

## متطلبات الاستثمار في مجال الإعلام الرياضي في ظل نظام الاحتراف الرياضي . دراسة ميدانية بالنوادي الرياضية المحترفة لكرة القدم بالجزائر .

جامعة محمد بوضياف المسيلة

د.منجحي مخلوف

الملخص :

هدفت الدراسة الى ابراز أهم متطلبات الاستثمار في مجال الاعلام الرياضي لدى الأندية الرياضية لكرة القدم في ظل نظام الاحتراف الرياضي، حيث يشكل الاستثمار في هذا المجال مصدر مهم في تمويل الأندية، وتتركز الدراسة على ثلاث مجالات وهي المنظومة القانونية التي تسمح بالاستثمار في مجال الاعلام الرياضي وكذا الموارد البشرية والمجال الثالث يتمثل في تكنولوجيا الاتصال ، حيث توصلت الدراسة الى أن المناخ الاستثماري في مجال الاعلام الرياضي في الجزائر ما يزال غير مكتمل تجاه المتطلبات الأساسية للاستثمار ، وهناك مؤهلات حقيقية تساهم في تشجيع الاستثمار في هذا المجال .

Résumé :

L'étude vise à mettre en évidence les exigences les plus importantes d'investissement dans le domaine des médias sportifs chez les clubs sportifs de football dans le cadre du système de sport professionnel, où l'investissement dans ce domaine est une source importante pour financer les clubs, et l'étude se concentre sur trois domaines qui sont : le système juridique qui permet l'investissement dans le domaine des médias sportifs ainsi que les ressources humaines et le troisième domaine est la technologie de communication, à la fin l'étude a révélé que le climat d'investissement dans le domaine des médias sportifs en Algérie est encore incomplète pour les exigences de base pour l'investissement, et qu'il existe des qualifications réelles contribuent à la promotion de l'investissement dans ce domaine.

## اشكالية البحث :

يلعب الاستثمار الرياضي دورا مهما وحيويا في تطور الرياضة واقتصاديات البلدان المتطورة والتي تبدي اهتمام كبير بهذا المجال ، وعلى هذا الأساس قامت هذه البلدان بانتهاج إستراتيجية اقتصادية تدعم الفكر التجاري لإدارة الأندية، مستغلة بذلك كل المجالات التي يمكن أن تعود عليها بالأرباح من خلال الاستثمار فيها ، ومنها الاستثمار في مجال الإعلام الرياضي والمنشآت الرياضية واللاعبين، والعائد في صناعة الرياضة والرؤية التجارية للاستثمار، هو أن يتحول المنتسب للنادي من داعم متبرع إلى داعم يحقق أرباحا ومداخيل ، ولعل من اهم المجالات التي حققت مكاسب كبيرة للأندية الرياضية وكذا المؤسسات الإعلامية التي تختص بالمجال الرياضي هو الاستثمار في الاعلام الرياضي ، فالبطولات الأوروبية الحالية تسهم في تقديم رياضة راقية، وهي في نفس الوقت تدر عائدات تقدر بالمليارات من الدولارات.

يمثل الإعلام الرياضي سجلا حافلا بالإنجازات والمكاسب الرياضية للنادي والمؤسسات الاعلامية من خلال المشاركة في تغطية الأنشطة الرياضية محليا وخارجيا، عبر مختلف وسائل الاعلام المسموعة والمرئية في برامج متخصصة ومتنوعة تشمل رياضات عديدة في بطولات ودوريات والعب مختلفة ، وهذا تعطي للجمهور فرصة مميزة للاستمتاع بأجمل صور واشكال الرياضة ، وبهذا يكون الاعلام الرياضي مجال جذب جماهيري ، حيث لا يمكن التفرقة بين النشاط الرياضي ودوائر الضوء والتي من شأنها صناعة جمهور رياضي متذوق للفن الرياضي وصناعة نجوم الرياضة .

وبالعودة إلى الجزائر فقد دخلت عام 2012 بحزمة من الإصلاحات السياسية التي تدعم المسار الديمقراطي للدولة، حيث شملت الإصلاحات قطاعات عديدة منها قطاع الإعلام والاتصال الذي تم تسخير الإمكانيات اللازمة لمواكبة التطور والتقدم المعلوماتي التكنولوجي الناجم عن الثورة التقنية بغية تأطير الممارسة الاعلامية والمهنية لقطاع الإعلام في الجزائر، حيث تم وضع إطار قانوني ممتثلا في المشروع العضوي لقانون الإعلام الجديد الذي صدر في شهر جافني 2012، الذي مهد لإنشاء قنوات اذاعية وتلفزيونية خاصة. تشمل ميادين مختلفة ، وعلى هذا الأساس يمكن اعتبار هذا المشروع بمثابة فرصة لفتح المجال أمام الأندية الرياضية المحترفة وكذا المؤسسات الإعلامية الخاصة لخوض تجربة حقيقية

في مجال الاعلام الرياضي ، رغم ذلك يبقى الاستثمار في هذا المجال معدوم ، مقارنة بالأرقام المسجلة عالميا رغم دخولنا عالم الاحتراف ، وهذا الوضع يحتاج إلى دراسة معمقة تبحث عن الأسباب التي أدت الى عزوف الحواسب عن المخاطرة باستثمارات رياضية ، بالرغم بأن هذه الأخيرة أكثر ربحية من مجالات أخرى وكذا متطلبات هذا النوع من الاستثمارات .

وبالنظر إلى أهمية الاستثمار الإعلامي للرياضة الجزائرية في ظل نظام الاحتراف الرياضي فقد ارتأينا بأن هناك أهمية تستدعي إجراء دراسة تحليلية لمتطلبات الاستثمار الإعلامي في الأندية الرياضية المحترفة ومعرفة أهم المعوقات التي تعترض مسيرة الاستثمار في مجال الإعلام الرياضي ومن خلال هذا يمكن طرح التساؤل التالي :

ما هي متطلبات الاستثمار في مجال الإعلام الرياضي بالنادي الرياضية المحترفة لكرة القدم بالجزائر ؟  
التساؤلات الجزئية :

- 1- هل تعد الأطر القانونية المتعلقة بحرية الاعلام مطلباً أساسياً للاستثمار في الاعلام الرياضي بالنادي الرياضية المحترفة لكرة القدم بالجزائر ؟
- 2- هل تشكل الموارد البشرية عنصراً مهماً في تفعيل الاستثمار في مجال الإعلام الرياضي بالنادي الرياضية لكرة القدم بالجزائر ؟
- 3- هل لتكنولوجيا الاتصال بالجزائر دور أساسي في دفع عجلة الاستثمار في مجال الإعلام الرياضي بالنادي الرياضية المحترفة لكرة القدم بالجزائر ؟

2 - فرضيات البحث :

أ- الفرضية العامة :

- يمثل الجانب القانوني والكفاءات البشرية وتكنولوجيا الاتصال احدى اهم متطلبات الاستثمار في مجال الإعلام الرياضي بالنادي الرياضية المحترفة لكرة القدم بالجزائر .

