Journal of Studies and Researches of Sport Education
spo.uobasrah.edu.iq

The prevailing trend in the Iraqi environment toward practicing physical exercises available on social media platforms

Authors: Fadhil Baqir Mutashar ✉ **Mustafa Abdul-Zahra Aboud**
University of Maysan \College of Physical Education and Sports Sciences

Article information

Article history:
Received 12/11/2025
Accepted 1/3/2026
Available online 15, Mar ,2026

Keywords:

Psychological attitude, social media platform, fitness and physical exercise

Journal of Studies and Researches of Sport Education

Online ISSN: 2789-6560
Volume 36, Issue 2, 2026
Page:459-477

Abstract

The study aims to identify the most used social media platforms among men and women in the Iraqi environment and their attitudes toward following pages that provide fitness-related content. The researcher adopted the survey method, and the study sample was selected according to the conditions of a convenience sample. The questionnaire was distributed electronically to the participants, whose number reached 225 individuals. The results of the study indicated that Instagram and YouTube are the most widely used platforms in the local environment for viewing fitness-related content. The study also recommended the need to utilize YouTube and Instagram to broadcast content in the local language and to monitor it through specialized committees that determine the scientific standards and expertise that content creators possess, as this is an influential factor on psychological attitudes.

DOI: https://doi.org/10.55998/jsrse.v36i2.1360©Authors, 2025. College of Physical Education and sport sciences, University of Basrah.

This is an open-access article under the CC By 4.0 license (creative commons licenses by 4.0)

مجلة دراسات وبحوث التربية الرياضية
spo.uobasrah.edu.iq

الاتجاه السائد في البيئة العراقية نحو ممارسة التمرينات البدنية المتاحة على منصات التواصل الاجتماعي

فاضل باقر مطشر ✉ مصطفى عبد الزهرة عبود
جامعة ميسان/ كلية التربية البدنية وعلوم الرياضة

معلومات البحث

تاريخ البحث:
الاستلام: 2025/11/12
القبول: 2026/3/1
التوفر على الانترنت: 15,اذار,2026

الكلمات المفتاحية:

الاتجاه النفسي، منصات التواصل الاجتماعي، اللياقة البدنية والتمرينات

الملخص

تهدف الدراسة للكشف عن المنصات الاجتماعية الاكثر استخداما من النساء والرجال في البيئة العراقية. واتجاهاتهم نحو متابعة الصفحات الخاصة بمحتوى اللياقة البدنية. وقد استخدمت الدراسة المنهج المسحي على عينة الدراسة التي تم اختيارها وفقا لشروط عينة الصدفة. وقد تم توزيع الاستبانة بشكل الكتروني على افراد العينة الذين وصل عددهم الى 225 فردا. وقد توصلت الدراسة الى ان الإنستغرام واليوتيوب هما الاكثر استخداما في البيئة المحلية لمشاهدة المحتوى الخاص باللياقة البدنية. كما اوصت الدراسة بضرورة استغلال اليوتيوب والإنستغرام لبث المحتوى باللغة المحلية ومراقبته من قبل لجان متخصصة تحدد الاسس العلمية والخبرات التي يجب ان يمتلكها صانع المحتوى كونها عامل موثر على الاتجاه النفسي .

DOI: https://doi.org/10.55998/jsrse.v36i2.1360©Authors, 2025. College of Physical Education and sport sciences, University of Basrah.
This is an open-access article under the CC By 4.0 license (creative commons licenses by 4.0)

1-1 المقدمة واهمية البحث

العصر الحالي شهد دخول التكنلوجيا وتطبيقاته المختلفة في جميع مرافق الحياة، وأصبح الانسان يبذل جهدا اقل الإداء في اعماله في المقابل زادت نسبة الامراض الناتجة عن قلة الحركة. وكما ظهرت امراض جديدة مرتبطة بقلة الحركة (WHO,2021;European commission,2021). من ناحية اخرى تنوعت وسائل التواصل الاجتماعي وما يطرح فيها من مواضيع وسهولة استخدام تلك المنصات ساهم ايضا في زيادة الوقت المستهلك في متابعة تلك المواقع والذي رافقه زيادة في قلة النشاط الحركي للعديد من الفئات العمرية (Hansan Et Al,2011;Solkle & Son, 2011).

في فترة انتشار وباء كورونا ظهر تحولا كبيرا في استخدام منصات التواصل الاجتماعي التي نشرت محتوى من قبل المؤثرين يحتوي على تمرينات بدنية ونصائح لها علاقة بالعادات الصحية. وقد ساهم ذلك المحتوى في التأثير على المتابعين وزيادة دافعيتهم نحو ممارسة التمرينات البدنية بعد ان اصبحت ممارسة التمرينات في الجمات والاماكن المفتوحة مثل الحدائق والمتنزهات امر محظور (Kaushal, Keith, Aguiñaga & Hagger,2020).

وقد عرف المؤثرين (influencer) في منصات التواصل الاجتماعي بأنهم اشخاصا يقدمون محتوى معين من خلال حسابهم الشخصي ولديهم العديد من المتابعين (followers), وفي مجال التمرينات البدنية واللياقة والصحة فان المؤثرين هم الاشخاص الذين يقدمون محتوى حول التمرينات والرشاقة والصحة ولهم متابعين. وقد برزوا أصحاب التمرينات والرشاقة بشكل كبير بعد فترة كورونا. مما دفع العديد من الدول لاستغلال المؤثرين في مجال اللياقة والتمرينات البدنية الى نشر العادات الصحية والتمرينات البدنية لرفع النشاط الحركي والبدني والحصول على العوائد الصحية وبناء مجتمع سليم (Wang., Wang, & Zhu,2024).

ففي امريكا مثلا بلغ عدد المتابعين في منصات الرشاقة والتمرينات 60% من العدد الكلي للمشتركين. وهذا يتأثر بالاتجاه الايجابي السائد في المجتمع نحو محتوى هذه المنصات والمؤثرين اصحاب تلك المنصات (Fox & Jones). مما يعزز الاستخدام الواسع لهذه المنصات حول العالم هو سهولة الوصول اليها، لا تحتاج الى تكلفة ولا تحتاج الى ادوات (Suciu,2020). وهذه الحقائق المنشورة حول تأثير مؤثرين اللياقة البدنية ومنصاتهم دفعت العديد من دول العالم الى استغلال تلك المنصات والمؤثرين لنشر الفيديوهات والصور وقصص لأشخاص تغلبوا على العادات الصحية غير المرغوبة واتبعوا عادت صحية سليمه، تناول الأغذية الصحية وممارسة التمرينات وتخفيض الوزن وتقليد المؤثرين في كثيرا من التفاصيل التي تعود عليهم بالنفع (Kaplan& haelein,2010; ,stanovic ,2011).

