

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف - المسيلة

ميدان : علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية

فرع : إعلام واتصال رياضي

تخصص : الإعلام والاتصال الرياضي سمعي بصري



معهد : علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية

قسم : الإعلام والاتصال الرياضي

رقم : .....

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر أكاديمي

اعداد الطالب (ة) : يعقوبي الطيب

تحت عنوان

## دور الإعلام الرياضي المرئي في نشر ثقافة الإستثمار الرياضي في الجزائر

دراسة ميدانية على طلبة الإعلام والاتصال الرياضي بمعهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية بالمسيلة

لجنة المناقشة :

رئيسا	جامعة : مريشيش خالد	اسم ولقب الاستاذ (ة)
مشرفا ومقررا	جامعة : عمرون فاتح	اسم ولقب الاستاذ (ة)
مناقشا	جامعة : جلال صلاح الدين	اسم ولقب الاستاذ (ة)

السنة الجامعية : 2016 / 2017

# شكر وتقدير

قال تعالى: ﴿ فَادْكُرُونِي أَذْكُرْكُمْ وَاشْكُرُوا لِي وَلَا تَكْفُرُونِ ﴾

الآية: 152/سورة البقرة

بكل عبارات التقدير والاحترام نتقدم بعظيم الشكر و جزيل الامتنان إلى الأستاذ المشرف فاتح عمرون على كل ما قدمه لي من  
نطاق.

كما لا يفوتني أن أتقدم بالشكر إلى الأساتذة الذي قدموا يد  
العاون.

ونتقدم بالشكر الجزيل إلى: أعلام يحيى ، سيفه الاسلام عريوة، عمار  
طرابلسي على مجهوداتهم المبذولة ومساعدتهم لنا.

كما نخص بالشكر إلى كل من ساهم معنا في إنجاز هذا العمل.

# إهداء

أهدى نعمة جهدي للوالدين الكريمين

على كل ما قدماه لي في هذه الحياة.

## مقدمة:

إن المتنبّع للحركة الاقتصادية عبر التاريخ يجد أن العلاقة بين الرياضة والاقتصاد علاقة قديمة ووطيدة تحولت، وتنامت هذه العلاقة في السنوات الماضية بصورة سريعة وأصبحت تبادلية، بحيث أسهم الاستثمار في المؤسسات الرياضية في إحداث نقلة نوعية في المنشآت الرياضية والاقتصادية وتطوير الألعاب وزيادة المداخيل عبر مشاريع كثيرة، منها تبني المواهب الرياضية، وتوقيع عقود معهم في سن مبكرة ونجد أن الاستثمار الرياضي يلعب دورا مهما وحيويا في تطور المجتمعات والبلدان وهو واحد من أهم العمليات الاقتصادية ذات النفع الكبير والمردود الإيجابي، نحو بناء استراتيجية اقتصادية مستقبلية تدعم الفكر التجاري لإدارة الأندية، وتحول الجماهير وأعضاء الشرف وغيرهم، إلى عملاء تجاريين تعود عليهم الأرباح من خلال استثماراتهم وخاصة الاستثمار في المنشآت الرياضية واللاعبين، والعائد في صناعة الرياضة والرؤية التجارية للاستثمار، هو أن يتحول المنتسب للنادي من داعم متبرع إلى داعم يحقق أرباحا ومداخيل، من خلال استثماره في منشآت الأندية وأكاديمياتها الرياضية، فالبطولات الأوروبية الحالية تسهم في تقديم رياضة راقية، وهي في نفس الوقت تدر عائدات تقدر بالمليارات من الدولارات. لقد أصبحت الرياضة الآن مصدر دخل هائل في العالم كله وأصبحنا نسمع أرقام تعتبر خرافية، سواء في تسجيلات اللاعبين أو دخول المباريات أو مداخيل الأندية والاتحادات، وعلى مر هذه العقود حدثت تغيرات هائلة في تجارة كرة القدم، أما في الجزائر فالاستثمارات في المجال الرياضي قليلة، مقارنة بالأرقام المسجلة عالميا رغم دخولنا عالم الاحتراف، فالوضع الراهن يحتاج إلى دراسة معمقة قبل الخوض في أي مشروع رياضي استثماري بسبب ضبابية الرؤية التجارية لهذا النوع من الاستثمارات و غياب الشفافية المطلوبة، والتي ساهمت في عزوف المؤسسات الاقتصادية عن المخاطرة باستثمارات رياضية، بالرغم بأن هذه الأخيرة أكثر ربحية من مجالات أخرى. ونرى أن معظم المستثمرين في قطاع الرياضة الجزائرية ينقسمون لفئتين هما الشركات الراعية للأندية) وهذا نشاط تسويقي إعلامي في الأساس لا يستهدف الربح المباشر (ورؤساء الأندية)، وهؤلاء في الغالب ليس هدفهم الأول العائد المادي بل خدمة نواديهم وتحقيق مكانة داخل مجتمعاتهم

و لقد قسمنا دراستنا هذه إلى خمس فصول حيث تناولنا الفصل الأول الخلفية النظرية التي تناولت الجانب النظري للدراسة والدراسات السابقة أما الفصل الثاني اشتمل على الإطار العام للدراسة أما الجانب التطبيقي فاحتوى على ثلاثة فصول, الفصل الأول يتناول الإجراءات الميدانية للدراسة بينما الفصل الثاني تناولنا فيه تحليل نتائج وتفسيرها ومناقشتها ثم ختمنا الفصل الأخير باستنتاجات عامة وتم الاتفاق على اقتراحات كما وجب علينا وضع أفاق مستقبلية لهذه الدراسة.

## الفصل الأول : الخلفية النظرية والدراسات السابقة

---

### تمهيد :

تعد الخلفية النظرية و الدراسات السابقة المنطلق الأول للباحثة عند بداية دراسته، ففيها يقوم الباحث بجمع المعلومات النظرية التي لها ارتباط بموضوع الدراسة، حيث تساعده في تفسير النتائج المتحصل عليها و كذلك الاستبدال بها . وفي هذا الفصل سوف نتطرق إلى النظريات المفسرة لمتغيرات موضوع الدراسة و مؤشرات و آراء العلماء و الأدبيات النظرية حوله، حيث نستخدم هذه المعلومات عند تفسير النتائج المتحصل عليها .

### 1- الإعلام :

#### 1-1- مفهوم الإعلام :

ليس من الميسور تقديم تعريف دقيق وشامل للفظة الإعلام، فكثرة تداول هذه الكلمة وانتشارها جعلها تبدو وكأنها لا تحتاج لتعريف مع أنها مازالت غير واضحة تماما في أذهان من ألف استعمالها، والإعلام في اللغة: التبليغ، ويقال بلغت القوم بلاغا أي أوصلتهم الشيء المطلوب، و البلاغ ما بلغك أي وصلك<sup>1</sup>.

والإعلام بمعناه الواسع هو نقل، وقد اتسع نطاقه ليصبح نشر الحقائق والمعلومات الدقيقة الصادقة بهدف التقرير والإقناع، ويقول إبراهيم إمام : "الإعلام هو نشر للحقائق والأخبار والأفكار والآراء بوسائل الإعلام المختلفة"<sup>2</sup>.

والإضافة الهامة في هذا التعريف أنه أشار للأفكار والآراء بجانب الحقائق والأخبار التي نشرها الإعلام بوسائل مختلفة.

ولعل تعريف العالم الألماني "أوتجروت" الذي أورده عبد اللطيف حمزة في كتابه (الإعلام تاريخ ومذاهبه) من أوضح التعاريف للإعلام وأكثرها انضباطا فهو يقول : "الإعلام هو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير و لروحها و ميولها و اتجاهاتها في نفس الوقت" ومن خلال هذه التعريفات و المفاهيم السابقة للإعلام نخلص إلى تعريف جامع و شامل هو أن الإعلام نشر للأخبار و الحقائق و الأفكار و الآراء ويتم التعبير عنها مباشرة أو غير مباشرة في إطار موضوعي بعيدا عن الهوى و العرض من خلال أدوات ووسائل محايدة بهدف تكوين فكرة خاصة بها التي تمكن من اتخاذ الموقف الملائم<sup>3</sup>.

#### 1-2- أنواع الإعلام :

##### أ- الإعلام المرئي :

ظهرت الصحافة المرئية ( التلفزيون ) كوسيلة اتصال إنسانية و أداة مثالية لنقل المعلومات، و للتعبير عن الأفكار الهادفة التي تخدم المصلحة العليا للمجتمع على الصعيد العالمي كله وذلك من خلال جيل واحد، أي خلال عقدين أو ثلاثة عقود، عندما ظهر التلفزيون كوسيلة من وسائل الإعلام الجماهيري فأخذ عن السينما الصورة و الحركة وعن الإذاعة الصوت وعن الصحافة النص المكتوب، فأطلق في بداية عهده (إذاعة مرئية و سينما مرئية).

تم تطور هذا الجهاز بفضل الممارسة و التطور التكنولوجي الهام الذي عرفته البشرية في كيفية تحويل الإشارات الضوئية إلى نبضات كهربائية يتم تحويلها إلى موجات كهرومغناطيسية تبث في الفضاء عبر جهاز خاص، وهو جهاز الاستقبال التلفزيوني تم تحول إلى صورة و صوت<sup>4</sup>.

##### ب - الإعلام السمعي :

تعتبر الإذاعة من أهم وسائل التربية إذا تضمنت برامجها موضوعات متنوعة في جميع الميادين التربوية و العلمية و الثقافية و الرياضية و الترويحية، وتعمل الإذاعة على ربط الفرد بمجتمعه و العالم من حوله ونشر الثقافة و المعرفة وكل ما يخص الجانب التربوي و أصبح المذيع أهم سمات الحضارة<sup>1</sup>.

1 / محمود محمد سفر: الإعلام موقف، الطبعة الأولى، السعودية، الناشر، تهامة، جدة، 1982، ص 21.

2 / إبراهيم إمام: الإعلام و الاتصال بالجماهير، مكتبة الانجلو المصرية، مصر، 1969، ص 125.

3 / عمر السيد محمد: الإعلام و التنمية، دار الفكر العربية، د.م، 1988، ص 16.

4 / د. بوشيكبي، ترجمة خضور: الصحافة التلفزيونية، دمشق، ط1، د.س، ص 25.

## الفصل الأول : الخلفية النظرية والدراسات السابقة

ومما يزيد من أثر البرامج الإذاعية على الأفراد ثقة الجمهور الكبير في الأنباء التي يحصل منها من خلال تقوية الشعور القومي و النهوض بالمجتمع و معالجة المشكلات الاجتماعية وتوعية و توجيه الرأي العام و تنمية المواهب من خلال البرامج المتخصصة<sup>2</sup>.

### ج - الإعلام المكتوب (الصحافة):

الصحافة إحدى أهم المهن التي تنقل للمواطنين الأحداث التي تجري في محيط مجتمعهم و أمتهم و العالم أجمع كما تساعد الناس في تكوين الآراء حول الشؤون الجارية من خلال الصحف و المجالات و يشار إلى وسائل الاتصال المذكورة بالصحافة أو الوسائل الإخبارية و في كل يوم يجتمع الصحفيون في مختلف أنحاء العالم يحررون المقالات عن آلاف الوقائع المحلية بينما يغطي غيرهم و منهم المراسلون بالخارج الأخبار القومية و الدولية.

### 1-3- وظائف الإعلام:

في معظم الدراسات الإعلامية حتى بداية الربع الأخير من القرن العشرين يذكر الباحثون وظائف الصحافة بأنها الإبلاغ أي نشر الأخبار ثم الشرح و التعبير، أي تفسير الخبر و التعليق عنه إبداء الرأي فيه و حوله، ثم التثقيف ثم التسلية و الاستمتاع ثم الفاعلان و ظل مفهوم الإعلام يعنى مفهوم الإعلام بمعنى أن الصحافة مقروءة و مسموعة و مرئية و مع اتساع حقول الدراسات و البحوث لم يعد هذا التعميم ملائماً للعصر فالراديو غير التلفزيون و الصحف وغيرها و الأفلام السينمائية تتنوع و تتعدد و تختلف لذا نستطيع القول إن الوظائف المعاصرة للإعلام يمكن النظر إليها نظرة جديدة تعتمد على التوسع الذي طرأ على وظائف وسائل الإعلام، و على تطور الخدمة الإعلامية في مجتمعات المعاصرة.

### 1-4- تعريف الإعلام الرياضي:

الإعلام الرياضي هو عملية نشر الأخبار و المعلومات و الحقائق و شرح القواعد و القوانين الخاصة بالألعاب و الأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع<sup>3</sup>.

يشير كل من خير الدين عويس و عطا عبد الرحيم إلى أن الإعلام الرياضي هو تلك العملية التي تهتم بنشر الأخبار و المعلومات و الحقائق المرتبطة بالرياضة و تفسير القواعد و القوانين المنظمة للألعاب و أوجه النشاط الرياضي و ذلك للجمهور بقصد نشر ثقافة الرياضة بين أفراد المجتمع و تنمية الوعي الرياضي، وأنه من خلال وسائل الاتصال الجماهيرية يتم تأثير في النمو السلوكي و القيمي لجمهوره.

ويرى محمد الحماحمي أن الإعلام في المجال الرياضي يعد تلك المنظومة التي تهتم بنشر الأخبار و المعلومات و المعرفة المرتبطة بهذا المجال الرياضي، و بعرض و تفسير القواعد و القوانين و المبادئ التي تنظم الألعاب و الرياضات المختلفة و تحكم المنافسات الرياضية، و التي تهتم بتوضيح الرؤى العلمية نحو العديد من المشكلات و القضايا المعاصرة للتربية البدنية و الرياضية، و ذلك من خلال وسائل الاتصال أو الإعلام الجماهيرية بغرض نشر الثقافة المرتبطة بهذا المجال لدى المواطنين، و تنمية اتجاهاتهم الإيجابية نحو ممارسة أوجه النشاط البدني و الحركي، و توجيههم نحو استثمار أوقات الفراغ في متابعة الأحداث الرياضية<sup>4</sup>.

### 1-5- واقع الإعلام الرياضي :

1 / حامد عبد السلام زهران: علم النفس الاجتماعي، عالم الكتب للنشر، ط 1977، 4، ص 306-307.

2 / د. سميرة أحمد السيد: علم الاجتماع التربوية، دار الفكر العربي، ط 3، 1998، ص 100.

3 / حسن أحمد الشافعي: الإعلام و التربية البدنية و الرياضية، دار الوفاء لنديا الطباعة و النشر، مصر، 2004، ص 37.

4 / أديب خضور: دراسات في الصحافة الرياضية، تغطية المباريات الرياضية صحفياً و إذاعياً و تلفزيونياً تحرير الأخبار الرياضية، المكتبة الإعلامية (9)، القاهرة، 1994، ص 187-188.

## الفصل الأول : الخلفية النظرية والدراسات السابقة

لقد قطع الإعلام الرياضي أشواطاً كبيرة من التطور الإيجابي و خاصة في السنوات الأخيرة من حيث زيادة عدد العاملين من صحفيين، تقنيين، إداريين وكذا التحسن النسبي في ظروف العمل إلا أنه مازال يعاني واقعا مليئا بالمشاكل جعلته يحول دون بلوغ المستوى الحقيقي، و اللحاق بالركب و مسايرة الإعلام الرياضي وما يقوم به من دور في الدول الأجنبية، وما هذا إلا عدم توفر بعض الشروط الضرورية لتطور أي عمل إعلامي ناجح و التي نختصرها فيما يلي :

- ✓ المعدات و الأجهزة الخاصة بنقل و تركيب و تجهيز الحصص الرياضية تكاد منعدمة.
- ✓ النقص الكبير في الإمكانيات و الوسائل الضرورية الخاصة بالعمل الصحفي الرياضي خاصة كلفة الكاميرات و فرق التصوير و مشاكل التنقل مما يجعل كافة الأقسام تواجه مشاكل من هذا النوع التي تؤدي في بعض الأحيان إلى إلقاء حصص روبرتاجات و تقارير صحفية خاصة بمختلف فروع الإعلام الرياضي المرئي و المسموع و المكتوب .
- ✓ نقص الكفاءة و قلة الخبرة و التجربة عند بعض العاملين في مجال الإعلام الرياضي بمختلف أنواعه، وهذا راجع لقلة المراكز التكوينية الخاصة بهذا المجال أو الميدان بالإضافة إلى انعدام الممارسة الميدانية الفعلية .
- ✓ مشكلة سوء البرمجة التي تعاني منها المؤسسة الوطنية للتلفزة، إذ أن احترام الوقت بالنسبة لمديرية البرمجة جعل الحصص الإعلامية الرياضية مهمشة مقارنة بالحصص الإخبارية الأخرى وهذا ما يجعل الإعلام الرياضي المرئي يفقد جزء كبير من مصداقية<sup>1</sup>.

### 1-6 أهداف الإعلام الرياضي :

- ✓ نشر الثقافة الرياضية من خلال تعريف الجمهور بالقواعد و القوانين الخاصة بالألعاب و الأنشطة المختلفة و التعديلات التي قد تطرأ عليها .
- ✓ تثبيت القيم و المبادئ و الاتجاهات الرياضية و المحافظة عليها حيث أن كل مجتمع نسق قيمي يحدد أنماط السلوك الرياضي متفقة مع تلك القيم و المبادئ كأن التوافق سمة من سمات المجتمع .
- ✓ نشر الأخبار و المعلومات و الحقائق المتعلقة بالقضايا و المشكلات الرياضية المعاصرة و محاولة تفسيرها و التعليق عليها لكي تكون أمام الرأي العام في المجال الرياضي و إعطاءه الفرصة لاتخاذ ما يراه من قرارات تجاه هذه القضايا أو تلك المشكلات وهذه هي أوضح أهداف الإعلام الرياضي التي ترمي إلى توعية الجمهور و تثقيفهم رياضيا من خلال إمدادهم بالمعلومات الرياضية التي تستجد في حياتهم على المستويين المحلي و الدولي .
- ✓ الترويج عن الجمهور و تسليتهم بالأشكال و الطرق التي تخفف عنهم صعوبات الحياة اليومية.

### 1-7 خصائص الإعلام الرياضي :

- ✓ للإعلام الرياضي الكثير من الخصائص و لكن أبرزها ما يلي :
- ✓ الإعلام الرياضي يتضمن جانبا كبيرا من الاختيار حيث أنه يختار الجمهور الذي يخاطبه و يرغب في الوصول له فهذا مثلا برنامج إذاعي رياضي موجه إلى جمهور كرة القدم وهذه مجلة رياضية خاصة بكرة السلة وهذه حيث تلفزيوني موجه إلى جمهور كرة اليد وهكذا .
- ✓ الإعلام الرياضي يتميز بأنه جماهيري له القدرة على تغطية مساحات واسعة و خاطبة قطاعات كبيرة من الجماهير .

1 / عبد العزيز شريف: مدخل إلى وسائل الإعلام، دار الكتاب، ط2، لبنان، 1989، ص180.

## الفصل الأول : الخلفية النظرية والدراسات السابقة

✓ الإعلام الرياضي في صيغة لاجتذاب أكبر عدد من الجمهور يتوجه إلى نقطة متوسطة يتجمع حولها أكبر عدد من الناس باستثناء ما يوجه إلى قطاعات محددة من الناس كالبرنامج الرياضي لذوي الاحتياجات الخاصة وغيرها. الإعلام الرياضي بوسائله المختلفة مؤسسة اجتماعية يستجيب إلى البيئة التي يعمل فيها بسبب التفاعل القائم بينه وبين المجتمع الذي يعمل فيه حتى لا يتعارض ما يقدمه من وسائل إعلامية رياضية مع القيم و العادات السائدة في هذا المجتمع فالإعلام الرياضي بمثابة المرآة التي تعكس صورة و فلسفة هذا المجتمع 1.

### 1-8-1 الاعلام الرياضي المرئي:

يعتبر هذا العصر عصر التلفزيون فهو وسيلة إتصال سمعية بصرية تعتمد على الصوت والصورة ، ويدعم إستخدامهما الرسالة التلفزيونية أيا كانت سواء إعلامية أو إعلانية أو تعليمية أو ترفيهية.(2)

### 1-8-1 ماهية التلفزيون:

الصحافة ظاهرة فنية جديدة ولدتها الحضارة الحديثة ، وملأتها بطابع من الإمكانيات العظيمة التي ضاعفت من قيمتها وجعلت منها قوة كبيرة لا تستغني عنها الحكومات والشعوب، إن العصر الذي نعيش فيه عصر الإعلام وعصر السرعة لان البشرية انقلبت انقلابا كبيرا في مجال العلم والتكنولوجيا وأصبحنا في حاجة ماسة إليه كلمة الصحافة ليست مقصورة على الصحف المطبوعة، ولكنها تشمل جميع وسائل الإعلام المطبوعة والمسموعة فالمطبوعة منها: الجرائد، المجلات والصحف ... الخ، أما المسموعة مثل :

الإذاعة والتلفزيون و إن الصحافة المرئية (التلفزيون) أحدثت ثورة كبيرة في مجال الإعلام ، بعدما احتكرت الصحافة المكتوبة عملية تشكيل وصياغة الرأي العام والتعبير عنه<sup>3</sup> .

تطور الصحافة المرئية (التلفزيون) تطور كبير منذ نشأتها إلى يومنا هذا وعرفت إقبالا كبيرا من طرف الجمهور نظرا للخصائص التي تملكها ، وأصبح المشاهد في أي بقعة من العالم يتابعها باستمرار لأنه مصدر حضاري نظرا لهذه الأهمية التي تكتسبها الصحافة المرئية التلفزيونية ، زادت منتجاتها وكثر الطلب على مشاهدتها بزيادة ساعات البث وزيادة قنوات أخرى تعمل ارضاء المشاهدين وفقا لمتطلباتهم اليومية<sup>4</sup> .

وعلى هذا الأساس ظهرت صحافة متخصصة تعمل وفقا لهذا المبدأ، فانقسمت بذلك مجالات العمل في القنوات، إذ نجد مثلا في البلدان المتطورة قنوات خاصة بكل ميدان (السياسة، الاقتصاد، الكوميديا، الرياضة، الثقافة ...) أو نجد في القناة الواحدة عدة أقسام، كل قسم خاص بعملية مثل المؤسسة الوطنية للتلفزيون التي تتفرع إلى عدة أقسام هامة، ونذكر من بين هذه الأقسام: القسم الرياضي.

### 1-8-2 مفهوم التلفزيون:

- التلفزيون TELEVISION من الناحية اللغوية كلمة إنجليزية الأصل، تتكون من مقطعين:

- TELE: وتعني بعيد

- VISION: وتعني الرؤية

1 / خير الدين علي عويس و عطاء الله عبد الرحيم: الإعلام الرياضي، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، 1997، ص 65-66.

(2) أديب خضير، الإعلام والأزمات، الرياضية، 1999 ص5.

(3) عبد اللطيف حمزة، المدخل في فن التحرير الصحفي، دار الفكر العربي، ط3 القاهرة، 1986، ص137.

(4) أديب خضور، الصحافة والتلفزيون، ط1، دمشق، ، 1990 ص21.

## الفصل الأول : الخلفية النظرية والدراسات السابقة

ومعنى الكلمة مجتمعة :هو النظر من بعيد، أو الرؤية من بعد.

التلفزيون يقوم على الفكرة العلمية التي مفادها نقل الصورة بواسطة تيار كهربائي معين وقد ظهرت الفكرة في بدايتها الأولى عند العالم "جوزيف ماي" حيث اكتشف عنصرا يختص في نقل وتحويل القوة الكهربائية إلى صورة، وفي عام 1904 اخترعت اسطوانة "TIPCOV" التي توزع الجسم على عناصر تتكون منها، وفي عام 1926 تمكن العالم

" Bird John " من نقل هذه الفكرة إلى الواقع العلمي الملموس حيث توصل إلى أول تصميم عملي للتلفزيون الميكانيكي، لكن الصورة لم تكن واضحة.

و في عام 1930 كانت البداية الرئيسية لاستخدام التلفزيون بشكل واضح، عندما أخذت التجارب في تأسيس محطات خاصة به في إنجلترا، أمريكا، إيطاليا، ألمانيا، والاتحاد السوفيتي سابقا<sup>1</sup>.

فاذا كان التلفزيون في معناه الرؤية عن بعد<sup>2</sup>، فيمكن تعريف النظام التلفزيوني بأنه أسلوب إرسال واستقبال الصورة الحية المرئية والمسموعة بأمانة<sup>3</sup>.

والتلفزيون أقدر وسيلة إعلامية عرفها الإنسان لأنه يجمع بين الصورة والصوت، وبذلك يستطيع السيطرة على حاستي السمع والبصر وهما من أهم الحواس وأشدها اتصالا بما يجري في نفس الإنسان من أفكار ومشاعر وهو ينقل الحدث إلى مشاهديه في أغلب الأحيان وقت حدوثه وينقله بما فيه من معان وانفعالات، وكذلك ينقل المعلومات الجديدة داخلية أو خارجية بأسلوب سهل وجذاب ويساعد على معرفة المشاهد محيطه، ومعرفة العالم من حوله<sup>4</sup>.

فالوظائف التي يقوم بها التلفزيون أكثر اتساعا وتنوعا مما تقوم به وسائل الإعلام الجماهيرية الأخرى ويمتلك مجالا أوسع وأغنى لتصوير العالم وتقويمه. يعتبر التلفزيون أهم وسيلة من وسائل الاتصال الجماهيرية الذي يعترض لها الأفراد وتؤثر في تكوينهم وسلوكهم واتجاهاتهم، اذا لم تستطيع أية وسيلة اتصالية أخرى اختراعها الإنسان، أن تحدث تغيرا عميقا ومرجحا، مثل الذي أحدثه التلفزيون، ولم يستوعب بعد تأثيراته السياسية والاجتماعية والاقتصادية التي تتكاثر تفرعاتها منذ عشرات السنين إذ لم تدرس هذه التأثيرات بشكل مرض.

وتشير العديد من الدراسات على أن التلفزيون استطاع بمشاهدين صغارا وكبار، إلى عادات وممارسات جديدة، تمثلت في إيجاد علاقات اجتماعية مختلفة وفي قدراته المتميزة في إحداث تغيرات في السلوك والمواقف والمعتقدات، والممارسات والأوضاع الاجتماعية بشكل عام.

أما الآثار التربوية والثقافية للتلفزيون فتظهر من خلال تجديد اتجاهاتهم لما يتمتع به التلفزيون، من قدرات فائقة في جذب الانتباه وإثارة الاهتمام و تقديم ألوان من الخبرة والمعرفة الإنسانية كما تحدث في الحياة.

ويعتبر التلفزيون أيضا من الوسائل المعينة على التدريس كما يعتبر من بين وسائل الاتصال الجماهيري، التي تحمل رسالتهم إلى ملايين الناس مرة واحدة.

### 1-8-3 إنتشار وأهمية التلفزيون:

- (1) عبد الفتاح أبو معال، أثر استعمال وسائل الإعلام على الطفل، ط1، عمان، دار الشروق، 1990 ص4.
- (2) نزهة الخوري، أثر التلفزيون في تربية المراهقين، ط1، دار الفكر اللبناني، بيروت، لبنان، 1997، ص35.
- (3) محمد معوض، المدخل إلى فنون العمل التلفزيوني، دار الفكر العربي، مصر، 1993، ص11.
- (4) محمد معوض، في الإعلام المعاصر والإسلامي، ط2، دار بيروت المحروسة، بيروت، 1998، ص153.

## الفصل الأول : الخلفية النظرية والدراسات السابقة

إحتكرت الصحافة المكتوبة عملية تشكيل الرأي وصياغة التعبير عنه مدة تزيد عن ثلاثة قرون، وذلك من القرن السادس عشر وحتى نهاية القرن التاسع عشر، ولكن التقدم العلمي والتكنولوجي الناجم عن التطور الاجتماعي والتاريخي وضع

حدا لهذا الاحتكار، فظهرت طرق جديدة لنشر الأخبار وتوزيعها ومخاطبة الجماهير الواسعة<sup>1</sup>، وكان التلفزيون واحدا من الوسائل المؤثرة، في عام 1930 كانت البداية الرئيسية لاستخدام التلفزيون بشكل واسع عندما أخذت التجارب في تأسيس محطات خاصة به في إنجلترا وأمريكا وألمانيا وفرنسا وإيطاليا والاتحاد السوفياتي، وفي عام 1936 بدأ البث التلفزيوني المنتظم في بريطانيا وبحلول عام 1945 ازدهر بناء المحطات التلفزيونية في بعض الدول الأوروبية وأمريكا والاتحاد السوفياتي ثم أخذت صناعة التلفزيون تزداد تطورا لا سيما بعد اختراع التلفزيون الملون واستخدام البث بواسطة الاقمار الصناعية<sup>2</sup>.

ما زال تطور التلفزيون سريعا منذ وجد، حتى أن عصرنا صار يعرف بعصر الاتصالات، وصار البث المباشر ميزة التسعينات من القرن العشرين.

ويعتبر التلفزيون اليوم أوسع وسائل الإعلام انتشارا، وأكثرها تأثيرا في حياة الشعوب واستطاعت القنوات الفضائية أن توصل بثها إلى جميع البقع في الكرة الأرضية وصارت بعض المحطات القوية موجودة في كل مكان على هذه الأرض تقريبا، وعلى مدار 24 ساعة.

واستطاع التلفزيون أن يدخل إلى حياة الشعوب ويحتل مكانا بارزا في قائمة ضروريات المتزل، ويتربع في زاوية المكتب أو مكان العمل، بل يصحبه سائق السيارة في سيارته، ولم يحدث أن انتشرت وسيلة إعلامية جماهيرية كما انتشر التلفزيون حتى في الدول النامية نلاحظ أنه على الرغم من انتشار أجهزة التلفزيون المحدود إلا أن الإرسال التلفزيوني يصل إلى جماهير غفيرة من المشاهدين أكثر مما يتوقع حيث نلاحظ باستمرار في كثير من الدول النامية أن هناك جماعات مشاهدة تنشأ في المنازل أو في أماكن التجمعات البشرية كالنوادي، وأماكن العمل والمقاهي وغيرها<sup>3</sup>.

