

عوامل و متطلبات زيادة العوائد الاقتصادية للمؤسسات الصحفية الرياضية

أ.د/ أماني محمد محسن الشريف

أستاذ بقسم الإدارة الرياضية

كلية التربية الرياضية للبنين - جامعة حلوان

م.د/ عبد الله مصطفى عبد العظيم فرماوي

مدرس دكتور بقسم الإدارة الرياضية

كلية التربية الرياضية للبنين - جامعة حلوان

الباحث / إسلام عبدالعال أحمد علي مهدي

باحث دكتوراه بكلية علوم الرياضة للبنين

جامعة حلوان

Doi: 10.21608/jsbsh.2025.356273.2958

مقدمة ومشكلة البحث

يعتبر تحول المؤسسات الإعلامية الرياضية إلى صناعة ضخمة أمرًا يتطلب توفير موارد ورؤوس أموال كبيرة، مما يمكنها من الاستمرار في أداء عملها ومواجهة المنافسة الإعلامية، خاصة مع التطورات العلمية التي تؤثر على جميع القطاعات، بما في ذلك الإعلام، لذا تسعى كل مؤسسة إعلامية بما في ذلك الصحف الرياضية إلى إيجاد آليات عملية تهدف إلى زيادة دخلها و أرباحها لضمان استمرار استدامتها و يتطلب ذلك تعديل ميزانها التجاري من خلال زيادة الموارد أو تقليل المصروفات، و لكي تتمكن المؤسسة الصحفية من أداء رسالتها وتحمل مسؤولياتها تجاه موظفيها و المجتمع، فهي تحتاج إلى مصادر تمويل لتغطية تكاليف إصدار صحفها وتحقيق الربح.

و الصحافة الرياضية بمثابة الناطق للإعلام الرياضي و ذات أهمية كبيرة بتأثيرها على الوسط الرياضي بمختلف مكوناته و على المجتمع بآثره، من لاعبين و حكام و الجماهير التي تهتم بالرياضة، و ذلك من خلال تثقيف الجماهير و تزويدها بالمعلومات الهامة حول الأحداث الرياضية و كذلك التشريعات والقوانين الخاصة بالرياضة، كما أنها تعمل على كشف الانحرافات التي قد تحدث، مع توضيح مفهوم السلوك الرياضي و العمل على نشر الروح الرياضية و الابتعاد عن التعصب و الكراهية، و أهمية دورها الرقابي على الاتحادات و الأندية و الهيئات الرياضية المختلفة. (٤: ٦٦-٦٥)

يشير مصطلح "مصادر تمويل الصحف" إلى جميع العائدات المالية للمؤسسة، سواء الناتجة عن بيع الصحيفة للقراء والمعلنين، أو تلك الناتجة عن نشاطاتها الخدمية والاستثمارية الإضافية، أو المساعدات التي تتلقاها، و يُعتبر تمويل الصحف جزءًا أساسيًا من صناعة الكلمة المطبوعة، حيث إن هذه المؤسسات تستهدف الربح، مما يسهم في تطوير شكل الصحيفة و توسيع محتواها،

المؤسسات الإعلامية الصحفية الرياضية تمرّ بمرحلة تحول كبيرة نحو صناعة ضخمة تتطلب موارد و رؤوس أموال كبيرة، هذا التحول يأتي في ظل المنافسة الشديدة و التطورات العلمية و التكنولوجية التي تؤثر على جميع القطاعات بما في ذلك الإعلام.

إن الإيرادات الخاصة بإصدار صحيفة لا تتمثل فقط في العائدات المالية المتأجلة من بيع نسخها إلى القراء أو مساحات الإشهار إلى المعلنين إنما تتمثل في كل مصادر التمويل المرتبطة بتصنيع الصحيفة سواء بطريقة مباشرة كعائدات التوزيع و الإعلان أو غير مباشرة مثل عائدات النشاطات الخدمية و الاستثمارية أو المساعدات و على العموم يمكن حصر مصادر تمويل المؤسسات الصحفية في:

١. إيرادات تسويق الصحيفة عائدات التوزيع.
 ٢. إيرادات بيع المساحات الإعلانية في الصحيفة (عائدات الإعلانات).
 ٣. المساعدات المالية التي قد تتلقاها المؤسسات الصحفية من جهات مختلفة (حكومية، حزبية، الشركات، الأفراد) أو ما يسمى "الدعم"
 ٤. الأنشطة التجارية الاستثمارية التي قد تمارسها بعض المؤسسات الصحفية، سواء كانت مرتبطة بالعمل الصحفي أو تجارية أو استثمارية بحتة.
- إن مهمة التوزيع لا تتوقف عند مجرد بيع الصحيفة إلى القارئ بل تصل إلى دراسة رغباته و احتياجاته و طرق التوزيع و سياساته و مشكلاته و تقديمها لإدارة الصحيفة لترجمتها في منتج صحفي يلبي هذه الرغبات و الاحتياجات، و يحقق أرقاماً توزيعية مرتفعة أي إيرادات توزيعية مرتفعة، و تلخص مشكلة البحث في ضائلة الإيرادات ومصادر العوائد الاقتصادية.
- حيث انه في ظل التطورات التكنولوجية السريعة والتحول الرقمي الذي يشهده العالم، تواجه المؤسسات الصحفية الرياضية تحديات كبيرة في زيادة عوائدها الاقتصادية. هذه التحديات تشمل التغيرات في أنماط استهلاك المحتوى الإعلامي، وزيادة الاعتماد على الذكاء الاصطناعي، وضرورة تطبيق مبادئ الحوكمة لتحسين الأداء المؤسسي. بالإضافة إلى ذلك، فإن التغيرات البيئية والسياسية، أثرت بشكل كبير على طبيعة التغطية الصحفية الرياضية وعلى مصادر الإيرادات التقليدية لهذه المؤسسات.
- وبتحليل نتائج الدراسات السابقة وجد الباحثون أنه توجد عدة عوامل تؤثر على زيادة العوائد الاقتصادية للمؤسسات الصحفية الرياضية، منها: التحديات التكنولوجية: كما أشارت إليه دراسة سهيل محمد الأسونجي (٢٠٢٢م)، فإن التحول الرقمي يفرض تحديات تقنية وعملية على المؤسسات الإعلامية الرياضية، مما يتطلب تطوير أدوات وتقنيات حديثة لمواكبة هذا التحول، كذلك تأثير الذكاء الاصطناعي حيث أظهرت دراسة الجيار (٢٠٢١م) أن الذكاء الاصطناعي له تأثير كبير على المنتج الإعلامي، حيث يمكن أن يساهم في تحسين جودة المحتوى وتقليل التكاليف، ولكنه أيضاً قد يشكل تهديداً للوظائف

التقليدية في الصحافة ، فضلا عن الحوكمة والإدارة : حيث أشارت نتائج دراسة شيماء نبيل عبدالحميد محمد (٢٠٢١م) إلى أن عدم تطبيق مبادئ الحوكمة في المؤسسات الإعلامية يؤدي إلى ضعف في الإدارة وعدم تحقيق العوائد الاقتصادية المطلوبة. كما أكدت دراسة جيهان سيد أحمد يحيي (٢٠٢١م) على أهمية تطبيق مبادئ الحوكمة لتحسين أداء المؤسسات الإعلامية. وكذلك التغيرات البيئية والسياسية : حيث أظهرت دراسة نسمة كمال فايق (٢٠١٤م) أن الأوضاع السياسية والاقتصادية تؤثر سلبًا على مستقبل الصحافة الرياضية، مما يتطلب تطوير استراتيجيات جديدة لزيادة العوائد الاقتصادية. وايضا التخطيط الاستراتيجي :حيث أشارت نتائج دراسة (Aldo Van Weezel 2009) إلى أن التخطيط الاستراتيجي يسهم في تحسين أداء المؤسسات الصحفية، خاصة في البيئات المتغيرة، مما يمكن أن يؤدي إلى زيادة العوائد الاقتصادية. وبناءا علي ما تقدم يحاول الباحثون الوصول إلى أهم الخطوات التي يمكن من خلالها زيادة العوائد الاقتصادية للمؤسسات الصحفية الرياضية

أهمية البحث و الحاجة إليه:

١. التعرف على الطرق و الأساليب التي يمكن من خلالها زيادة العوائد الاقتصادية للمؤسسات الصحفية الرياضية.
٢. أن هذه الطرق سوف تسهم في استدامة المؤسسة و المحافظة على تواجدتها في ساحة المؤسسات الإعلامية الصحفية الرياضية.

