

استطلاع إيسوس لكأس العالم 2026

السعودية



حزيران 2026

المحتويات قائمة

01

الحماس ونية
المشاهدة

02

عادات
المشاهدة

03

التأثير السلوكي الممتد
خارج نطاق المشاهدة

06

مصادر المعلومات
والتفاعل الجماهيري

05

توقعات نتائج
المباريات

04

توقعات أداء
المنتخب الوطني

07

الشركات الراعية
لكأس العالم

08

أنماط الشخصيات في
كأس العالم



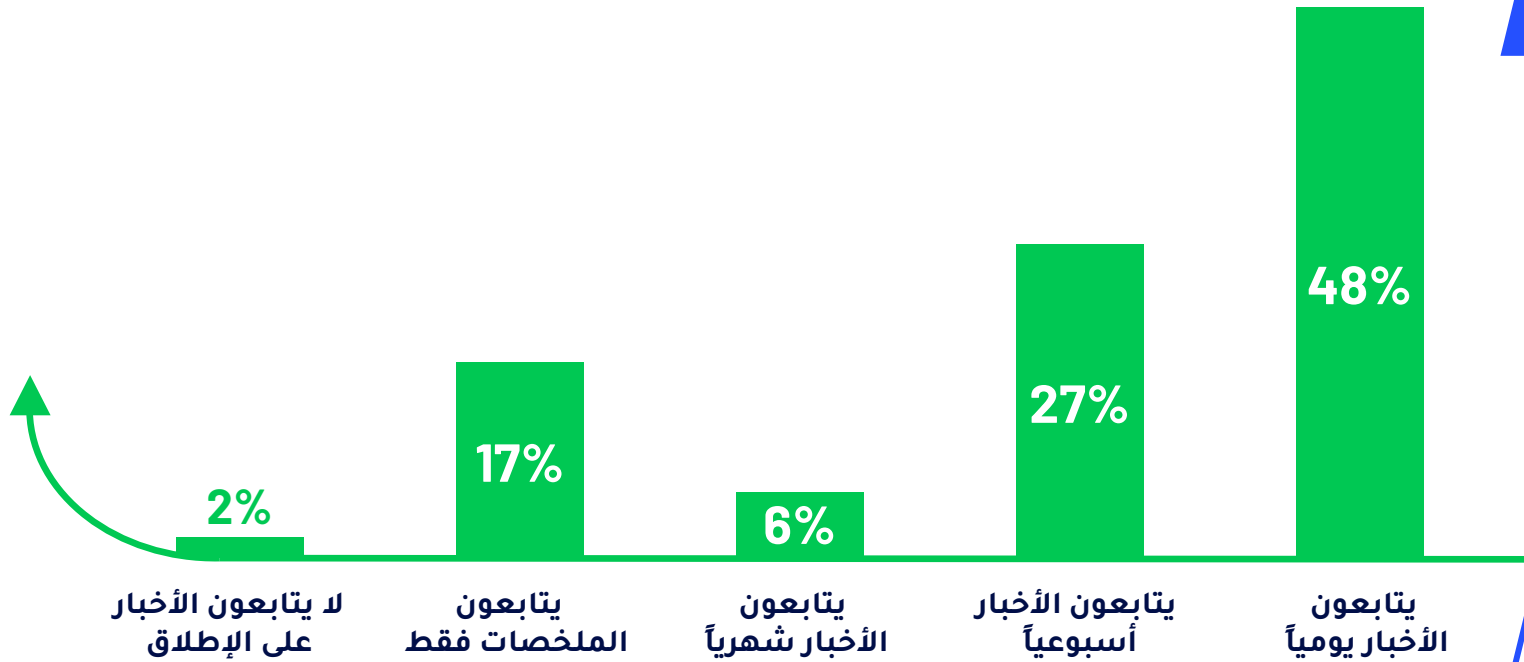
1

الحماس ونية المشاهدة



وسط ترقب كبير ، تتابع الغالبية أخبار كأس العالم يوميةً أو أسبوعياً

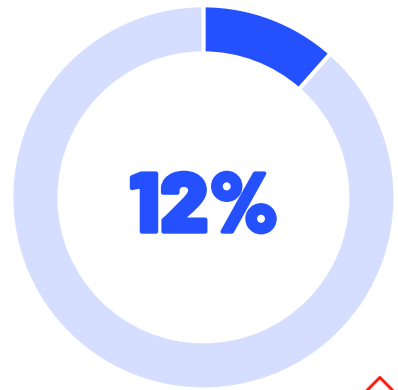
معدل متابعة أخبار كأس العالم حتى الآن



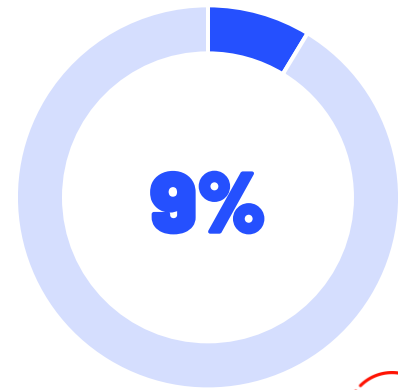


