

تعدد القنوات الرياضية التلفزيونية و دورها في تحفيز الاستثمار بالأندية الرياضية الجزائرية المحترفة

أ. عمرو مفتاح

مخبر علوم وتقنيات النشاط البدني والرياضي - جامعة الجزائر 3

مقدمة:

لقد أصبحت الأندية الرياضية في أوروبا وأمريكا الشمالية والجنوبية وعدد آخر من دول العالم تتحدث بلغة المليارات وتدرج أسهمها في البورصات العالمية و ارتفعت عائداتها المالية بصورة خرافية عبر استثمارات مختلفة ومتعددة، مثل باقي الشركات التجارية والصناعية والمالية التي تعمل على أسس ربحية، وتنامت هذه العلاقة في السنوات الماضية بصورة سريعة وأصبحت تبادلية ، بحيث أسهم الاستثمار في المؤسسات الرياضية في إحداث نقلة نوعية في المنشآت الرياضية والاقتصادية ونجد أن الاستثمار الرياضي يلعب دورا مهما وحيويا في تطور المجتمعات والبلدان وهو واحد من أهم العمليات الاقتصادية ذات النفع الكبير والمردود الإيجابي نحو بناء إستراتيجية اقتصادية مستقبلية تدعم الفكر التجاري لإدارة الأندية فنجد الاستثمارات الرياضية من أهم مدخلات الناتج القومي لدول كالبرازيل و اسبانيا ، ففريق ريال مدريد الإسباني يحقق عوائد مالية تفوق كل التوقعات، وللسنة السابعة على التوالي يحقق عائدات مالية هي الأعلى بين أندية العالم وفقا لتقرير "المال وكرة القدم" الذي نشرته شركة ديلويت للاستشارات والتي تقوم بتحليل المعلومات المالية للموسم 2011/2010 حيث حقق نادي ريال مدريد أكثر 479.5 مليون أورو كإيرادات، حيث تمثل هذه العائدات ما نسبته 38٪ من الحقوق الوطنية والدولية للنقل التلفزيوني في مختلف البطولات التي يشارك فيها النادي، و36٪ من عمليات التسويق، و 26٪ في شكل استثمارات متنوعة.

وتعتبر القنوات التلفزيونية المتخصصة في الرياضة من بين أهم الآليات التي تحفز المؤسسات الاقتصادية على الاستثمار في المجال الرياضي ، ، فالإعلام الرياضي له دور كبير في ترويج وتحفيز المؤسسات الاقتصادية لدخول الاستثمار في المجال الرياضي، فنجد في أوروبا مثلا أن وسائل الإعلام الرياضية تساهم بشكل كبير في تقريب رجال الأعمال لدخول عالم الرياضة من خلال شراء الأندية وتمويل مختلف البطولات.

أما في الجزائر فالاستثمارات في المجال الرياضي قليلة مقارنة بالأرقام المسجلة عالميا رغم دخولنا عالم الاحتراف، فالوضع الراهن يحتاج إلى دراسة معمقة قبل الخوض في أي مشروع رياضي استثماري بسبب ضبابية الرؤية التجارية لهذا النوع من الاستثمارات و غياب الشفافية المطلوبة و التي ساهمت في عزوف المؤسسات الاقتصادية عن المخاطرة باستثمارات رياضية ريادية، بالرغم بأن هذه الأخيرة أكثر ربحية من مجالات أخرى.

ومن أهم العوامل التي تساهم في عزوف المؤسسات وجود العديد من المخاطر والصعوبات وقد يكون أبسطها الدخول في متاهات وصراعات الوسط الرياضي التي تنعكس مباشرة عبر الرسائل الإعلامية المختلفة، وهي أمور قد تشوه 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.

وحتى يكون الاستثمار الرياضي مجديا وبمخاطر قليلة فإنه من المطلوب إعداد إستراتيجية شاملة لتشجيع الاستثمار الرياضي، وفتح قطاع السعي البصري للقطاع الخاص بإنشاء قنوات رياضية متخصصة لحل الإشكال الإعلامي، الذي تنامي مؤخرا، عبر عدة آليات للرقى بالطرح الإعلامي الرياضي بمختلف أنواعه، وترشيده، وكسر حدة التعصب الذي يقود إلى الجدلي السلبى، فتح تخصصات وإنشاء معاهد لتكوين كوادر تدرك البعد التسويقي للرياضة، ودور الإعلام الرياضي في عصر الاحتراف والانفتاح الفضائي.

إشكالية:

يعيش العالم في السنوات الأخيرة عصرا جديدا يحفل بالعديد من المتغيرات والتحديات الإدارية والتي فرضتها الثورة التكنولوجية الحديثة، حيث أصبح التميز في الأداء هو العامل المؤثر والحاسم للتطور والتقدم في جميع نواحي الحياة.