أهداف البحث:

١. يهدف البحث إلى التعرف علي " عوامل و متطلبات زيادة العوائد الاقتصادية للمؤسسات الصحفية الرياضية "

تساؤلات البحث:

١. ما هي عوامل ومتطلبات نمو العوائد الاقتصادية للمؤسسات الصحفية الرياضية؟

مصطلحات البحث:

المؤسسة الصحفية

تعرف المؤسسة الصحفية بأنها المنشأة أو الهيئة التي تتولى إصدار الصحف أو الصحيفة، و تتخذ هذه الوحدة الاقتصادية الشكل القانوني وتختار الكيان الإداري الذي يتناسب مع اعتبارات كثيرة.

(١٧:٦)

إقتصاديات الإعلام

كما تعرف إقتصاديات الإعلام كذلك بأنها ذلك الإختصاص الذي يدرس كل ماله علاقة بتمويل وسائل الإعلام من ناحية رأس المال و الإيرادات و المصروفات للوسيلة الإعلامية من أجل إدارتها إدارة إقتصادية ناجحة بهدف إبقاء المشروع إبقاء المشروع الإعلامي و إنجاحه إقتصادياً. (٣:٣٤)

المؤسسات الإعلامية

يطلق مفهوم المؤسسة الإعلامية على الإعلام بشكل عام وهو مفهوم يُستخدم لوصف أي مؤسسة تجارية أو وسيلة أو منظمة رسمية أو غير رسمية، ربحية أو غير ربحية، وتأخذ على عاتقها مهمة نقل المعلومات ونشر الأخبار، ولقد اتخذ الإعلام شكلاً أكثر حداثة اليوم عما كان عليه من قبل بفضل التكنولوجيا وبرمجيات التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي. (٢٢:٧)

الدراسات المرجعية:

أولاً: الدراسات المرجعية العربية

١. دراسة سهيل محمد الأسونجي (٦)، ٢٠٢٢م بعنوان: تحديات الإعلام الرياضي في مواجهة التحول الرقمي الحديث.

هدفت الدراسة إلى تحديد بعض التحديات التي تواجه الإعلام الرياضي في التكنولوجي في التحول الرقمي الحديث، فضلاً عن الكشف عن التحديات التكنولوجية التي تواجه القائمين بالإعلام الرياضي، والتحديات المادية التي تواجه القائمين بالاتصال لتحقيق التطور، كما هدفت الدراسة إلى الوقوف على كيفية مواجهة التطور التكنولوجي في الإعلام الرياضي، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، حيث تم تطبيقها على عينة عشوائية قوامها (٢٥٠) مفردة، بواقع (١٢٥) من الذكور، و(١٢٥) من الإناث، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، من أهمها؛ وجود العديد من التحديات التي واجهت المؤسسات الإعلامية تجاه تطور التحول الرقمي بالنسبة للعاملين والإمكانات التقنية، فضلاً عن التحديات العلمية والعملية التي واجهت المؤسسات الإعلامية الرياضية والأفراد بالمنظومة، وعلى الرغم من تلك التحديات أكدت نتائج الدراسة على زيادة مستويات الوعي بالنسبة لأفراد المجتمع بمعرفة بماهية التحول الرقمي، وأوجه استخداماته، كما شهد أداء العاملين في مجال الإعلام الرياضي تطوراً ملحوظاً في مجال أدوات التحول الرقمي الحديثة، الأمر الذي يستوجب عمل اختبارات دورية لكل العاملين في مجال الإعلام الرياضي للوقوف على مدى معرفتهم وثقافتهم، بالإضافة إلى تنظيم دورات تدريبية للعاملين بمجال الإعلام الرياضي لمواكبة التطور التكنولوجي الحديث، والعمل على تجهيز المؤسسات الإعلامية بالتكنولوجيا الحديثة وتدريب العاملين بها.

٢. دراسة الجيار، سلوى علي ابراهيم (٢) (٢٠٢١) بعنوان "الاتجاهات الحديثة في بحوث تأثير الذكاء الاصطناعي على المنتج الإعلامي" وقد هدفت الدراسة إلى تقديم رؤية نقدية مقارنة من خلال رصد و تحليل الاتجاهات الحديثة في مجال بحوث تأثير الذكاء الاصطناعي على المنتج الإعلامي على مستوى الدراسات العربية و الأجنبية من مختلف المدارس البحثية على مستوى العالم في الفترة من ٢٠١٥م و حتى ٢٠٢٠م، واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي ، و اعتمدت على أسلوب التحليل الكيفي، و توصلت إلى تنوع الاتجاهات البحثية لبحوث تأثير

الذكاء الإصطناعي على المنتج الإعلامي خلال الفترة من عام ٢٠١٥م وحتي عام ٢٠٢٠م، و تصدر قائمة الإهتمامات دراسات تأثير الذكاء الإصطناعي في مجال الصحافة بنسبة بلغت (٥١,٧٪)، كما أشارت النتائج في إطار التدفق التكنولوجي المستمر أنه سيكون للثورة الرقمية تأثيرات سلبية، لذلك يوصي العرض التحليلي بضرورة الانتباه لخطورة تأثير الذكاء الإصطناعي على المنتج الإعلامي بإجراء مزيد من الأبحاث، و خاصة أن التوقعات المستقبلية تؤكد استمرار استخدامها و الاعتماد عليها بشكل كبير.

٣. أجرت "شيماء نبيل عبدالحמיד محمد" (٧) (٢٠٢١م) دراسة بعنوان "تقييم معايير حوكمة المؤسسات الإعلامية في مصر"

و قد هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى إدراك المسؤولين بالمؤسسات المالية لمفهوم الحوكمة و إدارة المؤسسات، و قد استخدمت الباحثة المنهج الكيفي من خلال تطبيق مدخل تحليل الخطاب، و قد اشتملت عينة الدراسة على صحف يومية ذات أنماط ملكية مختلفة، (الأهرام القومية- المصرية بالنسبة للخاصة- و الوفد للحزبية)، وأما عن مجتمع الدراسة فهو عبارة عن جميع النخب الأكاديمية الجامعية المتخصصة في المجال الإعلامي، و جميع النخب المهنية العاملة في المؤسسات الإعلامية، واستخدمت الباحثة أستمارة الاستبيان و المقابلة الشخصية كأدوات لجمع البيانات، وكانت من أهم إستنتاجات الدراسة هو عدم الإدراك الكلي للعاملين بالمؤسسات بمفهوم الحوكمة، و عدم تطبيق الحوكمة كنظام لإدارة المؤسسات، و كانت من أهم التوصيات هي الإستعانة بالخبراء لتوعية العاملين بالمؤسسات بمفهوم الحوكمة، حث المؤسسات على تطبيق الحوكمة كأسلوب للإدارة.

٤. أجرت نسمة كمال فايق (١١) (٢٠١٤م) العوامل المؤثرة على مستقبل الصحافة الرياضية المتخصصة في مصر خلال الفترة من ٢٠١١م حتى ٢٠٢١م.

