

جامعة عمار ثليجي - الأغواط

كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة

قسم الإعلام والاتصال



الموضوع:

أهازيج المناصرين في الملاعب عبر اليوتيوب وتأثيراتها على الوعي السياسي لدى الشباب

دراسة ميدانية علمية، عينة من المتفاعلين مع أغنية بابور اللوح لجماهير اتحاد العاصمة

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في تخصص اتصال وعلاقات عامة

*إعداد:

* الحاج عيسى بن صفي الدين

*إشراف:

* أ. حسين مساعدي

أمام لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الجامعة	الصفة
أ. علاء عبد القادر	جامعة عمار ثليجي	رئيسا
أ. حسين مساعدي	جامعة عمار ثليجي	مشرفا ومقررا
أ. خير الدين حجار خرفان	جامعة عمار ثليجي	مناقشا

السنة الجامعية:

2020/2019

شكر وعرفان

بودي أن أكتب هذه الكلمات المتواضعة وأن أتقدم بالشكر الجزيل أولاً إلى الله تعالى الذي أمانني على إتمام هذه الرسالة وإلى الأستاذ القدير العزيز على قلبي حسين مساعدي الذي تفضل بالإشراف علينا ولم يبخل علي يوماً في تقديم النصائح والتوجيهات القيمة وعلى صبره معي طيلة فترة إنجاز هذا البحث جزاه الله عنا خير الجزاء ، كما أشكر في هذه المناسبة كل أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة عمار ثليجي وعلى كل من ساعدني من قريب أو من بعيد ولو بالكلمة الطيبة .. شكراً لكم جميعاً سادتي ..

إهداء :

إلى الذي يعجز عن وصفها كل كلامي. إلى الشامخون كالنجوم في
عليائه إلى من كابدوا من أجلي وسمروا وتذرعوا وأثروا حابروا
ومأنوا نعم الوالدين أنتم حفظكم الله ربكم، أهدي لكم هذا العمل
المتواضع وأسأل الله العلي القدير أن يحفظكم ويديم لكم الصحة
والعافية ... إنه سميع مجيب.

إلى إخوتي محمد الأمين ويوسف إسلام وأخواتي فاطمة الزهراء
وآيات الإيمان لولاكم بعد الله عز وجل ما كنت قط محققا جزءا
يسيرا من حصاد مسيرتي ومن دعمكم وسموكم علي ، حفظكم الله
وربكم وسدد خطاكم وحقق مبتغاكم .. أميين .

أصدقائي أحنائي في الله، أنتم متنفسي ومسرتي الحاملون همومهم
وهمومي والناصحون إذ الشدائد أقبلت والباسمون مسرة لقدمي
وفقكم الله لما يحبه ويرضاه.

إلى جدي الغالية أمي أم الخير بن خليفة حفظها الله وربها وسدد
خطاها وأطال في عمرها وأحسن عملها.

الحاج عيسى

خطة الدراسة :

الإطار النظري :

1 – الإشكالية

2 – تساؤلات الدراسة

3 – فرضيات الدراسة

4 – أهمية الدراسة

5 – أهداف الدراسة

6 – أسباب إختيار الموضوع

7 – مجتمع البحث

8 – عينة الدراسة

9 – منهج الدراسة وأدواته

10 – مفاهيم و مصطلحات الدراسة

11 – الدراسات السابقة

الإطار النظري:

المبحث الأول : ماهية مواقع التواصل الإجتماعي

المطلب الأول: نشأة وتعريف مواقع التواصل الإجتماعي

المطلب الثاني : أنواع مواقع التواصل الإجتماعي

المطلب الثالث : خصائص مواقع التواصل الإجتماعي

المبحث الثاني : التأصيل النظري لموقع اليوتيوب

المطلب الأول : تعريف موقع اليوتيوب

المطلب الثاني : خصائص ومميزات موقع اليوتيوب

المطلب الثالث : إحصائيات حول موقع اليوتيوب

المبحث الثالث : علاقة أهازيج ملاعب كرة القدم بالوعي السياسي

المطلب الأول : نشأة وتعريف الأهازيج

المطلب الثاني : أهازيج الملاعب والسياسة

المطلب الثالث : توظيف أهازيج الملاعب في السياسة المحلية " الجزائر "

المبحث الرابع : تفرغ البيانات وعرض النتائج

المطلب الأول : تفرغ البيانات

المطلب الثاني : عرض النتائج وتحليلها

المطلب الثالث : مناقشة النتائج والتوصيات

خاتمة

قائمة المراجع

رقم الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
67	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	1
67	توزيع أفراد العينة حسب السن	2
68	توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	3
68	توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة	4
69	إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي	5
71	إستخدام موقع اليوتيوب	6
72	هل لديك حساب في اليوتيوب	7
75	ترتيب المواقع المستخدمة من طرف المبحوثين	8
76	معدل الحجم الزمني المستخدم في اليوتيوب	9
78	الفترات المفضلة التي يستخدم فيها اليوتيوب	10
79	أهم المواضيع التي تستقطب المشاهدين عبر اليوتيوب	11
80	رؤية المبحوثين للأشكال التعبيرية للأنصار وإنعكاسها على الوعي السياسي	12

81	ترتيب أهم المواضيع التي تتطرق لها أهازيج المناصرين في الملاعب	13
82	مساهمة الفيديوهات الخاصة بالملاعب في زيادة الوعي السياسي	14
83	رؤية الباحثين من أن مدرجات الملاعب أضحت فضاءا لممارسة السياسة	15
85	رؤية الباحثين حول إمكانية متابعة أهازيج الملاعب	16
86	تأثير أهازيج الملاعب على الوعي السياسي	17
87	مدى إمكانية الملعب إيصال الرسائل إلى السلطة	18
88	مساهمة أهازيج الأنصار في التعبئة لحراك 22 فيفري	19
89	مشاهدة فيديو أغنية بابور اللوح عبر اليوتيوب	20
90	معرفة من هم أصحاب فيديو أغنية بابور اللوح	21
92	ذكر من هم أصحاب فيديو أغنية بابور اللوح	22
93	عدد مرات مشاهدة الباحثين لأغنية بابور اللوح عبر اليوتيوب	23

94	أولي المعاني التي تتبادر في أذهان المشاهدين عند سماع فيديو أغنية بابور اللوح	24
95	درجة تعبير أغنية بابور اللوح للواقع الجزائري المعيش	25
96	المعنى السوسيوولوجي الأكثر حضورا لدى المستمع لأغنية بابور اللوح	26
97	المعاني الأكثر حضورا في أغنية بابور اللوح	27
98	أولي المعاني السياسية التي يعكسها فيديو أغنية بابور اللوح	28
99	جدول يوضح العلاقة بين أهازيج الملاعب على الوعي السياسي و متغير الجنس	29
100	جدول يمثل العلاقة بين مشاهدات فيديو بابور اللوح ومتغير الجنس	30
101	جدول يمثل العلاقة بين المعنى السوسيوولوجي الأكثر حضورا في أذهان مشاهدي فيديو أغنية بابور اللوح و متغير السن	31
102	جدول يمثل العلاقة بين مشاهدة فيديو بابور اللوح و متغير السن.	32
103	جدول يمثل العلاقة بين معرفة أصحاب فيديو أغنية بابور اللوحة و متغير المستوى التعليمي	33

104	جدول يوضح العلاقة بين عدد مشاهدات فيديو أغنية بابور اللوح عبر اليوتيوب ومتغير المستوى التعليمي	34
105	جدول يمثل العلاقة بين معدل الحجم الزمني المستخدم في مواقع التواصل الإجتماعي ومتغير الوظيفة	35
107	جدول يمثل العلاقة بين مدى تعبير أغنية بابور اللوح عن الواقع الجزائري المعيش ومتغير الوظيفة	36

قائمة الملاحق :

الرقم	عنوان الملحق
01	يوضح إستمارة إستبيان
02	تحليل أغنية بابور اللوح
03	صور توضح جماهير كرة القدم من على مدرجات ملاعب كرة القدم

الإطار

المنهجي

تميزت الملاعب العالمية في الآونة الأخيرة بالتطور اللافت للإنتباه لا من حيث هندستها المعمارية ولا من حيث تطور لعبة كرة القدم في حد ذاتها ودخول ما يعرف بالتكنولوجيا الحديثة في قوانين هذه اللعبة التي تستهوي العالم أجمع ، وتطور مع هذا أيضا العضو الرئيسي للملاعب ألا وهو الجمهور أو ما يعرف بالمناصرين عبر العالم حيث أصبحت تقدم هذه الأخيرة صورا ومشاهدا تنسينا أحيانا في مشاهدة كرة القدم ومتابعة مباريات الفرق ومع تشكل ما يعرف بالتراس الملاعب التي إشتهرت بطرقها الجذابة والغريبة أحيانا في مدرجات الملاعب وتصل أحيانا إلى الجنون ، وبهذا تغيرت أشكال التشجيع والمناصرة في ملاعب كرة القدم التي عرفت في فترة من الفترات مجرد جماهير مستمتعة بما يجرى في الملعب بين اللاعبين والتصفيق لتسجيل الأهداف فقط ، ومع التطور الحاصل الذي نشهده اليوم أصبح للجماهير الرياضية دور كبير جدا خاصة في الملعب والتأثير في أداء الفرق والمنتخبات الدولية بغية تقديم أداء أفضل يمكنهم من الفوز وهذا عبر الصيحات التي تبدأ منذ بدأ المباراة إلى نهايتها دون هوادة ، بالتالي أضحت المشجع أو المناصر في الملعب يدعى باللعب الثاني عشر بعد اللاعبين وهذا لأهميته الكبيرة في شحن اللاعبين نفسيا لتقديم أفضل ما يملكون في وسط الملعب من مهارات وتحقيق الإنتصارات.

ولقد تحولت طرق التشجيع لدى أنصار الفرق الرياضية وخاصة منها العربية وأذكر على سبيل الذكر دول شمال إفريقيا المتمثلة في الجزائر والمغرب وتونس ، التي أصبحت تقدم صورا مائعة من على مدرجات الملاعب وهذا يعود إلى نوعية الأهازيج الخاصة بالفرق والمقدمة من طرف المشجعين في الملاعب الرياضية التي صارت تتغنى بأغاني بعيدة كل البعد عن الرياضة ليظهر لنا ما يسمى بالأغنية السياسية في مدرجات ملاعب كرة قدم الدول التي سبق ذكرها وتحول بذلك الملعب الرياضي العربي عامة وملعب شمال إفريقيا بالخصوص من مكان تمارس فيه الرياضة إلى منصات سياسية يمتاز لكون أن أغلب هتافات أو أهازيج المناصرين تركز على الجوانب السياسية والإجتماعية والثقافية والإقتصادية التي تعاني منها البلدان والشعوب المقهورة والتي تعبر عن قساوة الحياة اليومية التي تعيشها هذه الشعوب في ظل حالة الغلق التي تعاني تمارسها الأنظمة البيروقراطية ، فلم تكن كرة القدم ملهاة لهذه الشعوب في غالب الأحيان بقدر ما كانت بمثابة إنعكاس حقيقي لروح هذه الجماهير وأحوال البلاد بصفة عامة وبذلك استطاعت الجماهير عبر الملعب الرياضي من تمرير عدة رسائل وشيفرات إلى الأنظمة التي تتولى حكم البلد عبر أهازيج المناصرين وبطرق قل ما نرى لها مثيل وبصوت واحد تجاوز أذان

الحكام المستبدة ليصل إلى العالم بأسره وهزم بذلك الملعب العديد من الجهات الرسمية في مقدمتها الأحزاب السياسية والمنابر الإعلامية الخرساء ، ليكون الملعب الرياضي معقلا حقيقيا لصوت الشعوب المقهورة .

ولقد تناولنا في دراستنا هذه خطة بحث إشملت على مقدمة وثلاث فصول وخاتمة .

حيث قمنا بتقسيم دراستنا هاته إلى ثلاث أقسام وتناولنا في القسم الأول ما يعرف بالإطار المنهجي للدراسة وتم الطرق فيه إلى طرح إشكالية الدراسة ومختلف التساؤلات ، ثم عرض فرضيات الدراسة التي إنطلقنا منها والوقوف على أهم أسباب إختيار الموضوع وكذا أهميته وأهداف هذه الدراسة ضف إلى ذلك منهج الدراسة وأدواته ، وقمنا بتحديد مجتمع وعينة الدراسة والتطرق إلى المفاهيم المتعلقة بالدراسة وصولا إلى طرح الدراسات السابقة .

أما القسم الثاني فتم تناول فيه الإطار النظري للدراسة الذي قمنا بتقسيمه إلى ثلاث مباحث في المطلب الأول تعرضنا فيه إلى ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وإنبثق تحته مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي وأنواعها وكذا خصائص هذه المواقع ، في حين المطلب الثاني تطرقنا فيه إلى التأصيل النظري لموقع اليوتيوب و إنبثق تحته التطرق إلى تعريف موقع اليوتيوب بالإضافة إلى إحصائيات حول موقع اليوتيوب وفي المبحث الثالث والأخير تم التعرض فيه إلى أهازيج ملاعب كرة القدم وعلاقتها بالوعي السياسي وهذا من خلال تعريف أهازيج المناصرين والحديث عن علاقة أهازيج أهازيج المناصرين بالسياسة وكيفية توظيف أهازيج الملاعب في السياسة المحلية الجزائرية ، أما في المبحث الرابع والأخير المتعلق بالإطار التطبيقي إشملت على ثلاث مباحث تمثلت في تفرغ البيانات وعرض النتائج وتحليلها وختاما مناقشة النتائج والتوصيات لنصل إلى الخاتمة .

الإشكالية :

باتت الملاعب في الآونة الأخيرة منصة للجماهير بصفة عامة ولفئة الشباب على وجه الخصوص ولقد أضحت الملعب صرحا لإخراج المكبوتات النفسية والمشاكل الاجتماعية التي يوجهونها في أوطانهم وهذا من خلال توجيه رسائل إلى العالم بأسره معبرين عن حالة القهر الذي تعيشه الشعوب وبخاصة العربية في ظل التضيق على القنوات والفضاءات التي تسمح بالتعبير وإيصال صوت الشعب في وقت تبسط فيه الحكومات في الدول العربية سيطرتها على معظم الفضاءات .

ولقد ارتبطت الرياضة بالعالم السياسي إرتباطا وثيقا لاسيما وأن أغلب هتافات هذه الجماهير سياسية بحتة تعبر عن حالة الظلم والإستبداد السياسي الذي تعانيه شعوب العالم الثالث وفي ظل عالم يسوده التفاعل وظهور ما يسمى بوسائل التواصل الاجتماعي متمثلة في الفيس بوك واليوتيوب خاصة وسائل أخرى كالتويتر والأنسغرام وغيرها حيث ظهر عبر اليوتيوب قنوات خاصة تنشر أهازيج المناصرين في الملاعب عبر مختلف أندية العالم من أمريكا الجنوبية وكذا أوروبا وإفريقيا ، ويعتبر موقع اليوتيوب من أشهر مواقع التواصل الاجتماعي رواجها والذي تأسس في سنة 2005 بالولايات المتحدة الأمريكية وبالتحديد بكاليفورنيا عن طريق " تشاد هولي وستيفن تشن و جاود كريم " ، ولقد أصبح هذا الموقع بعد عام من تأسيسه حسب مجلة تايم الأمريكية من أكثر المواقع دخولا من طرف الجماهير عبر كل أنحاء العالم ووصل هذا الموقع إلى شهرة كبيرة في فترات قصيرة نظرا لتشعبه بالفيديوهات والقنوات في جميع المجالات سواء كانت إقتصادية أو سياسية أو رياضية أو ثقافية .. الخ ، وبات هذا الموقع بمثابة أكبر مستضيف لفيديوهات أهازيج الملاعب عبر العالم أجمع نظرا لتحفظ القنوات على بث مثل هكذا فيديوهات لسبب أنها أهازيج تحمل في طياتها رسائل سياسية قبل أن تكون رياضية ، ويحظى هذا النوع من الفيديوهات عبر اليوتيوب بأكثر نسب مشاهدة مقارنة بالفيديوهات المنشورة ويعود هذا الكم الهائل من المشاهدات لنوعية الأهازيج في حد ذاتها وإلى ما تحمله من معان ورموز والتي تعبر عن ألم وظلم هذه الجماهير عما تعيشه في بلداتها وحدثت هاته الأهازيج في العديد من المرات في دول " الجزائر والمغرب وتونس " بصفة خاصة وقد بلغ مدى هتافات نوادي هذه الدول المخطات الفضائية العالمية التي سارعت بدورها في مناقشة وتحليل مضامين هذه الأهازيج

وتولد في هذه الدول التي سبق ذكرها بالخصوص ما يسمى بالوعي السياسي لدى فئة الشباب وخاصة عندما نرى ذلك الكم الهائل من المعلومات المضامين التي تحملها هاته الأهازيج مع ذكر أنظمة تداولت على

الحكم أو ذكر أسماء ورؤساء ونذكر على سبيل المثال أهازيج حملت في طياتها وعي سياسي أذهل المتابعين والخللين لهذا الشأن كأغنية جماهير الرجاء البيضاوي المغربي " في بلادي ظلموني " أو أغنية جماهير إتحاد العاصمة الجزائري " في بابور اللوح " ، وأغاني جماهير إتحاد الحراش و مولودية الجزائر والأمثلة في الواقع كثيرة .. كل هاته الأغاني أو بالأحرى أهازيج ركزت في طياتها على تهميش الشباب من قبل أياد ناهبة سالبة لأموال الشعب تداولت على الحكم ووصفت حالة الضياع التي يعيشه الشباب في هذه البلدان كاليتامى شاكية بذلك الإهمال المقصود للمواهب الحقيقية في صفوف الشباب.

ولعل أغنية " بابور اللوح " لجماهير إتحاد العاصمة مثلا في هذا الموضوع لا من ناحية ما تحمله من كلمات أو معان ولا من حيث عدد المشاهدين لهذا الفيديو حيث يصل لحد اللحظة على نسب مشاهدة كبيرة جدا تقدر ب 22 مليون مشاهدة في ظرف سنة واحدة فقط ، و 13 ألف تعليق ولقد أثرت مثل هذه الفيديوهات التي تم نشرها عبر اليوتيوب على وعي الشباب من الناحية السياسية حتى صارت هذه الهتافات وسيلة لنقل ما تعيشه الشعوب والشباب من ظلم وإهمال من طرف الحكومات إلى العالم بأسره.

وسوف نتطرق في هذه الدراسة إلى تأثير أهازيج المناصرين في الملاعب على الوعي السياسي لدى الشباب عبر وسيط اليوتيوب وعلى هذا الأساس يمكنني أن أطرح التساؤل الآتي :

ما مدى تأثير أغنية بابور اللوح على الشباب عبر اليوتيوب على الوعي السياسي لدى الشباب ؟

تساؤلات الدراسة :

- ماهي طبيعة العلاقة بين السياسة والرياضة ؟
- ما مدى إهتمام الشباب بأهازيج المناصرين عبر اليوتيوب ؟
- ما مدى حجم تفاعل الشباب مع أغنية بابور اللوح عبر اليوتيوب ؟
- ماهي أشكال الممارسة السياسية للمناصرين في الملاعب ؟
- كيف أثرت أغنية بابور اللوح على الوعي السياسي لدى الشباب الجزائري ؟
- ماهي أشكال تفاعل الشباب مع أغنية بابور اللوح عبر منصة اليوتيوب ؟

فرضيات الدراسة :

- هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تأثير أغنية بابور اللوح على الوعي السياسي لدى الشباب من حيث متغير الجنس.
- هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تأثير أغنية بابور اللوح على الوعي السياسي لدى الشباب من حيث متغير السن.
- هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تأثير أغنية بابور اللوح على الوعي السياسي لدى الشباب من حيث متغير الوظيفة.
- هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تأثير أغنية بابور اللوح على الوعي السياسي لدى الشباب من حيث متغير المستوى الدراسي.

أهمية الدراسة:

إن لكل دراسة قيمة علمية تجعلها محل إهتمام الباحثين بحيث تعتبر القيمة العلمية دافع لقيام أي باحث بإنجاز بحثه وتجعله يتوصل إلى حقائق ونتائج مفيدة وقيمة.

وتأخذ هذه الدراسة أهميتها من الموضوع في حد ذاته والذي يبحث في تأثير أهازيج المناصرين في الملاعب عبر اليوتيوب وتأثيراتها على الوعي السياسي لدى الشباب وفي ظل ميول الشباب في الآونة الأخيرة للرياضة ، وكرة القدم على وجه الخصوص أصبحت الملاعب متنفس حقيقي وحيد لهؤلاء الشباب وذلك لإخراج مكبوتاتهم وما يحز في نفوسهم إتجاه الأوضاع المزرية ، التي تعيشها البلد وتتجلى أهمية هذا البحث في معرفة تأثير أهازيج المناصرين على الوعي السياسي لدى الشباب عبر وسيلة من وسائل التواصل الاجتماعي ألا وهي " اليوتيوب " .

كما تأخذ الدراسة أهميتها من كونها تحاول معالجة تفاعل رواد اليوتيوب مع أغنية " بابور اللوح " ، لمناصري فريق إتحاد العاصمة حيث فاق عدد المتفاعلين مع هذه الأغنية 22 مليون مشاهدة بالإضافة إلى 13 ألف تعليقا وهو بلا شك رقم ضخم جدا بالنظر إلى أصحاب هذه الأغنية الذين يعتبرون شباب مغمورين ومناصرين لنادي إتحاد العاصمة متفوقين بذلك على الكثير من الفيديوهات الخاصة بالشخصيات السياسية والفنية عبر العالم.

أهداف الدراسة:

يعد البحث العلمي مجالاً واسعاً ولكنه محدد بأطر علمية وبأهداف معينة يسمو من خلالها من الوصول إلى حقائق علمية مثبتة ، وتكمن أهداف هذا البحث إلى الوصول للعديد من النقاط وهي على النحو الآتي :

- الكشف على مدى إهتمام فئة الشباب بأهازيج المشجعين عبر اليوتيوب.
- التعرف على رأي الشباب حول مثل هكذا مواضيع.
- رؤية مدى تأثير أهازيج المناصرين على الإشباع السياسية لدى فئة الشباب التي تعرض عبر اليوتيوب.
- معرفة أهم أنواع الأهازيج التي تعرض في اليوتيوب الأكثر تأثيراً على الشباب من ناحية الوعي السياسي.
- التعرف على حجم التفاعل مع فيديو بابور اللوح.
- محاولة الوقوف على الوعي السياسي للشباب من خلال أشكال التعبير عبر المدرجات.

أسباب إختيار الموضوع:

- أسباب ذاتية:
- 1- الرغبة الشخصية في دراسة مثل هكذا مواضيع .
- 2- الاهتمام الشخصي بالبرامج الرياضية السياسية عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
- أسباب موضوعية:
- جدية وحادثة الموضوع.
- قابلية الموضوع للدراسة والبحث.
- تزايد الاهتمام بأهازيج المناصرين في الملاعب من قبل الأكاديميين سواء في المجال الرياضي أو السياسي.

مجتمع البحث وعينة الدراسة :

مجتمع البحث : وهو مصطلح علمي منهجي يراد به " جميع المفردات التي قد تكون محلا للدراسة أو هو عبارة عن جميع الأفراد أو الأشياء التي تكون موضوع المشكلة " فمجتمع البحث يقصد به ذلك الكل الذي يتشكل منه ميدان الدراسة للبحث المراد إنجازه ، وقد يتشكل هذا المجتمع من أفراد ، مؤسسات ، أشياء فهي تتحدد وفق طبيعة البحث وأهدافه.¹

العينة " sample " :

هي جزء من مجتمع البحث أو الدراسة الذي تجمع منه البيانات الميدانية وهي تعتبر جزءا من الكل. بمعنى أنه تؤخذ مجموعة من أفراد المجتمع على أن تكون ممثلة لمجتمع البحث² ويقصد بمجتمع الدراسة كل العناصر المراد دراستها إن سحب جزء من مجتمع الدراسة يطبق عليه إسم العينة sample ، والعملية التي تتم بهذا الشكل يطبق عليها المعاينة *sample* ، ويقوم الباحث بإختيار عينة من مجتمع الدراسة ثم يقوم بتصميم النتائج التي أجراها على عينة المجتمع الذي سحبت منه تلك العينة ، وكلما كان عدد أفراد العينة أكبر كلما كانت النتائج أفضل وكانت الأخطاء أقل في التطبيق وتصميم النتائج.³

منهج الدراسة:

المنهج الوصفي :

وتستخدمه العلوم الطبيعية والعلوم الاجتماعية ، ويعتمد على الملاحظة بأنواعها بالإضافة إلى عمليات التصنيف والإحصاء مع بيان وتفسير تلك العمليات ، ويعد المنهج الوصفي أكثر مناهج البحث ملائمة للواقع الاجتماعي كسبيل لفهم ظواهره وإستخلاص سماته ويأتي على مرحلتين، الأولى مرحلة الإستكشاف والصيغة التي تحتوي بدورها على ثلاث خطوات هي تلخيص تراث العلوم الاجتماعية فيما يتعلق بموضوع البحث ، والإستناد إلى ذوي الخبرة العلمية بموضوع الدراسة ، ثم تحليل بعض الحالات التي تزيد من إستبصارنا بالمشكلة وتلقي الضوء عليها أما المرحلة الثانية ، فهي مرحلة التشخيص والوصف وذلك بتحليل البيانات التي تم جمعها تحليلا يؤدي إلى إكتشاف العلاقة بين المتغيرات وتقديم تفسير ملائم لها.⁴

¹ -نادية سعيد عيشور، منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، مؤسسة حسين راس الجبل للنشر والتوزيع، سطيف الجزائر ، 2017، ب ط ، ص 265.

² نادية عيشور ، نفس المرجع ص 226-227.

³ - منذر الضامن ، أساسيات البحث العلمي ، دار المسيرة ، الأردن ، 2007 _ 1420 هـ ، الطبعة الأولى ، ص 160.

⁴ محمد محمدالقاسم ، المدخل إلى مناهج البحث ، دار النهضة العربية ، بيروت ، 1999م ، الطبعة الأولى ، ص 60.

أدوات جمع البيانات :

تستخدم البحوث الإعلامية الكثير من الوسائل ومن أكثرها شيوعاً الإستبيان والمقابلة والملاحظة الميدانية وبما أن هذه الدراسة تدخل في صف البحوث الإعلامية إستخدمنا أداة الإستبيان ، التي بواسطتها سنصل إلى نتائج جيدة في نهاية الدراسة.

حيث يعرف الإستبيان بأنه : " من أكثر أدوات البحوث الإعلامية شيوعاً مقارنة بالأدوات الأخرى بسبب إعتقاد كثير من الباحثين أن الإستبيان لا يتطلب منهم إلا جهداً يسيراً في تصميمه وتحكيمه وتوزيعه وجمعه لإمكانات إستخدامه في جمع المعلومات عن موضوع معين من عدد كبير من الأفراد يجتمعون أولاً في مكان واحد" ⁵

الإستبيان :

هو إحدى وسائل جمع البيانات من الأفراد ويحتوي على مجموعة محددة من الأسئلة يهدف إلى جمع البيانات المطلوبة لغرض الدراسة والتقصي وهناك شروط عند وضع الإستبيان وكذلك لكيفية تصميمه وعلى الباحث أن يهتم بهذه الشروط بالإمكان تقسيم هذه الشروط إلى الصيغة الشكلية وصياغة المحتوى ، إن الصيغة الشكلية وصياغة المحتوى ، إن الصيغة الشكلية للإستبيان مهمة جداً لكونها ترسل أو تسلم للفرد المطلوب منه ملئ هذا الإستبيان لذلك يتوجب من الباحث أن يبدأ الإستبيان برسالة شفافة يطلب من خلالها الأشخاص ملئ هذا الإستبيان وإشعارهم بشكل واضح إلى الأهمية التي سيضيفها هذا الإستبيان في تطوير أو حل مشكلة. ⁶

⁵سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث العلمي، دار الكتاب الجامعي ، الإمارات العربية المتحدة ، 2017 ، الطبعة الأولى ، ص 93.
⁶محمد عبدالعال النعيمي وعمار عادل ، إستخدام الطرق الإحصائية في تصميم البحث العلمي ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع الأردن ، 2016 ، ط 1 ، ص 26.

تحديد المفاهيم والمصطلحات :

التعاريف المفاهيمية : " conceptual definition "

تسمى التعاريف التي تصف مفاهيم باستخدام مفاهيم أخرى بالتعاريف المفاهيمية يعني أنها التعاريف التي تصف مفاهيم باستخدام مفاهيم أخرى ، كما يستخدم الباحثون في التعاريف المفاهيمية المصطلحات الأولية ، وهي صلبة متماسكة لا يمكن تعريفها بمفاهيم أخرى وقد يواجه الباحث عند نقطة معينة من هذه العملية بعض المفاهيم التي لا يمكن تعريفها بمفاهيم أخرى ، وتدعى هذه المفاهيم بالمصطلحات الأولية primitive terms ، وتتألف التعاريف المفاهيمية من مصطلحات أولية ومصطلحات مشتقة والمصطلحات المشتقة derived terms هي تلك التي يمكن تعريفها باستخدام المصطلحات الأولية فإذا كان هناك إتفاق على مصطلحات أولية مثل " فرد " ، " تفاعل " و " إنظام " فيمكن للباحث أن يعرف مفهوم " المجموعة " وهو مصطلح مشتق ، على أنه " تفاعل بين فردين أو أكثر بإنظام " ، وتعد المصطلحات المشتقة أكثر فاعلية في الاستخدام من المصطلحات الأولية التي يتألف منها تعريف " المجموعة " ، ولا بد من الإشارة هنا إلى أن التعاريف المفاهيمية ليست صحيحة ولا خاطئة وإذا كانت المفاهيم – وكما سبق ذكر ذلك – هي رموز تمكن من التواصل ، فقد تكون التعاريف المفاهيمية مفيدة في عملية التواصل هذه أو قد لا تكون ، ولا توجد طريقة لإنتقاد صحة التعريف المفاهيمي فالتعريف هو مما وضعه من عرفه .⁷

التعاريف الإجرائية : " operational definition "

يقصد بالتعريف الإجرائي التعريف الذي يحدد المفهوم عن طريقه سلسلة من الإجراءات أو العمليات التي تتولى عملية شرح المفهوم وخواصه التي يمكن الكشف عنها عن طريق القياس أو المعايرة ، وبخاصة حينما يتعامل الباحث مع هذا المفهوم أثناء البحوث التطبيقية أو التجريبية ، أو أثناء ملاحظته لحركة هذا المفهوم وعلاقاته وإتجاهاته ومنها مثلا تأثير مفهوم " تأثير مواقع التواصل الاجتماعي " ، إذ يمكن تعريف هذا المفهوم عن طريق ما تحدثه هذه المواقع من آثار إيجابية أو سلبية للمستخدم في مجالات متعددة يمكن الكشف عنها مثل المجالات المعرفية أو السلوكية أو الوجدانية وغيرها.

⁷ حسين علي إبراهيم الفلاح ، أساسيات البحث العلمي ومناهجه في الدراسات الإعلامية ، دار الكتاب الجامعي ، العراق ، 1438هـ – 2018م ، الطبعة الأولى ، ص 232.

إن التعريف الإجرائي يصف في العادة مجموعة من الإجراءات والتي يمكن للباحث إتباعها ، وذلك لتأسيس وجود الشيء للظاهرة الموصوفة من قبل المفهوم ، ويلجأ الباحث في العادة لإستخدام التعاريف الإجرائية حينما لا تكون الظاهرة البحثية قابلة للملاحظة المباشرة ، وفي غالب الأحوال لا يمكن ملاحظة الخواص أو الأحداث التحريبية التي يتم تمثيلها بالمفاهيم مباشرة ، وتمثل التعاريف الإجرائية في العموم من المنظور البحثي همزة وصل أو حلقة الإتصال بين النظرية والتطبيق وتسهم في الإجابة عن التساؤلات الخاصة بماهية الإجراءات ، والمقاييس ، وطرق القياس وإجراء المقارنات .⁸

الأهازيج :

لغة :

" الأهزوجة نشيد شعبي في لغة العامة من الناس ينشده القرويون في مناسبات كثيرة ومتنوعة مثل الحروب وعند الوفاة والإستعراض (العراضة) والأعراس ، والإستقبال والوديع .

ولعل الأهزوجة من الهزج ، يقول الفيروز أبادي : الهزج ، محرّكة : من الأغاني وفيه ترنم ، وقد هزج كفرح : إذا تغنى

والهزج فن قديم عرفه العرب منذ الجاهلية وقد أطلقوا عليه مسميات مختلفة فمن ذلك ما يعرف بترقيص الأطفال، ومنه الرجز الذي كانوا يناشدونه في الحروب ومنه الحداء الذي كانوا يحثون به الإبل على السير.⁹

إصطلاحا:

يعرف الدكتور محمد شرقي الأهازيج بأنها " نوع من الكلمات والشعارات الموزونة والمبحونة والمتناغمة ذات أسلوب سياسي تصدح بها حناجر جماهير عشاق كرة القدم في الملاعب ، والتجمعات والمهرجانات تكون عادة سياسية أو إجتماعية وقد تجمع الإثنين فهي تعبير جياش لما تفكر فيه الجماهير في فضاءات لا تطاها الرقابة ولا تكميم الأفواه من طرف الحاكم فهي متنفس لما يختلج في القلوب من مشاعر.

⁸ حسين علي إبراهيم الفلاحي، نفس المرجع السابق؛ ص 234-235.

⁹ عبد الحكيم الزبيدي، الأهازيج الشعبية في الخليج والجزيرة العربية ، شمس للنشر والإعلام ، القاهرة ، 2019م، الطبعة الأولى ، ص 11 - 12.

والأهازيج هي أيضا " تعبير عن حالة رفض لواقع سياسي أو إجتماعي تعيشه جماهير الملاعب لا تكثرث به الحكومات وهي أيضا لنصرة المظلوم والأهازيج هي أيضا للتعبير عن إعجاب و صمود قضايا عادلة ضد الطغيان كما هو الحال بالنسبة للقضية الفلسطينية العادلة التي تواجه بمفردها الإستبداد الصهيوني .¹⁰

التعريف الإجرائي :

هي عبارة عن هتافات جماعية لمجموعة من المشجعين تجرى غالبا في مدرجات ملاعب كرة القدم أو في التظاهرات الشعبية والغرض منها هو إيصال صوت الشعوب إلى الحكومات معبرين بذلك عن حالة من التذمر وقد تكون بعض المرات تحمل في طياتها ألفاظ مسيئة لأشخاص معينين.

الأنصار:

لغة : النصر إعانة المظلوم ، نصره على عدوه ينصر نصرا ، ورجل ناصر ونصر مثل صاحب وصحب و أنصار ، أنصار النبي صلى الله عليه وسلم غلبت عليهم الصفة فجرى مجرى الأسماء وصار كأنه إسم الحي ولذلك أضيف إليه بلفظ الجمع ف قيل أنصار.¹¹

إصطلاحا:

يرى جابر " أن المشاهدين أو المتفرجين في الرياضة يمكن إعتبارهم بمثابة الحشد أو الجمهور الرياضي من حيث أن هذا الحشد أو الجمهور الرياضي يتكون من جماعة من الناس ، تختلف في أعدادها وتستجيب عاطفيا لمثير مشترك وهو لمنافسة الرياضة ومتعة المشاهدة الرياضية لها مبرراتها ومقوماتها النفسية والإجتماعية والجمالية والإتصالية الأمر الذي قد يجعل من المشاهدة الرياضية ظاهرة معقدة تتطلب قدرا كبيرا من الدراسة التحليلية حتى يسهل فهمها ، فكأن المشاهدة لم تعد مجرد حدث عرضي من جموع المتفرجين الغفيرة التي تسعى وتبذل كل جهدها لمشاهدة المنافسات الرياضية ، بل ربما في بعض الأحيان يترك هؤلاء الأفراد أعمالهم أو دراستهم أو

10-متاح على الرابط التالي ، <https://www.raialyoum.com/inddex.php/9/jun/2019> ، تاريخ الإطلاع 2020/4/8م على الساعة : 20:00 .

11 - ابن منظور ، لسان العرب ، ج 55 ، ص 4439 - 4440 ، دار صادر ، لبنان ، 1999م.

مصالحهم في سبيل المواظبة على حضور ومشاهدة المنافسات والأحداث الرياضية التي يميلون إليها ويهتمون بها وبذل الجهد في سبيل تشجيع اللاعبين والفرق التي يحبونها ويميلون إليها".¹²

ويعرف المناصر أيضا بأنه " وهو الذي يناصر ويساند ويصرخ في المدرجات ، وفي نفس الوقت هو غريب الأطوار وخطيرا أيضا لأنه لا يتحمل أي شيء يكون ضد فريقه ".¹³

قد يستخدم لفظ الجمهور أو الأنصار كترجمة للمصطلحين الإنجليزيين "audience" و " public " ، رغم ما بينهما من إختلاف في اصطلاح " public " ، يشير إلى المجموع العام للأفراد أو الشعب في مجتمع ما ، بينما يشير مصطلح " audience " إلى مجموع الأفراد الذين يقرؤون أو يستمعون أو يشاهدون أيا من وسائل الإعلام ، فالفرد من حيث هو يعتبر جزءا من " public " ، بينما يلزم كي يكون جزءا من "audience" ، أن يقوم بعمل ما كأن يقرأ أو يشاهد أو يستمع .

ونجد أن " هوبرت بلوم " يؤكد هذا المفهوم من خلال التعريف بينه وبين الحشد ، إذ يرى في هذا الشأن أن الجمهور يختلف عن الحشد أو الجماهرة .¹⁴

ويرى غوستاف لوبون الجمهور بأنه يشبه ذات المركب الكيميائي الناتج عن صهر عدة عناصر مختلفة فهي تذوب وتفقد خصائصها الأولى نتيجة التفاعل ومن أجل المركب الجديد ، وينهض لوبون بشدة ضد آراء الباحثين الإيطاليين والفرنسيين من أمثال منافسه " tarde " والقائلين بأن الجماهير مجرمة بطبيعتها ويقول بأنها " ليست مجرمة وليست فاضلة سلفا وإنما هي قد تكون مجرمة ومدمرة أحيانا وقد تكون أحيانا أخرى كريمة وبطلة تضحي بدون مصلحة ، وأحيانا تكون هذا وذاك في نفس الوقت وبالتالي فالفكرة الشائعة عن الجماهير بأنها فقط مدمرة وتحب السلب والنهب والشغب من أجل الشعب هي فكرة خاطئة .¹⁵

¹² - نبيل العتوم ،دراسة دوافع ممارسة طلبة جامعة مؤتة للأنشطة الرياضية داخل الجامعة،، مجلة كلية التربية الرياضية ، العدد:34 ، الأردن ، 2010، ص471.

¹³ - حملاوي صارة ،إنعكاس الضغط الجماهيري على أداء لاعبي كرة اليد أثناء المقابلة صنف أواسط من 17 إلى 19 سنة، مذكرة مقدمة لنيل متطلبات شهادة ماستر في ميدان علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية ، جامعة أكلي محند أوحاج ، البويرة - الجزائر ، 2014 - 2015م ، ص 14.

¹⁴ - باديس لونيس ،جمهور الطلبة الجزائريين والأنترنات ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال ، جامعة منتوري قسنطينة - الجزائر ، 2007-2008م ، ص 28.

¹⁵ - غوستاف لوبون،سيكولوجية الجماهير ، دار الساقى ، بيروت لبنان ، 1991م ، الطبعة الأولى ، ص 30-31

وقد عرف محمود الزيني الجمهور بأنه " جماعات غير دائمة وغير ثابتة وكبيرة الحجم والتي تجتمع بسرعة ومن أمثلتها تجمع الناس لمشاهدة مباراة كرة قدم ويرى غوستاف لوبون أن الحشد أو الجمهور بصورة عامة هو تجمع الأفراد في مكان معين حسب المهنة أو الجنس في فرص معينة¹⁶

التعريف الإجرائي:

هم مجموعة من الناس يتميزون بخصائص وطبائع معينة تميزهم عن غيرهم من الجماهير وهم عبارة عن جماعات قابلة للنمو.

الملاعب :

تمثل الملاعب الرياضية صورة هذا العصر ، من حيث النهضة والإتقان في تشييدها مما يجعلها مجالاً مهماً يحتاج إلى حماية خاصة ضد أعمال العنف بشتى أشكاله ، ويطلق لفظ الملعب على العقارات من أراضي وبناء سواء كانت مخصصة في جل وقتها أو بعضه لتسيير أمور الحركة الرياضية لذلك فهي تتسع لتشمل الملاعب الرياضية المغلقة والمفتوحة كذلك تضم كل الأبنية اللازمة لممارسة وخدمة الأنشطة الرياضية من نوادي رياضية ومقر للإتحاديات الرياضية .

