

خطة بحثية مقدمة لدرجة البكالوريوس في الإعلام الرقمي "16"

" اثر استخدام المنصات الرقمية على الجمهور الرياضي السعودي " "18"

إعداد: معتصم ماجد سعد "16"

الرقم الأكاديمي: 222001232

إشراف: "16"

د. توفيق عمري

"13" 2026

Midocean University

College of Media and Marketing

Bachelor of Digital Media

A Research Proposal Submitted in Partial Fulfillment of the
Requirements for the Bachelor of Digital Media

Title the study

**"The impact of the use of digital platforms on the level of
interaction among the Saudi sports audience"**

Prepared by: moutasem majed saad

ID:222001232

Supervised by:

Dr. Tewfik amri

فهرس المحتويات	
الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة	
1. إشكالية الدراسة	
2. أسباب اختيار موضوع الدراسة	
3. أهداف الدراسة	
4. أهمية الدراسة	
5. تحديد المفاهيم والمصطلحات	
6. المنهج المستخدم وأدواته	
7. مجتمع البحث والعينة	
8. قائمة مراجع مختصرة	

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

تمهيد

شهدت البيئة الإعلامية الرقمية تحولاً كبيراً في طريقة استهلاك الجمهور للمحتوى الرياضي، حيث أصبحت المنصات الرقمية (مثل منصات التواصل الاجتماعي وتطبيقات الأندية والاتحادات والمنصات المرئية) قناة رئيسية لمتابعة الأخبار والنتائج والتحليلات والتفاعل مع الأندية واللاعبين. ويكتسب هذا التحول أهمية أكبر في السعودية في ظل ارتفاع مستويات الاتصال الرقمي؛ إذ تشير بيانات عام 2025 إلى وصول استخدام الإنترنت إلى 99% تقريباً، ووجود 34.1 مليون هوية مستخدم على شبكات التواصل الاجتماعي في يناير 2025. كما أظهرت مؤشرات رسمية أن انتشار الإنترنت في السعودية بلغ 99%، وأن الهاتف المحمول هو الجهاز الأكثر استخداماً لتصفح الإنترنت. وانطلاقاً من ذلك، تسعى هذه الدراسة إلى فهم أثر استخدام المنصات الرقمية على الجمهور الرياضي السعودي من حيث التفاعل، والانتماء/الولاء، والسلوكيات المرتبطة بالمحتوى الرياضي.

أولاً: إشكالية الدراسة

أصبح الجمهور الرياضي اليوم أكثر من مجرد "متلقٍ" للمحتوى؛ إذ تتيح المنصات الرقمية تفاعلات فورية، ومشاركة واسعة، وتشكيل آراء واتجاهات وسلوكيات مرتبطة بالرياضة (مثل التعليق والمشاركة وصناعة المحتوى والشراء المرتبط بالأندية). وتشير الأدبيات إلى أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال تسهم في تسهيل الروابط الاجتماعية بين الجماهير والمنظمات الرياضية، وأن خصائص التفاعل عبر الوسائط الرقمية ترتبط بزيادة اندماج الجمهور (Fan Engagement).

كما توضح دراسات في مجال إدارة الرياضة أن التفاعلية عبر وسائل التواصل يمكن أن تعزز العلاقات الشخصية مع المشجعين وتدعم الولاء والهوية والانتماء، وأن المشاركة لم تعد محصورة بالحضور في الملعب بل تمتد إلى المشاركة عبر التعليق والمشاركة والتفاعل الرقمي. وفي سياق آخر، تناقش دراسات حديثة أن شدة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى الجماهير قد ترتبط بسلوكيات استهلاكية مثل زيادة الميل لبعض أنماط الشراء (بحسب السياق) نتيجة التفاعلية والأنية وارتباطها بالولاء العاطفي.

مشكلة الدراسة تتحدد في وجود انتشار واسع لاستخدام المنصات الرقمية في السعودية، يقابله حاجة بحثية لفهم:

- كيف يؤثر هذا الاستخدام على الجمهور الرياضي السعودي معرفياً (المعلومات)، ووجدانياً (الاتجاهات والانتماء)، وسلوكياً (التفاعل، المتابعة، وربما بعض السلوكيات الشرائية المرتبطة بالرياضة).
- ما طبيعة هذا الأثر وفق اختلاف مستوى الاستخدام ونوع المنصة (تواصل اجتماعي/منصات فيديو/تطبيقات رسمية...).