غالبية الناس على دراية بقرار التوسعة إلى 48 منتخباً، ومعظمهم متحمسون لذلك

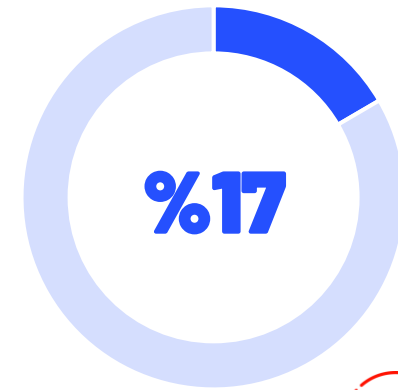
الوعي والآراء تجاه نظام الـ 48 فريقاً



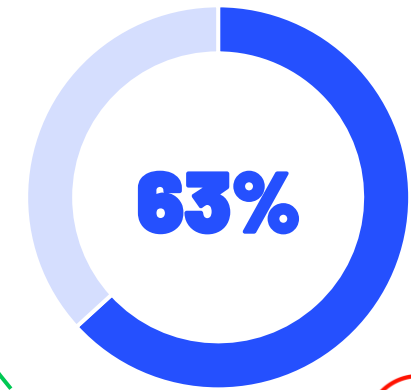
ليس لديهم علم بهذا التغيير



يعرفون بالأمر لكنهم يفضلون نظام الـ 32 منتخباً



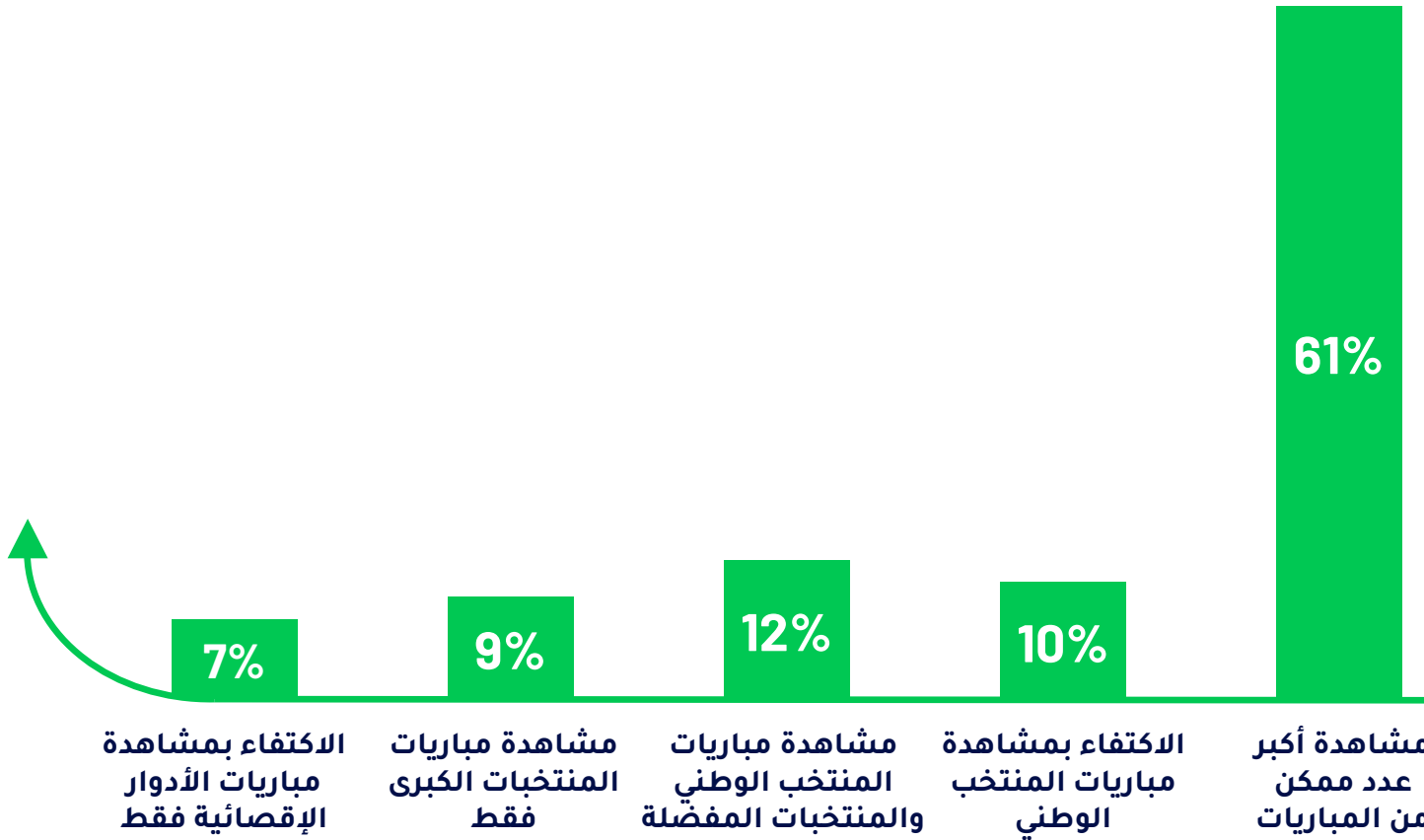
على دراية بالتغيير ومحايدون تجاهه



على دراية ومتحمسون لزيادة الشمولية

الى جانب متابعة الأخبار، تخطط الغالبية لمشاهدة أكبر عدد ممكن من المباريات

نية المشاهدة لكأس العالم 2026





2

عادات المشاهدة





9 من أصل 10 أشخاص يخططون لمشاهدة حفل
افتتاح كأس العالم

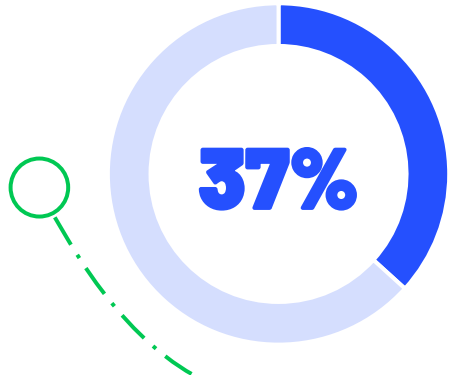