ومع التحولات الاقتصادية التي يشهدها العالم، أصبحت الرياضة أحد أهم المجالات والأكثر جاذبية لرؤوس الأموال واهتمام القوى الاقتصادية الإقليمية والعالمية، وأصبح العنصر الاقتصادي ضمن أولوية خططها ومجالاً خصباً للاستثمار والتجارة. هذا وقد حان الوقت لكي يستوعب الجميع أن الاستثمار في القطاع الرياضي مضمون النتائج ويساهم بفاعلية في تقدم الاقتصاد والارتقاء بالقطاع الرياضي.

وسنحاول من خلال هذه الدراسة معرفة الدور الذي تلعبه القنوات الرياضية المتعددة والمتخصصة في استقطاب أصحاب المؤسسات الاقتصادية للاستثمار بالأندية الرياضية من خلال طرح السؤال التالي.

هل لتعدد القنوات التلفزيونية الرياضية دور في استقطاب المؤسسات الاقتصادية للاستثمار في أندية الرابطة المحترفة في الجزائر؟

نتفرع عن هذا التساؤل الرئيسي الأسئلة الفرعية التالية:

1- هل لتعدد القنوات التلفزيونية الرياضية دور في كشف المعوقات الإدارية و التشريعية التي تؤثر على قرار أصحاب المؤسسات الاقتصادية بالاستثمار في أندية الرابطة المحترفة ؟

2- هل لتعدد القنوات التلفزيونية الرياضية دور في تقريب أصحاب المؤسسات الاقتصادية من المشرفين على الأندية والهيئات الرياضية وتحفيزهم على الاستثمار بها ؟

2 - الفرضيات:

1-2 الفرضية العامة:

وجود قنوات التلفزيونية الرياضية مهم في استقطاب المؤسسات الاقتصادية للاستثمار في المجال الرياضي .
2-2 الفرضيات الفرعية:

• الفرضية الأولى

وجود قنوات التلفزيونية الرياضية يساهم في كشف المعوقات الإدارية و التشريعية التي تؤثر على قرار أصحاب المؤسسات الاقتصادية بالاستثمار في أندية الرابطة المحترفة.

• الفرضية الثانية

تعدد قنوات التلفزيونية الرياضية يساهم في تقريب أصحاب المؤسسات الاقتصادية من المشرفين على الأندية والهيئات الرياضية ويحفزهم على الاستثمار بها.

3 - أهمية الدراسة:

- تكمن أهمية الدراسة بأنها من الدراسات القليلة في الجزائر التي تتناول تعدد قنوات التلفزيونية الرياضية في الجزائر و دورها في استقطاب أصحاب المؤسسات الاقتصادية للاستثمار بالأندية الرياضية

- وكذلك تكمن أهمية الدراسة في كونها تتعرض لموضوع الساعة ، وفتح القطاع السمعي بصري أمام الخواص من أجل إنشاء قنوات متخصصة في الرياضة ، بما قد يعمل على توفير بعض المعلومات من أصحاب المؤسسات الاقتصادية والراغبين في الاستثمار في المجال الرياضي ، وربما يساهم في التعرف على أهم المشكلات التي يعاني منها الإعلام الرياضي في الجزائر .
- وكذلك تكمن أهمية الدراسة في كونها تعرفنا بشريحة مهمة وهم الصحفيين الرياضيين وكيف يتعاملون مع هذه المنتج الحديث الذي أصبح صناعة قوية في الاقتصاد العالمي

4 - أسباب اختيار الموضوع:

هناك أسباب ذاتية وأسباب موضوعية دعتنا إلى تناول الموضوع دون سواه.

تتمثل هذه الأسباب في الاهتمام بالإعلام الرياضي، بما أنني صحفي إذاعي، ومعد لعدة برامج رياضية في الإذاعة، ودائما أتطلع لمعرفة قدرة وسائل الإعلام ودورها في تشجيع الاستثمار الرياضي في بلادنا ومعرفة رأي أصحاب المؤسسات الاقتصادية والعراقل التي تواجهها في مجال الاستثمار الرياضي . وعلى الرغم من توفر عدة دراسات خاصة بالدور الذي تلعبه القنوات التلفزيونية الرياضية في تشخيص ومعالجة الواقع الرياضي.

5 - أهداف البحث:

هناك هدف عام و يتمثل في معرفة القنوات الرياضية التلفزيونية ودورها في استقطاب أصحاب المؤسسات الاقتصادية. وهناك أهداف عملية في معرفة مدى مساهمة القنوات الرياضية التلفزيونية في الكشف عن المعوقات الإدارية و التشريعية التي تؤثر على قرار أصحاب المؤسسات الاقتصادية في الاستثمار الرياضي ومعرفة مدى مساهمة القنوات الرياضية التلفزيونية في تقريب أصحاب المؤسسات الاقتصادية بالمشرفين على الأندية والهيئات الرياضية وتحفيزهم على الاستثمار بهذه النوادي.

