلانية في مواجهة العنف ضد المرأة ، وقد هدفت هذه الدراسة الى التقييم دور الحملات الاعلانية - حملتي ختان الإناث و الزواج المبكر - في مواجهة العنف ضد المرأة وذلك على اعتبار ان الحملات الاعلانية تشكل أحد عوامل التمكين المعرفي للمرأة وميكانيزم من ميكانيزمات مواجهة العنف ضدها وذلكم خلال التعرف على الابعاد الاجتماعية و الثقافية و النفسية للموضوعات التي تتناولها الحملات الاعلامية الاجتماعية وكذلك التعرف على تأثير الحملات الاعلانية ، المتعلقة بالممارسات التقليدية الضارة الخاصة بختان الإناث و الزواج المبكر ، أى تأثيرها في رفع وعي الجمهور المستهدف بهذه الممارسات وقد استخدمت الباحثة المنهج الوصفي ، وكانت من أهم الإستخلاصات قيام غالبية الجمهور المستهدف بالعمل على ختان الإناث إما لهن بصفة شخصية أو لبناتهن أو أقاربهن أو جيرانهن وكذلك الحال بالنسبة للزواج المبكر، وقد تابع الجمهور المستهدف الحملات الاعلانية وأكدوا إستفادتهم منها و انهم سيباعدون عن الممارستين الضاريتين بعد متابعتهن للحملتين.
- ٧- أجرت ياسمين أحمد محمد عام (٢٠١٣) دراسة بعنوان " القيم التي يعكسها الإعلام الرياضي

المقروء عن الأحداث الرياضية " وتهدف الدراسة الى تعرف على القيم التي يعكسها الإعلام الرياضي المقروء عن الأحداث الرياضية . ويتطلب ذلك تحديد أهم اساليب التقارير بالإعلام الرياضية التي تعكس القيم التي سوف يرصدها البحث وقد استخدمت الباحثة المنهج الوصفي وتمثلت عينة الدراسة فى الصحف من الصحف القومية و المستقلة و الحزبية و بلغ حجم العينة من الافراد ٣٥٠ طالبا و طالبة من طلاب كليتى التربية الرياضية و الاعلام فى مرحلة البكالوريوس ومن أهم نتائج الدراسة التوصل الى بناء مقياس للقيم التي يعكسها الاعلام الرياضى المقروء عن الاحداث الرياضية ، ويضم (الصدق - التعاون - التواضع - الطاعة - الروح الرياضية - الإلتقان - التشجيع - الانتماء) جاءت القيم التي يعكسها الإعلام الرياضي المقروء عن الأحداث الرياضية الخاصة بالطالبات و الطلبة (القدوة الحسنة - التواضع - الروح الرياضية - التعاون - الإلتقان - الإلتقان - الطاعة - العدالة - الصدق - التشجيع)

٨- أجرى خالد صلاح الدين حسن (٢٠٠٨) : دراسة عن تأثير اتجاهات الراى العام المصرى نحو دور وسائل الإعلام فى بث الشائعات السلبية فى المجتمع و تهدف الدراسة الى الاعتماد على الدراسة الاجتماعية نحو منظور المسؤولية الاجتماعية التي تركز على تفعيل وتنمية القدرات النقدية للراى العام إزاء المضامين الاسلامية . وتندرج الدراسة ضمن البحوث الوصفية الكمية ، واعتمدت على منهج المسح بشقيه الوصفي و التحليلي وتم الاعتماد على صحيفة استقصاء فى جمع البيانات من الراى العام المصرى . وطبقت الدراسة على عينة عشوائية طبقية قوامها (٤٠٠) مبحوث من مختلف أحياء مدينة القاهرة سواء الفقيرة أو المتوسطة أو الراقية وخلصت الدراسة الى عدة نتائج ارتفاع وعى الراى العام المصرى بمعايير الوعى الاعلامى المرتبطة بالممارسات الاعلامية غير المسؤولة المتمثلة فى ترويج الشائعات و تعضيد انتشارها فى المجتمع المصرى بنسبة (٨٨ %) من إراء المبحوثين فى العينة وفاق المبحوثون بنسبة (٩٤.٣ %) من العينة على أن وسائل التقليدية التلفزيون و الصحف تتيح انتشارا متزايدا من الشائعات بدور أكبر من الانترنت وذلك فى ضوء خصوصية المجتمع المصرى ، ممايدل على ارتفاع وعى الراى العام المصرى بمحددات الوعى الاعلامى الخاصة بطبيعة الوسيلة الاعلامية و ارتباطها بحجم انتشار الشائعة .

٩- أجرى محمد شومان (٢٠٠٦) دراسة بعنوان إشكاليات فى مسار تطور إعلام الازمات و الكوارث مناقشة مجموعة من الإشكاليات المترتبة بالاعلام واتصال الازمات و الكوارث، وتندرج الدراسة ضمن البحوث الوصفية الكمية ، واعتمدت على منهج المسح بشقيه الوصفي و التحليلي استمارة استبيان تطور أبعاد ومهام الازمات و الكوارث يظل عملية مطلوبة ومستمرة شرط تربيط تلك الجهود النظرية بالممارسة العملية الافراد .

ثانياً: الدراسات الأجنبية :

١- أجرى يونج young عام (٢٠١٦) دراسة " وصف لاحاديث كثيرة عن الرياضة فى وسائل

الإعلام كأحد المؤثرات التي يمكن أن تؤثر في العديد من القيم الاجتماعية و الثقافية للمتلقيين " و التي أشار في هذه الدراسة وذلك بهدف تحديد أثر تلك القيم و مقاييس نظمها التي تسود بشكل متساوي ومنتظم سواء كان ذلك في عالم الرياضة أو في المجتمع ذاته . كما تثبت هذه الدراسة أن الرياضة تعبير إنعكاسا للتحوّل السياسي أو الإيديولوجي الذي يحدث في المجتمع كما توصي الدراسة بالتقليل من وصف التعقيدات و القواعد و القوانين الرياضية حيث إن الحد من هذه التعقيدات من شأنه جعل الرياضة مصدرا للترويج و الرضا الحياتي . كما أن ذلك يجعل وسائل الإعلام تعمل كمؤسسة اجتماعية تساعد المتلقيّة على الإستمتاع بممارسة الرياضية .

