

خطة بحثية مقدمة لدرجة البكالوريوس في الإعلام الرقمي
" أثر استخدام المنصات الرقمية على مستوى التفاعل لدى الجمهور
الرياضي السعودي "

إعداد: معتصم ماجد سعد

الرقم الأكاديمي: 222001232

إشراف:

د. توفيق عمري

Midocean University

College of Media and Marketing

Bachelor of Digital Media

A research plan submitted for a bachelor's degree in 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

شكر وتقدير

الحمد لله رب العالمين

والصلاة والسلام على أشرف المرسلين محمد عليه أفضل الصلاة والسلام وعلى آله وصحبه أجمعين
و الحمد لله جل في علاه، إليه ينسب الفضل كله في إكمال هذا العمل

والكمال يبقى الله وحده

وبعد الحمد لله فإنني أتقدم بالشكر والتقدير إلى أستاذي الفاضل الدكتور توفيق العمري الذي
تفضل بإشرافه على هذا العمل ، ولكل ما قدمه لي من دعم وتوجيه لإتمام هذه المذكرة.
وبعدها فالشكر موصول لكل أساتذتي الذين درست على أيديهم في كل مراحل دراستي.

إهداء:

بعد بسم الله الرحمن الرحيم والحمد لله حبا وشكرا وامتنانا على البدء والخاتم
بعد تعب ومشقة دامت سنين في سبيل الحلم والعلم، وأصبح عنائي اليوم
للعين قرّة، ها أنا اليوم أقف على عتبة تخرجني اقطف ثمار تعبني وأرفع قبعتي بكل فخر
فاللهم لك الحمد قبل أن ترضى ولك الحمد إذا رضيت ولك الحمد بعد الرضا،

وبكل حب اهدي ثمرة نجاحي وتخرجني إلى من دعمني بلا حدود وأعطاني بلا مقابل،
داعمي الأول في مسيرتي و سندي و قوتي بعد الله
فخري و اعتزازي والذي .

إلى من احتضنتني بقلبها قبل يديها، ومن كانت دعواتها زادي في كل طريق،
ومن سهّلت لي الشدائد بحنانها ودعائها،
والدتي العزيزة .

إلى من شاركني الفرح، وكان وجودهن سبباً في قوتي وراحتي، إلى من عرفت
معهن معنى الألفة، والمودة، والحب الذي لا يُشترى،
أخواتي العزيزات .

إلى من جمعتني بهم أجمل الأقدار، وكانوا لي خير صحبة وأنس ووفاء،
إلى من ساندوني في لحظات التعب، وشاركوا معي أجمل اللحظات،
أصدقائي الأوفياء.

الفهرس

7	ملخص الدراسة
9	مقدمة
11	1. الفصل الأول:
11	الإطار المنهجي للدراسة
12	1.1 أولاً: إشكالية الدراسة
13	1.2 ثانياً: أسباب اختيار موضوع الدراسة
13	1.3 ثالثاً: أهداف الدراسة
14	1.4 رابعاً: أهمية الدراسة
14	1.5 خامساً: تحديد المفاهيم والمصطلحات
15	1.6 سادساً: المنهج المستخدم وأدواته
16	1.7 سابعاً: مجتمع البحث والعينة
18	2. الفصل الثاني:
18	الإطار النظري للدراسة
19	2.1 أولاً: الإطار النظري للدراسة
21	2.2 ثانياً: الدراسات السابقة
23	2.3 ثالثاً: خلاصة الفصل
24	3. الفصل الثالث:
24	عرض وتحليل نتائج الدراسة
25	3.1 أولاً: المنصات الأكثر استخداماً في متابعة المحتوى الرياضي
26	3.2 ثانياً: معدل استخدام المنصات الرقمية
26	3.3 ثالثاً: نوع المحتوى الرياضي المفضل
26	3.4 رابعاً: دوافع استخدام المنصات الرقمية
27	3.5 خامساً: مستوى التفاعل مع المحتوى الرياضي
27	3.6 سادساً: أثر المنصات الرقمية على الانتماء والمتابعة الرياضية
28	3.7 سابعاً: مناقشة شاملة للنتائج
28	خلاصة الفصل
29	4. تمهيد عرض نتائج الاستبيان:
38	4.3 رابعاً: التفاعل مع المحتوى الرياضي
41	4.5 خامساً: أثر المنصات الرقمية على الانتماء والمتابعة
45	6. آفاق الدراسة

48	 7. خاتمة
51	 8. قائمة المراجع

ملخص الدراسة:

تتناول هذه الدراسة موضوع أثر استخدام المنصات الرقمية على الجمهور الرياضي السعودي، في ظل التطور الكبير في وسائل الإعلام الرقمية واعتماد الجمهور بشكل متزايد على هذه المنصات لمتابعة الأخبار والمحتوى الرياضي والتفاعل معه. ومع ارتفاع نسبة استخدام الإنترنت في المملكة، أصبحت هذه المنصات جزءاً أساسياً من حياة الجمهور الرياضي اليومية.

تتمثل مشكلة الدراسة في محاولة فهم طبيعة التأثير الذي تتركه المنصات الرقمية على الجمهور الرياضي، سواء من ناحية التفاعل مع المحتوى، أو من ناحية الشعور بالانتماء والولاء للأندية واللاعبين. كما تسعى الدراسة إلى التعرف على أهم المنصات المستخدمة، ودوافع استخدامها، وما إذا كان هناك علاقة بين كثافة الاستخدام ومستوى التفاعل والانخراط الرياضي.

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم استخدام الاستبانة الإلكترونية لجمع البيانات من عينة من الجمهور الرياضي في السعودية. وقد شملت الاستبانة مجموعة من المحاور مثل أنماط استخدام المنصات الرقمية، ودوافع الاستخدام، ومستوى التفاعل الرقمي، بالإضافة إلى مؤشرات الانتماء والولاء الرياضي. وتم تحليل البيانات باستخدام عدد من الأساليب الإحصائية المناسبة.

تكمن أهمية هذه الدراسة في أنها تساهم في فهم سلوك الجمهور الرياضي في البيئة الرقمية داخل السعودية، كما يمكن أن تساعد نتائجها الأندية والجهات الرياضية والإعلامية على تطوير أساليب التواصل مع الجمهور وتحسين المحتوى الرقمي المقدم.

وتشير نتائج الدراسة بشكل عام إلى وجود علاقة بين استخدام المنصات الرقمية وارتفاع مستوى التفاعل لدى الجمهور الرياضي، إضافة إلى دور هذه المنصات في تعزيز مشاعر الانتماء والولاء، مع وجود اختلافات بسيطة تعود إلى طبيعة الاستخدام وخصائص الأفراد.

Study Summary:

This study addresses the issue of the impact of the use of digital platforms on the Saudi sports audience, in light of the great development in digital media and the public's increasing reliance on these platforms to follow news and sports content and interact with it. With the increase in Internet use in the Kingdom, these platforms have become an essential part of the sports audience's daily lives.

The problem of the study is trying to understand the nature of the impact that digital platforms have on the sports audience, whether in terms of interaction with the content, or in terms of the feeling of belonging and loyalty to the clubs and players. The study also seeks to identify the most important platforms used, the motivations for using them, and whether there is a relationship between the intensity of use and the level of interaction and sports engagement.

The study relied on the descriptive analytical approach, where an electronic questionnaire was used to collect data from a sample of the sports audience in Saudi Arabia. The questionnaire included a set of axes, such as patterns of use of digital platforms, motives for use, level of digital interaction, in addition to indicators of sports affiliation and loyalty. The data was analyzed using a number of appropriate statistical methods.

The importance of this study lies in that it contributes to understanding the behavior of the sports audience in the digital environment within Saudi Arabia, and its results can also help clubs and sports and media entities develop methods of communicating with the public and improve the digital content provided.

The results of the study indicate in general that there is a relationship between the use of digital platforms and the high level of interaction among the sports audience, in addition to the role of these platforms in enhancing feelings of belonging and loyalty, with slight differences due to the nature of use and the characteristics of individuals.

مقدمة:

شهدت السنوات الأخيرة تطورًا كبيرًا جدًا في وسائل الإعلام الرقمية، مما أدى إلى تغيير واضح في طريقة متابعة الجمهور للمحتوى الرياضي. فلم يعد الجمهور يعتمد فقط على قنوات التلفزيون أو الصحف، بل أصبح يتجه بشكل متزايد إلى المنصات الرقمية، مثل وسائل التواصل الاجتماعي ومنصات الفيديو والتطبيقات الرسمية، لمتابعة الأخبار الرياضية والتفاعل معها بشكل مباشر. ويعود هذا التحول إلى ما توفره هذه المنصات من سرعة في نقل الخبر، وسهولة في الوصول إلى المحتوى، وإمكانية التفاعل الفوري مع الأحداث الرياضية لحظة وقوعها، وهو ما جعلها تحتل مكانة متقدمة في حياة الجمهور المعاصر.

وفي ظل هذا التطور التقني والإعلامي، أصبحت الرياضة من أكثر المجالات حضورًا على المنصات الرقمية، نظرًا لما تحظى به من اهتمام واسع لدى شرائح مختلفة من المجتمع، وخاصة فئة الشباب. فالمتابع الرياضي لم يعد يكتفي بمعرفة نتيجة المباراة أو اسم الفائز، بل أصبح يبحث عن التفاصيل الدقيقة، والتحليلات، وردود الأفعال، والمقاطع المصورة، والتعليقات الجماهيرية، وكل ما يرتبط بالحدث الرياضي من زوايا متعددة. وهذا ما جعل المنصات الرقمية تتحول من مجرد وسيلة لنشر المعلومات إلى فضاء شامل يجمع بين المتابعة والتفاعل والمشاركة والانخراط في النقاشات الرياضية.

وفي المملكة العربية السعودية، يبرز هذا التحول بشكل واضح نتيجة الانتشار الكبير للإنترنت واستخدام الهواتف الذكية، إضافة إلى تنامي الاهتمام بالرياضة بوصفها جزءًا مهمًا من الحياة الاجتماعية والإعلامية. وقد أسهمت هذه العوامل في جعل الجمهور السعودي أكثر ارتباطًا بالمنصات الرقمية، وأكثر اعتمادًا عليها في متابعة الأندية واللاعبين والبطولات المختلفة، سواء المحلية أو العالمية. كما أن الحضور القوي للمؤسسات الرياضية، والأندية، والإعلاميين، وصناع المحتوى الرياضي على هذه المنصات، قد ساهم في تعزيز هذا الارتباط، وجعل الجمهور أكثر قربًا من الحدث الرياضي وأكثر تفاعلًا معه في كل لحظة.

ولم يعد دور الجمهور الرياضي مقتصرًا على المتابعة فقط، بل أصبح يشارك بالتعليق والنشر وإعادة التفاعل مع المحتوى، بل ويساهم أحيانًا في صناعة الرأي الرياضي العام من خلال ما ينشره أو يعلق عليه أو يشاركه مع الآخرين. وهذا يعكس تحولًا مهمًا في طبيعة الجمهور، الذي انتقل من موقع المتلقي التقليدي إلى موقع المستخدم النشط، القادر على التأثير والمشاركة والتعبير عن موقفه الرياضي بشكل واضح. ومن هنا، فإن دراسة هذا التحول باتت ضرورة علمية لفهم طبيعة العلاقة الجديدة بين الجمهور والمنصات الرقمية في المجال الرياضي.

وانطلاقًا من هذا الواقع، تبرز الحاجة إلى دراسة أثر استخدام المنصات الرقمية على الجمهور الرياضي السعودي، خاصة من حيث مستوى التفاعل والانخراط، إضافة إلى مدى تأثيرها على مشاعر الانتماء والولاء للأندية واللاعبين. كما تسعى هذه الدراسة إلى فهم طبيعة استخدام الجمهور لهذه المنصات، والدوافع التي تقف وراء هذا الاستخدام، ومدى ارتباط كثافة الاستخدام بدرجة التأثير المتحقق على المستويات المعرفية والوجدانية والسلوكية. فالإعلام الرقمي اليوم لم يعد مجرد قناة لنقل الخبر، بل أصبح عنصرًا مؤثرًا في تشكيل الاتجاهات، وبناء التصورات، وتعزيز الارتباط العاطفي بالرياضة.

