

ISSN: 2392-5442, ESSN : 2602-540X	مجلة المنظومة الرياضية
المجلد: 06 العدد: 16 السنة: 2019	مجلة علمية دولية تصدر بجامعة الجلفة_الجزائر
تاريخ النشر: 2019-09-30	تاريخ الإرسال: 19-07-15 تاريخ القبول: 19-09-19

التشجيع الرياضي من الهواية إلى المهوية

حلباوي إبراهيم (طالب دكتوراه)

جامعة غرداية

halbaoui.brahim82@yahoo.com

أ.د سحوان عطاءالله

جامعة الجلفة

sahouaneattallah@gmail.com

الملخص:

يمثل التشجيع الرياضي اليوم، تحديا كبيرا للمشجعين من جهة وللنوادي الرياضية من جهة اخرى، حيث أصبح يتجاوز مجرد الهواية و حب الممارسة الرياضية البسيطة، لتأخذ أبعادا أخرى، سياسية اقتصادية وثقافية، ومعه بدأت بعض الظواهر بالبروز لا سيما قوة الانتماء و التعصب لنوادي و فرق محلية و عالمية وصولا الى العنف، و انتقل نحو تشكيل هوية و نمط حياة يجعل المشجع يعيش مع الرموز الرياضية على أنها عمق نفسي و اجتماعي و تعبير عن الفرد و مكانته ضمن جماعته الرياضية ثم مكانة جماعته ضمن المجموعات الأخرى داخل الفضاء الرياضي كانعكاس للفضاء الاجتماعي.

الكلمات المفتاحية: الهوية، الممارسة الرياضية، التشجيع الرياضي، التعصب، الألتراس.

Abstract :

Sports supporting today is a great challenge for fans on the one hand and for sports clubs on the other. It has become more than simple hobby and simple sports practice to take other dimensions, political, economic and cultural, and with it some phenomena began to emerge, especially the power of belonging and intolerance To local and international teams, arriving to the violence, and moved towards the formation of identity and lifestyle that makes the fans live with their sport's symbols as a depth of psychological and social expression of the individual and his place within his supporters group, and then the status of his group within the other groups within the sports space as a reflection of the Social space.

تمهيد:

تجذب الرياضات الجماعية - في العادة - العدد الأكبر من المشجعين والمتابعين لها، إما بشكل مباشر في الملاعب والقاعات الرياضية، أو بشكل غير مباشر عن طريق وسائل الإعلام المتعددة، فيما تضخمت هذه الظاهرة في العقود الأخيرة بشكل ملحوظ، بل وصارت تتقاطع في الكثير من الأحيان مع أبعاد أخرى خارج المجال الرياضي لتأخذ شكل التعبير السياسي والثقافي والاجتماعي، ويتحول التشجيع الرياضي الجماعي الى حالات من التعبير العام عن الانتماء والهوية، وتنطلق من مستوى الميكرو، أي الوحدات الصغرى المتمثلة في الفرد والمجموعات الصغيرة عددا ومحصورة في المجال الجغرافي، الى مستوى الماكرو، أي الوحدات الكبرى التي تتمثل في المجتمعات الكبرى على مستويات جغرافية واقليمية تتجاوز في بعض الأحيان مستوى الدول نحو دول أخرى وحتى قارات مغايرة، كما هو الحال في بعض النوادي والفرق ذات الشهرة العالمية والتي تمثل تحديات اقتصادية كبيرة بميزانيات جد معتبرة مقارنة مع نشاط رياضي.

وكما أن التشجيع في بداياته يكون مجرد هواية، فإنه في الوسط الاجتماعي التشجيعي قد يتحول الى هوية عميقة تنتقل من الانتماء البسيط نحو التعصب وصولا الى العنف الذي يعتبر أكبر مستوى تعبير يوضع الرياضة مجرد بعد من أبعاد هوية اجتماعية عميقة، في ظل تضخم البعد الاقتصادي والسياسي للرياضات الجماعية وانتقالها من الهواية الى الاحتراف.