وفي البلدان المتقدمة كان التلفزيون أكثر أهمية وأبلغ تأثيرا وقد أجرت إحدى الدوريات الأمريكية استقصاء استهدف التعرف على أهم المؤسسات ذات السلطة والنفوذ في حياة المجتمع الأمريكي، فكانت نتيجته أن جاء التلفزيون في المركز الثاني بعد البيت الأبيض مباشرة، بينما جاءت الصحف في المركز الثاني عشر، كما احتلت الإذاعة المركز السابع عشر من بين المؤسسات المختلفة، وفي دراسة أخرى سئل فيها الباحثون عما إذا قدر لهم أن يحتفظوا بوسيلة واحدة من الوسائل الإعلامية فكانت النتيجة تفوق التلفزيون وحصوله على أعلى نسبة مئوية بين جميع الوسائل الإعلامية، ثم جاءت الإذاعة والدوريات من صحف ومجلات. وفي اليابان اكتشف معهد دراسات الرأي العام التابع لهيئة الإذاعة اليابانية أن كثير من اليابانيين يعتبرون التلفزيون جزءا لا يتجزأ من حياتهم اليومية، كما أن ثلاثة أشخاص من بين كل عشرة يعتبرون التلفزيون أهم مقومات الحياة، وفي الولايات المتحدة الأمريكية يشير أحد التقارير العلمية إلى أن ثلثي الأمريكيين تقريبا يحصلون على أنبائهم ومعلوماتهم من التلفزيون، وفي المملكة المتحدة البريطانية أصبح التلفزيون وسيلة الإعلام الأساسية لغالبية جماهير المملكة المتحدة<sup>4</sup>.

(1)الكسندر بوريتسكي ، الصحافة التلفزيونية، ترجمة أديب خضور ، ط 1، المكتبة الإعلامية ، دمشق، سوريا، 1990، ص7.

(2)عبد الفتاح أبو معال، أثر وسائل الإعلام على الطفل ، ط 1، دار الشروق، بيروت ، لبنان ، 1990، ص39 .

(3)محمد معوض، المدخل إلى فنون العمل التلفزيوني ، مرجع سابق، ص14.

(4)محمد معوض، نفس المرجع ، ص13.

## الفصل الأول : الخلفية النظرية والدراسات السابقة

وقد تفوقت أجهزة التلفزيون في العالم منذ أواسط السبعينات على عدد الصحف الموزعة فيه<sup>1</sup>.

وفي أواخر الخمسينات أصبح عدد مشاهدي التلفزيون في العالم (75) مليون نسمة، (7.5) مليون في أوروبا، (61.5) في أمريكا، (5.5) مليون في اسيا مليون واحد في استراليا ونيوزيلندا ومئة الف في افريقيا<sup>2</sup>.

أما في الوطن العربي فقد أجرت منظمة اليونيسكو إحصائية عام ، 1982 أفادت بأن عدد أجهزة الاستقبال التلفزيوني المستعملة في البلدان العربية بلغ حوالي (8.3) مليون جهاز ، وتتصدر البلدان العربية المملكة العربية السعودية، حيث بها (2.1) مليون جهاز ، وتليها مصر ب (1.4) مليون جهاز ، ثم الجزائر ب (950) الف جهاز ، وهناك في هذا التاريخ نفسه ما يزيد على 173 محطة إرسال تلفزيوني عربية موزعة بتفاوت حسب الإمكانيات والمساحة الجغرافية<sup>3</sup>.

واليوم ضعفت هذه المحطات وتراجعت بسبب ظهور القنوات الفضائية التي انتشرت في جميع الأرجاء، وأصبحنا نرى في بعض البلاد عددا من هذه القنوات بينما اقتصر بعضها على محطة فضائية واحدة ونستطيع أن نقدر انتشار هذه القنوات الفضائية واهتمام الناس بها بالنظر إلى أسطح المنازل حيث لا يكاد يخلو سطح من الصحن اللاقطة. وتتنوع هذه القنوات التلفزيونية فمنها الحكومي والأهلي ومنها العلمي والفني والرياضي ومنها الديني والحزبي ومنها أيضا الجنسي، وللجمهور المشاهد في العام أن يختار ما يحلوا له من بين هذه القنوات .

### 1-8-4 خصائص التلفزيون:

### 1-4-8-1 التثقيف والتعليم:

للتلفزيون أهمية خاصة في هاذين المجالين وذلك عائد لقدرات التلفزيون الكبيرة، ففيه الصورة المسموعة والمعروف أن هذه الصورة لها أثرها التعليمي فهي تزيد من وضوح الكلمة، مما يؤدي إلى زيادة في فهم معناها. والكلمة نفسها توضح ما تتضمنه الصورة من أفكار ودلالات ومعان ومفاهيم وهذا كله يساعد على سهولة فهم الموضوع الموجه واستيعابه.

كما أن التلفزيون فيه المقدرة على جعل العالم بين يدي المشاهد ونقله إلى أماكن لا يمكنه الوصول إليها مثل أعماق البحار والفضاء والغابات الممتلئة بالوحوش.

وهو يتيح نقل أحداث ووقائع ومعلومات علمية دقيقة تعجز الأجهزة الأخرى والطاقة البشرية المجردة عن الوصول إليها.

**1-4-8-2 التربية:** لم يقف التلفزيون عند حد التعليم، بل تعدى ذلك إلى التربية، وصار له دور هام في تربية الجمهور، وبخاصة الأطفال، فله تأثير في تربية العقيدة والمبادئ والأخلاق والسلوك، إضافة أنه يقوم بوظيفة التربية الفنية والجمالية للتلفزيون خصائص جامعة لم توجد في غيره، فقد ورث الحوار والحدث والتمثيل عن المسرح، وورث عن السينما شاشتها وطريقة عرضها، حيث يقدم الواقع المصور، كما ورث عن الإذاعة إمكانية الوصول إلى كل بيت. كما أن فيه كثيرا من الصحافة، فهو يقدم الأخبار، ويكفي الصحفي عناء الوصف.

### 1-4-8-3 الحضور المتزامن :

(1)الكسندر بوريتسكي ، مرجع سابق، ص13.

(2)الكسندر بوريتسكي ، مرجع سابق ، ص13.

(3)محمد منير سعد الدين، مرجع سابق، ص164.

## الفصل الأول : الخلفية النظرية والدراسات السابقة

إن أجهزة التصوير التلفزيوني حاضرة في زمان الحدث ومكانه، وعلى مدار أربع وعشرون ساعة، حاضرة في قاعة المؤتمر وساحة الحرب والمسرح، وفي كل مكان يراد تصويره:

### ● الآنية :

إن تصوير الأحداث ونقلها بشكل مباشر إلى المشاهدين أكسب التلفزيون ميزة عالية "فأنت على مقعدك الوثير يمكنك متابعة ما يجري على أرض المعركة خطوة بخطوة"، وقد أثبت لنا التلفزيون كمتابعين حرب الخليج ولأحداث أعوام ( 2003 - 2001 - 2002 المختلفة مدى قدرته الهائلة على رصد الأحداث وهي في طور التشكيل زمان ومكانا، وأصبح التلفزيون امتدادا للعين البشرية التي لا يغفل لها جفن عما يدور في العالم من المجرىات<sup>1</sup>.

### ● إشراك حاسي السمع والبصر :

وهذه الميزة من أهم خصائص التلفزيون، فالصورة الحية المرئية لها أهميتها وفعاليتها في جذب المشاهد، " وتشكل قدرة في التأثير على عواطفه، وهي أقدر على التعبير من آلاف الكلمات. وتعتبر الصورة الحية من أحسن الوسائل إقناعا، ونحن نعلم أن الرؤية أساس الاقتناع، والرؤية أو البصر أهم وأكثر حواس الإنسان استخداما في اكتساب المعلومات. ويعتبر التلفزيون من أكثر وسائل الإعلام إيضاحا وقدرة على التفسير والتوضيح، لما يتميز به من خاصية الجمع بين الصورة المقترنة أو المدعمة بالصوت في مشاهد واقعية قريبة من مدار الإنسان ... كما أن الألوان تساعد المشاهد في استيعاب المعلومات واستيعابها، وبذلك يجيل التلفزيون لمشاهديه<sup>2</sup>.

كما أن البصر أقل بكثير من شهود الأذن، والذاكرة تحتفظ بالصور المرئية وتتأثر بها في أعمال اللاشعور، وكثيرا ما تحتزنها مدة طويلة.

## 2- مفاهيم وأساسيات الاستثمار :

### 1-2: مفهوم الاستثمار:

إن كلمة الاستثمار من الكلمات التي يصعب وضع تعريف محدد لها بحيث يتفق عليه الجميع. فنظرة الأفراد إلى عملية الاستثمار و طبيعته تختلف باختلاف ظروفهم و المهن التي يشغلونها ، و الأغراض التي ييغون تحقيقها تختلف من وراء استثماراتهم، وغير ذلك من العوامل التي تجعل من الصعب وضع تعريف واحد محدد لكلمة الاستثمار بحيث يلتبس مع جهات النظر المختلفة، فالمصنع مثلا ينظر إلى عملية الاستثمار نظرة تختلف تماما عن نظرة التاجر، وهذه الأخيرة تختلف عن مثيلاتها بالنسبة للأفراد العاديين الذين يملكون كميات صغيرة أو كبيرة من رؤوس الأموال و الذين يرغبون في استخدامها للحصول على عائد مناسب في شتى الميادين

بناء على ما تقدم يمكن أن نقول أن المفاهيم اختلفت بصدد وضع تعريف لكلمة الاستثمار، و سنعمل في هذا المجال على إعطاء بعض وجهات النظر المختلفة الخاصة به.

(1) عبد الله الطويرقي، علم الاتصال المعاصر، ط2، آتية العبيكان الرياض، 1997، ص249.

(2) محمد معوض، مرجع سابق، ص09.

## الفصل الأول : الخلفية النظرية والدراسات السابقة

فبصفة عامة يمكن تعريف الاستثمار<sup>11</sup> أنه التوظيف أو الاستخدام الأمثل لرأس المال و من الناحية الاقتصادية ، فإن الاستثمار ينطوي على توجيه المدخرات أو الثروة المجمعة إلى الاستخدامات المنتجة التي يمكن أن تسد حاجة اقتصادية و في نفس الوقت ينتظر أن تنتج عائدا و طبقا للمعنى التقليدي، ينظر إلى هذه الاستخدامات نظرة ضيقة، إذ يعتقد أن تختصر عنده الاستخدامات على السلع الرأسمالية، و في السلع التي تستعمل في إنتاج سلعة أخرى، أما لو نظرنا إلى هذه المسألة نظرة أوسع فإننا نجد أن ما تنفقه الحكومة من أموال لغرض تقديم الخدمات الاجتماعية يعتبر استثمار من وجهة النظر العامة كما لو استخدمت تلك الأموال بواسطة المؤسسات التجارية المختلفة لغرض تمويل نشاطها و زيادة أصولها الثابتة و المتداولة .

و من وجهة نظر المستثمرين فإن الاستثمار يعني استخدام الأموال الحالية لغرض الحصول على دخل في المستقبل ، و ذلك بغض النظر ما إذا كانت هذه الأموال مخصصة للاستخدام طبقا للمعنى الاقتصادي ، و بالتالي يعتبر شراء السندات الحكومية التي تستخدم حصيلتها للأغراض الحربية استثمارا تماما كإسهم و سندات الشركات المساهمة التي تستغل حصيلتها لتمويل نمو و توسع هذه الشركات أي أن النقطة الرئيسية حسب هذا الرأي هي أن الأموال المدخرة قد خصصت لشراء عوائد مستقلة تتخذ شكل فائدة ، أرباح موزعة إيجار هامش عند التقاعد أو زيادة في قيمة الأصل .

و يلاحظ انه من الناحية المالية يقصد بالاستثمار نفس وجهة النظر الأخيرة الخاصة بالمستثمرين و السابق ذكرها أو هي توظيف الأموال المدخرة لغرض الحصول على دخل.

### 2-2 : أهداف الاستثمار :

- يساعد الاستثمار على جلب الأموال الخارجية والأموال المحلية لتحقيق التنمية الاقتصادية وذلك عن طريق استغلال المستثمر لجميع الإمكانيات المتواجدة في البلد أو عن طريق مساهمته في الاستثمارات الخارجية .

- يحقق معظم حاجيات الأفراد والجماعات وذلك بتوفر الخدمات والسلع ويعمل إلى تحسين الأوضاع المعيشية للأفراد كبناء المرافق العامة .

- له دور فعال في العملية الإنتاجية بحيث يوظف جميع عناصر الإنتاج من اجل إيجاد سلع وخدمات في المجتمع ، كما يساعد في التنمية الاقتصادية خاصة عند توظيف عناصر الإنتاج الرأسمالية منها والتي تكمن في الآلات والمعدات والمباني .

- يساعد في توسيع حجم ونطاق السوق وتوفير أكبر كمية ممكنة لمتطلبات المستهلكين والمنتجين ويساهم في زيادة وتحسين الإنتاج الوطني وتسويقه .

- يساعد على خلق مناصب شغل جديدة ورفع الدخل الفردي والوطني كما يقلل ويحد من التبعية الأجنبية بتحقيق الاستقلال الاقتصادي الذي يؤدي إلى تعزيز الاستقلال السياسي .

- استغلال الموارد والطاقات الكامنة في المجتمع بشكل كامل ومتوازن وتحويلها وفق معايير تقنية محددة وبالتالي الوصول إلى الهدف الرئيسي المتمثل في التنمية الاقتصادية<sup>22</sup>.

### 3-2 : أهمية الاستثمار :

<sup>11</sup> جميل أحمد توفيق: "الاستثمار وتحليل الأوراق المالية" ، دار المعارف ، مصر ، بدون سنة ، ص89

<sup>22</sup> كمال عباس: "دراسة اقتصادية للصناعات الأساسية الجزائرية وإمكانياتها المستقبلية"، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 2005، ص36

## الفصل الأول : الخلفية النظرية والدراسات السابقة

للاستثمار دور كبير و أهمية في تحريك النشاط الاقتصادي و يرجع ذلك لإستراتيجية الاستثمار التي لها أبعاد اقتصادية على المدى الطويل، ويمكننا أن نحدد أهميته حسب بوسري bussery و شار توا chartois في كتاب " analyse et evaluation des projets des investissements" كما يلي :

أهم دور للاستثمار يكون على المدى الطويل، فالاستثمار هو المحرك الوحيد والرئيسي ينمو فهو ذو بعد في المستقبل و له منفعة شبه دائمة، أما النقطة الثانية والتي تخص الاستثمار فهي أهميته في استغلال المصادر الهامة و القدرات الجامدة للنشاط.

إضافة إلى ما ذكرناه فالاستثمار صورة لعلامة المؤسسة بالنظر إلى تأثير المحيط الاقتصادي والمالي وبالتالي يزيد في تنويع الإنتاجية ويفتح باب المنافسة في السوق التجاري .

### 2-4 : أنواع الاستثمار :

تعدد أنواع الاستثمار تبعاً لظروف ومتطلبات المشروع، و نتيجة لذلك فان هناك عدة تصنيفات للاستثمار هي<sup>(1)</sup>:

**2-4-1- الاستثمار المادي:** هو الشكل التقليدي لعملية الاستثمار و يشمل على الاستثمار في الآلات و البناء و العقار... الخ، وهناك حالتان تستحقان التمييز هما:

**2-4-2- الاستثمار البشري :** يعتبر توظيف شخص ذو كفاءة معينة في مشروع معين نوعاً ما من الاستثمار باعتبار أن ما يقدمه من خدمات لمصلحة منشأته يؤدي بالتالي إلى زيادة أرباحها و إنتاجيتها و يعتبر ذلك أكبر بكثير من كلفة ذلك الشخص على المنشأة، كما تعتبر النفقات أو الكلف الخاصة بتدريب العاملين بهدف رفع مهارتهم و كفاءتهم الإنتاجية نوعاً ما من الاستثمار في المجال البشري، إلا أن هذا النوع من الاستثمار لا يخلو من عنصر المخاطرة حيث أن من الصعب إعطاء ضمانات حول مدى كفاءة الشخص المعني و المتدرب و دوره في رفع مستوى إنتاجية المشروع.

### 2-4-3- الاستثمار المالي :

و يتجسد هذا النوع من الاستثمار من خلال استخدام الفائض من أرباح أية منشأة في شراء الأسهم و السندات. الأمر الذي يقوي من مركز تلك المنشأة و قد ينعكس في تحسين إنتاجيتها.

### 2-4-4- الاستثمار التجاري أو الدعائي :

تعتبر حملات الدعاية و الإعلان لأهداف تجارية استثمارات قائمة بزاتها و غالباً ما تكون غير مادية، فالمرادود المتوقع من وراء مصاريف الدعاية و الإعلان يختلف عن المرادود المتوقع من الاستثمارات الأخرى فهذا المرادود قد يكون لحظياً و قد يكون آجلاً و من هنا تأتي الصعوبة في تحديد مدى تأثيره الفعلي على زيادة حجم المبيعات مثلاً أو على تحسين سمعة الشركة.

### 2-4-5 الاستثمار الرياضي :

تعتبر الرياضة إحدى أهم المجالات الاستثمارية المثمرة، وهو ما أثبتته السنوات الأخيرة، فإلى جانب كونها هواية ، فإنها ذات صلة وثيقة بالقطاع الاقتصادي، لكونها تشارك في الدورة الاقتصادية سواء كمنتج، أو شريك في الإنتاج أو قيمة مضافة.

(1) عقيل جاسم عبد الله : "مدخل في تقييم المشروعات"، الطبعة الثانية، دار حامد، عمان الأردن، 1999، ص13

## الفصل الأول : الخلفية النظرية والدراسات السابقة

ويمكنها أن تكون مصدر دخل هائل في العالم كله، وهذا ما أدركته الدول الصناعية الكبرى، فأصبحت تتعامل مع الرياضية كصناعة حقيقية، تستثمر فيها رؤوس أموال ضخمة، بل إنها ترى أن الرياضة إذا لم ترتبط بالاستثمار فإن ذلك سيؤدي إلى زوالها. هذا الأمر إنعكس بصورة إيجابية على أوضاع الرياضة في هذه البلدان .

وسمح بتطور مؤسساتها الرياضية وأداء أنديةها وتفوقها، فأصبحت الرياضة فيها من أنجح المشاريع الاستثمارية، في الوقت الذي مازالت فيه دول العالم الثالث تنظر إلى الرياضة على أنها مضيعة للوقت

والمال، وهو ما جعل مؤسساتها الرياضية ومعظم أنديةها تفتقر إلى أبسط مقومات التطور والنجاح.

### 2-4-5-1 مفهوم الاستثمار الرياضي

يعتبر الاستثمار نهجا اقتصاديا حديث النشأة ظهر في أواسط السبعينات بعد زيادة حجم الإنتاج من النفط وما تبع ذلك من ارتفاع في الأسعار، فالاستثمار " يتضمن غالبا التضحية بمجموعة من النفقات الاستثمارية المخططة بهدف الحصول على مجموعة متوقعة أكبر من التدفقات النقدية و التي تتميز بوجه عام بأنها غير مؤكدة خلال فترات زمنية مختلفة، كما عرف على أنه" التضحية بأموال حالية في سبيل الحصول على أموال مستقبلية."<sup>1</sup>

من خلال التعريفين السابقين نستخلص أن الاستثمار هو قرار إستراتيجي يتضمن تضحية الفرد بمنفعة حالية للحصول عليه بشكل أكبر مستقبلا.

ويتوضح لدينا أن الحديث عن مفهوم الاستثمار الرياضي يقتضي الحديث على أربع عناصر مهمة وهي :

- **المساهمة** : حيث يقدم المستثمر مساهمته نقدا أو عينا ، ماديا أو غير مادي.

- **نية الحصول على الربح** : الهدف من عملية الاستثمار هو الحصول على الأرباح.

- **المجازفة أو المخاطرة** : المساهمة مخاطر بها، أي قد يحقق المستثمر أرباحا أو قد يتحمل قدرا من الخسارة.

- **عامل الزمن ( المدة)** : يجب على المستثمر أن ينتظر مدة كي يرى ثمرة استثماره (و هذا هو الفرق بين الاستثمارات والبيع).

و إذا كان هذا هو مفهوم الاستثمار بشكل عام، فإن الاستثمار في المؤسسات الرياضية يهدف إلى زيادة رأسمالها عن طريق توظيف رأس المال، في مجال الأنشطة الرياضية المختلفة، مما يتيح تبادل المنفعة بين المستثمرين، وبين المؤسسات الرياضية المختلفة، فالمستثمر يستثمر أمواله وتستثمر المؤسسات الرياضية إمكاناتها المادية والبشرية اللازمة للأنشطة الرياضية (اللاعب، الإداري، الجمهور)

### 2-4-5-2: أهداف الاستثمار الرياضي:

من بين أهم الأهداف التي يسعى الاستثمار الرياضي لتحقيقها مايلي :

- تحقيق العائد أو الربح المادي: إن هدف أي مستثمر هو تحقيق عائد ملائم وربحية مناسبة يساعده على استمرار مشروعه. ومن هنا فإن الشغل الشاغل لأي شخص يرغب في توظيف أمواله هو تحقيق الأرباح المناسبة بعيدا عن الخسارة.

## الفصل الأول : الخلفية النظرية والدراسات السابقة

- المحافظة على قيمة الأصول أو المحافظة على قيمة رأس المال الأصلي للمستثمر في المشروعات المختلفة في مجالات التربية البدنية والرياضية، إن المستثمر في مجال التربية البدنية والرياضية يسعى دائما إلى تحقيق الربح، وإذا لم يتحقق الربح من هذا المشروع فإن المستثمر يسعى في هذه الحالة إلى المحافظة على قيمة رأس المال الأصلي للمشروع.<sup>1)</sup>

- استمرارية الدخل وزيادته : يهدف المستثمر في مجال التربية البدنية والرياضية إلى تحقيق دخل مستمر والعمل على زيادته وتنميته باستمرار.<sup>2)</sup>

- ضمان السيولة اللازمة لمواجهة التزامات العمل وتغطية حالات الطوارئ.

### 2-4-5-3 : طرق الاستثمار ومصادر التمويل الرياضي :

إن مناخ الاستثمار في المنشآت الرياضية هو مناخ واعد، تتنوع فيه مجالات الاستثمار الرياضي، حيث أن كل ما يوجد في الرياضة يعتبر مادة خاما للاستثمار ابتداء من المنشآت والملاعب والصالات والمساح ووصولاً إلى الاستثمار في بعض الألعاب ذات الشعبية.

#### أ- طرق الاستثمار الرياضي:

من بين أهم مجالات الاستثمار في الأندية الرياضية ما يلي:<sup>1)</sup>

- إصدار صحف و مجلات أسبوعية باسم الأندية الرياضية.

- إقامة المطاعم الحديثة والبوفيهات داخل الأندية تقدم وجبات مختلفة و بأسعار مناسبة، فمثلا نجد أن أندية العالم المتقدم تتوفر على مقصورات خاصة برجال المال و الأعمال من محبي الرياضة، تحجز طيلة الموسم الرياضي بأثمنة باهظة.

- الاستفادة من أسوار الأندية في الدعايات والإعلانات المضاءة والمتحركة، لبعض الشركات من أجل ترويج منتجاتها، وإقامة محلات تجارية و أنشطة تجارية أخرى متنوعة حول السور، ذلك ما فعلته شركة موبايلى لزيادة مبيعاتها عن طريق اتخاذ أسوار نادي الهلال لوضع إعلاناتها أخذة بعين الاعتبار عدد المشاهدين و النتائج التي تحصل عليها نادي الهلال<sup>2)</sup>، هذه الخطوة الجريئة لشركة "موبايلى" فتحت المجال أمام شركات كبرى أخرى للدخول في هذا المجال.

- إنشاء مدارس التربية الرياضية ذات التكلفة والرسوم المناسبة للموهوبين و الهاوين.

- تسويق شعارات الأندية واستثمارها على المنتجات الرياضية للنادي.

- رسوم الاشتراك التي تبلغ قيما مرتفعة، وهي مصدر رئيسي للتمويل الذاتي.

<sup>1)</sup> حسن أحمد الشافعي : الاستثمار والتسويق في التربية البدنية والرياضة، الطبعة الأولى، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر الإسكندرية، 2006، ص 22.

<sup>2)</sup> إسماعيل حامد عثمان : إدارة الأزمات الرياضية، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، 1998، ص 175 .

<sup>1)</sup> . صالح بن عبد الله المالك، " الاستثمار في الرياضة، خصخصة الأندية الرياضية السعودية: دراسة استطلاعية ميدانية مقارنة بين الأندية السعودية و المصرية والانجليزية "، الطبعة الأولى،السعودية، 2004.

<sup>2)</sup> عارف العضيلى : ملفات الاستثمار القديمة لأندية حفظت ب : "سري للغاية"، صحيفة عكاظ، العدد 1770 السعودية، الصادرة بتاريخ: 2006 /04/22.

## الفصل الأول : الخلفية النظرية والدراسات السابقة

ب- مصادر التمويل الرياضي: تتمثل مصادر التمويل في الرياضة كما يأتي<sup>(1)</sup> :

- الإعلان على ملابس و أدوات اللاعبين والمنتجات التسويقية كالصور والألبسة والتذكارات.
- الإعلان على المنشآت الرياضية.
- استثمار المرافق والخدمات في الهيئات الرياضية.
- عائدات تذاكر الدخول للمباريات والمناسبات الرياضية.
- الإعانات والتبرعات والهبات.
- عائدات انتقال اللاعبين.
- اشتراكات ومساهمات الأعضاء.
- حقوق البث الإذاعي والتلفزي للأنشطة الرياضية و المناسبات الرياضية.
- الإعلان في المطبوعات و النشرات و البرامج الخاصة بالأنشطة الرياضية.

### 2-4-5-4 : معوقات الاستثمار الرياضي

يواجه الاستثمار الرياضي في البلدان النامية و من بينها الجزائر العديد من العراقيل تختلف في طبيعتها من حيث الطبيعة القانونية والإدارية و السياسية و الاقتصادية والفنية.

#### أ- من حيث الطبيعة القانونية:

إن غالبية الدول النامية لم تسطر قوانين مستقرة تسير عليها النوادي الرياضية مختلف أصنافها، ومن ثم الأطر التي ينبغي أن يتجه إليها الاستثمار الرياضي، بالإضافة إلى احتواء أنظمتها على ثغرات كثيرة تفسح المجال لسهولة التلاعب فيها و هذا راجع أيضا إلى ضعف عنصر الرقابة بنوعها، الإدارية والمالية. عدم وجود قوانين و لوائح تنظم الاستثمار الرياضي بالإضافة إلى ضعف القرارات المشجعة على الاستثمار الرياضي وخاصة ما يتعلق بالإعفاءات الضريبية الجمركية.

#### ب- من حيث الطبيعة الإدارية:

لازالت معظم الهياكل و المنشآت الرياضية و الإدارية التابعة تحت سلطة الدولة و الوزارة الوصية، مثلما هو حاصل في الجزائر، فكل المنشآت والهياكل الإدارية تحت سلطة وزارة الشباب و الرياضة، ولذلك فالنوادي الرياضية لا تستطيع القيام بالاستثمار الرياضي إلا عن طريق الوزارة الوصية، بالإضافة إلى صعوبة الحصول على التصاريح والموافقات الخاصة بالاستثمار في المجال الرياضي.

ج- من حيث الطبيعة السياسية: لازالت بعض الدول تعيش أزمات سياسية وأمنية، مما يجعل الرياضة في آخر سلم اهتمامات أصحاب القرار، ولذلك فإن التعاون الدولي في مجال الرياضة يصطدم بهذه العراقيل، فالعديد من النوادي حلت وألغيت المنافسات

(1) عادل فاضل علي، التسويق في المجال الرياضي، كلية التربية الرياضية، جامعة بغداد، أفريل 2007.

## الفصل الأول : الخلفية النظرية والدراسات السابقة

الرياضية، وهجر الطاقم الفني والرياضي، و خربت المنشآت الرياضية و الهياكل.

**د- من حيث الطبيعة الاقتصادية:** نقص الوعي عند المسؤولين بأهمية الاستثمار الرياضي كمطلب رئيسي لتمويل الرياضة وتنميتها، حيث يسود الاعتقاد في بعض الدول أن الرياضة مازالت ذات طابع اجتماعي، مرتبطة بالنشاطات الثقافية والترفيهية لا غير، وهذا عكس ما هو حاصل في أغلب الاقتصاديات المتقدمة، الذين يعتبرون أن الرياضة نشاط اقتصادي يتعامل بمبدأ الخسارة والربح و قياس التكلفة و المردود المالي، لأن الرياضة في النهاية ما هي إلا نشاط استثماري بالدرجة الأولى.

**هـ- من حيث الطبيعة الفنية:** عدم وجود كفاءات قيادية متخصصة في إدارة هذا النوع من الاستثمار، بالإضافة إلى عدم وجود مركز معلومات يختص بإعداد دراسات الجدوى الخاصة بالاستثمار في المجال الرياضي.

و هناك عوائق أخرى: كعدم احترام حقوق الملكية للأندية الرياضية، الديون المترتبة على الأندية، عدم وجود روح المغامرة و المجازفة لدى المستثمرين، افتقار المؤسسات الرياضية للمستلزمات المشجعة للاستثمار الرياضي كالمنشآت والأجهزة الرياضية والجهاز الفني و الإداري... الخ..

### 2-4-5 : الاستثمار الرياضي في الجزائر :

يعتبر الاستثمار في المجال الرياضي هو الحل الأمثل للتمويل الذاتي وتحويل هذه الموارد إلى القاعدة العريضة للرياضة لتخفيف العبء على الموازنات العامة للدولة، فبعض الدول تفكر في خصخصة الرياضة وتهيئة المناخ الأنسب لتعمل المؤسسات الرياضية في ديناميكية لتنمية مواردها ولا بد من وضع المجال الرياضي ضمن المجالات الأخرى في خططها الاستثمارية قصيرة المدى وبعيدة المدى وجذب المستثمرين .