صياغة الإشكالية

تتمثل إشكالية الدراسة في التساؤل حول مدى تأثير استخدام المنصات الرقمية على الجمهور الرياضي السعودي، وما إذا كان هذا الاستخدام يسهم في رفع مستوى التفاعل والانخراط والولاء الرياضي، أو ينعكس على أنماط المتابعة والسلوك الرقمي المرتبط بالرياضة.

سؤال الدراسة الرئيس

ما أثر استخدام المنصات الرقمية على الجمهور الرياضي السعودي؟

أسئلة فرعية

1. ما أكثر المنصات الرقمية استخدامًا لدى الجمهور الرياضي السعودي لمتابعة المحتوى الرياضي؟
2. ما دوافع استخدام الجمهور للمنصات الرقمية في المجال الرياضي (إشباع معلوماتي/ترفيهي/انتماء/تواصل...)، بالاستناد إلى منطق "الاستخدامات والإشباع" الذي ينظر للجمهور كطرف نشط في اختيار الوسيلة لتحقيق حاجاته؟
3. هل يرتبط الاستخدام المرتفع للمنصات الرقمية بارتفاع الانتماء/الولاء للأندية أو اللاعبين؟ (تستند الفكرة إلى أن الهوية الجماعية والانتماء للمجموعة قد يتعزز في سياقات التنافس والاصطفاف الجماعي).

ثانيًا: أسباب اختيار موضوع الدراسة

1. واقع التحول الرقمي في السعودية وارتفاع انتشار الإنترنت واستخدام الهواتف الذكية كوسيلة رئيسية للتصفح، ما يجعل أثر المنصات الرقمية موضوعًا شديد الارتباط بالواقع.
2. الحضور المتزايد للرياضة في الفضاء الرقمي من خلال حسابات الأندية واللاعبين وصناع المحتوى الرياضي، وتأثير ذلك على تشكيل اتجاهات الجمهور.
3. أهمية الجمهور الرياضي كعنصر محوري في صناعة الرياضة (الاهتمام، المتابعة، التفاعل، السمعة، والولاء).
4. وجود حاجة بحثية محلية لفهم طبيعة "الأثر" في البيئة السعودية تحديدًا، لأن كثيرًا من الدراسات المنشورة تكون في سياقات مختلفة ثقافيًا (مثل السياق الأوروبي أو الآسيوي) ما يستدعي فحص الظاهرة محليًا.
5. إمكانية أن تقدم نتائج الدراسة مؤشرات عملية للأندية والاتحادات والجهات الإعلامية الرياضية لتحسين استراتيجيات المحتوى والتفاعل الرقمي.

ثالثًا: أهداف الدراسة

الهدف العام

التعرّف على أثر استخدام المنصات الرقمية على الجمهور الرياضي السعودي.

الأهداف التفصيلية

1. رصد أنماط استخدام الجمهور الرياضي السعودي للمنصات الرقمية (التكرار، المدة، نوع المنصة).
2. تحديد دوافع الاستخدام (معلومات/ترفيه/تواصل/تعزيز الانتماء...).
3. قياس مستوى التفاعل الرقمي لدى الجمهور الرياضي (تفاعل بسيط/تفاعل عميق/مشاركة وصناعة محتوى).
4. قياس أثر الاستخدام على بعض المخرجات المحتملة مثل:
 - درجة الانخراط/الاندماج مع المحتوى الرياضي.
 - الولاء/الانتماء (العاطفي والسلوكي).

5. معرفة الفروق في الأثر تبعًا للمتغيرات الديموغرافية (العمر، الجنس...) ونوع الاهتمام الرياضي.

رابعًا: أهمية الدراسة

الأهمية العلمية

1. الإسهام في إثراء المعرفة المتعلقة بتأثيرات المنصات الرقمية على الجمهور في المجال الرياضي، بالاستفادة من أدبيات تشير إلى دور التفاعل الرقمي في تعزيز الاندماج والولاء .
2. توظيف منطلقات نظرية مناسبة لتفسير السلوك الإعلامي للجمهور مثل "الاستخدامات والإشباع" التي تركز على نشاط الجمهور في اختيار الوسيلة لتحقيق حاجاته .
3. دعم البحث المحلي في السعودية ببيانات ميدانية حول الجمهور الرياضي في بيئته الثقافية والإعلامية الخاصة.

