

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة  
معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية  
قسم الإعلام والاتصال الرياضي  
مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر  
في الإعلام والاتصال الرياضي  
تخصص: سمعي بصري

## تكنولوجيا الإعلام والاتصال ودورها في

### تشجيع الاستثمار الرياضي

- دراسة ميدانية بعض أندية ولاية المسيلة لكرة القدم -

إشراف الأستاذ:  
؟ خالد مريشيش.

من إعداد الطالب:  
؟ بدر الدين بن صوشة.

لجنة المناقشة:

رئيسا	جامعة محمد بوضياف بالمسيلة	د. زواوي عبد الوهاب
مشرفا	جامعة محمد بوضياف بالمسيلة	د. مريشيش خالد
مناقشا	جامعة محمد بوضياف بالمسيلة	د. شتوح مروان
مناقشا	جامعة محمد بوضياف بالمسيلة	د. جلال صلاح الدين

السنة الجامعية: 2015-2016



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ  
الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي  
خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ  
وَالَّذِي يُضَوِّبُ الْمَوْتَى  
إِنَّ رَبَّهُ لَسَدِيدٌ  
إِلَىٰ عَرْشِهِ الرَّحِيمُ  
الَّذِي يُخْرِجُ الْمَوْتَىٰ  
وَيُدْخِلُهُمْ فِي الْأَرْوَاقِ  
الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي  
خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ  
وَالَّذِي يُضَوِّبُ الْمَوْتَى  
إِنَّ رَبَّهُ لَسَدِيدٌ  
إِلَىٰ عَرْشِهِ الرَّحِيمُ

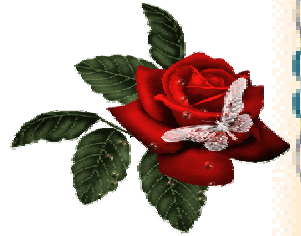
# شكر وعرفان

خير ما نبداً به الكلام قوله تعالى عز وجل: (لئن شكرتم لأزيدنكم) ابراهيم 07  
فنحمد الله حمداً كثيراً أوفقنا لإتمام هذا البحث، وعملاً بقوله صلى الله عليه  
وسلم: "من لم يشكر الناس لم يشكر الله"، ومن هذا المنطلق النبيل:  
أتقدم بأسمى عبارات الشكر والتقدير إلى الأستاذ المشرف "خالد مريشيش" الذي  
نورني بتوجيهاته ونصائحه زيادة على تكبده عناء البحث معي، فلم يبخل  
علي بنفائس مكتبته فله مني عظيم الشكر وجزاه الله عني ألف خير، كما أقدم  
شكرنا إلى جميع أساتذة قسم الإعلام الرياضي الذين سهروا على  
تأطيرنا لمدة خمس سنوات على المساعدة التي قدموها لنا في الجانبين  
المنهجي والمعنوي.

كما أتقدم بالشكر الخاص للأخوة: إلى جميع الطلبة الذين تجشموا معي عناء  
البحث، والذين ساهموا من قريب أو من بعيد في إنجازه.

إلى كل دفعة

2016-2015



# قائمة المحتويات

قائمة المحتويات	
الصفحة	الموضوع
--	شكر
--	قائمة المحتويات
--	قائمة الجداول والأشكال
أ	مقدمة
الفصل الأول: الخلفية النظرية والدراسات السابقة	
03	1- تكنولوجيا الاتصال
04	1-1- تكنولوجيا الإعلام و الاتصال المفهوم والتطور
04	1-1-1- تعريف تكنولوجيا الإعلام والاتصال
05	1-1-2- نشأة وتطور تكنولوجيا الإعلام و الاتصال الحديثة
08	1-1-3- خصائص ومميزات تكنولوجيا الإعلام و الاتصال الحديثة
14	1-1-4- إيجابيات و سلبيات تكنولوجيا الإعلام و الاتصال الحديثة
18	1-2- تاريخ الشبكة
20	2- الاستثمار الرياضي
20	2-1- ماهية الاستثمار وطبيعته
20	2-1-1- مفهوم الاستثمار
21	2-1-2- تعريف الاستثمار
21	2-1-3- أهمية الاستثمار
21	2-1-4- أنواع الاستثمار ومميزاته
22	2-1-5- سياسة الاستثمار في الجزائر
24	2-2- الاستثمار الرياضي
24	2-2-1- أهداف الاستثمار في الأندية الرياضية
25	2-2-2- الاتجاهات الحديثة للاستثمار في المجال الرياضي
25	2-3- مجالات الاستثمار الرياضي
25	2-2-1- استثمار رياضي بالمؤسسة الرياضية
26	2-2-2- استثمار عام المؤسسة الرياضية
28	2-4- العوامل التي تؤثر على الاستثمار في المجال الرياضي
28	2-5- وسائل وآليات جذب المستثمرين وتحفيزهم على الاستثمار في المجال الرياضي

29	2-6- استثمارات الأندية في ظل تطبيق الاحتراف الرياضي
30	2-7- طرق الاستثمار الرياضي
30	2-8- الاستثمار الرياضي في الجزائر
31	2-9- معوقات تطبيق الاستثمار في المجال الرياضي
32	2-9-1- المعوقات الاقتصادية والسياسية
32	2-9-2- المعوقات الإدارية والتشريعية
33	2-9-3- العوائق الإعلامية والاجتماعية
34	3- المقتربات النظرية
35	4- الدراسات السابقة
37	التعقيب على الدراسات السابقة
<b>الفصل الثاني: الإطار العام للدراسة</b>	
39	1. الكلمات الدالة في الدراسة
41	2. الإشكالية
42	3. أهمية الدراسة
42	4. أهداف الدراسة
42	5. الفرضيات
<b>الفصل الثالث: الإجراءات المنهجية للدراسة</b>	
44	تمهيد
45	1- الدراسة الاستطلاعية
45	2- المهج المتبع في الدراسة
46	3- مجتمع وعينة الدراسة
46	4- حدود الدراسة
46	5- أدوات جمع البيانات والمعلومات
47	5- الإجراءات التطبيق الميداني للأداة
47	8- الأساليب الإحصائية
<b>الفصل الرابع: عرض وتحليل النتائج ومناقشتها</b>	
49	عرض وتحليل نتائج الاستبيان
61	مناقشة النتائج في ضوء الفرضيات

الفصل الخامس: استنتاجات واقتراحات

64	1- استنتاجات
65	2- اقتراحات
65	3- الآفاق المستقبلية للدراسة
66	4- قائمة المراجع
70	5- الملاحق
73	6- ملخص

# قائمة الجداول والأشكال

قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
49	يوضح امتلاك النادي لمختلف أساسيات التكنولوجيا	01
50	يوضح أهمية توفر الكوادر البشرية لدى النوادي الرياضية لجلب المستثمرين	02
51	يوضح أهمية امتلاك النادي لتكنولوجيا متنوعة	03
52	يوضح آراء رؤساء الأندية حول دور التكنولوجيا في جذب المستثمرين	04
53	يوضح إن كان لتكنولوجيا الإعلام والاتصال تأثير على المستثمرين في المجال الرياضي	05
54	يوضح العلاقة بين ضعف الإعلام والاتصال داخل النادي وضعف الاتصال الاستثمار فيه	06
55	يوضح إن كان لطريقة استخدام التكنولوجيا دور في زيادة المستثمرين في النادي الرياضي	07
56	يوضح مساهمة تنوع تكنولوجيا الإعلام في تشجيع الاستثمار	08
57	يوضح مساعدة التنوع التكنولوجي في ربط علاقة بين النوادي الرياضية والمستثمرين الرياضيين	09
58	يوضح دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشجيع الاستثمار الرياضي	10
59	يوضح علاقة المستحقات التكنولوجية في تطوير الاستثمار الرياضي	11
60	يوضح تنوع تكنولوجيا الإعلام والاتصال داخل النادي وعلاقتها في تطوير ميدان الاستثمار الرياضي	12

## قائمة الأشكال

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
01	رسم توضيحي لمجالات الاستثمار الرياضي بالمؤسسات الرياضية المختلفة	27
02	يوضح امتلاك النادي لمختلف أساسيات التكنولوجيا	49
03	يوضح أهمية توفر الكوادر البشرية لدى النوادي الرياضية لجلب المستثمرين	50
04	يوضح أهمية امتلاك النادي لتكنولوجيا متنوعة	51
05	يوضح آراء رؤساء الأندية حول دور التكنولوجيا في جذب المستثمرين	52
06	يوضح إن كان لتكنولوجيا الإعلام والاتصال تأثير على المستثمرين في المجال الرياضي	53
07	يوضح العلاقة بين ضعف الإعلام والاتصال داخل النادي وضعف الاتصال الاستثمار فيه	54
08	يوضح إن كان لطريقة استخدام التكنولوجيا دور في زيادة المستثمرين في النادي الرياضي	55
09	يوضح مساهمة تنوع تكنولوجيا الإعلام في تشجيع الاستثمار	56
10	يوضح مساعدة التنوع التكنولوجي في ربط علاقة بين النوادي الرياضية والمستثمرين الرياضيين	57
11	يوضح دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشجيع الاستثمار الرياضي	58
12	يوضح علاقة المستجدات التكنولوجية في تطوير الاستثمار الرياضي	59
13	يوضح تنوع تكنولوجيا الإعلام والاتصال داخل النادي وعلاقتها في تطوير ميدان الاستثمار الرياضي	60

دو یوں

## مقدمة:

يعتبر الإعلام قديما وحديثا بمثابة المدرسة العامة التي توصل عمل المؤسسات المختلفة سواء كانت تربوية أو اقتصادية أو رياضية، فهي ترسم المعالم و تقرب الفروق بين مختلف الفاعلين عن طريق ما تنشره بينهم من معلومات و خبرات و كذلك في إحداث تأثير منشود بما يتلاءم مع تحقيق الأهداف المرجوة.

وللإعلام دور متشعب في المجتمع ظهر بجلاء بعد الانتشار الواسع للتكنولوجيا التي عملت على زيادة أهميته من خلال تقريب كل ما هو بعيد وتوضيح كل ما غامض فزاد ارتباط الناس بهذه التكنولوجيا التي أخذت في إحداث تأثيرات كبيرة على المجتمع، حيث تناولنا في دراستنا هذه عن علاقة تكنولوجيا الإعلام والاتصال بتشجيع الاستثمار الرياضي، هذا القطاع الذي ظهر حديثا نسبيا فبدا من مجرد إشهار بسيط إلى أن أصبح قطاع قائم بحد ذاته له مقوماته وأساسه وكذلك دراسات تناوله وعالجت العقبات التي قد تقف أمامه والآفاق المستقبلية له.

ومن خلال دراستنا هذه حاولنا الكشف عن العلاقة بين امتلاك واستخدام هذه التكنولوجيا داخل النادي وتشجيع الاستثمار فيه، حيث قمنا بتقسيم العمل إلى خمسة فصول، تناولنا في الفصل الأول الخلفية النظرية والدراسات السابقة، التي تطرقنا فيها إلى نظرية الحتمية التكنولوجية لمارشال ماكلوهان والتي خدمت الموضوع تحت الدراسة، وتطرقنا كذلك إلى مجموعة من الدراسات السابقة التي تناولت الموضوع وقمنا بتحليل وربط هذه الدراسات بدراستنا الحالية.

أما الفصل الثاني وهو الإطار العام للدراسة فقد تناولنا فيه الكلمات الدالة، إشكالية الدراسة، أهمية الدراسة، أهداف الدراسة وكذلك فرضياتها.

أما الفصل الثالث فهو فصل الإجراءات الميدانية للدراسة وتناولنا فيها الدراسة الاستطلاعية للبحث وكذا المنهج المتبع في الدراسة بالإضافة إلى اجتمع وعينة الدراسة، وكذلك أدوات جمع البيانات وتناولنا فيه كذلك الأسلوب الإحصائي المستخدم.

أما الفصل الرابع فهو مخصص لعرض النتائج وتفسيرها ومناقشتها.

أما الفصل الخامس فتناولنا فيه الاستنتاجات والاقتراحات اعتمادا نتائج الفصل الرابع كما لا قدمنا فيه بعض المقترحات بالإضافة إلى قائمة المراجع والملاحق لنقدم في الأخير ملخصا عاما حول الدراسة.

# المفصل الأول

الخلفية النظرية والدراسات السابقة

1- تكنولوجيا الاتصال

2- الاستثمار الرياضي

3- المقتربات النظرية

4- الدراسات السابقة

التعقيب على الدراسات السابقة

## 1- تكنولوجيا الاتصال:

## تمهيد:

تعد تكنولوجيا الاتصال بأدواتها المتطورة ذات أهمية بالغة فلم يؤثر شيء في الحياة الإنسانية منذ الثورة الصناعية مثلما أثرت فيها تكنولوجيا الاتصال والتي أصبحت لا غنى عنها في حياة الشعوب والمؤسسات والدول، فما يشهده العالم من تحول تقني متسارع والتطورات المتلاحقة في مجال أجهزة الحاسوب والبرمجيات وأجهزة الاتصالات ووسائلها وهذا الكم الهائل من المعلومات الذي ينمو وينتقل بسهولة ويسر ما بين دول العالم الأمر الذي جعل من تكنولوجيا الاتصال وسيلة مهمة في حياة الناس و المنظمات وأصبح من الصعب على التخلي عنها في حياتهم اليومية فهي متواجدة أينما حلوا و لا تفارقهم أين ما ذهبوا.

في بداية الألفية الثالثة ومع بدايات القرن الحادي والعشرين حدثت طفرة اتصال هائلة وثورة معلوماتية لا حدود لها جعلتنا نعيش عصراً جديداً يعكس من المتغيرات الضخمة ما يؤثر في كل مجالات الحياة وكل أوجه النشاط الإنساني وأدوات هذه الثورة المعلوماتية والاتصالية لم تكن وليدة اليوم، فقد بدأت وسائلها منذ القدم ولكنها تطورت بمرور الزمن مع تطور ونضج العقل البشري، غير أن وسائل كل أداة من الأدوات تمثل علامة بارزة في التاريخ الإنساني.

وكل هذه الأدوات التي ظهرت في ثورة المعلومات والاتصال كانت مقدمة لنقلة حضارية

أخرى، فعلى سبيل المثال بدأ:

- 1- اختراع آلة الطباعة منذ أكثر من خمسمائة سنة.
- 2- اختراع التلغراف منذ أكثر من مائة وخمسين سنة.
- 3- اللاسلكي منذ أكثر من تسعين سنة.
- 4- اختراع التليفون (السلكي) منذ أكثر من مائة سنة.
- 5- اختراع الإذاعة والتلفزيون منذ منتصف القرن الماضي.
- 6- اختراع وسائل الإعلام غير التقليدية كالبث الفضائي (الأقمار الصناعية) ثم أجهزة الكمبيوتر وشبكات المعلومات في الربع الأخير من القرن العشرين.

## 1-1-1- تكنولوجيا الإعلام و الاتصال المفهوم والتطور.

## 1-1-1- تعريف تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

التكنولوجيا: مجموعة المعارف والخبرات المكتسبة التي تحقق إنتاج سلعة أو تقديم خدمة وفي إطار نظام اجتماعي واقتصادي معين. (حسن رضا النجار، 2009، ص 495)

أما فيما يخص ماهية "تكنولوجيا الإعلام والاتصال" فيعرفها روبن بأنها آلة أو تقنية أو وسيلة خاصة تعمل على إنتاج، أو تخزين أو استرجاع أو توزيع أو استقبال أو عرض المعلومات، ومنهم من يعرفها على أنها مجموعة التقنيات أو الأدوات أو الوسائل أو النظم المختلفة التي يتم توظيفها، لمعالجة المضمون أو المحتوى الذي يراد توصيله من خلال عملية الاتصال الجماهيري أو الشخصي أو الجمعي أو التنظيمي، أو الواسطي والتي يتم من خلالها جمع المعلومات والبيانات المسموعة، المكتوبة، المصورة أو المرسومة، أو المسموعة المرئية، أو المطبوعة، أو الرقمية (من خلال الحاسبات الالكترونية)، ثم تخزين هذه البيانات والمعلومات، ثم استرجاعها في الوقت المناسب، ثم عملية نشر هذه المواد الاتصالية أو الرسائل أو المضامين المسموعة، أو مسموعة مرئية، أو مطبوعة أو رقمية ونقلها من مكان إلى مكان آخر وتبادلها وقد تكون تلك التقنية آلية، أو إلكترونية أو كهربائية حسب مرحلة التطور التاريخي لوسائل الاتصال والمجالات التي يشملها هذا التطور.

وعرفت أيضا بأنها "الوسائل التي تعمل على الحصول على المعلومات الرقمية والمكتوبة واللاسلكية والصوتية ومعالجتها وتخزينها ونشرها بواسطة مجموعة من الأجهزة الالكترونية والاتصالات السلكية واللاسلكية والكمبيوتر. (محي محمد مسعي، 1999، ص 26)

ومن منظور اتصالي ... يمكن القول أن تكنولوجيا الإعلام و الاتصال بأنها "مجموع التقنيات أو الأدوات أو الوسائل أو النظم المختلفة التي يتم توظيفها لمعالجة المضمون أو المحتوى الذي يراد توصيله من خلال عملية الاتصال الجماهيري أو الشخصي أو التنظيمي ، والتي يتم من خلالها جمع المعلومات و البيانات المسموعة أو المكتوبة أو المصورة أو المرسومة أو المسموعة المرئية أو المطبوعة أو الرقمية (من خلال الحاسبات الالكترونية)، ثم تخزين هذه البيانات والمعلومات ،ثم استرجاعها في الوقت المناسب ،ثم عملية نشر هذه المواد الاتصالية أو الرسائل أو المضامين مسموعة أو مسموعة مرئية أو مطبوعة أو رقمية ، ونقلها من مكان إلى آخر ومبادلتها، وقد تكون تلك التقنية يدوية أو آلية أو إلكترونية أو كهربائية حسب مرحلة التطور التاريخي لوسائل الاتصال و المجالات التي يشملها هذا التطور. (شريف درويش اللبان، 2000، ص، 102، 103)

فيما يرى محمود علم الدين أنها: "محمل المعارف والخبرات المتراكمة والمتاحة، والأدوات والوسائل المادية والتنظيمية والإدارية المستخدمة في جمع المعلومات ومعالجتها وإنتاجها وتخزينها واسترجاعها ونشرها وتبادلها أي توصيلها إلى الأفراد والمجتمعات". (رحيمة الطيب عيساني، 2010، ص 16)

أما تكنولوجيا الاتصال والمعلومات فهي كل ما ترتب على الاندماج بين تكنولوجيا الحاسب الالكتروني و التكنولوجيا السلكية واللاسلكية والالكترونيات الدقيقة والوسائط المتعددة من أشكال جديدة لتكنولوجيا ذات قدرات فائقة على إنتاج المعلومات وجمعها وتخزينها ومعالجتها ونشرها واسترجاعها بأسلوب غير مسبوق يعتمد على النص والصوت والصورة والحركة واللون وغيرها من مؤثرات الاتصال التفاعلي الجماهيري والشخصي معا.

كما أن تكنولوجيا المعلومات تمثل اقتناء المعلومات واحتيازها وتجهيزها في مختلف صورها وأوعية حفظها سواء كانت مطبوعة أم مصورة أم مسموعة أم مرئية أم ممغنطة أم معالجة بالليزر، وبثها باستعمال مجموعة من الأوعية الالكترونية ووسائل أجهزة الاتصال عن بعد. (حسن رضا النجار، 2009، ص 495)

### 1-1-2- نشأة وتطور تكنولوجيا الإعلام و الاتصال الحديثة

وجدت وسائل الإعلام والاتصال بوجود كائنات هذا العالم ولكنها مرت بمراحل تطور عديدة أفرزت عدة أنواع متفاوتة في الكم والمدى، ولكنها كانت تهدف دائما إلى فورية الاتصال وتوسيع دائرة المستقبلين وتحسين نوعية الرسالة، وبرزت أولى بوادر تكنولوجيا الإعلام و الاتصال الحديثة باكتشاف العالم البريطاني "وليم ستورغون W.Sturgon" والموجات الكهرومغناطيسية وذلك في عام (1924) واستطاع من بعده "صمويل مورس S.Morse" اختراع التلغراف عام (1837) حيث ابتكر طريقة للكتابة تعتمد على استخدام "النقط والشرط" وقد تم مد خطوط التلغراف السلكية عبر كل أوروبا وأمريكا والهند خلال القرن التاسع عشر، وأصبح التلغراف بعد ذلك من بين العناصر الهامة في تكنولوجيا الاتصال التي أدت في النهاية إلى وسائل إلكترونية عديدة". (حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، 2002، ص 100، 101)

وفي عام ( 1876 ) استطاع الاسكتلندي "ألكسندر غراهام بيل Bell Alexander Graham" أن يخترع التليفون لنقل الصوت إلى مسافات بعيدة مستخدما تكنولوجيا التلغراف، أي سريان التيار الكهربائي في الأسلاك النحاسية مستبدلا بمطرقة التلغراف شريحة رقيقة من المعدن تهتز حين تصطدم بها الموجات الصوتية، وتحول الصوت إلى تيار كهربائي يسري في الأسلاك، وتقوم سماعة التليفون بتحويل هذه الذبذبات الكهربائية إلى إشارات صوتية تحاكي الصوت الأصلي.

وفي عام (1877) اخترع توماس إديسون (T.Edison) جهاز الفونوغراف ثم تمكن العالم الألماني "إميل برلنجر E.Berlinger" في عام (1887) من ابتكار القرص المسطح "Flat Disk" الذي يستخدم في تسجيل الصوت.

