

الدراسات السابقة

إعداد: **معتصم ماجد سعد**

الرقم الأكاديمي: 222001232

الدراسة الأولى

Yadav, Yadav, Sahore, & Mendiratta (2023)

عنوان الدراسة:

Digital social engagements and knowledge sharing among sports fans: Role of interaction, identification, and interface.

تُعد هذه الدراسة من الدراسات الحديثة المهمة التي تناولت طبيعة التفاعل الاجتماعي الرقمي بين الجماهير الرياضية عبر المنصات الرقمية، وركزت بصورة رئيسية على العلاقة بين خصائص المنصة الرقمية وبين مستوى اندماج الجمهور وتبادل المعرفة فيما بينهم. هدفت الدراسة إلى الكشف عن الكيفية التي تسهم بها ثلاثة عناصر أساسية، وهي: **التفاعل**، **الهوية**، و**واجهة المنصة**، في دعم انخراط المشجعين في البيئات الرقمية الرياضية.

انطلقت الدراسة من فرضية مفادها أن المشجع الرياضي في البيئة الرقمية لا يكتفي بمتابعة الأخبار أو الاطلاع على النتائج، بل يدخل في عملية تفاعل مستمرة مع محتوى الرياضة ومع بقية الجماهير، بحيث تصبح المنصة الرقمية ساحة للتبادل المعرفي، والتعبير عن الانتماء، وبناء مجتمع افتراضي رياضي قائم على الاهتمامات المشتركة. وقد أوضحت نتائج الدراسة أن ارتفاع مستوى التفاعل داخل المنصات الرقمية يؤدي إلى رفع فرص مشاركة الجمهور للمعلومات والآراء والتجارب المرتبطة بالرياضة، كما أن الإحساس بالهوية المشتركة مع بقية المشجعين يعزز من رغبة الفرد في الانخراط الرقمي والمشاركة الفاعلة.

كما بينت الدراسة أن تصميم المنصة وواجهة الاستخدام يلعبان دورًا مهمًا في تشجيع الجمهور على الاستمرار في التفاعل، فكلما كانت المنصة أكثر سهولة وتنظيمًا ومرونة، زادت فرص اندماج الجماهير معها. وهذا يعني أن أثر المنصات الرقمية لا يرتبط فقط بوجود المحتوى الرياضي، بل يرتبط أيضًا بطريقة تقديمه وإمكانية الوصول إليه والتفاعل معه.

أوجه الاستفادة من الدراسة في البحث الحالي:

تفيد هذه الدراسة البحث الحالي في عدة جوانب مهمة. أولاً، تقدم دعمًا نظريًا قويًا لفكرة أن المنصات الرقمية تسهم في تشكيل **التفاعل الرقمي** لدى الجمهور الرياضي. ثانيًا، تساعد في توضيح أن التفاعل ليس سلوكًا عابرًا، بل عملية مركبة تشمل المشاركة والتعليق والتبادل المعرفي والشعور بالانتماء. ثالثًا، يمكن الاستفادة من هذه الدراسة في بناء محور خاص بقياس التفاعل الرقمي داخل الاستبانة، مثل: درجة المشاركة، والتعليق، وإعادة النشر، والمساهمة في النقاشات الرياضية. وأخيرًا، تعزز هذه الدراسة من أهمية البحث الحالي لأنها تؤكد أن استخدام المنصات الرقمية له أثر يتجاوز المتابعة السطحية ليصل إلى مستويات أعمق من الاندماج الرياضي.

الدراسة الثانية

Mănescu & Cristian (2025)

عنوان الدراسة:

The Impact of Social Media Interactivity on Fan Loyalty.

ركزت هذه الدراسة على مفهوم بالغ الأهمية في المجال الرياضي، وهو **ولاء المشجعين**، وعلاقته بدرجة التفاعلية التي توفرها وسائل التواصل الاجتماعي. هدفت الدراسة إلى معرفة ما إذا كانت الخصائص التفاعلية للمنصات الرقمية، مثل سرعة الاستجابة، وإمكانية التواصل المباشر، والمحتوى التشاركي، تسهم في تعزيز ولاء الجمهور للأندية الرياضية.

وقد انطلقت الدراسة من ملاحظة أن الأندية الرياضية والمؤسسات المرتبطة بالرياضة أصبحت تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي بوصفها أدوات استراتيجية للحفاظ على علاقتها مع الجماهير، وليس فقط للإعلان أو النشر. وأظهرت نتائج الدراسة أن هناك علاقة واضحة بين إدراك الجمهور لارتفاع مستوى التفاعلية في المنصات الرقمية وبين زيادة مستوى الولاء العاطفي والسلوكي لديهم. فالجمهور الذي يشعر أن النادي أو المؤسسة الرياضية يتواصل معه بشكل مباشر، ويستجيب له، ويمنحه مساحة للمشاركة، يكون أكثر استعدادًا للاستمرار في المتابعة والدفاع عن النادي والتوصية به للآخرين.

