

تمثيلات الوعي الثقافي في مضامين المنصات الرقمية للأندية الرياضية الليبية ودورها في الحد من التعصب الرياضي: دراسة تحليلية

أ. سليم البحاب، قسم الإعلام، كلية الآداب، الجامعة الأسمرية الإسلامية، زلتن، ليبيا

salim7muammar@gmail.com

أ. أحمد التريكي، باحث ماجستير بالأكاديمية الليبية، زلتن، ليبيا.

Aaltryky572@gmail.com

Representations of Cultural Awareness in the Digital Platform Content of Libyan Sports Clubs and Its Role in Reducing Sports Fanaticism: An Analytical Study

A. Salim Al-Bahbah, Department of Media, Faculty of Arts, Al-Asmariya Islamic University, Zliten, Libya

A. Ahmed Al-Triki, Master's researcher at the Libyan Academy, Zliten, Libya.

تاريخ الاستلام: 2026-10-10، تاريخ القبول: 2026-10-18، تاريخ النشر: 2026-10-19.

المخلص:

تسعت هذه الدراسة إلى التعرف على مظاهر الوعي الثقافي في محتوى المنصات الرقمية للأندية الرياضية الليبية؛ بهدف الكشف عن مدى مساهمة هذه المنصات في الحد من ظاهرة التعصب الرياضي، ورصد أبرز المظاهر المرتبطة بالتعصب في المضامين المنشورة، وتحديد الاستراتيجيات المستخدمة في بناء الوعي الثقافي وتعزيز الروح الرياضية، وذلك من خلال نظرية الغرس الثقافي، والاعتماد على التحليل المضمون، وانتهت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أبرزها: هيمنة المضامين الرياضية والتنظيمية على محتوى المنصات الرقمية للأندية، مقابل محدودية المضامين التوعوية والأخلاقية، بينما تمثلت مظاهر للتعصب الرياضي في السخرية من المنافس والاستقطاب الرياضي والتعليقات الجماهيرية المحرصة، وخلصت الدراسة إلى محدودية توظيف المنصات الرقمية في نشر ثقافة التسامح وتقبل الآخر ومواجهة التعصب الرياضي.

الكلمات المفتاحية: الوعي الثقافي، مضامين المنصات الرقمية، التعصب الرياضي.

Abstract:

This study aimed to identify manifestations of cultural awareness within the digital content of Libyan sports clubs, with the goal of determining the extent to which these platforms contribute to curbing sports fanaticism. It sought to document key indicators of fanaticism in published content and identify strategies used to foster cultural awareness and promote sportsmanship, utilizing Cultivation Theory and content analysis. The study yielded several findings, most notably: the dominance of sports-related and organizational content on club platforms, contrasted with a scarcity of content focused on awareness-raising and ethics; and the presence of fanaticism manifested through mocking opponents, sports polarization, and inflammatory comments from fans. Ultimately, the study concluded that there is limited utilization of digital platforms to disseminate a culture of tolerance and acceptance of others, or to combat sports fanaticism.

Keywords: Cultural awareness, digital platform content, sports fanaticism.

مقدمة:

يعد التعصب من أحدث الظواهر الاجتماعية العالمية التي تعاني منها المجتمعات بمختلف أنواعها ومستوياتها، إذ يمكن أن يظهر في المجال الديني أو الإقليمي أو المذهبي أو الشخصي أو الرياضي، وهو من أكثر البيئات خصوبة لظهور هذه السلوكيات، على الرغم من التطور الكبير الذي شهده العالم

في أنظمة الإعلام والاتصال عالمياً، ولا يزال التعصب قائماً، متجلياً بأشكال وملابس متنوعة، خاصة أنه يؤثر بشكل أو بآخر على استقرار العلاقات داخل المجتمع، ويبرز التعصب الرياضي كأحد أكثر أشكاله انتشاراً؛ لارتباطه بالعواطف الجياشة لدى الجماهير والولاءات القوية للأندية والفرق، علاوة على ذلك فإن اللغة التي يستخدمها المشجعون والحكام والإداريون ووسائل الإعلام نفسها يمكن أن تسهم بشكل مباشر في تفاقم هذه الظاهرة، وقد ارتبط التعصب الرياضي، خاصة في السنوات الأخيرة بتراجع السلوكيات المثينة لدى بعض المشجعين، التي غالباً ما تُسفر عن خسائر في الأرواح وإصابات خطيرة خلال المباريات.

وفي ظل تفاقم واقع التعصب الرياضي برز الإعلام الرياضي الرقمي كلاعب أساسي في تشكيل الوعي العام والتأثير على السلوك، وأصبح من أكثر وسائل الإعلام تأثيراً في ليبيا بفضل الانتشار الواسع للمنصات الرقمية التابعة للأندية الرياضية، التي تحولت إلى مساحات تفاعلية لنشر الأخبار وتشكيل الرأي العام والتأثير على السلوك الجماعي.

ولم يعد التحول إلى الإعلام الرقمي مجرد تحول بسيط في أدوات التواصل الرياضي، بل أصبح قوة مؤثرة، فالمسؤولية الثقافية تقتضي نشر خطاب يُعزز قيم التسامح والانضباط والوعي، بدلاً من تأجيج الفرقة والتوتر بين الجماهير.

ومن هذا المنظور تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على مظاهر الوعي الثقافي في محتوى المنصات الرقمية للأندية الرياضية الليبية؛ بهدف الكشف عن مدى مساهمة هذه المنصات في الحد من ظاهرة التعصب الرياضي؛ كونها ظاهرة ثقافية سلوكية تؤثر على مسار التنمية الاجتماعية المستدامة في المجتمع الليبي، خاصة في ظل أحداث العنف الأخيرة التي شهدتها ملاعب كرة القدم خلال مباريات الدوري.

مشكلة الدراسة:

مع انتشار المنصات الرقمية للأندية الرياضية الليبية على نطاق واسع، يلاحظ المتابعون تبايناً في طبيعة الخطاب الإعلامي المُوجّه لجمهور الرياضي، حيث يتراوح محتواه بين الدعوات للمنافسة الشريفة من جهة، والخطابات التعصبية أو العاطفية من جهة أخرى.

وتفترض نظرية الغرس الثقافي أن التعرض المتكرر والمستمر للمحتوى الإعلامي يُسهم في تشكيل المواقف والقيم الاجتماعية لدى الجمهور، سواءً أكانت إيجابية أم سلبية، ومن هذا المنظور، تم صياغة التساؤل الرئيسي للدراسة بالشكل التالي:

كيف يتجلى الوعي الثقافي في مضامين المنصات الرقمية للأندية الرياضية الليبية، وما دور هذه المضامين في ترسيخ القيم والسلوكيات التي تسهم في الحد من التعصب الرياضي أو تعزيزه؟ أهمية الدراسة:

1- تُعد هذه الدراسة من الدراسات القليلة التي اعتمدت تحليل المحتوى لفهم الأبعاد الثقافية لمحتوى المنصات الرقمية للأندية.

2- تسد هذه الدراسة فجوة بحثية في الدراسات الإعلامية المحلية، التي نادراً ما تناولت العلاقة بين الخطاب الرياضي الرقمي والتعصب.

3- يمكن أن تُشكل إطاراً معرفياً للدراسات اللاحقة التي تبحث في تأثير الإعلام الرياضي الرقمي على التنمية الاجتماعية في ليبيا.

4- تستمد الدراسة أهميتها من ارتباطها المباشر بأحد أهداف التنمية المستدامة، وهو تعزيز ثقافة السلام والتسامح داخل المجتمعات.

أهداف الدراسة:

1- التعرف على أهم القضايا التي تتناولها المنصات الرقمية للأندية الرياضية عينة الدراسة.

2- تحديد أبرز مظاهر الوعي الثقافي في المنصات الرقمية للأندية الرياضية عينة الدراسة.

3- الكشف عن نوعية المحتوى المستخدم في التعصب الرياضي بمضامين المنصات الرقمية للأندية الرياضية عينة الدراسة.

4- رصد الاستراتيجيات المستخدمة لبناء الوعي الثقافي التي تسهم في تعزيز ثقافة التسامح والتنافس الشريف في المنصات الرقمية للأندية الرياضية عينة الدراسة.