6 - تحديد المفاهيم:

نجد أهم المفاهيم التي سنتناولها في هذه الدراسة :

الاستثمار:

لغة: مصدر لفاعل يستثمر استثماراً، وهو مشتق من ثمر، والثاء والميم والراء أصل واحد يدل على شيء يتولد من شيء، ثم يحمل على غيره استعارة، ويطلق الثمر كذلك على أنواع المال كالذهب والفضة.

إصطلاحاً: عرف الاقتصاديون الاستثمار: "توظيف للنفود لأي أجل في أي أصل أو حق ملكية أو ممتلكات أو مشاركات محتفظ بها للمحافظة على المال أو تنميته، سواء بأرباح دورية أو بزيادات في قيمة الأموال في نهاية المدة أو بمنافع غير مادية".

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

الإعلام الرياضي:

لغة: جمع الكثيرون على ان للإعلام معاني ومفاهيم في اللغة وعلم الاصطلاح فعرّفوه أهل اللغة بأنه إبلاغ وتوصيل لشيء ، فنجد انه أي كان كنه هذا الشيء فإنه يمثل معلومة أو مادة تؤخذ من مصدر كجهة لتسلم لجهة متلقية أخرى فكذا حال الإعلام لرياضي

يوصل حال وواقع أحداث رياضية من مصادرها ومواقع حدوثها إلي متلقي يرغب ويتلهف لمعرفة هذه الأحداث

اصطلاحاً: هو عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية، وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور، ويهدف لنشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع لتنمية وتوعية الرياضي، وهو جزء من الإعلام الخاص، لكونه إعلاما خاصا يهتم بقضايا وأخبار الرياضة والرياضيين.

ويرى محمد الحماحمي " أن الإعلام في المجال الرياضي يعد تلك المنظومة التي تهتم بنشر الأخبار والمعلومات والمعرفة المرتبطة بهذا المجال الرياضي ويعرض وتفسير القواعد والقوانين والمبادئ التي تنظم الرياضات والألعاب المختلفة وتحكم المنافسات الرياضية، والتي تهتم بتوضيح الرؤى العلمية والرياضية وذلك من خلال وسائل الاتصال و الإعلام الجماهيرية بغرض نشر الثقافة المرتبطة بهذا المجال لدى المواطنين، إذن من خلال هذه التعاريف نستطيع القول بأن الإعلام الرياضي عبارة عن عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي.

التعريف الإجرائي : الإعلام في المجال الرياضي يعد تلك المنظومة التي تهتم بنشر الأخبار والمعلومات والمعرفة المرتبطة بهذا المجال الرياضي ويعرض وتفسير القواعد والقوانين والمبادئ التي تنظم الرياضات والألعاب المختلفة وتحكم المنافسات

الرياضية، والتي تهتم بتوضيح الرؤى العلمية والرياضية وذلك من خلال وسائل الاتصال و الإعلام الجماهيرية و في دراستنا هذه نقصد بالإعلام الرياضي المسموع والمرئي والمكتوب.

8- الإجراءات المنهجية للدراسة

- المنهج المتبع:

يمثل المنهج في البحث العلمي مجموعة من القواعد والأسس التي يتم وضعها من أجل الوصول إلى الحقيقة انطلاقا من مبدأ أن هذه الأخيرة ليست ملك لأحد لكن بناء دائم ومستمر ومنهج البحث يختلف باختلاف المواضيع المعالجة ولهذا توجد عدة أنواع من المناهج العلمية.

وتستدعي دراستنا هذه استعمال المنهج الوصفي والذي يهتم بجمع أوصاف دقيقة علمية للظاهرة المقصودة، ووصف الوضع الراهن وتفسيره.

واخترنا المنهج الوصفي لكونه يساعدنا على تحقيق أهداف الدراسة. ويمكن القول أن الكثير من بحوث الإعلام ووسائله تعتبر من نوع البحوث الوصفية، حيث نسعى إلى التعرف على آراء شريحة مهمة في المجتمع حول دور وسائل الإعلام الجزائرية في تشجيع الاستثمار في المجال الرياضي.

- مجتمع وعينة البحث:

تم تحديد ميدان الدراسة بالمؤسسات الإعلامية الجزائرية في الإذاعة والتلفزيون والصحافة المكتوبة المتخصصة. وتعتبر العينة من أهم المحاور التي يستخدمها الباحث خلال بحثه، فاختيار العينة بشكل جيد ومناسب يساعد على التوصل إلى نتائج ذات مصداقية عالية وكفاءة موثوق بها.