هدفت الرسالة إلى التعرف على الواقع الحقيقي للصحافة الرياضية في مصر بما يتضمنه من طبيعة مضمونها الرياضي المقدم للجمهور و من ثم يتطرق إلى الصحفي الرياضي، كما هدفت للكشف عن العوامل المؤثرة على واقع و مستقبل الصحافة الرياضية خلال السنوات القادمة من ٢٠١١م حتى ٢٠٢١م، و المقارنة بين توقعات الخبراء و الجمهور لمستقبل الصحافة الرياضية، و استخدمت الباحثة منهج المسح الإعلامي لملائمته لطبيعة البحث و المنهج المقارن لرصد أوجه التباين بين عناصر الظاهرة المدروسة، و من أهم أدوات جمع البيانات أسلوب دلفي لجمع البيانات و أسلوب كتابة السيناريو و المقابلة المتعمقة و استمارة الاستبيان، و تكون مجتمع البحث من عينة الخبراء ١٥٠ مفردة من الاعتبار العلمية، و تم تحديد حجم العينة ليكون ٢٠٠ مفردة من الجمهور قراء الصحف الرياضية، و كانت من أهم النتائج

- اتفاق كلاً من الخبراء و القراء على التأثير السلبي للأوضاع السياسية الحالية على مستقبل الصحافة

الرياضية.

- اختلاف الخبراء و القراء حول مدى قدرة الصحافة الرياضية على منافسة مؤسسات الإعلام الرياضية الأخرى.
 - اتفاق كلاً من الخبراء و القراء على أن معدلات قارئ الصحف الرياضية ستقل خلال السنوات القادمة.
٥. دراسة (جيهان سيد أحمد يحيي) (٣) ٢٠٢١م بعنوان: استخدام مبادئ الحوكمة في تطوير أداء المؤسسات الإعلامية.

هدفت الدراسة إلى التعرف على أهم مبادئ الحوكمة لدى القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلامية، وتحديد اتجاهات القائم بالاتصال نحو مبادئ الحوكمة في المؤسسات الإعلامية عينة الدراسة، بالإضافة إلى رصد أوجه المشاركة في رسم السياسة الإعلامية بالقطاع الذي ينتمي إليه القائم بالاتصال في ضوء تطبيق مؤسسته لمبادئ الحوكمة، والكشف عن تأثير تطبيق مبادئ الحوكمة على أداء العاملين بالمؤسسة الإعلامية عينة الدراسة، فضلاً عن رصد أهم أوجه التطور في مؤسسات القائم بالاتصال الإعلامية نتيجة لممارسة مبادئ الحوكمة، وقياس مستويات استخدام مبادئ الحوكمة في تطوير أداء المؤسسات الإعلامية، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، من خلال الاعتماد على أسلوب المسح، حيث تم تطبيقها على عينة قوامها (٢٠٠) مفردة من القائمين بالاتصال بالمؤسسات الإعلامية، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، من أهمها؛ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين القائمين بالاتصال في استخدام مبادئ الحوكمة لتطوير مؤسساتهم الإعلامية تبعاً لسنوات الخبرة، كما تؤكد النتائج صحة الفرض الثاني الخاص بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين القائم بالاتصال في استخدام مبادئ الحوكمة لتطوير مؤسساتهم الإعلامية وفقاً لطبيعة المؤسسة الإعلامية التي يعمل بها، وفيما يتعلق بآراء القائمين بالاتصال عينة الدراسة في مبدأ الكفاءة (أحد مبادئ الحوكمة داخل مؤسساتهم الإعلامية)، فقد جاءت كما يلي: جاءت عبارة تضع المؤسسة معايير تحدد عضوية أعضاء مجلس الإدارة في المؤسسة في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (٢.٤٥٥) ، ثم كلاً من عبارة (يضم مجلس الإدارة أعضاء يتمتعون بتأهيل علمي وخبرة في المجال الإعلامي)، وعبارة (يتم تقييم كفاءة وأداء مجلس إدارة المؤسسة طبقاً لما تم تحقيقه من أهداف إستراتيجية للمؤسسة) بمتوسط حسابي (٢.٣٢٠)، تلاه عبارة (الفصل بين الوظيفة التنفيذية ورئاسة مجلس الإدارة) بمتوسط حسابي (٢.٠٩٥)، وأخيراً جاءت عبارة (يتم انتخاب أعضاء مجلس الإدارة من خلال جزائهم الإدارية التي يتمتعون بها بمتوسط حسابي (٢.٠٨٥)).

ثانياً: الدراسات المرجعية الأجنبية

١. دراسة Sean R.Sadri and Others (١٤) ٢٠٢١م، بعنوان " المحتوى المقدم في الصحافة

الرياضية عقب انتشار فيروس كورونا"

وقد هدفت الدراسة إلى التعرف على خصائص و طبيعة التغطية الصحفية للأحداث الرياضية بعد انتشار فيروس كورونا، و بالتطبيق على أربعة فترات زمنية مختلفة (من ١ مارس - ٣١ مايو ٢٠١٩م) ومن (١ مارس ٢٠٢٠م - مايو ٢٠٢٠م)، و باستخدامه لنظرية التأطير الاجتماعي، و استخدم الباحث المنهج المسحي الإعلامي، و استخدم تحليل المضمون كأداة جمع البيانات ل ٨٠٠ مقالة إخبارية رياضية لصحف (لوس انجلوس تايمز - فوكس نيوز - فيلادلفيا إنكويرر - واشنطن بوست - وول ستريت جورنال - يو اس اي توداي - إس إن بي سي - نيويورك تايمز) و كانت من أهم نتائج الدراسة، شهدت الأخبار الرياضية تحولاً كبيراً في التغطية الصحفية عقب انتشار فيروس كورونا.

٢. أجرى **جينوفيز Genovese (١٣) ٢٠١٠م**، دراسة بعنوان " تأثيرات وسائل الإعلام الرياضي المعاصر " ، و قد هدفت الدراسة إلى التعرف على التأثيرات التي أحدثتها وسائل الإعلام الجديدة في وسائل الإعلام الرياضي ، خاصة القنوات التلفزيونية الرياضية ، وتحديد أبرز التحديات التي يمكن أن تواجهها تلك القنوات ، جاءت أهم نتائجها أن وسائل الإعلام الجديدة ساعدت على تطوير القنوات التلفزيونية الرياضية كما أنها ساعدت الإعلاميين الرياضيين في معالجة الأحداث الرياضية في العالم بشكل أكثر عمقاً بالرغم من زيادة تعقيد عمل تلك الوسائل.

٣. أجرى **Aldo Van Weezel (١٢) ٢٠٠٩م**، دراسة بعنوان "تأثير التخطيط الاستراتيجي على أداء المؤسسات الصحفية التي تواجه بيئة متغيرة، و تعرفت على مدى الارتباط بين وضع الاستراتيجيات في ريادة الأعمال و أداء المؤسسات الصحفية الإيجابي من خلال بعدي البنية التنظيمية و العوامل البيئية، و ذلك من أجل الوصول إلى أفضل الظروف لصناعة الصحف، و استخدم الباحث المنهج المهجن و دراسة الحالة لثلاث مؤسسات صحفية من دول (المكسيك و كولومبيا و تشيلي) و استخدم الباحث المقابلات المتعمقة مع ٦٩ مفردة من كبار مسؤولي المؤسسات الصحفية كأداة لجمع البيانات، و كانت من أهم الاستنتاجات أن المؤسسات التي تستخدم اسلوب إدارة التخطيط الاستراتيجي و خاصة استراتيجية ريادة الأعمال تحقق أداءً أفضل من المؤسسات الأخرى، و أن استخدام التخطيط الاستراتيجي ساعد في التميز لهذه المؤسسات من خلال تعزيز الأداء و تحقيق تغيرات في البنية التنظيمية و تحقيق أفضل مستوى من التكامل التنظيمي.

إجراءات البحث:

منهج البحث: استخدم الباحثون المنهج الوصفي (الدراسات المسحية) و ذلك لملائمته لطبيعة البحث

مجتمع البحث:

يمثل مجتمع البحث الفئات التالية: السادة مديري التحرير و المحررين و السادة رؤساء قسم الإعلام الرياضي ببعض الجرائد القومية و الجرائد الحزبية و الجرائد الخاصة (الأهرام/ الجمهورية / الوفد / الدستور/ اليوم السابع/ الشروق).

