

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الاعلام

قسم الصحافة

دور منصة التواصل الاجتماعي "إنستغرام" في إثارة العنف

بالملاعب الرياضية الجزائرية

-دراسة وصفية تحليلية على عينة من مشجعي مولودية الجزائر في الفترة الممتدة من 28 مارس

2025 إلى 12 أبريل 2025-

مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: صحافة واتصال رياضي

دفعة 2020-2021

تحت إشراف الأستاذة:

د. تيماجر نريمان

من إعداد الطالبة:

نواورية شهرزاد

أعضاء لجنة المناقشة:

الرئيسة: أ. د. بوسجرة

المشرفة: د. تيماجر

المناقشة: أ. شممي

السنة الجامعية: 2024 - 2025



**REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMORATICQUE ET
POPULAIRE**

**MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA
RECHERCHE SCIENTIFIQUE**

**École Nationale Supérieure de Journalisme et des Sciences de
l'information**

Département : Journalisme

**Le rôle du réseau social « Instagram » dans l'incitation à la
violence**

Dans les stades sportifs algériens

**-Une étude analytique descriptive sur un échantillon de
supporteurs du Mouloudia d'Alger du 28 mars 2025 au 12 avril
2025-**

Mémoire de Master en Science de l'information et de la
communication

Spécialité : Journalisme et communication sportive

Promo : 2020-2021

Réaliser par l'étudiante :

NOUAOURIA Chahrazed

Sous la direction de :

Dr. TIMADJER Narimene

Jury:

Président : Dr. Boucedjra

Encadrant : Dr. Timadjer

Membre : Pr. Chemami

Année universitaire : 2024-2025

الشكر

أحمد الله تعالى وأشكره على توفيقه لي لإتمام هذا العمل.

أتقدم بأسمى آيات الشكر والامتنان للدكتورة تيماجر نريمان التي تفضلت بقبول الاشراف علي لإنجاز مذكري العلمية، والتي خصتني بجزء من وقتها وخبرتها الواسعة، وكانت توجيهاتها ونصائحها بمثابة النور الذي استرشدت به طوال مراحل عملي البحثي، فلقد كنت خير مرشد ومعلم.

أتقدم أيضا بجزيل الشكر والتقدير لأعضاء لجنة المناقشة الموقرة، الذين تشرفت بحضورهم وتقييمهم لهذا العمل، فلهم مني خالص الامتنان.

كما أتوجه بالشكر لكل من ساهم في رحلتي الأكاديمية، من أساتذة ومعلمين، وإلى كل الأصدقاء والزملاء الذين كانوا رفاق الدرب، فكان لوجودكم أثر بالغ في مسيرتي.

وإلى عائلتي الحبيبة، أبي وأمي، إخوتي وأخواتي،
كل الشكر والامتنان لكم على حبكم
ودعمكم اللامحدود، فكنتم دائما مصدر إلهامي
وقوتي.



الاهداء

في هذا اليوم الذي كنت أراه يوما بعيدا، أعيشه الآن حقيقة بقلبي قبل خطواتي. لحظة التخرج ليست مجرد نهاية مرحلة، بل حكاية تعب طويل، ودعم لا ينسى، وقلوب أحاطني بالحب والاهتمام.

اهدي هذا التخرج إلى من كانوا النور في طريقي:

إلى والدي الحبيب،

رحلت عن الدنيا، لكنك لم ترحل عن قلبي. ما زلت أستشعر دعائك، وصوتك، ونصائحك... هذا التخرج، يا أبي، لك أولا، لأنه ثمرة من غرسك، وصدى من صوتك الذي لا يزال يعلمني حتى بعد غيابك. رحمك الله بقدر ما اشتقت إليك. إلى أمي الغالية، يا من كنت الضوء في أيامي المظلمة، وملجئي في لحظات الشك والتعب... شكرا لكل لحظة وقفت فيها إلى جانبي، شكرا لصبرك، ولحضنك، ولدعائك الذي كان لي حبل النجاة.

إلى أخي وأختي، أنتم أكثر من إخوة... كنتم عائلتي الصغيرة التي احتوتني، دعمتني، وآمنت بي. وجودكم حولي منحني الأمان، وأشعرتني أنني لست وحدي في هذا الطريق.

وإلى خطيبي، رفيق الدرب والشريك الذي حضر كل لحظات الخوف والفرح، شكرا على صبرك، على كلماتك المشجعة، وعلى حبك الذي كان طمأنينة وسط كل التعب.

وإلى صديقاتي، كننن النور في عتمة أيامي، والرفقة التي لا يعوضها شيء.

بممكن ووجودكن، صار الطريق أطيب وأخف على قلبي.

نجاحي هذا لا أملكه وحدي... بل هو ثمرة من منحوني الحب، والدعم،

والدعاء.

لكم جميعا أهدي هذا التخرج من أعماق قلبي.



الملخص:

تناولت دراستنا موضوع دور منصة التواصل الاجتماعي "إنستغرام" في إثارة العنف بالملاعب الرياضية الجزائرية، حيث هدفت إلى تحليل الكيفية التي يمكن أن يؤثر بها المحتوى الرقمي، لاسيما التعليقات والمنشورات المتعلقة بنادي مولودية الجزائر، على تصرفات الجماهير داخل وخارج الملاعب. سعت الدراسة إلى فهم العلاقة بين التفاعل الرقمي وخطاب الكراهية المنتشر في الفضاء الافتراضي، ومدى ارتباطه بتصاعد التوترات الجماهيرية في الواقع، كما ناقشت الدراسة إمكانية توظيف هذه المنصة في نشر ثقافة التشجيع الإيجابي.

ولتحقيق أهداف الدراسة، تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، من خلال أداة رئيسية تمثلت في استمارة إلكترونية وزعت على عينة مكونة من 100 مشجع من مشجعي نادي مولودية الجزائر. وقد تضمن الاستبيان خمسة محاور أساسية غطت البيانات الشخصية، أنماط التشجيع الرقمي والحضور، طبيعة التفاعلات على إنستغرام، تأثير المحتوى المنشور على التوتر الجماهيري، إلى جانب دور المنصة في الحد من مظاهر العنف.

توصلت دراستنا إلى أن منصة إنستغرام تؤثر بشكل كبير في توجيه تصرفات مشجعي مولودية الجزائر، حيث تسهم التعليقات التحريضية والمنشورات العدائية في تصعيد العدوان داخل الملاعب. بالمقابل، تساهم الحملات التوعوية والمحتوى المتوازن في تهدئة الأجواء وتعزيز التشجيع الإيجابي بين الجماهير.

الكلمات المفتاحية:

الاعلام الرياضي، العنف، منصات التواصل الاجتماعي، الإنستغرام، الملاعب، المشجعين، التصعيد.

Résumé :

Cette étude s'intéresse au rôle de la plateforme Instagram dans l'émergence de comportements violents chez les supporters de football en Algérie, en se focalisant sur les fans du club Mouloudia d'Alger grâce à une approche descriptive et analytique, appuyée par un questionnaire électronique diffusé auprès de 100 supporters, nous avons exploré les dynamiques entre les interactions numériques, les discours de haine en ligne, et les tensions observées dans les stades.

Les résultats ont montré qu'à travers les publications et les commentaires, Instagram peut devenir un facteur de radicalisation des comportements, mais aussi un outil de promotion d'un esprit sportif sain, lorsque bien utilisé. L'étude met ainsi en lumière les enjeux et responsabilités liés à l'usage des réseaux sociaux dans le contexte sportif algérien

Mots-clés :

Médias sportifs, violence, réseaux sociaux, Instagram, stades, supporters, escalade.

خطة الدراسة:

مقدمة.

1. إشكالية الدراسة.
2. تساؤلات الدراسة.
3. أهمية الدراسة.
4. أهداف الدراسة.
5. أسباب اختيار الموضوع.
6. تحديد مفاهيم الدراسة.
7. منهج الدراسة.
8. أدوات جمع البيانات في الدراسة.
9. مجتمع الدراسة وعينتها.
10. الدراسات السابقة.

الفصل الأول: التحول الرقمي وعلاقته بالتفاعل الجماهيري الرياضي عبر إنستغرام:

المبحث الأول: الإعلام الرياضي في ظل التحول الرقمي.

المبحث الثاني: إنستغرام كمنصة رئيسية للتفاعل الرياضي.

المبحث الثالث: تأثير المحتوى الرقمي على النقاش الجماهيري في المجال الرياضي.

الفصل الثاني: العنف الرياضي في الملاعب الجزائرية وعلاقته بمنصات التواصل الاجتماعي:

المبحث الأول: مظاهر العنف في الملاعب الجزائرية.

المبحث الثاني: العلاقة بين المحتوى الرقمي والتصيد الجماهيري.

المبحث الثالث: العنف الرياضي وعلاقته بالجمهير الجزائرية.

الفصل الثالث: اراء مشجعي مولودية الجزائر في دور منصة انستغرام في اثاره العنف بالملاعب الرياضية

الجزائرية:

تمهيد.

المبحث الاول: عرض وتحليل الجداول البسيطة.

المبحث الثاني: عرض وتحليل الجداول المركبة.

المبحث الثالث: النتائج العامة للدراسة.

الخاتمة.

مقدمة:

ساهم تطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في انتقال الإنسان من مجتمع بدائي تقليدي إلى مجتمع جديد الذي يعرف ب"مجتمع المعلومات". وهو مجتمع يعتمد على المعرفة والوسائط الرقمية في إدارة شؤونه اليومية، مما أحدث تحولات عميقة في بنية الاتصال الإنساني وسلوكه، وفتح المجال لظهور أشكال وأنواع جديدة من التفاعل والتواصل، وأبرزها منصات التواصل الاجتماعي.

ومن بين هذه المنصات، يبرز "إنستغرام" كأحد تطبيقات الويب 2.0 التي تعتمد على مشاركة الصور والفيديوهات والتفاعل الفوري مع المحتويات، حيث أصبح فضاء افتراضيا واسعا للتعبير عن الآراء، والتأثير في الجماهير، ونشر مختلف أنواع الخطابات. ومع الانتشار السريع لهذه المنصة، ظهر تأثيرها الواضح في المجالات الاجتماعية والثقافية والرياضية، خاصة على مستوى فئة الشباب، الذين أصبحوا يستخدمونها ليس فقط للتواصل والترفيه، بل أيضا للتفاعل مع الأحداث الرياضية.

في السياق الجزائري، لم تعد ملاعب كرة القدم مجرد أماكن للتشجيع الرياضي، بل أصبحت في السنوات الأخيرة ساحة تتجلى فيها مظاهر متزايدة من العنف الرياضي، الذي لم يعد يقتصر على المواجهات الميدانية بين المشجعين، بل امتد ليأخذ أبعادا رقمية مقلقة، تظهر من خلال الانتشار الواسع للخطابات التحريضية، التعليقات العدائية، والمنشورات الاستفزازية على الصفحات الرياضية ومجموعات المشجعين، خاصة عبر منصة "إنستغرام" التي أصبحت تستغل أحيانا لتأجيج التوترات بدلا من تهدئتها.

الأمر الذي جعلنا نقف عند إشكالية دور منصة التواصل الاجتماعي "إنستغرام" في إثارة العنف بالملاعب الرياضية الجزائرية، من خلال تسليط الضوء على كيفية تفاعل المشجعين مع المحتوى الرياضي المنشور على هذه المنصة

والتي ستكون على عينة من مشجعي مولودية الجزائر، وذلك بهدف فهم طبيعة التفاعلات، ودوافع استخدامهم لمنصة إنستغرام، ومدى اسهام المحتوى المتداول فيها في تأجيج المشاعر وتحفيز السلوكيات العنيفة، خاصة في ظل تزايد الخطابات العدائية والتعليقات التحريضية المتداولة في الصفحات والمجموعات الرياضية.

ومن خلال هاته الدراسة، قمنا بتقسيم العمل الى إطار منهجي الذي حاولنا فيه تحديد إشكالية البحث، وتساؤلاته وكذلك أسباب اختيارنا للموضوع، وتقديم المنهج، أدوات الدراسة، مجتمع وعينة البحث، وعرض الدراسات السابقة المشابهة لموضوعنا، وإطار نظري شمل فصلين: حيث تناولنا في الفصل الأول التحول الرقمي وعلاقته بالتفاعل الجماهيري الرياضي عبر إنستغرام وإسهاماته في المجتمع وبداية الاهتمام به؛ كما بينا أهميته وأنواعه ووظائفه. أما الفصل الثاني فتطرقنا فيه إلى العنف الرياضي في الملاعب الجزائرية وعلاقته بمنصات التواصل الاجتماعي. وفي الإطار التطبيقي قمنا بإجراء دراستنا على عينة من مشجعي مولودية الجزائر، من خلال توزيع استمارة إلكترونية شملت 23 سؤال مقسم على 5 محاور حيث حللنا البيانات والاحصائيات كميًا وكيفيًا وخلصنا بمجموعة من النتائج.

1) إشكالية الدراسة:

أصبح الإعلام الرقمي عنصرا أساسيا في تطوير العملية الإعلامية بفضل انتشار الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي. تعتبر هذه الوسائل منصات رئيسية لتبادل المعلومات والآراء والتفاعل مع الأحداث الراهنة. وقد تخطت هذه المنصات أوارها التقليدية لتصبح لها تأثير كبير في تشكيل وتوجيه اهتمامات الجماهير في مجالات متنوعة، خاصة في المجال الرياضي.

من بين التطبيقات المتنوعة، يحتل "إنستغرام" مكانة بارزة كأحد أكثر المنصات استخداما، وذلك بفضل قدرته على دمج المحتوى البصري والنصي والصوتي، مما يتيح تجربة تفاعلية فريدة، خصوصا بين الشباب الذين يمثلون النسبة الأكبر من مستخدميه. يوفر التطبيق للمستخدمين إمكانية متابعة المحتوى الرياضي والتفاعل مع الأخبار والأحداث بشكل لحظي، مما يعزز من التواصل بين المشجعين ويخلق بيئة للنقاش والمشاركة.

ظهر "إنستغرام" لأول مرة في أكتوبر 2010، ومنذ ذلك الحين، شهد تطورا ملحوظا ليصبح واحدا من أبرز منصات التواصل الاجتماعي، لا سيما في المجال الرياضي، حيث يوفر وسيلة فعالة للتفاعل المباشر والسريع بين الفرق واللاعبين والجماهير.

من الناحية الإيجابية، يساهم "إنستغرام" في تشكيل هوية جماهيرية قوية من خلال نقل الأخبار الرياضية والتفاعل مع محتوى الأندية واللاعبين، مما يعزز الشعور بالانتماء والشغف بالرياضة. ومع ذلك، من الناحية السلبية، قد تتحول هذه المنصة أحيانا إلى بيئة تعزز العنف اللفظي والتحريض، مما قد ينعكس على الملاعب الرياضية ويؤدي إلى تفشي السلوكيات العنيفة بين الجماهير.

يظهر الاستخدام المكثف لهذه المنصة قدرة المحتوى المنشور، سواء كان صوراً أو مقاطع فيديو أو نصوص، في تحفيز ردود فعل متطرفة. حيث يمكن لبعض الحسابات ذات الجماهير الكبيرة أو الصحفية استغلال خاصية التعليقات الفورية لنشر آراء متطرفة أو محتوى يوثق لحظات التوتر خلال المباريات، مما يؤدي الى خلق بيئة إلكترونية مشحونة بالعواطف قد تؤثر على سلوك الجماهير في الملاعب.

في الجزائر، تعتبر كرة القدم أكثر من مجرد رياضة، بل هي ظاهرة ثقافية واجتماعية تعكس الفخر والانتماء لدى الجماهير. يحظى نادي مولودية الجزائر بمكانة خاصة نظراً لقاعدته الجماهيرية الكبيرة وحامسه الملحوظ، حيث يتفاعل مشجعوه بشكل مع الأحداث الرياضية سواء في الملاعب أو عبر المنصات الرقمية. ومع تزايد الاعتماد على "إنستغرام" لمتابعة الأخبار والتفاعل مع المحتوى الرياضي، أصبح المحتوى الرقمي المنشور على هذه المنصة جزء لا يتجزأ من تجربة المشجعين، حيث يُستخدم للتعبير عن الهوية والانتماء، وقد يتحول أحياناً إلى وسيلة لتحفيز ردود فعل قد تكون عنيفة أو تحريضية.

من الجانب السلبي، قد تتحول هذه المنصة إلى بيئة لنشر العنف الرقمي الذي يتجاوز الفضاء الافتراضي ليؤثر على الواقع، من خلال تأجيج المشاعر العدائية بين المشجعين. تلعب خوارزميات "إنستغرام" دوراً أساسياً في تعزيز هذا التأثير، حيث تبرز المحتويات التي تحقق أعلى مستويات التفاعل، وغالباً ما تكون هذه المحتويات ذات طابع عاطفي متطرف، مما يؤدي الى زيادة الاستقطاب والانقسام بين الجماهير.

تساهم بعض الحسابات الرياضية المتخصصة في تعزيز هذا المناخ المتوتر، سواء من خلال اعتماد خطابات متحيزة تؤدي إلى تفشي التعصب، أو من خلال توفير منصة للمشجعين المتعصبين لتبادل التحريض والتخطيط لأعمال شغب محتملة. لذا، فإن العنف الرقمي لا يقتصر على الفضاء الافتراضي بل يمتد ليؤثر على الواقع، لذلك

الإطار المنهجي

تم اختيار مشجعي مولودية الجزائر كعينة للدراسة بهدف تحليل توجهاتهم ومدى تأثير المحتوى الرياضي المتداول على "إنستغرام" على سلوكهم، واستكشاف كيفية تفاعلهم مع الأحداث الرياضية داخل وخارج الملاعب.

وبالتالي، نطرح الإشكالية التالية:

هل يمكن لمنصة التواصل الاجتماعي "إنستغرام" ان تعكس دور المحتوى الرقمي في إثارة العنف بالملاعب الرياضية الجزائرية لدى مشجعي نادي مولودية الجزائر؟

(2) تساؤلات الدراسة:

1. ما هي أنماط التشجيع التي يعتمدها مشجعو مولودية الجزائر، سواء في الملاعب او عبر مواقع

التواصل الاجتماعي؟

2. ما تأثير التفاعلات، من تعليقات ومشاركات على إنستغرام في تصرفات المشجعين داخل الملاعب؟

3. كيف يمكن ان يؤثر المحتوى المنشور على إنستغرام حول مولودية الجزائر في العلاقات أو النقاشات

بين المشجعين؟

4. كيف تسهم منصة إنستغرام في نشر ثقافة التشجيع الإيجابي والحد من مظاهر العنف الرياضي؟

(3) أهمية الدراسة:

الإطار المنهجي

تبرز أهمية هذه الدراسة في فهم كيفية تأثير المحتوى الذي ينشر عبر إنستغرام على جماهير فرق كرة القدم وزيادة العنف في الملاعب. كما تساهم في رفع الوعي بمخاطر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، مما يساعد الأندية والمشجعين على فهم الآثار السلبية الناتجة عن المنشورات التحريضية.

تعتبر هذه الدراسة إضافة قيمة في كل من مجال وسائل التواصل الاجتماعي ومجال الرياضة، خاصة أن تأثير إنستغرام على المشجعين لم يدرس بشكل كاف في الجزائر.

وأخيرا، ستساعد النتائج المتوقعة من هذه الدراسة في تقديم حلول وتوصيات للحد من العنف المتفشي في الملاعب.

4) أهداف الدراسة:

- التعرف على تأثير التفاعلات السلبية على إنستغرام في تعزيز العنف داخل الملاعب.
- فهم دور المحتوى المنشور على إنستغرام في زيادة التوتر بين مشجعي مولودية الجزائر.
- إدراك كيفية استخدام إنستغرام للحد من العنف الرياضي وتعزيز التشجيع الإيجابي.

5) أسباب اختيار الموضوع:

إن اختيار الباحث لموضوع دراسته لا يتم بشكل عشوائي، بل يستند إلى مجموعة من الأسباب، ومن بين هذه الأسباب التي دفعتني لاختيار هذا الموضوع:

أسباب ذاتية:

- الاهتمام الشخصي بفهم كيفية تأثير مواقع التواصل الاجتماعي "انستغرام" في نشر وتحفيز العنف بين مشجعي كرة القدم.

- توافق الدراسة مع تخصصي في "الصحافة والاتصال الرياضي".

- الرغبة في إجراء دراسة ميدانية ومتابعة الموضوع مع مشجعي مولودية الجزائر.

- السعي للتوعية وتقديم حلول نظرا لزيادة الحوادث المميتة الناتجة عن العنف في الملاعب.

أسباب موضوعية:

- تزايد استخدام إنستغرام من قبل الجماهير الرياضية وانعكاسه على تفاعلهم.

- ارتفاع ظاهرة العنف في الملاعب الجزائرية وتأثيراتها على الرياضة.

- دور منصات التواصل الاجتماعي في التأثير على المشجعين.

- أهمية التوعية بمخاطر المحتوى التحريضي على إنستغرام.

(6) مفاهيم الدراسة:

- الدور:

لغة: دار الشيء يدور دورا ودورانا ودورا واستدار وأدرته أنا ودورته وأداره غيره ودور به ودرت به وأدرت استدرت، وداوره مداورة ودوارا: دار معه¹

اصطلاحا: يشير إلى الدور أو الوظيفة التي يؤديها فرد أو جهة ما في سياق محدد.²

اجرائيا: في إطار دراستي، يشير الدور إلى الوظيفة التي تؤديها منصة "إنستغرام" في التأثير على المشجعين، من خلال المحتويات الرياضية التي تنشرها والتي قد تساهم في تحفيز العنف أو تعزيز مشاعر الغضب والانفعال.

- منصات التواصل الاجتماعي:

لغة:

منصات: جمع كلمة "منصة" هو "منصات"، وهي مشتقة من الجذر الثلاثي (ن-ص-ص) الذي يشير إلى

الارتفاع والوضوح. والمنصة في اللغة العربية تشير إلى الموقع المرتفع المخصص للخطابة أو الإعلان أو العرض.³

¹ محمد بن مكرم، ابن منظور، لسان العرب، دار صادر، الطبعة الأولى، الجزء الخامس، بيروت، لبنان، 1955، ص 324

² عمر، أحمد مختار، معجم اللغة العربية المعاصرة، دار عالم الكتب، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر، 2008، ص 537

³ تعريف ومعنى منصة في معجم المعاني الجامع، معجم عربي عربي، عمان، الأردن

التواصل: التواصل: المواصلة، وتواصل القوم: اتصل بعضهم ببعض.¹

من الفعل "تواصل" على وزن "تفاعل" وهو مشتق من "وصل"، أي التواصل الدائم بين طرفين أو أكثر.

الاجتماعي: "ج،م،ع" الفعل الأصلي الذي اشتقت منه كلمة "اجتماع".

جمع الشيء يعني ضم أجزاءه مع، بينما جمع القوم يشير إلى تجمع الأفراد في مكان واحد.²

بذلك، يمكن أن تفهم "منصات التواصل الاجتماعي" لغويًا على أنها ذلك الموقع الذي يوفر للأفراد أو

المجموعات إمكانية التواصل المستمر والتفاعل من خلال منصات متقدمة، حيث يمكنهم تبادل الأفكار والمعلومات في بيئة مشتركة.

اصطلاحًا: هي عبارة عن مواقع تتشكل من خلال الإنترنت تسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة،

وإتاحة الفرصة للاتصال بقائمة المسجلين والتعبير عن وجهة نظر الأفراد أو المجموعات من خلال عملية الاتصال

وتختلف طبيعة التواصل من منصة إلى منصة أخرى³ هي مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت ظهرت مع الجيل

الثاني للويب تتيح التواصل بين الأفراد ضمن بنية مجتمع افتراضي يجمع بينهم اهتمام مشترك. يتم هذا التواصل عبر

¹ ابن منظور، محمد بن مكرم، لسان العرب، دار صادر، الطبعة الأولى، بيروت، لبنان، 1990، مجلد 11، مادة "وصل"

² مجمع اللغة العربية بالقاهرة، المعجم الوسيط، دار المعارف، الطبعة الثانية، القاهرة، مصر، 1972

³ عبد الغفار، فيصل محمد، شبكات التواصل الاجتماعي، دار المنهل للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2015، ص 9

الرسائل، وتبادل المعلومات، والاطلاع على الملفات الشخصية، ضمن إطار برنامج أو تطبيق محدد يشترك المستخدمون في استعماله.¹

اجرائياً: تعرف منصات التواصل الاجتماعي ضمن هذه الدراسة، على أنها تلك التطبيقات والمواقع الإلكترونية التي يستخدمها الأفراد للتفاعل وتبادل المحتوى، مثل "إنستغرام"، والتي أصبحت من الأدوات الفعالة في تشكيل الرأي العام، لا سيما في المجال الرياضي.

- إنستغرام:

لغة: هو اسم أعجمي مركب، مستحدث في اللغة العربية وليس من جذورها الأصيلة. يفكك إلى جزئين باللغة الإنجليزية:

• Insta اختصار لكلمة Instant، وتعني الفوري أو السريع.

• Gram اختصار لكلمة Telegram، وتعني الرسالة.

اذن، فإن المعنى اللغوي لـ "Instagram" هو الرسالة الفورية في إشارة إلى طبيعة التطبيق الذي يوفر إمكانية

تبادل الصور والمقاطع بشكل فوري وسريع.²

¹ رفيق فايد، ناصر طبركان، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في التحريض على العنف في الملاعب، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع، تخصص انحراف وجريمة، قسم العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2019، ص 23.

² Oxford University Press. "Instagram™." *Oxford Advanced Learner's Dictionary*, 10th edition, Oxford University Press, 2020.

اصطلاحاً: تم إنشاء تطبيق "إنستغرام" في عام 2010، ويعتبر من أبرز منصات التواصل الاجتماعي التي توفر لمستخدميها إمكانية التقاط الصور وتعديلها ومشاركتها. بالإضافة إلى نشر مقاطع الفيديو القصيرة، يتيح التطبيق مشاركة المحتوى على منصات أخرى مثل فيسبوك وتويتر. في عام 2012، قامت شركة "فيسبوك" (المعروفة حالياً باسم ميتا) بالاستحواذ على التطبيق، حيث عملت على تطويره بشكل كبير، مما أدى إلى جذب مئات الملايين من المستخدمين على مستوى العالم.¹

اجرائياً: في سياق دراستي، يقصد بإنستغرام أنها منصة رقمية مخصصة لمشاركة الصور والفيديوهات والقصص القصيرة، والتي تستخدمها العديد من الصفحات الرياضية والمشجعين لنشر محتوى رياضي الذي يمكن أن يثير المشاعر ويؤثر على تصرفات الجماهير.

- الاثارة:

لغة: في اللغة العربية، تشتق كلمة "الإثارة" من الفعل "أثار"، الذي يعني "حرّك" أو "هيّج". تستخدم هذه الكلمة في سياقات متنوعة مثل: "إثارة الخواطر"، "إثارة الرأي العام"، و"إثارة ذهنية"، حيث تشير إلى التحفيز أو التنشيط الناتج عن مؤثر خارجي.²

¹ عبد المالك، قراد، الإعلام الرياضي عبر منصات التواصل الاجتماعي، دراسة في الأهمية والأدوار، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد 7، العدد 1،

جامعة ابن خلدون، تيارت، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، تيارت، الجزائر، 31 مارس 2023، ص 244

² معجم المعاني الجامع، مدخل "إثارة"، موقع معجم المعاني، تاريخ الاطلاع: 23 أبريل 2025

اصطلاحاً: الإثارة تمثل حالة من اليقظة والانتباه على الصعيدين الجسدي والنفسي، حيث تتراوح بين الاسترخاء والتوتر، وتعتبر دافعا رئيسيا للسلوك البشري استجابة للمؤثرات الداخلية والخارجية.¹

اجرائياً: تعتبر الإثارة في هذه الدراسة، حالة انفعالية تنشأ نتيجة التفاعل مع المنشورات أو التعليقات على منصة "إنستغرام"، وقد تؤدي إلى زيادة مستوى الحماس أو الاستفزاز لدى المشجعين، مما قد يؤدي إلى سلوكيات غير عقلانية أو عنيفة.

- العنف:

لغة: تشير كلمة العنف لغة "la violence" إلى كل سلوك يتضمن معاني الشدة والقسوة والتوبيخ واللوم، وعلى هذا الأساس فإن العنف يكون فعليا أو لفظيا.²

اصطلاحاً: هو ذلك السلوك البشري الذي يأتي بشكل بدني، كالضرب، والتشاجر، والتدمير. أو اللفظي كالتهديد، والفتنة، ويؤدي ذلك إلى إلحاق الأذى بالآخرين.³

والعنف في المجال الرياضي يشمل كل ما يحدث في الساحات الرياضية من تصرفات أو أفعال تؤدي إلى إيذاء الآخرين، مثل الاعتداء الجسدي أو الشتائم أو تدمير الممتلكات العامة أو الخاصة، وغالبا ما يكون هذا السلوك

¹ American Psychological Association. (2020). *APA Dictionary of Psychology* (second Ed.). American Psychological Association.

² ليلي، ميسوم، قراءة سيكولوجية لظاهرة العنف في الملاعب: الملاعب الجزائرية نموذجا، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، المجلد 4، العدد 3، جامعة الوادي، كلية (غير مذكورة)، قسم (غير مذكور)، الوادي، الجزائر، 01-09-2016، ص 139

³ ليلي، ميسوم، نفس المرجع السابق، ص 139

مصحوبا بانفعالات من الغضب والتوتر، وكأي فعل آخر لابد وأن يكون له هدف يتمثل في تحقيق مصلحة معنوية أو مادية.¹

اجرائيا: اعتمادا على موضوع دراستي، يعرف العنف على أنه أي سلوك عدواني سواء كان لفظيا أو جسديا يصدر عن المشجعين، ويكون ناتجا عن التأثير بالمحتوى التحريضي أو الاستفزازي المتداول على منصة "إنستغرام"، وغالبا ما ينعكس هذا العنف داخل الملاعب وخارجها.

- الملاعب:

لغة: جمع ملعب، وهو مكان اللعب، ويشير الى المكان الذي تمارس فيه الألعاب والرياضات، سواء من قبل الأطفال أو اللاعبين في الأنشطة الرياضية.²

اصطلاحا: هو ذلك المكان المجهز بالوسائل والإمكانات الرياضية والمخصصة لممارسة الأنشطة الرياضية وتقديم الخدمات اللازمة لتحقيق الأهداف الرياضية حاضرا ومستقبلا.³

اجرائيا: يقصد بالملاعب هنا الأماكن التي تقام فيها مباريات كرة القدم، والتي يجتمع فيها المشجعون لتشجيع فرقهم، كما تعتبر فضاءات يمكن أن تظهر فيها مظاهر العنف الجماهيري.

¹ عبد المالك، بوفريدة، واقع الإعلام الرياضي وعلاقته بعنف الملاعب الرياضية في الجزائر"، مجلة علوم الأداء الرياضي، المجلد 5، العدد 1، جامعة ابن خلدون تيارت، كلية علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، قسم علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، تيارت، الجزائر، 9 سبتمبر 2023، ص 110

² معجم المعاني الجامع، "تعريف ومعنى الملاعب"، موقع المعاني، تاريخ الاطلاع: 23 أبريل 2025
محمد حسن الوشاح، محمد عبد الله الشخارين، المنشآت والملاعب الرياضية، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2011، ص

³ 14

لغة: المشجع: هو اسم فاعل مشتق من الفعل "شجع"، ويعني في اللغة: حث، حرض، وزاد من معنويات

الآخرين. ويستخدم في التعبير عن دعم الفريق، أي: مؤازرته والهتاف له وتعزيز روحه المعنوية.¹

اصطلاحاً: المشجع هو الشخص الذي يُظهر حماساً واهتماماً مستمرًا تجاه نشاط أو موضوع معين، وغالباً

ما يكون رياضياً، حيث يعبر عن دعمه من خلال الحضور والمشاركة والتفاعل والتعبير العلني عن انتمائه.²

ويعرف المشجع الرياضي بأنه ذلك الفرد الذي يظهر اهتماماً مستمراً ودعمًا لفريق أو رياضي محدد، ويشعر

بانتماء نفسي واجتماعي تجاهه، وغالباً ما يعبر عن هذا الانتماء من خلال حضوره المباريات، وارتداء شعارات

الفريق، أو التفاعل عبر وسائل الإعلام المختلفة.³

اجرائياً: استناداً الى موضوع دراستي، يشير مصطلح المشجعين إلى الأفراد الذين يتابعون نادي مولودية الجزائر

ويعبرون عن انتمائهم العاطفي له، ويستعملون منصة "إنستغرام" للبقاء على اطلاع بأخباره، وقد يتأثر بعضهم

بالمحتويات المنشورة التي قد تدفعهم نحو سلوكيات عدوانية.

¹ معجم المعاني الجامع، "تعريف ومعنى مشجع في معجم المعاني الجامع"، موقع المعاني، تاريخ الاطلاع: 23 أبريل 2025

² Giulianotti, Richard (2002). *Supporters, Followers, Fans, and Flâneurs: A Taxonomy of Spectator Identities in Football*. Journal of Sport & Social Issues, 26(1), 25–46.

³ Wann, D. L., Melnick, M. J., Russell, G. W., & Pease, D. G. (2001). *Sport Fans: The Psychology and Social Impact of Spectators*. Routledge.

(7) منهج الدراسة:

يعتبر المنهج العلمي أسلوب منظم يتبعه الباحث لدراسة ظاهرة معينة، حيث يبدأ بتحديد المشكلة وينتهي بعرض النتائج، وتختلف الأساليب المتبعة وفقاً لطبيعة الظاهرة التي يتم دراستها وتحليلها.¹

تعتمد دراستنا على المنهج الوصفي التحليلي، الذي يعتبر من المناهج الأساسية في الأبحاث الوصفية. حيث يهدف هذا المنهج إلى دراسة الظواهر الراهنة كما هي، مع التركيز على تحليل خصائصها وأشكالها والعلاقات والعوامل المؤثرة فيها. يهتم المنهج الوصفي بتحليل الظواهر الاجتماعية والثقافية والسياسية بهدف الوصول إلى نتائج تسهم في فهم تلك الظواهر وتقديم حلول للمشكلات البحثية. بالإضافة إلى ذلك، لا يقتصر هذا المنهج على جمع وتصنيف البيانات فحسب، بل يتجاوز ذلك لتقديم حلول عملية للمشكلات العلمية من خلال تحقيق فهم شامل ودقيق للظواهر المدروسة.²

كما يعرفه المشوخي (2002) على أنه يعتمد على دراسة الظاهرة كما هي موجودة في الواقع، مع التركيز على وصفها بدقة. يتضمن هذا المنهج التعبير الكيفي الذي يصف الظاهرة ويبرز خصائصها، بالإضافة إلى التعبير الكمي الذي يوفر وصفاً رقمياً يوضح مقدار هذه الظاهرة أو حجمها أو درجة ارتباطها بالظواهر الأخرى.³

¹ ربحي عليان وعثمان غنيم، مناهج وأساليب البحث العلمي (النظرية والتطبيق)، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2000، ص 33

² ربحي عليان وعثمان غنيم، نفس المرجع السابق، ص 42، 43

³ هاني بن محمد الحفظي، المنهج الوصفي التحليلي، الهيئة الملكية للجيبيل وبنبع، إدارة الخدمات التعليمية ببنبع، الاشراف التربوي - شعبة الصفوف الأولية،

المملكة العربية السعودية، 2000 ص 2

وبناء على ذلك، تتطلب دراستنا المعنونة "دور منصة التواصل الاجتماعي إنستغرام في إثارة العنف بالملاعب الرياضية الجزائرية" استخدام المنهج الوصفي التحليلي. من خلال القيام بدراسة تحليلية على عينة من مشجعي فريق مولودية الجزائر بهدف دراسة تأثير منصة إنستغرام على ظاهرة العنف في الملاعب الرياضية الجزائرية، وذلك لمعرفة مدى تأثير هذه المنصة في زيادة أو تقليل التوترات بين الجماهير.

