

دور الاعلام في تنمية العائد الاقتصادي للاحادث الرياضية

The role of media in developing the economic return of sports events

محمد فوزى عبد المنعم دحروج

Mohamed Fawzy Dahrouj

طالب دكتوراه بميد علم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية - جامعة محمد بوضياف

جامعة المسيلة / Mohamedfawzi.dahrouj@univ-msila.dz

2020/06/09 تاريخ النشر:

2020/03/07 تاريخ القبول:

2020/01/12 تاريخ الاستلام:

الملخص : يهدف هذا البحث إلى التعرف على دور الاعلام في تنمية العائد الاقتصادي للاحادث الرياضية واستخدم الباحث المنهج الوصفي يتكون مجتمع البحث من رؤساء تحرير الصحف الرياضية ومعدى ومقدمي البرامج الرياضية في مصر والجزائر وقام الباحث باختيار عينة عشوائية من رؤساء تحرير الصحف الرياضية ومعدى ومقدمي البرامج الرياضية، وبعض رؤساء وأعضاء الاتحادات الرياضية العربية، وبعض قيادات وزارات الإعلام بمختلف المستويات الإدارية في مصر والجزائر وقد بلغ إجمالي العينة (128) فردا، كما استعان الباحث بعدد (30) فردا كعينة استطلاعية أدوات جمع البيانات : قام الباحث بتصميم الاستبيان كأداة لجمع البيانات لتحديد المحاور والعبارات المناسبة لها، تم تحديد عدد (4) محاور وكانت من أهم النتائج التوجية نحو مراعاة عوامل الامن والسلامة الدولية للاعلاميين والتوجية نحو استصدار التشريعات الرياضية الملائمة لجذب مستثمرين.

- الكلمات المفتاحية : الاعلام- الاستثمار- الرياضة

Abstract: This research aims to identify the role of the media in developing the economic return of sports events and the researcher used the descriptive approach. The research community consists of editors of sports newspapers and preparers and providers of sports programs in Egypt and Algeria. The researcher has chosen a random sample of editors of sports newspapers and preparers and providers of sports programs, and some heads And members of Arab sports federations, and some leaders of the ministries of information at various administrative levels in Egypt and Algeria.

The total sample reached (128) individuals, and the researcher used (30) individuals as a survey sample for data collection tools: The researcher designed the questionnaire As a tool to collect data to determine the appropriate themes and phrases, it has been identified number (4) axes and was one of the most important results Guying towards taking into account the factors of international security and safety for media professionals and guidance towards obtaining appropriate sports legislation to attract investors.

Key words: media, investment, sports

- الخطوات المنهجية المتبعة للمقال العلمي :

-الجانب النظري

لا شك أن الرياضة في العالم العربي في تطور ملحوظ بالتزامن مع ما تشهده التطورات الرياضية في العالم، وهذا رغم الخطط البطيئة التي تسير بها الرياضة في عالمنا العربي، وأعني هنا بالإستراتيجيات الرياضية- إن كانت موجودة فعلا- بحاجة إلى دعم وسائل تحقيق الأهداف المرجوة من حين لآخر، حسب خصوصيات كل بلد من جهة وطموحاته من جهة أخرى، وان أحد اهم وسائل نجاح الإستراتيجيات الرياضية هو الجانب الإعلامي، فهذا الأخير من حيث يريد أو لا يريد يقوم بتمثيل بلده كمنبر إعلامي إلى جانب أنه يرسخ مفاهيم وأفكارا معينة لدى متابعيه، فمختلف المناسبات الرياضية في العالم مثلا لا يمكن أن تتم بدون تغطية إعلامية أو فلنقل بدون دعم ومساندة إعلامية. (محمد فوزي: 2014، ص 12)

يلعب الاعلام دورا هاما في عملية التنشئة الاجتماعية والتطبع والنمو الاجتماعي للفرد بصفة عامة ، وبفضل وسائل الاتصال الحديثة التي قربت بين مشارق الارض ومحاربها وشمالها وجنوبها ، حيث اصبح كل جزء يتاثر بآخر جزء ويستجيب له ، ولا يتيسر الاطاحة بهذا الا عن طريق وسائل الاعلام. (نبيل صالح وآخرون، 2012 ص 35)

ويرى كمال درويش أن تجربة كأس العالم لكرة القدم التي أقيمت في فرنسا عام 1998 أثارت حفيظة الصينيين، ليس فقط فيما يتعلق بالاداء الفني رفع المستوى الذي عرض من الفرق المشاركة في هذه الدورة مثل فرنسا وإيطاليا وألمانيا والبرازيل وغيرهم.. ولكن وبشكل خاص ما أعلن عن الجانب الاقتصادي والعائد المادي والإستثمارات المصاحبة لهذه الدورة،

وانتهت بطولة كأس العالم بفرنسا وتركت لبلاتيني والحكومة الفرنسية 260 مليون دولار من دخل التذاكر فقط، وذلك نظراً للنقل التليفزيوني للمباريات والذي عظم من قيمة الأنشطة الإستثمارية الموازية قد فاقت بكثير الدخل المرصود لكثير من الصناعات الأخرى. (كمال درويش، 2004 ص 81)

وهنا يبرز دور الإعلام في تحقيق مكاسب مادية كبيرة جراء البث التليفزيوني، وإشتراك الدول المتقدمة في كرة القدم مثل فرنسا وإيطاليا وبريطانيا وألمانيا والبرازيل وغيرها زاد من دخل المباريات، وبناءً على ما أعلنه رئيس الاتحاد الدولي السابق لكرة القدم فإن الأمر يستحق الدراسة حيث قال، "إن رياضة كرة القدم في العالم يمكن أن تنتج سنوياً 250 مليار دولار"

ومن أهم أعمدة الإنتاج الرياضي البث التليفزيوني ودور الإعلام الرياضي الكبير في إيجاد وتعظيم القيمة الحقيقة للحدث الرياضي، حيث يمكن القول أن البث التليفزيوني للمباريات حافز مهم في تطوير صناعة الإنتاج الرياضي، حيث يمكن للتليفزيون خلال بث المباريات أن يستفيد مادياً عن طريق إذاعة الإعلانات.