الأهمية التطبيقية

1. مساعدة الأندية والجهات الرياضية في تحسين إدارة المحتوى والتفاعل عبر المنصات الرقمية لرفع جودة العلاقة مع الجمهور .
2. تقديم مؤشرات للجهات الإعلامية حول خصائص المنصات الأكثر تأثيرًا وأنماط استهلاك الجمهور للمحتوى .
3. دعم صناع القرار في تطوير حملات رقمية تراعي خصائص الجمهور السعودي واتجاهاته.

خامسًا: تحديد المفاهيم والمصطلحات

1) المنصات الرقمية (Digital/Online Platforms)

- تعريف نظري: تُعرّف منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD) المنصة/الخدمة الرقمية (المنصة الإلكترونية) بأنها خدمة رقمية تسهل التفاعلات بين مجموعتين أو أكثر من المستخدمين المتميزين ولكن المتبادلين الاعتماد (شركات أو أفراد) عبر الإنترنت .
- تعريف إجرائي: يقصد بها القنوات الرقمية التي يستخدمها الجمهور الرياضي السعودي لمتابعة المحتوى الرياضي والتفاعل معه، مثل: منصات التواصل الاجتماعي، منصات الفيديو، التطبيقات/المواقع الرسمية للأندية والاتحادات، والمنصات المرئية.

2) استخدام المنصات الرقمية

- تعريف إجرائي: درجة تواتر وتنوع استخدام الفرد للمنصات الرقمية في المجال الرياضي، ويقاس عبر مؤشرات مثل: (عدد الأيام أسبوعيًا، متوسط الوقت اليومي، نوع المنصات، نوع النشاط: مشاهدة/تعليق/مشاركة...).

3) الجمهور الرياضي السعودي

- تعريف إجرائي: الأفراد داخل السعودية الذين لديهم اهتمام بمتابعة الرياضة (خصوصًا منافسات/أندية/لاعبين) ويستخدمون المنصات الرقمية للحصول على محتوى رياضي أو التفاعل معه.

4) التفاعل الرقمي (Digital Interaction/Engagement)

- **تعريف نظري داعم:** تشير أدبيات إدارة الرياضة إلى أن الاندماج/التفاعل أصبح متعدد الأبعاد (عاطفي/معرفي/سلوكي)، ويتجلى رقمياً في المشاركة عبر التعليق والمشاركة وصناعة المحتوى وغيرها.
- **تعريف إجرائي:** يُقاس بمستوى قيام المبحوث بسلوكيات مثل: الإعجاب، التعليق، إعادة النشر/المشاركة، المشاركة في التصويت/البث المباشر، إنتاج محتوى رياضي.

5) الولاء/الانتماء الرياضي

- **تعريف نظري داعم:** توضح دراسات الولاء الرياضي أنه يتضمن جانباً عاطفياً (ارتباط/هوية) وجانباً سلوكياً (متابعة متكررة، دعم، شراء...)، وأن التفاعلية الرقمية قد تكون من العوامل الداعمة له.
- **تعريف إجرائي:** يُقاس عبر عبارات مقياس ليكرت حول الالتزام بالنادي/اللاعب، الاستمرار في المتابعة، الدفاع عنه، توصية الآخرين بمتابعته... إلخ.

6) الأثر (Impact/Effect)

- **تعريف إجرائي:** التغير/الاختلاف الذي يمكن رصده في معارف واتجاهات وسلوكيات الجمهور الرياضي السعودي نتيجة استخدام المنصات الرقمية، ويقاس إحصائياً عبر العلاقة بين متغيرات الاستخدام ومؤشرات التفاعل/الولاء/المتابعة.

سادساً: المنهج المستخدم وأدواته

1) منهج الدراسة

تعتمد الدراسة على **المنهج الوصفي – التحليلي**؛ لأنه الأنسب لوصف ظاهرة استخدام المنصات الرقمية لدى الجمهور الرياضي السعودي، ثم تحليل العلاقة بين مستوى الاستخدام وبعض المؤشرات (التفاعل/الولاء...)، وهو منهج شائع في الدراسات التي تستخدم **تصميم المسح (Survey)**.

