

1- مدخل عام

في حين أن موضوع علم الاجتماع هو المجتمع، فإن علم اجتماع الرياضة يتعامل مع العلاقة بين الرياضة والمجتمع. يدرس علم الاجتماع الجوانب الاجتماعية العامة، في حين يركز علم اجتماع الرياضة بشكل خاص على الجوانب الاجتماعية للرياضة.

1-1- تعريف

علم اجتماع الرياضة هو العلم الذي يتعامل مع الإجراءات والعمليات والهياكل الاجتماعية في الرياضة والعلاقة بين الرياضة والمجتمع.

يشير مصطلح "الرياضة" في الأصل إلى الرياضة الإنجليزية، التي تطورت في إنجلترا خلال القرنين الثامن عشر والتاسع عشر. تميزت الرياضة الإنجليزية عن الأشكال السابقة والمعاصرة للتمارين البدنية والألعاب من خلال مبادئ اللعب النظيف والروح الرياضية، والإنجاز، والمنافسة، والارقام، ونتيجة لذلك، من خلال الترشيد والتوحيد والبيروقراطية. وبهذه الطريقة، تتوافق الرياضة الإنجليزية مع المجتمع الصناعي الناشئ.

استخدم إلياس مصطلح الرياضة لوصف العملية التي تحولت من خلالها الأنشطة الترفيهية في العصور السابقة إلى رياضة حديثة (Elias, 1986, p. 22).

حدث هذا بشكل خاص في إنجلترا وساعده التصنيع. وبدعم من الوجود العالمي للإمبراطورية البريطانية والألعاب الأولمبية الحديثة، انتشرت الرياضة الإنجليزية عالمياً. سُميت فيما بعد بالرياضة الحديثة، والتي قدم لها باري التعريف التالي: "مسابقات مؤسسية تحكمها قواعد للمهارة البدنية البشرية" (Jim, 2015, p. 171).

1-2- الرياضة كظاهرة اجتماعية

في الماضي، كانت الحياة تعني العمل بالنسبة لمعظم الناس؛ كان عليهم أن يعملوا من أجل البقاء. ومع ذلك، في سياق التصنيع، تطور ترفيه العامة بالإضافة إلى ترفيه النخبة. وفقاً للاقتصادي وعالم الاجتماع النرويجي الأمريكي ثورستين ب. فييلين، يشير مصطلح ترفيه النخبة إلى النبلاء الذين يستطيعون إضاعة وقتهم عن طريق الترفيه. وأصبحت وسائل الترفيه هذه في متناول عدد متزايد من الناس، بحيث حدث تطور نحو مجتمع ترفيهي.

المصطلحات الأخرى الأكثر أو الأقل دقة المستخدمة لوصف "روح العصر" هي: المجتمع الصناعي المتأخر، مجتمع ما بعد المادي، مجتمع المخاطر، مجتمع المعلومات، مجتمع الترفيه، وما إلى ذلك. تشير كل هذه التسميات إلى أن شيئاً ما قد تغير أو أنه يتغير حالياً. وتتجلى إحدى نتائج هذه التغيرات، التي لا يمكن الشك في صحتها، في الأهمية المتزايدة للرياضة. يمكن ملاحظة المشاركة في الرياضة عبر الاختلافات المذهبية والأيدولوجية والسياسية. ومن خلال التغيرات التي طرأت على المجتمع والسياسات، أصبحت الرياضة ظاهرة ثقافية واجتماعية أكثر أهمية وتأثيراً.

اليوم، أصبحت الرياضة ظاهرة عالمية. على سبيل المثال، يتم لعب كرة القدم بنفس القواعد في كل مكان تقريباً في العالم، وتعتبر في العديد من البلدان إحدى أكثر الرياضات شعبية. هناك هيئات حاكمة عابرة للحدود الوطنية، مثل الاتحاد الأوروبي لكرة القدم والفيفا، وبعض أندية كرة القدم لديها مشجعين يعيشون على بعد آلاف الأميال. في عام 2006، شارك 270 مليون شخص، أي 4% من سكان العالم، في كرة القدم المنظمة، وفي عام 2018، شاهد ما يقرب من 3.6 مليار شخص دقيقة واحدة على الأقل من مباريات كأس العالم للرجال 2018.