لهذا يرى الباحث من خلال العرض السابق أن المنتج الرياضي والخدمة الرياضية يرتبطان بالوسائل الإعلامية التي لو تم استثمارها بالشكل الملائم سيكون لها عائد كبير في تعظيم قيمة الحدث الرياضي.

كما ساهم الإعلام الرياضي في خلق وترويج الأحداث الرياضية ، لذلك تعتبر وكالات إدارة وتسويق الرياضة إستخدام وسائل الإعلام أفضل وسيلة لخلق وترويج الحدث الرياضي، وهنا ظهر الدور الحيوي للتليفزيون في ترويج الحدث الرياضي عام 1970، كما تفاقمت أدوار شبكات الإذاعة الرياضية في نفس الإتجاه عام 1990م، كما زاد معدل التسويق عن طريق الأقمار الصناعية إلى معدلات غير مسبوقة في خلق وترويج الأحداث الرياضية، وهناك الكثير من الأحداث الرياضية التي خلقها وجود التليفزيون ESPN . (كمال درويش، 2004 ص 81)

تمثل وسائل الإعلام الجماهيرية المصدر الرئيس للمعلومات ذات العلاقة بالقضايا الرئيسية التي تستحوذ على اهتمامات الرأي العام وبخاصة في الأحداث الكبرى ذات الصلة

بالحياة العامة في المجتمع وتتصدر قضية إمداد الجماهير بالمعلومات الصادقة والمكثفة ومستوى المعالجة المهنية للتغطية الإعلامية أولويات العمل الإعلامي الناجح الذي يشبع حاجات تلك الجماهير من التعرض للوسيلة الإعلامية. (نور الدين دحمر، 2013 ص 155)

وتعد الدورات الرياضية أحد المجالات الأساسية التي تمثل الجانب التنافسي والتي تعطي شكل الأنشطة الرياضية، فالتنافس والتعاون هما عنصري الحياة الإجتماعية وحقق التنافس الأهداف التربوية والتربوية والإجتماعية المرجوة منه كان لابد من أن يتم تنظيمه بحيث يحقق العدل والمساواة بالإضافة إلى الإستماع والإثارة . (محمد جبريل، 2005 ص 2)

ونقلا عن محمود حسن عبد الله يشير إسماعيل حامد عثمان إلى أن الدورات الرياضية هي " تجمع بشري خلال فتره معينه في مكان واحد أو عدة أماكن لإقامة سلسله من المباريات أو المسابقات أو مباريات ومسابقات تتم معاً أو التي تقام من وحدات رياضيه مختلفة تمثل هيئات أو مدارس أو إتحادات أو منظمات تتنافس فيما بينها في ظل قواعد وقوانين واحده لمعرفة أحسن هذه الوحدات لقصد تحديد الفائزين وترتيبهم وفقاً لنتائجهم. (محمود حسن، 2008 ص 28)

فالإعلام الرياضي الصحيح الذي يعطي مساحة للشركات الداعمة أو المسوقة يعطي مصداقية أكبر لتلك الشركات، وكذلك ترسخ في عقول الجماهير لعدة أطوال، وليس أدل على ذلك من شراء الملياردير المصري محمد الفايد صاحب محلات هارودز الشهيرة في لندن غالبية أسهم نادي فولهام وإنفاق أكثر من 50 مليون جنيه استرليني لتحديث منشأته واستقدام أفضل اللاعبين، وهو يعلم بخبرته التجارية الكبيرة أنه قادر خلال سنوات قليلة على الحصول على أضعاف ما دفعه من خلال حقوق النقل التلفزيوني وصفقات الرعاية وإيرادات دخول المباريات بعد إنجاز الملعب الخاص به على ضفاف نهر التايمز، والذي يعد تحفة معمارية.

إن الوسائل الإعلامية المحلية المختلفة لا تزال بعيدة عن تشجيع الشركات الراعية، فهي تحفظ في كثير من الأحيان عن ذكر الشركات الراعية أو الشركات المسوقة، مما أبعد الكثير من الشركات عن السوق الرياضي وأوقفها عن الدعم للإتحادات والأندية

واللاعبين، والإعلام الرياضي المحلي مطالب أكثر من أي وقت مضى بإعطاء الشركات الراعية والمسوقة للرياضة العربية مساحة أكبر في أخبارها وتغطيتها للهوى بالرياضة العربية. (26)

على الرغم من أن الإعلام الرياضي في الأونة الأخيرة بدأ يزدهر بشكل ملحوظ لما له من قيمة كبيرة في نجاح أي حدث رياضي ، إلا أنه ما زال هناك قصوراً كبيراً للإعلام الرياضي في تعظيم قيمة الحدث الرياضي

وعليه فقد رأى الباحث من واقع الخبرة الوظيفية له كمراسل ومقدم ومعد ببرامج في بعض القنوات الرياضية القضائية الخاصة، وكمنسقاً إعلامياً بوزارة الشباب والرياضة بجمهورية مصر العربية أن يقوم بدراسة عن دور الإعلام في تعظيم القيمة الاقتصادية للأحداث الرياضية حيث أصبح الرياضة جزءاً من النظام الانتاجي في المجتمعات واصبحت الأحداث الرياضية هي أساس صناعة الرياضة وجزءاً هاماً من الدخل القومي في العديد من دول العالم.