٢- أجرى لي شو جاو وجيفري دي جيمس لعام (٢٠١٣) Li-Shiue Gaul and Jeffrey D.james2 دراسة بعنوان " عشرة أنواع قيمة لآطار العمل المترابط مع المشاهد الرياضي " ، وهدفت الدراسة الى أن الأهمية القصوى للدراسة في نظام الرياضة ركزت على المشاركة أكثر من المشاهدة من خلال أربع مراحل تقديمية هرمية و التحويل و التقييم المقارنى وهذا من مجموع أربعة وخمسين شخصا مشاركا في هذه الدراسة لأن القيمة كانت محفوظة بشكل شخصي في أعلى مستوى من التفكير المجرد المنعكس على خبرات محببة و موثقة ومن الآن سوف نقدم أنواعا قيمة للإطار العملي وقد تطورت في علاقة المشاهد الرياضي وهم :

١-الإستمتاع ٢-الإجتماع ٣- الهوية ٤- الموقف الإجتماعي ٥- الأخلاق
وإطار العمل قد أرتبط خصيصاً مع المشاهد الرياضي ، ومن المتوقع أن يكون سلوك المشاهد أفضل من مميزات القياس التحفيزي لمحبى الرياضة .

٣- أجرى أندرو كريستوفر بوين Andrew Christopher Boyan لعام (٢٠١٢) دراسة بعنوان " الغش في سباق الرياضة الاعلانية وخبرات الاسس الاخلاقية و التغيرات المجتمعية " وهدفت الدراسة الى أن هذا البحث يختبر الفتراضات الخاصة بمحتوى سياق الرسالة العلامية و الرسالة الشخصية و الاساس الاخلاقى و المحتوى الكامل من القبول الشخصى للغش فى الرياضة. وان هذا البحث يستخدم منهج التبدل المجتمعى لسياق الرسالة الرياضية الاعلانية ، وأيضاً يكون السياق المكتوب عبارة عن خدمة كمقدمة استهلاكية تحدد قاعدة لاكتشاف الغش ؛ ولقد أوضحت النتائج أن زملاء العمل يعتبرون الغش فى الرياضة عند الشباب و المراهقين فبعض الاشخاص قد توقعت القبول فى الغش الرياضى على الاساس الاخلاقى لديهم ، بالاضافة لذلك سياق التبادل الاجتماعى لسيناريو الرياضة الاعلانية التى انتجت ردا للغش الاستنتاجى ولكن بشكل قصص للتاثير فهذه الاكتشافات تمت مناقشتها على ضوء نظريات ورؤى أخرى للاخلاق و الرياضة و أبحاث مستقبلية سوف تتم مناقشتها .

إجراءات البحث

منهج البحث:

• استخدم الباحث المنهج الوصفي والذي يعتبر أحد المناهج الرئيسية التي تستخدم في البحوث الوصفية حيث يعد المنهج المسحي أبرز المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية ونظرا لملائمته لطبيعة دراسة البحث المستخدم.

مجتمع البحث:

تم اختيار عينة البحث بالطريقة العمدية على ١٠٣ شخص من (رجال وسيدات) بما تتضمنه من خبراء وفنيين ومتخصصين في مجال الإعلام بالإذاعة والتلفزيون المصري، وأساتذة وطلبة كلية التربية البدنية والرياضة بالقاهرة، أفراد مهتمين بمجال الإعلام والرياضة وتم اختيار ١٥ شخص من خارج عينة البحث (لإجراء الدراسة الاستطلاعية) والتي تتمثل في الفئات المختلفة يمثلون عينة التقنين وذلك لحساب معاملات (الصدق والثبات) للصورة النهائية للمقياس .

عينة البحث:

- اختار الباحث عينة البحث بالطريقة العشوائية وعددها (١٠٣) فرد تمثل مجتمع البحث .
- طلاب من الجنسين لمراحل التعليم المختلفة .
- العاملين في المجال الرياضي سواء (صحفيين - إعلاميين - أعضاء هيئة تدريس).
- موظفين في مجالات مختلفة مثل (مهندسين - محامين - تجاربيين - مدرسين) وذلك لضمان الوصول إلى أعلى مؤشر للرأي العام المجتمعي.

جدول (١) توصيف عينة البحث المستخدمة في إستمارة إستطلاع الرأي

م	مجتمع البحث	فئات عينة البحث	ك	%
١	الخبراء الأكاديميين	أستاذة وطلبة كلية تربية رياضية	١١	١١.٣٣
٢	جهاز الإذاعة والتلفزيون	عاملين بجهاز الإذاعة والتلفزيون	١٧	١٧.٥١
٣	خبراء الأندية	مدربين ومدربين وإداريين بالنادي المصرية	٤٨	٤٦.٦٠
٤	الجمهور الرياضي	أفراد مهتمين بمجال الإعلام والرياضي	٢٧	٢٦.٢١
		المجموع	١٠٣	١٠٠

ويوضح جدول (١) توصيف عينة البحث وعدد كل فئة منها ، والنسبة والمأوية لكل فئة منها مقارنة بمجموع عينة البحث والذي قد بلغ عددها (١٠٣) فرد .

أدوات جمع البيانات :

- استخدم الباحث أداة واحدة في جمع البيانات ويرجع ذلك لطبيعة البحث من حيث مشكلته وأهدافه . وهي :
- المقابلة الشخصية

- إستمارة الاستبيان الإلكتروني.

١- المقابلة الشخصية

قام الباحث بإجراء مقابلات شخصية مع عدد من أساتذة الجامعة بكليات (الإعلام - والتربية البدنية والرياضة - الحاسبات ونظم المعلومات) جامعة حلوان والعاملين في إدارة الإذاعة والتلفزيون بمبنى ماسبيرو والبالغ عددهم ١٠ أفراد وذلك للتعرف على الواقع الفعلي للتطبيق إستراتيجيات الإعلام التفاعلي في ضوء الاتجاه المعاصر للخطط الإعلامية والثبات على المحاور المقترحة لتنفيذها في استمارة الاستبيان

٢- استمارة استبيان إلكتروني .

وهي استمارة من أعداد الباحث واتبع في إعدادها الخطوات التالية

أ- القراءة والاطلاع : قام الباحث بالاطلاع على العديد من الدراسات والمراجع التي تناولت الإعلام التفاعلي وفروعه وكذلك الدراسات التي تناولت الأزمات والكوارث بمختلف جوانبها
ب- تحديد هدف الاستبيان : تم تحديد هدف الاستبيان وقد تمثل في الآتي :

١- صورة الأولية : وهي عبارة عن:-

- خصائص وسائل الإعلام التفاعلي في ضوء الايجابيات والسلبيات من وجهة نظر المجتمع المصري .