%93

يخططون لمشاهدة
حفل الافتتاح

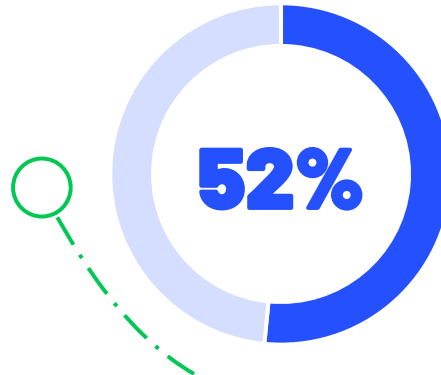


تتعدد وجهات المشاهدة المخطط لها، وتأتي المنازل وبيوت الأصدقاء في أول الخيارات

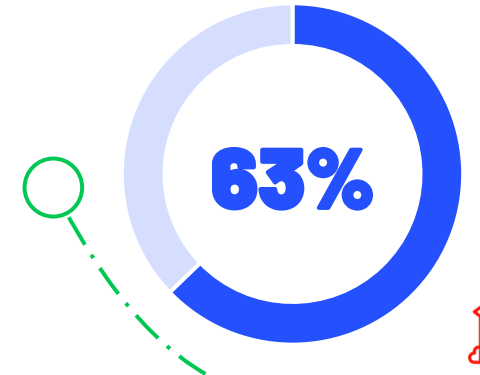
أماكن المشاهدة المخطط لها



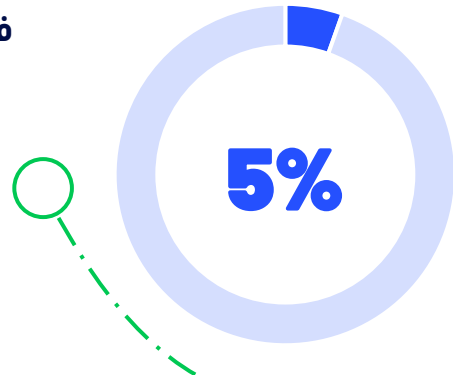
في المقاهي أو المطاعم



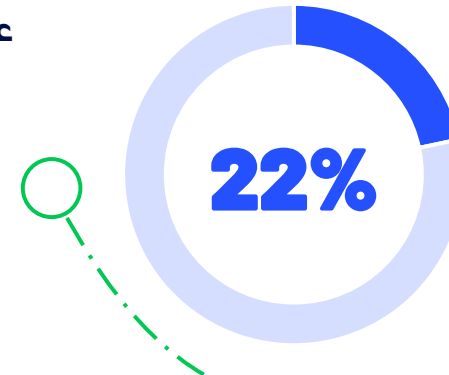
عند الأصدقاء أو الأقارب



في المنزل



أثناء التنقل



مناطق المشجعين وشاشات العرض العامة

على مستوى تفضيلات المشاهدة، يُفضل استخدام الشاشات الكبيرة ومتابعة التعليق العربي، مع انقسام شبه متساوٍ بين المنصات المدفوعة والمجانية

إعدادات وتفضيلات المشاهدة

المتابعة عبر القنوات والمنصات المدفوعة



المتابعة من خلال المنصات المجانية

المتابعة مع التعليق باللغة العربية



المتابعة بالتعليق الإنجليزي/ لغة أخرى

مشاهدة على شاشة كبيرة



مشاهدة على شاشة صغيرة



ينوي جميع المشجّعين تقريباً على متابعة البثّ المباشر،
وسيضحّون بالنوم بكلّ سرور بسبب فارق التوقيت



91%



سيشاهدون المباريات مباشرة في الغالب
بدلاً من مشاهدتها مسجلة

83%



سيعدلون أوقات نومهم بالسهرة أو
الاستيقاظ مبكراً لتجاوز فارق التوقيت



سَيُلْغِي الْمَشْجَعُونَ خُطْمَهُمُ الْاجْتِمَاعِيَّةَ، بَلْ
وَسَيَتَغَيَّبُونَ عَنِ الْعَمَلِ أَوْ الْمَدْرَسَةِ مِنْ أَجْلِ الْمُبَارِيَّاتِ