وبالرغم من أهمية الاستثمار في المجال الرياضي ومدى قيمته في زيادة الموارد المالية للهيئات الرياضية سواء كانت اتحادات أو نوادي او غيرها إلا الاستثمار الرياضي في الجزائر لا يزال يواجه معوقات ومشاكل تحول دون مواكبته للتطور العالمي والإقليمي في هذا المجال.

ونستخلص إلى بعض النقاط ندرجها كالتالي:

- 1- رغم الجهود المبذولة لتطوير الاستثمارات الرياضية إلا أنه يضل ضعيفا جدا وغير محفز
- 2- ما زال التوجه إلى قطاع المحروقات ينال النصيب الأكبر من الاستثمارات على غرار الاستثمار الرياضي.
- 3- هناك مجموعة من العوائق التي تحد من تدفق الاستثمار في المجال الرياضي كانصراف الدولة في الاستثمار في هذا المجال بالإضافة إلى طبيعة القوانين والتنظيمات في هذا المجال.
- 4- لم يحقق الاستثمار الرياضي الأهداف التي تسعى إليها الدولة.
- 5- تعتبر المعوقات الإدارية من أهم المعوقات في طريق الاستثمار الرياضي .
- 6- لا بد من اتخاذ التدابير اللازمة للحد من المعوقات ولا يكون ذلك إلا بإرادة سياسية قوية وفعالة.

### 3 الدراسات السابقة والمشاهدة :

#### الدراسة الاولى :

**عنوان الدراسة:** " دور الإعلام الرياضي المرئي والمسموع في صنع القرار داخل الهيئات الرياضية العليا" ( دراسة ميدانية على مستوى الاندية الرياضية الجزائرية والمصرية) للطلاب مبروك براهيمى اجريت سنة 2013/2012 بجامعة الجزائر 03 معهد التربية البدنية والرياضية.

- **هدف الدراسة:** معرفة على قدرة المسؤولين في صنع القرار العقلاني ودور وسائل الإعلام الرياضية المرئي المسموعة في عملية صنع القرار و معرفة الوسيلة الإعلامية الأكثر شيوعا.

- **مشكلة الدراسة:** هل يلعب دور الإعلام الرياضي المرئي والمسموع في صنع القرار داخل الهيئات الرياضية العليا من وجهة نظر المسؤولين والعاملين داخل هذه الهيئات.

- **الفرضية العامة:** يلعب الإعلام الرياضي المرئي و لمسموع دور في صنع القرار داخل الهيئات الرياضية العليا.

- **الفرضيات الجزئية:**

1- لمستولي الهيئات الرياضية القدرة على صنع القرار العقلاني السليم من خلال معرفتهم بجوانب صنع القرار.

2- تختلف درجة تأثير وسائل الإعلام الرياضية على عملية صنع القرار داخل الهيئة الرياضية على حسب تنوعها.

3- إن عقلانية وموضوعية صنع القرار داخل الهيئة الرياضية يقاس بمدى نجاح المسؤولين في إقناع المحيط الخارجي.

4- لوسائل الإعلام الرياضية دور في إثارة الرأي العام بالقرارات الصادرة عن الهيئة الرياضية.

- **إجراءات الدراسة الميدانية:**

- **العينة:** العينة حيث يتكون المجتمع الأصلي للدراسة من 100 تم إختيار منهم 42 كعينة للدراسة و عددهم 07 خبراء أعضاء في الإتحاديات و إعلاميين.

- **الادوات المستعملة في الدراسة:** الاستبيان

- **المنهج:** المنهج الوصفي التحليلي.

- **النتائج التوصل اليها:**

لمستولي الهيئات الرياضية القدرة في صنع قرارات عقلانية سليمة من خلال معرفة جوانب صنع القرار.

للإعلام وسائل اتصال كثيرة ومتنوعة ،وأخذة بالتطور والتوسع ،وتستخدم هذه الوسائل لتوصيل البيانات والمعلومات والحقائق والافكار الى المسؤولين عن الاتحاديات.

تمتع الاعلام بمصادقية من وجهة نظر المسؤولين، لكون الرسائل الاعلامية الواصلة اليهم تكون على شكل مواد اخبارية وصحفية تهدف الى التعريف فقط دون ان تدخل في محاولة اقناع مباشرة بالفكرة.

#### الدراسة الثانية:

دراسة سيد أحمد حاج عيسى التمويل والاستثمار في الميدان الرياضي ويتمثل إسهام هذه الدراسة في توظيف كل من المنهج الوصفي والمنهج التحليلي النقدي لدراسة وتحليل أدبيات واتجاهات التمويل الرياضي من أجل تحقيق الأهداف التالية:

- بيان مدى توفر المال للرياضة العربية والجزائرية؛

## الفصل الأول : الخلفية النظرية والدراسات السابقة

- التمويل الرياضي كمصدر مهم من مصادر التمويل للأندية؛
  - محاولة إظهار مدى اعتماد المؤسسات على التمويل الرياضي كآلية اتصالية حديثة لتحقيق أهداف المؤسسات الاقتصادية والرياضية؛
  - لتحديد أهداف وفعالية التمويل الرياضي؛
  - الدعاية والإعلان كأحد أشكال التمويل في المجال الرياضي؛
  - إيضاح إيجابيات وسلبيات تمويل رجال الأعمال للأندية الرياضي.
- وتوصل الباحث إلى النتائج التالية:
- التمويل الرياضي هو دعم مالي ومادي أو تقديم للخدمات من قبل المؤسسة لتظاهرة أو شخص بهدف الحصول على فائدة مباشرة. والهدف من وراء هذه العملية هو التعريف بالمؤسسة منتوجاتها أو علامتها وجني آثار ايجابية على مستوى الصورة والمقابل هي مصدر مالي للنادي والأفراد؛
  - التمويل الرياضي هو على أشكال وفق العقد المبرم وهو إما إعلانات على الأقمصة أو لوحات الإشهار المتواجدة حول الملعب أو على المنشآت الرياضية للنادي...وهذا وفق الصفقة المبرمة بين الطرفين التي تحدد واجبات وحقوق كل طرف؛.
  - التمويل أو الدعم المادي من قبل المؤسسات الاقتصادية للمؤسسات الرياضية وحده لا يكفي للنهوض بالرياضة ما لم تستند هذه الأخيرة على طرق علمية ذات أبعاد إستراتيجية في تعاملاتها الإدارية؛

### الدراسة الثالثة:

- دراسة الباحث براهيم مبروك تأثير الإعلام الرياضي على اتخاذ القرارات داخل الأندية الرياضية هدفت الدراسة إلى تحقيق ما يلي:
- الوصول إلى معرفة دور وتأثير وسائل الإعلام الرياضي على اتخاذ القرار داخل الأندية الرياضية ؛
  - معرفة المسؤولين عن اتخاذ القرار داخل الأندية الرياضية؛
  - معرفة طرق وكيفية اتخاذ القرار داخل الأندية الرياضية؛
  - الطريقة التي يتفاعل بمقتضاها مسيرو الأندية الرياضية مع وسائل الإعلام المختلفة إذاعة، صحافة، تلفزيون.
- وتشكلت عينة الدراسة من عينة مقصودة تضم 5 نوادي رياضية من القسم الأول لكرة القدم وهي وفاق سطيف، أهلي برج بوعريبيج اتحاد العاصمة ومولودية سعيدة واتحاد البليدة. وتمثلت في الطاقم الإداري لكل نادي رياضي واختار الباحث ثلاثة أشخاص من كل نادي رياضي، وصمم استمارة موجهة لأفراد العينة والتي تضم 21 سؤالاً وقد اعتمد الباحث على مجموعة من الأسئلة المغلقة خاصة والأسئلة المفتوحة والنصف مفتوحة، وخلص الباحث أن للإعلام الرياضي دور كبير وهام من خلال:
- درجة تأثير وسائل الإعلام علي صنع القرار داخل الأندية الرياضية؛
  - تركيز الإعلام الرياضي علي القضايا والمواضيع الرياضية المهمة والمطروحة واقعيًا من خلال نشر الآراء الهامة مع النقد والتحليل الصحفي البناء ؛
  - الدور الذي يلعبه الإعلام الرياضي والذي يجعل من الأندية الرياضية قادرة علي اتخاذ قرارات.

### الدراسة الرابعة :

- دراسة محمود حسن بعنوان معوقات الاستثمار في المجال الرياضي على المجتمع المصري 1999 وخلصت إلى ما يلي:

## الفصل الأول : الخلفية النظرية والدراسات السابقة

---

- عدم وجود تشريعات تخص الاستثمار الرياضي.؛
- مع عدم وجود سياسة رياضية في مصر؛
- عدم تحديد مصادر التمويل الخاصة للمؤسسات الرياضية مع عدم الإقناع من رجال البنوك والاستثمار في الرياضة؛

## الفصل الأول : الخلفية النظرية والدراسات السابقة

---

### خلاصة :

من خلال هذا الفصل تم دراسة الخلفية النظرية لموضوع البحث حيث توصلنا إلى أن دور الإعلام الرياضي المرئي في نشر ثقافة الاستثمار الرياضي في الجزائر ، وبالرغم من أهمية الاستثمار في المجال الرياضي ومدى قيمته في زيادة الموارد المالية للهيئات الرياضية سواء كانت اتحادات أو نوادي او غيرها إلا الاستثمار الرياضي في الجزائر لا يزال يواجه معوقات ومشاكل تحول دون مواكبته للتطور العالمي والإقليمي في هذا المجال.

ولتحقيق وللوصول للأهداف المنشودة، بالإضافة إلى ذلك تم تحليل ومناقشة الدراسات السابقة في ضوء الفرضية الجزئية ، الشيء الذي ساعد في ضبط مؤشرات البحث ونجح المعلومات وكذلك اختبار العينة والمنهج واحتوت الدراسات السابقة على عدد من الأفكار التي مدت الباحثة ببعض التوجهات والأفكار المهمة في مجال الدراسة الحالية .

## الفصل الثاني: الاطار العام للدراسة

1 - الكلمات الدالة في الدراسة :

1-1- تعريف الإعلام الرياضي :

1-1-1- الإعلام :

لغة: كلمة الإعلام مشتقة من "العلم" تقول العرب استعمله الخبر فأعلم إياه، يعني صار يعرف الخبر بعد أن طلب معرفته.<sup>1</sup>

اصطلاحا: هو عملية نقل الخبر أو وجهة نظر أو كليهما من طرف إلى طرف آخر و هذا التعريف يشمل كل صور الإعلام المدولة في وسائل الإعلام المختلفة كما هو مجموعة من الوسائل الهادفة إلى تحقيق الاتصال و نقل المعلومات و المعارف بموضوعية بغية الإخبار و التوجيه و تشكيل رأى الأمة آراء القضايا المطروحة بمعنى أن من أهم وظائف الإعلام هو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة و المعلومات السليمة و الحقائق الثابتة التي تساعد على تكوين رأي صائب عن القضايا المطروحة أو مشكلة من لمشكلات بحيث يعبر هذا الرأي تعبيرا موضوعيا عن آراء الناس و اتجاهاتهم و ميولهم.<sup>2</sup>

إجرائيا:

إذ اتبعنا كلمة الإعلام اصطلاحا في اللغة العربية فهي مشتقة من علم فيقال: أعلم بالأخر أي اطلع عليه و الإعلام في القاموس الفرنسي يعني إعطاء شكل معين و الشكل يعني البنية و بالتالي يصبح الإعلام بمثابة إرسال المعارف المبنية ( أو بالأحرى المنظمة).

و الإعلام بمعناه الواسع هو نقل وقد اتسع نطاقه ليصبح نقل و نشر الحقائق و المعلومات الدقيقة و الصادقة بهدف التقرير و الإقناع .

1-1-2- تعريف الإعلام الرياضي:

التعريف الإجرائي :

يعني تقديم الأخبار و المعلومات الرياضية الدقيقة و الصادقة للناس بكل موضوعية و حيادية و شفافية و الحقائق التي تساعد على إدراك ما يجري حولهم و تكوين آراء صائبة في كل ما يهمهم من أمور و قضايا رياضية،<sup>3</sup> و هو جزء من الإعلام الخاص لكونه إعلاما يختص بقضايا أخبار الرياضة و الرياضيين .

1 - 2 - الإعلام الرياضي المرئي (التلفزيون)

برغم أن التلفزيون من آخر وسائل الإعلام من حيث النشأة فقد استطاع في سنوات قليلة أن يحرز تقدما ملحوظا في وسائل الاعلام الأخرى ، حيث أصبحت هذه الوسيلة السمعية البصرية تقدم مشهدا أشبه بالعرض السينمائي وتقترب من ناحية أخرى من

<sup>1</sup> - زهير احدادن : مدخل لعلوم الإعلام و الاتصال ، ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر، 1993 ، ص13.

<sup>2</sup> - سعد لبيب : الإذاعة المحلية ودورها في التغيير الثقافي ، مقال عن الإذاعة الصوتية بالوطن العربي ، اتحاد إذاعات الدول العربية ، تونس ، 1985.

<sup>3</sup> - طارق سيد أحمد : الإعلام المحلي و قضايا المجتمع ، دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر و التوزيع ، مصر ، 2004، ص 12.

## الفصل الثاني: الاطار العام للدراسة

الراديو بما انه موجودة في بيت المشاهد الذي لا يكلف نفسه عناء المغادرة، كما أن أهمية الرياضي نحو نشر الثقافة الرياضية في التلفزيون الإعلامية قد تضاعفت عبر العالم، كما أن للتلفزيون دور هام في محو الأمية الرياضية وفي تدعيم وترسيخ القيم التربوية والاجتماعية في استشارة دافعية الأفراد نحو ممارسة الرياضة فيجب أن نعيد النظر في كيفية الاستفادة المثلى وكيفية تحقيق ذلك بأفضل الطرق وأدقها وذلك بالطبع يكون مؤيد لما اقره العلماء المتخصصون في مجال الرياضة، لذلك هناك من يقول " : أن التلفزيون أهم وسيلة من وسائل الإعلام والاتصال التي يتعرض لها الفرد وتؤثر في تكوينهم وسلوكهم واتجاهها.

### 1 - 3- الاستثمار

**لغة:** مصدر لفعل استثمر يستثمر استثمارًا، وهو مشتق من ثمر، والثاء والميم والراء أصل واحد يدل على شيء يتولد من شيء، ثم يحمل على غيره استعار

**إصطلاحا:** عرف الاقتصاديون الاستثمار بعدة تعريفات، منها:

#### -التعريف الأول:

"التنازل عن السيولة التي يمتلكها الفرد في لحظة معينة ولفترة معينة من الزمن، قد تطول أو تقصر وربطها بأصل أو أكثر من الأصول التي يحتفظ بها لتلك الفترة الزمنية بقصد الحصول على تدفقات مالية مستقبلية "

#### -التعريف الثاني:

"توظيف للنقود لأي أجل في أي أصل أو حق ملكية أو ممتلكات أو مشاركات محتفظ بها للمحافظة على المال أو تنميته، سواء بأرباح دورية أو بزيادات في قيمة الأموال في نهاية المدة أو بمنافع غير مادية"

#### التعريف الإجرائي:

الاستثمار هو توظيف المال والجهد في نشاط اقتصادي مشروع، بهدف الحصول على نفع يعود عليه أو على غيره في الحال أو المال وهنا في دراستنا نقصد بالاستثمار الرياضي الذي يكون في النوادي الرياضية الجزائرية المحترفة بقصد الإنتاج وإضافته لرؤوس الأموال الثابتة ( كالمباني - الأراضي - المدرب - الأجهزة الرياضية ) من

طرف المؤسسات الاقتصادية

### 2 إشكالية الدراسة:

لقد أصبحت الإعلام المرئي من بين الأدوات الهامة التي توفر المناخ الصالح للتنمية والتغيير، لهذا تسعى كل الدول المتقدمة منها والسائرة في طريق النمو إلى إعطائها أهمية خاصة، مما جعل دور الإعلام المرئي يتعاظم من سنة إلى أخرى. ويعيش العالم في السنوات الأخيرة عصرا جديدا يحفل بالعديد من المتغيرات والتحديات الإدارية، والتي فرضتها الثورة التكنولوجية الحديثة، حيث أصبح التميز في الأداء هو العامل المؤثر والحاسم للتطور والتقدم في جميع نواحي الحياة. ومع التحولات الاقتصادية التي يشهدها العالم، أصبحت الرياضة أحد أهم المجالات والأكثر جاذبية لرؤوس الأموال واهتمام القوى الاقتصادية الإقليمية والعالمية، وأصبح العنصر

## الفصل الثاني: الاطار العام للدراسة

الاقتصادي ضمن أولوية خططها ومجاهاً لا خصباً للاستثمار والتجارة. هذا وقد حان الوقت لكي يستوعب الجميع، أن الاستثمار في القطاع الرياضي مضمون النتائج ويساهم بفاعلية في تقدم الاقتصاد والارتقاء بالقطاع الرياضي. بالمقابل اكتشفت المؤسسات الاقتصادية أن هناك كثير من اللغظ حول منتجاتها في كافة وسائل الإعلام المسموعة والمرئية والمقروءة، فالإنسان العادي يتعرض لأكثر من رسالة عن مبيعات لسلع المؤسسات الاقتصادية في اليوم الواحد مما يجعل فصل المعلومات لديه أمراً شاقاً، هذا بالإضافة إلى أن تكلفة الإعلان بالتلفزيون آخذة في الارتفاع، ومن ثم فإن تعاقدات الرعاية التي تبرمها المؤسسات الاقتصادية مع النوادي الرياضية ومختلف المؤسسات الاجتماعية، يعد نجاحاً لتلك المؤسسات لأنها استطاعت الحصول على منافذ جديدة للإعلان عن سلعها بعيداً عن الحملات الإعلانية المكلفة والتقليدية. وبذلك تستطيع المؤسسة الربط بين منتجاتها والرياضة، وبالتالي تتمكن المؤسسات الاقتصادية من اقتسام المصداقية والصورة الإيجابية مع الرياضة ذاتها خاصة أثناء بث رسالتها إلى الجمهور المستهدف الذي يكون في حالة استرخاء يقبل على ما يلقي عليه من رسائل. وهذا ما يؤدي إلى ظهور إعلام اقتصادي، وإعلام سياسي، وإعلام ترويبي، وإعلام اجتماعي وخدمي وإعلام رياضي يخدم الرياضة ويوفر لها المناخ اللازم لإنجاحها، لما يلقي من اهتمام وتجاوب من طرف شريحة الرياضيين بصفة خاصة والمهتمين بشؤون الرياضة بصفة عامة من أطفال مراهقين وشباب من الجنسين وحتى الشيوخ، فليس من الغريب أن تكون صفحات الرياضة والمادة الإعلامية والمرئية أكثر إقبالاً، ويزداد ذلك مع مشاركة الجزائر في المحافل الدولية والنتائج المحققة، وما أعقبته من استعدادات للاشتراك في كأس العالم سنة 1982، والتأهل إلى كأس العالم 1986، و 2010 بجنوب إفريقيا، فتوالى الاهتمام، وانتشرت الأبواب الرياضية في الصحف والمجلات والبرامج الرياضية في الإذاعة والتلفزيون، وأصبحت من أكثر الصفحات والمواد الإعلامية التي تجذب اهتمام القراء والمستمعين والمشاهدين في الجزائر، وكانت صحيفة الهدف الصادرة في الشرق الجزائري أول صحيفة رياضية سنة 21976 وقد ثبت وفقاً للدراسات العلمية أن هناك العديد من المستثمرين في مجال كرة القدم تحديداً فشلوا في إنجاز استثماراتهم على الرغم من توافر العنصر المادي الضخم لدى هؤلاء والذي ظهر جلياً على المستويات المادية للفريق وإدارته. بينما وصل البعض منهم إلى قمة هرم النجاح المادي في أي مجتمع في العالم بكافة مجالاته المشروعة، ولكن لماذا فشل البعض في هذا المجال ونجح البعض الآخر؟

وأرجع المحللون وأصحاب الخبرة والتخصص نتيجة ذلك إلى أن المستثمر لم يوجه ماله، ويضعه بين يدي إدارة مستنيرة ذات فكر عال من المتخصصين في هذا المجال، ويعد هذا بلا شك أهم الأسباب في فشل بعض المستثمرين الذين يحتاجون إلى عقول تجارية ربحية وليس إلى صناديق مالية تتحرك وفق منظور الأندية، فالمستثمر عليه أن يتعاط مع الرياضة كفرصة للنجاح.<sup>1</sup>

ومن خلال ما سبق نجد أن وسائل الإعلام هي أحد الآليات المهمة في تحفيز المؤسسات الاقتصادية على الاستثمار الرياضي في الجزائر، من خلال الدور الذي تلعبه في بناء بيئة استثمارية داعمة للرياضة بصفقتها القوة التي تستقطب جمهوراً واسعاً عبر هذه الوسائل يمكن استغلاله وتوجيه وإرشاد أكبر عدد منهم في المجال الرياضي وفي سياق هذه الأفكار يمكن تحديد التساؤل العام للدراسة كالتالي.

✓ ما دور الإعلام الرياضي المرئي في نشر ثقافة الاستثمار الرياضي في الجزائر؟

1 إسماعيل إبراهيم: الصحفي المتخصص، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط 1، القاهرة، 2001 م، ص 55.

## الفصل الثاني: الاطار العام للدراسة

### 1 التساؤلات الجزئية

✓ مادور البرامج الرياضية الاخبارية في نشر ثقافة الاستثمار الرياضي في الجزائر؟

✓ مادور الصحفي لبرامج الرياضية في نشر ثقافة الاستثمار الرياضي في الجزائر؟

### 2-الفرضيات:

#### 2-1-الفرضية العامة:

✓ للإعلام الرياضي المرئي دور في نشر ثقافة الاستثمار الرياضي في الجزائر؟

#### 2-2الفرضيات الفرعية:

##### الفرضية الأولى:

✓ للبرامج الرياضية إخبارية دور في نشر ثقافة الاستثمار الرياضي في الجزائر .

##### الفرضية الثانية:

✓ للصحفي البرامج الرياضية مرئية دور في نشر ثقافة الاستثمار الرياضي في الجزائر .

##### أهمية الدراسة:

-تكمن أهمية الدراسة بأنها من الدراسات القليلة في الجزائر التي تتناول موضوع دور الاعلام الرياضي المرئي في نشر ثقافة الاستثمار الرياضي في الجزائر .

##### أسباب اختيار الموضوع:

هناك أسباب ذاتية وأسباب موضوعية دعتنا إلى تناول الموضوع دون سواه التي تمثلت في :

أسباب ذاتية: تتمثل في الاهتمام بالإعلام الرياضي، بما أني طالب وباحث في مجال الاعلام الرياضي وادرس هذا التخصص، أتطلع لمعرفة قدرة الإعلام الرياضي ودوره في نشر الاستثمار الرياضي في بلادنا ومعرفة رأي أصحاب المؤسسات الاقتصادية والعراقل التي تواجهها في مجال الاستثمار الرياضي.

أسباب موضوعية: على الرغم من توفر عدة دراسات خاصة بالدور الذي تلعبه الإعلام المرئي في تشخيص ومعالجة الواقع الرياضي، إلا أننا وجدنا عدم الاهتمام بالدراسات الخاصة بنشر الاستثمار الرياضي .بالإضافة لأهمية الموضوع الذي يأخذ رأي أصحاب المؤسسات الاقتصادية كشريك مهم في تطوير الرياضة من خلال توفير الأموال اللازمة للأندية الرياضية وتطويرها، من خلال استغلال وسائل الإعلام التي أصبحت تستقطب أكبر عدد من المتابعين مما يجعلنا نحتاج إلى إعلام متخصص في المجال الرياضي.

### 5- أهداف الدراسة:

هناك هدف عام وهو يتمثل في معرفة دور الإعلام الرياضي الجزائري في نشر الاستثمار الرياضي في الجزائر.

\*وهناك أهداف عملية هي:

-معرفة إلى أي مدى يمكن أن يعطي الإعلام الرياضي المرئي الجزائري مساحة في تعريف في برامجها لأصحاب المؤسسات الاقتصادية بمفهوم وأهمية الاستثمار الرياضي وضرورته في برامجها؛

-معرفة هل الإعلام الرياضي المرئي الجزائري يعطي الفرص المطلوبة لأصحاب المؤسسات الاقتصادية التعرف على النوادي الرياضية من أجل الاستثمار فيها ؛

-معرفة الدور المنوط للإعلام الرياضي المرئي الجزائري في استجابة أصحاب المؤسسات الاقتصادية للاستثمار في المجال الرياضي؛

-معرفة مدى مساهمة الإعلام الرياضي المرئي في الكشف عن معوقات الإدارية و التشريعية التي تؤثر على قرار أصحاب المؤسسات الاقتصادية في الاستثمار الرياضي؛

-معرفة الانعكاسات الايجابية للاستثمار الرياضي على المؤسسة الاقتصادية والنوادي الرياضية ؛

## الفصل الثالث: الإجراءات الميدانية للدراسة

---

### تمهيد :

في أي دراسة علمية لا يمكن الوصول إلى نتائج موثقة إلا إذا اتبعنا إجراءات منهجية المتبعة، فوضوح المنهج وما يبنى في إطاره من تصميم محكم وتجانس العينة وسلامة طرق اختيارها وتحديدها ومدى مناسبة أدوات البحث وما تتميز به من خصائص سيكومترية ممثلة في الصدق والثبات والموضوعية، تدل على صلاحية الأداة وملائمة الأساليب الإحصائية التي يستدل بها على صحة أو عدم صحة الفرضيات التي سبق للباحث صياغتها، كل هذه الإجراءات تساعد على الوصول إلى نتائج ذات قيمة علمية، وهذا ما سنحاول مراعاته من خلال الحرص على إتباع خطوات منهجية صحيحة ومنظمة، انطلاقاً من الدراسة الاستطلاعية وختاماً بأدوات وتقنيات البحث .

### أولاً: الدراسة الاستطلاعية:

تعتبر الدراسة الاستطلاعية مرحلة مهمة في البحث العلمي نظر لارتباطها بالميدان، ومن خلالها يمكن التأكد من وجود عينة الدراسة و حسب الدراسة الاستطلاعية أو البحث الاستطلاعي هي " :بحث يهدف إلى استطلاع الظروف المحيطة بالظاهرة التي يرغب الباحث في دارستها والتعرف على أهم الفروض التي يمكن وضعها وإخضاعها للبحث العلمي صياغة دقيقة تيسر التعمق في بحثها في مرحلة لاحقة" وهي أول خطوة قمنا بها وكان ذلك في بداية شهر يناير (جانفي 2017) حيث قمنا بتطبيق استمارة الاستبيان على عينة بلغ عددها (36) طالب وطالبة بمعهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية بالقطب جامعي بالمسيلة وأردنا من خلال هذه الدراسة التأكد إذا ما كانت:

- ✓ التعليم المستعملة في الأداة ملائمة وواضحة؛
  - ✓ التأكد من وضوح اللغة المعتمدة وعدم وجود غموض في الكلمات؛
  - ✓ مدى ملائمة بنود الاستبيان لعينة الدراسة ؛
  - ✓ البحث عن الخصائص السيكومترية للاستبيان ( الصدق والثبات).
- و تتبعنا في دراستنا الميدانية الخطوات التالية :

### 1-1- مجلات البحث:

#### 1-1-1- المجال الزمني:

قمنا بإجراء الدراسة الإاستطلاعية يوم 15-01-2017 و كان الهدف منها هو التعرف على المجتمع الأصلي للدراسة و اختيار العينة، حيث تم التنقل إلى معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية و معرفة العدد الإجمالي للمجتمع الأصلي وذلك من أجل توضيح الغرض من الدراسة الاستطلاعية والنتائج المتوقعة في الدراسة . أما الجانب التطبيقي فكان يوم 18-02-2017 قمنا فيه بتوزيع استمارة الاستبيان، و تم تحديد عينة الدراسة والمتمثلة في طلبة تخصص اعلام الرياضي ، والبالغ عددهم (100) طالب وطالبة وهم المجتمع الأصلي للدراسة.

#### 1-1-2- المجال المكاني:

أجريت الدراسة الميدانية بمعهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية

#### 1-1-3- المجال البشري :

## الفصل الثالث: الإجراءات الميدانية للدراسة

يتكون مجتمع الدراسة من طلبة وطالبات المعهد عند تطبيق الدراسة ميدانيا .