ويهدف هذا البحث إلى التعرف على دور الإعلام في تنمية العائد الاقتصادي للأحداث الرياضية من خلال التعرف على (دور الإعلام الرياضي في التعريف بالخدمات الإعلامية والمنشآت الرياضية- دور الإعلام الرياضي في الترويج السياحي لاستضافة الأحداث الرياضية- دور الإعلام الرياضي في إبراز الامكانيات التنظيمية والمادية والبشرية الازمة للترويج لاستضافة الأحداث الرياضية - دور الإعلام الرياضي في إبراز الاستعدادات التنظيمية لاستضافة الأحداث الرياضية)

واشتملت تساوت البحث على ما هو دور الإعلام الرياضي في التعريف بالخدمات الإعلامية والمنشآت الرياضية ؟ وكذلك ما هو دور الإعلام الرياضي في الترويج السياحي لاستضافة الأحداث الرياضية؟ ، ما هو دور الإعلام الرياضي في إبراز الامكانيات التنظيمية والمادية والبشرية الازمة للترويج لاستضافة الأحداث الرياضية؟- ما هو دور الإعلام الرياضي في إبراز الاستعدادات التنظيمية لاستضافة الأحداث الرياضية؟

ولقد اشارات العديد من الدراسة الى ارتباط الاعم واهمية في تنمية العائد الاقتصادي للأحداث كدراسة "أحمد محمد مصطفى محمد" (2009م) بدراسة بعنوان "نموذج مقترن لتخطيط أحداث رياضية عالمية في جمهورية مصر العربية" هدفت إلى وضع نموذج مقترن

لتخطيط احداث رياضيه عالميه بإستخدام تحليل SWOT ودراسة "ناديه لطفي عبد الفتاح معرض" (2008م) بعنوان "تنظيم الدورات الرياضية الاوليمبية وانعكاساتها إقتصادياً علي الدولة المضيفة" ودراسة "محمود حسن عبد الله" (2008م) بدراسة "نموذج مقترب لإدارة الدورات الرياضية والبطولات العالمية بجمهورية مصر العربية" ودراسة "عز الدين محمد - احمد محمد (2007م) بدراسة بعنوان "دراسة تحليليه للصراعات الرياضيه العربيه - العربيه" ودراسة محمد رجب جبريل عام (2005م) بدراسة بعنوان "الخطة الإستراتيجية لتسويق البطولات والمسابقات الرياضية" ودراسة "محمد رجب جبريل" عام (2001م) بعنوان "ترويج البطولات والمسابقات الرياضية بإستخدام المفهوم الحديث للتسويق" ودراسة بلاتونوفا إيلينا A Platonova Elena - عام (2005) بعنوان "العلاقة بين إدارة الموارد البشرية والثقافة التنظيمية والأداء التنظيمي" ودراسة "ديفلر" Deflur عام 2001 بدراسة بعنوان "عوامل الرضا المهني بالنسبة للعاملين في مجال الإعلام تجاه الوظيفة"

الجانب التطبيقي : منهج البحث: استخدم الباحث المنهج الوصفي .

مجتمع البحث: يتكون مجتمع البحث من رؤساء تحرير الصحف الرياضية ومعدى ومقدمي البرامج الرياضية في مصر والجزائر، وبعض رؤساء وأعضاء الاتحادات الرياضية في مصر والجزائر، وقيادات وزارات الشباب والرياضة بمختلف المستويات الإدارية في مصر والجزائر.

عينة البحث: قام الباحث باختيار عينة عشوائية من رؤساء تحرير الصحف الرياضية ومعدى ومقدمي البرامج الرياضية، وبعض رؤساء وأعضاء الاتحادات الرياضية العربية، وبعض قيادات وزارات الإعلام بمختلف المستويات الإدارية في مصر والجزائر وقد بلغ إجمالي العينة (128) فردا، كما استعان الباحث بعدد (30) فردا كعينة استطلاعية لإجراء

المعاملات العلمية للإستبيان

أدوات جمع البيانات : قام الباحث بتصميم الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وذلك بإتباع الخطوات التالية: تحليل المتاح من المراجع والدراسات العلمية المتخصصة المرتبطة بموضوع البحث، وذلك لتحديد المحاور والعبارات المناسبة لها، وفي ضوء ذلك تم تحديد عدد (4) محاور كما تم تحديد ميزان تقدير ثنائي وذلك لاستجابات المبحوثين.

1. الصدق:

أ- صدق المحتوى: تم عرض الاستبيان على عدد (10) من الخبراء في مجال الادارة الرياضية (ملحق 1) لاستطلاع رأيهم في مدى مناسبة المحاور والعبارات المنتمية لكل محور موضوع البحث، وقد ارتضى الباحث نسبة 75% ولم يتم حذف او تعديل اي عبارات.

ب- صدق الإتساق الداخلى : تم حساب صدق الإتساق الداخلى بحساب دلالة معامل الارتباط بين المفردة والدرجة الكلية للمحور الذي تنتهي له باستخدام معامل ارتباط بيرسون Pearson، وجدول (1) يوضح ذلك.

جدول (1)

قيم معامل الارتباط بين العبارة والدرجة الكلية لكل محور من محاور الاستبيان (ن=30)

المحور الرابع قيمة ر	٣	المحور الثالث قيمة ر	٣	المحور الثاني قيمة ر	٣	المحور الأول : قيمة ر	٣
0.567	1	0.394	1	0.671	1	0.464	1
0.782	2	0.755	2	0.456	2	0.470	2
0.685	3	0.699	3	0.501	3	0.392	3
0.816	4	0.733	4	0.629	4	0.749	4
0.439	5	0.399	5	0.375	5	0.610	5
0.685	6	0.451	6	0.389	6	0.531	6
0.765	7	0.712	7			0.693	7
0.520	8	0.394	8			0.523	8
0.447	9	0.755	9				

قيمة (ر) الجدولية عند مستوى (0.05) = (0.361).