-مدي معرفة تأثير وسائل الإعلام التفاعلي وتطبيقاته علي المجتمع المصري

جدول (٢) التكرار والنسبة المئوية لمدي إتفاق المحكمين (الخبراء) حول محور

إستمارة إستطلاع الرأي قيد البحث (ن = ١٠)

م	أهداف المحور	عدد الخبراء الموافقين	النسبة المئوية للموافقين
١	مفهوم الإعلام التفاعلي لدي فئات المجتمع المصري	١٠	% ١٠٠
٢	التعرف على أشهر وسائل الإعلام التفاعلي في المجتمع المصري	١٠	% ١٠٠
٣	خصائص وسائل الإعلام التفاعلي في ضوء الايجابيات والسلبيات من وجهة نظر المجتمع المصري .	٩	% ٩٠
٤	مدي معرفة تأثير وسائل الإعلام التفاعلي وتطبيقاته علي المجتمع المصري	٩	% ٩٠

وقد تم الأخذ بأراء أكثر الخبراء خبرة وكان عددهم (٥) خبير ،

٢- صورة نهائية للاستبيان :

قام الباحث بكتابة عبارات وتقسيمات الاستبيان في صورته النهائية وذلك بترتيب العبارات والوسائل الخاصة بالمحور بشكل يوافي الغرض من الحصول علي أدق النتائج من مجتمع البحث .

- صياغة عبارات الاستبيان في صورتها نهائية

قام الباحث بوضع مجموعة من العبارات التي تخدم دراسة البحث لمحور استمارة الاستبيان النهائية وقد بلغ عدد العبارات :

المحور: يتناول هذا المحور دور وسائل الإعلام التفاعلي من منظور الإيجابيات والسلبيات ، فكان عددهم ١٢ عبارة .

٥- المعاملات العلمية لاستمارة الاستبيان المستخدمة في البحث

قام الباحث باحتساب المعاملات العملية على النحو التالي

أولاً : الصدق :

قام الباحث بالاعتماد أسلوبين من أساليب الصدق العلمي للتحقيق من مدي مناسبة أداة البحث للاستخدام وهما - الصدق الظاهري (آراء الخبراء والمحكمين) بينما تمثل الأسلوب الثاني بالتحقيق من صدق الاتساق الداخلي أي صدق المحتوى

أسلوب التحليل العملي الاستكشافي : لتقدير الصدق العاملي للاستبيان .

- أسلوب التحليل العاملي التوكيدي : لتقويم الصدق البنائي للاستبيان .

- صدق الإتساق الداخلي:

للتأكد من أن الاستبيان تتمتع بصدق الإتساق الداخلي ، قام الباحث بحساب معامل الارتباط بيرسون بين عبارات الاستبيان، وذلك للتحقق من ارتباطها وتناسقها مع بعضها البعض ومع الدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه، حيث تم تطبيق الاستبيان على عينة استطلاعية عشوائية من مجتمع الدراسة الأصلي، وبلغ عددهم (١٥) فرد دون العينة الأساسية، و تم حساب معاملات الارتباط بين درجة كل فقرة في الاستبيان والدرجة الكلية لكل مجال من مجالات الاستبيان، كما يستنتج الباحث من خلال تحليل هذه البيانات ومعاملات الارتباط بين العبارات، ما إذا كانت العبارات مترابطة ومتناسقة مع بعضها البعض ومع الدرجة الكلية و الجدول التالي يوضح هذه النتائج:-

معامل الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه في الاستبيان.

جدول (٣) يوضح معامل الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور (ن = ١٥)

العبارة	(ر)	الدلالة	العبارة	(ر)	الدلالة
العبارة ١	٠.٨٩٤	٠.٠١>	العبارة ٧	٠.٩٤٤	٠.٠١>
العبارة ٢	٠.٨٥٣	٠.٠١>	العبارة ٨	٠.٩٨٣	٠.٠١>
العبارة ٣	٠.٧٨١	٠.٠١>	العبارة ٩	٠.٨٥١	٠.٠١>
العبارة ٤	٠.٧٥٤	٠.٠١>	العبارة ١٠	٠.٨٦٤	٠.٠١>
العبارة ٥	٠.٨٦٩	٠.٠١>	العبارة ١١	٠.٩٥٩	٠.٠١>
العبارة ٦	٠.٩٥٣	٠.٠١>	العبارة ١٢	٠.٨٥٨	٠.٠١>

جدول (٤) يوضح معامل الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور

قيمة (ر) الجدولية عند مستوى ٠.٠٥ = (٠,٤٩٧)

يتضح من نتائج جدول رقم (٥) انه:

يوجد علاقة إرتباطية إيجابية بين جميع العبارات و المحاور الخاصة بها في الاستبيان حيث أن قيم معامل الارتباط المحسوبة اكبر من قيمتها الجدولية البالغة (٠,٤٩٧) وهي معاملات ارتباط دالة إحصائياً مما يشير إلى صدق الاتساق الداخلي للاستبيان.

جدول (٤) معامل الارتباط بين مجموع درجات كل محور والدرجة الكلية للاستبيان

م	أهداف المحور	(ر)	الدالة
١	مفهوم الإعلام التفاعلي لدي فئات المجتمع المصري	٠.٩٥٣	٠.٠١ >
٢	التعرف على أشهر وسائل الإعلام التفاعلي في المجتمع المصري	٠.٩١٥	٠.٠١ >
٣	خصائص وسائل الإعلام التفاعلي في ضوء الايجابيات والسلبيات من وجهة نظر المجتمع المصري .	٠.٨٥٤	٠.٠١ >
٤	مدي معرفة تأثير وسائل الإعلام التفاعلي وتطبيقاته علي المجتمع المصري	٠.٩٨٣	٠.٠١ >

جدول (٤) يوضح معامل الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية لمحاور الاستبيان

قيمة (ر) الجدولية عند مستوى ٠.٠٥ = (٠,٤٩٧)

يتضح من نتائج جدول رقم (٤) انه:

يوجد علاقة إرتباطية إيجابية بين درجات المحور و الدرجة الكلية للمحاور في الاستبيان حيث أن قيم معامل الارتباط المحسوبة اكبر من قيمتها الجدولية البالغة (٠,٤٩٧) وهي معاملات ارتباط دالة إحصائياً مما يشير إلى صدق الاتساق الداخلي للاستبيان.