أسئلة الدراسة:

1- ما هي القضايا التي تتناولها المنصات الرقمية للأندية الرياضية عينة الدراسة؟

2- ما أبرز مظاهر الوعي الثقافي في مضامين المنصات الرقمية للأندية الرياضية عينة الدراسة؟

3- ما نوعية المحتوى المستخدم في نشر التعصب الرياضي بالمنصات الرقمية للأندية الرياضية عينة الدراسة؟

4- هل الاستراتيجيات التي يتم استخدامها في المنصات الرقمية للأندية الرياضية تسهم في نشر قيم التسامح والتنافس الشريف؟

1- دراسة (احمد & محمد عبد الحميد: 2025) حول اتجاهات الشباب نحو التعصب الرياضي في مواقع التواصل الاجتماعي: اهتمت هذه الدراسة برصد اتجاهات الكراهية وأشكالها المنتشرة عبر صفحات الأندية الرياضية والمشجعين على الفيس بوك، وذلك من وجهة نظر الشباب الجامعي، وتحديد آثار انتشار خطاب الكراهية، وتأثير ذلك على التعصب الجماهيري في المجال الرياضي.

واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي، باستخدام الاستبانة التي تم توزيعها على عينة عشوائية قوامها (400) مبحوثاً، وقد أوضحت النتائج ارتفاع معدلات متابعة الشباب الجامعي لصفحات الأندية الرياضية والمشجعين على الفيس بوك، والتفاعل الكبير بعبارة دائماً، وأن أغلب المبحوثين يرون أنها تساعد على الحشد وإثارة الحماس المفرط ضد الفرق المنافسة، كما أنها تسهم في زيادة السخط الجماهيري.

2- دراسة (عبدالله الحنتوشي: 2025) حول حسابات الأندية السعودية على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بظاهرة التعصب: هدفت الدراسة الحالية إلى التعرف على دور حسابات الأندية الرياضية السعودية في وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز ظاهرة التعصب لدى الجمهور السعودي، وتم استخدام المنهج الوصفي المسحي، وقد تم التطبيق على (531) استجابة من الجمهور السعودي المهتم بالرياضة، وتم استخدام الاستبانة أداة لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة إلى أن استخدام الجمهور السعودي لحسابات الأندية الرياضية السعودية على منصات التواصل الاجتماعي جاء بدرجة متوسطة، وجاء إسهام بعض حسابات الأندية السعودية على مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز التعصب بين المشجعين بدرجة مرتفعة.

3- دراسة (عبد اللطيف الرباع: 2025) حول أثر الإعلام الرياضي في تنمية اتجاهات المرأة نحو الممارسة الرياضية: هدفت هذه الدراسة للكشف عن الدور يلعبه مضمون الإعلامي الرياضي في تنمية ميول واتجاهات المرأة نحو الرياضة، ومدى تأثير المرأة بما يقدمه الإعلام الرياضي.

وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي واستعان بأداتي الاستبيان والمقابلة للحصول على البيانات والمعلومات، وقد تم اختيار عينة عشوائية من فئة الإناث بلغ قوامها 200 مفردة، وبينت النتائج أن أغلب المبحوثين يرون أن الإعلام الرياضي بإمكانه تعميق وعي المرأة الرياضي نحو العديد من الموضوعات، وأن الإعلام الرياضي يسهم في إثراء الثقافة الرياضية.

4- دراسة (منيرة الماجد: 2024) حول دور منصات التواصل الاجتماعي في الحد من التعصب الرياضي: هدفت الدراسة إلى معرفة دور منصات التواصل الاجتماعي للأندية الرياضية في الحد من

التعصب الرياضي، واعتمدت الباحثة على المنهج المسحي باستخدام أداة الاستبيان في جمع المعلومات من عينة قوامها (3875) مفردة من المجتمع السعودي بعمر (18) سنة فأكثر ممن يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، وتم اختيار العينة متعددة المراحل بأسلوب المسح، وتوصلت الدراسة إلى أنه: تعتبر منصات التواصل الاجتماعي أداة قوية في نشر الأخبار والمعلومات، ويعد التعصب الرياضي من أبرز المشاكل التي تواجهها منصات التواصل الاجتماعي.

5- دراسة (محمد محسن وآخرون: 2023) حول بنية التعصب الرياضي في محتوى منصات التواصل الاجتماعي: سعت الدراسة لرصد وتحليل سمات التعصب الرياضي في تعليقات الجمهور من خلال تحليل محتوى منصات رياضية، وذلك لمعرفة التعصب الرياضي سواء مه نادي الأهلي المصري او غريمه نادي الزمالك من خلال استمارة تحليل مضمون لهذه التعليقات في الصفحات التي تم اختيارها لدراسة، وقد انتهت الدراسة إلى أن غالبية التعليقات تتعصب للفريق الذي تنتمي إليه أو ضد المنافس وأنها بعيدة على الوسطية، كذلك تقتقد التعليقات لثقافة الرأي الآخر، بل وجود عبارات تعزز إلى المزيد من التعصب.

6- دراسة (سارة القاضي وآخرون: 2023) حول الإعلام الرقمي الرياضي ودوره في بناء القيم المجتمعية: هدفت الدراسة للتعرف على دور الإعلام الرقمي في بناء منظومة القيم لدى جماهير الرياضة المصرية، من خلال التركيز على القيم الاجتماعية والرياضية والمعرفية والاقتصادية، وقد طبقت الدراسة على عينة استطلاعية قوامها 40 من جماهير الرياضة المصرية وعينة أساسية قوامها 220 من جماهير الرياضة المصرية، باستخدام أداة الاستبيان، وانتهت الدراسة إلى أن الاعلام الرقمي له دور في بناء منظومة القيم الاجتماعية لدى جماهير الرياضة المصرية يتحقق بدرجة كبيرة مرتفعة بوزن نسبي (88.58%).

7- دراسة (اللواتي & نشوى يوسف أمين: 2023) حول تغطية المنصات الرقمية لأحداث الرياضية وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحو التعصب: هدفت الدراسة للتعرف على تغطية القنوات الرقمية للأحداث الرياضية، علاقتها باتجاهات طلاب الجامعيين نحو التعصب الجماهيري، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي باستخدام استمارة استبيان وُزعت على عينة مكونة من 450 طالبًا، وتوصلت الدراسة إلى وجود تأثير بارز للتغطية الإعلامية الرقمية على إدراك المبحوثين لأداء الفرق الرياضية، وعلى دعمهم وتشجيعهم للفرق المفضلة، وهو ما يعكس ارتفاع معدل متابعتهم للبطولات والأندية محليًا وعالميًا، كذلك رفض غالبية المبحوثين فرض قيود على المحتوى الرياضي، حتى لو كان ذلك يسهم في الحد من التغطيات العدائية وتقليل التعصب الجماهيري.

8- دراسة (نبيل منصور & قاسم سالم: 2022) حول دور الإعلام الرياضي في تنمية المسؤولية الاجتماعية للحد من التعصب الرياضي: رمت هذه الدراسة للتعرف على برامج المسؤولية الاجتماعية في الاعلام الرياضي للحد من ظاهرة التعصب الرياضي، والكشف عن أهم المضامين الرياضية في الاعلام الرياضي التي ترتبط بالتعصب الرياضي، طبقت الدراسة على عينة عشوائية من طلاب وطالبات معاهد التربية البدنية بالجزائر، باستخدام اداة الاستبيان، وأشارت النتائج لوجود علاقة كبيرة بين الاعلام الرياضي المكتوب والتعصب الرياضي، مع وجود مفاهيم غير مكتملة عن المسؤولية الاجتماعية لدى الجماهير. ومن خلال استعراض الدراسات السابقة التي لها صلة مباشرة بموضوع الدراسة، نجد أن أغلبها قد اهتم بالجانب الميداني وأهم الجانب التحليلي الذي له دور غاية في الأهمية لتناول موضوع الدراسة، لذا اهتمت هذه الدراسة بتسليط الضوء على الموضوع في جانبه التحليلي بهدف تغطية الفجوة العلمية التي أهملها الباحثين.