يمكن اعتبار الرياضة، على مستوى النخبة الاجتماعي أو الترفيهي أو التنافسي، بمثابة عالم مصغر أو نسخة صغيرة الحجم من المجتمع. نفس القضايا الاجتماعية الموجودة في المجتمع الأكبر موجودة أيضاً في الرياضة. هذه القضايا الاجتماعية، التي يمكن رؤيتها في المجتمع الأكبر وكذلك في الرياضة، هي مفاهيم القيم والعرق والجنس والانتماء العرقي والطبقة والجنس والشباب والسياسة والدين والاقتصاد. عندما نعتبر الرياضة نموذجاً مصغراً للمجتمع و/أو نقرر أن الفرق الرياضية تعكس المجتمع، فإننا نرى تشابهاً مهماً بين الاثنين ويجب بالتالي التعامل مع القضايا الاجتماعية مثل العنصرية والتمييز وعدم المساواة التي يتم الكشف عنها في الرياضة ومجتمع. يستخدم علم اجتماع الرياضة مناهج أساسية ومتضاربة تجبرنا على استكشاف طرق بديلة لرؤية مكانة الرياضة وتنظيمها في مجتمعنا وكيف تؤثر القضايا والمشكلات التي تطرحها الرياضة في المجتمع على الأفراد.

1-3- دراسة علم الاجتماع الرياضي

إن دراسة الرياضة كظاهرة اجتماعية تؤدي إلى طرح أسئلة بحثية مثل: لماذا تحظى بعض الألعاب الرياضية بشعبية في مجتمع دون آخر؟ لماذا يتم تنظيم الأحداث الرياضية والفرق الرياضية بطرق مختلفة من مجتمع إلى آخر؟ كيف ترتبط الرياضة بأجزاء أخرى من المجتمع، مثل الأسرة والدين والتعليم والحكومة والاقتصاد

وسائل الإعلام؟ من يرفع الرياضة ولأي أسباب؟ باختصار، الرياضة جزء مهم من الثقافة، وهي تختلف من مكان إلى آخر ومن جيل إلى جيل. كيف

فالرياضة تعريفها وتنظيمها ودمجها في الحياة الاجتماعية يختلف من مجتمع إلى آخر. وهذا يعني أنه لكي نفهم الرياضة في مجملها، يجب علينا أن ننظر إليها باعتبارها جانبًا من جوانب العالم الاجتماعي الذي تم إنشاؤه في سياق اجتماعي معين. يزودنا علم الاجتماع بالأدوات التي تساعدنا على رؤية وفهم الرياضة باعتبارها جانبًا من العالم الاجتماعي الذي يتم إنشاؤه في سياق اجتماعي معين حيث نناقش القضايا الرئيسية المتعلقة بالرياضة في المجتمع

لماذا دراسة الرياضة في المجتمع؟

هناك عدة أسباب تجعل من الضروري دراسة الدور المهم الذي تلعبه الرياضة في المجتمع. وأهم ثلاثة أسباب هي ما يلي:

• الرياضة جزء من حياة الناس.

• ترتبط الرياضة بالأفكار والمعاني المهمة في الحياة.

• ترتبط الرياضة بالمجالات الرئيسية للحياة الاجتماعية.

- الرياضة جزء من حياة الناس

الرياضة موجودة في كل مكان حولنا، وقد أصبحت جزءًا مهمًا من حياتنا الاجتماعية اليومية. الأحداث الرياضية الضخمة مثل الألعاب الأولمبية وكأس العالم لكرة القدم وسباق فرنسا للدراجات هي أحداث عالمية يتم بثها على التلفزيون عالميًا.

يكبر الأطفال في جميع أنحاء العالم وهم يشاهدون صورًا حية للألعاب المتلفزة والشخصيات الرياضية. إنهم يلعبون ألعاب الفيديو على أساس الرياضة ويتم تشجيعهم على المشاركة في الرياضة من قبل الآباء والمعلمين ونخبة الرياضيين الذين غالبًا ما يتم تقديمهم كقدوة في حياتهم. يتواصل الأشخاص من جميع الأعمار مع الرياضة من خلال وسائل الإعلام. تخصص الصحف في معظم المدن صفحات كاملة لتغطية الأحداث الرياضية. البرامج الحوارية الإذاعية عن الرياضة، والبرامج التلفزيونية، كلها تجذب انتباه ملايين الأشخاص حول العالم حيث يشاركون اهتماماتهم بالرياضة وتجاربهم التفاعلية. تُطبع شعارات الفريق على القبعات والقمصان والملصقات والسترات والتذكارات الأخرى. وفي المقابل، هناك علاقة مباشرة بين

المبيعات وشعبية فريق أو رياضي معين. يقوم الناس بجدولة إجازاتهم وكذلك عطلات نهاية الأسبوع ووقت الفراغ الآخر حول ممارسة الرياضة ومشاهدتها.