ثانياً: حساب معامل الثبات

معامل الثبات

إستخدم الباحث معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's alpha) لحساب معامل ثبات محاور الإستبيان ، وذلك بتطبيقه على مجموعة الدراسة الإستطلاعية الذي بلغ عددهم (١٥) فرد دون العينة الأساسية، حيث تم حساب معامل الثبات لجميع العبارات، حيث يشير إلي أن معاملات الثبات أعلى من (٠,٤٩٧) وهذا يدل على أن الاستبانة لتتمتع بدرجة عالية من الثبات تطمئن الباحث إلى تطبيقها كما هو موضح

بجدول رقم (٥) حساب معامل الثبات لجميع العبارات قيمة (ر) الجدولية

م	المحور	(ر)	الدالة
١	خصائص وسائل الإعلام التفاعلي في ضوء الايجابيات والسلبيات من وجهة نظر المجتمع المصري .	٠.٨٥٤	٠.٠١ >

جدول (٥) قيمة (ر) الجدولية عند مستوى ٠.٠٥ = (٠,٤٩٧)

من جدول (٥) يتضح ثبات محاور الاستبيان ، حيث بلغ معامل ثبات محاور استبيان بطريقة ألفا كرونباخ ما بين (٠.٦٩٦) و (٠.٩٢٣) مما يشير لارتفاع معامل ثبات المحاور.

المعالجة الإحصائية:

أستخدم الباحث وفي تحليل نتائج البحث بعض المعالجات الإحصائية التي تتناسب مع طبيعة البحث وقد تم استخدام :

١. الرسم البياني .
٢. تحليل التباين .
٣. دلالة الفروق .
٤. ألفا كرونباخ .

- أداة البحث :

- استمارة الاستبيان الالكترونية من خلال تطبيق Google Drive.

٧- خطوات البحث

- بعد أن تم تحديد عينة البحث واختيار أدوات جمع البيانات والتأكد من صدقها وثباتها ، قام الباحث بتطبيقها على جميع أفراد العينة قيد البحث وكان فترة التطبيق للعينة الاستطلاعية بين الفترة من ٢٠٢٣/١/٣٠ إلى ٢٠٢٣/٢/٦

بعد الانتهاء من التعليق وعمل التعديل باستخدام ميزان التقدير الثلاثي كانت فترة التطبيق علي العينة الأساسية من ٢٠٢٣/٣/١٦ حتى ٢٠٢٣/٣/٣٠

بعد قيام الباحث بجمع البيانات ثم معالجته إحصائياً واحتساب نتائج البحث أستخدم المباحث الأساليب الإحصائية التالية

- النسبة المئوية .
- الميزان التقديري
- اختبار مربع (كا)

وقد ارتضى الباحث مستوى دلالة عند مستوي (٠.٠٥) ، كما استخدم الباحث برنامج Spss لحساب بعد المعاملات الإحصائية .

عرض و مناقشة وتفسير نتائج البحث :

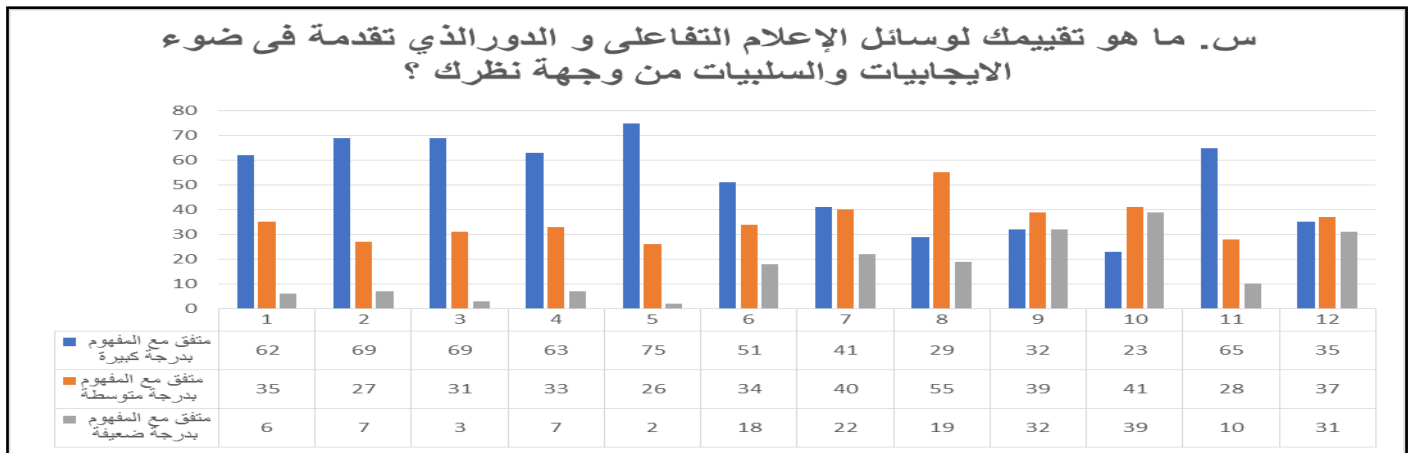
جدول (٦) توصيف مؤشر الاستجابات لمجتمع البحث بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور بإستمارة إستطلاع الرأي(ن=١٠٣)

المحور: يتناول هذا المحور الايجابيات والسلبيات وسائل الإعلام التفاعلي					
س. ما هو تقييمك لوسائل الإعلام التفاعلي والدور الذي تقدمه في ضوء الايجابيات والسلبيات من وجهة نظرك؟	متفق مع درجة كبيرة	متفق مع درجة متوسطة	متفق مع درجة ضعيفة	ك	
1 تقديم معلومة رياضية هامة.	62	35	6	45.73	
2 شحذ الدوافع والعاطفه قبل أي حدث رياضي هام.	69	27	7	58.39	
3 متابعة للأحداث الرياضية الجارية وتغطيتها بصورة مباشرة.	69	31	3	63.98	
4 متابعة مباشرة للمحافل واللقاءات الرياضية الإقليمية والعالمية.	63	33	7	45.79	

80.72	2	26	75	إلقاء الضوء علي قضية معينة من جميع الوسائل في نفس الوقت لتوجيه الرأي العام.	5
15.88	18	34	51	العمل علي رفع الثقافة الرياضية لدي المجتمع.	6
6.67	22	40	41	تقديم معلومات رياضية مغلوطة دون سند حقيقي وببلبة الرأي العام.	7
20.14	19	55	29	لا تتميز المعلومات الرياضية المقدمة بالدقة والمصداقية.	8
0.95	32	39	32	لا يوجد لديهم القدرة علي رفع الثقافة الرياضية والوعي للمجتمع.	9
5.68	39	41	23	التأخر في متابعة المحافل واللقاءات الرياضية الإقليمية والعالمية.	10
45.85	10	28	65	عدم الاهتمام ببعض الألعاب الرياضية وتغطيتها بصورة كافية.	11
0.54	31	37	35	المساعدة في نشر العنف والتعصب الرياضي لبعض الجماهير.	12
390.32	مجموع المؤشر				