وتعرف بأنها تلك الأراضي والمباني وما يلحق بها من معدات والآلات مخصصة لتحقيق منفعة عامة للجميع وبغض النظر عما إذا كانت تدخل ضمن أملاك الدولة أو أشخاص طبيعيين أو اعتباريين ونعني بها الملاعب الرياضية المخصصة لإقامة المباريات الدولية ، والإقليمية سواء كانت ملاعب كرة قدم أو صالات مغلقة مخصصة لرياضات كرة السلة أو كرة اليد أو الملاكمة ، أو كانت عبارة عن مسارات برية أو بحرية مخصصة مثلاً لسباق السيارات التجديف وتدخل ضمن المنشأة الهامة بطبيعتها ، أيضا النوادي الرياضية مقر الاتحادات الرياضية¹⁷

والملاعب أو المنشأة الرياضية تطلق على العقارات من أرض وبناء وهي مخصصة طوال الوقت أو لبعض الوقت لتسيير أمور الحركة الرياضية وتوسع مدلولها ليشمل الملاعب الرياضية المختلفة والإستادات والساحات الرياضية

¹⁶ - نبيل عمران موسى، العنف الجماهيري في المجال الرياضي ، مجلة الأداب ، العدد 606 - 2017 ، العراق ، ص 5.

¹⁷ - بوجرواف فهيم، أليات الوقاية من العنف في الملاعب الرياضية ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية ، جامعة الحاج لخضر باتنة - الجزائر ، 2013-2014 ، ص 18-19.

وتمارس كرة القدم عادة في الميادين والساحات المفتوحة المستويات الدنيا من الفرق الرياضية والروابط والدرجات دون الأولى والممتاز ودور الرياضة هي أماكن مسورة بها مدرجات وكراسي وملعب منجل أو تراي وهي أقل درجة من الإستادات الرياضية من حيث المنشأة الملحقة أما الإستادات فهي " الملاعب الرياضية التي تقام فيها مباريات كرة القدم حسب مواصفات الإتحاد الدولي لكرة القدم " ¹⁸

التعريف الإجرائي :

هي عبارة عن منشأة ضخمة ، ولا ترتبط فقط برياضة كرة القدم بل لرياضات أخرى ككرة السلة ، وكرة اليد غيرها ، غالبا ما تكون ملك للدولة في دول العالم الثالث وتجتمع فيها جميع شرائح المجتمع وذلك من أجل مشاهدة مباريات لنوادي معينة أو لمنتخبات دولية .

اليوتيوب :

هو موقع لمقاطع الفيديو متفرع من قوقل ، ويتيح إمكانية التحميل عليه أو منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو ، وهناك أعداد يمتلكون حسابات ويزوره الملايين من البشر يوميا ، وتستفيد منه وسائل الإعلام المختلفة بعرض مقاطع الفيديو التي لم يتمكن مراسيلها من الحصول عليها تأسس موقع اليوتيوب عام 2005م ، في ولاية كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية عن طريق تشاد هولي وستيفن تشن وجاود كريم ، وهم موظفون سابقون في التلفزيون والفيديو والموسيقى وقامت قوقل من شراء الموقع مقابل 1.65 مليار دولار أمريكي ، ويعتبر اليوتيوب من الجيل الثاني أي من مواقع الويب 2.0 وأصبح اليوتيوب عام 2006م شبكة التواصل الأولى حسب إختيار مجلة تايم " الأمريكية " ويعتبر موقع اليوتيوب موقعا غير ربحي لخلوه تقريبا من الإعلانات ، إلا أن الشهرة التي وصل إليها الموقع تعد مكسبا كبيرا لهؤلاء الثلاثة الذين قاموا بإنشائه وتأسيسه بحيث أصبح أكبر مستضيف لأفلام الفيديو ، إذ كانت على الصعيد الشخصي أو شركات الإنتاج وأصبح يتردد إسم اليوتيوب عندما نذكر أسماء الشركات التكنولوجية الكبرى الفاعلة على الصعيد العالمي التي تحتل موقعا مهما على شبكة الأنترنت . ¹⁹

¹⁸ - عبد الباسط سعد جبارة ، شغب الملاعب وأساليب مواجهته ، مركز الدراسات والبحوث ، السعودية ، 1425هـ — 2004م ، الطبعة الأولى ، ص 199-200 .

¹⁹ - عبدالرحمن بن إبراهيم الشاعر ، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني ، دار الصفاء للنشر والتوزيع ، عمان ، 2015 ، ص 65 .

ويعرف اليوتيوب بأنه " من المواقع العالمية التي تقدم خدمات الفيديو بالصوت والصورة في مختلف المجالات ويعد أكبر المواقع على شبكة الأنترنت ويسمح للمستخدمين برفع ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني لكونهم مستخدمين عاديين²⁰

التعريف الإجرائي:

هو أحد أشهر المواقع العالمية متاح للجميع بشكل مجاني وعنوانه الرسمي عبر قوقل مشكل كالاتي : www.youtube.com ، يقوم بنشر الفيديوهات بمختلف أنواعها وأشكالها وفي مختلف الميادين.

التأثير :

لغة :

التأثير إيفاء في الشيء وأثر فيه تأثيرا أي ترك فيه أثرا.

إصطلاحا :

يعرف المعجم الإعلامي التأثير بأنه : " إحداث تأثيرات وتغيرات في السلوك والتغيير وتمثل في التغيرات الحاصلة نتيجة للتعرض للوسائل المختلفة²¹

الوعي السياسي :

تعد نشأة الوعي السياسي عن الإنسان أثناء عملية الإنتاج ولهذا فهو ثمرة من ثمار التطور الاجتماعي حيث يرتبط النشوء السياسي بشكل عام عند الإنسان بظهور اللغة فهذه الأخيرة أثرت تأثيرا بالغا في تكوين الوعي وتطوره وكانت الحضارة الإنسانية باختلافها تجليات واضحة على إبراز الوعي السياسي لدى الشعوب فالرومان كانت لهم إسهامات كبيرة في معرفة الفرد لحقوقه السياسية والقانونية والدور الجلي على تحليل الأحداث السياسية أما اليونانيون فيرجع لهم الفضل في نشر الكثير من المفاهيم السياسية التي أصبحت بمثابة قواعد فكرية ، أرسدت فيما بعد لإنطلاق الديمقراطية خاصة في أوروبا ويعتبر عصر النهضة من الظروف

²⁰ - ديس عائشة، دور اليوتيوب في تنمية الوعي الثقافي لدى الطالبات الجامعيات ، مذكرة مكملة لنيل متطلبات شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال ، جامعة الجيلالي بونعامة - خميس مليانة الجزائر ، 2017-2018 ، ص 66.

²¹ - بن دومة إسحاق، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على قيم الشباب الجامعي ، مذكرة مكملة لنيل متطلبات شهادة الماستر في علم الاجتماع ، جامعة عمار ثلجي - الأغواط ، 2018-2019م ، ص 5.

المساهمة على نمو الوعي لدى الفرد التي هدفت إلى إحداث التغيير والإبتكار ليس هذا فقط بل كان للمفكرين الذين ظهرُوا في تلك الفترة التأثير الواضح على الأفكار السياسية على غرار ميكيا فيلي صاحب كتاب " الأمير " ، والذي أرجع سبب التخلف في إيطاليا وعدم إستقرارها إلى وجود السلطة الدينية المطلقة ، ويعد الوعي السياسي على درجة كبيرة من الأهمية في الدراسات الاجتماعية خاصة في المجتمعات الإشتراكية والنامية لأنه يرتبط إرتباطا مباشرا بالتحركات الشعبية التي تحدث نتاجا لتزايد وعيهم السياسي .²²

يتنوع الوعي نظرا لإختلاف المجالات المطروحة فيه ومن أهمها : الوعي الديني ، والوعي الأخلاقي ، الوعي الثقافي .. إلخ ، ويعرف على أنه : " أحد أنماط الوعي الاجتماعي لإرتباطه بالحياة السياسية للمجتمعات وكذلك بأنظمة الحكم فيها ومسارها قياسا بالشعوب " ²³

ويعرف الوعي السياسي بأنه " الحالة التي يتمثل فيها الفرد أو أفراد المجتمع قضايا الحياة السياسية ، بأبعادها المختلفة ويتخذون من هذه القضايا موقفا معرفيا ووجدانيا في أن واحد " ²⁴

وهو إدراك الفرد لواقع مجتمعه ومحيطه الإقليمي والدولي ، ومعرفة مشكلات العصر المختلفة والقوى الفاعلة والمؤثرة في صناعة القرار وطنيا وعالميا في معرفة الواقع ورصد الجوانب والقوى المؤثرة فيه ورصد الأحداث وتحليلها وإستكشاف خلفياتها وأبعادها أثارها وكذلك معرفة تقاليد العصر وأعرافه وثقافته وعلومه والقوانين السائدة والبائدة التي توالى وتتوالى عليه بالإضافة إلى مصطلحات العصر ولغاته السياسية والأدبية والعلمية للتمكن من قراءة خطابه و تحليل ما في ثناياه للوصول إلى معرفة مشاريع الآخرين من أصدقاء وأعداء ، والتجارب التغييرية المختلفة وإستكشاف أسباب نجاحها أو فشلها.

فالوعي المجتمعي هو الرباط السائد للأفراد المجتمع في مواجهته لواقعه الاجتماعي وتحليله من مشاكله وحمايته مما يواجهه إقليميا ودوليا ، وهو قوة إستقرار سواء للمجتمع في تعاملاته الداخلية أو الخارجية.²⁵

²² - إبراهيم سماعيلي وعبد الحكيم غناي - تنمية الوعي السياسي للطلبة الجامعيين من خلال البرامج السياسية في قناة الجزائرية الثالثة ، مذكرة مكملة لنيل متطلبات شهادة الماستر ، جامعة العربي بن مهدي - أم البواقي ، 2017-2018م ، ص 41.

²³ - علي أحمد خصصر المعماري ، دور القنوات الفضائية الإخبارية في نشر الوعي السياسي ، دار البداية ناشرون وموزعون ، الأردن ، 2016-1437هـ ، الطبعة الأولى ، ص 67.

²⁴ - رأفت مهند عبدالرزاق ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي ، رسالة مكملة لنيل متطلبات شهادة الماجستير ، كلية الأداب والعلوم ، جامعة البترا - الأردن ، 2013م - 1434هـ ، ص 12.

التعريف الإجرائي:

يعتبر الوعي السياسي عبارة عن مجموع القيم والمبادئ السياسية التي تدع الفرد يشارك في الأمور السياسية وتجعله يدلي بأرائه في الميدان السياسي.

الشباب :

لغة :

الشباب كما جاء في لسان العرب المحيط لإبن منظور وغيره من المعاجم العربية تعني الفتوة ، والفتاء بمعنى الحيوية والقوى الدينامية ، وكلمة شب من شبيب وأن الشباب هو الفتاء والحداثة ، وشباب الشيع أوله ، وتجمع على شباب وشبان وشواب.

وأورد الثعالبي في فقه اللغة وسر العربية ترتيبا متميزا دقيقا لأصول الغلام وتنقل السن به إلى أن يتناها شبابه ما دام في الرحم فهو جنين ، فإذا ولد فهو وليد ، وما دام يرضع فهو رضيع ، ثم إذا قطع عن اللبن فهو فطيم ، ثم هو إذا دب ونما فهو دارج ، فإذا بلغ طوله خمسة أشبار فهو خماسي ، فإذا سقطت روضعه فهو مثنور ، فإذا نبتت أسنانه بعد السقوط فهو مثنر بالثاء والشاء ، فإذا كاد يبلغ الحلم أو بلغه فهو يافع ومراهق ، فإذا إحتملوا اجتماع قوته فهو حزور ومزور وإسمه في جميع الأحوال التي ذكرنا غلام ، فإذا اجتمعت لحيته وبلغ غاية شبابه فهو مجتمع ، ثم ما دام بين الثلاثين والأربعين فهو شاب ثم كهل إلى أن يستوفى الستين.²⁶

إصطلاحا:

يسلم برنامج الأمم المتحدة الإنمائي بتعريف الشباب الصادر عن الجمعية العامة للأمم المتحدة الذي يعرف الشباب : " أولئك الذين تتراوح أعمارهم ما بين 15 سنة و 24 سنة ، ويشير برنامج الأمم المتحدة بكلمة شباب إلى الشباب والشبان ففي كافة تنوعات تجاربهم وسياقاتهم ."²⁷

²⁵ - ناصر زين العابدين أحمد وليلى عيسى أبو القاسم ، مفهوم وأهمية الوعي السياسي تجاه الدولة والمجتمع ، مجلة تكريت للعلوم السياسية ، العدد : 9 ، العراق ، 2013م ، ص 152.

²⁶ - بوبكر جميلي ، الشباب والمشاركة السياسية ، رسالة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه في علم اجتماع التنمية ، كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية ، جامعة منتوري - قسنطينة ، 2009 - 2010م ، ص 90.

²⁷ - برنامج الأمم المتحدة الإنمائي ، شباب ممكن - مستقبل دائم ، إستراتيجية برنامج الأمم المتحدة الإنمائي للمساواة بين الجنسين ، الولايات المتحدة الأمريكية ، 2014-2015 ب ط ، ص 9.

ويعرف مصطلح الشباب " بأنها كلمة يقصد بها مرحلة عمرية محددة بقدر ما تشير إلى مجموعة الخصائص النفسية والجسدية التي تكون في حالة نشاط وقوة واندفاعا أيضا لكلا الجنسين وهذه المرحلة بالذات تعرف تغييرات أساسية في جميع الجوانب على المستوى العقلي والاجتماعي. " ²⁸

ويتمثل تعريف كلمة الشباب بفترة الانتقال من حالة الإعتماد على الغير في الطفولة إلى حالة الإستقلالية في سن البلوغ وإدراك إعتقادنا بعضنا على بعض كأعضاء في مجتمع واحد فالشباب أشبه بفتة مرنة منه إلى فتة عمرية محددة غير أن السن يبقى الوسيلة الأسهل لتحديد هذه المجموعة وبخاصة في ما يتعلق بالتعليم والعمل ، وبالتالي غالبا ما يستخدم مصطلح شاب للإشارة إلى شخص يتراوح عمره بين السن الذي يسمح له بترك التعليم الإلزامي والسن الذي يعثر فيه على وظيفته الأولى .. ²⁹

التعريف الإجرائي :

هي فتة نشطة لا تقتصر على الذكور أو على الإناث بل الإثنين معا تتراوح أعمارها من 18 سنة الى 30 سنة لهذه الفتة طموحات وأهداف وميولات معينة تسعى لتحقيقها.

²⁸ - عيساوي إكرام ،إعتماد الشباب الجزائري على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على الأخبار ، مذكرة مقدمة لنيل متطلبات

شهادة الماستر ، جامعة العربي التبسي - تبسة ، 2015-2016م ، ص 9.

²⁹ - منظمة اليونيسكو ، مجموعة أدوات لتعزيز قدرات الشابات والشبان لمواجهة البطالة في لبنان ، مكتب اليونيسكو الإقليمي للتربية في الدول العربية ، لبنان ، ب ط ، ص 7.

الدراسات السابقة:

الدراسات المحلية:

الدراسة الأولى:

لإبراهيم إسماعيلي وعبد الرحيم غناي بعنوان: " تنمية الوعي السياسي للطلبة الجامعيين من خلال البرامج السياسية في قناة الجزائرية الثالثة " دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم العلوم الإنسانية بجامعة العربي بن مهيدي — أم البواقي — .

دراسة تحليلية وصفية حيث هدف الباحثان على إبراز وسائل الإعلام وخاصة قناة الجزائرية الثالثة في تشكيل الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين عن طريق تزويدهم بالمعلومات السياسية ، كما تساهم في تكوين وتدعيم أو تغيير ثقافتهم السياسية من خلال البرامج ذات الطابع السياسي ولقد إنطلقت هذه الدراسة من التساؤل الآتي : هل تساهم البرامج السياسية لقناة الجزائرية الثالثة في تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين لجامعة العربي بن مهيدي بأم البواقي ؟

إنطوى تحت هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات الآتية :

- ما مدى إهتمام الطالب الجامعي بالبرامج السياسية في قناة الجزائرية الثالثة ؟
- هل المضامين السياسية التي تقدمها قناة الجزائرية الثالثة تلقى إهتمام من طرف الطالب الجامعي ؟
- ما هو تقييم الطلبة الجامعيين للبرامج السياسية في قناة الجزائرية ؟
- هل هناك علاقة بين تعرض الطلبة الجامعيين للبرامج السياسية بقناة الجزائرية الثالثة وتشكيل الوعي السياسي لديهم؟

و إتمدت هذه الدراسة على المنهج المسحي. بما أن هذه الدراسة تسعى إلى معرفة دور البرامج السياسية عبر قناة الجزائرية الثالثة في تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين ، بحيث ساعد المنهج المسحي هذه الدراسة في تقديم المعلومات حول ظاهرة الوعي السياسي وتشخيصه ودراسة الظروف المحيطة به.

وقد توصل الباحثان إلى مجموعة النتائج نلخصها فيما يلي :

- زيادة عدد البرامج السياسية في قناة الجزائرية الثالثة فهو غير كاف.
- تغيير أوقات عرض وبث البرامج السياسية بما يتناسب ورغبات الجمهور.

- تحسين صورة القناة أكثر من خلال التقرب من جمهورها والتعريف أكثر بها وبرامجها.
- منح الفرصة أكثر للضيوف للتعبير عن آراءهم وعدم تقييدهم وفق مسار معين.
- على التلفزيون الجزائري الخروج من الحيز أو المجال الذي يدور فيه وأن يفتح أكثر على الجمهور وفق ما يلي رغباته وحاجياته.

الدراسة الثانية :

لمرزوق ياسين ووبلقاسمي وليد بعنوان : " تفاعل الطلبة الجامعيين مع الواقع السياسي في ظل الإعلام الجديد ". ، دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي الفيس بوك فئة الطلبة خلال محليات 2017م ، مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص : وسائل الإعلام والتنمية المستدامة في 2017_2018

دراسة وصفية مسحية تهدف إلى معرفة مدى مشاركة الإعلام الجديد متمثلا في مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات السياسية لدى الطلبة الجامعيين وكذا تهدف إلى التعرف على درجة التفاعل مع مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالوعي السياسي وكذا التعرف على برامج التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على الطلبة في عصر العولمة وتكنولوجيات الإتصال والإعلام.

ولقد إنطلقت هذه الدراسة من التساؤل الأتي : ما مدى تفاعل الطلبة الجزائريين من مستخدمي الفيس بوك مع محليات 2017م .

وإنبثق تحت هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات التالية :

- ما مدى مساهمة الفيس بوك ومواقع التواصل الاجتماعي في توعية الشباب الجامعي بالقضايا السياسية ؟
 - ماهي عادات وأنماط إستخدام الطلبة للفيس بوك ومواقع التواصل الاجتماعي ؟
 - ماهي مجالات إستعمال مواقع التواصل الاجتماعي ؟
 - ماهي الإشباعات المحققة لدى الطلبة الجامعيين عند إستخدام الفيس بوك ؟
- وقد توصل الباحثان إلى مجموعة من النتائج نلخصها كالآتي :

تبين نتائج الدراسة أن الحجم الساعي الذي يقضيه الباحثون عبر تصفح موقع الفيس بوك كبير حيث يفوق الثلاث ساعات في معظم الأحيان وذلك بنسبة 46 بالمائة وأكثر الأوقات تفضيلاً للتولوج إلى هذا الموقع تمثلت في فترات الليل والفترات المسائية وأغلب الباحثين يستخدمون الهاتف النقال للإبحار في موقع الفيس بوك وهذا الموقع لم يعد استخدامه يقتصر على مكان واحد وإنما يشمل أماكن متعددة أكثرها المنزل.

يساهم الفيس بوك في تعزيز الوعي السياسي ، وتدعيم القيم السياسية والمشاركة السياسية وتوعية الناس بما يدور حولهم من أحداث ، ويعتبر الفيس بوك أفضل وسيلة للتسويق السياسي الذي مكن الباحثين من معرفة الأوضاع من معرفة الأوضاع السياسية ، من خلال محليات 2017م بنسبة 78 بالمائة فهو الوسيلة المحببة والمفضلة عند الأغلبية والتي لا يمكن الإستغناء عنها حيث يعتبر الفيس بوك من الأولويات الأساسية التي لا بد من توفرها في حياتهم اليومية .

رغم الإنتشار الواسع لموقع الفيس بوك والمكانة التي أصبح يحظى بها لدى العام والخاص ، إلى أن الصفحات والمجموعات السياسية لا تحظى بإهتمام من قبل الطلبة الجامعيين ويعود هذا إلى فقدان المواطن الثقة في الأحزاب السياسية وإعتبارها مجرد مؤسسات فارغة المحتوى لا تعبر إلا عن نفسها .

الدراسة الثالثة :

لبلعرابي امال بعنوان " تأثير إستخدام اليوتيوب على الطلبة الجامعيين " ، دراسة ميدانية على عينة من الطلبة الجامعيين ، مذكرة مقدمة لنيل متطلبات شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال ، تخصص : وسائل الإعلام والمجتمع ، سنة : 2017_ 2018

تهدف الدراسة بشكل رئيسي إلى :

- معرفة الأسباب التي تكمن وراء إستخدام مواقع التواصل الاجتماعي اليوتيوب نموذجاً .
- معرفة المكانة التي يحتلها اليوتيوب في أوساط الطلبة في ظل وجود مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى.
- الوصول إلى الإشباع المحققة للطلبة الجامعيين جراء متابعتهم لموقع التواصل الاجتماعي اليوتيوب .
- محاولة رصد أهم التأثيرات الإيجابية والسلبية لإستخدام موقع التواصل الاجتماعي يوتيوب ، لدى الطلبة الجامعيين .

إنطلقت الدراسة من التساؤل التالي : إلى أي مدى يؤثر إستخدام اليوتيوب على الطلبة الجامعيين ؟

- وإنبثق تحت هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات الآتية :
- ماهي عادات وأنماط إستخدام الطلبة الجامعيين لموقع اليوتيوب ؟
 - ماهي دوافع الطلبة الجامعيين وراء مشاهدة اليوتيوب ؟
 - فيما تتمثل الإشباعات التي يحققها الطلبة الجامعيين وراء إستخدامهم لموقع التواصل الاجتماعي يوتيوب ؟
 - إعتمدت الباحثة على المنهج المسحي لدراسة توجهات الطلبة كما إستخدمت أداة الإستمارة ووزعتها على الطلبة الجامعيين ، وخلصت الدراسة إلى مجموعة النتائج الآتية :
 - أثبتت الدراسة أن الطلاب الجامعيين يتابعون اليوتيوب بصفة منظمة تمثلت نسبتهم في 71.66 بالمائة ويعود هذا إلى اهتمام الطلبة بهذا الموقع وبما يثبه من برامج وأظهرت النتائج أن الفترة الليلية تعتبر من أفضل الفترات بالنسبة إلى الطالب الجامعي من أجل مشاهدة اليوتيوب ، التي يعتمد عليها بنسبة 36.66 بالمائة.
 - ظهر أن المواضيع السياسية هي من يهتم بها الشباب من خلال مشاهدتهم لليوتيوب بنسبة 50 بالمائة.
 - تبين من خلال البيانات الإحصائية أن الذكور أكثر إقبالا على الحصص السياسية دون غيرها من الحصص بنسبة 60 بالمائة ، وذلك بالنسبة لفئة الذكور مقارنة مع فئة الإناث التي كانت نسبتها مقبولة وقد قدرت بنسبة 48.57 بالمائة ، وهذا يوضح أن الذكور لديهم ميولات نحو السياسة أكثر من الإناث.
 - ظهر من نتائج الدراسة أن 87.5 بالمائة من أفراد العينة دائما ما تساعدهم برامج اليوتيوب في معرفة ما يجري من أحداث وطنية وهذا راجع إلى تتبعهم الشديد لهذه البرامج ومدى تطلعهم لمعرفة الأخبار الجديدة.
 - **الدراسة الرابعة:**
 - لبوبكر جميلي بعنوان " الشباب والمشاركة السياسية في الجزائر " ، رسالة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه في علم اجتماع التنمية ، سنة 2009_2010م
 - إنطلقت الدراسة من التساؤل الرئيسي التالي : ماهي المشاركة السياسية للشباب في الجزائر ؟ وماهي العوامل التي تؤثر على درجتها من خلال المرحلة الراهنة؟
 - وإندرج تحت هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات التالية :
 - ماهي درجة الاهتمام للشباب في الجزائر في المرحلة الحالية ؟
 - ماهو مستوى المعرفة السياسية التي يمتلكها الشباب الجزائري ؟
 - ماهي طبيعة السلوك الإنتخابي للشباب في الجزائر ؟
 - ما مدى مشاركة الشباب الجزائري من خلال النشاط الحزبي ؟

وقد خصت الدراسة بالبحث الميداني الشباب الجامعي دون غيره بإعتبارهم الفئة المثقفة التي أتاحت لهم الفرصة لتلقي مستوى مرتفع من التعليم الأمر الذي يؤهلها ، للعب أدوار سياسية من جهة أخرى ، لا يجد صعوبة في التفاعل مع الإستهيبان الذي أعدناه لغرض جمع المعطيات الميدانية المعبرة عن إدراكاته لواقع المشاركة السياسية والتركيز هنا تم على أساس إدراك الشباب لقضية مشاركتهم السياسية بإعتبار الإدراك يعبر عن عملية إعطاء مداولات وإضفاء معاني محددة على أشياء وموضوعات محددة وتكون هذه المعاني من خبرات الشخص وتجاربه السابقة ، ومفردات البيئة التي يعيش فيها.

وقد إعتد الباحث في هذه الدراسة على المنهج الوصفي وإستخدام الطرق التي يندرج تحت إطاره وهي طريقة المسح بالعينة والتي سمحت لنا بإستخدام أدوات وتقنيات ملائمة لطبيعة الدراسة.

وإعتمدت الدراسة على عدة أدوات بحث وهي أداة الإستهيبان ، والمقابلة وكذا الملاحظة

وتوصلت الدراسة إلى مجموع النتائج الآتية :

- الإعتد على الأحداث لسياق تاريخي معين ، من أجل كشف صور المشاركة ودرجتها مفيد جدا ، ويمكن ان تتجاوز دقة وموضوعية نتائجها عملية القياس الاجتماعي للمشاركة وفي الدول المتخلفة التي تعيش أزمة مشاركة سياسية وعملية إحتكار للسلطة وإقصاء إستبعاد بعض التيارات المعارضة ومع ذلك يبقى في حالة إستاتيكية ، بمعنى لا تسجل فيها مبادرات من أجل التغيير تتجاوز حالة التخلف والإقصاء فذلك يشير إلى ضعف في المشاركة السياسية.
- في الجزائر كغيرها من دول العالم نجد أن الإنشغال السياسي بالشباب لم يغادر الساحة السياسية ، منذ الإستقلال أو قبل ذلك لأن الشباب يبقى علامة مفضلة ومرجحة في التسويق السياسي.

الدراسة الخامسة:

دراسة لنادر زهير قاسم بعنوان : " توظيف الرياضة في السياسة الدولية " ، مذكرة مقدمة لنيل متطلبات شهادة الماجستير في الدراسات الدولية ، سنة 2013_2014م

دراسة وصفية تحليلية هدفت إلى الوصف المنظم للحائق وعلى تفسير الوضع القائم وتحديد العلاقات بين المتغيرات كذلك ، إعتد الباحث على المنهج التاريخي الذي بواسطته إستطاع وصف ودراسة أحداث

الماضي من كافة الجوانب وفهم حيثياتها حيث قام بدراسة تاريخ أثر الألعاب الرياضية على السياسة والعلاقات الدولية.

وقد إنطلقت الدراسة من التساؤل الرئيسي الآتي : كيف تقوم الدول بإستغلال الألعاب الرياضية في خدمة أغراض الدولة وأجنداتها السياسية داخليا وخارجيا ؟

ويتفرع تحت هذا التساؤل مجموعة التساؤلات التالية:

- ما هو حجم الأثر الذي من الممكن تلعبه الألعاب الرياضية على المستوى السياسي الداخلي والخارجي للدولة ؟
- ماهي الآثار الإيجابية والسلبية الرياضية على العلاقات الدولية ؟
- كيف يمكن التخلص من الآثار السلبية للألعاب الرياضية على السياسة الدولية ؟
- كيف يمكن للرياضة أن تساعد القيادة السياسية في خلق الشرعية وإيجاد التأييد للنظام القائم والتحكم في السلوك السياسي للأفراد ؟
- كيف يمكن للرياضة أن تكون إنعكاسا للقيم الاجتماعية القائمة على العقيدة التي تحملها الدولة على الساحة الدولية ؟
- كيف يمكن للرياضة أن تكون أداة من أدوات الدبلوماسية الشعبية ؟
- ماهو مستقبل العلاقة بين الرياضة والسياسة ؟ وهل يمكن الفصل بينهما ؟ وهل هذا الفصل هو الحل الناجع للمشاكل والتوترات السياسية الناتجة عن الألعاب الرياضية ؟

وقد توصل الباحث إلى مجموعة النتائج وهي كالآتي :

- تستغل الدول والنظم السياسية الألعاب الرياضية ، في خدمة سياستها الداخلية والخارجية وفي خدمة أهدافها وتطلعاتها السياسية المختلفة وهذا الإستغلال قديم وموجود منذ القدم عند الجماعات البشرية المختلفة مثل الإغريق والعرب وغيرهم ، وقد تطورت إستغلال الألعاب الرياضية في السياسة الدولية مع تطور ونشوء الدول حتى أصبحت وسيلة وأداة عامة تستفيد منها الحكومات لخدمة أهدافها السياسية.
- أولت معظم نظريات العلاقات الدولية إهتماما كبيرا للألعاب الرياضية ودورها السياسي فجاءت النظرية الماركسية ، والنازية لإظهار أهمية بناء الجسد القوي ولكي تكون قادرة على بناء مجتمع قوي قادر على

البقاء والتطور ، كما أظهرت أهمية التفوق الرياضي وأهميته في رقي الدولة سياسيا حيث تظهر الدولة من خلال الرياضة ونظامها السياسي ونجاح إيديولوجيات الأخرى.

- توظف الدول الألعاب الرياضية في سياستها الداخلية ، فهي تلعب دورا في التكامل الوطني السياسي والاجتماعي وفي إثبات وإبراز الهوية الوطنية ويمكن أن تسيطر على السلوك السياسي للأفراد عن طريق الرياضة والألعاب الرياضية أيضا تشكل ميدانا للتصريف السياسي والاجتماعي فهي وسيلة لصرف نظر الجمهور عن القضايا السياسية الهامة الأمر الذي قد يعمل لصالح الدولة في بعض الحالات مثل حالات فساد النظام السياسي ، كما يستغل القادة السياسيين الرياضة للحصول على الشعبية الشخصية للقائد السياسي.
- توصي هذه الدراسة بضرورة التقليل من سيطرة النظام الرياضي العالمي وأن يتم التخفيف من التواجد السياسي على الساحة الرياضية ، مثل التقليل من إظهار الرموز السياسية لأنها تخلق في بعض الأحيان تعصبا رياضيا وبالتالي سياسيا وهذا لا يخدم الهدف الرياضي النبيل ، وأيضا توصي بإصلاح الحركة الرياضية الدولية لكي لا تستطيع الرياضة الوصول إلى أهدافها السياسية النبيلة والهادفة إلى الوصول إلى عالم متفاهم وفيه من الوثام ما يكفي للوصول إلى السلام العالمي المنشود.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة :

تم الإعتماد في هذه الدراسة على 05 دراسات كما هو موضح أعلاه حيث أن كل هذه الدراسات أفادت الدراسة بشكل كبير لا من حيث الكم الهائل من المعلومات أو من حيث إعطائنا نظرة حول موضوعنا وبعض الأفكار الجديدة وقد تم مايلي:

✓ دراسة للطالبين إبراهيم سماعيلي وعبد الرحيم غناي والموسومة بـ " تنمية الوعي السياسي للطلبة الجامعيين من خلال البرامج السياسية في قناة الجزائرية الثالثة " وهذا بإلقاء نظرة فيما يخص موضوع الوعي السياسي وتم إستعمال المعلومات الكافية كمرجع تحديدا في الإطار المفاهيمي للدراسة.

✓ دراسة للطالبين ياسين مرزوق وبلقاسمي وليد والمعنونة بـ " تفاعل الطلبة الجامعيين مع الواقع السياسي في ظل الإعلام الجديد " بحيث أن هذه الدراسة تعالج جزء من دراستنا والمتمثل في الإعلام الجديد الممثل في وسائط التواصل الاجتماعي وقد تم إستخدام معلومات هذه الدراسة كمرجع وكأرضية لمعرفة واقع الإعلام الجديد وماهي أهم وسائل التواصل الاجتماعي وخاصة في الإطار المفاهيمي المنهجي للدراسة.

- ✓ مذكرة للطالبة بالعراي آمال تحت عنوان " تأثير إستخدام اليوتيوب على الطلبة الجامعيين " وتم الإعتماد عليها لكون أن متغير اليوتيوب هو جزء من موضوع دراستنا وبهذا قمنا بأخذ المعلومات الكافية فيما يخص موقع اليوتيوب وإستعمالها كمرجع أيضا خاصة في الجانب المنهجي للدراسة بغية تعزيز موضوع الدراسة.
- ✓ دراسة للطالب بوبكر جميلي والمعنونة بـ " الشباب والمشاركة السياسية " تم إستخدام هذه الدراسة لكون أن هذه الأخيرة تهتم بجانب من جوانب موضوع دراستنا والمتمثل في الشباب وفي هذا الصدد قمنا بإستعمال الدراسة كمرجع فيما يخص مفاهيم حول الشباب تحديدا في الإطار المفاهيمي للدراسة.
- ✓ دراسة للطالب زهير قاسم والموسومة بـ " توظيف السياسة في الرياضة الدولية " هذا لكون أن هذه الدراسة تخدم جزء كبير جدا موضوع دراستنا وبذلك تم إستعمالها كمرجع خاصة في الإطار النظري للدراسة تحديدا في المطلب الثالث من المبحث الأخير.

الإطار النظري

تمهيد

- المبحث الأول : ماهية مواقع التواصل الاجتماعي .
- المطلب الأول : نشأة و تعريف مواقع التواصل الاجتماعي .
- المطلب الثاني : أنواع مواقع التواصل الاجتماعي .
- المطلب الثالث : خصائص مواقع التواصل الاجتماعي .
- المبحث الثاني : التأصيل النظري لموقع اليوتيوب.
- المطلب الأول : تعريف موقع اليوتيوب .
- المطلب الثاني : خصائص موقع اليوتيوب.
- المطلب الثالث : إحصائيات حول موقع اليوتيوب.
- المبحث الثالث : أهازيج ملاعب كرة القدم وعلاقتها بالوعي السياسي .
- المطلب الأول : تعريف الأهازيج .
- المطلب الثاني : أهازيج المناصرين في الملاعب والسياسة.
- المطلب الثالث : توظيف أهازيج الملاعب في السياسة المحلية " الجزائر " .

تمهيد :

تعد مواقع التواصل الاجتماعي من الإكتشافات الهامة التي طرأت على عالمنا حيث أصبحت محط إهتمام الشعوب عامة عبر العالم بأسره ، و محل إهتمام الأكاديميين في مجال علوم الإعلام والإتصال والعلوم الاجتماعية لإرتباطها بالمجتمع بالدرجة الأولى ولقد تبين دور هذه الوسائط في المجتمع بالسلب وبالإيجاب كما لها دور هام جدا في تجييش الشعوب وبدى ذلك في ما يسمى بالربيع العربي الذي ضرب دول العالم العربي وشاركت مواقع التواصل الاجتماعي فيه بشكل رهيب جدا ومؤثر.

كما ساعدت مواقع التواصل الاجتماعي بإختلاف أنواعها في إيصال أصوات الشعوب المغلوب على أمرها وفي مقدمتها الأصوات التي تعلو ملاعب كرة القدم وهذا ما نستطرق له بالتحديد من خلال التطرق على نشأة مواقع التواصل الاجتماعي وتعريفها وخصائصها التي تتميز بها ، وكذا التركيز في مبحث ثان على التعريف بأحد مواقع التواصل الاجتماعي وهو اليوتيوب بإعتبار دراستنا هذه تركز على هذه الوسيلة بالإضافة إلى التعريف بأهازيج ملاعب كرة القدم وعلاقتها بالسياسية وطريقة توظيفها في السياسة المحلية الجزائرية على وجه الخصوص في مبحث الثالث.

المبحث الأول : ماهية مواقع التواصل الاجتماعي .

نشأة و تعريف مواقع التواصل الاجتماعي :

إن ظهور مواقع التواصل الاجتماعي نتج عن وجود شبكة الأنترنت العالمية ، وبالتالي هذا الظهور وفر نقلة تاريخية في مجال التواصل البشري ، وأسهم في نقل الإعلام إلى أفاق غير مسبوقه وأعطت مواقع التواصل وشبكات المستخدمين فرص كبرى للتأثير والإنتقال عبر الحدود ، وبلا رقابة إلا بشكل نسبي أو محدود وعليه فإن نشأة تلك المواقع والشبكات قد مرت بمراحل متعددة نوضحها كما يلي :

المرحلة الأولى:

بدأت هذه المرحلة مع ظهور مجموعة من المواقع الاجتماعية أواخر التسعينات مثل classmates.com عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة ، وموقع sixdegees.com عام 1997م حيث ركز الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء ، وظهر أيضا عدة مواقع أخرى مثل " لايف جور نال " وموقع " كأي ورلد" عام 1999م ، وكان أبرز ما ركزت عليه مواقع التواصل الاجتماعي في بدايتها خدمة الرسائل القصيرة والخاصة بالأصدقاء وهذا ما عرف بالمرحلة الأولى.

المرحلة الثانية:

وخلال هذه المرحلة بدأت مجموعة من التطبيقات على الويب " مدونات ، مواقع المشاركة ، الوسائط المتعددة وغيرها .. " ، وخلال هذه المرحلة تبلورت برمجيات الويب 2 التي إهتمت بتطوير المجتمعات الافتراضية مركزة على درجة كبيرة من التفاعل والاندماج والتعاون ، وقد إرتبطت هذه المرحلة بشكل أساسي بتطوير خدمة شبكة الأنترنت وتعتبر مرحلة الشبكات الاجتماعية ، ويمكن أن نؤرخ لهذه المرحلة مع إنطلاق موقع — ماي سبيس — وهو الموقع الأمريكي المشهور ، ثم موقع فيس بوك عام 2004م .

المرحلة الثالثة :

تعتبر الميلاد الفعلي لمواقع التواصل الاجتماعي كما تعرفها اليوم وكان ذلك مع بداية عام 2002م ، حيث ظهر موقع " فرن ديستر" الذي حقق نجاحا دفع غوغل إلى محاولة شرائه سنة 2003م ، وفي النصف الثاني من

نفس العام ظهر في فرنسا موقع " سكاي روك " تحقيق واسع ليصل عام 2008م ، إلى المركز السابع في ترتيب المواقع الاجتماعية وفقا لعدد المشتركين.

ومع بداية 2005م ظهر موقع " ماي سبيس " الأمريكي الشهير الذي تفوق على غوغل في عدد مشاهدات صفحاته ، ويعتبر موقع " ماي سبيس " من أوائل المواقع الاجتماعية وأكبرها على مستوى العالم ومعه منافسه الشهير فيس بوك ، والذي كان قد بدء في الانتشار المتوازي مع " ماي سبيس " ، عام 2007م فأتاحت تطبيقات المطورين وهذا أدى إلى زيادة عدد مستخدمي فيس بوك بشكل كبير على مستوى العالم ونجح في التفوق على منافسه ماي سبيس وأيضا ظهرت عدة مواقع أخرى مثل : تويتر ، أنستغرام ، يوتيوب .. إلخ لتستمر ظاهرة مواقع التواصل الاجتماعي في التنوع والتطور إلى يومنا هذا ¹.