64%



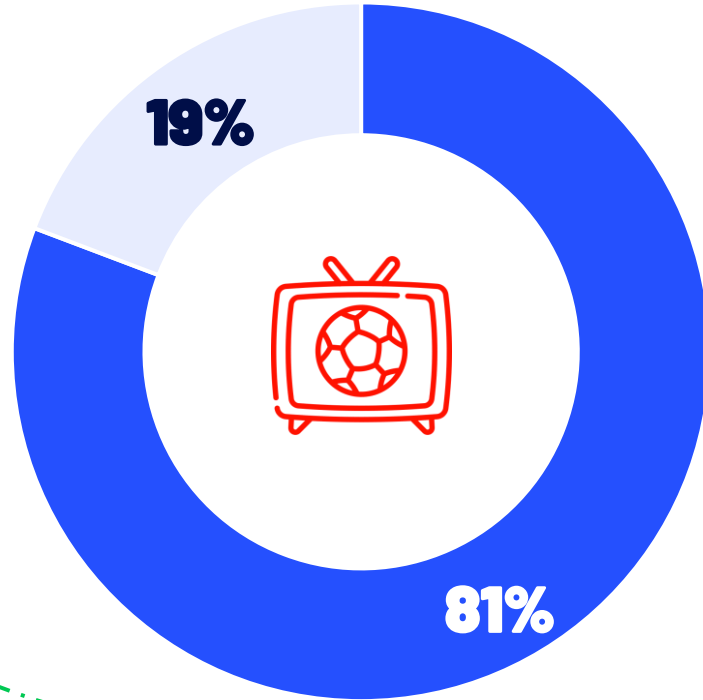
سَيَلْغُونَ الْارْتِبَاطَاتِ الْاجْتِمَاعِيَّةَ الْهَامَةَ
مِنْ أَجْلِ مُتَابَعَةِ الْمُبَارِيَّاتِ

51%



سَيَتَغَيَّبُونَ عَنِ الْعَمَلِ أَوْ الدَّرَاسَةِ لِمُشَاهَدَةِ
الْمُبَارِيَّاتِ

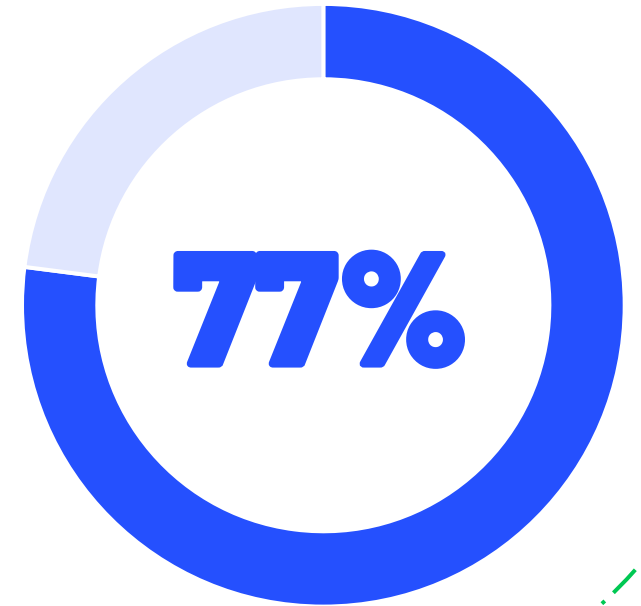
يتجه معظم المشجعين للمشاهدة الجماعية، بينما تختار نسبة قليلة فقط المشاهدة بمفردهم