وساعد توماس أديسون على نشأة السينما الأمريكية ففي عام 1891 م سجل اختراع جهاز لمشاهدة الأفلام السينمائية يعمل بوضع قطعة من العملة في ثقب خاص؛ وكان اسم هذا الجهاز (كينيتوسكوب) ولكن الإنتاج الصناعي للأفلام بدأ بعد ذلك بثلاث سنوات، وعندما هبطت شعبية جهازه قبل أديسون صنع جهاز العرض الذي اخترعه (جنكنز وارمات)، تحت اسم أديسون فيتاسكوب وتم أول عرض عام على شاشة في 23 مارس في أحد مسارح نيويورك ويعتبر هذا اليوم بداية السينما الأمريكية 1896، أي بعد عرض لوميير بثلاثة أشهر (<http://dvd4arab.maktoob.com/member.php?u=280124>)، والذي كان في أواخر عام (1895) أين شاهد الجمهور الفرنسي أول العروض السينمائية والتي كانت صامتة ثم أصبحت ناطقة منذ عام (1928). (حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، 2002، ص ص 104، 105)

وفي عام (1896) استطاع العالم الإيطالي "غوغلينو ماركوني G.Marconi" من اختراع الراديو أو اللاسلكي، وكانت تلك هي المرة الأولى التي ينتقل فيها الصوت إلى مسافات بعيدة بدون استخدام أسلاك، وتم افتتاح أول محطة للبث الإذاعي في أمريكا سنة (1918) و بعدها بدأت محطات البث الإذاعي في الانتشار وكان الألمان والكنديون أول من بدأ في توجيه خدمات الإذاعة الصوتية المنتظمة منذ عام (1919)، و قام الأمريكي في عام (1975) بأول محاولة لنقل الصور باستخدام الكهرباء من خلال (George Carey) جورج كيري تسليط الضوء المنعكس عن الصورة على لوح مرصع بالخلايا الضوئية التي تقوم بتوليد تيارات كهربائية تتناسب مع شدة الضوء المنعكس ومن ثم يتم نقل هذه التيارات بالأسلاك إلى عدد مماثل من المصابيح الكهربائية المتراسة فتضيء راسمة بذلك ظلال الصورة الأصلية، وعدل الألماني بول نيكو (Paul Nipkow) في عام (1884) من هذا النظام وذلك بالتخلي عن نظام المصابيح الكثيرة و استبداله بنظام ميكانيكي لمسح الصورة، و قد بدأت أول تجارب التلفزيون في ألمانيا في عام (1935) ببث غير ملون تبعته فرنسا في العام نفسه وبريطانيا في (1936) ثم الولايات المتحدة في (1939) مستفيدة مما سبقها من دراسات وتجارب في مجال الكهرباء والتصوير الفوتوغرافي، والاتصالات السلكية واللاسلكية. (إبراهيم عبد الله المسلمي، 2005، ص ص 302، 308)

وتميز القرن الماضي باكتساب وسائل الاتصال للصفة الجماهيرية و ذلك من خلال طبيعة البرامج وسعة البث و انتشاره، وأصبحت لها أهمية كبيرة وخاصة الوسائل الإلكترونية (التلفزيون والراديو) باعتبارها قنوات

أساسية لنقل الأخبار والمعلومات، وأصبحت برامج التلفزيون تعكس قيم المجتمع وثقافته وأنماط معيشتة وعكست برامج الراديو اهتمامات الناس وقضاياهم الحالية، ومع ظهور ونجاح الصحافة الجماهيرية التي اكتمل نموها في النصف الأول من القرن العشرين، فقد شهد القرن التاسع عشر ظهور عدد كبير من وسائل الاتصال (التلغراف، التلغراف، التلغراف، الفونوغراف، ثم التصوير الفوتوغرافي فالفلم السينمائي، ثم الإذاعة المرئية (التلفزيون). (موسوعة لاروس، 2002، ص 46)

واستجابة لعلاج بعض المشكلات الناجمة عن الثورة الصناعية، فقد أحدثت هذه المرحلة ثورة في نظم الاتصال وحولت العالم إلى قرية كونية عالمية إلكترونية يعرف الفرد فيها بالصوت والصورة والكلمة المطبوعة، كل ما يحدث وقت وقوعه، إلا أن هذا الانفجار المعلوماتي جعل الإنسان العادي يعجز عن متابعة ما يحدث في العالم على مستوى الأحداث اليومية أو على مستوى التخصص العلمي والمهني، وأصبحت وسائل الاتصال الإلكترونية وفق هذا المفهوم، النافذة السحرية التي نرى من خلالها أنفسنا. (حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، 2002، ص ص 103-104)

وقد شهد النصف الثاني من القرن العشرين أشكالا لتكنولوجيا الإعلام و الاتصال والمعلومات مما قزم أمامه كل ما تحقق في عدة قرون سابقة، ولعل أبرز مظاهر تلك التكنولوجيا هو امتزاج ثلاث ثورات مع بعضها البعض شكلت ما يسمى بالثورة التكنولوجية أو الرقمية وهي ثورة المعلومات المتمثلة في انفجار ضخيم في المعرفة وكمية هائلة من المعارف المتعددة والأشكال والتخصصات واللغات، وثورة الاتصال وتجدد في تطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة بدء بالاتصالات السلكية مرورا بالتلفزيون وانتهاء بالأقمار الصناعية والألياف الضوئية، وثورة الحاسبات الإلكترونية التي امتدت إلى كافة جوانب الحياة وامتزجت بكافة وسائل الاتصال، وقد أطلق على هذه المرحلة عدة تسميات أبرزها مرحلة الاتصال المتعدد الوسائط ومرحلة التكنولوجيا (MultiMedia) ومرحلة الوسائط المهجنة (Interactive) الاتصالية التفاعلية (Hypermedias) ومرتكزاتها الأساسية هي الحاسبات الإلكترونية في جيلها الخامس الذي يتضمن أنظمة الذكاء الاصطناعي والألياف الضوئية وأشعة الليزر والأقمار الصناعية (خلال جلول، 2002-2003، ص 40)، وتميزت التكنولوجيا الجديدة للاتصال والإعلام والمعلومات (الحاسبات الإلكترونية، الاتصالات الفضائية وإمكانية الاتصال المباشر بقواعد البيانات، انتشار التلفزيون الكابلي التفاعلي والرقمي، وخدمات الفيديو تيكس، التليتكست، الفيديو ديسك الرقمي، نظم الليزر، الميكروويف، الألياف الضوئية، الاتصالات الرقمية، خدمات الهاتف المحمول، البريد الإلكتروني، عقد المؤتمرات عن بعد) بجملة من الخصائص والسمات نذكرها في العناصر المقبلة.

## 1-1-3- خصائص ومميزات تكنولوجيا الإعلام و الاتصال الحديثة.

تتميز تكنولوجيا الإعلام و الاتصال الحديثة بتشابهها في عديد من السمات مع الوسائل التقليدية إلا أن هناك سمات مميزة للتكنولوجيا الاتصالية الراهنة بأشكالها المختلفة مما يلقي بظلاله ويفرض تأثيراته على الوسائل الجديدة، ويؤدي إلى تأثيرات أكثر حدة بمجموعة، هذه المميزات والخصائص تساعد في تقديم أفضل الخدمات من معالجة المعلومات الرقمية والمكتوبة والصوتية ومعالجتها وتخزينها ونشرها بواسطة مجموعة من الأجهزة الإلكترونية والاتصالات السلكية واللاسلكية والأقمار الصناعية والحاسبات الشخصية وأجهزة التلفزيون والفيديو تكس والتليتكست والكابلات الحورية والألياف الضوئية وأقراص الفيديو بأنواعها والبريد الإلكتروني، وشبكة الانترنت والهواتف المحمولة بمختلف أجيالها، وأبرز سمات التكنولوجيا الاتصالية الراهنة هي: (محمد شومان، 1999، ص 161)

1-1-3-1- التفاعلية Interactivity: و هي القدرة على تبادل الأدوار بين مرسل الرسالة الاتصالية ومستقبلها إذ يتحول من يتعامل مع وسائل الاتصال الحديثة من مجرد متلقي سلبي إلى مشارك متفاعل يرسل ويستقبل المعلومات في الوقت ذاته.

وهذه السمة لم تكن تميز سوى أشكال الاتصال المواجهي، بينما كان الاتصال الجماهيري يفتقدها تماما، وتعني التفاعلية Interactivity انتهاء فكرة الاتصال الخطي Linear أو الاتصال في اتجاه واحد من المرسل إلى المتلقي وهو ما كان يتسم به الاتصال الجمعي والجماهيري والثقافي اعتمادا على وسائل الاتصال الجماهيري التقليدية.

وأصبح الاتصال في اتجاهين تتبادل فيه أطراف عملية الاتصال الأدوار، ويكون لكل طرف فيها القدرة والحرية في التأثير على عملية الاتصال في الوقت والمكان الذي يناسبه وبالدرجة التي يراها، ويترتب على ذلك ما يلي: (رحيمة الطيب عيساني، 2010، ص ص 31)

- لا يقف دور المستقبل أو المتلقي عند حدود التلقي والقيام بالعمليات المعرفية في إطار الاتصال الذاتي بعيدا عن المرسل أو القائم بالاتصال، أو تكون قراراته في حدود القبول والاستمرار أو التوقف والعزوف عن العملية الاتصالية فقط، ولكن تحول المستقبل أو المتلقي إلى مشارك في عملية الاتصال ومؤثر في بناء عناصرها باختياراته المتنوعة والمتعددة ومسيطر على مخرجاتها.

- لا تتوقف المشاركة فقط على الاختيار المطلق من بين المخرجات أو المحتوى النهائي في عملية الاتصال، بل تمتد إلى التأثير في بناء المحتوى وتوجيهه سواء كان هذا التأثير تزامنيا مع عرض البرامج أو المحتوى أو لا تزامنيا عند التعرض إلى البرامج طبقا لخيارات زمن التعرض بالنسبة للمتلقي، وذلك ما كان مفقودا في الاتصال

الجماهيري قبل استخدام بعض الوسائط التقنية الحديثة التي أصبحت تستخدم معه لتضيف لمسة من التفاعلية في أثناء العرض، مثل استخدام الهاتف أو البريد الإلكتروني في البرامج الحوارية أو الشريط المكتوب Strip أسفل شاشة العرض وغيرها، لتدعيم مشاركة المتلقي فيما يذاع أو يتم عرضه تزامنياً.

- وأدى ذلك أيضاً إلى إمكانية تعدد المشاركين في عملية الاتصال من بعد - أكثر من مرسل وأكثر من متلقي - في إطار مترامن من خلال مؤتمرات الفيديو Vidéo Conférences مع تبادل الأدوار خلال عملية الاتصال طبقاً لحركة الحوار واتجاهاتها.

ولم تعد المؤتمرات عن بعد أو مؤتمرات الفيديو التفاعلية قاصرة على المشاركين فيها فقط، بل تحولت إلى وسيلة مضافة إلى الاتصال الجماهيري بوسائله المتعددة يشارك فيها المتلقي بالحوار، كما شاهدنا تطبيقاتها أثناء الحرب على العراق في القنوات التلفزيونية الفضائية العربية والأجنبية.

وترتب على خاصية التفاعلية أنه لم يعد يكفي أن نصف المشاهد بأنه نشط Active بناء على اختياراته من بين وسائل الاتصال المتعددة أو عنيد Obstinate بناء على رفضه أو قبوله للمحتوى أو القائم بالاتصال، بل أصبح مشاركا ومتفاعلا في العملية الاتصالية الكلية يؤثر فيها وفي عناصرها ونتائجها.

واتسع مفهوم ديمقراطية الاتصال والحق في الاتصال ليشمل المشاركة الإيجابية والنشطة في عمليات الاتصال لتلبية حاجاته الاجتماعية المتعددة، وليس مجرد توفير وسائل الإعلام والاتصال وزيادة عدد المستفيدين منها في المجتمعات المختلفة.

1-1-2-3-Variety: مع تطور المستحدثات التقنية في مجال الإعلام والاتصال وتعدددها وارتفاع القدرة على التخزين والإتاحة للمحتوى الاتصالي، أدى ذلك إلى التنوع Variety في عناصر العملية الاتصالية، التي وفرت للمتلقي اختيارات أكبر لتوظيف عملية الاتصال بما يتفق مع حاجاته ودوافعه للاتصال، وتمثل ذلك في الآتي: (رحيمة الطيب عيساني، 2010، ص 32)

- تنوع في أشكال الاتصال المتاحة من خلال وسيلة رقمية واحدة هي الحاسب الشخصي P.C الذي أصبح يستخدم بجانب أجهزة ترميز الاتصالات التلفزيونية - مودم Modem - (Modialotor/ Demodiolator) في توفير الاتصال الشخصي بالاتصال الصوتي أو الكتابي Chat أو البريد الإلكتروني E-mail، أو توفير الاتصال بالجماعات الصغيرة Small Group Com، من خلال المؤتمرات أو جماعات النقاش Discussion Group وكذلك الاتصال بالوصول إلى المواقع الخاصة بصحف الشبكات ومحطات التلفزيون والراديو المحلية والعالمية، والاختيار من بينها في المكان والزمان الذي يحدده بناء على ظروفه الخاصة وحاجاته.

- تنوع المحتوى الذي يختاره على المواقع المختلفة المنتشرة على شبكة الانترنت، سواء في وظائف هذا المحتوى، أو مجالاته، أو المواقع الجغرافية للنشر والإذاعة، أو الوسائل المتعددة MultiMedia التي يتم ترميز المحتوى الاتصالي من خلالها، ثم التنوع في امتدادات هذا المحتوى وروابطه وتفسيراته من خلال النصوص الفائقة والوسائل الفائقة السابق الإشارة إليها.

وهذا التنوع أدى إلى ظهور ما يسمى بنظام الوكالة الإعلامية الذكية أو الوكيل الإعلامي Media Agent الذي يقوم بناء على برامج خاصة بمسح كافة الوسائل الإعلامية والمواقع بحثا عن المواد الإعلامية التي يختارها المتلقي وتقدمها في حزمة واحدة يتم عرضها في الوقت الذي يختاره، والمكان الذي يتواجد فيه، ويلبي حاجاته المتعددة والمتجددة.

وإن هذا التنوع يرفع من قيمة الفرد وتميزه، عندما توفر برامجه المتعددة وبروتوكولاته قدرا كبيرا من الخيارات التي منحت أطراف الاتصال حرية أوسع في التجول والاختيار والاستخدام وتقييم الاستفادة من عملية الاتصال، وهو ما يعلى من شأن الفردية Individuality ويرفع قيمتها، حيث يتم التمييز بين الحاجات الفردية للاتصال والقدرات الخاصة بأطراف عملية الاتصال، والتميز بالتالي في الكسب الفعلي لأطراف عملية الاتصال في أي من مستوياتها.

وبالإضافة إلى ذلك فإن نظم الاتصال الرقمية وبرامجها تؤكد بداية من خلال التصميم على سرية الاتصال وخصوصيته، وتحكم أطراف عملية الاتصال في معالجة البيانات والمعلومات وعرضها بما لا يتعارض مع الحقوق القانونية للملكية الفكرية واستخدام البيانات والمعلومات، وهذه المقومات الثلاثة التي تتمثل في تأمين البيانات والمعلومات وسيرها والتحكم الذاتي Self control مع مراعاة حقوق الملكية الفكرية، توفر معا أرفع درجات الفردية والحفاظة على الخصوصية في الاتصال.

وإذا كان الفكر النقدي يشكو دائما من غلبة الطابع الجماهيري على وسائل الاتصال بالجماهير والتأثير في محتواها، فإن الكثير من المواقع على الشبكة العالمية للمعلومات أصبحت تتيح المعلومات والآراء والأفكار المتعددة والمتنوعة وتتفق في كثير منها مع حاجات الأفراد الفكرية والعلمية التي قد تختلف مع الحاجات الجماهيرية، مثل نشر الدوريات والمقالات والبحوث العلمية، ونشر التعليقات والآراء والأفكار في كافة المجالات السياسية والاقتصادية والفنية ذات المستوى الرفيع مع دعوة للمناقشة وتبادل الآراء حول هذا المحتوى الذي يخاطب الصفوة في كثير من الأحيان. (رحيمة الطيب عيساني، 2010، ص 32)

ومن جانب آخر تعددت المواقع التي تقدم المعلومات والآراء والأفكار ذات الطابع الخاص وتتفق مع الحاجات المتعددة والمتجددة لكل الفئات تقريبا، ويصل الأمر في الكثير من المعلومات التي تقدمها المواقع على

الشبكة العالمية إلى الوصول إلى فئات فرعية وتحت الفرعية من المتلقين باختوى دقيق التنوع، مثل تعليم مهارات الرسم، أو التصوير أو التفصيل، أو المكتبات أو الموسيقى، وغيرها من المواقع التي تقدم المعلومات ذات الطابع دقيق التخصص لتلبية حاجات الفئات ذات الاهتمام، والكثير من هذه المعلومات لا تتسع مساحات وسائل الإعلام لتقديمها حتى في الوسائل المتخصصة. (رحيمة الطيب عيساني، 2010، ص 33)

وأدى هذا إلى تفتت متعدد المستويات لجمهور المتلقين بحيث يصل جمهور المتلقين بعد هذا التفتت إلى المفهوم الجمعي Group للمتلقين الذين يجتمعون حول اهتمامات معينة تتسم بالخصوصية الشديدة، بل وأكثر من ذلك الوصول إلى مستوى التفصيل Customization وذلك نتيجة للتنوع الشديد وتعدد بدائل الاختيار وحرية المتلقي في الاختيار بما يتفق مع اهتمامه وتفضيله وخصائصه المعرفية وحاجاته.

ولذلك فإن الاتصال الرقمي كما يعلي من شأن الفرد في تلبية حاجاته والمحافظة على خصوصية الاتصال والتحكم -من خلال البروتوكولات المختلفة- فإنه على مستوى جمهور المتلقين يرفع من شأن الاهتمامات والتفصيلات الجمعية مهما كان حجم هذا الاهتمام والتفضيل، وهو ما يظهر في م واقع المنتديات forum أو مواقع المدونات Blogs التي يجتمع حول موضوعاتها أصحاب الاختصاص أو الاهتمام بالموضوعات.

1-3-3-1- الانتشار والتدويل Proliferation & Globalization: فقد أدى التطور التكنولوجي الهائل في تصنيع وسائل الاتصال والمعلومات إلى تقليل تكاليف إنتاجها إلى الحد الذي أتاح لها قدرا كبيرا من الانتشار واتساع نطاق الاستخدام بين الأفراد؛ رغم تفاوت مستوياتهم الاقتصادية والثقافية، بحيث لم يعد ينظر إلى هذه الوسائل باعتبارها ترفا لا داعي له، وإنما باعتبارها ضرورة لا يمكن الاستغناء عنها، كما أن الربط بين وسائل الاتصال الحديثة قد بات عالميا أو كونيا تهدف تخطي الحدود الإقليمية؛ إذ أصبح في الإمكان الاتصال بأي مكان في العالم من الهاتف المحمول، أو من الهاتف العمومي، كما تعددت قنوات البث التلفزيوني الفضائي. (محمد شومان، 1999، ص 16-18)

وبصفة عامة فإن تكامل واندماج وسائل الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والمعلومات أحدث تحولات هيكلية في بنية العمليات الاتصالية، وأتاح للمتلقين إمكانيات غير محدودة للاختيار والتفاعل الحر مع القائمين بالاتصال، وتبادل الأدوار الاتصالية، وكسر مركزية الاتصال؛ فضلا عن تعاضد استخدام وسائل الإعلام والاتصال في التسويق والترويج والتجارة على الصعيدين المحلي والدولي ومجمل هذه التحولات تبلورت بوتيرة متسارعة؛ ما اصطلاح على تسميته بمجتمع المعلومات (Information Society).

1-1-3-4-اللاجماهيرية Demessification: فلم تعد وسائل الاتصال تعتمد على مخاطبة الجماهير فحسب في رسائل عامة ومنمطة، بل أضحت من إمكانياتها توجيه رسائلها ومضامينها إلى فرد بعينه تستهدفه برسائلها أو إلى جماعة أو فئة معينة تبعاً لاهتماماتها واحتياجاتها الخاصة، فخرجت بذلك من نطاق العمومية إلى خصوصية الرسالة تبعاً لحاجة مستقبلها.

1-1-3-5-الفورية immediacy: ألغت تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحواجز الزمانية كما ألغت الحواجز المكانية، إذ يتم الاتصال بشكل فوري بفض النظر عن مكان المرسل أو المستقبل، بحيث لا تلاحظ عند اتصالك بحاسب في الصين أنك استغرقت وقتاً أطول مما لو كان الاتصال بحاسب في مدينتك وكذلك الحال مع الهاتف النقال. (علي بن عبد الله عسيري، 2004، ص 23)

وبالتالي ليس هناك داعي و لا حاجة لانتظار وصول البريد العادي للاطلاع على أخبار صديق، ولا انتظار موعد النشرة الإخبارية لمعرفة أخبار العالم، ولا انتظار صدور الصحيفة للإطلاع على الأخبار المحلية بل يمكن الحصول على ذلك فوراً من خلال الإنترنت وخدمات الجوال الإخبارية المقدمة من المحطات التلفزيونية.

1-1-3-6-القابلية الحركية Mobility: تعني أن هناك وسائل اتصالية كثيرة يمكن لمستخدمها الاستفادة منها في الاتصال من أي مكان، ثم نقلها إلى آخر حركته مثل الهاتف النقال والتليفون المدمج في ساعة اليد وحاسب آلي نقال مزود بطابعة، كما تعني إمكانية نقل المعلومات من مكان إلى آخر بكل يسر وسهولة. (شطاح محمد وآخرون، 2002، ص 100)

1-1-3-7- قابلية التحويل Convertibility: وهي قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسيط إلى آخر، كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة والعكس، كما هو الحال في أنظمة التليتكست، التي تقدم خدمات ورسائل مطبوعة على شاشات التليفزيون تلبية لرغبات زبائنها التي أضحت تتميز بالتنوع والعدد ويزر هذا أيضاً في أنظمة الدبلجة والترجمة للمواد المرئية كما هو الحال في بعض المحطات التلفزيونية مثل (Euronews Eurosport). (خلاف جلول، 2002-2003، ص 45)

1-1-3-8- قابلية التوصيل والتركيب Connectivity: لم تعد شركات صناعة أدوات الاتصال تعمل بمعزل عن بعضها البعض فقد اندمجت الأنظمة واتخذت الأشكال والوحدات التي تصنعها الشركات المختصة في صناعة أدوات الاتصال، ومن الأمثلة الدالة على ذلك، وحدات الهوائي المقعر، التي يمكن تجميعها في موديلات مختلفة الصنع، لكنها تؤدي وظيفتها في مجال استقبال الإشارات التلفزيونية على أكمل وجه فهناك مثلاً الهوائي القائم على الوحدات التالية: الصحن من صناعة شركة Eston والدمجو (الحلل) من صنع شركة (Next wave).

1-1-3-9- التوجه نحو التصغير miniaturization: تتجه الوسائل الجماهيرية في ظل هذه الثورة إلى وسائل صغيرة يمكنها نقلها من مكان إلى آخر، وبالشكل الذي يتلاءم وظروف مستهلك هذا العصر الذي يتميز بكثرة التنقل والتحرك، عكس مستهلك العقود الماضية التي اتسمت بالسكون والثبات ومن الأمثلة عن هذه الوسائل الجديدة، تليفزيون الجيب، والهاتف النقال والحاسب النقال المزود بطابعة إلكترونية.

وتتميز كذلك بالتناغم بين التصغير وقوة وسرعة معالجة المعلومات الذي يتطور بسرعة لا متناهية مستندة على قانون مور MOORE الذي ينص على زيادة سرعة الترانزستورات والقدرة على المعالجة كل 18 شهرا. (فرنسوا لسلي، نقولا ماكاريز، 2001، ص 9)

1-1-3-10- الاحتكارية Monopolistic: إن صناعة هذه التكنولوجيا تتسم بالتركيز الشديد حاليا في عدد محدود من الدول الصناعية الكبرى، وضمن الشركات العالمية متعددة الجنسيات، ويؤدي هذا التركيز إلى السيطرة المطلقة لهذه الشركات الاحتكارية، ليس فقط على عملية نقل وتسويق هذه التكنولوجيا في الدول الأقل تقدما ولكن أيضا في التأثير على طريقة إدارتها واستخدامها بل وصيانتها في أحيان كثيرة في هذه الدول، مما يعزز من إحكام قبضة المجتمعات المصنعة لهذه التكنولوجيا على الدول المستوردة لها وترسيخ تبعية ثانية للأولى في المجال الثقافي. (عبد الفتاح عبد النبي، 1990، ص 82)

1-1-3-11- أسعار منخفضة low prices: من أهم المميزات التي ساهمت في انتشار هذه التكنولوجيات هو انخفاض أسعارها نتيجة لتداولها ما ساهم بربح شركات متنافسة عملت على جذب أكبر عدد من الزبائن وأيضا على تطوير منتجاتها من برامج و مضامين ومنتجات مختلفة. (فرنسوا لسلي ونقولا ماكاريز، 2001، ص 11) ويمكننا أن نضيف كذلك إلى كل الخصائص السابقة خاصية مميزة ألا وهي التحديث المستمر لهذه التكنولوجيات والأجيال المتتابعة والتي لا يفصلها زمن معتبر بين كل جيل و آخر.

