

العنوان باللغة العربية/

الإعلام الرياضي الرقمي وانعكاساته على تفاعل الجماهير السعودية

دراسة ميدانية على الجمهور السعودي في مدينة الرياض

العنوان باللغة الإنجليزية/

Digital Sports Media and its Impact on Saudi Fan Engagement

إعداد الطالب/ إبراهيم حبيب الصفواني

الرقم الجامعي/ ٢٣٣٠٠١٣٤٩

تحت إشراف/

د. توفيق عمري

2026م

قائمة المحتويات

5	شكر و عرفان.....
6	الإهداء
7	الملخص:
8	Abstract.....
1	مقدمة
2	الإشكالية البحثية
3	تساؤلات الدراسة
3	أهداف الدراسة
4	الدراسات السابقة
10	الاستفادة من الدراسات السابقة
11	نظرية الدراسة (منظور الدراسة)
15	منهج ونوع الدراسة
16	عينة الدراسة
16	أدوات جمع البيانات
17	نظرية الدراسة (منظور الدراسة)
18	منهج ونوع الدراسة
18	عينة الدراسة
19	أدوات جمع البيانات
19	مجالات الدراسة
20	النتائج
63	خاتمة
66	قائمة المراجع
68	الملاحق

قائمة الجداول

21.....	جدول 1 : التحليلات الإحصائية.
24.....	جدول 2 : التحليل الإحصائي للعمر.
25.....	جدول 3 : التحليل الإحصائي للجنس.
27.....	جدول 4 : التحليل الإحصائي للدرجة العلمية.
28.....	جدول 5 : التحليل الإحصائي لمتابعة الأخبار والمحتوى الرياضي من خلال وسائل الإعلام الرياضي الرقمية.
30.....	جدول 6 : التحليل الإحصائي للحرص على متابعة المستجدات الرياضية عبر المنصات الرقمية بشكل مستمر.
31.....	جدول 7 : التحليل الإحصائي لتقديم الإعلام الرياضي الرقمي محتوى رياضياً واضحاً ومفيداً للجماهير السعودية.
32.....	جدول 8 : التحليل الإحصائي لتمييز المحتوى الرياضي الرقمي بالدقة والموضوعية في عرض المعلومات.
34.....	جدول 9 : التحليل الإحصائي لتقديم الإعلام الرياضي الرقمي محتوى متنوعاً يتناسب مع اهتمامات الجماهير السعودية.
35.....	جدول 10 : التحليل الإحصائي للاستفادة من التحليلات والتعليقات الرياضية التي تقدمها المنصات الرقمية.
37.....	جدول 11 : التحليل الإحصائي لتوفير الإعلام الرياضي الرقمي الأخبار الرياضية بسرعة وفي الوقت المناسب.
38.....	جدول 12 : التحليل الإحصائي لمساعدة سرعة التغطية الرقمية على متابعة الأحداث الرياضية لحظة بلحظة.
40.....	جدول 13 : التحليل الإحصائي لكون تنوع المنصات الرقمية يسهل وصولي إلى الأخبار والمعلومات الرياضية.
41.....	جدول 14 : التحليل الإحصائي للشعور بأن الإعلام الرياضي الرقمي يتيح لي فرصة التفاعل مع المحتوى الرياضي.
43.....	جدول 15 : التحليل الإحصائي للمشاركة بالتعليقات أو الإعجاب أو إعادة نشر المحتوى الرياضي الرقمي.
44.....	جدول 16 : التحليل الإحصائي للمشاركة في النقاشات الرياضية التي تطرحها المنصات الرقمية.
46.....	جدول 17 : التحليل الإحصائي لتأثير المحتوى الرياضي الرقمي في مستوى اهتمامي بالأحداث الرياضية.
47.....	جدول 18 : التحليل الإحصائي لتوجيه الإعلام الرياضي الرقمي إلى متابعة المباريات والبطولات الرياضية.
49.....	جدول 19 : التحليل الإحصائي للشعور بزيادة ارتباطي بالفرق والمنتخبات الرياضية نتيجة متابعتي للإعلام الرياضي الرقمي.
50.....	جدول 20 : التحليل الإحصائي لمساهمة الإعلام الرياضي الرقمي في زيادة تفاعلي ومشاركتي مع الجماهير الرياضية الأخرى.
	جدول 21 : التحليل الإحصائي لمساهمة الإعلام الرياضي الرقمي بصورة واضحة في تعزيز تفاعل الجماهير السعودية مع الأحداث والأنشطة الرياضية.
52.....	جدول 22 : ملخص التحليلات الإحصائية.
53.....	جدول 23 : اختبار الثبات والموثوقية.
54.....	جدول 24 : اختبار كاي اسكوير للعلاقة بين تفاعل الجماهير السعودية. وجودة المحتوى الرياضي الرقمي.
56.....	جدول 25 : اختبار كاي اسكوير للعلاقة بين تفاعل الجماهير السعودية. وسرعة وتنوع التغطية الرياضية الرقمية.
57.....	جدول 26 : اختبار كاي اسكوير للعلاقة بين تفاعل الجماهير السعودية. والتفاعل والمشاركة عبر المنصات الرقمية.
59.....	جدول 27 : ملخص النموذج.
61.....	جدول 28 : تحليل التباين.
61.....	جدول 29 : معاملات تحليل الانحدار المتعدد.
	جدول 30 : اختبار التباين الأحادي.
	جدول 31 : ملخص نموذج معامل بايز.

قائمة الأشكال التوضيحية

- شكل توضيحي 1 : التمثيل البياني للعمر 25
- شكل توضيحي 2 : التمثيل البياني للجنس 26
- شكل توضيحي 3 : التمثيل البياني للدرجة العلمية 27
- شكل توضيحي 4 : التمثيل البياني لمتابعة الأخبار والمحتوى الرياضي من خلال وسائل الإعلام الرياضي الرقمية. 29
- شكل توضيحي 5 : التمثيل البياني للحرص على متابعة المستجدات الرياضية عبر المنصات الرقمية بشكل مستمر. 30
- شكل توضيحي 6 : التمثيل البياني لتقديم الإعلام الرياضي الرقمي محتوى رياضياً واضحاً ومفيداً للجماهير السعودية. 32
- شكل توضيحي 7 : التمثيل البياني لتمييز المحتوى الرياضي الرقمي بالدقة والموضوعية في عرض المعلومات. 33
- شكل توضيحي 8 : التمثيل البياني لتقديم الإعلام الرياضي الرقمي محتوى متنوعاً يتناسب مع اهتمامات الجماهير السعودية. 35
- شكل توضيحي 9 : التمثيل البياني للاستفادة من التحليلات والتعليقات الرياضية التي تقدمها المنصات الرقمية. 36
- شكل توضيحي 10 : التمثيل البياني لتوفير الإعلام الرياضي الرقمي الأخبار الرياضية بسرعة وفي الوقت المناسب. 38
- شكل توضيحي 11 : التمثيل البياني لمساعدة سرعة التغطية الرقمية على متابعة الأحداث الرياضية لحظة بلحظة. 39
- شكل توضيحي 12 : التمثيل البياني لكون تنوع المنصات الرقمية يسهل وصولي إلى الأخبار والمعلومات الرياضية. 41
- شكل توضيحي 13 : التمثيل البياني للشعور بأن الإعلام الرياضي الرقمي يتيح لي فرصة التفاعل مع المحتوى الرياضي. 42
- شكل توضيحي 14 : التمثيل البياني للمشاركة بالتعليقات أو الإعجاب أو إعادة نشر المحتوى الرياضي الرقمي. 44
- شكل توضيحي 15 : التمثيل البياني للمشاركة في النقاشات الرياضية التي تطرحها المنصات الرقمية. 45
- شكل توضيحي 16 : التمثيل البياني لتأثير المحتوى الرياضي الرقمي في مستوى اهتمامي بالأحداث الرياضية. 47
- شكل توضيحي 17 : التمثيل البياني لتوجيه الإعلام الرياضي الرقمي إلى متابعة المباريات والبطولات الرياضية. 48
- شكل توضيحي 18 : التمثيل البياني للشعور بزيادة ارتباطي بالفرق والمنتخبات الرياضية نتيجة متابعتي للإعلام الرياضي الرقمي. 50
- شكل توضيحي 19 : التمثيل البياني لمساهمة الإعلام الرياضي الرقمي في زيادة تفاعلي ومشاركتي مع الجماهير الرياضية الأخرى. 51
- شكل توضيحي 20 : التمثيل البياني لمساهمة الإعلام الرياضي الرقمي بصورة واضحة في تعزيز تفاعل الجماهير السعودية مع الأحداث والأنشطة الرياضية. 53
- شكل توضيحي 21 : متغيرات الدراسة التابعة والمستقلة 55
- شكل توضيحي 22 : المقاييس المتماثلة لتحليل الجداول المتقاطعة للعلاقة بين تفاعل الجماهير السعودية. وجودة المحتوى الرياضي الرقمي. 57
- شكل توضيحي 23 : المقاييس المتماثلة لتحليل الجداول المتقاطعة للعلاقة بين تفاعل الجماهير السعودية. وسرعة وتنوع التغطية الرياضية الرقمية. 58
- شكل توضيحي 24 : المقاييس المتماثلة لتحليل الجداول المتقاطعة للعلاقة بين تفاعل الجماهير السعودية. والتفاعل والمشاركة عبر المنصات الرقمية. 60
- شكل توضيحي 25 : شكل الانتشار للبواقي Error! Bookmark not defined.
- شكل توضيحي 26 : مصفوفة شكل الانتشار Error! Bookmark not defined.

شكر وعرفان

الحمد لله أولاً وآخرًا، والصلاة والسلام على نبينا محمد، وعلى آله وصحبه أجمعين.

أتقدم بخالص الحمد والشكر لله سبحانه وتعالى، الذي منّ عليّ بالتوفيق والسداد، وأعانني على إتمام هذا البحث وإنجازه، وما كنت لأصل إلى هذه المرحلة لولا فضله وتوفيقه.

وأقدم بخالص الشكر والامتنان إلى عائلتي الكريمة، وفي مقدمتهم والدي، وزوجتي وأبنائي، على دعمهم وتشجيعهم ووقوفهم إلى جانبي طوال مسيرتي العلمية، وكان لدعواتهم ومساندتهم أثر كبير في وصولي إلى هذه المرحلة، فلکم مني كل الحب والتقدير والامتنان.

وأوجه بالشكر والتقدير إلى زملائي في العمل، على تعاونهم ودعمهم وتقهمهم خلال فترة الدراسة، وما قدموه من مساندة كان لها أثر طيب في إتمام هذه المرحلة.

كما أتقدم بجزيل الشكر وعظيم الامتنان إلى الدكتور توفيق عمري، على ما قدمه من توجيه ونصح وملاحظات قيمة، كان لها الأثر الكبير في إنجاز هذا البحث وإخراجه بالصورة المناسبة، فله مني كل الشكر والتقدير على دعمه وحرصه ومتابعته.

كما أتقدم بخالص الشكر والتقدير إلى الأستاذة رغد عيسى، على جهودها وتوجيهاتها، وما قدمته من ملاحظات ونصائح ساهمت في تطوير هذا العمل وإتمامه، فجزاها الله خيرًا على ما قدمته من دعم ومساندة.

وأتوجه بالشكر والتقدير إلى كل من كان له أثر طيب في مسيرتي العلمية.

وفي الختام، أسأل الله أن يجعل هذا العمل خالصًا لوجهه الكريم، وأن ينفع به، وأن يوفقني لمواصلة مسيرتي العلمية والعملية، وأن يكلل هذا الجهد بالنجاح والتوفيق.

الإهداء

(قيمة كل امرئ ما يُحسِنُه) علي بن أبي طالب - عليه السلام
الحمد لله الذي أكرمنا بفضله، وأنار لنا دروب العلم والمعرفة، وأعاننا على إتمام هذا العمل، ووفقنا في مسيرتنا العلمية، حتى بلغنا هذه اللحظة التي طالما سعيينا إليها.

إلى والدي ووالدتي، منبع الحب والحنان والدعاء والسند، ومن كان لوجودهما في حياتي الأثر الأكبر في كل خطوة أخطوها، أهدي هذا الإنجاز عرفانًا وامتنانًا لكل ما قدماه لي من حب ودعم وتضحيات، ولكل دعوة صادقة كانت لي عونًا في طريقي، ولكل كلمة تشجيع منحنتي القوة للاستمرار.

إلى زوجتي وأولادي، شركاء العمر ورفقاء الدرب، الذين كانوا لي سندًا وعونًا، وتحملوا انشغالي ووقفوا بجانبني، وكانوا مصدرًا دائمًا للحب والتحفيز، أهديك ثمرة هذا الجهد، فوجودكم كان دافعًا لي للاستمرار وإكمال مشواري الدراسي، وكان دعمكم أحد الأسباب التي جعلت الوصول إلى هذه اللحظة ممكنًا.
إلى إخواني وأخواتي، الذين كانوا دائمًا عونًا وسندًا، وإلى كل من أحاطني بالمحبة والوقوف الصادق في مختلف مراحل حياتي، لكم مني كل المحبة والامتنان.

إلى أصدقائي وزملائي في العمل، وكل من دعمني وشجعني على مواصلة دراستي وإكمال مشواري الجامعي، وساندني في التوفيق بين مسؤولياتي العملية ودراستي، لكم مني خالص الشكر والتقدير، فقد كان لكلماتكم ومواقفكم أثر لا يُنسى في هذه الرحلة.

إلى جميع زملائي في كلية الإعلام والتسويق بجامعة ميد أوشن، الذين شاركوني هذه الرحلة العلمية، بما حملته من تحديات وتجارب وذكريات جميلة ستبقى حاضرة في الذاكرة، وإلى كل من كان شريكًا في هذه المرحلة، لكم مني كل التقدير والامتنان.

وإلى أساتذتي وكل من علّمني حرفًا أو قدم لي علمًا أو نصيحة، شكرًا لكل ما قدمتموه من معرفة وتوجيه، فقد كان لعلمكم أثر في بناء هذه الرحلة وإثرائها.
وإلى كل من كان له أثر في مسيرتي، ولو بكلمة طيبة أو دعوة صادقة أو موقف داعم، أهديك هذا الإنجاز بكل محبة وامتنان.

فهذا العمل ثمرة رحلة طويلة من السعي والاجتهاد، شاركتُموني تفاصيلها، وكان لكل واحد منكم أثر في الوصول إلى هذه اللحظة، فلکم مني خالص الشكر، وعظيم الامتنان، وصادق الدعاء.

وما هذا الإنجاز إلا بداية لطموحات أكبر، وخطوات جديدة نحو مستقبل أرجو أن يكون مليئًا بالعمل والنجاح.

المخلص:

جاءت هذه الدراسة تحت عنوان الإعلام الرياضي الرقمي وانعكاساته على تفاعل الجماهير السعودية، وهدفت إلى التعرف على دور الإعلام الرياضي الرقمي في متابعة الجماهير السعودية للأخبار والمستجدات الرياضية، والكشف عن مدى تأثير المحتوى الرياضي الرقمي في تفاعل الجماهير ومشاركتهم، والتعرف على أبرز المنصات الرقمية التي يعتمد عليها الجمهور في الحصول على المعلومات الرياضية. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المسحي، وتمثلت أداة جمع البيانات في الاستبانة الإلكترونية، التي طبقت على عينة قوامها 294 مفردة من الجماهير الرياضية في مدينة الرياض؛ للتعرف على أنماط استخدامهم للإعلام الرياضي الرقمي، والمنصات الأكثر استخدامًا، وأشكال التفاعل مع المحتوى الرياضي، والعوامل المؤثرة في زيادة التفاعل والمشاركة. وتوصلت الدراسة إلى أن الإعلام الرياضي الرقمي أصبح من المصادر الأساسية التي تعتمد عليها الجماهير السعودية في متابعة الأخبار والمستجدات الرياضية، كما أظهرت النتائج أن منصة X من أبرز المنصات الرقمية المستخدمة في متابعة المحتوى الرياضي، وأن سرعة نقل الأخبار وتحديث المعلومات تُعد من أهم العوامل التي تشجع الجماهير على متابعة الإعلام الرياضي الرقمي والتفاعل معه.

الكلمات المفتاحية: الإعلام الرياضي الرقمي، التفاعل الجماهيري، الجماهير السعودية، المنصات الرقمية، منصة X، المحتوى الرياضي، الإعلام الجديد.

Abstract:

This study, titled "Digital Sports Media and its Impact on Saudi Fan Engagement," aimed to identify the role of digital sports media in Saudi fans' engagement with sports news and updates, reveal the extent of the impact of digital sports content on fan interaction and participation, and identify the most prominent digital platforms relied upon by the public for sports information. The study employed a descriptive survey methodology, utilizing an electronic questionnaire administered to a sample of 294 sports fans in Riyadh. The questionnaire explored their patterns of digital sports media use, the most frequently used platforms, forms of interaction with sports content, and factors influencing increased interaction and participation. The study concluded that digital sports media has become a primary source for Saudi fans to follow sports news and updates. The results also indicated that Platform X is among the most prominent digital platforms used for following sports content, and that the speed of news dissemination and information updates is a key factor encouraging fans to follow and engage with digital sports media.

Keywords: Digital sports media, audience engagement, Saudi fans, digital platforms, X platform, sports content, new media.

مقدمة

شهدت السنوات الأخيرة تطورًا متسارعًا في مجال الإعلام والاتصال، نتيجة الانتشار الواسع للتكنولوجيا الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي، مما أحدث تغييرًا واضحًا في طبيعة العمل الإعلامي وطرق إنتاج المعلومات ونشرها واستقبالها. وأصبح الجمهور قادرًا على الوصول إلى الأخبار والمعلومات في الوقت المناسب، والتفاعل معها والمشاركة في نشرها والتعليق عليها، بعد أن كان دوره يقتصر في السابق على تلقي المحتوى الإعلامي.

ويُعد الإعلام الرياضي من أبرز المجالات التي تأثرت بهذا التطور، حيث انتقل من الوسائل التقليدية كالصحافة والإذاعة والتلفزيون إلى المنصات الرقمية ومواقع التواصل الاجتماعي، التي أصبحت مصدرًا رئيسيًا للأخبار والمعلومات الرياضية. وأصبح بإمكان الجمهور متابعة المباريات والنتائج والتصريحات والأخبار الرياضية بصورة مباشرة وسريعة، إلى جانب إمكانية التعبير عن آرائهم ومواقفهم والتفاعل مع مختلف الأحداث الرياضية.

وفي المملكة العربية السعودية، شهد الإعلام الرياضي الرقمي تطورًا ملحوظًا تزامنًا مع النهضة الرياضية الكبيرة التي تشهدها المملكة، وزيادة الاهتمام الجماهيري بالأندية والمنتخبات والمسابقات الرياضية المختلفة. وأسهم انتشار منصات التواصل الاجتماعي في تعزيز العلاقة بين المؤسسات الرياضية والجماهير، من خلال توفير قنوات مباشرة وسريعة للتواصل ونشر الأخبار والمحتوى الرياضي.

ومن هذا المنطلق جاءت هذه الدراسة بعنوان «الإعلام الرياضي الرقمي وانعكاساته على تفاعل الجماهير السعودية»، للتعرف على طبيعة استخدام الجماهير السعودية للإعلام الرياضي الرقمي، وأبرز المنصات التي يعتمدون عليها في متابعة الأخبار والمحتوى الرياضي، إلى جانب التعرف على أشكال التفاعل والمشاركة التي يقوم بها الجمهور تجاه هذا المحتوى.

وتتكون الدراسة من ثلاثة فصول رئيسية، يتناول الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة، ويشمل مشكلة الدراسة، وتسؤلاتها، وأهدافها، وأهميتها، والدراسات السابقة، ومنهج الدراسة، ومجتمع وعينة الدراسة، وأدوات جمع البيانات، إضافة إلى تحديد المفاهيم والمصطلحات المرتبطة بموضوع الدراسة.

أما الفصل الثاني فيتناول الإطار النظري للإعلام الرياضي الرقمي، من خلال التعريف بالإعلام الرقمي والإعلام الرياضي، ونشأة وتطور الإعلام الرياضي الرقمي، وخصائصه وأهميته، وأبرز المنصات الرقمية المستخدمة في المجال الرياضي، إضافة إلى دور وسائل التواصل الاجتماعي في نقل الأخبار الرياضية والتواصل مع الجماهير، وتأثيرها في طبيعة العلاقة بين المؤسسات الرياضية والجمهور.

في حين يخصص الفصل الثالث للجانب الميداني والتطبيقي للدراسة، حيث يتضمن عرض وتحليل البيانات التي تم جمعها من أفراد عينة الدراسة باستخدام الاستبانة، وتنظيم النتائج في جداول، وتفسيرها ومناقشتها في ضوء أهداف وتساؤلات الدراسة، وصولاً إلى أهم النتائج والتوصيات التي توصلت إليها الدراسة. وتسعى هذه الدراسة في مجملها إلى تقديم تصور واضح حول دور الإعلام الرياضي الرقمي في تعزيز تفاعل الجماهير السعودية، ومدى إسهامه في تطوير التواصل الرياضي، وتحويل الجمهور من متلقي للمعلومات إلى طرف مشارك ومتفاعل مع المحتوى والأحداث الرياضية.

الإشكالية البحثية

شهدت المملكة العربية السعودية خلال السنوات الأخيرة تحولاً رقمياً متسارعاً شمل مختلف القطاعات، ومن بينها القطاع الإعلامي الذي تأثر بصورة كبيرة بالتطورات التقنية وانتشار الإنترنت ومنصات التواصل الاجتماعي. وقد انعكس هذا التحول على الإعلام الرياضي الذي انتقل من الوسائل التقليدية إلى الفضاء الرقمي، الأمر الذي أدى إلى ظهور الإعلام الرياضي الرقمي بوصفه أحد أهم مصادر المعلومات الرياضية وأكثرها تأثيراً في الجماهير. وأصبحت المنصات الرقمية، مثل إكس وإنستغرام ويوتيوب وسناب شات وتيك توك، وسائل رئيسة لمتابعة الأخبار الرياضية والأحداث المحلية والعالمية، حيث تتيح هذه المنصات للجمهور إمكانية الوصول السريع إلى المعلومات والتفاعل المباشر مع المحتوى الرياضي.

وتبرز أهمية دراسة هذه الظاهرة في ظل ما تشهده المملكة من اهتمام متزايد بالقطاع الرياضي تماشياً مع

مستهدفات رؤية السعودية ٢٠٣٠، واستضافة المملكة لعدد من البطولات الكبرى، من أبرزها كأس آسيا لكرة القدم ٢٠٢٧ وكأس العالم لكرة القدم ٢٠٣٤.

وعلى الرغم من الانتشار الواسع للإعلام الرياضي الرقمي، فإن الدراسات الميدانية التي تناولت انعكاساته على تفاعل الجماهير السعودية ما تزال محدودة، لا سيما الدراسات التي تستهدف الجمهور الرياضي بمدينة الرياض. ومن هنا تتمثل مشكلة الدراسة في الإجابة عن السؤال الرئيس الآتي: ما انعكاسات الإعلام الرياضي الرقمي على تفاعل الجماهير السعودية؟

تساؤلات الدراسة

١. ما أكثر منصات الإعلام الرياضي الرقمي استخدامًا لدى الجمهور الرياضي السعودي في مدينة الرياض؟
٢. ما دوافع متابعة الجمهور الرياضي السعودي للمحتوى الرياضي الرقمي؟
٣. ما مستوى تفاعل الجماهير السعودية مع المحتوى الرياضي الرقمي؟
٤. ما أكثر أشكال التفاعل الجماهيري استخدامًا عبر المنصات الرياضية الرقمية؟

أهداف الدراسة

١. التعرف على أكثر منصات الإعلام الرياضي الرقمي استخدامًا لدى الجمهور الرياضي السعودي.
٢. تحديد دوافع متابعة المحتوى الرياضي الرقمي.
٣. قياس مستوى تفاعل الجماهير السعودية مع المحتوى الرياضي الرقمي.
٤. التعرف على أشكال التفاعل الجماهيري الأكثر شيوعًا.
٥. الكشف عن انعكاسات الإعلام الرياضي الرقمي على تفاعل الجماهير السعودية.
٦. التعرف على الفروق في مستوى التفاعل الجماهيري وفقًا للخصائص الشخصية والاجتماعية للمبحوثين.

1. دراسة قراد، محمد (2023)

جاءت دراسة قراد، محمد (2023) بعنوان «الإعلام الرياضي عبر منصات التواصل الاجتماعي: الأهمية والأدوار»، واهتمت بدراسة التحولات التي طرأت على الإعلام الرياضي في ظل الانتشار المتزايد لمنصات التواصل الاجتماعي، وما ترتب على ذلك من تغير في أساليب تقديم الأخبار والمعلومات الرياضية وطرق وصول الجمهور إليها. وركزت الدراسة على إبراز أهمية منصات التواصل الاجتماعي في المجال الإعلامي الرياضي، باعتبارها أصبحت من الوسائل الحديثة التي تتيح نشر الأخبار والمعلومات الرياضية بسرعة، إلى جانب ما توفره من فرص للتفاعل والمشاركة بين المؤسسات الإعلامية والجمهور الرياضي. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، بما يتناسب مع طبيعة الموضوع وأهدافه، من خلال وصف واقع الإعلام الرياضي عبر منصات التواصل الاجتماعي وتحليل الأدوار التي تؤديها هذه المنصات في البيئة الإعلامية الرياضية. وتبرز أهمية هذه الدراسة بالنسبة للدراسة الحالية في تناولها المباشر للعلاقة بين الإعلام الرياضي ومنصات التواصل الاجتماعي، وهو ما يمثل مدخلًا أساسيًا لفهم التحول من الإعلام الرياضي التقليدي إلى الإعلام الرياضي الرقمي. كما استفادت الدراسة الحالية منها في تحديد الإطار المفاهيمي للإعلام الرياضي الرقمي وفهم طبيعة الأدوار التي تؤديها المنصات الرقمية في نشر المحتوى الرياضي والوصول إلى الجماهير.

2. دراسة المقيد، نورهان سعيد (2024)

هدفت دراسة المقيد، نورهان سعيد (2024)، بعنوان «اتجاهات الجمهور السعودي نحو التسويق الرقمي لخدمات الأندية الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي»، إلى التعرف على اتجاهات الجمهور السعودي تجاه استخدام الأندية الرياضية لمواقع التواصل الاجتماعي في تقديم وتسويق خدماتها، مع التركيز على طبيعة استجابة الجمهور للمحتوى والخدمات التي تقدمها الأندية من خلال البيئة الرقمية. وتكتسب هذه الدراسة أهمية خاصة لارتباطها بالبيئة السعودية، حيث تناولت الجمهور السعودي باعتباره طرفًا أساسيًا في عملية الاتصال الرقمي الرياضي، كما سلطت

الضوء على الدور الذي تؤديه مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز التواصل بين الأندية و جماهيرها. واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي باستخدام الاستبانة لجمع البيانات من أفراد الجمهور، بما أتاح التعرف على اتجاهاتهم نحو الخدمات الرقمية التي تقدمها الأندية الرياضية. وأظهرت النتائج وجود اتجاهات إيجابية لدى الجمهور السعودي نحو الخدمات الرقمية للأندية الرياضية، الأمر الذي يعكس أهمية المنصات الرقمية في تعزيز حضور الأندية والتواصل مع جماهيرها. واستفادت الدراسة الحالية من هذه الدراسة في التعرف على طبيعة اتجاهات الجمهور السعودي تجاه المحتوى والخدمات الرياضية الرقمية، كما استفادت منها في دعم اختيار المنهج المسحي والاستبانة بوصفهما من الأساليب الملائمة لدراسة سلوك الجمهور الرياضي وتفاعله مع الإعلام الرقمي.