8) أدوات جمع البيانات في الدراسة:

تعريف الاستبيان:

استخدمنا في دراستنا الاستبيان، الذي يعرف بأنه أداة من أدوات البحث العلمي، والتي تستخدم بشكل كبير في البحوث والدراسات وتهدف بشكل أساسي إلى الحصول على المعلومات التي تتعلق بأحوال الناس، واتجاهاتهم، وميولهم، ويجرى الاستبيان عادة من خلال وضع عدد من الأسئلة من قبل الباحث بطريقة مترابطة يسعى من خلالها إلى الوصول لهدف إقامة البحث، ويمكن الاستبيان الباحث من وضع عدد الأسئلة الذي يريد الوصول إلى النتيجة المطلوبة.¹

في هذا الإطار، تم الاعتماد على الاستمارة الإلكترونية في الدراسة كأداة رئيسية، حيث تم توزيعها على عينة من مشجعي نادي مولودية الجزائر، والذي بلغ عددهم 100 مشجع، ضمن دراسة ميدانية تهدف إلى استكشاف

¹ صباح غربي، محمود تيشوش، الاستبيان الإلكتروني كأداة لجمع البيانات من المجتمع الافتراضي، مجلة الحوار الثقافي، المجلد 11، العدد 3، جامعة محمد

خيضر، بسكرة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، مخر المسألة التربوية في الجزائر في ظل التحديات الراهنة، بسكرة، الجزائر، 2023، ص 43.

دور منصة إنستغرام في تحفيز العنف داخل الملاعب. وقد تم تصميمها لتشمل مجموعة من الأسئلة الواضحة المرتبطة بمشكلة البحث وتساؤلاته، وتم تقسيمها إلى خمسة محاور رئيسية كما يلي:

أولاً: الفئة العمرية والمستوى التعليمي: يهدف هذا المحور إلى دراسة الخصائص الديموغرافية للمشجعين، من حيث أعمارهم ومستوياتهم التعليمية، بهدف تحديد الفئة الأكثر تأثراً أو تأثراً بالمحتوى الرقمي الرياضي.

ثانياً: عادات وأنماط متابعة وتشجيع مولودية الجزائر بين الجماهير بشكل حضوري ورقمي: حيث يسلط هذا المحور الضوء على مدى ارتباط المستجوبين بالفريق، سواء من خلال حضور المباريات في الملاعب أو متابعتها عبر الإنترنت، بالإضافة إلى طبيعة التفاعل الرقمي عبر الصفحات الرسمية أو الجماهيرية على إنستغرام.

ثالثاً: تأثير التفاعلات والتعليقات على إنستغرام في تعزيز السلوك العدواني داخل الملاعب: حيث تم تناول طبيعة الخطاب المستخدم في التعليقات، ومدى انتشار العبارات العدائية أو التحريضية، وتأثيرها المحتمل على ردود أفعال المشجعين في الواقع.

رابعاً: تأثير محتوى إنستغرام على زيادة التوتر بين مشجعي مولودية الجزائر: يتناول هذا المحور دور المنشورات الرياضية في تفاقم الخلافات بين المشجعين، ومدى قدرتها على إثارة مشاعر الاستفزاز والانقسام بين الجماهير.

خامساً: تأثير منصة إنستغرام في تقليل العنف الرياضي بدلا من تعزيزه: يهدف هذا القسم إلى استكشاف ما إذا كانت المنصة تسهم أيضا في تعزيز ثقافة الروح الرياضية والحد من السلوك العدواني من خلال محتوى هادف أو مبادرات توعوية.

صدق الاستبيان: تم التأكد من موثوقية أداة البحث من خلال تقديمها إلى لجنة من المحكمين المتخصصين

من أساتذة المدرسة العليا للصحافة وعلوم الإعلام، وهم:

- الأستاذة: بكار فايزة.
- الأستاذة: دويدة أمينة.

وقد تم الأخذ بعين الاعتبار آراءهم وملاحظاتهم، حيث تم تعديل بعض الأسئلة من حيث الصياغة، بالإضافة إلى إدراج أسئلة جديدة تعزز محتوى الدراسة. وبالتالي، فإن موافقة الأساتذة المحكمين على النسخة النهائية من الاستمارة تعتبر دليلا على تحقيق الصدق في أداة البحث.

(9) مجتمع البحث وعينة الدراسة:

مجتمع البحث:

هو جميع الافراد او الأشياء او الاشخاص الذين يشكلون موضوع مشكلة البحث. وهو جميع العناصر التي ترتبط بمشكلة الدراسة والتي يسعى الباحث الى تعميم نتائج دراسته عليها. لذا فان الباحث يسعى الى اشراك جميع افراد المجتمع، لكن الصعوبة تكمن في ان عدد افراد المجتمع قد يكون كبيرا، بحيث لا يستطيع الباحث اشراكهم جميعا.

حيث يعتبر مجتمع البحث في دراستنا، مجموع مشجعي مولودية الجزائر.

عينة الدراسة:

العينة هي جزء من المجتمع ونقوم بدراستها للتعرف على خصائص المجتمع التي سحبت منه هذه العينة – ولكي تصلح النتائج التي نحصل عليها للتعبير عن المجتمع لا بد وأن تكون العينة ممثلة للمجتمع أي جميع المفردات المراد بحثها تمثيلا صحيحا.

تتضمن العينة اختيار مجموعة من المفردات من المجتمع بطريقة تعكس الكل، وذلك بسبب حجم المجتمع الكبير الذي تجرى عليه الدراسة، أو نتيجة لتنوع مفرداته من جهة أو تجانسها من جهة أخرى.¹

اعتمدنا في دراستنا على العينة القصدية، حيث تم اختيار 100 مشجع من أنصار نادي مولودية الجزائر بناء على معايير مرتبطة بموضوع البحث. وقد تم استهداف هذه الفئة تحديدا باعتبارها من أكثر الجماهير الجزائرية عددا وتأثيرا، إلى جانب تفاعلها الكبير مع الخطاب الإعلامي الرياضي، لا سيما عبر منصات التواصل الاجتماعي.

10 الدراسات السابقة:

الدراسات العربية:

الدراسة الأولى: دراسة بهجت أحمد أبو طامع بعنوان " الإعلام الرياضي ودوره في الحد من ظاهرة التعصب والشغب في الملاعب الفلسطينية " وهي مقدمة لنيل شهادة الماجستير، جامعة فلسطين وقدمت كدورة علمية في ندوة بعنوان دور الإعلام الرياضي في الحد من التعصب والعنف في ملاعب الرياض. تمحورت إشكالية الدراسة حول

¹ محمد، عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، الطبعة الثانية، مصر، 2000، ص 158

الإطار المنهجي

معرفة دور الاعلام الرياضي في الحد من ظاهرة التعصب والشغب في الملاعب الرياضية الفلسطينية. وتمثلت أسئلة الدراسة في:

- هل توجد فروق بين تقديرات أفراد عينة الدراسة لدور الاعلام الرياضي في الحد من ظاهرة التعصب والشغب في الملاعب الفلسطينية تعزى لمتغير صفة المشجع؟

- هل توجد فروق بين تقديرات أفراد عينة الدراسة لدور الإعلام الرياضي في الحد من ظاهرة التعصب والشغب في الملاعب الفلسطينية تعزى لمتغير المرحلة العمرية؟

- كما شملت مجالات الدراسة جماهير ومشجعي فرق أندية دوري محترفي كرة القدم الفلسطينية. وقد اتبع الباحث المنهج الوصفي المسحي لإجراء بحثه، كما تكون مجتمع الدراسة من 243 شخص تم اختيارهم بطريقة عشوائية

الدراسة الثانية: دراسة محمد شحيمات إشراف نبيل شموخ بعنوان " دور وسائل الاعلام في إثارة العنف والشغب في الملاعب الأردنية " وهي رسالة ماجستير بكلية التربية البدنية جامعة اليرموك.

استهدفت الدراسة التعرف على مظاهر عنف وشغب الملاعب التي يبديها الجمهور، ودور الاعلام الرياضي في مواجهة عنف وشغب الملاعب من وجهة نظر مدربي كرة القدم في الأردن، وجاءت أسئلة الدراسة كالآتي:

- ما هي مظاهر عنف وشغب الملاعب التي يبديها الجمهور؟

- ما هي أسباب شغب الملاعب؟

الإطار المنهجي

- ما هو دور الاعلام الرياضي في مواجهة عنف وشغب الملاعب؟

للإجابة على هذه التساؤلات استخدم الباحث المنهج الوصفي بأسلوب المسح الشامل ملائمته لطبيعة الدراسة واختيرت العينة بطريقة عرضية من مدربي الأردن لدوري كرة القدم وقدر عددهم ب 32، وأستخدم الباحث الاستبيان لجمع البيانات مكون من 33 عبارة موزعة على خمس محاور.

الدراسات الجزائرية:

الدراسة الأولى: دراسة عيسى الهادي بعنوان "البرامج الرياضية التلفزيونية وآثارها على نشر الوعي الرياضي". وهي دراسة تحليلية وعبرة عن مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في نظرية منهجية التربية البدنية والرياضية معهد التربية البدنية والرياضية جامعة الجزائر3، حاولت الدراسة الاجابة على التساؤل الآتي:

إلى أي مدى تعمل البرامج الرياضية في التلفزيون الجزائري على تنمية الوعي الرياضي لدى الجماهير المشاهدة؟ وهو ما اندرج عليه أسئلة فرعية هي:

- هل يساعد أسلوب تقديم هذه البرامج على مشاهدتها؟

- هل تلقي البرامج الرياضية الاهتمام الكافي من ناحية عدد ساعات البث؟

من أجل الاجابة على الأسئلة المطروحة تم وضع الفرضيات الآتية:

- البرامج الرياضية في التلفزيون الجزائري لا تساعد على تنمية الوعي الرياضي لدى المشاهد

- ركز التلفزيون الجزائري برامجه الرياضية على رياضات وألعاب معينة على حساب الجمهور رياضات أخرى من خلال المقدمين والمعدّين لهاذة البرامج.

وللتأكد من صحة الفرضيات اعتمدت هذه الدراسة على منهج تحليل مضمون، مبررا بذلك طبيعة الدراسة والأسئلة والفرضيات، التي انطلق على أساسها معتمدا في ذلك على العينة العمدية في اختياره لمجتمع البحث والمتمثلة في برامج التلفزيون الرياضي في التلفزيون الجزائري وبناء على هذا فقد قام الباحث باختيار فئتي " الوسيلة والشكل التعبيري " المتضمنين في فئات الشكل، وفئتي " الاتجاه " و " القيم".

الدراسة الثانية: لمحمد حماني بعنوان " تأثير الصحافة الرياضية على انتشار ظاهرة العنف في ملاعب كرة القدم الجزائرية " وهي دراسة وصفية تحليلية، وهي عبارة عن مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية معهد التربية البدنية والرياضية بجامعة يوسف بن خدة الجزائر.

تمحورت إشكالية الدراسة حول العنف الرياضي وأبعاده، محاولا الكشف عن نتائج وافرازات الوسائل الاعلامية الرياضية في المجتمع، وتناول الباحث دور الصحافة الرياضية في الحد من انتشار وتنامي ظاهرة العنف في الوسط الرياضي من خلال الأسئلة التالية:

- هل تؤثر الصحافة الرياضية على انتشار ظاهرة العنف في ملاعب كرة القدم الجزائرية؟

- هل للصحافة الرياضية تأثير في تنمية ظاهرة التعصب في الملاعب؟

- هل للصحافة الرياضية تأثير في تفشي معاني الانتقام في ملاعبنا؟

- هل للصحافة الرياضية أدوار ومسؤوليات في دفع الجماهير الى التحريض؟

ومن أجل الاجابة على هذه الأسئلة تم وضع الفرضيات الآتية:

- تتحمل الصحافة الرياضية مسؤولية كبيرة في انتشار العنف في ملاعب كرة القدم الجزائرية.

- التحمس الصحفي الزائد يدفع الى التنازل عن الاخلاقيات المهنية ويؤثر سلبا على سلوكيات الجماهير.

- الخطأ في توجيه المناصرين الى تشجيع نوادهم يدفع أحيانا الى تنمية التعصب عند الجماهير.

- نقص الخبرات المهنية المطلوبة في الصحفيين المختصين في الميدان الرياضي تؤدي الى تحريض الجماهير على

العنف.

وللإجابة على التساؤلات والتأكد من صحة الفرضيات اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي، ومن

خلال تحليل منشورات الصحف في تغطيتها للأحداث وكذا الاستبيان الذي وزع على عينة من جمهور الملاعب

المقدر ب 23 مفردة وزعت بطريقة عرضية كون هذا النوع من العينات ملائم أكثر مع الدراسة. وتوصل الباحث

الى النتائج التالية:

- تتحمل وسائل الاعلام الرياضية مسؤولية كبيرة ومؤثرة على أداء اللعبة وانحراف سلوكيات الجماهير

نتيجة لأنواع الكتابات الصحفية.

- الصحافة الرياضية غير محايدة في متابعة وتغطية مقابلات البطولة الوطنية مما يدل على عدم موضوعية

واحترافية الصحفيين.

- لا دور للصحافة الرياضية في محاربة أعمال العنف ولا تعمل على نشر الروح الرياضية.

الإطار المنهجي

- الصحافة والصحافيين غير ملتزمين بقواعد المهنة.

الدراسة الثالثة: للباحث إبراهيم جوادي بعنوان "دور وسائل الاعلام الرياضي المكتوب في ترقية قيم الروح الرياضية الوطنية لدى الجمهور الجزائري"، وتندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الاستطلاعية، بمعهد التربية البدنية والرياضية جامعة باتنة.

-تمحورت إشكالية الدراسة حول معرفة مدى مساهمة الاعلام الرياضي المكتوب في ترسيخ بعض القيم الاجتماعية والأخلاقية للمواطنين من خلال الإشكالية الآتية:

- ما مدى مساهمة وسائل الاعلام الرياضي المكتوب في ترقية قيم الروح الرياضية الوطنية لدى الجمهور الجزائري؟

وللإجابة عن هذه التساؤلات انطلق الباحث من عدة فرضيات أبرزها:

- للإعلام الرياضي المكتوب دور في تنمية قيم الروح الوطنية لدى الجماهير الرياضية.

- يقوم الإعلام الرياضي المكتوب بدور ايجابي في توعية الجمهور بأدوار الرياضة.

واعتمد الباحث على المنهج الوصفي الملائم للموضوع المدروس وأجرى دراسته الاستطلاعية على مجتمع بحث

اختير بطريقة عشوائية، مكون من 133 متابع للشأن الرياضي عبر ثلاث ولايات بأسلوب العينة العنقودية معتمدا

في ذلك على الاستمارة والملاحقة في مجتمع المعلومات.

تقييم الدراسات السابقة:

الدراسات العربية:

الدراسة الأولى:

تشابه دراسة بهجت أحمد أبو طامع مع دراستنا في كونهما لهما نفس مجتمع الدراسة أي جماهير ومشجعي كرة القدم كما تشابهت الدراستان في المنهج الوصفي، وتختلف عنها في الهدف كون دراسة أحمد بهجت هدفت لمعرفة دور الاعلام الرياضي في الحد من ظاهرة التعصب والشغب في الملاعب الرياضية الفلسطينية، أما دراستنا فتهدف لمعرفة دور الانستغرام في نشر ظاهرة العنف، وقد استخدم العينة العشوائية في حين استخدمنا العينة القصدية.

الدراسة الثانية:

تشابه دراسة محمد شحيمات مع دراستنا في كونهما لهما نفس الهدف وهو إثارة ونشر العنف الرياضي في الملاعب، كما تشابهت الدراستان في المنهج الوصفي، واعداد جمع البيانات عن طريق "الاستمارة". وتختلف عنها كون دراسة محمد شحيمات تناولت متغير وسائل الإعلام أما دراستنا فتناولت متغير الانستغرام، كما اختلفنا في مجتمع الدراسة فدراستنا كانت على جمهور مولودية الجزائر حيث استخدمنا العينة القصدية، في حين كانت دراسة الباحث على مدربي كرة القدم.

الدراسات الجزائرية:

الدراسة الأولى:

اختلفت دراسة عيسى الهادي عن دراستنا في الهدف حيث ركزت دراسته على دور البرامج التلفزيونية وآثارها على نشر الوعي الرياضي أما دراستنا فهدفت الى التركيز على دور الانستغرام في نشر العنف، وبالنسبة للمنهج فقد اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي أما دراسة عيسى الهادي فقد اعتمدت على منهج تحليل المضمون، كما اختلفت أيضا دراستنا عن دراسة عيسى الهادي في طريقة اختيار العينة فهو اعتمد على العينة العمدية ونحن القصدية.

الدراسة الثانية:

تشابه دراسة محمد حماني مع دراستنا في كونهما لهما نفس الهدف وهو دراسة تأثير الصحافة او وسائل الاعلام على انتشار ظاهرة العنف في الملاعب، واستخدام استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وتختلف عنها كون دراسة محمد حماني تناولت متغير دور الصحافة أما دراستنا فتناولت متغير الانستغرام.

الدراسة الثالثة:

تشابه دراسة إبراهيم جوادي مع دراستنا في كونهما استخدمتا نفس المنهج وهو المنهج الوصفي واستخدام استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وتختلف عنها في الهدف كون دراسة إبراهيم جوادي تهدف لدراسة دور وسائل الاعلام الرياضي المكتوب في ترقية قيم الروح الرياضية الوطنية لدى الجمهور الجزائري أما دراستنا فهدفتها دراسة دور الانستغرام في نشر العنف الرياضي، واستخدم العينة العشوائية في حين استخدمنا العينة القصدية.

الفصل الأول: التحويل الرقمي وعلاقته

بالتفاعل الجماهيري الرياضي عبر

إنستغرام

تمهيد:

شهد العالم في العقود الأخيرة تحولا رقميا غير أنماط الحياة في مختلف المجالات، ومنها المجال الرياضي. وأصبحت وسائل التواصل الاجتماعي أداة رئيسية للتواصل والتفاعل بين الأندية، اللاعبين، والجماهير.

من بين هذه الوسائل، برزت منصة "إنستغرام" كواحدة من أكثر المنصات تأثيرا في العالم الرياضي، بفضل قدرتها على نشر المحتوى بسرعة وجاذبية، ولت تعد مجرد منصة ترفيهية، بل أصبحت فضاء للتفاعل الجماهيري والتعبير عن الآراء.

ورغم دور إنستغرام في تعزيز التواصل والتقارب بين الجماهير والفرق، الا انه يطرح تحديات كبيرة تتعلق بإثارة العنف والتوتر داخل الملاعب الرياضية. فقد تسهم المنشورات والتعليقات في تصعيد النزاعات وتحفيز تصرفات عدائية تهدد أمن الفعاليات الرياضية.

لذا، فإن دراسة العلاقة بين التحول الرقمي وتفاعل الجماهير عبر إنستغرام تكتسب أهمية لفهم تأثير هذه المنصة على سلوكيات الجماهير، وكيف يمكن توجيه هذا التأثير نحو تعزيز الروح الرياضية وتقليل مظاهر العنف في الملاعب.

وفي هذا الصدد، سنحاول في هذا الفصل التعرف على الإعلام الرياضي من حيث نشأته وخصائصه، بالإضافة الى معرفة تأثير التحول الرقمي على المجال الرياضي، وكذا التعرف على موقع الإنستغرام من حيث نشأته، تطبيقاته، آليات التواصل، إيجابياته وسلبياته.

المبحث الأول: الإعلام الرياضي في ظل التحول الرقمي:أولاً: الاعلام الرياضي:

لكي نتطرق الى مفهوم الاعلام الرياضي يجب التطرق أولاً الى مفهوم الاعلام:

1. مفهوم الاعلام:

كلمة إعلام هي كلمة ذات أصل غربي (information) ترجع إلى كلمة مشتقة من الفعل أعلم، ويأتي استخدامها لكلمات أخرى تعطي نفس المعنى مثل: أخبر، وأنبأ، وجميعها ترمي إلى تقديم المعلومات والأخبار إلى شخص.

اصطلاحاً: يقصد بالإعلام تلك العملية التي يترتب عليها نشر الأخبار والمعلومات الدقيقة التي تتركز على الصدق والصراحة، ومخاطبة عقول الجماهير وعواطفهم السامية، والارتقاء بمستوى الرأي، ويقوم الإعلام على التنوير والتثقيف، مستخدماً أسلوب الشرح والتفسير والجدل المنطقي. كما يعني الإعلام تزويد الجماهير بأكبر قدر ممكن من المعلومات الموضوعية الصحيحة والواضحة.¹

والمدلول اللغوي أو المعنى السائد لكلمة الإعلام هو: التعبير العملي لتكوين المعرفة والاطلاع والإحاطة لما يهم الإنسان في كل زاوية من زوايا محيطه، وفي كل مرفق من مرافق حياته، وفي كل ركن من أركان طموحه وهمومه

¹ محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي الأردن دار أسامة المشرق الثقافي، 2010، ص 27.

وحاجاته".¹ وعرفه العالم الألماني (أوتو جروت) نقلا عن الدكتور عبد العزيز شرف أنه: "التعبير الموضوعي عن عقلية

الجماهير وروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت".²

ويعتبر الدكتور محمد منير حجاب أن الإعلام يستخدم للدلالة على عمليتين في وقت واحد تكمل إحداها الأخرى، فهو يشير من جهة إلى عملية استقاء واستخراج المعلومات أعماق والحصول عليها من خلال التواجد السريع والفوري في مكان الحدث، أو التعمق في مصدر المعلومة من جميع الجوانب لاستخلاص المعلومات. ومن جهة أخرى يشير إلى إعطاء وبت هذه المعلومات على الآخرين أي نقل المعلومات والآراء والاتجاهات من شخص إلى آخر من خلال الوسيلة المناسبة التي تعمل على إشباع ذلك من خلال الحواس المختلفة.³

إذن الإعلام هو عملية نشر الأخبار والحقائق، وتزويد الجماهير بأكبر قدر ممكن من المعلومات الموضوعية الصحيحة. والواضحة كما يمكن ان نتعرف على مفهوم الاعلام من خلال المفاهيم التالية:⁴

الاعلام هو تزويد الناس بالمعلومات والحقائق الكفيلة بتوسيع آفاقهم. "وهو نوع من الاتصال يتم بين متصل ومتصل به أو مرسل ومستقبل بقصد توصيل أخبار أو معلومات أو حقائق"، ويكون عادة الهدف احداث تأثير في المتصل به هذا التأثير يكون بمثابة رد فعل أو استجابة فورية أو نهائية إذا ما جاءت حسب توقعات المتصل، يكون الاعلام قد حقق أهدافه في التأثير في سلوك الآخرين بناء على المعلومات والافكار والحقائق التي وصلت لهم.⁵

¹ محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي الأردني، نفس المرجع السابق، ص 28.

² عبد العزيز شرف المدخل إلى وسائل الإعلام، الطبعة الأولى، القاهرة، دار الكتاب المصري، 1980، ص 16

³ محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، الطبعة الأولى، القاهرة، دار الفجر، 2004 ص 61

⁴ محمد جمال الفار، نفس المرجع السابق، ص 51

⁵ فاروق خالد، الاعلام الدولي والعملة الجديدة، الاردن، دار اسامة للنشر والتوزيع، (د.ت)، ص 09.

2. أهمية الاعلام في مجال الرياضة:

إن للإعلام عبر وسائل الاتصال الجماهيري أهمية كبيرة في مجال التربية البدنية والرياضة فهو يساهم في تحقيق

الأهداف الإعلامية التالية:

1- تكوين بنية معرفية لمتابعين الرسالة سوى كانت إذاعية أو تليفزيونية أو ذلك فيما يخص مفاهيم و أهداف و وسائل التربية البدنية و الرياضة بوجهة نظر صحفية عامة.

2 - تنمية مكونات الثقافة المرتبطة بمجال التربية البدنية والرياضة لدى الجمهور بغرض محو الأمية المرتبطة بالمفاهيم والقضايا التي يتكون عنها مدركات خاطئة عند بعض الأفراد وفئات المجتمع.

3- تدعيم المبادئ والقيم التربوية، وترسيخها في الأفراد، وذلك من خلال الاهتمام بالتنشئة الاجتماعية لهم في مجال الرياضي.

4- تكوين الاتجاهات الايجابية نحو التربية البدنية والرياضة التنافسية وذلك من خلال مبدأ الرياضة للجميع، بغرض زيادة الطلب على المشاركة الفعالة لأوجه نشاطاتها، والحاجة إلى ممارستها للوقاية من الأضرار البدنية الحديثة.

5- توضيح أهميتها في حياة الإنسان والمجتمع، من خلال الفقرات والبرامج الإعلامية في وسائل الاتصال يمكن التعرف على كل ما هو جديد او مستحدث في مجال التربية البدنية والرياضية وكيفية استثماره أو التعريف عن بعض

الحقائق العلمية التي تربط بين التفوق الرياضي والاستغلال الجيد لأوقات الفراغ، أو بين ممارسة النشاط الحركي والصحة أو حتى بين نقص الحركة والإصابة ببعض الأمراض.

6- تكوين رأي عام مبنى على حقائق ومعلومات صادقة ومناقشات علمية جادة حتى يكون هذا الرأي سندا

للمشكلات و القضايا المعاصرة للتربية البدنية و الرياضة.¹

3. مفهوم الاعلام الرياضي:

1.3. تعريف الاعلام الرياضي :

يشير كل من "خير الدين عويس" و "عطا عبد الرحيم" إلى أن الإعلام الرياضي هو تلك العملية التي تم بنشر الاختبار والمعلومات والحقائق المرتبطة بالرياضة وتفسير القواعد والقوانين المنظمة للألعاب وأوجه النشاط الرياضي، وذلك للجمهور بقصد ثقافة الرياضة بين أفراد المجتمع وتنمية الوعي الرياضي وانه من خلال وسائل الاتصال الجماهيرية يتم التأثير في النمو السلوكي والقيمي لجمهوره.

ويرى محمد "الحماحي" أن الإعلام في المجال الرياضي يعد تلك المنظومة التي تقوم بنشر الاخبار والمعلومات والمعرفة المرتبطة بهذا المجال الرياضي، وعرض وتفسير القواعد والقوانين والمبادئ التي تنظم الرياضات والألعاب المختلفة وتحكم المنافسات الرياضية، والتي توضح الرؤى العلمية والرياضية، وذلك من خلال وسائل الاتصال والإعلام الجماهيري، بغرض نشر الثقافة المرتبطة بهذا المجال لدى المواطنين، وتنمية اتجاهاتهم الايجابية نحو ممارسة أوجه النشاط البدني والحركي، وتوجيههم نحو استثمار أوقات الفراغ في متابعة الأحداث الرياضية".²

¹ حسن احمد الشافي، الاعلام في التربية البدنية والرياضة، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الاسكندرية، 2003، ص 104.

² إبراهيم إمام، الإعلام الإذاعي والتلفزيون، دار الفكر العربي، ط، 2، مصر، 1995، ص.7

الإعلام الرياضي 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 يهتم بقضايا وأخبار الرياضة والرياضيين.¹

2.3. مراحل تطور وسائل الإعلام الرياضي:

لقد مرت وسائل الإعلام الرياضية مثلها مثل باقي وسائل الإعلام العامة بعدة مراحل، يمكن أن نوجزها في

ثلاثة منها على الشكل التالي:

المرحلة الأولى (البداية):

كانت وسائل الإعلام الرياضية في هذه المرحلة بدائية، تعتمد على وسائل قديمة مثل دقات الطبول في إفريقيا، الدخان في الهند، النيران في الصحراء عند البلاد العربية، والنقش على الأحجار والأشجار والمعابد كآثار لأرشفة الأحداث الرياضية. انتهت هذه المرحلة بظهور آلات الطباعة، وذلك بعد أن كانت وسائل الاتصال محدودة وبدائية، وارتبطت بتوضيح المعارف والمعلومات للأفراد عن طريق الصحف والمجلات والكتب والدوريات المختلفة.

المرحلة الثانية (العصر الحديث):

بدأت بظهور وكالات الأنباء العالمية، الإقليمية والمحلية؛ والتي تعددت في الكثير من الدول وخاصة الدول الكبرى واستخدمت في ذلك وسائل الاتصال والإعلام المعروفة حالياً كالسمعية والبصرية مثل الإذاعة والتلفزيون، والمقروءة

¹ أديب حضور، الاعلام الرياضي، دراسة علمية للتحرير الرياضي في الصحافة، الإذاعة والتلفزيون، ط1، المكتبة الإعلامية، دمشق، 1994، ص 77

مثل الجرائد والمجلات، وبذلك وفرت الكثير من المعلومات المختلفة في مجالات الحياة الرياضية لدى الجماهير في مختلف أنحاء العالم.

المرحلة الثالثة (الأقمار الصناعية والإنترنت):

ستكلم عن هذه المرحلة عربيا؛ حيث تعد مصر أول دولة عربية تدخل نادي الفضاء العالمي في القرن الواحد والعشرين تأكيذا على ذات الريادة الإعلامية الرياضية على المستوى العربي الإفريقي، ونتيجة لظهور الأقمار الصناعية ظهرت شبكة المعلومات أو ما يعرف بالإنترنت التي أحدثت تطورا كبيرا في وسائل الإعلام والاتصال¹.

3.3. خصائص الإعلام الرياضي:

- ✓ الإعلام الرياضي يتضمن جانبا كبيرا من الاختيار، حيث أنه يختار الجمهور الذي يخاطبه ويرغب في الوصول إليه، فهذا مثلا برنامج إذاعي رياضي موجه لجمهور كرة القدم، وهذه مجلة رياضية خاصة بكرة السلة، وهذا حديث تليفزيوني موجه إلى جمهور كرة اليد وهكذا.
- ✓ الإعلام الرياضي يتميز بأنه جماهيري له القدرة على تغطية مساحات واسعة، ويخاطب قطاعات كبيرة من الجماهير.
- ✓ الإعلام الرياضي في سعيه لجذب أكبر عدد من الجمهور، يتوجه إلى نقطة متوسطة افتراضية يتجمع حولها أكبر عدد من الناس باستثناء ما يوجه إلى قطاعات محددة من الناس، كالبرامج الرياضية للمعوقين.

¹ شاهيناز طلعت، وسائل الإعلام والتنمية الاجتماعية، ط2، الدار المصرية، القاهرة، 1986، ص27، 28.

✓ الإعلام الرياضي بوسائله المختلفة مؤسسة اجتماعية يستجيب إلى البيئة التي يعمل فيها

بسبب التفاعل بينه وبين المجتمع، وحتى يمكن فهمه لهذا المجتمع لابد له أولاً من وسائل إعلامية رياضية

تتلاءم مع القيم والعادات السائدة في المجتمع، فالإعلام الرياضي بمثابة المرآة¹.

4.3. أهداف الإعلام الرياضي:

1- نشر الثقافة الرياضية من خلال تعريف الجمهور بالقواعد والقوانين الخاصة بالألعاب.

2- تثبيت القيم والمبادئ والاتجاهات الرياضية و المحافظة عليها حيث أن لكل مجتمع نسق قيمي يحدد

أنماط السلوك الرياضي.

3- نشر الأخبار والمعلومات والحقائق المتعلقة بالقضايا والمشكلات الرياضية المعاصرة ومحاولة تفسيرها

والتعليق عليها.

4- الترويج عن الجمهور وتسليتهم بالأشكال والطرق التي تخفف عنهم أعباء وصعوبات الحياة اليومية².

ثانياً: التحول الرقمي:

قبل التطرق إلى مفهوم التحول الرقمي، يجدر بنا التطرق إلى مفهوم الرقمنة لتوضيح التداخل الوارد بينهما:

أولاً فيما يخص مصطلح الرقمنة يؤدي إلى معنيين مختلفين إذا تفحصنا الأدبيات الفرنسية:

Numérisation & Digitalisation هناك مصطلح آخر متداول وهو

Dématérialisation

¹خير الدين عويس، عطا حسن عبد الرحيم، الإعلام الرياضي، ط1، مركز الكتاب للنشر، الجزء الأول، القاهرة، 1998 ص 24

²خير الدين علي عويس، عطا حسن عبد الرحيم، الإعلام الرياضي، نفس المرجع السابق، ص22،23

- Numérisation : هي العملية التقنية التي يتم من خلالها نقل المحتوى والخصائص الشكلية للوثائق الورقية إلى وسائط رقمية، وتتم هذه العملية عادة باستخدام الماسح الضوئي. تمكن رقمنة الوثائق الورقية من تسريع معالجة المعلومات المشتركة وتيسير الوصول إليها، خاصة عندما تكون هذه المعلومات متصلة بالإنترنت ولم تعد موجودة في الأرشيفات الورقية البعيدة.
- Dématérialisation : تعني الغاء الطابع المادي للوثيقة، أي انشاء الوثائق مباشرة بشكل رقمي دون المرور بمرحلة الورق، وهو ما يختلف عن الرقمنة. في مرحلة معينة، ينبغي التوقف عن إنتاج الوثائق الورقية بغرض رقمنتها لاحقا، والتوجه نحو انشاء الوثائق الرقمية مباشرة.
- أما Digitalisation : هي عملية منظمة تهدف الى دمج التقنيات الرقمية بشكل كامل في جميع الأنشطة والهياكل، مع إمكانية تطوير تقنيات جديدة وتنويع طرق العمل والخدمات اعتمادا على الأدوات الرقمية. من هذا المنظور، تنطوي الرقمنة على تغييرات تمس الاستراتيجية، والنموذج الاقتصادي، والنهج التشغيلي والثقافة التنظيمية.
- Le digital "الرقمية": هي مجموعة الاستخدامات والتجارب الناتجة عن ترابط الأدوات الرقمية عبر الإنترنت وتكاملها.
- التحول Transformation : يشير الى احداث تغييرات جوهرية في اعمال المنظمات او في أنشطة وهياكل الحكومات، بحيث تشمل نماذج الاعلام، والإجراءات التشغيلية وطريقة تقديم المنتجات او الخدمات، وقد يكون التحول استراتيجيا يمس وظائف المنظمة ككل.

ثانياً على مستوى المصطلحات الأنجلوسكسونية فهناك اختلاف في استعمال كل من مصطلحي:

Digitization & Digitalization

Digitization (رقمنة المعلومات): تشير إلى التحسين الداخلي للعمليات، على سبيل المثال: تحويل

العمل إلى نظام إلكتروني وتقليل استخدام الورق) مما يؤدي إلى خفض التكاليف.

