

تطبيق Fantasy Premier League (FLP) وإعادة تشكيل العلاقة بين

المتلقي والمحتوى الرياضي الرقمي

دراسة ميدانية على عينة من المستخدمين

The Fantasy Premier League (FLP) application and reshaping the relationship between the recipient and digital sports content

A field study on a sample of users

مريم عزة يخلف

جامعة محمد لمين دباغين- سطيف2 الجزائر

m.ikhlef@univ-setif2.dz

تاريخ القبول 2025/11/21

تاريخ الاستلام 2025/08/26

الملخص

تهدف هذه الدراسة الى معرفة كيف أعاد تطبيق Fantasy Premier League (FLP) تشكيل العلاقة بين مستخدميه ومحتواه الرياضي الرقمي ، وقد تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي كما جمعت بيانات المبحوثين عن طريق الاستبيان الالكتروني، ولأن مجتمع البحث غير معروف حيث يتألف من مستخدمي التطبيق كانت عينة الكرة الثلجية الأنسب للوصول الى مفردات مجتمع البحث، ومن ابرز النتائج التي تم التوصل اليها أن الدافع الرئيسي لاستخدام تطبيق(FLP) هو الترفيه والتسلية، وأكثر مايجذب المستخدمين للتطبيق هو اختيارهم للتشكيلة والمنافسة وقد تحقق لهم اشباع التسلية والترفيه، وقد تطابق مع الدافع الرئيسي لاستخدام التطبيق، ومن بين أوجه الاستفادة من تطبيق Fantasy Premier League توفير المعرفة لمستخدميه فيما يتعلق باللاعبين والدوريات كما يشكل لديهم حماس لمتابعة مباريات الدوري الإنجليزي الممتاز.

الكلمات المفتاحية: التطبيقات الالكترونية، المحتوى الرياضي الرقمي، الفانتازيا الرياضية، المتلقي، الاستخدامات والاشباع

Abstract:

This study aims to find out how the Fantasy Premier League (FLP) application has reshaped the relationship between its users and its digital sports content. The descriptive analytical approach was adopted, and the data of the respondents was collected through an electronic questionnaire. Since the research community is unknown, as it consists of the application users, the snowball sample was used. One of the most prominent results reached is that the main motivation for using the FLP application is entertainment and amusement. What most attracts users to the application is their choice of squad and competition, and they achieved the

تطبيق (FLP) وإعادة تشكيل العلاقة بين المتلقي والمحتوى الرياضي الرقمي ————— أ. / مريم عزة يخلف
gratification of amusement and entertainment, which is consistent with the main motivation for using the application. Among the benefits of the Fantasy Premier League (FLP) application is providing its users with knowledge regarding players and leagues, and it also creates enthusiasm for them to follow the English Premier League matches.

Keys Words: Electronic applications, digital sports content, fantasy sports, recipient, uses and gratifications

مقدمة:

عرفت التكنولوجيا الرقمية في الآونة الأخيرة تطورات ملموسة نتج عنها تحول في اشكال التفاعل بين الأفراد والمجتمعات من النموذج التقليدي الذي يقوم على ارسال الرسالة عبر قناة اتصالية واستقبالها من قبل المتلقي في شكل خطي باتجاه واحد، الى نموذج يقوم على عملية التفاعل بين المرسل والمتلقي مع تنوع في محتوى الرسالة وأساليب عرضها من خلال وسائل رقمية تفاعلية، فأصبح هناك تبادل للأدوار بين المرسل والمتلقي الذي أصبح نشيطا ويمارس دورا فاعلا في صياغة الرسالة الاتصالية.

وفي هذا الإطار ظهرت فضاءات تواصل جديدة تناسب التغيرات التي طرأت على العملية الاتصالية في البيئة الرقمية كالتطبيقات الرقمية وهي برامج تقدم محتوى متخصص يلبي احتياجات مستخدميها ويحقق اشباعاتهم في ميادين عدة، من خلال تقديم محتوى وتوفير إمكانية التفاعل معه وتطويره بما يحقق مفهوم المتلقي النشط، وتنوع هذه التطبيقات شكلا فقد تكون مسموعة أو نصية أو مرئية أو تجمع بينها، كما يختلف محتواها فمنها التعليمية والثقافية والتجارية والترفيهية وغيرها.

وقد اعتمدت التطبيقات الرقمية في العديد من الميادين، ويعتبر المجال الرياضي أبرزها حيث استفاد منها بطرق متعددة كتوفير البث المباشر للمباريات، استخدامه من قبل الأندية من اجل البقاء على اتصال مع الجماهير، تبادل الحوار والنقاش الرياضي بين مستخدميها حتى وان كانوا متباعدين جغرافيا.... وغيرها من المزايا التي سمحت بتعزيز العلاقة بين المحتوى الرياضي والجمهور المتلقي ضمن البيئة الرقمية.

ويعتبر تطبيق Fantasy Premier League (FLP) أحد أشهر تطبيقات كرة القدم حيث يتيح لمستخدميه تشكيل فريق من لاعبي الدوري الإنجليزي الممتاز الحقيقيين، والاطلاع على النتائج والاحصائيات المحققة بشكل مباشر، فيتفاعل ويتنافس ويشجع المستخدمون بعضهم البعض، لتتشكل علاقة بين محتوى التطبيق والمستخدم الذي اتجه خصيصا لهذا التطبيق لدوافع معينة، ولغرض تحقيق اشباعات محددة، ومن هنا تبلور موضوع الدراسة الذي سيبحث في كيفية إعادة تطبيق Fantasy Premier League (FLP) تشكيل العلاقة بين مستخدميه ومحتواه الرياضي.

تساؤلات الدراسة

- ما دوافع استخدام تطبيق Fantasy Premier League (FLP) لدى مستخدميه؟
- ما الاشباعات المحققة من استخدام تطبيق Fantasy Premier League (FLP) لدى مستخدميه؟

- ما أنماط تفاعل مستخدمي تطبيق Fantasy Premier League (FLP) مع محتواه؟
- هل يساهم مستخدمو تطبيق Fantasy Premier League (FLP) في تشكيل محتواه؟

أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة الى ما يلي:

- وصف أبرز دوافع استخدام تطبيق Fantasy Premier League (FLP)
- تحديد الاشباعات التي يحققها تطبيق Fantasy Premier League (FLP) لدى مستخدميه.
- رصد أنماط تفاعل مستخدمي تطبيق Fantasy Premier League (FLP) مع محتواه.
- معرفة مساهمة مستخدمي تطبيق Fantasy Premier League (FLP) في تشكيل محتواه.

الدراسات السابقة:

استفادت هذه الدراسة من مجموعة من البحوث العربية والأجنبية والتي تم ترتيبها ترتيباً كرونولوجياً من الأحدث إلى الأقدم كما يلي:

براهيمي يوسف، مواصفات التلقي ومميزاته في الاعلام الجديد واقع وتحديات¹

تم الانطلاق في هذه الدراسة من الأسئلة التالية: ماهي عملية التلقي؟ من يرسل؟ من يتلقى؟ تم الاعتماد على المنهج المسحي لدراسات سابقة ومناهج ومقاربات وقد عالج الباحث في دراسته سمات التلقي في البيئة الرقمية مقارنة بوسائل الاتصال الكلاسيكية، مبرزاً أهم التحولات في علاقة المتلقي بالمحتوى مثل توفير خيارات عديدة للجمهور والقدرة على التجوال في الزوايا المختلفة والأزمة المختلفة وبالتالي سيادة المتلقي في اتخاذ القرارات مما أضاف للجمهور سمات أخرى هي التفاعلية والالتزامية.

Brody James Ruihley and Robin Hardin, “Meeting the Informational Needs of the Fantasy Sport User,”²

تم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي باستخدام أداة الاستبيان الإلكتروني لجمع البيانات من مستخدمي الرياضات الخيالية، حيث استهدفت عينة من المشاركين في دوريات الفانتازيا عبر منصات الإنترنت بهدف التعرف على احتياجاتهم المعلوماتية وأنماط استهلاكهم للمحتوى الرياضي. وقد تم توزيع الاستبيان عبر قنوات الاتصال الرقمية الخاصة بمجتمعات الفانتازيا، ومن أهم النتائج المتوصل اليها: المستخدمون يعتمدون بدرجة كبيرة على المصادر الرقمية المتخصصة في الرياضة للحصول على معلومات دقيقة وأنية تساعد في تحسين قراراتهم داخل اللعبة. وأن الأخبار العاجلة عن اللاعبين، وتحليلات الأداء، والإحصاءات اللحظية، تعد من أهم أنواع المعلومات التي يبحث عنها المستخدمون. واندماج المستخدم في اللعبة مرتبط بعدد ونوعية مصادر المعلومات التي يتابعها، المستخدمون الأكثر خبرة يميلون إلى تنوع مصادرهم ومتابعة التحليلات المتعمقة، أما المستخدمون الأقل خبرة بالمصادر العامة. كما أن رضا المستخدمين عن اللعبة يرتبط بقدرتهم على الوصول إلى معلومات موثوقة وفي الوقت المناسب.

تطبيق (FLP) وإعادة تشكيل العلاقة بين المتلقي والمحتوى الرياضي الرقمي ———— أ. / مريم عزة يخلف
Natalie Brown, Andrew C. Billings, and Brody Ruibley, "Exploring the Change in Motivations for Fantasy Sport Participation During the Life Cycle of a Sports Fan,"³

اعتمدت الدراسة على استبيان كمي استهدف مشاركين في ألعاب الفانتازي الرياضية (عددهم 529) من فئات عمرية مختلفة، بهدف استكشاف كيف تتغير دوافع المشاركة حسب المرحلة العمرية للمشجع الرياضي. لتظهر النتائج أن الأصغر سناً يقضون وقتاً أطول في استهلاك الوسائط الرياضية، سواء عبر التلفاز أو الإنترنت، مقارنةً بكبار السن. سواء في عدد الساعات الأسبوعية، أو مستويات الانتماء والهوية مع الفرق واللاعبين، مما يعكس ارتباطاً عاطفياً أقوى بالرياضة ولعبة الفانتازي، كما يرون أن معرفتهم الرياضية عالية، وأبدوا رغبة أكبر في إظهار هذه المعرفة للآخرين، بينما كان الأكبر سناً أكثر تواضعاً أو أقل تركيزاً على إبراز هذه المعرفة، ودوافع مثل المنافسة، الترفيه، الإثارة، والتباهي بالمعرفة الرياضية كانت أقوى لدى الأصغر سناً، في حين أن كبار السن أعطوا أولوية أكبر لدوافع مثل العلاقات الاجتماعية والحفاظ على الروتين الرياضي.