كما أوضحت الدراسة أن الولاء في البيئة الرقمية لم يعد مرتبطاً فقط بالحضور الميداني للمباريات أو التشجيع التقليدي، بل أصبح له امتداد إلكتروني يظهر في استمرار التفاعل، ومتابعة الحسابات الرسمية، والمشاركة في المحتوى الرقمي، والتعبير عن الدعم في الفضاء الرقمي. وهذا يوضح أن المنصات الرقمية تؤدي دوراً في بناء الولاء الحديث للمشجع الرياضي.

أوجه الاستفادة من الدراسة في البحث الحالي:

تفيد هذه الدراسة البحث الحالي بصورة مباشرة، لأنها ترتبط بواحد من أهم متغيراته، وهو **الولاء والانتماء الرياضي**. كما تتيح للباحث الاستناد إليها عند صياغة فرضية أو تساؤل حول العلاقة بين كثافة استخدام المنصات الرقمية وبين ارتفاع مستوى الولاء. ومن الناحية التطبيقية، تساعد هذه الدراسة في بناء مؤشرات لقياس الولاء داخل أداة الدراسة، مثل: الاستمرار في متابعة النادي، والدفاع عنه، والتفاعل مع محتواه، والتوصية بمتابعته. كذلك تدعم هذه الدراسة فكرة أن المنصات الرقمية ليست مجرد قناة إعلامية، بل أداة لصناعة علاقة نفسية وعاطفية وسلوكية بين الجمهور والكيان الرياضي.

الدراسة الثالثة

Frontiers in Sports and Active Living (2025)

عنوان الدراسة:

Sport fans' curiosity and impulsive buying: mediation of social media use intensity.

تناولت هذه الدراسة جانباً مختلفاً من تأثير المنصات الرقمية على الجمهور الرياضي، حيث لم تقتصر على التفاعل أو الولاء، بل امتدت إلى دراسة العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وبين **السلوك الشرائي الاندفاعي** لدى الجمهور الرياضي. وهدفت الدراسة إلى الكشف عن الدور الوسيط الذي تلعبه كثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الربط بين فضول المشجعين الرياضي وبين الميل إلى السلوك الاستهلاكي.

اعتمدت الدراسة على فكرة أن المشجع الرياضي حين يكون كثير المتابعة للمحتوى المرتبط بفريقه أو رياضته المفضلة، ويقضي وقتاً طويلاً في المنصات الرقمية، فإنه يتعرض باستمرار لمثيرات متنوعة، مثل الصور، والمقاطع، والعروض، والرموز الجماهيرية، والمنتجات المرتبطة بالنادي أو اللاعبين. وقد أظهرت النتائج أن كثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي تسهم في زيادة تأثير هذه المثيرات، الأمر الذي قد ينعكس على رغبة الجمهور في الشراء أو الاستجابة السريعة للمحتوى التسويقي المرتبط بالرياضة.

كما بينت الدراسة أن البيئة الرقمية تخلق نوعاً من الاندماج العاطفي المستمر، ما يجعل المشجع أكثر تأثراً بالرسائل الرمزية والانفعالية التي تحملها المنصات الرياضية. وبالتالي فإن أثر المنصات الرقمية لا يقتصر على الجانب المعرفي أو الاتصالي، بل يمكن أن يمتد إلى **السلوك الاستهلاكي** وما يرتبط به من قرارات.

أوجه الاستفادة من الدراسة في البحث الحالي:

تكمّن أهمية هذه الدراسة للبحث الحالي في أنها توسع مفهوم الأثر ليشمل نتائج سلوكية تتجاوز مجرد التفاعل أو المتابعة. فهي تساعد الباحث على فهم أن استخدام المنصات الرقمية قد ينعكس على سلوكيات متعددة لدى الجمهور الرياضي،

سواء كانت سلوكيات رقمية مثل المشاركة والتعليق، أو سلوكيات استهلاكية مثل الميل إلى شراء منتجات النادي أو دعم الأنشطة المرتبطة به. كما يمكن الاستفادة منها في تدعيم الجزء المتعلق بالأثر السلوكي في الإطار النظري.

الدراسة الرابعة

Romero-Jara, Solanellas, López-Carril, Kolyperas, & Anagnostopoulos (2024)

عنوان الدراسة:

The more we post, the better? A comparative analysis of fan engagement through social media.

بحثت هذه الدراسة في العلاقة بين استراتيجيات النشر عبر وسائل التواصل الاجتماعي ومستويات تفاعل الجماهير مع الحسابات الرياضية الرسمية. وقد هدفت إلى معرفة ما إذا كانت كثافة النشر، ونوعية المحتوى، واختلاف المنصة الرقمية، تؤثر في حجم التفاعل الذي يبديه الجمهور الرياضي.