1-1-3-12- الاقتصادية economical: تجلى اقتصادية تكنولوجيا الإعلام و الاتصال على أكثر من مستوى فهي تحقق الاقتصادية في الجهد والاقتصادية في الوقت، إضافة إلى الاقتصادية في الكلفة المادية، إذ تمثل تكنولوجيا الإعلام والاتصال أدوات فعالة لإنجاز الكثير من المهام بتكلفة منخفضة، فمثلا كلفة رسالة البريد الإلكتروني لا تذكر إذا ما قورنت بكلفة البريد العادي، وكلفة الكتاب الإلكتروني عادة أقل كلفة من مثيله العادي وكلفة الهاتف النقال في المكالمات الدولية لا تقارن بالهاتف الثابت خاصة في ظل المنافسة بين مختلف متعاملي ومقدمي خدمات الهاتف النقال في البلد الواحد. (علي بن عبد الله عسيري، 2004، ص 21)



- بالإضافة إلى ما سبق، يستخدم الحاسب الآلي في التعليم وانتشار الاستراتيجيات الخاصة بتوظيف الحاسب وبرامجه في التعليم واعتماد التعليم عليه خصوصاً في التعليم الفردي أو التعليم الذاتي، الذي يقوم على الاعتماد على تصميم وإنتاج البرامج التعليمية ونسخها على الأسطوانات المدججة (CD) للاستفادة بها في التعليم الفردي والتعلم الذاتي.

-تجاوز قيود العزلة التي يفرضها الاتصال الرقمي، حيث يتعامل الفرد لساعات طويلة مع الحاسب الشخصي بعيداً عن الاتصال بالآخرين في الواقع الحقيقي، حيث لا يتم الاتصال وجهاً لوجه ولكن من خلال المحادثات والبريد الإلكتروني والحوارات، ومع آخرين لا يعرف بعضهم البعض ولا تميزهم سمات خاصة سوى ما يفرضه هذا الواقع وحاجاته، بدأ من الصداقات الجديدة مع آخرين في ثقافات مختلفة إلى الاتصال بهذه الثقافات ذاتها والتحول خلالها بما يلي حاجة الفرد كما نشأت ما يسمى بالمجتمعات الافتراضية *Communités Virtual* التي يجتمع أفرادها حول أهداف أخرى قد تكون غائبة في المجتمعات الحقيقية لهؤلاء الأفراد مثل مناهضة العنصرية، أو تحرير الجنس والنوع. (محمد عبد الحميد، 2007، ص 53، 55)

- قدمت تكنولوجيا الاتصال الحديثة ومن خلال الأجيال الجديدة للهاتف والفاكس فرصة المشاركة في الندوات خلال طرح تساؤلات أو مناقشة بعض الموضوعات، كما اتسعت دائرة التعليم المفتوح أو التعليم عن بعد التي بدأت بالجامعات، وتقديم المحاضرات من خلال الانترنت.

- قدمت أنظمة *Télé-text*: للأجيال الجديدة من أجهزة الاستقبال الجمهور فرصة متابعة الأخبار والأحداث وملخصات الكتب وبرامج القنوات وأهم عناوين الصحف والمجلات المطبوعة على شاشة التلفزيون في إطار سمة من سمات تكنولوجيا الاتصال الحديثة وهي قابلية التحويل. (شطاح محمد، 2002، ص 29)

- أدى امتزاج وسائل الاتصال السلوكية واللاسلكية مع تكنولوجيا الحاسب الإلكتروني إلى خلق عصر جديد للنشر الإلكتروني، حيث يتم طباعة الكلمات على شاشة التلفزيون، أو وسيلة العرض المتصل بالحاسب الإلكتروني لكي يتسلمه المستفيد في منزله أو مكتبه حيث يقترب مستخدمو النصوص الإلكترونية من المعلومات بالكمية والنوعية التي يرغبون فيها وفي الأوقات التي تناسبهم.

- ظهور العديد من خدمات الاتصال الجديدة مثل الفيديو تيكس والتلي تيكست والبريد الإلكتروني والأقراص المدججة الصغيرة (CD) التي يمكن تخزين مكتبة عملاقة على قمة مكتب صغير.

- هناك اختراعات جديدة يبدو أنها ستغير من شكل التسلية المنزلية بشكل أكبر من الانقلاب الذي حدث نتيجة الانتقال من الفونوغراف إلى الراديو في النصف الأول من القرن العشرين ومن ذلك الفيديو كاسيت، أقراص الفيديو، ألعاب الفيديو، الفيديو الرقمي DVD. (عبد الأمير الفيصل، 2005، ص 19، 21)

- بجانب المواقع الإعلامية المعروفة على شبكة الانترنت، تقوم الآلاف من المواقع الأخرى التي تقدم الخدمة الإعلامية، حول الوقائع والأحداث التي تتم في بقاع كثيرة من العالم وكتابة التقارير الإخبارية والتعليقات عليها في إطار الخدمة الإعلامية المتكاملة تراها هذه المواقع. (محمد عبد الحميد، 2007، ص 55، 56)

كما أن ظهور التكنولوجيا الجديدة في مجال الخدمة التليفزيونية، مثل خدمات التليفزيون التفاعلي عن طريق الكابل، ويقدم خدمات متعددة، ويتيح التليفزيون الكابلي العديد من القنوات التليفزيونية، كذلك حققت الإذاعة المباشرة عبر الأقمار الصناعية قدرا هائلا من المعلومات والترفيه لمشاهدي المنازل مباشرة، وحدثت تطورات كبيرة في جودة الصورة التليفزيونية من خلال ما يعرف بالتليفزيون عالي الدقة. (عبد الأمير فيصل، 2005، ص 21)

#### 1-1-4-2- سلبيات ومخاطر تكنولوجيا الاتصال والإعلام.

للأسف الشديد ساهمت تكنولوجيا الإعلام والاتصال في خلق العديد من المشاكل في حياة البشر منها ما حصل للفرد، ومنها ما تسبب مخاطر بيئية ومن هذه السلبيات والمخاطر نجد:

- حدوث الفجوة المعرفية بين الدول المالكة لهذه التكنولوجيا والدول المستوردة لها مثلما يحدث اليوم بين الدول الأوروبية والدول العربية، فإن لم تسارع الدول العربية إلى المشاركة في هذه الثورة التكنولوجية الإعلامية والاتصالية، فإن هناك خطر احتمال زيادة تهميشها وزيادة احتمالات حدوث العزلة الثقافية والدينية والعرقية التي يمكن أن تؤدي إلى صراعات محلية وإقليمية.

- اندماج تكنولوجيا الإعلام والاتصال والمعلومات في منظومة واحدة، هو أحد الأدوات الرئيسية للعولمة الراهنة بأبعادها الاقتصادية والسياسية والثقافية، وأيا كان رأينا تأييدا وقبولا، أو نقدا واعتراضا، فإن ذلك لا يغير في الأمر شيئا، وهذا ما يجعل الناس في مختلف أنحاء العالم لا يتنفسون هواء جماعيا عالميا إلى درجة كبيرة.

- إن خطورة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة تتجسد من خلال تفكيك الثقافات والغزو الثقافي والتلويث الثقافي وإفساد الثقافات الوطنية، ومسائل الهوية الثقافية، لأنه وبكل بساطة أن هذه التكنولوجيات الحديثة لا تعبأ بانتقاداتنا وأخلاقياتنا، ولا تنتظر حتى نكمل تأقلمنا ونقدنا وتفنيدينا لسلبياتها، بل هي تتقدم دون أن تنتظر أن تصبح متهيئين لمعانقتها، حيث أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة هي نتاج ثقافي غربي ظهرت لتبلي حاجات موضوعية لصيقة ببنيان وثقافة هذه المجتمعات، ولم تراع ما هو موجود في مجتمعاتنا من أعراف وتقاليد ومبادئ وقيم جاءها الدين الإسلامي، وهذا ما جعلها تشكل خطرا كبيرا على هذه المقومات.

- كل مؤشرات تطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة تشير إلى انعدام أو وشوك انعدام قدرة أي جهة أو سلطة على المنع أو على التحكم بسبل المعلومات المتدفق، بدء من الحكومات وأجهزة المخابرات، وانتهاء

رجال الدين وأرباب الأسر (سمير إبراهيم حسن، 2002، ص ص 225، 226)، وهذا ما يعود بالخطورة على أولادنا وثقافتنا وتقاليدنا وعاداتنا وقيمنا الاجتماعية والثقافية والدينية، لأن هذه الوسائط الإعلامية والاتصالية تحمل في طياتها حجم كبير من المعلومات والصور والبيانات التي تعمل على تحطيم أخلاق ومبادئ شبابنا وأطفالنا من دون علم ومن دون رقابة، مادامت هذه المعلومات والصور غير مراقبة من جهات مسؤولة.

- لقد ساهمت هذه التكنولوجيا الحديثة في مجال الإعلام والاتصال الوافدة في الانحدار باللغة العربية الفصحى، لغة القرآن الكريم، بحجة البساطة في فهم الرسالة وزرعت هذه التكنولوجيا العديد من المصطلحات التي أصبحت تروج في الأحاديث العامة، والكتابات المتخصصة على حد سواء مثل "علمي"، "التنمية"، "المصدر"، "القائم بالاتصال" عوضاً عن تعبيرات محلية كانت تستخدم في هذا المجال مثل: "النهضة" "ال عمران"، "الخطيب"، "المنشد" وغيرها، كما ساعدت هذه التكنولوجيا على شيوع الكتابات الركيكة والتعبيرات الغامضة غير محددة المعنى مما ساهم في ضحالة الفكر. (عبد الفتاح عبد النبي عبد الفتاح عبد النبي، 1990، ص 86)

- لقد عملت تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة على تكريس وإشاعة قيم الاستهلاك الغربي، وفرض النموذج الثقافي الأورو-أمريكي، وترسيخ قيم الامتثالية والقضاء على التنوع الثقافي للمجتمع، وهذا ما تسعى إليه كل من الإمبراطوريات الإعلامية الكبرى. (محمد شطاح، 2003، ص 91)

- تسيطر العالم على نحو من نمط المجتمعات الغربية وبالذات المجتمع الأمريكي وذلك من خلال نقل قيم المجتمع القومي والأمريكي ليكون المثال والقدوة، وكذلك ترويج الإيديولوجيات الفكرية الغربية وفرضها في الواقع من خلال الضغوط الإعلامية والسياسية، وهذا ما تلعبه تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة اليوم. (ياس خضر البياتي، 2006، ص 88)

- لم يعد هناك مجال لحياة الفرد الخاصة كجسمه وعائلته وممتلكاته وقيمه، في ظل التطور الهائل لتكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة، فقد تمت تعريته من جل ما يميزه كفرد له سره وظاهره في الحياة، وقد تحولت قيمة الإنسان في خضم ذلك إلى وضعيات من المراتب المكشوفة على وسائل الإعلام والاتصال، وإذا تأملنا في الثقافات التي سبقتنا ومنها تلك التي ننتمي إليها، فإننا نجد أنها قد سنت حدوداً بين المواضيع الخاصة (الشخصية) والمعروضة على الرأي العام.

- لقد تحولت ميادين الحياة إلى شيء مرئي أو (مسموع) للاستهلاك، ويتضمن المشهد كلا من السلع المادية المرئية والصورة المرئية المادية عن السلع، ويكون المشهد في هذه الحالة لغة لسلعة وتقنية المرئي، وهذا المشهد في الواقع يسلب الوجود الإنساني من التجربة الحقيقية والمعنى، بل يحول الوجود بالمعنى إلى الوجود بالحصول (أي

الحصول على شيء أو الوجود بلامعنى) ويصبح المرئي هكذا أكثر أهمية من الحقيقة المعيشة ذاتها. (عبد الرحمن عزي، 2003، ص ص 140، 142)

- التأثيرات الصحية لتكنولوجيا الاتصال والإعلام على الجانب البيولوجي والفيزيولوجي والنفسي للأفراد، فالعديد من الأمراض كان سببها استخدام المفرط لهذه التكنولوجيات مثل الصداع والاكتئاب، العزلة وضعف البصر، الإرهاق والقلق، ضغط الدم وأوجاع الظهر، ضعف السمع،... إلخ) وهذا ما أثبتته العديد من الدراسات الغربية في هذا المجال (شريف درويش اللبان، 2000، ص 23)، وستكلم بالتفصيل في الباحث التالية عن أهم هذه المخاطر.

### 1-1-4-3- الإنترنت:

هذه الأخيرة، وهي ظاهرة أهم أداة اتصالية في السنوات القادمة، وقد بدأت تنتشر منذ عشرين عاماً، وهذه الظاهرة تعني وجود ما يقرب من ملايين أجهزة الكمبيوتر المتصلة معاً في شبكة واحدة عنكبوتية ضخمة (شبكة الإنترنت) كل جهاز فيها يحتوي على ملايين وآلاف المعلومات. مما يعطي كماً هائلاً من المعلومات المتاحة لأي إنسان.

تتكون الإنترنت من عدة شبكات للمعلومات، ويقصد بشبكة المعلومات توصيل عدد كبير من أجهزة الكمبيوتر بعضها ببعض تهدف تبادل المعلومات، ويكون الشكل النهائي لها على هيئة شبكة ضخمة يمكن لأي عنصر فيها الاتصال بعنصر آخر عن طريق جهاز المودم Modem لنقل الإشارات الرقمية على خطوط الاتصالات بين الكمبيوترات وذلك بتعديل الإشارات الرقمية إلى إشارات يمكن نقلها على قنوات اتصالات والعكس. (عبد الفتاح مراد، د.ت، ص 24)

### 1-2- تاريخ الشبكة:

تطورت شبكة الإنترنت نتيجة أبحاث بدأت في أوائل الستينيات إلى أن عازمت وزارة الدفاع الأمريكية دخول مشروع ربط الحاسبات الرئيسية حينئذ والتابعة لوزارة الدفاع بالاتصال مع بعضها البعض وذلك لتشكيل شبكة ذات عدة مراكز، وكان الهدف الرئيسي من هذا المشروع هو حماية شبكة الاتصالات العسكرية في الولايات المتحدة بحيث أنه عندما يتعرض مركز من المراكز لضربة عسكرية فإن المراكز الأخرى تكون قادرة على إتمام عمليات الاتصال بطرق أخرى وغير مكثثة. بما حدث للمراكز المدمرة، أي إنها شبكة تصلح نفسها بنفسها (عبد الفتاح مراد، د.ت، ص 24)، وهذه الشبكة التي صممت عرفت باسم .ARPANET

وفي فترة الثمانينات ... أخذت مؤسسة العلوم الوطنية (NSF) الأمريكية برنامجاً موسعاً لربط الحاسبات المركزية العملاقة مع ARPANET، وبدأت الجامعات ومراكز الأبحاث الأخرى في العالم الانضمام إلى هذه الشبكة وعرفت بـ (ARPANET) وتحولت إلى (INTERNET) فيما بعد. (نايف بن ثيان آل سعود، 2005، ص 358)

وكانت شبكة الإنترنت خاصة للاستعمالات الأكاديمية والبحثية وكانت منتشرة في أروقة الجامعات والمعاهد العلمية، ومع بداية عام 1993م سمح للشركات التجارية باستخدام الشبكة العالمية وكذلك بدأ ظهور المتصفحات (Browser) واشتهر حينذاك Mosaic والآن هناك الكثير منها أهمها: Explorer, Firefox و Netscape وغيرها من المتصفحات (بيل غيتس، 1998، ص 28)، وقد لعبت هذه المتصفحات دوراً أساسياً في نشر الدعاية للشبكة حيث إنها أدوات بحثية واستقاء مرئية وتشبه بيئة النوافذ المستخدمة في الحاسبات الشخصية حيث تظهر المعلومات على أساسه، إما على شكل أيقونات (Icons) أو نصوص متداخلة والتي عن طريقها نستطيع الانتقال من صفحة إلى صفحة.

وعندما بدأ الحاسب الآلي والشبكات كانت الوسيلة الرئيسية لنقل المعلومات هي الطريقة المقروءة (Text)، ولكن بتطور التكنولوجيا وتطور الحاسب الآلي والبرمجيات التي تساند الصوت والصورة ظهرت الحاجة إلى نقل المعلومات بشتى صورها المقروءة والمرئية والمسموعة، ودمج كل هذه الأشكال المعلوماتية في نظام معلوماتي موحد يهدف إلى خدمة كافة القطاعات العلمية والاجتماعية والصناعية وغيرها من القطاعات الأخرى (بيل غيتس، 1998، ص 36)، ويعرف هذا المشروع باسم (طريق المعلومات السريع) وهو أساس الاستخدام على شبكة الإنترنت.

ومن الطبيعي أنه كلما زادت كمية المعلومات على الشبكة أصبح البحث عن معلومات معينة أمراً غير يسير، ولكن لتسهيل عملية البحث أنتجت شركات الحواسيب والبرمجيات البرامج المتخصصة والتي من شأنها البحث عن المعلومات المطلوبة.

وتغطي الشبكة جميع مجالات الحياة المختلفة للفرد، كالمجال الصحي والثقافي والاقتصادي والسياسي ونشرات الأخبار والتعليم والمجالات المختلفة ودور النشر والسياحة والمتاحف والمعارض وغيرها، وكل ما يخطر على بال الفرد موجود على الشبكة وبدرجات متفاوتة من التفصيل، وبطبيعة الحال لا يحصل المستخدم على كل المعلومات مجاناً، فهناك معلومات دعائية ومقالات معروضة لا يحق للمشارك الاطلاع عليها إلا بدفع اشتراك معين تحدده الهيئة المعنية.

## 2- الاستثمار الرياضي:

## تمهيد:

إن المتتبع للحركة الاقتصادية يجد أن العلاقة بين الرياضة والاقتصاد تعتبر علاقة قديمة ووطيدة، وتنامت هذه العلاقة في السنوات الماضية بصورة سريعة وأصبحت تبادلية بين الاقتصاد والرياضة تأخذ الجدية والاحترافية في العمل الاستثماري، بحيث أسهم الاستثمار في المؤسسات الرياضية في إحداث نقلة نوعية في المنشآت الرياضية والاقتصادية وتطوير الألعاب وزيادة المداخل عبر مشاريع كثيرة. بمبالغ تحقق لهم أرباحا خيالية، وبالنظر للأهمية الكبيرة لهذا المفهوم سنتعرض في هذا الفصل. ومن خلال هذا الفصل سنتطرق إلى تحديد مفاهيم وأساسيات الاستثمار بصفة عامة والاستثمار الرياضي بصفة خاصة وكذا الاستثمار الرياضي في الجزائر ومعوقاته.

## 2-1-1- ماهية الاستثمار وطبيعته:

## 2-1-1- مفهوم الاستثمار:

الاستثمار كلمة من الكلمات التي يصعب وضع تعريف محدد لها ، فنظرة الأفراد إلى عملية الاستثمار وطبيعته تختلف باختلاف ظروفهم والمهن التي يشغلونها، والأغراض التي ييغون تحقيقها من وراء استثماراتهم، 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 والذين يرغبون في استخدامها للحصول على عائد مناسب في شتى الميادين.

وهذه بعض وجهات النظر المختلفة بخصوص تعريف كلمة الاستثمار.

الاستثمار بصفة عامة يمكن أن يعرف بأنه التوظيف أو الاستخدام الأمثل لرأس المال، فالاستثمار من الناحية الاقتصادية ينطوي على توجيه المدخرات أو الثروة المجمعة إلى الاستخدامات المنتجة التي يمكن أن تسد حاجة اقتصادية وفي نفس الوقت ينتظر أن تنتج عائدا.

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 وزيادة أصولها الثابتة والمتداولة.

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

## 2-1-1-2- تعريف الاستثمار:

للاستثمار تعاريف عديدة ومتنوعة حسب نمط الدراسة، غير أن الاستثمار يبقى في الدرجة الأولى مفهوم اقتصادي، ولهذا السبب فمن الصعب تعريفه من جانب قانوني أو مالي. إن تعريف الاستثمار يختلف من اقتصاد لآخر و سنقدم بعض التعريفات لعدد من لاقتصاديين البارزين كما يلي:

فحسب (لومبار) LAMBERT "الاستثمار هو شراء أو صنع منتجات آلية ووسيطية" أما (قيتون) GUITTON فيقول أن "الاستثمار هو تطوير وتنمية لوسائل الطاقات المهيأة، فالاستثمار تحسين في المستقبل مع إنفاق وتضحية"، أما (ديترلان) DIETERLEN فيقول أن "الاستثمار يوجد في قلب الحياة الاقتصادية والنظرية النقدية ونظرية التنمية ونظرية الفائدة".

## 2-1-1-3- أهمية الاستثمار : (www.wikipedia.org)

زيادة الإنتاج والإنتاجية مما يؤدي إلى زيادة الدخل القومي وارتفاع متوسط نصيب الفرد منه وبالتالي تحسين مستوى معيشة المواطنين

- توفير الخدمات للمواطنين وللمستثمرين
- توفير فرص عمل وتقليل نسبة البطالة
- زيادة معدلات التكوين الرأسمالي للدولة
- توفير التخصصات المختلفة من الفنيين والإداريين والعمالة الماهرة
- إنتاج السلع والخدمات التي تشبع حاجات المواطنين وتصدير الفائض منها للخارج مما يوفر العملات الأجنبية اللازمة لشراء الآلات والمعدات وزيادة التكوين الرأسمالي

## 2-1-1-4- أنواع الاستثمار ومميزاته

للاستثمارات تصنيفات عديدة نظرا لأهدافها وطبيعتها وأهميتها ومن هذه التصنيفات نذكر:

### 2-1-4-1- من حيث الطبيعة القانونية: يمكن تصنيف الاستثمار إلى ثلاث أنواع:

- استثمارات عمومية
- الاستثمارات الخاصة
- الاستثمارات المختلطة

### 2-1-4-2- من حيث المدة الزمنية: وتصنف من حيث مدتها الزمنية إلى ثلاث أصناف هي:

- استثمارات قصيرة الأجل
  - استثمارات متوسطة الأجل
  - استثمارات طويلة الأجل
- 2-1-4-3- من حيث الأهمية والغرض: تنقسم بدورها إلى عدة أقسام منها:

- استثمارات التجديد
  - استثمارات النمو (الإستراتيجية)
  - الاستثمارات المنتجة والغير منتجة
  - الاستثمارات الإجبارية
  - الاستثمارات التعويضية
  - استثمارات الرفاهية
- 2-1-4-4- من حيث الموطن : و تنقسم الاستثمارات إلى قسمين:

- الاستثمارات الأجنبية
  - الاستثمار الأجنبي الغير مباشر. (حسين عمر، 1992، ص 40)
- 2-1-5- سياسة الاستثمار في الجزائر:

اكتسبت الجزائر خبرة لا يستهان بها في ميدان تشريع وتنظيم الاستثمارات بعد انتهاج سياسة الإصلاحات الاقتصادية الأخيرة، فبعدما كان التشريع الخاص بالاستثمارات يأخذ أساسا بعين الاعتبار قيمة رؤوس الأموال المستثمرة عند منحه التسهيلات للمستثمرين، حيث كان الغرض هو تشجيع المبادرات أو جلب رؤوس الأموال التي كانت منعدمة في بداية الأمر، لكن شيئا فشيئا فرضت تدابير جديدة نفسها لتوجيه الاستثمارات نحو القطاعات الخالقة لمواطن الشغل بتكاليف معتدلة (الصناعات المتوسطة و الصغيرة) ثم نحو أنشطة الصناعات التقليدية، وإقرار تحفيزات هامة للمناطق المراد ترفيتها.