Digitalization (رقمنة العمليات): هي استراتيجية أو عملية تتجاوز تنفيذ التكنولوجيا لتشمل

تغييراً جوهرياً أعمق في نموذج العمل بأكمله وتطور أساليب الأداء.

التعريف الأكاديمي للتحول الرقمي: لا يوجد حالياً تعريف متفق عليه بشكل عام لمصطلح التحول الرقمي،

ومع ذلك سيتم عرض التعريفات المختارة في سياق التحول الرقمي فيما يلي:

استخدام التكنولوجيا لتحسين أداء المؤسسات بشكل جذري أو المدى الأمثل الذي تصل



إليه¹

استخدام التكنولوجيا الرقمية الحديثة كمواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي، الهواتف



الذكية، أو الأجهزة المضمنة) لتمكين التحسينات الرئيسية للأعمال (مثل تحسين تجربة العملاء، تبسيط

العمليات أو حتى تطوير نماذج أعمال جديدة).

استخدام التكنولوجيا الرقمية لتحسين أداء الشركة بشكل جذري.



يشمل التحول الرقمي كلا من رقمنة العمليات مع التركيز على الكفاءة والابتكار الرقمي،



والتركيز على تعزيز المنتجات المادية الحالية بالقدرات الرقمية.

¹ Westerman, G, Bonnet, D, & McAfee, A. (2014). Leading digital: Turning technology into business transformation. Harvard Business Press.

التحول الرقمي يمثل تغييرا عميقا وسريعا في أساليب الأعمال والعمليات والمهارات والنماذج التنظيمية، بهدف استغلال الفرص والتغيرات التي تقدمها التكنولوجيا الرقمية بشكل كامل.

يشمل التحول الرقمي رقمنة قنوات المبيعات والاتصال، والتي توفر طرقًا جديدة للتفاعل مع العملاء، ورقمنة عروض الشركة الخاصة بالمنتجات والخدمات، والتي تحل محل العروض المادية أو تفوقها. يصف التحول الرقمي أيضا إطلاق تحركات الأعمال التكتيكية أو الاستراتيجية من خلال الرؤى المستندة إلى البيانات وإطلاق نماذج الأعمال الرقمية التي تتيح طرقا جديدة للحصول على القيمة.

يعرف التحول الرقمي داخل المؤسسة بأنه عملية تنظيمية شاملة تقوم على تبني البيانات الضخمة، والتحليلات المتقدمة والحوسبة السحابية والتقنيات المحمولة، ومنصات التواصل الاجتماعي، بهدف تحسين الأداء وتعزيز التفاعل مع العملاء وتطوير خدمات المؤسسة.

يتضمن الاستفادة الواسعة من تكنولوجيا المعلومات المتقدمة، مثل تقنيات التحليلات والحوسبة المتنقلة ووسائل التواصل الاجتماعي والأجهزة الذكية المتكاملة، بالإضافة إلى الاستفادة الأمثل من التقنيات التقليدية مثل نظم تخطيط موارد المؤسسات (ERP)، مما ينيح تحقيق تحسينات جوهرية في الأعمال الرئيسية.

"يسلط التحول الرقمي الضوء على تأثير تكنولوجيا المعلومات على الهيكل التنظيمي والإجراءات الروتينية، وتدفع المعلومات، والقدرات التنظيمية لاستيعاب تكنولوجيا المعلومات والتكيف معها"

تعريف شركات الأبحاث والاستشارات للتحول الرقمي: ولتوضيح بشكل أوسع مفهوم الرقمنة والتحول

الرقمي سوف نضيف بعض أهم تعريفات شركات الأبحاث والاستشارات الرائدة عالمياً، وهيئات المتخصصة والمنظمات العالمية:

تعريف الرقمنة حسب تعريف Gartner Information Technology: هي

عملية التغيير من الشكل التناظري إلى الشكل الرقمي والمعروف أيضاً باسم التمكين الرقمي. بعبارة أخرى،

تأخذ الرقمنة عملية تناظرية وتغيرها إلى شكل رقمي دون أي تغييرات عينية مختلفة للعملية نفسها.

تعريف آخر لنفس المكتب؛ الرقمنة هي استخدام التكنولوجيات الرقمية لتغيير نماذج

الأعمال للحصول على إيرادات جديدة وزيادة فرص خلق القيمة.

2.1. تعريف التحول الرقمي :

عرفته Gartner كما يلي: يمكن للتحول الرقمي أن يشير إلى أي شيء يتعلق بتكنولوجيا

المعلومات والاتصالات الحديثة؛ كالحوسبة السحابية أو التحسين الرقمي. ويمكن أن يشير كذلك إلى تطوير

نماذج أعمال رقمية جديدة. يستخدم المصطلح على نطاق واسع في منظمات القطاع العمومي للإشارة إلى

المبادرات المتواضعة؛ مثل وضع الخدمات على الإنترنت أو مختلف التحديثات. وبالتالي، فإن المصطلح يشبه

"الرقمنة" أكثر من "التحول الرقمي للأعمال".

أما IDC -International Data Corporation فعرفته كما يلي: التحول الرقمي هو

عملية مستمرة تتبعها المنظمات للتكيف مع متطلبات عملائها، وسوقها، وبيئتها الخارجية من خلال استغلال

القدرات الرقمية. وتهدف هذه العملية إلى ابتكار نماذج عمل جديدة، وتطوير منتجات وخدمات تجمع بين الجوانب الرقمية والتقليدية بسلاسة، مع تحسين الكفاءة التشغيلية ورفع الأداء التنظيمي في الوقت نفسه.¹

تعريف Deloitte يشير التحول الرقمي إلى استخدام التكنولوجيا بهدف تحسين أداء المؤسسة أو تطويرها بشكل جوهري. وعندما تتم عملية التحول الرقمي بنجاح، ستسهم التكنولوجيات الرقمية في تعزيز العمليات وتعزيز تفاعل المواهب وتطوير نماذج أعمال جديدة²

تعريف Mckinsey : تعرف ماكينزي التحول الرقمي على أنه عملية تهدف الى تمكين نماذج الأعمال الحالية من خلال دمج التقنيات. مبدئياً، يسمح ذلك بدمج التقنيات الرقمية في نماذج الأعمال القائمة بالفعل، مما يغير طريقة التشغيل وتقديم المنتج أو الخدمة.

تعريف European Commission: يتميز التحول الرقمي بدمج التكنولوجيات المتطورة وتكامل الأنظمة المادية والرقمية، وهيمنة نماذج الأعمال المبتكرة والعمليات الجديدة، وإنشاء منتجات وخدمات ذكية³

تعريف: OECD يشير التحول الرقمي إلى الآثار الاقتصادية والمجتمعية لـ digitization digitalization, digitization. هي تحويل البيانات والعمليات التناظرية إلى تنسيق يمكن للآلة قراءته

¹ Fonseca, L. M., & Domingues, J. P. (2017). How to succeed in the digital age? Monitor the organizational context, identify risks and opportunities, and manage change effectively. Management & Marketing. Challenges for the Knowledge Society, 12(3), 443-455.

² Verina, N., & Titko, J. (2019). Digital transformation: Conceptual framework. In Proceedings of the International Scientific Conference "Contemporary Issues in Business, Management and Economics Engineering 2019", Vilnius, Lithuania, 9-10.

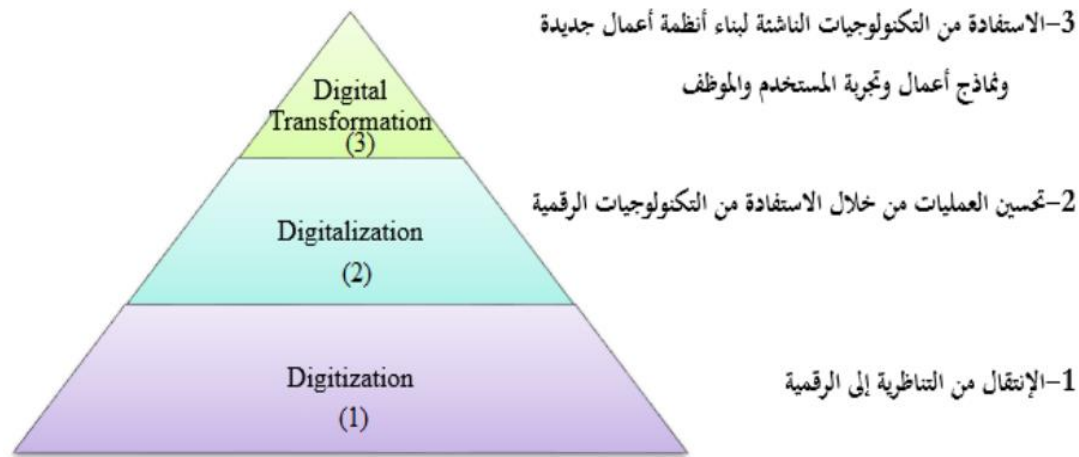
³ Mar Negreiro & Tambiama Madiega (2019). BRIEFING EU policies – Delivering for citizens— Digital transformation. European Parliamentary Research Service.

أما digitalization فهي استخدام التقنيات والبيانات الرقمية وكذلك ربطها مما يؤدي إلى تغييرات جديدة أو تغييرات في الأنشطة الحالية " ¹

وكخلاصة لما سبق يمثل البناء الهرمي لتحويل المعلومات (digitization)، وتحويل العمليات

(digitalization)، والتحول الرقمي (digital transformation) الذي اقترحه، Rohit

Prabhakar² ووضعية وتسلسل المفاهيم الثلاثة، كما هو موضح في الشكل 1



شكل 1: رسم توضيحي البناء الهرمي لتحويل المعلومات وتحويل العمليات و التحويل الرقمي

المصدر: (Rohit Prabhakar, 2020)

¹ OECD (2018). GOING DIGITAL IN A MULTILATERAL WORLD. OECD Publishing.

² Rohit Mahajan, Shree Parthasarathy, S & Vishal Jain. (2018). Managing Risk in Digital Transformation.

1.3. أشكال التحول الرقمي:

للتحول الرقمي أشكال ودرجات متعددة، وتختلف المؤسسات فيما بينها بطريقة ودرجة التحول حسب طبيعة نشاطها ونوع التقنية التي تحتاجها، إلا أن بعض التقنيات التي صنفت الأكثر انتشارا هي:

تطبيقات الهواتف الذكية: وهي أكثر التقنيات حضورا واستعمالا في الوقت الحالي حيث تستطيع المؤسسات إنشاء تطبيقها الخاص لإدارة أنشطتها وتسهيل خدماتها لكل من الأعضاء والمستفيدين.

الحوسبة السحابية: وهي كل المصادر والأنظمة الحاسوبية المتوفرة تحت الطلب عبر الشبكة والتي تتيح عددا من الخدمات الحاسوبية المتكاملة، وتشمل هذه الخدمات توفير مساحة لتخزين البيانات وإجراء النسخ الاحتياطي والمزامنة الذاتية، بالإضافة إلى قدرات معالجة برمجية وجولة للمهام وإدارة للبريد الإلكتروني والطباعة والاطلاع عن بعد.

انترنت الأشياء: وهي شبكة من الأجهزة المادية والمركبات والأجهزة المنزلية وغيرها من الأجهزة الإلكترونية وأجهزة الكمبيوتر وأجهزة الاستشعار والمحركات والاتصال وتستطيع هذه الأجهزة الاتصال وتبادل البيانات فيما بينها.

الذكاء الاصطناعي: وهو قدرة بعض البرامج والأنظمة الحاسوبية على محاكاة السلوك البشري والقدرات الذهنية للإنسان وخصوصا القدرة على التعلم، والاستنتاج حيث تستوعب هذه البرامج والأنظمة بيئتها المحيطة وتساهم في إيجاد حلول للمشاكل التي تواجهها.¹

¹ موقع مزن: ماهو التحول الرقمي وماهي أشكاله 18:04-11-4-2025 www.mozn.ws

1.4. وسائل التحول الرقمي :

إن تعدد الوسائل والتقنيات المستخدمة في عمليات الاتصال والتواصل وتبادل المعلومات منتشرة بشكل واسع جداً، وإن الحديث عن التحول الرقمي يقودنا للحديث عن وسائل وتقنيات اتصالية وإعلامية مرتبطة به ارتباطاً وثيقاً يتم عبرها تبادل رسائل متعددة ومختلفة الاتجاهات يصعب السيطرة عليها وتعد هذه الوسائل والتقنيات المستخدمة في الاتصال من أشد الوسائل أثراً على المجتمعات وثقافتهم وتوجهاتهم وأفكارهم، ومن أهمها: القنوات الفضائية، الهواتف الذكية، مواقع الانترنت، وغيرها من الوسائط، وغيرها من الوسائل التي تعمل على توجيه سلوك المجتمعات¹.

القنوات الفضائية: للمواد المرئية المنشورة على القنوات الفضائية عدة إيجابيات من بينها إمكانية بثها مرات عديدة في أوقات مختلفة، لتصل إلى أكبر عدد من المشاهدين، كما أن بعض القنوات الفضائية تنشر مواد إعلامية نافعة من باب التعاون مع مؤسسات أخرى، وكذلك استضافة المختصين بمعالجة الظواهر المختلفة، كما تمتاز القنوات الفضائية بتقديم برامج توعوية من خلال ربط الصوت والصورة الحية بمحتوى النص لتكون أكثر فعالية وتأثيراً.

الهواتف الذكية: تلعب الهواتف الذكية دوراً هاماً في تغيير المجتمعات البشرية عامة والتأثير في عاداتها وتقاليدها سلباً، وإيجاباً، بحكم توافره كوسيلة إعلام واتصال رقمية في تلك المجتمعات، حتى صار اليوم ضرورة لا يستغني عنها معظم الأفراد².

الانترنت: عالم الانترنت والشبكة الرقمية منطقة شاسعة ومتنوعة وتعد بيئة جديدة لتكثيف النشر وتنويعه لما في ذلك من منافع وإيجابيات لا يمكن حصرها، ومن أهمها إمكانية تقديم العمل الإعلامي بأكثر من صيغة وهذه

¹ فهد بن عبد العزيز الغفيلي، الإعلام الرقمي أشكاله ووظائفه وسبل تفعيله (ملحق به مشاريع وتطبيقات ميدانية)، ط1، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، 2017، ص 17

² فهد بن عبد العزيز الغفيلي، الإعلام الرقمي أشكاله ووظائفه وسبل تفعيله نفس المرجع السابق، ص 19

إحدى أهم خصائص الانترنت؛ فالمعلومة تقدم مسموعة، مكتوبة، أو مرئية، أو في شكل رسومات "انفوغرافيك" وغير ذلك من الرسائل التي تتميز بالجاذبية للقدر على التأثير في مختلف الجماهير¹. ومن مزايا الانترنت أن الموقع الذي يحتوي على المعلومة متاح لجميع المستخدمين في كل مكان، فهي ليست محصورة أو مقيدة بمكان أو إقليم محدد بالإضافة إلى أن المعلومة تبقى متاحة منذ لحظة نشرها ولسنوات عديدة بعد ذلك، بفضل الارشفة الرقمية والتقنيات الحديثة؛ بحيث ما على المستخدم إلا أن يبحث عن المعلومة التي يريد ما غالباً ما يجدها متوفرة

الوسائط الرقمية: هي عديدة ومتطورة على شبكة الانترنت، ويمكن ان نذكر منها على سبيل المثال: المواقع والصفحات الالكترونية: بعضها إخبارية كمواقع الصحف وبعضها تجارية واقتصادية العرض السلع وبيعها، وصفحات دينية وترفيهية وتعليمية ... الخ.²

المبحث الثاني: إنستغرام كمنصة رئيسية للتفاعل الرياضي:

أولا مواقع التواصل الاجتماعي:

1.1. نشأة مواقع التواصل الاجتماعي :

بدأت مجموعة من الشبكات الاجتماعية في الظهور أواخر التسعينات مثل:

¹ بنت دخيل الله الختعمي، مشاريع وتجارب التحول الرقمي في مؤسسات المعلومات (دراسة للاستراتيجيات المتبعة) <https://www.webreview.dz> 2025-04-12

² احمدي بشير محمد علي، الإعلام الرقمي واقتصاديات صناعته، ورقة عمل للمشاركة في المنتدى الاعلامي السنوي السابع للجمعية السعودية للإعلام والاتصال، تحت عنوان "منتدى الإعلام والاقتصاد ... تكامل الأدوار في خدمة التنمية"، 11-12 أبريل 2016، الرياض، ص 8

CLASSMATES-COM عام 1995 للربط بين الزملاء في الدراسة وموقع الأشخاص، وظهرت

في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء، وبالرغم من توفير تلك المواقع لم تتمكن من تحقيق ارباح مالمكيها وتم إغلاقها، وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام 1999 و 2001¹

وفي المدة ما بين 2001 و عام 2004 بلغت شعوب شبكات التواصل عبر العالم ذروتها، فقد ظهر موقع friendster سنة 2002 في كاليفورنيا من قبل Jonathan abrams: ويقوم مفهوم الموقع على دائرة الأصدقاء، والتقنية المتعددة للأفراد على شبكات التواصل الاجتماعي خلال المجتمعات الافتراضية ويسمى بالأصدقاء بسبب دوائر العرض، من صور وملفات الأصدقاء والأفرد، ويستخدم على نطاق واسع في آسيا، وهو متاح بلغات عدة.

وفي النصف الثاني من العام نفسه ظهرت في فرنسا skyrock كموقع للتدوين، ثم تحولت بشكل كامل إلى شبكات اجتماعية عام 2007، وفي عام 2003 أنشأ موقع ماي سبيس my space الأمريكي ونمى بسرعة حتى أصبح من أكبر شبكات التواصل الاجتماعي في عام 2006²

وفي فيفري عام 2004 أنشأ موقع الفيسبوك Facebook على يد "مارك زوكربيرغ" في جامعة هارفارد، وكانت الفكرة إنشاء موقع اجتماعي يستطيع الطلبة عن طريقه التواصل مع بعضهم البعض، وقد كان الموقع في البداية

¹ ماهر عودة الشمالية، وآخرون، الاعلام الرقمي الجديد، دار العصر للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص 210

² حسين محمود هيتمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2015 ص 80

متاحا فقط لطلاب جامعة هارفارد، ثم فتح لطلبة الجامعات، وبعد ذلك لطلبة المدارس الثانوية، ثم عممت لتشمل الموظفين وأعضاء هيئة التدريس، وأخيرا أي شخص يبلغ من العمر 13 عاما فأكثر.

وفي عام 2005 تأسس موقع اليوتيوب " YouTube " في مدينة San Bruno في ولاية كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية، وكان الإصدار التجريبي له عام 2005 ويتيح الموقع مشاهدة وتحميل مقاطع الفيديو¹ وتوالت بعد ذلك الشبكات الاجتماعية في الظهور، حيث ظهر LinkedIn و Twitter لتستمر ظاهرة مواقع التواصل الاجتماعي في التنوع والتطور².

وفي مارس من عام 2006 ظهر موقع تويتر على يد جاك دورسي، نوح جلاس، بيز ستون وايفان ويليامز. والتويتر خدمة أطلقها شركة Obvious والتي مقرها سان فرانسيسكو، ثم قامت بفصل تويتر في شركة مستقلة تحمل اسم تويتر Twitter في افريل من عام 2007³

في أكتوبر 2010 تم انشاء إنستغرام وتطويره من قبل كينف سيستروم ومايك كريجر، وأُطلق لأول مرة على أنظمة آي أو إس. لاحقا، تم إطلاق نسخة الأندرويد في افريل 2012، تلتها نسخة سطح المكتب في نوفمبر من نفس العام، والتي جاءت مع ميزات محدودة مقارنة بتطبيق الهاتف. وفي جوان 2014، أُطلق إنستغرام على نظام فاير أو إس، وفي أكتوبر 2016، تم إصداره لنظام ويندوز 10.

1.2. خصائص الشبكات الاجتماعية :

¹ حسين محمود هيثمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، نفس المرجع السابق ص82
² عبد الغفور أمين سعيد، وسائل الإعلام الجديدة والموجة الرقمية الثانية، ط 2، أنارك للطباعة والنشر والتوزيع، مصر 34
³ عبد الله ممدوح، مبارك الرعود، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر، رسالة ماجستير (غير منشورة)، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، الأردن، 2011، ص 34 35

تتميز شبكات التواصل الاجتماعي بخصائص كانت سببا في انتشارها على مستوى العالم منها:

(أ) **التفاعلية:** يتسم التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي بالتفاعلية إذ يقوم كل عضو بإثراء صفحته الشخصية سواء ما يتعلق بشخصية الرياضي أو أزياء أو موسيقى، أو ما يتعلق بالمواطنة (أحداث سياسية، خرائط أو صور لمدينة، وبعض المعالم الأثرية).

(ب) **التلقائية:** يتسم التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي بأنه تلقائي وغير رسمي أو متوقع فليس هنالك تخطيط أو تنسيق للتواصل عبر الأعضاء وكذلك عدم وجود لوائح وقيود تنظمه تحكم ذلك التواصل فهو يتسم بالتلقائية بين طرفي الاتصال.

(ت) **سهولة الاستخدام:** لا يحتاج العضو إلى مهارات خاصة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي ومعظم شبكات التواصل الاجتماعي توفر صفحات خاصة باللغة الرسمية لكل مجتمع.

(ث) **الحضور الدائم الغير مادي:** إذ لا تتطلب عملية الاتصال الحضور الدائم، إذ يمكن للعضو الاتصال بالعضو الآخر عن طريق ترك رسالة نصية أو صورة أو معلومات عن أفلام، أو موسيقى، أو غيرها من مجالات اهتمام الشخص الآخر، الذي يمكن أن يرد عليه بالطريقة نفسها من دون أن يلتقيا في وقت متزامن، كما يمكن لهما الاتصال

مباشرة.¹

¹ حسين محمود هينمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، نفس المرجع السابق ص 85-86

(ج) التوفير والاقتصادية: الاقتصادية في الوقت والمال، في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل، فالفرد البسيط يستطيع امتلاك حيز من شبكة التواصل الاجتماعي، وليس ذلك حكرا على اصحاب الأموال، أو حكرا على جماعة دون أخرى.

(ح) المشاركة: وسائل مواقع التواصل الاجتماعي تشجع المساهمات وردود الفعل من الأشخاص المهتمين، حيث أنها تقلص الخط الفاصل بين وسائل الإعلام والجمهور.

(خ) الانفتاح: معظم وسائل الإعلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة كردود الفعل والمشاركة أو الأشياء والتعديل على الصفحات، حيث أنها تشجع التصويب والتعليقات وتبادل المعلومات بل نادرا ما توجد أية حواجز أمام الوصول والاستفادة من المحتوى.

(د) المحادثة: حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الاجتماعية عن التقليدية من خلال إتاحتها للمحادثة في اتجاهين، أي المشاركة والتفاعل مع الحدث أو الخبر أو المعلومة المعروضة.

(ذ) الترابط: تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة بعضها مع بعض، وذلك عبر الوصلات والروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع والتي تربط بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي أيضا مثل خبر ما على مدونة.

ر) المجتمع: وسائل الإعلام الاجتماعية تسمح للمجتمعات المحلية بتشكيل مواقع خاصة بسرعة والتواصل بشكل فعال، من ثم تربط تلك المجتمعات في العالم اجمع حول مصالح واهتمامات مشتركة، مثل حب التصوير الفوتوغرافي أو قضية سياسية، أو التعليم، ويصبح العالم بالفعل قرية صغيرة تحوي مجتمعا الكترونيا متقاربا.¹

ثانيا موقع الانستغرام:

1. مفهوم تطبيق الانستغرام:

الانستغرام هو من ضمن أحد المنصات الرقمية، التي تعمل على مشاركة الصور والفيديوهات والرسائل من الكمبيوتر والهواتف الذكية كالفيسبوك وتويتر، وعند إنشاء حساب عليه يمكن لمتابعيك رؤية المنشورات التي تنشرها، كما يمكن للمستخدم وضع قصة STORY ومشاركتها مع متابعيه.²

هو موقع مجاني لتبادل الصور أطلق في أكتوبر عام 2010، حيث قام بتأسيسها كيفن سيستروم ومايك كريجر، حيث أتاح للمستخدمين النقاط الصور وإضافة فلتر رقمي إليها، ومن ثم مشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك وتويتر، وقد استحوذت فيسبوك على انستغرام في عام 2012 مقابل مليار دولار، وعندما تم الاستحواذ عليها كان عدد موظفيها انستغرام 13 موظفا فقط.

وفي أبريل 2012 أضاف انستغرام دعم لمنصة الأندرويد 2.2 ويتم توزيعه عبر متجر ايتونز وجوجل بلاي وفي إطار منافستها فاين تويتر.

¹ سلطان مسفر مبارك، الصاعدي الحربي، دور شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة العمل الإنساني، بحث مقدم لملتقى العمل الإنساني، المملكة العربية السعودية، 2014، ص 11

² مصطفى فتحي، مراجعة عن جوجل بلس: مميزات وعيوب الشبكة الاجتماعية جوجل بلس، 2020،

وفي عام 2014 كشفت شركة الفيسبوك المالكة لتطبيق الانستغرام لمشاركة الصور، عن تحديث جديد لهذه الخدمة؛ يجلب ميزة مشاركة مقاطع الفيديو الصغيرة ليكون منافسا لتطبيق فاين المملوك لتويتر. هذه الخدمة الجديدة هي القدرة على تسجيل الفيديو الصغير لمدة 15 ثانية كحد أقصى مع امكانية اضافة مجموعة من المؤثرات الموجودة على الفيديو والتي كانت في السابق على الصور فقط، وبالتأكيد يمكنك حذف الفيديو بعد نشره والتحكم به وتعديله كما هو الحال مع الصور الان، يكما مكن اضافة ميزة سينما والتي تسمح لك بتحسين جودة الفيديو وازالة الاهتزاز الموجود به.¹

1. انشاء حساب على انستغرام:

يوجد طريقتين لإنشاء حساب على الانستغرام:

1. التسجيل عبر البريد الإلكتروني: ويتم بإدخال عنوان البريد الإلكتروني

(@gmail.com.....)، واختيار كلمة مرور خاصة، ثم متابعة خطوات التسجيل، وبعد

تأكيد البريد الإلكتروني يمكن للشخص الولوج الى الحساب والبدء في استخدام انستغرام.

2. التسجيل عبر حساب فيسبوك: من خلال النقر على "التسجيل عبر فيسبوك" في منصة انستغرام،

يتم ربط حساب المستخدم تلقائيا بحساب الفيسبوك، وبهذا تسهل عملية الدخول دون الحاجة الى

ادخال بيانات إضافية جديدة.

طريقة تعديل الصفحة الشخصية عند الدخول الى حساب الانستغرام:

¹ وسام فاضي مهندس، حميد التميمي، الإعلام الجديد: تحولات اتصالية ورؤى معاصرة، دار الكتاب الجامعي، الامارات 2017.

1. أرفق صورة لك: وهذه الصورة كي يتعرف عليك الأشخاص المتابعين لك.

2. كتابة حالتك أو التعريف بك: يجب كتابة تعريف بسيط يعرف المتابعين عليك مثال على ذلك كتابة

هوياتك...

3. اجث عن أصدقاء لك: تبث عن متابعين لك وأنت تتابعهم وهذا عن طريق الفيسبوك أو من أرقام

الهاتف، أو من عالم المشاهير من خلال النقر على الجزء السفلي في الصفحة للبحث عن أشخاص ومتابعتهم.¹

طريقة نشر الصور والفيديوهات على الانستغرام:

يمكن اتباع الخطوات التالية للتمكن من نشر الصور والفيديوهات على انستغرام:

○ أضف صورة أو فيديو من الملفات الموجودة على هاتفك أو حاسوبك، وهذا بالنقر على أيقونة "+" الموجودة

أسفل الشاشة في الهواتف الذكية، حيث يمكن من خلالها اختيار كل الصور والفيديوهات التي تريد نشرها.

○ طريقة تسجيل فيديو على الانستغرام؛ وهذا من خلال النقر على الزر الأحمر الدائري، قد تتراوح مدته من

3 ثواني الى 15 ثانية...

○ إضافة فلتر على الصورة، والذي يعمل على تحسين الإضاءة وتعديل الألوان²

2. مميزات الانستغرام :

○ يتيح موقع انستغرام التعامل مع كل أنواع كاميرات الهواتف الذكية.

¹ محمود ياسر نبوي، تسويق خدمات المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، المجلة الدولية لعلوم المكتبات، المجلد 4، العدد 4، مصر، 2017.

² الشديفات، عواطف محمود حمدان، العلاقة بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والشعور بالوحدة لدى عينة من ذوي الإعاقة البصرية في الأردن، المجلة الدولية التربوية المتخصصة، المجلد 5، العدد 17، 2017.

- يوجد به تطبيق يحتوي على فلاتر متعددة، تتيح لمستخدمي انستغرام اختيار الفلتر الذين يريدونه بشكل سهل.
- يتيح لك انستغرام مشاركة الصور والفيديوهات مع الأصدقاء على مختلف شبكات التواصل الاجتماعي.
- يعمل على الأجهزة التي تدار بنظام التشغيل أندرويد ويسمح لك بالكتابة على الصور ونشرها.
- يعتبر الانستغرام أداة كبيرة وحليفة في مجال الأعمال التجارية، إلى جانب استخدامها الشائع والمعتاد. فإن التطبيق يمكن استخدامه أيضا واستثماره لضمان نجاح الأعمال التجارية بشكل أكبر.
- إمكانية إضافة روابط شخصية ضمن حيز السيرة الذاتية bio ضمن بروفائلك أو صفحتك الشخصية.
- إتاحة ميزة الجدولة؛ التي تمكن المستخدمين من تحديد الوقت المسبق الذي سوف تظهر خلاله منشوراتهم إلى المتابعين بشكل تلقائي.
- استخدام ميزة بوميرانغ Boomerang التصوير المتعاقب، حيث تتيح تسجيل الفيديوهات التي تصل مدتها الزمنية إلى حدود الثانيتين ويتم تشغيلها وعرضها بشكل بطيء لمدة 6 ثوان متتابة.
- إعداد بث حي ومباشر Live، وهي لمن يستعمل الانستغرام في مجال الأعمال التجارية. حيث يعتبر البث المباشر إحدى أفضل الطرق للبقاء قريبا من المتابعين له.
- إمكانية إعداد استطلاعات للرأي وعرضها على جمهورهم، يكفي أن تختار ملصق للبحث والاستطلاع الخاص بك وتثبيته في أي مكان ضمن القصة.
- استخدام ميزة الصور الدوارة على شبكة feed، والتي تتيح المشاركة الفورية لصور يبلغ عددها 10 صور كحد أقصى، وعندما يتم نشر هذا النوع من الصور تظهر تلك الصور على شكل عرض سلايدات او شرائح على الصفحة الرئيسية.

○ استخدام تطبيق Hyper lapse التسريع الزمني للفيديو، حيث يتيح إعداد الفيديوهات الاحترافية حتى من خلال استخدام الهاتف المحمول.¹

3. عيوبها :

- استخدام خدمة إنستغرام؛ يقوم المستخدمين بمنح إنستغرام الحق بتبادل المحتوى الخاص بهم مع المعلنين لغرض الترويج لعلامات تجارية محددة في الصفحات الخاصة بالمستخدمين.
- تقوم خدمة إنستغرام بمشاركة المعلومات الشخصية الخاصة بالمستخدمين المسجلين مع مزودي الخدمات الآخرين لغرض توفير خدمة إنستغرام، والتي تشمل عنوان البريد الإلكتروني ومعلومات الملف الشخصي والمحتوى الخاص بالمستخدم.
- معرفات الجهاز؛ أي ملفات البيانات التي تحدد جهازك المحمول²

¹ حسين صلاح الدين البنهاوي، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على معارض الكتب، الاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات 2017.

² حسين صلاح الدين البنهاوي، نفس المرجع السابق، ص 17

المبحث الثالث: تأثير المحتوى الرقمي على النقاش الجماهيري في المجال الرياضي:

أولا النقاش الجماهيري:

النقاش الجماهيري: هو الحوار أو التبادل الفكري الذي يحدث بين أفراد المجتمع حول موضوع معين، وفي المجال الرياضي يشير إلى تفاعل الجماهير مع الأحداث الرياضية، الفرق، واللاعبين عبر وسائل الإعلام التقليدية والرقمية. في الجزائر، يشكل النقاش الجماهيري حول الرياضة ظاهرة مهمة تعكس اهتمامات المجتمع وتوجهاته، لكنه في بعض الأحيان يتحول إلى منابر لتصعيد العنف والتوتر، خاصة عبر منصات التواصل الاجتماعي التي تساهم في تأجيج المشاعر بين المشجعين.

النقاش الجماهيري الرياضي يمكن أن يكون إيجابيا عندما يعزز الروح الرياضية ويشجع على التنافس الشريف، لكنه قد يتحول إلى سلبي إذا استغل لنشر خطاب الكراهية والتحريض على العنف، كما يحدث في بعض الأحيان في الملاعب الجزائرية حيث تتصاعد الخلافات بين أنصار الأندية المختلفة، مما يؤدي إلى أعمال شغب وعنف¹

ثانيا تأثير المحتوى الرقمي على النقاش الجماهيري في المجال الرياضي:

تأثير المحتوى الرقمي على النقاش الجماهيري في المجال الرياضي، يتجلى في تعزيز التفاعل بين الجمهور والفعاليات الرياضية عبر منصات التواصل الاجتماعي. حيث أصبحت هذه المنصات، مثل إنستغرام وفيسبوك، وسيلة رئيسية لنقل الأخبار الرياضية، تبادل الآراء، ومشاركة التحليلات بشكل فوري ومتواصل. يتيح أيضا للجماهير فرصة التعبير عن آرائهم بحرية، مما يزيد من تفاعلية البرامج الرياضية ويشجع على مشاركة الأفكار بين المشجعين ومعدّي البرامج.

¹ روبرتاج العنف في الملاعب الجزائرية ... أرواح تزهق ودموع أمهات لا تجف 22 أبريل، 2025

كما أن المحتوى الرقمي يسهم في نشر الثقافة الرياضية بين الشباب، حيث توفر منصات التواصل الاجتماعي مصادر متنوعة للمعلومات والأخبار التي تساعد في توسيع المعرفة الرياضية وتعزيز الوعي بأهمية الرياضة وأخلاقياتها. هذا التفاعل الرقمي يخلق بيئة حوارية بين الجمهور واللاعبين والأندية، مما يدعم بناء علاقات أقوى ويجفز المشاركة الجماهيرية.