سيشاهدون المباريات مع آخرين ■
سيشاهدون المباريات بمفردهم ■



يخطط الكثيرون لاستضافة أو حضور تجمعات خاصة بمشاهدة المباريات

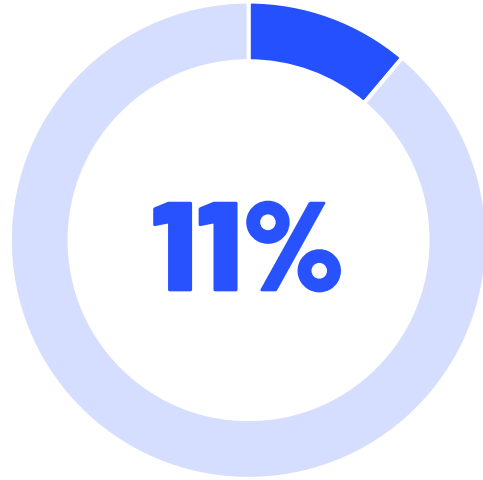


يخططون لاستضافة أو حضور تجمعات
لمشاهدة مباريات كأس العالم

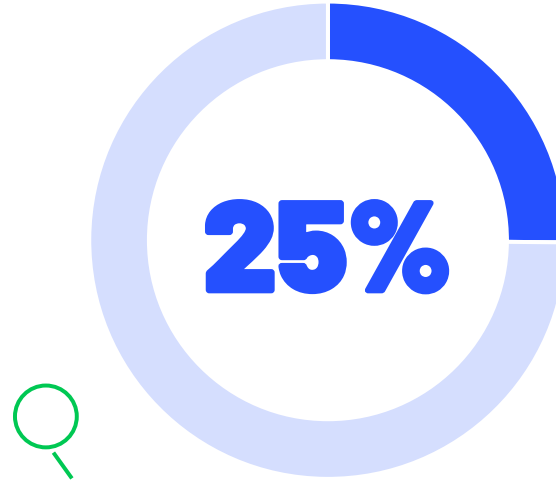


عند متابعة المباريات، يميل أغلب المشجعين إلى أجواء الحماس بمشاهدة المباريات الكبرى برفقة مشجعين منافسين عوضاً عن المشاهدة الفردية

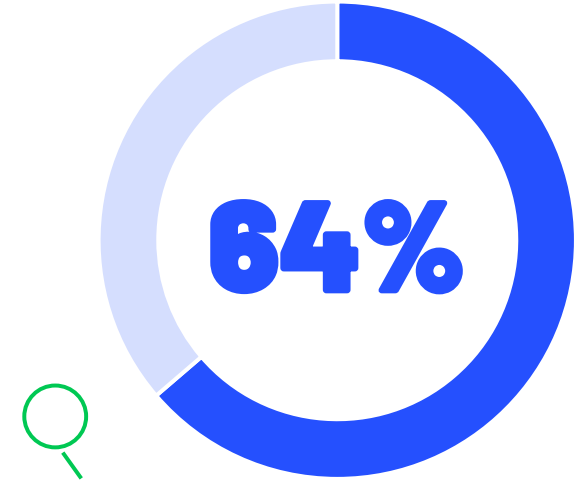
شركاء المشاهدة خلال المباريات الهامة للمنتخب المفضل