Lee K. Farquhar and Robert Meeds, "Types of Fantasy Sports Users and Their Motivations,"⁴

جاءت هذه الدراسة للبحث في كيفية تصنيف مستخدمي الألعاب الرياضية الخيالية عبر الإنترنت بالاعتماد على نظرية الاستخدامات والإشباع ومنهجية Q. شملت العينة 42 مستخدم (38 ذكور و3 إناث)، وتم التوصل في نتائج الدراسة لتصنيف المستخدمين الى خمس فئات من أبرزها: اللاعبون العاديون، اللاعبون المتمرسون، والباحثون عن الإثارة مع العزلة، المستفزون بالكلام، لاعبون في طور التشكل. ووفقاً لدافعي الإثارة والمراقبة، المستخدمون الذين كان دافعهم الأساسي هو المراقبة رأوا في الرياضات الخيالية ألعاب مهارة، في المقابل، فإن المستخدمين الذين كان دافعهم الأساسي هو الإثارة رأوا في الرياضات الخيالية ألعاب حظ، وبعض المستخدمين الأقل خبرة (لاعبون في طور التشكل) ربما كانوا لا يزالون يشكّلون آراءهم حول الرياضات الخيالية. بينما جاءت دوافع الترفيه والهروب والتفاعل الاجتماعي في مرتبة أقل، مما يشير إلى أن المجتمعات الإلكترونية لا تضمن دائماً نشوء علاقات اجتماعية بين أعضائها.

جميع الدراسات تتفق أن المتلقي في البيئة الرقمية أصبح عنصراً نشطاً يتفاعل مع المحتوى الرقمي بطرق مختلفة عكس المتلقي مع وسائل الاعلام التقليدية، وهو ما يتطابق مع هذه الدراسة التي تنظر للمتلقي كمتفاعل مع محتوى تطبيق Fantasy Premier League (FLP) لكن ستركز أكثر على أشكال هذا التفاعل، دوافعه، الإشباع المحققة منه وكيف يؤثر في محتوى تطبيق (FLP) Fantasy Premier League. تشابهت مع دراسة براهيمي يوسف كونها ستركز على أهم التحولات التي عرفها مفهوم المتلقي في البيئة الرقمية أما دراسة Lee K. Farquhar and	أوجه التشابه
---	---------------------

Robert Meeds فقد تشابهت مع هذه الدراسة من حيث تبني نفس النظرية أي الاستخدامات والاشباعات لتفئية عينة البحث من لاعبي الفانتازيا الرياضية الى أنواع والتعرف على دوافعهم من استخدام هذه الألعاب.. أما دراسة Brody James Ruibley and Robin Hardin فقد التقت مع هذه الدراسة في أداة جمع البيانات وتشابه مجتمع الدراسة حيث كلاهما سيجريان على لاعبين في دوريات الفانتازيا	
تختلف هذه الدراسة عن الدراسات السابقة كونها ستركز على علاقة المتلقي بمحتوى التطبيق الرياضي التفاعلي وهو Fantasy Premier League (FLP) عكس الدراسات السابقة التي تحدثت عن علاقة المتلقي بالبيئة الرقمية بشكل عام. الدراسة الحالية ركزت على الاستبيان الالكتروني كأداة أساسية لجمع المعلومات عكس الدراسات الأخرى التي تباينت فيها أدوات جمع البيانات بين الاستبيان والمجموعات المركزة أو بالاعتماد على الأدبيات حول نفس الموضوع. الدراسة الحالية ستكون كمية بجمع المعلومات والبيانات من خلال الاستبيان وتفرغها كميا في جداول ثم تحليلها كيفيا من خلال إعطاء تأويلات للأرقام أما الدراسات السابقة فتنوعت منها الكيفية ومنها الكمية ومنها من جمع بين المنهجين الكمي والكيفي في نفس الدراسة.	أوجه الاختلاف
استفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في تحديد ملامح الموضوع وحدود الدراسة، إضافة الى ضبط الإجراءات المنهجية خصوصا أداة جمع البيانات كما ساعدت في إعطاء تفسيرات للنتائج المتوصل اليها من خلال مقارنتها بنتائج هذه الدراسات.	ما تم الاستفادة منه

ضبط المفاهيم:

التطبيقات الرقمية:

هي البيئة التفاعلية، التي تقوم بتوظيف جميع التقنيات المرتبطة بالويب، والتي تحتوي على عرض متماسك/متناسق، تقني وتجاري للولوج إلى العالم البعيد، والخدمات التفاعلية والغير تفاعلية، التي يمكن أن تذاق أو تقدم عبر الويب، كما يمكن أن تخضع للدفع، ويكون الولوج إليها محدودا أو مجانا⁵. عبارة عن مزيج معقد من البرامج والأجهزة والشبكات والعمليات، تعمل على توفير مجموعة من التقنيات

والواجهات المشتركة لمجموعة واسعة من المستخدمين⁶

هي أجهزة أو برامج تستخدم لاضافة تطبيق أو خدمة ما تعمل وفق نظام وتنسيق البرامج التي تستخدم مجموعة من التعليمات لمعالج معين⁷

تطبيق (FLP) وإعادة تشكيل العلاقة بين المتلقي والمحتوى الرياضي الرقمي ——— أ. / مريم عزة يخلف
وفي هذه الدراسة تطبيق (FLP) Fantasy Premier League هو بمثابة منصة الكترونية تفاعلية
تتيح للمستخدمين تشكيل فرقهم الخاصة بشكل افتراضي انطلاقاً من أدائهم الحقيقي في الدوري
الإنجليزي الممتاز.

مفهوم المتلقي:

تمثل المستقبل بالفرد أو الجماعة المتلقين أو المستقبلين للرسالة وهم عادة الجهة أو الهدف النهائي
والأساسي المطلوب في العملية الاتصالية والرسالة الإعلامية لذا فإنه من الضروري أن يكون هنالك
تصوراً واضحاً من قبل المرسل عن المتلقي أو جمهور المتلقين والمستقبلي للرسالة الإعلامية من
حيث طبيعتهم وخصائصهم العامة خاصة إذا كان المرسل يتوقع طبيعة ردود الفعل ورجع الصدى
ويبنى امالاً محدده على رسالته الإعلامية⁸

والمستقبل هو الشخص أو الجهة التي توجه إليها الرسالة وعلى المستقبل أن يقوم بحل أو فكر رموز
الرسالة بغيت التوصل الى تفسير لمحتوياتها وفهم معناها وقد يكون المستقبل هنا قارئاً أو مستمعا
أو مشاهداً كما أن المستقبل لا يستقبل الرسالة ويتأثر بها مباشرة وإنما يقوم بعمليات تنقيح وتنقيه
بحسب سماته النفسية والاجتماعية ومستوى تعليمه واتجاهاته⁹

لكن في ظل البيئة الرقمية طرأت العديد من التغيرات على مفهوم المتلقي حيث أصبحت "قرارات
مستهلكي الوسائط بشأن ما يقرؤون، أو يشاهدون، أو يشاركونه، ثمّ في مجموعها حركة المرور
(Traffic) التي تُبقي على استمرارية عمل المنصات الإعلامية وتطورها، وتمنحها معناها"¹⁰

ومفهوم المتلقي في هذه الدراسة يشير إلى "المستخدم النشط لتطبيق (FLP) Fantasy Premier
League حيث يتلقى بيانات رياضية عن اللعبة ويتفاعل مع محتواها كما يتخذ قرارات ضمنها، وقد قرر
استخدامها انطلاقاً من دوافع معينة وحتى تتحقق له الاشباع التي يريدها

المحتوى الرياضي الرقمي:

يعرف المحتوى الرقمي على أنه "المحتوى الذي يأخذ شكل البيانات الرقمية بما في ذلك المحتوى
المعلوماتي الذي يتم بثه أو تضمينه في ملفات الحاسوب، مثل الصورة والفيديو والصوت والنص. وان
اتخذ نطاقاً أوسع ليشمل أي نوع من المعلومات الرقمية مثل الخرائط وتقنية الـGPS....الخ"¹¹

هو أي معلومات أو مواد معرفية متاحة عبر الانترنت أو على وسائط رقمية مثل الهواتف المحمولة،
والأجهزة اللوحية، وأجهزة الحاسوب. يمكن أن يكون هذا المحتوى مكتوباً أو مسموعاً أو مرئياً أو حتى
على شكل رسومات أو برامج ويغطي مجموعة واسعة من الموضوعات والتخصصات¹²

"البيانات المُنتجة والمقدّمة في شكل رقمي، مثل مقاطع الفيديو، والتسجيلات الصوتية، والتطبيقات،
والألعاب الرقمية، وغيرها من البرمجيات. وكل خدمة تتيح إنشاء البيانات أو معالجتها أو حفظها في
شكل رقمي، عندما تكون هذه البيانات مقدّمة من قبل المستهلك.

وأي خدمة تتيح مشاركة البيانات الرقمية التي يقدمها مستخدمون آخرون لهذا الخدمة، أو تتيح أي
شكل آخر من التفاعل مع هذه البيانات"¹³.

تطبيق (FLP) وإعادة تشكيل العلاقة بين المتلقي والمحتوى الرياضي الرقمي ———— أ. / مريم عزة خلف

أما المحتوى الرياضي الرقمي "فيمثل نشر الأخبار الرياضية حول مختلف الأنشطة الرياضية عبر منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمستخدم فيها بإنشاء مواقع خاصة به ومن ثم ربطها عبر نظام إلكتروني بأعضاء آخرين لديهم نفس الميولات والاهتمامات، وبالتالي فإن هذه المحتويات الإلكترونية تعتبر متخصصة في المجال الرياضي فقط وناشطة عبر مواقع التواصل الاجتماعي كما تكون تابعة لأشخاص معروفين أو وهميين يكون لديهم ميول رياضي أو تابعة لقنوات إعلامية ومؤسسات رياضية معينة تقوم بنشر محتوياتها من أخبار ومعلومات رياضية ومختلف المضامين الإعلامية المتعلقة بعدد الأنشطة الرياضية"¹⁴

ويشي المحتوى الرياضي الرقمي في هذه الدراسة الى جميع المضامين الرياضية التي يقدمها تطبيق Fantasy Premier League (FLP) لمستخدميه سواء كانت مرئية أو مسموعة أو مقروءة...حول جداول المباريات، احصائيات اللاعبين، نتائج الجولات، نظام النقاط، التشكيلات وغيرها من البيانات مما يحدد أسلوب متابعة المستخدمين للدوري الإنجليزي الممتاز.