في الصين كانت نسبة الاشخاص الذين يمارسون النشاط الحركي بمستوى متوسط اذ كانت 37.2% وفقا لتقرير منظمة الصحة العالمية، وقامت الصين بتحليل محتوى الدراسات التي وظفت المنصات، وحددت الملامح الخاصة بالمحتوى والمؤثرين التي تعزز اتجاه المجتمع لمتابعة هذه المنصات من اجل زيادة دافعية المجتمع نحو ممارسة التمرينات البدنية وتقليل الامراض المرتبطة بقلة الحركة (Wang., Wang, & Zhu,2024). فأهمية بناء المجتمع الصحي دفع الكثير من الدول المتقدمة لتحديد العوامل المؤثرة على بناء اتجاهات ايجابية للأفراد تجاه المنصات الخاصة بالرشاقة والتمرينات ومن ثم تزويد المجتمع بهذه المنصات والترويج لها لجذب الناس تجاهها ومن ثم طرح محتوى يزيد من دافعية الناس للممارسة التمرينات خصوصا وان هذه المنصات لها القدرة للوصول الى الملايين من المتابعين. وانطلاقا من الدور المهم الذي تلعبه

المنصات والمؤثرين في رفع المستوى الصحي من خلال ممارسة الانشطة البدنية والحركية أصبح من الضروري استغلال تلك المنصات واعدادها وفقا للاتجاهات المجتمع العراقي اسوة بتجارب الدول التي سبقتنا.

1-2 مشكلة البحث

بينت منظمة الصحة العالمية انتشار الامراض الناتجة عن قلة ممارسة النشاطات البدنية، كما ان استخدام التكنلوجيا الحديثة ومنصات التواصل الاجتماعي ساهم في زيادة نسبة الأمراض المرتبطة بقلة الحركة ومنها السمنة التي تكون سببا رئيسيا للعديد من الامراض. والعراق يعد واحد من الدول التي تنتشر فيه الامراض الناتجة عن قلة الحركة فقد بينت وزيرة الصحة العراقية (Hammoud, 2016) ان المسح الذي اجري في عام (2015) بينت ان نسبة السمنة في العراق وصلت 65% وان نسبة الافراد الذين لا يمارسون انشطه حركية وصل الى 74%. وفي عام 2022 عقدت وزارة الصحة ندوة علميه بين الاثار المرضية المرتبطة بالسمنة وما يصاحبها من امراض مثل (السكر – امراض القلب – المفاصل – القصبات الهوائية) وهذه الامراض تكلف الوزارة اموال لشراء العلاجات الضرورية. كما ان السمنة ترتبط برفاهية الفرد وانتاجيته سلبيا والتي تمثل خسارة اخرى للفرد والبلد (Mayo Clinic Press,2023). مثل هكذا مشكله صحية سعت الدول المتقدمة الى حث المواطنين الى ممارسة التمرينات البدنية والترويج للرشاقة والصحة عبر مختلف الوسائل ومن اهمها وسائل التواصل الاجتماعي. فالصين مثلا قامت بفتح 21000 منصة تواصل اجتماعي مصممه وفق لميول الناس تنشر من خلال المؤثرين في مجال اللياقة البدنية والعادات الصحية السليمة والتمرينات المصممة وفقا للأعمار الناس وبطريقة تزيد من دافعيتهم. في العراق فان مستخدمي الانترنت وصل الى 82.90 % في عام 2024 (Ministry of Communications, 2025). وهذا يشكل فرصة جيدة لحذو تجربة الصين في نشر منصات تتفق مع ميول الناس ورغباتهم لزيادة قدرتها على جذب الناس وبالتالي بث برامج من خلال المؤثرين لزيادة دافعية الناس نحو ممارسة التمرينات والرشاقة.

1-3 اهداف الدراسة

- التعرف على اي من مواقع التواصل الاجتماعي أكثر متابعة من قبل الرجال والنساء في العراق.
- التعرف على العوامل المؤثرة على الاتجاه النفسي للرجال والنساء في العراق لمتابعة المحتوى الخاص بالتمرينات واللياقة البدنية.
- التعرف على الفروق في الاتجاه النفسي للرجال والنساء في العراق نحو متابعة المحتوى في مجال التمرينات واللياقة البدنية.

1-4 الإطار النظري.

وفقا للدراسات المنشورة في مجال توظيف وسائل التواصل الاجتماعي لأغراض اللياقة البدنية والتمرينات والتي اثبتت ان خصائص المحتوى الذي قدمه المؤثرين يأتي في المرتبة الاولى والتي تمثلت في امكانيته العلمية وتجاربه الشخصية ومستوى الثقة التي يتمتع بها بين متابعيه. اضافة الى قدرته على تصميم برامج تدريبه امنه ومصممه وفقا لمستوى المتلقي ليشجعه على ممارسة التمرينات التي يستطيع ادائها بشكل امن ودون اصابات.

وقد تم تضمين تلك المزايا والتوصيات حول المحتوى والمؤثر في عدد من البنود لقياس الاتجاهات السلبية والايجابية للنساء والرجاء العراقيين. بهدف بناء مقياس لتحديد العناصر المؤثرة في مجتمعنا لمتابعة محتوى اللياقة البدنية على المنصات الاجتماعية.

وقد عرف (Azjen,1993) الاتجاه النفسي بانه الطريق الذي يتفاعل بها الأنسان مع المواقف، الأحداث، الافراد والبيئة سواء كانت توجهاتهم سلبية او ايجابية مع تلك العناصر والاحداث ،وفق تفضيلات الاشخاص قسم الاتجاهات النفسية الى سلبية وايجابية. وقد اكد (Rosenberg,1966) ان الاتجاه النفسي يعتمد على ثلاث مكونات هي المكون المعرفي الذي يركز على فهم وادارك وتفسير المعلومات حول الظاهرة المدروسة. ومكون عاطفي ويشير الى التأثير العاطفي للموقف او عناصر الظاهرة المدروسة على الفرد. وفي النهاية المكون السلوكي الذي يشير الى التزام الفرد وخططه ونيته للتفاعل مع المواقف التي تواجهه. تغير المكون المعرفي نحو موقف معين يسهم في تغير سلوك الافراد وعاطفتهم نحو اي عنصر. والاتجاه النفسي هو متغير داخلي لا يمكن ملاحظته بشكل مباشر، ولكن يمكن الاستدلال عليه من خلال تفاعل الافراد وآرائهم حول موضوعات الظاهرة المدروسة (Azjen,1993). وقد استثمرت الدراسة الحالية الادبيات المنشورة حول الخصائص التي يجب توفرها لدى المؤثر والمحتوى واعدت بنود الاستبانة للتعرف على ميل المتابعين في مجال التمرينات واللياقة البدنية على منصات التواصل الاجتماعي (Ahrens et al,2022; Hobbs et al, 2013; Payne, Jones, & Harris,2004) .