مع ذلك، يمكن أن يؤدي المحتوى الرقمي أحيانا إلى تصعيد التعصب الرياضي والعنف إذا لم يتم توجيهه بشكل مسؤول، لذلك تشير الدراسات إلى أهمية توعية الجماهير وتعزيز السلوكيات الإيجابية عبر هذه المنصات، مع ضرورة مراقبة المحتوى والتحكم في نشر الأخبار التي قد تثير النزاعات. كما يبرز دور الأندية والمنصات الرقمية في استخدام استراتيجيات تواصل تفاعلية تشجع على الاحترام والروح الرياضية، مما يحد من مظاهر التعصب والشغب الرياضي. فبالتالي، المحتوى الرقمي يمثل أداة قوية تؤثر بشكل مباشر على النقاش الجماهيري الرياضي، فهو يعزز التفاعل ويزيد من وعي الجمهور، لكنه يحتاج إلى إدارة واعية لضمان أن يكون تأثيره إيجابيا وبناء في المجال الرياضي.

خاتمة الفصل:

في ختام هذا الفصل، يتضح أن التحول الرقمي غير جذريا تفاعل الجماهير مع الرياضة، حيث أصبح إنستغرام، أداة محورية للتواصل المباشر بين الأندية والمشجعين، وفضاء للتعبير والمشاركة. ورغم دوره الإيجابي في تعزيز الثقافة الرياضية، فإن الاستخدام غير المسؤول قد يؤدي إلى تصعيد التوتر والعنف الجماهيري، ما يستدعي توعية ومتابعة دقيقة للمحتوى.

هذا التفاعل الرقمي أسهم في تقوية الروابط بين الجماهير وفرقهم، كما ساعد على نشر الثقافة الرياضية وتعزيز الوعي بأهمية الرياضة وقيمها. إلا أن هذا التطور الرقمي لم يخل من تحديات، حيث يمكن أن يؤدي الاستخدام غير المسؤول لمنصات التواصل إلى تصعيد النزاعات والتوترات بين المشجعين، مما يتطلب وعيا أكبر وإدارة فعالة لهذا المحتوى.

لذلك، يصبح من الضروري تبني استراتيجيات تواصل ذكية تستثمر إمكانيات التحول الرقمي لتعزيز التفاعل الإيجابي والبناء، مع الحد من مظاهر العنف والتعصب الرياضي. وفي النهاية، يمثل التحول الرقمي عبر إنستغرام فرصة ذهبية لإعادة صياغة تجربة المشاهدة الجماهيرية وجعلها أكثر تفاعلية وشمولية، بما يخدم تطور الرياضة ويعزز من قيمها الإنسانية والاجتماعية.

الفصل الثاني: العنف الرياضي في

الملاعب الجزائرية وعلاقته بمنصات

التواصل الاجتماعي

تمهيد:

يعتبر العنف الرياضي في الملاعب من الظواهر المتكررة التي تؤثر سلباً على صورة الرياضة وروح المنافسة الشريفة، وهو مشكلة تواجهها العديد من الدول، ومن بينها الجزائر. تتجلى مظاهر هذا العنف في اشتباكات بين الجماهير، اعتداءات على اللاعبين والحكام، وتخريب المنشآت الرياضية، مما يهدد الأمن والسلامة داخل الملاعب ويؤثر على تجربة المشاهدة الجماهيرية.

في العصر الرقمي الحالي، أصبحت منصات التواصل الاجتماعي تلعب دوراً بارزاً في تشكيل الرأي العام الرياضي، إذ تتيح التفاعل والتعبير عن الآراء، لكنها قد تسهم أيضاً في تأجيج النزاعات عبر المحتوى التحريضي، مما يزيد التوتر بين المشجعين.

تسهم العوامل الاجتماعية والنفسية مع تأثير الإعلام الرقمي، في تغذية العنف داخل الملاعب، حيث قد تؤدي منشورات وتعليقات على منصات التواصل إلى تعزيز الانقسامات وتحفيز عنيفة. لذا، من المهم دراسة هذا التأثير لفهم تصرفات الجماهير وابتكار حلول تعزز الروح الرياضية.

هذا الفصل يسلط الضوء على واقع العنف الرياضي في الجزائر، ويبحث في الأبعاد المختلفة لتأثير منصات التواصل الاجتماعي على هذه الظاهرة، مستعرضاً الأسباب والاثار.

المبحث الأول: مظاهر العنف في الملاعب الجزائرية:

أولا العنف:

1. مفهوم العنف:

ان مفهوم العنف يبدو أمرا سهلا، اذ يخطر ببالنا انه مجرد سلوك تستعمل فيه القوة وإلحاق الضرر بالشخص أو الجماعة أو الشيء المقابل، أو أنه صفة عنيفة تستعمل فيها القوة بطريقة تعسفية هدفها الإرغام والقهر.

لكنه يصعب تقديم تعريف جامع للعنف لاختلاف تخصصات الباحثين، كما أنه يعرف أحيانا بطرق تختلف باختلاف الأغراض التي يكون مرغما للوصول اليها وباختلاف الظروف المحيطة. اذ انه عبارة عن صورة من التفاعل الإنساني تؤدي الى الأذى الذي يصيب الجسد أو النفس أو كلاهما، ويسبب ضررا قد يؤدي الى القتل، ويكون موجها الى الانسان أو الحيوان أو الممتلكات، سواء كان ذلك عمدا أو مصادفة¹

فالعنف يمثل إحدى الممارسات الغير مقبولة، وانتشاره في أي مجتمع وتحوله يوما بعد يوم الى أسلوب لتحقيق الأهداف، يعطل أحوال المجتمع ويصرف المجتمع والدولة عن تحقيق الأهداف السياسية، من تنمية قدرات البشر وصناعة مستقبل أفضل للأمة²

2. أنواع العنف:

¹ عروس عبد الحكيم صالح ولحاج عيسى، العنف في ملاعب كرة القدم، مقارنة نفسية واجتماعية، مذكرة لنيل شهادة الليسانس في التربية البدنية والرياضية، معهد التربية البدنية والرياضية، سيدي عبد الله 1999 ص 20

² جون لوكا، اليات العنف، ظاهرة العنف السياسي من منظور مقارن، تحرير وتقديم عبد المنعم مسعد، أعمال الندوة المصرية الفرنسية الخامسة، مركز البحوث السياسية، القاهرة، 1995

لقد قام العلماء بوضع نماذج كثيرة للعنف وذلك تبعا لمستوياته وحسب المصدر والجهة التي تقوم به والهدف منه. يقول جون لوكا في إجابته عن السؤال هل يمكن تسمية العنف؟ " إن العنف له ألف وجه وأن أشكال العنف مثل الأعداد تبدو لا متناهية فهي دائما جديدة ومتجددة " ¹

وسنستعرض أهم أنواع العنف في الآتي:

العنف الفردي: هو عنف يقوم به شخص بقصد إيقاع الأذى بغيره من الأفراد أو الجماعات أو الممتلكات، وهو النوع الأكثر انتشارا والذي نعيش بعض أنواعه في كل الأماكن، بدء بالوسط الأسري إلى الشارع وفي المدرسة ومكان العمل، وهو يمارس من كل الفئات الاجتماعية بدرجات متفاوتة سواء كانوا رجالا، أو نساء أو أطفالا أو شيوخا، وله أوجه عديدة.

العنف الجماعي: هو صورة من صور العنف المعروفة تقوم به جماعة من الأشخاص لها خصائص مشتركة بهدف إلحاق الأذى بشخص أو بجماعة أخرى من الأفراد أو الممتلكات أو بنظام قائم، أو كما جاء في التقرير العالمي حول العنف والصحة أن العنف الجماعي هو عنف أدواني تستعمله جماعة من الناس ضد جماعة أخرى من أجل الوصول إلى أهداف سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية، ويمكن أن تتخذ عدة أشكال: صراع مسلح ما بين دول، أو على مستوى داخلي (داخل الدولة) أو اضطهاد أو إبادة جماعية، أو جماعات إرهابية، أو جرائم منظمة أو غيرها من خرق للحقوق الأساسية.

¹ أحمد زايد، العنف في الحياة اليومية في المجتمع المصري أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، القاهرة،

عنف موجه نحو الذات: وهنا يكون العنف موجه نحو الذات القائمة بالعنف مثل الإقدام على الانتحار، أو استهلاك المخدرات (لأنه معروف عن المخدرات أنها مادة تدمر الإنسان في عقله وجسمه وماله... ورغم ذلك يقبل عليها الفاعل)؛ لذا تعد من وسائل تدمير الذات أو أي تعذيب آخر مثل الكي بالسيجارة أو الوشم.

العنف الأسري: هو من أكثر أنواع العنف انتشارا وخطورة للأضرار التي يسببها سواء على مستوى الأسرة نفسها (انهايارها أو تفككها) أو على المجتمع ككل، وهو عنف خاص بأفراد الأسرة، سواء كان: ما بين الزوجين وخاصة العنف الموجه ضد الزوجة الذي يعد من أكثر أنواع العنف انتشارا في مختلف المجتمعات وحتى في المجتمعات المتطورة.

العنف في المدارس: هو عنف يقوم به شباب المدارس والجماعات، بدأ في الانتشار منذ فترة ليست بالقصيرة، وأظهر مدى الخطورة التي يكتسبها والآثار السلبية على المنظومة التربوية وعلى المجتمع. وقد عرفه أحمد زكي بدوي: "أنه كل سلوك موجه لإلحاق الضرر بالشخص أو تحطيمه، سواء كان ذلك في جسده أو معنوياته أو ممتلكاته، كالذي يحدث في الوسط المدرسي من طرف التلاميذ".

العنف في الملاعب هو الآخر أصبح ظاهرة خطيرة يقوم بها الشباب في ملاعب كرة القدم على وجه الخصوص، ولها آثار وخيمة على الرياضة وعلى المجتمع لما يصاحبها من تخريب للممتلكات والاعتداءات على الأشخاص. وضع العالم جوهان غالتونغ Johan Galtung نموذجا نسقيا متعدد الأبعاد للعنف نُختصره في: عنف مباشر أو فيزيقي وعنّف غير مباشر، عنّف ظاهر وعنّف خفي أو كامن، وهذه الأنواع تنفرع إلى : عنف بنيوي (هيكللي) أو غير مباشر ينشأ عن الظلم الاجتماعي نتيجة عدم العدالة الاجتماعية وعدم التكافؤ في الفرص، وعنّف شخصي وكل منهما يتميز بكونه عنف مادي أو معنوي ، بهدف أو من دون هدف، ومنه فقد يكون العنف عدائيا

(عدوانيا) مقابل العنف الدفاعي أو عمديا (مقصودا) في مقابل العنف غير المتعمد، ويوجد عنف داخلي شخصي

وعنف بين الأشخاص وعنف بين المجموعات Violence entre groupe وعنف بين الطبقات، وعنف بين

المجتمعات وعنف بين الدول Violence entre sociétés¹

كما نجد أنواعا أخرى من العنف مثل العنف الأداةي Violence instrumental وهو عنف يستعمل

كأداة بهدف تحقيق غاية معينة والعنف الاندفاعي Violence impulsive وهو عنف يحدث كرد فعل لمواجهة

العدوان أو للبحث عن المتعة.²

3. مظهره:

يمكن أن يتخذ العنف أشكالا واساليب عديدة، وهذا نظرا لطبيعته المعقدة وتنوع طرق تطبيقه، واختلاف

اهدافه، وحدته، والجهات المستهدفة به. يبدأ العنف بأبسط مستوياته "المستوى اللفظي" ليصل الى أخطر أشكاله

كالعنف الجسدي والقتل، ويمكن التعرف على أهم أساليبه فيما يلي:

1- **عنف مادي موجه نحو الممتلكات:** هو عنف يهدف إلى إلحاق الضرر من تهديم وإزالة أو حرق

أو سرقة بالثروة المادية الخاصة بالأفراد أو الجماعات أو بالدولة؛ بهدف إلحاق الأذى بالجهة المعنية بالعنف.

2- **عنف مادي موجه للأشخاص (عنف بدني):** هو العنف الذي يلحق بالأشخاص وتنجم عنه

آثار ظاهرية مثل الجروح والخدوش والقتل، أو الاختطاف والاعتصاب.

3- **عنف جنسي:** يخص الاعتداءات الجنسية مثل الاعتصاب.³

¹ Semelin J, Maitriser la violence, 2 eme édition, Paris : ECONOMICA, 2002

² Mellon Christian, Semelin J, La non-violence, que sais-je ? France 1994

³ Bourdieu pierre, Jean Claude Passeron, la reproduction, éléments pour une théorie du système d'enseignement, éditions de minuit, Paris 1970

4- **العنف المعنوي (النفسي):** هو عنف غير مادي يلحق الضرر بالجوانب الروحية والنفسية للشخص

في مشاعره وأحاسيسه عن طريق السب والشتم والقذف، أو الاتهام والتخويف.

5- **العنف الرمزي:** هو عنف معنوي غير مباشر استعمله بورديو Bourdieu pierre وباسورن

Passeron انطلاقا من دراسة المدرسة، أسسا نظريتهما حول العنف الرمزي، إذ اعتبروا المدرسة والأسرة

ووسائل الإعلام وكالات (هيئات) للعنف الرمزي في حقيقة الأمر، واعتبرا العملية التربوية عنفا رمزيا، حيث

تعمل على تكريس النظام القائم والمحافظة على بنية العلاقات الطبقية التي هي في صالح الطبقة الحاكمة

المسيطرة في المجتمع¹

ظاهرة العنف في الملاعب الرياضية:

تتعدد أسباب العنف في الملاعب الرياضية، ومن أبرزها:

• التعصب الرياضي المفرط: حيث يتحول التشجيع إلى تعصب أعمى يدفع الجماهير إلى العنف ضد

الفرق المنافسة ومناصريها.

• سوء إدارة الأندية والفعاليات الرياضية: ضعف التنظيم، نقص البنية التحتية، والأخطاء التحكيمية

التي تثير غضب الجماهير.

• تأثير وسائل الإعلام ومنصات التواصل الاجتماعي: إذ تلعب دورا في تأجيج المشاعر من خلال

نشر محتوى تحريضي أو تحليلات متحيزة تزيد من الاحتقان بين الأنصار.

¹ Bourdieu p, Esquisse d'une théorie de la pratique, paris Droz, 1972

• الانقسامات الاجتماعية والنفسية: خاصة بين الشباب الذين يشكلون النسبة الأكبر من المتورطين

في أعمال العنف، حيث يرتبط العنف بمستوى التعليم، الحالة الاجتماعية، والعوامل النفسية.

المبحث الثاني: العلاقة بين المحتوى الرقمي والتصعيد الجماهيري:

أولا التصعيد الجماهيري:

التصعيد الجماهيري؛ هو عملية تتزايد فيها حدة الصراع وتتصاعد شدته ونطاقه مع مرور الوقت، حيث يتحول التوتر الكامن إلى نزاع صريح قد يصل إلى العنف. يحدث التصعيد عادة على مراحل متتالية، تبدأ بتوترات بسيطة ثم تتطور إلى مواجهات متبادلة بين الأطراف، حيث يؤدي رد فعل كل طرف على تهديدات الطرف الآخر إلى حلقة تغذية مرتدة تزيد من حدة الصراع.

في السياقات الاجتماعية والسياسية، يُستخدم التصعيد كاستراتيجية لزيادة الضغط على الخصم بهدف كسب النفوذ أو فرض شروط معينة، لكنه يحمل مخاطر كبيرة قد تؤدي إلى عواقب غير مقصودة مثل العنف غير المنضبط أو حتى الحرب الشاملة. ويختلف التصعيد عن الردع، حيث أن الردع يعتمد على التهديد دون اللجوء إلى الصراع المباشر، بينما التصعيد يتطلب زيادة فعلية في حدة الصراع¹.

في الحالة الجماهيرية، يرتبط التصعيد بتصاعد ردود الأفعال الجماعية التي قد تتحول إلى أعمال عنف أو شغب، وغالبا ما تكون مدفوعة بتحريض أو تحفيز من قادة أو مؤثرين قادرين على توجيه الجماهير. والجماهير في

¹ مقال حول التصعيد والردع: مقارنة مفاهيمية 2025 <https://alkhanadeq.com/post/8149>

هذه الحالة تفقد القدرة على التفكير العقلاني وتسيطر عليها الانفعالات والعواطف، مما يجعلها أكثر عرضة للتصعيد والتحرك الجماعي العنيف.

أمثلة على التصعيد الجماهيري: يمكن أن نجد في الحركات الاحتجاجية أو النزاعات المسلحة، كما هو الحال في السودان حيث يشكل التصعيد الجماهيري أداة ضغط حاسمة لوقف الحرب واسترداد الثورة، مع ارتباطه الوثيق بمطالب الجماهير اليومية والحفاظ على وحدة البلاد¹.

فبالتالي، التصعيد الجماهيري هو ظاهرة معقدة تنشأ من تفاعل عوامل نفسية واجتماعية وسياسية، وتتطلب إدارة حذرة لتجنب تداعياتها السلبية، مع أهمية فهم مراحل التصعيد وآلياته لتقليل مخاطر العنف والتوتر في المجتمعات.

ثانيا العلاقة بين المحتوى الرقمي والتصعيد الجماهيري:

يعد صانعو المحتوى (المحتوى الرقمي) اليوم من بين العناصر الأكثر تأثيرا في الفضاء العام، بفضل قدرتهم على الوصول إلى جماهير واسعة وبناء علاقات شخصية مع متابعيهم، وينظر إلى بعض المؤثرين كمصادر معلومات موثوقة، إلا أن هذا التأثير المتنامي ترافقه تحديات كبيرة، أبرزها انتشار المعلومات المضللة وغياب التحقق من المعلومات.

يلعب صانعو المحتوى دورا مزدوجا؛ فمن جهة، يمكنهم أن يكونوا أدوات للتوعية والتعليم، ومن جهة أخرى، قد يتحولون إلى منصات لنشر الأخبار الزائفة والمضللة، سواء كان ذلك عن قصد أو نتيجة افتقارهم إلى المهارات اللازمة للتحقق من المعلومات، مما يجعلهم أحيانا أدوات لنشر التضليل.

¹ مقال حول كيف يتم تحريك الجماهير؟ الميادين 2016 <https://www.almayadeen.net/books/716352/>

كما تظهر الدراسات الحديثة، مثل تلك التي أجرتها اليونسكو، أن أكثر من نصف صانعي المحتوى الرقمي يفتقرون إلى آليات فعالة للتحقق من المعلومات، ومع اعتمادهم على معايير سطحية، مثل عدد الإعجابات والمشاركات لتقييم مصداقية الأخبار، يساهمون في تعزيز دورة التضليل وزيادة انتشاره.

نفذت الدراسة بالتعاون مع جامعة بولينغ غرين الحكومية في الولايات المتحدة، وخلصت إلى أن ثلثي صانعي المحتوى الرقمي ينشرون معلومات غير موثوقة لملايين المتابعين، وتأتي هذه النتائج في وقت حاسم، حيث أصبح المؤثرون على مواقع التواصل الاجتماعي مصادر رئيسية للأخبار والمعلومات الثقافية للجمهور العالمي. كما سلّطت الدراسة الضوء على أنماط تقييم صانعي المحتوى لمصداقية المعلومات، إذ يعتمد 42 في المئة منهم على مقاييس مواقع التواصل الاجتماعي، مثل "الإعجابات" و"المشاركات"، كمؤشرات رئيسية للمصداقية، بينما يشارك 21 في المئة المحتوى، بناء على "الثقة في الأصدقاء" الذين قاموا بمشاركته مسبقا. وأوضحت كذلك أن وسائل الإعلام التقليدية، على الرغم من خبرتها، تحتل مرتبة متدنية كمصدر للتحقق، إذ يستعين بها فقط 36.9 في المئة من صانعي المحتوى الرقمي.

وبالتالي، فالمحتوى الرقمي يلعب دورا مركزيا في التصعيد الجماهيري، خاصة عبر منصات التواصل الاجتماعي التي أصبحت فضاءات رئيسية لتبادل المعلومات والآراء. صانعو المحتوى الرقمي، بقدرتهم على الوصول إلى جماهير واسعة وبناء علاقات شخصية مع المتابعين، يمكن أن يؤثروا بشكل كبير في توجيه الرأي العام، سواء بالإيجاب أو بالسلب. ومع ذلك، يرافق هذا التأثير تحديات كبيرة مثل انتشار المعلومات المضللة والأخبار الزائفة التي قد تؤدي إلى تصعيد التوترات وإثارة العنف بين الجماهير.

منصات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وإنستغرام، توفر بيئة مفتوحة غير خاضعة للرقابة تتيح نشر خطاب الكراهية والتحريض على العنف، وهو ما رصد في عدة حالات دولية حيث ساهمت هذه المنصات في تفاقم النزاعات والصراعات. كما أن سهولة توزيع الدعاية واستهداف الفئات المختلفة عبر هذه المنصات تجعلها أدوات فعالة في تصعيد الصراعات الجماهيرية، خصوصا حين تستغلها جماعات متطرفة أو جهات سياسية لتحقيق أهدافها.

بالإضافة إلى ذلك، يلعب المؤثرون وصانعو المحتوى دورا بارزا في تشكيل الرأي العام خلال الأزمات، حيث يمكنهم توثيق الأحداث ونقلها بشكل مباشر، مما يزيد من التفاعل الجماهيري ويعزز من حدة التصعيد أحيانا، خاصة في النزاعات السياسية أو الحروب مثل الحرب على غزة. الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة التي تنتشر عبر المحتوى الرقمي تزيد من الاستقطاب والتوترات داخل المجتمعات، مما يفاقم ظاهرة التصعيد الجماهيري.

لذلك، يمكن القول ان المحتوى الرقمي هو سلاح ذو حدين: فهو يعزز التواصل والتوعية، لكنه في الوقت ذاته قد يكون محفزا للتصعيد الجماهيري والعنف إذا لم يتم التعامل معه بحذر، من خلال آليات فعالة للتحقق من المعلومات ومراقبة المحتوى، فضلا عن تعزيز الوعي المجتمعي بأهمية الاستخدام المسؤول لهذه الوسائل¹.

المبحث الثالث: العنف الرياضي وعلاقته بالجماهير الجزائرية:

أولا العنف الرياضي:

1. تعريف العنف الرياضي وانواعه:

¹فاطمة حماد، مقال كيف يساهم صناع المحتوى الرقمي في توجيه الرأي العام عن طريق معلومات مضللة؟ 2024

هي تلك الأقوال والكتابات والأفعال التي تسبق أو ترافق أو تتبع عن لقاء رياضي أو منافسة رياضية. إضافة الى العنف المادي المعبر عنه بأفعال مادية التي ترتكب في نفس الظروف وتستهدف المساس بسلامة الأشخاص والاعتداء على الممتلكات العمومية والخاصة، وازعاج الراحة العمومية وعرقلة حركة المرور. وهو أيضا الاستخدام غير المشروع أو غير القانوني للقوة بمختلف أنواعها في المجال الرياضي، سواء صدر من اللاعبين أو المتفرجين أو غيرهم من الاداريين والمسؤولين عن الرياضة. والعنف المراد في هذه الدراسة هو المرتبط بالجرائم، والملاحظ أنه في كثير من القوانين والنظم التي تحدثت عن جريمة العنف واركان الجريمة ومكوناتها وعقوبتها، الا أنه لم يوضع تعريف محدد لجرائم العنف؛ أي ان الجريمة تم تحديد عناصرها القانونية، لكن دون تقديم تعريف واضح للعنف ذاته¹.

من انواعه:

-**العنف اللفظي** : هي الألفاظ و العبارات الجارحة التي يستخدمها الجمهور و الأنصار، وممارسو النشاط الرياضي سواء كانوا لاعبين، حكام، مدربين أو رؤساء أندية. إضافة الى الكتابات التي تتضمن التصريحات والشعارات التي ترفع خلال المناسبات الرياضية. ولا يتوقف الأمر عند اعتبارها مساسا بسمعة الأندية، بل يتعدى ذلك الى اعتبارها مساسا بالنظام العام والأمن العام.

-**العنف الكتابي**: يتمثل في استخدام الكتابة كأسلوب لممارسة العنف، من خلال العبارات و اللافتات التي ترفع بمناسبة المواعيد الرياضية، أو عبر الرسومات والكلمات التي تكتب على الجدران، والإعلانات التي توزع على العامة او تعلق بمناسبة معينة، وغالبا ما تتضمن هذه الكتابات الفاظا تتسم بالسب أو القذف، وهذا ما ينص عليه

¹ عبد الرحمان محمد العيسوي، العنف والشغب في الملاعب الرياضية: أسبابه، مظاهره وطرق علاجه، دار الإسكندرية المعرفية، 2001 ص 16

قانون العقوبات الجزائري في المادة 296 "يعد قذفا كل ادعاء بواقعة من شأنها المساس بشرف و اعتبار الأشخاص أو الهيئة المدعى عليها به أو اسنادها اليهم أو الى تلك الهيئة¹.

-**الاعتداء على الأشخاص:** هو تلك الأفعال والسلوكيات المادية التي تشكل جرائم تستهدف المساس بسلامة الجسم سواء باستخدام الأسلحة او بدونها، اذ يكون ضحاياها من اللاعبين أو الحكام أو المسيرين أو الأنصار².

- **الاعتداء على الممتلكات:** ويقصد به الاعتداء على الممتلكات العمومية والخاصة، بتخريب المنشآت والتجهيزات، والتحطيم العمدي، واضرام النيران عمدا في المباني ووسائل النقل من أجل شل نشاطاتها. ونظرا لخطورة هاته الأفعال وجسامة الأضرار الناجمة عنها، قام المشرع بتجريمها وتشديد العقوبة على مرتكبها، فنصت المادة 396 من قانون العقوبات الجزائري على تجريم الأفعال التي تتعلق بوضع النار عمدا في المباني ووسائل النقل التي نصت على الآتي: "يعاقب بالسجن المؤقت من عشرة سنوات سجن الى عشرين سنة كل من وضع النار عمدا في الأموال التالية اذا لم تكن ملكا له³:

-مباني و مساكن أو غرف أو خيم أو أكشاك ، أو بواخر...

-مركبات أو طائرات ليس لها أشخاص...

- غابات وحقول ومزارع ، أشجار...

¹ أحسن بوسقيعة، الوجيز في القانون الجزائري الخاص، الطبعة 16، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2013، ص 152

² أحسن بوسقيعة، الوجيز في القانون الجزائري الخاص، نفس المرجع السابق

³ قانون العقوبات الجزائري، المادة 396

- عربات، سكة حديدية، أو محمولات...


2. العوامل المساهمة للعنف الرياضي:

تعد ظاهرة العنف من الظواهر التي تترك انعكاسات على المجتمع والبيئة، فهي لا تهدد فقط المنجزات المادية والاجتماعية، ولكنها تمس أيضا جوهر الوجود الإنساني المتمثل في التهديد الموجه الى فلسفة الحوار والاقناع. فالعنف بالنسبة لممارسيه، يمثل بديلا للإقناع والحجة والمنطق في التعامل مع القضايا. وعلى الجانب الآخر، فان العنف ينشأ في بيئة معينة تعد حاضنة له، نتيجة عامل أو مجموعة من العوامل المترابطة التي تغذيه¹:

2.1. العوامل البيئية: تعني انها ليست واحدة بالنسبة للجميع، وانها تختلف من شخص لآخر حسب

مدى اتصاله بالظروف الخارجية و تأثيره بها، ذلك أن درجة اتصال الأشخاص بهذه الظروف و تأثيرهم بها ليست واحدة، فبعضها يكون له تأثير على شخص معين، بينما هذا التأثير بالنسبة لشخص آخر قد يكون مختلفا².


2.2. العوامل الاجتماعية:

 الأسرة: هي اللبنة الأولى في المجتمع، وهي أول وسط اجتماعي تتفتح فيه، وعليه عينا الطفل، وعلى أساسها تتكون شخصيته ومواقفه تجاه المجتمع. فيكون الشخص سويا إذا كانت الأسرة سوية، ويكون غير سوي إذا كانت الأسرة غير سوية. واستقرار الأسرة من عدمه أمر يتوقف على بنائها ومجموعة القيم السائدة فيها وكثافتها وعلاقة أفرادها، والمستوى الاجتماعي والاقتصادي³.

¹ محمد مامسر: دراسة تحليلية لظاهرة عنف الملاعب الرياضية في الوطن العربي، مجلة دراسات، الأردن 1985

² عبد الرحمان محمد العيسوي، الجريمة بين البيئة والوراثة: دراسة في علم النفس الجنائي وتغيير الجريمة، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2003 ص 8

³ يسرا نور علي وآمال عبد الرحيم عثمان، علم الاجرام والعقاب، النهضة العربية، القاهرة، 1980، ص 94

 السكن: يتأثر مسكن الأسرة الى حد كبير بالمستوى الاجتماعي والاقتصادي للوالدين، فوجود المسكن في حي مستواه رفيع، واحتوائه على عدد كاف من الأماكن للأفراد، وتوافر شروط الإضاءة والتهوية اللائمة، كل هذا له تأثير على الحالة الصحية والنفسية لكل أفراد الأسرة. وبطبيعة الحال، فإن توافر مسكن بهذه الشروط يرتبط بالدخل المرتفع للأسرة¹.

2.3. عامل الوراثة والتكوين:

الوراثة؛ هي انتقال خصائص وصفات السلف الى الخلق لحظة الاحصاب، أي لحظة نشأة الجنين. وتدلنا تجارب الحياة على انتقال الصفات العضوية والأمراض من الأصل الى الفرع بدرجات متفاوتة؛ قد ترتفع فيحدث التشابه بينهما، وقد تنخفض فتنتج الفوارق. وقد يرث الانسان من أبويه بعض الصفات والمميزات مثل لون الشعر، لون العينين، طول القامة، شكل الوجه، وكذلك التصرفات وكيفية التفكير.²

2.4. عامل التعصب:

ونعني به التعصب الجماهيري الذي يوجد لدى الأفراد والمناصرين الذين يميلون الى مؤازرة احدى الفرق الرياضية التي تستهدف دائما الفوز، أو المنافسة القوية في الفعاليات مما يولد لديهم القناعة بصعوبة هزيمة فريقهم. وهذا ناتج عن التعصب والتحيز للفرق التي ينتمون اليها على حساب الفرق الأخرى، وخاصة الفرق المنافسة، وعدم تقبلهم الهزيمة، الأمر الذي يدفعهم للقيام بأعمال عنف عند خسارة فريقهم³

¹ يسرا نور علي وآمال عبد الرحيم عثمان، علم الاجرام والعقاب، نفس المرجع السابق ص 180

² رؤوف عبيد، أصول علمي الاجرام والعقاب، الطبعة الثامنة، دار الجيل للطباعة والنشر ص 230

³ عبد الله العزيز اليوسف، جريمة شغب الملاعب، جامعة نايف العربية، الرياض، السعودية، 1997 ص 63

وقد تحدث أعمال عنف داخل الملاعب نتيجة قيام أحد اللاعبين أثناء المباراة بإثارة الجمهور أو بانفعاله لهم بصورة تعني أن هناك ظلم أو نوع من التحيز لدى حكم المباراة، الأمر الذي يؤدي إلى إثارة غضب الجمهور تعاطفا مع هذا اللاعب واندفاعهم وراء ما أبداه في صورة أعمال تتسم بالعنف. ويرجع سبب ذلك إلى انعدام أو نقص الواجب وأخلاقيات الرياضة لدى العديد من اللاعبين الذين ينظر إليهم على أنهم، في غالب الأحيان، الشرارة التي تضرم النار داخل الملعب، وهذا راجع إلى سوء تأطيرهم وتكوينهم¹.

3. أشكال العنف الرياضي في الملاعب:

1.1 اللاعبين:

يعتبر اللاعب عنصرا هاما داخل ملعب كرة القدم، حيث التصرفات التي يقوم بها اللاعبون لها أهمية بالغة في إثارة الجمهور، فنرى في أغلب الأحيان أن اللاعبين يلجؤون إلى التمثيل لكسب بعض الوقت والقيام ببعض الحركات الغير مهنية والتلفظ بالألفاظ القبيحة، كما يؤدي تدني مستواهم إلى غضب الأنصار في بعض الأحيان، مما يدفعهم إلى ممارسة أعمال عنف في المدرجات.

3.2. الاداريون ومدربو الفريق:

ان العناصر التي تشارك في اللعبة تعتمد على مدربي وقيادي الفريق، وهؤلاء الأشخاص في علاقة مباشرة مع اللاعبين، وقد يساهمون أحيانا في تحريض اللاعبين على اعمال العنف داخل الملعب، اذ غالبا ما يحدث الشغب نتيجة تصرفات الإداريين الغير منضبطة في كثير من الأحيان وخاصة عند كثرة اعتراضاتهم على قرارات الحكام. وقد

¹ عادل عصام الدين، أمن الملاعب الرياضية، الطبعة الأولى، جامعة نايف العربية، الرياض، السعودية، 2000 ص 52

يلجأ أحيانا بعضهم الى القول بأن الحكم ضد فريقهم، وقد ينزلون الى الملعب مما يثير الجمهور، وان مثل هذه التصرفات قد تنقل فورا من أرض الملعب الى المدرجات وتصبح بالتالي عنفا لا يحمد عقباه .

3.3. التحكيم :

ترتبط ظاهرة العنف ارتباطا وثيقا بالتحكيم، فالحكم اذا تسرع في اتخاذ القرارات ستحدث لا محالة ضجة و انفعالا لدى اللاعبين والمتفرجين خاصة في المقابلات الحاسمة، ذلك لأن الحكم هو القاضي وسيد الموقف أولا وأخيرا، لأنه الشخص الوحيد الذي يقود المباراة الى شاطئ الأمان حيث يلعب دورا أساسيا في إنجاح المباريات باستخدام القبضة الحديدية منذ البداية ، وهو الذي يثير البلبلة و الشحنات بين اللاعبين اذا اتخذ قرار في غير محله، فالحاكم هو الذي يستطيع ان يقود المباريات ويتخذ القرار النهائي دون أي تردد أو تراجع، وفي كثير من الأحيان تكون تلك القرارات سببا رئيسيا في اثاره المشاجرات الفردية، و قد تنشأ عنها مشاجرات جماعية من اللاعبين والجمهور .

3.4. أهمية المباراة ودرجة حساسيتها:

يلعب هذا العامل دورا هاما وفعالا في اثاره العنف، فعندما تكون المباراة بين فريقين متجاورين (مقابلة محلية) لها حساسيتها أيضا عندما يتعلق الأمر بمباراة في إطار كأس الجمهورية او في إطار البطولة الوطنية، وأيضا عندما يتعلق الأمر بمقابلة صعود أو نزول فريق معين الى القسم الوطني الثاني أو الأدنى، فهذا النوع من المباريات يثير حساسية الجمهور ويوتر أعصابه ¹.

¹ محمد عباذلي، العنف: الظاهرة والأسباب، مجلة الدركي، العدد 02، جوان 2014، مطبعة النشر والاشهار، الجزائر: قيادة الدرك الوطني، روية،

ثانيا: علاقة العنف الرياضي بال جماهير الجزائرية:

علاقة العنف الرياضي بال جماهير الجزائرية ترتبط ارتباطا وثيقا بعدة عوامل اجتماعية وثقافية ونفسية، حيث تُعد ظاهرة العنف في الملاعب من أكثر المشاكل التي تؤرق المشهد الرياضي في الجزائر. الجماهير الجزائرية، خاصة في مباريات كرة القدم، تشهد تصاعدا في مظاهر العنف التي تتراوح بين الاعتداءات الجسدية، الشجارات، التخريب، وحتى حالات وفاة نتيجة الاشتباكات بين المناصرين.