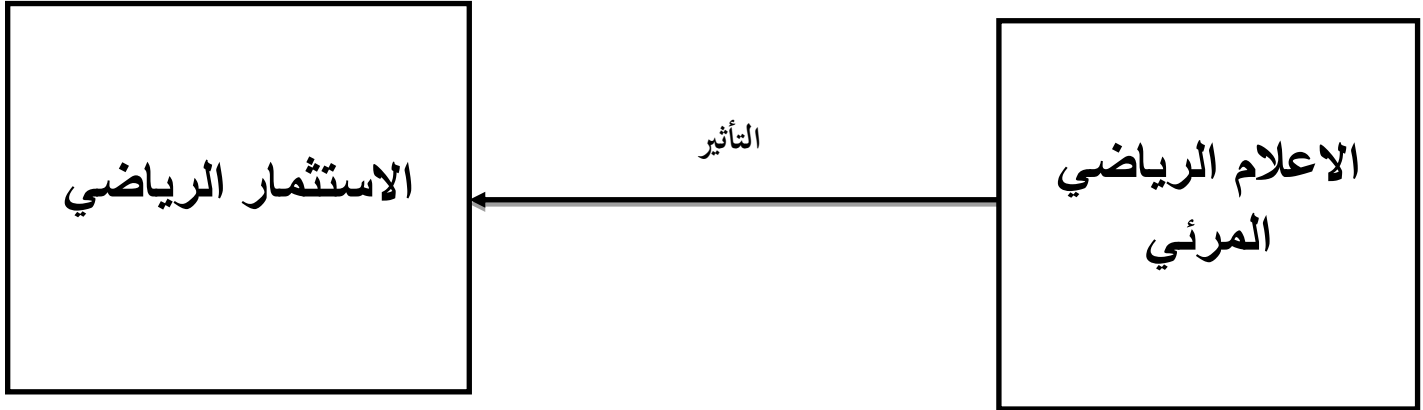
### 1-2- متغيرات البحث:

انصب التركيز في هذه الدراسة على المتغير المستقل وهو الذي يؤدي في قيمته إلى التأثير على قيم المتغير التابع

- ✓ المتغير المستقل: في هذه الدراسة هو " الاعلام الرياضي المرئي " .
  - ✓ المتغير التابع: في هذه الدراسة هو " الاستثمار الرياضي " .
  - ✓ موضوع الدراسة: ما دور الإعلام الرياضي المرئي في نشر ثقافة الاستثمار الرياضي في الجزائر .
- الشكل رقم (01): الشكل البياني يوضح متغيرات الدراسة

المتغير التابع

المتغير المستقل



مصدر : من إعداد الطالب بالاعتماد على أدبيات الدراسة

### 2 - المنهج المتبع في الدراسة :

المنهج هو الطريقة التي يتبعها الباحث لتحقيق الهدف المطلوب أو هو عبارة عن الخيط غير المرئي الذي يشد بحثه من بدايته إلى نهايته قصد الوصول إلى نتائج معينة، و تم استخدام في هذا البحث المنهج الوصفي لمناسبته لطبيعة الإشكال المطروح حيث يعتبر من أكثر مناهج البحث استخداما وخاصة في مجال البحوث التربوية، و النفسية و الاجتماعية و الرياضية، ويهتم بجمع أوصاف دقيقة علمية للظواهر المدروسة ووصف الوضع الراهن وتفسيره، وكذلك تحديد الممارسات الشائعة و التعرف على الآراء والمعتقدات و الاتجاهات عند الأفراد والجماعات، وطرائقها في النمو والتطور، كما يهدف أيضا إلى دراسة العلاقة القائمة بين الظواهر المختلفة.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - مصطفى باهي : طرق البحث العلمي و التحليل الإحصائي في المجالات التربوية و النفسية و الرياضية ،مراسم الكتاب للنشر، القاهرة،2000، ص83.

## الفصل الثالث: الإجراءات الميدانية للدراسة

فالمنهج الوصفي يقوم بدراسة الظاهرة كما توجد في الواقع، يهتم بوصفها وصفا دقيقا يعبر عنها تعبيراً كيفياً أو تعبيراً كمياً، فالتعبير الكيفي يصف لنا الظاهرة ويوضح خصائصها، أما التعبير الكمي فيعطينا وصفاً رقمياً يوضح مقدار هذه الظاهرة أو حجمها ودرجات إرتباطها مع الظواهر المختلفة الأخرى.

و اعتمدنا على المنهج الوصفي المسحي في دراستنا لملائمته طبيعة الموضوع.

### 3- مجتمع و عينة الدراسة :

### 3- مجتمع و عينة الدراسة :

**3-1- مجتمع الدراسة :** مجتمع البحث في العلوم الإنسانية هو : "مجموعة العناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى، و التي يجري عليها البحث " <sup>1</sup>.

من الناحية الاصطلاحية: "هو تلك المجموعة الأصلية التي تأخذ من العينة وقد تكون هذه المجموعة: مدارس وفرق وتلاميذ وسكان وأي وحدات أخرى" <sup>2</sup>.

إن المجتمع يعتبر شمول كافة وحدات الظاهرة التي نحن بصدد دراستها، و مجتمع بحثنا هذا يتمثل في طلبة الاعلام الرياضي ، والبالغ عددهم (100)، على مستوى معهد علوم تقنيات الشاطات البدنية والرياضية .

**3-2- عينة الدراسة :** العينة في معناها هي مجتمع الدراسة الذي يجمع منه البيانات الميدانية وهي جزء من الكل وتعني بذلك عدد الأفراد المستخرج من المجتمع المراد دراسته، وتستخدم للدلالة على جزء من مفردات المجتمع التي تم إختيارها في الدراسة في أغلب الأحيان و تطبق نتائجها على المجتمع .

**3-2-1- العينة:** هي جزء من مجتمع الدراسة الذي تجمع منه البيانات الميدانية وهي تعتبر جزءاً من الكل بمعنى أنه تأخذ مجموعة من أفراد المجتمع على أن تكون ممثلة لمجتمع البحث.

### 3-2-2- كيفية اختيار العينة :

في دراستنا هذه وعلى ضوء أهداف البحث وطبيعة الدراسة ولأجل إختبار فرضيات الدراسة إستعملنا عينة عشوائية من طلبة وطالبات تخصص اعلام رياضي، وكان قوامها (36) طالب وطالبة، والجدول التالي يوضح عيتان الدراسة استنادا الى ادبيات الدراسة.

1 - موريس أنجرس ، ترجمة بوزيد صحراوي و آخرون: منهجية البحث العلمي في البحوث الإنسانية، تدريبات علمية، دار القصبية للنشر، الجزائر 2004 ،ص22.

2 - محمد نصر الدين : الإحصاء الاستدلالي في علوم التربية البدنية ، د.ط ، دار الفكر العربي، القاهرة ، 2003، ص14.

## الفصل الثالث: الإجراءات الميدانية للدراسة

الجدول رقم (01) : يوضح توزيع عينات الدراسة

النسبة المئوية لعينة الدراسة	العدد	العينة
%25	9	سنة ثانية
%25	9	سنة ثالثة
%25	9	ماستر 1
%25	9	ماستر 2
%100	36	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على عينات الدراسة

### 4- أدوات جمع البيانات و المعلومات :

#### 4-1- أدوات الدراسة :

يتم تحديد أدوات الدراسة وفقا للموضوع المعالج، ومن الأدوات المستخدمة في الدراسة:

- إستمارة استبيان موجهة لطلبة قسم الاعلام الرياضي بمعهد علوم تقنيات النشاطات البدنية والرياضية بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة .

#### 4-1-1- الاستبيان :

هو أداة للحصول على الحقائق وتجميع البيانات عن الظروف والأساليب القائمة بالفعل، ويعتمد الاستبيان على مجموعة من الأسئلة ترسل لعدد كبير نسبيا من أفراد المجتمع حيث ترسل هذه الأسئلة عادة لعينة

## الفصل الثالث: الإجراءات الميدانية للدراسة

مثلة لجميع فئات المجتمع المراد فحص آراءها، وعلى الرغم من أن طريقة الاستبيان هي طريقة شائعة في البحث إلا أنه كثيراً ما يساء استخدامها<sup>1</sup>.

كما هو عبارة عن مجموعة من الأسئلة المكتوبة التي تعد بقصد الحصول على معلومات أو آراء المبحوثين حول ظاهرة أو موقف معين، ويعد من أكبر الأدوات المستخدمة في جميع البيانات الخاصة بالعلوم الاجتماعية التي تتطلب الحصول على معلومات أو معتقدات أو تصورات أو آراء الأفراد ومن أهم ما يتميز به الاستبيان هو توفير الكثير من الجهد والوقت على الباحث<sup>2</sup>.

### 4-1-2-استمارة الاستبيان:

- تعد أداة رئيسية لجمع البيانات الكلية عن وقائع محدودة وعدد كبير نسبياً من الأشخاص؛<sup>3</sup>

- هي مجموعة الأسئلة المترابطة بطريقة منهجية؛<sup>4</sup>

- هي مجموعة من الأسئلة المرتبطة حول موضوع معين تم وضعها في استمارة ترسل إلى الأشخاص المعنيين بالبريد أو تسليمها باليد تمهيداً للحصول على أجوبة للأسئلة الواردة فيها، وبواسطتها يمكن التوصل إلى حقائق جديدة عن الموضوع والتأكد من معلومات متعارف عليها لكنها غير مدعومة بحقائق<sup>5</sup>.

والاستبيان هو الأنسب للتوصل إلى نتائج تثبت صحة فرضيات هذه الدراسة وبالتالي توضيح دور مهارات الاتصال لدى أستاذ التربية البدنية والرياضية في نجاح الحصة .

### 4-1-3-نوع الأسئلة: تم الاعتماد على الأسئلة المغلقة.

### 4-1-4-عرض الاستبيان على الأساتذة المحكمين:

عرضت الصورة الأولية للأداة على عدد من الأساتذة وذلك لإبداء الرأي في محاور الاستبيان ومدى صلاحية ومناسبة العبارات الموضوعية لدراسة آراء المدرسين وكذا إضافة بعض العبارات التي من شأنها إثراء الاستبيان، بحذف أو تعديل أو زيادة وقد أثري بملاحظات أخذت بعين الاعتبار حيث تم إجراء بعض التعديلات المناسبة.

1 - أحمد بدر ، أصول البحث و مناهجه، المكتبة الأكاديمية ، 1996، ص 335.

2 - محمد عبيدات ، منهجية البحث العلمي ، قواعد و مراحل و تطبيقات، دار وائل للنشر و الطباعة ، ط2، عمان، 1999 ،ص63.

3 - طلعت ابراهيم ، أساليب و أدوات البحث الاجتماعي ، دار غريب للطباعة و النشر ، مصر ، 1995، ص185 .

4 - يونس مصطفى قاضي ، الإرشاد النفسي التربوي ، السعودية ، 1981، ص 210.

5 - فوزي عبد الله العكش، البحث العلمي المناهج و الإجراءات ، مطبعة العين الحديثة، الإمارات، 1986، ص210 .

## الفصل الثالث: الإجراءات الميدانية للدراسة

4.8. وصف أداة الدراسة: بناء على الخطوات السابقة الذكر تكونت الصورة النهائية للأداة من جزئين، الجزء الاول تم المعلومات الشخصية عن المستجوب أما الجزء الثاني تضمن محورين يخصص المتغيرين المستقل و التابع :

- المحور الأول: البرامج الرياضية
  - المحور الثاني: صحفي البرامج الرياضية المرئية
- ويتكون كل محور من اربعة عشرة سؤال.
- 4-2- الخصاص السيكمترية لأداة الدراسة :

### 4-2-1- الصدق :

بالنسبة لصدق الأداة فقد تم توزيع استمارة الاستبيان على مجموعة من الأساتذة المختصين، حيث كانت هناك عدة ملاحظات بالنسبة لصياغة العبارات حيث قمنا بالأخذ بملاحظات الأساتذة المحكمين وبعدها قمنا بتعديل استمارة الاستبيان وبعدها أعدنا عرضها على الأساتذة المحكمين حيث أعطينا الموافقة المطلقة والنهائية من أجل عملية طبعها في صورتها الأخيرة وتوزيعها على أفراد العينة وبداية الدراسة الميدانية .

### 4-2-2- صدق المحكمين :

تم عرض الاستمارة الأولية للاستبيان على خمسة أساتذة من معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية من أجل استطلاع رأيهم في خطوات بناء الاستبيان .

أ/صدق الاتساق الداخلي : حيث كان مدعما لصدق المحكمين ، مما يتسن لنا التأكد من مدى الانسجام والاتساق بين كل البنود بالدرجة الكلية للاستبيان أي اتساق الدرجة الكلية لكل محور بالدرجة الكلية للاستبيان ككل وتم التحقق منه باستخدام برامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية **spss** نسخة 22 كما هو موضح في الجدول التالي:

### المحور الأول: البرامج الرياضية المرئية

الجدول رقم ( 02): الارتباط بين كل سؤال و الدرجة الكلية للمحور الأول.

القيمة الاحتمالية sig	معامل بيرسون للارتباط	العبارات
*0.00	0.177	هل البرامج الرياضية المرئية تساهم في التعريف بالاستثمار الرياضي .

## الفصل الثالث: الإجراءات الميدانية للدراسة

*0.00	0.437	هل البرامج الرياضية المرئية تساهم في نشر قوانين الاستثمار الرياضي.
*0.00	0.079	هل الإعلام الرياضي المرئي به إمكانية واسعة في نشر المعلومات والمعارف الخاصة بالاستثمار الرياضي.
*0.00	0.199	هل البرامج الرياضية تساهم في تكوين الوعي بالاستثمار الرياضي .
*0.00	0.161	هل تعتقد أن الإعلام الرياضي المرئي له دور في تحسيس الشباب بالاستثمار الرياضي.
*0.00	0.372	هل ترى أن الإعلام الرياضي المرئي يساهم في توجيه الشباب نحو الاستثمار الرياضي.
*0.153	.0144	هل ترى أن البرامج الرياضية المرئية دور في تحفيز على الاستثمار الرياضي.
*0.00	0.134	هل البرامج الرياضية المرئية تشجعني على الميل إلى الاستثمار الرياضي.
*0.00	0.191	هل تهتم مؤسسات الإعلام المرئي بمواضيع التثقيف الخاصة بالاستثمار الرياضي.
*0.00	0.414	هل تهتم مؤسسات الإعلام المرئي بمواضيع إعلامية خاصة بالاستثمار الرياضي.
*0.00	0.051	هل تعدد البرامج الرياضية يسمح بطرح أفكار استثمارية يمكن الاستفادة منها
*0.00	0.095	هل البرامج الرياضية المرئية تهتم بجلب متخصصين في مجال الاستثمار الرياضي.
*0.00	0.173	هل تعدد البرامج الرياضية المرئية يساعد على
*0.00	0.221	هل تعدد البرامج الرياضية المرئية يساعد على إيصال مفهوم وأهمية الاستثمار الرياضي

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات 22 spss

من خلال الجدول رقم (02) نجد أن معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات محور البرامج الرياضية المرئية والمعدل الكلي لعباراته دالة احصائية، حيث نجد ان مستوى الدلالة sig أكبر من (0.05) لكل عبارات المحور، ومنه تعتبر عبارات المحور صادقة ومتسقة داخليا، لما وضعت لقياسه.

المحور الثاني : صحفي البرامج الرياضية المرئية .

الجدول رقم ( 03): الارتباط بين كل سؤال و الدرجة الكلية للمحور الثاني

القيمة الاحتمالية sig	معامل الارتباط مع محور السؤال	العبارات
-----------------------	-------------------------------	----------

## الفصل الثالث: الإجراءات الميدانية للدراسة

0.000	0.357	هل يقدم صحفي البرامج الرياضية المرئية معلومات مفصلة وتبرز فيها أهمية الاستثمار الرياضي في الجزائر
0.000	0.136	هل صحفي البرامج الرياضية المرئية يستخدم اسلوبا واضحا في توصيل المعلومات الخاصة بالاستثمار الرياضي بالجزائر
0.000	0.168	هل أسلوب تقديم المعلومات حول الاستثمار الرياضي يثير اهتمام الطلبة
0.000	0.057	هل يساهم تعدد صحفي البرامج الرياضية المرئية في وجود مساحة واسعة للمواضيع الخاصة بالاستثمار الرياضي
0.000	0.608	هل يفيد تعدد صحفي البرامج الرياضية المرئية مهم في تشجيع الاستثمار الرياضي
0.000	0.253	هل يساهم تعدد صحفي البرامج الرياضية المرئية في طرح المواضيع التي تشخص المشكلات التي يعاني منها الاستثمار الرياضي في الجزائر
0.000	0.106	هل يساهم تعدد صحفي البرامج الرياضية المرئية في طرح مواضيع تعالج المشكلات التي يعاني منها الاستثمار الرياضي في الاستثمار الرياضي بالجزائر
0.000	0.007	هل يقوم صحفيي البرامج الرياضية المرئية بالدور المطلوب منهم على أكمل وجه في نشر ثقافة الاستثمار الرياضي
0.000	0.247	هل يؤثر صحفي البرامج الرياضية المرئية بشكل واضح في نشر ثقافة الاستثمار الرياضي بالجزائر
0.000	0.313	هل يهتم صحفي البرامج الرياضية في تنمية وعي الطلبة نحو الاستثمار الرياضي
0.000	0.051	هل يبحث صحفيي البرامج الرياضية المرئية عن أساليب جديدة تساعد في توعية الشباب بالاستثمار الرياضي
0.000	0.094	هل يهتم صحفي البرامج الرياضية المرئية بمواضيع الخلل والنقائص في الاستثمار بغرض معالجته
0.000	0.282	هل يساعد صحفيي البرامج الرياضية المرئية على تقريب ماهية الاستثمار الرياضي للطلبة
0.000	0.374	هل يهتم صحفي البرامج الرياضية المرئية بمجال الاستثمار الرياضي من خلال ما يقدمونه من برامج

**المصدر:** من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات spss 22

من خلال الجدول رقم (03) نجد أن معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات صحفي البرامج الرياضية المرئية والمعدل الكلي لعباراته دالة احصائيا، حيث نجد ان مستوى الدلالة sig أكبر من (0.05) لكل عبارات المحور، ومنه تعتبر عبارات المحور صادقة ومتسقة داخليا، لما وضعت لقياسه.

**الجدول رقم (04):** يوضح حساب الارتباط بين كل محور و الدرجة الكلية للاستبيان

### الفصل الثالث: الإجراءات الميدانية للدراسة

المحور	عدد الأسئلة	معامل الارتباط مع الدرجة الكلية للاستبيان
المحور الأول	14	0.696
المحور الثاني	14	0.736

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات spss 22

من الجدول من الجدول رقم رقم (02) و (03) نلاحظ أن جميع أسئلة الاستبيان ترتبط ارتباط دال احصائيا مع الدرجة الكلية للمحاور التي تنتمي إليها ، و نلاحظ أيضا من الجدول رقم (04) أن جميع محاور الاستبيان ترتبط مع الدرجة الكلية للاستبيان ، و منه فإن الاستبيان يتمتع بالصدق.

#### 4-2-3- الثبات :

بالنسبة للثبات فقد تم توزيع استمارة الاستبيان على عينة من أفراد المجتمع الأصلي للدراسة والذي وتم ذلك يوم 2017/02/10 حيث وجدنا إجاباتهم تتشابه إلى حد بعيد و بعد أسبوعين قمنا بإعادة توزيع الاستبيان على نفس العينة و كان ذلك يوم 2017/02/27 فلم تختلف إجاباتهم وكانت النتائج كلها متشابهة إلى حد بعيد . يعتبر الثبات شرطا أساسيا من شروط أدوات القياس الفعالة في قياس الظاهرة موضوع القياس ويقصد بثبات الاختبار أن يعطي الاختبار نتائج متماثلة أو متقاربة في قياسه لمظهر ما من مظاهر السلوك إذا ما استخدم ذلك المقياس أكثر من مرة أو إذا ما استخدم بطرق أخرى.

#### - معامل ألفا كرونباخ Cronbach Alpha :

تم حساب معامل الثبات الكلي للمقياس ولأبعاده المختلفة عن طريق حساب معامل ألفا كرونباخ Cronbach Alpha عن طريق برنامج الحاسوب SPSS كما هو موضح بالجدول رقم(05).

طريقة ألفا كرونباخ : و للتأكد من ثبات الاستبيان قمنا باتباع طريقة ألفا كرونباخ ، و كانت النتيجة كما يلي:

جدول رقم (05): يبين معامل الثبات ألفا كرونباخ لكل بعد من أبعاد المقياس.

## الفصل الثالث: الإجراءات الميدانية للدراسة

المحور	عدد الأسئلة	قيمة ألفا كرونباخ
الأول	14	0.65
الثاني	14	0.68
الكلي	28	0.702

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات spss 22

### - إجراءات التطبيق الميداني للأداة :

تم التوجه إلى طلبة الاعلام الرياضي بمعهد علوم تقنيات النشاطات البدنية والرياضية ، و بعد التعرف على مجتمع الدراسة قمنا بتحديد العينة ،وقمنا بتوزيع استمارة الاستبيان، وبعد الإجابة على العبارات إسترجعنا استمارات الاستبيان ، بعدها قمنا بتحويل البيانات النظرية إلى معلومات كمية ، حيث بدأت دراستنا في شهر جانفي 2017 ، حيث قمنا بجمع المادة العلمية من مختلف المكتبات .

### 5- الأساليب الإحصائية :

تم استخدام وسيلتين إحصائيتين للوصول إلى النتائج المدونة في الجداول المرفقة و هي :

القيمة التكرارية  $100 \times$

- النسبة المئوية =

مجموع التكرارات

- التكرارات؛

- اختبار  $k^2$  (من خلال برامج الحزم الإحصائية في العلوم الاجتماعية spss)؛

-معامل كرونباخ.

### خلاصة :

من خلال ما تم ذكره في هذا الفصل نكون قد بيننا أهم الإجراءات الميدانية التي قمنا بها وذلك بغرض التحقق من صدق الفروض وبذلك نكون قد وضحنا مجالات الدراسة والمنهاج المتبع للدراسة وكيفية اختيار العينة وأدوات البحث العلمي لتسهيل وتوضيح أي غموض في هذا الفصل، ونستخلص مما سبق أنه لا دراسة علمية بدون منهج، وكل دراسة علمية ناجحة ومفيدة لا بد لها وأن تتوفر لدى الباحث الإجراءات المنهجية من دراسة استطلاعية والأساليب الإحصائية والأسس العلمية لأداة البحث التي تقوم على معايير قبل وبعد التطبيق مما يتسنى للباحث القيام بدراسته بمنهجية علمية مناسبة وتتماشى مع موضوع ومتطلبات بحثه ناهيك عن توفير العينة بدقة ومتغيرات الدراسة مما يتسنى له الوصول إلى حقائق علمية صحيحة ومفيدة للباحث والعينة ومنه فإن العمل بالمنهجية يعد أمراً ضرورياً في البحوث العلمية الحديثة قصد ربح الوقت والوصول إلى النتائج المؤكدة إضافة إلى وجوب أن تكون المنهجية والأدوات المستخدمة في البحث واضحة وخالية من الغموض و التناقضات.



## الفصل الرابع: عرض النتائج و تفسيرها و مناقشتها

تمهيد:

تعد مرحلة مناقشة النتائج من أهم مراحل البحث العلمي باعتبارها المرحلة التي يقوم فيها الباحث باستخراج الأدلة والمؤشرات العلمية الكمية والكيفية التي تبرهن على إجابة أسئلة البحث أو تؤكد قبل فروضه أو عدم قبولها.

### 1- تحليل ومناقشة نتائج الدراسة: عرض ومناقشة الاستبيان

المحور الأول: البرامج الرياضية المرئية

السؤال رقم 01: هل البرامج الرياضية المرئية تساهم في التعريف بالاستثمار الرياضي؟

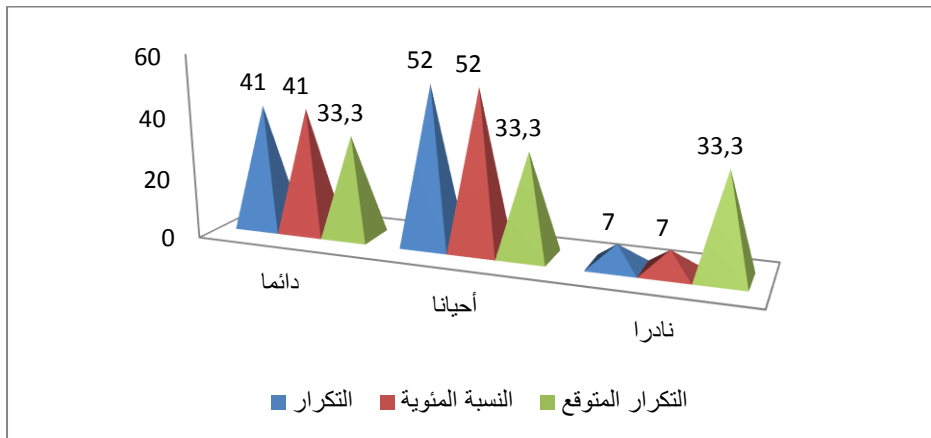
الغرض منه: معرفة مدى مساهمة البرامج الرياضية المرئية في التعريف بالاستثمار الرياضي

الجدول رقم (06) : يوضح مساهمة البرامج الرياضية المرئية في التعريف بالاستثمار الرياضي

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	كاف 2 المحسوبة	مستوى الدلالة	درجة الحرية
دائما	41	%41	33,3	33.020	0.00	02
أحيانا	52	%52	33,3			
نادرا	7	%7	33,3			
المجموع	100	%100	100			

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات spss 22

الشكل رقم (02) : يمثل مساهمة البرامج الرياضية المرئية في التعريف بالاستثمار الرياضي



## الفصل الرابع: عرض النتائج و تفسيرها و مناقشتها

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الجدول السابق

من خلال الجدول رقم (06) نلاحظ أن نسبة 52% من الطلبة كانت إجاباتهم بـ "أحيانا" ونسبة 41% كانت إجاباتهم بـ "دائما" ونسبة 7% كانت إجاباتهم بـ "نادرا"، و من خلال نفس الجدول نلاحظ أن قيمة كالمحسوبة قد بلغت قيمة 33.02، أي أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار.

الاستنتاج: ومنه نستنتج أنه أحيانا ما تساهم البرامج الرياضية المرئية في التعريف بالاستثمار الرياضي.

السؤال رقم 02: هل البرامج الرياضية المرئية تساهم في نشر قوانين الاستثمار الرياضي؟

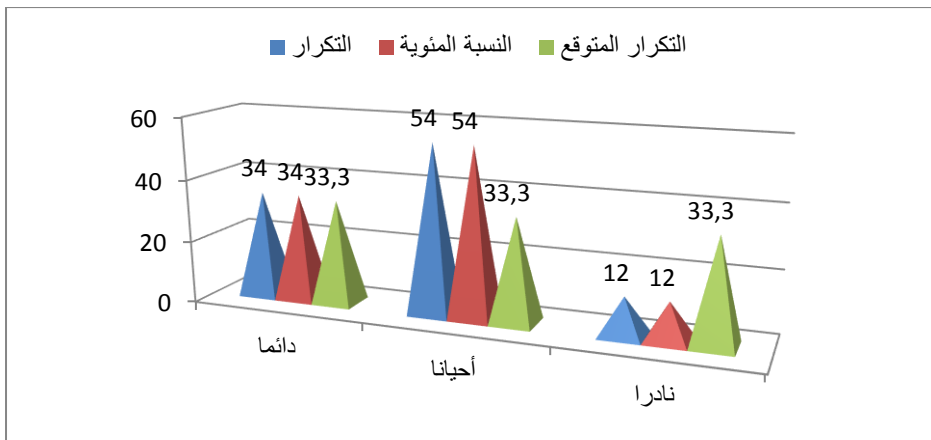
الغرض منه: معرفة مدى مساهمة البرامج الرياضية المرئية في نشر قوانين الاستثمار الرياضي.

الجدول رقم (07): يوضح مدى مساهمة البرامج الرياضية المرئية في نشر قوانين الاستثمار الرياضي

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	كالمحسوبة	مستوى الدلالة	درجة الحرية
دائما	34	34%	33,3	26,480	0.00	02
أحيانا	54	54%	33,3			
نادرا	12	12%	33,3			
المجموع	100	100%	100			

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات spss 22

الشكل رقم (03): يمثل مساهمة البرامج الرياضية المرئية في نشر قوانين الاستثمار الرياضي



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الجدول السابق

## الفصل الرابع: عرض النتائج و تفسيرها و مناقشتها

من خلال الجدول رقم (07) نلاحظ أن نسبة 54% من الطلبة كانت إجاباتهم بـ "أحيانا" ونسبة 34% كانت إجاباتهم بـ "دائما" بينما بلغت الاجابة بعبارة نادرا 12%، و من خلال نفس الجدول نلاحظ أن قيمة كا المحسوبة قد بلغت قيمة 26.48، أي أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار.

الإستنتاج: ومنه نستنتج بأن البرامج الرياضية المرئية أحيانا تساهم في نشر قوانين الاستثمار الرياضي.

**السؤال رقم 03** : هل الإعلام الرياضي المرئي به إمكانية واسعة في نشر المعلومات والمعارف الخاصة بالاستثمار الرياضي؟.

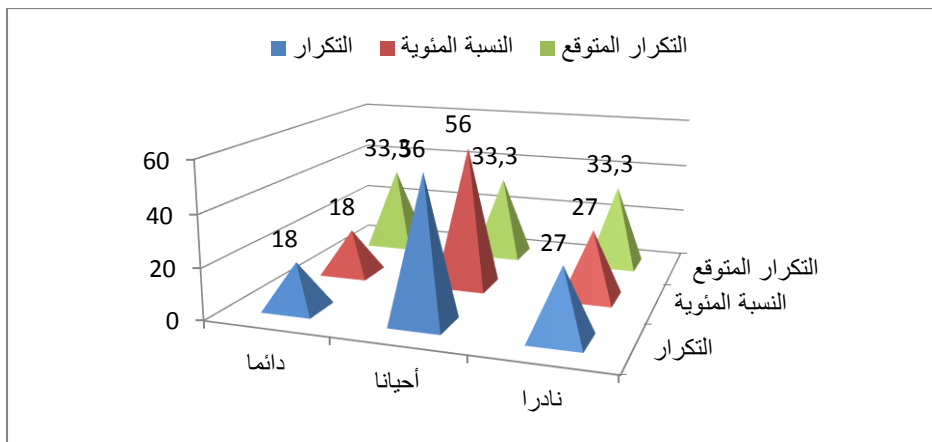
الغرض منه: معرفة امكانية الإعلام الرياضي المرئي في نشر المعلومات والمعارف الخاصة بالاستثمار الرياضي

**الجدول رقم (08)** : يوضح الإعلام الرياضي المرئي في نشر المعلومات والمعارف الخاصة بالاستثمار الرياضي

درجة الحرية	مستوى الدلالة	كا <sup>2</sup> المحسوبة	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
02	0.00	22,340 <sup>a</sup>	33.3	18%	18	دائما
			33.3	56%	56	أحيانا
			33.3	27%	27	نادرا
			100	100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات spss 22

**الشكل رقم (04)** : يمثل امكانية الإعلام الرياضي المرئي في نشر المعلومات والمعارف الخاصة بالاستثمار الرياضي



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الجدول السابق

## الفصل الرابع: عرض النتائج و تفسيرها و مناقشتها

من خلال الجدول رقم (08) نلاحظ أن نسبة 56% من الطلبة كانت إجاباتهم بـ "أحيانا" ونسبة 27% كانت إجاباتهم بـ "نادرا" ونسبة 18% كانت إجاباتهم بـ "دائما"، و من خلال نفس الجدول نلاحظ أن قيمة كالمحسوبة قد بلغت قيمة 22.34، أي أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار.