وتأتي هذه الدراسة كمحاولة لفهم هذه الظاهرة في سياقها المحلي، من خلال تحليل العلاقة بين استخدام المنصات الرقمية وسلوك الجمهور الرياضي، بما يساهم في تقديم صورة أوضح عن دور الإعلام الرقمي في تشكيل تجربة المتابع الرياضي في الوقت الحالي. كما أن أهمية هذه الدراسة تنبع من كونها تتناول موضوعًا معاصرًا يرتبط بواقع اجتماعي وإعلامي متجدد باستمرار، الأمر الذي يجعل نتائجها ذات فائدة علمية وتطبيقية في الوقت نفسه، سواء بالنسبة للباحثين أو للمؤسسات الرياضية أو للجهات الإعلامية المعنية بتطوير المحتوى الرقمي الرياضي.

1. الفصل الأول:

الإطار المنهجي للدراسة

1.1 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 والآنية 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 استخداماً 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).

1.2 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.

1.3 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 تبعاً للمتغيرات الديموغرافية (العمر، الجنس...) ونوع الاهتمام الرياضي.

1.4 رابعاً: 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 تأثيراً وأنماط استهلاك الجمهور للمحتوى .
3. دعم صناع القرار في تطوير حملات رقمية تراعي خصائص الجمهور السعودي واتجاهاته.

1.5 خامساً: 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 تسهّل 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 أسبوعياً، متوسط الوقت اليومي، نوع المنصات، نوع النشاط: مشاهدة/تعليق/مشاركة...).

(3) الجمهور الرياضي السعودي

- تعريف إجرائي: الأفراد داخل السعودية الذين لديهم اهتمام بمتابعة الرياضة (خصوصاً 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.

1.6 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 (مقتراحًا) إلى:

1. بيانات ديموغرافية: العمر، الجنس، المنطقة، مستوى التعليم...
2. أنماط الاستخدام: المنصات الأكثر استخدامًا، 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/صدق المحتوى :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.

1.7 سابغًا: مجتمع البحث والعينة

(1)مجتمع الدراسة

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

(2)أسلوب المعاينة

- عينة غير احتمالية (عينة ملائمة/متاحة) :تُجمع عبر نشر الاستبانة إلكترونيًا 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 384-385 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.
-

2. الفصل الثاني:

الإطار النظري للدراسة

2.1 أولاً: الإطار النظري للدراسة

1. مقدمة الإطار النظري

يُعد الإطار النظري أحد الركائز الأساسية في البحث العلمي، إذ يمثل القاعدة الفكرية التي يستند إليها الباحث في تفسير الظاهرة موضوع الدراسة وربطها بالمفاهيم والنظريات ذات العلاقة. كما يساعد الإطار النظري في توضيح الخلفية العلمية للمشكلة البحثية، وتحديد أبعادها المختلفة، وفهم العلاقات بين المتغيرات بشكل أكثر دقة وعمق.

وفي ظل التطور الكبير في وسائل الإعلام الرقمية، أصبحت المنصات الرقمية جزءاً أساسياً من حياة الأفراد، وخاصة فئة الجمهور الرياضي، حيث لم يعد هذا الجمهور يعتمد فقط على الوسائل التقليدية في متابعة الأخبار الرياضية، بل أصبح يعتمد بشكل كبير على المنصات الرقمية المختلفة مثل وسائل التواصل الاجتماعي، وتطبيقات الأندية، ومنصات الفيديو، وغيرها.

وفي هذه الدراسة التي تتناول أثر استخدام المنصات الرقمية على الجمهور الرياضي السعودي، يأتي الإطار النظري ليشرح كيفية تأثير هذه المنصات على سلوك الجمهور من حيث التفاعل، والانتماء، والولاء الرياضي، وذلك من خلال مجموعة من النظريات الإعلامية والسلوكية التي تساعد في تفسير هذه الظاهرة بشكل علمي.

2. نظرية الاستخدامات والإشباع

تُعتبر نظرية الاستخدامات والإشباع من أهم النظريات في مجال الإعلام والاتصال، حيث تختلف عن النظريات التقليدية التي تنظر إلى الجمهور كمستقبل سلبي للرسائل الإعلامية، إذ تفترض هذه النظرية أن الجمهور هو عنصر نشط يقوم باختيار الوسائل الإعلامية التي تلبي احتياجاته ورغباته.

وبحسب هذه النظرية، فإن الأفراد يستخدمون الوسائل الإعلامية لتحقيق مجموعة من الإشباعات، يمكن تقسيمها إلى عدة أنواع رئيسية، منها:

- الإشباع المعرفي: ويتمثل في الحصول على المعلومات والأخبار والمعرفة.
- الإشباع الترفيهي: ويتمثل في التسلية وقضاء وقت ممتع.
- الإشباع الاجتماعي: ويتمثل في التواصل مع الآخرين وبناء العلاقات.
- الإشباع النفسي: ويتمثل في تعزيز الهوية والشعور بالانتماء.

وفي السياق الرياضي، يستخدم الجمهور الرياضي السعودي المنصات الرقمية بشكل مكثف لمتابعة الأخبار الرياضية، وتحليل المباريات، ومعرفة آخر المستجدات حول الأندية واللاعبين، بالإضافة إلى التفاعل مع المحتوى الرياضي عبر التعليقات والمشاركات.

كما أن هذه النظرية تفسر تنوع دوافع استخدام المنصات الرقمية بين أفراد الجمهور الرياضي، حيث يختلف الهدف من الاستخدام بين فرد وآخر؛ فهناك من يستخدمها للحصول على المعلومات فقط، وهناك من يستخدمها للتفاعل والمشاركة، بينما يستخدمها آخرون لتعزيز انتمائهم لنادٍ معين أو لاعب معين.

وبالتالي فإن هذه النظرية تساعد في فهم السلوك الإعلامي للجمهور الرياضي السعودي بشكل أعمق، وتوضح أن استخدام المنصات الرقمية ليس عشوائياً، بل هو استخدام موجّه لتحقيق إشباعات محددة.

3. نظرية التفاعل عبر الوسائط الرقمية

مع تطور التكنولوجيا الرقمية، لم تعد وسائل الإعلام مجرد أدوات لنقل المعلومات، بل أصبحت بيئات تفاعلية تتيح للمستخدمين المشاركة الفعلية في صناعة المحتوى والتأثير فيه.

وتقوم نظرية التفاعل عبر الوسائط الرقمية على فكرة أن المستخدم لم يعد متلقياً سلبياً، بل أصبح عنصراً فاعلاً في عملية الاتصال، حيث يمكنه التفاعل مع المحتوى من خلال عدة أشكال، مثل:

- الإعجاب بالمحتوى
- التعليق وإبداء الرأي
- المشاركة وإعادة النشر
- إنشاء محتوى جديد

ويُعد هذا التفاعل أحد أهم مميزات البيئة الرقمية الحديثة، خاصة في المجال الرياضي، حيث أصبح الجمهور الرياضي جزءاً من الحدث الرياضي نفسه، وليس مجرد متابع خارجي.

وفي سياق الدراسة الحالية، فإن التفاعل الرقمي يمثل أحد أهم المؤشرات التي يمكن من خلالها قياس مدى تأثير المنصات الرقمية على الجمهور الرياضي السعودي. فكلما زاد التفاعل مع المحتوى الرياضي، زادت درجة الارتباط بالمحتوى وبالأندية الرياضية، وارتفعت درجة الاهتمام والمتابعة.

كما أن هذا التفاعل لا يقتصر فقط على الجانب المعرفي، بل يمتد ليشمل الجانب العاطفي والسلوكي، حيث يعبر الجمهور عن مشاعره تجاه الأحداث الرياضية، ويدعم أندية، ويشارك في النقاشات الرياضية بشكل مستمر.

4. نظرية الهوية الاجتماعية والانتماء الرياضي

تُعد نظرية الهوية الاجتماعية من النظريات المهمة في تفسير السلوك الجماعي، حيث تفترض أن الأفراد يكونون جزءاً من هويتهم من خلال انتمائهم إلى مجموعات اجتماعية معينة، مثل العائلة، أو المجتمع، أو في حالتنا هذه الأندية الرياضية.

وفي المجال الرياضي، يلعب الانتماء للنادي أو المنتخب دوراً مهماً في تشكيل هوية الفرد، حيث يشعر المشجع بأنه جزء من جماعة رياضية معينة، ويتصرف بناءً على هذا الانتماء.

وفي البيئة الرقمية، أصبحت هذه الهوية أكثر وضوحاً وتأثيراً، بسبب وجود منصات تتيح للمشجعين التعبير عن انتمائهم بشكل مستمر، من خلال:

- دعم الفريق عبر المنشورات

• المشاركة في النقاشات الرياضية

• الدفاع عن النادي في وسائل التواصل

• متابعة كل ما يتعلق بالفريق بشكل يومي

وبالتالي، فإن المنصات الرقمية لا تقتصر على نقل المعلومات، بل تسهم في تعزيز الشعور بالانتماء والهوية الرياضية، وتقوية الروابط العاطفية بين الجمهور والنادي.

وفي هذه الدراسة، تساعد هذه النظرية في تفسير العلاقة بين استخدام المنصات الرقمية ومستوى الولاء والانتماء لدى الجمهور الرياضي السعودي، حيث يُتوقع أن يكون الاستخدام المكثف لهذه المنصات مرتبطاً بزيادة الانتماء الرياضي.

2.2 ثانياً: الدراسات السابقة

1. دراسات عربية

اهتمت العديد من الدراسات العربية الحديثة بموضوع الإعلام الرقمي والجمهور الرياضي، حيث أظهرت نتائجها أن المنصات الرقمية أصبحت المصدر الأساسي لمتابعة الأخبار الرياضية لدى فئات واسعة من الجمهور.

كما بينت بعض الدراسات أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في المجال الرياضي ساهم في زيادة مستوى التفاعل بين الجمهور والأندية الرياضية، وخاصة لدى فئة الشباب الذين يعتمدون بشكل كبير على الهواتف الذكية في متابعة المحتوى الرياضي.

وأشارت دراسات أخرى إلى أن الاستخدام المكثف للمنصات الرقمية لا يقتصر على الجانب المعلوماتي فقط، بل يمتد إلى تعزيز الانتماء والولاء الرياضي، حيث يشعر الجمهور بأنه أكثر ارتباطاً بالأندية نتيجة التفاعل المستمر مع المحتوى الرياضي.

كما أظهرت بعض الدراسات أن الأندية الرياضية التي تمتلك حضوراً قوياً على المنصات الرقمية تتمكن من بناء علاقة أقوى مع جمهورها، وزيادة مستوى التفاعل والمشاركة.

2. دراسات أجنبية

تناولت الدراسات الأجنبية موضوع المنصات الرقمية والجمهور الرياضي من زوايا متعددة، حيث ركزت على دور التفاعل الرقمي في تعزيز العلاقة بين الجمهور والرياضة.

فقد أظهرت دراسة (Yadav et al. (2023 أن التفاعل عبر وسائل التواصل الاجتماعي بين جماهير الرياضة يسهم في تبادل المعرفة الرياضية، ويعزز المشاركة العاطفية تجاه الفرق الرياضية، مما يدل على أن الجمهور أصبح جزءاً فاعلاً في العملية الإعلامية الرياضية.

كما بينت دراسة (Mănescu & Cristian 2025) أن التفاعل الرقمي له تأثير مباشر في تعزيز ولاء المشجعين للأندية الرياضية، وأن هذا الولاء لا يعتمد فقط على الأداء الرياضي، بل أيضاً على مستوى التواصل والتفاعل الرقمي.

وأشارت دراسات أخرى إلى أن الاستخدام المكثف للمنصات الرقمية يرتبط بزيادة الاندماج العاطفي والسلوكي لدى الجمهور الرياضي، حيث يصبح الجمهور أكثر ارتباطاً بالمحتوى الرياضي وأكثر مشاركة في النقاشات الرياضية.

3. أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة

من خلال تحليل الدراسات السابقة، يمكن استخلاص مجموعة من النقاط المهمة، أبرزها:

- أن المنصات الرقمية أصبحت عنصراً أساسياً في المجال الرياضي الحديث .
 - وجود علاقة واضحة بين استخدام هذه المنصات ومستوى التفاعل الرياضي .
 - ارتباط الاستخدام الرقمي بزيادة الانتماء والولاء الرياضي .
 - تحول الجمهور الرياضي إلى جمهور نشط يشارك في صناعة المحتوى .
- وفي المقابل، تشير الدراسات إلى وجود نقص واضح في الدراسات التي تناولت البيئة السعودية بشكل مباشر، رغم التطور الكبير في استخدام المنصات الرقمية داخل المملكة.

4. الفجوة البحثية

تتمثل الفجوة البحثية في أن معظم الدراسات السابقة ركزت على السياقات العالمية أو العربية العامة، دون التعمق في خصوصية الجمهور الرياضي السعودي، الذي يتميز بانتشار واسع للمنصات الرقمية وتفاعل كبير مع المحتوى الرياضي.

كما أن بعض الدراسات ركزت على جانب واحد فقط مثل التفاعل أو الولاء، دون ربط شامل بين الاستخدام الرقمي والتأثيرات المعرفية والسلوكية والانفعالية.

ومن هنا تأتي أهمية هذه الدراسة في محاولة سد هذه الفجوة من خلال دراسة أثر استخدام المنصات الرقمية على الجمهور الرياضي السعودي بشكل شامل.

2.3 ثالثاً: خلاصة الفصل

يتضح من هذا الفصل أن المنصات الرقمية أصبحت عنصراً أساسياً في تشكيل سلوك الجمهور الرياضي، وأن النظريات الإعلامية الحديثة تساعد في تفسير هذا السلوك من خلال فهم دوافع الاستخدام، وأنماط التفاعل، ومستويات الانتماء والولاء.

كما أظهرت الدراسات السابقة أهمية الدور الذي تلعبه المنصات الرقمية في المجال الرياضي، سواء من حيث نقل المعلومات أو تعزيز التفاعل أو تقوية الانتماء. ومع ذلك، فإن الحاجة ما تزال قائمة لدراسات تركز على البيئة السعودية بشكل أكثر تحديداً.

وبناءً على ذلك، تنطلق هذه الدراسة لتحليل أثر استخدام المنصات الرقمية على الجمهور الرياضي السعودي، ومحاولة فهم هذا التأثير بشكل علمي ودقيق.

3. الفصل الثالث:

عرض وتحليل نتائج الدراسة

تمهيد

يُعد هذا الفصل أحد أهم فصول الدراسة، إذ يتم من خلاله عرض وتحليل البيانات التي تم جمعها عبر الاستبانة الإلكترونية، بهدف الإجابة عن أسئلة الدراسة المتعلقة بأثر استخدام المنصات الرقمية على الجمهور الرياضي السعودي.

ويعتمد هذا الفصل على التحليل الوصفي للبيانات، من خلال تفسير نتائج المحاور المختلفة، وربطها بأهداف الدراسة والإطار النظري، وذلك بهدف الوصول إلى فهم أعمق لسلوك الجمهور الرياضي في البيئة الرقمية.

كما أن تحليل النتائج لا يقتصر على عرض الأرقام فقط، بل يتجاوز ذلك إلى تفسيرها وربطها بالواقع العملي للاستخدام الرقمي في المجال الرياضي.

3.1 أولاً: المنصات الأكثر استخداماً في متابعة المحتوى الرياضي

أظهرت نتائج الدراسة أن منصة إنستغرام تصدر قائمة المنصات الأكثر استخداماً من قبل أفراد العينة في متابعة المحتوى الرياضي، حيث احتلت المرتبة الأولى بفارق واضح عن باقي المنصات.

ويُعزى ذلك إلى طبيعة إنستغرام التي تعتمد بشكل أساسي على المحتوى البصري مثل الصور ومقاطع الفيديو القصيرة، وهو ما يتناسب بشكل كبير مع طبيعة المحتوى الرياضي الحديث الذي يتميز بالسرعة والإثارة والتنوع.

كما جاءت منصة إكس (تويتر سابقاً) في المرتبة الثانية، ويعود ذلك إلى دورها في نشر الأخبار العاجلة والتحديثات اللحظية، خاصة أثناء المباريات أو الأحداث الرياضية المهمة. إذ يعتمد عليها الجمهور بشكل كبير للحصول على المعلومات الفورية والتصريحات الرسمية.

أما منصة تيك توك فقد جاءت في مرتبة لاحقة، لكنها ما زالت تحظى بانتشار ملحوظ، خصوصاً بين الفئات الشابة، وذلك بسبب اعتمادها على الفيديوهات القصيرة والمحتوى الترفيهي السريع الذي يتماشى مع طبيعة الاستهلاك الرقمي الحديث.

في حين تبين أن المواقع الرياضية التقليدية ما تزال موجودة ضمن خيارات الجمهور، لكنها فقدت جزءاً من أهميتها لصالح المنصات الاجتماعية الحديثة التي توفر سرعة أكبر في الوصول وتفاعلاً أعلى.

وتشير هذه النتائج إلى تحول واضح في سلوك الجمهور الرياضي السعودي نحو المنصات التفاعلية التي تجمع بين السرعة والبساطة والتنوع في عرض المحتوى، مما يعكس تغيراً في طبيعة استهلاك الإعلام الرياضي.

3.2 ثانيًا: معدل استخدام المنصات الرقمية

أوضحت نتائج الدراسة أن هناك تباينًا في معدل استخدام المنصات الرقمية بين أفراد العينة، حيث تنوعت الإجابات بين الاستخدام اليومي، والاستخدام الأسبوعي، والاستخدام غير المنتظم. ويشير هذا التباين إلى اختلاف درجة الاهتمام الرياضي بين الأفراد، بالإضافة إلى اختلاف نمط الحياة اليومية والوقت المتاح للمتابعة.

أما من حيث مدة الاستخدام، فقد تبين أن النسبة الأكبر من أفراد العينة تقضي أقل من 30 دقيقة يوميًا في متابعة المحتوى الرياضي، وهو ما يدل على أن الاستخدام غالبًا ما يكون سريعًا ومركزًا.

ويعكس هذا السلوك ما يُعرف في الدراسات الحديثة بـ"الاستهلاك الرقمي السريع"، حيث يميل المستخدم إلى تصفح المحتوى بشكل مختصر للحصول على أهم المعلومات دون التعمق في التفاصيل. كما يمكن تفسير هذه النتيجة بأن الجمهور الرياضي يعتمد على المنصات الرقمية كأداة للحصول على المستجدات فقط، وليس كمصدر دائم للمشاهدة الطويلة أو التصفح العميق.

3.3 ثالثًا: نوع المحتوى الرياضي المفضل

أظهرت النتائج أن الجمهور الرياضي السعودي يفضل بشكل واضح المحتوى المرئي السريع، حيث جاءت الفيديوهات والملخصات الرياضية في المرتبة الأولى من حيث المتابعة.

ويعود ذلك إلى أن هذا النوع من المحتوى يجمع بين الاختصار والجاذبية البصرية، مما يسهل على المستخدم فهم الأحداث الرياضية خلال وقت قصير.

كما جاءت نتائج المباريات في المرتبة الثانية، وهو أمر متوقع نظرًا لأهمية النتيجة في المجال الرياضي، حيث تمثل العنصر الأساسي الذي يهتم به الجمهور بعد كل مباراة.

أما البث المباشر فقد جاء في مرتبة أقل نسبيًا، ويعود ذلك إلى حاجته إلى وقت أطول وتركيز أكبر من قبل المستخدم، مقارنة بالمحتوى المختصر.

وتوضح هذه النتائج أن الجمهور الرياضي يميل إلى المحتوى الذي يقدم له المعلومة بشكل سريع وواضح، مع تقليل الاعتماد على المحتوى الطويل أو التحليلي في كثير من الأحيان.

كما تعكس هذه النتيجة التحول الكبير في طبيعة الإعلام الرياضي، حيث أصبح الفيديو هو الوسيلة الأكثر تأثيرًا وانتشارًا في البيئة الرقمية.

3.4 رابعًا: دوافع استخدام المنصات الرقمية

أظهرت نتائج الدراسة أن دوافع استخدام المنصات الرقمية لدى الجمهور الرياضي السعودي متنوعة بين دوافع معرفية وترفيهية واجتماعية، إلا أن الدوافع المعرفية جاءت في المقدمة.

فقد تبين أن الحصول على الأخبار الرياضية بسرعة هو الدافع الأساسي لاستخدام المنصات الرقمية، ويعود ذلك إلى رغبة الجمهور في متابعة الأحداث الرياضية لحظة بلحظة دون تأخير.

كما جاء دافع متابعة نتائج المباريات في مرتبة متقدمة أيضاً، مما يعكس اهتمام الجمهور بمعرفة النتائج والتطورات بشكل فوري.

أما دافع الترفيه ومتابعة المحتوى الممتع فقد جاء في مرتبة لاحقة، لكنه لا يزال يمثل جانباً مهماً من الاستخدام، خاصة في ظل انتشار المحتوى الترفيهي الرياضي مثل المقاطع الطريفة والملخصات.

في المقابل، كان دافع التواصل مع الآخرين أقل نسبياً، مما يشير إلى أن الاستخدام في الغالب يركز على المحتوى نفسه أكثر من التركيز على التفاعل الاجتماعي المباشر.

وهذا يعكس أن المنصات الرقمية تُستخدم بشكل أساسي كوسيلة للحصول على المعلومات الرياضية، وليس فقط كمساحة للتواصل بين الأفراد.

3.5 خامساً: مستوى التفاعل مع المحتوى الرياضي

أظهرت النتائج أن مستوى التفاعل مع المحتوى الرياضي يتسم بالميل نحو التفاعل البسيط أكثر من التفاعل العميق.

فقد تبين أن نسبة كبيرة من أفراد العينة تقوم بوضع إعجاب (Like) على المنشورات، وهو الشكل الأكثر شيوعاً للتفاعل.

كما أن عدداً جيداً من المشاركين يقومون بمشاركة المحتوى مع الآخرين، مما يدل على وجود اهتمام بنشر المحتوى الرياضي داخل الدوائر الاجتماعية للمستخدم.

في المقابل، كان التعليق والمناقشة أقل نسبياً، مما يشير إلى أن التفاعل العميق الذي يتطلب وقتاً وجهداً أكبر لا يزال محدوداً مقارنة بالتفاعل السريع.

ويمكن تفسير ذلك بأن طبيعة المحتوى الرياضي السريع لا تشجع دائماً على النقاش الطويل، إضافة إلى أن بعض المستخدمين يفضلون التفاعل الصامت أو السريع بدلاً من الدخول في جدالات أو نقاشات مطولة.

ومع ذلك، فإن وجود نسبة من المشاركة والتعليق يدل على أن هناك شريحة من الجمهور أكثر تفاعلاً واندماجاً مع المحتوى الرياضي.

3.6 سادساً: أثر المنصات الرقمية على الانتماء والمتابعة الرياضية

أوضحت النتائج أن المنصات الرقمية لها تأثير واضح على سلوك الجمهور الرياضي السعودي، حيث أشار أغلب المشاركين إلى أنها ساهمت في زيادة مستوى متابعتهم للمحتوى الرياضي.

كما تبين أن هذه المنصات أسهمت في تعزيز الشعور بالانتماء للأندية واللاعبين، وهو ما يعكس دورها في بناء علاقة عاطفية بين الجمهور والمحتوى الرياضي.

ويلاحظ أن هذا التأثير لا يقتصر على الجانب المعرفي فقط، بل يمتد إلى الجانب الوجداني والسلوكي، حيث يصبح الجمهور أكثر ارتباطاً بالأحداث الرياضية وأكثر اهتماماً بمتابعة تفاصيلها.

كما أن التفاعل المستمر مع المحتوى الرياضي عبر المنصات الرقمية يؤدي إلى تعزيز الولاء الرياضي، سواء للنادي أو اللاعب، من خلال المتابعة المستمرة والتفاعل مع كل ما يتعلق به.

وبالتالي يمكن القول إن المنصات الرقمية لم تعد مجرد وسيلة نقل أخبار، بل أصبحت عنصراً فاعلاً في تشكيل العلاقة بين الجمهور والرياضة.