عينة البحث: قام الباحث باختيار عينة البحث بالطريقة العمدية الفئات التالية:

السادة مديري التحرير و رؤساء قسم الإعلام الرياضي و المحررين بالجرائد القومية والجرائد الحزبية و الجرائد الخاصة. وقد بلغ عددهم (١٥٠) فردا كما استعان الباحثون بعدد (٣٠) فردا كعينة استطلاعية لأجراء المعاملات العلمية للبحث (الصدق - الثبات)

أدوات جمع البيانات: تم استخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات وذلك بإتباع الخطوات التالية :

قام الباحثون بتحليل المتاح من المراجع والدراسات العلمية المتخصصة في مجال الاعلام والعوائد الاقتصادية بهدف التوصل إلى مجموعة من المعلومات والمعارف العلمية المرتبطة بمتغيرات البحث ، بهدف تحديد المحاور والعبارات المناسبة لها ، وفي ضوء ذلك تم تحديد عدد (٢) محور مشتملا على (٢٣) عبارة ، كما تم تحديد ميزان تقدير خماسي للاستبيان (٥ - ٤ - ٣ - ٢ - ١) .

قام الباحثون بإجراء بعض المقابلات مع الخبراء وبلغ عددهم (٥) خبراء ، وذلك لاستطلاع رأيهم في مدى مناسبة المحاور لموضوع الدراسة وعلى طبيعة العبارات المنتمية لكل محور وفي أسلوب صياغتها ، وكذلك استطلاع رأيهم في تحديد ميزان التقدير المناسب للاستمارة .

المعاملات العلمية : قام الباحثون بأجراء صدق وثبات الاستبيان بالطرق العلمية التالية :

١. الصدق :

أ- صدق المحتوى : تم عرض الاستبيان على مجموعه من الخبراء (*) عددهم (٥) في مجال الإدارة الرياضية بكلية التربية الرياضية بجامعة حلوان و التطبيقيين من الجرائد القومية لاستطلاع رأيهم في مدى مناسبة المحاور لموضوع الدراسة وعلى طبيعة العبارات المنتمية لكل محور وفي أسلوب صياغتها ، وكذلك استطلاع رأيهم في تحديد ميزان التقدير المناسب للاستمارة.

صدق الاتساق الداخلي : لحساب صدق الاتساق الداخلي للاستبيان قام الباحث بتطبيقه على عينة قوامها (٣٠) ثلاثون فرداً من مجتمع البحث ومن غير العينة الاساسية ولها نفس المواصفات ، ثم قام الباحث بحساب معامل الارتباط بيرسون كما يلي :

- قد تم حساب معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات الاستبيان والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه

- كما تم حساب معاملات الارتباط بين مجموع درجات كل محور والدرجة الكلية للاستبيان ، والجدول التالية توضح النتيجة على التوالي .

جدول (١) معامل الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات المحور الأول: المؤسسات الإعلامية الصحفية الرياضية (الواقع - التحديات) والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه (ن = ٣٠)

م	العبارات	معامل الارتباط بالبعد
١	المؤسسات الإعلامية الصحفية الرياضية هي مرآة للواقع الرياضي تواجه تحديات تؤثر على قدرتها في تقديم محتوى ينافس عالمياً.	٠.٥٠٧
٢	في ظل التحولات الاقتصادية والتكنولوجية تكافح المؤسسات الصحفية الرياضية للتمسك بدورها كمصدر موثوق لنقل و تحليل الأخبار.	٠.٤٦٠
٣	بين ضعف التمويل والضغط التنظيمية تعيش المؤسسات الإعلامية الرياضية تحدياً مزدوجاً لتحقيق الاستدامة و الجودة.	٠.٧٨٢
٤	الواقع الذي تواجهه المؤسسات الإعلامية الرياضية يتطلب رؤى جديدة وإستراتيجيات مبتكرة للتغلب على التحديات.	٠.٤٧٣
٥	تحديات الإعلام الرياضي اليوم ليست فقط اقتصادية بل تشمل الحفاظ على المصداقية والتفاعل مع جمهور متطلب و متغير.	٠.٦٦٤
٦	رغم التحديات تظل المؤسسات الصحفية الرياضية قادرة على قيادة التطوير الإعلامي إذا تبنت الكفاءات الإبداعية.	٠.٦١٥
٧	المؤسسات الإعلامية الصحفية الرياضية بين مطرقة التطورات التكنولوجية و نقص الموارد تسعى لإيجاد حلول مستدامة.	٠.٦٩٩
٨	واقع الإعلام الرياضي يعكس تحديات عصرنا الحالي لكن بإمكان هذه المؤسسات أن تكون نقطة تحول لرياضة أكثر وعياً.	٠.٤٥٣
٩	صيانة ماكينات الطباعة أحد الأعباء المالية الكبيرة على المؤسسة	٠.٦٤١
١٠	زيادة تكلفة المواد الخام للمطبوعات يؤثر على أعداد النسخ المطبوعة	٠.٧٥٢
١١	تكاليف الإدارة و التشغيل تهدد استدامة المؤسسة الصحفية المطبوعة	٠.٥٢٨
١٢	في زمن التحولات السريعة تحتاج المؤسسات الصحفية الرياضية إلى إعادة النظر في أساليبها لتظل قادرة على المنافسة.	٠.٤٢٠

قيمة ر الجدولية عند مستوى دلالة ٠.٠٥ = ٠.٣٦١

يتضح من جدول (١) ان معامل الارتباط بين كل عبارة من العبارات والمجموع الكلي للمحور الاول قد تراوحت ما بين (٠.٤٢٠ الي ٠.٧٨٢) وبمقارنة قيمة (ر) المحسوبة بقيمة (ر) الجدولية يتضح وجود ارتباط دال احصائيا بين العبارات والمجموع الكلي للمحور وبذلك يصبح عدد عبارات المحور الاول (١٢) عبارات والنتائج تدل على ان عبارات المحور الاول تتسم بدرجة عالية من الصدق .

جدول (٢) معامل الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات المحور الثاني: متطلبات نمو العوائد الاقتصادية للمؤسسات الصحفية الرياضية والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه (ن = ٣٠)

م	العبارات	معامل الارتباط بالبعد
١	تعزيز جودة المحتوى الصحفي ليكون أكثر عمقاً و تحليلاً	٠.٤٥٠
٢	الاستفادة من التكنولوجيا الرقمية لتقديم محتوى تفاعلي سريع موجه للفئات المستهدفة عبر منصات متعددة.	٠.٤٣١
٣	الابتكار في تقديم الخدمات الإعلامية لتغطية الأخبار الرياضية.	٠.٦٣٣
٤	التركيز على تطوير الكفاءات البشرية عبر التدريب المستمر للصحفيين الرياضيين على أحدث تقنيات الإعلام و التحليل.	٠.٥١٨
٥	إقامة شراكات استراتيجية مع الأندية و الهيئات الرياضية لزيادة الانتشار الإعلامي.	٠.٥٤٣
٦	تحسين إدارة الموارد المالية عبر تبني نماذج تمويل مبتكرة مثل الاشتراكات الرقمية و الإعلانات الموجهة.	٠.٥٣٩
٧	زيادة التركيز على التحليل البياني و استخدام الإحصائيات لتقديم تقارير دقيقة و شاملة تعزز قيمة المحتوى الصحفي.	٠.٥٠٩
٨	العمل على تعزيز الاستقلالية التحريرية لضمان تقديم محتوى موضوعي و محايد يجذب ثقة الجمهور .	٠.٧٠٥
٩	تطوير أدوات القياس و التقييم لتحليل الأداء بشكل دوري و تحديد نقاط التحسين اللازمة.	٠.٦١٣
١٠	تعزيز التفاعل مع الجمهور بالمحتوى المخصص و استطلاعات الرأي مما يزيد من ولاء الجمهور و ثقته بالمؤسسة.	٠.٤٧٣
١١	الاتجاه نحو صحافة الاستقصاء يساهم في إقبال الجمهور على المؤسسة	٠.٤١٥

قيمة ر الجدولية عند مستوى دلالة ٠.٠٥ = ٠.٣٦١

يتضح من جدول (٢) ان معامل الارتباط بين كل عبارة من العبارات والمجموع الكلي للمحور الرابع قد تراوحت ما بين (٠.٤١٥ الي ٠.٧٠٥) وبمقارنة قيمة (ر) المحسوبة بقيمة (ر) الجدولية يتضح وجود ارتباط دال احصائيا بين العبارات والمجموع الكلي للمحور و بذلك يصبح عدد عبارات البعد الرابع (١١) عبارة والنتائج تدل على ان عبارات المحور الرابع تتسم بدرجة عالية من الصدق .