**الإستنتاج:** ومنه نستنتج بأنه أحيانا هناك امكانية الإعلام الرياضي المرئي في نشر المعلومات والمعارف الخاصة بالاستثمار الرياضي

**السؤال رقم 04:** هل البرامج الرياضية تسهم في تكوين الوعي بالاستثمار الرياضي ؟

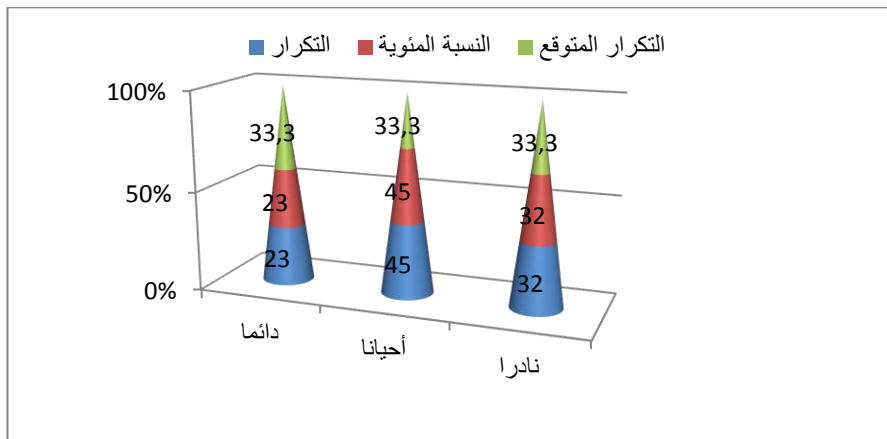
**الغرض منه:** معرفة هل تسهم البرامج الرياضية في تكوين الوعي بالاستثمار الرياضي

**الجدول رقم (09):** يوضح مدى مساهمة البرامج الرياضية في تكوين الوعي بالاستثمار الرياضي

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	كالمحسوبة	مستوى الدلالة	درجة الحرية
دائما	23	23%	33.3	7,340 <sup>a</sup>	0.025	02
أحيانا	45	45%	33.3			
نادرا	32	32%	33.3			
المجموع	100	100%	100			

**المصدر:** من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات spss 22

**الشكل رقم (05):** يمثل مدى مساهمة البرامج الرياضية في تكوين الوعي بالاستثمار الرياضي



**المصدر:** من إعداد الطالب بالاعتماد على الجدول السابق

## الفصل الرابع: عرض النتائج و تفسيرها و مناقشتها

من خلال الجدول رقم (09) نلاحظ أن نسبة 45% من الطلبة كانت إجاباتهم بـ "أحيانا" ونسبة 32% كانت إجاباتهم بـ "نادرا" ونسبة 23% كانت إجاباتهم بـ "دائما"، و من خلال نفس الجدول نلاحظ أن قيمة كا المحسوبة قد بلغت قيمة 7.34، أي أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار.

**الإستنتاج:** ومنه نستنتج بأنه أحيانا تساهم البرامج الرياضية في تكوين الوعي بالاستثمار الرياضي

**السؤال رقم 05:** هل تعتقد أن الإعلام الرياضي المرئي له دور في تحسيس الشباب بالاستثمار الرياضي؟

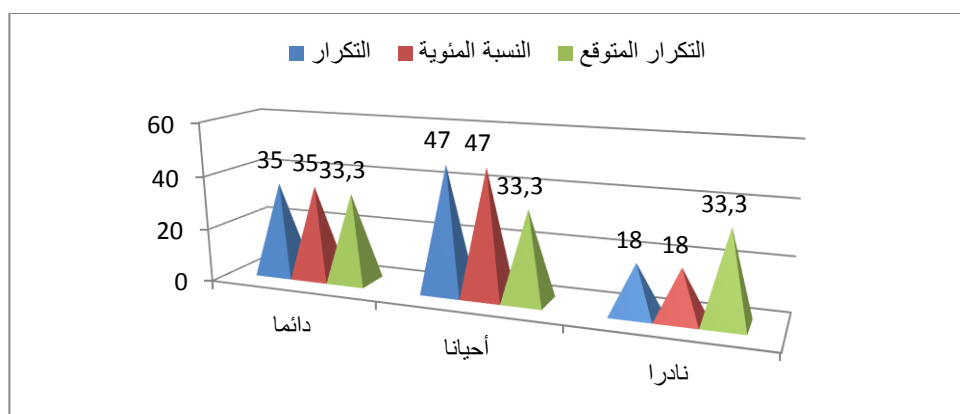
**الغرض منه:** معرفة ما إذا كان للإعلام الرياضي دور في تحسيس الشباب بالاستثمار الرياضي.

**الجدول رقم (10):** دور الاعلام الرياضي في تحسيس الشباب بالاستثمار الرياضي.

درجة الحرية	مستوى الدلالة	كا <sup>2</sup> المحسوبة	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
02	0.02	12,740 <sup>a</sup>	33.3	35%	35	دائما
			33.3	47%	47	أحيانا
			33.3	18%	18	نادرا
			100	100%	100	المجموع

**المصدر:** من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات spss 22

**الشكل رقم (06):** يمثل دور الإعلام الرياضي في تحسيس الشباب بالاستثمار الرياضي.



**المصدر:** من إعداد الطالب بالاعتماد على الجدول السابق

من خلال الجدول رقم (10) نلاحظ أن نسبة 47% من الطلبة في المعهد كانت إجاباتهم بـ "أحيانا" ونسبة 35% كانت إجاباتهم بـ "دائما" ونسبة 18% كانت إجاباتهم بـ "نادرا"، و من خلال نفس

## الفصل الرابع: عرض النتائج و تفسيرها و مناقشتها

الجدول نلاحظ أن قيمة كا المحسوبة قد بلغت قيمة 12.74، أي أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار.

الاستنتاج: ومنه نستنتج بأن دور الإعلام الرياضي يكون أحيانا في تحسيس الشباب بالاستثمار الرياضي.

السؤال رقم 06: هل ترى أن الإعلام الرياضي المرئي يساهم في توجيه الشباب نحو الاستثمار الرياضي؟

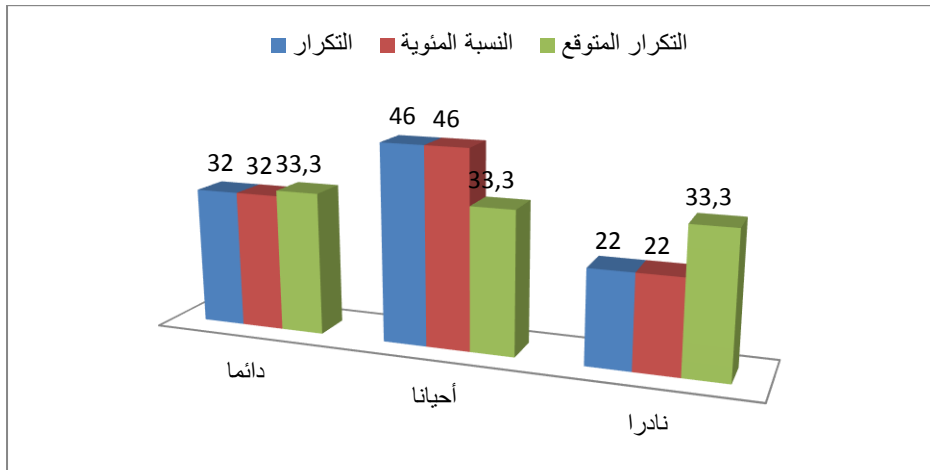
الغرض منه: معرفة مدى مساهمة الإعلام الرياضي المرئي في توجيه الشباب نحو الاستثمار الرياضي

الجدول رقم (11): يوضح مدى مساهمة الإعلام الرياضي المرئي في توجيه الشباب نحو الاستثمار الرياضي.

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	كا <sup>2</sup> المحسوبة	مستوى الدلالة	درجة الحرية
دائما	32	%32	33.3	8.72	0.013	02
أحيانا	46	%46	33.3			
نادرا	22	%22	33.3			
المجموع	100	%100	100			

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات spss 22

الشكل رقم (07): يمثل مدى مساهمة الإعلام الرياضي المرئي في توجيه الشباب نحو الاستثمار الرياضي.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الجدول السابق

## الفصل الرابع: عرض النتائج و تفسيرها و مناقشتها

من خلال الجدول رقم (11) نلاحظ أن نسبة 46% من الطلبة كانت إجابتهم بـ "أحيانا" ونسبة 32% كانت إجابتهم بـ "دائما" ونسبة 22% كانت بالاجابة نادرا، و من خلال نفس الجدول نلاحظ أن قيمة كالمحسوبة قد بلغت قيمته 8.72، أي أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار.

الإستنتاج: ومنه نستنتج بأنه أحيانا يساهم الإعلام الرياضي المرئي في توجيه الشباب نحو الاستثمار الرياضي.

1- السؤال رقم 07: هل ترى أن البرامج الرياضية المرئية دور في التحفيز على الاستثمار الرياضي؟

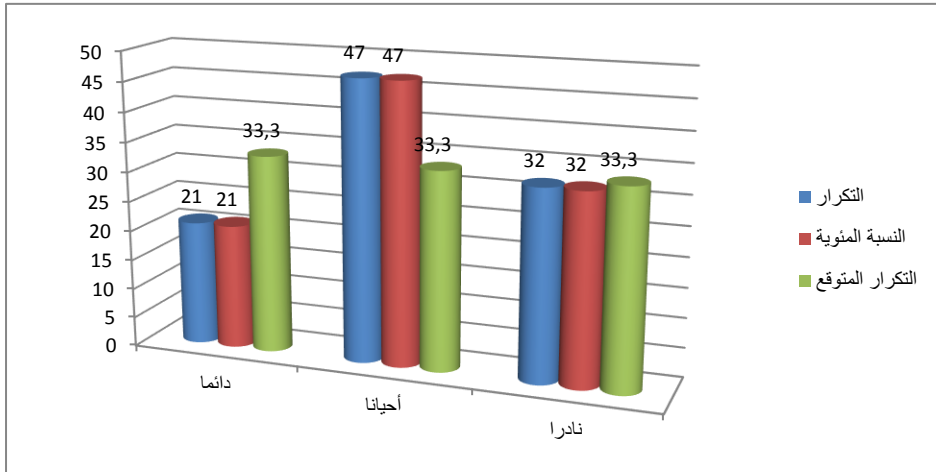
الغرض منه: معرفة ما إذا كان للبرامج الرياضية دور في التحفيز على الاستثمار الرياضي.

الجدول رقم (12) : يوضح دور البرامج الرياضية في التحفيز على الاستثمار الرياضي.

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	كالمحسوبة	مستوى الدلالة	درجة الحرية
دائما	21	21%	33.3	10.22	0.006	02
أحيانا	47	47%	33.3			
نادرا	32	32%	33.3			
المجموع	100	100%	100			

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات spss 22

الشكل رقم (08) : يمثل مدى مساهمة الإعلام الرياضي المرئي في توجيه الشباب نحو الاستثمار الرياضي.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الجدول السابق

## الفصل الرابع: عرض النتائج و تفسيرها و مناقشتها

من خلال الجدول رقم (12) نلاحظ أن نسبة 47% من الطلبة كانت إجابتهم بـ "أحيانا" ونسبة 32% كانت إجابتهم بـ "نادرا" ونسبة 21% كانت إجابتهم بـ "دائما"، و من خلال نفس الجدول نلاحظ أن قيمة كا المحسوبة قد بلغت قيمة 10.22، أي أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار.

الإستنتاج: ومنه نستنتج بأنه أحيانا ما يساهم الإعلام الرياضي المرئي في توجيه الشباب نحو الاستثمار الرياضي.

السؤال رقم 08: هل البرامج الرياضية المرئية تشجع على الميل إلى الاستثمار الرياضي ؟

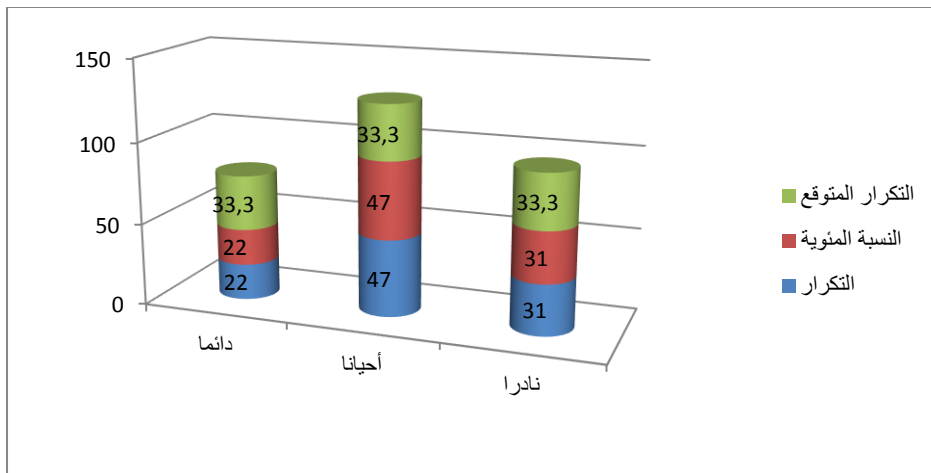
الغرض منه: معرفة هل يمكن ان تشجع البرامج الرياضية على الميل للاستثمار الرياضي .

الجدول رقم (13) : يوضح مقدورية البرامج الرياضية على التشجيع في الميل للاستثمار الرياضي.

درجة الحرية	مستوى الدلالة	كا <sup>2</sup> المحسوبة	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
02	0.08	9,620 <sup>a</sup>	33.3	22%	22	دائما
			33.3	47%	47	أحيانا
			33.3	31%	31	نادرا
			100	100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات spss 22

الشكل رقم (09) : يمثل مدى مقدورية البرامج الرياضية على التشجيع في الميل للاستثمار الرياضي.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الجدول السابق

## الفصل الرابع: عرض النتائج و تفسيرها و مناقشتها

من خلال الجدول رقم (13) نلاحظ أن نسبة 47% من الطلبة كانت إجاباتهم بـ "أحيانا" ونسبة 31% كانت إجاباتهم بـ "نادرا" ونسبة 22% كانت إجاباتهم بـ "دائما" ، و من خلال نفس الجدول نلاحظ أن قيمة كا المحسوبة قد بلغت القيمة 9.62 ، أي أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار.

**الإستنتاج:** ومنه نستنتج بأنه أحيانا يكون بمقدور البرامج الرياضية في التشجيع على الاستثمار .

السؤال رقم 09: هل تحتم مؤسسات الإعلام المرئي بمواضيع التثقيفية الخاصة بالاستثمار الرياضي؟

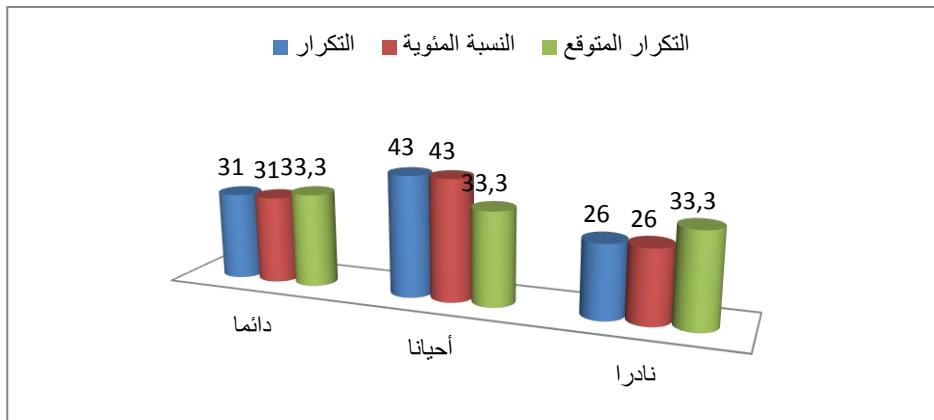
الغرض منه: معرفة هل تحتم مؤسسات الإعلام المرئي بمواضيع التثقيفية الخاصة بالاستثمار الرياضي.

الجدول رقم (14) : يوضح اهتمام مؤسسات الإعلام المرئي بالمواضيع التثقيفية الخاصة بالاستثمار الرياضي.؟

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	كا <sup>2</sup> المحسوبة	مستوى الدلالة	درجة الحرية
دائما	31	31%	33.3	4,580 <sup>a</sup>	0.101	02
أحيانا	43	43%	33.3			
نادرا	26	26%	33.3			
المجموع	100	100%	100			

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات spss 22

الشكل رقم (10) : يمثل اهتمام مؤسسات الإعلام المرئي بالمواضيع التثقيفية الخاصة بالاستثمار الرياضي



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الجدول السابق

## الفصل الرابع: عرض النتائج و تفسيرها و مناقشتها

من خلال الجدول رقم (14) نلاحظ أن نسبة 43% من طلبة المعهد كانت إجاباتهم بـ "أحيانا" ونسبة 31% كانت إجاباتهم بـ "دائما" ونسبة 26% كانت إجاباتهم بـ "نادرا" ، و من خلال نفس الجدول نلاحظ أن قيمة كا المحسوبة قد بلغت قيمة 4.58 ، أي أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار.

الإستنتاج: ومنه نستنتج أنه أحيانا ما تهتم مؤسسات الإعلام المرئي بالمواضيع التثقيفية الخاصة بالاستثمار الرياضي

السؤال رقم 10: هل تهتم مؤسسات الإعلام المرئي بمواضيع إعلامية خاصة بالاستثمار الرياضي ؟

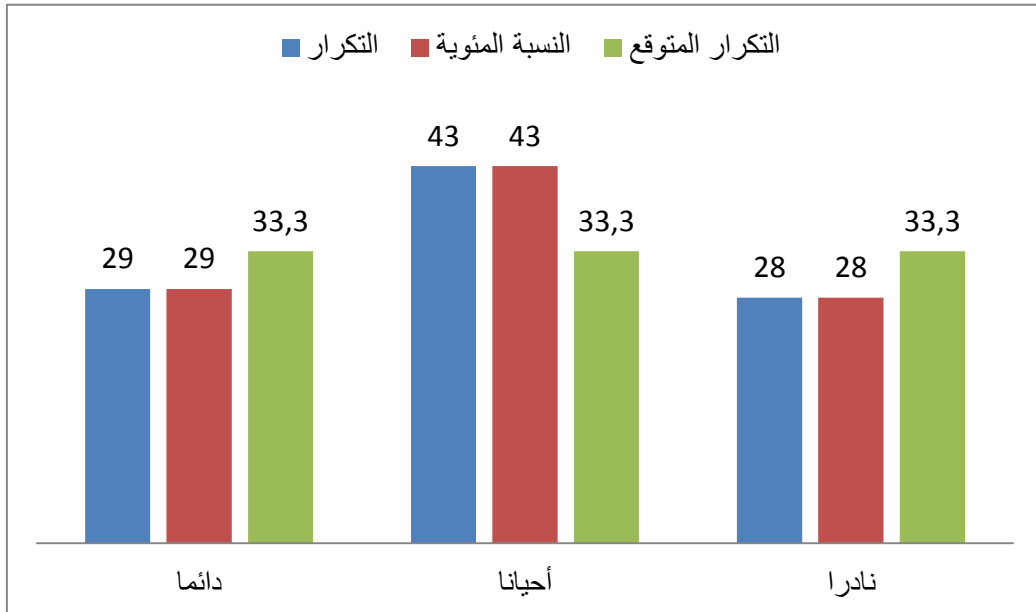
الغرض منه: معرفة اهتمام في امكانية مؤسسات الإعلام المرئي بمواضيع إعلامية خاصة بالاستثمار الرياضي

الجدول رقم (15) يوضح اهتمام مؤسسات الإعلام المرئي بمواضيع إعلامية خاصة بالاستثمار الرياضي.

درجة الحرية	مستوى الدلالة	كا <sup>2</sup> المحسوبة	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
02	0.121	4,220 <sup>a</sup>	33.3	%29	29	دائما
			33.3	%43	43	أحيانا
			33.3	%28	28	نادرا
			100	%100	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات spss 22

الشكل رقم (11) : يمثل اهتمام مؤسسات الإعلام المرئي بمواضيع إعلامية خاصة بالاستثمار الرياضي



## الفصل الرابع: عرض النتائج و تفسيرها و مناقشتها

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الجدول السابق

من خلال الجدول رقم (15) نلاحظ أن نسبة 43% من طلبة المعهد بمختلف مستوياتهم كانت إجاباتهم بـ "أحيانا" ونسبة 29% كانت إجاباتهم بـ "دائما" ونسبة 28% كانت إجاباتهم بـ "نادرا"، و من خلال نفس الجدول نلاحظ أن قيمة كا المحسوبة قد بلغت قيمة 4.22، أي أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار.

الإستنتاج: ومنه نستنتج أنه أحيانا تهتم مؤسسات الإعلام المرئي بمواضيع إعلامية الخاصة بالاستثمار الرياضي

10- السؤال رقم 11: هل تهتم مؤسسات الإعلام المرئي بمواضيع الاستثمار الرياضي؟

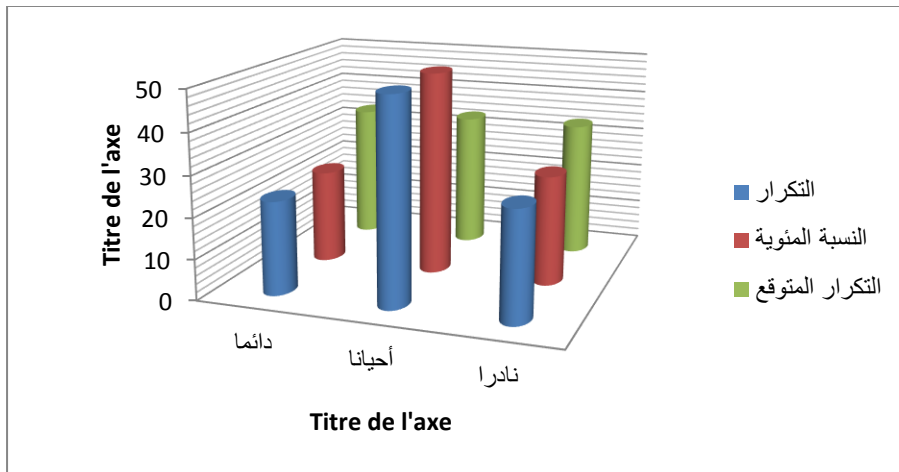
الغرض منه: معرفة اهتمام مؤسسات الإعلام المرئي بمواضيع الاستثمار الرياضي

الجدول رقم (16) : يوضح اهتمام مؤسسات الإعلام المرئي بمواضيع الاستثمار الرياضي

درجة الحرية	مستوى الدلالة	كا <sup>2</sup> المحسوبة	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
02	0.002	12,740 <sup>a</sup>	33.3	%23	23	دائما
			33.3	%50	50	أحيانا
			33.3	%27	27	نادرا
			10	%100	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات spss 22

الشكل رقم (12) : يمثل اهتمام مؤسسات الإعلام المرئي بمواضيع الاستثمار الرياضي



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الجدول السابق

## الفصل الرابع: عرض النتائج و تفسيرها و مناقشتها

من خلال الجدول رقم (16) نلاحظ أن نسبة 50% من طلبة المعهد كانت إجاباتهم بـ "أحيانا" ونسبة 27% كانت إجاباتهم بـ "نادرا" ونسبة 23% كانت إجاباتهم بـ "دائما"، و من خلال نفس الجدول نلاحظ أن قيمة كا المحسوبة قد بلغت قيمة 12.74، أي أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار.

الإستنتاج: ومنه نستنتج بأن اهتمام مؤسسات الإعلام المرئي بمواضيع الاستثمار الرياضي يكون أحيانا

السؤال رقم 12: هل البرامج الرياضية المرئية تهتم بجلب متخصصين في مجال الاستثمار الرياضي؟

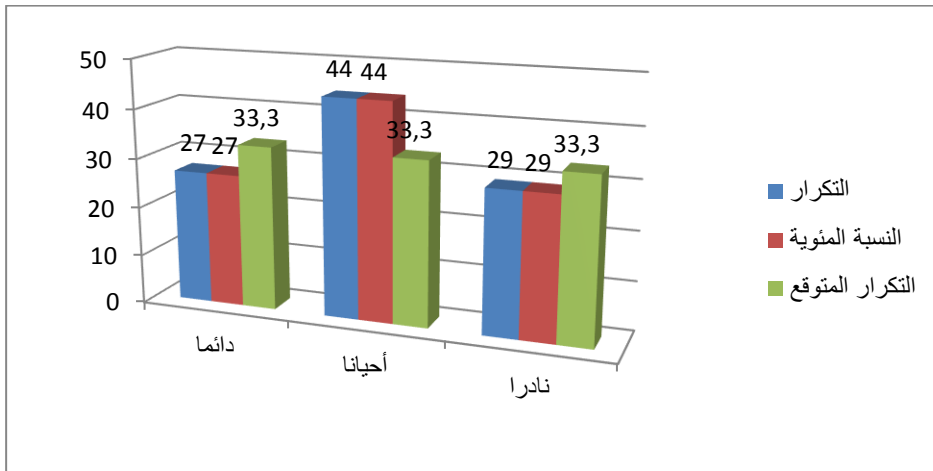
الغرض منه: معرفة هل البرامج الرياضية المرئية تهتم بجلب متخصصين في مجال الاستثمار الرياضي

الجدول رقم (17) يوضح اهتمام البرامج الرياضية بجلب متخصصين في مجال الاستثمار الرياضي

درجة الحرية	مستوى الدلالة	كا <sup>2</sup> المحسوبة	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
02	0.075	5,180	33.3	%27	27	دائما
			33.3	%44	44	أحيانا
			33.3	%29	29	نادرا
			100	%100	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات spss 22

الشكل رقم (13): يمثل اهتمام البرامج الرياضية بجلب متخصصين في مجال الاستثمار الرياضي



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الجدول السابق.

## الفصل الرابع: عرض النتائج و تفسيرها و مناقشتها

من خلال الجدول رقم (17) نلاحظ أن نسبة 44% من طلبة كانت إجاباتهم بـ "أحيانا" ونسبة 29% كانت إجاباتهم بـ "نادرا"، بينما لم يجيب أحدا بـ "دائما"، و من خلال نفس الجدول نلاحظ أن قيمة كا المحسوبة قد بلغت قيمة 5.18، أي أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار.

الإستنتاج: ومنه نستنتج اهتمام البرامج الرياضية يجلب متخصصين في مجال الاستثمار الرياضي يكون أحيانا.

11- السؤال رقم 13: هل تعدد البرامج الرياضية يسمح بطرح أفكار استثمارية يمكن الاستفادة منها ؟

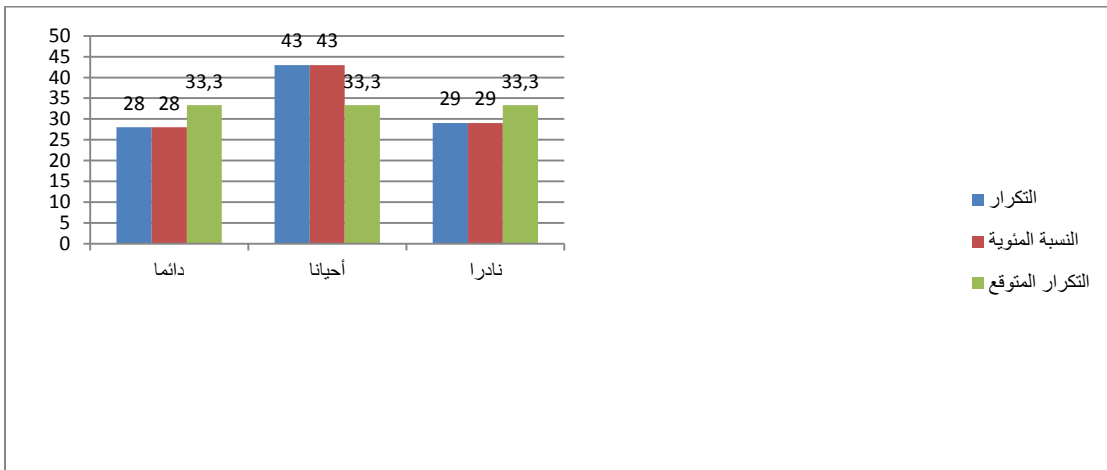
الغرض منه: معرفة هل تعدد البرامج الرياضية يسمح بطرح أفكار استثمارية يمكن الاستفادة منها.

الجدول رقم (18) يوضح تعدد البرامج الرياضية يسمح بطرح أفكار استثمارية.

درجة الحرية	مستوى الدلالة	كا <sup>2</sup> المحسوبة	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
02	0.121	4,220 <sup>a</sup>	33.3	%28	28	دائما
			33.3	%43	43	أحيانا
			33.3	%29	29	نادرا
			100	%100	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات spss 22

الشكل رقم (14): يمثل تعدد البرامج الرياضية في طرح أفكار استثمارية



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الجدول السابق.

## الفصل الرابع: عرض النتائج و تفسيرها و مناقشتها

من خلال الجدول رقم (18) نلاحظ أن نسبة 43% من الطلبة كانت إجاباتهم بـ "أحيانا" ونسبة 29% كانت إجاباتهم بـ "نادرا" ونسبة 28% كانت إجاباتهم بـ "دائما"، و من خلال نفس الجدول نلاحظ أن قيمة كا المحسوبة قد بلغت قيمة 4.22، أي أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار.

