

جامعة ميدأوشن

كلية الاعلام والتسويق

بكالوريوس الاعلام الرقمي

مقرر مشروع البحث

إسم الطالب: إبراهيم بن عبدالرحمن العيسى

رقم التسجيل: ٢٣٢٠٠٢١٣٠

إستمارة الطالب (ة)

عنوان مشروع البحث : أثر الحسابات الإخبارية الرياضية في منصة (X) على تشكيل وعي الجماهير الرياضية بالدوري السعودي للمحترفين

إقرار رسمي:

أقرُّ وأتعهد أنا الطالب(ة): إبراهيم بن عبدالرحمن العيسى بتحملي المسؤولية الكاملة عن أصالة الموضوع البحثي، وعدم انتحال أي محتوى علمي، وعدم الاستعانة بأي أشخاص أو جهات خارجية في إختيار الموضوع أو إعداد المحتوى البحثي.

خطة بحثية مقدمة لدرجة البكالوريوس في الإعلام الرقمي
أثر الحسابات الإخبارية الرياضية في منصة (X) على تشكيل
وعي الجماهير الرياضية بالدوري السعودي للمحترفين

إعداد: إبراهيم بن عبدالرحمن العيسى

الرقم الأكاديمي: ٢٣٢٠٠٢١٣٠

إشراف:

د. توفيق عمري

2026

مقدمة البحث

شهدت الساحة الرياضية السعودية في الآونة الأخيرة تحولاً جذرياً وغير مسبوق، جعل من الدوري السعودي للمحترفين محط أنظار وعشاق كرة القدم على المستوى الإقليمي والعالمي. وتزامن هذا الصعود الرياضي مع تنامي هائل في دور وسائل الإعلام الرقمي، وبشكل خاص منصة (X) -تويتر سابقاً- التي باتت البيئة التفاعلية الأولى للجماهير الرياضية في المملكة العربية السعودية. لم تعد الحسابات الإخبارية الرياضية على هذه المنصة مجرد ناقل للأخبار العاجلة، بل تحولت إلى صانع رئيسي للرأي العام وموجه للنقاشات الرياضية. ومن هنا، يبرز دور هذه الحسابات في إعادة تشكيل وعي الجماهير، وبناء معارفهم واتجاهاتهم نحو الأندية، اللاعبين، والمنظومة الرياضية بأكملها، مما يجعل دراسة هذا الأثر ضرورة أكاديمية لفهم آليات الإعلام الرقمي الرياضي الحديث.

المشكلة البحثية

تتمثل المشكلة البحثية في معرفة مدى تأثير الحسابات الإخبارية الرياضية في منصة X على تشكيل وعي الجماهير الرياضية بالدوري السعودي للمحترفين، في ظل التوسع الكبير في حضور الدوري على المنصات الرقمية، وازدياد اعتماد الجماهير على X بوصفه مصدراً سريعاً للأخبار والتحديثات والتفاعلات الرياضية. كما تبرز المشكلة في أن هذا التأثير قد لا يقتصر على نقل الخبر، بل يمتد إلى تشكيل الاتجاهات، وبناء الانطباعات، وتوجيه الاهتمام الجماهيري نحو لاعبين وأندية وأحداث معينة. وتتبع أهمية المشكلة من أن الحسابات الإخبارية الرياضية أصبحت جزءاً من البيئة الاتصالية المعاصرة التي تتداخل فيها الخبرة الرياضية مع التفاعل الرقمي اللحظي، وهو ما يجعل فهم أثرها في وعي الجماهير أمراً مهماً بحثياً وإعلامياً. كما أن الدراسات المتاحة تشير إلى أن منصات التواصل الاجتماعي باتت مصدراً مؤثراً في تغذية الاهتمام الرياضي وتوسيع التفاعل مع الدوريات والفرق.

تساؤلات البحث

- ما مدى إسهام الحسابات الإخبارية الرياضية في منصة X في تشكيل وعي الجماهير الرياضية بالدوري السعودي للمحترفين؟
- ما أكثر أنواع المحتوى الرياضي المنشور في هذه الحسابات تأثيراً في وعي الجمهور؟
- ما دوافع اعتماد الجماهير الرياضية على حسابات X الإخبارية لمتابعة أخبار الدوري السعودي للمحترفين؟
- ما طبيعة العلاقة بين كثافة التعرض لهذه الحسابات ومستوى الوعي الرياضي لدى الجماهير؟
- هل تختلف درجة التأثير باختلاف الخصائص الديموغرافية للجمهور مثل العمر والجنس ومستوى الاهتمام الرياضي؟
- ما أبرز الأبعاد التي يتشكل منها الوعي لدى الجماهير من خلال متابعة هذه الحسابات: معرفية، عاطفية، وسلوكية؟

أهداف البحث

- التعرف على أثر الحسابات الإخبارية الرياضية في منصة X على تشكيل وعي الجماهير الرياضية بالدوري السعودي للمحترفين.
- الكشف عن طبيعة المحتوى الذي تقدمه هذه الحسابات ومدى تأثيره في الجمهور.
- قياس مستوى اعتماد الجماهير الرياضية على حسابات X كمصدر للأخبار الرياضية.
- تحديد الأبعاد المعرفية والعاطفية والسلوكية للوعي الرياضي الناتج عن متابعة هذه الحسابات.
- رصد الفروق في التأثير وفق المتغيرات الديموغرافية ودرجة الاهتمام الرياضي.