جدول (٣) معامل الارتباط بين المحاور والمجموع الكلي للاستبيان (ن = ٣٠)

م	المحاور	معامل الارتباط
١	المؤسسات الإعلامية الصحفية الرياضية (الواقع - التحديات)	٠.٨٤١
٢	متطلبات نمو العوائد الاقتصادية للمؤسسات الرياضية	٠.٨٢٣

قيمة (ر) الجدولية عند درجة حرية (٢٨) وعند مستوى معنوية (٠.٠٥) = ٠.٣٦١

يتضح من الجدول (٣) ما يلي :

تراوحت معاملات الارتباط بين مجموع درجات كل محور من محاور الاستبيان والدرجة الكلية للاستبيان ما بين (٠.٨١٦ : ٠.٨٣٦) وبمقارنة قيمة (ر) الجدولية يتضح وجود ارتباط دال احصائيا بين المحاور والمجموع الكلي لاستمارة الاستبيان مما يدل على ان المحاور تتسم بدرجة عالية من الصدق .
ب . الثبات :

للتأكد من ثبات الاستبيان قام الباحث باستخدام التجزئة النصفية ومعامل ألفا لكرونباخ وذلك بتطبيقها على عينة قوامها (٣٠) ثلاثون فرداً من مجتمع البحث ومن خارج العينة الأصلية ، والجدول التالي (٤) يوضح ذلك .

جدول (٤) معاملات الثبات باستخدام التجزئة النصفية ومعامل ألفا لكرونباخ للاستبيان (ن = ٣٠)

م	محاور الاستبيان	معامل ألفا كرونباخ	التجزئة النصفية	
			سبيرمان براون	جتمان
١	المؤسسات الإعلامية الصحفية الرياضية (الواقع - التحديات)	٠.٨٧٢	٠.٩٢٤	٠.٩٢٨
٢	متطلبات نمو العوائد الاقتصادية للمؤسسات الرياضية	٠.٨٥٤	٠.٩٠٨	٠.٩١١

قيمة (ر) الجدولية عند درجة حرية (٢٨) مستوى معنوية (٠.٠٥) = ٠.٣٦١

يتضح من جدول (٤) ما يلي :

جاءت قيم معاملات ألفا كرونباخ والتجزئة النصفية لمحاور الاستبيان دالة إحصائية بمستوي دلالة ٠.٠٥ علي جميع محاور الاستبيان مما يشير إلى ان محاور الاستبيان تتسم بدرجة عالية من الثبات .

عرض النتائج ومناقشتها :

جدول (٥) التكرارات و الأهمية النسبية و (٢كا) لعبارات المحور الأول: المؤسسات الإعلامية الصحفية الرياضية (الواقع - التحديات) (لدي عينة البحث (ن=١٥٠)

م	العبارات	٥		٤		٣		٢		١		مجموع الدرجات المقدرة	الأهمية النسبية	كا
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			
١	المؤسسات الإعلامية الصحفية الرياضية هي مرآة للواقع الرياضي تواجه تحديات تؤثر على قدرتها في تقديم محتوى ينافس عالمياً.	١٢٦	٨٤.٠	١٧	١١.٣	٧	٤.٧	٠	٠	٠	٠	719	95.9	١٧٤.٣
٢	في ظل التحولات الاقتصادية والتكنولوجية تكافح المؤسسات الصحفية الرياضية للتمسك بدورها كمصدر موثوق لنقل و تحليل الأخبار.	١٣٤	٨٩.٣	١٦	١٠.٧	٠	٠	٠	٠	٠	٠	734	97.9	٩٢.٨
٣	بين ضعف التمويل والضغوط التنظيمية تعيش المؤسسات الإعلامية الرياضية تحدياً مزدوجاً لتحقيق الاستدامة و الجودة.	١١٨	٧٨.٧	٢١	١٤.٠	١١	٧.٣	٠	٠	٠	٠	707	94.3	١٣٩.٧
٤	الواقع الذي تواجهه المؤسسات الإعلامية الرياضية يتطلب رؤية جديدة وإستراتيجيات مبتكرة للتغلب على التحديات.	١٠١	٦٧.٣	٤٠	٢٦.٧	٩	٦.٠	٠	٠	٠	٠	692	92.3	٨٧.٦
٥	تحديات الإعلام الرياضي اليوم ليست فقط اقتصادية بل تشمل الحفاظ على المصادقية والتفاعل مع جمهور متطلب و متغير.	١٢٠	٨٠.٠	٢٤	١٦.٠	٦	٤.٠	٠	٠	٠	٠	714	95.2	١٥٠.٢
٦	رغم التحديات تظل المؤسسات الصحفية الرياضية قادرة على قيادة التطوير الإعلامي إذا تبنت الكفاءات الإبداعية.	١٢٢	٨١.٣	١٩	١٢.٧	٩	٦.٠	٠	٠	٠	٠	713	95.1	١٥٦.٥
٧	المؤسسات الإعلامية الصحفية الرياضية بين مطرقة التطورات التكنولوجية و نقص الموارد تسعى لإيجاد حلول مستدامة.	١٢٧	٨٤.٧	١٥	١٠.٠	٨	٥.٣	٠	٠	٠	٠	719	95.9	١٧٨.٤

٨	واقع الإعلام الرياضي يعكس تحديات عصرنا الحالي لكن بإمكان هذه المؤسسات أن تكون نقطة تحول لرياضة أكثر وعيًا.	١١٦	٧٧.٣	٣٤	٢٢.٧	.	.	.	.	.	.	.	716	95.5	٤٤.٨
٩	صيانة ماكينات الطباعة أحد الأعباء المالية الكبيرة على المؤسسة	١٢٣	٨٢.٠	١٩	١٢.٧	٨	٥.٣	.	.	.	.	.	715	95.3	١٦١.١
١٠	زيادة تكلفة المواد الخام للمطبوعات يؤثر على أعداد النسخ المطبوعة	١٢٠	٨٠.٠	١٧	١١.٣	١٣	٨.٧	.	.	.	.	.	707	94.3	١٤٧.٢
١١	تكاليف الإدارة و التشغيل تهدد استدامة المؤسسة الصحفية المطبوعة	١٢٧	٨٤.٧	١٥	١٠.٠	٨	٥.٣	.	.	.	.	.	719	95.9	١٧٨.٣
١٢	في زمن التحولات السريعة تحتاج المؤسسات الصحفية الرياضية إلى إعادة النظر في أساليبها لتظل قادرة على المنافسة.	٨٢	٥٤.٧	٥٩	٣٩.٣	٩	٦.٠	.	.	.	.	.	673	89.7	٥٥.٧

قيمة (كا^٢) عند مستوى (٠,٠٥) = (٩.٤٩)

يتضح من جدول (٥) ان النسب المئوية لاستجابات عينة البحث على المحور الاول قد انحصرت ما بين (٨٩.٧ %، ٩٧.٩ %) و جاءت جميع قيم مربع كا دالة احصائيا عند مستوي دلالة ٠.٠٥ على عبارات المحور الاول و لصالح الاستجابة بـ **بدرجة الموافقة (٥)**

يتضح من العرض السابق لنتائج المحور الاول ما يلي :

أشارت استجابات عينة البحث علي العبارة التي تنص علي " المؤسسات الإعلامية الصحفية الرياضية هي مرآة للواقع الرياضي تواجه تحديات تؤثر على قدرتها في تقديم محتوى ينافس عالمياً. الي أن المؤسسات الصحفية الرياضية تعكس الواقع الرياضي، لكنها تواجه تحديات كبيرة تعيق قدرتها على تقديم محتوى ذي جودة عالية وقادر على المنافسة عالمياً. هذه التحديات قد تشمل نقص الموارد المالية، التطورات التكنولوجية السريعة، وزيادة المنافسة من المنصات الرقمية. وهذا يتفق مع دراسة سهيل محمد الأسونجي (٢٠٢٢م) أشارت إلى أن التحول الرقمي يفرض تحديات تقنية وعملية على المؤسسات الإعلامية الرياضية، مما يتطلب تطوير أدوات وتقنيات حديثة لمواكبة هذا التحول. وكذلك دراسة نسمة كمال فايق (٢٠١٤م) إلى أن الأوضاع السياسية والاقتصادية تؤثر سلباً على مستقبل الصحافة الرياضية، مما يعزز هذه النتيجة.