وتعود جذور المشهد الاتصالي الذي نشهده اليوم ونعيش عددا من تجلياته إلى سلسلة من التطورات التقنية المتلاحقة ، بدأت في وقت مبكر من حقبة السبعينيات من القرن الماضي وخاصة منها تلك التي تمت على صعيد شبكة الأنترنت ، ففي عام 1972م دخلت هذه الشبكة عالم البث المتاح للجميع وبدأ العمل على تطوير تقنية تسمح باستخدامها على نطاق تجاري ومعها بدأ الطابع الاتصالي للإعلام كحقل معرفي وإجتماعي جديد وتطور حتى أصبح اليوم أحد أهم مجالات العلوم الإنسانية

ويطلق مصطلح الإعلام الجديد على تكنولوجيا الإتصال الجديدة وثورة المعلومات التي ظهرت في الجزء الأخير من القرن العشرين ، كما أصبح لشيوع وسائط الإعلام الجديدة وإستهلاكها من جانب الجمهور علاقة غير قابلة للشك لفي ميلاد عصر إتصالي جديد وأطلق عليه البعض عددا من المسميات مثل : العالم الافتراضي ، الإتصال الرقمي وغيرها من التعبيرات التي تعبر عن ظاهرة إنسانية تقنية واحدة للإعلام الجديد ، ساهم في إعادة تشكيل الأنماط التواصلية التقليدية القديمة على إحتكار النخب السياسية والثقافية لوسائل الإعلام وباقي وسائل التعبير في الفضاء العام وإعتماد هرمية إنتقال المعلومات من النخب العامة فمنذ تسعينيات القرن الماضي نقلت شبكة الأنترنت ثورة الإتصالات من شكلها السلبي الذي يعتمد على الألية المعروفة في الإتصال إلى الشكل التفاعلي (الشبكي) والتي تعني المشاركة في المصادر الإعلامية بحيث لم يكن هناك مرسل ومستقبل للمعلومات وأصبح الإتصال الوسيطي سمة العصر الراهن وقد نظر الكثير من الإعلاميين إلى ذلك التطور الأفقي

¹ - أحمد قاسمي و سليم جدي ، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأمن المجتمعي للدول الخليجية ، المركز الديمقراطي العربي ، برلين ألمانيا ، 2019م ، الطبعة الأولى ، ص 18-19.

على أنه يمثل تحدياً للإعلام التقليدي .. ومنذ أواخر عام 2005م دخلت شبكة الأنترنت مرحلة جديدة ، أمكن فيها لكل متصفحها أن يكونوا بمثابة مرسلين للمادة الإعلامية ومستقبلين لها في آن واحد كما أصبحت هناك مواقع تتيح لزوار الشبكة ومتصفحها تكوين حسابات ، يمكنهم من خلالها تحميل ملفات الصوت والصورة والنصوص وأن يتحكموا في عملية مشاهدة هذا المحتوى من خلال إتاحتها على نطاق ضيق أو جعله عاماً للجميع .²

تعريف مواقع التواصل الاجتماعي :

هي مجموعة من المواقع على شبكة الأنترنت العالمية ، وتتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجمع افتراضي يجمعهم الإلتناء لبلد أو مدرسة أو فئة معينة في نظام عالمي لنقل المعلومات والمعارف وهي كذلك مجموعة من الشبكات العالمية المتصلة بملايين الأجهزة حول العالم لتشكل مجموعة من الشبكات الضخمة ، والتي تنقل المعلومات الهائلة بسرعة فائقة بين الدول المختلفة وتتضمن معلومات دائمة التطور³

وتعرف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها " مواقع إلكترونية إجتماعية على الأنترنت وتعتبر الركيزة الأساسية للإعلام الجديد أو البديل ، التي تتيح للأفراد والجماعات التواصل فيما بينهم عبر هذا الفضاء الافتراضي وتعرف أيضاً بأنها " شبكات إجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاؤون وفي أي مكان من العالم ظهرت على شبكة الأنترنت منذ سنوات وتمكنهم أيضاً من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطن العلاقة بينهم ."⁴

والشبكات الإجتماعية هي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الأنترنت ، تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمعي افتراضي يجمعهم حسب مجموعات إهتمام أو شبكات إلتناء (بلد ، جامعة ، مدرسة ، شركة .. إلخ) ، كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشرة مثل إرسال الرسائل ، أو الإطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ، ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض .

² - صباح الخنيشي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز ديمقراطية الإتصال في اليمن شبكات التواصل الاجتماعي في بيئة إعلامية متغيرة دروس من العالم العربي ، معهد الصحافة وعلوم الأخبار ، تونس ، 2015م، ب ط 109 — 110.

³ - منشايق طلب فاضل ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام المحلي ، مجلة تكريت للعلوم السياسية ، العدد : 12 ، العراق ، 2014 — 2017 ، ص 205.

⁴ - سجاد خالد وإيمان خطاطبة ، درجة وعي الشباب بأساليب إستخدام مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك نموذجاً ، دار النجاح الوطنية — نابلس ، 2017م ، ص 7.

وتتنوع أشكال وأهداف الشبكات الاجتماعية ، فبعضها عام يهدف إلى التواصل العام وتكوين الصداقات حول العالم وبعضها الآخر يتمحور حول تكوين شبكات المحترفين وشبكات المصورين ومصممي الجرافكس

5.

أنواع مواقع التواصل الاجتماعي :

فيس بوك " facebook " :

يعد فيس بوك واحدا من أوائل شبكات التواصل الاجتماعي ويزيد عمره على عشرة سنوات ، وله شهرة وإستخدام وتأثير على مستوى العالم ، تم إنشاء موقع فيس بوك في فبراير / شباط عام 2004م ، بواسطة "مارك زوكربرج" وكان الموقع في البداية متاحا لطلاب جامعة هارفرد فقط ثم إفتتح لطلبة الجامعات ، وبعدها لطلبة الثانويات ولعدد محدود من الشركات ، ثم أخيرا تمت إتاحتها لأي شخص يرغب في فتح حساب به ويرى مؤسس الموقع أن فيس بوك حركة إجتماعية social movement وليس مجرد أداة أو وسيلة للتواصل ، ويصف الموقع بأنه " دليل سكان العالم " وأنه موقع يتيح للأفراد العاديين أن يصنعوا من أنفسهم كيانا عاما من خلال الإدلاء والمشاركة بما يريدون من معلومات حول أنفسهم وإهتماماتهم ومشاعرهم وصورهم الشخصية ولقطات الفيديو الخاصة بهم وحسب الدراسات الحالية في مجال الإعلام الجديد ينظر لموقع فيس بوك انه سوف يزيح البريد الإلكتروني ويحل محله ، ولذلك فإن الهدف من هذا الإختراع هو جعل العالم مكانا أكثر إنفتاحا ، وبلغ العدد الشهري للمستخدمين النشطين للموقع 1.44مليارا نهاية سنة 2015م بحوالي 75 لغة ويقضي هؤلاء المستخدمون جميعا أكثر من 700 مليار دقيقة على الموقع شهريا ، وحقق الموقع رقما قياسيا يوم الإثنين 2015/08/24م حيث دخل الموقع مليار مستخدم في يوم واحد.

أنستغرام "instagram" :

هو تطبيق مجاني لتبادل الصور وشبكة إجتماعية أطلق في أكتوبر / تشرين الأول من عام 2010م ، ويتيح للمستخدمين إلتقاط الصور إضافة إلى فلتر رقمي إليها ومن ثم مشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات الشبكات الاجتماعية ، في البداية كان دعم أنستغرام لمنصة الأندرويد "android" ثم تطور في يونيو /

⁵ - صالح العلي، مهارات التواصل الاجتماعي أسس ومفاهيم وقيم ، دار الحامد للنشر والتوزيع ، الأردن - عمان ، 2015 م - 1436هـ ، الطبعة الأولى ، ص 146.

حزيران 2013م ليوضع في تطبيق تصوير الفيديو بالشكل المتقطع للمستخدمين ، من التطورات المهمة في تطبيق الأنستغرام إستحواذ شركة فيس بوك في ابريل / نيسان 2012م على التطبيق بصفقة بلغت مليار دولار ، وأما عن تطور عدد المتابعين فقد حصل التطبيق في ديسمبر كانون الأول عام 2010م على مليون مستخدم وفي عام 2011م حصل على زيادة 500 بالمائة من المستخدمين ليصل إلى 5 ملايين مستخدم ، ثم تضاعف العدد مع إطلاق التطبيق لمنصة أندرويد ليتخطى عدد 30 مليون مستخدم.⁶

عرف على أنه " موقع تواصل إجتماعي في الشبكة العالمية يتيح فتح حائط أي صفحة خاصة أو عامة لكل من يملك حساب بريد إلكتروني حيث يتيح نشر ما نشاء من محتوى ويضيف ما نشاء من أصدقاء ومتابعة من نشاء كما يمكنه إنشاء مجموعات أو إنضمامه لها يعتمد على بعض الممارسات التفاعلية على غرار الإعجاب بمحتوى معين ومشاركته والتعليق عليه والرد على التعليق معين وإرسال رسائل له على الخاص كما يتيح المحادثة الفورية والمكتوبة والمصورة ويوفر خدمات وتطبيقات عديدة كالألعاب الإلكترونية ، كما عرف كونه " موقع من مواقع شبكات التواصل الإجتماعي أي أنه يتيح عبره للأشخاص العاديين والإعتباريين كالشركات أن يبرز نفسه وأن يعزز مكانته عبر أدوات الموقع للتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع أو عبر التواصل مع مواقع تواصل أخرى وإنشاء روابط تواصل مع الآخرين ".⁷

تويتر " twitter ":

هو موقع على شبكة الأنترنت يمثل شبكة تواصل إجتماعي ويتيح للمستخدم فتح حساب يربطه بالآخرين من خلال خاصية التتبع ، وبذلك يمكن للمستخدم بعث رسائل يتجاوز حجمها 140 حرف ، تصل إلى حساباتهم على الموقع أو عن طريق رسالة نصية قصيرة إلى هواتفهم النقالة ، وهذه التعليقات تعرف بإستخدام تغريدات .

تم إنشائه في مارس 2006م بواسطة الأمريكي جاك درزي ، تم إطلاقه في شهر جويلية من نفس العام ، ووفقا للإحصائيات فإن عدد مستخدمي تويتر بلغ في شهر مارس 2006م حوالي 200 مليون مستخدم وقد

⁶ - مركز المحتسب للإستشارات، دور مواقع التواصل الاجتماعي في الإحتسابوتويتر نموذجاً ، دار المحتسب للنشر والتوزيع ، المملكة العربية السعودية ، الطبعة الأولى ، ص 34.

⁷ - بخوش وليد ونصيب أسماء ، تأثير الفيس بوك على القيم الإجتماعية لدى الطالب الجامعي ، مجلة الجامع في الدراسات النفسية والعلوم التربوية ، العدد : 06 ، الجزائر ، 2017 ، ص 162.

إشتهر تويتر بشكل عام بشكل سريع عالميا حتى وصلت عدد تغريداته يوميا 100 مليون تغريدة ، ويصفه البعض بأنه موقع رسائل الأنترنت النصية القصيرة sms of internt ، وفي سنة 2007م قامت الشركة بفصل الخدمة عن الشركة وتكوين شركة جديدة باسم twitter ومع إزدياد أعداد من يستخدمه لتدوين أحداثهم اليومية ، قرر محرك البحث غوغل أن يظهر ضمن نتائجه تدوينات التويتر كمصدر للبحث إبتداء من 2009م .

ومع هذا النمو تحول تويتر إلى وسيلة تدوين مصغرة فائقة القوة متعددة الإستخدامات من التسويق إلى الإعجاب بالمشاهير وتوزيع الإخبار ، وحتى المساعدة في عمليات الإغاثة والإنقاذ كما حصل خلال كارثة زلزال تسونامي في اليابان وهذا النمو لم يقتصر على عدد التغريدات ، ولكن عدد المشتركين في المواقع تزايد أيضا ففي مارس 2011م بعد حدوث الزلزل أضاف الموقع 572 ألف مشترك جديد ، وفي جويلية من عام 2011م بلغ عدد متوسط الإشتراكات الجديدة اليومية في الموقع 460 ألف حساب جديد ، وفي الشهر نفسه أعلن تويتر أن عدد المغردين بواسطة هواتفهم النقالة زاد بمعدل 82 بالمائة عن العدد الذي كان عليه في السابق .⁸

يوتيوب " Youtube " :

هو موقع إلكتروني يسمح لمستخدميه برفع التسجيلات المرئية ومشاهدتها ومشاركتها والتعليق عليها وغير ذلك ، أسس الموقع في 14 فبراير / شباط 2005م ، من قبل ثلاثة موظفين سابقين من شركة " باي بال " وهم تشاد هيرلي و ستيف تشن وجاود كريم في مدينة سان برونو ، في مقاطعة سان ماتيو بولاية كاليفورنا الأمريكية ويعمل فيه حاليا 67 موظفا وينتشر ب 54 لغة .

في أكتوبر/ تشرين الأول 2006م أعلنت شركة غوغل عن الوصول لإتفاقية لشراء الموقع مقابل 1.65 مليار دولار أمريكي ، وإختارت مجلة تايم الأمريكية موقع يوتيوب على الأنترنت رجل عام 2006م لدوره في إعطاء الفرصة لزواره في إنتاج المواد التي يعرضونها في الموقع ، يعد الفيديو المرفوع من قبل جاود كريم بعنوان " أنا في حديقة الحيوان " ، أول فيديو يتم رفعه على موقع اليوتيوب بتاريخ 23 أبريل / نيسان 2005م وتبلغ مدته 18 ثانية بحسب موقع اليوسكا ، يوتيوب هو ثالث أكثر المواقع شعبية في العالم بعد فيس بوك وغوغل ، في

⁸ - سليمة قسمية و صابرينة قريبي ، العنف اللفظي في مواقع التواصل الاجتماعي - تويتر نموذجا - ، مذكرة مقدمة لنيل متطلبات شهادة الماجستير ، جامعة قاصدي مرباح ورقلة - الجزائر ، 2015-2016م ص 17-18.

يوليو / تموز 2006م صرح المسؤولون عن الموقع بأن عدد مشاهدة الأفلام من قبل الزوار ككل يصل إلى 100 مليون يوميا وقد بلغ عدد مستخدمي موقع اليوتيوب أكثر من مليار مستخدم في عام 2015م في أغسطس / آب 2006م ، ذكرت الـوول ستريت جورنال أن الموقع يستضيف 6.1 مليون فيلم بسبعة تيرابايت في 2008م إستهلك الموقع قدرا من حجم تدفق البيانات مماثلا لإستهلاك العالم لجميع مواقع الإنترنت في عام 2000م ، ويتم رفع 13 ساعة تقريبا من الأفلام في كل دقيقة بعد إطلاق يوتيوب أصبح من السهل نشر الأفلام ليشاركها المستخدمون حول العالم وأصبح العديد من الهواة ينشرون مقاطع مصورة بشكل مستمر ، ولا يسمح في يوتيوب بوضع أفلام لها حقوق نشر محفوظة من دون إذن صاحب العمل كما لا يسمح بوضع الأفلام الإباحية أو الأفلام التي تسيئ لشخصيات معينة أو الأفلام الفاضحة أو الإعلانات التجارية أو الأفلام التي تشجع على الإجرام .

سناب شات "snapchat":

هو تطبيق رسائل مصورة وضعه إيفان شبيغل وروبرت مورفي ، ويمكن للمستخدمين عن طريق التطبيق إلتقاط الصور وتسجيل الفيديو وإضافة نص ورسومات وإرسالها إلى قائمة التحكم من المتلقين ، يعين المستخدمون مهلة زمنية لقطاتهم من ثانية واحدة إلى 10 ثوان وبعد إرسالها تبقى مدة 24 ساعة فقط ثم تختفي من الجهاز المستلم وتحذف من الخوادم الخاصة سناب شات وقد رفض الرئيس التنفيذي لتطبيق سناب شات في نوفمبر / تشرين الثاني 2013م العرض المقدم من شركة غوغل للإستحواذ على تطبيقه بقيمة 4 مليار دولار أمريكي بعدما تلقى عرضا من قبل فيس بوك وقد رفض شبيغل كلا العرضين إيمانا منه بأن قيمة تطبيقه سترتفع في المستقبل نتيجة للنمو المتزايد الذي حققه التطبيق.

واتس أب "whatsapp":

واتس أب تطبيق مراسلات فورية ويمكن بالإضافة إلى الرسائل الأساسية للمستخدمين إرسال الصور ، الرسائل الصوتية ، الفيديو والوسائط ، تأسس عام 2009م

من قبل الأمريكي بريان أكتون والأوكراني وجان كوم " الرئيس التنفيذي " وكلاهما من الموظفين السابقين في موقع ياهو ، ويقع مقرها في سانتا كلارا الأسيوية وهو متاح لكل من : أي فون ، بلاك بيري ، أندرويد ،

سيمبيان ، ويندوز فون 8 ، الأي باد بصورة غير رسمية ويتزامن مع جهات الإتصال في الهاتف لذلك لا يحتاج المستخدم لإضافة الأسماء في سجل منفصل .

تم إرسال عشرة مليارات رسالة يومية على الواتس أب في أغسطس / آب 2012م كما زادت مليارين في أبريل / نيسان 2012م ، وفي 13 يوليو / حزيران 2013م أعلنت واتس أب أنها وصلت إلى 27 مليار رسالة وإستحوذت شركة فيس بوك على الواتس أب في 19 فبراير / شباط من العام 2014م ، بمبلغ 19مليار دولار أمريكي وفي يناير كانون الثاني 2015م ، أعلن الرئيس التنفيذي عن بلوغ عدد المستخدمين النشطين شهريا أكثر من 700مليون مستخدم⁹.

سكايب Skype:

هو برنامج تجاري تم إبتكاره من قبل كل المستثمرين السويدي نيكولاس زينشتروم والدنماركي يانوس فريس ، مع مجموعة من مطوري البرمجيات ، ويمكن هذا البرنامج مستخدميه من الإتصال صوتيا (هاتفيا) عبر الأنترنت بشكل مجاني بالنسبة لمستخدمي هذا البرنامج ، لكنه مع تكلفة بسيطة في حال الإتصال بخطوط الهاتف الثابتة أو الجوال وقد إشترت شركة مايكروسوفت هذا البرنامج بمبلغ 8.5 مليار دولار في مايو عام 2008م ، وقد قامت شركة مايكروسوفت بتطوير برنامج سكايب و إستحداث خدمة جديدة تدعى سكايب في مساحة العمل (Skype in the workspace) ، وهي خدمة خاصة برجال الأعمال والشركات الصغيرة الحجم حيث تتيح هذه الخدمة لهم الإعلان عن منتجاتهم والترويج لها كما تتيح لهؤلاء الإتصال والتفاعل مع عملاء شركاتهم وزبائنهم إضافة إلى الكثيرين ممن يتوقع تعاملهم مع الشركة ومنتجاتها .

ويستخدم هذا البرنامج في المؤسسات التعليمية للتدريس والمحاضرات ، كما يستخدم سكايب في نقل الأخبار وإجراء المقابلات التلفزيونية مع مراسلي وكالات الأنباء ومع المحللين السياسيين والعسكريين ، وقد أدى برنامج سكايب خدمات جليلة للثوار في سوريا ، خاصة بعد إنقطاع خدمة الأنترنت عنهم حيث تمكن الناشطون من التواصل مع بعضهم داخل سوريا وخارجه ، وقد إنتشر استخدام الهواتف الجواله بالأقمار الصناعية وأجهزة المودم الهاتفية بين الثوار السوريين لإستخدامها عن طريق برنامج سكايب .

ماي سبيس Myspace:

⁹ - مركز المحتسب للإستشارات، نفس المرجع السابق ، ص 35-38.

وهو موقع يقدم خدمات الشبكات الاجتماعية ، ويتيح التفاعل بين الأصدقاء إضافة إلى تقديم خدمات تفاعلية أخرى كالمدونات ونشر الصور والموسيقى وأفلام الفيديو .

ويعتبر ماي سبيس أكبر موقع على الويب الإنجليزية شعبية في العالم وثالث موقع شعبية في الولايات المتحدة الأمريكية ، وكان موقع ماي سبيس أقوى مواقع الشبكات الاجتماعية قد حاز على إهتمام الكثيرين عام 2006م ، ولكن شعبية الموقع بدأت بالتراجع بعد أن قامت شركة — نيوز كويب — والتي يملكها إمبراطور الإعلام روبرت مردوخ بشراؤه بمبلغ 580 مليون دولار وإستمرت شعبية الموقع بالتراجع خاصة بعد ظهور موقع الفيس بوك الذي اجتذب الملايين من المستخدمين لشبكات التواصل الإجتماعي وقد اضطرت شركة نيوز كويب إلى بيع موقع ماي سبيس بسعر زهيد جدا قياسا بالمبلغ الذي إشتريته به ، حيث قامت ببيع هذا الموقع بمبلغ 35 مليون دولار .

فيلكر Flickr:

وهو موقع لمشاركة الصور وحفظها وتنظيمها ، كما هو موقع لهواة التصوير على الأنترنت ويتيح هذا الموقع لمستخدميه خدمة التشارك في الصور كما يتيح خدمة التعامل مع الزائرين عن طريق تخصيص مساحة للتعليق .

تم تطوير الموقع عام 2002م ، من قبل شركة لودي كورب (Ludicorp) في كندا وقامت الشركة بإطلاقه من الموقع لأول مرة 2004م وفي سنة 2005م ، تم بيع شركة لودي كورب إلى شركة ياهو وتم نقل جميع محتويات الموقع إلى الولايات المتحدة الأمريكية ، ويتم حفظ الصور للزائرين بحيث يستطيع أي متصفح للموقع مشاهدتها ويمكن لمن يقوم بتحميل الصور أن يجعلها خاصة بحيث لا تتاح فرص الإطلاع عليها إلا لصاحب الحساب ، أو لمن يسمح له بذلك .

ويستطيع صاحب الحساب أن يضيف أي صور على الموقع من خلال بريده الإلكتروني أو من خلال الموقع مباشرة ، أو عن طريق الهواتف النقالة التي تحتوي كاميرا رقمية كما يوجد في الموقع خدمة أرشفة الصور وتخزينها بحيث يستطيع مالك الحساب الدخول إلى الصور مباشرة أو من خلال عنوانها المباشر كما يتيح الموقع الفرصة للتعرف على المصورين والتواصل معهم والإستفادة من خبراتهم وقد تم إطلاق تحديث جديد من شأن تطبيقه أن يسهل إظهار الصور الفردية بدقة أفضل ويسهل عملية الإشتراك للمستخدمين الجدد ، كما يسرع عملية عرض الصور .

وتتيح وظيفة Session Photo لهذا الموقع المستخدمين إمكانية عقد ندوات افتراضية يصل المشاركون فيها إلى عشرة أشخاص يستطيعون الإطلاع سويًا على صور فوتوغرافية على الإنترنت ، ويستطيعون تبادل الآراء حولها عن طريق الدردشة وهذا يتطلب من المستخدمين إختيار الصور وإرسال رابط link ، إلى بقية المستخدمين المشاركين في هذه الندوة وينبغي لمن يشارك في هذا الموقع أن يحتفظ بنسخ من كافة الصور التي يقوم برفعها عليه ، حيث يمكن للقائمين على هذا الموقع حذف كافة ما يحتويه حساب أي شخص من صور على الموقع سواء عن طريق الخطأ أو بشكل مقصود كمتخالف المشترك (صاحب الحساب) لتعاليم الموقع .

لينكدان LinKedin:

وهو موقع متخصص في قطاع الأعمال والشركات ويقدم هذا الموقع العديد من المزايا للشركات ورجال الأعمال ، حيث يقوم بتسهيل عملية الحصول على الموظفين المرشحين للعمل حيث يتيح الموقع لينكدان للأشخاص عرض سيرتهم الذاتية المفصلة ، وتستطيع الشركات إجراء البحث عن هؤلاء عبر كلمات مفتاحية . ويمكن للشركات الباحثة عن الموظفين التأكد من صحة المعلومات ، عن طريق الجهات التي عمل فيها الموظف أو من موقع لينكدان نفسه وفي ذلك توفير لإستخدامالعنصر البشري في الشركة ، كما أتاح موقع لينكدان في تحديثات جديدة تمت 2010م للمهتمين خدمة التفاعل ومتابعة أخبار الشركات من حيث فرص العمل الجديد ومتابعة أي تغيرات تطرأ على المستخدمين لدى الشركة ، إضافة إلى تحديث بيانات الشركة .

ولكن مقابل هذه الفوائد لهذا الموقع بعض السلبيات فإنه يعاني مما تعاني منه بعض المواقع الأخرى من إمكانية إختراق حسابات مستخدميه ، فعلى سبيل المثال تمكن هاكلر روسي من إختراق موقع لينكدان وسرقة أكثر من ستة ملايين ونصف رقم سري ، مما أثار تساؤلات عديدة عن مدى الأمن والحماية التي يقع بها رجال الأعمال والشركات التي تستخدم هذا الموقع .

الهاتف النقال " الخليوي " الجوال :

وهو أحد أشهر وسائل الإعلام الجديد ووسائل الإتصال ، يعتمد على الإتصال اللاسلكي عن طريق شبكة أبراج موزعة في منطقة معينة وبدأ بإستعماله عام 1947م والهاتف بشكل عام هو وسيلة إتصال بين الناس ، يمكن بواسطته تسهيل قضاء حاجات وتحقيق تبادل بين الناس يمكن بدون إستعمال الهاتف أن تستغرق وقتًا طويلاً يتطلب قطع مسافات وإستهلاك أوقات وجهود كبيرة .

وبالتالي فالهاتف وسيلة تقريب بين الناس وتوثيق العلاقات والروابط بينهم والهاتف الجوال بين أنواع الهواتف مميزات خاصة ، حيث يعتبر تطورا مهما في وسائل الإتصال والتواصل الإجتماعي فقد أصبح بإمكان أي إنسان مهما بلغت ثقافته أو درجة تعليمه أن يستعمل الهاتف أينما كان ويتواصل بإجراء الحديث أو بإرسال رسائل قصيرة مع أي كان في أي زمن ومن أي مكان ، دون أن يضطر إلى الذهاب إلى موقع تلفون في محل أو بيت أو إلى تلفون عمومي بل أصبح بفضل إنتشار إستعمال الهاتف الخليوي الإستغناء عن الهاتف الأرضي حتى في البيوت والمحلات .

ولا يقتصر عمل الهاتف الجوال على كونه أداة إتصال صوتي أو مقروء عن طريق الرسائل بل أصبح بالإمكان إستخدام هذا الهاتف كجهاز حاسوب محمول باليد يستطيع حمله معرفة أحر الأخبار السياسية والإقتصادية والرياضية فور حدوثها عبر طريق الإشتراك في خدمة الأنترنت ، أو الربط مع القنوات الفضائية كما يمكن إستخدام هذا الهاتف كوسيلة إعلان تتيح من خلاله النشر والإطلاع على الإعلانات المختلفة.¹⁰

خصائص ومميزات مواقع التواصل الاجتماعي :

تتميز الشبكات الاجتماعية بعدد مميزات منها ما يلي :

أ — العالمية : بحيث تلغي الحواجز الجغرافية والمكانية ، وتتحطم فيها الحدود الدولية حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب ، في بساطة وسهولة .

ب — التفاعلية: فالفرد فيها كما أنه مستقبل وقارئ ، فهو مرسل وكاتب ومشارك ، فهي تلغي السلبية المقيتة في الإعلام القديم — التلفاز والصحف الورقية — وتعطي حيز للمشاركة الفاعلة من المشاهد والقارئ.

ت — التنوع وتعدد الإستعمالات : فيستخدمها الطالب للتعلم ، والعالم لبث علمه وتعليم الناس ، والكاتب للتواصل مع القراء ... وهكذا .

ث — التوفير والإقتصادية: إقتصادية في الجهد والوقت والمال ، وفي ظل مجانية الإشتراك والتسجيل ، فالفرد البسيط يستطيع إمتلاك حيز على الشبكة للتواصل الاجتماعي ، وليست ذلك حكرا على أصحاب الأموال او

¹⁰ - علي خليل شقرة، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي) ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، الأردن — عمان ، 2014م ، الطبعة الأولى ، ص 78 — 85.

حكرا على جماعة دون أخرى إضافة إلى هذه المميزات التي سبق ذكرها هناك مميزات أخرى حصرتها الدكتور
بشرى جمال الراوي في النقاط التالية :

- المرونة وإثبات فكرة الجماعة المرجعية بمعناها التقليدي ، فالجتمعات الافتراضية لا يتحدد بالجغرافيا بل بالإهتمامات المشتركة التي تجمع معا أشخاصا لم يعرف كل من الآخر بالضرورة قبل الإلتقاء إلكترونيا .
 - لم تعد تلعب حدود الجغرافيا دورا في تشكيل المجتمعات الافتراضية ، فهي مجتمعات لا تنام يستطيع المرء أن يجد من يتواصل معه في المجتمعات الافتراضية على مدار الساعة .
 - ومن سماتها وتوابعها أنها تنتهي إلى عزلة ، على ما تعد به إنفتاح على العالم وتواصل مع الآخرين ، هذه المفارقة يلخصها عنوان كتاب لشيري تيركل " نحن معا لكننا وحيدان / وحيدون : لماذا أصبحنا ننتظر من التكنولوجيا أكثر مما ينتظر بعضنا من بعض ؟ ، فقد أغنت الرسائل النصية القصيرة وما يكتبون ويتبادلون من الفيس بوك والبلاك بيري عن الزيارات ، من هذا لم تعد صورة الأسرة التي تعيش في بيت واحد بينما ينهمك كل فرد من أفرادها في عالمه الافتراضي الخاص ، لم تعد مجرد رسم كاريكاتيري بل حقيقة مقلقة تحتاج مزيدا من الإلتباه والإهتمام .
 - لا تقوم المجتمعات الافتراضية على الجبر أو الإلزام بل تقوم في مجملها على الإختيار .
 - في المجتمعات الافتراضية وسائل تنظيم وتحكم وقواعد لضمان الخصوصية والسرية ، قد يكون مفروضا من قبل القائمين وقد يمارس الأفراد أنفسهم في تلك المجتمعات الحجب أو التبليغ عن المداخلات والمواد غير اللائقة أو غير المقبولة.
 - أنها فضاءات رحبة مفتوحة للتمرد والثورة — بداية من التمرد على الخجل والإلتواء وإنتهاء بالثورة على الأنظمة السياسية .
 - تتسم المجتمعات الافتراضية بدرجة عالية من اللامركزية وتنتهي بالتدرج إلى تفكك مفهوم الهوية التقليدي ، ولا يقتصر تفكيك الهوية على الهوية الوطنية أو القومية بل يتجاوزها إلى الهوية الشخصية ، لأن نت يرتادونها في أحيان كثيرة بأسماء مستعارة ووجوه ليست وجوههم ، وبعضهم له أكثر من حساب .¹¹
- وتتسم مواقع التواصل الإجتماعي أيضا بـ :

¹¹ - توتاو بصيلحة ، إستخدام الأبناء لشبكات التواصل الاجتماعي و إنعكاساتها على العلاقات الأسرية ، مذكرة مقدمة لنيل متطلبات شهادة الماجستير في علم النفس التربوي ، جامعة وهران 2 ، 2014 — 2015م ، ص 81 — 83.

التلقائية :

يتم التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي ، بأنه تلقائي وغير رسمي أو متوقع فليس هناك تخطيط أو تنسيق للتواصل بين الأعضاء وكذلك عدم وجود لوائح وقيود تنظيمية تحكم ذلك التواصل فهو يتسم بالتلقائية بين طرفي الإتصال .

قلة الكلفة :

إن التسجيل في شبكات التواصل الاجتماعي مجاني فعلى الصفحة الرئيسية لشبكة الفيس بوك مكتوب " مجاني ويبقى مجاني "

سهولة الإستخدام :

لا يحتاج العضو إلى مهارات خاصة لإستخدام شبكات التواصل الاجتماعي ، ومعظم شبكات التواصل الاجتماعي توفر صفحات خاصة باللغة الرسمية لكل مجتمع .

الحضور الدائم غير المادي :

إذ تتطلب عملية الإتصال الحضور الدائم ، إذ يمكن للعضو الإتصال بالعضو الأخر عن طريق ترك رسالة نصية أو صور أو معلومات عن أفلام أو موسيقى أو غيرها من حال إهتمام الشخص الأخر ، الذي يمكن أن يرد عليه بالطريقة نفسها من دون أن يلتقيا في وقت متزامن كما يمكن لهما الإتصال مباشرة ، وهذا لا يتوفر في وسائل الإتصال التقليدية التي تشترط التزامن للقيام بعملية التواصل بين طرفي الإتصال .

الإفنتاج :

يمثل محتوى المرسل من المستخدمين ، أغلبية المحتوى المنشور على مواقع التواصل الاجتماعي وذلك يزيد الرغبة لدى الأعضاء بالمزيد من التواصل والتفاعل و المشاركة لأنهم هم من يقوم بعملية إنتاج المحتوى عكس وسائل الإعلام التقليدية التي يمثل بها الشخص دور المتلقي أو المستهلك للمحتوى .

دعم التجمعات :

أي تتوافر في شبكات التواصل الاجتماعي ، خدمة تتيح للأشخاص بإنشاء مجموعات تشترك بالإختصاص أو الإلتناء الديني أو الاجتماعي مثل الفيس بوك .

المرونة :

إمكانية فتح تلك الشبكات عن طريق الهواتف المتنقلة فلا يشترط وجود جهاز حاسوب للولوج لتلك الشبكات بل إن الشركات المنتجة للأجهزة المحمولة أصبحت تضمن أنظمة التشغيل ، تطبيقات خاصة تسمى برامج التواصل الإجتماعية .

عالم إفتراضي للتواصل :

إن شبكات التواصل الاجتماعي ، أصبحت تزاخم الجلسات والمجالس العائلية والاجتماعية ولم يعد السفر مشروطا لرؤية الأصدقاء أو سماع أصواتهم أو للبيع والشراء أو الدراسة .

إذابة الفواصل الطبقية :

إذ توفر شبكات التواصل الاجتماعي فرصة للإتصال بالدعاة ، وطلبة العلم والأدباء والعلماء بصورة مباشرة دون وسائط .¹²

المبحث الثاني :

المطلب الأول :

تعريف موقع اليوتيوب :

هو أحد أشهر المواقع الإلكتروني على شبكة الأنترنت وعنوانه www.youtube.com

¹² - حسين محمود هتيمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، الأردن — عمان ، 2015م ، الطبعة الأولى ، ص 85 — 87.

وتقوم فكرة الموقع على إمكانية إرفاق أي ملفات تتكون من مقاطع الفيديو على شبكة الأنترنت ، دون أي تكلفة مالية فبمجرد أن يقوم المستخدم بالتسجيل في الموقع يتمكن من إرفاق أي عدد من هذه الملفات ليراهها ملايين الأشخاص حول العالم ، كما يتمكن المشاهدون من إدارة حوار جماعي حول مقطع الفيديو من خلال إضافة التعليقات المصاحبة ، وهو ظاهرة ثقافية عالمية إتصالية إنطلقت منه عشرات الأفكار باستخدام كلمة Tube مقترنة بالعديد من المسميات لمواقع فيديو دينية وسياسية .¹³

ويعتبر موقع يوتيوب من أهم مواقع الشبكات الاجتماعية المتخصصة في مشاركة ونشر الفيديو بالنسبة للزائر يتطلب تشغيل الفيديو تقنية أدوبي فلاش ، ليعرض الفيديوهات الموجودة على صفحاته .

ولقد تأسس موقع اليوتيوب في فبراير من سنة 2005م بواسطة ثلاثة موظفين سابقين في شركة باي بال وهم تشاد هيرلي ، وستيف تشن ، وجاود كريم ، في مدينة كاليفورنيا ويستخدم الموقع تقنية الأدوبي فلاش لعرض المقاطع المتحركة ، حيث أن المحتوى يتنوع بين مقاطع الأفلام والتلفزيون ومقاطع الموسيقى ، والفيديو المنتج من قبل الهواة وغيرها ، ويعد الفيديو المرفوع من قبل جاود كريم بعنوان " أنا في حديقة الحيوان " أول فيديو يتم رفعه على موقع اليوتيوب وكان بتاريخ 23 أبريل 2005م

وتبلغ مدته 19 ثانية ومنذ ذلك الوقت تم رفع المليارات من الأفلام القصيرة وشاهدها الملايين من أبناء المعمورة وبكل اللغات ليصبح ، الموقع الأكثر مشاهدة على الأنترنت وإشترت شركة غوغل هذا الموقع في العام 2006م بحوالي مليار وستمئة وخمسون مليون دولار وقد إنتشر استخدام هذا الموقع " youtube " ، إنتشارا مذهلا في شتى بقاع العالم بسبب ميزة قصر مدة الفيديو على هذا الموقع مقابل المادة التلفزيونية الطويلة نسبيا والتي قد لا تتناسب مع السرعة التي هي سمة هذا العصر¹⁴

ويعتبر موقع اليوتيوب من الوسائط التفاعلية التي تحتوي عليها شبكة الأنترنت وإحتوائه على مقاطع الفيديو السمعية البصرية ، وحتى التفاعلية التي تمكن الأفراد من رفعها وإنزالها والتعليق عليها بل يعتبر من أكثر المواقع

¹³ - بالعربي أمال ، تأثير استخدام اليوتيوب على الطلبة الجامعيين ، مذكرة مقدمة لنيل متطلبات شهادة الماستر في علوم الإعلام والإتصال ، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم ، 2017 - 2018 م ، ص 59.

¹⁴ - بالعربي أمال ، نفس المرجع ، ص 60.

على الأنترنت متابعة ، لخصائصه التي يتميز بها عن باقي المواقع الأخرى وتوفيره لمختلف المجالات والجوانب بسهولة وأكثر سرعة .¹⁵

ويعرف اليوتيوب بأنه " موقع إلكتروني يسمح ويدعم نشاط تحميل وتنزيل مشاركة الأفلام بشكل عام ومجاني ، وهو يسمح بالتدرج في تحميل وعرض الأفلام القصيرة من أفلام عامة يستطيع الجميع مشاهدتها إلى أفلام خاصة يسمح فقط لمجموعة معينة بمشاهدتها .. وقد أصبح اليوتيوب اليوم موقعا رئيسيا للفنانين والسياسيين والهواة على حد سواء لبث مقاطع الأفلام الخاصة بترويج أفلامهم وأغانيهم أو منتجاتهم للعامة ومجانا ، بل تطور اليوتيوب لتستخدمه الجامعات والحكومات لبث برامج التوعية أو الحصص الإلكترونية عبره .¹⁶

خصائص ومميزات اليوتيوب :

- من أبرز الخصائص الرئيسية التي يتميز بها موقع اليوتيوب يمكن إجمالها فيما يلي:
- يضم الموقع مجموعة واسعة من محتوى الفيديو بما في ذلك الأفلام ومقاطع تلفزيونية وأشرطة الفيديو ، والموسيقى بالإضافة إلى هواة المحتوى كالمدونين وأشرطة الفيديو القصيرة.
- يمكن للمستخدمين غير المسجلين مشاهدة معظم أشرطة الفيديو على المواقع .
- يمكن الإشارة إلى بعض محتويات الفيديو غير لائقة أو لا تناسب القصر.
- إضافة عنوان رئيس يصف الفيديو
- تصف الفيديو في كلمات بسيطة لتسهيل تصنيفه tags تضاف كلمات أو "التاجز"
- يمكن إنشاء قنوات منفصلة لكل مستخدم
- إحتواء الموقع على مقاطع فيديو ذات صلة بمحتوى الفيديو ، حيث يستدل عليها موقع اليوتيوب من خلال عنوان مقطع الفيديو المحتمل والكلمات "التاجز" المستخدمة في وصفه

¹⁵ - رقاد الجيلالي ، الخطاب الديني لمواقع التواصل الاجتماعي وأزمة الضبط المرجعي للتدين السائل ، مجلة الدراسات الإعلامية ، العدد : 5 ، ألمانيا ، 2018م ، ص 30.

¹⁶ - خالد غسان يوسف المقدادي ، ثورة الشبكات الاجتماعية ، دار النفائس ، القدس ، السنة 1434هـ - 2013م ، الطبعة الأولى ، ص 43-44.

— يمكن الإشتراك والتسجيل في قناة معينة لتصل رسالة إلكترونية إلى البريد المسجل في هذه القناة تخبره بمجرد مقاطع الفيديو التي تم تحميلها.¹⁷

— كما يعتبر موقع اليوتيوب وسيلة تعليمية يمكن من خلالها زيادة إثراء المعارف والخبرات التعليمية للمستخدم ، وللتعلم من متعلمين أو مدرسين أكثر خبرة منه كما يعتبر موقعا هاما لتبادل الأفكار والعادات والتقاليد ونشرها كمقاطع فيديو بين الناس وموقع اليوتيوب موقع ضخم جدا من مقاطع الفيديو التعليمية عالية الجودة ، كما أن هناك نسبة من متصفح الموقع تتراوح أعمارهم بين 6 — 11 سنة ، وهذا يعني وجود قيود صارمة يفرضها الموقع على المحتوى غير المرغوب به أو الغير أخلاقي حتى تتوفر بيئة تعليمية مناسبة لهذه الأعمار .