2-منهج البحث والاجراءات

2-1 منهج البحث

اعتمد البحث الحالي على المنهج المسحي لقياس الاتجاهات النفسية في البيئة المحلية نحو المؤثرين ومنصات التواصل الاجتماعي الذين يقدمون محتوى حول التمرينات واللياقة البدنية. وهذا المنهج يسمح للباحث بجمع المعلومات من عدد كبير من العينات للإجابة على اسئلة تقدم لهم (Check &Schutt, 2012, p. 160). كما يمكن الباحث من وصف سلوك المبحوثين بطريقة كمية تمكنه من الكشف عن عمق وانتشار الظاهرة المدروسة (Singleton & Straits, 2009).

2-2 عينة الدراسة

عينة الصدفة وضفت في البحث الحالي للحصول على عينة تحمل الخصائص الخاصة بالمجتمع ولها علاقة بموضوع الدراسة حيث تم توجيه اسئلة لكل الافراد قبل الاشتراك في الدراسة عن رأيهم في موضوع الدراسة وبعد ان بينوا قناعتهم وموافقتهم للاشتراك في الدراسة تم ارسال المقياس لهم (MacNealy ,1999) .(Koerber & McMichael, 2008)
أكد على ان عينة الصدفة يجب ان يتوفر فيها عنصرين الاول هو امتلاك معلومات عن الظاهرة وتأكد الباحث من ذلك، والثاني هو موافقة المبحوث عن الاجابة على تساؤلات البحث. وقد اعتمدت الدراسة عددا من المعايير لاختيار العينة وهي (1) ان يكون المستجيب من داخل العراق (2) ان يكون له اطلاع بمواقع التواصل الاجتماعي التي تقدم محتوى لها علاقة بالتمرينات والرشاقة (3) وان يوافق على الاشتراك في الدراسة بشكل اختياري. وبعد التحقق من توفر هذه المعايير يسمح للمستجيب الاجابة على الاستبانة الالكترونية. وقد اشترك في الدراسة عينات من مختلف محافظات العراق ووصل عدد المستجيبين الذين قبلت اجاباتهم الى 225 فرد.

2-3 أداة جمع البيانات.

تم اعداد مقياس الاتجاهات النفسي للأفراد نحو محتوى اللياقة البدنية والرشاقة المعروض على منصات التواصل الاجتماعي من قبل (Mushtar & Ghudban, 2025) وقد تكون المقياس من (16) فقرة. عشرة فقرات كانت موجه لقياس الاتجاه الايجابي وستة فقرات موجه لقياس الاتجاه السلبي. وقد كان معامل Cronbach's Alpha (0.79)، وقيمة سيبرمن براون (0.90) لنصفي الاختبار. وهذا تعد قيم جيدة حيث ان القيم التي تتجاوز 70% تكون قيم مقبولة وتدل على قدرة ثبات عالية للمقياس (Hinton et al,2004). اضافة الى ان قيم (composite reliability–CR) للبنود الإيجابية والسلبية حصلت على (0.86 و0.79) على التوالي. كما ان مؤشر (KMO) لجودة قياس التحليل العاملي الاستكشافي وصل الى (0.86) وهو يعد مؤشر جيد وفق لدراسة (Izquierdo,Olea, & Abad, 2014). وهذه المؤشرات تدل على كفاءة اداة القياس المعتمدة في الدراسة الحالية.

جدول (1) يبين تدرج ليكارت الخماسي للبنود الايجابية

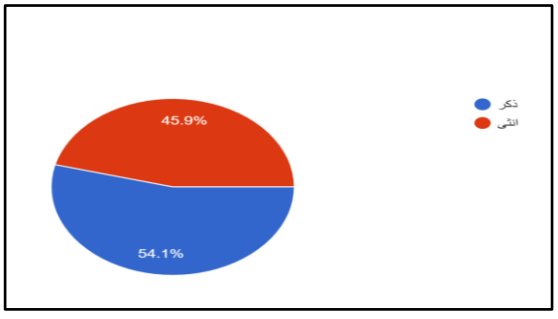
وافق بشدة	اوافق	لا اوافق ولا ارفض	ارفض	ارفض بشدة
5	4	3	2	1

جدول (2) يبين تدرج ليكارت الخماسي للبنود السلبية

اوافق بشدة	اوافق	لا اوافق ولا ارفض	ارفض	ارفض شدة
1	2	3	4	5

2-4 جمع البينات

تم توزيع المقياس على عينة الدراسة من خلال تصميم المقياس بواسطة (Google form). تضمن القسم الاول من المقياس المعايير الثلاث التي وضعت لاختيار العينة وهي (1) ان يكون المستجيب من داخل العراق (2) ان يكون له اطلاع بمواقع التواصل الاجتماعي التي تقدم محتوى له علاقة بالتمرينات والرشاقة (3) ان يوافق على الاشتراك في الدراسة بشكل اختياري. وعلى المبحوث الموافقة عليها ليذهب الى بقية صفحات الاستبانة. وتضمن القسم الاول من الاستبانة تحديد المنصة المفضلة لدية لمتابعة محتوى اللياقة البدنية والرشاقة. ومن ثم الانتقال الى الاجابة على الفقرات السلبية والايجابية للمقياس. ووصل عدد العينة الى 225 فردا اجابوا على المقياس. شكلت نسبة النساء المشاركات 45.9% في حين كانت نسبة الرجال 54.1%



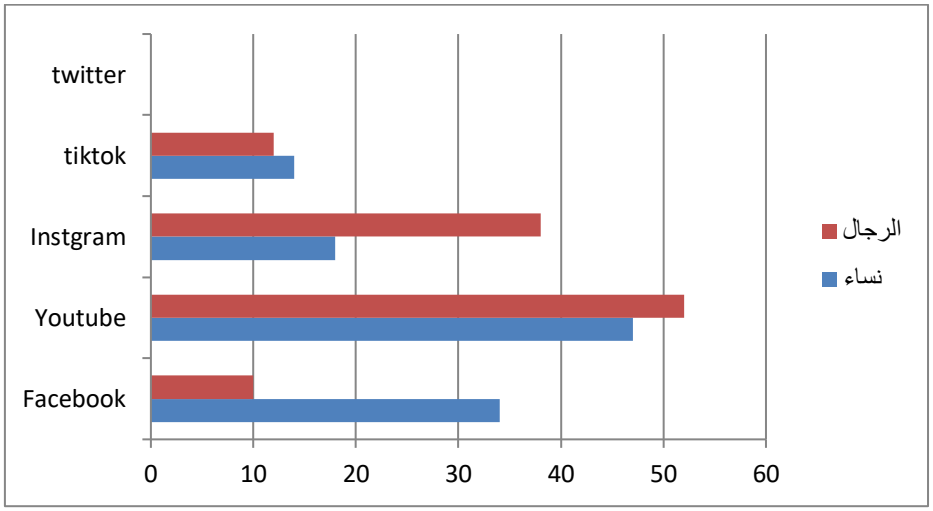
شكل (1) يمثل نسبة الرجال والنساء

2-5 الاجراءات الإحصائية

تم استخدام الحقيبة الاحصائية (spss) version 23. تحليل النتائج التي تم الحصول عليها من المستجيبين في البيئة العراقية.