ب- الفرضيات الجزئية :

- 1- تعد الأطر القانونية المتعلقة بحرية الاعلام مطلباً أساسياً للاستثمار في الاعلام الرياضي بالنوادي الرياضية المحترفة لكرة القدم بالجزائر
  - 2- تشكل الموارد البشرية عنصراً مهماً في تفعيل الاستثمار في مجال الإعلام الرياضي بالنوادي الرياضية لكرة القدم بالجزائر.
  - 3- تلعب تكنولوجيا الاتصال دوراً مهماً في تجسيد الاستثمار الإعلامي الرياضي بالنوادي الرياضية المحترفة لكرة القدم بالجزائر .
- 3- أهداف البحث :

يكتسي موضوع الاستثمار في مجال الإعلام الرياضي أهمية بالغة سواء من الناحية الاقتصادية والإعلامية أو من الناحية الرياضية على حد سواء ، ولذلك فإننا ومن خلال هذه الدراسة نسعى إلى تحديد متطلبات الاستثمار في مجال الإعلام الرياضي ، وعليه فقد سطرنا بعض الأهداف لهذه الدراسة ومنها :

- تسليط الضوء على واقع الاستثمار في مجال الإعلام الرياضي بالجزائر .
  - معرفة آراء رؤساء النوادي الرياضية المحترفة لكرة القدم بالجزائر تجاه الاستثمار في مجال الإعلام الرياضي.
  - معرفة متطلبات ومعوقات الاستثمار في مجال الإعلام الرياضي .
  - طرح بعض الاقتراحات التي من شأنها أن تعمل على تفعيل دور الاستثمار في مجال الإعلام الرياضي.
- 4- تحديد المفاهيم الأساسية التالية :
- الاستثمار الرياضي ، الإعلام الرياضي ، النادي الرياضي المحترف ، الاحتراف الرياضي
- 2-1- مفهوم الاستثمار :

أ- التعريف اللغوي : الاستثمار ( ثمر ) بمعنى الاستغلال والانتقال ، يقال استثمر الشيء بمعنى جعله يثمر أي استغله ، واستثمر الرجل أي أصاب ثمراً(1).

41، ص2006 يوسف محمد البقاعي: "قاموس الطلاب ، دار المعرفة ، المغرب ، 1(1)

ب- التعريف الاصطلاحي : نغني به توظيف الأموال أو تخصيصها في المجالات أو الفرص الاستثمارية المتاحة والتي يعتقد المستثمر بأنها فرص مناسبة ومعقولة وتحقق له العائد الذي يرغب بأقل مستوى من المخاطرة (2) .

- و من الناحية الاقتصادية : يعرف بأنه عبارة عن انتقال رأس المال من الحالة النقدية إلى الحالة الإنتاجية ، حيث انه إتفاق من اجل تحسين أو إبقاء الأجهزة الإنتاجية للمقولة (3) .

ومن الناحية المحاسبية : يعرف الاستثمار على انه مجموع الوسائل والقيم الثابتة والمادية والمعنوية منها المنقولة وغير المنقولة التي اشترتها المؤسسة أو أنجزتها بنفسها ليس بهدف بيعها أو تحويلها إنما استعمالها كوسيلة استغلال بهدف زيادة الطاقة الاستثمارية للمشروع (4)

ج التعريف الإجرائي : هو توظيف للأموال الموجودة حاليا في مجال الإعلام الرياضي قصد الحصول على عائدات كبيرة في المستقبل تعود بالفائدة على النوادي الرياضية المحترفة لكرة القدم بالجزائر .

2-2- الإعلام الرياضي :

الإعلام لغة :ويمكن تعريفه بأنه: "تبليغ ما يراد تبليغه بوسيلة الكلام أو ما يقوم مقامه من رموز وإشارات"(35).

والإعلام في اللغة مشتق من أَعْلَمَ، يقال: أَعْلَمَهُ إِعْلَامًا، بمعنى أخبره إخباراً(36).

(2)موفق الحميري: "أساسيات التمويل والاستثمار في صناعة السياحة"، الوراق للنشر والتوزيع، ط1، عمان الأردن، 2010، ص 115

(3)عاطف محمد عبيد : "إدارة وتنظيم المشروعات"، دار النهضة العربية، بدون بلد، 1976، ص 12

(4)حسين عمر : "التنمية والتخطيط الإحصائي"، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1985، ص159

(35)أحمد عبد العزيز المبارك: أجهزة الإعلام ودورها في توجيه المجتمع، مكتبة دار القلم - دمشق، 1981، ص 67.

(36)رشاد شحاتة أبو زيد: مسئولية الإعلام الإسلامي، دار الفكر العربي، القاهرة، ط1، 1999، ص 8.

وهو إيصال المعلومة وبيانها وتوضيحها والإخبار عنها كلها وهي تعبر وتدل عن محنة ما، ونجد أيضا أن الإعلام والبيان والإخبار كلها مسميات تصف وتلتصق بمعنى واحد وهو إيصال المعلومة وهذا يوضح مدى قدم الإعلام الذي أضحي يأخذ أشكال وأنواع حتى وصل إلي ما وصل إليه في واقعنا اليوم .

اصطلاحا: هو تزويد الجماهير بالمعلومات والأخبار والحقائق الصحيحة تزويدا موضوعيا، وذلك بتوفير العناصر الأساسية للعملية الإعلامية، وسائل الإعلام هي الوسائل الاتصالية سواء كانت مكتوبة، مسموعة أو مرئية التي تعمل على نقل الأخبار والمعلومات إلى الجمهور نقلا صحيحا وموضوعيا قصد التوعية أو التثقيف أو الإعلام أو المعرفة أو غيرها من الأهداف التي تسعى لتحقيقها الوسيلة الإعلامية، وذلك حسب طبيعتها الاتصالية

ويعرفه " حامد زهران " بأنه: " عملية نشر وتقويم معلومات صحيحة وحقائق واضحة وأخبار صادقة ومعلومات دقيقة ووقائع محددة وأفكار منطقية وأداء راجح للجماهير مع مصادر خدمة للصالح العام(3) "

التعريف الإجرائي : هو تلك المنظومة التي تهتم بنشر الأخبار والمعلومات والمعرفة المرتبطة بالمجال الرياضي وبعرض وتفسير القواعد والقوانين والمبادئ التي تنظم الرياضات والألعاب المختلفة وتحكم المنافسات الرياضية، والتي تهتم بتوضيح الرؤى العلمية والرياضية وذلك من خلال وسائل الاتصال والإعلام الخاصة بالأندية الرياضية المحترفة لكرة القدم بالجزائر وفي دراستنا هذه نقصد بالإعلام الرياضي المسموع والمرئي والمكتوب.

2-3 مفهوم النادي الرياضي المحترف :

أ لغة : (ندو) جمع أندية ونوادي و أندية ، أي مجلس القوم ما داموا مجتمعين فيه ، مكان الاجتماع(1)

(3) حسنا محمد الشافعي؛ الإعلاميات التربوية البدنية والرياضية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية 2003 . ص 37.

(1) يوسف محمد البقاعي: "قاموس الطلاب " ، مرجع سابق ، ص 697

ب - اصطلاحا : جاء في المادة 78 من قانون 05/13 المؤرخ في 23 جويلية 2013 المتعلق بتنظيم الأنشطة البدنية و الرياضية وتطويرها أنه يعد النادي الرياضي المحترف شركة تجارية ذات هدف رياضي يمكن أن يتخذ أحد أشكال الشركات التجارية الآتية :

- المؤسسة ذات الشخص الوحيد الرياضية ذات المسؤولية المحدودة، - الشركة الرياضية ذات المسؤولية المحدودة، - الشركة الرياضية ذات الأسهم.

تسير الشركات المنصوص عليها أعلاه، بأحكام القانون التجاري وأحكام هذا القانون، وكذا قوانينها الأساسية الخاصة التي يجب أن تحدد، لاسيما كفاءات تنظيمها وطبيعة المساهمات.

تحدد القوانين الأساسية النموذجية للشركات المذكورة أعلاه، عن طريق التنظيم.(2)

ج - التعريف الإجرائي : هو عبارة شركة تجارية ذات هدف رياضي تسيير بمقتضى القانون التجاري وقانون تنظيم الأنشطة البدنية والرياضية وتطويرها وكذا القوانين الأساسية الخاصة بهذا النادي .

4-2 - مفهوم الاحتراف الرياضي :أ- لغة :حرف ، يحرف ، احترف ، اتخذ حرفة لأهله ، اسم من الاحتراف ، طريقة الكسب من الحرفة(3)

ب - اصطلاحا : نعني بالاحتراف ممارسة الشخص لنشاط رياضي على أنه حرفة وذلك بأن يباشره بصفة منتظمة ومستمرة بغرض تحقيق عائد مادي يعتمد عليه كوسيلة للعيش (4) .

ج - التعريف الاجرائي : نعني بالاحتراف في الجانب الرياضي أنه مهنة يباشرها الفرد الرياضي بصفة منتظمة ومستمرة وذلك من خلال نشاط رياضي معين .