الصور الرياضية منتشرة اليوم لدرجة أن العديد من الشباب أصبحوا أكثر دراية بحياة نجومهم الرياضيين المفضلين مقارنة بالسياسيين المحليين الذين يضعون سياسات لها تأثير كبير على حياتهم.

وفي الختام، من الواضح أن الرياضة والرياضيين المشاركين في الرياضة يمكن أن يؤثرًا بشكل مباشر على المجتمع من حولهم، وبالتالي، يمكن للمجتمع المحيط أن يؤثر أيضًا على الرياضة. ولذلك من المهم جدًا دراسة هذه العلاقة وفهم كيف يمكن للأطراف المختلفة التأثير على بعضها البعض.

- ترتبط الرياضة بأفكار ومعاني مهمة في الحياة

نحن ندرس أيضًا الرياضة في المجتمع لأن الاثنين يرتبطان ارتباطًا وثيقًا بكيفية تفكير الناس ورؤيتهم للعالم. يحاول علماء الاجتماع فهم هذه الروابط من خلال دراسة الروابط بين الرياضة والأيديولوجيات. الأيديولوجيات هي مجموعات من الأفكار الموحدة التي يستخدمها الناس لإعطاء معنى للعالم وفهمه. تعتبر الأيديولوجيات أجزاء مهمة من الثقافات لأنها تجسد المبادئ والتوجهات ووجهات النظر التي تكمن وراء مشاعرنا وأفكارنا وأفعالنا. يقوم الأشخاص المختلفون في مجتمعات مختلفة بتطوير مجموعة أفكارهم الخاصة لإعطاء معنى للعالم وفهمه. الأيديولوجيات التي سيتم ذكرها في هذا الفصل هي أيديولوجية النوع الاجتماعي، وأيديولوجية العرق، وأيديولوجية الطبقة.

الأيديولوجية العنصرية: تتكون من مجموعة من الأفكار الموحدة التي يستخدمها الناس لإعطاء معنى للون البشرة وتقييم الناس من حيث التصنيف العنصري. يمكن استخدام الأيديولوجية العنصرية عندما يقوم الناس بتقييم الإمكانات الرياضية أو شرح النجاح الرياضي من حيث العرق. إن فكرة أن الأشخاص ذوي البشرة الفاتحة لا يستطيعون القفز وأن الأشخاص ذوي البشرة الداكنة هم رياضيون بالفطرة هي تعبيرات عن الأيديولوجية العنصرية السائدة في بعض الثقافات.

ترتبط الأفكار حول الاختلافات الاجتماعية والاقتصادية والطبقة الاجتماعية أيضًا بالرياضة.

الطبقة الاجتماعية: تشير إلى فئات الأشخاص الذين يتشاركون وضعًا اقتصاديًا مماثلًا في المجتمع بناءً على مزيج من دخلهم وثرواتهم وتعليمهم ومهنتهم واتصالاتهم الاجتماعية. الأيديولوجية الطبقيّة هي شبكة من الأفكار والمعتقدات التي يستخدمها الناس من أجل:

• فهم عدم المساواة الاقتصادية.

• تحديد موقفهم الطبقي ; و

• تقييم أثر التفاوتات الاقتصادية على تنظيم العوالم الاجتماعية.

في جميع المجتمعات، تؤثر الأيديولوجية الطبقية على من يمارس الرياضة ومن يشاهدها. ترتبط أنماط المشاركة ارتباطاً وثيقاً بالسلطة والمال والامتياز. يمكن اعتبار الرياضة المنظمة رفاهية في العديد من الدول حيث يحدد المال والوقت كيفية ومكان ممارسة الرياضة. ما إذا كان الشخص يشارك بنشاط، ويحضر الأحداث الرياضية و/أو يستهلك الرياضة الإعلامية، فهذا يعتمد بشكل مباشر على دخل الفرد وتعليمه وحالته المهنية. وسيشارك الرياضيون من الطبقات الاجتماعية والاقتصادية الدنيا في رياضات أقل تكلفة مثل كرة القدم والجري وكرة الشبكة. لا يشارك الأشخاص الذين يعملون في وظائف منخفضة الأجر في الرياضة بنفس القدر الذي يشارك به نظرائهم من ذوي الدخل المرتفع خلال عطلات نهاية الأسبوع أو العطلات. ويظهر هذا النمط طوال الحياة لدى الشباب وكبار السن، رجالاً ونساءً، حيث يسير الأطفال في المناطق الريفية مسافات طويلة إلى المدرسة ويؤدي العمال اليدويون وظائف تتطلب مستويات عالية من العمل البدني. إن وصولهم إلى الفرص الرياضية والرياضية (أي الأكاديميات الرياضية والمعدات والجولات) منخفض وتختلف أفكارهم حول اللياقة البدنية والرياضة كثيراً عن المثل العليا التي يتبناها أصحاب الدخل المرتفع. على سبيل المثال، إذا كنت تلعب الجولف، فأنت ترتبط تلقائياً بالطبقة الاجتماعية العليا والثروة والنجاح والطموح.