**الإستنتاج:** ومنه نستنتج أنه أحيانا يسمح تعدد البرامج الرياضية بطرح أفكار استثمارية يمكن الاستفادة منها.

السؤال رقم 14: هل تعدد البرامج الرياضية المرئية يساعد على إيصال مفهوم وأهمية الاستثمار الرياضي؟

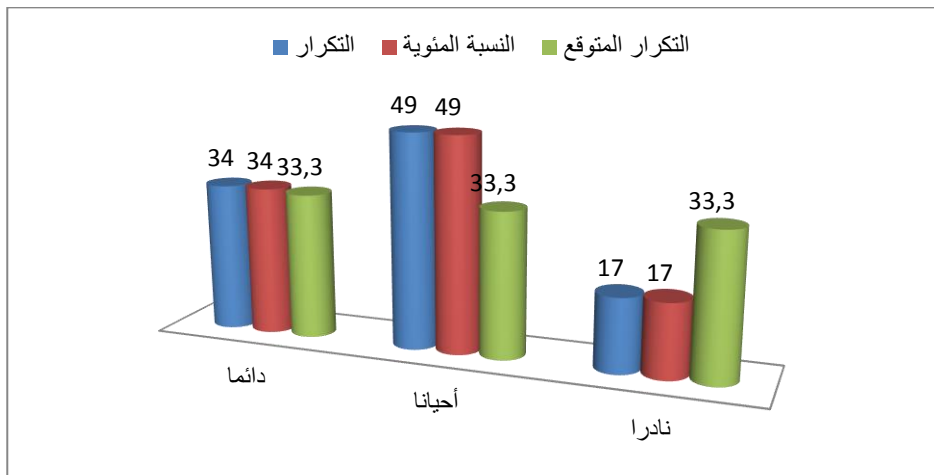
**الغرض منه:** معرفة مدى تعدد البرامج الرياضية المرئية يساعد على إيصال مفهوم وأهمية الاستثمار الرياضي

**الجدول رقم (19):** يوضح مدى تعدد البرامج الرياضية المرئية يساعد على إيصال مفهوم وأهمية الاستثمار الرياضي.

درجة الحرية	مستوى الدلالة	كا <sup>2</sup> المحسوبة	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
02	0.000	15,380 <sup>a</sup>	33.3	34%	34	دائما
			33.3	49%	49	أحيانا
			33.3	17%	17	نادرا
			100	100%	100	المجموع

**المصدر:** من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات spss 22

**الشكل رقم (15):** يمثل تعدد البرامج الرياضية المرئية في المساعدة على إيصال مفهوم الاستثمار الرياضي



**المصدر:** من إعداد الطالب بالاعتماد على الجدول السابق.

## الفصل الرابع: عرض النتائج و تفسيرها و مناقشتها

من خلال الجدول رقم (19) نلاحظ أن نسبة 49% من الطلبة كانت إجابتهم بـ "أحيانا" ونسبة 34% كانت إجابتهم بـ "دائما" ونسبة 17% كانت إجابتهم بـ "نادرا"، و من خلال نفس الجدول نلاحظ أن قيمة كا المحسوبة قد بلغت قيمة 15.38 ، أي أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار.

**الإستنتاج:** ومنه نستنتج بأن تعدد البرامج الرياضية المرئية في المساعدة على إيصال مفهوم الاستثمار الرياضي يكون أحيانا.

المحور الثاني : صحفي البرامج الرياضية المرئية

**السؤال رقم 01:** هل يقدم صحفي البرامج الرياضية المرئية معلومات مفصلة وتبرز فيها أهمية الاستثمار الرياضي في الجزائر ؟

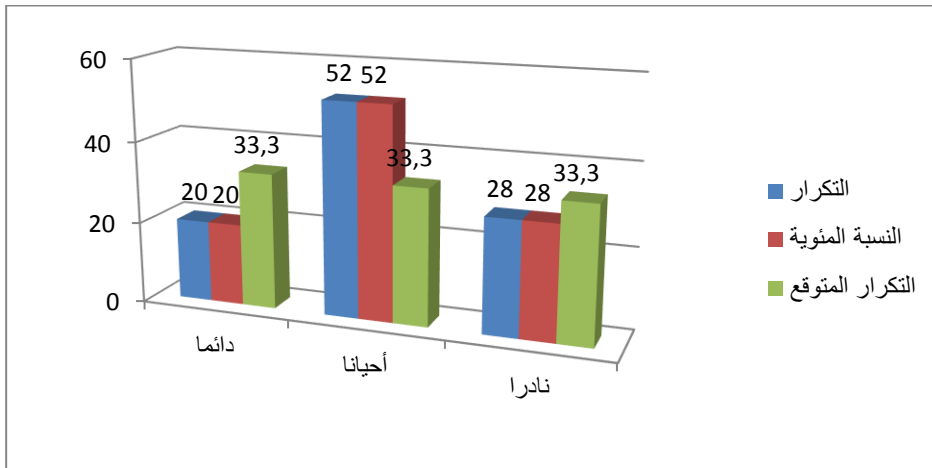
**الغرض منه:** معرفة هل يقدم صحفي البرامج الرياضية المرئية معلومات .

**الجدول رقم (20) يوضح مدى تقديم صحفي البرامج الرياضية للمعلومات**

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	كا <sup>2</sup> المحسوبة	مستوى الدلالة	درجة الحرية
دائما	20	20%	33.3	16,640 <sup>a</sup>	0.00	02
أحيانا	52	52%	33.3			
نادرا	28	28%	33.3			
المجموع	100	100%	100			

**المصدر:** من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات spss 22

**الشكل رقم (16) :** يمثل تقديم صحفي البرامج الرياضية المرئية للمعلومات.



## الفصل الرابع: عرض النتائج و تفسيرها و مناقشتها

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الجدول السابق.

من خلال الجدول رقم (20) نلاحظ أن نسبة 52% من الطلبة كانت إجاباتهم بـ "أحيانا" ونسبة 28% كانت إجاباتهم بـ "نادرا" ونسبة 20% كانت إجاباتهم بـ "دائما" ، و من خلال نفس الجدول نلاحظ أن قيمة كا المحسوبة قد بلغت قيمة 16.64، أي أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار.

الإستنتاج: ومنه نستنتج أنه أحيانا ما يقدم صحفي البرامج الرياضية المرئية المعلومات.

السؤال رقم 02: هل صحفي البرامج الرياضية المرئية يستخدم اسئلة واضحة في توصيل المعلومات الخاصة بالاستثمار الرياضي بالجزائر ؟

الغرض منه: معرفة هل يستخدم صحفي البرامج الرياضية اسئلة واضحة في توصيل المعلومات الخاصة بالاستثمار الرياضي.

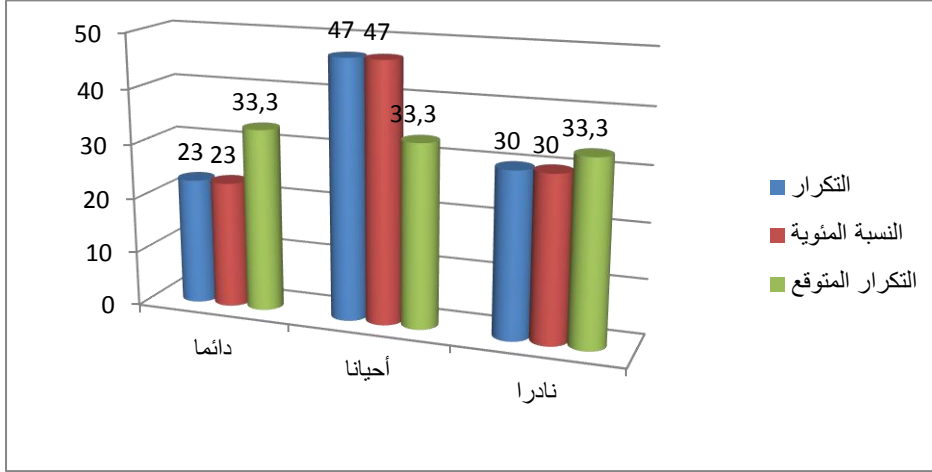
الجدول رقم (21) يوضح هل يستخدم صحفي البرامج الرياضية اسئلة واضحة في توصيل المعلومات.

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	كا <sup>2</sup> المحسوبة	مستوى الدلالة	درجة الحرية
دائما	23	23%	33.3	9,140 <sup>a</sup>	0.010	02
أحيانا	47	47%	33.3			
نادرا	30	30%	33.3			
المجموع	100	100%	100			

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات spss 22

الشكل رقم (17) : يمثل استخدام صحفي البرامج الرياضية اسئلة واضحة في توصيل المعلومات .

## الفصل الرابع: عرض النتائج و تفسيرها و مناقشتها



**المصدر:** من إعداد الطالب بالاعتماد على الجدول السابق.

من خلال الجدول رقم (21) نلاحظ أن نسبة 47% من الطلبة كانت إجاباتهم بـ "أحيانا" ونسبة 30% كانت إجاباتهم بـ "نادرا" ونسبة 23% كانت إجاباتهم بـ "دائما"، و من خلال نفس الجدول نلاحظ أن قيمة كا المحسوبة قد بلغت قيمة 9.14، أي أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار.

**الإستنتاج:** ومنه نستنتج أن استخدام صحفي البرامج الرياضية ل اسلوا واضحة في توصيل المعلومات يكون أحيانا فقط.

**السؤال رقم 03:** هل أسلوب تقديم المعلومات حول الاستثمار الرياضي يثير اهتمام الطلبة؟

**الغرض منه:** معرفة هل يثير اهتمام الطلبة أسلوب تقديم المعلومات.

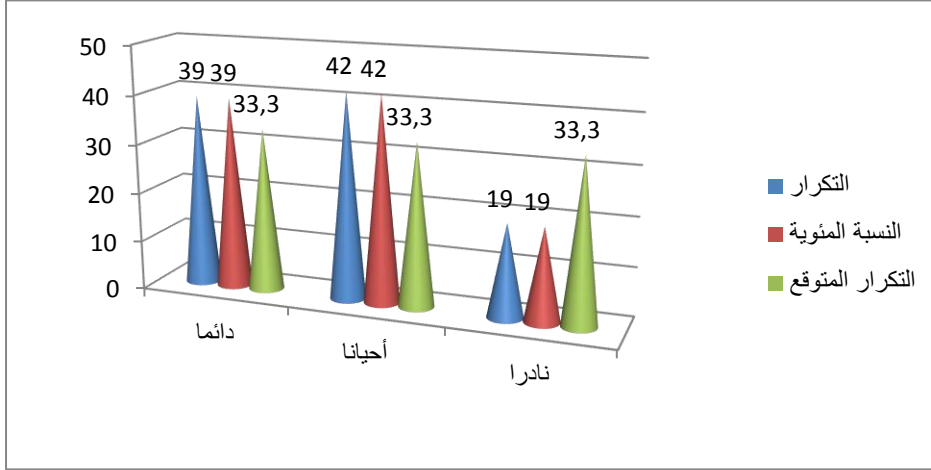
**الجدول رقم (22):** يوضح اهتمام الطلبة بأسلوب تقديم المعلومات.

درجة الحرية	مستوى الدلالة	كا <sup>2</sup> المحسوبة	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
02	0.009	9,380 <sup>a</sup>	33.3	%39	39	دائما
			33.3	%42	42	أحيانا
			33.3	%19	19	نادرا
			100	%100	100	المجموع

**المصدر:** من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات spss 22

**الشكل رقم (18):** يمثل اهتمام الطلبة بأسلوب تقديم المعلومات .

## الفصل الرابع: عرض النتائج و تفسيرها و مناقشتها



**المصدر:** من إعداد الطالب بالاعتماد على الجدول السابق.

من خلال الجدول رقم (22) نلاحظ أن نسبة 42% من طلبة كانت إجاباتهم بـ "أحيانا" ونسبة 39% كانت إجاباتهم بـ "دائما" ونسبة 19% كانت إجاباتهم بـ "نادرا"، و من خلال نفس الجدول نلاحظ أن قيمة كالمحسوبة قد بلغت قيمة 9.38، أي أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار.

**الإستنتاج:** ومنه نستنتج بأن اهتمام الطلبة بأسلوب تقديم المعلومات يكون أحيانا

**السؤال رقم 04:** هل يساهم تعدد صحفي البرامج الرياضية المرئية في وجود مساحة واسعة للمواضيع الخاصة بالاستثمار الرياضي؟

**الغرض منه:** معرفة هل يساهم تعدد صحفي البرامج الرياضية المرئية في وجود مساحة واسعة للمواضيع الخاصة بالاستثمار الرياضي

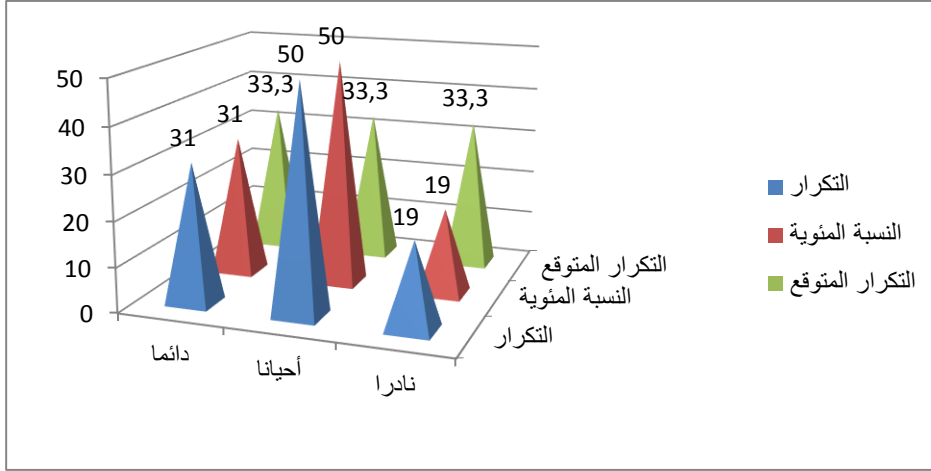
**الجدول رقم (23) يوضح مساهمة تعدد صحفي البرامج الرياضية المرئية في وجود مساحة واسعة للمواضيع الخاصة بالاستثمار الرياضي.**

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	كا <sup>2</sup> المحسوبة	مستوى الدلالة	درجة الحرية
دائما	31	31%	33.3	14,660 <sup>a</sup>	0.001	02
أحيانا	50	50%	33.3			
نادرا	19	19%	33.3			
المجموع	100	100%	33.3			

**المصدر:** من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات spss 22

## الفصل الرابع: عرض النتائج و تفسيرها و مناقشتها

الشكل رقم (19) : يمثل تعدد صحفي البرامج الرياضية المرئية في وجود مساحة واسعة للمواضيع الخاصة بالاستثمار الرياضي.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الجدول السابق

من خلال الجدول رقم (23) نلاحظ أن نسبة 50% من الطلبة كانت إجاباتهم بـ "أحيانا" ونسبة 31% كانت إجاباتهم بـ "دائما" ونسبة 19% كانت إجاباتهم بـ "نادرا" ، و من خلال نفس الجدول نلاحظ أن قيمة كالمحسوبة قد بلغت قيمة 14.66 ، أي أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار.

الإستنتاج: ومنه نستنتج بأن مساهمة تعدد صحفي البرامج الرياضية المرئية يكون أحيانا في وجود مساحة واسعة للمواضيع الخاصة بالاستثمار الرياضي.

السؤال رقم 05 هل يفيد تعدد صحفي البرامج الرياضية المرئية مهم في تشجيع الاستثمار الرياضي ؟

الغرض منه: معرفة هل يفيد تعدد صحفي البرامج الرياضية المرئية مهم في تشجيع الاستثمار الرياضي

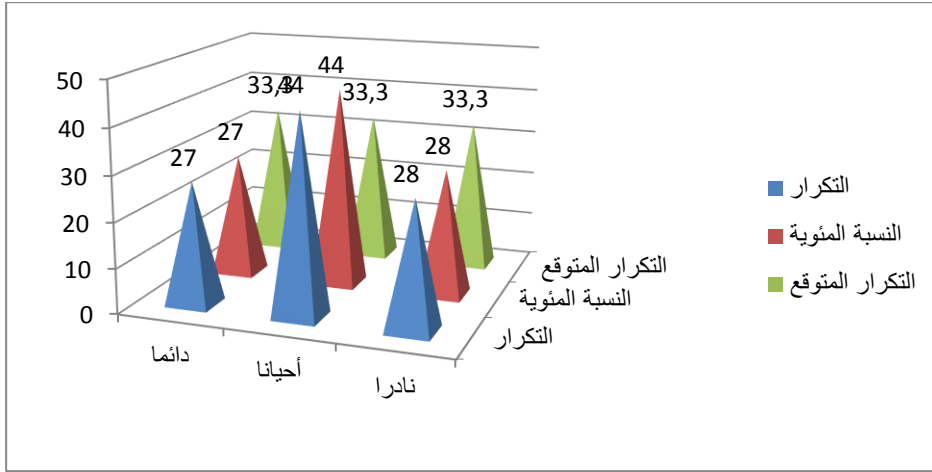
الجدول رقم (24) يوضح افادة تعدد صحفي البرامج الرياضية المرئية مهم في تشجيع الاستثمار الرياضي

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	ك <sup>2</sup> المحسوبة	مستوى الدلالة	درجة الحرية
دائما	27	%27	33.3	38,000 <sup>c</sup>	0.00	02
أحيانا	44	%44	33.3			
نادرا	28	%28	33.3			
المجموع	001	%100	33.3			

## الفصل الرابع: عرض النتائج و تفسيرها و مناقشتها

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات spss 22

الشكل رقم (20) : يمثل تعدد صحفي البرامج الرياضية المرئية في وجود مساحة واسعة للمواضيع الخاصة بالاستثمار الرياضي.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الجدول السابق

من خلال الجدول رقم (24) نلاحظ أن نسبة 44% من الطلبة كانت إجاباتهم بـ "أحيانا" ونسبة 28% كانت إجاباتهم بـ "دائمًا" ونسبة 27% كانت إجاباتهم بـ "دائمًا"، و من خلال نفس الجدول نلاحظ أن قيمة كالمحسوبة قد بلغت قيمة 38 00، أي أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار.

الإستنتاج: ومنه نستنتج بأنه أحيانا يكون تعدد صحفي البرامج الرياضية المرئية في وجود مساحة واسعة للمواضيع الخاصة بالاستثمار الرياضي .

السؤال رقم 06: هل يساهم تعدد صحفي البرامج الرياضية المرئية في طرح المواضيع التي تشخص المشكلات

التي يعاني منها الاستثمار الرياضي في الجزائر؟

الغرض منه: معرفة هل يساهم تعدد صحفي البرامج الرياضية المرئية في طرح المواضيع التي تشخص المشكلات التي يعاني منها الاستثمار الرياضي في الجزائر

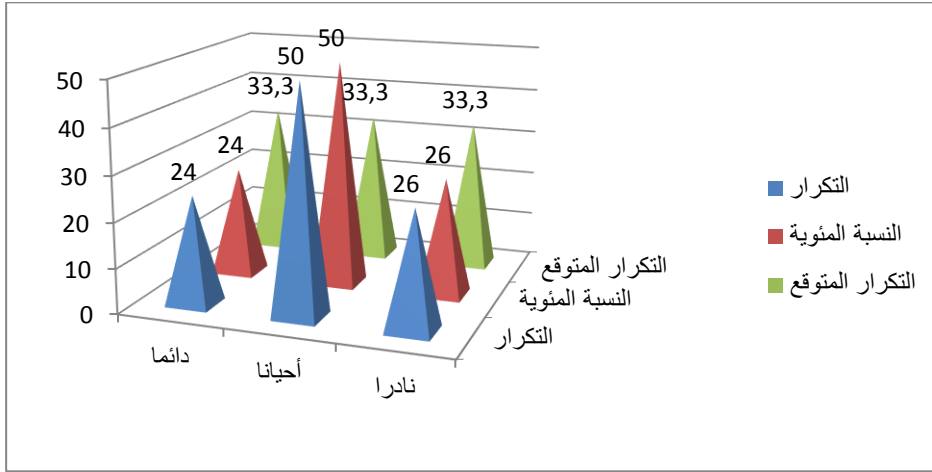
الجدول رقم (25) يوضح مساهمة تعدد صحفي البرامج الرياضية المرئية في طرح المواضيع التي تشخص المشكلات التي يعاني منها الاستثمار الرياضي في الجزائر

## الفصل الرابع: عرض النتائج و تفسيرها و مناقشتها

درجة الحرية	مستوى الدلالة	كا <sup>2</sup> المحسوبة	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
02	0.002	12,560 <sup>a</sup>	33.3	%24	24	دائما
			33.3	%50	50	أحيانا
			33.3	%26	26	نادرا
			33.3	%100	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات spss 22

الشكل رقم (21) : يمثل مساهمة تعدد صحفي البرامج الرياضية المرئية في طرح المواضيع التي تشخص المشكلات التي يعاني منها الاستثمار الرياضي في الجزائر.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الجدول السابق

من خلال الجدول رقم (25) نلاحظ أن نسبة 50% من الطلبة كانت إجاباتهم بـ "أحيانا" ونسبة 26% كانت إجاباتهم بـ "نادرا" ونسبة 24% كانت إجاباتهم بـ "دائما"، و من خلال نفس الجدول نلاحظ أن قيمة كا المحسوبة قد بلغت قيمة 12.56، أي أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار.

الإستنتاج: ومنه نستنتج بأن مساهمة يمثل مساهمة تعدد صحفي البرامج الرياضية المرئية يكون أحيانا في طرح المواضيع التي تشخص المشكلات التي يعاني منها الاستثمار الرياضي في الجزائر.

السؤال رقم 07: هل يساهم تعدد صحفي البرامج الرياضية المرئية في طرح مواضيع تعالج المشكلات التي يعاني

منها الاستثمار الرياضي في الجزائر؟

## الفصل الرابع: عرض النتائج و تفسيرها و مناقشتها

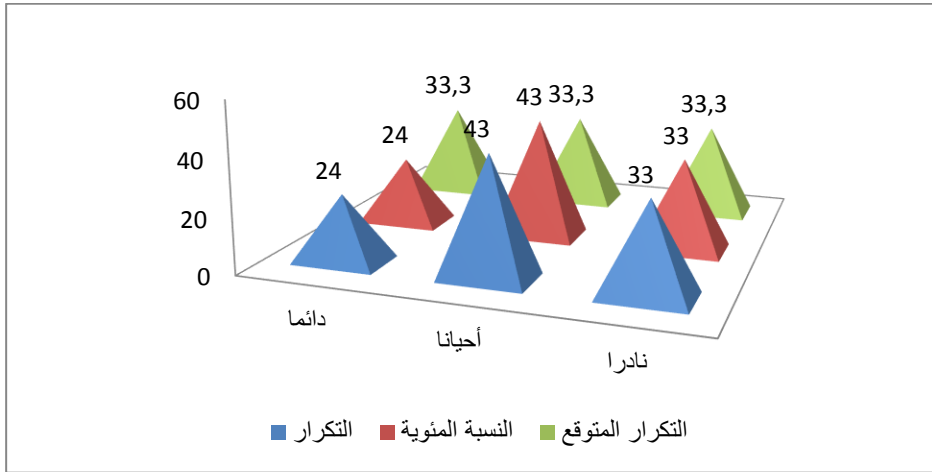
الغرض منه: معرفة هل يساهم تعدد صحفي البرامج الرياضية المرئية في طرح مواضيع تعالج المشكلات التي يعاني منها الاستثمار الرياضي في الجزائر

الجدول رقم (26) يوضح مساهمة تعدد صحفي البرامج الرياضية المرئية في طرح مواضيع تعالج المشكلات التي يعاني منها الاستثمار الرياضي في الجزائر

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	كاف المحسوبة	مستوى الدلالة	درجة الحرية
دائما	24	%24	33.3	5,420 <sup>a</sup>	0.067	02
أحيانا	43	%43	33.3			
نادرا	33	%33	33.3			
المجموع	100	%100	33.3			

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات spss 22

الشكل رقم (22) : يمثل مساهمة تعدد صحفي البرامج الرياضية المرئية في طرح مواضيع تعالج المشكلات التي يعاني منها الاستثمار الرياضي في الجزائر



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الجدول السابق

من خلال الجدول رقم (26) نلاحظ أن نسبة 43% من الطلبة كانت إجاباتهم بـ "أحيانا" ونسبة 33% كانت إجاباتهم بـ "نادرا" ونسبة 24% كانت إجاباتهم بـ "دائما" ، و من خلال نفس الجدول نلاحظ أن قيمة كاف المحسوبة قد بلغت قيمة 5.42، أي أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار.

## الفصل الرابع: عرض النتائج و تفسيرها و مناقشتها

الإستنتاج: ومنه نستنتج بأن تعدد صحفي البرامج الرياضية المرئية في طرح مواضيع تعالج المشكلات التي يعاني منها الاستثمار الرياضي في الجزائر يكون أحيانا فقط .

السؤال رقم 08: هل يقوم صحفيي البرامج الرياضية المرئية بالدور المطلوب منهم على أكمل وجه في نشر ثقافة الاستثمار الرياضي ؟

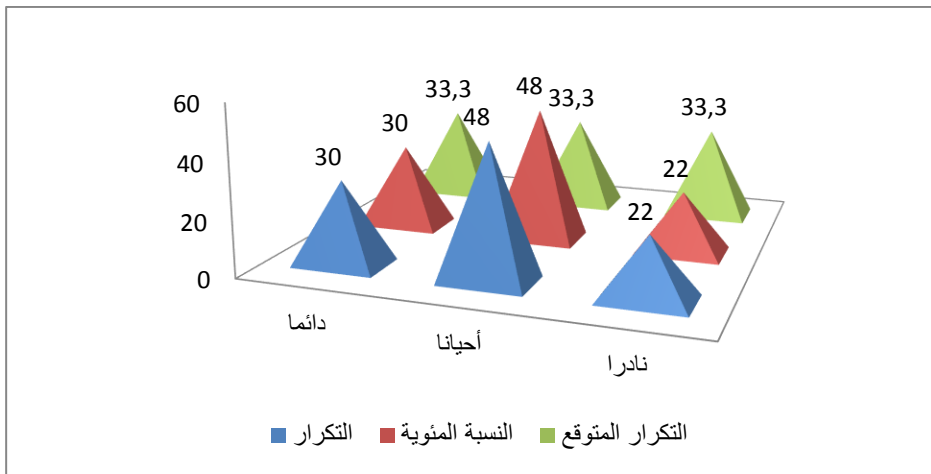
الغرض منه: معرفة هل يقوم صحفيي البرامج الرياضية المرئية بالدور المطلوب منهم على أكمل وجه في نشر ثقافة الاستثمار الرياضي

### الجدول رقم (27) يوضح الدور الذي يقوم به صحفي البرامج الرياضية

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	كا <sup>2</sup> المحسوبة	مستوى الدلالة	درجة الحرية
دائما	30	%30	33.3	10,640 <sup>a</sup>	0.005	02
أحيانا	48	%48	33.3			
نادرا	22	%22	33.3			
المجموع	100	%100	33.3			

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات spss 22

### الشكل رقم (23) : يمثل الدور الذي يقوم به صحفي البرامج الرياضية



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الجدول السابق

## الفصل الرابع: عرض النتائج و تفسيرها و مناقشتها

من خلال الجدول رقم (27) نلاحظ أن نسبة 48% من الطلبة كانت إجاباتهم بـ "أحيانا" ونسبة 30% كانت إجاباتهم بـ "دائما" ونسبة 22% كانت إجاباتهم بـ "نادرا"، و من خلال نفس الجدول نلاحظ أن قيمة كا المحسوبة قد بلغت قيمة 10.64 ، أي أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار.

الاستنتاج: ومنه نستنتج بأن الدور الذي يقوم به صفحي البرامج الرياضية يكون أحيانا على أكملوجه في نشر ثقافة الاستثمار الرياضي.

السؤال رقم 09: هل يؤثر صفحي البرامج الرياضية المرئية بشكل واضح في نشر ثقافة الاستثمار الرياضي بالجزائر ؟

؟

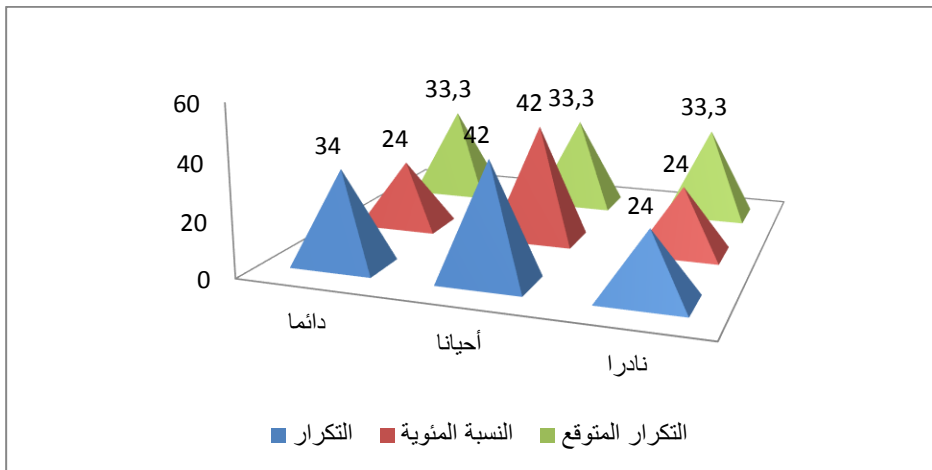
الغرض منه: معرفة هل هناك تأثير لصفحي البرامج الرياضية المرئية في نشر ثقافة الاستثمار الرياضي.