(2) الجريدة الرسمية الجزائرية عدد 39 الصادرة بتاريخ 31 جويلية 2013 .

(3) قاموس المنجد العربي في اللغة والإعلام ،دار المشرق ،بيروت ،لبنان ،الطبعة الثانية 1984 ص 41.

(4) أيمن محمد محروس وآخرون 'الاحتراف الرياضي بين الواقع والتطبيق' مؤتمر القاهرة 2007.

3 - الدراسات السابقة والمشابهة :

نظرا لحداثة الموضوع وبخاصة في الجزائر فقد قلت الدراسات السابقة والمشابهة وقد وجدنا هذه الدراسات :

الدراسة الأولى : أطروحة دكتوراه، شاهين، تامر عبد العظيم عبد الموجود بعنوان : مشروع إنشاء قناة رياضية متخصصة بالتطبيق على بعض الأندية المصرية، جامعة بنها.كلية التربية الرياضية .قسالإدارة الرياضية والترويج مصر (1).2013.

يهدف هذا البحث إلى التوصل لبناء مشروع إنشاء قناة رياضية متخصصة بالتطبيق على بعض الأندية المصرية  
تساؤلات البحث:

1-ما هي نتائج التحليل البيئي لرأى عينة الناديالأهلي ورأى عينة ناديواي دجلة ؟  
2-ما هي نتائج تحليل اتجاهات عينة نادي الزمالك وعينة الناديالاسماعيلي نحو إنشاء قناة رياضية متخصصة

3-ما هي نتائج التحليل البيئي للقنوات الفضائية قيد البحث ؟  
4-ما هي رؤية ومهمة ورسالة وهدف القناة الرياضية المتخصصة ؟  
5-ما هي الجوانب الفنية اللازمة لإنشاء قناة رياضية متخصصة ؟  
6-ما هي الجوانب المالية والاستثمارية اللازمة لإنشاء قناة رياضية متخصصة ؟  
7-ما هي الدراسات التسويقية للقناة الرياضية المتخصصة ؟  
8-ما هو أسلوب التشغيل واستراتيجية أداء القناة الرياضية المتخصصة ؟  
9-ما هي طريقة التأسيس والشكل القانوني لإنشاء قناة رياضية متخصصة ؟  
وستخدم الباحث المنهج الوصفي باستخدام الدراسات المسحية ودراسة الحالة حيث قام الباحث باختيار عينة البحث بالطريقة العمدية من الأندية الرياضية والقنوات الفضائية حيث بلغت الأندية

(1)قاعدة البيانات للرسائل العلمية بالجامعات المصرية ، بتاريخ 2015/03/10 على الساعة 11:30 .

<http://www.eulc.edu.eg/>



الرياضية عدد 4 أندية باجمالى 17 مفردة ، وبلغ عدد القنوات الفضائية 3 قنوات باجمالى 11 مفردة. واستعمل الباحث المسح المرجعيوالمقابلات الشخصية و استمارات جمع البيانات. وكانت نتائج الدراسة كالتالي :

1-أظهرت نتائج التحليل البيئي لآراء عينة النادي الأهلي وعينة نادي وادي دجلة حول مشروع قناة الناديين وجود دلالة إحصائية ولصالح التحليل البيئي لآراء عينة الناديا لأهلي.

2-أظهرت نتائج تحليل اتجاهات عينة نادي الزمالك وعينة النادي الاسماعيلي اقتناع إدارة الناديين بإنشاء قناة رياضية متخصصة لناديهم.

3-أظهرت نتائج التحليل البيئي للقنوات الفضائية (قناة الأهلي - قناة وادي دجلة - قناة النيل للرياضة) وجود دلالة إحصائية بين نتائج القنوات الرياضية قيد البحث ولصالح عينة قناة الأهلي وعينة قناة النيل للرياضة

الدراسة الثانية :أطروحة دكتوراه ، أحمد كمال محمود عوض الله " نموذج للإدارة الإستراتيجية للحملات الإعلانية بالشركات التجارية الراعية للرياضة المصرية، جامعة حلوان ، كلية التربية الرياضية ، قسم الإدارة الرياضية ، مصر، (1)2012

يهدف البحث إلى وضع نموذج للإدارة الإستراتيجية للحملات الإعلانية بالشركات التجارية الراعية للرياضة من خلال التعرف على:

- أهداف الحملات الإعلانية للشركات التجارية الراعية للرياضة المصرية .
- التخطيط الإستراتيجي للحملات الإعلانية للشركات الراعية للرياضة المصرية.
- أساليب ومراحل تخطيط الحملات الإعلانية للشركات التجارية الراعية للرياضة المصرية.
- تحديد خطة اختيار وجدولة الوسائل الإعلانية للشركات الراعية للرياضة المصرية.
- معوقات التخطيط للحملات الإعلانية.
- تقويم الشركات التجارية الراعية للرياضة المصرية للحملات الإعلانية.

حيث استخدم الباحث المنهج الوصفي ( أسلوب الدراسات المسحية ) بخطواته وإجراءاته وذلك لمناسبته لتحقيق أهداف البحث ، وكذلك المنهج الوصفي التحليلي لنماذج الحملات الإعلانية . وكان مجتمع البحث مكون من :

- أكاديميين من كليات التجارة والفنون الجميلة وأقسام الإدارة الرياضية بكليات التربية الرياضية - العاملين بالتسويق والرعاية الرياضية بالأنندية الرياضية.

- وكالات الإعلان والشركات التجارية التي تعمل في مجال التسويق والإعلان.

- إدارة التسويق والعلاقات العامة بالاتحادات الرياضية المصرية.

وقد قام الباحث باختيار عينة البحث بالطريقة الطبقيّة العشوائية والبالغ قوامها (75) فردا من مجتمع البحث.

ومن نتائج البحث:

- 1 أهداف الإعلان هي :

-خلق مبيعات بصورة مباشرة.

-زيادة عدد الأفراد الذين يترددون على بعض متاجر التجزئة مثل زيادة عدد الأفراد من الجماهير الذين يقبلون على شراء بعض المنتجات الخاصة بالمعلن في المجال الرياضي.

-خلق نوع من الارتباط بين عروض المنتجات التي تقدمها نفس الشركة المعلنّة .

-2 تصنيف الإعلان عن طريق :

-الجمهور المستهدف من الإعلان. - المنطقة الجغرافية الموجه إليها الإعلان - وسيلة الإعلان المستخدمة.

-3 أسس بناء إستراتيجية الحملة الإعلانية فيالمجال الرياضي - :

-عنصر التكثيف ( التكرار) .

-السيطرة. - البساطة. - التشابه.

-4 أساليب تخطيط الحملات الإعلانية - :

-أسلوب الخطة المستمرة - أسلوب الخطة المجزأة. -أسلوب الخطة المتكاملة

-5 أشكال الحملة الإعلانية :

-البداية القوية والتناقص التدريجي. - البداية المحدودة والتزايد التدريجي. - الخبرة التبادلية بالحيز المتساوي

الدراسة الثالثة: أطروحة دكتوراه غير منشورة ، عمرون فاتح بعنوان : دور وسائل الإعلام في تشجيع الاستثمار الرياضي في الجزائر ، جامعة الجزائر 3 ، معهد التربية البدنية والرياضية ، 2013 .