— زيادة تحفيز وتفاعل الطلبة والمعلمين على حد سواء في الصف الدراسي .

— يعزز روح المناقشة الفاعلة بين المتعلمين .

— الاستفادة لأقصى حد ممكن من وسائل الإعلام الجديدة لنقل المعرفة والمعلومات .

— يمكن إستخدام اليوتيوب كمكتبة إفتراضية لدعم الدروس والمحاضرات .

— أحد أدوات التعليم والتعلم المجاني ، وبالتالي يوفر مبالغ طائلة على التعلم في حال تم إستخدامه بطريقة فعالة .

وقد أشارت العديد من المؤتمرات العلمية كمؤتمر التربية وتكنولوجيا التعليم الذي إنعقد في فلسطين عام 2010 م ، بضرورة توظيف تكنولوجيا الإنترنت الحديثة في عملية التعليم والتعلم ، كما أوصت دراسات قيمة بوجوب إستخدام مواقع الفيديو الحديثة وخاصة اليوتيوب في العملية التعليمية .¹⁸

ويعتبر موقع يوتيوب من أروع إبتكارات مواقع التواصل الإجتماعي وذلك بسبب مزاياه المتعددة :

1— جعل اليوتيوب إمكانية توثيق الأحداث بتفاصيلها ممكنة :

¹⁷ — محمد محمدعليان ، أثر بعض الوسائط التعليمية المقترحة عبر الشبكة العالمية على التحصيل لدى طلاب الصف التاسع في مبحث الجغرافيا بمحافظة خانينوس ، مذكرة مقدمة لئيل متطلبات شهادة الماجستير في التربية ، جامعة الأزهر ، غزة ، ص 1436هـ — 2015م ، ص 48 — 49 .

¹⁸ — مشاعل بنت ناصر آل كدم ، أثر إستخدام موقع اليوتيوب على الإنترنت في رفع مستوى مهارات الإستماع والتحدث لدى طلبة معهد تدريس اللغة العربية لغير الناطقين بها ، مجلة كلية التربية الأساسية للعلوم التربوية والإنسانية ، العدد : 42 ، السعودية ، 2019 ، ص 403 .

بل وسهلة جدا ، فلا يكاد يحدث في ليل أو نهار إلا ويصور ويسجل في نفس اللحظة ممن شهدوا هذا الحدث حيث أصبحوا كصحفيين ومراسلين للصحافة ووكالات الأنباء يزودونها بالأخبار مقروءة ومسموعة ومشاهدة أولا بأول ولنقارن بين إطلاع العالم في يومنا هذا على كافة الفظائع وجرائم القتل والدمار التي تحدث في بعض دول العالم العربية ، وفي أنحاء أخرى من العالم وكيف يستطيع كل إنسان في أي بلد عربي أو غير عربي مشاهدة كل ذلك لحظة وقوعه ، ويبين ما عانت منه كثير من الشعوب العربية من مجازر ودمار وتشريد في حين كان العالم لا يسمع بوقوع الحدث إلا بعد إنتشاره الذي قد يستغرق وقتا طويلا يذهب بأثره وإذا إنتشر فلا يوثق مما عرض الكثير من الأحداث المهمة إلى تدخل الأهواء والمصالح في نقلها إلى درجة الكذب والتزوير .. فالتوثيق هو بلا شك عظمة أسداها موقع اليوتيوب للعالم أجمع .

2 — يتيح اليوتيوب إمكانية إعادة المشاهدين لمرات عديدة وحسب الطلب :

وذلك لنفس الحدث مما يجعل من أي حدث في كل حين مهما إبتعد الزمن ، وهذا يحدث أكبر الأثر في ترسيخ أدق المشاهد في الذهن ، يؤثر في الآراء بشكل كبير فعلى سبيل المثال ، مقاطع الفيديو الخاصة بأحداث 11 سبتمبر 2001م في الولايات المتحدة بما تحويه من مشاهد الدمار والقتل فقد أتيح للملايين من الناس تكرار مشاهدة هذه الأحداث عبر اليوتيوب ، مما ساهم في ترسيخ المقولات والإدعاءات الأمريكية بحربها على الإرهاب وفي توفير أنصار ومؤيدين لها في البداية على الأقل كما أن تكرار عرض عرض المشاهد قد يوفر إمكانية إكتشاف جوانب من الأحداث وحقائق يمكن أن لا يتم ملاحظتها في مشاهدة أو مشاهدتين.

3 — إضافة إمكانية مشاهدة الفيديوهات الخاصة :

بحيث يستطيع مستخدم اليوتيوب أن يدخل على الكثير من هذه المشاهد المتعلقة بموضوع معين ، ويتمكن من رؤيتها مما يساهم مساهمة كبيرة وفعالة في زيادة معلوماته عن الموضوع ويوسع مداركه عنه كما تم إعطاء مساحة للمشاركة في إبداء الرأي حول المشاهد المعروضة عبر اليوتيوب ، مما يتيح للتفاعل بين كافة المشاهدين إثراء الموضوع بالآراء المختلفة .

4 — إعطاء إمكانية للمستخدمين الذين يعرفون مقاطع الفيديو على اليوتيوب :

وذلك بإجراء تعديلات على هذا المقاطع ، والتأكد من إعتقاد التعديل فورا.

5 — سهولة الإستعمال والمشاهدة :

حيث يستطيع كل إنسان مهما كانت ثقافته ومستواه العلمي أن يقوم بتحميل الأفلام ومشاهدتها.

6 – اليوتيوب عام ومجاني :

حيث أنه متاح لكافة الناس ، يستطيع كل من يسجل في الموقع أن يقوم بتحميل ما يشاء من أفلام ضمن شروط وضوابط معروفة ومنشورة في الموقع .

7 – توفر إمكانية ترجمة ما ينشر على اليوتيوب :

من محاضرات وخطابات ومعلومات ، إلى عدة لغات ترجمة فورية بحيث يستطيع أي مستخدم الاستفادة مما ينشر على اليوتيوب بأي لغة كانت .

إضافة إلى ما يوفر هذا الموقع من خدمات جليلة وعظيمة للمستخدمين ومن تمكينهم من التواصل والتفاعل ، فإن هناك بعض السلبيات التي تعترض طريق هذا الموقع في أداء مهمته .¹⁹

إحصائيات حول موقع اليوتيوب :

بدأت منصة يوتيوب نشاطها في 14 فيفري 2005م ، وأطلق هاته المنصة كل : ستيف تشان وتشاد هارلي وحواد كريم والأُن يعتبر اليوتيوب أكثر موقع زيارة في العالم .

— أول فيديو تم رفعه على موقع اليوتيوب كان في 23 أبريل 2005م.

— إجمالي عدد مستخدمي منصة يوتيوب مليار و300 مليون شخص .

— 300 ساعة من الفيديوهات يتم رفعها في موقع يوتيوب كل دقيقة .

— 5 ملايين فيديو يتم مشاهدتها يوميا على اليوتيوب .

— 30 مليون زائر لموقع اليوتيوب يوميا .

— في المعدل الشهري 10/8 من الذين أعمارهم تتراوح بين 18—49 سنة يشاهدون اليوتيوب.

— بحلول سنة 2025 م نصف المشاهدين ممن هم أقل من 32 سنة لن يتمكنوا من الإشتراك في خدمة القنوات المدفوعة .

¹⁹ علي خليل شقرة ، نفس المرجع السابق، ص 92 — 95.

- 10/6 من الناس يفضلون مشاهدة الفيديوهات عبر الأنترنت على مشاهدة البث التلفزيوني المباشر .
- 80 بالمائة من مشاهدات اليوتيوب هي من خارج الولايات المتحدة الأمريكية .
- معدل المشاهدات اليومية لفيديوهات اليوتيوب من على تطبيق الهاتف النقال هو مليار .
- معدل الوقت خلال حصة مشاهدة واحدة من تطبيق اليوتيوب هو 40 دقيقة وهذا المعدل يرتفع بـ 50 بالمائة من عام لآخر .
- المستخدمين 38 بالمائة إناث و 62 بالمائة ذكور .
- معدل المستخدمين بحسب العمر :
- 18 — 24 سنة : 11 بالمائة .
- 25 — 35 سنة : 23 بالمائة .
- 35 — 44 سنة : 26 بالمائة .
- 45 — 54 سنة : 16 بالمائة .
- 50 — 64 سنة : 8 بالمائة .
- أكثر من 65 سنة : 3 بالمائة .
- الغير معروف في العمر : 14 بالمائة .
- أكثر من نصف مشاهدات اليوتيوب هي من خلال الهاتف النقال .
- عادات اليوتيوب من خلال الهواتف النقالة تتضاعف في كل عام .
- الفئة العمرية 18 — 34 يبلغها اليوتيوب أكثر من أي شبكة أخرى في الولايات المتحدة الأمريكية .
- عدد الساعات التي يمضيها الناس يشاهدون اليوتيوب يرتفع في كل عام بنسبة 60 بالمائة وقد إرتفع بشكل سريع منذ عامين .
- تستطيع إستخدام اليوتيوب بـ 76 لغة مختلفة وهي تغطي أكثر من 95 بالمائة من إجمالي لغات مستخدمي الأنترنت .

أطلقت منصة اليوتيوب إصدارات محلية في أكثر من 88 دولة .
9 بالمائة من الأعمال الصغيرة في الولايات المتحدة الأمريكية تستخدم اليوتيوب .
تقريبا 20 بالمائة ممن يشاهدون فيديوهاتك سيغادرون في حدود 10 ثواني الأولى للفيديو لهذا وجب العمل بشكل كبير على المقدمة عند صناعة أي فيديو .

البيانات المالية لليوتيوب :

- التكلفة السنوية وصيانة اليوتيوب تبلغ : 6 مليار و 350 مليون دولار .
- العائدات السنوية لغوغل من خلال اليوتيوب هي : 4 مليار دولار .
- يتيح اليوتيوب 6 بالمائة من إيرادات شركة غوغل من خلال الإعلانات .
- منذ سنة 2007 م دفع اليوتيوب مليار و 250 مليون دولار لأصحاب الحقوق .
- غوغل دفع لليوتيوب في نوفمبر 2006م مبلغ 1.65 مليار دولار .
- سيكوبا كابيت الإستثمرت 11.5 مليون دولار في اليوتيوب في نوفمبر 2005م .
- عائدات الشركاء وصانعي المحتوى إرتفعت بمعدل 50 بالمائة كل سنة في الثلاث سنوات الأخيرة .
- حصل نجوم اليوتيوب من المشاهير إجمالي قدره 127 مليون دولار وهو معدل مرتفع مقارنة بـ 54 مليون دولار سنة 2015 م .
- أعلى شركاء اليوتيوب دخلا هو دانييل ميدلتون بدخل سنوي 16.5 مليون دولار سنة 2017م .
- النجم الأقل عمرا لليوتيوب هو ريان تويوز ريفيو عمره 6 سنوات حصل على 11 مليون دولار سنة 2017م .
- عدد القنوات التي تحصل على 6 أرقام من يوتيوب يرتفع ب 50 بالمائة كل سنة .

— يرتفع عدد المعلنين على يوتيوب من خلال إعلانات الفيديوها إلى 40 بالمائة في كل سنة وبالنسبة لأعلى 100 معلن على موقع اليوتيوب فيرتفع متوسط الإنفاق لكل معلن بنسبة 60 بالمائة لكل معلن.²⁰

المبحث الثالث: علاقة أهازيج ملاعب كرة القدم بالوعي السياسي .

المطلب الأول :

نشأة وتعريف الأهازيج :

يرجع المؤرخين نشأة الألتراس إلى الحمر وتحديدًا لعام 1929م ، حينما أسس أنصار نادي فرنسفاروش مجموعة مشجعين صغيرة شبيهة بصفات الألتراس ، لكن إنتقلت ظاهرة الألتراس فعليًا إلى أوربا وتحديدًا إلى كرواتيا حين شكلت جماهير هايدوكسبليت أول فرقة ألتراس في أوربا ، بعدما أنشأ 113 طالبًا كرواتيا مجموعة تشجيع أطلقت على نفسها لقب " تورسيداسبليت " ، لتؤازر وتساند فريق هايدوكسبليت الكرواتي وتحشد الآلاف من المشجعين في رحلات تستقل القطار لتشجيع ناديها في نهائي الكأس عام 1950 أمام فريق رد ستار وكان لها أثر كبير في فوز هايدوك بتلك البطولة.²¹

وتعرف الألتراس ultras بأنها كلمة لاتينية الأصل وهي تعني بالدقة " فئة من مشجعي الفرق الرياضية معروفة بإنتمائها وولائها الشديد ، غير أنها شاعت عالميًا للتعبير عن الجماعات المنظمة التي تتولى عملية التشجيع في ساحات كرة القدم بشكل احترافي "

ويرجع الباحثون أن هذا النوع من الجماعات تكونت عام 1940 م بالبرازيل وعرفت بإسم Tarcida ، إلا أن الشهرة الحقيقية لها جاءت بعد توطنها في الدول الأوروبية خاصة في إيطاليا خلال الستينيات وذلك لدواع سياسية تتعلق بحالة التعصب المناطقي التي تسود الحياة الإيطالية بشكل عام ، لا سيما بين الشمال والجنوب .

²⁰ - 37 MindBlowingyoutubeFacts, Figures and Statistics-2020-

MerchDope , <https://merchdope.com/youtube-stats> , 20 :15 - 04/05/2020

²¹ — باسل الحمدو ، الألتراس والهوليفانز أعداء الكرة الحديثة والذراع السياسية في الملاعب ، موقع العرب ، 28 فبراير 2015 م
<https://www.google.com/amp/s/alarab.com> تاريخ الإطلاع : 2020/05/03 م على الساعة : 18:39.

وعزز من حضور هذه الجماعات الدوري الإيطالي المعروف بعنفه وضرواة المنافسة بين أندية الكبرى ، لا سيما الممثلة لمناطق الشمال كـ أي سي ميلان ، وأندية العاصمة في مقدمتها روما ، فضلا عن أندية أخرى عريقة أبرزها اليوفنتوس الذي يمتلك أكبر عدد لروابط مشجعين .²²

ظاهرة الهوليانز البريطانية التي كانت عنيفة في التعبير عن نفسها وهي أقرب لعمل العصابات والتي تعني في الأصل " الشخص صاحب السلوك المدمر أو العنيف " بدأت قصة الهوليانز في بريطانيا تحديدا في نهاية الستينيات وبداية سبعينيات القرن الماضي ويختلف الهوليانز عن الألتراس حيث أن الأخير يكون عبارة عن رابطة جماهيرية متجانسة ترتدي ذات الملابس وتتميز بأسلوب تشجيع خاص ، بينما الهوليانز هم مشيرو الشعب في ملاعب كرة القدم والأندية الإنجليزية هي الأولى في العالم التي كان لديها مجموعات الهوليانز وخاصة أرسنال مع مجموعة RedArmy and the herd التابعة للشياطين الحمر نادي مانشستر يونايتد فيما كانت جماهير ليفربول هي الأكثر خطورة وتعصبا إضافة إلى أندية العاصمة لندن وتحديدا تشلسي وتوتنهام هوتسبرز.²³

وبخلاف ظاهرة الهوليانز فإن أول ألتراس تم تأسيسه كان يضم في صفوفه كل طبقات المجتمع الفقراء والأغنياء وكان الهدف هو خلق أجواء إيجابية تشجع الفريق على مزيد من العطاء وبالفعل نجحت الفكرة بتشجيع من مسيري الأندية الذين رآوا في الفكرة فرصة للرفع من مداخيل الأندية ، وبلوغ سنة 1980 كانت جميع الأندية الأوروبية التي تلعب في الدوريات الكبرى تتوفر على ألتراس خاصة بها ، يؤمن المتمون لمجموعة الألتراس بأنهم يعكسون المعنى الحرفي للكلمة التي تجد أصلها في اللاتينية من كلمة " ألترا " ultra والتي تعني الفائق أو الزائد عن الحد وبهذا المعنى فإن المنتمي لمجموعات الألتراس عليه أن يلتبس هذه الروح ويظهر أنه ليس مشجعا عاديا وبغرض التمييز يضع الألتراس قواعد هي بمثابة الدستور الذي لا يمكن خرق بنوده ، والتي تنص على أن المنتمين لهذه المجموعات هم ضد الإعلام لأنهم بتشجيعهم لناديهم لا يبحثون عن أي شهرة أو حظوة إعلامية ، وهذا ما يفسر ظهورهم وهم يضعون لثاما عن وجوههم في دلالة على أن ما يهم هو النادي وشعاره وليس الفرد ، القاعدة الثانية هي الوقوف ضد تحويل كرة القدم إلى سلعة يطغى عليها البعد المالي والتسويقي وهذا ما يفسر دخول عدد من فصائل الألتراس في صراعات دائمة مع إدارات الأندية التي يهملها الربح الإقتصادي أكثر من الجانب الرياضي ، والقاعدة الثالثة هي العداء لرجال الشرطة ويحمل كل المنتمين

²² - أكرم خميس ، ثورة جيل ألتراس ، المنظمة العربية لحقوق الإنسان ، مصر ، 2012 ، الطبعة الأولى ، ص 17 - 18 .

²³ - جريدة الأخبار ، جريدة يومية ، العدد : 3476 ، 25 أيار 2018م ، ص 5

لمجموعات التشجيع شعورا غير جيد تجاه رجال الأمن فهم بالنسبة لهم أعداء أولا لأنهم يمثلون السلطة ، وثانيا بسبب المواجهات التي تندلع بين الطرفين بعد إنتهاء المباراة وتعد هذه المبادئ التي تقوم عليها عقلية الألتراس .

أما أثناء المباراة فهناك العديد من المظاهر التي تميز الألتراس عن غيرهم من المشجعين فلهم ركن معروف في الملعب لا يتغير أبدا ، وفيه يتم رفع الصور أو العلامات البصرية التي تحمل شعارا أو رسالة تحفيزية للاعبين وإذا كنت من أعضاء الألتراس فلا يحق لك الجلوس طيلة المباراة وكذلك أنت ممنوع من التوقف عن الغناء وأيضا أن تقف مع فريقك وتسانده أينما حل وإرتحل ومهما بلغت الكلفة المالية ، ويعتبر من المعيب أن يسافر النادي بلعب خارج ملعبه دون أن يجد أعضاء من الألتراس في مساندة .

أما عن تشكل هذه المجموعات في الدول العربية تتوفر الأندية المصرية على مجموعة من الألتراسات تعتبر من بين الأكبر في العالم العربي ، خصوصا ألتراس نادي الأهلي " ألتراس أهلاوي " والزمالك " وايت نايتس " ، ويمكن القول أن هذه المجموعات كانت من أوائل الأصوات التي أعلنت عبر الملاعب معارضتها لتوجه الرئيس المخلوع حسني مبارك ، لتوريث إبنه جمال حكم مصر وألقوا في ذلك العديد من الأغاني ودفعوا من مواقفهم بالسجن أو القمع والشيطنة الإعلامية وإظهارهم كشباب طائش عاطل عن العمل يميل إلى العنف وكانت هذه مبررات لقمعهم ولم يمنع هذا القمع أعضاء الألتراس من أن يتقدموا الصفوف في ثورة الخامس والعشرين من يناير / كانون الثاني 2012 م ، وكان لافتا حضور هؤلاء الشباب بشعاراتهم الحماسية وبشهادة الكثير من قادة الثورة الذين أكدوا أن شباب الألتراس كان لهم دور محوري خصوصا أثناء مواجهة قوات الأمن ، فهم الأعلام بطرق التخلص من قبضة رجال الأمن والتحرك في الشارع وشكلوا جدار رفقة الثوار ضد كل محاولات إختراق ميدان التحرير .

ويعود تاريخ تأسيس الألتراس في المغرب إلى فترة غير بعيدة ، وتحديدًا سنة 2005م لكن الظاهرة سرعان ما إنتشرت وتطورت حتى بات المغرب يتوفر على إثنين من أكبر الألتراسات في العالم العربي ومن بين الأفضل في العالم ، ويتعلق الأمر بالألتراس الوداد البيضاوي " وينرز " و الأخر لفريق نادي الرجاء البيضاوي " كرين بوز " وبين الفريقين منافسة وندية عالية بالمظهر لوجودهما في نفس المدينة وأكبرهما في المغرب وهي مدينة الدار البيضاء وشهدت المباريات بين الفريقين مواجهات عنيفة بين المشجعين ، مما دفع السلطات إلى إعلان إغلاق الملاعب في وجوهما لكدة طويلة .

وعادت هذه المجموعات وهي أكثر قوة وقدرة على الإبداع والتطوير في الشعارات المرفوعة ، ويمكن القول أن الأشهر الأخيرة شهدت ما يمكن تسميته بـ " ربيع الملاعب المغربية " ، حيث باتت مجموعات التشجيع

تتنافس في إصدار الأغاني التي تعبر عن الواقع المعاش ، وتشكل أغنية في " بلادي ظلموني " لنادي الرجاء البيضاوي نموذجاً واضحاً على التحول الذي تشهده الملاعب المغربية فهذه الأغنية تردت في كل ميادين الإحتجاج العربية في تونس وفي الجزائر وفي فلسطين وحقت عشرات الملايين من المشاهدات لأنها تحكي على الوجد المغربي والعربي بصفة عامة وعن شباب تم إغراقه في دوامة الإحباط والبطالة وقتل الأمل ، ولقيت استحساناً وإعجاباً في الإعلام العربي والعالمي.

أما في الجزائر الذي يعيش على وقع حراك يطالب بالتغيير ، كانت كرة القدم مدخلاً لمقاومة الإستعمار بل إن الهتاف الشهير الذي يتردد الآن في الميادين والشوارع والملاعب " one twothreeviva l'algerie " ، له أصول سياسية تعود لسنة 1958م عندما قررت الجبهة الوطنية للتحرير أن تمنع اللاعبين الجزائريين من اللعب لصالح فرنسا ، وطلبوا من الجماهير التي ترافق هذا المنتخب أن ترفع شعاراً بالإنجليزية حتى يصل لأكبر عدد من الحاضرين ، وأيضاً تجنباً لإستعمال الفرنسية وكان الشعار هو " wewant to be free viva l'algerie "، التي تعني " نريد الحرية وتحتيا الجزائر " ، لولا أن النطق كان صعباً على البعض فتحول الشعار إلى هذا المتداول حالياً وكان له دور كبير في الرفع من نسبة التعبئة ضد الإستعمار الفرنسي من مدخل كرة القدم²⁴ ، ويقول السياسي يوسف فاتيس من جامعة باريس " إن الملاعب منذ الإستقلال عام 1962م أصبحت هي لمكان التعبير عن المطالب الإجتماعية لكل الشباب " مشيراً إلى أن أندية كرة القدم تاريخياً كانت دائماً مكاناً للإحتجاج على السلطات وقد كانت الملاعب دائماً متنفساً خلال الفترة الإستعمارية تغني فيها المشجعون فيها بالأناشيد الدينية لتسليط الضوء على هويتهم العربية الإسلامية .²⁵

يعرف عبد الرحيم السعيدي أن هذه الأغاني والأهازيج بأنها " صرخة حرة تلقائية رغم ما تحمله من رسائل سياسية ، تبقى عفوية وغير مؤطرة سياسياً ولم تتبناها أي جهة سياسية " ويتابع في تصريح لموقع حفريات " أن هذه الأهازيج إنما خرجت من رحم المعاناة التي يحس بها أبناء جلدتنا ، خصوصاً أن الجماهير ترددها داخل الملاعب ، لذا أعتبرها صرخة إجتماعية تعكس عن مطالب الشعوب ولا يمكننا إلا أن نباركها "

²⁴ - الجزيرة الوثائقية، تقارير الألتراس العربي، <https://doc.aljazeera.net> ، 2019/10/28م ، تاريخ

الإطلاع: 2020/5/3م على الساعة : 4:17

²⁵ - مدرجات الملاعب .. رأس الحربة في الحراك الجزائري، متاح على الرابط التالي:

<https://www.google.com/amp/s/www.aljazeera.net/amp/news/politics/2/5/2019> ، تاريخ

الإطلاع 2020/05/03 على الساعة : 20:08

ويرى السعيدى أن الوعي الجماهيري قد نما بفضل إنتشار وسائل التواصل الإجتماعي ورغم ما تحمله هذه الأغاني من مضامين سياسية، فإن دورها ينحصر فقط إمتصاص الغضب ، فهناك " وعي جماعي لدى غالبية الشعوب خصوصا بعد ما ظهرت مواقع التواصل الإجتماعي وإذا قمنا بمجرد كل تلك الأهازيج الشعبية نرى أنها تخرج من رحم الشعب ، وتحاول تلك الجماهير إفراغ ما في جعبتها وهي بذلك صادقة ."²⁶

المطلب الثاني :

أهازيج الملاعب والسياسة :

إن العلاقة بين الألعاب الرياضية والسياسة ، سواء كانت السياسة الداخلية للدولة أو السياسة الخارجية والعلاقات الدبلوماسية هي علاقة وثيقة وذلك للعديد من الأسباب والتي من أهمها " أن النتائج الدولية للمنتخبات الوكنية هي دليل في الكثير من الأحيان على قوة وتماسك النظام السياسي للدولة ومثانة إقتصادها وقوتها في بعض الأحيان " فتفوق الصين والولايات المتحدة الأمريكية في الألعاب الأولمبية وحصولها على أعداد كبيرة من الميداليات هو دليل واضح على قوة هاتان الدولتان ومثانة أنظمتهم السياسية ، وكذلك من الأسباب التي تدعوا إلى القول بأن الرياضة والسياسة لا ينفصلان هو تدخل الحكومات في الكثير من الأحيان لفرض ألعاب رياضية معينة أو تنظيم الألعاب بطريقة معينة للوصول إلى هدف سياسي أو إجتماعي مثل فكرة المشاركة في كندا حيث تفرض لوائح وأنظمة معينة على الأندية تجبرها على العمل على أن تكون الرياضة للجميع ، للوصول إلى أهداف سياسية معينة تسعى الدولة لها.

ومن الأسباب التي تدعوا أيضا إلى القول بأن الألعاب الرياضية والسياسة لا ينفصلان هو إعتبار الألعاب الرياضية ميدانا واسعا لممارسة الدبلوماسية الشعبية حيث تضم العملية الرياضية أعدادا كبيرة من الأفراد والجماعات ، من لاعبين و مدربين ومشاهدين فمن ناحية يمكن أن تكون الألعاب الرياضية وسيلة من وسائل الدبلوماسية الشعبية حيث يجتمع فيها عدد كبير من أبناء الشعب ويعبرون عن آرائهم ويضغطون على الدولة

²⁶ - عيسى جابلي ،أهازيج الملاعب حناجر توفظ أحلام التغيير المنسية ، 12 _ 12 _ 2018م ،

<https://www.hafryat.com/ar/blog>، تاريخ الإطلاع 3 _ 5 _ 2020م على الساعة : 10:20.

والحكومة في شأن سياسي معين ويمارسون من خلال هذا التجمع الكبير ضغطا كبيرا على صناع القرار والسياسيين لأخذ منحى معين .

ومن ناحية أخرى تعتبر الرياضة من الوسائل القليلة التي تقرب وجهات النظر المختلفة بين شعوب دول العالم حيث يلتقي في دورة الألعاب الأولمبية على سبيل المثال الملايين من الأفراد ومنهم من تكون دولتهم متصارعة أو في حالة حرب وبهذا يمكن فهم أهداف وتوجهات الغير ، ويمكن أن يقود هذا إلى تشكيل رأي شعبي يمارس الضغط على الحكومات من أجل التوصل إلى حل للخلافات ..²⁷

يرى مختص علم الاجتماع السياسي محمد الطيبي أن ما يجري في الملاعب " هو تعبير عن حالة وجدانية رافضة لواقع إجتماعي وسياسي يعيشه ويعانيه هؤلاء الشباب " ويرد الطيبي " أن الجماهير التي تطلق تلك الأهازيج لم تجتمع في الملعب ، وهناك سرت بينهم ما يسمى في علم الاجتماع بالذاتية الإجتماعية ، أي حالة ذاتية يشترك فيها كثيرون والمقصود هنا الشباب وفي هذا الفضاء ، الذي هو الملعب عبروا عن رفضهم وتمردهم من خلال الهتافات والأهازيج ، ويوضح أن هذا الموقع يعبر عن فشل السلطة في إحتواء الشباب بالمقاربة السلطوية تعتمد على التفكير في تشغيل هؤلاء الشباب فقط ..

ومن ناحية أخرى يرى الباحث المغربي في علم الاجتماع عبد الجبار شكري أن هذا الفعل " مشترك في المنطقة المغاربية ، وهو تعبير عن اللامقبول أين تقفز الجماهير إلى التعبير عن الممنوع في السياسة " ويوضح شكري محلا أسباب الظاهرة " هناك أسباب سوسولوجية وسيكولوجية واحدة في المنطقة وبنية إجتماعية تحتية واحدة أيضا تجعل الجماهير تتبنى اللاشعور الجمعي الذي يتجدد عنه يونغ وغوستاف لوبون فهؤلاء يتمردون على كل ماهو ممنوع عرفا وقانونا وسياسة أيضا ، وهو ما يحصل في ملاعبنا المغاربية " وباتت هذه الأهازيج تزعج السلطات السياسية ، لأنها لم تبقى حبيسة الملاعب بل إنتشرت محليا ودوليا عبر وسائل التواصل الإجتماعي واليوتيوب وما لهذه الوسائل من تأثير وهو تأثير لم تعد الأنظمة تتحملة وبإختصار هذه الأهازيج أصبحت تضرب شرعية السلطة .²⁸

وفي ظل ثقافة الإحباط التي يعاني منها الشباب الذي لم يعد يفكر إلا في الهجرة وفي ظل تقلص الفضاءات الترفيهية العامة ، لم يعد أمام الشاب العطل الذي يضحي بشراء تذكرة الدخول إلى الملعب رغم متاعبه المالية

²⁷ - نادر زهير قاسم، توظيف الرياضة في السياسة الدولية، رسالة مكملة لنيل متطلبات شهادة الماجستير ، كلية الدراسات العليا ،

جامعة بيرزيت - فلسطين ، 2013م ، ص 16 - 17.

²⁸ - الأنتراس المغاربي .. المعارضة من المدرجات متاح على الرابط التالي ،

<https://www.maghrebvoices.com/28/01/26> بتاريخ : 2020/05/03 م على الساعة: 21:29

يرى لنفسه الحق في التكلم بحرية مطلقة والتعبير عن أفكاره الإجتماعية والسياسية وبل بكلمات غير لائقة ومن هنا ترسخت هذه الظاهرة مع مرور الأيام .

ويبدو أن الشعارات والأهازيج التي ضلت عفوية سنين طويلة بدأت تشير بعض المشكلات السياسية إنطلاقاً من الشعار واللافتة التي حملها قبل سنة من الآن جماهير نادي أمل عين مليلة في الشرق الجزائري عندما رفعوا لافتة تقول " الملك السعودي والرئيس الأمريكي دونالد ترامب وجهها لعملة واحدة " ، فاجتمعت السلطات السعودية بشكل رسمي على ذلك عن طريق سفيرها في الجزائر وإضطرت السلطات الجزائرية ممثلة في رئيس الوزراء ، أحمد أويحيى لتقديم إعتذار رسمي ولم تكن حادثة جماهير اتحاد العاصمة مع نادي القوة الجوية العراقي حلقة أخرى في هذا المسلسل .

رئيس الوزراء الجزائري نفسه ، لم يسلم من النقد اللاذع لأهازيج الجماهير في الملاعب الجزائرية ، ففي نهاية الموسم الرياضي الماضي كان قد أشرف على تسليم كأس الجزائر في النهائي الذي جمع بين نادبي شبيبة القبائل واتحاد بلعباس وطيلة تواجده بالملاعب سمع كل أنواع النقد اللاذع الذي تجاوز كل الحدود لكنه لم ينسحب وواصل متابعة المباراة إلى أن سلم الكأس لنادي اتحاد بلعباس الذي فاز في الأخير .

ومنذ سنوات الإستقلال الأول بقيت الملاعب الجزائرية و خصوصاً أثناء المواعيد الكبرى مثل نهائي كأس الجزائر أو اللقاءات المحلية أو مباريات المنتخب الوطني في المناسبات الكبرى مسرحاً لإطلاق أهازيج كبرى تجمع بين النقد السياسي ويتجاوز أحياناً حد اللباقة والنقد الإجتماعي ، إلى درجة أن كثيراً من الباحثين الإجتماعيين

يقولون إن ما يحدث هناك هو النبض الحقيقي للشارع ، فالشارع الجزائري يتنفس كرة القدم ومثلما يعبر اللاعبون عن مهاراتهم الرياضية داخل المستطيل الأخضر تبذع الجماهير بدورها بأهازيج مبتكرة في كل مرة وتطلق العنان لخياها ونقدها الذي يتجاوز كل الحدود ، وتعود علاقة الرياضة بالمطالب الإجتماعية والسياسية في الجزائر بحيث تمتد إلى نشأة النوادي الرياضية الجزائرية أثناء فترة الإحتلال الفرنسي فبعد أن كانت سلطات الإحتلال ، بصدد تأسيس نوادي رياضية إستطانية لجأ الجزائريون إلى تأسيس نوادي تعبر عن ثقافتهم وإنتمائهم الحضاري وفي هذا الصدد تأسس نادي مولودية الجزائر نسبة للمولد النبوي الشريف ، كما تأسست كثير من النوادي تتضمن تسميتها كلمة إسلامي مثل الإتحاد الإسلامي الجزائري " إتحاد العاصمة حالياً " وغيرها كثير .

ولم تجد الحركة الوطنية الجزائرية التي مهدت للثورة التحريرية أفضل من الملاعب الرياضية لتمير رسائلها السياسية التي تجاوزت المطالب الإجتماعية إلى الإستقلال التام ، وبعد الإستقلال إرتبطت الملاعب الجزائرية

بالشعارات والأهازيج الإجتماعية والسياسية بشكل مختلف عن سابقه ورغم إقرار نظام الحزب الواحد والتضييق على الرأي تحولت الملاعب إلى المتنفس الوحيد للجماهير المختلفة فإذا أردت أن تعرف ماذا يحدث في البلاد ، وعوضاً أن تقرأ الصحف وتتابع برامج الإذاعة والتلفزيون التي إتفقت جميعاً على إخفاء الحقائق والتطويل للخطاب الرسمي الجاف ، عليك زيارة أقرب ملعب لتكون على صلة مباشرة بما يحدث وما يعبر عنه نبض الشارع.²⁹

ويرى الباحث التونسي في علم الاجتماع شهاب اليحياوي أن الملعب " يمثل فضاءاً سياسياً يمتاز بالشعارات التي تتجاوز الرياضي أو توظف ماهو رياضي لتمرير رسائل سياسية أو خطاب رفض ونقد للسياسة أو لتعاطي النظام الحاكم مع المسائل الحياتية و المعيشية بشكل غير مقبول شعبياً " ويرى اليحياوي أن " الملعب يوفر هذه الفرص للتحدي والتمرد المنفلة من صرامة الرقابة الأمنية والبوليسية ، وبالتالي تسرب السياسة عبر الرياضة في توظيف هامش التحرر وليس الحرية التي يوفرها هذا المجال ".³⁰

وقد خلقت الرياضة العديد من الأزمات الدبلوماسية بين الدول سببها الأول هي الرياضة كان لنا في التاريخ عدة أمثلة بالخصوص في الوطن العربي ومن ذلك عندما قامت كل من لبنان والعراق ومصر في العام 1956 م بمقاطعة الألعاب الأولمبية القائمة في مدينة ملبورن الأسترالية وكان ذلك إحتجاجاً على العدوان الثلاثي ضد دولة مصر ، كما أعلنت كل من سويسرا وإسبانيا وهولندا إنسحابها من نفس الألعاب أيضاً بسبب غزو الإتحاد السوفياتي — سابقاً — لدولة المجر . في الواقع أنه من غير الممكن الإحاطة بكل ملفات وأمثلة الخلط بين السياسي والرياضي عربياً فالمباراة التي جمعت المنتخب السعودي و الإيراني سنة 1975 م ، وكان الفوز فيها حليف المنتخب الإيراني بنتيجة 3 مقابل لا شئى وقد وصفت هذه المباراة بحسب الموقع الأمريكي bleacherreport ، المختص في التقارير والإحصاءات والدراسات الرياضية بأنها من أكثر المباريات توتراً ووفقاً للتقارير الصادر عن الموقع والذي بين فيه أن المباراة التي أقيمت ما بين السعودية وإيران في تلك الحقبة لم تكن ودية ولكن تنافسية وتصنف في المرتبة التاسعة من عشر مباريات الأكثر سلبية وتوتراً والمشحونة سياسياً ما بين المنتخبات الرياضية في العالم بحسب ما جاء في تقرير بليتشر .

ويشير التاريخ الرياضي ما بين السعودية وإيران إلى أن المنتخبين إجتمعا في ما يقارب الخمس عشرة مباراة وصفت جميعها بأنها لا تقوم على الود الرياضي ، بل على العكس من ذلك ، مثال على ذلك المباراة التي

²⁹ -دربال عز الدين ،ملاعب الجزائر من الفرجة الرياضية إلى أهازيج سياسية ، متاح على الرابط التالي :

<https://elkhadra.com/news/80374> ، 10 نوفمبر 2018 م ، : تاريخ الإطلاع : 04 /05 /2020 معلى الساعة : 4:15

³⁰ - عيسى حابلي ، نفس المرجع السابق.

أقيمت على ملعب آزادي في العاصمة الإيرانية طهران بين المنتخب السعودي ونظيره الإيراني ضمن منافسات المجموعة الثانية للتصفيات الآسيوية المؤهلة لنهائيات كأس العالم لعام 2010م وبحضور أكثر من مائة ألف متفرج إيراني والرئيس الإيراني " أحمدي نجاد " (2005 — 2013) وفاز المنتخب السعودي على المنتخب السعودي على المنتخب الإيراني (2 — 1) وبعد فوز المنتخب السعودي في المباراة أدى الفريق الرياضي ما يسمى " بالعرضة النجدية " في الفلكلور السعودي ، وهي نوع من الرقص الفلكلوري السعودي الشعبي الذي يعود إلى الحروب القديمة وكانت تعتبر من أهازيج الحرب لديهم ، وأصبحت تقام هذه الرقصات في الإحتفالات للتعبير عن الفرح وهنا نجد دلالة للحرب غير المباشرة بين الفريقين .

وتصاعد إنعكاس المشاحنات السياسية على الرياضة عندما أجبرت سلطات الهجرة السعودية لاعبي فريق بيروزي الإيراني عام 2011 م ، على أخذ بصمات الأعين والأصابع لأعضاء الفريق القادم لخوض إحدى مباريات دوري أبطال آسيا ورفض الفريق الإيراني هذه الإجراءات ومكثوا في المطار لمدة 8 ساعات وحاولت السعودية بعد حادثة إقتحام السفارة السعودية في طهران سالفة الذر إستخدام نفوذها في إتحاد كرة القدم الآسيوي AFC ، لمحاولة عزل إيران كرويا وعملت السعودية على تعزيز صورة إيران على أنها دولة خطيرة وغير مستقرة ورفضت الأندية السعودية التي تترأسها الأسرة الحاكمة السعودية من اللعب في إيران ضمن مباريات دوري أبطال آسيا 2016 م مدعية أن إيران غير قادرة على حماية السفارات كيف لها أن تحمي الفرق الرياضية ؟ ومطالبة بنقل المباريات إلى دول محايدة .

ودعا الأمير عبد الرحمن بن مسعود الرئيس السابق لنادي الهلال مقاطعة إيران رياضيا وطلب من كل الأندية الخليجية أن تحذو حذوه كي يضمن سلامة اللاعبين بوصفه لها أنها دولة إرهاب ودولة معادية .