وهذا ما يدفعنا لمحاولة قراءة التشجيع الرياضي كظاهرة، للوصول إلى اقتراب سوسيولوجي يمكننا من فهم هذه الظاهرة في بعدها الاجتماعي، وذلك عبر تحديد أسباب التشجيع الرياضي وصولا إلى أنماط ومستويات التشجيع الرياضي الجماعي بالتدرج من الهواية، الانتماء، الهوية، التعصب وصولا إلى العنف.

كما أوردنا في البداية، فإن التشجيع الرياضي للفرق والنوادي الرياضية، ارتبط بالعديد من الأبعاد والمستويات التي تتجاوز الرياضة بشكل مجرد كممارسة أو هواية، فنذكر هنا بعض من الأسباب التي نرى أنها الأكثر دافعية للتشجيع الرياضي وهي:

1-التشجيع الرياضي كهواية:

يمكننا تقسيم الممارسة الرياضية كهواية الى نوعين:

1-1-حب الرياضة لذاتها:

وهي أن يكون الفرد ضمن جماعته، من ممارسي نوع معين من الرياضة المعنية بالتشجيع، ككرة القدم أو كرة اليد مثلا، وبالتالي فإن هذه الممارسة المجردة التي تنطلق من دافع الهواية تدفع بهذا الفرد أو الجماعة الى تشجيع الفرق والنوادي الممارسة لهذه الرياضة بشكل أكثر احترافية، بمعنى تشجيع الفرق المنظمة والتي تتميز بأداء منظم ومنتظم، وهنا يمكننا القول أن هذا النوع من التشجيع هو هواية فردية، تتحول بالتشجيع الجماعي الى هواية اجتماعية.

2-1-تشجيع ممارسين رياضيين مميزين في مجالهم:

و هو أن يكون الفرد أو الجماعات المشجعة من المعجبين ببعض الرياضيين المميزين في ميادينهم، أو الذين يظهرون أكبر قدر من تحويل الرياضة من مجرد ممارسة الى فن و ابداع، مما يجعل المشجع الرياضي يتحول الى معجب بأداء فردي مميز (أو جماعي مميز)، غير متوفر في عامة الممارسين و بالتالي فالتشجيع الرياضي يرتبط بهذا الفرد و ليس بالضرورة بالنادي الذي ينتهي اليه، فيتغير التوجه لتشجيع نادي معين الى تشجيع فرد معين ضمن أي فريق او نادي ينتقل اليه

2-التشجيع الرياضي كهوية:

يمنح الفضاء الرياضي للمشجعين الدائمين نسبيا، مجالات أكبر من مجرد الهوية، حيث أن "بناء الهوية التشجيعية هي بناء مرن يتبع الفضاء الاجتماعي" ¹ (Petit,2014)، و يتدرج التشجيع نحو الهوية تبعا للأسباب التالية:

2-1-تبادل الأدوار بين المشجع و الرياضي:

حيث أن المشجع يصل الى درجة التماهي مع الرياضي و يقوم -رمزيا- بتفويض هذا اللاعب لتمثيله، فينتج عن ذلك تبني نتيجة الأداء الرياضي من طرف المشجع أو مجموعة المشجعين، و يصل الى درجة التقمص الذي يجعل من نجاح الفريق أو الرياضي نجاحا للمشجعين، ويستحق الفخر به على أساس أنه نجاح شخصي لهم، وكذلك في الجهة المعاكسة، فان تقمص الفشل أو الخسارة الرياضية ستعتبر خسارة شخصية للمشجعين، الذين تتحول الى درجة الاكتئاب و الضرر النفسي، و هذا ما قد يتطور ليتحول الى سبب آخر من أسباب التشجيع الرياضي التي تتمثل في:

2-2-الانتماء:

و هنا، و جب توضيح معنى هذا المفهوم الواسع التداول في الحقل السوسيو ثقافي و العلوم الاجتماعية عموما، كما أنه تتقاطع في استخدامه العديد من التخصصات و لذلك سنقوم مقصودنا بالضبط من هذا المفهوم:

نقصد بالانتماء هنا، هو الشعور الذي يجعل الفرد يعتقد و يؤمن بأنه جزء من كل، و أن هذا الكل يمثل و يمثل أفكاره و معتقداته و تطلعاته، و بالتالي فإن الفرد يرتبط ارتباطا وجدانيا مع جماعة معينة أو كيان معين يدفعه للمساهمة في غايات و أهداف هذه الجماعة.