3. دراسة العصيمي، مالك نشاي (2024)

تناولت دراسة العصيمي، مالك نشاي (2024) موضوع «تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز صورة المملكة العربية السعودية كوجهة رياضية عالمية»، وركزت على الدور الذي تؤديه شبكات التواصل الاجتماعي في تقديم الأحداث والأنشطة الرياضية السعودية للجمهور، وما يمكن أن ينتج عن ذلك من تأثير في الصورة الذهنية للمملكة بوصفها وجهة رياضية عالمية. وتبرز أهمية الدراسة في تناولها للإعلام الرقمي من منظور يتجاوز مجرد نقل الأخبار الرياضية، ليركز على قدرته على بناء الصور والانطباعات والتأثير في إدراك الجمهور للأحداث الرياضية والمملكة ككل. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي باستخدام الاستبانة، بهدف رصد وتحليل دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الصورة الذهنية المرتبطة بالرياضة السعودية. وأظهرت النتائج أن شبكات التواصل الاجتماعي تؤدي دورًا مؤثرًا في تشكيل الصورة الذهنية للأحداث الرياضية السعودية، وهو ما يؤكد أهمية المحتوى الرياضي المنشور عبر المنصات الرقمية في التأثير في الجمهور. وتستفيد الدراسة الحالية من هذه الدراسة في توضيح الدور الاتصالي والتفاعلي لشبكات التواصل الاجتماعي في المجال الرياضي، كما تساعد نتائجها في تفسير أهمية المنصات الرقمية في جذب الجمهور والتأثير في اهتماماته ومشاركته في القضايا والأحداث لرياضية.

4. دراسة (دوافع استخدام الجمهور الرياضي للمواقع الإخبارية الرياضية 2024)

اهتمت دراسة «دوافع استخدام الجمهور الرياضي للمواقع الإخبارية الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي (2024) بالتعرف على الأسباب والدوافع التي تدفع الجمهور الرياضي إلى متابعة المواقع الإخبارية الرياضية عبر منصات التواصل الاجتماعي، وذلك في ظل تزايد اعتماد الجمهور على الوسائل الرقمية للحصول على الأخبار والمعلومات الرياضية. وركزت الدراسة على طبيعة الاحتياجات التي يسعى الجمهور إلى إشباعها من خلال متابعة المحتوى الرياضي الرقمي، خاصة ما يتعلق بسرعة الحصول على الأخبار، ومتابعة المستجدات، والوصول إلى التحليلات والمعلومات المتخصصة. واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي باستخدام الاستبانة، وهو ما أتاح التعرف على دوافع الجمهور من خلال استجاباتهم المباشرة. وأظهرت النتائج أن سرعة الوصول إلى الأخبار والتحليلات الرياضية المتخصصة تعد من أهم دوافع المتابعة، وهو ما يشير إلى أن خصائص البيئة الرقمية، وخاصة السرعة والفورية، تمثل عوامل أساسية في جذب الجمهور الرياضي. وتستفيد الدراسة الحالية من هذه النتائج في تحديد العوامل التي يمكن أن تؤثر في استخدام الجماهير السعودية للإعلام الرياضي الرقمي، كما تدعم تضمين عناصر مثل سرعة نقل الأخبار، وتحديث المعلومات، وجودة المحتوى ضمن محاور الدراسة الحالية، بما يساعد على تفسير أنماط متابعة الجمهور الرياضي للمحتوى الرقمي.

5. دراسة مجرالو، عبد الكريم (2025)

جاءت دراسة مجرالو، عبد الكريم (2025) بعنوان «الإعلام الرياضي في الفضاء الرقمي: التحديات والفرص»، وناقشت التحولات التي أحدثتها البيئة الرقمية في مجال الإعلام الرياضي، مع التركيز على الفرص التي أتاحتها التكنولوجيا الرقمية أمام المؤسسات الإعلامية والجمهور الرياضي، إلى جانب التحديات التي أصبحت تواجه الممارسة الإعلامية الرياضية في البيئة الرقمية. وتناولت الدراسة الإعلام الرياضي باعتباره مجالاً شهد تغييراً كبيراً نتيجة الانتقال من أنماط الاتصال التقليدية إلى بيئة رقمية تتميز بالسرعة والتفاعلية وتعدد مصادر المعلومات، وهو ما أدى إلى ظهور فرص جديدة للوصول إلى الجمهور والتواصل معه، وفي الوقت نفسه أوجد تحديات تتعلق بجودة

المعلومات ومصادقيتها. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي لتحليل واقع الإعلام الرياضي في الفضاء الرقمي، والتعرف على أبرز الفرص والتحديات المرتبطة به. وأظهرت النتائج أن التحول الرقمي أسهم في زيادة التفاعل بين الجمهور والمؤسسات الرياضية، مع وجود تحديات تتعلق بالمصادقية. وتستفيد الدراسة الحالية من هذه الدراسة في تحديد الجوانب الإيجابية والسلبية للإعلام الرياضي الرقمي، ولا سيما أن المصادقية تمثل عاملاً مهماً في اتجاهات الجمهور نحو الأخبار الرياضية، كما استفادت منها في دعم تناول التفاعل الجماهيري بوصفه أحد أبرز انعكاسات التحول الرقمي في الإعلام الرياضي.

6. Vale & Fernandes (2018)

تناولت دراسة Vale & Fernandes (2018) بعنوان «Social Media and Sports: Driving Fan Engagement with Football Clubs on Facebook» القدم من خلال منصات التواصل الاجتماعي، مع التركيز على الدور الذي تؤديه هذه المنصات في تعزيز مشاركة الجماهير وارتباطهم بالأندية. وانطلقت الدراسة من التحول الذي أحدثته وسائل التواصل الاجتماعي في العلاقة بين الأندية الرياضية وجماهيرها، حيث لم يعد الجمهور يقتصر على استقبال المعلومات التي تقدمها الأندية، وإنما أصبح قادراً على التفاعل مع المحتوى والتعبير عن آرائه والمشاركة في البيئة الاتصالية للنادي. واعتمدت الدراسة على المنهج الكمي في تحليل تفاعل الجماهير مع المحتوى المنشور عبر منصة Facebook، وركزت على طبيعة المحتوى الذي يمكن أن يحفز مشاركة الجمهور وارتباطه بالنادي. وأظهرت النتائج أن المحتوى التفاعلي والمرئي يسهم في تعزيز ارتباط الجماهير بالأندية الرياضية، بما يؤكد أهمية طبيعة المحتوى في زيادة مستويات التفاعل الجماهيري. وتستفيد الدراسة الحالية من هذه الدراسة في تحديد أبعاد التفاعل الرقمي لدى الجماهير الرياضية، وخاصة التفاعل من خلال الإعجاب والتعليق والمشاركة وإعادة نشر المحتوى، كما استفادت منها في التأكيد على أهمية المحتوى المرئي والتفاعلي في جذب انتباه الجمهور وتحفيزه على المشاركة.

7. Abeza, O'Reilly, & Reid (2013)

بحثت دراسة Abeza, O'Reilly, & Reid (2013) بعنوان «Relationship Marketing and Social Media in Sport» الدور الذي تؤديه وسائل التواصل الاجتماعي في بناء العلاقات بين المؤسسات الرياضية و جماهيرها، وذلك من خلال توظيف المنصات الرقمية كوسيلة للاتصال المستمر والتفاعل المتبادل. وركزت الدراسة على مفهوم التسويق بالعلاقات في المجال الرياضي، موضحة أن وسائل التواصل الاجتماعي توفر للأندية والمؤسسات الرياضية إمكانات واسعة للتواصل مع الجمهور بصورة مستمرة، وفهم احتياجاته، والمحافظة على العلاقة معه على المدى الطويل. واعتمدت الدراسة على دراسة نوعية متعددة الحالات، بما أتاح تحليل تجارب وحالات مرتبطة باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في المجال الرياضي. وأظهرت النتائج أن منصات التواصل الاجتماعي تمثل أداة فعالة لبناء علاقات طويلة الأمد بين المؤسسات الرياضية والجماهير، وهو ما يعكس انتقال الاتصال الرياضي من نموذج الاتصال أحادي الاتجاه إلى نموذج أكثر تفاعلية ومشاركة. وتستفيد الدراسة الحالية من هذه الدراسة في تفسير البعد الاتصالي للعلاقة بين الإعلام الرياضي الرقمي والجمهور، إذ لا تقتصر أهمية المنصات الرقمية على نشر الأخبار، وإنما تمتد إلى بناء علاقة مستمرة مع الجماهير، وتعزيز التواصل والمشاركة والتفاعل بين الجمهور والأندية والجهات الرياضية.

8. Doyle et al. (2014)

جاءت دراسة Doyle et al. (2014) بعنوان «Exploring Sport Brand Double Jeopardy: The Link Between Team Market Share and Social Media Engagement» واهتمت بدراسة العلاقة بين قوة العلامة التجارية للأندية الرياضية وحجم التفاعل الذي تحققه هذه الأندية على وسائل التواصل الاجتماعي. وركزت الدراسة على مدى ارتباط شعبية النادي وحصته السوقية بمستوى تفاعل جماهيره مع المحتوى الرقمي الذي تقدمه المؤسسة الرياضية، بما يساهم في فهم العلاقة بين خصائص النادي من جهة ومستوى المشاركة الرقمية للجمهور من جهة أخرى. واعتمدت الدراسة على المنهج الكمي في تحليل العلاقة بين مؤشرات

قوة العلامة التجارية والتفاعل عبر وسائل التواصل الاجتماعي. وأظهرت النتائج وجود علاقة إيجابية بين قوة العلامة التجارية للأندية ومستويات التفاعل الرقمي، بما يشير إلى أن شعبية النادي ومكانته يمكن أن ترتبط بمستوى اهتمام الجمهور بالمحتوى الذي ينشره عبر المنصات الرقمية. وتستفيد الدراسة الحالية من هذه الدراسة في فهم العوامل المرتبطة بالتفاعل الجماهيري الرقمي، وخاصة ما يتعلق بالانتماء إلى الأندية وشعبيتها، كما تساعد في تفسير الاختلاف في مستويات تفاعل الجماهير مع المحتوى الرياضي المنشور عبر المنصات الرقمية.

9. Lianopoulos & Tzoumaka (2020)

تناولت دراسة Lianopoulos & Tzoumaka (2020) بعنوان «Investigating Fans' Social Media Engagement with Their Favorite Football Team» المفضلة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وركزت على العوامل التي يمكن أن تفسر اختلاف مستويات التفاعل الرقمي بين الجماهير. وانطلقت الدراسة من أهمية وسائل التواصل الاجتماعي في تطوير العلاقة بين المشجع والنادي، حيث أصبحت المنصات الرقمية مساحة للتعبير عن الانتماء والمشاركة في النقاشات المتعلقة بالنادي والتفاعل مع أخباره ومحتواه. واعتمدت الدراسة على المنهج الكمي لدراسة سلوك الجماهير ومستويات تفاعلها مع الفريق المفضل عبر وسائل التواصل الاجتماعي. وأظهرت النتائج أن الانتماء العاطفي للفريق والرغبة في التفاعل الاجتماعي من أهم العوامل المؤثرة في التفاعل الرقمي، وهو ما يوضح أن التفاعل الجماهيري لا يرتبط فقط بخصائص المحتوى، وإنما يتأثر كذلك بالعوامل النفسية والاجتماعية المرتبطة بعلاقة الجمهور بالنادي. وتستفيد الدراسة الحالية من هذه الدراسة في تحديد العوامل التي يمكن أن تفسر تفاعل الجماهير السعودية مع المحتوى الرياضي الرقمي، كما تساعد نتائجها في تفسير دور الانتماء الرياضي والرغبة في المشاركة والتواصل في زيادة التفاعل مع الأخبار والأحداث والمحتوى الرياضي عبر المنصات الرقمية.

10. Ante et al. (2024)

تناولت دراسة (Ante et al. (2024 بعنوان «Voting Participation and Engagement in Blockchain-Based Fan Tokens» أحد الاتجاهات الحديثة في مجال التفاعل الرقمي الرياضي، وذلك من خلال دراسة مشاركة الجماهير وتفاعلهم مع رموز المشجعين القائمة على تقنية البلوكشين (Fan Tokens). وتكتسب هذه الدراسة أهمية في ظل التطور المستمر لأدوات المشاركة الرقمية التي أصبحت تتجاوز التفاعل التقليدي مع المنشورات الرياضية إلى أشكال أكثر تقدمًا من المشاركة في بعض القرارات والأنشطة المرتبطة بالأندية. واعتمدت الدراسة على تحليل البيانات لدراسة أنماط المشاركة والتفاعل المرتبطة بهذه الأدوات الرقمية، بما يوضح كيفية استخدام التقنيات الحديثة في تعزيز علاقة الجمهور بالمؤسسات الرياضية. وأظهرت النتائج أن الأدوات الرقمية الحديثة يمكن أن تعزز اندماج الجماهير مع الأندية الرياضية، وهو ما يوسع مفهوم التفاعل الجماهيري ليشمل أشكالًا جديدة من المشاركة الرقمية. وتستفيد الدراسة الحالية من هذه الدراسة في توسيع الإطار النظري لمفهوم التفاعل الجماهيري الرقمي، وإدراك أن تفاعل الجمهور الرياضي لم يعد مقتصرًا على الإعجاب والتعليق والمشاركة وإعادة النشر، وإنما يمكن أن يتطور مع التقنيات الرقمية الحديثة إلى أنماط أكثر عمقًا من المشاركة والاندماج مع الأندية والمؤسسات الرياضية.

الاستفادة من الدراسات السابقة

يتضح من استعراض الدراسات السابقة اهتمام الباحثين بدور الإعلام الرياضي الرقمي في تعزيز التفاعل الجماهيري، إلا أن معظم الدراسات ركزت على مجتمعات مختلفة، في حين ندرت الدراسات الميدانية التي تناولت الجمهور الرياضي السعودي في مدينة الرياض. وتتميز الدراسة الحالية بتركيزها على قياس انعكاسات الإعلام الرياضي الرقمي على تفاعل الجماهير السعودية في ضوء التحولات الرقمية ومستهدفات رؤية السعودية ٢٠٣٠.

نظرية الدراسة (منظور الدراسة)

أولاً: نظرية الاستخدامات والإشباع

تعتمد الدراسة الحالية على نظرية الاستخدامات والإشباع (Uses and Gratifications Theory) بوصفها المنظور النظري الملائم لدراسة استخدام الجماهير السعودية للإعلام الرياضي الرقمي وتفاعلهم مع محتواه. وتنطلق النظرية من أن الجمهور ليس متلقياً سلبياً للرسائل الإعلامية، وإنما يُعد جمهوراً نشطاً يختار الوسيلة والمحتوى الإعلامي الذي يتناسب مع احتياجاته ودوافعه، ويسعى من خلال استخدامه لوسائل الإعلام إلى تحقيق مجموعة من الإشباعات المختلفة، مثل الحصول على المعلومات، والترفيه، والتفاعل الاجتماعي، والتعبير عن الذات (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1973). وقد تطورت النظرية لتؤكد أن دوافع الجمهور في استخدام وسائل الاتصال ترتبط بالحاجات التي يسعى الفرد إلى إشباعها من خلال اختياراته الإعلامية، وليس بمجرد تعرضه للرسائل الإعلامية بصورة عشوائية (Blumler & Katz, 1974).

وتتوافق هذه الرؤية بصورة واضحة مع طبيعة الإعلام الرياضي الرقمي، الذي أتاح للجمهور إمكانيات واسعة لاختيار الأخبار والمعلومات والمحتوى الرياضي الذي يرغب في متابعته، إلى جانب إمكانية تحديد وقت المتابعة ومصدر المعلومات والمنصة الرقمية المناسبة. كما أن البيئة الرقمية لم تعد تضع الجمهور في موقع المتلقي فقط، بل أتاح له المشاركة والتفاعل وإعادة إنتاج المحتوى وتداوله، وهو ما يجعل مفهوم الجمهور النشط أكثر وضوحاً في وسائل التواصل الاجتماعي مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية (Ruggiero, 2000).

ثانياً: دوافع الجماهير السعودية لاستخدام الإعلام الرياضي الرقمي

تساعد نظرية الاستخدامات والإشباع في تفسير الدوافع التي تقف وراء متابعة الجماهير السعودية للإعلام الرياضي الرقمي؛ فالجمهور يستخدم وسائل الإعلام لتحقيق حاجات وإشباعات محددة، وقد تتمثل هذه الحاجات في الحصول على المعلومات، ومتابعة الأخبار العاجلة، ومعرفة نتائج المباريات، ومتابعة أخبار الأندية واللاعبين، والحصول على التحليلات الرياضية، فضلاً عن الترفيه والتواصل مع الآخرين. وقد أوضحت دراسات

الاستخدامات والإشباعات أن الأفراد يختارون وسائل الإعلام المختلفة وفقًا لما يتوقعونه منها من إشباعات، وأن اختلاف الحاجات يؤدي إلى اختلاف أنماط الاستخدام والتعرض للمحتوى الإعلامي (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1973).

وتزداد أهمية هذه الدوافع في البيئة الرقمية نتيجة ما تتميز به المنصات الإلكترونية من السرعة والفورية وسهولة الوصول والتفاعلية وتنوع أشكال المحتوى. فالمستخدم يستطيع الحصول على الخبر الرياضي فور نشره، ومتابعة أكثر من مصدر للمعلومة، والانتقال بين النصوص والصور ومقاطع الفيديو، والتفاعل مع المحتوى في الوقت نفسه. وتشير الأدبيات الحديثة حول الاستخدامات والإشباعات في وسائل التواصل الاجتماعي إلى أن الحصول على المعلومات، والتفاعل الاجتماعي، والترفيه، والتعبير عن الذات تمثل من بين الدوافع المهمة لاستخدام هذه المنصات (Whiting & Williams, 2013).

ثالثًا: الجمهور الرياضي بوصفه جمهورًا نشطًا

تقوم نظرية الاستخدامات والإشباعات على افتراض أساسي يتمثل في نشاط الجمهور في العملية الاتصالية؛ فالفرد لا يتعرض للمحتوى الإعلامي بصورة عشوائية، وإنما يقوم باختيار الوسيلة والمضمون الذي يتناسب مع حاجاته واهتماماته. وقد أكد (Katz et al. (1973 أن الجمهور يمتلك قدرًا من الوعي بحاجاته الإعلامية، وأن هذا الوعي يؤثر في اختياراته للوسائل والمضامين التي يتعرض لها.

ويظهر هذا النشاط بصورة أكبر في الإعلام الرياضي الرقمي؛ إذ أصبح بإمكان الجمهور متابعة الحسابات الرسمية للأندية واللاعبين، والتعليق على الأخبار، والإعجاب بالمحتوى، ومشاركته وإعادة نشره، والدخول في النقاشات المتعلقة بالأحداث الرياضية. ولذلك لم يعد الجمهور الرياضي مجرد مستهلك للمعلومة، بل أصبح مشاركًا في تداولها والتعليق عليها وإنتاج بعض أشكالها، وهو ما يعكس الطبيعة التفاعلية لوسائل التواصل الاجتماعي ودورها في تحويل المستخدم من مستقبل للمحتوى إلى طرف مشارك في عملية الاتصال (Ruggiero, 2000).

رابعًا: الإشباعات التي يحققها الإعلام الرياضي الرقمي

تفسر النظرية كذلك الإشباعات التي يسعى الجمهور إلى تحقيقها من خلال متابعة الإعلام الرياضي الرقمي. ويمكن تقسيم هذه الإشباعات، في ضوء طبيعة الدراسة الحالية، إلى إشباعات معلوماتية تتمثل في الحصول على الأخبار والمعلومات الرياضية، وإشباعات ترفيهية تتحقق من خلال مشاهدة الصور ومقاطع الفيديو والمحتوى الرياضي الترفيهي، وإشباعات اجتماعية وتفاعلية تتمثل في التواصل مع الآخرين والمشاركة في النقاشات الرياضية والتعبير عن الآراء والمواقف.

وقد أشار Katz et al. (1973) إلى أن وسائل الإعلام تشبع حاجات متعددة لدى الجمهور، في حين أوضحت تطبيقات النظرية على وسائل التواصل الاجتماعي أن المستخدمين قد يلجؤون إلى هذه الوسائل للحصول على المعلومات والتواصل الاجتماعي والترفيه والتعبير عن الذات. (Whiting & Williams, 2013) وبناءً على ذلك، فإن استمرار الجماهير السعودية في متابعة الإعلام الرياضي الرقمي يمكن تفسيره بمدى قدرة هذا الإعلام على تقديم محتوى يحقق لهم الإشباعات التي يبحثون عنها.

خامسًا: التفاعل الجماهيري مع المحتوى الرياضي الرقمي

تكتسب التفاعلية أهمية خاصة في الدراسة الحالية؛ لأن وسائل التواصل الاجتماعي أتاحت للجمهور إمكانية الاستجابة المباشرة للمحتوى الإعلامي من خلال الإعجاب والتعليق والمشاركة وإعادة النشر، وهي ممارسات لم تكن متاحة بالدرجة نفسها في وسائل الإعلام التقليدية. ومن منظور الاستخدامات والإشباعات، يمكن النظر إلى هذه الممارسات بوصفها استجابات لحاجات الجمهور إلى المشاركة والتواصل الاجتماعي والتعبير عن الرأي والانتماء إلى جماعة تشاركه الاهتمامات نفسها (Whiting & Williams, 2013).

وفي المجال الرياضي، يمكن أن يظهر التفاعل الجماهيري في مناقشة نتائج المباريات، والتعليق على أداء اللاعبين، ومتابعة أخبار الأندية، وإعادة نشر الأخبار الرياضية، والمشاركة في النقاشات المرتبطة بالقضايا والأحداث الرياضية. ومن ثم فإن ارتفاع مستوى التفاعل مع المحتوى الرياضي الرقمي يمكن أن يعكس قدرة المنصة والمحتوى على تحقيق الإشباع التي يبحث عنها الجمهور، وهو ما يجعل التفاعل أحد المؤشرات المهمة لفهم علاقة الجماهير بالإعلام الرياضي الرقمي.

سادسًا: دور خصائص المحتوى والمنصة في تحقيق الإشباع

لا يرتبط استخدام الجمهور بالإعلام الرياضي الرقمي بالدوافع الشخصية فقط، وإنما يتأثر كذلك بخصائص الوسيلة والمحتوى الذي تقدمه. فالسرعة في نقل الأخبار، وتحديث المعلومات، وسهولة الوصول، وتنوع المحتوى، واستخدام الصور ومقاطع الفيديو، وإمكانية التفاعل المباشر، كلها خصائص يمكن أن تزيد من جاذبية المنصات الرقمية للجمهور. وقد أوضحت دراسات الاستخدامات والإشباع أن خصائص الوسيلة وتنوع استخداماتها يمكن أن يؤثر في طبيعة الإشباع التي يسعى المستخدم إلى تحقيقها (Ruggiero, 2000).

وبالنسبة للإعلام الرياضي، فإن سرعة نقل الخبر الرياضي تمثل عاملاً مهماً في جذب الجمهور الذي يبحث عن المعلومات الفورية، بينما تساعد العناصر المرئية مثل الصور ومقاطع الفيديو في تحقيق الإشباع الترفيهية والمعلوماتية، كما تتيح أدوات التعليق والمشاركة وإعادة النشر تحقيق الإشباع الاجتماعية والتفاعلية. ومن هنا يمكن تفسير اختلاف مستويات تفاعل الجماهير مع المحتوى الرياضي تبعاً لاختلاف طبيعة المحتوى وخصائص المنصة المستخدمة.

سابعًا: توظيف النظرية في الدراسة الحالية

توظف الدراسة الحالية نظرية الاستخدامات والإشباع لتفسير العلاقة بين استخدام الجماهير السعودية للإعلام الرياضي الرقمي ومستوى تفاعلهم مع المحتوى الرياضي. وتتطلق الدراسة من أن الجمهور السعودي يختار المنصات الرقمية والمحتوى الرياضي وفقاً لدوافع واحتياجات معينة، وأن مدى إشباع هذه الاحتياجات يمكن أن

ينعكس على درجة متابعته وتفاعله مع المحتوى. ويتفق ذلك مع الافتراض الأساسي للنظرية الذي يرى أن

الجمهور يختار الوسيلة الإعلامية وفقًا لما يتوقع أن تحققه له من إشباعات (Katz, Blumler, &

Gurevitch, 1973).

وعليه، تساعد النظرية في تفسير عدد من العناصر التي تتناولها الدراسة، مثل دوافع متابعة الإعلام الرياضي

الرقمي، والمنصات الرقمية الأكثر استخدامًا، وأنواع المحتوى الرياضي المفضل، وسرعة نقل الأخبار، ومصادقية

المعلومات، وأشكال التفاعل الجماهيري. كما تساعد في تفسير انتقال الجمهور من مجرد متابعة الأخبار

والمعلومات الرياضية إلى المشاركة في التعليقات والمناقشات وإعادة نشر المحتوى والتعبير عن الآراء، بما يتفق

مع طبيعة الجمهور النشط التي تقوم عليها النظرية (Ruggiero, 2000).

ثامناً: العلاقة بين منظور النظرية ومتغيرات الدراسة

يمكن توظيف النظرية في الدراسة الحالية من خلال تصور أن دوافع استخدام الإعلام الرياضي الرقمي تمثل

نقطة البداية، حيث يتجه الجمهور إلى المنصات الرقمية بحثاً عن إشباعات معلوماتية وترفيهية واجتماعية. ثم

يأتي استخدام المنصات والمحتوى الرياضي بوصفه استجابة لهذه الدوافع، بينما يظهر التفاعل الجماهيري باعتباره

أحد المخرجات التي يمكن أن تنتج عن قدرة المحتوى والمنصة على إشباع حاجات الجمهور.

منهج ونوع الدراسة

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، الذي يُعد من أكثر المناهج استخداماً في الدراسات الإعلامية،

إذ يهدف إلى وصف ظاهرة الإعلام الرياضي الرقمي وتحليل انعكاساتها على تفاعل الجماهير السعودية، من

خلال جمع البيانات المتعلقة باستخدام المنصات الرياضية الرقمية وتفسيرها وتحليلها للوصول إلى نتائج علمية

دقيقة.

ومن حيث النوع، تُصنف الدراسة ضمن الدراسات الوصفية الميدانية التي تسعى إلى رصد الظاهرة محل الدراسة وتحليل أبعادها المختلفة، والكشف عن طبيعة العلاقة بين الإعلام الرياضي الرقمي ومستويات التفاعل الجماهيري في المجتمع السعودي.

عينة الدراسة

سوف تعتمد الدراسة على العينة القصدية، وهي إحدى العينات غير الاحتمالية التي اخترت فيها البحث عن أفراد العينة وفق خصائص محددة تتوافق مع أهداف الدراسة وطبيعة موضوعها.

