

# 1. دور الإعلام الرياضي الجزائري في إنجاح سوق انتقالات اللاعبين وطنيا.

## - مثال كرة القدم -

د. فوقية إبراهيم ؛ د. سميرة زعيمين ، أ.د. فراحتية صبيرة

### الملخص :

هدفت الدراسة للتعرف على دور الإعلام الرياضي الجزائري في إنجاح سوق انتقالات اللاعبين وطنيا من خلال التعرف على آراء رؤساء الفرق واللاعبين الناشطين في الأدوار المتقدمة والذين يعتبرون أهم المعنيين بهذا الأمر بحيث هل لها دور في الترويج للاعبين في الانتقالات بين الفرق، وهل لذلك أهمية في رفع قيمة اللاعبين في سوق الانتقالات.

وهذا من خلال دراسة ميدانية وصفية على رؤساء فرق ولاعبي (القسم الممتاز؛ القسم الأول؛ القسم الثاني) لرياضة كرة القدم بالغرب الجزائري البالغ عددهم 05 رؤساء و60 لاعبا؛ و توصلت النتائج لما يلي:

- للإعلام الرياضي الجزائري دور فعال في إنجاح سوق الانتقالات للاعبين بين الفرق وطنيا.

- من شأن الإعلام الرياضي الرفع من قيمة اللاعبين خلال سوق الانتقالات.

### ABSTRACT

notre étude visait l'identification du rôle des médias sportives algériennes dans la réussite du marché national des transferts, en identifiant les opinions des chefs d'équipes et des acteurs actifs, considérés comme les acteurs les plus importants afin de favoriser les transferts entre les équipes. Les joueurs sur le marché des transferts

cette étude descriptive c'était sur une population des président et des joueurs des équipes d'ouest algérien qui participe en excellence et division 02 professionnel, ou elle compté une joueurs ; et la nous sommes arrivés au résultats suivantes :60échantillon de 05 président et

- Les médias sportifs algériens jouent un rôle actif dans la création du marché des transferts entre les équipes nationales.

- Les médias sportifs augmenteront la valeur des joueurs sur le marché des transferts.

## 1. مقدمة:

إن الغرض الأسمى لكل الرياضيين عامة ولاعب كرة القدم خاصة هو إبراز أحسن المستويات من خلال الأداء الأفضل والمتواصل وذلك للحفاظ على النجومية و تحقيق الألقاب من جهة وليصبح وجهة نظر كل الفرق والأعرق منها خاصة.

فبالإضافة للتدريب الجيد، تدخل العديد من العوامل حيث نجد العديد من اللاعبين المرموقين والذين ليس لهم حظا جيد في سوق الانتقالات سواء الوطنية أو الدولية على غرار اللاعب الدولي الجزائري رياض محرز الذي ورغم الضجة الكبيرة التي أحدثتها في سوق الانتقالات إلا أنه لم يحض بالانتقال لفريق كبير، بالرغم من تأكد العالم بأسره من المستوى الكبير الذي يديه سواء مع فريقه أ أو مع المنتخب الوطني؛ وهذا اللاعب ليس إلا حالة من العديد من اللاعبين الذين إنضرت مواهبهم ومستوياتهم واللاعبون الجزائريون والعرب خير دليل على ذلك إذا ما قورنوا مع العديد من اللاعبين الذين ينشطون في فرق كبيرة.

وهنا يظهر لنا متغير مهم ومحدد لمسار اللاعبين وانتقالاتهم للفرق على الصعيد العلمي ألا وهو وسائل الإعلام الرياضية، حيث نلاحظ أنه وبمجرد اقتراب فترات الانتقالات بأنواعها إلا وتحدث ضجة كبيرة أبطالها وسائل الإعلام حيث صاروا يوجهون وبشكل واضح في سوق انتقالات اللاعبين بين الفرق.

من هنا تبينت معالم دراستنا من خلال البحث عن التعرف على مدى مساهمة الصحافة الرياضية الجزائرية في سوق التنتقالات ومقارنته مع المستوى العلمي.