كما كانت الأزمة التي نشبت بين دول الجزائر ومصر سنة 2010 م من بين أبرز صور إلتقاء السياسة بالرياضة ، حيث ساعد ظهور تكنولوجيا الإرسال بالأقمار الصناعية نقل المباريات الرياضية إلى مختلف أنحاء العالم في أن واحد ما خلق رابطة غير مباشرة بين الجماهير الرياضية ووسع قاعدة الجماهير المهتمة بالمباريات الدولية خصوصا المباريات التي تخوضها الفرق الوطنية مع فرق أجنبية فأصبحت الجماهير أكثر وعيا بإرتباط تلك المباريات بالكرامة الوطنية ما جعل الجماهير الرياضية جماهير مسيسة ، أكثر من أي وقت سابق مثلما حدث مع مباراتي مصر والجزائر في تصفيات القارة الإفريقية لنهائيات كأس العالم في 8 أكتوبر و 17 نوفمبر سنة 1989 م وتقابل حينها منتخب الجزائر ومصر في إطار الدور الرابع والإخير من تصفيات كأس العالم 1990 م بإيطاليا وحدث شغب من الجماهير المصرية ضد الفريق الجزائري ما إستدعى الرئيس الجزائري

لطلب إعتذار رسمي من الحكومة المصرية عقب تدخل الأنتربول برفع قضايا دولية للإعتداء على اللاعبين الجزائريين في مصر وتم سحب القضية بعد إعتذار مصر

كما تكررت ذات الحادثة عام 2009 م حيث تفاقمت أعمال الشغب بين الجماهير المصرية والجزائرية في التصفيات الإفريقية المؤهلة إلى بطولة كأس العالم وأدت تلك الأعمال إلى أزمة سياسية بين البلدين بعدما أعلنت القاهرة إستدعاء سفيرها بالجزائر لإبلاغه بضرورة قيام حكومة بلاده بتحمل مسؤوليتها في حماية المصريين والمنشآت والمصالح المصرية بالجزائر ، وأعربت مصر بحسب وكالة الأنباء المصرية الرسمية عن غضبها جراء إستمرار شكاوي أعداد كبيرة من المواطنين المصريين المقيمين في الجزائر إزاء ما يتعرضون له من ترويع وإعتداء .

وإتهم بيان وزارة الخارجية المصرية وسائل الإعلامية بأنها إستخدمت لغة الشحن الإعلامي وحولت كلمة مصري إلى إتهام في الجزائر ولفظة جزائري إلى مجرم في القاهرة وأرجع بيان التحريض الإعلامي لقناة الجزيرة القطرية بتأجيج المشاعر بين جماهير البلدين حتى تضيف زيتا على النار وقامت بيث فيلما وثائقيا عن تاريخ الخلافات المصرية — الجزائرية وكأننا بصدد الإعداد لموقعة حربية بين البلدين ..³¹

وتسببت جماهير إتحاد العاصمة الجزائري مؤخرا في أزمة كبيرة خلال مواجهة فريقها أمام نظيره فريق القوة الجوية العراقي التي جمعت الفريقين مساء اليوم الأحد على ملعب عمر حمادي ببلوغين ضمن منافسات إياب دور 32 من البطولة العربية للأندية ، وإنسحب فريق القوة الجوية العراقي خلال مواجهته أمام فريق إتحاد الجزائر بعد قيام عدد من جماهير الفريق الجزائري بالهتاف " الله أكبر صدام حسين " خلال أحداث الشوط الثاني من المباراة ، وبالتحديد في الدقيقة 70 مما دفع مدير الكرة في الفريق العراقي بتوجيه أوامر للاعبين الفريق بترك أرضية ملعب المباراة بإتجاه غرفة خلع الملابس وإنتظر حكم المباراة الإماراتي محمد عبدالله في الملعب حتى نهاية الوقت الأصلي من المباراة وأطلق صافرته بنهاية المباراة معلنا تأهل الفريق الجزائري إلى دور ثمن النهائي بعد فوزه في لقاء الإياب (2 — 0) وكان قد فاز ذهابا بنتيجة (1 - 0)

على الرغم من إصرار المسؤولين على إقامة البطولة العربية من أجل إزالة أي خلافات بين البلدان العربية من خلال إستخدام كرة القدم التي كانت دائما رمزا للسلام بين البلدان وتوحيد الشعوب ، ولكن رفضت جماهير

³¹ - شروق إبراهيم محمود زيد ،الدبلوماسية العامة الفلسطينية الرياضة نموذجا للقوة الناعمة ، مذكرة مكملة لنيل متطلبات شهادة

الماجستير، كلية الدراسات العليا ، جامعة بيرزيت ، فلسطين ، 2017م ، ص 35 — 38.

إتحاد الجزائر تلك الإجواء المثالية التي حرت فيها المباراة بحضور كلا الجمهوريين بأعداد كبيرة وقامت بإدخال الهتافات السياسية التي تعكس صفو أجواء مباريات كرة القدم العربية³²

المطلب الثالث :

توظيف أهازيج الملاعب في السياسة المحلية " الجزائر " :

لعل من أهم الشعارات التي حملها المتظاهرون بداية من الحراك الشعبي بالجزائر " مكاش الرايس ، كايين تصويرة " لا وجود لرئيس الجمهورية هناك فقط صورة متداولة عنه " التي ردها الملايين بلحن متميز وبقدر ما كان الشعار بسيطاً كان يعبر عن مفارقة كبيرة حيث تحول الإطار الحامل لصورة الرئيس المستقيل عبد العزيز بوتفليقة إلى ما يشبه الطقوس الوثنية في كل مناسبة يقول الرسميون إنهم كرموه فيها وهو الغائب عن المشهد السياسي ، بشكل شبه كامل منذ أن أصيب بجلطة دماغية في أبريل / نيسان 2013 م ، ولم يتردد العارفون بشؤون الملاعب الرياضية في نسب هذا الشعار إلى أنصار إتحاد العصمة الذين رددوه منذ مدة طويلة أثناء مباريات ناديهم وفور إنتشار الشعار نسبه إلى أنصار الإتحاد وفي إطار التنافس مع الغريم مولودية العاصمة ، سارع أنصار النادي الاخير إلى الترويج لشعار آخر أصبح الأشهر في المظاهرات التي سبقت إستقالة بوتفليقة وهو " جيبوا البياري جيبو الصاعقة ما كاش الخامسة يا بوتفليقة " ، " حتى لو أتيتم بفرقة البحث و التدخل للشرطة أو قوات الصاعقة التابعة للجيش فلن تكون هناك ولاية خامسة لبوتفليقة " .

الشعاران السابقان وغيرهما من أهازيج الملاعب كانت الحاضر الأبرز في مسيرات الجزائريين ، وأصبح الأساتذة والطلبة والحامون يرددونها في كل مظاهرة وهو ما أثار نقاشاً حول إفلاس النخبة الثقافية والفكرية وعجزها عن الإبتكار وإكتفاءها بترديد شعارات الملاعب ، وفي هذا الصدد يقول الكاتب الصحفي أمحمدة العياشي للجزيرة نت " إن الملاعب لم تكن خلال العشرية الماضية مجرد فضاءات للتنفيس أمام غلق كل مجالات التعبير الحر والنقدي ، بل تحولت إلى مخبر لإنتاج خطاب مضاد ونقدي للسلطة عبر شعارات مناوئة للحكومة ورجالها ولرموز الفساد " ولئن كانت مختلف الملاعب مصدراً للأهازيج المتمردة والمناوئة للسلطة منذ مدة طويلة فإن الجمهور الأشهر في هذا الميدان هم أنصار إتحاد العاصمة الذين يسمون أنفسهم " المسامعية " من فن سماع الموسيقى ، ويفتخرون بكون أشهر فناني الموسيقى الشعبية من أنصار الإتحاد على غرار عبد القادر شاعو

³² - أحمد هريدي ، أزمة سياسية تضرب البطولة العربية القوة الجوية العراقي ينسحب خلال مواجهة إتحاد الجزائر بعد هتافات الله أكبر صدام حسين ، اليوم السابع ، 9 سبتمبر 2018 م ، <https://www.youm7.com/story/2018/9/9> تاريخ الإطلاع : 2020/05/05 على الساعة 16:40.

والراحل الهاشمي قرواي ، ويشتهر من أنصار الإتحاد فرقة أولاد البهجة التي يبدع أعضاؤها كل مرة بإنتاج أغان جديدة سرعان ما يحفظها الآلاف ويرددونها بصوت واحد.

وقبل الحراك الشعبي كان موضوع الهجرة غير الشرعية عبر قوارب الموت والذي يعرف محليا بـ " الحرقه " ، هو الشغل الشاغل للجميع ويرى العياشي أن هؤلاء الأنصار نجحوا عبر الأهازيج بإعادة الإعتبار لزملائهم الحرقاء الذين ماتوا غرقا بالبحر وفي ظل حالة الإفلاس التي تعاني منها النخب الثقافية و السياسية يعتقد الكاتب والمؤرخ فوزي سعد الله أن أهازيج الملاعب " تبقى مرآة صادقة عاكسة لنبض المجتمع وأحاسيسه " وان أهمل الباحثون في علم الاجتماع السياسي هذه الظاهرة أو حتى إحتقروها نسبيا ، وإقتباسا من عنوان المسلسل الإسباني الشهير La casa de papel ، الذي يحكي قصة السطو على مركز طبع النقود ألفت فرقة أولاد البهجة أغنية " لاكاسا ديل موراديا " مسقطه قصة السطو على قصر المرادية للرئاسة ووصفت تلك الأغنية التي وجدت طريقها إلى قلب المسيرات وتغني بها ملايين المشاركين ولايات بوتفليقة بعميلة منظمة لنهب مليارات الدولارات من المال العام ، وفي إنتظار الإهتمام الأكاديمي بظاهرة أغاني وأهازيج الأنصار وفي ظل حالة الإفلاس الشامل للنخب السياسية والثقافية والفكرية ، قدمت تلك الأغاني دليلا أحر على أن الملاعب تستمر لوحدها في إنتاج الظواهر الرياضية والإجتماعية وحتى الفنية والسياسية .³³

وكانت أغنية " مكاش الرايس كاين تصويره " التي تعني بالفصحى " لا يوجد رئيس توجد صورة " التي هزت مدرجات ملعب عمر حمادي بالعاصمة خلال الأشهر الماضية بعد إقرار الموالاة السياسية بترشيح بوتفليقة لولاية رئاسية خامسة دون أن يظهر أثر للرجل على الواهجة. بمثابة الشرارة التي أشعلت فتيل الغضب لدى الشباب وإمتدت عدواها للتصدر مختلف الملاعب الرياضية وشبكات التواصل الإجتماعي .

تجاهلت السلطة مطالب الجميع ، وإستغبت العقل الجزائري ولم تستمع لا إلى تحذيرات المختصين من الانفجار السياسي والإجتماعي التي أطلقت منذ العام 2011م ولا إلى أصوات الشباب المرفوعة أسبوعيا في مختلف ملاعب الجمهورية ، فواجهت منذ الثاني والعشرين من فبراير الماضي مصير الرحيل القسري تحت ضغط الحراك الشعبي ، كانت رسائل " الشناوة " جمهور مولودية الجزائر " والكواسر " جمهور إتحاد الحراش و " السنافر " جمهور شباب قسنطينة واضحة ومواكبة للتطورات الإقتصادية والإجتماعية وعن الجميع بطريقته الخاصة عن

³³ - السياسة تقتدي بالرياضة حراك الجزائر بلحن أهازيج الملاعب ، الجزيرة نت ، متاح على الرابط التالي:

<https://aljazeera.net/amp/news.politics/2019/04/12> ، 12_04_2019م،، تاريخ الإطلاع :

2020/05/04م على الساعة :. 5:00

الفساد في شركة " سونطراك " وعن المهجرة السرية " الحرقة " والعهددة الخامسة لكن السلطة كانت تصم الأذان ولا تعير أهمية لتلك الأصوات .

وسيدكر التاريخ الجزائري الحديث أنه حين خرست النخب السياسية والفكرية والإعلامية عن رفض الأمر الواقع الذي فرضته سلطة بوتفليقة على مدار عشرينيتين كاملتين على المجتمع ، وإنسحبت من مواقعها تحمل المسامحة وغيرهم من جماهير الملاعب الكروية مسؤولية التعبير عن خوالج الشارع وشحن قدراته النفسية والذهنية إلى يوم موعود لم يتأخر كثيرا ، إذ ما زالت الإستفهامات تطرح عن مصدر الهبة الشعبية غير المسبوقة في الجزائر والمنطقة العربية عموما ، ومن خلفيات وعوامل تشكل هذا الوعي الجمعي الملموس في مليونيات الجزائر على مدار ستة أسابيع ، فإن التاريخ سيدكر بأنه كان للمسامحة جزء من صناعته وإنتاجه في مقاهي وزقاق حي سوسطارة ، وبرز ذلك بشكل لافت في شعارات وهتافات صدح بها المتظاهرون والمحتجون على نظام بوتفليقة ، وترجم الحراك الشعبي بشكل ألي الآهات التي تنبعث من أعماق شباب أغلقت في وجهه جميع قنوات التعبير الحر وشروط الحياة الكريمة ولم تبقى أمامه إلا مدرجات ملاعب كرة القدم لينفس بها عن صدره المكتوم.

وسيقى لهؤلاء شرف شحن الحراك الشعبي بالأغاني التي تبكي القلوب قبل العيون فأغنية " بabor اللوح " ، أي " قارب الخشب " الذي يستعمله الشباب في المهجرة إلى سواحل الضفاف الأوروبية تحمل في أعماقها مأساة إنسانية قبل أن تكون فشلا سياسيا ذريعا لنظام بوتفليقة ، ففي ذروة الحرب الأهلية لم يحدث أن غادر الشباب الجزائري بلاده بهذا الشكل والكم كما حدث خلال السنوات من نظام الرئيس بوتفليقة .. وتجاوزت الأغاني الخطب المعلبة للسلطة وحماقات طبقة سياسية متهرئة ، حاولت إستغناء الجميع بوسائل القمع لكن المسامحة وغيرهم وقفوا لها بالمرصاد ، وأعلنوا القطيعة مع كل ما هو رسمي في البلاد ، كل ذلك دفع السلطة إلى الإستحواذ على النوادي بورقة التمويل ، من أجل الإحتفاظ عليها كواجهة رياضية وشبابية مشرقة ورغم بيع النادي خلال السنوات الأخيرة لرجل الأعمال المقرب من السلطة علي حداد البيذ أوكل مهمة إدارة فريق اتحاد العاصمة الذي أوكل مهمة إدراته لشقيقه ربوح حداد فإن المسامحة ظلوا أوفياء لخطهم السياسي ، والمال الذي سخره الرجل إشتري النادي لكنه لم يشتر " المسامحة " وأحس هؤلاء أن شعارات الإحتراف هي مطية لإختطاف النادي منهم ، وشراءه من طرف حداد هو تصفية حسابات سياسية لا تمت بصلة لطموحاتهم وشغفهم ، والغليان المشتعل الآن حول تحول تحول اتحاد العاصمة إلى بؤرة فساد مالي يجسد محاذير المسامحة وتنديدهم المستمر بسلطة غرقت في الفساد وهمشت الشباب قبل أن تستفيق على وقع الحراك الشعبي .

وبقي جمهور الإتحاد جذوة مشتعلة في مدرجات بسيطة ، في الحين الذي أغلقت فيه كل قنوات الإتصال والتعبير وإستطاع الحفاظ على بريقه خلال السنوات الصعبة مما صنفه على أنه الحزب السياسي الكبير الذي ناضل من أجل حريته ولم يتخلف عن إنتقاد السلطة وأسمع رموزها رسائله بصوت عال في محطات كثيرة ، واليوم تشكل أغاني وأهازيج المسامعية أبرز رصيد شفهي في رصيد النادي ويمكن أن تتحول إلى جزء من تاريخه ومن تاريخ البلاد حين يقوم المؤرخون بتدوين تفاصيل الحراك الشعبي الجزائري ، وكيف تحولت أصوات الملاعب إلى ثورة سياسية سلمية غير مسبوقة ، أنهت بشكل معنوي وسياسي نظام بوتفليقة وقطعت مع عهد وشرعية حررت البلاد ولم تحرر العباد .³⁴

وشكلت ملاعب الجزائر ، خلال الأعوام الأخيرة ، منابر لجماهير كرة القدم الجزائرية لإطلاق أغان رياضية ذات دلالة إجتماعية وسياسية تنتقد السلطة وتعكس حقيقة الواقع المعيش بحسب محتصين ، ولا تخلوا مباريات الدوري الجزائري لكرة القدم بدرجتيه الأولى والثانية ، من تأدية الجماهير بشكل جماعي وحماسي أغان سياسية تشرح الواقعين الإجتماعي والإقتصادي اللذين يعشيهما الجزائريون ويعبر المشجعون الجزائريون عن همومهم وأحلامهم وأمالهم وعن الواقع المعيش على الصعيد السياسي والإجتماعي والإقتصادي مع توجيه الإنتقادات اللاذعة للمسئولين عاكسين بذلك صورة صادقة عن بلادهم التي تعيش نزيفا إقتصاديا وسياسيا وإجتماعيا نشر ثقافة الإحباط .

وقال المختص الإجتماعي محسن بن عاشور إن الكلمات السياسية التي تصدرها جماهير الملاعب تعكس حقيقة المواطن المغلوب على أمره الذي لا يستطيع كشف همومه جهرا إما خوفا أو حياء أو إحتراما ، ولفت إلى أغاني مشجعي الكرة الجزائرية لها دلالات سياسية وإجتماعية وإقتصادية عامة تنم عن وعيهم ووعي المواطن بصورة عامة بما تشهده البلاد من قضايا ومشاكل ، وأوضح المتحدث أنه يفترض من الحكومة أن تكون ذكية وتسمع مثل هذه الأغاني الناقمة على الوضع العام والتي يصدرها المشجعون فوق المدرجات .

ولفت إلى أن مشجعي الفرق يتفانون في ترجمة واقعهم بطريقة بسيطة تؤكد فهمهم لأسباب التراجع الذي تعيشه البلاد خصوصا على صعيد التكفل بالشباب وأوضح المتحدث أن رابطات مشجعي كرة القدم الجزائرية ، توجه رسائل متعددة كالمطالبة بالعيش الكريم والحرية وتندد بالظلم والفساد ووفق المتحدث " هذا الأمر يدفع كثيرا عناصر الأمن إلى التدخل لمنع الأنصار من تعليق رايات يعتبرونها عادية في حين تراها السلطة تعديا عليها "

³⁴ - جريدة العرب ، جريدة يومية ، 11306 ، 2 أبريل 2019م ، ص 13.

ويعتقد نبيل بلحيمر ، صحافي بالقسم الرياضي لجريدة الشروق " أن الملاعب حاليا تعد المنفذ الوحيد أمام الشباب للتعبير عما يختلج في صدورهم " وقال بلحيمر " يستغلون المكان لتمرير أفكارهم السياسية بالهتافات والأغاني وحتى بالرايات واللافتات ، بعد أن صدت في وجوههم الأبواب " .

وأردف قائلاً " جماهير الكرة الجزائرية كثيرا ما تتسبب في أزمات دبلوماسية مع دول " .. ويذكر الأستاذ دربالي علي أن " الظاهرة لا تقتصر على الجزائر فقط فهي تتعداها إلى الدول والمجتمعات المشابهة ، وهي تعكس فشل المؤسسات والسلط في مواكبة تطور وسائل التعبير وعجزها عن التكفل بالمشاكل الحقيقية للمجتمع " .

إن الرياضات الجماهيرية ، وخصوصا كرة القدم تسمح بتجمع المؤيدين للتعبير جماعيا عن موقف سياسي ، في البلدان التي يميزها حكم الحزب الواحد والتضييق على حرية الرأي والتعبير حيث يقدمون فرصة للدفع بالتلفزيون — الحاضر حتما — وإجباره على بث رسالة مضادة مباشرة إلى كل البلد، ويقول الصحافي الفرنسي إغناسيو رامونيه في مقال نشر في " لوموند دبلوماسك " بعض صفات كرة القدم تجعل منها مفجرا إجتماعيا ، كما تجعل منها صفات أخرى بديلة معاصرة عن الدين ومضاعفة الحماس القومي فخلال شوط يتقمص اللاعبون فضائل الأمة رجولة ، ولاء ، إخلاص ، تضحية ، حس الواجب ، حس الأرض الإنتماء إلى مجموعة ، وتصبح المقابلة تضحية درامية حقيقية لذلك أصبحت كرة القدم مرآة لمجتمعاتنا " وبحسب تقرير للمجموعة الإقتصادية الأوروبية ، فإن لقب " البطل " ليس فقط حصيلة للفريق ولكن أيضا للمجتمع الذي ينحدر منه هذا الفريق ، الجماعة ترى نفسها في فريقها وتعلق عليه أملها وطاقاتها للفوز وأيضا عدوانيتها وإحباطاتها وبذلك تحفز كرة القدم كل توظيف أسطوري والآمال الحاملة والعصبية القومية " .

ويقول المؤرخ بيير مليزا إن كرة القدم " تساهم في الحفاظ على الوطنية المتبقية من خلال إعطاء مكان لبروز حماس مفاجئ وشوفيني خلال المواجهات الدولية الكبرى " كل مواجهة تأخذ بهذا الشكل مظاهر حرب شعائرية من خلال إستدعاء للرموز الوطنية (أناشيد ، أعلام ، حضور رؤوساء الدول) وإستخدام واسع للتعبير المجازية الحربية : " محاربون " ، " يدافع " ، " قائد " ، " تكتيك " ، " فوز " .. ويجزم هنري كيسنجر بأن " المقابلة الجيدة في كرة القدم تقوم على المبادئ الكبرى للإستراتيجية " وتتعدد المقاربات في هذا السياق ، من جانبه يصرح عبدالله راقدي أستاذ العلاقات الدولية في جامعة باتنة — 1 — الجزائرية " يشير سلوك جماهير كرة القدم حيال مثل هذه القضايا إلى عجز وفشل المؤسسات الرسمية وغير الرسمية في بلورة إستراتيجية شاملة (سياسية ، إقتصادية ، إجتماعية) تحفظ المجتمع من الإنخراط المجاني والمكلف في نزاعات وصراعات كانت إلى

وقت قريب غربية عنه ، على غرار نقل النزاع الطائفي والمذهبي من منطقة الشرق الأوسط إلى منطقة شمال إفريقيا وأضاف يجب تنويع وتوسيع منابر التعبير .

ويرى الإعلامي الرياضي رياض بن مهدي أن المدرجات إنخرفت عن مهمتها المتمثلة توفير المتعة والفرجة الكروية ، وتحولت إلى منبر للتعبير عن قضايا مختلفة يفترض أن تخصص لها أليات وقنوات أخرى ، لكن يبقى الأمر طبيعياً في ظل فشل المؤسسات السياسية والمدنية والإعلامية في إحتواء نبض الشارع " ³⁵

³⁵ - جريدة العرب، جريدة يومية ، العدد : 11106 ، 1 ديسمبر 2018م ، ص 20.

الإطار

التطبيقي

تعتبر الدراسة الميدانية من أهم الوسائل الهامة التي تساعد على جمع البيانات والمعلومات عن أي ظاهرة إجماعي التي تمثل موضوع الدراسة والبحث ويتم ذلك بصورة علمية وممنهجة كما أن لها دور هام في تدعيم أي دراسة.

يهتم هذا الجانب الهام من الدراسة بتحليل البيانات الميدانية ، إنطلاقا من معطيات الإستبيان والمجال البشري في مجتمع البحث أي المبحوثين الذين أجريت عليهم الدراسة ثم تبويب الإجابات في شكل جداول تحمل تكرارات ونسب مئوية ، ثم التعليق عليها كما وكيفا وإيجاد تفسيرات ودلالات إجتماعية لأجوبة المبحوثين.

1 — مجالات الدراسة: وهي تحتوي على المجال البشري المتمثل في أفراد العينة الذين أجريت عليهم الدراسة، و المجال الزمني المستغرق في إنجاز هذه الدراسة.

أ — المجال البشري: يتمثل المجال البشري للدراسة في فئة الشباب من كلا الجنسين ذكورا وإناثا.

ب — المجال الزمني: تمت هذه الدراسة خلال السنة الجامعية 2019 — 2020م.

ت — المجال المكاني: أجريت هذه الدراسة على عينة من المتفاعلين مع فيديو أغنية بابور اللوح كما تم توزيع إستمارة الإستبيان على الحساب الشخصي بالفيس بوك ومجموعة من الصفحات الخاصة بالأندية الرياضية إضافة إلى التعليق برابط الإستبيان في أغنية بابور اللوح عبر موقع اليوتيوب .

العينة: تم إستخدام العينة العشوائية تم العينة العشوائية حيث قمنا بتوزيع الإستبيان الإلكتروني وقمنا بوضعه كتعليق في أغنية بابور اللوح بالإضافة إلى وضعه عبر بعض المجموعات الرياضية عبر موقع الفيس بوك وبلغ العدد الإجمالي لعينة الدراسة 219 مفردة.

ت — الإستمارة: تم الإعتماد في هذه الدراسة على إستمارة إستبيان إلكترونية نظرا للجائحة التي نعيشها وصعوبة اللقاء مع المبحوثين، حيث قمنا بتقسيم الإستبيان إلى أربع (4) محاور بمعدل (28) سؤال ، وهي كالتالي:

1 — المحور الأول: خاص بالبيانات الشخصية.

2 — المحور الثاني: والمعنون بعادات وأنماط إستعمال الشباب لموقع اليوتيوب.

3 — المحور الثالث: وكان بعنوان متابعة الجماهير لأهazيج الأنصار في الملاعب.

4 — المحور الرابع: والمعنون تفاعل الشباب مع فيديو بابور اللوح عبر اليوتيوب.

كما سنقوم بتدوين بيانات الإستمارة في جداول بسيطة ومركبة ونعلق عليها ، إضافة إلى تحليلها وتفسيرها كما تم تحويل إجابات أفراد العينة إلى أرقام يمكن التعامل معها إحصائيا كما هو معروف.

المبحث الثاني : عرض النتائج وتحليلها:

الجدول رقم (1) : توزيع أفراد العينة حسب الجنس

النسب %	التكرارات	الإحتمالات
68.9 %	151	ذكر
31.1 %	68	أنثى
100 %	219	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول الموضح أعلاه أن 151 فرد من العينة ونسبة 68.9 % من الباحثين هم من فئة الذكور، و 68 فرد و نسبة 31.1 % من فئة الإناث وهذا ما يفسر طبيعة العينة المدروسة عشوائيا التي يتم فيها إختيار الأفراد بشكل عشوائي.

الجدول رقم (2) : توزيع أفراد العينة حسب السن

النسب %	التكرارات	الإحتمالات
21 %	46	22-18
49.3 %	108	28-23
65 %	65	أكثر من 28 سنة
100 %	219	المجموع

توضح نتائج الجدول أعلاه أن 108 فرد ونسبة 49.3% ينتمون إلى الفئة العمرية من 23 سنة إلى 28 سنة و65 فرد ونسبة 65% ينتمون إلى الفئة العمرية أكثر من 28 سنة بينما 46 فرد و نسبة 21% ينتمون إلى الفئة العمرية من 18 سنة إلى 22 سنة.

تفريغ البيانات وعرض النتائج

هذا يعود لأن معظم المبحوثين الذين توجهنا لهم بالخصوص هم فئة الشباب وكانت غالبيتهم مدعمة بالفئة العمرية ما بين 23 سنة و 28 سنة .

الجدول رقم (3) : توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

الإحتمالات	التكرارات	النسب %
متوسط	3	1.4 %
ثانوي	25	11.4 %
جامعي	191	87.2 %
المجموع	219	100 %

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن 191 فردا ونسبة 87.2% من العينة يدرسون في الطور الجامعي و25 فردا ونسبة 11.4 % ينتمون إلى المستوى الثانوي في حين 3 أفراد و نسبة 1.4 % ينتمون إلى الطور المتوسط .

وهذا راجع إلى أن أن غالبية الشباب الجزائري في الوقت الحالي يزاول الدراسة في الجامعات الجزائرية وذلك لإنتهاج النظام السابق توفير عدة حلول للشباب من شأنها التسهيل للشباب الدخول للجامعات على غرار فتح نوافذ أخرى غير النجاح بشكل نظامي في الدراسة.

الجدول رقم (4) : توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة

الإحتمالات	التكرارات	النسب %
بطل	40	18.3 %
طالب	117	53.4 %
موظف	62	28.3 %
المجموع	219	100 %

تفريغ البيانات وعرض النتائج

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن 117 فرد ونسبة 53.4% هم من الطلبة الجامعيين و 62 فرد و نسبة 28.3 % هم موظفين و 40 فرد بطلال ونسبة 18.3 %.

وهذا يعود إلى أن أغلبية الطلبة الجامعيين يكتفون بمزاولة الدراسة بدون اللجوء إلى العمل في ظل عدم توفر المناصب الكافية لكل الطلبة لذلك عدد الطلاب أكبر بكثير من عدد الموظفين في كل الحالات ، وحسب ما نشرته وكالة الأنباء الجزائرية قبيل الدخول الجامعي لسنة 2019 / 2020 فإن عدد الطلبة فقط الجدد بلغ 110 آلاف طالب جامعي جديد وقد صرح وقتها وزير التعليم العالي السابق بأن الجامعة الجزائرية تعرف تصاعدا من حيث إستقبال الطلبة كل عام والذي يبلغ حاليا 2 مليون طالب جامعي وهو رقم مرشح للإرتفاع ليصل إلى 3.5 مليون طالب سنة 2030 حسب وزير التعليم العالي وهي أرقام كبيرة جدا نظرا لقلّة المناصب لكل هذه الأعداد وحسب دراسة زبيدة مشري و شهرزاد بولحية حول التعليم العالي في الجزائر وسياسة التشغيل فإن الجامعة الجزائرية تعاني من مشكلة عدم توافق محتويات المناهج الجامعية مع خصائص الشغل في السوق المحلي ، وهذا ما ينعكس من خلال وجود فجوة كبيرة بين المعارف الأكاديمية التي يتلقاها الطلبة والمكاسب المهنية التي يحتاجون إليها في سوق الشغل .. ، هذه الفجوة من الأسباب التي صعبت من إندماج الطلبة بعد التخرج من الجامعات في أسواق الشغل وهو الأمر الذي ملأ دفة الطلبة في الساحة الوطنية على حساب أعداد الموظفين.¹

الجدول رقم (5) : إستخدام المبحوثين لمواقع التواصل الإجتماعي

النسب %	التكرارات	الإحتمالات
3.2 %	7	أقل من ساعة
33.8 %	74	من ساعة إلى ساعتين
63 %	138	أكثر من ثلاث ساعات
100 %	219	المجموع

¹ - وكالة الأنباء الجزائرية ، الدخول الجامعي 2019 / 2020 م : نحو تسجيل أكثر من 110 آلاف طالب جامعي جديد ، 40 / أيار / 2019 ، <http://www.aps.dz/ar/sante-science-technologie/70397-2020-2019-110> ، تاريخ الإطلاع : 1 / 2020 / 7 ، على الساعة : 18:24 مساء .

تفريغ البيانات وعرض النتائج

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن 138 فرد ونسبة 63 % يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لأكثر من ثلاث ساعات و 74 فرد ونسبة 33.8 % يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من ساعة إلى ساعتين بينما 7 أفراد ونسبة 3.2 % يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي أقل من ساعة واحدة .

ويرجع هذا العدد الكبير من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي لأكثر من ثلاث ساعات إلى تأثير هذه المواقع في حد ذاتها على من يستخدمها ، أصبحت جزءا لا يتجزأ من حياة الأشخاص لدرجة صار الفرد لا يتحمل العيش بدونها.

وحسب تقرير للجزيرة نت سنة 2018 يمضي الشخص العادي ما يقارب أربع ساعات على هاتفه كل يوم وهو ما يشكل 25 % من وقت اليقظة وأغلب ذلك الوقت مخصص لتطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي وهذا ما خلص له تقرير لتطبيق مومنت لتتبع الوقت الذي يستخدمه أكثر من 4.8 ملايين شخص ، ومع أن الكثيرين إستفادوا من وسائل الإعلام وتطبيقاته ويرون فيها نموذجا جيدا للمعلومة التي قربت المسافات .²

وحسب دراسة جديدة نشرت عبر موقع BBC news توصلت هذه الأخيرة إلى أن الوقت الذي يقضيه المستخدمون على منصات مواقع التواصل الاجتماعي على مستوى العالم إرتفع بنحو 60 في المائة في المتوسط وعلى مدى السنوات السبع الأخيرة حيث حللت مؤسسة " غلوبال ويب إندكس " البحثية في لندن بيانات 45 من أكبر دول العالم في أسواق الإنترنت ورأت هذه الأخيرة أن الوقت الذي يكرسه كل شخص لمواقع التواصل الاجتماعي أو تطبيقاتها إرتفع من 90 دقيقة يوميا عام 2012 إلى 143 دقيقة في الأشهر الثلاثة الأولى من عام 2019 وهذا دليل على أن مكانة مواقع التواصل الاجتماعي في وقتنا أصبحت كبيرة حيث يقضي أغلب الناس أوقاتهم في إستخدامها .³

² - الجزيرة ، مواقع التواصل الاجتماعي وهندسة الإدمان ، 7 / 12 / 2018 م ،

³ - BBC NEWS عربي ، ما الدول التي يقضي سكانها أطول الأوقات على مواقع التواصل الاجتماعي ، 10 سبتمبر/ أيلول 2019 ، <https://www.aljazeera.net/news/scienceandtechnology> ، تاريخ الإطلاع : 1 / 7 / 2020 ، على الساعة : 18:32.

³ - BBC NEWS عربي ، ما الدول التي يقضي سكانها أطول الأوقات على مواقع التواصل الاجتماعي ، 10 سبتمبر/ أيلول 2019 ، <https://www.bbc.com/arabic/art-and-culture-49639603> ، تاريخ الإطلاع : 1 / 7 / 2020 ، على الساعة :

النسب %	التكرارات	الإحتمالات
2.3 %	5	أقل من سنة
11 %	24	من سنة إلى ثلاث سنوات
86.3 %	189	من ثلاث سنوات إلى أربع سنوات
0.5 %	1	أكثر من أربع سنوات
100 %	219	المجموع


توضح نتائج الجدول أعلاه أن 189 فرد ونسبة 86.3 % يستخدمون موقع اليوتيوب من ثلاث سنوات إلى أربع سنوات و 24 فرد ونسبة 11 % يستعملون موقع اليوتيوب من سنة إلى ثلاث سنوات في حين 5 أفراد ونسبة 2.3 % يزاولون استخدام موقع اليوتيوب لأقل من سنة .

وهذا راجع إلى شهرة موقع اليوتيوب لدى أوساط الشباب وتوسعه بشكل رهيب جدا خاصة في ظل التطورات التي تطرأ كل سنة على هذا الموقع وكذا بث الفيديوهات بمختلف أنواعها ولجميع الفئات بشكل مجاني ، ولنقل أنه استطاع أن يخلف لنا التلفزيون لذلك الإقبال يزيد على هذا الموقع.

وحسب تقرير موقع Business of Apps العالمي حول إحصائيات موقع اليوتيوب وإستخدامه عالميا حيث يعد من أشهر المواقع حاليا وأكثرهم إستخداما من طرف المتابعين ولقد جاء في هذه التقرير أن الموقع يستخدمه 2 مليار مستخدم نشط شهريا وبلغ عدد المقاطع التي يتم مشاهدتها على اليوتيوب يوميا أكثر من مليار ساعة وبلغ حسب تقرير الموقع عدد صانعي محتوى ما يعرض عبر منصة اليوتيوب الآن 50 مليون صانع

تفريغ البيانات وعرض النتائج

محتوى وقد إحتلت بلدان كل من الولايات المتحدة الأمريكية والهند واليابان وروسيا والصين المراتب الخمسة الأولى عالميا إستخداما لهذا الموقع الشهير كما هو موضح أسفله⁴ :

Country	Percent of Visitors	Rank in Country
 United States	15.3%	2
 India	8.3%	2
 Japan	4.8%	2
 Russia	4.5%	1
 China	3.7%	12

صورة توضح ترتيب البلدان الأكثر إستخداما لموقع اليوتيوب لإحصائيات موقع Business of Apps

الجدول رقم (7) : هل لديك حساب في اليوتيوب

النسب %	التكرارات	الإحتمالات
52.1 %	114	نعم
47.9 %	105	لا
100 %	219	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن 114 فرد ونسبة 52.1 % يمتلكون حسابات شخصية عبر اليوتيوب و 105 فرد ونسبة 47.9 % لا يمتلكون حسابات شخصية عبر موقع اليوتيوب .

⁴ - Youtube Revenue and Usage statistics (2020) ، Business of Apps ، <https://www.businessofapps.com/data/youtube-statistics/> ، تاريخ الإطلاع : 1 / 7 / 2020 ، على الساعة :

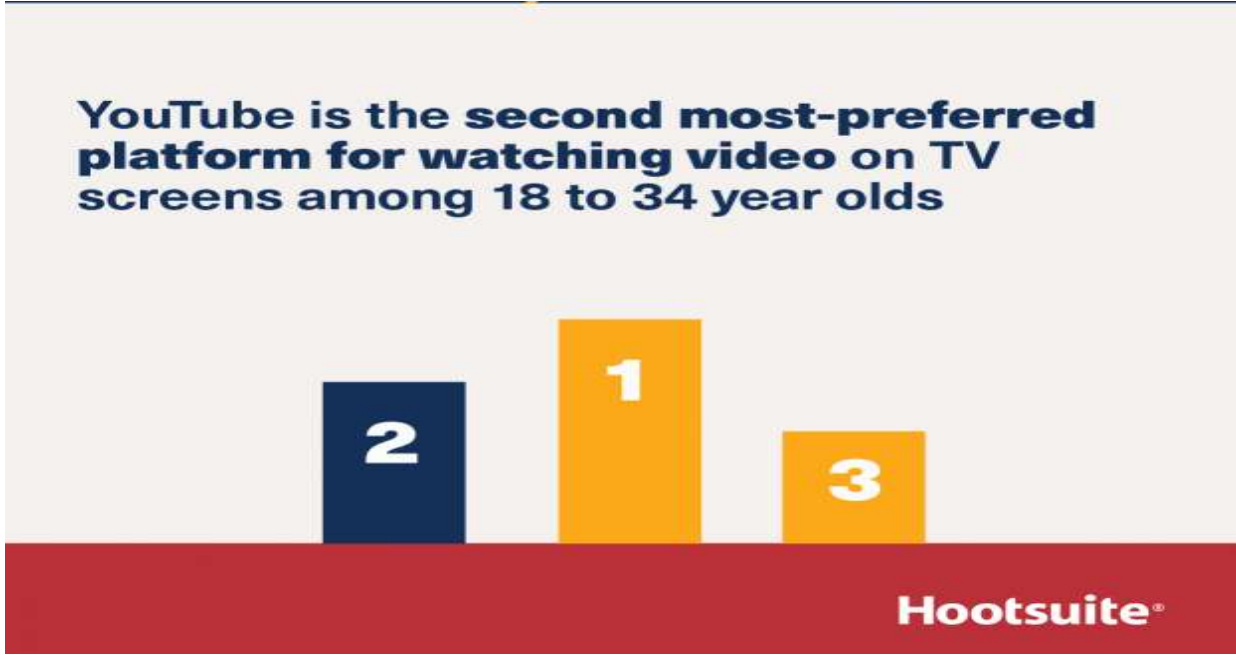
تفريغ البيانات وعرض النتائج

وهذا يعود العدد الكبير في إمتلاك المبحوثين لحسابات شخصية ، إلى المميزات التي يتميز بها موقع اليوتيوب حيث يسمح للأشخاص بإنشاء قنوات وحسابات شخصية في إطار غير محدد وبدون مقابل وفي حين نجد أن الشباب مؤخرًا سارعوا إلى فتح حسابات شخصية عبر هذا الموقع بغية تحقيق أهداف ربحية يخصها الموقع عند الوصول إلى نسب معينة من المشاهدات أو المتابعات.