وسوف يتم اختيار أفراد العينة من الجمهور الرياضي بمدينة الرياض ممن يتابعون المحتوى الرياضي عبر المنصات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي المختلفة، وذلك لارتباطهم المباشر بموضوع الدراسة وقدرتهم على تقديم المعلومات اللازمة لتحقيق أهداف البحث.

ويبلغ حجم الاستبانة ٣٠ عينة من الجمهور الرياضي بمدينة الرياض، وهو عدد يتوافق مع أهداف الدراسة وطبيعتها الميدانية، ويسهم في جمع البيانات اللازمة لتحقيق النتائج المرجوة.

أدوات جمع البيانات

سوف تعتمد الدراسة على الاستبانة الإلكترونية بوصفها الأداة الرئيسة لجمع البيانات، لما تتميز به من سهولة الوصول إلى أفراد العينة وإمكانية جمع أكبر قدر من المعلومات في فترة زمنية مناسبة.

وسوف تشمل الاستبانة على مجموعة من الأسئلة التي تهدف إلى قياس أنماط استخدام الإعلام الرياضي الرقمي، ودوافع المتابعة، ومستويات التفاعل الجماهيري، وأبرز الانعكاسات الناتجة عن استخدام المنصات الرياضية لدى الجمهور السعودي.

كما سوف استعين بالملاحظة العامة لمتابعة أنماط التفاعل الرياضي عبر وسائل التواصل الاجتماعي، بهدف دعم نتائج الدراسة وتقديم تفسيرات أكثر شمولاً للظاهرة محل البحث

نظرية الدراسة (منظور الدراسة)

تعتمد هذه الدراسة على نظرية الاستخدامات والإشباع، والتي تُعد من أبرز النظريات المفسرة لعلاقة الجمهور بوسائل الإعلام التقليدية والرقمية. وترتكز هذه النظرية على أن الجمهور ليس متلقياً سلبياً، بل جمهوراً فاعلاً يسعى إلى اختيار الوسائل الإعلامية التي تُشبع حاجاته المعرفية والترفيهية والاجتماعية، وتسهم في تعزيز الانتماء والهوية..

وتستفيد الدراسة الحالية من هذه النظرية في تفسير دوافع متابعة الجماهير السعودية للمحتوى الرياضي الرقمي، والكشف عن الإشباع التي تحققها المنصات الرقمية للجمهور الرياضي، ومدى انعكاس ذلك على مستويات التفاعل والمشاركة والتواصل مع الأحداث والمؤسسات الرياضية، الأمر الذي يجعلها الإطار النظري الأنسب للدراسة..

منهج ونوع الدراسة

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، الذي يُعد من أكثر المناهج استخدامًا في الدراسات الإعلامية، إذ يهدف إلى وصف ظاهرة الإعلام الرياضي الرقمي وتحليل انعكاساتها على تفاعل الجماهير السعودية، من خلال جمع البيانات المتعلقة باستخدام المنصات الرياضية الرقمية وتفسيرها وتحليلها للوصول إلى نتائج علمية دقيقة. ومن حيث النوع، تُصنف الدراسة ضمن الدراسات الوصفية الميدانية التي تسعى إلى رصد الظاهرة محل الدراسة وتحليل أبعادها المختلفة، والكشف عن طبيعة العلاقة بين الإعلام الرياضي الرقمي ومستويات التفاعل الجماهيري في المجتمع السعودي.

عينة الدراسة

سوف تعتمد الدراسة على العينة القصدية، وهي إحدى العينات غير الاحتمالية التي اخترت فيها البحث عن أفراد العينة وفق خصائص محددة تتوافق مع أهداف الدراسة وطبيعة موضوعها. وسوف يتم اختيار أفراد العينة من الجمهور الرياضي بمدينة الرياض ممن يتابعون المحتوى الرياضي عبر المنصات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي المختلفة، وذلك لارتباطهم المباشر بموضوع الدراسة وقدرتهم على تقديم المعلومات اللازمة لتحقيق أهداف البحث.

أدوات جمع البيانات

سوف تعتمد الدراسة على الاستبانة الإلكترونية بوصفها الأداة الرئيسة لجمع البيانات، لما تتميز به من سهولة الوصول إلى أفراد العينة وإمكانية جمع أكبر قدر من المعلومات في فترة زمنية مناسبة.

وسوف تشمل الاستبانة على مجموعة من الأسئلة التي تهدف إلى قياس أنماط استخدام الإعلام الرياضي الرقمي، ودوافع المتابعة، ومستويات التفاعل الجماهيري، وأبرز الانعكاسات الناتجة عن استخدام المنصات الرياضية لدى الجمهور السعودي بمدينة الرياض.

كما سوف استعين بالملاحظة العامة لمتابعة أنماط التفاعل الرياضي عبر وسائل التواصل الاجتماعي، بهدف دعم نتائج الدراسة وتقديم تفسيرات أكثر شمولاً للظاهرة محل البحث.

مجالات الدراسة

أ/ المجال المكاني

أُجريت الدراسة الميدانية على عينة من الجماهير الرياضية في مدينة الرياض بالمملكة العربية السعودية، وذلك لارتباطها المباشر بموضوع الدراسة، ولما تمثله مدينة الرياض من بيئة تضم شريحة واسعة من الجماهير الرياضية ومستخدمي منصات الإعلام الرياضي الرقمي، بما يساهم في تحقيق أهداف الدراسة والتعرف على أنماط استخدام الجماهير للإعلام الرياضي الرقمي ومستوى تفاعلهم مع محتواه.

ب/ المجال الزمني

أُجريت الدراسة خلال الفترة الزمنية المخصصة لتنفيذ الجانب الميداني من البحث، والتي شملت إعداد وتصميم أداة الدراسة (الاستبانة)، وتطبيقها إلكترونياً على أفراد العينة، وجمع البيانات، ثم تفرغها وتحليلها واستخلاص النتائج والتوصيات في ضوء أهداف الدراسة وتساؤلاتها.

ج/ المجال البشري

أُجريت الدراسة ميدانياً على عينة قوامها (294) مفردة من الجماهير الرياضية في مدينة الرياض بالمملكة العربية السعودية، وقد استهدفت الدراسة هذه الفئة باعتبارها من الفئات الأكثر ارتباطاً بموضوع البحث، وذلك للتعرف على أنماط استخدامهم للإعلام الرياضي الرقمي، والمنصات التي يعتمدون عليها في متابعة الأخبار والمستجدات الرياضية، وأشكال تفاعلهم مع المحتوى الرياضي، والعوامل التي تسهم في زيادة مستوى تفاعلهم ومشاركتهم عبر المنصات الرقمية.

النتائج

• الوصف الإحصائي للبيانات

تكشف المؤشرات الإحصائية العامة عن انتظام مقدرات التوزيع لعينة الدراسة البالغة 21 مفردة مكتملة الاستجابة دون أي قيم مفقودة؛ حيث سجلت معظم متغيرات الاتجاه والممارسات الرقمية متوسطات حسابية تزيد على 3.25 نقطة، مع تمركز وسيطي عام عند 4.00 نقاط لأغلب عبارات التفاعل الإيجابي والمتابعة. يرافق هذه المتوسطات انحراف معياري يتراوح عموماً بين 1.318 و 1.563، وهو ما يشير إحصائياً إلى اتساع طفيف في نطاق تباين الرؤى الفردية واختلاف وتيرة التعامل مع البيئات الرقمية بين أفراد العينة، وربما يرجع هذا التشتت النسبي إلى تباين الخلفيات المعرفية والأعمار؛ فالخبرات التقنية للأفراد تنعكس بالضرورة على سلوكهم التفاعلي. وتظهر معاملات الالتواء قيماً سالبة طفيفة لمعظم العبارات تراوحت بين -0.226 و -0.523، مقترنة بأخطاء معيارية متطابقة للالتواء (0.142) والتفرطح (0.283)، مما يؤكد ميل المنحنى نحو الاتجاهات الإيجابية دون إخلال بافتراضات

التوزيع الطبيعي المطلوبة للاختبارات المعلمية. ينبئ هذا الاتساق العام عن قابلية أدوات القياس لتمثيل سلوك الجماهير الرياضية تمثيلاً واقعياً؛ إذ تعكس الأرقام بيئة خصبة تتيح للمؤسسات الرياضية والإعلامية بناء خطط تشغيلية مبنية على وجود قاعدة جماهيرية واسعة تميل مبدئياً نحو التفاعل مع الرقمنة الإعلامية، وتتطلب في الوقت ذاته تصميماً دقيقاً للمحتوى لاستيعاب التباين الظاهر في الانحرافات المعيارية والوصول إلى فئات الجمهور الأقل حماساً.

جدول 1 : التحليلات الإحصائية

Statistics										
Std. Error of Kurtosis	Kurtosis	Std. Error of Skewness	Skewness	Std. Deviation	Median	Std. Error of Mean	Mean	N		
								Missing	Valid	
.283	-1.389	.142	-.035	1.461	3.00	.085	3.05	0	21	العمر
.283	-2.012	.142	.041	.501	1.00	.029	1.49	0	294	الجنس
.283	-1.078	.142	-.265	1.366	3.00	.080	3.33	0	294	الدرجة العلمية
.283	-1.033	.142	-.477	1.352	4.00	.079	3.36	0	294	أتابع الأخبار والمحتوى الرياضي من خلال وسائل الإعلام الرياضي الرقمية.
.283	-1.300	.142	-.226	1.415	3.00	.083	3.26	0	294	أحرص على متابعة المستجدات الرياضية عبر المنصات الرقمية بشكل مستمر.
.283	-1.179	.142	-.458	1.424	4.00	.083	3.43	0	294	يقدم الإعلام الرياضي الرقمي محتوى رياضياً واضحاً ومفيداً للجماهير السعودية.
.283	-1.322	.142	-.331	1.466	4.00	.086	3.32	0	294	يتميز المحتوى الرياضي الرقمي بالدقة والموضوعية في عرض المعلومات.

يقدم الإعلام الرياضي الرقمي محتوى متنوعاً يتناسب مع اهتمامات الجماهير السعودية.	294	0	3.46	.077	4.00	1.318	-.498	.142	-.967	.283
أستفيد من التحليلات والتعليقات الرياضية التي تقدمها المنصات الرقمية.	294	0	3.41	.082	4.00	1.403	-.441	.142	-1.159	.283
يوفر الإعلام الرياضي الرقمي الأخبار الرياضية بسرعة وفي الوقت المناسب.	294	0	3.38	.083	4.00	1.418	-.523	.142	-1.063	.283
تساعد سرعة التغطية الرقمية على متابعة الأحداث الرياضية لحظة بلحظة.	294	0	3.29	.091	4.00	1.563	-.321	.142	-1.461	.283
أجد أن تنوع المنصات الرقمية يسهل وصولي إلى الأخبار والمعلومات الرياضية.	294	0	3.40	.078	4.00	1.333	-.472	.142	-.997	.283
أشعر بأن الإعلام الرياضي الرقمي يتيح لي فرصة التفاعل مع المحتوى الرياضي.	294	0	3.41	.084	4.00	1.432	-.428	.142	-1.196	.283
أشارك بالتعليقات أو الإعجاب أو إعادة نشر المحتوى الرياضي الرقمي.	294	0	3.33	.084	4.00	1.437	-.427	.142	-1.209	.283

أشارك في النقاشات الرياضية التي تطرحها المنصات الرقمية.	294	0	3.36	.086	4.00	1.468	-.388	.142	-1.302	.283
يؤثر المحتوى الرياضي الرقمي في مستوى اهتمامي بالأحداث الرياضية.	294	0	3.40	.080	4.00	1.376	-.451	.142	-1.118	.283
يدفعني الإعلام الرياضي الرقمي إلى متابعة المباريات والبطولات الرياضية.	294	0	3.43	.079	4.00	1.362	-.518	.142	-.982	.283
أشعر بزيادة ارتباطي بالفرق والمنتخبات الرياضية نتيجة متابعتي للإعلام الرياضي الرقمي.	294	0	3.37	.082	4.00	1.413	-.378	.142	-1.233	.283
يسهم الإعلام الرياضي الرقمي في زيادة تفاعلي ومشاركتي مع ال جماهير الرياضية الأخرى.	294	0	3.35	.088	4.00	1.506	-.412	.142	-1.313	.283
يسهم الإعلام الرياضي الرقمي بصورة واضحة في تعزيز تفاعل ال جماهير السعودية مع الأحداث والأنشطة الرياضية.	294	0	3.34	.078	4.00	1.342	-.452	.142	-1.048	.283

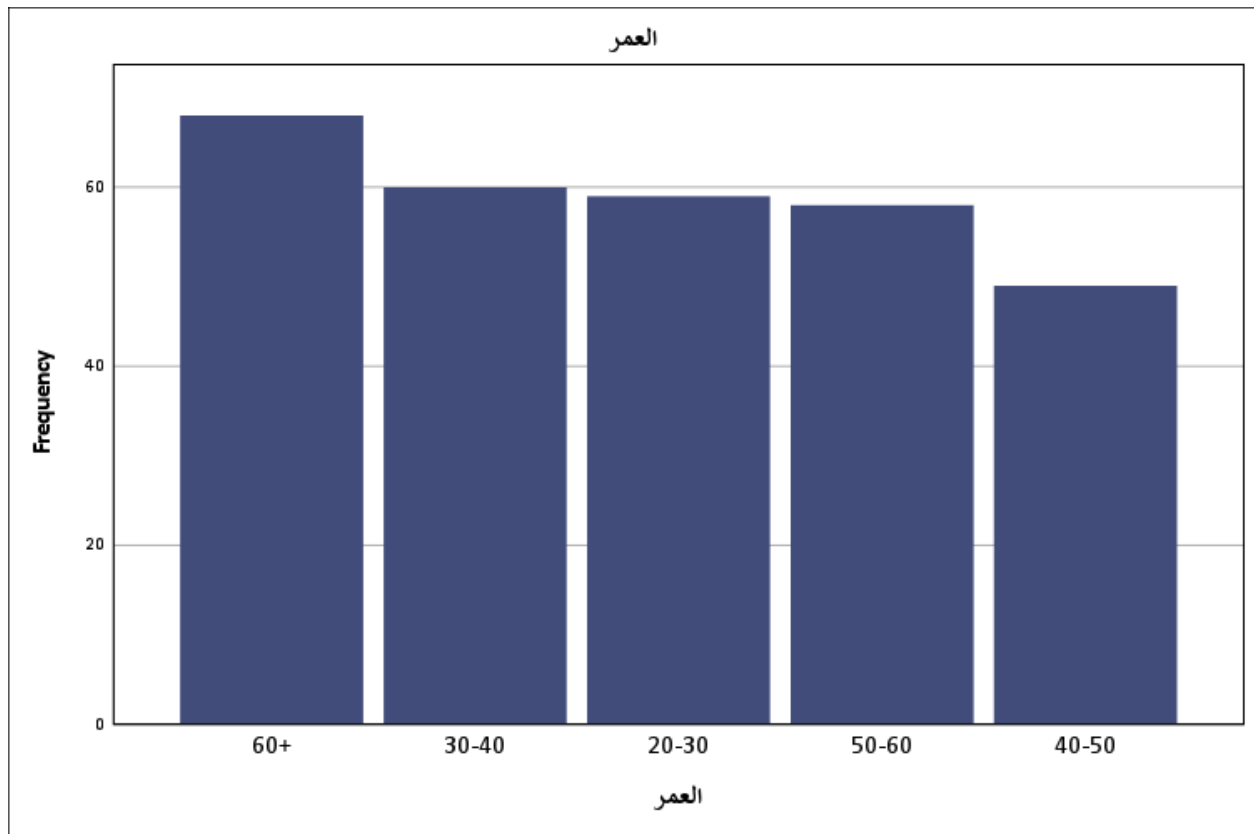
• العمر

تتوزع الفئات العمرية للمبحوثين على نحو متقارب يمنح التحليل توازناً ديموغرافياً ملحوظاً ضمن العينة الإجمالية المكونة من 294

مشاركاً؛ حيث تصدرت الفئة العمرية (60 سنة فأكثر) الترتيب بواقع 68 فرداً ونسبة 23.1%، تلتها مباشرة الفئة من (30 إلى 40 سنة) بتكرار 60 ونسبة 20.4%، ثم الفئة من (20 إلى 30 سنة) بتعداد 59 ونسبة 20.1%. وجاءت الفئة من (50 إلى 60 سنة) مسجلة 58 فرداً بنسبة 19.7%، بينما حلت الفئة من (40 إلى 50 سنة) في المرتبة الأخيرة بتكرار 49 ونسبة 16.7%. إن هذا التقارب الحسابي بين الشرائح يعزز من شمولية النتائج وقدرتها على عكس رؤى متعددة الأجيال؛ فالتقارب بين نسب الشباب وكبار السن قد يعني أن الاهتمام بالشأن الرياضي يتجاوز الحواجز العمرية داخل المجتمع السعودي. يظهر المتوسط الحسابي للعمر عند 3.05 بانحراف معياري قدره 1.461، وهو ما يؤكد تشتت المبحوثين بانتظام عبر مختلف الفئات وعدم تركيزهم في نطاق عمري أحادي. ومن زاوية التفسير الميداني، يبدو أن استقطاب كبار السن للمنصات الرقمية أصبح واقعاً ملموساً يفرض على صانعي المحتوى الرياضي تنويع أساليب الطرح، بحيث توازن المواد المنتجة بين رغبة فئة الشباب في الوجبات السريعة والمختصرة، واحتياجات الفئات الأكبر سناً التي قد تبحث عن السرديات الهادئة والتحليلات العميقة، الأمر الذي سينعكس إيجاباً على شمولية التغطية واتساع القاعدة الجماهيرية.

جدول 2 : التحليل الإحصائي للعمر

العمر					
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency		
23.1	23.1	23.1	68	60+	Valid
43.5	20.4	20.4	60	30-40	
63.6	20.1	20.1	59	20-30	
83.3	19.7	19.7	58	50-60	
100.0	16.7	16.7	49	40-50	
	100.0	100.0	294	Total	



شكل توضيحي 1 : التمثيل البياني للعمر

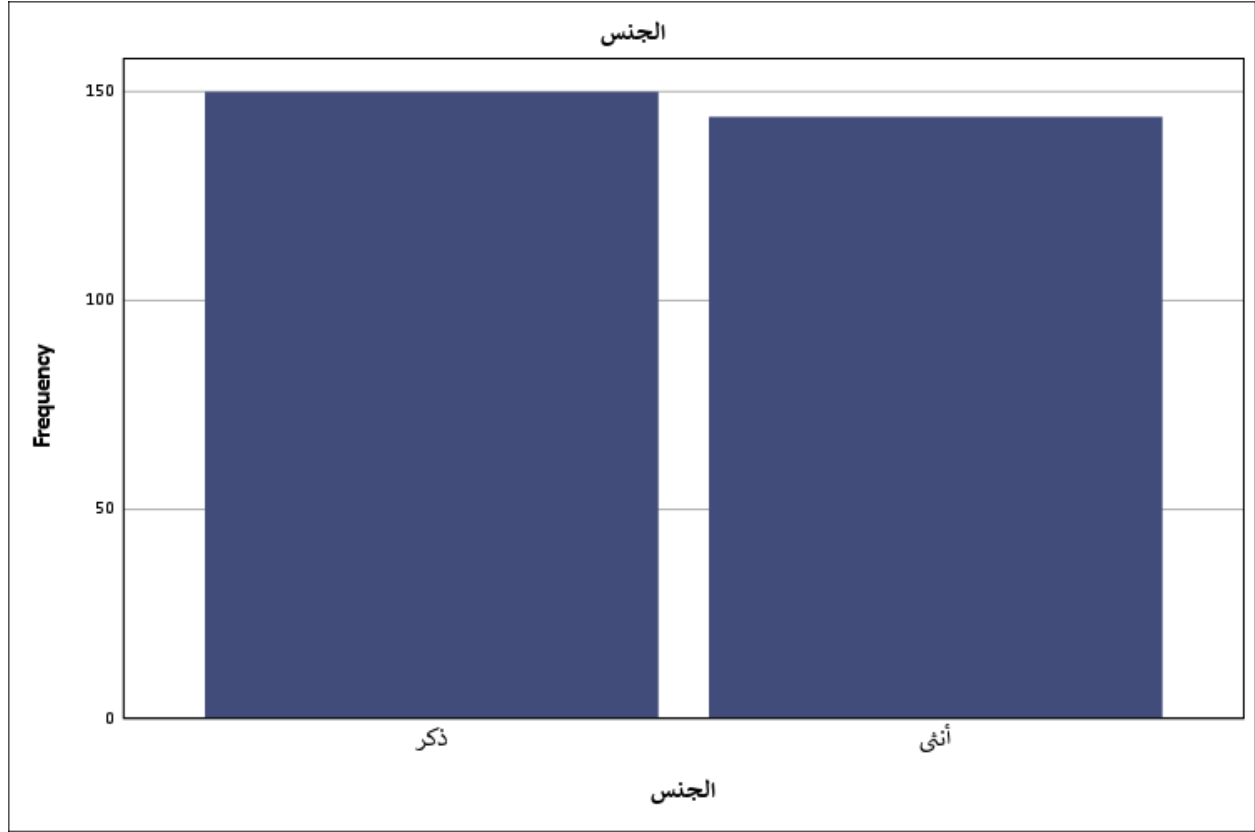
• الجنس

تسجل النتائج المستخرجة تقارباً متزنأً بين الجنسين في بنية العينة البالغة 294 مفردة؛ حيث بلغ عدد الذكور 150 مبحوثاً بنسبة 51.0%، في حين بلغ عدد الإناث 144 مبحوثة بنسبة 49.0%. ويصل المتوسط الحسابي لهذا المتغير إلى 1.49 بانحراف معياري قدره 0.501 وخطأ معياري مقداره 0.029، مع وسيط حسابي مقداره 1.00. يعكس هذا التوازن الإحصائي عدالة التمثيل العيني بين الذكور والإناث، مما يحد من فرص التحيز النوعي للنتائج؛ وربما يرجع هذا التكافؤ إلى التطورات الرياضية والاجتماعية الأخيرة التي عززت مشاركة المرأة واهتمامها بالأنشطة والفعاليات الرياضية بصورة لافتة. وعند إسقاط هذه الأرقام على الممارسة الميدانية، يتضح أن صناعة الإعلام الرياضي الرقمي لم تعد حكراً على اهتمامات الذكور فقط، بل أصبحت شريحة الإناث تشكل نصف القوة الاستهلاكية والتفاعلية للمحتوى الرياضي. ويفرض هذا التحول النوعي على مسؤولي المنصات الرقمية الرياضية إعادة هيكلة الخطاب الإعلامي وتوسيع دائرة التغطيات لتشمل الرياضات النسائية والبرامج التوعوية والترفيهية العائلية، مما قد يسهم مباشرة في رفع معدلات التفاعل والمشاركة الرقمية عبر المنصات لدى كافة أطياف المجتمع الرياضي بصورة مستدامة.

جدول 3 : التحليل الإحصائي للجنس

الجنس

Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency		
51.0	51.0	51.0	150	ذكر	Valid
100.0	49.0	49.0	144	أنثى	
	100.0	100.0	294	Total	



شكل توضيحي 2 : التمثيل البياني للجنس

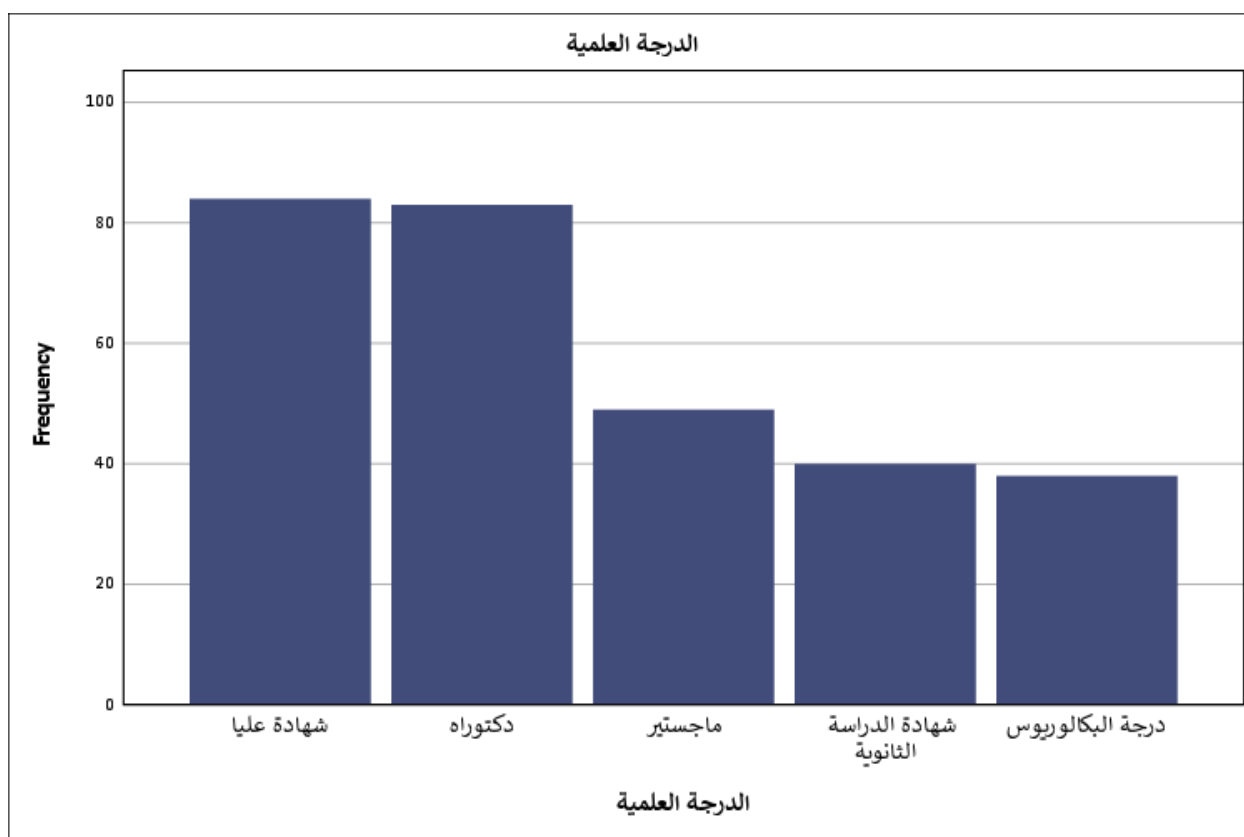
• الدرجة العلمية

توضح مخرجات التوزيع للمستوى التعليمي حضوراً طاعياً للفئات ذات التأهيل الأكاديمي المتقدم بين المشاركين؛ حيث استحوذ حملة الشهادات العليا على المرتبة الأولى بتكرار 84 ونسبة 28.6%، وجاء حملة درجة الدكتوراه في المرتبة الثانية بتكرار 83 ونسبة 28.2%، يليهم حملة الماجستير بواقع 49 مبحوثاً بنسبة 16.7%. وفي المقابل، سجل حملة شهادة الثانوية العامة 40 مشاركاً بنسبة 13.6%، ودرجة البكالوريوس 38 مشاركاً بنسبة 12.9%. يبلغ المتوسط الحسابي للمتغير 3.33 بانحراف معياري قدره 1.366 مع معامل التواء سالب قدره -0.265، ما يعكس انزياح البيانات نحو المستويات التعليمية العالية. إن سيطرة الكفاءات الأكاديمية وحملة الدراسات العليا (أكثر من 73% إجمالاً) قد تفسر الطبيعة النقدية المتوقعة للجمهور حيال ما ينشر؛ فالأفراد أصحاب التحصيل العلمي الرفيع يميلون غالباً إلى فحص الحقائق والمطالبة بمستويات أعلى من الدقة والتحليل الرصين. وينعكس هذا الواقع

على بيئة الإعلام الرقمي بضرورة الارتقاء بجودة الطرح والابتعاد عن الإثارة غير المبررة والسطحية الإخبارية، إذ يبدو أن متلقي الرسالة الرياضية يمتلك القدرة المعرفية على فرز الغث من السمين، مما يجعل الاستثمار في التحليل التكتيكي المتخصص والمعلومات الإحصائية الموثقة متطلباً أساسياً لجذب هذا الجمهور والتأثير فيه.