فبعض المشجعين، يتبنون فكرة -أنا موجود- على أساس أنها تعني حجز مكان و وسط الجماعات التشجيعية ² (Lussault,2007,P41)، و اذا ما طبقنا هذا التعريف على واقع التشجيع الرياضي فسنجد أن إحساس المشجعين بالانتماء لفرقهم الرياضية يندرج ضمن هذا الإيمان و الاعتقاد بأنهم جزء من الفرق الرياضية، أو على الأقل في بعد من أبعاد الانتماء التي تمثلها وهي:

1-2-2-1-الانتماء الجغرافي:

و يتمثل أساسا في الفرق و النوادي الرياضية التي تقع في نفس المجال الجغرافي الذي ينتمي اليه المشجع، و يتدرج من الشارع ، الحي، المدينة...الخ، و يمكن تصنيفه بأنه انتماء آلي، بمعنى أنه لا يتطلب عوامل خارجية، و على سبيل المثال فإن المشجع الذي ولد في حي ما، أو سكن أو يسكن فيه فانه سيميل -على الأرجح- الى تشجيع الفرق و النوادي الرياضية التي تنشط في هذا الحي على أساس أنها تتشارك معه في الخاصية الجغرافية. ثم على مستوى اكبر و هو المدينة ثم الدولة، حيث أن الانتماء الرياضي للفرق الوطنية يمثل نموذجا أكثر وضوحا و أعمق من الناحية الوجدانية لأنه يربط بعد الانتماء الجغرافي بمفهوم المواطنة، التي تجعل من الانتماء الجغرافي ركيزة أساسية في دمج الأفراد -المواطنين- ضمنها، و بالتالي فهي علاقة تبادلية مع التشجيع الرياضي حول الهدف المنشود و هو تعزيز احساس الانتماء عند الافراد و الجماعات من الناحية الجغرافية، كما تجدر الإشارة إلى أن التشجيع الرياضي حسب الانتماء الجغرافي، قد يتجاوز المستوى الوطني للبلد الواحد الى المستوى القارين نحو فرق تمثل دولا اخرى في نفس القارة، كالفرق الافريقية بالنسبة للأفارقة، فنجد أن المشجعين الرياضيين الجزائريين يشجعون فرقا افريقية في منافستها مع فرق آسيوية او اوروبية للإحساس بالانتماء لبلد داخل نفس القارة، و بالتالي فإن للبعد الجغرافي أثر كبير على الانتماء في التشجيع الرياضي، حيث أن هناك داعي من تثمين آليات التقسيم الاجتماعي للفضاء الرياضي، فهي تعني شكلا مميزا و انعكاسا للتغير الاجتماعي من مجاله العمراني في المجال الرياضي³ (Clerval,2010,P2).

2-2-2-الانتماء الثقافي:

وهنا تجدر الإشارة إلى مفهوم الثقافة الذي يعتبر مفهوما مركزيا في علم الاجتماع، و لتحديد مكونات الثقافة يجب تحديد المفهوم أولا، و بيدوا لنا أن التعريف الأكثر شمولية و الأكثر قربا إلى مقصودنا في تجسيد مكونات الثقافة هو تعريف ادوارد بيرنت تايلور وهو: "إذا أخذنا الثقافة أو الحضارة بمعناها الأنتروغرافي الواسع، فهي ذلك الكل المركب الذي يشمل المعرفة، والمعتقدات والفن، والأخلاق والقانون، والأعراف، والقدرات، والعادات التي يكتسبها الإنسان كعضو في المجتمع"⁴ (Rocher,1992,p101) و منه، ستركز على بعض المكونات المذكورة في تعريف تايلور للثقافة، و المتمثلة في:

*اللغة:

رغم أن تعريف تايلور للثقافة لا يحتوي على اللغة إلا أنها تعتبر من عامل رئيسي من عوامل الانتماء لمجال لغوي معين، يجعل من الأفراد يميلون الى تشجيع النوادي و الفرق التي تنتمي الى نفس المجال اللغوي، و ليس بالضرورة أن تكون اللغة الأم كما هو الحال في العالم العربي مثلا، بل نقصد هنا بالمجال اللغوي هو مجال تداول بغض اللغات على أنها جزء من الثقافة، و لا

أدل على ذلك من مجال تداول اللغة الفرنسية والمسعى المجال الفرانكفوني.