أحد الأسباب الرئيسية لهذا العنف هو التعصب الرياضي المفرط، حيث يتحول التشجيع إلى تعصب أعمى يدفع الجماهير إلى العنف ضد الفرق المنافسة ومناصريها، إضافة إلى ضعف الوعي بثقافة الروح الرياضية والتسامح، وانتشار خطاب الكراهية عبر وسائل الإعلام ومنصات التواصل الاجتماعي التي تلعب دورا في تأجيج المشاعر وتصعيد النزاعات

كما أن عوامل اجتماعية مثل البطالة، الضغوط النفسية، الانتماءات القبلية، وسوء التنظيم داخل الملاعب تزيد من احتمالية اندلاع العنف. كذلك، تؤدي تصريحات بعض مسؤولي الأندية وتحليلات الإعلام غير الموضوعية إلى تغذية الاحتقان بين الجماهير.

رغم محاولات الجهات الرسمية والاتحادات الرياضية فرض عقوبات مثل اللعب بدون جمهور أو منع تنقل المشجعين، إلا أن هذه الإجراءات لم تحقق نتائج فعالة بسبب استمرار الأسباب الجوهرية للعنف.

لذلك، تؤكد الدراسات على ضرورة تبني حلول شاملة تشمل التوعية الرياضية، تعزيز الثقافة الرياضية السليمة، مراقبة دور الإعلام ومنصات التواصل الاجتماعي، وفرض عقوبات رادعة على المخالفين، إلى جانب تحسين التنظيم الأمني داخل الملاعب لضمان بيئة رياضية آمنة تعكس القيم الحقيقية للرياضة.

باختصار، العنف الرياضي في الملاعب الجزائرية ظاهرة معقدة ترتبط بسلوك الجماهير وتفاعلهم مع الأحداث الرياضية، وتتطلب معالجة متكاملة تشمل الجوانب النفسية والاجتماعية والإعلامية لضمان استعادة الروح الرياضية والتنافس الشريف.

خاتمة الفصل:

في ختام هذا الفصل، يتضح أن ظاهرة العنف في الملاعب الجزائرية باتت أزمة متفاقمة تهدد أمن وسلامة الفعاليات الرياضية، وتنعكس سلبيًا على صورة الرياضة كمجال للتنافس الشريف والتقارب الاجتماعي. لقد أظهرت الأحداث المتكررة أن العنف لم يعد مجرد شغب عابر، بل أصبح ظاهرة متجذرة تغذيها عوامل متعددة، من بينها دور منصات التواصل الاجتماعي التي أصبحت بيئة خصبة لنشر خطاب الكراهية والتحريض بين الجماهير.

تلعب منصة انستغرام دورًا مزدوجًا؛ فهي من جهة تسهل التواصل والتفاعل الإيجابي بين المشجعين والفرق، ومن جهة أخرى تساهم في تأجيج المشاعر وتصعيد النزاعات من خلال نشر محتوى تحريضي أو تحليلات غير موضوعية تزيد من حدة التوتر. كما أن تصريحات بعض المسؤولين الإعلاميين والرياضيين، إلى جانب ضعف التنظيم والتحكيم، تزيد من الاحتقان الجماهيري.

لذلك، تتطلب هذه الظاهرة معالجة شاملة تجمع بين الإجراءات الأمنية الصارمة، التوعية المجتمعية، مراقبة المحتوى الرقمي، وتحفيز ثقافة الرياضة السلمية. كما يجب إشراك المتخصصين في علم الاجتماع والإعلام لوضع حلول علمية وفعالة تعيد للملاعب الجزائرية مكانتها كفضاء للتنافس الشريف والاحتفال بالرياضة بعيدًا عن العنف والتعصب.

إن مواجهة العنف الرياضي في الجزائر ليست مسؤولية جهة واحدة، بل هي مهمة مشتركة بين السلطات، الإعلام، الأندية، والجماهير نفسها، لضمان بيئة رياضية آمنة تحترم القيم الإنسانية وتحقق هدف الرياضة في توحيد المجتمع وليس تقسيمه.

الفصل الثالث: لراء مشجعي مولودية

الجزائر في دور منصة انستغرام في اثرة

العنف بالملاعب الرياضية الجزائرية

تمهيد:

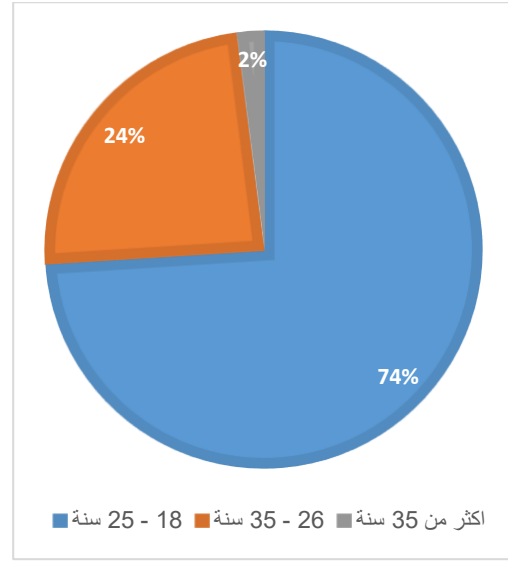
بعد أن استعرضنا الإجراءات المنهجية لدراستنا، والتي تشمل تحديد الإشكالية والمنهج والعينة، وبعد تناولنا الجانب النظري وعرض المعلومات والمفاهيم المختلفة المتعلقة بالدراسة، نصل إلى المرحلة التطبيقية من خلال عرض وتحليل ومناقشة البيانات؛ المتحصل عليها من خلال أداة الاستمارة التي تم توزيعها على 100 مشجع من مشجعي نادي مولودية الجزائر. حيث يعد هذا النادي الذي تأسس سنة 1921 من أقدم وأعرق الأندية الجزائرية، ويتميز بقاعدة جماهيرية واسعة وفعالة. كما يحظى النادي بوجود نشاط على منصات التواصل الاجتماعي، لاسيما عبر صفحته الرسمية على إنستغرام (@mouloudia_club_dalger) التي تعد منصة لتبادل الأخبار والمحتوى الرياضي، والتفاعل المباشر مع الجمهور. وقد تضمنت الاستمارة خمسة محاور رئيسية، تمثلت في: المعلومات الشخصية للمستجوب، عادات وأنماط متابعة وتشجيع مشجعي مولودية الجزائر بين الجماهير حضوريا ورقميا، تأثير التفاعلات والتعليقات عبر إنستغرام في تعزيز السلوك العنيف داخل الملاعب، تأثير محتوى إنستغرام في زيادة التوتر بين مشجعي مولودية الجزائر، بالإضافة إلى دور منصة إنستغرام في الحد من العنف الرياضي بدلا من إثارته.

المبحث الاول: عرض وتحليل الجداول البسيطة:

✓ المحور الأول: البيانات الشخصية:

1. الفئة العمرية:

النسبة المئوية	التكرار	الفئة العمرية
74%	74	18 - 25 سنة
24%	24	26 - 35 سنة
2%	2	أكثر من 35 سنة
100%	100	المجموع



جدول 1: يوضح توزيع افراد العينة حسب الفئة العمرية

شكل 2: يوضح توزيع افراد العينة حسب الفئة العمرية

تحليل الجدول:

من خلال الجدول والشكل أعلاه، نلاحظ أن الفئة العمرية من 18 إلى 25 سنة شكلت النسبة الأكبر من المشاركين، حيث بلغ نسبتهم 74%، تليها الفئة العمرية من 26 إلى 35 سنة بنسبة 24%، بينما المشاركون الذين تتجاوز أعمارهم 35 سنة لا تتجاوز نسبتهم 2% فقط.

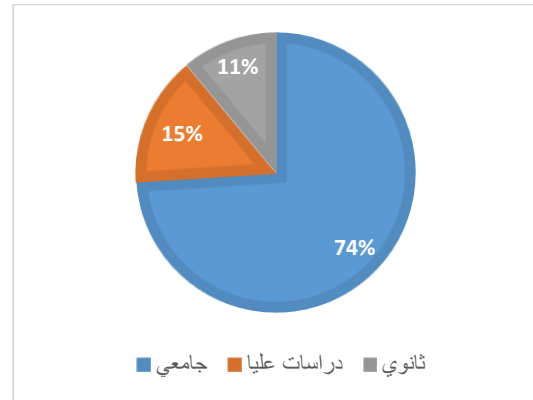
نستنتج من ذلك أن معظم المشاركين ينتمون إلى الشريحة العمرية الشابة، وهو ما يمكن تفسيره بعدة عوامل، أبرزها أن الاستبيان تم توزيعه عبر منصة إنستغرام، التي تعتبر أكثر المنصات استخداماً من قبل فئة الشباب، وخاصة

الإطار التطبيقي

مشجعي الأندية الرياضية مثل مولودية الجزائر. كما أن موضوع الدراسة المتعلق بدور إنستغرام في إثارة العنف في الملاعب يهتم هذه الفئة بشكل مباشر، نظرا لاهتمامها الكبير بمحتوى الرياضة، التفاعل الرقمي، والثقافة الجماهيرية. أما ضعف تمثيل الفئة الأكبر سنا، خاصة من تتجاوز أعمارهم 35 سنة، فيرجع إلى عدة أسباب، منها انشغال هذه الفئة بالحياة المهنية أو العائلية، بالإضافة إلى ضعف استخدامها لمنصات التواصل الاجتماعي مقارنة بالفئات الأصغر سنا، مما يؤدي إلى تقليل تفاعلها مع الاستبيانات الرقمية.

2. المستوى الدراسي:

النسبة المئوية	التكرار	المستوى الدراسي
74%	74	جامعي
15%	15	دراسات عليا
11%	11	ثانوي
100%	100	المجموع



جدول 2: يوضح توزيع افراد العينة حسب المستوى الدراسي

شكل 3: يوضح توزيع افراد العينة حسب المستوى الدراسي

تحليل الجدول:

من خلال الجدول والشكل أعلاه، نلاحظ أن المشاركين الحاصلين على الشهادات الجامعية يشكلون النسبة الأكبر من العينة، بنسبة 74%، تليها فئة المشاركين الحاصلين على شهادات دراسات عليا بنسبة 15%، في حين تمثل فئة الحاصلين على الشهادة الثانوية النسبة الأقل، بـ 11% فقط من إجمالي المشاركين.

الإطار التطبيقي

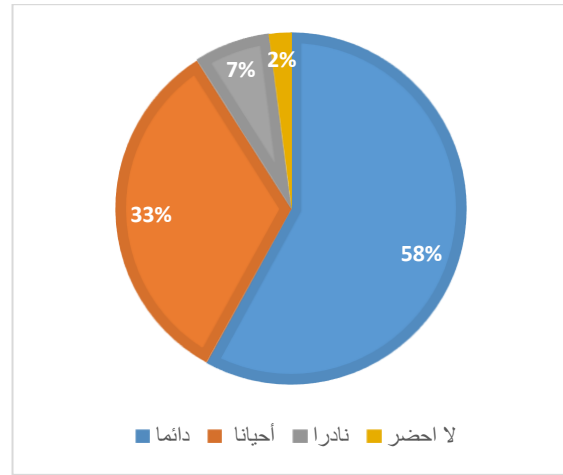
يعكس هذا التوزيع الطابع الأكاديمي الغالب على العينة، حيث أن الغالبية من المشاركين ينتمون إلى فئات لها احتكاك مباشر بالبيئة الجامعية، سواء كطلبة أو خريجين، وهو ما يجعلهم أكثر تفاعلاً مع الاستبيانات ذات الطابع البحثي، وخاصة تلك التي تُوزع عبر المنصات الرقمية مثل إنستغرام.

أما ضعف تمثيل فئة الحاصلين على الشهادة الثانوية، فقد يرتبط بعوامل منها قلة اهتمام هذه الفئة بالمشاركة في الدراسات الأكاديمية، أو ميلها لاستخدام إنستغرام لأغراض ترفيهية أكثر من التفاعل مع المحتوى البحثي، إلى جانب محدودية وعيها أو اطلاعها على القضايا المرتبطة بموضوع الدراسة.

✓ المحور الثاني: عادات وانماط متابعة وتشجيع مولودية الجزائر بين الجماهير حضورياً ورقمياً:

1. عدد مرات حضور مباريات مولودية الجزائر في الملعب:

النسبة المئوية	التكرار	المستوى الدراسي
58%	58	دائماً
33%	33	أحياناً
7%	7	نادراً
2%	2	لا احضر
100%	100	المجموع



جدول 3: يوضح عدد مرات حضور مباريات مولودية الجزائر في الملعب

شكل 2: يوضح عدد مرات حضور مباريات مولودية الجزائر في الملعب

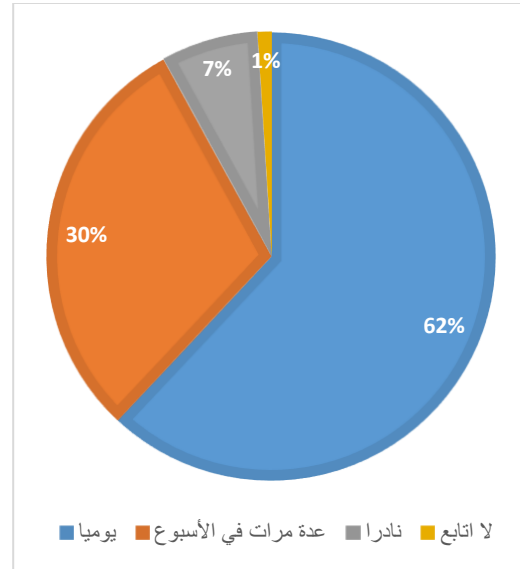
تحليل الجدول:

من خلال الجدول والشكل أعلاه، يتبين لنا أن فئة المشاركين الذين يحضرون مباريات مولودية الجزائر تمثل دائما النسبة الأكبر، حيث تصل إلى 58% من إجمالي العينة، مما يدل على وجود قاعدة جماهيرية ثابتة وملتزمة بالحضور الميداني. تليها فئة الذين يحضرون أحيانا بنسبة 33%، وهي نسبة معتبرة تعكس وجود شريحة من الجماهير التي تتابع الفريق لكنها لا تلتزم بالحضور المستمر، بينما فئة الذين يحضرون نادرا تمثل 7% فقط، في حين أن الفئة التي لا تحضر إطلاقا بلغت نسبتها 2%، وهي نسبة ضعيفة جدا.

يوضح هذا التوزيع وجود اهتمام كبير لدى العينة بمتابعة الفريق ميدانياً، خاصة وأن الغالبية إما تحضر دائماً أو من حين لآخر، وهو ما يعكس درجة ارتباط المشجعين بالنادي وتفاعلهم المباشر مع أجواء الملاعب. أما ضعف تمثيل الفئة التي لا تحضر أبداً، فقد يرتبط بعوامل مثل البعد الجغرافي، أو انعدام الثقة في ظروف التنظيم داخل الملاعب، أو حتى تفضيل متابعة المباريات عبر وسائل الإعلام.

2. عدد مرات متابعة أخبار مولودية الجزائر على انستغرام:

عدد مرات المتابعة	التكرار	النسبة المئوية
يوميًا	62	62%
عدة مرات في الأسبوع	30	30%
نادرا	7	7%
لا أتابع	1	1%
المجموع	100	100%



جدول 4: يوضح عدد مرات متابعة أخبار مولودية الجزائر على انستغرام

شكل 5: يوضح عدد مرات متابعة أخبار مولودية الجزائر على انستغرام

تحليل الجدول:

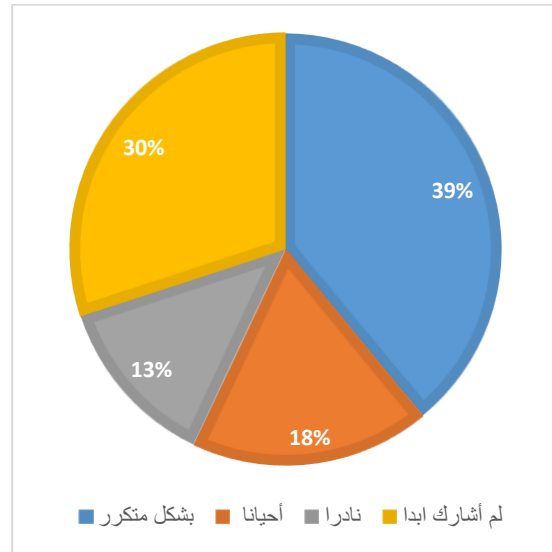
من خلال الجدول والشكل أعلاه، نلاحظ أن الغالبية العظمى من المشاركين يتابعون أخبار مولودية الجزائر عبر منصة إنستغرام بشكل منتظم، حيث وصلت نسبة المتابعين يوميا إلى 62%، تليها فئة المتابعين عدة مرات في الأسبوع بنسبة 30%، مما يدل على أن إنستغرام يعتبر مصدرا أساسيا للمعلومات والأخبار الرياضية لدى المشجعين.

في المقابل، تمثل فئة المتابعين نادرا 7% فقط، بينما لا تتجاوز نسبة من لا يتابعون إطلاقا عبر إنستغرام 1%.

يعكس هذا التوزيع الدور البارز الذي تلعبه منصة إنستغرام في نقل أخبار مولودية الجزائر، كما يؤكد اعتماد الجماهير عليها كمصدر رئيسي لمتابعة نشاطات النادي ومواكبة ما ينشر حوله من معلومات وصور ومقاطع فيديو، خاصة لدى الفئات الشابة التي تعد الأكثر نشاطا على منصات التواصل الاجتماعي.

3. المشاركة في نقاشات أو تعليقات رياضية على إنستغرام:

النسبة المئوية	التكرار	مستوى المشاركة
39%	39	بشكل متكرر
18%	18	أحيانا
13%	13	نادرا
30%	30	لم أشارك أبدا
100%	100	المجموع



جدول 5 : يوضح المشاركة في نقاشات أو

تعليقات رياضية على إنستغرام

شكل 6 : يوضح المشاركة في نقاشات أو

تعليقات رياضية على إنستغرام

تحليل الجدول:

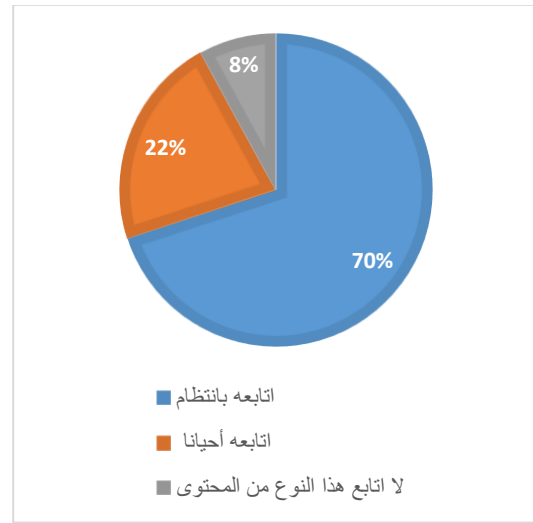
من خلال الجدول والشكل أعلاه، نلاحظ أن أعلى نسبة من المشاركين هي لفئة الذين يشاركون في النقاشات الرياضية على إنستغرام بشكل متكرر، حيث بلغ عددهم 39 مشاركا بنسبة 39%، مما يشير إلى وجود تفاعل نشط لدى جزء معتبر من العينة. تليها فئة "لم أشارك أبدا" بنسبة 30% (30 مشاركا)، ما يعكس وجود شريحة لا تتفاعل إطلاقا مع هذا النوع من المحتوى، رغم استخدامهم للمنصة. أما المشاركون "أحيانا" فبلغوا 18 مشاركا بنسبة 18%، في حين أن "المشاركة النادرة" جاءت في المرتبة الأخيرة بنسبة 13% (13 مشاركا).

يظهر هذا التوزيع أن النقاشات الرياضية على إنستغرام تحظى باهتمام متفاوت، حيث أن جزء كبيرا من المشاركين يتفاعل بشكل متكرر، بينما تبقى فئة غير قليلة لا تشارك أبدا، وهو ما يعكس تنوع أنماط الاستخدام والتفاعل مع المحتوى الرياضي داخل المنصة.

✓ المحور الثالث: تأثير التفاعلات والتعليقات على إنستغرام في تعزيز التوجه العنيف داخل الملاعب:

1. متابعة المحتوى الرياضي الخاص بالمباريات والمشجعين على إنستغرام:

النسبة المئوية	التكرار	مستوى المتابعة
70%	70	أتابعه بانتظام
22%	22	أتابعه أحيانا
8%	8	لا أتابع هذا النوع من المحتوى
100%	100	المجموع



جدول 6: يوضح متابعة المحتوى الرياضي الخاص بالمباريات والمشجعين على إنستغرام

شكل 7: يوضح متابعة المحتوى الرياضي الخاص بالمباريات والمشجعين على إنستغرام

تحليل الجدول:

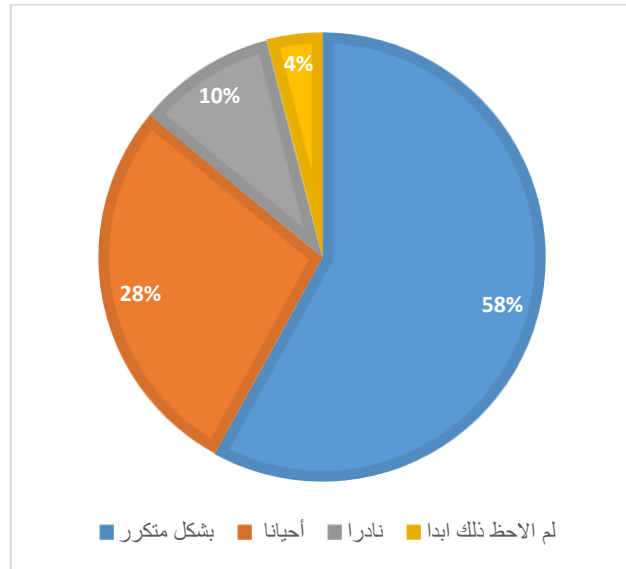
من خلال الجدول والشكل أعلاه، يتبين لنا أن الغالبية العظمى من المشاركين تتابع المحتوى الرياضي المتعلق بالمباريات والمشجعين على إنستغرام، حيث أفاد 70% منهم بأنهم يتابعونه بانتظام، بينما بلغت نسبة الذين يتابعونه أحيانا 22%، مما يعكس مستوى الاهتمام العالي بهذا النوع من المحتوى.

أما نسبة المشاركين الذين لا يتابعون هذا النوع من المحتوى على الإطلاق، فتمثل 8% فقط، مما يشير إلى أنها أقلية محدودة مقارنة ببقية الفئات.

باختصار، يظهر هذا التوزيع وجود اهتمام ملحوظ بالمحتوى الرياضي على إنستغرام ضمن هذه العينة، مما يعكس دور المنصة كأداة رئيسية في التفاعل مع الأحداث والتطورات الرياضية، خاصةً بين جمهور المشجعين.

2. ملاحظة حالات التحريض او الدعوة للعنف في تعليقات المنشورات الرياضية على انستغرام:

النسبة المئوية	التكرار	مستوى الملاحظة
58%	58	بشكل متكرر
28%	28	أحيانا
10%	10	نادرا
4%	4	لم ألاحظ ذلك أبدا
100%	100	المجموع



جدول 7: يوضح ملاحظة حالات التحريض او الدعوة للعنف في تعليقات المنشورات الرياضية على انستغرام

شكل 8 : يوضح ملاحظة حالات التحريض او الدعوة للعنف في تعليقات المنشورات الرياضية على انستغرام

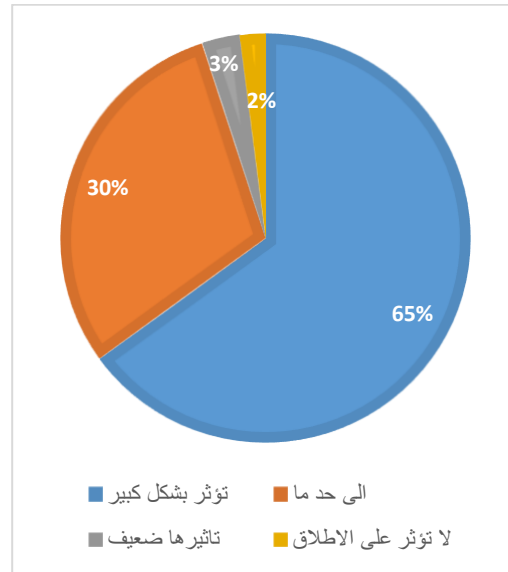
تحليل الجدول:

من خلال الجدول والشكل أعلاه، يتبين لنا أن معظم المشاركين قد أشاروا إلى ملاحظتهم لوجود تحريض أو دعوات للعنف في التعليقات على المنشورات الرياضية، حيث بلغ عدد الذين لاحظوا ذلك بشكل متكرر 58 مشاركا، وهو ما يتجاوز نصف العينة، تليهم فئة الذين لاحظوا هذا الأمر أحيانا بـ 28 مشاركا، ثم فئة نادرة بـ 10 مشاركين. أما الفئة التي لم تلاحظ أبدا مثل هذه التعليقات فتمثلت في 4 مشاركين فقط، وهو عدد ضئيل جدا.

نستنتج من ذلك أن أغلبية العينة سبق لهم أن واجهوا تعليقات تتضمن دعوات أو تحريضا على العنف في الوسط الرياضي على منصة إنستغرام، خاصة أن هذه المنصة تعتبر من أبرز وسائل التعبير الجماهيري في الوقت الحالي، وتستخدم بشكل واسع من قبل مشجعي الأندية للتفاعل مع المباريات والأحداث. أما قلة عدد من لم يسبق لهم ملاحظة مثل هذه التعليقات، فقد تعود إلى قلة تفاعلهم أو عدم متابعتهم الدقيقة للمحتوى المنشور في الصفحات الرياضية.

3. تأثير التعليقات العنيفة أو الشتائم على تصرفات المشجعين في الواقع:

النسبة المئوية	التكرار	مستوى التأثير
65%	65	تؤثر بشكل كبير
30%	30	إلى حد ما
3%	3	تأثيرها ضعيف
2%	2	لا تؤثر على الإطلاق
100%	100	المجموع



جدول 7: يوضح تأثير التعليقات العنيفة أو الشتائم على تصرفات المشجعين في الواقع

شكل 9: يوضح تأثير التعليقات العنيفة أو الشتائم على تصرفات المشجعين في الواقع

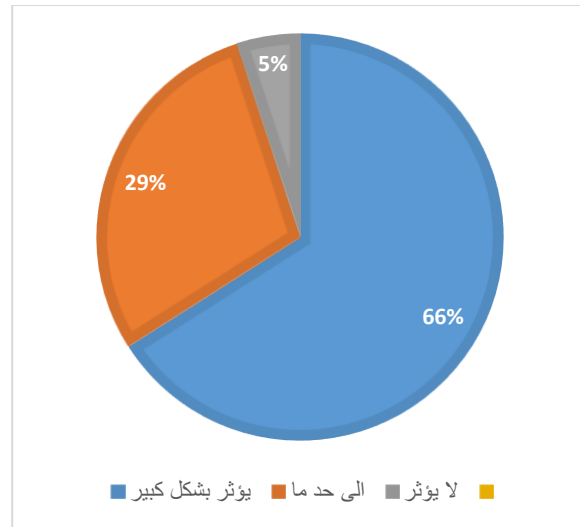
تحليل الجدول:

من خلال الجدول والشكل أعلاه، نلاحظ أن معظم المشاركين يرون أن تعليقات المستخدمين على المنشورات الرياضية في إنستغرام لها تأثير ملحوظ على المشجعين، حيث صرح 65 مشاركا أن هذه التعليقات تؤثر بشكل كبير، وهو ما يمثل الغالبية الساحقة من العينة. بينما رأى 30 مشاركا أنها تؤثر إلى حد ما، وهو ما يعكس وجود تأثير متوسط لدى شريحة معتبرة من المستجوبين. أما من قالوا ان تأثيرها ضعيف فبلغ عددهم 3 فقط، في حين اعتبر مشاركان اثنان فقط أن هذه التعليقات لا تؤثر على الإطلاق.

نستنتج من هذا التوزيع أن جمهور مشجعي مولودية الجزائر يدرك حجم التأثير الذي يمكن أن تحدثه تعليقات إنستغرام في الوسط الرياضي، خاصة في ظل تصاعد حدة التفاعل والجدل بين المناصرين. وتظهر هذه النتائج بوضوح أن المحتوى المنشور في فضاء التعليقات لا يعد فقط وسيلة للتعبير، بل أداة تؤثر في تشكيل المواقف والانفعالات الجماهيرية داخل وخارج الملاعب.

4. تأثير غياب الرقابة على التعليقات في نشر الكراهية بين الجماهير:

النسبة المئوية	التكرار	مستوى التأثير
66%	66	يؤثر بشكل كبير
29%	29	إلى حد ما
5%	5	لا يؤثر على الإطلاق
100%	100	المجموع



جدول 8: يوضح تأثير غياب الرقابة على التعليقات في نشر الكراهية بين الجماهير

شكل 10: يوضح تأثير غياب الرقابة على التعليقات في نشر الكراهية بين الجماهير

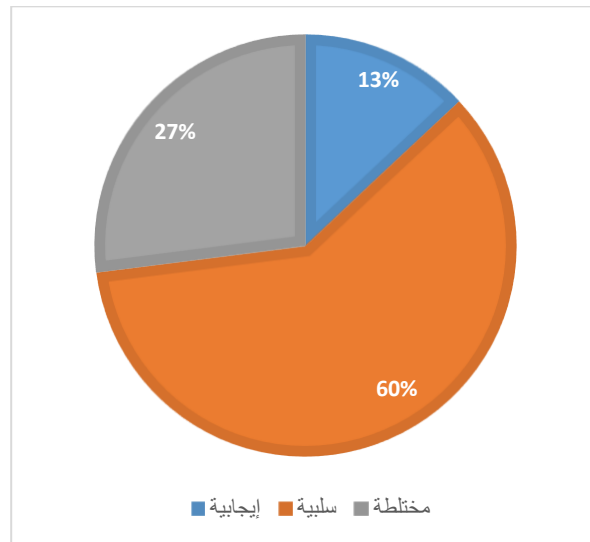
تحليل الجدول:

من خلال الجدول والشكل أعلاه، يتبين أن معظم المشاركين (95 من العينة) يتفقون على أن خطاب الكراهية في تعليقات منشورات إنستغرام يساهم في تعزيز الكراهية بين الجماهير بدرجات متفاوتة. حيث أشار 66 مشاركا إلى أن هذا التأثير كبير، مما يمثل النسبة الأكثر أهمية، بينما اعتبر 29 مشاركا أن التأثير موجود إلى حد ما. بالمقابل، عبر 5 مشاركين فقط عن اعتقادهم بأن هذا الخطاب لا يؤثر على الواقع الجماهيري.

نستنتج من هذه النتائج أن هناك وعيا كبيرا لدى المشجعين بخطورة التعليقات العدائية على منصات التواصل الاجتماعي، وخاصة في المجال الرياضي، نظرا لدورها في زيادة التوترات بين الجماهير. وتؤكد هذه البيانات على أهمية التصدي لهذه الظاهرة ضمن جهود تنظيم المحتوى الرقمي المتعلق بالملاعب والمنافسات.

5. طبيعة التعليقات في المنشورات الرياضية على إنستغرام:

النسبة المئوية	التكرار	طبيعة التعليقات
13%	13	إيجابية
60%	60	سلبية
27%	27	مختلطة
100%	100	المجموع



جدول 9: يوضح طبيعة التعليقات في المنشورات الرياضية على إنستغرام

شكل 11: يوضح طبيعة التعليقات في المنشورات الرياضية على إنستغرام

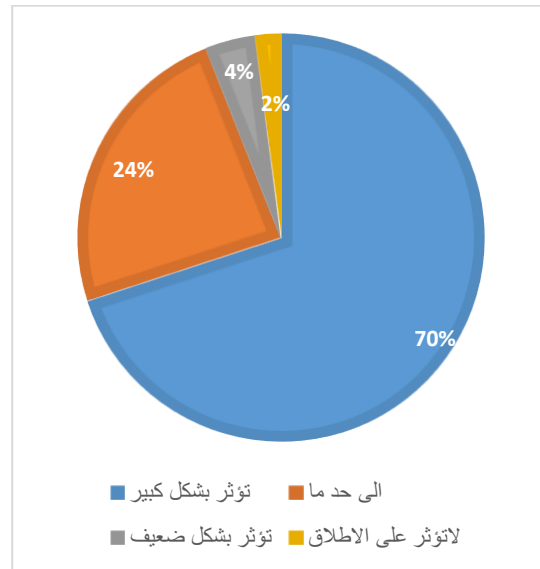
تحليل الجدول:

من خلال الجدول والشكل أعلاه، نلاحظ أن معظم المشاركين يرون أن طبيعة التعليقات في المنشورات الرياضية على منصة إنستغرام هي تعليقات سلبية، حيث عبر عن ذلك 60 مشاركا، وهي النسبة الأكبر بوضوح. تليها التعليقات المختلطة (إيجابية وسلبية معا) والتي اختارها 27 مشاركا، ما يدل على وجود درجة معينة من التوازن في بعض التفاعلات. أما التعليقات الإيجابية فقد جاءت في المرتبة الأخيرة بـ 13 مشاركا فقط، وهو ما يعكس ضعف حضور هذا النوع من التفاعل داخل الصفحات الرياضية.

يتبين من هذا التوزيع أن التعليقات السلبية تهيمن على ردود فعل المستخدمين عند متابعتهم للمنشورات الرياضية على إنستغرام، مما قد يسهم في تشكيل بيئة غير صحية للنقاش الرياضي، ويؤثر على طبيعة التفاعل بين الجماهير على هذه المنصة.

6. تأثير التعليقات السلبية على حدة التوتر بين المشجعين:

النسبة المئوية	التكرار	مستوى التأثير
70%	70	تؤثر بشكل كبير
24%	24	إلى حد ما
4%	4	تؤثر بشكل ضعيف
2%	2	لا تؤثر على الإطلاق
100%	100	المجموع



جدول 10: يوضح تأثير التعليقات السلبية على حدة التوتر بين المشجعين

شكل 12: يوضح تأثير التعليقات السلبية على حدة التوتر بين المشجعين

تحليل الجدول:

من خلال الجدول والشكل أعلاه، يتبين لنا أن معظم المشاركين يرون أن التعليقات السلبية على إنستغرام تسهم في زيادة حدة التوتر بين المشجعين، حيث أفاد 70 مشاركاً بأن تأثيرها كبير جداً، وهي النسبة الأعلى في التوزيع. تليها مجموعة المشاركين الذين يعتقدون أن هذه التعليقات تؤثر إلى حد ما بـ 24 مشاركاً، مما يعكس إدراكاً عاماً بأن هذه الظاهرة لا تمر دون تأثير.

