

دور الإعلام الرياضي في تنمية روح المواطنة لدى الشباب -الجزائري دراسة ميدانية على الطلبة الجامعيين-

د. جمال درير

جامعة الجزائر3

drirdjamel2006@gmail.com

الملخص:

لقد عرفت الجزائر في السنوات الأخيرة ظهور أشكال جديدة لتعبير الشباب عن وطنيتهم، كنتاج لإقبالهم على متابعة المنافسات الرياضية المختلفة والتي زرعت شكل جديدا من المناصرة والمتابعة والاهتمام، مثل فيها حب الوطن والافتخار بالانتماء إليه الوسيلة المثلى لذلك، وقد كان للإعلام عامة والإعلام الرياضي على وجه الخصوص الدور الأهم في بروز هذه الظاهرة، فنقل صور الشباب وهم يحملون الأعلام والرايات الوطنية ويرددون الأناشيد والأغاني الوطنية والدعوة إلى الانتظام والدفاع عن الوطن ومكتسباته وقيمه والافتخار بالانتماء إليه... إلى غير ذلك من المشاهد التي نقلها الإعلام الرياضي زرعت في الشباب الجزائري قيم المواطنة الحقيقية والتي عجزت الأحزاب السياسية عن نشرها بين أفراد المجتمع الجزائري عامة والشباب على وجه الخصوص .

وفي هذا الإطار قمنا بهذه الدراسة الميدانية للوقوف على مدى مساهمة وسائل الإعلام الرياضي المختلفة وبشتى أنواعها التقليدية

والجديدة في تنمية روح المواطنة لدى الشباب الجزائري، معتمدين في ذلك على الطلبة الجامعيين كنموذج للدراسة.
الكلمات المفتاحية: وسائل الإعلام، الإعلام الرياضي، الشباب الجزائري، المواطنة.

Résumé :

L'Algérie a vu ces dernières années l'émergence de nouvelles formes d'expression des jeunes de leur patriotisme, résultat de leur engouement pour la poursuite des différentes compétitions sportives ce qui a semé une nouvelle forme de supporter et suivre, telles que l'amour du pays et la fierté de lui appartenir la meilleure façon, l'information en générale et l'information sportive d'une façon particulière en pour important rôle dans l'émergence de ce phénomène, le transfert d'images de jeunes gens portant des drapeaux et qui fredonne des chants patriotiques nationales et qui appelle à s'organiser et à défendre la nation et ses acquis et ses valeurs et la fierté de lui appartenir... Toutes ces scènes qui ont été retransmise par les médias sportifs ont semé chez les jeunes algériens les vrais valeurs de citoyenneté là ou les partis politiques ont échoué à sa diffusion parmi les jeunes et la société algérienne en général.

Dans ce contexte, vient cette étude sur le terrain pour déterminer l'étendue de la contribution des différents médias sportifs, en

particulier les médias traditionnelles et modernes dans le développement de l'esprit de la citoyenneté chez les jeunes algériens, en s'appuyant sur les étudiants comme un modèle pour l'étude.

Mots-clés: les médias, les médias sportives, la jeunesse algérienne, la citoyenneté.

مقدمة:

يعد مفهوم المواطنة من المفاهيم القديمة المتجددة التي يتم طرحها والحديث عنها في كل مرة، ذلك أن المواطنة تمثل مسؤولية جماعية تشترك في إيجادها مجموعة واسعة من الهيآت والمؤسسات الاجتماعية والسياسية والدينية والثقافية للأسرة والمدرسة والمسجد والنوادي الثقافية والعلمية والأحزاب السياسية ومختلف جمعيات ومنظمات المجتمع المدني ووسائل الإعلام... كلها مطالبة بالمساهمة في زرع وتنمية قيم وروح المواطنة بين أفراد المجتمع، غير أن أداء بعض هذه المؤسسات قد تقلص عما كان عليه في السابق، وضعف تأثيرها بشكل كبير بين أفراد المجتمع عموما ولدى فئة الشباب على وجه الخصوص ولاسيما عند الشباب الجزائري، فرغم وجود تشكيلة واسعة من الأحزاب السياسية في الجزائر وعدد هائل من الجمعيات ومنظمات المجتمع المدني المختلفة غير أن مساهمتها في إيجاد وتنمية مظاهر المواطنة باتت شبه محدودة، وفي مقابل ذلك فقد تضاءل الدور الذي تقوم به مؤسسات أخرى وفي مقدمتها وسائل الإعلام التي أضحت اليوم تمثل المصدر الأول لمعارف الأفراد، قيمهم ومن ثمة سلوكياتهم، وإذا كان ما ينشر عبر وسائل الإعلام عامة يسهم بشكل أوبآخر في تنمية روح المواطنة في المجتمع، فإن ما يقدمه الإعلام الرياضي على وجه الخصوص وفي الوقت الراهن يعتبر من

أبرز العوامل المشجعة على تنمية روح المواطنة لدى الشباب الجزائري، وخاصة عندما يتعلق الأمر بتمثيل الوطن في المنافسات المختلفة. فلقد عرفت الجزائر في السنوات الأخيرة ظهور أشكال جديدة لتعبير الشباب عن وطنيتهم، كنتاج لإقبالهم على متابعة المنافسات الرياضية المختلفة والتي زرعت شكل جديدا من المناصرة والمتابعة والاهتمام، مثل فيها حب الوطن والافتخار بالانتماء إليه الوسيلة المثلى لذلك، وقد كان للإعلام عامة والإعلام الرياضي على وجه الخصوص الدور الأهم في بروز هذه الظاهرة، فنقل صور الشباب وهم يحملون الأعلام والرايات الوطنية ويرددون الأناشيد والأغاني الوطنية والدعوة إلى الانتظام والدفاع عن الوطن ومكتسباته وقيمه... إلى غير ذلك من المشاهد التي نقلها الإعلام الرياضي زرعت في الشباب الجزائري قيم المواطنة الحقيقية والتي عجزت الأحزاب السياسية عن نشرها بين أفراد المجتمع الجزائري عامة والشباب على وجه الخصوص ، وفي هذا السياق تأتي دراستنا الميدانية هذه للوقوف على مدى مساهمة الإعلام الرياضي وبشتى أنواعه ووسائله في تنمية روح المواطنة لدى الشباب الجزائري.