مصطلحات الدراسة:

التعصب الرياضي: هو عملية تشجيع ومولاة للفريق الذي يشجعه المتعصب، ومعاداة الفرق الأخرى، فهو الانتماء البغيض لأحد الفرق أو الأندية، الذي يصل إلى حد المبالغة، ورفض المنطق، ورفض كل ما هو خارج عن الفريق. (مرتضى & علاء: 2021: 2164)

أما إجرائيا هي الحالة الانفعالية التي تنتج لدى الجماهير جراء تعرضهم لمضامين تحريضي أو استفزازية منشورة على المنصات الرقمية للأندية محل الدراسة، سواءً ظهرت هذه المضامين في صياغات لغوية مباشرة أو صوراً أو رسوماً كاريكاتورية ساخر أو إيماءات رمزية تُعبّر عن استفزاز أو ازدراء للنادي المنافس، وتتعرض هذه الحالة الانفعالية في سلوكيات مختلفة من الجماهير، فقد تبدأ هذه السلوكيات بتعليقات لفظية عدائية، ثم تتطور إلى ازدراء للنادي المنافس، وفي بعض الحالات، تتطور إلى الترويج لخطاب الكراهية والتحريض على العنف أو الشغب بين المشجعين.

المنصات الرقمية: هي عبارة عن بوابة ويب تهتم بتقديم الخدمات التفاعلية التي تختلف وفق طبيعة ونشاط هذه المنصة إلى جانب المعلومات التي يتم تقديمها من خلالها أيضاً، كما أنها تهتم بتبادل الأفكار والسلع والخدمات، سواء كان هذا التبادل بين شخص وآخر أو أجهزة الكمبيوتر أو الأجهزة الإلكترونية الحديثة.

ويقصد بها في هذه الدراسة صفحات الفيس بوك الرسمية للأندية محل الدراسة وهي الأهلي طرابلس والاتحاد والأهلي بنغازي والنصر.

الوعي الثقافي: يُعرف الوعي الثقافي بأنه حالة من اليقظة الوجدانية والانفعالية المقرونة بالمعرفة والفهم العميق، والتي تمكن الفرد من استيعاب القضايا والمشكلات التي يواجهها، وتفسيرها في ضوء السياقات الاجتماعية والثقافية المحيطة، ويساعد هذا الوعي في توجيه الفرد إلى التعامل الإيجابي مع تلك القضايا عبر تقديم حلول وبدائل تعكس إدراكًا سليمًا للواقع، وقدرة على اتخاذ مواقف واعية ومسؤولة تتوافق مع القيم والمعايير الثقافية للمجتمع. (عاهد & عايش العاسمي: 2022: 41)

إجرائيًا يقصد به مدى قدرة المنصات الرقمية للأندية الرياضية على إنتاج وتقديم مضامين إعلامية تعزز قيم الاحترام المتبادل، والتنافس الشريف، ونبذ الكراهية، عبر نشر رسائل واضحة أو ضمنية تدعو إلى الانضباط، والاعتراف بالمنافس، وتغليب الروح الرياضية، وتوجيه سلوك الجمهور نحو ممارسات حضارية تتسق مع دور الرياضة في بناء التماسك والسلم الاجتماعي. نظرية الغرس الثقافي:

تعد نظرية الغرس الثقافي من أهم النظريات التي تناولت العلاقة بين وسائل الإعلام وتشكيل إدراك الأفراد للواقع الاجتماعي، وقد توسيع مجال تطبيق النظرية في السنوات الأخيرة ليشمل وسائل الإعلام الجديد، ولا سيما منصات التواصل الاجتماعي، نظرا لما تتسم به من قدرة عالية على التأثير في التمثيلات الذهنية والسلوكيات الجماعية.

وتفرض النظرية وجود تأثير تراكمي ناتج عن التعرض المكلف والمستمر لنماذج وصور ثقافية تتسم بالثبات والتكرار في وسائل الإعلام، مما يؤدي إلى إعادة تشكيل إدراك الأفراد للواقع الاجتماعي المحيط بهم وقد ارتكزت هذه النظرية في بداياتها على تأثير التلفزيون، بوصفها الوسيلة الأكثر قدرة على صياغة صورة العالم لدى الجمهور، بحيث تدريس القيم والاتجاهات والسلوكيات بطريقة تدريجية وغير مباشرة. (الشريف & رحاب ثروت: 2024: 187)

ومع التحول نحو الفضاء الرقمي تشير الدراسات الحديثة التي طبقت نظرية الغرس الثقافي على وسائل الإعلام الجديد وبخاصة مواقع التواصل الاجتماعي؛ إلى أن هذه المواقع أصبحت تمتلك قدرة أكبر على إعادة صياغة الواقع الاجتماعي؛ ويُعزى ذلك إلى الوقت الطويل الذي يقضيه المستخدمون في تصفح هذه المنصات، وما تحتويه من مضامين متعددة ومتجددة ينشرها الأفراد أو يشاركونها أو يتفاعلون منها عبر الإعجاب أو التعليق، الأمر الذي يجعل تأثيرها أشد عمقاً واتساعاً مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية. (عبد الله مطاوع & نسمة: 2022: 340)

وفي سياق هذه الدراسة تمثل المنصات الرقمية للأندية الليبية وسيلة تواصل بالغة التأثير؛ نظرًا لتعرض الجماهير الرياضية لها يوميًا وبانتظام، لذلك فإن الرسائل التي تُجسد قيم الوعي الثقافي والروح الرياضية واحترام المنافس ونبذ العنف اللفظي والتحريض يُمكنها وفقًا للنظرية أن تُسهم في الآتي:

1- ترسيخ مفاهيم ثقافية إيجابية للروح الرياضية.

2- إعادة صياغة مفهوم المنافسة الرياضية وتحويله من صراع وانقسام إلى قيمة حضارية، مثل السلام والوحدة والمصالحة.

3- الحد من مظاهر التوتر والتعصب إذا ما تم إيصال الرسائل بشكل مكثف ومتسق.

وفي المقابل فإن المحتوى الذي يحمل رسائل سلبية أو يُعبر عن انتصارات مفرطة، أو يستخدم خطابًا استقطابيًا بين الجماهير قد يسهم في الآتي:

1- غرس تمثيلات سلبية تُعزز التعصب.

2- تحويل البيئة الرقمية إلى مساحة لإنتاج الصور النمطية والتحريض المستمر.

وبهذا تعد هذه النظرية أساسًا لتفسير كيف ولماذا تؤثر المضامين الرقمية للأندية الليبية على تشكيل وعي جمهورها إيجابًا وسلبيًا؛ لذا يتيح هذا التفسير تحليل كل منشور وحدة ثقافية فريدة، تتراكم وتُعيد إنتاج المعاني في الوعي المجتمعي.

الاطار المعرفي للدراسة:

التعصب الرياضي: يكشف تتبع الجذور التاريخية لشغب كرة القدم أنها ليست ظاهرة حديثة، بل تعود إلى بدايات اللعبة، عُرفت كرة القدم في إنجلترا في بداياتها الأولى منذ القرن الثالث عشر، حيث كان التنافس بين القرى يتطور في كثير من الأحيان إلى اشتباكات عنيفة بين المشجعين، مما دفع السلطات إلى إصدار مراسيم للحد من هذه الاضطرابات، و في عام 1349، حظر الملك إدوارد الثالث بعض أشكال اللعبة بسبب الفوضى والصراعات الاجتماعية المصاحبة لها. (اللواتي &، نشوى: 2023: 373)

ولا تزال هذه الظاهرة تُشكل تحديًا كبيرًا للأندية والإدارات الرياضية، فبينما يُعدّ المشجعون عنصرًا أساسيًا في دعم الفرق وزيادة الحضور، يفقد هذا الدعم قيمته عندما يتحول إلى شغب أو سلوك عدواني، وتُعد كرة القدم من بين الرياضات الأكثر عرضة لمظاهر التعصب مقارنةً بالرياضات الأخرى.