3- عرض ومناقشة النتائج

ان اول هدف في الدراسة هو التعرف على المنصات الاكثر استخداما لمتابعة المؤثرين في مجال اللياقة البدنية في البيئة العراقية. بينت النتائج ان اليوتيوب حصل على اعلى نسبة متابعة ولكلا الجنسين حيث ان نسبة الرجال تجاوزت 50% في حين نسبة النساء وصلن الى 45%. اما الفيس بوك فقد ظهر فيه تفوق واضح في نسبة المتابعة من النساء على الرجال حيث تجاوزت نسبتهن 30% اما الرجال فقد كانت نسبتهم 10% فقط. وفي تطبيق الإنستغرام كانت النتائج معاكسه حيث تفوق الرجال على النساء وتجاوزت نسبتهم 30% في حين ان النساء لم تتعد نسبتهن عن 20%. اما تطبيق التك توك فقد كانت نسبة استخدامه قليله حيث كانت اقل من 20% لكلا الجنسين.



الشكل (2) يوضح نسب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لكلا الجنسين

الهدف الثاني من الدراسة هو التعرف على العوامل المؤثرة على اختيار المتابعين لمحتوى اللياقة البدنية. حيث اجاب افراد العينة على البنود وفق مقياس ليكارت الخماسي. الدراسة الحالية سوف تعتمد غلى طول المدى للتدرج الخماسي لليكارت لتحديد مستوى اجابات افراد العينة. ويقسم مدى ليكارت الى خمسة مناطق كما هو موضح في الجدول (3).

جدول (3) يبين تقسيم المدى لمقياس التدرج الخماسي لمقياس ليكارت

المدى	اتجاه الفقرة	المستوى
1 – 1.79	ارفض بشدة	ضعيف جدا
1.80 – 2.59	ارفض	ضعيف
2.60 – 3.39	لا اوافق ولا ارفض	متوسط
3.40 – 4.19	اوافق	جيد
4.20 – 2	اوافق بشدة	جيد جدا

جدول (4) اجابة النساء على فقرات الاتجاه الايجابي والنفسي نحو محتوى اللياقة البدنية المعروض في وسائل التواصل الاجتماعي

	البنود	ارفض بقوة	ارفض	لا اوافق ولا ارفض	اوافق	اوافق بشدة	الوسط الحسابي	المستوى
البنود الايجابية	انا تابع المواقع التي تنشر محتوى حول التمرينات والرشاقة	11.40%	5.70%	6.70%	61.00%	15.20%	4.13	جيد
	مواقع التواصل الاجتماعي تروج جيدا لتمرينات الرشاقة	11.40%	11.40%	19.00%	45.70%	12.40%	2.56	متوسط
	غالبا ما أزور المواقع الشخصية للمدربين على مواقع التواصل الاجتماعي لأشاهد المحتوى المنشور	11.40%	11.40%	37.10%	35.20%	4.80%	3.38	متوسط
	انا اثق بمدربين وبمنشوراتهم الخاصة بالتمرينات والرشاقة المتاحة على وسائل التواصل الاجتماعي	11.40%	7.60%	15.20%	51.40%	14.30%	3.90	جيد
	الفيديوهات الخاصة بالتمرينات والرشاقة المتاحة على وسائل التواصل الاجتماعي تزيد من دافعية الممارسة لدي	11.40%	9.50%	24.80%	41.90%	12.40%	753.	جيد

	الفيديوهات المنشورة على وسائل التواصل الاجتماعي لها تأثير مهم على ممارستي للتمرينات	10.50%	9.50%	25.70%	41.90%	12.40%	3.38	متوسط
	الفيديوهات المطروحة على وسائل التواصل الاجتماعي تساعدني في اختيار ما يناسبني من التمرينات	13.30%	15.20%	27.60%	35.20%	8.60%	2.94	متوسط
	أؤدي التمرينات وفقا ما يعرض في الفيديو المتاح على وسائل التواصل الاجتماعي	21.00%	14.30%	31.40%	25.70%	7.60%	563.	جيد
	فيديوهات التمرينات و الرشاقة المتاحة على وسائل التواصل الاجتماعي اغنتني عن الذهاب للجم	12.40%	18.10%	25.70%	41.00%	2.90%	483.	جيد
البنود السلبية	ممارسة التمرينات وفق الفيديوهات المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي مفيد فقط للذين ليس لهم القدرة على تحمل تكاليف الذهاب للجم	8.60%	19.00%	29.50%	38.10%	4.80%	3.50	متوسط
	من غير الممكن اداء التمرينات مع الفيديوهات المنشورة في وسائل التواصل الاجتماعي دون معرفة مسبقة في مجال التمرينات والرشاقة	15.20%	28.60%	30.50%	23.80%	1.90%	3.81	متوسط
	من الصعب ايجاد فيديوهات خاصة بالتمرينات المناسبة لي متاحة على وسائل التواصل الاجتماعي	15.20%	26.70%	27.60%	27.60%	2.90%	3.25	متوسط
	التدريب في البيت بمتابعة الفيديوهات على منصات التواصل الاجتماعي امر ممل	10.50%	25.70%	26.70%	35.20%	1.90%	3.94	متوسط
	التمرينات التي يوديها المدرب في الفيديوهات المتاحة على منصات التواصل الاجتماعي لا أستطيع اداء اغلبها	14.30%	21.00%	31.40%	29.50%	3.80%	4.2	جيد

متوسط	3.44	1.9%	35.2%	26.7%	25.7%	10.5%	لغة المدرب لا أستطيع فهمها وهذا ما يبعدني عن متابعتهم على منصات التواصل الاجتماعي	

وقد حصلت بنود الاتجاه الايجابي على اختيار (موافق) على نسب عالية حيث انحسرت النسب بين (61.00% – 25.70%) وحصل اختيار (اوافق بشدة) على نسب انحسرت بين (15.20% – 2.90%). في مقابل ذلك حصلت الفقرات السلبية على نسب اقل وانحسرت بين (47.60% –23.80%) بالنسبة لاختيار موافق. آما اختيار (موافق بشدة) فقد حصل على نسبة انحسرت بين (5.70%–1.90%). البينات توضح ان البنود الخاصة بالاتجاه السلبي حصلت على مستوى نسب اقل عند مقارنتها ببنود الاتجاه الايجابي. وتراوح الوسط الحسابي لبنود الاتجاه الايجابي بين المستوى المتوسط والجيد. في حين بنود الاتجاه السلبي قد تراوح بين المتوسط والضعيف.