الفانتازيا الرياضية:

"لعبة يشارك فيها اللاعبون بصفتهم مالكين لتشكيل فريق يتنافس مع مالكي فرق فانتازيا آخرين، وذلك استناداً إلى الإحصائيات التي يحققها اللاعبون أو الفرق الحقيقية في رياضة احترافية."¹⁵ تشمل مجموعة من الأشخاص يختارون مجموعة من الرياضيين الفرديين لتكوين فريق فانتازيا من رياضة معينة، ثم يجمعون الأداءات الإحصائية لهؤلاء الرياضيين، ويتنافسون فيما بينهم لمعرفة أي فريق يحقق أعلى مجموع من النقاط."¹⁶

رياضة الفانتازيا هي منافسة جماعية تُمنح فيها النقاط بناءً على أداء اللاعبين الفعليين المختارين في مباريات احترافية حقيقية. وبينما تشمل رياضة الفانتازيا مجموعة واسعة من المنافسات مثل سباقات السيارات، والغولف، وهوكي الجليد، أو كرة السلة، فإن أكثر من 90٪ من إجمالي ألعاب الفانتازيا التي تُمارس ترتبط برياضتين فقط: كرة القدم وكرة القاعدة (البيسبول).¹⁷

أما الفانتازيا الرياضية في هذه الدراسة يقصد بها النشاط الرقمي التفاعلي المرتبط بالدوري الإنجليزي الممتاز يضم عدد كبير من المستخدمين الذين يشكلون فرقاً افتراضية انطلاقاً من بيانات ومعلومات اللاعبين الحقيقية، يدخلون بها في المنافسة من أجل حصد أكبر عدد من النقاط وفق نظام معين، ويمارس هذا النشاط التفاعلي من خلال تطبيق Fantasy Premier League (FLP) الذي يسمح لمستخدمه بالتفاعل الآني والمستمر طيلة جولات الدوري الإنجليزي الممتاز

منظور الدراسة:

نظرية الاستخدامات والاشباع:

حولت هذه النظرية الانتباه من التركيز على الرسالة الإعلامية إلى التركيز على الجمهور الذي يستقبل هذه الرسالة وادخلت هذه النظرية مفهوماً جديداً على الجمهور إذ تحدثت عن الجمهور النشط)

تطبيق (FLP) وإعادة تشكيل العلاقة بين المتلقي والمحتوى الرياضي الرقمي ——— أ. / مريم عزة يخلف متجاوزة المفهوم الذي كان سائداً قبل ذلك بأن الجمهور هو مجرد متلق سلبي، فهي ترى أن الجمهور النشط يقوم من تلقاء نفسه في البحث عن المضمون الذي يلبي اشباعاته ويناسبه¹⁸. وقد بنيت نظرية الاستخدامات على مجموعة من الفروض هي¹⁹:

1. تصور الجمهور الناشط تركّز هذه الفكرة على افتراض أن المشاهدين موجّهين نحو هدف ويحاولون تحقيق أهدافهم من خلال مصدر وسائل الإعلام.
2. في عملية الاتصال الجماهيري، يقع الكثير من ربط الحاجة إلى الاشباع واختيار الوسيلة الإعلامية على عاتق الفرد.
3. تتنافس وسائل الإعلام مع مصادر أخرى لإرضاء الحاجة.
4. يمكن استخلاص العديد من أهداف استخدام وسائل الإعلام من البيانات المقدمة من أفراد الجمهور.

وقد قسمت دوافع التعرض لوسائل الاتصال لفئتين هما²⁰:

الدوافع النفعية وتستهدف التعرف على الذات، واكتساب المعرفة والمعلومات والخبرات، وجميع أشكال التعلم المكتسبة من الأخبار التعليمية والثقافية.

الدوافع الطقوسية، وتهدف إلى تمضية الوقت والتنفيس والاسترخاء والصداقة والهروب من المشكلات وقضاء وقت الفراغ.

أما اشباعات وسائل الاتصال فتتقسم إلى²¹:

اشباعات المحتوى وتنقسم إلى اشباعات توجيهية، وتتمثل في زيادة المعلومات والمعرفة، والاستفادة من تجارب وخبرات الآخرين. واشباعات اجتماعية، وتتمثل في فهم الواقع، والقدرة على التعامل مع المشكلات، والقدرة على التحدث والنقاش مع الآخرين.

اشباعات العملية وتنقسم إلى نوعين: اشباعات شبه توجيهية وتتمثل في الشعور بالمتعة والسعادة، والشعور بالراحة والحيوية، واشباعات شبه اجتماعية، وتتمثل في التخلص من الشعور بالملل والوحدة والتوحد والاندماج مع الشخصيات.

وتعتبر هذه النظرية موجهة بحثياً لهذه الدراسة، كون مستخدمي تطبيق Fantasy Premier League (FLP) اختاروه لدوافع مختلفة سيتم التعرف عليها في الدراسة الميدانية فهم حسب نظرية الاستخدامات والاشباعات يشكلون جمهوراً نشطاً يتفاعلون مع محتوى التطبيق بطرق مختلفة وينتظرون أن يحقق لهم اشباعاتهم، اذن مستخدمو تطبيق Fantasy Premier League (FLP) ليسوا مجرد متلقين سلبيين كونهم قاموا بعملية اختيار لهذا التطبيق من بين العديد من المنصات الالكترونية التفاعلية الخاصة بالتسلية والترفيه، ويتفاعلون مع محتوى التطبيق حسب دوافعهم والاشباعات التي يريدون تحقيقها من خلاله والمحتوى يتوسط العلاقة بين المستخدم والاشباع المحقق لأن التفاعل مع المحتوى وفق دوافع معينة هو الذي يؤدي إلى تحقيق اشباعات مستخدمي Fantasy Premier League (FLP)

منهج الدراسة

تطبيق (FLP) وإعادة تشكيل العلاقة بين المتلقي والمحتوى الرياضي الرقمي ———— أ. / مريم عزة يخلف

تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي في هذه لدراسة كونه الأنسب لوصف كيف أعاد تطبيق (FLP) Fantasy Premier League صياغة العلاقة بين مستخدميه ومحتواه الرياضي الرقمي وهذا بجمع البيانات وتحليلها للوصول لنتائج تفسر لنا هذه الظاهرة.

مجتمع البحث والعينة

مجتمع البحث في هذه الدراسة هو جميع مستخدمي تطبيق Fantasy Premier League (FLP)، ونظرا لان مجتمع البحث غير معروف فعينة الكرة الثلجية كانت الأنسب حيث كل مفردة ترشح مفردة أو مفردات أخرى حتى توقف حجم العينة عند 53 مفردة وقد تم الاكتفاء بهذا القدر لإجراء الدراسة بسبب انقطاع السلسلة وتوقف عملية اضافة أفراد جدد للعينة بعد أن تم توزيع الاستبيان لثلاث مرات متباعدة من حيث المدة الزمنية.

أدوات جمع البيانات

الاستبيان الالكتروني هو الأداة المعتمدة في هذه الدراسة لجمع البيانات وهذا راجع من جهة لطبيعة موضوع البحث الذي يركز على تطبيق رقمي وبالتالي فالبيئة الرقمية هي الأنسب لجمع المعلومات، من جهة أخرى هناك نطاق تواجد مستخدمي تطبيق Fantasy Premier League (FLP) فرغم أنهم يتواجدون في البيئة الرقمية وفي أرض الواقع إلا أن الوصول اليهم رقميا يكون أسهل، كما يتيح الاستبيان الالكتروني توسيع دائرة المستخدمين الجغرافية فقد يملأ الاستبيان مستخدمون من مناطق جغرافية مختلفة في وقت قصير، ويعرف الاستبيان الالكتروني على أنه "استبيان على الأنترنت يخص جميع أنواع الاستبيانات المعبأة ذاتيا و التي يرسل المبحوث من خلالها المعلومات عبر الأنترنت بواسطة جهاز الكتروني يفي بهذا الغرض"²²

لمحة عن تطبيق: Fantasy Premier League (FLP)

لعبة الكترونية في شكل تطبيق وتعد أحد أشهر ألعاب فانتازي الدوري في العالم، اشتهرت لارتباطها بالدوري الإنجليزي الممتاز فهي اللعبة الرسمية لأكبر دوري كرة قدم في العالم، وقد احتلت المرتبة الأولى عالميا من حيث عدد المستخدمين والنشاط الرقمي حيث بلغ عدد اللاعبين فيها موسم (2024) 11 مليون لاعبا رقميا، رغم ان هناك ألعاب فانتازي أخرى مرتبطة ببطولات كبرى مثل UEFA : Fantasy Champions League خاصة بدوري أبطال أوروبا، FIFA Fantasy World Cup خاصة بكأس العالم؛ ألعاب فانتازي مرتبطة بدوريات محلية أخرى (الإسباني، الإيطالي، إلخ) إلا أن هذه الألعاب عادة لا تصل إلى حجم وانتشار Fantasy Premier League (FLP) ، والسبب أن الدوري الإنجليزي الممتاز يتمتع بأعلى نسب متابعة عالمية، إضافة إلى أن اللعبة نفسها مجانية، سهولة الوصول، وتعمل على مدار الموسم مع تفاعل ضخم على وسائل التواصل الاجتماعي. وفكرتها الأساسية أن يختار اللاعب فريقه الافتراضي من لاعبي الدوري الإنجليزي الممتاز وإذا حقق نظراؤهم الحقيقيون أداءً جيدا يحصد اللاعب نقاطا.

تطبيق (FLP) وإعادة تشكيل العلاقة بين المتلقي والمحتوى الرياضي الرقمي ——— أ. / مريم عزة يخلف اللاعب عندما يؤسس فريقه ينطلق بميزانية عادة قدرها 100 مليون جنيه إسترليني فيختار 15 لاعباً (11 أساسياً و 4 احتياطيين) من مختلف أندية الدوري. وإحصاءات اللاعبين الحقيقية في المباريات هي التي تحدد النقاط مثل الأهداف المسجلة، صناعة الفرص، التصديت والحفاظ على نظافة الشباك فتصبح الأفعال السلبية مثل إضاعة ركلات جزاء أو البطاقات الصفراء أو الحمراء تجعل اللاعب يخسر نقاط.