الجدول رقم (28) يوضح تأثير صفحي البرامج الرياضية المرئية في نشر ثقافة الاستثمار الرياضي

درجة الحرية	مستوى الدلالة	كا <sup>2</sup> المحسوبة	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
02	0.087	4,880 <sup>a</sup>	33.3	24%	34	دائما
			33.3	42%	42	أحيانا
			33.3	24%	24	نادرا
			33.3	100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات spss 22

الشكل رقم (24) : يمثل تأثير صفحي البرامج الرياضية المرئية في نشر ثقافة الاستثمار الرياضي



## الفصل الرابع: عرض النتائج و تفسيرها و مناقشتها

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الجدول السابق

من خلال الجدول رقم (28) نلاحظ أن نسبة 42% من الطلبة كانت إجابتهم بـ "أحيانا" ونسبة 34% كانت إجابتهم بـ "دائما" ونسبة 24% كانت إجابتهم بـ "نادرا"، و من خلال نفس الجدول نلاحظ أن قيمة كا المحسوبة قد بلغت قيمة 4.88 ، أي أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار.

الاستنتاج: ومنه نستنتج بأن هناك تأثير لصحفي البرامج الرياضية المرئية أحيانا في نشر ثقافة الاستثمار الرياضي .

السؤال رقم 10: هل يهتم صحفي البرامج الرياضية في تنمية وعي الطلبة نحو الاستثمار الرياضي ؟

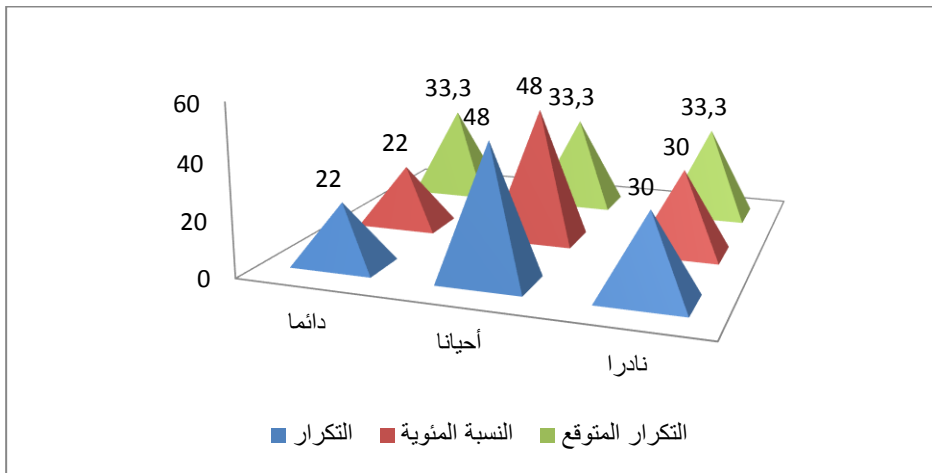
الغرض منه: معرفة هل يهتم صحفي البرامج الرياضية في تنمية وعي الطلبة نحو الاستثمار الرياضي

الجدول رقم (29) يوضح اهتمام صحفي البرامج الرياضية في تنمية وعي الطلبة نحو الاستثمار الرياضي

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	كا <sup>2</sup> المحسوبة	مستوى الدلالة	درجة الحرية
دائما	22	22%	33.3	10,640 <sup>a</sup>	0.06	02
أحيانا	48	48%	33.3			
نادرا	30	30%	33.3			
المجموع	100	100%	33.3			

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات spss 22

الشكل رقم (25) : يمثل اهتمام صحفي البرامج الرياضية في تنمية وعي الطلبة نحو الاستثمار الرياضي



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الجدول السابق

## الفصل الرابع: عرض النتائج و تفسيرها و مناقشتها

من خلال الجدول رقم (29) نلاحظ أن نسبة 48% من الطلبة كانت إجابتهم بـ "أحيانا" ونسبة 30% كانت إجابتهم بـ "نادرا" ونسبة 22% كانت إجابتهم بـ "دائما"، و من خلال نفس الجدول نلاحظ أن قيمة كالمحسوبة قد بلغت قيمة 10.64، أي أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار.

الاستنتاج: ومنه نستنتج بأنه أحيانا فقط يكون اهتمام صحفي البرامج الرياضية في تنمية وعي الطلبة نحو الاستثمار الرياضي.

السؤال رقم 11: هل يبحث صحفيي البرامج الرياضية المرئية عن أساليب جديدة تساعد في توعية الشباب بالاستثمار الرياضي؟

الغرض منه: معرفة هل يبحث صحفيي البرامج الرياضية المرئية عن أساليب جديدة تساعد في توعية الشباب بالاستثمار الرياضي

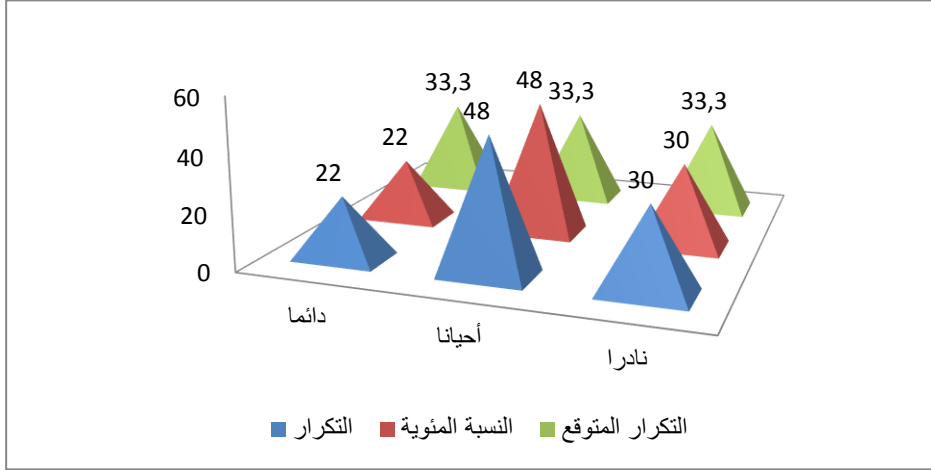
الجدول رقم (30) يوضح اهتمام صحفيي البرامج الرياضية في تنمية وعي الطلبة نحو الاستثمار الرياضي

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	كالمحسوبة	مستوى الدلالة	درجة الحرية
دائما	22	22%	33.3	10,640 <sup>a</sup>	0.06	02
أحيانا	48	48%	33.3			
نادرا	30	30%	33.3			
المجموع	100	100%	33.3			

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات 22 spss

الشكل رقم (26): يمثل اهتمام صحفيي البرامج الرياضية في تنمية وعي الطلبة نحو الاستثمار الرياضي

## الفصل الرابع: عرض النتائج و تفسيرها و مناقشتها



**المصدر:** من إعداد الطالب بالاعتماد على الجدول السابق

من خلال الجدول رقم (30) نلاحظ أن نسبة 48% من الطلبة كانت إجابتهم بـ "أحيانا" ونسبة 30% كانت إجابتهم بـ "نادرا" ونسبة 22% كانت إجابتهم بـ "دائما"، و من خلال نفس الجدول نلاحظ أن قيمة كا المحسوبة قد بلغت قيمة 10.64، أي أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار.

**الاستنتاج:** ومنه نستنتج بأنه أحيانا فقط يكون اهتمام صحفي البرامج الرياضية في تنمية وعي الطلبة نحو الاستثمار الرياضي.

**السؤال رقم 12:** هل يهتم صحفي البرامج الرياضية المرئية بمواضيع الخلل والنقص في الاستثمار بغرض معالجته

؟

**الغرض منه:** معرفة هل يهتم صحفي البرامج الرياضية المرئية بمواضيع الخلل والنقص في الاستثمار بغرض معالجته

**الجدول رقم (31)** يوضح اهتمام صحفي البرامج الرياضية بمواضيع الخلل والنقص في الاستثمار

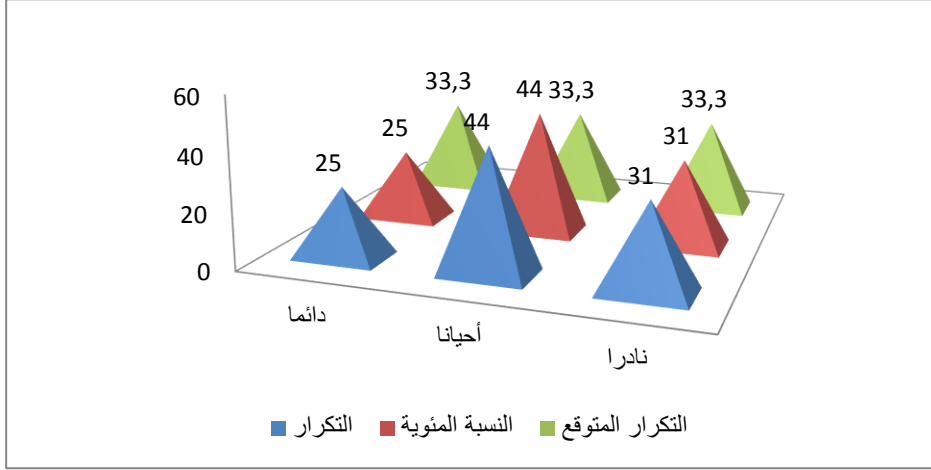
وعى الطلبة نحو الاستثمار الرياضي

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	كا <sup>2</sup> المحسوبة	مستوى الدلالة	درجة الحرية
دائما	25	25%	33.3	5,660 <sup>a</sup>	0.059	02
أحيانا	44	44%	33.3			
نادرا	31	31%	33.3			
المجموع	100	100%	33.3			

## الفصل الرابع: عرض النتائج و تفسيرها و مناقشتها

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات spss 22

الشكل رقم (27) : يمثل اهتمام صحفي البرامج الرياضية بمواضع الخلل والنقائص في الاستثمار



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الجدول السابق

من خلال الجدول رقم (31) نلاحظ أن نسبة 44% من الطلبة كانت إجاباتهم بـ "أحيانا" ونسبة 31% كانت إجاباتهم بـ "نادرا" ونسبة 25% كانت إجاباتهم بـ "دائما"، و من خلال نفس الجدول نلاحظ أن قيمة كا المحسوبة قد بلغت قيمة 5.66، أي أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار.

الاستنتاج: ومنه نستنتج أنه أحيانا هناك اهتمام صحفي البرامج الرياضية بمواضع الخلل والنقائص في الاستثمار.

السؤال رقم 13: هل يساعد صحفي البرامج الرياضية المرئية على تقريب ماهية الاستثمار الرياضي للطلبة؟

الغرض منه: معرفة هل يساعد صحفي البرامج الرياضية المرئية على تقريب ماهية الاستثمار الرياضي للطلبة

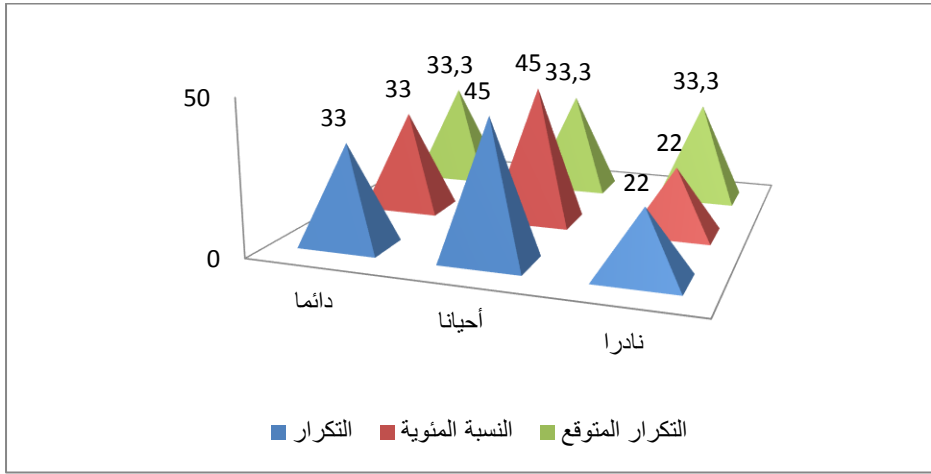
الجدول رقم (32) يوضح مساعدة صحفي البرامج الرياضية المرئية في تقريب ماهية الاستثمار الرياضي للطلبة.

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	كا <sup>2</sup> المحسوبة	مستوى الدلالة	درجة الحرية
دائما	33	33%	33.3	7,940 <sup>a</sup>	0.019	02
أحيانا	45	45%	33.3			
نادرا	22	22%	33.3			
المجموع	33	100%	33.3			

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات spss 22

## الفصل الرابع: عرض النتائج و تفسيرها و مناقشتها

الشكل رقم (28) : يمثل مساعدة صحفي البرامج الرياضية المرئية في تقريب ماهية الاستثمار الرياضي للطلبة



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الجدول السابق

من خلال الجدول رقم (32) نلاحظ أن نسبة 45% من الطلبة كانت إجابتهم بـ "أحيانا" ونسبة 33% كانت إجابتهم بـ "دائما" ونسبة 22% كانت إجابتهم بـ "نادرا" ، و من خلال نفس الجدول نلاحظ أن قيمة كا المحسوبة قد بلغت قيمة 7.94، أي أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار.

الاستنتاج: ومنه نستنتج أنه أحيانا يساعد صحفي البرامج الرياضية المرئية في تقريب ماهية الاستثمار الرياضي للطلبة.

السؤال رقم 14: هل يهتم صحفي البرامج الرياضية المرئية بمجال الاستثمار الرياضي من خلال ما يقدمونه من برامج

الغرض منه: معرفة هل هناك اهتمام من طرف صحفي البرامج الرياضية المرئية بمجال الاستثمار الرياضي

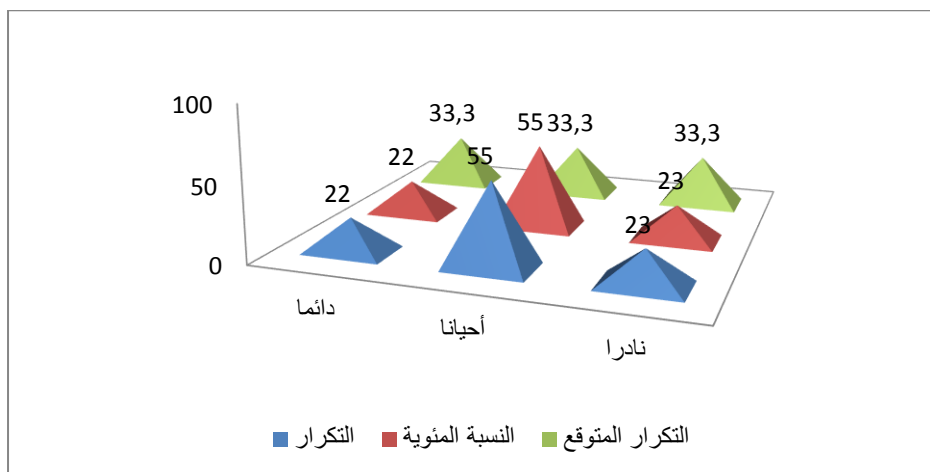
الجدول رقم (33) يوضح اهتمام من طرف صحفي البرامج الرياضية المرئية بمجال الاستثمار الرياضي.

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	كا <sup>2</sup> المحسوبة	مستوى الدلالة	درجة الحرية
دائما	22	22%	33.3	21,140 <sup>a</sup>	0.00	02
أحيانا	55	55%	33.3			
نادرا	23	23%	33.3			
المجموع	100	100%	33.3			

## الفصل الرابع: عرض النتائج و تفسيرها و مناقشتها

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات spss 22

الشكل رقم (29) : يمثل اهتمام من طرف صحفيي البرامج الرياضية المرئية بمجال الاستثمار الرياضي.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الجدول السابق

من خلال الجدول رقم (33) نلاحظ أن نسبة 55% من الطلبة كانت إجابتهم بـ "أحيانا" ونسبة 23% كانت إجابتهم بـ "نادرا" ونسبة 22% كانت إجابتهم بـ "دائما"، و من خلال نفس الجدول نلاحظ أن قيمة كا المحسوبة قد بلغت قيمة 7.94، أي أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح أكبر تكرار.

الاستنتاج: ومنه نستنتج أنه أحيانا يكون هناك اهتمام من طرف صحفيي البرامج الرياضية المرئية بمجال الاستثمار الرياضي.

### 2- مناقشة النتائج علي ضوء الفرضيات :

#### 2-1- مناقشة نتائج الفرضية الأولى: للاعلام الرياضي المرئي دور في نشر ثقافة الاستثمار الرياضي.

الجدول رقم (34): يوضح نتائج استجابات أفراد عين البحث على عبارات المحور الأول

الدلالة	النسبة %	التكرار	الاجابة	كا <sup>2</sup> المحسوبة	عبارات المحور الاول
دالة	41%	41	دائما	33.02	هل البرامج الرياضية المرئية تساهم في التعريف بالاستثمار الرياضي.
	52%	52	أحيانا		
	7%	7	نادرا		
دالة	34%	34	دائما	26.480	هل البرامج الرياضية المرئية تساهم في نشر قوانين

## الفصل الرابع: عرض النتائج و تفسيرها و مناقشتها

	54%	54	أحيانا		الاستثمار الرياضي.
	12%	12	نادرا		
دالة	18%	18	دائما	22.34	هل الإعلام الرياضي المرئي به إمكانية واسعة في نشر المعلومات والمعارف الخاصة بالاستثمار الرياضي.
	56%	56	أحيانا		
	27%	27	نادرا		
دالة	23%	23	دائما	7.34	هل البرامج الرياضية تسهم في تكوين الوعي بالاستثمار الرياضي .
	45%	45	أحيانا		
	32%	32	نادرا		
دالة	35%	35	دائما	12.74	هل تعتقد أن الإعلام الرياضي المرئي له دور في تحسيس الشباب بالاستثمار الرياضي.
	47%	47	أحيانا		
	18%	18	نادرا		
دالة	32%	32	دائما	8.72	هل ترى أن الإعلام الرياضي المرئي يساهم في توجيه الشباب نحو الاستثمار الرياضي.
	46%	46	أحيانا		
	22%	22	نادرا		
دالة	21%	21	دائما	10.22	هل ترى أن البرامج الرياضية المرئية دور في تحفيز على الاستثمار الرياضي.
	47%	47	أحيانا		
	32%	32	نادرا		
غير دالة	22	22	دائما	9.62	هل البرامج الرياضية المرئية تشجعني على الميل إلى الاستثمار الرياضي.
	47	47	أحيانا		
	31	31	نادرا		
غير دالة	31%	31	دائما	4.58	هل تهتم مؤسسات الإعلام المرئي بمواضيع التثقيفية الخاصة بالاستثمار الرياضي.
	43%	43	أحيانا		
	26%	26	نادرا		
غير دالة	29%	29	دائما	4.22	هل تهتم مؤسسات الإعلام المرئي بمواضيع

## الفصل الرابع: عرض النتائج و تفسيرها و مناقشتها

	43	43%	أحيانا		إعلامية خاصة بالاستثمار الرياضي.
	28	28%	نادرا		
دالة	23	23%	دائما	12.74	هل تهتم مؤسسات الإعلام المرئي بمواضيع الاستثمار الرياضي.
	50	50%	أحيانا		
	27	27%	نادرا		
غير دالة	27	27%	دائما	5.18	هل البرامج الرياضية المرئية تهتم بجلب متخصصين في مجال الاستثمار الرياضي.
	44	44%	أحيانا		
	29	29%	نادرا		
غير دالة	28	28%	دائما	4.22	هل تعدد البرامج الرياضية يسمح بطرح أفكار استثمارية يمكن الاستفادة منها
	43	43%	أحيانا		
	29	29%	نادرا		
	34	34%	دائما		هل تعدد البرامج الرياضية المرئية يساعد على
دالة	49		أحيانا	15.38	إيصال مفهوم وأهمية الاستثمار الرياضي
	17		نادرا		
	398		دائما	176.98	مجموع
	666		أحيانا		
	337		نادرا		

### مناقشة نتائج المحور الأول على ضوء الفرضية الفرعية الأولى:

بعد القيام بعملية تحليل نتائج المحور الأول الخاص بالفرضية الفرعية الأولى، والتي تبحث عن دور البرامج الرياضية الإخبارية في نشر ثقافة الاستثمار الرياضي، حيث احتوت الأداة على أربعة عشرة سؤال مرقمة من (01 إلى 14) الذي أردنا من خلاله أن نبين ما إذا كانت البرامج الرياضية الإخبارية تساهم في نشر ثقافة الاستثمار الرياضي، وهذا بعد عملية فرز وتفرغ وترتيب النتائج المتحصل عليها إحصائيا باستخدام نظام الحزم SPSS22.

ومن خلال هذا العرض الموجز الذي تم عرضها، من التحليل الأولي لكل سؤال من أسئلة محور الأول وبناء على التساؤل التالي (ما دور البرامج الرياضية الإخبارية في نشر ثقافة الاستثمار الرياضي؟) وبناء على إجابات أفراد العينة وكذا بعد حساب كا المحسوبة الإجمالية للمحور المقدر بـ 176.98.

## الفصل الرابع: عرض النتائج و تفسيرها و مناقشتها

هذا ما توصلت إليه دراسة السابقة تحت عنوان : " دور وسائل الإعلام الفلسطينية في تشجيع الاستثمار الرياضي "ومنه فقد هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مدى تأثير البرامج الرياضية الإخبارية في نشر ثقافة الاستثمار الرياضي. حيث توصلت الدراسة إلى أن العبارات الدالة على صحة هذه الفرضية قد حظيت بعدد أكبر ، والتي يمكن القول أن البرامج الرياضية الإخبارية لها دور فعال في نشر ثقافة الاستثمار الرياضي و من هنا يمكن القول أن هذه الفرضية الفرعية الأولى محققة.

### 2-2- مناقشة نتائج الفرضية الثانية: للصحفي البرامج الرياضية دور في نشر ثقافة الاستثمار الرياضي

الجدول رقم (35): يوضح نتائج استجابات أفراد مجتمع البحث على عبارات المحور الثاني

عبارات المحور الثاني	كأ <sup>2</sup> المحسوبة	الإجابة	التكرار	النسبة %	الدلالة
هل يقدم صحفي البرامج الرياضية المرئية معلومات مفصلة وتبرز فيها أهمية الاستثمار الرياضي في الجزائر ؟	16.64	دائما	20	20%	دالة
		أحيانا	52	52%	
		نادرا	28	28%	
هل صحفي البرامج الرياضية المرئية يستخدم اسلوا واضحا في توصيل المعلومات الخاصة بالاستثمار الرياضي بالجزائر؟	9.14	دائما	23	23%	دالة
		أحيانا	47	47%	
		نادرا	30	30%	
هل أسلوب تقديم المعلومات حول الاستثمار الرياضي يثير اهتمام الطلبة ؟	9.38	دائما	39	39%	دالة
		أحيانا	42	42%	
		نادرا	19	19%	
هل يساهم تعدد صحفي البرامج الرياضية المرئية في وجود مساحة واسعة للمواضيع الخاصة بالاستثمار الرياضي ؟	14.66	دائما	31	31%	دالة
		أحيانا	50	50%	
		نادرا	19	19%	
هل يفيد تعدد صحفي البرامج الرياضية المرئية مهم في تشجيع الاستثمار الرياضي ؟	38.00	دائما	27	27%	دالة
		أحيانا	44	44%	
		نادرا	28	28%	
هل يساهم تعدد صحفي البرامج الرياضية المرئية في طرح المواضيع	12.56	دائما	24	24%	دالة

## الفصل الرابع: عرض النتائج و تفسيرها و مناقشتها

	50	50	أحيانا		التي تشخص المشكلات التي يعاني منها الاستثمار الرياضي في الجزائر ؟
	26	26	نادرا		
غير دالة	24	24	دائما	5.42	هل يساهم تعدد صحفي البرامج الرياضية المرئية في طرح مواضيع تعالج المشكلات التي يعاني منها الاستثمار الرياضي في الجزائر ؟
	43	43	أحيانا		
	33	33	نادرا		
دالة	30	30	دائما	10.64	هل يقوم صحفيي البرامج الرياضية المرئية بالدور المطلوب منهم على أكمل وجه في نشر ثقافة الاستثمار الرياضي ؟
	48	48	أحيانا		
	22	22	نادرا		
غير دالة	24	34	دائما	4.88	هل يؤثر صحفيي البرامج الرياضية المرئية بشكل واضح في نشر ثقافة الاستثمار الرياضي بالجزائر ؟
	42	42	أحيانا		
	24	24	نادرا		
غير دالة	22	22	دائما	10.64	هل يؤثر صحفيي البرامج الرياضية المرئية بشكل واضح في نشر ثقافة الاستثمار الرياضي بالجزائر ؟
	48	48	أحيانا		
	30	30	نادرا		
غير دالة	25	25	دائما	5.66	هل يهتم صحفيي البرامج الرياضية في تنمية وعي الطلبة نحو الاستثمار الرياضي ؟
	44	44	أحيانا		
	31	31	نادرا		
غير دالة	33	33	دائما	7.94	هل يبحث صحفيي البرامج الرياضية المرئية عن أساليب جديدة تساعد في توعية الشباب بالاستثمار الرياضي ؟
	45	45	أحيانا		
	22	22	نادرا		
دالة	22	22	دائما	21.14	هل يهتم صحفيي البرامج الرياضية المرئية بمواضيع الحلل والنقائص في الاستثمار بغرض معالجته ؟
	55	55	أحيانا		
	23	23	نادرا		

## الفصل الرابع: عرض النتائج و تفسيرها و مناقشتها

دالة	20%	20	دائما	16.64	هل يساعد صحفيي البرامج الرياضية المرئية على تقريب ماهية الاستثمار الرياضي للطلبة ؟
	52%	52	أحيانا		
	28%	28	نادرا		
دالة	23%	23	دائما	9.14	دهل يهتم صحفيي البرامج الرياضية المرئية بمجال الاستثمار الرياضي من خلال ما يقدمونه من برامج؟
	47%	47	أحيانا		
	30%	30	نادرا		
مجموع		397	دائما	192.48	
	أحيانا	709	أحيانا		
		393	نادرا		

### مناقشة نتائج المحور الثاني على ضوء الفرضية الفرعية الثانية :

بعد القيام بعملية تحليل نتائج المحور الأول الخاص بالفرضية الفرعية الثانية، والتي تبحث عن دور صحفيي البرامج الرياضية في نشر ثقافة الاستثمار الرياضي، حيث احتوت الأداة على أربعة عشرة سؤال مرقمة من (01 الى 14) الذي أردنا من خلاله أن نبين ما إذا كانت لصحفيي البرامج الرياضية مساهمة في نشر ثقافة الاستثمار الرياضي، وهذا بعد عملية فرز وتفرغ وترتيب النتائج المتحصل عليها إحصائيا باستخدام نظام الحزم spss22 .

ومن خلال هذا العرض الموجز الذي تم عرضها ، من التحليل الأولي لكل سؤال من أسئلة محور الثاني وبناء على التساؤل التالي(ما دور صحفيي البرامج الرياضية في نشر ثقافة الاستثمار الرياضي؟) وبناء على إجابات أفراد العينة وكذا بعد حساب كا المحسوبة الإجمالية للمحور المقدر ب 192.48.

و هذا ما توصلت إليه دراسة السابقة تحت عنوان : "دور وسائل الإعلام الفلسطينية في تشجيع الاستثمار الرياضي".

ومنه فقد هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مدى تأثير صحفيي البرامج الرياضية في نشر ثقافة الاستثمار الرياضي، حيث توصلت الدراسة إلى أن العبارات الدالة على صحة هذه الفرضية قد حظيت بعدد أكبر ، والتي يمكن القول أن صحفيي البرامج الرياضية لها دور فعال في نشر ثقافة الاستثمار الرياضي و من هنا يمكن القول أن هذه الفرضية الفرعية الثانية محققة.



التوصيات والاقتراحات:

الاعلام الرياضي المرئي عليه ان يساهم في نشر الاستثمار الرياضي ، من خلال برامجها، في طرح المواضيع التالية

:

- ✓ الكشف عن أهمية الاستثمار في عالم الاحترافية ؛
- ✓ معرف شروط اختيار المسيرين في عالم الاحتراف ؛
- ✓ التعريف بمناخ الاستثمار وتسجيل النقائص وفتح مجال لطرح البدائل ؛
- ✓ طرح تجارب الدول الناجحة في مجال الاستثمار الرياضي خاصة منها العربية والأوروبية ؛
- ✓ محاولة طرح مواضيع تكون بعيدة عن السياسة وقريبة إلى عالم الاقتصاد أي بمعنى آخر إبعاد السياسة عن الرياضة ؛

- ✓ توضيح القوانين المتعلقة بالاستثمار الرياضي؛
- ✓ الكشف عن دور الاستثمار الرياضي في الترويج للمؤسسة الاقتصادية ؛
- ✓ الكشف عن أهمية التسويق الرياضي بالنسبة للمؤسسة الرياضية ؛
- ✓ التعريف بمفهوم الاستثمار؛
- ✓ طرح المواضيع التثقيفية الخاصة بالاستثمار في المجال الرياضي ؛
- ✓ التعريف بأدوات الاستثمار في المجال الرياضي؛
- ✓ إظهار منافع الاستثمار في المجال الرياضي .

-الأفاق المستقبلية للدراسة :

هذه الدراسة تعتبر بمثابة منطلق لدراسات أخرى تدور في ذهن الباحث منها :

- ❖ أن يتبنى كل من وزارة الإعلام ووزارة الشباب والرياضة استحداث قنوات رياضية مرئية متخصصة للشباب.
- ❖ تكوين فرق بحث تهتم بتطوير الأداء الإعلامي للصحفي المتخصص في المجال الرياضي .
- ❖ الاهتمام بالمزيد عن الأبحاث عن الرياضة و وسائل الإعلام المرئية بشتى اشكالها
- ❖ توفير الوسائل التكنولوجية للإعلاميين وذلك للحصول على المعلومات والأخبار الرياضية لحظة حدوثها.