أظهرت نتائج الدراسة أن تفاعل الجماهير لا يرتبط فقط بعدد المنشورات، بل أيضًا بنوعية المحتوى المقدم وطريقة صياغته وتوقيته والمنصة التي يُنشر عليها. فبعض المنصات تكون أكثر ملاءمة للمحتوى السريع والتفاعلي، في حين تكون منصات أخرى أكثر فاعلية في عرض المقاطع أو التحليلات أو الصور التي تحفز التفاعل. كما بينت الدراسة أن الجمهور الرياضي لا يتجاوب بالطريقة نفسها مع جميع أنواع المحتوى، بل يتباين تفاعله بحسب ما إذا كان المحتوى خبريًا، أو ترفيهيًا، أو عاطفيًا، أو تحفيزيًا.

وتبرز أهمية هذه الدراسة في أنها تؤكد أن أثر المنصات الرقمية على الجماهير يرتبط أيضًا بخصائص المحتوى الرياضي نفسه، وليس فقط بوجود المنصة. كما تُظهر أن إدارة المحتوى الرقمي الرياضي تمثل عاملًا مؤثرًا في درجة تفاعل الجمهور.

أوجه الاستفادة من الدراسة في البحث الحالي:

تساعد هذه الدراسة في دعم أحد محاور البحث الحالي، وهو أن نوع المنصة الرقمية وطبيعة المحتوى الرياضي المنشور عليها يمكن أن يؤثر في مستوى التفاعل لدى الجمهور الرياضي السعودي. كما تفيد في تفسير الفروق بين المنصات المختلفة، وتساعد في دعم السؤال المتعلق بأكثر المنصات استخدامًا وتأثيرًا. كذلك يمكن الاستفادة منها عند مناقشة النتائج، خاصة إذا أظهرت الدراسة الميدانية اختلافًا في التأثير تبعًا لنوع المنصة.

الدراسة الخامسة

Habitually Scrolling: An Examination Into How Sport Consumers Use Social Media (2024)

هدفت هذه الدراسة إلى فهم الكيفية التي يستخدم بها المستهلكون الرياضيون وسائل التواصل الاجتماعي في حياتهم اليومية، وذلك من خلال دراسة نوعية اعتمدت على مقابلات شبه منظمة. وقد ركزت الدراسة على أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في المجال الرياضي لا يكون دائمًا بدافع واضح ومباشر، بل قد يتحول إلى سلوك اعتيادي يومي يمارسه الفرد بصورة تلقائية ومتكررة.

وأظهرت نتائج الدراسة أن كثيرًا من الجماهير الرياضية يدخلون إلى المنصات الرقمية ويتابعون المحتوى الرياضي بصورة متكررة خلال اليوم دون تخطيط مسبق، وأن هذه الممارسة أصبحت جزءًا من الروتين اليومي للمستهلك الرياضي. كما بينت الدراسة أن هذا الاستخدام الاعتيادي قد يعكس درجة عالية من الارتباط بالمحتوى الرياضي، حتى لو لم يكن المستخدم واعيًا تمامًا بكل دوافعه في كل مرة.

وتكمن أهمية هذه الدراسة في أنها تقدم فهمًا أعمق لاستخدام المنصات الرقمية، فهي لا تحصره في الأهداف التقليدية مثل الحصول على المعلومات أو الترفيه فقط، بل تنظر إليه كسلوك اجتماعي واعتيادي مرتبط بنمط الحياة الرقمية الحديثة.

أوجه الاستفادة من الدراسة في البحث الحالي:

تفيد هذه الدراسة في توسيع فهم محور أنماط الاستخدام في البحث الحالي، إذ إنها تؤكد أن استخدام المنصات الرقمية لدى الجمهور الرياضي قد يكون متكررًا وعفويًا واعتياديًا. وهذا يساعد الباحث في تصميم أسئلة دقيقة حول عدد مرات الاستخدام، والمدة الزمنية، وأوقات الدخول للمنصات، ومدى ارتباط المتابعة الرياضية بالعادات اليومية للمبحوثين.

الدراسة السادسة

Exploring Dynamics of Sports Fan Behavior Using Social Media Big Data (2021)

سعت هذه الدراسة إلى تحليل سلوك الجماهير الرياضية بالاعتماد على البيانات الضخمة المستخرجة من وسائل التواصل الاجتماعي أثناء أحد الأحداث الرياضية الكبرى، وهو نهائيات دوري كرة السلة الأمريكي. وهدفت إلى الكشف عن الأنماط السلوكية والتفاعلية للجمهور من خلال تتبع ما ينشرونه ويتداولونه عبر المنصات الرقمية.