### § أنواع الاستثمار المتضمنة في قانون الاستثمار الجزائري

(المادة 02 من الأمر رقم 01-03)

يقصد بالاستثمار في مفهوم الأمر رقم 01-03 المؤرخ في 20 أوت 2003 المتضمن تطوير

الاستثمار:

- اقتناء أصول تدرج في إطار استحداث نشاطات جديدة، أو توسيع قدرات الإنتاج، أو إعادة الهيكلة.
- المساهمة في رأسمال مؤسسة في شكل مساهمات نقدية أو عينية.
- استعادة النشاطات في إطار خصخصة جزئية أو كلية .

### § المسموح لهم بالاستثمار :

في مفهوم قانون الاستثمار فانه يستطيع الاستثمار في الجزائر كل شخص طبيعي أو معنوي، مقيم أو غير مقيم .

### § كيفية إقامة مشاريع استثمارية في الجزائر

يستطيع كل مستثمر مهتم بفرص الاستثمار في الجزائر، مقيما كان أو غير مقيم، (شخص طبيعي أو معنوي، جزائري أو أجنبي)، أن يقيم مشروعا استثماريا حسب الطرق الآتية:

- بإنشاء كيان قانوني باسمه الشخصي، خاضع للقانون الجزائري في حدود 100% من الرأسمال المقيم أو الغير مقيم.

- بمشاركته مع شخص أو مجموعة أشخاص، طبيعيين كانوا أو معنويين، خاضعين للقانون الجزائري.
- المساهمة في رأسمال مؤسسة قائمة في شكل مساهمات نقدية أو عينية،
- استعادة نشاط مؤسسة في إطار خصخصة جزئية أو كلية.

### § حماية المستثمر و الضمانات المقدمة له

( المواد من 14 إلى 17 من الأمر 01-03 )

- يعامل الأشخاص الطبيعيين والمعنويين الأجانب بمثل ما يعامل به الأشخاص الطبيعيين والمعنويين الجزائريين، في مجال الحقوق والواجبات ذات الصلة بالاستثمار.
- يعامل جميع الأشخاص الطبيعيين والمعنويين الأجانب نفس المعاملة مع مراعاة أحكام الاتفاقيات التي أبرمتها الدولة الجزائرية مع دولهم الأصلية.
- عدم التراجع عن الامتيازات المكتسبة،
- إمكانية تحويل رؤوس الأموال المستثمرة والعائدات الناتجة عنها،
- حماية من خلال الاتفاقيات الدولية الثنائية والمتعددة الأطراف لتشجيع و حماية الاستثمارات.
- إمكانية اللجوء إلى التحكيم الدولي في حالة نزاع بالنسبة للمستثمرين غير المقيمين.

## § النشاطات التي بإمكانها الاستفادة من الامتيازات

- النشاطات الاقتصادية المنتجة للسلع والخدمات،
- الاستثمارات التي تنتج في إطار منح الامتياز أو الرخصة.

## § كيفية الحصول على الامتيازات

بالتقرب من الشبابيك الوحيدة اللامركزية للحصول على الاستثمارات الخاصة بتصريح الاستثمار وطلب المزايا وكذا الحصول على كل المساعدة الضرورية الإجرائية المتعلقة بالاستثمار المرغوب في إنجازه .

## § الإطار المؤسسي للاستثمار في الجزائر:

أصدرت الجزائر بالخصوص في فترة الإصلاحات مجموعة من النصوص القانونية تسعى كلها إلى تهيئة المناخ الملائم لتطوير الاستثمارات .

ومن أهم ما جاءت به هذه القوانين إنشاء وكالات لترقية الاستثمارات وأجهزة أخرى نذكر منها بالخصوص: وكالة ترقية ودعم الاستثمارات (APSI)، لجنة دعم مواقع الاستثمارات المحلية وترقيتها (CALPI)، الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب (ANSEJ)، الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمارات (ANDI)، المجلس الوطني للاستثمار (CNI)، الشباك الوحيد (GU)، صندوق دعم الاستثمارات (CSI)، والوزارة المنتدبة المكلفة بترقية الاستثمار و متابعة الإصلاحات...

## 2-2- الاستثمار الرياضي:

والاستثمار الرياضي يعد من اقصر الطرق وصولاً إلى النجاحات الاقتصادية في المجتمعات كافة ويلعب الاستثمار الرياضي دوراً مهماً وحيوياً في تطور الرياضة وهو من أهم العمليات ذات النفع الكبير والمردود الايجابي نحو بناء إستراتيجية اقتصادية رياضية مستقبلية تركز عليها الأجيال، وقد استثمرت تلك المجتمعات القطاع ، خاصة في مجال كرة القدم ذات الشهرة الأوسع عالمياً، فالاستثمار في المجال الرياضي من بين العمليات الأسرع في تحقيق المكاسب المادية وتطوير الموارد البشرية بالإضافة إلى انه سيشكل مصدراً اقتصادياً آخر.

## 2-2-1- أهداف الاستثمار في الأندية الرياضية:

للمشروع الاستثماري الرياضي وأهدافه المتوقعة نلخصها فيما يلي:

- تحقيق العائد أو الربح المادي عن طريق المشروعات المختلفة في المجالات الرياضية.
- زيادة الإنتاج السلعي و الخدمي في المجال الرياضي الممكن تسويقه بفاعلية.

- زيادة قدرة الاقتصاد الوطني على تشغيل عامل الإنتاج، و إيجاد فرص التوظيف من القوى العاملة و رأس المال و الأرض و الإدارة، بالشكل الذي يقضي على البطالة في كافة صورها و أشكالها.
- تعظيم الربح لأنه الهدف الذي يسعى المشروع لتحقيقه، كعائد على رأس المال المستثمر و لزيادة نموه و تطوره.
- تحقيق التنمية الاجتماعية المتوازنة، بين مختلف المناطق عن طريق استخدام المشاريع الاستثمارية الرياضية كأداة للإسراع بتنمية و تطوير بعض مناطق.
- المساهمة في القضاء على ظاهرة البطالة، وعلى بؤر الفساد الاجتماعي والأمراض الاجتماعية الخطرة التي تفرزها البطالة .
- تحقيق الاستقرار الاجتماعي والإقلال من حالات التوتر والقلق الاجتماعي وذلك بتوفير احتياجات المجتمع من السلع و الخدمات الضرورية.
- تغيير نمط و سلوكيات البشر و انتظامهم في كيانات و منظمات و مشروعات تجعل منهم قوة فاعلة في المجتمع تؤكّد أمن الوطن. (الطاهر حيدر حردان، 1997، ص5)

## 2-2-2- الاتجاهات الحديثة للاستثمار في المجال الرياضي:

استأثرت الرياضة باهتمام الجمهور في الغالبية العظمى في بلاد العالم وأصبح لكل نوع من أنواع الرياضة مشجعيه الذين يزحفون لتشجيع أي نوع من هذه الرياضات وكان طبيعياً أن يكون التفكير داخل هذه الدول إلى الوصول لأساليب غير تقليدية لتمويل هذه الرياضات والوصول بها إلى المستوى العالمي، فالاعتماد على المصادر التقليدية في التمويل من إعانات و تبرعات و اعتمادات من قبل الدولة و رجال الأعمال لم يعد كافياً لتمكين الدول من الوصول بالرياضة إلى أهدافها المنشودة ، لذلك كان طبيعياً أن يتقدم المستثمرون بالتفكير لإيجاد مصادر تمويلية تقليدية تحقق للرياضة ما تصبوا إليه و تحقق الربحية و العائد المقبول للمستثمرين.

ويعمل الاتجاه على تكوين الشركات المساهمة التي تتولى إدارة هذه الرياضات والإشراف على الاستثمار، والذي يمكن استغلاله في إعادة تمويل كافة الأنشطة الرياضية والوصول بها إلى مستوى العالمية.

(إسماعيل حامد عثمان، 1998، ص175)

## 2-3- مجالات الاستثمار الرياضي:

## 2-2-1- استثمار رياضي بالمؤسسة الرياضية:

الاستثمار الرياضي بالمؤسسة الرياضية يكون عن طريق رعاية الفرق الرياضية للألعاب الفردية والجماعية، إنشاء أندية صحية، حقوق البث التلفزيوني، حقوق الرعاية والإعلان، استضافة الفرق الأجنبية العالمية، حق بيع التذاكر المباريات والمنافسات، حق بيع وشراء اللاعبين، توفير صالات مغلقة متعددة الأغراض مع إنشاء مدارس لتعليم وتدريب الألعاب الرياضية المختلفة.

## 2-2-2- استثمار عام المؤسسة الرياضية:

استثمار عام المؤسسة الرياضية يكون عن طريق إنشاء مراكز علاجية، وصالات مناسبة فيها مطاعم للوجبات السريعة، تنظيم حفلات مختلفة، قاعات للانترنت، شراء أسهم الشركات، محطة تزويد بالوقود ودورات تدريبية للتعليم والتدريب والترويج والإدارة الرياضية. (أحمد محمد رجب جبريل، 2000)

الشكل رقم (01): رسم توضيحي لمجالات الاستثمار الرياضي بالمؤسسات الرياضية المختلفة: (حجار مبروكي، حسين رحيم، 2008)



## 2-4- العوامل التي تؤثر على الاستثمار في المجال الرياضي:

إن اتساع شعبية الرياضة وانتشارها ورواجها على المستوى العالمي جعل منها مجالاً هاماً لجذب المستثمرين لزيادة رأس المال، وهذا ما يعكس الدور الحقيقي والحضاري الذي تلبيه الرياضة في التنمية العامة هذا من جهة، ومن جهة أخرى نجد للاستثمار أهمية قصوى في المجال الرياضي من خلال المساعدة على تحقيق الهيئة والمؤسسة الرياضية لأهدافها، فنوادي كرة القدم لا يمكن الاستمرار والارتقاء بمستواها دون توفر الموارد المالية، التي يعتبر الاستثمار من أهم الآليات التي تساعد في تحقيقه ومن بين العوامل التي تؤثر على الاستثمار في المجال الرياضي ما يلي: (عزت الكاشف، 1996، ص41)

- الاستقرار: هو مدى استقرار في السياسات التي تبناها الدولة سواء في المجال السياسي، الاقتصادي والمالي للدولة أو المجتمع لأن الاستقرار داخل المؤسسات ومدى التدخل الحكومي وسيطرته على المجال الرياضي.
- النظام القانوني والتنظيم: السياسات المستقرة سواء بالقواعد والإجراءات تستهدف حماية المستثمر والعقود والمعاملات بين الأطراف مع وضع نظام قانوني في فضاء ساعد على حسم المنازعات بشكل سريع وعادل.
- السنة الأساسية (التحتية): من الملاعب، المنشآت والأجهزة الرياضية للاعبين وللجهاز التقني وللجمهور.
- العاملين "العمالة": الأفراد القائمين بالعمل في مجال الاستثمار الرياضي سواء رؤساء أو مرؤوسين، لاعب، إداري، جمهور، مدرب.
- التمويل: مصادر التمويل المختلفة، هناك صعوبة لعدم معرفة طبيعة مجال الرياضة كنظرة تقليدية، أصبحت الرياضة مصدر للأرباح العالية والعائد الاقتصادي للمجتمع.

## 2-5- وسائل وآليات جذب المستثمرين وتحفيزهم على الاستثمار في المجال الرياضي:

يتم جذب المستثمرين عن طريق الوسائل التالية:

- تحديد المجالات الرياضية والأسواق والمشاريع المستقبلية المحتملة مع البحث المستمر عن المستثمرين وتحديد وسائل الإقناع للاستثمار في المجال الرياضي.
- أنشطة الدعم المستمرة لجذب الاستثمار الأجنبي المباشر في المجالات الرياضية عن طريق توفير معلومات عن تدفقات الاستثمار عامة والرياضة شكل خاص وتوضيح الصورة الإيجابية للدول في السوق المستهدفة مع تقديم مشروعات لتحسن بيئة الأعمال.

- إظهار المزايا والفوائد للخدمات ما قبل تأسيس عملية الاستثمار في المجال الرياضية وتقديم الدعم المتواصل للمستثمر بعد اتخاذ قراره بالاستثمار في المجال الرياضي من قبل الدول مع مواصلة تقديم الدعم لما بعد تأسيس الاستثمار.

- الارتقاء بنظم اتصال المعلومات تقديم الدعم للبرامج الوظيفية في الرياضة والعمل على توفير الموارد المالية بصفة مستمرة في إدارة التمويل والموارد البشرية وتكنولوجيا المعلومات في الرياضة. (حسن أحمد الشافعي، 2006، ص41)

## 2-6- استثمارات الأندية في ظل تطبيق الاحتراف الرياضي:

أصبحت كرة القدم في ظل نظام الاحتراف مشروعاً استثمارياً يجب أن يدار بفكر اقتصادي لتحقيق أرباح مالية، وعلى الأندية الجزائرية أن تتبع سياسة تحويل المشاريع إلى مشجع ومشارك من أجل زيادة رأس المال للمساعدة على تغطية نفقات وحاجات النادي من أجل تحقيق أهدافه ولمسايرة نظام الاحتراف الرياضي، كما يجب تشجيع الشركات الكبرى والاستثمارية والهيئات الحكومية الكبرى لرعاية فرق كرة القدم بالأندية ورعاية البطولات الرياضية التنافسية. (عزت الكاشف، 1996، ص141)

ولمسايرة تطور كرة القدم العالمية في ظل نظام الاحتراف الرياضي من خلال فلسفة تعتمد على الجانب الاقتصادي من خلال تزويد مصادر التمويل يجب الاستفادة من التجارب الاقتصادية والاستثمارية للأندية الأوروبية في كرة القدم من أجل زيادة مواردها المالية، خاصة بعد نجاح هذه الأندية في الارتقاء بمستواها بالاعتماد على الإستراتيجية وفكر اقتصادي جعلها مؤسسات تمويل نفسها بشكل ذاتي من خلال مجموعة من الاستثمارات، وتعتبر البنية التحتية للأندية عاملاً أساسياً لنجاحها لذا وجب على أندية الجزائر إنشاء ملاعب ومرافق تكون مصممة بفكر استثماري، ولتفعيل آلية الاستثمار الرياضي في بلادنا في رياضة كرة القدم عدة عوامل تساعد على ذلك من بينها:

- يجب السماح للأندية الرياضية بإنشاء مصانع إنتاجية بالتعاون مع توكيلات رياضية لإنتاج الملابس الرياضية ومستلزماتها والأجهزة الرياضية ومنتجات أخرى عليها شعار وألوان النادي .

- إنشاء قنوات فضائية خاصة للأندية الرياضية.

- إنشاء مركز تجاري استثماري لمنتجات مختلفة داخل النادي لخدمة أعضاء النادي والجمهور.

- تحديد عدد ساعات معينة للجمهور على مدار الأسبوع للقاء اللاعبين والأجهزة مقابل تذكرة دخول يحدد ثمنها من خلال الإدارة المسؤولة.

- السماح للأندية ببيع حق البث التلفزيوني في بعض البطولات التي تشترك فيها.

2-7- طرق الاستثمار الرياضي: (حجار مبروكي، حسين رحيم، 2008)

من بين أهم مجالات الاستثمار في الأندية الرياضية ما يلي:

- 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 والأعمال من محبي الرياضة، تحجز طيلة الموسم الرياضي بأثمنة باهظة.

- الاستفادة من أسوار الأندية في الدعايات والإعلانات المضائة والمتحركة، لبعض الشركات من أجل ترويج منتجاتها، وإقامة محلات تجارية وأنشطة تجارية أخرى متنوعة حول السور، ذلك ما فعلته شركة موبايلى لزيادة مبيعاتها عن طريق اتخاذ أسوار نادي الهلال لوضع إعلاناتها آخذة بعين الاعتبار عدد المشاهدين والنتائج التي تحصل عليها نادي الهلال، هذه الخطوة الجريئة لشركة "موبايلى" فتحت المجال أمام شركات كبرى أخرى للدخول في هذا المجال.

- إنشاء مدارس التربية الرياضية ذات التكلفة والرسوم المناسبة للموهوبين والهوايين.

- تسويق شعارات الأندية واستثمارها على المنتجات الرياضية للنادي.

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

كما نجد أن صفقات بيع اللاعبين وشرايهم، التي فاقت الملايين من الدولارات

يتضح من الوقائع السابقة أن الرياضة بالإضافة إلى كونها تسلية فهي صناعة تدر عائدا ماديا ضخما يساهم في تنمية الاقتصاد القومي.

2-8- الاستثمار الرياضي في الجزائر:

الاستثمارات الرياضية في الجزائر قليلة، مقارنة بالأرقام المسجلة عالميا رغم دخول عالم الاحتراف، وعزوف المؤسسات الاقتصادية عن المخاطرة باستثمارات رياضية، بالرغم الربحية المضمونة في هذا المجال. فتشوه الصورة الذهنية لدى المستثمرين سواء كانوا أشخاصا طبيعيين أو معنويين، بالإضافة إلى هشاشة المنظومة القانونية والتنظيمية لقطاع الرياضة والإعلام، الشيء الذي لا يسمح باستقطاب أكبر عدد من المستثمرين في هذا المجال، ويضمن حقوق المستثمر ويعطيه ثقة كبيرة في الدخول إلى عالم الرياضة.

وبالرغم من أهمية الاستثمار في المجال الرياضي ومدى قيمته في زيادة الموارد المالية للهيئات الرياضية سواء كانت اتحادات أو نوادي أو 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:

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

## 2-9- معوقات تطبيق الاستثمار في المجال الرياضي: (بورزامة رايح، بورزامة جمال، 2009، ص 351)

إن الاستثمار في المجال الرياضي يواجه معوقات تحول دون تطبيقه ونظرا لتفاوت الإيرادات والموارد للمؤسسات - الأندية الرياضية - نشأت حالة عدم التوازن النقدي بين الإيرادات والمصروفات مما أدى إلى تعثرها وعجزها عن تحقيق أهدافها والوفاء بالتزاماتها ويرجع ذلك لقصور النواحي التمويلية الإدارية والتسويقية والمتغيرات الخارجية عن سيطرة إدارة المؤسسة - النادي الرياضي - كالبينة السياسية والتشريعية وعدم انتظام التدفقات النقدية لتمويل المشروع نتيجة التغيرات الاقتصادية.

ويري "حسام كامل" أنه لتهيئة البيئة الاقتصادية - الأندية الرياضية بحيث يجب علاج العقبات لتناسب مع نشاط ونمط القطاع الرياضي ويرتبط ذلك بالإجراءات التمهيديّة للاستثمار على مستوى الاقتصاد الكلي وضرورة التخطيط للسوق الحر والإصلاح الهيكلي والاستقرار الاقتصادي.

وانحصرت معوقات الاستثمار بالنادي الرياضي وفقا كل من حسام حسن وأشرف العجيلي فيما يلي:

- المعوقات الاقتصادية والسياسية.
- المعوقات الإدارية والتشريعية.
- المعوقات الإعلامية والاجتماعية.

## 2-9-1- المعوقات الاقتصادية والسياسية:

عدم توافر المناخ الاستثماري الملائم للاستثمار في الأندية الرياضية ويعرفه من "كاظم العيساوي" ودنيا راضي " بأنه مجموعة الظروف السياسية والمؤسسات الاقتصادية والمستوي العام لاستثمار وحدود الضرائب وضمانات وحوافز للاستثمار وتحويل الأموال ورأس المال التي تؤثر على ثقة المستثمر وتفقعه بتوجيه استثماره لبلده أو مجال معين" حيث نجد الضعف الوعي الاستثماري -الرياضي- وانخفاض معدلات نمو الدخل القومي والفردى ممل يؤدي إلى انخفاض المدخرات التي تسعى للاستثمار وارتفاع معدلات النمو السكاني، ضعف السوق المالية المحلية لذلك يجب التدرج في التنفيذ ووضع القدرة الاستيعابية في الاعتبار.

عدم توافر البيئة اللازمة للاستثمار في معظم الأندية والمؤسسات الرياضية والتي يحددها كل من "حسام حسن" و"حسام كمال" في عدد اللاعبين والملاعب والمنشآت والمستوي الفني والنظام الإداري والأدوات والإمكانات والوعي والإقبال الجماهيري حيث يحتاج الاستثمار الناجح لبنية أساسية كافية في نوعيتها وتكاليف استخدامها ومدى توافرها مع احتياجات المستثمر كمحدد أساسي لاتخاذ القرار الاستثمار في الأندية الرياضية.

## 2-9-2- المعوقات الإدارية والتشريعية:

تعاني الأندية من عدم توفر الإدارة المتخصصة والمحترفة للمهارات التمويلية والتسويقية والاستثمارية الرياضية وصعوبة حصر مراقبي الحسابات لأصول الثابتة والمتداولة واتساع الفجوة بين القوائم وحقائق الأصول لعدم وجود سجلات لها وتنافي وجود التوصيف الوظيفي للعاملين بالنادي وجدول المرتبات ومحدداتها وكذلك خضوعها للتقديرات الجزافية، فتعددت الأخطاء الإدارية والمحاسبية والقوائم المالية، فضلا عن إحجام بيوت الخبرة عن مراقبة الحسابات بالأندية لضعف العائد المادي وكذلك ضعف التأهيل العلمي للعاملين بالتفتيش المالي والإداري بالمجلس.

وكذلك القصور في النظم التشريعية والتي يلخصها "خالد طلعت" في تعقد الإجراءات والهيئات والجهات للحصول على التراخيص للاستثمار وكذلك تعقد الأوراق المطلوبة لكل جهة والتعقيدات الروتينية التي تواجه المستثمر نتيجة عدم إدراك نصوص قوانين ولوائح الاستثمار أو تنافي وجود تشريعات تشجيعية للاستثمار الرياضي والبيروقراطية والمركزية في القطاع الرياضي وتدني المستوي الرياضي بالاعتماد على الدعم الحكومي الغير الكافي لأنشطة الرياضة مما يعوق التنفيذ وإنشاء المشروعات لعدم وضوح اللوائح.

## 2-9-3- العوائق الإعلامية والاجتماعية :

عدم توفير أو تسهيل المعلومات الكافية للمستثمرين عن المناخ الاستثماري واللازمة لدراسات جدوى للمشروع الاستثماري نتيجة عدم الاهتمام بالإعلان عن الفرص الاستثمارية الرياضية المتاحة بالداخل والخارج والمزايا الاستثمارية التي تمنحها الدولة والتي تهم المستثمر ويحتاج لها في اتخاذ قراره الاستثماري واهتمام وسائل الإعلام بالرياضات دون غيرها.

غياب الوعي بأهمية الاستثمار "موقف الرأي العام" أي بمعنى غياب الثقافة الاستثمارية بالأندية الرياضية في المجتمع كنتيجة لأزمة الثقة في السياسات الاقتصادية والاستثمارية الرياضية حيث تعتبر ثقافة المجتمع من قيم وأفكار ومبادئ معيار هام فكلما ابتعدت الثقافة الشخصية للأفراد عن روح المبادرات الخاصة تعددت مصاعب تطبيق الاستثمار الرياضي والعكس كلما اتسعت الثقافة بذيوع روح المبادرات والاستقلال عن الحكومة كان ذلك دافع لتطبيق الاستثمار الرياضي مع إبراز دور الحكومة بإجراء حوار قومي حول جدوى الاستثمار الرياضي وعلاقتها بالتنمية الاقتصادية، فأني تصرف سلبي يتركه أحد أفراد المجتمع عن دراية أو بدون وعي يؤدي إلي فقدان الدولة لمشروع كان يمكن أن يسد فراغ إنتاجي أو يتيح فرص عمل متعددة، وهناك بعض الجهات المعنية: التعليم - الثقافة والإعلام والرياضة والساحة بصنع ثقافة الاستثمار.