وقد هدفت هذه الدراسة إلى معرفة دور وسائل الإعلام الجزائرية في تشجيع الاستثمار الرياضي في الجزائر، و إلى أي مدى يمكن أن تعطي وسائل الإعلام الجزائرية مساحة في برامجها لأصحاب المؤسسات الاقتصادية في التعريف بمفهوم وأهمية الاستثمار الرياضي وضرورته ، وهل وسائل الإعلام الجزائرية تعطي الفرص المطلوبة لأصحاب المؤسسات الاقتصادية التعرف على النوادي الرياضية من أجل الاستثمار فيه و الدور المنوط بها في استجابة أصحاب المؤسسات الاقتصادية للاستثمار في المجال الرياضي و معرفة مدى مساهمة وسائل الإعلام في كشف المعوقات الإدارية و التشريعية التي تؤثر على قرار أصحاب المؤسسات الاقتصادية في الاستثمار الرياضي والانعكاسات الايجابية للاستثمار الرياضي على المؤسسة الاقتصادية والنوادي الرياضية ومعرفة تعدد وسائل الإعلام وتخصصها والدور المهم في استقطاب أصحاب المؤسسات الاقتصادية و لدراسة هذه الإشكالية استخدم المنهج الوصفي وكانت عينة الدراسة عشوائية حسب نوع الوسيلة الإعلامية من رؤساء الأقسام الرياضية، وعينة المؤسسات الاقتصادية فقد تم اختيار أربع مؤسسات اقتصادية وأسفرت النتائج على أن وسائل الإعلام الجزائرية قليلا ما تعطي مساحة في تعريف أصحاب المؤسسات الاقتصادية بمفهوم وأهمية الاستثمار الرياضي وضرورته في برامجها، ولم تعطي الفرص المطلوبة لأصحاب المؤسسات الاقتصادية التعرف على النوادي الرياضية من أجل الاستثمار فيه بل حاولت نسبيا، ولم تساهم في كشف المعوقات الإدارية والتشريعية التي تؤثر على قرار أصحاب المؤسسات الاقتصادية في الاستثمار الرياضي. وفتح مجال القطاع سمعي بصري من خلال إنشاء وسائل الإعلام متعددة ومتخصصة لها القدرة على استقطاب أصحاب المؤسسات الاقتصادية.

وهو ما يعطينا صورة واضحة على إن دور وسائل الإعلام الجزائرية لا يزال ضعيفا في مجال التحفيز على الاستثمار الرياضي في الأندية الرياضية

- الجانب التطبيقي للدراسة :

- الدراسة الاستطلاعية:

تعتبر الدراسة الاستطلاعية بمثابة الخطوة الأولى في أي دراسة ميدانية بقصد الإلمام بموضوع البحث، حتى يتمكن من معرفة مختلف الجوانب المراد دراستها ، وتهدف الدراسة الاستطلاعية التي قمنا بها إلى الإلمام والإحاطة بمختلف جوانب المشكلة المعالجة في بحثنا هذا ، وذلك بالتعرف على :

- النوادي الرياضية المحترفة من خلال معرفة مدى استفادتها من حقوق البث التلفزيوني للمباريات الخاصة بها ، استثماراتها لشعار النادي وكذا اللاعبين في الاعلام ، مدى مراهنتهم على الاعلام كمصدر للتمويل .....

- معرفة المنهج والأداة المناسبة لهذه الدراسة

ولأجل الحصول على هذه المعلومات فقد قمنا بالاطلاع على مواقع الانترنت الرسمية لهذه النوادي والحصول على الفاكسات والاييميلات الخاصة بإدارات النوادي الرياضية المحترفة قصد الاتصال بها.

1-1 نتائج الدراسة الاستطلاعية :

بعد زيارتنا للرابطة الوطنية المحترفة لكرة القدم توصلنا الى عدة نتائج :

- عدد النوادي الرياضية الناشطة بالرابطة المحترفة الأولى هو 16 نادي رياضي ،

- تقدر نسبة الفائدة من حقوق البث ب : 240مليون للنادي تقدمها الرابطة للأندية وتقسّم بالتساوي على الأندية

- هناك طموحات للاستثمار في هذا الجانب .

2-1 مجالات الدراسة :

1-2-1. المجال المكاني :شملت الأندية الرياضية المحترفة التي تنشط في الرابطة الأولى المحترفة لكرة القدم

بالجزائر للموسم 2014/2015

2-2-1 المجال الزمني :بدأت دراستنا لهذا الموضوع ابتداء من شهر فيفري 2015 ، والى غاية ماي 2015 .

3-1 الشروط العلمية للأداة : هناك شروط معيارية يجب مراعاتها خلال انجاز الدراسات وفقا للأسس العلمية الصحيحة والمتمثلة في :

1-3-1. معامل الصدق :تعتبر درجة الصدق هي العامل الأكثر أهمية بالنسبة للمقاييس والاختبارات وهو يتعلق أساسا بنتائج الاختبار (1) ، كما يشير "تايلر" أن الصدق يعتبر أهم معيار يجب توفره في الاختبار (2).

وقد تم التحقق من درجة صدق الأداة من خلال .

\*- الصدق الظاهري لأداة الدراسة : تكون الأداة صادقة إذا كان مظهرها يدل على أنها تقيس لما وضعت لقياسه ، حيث وأنه بعد إعدادنا لاستمارة الاستبيان وإرفاقها بالفرضيات والإشكالية قمنا بعرضها على ستة أساتذة محكمين مشهود لهم بالخبرة في ميدان البحث العلمي ، ، وذلك قصد إبداء آرائهم حيالها وفق النقاط التالية :

- مدى مناسبة وشمولية متغيرات البيانات الأولية .
- مدى أهمية ووضوح الصياغة اللغوية للعبارات .
- مدى اتناء كل عبارة لمحورها ، ومدى قياسها لما وضعت لأجله .
- مدى ملائمة ودقة تسمية كل محور ، وتدرجات مقياسه .

(1) محمد حسن علاوي ، محمد نصر الدين رضوان : القياس في التربية الرياضية وعلم النفس الرياضي ، دار الفكر العربي ، ط3 ، القاهرة ، مصر ، 1996 ، الصفحة 321 .

(2) محمد صبحي : القياس والتقويم في التربية البدنية والرياضية ، دار الفكر العربي ، ط3 ، القاهرة ، مصر ، 1996 ، ص183 ص129 ص202

وعلى ضوء ما أبداه الأساتذة المحكمين ، قام الباحث بالتعديلات التي كانت مجمع رأي الأساتذة المحكمين بنسبة 85% من المحكمين ، وقد تركزت معظم هذه التعديلات حول تحسين الصياغة اللغوية لبعض العبارات وكذا حذف بعض العبارات التي لا تنتمي للمحور وتفشل في قياس ما وضعت لأجله .

2-3-1 . معامل الثبات : ووفقا لمتطلبات الدراسة فقد تم استعمال طريقة ( ألفا كرونباخ - alpha cronbach ) للتأكد من الثبات

\*- جدول رقم ( 01 ) يبين درجة الثبات لأداة الدراسة :

عدد العبارات	معامل الثبات
21	0.891

- من الجدول نجد أن درجة الثبات عالية وهي أعلى من (0.05) وهي القيمة الدنيا المقبولة وهي تقترب من القيمة واحد وهذه القيمة مؤشرا على صلاحية أداة الدراسة للتطبيق بغرض تحقيق أهدافها من خلال الإجابة عن أسئلتها ، مما يؤكد ثبات النتائج التي يمكن الحصول عليها عند تطبيقها

4-1 . عينة الدراسة وكيفية اختيارها :

اعتمدنا في دراستنا هذه على عينة تخص (رؤساء النوادي الرياضية المحترفة بالرابطة المحترفة الأولى ) : وقد اعتمدنا في اختيار العينة على أسلوب الحصر الشامل ، حيث تم توزيع الاستبيان على 10 رئيس نادي رياضي وكان عدد الاستبيانات المسترجعة 10 استمارة ، وعليه يكون العدد الفعلي للاستبيانات الصالحة للتحليل الإحصائي هو 10 استمارة بنسبة تقدر ب: (60.25%) من مجموع 16 استمارة .

1- المنهج المستخدم :

إن طبيعة الموضوع تتطلب منا جمع معلومات وبيانات أكبر وبالتالي فإن المنهج المناسب هو المنهج الوصفي باعتبار أنه من أنسب المناهج البحثية لتحقيق أهداف هذه الدراسة

1-2. أدوات الدراسة :

الاستبيان : وفي بحثنا هذا اعتمدنا على:

2-1-2. استمارة استبيان :موجهة إلى رؤساء النوادي الرياضية المحترفة بالرابطة المحترفة الأولى وفي هذه الاستمارة تم توجيه مجموعة من الأسئلة تمحورت حول الأبعاد التالية :

المحور الأول : أسئلة تتعلق بالجانب القانوني للاستثمار في مجال الإعلام الرياضي في النوادي الرياضية المحترفة لكرة القدم بالجزائر ويحوي ست عبارات .