وهنا يجب التفريق بين التعصب والشغب الرياضي، فالتعصب الرياضي هو أقل درجة من الشغب الرياضي، والشغب ما ارتبط بالتنفيذ والفعل، بينما التعصب هو سلوك نفسي داخلي يتحكم في تصرفات المشجعين وقد لا يتعدى مرحلة النقاش والجدل؛ ولكنه إذا تطور وإذا تطور وتحول إلى أفعال وممارسات مرتبطة بمطالب فحينئذ قد يصبح شغب غير مقبول. (رعاش، كمال، 2015: 32)

وثمة من يقول أن التعصب الرياضي ظاهرة اجتماعية مركبة ذات أبعاد نفسية وثقافية واجتماعية متشابكة، تبني على موقف انفعالي متطرف تجاه فريق معين، يتجلى في مشاعر الكراهية أو السخرية أو الرفض تجاه الفرق الأخرى، دون الإلمام بمعاني التنافس الشريف، أب الذاتية والطغيان بحيث لا يتم قبول النقد والاستماع لوجهات نظر الآخرين. (مريشيش، خالد: 2015: 107)

وقد ازداد هذا السلوك في السياق الليبي نتيجةً للتطور الملحوظ في تفاعل الجماهير الرياضية عبر المنصات الرقمية، وخاصةً صفحات الأندية على فيسبوك، التي أصبحت أرضاً خصبة لإعادة إنتاج المواقف والسلوكيات الجماعية.

عوامل التعصب الرياضي: يوجد العديد من العوامل التي تسهم في ازدياد التعصب الرياضي في المجتمعات منها: الخطاب التحريضي، واستخدام اللغة الاستفزازية، والتغطية الإعلامية غير المتوازنة، والصور المشحونة عاطفياً، والمحتوى الذي يركز على الفوز أو الهزيمة بطريقة عاطفية، كذلك رصد العديد من الباحثين عوامل مختلفة ساهمت في انتشار التعصب الرياضي كدراسة فهد الطيار 2016 ودراسة وعلي حبيب 2020 اللتان أشارتا إلى عدة عوامل نذكر منها:

- 1- عدم وجود وعي بأهمية الرياضة وأهدافها السامية بين قطاع كبير من الجماهير.
- 2- ضعف الهيئات الإدارية للأندية في تطبيق العقوبات الرادعة على منتسبيها المتسببين في الشحن الجماهيري، وإفساد العلاقات بين الأندية بما فيها من يقود الوسائل الإعلامية وخاصة المنصات الرقمية.
- 3- الاحتقالات غير المنضبطة من قبل الجماهير بعد الفوز، واستخدام صور وأساليب تثير جماهير الفريق المنافس.
- 4- حب إيذاء الآخرين واستغلال اللقاءات الرياضية لهذا الغرض. (حبيب & علي منصور عثمان: 2020: 276).

أنواع التعصب الرياضي:

التعصب النوعي: وهو الذي يربط سلوك الفرد المتعصب بموقف رياضي محدد يتعلق بمثيرات او متغيرات رياضية بعينها، مثل تعصب الفرد لفريق رياضي معين عند مشاهدته لمباراته مع فريق منافس، أو تعصب الفرد ضد حكم محدد.

التعصب كسمة: وهو اتساع نطاق ارتباط سلوك الفرد المتعصب بمواقف رياضية متعددة تتعلق بمثيرات رياضية مختلفة، تزداد خلالها شدة انفعالاته غير المبررة بدرجة عالية، وتتمثل بعض هذه المثيرات في تعصب الفرد ضد كل الفرق المشاركة في المنافسة.

التعصب كحالة: وهو حالة استجابة للتعصب النوعي المرتبط بموقف، رياضي أو منافسة محددة وتتفق أعراض الاستجابة للتعصب كحالة مع الخصائص الانفعالية العامة لعاطفة التعصب مع ارتباطها بالاستجابة للمثيرات التي تفرضها طبيعة الموقف أو المنافسة المحددة. (مرتضى، علاء: 2021: 2165)

أبرز مظاهر التعصب الرياضي في ليبيا:

شهدت الساحة الرياضية الليبية خلال الموسمين الأخيرين تصاعداً خطيراً في مظاهر التعصب والعنف الرياضي، مما جعل كرة القدم الليبية تعيش واحدة من أكثر فتراتها توتراً وتهديداً لسلامة اللاعبين وال جماهير.

وقد بلغت هذه الحوادث ذروتها في مايو 2024 عندما تعرض نادي الأخضر لهجوم بالقرب من ملعب بنينا في بنغازي، تضمن الهجوم تخريب حافلات الفريق، والاعتداء الجسدي على اللاعبين، وتهديد أعضاء البعثة؛ وهو ما دفع إدارة النادي إلى تعليق جميع الأنشطة الرياضية لحماية أعضائه وتحميل الجهات الأمنية مسؤولية توفير الحماية اللازمة.

ولم تكن حادثة الأخضر الأولى من نوعها، فقد سبق أن تعرض نادي الخمس لاعتداءات خطيرة شملت طعن أكثر من تسعة لاعبين بأسلحة بيضاء، واضراب النيران في حافلة الفريق أثناء عودتهم من طرابلس بعد مباراة ضد الملعب الليبي، واعتبرت إدارة النادي هذا الهجوم اعتداءً غير مسبوق على الفريق بأكمله، وهو الأول من نوعه في تاريخ كرة القدم الليبية؛ مما دفع إدارة النادي إلى تعليق جميع الأنشطة الرياضية وإحالة الحادثة إلى الاتحاد الدولي لكرة القدم (الفيفا)، مؤكدة أن الحادثة شوّهت سمعة كرة القدم الليبية.

وفي يونيو 2025، توقفت مباراة أهلي طرابلس ضد الاتحاد في الدوري الليبي الممتاز بسبب أعمال شغب داخل الملعب وخارجه، وأصيب عدد من الحكام والحكم، مما سلط الضوء أكثر على هشاشة الوضع الأمني في الملاعب وانتشار السلوك العدواني الناجم عن تعصب المشجعين.

واستمر هذا التصعيد طوال موسم 2024-2025، حيث شهدت المنطقة المحيطة بمقر الاتحاد الليبي لكرة القدم في أكتوبر الماضي، واحتجاجات كبيرة من الجماهير الرياضية المتواجدة في طرابلس وقيامها بإشعال النيران ورفع شعارات غاضبة احتجاجاً على القرارات التحكيمية المتعلقة بمسابقة كأس ليبيا، معتبرة أن إقامة المباريات دون تقنية حكم الفيديو المساعد (VAR) يمثل استفزازاً ومساساً بمبدأ تكافؤ الفرص، وجاء هذا الحدث تزامناً مع تقديم مذكرات رسمية قدمتها مجموعة من الاندية المشاركة تم نشرها على المنصات الرقمية الرسمية للأندية.

وتشير هذه الأحداث مجتمعةً إلى تصعيد خطير للاضطرابات في ليبيا، مما يُبرز تآكل الروح الرياضية وتصادد التعصب والعنف الرياضي، مما يُهدد سلامة المشجعين واللاعبين، وهذا يُبرز الحاجة الملحة للاهتمام بدور المنصات الرقمية وخطاب الأندية، والإعلام الرياضي في تشكيل الوعي الثقافي والحد من هذا الانهيار السلوكي المُتكرر.