## خلاصة:

إن أهمية الاستثمار بصفة عامة والرياضي بصفة خاصة، واتساع شعبية الرياضة التي أصبحت مجالتهما لجذب المستثمرين لزيادة رأس المال، ومن جهة أخرى نجد للاستثمار أهمية قصوى في المجال الرياضي من خلال المساعدة على تحقيق الهيئة والمؤسسة الرياضية لأهدافها، فانه من حق هؤلاء المستثمرين الاطلاع على موضوع الاستثمار من خلال المعلومات المعرفية واهم القوانين والامتيازات التي يمنحها القانون الجزائري في هذا المجال، ومن خلال دراستنا لهذا الفصل نجد أن الاستثمار في الجزائر قد خطى خطوة كبيرة خاصة في النظام الاقتصادي الجديد وذلك من عدة قوانين عملت على تشجيع الاستثمار، ولكنه يبقى مرهون بمدى تطبيق هذه القوانين على أرض الواقع وتقديم التسهيلات الإدارية المطلوبة وكذا التغيير في السياسة الاستثمارية المنتهجة والوعي بأهمية الاستثمار، لكن يبقى الاستثمار في المجال الرياضي في الجزائر في حالة ركود، إذ يجب على الدولة تشريع قوانين مرنة تشجع المؤسسات الاقتصادية على الاستثمار في المجال الرياضي، وكذا تكوين إطار خاصة ومؤهلة تعمل على وضع خطط إستراتيجية للأندية الرياضية فيما يخص التمويل والاحتراف لضمان بقاء هذه الأندية، والتعريف بالمؤهلات التي تملكها الجزائر في المجال الرياضي وذلك لتنمية الرياضة في بلادنا.

## 3-المقتربات النظرية:

## نظرية مارشال ماكلوهان "الحمية التكنولوجية"

تعتبر هذه النظرية من النظريات الحديثة التي تحدثت عن دور وسائل الإعلام وطبيعة تأثيرها على مختلف المجتمعات مبتكر هذه النظرية هو مارشال ماكلوهان ازدهرت هذه النظرية في ظل التطور الهائل الذي تعرفه وسائل الإعلام والاتصال وارتباط مختلف المجتمعات بهذه التكنولوجيا حتى أصبح وجهان لعملة واحدة لا يمكن التفريق بينهما حيث يقول مارشال ماكلوهان في هذا الصدد: "الاختراعات التكنولوجية المهمة هي التي تؤثر تأثيراً أساسياً على المجتمعات". (ليلي حسين السيد، 2002، ص 325)

ومنه كان اعتمادنا هذه النظرية على أساس أن لتكنولوجيا الإعلام والاتصال الدور الأساسي والمهم في التأثير على مختلف الفاعلين في المنظومة الرياضية.

## 4-الدراسات السابقة:

إن البحوث في مجال الاتصال الجماهيري وخاصة الدراسات الميدانية تساهم إلى حد كبير في تحديد الأهداف والمعطيات لتخطيط وبرمجة السياسة الإعلامية، بالإضافة إلى كونها أداة فعالة في تقييم البرامج والمواد لقياس أثرها، يقول «محمد طلال» لم تعد بحوث الاتصال بوجه عام وبحوث المستمعين والمشاهدين بوجه خاص شرفا علميا وإنما هي ضرورة أساسية لاستكمال وطنية الاتصال.

بهدف إنجاح العملية الاتصالية وبلورة النظرية الإعلامية في تطبيقها لغرض وإنجاح خطط التنمية. (محمد طلال وآخرون، 1982، ص33)

لقد تزامنت أهمية بحوث المشاهدين والمستمعين في العالم بوجه عام والدول العربية بوجه خاص نتيجة لتزايد أجهزة الاستقبال والإقبال الكبير على اقتنائها فلم يعد الراديو والتلفزيون من الكماليات وإنما من الضروريات، كما أن اتساع وقت الفراغ الذي تمدده التشريعات الاجتماعية بتحديد ساعات العمل بشيء من الرغبة في شغله، وتمثل أجهزة الاستقبال أقرب الوسائل لملاً هذا الفراغ.

ولقد شكلت وسائل الإعلام عامة موضوع اهتمام الباحثين الجزائريين، ولقد استندت دراستنا إلى هذه الدراسات بهدف الاستفادة من تراكم المعرفة في المواضيع المشابهة لموضوعنا.

## 4-1-الدراسة الأولى:

دراسة رمزي جابر بعنوان دراسة تفويجية لدور وسائل الإعلام الفلسطينية في تشجيع الاستثمار الرياضي 2008.

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور وسائل الإعلام الفلسطينية (التلفزيون، المذياع، الصحف والمجلات) في تشجيع الاستثمار الرياضي في فلسطين، وطرح الباحث التساؤل التالي ما دور وسائل الإعلام الفلسطينية في تشجيع الاستثمار الرياضي في فلسطين؟ ولتحقيق ذلك أجريت الدراسة على عينة قوامها (200) فردا موزعين على الفئات الآتية (مدربين، لاعبين، إداريين)، وجمع بيانات الدراسة وتحقيق أهدافها تم استخدام المنهج الوصفي، ومقياس دور وسائل الإعلام الفلسطينية في تشجيع الاستثمار الرياضي في فلسطين.

وقد بلغ عدد الاستبيانات التي جمعت (210) إستبانة، واستبعد (10) إستبانة، وذلك نظرا لعدم استكمال الاستجابة على فقرات المقياس، أظهرت النتائج أن دور وسائل الإعلام الفلسطينية في تشجيع الاستثمار الرياضي في فلسطين كانت قليلة جدا لدى عينة الدراسة حيث وصلت النسبة المئوية للاستجابة لديهم إلى (36.9%) وهذا يعني أن دور وسائل الإعلام الفلسطينية في تشجيع الاستثمار الرياضي لدى عينة البحث كانت قليلة جدا .

في ضوء النتائج التي أسفرت عنها الدراسة يمكن استنتاج التالي :

أظهرت النتائج أن دور وسائل الإعلام الفلسطينية في تشجيع الاستثمار الرياضي في فلسطين كانت قليلة جدا حيث وصلت النسبة المئوية للاستجابة لديهم إلى (36.9%) .

في ضوء ما توصل إليه البحث من نتائج ، فإن الباحث يوصي بالتالي:

- ضرورة تشجيع وسائل الإعلام المختلفة في فلسطين المستثمرين العرب والأجانب للاستثمار في المجال الرياضي في فلسطين.
- ضرورة الاهتمام بالبرامج الرياضية المتعلقة في الاستثمار الرياضي في فلسطين.
- صقل الكوادر الإعلامية في مجال الاستثمار الرياضي.

#### 4-2- الدراسة الثانية:

دراسة سعد شلبي، وعبد اللطيف بخاري (2008) بعنوان "الإدارة والتسويق الإلكتروني في الأندية الرياضية لكرة القدم" والدراسة تهدف إلى تحليل العناصر الإدارية والتسويقية المبدعة في تصميم صفحات الانترنت للأندية الألمانية المشاركة في بطولة الدوري الألماني للموسم 2007/ 2008 حيث بلغ حجم العينة (18) نادي كما استخدم الباحثان استمارة تحليل مضمون من تصميم الباحثان يمكن من خلالها تحليل القواعد والعناصر المؤثرة في بناء وتصميم الصفحات الالكترونية وقد أظهرت أهم النتائج أن نادي بايرن ميونخ، يأتي في صدارة الأندية الألمانية التي تراعي العناصر الرئيسية في بناء وتصميم الصفحات الالكترونية لإدارة وتسويق خدماتها إلى مختلف المجموعات المستهدفة عبر شبكة الانترنت، وذلك بدرجة مقدارها (205) درجة من إجمالي (237) درجة ويليه نادي هامبورج بدرجة قدرها (191) فيحين يأتي نادي شتوتغارت في مؤخرة الأندية بدرجة قدرها (148) (4-3- الدراسة الثالثة):

دراسة بورزامة رابع والباحث بورزامة جمال بعنوان معوقات الاستثمار في الأندية الرياضية. (بورزامة رابع، بورزامة جمال، 2009، ص 351)

هدفت الدراسة، وضع نظام مقترح للاستثمار في بعض الأندية وذلك من خلال أهمية هذه الأخيرة في زيادة القيمة المضافة للعمل الرياضي في جميع مجالاته، وإيجاد تمويل بعيدا عن الوصاية والبيروقراطية الإدارية .

وقد حصر الباحث معوقات الاستثمار بالنادي الرياضي فيما يلي :

- المعوقات الاقتصادية والسياسية
- المعوقات الإدارية والتشريعية .

- المعوقات الإعلامية والاجتماعية.

التعقيب على الدراسات السابقة:

لقد كانت الدراسات السابقة في مجملها تناول أهمية وعلاقة تكنولوجيا الإعلام والاتصال وعلاقتها بالاستثمار الرياضي وهذا من خلال إيجاد العلاقة بين تطور أدوات الاتصال داخل المؤسسات ودورها في زيادة الاستثمار في المجال الرياضي ولهذا جاءت دراستنا هذه لإظهار دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في ضوء تطورها الهائل وعلاقتها في التشجيع والزيادة في الاستثمار الرياضي.

# الفصل الثاني

## الإطار العام للدراسة

1. الكلمات الدالة في الدراسة
2. الإشكالية
3. أهمية الدراسة
4. أهداف الدراسة
5. الفرضيات

## 1-الكلمات الدالة في الدراسة:

## 1-1-تعريف تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

قبل أن نتطرق إلى تعريف تكنولوجيا الاتصال نحدد ماهية التكنولوجيا عموماً:

فالشيء الحديث في التكنولوجيا هو "اللفظ ذاته" أما الظاهرة نفسها فهي قديمة قدم الإنسان ومن الخطأ أن نربط بين التكنولوجيا وبين المخترعات الحديثة لأن هذه المخترعات لا تعدو أن تكون آخر المراحل في تطور طويل بدأ منذ فجر الوعي البشري... والمسافة الزمنية بين ظهور البحث النظري واكتشاف تطبيقاته العملية قد قلت في عصرنا الحالي فكلمة تكنولوجيا معربة ولا أصل لها في كتب اللغة والقواميس اللغوية العربية ويقابلها كلمة "تقنية" والتي يمكننا أن نطلقها على كلمة تكنولوجيا وكلمة تكنولوجيا مكونة كما حددها الباحثون من مقطعين هما:

تكنيك "Technique" والذي معناه الطريق أو الوسيلة و"لوجي Logie" التي تعني العلم وعليه يكون معنى الكلمة كلها "علم الوسيلة" التي يستطيع بها الإنسان بلوغ مراده.

ويمكن تعريف التكنولوجيا بأنها: مجموعة من النظم والقواعد التطبيقية وأساليب العمل التي تستقر لتطبيق المعطيات المستحدثة لبحوث أو دراسات مبتكرة في مجالات الإنتاج والخدمات كونها التطبيق المنظم للمعرفة والخبرات المكتسبة التي تمثل مجموعات الوسائل والأساليب الفنية التي يستعملها الإنسان في مختلف نواحي حياته العلمية وبالتالي فهي مركب قوامه المعدات والمعرفة الإنسانية.

## 1-2-الاستثمار الرياضي:

الاستثمار لغة: مأخوذ من الثمر، والثمر لغة حمل الشجر، ومنه قوله تعالى: {كُلُوا مِنْ ثَمَرِهِ إِذَا أَثْمَرَ} [الأنعام: 141] ، ويطلق مجازاً على أنواع المال المستفاد، ومنه قوله تعالى: {وَكَانَ لَهُ ثَمَرٌ} [الكهف: 34]، فقد نسب الإمامان الطبري، والنيسابوري إلى بعض المفسرين أن المراد بالثمر في هذا المقام الأموال الكثيرة. (تفسير الطبري: 245 / 15 – 246، ط الحلبي؛ غرائب القرآن للنيسابوري: 132 / 15)

الاستثمار اصطلاحاً: لم يشع مصطلح الاستثمار كثيراً لدى فقهاءنا القدامى، ولكنهم استعملوا مصطلحات قريبة منه مثل: الاستئمان في كلام الكاساني، إذ قد نص في البدائع على أن: (المقصود من عقد المضاربة هو استئمان المال). (بدائع الصنائع للكاساني: 6 / 88)

وذكر في المعجم الوسيط أن جمع اللغة العربية أقر كلمة الاستثمار بمعنى استخدام الأموال في الإنتاج، إما مباشرة بشراء الآلات (المعجم الوسيط: 1 / 100، مادة: ثمر) والمواد الأولية، وإما بطريق غير مباشر ك شراء الأسهم والسندات.

وتبنت الموسوعة العلمية والعملية للبنوك الإسلامية مفهوماً واسعاً لـ استثمار، فجعلته يعني توظيف النقود لأي أجل في أي أصل، أو حق ملكية، أو ممتلكات، أو مشاركات للمحافظة على المال، أو تنميته سواء بأرباح دورية، أو زيادات في قيمة الأموال في نهاية المدة، أو بمنافع غير مادية (الموسوعة العلمية للبنوك الإسلامية، ص87-88)

**الاستثمار الرياضي:** يعتبر الاستثمار نهجاً اقتصادياً حديثاً نشأ في أواسط السبعينات بعد زيادة حجم الإنتاج من النفط وما تبع ذلك من ارتفاع في الأسعار، فالاستثمار "يتضمن غالباً التضحية بمجموعة من النفقات الاستثمارية المخططة بهدف الحصول على مجموعة متوقعة أكبر من التدفقات النقدية والتي تتميز بوجه عام بأنها غير مؤكدة خلال فترات زمنية مختلفة"، كما عرف على أنه "التضحية بأموال حالية في سبيل الحصول على أموال مستقبلية". (الحناوي محمد الصالح، 1997، ص 02)

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

## 2- الإشكالية:

شهد العالم في العقود الأخيرة تطورات متسارعة وتغيرات كثيرة نتيجة ثورة الإعلام والاتصال وما أفرزته من تكنولوجيات ووسائط متعددة، وكذلك بروز وظهور مجتمعات قوية ومهيمنة على استخدامات التكنولوجيا مما أدى إلى ظهور مصطلح العولمة كأداة لغزو الغير مسلح كل هذه العوامل ساهمت في تقريب المسافات الجغرافية والشعوب فيما بينها حيث أصبح العالم يعرف بالقرية الصغيرة وذلك بفضل التكنولوجيا وإفرازاتها على العالم.

هذه الأخيرة أدت إلى ارتباطها بكافة مجالات الحياة وأصبحت تلعب دورا مهما في تسييرها وهذا من خلال الأدوار والوظائف التي تقوم بها وكذلك لما تقدمه من تسهيلات لمختلف النشاطات الإنسانية حيث أصبحت معظم دول العالم المتقدم تعتمد على تكنولوجيا الإعلام والاتصال في زيادة وتطور مختلف المنظمات سواء السياسية أو الرياضية أو الاقتصادية... الخ.

وباستقلال قطاع الرياضة عن باقي القطاعات والهيئات وقيامه كقطاع مستقل بجد ذاته من كافة النواحي والجوانب أصبح يحتاج إلى موارد ومداخل لدعم بقائه وقيامه فظهر مصطلح الاستثمار الرياضي وهو الذي يبحث في كيفية توفير هذه الموارد.

وهذه أدت إلى ارتباط التكنولوجيا بكافة مجالات الحياة بل وأصبحت تتحكم في تسييرها، وهذا من خلال الأدوار والوظائف التي تلعبها وكذلك لما تقدمه من تسهيلات لمختلف النشاطات الإنسانية (البشرية) حيث أصبحت معظم دول العالم المتقدم تعتمد على تكنولوجيا الإعلام والاتصال في زيادة وتطوير مختلف المنظمات سواء الرياضية الاقتصادية السياسية الخ.

وباستقلال قطاع الرياضة عن باقي القطاعات والهيئات، قيامه كقطاع مستقل بجد ذاته من كافة النواحي والجوانب تعرض للعديد من المشاكل والأزمات جعله يبحث عن حلول وبدائل من أجل تحطيم مختلف العقبات للنهوض والتطور.

وهو ما أدى إلى ظهور مصطلح الاستثمار الرياضي الذي يبحث في كيفية توفير مختلف الموارد المالية والمنشآت الرياضية وكيفية تسييرها وتحويل مختلف الهيئات الرياضية من جمعيات إلى مؤسسات اقتصادية ذات دخل مادي، وهو ما دفع هذه المؤسسات إلى الاستعانة بمختلف الطرق والأساليب الحديثة للحفاظ على ديمومة هذه الموارد التي نذكر منها تكنولوجيا الإعلام والاتصال. بمختلف أنواعها ومنه نطرح التساؤل التالي:

- هل لتكنولوجيا الإعلام والاتصال دور في تشجيع الاستثمار الرياضي؟

## التساؤلات الجزئية:

- هل لامتلاك تكنولوجيا الإعلام والاتصال دور في تشجيع الاستثمار الرياضي؟
- هل لتنوع تكنولوجيا الإعلام والاتصال دور في تطوير الاستثمار الرياضي؟

## 3- أهمية الدراسة:

من المعروف أن لكل دراسة: أهمية تستمدّها من طبيعة الموضوع الذي تناوله من جهة ونوع المشكلات التي يطرحها من جهة أخرى ومنه يمكن إيجاز الأهمية فيما يلي:

تتوقف أهمية الموضوع على قيمته العلمية وذلك بدراسة تكنولوجيا الإعلام والاتصال وعلاقتها بتطوير الاستثمار الرياضي.

مساهمة الدراسة في إيضاح دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الرفع والزيادة من درجة الاستثمار في المجال الرياضي خاصة في ظل التطورات الرياضية الحاصلة في الوطن.

## 4- أهداف الدراسة:

- إن المعالجة العلمية لأي موضوع تتطلب من الباحث تحديد أهدافه كونها خطوة مهمة لأي دراسة يطمح من خلالها الوصول إلى هذه الأهداف ومنه فإن دراستنا تهدف إلى:
- معرفة العلاقة بين تكنولوجيا الإعلام والاتصال والاستثمار الرياضي.
  - معرفة مدى تأثير تنوع تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تطوير الاستثمار الرياضي.
  - معرفة المعوقات والعقبات التي تقف أمام تطوير الاستثمار الرياضي عن طريق استخدام تكنولوجيا الإعلام.
  - تحسين وإبراز أهمية الإعلام والاتصال في الاستثمار.

## 5- الفرضيات:

## الفرضية الرئيسية:

لتكنولوجيا الإعلام والاتصال دور في تشجيع الاستثمار الرياضي.

## الفرضيات الجزئية:

- لامتلاك تكنولوجيا الإعلام والاتصال دور كبير وفعال في تشجيع الاستثمار الرياضي.
- لتنوع وتعدد تكنولوجيا الإعلام والاتصال دور في تطوير الاستثمار الرياضي.

# الفصل الثالث

## الإجراءات المنهجية للدراسة

تمهيد:

- 1- الدراسة الاستطلاعية
- 2- المهج المتبع في الدراسة
- 3- مجتمع وعينة الدراسة
- 4- حدود الدراسة
- 5- أدوات جمع البيانات والمعلومات
- 5- الإجراءات التطبيق الميداني للأداة
- 8- الأساليب الإحصائية

## تمهيد:

يعتبر الإطار المنهجي للبحث أحد الجوانب الهامة، بحيث لا يمكن لأي باحث أن يتخلى عنه، وهناك علاقة وطيدة بين موضوع البحث ومنهجه، فلكي يتم تأسيس عمل منهجي منظم لابد من توضيح جميع الجوانب والإجراءات التي يتم القيام بها أثناء عملية الدراسة، لكي يكون البحث موضوعي ويسير للمطلع فهم وتفسير النتائج على ضوء المعلومات الواردة فيه.

## 1- الدراسة الاستطلاعية:

قبل الشروع في الدراسة الميدانية والتي تتمثل في توزيع استمارة الاستبيان رؤساء النوادي بمدينة المسيلة، ارتأينا القيام باستطلاع أولي تمثل في زيارتنا المدينة لبعض النوادي بهدف إتاحة الفرصة لي كباحث لمعرفة بعض الجوانب المحيطة بالموضوع الدراسة ومن أهمها:

- التعرف على مكان ومدى إمكانية إجراء هاته الدراسة.
- تحديد العينة وطريقة اختيارها ومعرفة الأجواء والظروف المحيطة.
- التقرب أكثر من أفراد العينة (رؤساء النوادي).

وكون موضوع الدراسة متعلق بتكنولوجيا الإعلام والاتصال في تشجيع الاستثمار الرياضي فإن مجتمع الدراسة يمثل رؤساء بعض نوادي مدينة المسيلة والذي يبلغ عددهم (3) نوادي وهم: وفاق المسيلة، نجم مقرة، أمل بوسعادة وذلك حسب المعلومات المقدمة من طرف رؤساء النوادي.

## 2- المنهج المتبع في الدراسة:

من المؤكد أن البحث العلمي ما هو إلا سلسلة منظمة من المراحل المضبوطة بجملة من القواعد، والتي تسعى وفي كل العلوم إلى الوصول إلى حقيقة سمتها الموضوعية والدقة والترتيب، ولقد تعددت المناهج العلمية للبحث تبعا لتعدد مواضيع الدراسات في العلوم الإنسانية والاجتماعية وذلك من أجل الوصول إلى الحقائق بطريقة علمية دقيقة ويعرف المنهج على أنه "مجموعة من العمليات والخطوات التي يتبعها الباحث بغية تحقيق أهداف بحثه. (رشيد زرواتي، 2002، ص91)

وتماشيا مع أهداف وطبيعة موضوع الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي كوسيلة لتحليل موضوعنا، والذي عرف بأنه أحد أشكال التحليل العلمي المنظم لوصف ظاهرة أو مشكلة وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها للدراسة الدقيقة. (سامي محمد ملحم، 2006، ص370)

ولا يقتصر المنهج الوصفي على وصف الظاهرة وجمع المعلومات فيها، بل لابد من تصنيف هذه المعلومات وتنظيمها وتلخيصها بعناية، ثم تحليل تلك المعلومات والأدلة بعمق في محاولة لاستخلاص تعميمات ذات معنى ومغزى تؤدي إلى تقدم المعرفة. (عبيدات ذوقان وعدس عبد الرحمان وعبد الحق، 2006، ص248)

وحتى مع التفضيل كثير من الناس بعض الأنواع التطبيقية الأخرى التي تقدم نتائج عملية مباشرة، فإن المنهج الوصفي هو بحث أساسي قد يؤدي إلى نتائج أكثر فائدة من البحوث التطبيقية، بل قد يعتمد على أثر تلك الدراسة البحتة إلى مجال أوسع أثر أكبر. (فاندالين، 1969، ص13)

## 3-مجتمع وعينة الدراسة:

المجتمع الأصلي في هذه الدراسة رؤساء النوادي بمدينة المسيلة، وذلك لأنه الأقرب وأكثرها ملائمة وخدمة لنتائج الدراسة وذلك انطلاقاً من آراء المحكمين، وبعد الاطلاع على متغيرات الدراسة، وبعد التشاور مع الأستاذ المشرف واستشارة بعض الأساتذة توصلنا إلى اختيار عينة الدراسة عينة عشوائية قصدية تبعاً وملائمة الموضوع دراستنا، يتم توزيع استمارة استبيان على رؤساء النوادي بمدينة المسيلة.

