

3.....	תקציר
4.....	מבוא
5.....	סקירת ספרות
5.....	הרשת החברתית פייסבוק
6.....	הקשר בין החיים בתוך הרשת לבין החיים מחוץ לרשת
7.....	יחסים בפייסבוק
8.....	ותוקפנות דיגיטלית
10.....	בספורט
11.....	המחקר
12.....	מתודולוגיה
14.....	ממצאים
24.....	דיון
27.....	ביבליוגרפיה
29.....	נספחים

מבוא

עבודת מחקר זו בוחנת את שאלת המחקר הבאה : כיצד מתבטאים ההבדלים בין אוהדי ספורט ממועדוני מכבי, הפועל ובית"ר לאחר הפסד של הקבוצה אותה הם אוהדים?
שאלת מחקר זו תבחן בשיטה איכותנית כאשר כלי המחקר הם ראיונות של אוהדים וחקר מסמכים.
בעבור חקירת הנושא הנדון תכתב תחילה סקירת ספרות אשר תתבסס על מחקרים ומאמרים אקדמיים ותתייחס לתמות אשר עולות משאלת המחקר הנדונה, לאחר מכן יוצגו ממצאי המחקר דרך ניתוח איכותני של הנתונים הנאספים מכלי המחקר השונים ולסיכום יוצג דיון תיאורטי אשר יציג אינטגרציה בין ממצאי המחקר ובין הסקירה הספרותית.
שאלת מחקר זו נבחנה בעבודה דרך שני כלי מחקר : ראיונות עם תשעה אוהדים משלוש מועדוני ספורט : מכבי, הפועל ובית"ר וחקר מסמכים אשר במסגרתו נדגמו פוסטים של אוהדים מעמודי פייסבוק שונים של מועדוני הספורט הנחקרים.

מגיל צעיר אני חובבת ספורט ועבודה זו היוותה הזדמנות עבורי לחקור לעומק את ההבדלים בין המועדונים השונים, הבדלים אשר סקרנו אותי זה זמן רב. אני רואה בעבודה זו פלטפורמה הן לסיפוק עניין אישי והן לסיפוק צרכי האקדמיים.
לפייסבוק יש השפעה משמעותית על חייהם התרבותיים והחברתיים של חבריה. פעילות ברשת החברתית פייסבוק נמצאה כאחת משלושת הפעילויות הממוחשבות הכי פופולאריות בקרב בני נוער (כהן, עייני, 2012) וכמי שפעילה מאוד ברשת אני סקרנית לראות את השימוש שעושים בה אוהדים למען קידום מחשבותיהם ותחושותיהם באשר להפסד קבוצת הספורט שהם אוהדים.

סקירת ספרות

פרק זה יציג סקירה ספרותית אשר תעסוק בתמות המחקר העולות משאלת המחקר הנדונה. בניסיון להגיע להבנה עמוקה של ההבדלים בין קבוצות אוהדי הספורט ממועדוני מכבי, הפועל ובית"ר.

הרשת החברתית פייסבוק

רשת חברתית היא פלטפורמה אשר מאגדת אליה כמות של אנשים, משתמשים, אשר יוצרים ביניהם יחסי חברות וירטואליים, קשרי עבודה או מחליפים מידע בנושאים נבחרים. האינטראקציה בין החברים ברשת נעשית באמצעים טכנולוגיים (דרור, גרשון, 2012). רשתות חברתיות וביניהן פייסבוק, הן סביבות וירטואליות המתאימות לקיום אינטראקציות לא פורמליות. רשתות אלו הפכו לויראליות והשימוש בהן התפשט והפך אינטנסיבי ורחב בשנים האחרונות (בוניאל, דולב-כהן, 2013).

הרשת החברתית פייסבוק, הוקמה בשנת 2004 והפכה עד מהרה לפופולרית מאוד. הרשת מאפשרת לאתר מכרים מהעבר ומההווה, מאפשרת לתקשר איתם אונליין, לשתף איתם מידע ותמונות ולבנות פרופיל אישי אליו נחשפים משתמשי הרשת האחרים. נכון לשנת 2010 היו 59% מבני נוער בגילאים 9-16 בעלי פרופיל ברשת החברתית המדוברת. יש שלוש סיבות עיקריות למשיכה העזה של בני נוער להשתמש ברשת החברתית: הבניית זהות, חברות ופרטיות. בני הנוער נהנים לבחון את עצמם ביחס לתגובות האחרים וביחס לפרסומי האחרים ומגבשים את זהותם העצמית גם דרך השימוש בפעילות הווירטואלית ברשת (Eurostat, 2010).

לפייסבוק יש השפעה משמעותית על חייהם התרבותיים והחברתיים של בני נוער. הפעילות ברשת החברתית פייסבוק נמצאה כאחת משלושת הפעילויות הממוחשבות הכי פופולריות בקרב בני נוער בגילאי 8-18 שנים (כהן, עייני, 2012). במסגרת מחקר שערכו בוניאל ודולב-כהן (2013) הם מצאו כי בני נוער תיארו את הפעילות שהם עושים בפייסבוק כאינטראקציה חברתית מהנה, יחד עם זאת מרבית משתתפי המחקר ציינו כי הפעילות בפייסבוק אינה מחליפה חברות פיזית אך היא מאפשרת להם לחזק את המעמד החברתי שלהם ומהווה עבורם מפגש עם קבוצת השווים.

אמזלג (2015) ערכה מחקר במסגרתו היא בדקה כיצד עושים סטודנטים שונים שימוש ברשת החברתית פייסבוק תוך בחינת הצרכים שממלאת הרשת החברתית עבורם. במסגרת המחקר נסקרו המשתתפים באופן ישיר וכן נותחו פוסטים שהועלו על ידם ונמצא כי דפוסי השימוש של הסטודנטים הנחקרים נחלקו לשניים, קבוצה אקטיבית וקבוצה פסיבית כאשר הקבוצה האקטיבית הייתה נוהגת להעלות פוסטים ותמונות, להגיב לפוסטים ולתמונות מעלים אחרים ולהיות מעורבת אקטיבית בפעילות הרשת. לעומתם, הקבוצה הפסיבית עדיפה לצפות בפעילות אשר התקיימה בקבוצה המקוונת בפייסבוק, חבריה לא הגיבו ולא היו אקטיביים בפעילותם, כמו כן הם כמעט ולא העלו פוסטים או תמונות ולא שיתפו מחייהם הפרטיים.