## الخاتمة:

لقد أصبحت الرياضة الآن مصدر دخل هائل في العالم كله وأصبحنا نسمع أرقام تعتبر خرافية، سواء في تسجيلات اللاعبين أو دخول المباريات أو مداخيل الأندية والاتحادات وأصبح الاستثمار في مجال الرياضة يحتل صدارة الاستثمارات في العالم ، بالإضافة إلى مساهمته في الدخل القومي، ومن خلال الأرقام والعائدات المالية الكبيرة التي أصبحت الرياضة تدرها على المؤسسات الاقتصادية والأندية الرياضية، فالجزائر مطالبة بالدخول في هذا المجال من خلال ايجاد آليات لتحفيز المؤسسات الاقتصادية في الجزائر على الاستثمار في المجال الرياضي والتعامل مع الرياضة كصناعة حقيقية ، والعمل على نشر الاستثمارات المحلية والأجنبية في هذا المجال من خلال تسطير سياسة شاملة لإصلاح القطاع الرياضي تضم كل المجالات التشريعية والإجرائية و المالية من أجل تهيئة الظروف لخلق المناخ الاستثماري ، باعتباره أهم العوامل التي تساعد على نشر الاستثمار. ومن خلال هذه الدراسة التي وفقنا الله في انجازها ، التي تناولت دور الاعلام الرياضي المرئي في نظر ثقافة الاستثمار الرياضي ، والتي قامت بتسليط الضوء على واقع الاستثمار الرياضي في الجزائر، والدور الذي يمكن أن يلعبه الاعلام المرئي في نشر ثقافة الاستثمار الرياضي في الجزائر، وقد خلصت هذه الدراسة إلى عدة نتائج ومنها الاعلام الرياضي المرئي انه أحيانا ما يكون له دور في نشر ثقافة الاستثمار الرياضي في الجزائر وضرورته في برامجها . ،وقد تأكدت صحتها ، وعليه فالإعلام الرياضي المرئي الرياضي في الجزائر مازال لم يتم بالدور المنوط به والمشجع والمحفز للمستثمرين ، ولا بد أن تعمل على هذه الوسائل تذليل العقبات أمام المستثمرين للاستثمار في النوادي الرياضية المحترفة ، وهو ما يجب العمل عليه لجلب المستثمرين من خلال المواضيع التثقيفية والكفاءات المتخصصة، في استيعاب مفاهيم الاستثمار الرياضي، وتوضيح الصورة فيما يخص سياساتها تجاه المستثمرين لغرس الثقة لديهم

## قائمة المصادر والمراجع:

### أولاً: الكتب.

1. إحدادن زهير، مدخل لعلوم الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2002.
2. حامد عبد السلام زهران، علم النفس الاجتماعي، ط5، عالم الكتب، القاهرة.
3. عاطف عدلي العبد، الاتصال والرأي العام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1993.
4. إبراهيم إمام، الإعلام والاتصال بالجمهور، ط1، المكتبة الأنجلو مصرية، 1969.
5. عبد العزيز شرف، المدخل إلى وسائل الإعلام، ط2، الكتاب اللبناني، 1983.
6. إحدادن زهير، مدخل لعلوم الإعلام و الاتصال، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1993.
7. سامي نزيان، الصحافة اليومية والإعلام، ط1، دار المسيرة، بيروت، 1987.
8. أديب خضور، الإعلام الرياضي، دراسة عملية للتحليل الرياضي في الصحافة والإذاعة والتلفزيون، المكتبة الإعلامية، دمشق، 1994.
9. خير الدين علي عويس، عطاء حسن عبد الرحيم، الإعلام الرياضي، ج1، مرآة الكتاب للنشر، القاهرة، 1998.
10. حسن أحمد الشافعي، الإعلام في التربية البدنية والرياضية، دار الوفاء، الإسكندرية، 2003.
11. أوثر السعيد الموجي وآخرون، الإعلام والعلاقات العامة في المجال الرياضي، ط1، دار نهضة مصر العربية، 2006.
12. سمير عبد الحميد علي حامد، رؤية علمية لإدارة الهيئات الرياضية، السعودية، 2002.
13. أحمد محمد المصري، الاتصالات والقرارات، دار القلم، دبي، 1996.
14. صالح خليل، الإتصال الجماهيري، دار الشروق، عمان، 1999.
15. خليفة طالب بهباني، شغب الملاعب وأساليب مواجهته، الرياض، 2004.
16. أديب خضير، الإعلام والأزمات، الرياضة، 1999.
17. عبد الفتاح أبو معال، أثر استعمال وسائل الإعلام على الطفل، ط1، عمان، دار الشروق، 1990.
18. نزهة الخوري، أثر التلفزيون في تربية المراهقين، ط1، دار الفكر اللبناني، بيروت، لبنان، 1997.
19. محمد معوض، المدخل إلى فنون العمل التلفزيوني، دار الفكر العربي، مصر، 1993.
20. محمد معوض، في الإعلام المعاصر والإسلامي، ط2، دار بيروت المحروسة، بيروت، 1998.
21. الكسندر بوريتسكي، الصحافة التلفزيونية، ترجمة أديب خضور، ط1، المكتبة الإعلامية، دمشق، سوريا، 1990.
22. عبد اللطيف حمزة، المدخل في فن التحرير الصحفي، دار الفكر العربي، ط3، القاهرة، 1986.
23. أديب خضور، الصحافة والتلفزيون، ط1، دمشق، 1990.

### ثانياً: المجلات والدوريات.

فيصل غامض، "مجلة الإذاعة"، العدد 31، الاثنين من 20 إلى 26 سبتمبر، 1993.

### ثالثاً: القواميس والمعاجم

"المنجد في اللغة والأدب والعلوم"، ط15، المطبعة الكاثوليكية، بيروت.

### رابعاً: المراجع بالأجنبية.

- 1- Abdelfattah morad, The terms of scientific research and theses and publications.

## فهرس المحتويات

	كلمة شكر
	الإهداء
	قائمة المحتويات
	قائمة الجداول
	قائمة الأشكال
	مقدمة
الفصل الأول: الخلفية النظرية والدراسات السابقة	
03	تمهيد
04	1- الإعلام
04	1-1- مفهوم الإعلام
04	1-2- أنواع الإعلام
05	1-3- وظائف الإعلام
06	2- تعريف الإعلام الرياضي
06	2-1- واقع الإعلام الرياضي
07	2-2- أهداف الإعلام الرياضي
07	2-3- خصائص الإعلام الرياضي
08	3 - الاعلام الرياضي المرئي
08	3-1- ماهية التلفزيون.
09	3-2- مفهوم التلفزيون.
10	3-3- انتشار واهمية التلفزيون.
12	3-4- خصائص التلفزيون .
12	3-4-1 التثقيف والتعليم .
12	3-4-2 التربية
12	3-4-3 الحضور المتزامن

12	3-4-4 الآنية :
13	3-4-5 إشراك حاسني السمع والبصر :
	4- الدراسات السابقة والمشاهدة.
	4-1- الدراسات المحلية.
	4-1-1- الدراسة الأولى.
	4-1-2- الدراسة الثانية.
	4-1-3- الدراسة الثالثة.
	4-1-4- الدراسة الرابعة .
	4-2- الدراسات العربية.
	4-2-1- الدراسة الأولى.
	4-2-2- الدراسة الثانية.

الفصل الثاني : الإطار العام للدراسة	
	1- الكلمات الدالة في الدراسة.
	1-1- الكلمات الدالة في الدراسة
	1-1-1- الإعلام
	1-1-2- تعريف الإعلام الرياضي
	1-2- الاعلام المرئي
	1-3- الاستثمار
	2- الإشكالية.
	3- الفرضية العامة .
	4- أهمية الدراسة.
	5- أهداف الدراسة .
	الفصل الثالث : الإجراءات الميدانية للدراسة
	تمهيد

	1-الدراسة الاستطلاعية.
	1-1- مجالات البحث.
	1-1-1-المجال الزمني.
	1-1-2-المجال المكاني
	1-1-3-المجال البشري
	1-2- متغيرات البحث
	2 - المنهج المتبع في الدراسة
	- مجتمع و عينة الدراسة
	1-3-مجتمع الدراسة
	2-3-عينة الدراسة
	4- أدوات جمع البيانات و المعلومات
	1-4- أدوات الدراسة
	4-2-الخصائص السيكومترية لأداة الدراسة
	4-2-1- الصدق
	4-2-2- صدق المحكمين
	4-2-3- الثبات
	5- إجراءات التطبيق الميداني للأداة
	6- الأساليب الإحصائية
	خلاصة

الفصل الرابع :عرض النتائج و تفسيرها و مناقشتها	
	1- تحليل و مناقشة الدراسة
	1-1- مناقشة الأسئلة المتعلقة بالمحور الأول
	1-2- مناقشة الأسئلة المتعلقة بالمحور الثاني
الفصل الخامس : استنتاجات و اقتراحات	

1- استنتاجات عامة

2- اقتراحات

3- الأفاق المستقبلية للدراسة

4- خاتمة

## قائمة الجداول

الصفحة	العنوان	الرقم
	توزيع عينات الدراسة	01
	الارتباط بين كل سؤال و الدرجة الكلية للمحور الأول.	02
	الارتباط بين كل سؤال و الدرجة الكلية للمحور الثاني	03
	ي حساب الارتباط بين كل محور و الدرجة الكلية للاستبيان	04
	يبين معامل الثبات ألفا كرونباخ لكل بعد من أبعاد المقياس	05
	مساهمة البرامج الرياضية المرئية في التعريف بالاستثمار الرياضي	06
	مدى مساهمة البرامج الرياضية المرئية في نشر قوانين الاستثمار الرياضي	07
	الإعلام الرياضي المرئي في نشر المعلومات والمعارف الخاصة بالاستثمار الرياضي	08
	مدى مساهمة البرامج الرياضية في تكوين الوعي بالاستثمار الرياضي	09
	دور الاعلام الرياضي في تحسيس الشباب بالاستثمار الرياضي	10
	دور البرامج الرياضية في التحفيز على الاستثمار الرياضي	11
	مقدورية البرامج الرياضية على التشجيع في الميل للاستثمار الرياضي	12
	اهتمام مؤسسات الإعلام المرئي بالمواضيع التثقيفية الخاصة بالاستثمار الرياضي	13
	اهتمام مؤسسات الإعلام المرئي بمواضيع إعلامية خاصة بالاستثمار الرياضي	14
	اهتمام مؤسسات الإعلام المرئي بمواضيع الاستثمار الرياضي	15
	اهتمام البرامج الرياضية بجلب متخصصين في مجال الاستثمار الرياضي	16
	تعدد البرامج الرياضية يسمح بطرح أفكار استثمارية	17
	مدى تعدد البرامج الرياضية المرئية يساعد على إيصال مفهوم وأهمية الاستثمار الرياضي.	18
	مدى تقديم صحفي البرامج الرياضية للمعلومات	19
	هل يستخدم صحفي البرامج الرياضية أسئلة واضحة في توصيل المعلومات	20
	اهتمام الطلبة بأسلوب تقديم المعلومات.	21
	مساهمة تعدد صحفي البرامج الرياضية المرئية في وجود مساحة واسعة للمواضيع الخاصة بالاستثمار الرياضي.	22
	افادة تعدد صحفي البرامج الرياضية المرئية مهم في تشجيع الاستثمار الرياضي	23
	مساهمة تعدد صحفي البرامج الرياضية المرئية في طرح المواضيع التي تشخص المشكلات التي يعاني منها الاستثمار الرياضي في الجزائر	24
	مساهمة تعدد صحفي البرامج الرياضية المرئية في طرح مواضيع تعالج المشكلات التي يعاني منها	25

	الاستثمار الرياضي في الجزائر	
26	الدور الذي يقوم به صحفي البرامج الرياضية	
27	تأثير صحفي البرامج الرياضية المرئية في نشر ثقافة الاستثمار الرياضي	
28	اهتمام صحفي البرامج الرياضية في تنمية وعي الطلبة نحو الاستثمار الرياضي	
29	اهتمام صحفي البرامج الرياضية في تنمية وعي الطلبة نحو الاستثمار الرياضي	
30	اهتمام صحفي البرامج الرياضية بمواضع الخلل والنقائص في الاستثمار	
31	وعي الطلبة نحو الاستثمار الرياضي	
32	مساعدة صحفي البرامج الرياضية المرئية في تقريب ماهية الاستثمار الرياضي للطلبة	
33	اهتمام من طرف صحفي البرامج الرياضية المرئية بمجال الاستثمار الرياضي.	
34	نتائج استجابات أفراد عين البحث على عبارات المحور الأول	
35	نتائج استجابات أفراد مجتمع البحث على عبارات المحور الثاني	

### قائمة الأشكال

الرقم	العنوان	الصفحة
01	الشكل البياني يوضح متغيرات الدراسة	
02	المدرج التكراري يمثل مساهمة البرامج الرياضية المرئية في التعريف بالاستثمار الرياضي	
03	المدرج التكراري يمثل مساهمة البرامج الرياضية المرئية في نشر قوانين الاستثمار الرياضي	
04	المدرج التكراري يمثل امكانية الإعلام الرياضي المرئي في نشر المعلومات والمعارف التكراري يمثل البرامج الرياضية المرئية الخاصة بالاستثمار الرياضي	
05	المدرج التكراري يمثل مدى مساهمة البرامج الرياضية في تكوين الوعي بالاستثمار الرياضي	
06	المدرج التكراري يمثل دور الإعلام الرياضي في تحسيس الشباب بالاستثمار الرياضي.	
07	المدرج التكراري يمثل مدى مساهمة الإعلام الرياضي المرئي في توجيه الشباب نحو الاستثمار الرياضي.	
08	المدرج التكراري يمثل مدى مساهمة الإعلام الرياضي المرئي في توجيه الشباب نحو الاستثمار الرياضي..	
09	المدرج التكراري يمثل مدى مقدورية البرامج الرياضية على التشجيع في الميل للاستثمار الرياضي	
10	المدرج التكراري يمثل اهتمام مؤسسات الإعلام المرئي بالمواضيع التثقيفية الخاصة بالاستثمار الرياضي	
11	المدرج التكراري يمثل اهتمام مؤسسات الإعلام المرئي بمواضيع إعلامية الخاصة بالاستثمار الرياضي	

12	المدرج التكراري يمثل اهتمام مؤسسات الإعلام المرئي بمواضيع الاستثمار الرياضي
13	المدرج التكراري يمثل اهتمام البرامج الرياضية بجلب متخصصين في مجال الاستثمار الرياضي
14	المدرج التكراري يمثل تعدد البرامج الرياضية في طرح أفكار استثمارية
15	المدرج التكراري يمثل تعدد البرامج الرياضية المرئية في المساعدة على إيصال مفهوم الاستثمار الرياضي
16	المدرج التكراري يمثل تقديم صحفي البرامج الرياضية المرئية للمعلومات
17	المدرج التكراري يمثل استخدام صحفي البرامج الرياضية أسئلة واضحة في توصيل المعلومات .
18	المدرج التكراري يمثل اهتمام الطلبة بأسلوب تقديم المعلومات .
19	المدرج التكراري يمثل تعدد البرامج الرياضية في طرح أفكار استثمارية
20	المدرج التكراري يمثل تعدد صحفي البرامج الرياضية المرئية في وجود مساحة واسعة للمواضيع الخاصة بالاستثمار الرياضي.
21	المدرج التكراري يمثل تعدد صحفي البرامج الرياضية المرئية في وجود مساحة واسعة للمواضيع الخاصة بالاستثمار الرياضي.
22	المدرج التكراري يمثل مساهمة تعدد صحفي البرامج الرياضية المرئية في طرح المواضيع المدرج التكراري يمثل تشخيص المشكلات التي يعاني منها الاستثمار الرياضي في الجزائر.
23	المدرج التكراري يمثل مساهمة تعدد صحفي البرامج الرياضية المرئية في طرح مواضيع تعالج المشكلات التي يعاني منها الاستثمار الرياضي في الجزائر
24	المدرج التكراري يمثل الدور الذي يقوم به صحفي البرامج الرياضية
25	المدرج التكراري يمثل تأثير صحفي البرامج الرياضية المرئية في نشر ثقافة الاستثمار الرياضي
26	المدرج التكراري يمثل اهتمام صحفي البرامج الرياضية في تنمية وعي الطلبة نحو الاستثمار الرياضي
27	المدرج التكراري يمثل اهتمام صحفي البرامج الرياضية في تنمية وعي الطلبة نحو الاستثمار الرياضي
28	المدرج التكراري يمثل اهتمام صحفي البرامج الرياضية بمواضع الخلل والنقائص في الاستثمار
29	المدرج التكراري يمثل مساعدة صحفي البرامج الرياضية المرئية في تقريب ماهية الاستثمار الرياضي للطلبة

### قائمة الملاحق

الرقم	العنوان	الصفحة
01	استمارة الاستبيان	

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف المسيلة

معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية

قسم: الاعلام و الاتصال الرياضي

## الملحق رقم 01

### استبيان

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته ..في إطار إعداد مذكرة لنيل شهادة ماستر في الاعلام و الاتصال الرياضي تخصص الاعلام والاتصال الرياضي سمعي بصري حول موضوع " دور الاعلام الرياضي المرئي في نشر ثقافة الاستثمار الرياضي في الجزائر"، نضع بين أيديكم استبيان يستهدف إجراء دراسة حول معرفة هل هناك دور للإعلام الرياضي المرئي في نشر ثقافة الاستثمار الرياضي في الجزائر، فيرجى منكم الاطلاع على أسئلة الاستبيان والإجابة عليها إن أمكن بكل موضوعية وصراحة (بوضع العلامة X في الخانة التي تتوافق مع إجابتك) علما أن المعلومات لا يتم استعمالها إلا لغرض الدراسة مع التعهد بسرية المعلومات و هذا بالتعاون معنا بملأ هذه الاستمارة بكل موضوعية .

في الأخير تقبلوا منا فائق الاحترام والتقدير... وشكرا

إشراف الأستاذ: عمرون فاتح

إعداد الطالب: الطيب يعقوبي

المحور الأول: المعلومات الشخصية

1-الجنس ذكر  أنثى

2-العمر 19-21 سنة  22 سنة فما فوق

3- المؤهل العلمي سنة ثانية ليسانس  سنة ثالثة ليسانس

سنة أولى ماستر  سنة ثانية ماستر

المحور الأول : البرامج الرياضية المرئية

1- هل البرامج الرياضية المرئية تساهم في التعريف بالاستثمار الرياضي.

دائماً  أحياناً  أبداً

2- هل البرامج الرياضية المرئية تساهم في نشر قوانين الاستثمار الرياضي.

دائماً  أحياناً  أبداً

3- هل الإعلام الرياضي المرئي به إمكانية واسعة في نشر المعلومات والمعارف الخاصة بالاستثمار

الرياضي.

دائماً  أحياناً  أبداً

4- هل البرامج الرياضية تسهم في تكوين الوعي بالاستثمار الرياضي .

دائماً  أحيانا  أبدا

5- هل تعتقد أن الإعلام الرياضي المرئي له دور في تخسيس الشباب بالاستثمار الرياضي.

دائماً  أحيانا  أبدا

6- هل ترى أن الإعلام الرياضي المرئي يساهم في توجيه الشباب نحو الاستثمار الرياضي.

دائماً  أحيانا  أبدا

7- هل ترى أن البرامج الرياضية المرئية دور في تحفيز على الاستثمار الرياضي.

دائماً  أحيانا  أبدا

8- هل البرامج الرياضية المرئية تشجعني على الميل إلى الاستثمار الرياضي.

دائماً  أحيانا  أبدا

9- هل تهتم مؤسسات الإعلام المرئي بمواضيع التثقيفية الخاصة بالاستثمار الرياضي.

دائماً  أحيانا  أبدا

10- هل تهتم مؤسسات الإعلام المرئي بمواضيع إعلامية خاصة بالاستثمار الرياضي.

دائماً  أحيانا  أبدا

11- هل تهتم مؤسسات الإعلام المرئي بمواضيع الاستثمار الرياضي.

دائماً  أحيانا  أبدا

12- هل البرامج الرياضية المرئية تهمم بجلب متخصصين في مجال الاستثمار الرياضي.

دائما  أحيانا  أبدا

13- هل تعدد البرامج الرياضية يسمح بطرح أفكار استثمارية يمكن الاستفادة منها

دائما  أحيانا  أبدا

14- هل تعدد البرامج الرياضية المرئية يساعد على إيصال مفهوم وأهمية الاستثمار الرياضي

دائما  أحيانا  أبدا

#### المحور الثاني : صحفي البرامج الرياضية المرئية

1- هل يقدم صحفي البرامج الرياضية المرئية معلومات مفصلة وتبرز فيها أهمية الاستثمار الرياضي في

الجزائر

دائما  أحيانا  أبدا

2- هل صحفي البرامج الرياضية المرئية يستخدم اسلوا واضحا في توصيل المعلومات الخاصة بالاستثمار

الرياضي بالجزائر

دائما  أحيانا  أبدا

3- هل أسلوب تقديم المعلومات حول الاستثمار الرياضي يثير اهتمام الطلبة

دائما  أحيانا  أبدا

4- هل يساهم تعدد صحفي البرامج الرياضية المرئية في وجود مساحة واسعة للمواضيع الخاصة

بالاستثمار الرياضي

دائما  أحيانا  أبدا

5- هل يفيد تعدد صحفي البرامج الرياضية المرئية مهم في تشجيع الاستثمار الرياضي

دائما  أحيانا  أبدا

6- هل يساهم تعدد صحفي البرامج الرياضية المرئية في طرح المواضيع التي تشخص المشكلات التي

يعاني منها الاستثمار الرياضي في الجزائر

دائما  أحيانا  أبدا

7- هل يساهم تعدد صحفي البرامج الرياضية المرئية في طرح مواضيع تعالج المشكلات التي يعاني منها

الاستثمار الرياضي في الجزائر

دائما  أحيانا  أبدا

8- هل يقوم صحفيي البرامج الرياضية المرئية بالدور المطلوب منهم على أكمل وجه في نشر ثقافة

الاستثمار الرياضي

دائما  أحيانا  أبدا

9 - هل يؤثر صحفي البرامج الرياضية المرئية بشكل واضح في نشر ثقافة الاستثمار الرياضي بالجزائر

دائما  أحيانا  أبدا

10- هل يهتم صحفي البرامج الرياضية في تنمية وعي الطلبة نحو الاستثمار الرياضي

دائما  أحيانا  أبدا

11 - هل يبحث صحفي البرامج الرياضية المرئية عن أساليب جديدة تساعد في توعية الشباب

بالاستثمار الرياضي

دائما  أحيانا  أبدا

12 - هل يهتم صحفي البرامج الرياضية المرئية بمواضيع الخلل والنقص في الاستثمار بغرض معالجته

دائما  أحيانا  أبدا

13- هل يساعد صحفي البرامج الرياضية المرئية على تقريب ماهية الاستثمار الرياضي للطلبة

دائما  أحيانا  أبدا

14 - هل يهتم صحفي البرامج الرياضية المرئية بمجال الاستثمار الرياضي من خلال ما يقدمونه من

برامج

دائما  أحيانا  أبدا



# كشف جامعة "محمد بوضياف" بالمسيلة لمذكرات ماستر

للفترة [2017/2016]

على شكل word

معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية و الرياضية.

قسم :

رقم التسلسل : .....

رقم التسجيل : .....

الطالب : يعقوبي الطيب

تاريخ المناقشة: 20/05/2017.

عنوان المذكرة : دور الاعلام الرياضي المرئي في نشر ثقافة الاستثمار الرياضي في الجزائر

لغة المذكرة : اللغة العربية

نوع المذكرة : ماستر

البلد : الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية – ولاية المسيلة -

الجامعة : جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

إشراف : فاتح عمرون

عدد الصفحات : 106

ملف إلكتروني (cd-Rom \* word \* PDF)

التخصص: الاعلام والاتصال الرياضي سمعي بصري فرع : إعلام واتصال الرياضي  
الملخص :

التعرف على دور الاعلام الرياضي المرئي في نشر ثقافة الاستثمار الرياضي،  
مدى تأثير الاعلام الرياضي المرئي على الاستثمار الرياضي  
بالعربية

عنوان الدراسة : دور الاعلام الرياضي المرئي في نشر ثقافة الاستثمار الرياضي في الجزائر  
الهدف من الدراسة معرفة هل الإعلام الرياضي المرئي الجزائري يعطي الفرص المطلوبة لأصحاب  
المؤسسات الاقتصادية التعرف على النوادي الرياضية من أجل الاستثمار فيها؛  
مشكلة الدراسة : ما دور الإعلام الرياضي المرئي في نشر ثقافة الاستثمار الرياضي في الجزائر  
فرضيات الدراسة :

- 1- للبرامج الرياضية إخبارية دور في نشر ثقافة الاستثمار الرياضي في الجزائر
  - 2- للصحفي البرامج الرياضية مرئية دور في نشر ثقافة الاستثمار الرياضي في الجزائر
- المنهج المتبع في الدراسة : منهج وصفي  
الأدوات المستخدمة في الدراسة : الاستبيان

كلمات المفتاحية :  
بالفرنسية

- **Mots clés:**

- Les media visuel sportive
- Linvertissement sportive
- Journaliste des progremme sportive

**Keywords**

- Sports visual media
- Sports information
- Sports program journalist

جاء هذا البحث في فصول.

الفصل الاول : الخلفية النظرية والدراسات السابقة

الفصل الثاني : الاطار العام للدراسة

الفصل الثالث : الاجراءات الميدانية للدراسة

الفصل الرابع : عرض النتائج و تفسيرها و مناقشتها

الفصل الخامس : استنتاجات و اقتراحات

❖ من أهم النتائج التي توصلت إليها الباحثة

❖ تكوين فرق بحث تهتم بتطوير الأداء الإعلامي للصحفي المتخصص في المجال الرياضي .

❖ الاهتمام بالمزيد عن الأبحاث عن الرياضة و وسائل الإعلام المرئية بشتى أشكالها

❖ توفير الوسائل التكنولوجية للإعلاميين وذلك للحصول على المعلومات والأخبار الرياضية لحظة حدوثها.

✓ توصلت الباحثة للعديد من التوصيات أهمها :

✓ الكشف عن أهمية الاستثمار في عالم الاحترافية؛

✓ معرف شروط اختيار المسيرين في عالم الاحتراف؛

التعريف بمناخ الاستثمار وتسجيل النقائص وفتح مجال لطرحة لبدائل

كشاف بالفرنسية

**Faculté Institut des sciences et des activités sportives et**

**techniques et physiques**

**Département :**

**N° d'ordre :** .....

**N° d'inscription :** .....

**Chercheur :** .....

**Soutenu publiquement le :**

**Titre de la thèse (mémoire) :** Le rôle des médias sportifs dans la diffusion de la culture de l'investissement sportif en Algérie

**Language de la thèse :** arabe

**Modèle de la thèse :** master

**Pays :** RÉPUBLIQUE ALGÉRIENNE-M'SILA

**Université:** Université de M'sila

**Nom et Prénom de l'encadreur**

**Grade** : conferencier

**Nombre de page** : 106

(cd-Rom\* word \* PDF) **Ficher électronique**

**Spécialité** : Communication audiovisuelle et communication

**Option** : Communication et contact sportif

**Résumé** : **Titre de l'étude**: Identifier le rôle des médias sportifs dans la diffusion de la culture de l'investissement sportif, L'ampleur de l'impact des médias sportifs sur l'investissement sportif

**Le but de l'étude**: Découvrez si les médias sportifs algériens offrent aux propriétaires d'institutions économiques les opportunités nécessaires pour identifier les clubs sportifs afin d'y investir;

**Problématique** Quel est le rôle des médias visuels dans la diffusion de la culture de l'investissement sportif en Algérie

**hypothèses**:

- 1 **1** - Le rôle des nouvelles émissions sportives dans la diffusion de la culture de l'investissement sportif en Algérie
- 2 - Les programmes sportifs journalistes jouent un rôle dans la diffusion de la culture de l'investissement sportif en Algérie.

**Mots clés** : .

- Les media visuel sportive
- Linvertissement sportive
- Journaliste des progremme sportive

**- Les résultats atteints les plus importants sont:**

- La formation d'équipes de recherche intéressées à développer la performance médiatique du journaliste spécialisé dans le

domaine du sport.

Prêter plus d'attention à la recherche sur les médias sportifs et visuels sous toutes ses formes

Fournir des moyens technologiques aux professionnels des médias pour obtenir des informations et des nouvelles sportives à mesure qu'ils se produisent

-

## الملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور الاعلام الرياضي المرئي في نشر ثقافة الاستثمار الرياضي، ومن أجل تحقيق هدف الدراسة تم صياغة بعض الفرضيات حول مدى تأثير الاعلام الرياضي المرئي على الاستثمار الرياضي، و تم الاعتماد على المنهج الوصفي لوصف متغيرات الدراسة، كما استخدمت أداة الإستبانة في الإجابة على أسئلة الدراسة واختبار فرضياتها وتم توزيع (36) استبيان على بعض طلبة قسم الاعلام الرياضي بمعهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، وبعد عملية الجمع الاستبانات تم استخدام برنامج التحليل الإحصائي (SPSS) لتحليل البيانات وللخروج بنتائج الدراسة التي أظهرت بأنه أحيانا هناك تأثير لوسائل الاعلام الرياضي المرئي على نشر ثقافة الاستثمار الرياضي

الكلمات المفتاحية: الاعلام الرياضي المرئي، الاستثمار الرياضي، صحفي البرامج الرياضية.

Le but de cet etude est de connaitre le role des medias visuelle sportive dans la diffusion de culture de linvestissement sportive

Pour realiser notre etude nous avants emettre quelques hypotheses son importance en se bosont sur la pporoche desvriptive pour decrire laid variantes de lutude aussi nous avons utilisé l'outil de questionner dans la reponse les questions posées pour confirmer ses hypothéss dent nous avons distribué (36) questionnaire aux quelles apprenant de la option medias sportive coropelles est sportives.

Après avion rassemblé les questionner nous avons utilisé le programme (spss) analyse st literepération des résultats prouvent quelle les medias sportive visuelles jour un role dans la publication de li nvertissement sportive.

### Mots-clés

- Les media visuel sportive
- Linvertissement sportive
- Journaliste des progremme sportive