كما اشارت استجابات عينة البحث علي العبارة التي تنص علي " في ظل التحولات الاقتصادية والتكنولوجية تكافح المؤسسات الصحفية الرياضية للتمسك بدورها كمصدر موثوق لنقل وتحليل الأخبار " إلى أن المؤسسات الصحفية الرياضية تواجه صعوبات في الحفاظ علي دورها كمصدر موثوق للأخبار

في ظل التحولات الاقتصادية والتكنولوجية السريعة. هذه التحولات تتطلب منها تبني استراتيجيات جديدة لضمان استمراريته. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة دراسة (Aldo Van Weezel (2009 أشارت إلى أن التخطيط الاستراتيجي يسهم في تحسين أداء المؤسسات الصحفية، خاصة في البيئات المتغيرة. ودراسة الجيار (٢٠٢١م) إلى أن الذكاء الاصطناعي يمكن أن يسهم في تحسين جودة المحتوى وتقليل التكاليف، مما يعزز قدرة المؤسسات على البقاء كمصدر موثوق.

كما اشارت استجابات عينة البحث علي العبارة التي تنص علي " بين ضعف التمويل والضغط التنظيمية تعيش المؤسسات الإعلامية الرياضية تحدياً مزدوجاً لتحقيق الاستدامة والجودة " الي ان المؤسسات الإعلامية الرياضية تواجه تحدياً مزدوجاً يتمثل في ضعف التمويل والضغط التنظيمية، مما يعيق تحقيق الاستدامة المالية وجودة المحتوى المقدم. وهذا يتفق مع دراسة شيما نبييل عبد الحميد محمد (٢٠٢١م) أشارت إلى أن عدم تطبيق مبادئ الحوكمة في المؤسسات الإعلامية يؤدي إلى ضعف في الإدارة وعدم تحقيق العوائد الاقتصادية المطلوبة. و دراسة جيهان سيد أحمد يحيي (٢٠٢١م) إلى أهمية تطبيق مبادئ الحوكمة لتحسين الأداء المؤسسي.

واشارت اشارت استجابات عينة البحث علي العبارة التي تنص علي " الواقع الذي تواجهه المؤسسات الإعلامية الرياضية يتطلب رؤى جديدة واستراتيجيات مبتكرة للتغلب على التحديات " لتؤكد على ضرورة تبني رؤى جديدة واستراتيجيات مبتكرة لمواجهة التحديات التي تواجهها المؤسسات الإعلامية الرياضية، خاصة في ظل التغيرات السريعة في البيئة الإعلامية. وهذا يتفق مع دراسة Aldo Van Weezel (2009) أشارت إلى أن التخطيط الاستراتيجي يسهم في تحسين أداء المؤسسات الصحفية، خاصة في البيئات المتغيرة. ودراسة الجيار (٢٠٢١م) إلى أن الذكاء الاصطناعي يمكن أن يكون أداة فعالة في تطوير الاستراتيجيات الإعلامية.

كما اشارت استجابات عينة البحث علي العبارة التي تنص علي " تحديات الإعلام الرياضي اليوم ليست فقط اقتصادية بل تشمل الحفاظ على المصداقية والتفاعل مع جمهور متطلب ومتغير " إلى أن التحديات التي تواجه الإعلام الرياضي ليست اقتصادية فقط، بل تشمل أيضاً الحفاظ على المصداقية والتفاعل مع جمهور متطلب ومتغير في عصر التكنولوجيا الرقمية. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة الجيار (٢٠٢١م) أشارت إلى أن الذكاء الاصطناعي يمكن أن يسهم في تحسين جودة المحتوى وتقليل التكاليف، ولكنه أيضاً قد يشكل تهديداً للوظائف التقليدية في الصحافة. و دراسة Sean R. Sadri (٢٠٢١م) إلى أن التغطية الصحفية الرياضية شهدت تحولاً كبيراً بعد انتشار فيروس كورونا، مما يؤكد أهمية التفاعل مع الجمهور.

واشارت استجابات عينة البحث علي العبارة التي تنص علي " رغم التحديات تظل المؤسسات الصحفية الرياضية قادرة على قيادة التطوير الإعلامي إذا تبنت الكفاءات الإبداعية. " علي أن المؤسسات

الصحفية الرياضية لديها القدرة على قيادة التطوير الإعلامي إذا تبنت الكفاءات الإبداعية واستثمرت في الموارد البشرية المبدعة. وهذا يتفق مع دراسة جيهان سيد أحمد يحيي (٢٠٢١م) أشارت إلى أهمية تطبيق مبادئ الحوكمة لتحسين أداء المؤسسات الإعلامية. و دراسة شيماء نبيل عبد الحميد محمد (٢٠٢١م) إلى ضرورة الاستعانة بالخبراء لتوعية العاملين بمفهوم الحوكمة.

وأشارت استجابات عينة البحث علي العبارة التي تنص علي " المؤسسات الإعلامية الصحفية الرياضية بين مطرقة التطورات التكنولوجية ونقص الموارد تسعى لإيجاد حلول مستدامة " والذي تؤكد علي ان المؤسسات الصحفية الرياضية تواجه ضغوطاً كبيرة بسبب التطورات التكنولوجية السريعة ونقص الموارد، مما يدفعها للبحث عن حلول مستدامة لضمان استمراريتها. وهذا يتفق مع دراسة سهيل محمد الأسونجي (٢٠٢٢م) أشارت إلى أن التحول الرقمي يفرض تحديات تقنية وعملية على المؤسسات الإعلامية الرياضية. ودراسة (Aldo Van Weezel 2009) إلى أن التخطيط الاستراتيجي يساهم في تحسين أداء المؤسسات الصحفية.

ويري الباحثون ان النتائج تؤكد علي أن المؤسسات الصحفية الرياضية تواجه تحديات متعددة، منها التكنولوجية والاقتصادية والتنظيمية، والتي تعيق قدرتها على المنافسة وتحقيق الاستدامة. ومع ذلك، فإن تبني استراتيجيات مبتكرة، وتطبيق مبادئ الحوكمة، والاستفادة من التطورات التكنولوجية مثل الذكاء الاصطناعي، يمكن أن يساهم في تحسين أدائها وزيادة عوائدها الاقتصادية.