ووفقا لبنود الاختبار فان الفيديوهات ذات الموثوقية بالنسبة للمتلقيات فأنها سوف توثر في دافعيتها لممارسة التمرين. كما ان التمرينات المتنوعة المعروضة على وسائل التواصل الاجتماعي وفقا للبند الذي ينص (الفيديوهات المطروحة على وسائل التواصل الاجتماعي تساعدني على اختيار ما يناسبني من التمرينات) سهل على النساء اختيار التمرينات المناسبة لهن. وقد يكون هذا أحد اسباب زيادة دافعيتهن للممارسة التمرينات. وبينت اجابات العينة ذات الاتجاه الايجابي ان ما معروض على وسائل التواصل الاجتماعي ساعدها على اجراء التمرينات في البيت واغناها عن الذهاب للجم. وهذه أحد فوائد منصات التمرينات والرشاقة التي تعطي حرية للفرد في اختيار ما يناسبه. ويستطيع ادائها في أي وقت وفي أي ومكان(Rashid, 2025) (Oyibo, Adaji, & Vassileva,2018)

اما بالنسبة للبنود السلبية فقد اشارت النساء في مجال البنود السلبية الى عدم فهم لغة المدرب على وسائل التواصل الاجتماعي وقلة معرفتها بتمرينات يبعدهن عن استخدام منصات التواصل الاجتماعي. بل وتشير الى الشعور بالملل وفقا للبند (التدريب في البيت بمتابعة الفيديوهات على منصات التواصل الاجتماعي امر ممل) والذي حصل على وسط يصل الى (3.94) وهو درجه عالية من الاتجاه السلبي نحو متابعة وسائل التواصل الاجتماعي. هذا قد يكون هو العائق وراء ايجاد ما يناسبها حيث اشارت الى ذلك في البند (من الصعب ايجاد فيديوهات خاص بالتمرينات مناسبة لي متاحة على وسائل التواصل الاجتماعي) والذي حصل على وسط (4.2). وهذا يبين ان عناصر اللغة والخبرة بالتمرينات من العوامل التي تساهم في تكوين اتجاه سلبي نحو محتوى الرياضة والتمرينات في وسائل التوصل الاجتماعي(Allah et al., 2025) (De,2018).

اما بالنسبة للرجال فجدول (5) يبين اجاباتهم على مقياس الاتجاه النفسي لاستخدام منصات التواصل الاجتماعي لاداء التمرينات الرياضية

جدول (5) يبين اجابات الرجال على بنود الاتجاه النفسي نحو استخدام منصات التواصل الاجتماعي الخاصة بمحتوى التمرينات واللياقة البدنية

	البنـــود	ارفض بقوة	ارفض	لا اوافق ولا ارفض	اوا فق	اوافق بشدة	الوس ط الحس ابي	المس توى
البنود الايجابية	انا اتابع المواقع التي تنشر محتوى حول التمرينات والرشاقة	9.2%	5.0%	15.8 %	56.7 %	13.3 %	3.61	جيد
	مواقع التواصل الاجتماعي تروج جيدا لتمرينات الرشاقة	8.3%	14.2 %	19.2 %	47.5 %	10.8 %	3.52	جيد
	غالبا ما أزور المواقع الشخصية للمدربين على مواقع التواصل الاجتماعي لأشاهد المحتوى المنشور	11.7%	10.8 %	22.5 %	45.8 %	9.2%	3.37	متوس ط
	انا اثق بمدربين وبمنشوراتهم الخاصة بالتمرينات والرشاقة المتاحة على وسائل التواصل الاجتماعي	9.2%	6.7%	15.0 %	49.2 %	20.0 %	3.21	متوس ط
	الفيديوهات الخاصة بالتمرينات والرشاقة المتاحة على وسائل التواصل الاجتماعي تزيد من دافعية الممارسة لدي	7.5%	12.5 %	20.8 %	42.5 %	16.7 %	3.57	جيد
	الفيديوهات المنشورة على وسائل التواصل الاجتماعي لها تأثير مهم على ممارستي التمرينات	6.7%	10.8 %	20.8 %	46.7 %	15.0 %	3.42	جيد
	الفيديوهات المطروحة على وسائل التواصل الاجتماعي تساعدني على اختيار ما يناسبني من التمرينات	11.7%	10.0 %	21.7 %	48.3 %	8.3%	3.45	جيد
	أؤدي التمرينات وفقا ما يعرض في الفيديو المتاح على وسائل التواصل الاجتماعي	9.2%	15.0 %	23.3 %	43.3 %	9.2%	3.22	متوس ط
	فيديوهات التمرينات الرشاقة المتاحة على وسائل التواصل الاجتماعي اغنتني عن الذهاب للجم	19.2%	12.5 %	15.8 %	42.5 %	10.0 %	3.08	متوس ط
	ممارسة التمرينات وفقا الفيديوهات المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي	12.5%	21.7 %	25.0 %	39.2 %	1.7%	3.08	متوس ط

	مفيد فقط للذين ليس لهم القدرة على تحمل تكاليف الذهاب للجم							
متوسط	3.03	.8%	28.3 %	15.8 %	35.0 %	20.0%	من غير الممكن اداء التمرينات مع الفيديوهات المنشورة في وسائل التواصل الاجتماعي دون معرفة مسبقة في مجال التمرينات والرشاقة	
متوسط	2.61	5.8%	30.8 %	21.7 %	19.2 %	22.5%	من الصعب ايجاد فيديوهات خاصه بالتمرينات المناسبة لي متاحة على وسائل التواصل الاجتماعي	
متوسط	2.77	3.3%	30.8 %	21.7 %	24.2 %	20.0%	التدريب في البيت بمتابعة الفيديوهات على منصات التواصل الاجتماعي امر ممل	
متوسط	2.82	6.7%	30.0 %	17.5 %	27.5 %	18.3%	التمرينات التي يوديها المدرب في الفيديوهات المتاحة على منصات التواصل الاجتماعي لا استطيع اداء اغلبها	
متوسط	3.27	3.3%	30.8 %	21.7 %	24.2 %	20.0%	لغة المدرب لا استطيع فهمها وهذا ما يبعدني عن متابعتهم على منصات التواصل الاجتماعي	

تراوحت نسبة اختيار (اوافق) على البنود الايجابية بين (56.7% – 42.5%) في حين اختيار (اوافق بشدة) انحسر بين (20.0% – 9.2%). اما بنود الاتجاه السلبي لاختيار (موافق) فقد تراوحت بين (50.0% –28.3%) وحصل اختيار (اوافق بشدة) على مدى بين (0.8% – 6.7%). ويتضح ان لدى الرجال ايضا تفوق بنود الاتجاه الايجابي على بنود الاتجاه السلبي . ويظهر هذا من الحدود الدنيا والعليا لنسب خيارات (اوافق واوافق بشدة) التي تشير الى قوة القبول. ووفق قيم الوسط الحسابي حصلت خمسة بنود الخاصة بالاتجاه الايجابي على مستوى (جيد) واربعة بنود بمستوى (متوسط). في حين البنود السلبية حصلت جميع بنودها على مستوى متوسط.