*المعتقدات (الدين):

كذلك، قد يتجه الأفراد و المجموعات الاجتماعية الى التشجيع الرياضي حسب الانتماء الديني، وهو يعتبر مكونا ثقافيا قويا جدا لدى العديد من المجتمعات التي تصنف على أنها دينية و للدين في ثقافتها دور مركزي يتحكم في باقي مكونات الثقافة الأخرى كاللغة و العادات و الفن... الخ، و هو ما يدفع بالمشجعين الى تشجيع فرق بنفس الدين حتى و ان كانت مختلفة تماما عنهم من الناحية العرقية او الجغرافية، أو تشجيع فرق و نوادي لا تمثل نفس الدين لكنها تضم رياضيين فقط من نفس الديانة ، أما في المجتمعات اللادينية أو التي يمثل فيها الدين و المعتقد ممارسة فردية، فينخفض فيها انتماء التشجيع الرياضي الديني، حيث أن الدين لا يمثل انتماء جماعيا.

*العادات و التقاليد:

كذلك تجدر الإشارة الى أن العادات و التقاليد قد ترتبط بمكونات الثقافة الأخرى، حيث أنها مكون مهم و تكمن أهميتها في أنها اجتماعية بامتياز، و بعدها التشاركي الاجتماعي ضمن المجموعات الاجتماعية تدفعها الى الاحساس بالانتماء الرياضي مما يؤدي في النهاية الى التشجيع الرياضي.

2-3-2-3- الانتماء الاثني:

و هو احساس الفرد بأنه جزء من جماعته الاجتماعية على أساس الرابط العرقي، أي الأصل الذي يعتبر من أقوى روابط الانتماء في المجتمعات التقليدية، بينما يصبح أضعف في المجتمعات الأكثر تحضرا، كما أن جل المنظمات الرياضية الدولية -عادة- تميل الى نبذ هذا النوع من التشجيع الرياضي الذي ينبع من الانتماء العرقي، كون أنه أحد أكبر المدخل إلى العنصرية و التعصب، و ليس أدل على ذلك من الفدرالية الدولية لكرة القدم -التي لا تعترف أصلا بأي منافسات تقوم على أساس عرقي كما تنص على ذلك المادة 3 من انظمة وقوانين الفيفا لسنة 2016: "عدم التمييز والتحيز العنصري التمييز من أي نوع ضد بلد أو شخص أو جماعة أو شعب بسبب العرق، الجنس، اللغة، الدين، السياسة أو لأي سبب آخر يمنع بشدة ويعاقب عليه من بالحرمان المؤقت أو الطرد".

2-4-2-2-الانتماء السياسي:

و يتمثل في التوجه السياسي للأفراد ضمن مجموعات اجتماعية، أي الانتماء الى أحزاب سياسية ذات توجه معين يميني أو يساري، قومي أو انفصالي... الخ، فعلى سبيل المثال، فان للأقليات ذات النزعة الانفصالية عن دولهم ستميل الى تشجيع فرق و نوادي لها نفس هذا التوجه السياسي، كما هو الحال مع نادي برشلونة الاسباني، و هو فريق يمثل رمزا لمنطقة كاتالونيا المعروف بزعته الانفصالية عن اسبانيا، و هذا التوجه السياسي يتجسد في عملية تمثل مجتمع

كاتالونيا المحلي والمجتمعات المماثلة للتشجيع الرياضي على أنه نوع من النضال السياسي، أي أنه يمثل واجهة رياضية لمطالب سياسية، ومنه، فلاع عجب من تشجيع من ينتمون الى مجتمعات بنفس النزعة الانفصالية لهذا الفريق باعتبار أنهم يشعرون بانتماء سياسي له.