3.7 سابغاً: مناقشة شاملة للنتائج

بشكل عام، توضح نتائج الدراسة أن المنصات الرقمية تلعب دوراً محورياً في تشكيل تجربة الجمهور الرياضي السعودي، سواء من حيث المتابعة أو التفاعل أو الانتماء.

كما يتبين أن الجمهور يميل إلى الاستخدام السريع والمكثف للمنصات الرقمية، مع تفضيل واضح للمحتوى المرئي والمختصر.

وتشير النتائج أيضاً إلى أن المنصات الرقمية أصبحت المصدر الأساسي للمعلومات الرياضية، بالإضافة إلى دورها في تعزيز الشعور بالانتماء والولاء الرياضي.

ومع ذلك، فإن التفاعل العميق لا يزال أقل حضوراً مقارنة بالتفاعل البسيط، مما يشير إلى طبيعة الاستخدام السريع للمنصات الرقمية في المجال الرياضي.

خلاصة الفصل

يتضح من خلال هذا الفصل أن المنصات الرقمية أصبحت جزءاً أساسياً من حياة الجمهور الرياضي السعودي، حيث تؤثر في طريقة متابعته للأحداث الرياضية، وفي مستوى تفاعله معها، وفي درجة انتمائه للأندية واللاعبين.

كما تبين أن الجمهور لم يعد متلقياً سلبياً، بل أصبح عنصراً نشطاً يتفاعل ويشارك وينشر المحتوى الرياضي، مما يعكس التحول الكبير في طبيعة الإعلام الرياضي في العصر الرقمي.

4. تمهيد عرض نتائج الاستبيان:

في هذا الجزء من الدراسة يتم عرض وتحليل نتائج الاستبانة الميدانية التي تم جمعها من عينة الدراسة، وذلك بهدف الإجابة عن تساؤلات البحث وتحقيق أهدافه المتعلقة بفهم أثر استخدام المنصات الرقمية على الجمهور الرياضي السعودي.

وقد تم تصميم الاستبانة بحيث تغطي مجموعة من المحاور الأساسية، والتي تشمل: أنماط استخدام المنصات الرقمية، ودوافع الاستخدام، ومستوى التفاعل مع المحتوى الرياضي، إضافة إلى مؤشرات الانتماء والولاء الرياضي. وتم توزيع الاستبانة إلكترونياً على أفراد العينة المستهدفة، ومن ثم جمع البيانات ومعالجتها إحصائياً باستخدام الأساليب المناسبة.

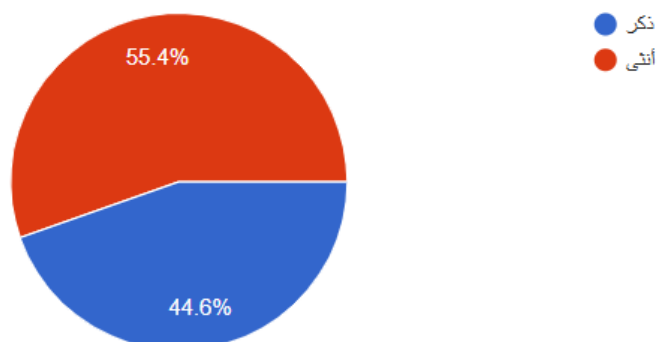
وسيتم في هذا القسم عرض نتائج كل سؤال من أسئلة الاستبانة بشكل منفصل، مدعماً بالرسوم البيانية التوضيحية، مع تقديم تحليل وصفي لكل نتيجة، بهدف تفسيرها وربطها بالإطار النظري للدراسة، والوصول إلى دلالات علمية تساعد في فهم سلوك الجمهور الرياضي في البيئة الرقمية.

كما سيتم التركيز على توضيح الاتجاهات العامة لإجابات المشاركين، واستخلاص المؤشرات التي تعكس طبيعة استخدامهم للمنصات الرقمية، ومدى تأثير ذلك على مستوى التفاعل والانتماء الرياضي لديهم.

4.1 أولاً: البيانات الشخصية

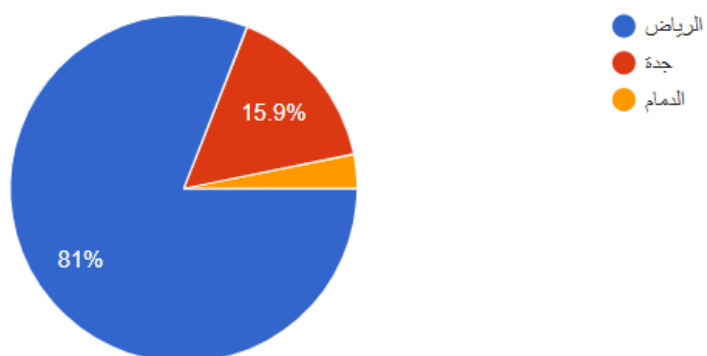
الجنس

ردًا 65



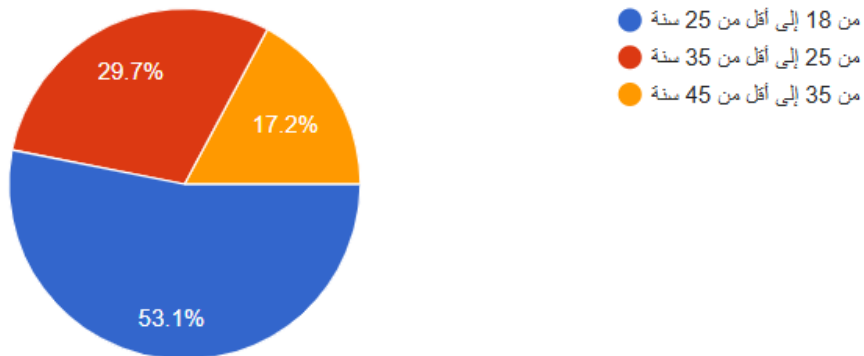
المنطقة

ردًا 63



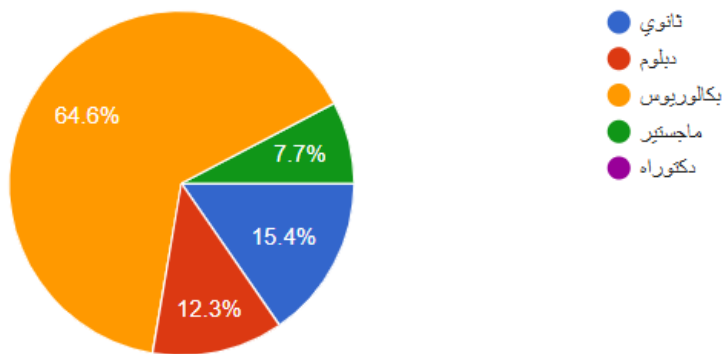
العمر

64 ردًا



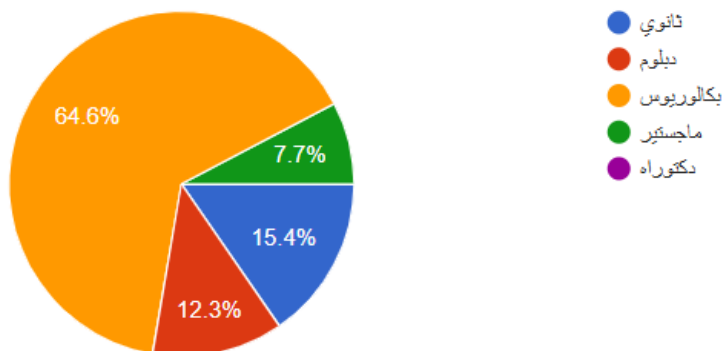
المستوى التعليمي

65 ردًا



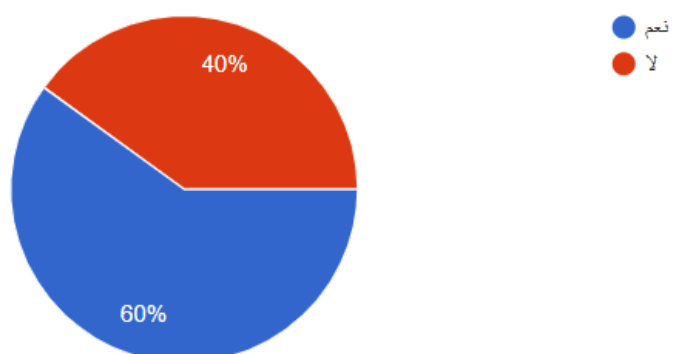
المستوى التعليمي

65 ردًا



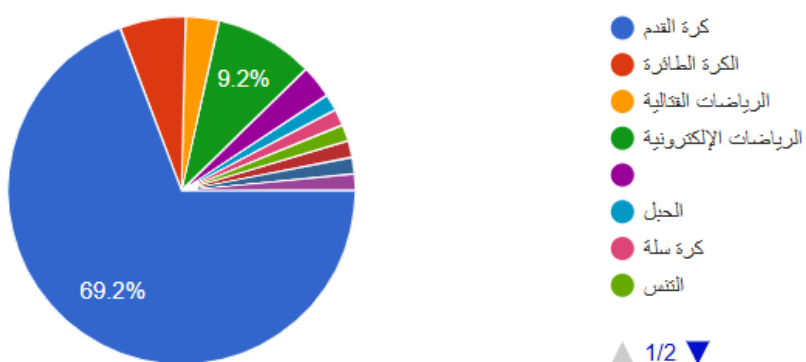
هل أنت طالب/ة

65 ردًا



ما الرياضة التي تفضل متابعتها أكثر

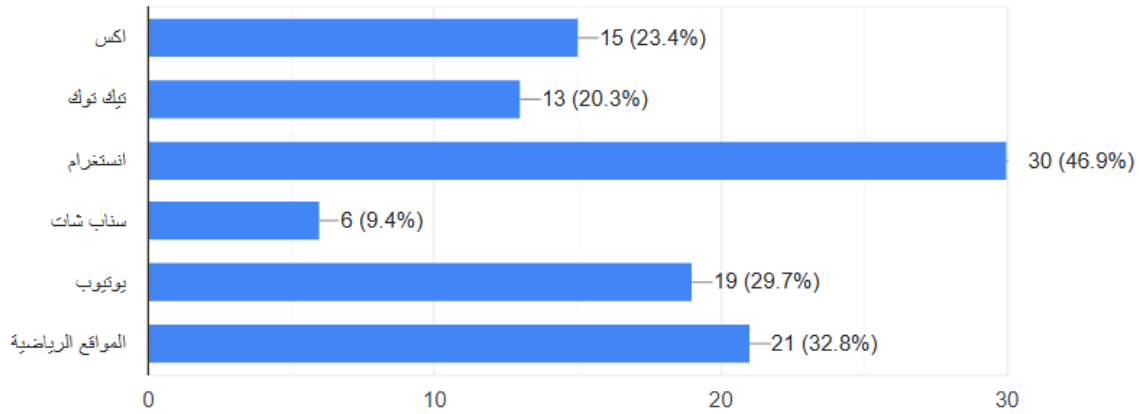
65 ردًا



4.2 ثانيًا: استخدام المنصات الرقمية

ما أكثر منصة تستخدمها لمتابعة المحتوى الرياضي

64 ردًا



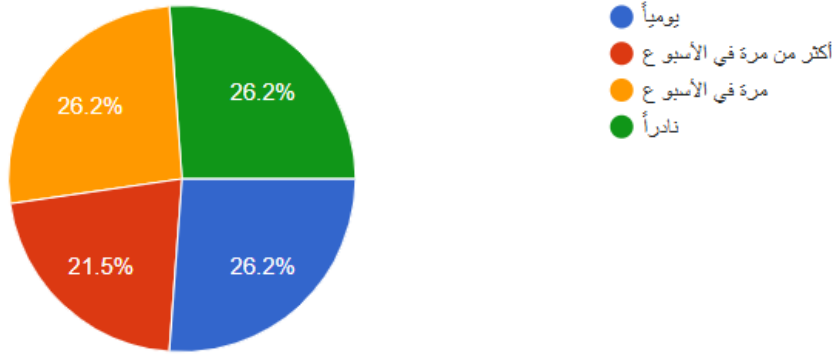
يتضح من خلال النتائج المعروضة في الشكل البياني أن منصة إنستغرام جاءت في المرتبة الأولى كأكثر المنصات استخدامًا لدى أفراد العينة لمتابعة المحتوى الرياضي، حيث بلغت نسبتها (40.9%)، وهو ما يدل على اعتماد شريحة كبيرة من الجمهور الرياضي على هذه المنصة بشكل أساسي. في المقابل، جاءت المواقع الرياضية في المرتبة الثانية بنسبة (32.8%)، مما يشير إلى استمرار حضور المصادر التقليدية ولكن بصيغة رقمية، وإن كان بدرجة أقل من منصات التواصل الاجتماعي.