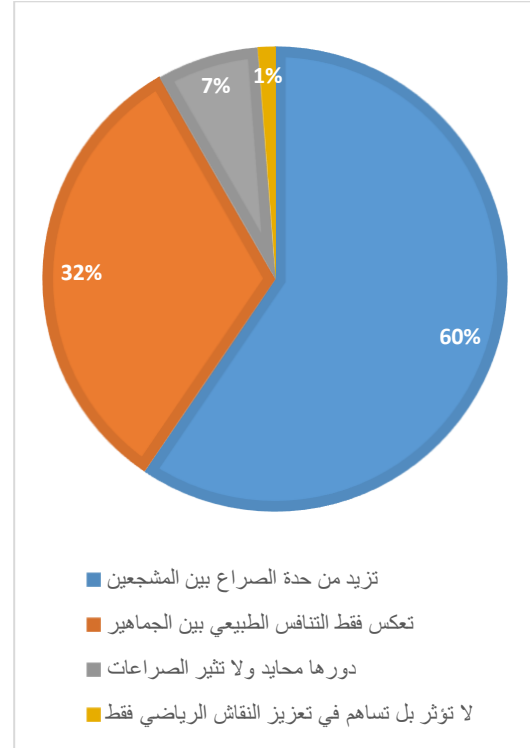
في المقابل، أظهر 4 مشاركين فقط اعتقادهم بأن هذا التأثير ضعيف، بينما صرح مشاركان فقط بأن هذه التعليقات لا تؤثر على الإطلاق.

نستنتج من ذلك وجود توافق واضح بين المشاركين بشأن الأثر السلبي للتعليقات الرياضية السلبية على الأجواء الجماهيرية، حيث يرون أنها تؤدي إلى زيادة التوتر. وهذا ما يبرز أهمية تعزيز آليات الاعتدال والمراقبة في الصفحات الرياضية للحد من التأثيرات السلبية المحتملة على سلوك المشجعين.

✓ المحور الرابع: تأثير محتوى إنستغرام في زيادة التوتر بين مشجعي مولودية الجزائر:

1. مساهمة الصفحات الرياضية على إنستغرام في إثارة الصراعات بين المشجعين:

النسبة المئوية	التكرار	مستوى المساهمة
59%	59	تزيد من حدة الصراعات بين المشجعين
32%	32	تعكس فقط التنافس الطبيعي بين الجماهير
7%	7	دورها محايد ولا تثير الصراعات
2%	2	لا تؤثر بل تساهم في تعزيز النقاش الرياضي فقط
100%	100	المجموع



جدول 11: يوضح مساهمة الصفحات الرياضية على إنستغرام في إثارة الصراعات بين المشجعين

شكل 13: يوضح مساهمة الصفحات الرياضية على إنستغرام في إثارة الصراعات بين المشجعين

تحليل الجدول:

من خلال الجدول والشكل أعلاه، يتضح أن معظم المشاركين يرون أن الصفحات الرياضية على إنستغرام تسهم في تأجيج الصراعات بين جماهير مولودية الجزائر ومشجعي الفرق المنافسة، حيث صرح 59 مشاركاً بهذا الرأي، ما يمثل النسبة الأكبر في التوزيع.

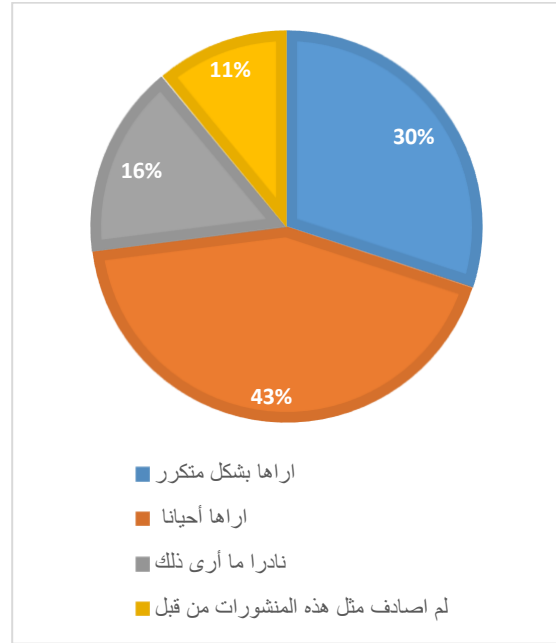
في المقابل، عبر 32 مشاركا عن رأي مختلف، حيث اعتبروا أن هذه الصفحات تعكس فقط طبيعة التنافس الرياضي، دون أن تكون سببا مباشرا في التصعيد. بينما رأى 7 مشاركين أن هذه الصفحات تؤدي دورا محايدا، واقتصر رأي 2 فقط على أنها تساهم في تعزيز النقاش الرياضي دون إثارة التوترات.

اذن نستنتج أن الرأي السائد داخل العينة يلقي باللوم على الصفحات الرياضية في زيادة حدة التوتر والصراعات بين الجماهير، مما يبرز الحاجة إلى توعية القارئ على المحتوى الرياضي بأهمية الحفاظ على بيئة تفاعلية سليمة ومتوازنة.

2. مشاهدة منشورات أو مقاطع فيديو تحتوي على خطاب كراهية أو تحريض ضد مولودية الجزائر أو مشجعيها على انستغرام:

النسبة المئوية	التكرار	مستوى المشاهدة
30%	30	أراها بشكل متكرر
43%	43	أراها أحيانا
16%	16	نادرا ما أرى ذلك
11%	11	لم أصادف مثل هذه المنشورات من قبل
100%	100	المجموع

مشجعيها على انستغرام:



جدول 13: يوضح مشاهدة منشورات أو مقاطع فيديو تحتوي على خطاب كراهية أو تحريض ضد مولودية الجزائر أو مشجعيها على انستغرام

شكل 14: يوضح مشاهدة منشورات أو مقاطع فيديو تحتوي على خطاب كراهية أو تحريض ضد مولودية الجزائر أو مشجعيها على انستغرام

تحليل الجدول:

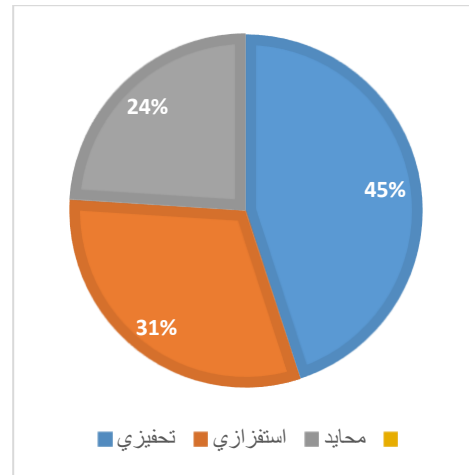
من خلال الجدول والشكل أعلاه، نلاحظ أن معظم المشاركين صرحوا بأنهم صادفوا منشورات أو مقاطع فيديو تحتوي على خطاب كراهية أو تحريض ضد مولودية الجزائر أو جماهيرها على منصة إنستغرام، لكن بدرجات متفاوتة من التكرار.

أكبر نسبة كانت لمن يشاهدون هذا النوع من المحتوى "أحيانا"، وبلغت 43%، تليها نسبة "بشكل متكرر" بـ 30% مشاركا، ما يؤكد الحضور الملحوظ لهذا الخطاب في المحتوى الرياضي على المنصة. كما أشار 16 مشاركا إلى أنهم شاهدوا مثل هذا المحتوى "نادرا"، بينما صرح فقط 11 مشاركا بأنهم لم يسبق لهم مشاهدة أي منشورات من هذا النوع.

نستنتج من هذا التوزيع أن خطاب الكراهية أو التحريض ضد مولودية الجزائر موجود بشكل ملحوظ على إنستغرام، سواء كان ذلك بشكل متكرر أو متقطع، مما يعكس مشكلة حقيقية في محتوى بعض الصفحات الرياضية، ويزر أهمية مراقبة المحتوى وتفعيل آليات التبليغ والمتابعة للحد من انتشاره.

3. طبيعة المحتوى المنشور عن نادي مولودية الجزائر على إنستغرام:

النسبة المئوية	التكرار	طبيعة المحتوى
45%	45	تحفيزي
31%	31	استفزازي
24%	24	محايد
100%	100	المجموع



جدول 14: يوضح طبيعة المحتوى المنشور عن نادي مولودية الجزائر على إنستغرام

شكل 15: يوضح طبيعة المحتوى المنشور عن نادي مولودية الجزائر على إنستغرام

تحليل الجدول:

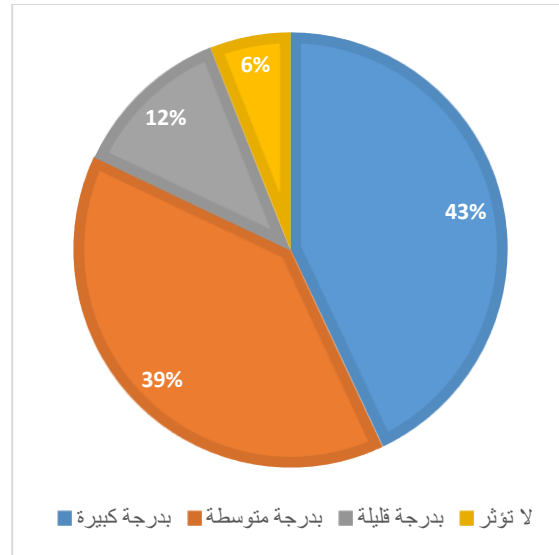
من خلال الشكل والجدول أعلاه، يتبين أن المحتوى التحفيزي المتعلق بنادي مولودية الجزائر هو الأكثر شيوعاً في المنشورات الرياضية على إنستغرام، حيث اختار هذا النوع من المحتوى 45 مشاركاً من إجمالي العينة، مما يدل على اهتمام واضح بمتابعة أخبار النادي وآخر تطوراتها. في المرتبة الثانية، يأتي المحتوى الاستفزازي، الذي أشار إليه 31 مشاركاً، وهو نوع من المحتوى غالباً ما يتسم بالإثارة وقد يسهم في خلق أجواء من التوتر أو الجدل بين الجماهير.

أما المحتوى المحايد، الذي يعرض المعلومات بأسلوب موضوعي، فقد فضله 24 مشاركاً، وهو ما يمثل نسبة أقل مقارنة بالأنواع الأخرى، لكنه يعكس وجود صفحات تسعى إلى تقديم محتوى متوازن وغير منحاز.

بناءً على هذه النتائج، يمكن القول إن طبيعة المحتوى المنتشر حول مولودية الجزائر على إنستغرام تميل بدرجة أولى إلى الأخبار والتحفيز، مع حضور معتبر للمحتوى المثير للجدل، مقابل تمثيل أقل للمحتوى الموضوعي.

4. مدى مساهمة الصفحات الرياضية على إنستغرام في تصاعد الخلافات بين المشجعين:

النسبة المئوية	التكرار	مستوى المساهمة
43%	43	بدرجة كبيرة
39%	39	بدرجة متوسطة
12%	12	بدرجة قليلة
6%	6	لا تؤثر
100%	100	المجموع



جدول 12 : يوضح مدى مساهمة الصفحات الرياضية على إنستغرام في تصاعد الخلافات بين المشجعين

شكل 16 : يوضح مدى مساهمة الصفحات الرياضية على إنستغرام في تصاعد الخلافات بين المشجعين

تحليل الجدول:

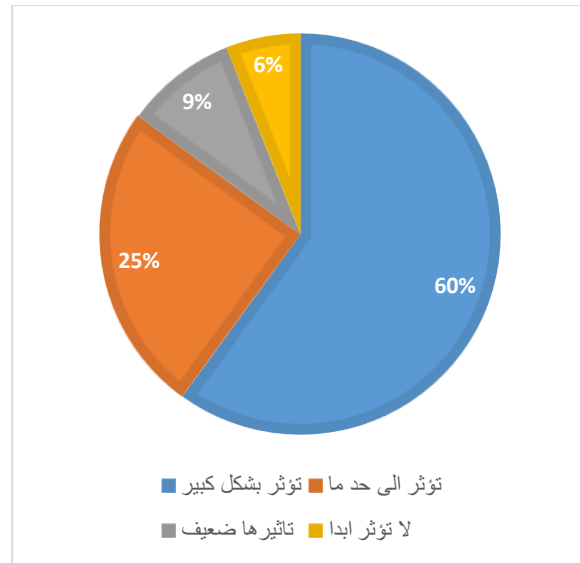
من خلال الشكل والجدول أعلاه، يتضح أن أغلبية المشاركين ترى أن الصفحات الرياضية على إنستغرام تساهم في تصاعد الخلافات بين مشجعي مولودية الجزائر والفرق المنافسة بدرجات متفاوتة. أكثر من نصف العينة تقريبا (43 مشاركا) اعتبروا أن هذه المساهمة تتم "بدرجة كبيرة"، بينما رأى 39 مشاركا أن التأثير يتم "بدرجة متوسطة"، مما يعكس انتشار هذا التصور بين شريحة واسعة من المشاركين. أما 12 مشاركا فقد اعتبروا تأثير هذه الصفحات "بدرجة قليلة"، بينما 6 مشاركين فقط أبدوا اعتقادهم بعدم وجود أي تأثير لهذه الصفحات في تصعيد الخلافات.

استنادا إلى هذه النتائج، نستنتج أن هناك تصورا جماعيا قويا حول الدور المؤثر الذي تلعبه الصفحات الرياضية على إنستغرام في تغذية التوترات والصراعات بين الجماهير، سواء بدرجة كبيرة أو متوسطة، مما يعزز الحاجة إلى التفكير في سبل تنظيم المحتوى وتوجيهه نحو تعزيز الروح الرياضية والتنافس النزيه.

5. تأثير المنشورات الاستفزازية على انستغرام في تصاعد التوتر بين مشجعي مولودية الجزائر داخل

المدرجات:

النسبة المئوية	التكرار	مستوى التأثير
60%	60	تؤثر بشكل كبير
25%	25	تؤثر إلى حد ما
9%	9	تأثيرها ضعيف
6%	6	لا تؤثر ابدا
100%	100	المجموع



جدول 13: يوضح تأثير المنشورات الاستفزازية على انستغرام في تصاعد التوتر بين مشجعي مولودية الجزائر داخل المدرجات

شكل 17: يوضح تأثير المنشورات الاستفزازية على انستغرام في تصاعد التوتر بين مشجعي مولودية الجزائر داخل المدرجات

تحليل الجدول:

من خلال الشكل والجدول أعلاه، يتبين أن غالبية المشاركين يرون أن المنشورات الاستفزازية على إنستغرام تلعب دورا في تصاعد التوتر بين مشجعي مولودية الجزائر داخل المدرجات بدرجات متفاوتة.

أكثر من نصف العينة (60 مشاركا) صرحوا بأن هذا التأثير يتم "بشكل كبير"، في حين يرى 25 مشاركا أن التأثير موجود "إلى حد ما"، مما يعكس اتفاقا عاما على وجود تأثير ملموس لهذا النوع من المنشورات على الأجواء داخل الملاعب. وفي المقابل، ترى نسبة أقل أن التأثير "ضعيف" (9 مشاركين)، بينما 6 فقط يعتقدون أن المنشورات الاستفزازية لا تؤثر إطلاقاً في التوتر بين الجماهير.

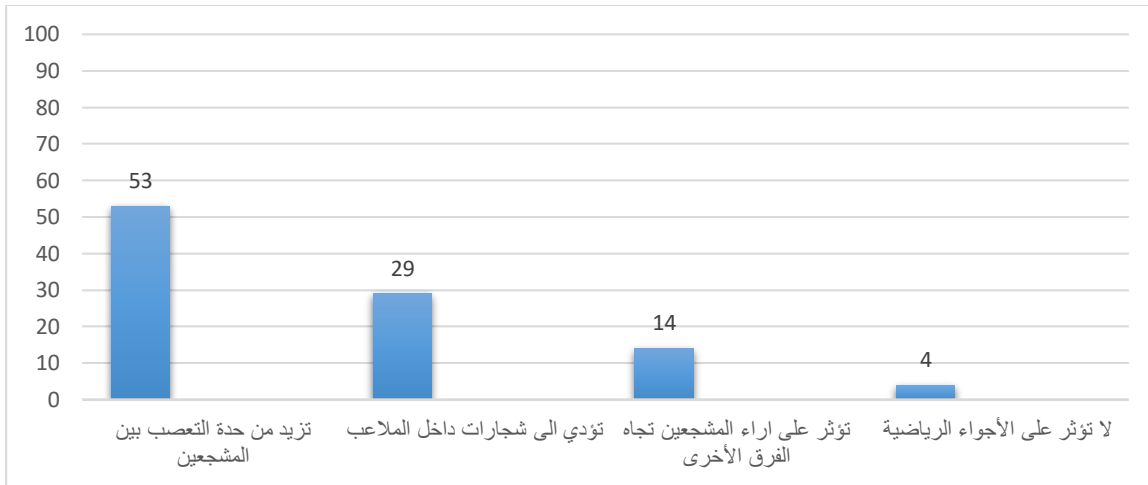
استنادا على هذه المعطيات، يمكن القول ان هناك إجماعا نسبيا على أن المحتوى الاستفزازي المنشور عبر إنستغرام قد ينعكس سلبا على سلوك المشجعين داخل المدرجات، مما يبرز أهمية مراقبة هذا النوع من المحتوى والحد من تأثيره السلبي على المناخ العام في الملاعب.

6. تأثير التعليقات السلبية أو المستفزة في منشورات انستغرام حول مولودية الجزائر داخل وخارج

الملاعب:

النسبة المئوية	التكرار	التأثير
53%	53	تزيد من حدة التعصب بين المشجعين
29%	29	تؤدي إلى شجارات داخل الملاعب
14%	14	تؤثر على آراء المشجعين تجاه الفرق الأخرى
4%	4	لا تؤثر على الأجواء الرياضية
100%	100	المجموع

جدول 14: يوضح تأثير التعليقات السلبية أو المستفزة في منشورات انستغرام حول مولودية الجزائر داخل وخارج الملاعب



شكل 3: يوضح تأثير التعليقات السلبية أو المستفزة في منشورات انستغرام حول مولودية الجزائر داخل وخارج الملاعب

تحليل الجدول:

من خلال الجدول والشكل أعلاه، يظهر بوضوح أن أغلب المشاركين يعتقدون أن التعليقات السلبية أو المستفزة على منشورات إنستغرام المرتبطة بمولودية الجزائر تسهم بشكل مباشر في زيادة التعصب بين المشجعين، حيث اختار 53 مشاركاً هذا الخيار كأبرز تأثير لهذه التعليقات. كما يرى 29 مشاركاً أن هذا النوع من الخطاب الرقمي يؤدي إلى شجارات داخل الملاعب، مما يعكس القناعة بأن تأثير هذه التعليقات لا يقتصر على الفضاء الرقمي فقط، بل يمتد إلى السلوك الفعلي في الواقع.

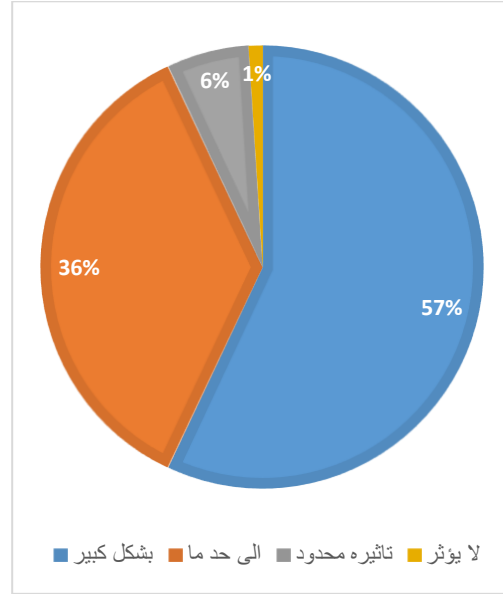
أما التأثير على الآراء تجاه الفرق المنافسة، فقد اختاره 14 مشاركاً، ما يدل على أن هذه التعليقات تترك انطباعات سلبية تتجاوز اللحظة، لتؤثر في العلاقات بين جماهير الأندية المختلفة. وفي المقابل، ترى أقلية صغيرة (4 مشاركين) أن هذه التعليقات لا تؤثر على الأجواء الرياضية.

باختصار، توضح هذه النتائج أن الخطاب المستفز أو السليبي على إنستغرام يمثل عاملاً مقلقاً يسهم في تغذية التعصب والتوتر داخل الملاعب وخارجها، مما يستدعي التفكير في آليات تنظيم هذا الفضاء وتعزيز الخطاب البناء.

✓ المحور الخامس: دور منصة إنستغرام في الحد من العنف الرياضي بدلا من اثارته:

1. إمكانية لعب إنستغرام دورا إيجابيا في نشر الروح الرياضية بين المشجعين:

النسبة	التكرار	مستوى الاعتقاد بإمكانية الدور الإيجابي
57%	57	بشكل كبير
36%	36	إلى حد ما
6%	6	تأثيره محدود
1%	1	لا يؤثر
100%	100	المجموع



جدول 15: يوضح إمكانية لعب إنستغرام دورا إيجابيا في نشر الروح الرياضية بين المشجعين

شكل 4: يوضح إمكانية لعب إنستغرام دورا إيجابيا في نشر الروح الرياضية بين المشجعين

تحليل الجدول:

من خلال الجدول والشكل أعلاه، يتبين لنا أن أغلبية المشاركين يرون أن منصة إنستغرام يمكن أن تلعب دورا إيجابيا في نشر الروح الرياضية بين المشجعين، حيث بلغ عدد الذين يرون أن هذا الدور يمكن أن يكون "بشكل كبير" 57 مشاركا، وهو ما يمثل أكثر من نصف العينة، تليهم فئة الذين يعتقدون أن التأثير "إلى حد ما" بـ 36 مشاركا. في المقابل، فإن عدد المشاركين الذين شككوا في هذا الدور كان قليلا جدا، حيث يرى 6 منهم أن التأثير محدود، بينما لم يتجاوز عدد الذين يرون أن المنصة لا تؤثر إطلاقا مشاركا واحدا فقط.

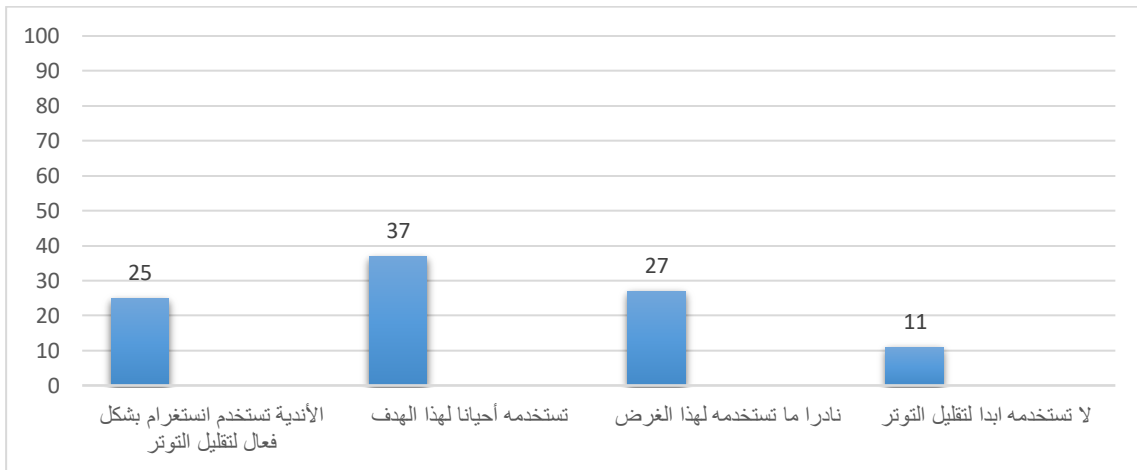
الإطار التطبيقي

نستنتج من ذلك أن الغالبية تتبنى نظرة تفاؤلية نحو الدور الذي يمكن أن تلعبه إنستغرام في تعزيز الروح الرياضية بين جماهير كرة القدم، ويعكس هذا الرأي وعياً بأهمية التفاعل الإيجابي على هذه المنصة، وبإمكانه أن يشكل منطلقاً نحو تعزيز الاستخدام البناء لشبكات التواصل في المجال الرياضي.

2. إمكانية استخدام الأندية الرياضية لإنستغرام لتقليل حدة التوتر بين المشجعين:

النسبة المئوية	التكرار	مستوى الاعتقاد بالإمكانية
25%	25	الأندية تستخدم إنستغرام بشكل فعال لتقليل التوتر
37%	37	تستخدمه أحيانا لهذا الهدف
27%	27	نادرا ما تستخدمه لهذا الغرض
11%	11	لا تستخدمه ابدا لتقليل التوتر
100%	100	المجموع

جدول 16: إمكانية استخدام الأندية الرياضية لإنستغرام لتقليل حدة التوتر بين المشجعين



شكل 20: يوضح إمكانية استخدام الأندية الرياضية لإنستغرام لتقليل حدة التوتر بين المشجعين

تحليل الجدول:

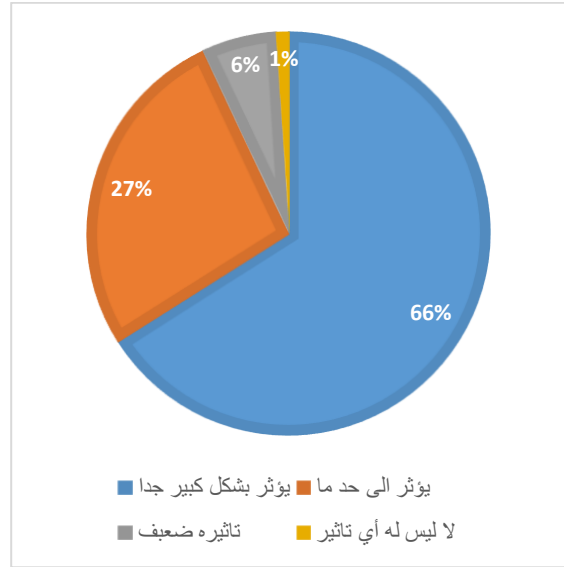
من خلال الشكل والجدول أعلاه، يتضح أن أغلب المشاركين يحملون نظرة إيجابية مشروطة تجاه قدرة الأندية الرياضية على استخدام منصة إنستغرام لتقليل التوتر بين المشجعين، حيث عبر 25% من المشاركين عن اعتقادهم بأن الأندية تستخدم المنصة بشكل فعال لتحقيق هذا الهدف، في حين يرى 37% أنها تستخدمها أحيانا لهذا الغرض، وهو ما يشير إلى إدراك جزئي للدور الإيجابي المحتمل.

في المقابل، تظهر نسبة معتبرة (27%) موقفا متوازنا، حيث ترى أن الأندية نادرا ما تنجح في تحقيق هذا الغرض، ما يعكس نوعا من التحفظ أو عدم الاقتناع الكامل بفعالية الجهود المبذولة. أما الفئة المتشككة تماما، فتتمثل في نسبة صغيرة فقط (11%) تعتقد أن الأندية لا يمكنها إطلاقا تقليل التوتر عبر إنستغرام.

نستنتج من ذلك أن هناك تفاوتا حذرا بين المشاركين بشأن هذا الدور، إذ يرون أن للأندية دورا يمكننا لكنه غير مستغل بما فيه الكفاية بعد. وهذا يعزز الدعوة لتبني استراتيجيات تواصل أكثر فاعلية ومسؤولية من طرف الأندية على المنصات الرقمية، من أجل تهدئة الأجواء وتعزيز قيم الاحترام والروح الرياضية.

3. تأثير المحتوى الإيجابي على إنستغرام على تصرفات المشجعين:

النسبة المئوية	التكرار	مستوى التأثير
66%	66	يؤثر بشكل كبير جدا
27%	27	يؤثر إلى حد ما
6%	6	تأثيره ضعيف
1%	1	لا ليس له أي تأثير
100%	100	المجموع



جدول 17: يوضح تأثير المحتوى الإيجابي على إنستغرام على تصرفات المشجعين

شكل 21: يوضح تأثير المحتوى الإيجابي على إنستغرام على تصرفات المشجعين

تحليل الجدول:

من خلال الشكل والجدول أعلاه، يتضح أن اغلبية المشاركين يؤمنون بقوة التأثير الإيجابي للمحتوى الرياضي على منصة إنستغرام في تصرفات المشجعين. حيث يرى أكثر من نصف المشاركين (66) أن هذا التأثير يمكن أن يكون "كبيرا جدا"، وهو ما يعكس ثقة عالية في قدرة المحتوى الهادف والبناء على التأثير الفعلي في توجهات الجمهور الرياضي.

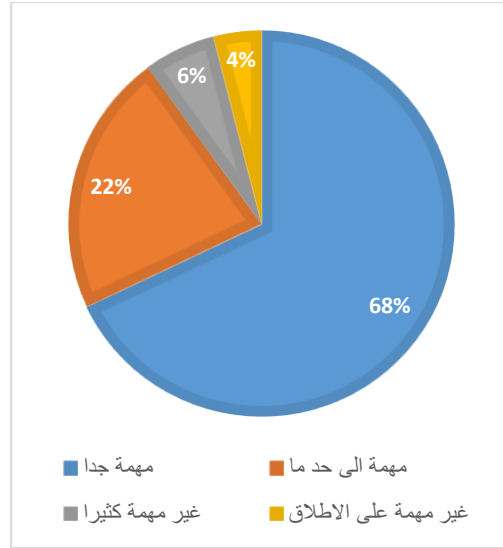
كما عبرت نسبة معتبرة (27) عن اعتقادها بأن هذا التأثير موجود "إلى حد ما"، ما يعكس بدوره قناعة عامة بوجود دور إيجابي ملموس، حتى وإن كان بدرجات متفاوتة. أما الفئات التي تشكك في فعالية هذا التأثير، فقد كانت أقلية فقط، حيث يرى 6 مشاركين أن التأثير ضعيف، في حين صرح مشارك واحد فقط بعدم وجود أي تأثير.

الإطار التطبيقي

باختصار، توضح هذه النتائج أن هناك قناعة واسعة بين المشاركين بقدرة المحتوى الإيجابي على التأثير الإيجابي في أفعال وتصرفات المشجعين، مما يبرز ضرورة تبني خطاب رياضي مسؤول على المنصات الرقمية، واستثمار إنستغرام كوسيلة لترسيخ ثقافة الاحترام، الروح الرياضية، والحد من السلوكيات العدوانية بين الجماهير.

4. ضرورة فرض إنستغرام رقابة على التعليقات والمنشورات التي تنشر الكراهية والعنف:

النسبة المئوية	التكرار	مستوى الضرورة
68%	68	مهمة جدا
22%	22	مهمة إلى حد ما
6%	6	غير مهمة كثيرا
4%	4	غير مهمة على الإطلاق
100%	100	المجموع



جدول 18: يوضح ضرورة فرض إنستغرام رقابة على التعليقات والمنشورات التي تنشر الكراهية والعنف

شكل 22: يوضح ضرورة فرض إنستغرام رقابة على التعليقات والمنشورات التي تنشر الكراهية والعنف

تحليل الجدول:

من خلال الجدول والشكل أعلاه، يتضح أن هناك إجماعا واسعا بين المشاركين حول أهمية فرض رقابة من طرف منصة إنستغرام على المحتويات التي تتضمن خطاب كراهية أو تحريضا على العنف. حيث يرى أغلب المشاركين (68) أن هذه الرقابة "مهمة جدا"، في حين اعتبرها (22) مشاركا "مهمة إلى حد ما"، وهو ما يعكس اتفاقا عاما على ضرورة التدخل لمراقبة هذا النوع من المحتوى.

الإطار التطبيقي

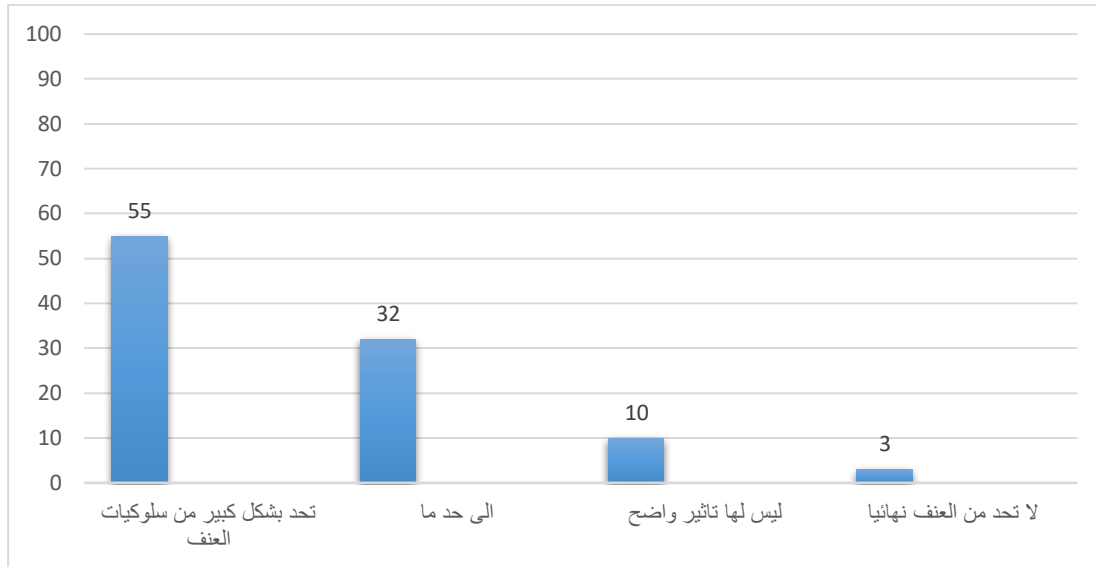
أما الفئة التي تقلل من أهمية الرقابة، تمثلت في (6) مشاركين اعتبروها "غير مهمة كثيرا"، و(4) فقط رأوا أنها "غير مهمة على الإطلاق"، وهي نسبة ضئيلة مقارنة ببقية الآراء.

باختصار، يظهر هذا الجدول إدراكا واسعا لخطورة المحتوى العنيف والمعرض على الكراهية، وحاجة ماسة إلى تفعيل الرقابة على مثل هذه التعليقات والمنشورات، حفاظا على بيئة تواصل رقمي أكثر احتراما وسلاما في المجال الرياضي.