- ترتبط الرياضة بالمجالات الرئيسية للحياة الاجتماعية

سبب آخر لدراسة الرياضة في المجتمع هو أنها ترتبط بشكل واضح بالمجالات الرئيسية للحياة الاجتماعية، بما في ذلك الأسرة والاقتصاد والإعلام والسياسة والتعليم والدين. سنناقش هذه المقبل.

الأسرة: تلعب الرياضة الشبابية المنظمة دوراً مهماً في حياة الأسرة. إنها بمثابة عامل توحيد، لأنها قد تقرب العائلة من بعضها البعض؛ يدعم الآباء والأشقاء الرياضي، ويصطحبونه إلى التدريبات ويحضرون الألعاب. قد تتحد الأسرة كمتفرجين يشاهدون الأحداث المتلفزة أو الحياة. اليوم، غالباً ما يتمحور الروتين اليومي و/أو جدول عطلة نهاية الأسبوع للعديد من العائلات حول مشاركة الأطفال في الرياضة. يمكن للعائلة أن تلعب دور المؤثر، وعامل التنشئة الاجتماعية، عندما يتعلق الأمر بمشاركة الفرد في الرياضة. إن درجة الدعم والتشجيع (أي وجود أحد الوالدين لاعب أولمبي سابق والذي يشجع طفله على المشاركة في الرياضة) يمكن أن تدفع الفرد للمشاركة في رياضة معينة، وفتح الأبواب، وتحديد المستوى، والجدية التي سيشارك بها الفرد في الرياضة. على العكس من ذلك، إذا نظر الوالدان إلى المشاركة في الألعاب الرياضية على أنها مضيعة

لوقت والمال، فمن المرجح أن يثنيا طفلهما عن المشاركة في الرياضة وقد يشعر الطفل بالسلبية تجاه الرياضة بشكل عام.

الاقتصاد: لا يمكن إغفال العلاقة بين الرياضة والاقتصاد عندما نتفحص المؤسسات الاجتماعية الأخرى. إن الأموال التي ينفقها المستهلكون على التذاكر والامتيازات ورسوم الأندية ورسوم العضوية والمعدات والملابس الرياضية لها تأثير مباشر على الاقتصاد. يبدو أن الشركات لديها ميزانيات متزايدة باستمرار للإعلان ورعاية الأحداث الرياضية، وخاصة الألعاب الأولمبية؛ قد ينفق المعلن ملايين الدولارات لربط اسمه بمثل هذا الحدث. إن ارتباط الشركات الكبرى بالرياضة والمسابقات الأخرى واضح في عالم الرياضة. في الجزائر، على سبيل المثال، يرفع فريق مولودية الجزائر شركة سوناطراك، ويحظى فريق شبيبة القبائل برعاية شركة موبيليس. يرتبط مبلغ الأموال المدفوعة للفرق والمدربين و/أو الرياضيين ارتباطاً مباشراً بقيمة الرياضة وإمكانية تسويقها في المجتمع. يتطلع الرعاة إلى الرياضة لإضافة قيمة إلى عرض العلامة التجارية. في جميع القطاعات تقريباً وفي جميع الأسواق هناك منافسة شديدة بين الشركات والعلامات التجارية. غالباً ما يكون هناك القليل للاختيار من بينها من حيث الجودة أو المحتوى أو السعر. من أجل إبراز العلامة التجارية بين الآخرين، سيستخدم الراعي الرياضة لخلق مكانة فريدة في ذهن المستهلك.

وعلى أعلى المستويات، تنطوي الرياضة على الميداليات الذهبية والأرقام القياسية العالمية وكؤوس البطولات والوعي العالمي. تريد علامة تجارية رائدة عالمياً مثل Coca-Cola أن تربط نفسها بمثل هذا التميز وستختار أحداث الألعاب الأولمبية وكأس العالم لرعايتها. ولكن من أجل إضفاء الطابع الشخصي على صورتها ونشاطها وتوطئتها، تدعم شركة Coca-Cola أيضاً الرياضة الشعبية لتعزيز رسالتها العالمية. يمكن للشركات الصغيرة أيضاً الاستفادة من تحسين الوعي والصورة والمبيعات من خلال الرعاية على المستوى المحلي أو الإقليمي. المبادئ هي نفسها: الفرق الوحيد هو الحجم.