جدول 4 : التحليل الإحصائي للدرجة العلمية

الدرجة العلمية					
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency		
28.6	28.6	28.6	84	شهادة عليا	Valid
56.8	28.2	28.2	83	دكتوراه	
73.5	16.7	16.7	49	ماجستير	
87.1	13.6	13.6	40	شهادة الدراسة الثانوية	
100.0	12.9	12.9	38	درجة البكالوريوس	
	100.0	100.0	294	Total	



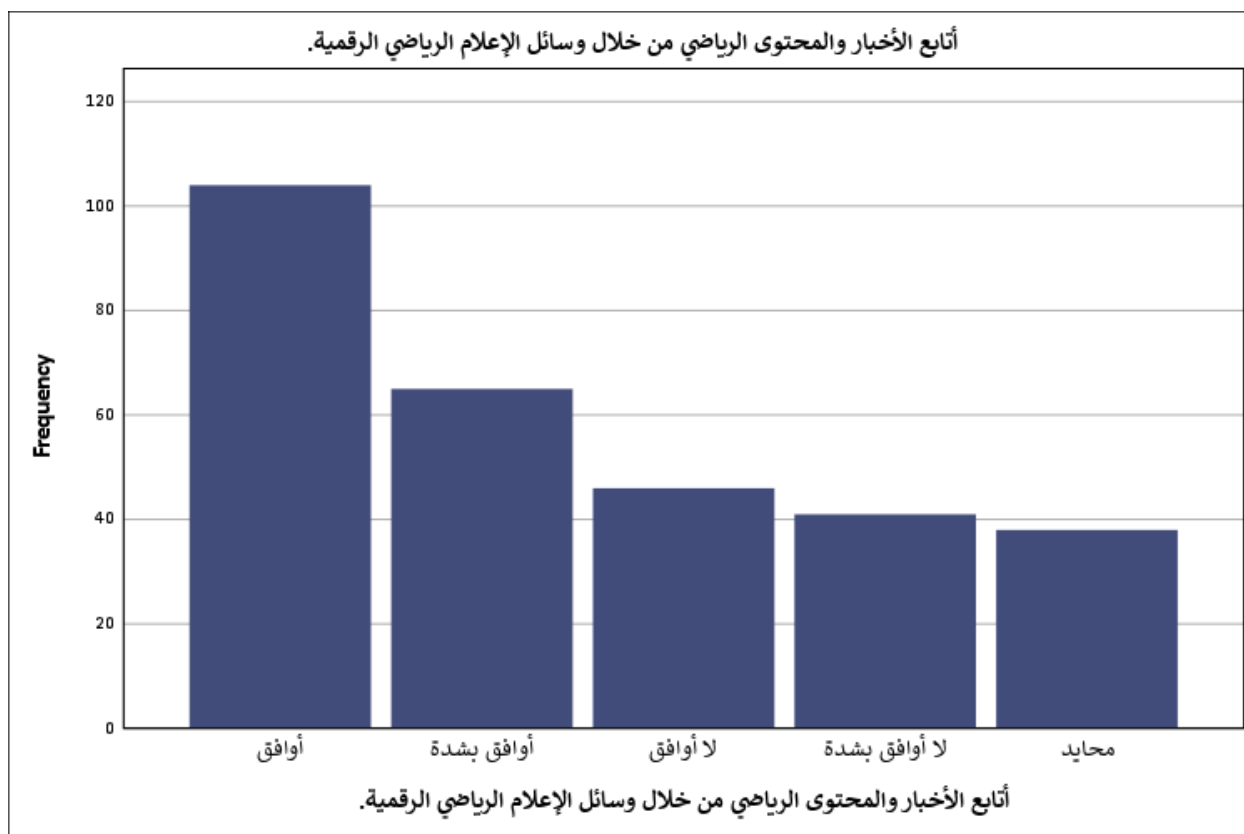
شكل توضيحي 3 : التمثيل البياني للدرجة العلمية

• أتابع الأخبار والمحتوى الرياضي من خلال وسائل الإعلام الرياضي الرقمية.

تظهر النتائج الإحصائية الخاصة بمتابعة المحتوى الرياضي عبر الوسائل الرقمية ميلاً إيجابياً واضحاً لدى أفراد العينة؛ إذ أيد العبارة بالموافقة التامة 65 فرداً بنسبة 22.1%، بينما أيدوها بالموافقة 104 أفراد بنسبة 35.4%، ليشكل المؤيدون مجتمعين ما يقارب 57.5% من إجمالي المبحوثين. وفي المقابل، عارض العبارة 46 مبحوثاً بنسبة 15.6%، وعارضها بشدة 41 فرداً بنسبة 13.9%، ووقف 38 مبحوثاً على الحياد بنسبة 12.9%. بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 3.36 بانحراف معياري قدره 1.352 ووسيط استقر عند 4.00 نقاط. يشير هذا المتوسط المتجاوز للحد النظري المحايد (3.00) إلى انتشار ثقافة استقاء الأخبار من الروافد الرقمية الحديثة لدى الشارع الرياضي؛ غير أن الانحراف المعياري المرتفع نسبياً يكشف عن تباين في درجة الاعتماد الحصري عليها، حيث ربما لا يزال قطاع من الجمهور يجمع بين الإعلام التقليدي والرقمي. وتطبيقاً، تبرز هذه النتيجة أهمية استمرار القنوات الرياضية والاتحادات في تفعيل منصاتها الرقمية وتزويدها بتدفق إخباري مستمر، إذ يبدو أن غالبية المتابعين باتوا يتخذون من هذه البيئات الافتراضية مقصداً أولاً لمعرفة أخبار أنديةهم وبطولاتهم، مما يستوجب تعزيز البنية التحتية لتلك المنصات لتلبية هذا الطلب المتنامي بكفاءة واحترافية.

جدول 5 : التحليل الإحصائي لمتابعة الأخبار والمحتوى الرياضي من خلال وسائل الإعلام الرياضي الرقمية.

أتابع الأخبار والمحتوى الرياضي من خلال وسائل الإعلام الرياضي الرقمية.					
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
أوافق	104	35.4	35.4	35.4	Valid
أوافق بشدة	65	22.1	22.1	57.5	
لا أوافق	46	15.6	15.6	73.1	
لا أوافق بشدة	41	13.9	13.9	87.1	
محايد	38	12.9	12.9	100.0	
Total	294	100.0	100.0		



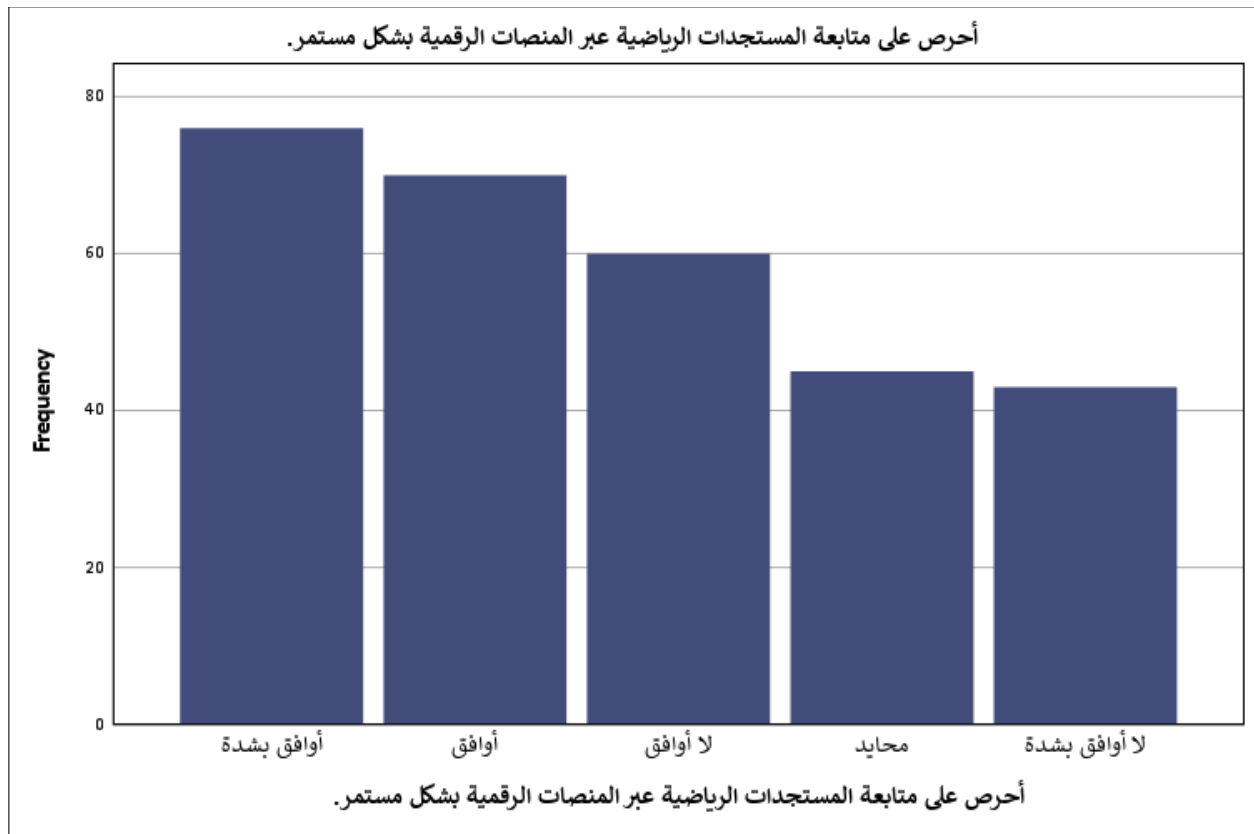
شكل توضيحي 4 : التمثيل البياني لمتابعة الأخبار والمحتوى الرياضي من خلال وسائل الإعلام الرياضي الرقمية.

• أحرص على متابعة المستجدات الرياضية عبر المنصات الرقمية بشكل مستمر.

يسجل سلوك الحرص والمتابعة المستمرة للمستجدات الرياضية مستويات استجابة إيجابية؛ حيث أبدى 76 فرداً موافقتهم الشديدة بنسبة 25.9%، ووافق 70 فرداً بنسبة 23.8%، لتبلغ النسبة التراكمية للموافقين 49.7%. وقابل ذلك رفض من جانب 60 مبحوثاً بنسبة 20.4%، ورفض شديد من 43 فرداً بنسبة 14.6%، فيما اختار 45 مبحوثاً موقف الحياد بنسبة 15.3%. يبلغ المتوسط الحسابي لهذه الممارسة 3.26 بانحراف معياري قدره 1.415 ووسيط بلغ 3.00 نقاط. يكشف هذا الانحراف الواسع عن وجود تباين ملحوظ في نمط الاستهلاك الرياضي؛ فالاستمرارية والمواظبة على المتابعة تتطلب ارتباطاً وجدانياً أو فراغاً زمنياً قد لا يتوفر لدى كافة المستجيبين بالتساوي، وربما يرتبط ذلك بالانشغالات المهنية أو تفضيل متابعة الأحداث الكبرى دون سواها. وينعكس هذا التوزيع عملياً على القائمين على إدارة المنصات الرقمية بضرورة ابتكار آليات جذب تحافظ على الزيارات المتكررة، مثل تفعيل التنبيهات الذكية للمباريات والملخصات السريعة؛ إذ يبدو أن جذب المتابعين غير المنتظمين يمثل التحدي الأبرز لزيادة أرقام المشاهدات وتوسيع قاعدة المتابعة الرقمية المستدامة.

جدول 6 : التحليل الإحصائي للحرص على متابعة المستجندات الرياضية عبر المنصات الرقمية بشكل مستمر.

أحرص على متابعة المستجندات الرياضية عبر المنصات الرقمية بشكل مستمر.					
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
أوافق بشدة	76	25.9	25.9	25.9	Valid
أوافق	70	23.8	23.8	49.7	
لا أوافق	60	20.4	20.4	70.1	
محايد	45	15.3	15.3	85.4	
لا أوافق بشدة	43	14.6	14.6	100.0	
Total	294	100.0	100.0		



شكل توضيحي 5 : التمثيل البياني للحرص على متابعة المستجندات الرياضية عبر المنصات الرقمية بشكل مستمر.

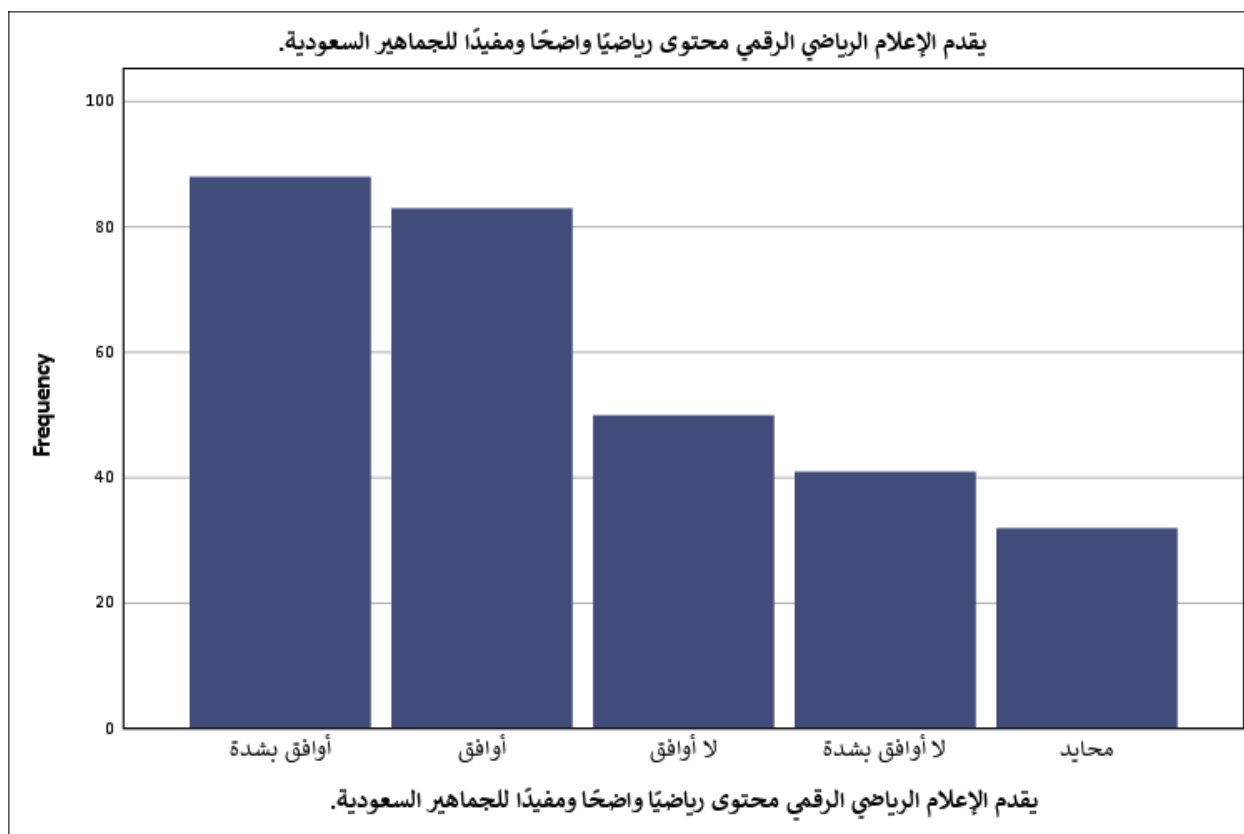
- يقدم الإعلام الرياضي الرقمي محتوى رياضياً واضحاً ومفيداً للجماهير السعودية.

يحظى وضوح وفائدة المحتوى الرياضي الرقمي بتقدير مرتفع بين آراء المبحوثين؛ فقد أعرب 88 مشاركاً عن موافقتهم الشديدة

بنسبة 29.9%، ووافق 83 مشاركاً بنسبة 28.2%، محققين نسبة تأييد مشتركة بلغت 58.2%. وعلى الجانب الآخر، لم يوافق 50 فرداً بنسبة 17.0%، وعارض بشدة 41 فرداً بنسبة 13.9%، بينما استقر في منطقة الحياد 32 فرداً بنسبة 10.9%. ويصل المتوسط الحسابي للعبارة إلى 3.43 بانحراف معياري قدره 1.424 ووسيط بلغ 4.00 نقاط، مع التواء سالب قدره -0.458. يعكس ارتفاع المتوسط قناعة عامة بالقيمة المضافة للمحتوى الرقمي من حيث التبسيط وسهولة الفهم؛ غير أن تسجيل انحراف معياري يقارب 1.424 يبرز وجود شريحة لا تزال ترى بعض الغموض أو النقص في المحتوى المقدم. ويدل هذا إجرائياً على أن صانعي المحتوى نجحوا في تقديم أفكار واضحة، لكنهم مطالبون بالتركيز على تحسين الجودة النوعية وتجنب الطرح السطحي، فالجمهور يبحث عن معلومات موثوقة ومفيدة تسهم في إثراء ثقافته الرياضية وتجيب عن تساؤلاته التكتيكية والفنية بدقة وسلاسة.

جدول 7 : التحليل الإحصائي لتقديم الإعلام الرياضي الرقمي محتوى رياضياً واضحاً ومفيداً للجماهير السعودية.

يقدم الإعلام الرياضي الرقمي محتوى رياضياً واضحاً ومفيداً للجماهير السعودية.					
	التكرار	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
أوافق بشدة	88	29.9	29.9	29.9	Valid
أوافق	83	28.2	28.2	58.2	
لا أوافق	50	17.0	17.0	75.2	
لا أوافق بشدة	41	13.9	13.9	89.1	
محايد	32	10.9	10.9	100.0	
Total	294	100.0	100.0		



شكل توضيحي 6 : التمثيل البياني لتقديم الإعلام الرياضي الرقمي محتوى رياضياً واضحاً ومفيداً للجماهير السعودية.

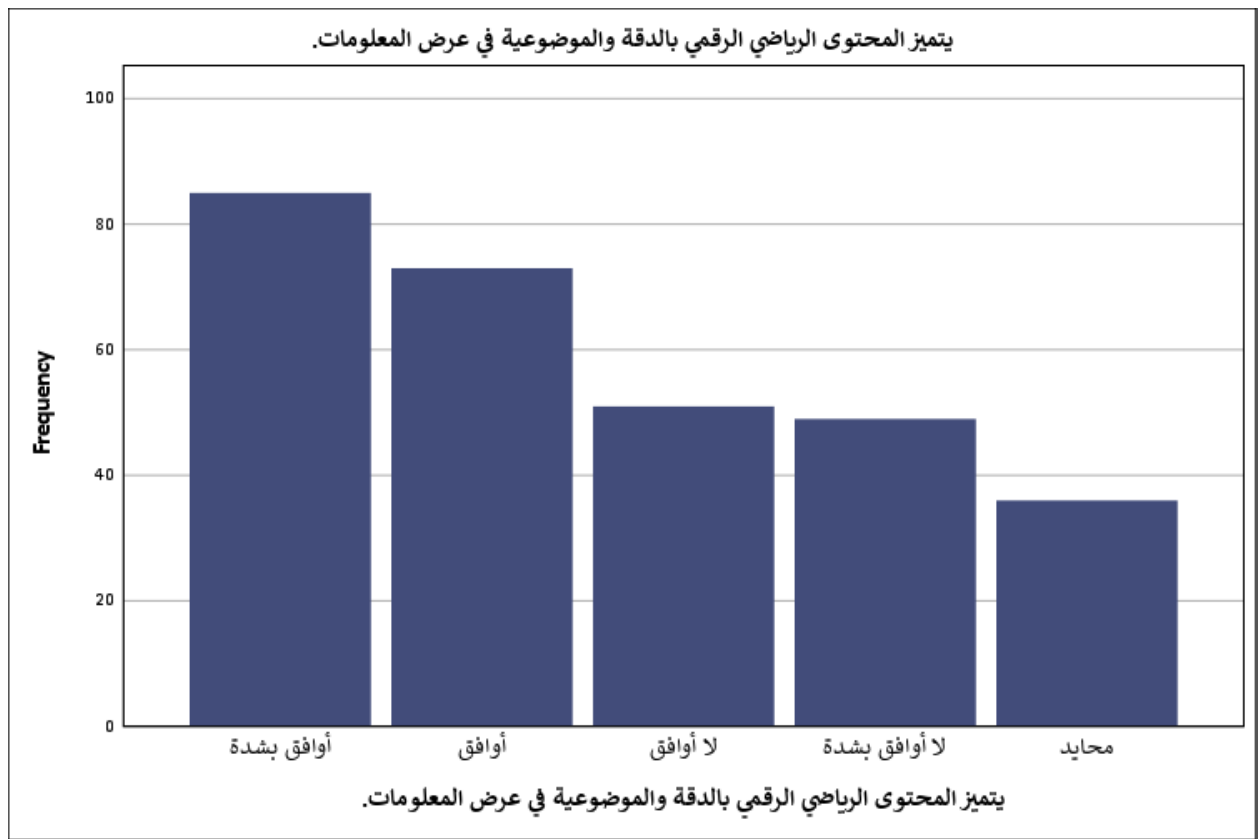
• يتميز المحتوى الرياضي الرقمي بالدقة والموضوعية في عرض المعلومات.

تتقارب الآراء حيال موضوعية ودقة المعلومات في الفضاء الرقمي مع ميل أرجح نحو الإيجاب؛ حيث سجلت فئة "أوافق بشدة" 85 استجابة بنسبة 28.9%، وسجلت فئة "أوافق" 73 استجابة بنسبة 24.8%، لتبلغ نسبة المؤيدين 53.7%. وفي المقابل، عارض 51 مشاركاً بنسبة 17.3%، ورفض بشدة 49 مشاركاً بنسبة 16.7%، وكان الحياد خيار 36 مشاركاً بنسبة 12.2%. يستقر المتوسط الحسابي عند 3.32 بانحراف معياري مرتفع قدره 1.466 ووسيط قدره 4.00 نقاط. يُظهر ارتفاع الانحراف المعياري تبايناً صريحاً في تقييم مصداقية الطرح الرياضي؛ وربما يعود هذا التشتت إلى انتشار الشائعات والسبق الصحفي غير المؤكد والتجاذبات التعصبية التي تطرأ على بعض الحسابات والمنصات الرياضية غير الرسمية. وتفرض هذه النتيجة على المؤسسات الإعلامية الرياضية ضرورة إرساء موانئ شرف مهنية وتدقيق الأخبار قبل النشر؛ إذ يبدو أن الشكوك حول الدقة قد تثبط شرائح من الجمهور عن التفاعل والمتابعة، مما يجعل الموضوعية المعيار الحاسم في كسب ثقة المتابع السعودي وتثبيت ولائه للمنصة الإخبارية.

جدول 8 : التحليل الإحصائي لتميز المحتوى الرياضي الرقمي بالدقة والموضوعية في عرض المعلومات.

يتميز المحتوى الرياضي الرقمي بالدقة والموضوعية في عرض المعلومات.				
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency	

28.9	28.9	28.9	85	أوافق بشدة	Valid
53.7	24.8	24.8	73	أوافق	
71.1	17.3	17.3	51	لا أوافق	
87.8	16.7	16.7	49	لا أوافق بشدة	
100.0	12.2	12.2	36	محايد	
	100.0	100.0	294	Total	



شكل توضيحي 7 : التمثيل البياني لتمييز المحتوى الرياضي الرقمي بالدقة والموضوعية في عرض المعلومات.

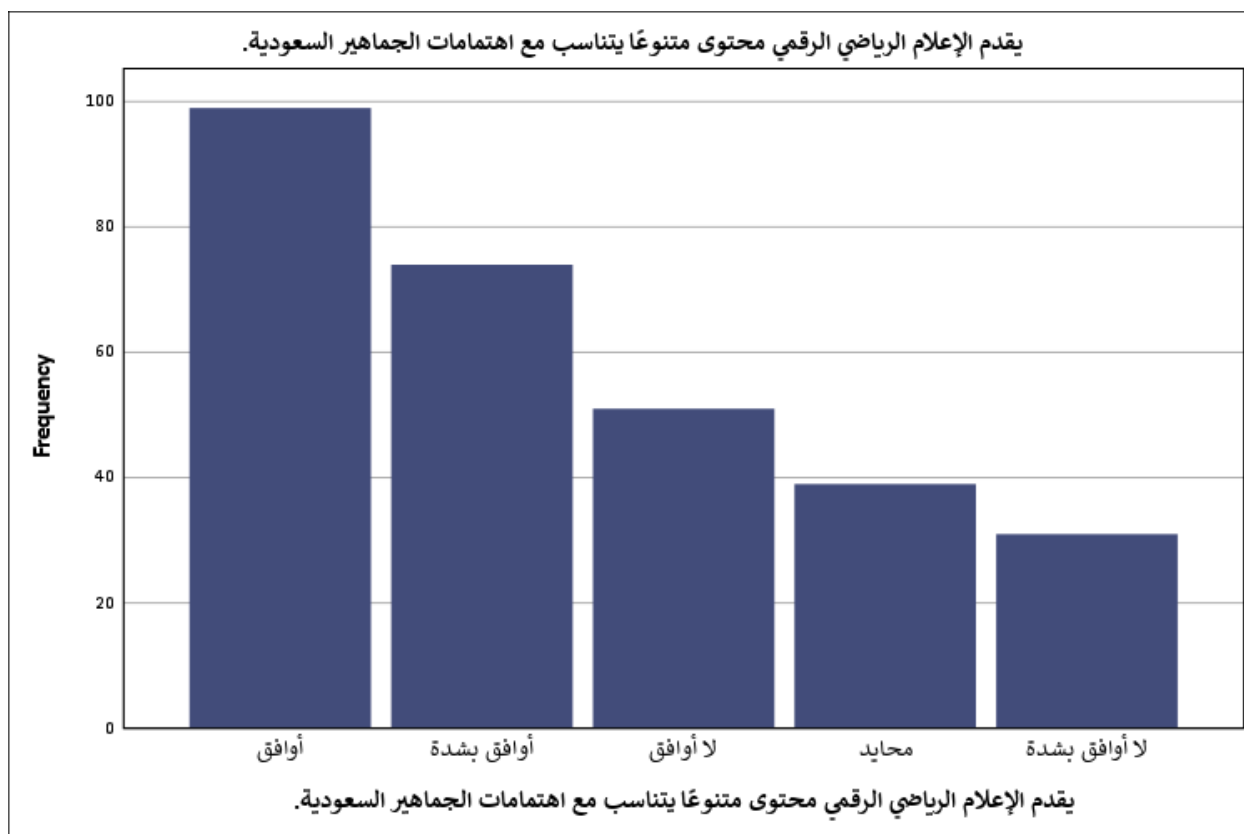
- يقدم الإعلام الرياضي الرقمي محتوى متنوعاً يتناسب مع اهتمامات الجماهير السعودية.