جدول (٦) التكرارات والأهمية النسبية و(٢١) لعبارات المحور الثاني: متطلبات نمو العوائد الاقتصادية للمؤسسات الصحفية الرياضية لدي عينة البحث (ن=١٥٠)

م	العبارات	٥		٤		٣		٢		١		مجموع الدرجات المقدرة	الأهمية النسبية	كا
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			
١	تعزيز جودة المحتوى الصحفي ليكون أكثر عمقاً وتحليلاً	١١٨	٧٨.٧	٣٢	٢١.٣	٠	٠	٠	٠	٠	٠	718	95.7	٤٩.٣
٢	الاستفادة من التكنولوجيا الرقمية لتقديم محتوى تفاعلي سريع موجه للفئات المستهدفة عبر منصات متعددة.	١٢٨	٨٥.٣	٢٢	١٤.٧	٠	٠	٠	٠	٠	٠	728	97.1	٧٤.٩
٣	الابتكار في تقديم الخدمات الإعلامية لتغطية الأخبار الرياضية.	١١٤	٧٦.٠	٢٧	١٨.٠	٩	٦.٠	٠	٠	٠	٠	705	94.0	١٢٦.١

[illegible]

قيمة (كا^٢) عند مستوى (٠,٠٥) = (٩.٤٩)

يتضح من جدول (٦) ان النسب المئوية لاستجابات عينة البحث على المحور الرابع قد انحصرت ما بين (٨٥.٢ % ، ٩٧.١ %) وجاءت جميع قيم مربع كا دالة احصائيا عند مستوى دلالة ٠.٠٥ على عبارات المحور الثاني ولصالح الاستجابة بـ **بالموافقة بالدرجة (٥)**

يتضح من العرض السابق لنتائج المحور الاول ما يلي :

اشارت استجابات عينة البحث على العبارة التي تنص على " تعزيز جودة المحتوى الصحفى

ليكون أكثر عمقًا وتحليلًا " الي أن تعزيز جودة المحتوى الصحفي من خلال تقديم تحليلات عميقة يُعد أحد المتطلبات الرئيسية لزيادة العوائد الاقتصادية. المحتوى عالي الجودة يجذب الجمهور ويزيد من ولائهم، مما يعزز الإيرادات من خلال الإعلانات والاشتراكات. وهذا يتفق مع دراسة الجيار (٢٠٢١م) أشارت إلى أن الذكاء الاصطناعي يمكن أن يسهم في تحسين جودة المحتوى الصحفي، مما يعزز هذه النتيجة. و دراسة (Sean R. Sadri (2021 إلى أن التغطية الصحفية الرياضية تحتاج إلى أن تكون أكثر تحليلية لجذب الجمهور.

كما اشارت استجابات عينة البحث علي العبارة التي تنص علي الاستفادة من التكنولوجيا الرقمية لتقديم محتوى تفاعلي سريع موجه للفئات المستهدفة عبر منصات متعددة " إلى أن استخدام التكنولوجيا الرقمية لتقديم محتوى تفاعلي وسريع يُعد مطلبًا أساسيًا لزيادة العوائد الاقتصادية. التكنولوجيا الرقمية تتيح الوصول إلى جمهور أوسع وتزيد من تفاعل الجمهور مع المحتوى. وهذا يتفق مع دراسة سهيل محمد الأسونجي (٢٠٢٢م) أشارت إلى أن التحول الرقمي يفرض تحديات ولكنه أيضًا يوفر فرصًا لتحسين الأداء الإعلامي. ودراسة (Aldo Van Weezel (2009 إلى أن التخطيط الاستراتيجي يسهم في تحسين أداء المؤسسات الصحفية.

واشارت استجابات عينة البحث علي العبارة التي تنص علي الابتكار في تقديم الخدمات الإعلامية لتغطية الأخبار الرياضية " الي أن الابتكار في تقديم الخدمات الإعلامية يُعد مطلبًا مهمًا لزيادة العوائد الاقتصادية. الابتكار يمكن أن يشمل استخدام تقنيات جديدة مثل الواقع الافتراضي أو البث المباشر التفاعلي. وهذا يتفق مع دراسة الجيار (٢٠٢١م) أشارت إلى أن الذكاء الاصطناعي يمكن أن يسهم في تطوير المنتج الإعلامي. ودراسة (Genovese (2010 إلى أن وسائل الإعلام الجديدة ساعدت على تطوير القنوات التلفزيونية الرياضية.

كما اشارت استجابات عينة البحث علي العبارة التي تنص علي " التركيز على تطوير الكفاءات البشرية عبر التدريب المستمر للصحفيين الرياضيين على أحدث تقنيات الإعلام والتحليل " إلى أن تطوير الكفاءات البشرية من خلال التدريب المستمر يُعد مطلبًا أساسيًا لزيادة العوائد الاقتصادية. الصحفيون المدربون على أحدث التقنيات يمكنهم تقديم محتوى عالي الجودة. وهذا يتفق مع دراسة شيماء نبيل عبدالحميد محمد (٢٠٢١م) أشارت إلى ضرورة الاستعانة بالخبراء لتوعية العاملين بمفهوم الحوكمة. ودراسة جيهان سيد أحمد يحيي (٢٠٢١م) إلى أهمية تطبيق مبادئ الحوكمة لتحسين الأداء المؤسسي.

اشارت استجابات عينة البحث علي العبارة التي تنص علي " إقامة شراكات استراتيجية مع الأندية والهيئات الرياضية لزيادة الانتشار الإعلامي " الي أن إقامة شراكات استراتيجية مع الأندية والهيئات الرياضية يُعد مطلبًا مهمًا لزيادة الانتشار الإعلامي وبالتالي زيادة العوائد الاقتصادية. وهذا يتفق مع دراسة (Aldo Van Weezel (2009 أشارت إلى أن التخطيط الاستراتيجي يسهم في تحسين أداء

المؤسسات الصحفية. ودراسة نسمة كمال فايق (٢٠١٤م) إلى أهمية تطوير استراتيجيات جديدة لزيادة العوائد الاقتصادية.

أشارت استجابات عينة البحث علي العبارة التي تنص علي " تحسين إدارة الموارد المالية عبر تبني نماذج تمويل مبتكرة مثل الاشتراكات الرقمية والإعلانات الموجهة" إلى أن تحسين إدارة الموارد المالية من خلال نماذج تمويل مبتكرة يُعد مطلباً أساسياً لزيادة العوائد الاقتصادية. الاشتراكات الرقمية والإعلانات الموجهة يمكن أن تكون مصادر دخل مهمة. وهذا يتفق مع دراسة شيماء نبيل عبد الحميد محمد (٢٠٢١م) أشارت إلى أن عدم تطبيق مبادئ الحوكمة يؤدي إلى ضعف في الإدارة المالية. ودراسة الجيار (٢٠٢١م) إلى أن الذكاء الاصطناعي يمكن أن يساهم في تحسين جودة المحتوى وتقليل التكاليف.

أشارت استجابات عينة البحث علي العبارة التي تنص علي " زيادة التركيز على التحليل البياني واستخدام الإحصائيات لتقديم تقارير دقيقة وشاملة تعزز قيمة المحتوى الصحفي " الي أن استخدام التحليل البياني والإحصائيات يُعد مطلباً مهماً لزيادة قيمة المحتوى الصحفي وجذب الجمهور. وهذا يتفق مع دراسة الجيار (٢٠٢٢م) أشارت إلى أن الذكاء الاصطناعي يمكن أن يساهم في تحليل البيانات بشكل أكثر دقة. ودراسة Sean R. Sadri (2021) إلى أن التغطية الصحفية الرياضية تحتاج إلى أن تكون أكثر تحليلية.

ويري الباحثون ان النتائج تؤكد علي انه توجد عدة متطلبات لزيادة العوائد الاقتصادية للمؤسسات الصحفية الرياضية، منها تعزيز جودة المحتوى، والاستفادة من التكنولوجيا الرقمية، وتطوير الكفاءات البشرية، وإقامة شراكات استراتيجية، وتحسين إدارة الموارد المالية.

الاستخلاصات والتوصيات

أولاً: الاستخلاصات

- تواجه المؤسسات الصحفية الرياضية تحديات كبيرة في مواكبة التطورات التكنولوجية السريعة، مما يؤثر على قدرتها على تقديم محتوى ينافس عالمياً.
- تعاني المؤسسات من ضعف التمويل وارتفاع تكاليف التشغيل، مما يهدد استدامتها المالية.
- الضغوط التنظيمية ونقص الموارد البشرية المدربة تعيق تحقيق الجودة والاستدامة.
- الواقع الحالي يتطلب تبني رؤى جديدة واستراتيجيات مبتكرة للتغلب على التحديات الاقتصادية والتكنولوجية.
- تقديم محتوى عميق وتحليلي يُعد مطلباً أساسياً لزيادة العوائد الاقتصادية.
- استخدام التكنولوجيا الرقمية لتقديم محتوى تفاعلي وسريع يُعد مطلباً مهماً لجذب الجمهور وزيادة الإيرادات.