إشكالية الدراسة:

إذا كانت المواطنة في أبسط تعريفاتها تعبر عن ما يمتلكه الأفراد من أفكار ومعارف عن وطنهم، وما يحملونه من قيم وأحاسيس ومواقف

وانطباعات تعبر عن حبهم وميلهم إلى وطنهم، مع ممارسة سلوكيات وأفعال تعكس تلك الأفكار والمعارف والقيم والأحاسيس وتؤكد على حبهم وولائهم وانتمائهم إلى وطنهم (العامر، 2003)، فإن أي محاولة تفكير في تنمية وتدعيم قيم وروح المواطنة يجب أن تمر من خلال تنمية المعارف والقيم والسلوكيات، لذلك فإن مختلف مؤسسات التنشئة الاجتماعية ومنظمات وهيآت المجتمع المدني وكذا المؤسسات السياسية الرسمية مطالبة بوضع برامج تلبي تلك الغاية.

وفي هذا الإطار يبرز جليا الدور الذي يمكن أن تقوم به وسائل الإعلام عامة والإعلام الرياضي على وجه الخصوص في زرع وتدعيم قيم المواطنة الحقيقية بين أفراد المجتمع كافة بما فيهم فئة الشباب، وهذا ما يؤكد لنا واقع المجتمع الجزائري فنقل صور الشباب الجزائري وهم يحملون الرايات الوطنية ويرددون الأناشيد والأغاني الوطنية في أسمى أشكال التعبير عن سلوك المواطنة الفعالة يؤدي إلى ترسيخ هذه القيم والسلوكيات في أذهان الشباب، غير أن الوقوف عند حجم وطبيعة التأثير الذي يحدثه الإعلام الرياضي على الشباب الجزائري ومعرفة مدى مساهمته في تنمية وتدعيم روح المواطنة يحتاج إلى العديد من الدراسات، وخاصة في ظل تعدد أشكال الإعلام الرياضي وتنوع أنماطه ووسائله بين تقليدية مألوفة وأخرى جديدة مرتبطة بشبكة الانترنت،

وعليه تأتي دراستنا الميدانية هذه للتعرف على مدى مساهمة الإعلام الرياضي في تنمية روح المواطنة عند الشباب الجزائري مع الاعتماد على فئة الطلبة الجامعيين كفئة ممثلة للشباب الجزائري وطلبة جامعة الجزائر 3 كنموذج للدراسة، وبناء على ذلك نطرح وكمدخل لهذا البحث الإشكالية التالية:

إلى أي مدى يساهم الإعلام الرياضي الجزائري وبشتى وسائله التقليدية والجديدة في تنمية روح المواطنة لدى طلبة جامعة الجزائر 3؟
وتنبثق عن هذه الإشكالية التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هي طبيعة متابعة طلبة جامعة الجزائر 3 للإعلام الرياضي الجزائري؟

- إلى أي مدى يساهم الإعلام الرياضي الجزائري في تدعيم معارف طلبة جامعة الجزائر 3 عن وطنهم؟

- إلى أي مدى يساهم الإعلام الرياضي الجزائري في زرع وتدعيم قيم ومشاعر وأحاسيس المواطنة عند طلبة جامعة الجزائر 3؟

- إلى أي مدى يساهم الإعلام الرياضي الجزائري في إيجاد وتدعيم السلوكيات والممارسات والأفعال التي تعكس روح المواطنة لدى طلبة جامعة الجزائر 3؟

أهمية الدراسة:

تكتسي هذه الدراسة أهمية بالغة سواء من الناحية العلمية أو العملية كونها تهتم بمعالجة موضوع بات يشكل اهتمام الكثيرين في الوقت الراهن، فالعمل على تنمية روح المواطنة لدى أفراد المجتمع الجزائري والشباب بصفة خاصة يعتبر من أبرز واجبات مؤسسات التنشئة الاجتماعية المختلفة حاليا، وعليه تأتي هذه الدراسة للوقوف على مدى مساهمة وسائل الإعلام عموما والإعلام الرياضي على وجه الخصوص في زرع وتدعيم روح المواطنة لدى الشباب الجزائري، إذ يمكن لهذه الدراسة أن تكشف عن حجم الدور الذي يقوم به الإعلام الرياضي في هذا المجال ويمكنها أن توضح لنا مدى تأثير الشباب الجزائري بما يعرض عبر الإعلام الرياضي وانعكاس كل ذلك على معارفهم وقيمهم وسلوكياتهم المرتبطة بمظاهر المواطنة على أرض الواقع.

أهداف الدراسة:

ونسعى من خلال إجراء هذه الدراسة إلى بلوغ الأهداف التالية:

- التعرف على طبيعة متابعة الإعلام الرياضي بشتى وسائله التقليدية والجديدة من قبل الشباب الجزائري.
- التعرف على مدى مساهمة الإعلام الرياضي في زيادة معارف الشباب الجزائري عن وطنهم.

- التعرف على مدى مساهمة الإعلام الرياضي في تدعيم قيم ومشاعر المواطنة لدى الشباب الجزائري.
- التعرف على مدى مساهمة الإعلام الرياضي في إيجاد السلوكيات والممارسات التي تعكس روح المواطنة لدى الشباب الجزائري.
- التعرف على أشكال وصور تعبير الشباب الجزائري على وطنيتهم ومدى مساهمة الإعلام الرياضي في إيجادها.