وهذا حسب عدة دراسات أجريت في الولايات المتحدة الأمريكية حول الإحصائيات الخاصة بموقع اليوتيوب حيث قام الموقع الأمريكي omnicoor بإعداد دراسة سنة 2020 حول موقع اليوتيوب وخلصت هذه الدراسة على أن الرقم الإجمالي لمستخدمي اليوتيوب النشطين يوميا يقدر حاليا ب 30 مليونا ، إضافة إلى عدد القنوات المشتركة قدر ب 300 ألف قناة حاليا و قد قدر عدد المستخدمين الذين يقومون بإنشاء محتويات مشتركة حتى الآن ب 50 مليون مستخدم ضف إلى ذلك متوسط جلسة مشاهدة قدر ب 40 دقيقة في الجلسة الواحدة وقد بينت الدراسة الأمريكية على أن التركيبة السكانية لليوتيوب بلغت عند دخول سنة 2020 ب 73 بالمائة من البالغين يستخدمون موقع اليوتيوب بينما 62 بالمائة هم شركاء حقيقيون في الموقع بمعنى أن لديهم حسابات عبر هذا الموقع في حين أن المستخدمين الرجال البالغين من فئة الذكور يبلغ 78 بالمائة و يقدر عدد المستخدمين الإناث عالميا ب 68 بالمائة عبر هذا الموقع⁵ ، وهذا يعكس الأهمية القصوى والكبرى لهذا الموقع الذي بدأ في أخذ مكانة في أوساط الرأي العام العالمي وهذا لأهمية المحتويات المعروضة به وهناك من المختصين في مجالات علوم الإعلام والاتصال من يتحدث عن خلافة هذا الموقع لجهاز التلفزيون الشهير في السنوات القليلة القادمة وفي هذا الصدد وحسب موقع Hootsuite فإن موقع اليوتيوب هو ثاني أكثر منصة مفضلة لمشاهدة الفيديو على شاشات التلفزيون وهذا بالنسبة للفئة العمرية ما بين 18 سنة إلى 34 سنة كما هو موضح أسفله⁶

⁵ - Salmane Aslam , Demographics Fun facts , Youtube by the Numbers stats , 10 / 02 / 2020 ، <https://www.omnicoreagency.com/youtube-statistics/> ، تاريخ الإطلاع : 1 / 7 / 2020 ، على الساعة : 19:16

⁶ - about the author ، 23 Youtube statistics that Matter to Markketers in 2020 ، 17 / 12 / 2019 ، <https://blog.hootsuite.com/youtube-stats-marketers/> ، تاريخ الإطلاع : 1 / 7 / 2020 ، على الساعة : 19:22



صورة توضح الفئة العمرية الأكثر إقبالا على موقع اليوتيوب Youtube

وقد قام الباحث الأمريكي كيت سميث بإجراء إحصائيات وتم نشرها بموقع Brandwatch حيث قال سميث بأنه بحلول عام 2025 لن يشترك أي شخص تحت سن 32 في التلفزيون المدفوع وهذا من الدلائل الهامة جدا على أهمية موقع اليوتيوب في السنوات القادمة.⁷

⁷ - 126 Amazing social Media statistics and facts , Kit Smith, 2019 / 12 / 30 ، <https://www.brandwatch.com/blog/amazing-social-media-statistics-and-facts/> ، تاريخ الإطلاع : 7 / 1 / 2020 ، على الساعة : 19:30 .

الجدول رقم (8): ترتيب المواقع المستخدمة من طرف المبحوثين

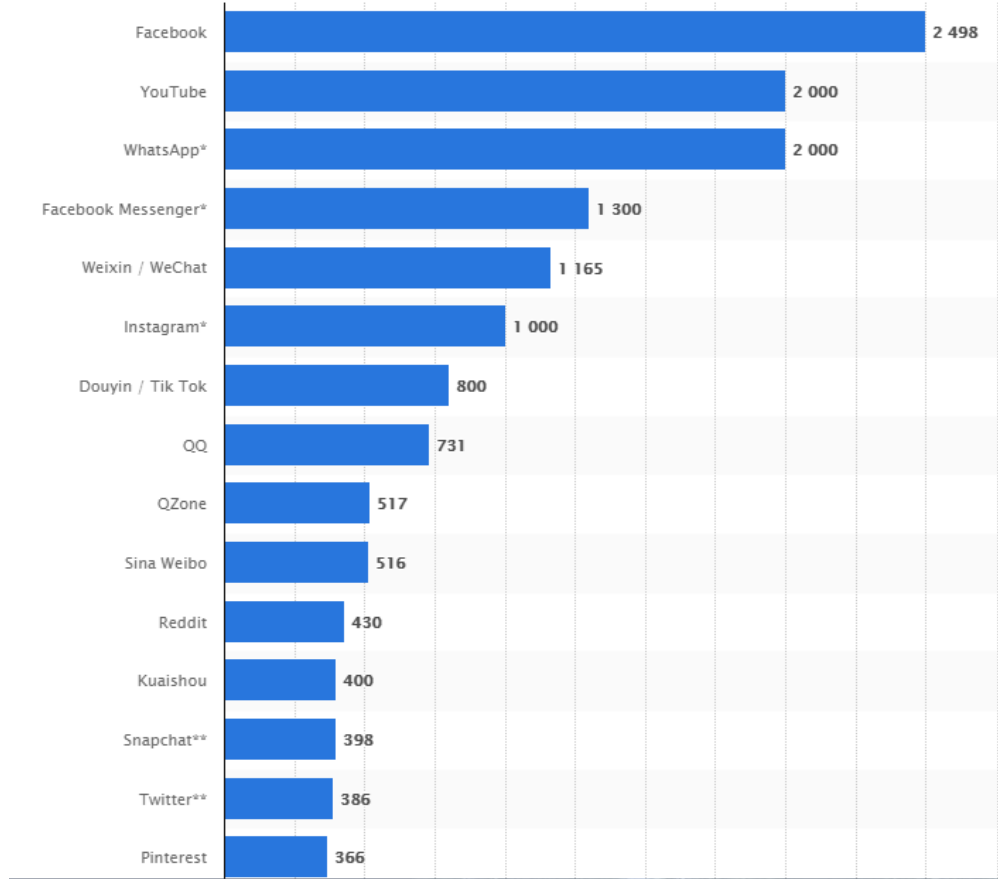
النسب %	التكرارات	الإحتمالات
73.5 %	161	فيس بوك
13.7 %	30	تويتر
7.8 %	17	يوتيوب
3.7 %	8	سناب شات
1.4 %	3	أنستغرام
100 %	219	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن 161 فرد ونسبة 73.5 % إختاروا موقع الفيس بوك و 30 فرد ونسبة 13.7% إختاروا موقع تويتر و 17 فرد ونسبة 7.8 % إختاروا موقع اليوتيوب و 8 أشخاص تم إختيارهم لموقع سناب شات بينما 3 أفراد ونسبة 1.4 % إختاروا موقع أنستغرام.

وهذا يعود إلى أن موقع الفيس بوك يعد أكثر شهرة ورواجا عند الجماهير وبذلك هو الآن يصل إلى أعلى النسب من حيث الإستخدام عبر العالم وقد قام موقع Statiste للإحصائيات بإجراء تقرير في 14 أبريل 2020 يوضح فيه المواقع الأكثر إستخداما من طرف الناس عالميا وقد بينت الدراسة على أن موقع فيس بوك يحتل المركز الأول من حيث الإستخدامات وذلك 2.498 مليون مشترك عبر هذا الموقع في حين بلغ عدد المستخدمين لموقع اليوتيوب 2.000 مليون مناصفة مع موقع واتس أب بنفس العدد وتلتها المواقع الأخرى الممتلة في مسنجر فيسبوك الذي يبلغ عدد مستعمليه 1.300 مليون شخص و موقع الأنستغرام الذي يبلغ عدد مستخدميه 1.000 مليون فرد بينما وحسب الشكل الموضح أسفله الخاص بالموقع بلغ عدد مستخدمي موقع سناب شات 398 مليون مستخدم بأقل عدد من المواقع الإجتماعية الأخرى وهذا راجع إلى أهمية كل من موقع الفيس بوك واليوتيوب بالنسبة للمستخدمين حيث تختلف إستعمالات هذه المواقع وكذا المحتويات الخاصة

تفريغ البيانات وعرض النتائج

بما على غرار المواقع الإجتماعية الأخرى⁸، لكن هذا لا ينفي البتة أن المواقع الأخرى ليست لها أهمية بل العكس تماما وكل موقع ومستخدميه أو بالأحرى جمهوره الخاص به .



صورة توضح ترتيب مواقع التواصل الإجتماعي من حيث عدد المستخدمين لسنة 2020م

⁸ - Most popular social networks worldwide as of april 2020 ranked by number of active Users (in million) - Marlene Greenfield
<https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users> ، تاريخ الإطلاع : 1 / 7 / 2020 ، على الساعة : 19:39.

تفريغ البيانات وعرض النتائج

الجدول رقم (9) : معدل الحجم الزمني المستخدم في موقع اليوتيوب

النسب %	التكرارات	الإحتمالات
14.6 %	32	أقل من نصف ساعة
53.4 %	117	من ساعة إلى ساعتين
32 %	70	أكثر من ثلاث ساعات
100 %	219	المجموع

يوضح الجدول أعلاه أن 117 فرد ونسبة 53.4 % يستعملون موقع اليوتيوب من ساعة إلى ساعتين و 70 فرد ونسبة 32 % يستخدمون اليوتيوب أكثر من ثلاث ساعات بينما 32 فرد و نسبة 14.6 % يستعملون موقع اليوتيوب لأقل من نصف ساعة.

ويرجع هذا إلى توفر تطبيق موقع اليوتيوب عبر كافة الهواتف الذكية أين يسمح للأشخاص بإستعماله في أي مكان وأيضا يرجع العدد الكبير الذي إختار إستعمال اليوتيوب من ساعة إلى ساعتين إلى إنشغالهم بأعمال أخرى كالدراسة والعمل وغيرها ، هذا وحسب الإحصائيات التي قام بها موقع Obrelo حيث يشاهد الناس كل يوم مليون ساعة من مقاطع الفيديو المطروحة عبر موقع اليوتيوب وقد عمل هذا الموقع على إجراء عمليات حسابية لعدد ساعات مشاهدات المستخدمين لموقع اليوتيوب حيث يبلغ معدل المشاهدات للشخص الواحد حوالي 8.4 دقيقة يوميا وهذا رقم مذهل خاصة من حيث مصداقية الفيديوهات التي تطرح للمشاهدين وحسب ما جاء في صحيفة وول ستريت جورنال الأمريكية فقد أشار الرئيس التنفيذي للمنتجات في الشركة نيل موهان إن محتوى الموقع يصبح أكثر غنى كل دقيقة نظرا لزيادة المشاهدات اليومية وقد رأت جريدة وول ستريت جورنال بأن عدد ساعات مشاهدة الفيديوهات على موقع اليوتيوب يشكل تهديدا للتلفزيون التقليدي ، خاصة في ظل إفتقاره للأدوات المتطورة التي يمكنها الموقع⁹.

⁹ - Most popular social networks worldwide as of april 2020 ranked by numbere of ، Marlene Greenfield
<https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users> ، 2020 / 04 / 24 ، active Users (in million)
، تاريخ الإطلاع : 1 / 7 / 2020 ، على الساعة : 19:39.



صورة توضح عدد ساعات مشاهدة الناس للفيديوهات المطروحة عبر موقع اليوتيوب.

الجدول رقم (10) : الفترات التي يستخدم فيها موقع اليوتيوب.

النسب %	التكرارات	الإحتمالات
20.1 %	44	صباحا
4.6 %	10	الظهيرة
7.3 %	16	مساء
68 %	149	ليلا
100 %	219	المجموع

نلاحظ من خلال بيانات الجدول أن الفترة الليلية هي أحسن فترة يستخدم فيها المبحوثين موقع اليوتيوب وذلك بـ 149 فرد ونسبة 68 % و 44 فرد ونسبة 20.1 % يفضلون استخدام موقع اليوتيوب في الفترة

تفريغ البيانات وعرض النتائج

الصباحية و 16 فرد ونسبة 7.3 % يستخدمون اليوتيوب في الفترة المسائية بينما يفضل 10 أفراد ونسبة 4.6 % استخدام موقع اليوتيوب في فترة الظهر.

وهذه النسب تعود إلى أهمية الفترة الليلية بالنسبة لمستخدمي موقع اليوتيوب بالإضافة إلى تفرغ الباحثين في الليل من أجل استخدام الموقع وهذا قد يرجع إلى عدة أسباب شخصية متعلقة بظروف الذين يستخدمون هذا الموقع قد تكون هذه الأسباب متعلقة بعدم توفر الوقت الكافي لمتابعة كل ما يجري بهذا الموقع نتيجة العمل أو الدراسة أو شئى من هذا القبيل ، وأنوه هنا بالتحديد على أن من مميزات موقع اليوتيوب يمكن مستخدميه بالرجوع إلى الفيديوهات وقت ما سنحت فرصة المشاهدة وهذه النقطة غير متوفرة في الوسائل الأخرى كالتلفزيون أو الإذاعة وهذا ما يطمأن مستخدمى هذا الموقع بتحديد فترة معينة من اليوم وخاصة مثل الفترة الليلية التي تعد من أفضل الفترات استخداما لهذا الموقع.

الجدول رقم (11) : أهم المواضيع التي تستقطب المشاهدين عبر اليوتيوب

النسب %	التكرارات	الإحتمالات
53.9 %	118	سياسية
10 %	22	إجتماعية
7.3 %	16	ثقافية
11 %	24	رياضية
17.8 %	39	فكاهية
100 %	219	المجموع

نرى من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل إستقطاب لأهم المواضيع المشاهدة عبر اليوتيوب حيث نرى أن 118 فرد ونسبة 53.9% يشاهدون المواضيع السياسية ، و 39 فرد ونسبة 17.8% يتابعون المواضيع الفكاهية

تفريغ البيانات وعرض النتائج

و24 فرد ونسبة 11 % يتابعون البرامج الرياضية عبر اليوتيوب بينما 22 فرد ونسبة 10% يتابعون البرامج الإجتماعية في حين 16 فرد ونسبة 7.3% تستهويهم متابعة البرامج الثقافية.

وهذا راجع إلى إهتمام الرأي العام في الأونة الأخيرة بالمواضيع والأحداث السياسية خصوصا وأن موقع اليوتيوب أصبح مكانا مناسباً بالنسبة للمحللين السياسيين أو للدكاترة من خلال فتح قنوات خاصة بالمجال السياسي لطرح جملة من المشاكل السياسية الأنية ، و أشارت دراسة في هذا الصدد المعهد الأمريكي للإحصاء pew Resarch Center فيما يخص المواضيع الأكثر مشاهدة حيث أن أكثر المشاهدات حسب هذه الدراسة هي مواضيع الأطفال التي تتلقى أكبر عدد من المشاهدات في المتوسط مقارنة بمقاطع الفيديو الأخرى التي لم تستهدف الأطفال ومع ذلك فإن الفئات الأكثر مشاهدة في تطبيق اليوتيوب لا تشمل الأطفال فقط على وجه التحديد حيث تبقى الكوميديا والموسيقى والرياضة هي المواضيع الأكثر شعبية ومشاهدة لدى مستخدمي اليوتيوب ، وعندما نتمعن قليلا في الأونة الأخيرة وخاصة مع ظهور مشاهير اليوتيوب أو ما يعرف بـ " البودكاستر " فإنهم يلقون رواجاً كبيراً في أوساط العامة من الناس هذا عن طريق فيديوهاتهم الفكاهية أو المملة في بعض الأحيان التي ليس لها معنى وهنا تحيلنا الفكرة على إهتمام الناس بمثل هكذا مواضيع فكاهية ورياضية و إمتناعهم عن المواضيع الأخرى المهمة كالمواضيع التثقيفية أو السياسية أو حتى الإقتصادية.¹⁰

الجدول رقم (12) : رؤية المبحوثين للأشكال التعبيرية للأخبار وإنعكاسها على الوعي السياسي لديهم .

النسب %	التكرارات	الإحتمالات
36.5 %	80	واضح جدا
47.5 %	104	إلى حد ما
16 %	35	غير واضح
100 %	219	المجموع

¹⁰ - مهدي كريم ، هذا النوع من الفيديوهات هو الأكثر مشاهدة على اليوتيوب (دراسة) ، أخبار الآن ، <https://www.akhbaralaan.net/entertainment/misc/2019/08/06> ، تاريخ الإطلاع : 1 / 7 / 2020 ، على الساعة

تفريغ البيانات وعرض النتائج

توضح نتائج الجدول أعلاه أن معظم أفراد العينة والتي بلغت بـ 104 فرد ونسبة 47.5% يرون أن الأشكال التعبيرية للأنصار واضحة جدا فيما يخص إنعكاس الوعي السياسي لديهم و 80 فرد ونسبة 36.5% يرون بأن الأشكال التعبيرية للأنصار تعكس الوعي السياسي لديهم إلى حد ما و 35 فرد ونسبة 16% يرون بأن هذه الأشكال التعبيرية غير واضحة من خلال إنعكاس الوعي السياسي لديهم .

وهذا راجع إلى إهتمام الجماهير والأكاديميين بظاهرة هتافات أو صيحات المشجعين من على مدرجات الملاعب التي أضحت بمثابة المعقل والمنتفس الحقيقي للجماهير المغلوب على أمرها ويسمح بذلك للمعب لهم بإخراج مكبوتاتهم في ظل سياسة الإستبداد والكبت التي يتعرضون لها عن طريق رسائل واضحة موجهة إلى الأنظمة الحاكمة ويقول الباحث المغربي أحمد مستاد في الإعلام والاتصال على أن الأشكال التعبيرية الخاصة بالتراس الملاعب ولدت من رحم السياسة فمهد الحركية في إيطاليا عرف بتأسيس مجموعات مشجعة لها توجهات سياسية معينة ، هذا السياق التاريخي الذي أتى منه أحمد مستاد يفسر نسبيا الحمولة السياسية والأهمية الإجتماعية لبعض الأشكال التعبيرية لألتراس الملاعب الرياضية فالأشكال التعبيرية تاريخيا كانت ذو حمولة سياسية لها أهمية كبيرة جدا حيث تبنت الجماهير الجزائرية على سبيل المثال لا الحصر قضايا وطنية لها أهمية كبرى في الساحة المحلية أو الدولية والدليل الثابت على ذلك هو طريقة بداية تأسيس النوادي الجزائرية الكبيرة على غرار مولودية الجزائر و اتحاد العاصمة ورائد القبة واتحاد الحراش ومولودية وهران وغيرها من النوادي التي إنطلقت من مبادئ كفاح سياسي للإستعمار الغاشم.

الجدول رقم (13) : ترتيب أهم المواضيع التي تتطرق لها أهازيج المناصرين في الملاعب.

النسب %	التكرارات	الإحتمالات
42.5 %	93	رياضية
23.7 %	52	سياسية
24.7 %	54	إجتماعية
9.1 %	20	ثقافية
100 %	219	المجموع

تفريغ البيانات وعرض النتائج

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن المواضيع الرياضية جاءت في المرتبة الأولى من حيث المواضيع التي تتطرق لها أهازيج المناصرين وذلك بـ 93 فرد ونسبة 42.5% تلتها المواضيع الإجتماعية بـ 54 فرد ونسبة 24.7% ثم المواضيع السياسية بـ 52 فرد ونسبة 23.7% وصولا إلى المواضيع الثقافية بـ 20 فرد ونسبة 9.1%

وهذا راجع إلى نوعية الأغاني التي تطرح من على مدرجات الملاعب حيث تتميز بالخلط ما بين المجال الرياضي ومعالجة بعض المجالات الأخرى من وقت إلى وقت والمثلة في السياسة والمواضيع الإجتماعية وتكون على شكل أغاني رياضية مسيسة وهنا يرى نوبرت إلياس أن الملعب مكان يسمح لإطلاق العنان لمشاعر وتصرفات قد لا يكون مسموحا بها في أماكن أخرى لذلك يعد الملعب مكانا عصيا على الأنظمة إحتواؤه بخلاف الشوارع و الأماكن العمومية وهذا ما يجعل الأنصار يطرحون المواضيع التي يريدون فتحها من على مدرجات الملاعب فالكفة غالبية إلى المواضيع السياسية في البلدان التي تعاني من هذا الجانب ومن الفساد كالذي يحدث في البلدان العربية ومن نقطة عدم إمكانية الأنظمة التحكم في الملعب أحيانا نتفاجئ بنقل رسائل بذئثة من طرف هؤلاء المشجعين لكن هذا لا يمنع من أن الملعب أصبح مكانا محببا للجماهير أين يتم فيه نقل الرسائل المختلفة وفي جميع المجالات

الجدول رقم (14) : مساهمة فيديوهات الخاصة بالملاعب في زيادة الوعي السياسي لديهم .

الإحتمالات	التكرارات	النسب %
قليلا	62	28.3 %
كثيرا	89	40.6 %
نادرا	68	31.1 %
المجموع	219	100 %

تفريغ البيانات وعرض النتائج

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن 89 فرد ونسبة 40.6% تساهم الفيديوهات الخاصة بالملاعب في زيادة الوعي السياسي لديهم كثيرا و 68 فرد ونسبة 31.1% تساهم الفيديوهات الخاصة بالملاعب بشكل نادر بينما 62 فرد ونسبة 28.3% قليلا ما تساهم الفيديوهات الخاصة بالملاعب في زيادة الوعي السياسي لديهم.

وهذا راجع إلى طريقة إختيار المناصرين للمعاني الخاصة بالأهازيج التي صارت تحتوي على حقائق تعيشها الأمم خارج أصور الملعب حيث تحول المشجع الرياضي إلى معارض واقف على مدرجات الملعب معالجا للمواضيع السياسية والإقتصادية والإجتماعية كالحرقة والمخدرات وغيرها وهذا ما يؤثر في زيادة الوعي السياسي لدى مشاهد هذه الفيديوهات ، في هذا الصدد يرى الباحث جيرارد زيريد أن روح المكان " الملعب " تتقوى في النفوس بفعل المؤثرات الصوتية " أغاني — صراخ " والوسائل البصرية المتمثلة في اللافتات، الرسائل حيث نرى مؤخرا أن جماهير الأنصار صارت تبعد في هذا السياق ولا يمكننا أن ننفي بأن تلك الأهات التي تخرج من حناجر المناصرين لها أهمية كبيرة في تجييش الرأي العام وخاصة وأنها أغاني سياسية بالدرجة تعالج المشاكل الجارية في البلد وهذا ما يؤكد بأن الفيديوهات الخاصة بالملاعب لها أهمية في زيادة الوعي السياسي بدرجات متفاوتة وقد تكون فيديوهات محفزة للتكلم في ظل سياسة الغلق التي تعيشه بلدان العالم الثالث.

الجدول رقم (15) : رؤية المبحوثين من أن مدرجات الملاعب أضحت فضاء لممارسة السياسة .

النسب %	التكرارات	الإحتمالات
51.1 %	112	موافق
31.5 %	69	محايد
17.5 %	38	غير موافق
100 %	219	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن معظم المبحوثين موافقون على أن المدرجات أضحت فضاء حقيقيا لممارسة السياسة بـ 112 فرد ونسبة 51.1 % و 69 فرد ونسبة 31.5 % محايدون لفكرة أن الملاعب

تفريغ البيانات وعرض النتائج

أصبحت فضاءا للممارسة السياسة بينما 38 فرد و نسبة 17.5 % غير موافقون من أن الملاعب صارت فضاءا للممارسة السياسة.

ويرجع هذا العدد الكبير من الموافقين من أن الملعب أضحى فضاءا أو معقلا فعليا لممارسة السياسة حيث أصبح الملعب حقيقة فضاء تمارس فيه السياسة المدعومة بالجماهير الغفيرة وبصيحات الحشود بطرق مدروسة وموحدة وتغيرت بذلك أعراف الملاعب من أنها ملاعب تلعب عبر المباريات الرياضية بين الفرق أو المنتخبات إلى فضاءات تمارس فيها السياسة طيلة التسعون دقيقة وفي هذا الصدد هناك العديد من الأبحاث الجدية حول تسييس الملاعب الرياضية في العالم حيث يرى المصري أحمد خميس في كتابه ثورة جيل ألتراس الذي تكلم مطولا حول إستعانة نظام الرئيس مبارك بالرياضة وإدخالها المجال السياسي بطريقة غير مباشرة وإستطاع جمال مبارك من الإستفادة من كرة القدم بالدرجة الأولى وراح يقدم نفسه كنموذج للشباب المصري المشغول بإهتمامات الشعب في كل تجمع يذهب إليه بصفته الحزبية عن كرة القدم ومبارك نفسه لم يكن يتحدث في الكرة إلا عند الإنجازات الكبرى وحدث ذلك عند تتويج المنتخب المصري بكأس إفريقيا وتتويج النادي الأهلي بكأس رابطة أبطال إفريقيا أين قدم أوسمة رسمية من الدرجة الأولى تقديرا منه لهذه الإنجازات ففي سنة 1997 تم توظيف شعبية كل من النادي الأهلي المصري و نادي الزمالك في مهمة جمع تبرعات لسداد ديون مصر وذلك برعاية جمال مبارك عن طريق تنظيم مباراة ودية بين القطبين تحت إسم " في حب مصر " ، وفي السعودية مثلا تحضر العائلة المالكة في المجال الرياضي بشكل مكثف بدليل رعاية أمراء بالأندية الكبرى للسعودية وفي العراق أيضا وظف الرئيس الراحل صدام حسين الرياضة عقب وصول منتخب بلاده إلى كأس العالم وذلك لرفع معنويات شعبه خلال حربه الطويلة مع إيران وفي المغرب¹¹ أيضا فإن منصف اليازغي الباحث المغربي في السياسة الرياضية يذهب إلى أن الدولة هي التي بادرت بتسييس الملعب عندما طلبت من الفصائل إنجاز تيفو برسم إحدى المباريات التصفوية للمنتخب المغربي وهنا أيضا يمكنني أن أذكر بعض الأزمات التي جرت بين البلدان ، وهي أزمة ألبانيا وصربيا كمثال حي أين تم رفع شعارات من جانب جماهير المنتخب الصربي المعادي للاعبين المنتخب الألباني المسلمين وتولدت أزمة سياسية بين البلدين والأمثلة كثيرة جدا في

¹¹ - أكرم خميس ، نفس المرجع ، ص 27 - 29 .

تفريغ البيانات وعرض النتائج

الواقع وهذا ما يوضح بأن الملعب أو بشكل رئيسي أضحت لعبة سياسية إن صح التعبير تولد في الأحيان أزمات بين البلدان وتتمر عبرها عدة رسائل سياسية.¹²

الجدول رقم (16): رؤية الباحثين حول إمكانية أن أهازيج الملاعب صارت جديرة بالمتابعة .

النسب %	التكرارات	الإحتمالات
53 %	116	موافق
33.8 %	74	محايد
13.2 %	29	معارض
100 %	219	المجموع

من خلال بيانات الجدول أعلاه نلاحظ أن 116 فرد ونسبة 53 % موافقون على أن أهازيج الملاعب صارت جديرة بالمتابعة بينما 74 فرد ونسبة 33.8 % إختاروا الحياد في حين 29 فرد و 13.2 % عارضوا أن أهازيج الملاعب صارت جديرة بالمتابعة.

وافق أغلب الباحثين في أن أهازيج الملاعب أصبحت جديرة بالمتابعة لعدة أسباب :

- لكونها ظاهرة تعكس المعاناة الحقيقية للشعوب .

¹² - أحمد مستاد ، أغاني الألتراس تسييس الملاعب أم فضاءات للفعل الإحتجاجي ، موقع مرابنا ، <http://marayana.com/laune/2020/01/20/13805/> ، 20 / 01 / 20 ، تاريخ الإطلاع : 1 / 7 / 2020 ، على

تفريغ البيانات وعرض النتائج

- لكونها تبث عبر مواقع التواصل الإجتماعي وبدون مقابل غير الإشتراك في قنوات النوادي المتواجدة عبر منصة اليوتيوب.
- لكونها أصبحت أهازيج لا تقتصر على الرياضة وحسب بل تجاوزت حدود الرياضة منتقلة إلى مجالات أخرى

ومما يزيد من الإهتمام بهذا النوع من الظواهر متابعة من طرف الرأي العام المحلي أو العالمي بواسطة مواقع التواصل الإجتماعي التي ساعدت من وصولها فأصبح كل فريق رياضي مثلا في الجزائر أو المغرب أو تونس أو مصر يعرف بأغانيه المعبرة عنه وعن حال البلدان وتميزت أغاني هؤلاء الفرق بين المزج بين الحمولة ذات البعد السياسي والرياضي والإجتماعي وأحيانا يصل إلى حتى البعد الإقتصادي ومن جهة أخرى بالتوحد في نفس الأفكار الممثلة في بث رسائل لها دلالات عن الظلم والقهر الذي تعيشه هذه الشعوب ، ويقول بعض المشجعين هنا بأن حال البلاد تعرفه عند دخولك إلى مدرجات الملاعب فهناك تشاهد أحوال البلاد على حقيقتها وما تعيشه الشعوب بعيدا عن الصور الإعلامية التي تبث عبر أبواق الأنظمة الحاكمة وبالتالي فإن الملعب صار جديرا بالإهتمام وذلك بتحويله إلى أرض خصبة حقيقية لمعالجة المشاكل الذي يسمح لها الملعب بإطلاقها والذي يكون غير مسموح بها في أماكن أخرى في البلاد لأسباب يعرفها الخاص والعام.

الجدول رقم (17): تأثير أهازيج الملاعب على الوعي السياسي.

النسب %	التكرارات	الإحتمالات
33.3 %	73	موافق
35.6 %	78	محايد
31.1 %	68	معارض
100 %	219	المجموع

تفريغ البيانات وعرض النتائج

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن 78 فرد ونسبة 35.6% إختاروا الحياد لتأثير أهازيج الملاعب على الوعي السياسي الخاص بهم و 73 فرد ونسبة 33.3 % وافقوا على تأثير أهازيج الملاعب على الوعي السياسي الخاص بهم و 68 فرد ونسبة 31.1 % عارضوا طرح تأثير أهازيج الملاعب على الوعي السياسي لديهم.

وهذا راجع إلى أن أهازيج ملاعب كرة القدم بالرغم من أنها تعالج المواضيع المختلفة المطروحة إلا أنها تبقى هتافات حشود غير مؤطرة لكونها جهات غير رسمية كالأحزاب السياسية هذا من جهة ، ومن جهة أخرى هذا لا ينفي إطلاقا أهمية هذه الأهازيج في إيصال الرسائل إلى الحكام بالرغم من بساطتها في كيفية إعدادها من قبل المشجعين والقائمين على مجموعات التشجيع والألتراس معتمدين في ذلك على ألحان تضيف لهذه الأهازيج رونقا وأسلوبا موسيقيا جميلا وتعتبر كذلك كلمات هذه الأغاني من صميم الواقع المعيش الذي تعيشه الشعوب وتعتبر صوتا حقيقيا لأصوات الملايين المقهورة والمضيق عليها من أجل السكوت ودائما ما تتهم هذه المجموعات التشجيعية من طرف الأنظمة الحاكمة بعدم التأطير لكنها بينت في الكثير من المرات عن معالجة القضايا المجتمعية الهامة التي تخص كافة شرائح المجتمع بطرق مبهرة أثمرت الرأي العام المحلي أو الإقليمي أو حتى العالمي بتقديم أغاني تحمل إشارات واضحة وغير مبهمة مشار إليها بالأصابع وتتفاعل مع المستجدات الجارية التي تعاني منها المجتمعات سواء كانت الجزائرية أو المغربية أو التونسية ونخص بالذكر هذه البلدان وهذا لإمتيازها عن جماهير مثلا الشرق الأوسط في طرق التعبير الفريدة من نوعها أو حتى من الحالات المجتمعية التي تشبه بعضها البعض نسبيا.

الجدول رقم (18): مدى إمكانية الملعب إيصال الرسائل إلى السلطة .

النسب %	التكرارات	الإحتمالات
44.3%	97	بشكل كبير
37.9%	83	بشكل متوسط
17.8%	39	بشكل ضعيف
100%	219	المجموع

تفريغ البيانات وعرض النتائج

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن 97 فرد ونسبة 44.3% يرون بأن الملاعب بإمكانها إيصال رسائل إلى السلطة بشكل كبير و 83 فرد ونسبة 37.9% يرون بأن الملعب يمكنه إيصال تمرير الرسائل إلى السلطة بشكل متوسط في حين 39 فرد ونسبة 17.8% روأ أن الملعب يمكنه إيصال الرسائل بشكل ضعيف .

هذا العدد المعترف من المبحوثين يبين أن الملاعب تحولت إلى منابر لترديد الكلمات والتهافتات الموجهة بصفة مباشرة إلى السلطة والنظام الحاكم وأيضا الأمر الذي يجعل الملعب بإمكانه من خلال صيحات الجماهير إيصال الرسائل المشفرة هو إمكانية إستقبال الملعب لعدد كبير من المناصرين قد يصل أحيانا إلى 80 مليون أو أكثر في بعض الحالات وهذا ما يعين ويساعد على إيصال الرسائل إلى الحكام من خلال الأعداد الكبيرة من الجماهير وترديد تلك التهافتات بأصوات موحدة بطرق مائعة هذا ومما يزيد من أهمية الملعب في إيصال الرسائل إلى السلطة هو تحول الملعب إلى فضاء جديد للإحتجاج غير الشارع الذي قلنا أنه مسيطر عليه من طرف هذه السلطات نفسها الأمر الذي يعيب على قضية أهازيج الملاعب وفكرة إيصالها الرسائل إلى السلطة يكمن في عدم رسمية هذه الحركات والتي أهما تتهم في الكثير من المرات بالشتات وبعدم التأطير لكنها مجرد صيحات لحظية إن صح التعبير تكتب من طرف شباب مقهور من الظلم الذي يتعرض له لكن وفي جانب آخر تعد مشكلا حقيقيا للأنظمة المستبدة وهذا لكونها مرآة عاكسة للرأي العام العالمي لحال هذه البلدان وما تعيشه بعيدا عن ما ييثر في القنوات التابعة لها وتسعى دوما لكبحها وهنا نخص بالذكر ما يجري لهذه المجموعات من عقوبات قد تصل أحيانا لحرمانهم من دخول الملعب كما جرى في المغرب العام الماضي أين تم سن قوانين خاصة من طرف السلطات المغربية ضد ألتراس الملاعب حيث فرضت على الفصائل التشجيعية تقديم مضامين التيفو التي يتم رفعها عند بداية المباريات قبل تثبيته في الملعب وهذا من أجل الموافقة عليه أو رفضه بالكامل.

الجدول رقم (19) : مساهمة أهازيج الأنصار في التعبئة لحراك 22 فيفري .

الاحتمالات	التكرارات	النسب %
بشكل كبير	83	37.9 %
بشكل متوسط	91	41.6 %
بشكل ضعيف	45	20.5 %
المجموع	219	100 %

يبين الجدول الموضح أعلاه أن 91 فرد ونسبة 41.6 % يعتقدون أن أهازيج الأنصار ساهمت في التعبئة لحراك 22 فيفري بشكل متوسط و 83 فرد ونسبة 37.9% يرون بأن أهازيج المناصرين ساهمت في التعبئة الحراك بشكل كبير و 45 فرد ونسبة 20.5% إعتقدوا أن أهازيج المناصرين ساهمت بشكل ضعيف في التعبئة لحراك 22 فيفري.

إن الأمر الذي ميز حراك 22 فبراير هو الهبة الشعبية التي إنفجر من خلالها الشعب الجزائري بعد الإستعمار والحصار المفروض طيلة ربع قرن من الحكم ، ومما يسترعى الإنتباه هو كيفية التظاهر التي ظهر بها الشارع الجزائري في كل جمعة أو في كل تجمع كان ، فأغلب هذه الطرق كانت عبارة عن أهازيج مسيئة كالتى يرددتها المشجعون في الملاعب حيث تحولت أهازيج الملاعب التي كان يتغنى بها أنصار الفرق في الملاعب إلى الشوارع وهذا من أجل تمرير الرسائل التي يراد من خلالها إسقاط النظام الفاسد وقد كانت أغاني كل من فرق مولودية الجزائر وإتحاد العاصمة و إتحاد الحراش بمثابة الحجر الأساس لإنفجار ما يسمى بالحراك الشعبي في فبراير من سنة 2019 عندما قامت مجموعات هذه الفرق بإنشاء أغاني معبرة عن الواقع المعيش للجزائر في مقدمتها أغنية " بابور اللوح ولاكازاد دلموراديا وأغنية يونمار وأغنية مكاش رايس كاين تصويرة " ، الجماهير إتحاد العاصمة لكن هذه الأغاني لاقت إمتعاض العصابة و عملت على تشويه صور الجماهير و محوها بالإضافة إلى إعتقال العديد من القائمون على هذه المجموعات لكن عندما دقت ساعة الحسم وربط العزم لكسر صنم الرئيس الشبح وعصابته كان الحراك الشعبي بمثابة الحاضن الرئيسي لهذه الأهازيج التي لطالما دوت مدرجات ملاعب كرة القدم بدون خروجها للشوارع في ظل التعتيم الإعلامي من طرف دكاكين السلطة الإعلامية والتي لم تلقى سوى مواقع التواصل الإجتماعي وموقع اليوتيوب منزلا لها لإعلاء وتبليغ أصوات المظلومين من الشباب في مختلف المجالات والحالات المجتمعية التي يعاني منها الشعب الجزائري.



صورة تبين طريقة الإحتجاج في حراك 22 فبراير 2019م بالجزائر.

الجدول رقم (20) : مشاهدة فيديو بابور اللوح عبر اليوتيوب.

النسب %	التكرارات	الإحتمالات
73.5 %	161	نعم
26.5 %	58	لا
100 %	219	المجموع

تظهر نتائج الجدول أعلاه أن 161 فرد من العينة ونسبة 73.5 % شاهدوا فيديو بابور اللوح عبر اليوتيوب بينما 58 فرد ونسبة 26.5 % لم يشاهدوا فيديو بابور اللوح عبر منصة موقع اليوتيوب.

وهذا راجع إلى الضجة التي أثارها أغنية بابور اللوح لجماهير فريق إتحاد العاصمة الجزائري حيث إستطاع الفيديو الخاص بالأغنية تحقيق نسب مشاهدة عالية جدا بلغت لحد الآن 23 مليون مشاهدة و13 ألف تعليق عبر هذه الأغنية قابلة للزيادة والتي إمتازت بأسلوبها الموسيقي الباهر وبلكلماتها الدالة على معاناة الشاب

تفريغ البيانات وعرض النتائج

الجزائري وكذا كيفية تمهيش هذه الفئة من قبل الأنظمة المتعاقبة على الحكم بطرق عمدية قل لها نظير بتلك البشاعة وهذا ما يجعل الشباب يقصد قوارب الموت متجها نحو الدول الأوروبية عله يلقي ما يحلم به في حياته وبلده ، ومما زاد من رواج هذه الأغنية هو التغني بها مطولا من طرف جماهير إتحاد العاصمة سواء في الملاعب الجزائرية أو في حراك الشعب الجزائري لتنتقل حتى إلى جماهير الرجاء البيضاوي ونوادي وطنية و إقليمية أخرى وهذا ما يبين بأن شعوب دول شمال إفريقيا تعيش نفس معاناة الظلم والتهميش والإهمال من طرف حكام هذه البلدان ، ويبقى العدد المتحصل عليه من طرف أغنية بابور اللوح لحد الآن عالي جدا خاصة وإن تمعنا النظر للأغاني الأخرى التي تصب في نفس السياق.

Ouled El Bahdja 2018 - Babour Ellouh - USMA 2018

23 553 612 vues • 29 mars 2018

290 K 12 K PARTAGER

صورة توضح أعداد المشاهدات لفيديو أغنية بابور اللوح لجماهير إتحاد العاصمة Usma

الجدول رقم (21) : معرفة من هم أصحاب أغنية بابور اللوح .

النسب %	التكرارات	الإحتمالات
37 %	81	نعم
63 %	138	لا
100 %	219	المجموع

من خلال بيانات الجدول أعلاه نلاحظ أن 138 فرد من العينة ونسبة 63 % لا يعرفون من هم أصحاب فيديو بابور اللوح و 81 فرد ونسبة 37 % يعرفون من هم أصحاب فيديو بابور اللوح.

وهذا يعود إلى عدم إهتمام المشاهدين إلى معرفة من هم مؤلفي هذه الأغنية بقدر ما يهتموا بكلمات هذه الأغنية التي تعبر عن المعاناة الحقيقية للمجتمع الجزائري ، لكن هذا الأمر لا ينفي البتة تاريخ مجموعة أولاد البهجة أصحاب أغنية " خليني نروح في بابور اللوح " و " لاكاسا دل موراديا " وغيرها من الأغاني التي

تفريغ البيانات وعرض النتائج

عاجلت بالفعل أوجاع الشعب الجزائري حتى في وقت تجبر الرئيس المعزول فقد نشر ميكائيل كوريا مقالات حول تاريخ الثورة الجزائرية الذي غذى روحها الإحتجاجية وأقر بأن أنصار إتحاد العاصمة ممثلين في مجموعة أولاد البهجة هم أحد رؤوس الحركة الإحتجاجية التي شهدتها الجزائر منذ بداية حراك 22 فبراير 2019 وإشتهر هؤلاء بأغانيهم الإحتجاجية والمعادية لنظام العصابة التي تصور كآبة الشباب الجزائري وكانت معظم أغاني هذه المجموعة ناجحة لأنها تتناول بالتفصيل التفويضات المختلفة للرئيس بوتفليقة وهذا ما ساعد مثل هكذا أغاني على الإنتشار في وسط الحراك الجزائري لأنها إجتازت الرياضة وكرة القدم لتصبح أغاني إجتماعية تعبر عن الأوضاع الشعبية المزرية والحقيقة لمجموعة بابور اللوح باع كبير في النضال على مستوى مدرجات ملعب بولوغين الخاص بفريق إتحاد العاصمة



صورة حية لطريقة تشجيع جماهير إتحاد العاصمة بملعب بولوغين بباب الواد

الجدول رقم (22) : ذكر من هم أصحاب فيديو أغنية بابور اللوح.