5. إمكانية الحد من مظاهر العنف بين المشجعين عبر الحملات التوعوية على انستغرام:

النسبة المئوية	التكرار	مستوى الاعتقاد بالإمكانية
55%	55	تحد بشكل كبير من سلوكيات العنف
32%	32	إلى حد ما
10 %	10	ليس لها تأثير واضح
3%	3	لا تحد من العنف نهائيا
100%	100	المجموع

جدول 22: يوضح ضرورة فرض انستغرام رقابة على التعليقات والمنشورات التي تنشر الكراهية والعنف



شكل 23 : يوضح ضرورة فرض إنستغرام رقابة على التعليقات والمنشورات التي تنشر الكراهية والعنف

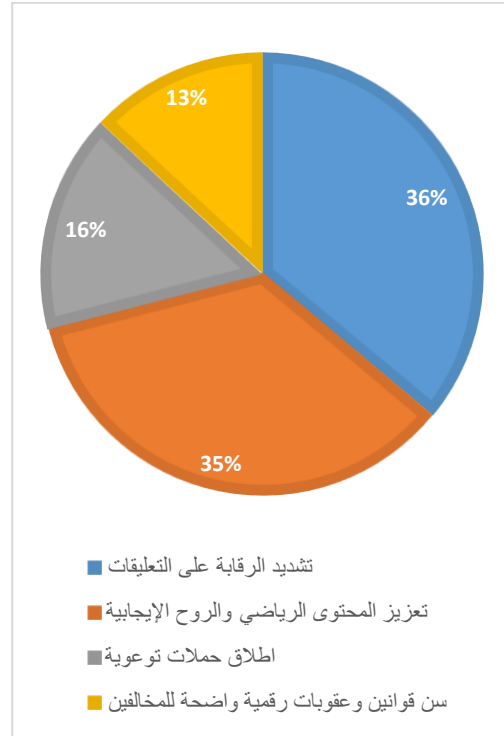
تحليل الجدول:

من خلال الجدول والشكل أعلاه، يتبين أن غالبية المشاركين يعبرون عن تفاؤل واضح بشأن قدرة الحملات التوعوية على إنستغرام في الحد من سلوكيات العنف بين المشجعين. حيث يرى أكثر من نصف العينة (55 مشاركا) أن هذه الحملات يمكن أن تحد من العنف "بشكل كبير"، بينما عبر (32 مشاركا) عن اعتقادهم بوجود تأثير "إلى حد ما". في المقابل، تبقى نسبة المشاركين الذين يشككون في فعالية هذه الحملات محدودة، حيث يرى (10) منهم أن التأثير غير واضح، و(3) فقط يعتقدون أن هذه الحملات لا تحد من العنف نهائيا.

باختصار، تعكس هذه النتائج قناعة واسعة بقدره الحملات التوعوية على إنستغرام في إحداث تأثير إيجابي على تصرفات الجمهور الرياضي، مما يبرز أهمية توظيف المنصة لنشر الوعي وتعزيز ثقافة الروح الرياضية.

6. الحلول المقترحة لجعل إنستغرام بيئة أكثر إيجابية.

النسبة المئوية	التكرار	الحلول المقترحة
36%	36	تشديد الرقابة على التعليقات والمحتوى الاستفزازي
35%	35	تعزيز المحتوى الرياضي والروح الإيجابية
16 %	16	إطلاق حملات توعوية
13%	13	سن قوانين وعقوبات رقمية واضحة للمخالفين
100%	100	المجموع



جدول 23: يوضح الحلول المقترحة لجعل إنستغرام بيئة أكثر إيجابية

شكل 24: يوضح الحلول المقترحة لجعل إنستغرام بيئة أكثر إيجابية

تحليل الجدول:

من خلال الجدول والشكل أعلاه، يتضح أن المشاركين في الاستبيان يجمعون على أهمية اتخاذ إجراءات ملموسة لجعل منصة إنستغرام بيئة أكثر إيجابية وأقل تحريضا على العنف الجماهيري، حيث احتل خيار "تشديد الرقابة على التعليقات والمحتوى الاستفزازي" المرتبة الأولى بنسبة (36%)، ما يعكس إدراكا واسعا لخطورة المحتوى العدائي وضرورة ضبطه.

وجاء في المرتبة الثانية "تعزيز المحتوى الرياضي والروح الإيجابية" بنسبة (35%)، ما يدل على وعي جماهيري كبير بأهمية تقديم بدائل رقمية بناءة، تشجع على التسامح والانتماء الرياضي الإيجابي بدلا من التحريض والتجريح.

أما "إطلاق حملات توعية" فقد اختاره (16) مشاركا بنسبة (16%)، وهو ما يعكس ثقة شريحة من الجمهور في فعالية التوعية الاتصالية في الحد من العنف السلوكي واللفظي عبر المنصات.

في حين عبر (13) مشاركا فقط (13%) عن تأييدهم لخيار "سن قوانين وعقوبات رقمية واضحة للمخالفين"، مما يشير إلى أن الجوانب القانونية تعتبر أقل أولوية بالنسبة للمشاركين مقارنة بالرقابة والمحتوى.

بشكل عام، تعكس هذه النتائج إدراكا متزايدا لدى المشاركين لأهمية التدخل المباشر في بيئة إنستغرام الرقمية، من خلال الرقابة الفعلية وتوجيه طبيعة المحتوى المنشور، كوسيلتين أكثر واقعية وفعالية للحد من العنف. فبدلا من الاعتماد على إجراءات قانونية قد تكون معقدة أو طويلة الأمد، أو حملات توعية قد لا تصل لجميع الفئات، يفضل المشاركون الحلول العملية التي تؤثر مباشرة في طريقة تفاعل المستخدمين.

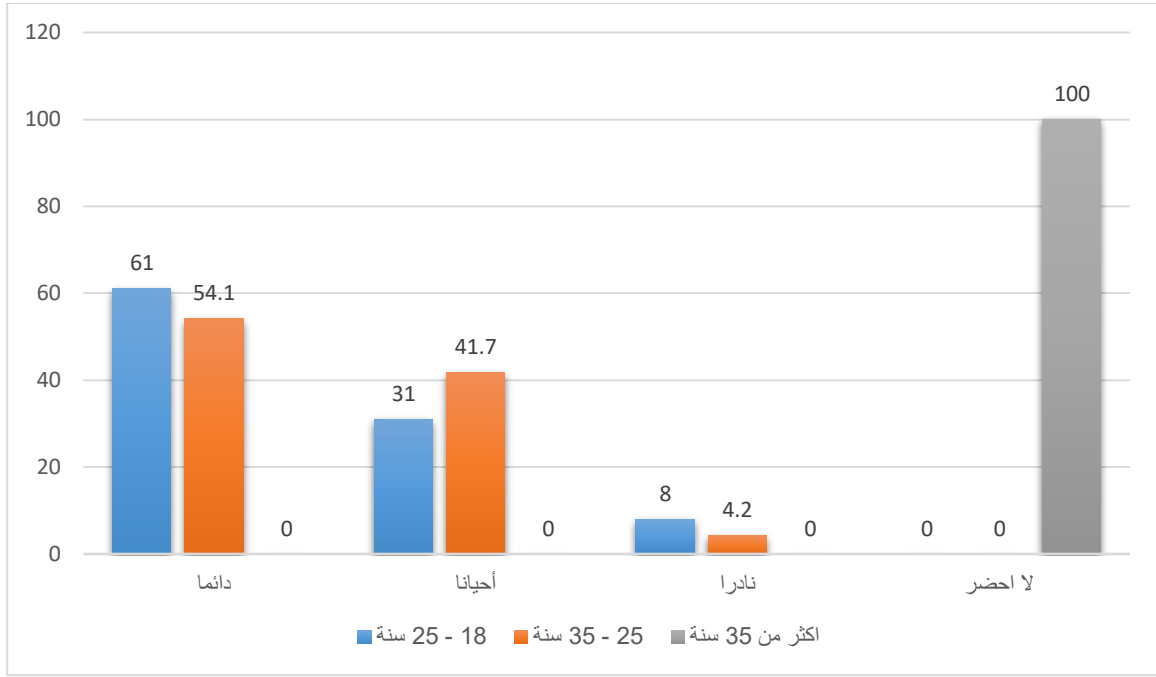
المبحث الثاني: عرض وتحليل الجداول المركبة:

1. العلاقة بين متغير الفئة العمرية وعدد مرات حضور المباريات في الملعب لدى مشجعي مولودية

الجزائر:

الفئة العمرية						عدد مرات حضور المباريات في الملعب
أكثر من 35 سنة		سنة 26-35		سنة 18-25		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
0%	0	54,1%	13	61%	45	دائما
0%	0	41,7%	10	31%	23	احيانا
0%	0	4,2%	1	8%	6	نادرا
100%	2	0%	0	0%	0	لا احضر ابدا
100%	2	100%	24	100%	74	المجموع

جدول 24 : يوضح العلاقة بين متغير الفئة العمرية
وعدد مرات حضور المباريات في الملعب لدى مشجعي
مولودية الجزائر



شكل 25: يوضح العلاقة بين متغير الفئة العمرية وعدد مرات حضور المباريات في الملعب لدى مشجعي مولودية الجزائر

تحليل الجدول:

من خلال الشكل والجدول أعلاه، نلاحظ أن الفئة العمرية من 18 إلى 25 سنة، والتي تضم 74 مشجعا، تعد الأكثر التزاما بالحضور الميداني لمباريات مولودية الجزائر. حيث صرح 45 مشجعا (61%) بأنهم يحضرون المباريات

"دائما"، بينما صرح 23 مشجعا (31%) بأنهم يحضرونها "أحيانا"، و6 مشجعين فقط (8%) قالوا إنهم يحضرون "نادرا". ولم يسجل ضمن هذه الفئة أي مشجع صرح بأنه لا يحضر المباريات.

أما الفئة العمرية من 26 إلى 35 سنة، والتي تضم 24 مشجعا، فقد صرح 13 مشجعا (54.1%) بأنهم يحضرون المباريات "دائما"، و10 مشجعين (41.7%) يحضرون "أحيانا"، بينما صرح مشجع واحد فقط (4.2%) بأنه يحضر "نادرا"، ولم يسجل فيها أيضا أي مشجع لا يحضر المباريات على الإطلاق.

في المقابل، الفئة أكثر من 35 سنة، والتي تضم مشجعين اثنين فقط، فقد صرح كلاهما (100%) بأنهما "لا يحضران المباريات أبدا"، ما يجعلها الفئة الوحيدة التي تضم مشجعين غير منخرطين في الحضور الميداني إطلاقا.

نستنتج من خلال هذه الإحصائيات والأرقام أن الفئات الأصغر سنا، خصوصا من 18 إلى 25 سنة، تظهر أعلى مستويات الحضور المنتظم للمباريات، وهي الفئة التي تتصدر مشهد التشجيع الميداني بوضوح، مما يعكس حيويتها وارتباطها الوثيق بالنادي وأحداثه.

أما الفئات الأكبر سنا، خاصة فوق 35 سنة، فتظهر تراجعاً حاداً في الحضور، إذ 100% من أفرادها لا يحضرون المباريات، وهو ما قد يرجع إلى عوامل مثل الانشغالات الأسرية أو المهنية، أو حتى التحول إلى متابعة المباريات عبر الوسائط الرقمية بدلا من الحضور في الملاعب.

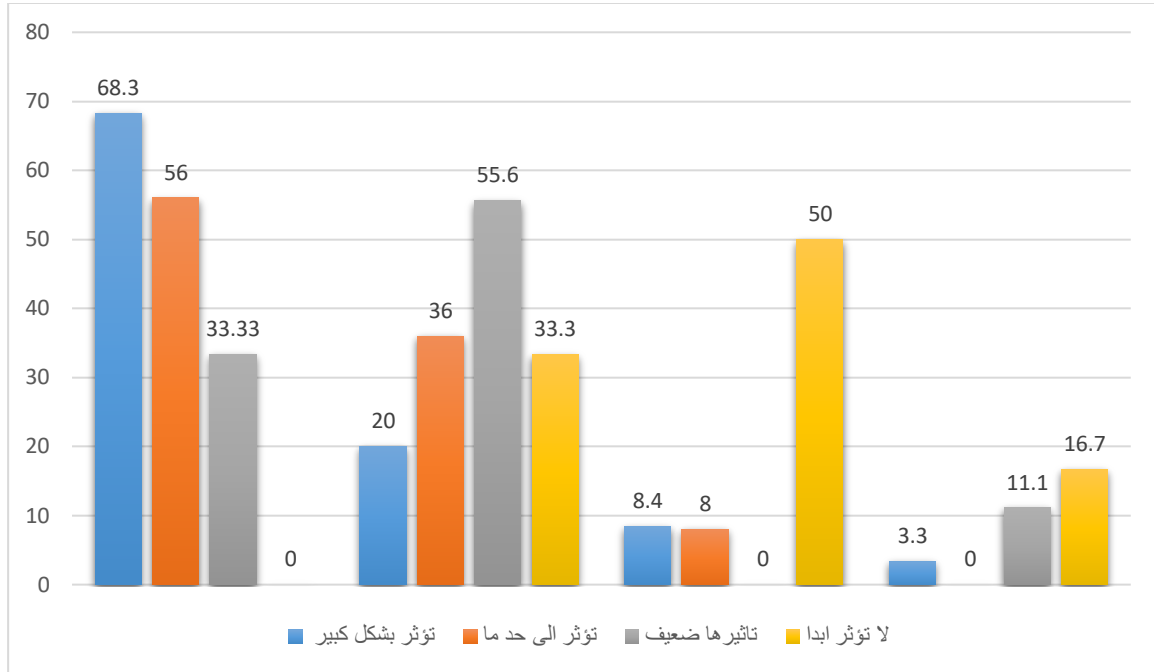
هذا يبرز أهمية فئة الشباب في أي تحليل يربط بين التفاعل الرقمي على إنستغرام والحضور الميداني، فهم لا يكتفون بالتفاعل الإلكتروني، بل يترجمونه على أرض الواقع من خلال التواجد في المدرجات، مما يزيد من احتمال تأثرهم بالمحتوى الرقمي سواء كان إيجابيا أو سلبيا.

2. العلاقة بين ملاحظة التحريض في تعليقات إنستغرام والاعتقاد بتأثير المنشورات الاستفزازية على

التوتر في المدرجات:

اعتقاد المشجعين بتأثير المنشورات الاستفزازية على تصاعد التوتر داخل المدرجات								ملاحظة التحريض في التعليقات
لا تؤثر أبدا		تأثيرها ضعيف		تؤثر إلى حد ما		تؤثر بشكل كبير		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
0%	0	33,3%	3	56%	14	68,3%	41	بشكل متكرر
33,3%	2	55,6%	5	36%	9	20%	12	أحيانا
50%	3	0%	0	8%	2	8,4%	5	نادرا
16,7%	1	11,1%	1	0%	0	3,3%	2	لم ألاحظ ذلك أبدا
100%	6	100	9	100%	25	100%	60	المجموع

جدول 25 : يوضح العلاقة بين ملاحظة التحريض في تعليقات إنستغرام والاعتقاد بتأثير المنشورات الاستفزازية على التوتر في المدرجات



شكل 26: يوضح العلاقة بين ملاحظة التحريض في تعليقات إنستغرام والاعتقاد بتأثير المنشورات الاستفزازية على التوتر في المدرجات

تحليل الجدول:

بالاعتماد على الشكل اعلاه، نلاحظ ان فئة المشجعين الذين صرحوا بأنهم لاحظوا التحريض بشكل متكرر، والتي تضم 58 مشجعا، تمثل الشريحة الأكبر من العينة. وقد أظهر أغلبهم وعيا واضحا بخطورة المنشورات الاستفزازية، حيث رأى 41 مشجعا (68.3%) أن هذه المنشورات تؤثر بشكل كبير، و14 مشجعا (56%) رأوا أنها تؤثر إلى حد ما، في حين أن 3 فقط (33.3%) اعتبروها ذات تأثير ضعيف. ولم يصرح أي منهم بأنها عديمة التأثير (0%)، وهو ما يدل على إدراك شبه جماعي لخطورة هذا النوع من الخطاب الرقمي.

أما فئة المشجعين الذين لاحظوا التحريض أحيانا، وعددهم 28 مشجعا، فقد انقسمت مواقفهم بشكل أكثر تدرجا، حيث رأى 12 مشجعا (20%) أن التأثير كبير، و9 مشجعين (36%) أنه متوسط، بينما صرح 5 مشجعين (55.6%) بأن التأثير ضعيف، و2 مشجعين (33,3%) فقط أكدوا أنه لا تأثير له.

في المقابل، فئة المشجعين الذين لاحظوا التحريض نادرا، وعددهم 10 مشجعين، بدت أقل اقتناعا بخطورة المنشورات، حيث رأى 5 مشجعين (8,4%) فقط أن تأثيرها كبير، و2 مشجعين (8%) اعتبروه متوسطا، ولم يصرح أي منهم بتأثير ضعيف، لكن 3 مشجعين (50%) قالوا إنه لا تأثير لها إطلاقا.

وأخيرا، تأتي فئة من لم يلاحظوا التحريض إطلاقا، وعددهم 4 مشجعين فقط، وقد توزعت آراؤهم بالتساوي تقريبا، حيث رأى 2 مشجعين (3,3) أن التأثير كبير، بينما صرح 1 مشجع (11,1%) بأن التأثير ضعيف، وآخر (16,7%) بأنه لا وجود لتأثير إطلاقا.

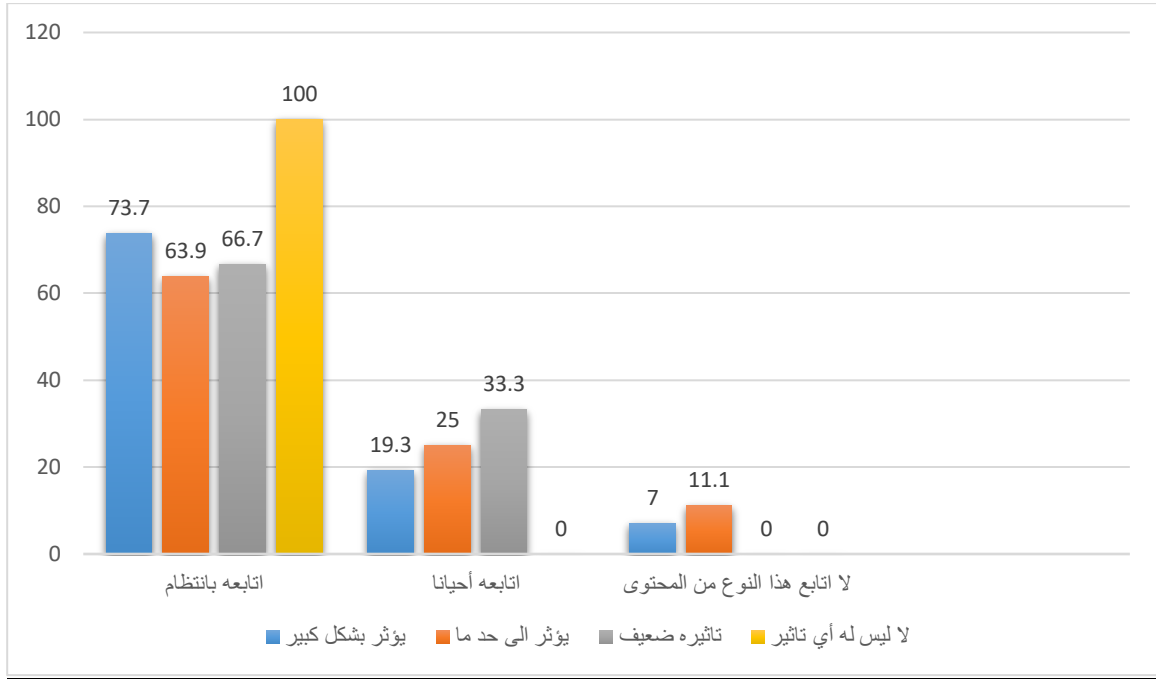
نستنتج من هذه الإحصائيات أن فئة المشجعين الأكثر احتكاكا بخطاب التحريض في تعليقات إنستغرام هي نفسها التي تبدي أعلى مستويات القلق من تأثير المنشورات الاستفزازية على التوتر في المدرجات. فكلما كانت درجة الملاحظة أعلى، كلما ارتفع معها مستوى الاعتقاد بخطورة التأثير، وهو ما يعكس وجود علاقة نفسية وإدراكية بين التعرض المتكرر لمحتوى سلبي والاقتناع بتأثيره الواقعي. وفي المقابل، الفئات التي لم تلاحظ أو نادرا ما تلاحظ هذا التحريض، تميل إلى التقليل من شأن تأثيره، وهو ما يمكن ربطه بعوامل مثل ضعف المتابعة أو انعدام الوعي بخطاب الكراهية الرقمي، مما يقلل من حساسيتهم تجاه خطورته.

يظهر التحليل أهمية التوعية الرقمية، خاصة بين فئة الشباب، الذين لا يقتصر تفاعلهم الرقمي على العالم الافتراضي بل يمتد إلى ردود أفعال في الملاعب. كما يشدد على ضرورة مراقبة الصفحات والتعليقات المتعلقة بالمباريات والأندية بهدف الوقاية من تصاعد التوتر والعنف، وتحويل الفضاء الرقمي إلى أداة إيجابية في توجيه الجمهور، بدلا من كونه مصدرا للتأجيج والتحريض.

3. العلاقة بين تكرار متابعة المحتوى الرياضي على إنستغرام والاعتقاد بدور المنصة في نشر الروح الرياضية:

اعتقاد بدور إنستغرام الإيجابي في نشر الروح الرياضية								تكرار متابعة المحتوى الرياضي على إنستغرام
لا ليس له أي تأثير		تأثيره ضعيف		يؤثر الى حد ما		يؤثر بشكل كبير		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
100%	1	66,7%	4	63,9%	23	73,7%	42	أتابعه بانتظام
0%	0	33,3%	2	25%	9	19,3%	11	أتابعه أحيانا
0%	0	0%	0	11,1%	4	7%	4	لا أتابع هذا النوع من المحتوى
100%	1	100%	6	100%	36	100	57	المجموع

جدول 26: يوضح العلاقة بين تكرار متابعة المحتوى الرياضي على إنستغرام والاعتقاد بدور المنصة في نشر الروح الرياضية



شكل 27: يوضح العلاقة بين تكرار متابعة المحتوى الرياضي على إنستغرام والاعتقاد بدور المنصة في نشر الروح الرياضية

تحليل الجدول:

من خلال الشكل والجدول أعلاه، نلاحظ أن فئة المشجعين الذين يتابعون المحتوى الرياضي على إنستغرام بانتظام، والبالغ عددهم 70 مشجعا، تعد الأكثر قناعة بالدور الإيجابي للمنصة في نشر الروح الرياضية. فقد صرح 42

الإطار التطبيقي

مشجعا منهم (73,7%) بأن إنستغرام "يؤثر بشكل كبير"، و23 مشجعا (63,9%) يرون أنه "يؤثر إلى حد ما"، بينما قال 4 مشجعين فقط (66,7%) ان تأثيره "ضعيف"، ومشجع واحد (100%) يرى أنه "لا تأثير له".

أما فئة من يتابعون المحتوى الرياضي "أحيانا"، وعددهم 22 مشجعا، فقد توزعت آراؤهم بشكل مختلف. حيث يرى 11 منهم (19,3%) أن التأثير كبير، و9 مشجعين (25%) يرون أنه "يؤثر إلى حد ما"، بينما قال 2 مشجعين (33,3%) أن تأثير إنستغرام "ضعيف"، ولم يسجل أي منهم أنه يرى أن لا تأثير للمنصة.

في المقابل، أظهر المشجعون الذين لا يتابعون المحتوى الرياضي على إنستغرام، وعددهم 8 مشجعين، انقساماً في آرائهم؛ إذ صرح 4 مشجعين (7%) أن للمنصة تأثيراً كبيراً، و4 مشجعين آخرين (11,1%) أنها تؤثر إلى حد ما، دون تسجيل أي رأي يرى أن تأثيرها ضعيف أو غير موجود.

يتضح من هذه الاحصائيات والارقام أن المشجعين الأكثر متابعة للمحتوى الرياضي على إنستغرام هم أيضاً الأكثر إيماناً بدوره في نشر الروح الرياضية، في حين تقل هذه القناعة تدريجياً لدى من يتابعونه أحيانا، وتكاد تختفي لدى من لا يتابعونه إطلاقاً.

هذا يشير إلى أن المتابعة المتكررة للمحتوى الرياضي على إنستغرام تساهم في تعزيز الوعي بالقيم الإيجابية لدى المشجعين، وتجعلهم أكثر تفاعلاً مع الرسائل التي تشجع على الاحترام والروح الرياضية. فالمشجعون الذين يتابعون المحتوى بانتظام لا يكتفون بمجرد المشاهدة، بل يبدو أنهم يميلون إلى تبني مواقف أكثر إيجابية تعكس مضمون ما يتعرضون له رقمياً، مما يعزز أجواء أكثر توازناً داخل مدرجات الملاعب.

المبحث الثالث: النتائج العامة للدراسة:

- اظهرت أولى نتائج الدراسة أن الفئة العمرية بين 18 و25 سنة تمثل الغالبية العظمى من المشاركين بنسبة 74%، تليها الفئة من 26 إلى 35 سنة بنسبة 24%، بينما لم تتجاوز نسبة المشاركين الأكبر من 35 سنة 2%. يوضح ذلك أن منصة إنستغرام تجذب بشكل رئيسي الشباب، الذين يشكلون أيضا الشريحة الأكثر تفاعلا مع المحتوى الرياضي، وخاصة مشجعي مولودية الجزائر.
- بينت الدراسة أن 74% من المشاركين حاصلون على شهادة جامعية، يليهم بنسبة 15% الحاصلون على شهادات دراسات عليا، في حين كانت نسبة الحاصلين على شهادة الثانوية العامة 11% فقط، مما يعكس استقطاب الدراسة لفئات تعليمية عليا تمتلك القدرة على التفاعل مع الاستبيان الرقمي.
- أشارت النتائج إلى أن 58% من المشاركين يحضرون مباريات مولودية الجزائر بشكل دائم، و33% يحضرون أحيانا، بينما 7% يحضرون نادرا، و2% لا يحضرون مباريات الفريق إطلاقا، مما يعكس ارتباطا قويا بين المشاركين والجماهيرية داخل الملاعب.
- أكدت نتائج الدراسة ان 62% من المشاركين أنهم يتابعون أخبار مولودية الجزائر يوميا عبر إنستغرام، و30% يتابعون الأخبار عدة مرات أسبوعيا، مما يدل على أن إنستغرام تمثل المصدر الأساسي للأخبار الرياضية لغالبية المشجعين.
- أظهرت النتائج أن 39% من المشاركين يشاركون بانتظام في النقاشات الرياضية على إنستغرام، في حين أن 30% لا يشاركون أبدا، مما يعكس تنوعا في أنماط التفاعل بين المستخدمين مع وجود نسبة نشطة نسبيا في التعبير عن آرائهم.
- بينت الدراسة أن 70% من المشاركين يتابعون المحتوى الرياضي المتعلق بالمباريات والتفاعلات الجماهيرية بشكل منتظم، و22% يتابعونه أحيانا، بينما 8% لا يتابعونه مطلقا، وهذا ما يعكس اهتماما كبيرا بهذا النوع من المحتوى.

- أفادت النتائج بأن أكثر من نصف المشاركين (58 فردا) لاحظوا وجود تحريض متكرر في التعليقات على منشورات إنستغرام الرياضية، و28 لاحظوه أحيانا، و10 نادرا، في حين أن 4 مشاركين لم يلاحظوا أي تحريض، مما يشير إلى انتشار خطاب العنف في الفضاء الرقمي الرياضي.
- أكد 65 مشاركا أن تعليقات إنستغرام تؤثر بشكل كبير على سلوك المشجعين، بينما 30 يرون تأثيرا متوسطا، وعدد قليل جدا يعتبر التأثير ضعيفا أو معدوما، مما يعكس وعيا جماهيريا بأهمية المحتوى وتأثيره على تصرفات المشجعين.
- بينت النتائج أن 66 مشاركا يرون أن خطاب الكراهية في التعليقات يعزز العنف والكراهية بين الجماهير بدرجة كبيرة، و29 يرون تأثيرا متوسطا، في حين أن 5 مشاركين فقط يرون أنه لا تأثير له، مما يدل على إدراك مرتفع بخطورة هذا النوع من الخطاب.
- أظهرت النتائج أن التعليقات السلبية تسيطر على المحتوى بنسبة 60 مشاركا، مقابل 27 يرونها مختلطة بين إيجابية وسلبية، و13 فقط يرونها إيجابية، مما يبرز هيمنة التفاعل السلبي وتأثيره المحتمل في تأجيج النزاعات الجماهيرية.
- أفاد 70 مشاركا بأن التعليقات السلبية تزيد من حدة التوتر بشكل كبير، في حين أن 24 يرون تأثيرا متوسطا، ونسبة ضئيلة ترى تأثيرا ضعيفا، مما يؤكد دور هذه التعليقات في تصعيد الصراعات بين الجماهير ويبرز الحاجة إلى رقابة أكبر على محتوى التعليقات في الصفحات الرياضية.
- بينت الدراسة أن 55% من المشاركين يعتقدون أن المنشورات التي تحتوي على صور وفيديوهات عن العنف تزيد من انتشار السلوك العدائي بين الجماهير، مما يبرز خطورة التوظيف السلبي للمحتوى البصري في تأجيج الأجواء وخلق مناخ عدائي قد ينتقل من العالم الافتراضي إلى الواقع.
- أكدت نتائج الدراسة أن 60% من المشجعين افادوا أن الأخبار والقرارات التحكيمية المثيرة للجدل تؤثر سلبا على تصرفات الجماهير في الملاعب، وهو ما يعكس العلاقة المباشرة بين المعالجة الإعلامية والتصرفات الجماهيرية، ويؤكد ان طريقة تناول الاحداث تلعب دورا محوريا في شحن الجماهير او تهدئتها.

- أوضحت النتائج ان 72% من المشاركين أكدوا أن الصفحات الرياضية على إنستغرام تلعب دورا في تصعيد التوترات الجماهيرية، بينما يرى 20% أن لها دورا في التهدئة، و8% يرون أن تأثيرها محدود، مما يبرز مسؤولية هذه الصفحات في الحفاظ على خطاب رياضي معتدل، والابتعاد عن المبالغة أو التحريض، بالنظر إلى تأثيرها الواسع على الجماهير.
- بينت الدراسة أن 65% من المشاركين يستخدمون إنستغرام للحصول على آخر أخبار الفريق والتفاعل معها فور نشرها، مما يبرز تحول المنصة إلى مصدر إعلامي رئيسي للمشجعين، يتجاوز دورها الترفيهي التقليدي.
- أكدت النتائج تعبير 58% من المشاركين عن شعورهم بأن المحتوى العدائي المنشور على الصفحات الرياضية يجعلهم أكثر استعدادا للانخراط في رد فعل عدائي داخل الملاعب، مما يبرز التأثير المباشر للخطاب الرقمي على سلوك الأفراد في الواقع.
- أشار 45% من المشجعين إلى أن التعليقات التي تحتوي على شتائم تزيد من حدة العنف اللفظي بين الجماهير، مما يبرز الحاجة إلى ضبط هذا النوع من الخطاب الذي يساهم في تأجيج النزاعات.
- بينت الدراسة أن 50% من المشاركين يعتقدون أن التفاعل السلبي مع المحتوى الرياضي عبر إنستغرام يؤدي إلى تفاقم النزاعات بين المشجعين، مما يبرز خطورة التفاعل العاطفي غير المنضبط في بيئة رقمية مفتوحة.
- أكد 62% من المشجعين أن بعض الصفحات الرياضية تستغل الأحداث المثيرة لتحقيق المزيد من المشاهدات، مما يساهم في زيادة خطاب الكراهية، ويبرز البعد التجاري لبعض الصفحات على حساب مسؤوليتها الإعلامية.
- أشار 55% من المشاركين إلى أن التعليقات التي تحرض على العنف تنتشر بشكل أسرع من التعليقات الهادفة والإيجابية، مما يبرز ميل الخوارزميات إلى تعزيز المحتوى الاستفزازي، وهذا ما يستدعي مراجعة آليات التفاعل داخل المنصة.

- بينت النتائج أن 48% من المشاركين يفضلون عدم الانخراط في النقاشات الرياضية على إنستغرام بسبب الخوف من ردود الأفعال العدائية، مما يبرز مناخ التوتر الذي يسود تلك الفضاءات ويعيق الحوار الصحي بين الجماهير.
- عبر 40% من المشاركين عن رغبتهم في وجود رقابة أكثر صرامة على المحتوى الرياضي على منصات التواصل الاجتماعي، مما يبرز المطالبة الجماهيرية بإطار تنظيمي يضمن سلامة التفاعل الرقمي.
- أفادت الدراسة بأن 52% من المشجعين لاحظوا بأن الحملات التوعوية على إنستغرام تساهم بشكل كبير في الحد من سلوكيات العنف بين المشجعين، بينما رأى 32 مشاركا أن لها تأثيرا متوسطا، مقابل نسبة ضئيلة تشكك في فعاليتها. مما يبرز فناعة عامة بقدرة هذه الحملات على إحداث تغيير إيجابي في تصرفات الجمهور، ويؤكد أهمية استثمار المنصات الرقمية في نشر الوعي وتعزيز ثقافة الروح الرياضية.
- أظهرت نتائج الدراسة أن فئة معتبرة من المشاركين ترى أن القرارات التحكيمية المثيرة للجدل خلال مباريات مولودية الجزائر غالبا ما تؤدي إلى تصاعد التوتر بين الجماهير، باعتبارها عاملا محفزا للتفاعلات السلبية سواء داخل الملعب أو على منصات التواصل الاجتماعي.
- بينت النتائج أن المحتوى الرياضي المتوازن على منصة إنستغرام له دور فعال في تهدئة الأجواء المشحونة بين المشجعين، حيث أكدت غالبية العينة أن الصفحات التي تقدم تغطية موضوعية وغير منحازة تساعد على تقليل حدة النقاشات وتعزز من الخطاب الرياضي المسؤول، بدلا من التحريض أو الانحياز.
- أكدت نتائج دراستنا أن جمهور المشجعين أصبح أكثر وعيا بأهمية المحتوى الإعلامي في تشكيل المزاج العام داخل الملاعب، إذ عبرت الأغلبية عن رغبتها في متابعة محتوى رياضي يعكس الروح الرياضية وبيتعد عن الإثارة السلبية، ما يدل على تحول في نظرة المتابعين نحو ضرورة نشر القيم الإيجابية والابتعاد عن الخطابات التي تزرع الفتنة أو العنف.

الخاتمة

الخاتمة:

في ختام دراستنا، يمكننا أن نؤكد أن منصة إنستغرام لم تعد مجرد وسيلة لمشاركة الصور والفيديوهات فقط، بل أصبحت فضاء تواصليا نشطا ومؤثرا، خاصة في المجال الرياضي. فقد أصبح بإمكان المشجعين التعبير عن مواقفهم وانفعالاتهم في الوقت الفعلي، والتفاعل مع مختلف الأحداث الرياضية، مما جعل هذه المنصة أداة ذات تأثير مباشر على الوعي والسلوك الجماهيري، سواء بشكل إيجابي أو سلبي.

حاولنا في مذكرتنا مناقشة مسألة تتعلق بدور منصة إنستغرام في تحفيز العنف داخل الملاعب الرياضية الجزائرية، من خلال التركيز على فئة مشجعي نادي مولودية الجزائر كعينة دراسية، نظرا لما تمثله هذه الفئة من حضور قوي وتفاعل مكثف عبر المنصة، وما تحمله من مشاعر انتماء وشغف تجاه النادي. وقد استعنا بأداة الاستبيان كأداة رئيسية؛ التي تضمنت عدة محاور تهدف إلى فهم أنماط استخدامهم لإنستغرام، وطبيعة تفاعلهم مع المحتوى المنشور، سواء من حيث التعليقات أو المنشورات أو الخطابات التحريضية، وذلك بهدف الوقوف على مدى مساهمة هذه التفاعلات في تصعيد حدة المشاعر وتأجيج السلوكيات العنيفة في السياقات الرياضية.