4- الخلفية النظرية للدراسة:

لقد اعتمدنا في دراستنا هذه على نظرية الغرس الثقافي كنظرية رئيسية للتحليل، وهي نظرية برزت في عقد السبعينيات من القرن الماضي في الولايات المتحدة الأمريكية، من خلال الأبحاث التي قام بها جورج جيربزر " والتي كان يسعى من ورائها إلى إقامة الدليل الإمبريقي على تأثير وسائل الإعلام على "George Gerbner البيئية الثقافية للأفراد، وعلى الرغم من أن نظرية الغرس قد وضعت أسسها وفروضها الأولى بناء على البحوث الخاصة بانتشار العنف والجريمة باعتباره نتيجة للتعرض المكثف للتلفزيون، إلا أن الباحثين يؤكدون على أن الاستفادة من هذه النظرية يجب أن لا تتوقف عند هذا الحد وإنما يمكن الاعتماد عليها لفهم تأثير التلفزيون ووسائل الإعلام الأخرى في رسم مدركات الأفراد والجماعات عن العالم الخارجي (عبد

الحميد، 1997، ص 266)، كما اعتمدنا وفي سياق محدود على ما جاءت به نظرية الاستخدامات والإشباع في تحليل بعض النتائج.

5- منهج وأدوات الدراسة:

تدخل هذه الدراسة ضمن الدراسات المسحية وذلك لكوننا اعتمدنا على المنهج المسحي كمنهج للدراسة حيث يتيح لنا المنهج المسحي إمكانية جمع البيانات من مجتمع البحث، ويساعد في الكشف عن العلاقات الموجودة بين المتغيرات ويسمح بوصفها وتحليلها وتفسيرها ومن ثمة استخلاص النتائج وتعميمها (صابر وخفاجة، 2002، ص 89)، ومن أجل ذلك فقد اعتمدنا على أداة الاستمارة الإستبائية كأداة رئيسية لجمع البيانات من مختلف مفردات العينة محل الدراسة.

حيث تكونت الاستمارة النهائية للدراسة من 4 محاور أساسية بالإضافة إلى محور للبيانات الشخصية، وبلغ عدد أسئلة الاستمارة النهائية 20 سؤالاً إلى جانب البيانات الشخصية، وقد تم تحكيم أداة الاستمارة من قبل مجموعة محكمين وذلك من أجل التأكد من ملاءمتها وتوافقها مع متطلبات البحث.

6- مجتمع وعينة الدراسة:

ونظراً لاتساع حجم مجتمع البحث الذي يمثل جميع طلبة جامعة الجزائر (3) عبر كلياتها الثلاث ومعهد التربية البدنية والرياضية، فإن

القيام بمسح شامل لكل مفردات مجتمع البحث يعتبر أمرا في غاية الصعوبة إذ يتطلب إمكانيات مادية وبشرية كبيرة ووقت أطول، لذلك فقد لجأنا إلى القيام بالمسح بالعينة، وذلك من خلال الاعتماد على المعاينة غير الاحتمالية، وبناءا على ما قدمته الدراسة الاستطلاعية لنا والتي اتضح من خلاله أن بعض الطلبة الجامعيين لا يتابعون الإعلام الرياضي فقد قمنا باختيار عينة قصدية (بن مرسلي، 2003، ص195) يمثل أفرادها الطلبة الجامعيين الذين يتابعون الإعلام الرياضي، ومن أجل ضمان أن تشتمل العينة على مفردات من مختلف كليات الجامعة فقد قررنا الاعتماد على عينة حصصية (أنجرس، 2004، ص312) من خلال اختيار حصص متساوية من كل كلية إلى جانب أخذ حصة من طلبة معهد التربية البدنية والرياضية، وبلغ عدد مفردات كل حصة 60 مفردة، وعليه فقد تم توزيع 240 استمارة في الفترة الممتدة ما بين 26-11-2013 وإلى غاية 05-12-2013، وذلك بكلية علوم الإعلام والاتصال وكلية العلوم السياسية والعلاقات الدولية وكلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، ومعهد التربية البدنية والرياضية، وتم استرجاع 227 استمارة وبعد القيام بعملية مراجعة وتقييم الاستثمارات المسترجعة تم إلغاء 7 استمارات لأنها لا تخدم الدراسة، وعليه فقد بلغ عدد مفردات العينة التي شملتها الدراسة فعليا 220 مفردة.

تحديد مفاهيم الدراسة:

(1) الإعلام الرياضي:

لقد تعددت التعاريف المقدمة لتحديد مفهوم الإعلام الرياضي ومن بين التعريفات المقدمة التعريف الذي وضعه كل من عويس وعبد الرحيم للإعلام الرياضي على أنه عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي (عويس وعبد الرحيم، 1998، ص22).

ويرى آخرون أن الإعلام الرياضي هو جزء من التغطية الإعلامية العامة وهي منظومة فرعية متخصصة في موضوع حول الرياضة وتضم هذه المنظومة مختلف وسائل الإعلام المتخصصة في المجال الرياضي (صحف وإذاعة وتلفزيون) كما تضم جميع المواد الرياضية التي تنشرها الصحف والمجلات العامة في صفحاتها المتخصصة وكذلك البرامج الرياضية التي تذيعها محطات الإذاعة والتلفزيون (خضور، 2000). ويعرف الإعلام الرياضي أيضا بأنه (عملية اتصال متخصص بالرياضة ممارسة فيها نشر وإذاعة وبث الأخبار الرياضية وتغطية الأحداث وإعلام الجمهور بالحقائق والمعلومات وشرح وتفسير القوانين والتعليمات والنظم ورصد وتحليل الحالات والقضايا التي تشغل الوسط الرياضي وإبراز

الجوانب الايجابية وتسلط الضوء على المتميزين ونقد الجوانب السلبية وتشخيص المشاكل عبر تزويد المهتمين بالبيانات اللازمة بما يكفل وعيا متفاعلا حقيقيا بينه وبين الجمهور من جهة وبينه وبين المؤسسات الرياضية من جهة أخرى وصولا لتحقيق الانجازات الرياضية (يونس، 2002، ص 34).

أما من الناحية الإجرائية فنقصد بالإعلام الرياضي في هذه الدراسة عملية نشر وإذاعة مختلف الأخبار والمعلومات المتعلقة بالشأن الرياضي عبر مختلف وسائل الإعلام الجزائرية سواء التقليدية كالصحافة المكتوبة والإذاعة والتلفزيون أو تلك الجديدة المرتبطة بشبكة الانترنت كالصحافة الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي بشتى أنواعها، والتي تعمل على تقديم معارف وقيم محددة وتدعوا إلى سلوكيات معينة بما في ذلك المعارف والقيم والسلوكيات المرتبطة بالانتماء والولاء للوطن.