النسب %	التكرارات	الإحتمالات
95.9 %	210	إجابة صحيحة
4.1 %	9	إجابة خاطئة
100 %	219	المجموع

تفريغ البيانات وعرض النتائج

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن 210 فرد من العينة ونسبة 95.9 % أجابوا إجابة صحيحة وذلك بذكر جماهير فريق اتحاد العاصمة في حين 9 إجابات خاطئة لم يتعرفوا على أصحاب فيديو أغنية بابور اللوح .

وهذا يعود إلى شهرة فريق اتحاد العاصمة الجزائري وشهرة مجموعة أولاد البهجة في البلد والوطن العربي وقد إشتهر مشجعوا هذا النادي بأهازيجهم المعيرة عن حال البلاد والعباد ، وتعرف فصائل أولاد البهجة عالميا بتشجيعها وأغانيها الهادفة وقد سبق وأن بادر مغنيين أمثال سولكينغ بإنشاء ألبوم مزدوج مع مجموعة أولاد البهجة نظرا لشهرتها على الأصعدة المحلية أو العربية أو العالمية ، وقد سبق وأن لقيت مجموعة أولاد البهجة الثناء في الكثير من المرات أين طالب الإتحاد العربي لكرة القدم سنة 2018 مختلف جماهير الأندية العربية الإقتداء بجماهير إتحاد العاصمة وبطريقة تشجيعهم إذا أرادوا فعلا أن يكون بمثابة اللاعب رقم 12 لفريقهم وكتب الموقع الرسمي للهيئة مشيدا في عدة تغريدات عبر صفحته بتويتر بعد أحد مباريات الفريق " تشجيع لا يهدأ ولا يتوقف " وفي تغريدة أخرى مرفوق بصورة الأنصار " الجمهور عندما يحضر ويؤثر .. حضور كبير وتشجيع مثير " ، كل هذه الأمور دليل على مكانة جماهير إتحاد العاصمة ومجموعة أولاد البهجة المناضلة بكلماتها عبر حناجرها على كافة الأصعدة.

الجدول رقم (23) : عدد مرات مشاهدات المبحوثين لأغنية بابور اللوح عبر اليوتيوب.

النسب %	التكرارات	الإحتمالات
27.4 %	60	مرة واحدة
12.8 %	28	مرتين
59.8 %	131	عدة مرات
100 %	219	المجموع

تفريغ البيانات وعرض النتائج

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن 131 فرد ونسبة 59.8% شاهدوا فيديو بابور اللوح عدة مرات و 60 فرد ونسبة 27.4% شاهدوا الفيديو مرة واحدة بينما شاهد 28 فرد ونسبة 12.8% فيديو بابور اللوح مرتين.

ترجع هذه النسبة الكبيرة من المشاهدات من تأثير فيديو بابور اللوح عند خروجه عبر موقع اليوتيوب على المواطنين الجزائريين وخاصة الشباب منهم وذلك لأنها عبرت بشكل فعلي عن معاناة هذا الشعب بدون زيادة أو نقصان وهذا ما جعل أغلب المبحوثين يعاودون مشاهدتها لعدة مرات والمعروف على عدد المشاهدات العالية لأغنية بابور اللوح التي تقدر 23 مليون مشاهدة كأكبر نسب مشاهدة بالنسبة لأغاني الملاعب قابلة للزيادة لحد اللحظة وترجع أهمية موقع اليوتيوب ومميزاته في حفظ هذا الفيديو مدى الحياة ويمكن الناس بالرجوع إليه في أي وقت يشاؤون الأمر الذي ساعد في زيادة عدد المشاهدات إلى ما هي عليها اليوم ، الأمر الأخر يتمثل في الأسلوب الموسيقي الذي تعرف به منطقة شمال إفريقيا ، الذي يجذبه الناس وبكلمات معبرة عن ما تهدف إليه أغنية فرقة بابور اللوح لجماهير إتحاد العاصمة وبالتالي شهرة الأغنية سببها الأول حسب تقديري الملعب بنسبة كبيرة وإلى موقع اليوتيوب في حد ذاته الذي لولاه لما عرفت الأغنية عالميا ولما عرفت عند الأشخاص الذين لا يستطيعون الذهاب إلى الملعب لأسباب متعددة سواء كانت لأسباب بعد مسافات الملاعب عن سكن هؤلاء أو لأسباب مادية متعلقة بغلاء التذاكر في بعض الأحيان.

الجدول رقم (24) : أولي المعاني التي تتبادر في أذهان المشاهدين عند سماع فيديو بابور اللوح.

الإحتمالات	التكرارات	النسب %
المتعة والطرب	18	8.2 %
التفكير في الهجرة	69	31.5 %
حالة من اليأس والإحباط	102	46.6 %

تفريغ البيانات وعرض النتائج

13.7 %	30	إتحاد العاصمة usma
100 %	219	المجموع

يوضح الجدول أعلاه أن 102 فرد ونسبة 46.6% يمتلكهم حالات الإحباط والإحباط عند سماع فيديو بابور اللوح و 69 فرد ونسبة 31.5% يفكرون مليا في الهجرة خارج البلاد و30 فرد ونسبة 13.7% تتبادر في أذهانهم عند سماع فيديو بابور اللوح فريق إتحاد العاصمة بينما 18 فرد ونسبة 8.2% يتمتعون بنغمات هذه الأغنية .

وتعود هذه النسبة في أن أغلب المبحوثين يمتلكهم حالات الإحباط واليأس خلال مشاهدتهم هذه الأغنية بسبب تركيز مؤلفوا الأغنية على ذكر أحداث قاسية مرت على البلاد وذكر موت الشباب في قوارب الموت وهذا كله مع لمسات موسيقية حزينة وهذا ما زاد من إحباط المبحوثين لسماعها ، وقد شكلت أهازيج الملاعب خلال السنوات القليلة الأخيرة خاصة وأن جل مباريات الدوري المحلي ميزتها أهازيج الأنصار وطرق تشجيعهم خاصة وأنها لا تلخو من إطلاق هذا النوع من الأغاني والتي تركز على إحباط نفسيات الشباب الجزائري وسأمهم من حالة البلاد التي آلت لها ويعبر بذلك جماهير الأنصار عن ألامهم في كل مرة عن طريق هذه الظاهرة الإحتجاجية الجديدة التي عرفت بها ملاعب شمال إفريقيا وضلت هذه الأغاني مؤكدا حقيقيا على قدرة الشاب الجزائري على الدخول في المجال السياسي والتأكيد على ما يتمتع به من قدرات خاصة عندما تتمتع التركيز في هذه الأغاني نجد أنها تعكس واعيا سياسيا عميق تاريخيا وصولا إلى ما نحن عليه اليوم وركزت أنصار الفرق على تأليف الأهازيج بطرق مختلفة تقريبا معبرة عن وضعية البؤس الراهنة يكمن الاختلاف فقط في نوعية الكلمات بين أنصار الفرق الرياضية ويرى في هذا الصدد الباحث في علم الاجتماع المغربي عبد الرحيم السعيدي أن هذه الأغاني والأهازيج هي بمثابة صرخة حرة تلقائية .. خرجت من رحم المعاناة التي يحس بها أبناء جلدتنا خصوصا أن الجماهير ترددها داخل الملاعب وأكد السعيدي على أن الوعي الجماهيري قد نما بفضل إنتشار وسائل التواصل الإجتماعي ، وهذا ما يؤكد أهمية هذه الأخيرة في إنتشارها على أوسع نطاق

تفريغ البيانات وعرض النتائج

ونخص بالذكر هنا موقع الفيس بوك واليوتيوب اللذين إستطاعوا أن يوصلوا أصوات هؤلاء الشباب من على مدرجات الملاعب.¹³

الجدول رقم (25) : درجة تعبير أغنية بابور اللوح للواقع الجزائري المعيش.

النسب %	التكرارات	الإحتمالات
73.1 %	160	نعم
26.9 %	59	لا
100 %	219	المجموع

يوضح الجدول أعلاه أن 160 فرد من المبحوثين ونسبة 73.1 % يرون بأن أغنية بابور اللوح تعبر حقيقتنا على الواقع الجزائري المعيش ، بينما 59 فرد من المبحوثين ونسبة 26.9 % لا يرون بأن أغنية بابور اللوح تعبر عن الواقع الجزائري المعيش.

وهذه النسبة العالية من المبحوثين تدل حقا على أن أغنية بابور اللوح تعبيرها لواقع الجزائري المعيش بحث أنها تركز على الواقع الذي تعيشه الجزائر من ظلم وقهر وإستبداد من طرف الأنظمة المتعاقبة على الحكم وتؤكد الملل الذي يعيشه هذا الشعب في ظل الفساد الذي ينخر البلاد وإستغلال لوبيات الفساد أوضاع البلاد التي عملت على تحطيم الشباب الجزائري خاصة وبناء السجون بدل الإستثمار في هذه الطاقة التي تحتوي على الطالب وعلى الطبيب وعلى المهندس ، لكن غياب النظرة الإيجابية وطغيان المصالح الشخصية لأرباب الفساد زاد من معاناة هذه الفئة على وجه الخصوص ومن معاناة الشعب الجزائري عامة خاصة وأن الأغنية تتميز بطابعها الموسيقي الحزين الذي يؤثر على مشاهد أو مستمع هذه الأغنية

الجدول رقم (26): المعنى السوسولوجي الأكثر حضورا لدى المستمع لأغنية بابور اللوح.

النسب %	التكرارات	الإحتمالات
---------	-----------	------------

¹³ - عيسى جابلي ، نفس المرجع .

تفريغ البيانات وعرض النتائج

53 %	116	الحرقه
26.9 %	59	وعى الشباب
15.5 %	34	البطالة
4.6 %	10	المخدرات
100 %	219	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن 116 فرد ونسبة 53 % يرون أن المعنى السوسولوجي الأكثر حضورا بأغنية بابور اللوح هو الحرقه و 59 فرد ونسبة 26.9 % إختاروا وعى الشباب في حين من إختاروا البطالة كانوا 34 فرد ونسبة 15.5 % بينما 10 أفراد ونسبة 4.6 % إقتصروا على أن المعنى السوسولوجي الأكثر حضورا بأغنية بابور اللوح هو المخدرات.

وعليه فإن إختيار أغلب المبحوثين للمعنى السوسولوجي المتمثل في الحرقه أو الهجرة غير الشرعية راجع إلى أن الأغنية في حد ذاتها تتلکم عن معاناة الشاب الجزائري وإزدائه من الوضع الذي تتخبط به البلد وكأن كتاب هذه الأغنية يحثون في المستمعين على ركوب قوارب الموت غير الشرعية بإتجاه الضفة الشمالية من البحر الأبيض المتوسط ، وحسب الإحصائيات الأخيرة للمهاجرين غير الشرعيين الجزائريين قدمت الرابطة الجزائرية للدفاع عن حقوق الإنسان حسب قناة البلاد عبر موقعها الرسمي عدد " الحرقه " الموقوفين في سجون ومراكز تجميع المهاجرين بأوربا حيث قدرته بأكثر من 17 ألف شخص سنويا أعتلقوا بتهم مختلفة ، وهذه الأرقام الرهيبة تدل على ولوج الشباب الجزائري لهذه الظاهرة الإجتماعية نتيجة الأوضاع التي تعيشها الجزائر.



صورة توضح مقطع من أغنية بابور اللوح لشاب يفكر في الهجرة خارج البلاد نحو أوروبا.

الجدول رقم (27) : المعاني الأكثر حضوراً في أغنية بابور اللوح.

النسب %	التكرارات	الإحتمالات
40.2 %	88	سياسية
50.2 %	110	إجتماعية
5.5 %	12	رياضية
4.1 %	9	ثقافية
100 %	219	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول الموضح أن المعاني الإجتماعية هي الأكثر حضوراً في أغنية بابور اللوح وهذا حسب 110 مبحوث ونسبة 50.2 % و 88 فرد من المبحوثين ونسبة 40.2 % يرون بأن المعاني السياسية هي الأكثر حضوراً في أغنية بابور اللوح و 12 فرد ونسبة 5.5 % ممن إعتقدوا من أن المعاني الرياضية هي

تفريغ البيانات وعرض النتائج

الأكثر حضوراً في هذه الأغنية ، في حين 9 أفراد ونسبة 4.1 % يرون بأن المعاني الأكثر حضوراً في الأغنية هي معاني ثقافية .

وهذا ما يبين تحول الأغنية الرياضية في الملاعب إلى أغنية سياسية تارة وإجتماعية تارة أخرى يتم ترديدها في مدرجات الملاعب غير أهين للقوات الأمنية المتواجدة هناك وفي حالات أخرى بحضور الرؤساء أو المسؤولين معبرين عن حالات السخط والإستياء إتجاه الأوضاع الإجتماعية التي يعيشونها ، فأغنية بابور اللوح طابعها إجتماعي بإمتياز فهي تعبر عن تفكير الشاب الجزائري المقهور في بلده في ظاهرة الهجرة غير الشرعية أو كما تعرف بـ " الحرقة " وهي بمثابة مرآة عاكسة لحالة الشاب الذي زاول الدراسة وعمل جهاراً نهاراً لكنه وفي جانب آخر يصطدم في كل مرة يحاول فيها بجدار النظام البائس ويرى في هذا الصدد المتبعين لهذا الشأن أن بروز هذا الشكل الإحتجاجي مؤخراً في ملاعب كرة القدم أدى إلى تراجع أدوار المؤسسات الممثلة في الأحزاب والهيئات السياسية ، وقد إعتبر آخرون أن الشعارات التي يتم رفعها والكلمات التي يتم ترديدها سببها الإحتقان الذي يعيشه الشارع على المستوى السياسي والإجتماعي.

الجدول رقم (28) : أولي المعاني السياسية التي يعكسها فيديو أغنية بابور اللوح.

الإحتمالات	التكرارات	النسب %
سلطة لا تستجيب لحقوق الشعب	117	53.4 %
حرية الرأي والتعبير	75	34.2 %
نظام شمولي متسلط	27	12.3 %
المجموع	219	100 %

من خلال هذا الجدول الموضح أعلاه نلاحظ أن 117 فرد من العينة ونسبة 53.4 % يرون بأن المعاني السياسية التي تعكسها أغنية بابور اللوح هي سلطة لا تستجيب لحقوق الشعب بينما 75 فرد ونسبة 34.2% يرون أن حرية الرأي والتعبير هو المعنى السياسي الذي يعكسه فيديو أغنية بابور اللوح في حين 27 فرد ونسبة 12.3 % ترى بأن المعنى السياسي الذي ينعكس من أغنية بابور اللوح هو نظام شمولي متسلط.

تفريغ البيانات وعرض النتائج

وتعود هذه النسبة العالية من المبحوثين لإختيارهم بند سلطة لا تستجيب لحقوق الشعب إلى الأحداث التي تم ذكرها في الأغنية ممثلة في عدم فتح مناصب العمل للشباب الجامعي و تهميش الكفاءات والمطالبة بأبسط الحقوق التي يفتقدها الشعب وقد حدث ذلك في العديد من المرات في الجزائر وأهين الشعب بطرق بشعة ليصبح الحق مجرد حلم لدى المغبونين على أمرهم وإتضح ذلك أيام بداية حراك 22 فبراير كصورة حية لعدم الإستجابة لمطالب إرادة الشعب ، أين أصرت السلطة الحاكمة على البقاء على هرم السلطة وذلك بتقديم حلول واهية منتهية الصلاحية من أجل الإستمرار في نهب وسلب البلاد من طرف بقايا النظام وهذا الإصرار على السلطة يمكننا أن نفسره إحتقارا لرغبة الشعب الجزائري وبممكننا أيضا نضعه في خانة عدم الإستجابة لحقوقه ومطالبه الجياشة .

تحليل البيانات و عرض النتائج

الجدول رقم (29) : جدول يبين العلاقة بين أهازيج الملاعب على الوعي السياسي و متغير الجنس.

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
% 33.33	73	% 0	0	% 48.3	73	موافق
% 35.61	78	% 0	0	% 51.7	78	محايد
% 31.05	68	% 31.1	68	% 0	0	معارض
% 100	219	% 100	68	% 100	151	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول الموضح أن أعلى نسبة قدرت بـ 35.61 % كانوا محايدين لفكرة تأثير أهازيج الملاعب على الوعي السياسي الخاص بهم وكانت هذه النسبة مدعومة أكثر من فئة الذكور ، و نسبة 33.33 % وافقوا على أن أهازيج الملاعب تؤثر على الوعي السياسي الخاص بهم بينما نسبة 31.05 % إلتزموا المعارضة لتأثير أهازيج الملاعب على الوعي السياسي الخاص بهم وكانت هذه النسبة مدعومة بشكل كبير من فئة الإناث .

وتعود نسبة الحياد التي هي موضحة أعلاه إلى أن الأهازيج أو هتافات المناصرين في الملاعب بالرغم من أنها تعالج المواضيع البعيدة كل البعد عن الجانب الرياضي وفي مقدمتها ذات الطابع الإجتماعي والسياسي والإقتصادي وغيرها من المواضيع إلا أنها تبقى مجرد صيحات غير مؤطرة سياسيا ، ويجب أن نستحضر هنا ما أسماه غوستاف لوبون " الجمهور النفسي " بحيث أنه يصبح الفرد ليس نفسه عند إنضمامه إلى الجماعة أو الجمهور وبالتالي يصبح مسير أوتوماتيكيا ليفقد في النهاية جوهره وغير واعيا لأعماله¹ ، فغياب الفعل

¹ - غوستاف لوبون ، نفس المرجع ، ص 59.

تحليل البيانات و عرض النتائج

الإحتجاجي مثلا لهؤلاء الشباب في مؤسسات أكثر فعالية كالأحزاب والهيئات المدنية والسياسية المختلفة وإكتفائهم بالفعل الإحتجاجي في الملعب يوضح ذوبان عنصر الجماعة الذي يجيش هؤلاء عن طريق الأهازيج التي تطرح في ملاعب كرة القدم.

الجدول رقم (30) : جدول يمثل العلاقة بين مشاهدات فيديو بابور اللوح و متغير الجنس.

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%73.51	161	% 14.7	10	% 100	151	نعم
%26.48	58	% 85.3	58	% 0	0	لا
%100	219	% 100	68	% 100	151	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة قدرت بـ 73.51 % بالنسبة للأشخاص الذين شاهدوا فيديو بابور اللوح ، بينما نسبة 26.48 % لم يشاهدوا فيديو بابور اللوح مدعمة بفئة الإناث .

ويعود هذا إلى عدم إهتمام فئة الإناث بالفيديوهات والأغاني الرياضية الخاصة بالفرق و إهتمامهم بالأغاني الأخرى البعيدة كل البعد عن مثل هكذا مجالات ، على غرار فئة الذكور الذين تستهويهم مثل هذه الأغاني الرياضية والسياسية التي يتابعونها بشكل مستمر و بإهتمام متزايد لعدة أسباب منها أنها تعالج المواضيع التي تعبر عن المعاناة التي يعيشها الشباب والمواضيع التي تخص البلاد والأوضاع السياسية وهذا من أجل حفظها وترديدها عند الدخول إلى الملعب ومشاهدة المباريات نظرا لخصوصية الملاعب الجزائرية ، وهناك عدة دراسات جرت حول إهتمام فئة النساء بالجمال السياسي على سبيل المثال فدراسة ميس الفارسي خلصت إلى أن النساء لسن أقل قدرة على إستيعاب السياسة ولكن المجتمع هو من صنع هذه الظاهرة بالصاق صفة الذكورة للسياسة

تحليل البيانات و عرض النتائج

وهي من الأسباب التي أدت إلى إنتاج جيل جديد كامل من النساء غير ملمات بالجانب السياسي وهو نفس الأمر في المجالات الأخرى وغير مهمات لما يحدث في العالم أو غير قادرات على الدخول والمناقشة في هذا المجال²، والحقيقة أن ما خلصت الباحثة ميس الفارسي نعيشه فاليوم أصبحت تهتم غالبية فئة النساء بالألبسة ومواضيع الطبخ وغيرها من الأمور المتعلقة بهذه الفئة لأسباب مجتمعية طبعاً.

الجدول رقم (31): جدول يمثل العلاقة بين المعنى السوسولوجي الأكثر حضوراً في أذهان مشاهدي أغنية بابور اللوح و متغير السن.

المجموع		أكثر من 28 سنة		23-28 سنة		18-22 سنة		السن
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
52.96%	116	0%	0	64.8%	70	100%	46	الحرقة
26.94%	59	32.3%	21	35.2%	38	0%	0	وعي الشباب
15.52%	34	52.3%	34	0%	0	0%	0	البطالة
4.56%	10	15.4%	10	0%	0	0%	0	المخدرات
100%	219	100%	65	100%	108	100%	46	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى تمثلت بـ 52.96% الذين يرون أن المعنى السوسولوجي الأكثر حضوراً في أغنية بابور اللوح هو الحرقة وكانت هذه النسبة مدعومة أكثر بالفئة العمرية من 23 سنة إلى 28

1 - ميس الفارسي ، لماذا النساء في معزل عن السياسة ، موقع الفلق ، <https://www.alfalq.com/?p=10743> ، 2019 م ، تاريخ الإطلاع : 2020 / 7 / 1 ، على الساعة : 22:30.

تحليل البيانات و عرض النتائج

سنة ونسبة 26.94 % من المبحوثين يرون بأن المعنى السوسولوجي الأكثر حضورا في أغنية بابور اللوح هو وعي الشباب وكانت ممثلة أكثر بالفئة العمرية من 23 سنة إلى 28 سنة في حين نسبة 15.52 % من المبحوثين رؤا بأن المعنى السوسولوجي الأكثر حضورا في أغنية بابور اللوح هو البطالة وكانت مدعمة أكثر بالفئة العمرية أكثر من 28 سنة بينما نسبة 4.56 % يرون أن معنى المخدرات هو الأكثر حضورا في أغنية بابور اللوح وكانت ممثلة أيضا بالفئة العمرية أكثر من 28 سنة.

نستنتج أن الاغلبية من المبحوثين ترى أن المعنى الإجتماعي الممثل في الحرقه هو أكثر المعاني حضورا في أغنية بابور اللوح وهذا راجع إلى طبيعة الأغنية في حد ذاتها والتي توضح إقبال الشباب الجزائري على ركوب قوارب الموت من جراء الحياة المزرية التي يعيشها في البلد ، ووفقا لإحصائيات أعمار الشباب " الحرقه " فإن الغالبية التي تقصد قوارب الموت تتراوح أعمارها ما بين 23 سنة و 28 سنة ويعود هذا إلى إنغماس فكرة الربح السريع بالطرق السهلة المعروف عن الدول الأوربية التي يقصدها الشباب المهاجر وإلى صعوبة إيجاد العمل في الجزائر في ظل عدم إكتفاء مناصب العمل لأعداد البطالين.

الجدول رقم (32) : جدول يمثل العلاقة بين مشاهدة فيديو أغنية بابور اللوح ومتغير السن.

المجموع	أكثر من 28 سنة		28-23 سنة		22-18 سنة		السن		
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار			
	%73.51	161	%10.8	7	%100	108	%100	46	نعم
	%26.48	58	%89.2	58	% 0	0	% 0	0	لا
	% 100	219	%100	65	%100	108	%100	46	المجموع

تحليل البيانات و عرض النتائج

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة تمثلت في 73.51 % ممن شاهدوا أغنية بابور اللوح عبر موقع اليوتيوب وكانت مدعمة أكثر بالفئة العمرية من 23 سنة إلى 28 سنة ، بينما 26.48 % ظهر أهما لم تشاهد الفيديو من قبل وكانت مدعمة أكثر بالفئة العمرية أكثر من 28 سنة .

نستخلص من خلال الجدول أن غالبية الباحثين شاهدوا فيديو بابور اللوح عبر منصة التواصل الاجتماعي يوتيوب وكان الإقبال الأكثر من فئة الشباب الذين تتراوح أعمارهم من 23 سنة إلى 28 سنة وهذا راجع إلى إهتمام الشباب بمثل هكذا أنواع من الفيديوهات خاصة الرياضية وإلى الحالة التي يعيشها الشباب الجزائري من حالة إهمال لكون أهما تعالج المشاكل المجتمعية المختلفة

الجدول رقم (33): جدول يوضح العلاقة بين معرفة أصحاب فيديو أغنية بابور اللوح و متغير المستوى .

المجموع		جامعي		ثانوي		متوسط		المستوى التعليمي
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
36.95%	81	27.7%	53	100%	25	100%	3	نعم
63.01%	138	72.3%	138	0%	0	0%	0	لا
100%	219	100%	191	100%	25	100%	3	المجموع

تحليل البيانات و عرض النتائج

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن أعلى نسبة من الباحثين لا يعرفون من هم أصحاب فيديو أغنية بابور اللوح وقد بلغت النسبة 63.01% وكانت ممثلة أكثر بالجامعيين أما الذين أجابوا بنعم فقد قدرت نسبتهم بـ 36.95% من مجموع النسبة الكلية.

من خلال نتائج الموضحة تعود النسبة الكبيرة في عدم معرفة أصحاب أو مؤلفوا أغنية بابور اللوح إلى إهتمام الناس أكثر بمعاني الأغاني أكثر ممن يهتمون بمن هم أصحابها ومعظم الباحثين يعرفون بأن الأغنية تنتمي إلى فريق إتحاد العاصمة.

الجدول رقم (34): جدول يوضح العلاقة بين عدد مشاهدات فيديو أغنية بابور اللوح عبر اليوتيوب و متغير المستوى التعليمي.

المجموع		جامعي		ثانوي		متوسط		المستوى التعليمي
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%27.39	60	%16.8	32	%100	25	%100	3	مرة واحدة
%12.78	28	%14.7	28	%0	0	%0	0	مرتين
%59.81	131	%68.6	131	%0	0	%0	0	عدة مرات
%100	219	%100	191	%100	25	%100	3	المجموع

تحليل البيانات و عرض النتائج

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة هي 59.81 % ممن شاهدوا أغنية بابور اللوح لمرتين وكانت مدعمة أكثر بالطلبة الجامعيين في حين 27.39 % شاهدوا الأغنية لمرة واحدة بينما بلغت نسبة الباحثين الذين شاهدوا الفيديو لمرتين بـ 12.78 % وكانت أيضا ممثلة في فئة الطلاب الجامعيين.

نجد أن أغلب أفراد العينة هم من الطلبة الجامعيين الذين شاهدوا فيديو بابور اللوح حيث أنه مؤخرا إزداد الإهتمام بمثل هذه الظواهر الإجتماعية وهناك من الطلبة من يستمع لهذه الأغاني من باب الإعجاب وهناك من الطلبة من هو منحرف في مجموعات التشجيع الفرق في الملاعب وكذا تعبير هذه النوع من الأغاني عن لسان حالهم.

الوظيفة (35): جدول يمثل العلاقة بين معدل الحجم الزمني المستخدم في مواقع التواصل الإجتماعي ومتغير الوظيفة.

المجموع		موظف		طالب		بطل		الوظيفة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%14.61	32	% 0	0	% 0	0	% 80	32	أقل من ساعة
%53.42	117	% 0	0	%93.2	109	% 20	8	من ساعة إلى ساعتين
%31.96	70	%100	62	% 6.8	8	% 0	0	أكثر من 3 ساعات
%100	219	%100	62	% 100	117	% 100	40	المجموع

تحليل البيانات و عرض النتائج

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن إلى نسبة بلغت في معدل الحجم المستخدم لدى المبحوثين في مواقع التواصل الإجتماعي هي نسبة 53.42 % ممن يستعملون المواقع الإجتماعية من ساعة إلى ساعتين وكانت هذه النسبة ممثلة أكثر في الطلاب و 31.96 % يستخدمون المواقع الإجتماعية أكثر من 3 ساعات وكان للموظفين نصيب أكبر من هذه النسبة في حين أن من يستخدم المواقع التواصل الإجتماعي أقل من ساعة واحد فقد بلغت نسبتهم بـ 14.61 % وكانت هذه النسبة مدعمة أكثر من طرف البطالين.

نلاحظ من خلال نتائج بيانات الجدول أن فئة الطلاب هي الأكثر إستخداما لمواقع التواصل الإجتماعي من ساعة إلى ساعتين وهذا يعود إلى توفر الوقت الكافي بالنسبة لهذه الفئة في إستعمال الشبكات الإجتماعية ويرجع سبب ذلك أن الطالب لديه إلتزامات أخرى كإبجاز بحوثه وإسترجاع دروسه والتحضير للمحاضرات ، هذا كله بإستخدام الأنترنت ومواقع التواصل الإجتماعي في هذا الصدد كشفت إحصائيات موقع Brandwatch العالمي حول إستخدامات مواقع التواصل الإجتماعي بحيث يقضي مستخدمي مواقع التواصل إجمالي 142 دقيقة في اليوم الواحد ، وقد نما مستخدمي هذه المواقع (مواقع التواصل الإجتماعي) في أكتوبر من سنة 2018 وأكتوبر 2019 بـ 328 مليون شخص مستخدم عبر العالم³ ، وهذا ما يوضح أهميتها في الوقت الراهن وتعدد خدماتها لكل أصناف المجتمع .

1 - ، Kit Smith ، 126 Amazing social Media statistics and facts ، 2019 / 12 / 30 ،

<https://www.brandwatch.com/blog/amazing-social-media-statistics-and-facts/> ، تاريخ الإطلاع : 7 / 1

/ 2020 ، على الساعة : 22:40 .

تحليل البيانات و عرض النتائج

الجدول رقم (36) : جدول يمثل العلاقة بين مدى تعبير أغنية بابور اللوح عن الواقع الجزائري المعيش ومتغير الوظيفة.

المجموع		موظف		طالب		بطل		الوظيفة
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%73.05	160	% 4.8	3	%100	117	%100	40	نعم
%26.94	59	%95.2	59	% 0	0	% 0	0	لا
% 100	219	%100	62	%100	117	%100	40	المجموع

نلاحظ من الجدول الموضح أعلاه أن أعلى نسبة بلغت 73.05 % ممن أجابوا على أن أغنية بابور اللوح تعبر عن الواقع الجزائري المعيش وكانت هذه النسبة من الباحثين مدعمة أكثر من الطلاب الجامعيين ، في حين أن نسبة 26.94 % أجابوا بـ لا تعبر أغنية بابور اللوح عن الواقع الجزائري المعيش.

ويعود هذا التفاوت في النسب من طرف الباحثين كما هو موضح أعلاه لتعبير أغنية بابور اللوح عن الواقع الجزائري المعيش حقيقة ، خاصة وأن النسبة تدعمت أكثر بفئة الطلبة الجامعيين نظرا لمعاناة هذه الفئة في المجتمع سواء كانوا في أوقات دراستهم أو عند تخرجهم من الجامعات والدخول في دوامة شبح البطالة والأفبات الإجتماعية والإلتحاق بالباطلين وهو بيت القصيد بالنسبة إلى أغنية بابور اللوح المعبرة بالفعل عن الواقع المأساوي المزري الذي تعيشه الجزائر ، على غرار الموظفين الذين لا تعبر حسبهم هذه الأغنية عن الواقع الجزائري الحقيقي نظرا لتخلصهم من البطالة وإستحواذهم عن مناصب عمل.

مناقشة النتائج و التوصيات :

النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة :

بعد عرض وتحليل البيانات التي جمعها وكذا رصدها باستخدام الأدوات المعتمدة والمتمثلة في " إستمارة إستبيان إلكترونية " بغية إختبار الأسئلة المطروحة الرئيسية منها والمتفرعة من أجل وصف وتفسير تأثير أهازيج المناصرين في الملاعب عبر اليوتيوب على الوعي السياسي لدى الشباب وذلك من خلال عينة البحث و المتمثلة في الشباب الجزائري إذ تبين من خلال المتابعة والتحليل الوصول إلى مجموعة النتائج ، والتي يمكن عرضها فيما يلي :

- وجود إقبال كبير من الشباب على متابعة فيديوهات أهازيج الأنصار عبر الملاعب من كلا الجنسين.
- وجود نسبة من الشباب الذين يتابعون فيديوهات الأنصار في الملاعب عبر اليوتيوب وخاصة الفئة العمرية من 23 سنة إلى 28 سنة.
- وجود إقبال كبير على هذه الفيديوهات خاصة من طرف الطلبة الجامعيين.
- يفضل أفراد العينة استخدام مواقع التواصل الإجتماعي من لأكثر من ثلاث ساعات.
- يستخدم معظم أفراد العينة موقع اليوتيوب لأكثر من ثلاث سنوات.
- نسبة معتبرة من أفراد يمتلكون حسابات شخصية عبر موقع اليوتيوب.
- يفضل أغلبية أفراد العينة استخدام موقع الفيس بوك على باقي المواقع الإجتماعية.
- توضح النتائج أن أغلبية أفراد العينة يستعملون موقع اليوتيوب من ساعة إلى ساعتين.
- إتضح أن الفترة الزمنية المحببة من طرف مستخدمي اليوتيوب هي الفترة الليلية.
- وجود إقبال كبير على مشاهدة البرامج والمواضيع السياسية عبر اليوتيوب.
- نسبة كبيرة من أفراد العينة ترى بأن الأشكال التعبيرية للأنصار تعكس الوعي السياسي لهم وذلك إلى حد ما .
- نسبة معتبرة من الباحثين يرون بأن المواضيع الرياضية والسياسية هي الغالبة على طرق تشجيعهم.
- إتضح من خلال نتائج الدراسة أن نسبة كبيرة من الباحثين ساهمت فيديوهات الأنصار في الملاعب في زيادة الوعي السياسي لديهم.

تفريغ البيانات وعرض النتائج

- يتضح بأن غالبية الباحثين يرون بأن مدرجات الملاعب أصبحت فضاء حقيقيا لممارسة السياسة.
- نسبة كبيرة من أفراد العينة يرون أن أهازيج الملاعب صارت جديدة بالمتابعة.
- يتضح من خلال النتائج أن نسبة معتبرة من أفراد العينة محايدون لفكرة تأثير أهازيج الملاعب على الوعي السياسي الخاص بهم.
- حسب نتائج الدراسة إتضح فأن الملاعب بإمكانها من خلال أهازيج الملاعب إيصال رسالة إلى السلطة.
- حسب نتائج الدراسة أن أهازيج الملاعب ساهمت في التعبئة لحراك 22 فيفري بشكل متوسط.
- يوجد إقبال كبير من طرف الباحثين على أغنية بابور اللوح لجماهير إتحاد العاصمة.
- إتضح معظم الباحثين لا يتعرفون على أصحاب فيديو بابور اللوح.
- إكتفى أفراد العينة بالإجابة على أن أغنية بابور اللوح تعود إلى فريق إتحاد العاصمة.
- يتضح من خلال النتائج أن عدد كبير من أفراد العينة شاهدوا فيديو بابور اللوح لعدة مرات.
- حسب نتائج الدراسة تتبادر في أذهان مستمعي أغنية بابور اللوح حالة من اليأس والإحباط.
- وجود تعميم كبير من طرف الباحثين على أن أغنية بابور اللوح تعبر على الواقع الجزائري المعيش.
- يتضح من خلال النتائج أن المعنى السوسولوجي الحاضر في أغنية بابور اللوح من طرف غالبية أفراد العينة هو الحرق.
- غالبية
- أفراد العينة يرون بأن المعنى الأكثر حضورا في أغنية بابور اللوح هو المعنى الإجتماعي.
- إتضح من خلال نتائج البيانات أن نسبة كبيرة من الباحثين يرون بأن المعنى السياسي الذي يعكسه فيديو أغنية بابور اللوح هو : سلطة لا تستجيب لحقوق الشعب.

الأسئلة المتعلقة بفرضيات الدراسة :

✓ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين من حيث متغير تأثير أغنية بابور اللوح على الوعي السياسي لدى الشباب وذلك حسب الجدول (29) و (30) و

وبالتالي أبدت نتائج الدراسة صدق الفرضية ، وإتضح لنا جليا أن فئة الذكور أكثر تأثرا من أغنية بابور اللوح على الوعي السياسي الخاص بهم على غرار فئة الإناث التي لا تهتم بصفة كبيرة لهذه المواضيع.

✓ توجد فروق ذات دلالة إحصائية من حيث متغير المستوى التعليمي لتأثير أغنية بابور اللوح على الوعي السياسي لدى الشباب ، وذلك حسب الجدول (33) – (34) و (21)

إتضح من خلال نتائج الجداول أنه تم إثبات صدق الفرضية أعلاه ، حيث تبين أن نسبة الطلبة الجامعيين أكثر تأثرا وإستماعا لأغنية بابور اللوح بخلاف المستويات الأخرى المثلة في المستوى المتوسط والثانوي.

✓ توجد فروق ذات دلالة إحصائية من حيث متغير السن في تأثير أغنية بابور اللوح على الوعي السياسي لدى الشباب ، وذلك من خلال الجدول (31) و (32) و (2) و (14) و (28)

أبدت نتائج الجدول صدق الفرضية أعلاه حيث ظهر بأن هناك فروق إحصائية لتأثير أغنية بابور اللوح خاصة من طرف الفئة العمرية بين 23 سنة و 28 سنة بخلاف الفئات الأخرى التي لم تولي أهمية لهذا الفيديو.

توجد فروق ذات دلالة إحصائية من حيث متغير الوظيفة في تأثير أغنية بابور اللوح على الوعي السياسي لدى الشباب ، وذلك من خلال الجدول (35) – (36) و (5).

أبدت نتائج بيانات الجدول صدق الفرضية أعلاه حيث إتضح من خلال الجدولين المشار إليهم أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية من حيث متغير الوظيفة حيث كان السّاتّير واضحا على فئة الجامعيين الذين يهتمون بمثل هكذا أنواع من الأغاني بخلاف فئة البطالين والموظفين الذين لم يبدوا أهمية له.

التوصيات:

بناء على ما تقدم يمكن إقتراح جملة من التوصيات حول ظاهرة تشجيع أنصار كرة القدم من على مدرجات الملاعب نلخصها فيما يلي:

— ضرورة تكثيف الدراسات العلمية حول ظاهرة تشجيع المناصرين عبر مدرجات كرة القدم لكونها ظاهرة بحثية حديثة الظهور.

— على أنصار الفرق الرياضية تأطير أنفسهم لكي لا يتم رؤيتهم أنهم مجرد شباب متهور وتطويع طرق التشجيع.

— إجراء المزيد من الدراسات العلمية بغية فهم سيكولوجية الأغاني التي ترددها في ملاعب كرة القدم.

— وجب على المسؤولين القائمون على تسيير روابط المشجعين ومناصرة الفرق الرياضية إستعمال مواقع التواصل الإجتماعي الأخرى وعدم الإكتفاء بموقع اليوتيوب فقط ، بهدف توصيل الرسائل بشكل كبير وعلى نطاق واسع.

— ضرورة إهتمام الباحثين الأكاديميين في تخصصات علم الإجتماع السياسي وعلوم الإعلام والاتصال والعلوم السياسية بهذه الظاهرة التي لم تلقى الإهتمام الكافي من طرفهم.

خاتمة

تعتبر ظاهرة التشجيع في الملاعب من طرف أنصار الفرق من الظواهر الإجتماعية التي حلت بالملاعب الرياضية العربية بصفة عامة وملاعب دول شمال إفريقيا بالخصوص حيث تحول الملعب إلى مكان حقيقي وفعلي لغرض تمرير الرسائل إلى الجهات التي يريدون وبالتالي تغيرت صفة الملاعب من أماكن رياضية تلعب بها المباريات والترويج على الأنفس إلى أماكن تعالج فيها المواضيع العامة السياسية منها والإجتماعية والإقتصادية ومختلف المواضيع الأخرى التي تهم الحياة اليومية التي يعاني منها الشعوب المغلوب على أمرها من طرف الحكام الذين أفسدوا عيش هؤلاء خاصة وأنا نعيش في عصر العولمة والشبكة العنكبوتية التي إستطاعت تمرير رسائل كل من لا صوت له والتي سهلت بدورها من إيصال رسائل هؤلاء الشباب إلى من أرادوا قصده بأهازيجهم المعبرة ، في ظل تعمد القائمون على تسيير روابط التشجيع بالإعتماد على مواقع التواصل الإجتماعي وخاصة موقع اليوتيوب الذي يضم على أكبر عدد من القنوات الخاصة بروابط مشجعي الفرق الرياضية التي تهدف إلى بث مختلف الفيديوهات التي يتم تصويرها من مكان الحدث الممثل في المدرجات وهذا لكي يتسنى لمن لم يقصد الملاعب الرجوع إليها ومشاهدتها، هذا وتحتوي هذه الفيديوهات على أكبر عدد من المشاركات والتفاعلات نظرا لأهميتها خاصة من طرف فئة الشباب التي تتابعها بإهتمام متزايد.