يحقق تنوع المحتوى الرقمي وملاءمته لرغبات الجمهور السعودي إشادة واضحة في البيانات؛ إذ وافق 99 فرداً بنسبة 33.7%، وأبدى 74 فرداً موافقتهم الشديدة بنسبة 25.2%، ليشكل الموافقون ما نسبته 58.8% من الإجمالي. وفي الطرف المقابل، عارض العبارة 51 فرداً بنسبة 17.3%، وعارضها بشدة 31 فرداً بنسبة 10.5%، بينما وقف 39 فرداً على الحياد بنسبة 13.3%. حققت هذه العبارة أعلى متوسط حسابي ضمن محور المحتوى مسجلة 3.46 بانحراف معياري متزن قدره 1.318 ووسيط 4.00 نقاط والتواء

مقداره -0.498. إن الانخفاض النسبي في الانحراف المعياري مقارنة بالعبارات الأخرى يشير إلى وجود توافق وتجانس أعلى بين أفراد العينة على وفرة الخيارات المقدمة وتعددتها؛ فالتنوع يغطي الأخبار والتقارير ومقاطع الفيديو والرياضات المختلفة. ويسهم هذا الثراء البرامجي في تلبية التطلعات المتباينة للجماهير، ويحث المؤسسات الرياضية على الاستمرار في ابتكار صيغ عرض جديدة كالبودكاست والرسوم البيانية التفاعلية لتعزيز هذا النجاح وترسيخ حضور مختلف الرياضات بالملكة.

جدول 9 : التحليل الإحصائي لتقديم الإعلام الرياضي الرقمي محتوى متنوعاً يتناسب مع اهتمامات الجماهير السعودية.

يقدم الإعلام الرياضي الرقمي محتوى متنوعاً يتناسب مع اهتمامات الجماهير السعودية.					
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency		
33.7	33.7	33.7	99	أوافق	Valid
58.8	25.2	25.2	74	أوافق بشدة	
76.2	17.3	17.3	51	لا أوافق	
89.5	13.3	13.3	39	محايد	
100.0	10.5	10.5	31	لا أوافق بشدة	
	100.0	100.0	294	Total	



شكل توضيحي 8 : التمثيل البياني لتقديم الإعلام الرياضي الرقمي محتوى متنوعاً يتناسب مع اهتمامات الجماهير السعودية.

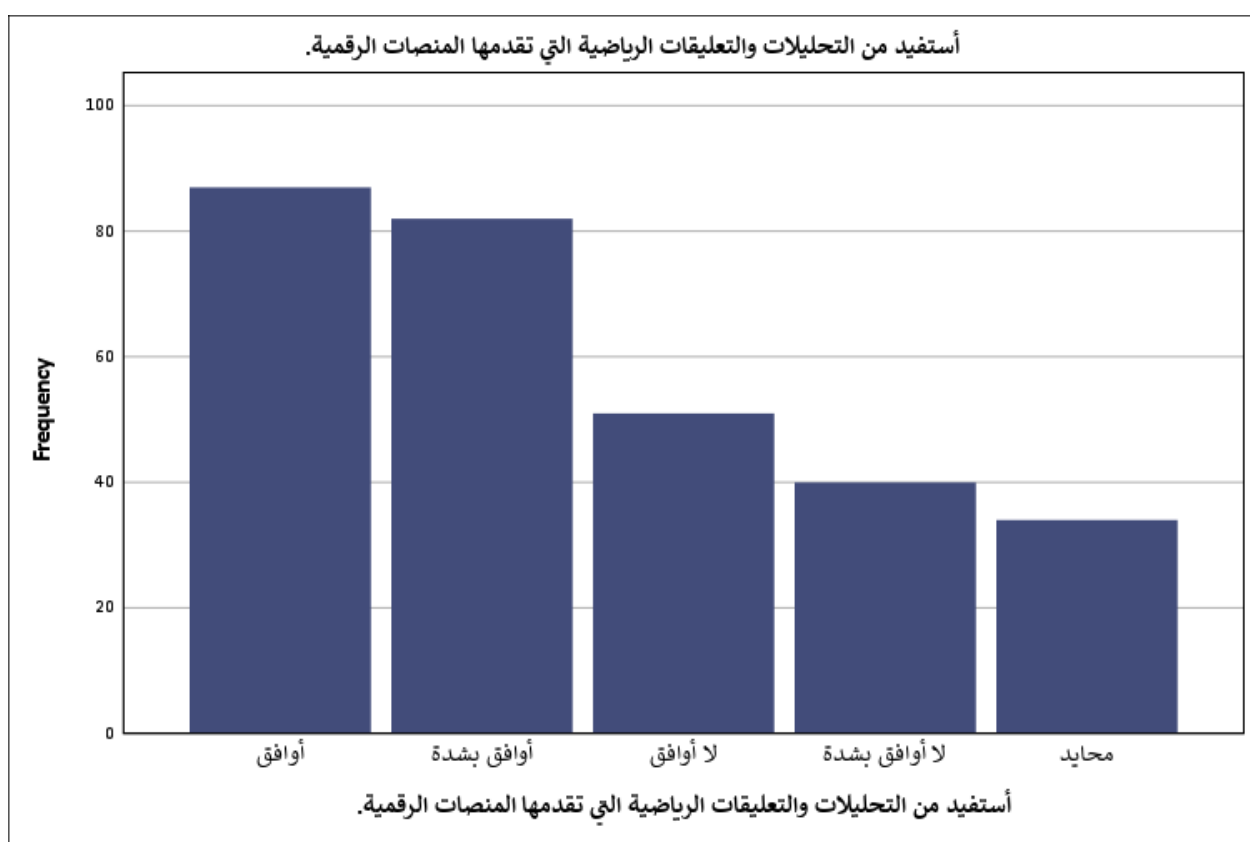
• أستفيد من التحليلات والتعليقات الرياضية التي تقدمها المنصات الرقمية.

تؤكد استجابات الباحثين على تحقيق الفائدة المرجوة من التحليلات الفنية والتعليقات الرياضية عبر المنصات الرقمية؛ حيث عبر 87 فرداً عن موافقتهم بنسبة 29.6%، ووافق بشدة 82 فرداً بنسبة 27.9%، لتصل نسبة الرضا إلى 57.5%. وبخلاف ذلك، أظهر 51 مبحوثاً عدم موافقتهم بنسبة 17.3%، ورفض بشدة 40 فرداً بنسبة 13.6%، بينما فضل الحياد 34 فرداً بنسبة 11.6%. وصل المتوسط الحسابي إلى 3.41 بانحراف معياري قدره 1.403 ووسيط مقداره 4.00 نقاط. يبرز هذا المستوى الإحصائي دور المحللين والنقاد الرقميين في رفع الوعي التكتيكي للجماهير؛ غير أن وجود أصوات معارضة يشي برغبة البعض في الحصول على تحليلات أكثر عمقاً وأقل انحيازاً. وميدانياً، يفيد هذا المؤشر بأن الجمهور السعودي أصبح أكثر نضجاً ولم يعد يكتفي بالنتيجة الرقمية للمباريات، بل يسعى لفهم الجوانب الفنية والخططية، وهو ما يضع المسؤولية على عاتق المنصات الرقمية للاستعانة بخبراء مؤهلين لتقديم تحليلات نوعية ومقاطع مرئية شارحة قادرة على تلبية هذه المتطلبات الفكرية.

جدول 10 : التحليل الإحصائي للاستفادة من التحليلات والتعليقات الرياضية التي تقدمها المنصات الرقمية.

أستفيد من التحليلات والتعليقات الرياضية التي تقدمها المنصات الرقمية.				
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency	

29.6	29.6	29.6	87	أوافق	Valid
57.5	27.9	27.9	82	أوافق بشدة	
74.8	17.3	17.3	51	لا أوافق	
88.4	13.6	13.6	40	لا أوافق بشدة	
100.0	11.6	11.6	34	محايد	
	100.0	100.0	294	Total	



شكل توضيحي 9 : التمثيل البياني للاستفادة من التحليلات والتعليقات الرياضية التي تقدمها المنصات الرقمية.

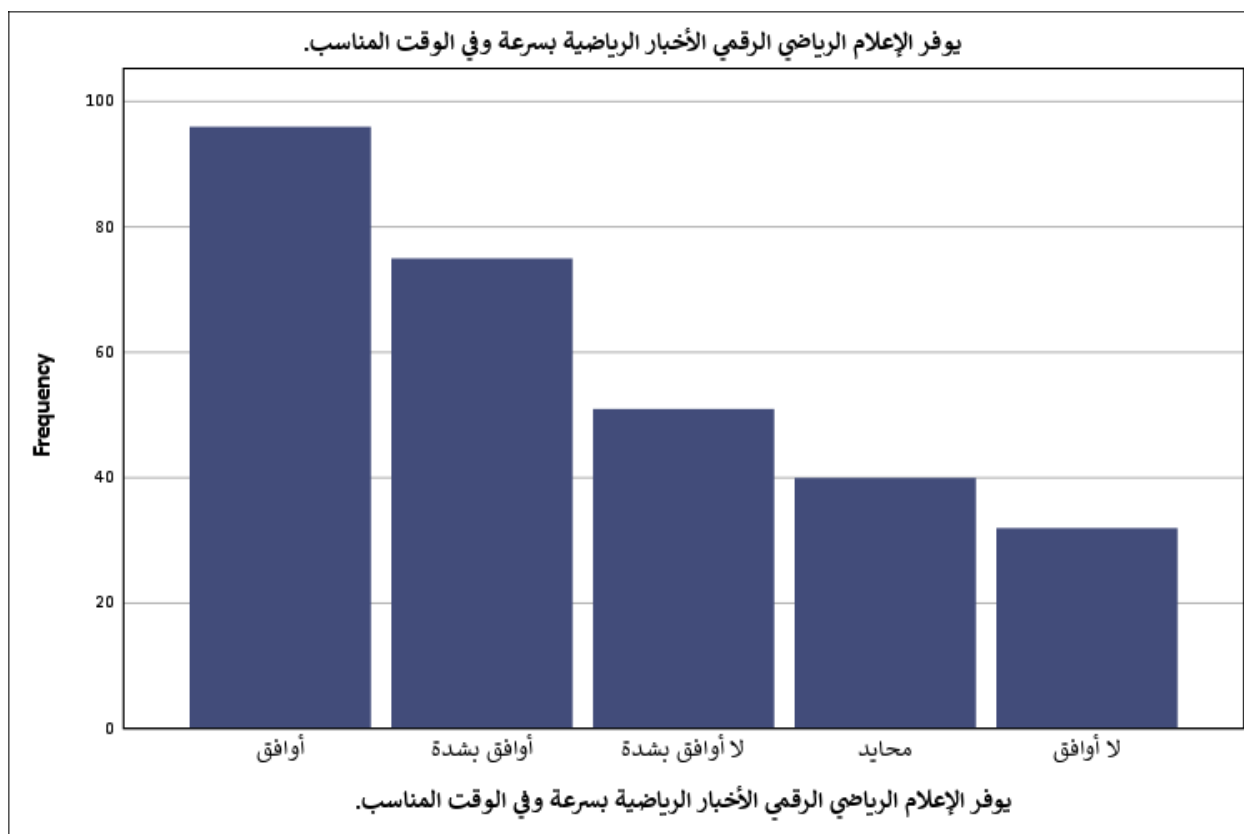
• يوفر الإعلام الرياضي الرقمي الأخبار الرياضية بسرعة وفي الوقت المناسب.

تبرز البيانات سرعة تدفق الأخبار الرياضية كإحدى أهم مزايا الإعلام الرقمي لدى المبحوثين؛ حيث وافق 96 مشاركاً بنسبة 32.7%، وأيد بشدة 75 مشاركاً بنسبة 25.5%، محققين نسبة تأييد إجمالية بلغت 58.2%. وفي الجهة المقابلة، أبدى 51 مشاركاً عدم موافقتهم بشدة بنسبة 17.3%، وعارض 32 مشاركاً بنسبة 10.9%، في حين اختار 40 مشاركاً الحياد بنسبة 13.6%. وسجل المتوسط الحسابي 3.38 بانحراف معياري قدره 1.418 ووسيط استقر عند 4.00 نقاط، مع التواء سالب قدره -0.523. يعكس هذا الانزياح

تقديراً إيجابياً لعامل الأنوية والسرعة في النشر، وهو المطلوب الحيوي لمتابعي الرياضة؛ إلا أن نسبة الرفض الملحوظة قد تعزى إلى فترات تأخر نقل بعض الأحداث المباشرة أو التغطيات غير المكتملة في بعض المنصات الصغيرة. وبناء على ذلك، تظهر أهمية الاستثمار في غرف الأخبار الرقمية السريعة والتقنيات السحابية المؤتمتة، بما يضمن نقل المستجدات في لحظتها دون التضحية بالدقة، مما يرفع من تنافسية المنصات الرياضية في استقطاب الجماهير.

جدول 11 : التحليل الإحصائي لتوفير الإعلام الرياضي الرقمي الأخبار الرياضية بسرعة وفي الوقت المناسب.

يوفر الإعلام الرياضي الرقمي الأخبار الرياضية بسرعة وفي الوقت المناسب.					
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency		
32.7	32.7	32.7	96	أوافق	Valid
58.2	25.5	25.5	75	أوافق بشدة	
75.5	17.3	17.3	51	لا أوافق بشدة	
89.1	13.6	13.6	40	محايد	
100.0	10.9	10.9	32	لا أوافق	
	100.0	100.0	294	Total	



شكل توضيحي 10 : التمثيل البياني لتوفير الإعلام الرياضي الرقمي الأخبار الرياضية بسرعة وفي الوقت المناسب.

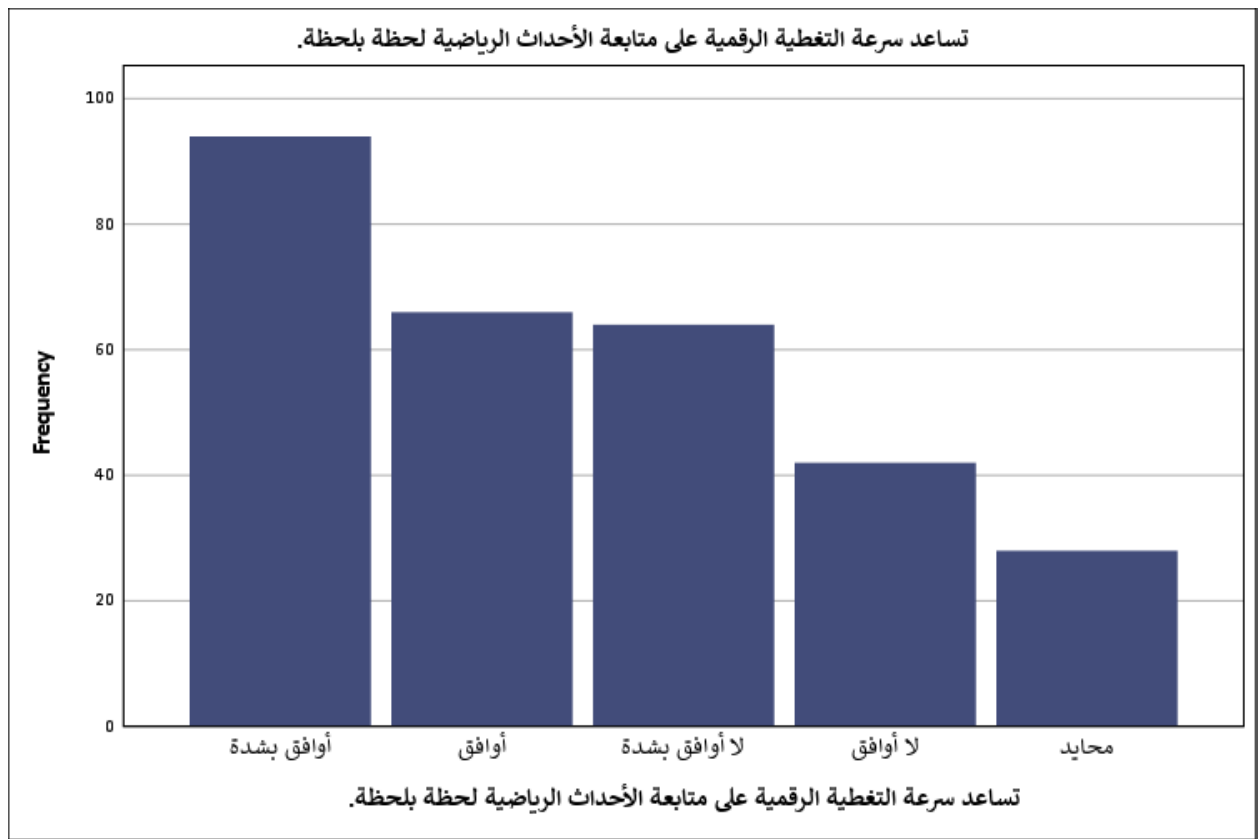
• تساعد سرعة التغطية الرقمية على متابعة الأحداث الرياضية لحظة بلحظة.

تنال ميزة المتابعة اللحظية للأحداث الرياضية عبر النوافذ الرقمية تأييداً قوياً من جانب المبحوثين؛ فقد أيد العبارة بشدة 94 مشاركاً بنسبة 32.0%، ووافق عليها 66 مشاركاً بنسبة 22.4%، لتبلغ نسبة التقبل الإيجابي 54.4%. وعلى النقيض، عارض بشدة 64 فرداً بنسبة 21.8%، ورفض 42 فرداً بنسبة 14.3%، بينما التزم الحياد 28 فرداً بنسبة 9.5%. سجلت هذه العبارة متوسطاً حسابياً بلغ 3.29 بانحراف معياري هو الأعلى بين أسئلة الدراسة مسجلاً 1.563 ووسيطاً قدره 4.00 نقاط. يُظهر التشتت الحاد في الإجابات انقساماً بين فئة تستفيد استفادة قصوى من التغطيات الحية، وفئة أخرى تعاني من تباين جودة التغطية أو عدم موثوقية البث التفاعلي اللحظي في بعض الأحداث المحلية. ويشير ذلك عملياً إلى أن السرعة الرقمية سلاح ذو حدين يتطلب بنية تقنية متماسكة وفرق عمل مدركة لحساسية الوقت؛ إذ إن أي انقطاع أو تأخر طفيف في التحديث اللحظي قد يدفع المستخدمين إلى الهجرة نحو منصات دولية بديلة توفر متابعات مباشرة للأهداف والقرارات التحكيمية.

جدول 12 : التحليل الإحصائي لمساعدة سرعة التغطية الرقمية على متابعة الأحداث الرياضية لحظة بلحظة.

تساعد سرعة التغطية الرقمية على متابعة الأحداث الرياضية لحظة بلحظة.				
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency	

32.0	32.0	32.0	94	أوافق بشدة	Valid
54.4	22.4	22.4	66	أوافق	
76.2	21.8	21.8	64	لا أوافق بشدة	
90.5	14.3	14.3	42	لا أوافق	
100.0	9.5	9.5	28	محايد	
	100.0	100.0	294	Total	



شكل توضيحي 11 : التمثيل البياني لمساعدة سرعة التغطية الرقمية على متابعة الأحداث الرياضية لحظة بلحظة.

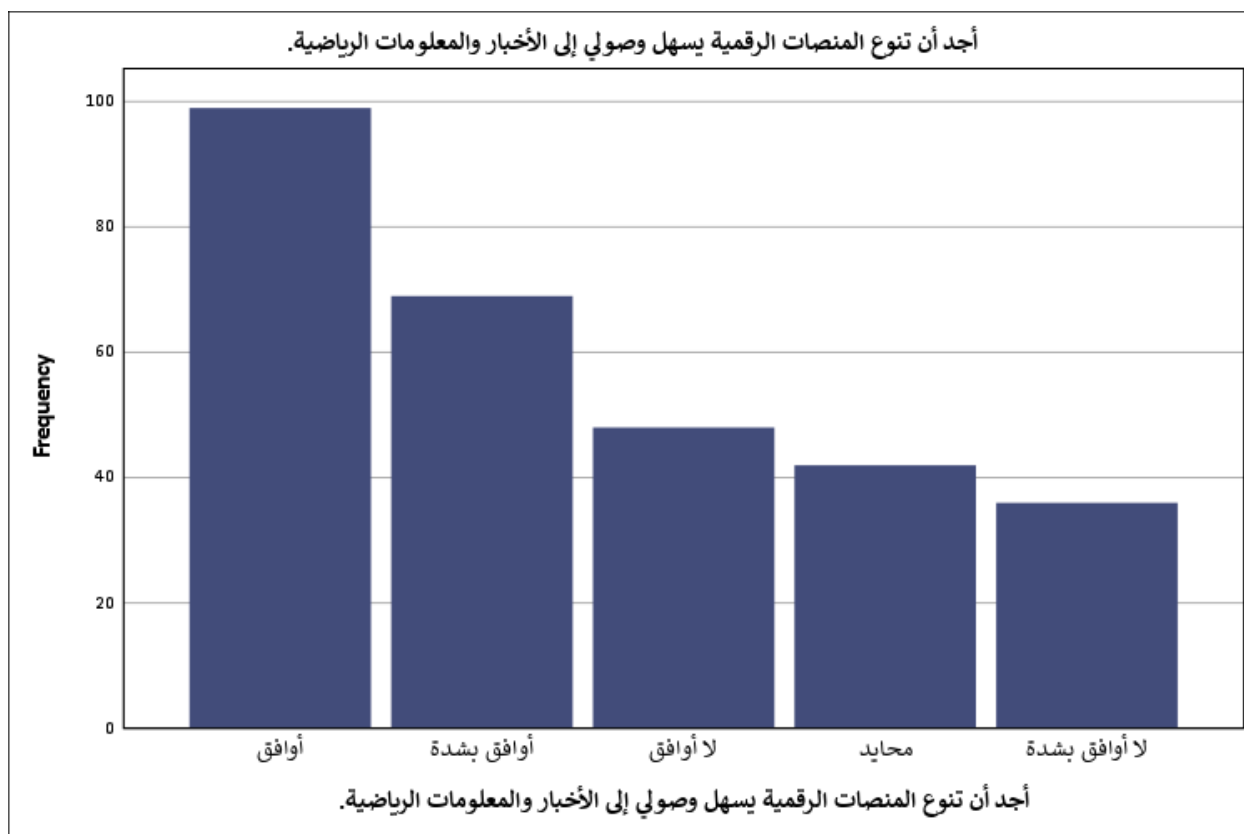
- أجد أن تنوع المنصات الرقمية يسهل وصولي إلى الأخبار والمعلومات الرياضية.

يحظى تعدد الروافد والمنصات الرياضية الرقمية بترحيب واسع من جمهور الدراسة؛ حيث سجل خيار "أوافق" 99 استجابة بنسبة 33.7%، وسجل خيار "أوافق بشدة" 69 استجابة بنسبة 23.5%، ليتجاوز التوافق الإيجابي نسبة 57.1%. وبالمقابل، عارض 48 فرداً بنسبة 16.3%، وعارض بشدة 36 فرداً بنسبة 12.2%، في حين اختار الحياد 42 فرداً بنسبة 14.3%. بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 3.40 بانحراف معياري قدره 1.333 ووسيط عند 4.00 نقاط والتواء قدره -0.472. إن القيمة المنخفضة نسبياً

للانحراف المعياري تؤكد وجود تقارب وإجماع معتبر على سهولة الوصول وتعدد الخيارات المتاحة؛ فتنوع التطبيقات ومواقع التواصل يتيح للمتلقي اختيار الوسيلة الأنسب لظروفه. ويفيد هذا التوجه واقع العمل الإعلامي بإمكانية توسيع رقعة الانتشار عبر استراتيجيات النشر المتعدد، بحيث لا تقتصر التغطية على موقع وحيد، بل تمتد لتشمل شبكات التواصل المختلفة وفق قوالب بصرية متوافقة مع كل تطبيق، مما يعزز مرونة وصول الجمهور للمحتوى في أي وقت ومن أي مكان.

جدول 13 : التحليل الإحصائي لكون تنوع المنصات الرقمية يسهل وصولي إلى الأخبار والمعلومات الرياضية.

أجد أن تنوع المنصات الرقمية يسهل وصولي إلى الأخبار والمعلومات الرياضية.					
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency		
33.7	33.7	33.7	99	أوافق	Valid
57.1	23.5	23.5	69		
73.5	16.3	16.3	48	لا أوافق	
87.8	14.3	14.3	42	محايد	
100.0	12.2	12.2	36	لا أوافق بشدة	
	100.0	100.0	294	Total	



شكل توضيحي 12 : التمثيل البياني لكون تنوع المنصات الرقمية يسهل وصولي إلى الأخبار والمعلومات الرياضية.

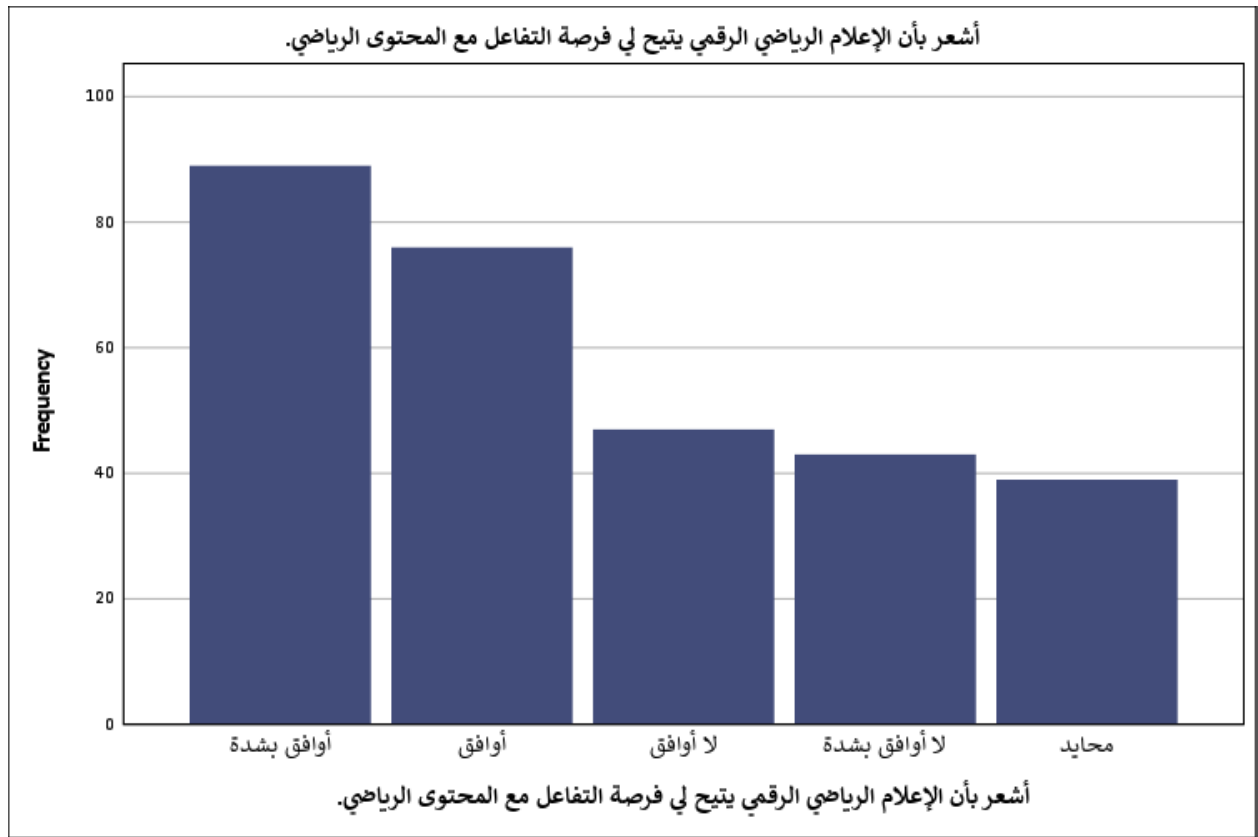
• أشعربأن الإعلام الرياضي الرقمي يتيح لي فرصة التفاعل مع المحتوى الرياضي.