(2) المواطنة:

يتسع مفهوم المواطنة ليشمل مجموعة واسعة من التعاريف، كون أن المواطنة تحمل في معانيها أبعادا مختلفة سواء سياسية، اجتماعية، نفسية أو قانونية...، فدائرة المعارف البريطانية تعرف المواطنة على أنها علاقة بين فرد ودولة كما يحددها قانون تلك الدولة وبما تتضمنه تلك العلاقة من حقوق وواجبات في تلك الدولة متضمنة بذلك مرتبة من

الحرية مع ما يصاحبها من مسؤوليات وتصبغ عليه حقوقا سياسية كحقوق الانتخاب وتولي المناصب العامة (صقر، 2010، ص103)، أما من ناحية مفهومها السياسي فالمواطنة هي صفة المواطن الذي يتمتع بالحقوق والتزامه بالواجبات التي يفرضها عليه انتماءه للوطن (عبد الحافظ، 2007، ص 09)، ومن منظور نفسي فالمواطنة هي الشعور بالانتماء والولاء للوطن وللقيادة السياسية التي هي مصدر إشباع الحاجيات الأساسية وحماية الذات من الأخطار المصيرية وبذلك فالمواطنة تشير إلى العلاقة بالأرض والبلد (صقر، 2010، ص103)، وإلى جانب هذه التعريفات نجد قاموس علم الاجتماع يعرف المواطنة على أنها مكانة أو علاقة اجتماعية تقوم بين فرد أو شخص طبيعي ومجتمع سياسي ومن خلال هذه العلاقة يقدم الطرف الأول (المواطن) الولاء ويقدم الطرف الثاني (الدولة) الحماية، وتتحدد هذه العلاقة بين الفرد والدولة عن طريق أنظمة الحكم القائمة (غيث، 1995، ص56).

أما من الناحية الإجرائية فنقصد بالمواطنة في هذه الدراسة تلك العلاقة القائمة بين الشباب الجزائري ووطنهم الجزائر والتي تشمل مختلف المعارف والأفكار التي يحملها الشباب عن وطنهم ومشاعر الانتماء والولاء لهذا الوطن والسلوكيات التي تعكس كل ذلك.

(3) الشباب:

لقد تعددت التعاريف التي سعت لتحديد مفهوم الشباب فهناك من اهتم بالخصائص العمرية، وهناك من رأى أن الشباب ظاهرة اجتماعية فيما اعتبر البعض الآخر أن الشباب يجب أن يعرف بناءا على الخصائص النفسية، فنجد مثلا قاموس علم الاجتماع يعرف الشباب بالمرحلة العمرية الممتدة من مرحلة الطفولة إلى غاية مرحلة البلوغ وتحديد هذا الأخير يختلف من مجتمع لآخر حسب قانونه المدني والإجرائي، (Boudon, 1995, p111-112)

فيما يذهب السيد عبد العاطي إلى القول أن الشباب ليس مجرد مرحلة عمرية بالمعنى البيولوجي أو الفسيولوجي فحسب بل تمتد فتشمل مجموعة خصائص نفسية واجتماعية تحددها ظروف النشأة والتنشأة الاجتماعية وأوضاع الواقع الأسري وأدوار ومكانة الأفراد في المجتمع الأكبر (السيد، 1990، ص89)، كما يمكن القول أن الشباب يمثل الفترة التي تتحدد بالمدة بين اكتمال النضج الفسيولوجي وبداية التأهيل أوالنضج الاجتماعي وهوالنضج الذي يتحقق باحتلال الشباب لمكانة اجتماعية معينة يؤدي من خلالها دورا وأدوارا ترتبط بهذه المكانة، وغالبا ما تكون هذه المرحلة بعد سن الثامنة عشر فما فوق في أغلب المجتمعات (ليلة، 1995، ص186). أما إجرائيا فنعني بالشباب في هذه الدراسة فئة الطلبة

الجامعيين الذين يدرسون بجامعة الجزائر 3 ويتابعون الإعلام الرياضي
الجزائري.

نتائج الدراسة الميدانية:

لقد خلصت الدراسة الميدانية التي أجريت على 220 طالبا جامعيًا
لتتعرف على مدى مساهمة الإعلام الرياضي في تنمية روح المواطنة لدى
الشباب الجزائري والتي تمت في الفترة الممتدة من 26-11-2013 إلى غاية
05-12-2013 إلى النتائج التالية:

- تتنوع الوسائل الإعلامية التي يقبل عليها الشباب الجزائري من أجل
الحصول على معلومات رياضية وتختلف باختلاف حاجياتهم واهتماماتهم
غير أن تطبيقات الإعلام الجديد والتلفزيون مثلت الاهتمام الأكبر لدى
عينة الدراسة، وهذا ما أوضحتته نتائج الدراسة الميدانية حيث بلغت
نسبة المبحوثين الذين يقبلون وفيما مثلت 30.90% على استخدام مواقع
التواصل الاجتماعي للحصول على أخبار ومعلومات رياضية
وفي مقابل ذلك يمثل التلفزيون مصدرا الصحافة الإلكترونية
الوسيلة المفضلة عند ما نسبته 26.36% من حجم المبحوثين بينما تمثل
الصحافة المكتوبة والإذاعة الوسيطتين الأقل 24.09% للأخبار الرياضية
على التوالي، وبين 7.27% و 11.36% استخداما مقارنة بباقي الوسائل من
قبل أفراد العينة وذلك بنسبتي

لنا هذا الاختلاف أن لدى الشباب الجزائري اهتمامات مختلفة وحاجيات متنوعة تختلف معها الوسائل والطرق التي يعتمدونها لتلبية حاجياتهم من المعلومات الرياضية وهذا ما تؤكده نظرية الاستخدامات والإشباع التي ترى أن للجمهور عادات خاصة في تعرضه لوسائل الإعلام المختلفة، وأن استخدامه لهذه الوسائل يرتبط باحتياجاته وأهدافه، بالإضافة إلى أن الأسباب التي تدفعه لاستخدام هذه الوسائل تنبع من الوعي الذي يتمتع به في اختيار أي وسيلة من وسائل الإعلام (حمدي، 1991، ص15).