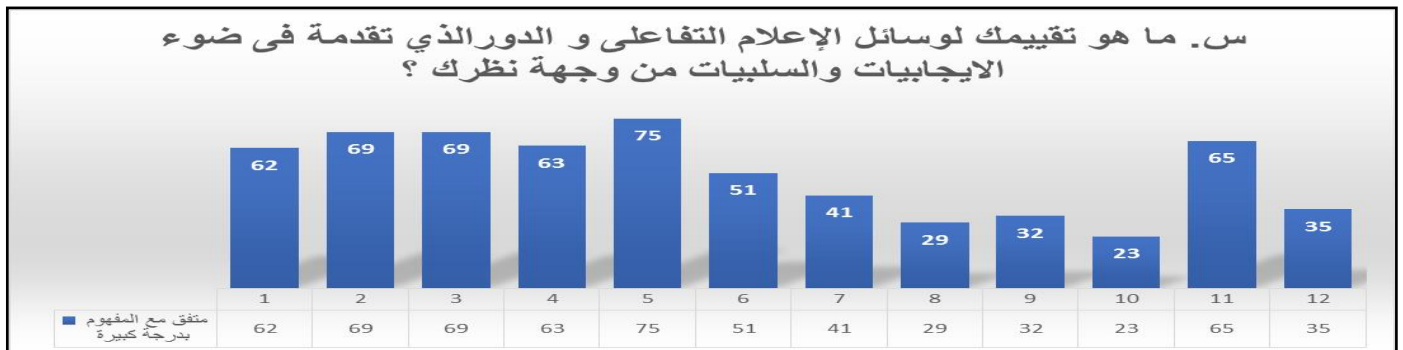
كما $390.32 =$ ؛ حيث يتضح من الجدول أن قيمة كا^٢ جاءت دالة احصائية عند مستوى دلالة (٠.٠٥) في ضوء الايجابيات والسلبيات لدور الإعلام التفاعلي الأكثر اتفاقاً عند عينة البحث.

شكل (١) توصيف مؤشر الاستجابات لمجتمع البحث بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور



يوضح الشكل (١) عدد العبارات والمجموع التقديري لإستجابات مفردات عينة البحث في إستمارة إستطلاع الرأي ، بجميع الدرجات

شكل (٢) توصيف مؤشر الاستجابات لمجتمع البحث بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور (متفق بدرجة كبيرة)

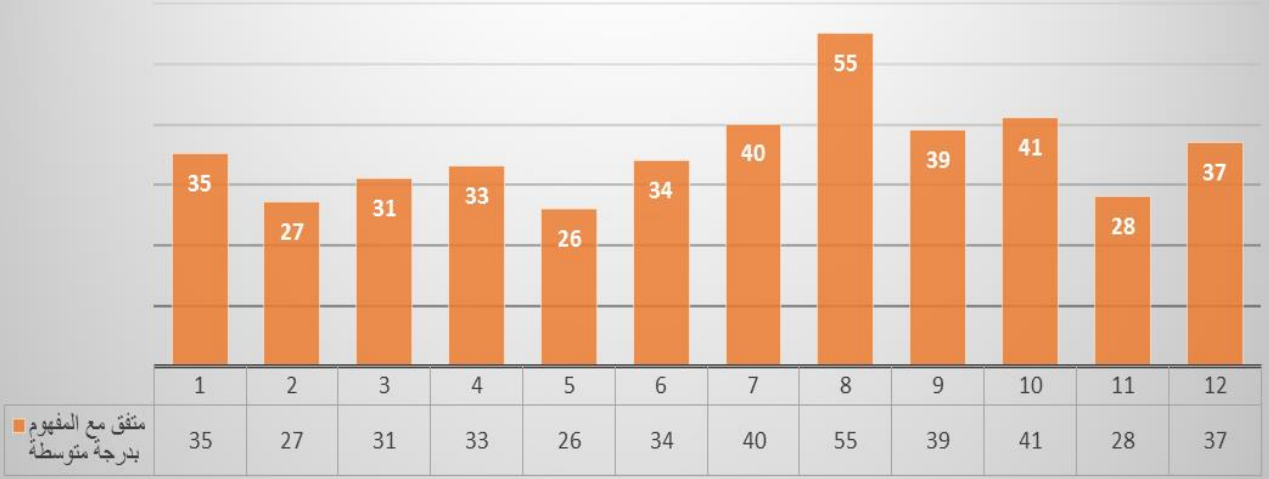


يوضح الشكل (٢) عدد العبارات والمجموع التقديري لإستجابات مفردات عينة البحث في إستمارة إستطلاع الرأي ، حيث جاء في المركز الأول العبارة رقم (٥) بمجموع ٧٥ استجابة وجاء في المركز الأخير العبارة رقم (١٠) بمجموع ٢٣ استجابة من مجموع عينة البحث

شكل (٣) توصيف مؤشر الاستجابات لمجتمع البحث بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور

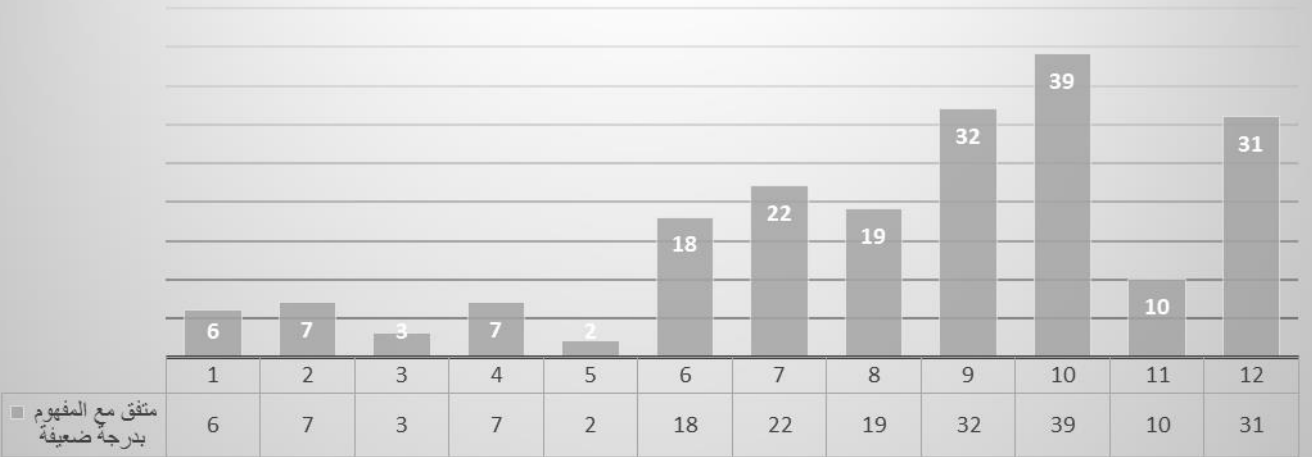
(متفق بدرجة متوسطة)