تتجلى مشاعر التفاعل وإتاحة الفرصة لإبداء الرأي لدى جمهور الدراسة بأرقام مؤيدة بوضوح؛ حيث اختار 89 مبحوثاً "أوافق بشدة" بنسبة 30.3%، واختار 76 مبحوثاً "أوافق" بنسبة 25.9%، بإجمالي موافقة بلغت 56.1%. ومن جهة أخرى، أبدى 47 مشاركاً عدم موافقتهم بنسبة 16.0%، وعارض بشدة 43 مشاركاً بنسبة 14.6%، فيما مثل المحايدون 39 مشاركاً بنسبة 13.3%. حققت العبارة متوسطاً حسابياً مقداره 3.41 بانحراف معياري قدره 1.432 ووسيط 4.00 نقاط. يشير هذا المتوسط الإيجابي إلى أن البيئات الرقمية نجحت في تحويل المتلقي من مستهلك سلبي إلى مشارك فعال يمتلك مساحات رحبة للتعبير؛ وربما يرجع التشتت القائم في الإجابات إلى تفاوت استجابة الحسابات الرسمية لتعليقات الجمهور أو وجود قيود رقابية في بعض المنصات. ويقتضي هذا الواقع من صانعي القرار الرياضي استغلال هذه الرغبة التفاعلية وفتح قنوات تواصل مباشرة واستطلاعات رأي دورية، لما لذلك من أثر بالغ في بناء مجتمعات رياضية افتراضية نابضة بالحياة والانتماء.

جدول 14 : التحليل الإحصائي للشعور بأن الإعلام الرياضي الرقمي يتيح لي فرصة التفاعل مع المحتوى الرياضي.

أشعر بأن الإعلام الرياضي الرقمي يتيح لي فرصة التفاعل مع المحتوى الرياضي.				
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency	

30.3	30.3	30.3	89	أوافق بشدة	Valid
56.1	25.9	25.9	76	أوافق	
72.1	16.0	16.0	47	لا أوافق	
86.7	14.6	14.6	43	لا أوافق بشدة	
100.0	13.3	13.3	39	محايد	
	100.0	100.0	294	Total	



شكل توضيحي 13 : التمثيل البياني للشعور بأن الإعلام الرياضي الرقمي يتيح لي فرصة التفاعل مع المحتوى الرياضي.

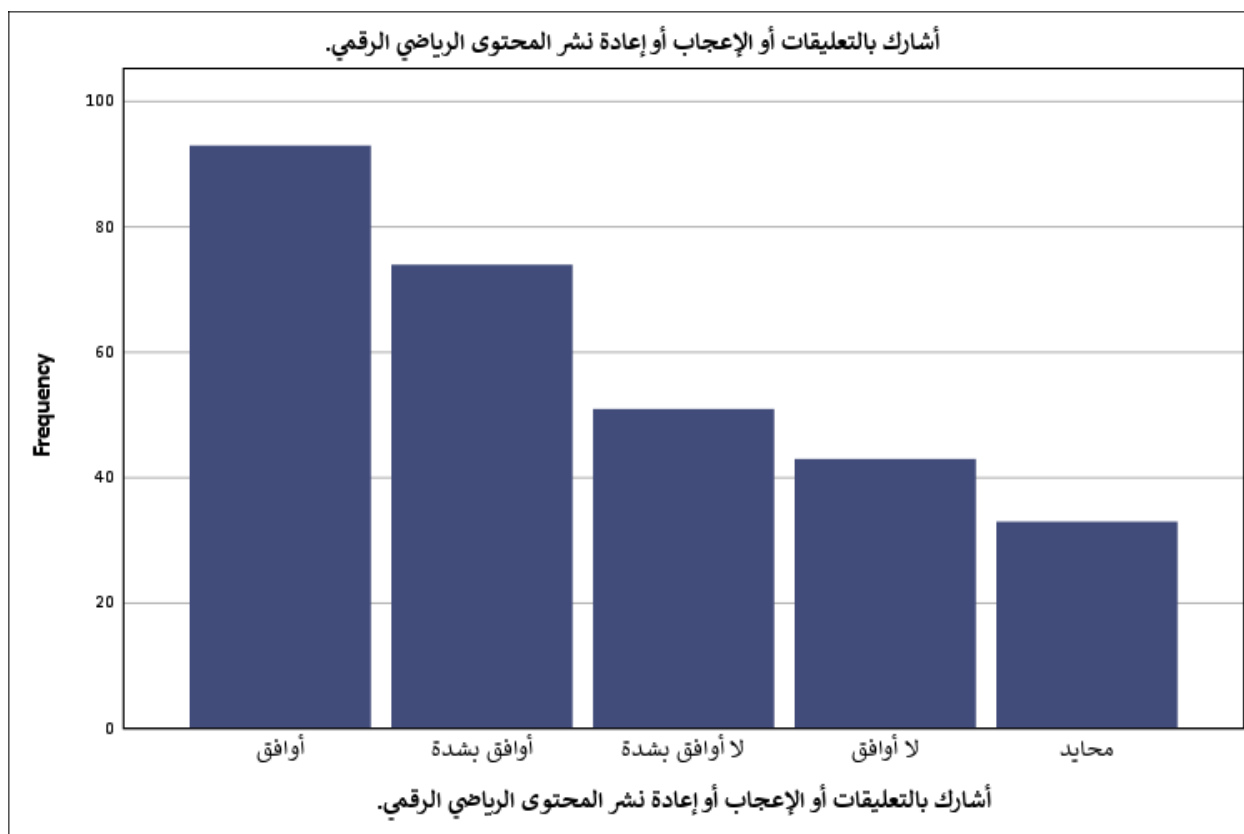
• أشارك بالتعليقات أو الإعجاب أو إعادة نشر المحتوى الرياضي الرقمي.

تعكس الممارسات التفاعلية السلوكية المباشرة، من تعليق وإعجاب ومشاركة، حضوراً إيجابياً ملحوظاً في سلوك العينة؛ إذ أيد العبارة 93 فرداً بالموافقة بنسبة 31.6%، وأيدها 74 فرداً بالموافقة الشديدة بنسبة 25.2%، بمجموع تأييد بلغ 56.8%. وفي الاتجاه المعاكس، سجل الرفض الشديد 51 استجابة بنسبة 17.3%، وسجل الرفض العادي 43 استجابة بنسبة 14.6%، في حين بقي 33 فرداً على الحياد بنسبة 11.2%. يبلغ المتوسط الحسابي 3.33 بانحراف معياري قدره 1.437 ووسيط استقر عند 4.00 نقاط. تدل

هذه النتائج على أن أكثر من نصف العينة يمارسون أدواراً نشطة في تداول المحتوى الرياضي وإعادة نشره؛ غير أن وجود نسبة معارضة تناهز 32% يوضح أن جزءاً من الجمهور يفضل المتابعة الصامتة واستهلاك المحتوى دون التورط في التفاعلات العلنية. ويتطلب ذلك من المنصات الرقمية تقديم حوافز تفاعلية ومسابقات ومواد تحفيزية تشجع الأغلبية الصامتة على الانخراط، مما يزيد من معدلات الوصول العضوي وانتشار الرسالة الإعلامية عبر الفضاء الرقمي.

جدول 15 : التحليل الإحصائي للمشاركة بالتعليقات أو الإعجاب أو إعادة نشر المحتوى الرياضي الرقمي.

أشارك بالتعليقات أو الإعجاب أو إعادة نشر المحتوى الرياضي الرقمي.					
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency		
31.6	31.6	31.6	93	أوافق	Valid
56.8	25.2	25.2	74	أوافق بشدة	
74.1	17.3	17.3	51	لا أوافق بشدة	
88.8	14.6	14.6	43	لا أوافق	
100.0	11.2	11.2	33	محايد	
	100.0	100.0	294	Total	



شكل توضيحي 14 : التمثيل البياني للمشاركة بالتعليقات أو الإعجاب أو إعادة نشر المحتوى الرياضي الرقمي.

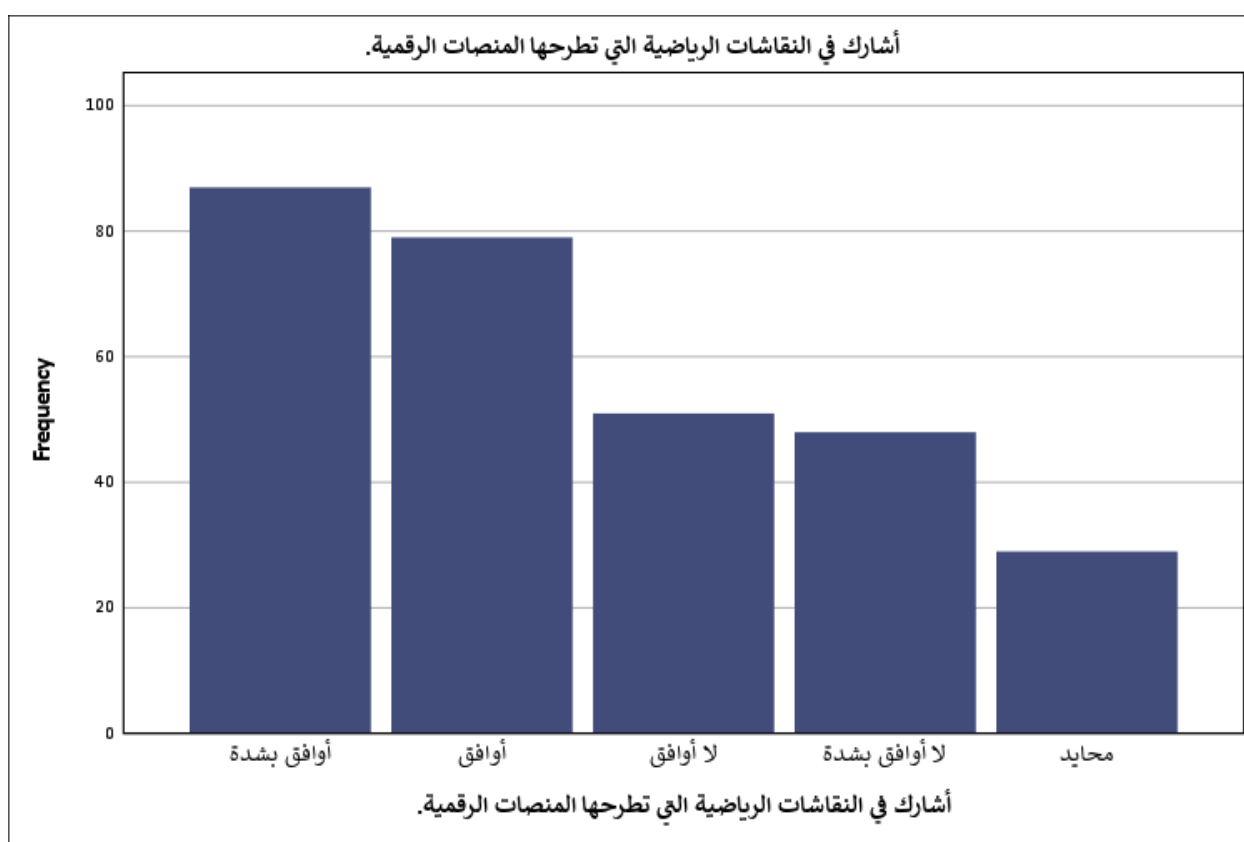
• أشارك في النقاشات الرياضية التي تطرحها المنصات الرقمية.

تظهر مستويات الانخراط في الحوارات والنقاشات الرياضية الرقمية تقبلاً وتفاعلاً نشطاً بين المشاركين؛ حيث سجل خيار "أوافق بشدة" 87 تكراراً بنسبة 29.6%، وسجل خيار "أوافق" 79 تكراراً بنسبة 26.9%، لتبلغ نسبة المؤيدين للنقاش 56.5%. وفي المقابل، أبدى 51 فرداً عدم موافقتهم بنسبة 17.3%، ورفض بشدة 48 فرداً بنسبة 16.3%، ووقف 29 فرداً في منطقة الحياد بنسبة 9.9%. استقر المتوسط الحسابي عند 3.36 بانحراف معياري قدره 1.468 ووسيط 4.00 نقاط. يكشف ارتفاع التشتت عن وجود نمطين سلوكيين متباينين؛ أحدهما يجد في المنصات ساحة ملهمة لتداول الآراء التكتيكية وموازرة الفرق، والآخر قد يتجنب النقاشات خشية الوقوع في السجلات الحادة والتعصب الأعمى. وتوجب هذه النتيجة على مديري المنصات الرياضية توفير بيئات حوارية آمنة وبناءة عبر إدارة التعليقات بمهنية والحد من الخطابات المسيئة، لتشجيع الحوار العقلاني الرصين الذي يثري المشهد الرياضي ويجذب شرائح أوسع من المتابعين ذوي النزعة التحليلية.

جدول 16 : التحليل الإحصائي للمشاركة في النقاشات الرياضية التي تطرحها المنصات الرقمية.

أشارك في النقاشات الرياضية التي تطرحها المنصات الرقمية.				
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency	

29.6	29.6	29.6	87	أوافق بشدة	Valid
56.5	26.9	26.9	79	أوافق	
73.8	17.3	17.3	51	لا أوافق	
90.1	16.3	16.3	48	لا أوافق بشدة	
100.0	9.9	9.9	29	محايد	
	100.0	100.0	294	Total	



شكل توضيحي 15 : التمثيل البياني للمشاركة في النقاشات الرياضية التي تطرحها المنصات الرقمية.

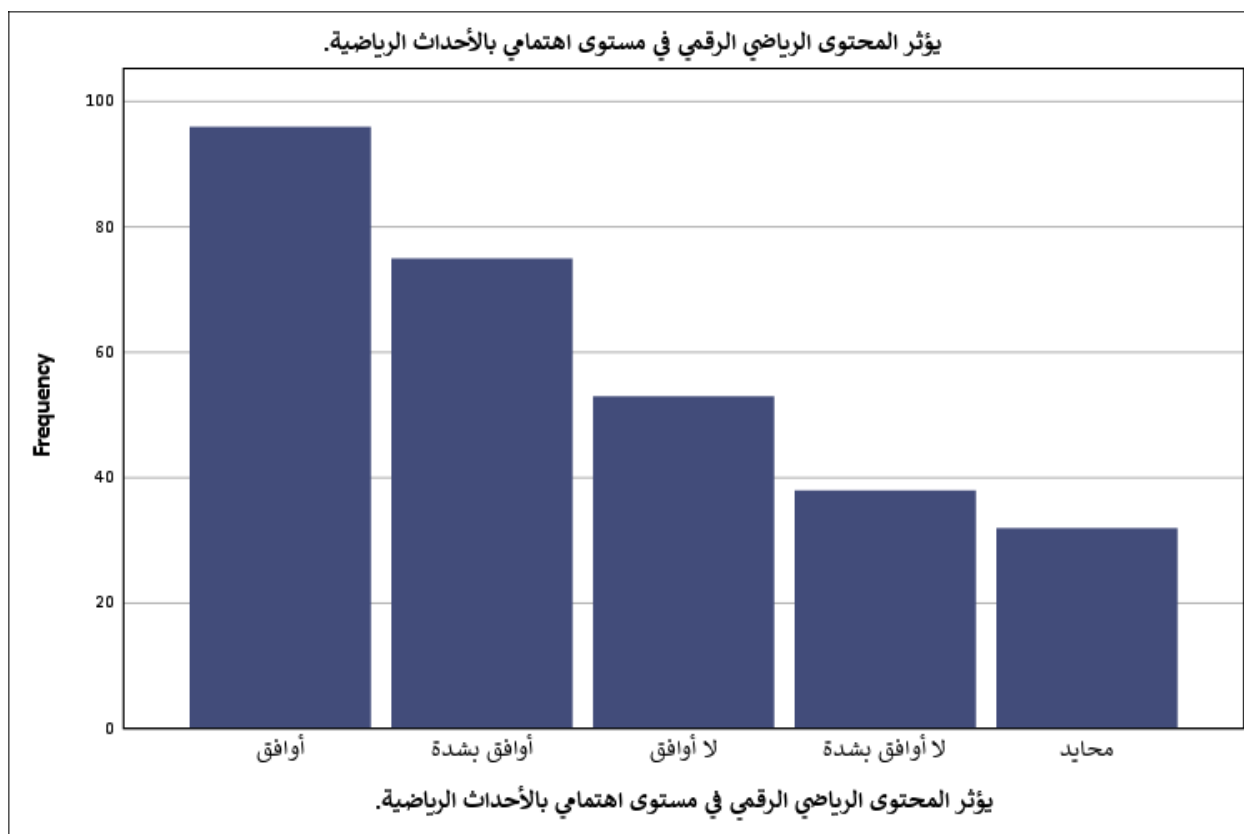
- يؤثر المحتوى الرياضي الرقمي في مستوى اهتمامي بالأحداث الرياضية.

تكشف مؤشرات التأثير المباشر للمحتوى الرقمي على مستوى اهتمام الجمهور بالأنشطة الرياضية عن استجابات إيجابية متقدمة؛ حيث وافق 96 مشاركاً بنسبة 32.7%، ووافق بشدة 75 مشاركاً بنسبة 25.5%، ليشكل المتأثرون إيجابياً 58.2% من أفراد العينة. وفي الاتجاه الآخر، عارض 53 مشاركاً بنسبة 18.0%، وعارض بشدة 38 مشاركاً بنسبة 12.9%، فيما التزم 32 مشاركاً بالحياد بنسبة 10.9%. بلغ المتوسط الحسابي 3.40 بانحراف معياري قدره 1.376 ووسيط 4.00 نقاط. يبرز هذا الارتفاع قدرة الإعلام الرقمي

على صياغة اهتمامات الجمهور وتوجيه أولوياتهم الرياضية؛ فالإثارة التسويقية ومقاطع الفيديو التمهيدية للمباريات ترفع من شغف الترقب لدى المتابع. وتنعكس هذه النتيجة ميدانياً بضرورة تبني الأندية والهيئات الرياضية استراتيجيات تسويقية رقمية مبتكرة؛ إذ يبدو أن صناعة الاهتمام بالبطولات المحلية باتت تنطلق أولاً من شاشات الهواتف الذكية قبل أن تنتقل إلى مدرجات الملاعب والمدرجات الحية.

جدول 17 : التحليل الإحصائي لتأثير المحتوى الرياضي الرقمي في مستوى اهتمامي بالأحداث الرياضية.

يؤثر المحتوى الرياضي الرقمي في مستوى اهتمامي بالأحداث الرياضية.					
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency		
32.7	32.7	32.7	96	أوافق	Valid
58.2	25.5	25.5	75	أوافق بشدة	
76.2	18.0	18.0	53	لا أوافق	
89.1	12.9	12.9	38	لا أوافق بشدة	
100.0	10.9	10.9	32	محايد	
	100.0	100.0	294	Total	



شكل توضيحي 16 : التمثيل البياني لتأثير المحتوى الرياضي الرقمي في مستوى اهتمامي بالأحداث الرياضية.

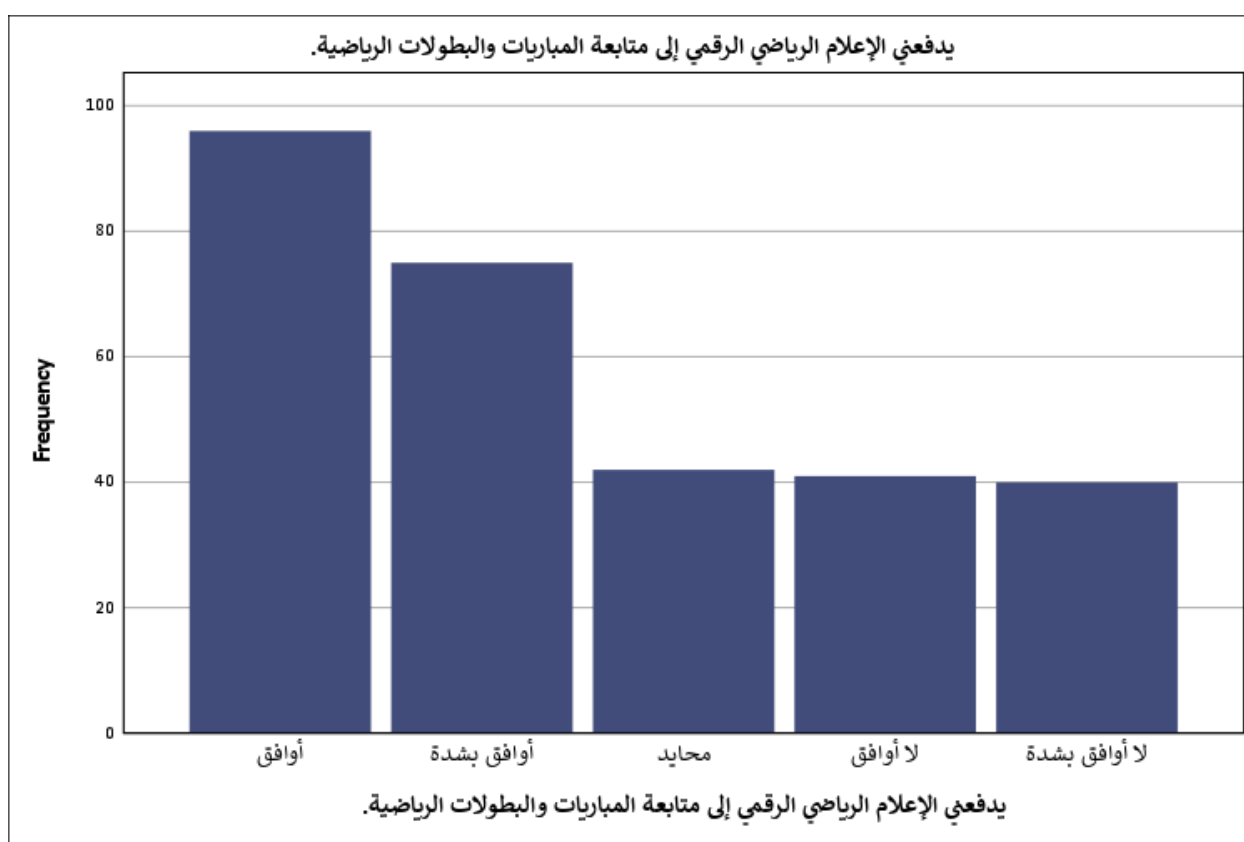
• يدفعني الإعلام الرياضي الرقمي إلى متابعة المباريات والبطولات الرياضية.

تبرز البيانات دور الإعلام الرقمي كدافع حقيقي يحفز الجماهير على متابعة المنافسات والبطولات الرياضية في الواقع؛ حيث جاء خيار "أوافق" بتكرار 96 ونسبة 32.7%، وخيار "أوافق بشدة" بتكرار 75 ونسبة 25.5%، بنسبة موافقة مجمعة بلغت 58.2%. وبالمقابل، سجل الحياد 42 استجابة بنسبة 14.3%، بينما عارض 41 فرداً بنسبة 13.9%، وعارض بشدة 40 فرداً بنسبة 13.6%. سجلت هذه العبارة متوسطاً حسابياً مرتفعاً بلغ 3.43 بانحراف معياري قدره 1.362 ووسيط 4.00 نقاط، والتواء سالب قدره -0.518. إن تقارب المتوسطات وتراجع الانحراف المعياري قياساً بالعبارات السلوكية يؤكد التأثير الملموس للتغطيات الرقمية في تعبئة المشاعر وحث الجماهير على المشاهدة؛ وربما يرجع ذلك إلى قوة الحملات الترويجية والقصص المصورة التي تسبق المباريات. ويفيد هذا الواقع تسويقياً بإمكانية رفع نسب المشاهدة التلفزيونية ومبيعات التذاكر عبر ضخ محتوى رقمي حماسي وموثوق، يربط المتابع بالحدث ويجعله في حالة ترقب دائم لكل تفاصيله ومجرياته.

جدول 18 : التحليل الإحصائي لتوجيه الإعلام الرياضي الرقمي إلى متابعة المباريات والبطولات الرياضية.

يدفعني الإعلام الرياضي الرقمي إلى متابعة المباريات والبطولات الرياضية.				
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency	

32.7	32.7	32.7	96	أوافق	Valid
58.2	25.5	25.5	75	أوافق بشدة	
72.4	14.3	14.3	42	محايد	
86.4	13.9	13.9	41	لا أوافق	
100.0	13.6	13.6	40	لا أوافق بشدة	
	100.0	100.0	294	Total	



شكل توضيحي 17 : التمثيل البياني لتوجيه الإعلام الرياضي الرقمي إلى متابعة المباريات والبطولات الرياضية.