- لقد أوضحت الدراسة أن دوافع تعرض المبحوثين للإعلام الرياضي تختلف من فرد إلى آخر غير أن من 38.18% الحاجة للتعرف على أخبار المنتخب الوطني لكرة القدم مثلت الدافع الأبرز وذلك بنسبة حجم المبحوثين، ويؤكد لنا هذه النتيجة ما ذهب إليه أغلب المبحوثين حول وقت متابعتهم للإعلام الرياضي حيث توصلت الدراسة إلى أن أغلب المبحوثين يتابعون الإعلام الرياضي بشكل أكبر عند مباريات فقط على متابعة الإعلام الرياضي بشكل فيما يقبل ما نسبته 15% المنتخب الوطني وذلك بنسبة 48.63% يومي ومستمر، وتتفق هذه النتائج وإلى حد بعيد مع إحدى الافتراضات الأساسية لمقرب الاستخدامات والإشباع التي يشير إلى أن السلوك الاتصالي لأفراد الجمهور سلوك هادف ذو دوافع

معينة، وإن استخدامهم لوسائل الاتصال يحقق لهم أهدافًا مقصودة تلي توقعاتهم (مكاوي، 2007، ص208).

لقد توصلت الدراسة إلى أن ما يعرض عبر الإعلام الرياضي يسهم بشكل كبير في تعرف الشباب الجزائري من حجم المبحوثين حيث أن تقديم معلومات عن اللاعبين 45% على جغرافية الوطن وذلك بنسبة وأصولهم والمناطق التي ينتمون إليها يسهم في مد الشباب الجزائري المتابع للإعلام الرياضي بمعلومات عن مختلف مناطق الوطن، كما أن نشر صور الجماهير وهي تناصر المنتخب الوطني وتسانده عبر مختلف ولايات الجزائر يدعم معرفة الشباب الجزائري بمناطق وجغرافية وطنه، ويتفق هذا مع ما أشارت إليه نظرية الغرس الثقافي والتي يرى روادها أن التلفزيون ومختلف وسائل الإعلام والاتصال يقدمون لأفراد الجمهور مجموعة من الحقائق الأساسية عن الحياة تزيد من معرفتهم بالواقع الاجتماعي من منظور كل الطبقات والفئات والأعمار (مكاوي والسيد، 2008، ص304).

لقد أوضحت الدراسة أن ما ينشر عبر الإعلام الرياضي الجزائري يسهم بشكل أوبآخر في زيادة معرفة الشباب الجزائري بتاريخ وطنهم حيث بلغت نسبة المبحوثين الذين رأوا أن ما ينشر عبر الإعلام الرياضي من حجم المبحوثين 36% فيما رأى حوالي 46.81% يساهم في زيادة معارفهم عن تاريخ الوطن بشكل كبير أنه يساهم في ذلك في بعض الأحيان، وتكون في

الغالب هذه المساهمة من خلال التحليلات التي ترافق الأحداث الرياضية الهامة والتي ترجع في أغلب الأوقات إلى الوقائع السابقة التي عرفتھا الجزائر بما في ذلك فترة الثورة التحريرية ومساهمة الرياضيين الجزائريين في الدفاع عن الوطن بكل الأساليب والطرق المتاحة، كما يتم الحديث في أغلب الأحيان عن تضحيات الجزائريين من أجل وطنهم وإن كان ذلك يتم من أجل شحذ الهمم ورفع المعنويات غير أنه يسهم وبشكل غير مباشر في التعرف على تاريخ الجزائر وبطولات أبنائها، وفي نفس السياق فقد رأى أغلب المبحوثين أن الإعلام الرياضي يسهم وبشكل كبير في زيادة معارفهم عن إنجازات الوطن سواء ما تعلق منها بالمجال الرياضي أو في باقي المجالات وذلك بنسبة من حجم المبحوثين، فإجراء مباراة مع منتخب معين مثلا سيؤدي إلى الحديث عن العلاقة التي 56.36% تربط الجزائر منذ القدم بذلك البلد ومن خلال ذلك يكتسب الشباب الجزائري معلومات قيمة عن تاريخ بلدهم، وتتفق هذه النتائج مع العديد من الدراسات التي حاولت التعرف على مدى مساهمة وسائل الإعلام في تنمية وتدعيم روح المواطنة لدى أفراد المجتمع ومن بينها دراسة الباحث بدر حمد الصلال حول دور الفضائيات الكويتية الرسمية والخاصة في تعزيز المواطنة لدى الشباب الكويتي والتي توصل من خلالها إلى أن الفضائيات

الكويتية الرسمية منها والخاصة تسهم وبشكل متوسط في تنمية معارف الشباب الكويتي بتاريخ وطنه (الصلال، 2012، ص107).

- لقد توصلت الدراسة إلى أن الإعلام الرياضي يسهم في زيادة معرفة الشباب الجزائري بأبطال الجزائر إلى القول أن ما ينشر عبر الإعلام الرياضي يسهم وبشكل كبير في ورجالاتها حيث ذهب ما نسبته 57.27% تنمية معارفهم عن أبطال الجزائر، ولا يتوقف الأمر عند التعرف على الأبطال الرياضيين فحسب بل يمتد ذلك إلى كل أبطال الجزائر سواء أولئك الذين شاركوا في تحرير الجزائر من الاستعمار الفرنسي أوباق الأبطال والرجال الذين يساهمون في التعريف بالجزائر والرفع من مكانتها على المستوى العالمي، فقيام وسائل الإعلام المختلفة بنقل صور الشباب الجزائري وهم يهتفون بأسماء أبطال الثورة التحريرية عند مناصرتهم للمنتخب الوطني لكرة القدم يسهم وإلى حد بعيد في ترسيخ أسماء هؤلاء الأبطال في أذهان الشباب الجزائري، وإلى جانب ذلك فقد بينت الدراسة أن أغلب المبحوثين يرون أن ما ينشر عبر الإعلام من حجم الرياضي ساهم وبشكل كبير في زيادة معرفتهم برموز الوطن وأهميتها وذلك بنسبة 49.09% المبحوثين فقد زادت معرفتهم بأهمية العلم الوطني وكذا بأبرز الأناشيد الوطنية التي صاروا قادرين على حفظها وترديدها بسهولة، وتتفق هذه النتائج مع ما جاءت به نظرية الغرس الثقافي والتي ترى أن