الوعي الثقافي:

الوعي والثقافة مفهومان ارتبطا بالإنسانية منذ فجر الوجود الاجتماعي وتطور الأنشطة الإبداعية والعلمية على مر العصور. الوعي ليس حالة ثابتة، بل هو عملية مستمرة يتشكل من خلال تفاعل الإنسان مع المجتمع والبيئة. يتجلى الوعي في القدرة على الإدراك واتخاذ القرارات، وفي كيفية فهم الأفراد لسلوكهم الشخصي والعام. علاوةً على ذلك، يتأثر وعي الفرد بمعرفته بطبيعة العالم من حوله وفهمه للعلاقات الاجتماعية التي تُشكل إطار حياته اليومية. (عاهد & عايش العاسمي: 2022: 46)

الوعي الثقافي في الإعلام الرياضي:

يُعد الوعي الثقافي في الإعلام الرياضي أحد أكثر الأبعاد تأثيراً في تشكيل الإدراك العام وتوجيه السلوك داخل البيئة الرياضية، ولا يقتصر الإعلام الرياضي على تغطية الأحداث والمباريات وبثها فحسب، بل يُسهم أيضاً في غرس القيم الأخلاقية والاجتماعية من خلال تناوله للأخبار والرسائل المصاحبة، مما يجعله قوة ثقافية قادرة على تعزيز الثقافة الرياضية أو تقويضها، ولكن هذا التأثير لا يحدث عن معزل؛ بل يجب أن ينظر إليه من زاوية العلاقة الجدلية الموجودة بين وسائل الإعلام والعمليات الاجتماعية الأخرى السياسية والاقتصادية والتربوية والثقافية الموجودة في المجتمع. (رعاش، كمال: 2015: 36)

ويمثل بناء الخطاب الرياضي المسؤول ركيزةً أساسيةً في الوعي الثقافي، فهو يُجسد قدرة الفرد والمجتمع على فهم القيم الأخلاقية والمعاني الرمزية التي ينقلها المحتوى الإعلامي، بما في ذلك الخطاب المتداول عبر المنصات الرقمية، ويدلّ هذا الوعي على مدى استيعاب الجمهور لمبادئ الروح الرياضية والسلوك الرياضي الراقي، كاحترام اللعب النظيف، والالتزام بالقواعد، والتمسك بالروح الرياضية، واعتبار الرياضة مساحةً للتماسك الاجتماعي وتعزيز الانتماء الإيجابي، لا ساحةً للصراع أو الاستقطاب.

لذلك يمكن القول أن المحتوى الرياضي على المنصات الرقمية أصبح القناة الأبرز لتشكيل الوعي العام، وخاصة بين الشباب؛ نظراً لسهولة الوصول إليه وسرعة انتشاره، واهتمامه بتغطية الأحداث بشكل مستمر وبشكل متنوع.

الإعلام الرياضي في المجتمعات العربية:

تعتبر وسائل الإعلام باختلاف أنواعها الحديثة والتقليدية من أهم الوسائل الثقافية والتربوية التي تلعب دوراً هاماً علمي وثقافي وتربوي في المجتمعات، وتسهم وسائل الإعلام بشكل حيوي في مجالات عدة بمالها القدرة على التأثير وسرعة الاتصال، ولا يعتبر الإعلام منفصلاً على مستوى الأهمية عن باقي المجالات الإعلامية المتخصصة الأخرى، بل أضحت من أهم الأنواع لما للرياضة من عمق اجتماعي من جهة، ومن جهة الأخرى الاهتمام المتزايد الذي تشهده اليوم المجتمعات العربية خاصة الخليجية على مستوى لعبة كرة القدم، كيف لا وقد توج هذا الاهتمام بتنظيم أكبر تظاهرة رياضية في العالم وهي استضافة كأس العالم لكرة القدم عام 2022 بدولة قطر، فالإعلام الرياضي يخاطب عقول وعواطف واهتمامات الجمهور الرياضي، لهذا لا بد أن تتسم العملية الإعلامية بالهنية والاحترافية، كونها تلعب دوراً هاماً في تنمية الوعي الثقافي لدى الجماهير الرياضية. (رعاش، كمال: 2015: 32)

الإعلام الرياضي الرقمي في ليبيا:

شهد الإعلام الرقمي في ليبيا توسعاً غير مسبوقاً في السنوات الأخيرة ليصبح الوسيلة الأكثر حضوراً وتأثيراً في تشكيل الوعي الجماهيري، خاصة في ظل تراجع أداء وسائل الإعلام التقليدية الرسمية. فقد تحولت منصات التواصل الاجتماعي وفي مقدمتها الفيس بوك إلى المصدر الأول للأخبار والمعلومات لدى الليبيين، وإلى فضاء تفاعلي لصناعة الرأي العام ونقل الأحداث والمستجدات بصورة فورية، وفي المجال الرياضي، برزت المنصات الرقمية للأندية بوصفها أدوات رئيسة لإنتاج المحتوى وتوجه الجمهور، إذ تعدى دورها من مجرد نقل النتائج إلى التأثير في أنماط التفاعل والسلوك، بما يسهم إما في تعزيز ثقافة الانضباط أو في تأجيج مظاهر التعصب الرياضي إذا غاب الضبط المهني. (سعد عبدالسلام رجب: 2023: 262)

ويتضح من ذلك أن الإعلام الرقمي لم يعد بديلاً للإعلام التقليدي فحسب، بل أصبح إطاراً مركزياً تعاد من خلاله صياغة الثقافة الرياضية واتجاهات الجمهور الليبي. وتأكيداً لما سبق أصبحت أغلب الأندية الليبية اليوم تمتلك منصة رقمية رسمية خاصة بها على مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفيس بوك؛ كونها من أكثر الوسائل الرقمية استخداماً من قبل الجماهير.

وثمة العديد من الفوائد الأساسية تقدمها وسائل التواصل الاجتماعي للأندية الرياضية كالقدرة على التفاعل المباشر مع المشجعين، كذلك تسمح منصات الفيس بوك واليوتيوب واكس للأندية بمشاركة المحتوى من وراء الكواليس والتحديثات المباشرة والقصص الشخصية للاعبين؛ مما يساعد على إضفاء

الطابع الإنساني على الفريق وتعزيز التواصل الأعرق مع المشجعين، على سبيل المثال غالباً ما تنشر الأندية مقاطع فيديو تدريبية واحتفالات في غرف خلع الملابس ومقابلات مع اللاعبين، مما يمنح المشجعين شعوراً بأنهم جزء من الفريق، لا يحافظ هذا المستوى من المشاركة على اهتمام المشجعين خلال فترة الركود فحسب، بل يخلق مجتمعا متماسكا حوله. (Romero-Jara, Et al :2023)

فالمصات الرقمية في ليبيا اليوم لها دور فعال في العمليات الثقافية والاجتماعية والسياسية والاقتصادية، لا سيما بعدما أصبح رجال السياسة والاقتصاد يقدمون الدعم لهذا الأندية بشكل مباشر أو غير مباشر لأسباب ودوافع مختلفة، كذلك أصبح الوعي الثقافي للجمهور الرياضي الليبي له علاقة بالمضامين التي تنشرها المصات الرياضية بالأندية باعتبارها القناة الأولى له التي يستقي منها اهتماماته الرياضية.

ويرى المتابعون للأحداث الرياضية أن المنتديات والمصات الرقمية الرياضية تقوم بدور ملحوظ في تأجيج التعصب الرياضي وبقاء جذوره موقدة، فالأقسام الرياضية في المصات الرقمية اليوم لم تكن كافية حتى ينشأ بعض المتعصبين الأندية الرياضية لاستقطاب المتابعين الرياضيين بشتى أشكالهم، وبمجرد إنشاء منصة رياضية متعصبة تتحاز لفريق معين أو حتى المصات الرقمية الأندية الرياضية الخاصة بها، هي بمثابة تأسيس وبناء شريحة من الشباب والأطفال ذوي المتابعة اليومية والمتواصلة التي تصل لحد الإدمان والاستغراق في هذه المصات لفترات طويلة مما يسبب لديه تلك الهالة من التعصب للفريق الذي يشجعه، وتلك خاصة إذا كانت تشمل الاستهزاء والسخرية والاعتداء على الفرق الأخرى واللاعبين وحتى رؤساء. (بكرى ابراهيم & باسم :2018 : 81)

الأندية الرياضية الليبية:

م	اسم النادي	التأسيس	الصفحة الرسمية
1	الاتحاد	1944	https://www.facebook.com/Ittihadsofficial/?loc
2	الأهلي بنغازي	1947	https://www.facebook.com/AlahlyLibya1947?lo
3	الأهلي بطرابلس	1950	https://www.facebook.com/AlahlyScLy/about
4	النصر	1954	https://www.facebook.com/alnasser.club.ly?loc

منهجية الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على استخدام المنهج الوصفي التحليلي باعتباره من أفضل المناهج المستخدمة في مثل هذه الدراسات التي تستهدف وصف وتحليل مضامين المصات الرقمية محل الدراسة، من خلال تحليل كافي للمحتوى وما يحمله من دلالات رمزية دالة على الوعي الثقافي الرياضي أو العكس.