## 2. الاطار العام للدراسة :

### 2-1 مشكلة الدراسة:

- التساؤل الرئيسي:

\* هل تلعب وسائل الإعلام الرياضية الوطنية دورا فعالا في إنجاح سوق انتقالات اللاعبين؟

- التساؤلات الفرعية:

\* هل يساهم الإعلام الرياضي الجزائري في سوق الانتقالات للاعبين بين الفرق وطنيا؟

\* هل من شأن الإعلام الرياضي الرفع من قيمة اللاعبين خلال سوق الانتقالات؟

### 2-2 هدف الدراسة:

هدفت الدراسة للتعرف على دور الإعلام الرياضي الجزائري في إنجاح سوق انتقالات اللاعبين وطنيا من خلال التعرف على آراء رؤساء الفرق واللاعبين الناشطين في الأدوار المتقدمة والذين يعتبرون أهم المعنيين بهذا الأمر بحيث هل لها دور في الترويج للاعبين في الانتقالات بين الفرق، وهل لذلك أهمية في رفع قيمة اللاعبين في سوق الانتقالات.

### 2-3 فرضيات الدراسة:

- الفرضية العامة:

\* تلعب وسائل الإعلام الرياضية الوطنية دورا فعالا في إنجاح سوق انتقالات اللاعبين.

### - الفرضيات الفرعية:

- \* يساهم الإعلام الرياضي الجزائري في سوق الانتقالات للاعبين بين الفرق وطنيا.
- \* من شأن الإعلام الرياضي الرفع من قيمة اللاعبين خلال سوق الانتقالات.

### 3- الاجراءات الميدانية للدراسة :

#### 3-1 الدراسة الاستطلاعية:

بعد وضع أسئلة كل استبيان، وتحديدها في محاور حسب العلاقة الوطيدة بكل فرضية فرعية وكل عينة، قمنا بتوزيع الاستبيانات على الشكل التالي:

- استبيانين على رئيس فريق من مجتمع البحث.
- 10 لاعبين؛ وذلك بغرض:
  - الوقوف على مجتمع البحث للإشكال المطروح.
  - تجربة وسائل البحث وتدارك النقائص.
  - التأكد من صلاحية كل استبيان.
  -

#### 3-2 منهج البحث:

لقد اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي المسحي في دراستنا هذه لأنه الأنسب لمثل هذه البحوث من خلال الاعتماد على الاستبيان كوسيلة أساسية لاستطلاع آراء عينة البحث، أي دراسة الظاهرة كما هي دون التغيير في الوقائع لاستكشاف الحقيقة؛ حيث يعتبر المسح واحدا من المناهج الأساسية بل أكثرها شيوعا في البحوث الوصفية حيث يعتبر دراسة شاملة مستعرضة ومنظمة لجمع البيانات وتحليل وتفسير الوضع الراهن لموضوع ما في بيئة محددة ووقت معين، أي ينصب على الوقت الحاضر (فاطمة عوض صابر؛ ميرفت علي خفاجة، 2002، صفحة 89).

#### 3-3 مجتمع وعينة البحث:

شملت عينة بحثنا رؤساء فرق ولاعبين (القسم الممتاز؛ القسم الثاني) لرياضة كرة القدم بالغرب الجزائري البالغ عددهم 05 رؤساء و30 لاعبا.

#### 3-4 مجالات البحث:

- أ- المجال البشري: شمل المجال البشري 05 رؤساء و60 لاعبا لفرق (القسم الممتاز؛ القسم الثاني) لرياضة كرة القدم بالغرب الجزائري.
- ب- المجال المكاني: أجريت الدراسة ببعض ولايات الغرب الجزائري.
- ج- المجال الزمني: أجريت الدراسة بين شهري جانفي و فيفري 2018.

#### 3-5 متغيرات البحث:

- أ- المتغير المستقل: الإعلام الرياضي الجزائري.

ب- المتغير التابع: نجاح سوق الانتقالات.

### 3-6 اجراءات تطبيق البحث وجمع البيانات:

- بعد التقرب من الفرق، قمنا بزيارة الفرق.
- أخذ عينة من الرؤساء واللاعبين.
- توزيع الاستبيان على كل فئة.
- جمع نتائج الإجابات وتحليلها إحصائيا.

### 3-7 أدوات البحث:

- تقديم استبيان لكل فئة من أفراد العينة على حدا.

3-8 الوسائل الإحصائية: تم الاعتماد على مجموعة من الوسائل الإحصائية التي تلاءم بحتنا: وهي كالتالي:

أ- العمليات الثلاثية: وذلك لتحليل أجوبة عينة البحث على كل سؤال وتحويل القيم إلى نسب من أجل التحليل الإحصائي.

### 3. عرض ومناقشة وتفسير النتائج :

الفرضية الجزئية الأولى: يساهم الإعلام الرياضي الجزائري في سوق الانتقالات للاعبين بين الفرق وطنيا.