الاوساط الحسابية للرجال والنساء تظهر تفوق الاتجاه الايجابي على الاتجاه السلبي. بيانات كلا الفئتين اظهرت تفضيل الجانب الايجابي في متابعة المنصات لأنها توفر طائفة من التمرينات يمكن ان يختار المتابع ما يناسب حاجته اضافة الى انها تشكل مصدرا للدافعية لديهم، كما اشارت الاجابات الى انها اغنتهم عن الذهاب لجم. ولعبت ثقة المتابع بالمدرب دورا مهما في تشكيل الاتجاه الايجابي. وقد اشارت الى هذه الحقيقة عددا من الدراسات (Erdogan,1999; Kahle & Homer,1985; Simons, Berkowitz & Moyer,1970) والتي اكدت على عنصر مستوى الثقة بالمادة المطروحة

وبالمؤثر (المدرب) وما يطرحه من معلومات وتمرينات على اعداد المتابعين وعلى ما يحدثه من تغيير في عادتهم في مجال اداء التمرينات البدنية.(Allah et al., 2025)

الدراسات (Erdogan,1999 ; Wang., Wang, & Zhu,2024) اوضحت ان توفير بيئة امنه وجذابه عند اداء التمرينات من قبل المؤثر ساهم في جذب الافراد الى متابعة المؤثرين، وساهم في زيادة دافعيتهم للتمرين. فبعظهم يرفق التمرينات بنوع من الموسيقى والبعض الاخر يستخدم التوقيت الذي يظهر على الشاشة. هذه العوامل زادت من دافعية المتابعين على ممارسة التمرينات وطريقة ادائها بشكل مشابه لما يعرضه المؤثر. (Mal Allah et al., 2025)

كما ان المحتوى المتنوع من التمرينات المطروحة من قبل المؤثرين ساعد كثير من المتابعين على اختيار ما يناسبهم وما يميلون الى ادائه، اضافة الى قلة الكلفة مقارنة بذهابهم للجم، حيث تذكر دراسة (Nathan, Victor& Pei Kian,2022) ان عوامل التنوع في التمرينات وقلة الكلفة والاقتصاد في الوقت المستهلك في طريق الذهاب والعودة من الجم زاد في تغير اتجاه المتابعين ايجابيا نحو ممارسة التمرينات من خلال متابعة المؤثرين في هذا المجال وبشكل ملحوظ.

اما الجانب السلبي فقد ظهر في الدراسات التي اجريت في الصين، حيث ان اللغة تعيق فهم المتلقي للمؤثرين وبتالي قد يسبب عزوف لدى المتابعين(Wang., Wang, & Zhu,2024). وقد ظهرت هذه النتيجة في دراستنا حيث ان بند اللغة ظهر في الجانب المؤثر في الاتجاه السلبي.

بعض المستجيبين من كلا الفئتين بينوا معرفتهم في مجال التمرينات الرياضية يكون عائق للمتابعة وفق للبند (من غير الممكن اداء التمرينات مع الفيديوهات المنشورة في وسائل التواصل الاجتماعي دون معرفة مسبقة في مجال التمرينات والرشاقة). وقد بينت دراسة (Todd & Melancon,2018) ان فتح قنوات التواصل المباشر مع المؤثرين من خلال تطبيقات التواصل الاجتماعي ساهم في خفض التوجه السلبي نحوى المحتوى الخاص بالرياضة وكذلك زاد من خبرة المتابعين بالتمرينات ودافعيتهم للممارسة

الفرق بين النساء والرجال في الاتجاه النفسي

وبغية التعرف على الاتجاه النفسي نحو محتوى اللياقة البدنية بي الرجال والنساء تم استخدام اختبار (t-test) وحجم الاثر لمعرفة الفروق بينهما.

جدول (3) يبين الفروق بين النساء والرجال في الاتجاه النفسي

الاتجاه النفسي	الجنس	الوسط الحسابي	قيمة T	حجم الاثر	sig
الاتجاه الايجابي	الرجال	2.34	5.03	0.44	0.001**
	النساء	3.60			
الاتجاه السلبي	الرجال	2.41	5.10	0.38	0.001**

	النساء	3.49			

الجدول (3) يبن القيم الناتجة من اختبار (t-test) والتي اشارت الى وجود فروق معنوية بين الرجال والنساء في موضع الاتجاه النفسي. ولكن هذه الفروق في حجم الاثر كانت اقل من المتوسط وفق لمؤشرات (McLeod,2023) الذي يبين ان القيمة 0.50 تدل على وجود حجم اثر متوسط. ففي الجانب الايجابي كان حجم الاثر (0.44) وفي الجانب السلبي كان (0.38). اي ان حجم الاثر بين المجوعتين ليس كبير مما يدل على تقارب في ميول الجنسين نحو المنصات ذات المحتوى الرياضي.

وهذا يتفق مع النسب الظاهرة في الجداول (5,4). حيث ان جميع البنود لكلا الجنسين حصلت على قيم متقاربة. وتشير الاوساط الحسابية للاتجاه الايجابية الى تفوق النساء على الرجال حيث حصلت النساء على (3.60) في حين حصل الرجالي على (2.34). وهذا قد يعزي الى الطبيعة الثقافية للمجتمع حيث ان الرجال يذهبون للصالات الرياضية بأعداد أكبر من النساء وهذا قد يقلل عدد الرجال الذين يستخدمون التواصل الاجتماعي لأغراض الرشاقة والصحة. ولكن القيود الاجتماعية التي لازالت من أكبر المؤثرات على رياضة المراءة وتقيد فرص ذهابها الى صالات الرياضة (Al-Rubaie, 2026) وبتالي فهي تعتمد أكثر على المنصات الاجتماعية للممارسة التمرينات داخل المنزل وفق للبينات الحالية.

اثبت الدراسة ان ممارسة الجنسين للرياضة يكون متأثر بامتداد التأثير الاجتماعي للثقافة الغربية والتي تنشر عبر وسائل التواصل الاجتماعي التي تعرض العديد من الثقافات، حيث ان المراءة ميالة أكثر لامتلاك قوام رشيق بسبب تأثرها بما ينشر من الثقافة الغربية على منصات التواصل الاجتماعي وكذلك تأثرها بالنصائح والارشادات المقدمة من قبل خبراء على تلك المنصات (Lewallen, Behm-Morawitz, 2016). اما الرجال فتأثرهم بثقافة الغربية يدفعهم الى بناء جسم رشيق وعضلي وهذا يتطلب اتباع تمرينات بأوزان مختلفة او استخدام اجهزه مختلفة قد لا تتوفر في البيئة المنزلية مما يدفعهم للذهاب الى صالات الرياضة للاستخدام الاجهزة والاوزان لبناء مظهر عضلي رشيق (Gültzow, Guidry & Schneider, 2020). حيث ان التمرينات داخل الصالات الرياضية يوفر لهم الفرصة للاستخدام الاوزان والاجهزة التي تساعده في بناء كتله عضلية.