ويمكن تفسير تصدر إنستغرام لهذه النتائج بطبيعة المنصة التي تعتمد على المحتوى البصري السريع، مثل الصور ومقاطع الفيديو القصيرة، وهو ما يتوافق مع طبيعة المحتوى الرياضي الذي يتميز بالحركة والإثارة وسرعة نقل الأحداث. كما أن سهولة التصفح وسرعة الوصول إلى المعلومات عبر هذه المنصة تجعلها خيارًا مفضلًا لدى المستخدمين، خاصة في ظل نمط الاستهلاك الرقمي الحديث الذي يميل إلى السرعة والاختصار.

أما بالنسبة للمواقع الرياضية، فإن احتلالها المرتبة الثانية يعكس استمرار ثقة الجمهور بها كمصدر موثوق للمعلومات والأخبار الرياضية، خاصة فيما يتعلق بالتفاصيل الدقيقة والتحليلات الموسعة التي قد لا تكون متوفرة بشكل كامل في منصات التواصل الاجتماعي. ومع ذلك، فإن تراجعها إلى المرتبة الثانية يشير إلى تحول تدريجي في سلوك الجمهور نحو المنصات الأكثر تفاعلية وسرعة.

وتتفق هذه النتيجة مع ما تشير إليه نظرية الاستخدامات والإشباع، التي ترى أن الجمهور يختار الوسيلة الإعلامية التي تلبي احتياجاته بشكل أفضل، حيث يلجأ المستخدمون إلى إنستغرام لإشباع حاجاتهم الترفيهية والبصرية السريعة، بينما يتجهون إلى المواقع الرياضية لإشباع حاجاتهم المعرفية والحصول على معلومات أكثر تفصيلًا.

وبناءً على ذلك، يمكن القول إن الجمهور الرياضي السعودي يتجه بشكل واضح نحو المنصات التفاعلية الحديثة، مع احتفاظه بجزء من الاعتماد على المصادر التقليدية الرقمية، وهو ما يعكس نمطًا هجينًا في استهلاك المحتوى الرياضي يجمع بين السرعة والموثوقية.



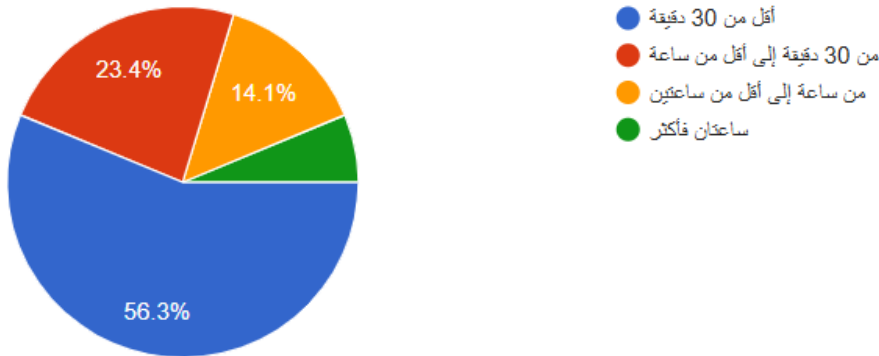
تُظهر النتائج المتعلقة بمعدل متابعة المحتوى الرياضي عبر المنصات الرقمية تقاربًا واضحًا بين مختلف فئات الإجابة، حيث توزعت النسب بشكل شبه متساوٍ بين المتابعة اليومية، وأكثر من مرة في الأسبوع، ومرة واحدة في الأسبوع، ونادرًا، إذ بلغت نسبة كل فئة تقريبًا (25%). ويعكس هذا التوزيع المتوازن عدم وجود نمط استخدام موحد بين أفراد العينة، بل يشير إلى تنوع واضح في سلوكيات المتابعة الرقمية لدى الجمهور الرياضي.

ويمكن تفسير هذا التقارب في النتائج بأن الجمهور الرياضي ليس فئة متجانسة من حيث مستوى الاهتمام، حيث تختلف درجة ارتباط الأفراد بالرياضة تبعًا لعدة عوامل، مثل مستوى الشغف الرياضي، والوقت المتاح، ونوع الاهتمامات الشخصية. فبعض الأفراد يحرصون على المتابعة اليومية بسبب ارتباطهم القوي بالأندية أو المنافسات، بينما يكتفي آخرون بالمتابعة الأسبوعية أو غير المنتظمة نتيجة انشغالهم أو انخفاض درجة اهتمامهم.

كما يمكن ربط هذه النتيجة بطبيعة المحتوى الرياضي نفسه، الذي غالبًا ما يكون مرتبطًا بالأحداث والمباريات، مما يجعل المتابعة تتغير حسب توقيت هذه الأحداث. فخلال فترات البطولات أو المباريات المهمة، قد يرتفع معدل المتابعة، بينما ينخفض في الفترات الأخرى، وهو ما يفسر وجود تباين في إجابات المشاركين.

وتتوافق هذه النتيجة مع ما تشير إليه نظرية الاستخدامات والإشباع، التي تؤكد أن استخدام الوسائل الإعلامية يعتمد على حاجات الأفراد ودوافعهم، حيث لا يوجد نمط استخدام ثابت، بل يتغير وفقًا لاهتمامات كل فرد وظروفه. وبالتالي، فإن تقارب النسب يعكس مرونة استخدام المنصات الرقمية في المجال الرياضي، وقدرتها على تلبية احتياجات فئات مختلفة من الجمهور.

وبناءً على ذلك، يمكن القول إن المنصات الرقمية نجحت في استقطاب مختلف فئات الجمهور الرياضي، سواء كانوا من المتابعين الدائمين أو العرضيين، وهو ما يعزز من دورها كوسيلة رئيسية في نقل ومتابعة المحتوى الرياضي في العصر الحديث.



تُظهر نتائج هذا السؤال أن النسبة الأكبر من أفراد العينة تقضي أقل من 30 دقيقة يومياً في متابعة المحتوى الرياضي عبر المنصات الرقمية، حيث بلغت نسبتهم (56.3%)، وهي نسبة مرتفعة تعكس نمطاً واضحاً من الاستخدام السريع والمختصر. في المقابل، جاءت فئة من يقضون من 30 إلى 60 دقيقة بنسبة (23.4%)، بينما بلغت نسبة من يقضون من ساعة إلى ساعتين (14.1%)، في حين توزعت النسبة المتبقية على من يقضون أكثر من ساعتين يومياً في المتابعة.

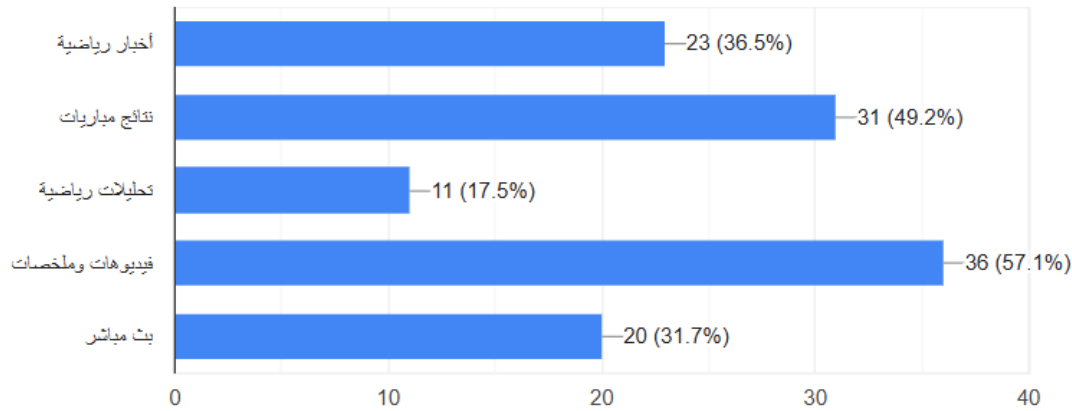
وتشير هذه النتائج إلى أن غالبية الجمهور الرياضي السعودي يميل إلى استهلاك المحتوى الرياضي بشكل سريع ومكثف خلال فترات زمنية قصيرة، وهو ما يتوافق مع طبيعة الاستخدام الحديثة للمنصات الرقمية التي تعتمد على السرعة وسهولة الوصول إلى المعلومات. فالمستخدم اليوم لم يعد بحاجة إلى وقت طويل لمتابعة الأحداث الرياضية، بل يمكنه الاطلاع على أبرز الأخبار والملخصات خلال دقائق معدودة.

ويمكن تفسير ارتفاع نسبة الاستخدام القصير (أقل من 30 دقيقة) بأن المحتوى الرياضي المتوفر على المنصات الرقمية أصبح مختصراً وجذاباً، مثل الفيديوهات القصيرة والملخصات السريعة، مما يقلل الحاجة إلى المتابعة الطويلة. كما أن نمط الحياة السريع والانشغالات اليومية قد تدفع المستخدمين إلى تخصيص وقت محدود فقط لمتابعة اهتماماتهم الرياضية.

أما الفئات التي تقضي وقتاً أطول في المتابعة، فقد تعكس وجود شريحة من الجمهور ذات اهتمام أعلى بالرياضة، حيث تميل إلى متابعة التحليلات، والبت المباشر، والمحتوى التفصيلي، وهو ما يتطلب وقتاً أطول مقارنة بالاستهلاك السريع.

وتتفق هذه النتائج مع ما تشير إليه نظرية الاستخدامات والإشباع، حيث يسعى الأفراد إلى استخدام الوسائل الإعلامية بطريقة تحقق لهم أكبر فائدة ممكنة بأقل وقت وجهد، وهو ما يفسر انتشار نمط المتابعة القصيرة والسريعة بين غالبية المستخدمين.

وبناءً على ذلك، يمكن القول إن سلوك متابعة المحتوى الرياضي لدى الجمهور السعودي يتجه بشكل واضح نحو "الاستهلاك الرقمي السريع"، وهو نمط يعكس التحول في طبيعة الإعلام الرياضي، حيث أصبحت السرعة والاختصار من أهم خصائص المحتوى الرقمي الحديث.



تُظهر نتائج هذا السؤال أن فئة الفيديوهات والملخصات الرياضية جاءت في المرتبة الأولى كأكثر أنواع المحتوى متابعه من قبل أفراد العينة، في حين جاءت التحليلات الرياضية في المرتبة الأخيرة بنسبة أقل مقارنة بباقي الخيارات. ويعكس هذا التفاوت الواضح في النسب وجود تفضيل عام لدى الجمهور الرياضي نحو المحتوى السريع والمختصر على حساب المحتوى التحليلي المطول.

ويمكن تفسير تصدّر الفيديوهات والملخصات بأن هذا النوع من المحتوى يتميز بسهولة الاستهلاك وسرعة نقل المعلومة، حيث يستطيع المستخدم متابعة أبرز أحداث المباراة أو أهم اللقطات خلال وقت قصير، دون الحاجة إلى متابعة كاملة أو قراءة تحليل مفصل. كما أن الطبيعة البصرية لهذا المحتوى تجعله أكثر جاذبية وتفاعلية، خاصة في ظل انتشار ثقافة الفيديو القصير على المنصات الرقمية.

أما انخفاض نسبة متابعة التحليلات الرياضية، فيمكن تفسيره بأن هذا النوع من المحتوى يتطلب وقتًا أطول وتركيزًا أكبر من قبل المستخدم، وهو ما لا يتناسب مع نمط الاستخدام السريع الذي يفضلته كثير من الأفراد. كما أن بعض المستخدمين يكتفون بمعرفة النتيجة أو أبرز الأحداث دون الحاجة إلى التعمق في التفاصيل الفنية أو التكتيكية.