فالعينة تعتبر تمثيلا للمجتمع، فالعينة هي الجزء من الكل، فاستعمال المجتمع كله يعني أن يستغرق وقتا طويلا، مما يعرض العمل إلى الأخطاء، والبحث بطريقة العينة هو البحث الذي يدرس حالة جزء معين أو النسبة المعينة عن أفراد المجتمع الأصلي، ثم ينتهي بتعميم نتائجه على هذا المجتمع الأصلي كله.

إن اختيار عينة البحث يعتبر من الخطوات والمراحل الهامة للبحث واختيارا يتم بناء على مشكلة البحث وأهدافه، لأن طبيعة البحث وفروضه تتحكم في خطوات تنفيذه واختيار أدواته.

وانطلاقا من موضوع البحث اخترنا عينة عشوائية مقدرها 30 صحفي مسئول ورئيس تحرير للأقسام الرياضية ، فالعينة الصحيحة هي التي تكون ممثلة للمجتمع الأصلي أحسن تمثيل، بحيث تكون أشبه ما يمكن إلى المجتمع الأصلي.

فعينتنا من وسائل الإعلام هم الصحفيين العاملين بالأقسام الرياضية والمقدر عددهم بـ 30 صحفي وهي عينة تمثيلية لمجتمع الدراسة من التلفزة الجزائرية والإذاعة الوطنية والصحافة المكتوبة المتخصصة في المجال الرياضي، والتي أخذت من مجتمع الدراسة

الأقسام الرياضية بالتلفزيون الجزائري يضم حوالي 50 صحفي عامل يشرف عليه رئيس قسم ورئيس تحرير والإذاعة الوطنية بجميع قنواتها تضم 45 صحفي في الأقسام الرياضية، والصحافة الرياضية المكتوبة المتخصصة تضم حوالي 150 صحفي متخصص في الصحافة الرياضية.

الدراسة الاستطلاعية:

هي عبارة عن دراسة أولية يقوم بها الباحث على عينة صغيرة قبل قيامه ببحثه بهدف اختيار أساليب البحث وأدواته. وقد كانت دراستنا الاستطلاعية في بداية إنجاز هذا البحث ، قمنا بدراسة أولية في تحديد أفراد عينة الدراسة من المسؤولين ورؤساء التحرير فوق اختيارنا على هذه الفئة الأخيرة التي وجدنا فيها كل ما يخدم هذا البحث الذي أردنا منه أن نعرف كيف يمكن لتعدد وسائل الإعلام أن تقوم بالدور المطلوب من أجل استقطاب أكبر عدد من المؤسسات الاقتصادية للاستثمار في المجال الرياضي.

كما استفدنا من الدراسة الاستطلاعية في تصميم والتطبيق الأولى لأدوات الدراسة المتمثلة في استبيان موجه للإعلاميين العاملين بالأقسام الرياضية بوسائل الإعلام الجزائرية .

- أدوات البحث:

الدراسة النظرية:

من أجل دراسة إشكالية بحثنا التي هي بعنوان دور وسائل الإعلام الجزائرية في تشجيع المؤسسات الاقتصادية من أجل دخولها الاستثمار الرياضي في الجزائر.

اعتمدنا في دراستنا هذه على مجموعة من المراجع والمصادر من كتب ودراسات ورسائل وبحوث علمية التي لها علاقة مباشرة بموضوع بحثنا، أطروحات دكتوراه وبعض البحوث والمجلات العلمية المتخصصة والدراسات المتعلقة بنظريات التأثير الإعلام.

- الدراسة الميدانية:

اعتمدنا في دراستنا الميدانية على:

- استبيان موجه للصحفيين بالأقسام الرياضية بوسائل الإعلام الجزائرية

و يتكون هذا الاستبيان من أربع محاور، يحتوي كل محور على عدد معين الأسئلة بمجموع 20 سؤال.

مناقشة الفرضيات في ضوء نتائج الدراسة

• نتائج الفرضية الأولى والتي مفادها :

• تعدد القنوات الرياضية التلفزيونية يساهم في تقريب أصحاب المؤسسات الاقتصادية بالمشرفين على الأندية والهيئات الرياضية ويحفزهم على الاستثمار بها.

- تعدد تعدد القنوات الرياضية التلفزيونية مهم جدا في تشجيع الاستثمار الرياضي. فأغلبية المبحوثين من الصحفيين أكدوا على أهمية ذلك وبنسبة 100 بالمائة ، مما يفسر الأهمية الكبيرة التي يمكن أن تلعبها هذه القنوات الرياضية المتخصصة في إيصال

مفهوم وأهمية الاستثمار الرياضي ويسمح لهؤلاء المسؤولين والصحفيين من إيجاد مساحات وفضاءات متعددة ومتخصصة من أجل استقطاب أكبر عدد من المؤسسات الاقتصادية ، خاصة وان عالم الاحتراف أصبح يعتمد على الصورة المتخصصة التي تسمح له من جلب أكبر عدد من المتابعين.