مجتمع الدراسة وعينته:

يتمثل مجتمع الدراسة في المنصات الرقمية الرسمية للأندية الرياضية الليبية التي وقع عليها الاختيار من قبل الباحثين وهي الاتحاد والاهلي طرابلس والاهلي بنغازي والنصر، باعتبارها من أكبر الأندية الليبية شعبيةً وتحقيقاً للبطولات الرياضية.

كذلك اعتمدت الدراسة على أسلوب العينة القصدية لتحليل منشورات المنصات الرقمية للأندية التي تهتم بالوعي الثقافي للجمهور ومدى علاقتها بظاهرة التعصب الرياضي، في الفترة الأخيرة من المشهد الرياضي الليبي.

أدوات الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية التي تعتمد على أسلوب تحليل المحتوى كأداة أساسية للكشف عن تجليات الوعي الثقافي للمحتوى الإعلامي الرقمي للأندية الرياضية عينة الدراسة؛ كونها ستقوم بتحليل النصوص والمنشورات والصور المنشورة على المنصات الرقمية الرسمية للأندية عينة الدراسة؛ وذلك لفهم الدلالات الرمزية والقيم الثقافية تتضمنها، ورصد مدى مساهمتها في الحد من مظاهر التعصب الرياضي.

حدود الدراسة:

قام الباحثان بتحليل محتوى المنصات الرقمية محل الدراسة خلال الفترة ما بين (1-8 2025 إلى 1-11 2025).

نتائج الدراسة:

جدول رقم (1) يوضح نوعية القضايا التي تحويها المنصات الرقمية محل الدراسة:

البيان التحليل	مؤشرات القياس	الاتحاد		الاهلي طرابلس		النصر		الاهلي بنغازي	
		لا يوجد	يوجد	لا يوجد	يوجد	لا يوجد	يوجد	لا يوجد	يوجد
نوع القضايا	قضايا رياضية عامة		√		√		√		√
	قضية تتعلق بالجمهور		√		√		√		√
	قضية تتعلق بالأخلاق الرياضية								
	قضية تنظيمية / قانونية		√		√		√		√
	قضية تخص النادي نفسه				√				√
	قضية تخص منافسات				√				

تشير بيانات الجدول رقم (1) ان جميع منصات الرقمية للأندية محل الدراسة تهتم بتناول القضايا الرياضية ذات الاهتمام العام والمشارك بين الأندية الأخرى، مثل تنظيم المسابقات على مستوى التوقيت

والمكان والاستمرارية والايقاف، كذلك اهتمت المنصات بالقضايا المتعلقة بالجمهور والتي تمثلت في حضور المباريات وبيع التذاكر وانتدابات اللاعبين، كما رصد الباحثان تناول المنصات الرقمية لقضايا تنظيمية تجسدت في الاعتراض على القرارات الصادرة من لجنة الحكام بالمسابقة بتعيين أطقم تحكيم محلية في بعض المباريات الحساسة، والمطالبة أيضا بإقالتها كونها تمس بمبدأ تكافؤ الفرص بين الفرق المتنافسة، إضافة إلى مخالفة القانونية المتمثلة في عدم الالتزام بمواعيد مباريات الدوري، وأشارت أيضا نتائج التحليل إلى وجود قضايا مالية في المنصة الرقمية لنادي الأهلي بنغازي، ومن ناحية أخرى تعاقدات الاندية مع الشركات الأخرى من أجل تطوير القطاع الرياضي وجودة الخدمات كالتي تم التوقيع عليها من قبل إدارة النادي الأهلي طرابلس في أكتوبر 2025. ولوحظ أيضا تناول قضايا وموضوعات المنافسات في المنصة الرقمية لنادي الأهلي بطرابلس عندما تم تأجيل أحد مبارياته الخارجية في 26 أكتوبر 2025. وهذه النتائج تعد طبيعية لتناولها مثل هذا النوع من القضايا بينما يظل تجاهل المنصات الرقمية محل الدراسة للقضايا الاخلاقية ملحوظاً، وهذا ما يتناقض مع مبادئ نظرة الدراسة التي تؤكد على ضرورة اهتمام المنصات الرقمية بترسيخ القيم الأخلاقية في المجتمع، كذلك لاحظ الباحثان اهتمام المنصات الرقمية بلعبة كرة القدم بشكل كبير دون تسليط الضوء على باقي الألعاب؛ باستثناء نادي الأهلي بطرابلس الذي أظهر اهتمام بالألعاب الرياضية الأخرى.

جدول رقم (2) يوضح مظاهر الوعي في المنصات الرقمية محل الدراسة

الاية التحليل	مؤشرات القياس	الاتحاد		الاهلي طرابلس		النصر		الأهلي بنغازي	
		يوجد	لا يوجد	يوجد	لا يوجد	يوجد	لا يوجد	يوجد	لا يوجد
مظاهر الوعي	إبراز الهوية الثقافية	√		√				√	
	الوعي بالقوانين واللوائح	√		√		√		√	
	قبول المنافس					√		√	
	تعزير الروح الرياضية			√		√		√	
	نبذ العنف والفرقة								
	خطاب التهذئة والتوازن								

يُظهر الجدول رقم (2) مدى وجود مظاهر الوعي في المنصات الرقمية وذلك من خلال إبراز الهوية الثقافية للأندية؛ فلو حظ أن النادي الأهلي بنغازي عبر منصته الرقمية يعمل على ترسيخ ثقافة تبادل قيادة المؤسسات الرياضية من أجل الرفع من مستوى النادي، إضافة تقوية العلاقات مع الفرق الخارجية وذلك من خلال تغطية استقباله لنادي المريخ السوداني بدولة مصر، فيما تمثل إبراز الهوية لنادي الاتحاد من خلال تخصيص يوم 11/11 من كل عام ليكون يوم الطفل الاتحادي، بينما تجسد إبراز الهوية الثقافية

لنادي الاهلي طرابلس من خلال تقديم شهادت الشكر والتقدير لسفارة ليبيا في دولة التوغو لحسن استقبالها للنادي، وكذلك دعمه للانتخابات الوطنية أثنا مشاركتها الخارجية، وهذه النتيجة تتفق مع ما توصلت إليه دراسة (سارة القاضي وآخرون: 2023) التي انتهت إلى أن الاعلام الرقمي له دور في بناء منظومة القيم الاجتماعية لدى جماهير الرياضة المصرية.

وقد لاحظ الباحثان التزام منصات الأندية الرقمية محل الدراسة باللوائح والقوانين المعمول بها رياضياً، وتميز في ذلك نادي النصر بوعيه بقوانين التعاقد مع اللاعبين، حيث تم نشر فيديو يوضح إجراء الاختبارات الطبية للاعبين الجدد قبل التوقيع العقود معهم، وهذا ما لم تهتم به الأندية الأخرى.

وتجلى في هذا الجدول أيضاً مظهر من مظاهر الوعي وهو قبول الآخر من خلال تقديم أندية الأهلي بينغازي والنصر التهاني لمنافسهم الاهلي بطرابلس بالحصول على الدوري في 2025/8/13،

كذلك رصد الباحثان اهتمام المنصات الرقمية بتعزيز الروح الرياضية من خلال تقديم التهاني للأندية في مناسبات متنوعة كذكرى التأسيس والصعود، وهذا ما يعزز خطاب السلام والتقارب بين الجماهير وغرس قيم المحبة بينهم.

بينما لم تهتم منصات الأندية محل الدراسة بمبدأ نبذ العنف أثناء فترة الدراسة، وتجاهل أيضاً خطاب التوازن والتهذبة، بالرغم من وجود أحداث شغب لاحظها الشارع الرياضي في ليبيا وهي إشعال النيران في محيط مقر الاتحاد العام لكرة القدم في طرابلس، ولم تحظى بتغطية إعلامية من المنصات الرقمية محل الدراسة، في الوقت الذي كان يجب عليها أن تُدين هذا الفعل، وتوعية جماهيرها بخطورة هذه الممارسات.