يتضح من جدول (2) أن قيمة الارتباط بين عبارة كل محور والدرجة الكلية للكل محور جاءت دالة عند مستوى (0.05) مما يدل على أن الإستبيان علي درجة مقبولة من الصدق

2. الثبات : قام الباحث بحساب ثبات الاستبيان عن طريق "معامل الفا Alpha" لكرونباخ (2)

قيّم معامل الفا Alpha لمحاور الاستبيان (n=30)

رقم المحور	مسى المحور	قيّم معامل ألفا
الأول	دور الاعلام الرياضي في التعريف بالخدمات الاعلامية والمنشآت الرياضية.	0.843
الثاني	دور الاعلام الرياضي في الترويج السياحي لاستضافة الاحاديث الرياضية.	0.876
الثالث	دور الاعلام الرياضي في ابراز الامكانيات التنظيمية والمادية والبشرية الازمة للترويج لاستضافة الاحاديث الرياضية.	0.902
الرابع	دور الاعلام الرياضي في ابراز الاستعدادات التنظيمية لاستضافة الاحاديث الرياضية.	0.811

قيمة(ر) الجدولية عند مستوى (0.05) = (0.361) ويتضح من جدول (2) أن قيّم المعاملات للثبات بطريقة "الفا" تراوح بين (0.811، 0.902)، مما يؤكد على أن الإستبيان على درجة مقبولة من الثبات .

عرض ومناقشة النتائج

جدول (3)

النكرارات والنسب المئوية و(كا2) لاستجابات عينة البحث على عبارات المحور الأول دور الاعلام الرياضي في التعريف بالخدمات الاعلامية والمنشآت الرياضية (n=128)

ك	%	مجموع الدرجات المقدرة	غير موافق		موافق		العبارات	م
			%	النكرار	%	النكرار		
18.0	84.4	216	31.3	40	68.8	88	التعريف بالمنشآت الرياضية والملعب والاسطادات ودرجة جودتها ومدى تناصها مع المقاييس العالمية .	1

57.8	91.8	235	16.4	21	83.6	107	التعريف بأماكن أقامته الحدث ووضع مخطط تفصيلي لمكان اقامته والخدمات التي تُقدم لكافة المشاركين من لاعبين وفنين واداريين	2
94.5	96.5	247	7.0	9	93.0	119	المشاركة في إعداد مطبوعات لتوسيع (اماكن الاقامة، الاعاشة، وسائل المواصلات، برامج التدريب، مواعيد المنافسات واماكنها)	3
0.1	74.2	190	51.6	66	48.4	62	التعريف بمراعاة الاشتراطات الدولية لإقامة الانشطة والألعاب البارالمبية من حيث (المشاركين - الانتقالات - اماكن الاقامة والدخول والخروج للاعبين والجمهور)	4
63.3	92.6	237	14.8	19	85.2	109	إعداد سجل مصور -أفلام- رسائل على الإنترت عن الاحداث الرياضية واهم الامكانات الاقتصادية وغيرها من المميزات عن الدولية ونشرها على الإنترت.	5
15.1	83.6	214	32.8	42	67.2	86	توفير مراكز معلومات متخصصة لخدمة الجماهير قبل واثناء وبعد الاحداث الرياضية.	6
26.3	86.3	221	27.3	35	72.7	93	التعريف بوجود شبكات اتصالات سلكية ولا سلكية	7

							على مستوى تفني عالي	
78.1	94.5	242	10.9	14	89.1	114	ابراز البنية الاساسية الاعلامية للدولة كامتلاك اقمار صناعية وتكنولوجيا الاتصال الحديثة والقنوات الفضائية والتليفزيونية والاذاعية وامتلاك العديد من الصحف والمجلات.	8

قيمة (Ka) عند مستوى دلالة (0.05) = 5.99

يتضح من الجدول (3) أن النسب المئوية لاستجابات عينة البحث على المحور الأول دور الاعلام الرياضي في التعريف بالخدمات الاعلامية والمنشآت الرياضية قد تراوحت ما بين (96.5% - 74.2%) من الدرجة العظمى لهذه الاستجابات، حيث يعتمد قطاع التسويق الرياضي على المدى الذي يحدّثه الإعلام في هذا المجال، وهو العامل المؤثر فالرياضة تحولت في العصر الحديث إلى ما يشبه الصناعة تحتاج معها إلى المال والبني التحتية الاعلامية لوجود احداث رياضية فاعلة ومثمرة تواكب تطورها الملحوظ عبر العالم، الامر الذي يتطلب دعم مشاريع صناعة الأدوات والتجهيزات الاعلامية الرياضية لما لها من اثر كبير على تطوير بث الاحاديث الرياضية وارتباطه بالتسويق الرياضي واستقطاب الرعاهة للأحداث الرياضية وكيفية تسويقها، حيث اصبحت من اهم مكونات صناعة الرياضة الإعلان وحقوق البث وبطاقات الدخول والسلع الرياضية والمنشآت ، والدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في مجال التسويق كونها شريكاً ومسوّقاً في آن معاً.