السؤال: ماهو رأيكم في سوق انتقالات اللاعبين؟

على حسب	عشوائي	منتظم	
35%	65%	00	الرؤساء
35%	60%	05%	اللاعبين

الجدول رقم 01: بين وجهة نظر عناصر عينة البحث حول سوق انتقالات اللاعبين.

### تحليل النتائج:

من خلال عرض نتائج الجدول رقم 01 تبين أن أغلب الرؤساء واللاعبين يرون بأن سوق الانتقالات غير منتظم وطنيا.

الفرضية الجزئية الأولى: يساهم الإعلام الرياضي الجزائري في سوق الانتقالات للاعبين بين الفرق وطنيا.

السؤال: ماهي أهم العوامل المؤثرة في سوق انتقالات اللاعبين (شطب كل الإجابات المناسبة)؟

عوامل أخرى	وسائل الاعلام	وكيل الاعمال	حاجة الفرق	مستوى اللاعبين	
	60%	35%	100%	100%	الرؤساء
	60%	60%	100%	100%	الاعبين

الجدول رقم 02: بين وجهة نظر عناصر عينة البحث حول أهم العوامل المؤثرة في سوق انتقالات اللاعبين.

تحليل النتائج:

يرى عناصر عينة البحث أن مستوى اللاعبين وحاجات الفرق هي أهم العوامل التي تأتي في المرتبة الأولى في سوق الانتقالات وتؤثر في ذلك كل من وسائل الإعلام الرياضية وتليها وكيل أعمال اللاعبين.

الفرضية الجزئية الأولى: يساهم الإعلام الرياضي الجزائري في سوق الانتقالات للاعبين بين الفرق وطنيا.

السؤال: هل يمكن لوسائل الإعلام الرياضية التأثير في سوق الانتقالات؟

أحيانا	لا	نعم	
00	00	100%	الرؤساء
00	00	100%	الاعبين

الجدول رقم 03: بين وجهة نظر عناصر عينة البحث حول إمكانية تأثير وسائل الإعلام الرياضية في سوق انتقالات

تحليل النتائج:

يرى كل عناصر عينة البحث أن لوسائل الإعلام الرياضية تأثير في سوق الانتقالات.

الفرضية الجزئية الأولى: يساهم الإعلام الرياضي الجزائري في سوق الانتقالات للاعبين بين الفرق وطنيا.

السؤال: هل يمكن أن يكون دورها فعالا في سوق الانتقالات؟

أحيانا	لا	نعم	
00	00	100%	الرؤساء
00	00	100%	الاعبين

الجدول رقم 04: بين وجهة نظر عناصر عينة البحث حول أهمية دور وسائل الإعلام الرياضية في سوق انتقالات

## تحليل النتائج:

يرى كل عناصر عينة البحث أن لوسائل الإعلام الرياضية دور فعال في سوق الانتقالات.

الفرضية الجزئية الأولى: يساهم الإعلام الرياضي الجزائري في سوق الانتقالات للاعبين بين الفرق وطنيا.

السؤال: كيف يكون دورها فعالا في سوق الانتقالات؟

التقارير	الإشهارات	الحصص الرياضية	تتبع الأحداث	
%100	%100	100%	%100	الرؤساء
100%	100%	100%	100%	اللاعبين

الجدول رقم 05: يبين وجهة نظر عناصر عينة البحث حول كيفية تأثير وسائل الإعلام الرياضية في سوق انتقالات

## تحليل النتائج:

يرى كل عناصر عينة البحث أن وسائل الإعلام الرياضية تلعب دورا فعالا في سوق الانتقالات من خلال التقارير الرياضية

عن أداء اللاعبين؛ والإشهارات والحصص الرياضية لتحليل لعب الفرق واللاعبين ما يزيد في حدة التنافس.

الفرضية الجزئية الأولى: يساهم الإعلام الرياضي الجزائري في سوق الانتقالات للاعبين بين الفرق وطنيا.

السؤال: هل تلعب الصحافة الوطنية نفس دور نظيرتها الدولية في ذلك؟

نعم	لا	دورها ناقص	نوعا ما	
%00	%10	100%	00	الرؤساء
00%	20%	100%	00	اللاعبين

الجدول رقم 06: يبين مقارنة دور وسائل الإعلام الوطنية بالعالمية

## تحليل النتائج:

يرى كل عناصر عينة البحث أن دور وسائل الإعلام الرياضية الجزائرية يبقى ناقصا مقارنة بنظيرتها العالمية.