س. ما هو تقييمك لوسائل الإعلام التفاعلي و الدور الذي تقدمه في ضوء الايجابيات والسلبيات من وجهة نظرك ؟



يوضح الشكل (٣) عدد العبارات والمجموع التقديري لإستجابات مفردات عينة البحث في إستمارة إستطلاع الرأي ،حيث جاء في المركز الأول العبارة رقم (٨) بمجموع ٥٥ استجابة وجاء في المركز الأخير العبارة رقم (٥) بمجموع ٢٦ استجابة من مجموع عينة البحث شكل (٤) توصيف مؤشر الاستجابات لمجتمع البحث بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور (متفق بدرجة ضعيفة)

س. ما هو تقييمك لوسائل الإعلام التفاعلي و الدور الذي تقدمه في ضوء الايجابيات والسلبيات من وجهة نظرك ؟



يوضح الشكل (٤) عدد العبارات والمجموع التقديري لإستجابات مفردات عينة البحث في إستمارة إستطلاع الرأي ،حيث جاء في المركز الأول العبارة رقم (١٠) بمجموع ٣٩ استجابة وجاء في المركز الأخير العبارة رقم (٥) بمجموع ١ استجابة من مجموع عينة البحث

قام الباحثون عرض و مناقشة وتفسير نتائج البحث يتناول المحور الإجابة على ما هو دور وسائل الإعلام التفاعلي لدي فئات المجتمع المصري المختلفة في ضوء الايجابيات والسلبيات من وجهة نظرك ؟

- وجاءت الدراسة وتبين لنا أن جاء الإجابات في ضوء الإيجابيات والسلبيات بين ما تقدمه وسائل

الإعلام التفاعلي وأراء الخبراء وعينة مجتمع البحث و ومنها جاء في المركز الأول بنسبة ٧٥٪ من إجمالي عينة البحث العبارة "إلقاء الضوء علي قضية معينة من جميع الوسائل في نفس الوقت لتوجيه الرأي العام". من وجهة نظر متفق عليها مجتمع البحث

جاء في المركز الثاني بنسبة ٦٩٪ من إجمالي عينة البحث العبارة "متابعة للأحداث الرياضية الجارية وتغطيتها بصورة مباشرة". من وجهة نظر متفق عليها مجتمع البحث

جاء في المركز الثالث بنفس نسبة العبارة السابقة بنسبة ٦٩٪ من إجمالي عينة البحث العبارة "شحن الدوافع والعاطفه قبل أي حدث رياضي هام". من وجهة نظر متفق عليها مجتمع البحث

جاء في المركز الرابع بنسبة ٦٥٪ من إجمالي عينة البحث العبارة "عدم الاهتمام ببعض الألعاب الرياضية وتغطيتها بصورة كافية". من وجهة نظر متفق عليها مجتمع البحث

جاء في المركز الخامس بنسبة ٦٣٪ من إجمالي عينة البحث العبارة "متابعة مباشرة للمحافل واللقاءات الرياضية الإقليمية والعالمية". من وجهة نظر متفق عليها مجتمع البحث

جاء في المركز السادس بنسبة ٦٢٪ من إجمالي عينة البحث العبارة " تقديم معلومة رياضية هامة". من وجهة نظر متفق عليها مجتمع البحث

جاء في المركز السابع بنسبة ٥١٪ من إجمالي عينة البحث العبارة "العمل علي رفع الثقافة الرياضية لدي المجتمع". من وجهة نظر متفق عليها مجتمع البحث

جاء في المركز الثامن بنسبة ٤١٪ من إجمالي عينة البحث العبارة " تقديم معلومات رياضية مغلوطة دون سند حقيقي وبلبله الرأي العام". من وجهة نظر متفق عليها مجتمع البحث

جاء في المركز التاسع بنسبة ٣٥٪ من إجمالي عينة البحث العبارة " المساعدة في نشر العنف والتعصب الرياضي لبعض الجماهير". من وجهة نظر متفق عليها مجتمع البحث

جاء في المركز العاشر بنسبة ٣٢٪ من إجمالي عينة البحث العبارة " لا يوجد لديها القدرة علي رفع الثقافة الرياضية والوعي للمجتمع". من وجهة نظر متفق عليها مجتمع البحث

جاء في المركز الحادي عشر بنسبة ٢٩٪ من إجمالي عينة البحث العبارة " لانتيميز المعلومات الرياضية المقدمة بالدقة والمصداقية". من وجهة نظر متفق عليها مجتمع البحث

جاء في المركز الثاني عشر بنسبة ٢٣٪ من إجمالي عينة البحث العبارة " التأخر في متابعة المحافل واللقاءات الرياضية الإقليمية والعالمية". من وجهة نظر متفق عليها لمجتمع البحث .

وقد اتفق مع نتائج هذا المحور دراسة كلا من يونج young عام (٢٠١٦) ،

(٢٠١٣) Li-Shiue Gaul and Jeffrey ، خالد صلاح الدين حسن (٢٠٠٨) حيث توضح الدراسات مدي تأثير وسائل الإعلام في رأي الأفراد والمجتمعات باختلاف القضايا والأحداث . وهذا يشير الي أن مفردات عينة البحث تري أن من أهم أدوار وسائل الإعلام التفاعلي انه يوفر تبادل

الأدوار ما بين الجميع من خلال محتوى الرسائل التي يقدمها الأفراد ذات الإهتمامات المشتركة ، هذا من خلال عرض وتناول حدث أو قضية معينة بإختلاف الوسائل التفاعلية في نفس الوقت وخلق رأي عام ما بين المهتمين بهذا الحدث بالرفم من إختلاف ثقافتهم وأعمارهم وأماكنهم ، وهذا ما يبلور الدور الحيوي الذي يلعبه الإعلام التفاعلي الآن .

الاستخلاصات :

من خلال أهداف البحث ضمن إطار المنهج العلمي ، وما استخدامه الباحث من أدوات لجمع لبيانات وإجراءات ، وأيضا من خلال التحليل الإحصائي للبيانات وعرض نتائجها والتعليم عليها ، وتوصل الباحث إلي عدد من الإستخلاصات وهي

الاستخلاصات المتعلقة بدور وسائل الإعلام التفاعلي بين فئات المجتمع المصري المختلفة في ضوء الايجابيات والسلبيات .