ولقد حاولنا من خلال هذه الدراسة معرفة تأثير أهازيج كرة القدم عبر اليوتيوب على الوعي السياسي لدى الشباب ، وقد تم إستخدام المنهج الوصفي لغرض الوصول إلى نتائج الدراسة حيث قمنا بإعداد إستمارة إستبانة إلكترونية لعينة عشوائية من الشباب وبلغ عددها 219 مفردة وذلك للحصول على تصور كامل ودقيق حول موضوع البحث.

وقد تم التوصل في الأخير لجملة من النتائج من أهمها :

— أنه يوجد إقبال كبير من طرف الشباب على متابعة أهازيج الأنصار المطروحة عبر موقع اليوتيوب وأن الشباب يستعمل موقع اليوتيوب بصفة مستمرة وتصل غالبا من ساعتين إلى ثلاث ساعات كما نجد أن أكثر المواقع إستخداما من طرف الباحثين هو موقع التواصل الإجتماعي يوتيوب و أن معظم الباحثين شاهدوا من قبل أغنية بابور اللوح لجماهير إتحاد العاصمة الجزائري وفيه نوع من التفاهم على أن الفيديوهات الخاصة بالملاعب تساهم على الوعي السياسي لدى الشباب وأن مدرجات الملاعب صارت فعليا بمثابة الفضاء الذي تمارس فيه السياسة

وأنة توجد فروق ذات دلالة إحصائية من حيث متغير الجنس و السن والمستوى التعليمي وكذا الوظيفة لتأثير أغنية بابور اللوح على الوعي السياسي لدى الشباب.

ويمكننا أن ننوه في الأخير لأمر وهو أن نتائج هذه الدراسة أنها أجريت على معتبر من المبحوثين والمتمثل في 219 فرد لذلك كنا نريد أن يكون عدد أكثر بغرض تعميم النتائج ونأمل في هذا الصدد أن تدعم نتائج هذه الدراسة بظهور دراسات أخرى مشابهة لهذا الموضوع ، خاصة وأنها ظاهرة جديدة.

9 — غوستاف لوبون ،سيكولوجية الجماهير ، دار الساقى ، بيروت لبنان ، 1991م ، ط 1 ، ص 30 — 31

10 — عبد الباسط سعد جبارة ،شغب الملاعب وأساليب مواجهته، مركز الدراسات والبحوث ، السعودية ، 1425هـ — 2004م ، ط 1 ، ص 199 — 200

11 — علي أحمد منصر المعماري ،دور القنوات الفضائية الإخبارية في نشر الوعي السياسي ، دار البداية ناشرون موزعون ، الأردن ، 2016م ، ط 1 ، ص 67

12 — منظمة اليونيسكو ،مجموعة أدوات لتعزيز قدرات الشباب والشبان لمواجهة البطالة في لبنان ، مكتب اليونيسكو التعليمي للتربية في الدول العربية ، لبنان ، ب ط ، ص 7.

13 — أحمد قاسمي وسليم جداي ،تأثير مواقع التواصل الإجتماعي على الأمن المجتمعي للدول الخليجية ، المركز الديمقراطي العربي ، برلين — ألمانيا ، 2019م ، ط 1 ، ص 18 — 19.

14 — صباح الخنيشي ،دور مواقع التواصل الإجتماعي في تعزيز ديمقراطية الإتصال في اليمن شبكات التواصل الإجتماعي في بيئة إعلامية متغيرة ، معهد علوم الصحافة وعلوم الأخبار ، تونس ، 2015م ، ب ط ، ص 109 — 110

15 — سجاد خالد وإيمان خطاطبة ،درجة وعي الشباب بأساليب إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي الفيس بوك نموذجا ، دار النجاح الوطنية ، نابلس ، 2017م ، ص 7

16 — صالح العلي ،مهارات التواصل الإجتماعي أسس ومفاهيم وقيم ، دار الحامد للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2015م ، ط 1 ، ص 146.

17 — مركز المحتسب للإستشارات،دور مواقع التواصل الإجتماعي في الإحتساب تويتر نموذجا، دار المحتسب للنشر والتوزيع ، المملكة العربية السعودية ، ط 1 ، ص 34

- 18 — علي خليل شقرة ،الإعلام الجديد شبكات التواصل الإجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2014 ، ط 1 ، ص78_85
- 19 — حسين محمود هتمي ،العلاقات العامة وشبكات التواصل الإجتماعي ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2015 ، ط 1 ، ص85 — 87
- 20 — خالد غسان يوسف المقدادي ،ثورة الشبكات الإجتماعية ، دار النفائس ، القدس ، 2013 ، ط 1 ، ص 43 — 44
- 21 — أكرم خميس ،ثورة جيل ألتراس ، المنظمة العربية لحقوق الإنسان ، مصر ، 2012م، ط 1 ، ص 17 — 18.
- 22 — برنامج الأمم المتحدة الإنمائي ،شباب ممكن مستقبل دائم إستراتيجية برنامج الأمم المتحدة الإنمائي للمساواة بين الجنسين ، الولايات المتحدة الأمريكية ، 2014 — 2017م ، ب ط ، ص9

المجلات:

- 1 — نبيل العتوم ،دراسة دوافع ممارسة طلبة جامعة مؤتة للأنشطة الرياضية داخل الجامعة ، مجلة كلية التربية الرياضية ، العدد : 34 ، الأردن ، 2010 ، ص471.
- 2 — منشاق طلب فاضل ،دور مواقع التواصل الإجتماعي في تكوين الرأي العام المحلي ، مجلة تكريت للعلوم السياسية، العدد : 12 ، العراق ، 2014 — 2017م ، ص205
- 3 — بخوش وليد ونصيب أسماء ،تأثير الفيس بوك على القيم الإجتماعية لدى الطالب الجامعي ، مجلة الجامع في الدراسات النفسية والعلوم التربوية ، العدد : 6 ، الجزائر ، 2017م ، ص162

4 — رقاد جيلالي ، الخطاب الديني لمواقع التواصل الإجتماعي و أزمة الضبط المرجعي للتدين
السائل ، مجلة الدراسات الإعلامية ، العدد : 5 ، ألمانيا ، 2018م ، ص30

5 — مشاعل بنت ناصر آل كدم ، أثر إستخدام موقع اليوتيوب على الأنترنت في رفع مستوى
مهارات الإستماع والتحدث لدى طلبة معهد تدريس اللغة العربية لغير الناطقين بها ، مجلة كلية
التربية الأساسية للعلوم التربوية والإنسانية ، العدد : 42 ، السعودية ، 2019م ، ص403

6 — ناصر زين العابدين أحمد و ليلي عيسى ، مفهوم و أهمية الوعي السياسي تجاه الدولة
والمجتمع ، مجلة تكريت للعلوم السياسية ، العدد : 9 ، العراق ، 2013م ، ص152

الجرائد:

1 — جريدة الأخبار ، جريدة يومية ، العدد: 3476 ، 25 أيار 2018م ، ص05

2 — جريدة العرب ، جريدة يومية ، العدد: 11306 ، 2 أبريل 2019م ، ص13

3 — جريدة العرب ، جريدة يومية ، العدد: 11106 ، 1 ديسمبر 2018م ، ص20

المواقع الإلكترونية:

1_ [https:// www.raialyoum.com/index.php/9/jun/2019](https://www.raialyoum.com/index.php/9/jun/2019).

تاريخ الإطلاع : 2020/8/4 على الساعة: 20:00.

2_MindBlowingyoutubefactsfiguersand and statistics_ 2020,

[https:// www.merchdope.com/youtube_stats](https://www.merchdope.com/youtube_stats)

تاريخ الإطلاع : 2020/5/4 على الساعة : 20:15

3 — باسل الحمدو ، الألتراس والهوليغانز أعداء الكرة الحديثة والذراع السياسية في الملاعب ،
<https://www.google.com/amp/s/arab.com> ، تاريخ الإطلاع : 2020/5/3
على الساعة 18:39.

4 — تقارير الألتراس العربي ، <https://doc.aljazeera.net> تاريخ الإطلاع :
2020/5/3م على الساعة : 4:17

5 — مدرجات الملاعب رأس حربة في الحراك الجزائري ،
www.google.com/amp/s/www.aljazeera.net/amp/news/p
<https://olitics/> تاريخ الإطلاع : 2020/5/3 على الساعة : 20:08

6 — عيسى جابلي ، أهازيج الملاعب حناجر توظف أحلام التغيير المنسية ،
<https://Hafryat.com/ar/blog> تاريخ الإطلاع 2020/5/3م على الساعة :
22:10.

7 — الألتراس المغربي .. المعارضة من
المدرجات، <https://www.maghrebvoices.com-28/01/26> تاريخ الإطلاع
: 2020/5/3م على الساعة 21:29

8 — دربال عزالدين ، ملاعب الجزائر من الفرجة الرياضية إلى أهازيج سياسية ،
<https://www.elkhadra.com/news/80374> تاريخ الإطلاع : 2020/5/4
على الساعة : 4:15

9 — أحمد هريدي ، أزمة سياسية تضرب البطولة العربية " القوة الجوية العراقي ينسحب
خلال موجهته إتحاد الجزائر ،

https://www.youm7.com./story/2018/9/9 تاريخ الإطلاع :

2020/5/5 م على الساعة :16:40

10_ السياسة تقتدي بالرياضة " حراك الجزائر بلحن أهازيج الملاعب،

https://www.aljazeera.net/amp/news/politics/2019/04/12

تاريخ الإطلاع : 2020/5/4 م على الساعة : 5:00.

11- وكالة الأنباء الجزائرية ، الدخول الجامعي 2019 / 2020 م : نحو تسجيل أكثر من 110 آلاف

طالب جامعي جديد ، 40 / أيار / 2019 ، [http://www.aps.dz/ar/sante-science-](http://www.aps.dz/ar/sante-science-technologie/70397-2020-2019-110)

، تاريخ الإطلاع : 1 / 7 / 2020 ، على الساعة : <http://www.aps.dz/ar/sante-science-technologie/70397-2020-2019-110> ، 18:24 مساء

12 — الجزيرة ، مواقع التواصل الإجتماعي وهندسة الإدمان ، 7 / 12 / 2018 م ،

<https://www.aljazeera.net/news/scienceandtechnology> ، تاريخ الإطلاع : 1 / 7 / 2020 ، على الساعة : 18:32.

13 - BBC NEWS عربي ، ما الدول التي يقضي سكانها أطول الأوقات على مواقع التواصل

الإجتماعي ، 10 سبتمبر / أيلول 2019 ، [https://www.bbc.com/arabic/art-and-](https://www.bbc.com/arabic/art-and-culture-49639603)

[culture-49639603](https://www.bbc.com/arabic/art-and-culture-49639603) ، تاريخ الإطلاع : 1 / 7 / 2020 ، على الساعة : 18:39

14 - Business of Apps ، Youtube Revenue and Usage statistics ،

(2020) ، <https://www.businessofapps.com/data/youtube-statistics/> ، تاريخ

الإطلاع : 1 / 7 / 2020 ، على الساعة : 18:50

15 — Youtube by the Numbers ، Salmane Aslam ،

stats , Demographics Fun facts ، 10 / 02 / 2020 ،

7 / 1 : تاريخ الإطلاع ، <https://www.omnicoreagency.com/youtube-statistics/> ،
2020 / على الساعة : 19:16

23 Youtube statistics that Matter to ، about the author -16
، Marketers in 2020 ، 2019 / 12 / 17 ،

/ 7 / 1 : تاريخ الإطلاع ، <https://blog.hootsuite.com/youtube-stats-marketers/> ،
2020 ، على الساعة : 19:22 .

30 ، 126 Amazing social Media statistics and facts ، Kit Smith, - 17
[https://www.brandwatch.com/blog/amazing-social-media-](https://www.brandwatch.com/blog/amazing-social-media-statistics-and-facts/) ، 2019 / 12 /

[statistics-and-facts/](https://www.brandwatch.com/blog/amazing-social-media-statistics-and-facts/) ، تاريخ الإطلاع : 7 / 1 / 2020 ، على الساعة : 19:30 .

Most popular social networks ، Marlene Greenfield — 18
wouldwide as of april 2020 ranked by numbre of active Users (in
، 2020 / 04 / 24 ، million)

[https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-](https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users)
[ranked-by-number-of-users](https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users) ، تاريخ الإطلاع : 7 / 1 / 2020 ، على الساعة :
.19:39

Most popular social networks ، Marlene Greenfield - 19
wouldwide as of april 2020 ranked by numbre of active Users (in
، 2020 / 04 / 24 ، million)

[https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-](https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users)
[ranked-by-number-of-users](https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users) ، تاريخ الإطلاع : 7 / 1 / 2020 ، على الساعة :
.19:39

20 - مهدي كريم ، هذا النوع من الفيديوهات هو الأكثر مشاهدة على اليوتيوب (دراسة) ، أخبار الآن ،
<https://www.akhbaralaan.net/entertainment/misc/2019/08/06> ، تاريخ

الإطلاع : 7 / 1 / 2020 ، على الساعة : 21:13 .

21 — أحمد مستاد ، أغاني الألتراس تسييس الملاعب أم فضاءات للفعل الإحتجاجي ، موقع مراينا ،
<http://marayana.com/laune/2020/01/20/13805/> ، 2020 / 01 / 20 ، تاريخ

الإطلاع : 7 / 1 / 2020 ، على الساعة : 21:26

22- ميس الفارسي ، لماذا النساء في معزل عن السياسة ، موقع الفلق ،

<https://www.alfalq.com/?p=10743> ، 2019 م ، تاريخ الإطلاع : 7 / 1 / 2020 ، على

الساعة : 22:30 .

المذكرات:

1_ حملوي صارة ، إنعكاس الضغط الجماهيري على أداء لاعب كرة اليد أثناء المقابلة
صنف أواسط من 17 سنة إلى 19 سنة ، مذكرة مقدمة لنيل متطلبات شهادة الماستر في ميدان
علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية ، جامعة أكلي محند أوحاج ، البويرة ، 2014 —
2015م ، ص14

2 — باديس لونيس ، جمهور الطلبة الجامعيين والأترنت ، مذكرة مقدمة لنيل متطلبات شهادة
الماجستير في علوم الإعلام والاتصال ، جامعة متتوري ، قسنطينة ، 2007 — 2008م ،
ص28

3 — بوجورافهيم ، أليات الوقاية من العنف في الملاعب الرياضية، مذكرة مقدمة لنيل متطلبات
شهادة الماجستير في العلوم القانونية ، جامعة الحاج لخضر، باتنة ، 2013—2014 م ،
ص18_19

4 — ديس عائشة ، دور اليوتيوب في تنمية الوعي الثقافي لدى الطالبات الجامعيات ، مذكرة
مقدمة لنيل متطلبات شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال ، جامعة الجيلالي بونعامة،
خميسمليانة ، 2017 — 2018م ، ص66

5 — بن دومة إسحاق ، تأثير مواقع التواصل الإجتماعي على قيم الشباب الجامعي، مذكرة
مقدمة لنيل متطلبات شهادة الماستر في علم الاجتماع ، جامعة عمار ثليجي ، الأغواط ، 2018
— 2019م ، ص5

6 — إبراهيم سماعيل والحكيم غناي ، تنمية الوعي السياسي للطلبة الجامعيين من خلال البرامج
السياسية في قناة الجزائرية الثالثة ، مذكرة مقدمة لنيل متطلبات شهادة الماستر، جامعة العربي بن
مهدي ، أم البواقي ، 2017 — 2018م ، ص41

- 7 — رأفت مهند عبد الرزاق ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي ، رسالة مكملة لنيل متطلبات شهادة الماجستير ، جامعة البتراء ، الأردن ، 2013م ، ص 12
- 8 — عيساوي إكرام ، اعتماد الشباب الجزائري على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على الأخبار ، مذكرة مقدمة لنيل متطلبات شهادة الماستر ، جامعة العربي التبسي ، تبسة ، 2015 — 2016م ، ص 9
- 9 — سليمة قسمية و صابرينة قربي ، العنف اللفظي في مواقع التواصل الاجتماعي ونموذجها ، مذكرة مقدمة لنيل متطلبات شهادة الماستر ، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة ، 2015 — 2016م ، ص 17 — 18
- 10 — توتاوي صليحة ، استخدام الأبناء لشبكات التواصل الاجتماعي وإنعكاساتها على العلاقات الأسرية ، مذكرة مقدمة لنيل متطلبات شهادة الماجستير في علم النفس التربوي ، جامعة وهران 2 ، 2014 — 2015م ، ص 81 — 83
- 11 — بالعراي أمال ، تأثير استخدام اليوتيوب على الطلبة الجامعيين ، مذكرة مقدمة لنيل متطلبات شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال ، جامعة عبد الحميد بن باديس ، مستغانم ، 2017 — 2018م ، ص 59
- 12 — محمد محمد عليان ، أثر الوسائط التعليمية المقترحة عبر الشبكات العالمية على التحصيل لدى طلاب الصف التاسع في مبحث الجغرافيا بمحافظة خانيونس ، مذكرة مقدمة لنيل متطلبات شهادة الماجستير في التربية ، جامعة الأزهر ، غزة ، 1436هـ — 2015م ، ص 48 — 49
- 13 — نادر زهير قاسم ، توظيف الرياضة في السياسة الدولية ، رسالة مكملة لنيل متطلبات شهادة الماجستير ، كلية الدراسات العليا ، جامعة بيرزيت ، فلسطين ، 2013م ، ص 16 — 17 .

14 — شروق إبراهيم و محمود زيد ،الدبلوماسية العامة الفلسطينية الرياضة نموذجاً للقوة
الناعمة ، مذكرة مكملة لنيل متطلبات شهادة الماجستير ، كلية الدراسات العليا ، جامعة
بيرزيت ، فلسطين ، 2017م ، ص 35 — 38

15 — بوبكر جميلي ،الشباب والمشاركة السياسية ، مذكرة مقدمة لنيل متطلبات شهادة
الدكتوراه في علم إجتماع التنمية ، كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية ، جامعة منتوي ، قسنطينة ،
2009 — 2010م ، ص 90

	شكر وتقدير
	إهداء
أ - ب	مقدمة
	الإطار المنهجي
4	1 - الإشكالية
5	2 - تساؤلات الدراسة
6	3 - فرضيات الدراسة
6	4 - أهمية الدراسة
7	5 - أهداف الدراسة
7	6 - أسباب إختيار الموضوع
8	7 - مجتمع البحث
8	8 - عينة الدراسة
9	9 - منهج الدراسة و أدواته
11	10 - مفاهيم ومصطلحات الدراسة
19	11 - الدراسات السابقة

	الإطار النظري
	المبحث الأول : ماهية مواقع التواصل الإجتماعي
29	المطلب الأول : نشأة وتعريف مواقع التواصل الإجتماعي
32	المطلب الثاني : أنواع مواقع التواصل الإجتماعي
39	المطلب الثالث : خصائص مواقع التواصل الإجتماعي
	المبحث الثاني : التأصيل النظري لموقع اليوتيوب
42	المطلب الأول : تعريف موقع اليوتيوب
44	المطلب الثاني : خصائص ومميزات موقع اليوتيوب
47	المطلب الثالث : إحصائيات حول موقع اليوتيوب
	المبحث الثالث : علاقة أهازيج ملاعب كرة القدم بالوعي السياسي
50	المطلب الأول : نشأة وتعريف الأهازيج
54	المطلب الثاني : أهازيج الملاعب والسياسة
59	المطلب الثالث : توظيف أهازيج الملاعب في السياسة المحلية " الجزائر "

	الإطار التطبيقي
	المبحث الثالث : تفرغ البيانات وعرض النتائج
66-65	المطلب الأول : تفرغ البيانات
107-67	المطلب الثاني : عرض النتائج وتحليلها
111-108	المطلب الثالث : مناقشة النتائج والتوصيات
113-112	خاتمة
	قائمة المراجع
	قائمة الجدول
	الملاحق

ملخص الدراسة باللغة العربية:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير أهازيج المناصرين في الملاعب عبر اليوتيوب على الوعي السياسي لدى الشباب ، وهذا من خلال الإجابة على التساؤل الرئيسي:

ما مدى تأثير أغنية بابور اللوح على الشباب عبر اليوتيوب على الوعي السياسي لدى الشباب ؟

وقد تفرعت عنه مجموعة من التساؤلات الفرعية:

ماهي طبيعة العلاقة بين السياسة والرياضة ؟

ما مدى تفاعل الشباب مع أغنية بابور اللوح عبر اليوتيوب ؟

كيف يتم توظيف الرياضة في الممارسة السياسية ؟

ما هي أشكال الممارسة السياسية للمناصرين في الملاعب ؟

كيف تؤثر أهازيج الأنصار على الوعي السياسي لدى الشباب ؟

كيف أثرت أغنية بابور اللوح عبر اليوتيوب على نظرة الشباب للواقع السياسي في الجزائر؟

كما تم الإعتماد على نوع الفرضيات الفرقية وذلك بغية إختبار الفروقات بين المتغيرات الأربعة التي تم وضعها وهي كالآتي:

هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تأثير أغنية بابور اللوح على الوعي السياسي لدى الشباب من حيث متغير الجنس.

هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تأثير أغنية بابور اللوح على الوعي السياسي لدى الشباب من حيث متغير السن.

هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تأثير أغنية بابور اللوح على الوعي السياسي لدى الشباب من حيث متغير المستوى التعليمي.

الملخص

هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تأثير أغنية بابور اللوح على الوعي السياسي لدى الشباب من حيث متغير الوظيفة.

وقد توفرت جملة من الأسباب الذاتية والموضوعية أهمها:

الرغبة الشخصية في دراسة مثل هكذا مواضيع.

الإهتمام الشخصي بالبرامج الرياضية عبر وسائل التواصل الإجتماعي.

جدية وحادثة الموضوع.

قابلية الموضوع للدراسة.

تزايد الإهتمام في الفترة الأخيرة من طرف الأكاديميين والأخصائيين سواء في المجال الرياضي أو السياسي بهذه الظاهرة الإجتماعية.

وحاولت هذه الدراسة تحديد جملة من الأهداف من أهمها:

الكشف على مدى إهتمام فئة الشباب بأهازيج المشجعين عبر اليوتيوب.

التعرف على رأي الشباب في مثل هكذا مواضيع.

رؤية مدى تأثير أهازيج المناصرين على الإشباع السياسية لدى فئة الشباب ، التي تعرض على منصة اليوتيوب.

معرفة أهم أنواع الأهازيج التي تعرض عبر اليوتيوب وماهي الأكثر تأثيرا على الشباب من حيث الوعي السياسي.

التعرف على حجم التفاعل مع فيديو بابور اللوح.

محاولة الوقوف على الوعي السياسي للشباب من خلال الأشكال التعبيرية عبر المدرجات.

وتقع هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية وقد تم إستخدام العينة العشوائية في هذه الدراسة حيث بلغ عدد أفراد العينة 219 مفردة ، وهذا بإستخدام أداة الإستبيان الإلكتروني كأداة رئيسية لجمع البيانات وهذا نظرا للوضع الراهن الذي نعيشه.

وقد قسمت الدراسة إلى 3 فصول :

الفصل الأول: يحتوي على موضوع الدراسة وإطارها المنهجي.

الفصل الثاني: والذي يضم الإطار النظري للدراسة وهو بدوره قسم إلى ثلاث مباحث

أ المبحث الأول: المعنون بماهية مواقع التواصل الإجتماعي.

ب المبحث الثاني: الذي يتحدث على التأصيل النظري لموقع اليوتيوب.

ت المبحث الثالث: والمعنون بأهازيج ملاعب كرة القدم وعلاقتها بالوعي السياسي.

بينما المبحث الرابع فتم التطرق فيه إلى المعالجة الكمية والكيفية للبيانات الميدانية مع الإجراءات الممنهجة لها ، أين تم تحليلها ومن ثم تفسيرها وصولا إلى مناقشة أهم نتائج الدراسة.

ومن أهم النتائج المقدمة و التي تم التوصل إليها نذكر ما يلي:

✓ وجود إقبال كبير من طرف الشباب على الفيديوهات الخاصة بأهازيج أنصار الملاعب عبر موقع اليوتيوب.

✓ وجود نسبة كبيرة من المبحوثين ممن شاهدوا فيديو أغنية بابور اللوح.

✓ إتضح من خلال نتائج الدراسة أن معظم أفراد العينة تساهم لديهم فيديوهات الأنصار في الملاعب في زيادة الوعي السياسي لديهم.

✓ وجود نسبة كبيرة من الشباب المثلة في الفئة العمرية من 23 سنة إلى 28 سنة ممن يتابعون فيديوهات الأنصار في الملاعب عبر منصة موقع اليوتيوب.

وتوصلنا في الأخير إلى جملة من التوصيات التي يجب أخذها بعين الإعتبار وهي كالآتي:

- ضرورة تكثيف الدراسات العلمية حول ظاهرة تشجيع الأنصار عبر مدرجات ملاعب كرة القدم وذلك لكونها ظاهرة بحثية حديثة.
- على أنصار الفرق تأطير أنفسهم لكي لا يتم إعطاء لهم نظرة أنهم شباب متهور وتحسين طرق التشجيع.
- إجراء المزيد من الدراسات العلمية بغية فهم طبيعة الأغاني التي يتم ترديدها في الملاعب.
- وجب على المسؤولين القائمين على روابط تشجيع ومناصرة النوادي الرياضية إستعمال مواقع التواصل الإجتماعي الأخرى وعدم الإكتفاء بموقع اليوتيوب فقط بهدف توصيل الرسائل بشكل كبير وعلى نطاق واسع.
- ضرورة إهتمام الباحثين الأكاديميين في تخصصات علم الإجتماع السياسي وعلوم الإعلام والإتصال و العلوم السياسية بهذه الظاهرة التي لم تلقى الإهتمام الكافي لحد الآن من طرفهم.

Outline of Study in English:

This study aims to zoom in the effect of Supporters' songs in stadiums via Youtube on young's political awareness, all that through answering this main questions :

-To what extent "Babour Louh" 's Song affected the political awareness of young ?

-That led to a group of sub-questions :

-What is the character of relationship between Sport and Politic ?

-To what extent the young iteracted with "Babour Louh" 's song via Youtube ?

-How does Sports can be utilized in politics ?

-What are the forms of political practice in stadiums by Supporters ?

-How does Supporters' songs can affect political awareness of young ?

-How does "Babour Louh " 's song affect young's view of the Political reality in Algeria ?

-It was relied on Differences-Assumptions , to test the statistical differences between the Four (4) variables which are :

-There is differences which has a Statistical significance in the effect of "Babour Louh" 's song on political awareness of young throug Sex's Variable .

-There is differences which has a Statistical significance in the effect of "Babour Louh" 's song on the political awareness of young through Age's variable .

-There is differences which has a Statistical significance in the effect of "Babour Louh" 's song on the political awareness of young through variable of Educational level .

- There is differences which has a Statistical significance in the effect of "Babour Louh" 's song on the political awareness of young through variable of Function .
- And it has been provided a group of subjective and objective reasons :
 - The personal willing of studying such kind of topics .
 - The personal concern in Sport's programs through social media .
 - Seriousness and newness of the topic .
 - The topic's capability to be studied .
 - The increase intention in last period by Academists and Specialists both of Sport's field and political field to this social phenomenon .
- This study tried to set a number of goals :
 - Detection of the extent interest of the young of supporters' songs via Youtube .
 - Knowing the young's point of view in such kind of topics .
 - Checking how much does Supporters' songs affects the political follows of young, that presented via Youtube .
 - knowing the most important kinds of Supporter's songs that shown via Youtube and the highly influencing ones on young in their political awareness .
 - Recognizing the amount of reacting on "Babour Louh " 's video .
 - The attempt to understand the young's political awarenes through the different expressive forms from stands .
- This study belongs to the descriptive researches in which a random sample of 219 person utilized , by using the electronical questionnaire as a main tool and gathering data due to the special actual conditions we live .
- This study has been divided into Three (03) chapters :
 - Chapter One : The study's subject and its methodological framework .

-Chapter Two : The theoretical view of the study , which itself subdivided into Three (03) Subchapters :

a- Subchapter 01 : titled in " What is Social media ? "

b-Subchapter 02 : which talks about the theoretical qualification of YouTube .

c-Subchapter 03 : titled in " Supporters' song at football stadiums and its relationship with Political awareness "

-Chapter Three : emphasizes Quantitative and Qualitative treatment of field data and its systematic procedures , in which it has been analyzed then interpreted arriving to discuss the highlighted results of study .

- The main results we come up with we mention :

-The existence of a huge attendance of young to Youtube videos that contain Supporters' songs .

-High percentage of the Sample members who watched " Babour Louh" 's video .

-Most Sample individuals benefits from Supporter's songs at football stadiums in growing their political awareness .

-Huge amount of young which situated between the age of 23 – 28 years who watch Youtube videos of Supporters' songs .

-In conclusion we set a numerous recommendations to be taken into consideration :

-The necessity of concentration of scientific studies about Supporting from stands at football stadiums phenomenon because it is a new area of study .

-Supporters have to be organized to be not seen as rash young and ameliorate their supporting .

-Execute much more scientific studies to understand the nature of songs that supporters chant at stadiums .

-The responsables of Ultras have to use other social media and not relying on Youtube exclusively , to transmit their messages largely and appropriately .

-The exigency to the care of Academists of Political Sociology and Media and Communication Sciences also those ones of Political Sciences to this phenomenon that did not received the needed intention yet from them .

جامعة عمار ثليجي بالأغواط

ملحق رقم 01 :

كلية العلوم الإنسانية علوم الإسلامية والحضارة .
يوضح إستمارة إستبيان.

قسم علوم الإعلام والاتصال

إستمارة استبيان

أهازيج المناصرين في الملاعب عبر اليوتيوب وتأثيراتها

على الوعي السياسي لدى الشباب

دراسة ميدانية على عينة من المتفاعلين مع فيديوهات جماهير اتحاد العاصمة

"خليني نروح في بابور اللوح" .

إشراف الدكتور:

حسين مساعدي

إعداد الطالب:

الحاج عيسى بن صفي الدين

في إطار التحضير لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص إتصال وعلاقات عامة، يسعدني كثيرا أن أضع بين أيديكم هذه الاستمارة والمتمثلة في مجموعة من العبارات والتي أرجوا منكم التفضل بالإجابة بكل صدق وقراءة لعبارات الاستمارة بكل تركيز وعناية وذلك بالتأكد من إجاباتكم الخاصة بوضع علامة (x) في المكان المناسب واختيار إجابة واحدة لكل سؤال، مع العلم أن هذه الاستمارة تحظى بالسرية التامة والتي يتم استخدامها لغرض البحث العلمي، أشكركم على تفاعلكم.

السنة الجامعية: 2020/2019

البيانات الشخصية:

1. الجنس: ذكر أنثى
 2. السن: من 18 إلى 22 سنة من 23 إلى 28 سنة أكثر من 28 سنة
 3. المستوى التعليمي: متوسط ثانوي جامعي
 4. الوظيفة: بطال طالب موظف
- المحور الأول: أنماط وعادات استعمال الشباب لموقع اليوتيوب
5. ما هو معدل استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي؟
أقل من نصف ساعة من ساعة إلى ساعتين أكثر من 3 ساعات
 6. رتب مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما لديك؟
فيس بوك تويتر يوتيوب سنابشات انستجرام
 7. هل لديك حساب في اليوتيوب؟
نعم لا
 8. منذ متى وأنت تستخدم موقع اليوتيوب؟
أقل من سنة من سنة إلى 3 سنوات أكثر من 4 سنوات
 9. ما هو معدل الحجم الزمني المستخدم لديك في موقع اليوتيوب؟
أقل من نصف ساعة من ساعة إلى ساعتين أكثر من 3 ساعات
 10. ما هي الفترات التي تستخدم فيها موقع اليوتيوب؟
الفترة الصباحية الفترة المسائية في الفترة الليلية في مختلف الأوقات
 11. ما هي أهم المواضيع التي تشاهدها عبر موقع اليوتيوب؟
سياسية اجتماعية رياضية ترفيهية
- المحور الثاني: متابعة الجماهير لأهazيج الأنصار في الملاعب
12. هل ترى أن الأشكال التعبيرية للأنصار في الملاعب تعكس الوعي السياسي لديهم؟
واضح جدا إلى حد ما غير واضح
 13. رتب أهم المواضيع التي تنطرق لها أهazيج المناصرين في الملاعب؟
رياضية سياسية اجتماعية فنية
 14. هل ساهمت الفيديوهات الخاصة بالملاعب في زيادة الوعي السياسي لديك؟
كثيرا قليلا نادرا
 15. هل ترى أن مدرجات الملاعب صارت فضاء لممارسة السياسة؟
موافق محايد غير موافق

16. هل ترى أن أهازيج الملاعب جديدة بالمتابعة؟
 موافق محايد معارض
17. هل تؤثر أهازيج الملاعب على الوعي السياسي الخاص بك؟
 موافق محايد معارض
18. هل ترى أن الملاعب بإمكانها من خلال أهازيج الملاعب إيصال رسالة إلى السلطة؟
 بشكل كبير بشكل متوسط بشكل ضعيف
19. هل ترى أن أهازيج الأنصار ساهمت في التعبئة لحراك 22 فيفري؟
 بشكل كبير بشكل متوسط بشكل ضعيف
- المحور الثالث: تفاعل الشباب في فيديو بابور اللوح عبر اليوتيوب
20. هل سبق لك وأن شاهدت فيديو بابور اللوح عبر اليوتيوب؟
 نعم لا
21. هل تعرف من هم أصحاب بابور اللوح؟
 نعم لا
22. إذا كانت إجابتك بنعم أذكر من هم
 مرة مرتين مرات كثيرة
23. كم مرة شاهدت فيديو بابور اللوح عبر اليوتيوب؟
 مرة مرتين مرات كثيرة
24. ما هي أولى المعاني التي تتبادر في ذهنك عند سماع فيديو بابور اللوح؟
 المتعة والطرب التفكير الجدي للهجرة خارج البلد
25. هل تعبر أغنية بابور اللوح عن الواقع الجزائري المعيش؟
 نعم لا
26. ما هو المعنى السوسولوجي الأكثر حضورا في ذهنك عند سماع أغنية بابور اللوح؟
 الحرقة البطالة المخدرات وعي الشباب
27. ما هي المعاني الأكثر حضورا في أغنية بابور اللوح؟
 سياسية اجتماعية ضحية فية
28. برأيك ما هي المعاني السياسية التي يعكسها فيديو أغنية بابور اللوح؟
 حرية الرأي والتعبير سلطة لا تستجيب لحقوق الشعب نظام شمولي متسلط

ملحق رقم 02 :

أغنية بابور اللوح لجماهير إتحاد العاصمة الجزائري – USMA :

بطاقة فنية للأغنية :

مؤلفوا الأغنية : مجموعة ميلانو لإعداد الأغاني الرياضية.

تاريخ الصدور : 2018 .

أعضائها : لطفي ، فوزي ، إلى جانب التوأم فادو وحزيم .

إشتق إسم هذه الفرقة الغنائية من أقوى فريقين إيطاليين هما أي سي ميلان وجوفنتوس .

عدد المشاهدات عبر اليوتيوب : 23 مليون مشاهدة ، بمعدل 11.5 مليون مشاهدة في العام الواحد .

كلمات الأغنية :

مرانيش قادر نحمل هاذ العذاب والزمان روا يطول عليا .. لي نديرها تعكسلي *pourtant* تخمام صواب
impass لمعيشة هاديا .. ونقول خلاص والغلطة نعاود نديرها *fois 1000* تعمار الراس هو سبابي دار عليا
la loi .. خليني نروح قلبي مجروح .. خليني نروح فبابور اللوح .. لحكاية تكبر مالمقتلهاش حساب لفراق
زاد داني منقدرش نولي ياك تعرفي لجواب مدام خرجتي على البراني .. تخلطوا لجناس راهي باينة هوما حبوها
هكذا .. إبنى لجناس لمرا تخدم والشبيبة راقدة .. خليني نروح قلبي مجروح .. خليني نروح فبابور اللوح ..
نسبق في رايبى نحمم في حل شباب بيبي وبين روجي نعيش مهني وشحال نعيانسي يقابلني غير *léchec* ..
ساعة صاحي وفعام مدني لي سلك وجاز .. لعمر طويلة وطريقوا كاتبة والناس لعزاز حاجة قليلة لي مزالت
شادا .. !!

— تسعى أغنية بابور اللوح إلى أن الواقع الجزائري المعيش وهذا من خلال فيديو لا يتجاوز الخمس دقائق
حيث يتمتع شباب الجزائر على الحياة اليومية الروتينية التي يملؤها الفراغ وهذا بمرور سنوات شبابهم الضائع
المليء بالأفات الإجتماعية السلبية .. إن هذه الأغنية لا دليل واضح على مدى تدمير الشباب الجزائري وعلى
عدم قدرته تحمل الأوضاع المزيرة التي تعيشها الجزائر واصفا إياها بالعذاب !! ، هذا مع نية الشباب الجزائري

تحليل أغنية بابور اللوح

في الأمل الذي يراوده كل حين، فيذهب ذلكالحلم في جهة والشاب الجزائري في جهة أخرى غير التي كان يحلم بها ، بالرغم من أنه يفكر ويقرأ لكن ظروف المعيشة هي الغالبة للأسف .. !

ويسرد مؤلفوا أغنية بابور اللوح كيف يقع الشاب الجزائري في الأفات الإجتماعية الخطيرة في كل مرة بالرغم من أنه يعتزم في كل حين ووقت على الإبتعاد عليها .. فيلجئ الشاب الجزائري وبصرخة مليئة بالبكاء وهو متجه إلى البحر قاصدا الضفة الأخرى المثلثة في أوربا .. لأن القضية تزداد سوءا والوقت يمر على ضياع أعمارهم دون أي شيء، وهذا بدون رجعة! وهو يصف جزائر العزة والكرامة على أنها إستطاعت خدمة الأجانب بدل أبائنا الأصليين وقد قصد مؤلفوا هذه الأغنية السلطات والأنظمة التي تعاقبت على كرسي الرئاسة والتي بدل ما تبني تنهض بمؤلاء الشباب إلا أنها سارعت في بناء السجون وملئها بالشباب المغلوب على أمرها ، وإنتهاجها لسياسة تضييع الشباب كلية وتشغيل فئة الإناث على حساب الذكور التي أكل الحائط ظهورها .. في وجود إصرار على الخروج من البلاد راكبا قوارب الموت وبدون رجعة إما بالموت أو الوصول بسلام إلى أحد الدول الأوروبية .. !!



صورة رقم 01: جماهير اتحاد العاصمة الجزائري بملعب 5 جويلية الأولمبي في أحد مباريات الدوري الجزائري



ملحق رقم 03 :

— صورة رقم 02 : تبين أنصار فريق مولودية الجزائر وإتحاد العاصمة بأحد مباريات الداربي —



— صورة رقم 03 : تمثل أنصار نادي الترجي الرياضي التونسي في أحد مباريات دوري أبطال إفريقيا —



صورة رقم 04 : توضح أنصار نادي الرجاء البيضاوي في مباريات الداربي المغاربي ضد الوداد.



صورة رقم 05 : تبين المنعرج الشمالي للمعب بولوغين الخاص بمجموعة أولاد البهجة .



صورة رقم 06 : تبين المنعرج الشمالي بملعب 5 جويلية الأولمبي في مباراة الداربي الجزائري ضد مولودية الجزائر.



صورة رقم 07 : تبين طريقة إحتفال أنصار جماهير اتحاد العاصمة في أحد مباريات الدوري الجزائري.



صورة رقم 08 : توضح طريقة تعبير أنصار مولودية الجزائر في أحد مباريات الدوري المحلي.



صورة رقم 09 : تظهر طريقة تعبير جماهير نادي الرجاء البيضاوي المغربي.