لذا فإن الفرد عليه ألا يعتمد في استقاء معلوماته على وسيلة إعلامية واحدة فقط، بل عليه أن يتابع و يطالع كل ما يصدر في الكثير من الوسائل، فالذي ينشر في صحيفة ما قد لا تنشره صحيفة أخرى، بما يضمن تقديم خدمة إعلامية متميزة تحظى بثقة وتأييد الجمهور.

إنشاء قنوات فضائية خاصة للأندية الرياضية و السماح للأندية ببيع حق البث التلفزيوني في بعض البطولات التي تشترك فيه. - تعدد القنوات الرياضية المتخصصة تساعد بشكل كبير على إيصال مفهوم وأهمية الاستثمار الرياضي للمؤسسات الاقتصادية بنسبة 93.33 بالمائة، ويرجع اغلب المبحوثين ذلك إلى الفترة الزمنية الواسعة التي يمكن لهذه القنوات استغلالها بالإضافة إلى حرية الضيوف في النقاش في مثل هذه القنوات الرياضية البعيدة عن السياسة.

القائمون على وسائل الإعلام أكدوا على ضرورة تعدد القنوات التلفزيونية الرياضية المتخصصة، من أجل إيصال مفهوم وأهمية الاستثمار الرياضي لأصحاب المؤسسات الاقتصادية من خلال المساحات التي يمكن تخصيصها .

- أبدى أفراد عينة الدراسة من وسائل الاعلام حرصهم الكبير ،على أهمية تعدد القنوات الرياضية التلفزيونية ،خاصة في الجانب الرياضي، مؤكداين على ضرورة وجود قنوات تلفزيونية تعزز الثقة لدى هؤلاء المستثمرين في الدخول إلى الرياضة ، وقال لنا هؤلاء المبحوثين أن وجود وسائل إعلام جزائرية متخصصة في المجال الرياضي ، يشجع عملية الاستثمار ، وربط جهم تطور الاستثمار الرياضي بتعدد القنوات الرياضية التلفزيونية بصفة خاصة مثل ما هو موجود في العالم ، فغياب وسائل إعلام متعددة ومتخصصة مرتبة ومسموعة في الرياضة أخر كثيرا دخول المؤسسات الاقتصادية مجال الاستثمار الرياضي ، بالنظر لعملية الاستقطاب الكبيرة ، والمساحات ، والمواضيع التي تقدمها ، في فترة زمنية كافية ، بالإضافة إلى الكوادر المتخصصة التي يمكن أن توظفها بحكم التخصص، في هذه الوسائل الإعلامية المتعددة ، مقارنة بما هو موجود حاليا ، وما يشهده العالم من تحولات اقتصادية ورياضية ، أصبح الجميع يولي اهتمامه بالرياضة ، التي أصبحت مرتبطة بعامل الإعلام والمال .

- يرى أفراد عينة الدراسة من وسائل الاعلام ان تعدد القنوات الرياضية التلفزيونية ، يساهم بشكل جيد في طرح المواضيع التي ، تشخص وتعالج المشكلات التي تعاني منها المؤسسات الاقتصادية قصد الدخول إلى مجال الاستثمار الرياضي. من خلال مشاركتهم في هذه المواضيع ، والمساحات التي ستخصص لذلك ، وهذا يجبر القنوات الرياضية التلفزيونية المتعددة الاعتماد على الإعلاميين المتخصصين في مجال الاقتصاد الرياضي ، الذين بإمكانهم وصف العلاج المناسب ، والتشخيص الجيد ، و تقريب النوادي الرياضية بأصحاب المؤسسات الاقتصادية ومناقشة أهم الصعوبات التي تواجههم من خلال الوقت الكافي الذي يمكن لهذه الوسائل أن تمنحه لمعدي البرامج .

- كشف لنا أفراد عينة الدراسة من وسائل الاعلام ، أن الإطارات الرياضية المتخصصة في الإعلام الرياضي ، بإمكانها إعطاء دفعة قوية لتشجيع الاستثمار الرياضي في الجزائر، مؤكداين على ضرورة تواجدهم بقوة في وسائل الاعلام المختلفة ، فتعدد القنوات الرياضية التلفزيونية يساهم في طرح المواضيع التي تشجع على الاستثمار الرياضي، مما يتطلب وجود متخصصين في المجال الرياضي الاقتصادي لدى وسائل الاعلام.