عرض بيانات الدراسة الميدانية:

البيانات الشخصية: حول متغير الجنس، نسبة مفردات العينة من جنس الذكر 96.9٪ أما الاناث فنسبتهم 3.1٪، وهذا راجع للطابع الذكوري للعبة كرة القدم حيث تستلهم جنس الذكور أكثر من الاناث وهذا على مستوى مختلف الثقافات حول العالم، فهي تحظى بشعبوية ومتابعة أكثر من قبل الذكور، أما السن فنسبة 34.4٪ تراوح سنهم بين 18-30 سنة في حين 62.5٪ سنهم تراوح بين 31-40 سنة ونسبة 3.1٪ بين 41-50 في حين لا يوجد أي مبحوث سنه فوق الخمسون سنة، وبالتالي فأغلب المبحوثين من فئة الشباب، ولأنهم يمتلكون مهارات رقمية مع الميل لكرة القدم جعلهم ينجذبون لتطبيق Fantasy Premier League (FLP) خصوصا وأنه يحتل المرتبة الأولى عالميا من حيث عدد اللاعبين فيه مقارنة بتطبيقات الفانتازي الرياضية الأخرى، أما بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي لمفردات العينة فأغلبهم يحوزون على مستوى جامعي بنسبة 90.6٪، ثم المستوى الثانوي بنسبة 9.4٪ في حين لا يوجد أي مبحوث بمستوى متوسط أو ابتدائي، ويلعب المستوى التعليمي دورا هاما في هذه الدراسة لأنه سيؤثر على وعي وادراك المبحوث لدوافعه وراء استخدام تطبيق (FLP) والاشباكات التي يريد أن يحققها له هذا التطبيق.

الجدول 2 الدافع الرئيسي لاستخدام تطبيق Fantasy Premier League (FLP)

الجواب	التكرار	النسبة المئوية
التفاعل مع الاصدقاء	13	24.5٪
التسلية والترفيه	30	56.6٪
الحصول على معلومات من اللاعبين والفرق	4	7.5٪
الأداء الرياضي	4	7.5٪
دوافع أخرى	2	3.8٪
المجموع	53	100٪

المصدر: من اعداد الباحث

الشكل 1 الدافع الرئيسي لاستخدام تطبيق Fantasy Premier League (FLP)



المصدر: من اعداد الباحث

من خلال بيانات الجدول يتبين أن دافع التفاعل مع الأصدقاء كدافع رئيسي لاستخدام تطبيق (FLP) Fantasy Premier League نسبته 24.5% في حين دافع التسلية والترفيه جاء بنسبة 36.6%، أما دافع الحصول على معلومات عن اللاعبين والفرق فنسبته 7.5%، ودافع الأداء الرياضي إضافة لدوافع أخرى قدرت نسبتهما ب 3.8%.

الملاحظ من خلال نتائج الجدول أن التسلية والترفيه هو الدافع الأساسي لمستخدمي تطبيق (FLP) Fantasy Premier League في هذه الدراسة ولأن أغلب مفردات العينة من فئة الشباب الذكور فهم يسعون لإشباع حاجات نفسية تجعلهم بحاجة الى الهروب من الواقع والتخلص من الضغوط النفسية وحاجات اجتماعية كالتواصل والتفاعل الاجتماعي مع الآخرين وهو ما يوفره التطبيق التفاعلي (FLP)، فهم يبحثون عن الوسائل التي تلبي لهم هذه الحاجات ، ولجوئهم لتطبيق Fantasy Premier League راجع لما يتيح للمستخدم من إمكانية ان يكون مدرب افتراضي يشكل فريق افتراضي مؤلف من 15 لاعبا ويتخذ قرارات استراتيجية وينتظر أسبوعيا نتائج قراراته مما يخلق تسلية مستمرة خصوصا وانه يتفاعل مع مستخدمين آخرين بشكل مسلي من خلال مشاركتهم النجاح أو الإخفاق على نحو فكاهي، ويعد عامل التسلية والترفيه من بين العوامل الكثيرة التي بني على أساسها تطبيق Fantasy Premier League (FLP) لجذب المستخدمين ودفعهم لمتابعة الدوري الإنجليزي واهتمامهم بالمباريات بشكل مضاعف فتحصيلهم للنقاط مرتبط بأداء اللاعبين الذين اختاروهم، ولا تتطابق هذه النتيجة مع ما توصلت اليه دراسة سابقة توصلت الى دافعي الترفيه والهروب لم يكونا أساسيين لدى مستخدمي التطبيق وتتوافق معها من حيث أن دافع التفاعل الاجتماعي لم يكن أساسيا لديهم من استخدام اللعبة ، مما يشير إلى أن المجتمعات الإلكترونية لا تضمن دائما نشوء علاقات اجتماعية بين أعضائها" فالدوافع تختلف وتتباين لدى المستخدمين فمنهم من يراها أداة للترفيه ومنهم من يعتمد عليها كأداة لتحليل أداء اللاعبين، فالغرض من اللعبة بشكل عام ترفيه وتسلية مستخدميهما لكن اذا

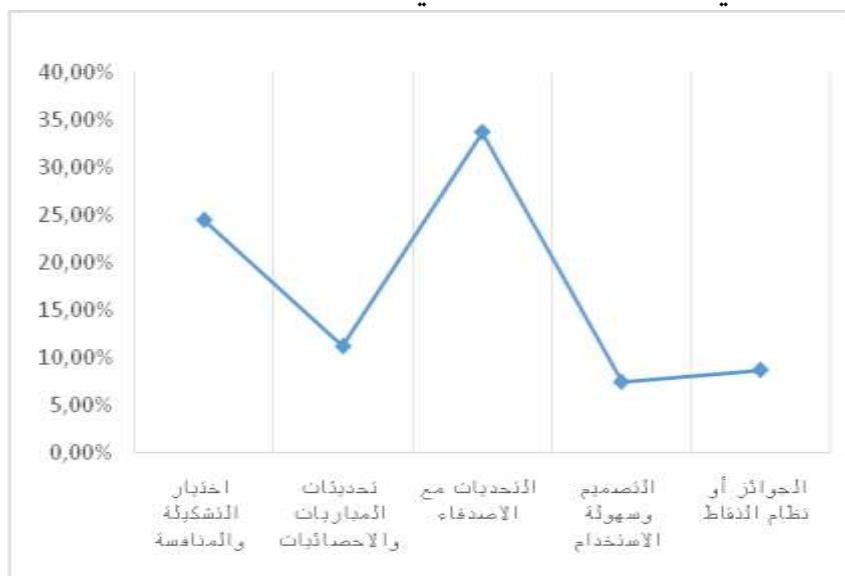
تطبيق (FLP) وإعادة تشكيل العلاقة بين المتلقي والمحتوى الرياضي الرقمي ———— أ. / مريم عزة يخلف
انخرطوا فيها بشكل كبير خصوصا أثناء مباريات الدوري سيتحول التركيز الى الأداء الرياضي وتحليل
المباريات من اجل الفوز وليس مجرد اللعب لتحقيق المتعة.

الجدول 3: الجوانب التي تجذب المستخدمين في تطبيق (FLP) Fantasy Premier League

الجواب	التكرار	النسبة المئوية
اختيار التشكيلة والمنافسة	31	38.75%
تحديثات المباريات والاحصائيات	9	11.25%
التحديات مع الاصدقاء	27	33.75%
التصميم وسهولة الاستخدام	6	7.5%
الجوائز أو نظام النقاط	7	8.75%
المجموع	80	100%

المصدر: من اعداد الباحث

الشكل 2: الجوانب التي تجذب المستخدمين في تطبيق (FLP) Fantasy Premier League



المصدر: من اعداد الباحث

يبين لنا الجدول أعلاه أن اختيار التشكيلة الرياضية بجانب يجذب المستخدمين لتطبيق (FLP) Fantasy Premier League قدرت نسبته بـ 38.75% في حين جاءت نسبة تحديثات المباريات والاحصائيات بـ 11.25%، أما نسبة التحديات مع الأصدقاء فقد قدرت بـ 33.75%، في حين يجذب التصميم وسهولة الاستخدام بنسبة 7.5%، أما الجوائز ونظام النقاط فجذب 8.75% من المبحوثين.
يتضح من خلال الجدول أن اختيار التشكيلة والمنافسة هو أكثر جانب يجذب المبحوثين لتطبيق FPL وهذا يؤكد أنهم ليسوا متلقين سلبيين لمحتوى التطبيق بل متفاعلين معه فهم يختارون التشكيلة بشكل أسبوعي ويعدلون فيها فمن خلال المعطيات والبيانات الرياضية والاحصائيات التي يوفرها التطبيق يستطيع المستخدم أن يحل ويبنى استراتيجيات ويتخذ قرارات تكتيكية فالتفاعل مع محتوى التطبيق لا يتم بشكل عشوائي بل من اجل تحقيق اشباعات محددة يدركها مستخدمو التطبيق، كما يعتبر التفاعل مع الأصدقاء عاملا بارزا من عوامل انجذاب المبحوثين لتطبيق (FLP) Fantasy Premier League، وهو يرجع لكون المستخدمين لا يتعاملون مع التطبيق بشكل منعزل عن واقعهم

تطبيق (FPL) وإعادة تشكيل العلاقة بين المتلقي والمحتوى الرياضي الرقمي ——— أ. / مريم عزة يخلف

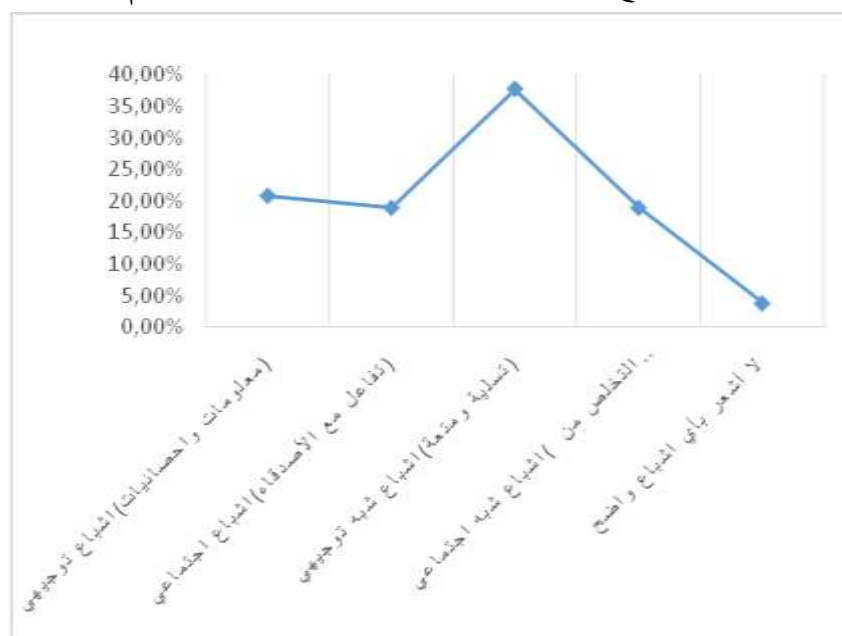
الاجتماعي بل باعتبارهم أعضاء في جماعات اجتماعية منتظمة وشركاء في بيئة ثقافية واحدة وتعتبر جماعة الأصدقاء من بين الجماعات التي ينتمي اليها المستخدم ويسعى لتحقيق حضوره الاجتماعي ضمنها وهي دوافع تنبع مما يسمى بالأصول الاجتماعية لمدخل الاستخدامات والاشباع.