3-2- العوامل النفسية الاجتماعية:

و يتمثل أساسا في معيار النجاح و الفشل عبر تفويض اجتماعي يقوم به الفرد و الجماعات للرياضيين عبر عملية التشجيع الرياضي، و من ثم تقمص الفوز و الهزيمة على أنهما النجاح و الفشل الشخصي للأفراد و المجموعات، حيث أن المشجعين يشعرون أنهم هم من حقق نجاحا بفوز النادي أو الفريق و بالتالي فهو تحقيق لحاجة نفسية اجتماعية، تؤدي الى الشعور بالرضى، أو العكس، فينظر الى خسارة الفريق الرياضية على أنها فشل شخصي و نكسة جماعية و مدعاة للشعور بالعار، و من هنا يمكننا الإشارة الى نقطة الفصل بين التشجيع الرياضي كهواية و التشجيع الرياضي كهوية، كما أنه قد يتحول فعلا من مجرد تشجيع رياضي الى صراع نفي اجتماعي أو صراع هويات و اجتماعي ثقافي، و هو ما قد ينجم عنه بالنهاية التعصب الرياضي.

3- أنماط المشجعين:

التشجيع ضمن مجموعات يمكننا تحديده ضمن أربعة أنواع:

3-1- المشجعين العاديين:

و هي مجموعات من الأفراد الذين لهم رغبة بالتشجيع و التعبير عن انتمائهم للنادي و الفرق الرياضية، و هي في العادة مجموعات غير دائمة و تنبذ العنف، و تميل الى تشجيع الروح الرياضية و هذه المجموعات تمثل المستوى الأول من التشجيع الذي ينعكس في صورة التشجيع كهواية.

3-2- جمعيات المشجعين التقليدية:

و هي جمعيات منظمة و منتظمة، لها انتماء للنادي الرياضي، و تقوم بإبراز هذا الانتماء عبر مظاهر رياضية، في الغالب تكون رابط بين الأجيال المتلاحقة من المشجعين و بين اللاعبين القدامى، و يمكننا أن نقول عنها أنها المستوى الثاني من التشجيع و هو مستوى الانتماء.

3-3- روابط المشجعين الألتراس (Ultras):

تعرف على أنها فئة خاصة من المشجعين الذين يشاركون في المنافسات الرياضية الجماعية بأنواعها، و التي تهدف أعلى تشجيع الفريق أو النادي المفضل بشكل متعصب، تتواجد في الغالب في عالم رياضة كرة القدم، و لكن توجد أيضا و بشكل أقل حدة في رياضات أخرى ككرة السلة و كرة اليد و الكرة الطائرة.

تعرف الألتراس بأنها: "مشجعون مرتبطون عاطفيا بشكل خاص، و هي مجموعات نشطة للغاية بسبب أنها فتنت من التشجيع الذي يمارس في بلدان و الذين وضعوا لأنفسهم

مهمة خلق جو مهتر في ملاعب كرة القدم بالذات، و تلقائيا لتشجيع فريقهم بشكل خلاق و بأفضل طريقة ممكنة"⁵ (Gunter et Wölki-Schumacher,2010,p05).