المحور الثاني :أسئلة تتعلق بالكفاءات البشرية للاستثمار في مجال الإعلام الرياضي في النوادي الرياضية المحترفة لكرة القدم بالجزائر ويحوي سبع عبارات .

المحور الثالث :أسئلة تتعلق بتكنولوجيا الاتصال بالجزائر في مجال الإعلام الرياضي في النوادي الرياضية المحترفة لكرة القدم بالجزائر ويحوي سبع عبارات .

4- الأساليب المستعملة في المعالجة الإحصائية :

تمت معالجة البيانات الإحصائية باستخدام برنامج الحزم الإحصائية الاجتماعية ( spss ) نسخة 17 حيث تضمنت المعالجة الأساليب الإحصائية التالية :

1- التكرارات والنسب المئوية لوصف خصائص مجتمع الدراسة ، ولتحديد الاستجابة تجاه محاور وأبعاد الدراسة التي تضمنتها الأداة

2- معامل الثبات ( ألفا كرونباخ –alpha cronbach) للوقوف على مدى ثبات الأداة .

3- اختبار "ك2" للمطابقة بين المتغيرات المستقلة والتابعة .

5- مناقشة النتائج على ضوء فرضية الدراسة:

1.مناقشة نتائج المحور الأول من استمارة الاستبيان الموجهة إلى رؤساء الأندية الرياضية المحترفة.

تتمحور الفرضية رقم 1 والتي مفادها أن: 1- تعد الأطر القانونية المتعلقة بجرية الاعلام مطلباً أساسياً للاستثمار في الاعلام الرياضي بالنوادي الرياضية المحترفة لكرة القدم بالجزائر  
الجدول رقم (02):يمثل النتائج الممثلة لعبارات المحور الأول من استمارة الاستبيان الموجهة إلى رؤساء الأندية الرياضية المحترفة.

العبارة	الاستجابة	رؤساء النوادي	النسبة	الدلالة	كا
1	- نعم	07	70%	,000	20,222a
	- لا	00	00%		
	- نوعاً ما	03	30%		
2	- نعم	03	30%	,459	1,556a
	- لا	04	40%		
	- نوعاً ما	03	30%		
3	- نعم	04	40%	,045	6,222a
	- لا	05	50%		
	- نوعاً ما	01	10%		
4	- نعم	03	30%	,459	1,556a
	- لا	04	40%		
	- نوعاً ما	03	30%		
5	- نعم	03	30%	,003	11,556a
	- لا	01	10%		
	- نوعاً ما	06	60%		
6	- نعم	01	10%	,008	9,556a
	- لا	03	30%		
	- نوعاً ما	06	60%		

النسبة العامة للدلالة : 0.235

القيمة العامة كا : 8.222

الاستنتاج: من خلال الجدول رقم (01) والذي يحتوي على النتائج الممثلة لعبارات المحور الثالث عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند حدود مستوى (  $\alpha = 0.05$  ) ، أي أن آراء أفراد العينة مختلفة ومتقاربة من حيث النسب وهذا يدل على أن أفراد العينة لديهم غموض تجاه الجانب القانوني والتشريعي للاستثمار في المجال الرياضي ، مما يدل على أن الجانب القانوني والتشريعي ما زال بعيداً عن المستوى



المطلوب من الوضوح والاستقرار ، فهو يشكل عائق أمام الاستثمار في مجال الإعلام الرياضي بالجزائر وبالعودة إلى العبارات الستة نجد :

العبارة الأولى : (توجد تشريعات خاصة تتعلق بتنظيم الاستثمار في مجال الإعلام الرياضي بالجزائر) يتضح لنا أن مستوى الدلالة بالنسبة للعبارة هو ( 0.000). وذلك بمقارنته بالنسبة العامة ومستوى الدلالة المعتمد مما يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابة بنعم وهذا يعني أنها جاءت مسايرة ومؤكدة للعبارة أي أن رؤساء النوادي الرياضية يرون بأنه هناك تشريعات خاصة تتعلق بتنظيم الاستثمار في الأندية الرياضية المحترفة .

العبارة الثانية : (يوجد قانون تجاري ينظم الاستثمار في مجال الإعلام الرياضي بالجزائر) ويتبين لنا أن مستوى الدلالة يقدر بـ 459. وهذا في علاقتها بنسبة الدلالة للجدول العام ومستوى الدلالة المعتمد ، وهم يبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ، مما يعني أن هناك تقارب في النسب بين الاستجابات الثلاث ، وهذا يظهر لنا أن مسألة وجود قانون تجاري لتنظيم الاستثمار تعتبر غير مؤكدة لدى رؤساء النوادي الرياضية وهي تعكس الصورة المشوشة لديهم

العبارة الثالثة : (المشروع العضوي لقانون الإعلام الصادر فيجاني 2012 بالجزائر يشجع على الاستثمار بالنوادي الرياضية المحترفة ) ، ومن خلال مستوى الدلالة للعبارة المبين في الجدول والذي جاءت قيمته 008. وهذا مقارنة بمستوى الدلالة للجدول العام وكذا مستوى الدلالة المعتمد في العملية الإحصائية ، حيث أنه يبين لنا بأن هناك فروقات ذات دلالة إحصائية لصالح القيمة الأكثر تكرار والمتمثلة في الإجابة بـ نوعا ما ، ما يعني أن أفراد العينة يرون أن قانون الاعلام بالجزائر لا يشجع بشكل كاف على الاستثمار بالنوادي الرياضية المحترفة لكن يبقى المطالبة بمزيد من الانفتاح لاستيعاب وتوظيف الانفجار المعلوماتي التكنولوجي الناجم عن الثورة التقنية.

العبارة الرابعة : (توجد محاكم لفض النزاعات القانونية المتعلقة بالاستثمار في مجال الإعلام الرياضي بالجزائر) ويتبين لنا أن مستوى الدلالة بالنسبة للعبارة الثالثة يقدر بـ 459. مقارنة بمستوى الدلالة للجدول العام وكذا مستوى الدلالة المعتمد في العملية الإحصائية عند 00.5 كل ذلك جاء ليؤكد وجود فروقات ذات دلالة إحصائية لصالح القيمة الأكثر تكرار وهي الإجابة بـ لا أي أن رؤساء النوادي الرياضية يرون بأنه لا

توجد محاكم لفض النزاعات القانونية المتعلقة بالاستثمار في مجال الاعلام الرياضي بالنوادي الرياضية المحترفة .

العبارة الخامسة : (توجد قرارات تحت المستثمرين للاستثمار في الأندية الرياضية المحترفة ) ويظهر لنا من خلال الجدول أن مستوى الدلالة للعبارة يقدر بـ 895. وهذا بالمقارنة مع نسبة الدلالة للجدول العام وكذا مستوى الدلالة المعتمد ، حيث يظهر لنا انه لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية مما يعني أن الآراء كانت مختلفة ومتقاربة في النسب وهذا يدل على أن أفراد العينة على اختلاف في مسألة وجود قرارات تحت المستثمرين للاستثمار في الأندية الرياضية المحترفة وهذا يدل على ضباية الصورة لدى أفراد العينة مما يؤثر سلبا على الاستثمار في مجال الاعلام الرياضي بالنوادي الرياضية المحترفة.

العبارة السادسة : (توجد مراسيم رئاسية تشجع على الاستثمار في الأندية الرياضية المحترفة ) ، ويبين لنا مستوى الدلالة للعبارة والمقدر بـ 003. أنه توجد فروقات ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابة بـ نوعا ما وهذا يعني أن أفراد العينة يرون بأنه هناك مراسيم رئاسية تشجع على الاستثمار لكن تبقى غير كافية أو أنها تحتاج إلى تفعيل حقيقي للنهوض بالاستثمار في مجال الاعلام الرياضي بالنوادي الرياضية المحترفة .