أوضحت الدراسة أن البيانات الرقمية المتولدة عن استخدام الجماهير لوسائل التواصل الاجتماعي تتيح للباحثين والمؤسسات الرياضية فهمًا أكثر دقة وفورية لسلوك الجمهور، سواء من حيث الاهتمام، أو التفاعل، أو التغير في المشاعر والانفعالات خلال المباريات والأحداث الرياضية. كما كشفت أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت مصدرًا مهمًا لرصد نبض الجماهير، والتعرف إلى طبيعة ارتباطهم بالأحداث الرياضية لحظة بلحظة.

وتبرز قيمة هذه الدراسة في أنها تؤكد أن المنصات الرقمية لم تعد فقط وسيلة يستخدمها الجمهور، بل أصبحت كذلك أداة بحثية قادرة على الكشف عن اتجاهاتهم وسلوكياتهم بشكل واسع ودقيق.

أوجه الاستفادة من الدراسة في البحث الحالي:

تخدم هذه الدراسة البحث الحالي من خلال تأكيد أهمية دراسة سلوك الجمهور الرياضي داخل البيئة الرقمية، كما تبرز قيمة المنصات الرقمية في قياس التفاعل والاهتمام والانفعال الرياضي. وهي تدعم فكرة أن الجمهور الرياضي السعودي، كغيره من الجماهير، أصبح يعبر عن اهتمامه وسلوكه بصورة واضحة عبر المنصات الرقمية، مما يجعل دراسة هذه البيئة أمرًا ضروريًا لفهم الواقع الرياضي المعاصر.

لتعليق العام على الدراسات السابقة

من خلال عرض الدراسات السابقة، يتبين أنها تشترك جميعًا في التأكيد على أن المنصات الرقمية أصبحت مكونًا أساسيًا في تشكيل العلاقة بين الجمهور والرياضة. فلم يعد دورها مقتصرًا على نقل الأخبار أو عرض النتائج، بل امتد ليشمل بناء التفاعل، وتعزيز الانتماء، ودعم الولاء، والتأثير في السلوك اليومي والاستهلاكي للجمهور الرياضي. كما أظهرت هذه الدراسات أن الجمهور الرياضي في البيئة الرقمية جمهور نشط، يختار المنصة التي تلبي حاجاته، ويتفاعل مع المحتوى بطريقة تتجاوز التلقي التقليدي.

وتكشف الدراسات السابقة أيضًا أن تأثير المنصات الرقمية يتخذ صورًا متعددة، منها التأثير المعرفي المتمثل في الحصول على المعلومات والمتابعة المستمرة، والتأثير الوجداني الذي يظهر في مشاعر الانتماء والارتباط العاطفي، والتأثير السلوكي الذي يبرز في المشاركة والتعليق وإعادة النشر وصناعة المحتوى وأحيانًا السلوك الشرائي. كما أوضحت هذه الدراسات أن نوع المنصة الرقمية وخصائصها وطبيعة المحتوى المنشور عليها والسياق الثقافي للجمهور جميعها عوامل تلعب دورًا مهمًا في تحديد حجم هذا الأثر وطبيعته.

أوجه الاستفادة العامة من الدراسات السابقة في البحث الحالي

استفاد البحث الحالي من الدراسات السابقة في عدة أمور أساسية، من أبرزها ما يأتي:

أولاً: ساعدت الدراسات السابقة في بناء الإطار النظري للبحث، خاصة فيما يتعلق بمفاهيم التفاعل الرقمي، والولاء الرياضي، ودوافع الاستخدام، والأثر الناتج عن التعرض للمنصات الرقمية.

ثانيًا: أسهمت هذه الدراسات في توجيه الباحث نحو اختيار نظرية الاستخدامات والإشبعات بوصفها إطارًا مناسبًا لتفسير أسباب توجه الجمهور الرياضي إلى المنصات الرقمية وتفضيله لبعضها دون غيرها.

ثالثًا: أفادت الدراسات السابقة في تحديد متغيرات البحث الرئيسية، وهي: استخدام المنصات الرقمية، دوافع الاستخدام، التفاعل الرقمي، الولاء والانتماء الرياضي، والأثر السلوكي.

رابعًا: ساعدت في تصميم أداة الدراسة وصياغة بنود الاستبانة بطريقة أكثر دقة، من خلال الاستفادة من المؤشرات التي استخدمتها الدراسات السابقة في قياس التفاعل والولاء والدوافع.

خامسًا: أبرزت الدراسات السابقة وجود فجوة بحثية تتمثل في قلة الدراسات التي تناولت الجمهور الرياضي السعودي في سياق التحول الرقمي، الأمر الذي يمنح البحث الحالي قيمة علمية وتطبيقية واضحة.