إن التغيير المعرفي في المواقف يتطلب متخصصين قادرين على إقناع الجمهور ، فهو بعيد الجذور يمر بعملية تحول بطيئة تستغرق زمنا طويلا بتوفر وسائل إعلام متعددة ومتخصصة من خلالها توفير المساحات الواسعة ، فالإعلام الرياضي المتخصص في المجال الاقتصادي يؤثر في تكوين المعرفة الرياضية للأفراد من خلال عملية التعرض الطويلة المدى له، باعتباره مصدر من مصادر المعلومات الرياضية، فيقوم باجتثاث الأصول المعرفية القائمة.

فتعدد القنوات الرياضية التلفزيونية يساهم في طرح مواضيع تشجع على الاستثمار الرياضي ، وتساعد على وجود متخصصين في الاقتصاد الرياضي

الكفاءات الإعلامية المتخصصة، لها دور كبير في التعامل مع المؤسسات الاقتصادية ويسهل هذه المؤسسات في الدخول إلى عالم الاستثمار في المجال الرياضي .

• نتائج الفرضية الثانية والتي مفادها :

تعد القنوات التلفزيونية المتخصصة في الرياضة يساهم في كشف المعوقات الإدارية و التشريعية التي تؤثر على قرار أصحاب المؤسسات الاقتصادية في الاستثمار الرياضي.

- أغلب المبحوثين وبنسبة 95 بالمائة عبروا بأن القنوات التلفزيونية المتخصصة في الرياضة تساهم في تشجيع الاستثمار في المجال الرياضي ،خاصة بعد دخولنا الاحتراف

- القنوات التلفزيونية المتخصصة في الرياضة بإمكانها أن تتناول المواضيع التثقيفية الخاصة بالاستثمار الرياضي والمواضيع الإعلامية الخاصة بالاستثمار الرياضي ومواضيع الدعاية والإشهار للمؤسسات الاقتصادية وهذا يعطي معلومات تثقيفية للمؤسسات الاقتصادية قبل دخولها المجال الرياضي بالمقابل يعتبر حافز في استقطاب هذه المؤسسات

- القنوات التلفزيونية المتخصصة في الرياضة لها القدرة تقريب أصحاب المؤسسات الاقتصادية من الاطلاع الكامل على محتوى دفتر الشروط الخاص بالنوادي الرياضية من أجل تحديد موقفها و المساهمة بشكل فعال في إنعاش الاستثمار الرياضي داخلها من طرف المؤسسات الاقتصادية، بالإضافة إلى التعريف بتاريخ النوادي الرياضية والهيكل التي هي ملك لها حتى تصبح الفكرة أكثر وضوحا للمؤسسات الاقتصادية عند التقرب لهذه الفرق

- القنوات التلفزيونية المتخصصة في الرياضة لها القدرة على تخصيص مساحات كبيرة للأخبار الرياضية والانتقالات الخاصة باللاعبين ونتائج الفرق على بالإضافة إلى التعريف بأهمية الاستثمار الرياضي، الذي لا يعتبره أغلبية الصحفيين مادة إعلامية مهمة
- أغلب الإعلاميين العاملين بوسائل الإعلام يؤكدون على أهمية القنوات التلفزيونية المتخصصة في الرياضة في نشر ثقافة الاستثمار لدى المؤسسات الاقتصادية من خلال الكفاءات لكفاءات الإعلامية المتخصصة في إيصال مفهوم الاستثمار الرياضي.
- أغلب الإعلاميين العاملين بوسائل الإعلام أكدوا بنسبة 75 بالمائة ان الترويج عملية معقدة تعتمد على التكرار و الترسخ و تأثيرها يكون كبيرا جدا على الجمهور خاصة أصحاب المؤسسات الاقتصادية حيث تعزز لديهم الثقة في الاقتصاديات الرياضية ومن ثمة الاندفاع نحو الاستثمار في المجال الرياضي، وهذا لا يكون إلا في وجود القنوات التلفزيونية المتخصصة في الرياضة
- القنوات التلفزيونية المتخصصة في الرياضة لها القدرة في امتلاك أفكارا استثمارية رائدة لنشر هذه الثقافة لدى عموم المستثمرين. وهو ما يساعد عفي تشجيع الاستثمار الرياضي ، من خلال المواضيع التي سنتناولها والمساحات التي تمنحها تلك الوسائل .
- القنوات التلفزيونية المتخصصة في الرياضة لها القدرة على اطلاع المؤسسات الاقتصادية على مختلف تجارب وسائل الإعلام العالمية وهو ما يساعد عفي تشجيع الاستثمار الرياضي.
- القنوات التلفزيونية المتخصصة في الرياضة بإمكانها الاستعانة بالكوادر المتخصصة في مجال التسويق والاستثمار الرياضي وهو ما يساعد على استقطاب أكبر عدد من المؤسسات الاقتصادية الراغبة في الاستثمار.
- النتيجة العامة للدراسة
- تعدد القنوات التلفزيونية وتخصصها في الرياضة يساهم في تقريب أصحاب المؤسسات الاقتصادية بالمشرفين على الأندية والهيئات الرياضية ويحفزهم على الاستثمار بها. ، ويعطي الفرص المطلوبة لأصحاب المؤسسات الاقتصادية التعرف على النوادي الرياضية من أجل الاستثمار، وتساهم في كشف المعوقات الإدارية و التشريعية التي تؤثر على قرار أصحاب المؤسسات الاقتصادية في الاستثمار الرياضي. لها القدرة على استقطاب أصحاب المؤسسات الاقتصادية.
- وهو ما يعطينا صورة واضحة على أن تعدد القنوات التلفزيونية وتخصصها في الرياضة يلعب دور مهم في استقطاب المؤسسات الاقتصادية للاستثمار بالأندية الرياضية ، وهو ما أثبتته النتائج التي تحصلنا عليها مع أفراد عينة الدراسة من الصحفيين العاملين في الأقسام الرياضية من خلال استمارة الاستبيان .