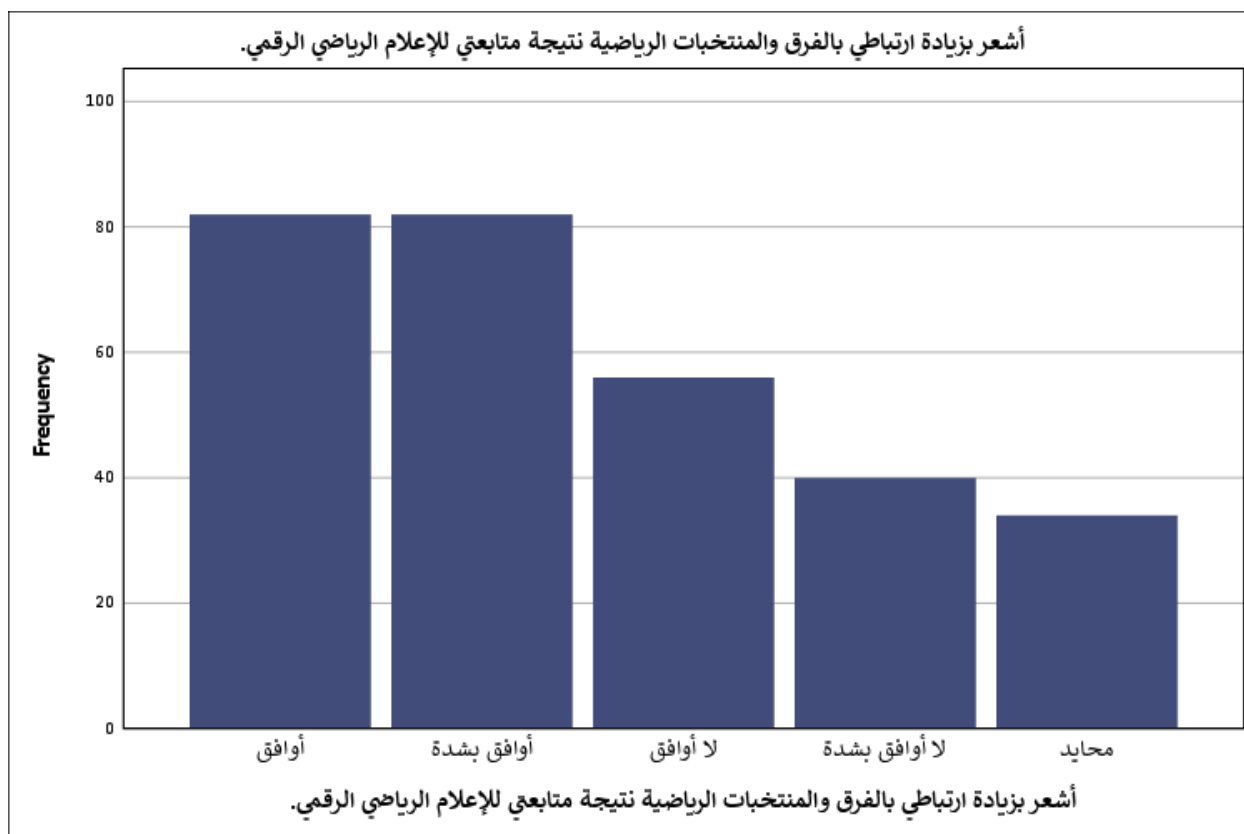
- أشعر بزيادة ارتباطي بالفرق والمنتخبات الرياضية نتيجة متابعتي للإعلام الرياضي الرقمي.

تؤكد نتائج المقياس على تعزيز مشاعر الانتماء والارتباط العاطفي بالفرق والمنتخبات الوطنية بفعل التفاعل الرقمي؛ فقد تساوت فئتا "أوافق" و "أوافق بشدة" بتسجيل 82 مبحوثاً لكل منهما ونسبة 27.9% لكل فئة، ليبلغ المؤيدون 55.8% من الإجمالي. وفي الجانب المقابل، أبدى 56 فرداً عدم موافقتهم بنسبة 19.0%، ورفض بشدة 40 فرداً بنسبة 13.6%، فيما فضل الحياد 34 فرداً بنسبة 11.6%. بلغ المتوسط الحسابي 3.37 بانحراف معياري قدره 1.413 ووسيط استقر عند 4.00 نقاط. يوضح هذا التحليل أن

المنصات الرقمية بما تقدمه من لقطات حصرية وكواليس للاعبين تنجح في تضيق الفجوة بين المشجع وفريقه؛ إلا أن وجود تشتت في الإجابات يشير إلى أن فئات من الجمهور قد تبني انتماءاتها بناء على عوامل تقليدية أسرية أو جغرافية لا تتأثر كثيراً بالوسيط الرقمي. وميدانياً، يدعو ذلك إدارات الاتصال بالأندية والمنتخبات إلى تكثيف المحتوى الإنساني وقصص اللاعبين المهمة، لترسيخ هذا الارتباط وتعميق الهوية الرياضية والولاء لدى المشجعين بكافة فئاتهم.

جدول 19 : التحليل الإحصائي للشعور بزيادة ارتباطي بالفرق والمنتخبات الرياضية نتيجة متابعة للإعلام الرياضي الرقمي.

أشعر بزيادة ارتباطي بالفرق والمنتخبات الرياضية نتيجة متابعة للإعلام الرياضي الرقمي.					
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency		
27.9	27.9	27.9	82	أوافق	Valid
55.8	27.9	27.9	82	أوافق بشدة	
74.8	19.0	19.0	56	لا أوافق	
88.4	13.6	13.6	40	لا أوافق بشدة	
100.0	11.6	11.6	34	محايد	
	100.0	100.0	294	Total	



شكل توضيحي 18 : التمثيل البياني للشعور بزيادة ارتباطي بالفرق والمنتخبات الرياضية نتيجة متابعة للإعلام الرياضي الرقمي.

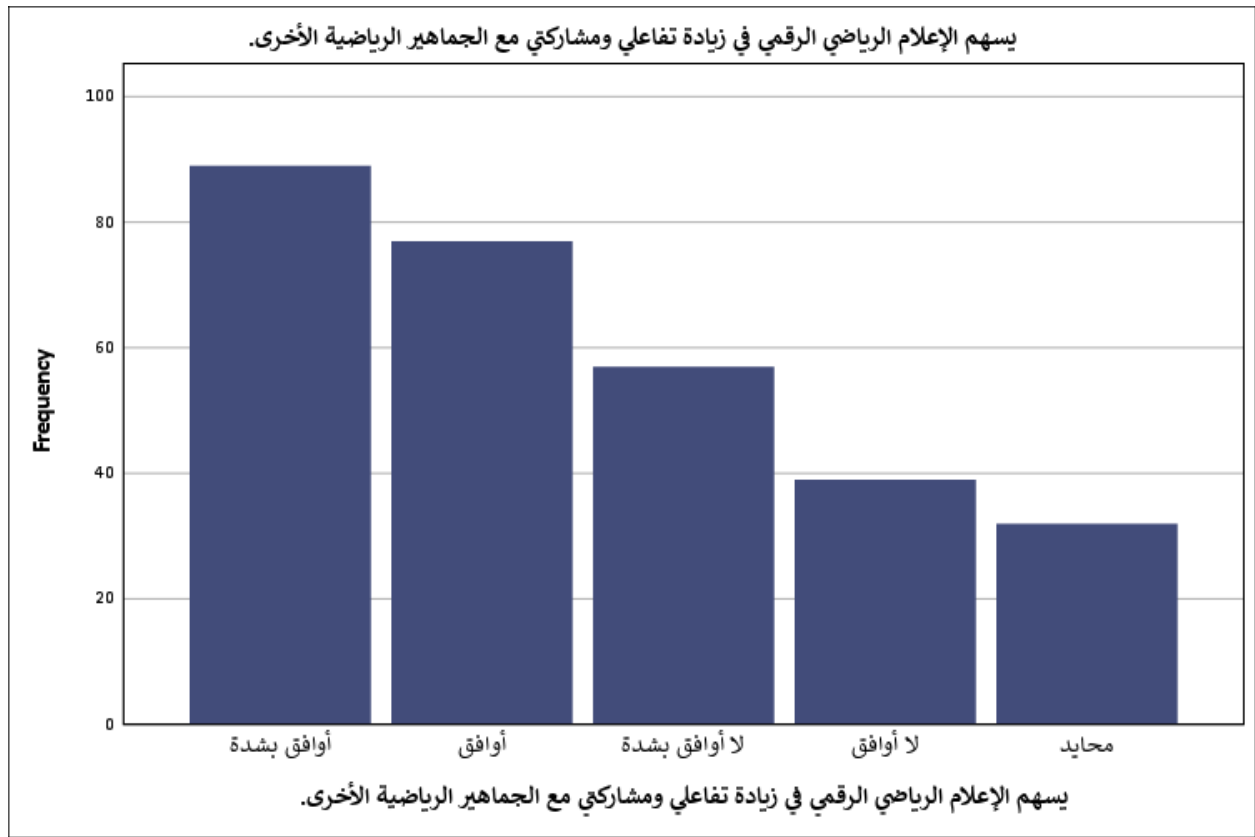
• يسهم الإعلام الرياضي الرقمي في زيادة تفاعلي ومشاركتي مع الجماهير الرياضية الأخرى.

يسجل دور الإعلام الرقمي في خلق شبكات تواصل جماهيرية واسعة معدلات استجابة إيجابية مشجعة؛ حيث عبر 89 مشاركاً عن موافقتهم الشديدة بنسبة 30.3%، ووافق 77 مشاركاً بنسبة 26.2%، لتصل نسبة التأييد إلى 56.5%. وبخلاف ذلك، عارض بشدة 57 مشاركاً بنسبة 19.4%، وعارض 39 مشاركاً بنسبة 13.3%، بينما التزم الحياد 32 مشاركاً بنسبة 10.9%. استقر المتوسط الحسابي عند 3.35 بانحراف معياري مرتفع نسبياً قدره 1.506 ووسيط 4.00 نقاط. يكشف هذا التشتت عن وجود تباين مجتمعي في استغلال المساحات الرقمية للتواصل؛ فالبعض يجد فيها بيئة مثالية لتبادل الآراء وتكوين روابط تشجيعية، بينما يتعد آخرون تجنباً للمشاحنات الرياضية. وتظهر الأهمية التطبيقية لهذه النتيجة في ضرورة استثمار الأندية لهذه التجمعات الافتراضية عبر تدشين مبادرات رقمية ومجتمعات جماهيرية رسمية منضبطة، تسهم في تعزيز التلاحم الجماهيري الرياضي وتحويل التفاعل الرقمي إلى طاقة تشجيعية إيجابية تساند الفرق في الملاعب.

جدول 20 : التحليل الإحصائي لمساهمة الإعلام الرياضي الرقمي في زيادة تفاعلي ومشاركتي مع الجماهير الرياضية الأخرى.

يسهم الإعلام الرياضي الرقمي في زيادة تفاعلي ومشاركتي مع الجماهير الرياضية الأخرى.				
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency	

30.3	30.3	30.3	89	أوافق بشدة	Valid
56.5	26.2	26.2	77	أوافق	
75.9	19.4	19.4	57	لا أوافق بشدة	
89.1	13.3	13.3	39	لا أوافق	
100.0	10.9	10.9	32	محايد	
	100.0	100.0	294	Total	



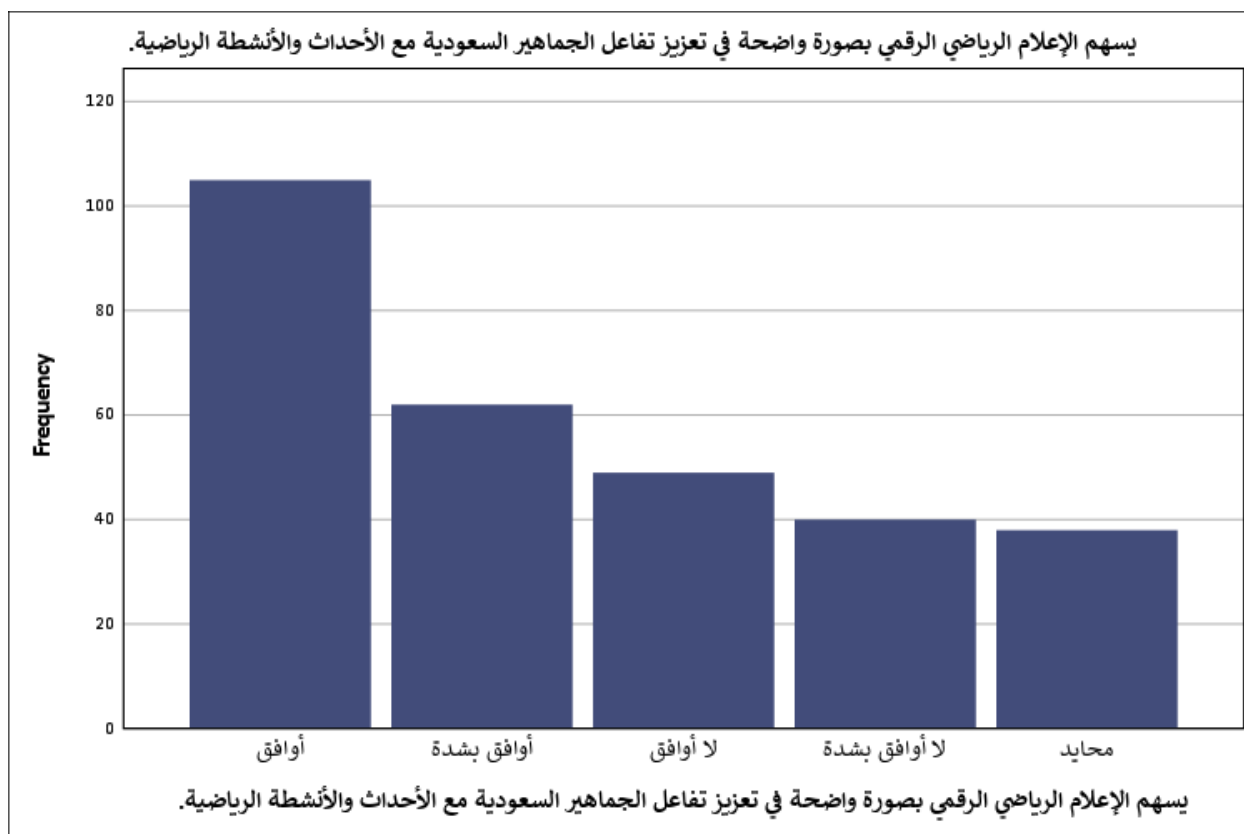
شكل توضيحي 19 : التمثيل البياني لمساهمة الإعلام الرياضي الرقمي في زيادة تفاعلي ومشاركتي مع الجماهير الرياضية الأخرى.

- يسهم الإعلام الرياضي الرقمي بصورة واضحة في تعزيز تفاعل الجماهير السعودية مع الأحداث والأنشطة الرياضية. تحظى العبارة الشاملة حول الدور العام للإعلام الرقمي في تفعيل المشاركة الجماهيرية بثقة وقبول ملحوظين بين المستجيبين؛ حيث جاء خيار "أوافق" في الصدارة مسجلاً 105 تكرارات بنسبة 35.7%، وجاء خيار "أوافق بشدة" مسجلاً 62 تكراراً بنسبة 21.1%، لتبلغ نسبة الموافقة الإجمالية 56.8%. وفي الجانب المعارض، لم يوافق 49 فرداً بنسبة 16.7%، ورفض بشدة 40 فرداً بنسبة 13.6%، فيما استقر 38 فرداً في منطقة الحياد بنسبة 12.9%. بلغ المتوسط الحسابي العام 3.34 بانحراف معياري متزن قدره 1.342

ووسيط 4.00 نقاط، والتواء قدره -0.452. تدل هذه المؤشرات على وجود اتفاق بين أفراد العينة على الأثر المحوري للتحول الرقمي في إنعاش المشهد الرياضي السعودي؛ فالانحراف المعياري المعتدل يبرز تقارباً في الرؤى الداعمة لهذا التأثير. ويشير ذلك عملياً إلى أن الاستراتيجيات الإعلامية الرقمية تسير في الاتجاه الصحيح لدعم الحراك الرياضي، وتتطلب فقط مواصلة التطوير التقني والتجويد المهني للمحتوى لضمان استدامة هذا الزخم التفاعلي بين الجماهير والأنشطة الرياضية الوطنية.

جدول 21 : التحليل الإحصائي لمساهمة الإعلام الرياضي الرقمي بصورة واضحة في تعزيز تفاعل الجماهير السعودية مع الأحداث والأنشطة الرياضية.

يسهم الإعلام الرياضي الرقمي بصورة واضحة في تعزيز تفاعل الجماهير السعودية مع الأحداث والأنشطة الرياضية.					
	Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency	
Valid	35.7	35.7	35.7	105	أوافق
	56.8	21.1	21.1	62	أوافق بشدة
	73.5	16.7	16.7	49	لا أوافق
	87.1	13.6	13.6	40	لا أوافق بشدة
	100.0	12.9	12.9	38	محايد
		100.0	100.0	294	Total



شكل توضيحي 20 : التمثيل البياني لمساهمة الإعلام الرياضي الرقمي بصورة واضحة في تعزيز تفاعل الجماهير السعودية مع الأحداث والأنشطة الرياضية.

• اختبار المصدقية والموثوقية

تبرز نتائج مقياس الثبات والمصدقية كفاءة منهجية فائقة للأداة البحثية المستخدمة في جمع البيانات؛ حيث شملت عمليات المعالجة الإحصائية كامل العينة المكونة من 294 مفردة بنسبة اكتمال بلغت 100.0% ودون استبعاد لأي استجابة. وسجل معامل الاتساق الداخلي (ألفا كرونباخ) قيمة بالغة الارتفاع بلغت 0.929 على إجمالي 20 عبارة مدرجة في الاستبانة. تؤكد هذه القيمة الإحصائية المرتفعة، والتي تتجاوز بكثير الحد الأدنى المقبول أكاديمياً (0.70)، أن عبارات المقياس تتسم بدرجة عالية جداً من التماسك الداخلي والتناغم في قياس الأبعاد المستهدفة. كما يعكس هذا الثبات المرتفع انخفاض نسبة الخطأ المعياري في القياس؛ مما يمنح النتائج الميدانية مصداقية وقابلية عالية للتعميم على المجتمع الرياضي المستهدف. وينعكس هذا التأسيس الإحصائي المتين على الواقع البحثي بإتاحة قاعدة بيانات مستقرة يعتمد عليها صانعو السياسات الرياضية والإعلامية في استقراء مؤشرات التفاعل الجماهيري بدقة، والتأكد من أن الاستنتاجات المبنية على هذا الاستبيان تستند إلى مقياس علمي دقيق وموثوق.

جدول 22 : ملخص التحليلات الإحصائية

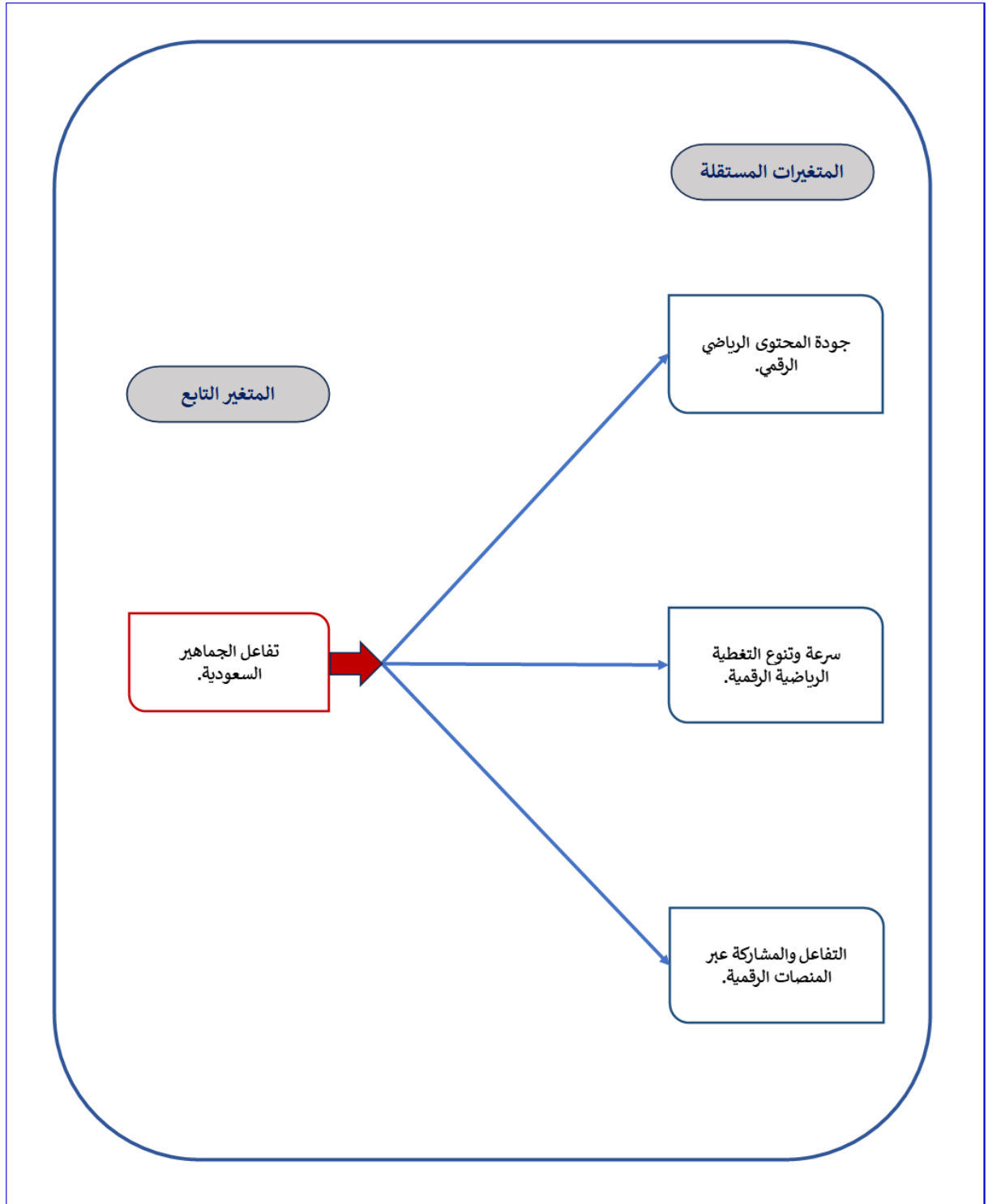
Case Processing Summary		
%	N	

100.0	294	Valid	Cases
.0	0	Excluded ^a	
100.0	294	Total	

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

جدول 23 : اختبار الثبات والموثوقية

Reliability Statistics	
N of Items	Cronbach's Alpha
20	.929



شكل توضيحي 21: متغيرات الدراسة التابعة والمستقلة

• تحليل الجداول المتقاطعة لمتغيرات الدراسة:

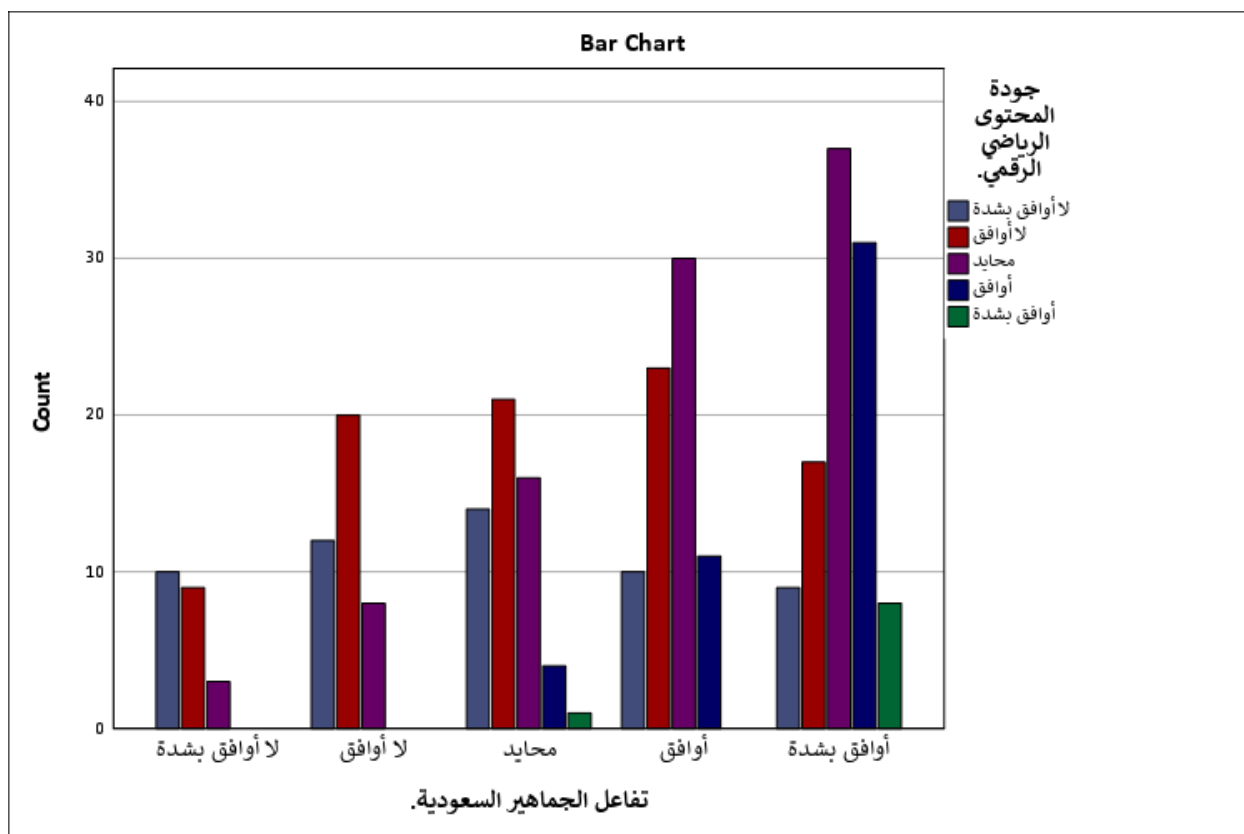
1. اختبار كاي اسكوير للعلاقة بين تفاعل الجماهير السعودية. وجودة المحتوى الرياضي الرقمي.

تكشف نتائج اختبار كاي سكوير للاستقلالية عن وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية مؤكدة بين تفاعل الجماهير ومستوى

جودة المحتوى الرياضي الرقمي؛ حيث بلغت قيمة كاي سكوير بيرسون 76.917 عند درجات حرية 16 ومستوى دلالة إحصائية بلغ 0.000، وهي قيمة أصغر بكثير من مستوى الدلالة المعتمد (0.05). ويدعم ذلك تسجيل نسبة ترجيح احتمالي بلغت 85.680 واقتران خطي بمقدار 62.364 بمستوى دلالة 0.000 أيضاً. وعلى الرغم من وجود 7 خلايا (بنسبة 28.0%) يقل تكرارها المتوقع عن 5، إلا أن قوة الاقتران الخطي ومعنوية الاختبار تؤكدان تماسك العلاقة. تثبت هذه الأرقام إحصائياً أن ارتقاء الجمهور في مستويات التفاعل ليس عشوائياً، بل يقترن بالضرورة بجودة ووضوح المحتوى المقدم. وترجم هذه العلاقة في الواقع العملي بضرورة تركيز المنصات الرياضية على إنتاج محتوى رصين وجذاب ومفيد؛ فالجماهير السعودية تبدي استعداداً تفاعلياً أكبر كلما لمست احترافية وموضوعية في الطرح، مما يجعل الاستثمار في كفاءة المحتوى رافعة أساسية لزيادة المشاركة الرقمية الجماهيرية.

جدول 24 : اختبار كاي اسكوير للعلاقة بين تفاعل الجماهير السعودية. وجودة المحتوى الرياضي الرقمي.

Chi-Square Tests			
Asymptotic Significance (2-sided)	df	Value	
.000	16	76.917 ^a	Pearson Chi-Square
.000	16	85.680	Likelihood Ratio
.000	1	62.364	Linear-by-Linear Association
		294	N of Valid Cases
a. 7 cells (28.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .67.			



شكل توضيحي 22 : المقاييس المتماثلة لتحليل الجداول المتقاطعة للعلاقة بين تفاعل الجماهير السعودية. وجودة المحتوى الرياضي الرقمي.