وتشير أهمية الإعلام الرياضي في قدرته على توصيل البيانات والمعلومات في شكل رسائل إلى قاعدة جماهيرية كبيرة متباعدة الاتجاهات ومختلفة في الرأي العام نحو قضية معينة أو مشكلة حيث يؤثر على الجماهير بقوة كما أن له القدرة على تغيير الأنماط السلوكية سواء بتشجيع السلوكيات الطيبة أو بطرد السلوكيات السيئة، كما أن الإعلام الرياضي يعتبر من الأسس الرئيسية في أي جهاز إعلامي حيث أصبحت الرياضة ظاهرة اجتماعية وحضارية هامة في المجتمعات الحديثة وبالتالي فقد حظي الإعلام الرياضي في العالم بالاهتمام الكبير والعنية الوافرة لدى جميع وسائل الإعلام، ومن أهم مميزات الإعلام الرياضي الناجح القدرة

على التعريف بالخدمات الاعلامية التي تقدمها الدولة ومدى جودتها وكفاءتها في نقل الاحداث الرياضية واظهرها مدى قدرة الدولة الاعلامية مما يؤثر على تحسين الصورة الذهنية لمدة كفأة الدولة في استخدام التكنولوجيا الحديثة وتطبيقاتها في مجال الاعلام بصفة عامة وفي مجال الاعلام الرياضي بصفة خاصة.

جدول (4) التكرارات والنسبة المئوية (ك2) لاستجابات عينة البحث على عبارات المحور الثاني دور الاعلام الرياضي في الترويج السياحي لاستضافة الاحداث الرياضية (ن=128)

ك2	%	مجموع الدرجات المقدرة	غير موافق		موافق		العبارات	م
			%	التكرارا	%	التكرارا		
105.1	97.7	250	4.7	6	95.3	122	التعريف باهم المعالم السياحية والآثار التي تتمتع بها الدولة	1
94.5	96.5	247	7.0	9	93.0	119	المشاركة في ربط اماكن اقامة الاحداث الرياضية باهم الاثار السياحية وفق البرامج الزمنية المتاحة.	2
91.1	96.1	246	7.8	10	92.2	118	التجوية نحو وضع الاحداث الرياضية ضمن فعاليات وبرامج السياحة لدى شركات السياحة المحلية والعالمية.	3
78.1	94.5	242	10.9	14	89.1	114	التعريف بالفنادق وجودتها وخدماتها السياحية المختلفة واماكنها المتميزة.	4
2.5	78.5	201	43.0	55	57.0	73	ابراز الانجازات التي حققتها الدولة في مجال السياحة الرياضية	5
91.1	96.1	246	7.8	10	92.2	118	تقييم الصورة الذهنية والمركز التنظيمي قبل التقدم لاستضافة الدورة علي المستوى الدولي.	6

قيمة (كا) عند مستوى دلالة (0.05) = 5.99

يتضح من الجدول (4) أن النسب المئوية لاستجابات عينة البحث على المحور الثاني دور الاعلام الرياضي في الترويج السياحي لاستضافة الاحاديث الرياضية قد تراوحت ما بين (97.7%- 678.5%) من الدرجة العظمى لهذه الاستجابات، ويمكننا إبراز الدور الذي تلعبه السياحة الرياضية في تنمية الاقتصاد في الدول المنظمة للتظاهرات الرياضية المختلفة حيث نجد أن السياحة الرياضية تلعب دوراً أساسياً في التنمية الاقتصادية حيث يؤثر رواجها بشكل مباشر على اقتصاد ورواج الصناعات والأنشطة الناجمة عنها، فالإنفاق على الخدمات والسلع المرتبطة بالحدث الرياضي يؤدي إلى انتقال أموال من السائحين إلى أصحاب هذه الخدمات والسلع المشتغلين بها فيتفرع عن هذا الانتقال للأموال سلسلة أخرى من الإنفاق مثل الإقامة بالفندق للفرق الرياضية المشاركة والجماهير الوافدة المناصرة لفرقها من الجنسيات المختلفة، يتفرع عن هذا الإنفاق سلسلة أخرى من الإنفاق ومنها الإنفاق على الخدمات الفندقية، والإنفاق على منظمي الرحلات السياحية داخل الدول السياحية من وكالء السياحة والسفر على اختلاف أنواعها، والإنفاق على خدمات المطاعم السياحية، والإنفاق على خدمات وسائل النقل السياحي المختلفة (الجوي والبحري والبري)، والإنفاق على دخول المتاحف، والإنفاق على المشتريات من المصنوعات التقليدية اليدوية، والإنفاق على المرشدين السياحيين، والإنفاق على خدمات أعمال الصرافة والتأمين والاتصالات... الخ.

ولا شك انه كلما زاد تدفق حجم الحركة السياحية الرياضية خاصة أثناء التظاهرات الرياضية سواء المحلية أو الدولية زاد الإنفاق العام على السلع الاستهلاكية وبالتالي إلى ارتفاع معدلات الادخار مما ينشط هذه الصناعات والخدمات المتصلة بصناعة السياحة سواء بالطريق المباشر أو غير المباشر، الأمر الذي يتولد عن ذلك الإنفاق اتساع نطاق العمل في هذه الصناعات والخدمات المرتبطة بها والمتعلقة بصناعة السياحة، ومن نظريات الاقتصاد أن كل استثمار جديد يولـد عنه إنفاق جديد فينـشـي دخـولاً جـديـدة، كما يوجد نوع آخر من الإنفاق ليس من جانب السائحين الرياضيين أو غير الرياضيين كعائالت الرياضيين والمهتمين بالأحداث الرياضية والصحفيين والجمهور الرياضي الداخلي وإنما من قبل المستثمرين والدولة كالإنفاق على إنشاء المشروعات السياحية مثل الفنادق وقرى الإجازات والمنتجعات

الشاطئية ومدن الألعاب الترفيهية ..الخ، والإنفاق على مشروعات البنى الأساسية ومرافق الخدمات العامة والمركبات الرياضية ذات العلاقة، وهذا الإنفاق يؤدي إلى تنشيط الحركة الاقتصادية بصورة ملموسة.