عملية التثقيف تحدث كنتاج لعملية امتصاص المعرفة وبتيح التعرض للتلفزيون وباقي وسائل الإعلام – وفق هذه النظرية- معلومات بارزة عن الحقائق والقيم والتصورات، ويؤدي كثرة التعرض لهذه المعلومات إلى سهولة استرجاعها من الذاكرة وذلك على أساس أن الأفراد يبنون أحكامهم وفقاً للمعلومات المتاحة لديهم، وفي هذا الصدد يوفر المحتوى الذي تنقله وسائل الإعلام العديد من المعلومات عن الواقع الاجتماعي (لعبان، 2008، 115-116).

- لقد كشفت الدراسة أن ما ينشر عبر الإعلام الرياضي يساهم في أغلب الأحيان في زيادة شعور المبحوثين من حجم المبحوثين بل وأن أغلب المبحوثين يرون بالانتماء إلى وطن اسمه الجزائر وذلك بنسبة 40.90% أن ما ينشر عبر الإعلام الرياضي يدفعهم في أغلب الأحيان إلى الاعتزاز والافتخار بالانتماء إلى هذا الوطن فالحديث عن إنجازات الوطن وما يحققه أبطاله وخاصة في مجال كرة وبلغت نسبة هؤلاء 43.18% القدم وحصولهم على النجاحات المختلفة وما يصاحبها من تكريمات وكذا اعتراف بقدرات الجزائريين وإمكاناتهم يدعم شعور الشباب الجزائري بالانتماء إلى وطنه ويقوي قيم المواطنة لديهم بشكل يصبح معه تلك الإنجازات والنجاحات مدعاة للاعتزاز والافتخار بالانتماء إلى الجزائر، وتتفق هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة الباحث محمد كامل

سليمان القرعان حول الصحافة اليومية الأردنية ومسؤولياتها في نشر القيم الوطنية في المجتمع والتي خلص من خلالها إلى القول بأن الصحف الأردنية تساهم في نشر قيم الانتماء إلى الوطن بين أفراد المجتمع الأردني (القرعان، 2010، ص59).

- في وقت يؤكد عديد الباحثين على أن الولاء لوطن لا يتوقف عند مجرد الشعور بالانتماء إليه وإنما يتسع ليشمل وبالإضافة إلى الإحساس بالانتماء للوطن الشعور بحبه والاستعداد لنصرتة والدفاع عنه والتضحية من أجله (بن روان، 2003-2004، ص315)، فإن ما ينشر عبر الإعلام الرياضي الجزائري يسهم في تنمية شعور الشباب الجزائري بالولاء لوطنهم وهذا ما أوضحتها لنا هذه الدراسة حيث رأى ما نسبته من حجم المبحوثين أن ما يقدمه الإعلام الرياضي ينمي لديهم الشعور بالولاء للوطن في أغلب 39.09% الأحيان، ويكون ذلك غالباً عندما يتم التطاول على الوطن ورموزه وتاريخه من أي طرف كان بل وأن ذلك يجعلهم يشعرون بأنه من واجبهم مساندة الوطن ومناصرته والوقوف إلى جانبه، وفي نفس السياق فقد من حجم المبحوثين يرون أن ما ينشره الإعلام الرياضي يسهم في زيادة أوضحت الدراسة أن 62.72% قناعتهم بأن مثل ما يقدم لهم الوطن حقوقاً فإنهم مطالبين بمجموعة من الواجبات اتجاهه، ومن ذلك إيمانهم بالدفاع عنه والقيام بدعمه ومساندته في كل

الظروف، وعلى الرغم من أن الإعلام الرياضي يدعو في الغالب إلى المساندة والمناصرة في المجال الرياضي وينقل صور لشباب يمارسون ذلك غير أن مثل هذه الصور والنداءات ترسخ لدى الشباب الجزائري قيمة حب الوطن والولاء إليه والالتزام بمختلف واجباتهم اتجاهه في شتى الظروف ولا يبقى الأمر مقتصرًا على المناصرة الرياضية فقط، وتؤكد لنا هذه النتائج إحدى الأفكار الرئيسية لنظرية الغرس الثقافي التي ترى أن متابعة الفرد لوسائل الإعلام تجعله يتعلم وبشكل عرضي وغير مقصود مجموعة من الحقائق التي تصبح فيما بعد أساسًا للقيم والصور الذهنية عن العالم المحيط به (مزيد، 2008، ص114).

- لقد بينت الدراسة أن ما ينشر عبر الإعلام الرياضي يسهم وفي أغلب الأحيان في زيادة قناعة الشباب من حجم المبحوثين فنقل صور الجزائري بضرورة الوحدة الوطنية حيث بلغت نسبة هؤلاء 42.72% المناصرين وهم يهتفون بصوت واحد باسم الجزائر ويحملون العلم الوطني بغض النظر عن المناطق التي ينتمون إليها أوالاتجاه السياسي الذي يتبنونه أوحى اعتقاداتهم وقناعاتهم المختلفة، كل ذلك ينمي لدى الشباب الجزائري المتابع للإعلام الرياضي الشعور بالحاجة الدائمة إلى تحقيق الوحدة الوطنية بأكمل معانمها، بل وأن ذلك يدفع أغلب الشباب الجزائري إلى الاقتناع بضرورة التعاون والتكاتف من أجل خدمة الوطن

وتحقيق أهدافه وطموحاته ومواجهة كل الأخطار والتهديدات التي تواجهه، وقد عبر عن ذلك ما من حجم المبحوثين الذين رأوا أن ما ينشر عبر الإعلام الرياضي يسهم في أغلب الأحيان 39.54% نسبته في تنمية شعورهم بالحاجة للتعاون والتكاتف من أجل خدمة الوطن، ويؤكد لنا هذا الرأي ما ذهب إليه خليل إبراهيم الذوادي بقوله "إن الإحساس بالمواطنة فرديا وجماعيا يأتي من خلال تكريس أهداف الأفراد لخدمة وطنهم وأمتهم من خلال التوجيه السياسي والثقافي والاجتماعي والاقتصادي، ... وإن الإعلام يلعب دورا أساسيا في ذلك أوينبغي له أن يقوم بهذا الدور، فالإعلام قدره أن يكون قاسما مشتركا في هذه التوجهات من خلال دوره المؤثر ومن خلال ما هو مرسوم له" (الذوادي، 2003، ص21).