- تقديم توصيات علمية تساعد في فهم دور المنصات الرقمية في تشكيل الوعي الرياضي.

الدراسات السابقة العربية والأجنبية

أولاً: الدراسات العربية (4 دراسات)

1. العنوان: The Use of Twitter by Saudi Sports Clubs to Increase Fan Interaction

جهة النشر: Arab Media & Society, Issue 33, Winter/Spring 2022

النتائج: دراسة كيفية استخدام الأندية الرياضية السعودية لتويتر (X) لزيادة تفاعل المشجعين، وتحليل أنواع المحتوى وفاعليته في تشكيل المشاركة الجماهيرية.

2. العنوان: دور حسابات الأندية الرياضية السعودية في وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز ظاهرة التعصب لدى الجمهور السعودي

جهة النشر: مجلة الجامعة الإسلامية للعلوم الإنسانية، Saudi Arabian Media Journal

النتائج: دراسة دور حسابات الأندية السعودية في وسائل التواصل في تعزيز التعصب، وتحليل العلاقة بين أنواع المحتوى والتفاعل الجماهيري.

3. العنوان: دوري روشن السعودي يتصدر النمو الرقمي عالمياً
جهة النشر: الدوري السعودي للمحترفين (رسمي)
النتائج:

- حساب الدوري على X نما بنسبة 145% منذ بداية الموسم

- أصبح الحساب الدولي الأكثر متابعة على المنصة بين الدوريات الآسيوية
- أكثر من 30 ألف معرف يتفاعلون مع فانتزي دوري روشن عبر X

4. العنوان: تأثير التعرض لصفحات المؤثرين الرياضيين في شبكات التواصل الاجتماعي على إدراك قضية التعصب الرياضي
 الباحث: احمد عطية
 جهة النشر: المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري، 3(1)
 النتائج:

- ارتفاع الاعتماد على إنستجرام واليوتيوب والفيسبوك وتويتر ومتابعة المؤثرين الرياضيين
- زيادة التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية نحو التعصب الرياضي
- الدوافع النفعية أهم دوافع المتابعة

ثانياً: الدراسات الأجنبية (6 دراسات)

5. العنوان: Sport and social media research: A review
 الباحثون: Filo, K., Lock, D. & Karg, A.
 جهة النشر: Sport Management Review, 18(2), 2014
 النتائج:

- مراجعة شاملة لـ 70 دراسة في إدارة الرياضة
- وسائل التواصل الاجتماعي الرياضية تلبي 3 أبعاد في وعي الجمهور:
- البعد المعرفي (اكتساب المعلومات)
- البعد الوجداني (المشاعر والانتماء)
- البعد السلوكي (التفاعل الرقمي وتكرار المتابعة)

6. العنوان: Look who's talking—Athletes on Twitter: A case study

الباحث: A Pegoraro.

International Journal of Sport Communication, 3(4),

501–514

النتائج:

- دراسة لحالات استخدام اللاعبين لتويتر
- اللاعبين يتحدثون عن حياتهم الشخصية ويردون على استفسارات المشجعين
- تويتر يمنح المشجعين وصولاً أكبر للاعبين

7. العنوان: Fan–athlete interaction and Twitter tweeting through

the giro: A case study

الباحثون: J. Kassing, & J. Sanderson.

International Journal of Sport Communication, 3(1)

النتائج:

- دراسة تفاعل المشجعين مع اللاعبين عبر تويتر
- المنصة تكسر الحواجز التقليدية بين اللاعبين والمشجعين
- تشكيل مواقف جماهيرية موحدة وسريعة تجاه قضايا معينة

8. العنوان: Twitter as Disruptive Innovation in Sport

Communication

الباحثون: A. Billings, & M. Hardin.

Communication & Sport

النتائج:

- تويتر كابتكار disrupt في التواصل الرياضي

- يغير ثقافة المشجعين وتوجيه اهتمامهم وسلوكهم الاستهلاكي
- إعادة صياغة ثقافة المشجع نحو منافسات رياضية محددة

9. العنوان: Keep the Ball Rolling: Information Diffusion within

Large Sports Networks on Twitter

جهة النشر: Wageningen University Research

النتائج:

- دراسة انتشار المعلومات عبر تويتر في الشبكات الرياضية الكبيرة
- تحليل الهاشتاجات والحوار الديمقراطي
- تدفق المعلومات وتوجيه النقاشات العامة

10. العنوان: A study of fan interaction with sports clubs via social

media in the digital age

الباحثون: Ismael Obaid, A. & Abduljaleel Kareem, O.

جهة النشر: مجلة ميسان لعلوم التربية البدنية، 31(1)، 2026

النتائج:

- الإعلان عبر وسائل التواصل (SMA) له تأثير كبير على تفاعل المشجعين
- المحتوى المنتج من الشركات (FGC) والمستخدمين (UGC) يؤثر على SCFI
- أداء الفريق يعزز العلاقة بين استخدام التواصل وتفاعل المشجعين