## 4-حدود الدراسة:

من أجل الإحاطة بالمشكلة ومعرفة مختلف جوانبها، فقد وقع اختيارنا في دراسة هذه الإشكالية على رؤساء النوادي بمدينة المسيلة، حيث شملت عينة البحث على (3) رؤساء النوادي، ولقد كانت الانطلاقة في هذه الدراسة بعد الاجتماع مع الأستاذ المشرف لضبط موضوع الدراسة ضبط حقيقياً وواضحاً ومن ثم طرح الإشكالية وذلك بداية من شهر جانفي 2016، حيث باشرنا في جمع المادة في جمع المعلومات الخاصة بالجانب النظري مروراً بمرحلة البحث الميداني مع بداية شهر فيفري، وتم في أواخر شهر ماي 2016 وضع الخلاصة العامة والتوصيات.

## 5-أدوات جمع البيانات والمعلومات:

تعتبر أداة الدراسة المحور الذي يستند إليه البحث وتوظيفها يكون بقصد الوصول إلى كشف الحقائق التي تبني عليها الدراسة، وقد تم الاعتماد على

## 1-استمارة الاستبيان:

والتي تعرف بأنها: "نموذجي ضمن أسئلة توجه إلى الأفراد من أجل الحصول على معلومات حول موضوع أو مشكلة أو موقف، ويتم تنفيذ الاستمارة إما عن طريق المقابلة الشخصية أو ترسل إلى المبحوثين عن طريق البريد. (محمد علي محمد، 1980، ص339).

ويستخدم الاستبيان لجمع البيانات الميدانية التي لا يتيسر على الباحث جمعها عن طريق أدوات جمع البيانات الأخرى، وقد كانت استمارة الاستبيان هي الملائمة لإجراء هذه الدراسة، ويضم هذا الاستبيان (33) سؤالاً، حيث يتم التطرق إلى جميع التساؤلات وذلك عن طريق أسئلة حول التي تدور حول الاتصال المؤسساتي ودوره تحسين أداء الصحفيين الرياضيين بإذاعة المسيلة الجهوية.

ويستخدم الاستبيان لجمع البيانات التي يتيسر على الباحث جمعها عن طريق أدوات البحث الأخرى، وكانت استمارة الاستبيان هي الملائمة لإجراء هذه الدراسة وتضم مجموعة من الأسئلة قد تكون مقيدة أو مفتوحة أو مقيدة مفتوحة موزعة على محاور كما يلي:

المحور الأول: امتلاك تكنولوجيا الإعلام و الاتصال ودورها في تشجيع الاستثمار الرياضي .

المحور الثاني: تعدد وتنوع وسائل تكنولوجيا الإعلام و الاتصال ودورها في تطوير الاستثمار الرياضي.

### 6- الإجراءات التطبيق الميداني للأداة:

-المجال المكاني: تم إجراء الدراسة على رؤساء بعض نوادي مدينة المسيلة.

\_المجال الزمني: تم انجاز البحث في الفترة الممتدة من بداية شهر جانفي 2016 إلى غاية بداية شهر ماي 2016.

الدراسة النظرية: من بداية شهر جانفي 2016 إلى نهاية شهر مارس 2016.

الدراسة الميدانية: من شهر أفريل 2016 إلى غاية شهر ماي 2016.

### 7- الأساليب الإحصائية:

لقد اتبعنا مجموعة البحث على الأساليب الإحصائية المتمثلة في النسبة المئوية كأسلوب إحصائي يخدم

الموضوع كي يأخذ الشكل المكنن وذلك بإتباع القانون التالي: (محمد نصر الدين رضوان، 2003، ص75)

$$س = (ك \times 100) / مج$$

س: النسبة المئوية لكل سؤال.

مج: مجموع التكرارات.

ك: تكرارات رؤساء الأندية.

طريقة تحليل الأشكال:

استخدمنا الدوائر كأشكال لتبيين معطيات الجداول وتحويلها إلى درجات الزوايا التي يحتلها كل اقتراح

من الدائرة، وكانت طريقة حسابها بالقاعدة الثلاثية كالتالي:  $س = (360) / 100$

ز = درجة الزاوية التي يحتلها هذا الاقتراح من الدائرة.

س = النسبة المئوية للاقتراح. (محمد نصر الدين رضوان، 2006، ص 75)

# الفصل الرابع

عرض النتائج وتحليلها ومناقشتها

عرض وتحليل نتائج الاستبيان

مناقشة النتائج في ضوء الفرضيات

عرض وتحليل نتائج الاستبيان:

المحور الأول: امتلاك تكنولوجيا الإعلام و الاتصال ودورها في تشجيع الاستثمار الرياضي .

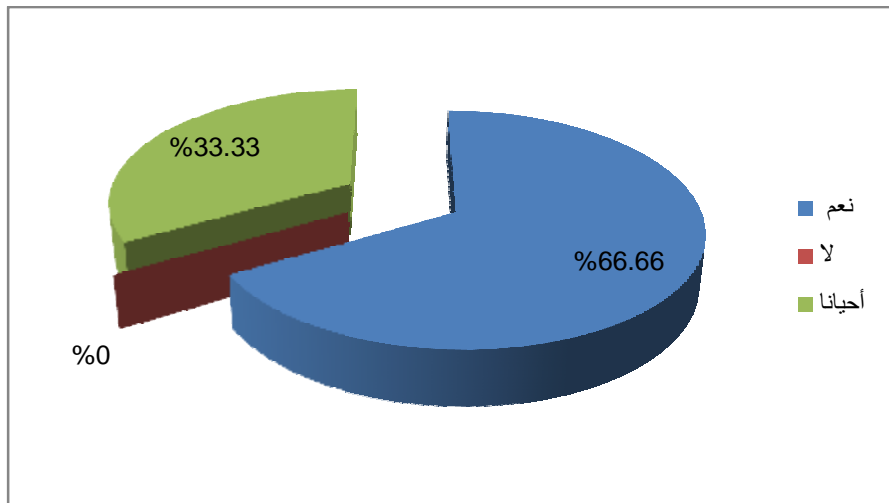
السؤال رقم 01: هل ترى أن امتلاك النادي لمختلف أساسيات التكنولوجيا دور في تشجيع الاستثمار الرياضي؟

الغرض من السؤال: معرفة أهمية امتلاك تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تشجيع الاستثمار.

الجدول رقم 01: يوضح امتلاك النادي لمختلف أساسيات التكنولوجيا

س1	التكرار	النسبة المئوية
نعم	02	66.66%
لا	00	00%
أحيانا	01	33.33%
	03	100%

من خلال القراءة الكمية لبيانات الجدول يتبين لنا أن نسبة 66.66% من أفراد العينة يرون أن امتلاك تكنولوجيا الإعلام و الاتصال لها دورها وأهميتها في تشجيع الاستثمار داخل الأندية الرياضية في حين يرى 33.33% أن امتلاك هذه التكنولوجيا يساعد أحيانا فقط في تشجيع الاستثمارات داخل القطاع الرياضي. نستنتج من خلال قراءتنا لبيانات الجدول أن الغالبية من رؤساء الأندية يرون أن امتلاك تكنولوجيا الاتصال والإعلام لها دور أساسي في تشجيع الاستثمار الرياضي.



الشكل رقم 02: يمثل أهمية امتلاك النادي لأساسيات التكنولوجيا

السؤال رقم 02: هل تعتقد أن توفر النوادي الرياضية على كفاءات بشرية قادرة على استخدام التكنولوجيا تلعب دورا في تشجيع الاستثمار الرياضي؟

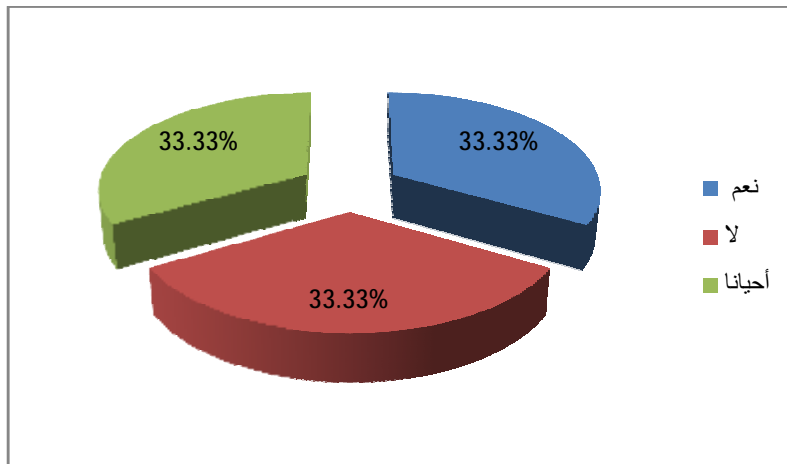
الغرض من السؤال: معرفة أهمية توفر النادي على كفاءات بشرية للمساعدة جلب المستثمرين للنادي الرياضي.

الجدول رقم 02: يوضح أهمية توفر الكوادر البشرية لدى النوادي الرياضية لجلب المستثمرين

س2	التكرار	النسبة المئوية
نعم	01	33.33%
لا	01	33.33%
أحيانا	01	33.33%
	03	100%

من خلال النتائج المستوحات من الجدول يتبين لنا أن النسب كانت متساوية فيما يخص أهمية أن تتوفر النوادي الرياضية على الكادر البشري المتخصص لجلب المستثمرين للنوادي الرياضية، حيث جاءت نسبة 33.33% لكل منها.

نستنتج من خلال قراءتنا لبيانات الجدول أن رؤساء الأندية لا يولون أهمية للكادر البشري وهذا برز في النسب المبينة في الجدول.



الشكل رقم 03: يمثل أهمية توفر الكادر البشري المتخصص لجلب المستثمرين للنوادي الرياضية

السؤال رقم 03: هل تعتقد انه كلما امتلك النادي وسائل تكنولوجيا مختلفة زادت درجة الاستثمار في النادي الرياضي؟

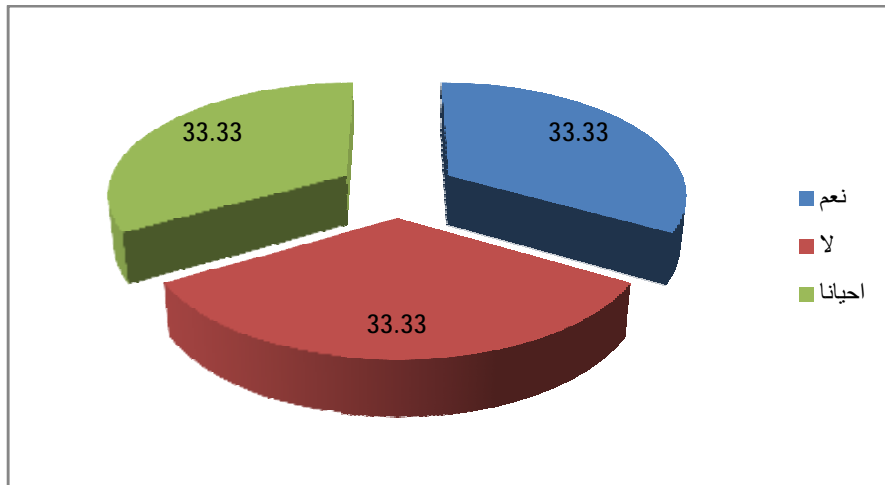
الغرض من السؤال: معرفة أهمية امتلاك النادي لوسائل تكنولوجيا مختلفة للمساعدة في جلب المستثمرين

الجدول رقم 03: يوضح أهمية امتلاك النادي لتكنولوجيا متنوعة

س2	التكرار	النسبة المئوية
نعم	1	33.33%
لا	1	33.33%
أحيانا	1	33.33%
	03	100%

من خلال النتائج المبينة في الجدول نجد أن النسب كانت متساوية فيما يخص ضرورة تنويع الوسائل التكنولوجية.

بالنظر للنتائج التي جاء بها هذا السؤال نستنتج أن رؤساء الأندية لهم آراء متباينة فيما يخص ضرورة تنويع تكنولوجيا الإعلام والاتصال وهذا ما بينه الجدول أعلاه حيث كانت النتائج متساوية بين نعم ولا وأحيانا.



الشكل رقم 04: يمثل أهمية التنويع في التكنولوجيا داخل الأندية

السؤال رقم 04: هل لتكنولوجيا الاتصال دور في جذب المستثمرين للنوادي الرياضية؟

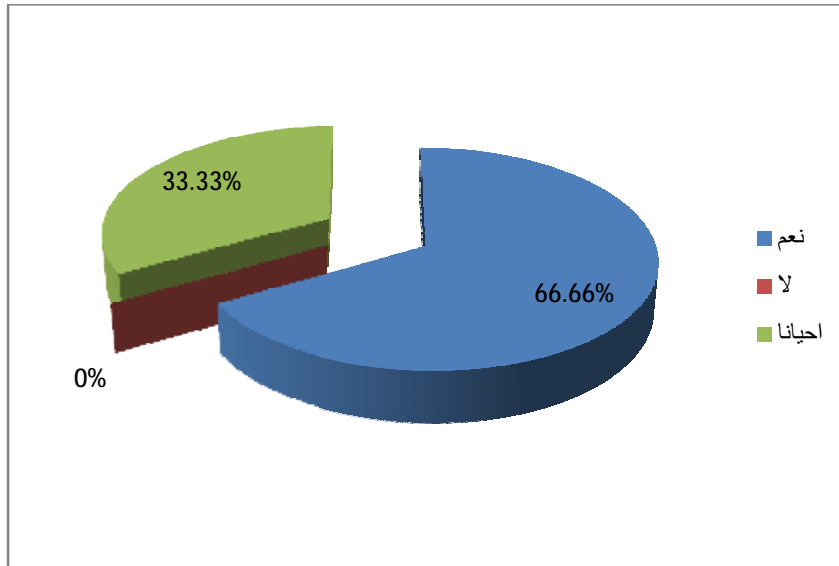
الغرض من السؤال: الاطلاع على أهمية التكنولوجيا في جذب المستثمرين

الجدول رقم 04: يوضح آراء رؤساء الأندية حول دور التكنولوجيا في جذب المستثمرين

س2	التكرار	النسبة المئوية
نعم	2	66.66%
لا	0	0.00%
أحيانا	1	33.33%
	03	100%

من خلال النتائج المبينة في الجدول نجد أن رؤساء الأندية يرون أن للتكنولوجيا دور في جذب المستثمرين للنوادي الرياضية حيث جاءت نعم بنسبة: 66.66% وأحيانا بـ: 33.33% ولا بنسبة: 0.00%.

نستخلص من خلال هذا التساؤل أن للتكنولوجيا دور مهم في تقوية الاستثمار داخل الأندية الرياضية.



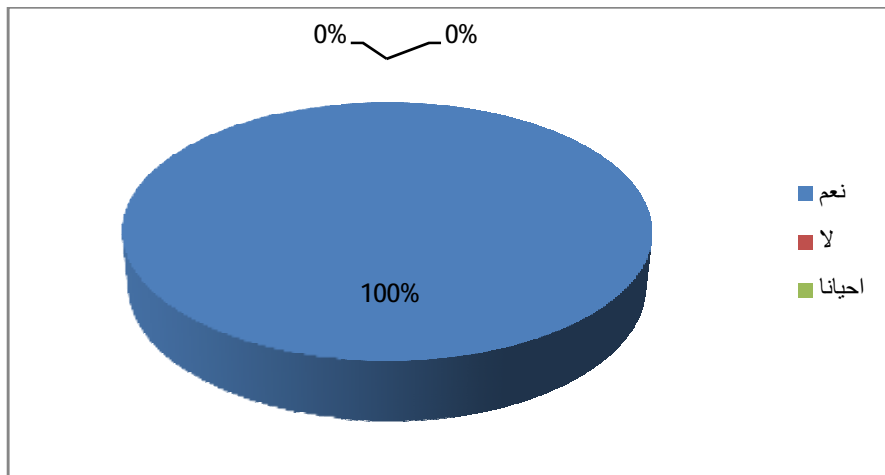
الشكل رقم 05: يمثل آراء رؤساء الأندية حول دور التكنولوجيا في جذب المستثمرين للنوادي الرياضية

السؤال رقم 05: في رأيك هل تؤثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على المستثمرين الرياضيين؟  
الغرض من السؤال: معرفة أن كان لتكنولوجيا الإعلام والاتصال تأثير على المستثمرين في المجال الرياضي.  
جدول رقم 05: يوضح إن كان لتكنولوجيا الإعلام والاتصال تأثير على المستثمرين في المجال الرياضي

س05	التكرار	النسبة المئوية
نعم	03	100%
لا	00	0.00%
أحيانا	00	0.00%
	03	100%

من خلال الجدول و النتائج التي جاء بها نجد أن للتكنولوجيا تأثير كبير على المستثمرين في المجال الرياضي حسب رؤساء الأندية وهذا ما بينته الإحصائية إذا جاءت نعم بنسبة 100% أما لا وأحيانا فجاءت بنسبة 0.00%

نستنتج من خلال النتائج المبينة أن هناك تأثير قوي لتكنولوجيا الإعلام والاتصال على المستثمرين في المجال الرياضي حسب رؤساء الأندية.



الشكل رقم 06: يمثل تأثير تكنولوجيا الإعلام والاتصال على المستثمرين في المجال الرياضي

السؤال رقم 06: هل يؤدي نقص الإعلام والاتصال لدى النادي إلى ضعف الاستثمار فيه ؟

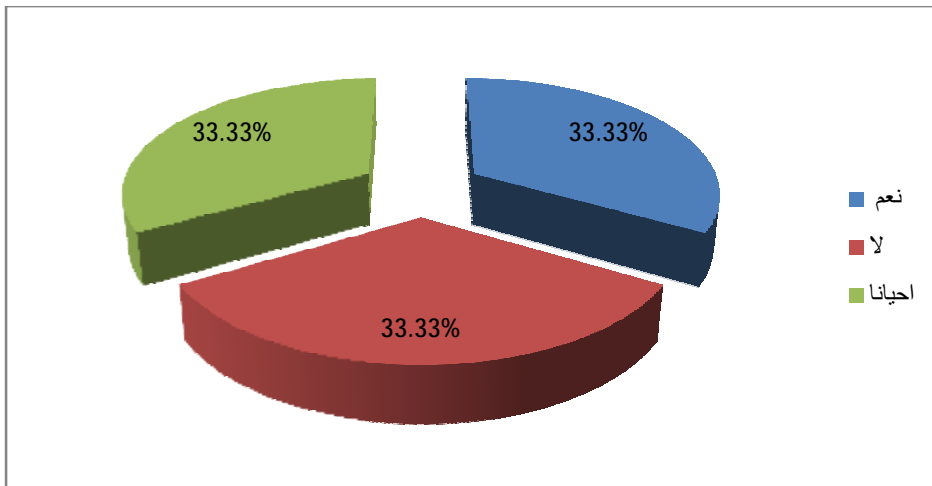
الغرض من السؤال: إيجاد علاقة بين ضعف الاتصال والإعلام داخل النادي والاستثمار الرياضي.

الجدول رقم 06: يوضح العلاقة بين ضعف الإعلام والاتصال داخل النادي وضعف الاتصال الاستثمار فيه

س06	التكرار	النسبة المئوية
نعم	01	33.33%
لا	01	33.33%
أحيانا	01	33.33%
	03	100%

أتت النتائج المفسرة للسؤال هل يؤدي نقص تكنولوجيا الإعلام والاتصال داخل النادي إلى نقص الاستثمار فيه متساوية بين كل من نعم ولا وأحيانا بنسبة 33.33% لكل منهم.

نستنتج من خلال النتائج أنه لا توجد علاقة وطيدة بين ضعف الإعلام والاتصال وضعف الاستثمار حسب رؤساء الأندية.



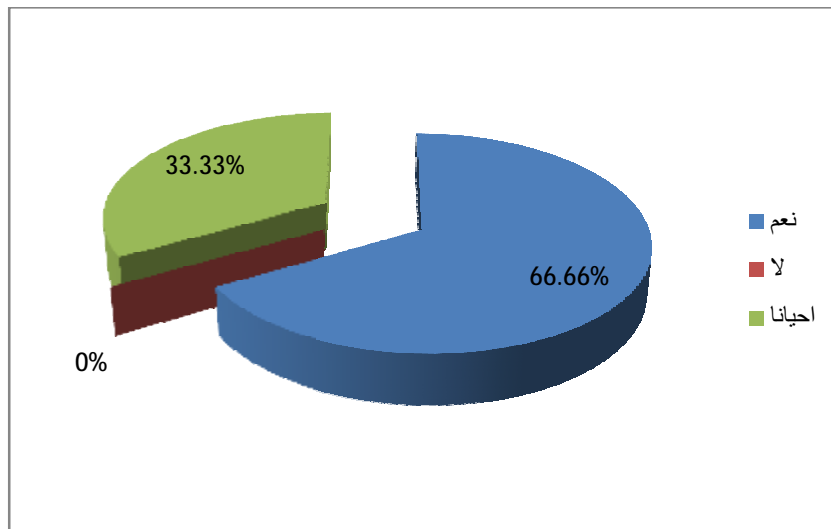
الشكل رقم 07: يمثل العلاقة بين ضعف الإعلام والاتصال وضعف الاستثمار داخل الأندية

السؤال رقم 07: هل لطريقة استخدام تكنولوجيا الاتصال دور في زيادة المستثمرين في النوادي الرياضية؟  
الغرض من السؤال: معرفة إذا كان النادي يجيد استعمال مختلف الطرق والمستجدات التكنولوجية في جلب المستثمرين

الجدول رقم 07: يوضح إن كان لطريقة استخدام التكنولوجيا دور في زيادة المستثمرين في النادي الرياضي

س07	التكرار	النسبة المئوية
نعم	02	66.66%
لا	00	0.00%
أحيانا	01	33.33%
	03	100%

لقد جاءت عبارة نعم بنسبة 66.66% وعبارة لا بنسبة: 0.00% أما عبارة أحيانا فجاءت بنسبة 33.33% وهو ما يفسر أهمية استخدام الطرق المناسبة لجذب المستثمرين للنادي الرياضي.  
من خلال هذه النتائج نستنتج أن لطريقة استخدام التكنولوجيا دور مهم في جلب المستثمرين للنادي.



الشكل رقم 08: يمثل إن كان لطريقة استخدام التكنولوجيا دور في جذب المستثمرين

المحور الثاني: تعدد وتنوع وسائل تكنولوجيا الإعلام و الاتصال ودورها في تطوير الاستثمار الرياضي.

السؤال رقم 01: هل لتنوع تكنولوجيا الإعلام يساهم في تشجيع الاستثمار الرياضي ؟

الغرض من السؤال: معرفة مدى مساهمة تنوع تكنولوجيا الإعلام في تشجيع الاستثمار الرياضي.