و الألتراس في حد ذاتها تجسيد لهوية التشجيع الرياضي، و نعتقد أن هناك داعي كبير لدراسة هذه الظاهرة على انفراد دراسة سوسولوجية عبر عينات من منتسبي هذه الروابط التشجيعية، لفهم أكثر قريبا المدى تأثير تقمصهم لهوية التشجيع الرياضي على حياتهم الخاصة كأفراد، فيبدو أن تحول التشجيع من الهواية الى الهوية يخلق العديد من الوظائف للممارسة الرياضية و التي تصبح أعمق بتوافر ظروف الانتماء و الولاء، يمكن أن تؤدي الى ظاهرة التعصب، و التي يمكننا أن نقول أن من أهم أسبابه هو الحاجة النفسية الاجتماعية للتعبير عن الذات، داخل المنافسة الرياضية -في الملاعب-، و خارجها -أي في الفضاءات الاجتماعية الأخرى- أين يتجمع المشجعون كالمقاهي و الفضاء العام، و كما ذكرنا سابقا ضمن أسباب التشجيع الرياضي، فإنه كهوية، عندما تزداد شدة الانتماء و الولاء الى حد اقناع الفرد أو اقتناع الذات الرياضية بالأفضلية على الأخر، تتناقص الروح الرياضية و قبول الريح و الخسارة كرياضة لا غير و تتحول الى قضية ابراز لهذه الأفضلية بعدم تقبل الخسارة، بل و حتى قوانين اللعبة الرياضية و هو الوجه الأول من التعصب .

و تبدأ ظاهرة التعصب الرياضي بالظهور من الناحية الشكلية عبر تقمص الفرد لهويته التشجيعية في اللباس الرياضي و اصطحاب رموز النادي أو الفريق في جميع الأماكن، و هو ما يجعل من هذه الرموز الرياضية تتحول عند احتكاكها مع رموز رياضية أخرى في الفضاءات الاجتماعية العامة الى منافسة رمزية كصراع هويات، و أحيانا الى عنف مادي فعلي ناتج عن التعصب. إن مشجعي الألتراس يقومون ببناء مجالاتهم داخل الملاعب، و التي تترسخ ضمنها هويتهم و وجودهم، و تتطور مع الوقت بفضل الصراعات الرياضية و الاجتماعية⁶ (Gael,2017,p13). و بالتالي، فأننا نرى أن الألتراس هو المستوى الثالث من التشجيع الرياضي و يمثل الانتقال من الانتماء إلى التعصب.

4-3- مثيرو الشغب الهوليفانز (Hooligans):

يرى نيكولاس هوركاذا أن " بالنسبة للجزء الأكبر في تركيبة الهوليفانز العمرية هم الشباب بين 16 و 35 سنة، مع تواجد بعض المشجعين الأكبر سنا و تجربة في المشاركة، في بعض الأحيان عن طريق قيادة المجموعات، أما الفتيات فهن أكثر حضورا بين الألتراس منهن في مجموعات مثيري الشغب،...، و يأتي الهوليفانز من خلفيات اجتماعية مختلفة، و بشكل أساسي من الفئات الفقيرة و المتوسطة...و بعضهم يأتي من أوضاع اجتماعية صعبة و/أو تنمو في البيئات التي يكون فيها استخدام القوة مقبولا على نطاق كبير، يتم إدماج العديد منهم اجتماعيا، و يلجؤون فقط إلى العنف في هذا السياق التشجيعي"⁷ (H OURCADE, 2014,P131).

و ظاهرة العنف المتزايد في سياق التشجيع الرياضي في العالم ككل و في شمال افريقيا و

الشرق الأوسط في تزايد، وهي انما تعبر عن ظاهرة اجتماعية بامتياز، وهي المستوى الرابع والأعلى من مستويات التشجيع الرياضي و الذي يتجاوز مستوى التعصب الى العنف و اثاره الشغب، بعيدا عن ما يجري في المنافسة الرياضية، أي أن هؤلاء الهوليفانز يجنحون للعنف في كل الأحوال، أي الفوز أو الخسارة الرياضية لفريقهم أو ناديتهم، وهو كذلك ما يتطلب دراسات متخصصة من أجل فهم أعمق للظاهرة وتفكيك جميع أبعادها.