- التدريب المستمر للصحفيين على أحدث التقنيات يُعد متطلبًا أساسيًا لتحسين الأداء.
- التعاون مع الأندية والهيئات الرياضية يمكن أن يزيد من الانتشار الإعلامي والعوائد الاقتصادية.
- تبني نماذج تمويل مبتكرة مثل الاشتراكات الرقمية والإعلانات الموجهة يُعد متطلبًا مهمًا لزيادة الإيرادات.

التوصيات:

- الاستعانة بكوادر متخصصة في التحليل الرياضي واستخدام البيانات والإحصائيات. بهدف تقديم محتوى أكثر عمقًا وتحليلًا
- إنشاء وحدات متخصصة في التحليل الرياضي داخل المؤسسات الصحفية.
- تبني التكنولوجيا الرقمية لتقديم محتوى تفاعلي وسريع عبر منصات متعددة مثل وسائل التواصل الاجتماعي والتطبيقات الذكية.
- تنظيم دورات تدريبية مستمرة للصحفيين الرياضيين على أحدث تقنيات الإعلام والتحليل.
- التعاون مع الجامعات ومراكز التدريب المتخصصة لتقديم برامج تدريبية للعاملين في المؤسسات الصحفية.
- إقامة شراكات استراتيجية مع الأندية والهيئات الرياضية لزيادة الانتشار الإعلامي وتحقيق عوائد اقتصادية أكبر.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية

- ١- أحمد سرور جودة محمد، المتغيرات المؤثرة على أخلاقيات الممارسة المهنية في الصحف و المواقع الرياضية المصرية، دراسة للمضمون و القائم بالاتصال رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، ٢٠٢١م.
- ٢- الجيار ، سلوى على إبراهيم، الإتجاهات الحديثة في بحوث الذكاء الصناعي على المنتج الإعلامي ، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط ، ٣٥ع ، الجمعية المصرية للعلاقات العامة ، ٢٠٢١م.
- ٣- جيهان سيد أحمد يحيي، استخدام مبادئ الحوكمة في تطوير أداء المؤسسات الإعلامية، بحث منشور بالمجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام)، ع (٢٢)، ٢٠٢١م.
- ٤- حسني محمد نصر، سناء عبدالرحمن، الفن الصحفي في عصر المعلومات، تحرير و كتابة التحقيقات و الأحاديث الصحفية، القاهرة: دار الكتاب الجامعي، ٢٠٠٥م.
- ٥- سهام الشجيري، إقتصاديات الإعلام، دار الكتاب الجامعي، مصر، ٢٠١٤م.
- ٦- سهيل محمد الأسونجي، تحديات الإعلام الرياضي في مواجهة التحول الرقمي الحديث، بحث منشور بمجلة مستقبل العلوم الاجتماعية، الجمعية العربية للتنمية البشرية والبيئية، مج (٨)، ع (٣)، ٢٠٢٢م.
- ٧- شيماء نبيل عبدالحميد محمد، تقييم معايير حوكمة المؤسسات الإعلامية في مصر، رسالة ماجستير غير منشورة في الإعلام من قسم العلاقات العامة و الإعلان، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٢١م.
- ٨- فراج، أميرة طه عباس إدراك الجمهور المصري للرسائل الخفية بالإعلان الرقمي، رسالة ماجستير، كلية التربية النوعية، جامعة المنوفية، ٢٠١٧م.
- ٩- محمود عالم الدين، أميرة العباسي، إدارة الصحف و اقتصادياتها، الدار العربية للنشر و التوزيع ، مصر، ٢٠١٢م.
- ١٠- معتصم مفلح القضاة، المؤسسات الإعلامية و خصائص إدارتها، مقالة السنوسة، صحيفة حرة مستقلة، ٢٠١٠م.
- ١١- نسمة كمال فايق، العوامل المؤثرة على مستقبل الصحافة الرياضية المتخصصة في مصر خلال الفترة من ٢٠١١م حتى ٢٠٢١م، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٤م.

ثانيًا: المراجع الأجنبية

Entrepreneurial Strategy-Making Mode and ,12-Aldo Van Weezel Performance, A Study of the Newspaper Industry, **JIBS Dissertation**, Jonkoping International Business School, Jonkoping University, Series no, 055,pp:185-192, 2009.

13-Genovese, Jaso: the challenges of sports television reporting in the contemporary sport-media compel-ph.Dm , the Pennsylvania state University ProQuest 2010.

Billings Sports ,14-Sean R.Sadri, Nicholas R. Buzzelli Gentile Andrew C Framing Athletics Amidst The ,Journalism When No Sports Occur COVID-19 International Pandemic, Communication& Sports, vol:10 Issue 3 June 2022 Pages 493-516.

ملخص البحث

عوامل و متطلبات زيادة العوائد الإقتصادية
للمؤسسات الصحفية الرياضية

أ.د/ أماني محمد محسن الشريف

م.د/ عبد الله مصطفى عبد العظيم فرماوي

الباحث/ إسلام عبدالعال أحمد علي مهدي

مشكلة البحث

المؤسسات الإعلامية الصحفية الرياضية تمر بمرحلة تحول كبيرة نحو صناعة ضخمة تتطلب موارد و رؤوس أموال كبيرة، هذا التحول يأتي في ظل المنافسة الشديدة و التطورات العلمية و التكنولوجية التي تؤثر على جميع القطاعات بما في ذلك الإعلام.

أهداف البحث

يهدف البحث إلى التعرف علي عوامل و متطلبات زيادة العوائد الإقتصادية للمؤسسات الصحفية الرياضية.

الاستنتاجات

- تواجه المؤسسات الصحفية الرياضية تحديات كبيرة في مواكبة التطورات التكنولوجية السريعة، مما يؤثر على قدرتها على تقديم محتوى ينافس عالمياً.
- تعاني المؤسسات من ضعف التمويل وارتفاع تكاليف التشغيل، مما يهدد استدامتها المالية.

التوصيات

- تبني التكنولوجيا الرقمية لتقديم محتوى تفاعلي وسريع عبر منصات متعددة مثل وسائل التواصل الاجتماعي والتطبيقات الذكية.
- التعاون مع الجامعات ومراكز التدريب المتخصصة لتقديم برامج تدريبية للعاملين في المؤسسات الصحفية.
- إقامة شراكات استراتيجية مع الأندية والهيئات الرياضية لزيادة الانتشار الإعلامي وتحقيق عوائد اقتصادية أكبر.

Abstract

Factors and requirements for increasing the economic returns of sports press institutions

Prof. Amani Mohamed Mohsen El-Sherif

Dr. Abdullah Mustafa Abdel-Azim Faramawy

Researcher. Islam Abdel-Aal Ahmed Ali Mahdi

Research Problem

Sports press media institutions are going through a major transformation phase towards a huge industry that requires large resources and capital. This transformation comes in light of the intense competition and scientific and technological developments that affect all sectors, including the media.

Research Objectives

The research aims to identify the factors and requirements for increasing the economic returns of sports press institutions.

Conclusions

- Sports press institutions face major challenges in keeping pace with rapid technological developments, which affects their ability to provide globally competitive content.
- Institutions suffer from weak funding and high operating costs, which threatens their financial sustainability.

Recommendations

- Adopting digital technology to provide interactive and fast content across multiple platforms such as social media and smart applications.
- Cooperating with universities and specialized training centers to provide training programs for workers in press institutions.
- Establishing strategic partnerships with clubs and sports bodies to increase media coverage and achieve greater economic returns.