جدول رقم 08: يوضح مساهمة تنوع تكنولوجيا الإعلام في تشجيع الاستثمار

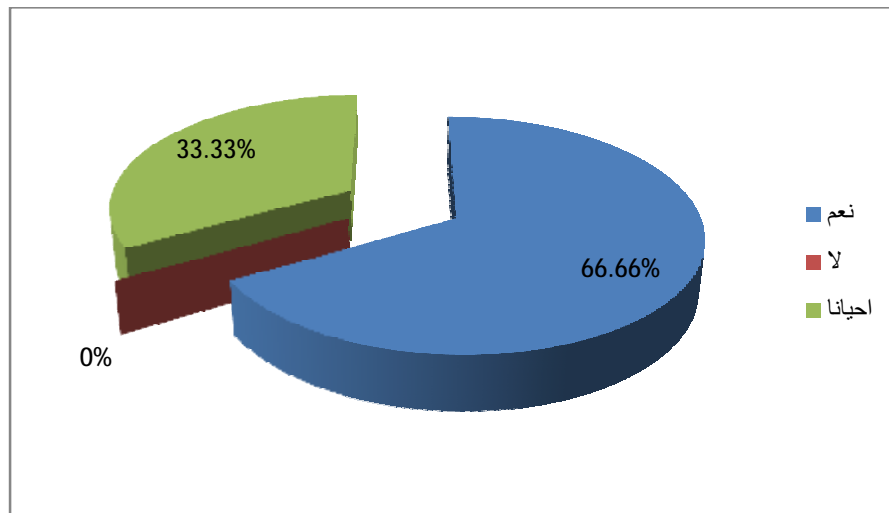
س1	التكرار	النسبة المئوية
نعم	02	66.66%
لا	00	0.00%
أحيانا	01	33.33%
	03	100%

من خلال الجدول و النسب التي جاء بها نجد أن عبارة نعم كانت بنسبة مرتفعة إلا وهي 66.66%

أما عبارة لا فكانت منعدمة 0.00% أما عبارة أحيانا فكانت بنسبة لا بأس بها وهي 33.33%.

نستنتج من خلال النتائج المبينة أعلاه أن تنوع تكنولوجيا الإعلام تساهم في تشجيع الاستثمار

الرياضي.



الشكل رقم 09: يمثل مساهمة التنوع التكنولوجي في تشجيع الاستثمار داخل النادي

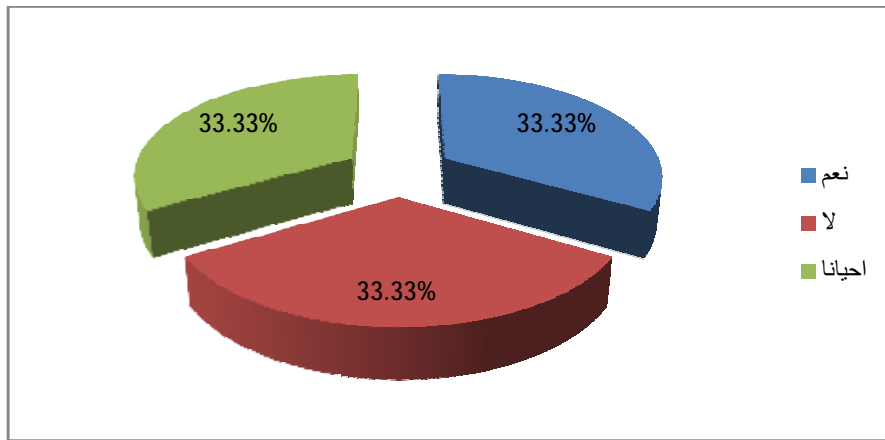
السؤال رقم 02: هل يساعد تنوع تكنولوجيا الإعلام والاتصال في ربط علاقة بين النوادي الرياضية والمستثمرين الرياضيين؟

الغرض من السؤال: معرفة إذا كان لتنوع تكنولوجيا الإعلام والاتصال دور في توطيد العلاقة بين النوادي والمستثمرين

الجدول رقم 09: يوضح مساعدة التنوع التكنولوجي في ربط علاقة بين النوادي الرياضية و المستثمرين الرياضيين

س02	التكرار	النسبة المئوية
نعم	01	33.33%
لا	01	33.33%
أحيانا	01	33.33%
	03	100%

من خلال النتائج البيانات الواردة في الجدول أعلاه يتضح لنا بان آراء المبحوحين تقاسمت بالتساوي 33.33% من العدد الكلي للعينة، بين من يرون أن تنوع تكنولوجيا الإعلام والاتصال تساهم في توطيد العلاقة بين النوادي الرياضية والمستثمرين ومن يرون عكس ذلك في حين نجد بان النسبة المتبقية اقرؤا بان تنوع تكنولوجيا الإعلام والاتصال أحيانا ما تساهم في توطيد العلاقة بين النوادي الرياضية والمستثمرين. ويمكن تفسير هذه النتائج إلى تعدد الآراء، أن الفرق أو التباين في الإجابات يعود إلى استعمال ودرجة التحكم في تكنولوجيا الإعلام والاتصال داخل الأندية الرياضية.



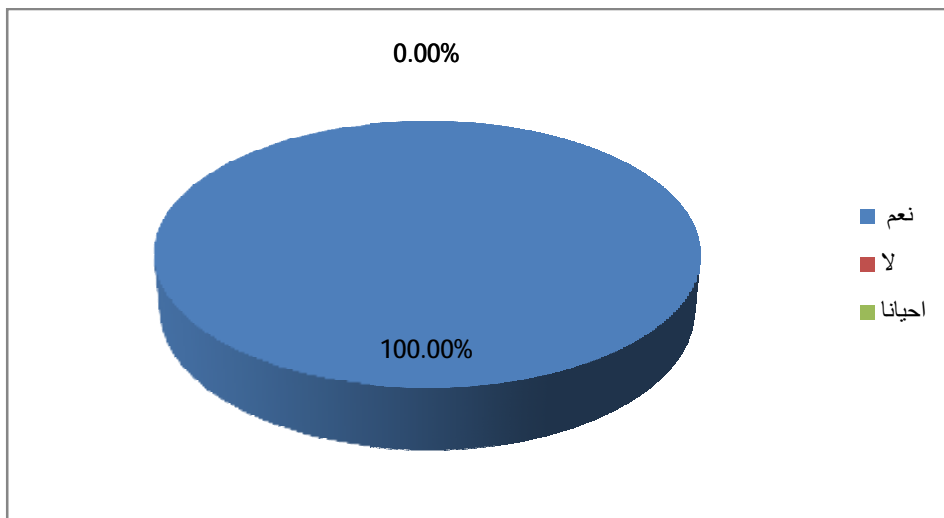
الشكل رقم 10: يمثل نسبة مساهمة التنوع التكنولوجي في ربط علاقة بين النادي و المستثمر في المجال

الرياضي

السؤال رقم 03: هل لظهور مواقع التواصل الاجتماعي دور في تشجيع الاستثمار الرياضي؟  
 الغرض من السؤال: معرفة إذا كان لمواقع التواصل الاجتماعي الدور المساهم في تشجيع الاستثمار الرياضي  
 الجدول رقم 10: يوضح دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشجيع الاستثمار الرياضي

س03	التكرار	النسبة المئوية
نعم	03	100%
لا	00	0.00%
أحيانا	00	0.00%
	03	100%

من خلال النتائج التي جاء بها هذا السؤال نجد أن عبارة نعم جاءت بنسبة 100% أما عبارة لا وعبارة أحيانا فكانت نسبتهما فكانت منعدمة 0.00% وهذا ما يدل على الدور الهام الذي أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي كأداة مساهمة في تشجيع الاستثمار الرياضي.  
 نستنتج من خلال هذه النتائج أن الأندية الرياضية تستعمل مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة تكنولوجية لتطوير أنديةها وهذا من خلال استغلالها كأداة إعلام واتصال بينها وبين المستثمرين في المجال الرياضي.



الشكل رقم 11: يمثل دور مواقع التواصل الاجتماعي في تطوير الاستثمار الرياضي

السؤال رقم 04: هل لسرعة انتشار وتنوع تكنولوجيا الإعلام والاتصال علاقة بتطوير الاستثمار الرياضي؟

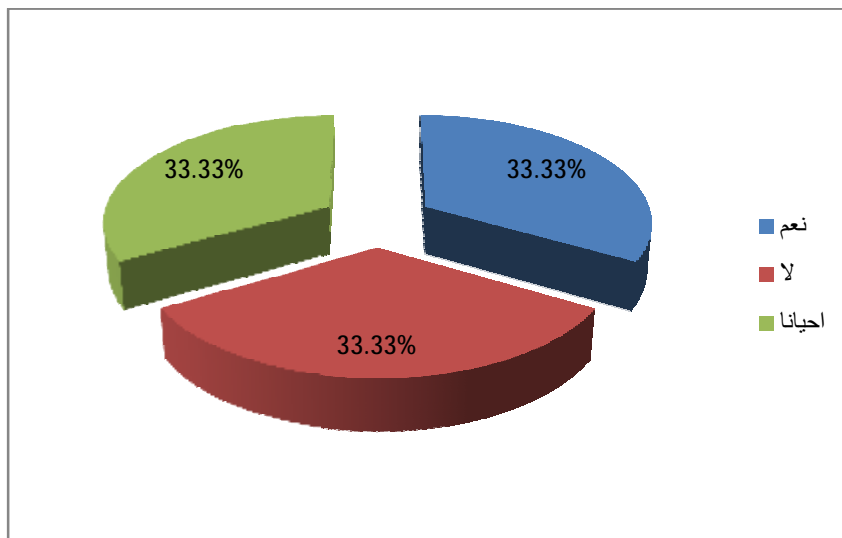
الغرض من السؤال: معرفة إذا كان لتسارع التكنولوجيا الحاصل دور في تطوير الاستثمار الرياضي.

الجدول رقم 11: يوضح علاقة المستجندات التكنولوجية في تطوير الاستثمار الرياضي

س04	التكرار	النسبة المئوية
نعم	01	33.33%
لا	01	33.33%
أحيانا	01	33.33%
	03	100%

اعتمادا على النتائج التي جاء بها هذا التساؤل نجد أن النسب جاءت متساوية بين العبارات الثلاثة بين نعم، لا، أحيانا 33.33% لكل عبارة وهذا راجع لتباين الآراء بين رؤساء الأندية حول مساهمة التكنولوجيا المتجددة يوميا في تطوير الاستثمار الرياضي.

يمكن القول أن هذا التساوي في النسب راجع إلى التباين في متابعة مختلف التطورات الحاصلة في الميدان التكنولوجي من طرف رؤساء النوادي الرياضية فنجد أن هناك من يولي أهمية لمتابعة كل ما هو متجدد في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال ومن لا يعيره أي أهمية ومن رأي أن أحيانا فقط ما تساهم في تطوير الاستثمار.



الشكل رقم 12: يمثل علاقة التسارع التكنولوجي ودوره في تطوير الاستثمار الرياضي

السؤال رقم 05: هل تعتقد أن تنوع تكنولوجيا الإعلام والاتصال داخل النادي الرياضي يؤثر في تطوير قطاع الاستثمار الرياضي؟

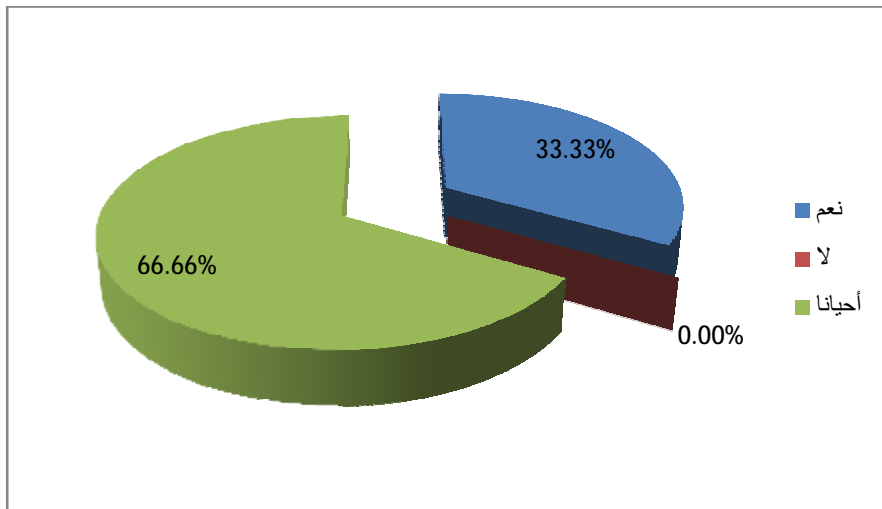
الغرض من السؤال: معرفة أن كان لتنوع تكنولوجيا الإعلام والاتصال تأثير على جلب المستثمرين للقطاع الرياضي.

الجدول رقم 12: يوضح تنوع تكنولوجيا الإعلام والاتصال داخل النادي و علاقتها في تطوير ميدان الاستثمار الرياضي

س05	التكرار	النسبة المئوية
نعم	01	33.33%
لا	00	0.00%
أحيانا	02	66.66%
	03	100%

من خلال النسب التي جاء بها هذا التساؤل نجد أن 33.33% من المبحوثين أجابوا بنعم أي يؤكدون على أن لتنوع تكنولوجيا الإعلام والاتصال تأثير مباشر على جلب المستثمرين نحو القطاع الرياضي في حين جاءت عبارة أحيانا بنسبة 66.66% وهي نسبة تعبر على أن غالبية المفحوصين غير متأكدين أن كان لتنوع تكنولوجيا الإعلام والاتصال تأثير على المستثمرين في المجال الرياضي في حين جاءت عبارة لا بنسبة منعدمة 0.00%.

نستنتج من خلال هذه النتائج أن غالبية رؤساء الأندية لا يولون أهمية بالغة لتنوع تكنولوجيا الإعلام والاتصال في التأثير على مختلف المستثمرين في القطاع الرياضي وبالتالي جلبهم نحو النوادي الرياضية.



الشكل رقم 13: يمثل نسبة العلاقة بين التنوع التكنولوجي داخل النادي و الاستثمار الرياضي

## مناقشة النتائج في ضوء الفرضيات:

من خلال تحليل البيانات والمعلومات تبين لنا أن لتكنولوجيا الإعلام والاتصال دور بالغ الأهمية في تطوير وتشجيع وجذب المستثمرين إلى القطاع الرياضي. فالنادي الذي يعتمد على مختلف الوسائل التكنولوجية ويستعملها بطريقة محترفة ويستعمل مختلف البرامج الالكترونية الحديثة ومواقع التواصل الاجتماعي على تنوعها (فيس بوك، تويتر، انستغرام) المختلفة يساعد في التعريف بمختلف الأندية الرياضية ويعزز وجودها وهذا ما ساهم في جذب المستثمرين الرياضيين على اختلاف تنوعهم.

وقد كشفت الدراسة على مجموعة من النتائج وفقا للفرضيات المقترحة في الإطار العام للدراسة والمتمثلة في ما يلي:

**الفرضية الأولى:** والتي كانت كما يلي: لامتلاك تكنولوجيا الإعلام والاتصال دور في تشجيع الاستثمار الرياضي. موجهة إلى رؤساء الأندية الرياضية لولاية المسيلة ولقد أسفرت هذه على مجموعة من النتائج هي كما يلي:

- 1- توصلت الدراسة أن اغلب الباحثين يرون أن امتلاك تكنولوجيا الإعلام والاتصال داخل الأندية له دور كبير في تشجيع الاستثمار.
- 2- أسفرت الدراسة على أن توفر الكادر البشري المتخصص في تكنولوجيا الإعلام والاتصال داخل النادي ليس له أهمية في تشجيع الاستثمار داخل الأندية.
- 3- بينت الدراسة أن للتكنولوجيا دور مهم في جذب المستثمرين إلى النادي الرياضي.
- 4- بينت الدراسة أن امتلاك النادي لوسائل تكنولوجيا مختلفة ومتنوعة لا يعني بالضرورة زيادة درجة الاستثمار داخل النادي.
- 5- أكدت الدراسة أن لتكنولوجيا الإعلام والاتصال تأثير كبير على المستثمرين في الميدان الرياضي.
- 6- أسفرت كذلك على أن ضعف الإعلام والاتصال وتكنولوجياه داخل الفرق الرياضية لا يعني بالضرورة نقص الاستثمارات فيه.
- 7- توصلت الدراسة أيضا إلى أن لطريقة استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الدور الهام في زيادة عدد المستثمرين في النادي.

لقد كشفت هذه الفرضية بشكل بارز إجابات الباحثين عن تساؤلات هذا المحور المتعلقة بامتلاك تكنولوجيا الإعلام والاتصال لدى رؤساء الأندية هذه الإجابات التي عززت صدق هذه الفرضية والتي تم تحليل وتفسير عباراتها من خلال تعليقنا على جداول هذا المحور ابتداءً من الجدول 01 إلى الجدول 07 وكذلك من

خلال العبارات 8 و 9 كل هذه الجداول والعبارات تبين بشكل واضح بأن هذه الفرضية قد تحققت، أي أن لامتلاك تكنولوجيا الإعلام والاتصال دور في تشجيع الاستثمار الرياضي.

**الفرضية الثانية:** والتي كانت كما يلي: تعدد وتنوع وسائل تكنولوجيا الإعلام والاتصال ودورها في تطوير الاستثمار الرياضي وهي موجهة أيضا إلى رؤساء الأندية الرياضية، ولقد بينت أن:

- 1- تنوع تكنولوجيا الإعلام والاتصال يساهم في تشجيع الاستثمار الرياضي.
- 2- التنوع التكنولوجي للإعلام والاتصال يساعد في ربط علاقة بين النوادي الرياضية والمستثمرين الرياضيين.
- 3- ظهور مواقع التواصل الاجتماعي لعب دورا في تشجيع الاستثمار الرياضي.
- 4- مستجدات تكنولوجيا الإعلام والاتصال غائبة تقريبا عن تطوير الاستثمار الرياضي.
- 5- تعدد تكنولوجيا الإعلام والاتصال داخل النادي في حد ذاته ليس له تأثير على جلب المستثمرين.

لقد وضحت هذه النظرية بشكل واضح إجابات الباحثين عن تساؤلات هذا المحور المتعلق بعدد وتنوع تكنولوجيا الإعلام والاتصال داخل النوادي الرياضية و دورها في تطوير الاستثمار الرياضي حيث بينت الإجابات صدق الفرضية وهذا من خلال تحليل النتائج و تفسيرها من خلال الجداول 08، 09، 10 وكذلك العبارات 15 و 16.

# الفصل الخامس

## استنتاجات واقتراحات

1- استنتاجات

2- اقتراحات

3- الآفاق المستقبلية للدراسة

4- قائمة المراجع

5- الملاحق

6- ملخص

## 1- استنتاجات:

من خلال دراستنا هذه و الموسومة بـ: "تكنولوجيا الإعلام والاتصال وعلاقتها بتشجيع الاستثمار الرياضي" تبين لنا أن لتكنولوجيا الإعلام و الاتصال دور بالغ الأهمية في تطوير وتشجيع وجذب المستثمرين إلى القطاع الرياضي. فالنادي الذي يعتمد على مختلف الوسائل التكنولوجية ويستعملها بطريقة محترفة ويستعمل مختلف البرامج الالكترونية الحديثة ومواقع التواصل الاجتماعي على تنوعها (فيس بوك، تويتر، انستغرام،.... الخ) المختلفة يساعد في التعريف بمختلف الأندية الرياضية ويعزز وجودها وهذا ما يساهم في جذب المستثمرين إلى القطاع الرياضي الرياضيين على اختلاف تنوعهم.

كذلك وجبت الإشارة إلى وجود بعض العراقيل التي تصادف المستثمرين ورؤساء الأندية على حد سواء ألا وهي: بعض القوانين والبنود التي تقف حجر عثرة أمامهم.

## 2- اقتراحات:

- توفير الوسائل التكنولوجية الحديثة داخل الأندية.
- إعطاء الكادر البشري الأهمية الكافية للمساعدة في تطوير الاستثمار داخل الأندية .
- متابعة ومسايرة مختلف المستجدات على الساحة التكنولوجية واستثمارها داخل النوادي.
- اقتناء أجهزة حديثة تواكب التطور التكنولوجي الحاصل لدى المستثمرين الرياضيين.
- يجب على رؤساء الأندية الرياضية الدراية التامة بالوسائل التكنولوجية الحديثة لمعرفة التعامل معها.
- على الدولة التقليل من تكلفة الوسائل التكنولوجية المتعلقة بالإعلام والاتصال وذلك بتخفيض نسبة الضرائب.
- استعمال التكنولوجيا من طرف الأندية التكنولوجية في كافة نشاطاتها سواء الرسمية كانت أو الجانبية، أي الإشهار للنادي لمس أكبر شريحة من الجمهور أو المجتمع ككل.
- إقامة ندوات واجتماعات دورية للتعريف بقطاع الاستثمار في المجال الرياضي.

## 3- الآفاق المستقبلية للدراسة:

- استكمالاً لما قدمته هذه الدراسة، اقترح أن تحتوي الدراسات القادمة على عينات أكبر، وأن يتنوع مجتمع وعينة الدراسات القادمة من رؤساء الأندية والمستثمرين الرياضيين، أقترح بعض العناوين:
- 1- دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تحسين الاتصال المؤسسي.
  - 2- دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تبادل المعلومات بين رؤساء الأندية والمستثمرين المتوقعين في المجال الرياضي.
  - 3- مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال في نشر الثقافة البدنية والرياضية.

## 4- قائمة المراجع:

1. إبراهيم عبد الله المسلمي: نشأة وسائل الإعلام وتطورها، القاهرة: دار الفكر العربي، ط 2، 2005.
2. أحمد السعاف صالح: مدخل إلى البحث في العلوم السلوكية، دون جهة نشر، السعودية، 1989.
3. إسماعيل حامد عثمان: إدارة الأزمات الرياضية، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، 1998.
4. إياد شاكر البكري: تقنيات الاتصال بين زمنين، عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع، 2003.
5. بسيوني إبراهيم حمادة: دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، القاهرة: عالم الكتب للنشر والتوزيع، ط 1، 2008.
6. بيل غيتس: المعلوماتية بعد الانترنت، ترجمة: عبد السلام رضوان، الكويت: سلسلة عالم المعرفة، مطابع الرسالة، 1998.
7. حسن أحمد الشافعي: الاستثمار والتسويق في التربية البدنية والرياضة، دار الدنيا للنشر، مصر، الطبعة الأولى، 2006.
8. حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2002.
9. حسين عمر، الموسوعة الاقتصادية، الطبعة الرابعة الموسعة، دار الفكر العربي، القاهرة، 1992.
10. الحناوي محمد الصالح، أساسيات الاستثمار في الأوراق المالية، الدار الجامعية، ط2، مصر، 1997.
11. رحيمة الطيب عيساني: الوسائط التقنية الحديثة وأثرها على الإعلام المرئي والمسموع، الرياض: جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج، 2010.
12. رشيد زرواتي، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ط1، دار هوم، الجزائر، 2002.
13. سامي محمد ملحم، مناهج البحث في التربية وعلم النفس، ط4، دار المسيرة للطباعة والنشر والتوزيع عمان، الأردن، 2006.
14. شريف درويش اللبان: تكنولوجيا الاتصال المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ط 1، 2000.
15. شريف درويش اللبان: تكنولوجيا الاتصال، المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية، القاهرة: المكتبة الإعلامية، 2000.
16. الطاهر حيدر حردان: مبادئ الاستثمار، عمان، دار المستقبل للنشر والتوزيع، 1997.