الرعاية: هي اتفاقية تجارية بين شركة ورياضة. يدخل الطرفان في هذه الاتفاقية لتعزيز مصالحهما. تقدم الشركة الرعاية مساهمة مالية وتحصل على حقوق استخدام اسم المنظمة الرياضية تجارياً مقابل القيام بذلك. يشمل التعرض المؤلف للراعي استخدام اسم الشركة على ملابس الرياضي وبضائعه وأعلامه ولافتاته وفي البرامج التي تحدد الحدث الرياضي. في صفقة الرعاية، تستخدم الشركة اسم المنظمة الرياضية (النادي أو الفريق)، والرياضي الفردي و/أو الحدث في حملاتها وعروضها الترويجية. تتضمن الرعاية أيضاً استخدام الفريق و/أو الرياضي بشكل نشط لمنتجات الشركة لدعمهم. ومن أمثلة الرعاية رعاية فودافون لمانشستر يونايتد وتاييد تايجر وودز لمنتجات نايكي. تستخدم الشركات الرعاية الرياضية لعدة أسباب؛ لجذب الرعاية، من المهم للشركة أن تفهم الهدف الذي تعالجه:

• الوعي بالعلامة التجارية أو الشركة – يسعى إلى وضع اسم أمام المستهلك حتى يمنحه تقديرًا إيجابيًا عند تعرضه لرسائل تسويقية محددة أخرى.

• العلامة التجارية أو صورة الشركة – محاولات إنشاء شخصية وأسلوب يميز منتجًا عن آخر في السوق ويسمح، على سبيل المثال، بأسعار متميزة.

• العلاقات مع العملاء – يمكن للرعاية الرياضية أن تفتح حواراً بين الشركات، وتظهر الراعي كلاعب عالمي يستحق التقدير ومناسب للتعامل معه. يمكن أن تكون الرعاية أيضاً بمثابة أدوات ضيافة للاجتماعات وممارسة الأعمال التجارية مع العملاء.

• علاقات الموظفين - يمكن للرعاية الرياضية أن تشجع فخر الشركة وولائها للمساعدة في جذب الموظفين والاحتفاظ بهم.

• العلاقات المجتمعية – يمكن أن تظهر الرعاية أن الشركة تهتم بمجتمعها وأنها مستعدة للاستثمار في مستقبلها ورفاهية مواطنيها. يثير هذا الموضوع العديد من الأسئلة، خاصة فيما يتعلق بقيمة الترفيه والفنانين (الرياضة والرياضيين) مقارنة بمؤسسات أخرى في مجتمعنا، مثل التعليم. والسؤال هو: لماذا يتم إنفاق الكثير من الأموال على الترفيه والرياضة، وهي مخصصة للطبقة المتوسطة إلى العليا ذات الدخل الأقل، عندما تتمكن الشركات من رعاية مشاريع أكثر أهمية تحدث فرقاً مستداماً للأفراد والمجتمعات المستحقة من خلال دعم المنظمات والمشاريع الخيرية. في المجالات الرئيسية التالية:

• التعليم، الذي يشمل المشاريع التعليمية المدرسية، وتنمية الطفولة المبكرة، وتجديد المدارس الريفية، وتدريب المعلمين، والتعليم العالي، وغير ذلك من الأولويات التي حددتها الحكومة.

• تنمية المجتمع، مع التركيز بشكل خاص على المبادرات التي تدعم وترعى المجتمعات المحتاجة والفئات الضعيفة.

• تنمية المهارات، والتي تشمل التدريب ودعم المؤسسات وتطويرها. و

• الصحة، والتي تشمل التدخلات لصالح الأشخاص ذوي الإعاقة والأمراض مثل فيروس نقص المناعة البشرية/الإيدز والسرطان والسكري والسل، فضلاً عن التدريب المجتمعي وتطوير البنية التحتية.

تؤثر الأيديولوجيات السياسية والاقتصادية لأي بلد على كيفية نظر مجتمعه إلى أهمية الرياضة وقيمتها ومكانتها. يتم إلقاء أهمية كبيرة لقيم المنافسة والعمل الجاد والنجاح. لقد تأثرت اقتصادات معظم البلدان، وخاصة بلدان ما بعد الصناعة الغنية، بمليارات الدولارات التي تنفق كل عام على تذاكر المباريات،

والمعدات الرياضية، ورسوم المشاركة، وعضوية الأندية الرياضية، والرهانات التي توضع على الفرق والرياضيين المفضلين. تستخدم معظم البلدان الضرائب العامة لدعم الفرق والأحداث.