تبين للبحث أن للإعلام التفاعلي إيجابيات عديدة يعد من خلالها الدور الأمثل له وهو التوعية ، التوجيه ، الإرشاد ، المعرفة . وكذلك يستطيع الإعلام التفاعلي بناء الرأي العام المجموعة من الافراد وجعل أي قضية أو حدث محل نقاش من خلال إلقاء الضوء عليها و تغطيتها بصورة مباشرة وفي نفس الوقت يمكن لوسائل الإعلام التفاعلي أن تلعب دورا سلبيا عندما تساعد علي نشر العنف والتعصب أو عدم تقدير محتوى يرفع من ثقافة الجمهور أو عندما يقدم معلومات غير صحيحة مما يسبب الإشاعات و إثارة البلبلة .

التوصيات :

- يرى الباحث في ضوء النتائج التي توصل إليها وبناء علي الاستخلاصات يوصي الباحث بما يلي :
- ١- رفع كفاءة شبكة الانترنت من قبل الدولة ومؤسساتها المعنية وذلك لضمان سير العملية الإعلامية والتواصل بين الأفراد والهيئات المختلفة .
 - ٢- الالتزام بميثاق الإعلام المهني ذلك من خلال العاملين في المجال الإعلامي والرياضه.
 - ٣- إتاحة الفرصة للمتخصصين من كليات التربية البدنية والرياضة بأقسامها المختلفة في رفع مستوى الأعلام وتخصصاته من إعدام ومقدم ومراسل ومحلل .
 - ٤- ضرورة تسليط الضوء علي الإيجابيات وتمييزها والعمل علي تقليص السلبيات لوسائل الإعلام التفاعلي .
 - ٥- الإقتصار علي أن العاملين في المجال الإعلامي يكون لذوي التخصص وخرجين أقسام الإعلام من قبل الكليات المخصصة لذلك العلم والمجال .
 - ٦- زيادة الرقابة الجهات المعنية بالدولة وذلك المراجعة محتوى وسائل الإعلام التفاعلي وما تقدمه للمجتمع والتأثير عليه .

قائمة المراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية

- ١- إبراهيم إسماعيل إبراهيم و صلاح الدين، الإعلام المعاصر وسائله . مهاراته تأثيره . أخلاقياته ، الناشر وزارة الثقافة والفنون والتراث الدوحة ، الطبعة الأولى ٢٠١٤ .
- ٢- أحمد عبدالفتاح السيد فاضل ، دراسة تحليلية لدور وسائل الإعلام الرياضي ومدى تأثيرها علي الرأي العام، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية الرياضية للبنين بالهرم ، جامعة حلوان ، القاهرة ، مارس ٢٠١٩م .
- ٣- أحمد محمود زيدان سعودي ، الآثار المترتبة عن منع الجماهير من حضور مباريات كرة القدم ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية الرياضية للبنين بالهرم ، جامعة حلوان ، القاهرة ، ٢٠١٩م .
- ٤- أحمد محمد علي الشامخ ، إقتصاديات الإدارة الإلكترونية لدوري القسم الأول (الدوري الممتاز) لكرة القدم ، القاهرة ، ٢٠١٩م
- ٥- بتول السيد مصطفى ؛ الاعلام في زمن الكورونا حدار عمان للنشر والتوزيع ؛ الطبعة الاولى ٢٠٢١ ص ٢٦-٢٩
- ٦- تامر بسيوني عبد الصمد: دور وسائل الإعلام في إدارة الأزمات الرياضية رسالة ماجستير غير منشورة ، ٢٠١١م .
- ٧- تومي ، فضيلة ، بحث منشور في مجلة العلوم والاتصال بعنوان : تكنولوجيا الاتصال - التفاعلية- وعلاقتها بالبحث العلمي في الجامعة الجزائرية ، ص ٤٩٩ .
- ٨- جامعة الدول العربية (٢٠٠٧م) الاتحاد العربي للألعاب الرياضية: دليل الدور الرياضية العربية الحادية عشر مطابع الشرطة للطباعة والنشر. القاهرة.
- ٩- حاتم على الصالحى ؛ العلاقات العامة والاتصال التفاعلى على المواقع الالكترونية والاجتماعية ؛ الطبعة الاولى ؛ عالم الكتب للنشر ؛ القاهرة ٢٠١٨م .
- ١٠- حسن عماد مكايي ووليي حسين السيد ، الاتصال ونظرياته المعاصرة ، القاهرة المصرية اللبنانية ، ٢٠٠٨ ، ص ٧٠ ، ص ١٠٦ .
- ١١- حنان احمد سالم ؛العلاقات العامة فى عصر الاعلام الرقى ؛دار الكتاب الحديث للنشر ؛القاهرة ؛ الطبعة الاولى ٢٠١٨م .
- ١٢- رضا عبدالواجد أمين ، النظريات العلمية في مجال الاعلام الإلكتروني ، منتدي سور الأزبكية ، ٢٠٠٧ ،
- ١٣- سناء الجبور ،الإعلام الإجتماعي ، دار أسامه للنشر والتوزيع .الأردن ، ٢٠١٤ .