17. عبد الأمير الفيصل: الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع، 2005.
18. عبد الرحمن عزي: دراسات في نظرية الاتصال، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، ط 1، 2003.
19. عبد الفتاح عبد النبي عبد الفتاح عبد النبي: تكنولوجيا الاتصال والثقافة، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 1990.
20. عبد الفتاح عبد النبي: تكنولوجيا الاتصال والثقافة، (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 1990.
21. عبد الفتاح مراد: كيف تستخدم شبكة الانترنت في البحث العلمي وإعداد الرسائل العلمية، القاهرة، ط 1، د.ت.
22. عبيدات ذوقان وعدس عبد الرحمان وعبد الحق، البحث العلمي مفهومه أدواته أساليبه، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2006.
23. عزت الكاشف، اقتصاديات التربية البدنية والرياضية، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة، 1996.
24. علي بن عبد الله عسيري: الآثار الأمنية لاستخدام الشباب للانترنت، الرياض: مركز البحوث والدراسات جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، ط 1، 2004.
25. فاندالين، مناهج البحث في التربية وعلم النفس، ترجمة محمد نوفل وآخرون، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1969.
26. فرنسوا لسلي، نقولا ماكاريز: وسائل الاتصال المتعددة "ملتيميديا" ترجمة: فؤاد شاهين، (بيروت: دار عويدات للنشر والطباعة، ط 1، 2001.
27. ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، ط 2، القاهرة، 2002.
28. محمد شطاح: التليفزيون والطفل، مجلة المعيار، قسنطينة: جامعة الأمير عبد القادر، ع 7، ديسمبر 2003.
29. محمد طلال وآخرون: ملاحظات منهجية حول البحوث الإعلامية في الوطن العربي، السنة الثانية، العدد 2 سبتمبر 1982.
30. محمد عبد الحميد: الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، (القاهرة: عالم الكتب للنشر والتوزيع، ط 1، 2007.
31. محمد علي محمد، علم الاجتماع والنهج العلمي، ط 1، دار المعرفة الجامعية للطباعة والنشر، القاهرة، 1980.
32. محمد نصر الدين رضوان، مدخل إلى القياس في التربية البدنية والرياضية، ط 1 مركز الكتاب للنشر، القاهرة، 2006.

33. محي محمد مسعي: ظاهرة العولمة الأوهام والحقائق، مصر: مطبعة و مكتبة الشعاع، ط 1، 1999.
34. ياس خضر البياتي: الاتصال الدولي والعربي، عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع، ط 1، 2006.
35. محمد نصر الدين رضوان، الإحصاء الاستدلالي في التربية البدنية والرياضية، دار الفكر لنشر والطباعة، ط 1، 2003.

## المعاجم والموسوعات:

36. المعجم الوسيط: 100 / 1، مادة: ثمر.
37. موسوعة لاروس: الاتصالات من البداية حتى الانترنت، ترجمة: أنطوان الهاشم، بيروت: عويدات للنشر والطباعة، ط 1، 2002.
38. الموسوعة العلمية للبنوك الإسلامية: 14 / 6 وما بعدها؛ وانظر: بحث: الوقف الخيري والاستثمار من منظور الاقتصاد الإسلامي، علي السالوس، ضمن ندوة أبحاث الوقف الخيري المنعقدة في أبو ظبي بإشراف هيئة أبو ظبي الخيرية.

## الرسائل الجامعية:

39. أحمد محمد رجب جبريل، ترويج البطولات والمباريات الرياضية باستخدام المفهوم الحديث للاستثمار، رسالة ماجستير غير منشودة، جامعة حلوان، القاهرة، 2000.
40. خلاف جلول: وسائل الاتصال الحديثة وتأثيراتها على العلاقات الأسرية، مذكرة ماجستير غير منشورة جامعة الأمير عبد القادر: قسم الدعوة والإعلام، 2002-2003.
41. شطاح محمد وآخرون، القنوات الفضائية وتأثيراتها على القيم الاجتماعية والثقافية والسلوكية لدى الشباب الجزائري، دراسة ميدانية، عين مليلة: دار الهدى، 2002.

## الملتقيات:

42. بورزامة رابح، بورزامة جمال: معوقات الاستثمار في الأندية الرياضية، مقال منشور في مجلد الدراسات العلمية المحكمة للملتقى الدولي الثالثة بعنوان رؤية مستقبلية حول الاحتراف الرياضي في الجزائر، مخبر علوم وتقنيات النشاط البدني والرياضي جامعة الجزائر، 25-26 جانفي 2009.

43. حجار ميروكي، حسين رحيم: الاستثمار الرياضي: معوقاته وحوافزه، مداخلة في المؤتمر العلمي الدولي الأول: تسيير الإدارة الرياضية في ظل اقتصاد السوق، جامعة المسيلة، 08-10 أبريل 2008.
44. حسن رضا النجار: تكنولوجيا الاتصال.. المفهوم و التطور، أبحاث المؤتمر الدولي للإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة .. لعالم جديد جامعة البحرين 7-9 ابريل 2009.
45. نايف بن ثيان آل سعود: تأثير استخدام الإنترنت على استخدامات طلاب الجامعات السعودية لوسائل الاتصال، الرياض: مجلة جامعة الملك سعود، م 17، ع 2، 2005.

## المجلات:

46. سمير إبراهيم حسن: الثورة المعلوماتية عواقبها وآفاقها، مجلة جامعة دمشق للآداب والعلوم الإنسانية، دمشق: جامعة الآداب والعلوم الإنسانية، م 18، ع 1، 2002.
47. محمد شومان: عولمة الإعلام ومستقبل النظام الإعلامي العربي، الكويت: مجلة عالم الفكر، م 28، ع 2، أكتوبر-ديسمبر 1999.

## المواقع الإلكترونية:

1. <http://dvd4arab.maktoob.com/member.php?u=280124>
2. [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)

5- الملاحق:

جامعة محمد بوضياف - المسيلة

معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية

قسم: التربية البدنية والرياضية

تخصص: إعلام واتصال رياضي

استمارة استبيان

## تكنولوجيا الإعلام والاتصال وعلاقته في تشجيع

### الاستثمار الرياضي

دراسة ميدانية بنوادي ولاية المسيلة

في إطار الدراسة المعنونة كالتالي: " تكنولوجيا الإعلام والاتصال وعلاقته في تشجيع الاستثمار الرياضي" نرجو منكم ملاء الاستمارة بالإجابة على الأسئلة بوضع علامة (x) في الخانة المناسبة وأحيطكم علما أن هذه الاستمارة هي في مجال البحث العلمي البحث، وشكرا مسبقا.

إشراف الأستاذ:

مريشيش خالد

إعداد الطالب:

• بن صوشة بدر الدين

السنة الجامعية: 2016/2015

المحور الأول: لامتلاك تكنولوجيا الإعلام والاتصال دور كبير و فعال في تشجيع الاستثمار الرياضي؟

01: هل ترى أن امتلاك النادي لمختلف أساسيات التكنولوجيا دور في تشجيع الاستثمار؟

نعم  لا  أحيانا

02: هل تعتقد أن توفر النوادي الرياضية على كفاءات بشرية قادرة على استخدام التكنولوجيا تلعب دورا في

تشجيع الاستثمار الرياضي؟

نعم  لا  أحيانا

03: هل تعتقد انه كلما امتلك النادي وسائل تكنولوجيا مختلفة زادت درجة الاستثمار في النادي الرياضي؟

نعم  لا  أحيانا

04: هل لتكنولوجيا الاتصال دور في جذب المستثمرين للنوادي الرياضية؟

نعم  لا  أحيانا

05: في رأيك هل تؤثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على المستثمرين الرياضيين؟

نعم  لا  أحيانا

06: هل يؤدي نقص الإعلام والاتصال لدى النادي إلى ضعف الاستثمار فيه ؟

نعم  لا  أحيانا

07: هل لطريقة استخدام تكنولوجيا الاتصال دور في زيادة المستثمرين في النوادي الرياضية؟

نعم  لا  أحيانا

08- حسب رأيك كيف ساهمت تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في خدمة النادي الرياضي ؟

.....

.....

09- ما هي أهم العقبات التي يمكن أن تقف أمام النادي في الاعتماد على تكنولوجيا الإعلام و الاتصال؟

.....

المحور الثاني: تعدد وتنوع وسائل تكنولوجيا الإعلام و الاتصال ودورها في تطوير الاستثمار الرياضي.

01: هل لتنوع تكنولوجيا الإعلام يساهم في تشجيع الاستثمار الرياضي ؟

نعم  لا  أحيانا

02: هل يساعد تنوع تكنولوجيا الإعلام والاتصال في ربط علاقة بين النوادي الرياضية والمستثمرين

الرياضيين؟

نعم  لا  أحيانا

03: هل لظهور مواقع التواصل الاجتماعي دور في تشجيع الاستثمار الرياضي ؟

نعم  لا  أحيانا

04: هل لسرعة انتشار وتنوع تكنولوجيا الإعلام والاتصال علاقة بتطوير الاستثمار الرياضي؟

نعم  لا  أحيانا

05: هل تعتقد أن تنوع تكنولوجيا الإعلام والاتصال داخل النادي الرياضي يؤثر في تطوير قطاع الاستثمار

الرياضي؟

نعم  لا  أحيانا

06- ما هي البرامج و الوسائط التي يمكن أن تلعب دورا في جلب المستثمرين إلى النادي الرياضي؟

.....

.....

07- ما هي أهم المشكلات و العقبات التي يمكن أن تقف أمام التنوع في استخدام التكنولوجيا في النادي؟

.....

.....

## 6- ملخص:

عنوان الدراسة: تكنولوجيا الإعلام و الاتصال وعلاقتها بتشجيع الاستثمار الرياضي.  
 الإشكالية: هل لتكنولوجيا الإعلام و الاتصال دور في تشجيع و تطوير الاستثمار الرياضي.  
 الفرضية العامة: لتكنولوجيا الإعلام والاتصال دور في تطوير وتشجيع الاستثمار الرياضي.  
 الفرضيات الجزئية:

- لامتلاك تكنولوجيا الإعلام والاتصال دور كبير وفعال في تشجيع الاستثمار الرياضي.
- لتنوع وتعدد تكنولوجيا الإعلام والاتصال دور في تطوير الاستثمار الرياضي.

العينة: 03 رؤساء أندية من أندية ولاية المسيلة

## المجال المكاني و الزماني:

تم البحث الميداني على أندية ولاية المسيلة أما المجال الزماني كانت البداية بالجانب النظري امتد ابتداء من جانفي 2016 إلى غاية أواخر شهر فيفري ومن ثم الانطلاق في الجانب التطبيقي إلى غاية أواخر شهر ماي حيث تم وضع الخلاصة العامة و التوصيات.  
 المنهج المستخدم: تم الاعتماد على المنهج الوصفي.

الأدوات المستعملة: استمارة استبيان، وقد تم تقسيم الاستبيان إلى محورين يحتويان على 16 سؤال.

## نتائج الدراسة:

تم تحقيق الفرضيات حيث أكدت الدراسة أن لتكنولوجيا الإعلام والاتصال دور كبير في تشجيع وتطوير الاستثمار الرياضي وهذا نظرا للتسهيلات التي تقدمها التكنولوجيا لرؤساء الأندية في توصيل مختلف المعلومات وفرص الاستثمار في النوادي كما تم التوصل إلى أنها وسيلة تواصل فعالة وذات تأثير كبير على المستثمرين.

## اقتراحات:

- توفير وسائل تكنولوجيا خاصة بالأندية.
- إعطاء الأهمية للكادر البشري المتخصص.
- التنوع في تكنولوجيا الإعلام والاتصال كقنوات تلفزيونية، تنوع مواقع الاتصال الاجتماعية، جرائد الكترونية خاصة بالنوادي... الخ.



تعمد محمد بوضياف بالمسيلة

معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية

قسم الإعلام والاتصال الرياضي

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في : الإعلام والاتصال الرياضي

تخصص : سمعي بصري

العنوان

تكنولوجيا الإعلام والاتصال ودورها في تشجيع الاستثمار الرياضي

دراسة ميدانية بعض أندية ولاية المسيلة لكرة القدم

-إعداد الطالب

بدر الدين بن صوشة

تاريخ المناقشة : 2016/05/29

أمام لجنة المناقشة المكونة من السادة :

- خالد مريشيش (د).....مشرفا.
- عبد الوهاب زواوي (د).....رئيسا.
- صلاح الدين جلال (د).....عضوا.
- شتوح مروان (د).....عضوا

السنة الجامعية 2015/2016



Faculté de sciences et techniques des activités physiques et sportives

Département : information et de la communication sportive

## Mémoire

Présenter pour obtenir du diplôme de master Spécialité information et de la communication sportive

Option: audio visuel

### SUJET :

Information et technologies de la communication et son rôle dans la promotion des investissements de sport

Une étude sur le terrain de certains clubs de football M'sila

Par :

Bader eddine ben soucha

Soutenu publiquement le 28/05/2016 Devant le jury composé de :

- Abe elouiahab zoiaui (DR).....Président
- Mrichche khaled (DR).....Rapporteur
- Salah eddine djalal (DR).....Examineur
- Chetouh meroiane (DR) ..... Examineur

# مشاف جامعة "محمد بوضياف" بالمسيلة لرسائل ليسانس . ماستر للفترة [ 2016/2015 ] على شكل word

معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية  
مسقة : الإعلام والاتصال الرياضي

رقم التسلسل : .....

رقم التسجيل :

الباحث: بدر الدين بن صوشة

تاريخ المناقشة : 2016-05-29

عنوان الرسالة : تكنولوجيا الإعلام والاتصال ودورها في تشجيع الاستثمار الرياضي

دراسة ميدانية بعض أندية ولاية المسيلة لكرة القدم

لغة الرسالة : اللغة العربية

نوع الرسالة : ماستر

البلد : الجمهورية الجزائرية – المسيلة

الجامعة : جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

إشراف: د. خالد مريشيش

عدد الصفحات: 73 ورقة.

ملف إلكتروني (PDF \* cd-Rom)

التخصص : إعلام رياضي فرع : سمعي بصري

الملخص :

بالعربية

عنوان الدراسة: تكنولوجيا الإعلام و الاتصال وعلاقتها بتشجيع الاستثمار الرياضي.

الإشكالية: هل لتكنولوجيا الإعلام و الاتصال دور في تشجيع و تطوير الاستثمار الرياضي .

الفرضية العامة: لتكنولوجيا الإعلام و الاتصال دور في تطوير و تشجيع الاستثمار الرياضي.

الفرضيات الجزئية:

لامتلاك تكنولوجيا الإعلام و الاتصال دور كبير و فعال في تشجيع الاستثمار الرياضي.

لتنوع و تعدد تكنولوجيا الإعلام و الاتصال دور في تطوير الاستثمار الرياضي.

العينة: 03 رؤساء أندية من أندية ولاية المسيلة

المجال المكاني و الزماني: تم البحث الميداني على أندية ولاية المسيلة أما المجال الزماني كانت البداية بالجانب النظري امتد ابتداءا من جانفي

2016 إلى غاية أواخر شهر فيفري ومن ثم الانطلاق في الجانب التطبيقي إلى غاية أواخر شهر ماي حيث تم وضع الخلاصة العامة و

التوصيات.

المنهج المستخدم: تم الاعتماد على المنهج الوصفي.

الأدوات المستعملة: استمارة استبيان، و قد تم تقسيم الاستبيان إلى محورين يحتويان على 16 سؤال.

**كلمات المفاتيح:**

تكنولوجيا الإعلام والاتصال، الاستثمار الرياضي  
بالفرنسية

## **Mots clés:**

Information et Communication Technologie, Sport Investissement

## **جاء هذا البحث في فصول**

الفصل الأول الخلفية النظرية والدراسات السابقة، التي تطرقنا فيها إلى نظرية الحتمية التكنولوجية لمارشال ماكلوهان والتي خدمت الموضوع تحت الدراسة، وتطرقنا كذلك إلى مجموعة من الدراسات السابقة التي تناولت الموضوع وقمنا بتحليل وربط هذه الدراسات بدراستنا الحالية.

أما الفصل الثاني وهو الإطار العام للدراسة فقد تناولنا فيه الكلمات الدالة، إشكالية الدراسة، أهمية الدراسة، أهداف الدراسة وكذلك فرضياتها.

أما الفصل الثالث فهو فصل الإجراءات الميدانية للدراسة وتناولنا فيها الدراسة الاستطلاعية للبحث وكذا المنهج المتبع في الدراسة بالإضافة إلى اجتماع وعينة الدراسة، وكذلك أدوات جمع البيانات وتناولنا فيه كذلك الأسلوب الإحصائي المستخدم.

أما الفصل الرابع فهو مخصص لعرض النتائج وتفسيرها ومناقشتها.

أما الفصل الخامس فتناولنا فيه الاستنتاجات والاقتراحات اعتمادا نتائج الفصل الرابع كما لا قدمنا فيه بعض المقترحات بالإضافة إلى قائمة المراجع والملاحق لنقدم في الأخير ملخصا عاما حول الدراسة.

## **من أهم النتائج التي توصلت إليها الباحث :**

تم تحقيق الفرضيات حيث أكدت الدراسة أن لتكنولوجيا الإعلام والاتصال دور كبير في تشجيع وتطوير الاستثمار الرياضي وهذا نظرا للتسهيلات التي تقدمها التكنولوجيا لرؤساء الأندية في توصيل مختلف المعلومات وفرص الاستثمار في النوادي كما تم التوصل إلى أنها وسيلة تواصل فعالة و ذات تأثير كبير على المستثمرين.

## **توصل الباحث لمقترحات عديدة أهمها :**

-توفير وسائل تكنولوجيا خاصة بالأندية

-إعطاء الأهمية للكادر البشري المتخصص

التنوع في تكنولوجيا الإعلام والاتصال كقنوات تلفزيونية، تنوع مواقع الاتصال الاجتماعية، جرائد الكترونية خاصة بالنوادي الخ.....

## **كشاف بالفرنسية**

**Faculté de sciences et techniques des activités physiques et sportives**

**Département : information et de la communication sportive**

**N° d'ordre :**

**N° d'inscription :**

**Chercheur:** Bader eddine ben soucha

**Soutenu publiquement le : 29/05/2016**

**Titre de la thèse (mémoire) :** Information et technologies de la communication et son rôle dans la promotion des investissements de sport

-Une étude sur le terrain de certains clubs de football M'sila-

**Language de la thèse : France**

**Modèle de la thèse : Master**

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

**Université : Université de M'sila**

**Nom et Prénom de l'encadreur: khaled merichiche Grade : dr**

**Nombre de page: 73 pages**

**Fichier électronique (cd-Rom\* PDF)**

**Spécialité : information et de la communication**

**Option : information sportif**

### **Résumé :**

Titre de l'étude: les technologies de l'information et de la communication et leur relation à encourager l'investissement sportif.

Problématiques: Avez-IT médias et le rôle de la communication dans la promotion de l'investissement et le développement du sport.

hypothèse générale: pour les technologies de l'information et le rôle de la communication dans le développement du sport et encourager l'investissement.

hypothèses partielles:

Pour posséder des médias et des technologies de communication ont joué un rôle majeur et efficace dans la promotion de l'investissement sportif.

La diversité et la multiplicité des médias et des technologies de communication rôle dans le développement de l'investissement sportif.

Exemple: 03 têtes de clubs clubs M'sila

domaine spatial et temporel: La recherche sur le terrain sur les clubs M'sila La zone temporelle a été initialement prolongée du côté théorique, à partir de Janvier 2016 et jusqu'en la fin de Février, puis embarquer sur le côté pratique jusqu'à la fin mai, où il était le mode de conclusion et les recommandations générales.

La méthode utilisée: été fonde sur l'approche descriptive.

Outils utilisés: questionnaire, et a été divisé en deux questionnaire contenant 16 questions.

### **Ce mémoire et contient de cinq « 5 » chapitre**

Le premier chapitre, l'arrière-plan théorique et des études antérieures, dont nous avons traité avec la théorie de la technologie inévitable de Marshall McLuhan et que le sujet a servi à l'étude, et nous avons parlé Kmark à un groupe d'études antérieures sur le sujet et nous avons analysé et de relier ces études présentent notre étude.

Le deuxième chapitre, un cadre général d'une étude dans laquelle nous avons considéré les mots de fonction, le problème de l'étude, l'importance de l'étude, les objectifs de l'étude, ainsi que des hypothèses.

Le troisième chapitre est séparé des procédures sur le terrain pour l'étude, nous avons abordé l'étude de la recherche exploratoire, ainsi que l'approche adoptée dans l'étude ainsi que rencontre l'échantillon de l'étude, ainsi que des outils de collecte de données, et nous avons eu affaire avec elle Kmark utilisé méthode statistique.

Le quatrième chapitre est consacré à afficher les résultats, l'interprétation et la discussion. Le cinquième chapitre les conclusions et les suggestions en fonction des résultats du quatrième trimestre où nous avons parfaitement certaines des propositions ainsi qu'une liste de références et annexes à offrir dans les dernières années, un résumé de l'étude.

### **Résultat essentielle que le chercheur à conclure :**

Il a été réalisé des hypothèses où l'étude a confirmé que les médias et la communication technologiques ont joué un rôle majeur dans l'investissement en encourageant et en sport pour développer ce en raison des facilités offertes par la technologie des têtes des clubs dans les

différentes possibilités d'information et d'investissement dans les clubs connectés également été atteint comme un moyen continué efficace et à fort impact sur les investisseurs.

**Suggestions:**

-Se donner les moyens de la technologie des clubs privés.

-Étant donné l'importance du spécialiste des cadres humains.

-Diversification des canaux technologies des médias et de la communication de télévision, la diversification des sites de communication sociale, e-journaux, les clubs privés ..... etc.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



## الملخص:

عنوان الدراسة: تكنولوجيا الإعلام و الاتصال وعلاقتها بتشجيع الاستثمار الرياضي .  
الإشكالية: هل لتكنولوجيا الإعلام و الاتصال دور في تشجيع و تطوير الاستثمار الرياضي .  
الفرضية العامة: لتكنولوجيا الإعلام و الاتصال دور في تطوير و تشجيع الاستثمار الرياضي .

## الفرضيات الجزئية:

لامتلاك تكنولوجيا الإعلام و الاتصال دور كبير و فعال في تشجيع الاستثمار الرياضي .  
لتنوع و تعدد تكنولوجيا الإعلام و الاتصال دور في تطوير الاستثمار الرياضي .

العينة: 03 رؤساء أندية من ولاية المسيلة

## المجال المكاني و الزماني:

تم البحث الميداني على أندية ولاية المسيلة أما المجال الزماني كانت البداية بالجانب النظري امتد ابتداء من جانفي 2016 إلى غاية أواخر شهر فيفري ومن ثم الانطلاق في الجانب التطبيقي إلى غاية أواخر شهر ماي حيث تم وضع الخلاصة العامة و التوصيات .

المنهج المستخدم: تم الاعتماد على المنهج الوصفي .

الأدوات المستعملة: استمارة استبيان، و قد تم تقسيم الاستبيان إلى محورين يحتويان على 16 سؤال .

## نتائج الدراسة:

تم تحقيق الفرضيات حيث أكدت الدراسة أن لتكنولوجيا الإعلام و الاتصال دور كبير في تشجيع و تطوير الاستثمار الرياضي وهذا نظرا للتسهيلات التي تقدمها التكنولوجيا لرؤساء الأندية في توصيل مختلف المعلومات وفرص الاستثمار في النوادي كما تم التوصل إلى أنها وسيلة تواصل فعالة و ذات تأثير كبير على المستثمرين .

## اقتراحات:

- توفير وسائل تكنولوجيا خاصة بالأندية

- إعطاء الأهمية للكادر البشري المتخصص

التنوع في تكنولوجيا الإعلام و الاتصال كقنوات تلفزيونية، تنوع مواقع الاتصال الاجتماعية، جرائد الكترونية خاصة بالنوادي .....الخ.