2) أداة جمع البيانات

الاستبانة الإلكترونية (**Questionnaire**) هي الأداة الأساسية، وتُقسم (مقترحاً) إلى:

1. بيانات ديموغرافية: العمر، الجنس، المنطقة، مستوى التعليم...
2. أنماط الاستخدام: المنصات الأكثر استخداماً، مدة الاستخدام، وتكراره.
3. دوافع الاستخدام: بنود تقيس الإشباع (معلومات/ترفيه/تواصل/انتماء...) .
4. مؤشرات الأثر:

- التفاعل الرقمي (سلوكيات تفاعل) .
- الولاء/الانتماء (عاطفي/سلوكي) .

3) صدق الأداة وثباتها

- **الصدق الظاهري/الصدق المحتوي:** عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين (أعضاء هيئة تدريس/مختصين) للتأكد من سلامة الصياغة وملاءمة البنود لموضوع الدراسة.

- الثبات: حساب معامل الثبات) مثل (Cronbach's Alpha لمحاور الاستبانة بعد التطبيق الاستطلاعي.

(4) أساليب تحليل البيانات

- التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات والانحراف المعياري.
- اختبار (T-test) أو (ANOVA) للفروق حسب المتغيرات الديموغرافية.
- معامل ارتباط (Pearson) لقياس العلاقة بين مستوى الاستخدام ومؤشرات الأثر.
- (اختياري) تحليل انحدار لمعرفة القدرة التنبؤية لمستوى الاستخدام على التفاعل/الولاء.

سابعاً: مجتمع البحث والعينة

(1) مجتمع الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة من الجمهور الرياضي في السعودية ممن يستخدمون المنصات الرقمية لمتابعة المحتوى الرياضي (رجالاً ونساءً، وبمختلف الأعمار ضمن الفئة المستهدفة التي يحددها برنامجكم/جامعتكم).

(2) أسلوب المعاينة

- عينة غير احتمالية (عينة ملائمة/متاحة): تُجمع عبر نشر الاستبانة إلكترونياً في قنوات يتواجد فيها الجمهور الرياضي (منصات التواصل، مجموعات رياضية، حسابات مهتمين بالرياضة...).
- مبرر الاختيار: لأن المجتمع واسع الانتشار، ولأن طبيعة الدراسة مرتبطة بمستخدمين نشطين على المنصات الرقمية أصلاً.

(3) حجم العينة

يمكن اعتماد حجم عينة تقريبي مناسب للدراسات المسحية. وتشير أدبيات تحديد حجم العينة في بحوث المسح إلى استخدام صيغ مثل صيغ Cochran لتقدير الحد الأدنى للعينة في المجتمعات الكبيرة، مع شيوع رقم يقارب 385-384 كمؤشر تقريبي في حالة هامش خطأ 5% وثقة 95% مع افتراض $p=0.5$ ، مع إمكانية التعديل حسب حجم المجتمع الفعلي ومعدل الاستجابة.

(4) شروط إدراج المشارك

- أن يكون داخل السعودية.
- أن يتابع رياضة/نادي/لاعب بانتظام.
- أن يستخدم منصة رقمية واحدة على الأقل لمتابعة محتوى رياضي خلال آخر (3) أشهر.

قائمة مراجع مختصرة

- هيئة الاتصالات والفضاء والتقنية (CST) خبر/إعلان إصدار تقرير الإنترنت السعودي 2024 (نُشر 2025).
- DataReportal. (2025). Digital 2025: Saudi Arabia (إحصاءات الإنترنت والتواصل الاجتماعي).
- OECD. (2019). *An Introduction to Online Platforms and Their Role in the Digital Transformation*.
- Yadav, J., Yadav, R., Sahore, N., & Mendiratta, A. (2023). Digital social engagements and knowledge sharing among sports fans... *Technological Forecasting and Social Change*.
- Mănescu, C. O., & Cristian, V. C. (2025). The Impact of Social Media Interactivity on Fan Loyalty... *Review of International Comparative Management*.
- Frontiers in Sports and Active Living. (2025). Sport fans' curiosity and impulsive buying: mediation of social media use intensity.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (4th ed.)*.
- Bartlett, J. E., Kotrlik, J. W., & Higgins, C. C. (2001). Determining appropriate sample size in survey research.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and Gratifications Research. *Public Opinion Quarterly*.