(5) جدول

التكرارات والنسبة المئوية (2) لاستجابات عينة البحث على عبارات المحور الثالث دور الاعلام الرياضي في ابراز الامكانيات التنظيمية والمادية والبشرية الازمة للترويج لاستضافة الاحداث الرياضية (ن=128)

ك	%	مجموع الدرجات المقدرة	غير موافق		موافق		العبارات	م
			%	التكرارا	%	التكرارا		
32.0	87.5	224	25.0	32	75.0	96	تأكيد وابراز التأييد الحكومي من رئيس الدولة ورئيس الوزراء ووزارة الشباب والرياضة نحو استضافة الحدث الرياضي.	1
0.1	74.2	190	51.6	66	48.4	62	ابراز دور الحكومة في تقديم الضمانات والتعهدات المطلوبة عند اعداد ملف الاستضافة.	2
55.1	91.4	234	17.2	22	82.8	106	ابراز القدرات المالية للدولة المضيفة للحدث الرياضي والمخصصات المالية الكبيرة للإعلان والترويج الفعال.	3
105.1	97.7	250	4.7	6	95.3	122	تأكيد وابراز التأييد الشعبي لاستضافة الاحداث الرياضية.	4
75.0	94.1	241	11.7	15	88.3	113	ابراز الخطط الامنية ومدى قدرتها على تامين كافة المشاركين في الاحداث الرياضية والاستعانة بالشركات الامنية العالمية.	5

57.8	91.8	235	16.4	21	83.6	107	التعريف بوسائل النقل المختلفة من مطارات دولية وشبكات خطوط نقل دولية ومحلية .	6
63.3	92.6	237	14.8	19	85.2	109	القياس والتقويم لكافة العاملين في اعداد الملف فيما يتعلق بالجانب الاعلامي المبني والأخلاقي.	7
18.0	84.4	216	31.3	40	68.8	88	تحديد وحصر اكثربالمشكلات والمعوقات التي تواجه ملف الاستضافة ووضع اليات لمعالجتها .	8
52.5	91.0	233	18.0	23	82.0	105	ملائمة البرامج الزمنية لتنفيذ الانشطة الاعلامية مع الاهداف المراد تحقيقها .	9

قيمة (Ka) عند مستوى دلالة (0.05) = 5.99

يتضح من الجدول (5) أن النسب المئوية لاستجابات عينة البحث على المحور الثالث دور الاعلام الرياضي في ابراز الامكانات التنظيمية والمادية والبشرية الازمة للترويج لاستضافة الاحاديث الرياضية قد تراوحت ما بين (74.2% - 97.7%) من الدرجة العظمى لهذه الاستجابات، ويتبين دور الاعلام في ابراز الامكانات التنظيمية والمادية والبشرية في الترويج لاستضافة الحدث الرياضي حيث يعد الحدث الرياضي بمثابة المنتج الرياضي ويعتبر المنتج الرياضي منتجا في غاية الحساسية فهو يسهل ان يتاثر بالعديد من النواحي السياسية والاقتصادية والاجتماعية بالإضافة الى النواحي الامنية في الدول التي تقام فيها البطولات والمسابقات الرياضية فاذا حدثت اي مشكلة في هذه الدول تؤثر وبالتالي على المشاهدين المستهلكين للحدث الرياضي.

ويتأثر تنظيم البطولات الرياضية بمدى جاهزية الدول وخاصة من حيث الامكانات التنظيمية والادارية والمالية والقدرة على تنظيم ونقل الاحاديث الرياضية في او توقيت زمني مع الاستعداد لاستقبال الجماهير ووضع الخطط المرتبطة بمكان اقامة المباريات، ميعاد اقامة المباريات وبث المباراة او البطولة تليفزيونيا، لذا يجب وضع خطة اعلامية لتوضيح الامكانات التنظيمية والمادية والبشرية التي تتمتع بها الدولة حتى تستطيع تحسين الصورة

الذهبية داخليا وخارجيا من حيث قدرة الدولة على تنظيم الاحداث الرياضية، ووجود العديد من المؤسسات الاعلامية الكبرى في مصر والجزائر بالإضافة إلى الهيئة العامة للاستعلامات والتي تمتلك القدرة على دعوة الصحفيين والإعلاميين من مختلف دول العالم للترويج للملف والقدرة التنظيمية القوية لمصر والجزائر عند استضافة بطولات عالمية، لذا يرى الباحث ضرورة تواجد مصر والجزائر بالصورة المطلوبة على المستوى الإعلامي الدولي وعرض إمكانياتها وقدراتها التنظيمية بالصورة الازمة وعمل برنامج دعائي للدولة وإمكانياتها الرياضية التنظيمية على المستوى الدولي وعمل فقرة إعلانية بأحدى القنوات الرياضية العالمية.

جدول (6)

النكرارات والنسب المئوية و(ك2) لاستجابات عينة البحث على عبارات المحور الرابع دور الاعلام الرياضي في ابراز الاستعدادات التنظيمية لاستضافة الاحداث الرياضية (ن=128)

ك	%	مجموع الدرجات المقدرة	غير موافق		موافق		العبارات	م
			%	النكرارا	%	النكرارا		
50.0	90.6	232	18.8	24	81.3	104	التعريف بوجود قواعد معلوماتية تكنولوجية من أجهزة وشبكات ومراكز معلومات .	1
92.8	96.9	248	7.8	10	93	119	التحذية نحو مراعاة عوامل الامن والسلامة الدولية للاعلاميين .	2
108.8	98.0	251	3.9	5	96.1	123	التحذية نحو استصدار التشريعات الرياضية الملائمة بشأن اتاحة الفرصة في جذب مستثمرين ورعاية للابحاث .	3
24.5	85.9	220	28.1	36	71.9	92	التحذية نحو وضع خطة اعلامية قومية تتکائف فيها كل وسائل الاعلام في الدولة للترويج لملف الاستضافة .	4
3.1	78.9	202	42.2	54	57.8	74	التنسيق بين مراكز الاعلام في المنشآت الرياضية التي تستعد لاستضافة	5