قائمة المراجع

القرآن الكريم

المراجع باللغة العربية:

1. حسن أحمد الشافعي؛ الإعلام في التربية البدنية والرياضية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الاسكندرية 2003.
2. إبراهيم إمام؛ الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، دار المعارف الطبعة الأولى، لبنان 1990 .
3. السيد حنفي عوض؛ العلاقات العامة، الاتجاهات والمجالات ط 6 دار التوفيق، القاهرة 1987.
4. حجار مبروكي، حسين رحيم: الاستثمار الرياضي: معوقاته وحوافزه، مداخلة في المؤتمر العلمي الدولي الاول: تسيير الإدارة الرياضية في ظل إقتصاد السوق، 08-10 أبريل 2008.....
5. حسام رفقى؛ وسائل الإعلام عامل من عوامل التساب بالسلوك الرياضي، جامعة حلوان، القاهرة 1980 .
6. حسين يونس حسين : وسائل الاتصال الجماهيري في صنع القرار في المؤسسات الرياضية العراقية ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية التربية الرياضية ، جامعة بغداد، العراق، 2002 .
7. محمد الخير الشيخ، مقال في المجلة الالكترونية الاقتصادية، الجمعة 1432/11/9 هـ. الموافق 07 أكتوبر 2011 العدد 6570، الشركة السعودية للأبحاث والنشر.
8. مقابلة شخصية ، بختي زكرياء، نائب المدير العام والمكلف بالتسويق بمؤسسة ملبنة الحضنة بتاريخ 2012/05/06 الساعة الثانية مساء بمقر المؤسسة
9. محمد أكرم العدلوني، العمل المؤسسي، دار بن حزم، لبنان، الطبعة الأولى، 1423 هـ / 2002.
10. 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،
11. ناصر دادي عدون ، اقتصاد مؤسسة ، دار المحمدية العامة ، الجزائر ، الطبعة الأولى ، 1998.
12. ابن فارس، معجم مقاييس اللغة، ج1.
13. ابن منظور، لسان العرب، ج2.
14. أحمد عكاشة: الطب النفسي المعاصر، القاهرة، دار المعارف، 1976.
15. أحمد محمد رجب جبريل: ترويج البطولات والمباريات الرياضية باستخدام المفهوم الحديث للاستثمار، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة حلوان، القاهرة، 2000.
16. أديب خضور: الإعلام الرياضي، ط1، المكتبة الإعلامية، دمشق، 1994.