- لقد توصلت الدراسة إلى أن ما ينشر عبر الإعلام الرياضي يسهم في إيجاد مجموعة من السلوكيات التي من حجم المبحوثين يعبر من خلالها الشباب الجزائري عن وطنيتهم، فقد بينت الدراسة أن ما نسبته 35% يدفعهم ما ينشر عبر الإعلام الرياضي إلى حفظ وترديد الأناشيد الوطنية وذلك عند مباريات المنتخب من حجم المبحوثين يقومون برفع العلم الوطني عند ذات المناسبة وأن هذا السلوك الوطني، وأن 27.62% يأتي كنتاج لمتابعة الإعلام الرياضي الذي يعمل على نقل صور الشباب وهم يحملون الرايات الوطنية ويدعوا إلى القيام بذات الفعل، وتؤكد لنا

هذه النتائج إحدى الأفكار الرئيسية لنظرية الغرس الثقافي التي ترى أن لوسائل الإعلام تأثيرا مباشرا على سلوك المتلقين بقدرتها على تكوين الأنماط الثقافية، وتعتبر هذه النظرية أن بمقدور وسائل الإعلام وعن طريق الاختيار والعرض الانتقائي لمسائل معينة والتركيز عليها خلق انطباعات معينة لدى المتلقين يمكن معها تكوين أنماط ثقافية مشتركة مرتبطة بهذه المسائل بطريقة محددة (طلعت، 1995، ص107)، غير أن ما يلاحظ على النتائج المذكورة أن بروز هذا النوع من السلوكيات المعبرة عن وطنية الشباب الجزائري مرتبط بظروف محددة (مباريات المنتخب الوطني لكرة من حجم المبحوثين من يقومون بحفظ وترديد الأناشيد الوطنية بشكل دائم القدم) فهناك 16.36% فقط من يقومون برفع العلم الوطني بشكل دائم. و20% من حجم المبحوثين يدفعهم ما ينشر عبر الإعلام الرياضي

- لقد أوضحت الدراسة أن ما نسبته 70% من حجم المبحوثين يقومون بذلك عند مباريات المنتخب إلى التعبير عن حبهم للوطن غير أن 49.09% الوطني فقط وذلك كنتاج لتأثرهم بما يعرض عبر الإعلام الرياضي أما بالنسبة للطريقة المستخدمة للتعبير عن حب الشباب لوطنهم فتختلف من فرد إلى آخر، إلا أن القيام بكتابة التعليقات عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومواقع الصحف الإلكترونية، والقيام بالتجول عبر الأزرقة مع

رفع الرايات الوطنية وترديد 34.09 % الأغاني الوطنية، مثلنا الوسيلتين الأبرز للتعبير عن حب الشباب لوطنهم وذلك بنسبة 41.36% على التوالي، وفي نفس السياق فقد بينت الدراسة أن ما ينشر عبر الإعلام الرياضي يدفع ما نسبته من حجم المبحوثين إلى الدفاع عن الوطن وأبطاله ورموزه وتاريخه، وخاصة في حالة التناول 79.09% على الوطن من منافسي المنتخب الوطني وأنصارهم، ولكن إن هذا السلوك وإن كان إيجابيا فإنه مرتبط وإلى حد بعيد بمباريات المنتخب الوطني لكرة القدم وسرعان ما يختفي، إذ تبين من خلال الدراسة أن ما من حجم المبحوثين يقومون بالدفاع عن الوطن عند مباريات المنتخب الوطني لكرة القدم نسبته 54.09% فقط، أما بخصوص الوسيلة المتبعة في الدفاع عن الوطن فقد مثلت الردود والتعليقات عبر مواقع من حجم 69.09 % التواصل الاجتماعي الوسيلة المفضلة عند أغلب المبحوثين حيث بلغت نسبة هؤلاء المبحوثين، وتؤكد لنا هذه النتائج –وبشكل نسبي- إحدى افتراضات نظرية الغرس الثقافي التي يرى روادها أن تقديم وسائل الإعلام للواقع الاجتماعي يؤثر على معتقدات أفراد الجمهور عن الواقع الاجتماعي بل وأن هذه الوسائل تعمل على تعزيز مجموعة من المعتقدات والسلوكيات لدى المتلقين. (مزيد، 2008، ص116)

خاتمة:

في ظل التحديات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والتكنولوجية التي نعرفها اليوم فإن إيجاد وتدعيم روح المواطنة الحقيقية لدى كل أفراد المجتمع يعتبر مسألة إلزامية للحفاظ على استقرار المجتمع وتماسكه، فالمواطنة تمثل اليوم ركيزة أساسية لتحقيق تنمية مجتمعية شاملة وفعالة، غير أن زرع وترسيخ قيم المواطنة في المجتمع يتطلب مساهمة الجميع، وعليه فإن ما تقدمه وسائل الإعلام – وبصفتها إحدى مؤسسات التنشئة الاجتماعية الرئيسية- يمكنه أن يساهم وبشكل فعال في تنمية وتدعيم قيم المواطنة لدى كل أفراد المجتمع الجزائري، فوسائل الإعلام وفي ظل انتشارها الواسع بين كل أفراد المجتمع صارت قادرة على التأثير على معارف الأفراد ومواقفهم ومن ثمة معتقداتهم وقناعاتهم ووصولاً إلى سلوكياتهم.