الجدول 04: أكثر اشباع يتحقق لدى المستخدمين من استخدام تطبيق FPL

النسبة المئوية	التكرار	الجواب
20.8%	11	اشباع توجيهي (معلومات واحصائيات)
18.9%	10	اشباع اجتماعي (تفاعل مع الأصدقاء)
37.7%	20	اشباع شبه توجيهي (تسلية ومتعة)
18.9%	10	اشباع شبه اجتماعي (التخلص من الملل والاحساس بالعزلة)
3.8%	2	لا أشعر بأي اشباع واضح
100%	53	المجموع

المصدر: من اعداد الباحث

الشكل 03: أكثر اشباع يتحقق لدى المستخدمين من استخدام تطبيق FPL



المصدر: من اعداد الباحث

يلاحظ من خلال معطيات الجدول حول أكثر اشباع تحقق لدى المستخدمين من تطبيق (FPL) Fantasy Premier League، أن كلا من الاشباع المعرفي (معلومات واحصائيات) نسبته 20.8٪، في حين أن الاشباع الترفيهي (تسلية ومتعة) نسبته 18.9٪، أما الاشباع الاجتماعي (تفاعل مع الأصدقاء) فنسبته 18.9٪، في حين أن الاشباع التنافسي (اثبات الذات والتميز) قدر ب 37.7٪، في حين عدم الشعور بأي اشباع واضح من قبل المبحوثين جاء بنسبة 3.8٪.

نلاحظ من خلال الجدول أن اغلب المبحوثين تحقق لديهم الاشباع الشبه التوجيهي المتعلق بالمتعة والتسلية وهو يتطابق مع الدافع الرئيسي لاستخدام المبحوثين لتطبيق Fantasy Premier (FPL) League في الجدول رقم 01، وبالتالي فالمستخدم لجأ لتطبيق (FPL) وهو يتوقع أن يلبي له حاجة الترفيه والتسلية ويرجع هذا أساسا الى متغير سن المبحوثين حيث أن اغلبهم من فئة الشباب فالتسلية

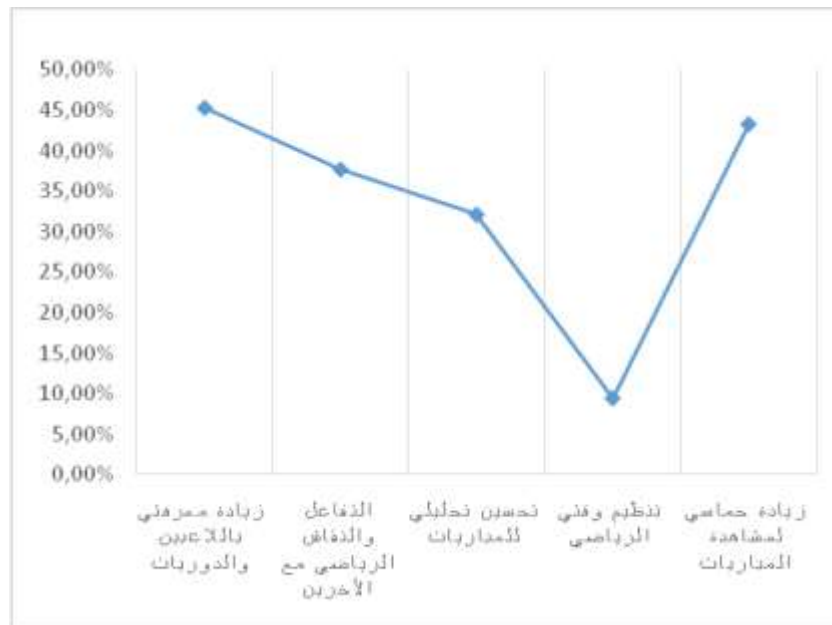
تطبيق (FLP) وإعادة تشكيل العلاقة بين المتلقي والمحتوى الرياضي الرقمي ——— أ. / مريم عزة يخلف والمتعة بالنسبة اليهم تحتل مركزا متقدما وهو ما يتطابق مع نتيجة دراسة سابقة " بالنسبة للاعبين الأصغر سناً، كانت أهم دوافع اللعب هي الترفيه ، والاستمتاع ، وتمضية الوقت وبعد استخدامهم له تحقق لهم هذا الاشباع " ²³ ومنه يمكن القول أن هناك تطابق بين الدافع والحاجة لدى استخدام تطبيق (FLP)، فكلما كان الدافع محددا عند اختيار وسيلة معينة كلما زادت فرصة تحقق نفس الاشباع لأن الفرد يختار وسيلة دون أخرى حسب درجة توقعه للاشباع التي ستحققها له هذه الوسيلة وهو ما يؤكد وعي المستخدم بالوسيلة التي تحقق له الاشباع المناسب.

الجدول 05: جوانب الاستفادة من تطبيق Fantasy Premier League (FLP) بالنسبة للمستخدمين

الجواب	التكرار	النسبة المئوية
زيادة معرفتي باللاعبين والدوريات	24	45.3%
التفاعل والنقاش الرياضي مع الآخرين	20	37.7%
تحسين تحليلي للمباريات	17	32.1%
تنظيم وقتي الرياضي	5	9.4%
زيادة حماسي لمشاهدة المباريات	23	43.4%
المجموع	53	100%

المصدر: من اعداد الباحث

الشكل 04: جوانب الاستفادة من تطبيق Fantasy Premier League (FLP) بالنسبة للمستخدمين



المصدر: من اعداد الباحث

معطيات الجدول حول أوجه استفادة المبحوثين من تطبيق Fantasy Premier League (FLP) تبين أن نسبة 22.55% من المبحوثين استفادوا من حيث زيادة معرفتهم باللاعبين والدوريات أما بالنسبة للتفاعل والنقاش الرياضي مع الآخرين فجاء بنسبة 28.57%، في حين نسبة من تحسن تحليلهم للمباريات قدرت ب 17.29%، أما من أفادهم في زيادة حماسهم لمشاهدة المباريات نسبتهم 31.57%.

الملاحظ أن اغلب المبحوثين استفادوا من تطبيق Fantasy Premier League (FLP) من ناحية زيادة معرفتهم باللاعبين والدوريات وهو ما يؤكد أنهم الى جانب بحثهم عن الترفيه والتسلية في

تطبيق (FLP) وإعادة تشكيل العلاقة بين المتلقي والمحتوى الرياضي الرقمي ————— أ. / مريم عزة يخلف

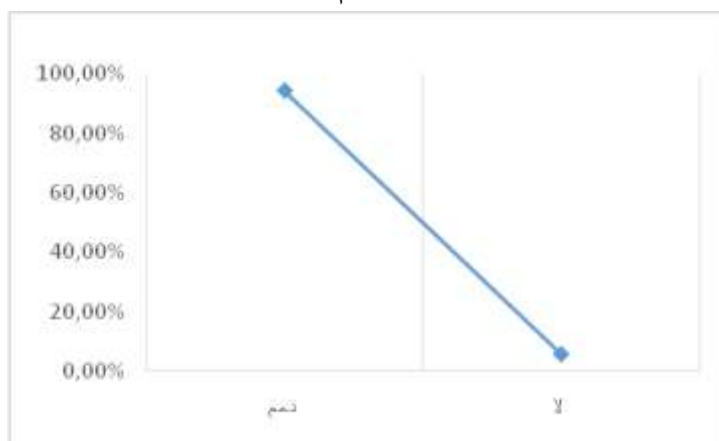
تطبيق (FLP)، هم بحاجة أيضا الى المعلومات لأنهم من دونها لن يستطيعوا فهم أصول اللعبة الانخراط فيها باتخاذ قرارات سليمة واختيار التشكيلة الأنسب لتحقيق أكبر عدد من النقاط، كما أنه من خلال حصولهم على المعلومات حول اللاعبين والدوريات سيحققون اشباع معرفي حول اللعبة كما يتمكنون من المشاركة في نقاشات ضمن مجموعات مختلفة في اطار التفاعل الاجتماعي ويقدم تطبيق (FLP) المحتوى الغني بالأخبار والاحصائيات وتحليل الأداء للاعبين والفرق فالمعلومة أساسية لمستخدمي التطبيق حتى تكون هناك كفاءة في اللعب والحصول على نقاط جيدة وأن "الأخبار العاجلة عن اللاعبين، وتحليلات الأداء، والإحصاءات اللحظية، تعد من أهم أنواع المعلومات التي يبحث عنها المستخدمون. وهناك ارتباطاً واضحاً بين مستوى اندماج المستخدم في اللعبة وعدد ونوعية المصادر المعلوماتية التي يتابعها، حيث يميل المستخدمون الأكثر خبرة إلى تنوع مصادرهم ومتابعة التحليلات المتعمقة، بينما يكتفي المستخدمون الأقل خبرة بالمصادر العامة"²⁴، كما أشار المبحوثون الى ان تطبيق (FLP) يزيد من حماسهم لمشاهدة المباريات، فهم مترقبون دائماً لما سيحصل أثناء المباريات من تمريرات وأهداف وتحركات اللاعبين وغيرها من التفاصيل المرتبطة بالمباريات لأن كل نتيجة تتحقق في المباريات ستعكس مباشرة على المستخدم من ناحية ربحه أو خسارته في اللعبة التي تصبح ذات أهمية شخصية بالنسبة له.