يخططون لمشاهدة المباريات الكبرى
لمنتخبهم المفضل بمفردهم

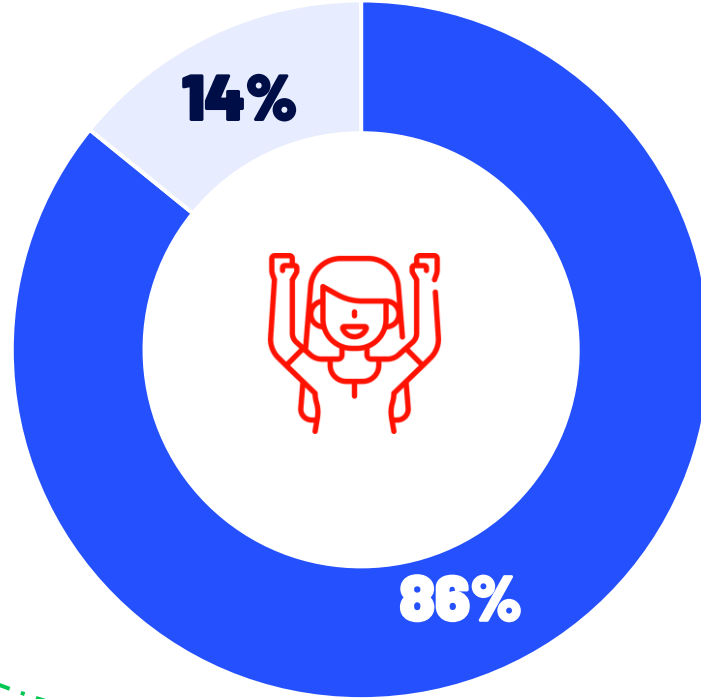


يخططون لمشاهدة المباريات الكبرى
لمنتخبهم المفضل حصراً مع من
يشجعون نفس المنتخب



يخططون لمتابعة المباريات الهامة
لمنتخبهم المفضل برفقة مشجعي
الفرق المنافسة لعيش أجواء أكثر متعة

سواءً فازوا أو خسروا، يظل معظم المشجعين متمتعين بروح رياضية عالية، وقليل جداً منهم من يستاء بسبب الخسارة



■ يتمتعون بروح رياضية عالية ويتقبلون الهزيمة
■ لا يمكنهم قبول الخسارة وذلك يعكر مزاجهم



معظم المشجعين يركزون بشكل كامل ويتفاعلون عبر الإنترنت أثناء المشاهدة، على الرغم من أن الارتباط العاطفي منقسم بشكل أكثر تساويًا

مستويات التفاعل مع المشاهدة

تركيز كامل



أثناء القيام بمهام متعددة

متفاعلون عبر الإنترنت



غير متفاعلين رقمياً، يكتفون بالمشاهدة فقط

مشجعون جادون مستثمرين عاطفياً



مشاهدون غير متعمقين ومسترخون



يعتزم أغلب المشجعين تناول الوجبات الخفيفة وطلب الطعام خلال المتابعة، مع احتمالية اتجاه أكثر من النصف لتدخين الشيشة

العادات الاستهلاكية المرافقة للمشاهدة

سيشاهدون المباريات برفقة الوجبات الخفيفة والأطعمة

81%

من المحتمل أن يطلبوا الطعام بشكل متكرر أكثر

86%

من المحتمل أن يدخنوا الشيشة أثناء مشاهدة المباريات

51%

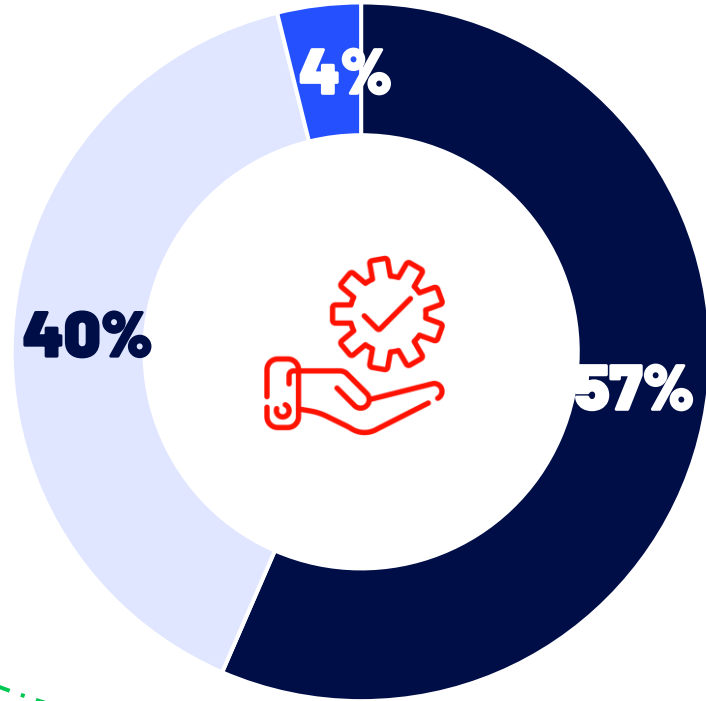


التأثير السلوكي الممتد خارج نطاق المشاهدة

3



يتوقع الجميع تقريباً أن تظل إنتاجيتهم كما هي أو تزداد خلال كأس العالم



يتوقعون زيادة إنتاجيتهم
يتوقعون عدم حدوث أي تغيير
يتوقعون انخفاض إنتاجيتهم



الأغلبية أكثر عرضة لإنفاق المزيد، والخروج بشكل متكرر، وشراء المنتجات التي تحمل طابع كأس العالم