وتعكس هذه النتائج التحول الكبير في طبيعة استهلاك المحتوى الرياضي، حيث لم يعد الجمهور يعتمد بشكل أساسي على التحليل المطول، بل أصبح يفضل المحتوى المختصر الذي يلبي حاجته بسرعة وكفاءة. وهذا يتماشى مع التغيرات العامة في سلوك مستخدمي المنصات الرقمية، الذين يميلون إلى السرعة والتنوع في استهلاك المعلومات.

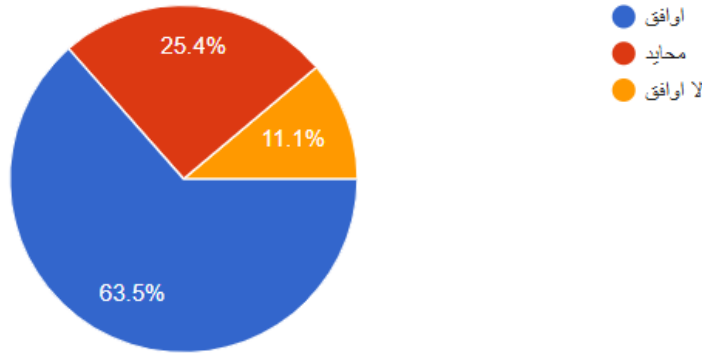
وتتفق هذه النتيجة مع ما تشير إليه نظرية الاستخدامات والإشباع، حيث يسعى الجمهور إلى اختيار الوسيلة ونوع المحتوى الذي يحقق له الإشباع المطلوب بأقل جهد ممكن، وهو ما يفسر الإقبال الكبير على الفيديوهات والملخصات مقارنة بالتحليلات المتعمقة.

وبناءً على ذلك، يمكن القول إن المحتوى المرئي السريع أصبح العنصر الأكثر تأثيرًا في جذب الجمهور الرياضي، وهو ما يفرض على الجهات الرياضية والإعلامية إعادة النظر في طريقة تقديم المحتوى بما يتناسب مع هذا التوجه.

4.3 رابعًا: التفاعل مع المحتوى الرياضي

أضع إعجابًا على المنشورات الرياضية

63 ردًا



تُظهر نتائج هذا السؤال أن نسبة كبيرة من أفراد العينة تميل إلى التفاعل مع المنشورات الرياضية من خلال وضع الإعجاب، حيث بلغت نسبة الموافقين (63.5%)، وهي نسبة مرتفعة تعكس انتشار هذا النوع من التفاعل بين الجمهور الرياضي. في المقابل، بلغت نسبة المحايدين (25.4%)، بينما جاءت نسبة غير الموافقين على هذا السلوك بنسبة (11.1%)، وهي نسبة منخفضة نسبيًا.

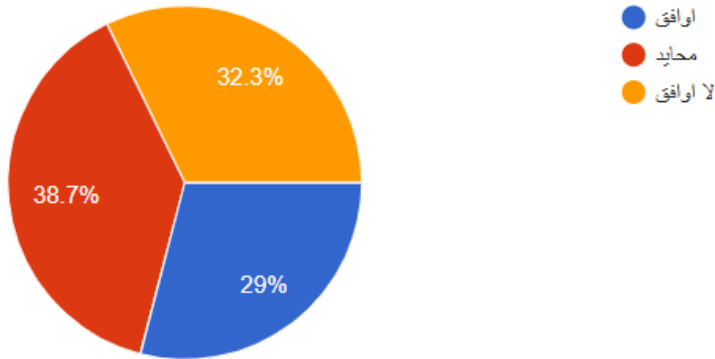
وتشير هذه النتائج إلى أن التفاعل البسيط، مثل وضع الإعجاب، يُعد الشكل الأكثر شيوعًا وانتشارًا بين المستخدمين، وذلك لأنه لا يتطلب جهدًا كبيرًا أو وقتًا طويلاً، مقارنةً بأشكال التفاعل الأخرى مثل التعليق أو النقاش. فالمستخدم يستطيع التعبير عن اهتمامه أو إعجابه بالمحتوى الرياضي بضغطة زر واحدة، دون الحاجة إلى الانخراط في تفاعل أعمق.

كما يمكن تفسير ارتفاع نسبة هذا النوع من التفاعل بأن طبيعة المنصات الرقمية نفسها تشجع عليه، حيث تُصمم واجهات الاستخدام بطريقة تسهّل وتبرز خيار الإعجاب، مما يجعله الخيار الأول والأسرع أمام المستخدمين. بالإضافة إلى ذلك، فإن بعض الأفراد يفضلون التفاعل الصامت دون الدخول في نقاشات أو جدالات قد تكون حاضرة في التعليقات.

أما وجود نسبة من الأفراد المحايدين أو غير الموافقين، فقد يشير إلى وجود فئة من المستخدمين الذين يكتفون بالمشاهدة دون التفاعل، أو الذين لا يرون ضرورة للتعبير عن آرائهم من خلال هذه الوسائل، وهو ما يعكس تنوع أنماط الاستخدام بين الجمهور.

وتتفق هذه النتائج مع ما تشير إليه الأدبيات في مجال الإعلام الرقمي، والتي تؤكد أن التفاعل البسيط يُعد المدخل الأساسي لاندماج الجمهور مع المحتوى، وأنه يشكل المرحلة الأولى في سلم التفاعل، والتي قد تتطور لاحقًا إلى أشكال أكثر عمقًا مثل التعليق والمشاركة.

وبناءً على ذلك، يمكن القول إن الإعجاب يمثل مؤشرًا مهمًا على تفاعل الجمهور مع المحتوى الرياضي، إلا أنه يعكس في الوقت نفسه طبيعة التفاعل السريع والبسيط الذي يميز سلوك المستخدمين في البيئة الرقمية.



تُظهر نتائج هذا السؤال أن نسبة الموافقين على قيامهم بالتعليق على المحتوى الرياضي بلغت (29%)، في حين جاءت نسبة المحايدون أعلى نسبياً حيث بلغت (38.7%)، بينما بلغت نسبة غير الموافقين (32.3%). ويعكس هذا التوزيع وجود تباين واضح في سلوك أفراد العينة تجاه هذا النوع من التفاعل، مع ميل عام نحو انخفاض نسبة المشاركة الفعلية بالتعليق مقارنة بأشكال التفاعل الأخرى.

وتشير هذه النتائج إلى أن التعليق، باعتباره أحد أشكال التفاعل العميق، لا يحظى بنفس مستوى الانتشار الذي يتمتع به التفاعل البسيط مثل الإعجاب، وهو ما يمكن تفسيره بأن التعليق يتطلب جهداً أكبر من المستخدم، سواء من حيث التفكير أو صياغة الرأي، إضافة إلى أنه قد يفتح المجال للنقاش أو الجدل مع الآخرين، وهو ما قد لا يفضل بعض المستخدمين.

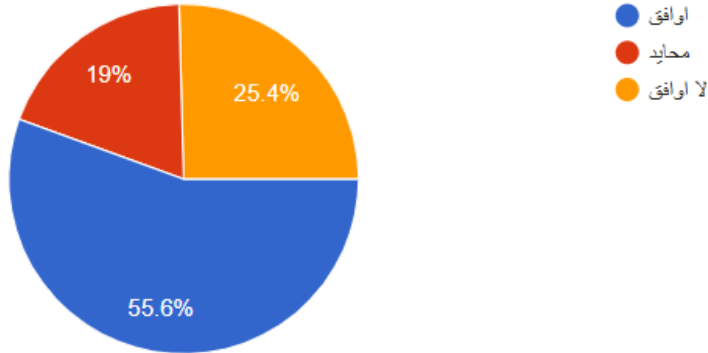
كما أن ارتفاع نسبة المحايدون يدل على وجود فئة من المستخدمين الذين يتابعون المحتوى الرياضي بشكل مستمر، لكنهم لا يشاركون بأرائهم بشكل مباشر، مما يعكس ما يُعرف بـ"المتابعة الصامتة"، حيث يكفي الفرد بالملاحظة دون التفاعل الظاهر.

أما نسبة غير الموافقين، فهي تشير إلى وجود شريحة من الجمهور لا تميل إلى التعليق نهائياً، وقد يعود ذلك إلى أسباب متعددة، مثل عدم الاهتمام بالتعبير عن الرأي، أو تجنب النقاشات، أو الاكتفاء بمتابعة المحتوى دون التفاعل معه.

وتبرز هذه النتائج الفرق الواضح بين مستويات التفاعل الرقمي، حيث يظهر أن الجمهور الرياضي السعودي يميل بشكل أكبر إلى التفاعل السريع والبسيط، في حين يقل انخراطه في التفاعل العميق الذي يتطلب مشاركة فكرية أو نقاشاً.

وتتفق هذه النتيجة مع ما تشير إليه الأدبيات في مجال الإعلام الرقمي، التي تميز بين مستويات التفاعل المختلفة، حيث يُعد التعليق مرحلة متقدمة من التفاعل تعكس درجة أعلى من الاندماج، لكنها في الوقت نفسه أقل شيوعاً بسبب متطلباتها.

وبناءً على ذلك، يمكن القول إن التفاعل عبر التعليق لا يزال محدوداً نسبياً لدى الجمهور الرياضي، مقارنة بباقي أشكال التفاعل، وهو ما يعكس طبيعة الاستخدام السائدة التي تميل إلى السرعة والبساطة أكثر من التعمق والمشاركة الواسعة.



تُظهر نتائج هذا السؤال أن نسبة الذين يشاهدون البث المباشر أو النقاشات الرياضية عبر المنصات الرقمية بلغت (55.6%)، وهي النسبة الأعلى، في حين بلغت نسبة الذين لا يشاهدونها (25.4%)، بينما جاءت نسبة المحايدين (19%).

ويعكس هذا التوزيع ارتفاع مستوى متابعة الجمهور الرياضي للمحتوى المباشر عبر المنصات الرقمية، مما يدل على أن البث المباشر والنقاشات الرياضية أصبحت من الأشكال الشائعة في استهلاك المحتوى الرياضي، لما توفره من آنية وسرعة وتفاعل مع الحدث.

كما تشير هذه النتيجة إلى أن أكثر من نصف أفراد العينة يفضلون متابعة هذا النوع من المحتوى، وهو ما يبرز أهمية المنصات الرقمية في نقل الأحداث الرياضية ومناقشتها بصورة فورية.

أما نسبة الذين لا يشاهدون البث المباشر أو النقاشات الرياضية، فتعكس وجود شريحة من الجمهور لا تميل إلى هذا النمط من المتابعة، وقد يرجع ذلك إلى تفضيلهم للمحتوى المختصر أو الملخصات بدلاً من المتابعة المباشرة.

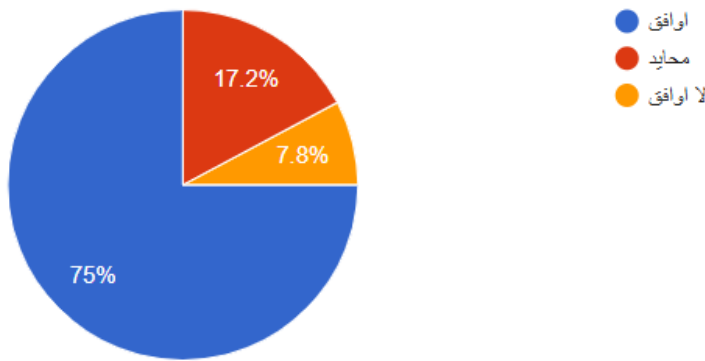
في حين تدل نسبة المحايدين على فئة تتعامل مع هذا النوع من المحتوى بشكل غير ثابت، فقد تتابعه أحياناً دون أن يكون جزءاً رئيسياً من سلوكها الإعلامي.

وتوضح هذه النتائج أن البث المباشر والنقاشات الرياضية يحظيان بانتشار ملحوظ لدى الجمهور الرياضي، بوصفهما من أشكال التفاعل والمتابعة الأكثر قرباً من الحدث وأكثر قدرة على جذب الاهتمام.

4.5 خامسًا: أثر المنصات الرقمية على الانتماء والمتابعة

المنصات الرقمية خلّنتي أكثر اهتمامًا بالأخبار الرياضية

64 ردًا



تُظهر نتائج هذا السؤال أن نسبة (75%) من أفراد العينة أفادوا بأن المنصات الرقمية جعلتهم أكثر اهتمامًا بالأخبار الرياضية، وهي نسبة مرتفعة تعكس التأثير الكبير لهذه المنصات في تعزيز الاهتمام بالمجال الرياضي. في المقابل، بلغت نسبة المحايدين (17.2%)، بينما بلغت نسبة الذين لم يشعروا بهذا التأثير (7.8%).

ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن المنصات الرقمية تتيح وصولًا سريعًا ومستمرًا إلى الأخبار الرياضية، مما يجعل المستخدم على اطلاع دائم بكل ما هو جديد، وهو ما يسهم في زيادة اهتمامه ومتابعته. كما أن تنوع المحتوى بين أخبار عاجلة، ومقاطع، وتحليلات، يساعد في جذب انتباه الجمهور وتعزيز ارتباطه بالمجال الرياضي.

كما تشير هذه النتائج إلى أن المنصات الرقمية لا تقتصر على نقل الأخبار فقط، بل تسهم في رفع مستوى الاهتمام والمتابعة، حيث يتعرض المستخدم للمحتوى الرياضي بشكل متكرر خلال استخدامه اليومي لهذه المنصات، مما يجعله أكثر ارتباطًا بالأحداث والتفاصيل.

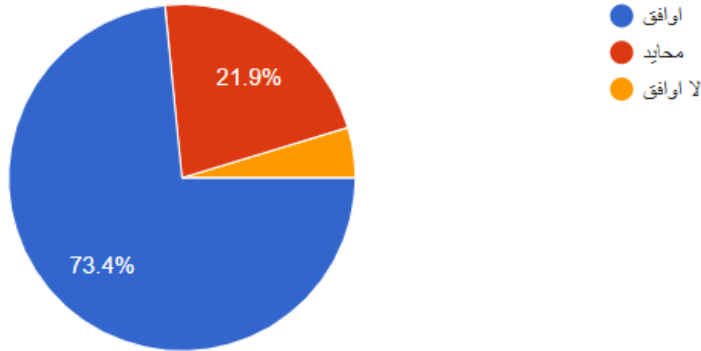
أما نسبة المحايدين، فتعكس وجود فئة لم تلاحظ تغيرًا واضحًا في مستوى اهتمامها، ربما لأنها كانت مهتمة بالأخبار الرياضية مسبقًا، أو لأنها لا تعتمد بشكل كبير على المنصات الرقمية كمصدر رئيسي. في حين أن انخفاض نسبة غير المتأثرين يدل على أن تأثير هذه المنصات يشمل معظم أفراد العينة.

وبشكل عام، يمكن القول إن المنصات الرقمية تلعب دورًا مهمًا في زيادة الاهتمام بالأخبار الرياضية، من خلال ما توفره من سرعة وسهولة في الوصول إلى المعلومات، مما يجعلها مصدرًا أساسيًا لمتابعة هذا النوع من المحتوى.

المنصات الرقمية خلّنتي أتابع النادي أو اللاعب بشكل أكبر من

قبل

64 ردًا



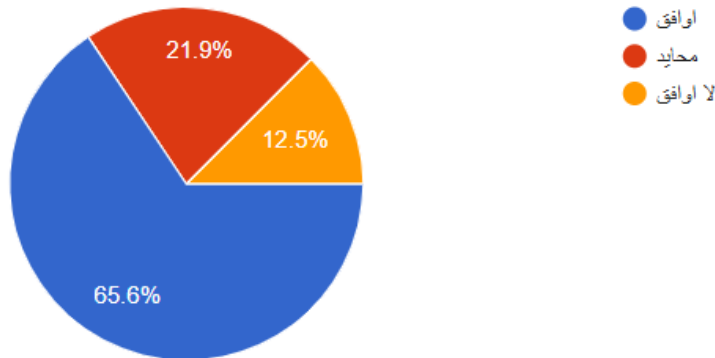
تُظهر نتائج هذا السؤال أن نسبة (73.4%) من أفراد العينة أفادوا بأن المنصات الرقمية جعلتهم أكثر اهتمامًا بالأخبار الرياضية، وهي نسبة مرتفعة تشير إلى تأثير واضح لهذه المنصات في تعزيز الاهتمام بالمجال الرياضي. في المقابل، بلغت نسبة المحايدين (21.9%)، بينما تمثل النسبة المتبقية (4.7%) أولئك الذين لم يشعروا بوجود تأثير يُذكر.

ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن المنصات الرقمية تتيح تدفقًا مستمرًا وسريعًا للأخبار الرياضية، مما يجعل المستخدم على اطلاع دائم بأحدث المستجدات، وهو ما يساهم في زيادة اهتمامه ومتابعته. كما أن سهولة الوصول إلى الأخبار وتنوع مصادرها بين منصات مختلفة يعزز من فرص التعرض المتكرر للمحتوى الرياضي.

وتشير هذه النتائج إلى أن المنصات الرقمية لم تكتفِ بزيادة حجم المتابعة فقط، بل ساهمت أيضًا في تعزيز مستوى الاهتمام بالأخبار الرياضية، حيث أصبح المستخدم أكثر ارتباطًا بما يحدث في هذا المجال، وأكثر رغبة في معرفة التفاصيل والتحديثات بشكل مستمر.

أما نسبة المحايدين، فقد تعكس وجود فئة لم تلاحظ تغيرًا كبيرًا في مستوى اهتمامها، ربما لأنها كانت مهتمة بالأخبار الرياضية مسبقًا، أو لأنها لا تعتمد بشكل أساسي على المنصات الرقمية كمصدر رئيسي للأخبار. في حين أن انخفاض نسبة غير المتأثرين يدل على أن تأثير هذه المنصات يشمل معظم أفراد العينة.

وبشكل عام، يمكن القول إن المنصات الرقمية تلعب دورًا مهمًا في زيادة الاهتمام بالأخبار الرياضية، من خلال ما توفره من سرعة في نقل المعلومات وسهولة في الوصول إليها، مما يجعلها مصدرًا أساسيًا لمتابعة هذا النوع من المحتوى لدى الجمهور.



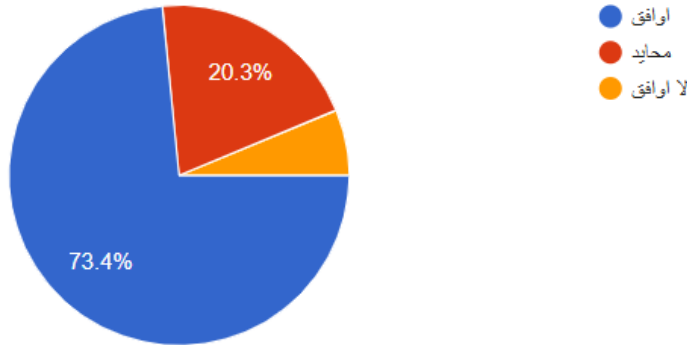
تُظهر نتائج هذا السؤال أن نسبة (65.6%) من أفراد العينة أفادوا بأن المنصات الرقمية جعلتهم يتابعون النادي أو اللاعب بشكل أكبر مقارنة بالسابق، وهي نسبة مرتفعة تشير إلى تأثير ملحوظ لهذه المنصات في تعزيز العلاقة بين الجمهور والكيانات الرياضية. في المقابل، بلغت نسبة المحايدين (21.9%)، بينما تمثل النسبة المتبقية (12.5%) أولئك الذين لم يلاحظوا وجود تغيير في مستوى متابعتهم.

ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن المنصات الرقمية أتاحت للجمهور إمكانية متابعة تفاصيل أكثر دقة واستمرارية عن الأندية واللاعبين، مثل الأخبار اليومية، والتدريبات، والمقاطع الحصرية، والتحديثات المستمرة، مما ساهم في تقوية الارتباط بهم وزيادة الاهتمام بمتابعتهم بشكل منتظم.

كما تشير هذه النتائج إلى أن المنصات الرقمية أسهمت في تعزيز الانتماء الرياضي لدى الجمهور، حيث أصبح المستخدم أقرب إلى النادي أو اللاعب، وأكثر اطلاعًا على أخباره وتفاصيله، وهو ما يعزز شعوره بالارتباط والمتابعة المستمرة.

أما نسبة المحايدين، فتعكس وجود فئة لم تلمس تغيرًا واضحًا في مستوى متابعتها، ربما لأنها كانت تتابع النادي أو اللاعب بشكل مستمر من قبل، أو لأنها لا تعتمد بشكل كبير على المنصات الرقمية في هذا الجانب. في حين أن نسبة غير المتأثرين، رغم كونها أقل، تشير إلى وجود شريحة لا ترى أن هذه المنصات أثرت على سلوكها في المتابعة.

وبشكل عام، يمكن القول إن المنصات الرقمية لعبت دورًا مهمًا في زيادة متابعة الأندية واللاعبين، من خلال تقريب المسافة بين الجمهور والمحتوى الرياضي، وتوفير تغطية مستمرة ومتنوعة تساهم في تعزيز الاهتمام والانتماء الرياضي.



تُظهر نتائج هذا السؤال أن نسبة (73.4%) من أفراد العينة أفادوا بأن المنصات الرقمية زادت من متابعتهم للمحتوى الرياضي، وهي نسبة مرتفعة تؤكد التأثير القوي لهذه المنصات في تعزيز سلوك المتابعة لدى الجمهور. في المقابل، بلغت نسبة المحايدين (20.3%)، بينما تمثل النسبة المتبقية (6.3%) أولئك الذين لم يلاحظوا وجود تأثير واضح.

ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن المنصات الرقمية وفّرت للمستخدمين إمكانية الوصول المستمر والسريع إلى المحتوى الرياضي بمختلف أشكاله، مثل الأخبار، والبلث المباشر، والمقاطع القصيرة، مما جعل متابعة الرياضة أكثر سهولة وانتشارًا ضمن الحياة اليومية.

كما تشير هذه النتائج إلى أن المنصات الرقمية ساهمت في زيادة وتيرة التعرض للمحتوى الرياضي، حيث أصبح المستخدم يتفاعل مع هذا المحتوى بشكل متكرر، سواء من خلال المتابعة المباشرة أو أثناء التصفح، وهو ما يعزز من حضوره ضمن اهتماماته.

أما نسبة المحايدين، فتعكس وجود فئة لم تلاحظ تغيرًا كبيرًا في مستوى متابعتها، وربما كانت تتابع المحتوى الرياضي مسبقًا بنفس الوتيرة، أو لا تعتمد بشكل أساسي على المنصات الرقمية. في حين أن انخفاض نسبة غير المتأثرين يدل على أن تأثير هذه المنصات يشمل غالبية أفراد العينة.

وبشكل عام، يمكن القول إن المنصات الرقمية لعبت دورًا مهمًا في زيادة متابعة المحتوى الرياضي، من خلال تسهيل الوصول إليه وتكثيف حضوره، مما يعكس تحولًا واضحًا في سلوك الجمهور نحو الاعتماد على الوسائل الرقمية في متابعة الرياضة.

6. آفاق الدراسة

تُعد هذه الدراسة خطوة أولى في محاولة فهم أثر استخدام المنصات الرقمية على الجمهور الرياضي السعودي، إلا أن هذا الموضوع ما يزال واسعاً ويحتوي على العديد من الجوانب التي يمكن دراستها بشكل أعمق في المستقبل. فمع التطور السريع في وسائل الإعلام الرقمية، والتغير المستمر في طريقة استخدام الجمهور لهذه المنصات، أصبح من الضروري الاستمرار في دراسة هذا المجال لفهمه بشكل أفضل. كما أن زيادة الاعتماد على المنصات الرقمية في متابعة الرياضة تجعل هذا الموضوع مهماً ليس فقط من الناحية الأكاديمية، بل أيضاً من الناحية العملية.

من الممكن في الدراسات المستقبلية التركيز بشكل أكبر على كل منصة رقمية بشكل منفصل، بدلاً من التعامل مع جميع المنصات على أنها شيء واحد. وذلك لأن كل منصة لها طبيعة مختلفة من حيث طريقة عرض المحتوى، ونوع الجمهور الموجود عليها، وأسلوب التفاعل. فمثلاً بعض المنصات تركز على الأخبار السريعة، وبعضها يعتمد على الفيديوهات القصيرة، وأخرى تهتم بالتحليل أو النقاش. لذلك فإن دراسة كل منصة لوحدها قد تساعد في معرفة أي منصة لها تأثير أكبر على الجمهور، وكيف يختلف هذا التأثير من منصة إلى أخرى.