جدول رقم (3) يوضح مظاهر التعصب في المنصات الرقمية محل الدراسة:

الاهلي بنغازي	النصر		الاهلي طرابلس		الاتحاد		مؤشرات القياس	الآلية التحليل
	يوجد	لا يوجد	يوجد	لا يوجد	يوجد	لا يوجد		
			√				√	السخرية من النادي المنافس
					√			التحريض أو الشحن الجماهيري
	√		√		√		√	الاستقطاب الرياضي (نحن/هم)
								خطاب الكراهية
			√		√			الاستهزاء أو التهكم
	√		√		√		√	التعليقات المتعصبة المصاحبة للمنشور

من خلال الجدول رقم (3) رصد الباحثان العديد من مظاهر التعصب وبشكل مختلف، فمن المضامين التي احتوت على هذه المظاهر على مستوى السخرية من المنافس بشكل غير مباشر، ما تم نشره في المنصة الرقمية لنادي النصر في تهنئته لنادي الأهلي بطرابلس بحصوله على بطولة الدوري ذاكراً اسم الأهلي فقط في إشارة إلى تجاهل نادي الأهلي بنغازي، مع وصف نادي الأهلي بطرابلس بأنه الأهلي الوحيد، وهذه دلالة واضحة على استخدام السخرية التي تعد نوعاً من التعصب الرياضي، أيضاً لوحيد على نادي الاتحاد من مظاهر السخرية في منصته الرقمية عندما تم التوقيع مع أحد نجوم كرة السلة الذي انتقل من المنافس التقليدي للنادي يوم 2025/9/01 بكتابة منشور يحمل طابع السخرية بشكل غير مباشر، كما أشارت النتائج لوجود خطاب تحريضي في منصة نادي الأهلي عبر جملة تحريضية كتبت في الصفحة الأولى لمجلة النادي في عددها الصادر 2025/10/26 الخاص بتتويج الفريق ببطولة الدوري بشكل بارز، كذلك لاحظ الباحثان وجود استقطاب رياضي في المنصات الرقمية للأندية محل الدراسة بشكل عام، بحيث يرتفع نسق الاستقطاب في المنافسات التقليدية عبر إثارة الحماس المفرط ضد الفرق المنافسة، وينخفض في المنافسات الأقل أهمية، ويتضح ذلك من خلال تعليقات الجماهير في المنصات الرقمية، فيما لم يتم رصد أي إشارات مكتوبة أو مصورة تُشير إلى خطاب الكراهية المنصات محل الدراسة، بينما تم رصد إنتاج فيديوهات تدل على الاستهزاء والتهكم على الفريق في منصة النادي الأهلي بطرابلس بأكثر من مونتاج، وكذلك تم استخدام هذا الأسلوب التهكمي بمنصة نادي النصر تشير وتدل على الاستهزاء بالفريق المنافس، مما نتج عنها تعزيز لمظاهر التعصب من خلال التعليقات السلبية الداعمة لهذا الأسلوب.

وقد أشار الجدول أيضاً لوجود مظاهر التعصب من خلال التعليقات المتعصبة من قبل الجمهور في المنصات الرقمية محل الدراسة، بحيث تظهر هذه التعليقات في المنشورات التي تحمل مضمون فيه دلالات ترمز إلى التعصب، وتظهر هذه التعليقات بشكل واضح في نتائج الانتصارات والهزيمة وفي صفقات اللاعبين النجوم.

وتتفق هذه النتيجة مع ما انتهت إليه دراسة (محمد محسن وآخرون: 2023) بأن غالبية التعليقات تتعصب للفريق الذي تنتمي إليه أو ضد المنافس وأنها بعيدة على الوسطية، وافتقاد التعليقات لثقافة الرأي الآخر، بل وجود عبارات تعزز إلى المزيد من التعصب.

كذلك تؤكد دراسة (عبدالله الحنتوشي: 2025) هذه النتيجة بتوصلها إلى إسهام بعض حسابات الأندية السعودية على مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز التعصب بين المشجعين بدرجة مرتفعة.

جدول رقم (4) يوضح الاستراتيجيات المستخدمة لبناء الوعي الثقافي في المنصات الرقمية محل الدراسة:

النية التحليل	مؤشرات القياس	الاتحاد		الأهلي طرابلس		النصر		الأهلي بنغازي	
		يوجد	لا يوجد	يوجد	لا يوجد	يوجد	لا يوجد	يوجد	لا يوجد
الاستراتيجيات المستخدمة في بناء الوعي الثقافي	استخدام لاعبين/مؤثرين في التوعية							√	
	خطاب يدعو للتهدة وتقبل الآخر	√		√					
	استخدام مواد بصرية لإبراز قيم التعايش							√	
	تصحيح المعلومات المغلوطة	√				√		√	
	تعزيز المنافسة الشريفة	√		√				√	
	رسائل موجهة للجمهور لضبط السلوك	√		√					

يتضح من نتائج جدول رقم (4) أن المنصات الرقمية محل الدراسة تستخدم استراتيجيات مختلفة لبناء الوعي الثقافي لدى الجمهور الرياضي؛ فقد لاحظ الباحثان استخدام نادي الأهلي بنغازي استراتيجية المؤثرين لبناء الوعي الثقافي من خلال الكلمات التي يوجهها الأطقم الفنية للفرق الرياضية للجمهور وشرح المراحل المستقبلية لبناء الفريق من أجل الابتعاد الحماس المفرط الذي يؤدي إلى ازدياد التعصب بين الجماهير، وهذا ما أشرت إليه دراسة (أحمد & محمد عبد الحميد: 2025) أن أغلب المبحوثين يرون أنها تساعد على الحشد وإثارة الحماس المفرط ضد الفرق المنافسة، فيما استخدمت أندية الاتحاد والأهلي طرابلس استراتيجية خطاب التهدة وتقبل الآخر، بحيث لوحظ على منصة نادي الاتحاد استخدام البيانات المكتوبة التي تحتوي على الاعتذار إلى الجمهور من أجل تقبل الهزيمة كما يتقبل الانتصار بغية الوعي بتقبل الآخر، أما منصة الأهلي طرابلس وظفت التصريحات الصحفية لمدرّب الفريق الحالي لدعوة لقبول الآخر واحترامه كونه يسعى لتحقيق نفس الأهداف، بينما تميزت منصة الأهلي بنغازي باستخدام مواد بصرية لإبراز قيم التعايش من خلال عرض فيديوهات تسرد تاريخ النادي ونضاله في مختلف المسابقات وكيف استمد النادي قوته من الشارع الرياضي الداعم الأول في مسيرته في أصعب الظروف، كما تم ملاحظة اهتمام المنصات الرقمية محل الدراسة باستخدام استراتيجية تصحيح المعلومات، وكان ذلك بشكل واضح في تصحيح الأخبار ونفي الإشاعات المتداولة خاصة على مستوى تعاقد وخروج اللاعبين

والمدرّبين من الفرق، كما تبين استخدام منصة الاهلي طرابلس والاهلي بنغازي استراتيجية تعزيز المنافسة الشريفة من خلال تركيز منصة الاهلي بنغازي على الصور الإيجابية التي تجمعها مع الفرق المنافسة قبل وبعد المباريات، فيما تجسدت هذه الاستراتيجية في منصة الاهلي طرابلس من خلال صدور بيانات من الإدارة تدعو فيها لتعزيز الروح الرياضية لإقامة المباراة النهائية لبطولة الدوري في أجواء يسودها التنافس الشريف، ورصد الباحثان استخدام استراتيجية ضبط السلوك الموجهة للجمهور من خلال لافتات في المنصات الرقمية لأندية الاتحاد والاهلي طرابلس تحوي رموز وإشارات بعدم استعمال الشعلات والألعاب النارية بمختلف أنواعها واستخدام الإضاءة الليزرية، وعدم قذف قارورات المياه، وهذا الأمر يعد جيداً على مستوى هذه الاستراتيجية.

ويرى الباحثان أن هناك إهمال ملحوظ نت قبل المنصات الرقمية محل الدراسة لتوظيف استراتيجية الرسائل الموجهة للجمهور لضبط السلوك؛ كونها تسهم في الحد من العديد من المظاهر السيئة غير الرياضية داخل الملاعب، كما أن هذه الاستراتيجيات لو تم الاهتمام بها بشكل متنوع ومركز على فترات طويلة وبشكر مستمر في مضامين المنصات الرقمية لأسهمت في رفع الوعي الثقافي لدى الجماهير للحد من التعصب والرياضي، وهذا ما تؤكدته نظرية الغرس الثقافي التي تفيد بأن التعرض التراكمي والمستمر لنماذج وصور عبر وسائل الاعلام يؤدي إلى إعادة تشكيل إدراك الجماهير للواقع الاجتماعي.