								الحدث.	
52.5	91.0	233	18.0	23	82	105		التعريف باهمية دور المتطوعين في تنظيم الاحادث الرياضية.	6
87.8	95.7	245	8.6	11	91.4	117		التنسيق مع وزارة الاتصالات وشركة تذكري لتدشين منظومة تشغيل عالمية تعمل على حجز التذاكر الكترونيا	7
18.0	84.4	216	31.3	40	68.8	88		الإعلان عن تفاصيل عمليات الحجز وشراء التذاكر للجمهور عن طريق الدخول إلى الموقع الالكتروني وعمل ID بطاقة مشجع FAN	8
4.5	79.7	204	40.6	52	59.4	76		متابعة الترتيبات الخاصة بحفل الافتتاح والختام مع اللجنة المنظمة للحدث.	9

قيمة (کا2) عند مستوى دلالة (0.05) = 5.99

يتضح من الجدول (6) أن النسب المئوية لاستجابات عينة البحث على المحور الرابع دور الاعلام الرياضي في ابراز الاستعدادات التنظيمية لاستضافة الاحادث الرياضية قد تراوحت ما بين (78.9%-95.7%) من الدرجة العظمى لهذه الاستجابات، ويرى الباحث ان تكنولوجيا الاعلام اثرت تأثيرا عظيما على الرياضة واصبح بفضل الاعلام الرياضة يمكن عرض مختلف الاحاديث والبطولات والمسابقات الرياضية وارتفاع بسبب العرض التليفزيوني الاجور والمرتبات والعقود والحوافز ووصل الامر ان الاعلام يؤثر على القوانين والتشريعات الخاصة بالرياضة فقد تم تعديل بعض بنود القوانين واللوائح الرياضية لتحقيق افضل اتصال ممكن وافضل بث تليفزيوني لقد جعل الاعلام من احداث الرياضة احداثا عالمية بكل المقاييس اصبح التقدم التكنولوجي يستخدم الان بشكل روتيني في الانتاج التليفزيوني ومن هذه الوسائل التكنولوجية الكاميرات الصغيرة واعادة النقل بالاقمار الصناعية وتكنولوجيا الشاشات المنفصلة والرسوم والخطط البيانية باستخدام الكمبيوتر والاعلان التخييلي احد مدخلات التكنولوجيا الحديثة في عالم الرياضة قد يعرف الناس الاعلانات التي توضع في الملاعب

الرياضية ويتم نقلها تليفزيونيا ولكن دخول الكمبيوتر لبرمجة الإعلانات وعرضها في توقيتات معينة تمثل تطبيقا حديثا لنظام الإعلانات في المباريات الرياضية.

قد أصبحت عائدات حقوق البث التلفزيوني أحد أهم المصادر المالية لتنمية موارد الأندية والاتحادات الرياضية التي تمثل مردودا اقتصاديا هاما في تنمية صناعة الرياضة، وان عائدات حقوق البث المتمثلة في حق بيع البث المباشر على الهواء أو المشفير أو البرامج التلفزيونية مع اللاعبين والمدربين والمؤتمرات الصحفية أصبحت مصدرا كبرا لتمويل الأندية والاتحادات الرياضية نظرا لتسابق الشركات العالمية لشراء تلك الحقوق.

3- الاستنتاجات والاقتراحات:

الاستنتاجات المرتبطة بالمحور الأول: دور الاعلام الرياضي في التعريف بالخدمات الاعلامية والمنشآت الرياضية :

1- التعريف بالمنشآت الرياضية واللاعب والاستادات ودرجة جودتها ومدى تناصها مع المقاييس العالمية

2- التعريف بأماكن اقامة الحدث ووضع مخطط تفصيلي لمكان اقامته والخدمات التي تُقدم لكافة المشاركين من لاعبين وفنين واداريين

الاستنتاجات المرتبطة المحور الثاني: دور الاعلام الرياضي في الترويج السياحي لاستضافة الاحداث الرياضية:

3- التعريف باهم المعالم السياحية والآثار التي تتمتع بها الدولة

4- المشاركة في ربط اماكن اقامة الاحداث الرياضية باهم الاثار السياحية وفق البرامج الزمنية المتاحة.

5- التوجية نحو وضع الاحداث الرياضية ضمن فعاليات وبرامج السياحة لدى شركات السياحة المحلية والعالمية.

الاستنتاجات المرتبطة بالمحور الثالث: دور الاعلام الرياضي في ابراز الامكانيات التنظيمية والمادية والبشرية الازمة للترويج لاستضافة الاحداث الرياضية

6- تأكيد وابراز التأييد الحكومي من رئيس الدولة ورئيس الوزراء ووزارة الشباب والرياضة نحو استضافة الحدث الرياضي.

7- ابراز دور الحكومة في تقديم الضمانات والتعهدات المطلوبة عند اعداد ملف الاستضافة

8- ابراز القدرات المالية للدولة المضيفة للحدث الرياضي والمخصصات المالية الكبيرة للإعلان والترويج الفعال.

الاستنتاجات المرتبطة بالمحور الرابع: دور الاعلام الرياضي في ابراز الاستعدادات التنظيمية لاستضافة الاحادث الرياضية:

9- التعريف بوجود قواعد معلوماتية تكنولوجية من أجهزة وشبكات ومرافق معلومات.

10- التوجية نحو مراعاة عوامل الامن والسلامة الدولية للاعلاميين.

11- التوجية نحو استصدار التشريعات الرياضية الملائمة بشان اتاحة الفرصة في جذب مستثمرين ورعاة للاحادث.