كذلك يمكن أن تتجه الدراسات القادمة إلى التركيز على نوع المحتوى الرياضي نفسه، وليس فقط على المنصات. فالمحتوى الرياضي متنوع، مثل الأخبار، والتحليلات، والفيديوهات، والملخصات، والبرث المباشر، والمحتوى الترفيهي. ومن المهم معرفة أي نوع من هذا المحتوى يجذب الجمهور أكثر، وأي نوع يجعل الجمهور يتفاعل بشكل أكبر. كما يمكن دراسة العلاقة بين نوع المحتوى ومستوى الفهم أو الانتماء أو الاهتمام لدى الجمهور، لأن بعض أنواع المحتوى قد يكون لها تأثير أقوى من غيرها.

ومن الجوانب المهمة أيضاً أن تركز الدراسات المستقبلية على فئات محددة من الجمهور الرياضي، بدلاً من دراسة الجمهور بشكل عام. فمثلاً يمكن دراسة فئة الشباب بشكل خاص، لأنهم الأكثر استخداماً للمنصات الرقمية، أو دراسة فئة النساء لمعرفة طبيعة اهتمامهن بالمحتوى الرياضي، أو حتى دراسة مشجعي أندية معينة لمعرفة مدى تأثير المنصات على انتمائهم. وهذا يساعد في فهم الفروق بين الأفراد بشكل أدق، بدلاً من تعميم النتائج على الجميع.

كما يمكن التوسع في دراسة تأثير المنصات الرقمية على سلوك الجمهور، وليس فقط على المتابعة أو التفاعل. فمثلاً يمكن دراسة كيف تؤثر هذه المنصات على قرارات الشراء المتعلقة بالرياضة، مثل شراء القمصان أو الاشتراكات أو التذاكر. كما يمكن دراسة تأثيرها على طريقة تشجيع الفريق أو المشاركة في النقاشات الرياضية، أو حتى على مستوى التعصب الرياضي. لأن المنصات الرقمية لم تعد فقط وسيلة لنقل المعلومات، بل أصبحت تؤثر في سلوك الجمهور بشكل واضح.

ومن الأفكار التي يمكن دراستها أيضاً دور صناع المحتوى والمؤثرين في المجال الرياضي، حيث أصبح لهم تأثير كبير على الجمهور. فبعض المتابعين يعتمدون على هؤلاء المؤثرين في معرفة الأخبار أو التحليلات، وقد يتأثرون بأرائهم بشكل مباشر. لذلك يمكن دراسة مدى تأثيرهم مقارنة بالحسابات الرسمية للأندية أو القنوات الرياضية، ومعرفة أيهم أكثر تأثيراً في تشكيل رأي الجمهور.

كذلك يمكن للدراسات المستقبلية أن تستخدم طرق بحث مختلفة، مثل المقابلات الشخصية أو النقاشات الجماعية، وليس فقط الاستبانة. لأن هذه الطرق تساعد في فهم آراء الجمهور بشكل أعمق، ومعرفة الأسباب الحقيقية وراء سلوكهم واستخدامهم للمنصات الرقمية. كما يمكن إجراء دراسات على فترات

زمنية مختلفة لمعرفة كيف يتغير استخدام الجمهور مع الوقت، خاصة مع ظهور منصات جديدة أو تطور المنصات الحالية.

ومن الممكن أيضاً عمل دراسات مقارنة، سواء بين مناطق داخل السعودية، أو بين السعودية ودول أخرى، لمعرفة ما إذا كانت هناك فروق في استخدام المنصات الرقمية وتأثيرها على الجمهور الرياضي. لأن البيئة الاجتماعية والثقافية قد يكون لها دور في طريقة استخدام هذه المنصات.

وفي النهاية، يمكن القول إن هذه الدراسة تمثل بداية لفهم هذا الموضوع، لكنها لا تغطي جميع جوانبه، لذلك ما يزال هناك مجال كبير لدراسات أخرى يمكن أن تتناول هذا الموضوع بشكل أوسع وأكثر تفصيلاً. ومع استمرار تطور المنصات الرقمية، سيبقى هذا الموضوع مهماً ويحتاج إلى متابعة ودراسة مستمرة لفهم تأثيره الحقيقي على الجمهور الرياضي.

7. خاتمة

في ختام هذه الدراسة، التي تناولت موضوع "أثر استخدام المنصات الرقمية على الجمهور الرياضي السعودي"، يتضح أن التحولات المتسارعة في بيئة الإعلام الرقمي قد أحدثت تغييراً جوهرياً في طبيعة العلاقة بين الجمهور والرياضة، وفي أنماط استهلاك المحتوى الرياضي، وأساليب التفاعل معه. فقد أصبحت المنصات الرقمية تمثل اليوم ركيزة أساسية في تشكيل التجربة الرياضية لدى الأفراد، ولم تعد مجرد وسيلة لنقل الأخبار أو عرض النتائج، بل تحولت إلى فضاء تفاعلي متكامل يجمع بين المعلومة، والمشاركة، والتأثير، والانتماء.

وقد سعت هذه الدراسة إلى تحليل هذا التحول من خلال التركيز على الجمهور الرياضي السعودي، بوصفه نموذجاً يعكس مستوى متقدماً من استخدام المنصات الرقمية في الحياة اليومية، خاصة في ظل الانتشار الواسع للإنترنت، والتطور الكبير في استخدام الهواتف الذكية، وتنامي حضور المنصات الاجتماعية في مختلف مجالات الحياة، وعلى رأسها المجال الرياضي. ومن خلال الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، واستخدام الاستبانة الإلكترونية كأداة رئيسية لجمع البيانات، أمكن الوصول إلى مجموعة من النتائج التي تسهم في فهم أعمق لطبيعة هذا التأثير وأبعاده المختلفة.

وأظهرت نتائج الدراسة أن المنصات الرقمية أصبحت المصدر الأساسي لمتابعة المحتوى الرياضي لدى شريحة واسعة من الجمهور الرياضي السعودي، حيث يتجه الأفراد إلى هذه المنصات للحصول على الأخبار العاجلة، ومتابعة نتائج المباريات، والاطلاع على التحليلات، ومشاهدة المقاطع المرئية المرتبطة بالأحداث الرياضية. كما تبين أن هذا الاستخدام لا يقتصر على الجانب المعرفي فحسب، بل يمتد ليشمل الجوانب الوجدانية والسلوكية، إذ يسهم التفاعل مع المحتوى الرقمي في تعزيز الشعور بالانتماء والولاء للأندية واللاعبين، ويزيد من مستوى الارتباط العاطفي بالرياضة بشكل عام.

ومن خلال تحليل أنماط الاستخدام، اتضح أن الجمهور الرياضي يميل إلى استهلاك المحتوى السريع والمختصر، خاصة المحتوى المرئي مثل الفيديوهاوت القصيرة والملخصات، وهو ما يعكس طبيعة التحول في السلوك الإعلامي في العصر الرقمي، حيث أصبح عامل الوقت وسهولة الوصول من المحددات الأساسية في اختيار الوسيلة ونوع المحتوى. كما كشفت النتائج أن التفاعل الرقمي يتخذ في الغالب أشكالاً بسيطة مثل الإعجاب والمشاركة، مع وجود نسبة أقل من التفاعل العميق الذي يتمثل في التعليق والمناقشة، وهو ما يمكن تفسيره بطبيعة الاستخدام السريع، وتفضيل كثير من المستخدمين للتفاعل السريع غير المعقد.

كما أكدت الدراسة أن دوافع استخدام المنصات الرقمية لدى الجمهور الرياضي تتنوع بين دوافع معرفية وترفيهية واجتماعية وانتمائية، وهو ما يتوافق مع ما تطرحه نظرية الاستخدامات والإشباع، التي تنظر إلى الجمهور بوصفه طرفاً نشطاً يسعى إلى تحقيق إشباعات محددة من خلال اختياره للوسيلة الإعلامية المناسبة. وفي هذا الإطار، يظهر أن المنصات الرقمية لا تؤدي وظيفة واحدة، بل تقدم مجموعة متنوعة من الإشباعات التي تلبي احتياجات المستخدمين المختلفة، وتدفعهم إلى الاستمرار في استخدامها والتفاعل معها.

وفيما يتعلق بالبعد الوجداني، أظهرت النتائج أن المنصات الرقمية تلعب دوراً مهماً في تعزيز الهوية الرياضية والانتماء للأندية، حيث تتيح هذه المنصات للمشجعين التعبير عن آرائهم، ومشاركة مشاعرهم، والتفاعل مع جماهير أخرى تشترك معهم في الاهتمام نفسه. وهذا بدوره يسهم في بناء

نوع من الهوية الجماعية الرقمية، التي تعزز من ارتباط الفرد بالنادي أو اللاعب، وتزيد من مستوى الولاء والمتابعة المستمرة.

ومن ناحية أخرى، توضح نتائج الدراسة أن المنصات الرقمية أصبحت تمثل أداة فعالة للمؤسسات الرياضية في بناء علاقات تفاعلية مع جمهورها، حيث يمكن من خلالها تقديم محتوى متنوع، والتواصل المباشر مع المتابعين، وقياس مستوى التفاعل، وفهم اهتمامات الجمهور بشكل أدق. وهذا يفرض على الأندية والجهات الرياضية ضرورة تطوير استراتيجياتها الرقمية، والاستثمار في إنتاج محتوى يتسم بالجاذبية والتجدد، ويتناسب مع طبيعة الجمهور واحتياجاته، بما يساهم في تعزيز حضورها وتأثيرها في البيئة الرقمية.

كما تشير الدراسة إلى أن التحول الرقمي في المجال الرياضي لا يقتصر على تغيير الوسائل، بل يمتد ليشمل تغييراً في طبيعة العلاقة بين الجمهور والمحتوى، حيث أصبح الجمهور شريكاً في إنتاج المحتوى وتداوله، وليس مجرد متلقٍ له. وهذا التحول يعكس انتقال الإعلام الرياضي من نموذج الاتصال أحادي الاتجاه إلى نموذج تفاعلي متعدد الاتجاهات، يتيح للجمهور دوراً أكبر في تشكيل الخطاب الرياضي والمشاركة في النقاشات المرتبطة به.

وبناءً على ما سبق، يمكن القول إن هذه الدراسة قد أسهمت في تسليط الضوء على دور المنصات الرقمية في تشكيل سلوك الجمهور الرياضي السعودي، وفي توضيح العلاقة بين مستوى الاستخدام ومؤشرات التفاعل والانتماء والولاء. كما أنها قدمت إطاراً تحليلياً يمكن البناء عليه في دراسات مستقبلية تتناول جوانب أخرى من هذا الموضوع، سواء من حيث التوسع في المتغيرات، أو استخدام أدوات تحليل أكثر تقدماً، أو إجراء مقارنات بين مجتمعات مختلفة.

وفي ضوء النتائج التي تم التوصل إليها، تبرز أهمية مواصلة البحث في هذا المجال، نظراً للتغير المستمر في طبيعة المنصات الرقمية، وتطور أساليب استخدامها، وتزايد تأثيرها في مختلف جوانب الحياة. كما أن فهم سلوك الجمهور الرياضي في البيئة الرقمية يمثل خطوة أساسية نحو تطوير الإعلام الرياضي، وتحسين جودة المحتوى، وتعزيز العلاقة بين المؤسسات الرياضية وجمهورها.

وفي الختام، يمكن التأكيد على أن المنصات الرقمية أصبحت عنصراً لا يمكن تجاهله في دراسة الإعلام الرياضي المعاصر، وأن تأثيرها في الجمهور الرياضي السعودي يتجاوز حدود المتابعة إلى مستويات أعمق تتعلق بالتفاعل والانتماء والولاء. ومن هنا، فإن التعامل مع هذه المنصات يتطلب رؤية استراتيجية واعية تستند إلى فهم دقيق لخصائص الجمهور واحتياجاته، بما يضمن تحقيق أقصى استفادة ممكنة من الإمكانيات التي توفرها البيئة الرقمية في خدمة المجال الرياضي وتطويره.

8. قائمة المراجع

- 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*.