نستخلص من المعطيات السابقة وحسب النسبة العامة للدلالة والتي قدرت بـ 0.235 وهذا يعني اختلاف الآراء وتقارب النسب لمختلف إجابات أفراد العينتين تجاه هذا المحور وهذا يقودنا إلى القول بأن الجانب القانوني والتشريعي للاستثمار في مجال الإعلام الرياضي بالنوادي الرياضية المحترفة عموما مازال يشكل غموضا لدى أفراد العينة فهو بعيد عن المطلوب سواء من الناحية النظرية أو من الناحية التطبيقية لهذه القوانين وبالتالي تبقى تشكل عائق أمام الاستثمار في هذا المجال ، إذ أن غالبية الدول النامية لم تسطر قوانين مستقرة تسيير عليها النوادي الرياضية بمختلف أصنافها ، ومن ثم الأطر التي ينبغي أن يتجه إليها الاستثمار الرياضي (1). ويتوافق هذا الأمر ما أشارت اليه دراسة "يعقوبي فاتح" ان المعوقات القانونية والتشريعية لم تسهم وسائل الإعلام الجزائرية في كشف المعوقات الإدارية والتشريعية التي تؤثر على قرار أصحاب المؤسسات الاقتصادية في الاستثمار الرياضي. وفتح مجال القطاع

(1) مبروكة حجار : "مداخلة بعنوان الاستثمار الرياضي معوقات وحوافز" ، مجلد المؤتمر العلمي الدولي الأول ، تسيير الإدارة الرياضية في ظل اقتصاد السوق ، مطبعة الثقة سطيف. جامعة المسيلة ، الجزائر 2009. ص22

سمعي بصري من خلال إنشاء وسائل الإعلام متعددة ومتخصصة لها القدرة على استقطاب أصحاب المؤسسات الاقتصادية.

. مناقشة نتائج المحور الثاني:

مناقشة نتائج المحور الثاني من استمارة الاستبيان الموجهة إلى رؤساء الأندية الرياضية المحترفة.

تمحور الفرضية رقم 2 والتي مفادها أن: نقص الكفاءات البشرية يشكل عائق أمام الاستثمار في مجال الإعلام الرياضي بالنوادي الرياضية المحترفة بالجزائر .

الجدول رقم (03): يمثل النتائج الممثلة لعبارات المحور الثاني من استمارة الاستبيان الموجهة إلى رؤساء ومسيري الأندية الرياضية المحترفة.

العبارة	الاستجابة	رؤساء النوادي	النسبة	الدلالة	كا
7	- نعم	00	%00	/	/
	- لا	10	%100		
	- نوعا ما	00	%00		
8	- نعم	01	%10	,003	11,556a
	- لا	06	%60		
	- نوعا ما	03	%30		
9	- نعم	03	%30	,003	11,556a
	- لا	06	%60		
	- نوعا ما	01	%10		
10	- نعم	01	%10	,000	16,889a
	- لا	02	%20		
	- نوعا ما	07	%70		
11	- نعم	06	%60	,003	11,556a
	- لا	01	%10		
	- نوعا ما	03	%30		
12	- نعم	07	%70	,000	20,222a
	- لا	01	%10		
	- نوعا ما	02	%20		
13	- نعم	07	%70	,000	20,222a
	- لا	01	%10		
	- نوعا ما	02	%20		

النسبة العامة للدلالة : 0.001

القيمة العامة 2ا : 15.407

الاستنتاج : من خلال الجدول رقم (02) والذي يحتوي على النتائج الممثلة لعبارات المحور الثالث نجد أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند حدود مستوى ( $\alpha = 0.05$ ) لصالح الإجابة ب نعم أي أن أفراد العينة يرون أن نقص الكفاءات البشرية يشكل عائق للاستثمار في مجال الإعلام الرياضي بالنوادي الرياضية المحترفة ويمكن إثبات ذلك من خلال :

العبارة السابعة : (لديكم كفاءات متخصصة للاستثمار في مجال الإعلام الرياضي بنواديكم ) يتضح لنا يتضح لنا من خلال نتائج الجدول أن كلا من أفراد العينتين قد توافقت إجاباتهم وتوحدت حول انعدام الكفاءات المتخصصة في مجال الاستثمار بالإعلام الرياضي مما يؤدي الى عدم طرح الفكرة أساسا .

العبارة الثامنة : (لديكم اطلاع على مخرجات الجامعة والتخصصات التي يمكن استثمارها بنواديكم ) ويتبين لنا أن مستوى الدلالة يقدر بـ 003. وهذا في علاقتها بنسبة الدلالة للجدول العام ومستوى الدلالة المعتمد ، وهذا يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابة ب لا ، مما يعني أن أفراد العينة ليس لديهم اتصال بمخرجات الجامعة وهذا يرجع الى غياب الجسور للتعريف بمخرجات الجامعة وربط الكفاءات بسوق العمل .

العبارة التاسعة : (تفكرون في جلب الكفاءات البشرية الأجنبية ) ويتبين لنا أن مستوى الدلالة بالنسبة للعبارة الثالثة يقدر بـ 003. مقارنة بمستوى الدلالة للجدول العام وكذا مستوى الدلالة المعتمد في العملية الإحصائية عند 00.5 كل ذلك جاء ليؤكد وجود فروقات ذات دلالة إحصائية لصالح القيمة الأكثر تكرار وهي الإجابة ب لا أي أن رؤساء النوادي الرياضية ليست لديهم النية في جلب الكفاءات البشرية الأجنبية

العبارة العاشرة: (هل ترون أن نقص الكفاءات البشرية هو العائق الكبير امام استثماركم في مجال الاعلام الرياضي بنواديكم ) ويظهر لنا من خلال الجدول أن مستوى الدلالة للعبارة يقدر بـ 000. وهذا بالمقارنة مع نسبة الدلالة للجدول العام وكذا مستوى الدلالة المعتمد ، حيث يظهر لنا انه توجد فروقات ذات

دلالة إحصائية لصالح الإجابة بـ نوعا ما ، وهذا يدل على أن رؤساء النوادي يرجعون عدم الاستثمار في الاعلام الرياضي راجع الى نقص الكفاءات البشرية لكن ليس هو العائق الأول في هذا الصدد .

العبارة الحادية عشر : ( تسعون إلى تكوين موظفي الإدارة بناديكم ) ، ويبين لنا مستوى الدلالة للعبارة والمقدر بـ 003. أنه توجد فروقات ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابة بـ نعم وهذا يعني أن أفراد العينة يسعون الى تكوين موظفي الادارة بالنوادي قصد الرفع من الكفاءات ومواكبة التطورات الحاصلة في مجال علوم الادارة .

العبارة الثانية عشر : ( تضعون شروط تتعلق بالكفاءة للتوظيف بإدارة ناديكم ) ، ومن خلال مستوى الدلالة للعبارة المبين في الجدول والذي جاءت قيمته 000. وهذا مقارنة بمستوى الدلالة للجدول العام وكذا مستوى الدلالة المعتمد في العملية الإحصائية ، حيث أنه يبين لنا بأن هناك فروقات ذات دلالة إحصائية لصالح القيمة الأكثر تكرار والمتمثلة في الإجابة بـ نعم أي أن أفراد العينة يؤكدون على أهمية الكفاءة للتوظيف في إدارة نواديهم .

العبارة الثالثة عشر : ( تدركون أهمية الكفاءات البشرية في تفعيل الاستثمار في مجال الإعلام الرياضي بنواديكم ) ( ويتبين لنا أن مستوى الدلالة بالنسبة للعبارة الثالثة يقدر بـ 000. مقارنة بمستوى الدلالة للجدول العام وكذا مستوى الدلالة المعتمد في العملية الإحصائية عند 00.5 وهذا يعني وجود فروقات ذات دلالة إحصائية لصالح القيمة الأكثر تكرار وهي الإجابة بـ نعم أي أن رؤساء النوادي الرياضية يدركون أهمية الكفاءات البشرية كاستثمار حقيقي لتطوير الإدارة من اجل دفع عملية الاستثمار في مجال الإعلام الرياضي .