- مناقشة النتائج مع الفرضية الفرعية الأولى:

من خلال عرض وتحليل نتائج الجداول (06-01) تبين أن لوسائل الإعلام دور فعال في سوق الانتقالات للاعبين إلا أن دورها يبقى ناقصا في الجزائر مقارنة بالصحافة الرياضية العالمية ما أدى لتصديق الفرضية الجزئية الأولى مع التحفظ على نسبة المساهمة مقارنة مع الصحافة العالمية.

الفرضية الجزئية الثانية: من شأن الإعلام الرياضي الرفع من قيمة اللاعبين خلال سوق الانتقالات.

السؤال: هل يمكن للإعلام الرياضي المساهمة في رفع سوق الانتقالات؟

نوعا ما	لا	نعم	
10%	%00	90%	الرؤساء
00	%Y00	100%	اللاعبين

الجدول رقم 07 : يبين مدا مساهمة الإعلام الرياضي المساهمة في رفع سوق الانتقالات

تحليل النتائج:

يرى أغلب عناصر عينة البحث أنه للإعلام الرياضي المساهمة في رفع سوق الانتقالات.

الفرضية الجزئية الثانية: من شأن الإعلام الرياضي الرفع من قيمة اللاعبين خلال سوق الانتقالات.

السؤال: كيف ذلك؟

عوامل أخرى	التصريح بالفرق المهمة	مغتابة مستوى اللاعبين	الترويج للاعبين	
10%	%20	%100	90%	الرؤساء
00	%30	%100	100%	اللاعبين

الجدول رقم 08 : يبين كيفية مساهمة الاعلام الرياضي في الرفع من قيمة اللاعبين في الانتقالات

تحليل النتائج:

يرى أغلب عناصر عينة البحث أنه للإعلام الرياضي المساهمة في رفع سوق الانتقالات من خلال الترويج للاعبين ومتابعة مستواهم؛ وكذا التصريح بالمبالغ المطلوبة والفرق المهمة ما يدفع للتنافس أكثر.

• مناقشة النتائج مع الفرضية الفرعية الأولى:

من خلال عرض وتحليل نتائج الجداول (08-07) تبين أن لوسائل الإعلام دور فعال في رفع سوق الانتقالات للاعبين، ما أدى لتصديق الفرضية الجزئية الثانية.

#### • مناقشة النتائج مع الفرضية الفرعية الرئيسية:

من خلال تحليل ومناقشة أجوبة عناصر عينة البحث، وبعد التأكد من صدق الفرضيتان الجزئيتان تم الوصول لتصديق الفرضية الرئيسية (تلعب وسائل الإعلام الرياضية الوطنية دورا فعالا في إنجاح سوق انتقالات اللاعبين)، حيث تبين أن وسائل الإعلام الرياضية الوطنية دورا فعالا في إنجاح سوق انتقالات اللاعبين وخاصة في كرة القدم.

#### 4. استنتاجات واقتراحات :

- للإعلام الرياضي الجزائري دور فعال في إنجاح سوق الانتقالات للاعبين بين الفرق وطنيا.
- من شأن الإعلام الرياضي الرفع من قيمة اللاعبين خلال سوق الانتقالات.

ومنه نقترح ما يلي:

- الحث على إجراء بحوث أكثر في هذا المجال.
- الحث على الاحتكاك مع الصحافة الرياضية العالمية في هذا المجال.
- تنظيم ملتقيات وندوات تبين أهمية الإعلام الرياضي في كل الجوانب بهدف الارتقاء بمستوى الرياضة الوطنية عامة وكرة القدم خاصة.

#### 5. المصادر والمراجع :

- فاطمة عوض صابر؛ ميرفت علي خفاجة. (2002). أسس ومبادئ البحث العلمي. الإسكندرية، مصر: مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية.
- أمر الله أحمد البساطي. (2001). التدريب البدني الوظيفي في كرة القدم. الإسكندرية: دار الجامعة الجديدة للنشر.
- أحمد نصر الدين سيد. (2003). فيسيولوجيا الرياضة نظريات وتطبيقات. ط1. القاهرة: دار الفكر العربي.
- أبو العلاء أحمد عبد الفتاح. أحمد نصر الدين سيد. (1993). فيسيولوجيا اللياقة البدنية. ط1. القاهرة: دار الفكر العربي.
- محمد داود الربيعي وآخرون. (2018). أسس البحث العلمي. ط1. عمان: دار ضياء للنشر والتوزيع