الجدول 06: جعل تطبيق Fantasy Premier League (FLP) المستخدمين أكثر تفاعلاً رقمياً مع كرة القدم.

الجواب	التكرار	النسبة المئوية
نعم	50	94.3%
لا	3	5.7%
المجموع	53	100%

المصدر: من اعداد الباحث

الشكل 05: جعل تطبيق Fantasy Premier League (FLP) المستخدمين أكثر تفاعلاً رقمياً مع كرة القدم.



المصدر: من اعداد الباحث

تطبيق (FLP) وإعادة تشكيل العلاقة بين المتلقي والمحتوى الرياضي الرقمي ——— أ. / مريم عزة يخلف تبين بيانات الجدول أن نسبة المبحوثين الذين جعلهم تطبيق Fantasy Premier League (FLP) أكثر تفاعلاً رقمياً مع المحتوى الرياضي قدرت ب 90٪، في حين من يزد تفاعلهم بسبب التطبيق نسبتهم 10٪.

الأغلبية الساحقة من المبحوثين يرون أن تطبيق Fantasy Premier League (FLP) جعلهم أكثر تفاعلاً رقمياً مع كرة القدم، وهذا راجع لاتساع نطاق التعرض فالمستخدم من خلال تطبيق (FLP) ليس مرتبطاً بفريق واحد بل هو مضطر لمتابعة جميع الفرق وجميع المباريات بتفاصيلها فيتابع مباريات لفرق لم يكن يشجعها من قبل وبالتالي يزداد نطاق تفاعله مع البطولة بأكملها، وبالتالي محتوى تطبيق (FLP)

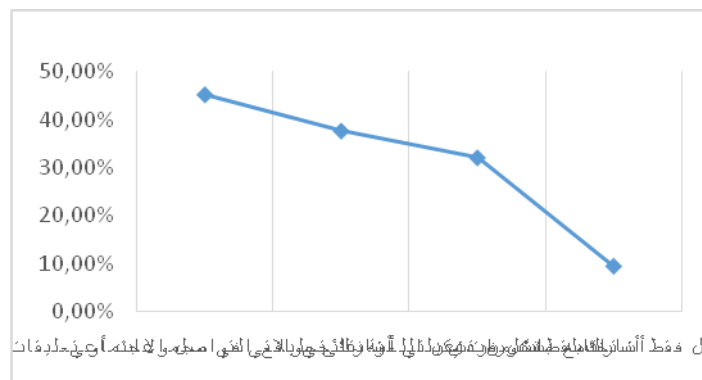
والتفاعل قد يكون بشكل فردي من خلال المتابعة الشخصية للمباريات والتدقيق في أداء اللاعبين أو تطوير استراتيجيات من أجل اختيار التشكيلة المثالية التي يمكن أن تزيد من فرص فوز المستخدم...أو تفاعل جماعي سواء على منصات التواصل الاجتماعي أو الواقع لأنه سيتبادل آراءه وتخميناته في مناقشات مع مستخدمين آخرين لتطبيق (FLP) فينخرط أكثر ويزيد اهتمامه بالأجواء الكروية بصفة عامة فهو متلق نشط يتفاعل مع محتوى تطبيق (FLP) بشكل إيجابي.

الجدول 07: الطريقة التي يتفاعل بها المستخدمون مع محتوى تطبيق Fantasy Premier League (FLP)

الجواب	التكرار	النسبة المئوية
أشارك تحليلاتي في مجموعات أو تعليقات	20	27.02٪
اتابع منشورات عن اللعبة على مواقع التواصل الاجتماعي	28	37.83٪
أشارك لقطات من تشكيلتي أو نتائجي	19	25.67٪
لا أتفاعل فقط أستخدمه بشكل فردي	7	9.45٪
المجموع	74	100٪

المصدر: من اعداد الباحث

الشكل 06: الطريقة التي يتفاعل بها المستخدمون مع محتوى تطبيق Fantasy Premier League (FLP)



المصدر: من اعداد الباحث

تطبيق (FLP) وإعادة تشكيل العلاقة بين المتلقي والمحتوى الرياضي الرقمي ———— أ. / مريم عزة خلف

من خلال الجدول أعلاه حول الطريقة التي يتفاعل بها المستخدمون مع محتوى تطبيق (FLP) Fantasy Premier League أن نسبة 38.01٪ يشاركون تحليلاتهم مع مجموعات أو تعليقات، في حين أن 33.88٪ منهم يتابعون منشورات عن اللعبة على مواقع التواصل الاجتماعي، ونسبة 28.09٪ يشاركون لقطات من تشكيلاتهم ونتائجهم، في حين لا يوجد أي مبحوث لا يتفاعل ويستخدمه بشكل فردي.

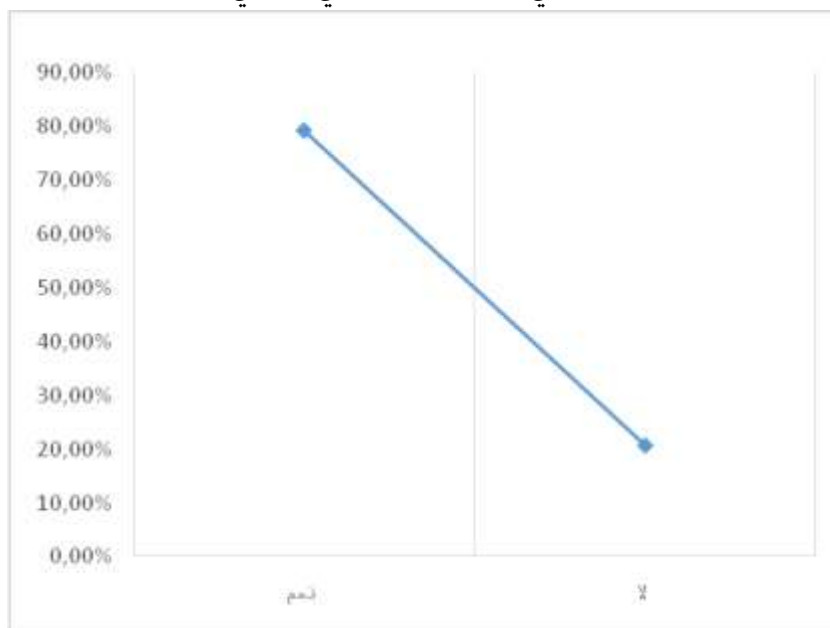
أغلب المبحوثين يتابعون منشورات عن اللعبة على مواقع التواصل الاجتماعي التي تعد فضاء خصباً بالمعلومات والتفاعل الاجتماعي وأكثر فضاء افتراضي يجتمع فيه مستخدمو التطبيق، فقد تشكلت العديد من المجتمعات الافتراضية حول تطبيق Fantasy Premier League مثل: منتدى - Reddit r/FantasyPL وهو أكبر تجمع عالمي يضم أكثر من مليون عضو ومجموعة Fantasy Premier League - Tips & Advice على الفيسبوك وعلى تويتر مجتمعات تحت وسم #FPL، وعلى اليوتيوب والبودكاست مثل FPL Mate و Let's Talk FPL، وغيرها من المجتمعات الافتراضية، كما يرجع انخراط المستخدمين في هذه المجتمعات إلى الانشغالات التي تحققها لهم كالانشغاب المعرفي من خلال كم المعلومات التي سيجمعونها من هذه المواقع وتفيدهم أثناء اللعب، كما أنها تحقق لهم الانشغاب الاجتماعي حيث يتفاعل المستخدم مع مجتمع اللعبة بالإعجاب أو المشاركة أو التعليق على منشورات أصدقائه في اللعبة والانشغاب الآخر الذي تحققه مواقع التواصل الاجتماعي هو الترفيه والتسلية الذي سبق وأن كان الدافع الرئيسي لاستخدام المبحوثين لتطبيق Fantasy Premier League (FLP)، كما أن هذا التطبيق أنتج نمطاً آخر من التفاعل يختلف عن ذلك الذي يتم عادة بين ووسائل الإعلام الرقمية والمتلقين، حيث يتمتع المحتوى بالخصوصية كونه يمد المستخدم بمعلومات تغذي قراراته في اللعبة، كما أنه يجعل المستخدم ينخرط في اللعبة فردياً وجماعياً، والتفاعل في اللعبة فوري وآني لأنه يتابع المباراة وفي نفس الوقت يرى تأثير الأهداف أو التمريرات أو البطاقات على نقاطه في اللعبة كما أن لديه أسبوعاً ليتفاعل فيه ويبني تشكيلته قبل بدء المباريات بحوالي ساعة من الزمن

الجدول 08: منح تطبيق Fantasy Premier League (FLP) المستخدمين دوراً في "تشكيل" المحتوى الرياضي

الجواب	التكرار	النسبة المئوية
نعم	42	79.2٪
لا	11	20.8٪
المجموع	53	100٪

المصدر: من اعداد الباحث

الشكل 07: منح تطبيق Fantasy Premier League (FLP) المستخدمين دوراً في "تشكيل" المحتوى الرياضي



المصدر: من اعداد الباحث

من خلال إجابات المبحوثين في الجدول أعلاه يتضح أن نسبة 90٪ يرون أن تطبيق Fantasy (FLP) Premier League يمنح مستخدميه دوراً في تشكيل محتواه و10٪ يرون أنه لا يفعل.