حيث أظهرت الدراسة أن مشجعي نادي مولودية الجزائر يعتمدون بشكل كبير على منصة إنستغرام للتفاعل مع المحتوى الرياضي المتعلق بفريقهم، وخاصة المنشورات والتعليقات التي تعكس مشاعر الانتماء، وتعبّر عن مواقفهم تجاه القضايا التحكيمية، نتائج المباريات، أو حتى مواقف الخصوم. كما تبين أن هذه التفاعلات لا تقتصر فقط على التعبير، بل تتجاوز ذلك لتعزيز الروح الجماعية بين المشجعين، وأحيانا تغذية مشاعر الغضب والتوتر، مما يجعل إنستغرام أداة تأثير فعالة في تشكيل وتوجيه الرأي العام داخل الملاعب وخارجها.

وفي النهاية، تظل هذه الدراسة بمثابة خطوة أولى في إطار بحثي أوسع يهدف إلى فهم طبيعة العلاقة بين المحتوى الرياضي على منصة إنستغرام وسلوك جماهير كرة القدم في الجزائر، خاصة في ظل تزايد مظاهر العنف داخل وخارج الملاعب. وتتيح هذه الدراسة الفرصة للباحثين الآخرين لتعميق التحليل واستكشاف عوامل جديدة مثل تأثير الحملات الرقمية، ودور المؤثرين الرياضيين، وأنماط التفاعل الجماهيري على المنصات الرقمية. فمع تزايد الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي، أصبح من الضروري نشر ثقافة رقمية تساهم في توجيه الجماهير نحو سلوك حضاري، وتحث على احترام الآخرين وتعزيز الروح الرياضية النزهاء داخل الملاعب وخارجها.

وعلى ضوء نتائج الدراسة نقترح ما يلي:

1. ضرورة تكثيف البحوث العلمية حول تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي والبيئة الرقمية الجديدة.
2. توظيف وسائل التواصل في نشر القيم الثقافية والاجتماعية المتجذرة في هوية المجتمع.
3. التحذير من مخاطر الاستخدام غير الواعي للإنترنت الذي قد يؤدي إلى انتشار القيم السلبية.
4. تشجيع الاستخدام الإيجابي لوسائل التواصل بما يدعم القيم الفاضلة في المجتمع.
5. دعوة الفاعلين في المجال الرياضي إلى استثمار وسائل التواصل في الترويج للثقافة البدنية والممارسة
السليم.

قائمة المصادر والمراجع

المراجع العربية:

1. الكتب:

- إبراهيم إمام، الإعلام الإذاعي والتلفزيون، دار الفكر العربي، ط، 2، مصر، 1995.
- أحسن بوسقيعة، الوجيز في القانون الجزائري الخاص، الطبعة 16، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2013.
- أحمد محمد موسى، العلاقات العامة من المنظور الاجتماعي، المكتب العصرية، ط 1، 2007.
- احمد محمد موسى، المدخل إلى الاتصال الجماهيري، المكتبة العصرية، مصر، ط 1، 2009.
- جيهان أحمد رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دار النهضة العربية، ط1، مصر، 1993.
- حسن احمد الشافعي، الاعلام في التربية البدنية والرياضة، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الاسكندرية، 2003.
- حسين صلاح الدين البنهاوي، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على معارض الكتب، الاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات 2017.
- حسين محمود هيثمي: العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.
- خير الدين عويس، عطا الله عبد الرحيم: الإعلام الرياضي، ط1، مركز الكتاب للنشر، الجزء الأول، القاهرة، 1998.
- ربحي عليان وعثمان غنيم، مناهج وأساليب البحث العلمي (النظرية والتطبيق)، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2000.
- رؤوف عبيد، أصول علمي الاجرام والعقاب، الطبعة الثامنة، دار الجيل للطباعة والنشر.
- شاهيناز طلعت، وسائل الإعلام والتنمية الاجتماعية، ط2، الدار المصرية، القاهرة، 1986.
- عبد الرحمان محمد العيسوي، الجريمة بين البيئة والوراثة: دراسة في علم النفس الجنائي وتغيير الجريمة، منشأة المعارف الإسكندرية، 2003.

- عبد الرحمان محمد العيسوي، العنف والشغب في الملاعب الرياضية: أسبابه، مظاهره وطرق علاجه، دار الإسكندرية المعرفية، 2001.
- عبد العزيز شرف المدخل إلى وسائل الإعلام، الطبعة الأولى، القاهرة، دار الكتاب المصري، 1980.
- عبد الغفار، فيصل محمد، شبكات التواصل الاجتماعي، دار المنهل للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الاردن، 2015.
- عبد الغفور أمين سعيد، وسائل الإعلام الجديدة والموجة الرقمية الثانية، ط 2، أنارك للطباعة والنشر والتوزيع، مصر.
- فارس عطوان، الفضائيات العربية ودورها الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الاردن، ط، 1، 2009.
- فاروق خالد، الاعلام الدولي والعملة الجديدة، الاردن، دار اسامة للنشر والتوزيع، (د. ت).
- فهد بن عبد العزيز الغفيلي، الإعلام الرقمي أشكاله ووظائفه وسبل تفعيله، (ملحق به مشاريع وتطبيقات ميدانية)، ط1، مكتبة الملك فهد الوطنية ، الرياض، 2017.
- ماهر عودة الشمايلة، وآخرون، الاعلام الرقمي الجديد، دار العصر للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.
- محمد بن مكرم، ابن منظور، لسان العرب، دار صادر، الطبعة الأولى، الجزء الخامس، بيروت، لبنان، 1955.
- محمد بن مكرم، ابن منظور، لسان العرب، دار صادر، الطبعة الأولى، بيروت، لبنان، 1990، مجلد 11، مادة "وصل".
- محمد مامسر: دراسة تحليلية لظاهرة عنف الملاعب الرياضية في الوطن العربي، مجلة دراسات، الأردن 1985 .
- محمد، عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، الطبعة الثانية، مصر، 2000
- وسام فاضي مهند، حميد التميمي، الإعلام الجديد: تحولات اتصالية ورؤى معاصرة، دار الكتاب الجامعي، الامارات 2017.
- يسرا نور علي وآمال عبد الرحيم عثمان: علم الاجرام والعقاب، النهضة العربية، القاهرة، 1980.

2. القواميس:

- تعريف ومعنى منصة في معجم المعاني الجامع، معجم عربي عربي، عمان، الأردن.
- سماعيل عبد الفتاح عبد الكافي، معجم مصطلحات عصر العولمة، مصطلحات سياسية واقتصادية واجتماعية ونفسية وإعلامية، دار النشر 1 قويسنا، 2003.
- عمر، أحمد مختار، معجم اللغة العربية المعاصرة، دار عالم الكتب، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر، 2008.
- مجمع اللغة العربية بالقاهرة، المعجم الوسيط، دار المعارف، الطبعة الثانية، القاهرة، مصر، 1972.
- محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي الأردن دار أسامة المشرق الثقافي، 2010.
- محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، الطبعة الأولى، القاهرة، دار الفجر، 2004.
- معجم المعاني الجامع، "تعريف ومعنى الملاعب"، موقع المعاني، تاريخ الاطلاع: 23 أبريل 2025.
- معجم المعاني الجامع، "تعريف ومعنى مشجع في معجم المعاني الجامع"، موقع المعاني، تاريخ الاطلاع: 23 أبريل 2025.
- معجم المعاني الجامع، مدخل "إثارة"، موقع معجم المعاني، تاريخ الاطلاع: 23 أبريل 2025.

3. الرسائل والاطروحات الجامعية:

- إبراهيم جوادي، دور وسائل الإعلام الرياضي المكتوب في ترقية قيم الروح الرياضية الوطنية لدى الجمهور الجزائري، مذكرة ماجستير، معهد التربية البدنية والرياضية، جامعة باتنة.
- بهجت أحمد أبو طامع، الإعلام الرياضي ودوره في الحد من ظاهرة التعصب والشغب في الملاعب الفلسطينية، رسالة ماجستير، جامعة فلسطين.
- رفيق فايد، ناصر طبركان، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في التحريض على العنف في الملاعب، مذكرة ماجستير، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2019.
- عبد الحكيم عروس صالح ولحاج عيسى، العنف في ملاعب كرة القدم، مقارنة نفسية واجتماعية، مذكرة لنيل شهادة الليسانس في التربية البدنية والرياضية، معهد التربية البدنية والرياضية، سيدي عبد الله 1999
- علي قسايسية، المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2007.

- عيسى الهادي، البرامج الرياضية التلفزيونية وآثارها على نشر الوعي الرياضي، مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر 3.

- محمد حماني، تأثير الصحافة الرياضية على انتشار ظاهرة العنف في ملاعب كرة القدم الجزائرية، مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر 1 - يوسف بن خدة.

- محمد شحيمات، بإشراف نبيل شموخ، دور وسائل الإعلام في إثارة العنف والشغب في الملاعب الأردنية، رسالة ماجستير، جامعة اليرموك، الأردن.

4. المجلات العلمية:

- أحمد زايد، العنف في الحياة اليومية في المجتمع المصري أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، القاهرة، 2002.

- احمدي بشير محمد علي الإعلام الرقمي واقتصاديات صناعته، ورقة عمل للمشاركة في المنتدى الاعلامي السنوي السابع للجمعية السعودية للإعلام والاتصال، تحت عنوان "منتدى الإعلام والاقتصاد... تكامل الأدوار في خدمة التنمية"، الرياض، 11-12 أبريل 2016.

- أديب خضور، الاعلام الرياضي، دراسة علمية للتحرير الرياضي في الصحافة، الإذاعة والتلفزيون، ط1، المكتبة الإعلامية، دمشق، 1994

- بنت دخيل الله الخنعمي، مشاريع وتجارب التحول الرقمي في مؤسسات المعلومات (دراسة للاستراتيجيات المتبعة) (2025-04-12 <https://www.webreview.dz>)

- التميمي زهير عادل عودة توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في مجال المكتبات، الاتحاد العربي للمكتبات والعلوم، 2017

- جون لوكا، اليات العنف، ظاهرة العنف السياسي من منظور مقارن، تحرير وتقديم عبد المنعم مسعد، أعمال الندوة المصرية الفرنسية الخامسة، مركز البحوث السياسية، القاهرة، 1995.

- ريبورتاج العنف في الملاعب الجزائرية ... أرواح تزهق ودموع أمهات لا تجف 22 أبريل، 2025.

- زهير عادل عودة التميمي توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في مجال المكتبات، الاتحاد العربي للمكتبات والعلوم، 2017.
- سلطان مسفر مبارك، الصاعدي الحربي، دور شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة العمل الإنساني، بحث مقدم لملتقى العمل الإنساني، المملكة العربية السعودية، 2014.
- الشديفات، عواطف محمود حمدان، العلاقة بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والشعور بالوحدة لدى عينة من ذوي الإعاقة البصرية في الأردن، المجلة الدولية التربوية المتخصصة، المجلد 5، العدد 17، 2017
- صباح غربي، محمود تيشوش، الاستبيان الإلكتروني كأداة لجمع البيانات من المجتمع الافتراضي، مجلة الحوار الثقافي، المجلد 11، العدد 3، جامعة محمد خيضر، بسكرة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، مخبر المسألة التربوية في الجزائر في ظل التحديات الراهنة، بسكرة، الجزائر، 2023.
- عادل عصام الدين، أمن الملاعب الرياضية، الطبعة الأولى، جامعة نايف العربية، الرياض، السعودية، 2000.
- عبد الله العزيز اليوسف، جريمة شغب الملاعب، جامعة نايف العربية، الرياض، السعودية، 1997.
- عبد الله ممدوح، مبارك الرعود، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر، رسالة ماجستير (غير منشورة)، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، الأردن، 2011.
- عبد المالك، بوفريدة، واقع الإعلام الرياضي وعلاقته بعنف الملاعب الرياضية في الجزائر"، مجلة علوم الأداء الرياضي، المجلد 5، العدد 1، جامعة ابن خلدون تيارت، كلية علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، قسم علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، تيارت، الجزائر، 9 سبتمبر 2023.
- عبد المالك، قراد، الإعلام الرياضي عبر منصات التواصل الاجتماعي، دراسة في الأهمية والأدوار، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد 7، العدد 1، جامعة ابن خلدون، تيارت، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، تيارت، الجزائر، 31 مارس 2023.

- فاطمة حماد، مقال كيف يساهم صناع المحتوى الرقمي في توجيه الرأي العام عن طريق معلومات مضللة؟
2024
- ليلي، ميسوم، قراءة سيكولوجية لظاهرة العنف في الملاعب: الملاعب الجزائرية نموذجا، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، المجلد 4، العدد 3، جامعة الوادي، كلية (غير مذكورة)، قسم (غير مذكور)، الوادي، الجزائر، 01-09-2016.
- محمد عباضلي، العنف: الظاهرة والأسباب، مجلة الدركي، العدد 02، جوان 2014، مطبعة النشر والاشهار، الجزائر: قيادة الدرك الوطني، روية.
- محمود ياسر نبوي، تسويق خدمات المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، المجلة الدولية لعلوم المكتبات، المجلد 4، العدد 4، مصر، 2017.
- مصطفى فتحي، مراجعة عن جوجل بلس: مميزات وعيوب الشبكة الاجتماعية جوجل بلس، 2020
- مقال حول التصعيد والردع: مقارنة مفاهيمية
<https://alkhanadeq.com/post/8149> 2025
- مقال حول كيف يتم تحريك الجماهير؟ الميادين
<https://www.almayadeen.net/books/716352/2016>
- هاني بن محمد الحفظي، المنهج الوصفي التحليلي، الهيئة الملكية للجبيل وينبع، إدارة الخدمات التعليمية بينبع، الاشراف التربوي - شعبة الصفوف الأولية، المملكة العربية السعودية، 2000.
- 5. المواقع الالكترونية:
- موقع مزن: ما هو التحول الرقمي وماهي أشكاله 04:18 2025-4-11 www.mozn.ws
- 6. من قانون العقوبات الجزائري:
- قانون العقوبات الجزائري المادة 286.
- قانون العقوبات الجزائري، المادة 396.

- American Psychological Association. (2020). *APA Dictionary of Psychology* (second Ed.). American Psychological Association.
- Bourdieu p, *Esquisse d'une théorie de la pratique*, paris Droz, 1972 .Bourdieu pierre, Jean Claude Passeron, *la reproduction, éléments pour une théorie du système d'enseignement*, éditions de minuit, Paris 1970.
- Clause R-*the mass public at grips with mass communication - international social science journal*.
- Fonseca, L. M, & Domingues, J. P. (2017). How to succeed in the digital age? Monitor the organizational context, identify risks and opportunities, and manage change effectively. *Management & Marketing. Challenges for the Knowledge Society*, 12(3).
- Giulianotti, Richard (2002). *Supporters, Followers, Fans, and Flaneurs: A Taxonomy of Spectator Identities in Football*. *Journal of Sport & Social Issues*, 26(1).
- Jean yenes Lassalle : *La violence dans le sport* 1er édit, France, 1991.
- Mar Negreiro & Tambiama Madiega (2019). *BRIEFING EU policies – Delivering for citizens—Digital transformation*. European Parliamentary Research Service.
- Mellon Christian, Semelin J, *La non-violence, que sais-je ?* France 1994.
- OECD (2018). *GOING DIGITAL IN A MULTILATERAL WORLD*. OECD Publishing.

- Oxford University Press. "Instagram™." *Oxford Advanced Learner's Dictionary*, 10th edition, Oxford University Press, 2020.
- Rohit Mahajan, Shree Parthasarathy, S & Vishal Jain. (2018). *Managing Risk in Digital Transformation*.
- Semelin J, *Maitriser la violence*, 2 eme édition, Paris : ECONOMICA, 2002.
- Verina, N, & Titko, J. (2019). Digital transformation: Conceptual framework. In *Proceedings of the International Scientific Conference "Contemporary Issues in Business, Management and Economics Engineering 2019"*, Vilnius, Lithuania, 9-10.
- Wann, D. L., Melnick, M. J., Russell, G. W., & Pease, D. G. (2001). *Sport Fans: The Psychology and Social Impact of Spectators*. Routledge.
- Westerman, G, Bonnet, D, & McAfee, A. (2014). *Leading digital: Turning technology into business transformation*. Harvard Business Press

الملاحق

الملحق (1): نموذج استمارة الاستبيان

استمارة بحث بعنوان:

دور منصة انستغرام في اثاره العنف بالملاعب الرياضية الجزائرية

دراسة وصفية تحليلية لآراء عينة من مشجعي مولودية الجزائر

تحت اشراف الأستاذة:

د. تيماجر نريمان

من اعداد الطالبة:

نواورية شهرزاد

السنة الجامعية 2024-2025

هذا الاستبيان خاص بإنجاز مذكرة تخرج ماستر 2 يرجى الاجابة عن كل الاسئلة من اجل
مساعدتنا لإنجاز المذكرة واجركم على الله.

ملاحظة

◀ نتعهد بعدم خروج المعلومات الخاصة بكم عن الإطار الدراسي.

الاستبيان

✓ المحور الأول: البيانات الشخصية:

1. الفئة العمرية:

○ من 18 الى 25

○ من 26 الى 35

○ أكثر من 35

2. المستوى الدراسي:

○ ابتدائي

○ متوسط

○ ثانوي

○ جامعي

○ دراسات عليا

✓ المحور الثاني: عادات وانماط متابعة وتشجيع مولودية الجزائر بين الجماهير حضوريا ورقميا:

1. كم مرة تحضر مباريات مولودية الجزائر في الملعب؟

○ دائما

○ أحيانا

○ نادرا

○ لا احضر

2. كم مرة تتابع اخبار مولودية الجزائر على انستغرام؟

○ يوميا

○ عدة مرات في الاسبوع

○ نادرا

○ لا اتابع

3. هل سبق لك ان شاركت في نقاشات او تعليقات رياضية على منصة انستغرام؟

بشكل متكرر

أحيانا

نادرا

لم أشرك ابدا

✓ المحور الثالث: تأثير التفاعلات والتعليقات على انستغرام في تعزيز التصرف العنيف داخل الملاعب:

1. هل تتابع المحتوى الرياضي الخاص بالمباريات والمشجعين على انستغرام؟

اتابعه بانتظام

اتابعه أحيانا

لا اتابع هذا النوع من المحتوى

2. كم مرة لاحظت حالات تحريض او دعوات للعنف في التعليقات على المنشورات الرياضية؟

بشكل متكرر

أحيانا

نادرا

لا الالحظ ذلك ابدا

3. هل تعتقد ان التعليقات العنيفة او الشتائم على انستغرام تؤثر على تصرفات المشجعين في الواقع؟

تؤثر بشكل كبير

الى حد ما

تأثيرها ضعيف

لا تؤثر على الاطلاق

4. هل ترى ان غياب الرقابة على التعليقات يزيد من نشر الكراهية بين الجماهير؟

يؤثر بشكل كبير

الى حد ما

○ لا يؤثر

5. كيف تصف طبيعة التعليقات التي تراها في منشورات رياضية على انستغرام؟

○ إيجابية

○ سلبية

○ محايدة

○ أخرى، اذكرها

6. هل تعتقد ان التعليقات السلبية تزيد من حدة التوتر بين المشجعين؟

○ تؤثر بشكل كبير

○ الى حد ما

○ تؤثر بشكل ضعيف

○ لا تؤثر على الاطلاق

✓ المحور الرابع: تأثير محتوى انستغرام في زيادة التوتر بين مشجعي مولودية الجزائر:

1. هل تعتقد ان الصفحات الرياضية على انستغرام تساهم في اثاره الصراعات بين مشجعي مولودية

الجزائر والفرق المنافسة؟

○ تزيد من حدة الصراعات بين المشجعين

○ تعكس فقط التنافس الطبيعي بين الجماهير

○ دورها محايد ولا تثير الصراعات

○ لا تؤثر بل تساهم في تعزيز النقاش الرياضي فقط

2. هل سبق لك ان رأيت منشورات او مقاطع فيديو على انستغرام تحتوي على خطاب كراهية او تحريض

ضد مولودية الجزائر او مشجعيها؟

○ اراها بشكل متكرر

○ اراها احيانا

○ نادرا ما ارى ذلك

○ لم اصادف مثل هذه المنشورات من قبل

3. كيف تصف طبيعة المحتوى المنشور على انستغرام عن نادي مولودية الجزائر؟

○ تحفيزي

○ استفزازي

○ محايد

○ أخرى، اذكرها

4. الى اي مدى تساهم الصفحات الرياضية على انستغرام في تصاعد الخلافات بين مشجعي مولودية

الجزائر والفرق الاخرى؟

○ بدرجة كبيرة

○ بدرجة متوسطة

○ بدرجة قليلة

○ لا تؤثر

5. في رأيك، هل تؤثر المنشورات الاستفزازية على انستغرام في تصاعد التوتر بين مشجعي مولودية الجزائر

داخل المدرجات؟

○ تؤثر بشكل كبير

○ تؤثر الى حد ما

○ تأثيرها ضعيف

○ لا تؤثر ابدا

6. ما تأثير التعليقات السلبية او المستفزة في منشورات صفحات الانستغرام حول مولودية الجزائر داخل وخارج

الملاعب؟

□ تزيد من التعصب بين المشجعين

□ تؤدي الى شجارات داخل الملاعب

تؤثر على اراء المشجعين تجاه الفرق الأخرى

لا تؤثر على الأجواء الرياضية

✓ المحور الخامس: دور منصة انستغرام في الحد من العنف الرياضي بدلا من اثارته:

1. هل تعتقد ان انستغرام يمكن ان يلعب دورا ايجابيا في نشر الروح الرياضية بين المشجعين؟

بشكل كبير

الى حد ما

تأثيره محدود

لا يؤثر

2. هل تعتقد ان الاندية الرياضية يمكن ان تستخدم انستغرام للتواصل مع المشجعين بطريقة تقلل من

حدة التوتر؟

الاندية تستغل انستغرام بشكل فعال لتقليل التوتر

تستخدمه أحيانا لهذا الهدف

نادرا ما تستخدمه لهذا الغرض

لا تستخدمه ابدا لتقليل التوتر

3. هل تعتقد ان المحتوى الايجابي على انستغرام يمكن ان يؤثر على تصرفات المشجعين؟

يؤثر بشكل كبير جدا

يؤثر الى حد ما

تأثيره ضعيف

لا، ليس له اي تأثير

4. ما مدى ضرورة فرض انستغرام رقابة على التعليقات والمنشورات التي تنشر الكراهية والعنف؟

مهمة جدا

مهمة الى حد ما

غير مهمة كثيرا

○ غير مهمة على الاطلاق

5. هل ترى ان الحملات التوعوية على انستغرام يمكن ان تحد من مظاهر العنف بين المشجعين؟

○ تحد بشكل كبير جدا من سلوكيات العنف

○ الى حد ما

○ ليس لها تأثير واضح

○ لا تحد من العنف نهائيا

6. ما هي الحلول التي تقترحها لجعل انستغرام بيئة أكثر ايجابية لمحبي الرياضة؟

(سؤال مفتوح)

الملحق (2): عينة من بعض منشورات الصفحة الرسمية لنادي مولودية الجزائر عبر منصة انستغرام



بيان شكر كنموذج للتفاعل الإيجابي والروح الرياضية عبر إنستغرام

mcalger.officiel  Alger



16,3 K  314  422 

Aimé par  [_delinas_](#) et d'autres personnes

mcalger.officiel | بيان   

تبدي إدارة نادي مولودية الجزائر أسفها جراء الإعتداءات التي طالت أنصار الفريق وهم في طريق العودة بعد الفوز المحقق في بسكرة، وتأسف إدارة "العميد" على الصور المؤسفة التي انتشرت عبر مواقع التواصل الإجتماعي والتي تظهر حجم الأضرار والخسائر التي تكبدها أنصارنا وهم في طريق العودة.

وفي ظل هذه الإعتداءات تدعو إدارة المولودية أنصار الفريق للتحلي بالوعي و اليقظة و تغليب المصلحة العامة.

هذا وتتمنى إدارة المولودية طريق السلامة لكل أنصارنا المتنقلين إلى بسكرة، وأن يصلوا بخير إلى ديارهم وذوئهم.

قال الله تعالى: "إنما المؤمنون إخوة"
لا للفتنة بين أبناء الوطن الواحد
دين و وطن واحد يجمعنا

بيان ادانة كأداة لتوثيق الموقف واحتواء العنف عبر المنصات الرقمية



mcalger.official



#MCA

Zeralda, Algiers



بيان

نادي مولودية الجزائر

MOULODIA CLUB OF ALGIERS

❤️ 11,4 K 🗨️ 82 📌



mcalger.official

بيان | 🇩🇿 🇦🇩

تتقدم إدارة نادي مولودية الجزائر بالشكر الجزيل لإدارة نادي اتحاد خنشلة نظير الإستقبال المميز الذي خصت به فريقنا منذ أن حلّ بأرض الشاوية الأحرار، وبشكر خاص لكل سكان ولاية خنشلة وخاصة أنصار الإتحاد الذين ضيفوا أنصار "العميد" بالإضافة إلى تحليهم بالروح الرياضية مساهمين في إنجاح التنظيم المحكم المسطر من الجهات الأمنية وكذا إدارة الملعب طيلة أطوار المواجهة رغم خسارة فريقهم لنقاط المباراة، كما رسموا صورا رائعة ومعبرة عن الروح الرياضية بين أبناء الوطن الواحد عندما جلسوا جنبا إلى جنب في المدرجات مثلما جرت عليه العادة في مباريات الفريقين سواء في ملعب 5 جويلية أو ملعب "الشهيد حمام عمار" بخنشلة.

بيان شكر بعد المباراة لتعزيز السلوك الحضاري والعلاقات الرسمي

الفهرس

أ..... الشكر

ب..... الأهداء

ج..... الملخص:

خطة الدراسة

1..... مقدمة:

3..... (1) إشكالية الدراسة:

5..... (2) تسؤلات الدراسة:

5..... (3) أهمية الدراسة:

6..... (4) اهداف الدراسة:

7..... (5) أسباب اختيار الموضوع:

8..... (6) مفاهيم الدراسة:

15..... (7) منهج الدراسة:

16..... (8) أدوات جمع البيانات في الدراسة:

18..... (9) مجتمع البحث وعينة الدراسة:

19..... (10) الدراسات السابقة:

الفصل الأول: التحول الرقمي وعلاقته بالتفاعل الجماهيري الرياضي عبر إنستغرام

28..... تمهيد:

29..... المبحث الأول: الإعلام الرياضي في ظل التحول الرقمي:

44..... المبحث الثاني: إنستغرام كمنصة رئيسية للتفاعل الرياضي:

54..... المبحث الثالث: تأثير المحتوى الرقمي على النقاش الجماهيري في المجال الرياضي:

56	خاتمة الفصل:
	الفصل الثاني: العنف الرياضي في الملاعب الجزائرية وعلاقته بمنصات التواصل الاجتماعي
58	تمهيد:
59	المبحث الأول: مظاهر العنف في الملاعب الجزائرية:
64	المبحث الثاني: العلاقة بين المحتوى الرقمي والتصعيد الجماهيري:
67	المبحث الثالث: العنف الرياضي وعلاقته بالجماهير الجزائرية:
76	خاتمة الفصل:
	الفصل الثالث: اراء مشجعي مولودية الجزائر في دور منصة انستغرام في اثاره العنف بالملاعب الرياضية الجزائرية
78	تمهيد:
79	المبحث الاول: عرض وتحليل الجداول البسيطة:
81	✓ المحور الثاني: عادات وانماط متابعة وتشجيع مولودية الجزائر بين الجماهير حضوريا ورقميا:
84	✓ المحور الثالث: تأثير التفاعلات والتعليقات على انستغرام في تعزيز التوجه العنيف داخل الملاعب:
91	✓ المحور الرابع: تأثير محتوى انستغرام في زيادة التوتر بين مشجعي مولودية الجزائر:
99	✓ المحور الخامس: دور منصة انستغرام في الحد من العنف الرياضي بدلا من اثارته:
108	المبحث الثاني: عرض وتحليل الجداول المركبة:
117	-المبحث الثالث: النتائج العامة للدراسة:
122	الخاتمة:
124	قائمة المصادر والمراجع

الملاحق

الفهرس

قائمة الجداول

قائمة الاشكال

قائمة الجداول

- جدول 1 : يوضح توزيع افراد العينة حسب الفئة العمرية..... 79
- جدول 2 : يوضح توزيع افراد العينة المستوى الدراسي 80
- جدول 3 : يوضح عدد مرات حضور مباريات مولودية الجزائر في الملعب 81
- جدول 4 : يوضح عدد مرات متابعة أخبار مولودية الجزائر على انستغرام 82
- جدول 5 : يوضح المشاركة في نقاشات أو تعليقات رياضية على انستغرام 83
- جدول 6 : يوضح متابعة المحتوى الرياضي الخاص بالمباريات والمشجعين على انستغرام 84
- جدول 7 : يوضح ملاحظة حالات التحريض او الدعوة للعنف في تعليقات المنشورات الرياضية 85
- جدول 8 : يوضح تأثير التعليقات العنيفة أو الشتائم على تصرفات المشجعين في الواقع 86
- جدول 9 : يوضح تأثير غياب الرقابة على التعليقات في نشر الكراهية بين الجماهير 87
- جدول 10 : يوضح طبيعة التعليقات في المنشورات الرياضية على انستغرام 88
- جدول 11 : يوضح تأثير التعليقات السلبية على حدة التوتر بين المشجعين 89
- جدول 12 : يوضح مساهمة الصفحات الرياضية على انستغرام في إثارة الصراعات بين المشجعين 91
- جدول 13 : يوضح مشاهدة منشورات أو مقاطع فيديو تحتوي على خطاب كراهية أو تحريض ضد مولودية الجزائر أو مشجعيها على انستغرام 92
- جدول 14 : يوضح طبيعة المحتوى المنشور عن نادي مولودية الجزائر على انستغرام 93
- جدول 15 : مدى مساهمة الصفحات الرياضية على انستغرام في تصاعد الخلافات بين المشجعين 94
- جدول 16 : يوضح تأثير المنشورات الاستفزازية على انستغرام في تصاعد التوتر بين مشجعي مولودية الجزائر داخل المدرجات 95
- جدول 17 : يوضح تأثير التعليقات السلبية أو المستفزة في منشورات انستغرام حول مولودية الجزائر داخل وخارج الملاعب 96
- جدول 18 : يوضح إمكانية لعب انستغرام دورا إيجابيا في نشر الروح الرياضية بين المشجعين 99
- جدول 19 : يوضح إمكانية استخدام الأندية الرياضية لإنستغرام لتقليل حدة التوتر بين المشجعين 100

- جدول 20 : يوضح تأثير المحتوى الإيجابي على انستغرام على تصرفات المشجعين102
- جدول 21 : يوضح ضرورة فرض انستغرام رقابة على التعليقات والمنشورات التي تنشر الكراهية والعنف.....103
- جدول 22 : يوضح امكانية الحد من سلوكيات العنف بين المشجعين عبر الحملات التوعوية على انستغرام ..104
- جدول 23: يوضح الحلول المقترحة لجعل انستغرام بيئة اكثر ايجابية.....106
- جدول 24: يوضح العلاقة بين متغير الفئة العمرية وعدد مرات حضور المباريات في الملعب لدى مشجعي مولودية الجزائر108
- جدول 25 : يوضح العلاقة بين ملاحظة التحريض في تعليقات إنستغرام والاعتقاد بتأثير المنشورات الاستفزازية على التوتر في المدرجات111
- جدول 26 : يوضح العلاقة بين تكرار متابعة المحتوى الرياضي على إنستغرام والاعتقاد بدور المنصة في نشر الروح الرياضية.....114

قائمة الاشكال

- شكل 1: رسم توضيحي البناء الهرمي لتحويل المعلومات وتحويل العمليات و التحويل الرقمي 41
- شكل 2 : يوضح توزيع افراد العينة حسب الفئة العمرية 79
- شكل 3 : يوضح توزيع افراد العينة حسب المستوى الدراسي 80
- شكل 4 : يوضح عدد مرات حضور مباريات مولودية الجزائر في الملعب 81
- شكل 5 : يوضح عدد مرات متابعة أخبار مولودية الجزائر على انستغرام 82
- شكل 6 : يوضح المشاركة في نقاشات أو تعليقات رياضية على انستغرام 83
- شكل 7 : يوضح متابعة المحتوى الرياضي الخاص بالمباريات والمشجعين على انستغرام 84
- شكل 8 : يوضح ملاحظة حالات التحريض او الدعوة للعنف في تعليقات المنشورات الرياضية..... 85
- شكل 9 : يوضح تاثير التعليقات العنيفة أو الشتائم على تصرفات المشجعين في الواقع 86

- شكل 10 : يوضح تأثير غياب الرقابة على التعليقات في نشر الكراهية بين الجماهير 87
- شكل 11 : يوضح طبيعة التعليقات في المنشورات الرياضية على انستغرام..... 88
- شكل 12 : يوضح تأثير التعليقات السلبية على حدة التوتر بين المشجعين 89
- شكل 13: يوضح مساهمة الصفحات الرياضية على انستغرام في إثارة الصراعات بين المشجعين 91
- شكل 14: يوضح مشاهدة منشورات أو مقاطع فيديو تحتوي على خطاب كراهية أو تحريض ضد مولودية الجزائر أو مشجعيها على انستغرام..... 92
- شكل 15: يوضح طبيعة المحتوى المنشور عن نادي مولودية الجزائر على انستغرام 93
- شكل 16: يوضح مدى مساهمة الصفحات الرياضية على انستغرام في تصاعد الخلافات بين المشجعين 94
- شكل 17: يوضح تأثير المنشورات الاستفزازية على انستغرام في تصاعد التوتر بين مشجعي مولودية الجزائر داخل المدرجات 95
- شكل 18: يوضح تأثير التعليقات السلبية أو المستفزة في منشورات انستغرام حول مولودية الجزائر داخل وخارج الملاعب..... 96
- شكل 19: يوضح امكانية لعب انستغرام دورا إيجابيا في نشر الروح الرياضية بين المشجعين 99
- شكل 20: يوضح امكانية استخدام الأندية الرياضية لإنستغرام لتقليل حدة التوتر بين المشجعين 100
- شكل 21: يوضح تأثير المحتوى الإيجابي على انستغرام على تصرفات المشجعين..... 102
- شكل 22: يوضح ضرورة فرض انستغرام رقابة على التعليقات والمنشورات التي تنشر الكراهية والعنف 103
- شكل 23: يوضح امكانية الحد من سلوكيات العنف بين المشجعين عبر الحملات التوعوية على انستغرام.... 105
- شكل 24: يوضح الحلول المقترحة لجعل انستغرام بيئة أكثر ايجابية 106
- شكل 25: يوضح العلاقة بين متغير الفئة العمرية وعدد مرات حضور المباريات في الملعب لدى مشجعي مولودية الجزائر..... 109

شكل 26: يوضح العلاقة بين ملاحظة التحريض في تعليقات إنستغرام والاعتقاد بتأثير المنشورات الاستفزازية على التوتر في المدرجات.....112

شكل 27: يوضح العلاقة بين تكرار متابعة المحتوى الرياضي على إنستغرام والاعتقاد بدور المنصة في نشر الروح الرياضية.....115