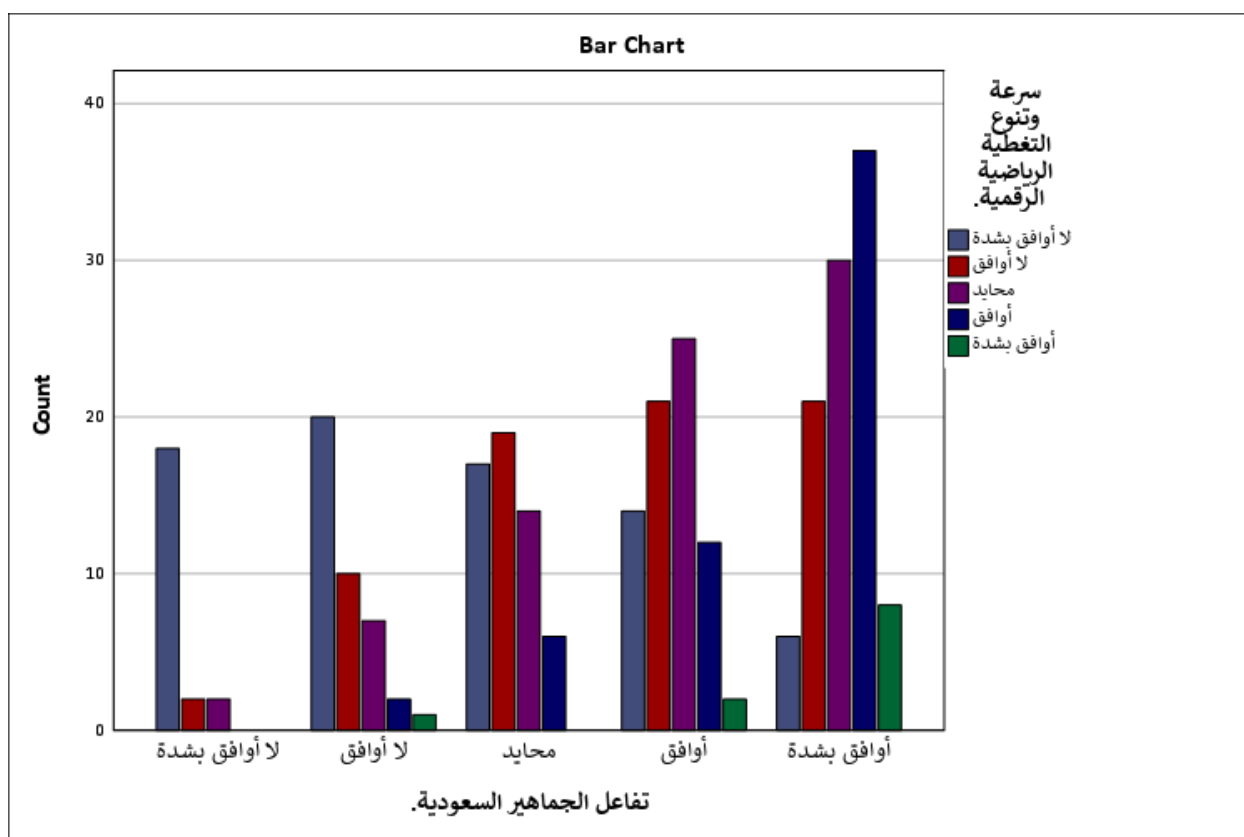
2. اختبار كاي اسكوير للعلاقة بين تفاعل الجماهير السعودية. وسرعة وتنوع التغطية الرياضية الرقمية.

تظهر مخرجات التحليل الإحصائي لاختبار كاي سكوير وجود ارتباط قوي ودال إحصائياً بين مستوى التفاعل وسرعة وتنوع التغطيات الرقمية؛ إذ بلغت قيمة كاي سكوير بيرسون 98.670 عند درجات حرية 16 بمستوى معنوية فائق بلغ 0.000. وتطابقت هذه الدلالة مع نسبة الترجيح الاحتمالي التي بلغت 100.302، وسجل الاقتران الخطي قيمة مرتفعة بلغت 75.613 عند دلالة 0.000، مع وجود 6 خلايا فقط (24.0%) بتكرار متوقع أقل من 5. تعكس هذه المؤشرات الإحصائية العالية الدور الحاسم لعنصري السرعة والتنوع في تحريك مشاعر الجماهير ودفعهم نحو التفاعل اللحظي؛ فالمعلومة السريعة والمحتوى المتعدد يجذبان الانتباه الفوري للمتلقي. وينعكس هذا واقعياً على استراتيجيات النشر لدى الحسابات الرياضية؛ إذ يتطلب الحفاظ على تفاعل مرتفع تغطية المباريات لحظة بلحظة وتقديم وجبات إعلامية متنوعة بين التحليل والصورة والخبر العاجل، لتلبية الشغف الجماهيري المتسارع وتعزيز الحضور التفاعلي للمنصات في المشهد الرياضي.

جدول 25 : اختبار كاي اسكوير للعلاقة بين تفاعل الجماهير السعودية. وسرعة وتنوع التغطية الرياضية الرقمية.

Chi-Square Tests			
Asymptotic Significance (2-sided)	df	Value	

.000	16	98.670 ^a	Pearson Chi-Square
.000	16	100.302	Likelihood Ratio
.000	1	75.613	Linear-by-Linear Association
		294	N of Valid Cases
a. 6 cells (24.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .82.			



شكل توضيحي 23 : المقاييس المتماثلة لتحليل الجداول المتقاطعة للعلاقة بين تفاعل الجماهير السعودية. وسرعة وتنوع التغطية الرياضية الرقمية.

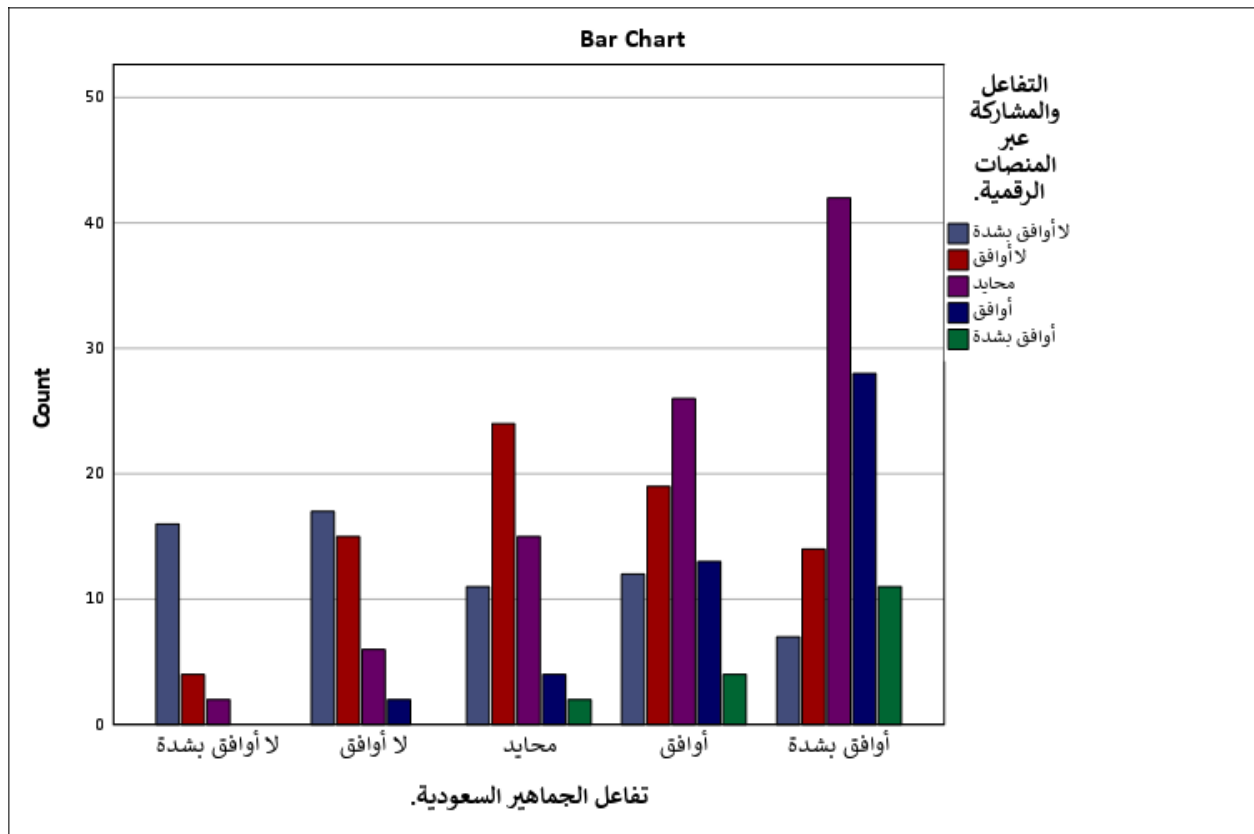
3. اختبار كاي اسكوير للعلاقة بين تفاعل الجماهير السعودية. والتفاعل والمشاركة عبر المنصات الرقمية.

تؤكد نتائج اختبار كاي سكوير الارتباط الوثيق والبدال إحصائياً بين تفاعل الجماهير وممارسات المشاركة الفعلية عبر المنصات الرقمية؛ حيث سجلت قيمة بيرسون لكاي سكوير 98.225 بدرجات حرية 16 ومستوى دلالة إحصائية بلغ 0.000. وجاءت نسبة الترجيح الاحتمالي بحدود 97.986، بينما حقق الاقتران الخطي المباشر 75.403 بمستوى معنوية 0.000، مع انحصار الخلايا ذات التكرار المتوقع الأقل من 5 في 6 خلايا فقط بنسبة 24.0%. تثبت هذه النتيجة الإحصائية تلازم السلوك التفاعلي الجماهيري العام

مع نشاط التعليق وإعادة النشر والمناقشة؛ فالتفاعل لا يبقى مجرد شعور ذهني بل يترجم عملياً عبر أضرار المنصات. وتبرز الدلالة التطبيقية لهذا الارتباط في توجيه المؤسسات الرياضية نحو تصميم منشورات تفاعلية محفزة كطرح الأسئلة المفتوحة وتصويتات الجماهير، إذ إن إتاحة أدوات التشارك تعزز من ارتباط المشجعين بالمنصات وترفع من تصنيف تلك الحسابات في خوارزميات الانتشار الرقمي.

جدول 26 : اختبار كاي اسكوير للعلاقة بين تفاعل الجماهير السعودية. والتفاعل والمشاركة عبر المنصات الرقمية.

Chi-Square Tests			
Asymptotic Significance (2-sided)	df	Value	
.000	16	98.225 ^a	Pearson Chi-Square
.000	16	97.986	Likelihood Ratio
.000	1	75.403	Linear-by-Linear Association
		294	N of Valid Cases
a. 6 cells (24.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.27.			



شكل توضيحي 24 : المقاييس المتماثلة لتحليل الجداول المتقاطعة للعلاقة بين تفاعل الجماهير السعودية. والتفاعل والمشاركة عبر المنصات الرقمية.

● اختبار الانحدار المتعدد لمتغيرات الدراسة

تكشف نتائج نموذج الانحدار الخطي المتعدد عن قدرة تفسيرية عالية للمتغيرات المستقلة في التنبؤ بتفاعل الجماهير السعودية؛ حيث سجل معامل الارتباط المتعدد (R) قيمة قوية بلغت 0.671، وبلغ معامل التحديد (R Square) 0.451، مع معامل تحديد معدل بلغ 0.445 وخطأ معياري للتقدير قدره 0.956. ويدعم جودة النموذج اختبار التباين (ANOVA) الذي سجل قيمة (F) بلغت 79.265 بمستوى دلالة إحصائية 0.000، ناتجة عن مجموع مربعات انحدار قدره 217.156 مقابل مجموع مربعات للبواقي بلغ 264.831 عند درجات حرية 3 للانحدار و290 للبواقي. وعلى صعيد المعاملات الفردية، جاءت سرعة وتنوع التغطية في مقدمة المتغيرات الأكثر تأثيراً بمعامل انحدار معياري بيتا (Beta) قدره 0.347 وقيمة (t) بلغت 7.444 ودلالة 0.000، تلاها التفاعل والمشاركة ببيتا بلغت 0.289 وقيمة (t) قدرها 5.938، ثم جودة المحتوى ببيتا بلغت 0.277 وقيمة (t) قدرها 5.876 عند دلالة 0.000، مع ثبات حد القاطع عند 1.030 بقيمة (t) بلغت 5.695. كما يبين شكل انتشار البواقي ومصفوفة الانتشار عشوائية التوزيع واستيفاء شرطي الخطية والتباين المتجانس دون تشوهات بيانية بارزة. وترجم هذه النتائج حقيقة أن سرعة التغطية وتنوعها تمثل المحرك الأساسي الأول لرفع التفاعل بنسبة 45.1% مفسرة من التباين الكلي، مما يوجه البوصلة الاستثمارية للإعلام الرياضي نحو تقنيات البث اللحظي

والتغطيات المتشعبة لضمان أعلى مستويات الاستجابة والتفاعل الجماهيري.

جدول 27 : ملخص النموذج

Model Summary ^b				
Std. Error of the Estimate	Adjusted R Square	R Square	R	Model
.956	.445	.451	.671 ^a	1
a. Predictors: (Constant), التغطية الرياضية الرقمية, جودة المحتوى الرياضي الرقمي.				
b. Dependent Variable: تفاعل الجماهير السعودية.				

جدول 28 : تحليل التباين

ANOVA ^a						
Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	Model	
.000 ^b	79.265	72.385	3	217.156	Regression	1
		.913	290	264.831	Residual	
			293	481.986	Total	
a. Dependent Variable: تفاعل الجماهير السعودية.						
b. Predictors: (Constant), سرعة وتنوع التفاعل والمشاركة عبر المنصات الرقمية. التغطية الرياضية الرقمية. جودة المحتوى الرياضي الرقمي.						

جدول 29 : معاملات تحليل الانحدار المتعدد

Coefficients ^a					
Sig.	t	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		Model
		Beta	Std. Error	B	
.000	5.695		.181	1.030	(Constant)
.000	5.876	.277	.057	.335	جودة المحتوى الرياضي الرقمي.
.000	7.444	.347	.051	.379	سرعة وتنوع التغطية الرياضية الرقمية.

.000	5.938	.289	.054	.320	التفاعل والمشاركة عبر المنصات الرقمية.	
Dependent Variable: a. تفاعل الجماهير السعودية.						

خاتمة

في ختام هذه الدراسة التي تناولت موضوع الإعلام الرياضي الرقمي وانعكاساته على تفاعل الجماهير السعودية، يمكن القول إن التطور الكبير الذي شهده قطاع الإعلام والاتصال خلال السنوات الأخيرة أسهم في إحداث تغييرات جوهرية في طبيعة العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور، وأصبح الإعلام الرقمي أحد أهم المصادر التي يعتمد عليها الأفراد في الحصول على الأخبار والمعلومات ومتابعة الأحداث المختلفة، ومن بينها الأحداث الرياضية.

وقد أصبح الإعلام الرياضي الرقمي حاضرًا بصورة واضحة في المشهد الرياضي السعودي، خصوصًا مع الانتشار الواسع لمنصات التواصل الاجتماعي وتزايد اهتمام الجمهور بالرياضة والأندية والمنتخبات والمسابقات المحلية والدولية. فلم تعد متابعة الأخبار الرياضية مرتبطة بالوسائل الإعلامية التقليدية فقط، بل أصبح الجمهور قادرًا على الوصول إلى المعلومة الرياضية في أي وقت ومن أي مكان، وبصورة أسرع وأكثر تفاعلية.

ومن خلال هذه الدراسة، يتضح أن المنصات الرقمية أسهمت في تغيير طبيعة المتابعة الرياضية لدى الجماهير السعودية، حيث أصبح الجمهور يبحث عن الأخبار العاجلة، والتحديثات المستمرة، والتصريحات، والصور، ومقاطع الفيديو، والتحليلات والمحتويات المختلفة التي تقدمها الحسابات الرياضية والأندية والجهات الرسمية والإعلاميون. كما أن أهمية الإعلام الرياضي الرقمي لا تقتصر على سرعة نقل المعلومات، وإنما تمتد إلى إتاحة مساحة واسعة للجمهور للتفاعل والمشاركة والتعبير عن آرائه، سواء من خلال التعليقات أو الإعجاب أو المشاركة وإعادة النشر أو الدخول في النقاشات المتعلقة بالأحداث الرياضية. وهذا الأمر أسهم في جعل الجمهور عنصرًا فاعلاً في العملية الإعلامية، بعد أن كان دوره في السابق يقتصر بدرجة أكبر على استقبال الرسائل الإعلامية.

وأظهرت الدراسة كذلك أن المحتوى الرياضي المتنوع، وخاصة المحتوى المرئي من الصور ومقاطع الفيديو والتغطيات المباشرة، أصبح من العناصر المهمة في جذب اهتمام الجمهور وزيادة مستوى تفاعله. كما أن سرعة تحديث الأخبار وتقديم المعلومات بصورة مستمرة أصبحت من العوامل التي تمنح المنصات الرقمية قدرة أكبر على استقطاب الجمهور والمحافظة على متابعته.

وفي المقابل، يفرض هذا التطور تحديات مهمة على الإعلام الرياضي، من أبرزها ضرورة المحافظة على المصداقية والدقة والموضوعية، خصوصًا مع سرعة انتشار الأخبار والشائعات عبر المنصات الرقمية، وسهولة تداول المعلومات قبل التأكد من صحتها. ولذلك أصبحت مسؤولية المؤسسات الإعلامية والرياضية أكبر في التحقق من المعلومات، والاعتماد على المصادر الموثوقة، وتقديم محتوى يحافظ على ثقة الجمهور.

كما أن الأندية والاتحادات والجهات الرياضية أصبحت أمام فرصة كبيرة للاستفادة من الإعلام الرقمي في بناء علاقة أكثر قربًا واستمرارية مع جماهيرها، من خلال تقديم محتوى احترافي ومتجدد، والاستماع إلى آراء الجمهور واحتياجاته، والتفاعل معه بصورة مباشرة، بما يسهم في تعزيز الانتماء والارتباط بالمؤسسة الرياضية.

وتبرز أهمية ذلك بشكل أكبر في ظل التطور الكبير الذي يشهده القطاع الرياضي في المملكة العربية السعودية، وما يصاحبه من اهتمام متزايد بالإعلام الرياضي وصناعة المحتوى الرقمي. إذ أصبح من الضروري أن تواكب المؤسسات الرياضية هذا التطور من خلال تطوير إدارتها الإعلامية، والاستثمار في الكفاءات المتخصصة، واستخدام التقنيات الحديثة في إنتاج المحتوى الرياضي ونشره.

ومن جانب آخر، فإن مستقبل الإعلام الرياضي الرقمي يرتبط بصورة كبيرة بقدرته على مواكبة تطلعات الجمهور، خاصة مع ظهور تقنيات جديدة وتغير أنماط استهلاك المحتوى الإعلامي. ولذلك فإن تطوير المحتوى، والاهتمام بجودة الصورة والفيديو، وسرعة التغطية، واستخدام البيانات والتحليلات، وفهم اهتمامات الجمهور، كلها عوامل يمكن أن تسهم في بناء إعلام رياضي رقمي أكثر تأثيرًا وفاعلية.

وبناءً على ما سبق، يمكن التأكيد على أن الإعلام الرياضي الرقمي أصبح شريكًا أساسيًا في صناعة المشهد الرياضي السعودي، ولم يعد مجرد وسيلة لنقل الأخبار، بل أصبح منصة للتواصل والتفاعل وصناعة الرأي الرياضي، ووسيلة مهمة لتعزيز العلاقة بين الجمهور والمؤسسات الرياضية.

وفي ضوء ذلك، توصي الدراسة بضرورة استمرار المؤسسات الرياضية والإعلامية في تطوير منصاتها الرقمية، والاهتمام بجودة المحتوى ومصادقيته، وتنويع أساليب التقديم بما يتناسب مع اهتمامات الجماهير، إلى جانب تدريب العاملين في المجال الإعلامي الرياضي على استخدام الأدوات والتقنيات الرقمية الحديثة.

كما توصي بالاهتمام بصورة أكبر بدراسة سلوك الجمهور الرياضي السعودي واحتياجاته وتفضيلاته، والاستفادة من نتائج هذه الدراسات في تطوير المحتوى الإعلامي، بما يحقق تواصلًا أكثر فاعلية ويعزز من مستوى التفاعل والمشاركة.

وفي الختام، فإن هذه الدراسة تمثل محاولة لفهم أحد الموضوعات المهمة في الإعلام المعاصر، والمتمثل في العلاقة بين الإعلام الرياضي الرقمي والجمهور السعودي، وهي علاقة تتطور باستمرار مع تطور التكنولوجيا وتغير سلوك المستخدمين. ومن المتوقع أن يستمر الإعلام الرياضي الرقمي في لعب دور أكبر خلال المرحلة المقبلة، وأن تتوسع مساحته وتأثيره مع استمرار التحول الرقمي والنمو المتسارع للقطاع الرياضي في المملكة.

ويبقى نجاح الإعلام الرياضي الرقمي مرتبطًا بقدرته على تحقيق التوازن بين السرعة والمصادقية، وبين التغطية والتفاعل، وبين نقل الحدث وصناعة تجربة إعلامية متكاملة للجمهور، بما يسهم في بناء إعلام رياضي سعودي أكثر احترافية وتأثيرًا، وقادرًا على مواكبة المستقبل وتحقيق تطلعات الجماهير.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية

- قراد، ع. (2023). الإعلام الرياضي عبر منصات التواصل الاجتماعي: دراسة في الأهمية والأدوار . مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، 7 (1)، 236 – 251 .
- المقيد، ن. س. (2024). اتجاهات الجمهور السعودي نحو التسويق الرقمي لخدمات الأندية الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي *Journal of Arts, Literature, Humanities and Social Sciences*, 99، 59 – 80 . <https://doi.org/10.33193/JALHSS.99.2024.970>
- العصيمي، م. ن. (2024). تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز صورة المملكة العربية السعودية كوجهة رياضية عالمية *Journal of Arts, Literature, Humanities and Social Sciences*, 99، 351 – 388 . <https://doi.org/10.33193/JALHSS.99.2024.983>
- عبد الله، س. أ. (2024). دوافع استخدام الجمهور الرياضي للمواقع الإخبارية الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي .الباحث الإعلامي، 16 (65)، 54 – 85 . <https://doi.org/10.33282/abaa.v16i65.1222>
- مجرلو، ع. (2025). الإعلام الرياضي في الفضاء الرقمي: التحديات والفرص.

ثانياً: المراجع الأجنبية

- Abeza, G., O'Reilly, N., & Reid, I. (2013). Relationship marketing and social media in sport. *International Journal of Sport Communication*, 6(2), 120–142. <https://doi.org/10.1123/ijsc.6.2.120>
- Ante, L., Saggiu, A., Schellinger, B., & Wazinski, F. P. (2024). Voting participation and engagement in blockchain-based fan tokens. *Electronic Markets*, 34(1), Article 26. <https://doi.org/10.1007/s12525-024-00709-z>
- Doyle, J. P., Filo, K., McDonald, H., & Funk, D. C. (2013). Exploring sport brand double jeopardy: The link between team market share and attitudinal loyalty. *Sport Management Review*, 16(4), 447–460. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2012.11.001>
- Lianopoulos, Y., Tzoumaka, E., Stamnas, D., & Theodorakis, N. D. (2025). Investigating fans' social media engagement with their favorite football team:

The role of sport involvement, team identification, and subjective perceptions of performance. *Sport Marketing Quarterly*, 34(3), 269–285.

<https://doi.org/10.1177/10616934251383730>

- Vale, L., & Fernandes, T. (2018). Social media and sports: Driving fan engagement with football clubs on Facebook. *Journal of Strategic Marketing*, 26(1), 37–55. <https://doi.org/10.1080/0965254X.2017.1359655>

الملاحق

ملحق الاستبيان

عزيزي المشارك/عزيزتي المشاركة،

يأتي هذا الاستبيان ضمن متطلبات دراسة بعنوان (الإعلام الرياضي الرقمي وانعكاساته على تفاعل الجماهير السعودية)، ويهدف إلى التعرف على أنماط استخدام الجماهير السعودية للإعلام الرياضي الرقمي، ومدى تفاعلهم مع المحتوى الرياضي المنشور عبر المنصات الرقمية، وأبرز المنصات المستخدمة في متابعة الأخبار والمستجدات الرياضية.

تُستخدم البيانات التي يتم جمعها لأغراض البحث العلمي فقط، وتُعامل جميع الإجابات بسرية تامة، ولا تُستخدم إلا في إطار أهداف الدراسة.

حجم عينة الدراسة: 294 مفردة من الجماهير الرياضية في مدينة الرياض.

الباحث: إبراهيم حبيب الصفواني

العام 2026 :

أولاً: البيانات

1. الجنس:

- ذكر
- أنثى

2. العمر:

- أقل من 20 سنة
- 20-29 سنة
- 30-39 سنة
- 40-49 سنة
- 50 سنة فأكثر

3. المستوى التعليمي:

- ثانوي فأقل
- دبلوم
- بكالوريوس
- دراسات عليا

ثانياً: استخدام الإعلام الرياضي الرقمي

4. ما مدى متابعتك للمحتوى الرياضي عبر المنصات الرقمية؟
5. كم مرة تتابع الأخبار والمستجدات الرياضية رقمياً؟
6. ما المنصة الرقمية التي تعتمد عليها بشكل أكبر في متابعة المحتوى الرياضي؟
7. ما نوع المحتوى الرياضي الذي تفضله عبر المنصات الرقمية؟

ثالثاً: دوافع متابعة الإعلام الرياضي الرقمي

8. أتابع الإعلام الرياضي الرقمي للحصول على الأخبار الرياضية بشكل سريع.
9. أتابع المنصات الرقمية لمعرفة آخر المستجدات الرياضية.

10. أتابع المحتوى الرياضي الرقمي لمتابعة أخبار الأندية واللاعبين.
11. أتابع المحتوى الرياضي الرقمي بسبب سهولة الوصول إليه.
12. أفصل المحتوى الرياضي الرقمي لتنوع أشكاله بين النص والصورة والفيديو.

رابعًا: تفاعل الجماهير مع المحتوى الرياضي الرقمي

13. أتفاعل مع المحتوى الرياضي من خلال الإعجاب.
14. أشارك في التعليق على المنشورات الرياضية.
15. أقوم بإعادة نشر المحتوى الرياضي الذي أراه مهمًا.
16. أشارك الأخبار والمحتوى الرياضي مع الآخرين.
17. أعبر عن رأيي في القضايا والأحداث الرياضية عبر المنصات الرقمية.
18. أشارك في النقاشات الرياضية التي تدور عبر المنصات الرقمية.

خامسًا: العوامل المؤثرة في التفاعل

19. سرعة نشر الأخبار تؤثر في متابعتي للمحتوى الرياضي الرقمي.
20. مصداقية المعلومات تؤثر في تفاعلي مع المحتوى الرياضي.
21. موثوقية المصدر تشجعني على متابعة المحتوى الرياضي.
22. استخدام الصور ومقاطع الفيديو يزيد من اهتمامي بالمحتوى الرياضي.
23. جودة المحتوى الرياضي تشجعني على التفاعل والمشاركة.
24. إمكانية التواصل المباشر مع الأندية والجهات الرياضية تزيد من تفاعلي.