يتضح من خلال معطيات الجدول أن أغلب المبحوثين يدركون أن تطبيق Fantasy Premier League يتيح لهم فرصة إنتاج محتواه، حيث أنهم من خلال تفاعلاتهم وابداء آرائهم يؤثرون في محتوى التطبيق الذي يأخذ مسيره بعين الاعتبار ردود أفعال المستخدمين أو ما يسمى بالتغذية الراجعة ليعيدوا في محتوى التطبيق فيتغير دورهم من مجرد متلقين للمحتوى الى صانعين له، ومن أمثلة التعديلات التي تم ادراجها في التطبيق استجابة لمطالب المستخدمين " تعديل نظام النقاط التحليلية (BPS)²⁵ استُحدثت نقاط إضافية للاعبين الدفاع الذين ينجزون 10 تدخلات دفاعية CBIT مثل الاعتراضات والتمريرات المتوقفة، بالإضافة إلى مكافآت للمهاجمين الذين يشاركون في إحداث خطأ يدفع إلى حدوث ضربة جزاء²⁶ كما تم تبسيط reglas الخاصة بمنح الأسيس في اللعبة بحيث لم يعد شرط أن يكون اللاعب المستهدف واضحاً، طالما أن الكرة وصلت للمهاجم داخل منطقة الجزاء بعد لمسة دفاعية واحدة فقط²⁷ وبناءً على رغبات المستخدمين في مزيد من التنوع في الاستراتيجيات، أدخلت شريحة غامضة Mystery Chip تعود تفاصيلها لاحقاً لتعزيز عنصر المفاجأة. كما تم تعديل آلية تحويلات Gameweek للسماح بتراكم ما يصل إلى خمسة تبديلات مجانية خلال جولة معينة²⁸ فالمستخدم يرى أن له دوراً ملموساً في انشاء محتوى التطبيق فالعلاقة التي أنشأها تطبيق (FLP) Fantasy Premier League تتفرد بكون التلقي لا يحمل مفهوم استهلاك المحتوى المقدم بل المشاركة في إنتاجه.

الجدول 09: كيفية مساهمة المستخدمين في إنتاج محتوى تطبيق Fantasy Premier League (FLP)

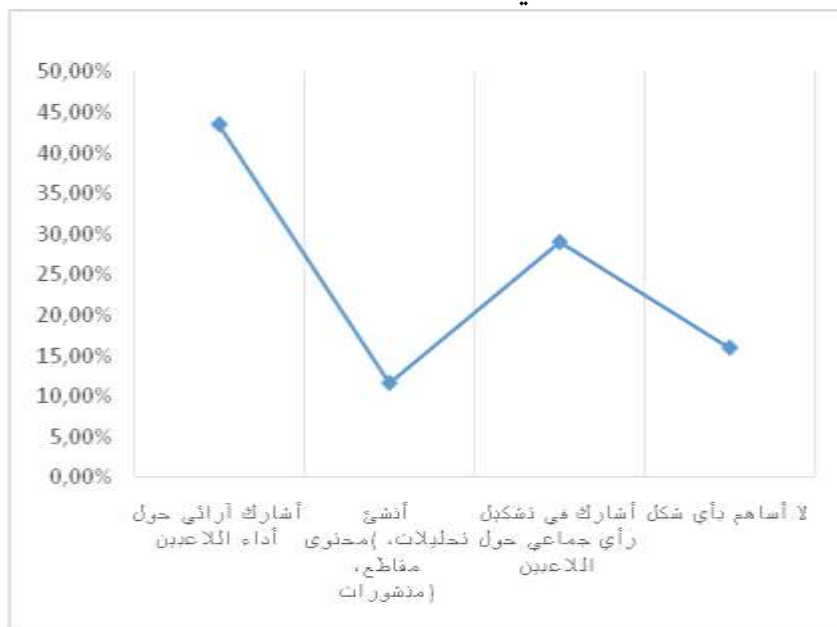
الجواب	التكرار	النسبة المئوية
أشارك آرائي حول أداء اللاعبين	30	43.47٪
أنشئ محتوى (تحليلات، مقاطع، منشورات)	8	11.59٪

تطبيق (FLP) وإعادة تشكيل العلاقة بين المتلقي والمحتوى الرياضي الرقمي ———— أ. / مريم عزة يخلف

أشارك في تشكيل رأي جماعي حول اللاعبين	20	28.98%
لا أساهم بأي شكل	11	15.94%
المجموع	69	100%

المصدر: من اعداد الباحث

الشكل 08: كيفية مساهمة المستخدمين في انتاج محتوى تطبيق Fantasy Premier League (FLP)



المصدر: من اعداد الباحث

معطيات الجدول تبين أن مساهمة المستخدمين في انتاج محتوى تطبيق Fantasy Premier League (FLP) من خلال مشاركة آرائهم حول أداء اللاعبين قدرت بنسبة 50.44٪، في نسبة من يساهمون بإنشاء محتوى نسبتهم 13.27٪، أما من يشاركون في تشكيل رأي جماعي حول اللاعبين نسبتهم قدرت ب 33.62٪، في حين نسبة 2.65٪ لا يساهمون في انتاج محتوى تطبيق Fantasy Premier League بأي شكل.

الملاحظ من خلال نتائج الجدول أن اغلب المبحوثين يشاركون آراءهم حول أداء اللاعبين وهذا انما يدل على تحول علاقة المستخدم بالمحتوى المقدم له عبر التطبيق فلم يعد فقط مستهلكا للمحتوى بل عنصرا فاعلا في انتاج هذا المحتوى فالمستخدمون مدركون أنهم بمشاركتهم لآرائهم من خلال تقديم تفسيرات وتحليلات وتوقعات سيؤثرون على مستخدمين آخرين ضمن التطبيق من جهة كما أنهم يؤثرون على مطوري التطبيق وهو ما تؤكدته نتيجة دراسة سابقة حيث جاء في نتائجها أن من التحولات في علاقة المتلقي بالمحتوى "توفير خيارات عديدة للجمهور والقدرة على التجوال في الزوايا المختلفة والأزمة المختلفة وبالتالي سيادة المتلقي في اتخاذ القرارات مما أضاف للجمهور سمات أخرى هي التفاعلية والالتزامية"²⁹، فيضاف للمحتوى الأصلي للتطبيق محتوى آخر يصنعه المستخدم فيتحقق لديه اشباع معرفي من حيث كم المعلومات التي سيجدها على مستوى التطبيق والتي تزيد

تطبيق (FLP) وإعادة تشكيل العلاقة بين المتلقي والمحتوى الرياضي الرقمي ——— أ. / مريم عزة يخلف
من كفاءته الرياضية إضافة لإشباع اجتماعي حيث يشارك الجماعات التي ينتمي إليها هذه المعلومات
من أجل تكوين رأي جماعي حول اللاعبين وهو ما يتضح من خلال نتائج الجدول.

خاتمة:

أثبتت هذه الدراسة أن العملية الاتصالية في الميدان الرياضي تأثرت بالتحول الرقمي بشكل كبير،
حيث ظهرت أدوار جديدة مع تغير في أساليب الاتصال، فلم تعد الرياضة مرتبطة بالواقع فقط بل
انتقلت إلى الفضاء الرقمي ويعد تطبيق الفنتازيا الرياضية Fantasy Premier League (FLP) نموذجاً
لهذا التحول حيث أعطى الفرصة لمستخدميه لأن يتقمصوا دور المدرب الرياضي المسؤول على فريق
افتراضي من انشائه ومن خلال معطيات يوفرها التطبيق له حول اللاعبين الحقيقيين في الدوري
الإنجليزي الممتاز، بهذا الشكل تغير دور مستخدمو التطبيق من مجرد متلقين سلبيين للمحتوى إلى
متفاعلين معه، وهو ما يؤكد أن العلاقة بين المتلقي والمحتوى الرياضي الرقمي تغيرت عبر هذا
التطبيق.

من هذا المنطلق توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج مفادها أن هناك دوافع لاستخدام تطبيق
Fantasy Premier League (FLP) أقواها دافع الترفيه والتسلية، وأكثر ما يجذب المستخدمين
للتطبيق هو اختيارهم للتشكيلة والمنافسة حتى يتحقق لهم إشباع التسلية والترفيه وقد تطابق مع
الدافع الرئيسي لاستخدام التطبيق، ومن بين أوجه الاستفادة من تطبيق Fantasy Premier League (FLP)
توفير المعرفة لمستخدميه فيما يتعلق باللاعبين والدوريات كما يشكل لديهم حماس
لمتابعة مباريات الدوري الإنجليزي الممتاز، فدافع المعرفة موجود أيضاً وإن كان بدرجة أقل من دافع
الترفيه، ويتفاعل المستخدمون مع المحتوى بمشاركة منشورات على مواقع التواصل الاجتماعي التي
تعد من بين الفضاءات الافتراضية التي تشكلت بفعل لعبة Fantasy Premier League (FLP)، كما
يدرك مستخدمو التطبيق أنهم طرف في تشكيل محتواه من خلال مشاركاتهم آرائهم وتوقعاتهم مع
مجموعات أخرى وهو ما يأخذ به مسيرو التطبيق من أجل إجراء تعديلات عليه.

وتفتح هذه الدراسة آفاقاً بحثية مستقبلية في مجال الإعلام الرياضي الرقمي كدراسة أعمق للأبعاد
النفسية والاجتماعية المرتبطة بعملية التلقي، أو الأبعاد الاقتصادية والتسويقية التي صاحبت تطبيق
Fantasy Premier League (FLP)، أو دراسات لنفس التطبيق لكن في مجالات جغرافية مختلفة
فالسياق الاجتماعي والثقافي قد يؤثر على طريقة تفاعل المتلقي مع محتوى تطبيق Fantasy Premier League (FLP).