أهم النتائج:

1- اهتمام المنصات الرقمية بالقضايا الرياضية العامة والتنظيمية أكثر من اهتمامها بالقضايا التوعوية والأخلاقية، حيث ركزت على نتائج المباريات- القوانين- القرارات التحكيمية- وتنظيم المسابقات، مع ضعف ملحوظ في تناول قضايا الأخلاق الرياضية.

2- وجود تباين بين الأندية في نوعية القضايا المطروحة؛ فركز الاهلي بنغازي على القضايا المالية، بينما أظهر الاهلي طرابلس اهتماماً بقضايا المنافسات والتعاقدات، وبرز الاتحاد في تناول قضايا الجمهور.

3- ظهور مظاهر الوعي الثقافي بشكل متقطع وغير منتظم؛ حيث أظهرت بعض الأندية إبرازاً لهويتها الثقافية، والوعي بالقوانين، وتعزيز الروح الرياضية، بينما غاب محتوى (نبذ التعصب -خطاب التهذئة) عن جميع المنصات رغم وجود أحداث تستدعي ذلك.

4- التزام متفاوت بالقوانين واللوائح الرياضية؛ حيث تميز نادي النصر بعرض إجراءات التعاقد والاختبارات الطبية بشكل واضح، مما يعكس شفافية أعلى مقارنة ببقية الأندية.

5- وجود مظاهر واضحة للتعصب الرياضي في عدد من المنصات الرقمية، مثل: السخرية من المنافس، الاستقطاب الرياضي (نحن/هم)، التعليقات الجماهيرية المحرصة، والاستهزاء بالفريق المنافس من خلال الفيديوهات المُنْتَجة.

6- غياب خطاب الكراهية المباشر في المحتوى المنشور، لكن ظهرت صيغه الضمنية في بعض المنشورات المشحونة أو الساخرة، مصحوبة بتعليقات جماهيرية متعصبة.

7- تفوق منصات محددة في استخدام استراتيجيات الوعي الثقافي؛ إذ اعتمد الأهلي بنغازي على المؤثرين والمواد البصرية، بينما ركز الاتحاد والأهلي طرابلس على خطاب التهذئة وتقبل الآخر، في حين اغفلت الأندية وبشكل عام الرسائل المتواصلة لضبط السلوك.

8- اهتمام محدود باستخدام المحتوى التوعوي مقارنة بالمحتوى الرياضي التقليدي، مما يضعف من تأثير المنصات الرياضية الرقمية في نشر ثقافة التسامح والحد من التعصب.

التوصيات:

1- ضرورة تبني خطة إعلامية موحدة بين الأندية الرياضية لنشر قيم التسامح، وتعزيز الوعي الثقافي، ومواجهة التعصب الرياضي عبر محتوى مستمر ومتكامل وليس منشورات متفرقة.

2- إعادة صياغة اللغة الإعلامية للأندية لتجنب السخرية والتهكم، أو التلميحات الضمنية للمنافس والالتزام بلغة مسؤولة تعزز التنافس الشريف.

3- إجراء الدراسات العلمية على المنصات الرياضية الليبية التي لها متابعات جماهيرية واسعة غير رسمية.

المراجع:

أولاً: الدراسات العربية:

- 1- أحمد & محمد عبد الحميد (2025) اتجاهات الشباب الجامعي نحو التعصب الرياضي على صفحات الأندية والمشجعين على الفيس بوك، مجلة بحوث الإعلام وعلوم الاتصال، (26)، 26.
- 2- بكرى ابراهيم & باسم (2018) العوامل المؤدية إلى التعصب الرياضي لدى الشباب وتصور مقترح لطريقة العمل مع الجماعات في التعامل معها، مجلة كلية الخدمة الاجتماعية للدراسات والبحوث الاجتماعية. 13(13)، 71-123.
- 3- حبيب & علي منصور عثمان (2020) التعصب الرياضي وخطورته على الفرد والمجتمع، دراسة حالة الملاعب السعودية، مجلة العلوم التربوية، 286-255 (3) 28.

- 4- رعاش، كمال (2015) الصحافة الرياضية ومدى تأثيرها في تعزيز ثقافة الاحتراف الرياضي عند القراء، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة الجزائر 3، معهد التربية البدنية الرياضية سيدي عبدالله.
- 5- سعد عبدالسلام المبري رجب (2023) دور المحتوى الرقمي في تغيير المشهد الإعلامي في ليبيا، مجلة الإعلام والفنون العلمية الإلكترونية المحكمة 28-251، (15)4 .
- 6- الشريف & رحاب ثروت محمد. (2024) القيم والسلوكيات التي تتضمنها المسلسلات الأجنبية على منصة نتفليكس وعلاقتها بالشباب المصري، المجلة العلمية لبحوث المرأة والإعلام والمجتمع، (1)1 239-168.
- 7- صالح، أمينة، عثمان، سلمى، عثمان & عبد الله (2023) بنية التعصب الرياضي في محتوى منصات التواصل الاجتماعي: دراسة لتفاعل الجمهور على مواقع المنصات الرياضية. مجلة جامعة مصر للدراسات الإنسانية. 671-704، (5)3 .
- 8- عبد اللطيف الربيع (2025) أثر الإعلام الرياضي في تنمية اتجاهات المرأة نحو الممارسة الرياضية. مجلة بحوث الاتصال. 320-336، (Journal of Communication Research) .
- 9- عبد الله مطاوع & نسمة (2022) اندماج الجمهور في مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره على خوف المجتمع لديهم: دراسة ميدانية في إطار نظرية الغرس الثقافي، مجلة البحوث الإعلامية، 251-300، (1)62.
- 10- عبدالله الحنتوشي (2025) دور حسابات الاندية الرياضية السعودية في وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز ظاهرة التعصب لدى الجمهور السعودي، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال (41) .
- 11- عبده محمد & داؤود حافظ (2015) دور الصحافة الرياضية في الحد من ظاهرة التعصب الرياضي لدى الشباب الجامعي، مجلة الحكمة للدراسات الاعلامية والاتصالية، 243-269، (4)3 .
- 12- القاضي، سارة فتحي محمود شاكر، نمر خليفة، عاطف، الديب & سالي سعيد (2023) الإعلام الرقمي ودوره في بناء منظومة القيم الاجتماعية لدى جماهير الرياضة المصرية، المجلة العلمية لعلوم وفنون الرياضة. 9-23، (2)73.
- 13- اللواتي & نشوى يوسف أمين. (2023). مدى عدائية تغطية المنصات الرقمية للأحداث الرياضية وعلاقتها باتجاهات الشباب الجامعي نحو التعصب الكروي. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، 357-421، (82)2023 .
- 14- الماجد & منيره عبدالرحمن. (2024). دور منصات التواصل الاجتماعي للأندية الرياضية في الحد من التعصب الرياضي، مجلة بحوث الإعلام الرقمي، 267-298، (3)3.

- 15- مرتضى & علاء. (2021). دور الإعلام الرياضي في القضاء على التعصب في عصر العولمة. المجلة المصرية لبحوث الأعلام (77/2021, الجزء الثالث المجلد الرابع)), 2157-2177.
- 16- مريشيش، خالد (2015) أهمية تكنولوجيا الاعلام و الاتصال في الحد من ظاهرة التعصب الرياضي وسط الطلبة الجامعيين.
- 17- منصوري، نبيل، قاسي & سالم (2022) دور الإعلام الرياضي المكتوب في تنمية المسؤولية الاجتماعية للمناصرين كآلية للحد من التعصب الرياضي. مجلة روافد للدراسات والابحاث في علوم الرياضة، 112-132, 2(1).

ثانيا: الدراسات الأجنبية:

- 18 - Romero-Jara, E., Solanellas, F., Muñoz, J., & López-Carril, S. (2023). Connecting with fans in the digital age: an exploratory and comparative analysis of social media management in top football clubs. Humanities and Social Sciences Communications, 10(1), 1-12.