قائمة المصادر والمراجع المعتمدة في الدراسة

1- أحمد محمد مصطفى: نموذج مقترن لتخطيط أحداث رياضية عالمية في جمهورية مصر العربية، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية الرياضية بنين ، جامعة حلوان، القاهرة ،2009.

2- إسماعيل حامد، وأخرون : دليل الدوره الرياضية العربية الحادية عشر، جامعة الدول العربية ، الاتحاد العربي للألعاب الرياضية، مطابع الشرطه للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، 2007 م.

3- جامعة الدول العربية : الاتحاد العربي للألعاب الرياضية: لائحة الدورات الرياضية العربية، الدورة الرياضية العربية الحادية عشر- مصر 2007 م .

4- خالد إبراهيم عبد العاطي: أساليب مقترحة لتسويق البطولات الرياضية بجمهورية مصر العربية، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية الرياضية للبنين ، جامعة حلوان، القاهرة ، 2000 م.

5- عز الدين محمد أحمد: دراسه تحليليه للصراعات العربية – العربية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان، القاهرة، 2007 م.

6- كمال درويش، إسماعيل حامد: التنظيمات في المجال الرياضي، دار السعاده للطباعة، الطبعه الأولى، القاهرة، 1999 م.

7- كمال الدين درويش، ومحمد صبيح حسنين: موسوعة متجهات إدارة الرياضة في مطلع القرن الجديد، الطبعه الاولى، دار الفكر العربي، 2004.

- 8- كمال درويش، إسماعيل حامد: إدارة المنافسات والمسابقات الرياضية ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، 1999 م .
- 9- محمد رجب جبريل " ترويج البطولات والمسابقات الرياضية بإستخدام المفهوم الحديث للتسويق " رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية الرياضية بنين ، جامعة حلوان، القاهرة ، 2001 م .
- 10- محمد فوزي عبد المنعم: "ميثاق إعلامي مقترن للحركة الرياضية بجمهورية مصر العربية في ظل ثورات الربيع العربي" رسالة ماجستير غير منشورة كلية التربية الرياضية بنين ، جامعة حلوان، القاهرة 2014
- 11- محمد رجب جبريل: الخطة الاستراتيجية لتسويق البطولات والمسابقات الرياضية "رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية التربية الرياضية بنين ، جامعة حلوان ، القاهرة ، 2005 م .
- 12- محمود حسن عبد الله :نموذج مقترن لإدارة الدورات الرياضية والبطولات العالمية بجمهورية مصر العربية " رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية التربية الرياضية للبنين ، جامعة حلوان ، القاهرة، 2008 م.
- 13- ناديه لطفي عبد الفتاح معاوض : تنظيم الدورات الرياضية الأوليمبية وإنعكاساتها إقتصاديا علي الدولة المضيـفـه " رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية الرياضية للبنات، جامعة الاسكندرية، 2008 م.
- 14- نبيل صالح وافي، صالح موفق، سليمان لاوسين : التناول الإعلامي لمنافسات كاس افريقيا للعام العشرين لكرة اليد المقامـةـ بالـمـغـرـبـ منـ خـلـالـ الصـحـافـةـ الـرـياـضـيـةـ المـكـتـوـبـةـ دراسة تحليلية لجريدة الشروق اليومي، مجلة الابداع الرياضي، المجلد الثالث، العدد الاول، معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، 2012 م.
- 15- نور الدين دحـمارـ : التـناـولـ الإـعـلـامـيـ لـلـأـزـمـاتـ الـرـياـضـيـةـ فـيـ الصـحـافـةـ الـعـرـبـيـةـ .ـأـزـمـةـ مـبـارـاتـ الـجـزـائـرـ وـمـصـرـ 2010ـ نـمـوذـجاـ،ـ بـحـثـ عـلـىـ مـنـشـورـ،ـ مـجـلـةـ الـابـدـاعـ الـرـياـضـيـ،ـ العـدـدـ الـرـابـعـ،ـ معـهـدـ عـلـومـ وـتـقـنـيـاتـ الـنـشـاطـاتـ الـبـدـنـيـةـ،ـ جـامـعـةـ مـحـمـدـ بـوـضـيـافـ،ـ الـمـسـيـلـةـ،ـ الـجـزـائـرـ،ـ 2013ـ مـ.

- 16- Platonova Elena – A: the relationship among human resource management, organizational culture, and organizational performance, the university of Alabama, USA, 2005 .
- 17-Frisby, W: The organizational structure and effectiveness of Canadian national sport government bodies unpublished PH.D, university of waterloo, Ont., Canada, 1983.
- 18- IOC : Olympic charter, 2010 .
- 19- Meier . R: neo – corporation structure in the relationship between sport and government, the case of the federal republic of Germany.
- 20- Roger Jackyom : Sport administration manual , olympic solidarity, IOC, Mc, Are printing, Calgary, Alberta, Canada, 2005 .
- 21-Yoshioka, C: Organizational motives of public nonprofit and commercials leisure service agencies, journal of applied recreation research, vol. 15 no. 2, Waterloo, Ont, Canada, 1990 .
- 22-Defleur,M "Foundations of the job satisfaction in the Media industries.journal of Education 1992"
- 23- Chateaureynaud, y. :- Sport – new stakes power at the local level , Journal des Sciences et techniques des activités physiques et sportive, Vol.10, No.20 , Grenoble , France , 1989
- 24- Weiss. O: International review for the Sociology of sport, Munich 31, 1996.
- 25-Turuco , D-M & Navarro ,R ;- Evaluating the economical effect and the financial outcome on investment of national event , 1993 .
- 26-Parasuraman, A. Zeithand, V.A. Barry L, L: "Communication and Control Process in the delivery of service quality, Journal of Marketing", Vol, 52 April 1988.