كما ان المراءة أكثر شغف وحب لامتلاك قوام نحيل ورشيق وهذا نوع من الدافعية الداخلية يدفع المراءة للبحث عن موصفات القوام الجذاب أكثر، وبتالي التمرن بجهد للوصول للقوام المطلوب وبتالي تكون متابعة جيدة للمنصات ذات المحتوى الخاص بالرياضة والرشاقة (willim,2013). اما الرجال بعضه يمارسون الرياضة لأغراض بناء قوام رشيق وعضلي والبعض الاخر ونسبتهم أكبر وهم المصابون بالسمنة، حيث يذهبون للصالات الرياضة للتخلص من السمنة فقط دون الاهتمام ببناء قوام عضلي (willim,2013). وهنا نستطيع القول ان المراء أكثر حساسية للحفاض على قوامه مقارنتا بالرجال وتسعى بشكل كبير لبقاء شكل جسمها في مستوى المعايير الجذابة والمطلوبة.

اما في مجالي الزمن الذهاب والرجوع للصالات الرياضية فيعد معوق اضاقي للرياضة المراءة. حيث ان المراءة العربية تتحمل كثير من مسؤوليات المنزل مقارنة بالرجل العربي. وهذا السبب نفسه قد يترك وقت أكبر للرجل بينما يقيد زمن المراءة

للذهاب الى صالات الرياضة مما يجعل اعتمادها أكثر على المنصات الاجتماعية للحفاظ على قوامها. فالتوفيق بين متطلبات الحياة للمراءة العربية وممارسة الرياضة خارج المنزل يشكل صعوبة امامه (Al-Shahri, 2025) مما يجعل من منصات التواصل الاجتماعي الرياضية حل أمثل للممارسة الرياضة من داخل المنزل

كثرة استخدام المراءة لمنصات ذات المحتوى الرياضي يجعل المراءة حساسة أكثر لمسببات الميل السلبي نحو المحتوى الرياضي. حيث ايضا حصلت المراءة على درجة وسط أكبر من الرجالي في جدول (3) على فقرات الميل السلبي. وتعزو الدراسة ذلك الى ان النساء هم الفئة الاكثر متابعة واستخدام من الرجالي الذين يذهب قسم كبير منهم لصالات الرياضة. فتحديد ما يناسبه من تمرينات ولغة المؤثر ومقدار المعرفة حول التمرينات وتشكيل الجسم اقل بكثير من خبرات الرجال الذين قد يحصلون على قسم كبير من معلوماتهم من صالات الرياضة. هذه العوائق قد تكون لديها اتجاه سلبي نحو المنصات. وهذه المعوقات ظهرة في العديد من الدراسات مثل (Al-Shahri, 2025) (Yang, 2016;Hobza et al., 2007)وهذا يقلل فرصتها في اختيار ما يناسبها مما يولد لديها اتجاه سلبي. على العكس الرجال بحكم تواصلهم مع المدربين واللاعبين المتقدمين في صالات الرياضة تكون لديهم خبرة أفضل باختيار التمرينات المناسبة لهم (Hobza et al., 2007). وهذا قد يقلل من الاتجاه السلبي لديهم في هذا الجانب.

النتائج في جدول (3)تدعم ان المراءة أكثر استخدام للمنصات الاجتماعية من الرجل. لأنه يعد مصدر دافعيه للتمرين وعدم فهم اللغة او صعوبة التمرين قد يضعف دافعيتها للممارسة وهذا الاتجاه النفسي السلبي ظهر لدى الرجال ايضا كونه عائق لهم ايضا عند اداء التمرينات البدنية. وهذا يتفق مع دراسة (Yang, 2016) والتي اجريت في الصين والتي اثبتت تأثر الممارسين باللغة واختيار التمرينات المناسبة لهم من حيث المستوى والهدف المنشود من التمرين يكون لهم اتجاه سلبي تجاه ممارسة التمرينات المعروضة على منصات التواصل الاجتماعي.

4-1 الاستنتاجات

- بينت الدراسة ان النسبة الاكبر من العينة تمتلك توجه ايجابي نحو ممارسة التمرينات المتاحة على وسائل التواصل. وان اليوتيوب والإنستغرام حصلا على النسب الاعلى في المتابعة ولكلا الجنسين.
- المحتوى المقدم وما يحتويه من تصميم للتمرينات والتي تناسب الفئات المختلفة ساهم في زيادة الاتجاه الايجابي. وقد بينت الدراسات ارتباطه بالدافعية لأداء التمرينات
- المواد المطروحة على المنصات جعلتها تكون رافد ثاني للتمرينات في بيئتنا المحلية واغنتهم عن الذهاب للجم
- حصل البنود الخاصة بفقرة فهم لغة المؤثر (وهم غير ناطقين بالعربية) عائق امام المتابعين من كلا الجنسين.
- ضعف معرفة الافراد من كلا الجنسين بالتمرينات التي تناسبهم قد يعيق توجههم نحو منصات ذات المحتوى الخاص بالتمرينات.
- المراءة حصلت على متوسط اعلى من الرجالي في الاتجاه السلبي والايجابي.

4-2 التوصيات

- اعداد منصات اجتماعية محلية تقدم محتوى خاص باللياقة البدنية والتمرينات للمساعدة في حل مشكلة اللغة.
- مراقبة المحتوى قبل عرضه للتأكد من مناسبة التمرينات المطروحة للفئات المستهدفة (كبار –شباب– نساء الخ).
- فتح قنوات للتواصل بين مدربين اللياقة البدنية والمتابعين عبر منصات التواصل الاجتماعي لتطوير الجانب المعرفي للمتابعين بالتمرينات.
- توفير بيئة امنه واستخدام الموسيقى او ساعة التوقيت التي تظهر خلال اداء التمرينات كونها عوامل توثر في اتجاه الافراد ايجابيا.
- نشر الصور والافلام المشجعة على اداء التمرينات في المنصات المحلية للتأثير على اتجاه الناس نحو متابعة المحتوى الخاص بالتمرينات البدنية. خصوصا النساء حيث شغفهن بالحفاظ على القوام المثالي أكبر من الرجال بشكل عام
- التأكيد على اهمية الخبرات العملية والعلمية للصانعين المحتوى، ويجب مراقبتها من قبل لجان مؤهله لهذا, كونها توثر في مستوى ثقة الناس واتجاههم لأداء التمرينات البدنية

الشكر والتقدير

نسجل شكرنا وتقديرنا الى عينة البحث لمساعدتهم في انجاز البحث.