الخاتمة:

لم يعد التشجيع الرياضي اليوم ذا بعد رياضي فقط، لقد أصبح يمثل العديد من الأبعاد والتحديات للرياضيين والمشجعين و حتى المستثمرين والسياسيين، والتشجيع الرياضي تجاوز البعد الرياضي الى الاقتصادي والاجتماعي والسياسي وحتى الثقافي، وانتقل من التشجيع كهواية للرياضة وللرياضيين نحو تشكيل هوية ونمط حياة يجعل المشجع يعيش مع الرموز الرياضية على أنها عمق نفسي واجتماعي وتعبير عن الفرد و جماعته الرياضية ضمن الفضاء الاجتماعي و الى تقمص هذه الهوية على أنها تجسيد للانتماء بأنواعه، وهذا التجسيد الذي أحيانا يتجاوز حدود المعقول، يؤدي الى ظهور التعصب الذي بدوره يعتبر أهم أسباب عنف التشجيع الذي يخرج المنافسة من اطارها الرياضي المجرد الى أطر أخرى لا يمكن للرياضة أن تتعامل معها وحدها، وهو ما يتطلب أبحاثا متعددة الاختصاصات لتفكيك هذه الظاهرة.

قائمة الهوامش:

- 1-PETIT Emmanuelle, 2014, « **Faire avec l'espace** », *Géographie et cultures*, n° 91-92. <http://gc.revues.org/3346> , consulté le 25 Avril 2019.
- 2-LUSSAULT Michel, **L'homme spatial. La construction sociale de l'espace humain**, Paris, Éditions du Seuil, coll. « La couleur des idées »,2007, P 41.
- 3-CLERVAL Anne, 2010, « **Les dynamiques spatiales de la gentrification à Paris** », *Cybergeo*, rubrique Espace, Société, Territoire. <http://cybergeo.revues.org/23231>,P02consulté le 25 Avril 2019.
- 4-GUY ROCHER,«**Culture, civilisation et idéologie, Introduction à la SOCIOLOGIE GÉNÉRAL**», Éditions Hurtubise HMH Itée, Montréal, 1992, troisième édition.P102.
- 5-Gunter et Wölki-Schumacher,«**Aperçu général du phénomène de la culture ultradans les Etats membres du Conseil de l'Europeen 2009**», Conférence internationale sur les ultras, convention européenne sur la violence et lesDébordements de spectateurs lors deManifestations sportives et notamment deMatches de football, 2010, P05.
- 6-GAËL Rannou, « **Les territoires des supporters et la place des subcultures au Paris-St-Germain**»,*Géographie et cultures* [En ligne], 104 | 2017, mis en ligne le 11 décembre 2018, <http://journals.openedition.org/gc/6221>, P 13, consultéle 25 Avril 2019.
- 7-HOURCADE Nicolas, « **Hooliganisme : un phénomène pluriel** », La Revue Internationale et Stratégique, no 94, Paris, 2014, P 131.

قائمة المراجع:

- 1-CLERVAL Anne, 2010, « **Les dynamiques spatiales de la gentrification à Paris** », *Cybergeo*, rubrique Espace, Société, Territoire. <http://cybergeo.revues.org/23231>,consulté le 25 Avril 2019.
- 2-GAËL Rannou, « **Les territoires des supporters et la place des subcultures au Paris-St-Germain**»,*Géographie et cultures* [En ligne], 104 | 2017, mis en ligne le 11 décembre 2018, <http://journals.openedition.org/gc/6221>, consultéle 25

Avril 2019.

3-Gunter et Wölki-Schumacher, **«Aperçu général du phénomène de la culture ultradans les Etats membres du Conseil de l'Europeen 2009»**, Conférence internationale sur les ultras, convention européenne sur la violence et lesDébordements de spectateurs lors deManifestations sportives et notamment deMatches de football, 2010.

4-GUY ROCHER, **«Culture, civilisation et idéologie, Introduction à la SOCIOLOGIE GÉNÉRAL»**, Éditions Hurtubise HMH Itée, Montréal, 1992, troisième édition.

5-HOURCADE Nicolas, **« Hooliganisme : un phénomène pluriel »**, La Revue Internationale et Stratégique, no 94, Paris, 2014.

6-LUSSAULT Michel, **L'homme spatial. La construction sociale de l'espace humain**, Paris, Éditions du Seuil, coll. « La couleur des idées »,2007.

7-PETIT Emmanuelle, 2014, **« Faire avec l'espace »**, *Géographie et cultures*, n° 91/92. <http://gc.revues.org/3346> , consulté le 25 Avril 2019.