نستخلص من المعطيات السابقة وحسب النسبة العامة للدلالة والتي تدل على أن هناك فروق ذات

دلالة إحصائية عند حدود مستوى (  $\alpha = 0.05$  ) لصالح الإجابة بأن نقص الكفاءات البشرية المتخصصة يشكل عائق أمام الاستثمار في مجال الإعلام الرياضي بالنوادي الرياضية المحترفة وذلك لعدة أسباب كغياب التواصل مع الجامعة والتعريف بمخرجاتها وإمداد السوق بما يحتاجه من كفاءات متخصصة .

المحور الثالث :

مناقشة نتائج المحور الثالث من استمارة الاستبيان الموجهة إلى رؤساء الأندية الرياضية المحترفة.

تتمحور الفرضية رقم 3 والتي مفادها أن: تكنولوجيا الاتصال تلعب دورا مهما في تجسيد الاستثمار الإعلامي الرياضي بالنوادي الرياضية المحترفة لكرة القدم بالجزائر ..

الجدول رقم (04):يمثل النتائج المثلة لعبارات المحور الثالث من استمارة الاستبيان الموجهة إلى رؤساء الأندية الرياضية المحترفة.

العبارة	الاستجابة	رؤساء النوادي	النسبة	الدلالة	كا
14	- نعم	01	%10	,000	16,889a
	- لا	02	%20		
	- نوعا ما	07	%70		
15	- نعم	05	%50	,004	10,889a
	- لا	01	%10		
	- نوعا ما	04	%40		
16	- نعم	06	%60	,005	10,667a
	- لا	02	%20		
	- نوعا ما	02	%20		
17	- نعم	02	%20	,005	10,667a
	- لا	02	%20		
	- نوعا ما	06	%60		
18	- نعم	02	%20	,000	17,556a
	- لا	01	%10		
	- نوعا ما	07	%70		
19	- نعم	01	%10	,001	14,000a
	- لا	07	%70		
	- نوعا ما	02	%20		
20	- نعم	01	%10	,018	8,000a
	- لا	05	%50		
	- نوعا ما	04	%40		

النسبة العامة للدلالة : 0.026

القيمة العامة كا : 11.278

الاستنتاج : من خلال الجدول رقم ( 04) والذي يحتوي على النتائج الممثلة لعبارات المحور الثالث نجد أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند حدود مستوى (  $\alpha = 0.05$  ) ، لصالح الإجابة ب نوعا ما مما يعني أن أفراد العينة يرون أن تكنولوجيا الاتصال بالجزائر لا تستجيب لمتطلبات الاستثمار في مجال الإعلام الرياضي بنواديمهم ، ونجد من خلال العبارات ما يلي :

- العبارة الرابعة عشر : (هل تربطون استثماركم في مجال الإعلام الرياضي بمدى تطور تكنولوجيا الاتصال بالجزائر) يتضح لنا أن مستوى الدلالة بالنسبة للعبارة هو (0,000)، وذلك بمقارنته بالنسبة العامة ومستوى الدلالة المعتمد مما يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابة ب نوعا ما وهذا يعني أن رؤساء النوادي الرياضية يرون بأن تطور تكنولوجيا الاتصال بالجزائر له دور في توجيههم إلى الاستثمار في مجال الإعلام الرياضي .،

- العبارة الخامسة عشر : (تتوقعون تحسين في تكنولوجيا الاتصال بالجزائر) ويتبين لنا أن مستوى الدلالة يقدر ب 004. وهذا في علاقتها بنسبة الدلالة للجدول العام ومستوى الدلالة المعتمد ، وهذا يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابة بنعم، مما يعني أن أفراد العينة يرون أنهم وفق نمو قطاع الاتصالات يتوقعون تحسين في تكنولوجيا الاتصال مما يبقى باب الاستثمار في مجال الإعلام الرياضي مفتوح

- العبارة السادسة عشر : (هل تواجهون صعوبة في استخدامات التكنولوجيا لأجل الاستثمار في مجال الإعلام الرياضي بنواديمكم) ويتبين لنا أن مستوى الدلالة بالنسبة للعبارة الثالثة يقدر ب 005. مقارنة بمستوى الدلالة للجدول العام وكذا مستوى الدلالة المعتمد في العملية الإحصائية عند 00.5 كل ذلك جاء ليؤكد وجود فروقات ذات دلالة إحصائية لصالح القيمة الأكثر تكرار وهي الإجابة بنعم أي أن أفراد العينة يرون أن.

- العبارة السابعة عشر : (هل التكنولوجيا المتاحة حاليا تستثمرونها في التشهير لناديكم) ويظهر لنا من خلال الجدول أن مستوى الدلالة للعبارة يقدر ب 005. وهذا بالمقارنة مع نسبة الدلالة للجدول العام وكذا مستوى الدلالة المعتمد ، حيث يظهر لنا انه توجد فروقات ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابة ب

نوعا ما ، وهذا يدل على أن أفراد العينة وسائل الاتصال الموجودة في الأندية الرياضية يمكن لها أن تشجع على الاستثمار لكن ليس بالشكل المطلوب ، ويبقى هذا عائق أمام المستثمرين .

- العبارة الثامنة عشر: (هل ترون بأن استخدام تكنولوجيا الاتصال بالجزائر لأجل الاستثمار في الإعلام الرياضي مكلفة ماليًا ) ، ويبين لنا مستوى الدلالة للعبارة والمقدر ب 000. أنه توجد فروقات ذات دلالة إحصائية ، وهذا يعني أن أفراد العينة يرون أن الإعلام السمعي البصري يغطي أنشطة النادي لكن ليس بالشكل الفعال والمستمر ، حيث أنه ينتظر فتح مجال الإعلام السمعي والبصري وخاصة في المجال الرياضي للمتحمسين من فتح قناة مع الجمهور قصد جلب المستثمر لاستغلال هذه النافذة .

- العبارة التاسعة عشر: (هل تعتقدون بأن واقع تكنولوجيا الاتصال غير مناسب للتفكير في الاستثمار في مجال الإعلام الرياضي ) ، ومن خلال مستوى الدلالة للعبارة المبين في الجدول والذي جاءت قيمته 001. وهذا مقارنة بمستوى الدلالة للجدول العام وكذا مستوى الدلالة المعتمد في العملية الإحصائية ، حيث أنه يبين لنا بأن هناك فروقات ذات دلالة إحصائية لصالح القيمة الأكثر تكرار والمتمثلة في الإجابة ب لا أي أن أفراد العينتين يرون بأن المنشآت الرياضية الخاصة بالأندية الرياضية المحترفة لا تشجع على استضافة بطولات محلية ودولية ، وهذا ما يبقي النوادي الرياضية عاجزة على الظهور في المحافل الدولية ، وتوسيع شريحة المهتمين بالرياضة الجزائرية ، وهذا هو العنصر الأكثر إغراء لدى المستثمر للوصول إلى المستهلك .

- العبارة العشرون : (تشكل تكنولوجيا الاتصال العائق الأول الذي يواجه الاستثمار في مجال الإعلام الرياضي بنواديكم) ويتبين لنا أن مستوى الدلالة بالنسبة للعبارة الثالثة يقدر ب 013. مقارنة بمستوى الدلالة للجدول العام وكذا مستوى الدلالة المعتمد في العملية الإحصائية عند 018. وهذا يعني وجود فروقات ذات دلالة إحصائية لصالح القيمة الأكثر تكرار وهي الإجابة ب لا أي أن رؤساء النوادي الرياضية يؤكدون على أن تكنولوجيا الاتصال لا تشكل العائق الأول الذي يواجههم للاستثمار في مجال الإعلام الرياضي بنواديهم وهذا يبين أن هناك معوقات من الدرجة الأولى وتشكل السبب الرئيسي لمحدودية الاستثمار في مجال الإعلام الرياضي .