- ١٤- عباس مصطفى صادق ؛ الاعلام الجديد دراسة في مداخل النظرية وخصائصه العامة ؛ عمان ؛ دار الشروق ٢٠٠٨ ص١-٤
- ١٥- عبد الرازق الدليمي ؛ صناعة الاعلام العالمي المعاصر ؛ دار الباروزي للنشر والتوزيع ؛ عمان الاردن ؛ الطبعة العربية ٢٠١٥ ص ١٠٤-١١٢ .
- ١٦- عبد الكريم احمد جميل ؛ ادارة الازمات والكوارث ؛الجنائرية للنشر والتوزيع - الاردن ٢٠١٥ ص١٢-١٤ .
- ١٧- علي بن شويل القرني ، الإعلام الجديد من الصحافة التقليدية إلي الاعلام الاجتماعي وصحافه المواطن ، الرياض ، مكتبة الملك فهد الوطنية ، ٢٠١١ ، ص٩٦٧٨
- ١٨- عيسى الهادي ،الإعلام الرياضي التربوي ،معدالتربية البدنية والرياضة ،جامعة العلوم والتكنولوجيا وهران ،دار الكتاب الحديث ،٢٠١٣ .
- ١٩- فتحي حسين عامر ،وسائل الإتصال الحديثة من الجريدة إلي الفيسبوك ،الطبعة الأولى ٢٠١١العربي للنشر والتوزيع القاهرة .
- ٢٠- فوزي طه ابراهيم،أصول الإدارة ،مكتبة عين شمس ، دارالكتاب الحديث ، ١٩٨٧ .
- ٢١- كوثر الموجي،عطا عبدالرحيم،وليدالصغير،محمودالأصبح،(٢٠٠٧)الإعلام والعلاقات العامة في المجال الرياضي بين النظرية والتطبيق .
- ٢٢- محمد شومان (٢٠٠٦) (٤) دراسة بعنوان إشكاليات في مسار تطور إعلام الازمات والكوارث رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية الرياضية للبنين بالهرم ، جامعة حلوان .
- ٢٣- محمد عبد الحميد (٢٠٠٧) ؛ الاتصال والاعلام على شبكة الانترنت ؛ط١ (القاهرة : عالم الكتب) ص ٣٠
- ٢٤- محي الدين عارف الإتصال الجماهيري وتكنولوجيا المعلومات ، الأكاديميون للنشر والتوزيع الطبعة الاولى ٢٠١٥ الأردن
- ٢٥- موسى جواد الموسوي ،الإعلام الجديد..تطور الأداء والوسيلة و الوظيفة بالدار الجامعية للطباعة والنشر جامعة بغداد ،الطبعة الإلكترونية الأولى ٢٠١١ .
- ٢٦- محي الدين عارف ؛ الاتصال الجماهيري وتكنولوجيا المعلومات ، الاكاديميون للنشر والتوزيع - الاردن، طبعة اولى ٢٠١٥ .
- ٢٧- موسى جواد الموسوى ؛الاعلام الجديد - تطور الاداء والوسيلة والوظيفة - الدار الجامعية للطباعة والنشر ٢٠١١
- ٢٨- نسرين حسونة ؛ مدونة الإعلام الجديد .. المفهوم و الوسائل والخصائص والوظائف علي الرابط <http://blog.amin.org/nisreenhassouna/2014/04/07>

- ٢٩- نصر الدين العياطي ، دراسات وتجارب تليفزيونية - دار هومه للنشر والتوزيع، الجزائر ص ١٠٧
- ٣٠- هدي فؤاد ، الرياضة ، الثقافة ووسائل الإعلام - الثالث الصعب ، مجموعة النيل العربية ، ترجمه عن مؤلف ديفيد روي ، القاهرة ٢٠٠٦ .
- ٣١- وديع العززي ،الإعلام الجديد دارالكتب العلمية للنشر والتوزيع - القاهرة، الطبعة الاولى ، ٢٠١٤ .

ثانياً: المراجع الاجنبية

- 31-Ahn ,T.,(2010) ,The effect of user motives and interactivity on attitude towards a sport website,Doctoral Dissertation ,college of education , the Florida state University ,P.55
- 32-Line ,C.,A.,(2003), Interactive communication technology adoption model ,In'theory communication ,International commincation association,PP.345-365.
- 33- Mcmillan , S.J.,(2006) ,Exploring models of interactivity from multiple research traditions : Users,documents ans systems .In L. Lievrouw &S.Livingstone (Eds.),Handbook of New Media , 2ed , London : Sage , PP.146-165.
- 34-Rogers,E.M. & Allbritton, M.,(1995) , Interactive Communication Tecnologies in Business Organizations ,the Journal of BusinessCommunication, Vol.32,PP.177-195.
- 35-Schultz , T.,(2000),PP.210-211.
- 36-Stratton , R.M.,(2005) ,Interactive commincation Tecnology and processing of behavioral health change messages Master'sThesis.The faculty of the health informatics graduate program, Indiana University.

ملخص البحث

إيجابيات وسلبيات الإعلام التفاعلي خلال الأزمات

أ.د/ أماني محمد محسن الشريف

أ.م.د/ أحمد سعيد رجب

الباحث/ أحمد عبد الفتاح السيد فاضل

هدفت الدراسة الي التعرف علي دور الاعلام التفاعلي من خلال رفع ثقافة المجتمع ككل وذلك خلال الأزمات باستخدام كافة وسائل الإعلام التفاعلي التي يتعرض لها وتقديم كل ما لديها من معلومات متنوعة حسب إهتمام كل فرد من أفراد المجتمع ،لتحقيق أهداف البحث حيث إستخدم الباحث المنهج الوصفي لملائمته طبيعة البحث .

كذلك صممت استمارة استطلاع الرأي وتم تطبيقها إلكترونياً ،وبلغت عينة البحث ١٠٣ فرداً للتعرف علي مدي تأثير وسائل الإعلام التفاعلي عليهم أثناء الأزمات وحياتهم العاديه .

وأشارت نتائج البحث إلي أن للإعلام التفاعلي إيجابيات عديدة يعد من خلالها الدور الأمثل له وهو التوعية ، التوجيه ، الإرشاد ، المعرفة . وكذلك يستطيع الإعلام التفاعلي بناء الرأي العام المجموعة من الافراد وجعل أي قضية أو حدث محل نقاش من خلال إلقاء الضوء عليها و تغطيتها بصورة مباشرة وفي نفس الوقت يمكن لوسائل الإعلام التفاعلي أن تلعب دورا سلبيا عندما تساعد علي نشر العنف والتعصب أو عدم تقديرم محتوى يرفع من ثقافة الجمهور أو عندما يقدم معلومات غير صحيحة مما يسبب الإشاعات و إثارة البلبلة .

Abstract**Pros and cons of interactive media during crises**

Prof. Amani Muhammad Mohsen Al-Sharif

Prof. Ahmed Saied Ragab

Researcher. Ahmed Abdel-Fattah El-Sayed Fadel

The study aimed to identify the role of interactive media by raising the culture of society as a whole during crises by using all the interactive media that it is exposed to and presenting all its various information according to the interest of each member of society, to achieve the objectives of the research, as the researcher used the descriptive approach to suit the nature of the research.

An opinion poll form was also designed and applied electronically, and the research sample reached 103 individuals to identify the extent of the influence of interactive media on them during crises and their normal lives.

The results of the research indicated that the interactive media has many positives through which it is the optimal role for it, which is awareness, guidance, counseling, and knowledge. Likewise, interactive media can build public opinion of a group of individuals and make any issue or event a subject of discussion by shedding light on it and covering it directly. At the same time, interactive media can play a negative role when it helps spread violence and intolerance, or does not appreciate content that raises the culture of the public, or when it provides incorrect information, causing rumors and creating confusion.