تضارب مصالح

يعلن المؤلفان انه ليس هناك تضارب بالمصالح.

References

Allah, A. S. M., Nazzal, A. H. J., & Ahmed, H. A. (2025). An analytical study of the reality of sports media systems in the (Gulf 25) Championship from the point of view of media professionals. *Journal of Sports Education Studies and Research*, *35*(2), 420–434.

Mal Allah, A. S., Jabr Nazzal, A. H., & Awfi Ahmed, H. (2025). An analytical study of the reality of advertising and publishing in sports tourism within the (Gulf 25) Championship from the point of view of media professionals. *Journal of Studies and Researches of Sport Education*, *35*(3), 449–465. https://doi.org/10.55998/jsrse.v35i3.1029

Rashid, A. F. (2025). The effect of using multimedia accompanied by indirect mental training in developing sports motor perception and learning a number of volleyball skills. *Journal of Studies and Researches of Sport Education*, *35*(1). https://doi.org/10.55998/jsrse.v35i1.993©Authors

. Azjen, I. (1993). Attitude theory and the attitude-behaviour relation. New Directions in Attitude Measurement, Walter de Gruyter, Berlin, Editions1993.

Ahrens, J., Brennan, F., Eaglesham, S., Buelo, A., Laird, Y., Manner, J., ... & Sharpe, H. (2022). A longitudinal and comparative content analysis of Instagram fitness posts. International Journal of Environmental Research and Public Health, 19(11), 6845.

Check, J., & Schutt, R. K. (2012). Survey research. In J. Check& R. K. Schutt (Eds.). Research methods in education. (pp.159–185). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

de Aquino Carlsson, A. (2018). Persuasion in social media: A study of Instagram influencers' usage of persuasive speech acts.

Durau, J., Diehl, S., & Terlutter, R. (2022). Motivate me to exercise with you: The effects of social media fitness influencers on users' intentions to engage in physical activity and the role of user gender. Digital Health, 8, 20552076221102769.

Erdogan, B. Z. (1999). Celebrity endorsement: A literature review. Journal of marketing management, 15(4), 291-314.

European Commission. Special Eurobarometer 472. Report. (2021). Sport and physical activity: survey requested by the European commission, directorate-general for education, youth, sport and culture and co-ordinated by the directorate-general for communication.

Hanson, C., West, J., Neiger, B., Thackeray, R., Barnes, M., & McIntyre, E. (2011) Use and acceptance of social media among health educators. American Journal of Health Education, 42(4), 197-204.

Hinton, P. R., Brownlow, C., McMurry, I., & Cozens, B. (2004). SPSS explained. London: Routledge.

Hobbs, N., Dixon, D., Johnston, M., & Howie, K. (2013). Can the theory of planned behaviour predict the physical activity behaviour of individuals?. Psychology & Health, 28(3), 234-249.

Hobza, C. L., Walker, K. E., Yakushko, O., & Peugh, J. L. (2007). What about men? Social comparison and the effects of media images on body and self-esteem. Psychology of men & masculinity, 8(3), 161.ychology

Huddleston, S., Mertesdorf, J., & Araki, K. (2002). Physical activity behavior and attitudes toward involvement among physical education, health, and leisure services pre-professionals. College student journal, 36(4).

Kahle, L. R., & Homer, P. M. (1985). Physical attractiveness of the celebrity endorser: A social adaptation perspective. Journal of consumer research, 954-961.

Kaplan, A. M., & Haenlein M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. Business Horizons, 53(1), 59-68. https://doi. org/10.1016/j.bushor.2009.09.003.

Kaushal, N., Keith, N., Aguiñaga, S., & Hagger, M. S. (2020). Social cognition and socioecological predictors of home-based physical activity intentions, planning, and habits during the COVID-19 pandemic. Behavioral Sciences, 10(9), 133.

Mayo Clinic Press.(2023) obesity. Retrieved from https://www.mayoclinic.org/ar/diseases-conditions/obesity/symptoms-causes/syc-20375742

McLeod, S. A. (2023). Effect size in statistics. Simply Ps

Nathan, R. J., Victor, V., & Pei Kian, T. (2022). Gym-goers' self-identification with physically attractive fitness trainers and intention to exercise. Behavioral sciences, 12(5), 158.

Oyibo, K., Adaji, I., & Vassileva, J. (2018). Social cognitive determinants of exercise behavior in the context of behavior modeling: a mixed method approach. Digital health, 4, 2055207618811555.

Payne, N., Jones, F., & Harris, P. R. (2004). The role of perceived need within the theory of planned behaviour: A comparison of exercise and healthy eating. British journal of health psychology, 9(4), 489-504.

Rosenberg, M. J., Hovland, C. I., McGuire, W. J., Abelson, R. P., & Brehm, J. W. (1960). Attitude organization and change: An analysis of consistency among attitude components.(Yales studies in attitude and communication.), Vol. III

Selkie, E. M., Benson, M., & Moreno M. (2011). Adolescents' views regarding uses of social networking websites and text messaging for adolescent sexual health education.

Simons, H. W., Berkowitz, N. N., & Moyer, R. J. (1970). Similarity, credibility, and attitude change: A review and a theory. Psychological bulletin, 73(1), 1.

Singleton, R. A., & Straits, B. C. (2009). Approaches to social research (5th ed.). New York: Oxford University Press.

Suciu, P. (2020). Fitness goes to social media during COVID-19 outbreak. Forbes.

Todd, P. R., & Melancon, J. (2018). Gender and live-streaming: source credibility and motivation. Journal of Research in Interactive Marketing, 12(1), 79-93.

Wang, L., Li, X., Wang, D., & Zhu, J. (2024). Influence of social media fitness influencers' credibility on users' physical activity intentions. Digital Health, 10, 20552076241302016.

Williams, T. R. (2013). Empowered femininity: The textual construction of femininity in women's fitness magazines. Cambridge Scholars Publishing. https://www.cambridgescholars.com/pr oduct/978-1-4438-4078-

Al-Rubaiee, Mahmoud Dawood (2025). Barriers facing women's sports and proposals to overcome them. Iraqi Sports Academy. Retrieved February 17, 2026, from https://iraqacad.net/archives/37617

Al-Shahri, Hanan Sha'shou' (2025). Various social factors influencing women's participation in sports: A field study in major sports clubs in Jeddah. Arab Journal of Human and Social Studies, (4), 29–48. https://doi.org/10.33193/AJHASS.13

Hammoud, Adila (2016). 65% of Iraqis suffer from obesity. Retrieved from https://n9.cl/4m8m5y

Ministry of Communications (Iraq) (2025). Iraq has achieved significant growth in internet users worldwide. Retrieved from https://www.moc.gov.iq/?article=1053