نستخلص من المعطيات السابقة وحسب النسبة العامة للدلالة والتي قدرت بـ 0.026 أي أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند حدود مستوى ( $\alpha = 0.05$ ) والتي تدل على أن تكنولوجيا الاتصال في الجزائر غير مشجعة على الاستثمار في مجال الإعلام الرياضي ولا بد من تحسينها وإدخال التكنولوجيا الرقمية وتطوير قطاع الاتصالات (زيادة سرعة الانترنت باستخدام الألياف الضوئية - إطلاق الجيل الثالث والرابع للهاتف النقال .....).

خلاصة عامة: لقد أصبحت الرياضة الآن مصدر دخل هائل في العالم كله وأصبحنا نسع أرقام تعتبر خيالية، سواء في تسجيلات اللاعبين أو دخول المباريات أو مداخيل الأندية والاتحادات وأصبح الاستثمار في مجال الرياضة عموما يحتل صدارة الاستثمارات في العالم، بالإضافة إلى مساهمته في الدخل القومي، ومن خلال الأرقام والعائدات المالية الكبيرة التي أصبحت الرياضة تدرها على الأندية الرياضية، فالجزائر مطالبة بالدخول في هذا المجال من خلال إيجاد آليات للتشجيع على الاستثمار في مجال الإعلام الرياضي بفتح قطاع الإعلام والاتصال للخصائص وتسهيل العقبات القانونية والإدارية وإعطاء القطاع أكثر حرية من أجل الاستثمار فيه كونه قطاع سريع النمو وكذا التعامل مع الرياضة كصناعة حقيقية، والعمل على تشجيع الاستثمارات المحلية والأجنبية في هذا المجال من خلال تسطير سياسة شاملة لإصلاح القطاع الرياضي تضم كل المجالات التشريعية والإجرائية والمالية من أجل تهيئة الظروف لخلق المناخ الاستثماري، باعتباره أهم العوامل المشجعة على الاستثمار.

حيث وأنه من خلال هذه الدراسة التي وفقنا الله في إنجازها، والتي قد تناولت متطلبات الاستثمار في مجال الإعلام الرياضي في النوادي الرياضية المحترفة، قد حاولنا من خلالها تسليط الضوء على الاستثمار الرياضي بشكل عام والاستثمار في مجال الإعلام الرياضي بشكل خاص، وقد خلصنا إلى عدة نتائج ومنها أن فرضية اعتبار الأطر القانونية المتعلقة بحرية الإعلام مطلباً أساسياً للاستثمار في الإعلام الرياضي بالنوادي الرياضية المحترفة لكرة القدم بالجزائر قد تأكدت صحتها، وعليه فالتشريعات فيما يخص الاستثمار في مجال الإعلام الرياضي في الجزائر ما زالت غير مشجعة ومحفزة للخصائص والنوادي الرياضية على الاستثمار، وتفرض نوع من القيود على حريات الإعلام باعتباره قطاع حساس وعليه لا بد من تشريع قوانين تكون ملائمة ومرنة تعمل على تذليل هذه العقبات، وفيما يخص فرضية أن الموارد البشرية تشكل عنصراً مهماً في تفعيل الاستثمار في مجال الإعلام الرياضي بالنوادي الرياضية لكرة القدم

بالجزائر فقد تأكدت هي الأخرى صحتها إذ أنه يجب على النوادي الرياضية تغيير فلسفتها الإدارية من خلال انتهاج أساليب علمية في التسيير ، واستغلال الموارد البشرية بشكل فعال ولا بد أيضا من الاستغلال الأمثل للمؤهلات التي تمتلكها الجامعة الجزائرية والعمل على التعريف بها وخلق فضاءات لتقارب بين الجامعة سوق العمل المتمثل في النوادي الرياضية . وبالنسبة للفرضية الثالثة والتي تشير إلى أن تكنولوجيا الاتصال تلعب دورا مهما في تجسيد الاستثمار الإعلامي الرياضي بالنوادي الرياضية المحترفة لكرة القدم بالجزائر .

فقد تأكدت من خلال آراء أفراد العينة ، وعليه يجب على الجزائر تطوير قطاع الاتصالات ( وتشمل البنية التحتية لقطاع الاتصالات مثل زيادة سرعة الانترنت باستخدام الألياف الضوئية - إطلاق الجيل الثالث للمهاتف النقال ..... ) وإقامة معارض للشركات التكنولوجية العالمية من أجل التعرف على أحدث التقنيات الحديثة في مجال تكنولوجيا الاتصالات.

من خلال هذه النتائج يمكن أن نستنتج أن هناك معوقات أخرى تواجه الاستثمار في مجال الإعلام الرياضي في النوادي الرياضية المحترفة لكرة القدم بالجزائر .

اقتراحات الدراسة :

وبعد ما تم عرض الاستنتاجات ارتأينا أن نقوم بتقديم بعض الاقتراحات ، ومن هذه الاقتراحات ما يلي

1- فتح قطاع الإعلام والاتصال أمام الحواص من خلال سن قوانين وتشريعات تعمل على ذلك .  
2- إقامة معارض للشركات التكنولوجية العالمية من أجل التعرف على أحدث التقنيات الحديثة في مجال تكنولوجيا الاتصالات .

3- إقامة مدارس للتدريب والتكوين في مجال تكنولوجيا الاتصالات .

4- محاولة الاستفادة من الخبرات الأجنبية في مجال استخدام تكنولوجيا الاتصالات في الإعلام الرياضي خلال الدورات التدريبية .

5- تطوير البنية التحتية لقطاع الاتصالات ( زيادة سرعة الانترنت باستخدام الألياف الضوئية – إطلاق الجيل الثالث للهاتف النقال .....)

## المصادر والمراجع

- 1- الكتب :
- 1- أحمد عبد العزيز المبارك: أجهزة الإعلام ودورها في توجيه المجتمع، مكتبة دار القلم- دمشق، 1981، ص 67.
- 2- حسين عمر: " التنمية والتخطيط الإحصائي "، ديوان المطبوعات الجامعية ، بدون بلد ، 1985
- 3- رشاد شحاتة أبو زيد: مسئولية الإعلام الإسلامي، دار الفكر العربي، القاهرة، ط1، 1999، ص 8.
- 4- ناصر دادي عدون: اقتصاد المؤسسة ، دار المحمدية الحامة ، ط1 ، الجزائر ، 1998.
- 5-نظام موسى سويدان ، التسويق، دار الحامد للنشر و التوزيع، عمان-الأردن، 2006.
- 6- عاطف محمد عبيد : "إدارة وتنظيم المشروعات "، دار النهضة العربية ، بدون بلد ، 1976
- 7- عبد الرزاق بن حبيب : اقتصاد وتسيير المؤسسة ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2000
- 8- عليزغودو: المؤسسات الاشتراكية ذات الطابع الاقتصادي في الجزائر، المؤسسة الجزائرية للطباعة، الجزائر، 1987 .
- 9- عمر صخري: اقتصاد المؤسسة ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 1993 .
- 10-توفيق حسوني: "الإدارة المالية " ، ط5 ، جامعة دمشق ، سورية ، 1993.
- 11- شذى أحمد عساف : شطب العلامة التجارية في ضوء اجتهاد محكمة العدل العليا ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، ط1 ، عمان 2011
- 12-يوسف محمد البقاعي: "قاموس الطلاب " ، دار المعرفة ، المغرب ، 2006
- 2- الدراسات والأبحاث :
- 1- مبروكة حجار : "مداخلة بعنوان الاستثمار الرياضي معوقات وحوافز" ، مجلد المؤتمر العلمي الدولي الأول ، تسيير الإدارة الرياضية في ظل اقتصاد السوق ، مطبعة الثقة سطيف. جامعة المسيلة ، الجزائر 2009.
- 3- الجرائد والمجلات :
- 1- الجريدة الرسمية الجزائرية عدد 39 الصادرة بتاريخ 31 جويلية 2013 .
- 4- مواقع الانترنت :
- 1- قاعدة البيانات للرسائل العلمية بالجامعات المصرية. <http://www.eulc.edu.eg/>