- ¹ إبراهيمي يوسف، مواصفات التلقي ومميزاته في الاعلام الجديد واقع وتحديات، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باتنة 1، المجلد 22، العدد 2، ديسمبر 2021، ص ص 817-834.
- ² Brody James Ruihley and Robin Hardin, "Meeting the Informational Needs of the Fantasy Sport User," Journal of Sports Media 8, no. 2 (Fall 2013): 53–80
- ³ Natalie Brown, Andrew C. Billings, and Brody Ruihley, "Exploring the Change in Motivations for Fantasy Sport Participation During the Life Cycle of a Sports Fan," Communication Research Reports 29, no. 4 (October 2012): 333–342
- ⁴ Lee K. Farquhar and Robert Meeds, "Types of Fantasy Sports Users and Their Motivations," Journal of Computer-Mediated Communication 12, no. 4 (2007): 1208–1228
- ⁵ بوطاروس نسرين وحجام الجمعي، المنصات الرقمية الإعلامية الجزائرية بين تحدي الواقع والتطلع نحو المستقبل، مجلة الاعلام والمجتمع، المجلد 8، العدد 1، جوان 2024، ص ص 345. 358، ص 348.
- ⁶ بودرومي عبد النور وفطيمة بن عبد العزيز، المنصة الالكترونية منطلق لبعث التسويق الالكتروني للتأمين، مجلة أبحاث ودراسات التنمية، المجلد 09/العدد 2، ديسمبر 2022، ص ص 69-50، ص 52.
- ⁷ خيرى أحمد رحومة مسعود، أثر المنصات الالكترونية على فاعلية التدريب في المنظمات العامة، مجلة الدراسات الاقتصادية المعقدة، المجلد 5، العدد 3، 2020، ص ص 63. 70، ص 66.
- ⁸ عامر قندلجي، الاعلام والمعلومات والانترنت، دار اليازوري للنشر والتوزيع، 2020، ص 55.
- ⁹ عبد الرزاق الدليمي، الاعلام في ظل التطورات العالمية، دار اليازوري للنشر والتوزيع، 2019، ص 26.
- ¹⁰ Tong Zhao, "Analysis of the Concept of Audience in the Digital Age," in Proceedings of the 2018 ; International Workshop on Education Reform and Social Sciences (ERSS 2018), Advances in Social Science, Education and Humanities Research, vol. 300 (Paris : Atlantis Press, 2018), 132–135 ; p 133.
- لمياء محسن محمد حسن، المحتوى هو الملك... صناعة التأثير، العربي للنشر والتوزيع، 2023، ص 15.
- دعاء عبد العال وخالد عبد الحق، إدارة وصناعة المحتوى الرقمي، دار اليازوري لنشر، 2025، ص 11.
- ¹³ Nicolas Anciaux et al., Dossier Contenus Numériques (2017), HAL Open Science, <https://hal.science/hal-01432544v1/document.p.03>
- ¹⁴ بشرى سعد، "من الإعلام الرياضي إلى صناعة المحتوى الرياضي الرقمي: الفرص والتحديات"، مجلة الحكمة للدراسات والبحوث، المجلد 4، العدد 4، يوليو 2024، ص ص 1033-1015، ص ص 1020-1021 متاح عبر: <https://journals.uojaw.education/index.php/jwrs/article/view/338/238>
- ¹⁵ Andrea Keane, "Fantasy Sports: What Is the Appeal?" (undergraduate thesis, St. John Fisher University, 2012), Fisher Digital Publications, p03.
- ¹⁶ Richard Tacon and Stephen Vainker, "Fantasy Sport: A Systematic Review and New Research Directions," European Sport Management Quarterly 17, no. 5 (2017): 558–89, p05.
- ¹⁷ Natalie Brown, Andrew C. Billings, و Brody Ruihley, "Exploring the Change in Motivations for Fantasy Sport Participation During the Life Cycle of a Sports Fan," Communication Research Reports 29, no. 4 (October 2012): 333–342 ; p334.

¹⁸ فرحان فرع العتابي، المعلوماتية وأثرها السياسي على النظم العربية، دار العربي للنشر والتوزيع، 2020، ص-ص 131-132

¹⁹ نسرين عجب، الثورة الافتراضية، دور وسائل التواصل الاجتماعي في الثورات، دار العربي للنشر والتوزيع، 2015، ص49.

²⁰ محمد احمد فياض، بحوث وقضايا معاصرة في الاعلام، دار اليازوري للنشر والتوزيع، 2018، ص21.

²¹ وديع العززي، دراسات في استخدام وسائل الاعلام، دار اليازوري للنشر والتوزيع، 2021، ص90.

²² محمود تيشوش وصباح غربي، "الاستبيان الإلكتروني كأداة لجمع البيانات من المجتمع الافتراضي"، مجلة الحوار الثقافي، 11، ع 3 (2023): 45. ص 43.

²³ Natalie Brown, Andrew C. Billings, and Brody Ruihley, op.cit.

²⁴ Brody James Ruihley and Robin Hardin ;op.cit

²⁵ Liam Mitton, "Fantasy Premier League New Features for the 2024/25 Season," GiveMeSport, August 6, 2024, https://www.givemesport.com/fantasy-premier-league-fpl-new-features/?utm_.

²⁶ Rae Nkwocha, "Fantasy Premier League 2025-26: New Rules, Chips, Assists and Bonus Tweaks,"* Never Manage Alone*, August 4, 2025,

https://www.nevermanagealone.com/2025/8/4/24480040/nma-fantasy-premier-league-2025-26-rules-chips-bonus?utm_.

²⁷ All About FPL, "2025-26 FPL Season: New Rules & Changes – What's New in FPL?" All About FPL, July 2025, accessed August 2025, https://allaboutfpl.com/2025/07/2025-26-fpl-season-new-rules-changes-whats-new-in-fpl/?utm_.

²⁸ Callum Rice-Coates, "FPL 2024/25: What Are the Changes to New Fantasy Premier League Season?," The Independent, July 18, 2024, accessed August 2025,

https://www.independent.co.uk/sport/football/fpl-2024-25-rules-changes-premier-league-season-b2581895.html?utm_

²⁹ براهيم يوسف، مرجع سابق.

قائمة المراجع:

المؤلفات :

- عامر قندلجي (2020)، الإعلام والمعلومات والإنترنت، عمان، دار اليازوري للنشر والتوزيع.
- عبد الرزاق الدليمي (2019)، الإعلام في ظل التطورات العالمية، عمان، دار اليازوري للنشر والتوزيع.
- لمياء محسن محمد حسن (2023)، المحتوى هو الملك... صناعة التأثير، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع.
- دعاء عبد العال، وخالد عبد الحق (2025)، إدارة وصناعة المحتوى الرقمي، عمان، دار اليازوري للنشر والتوزيع.
- فرحان فرع العتابي (2020)، المعلوماتية وأثرها السياسي على النظم العربية، القاهرة، دار العربي للنشر والتوزيع.
- نسرين عجب (2015)، الثورة الافتراضية: دور وسائل التواصل الاجتماعي في الثورات، القاهرة، دار العربي للنشر والتوزيع.
- محمد أحمد فياض (2018)، بحوث وقضايا معاصرة في الإعلام، عمان، دار اليازوري للنشر والتوزيع.
- وديع العززي (2021)، دراسات في استخدام وسائل الإعلام، عمان، دار اليازوري للنشر والتوزيع.

الأطروحات:

- Fantasy Sports: What Is the Appeal?, Andrea Keane (2012) ، أطروحة بكالوريوس غير منشورة، قسم الإعلام، St. John Fisher University، الولايات المتحدة.

المقالات:

- براهيمي يوسف (2021)، "مواصفات التلقي ومميزاته في الإعلام الجديد: واقع وتحديات"، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باتنة 1، المجلد 22، العدد 2، ص. 834-817.
- بوطاروس نسرين، وحجام الجمعي (2024)، "المنصات الرقمية الإعلامية الجزائرية بين تحدي الواقع والتطلع نحو المستقبل"، مجلة الإعلام والمجتمع، المجلد 8، العدد 1، ص. 358-345.
- بودرومي عبد النور، وفطيمة بن عبد العزيز (2022)، "المنصة الإلكترونية منطلق لبعث التسويق الإلكتروني للتأمين"، مجلة أبحاث ودراسات التنمية، المجلد 9، العدد 2، ص. 69-50.
- خيرى أحمد رحومة مسعود (2020)، "أثر المنصات الإلكترونية على فاعلية التدريب في المنظمات العامة"، مجلة الدراسات الاقتصادية المعمقة، المجلد 5، العدد 3، ص. 70-63.
- بشرى سعد (2024)، "من الإعلام الرياضي إلى صناعة المحتوى الرياضي الرقمي: الفرص والتحديات"، مجلة الحكمة للدراسات والبحوث، المجلد 4، العدد 4، ص. 1033-1015.
- محمود تيشوش، وصباح غربي (2023)، "الاستبيان الإلكتروني كأداة لجمع البيانات من المجتمع الافتراضي"، مجلة الحوار الثقافي، المجلد 11، العدد 3، ص. 45-43.
- Brody James Ruihley, and Robin Hardin (2013), "Meeting the Informational Needs of the Fantasy Sport User," Journal of Sports Media, vol. 8, no. 2, pp. 53–80.
- Natalie Brown, Andrew C. Billings, and Brody Ruihley (2012), "Exploring the Change in Motivations for Fantasy Sport Participation During the Life Cycle of a Sports Fan," Communication Research Reports, vol. 29, no. 4, pp. 333–342.
- Lee K. Farquhar, and Robert Meeds (2007), "Types of Fantasy Sports Users and Their Motivations," Journal of Computer-Mediated Communication, vol. 12, no. 4, pp. 1208–1228.
- Richard Tacon, and Stephen Vainker (2017), "Fantasy Sport: A Systematic Review and New Research Directions," European Sport Management Quarterly, vol. 17, no. 5, pp. 558–589.

المدخلات (أعمال مؤتمرات)

- Tong Zhao (2018), "Analysis of the Concept of Audience in the Digital Age," Proceedings of the Advances in International Workshop on Education Reform and Social Sciences (ERSS 2018) Social Science, Education and Humanities Research, vol. 300، باريس، Atlantis Press، ص. 132–135.

مواقع الإنترنت:

- Nicolas Anciaux et al. (2017)، Dossier Contenus Numériques، HAL Open Science، متاح على: <https://hal.science/hal-01432544v1/document> تم التصفح في 03 ماي 2025 على الساعة 16.23
- Liam Mitton (2024)، "Fantasy Premier League New Features for the 2024/25 Season"، GiveMeSport، متاح على: <https://www.givemesport.com/fantasy-premier-league-fpl-new-features>

تم التصفح يوم 13 جوان 2025 على الساعة 21.33

- Rae Nkwocha (2025) ، "Fantasy Premier League 2025-26: New Rules, Chips, Assists and Bonus Tweaks" ، متاح على Never Manage Alone

على: <https://www.nevermanagealone.com/2025/8/4/24480040/nma-fantasy-premier-league-2025-26-rules-chips-bonus> تم التصفح يوم 13 جوان 2025 على الساعة 23.07

- All About FPL (2025) ، "2025-26 FPL Season: New Rules & Changes – What's New in FPL?" ، All About FPL متاح على: .،

<https://allaboutfpl.com/2025/07/2025-26-fpl-season-new-rules-changes-whats-new-in-fpl>

تم التصفح يوم 03 جويلية 2025 على الساعة 10.14

- Callum Rice-Coates (2024) ، "FPL 2024/25: What Are the Changes to New Fantasy Premier League Season?" ، The Independent متاح على: .،

<https://www.independent.co.uk/sport/football/fpl-2024-25-rules-changes-premier-league-season-b2581895.html> (تم التصفح في 25 جوان 2025 على الساعة 11.00)