17. إسماعيل حامد عثمان: إدارة الأزمات الرياضية، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، 1998.
18. الطاهر حيدر حردان: مبادئ الاستثمار، عمان، دار المستقبل للنشر والتوزيع، 1997.
19. الهواري، سيد، (1982م)، الموسوعة العلمية والعملية للبنوك الإسلامية-الاستثمار، ط: بدون، مصر: الاتحاد الدولي للبنوك الإسلامية، ج6.
20. أنظر في ذلك الملاحق، الاتفاقيات والاتفاقات، منشورات الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار (ANDI)، الجزائر، ديسمبر 2004.
21. بوشافي بوعلام: " المنير في المحاسبة العامة"، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1996.
22. حسن أحمد الشافعي: الاستثمار والتسويق في التربية البدنية والرياضة، دار الدنيا للنشر، مصر، الطبعة الأولى، 2006.
23. خضور أديب: "الإعلام الرياضي"، دراسة علمية للتحليل الرياضي في الصحافة، الإذاعة والتلفزيون، ط 1، المكتبة الإعلامية، دمشق، 1994.
24. خير الدين علي عويس، عطا حسن عبد الرحمان: "الإعلام الرياضي"، ط 1، مركز الكتاب للنشر، الجزء الأول، القاهرة، 1998.
25. د. إسماعيل إبراهيم: الصحفي المتخصص، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2001م.
26. د. حسين عمر، الموسوعة الاقتصادية، الطبعة الرابعة الموسعة، دار الفكر العربي، القاهرة، 1992.
27. رحمون هلال، المحاسبة التحليلية نظام معلومات لتسيير ومساعدة على اتخاذ القرار في المؤسسة الاقتصادية، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية تخصص نفود ومالية كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2005.
28. رمضان، زياد، (1998م)، مبادئ الاستثمار (الحقيقي والمالي)، ط1، عمان: دار وائل..
29. سحر محمد وهبي: بحوث في الاتصال، سلسلة دراسات وبحوث إعلامية، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 1996
30. صيام، أحمد زكريا، (1997م)، مبادئ الاستثمار، ط1، عمان: دار المناهج.
31. عبد اليمين بوداود: مناهج البحث العلمي في علوم وتقنيات النشاط البدني الرياضي، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، الجزائر، 2010.
32. عبد الرحمن حمود العناد: مقال بعنوان الإعلام الرياضي والتربية الوطنية، قسم الإعلام في كلية الآداب بجامعة الملك سعود.
33. عزت الكاشف: اقتصاديات التربية البدنية والرياضية، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة، 1996.
34. عصام يدوي: موسوعة التنظيم والإدارة في التربية البدنية والرياضية، ط 1، القاهرة 2001.
35. عماد حسن مكاي، الاتصال ونظرية المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998.
36. عماري احمد: " النظام القانوني للوحدات الاقتصادية في الجزائر"، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر .
37. عمر صخري، مبادئ الاقتصاد الجزئي الودوي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1986.
38. عمر صخري، اقتصاد المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، الطبعة الثانية، 1993 .
39. محمد الحماحمي، أحمد سعيد، الإعلام التربوي في مجالات الرياضة واستثمار أوقات الفراغ، مركز الكتاب للنشر، ط 1، القاهرة، 2006.
40. محمد الصغير بعلي: المؤسسات العمومية الاقتصادية في التشريع الجزائري، المعهد الوطني للدراسات والبحوث النقابية، كتيب رقم 2، ديسمبر 1988.
41. محمد بلقاسم حسن بهلول: " الجزائر بين الأزمة الاقتصادية والأزمة السياسية"، منشورات دحلط، الجزائر، 1993.
42. محمد سليمان الطماوي: " الوجيز في القانون الإداري دراسة مقارنة"، دار الفكر العرب، سنة 1974.
43. محمد طلال وآخرون: ملاحظات منهجية حول البحوث الإعلامية في الوطن العربي، السنة الثانية، العدد 2 سبتمبر 1982.
44. محمد عبد الرحمان الضيف: تأثير وسائل الإعلام، دراسة في النظريات و الأساليب، مكتبة العبيكان، الرياض، 1994.
45. محمد، محمد سامي، (1966م)، مبادئ الاستثمار، ط: بدون، المطبعة السلفية.
46. ناصر داداي عدون، "اقتصاد المؤسسة"، الطبعة 1، دار المحمدية العامة، الجزائر، 1998.
47. نيل . د ، وتاليور: "في غرفة الأخبار"، (ترجمة: حمدي عباس)، الدار الدولية، القاهرة، 1990م.
48. جميل أحمد توفيق: "الاستثمار وتحليل الأوراق المالية"، دار المعارف بمصر
49. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2004.
50. أ.د. بوداود عبد اليمين، د عطاء الله أحمد: المرشد في البحث العلمي لطلبة التربية البدنية والرياضية، الديوان الوطني للمطبوعات الجامعية، الجزائر، 2009.
51. عمار بوحوش ومحمد دينيابات: منهج البحث العلمي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1995.

المراجع باللغة الفرنسية:

2. <http://www.uaegoal.com/vb/showthread.php?t=71325>
3. JEAN LONGATTE, ECONOMIE D'ENTREPRISE,
4. JEAN LONGATTE, JACQUES MULLER, ECONOMIE D'ENTREPRISE, DUNOD, PARIS 2004.
5. laeks menique. Autogestion ouvriere et pourvoir politique en algerie . 1962-1965 . e.di.paris.1970 .
6. LASARY, comptabilité analytique, Imprimere Es- Salem , Alger, 2001.
7. PIERRE CONSO, LA , 8^{EME} EDITION, DUNOD, PARIS 2000.
8. PIERRE CONSO, LA GESTION FINANCIERE DE L'ENTREPRISE, 8EME EDITION, DUNOD, PARIS 2000.
9. Published by the International Olympic Committee – July 2011 , www.olympic.org
abdelmadjid bouzidi .question actuelles sur la planification en algerie . enal . 1984.