إن هذا الواقع يجعل ما يعرض عبر وسائل الإعلام وبشتى أشكالها التقليدية منها أو الجديدة بإمكانه الإسهام في تنمية قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري، وهنا يمكننا الحديث عن الإعلام الرياضي على وجه الخصوص كونه الأكثر متابعة من قبل الشباب الجزائري والأكثر تأثيراً على أرض الواقع في إيجاد وتدعيم قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري، فما يقدم عبر الإعلام الرياضي يساهم وبشكل واضح في تدعيم معارف الشباب عن وطنهم وهذا ما أوضحته لنا هذه الدراسة، كما أن متابعة

الإعلام الرياضي تسهم وبشكل كبير في تقوية قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري وتنمي شعورهم بالانتماء إلى الجزائر وتعزز ولاءهم للوطن وتسهم بشكل واضح في زيادة اعتزازهم وافتخارهم بالانتماء لهذا الوطن، وإلى جانب ذلك فإن ما ينشر عبر الإعلام الرياضي الجزائري يؤدي إلى بروز مجموعة من السلوكيات والممارسات الإيجابية التي تعكس روح المواطنة لدى الشباب الجزائري وإن كان ذلك بشكل نسبي، حيث أن الدراسة أوضحت أن بروز مثل هذه السلوكيات يبقى في الغالب ذوطابع مناسبي ومتوقف على الظروف المصاحبة لمباريات المنتخب الوطني لكرة القدم، لذلك فنحن مطالبين بإعادة تقويم ما ينشر عبر الإعلام الرياضي ووسائل الإعلام عموما من أجل جعل السلوكيات والممارسات التي تعبر عن المواطنة لدى الشباب الجزائري دائمة ومستمرة وغير مرتبطة بظروف أو مواقف محددة.

قائمة المراجع:

- 1- الذوادي خليل إبراهيم، 2003، رؤية إعلامية في المواطنة، مجلة الإذاعات العربية إتحاد الإذاعات العربية، العدد 2.
- 2- السبيعي سعد بن عبيد، 2013، الإعلام الجديد ودوره في تعزيز الأمن الوطني في المملكة العربية السعودية دراسة تطبيقية على بعض النخب السعودية في مدينة الرياض، أطروحة دكتوراه في العلوم الأمنية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض.

- 3- السيد عبد العاطي، 1990، صراع الأجيال دراسة ثقافة الشباب، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية.
- 4- الصلال بدر حمد، 2012، دور الفضائيات الكويتية الرسمية والخاصة في تعزيز المواطنة لدى الشباب الكويتي، رسالة ماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.
- 5- العامر عثمان بن صالح، 2003، المواطنة في الفكر الغربي المعاصر دراسة نقدية من المنظور الإسلامي، مجلة جامعة دمشق، دمشق، المجلد 19، العدد 1.
- 6- القرعان محمد كامل سليمان، 2010، الصحافة اليومية الأردنية ومسؤولياتها في نشر القيم الوطنية في المجتمع تحليل مضمون لصحيفتي الرأي والغد 2009-2010، رسالة ماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.
- 7- أنجيس مورييس، 2004، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصة للنشر والتوزيع، الجزائر.
- 8- بن روان بلقاسم، 2004-2003، المنظومة الإعلامية وعلاقتها بالقيم دراسة ميدانية في القيم على عينة من الجامعيين والإعلاميين الجزائريين 1998-2003، أطروحة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر.
- 9- بن مرسللي أحمد، 2003، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
- 10- حمدي حسن، 1991، وظائف الاتصال الجماهيري، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة.

- 11- صابر فاطمة عوض، خفاجة ميرفت، 2002، أسس ومبادئ البحث العلمي، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، الطبعة الأولى.
- 12- صقروسام محمد جميل، 2010، الثقافة السياسية وانعكاساتها على مفهوم المواطنة لدى الشباب الجامعي في قطاع غزة 2005-2009 دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعات قطاع غزة، رسالة ماجستير في العلوم السياسية، جامعة الأزهر، غزة.
- 13- طلعت شهيناز، 1995، وسائل الإعلام والتنمية الاجتماعية، مكتبة الأنجلومصرية، القاهرة، الطبعة الثالثة.
- 14- عبد الحافظ سعيد، 2007، المواطنة حقوق وواجبات، مركز ماعت للدراسات الحقوقية والدستورية، القاهرة.
- 15- عبد الحميد محمد، 1997، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، ط1.
- 16- عويس خير الدين علي، عبد الرحيم عطا حسن، 1998، الإعلام الرياضي ج1، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، الطبعة الأولى.
- 17- غيث محمد عاطف، 1995، قاموس علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية.
- 18- لعبان عزيز، 2008، علاقة الإدمان على المشاهدة التلفزيونية ببناء الأفراد للحقائق الاجتماعية - اختبار فرضية التثقيف على عينة من الطلبة الجامعيين والثانويين بالجزائر العاصمة- ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال ، غير منشورة، جامعة يوسف بن خدة، الجزائر.

- 19- ليلة علي، 1995، الشباب في مجتمع متغير تأملات في ظواهر الحياة والعنف، دارالمعرفة الجامعية، الإسكندرية.
- 20- مزيد محمود أحمد، 2008، التلفزيون والطفل، دار العالمية للنشر والتوزيع، الجيزة، الطبعة الأولى.
- 21- مكاوي حسن عماد، السيد ليلي حسين، 2008، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدارالمصرية اللبنانية، القاهرة، الطبعة السابعة.
- 22- مكاوي حسن عماد، سامي الشريف، 2007، نظريات الإعلام، مركز القاهرة للتعليم المفتوح.
- 23- يونس حسين، 2010، دور وسائل الاتصال الجماهيري في صنع القرار في المؤسسات الرياضية العراقية، أطروحة دكتوراه، كلية التربية الرياضية، جامعة بغداد.
- 24 -Boudon Raymon, 1990, dictionnaire de la sociologie, Larousse, Paris.-