تغيرات الإنفاق ونمط الحياة خلال كأس العالم

من المرجح أن ينفقوا أموالاً أكثر من المعتاد

70%

من المرجح أن يخرجوا بشكل متكرر أكثر من المعتاد لمشاهدة المباريات

75%

من المرجح أن يشتروا منتجات تحمل طابع كأس العالم

77%





النصف يزعمون أن لديهم خطأ للسفر لمشاهدة المباريات شخصياً

48%

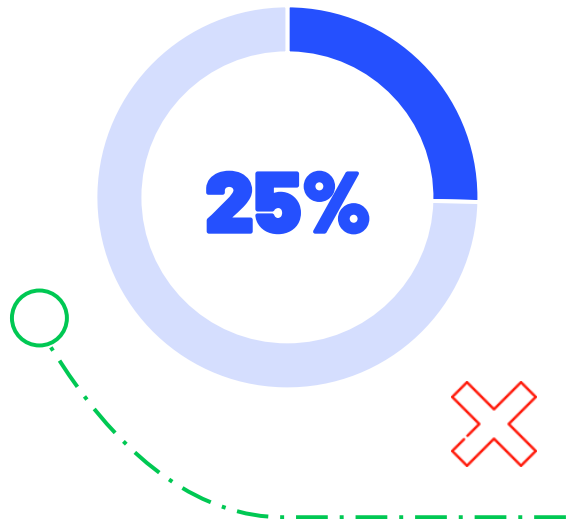
يخططون للسفر لحضور المباريات شخصياً



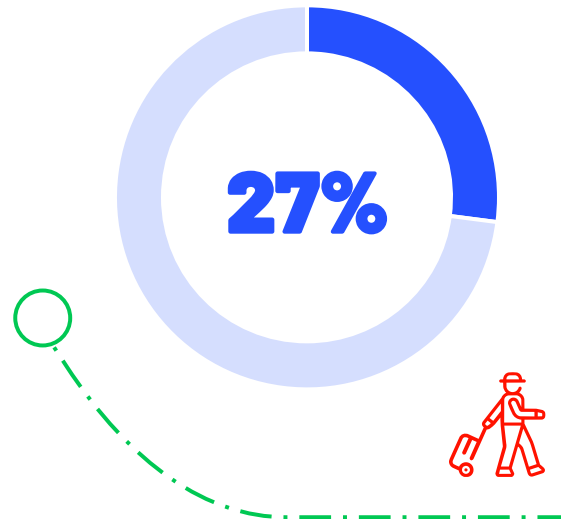


على الرغم من مزاعم السفر، إلا أن مستويات الالتزام تتباين

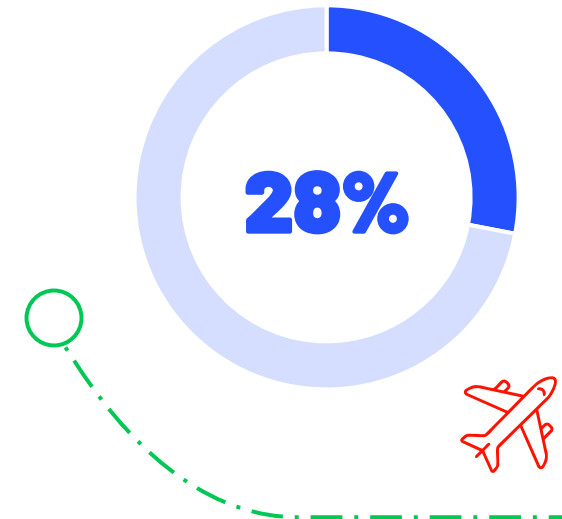
نية السفر إلى الدول المضيفة



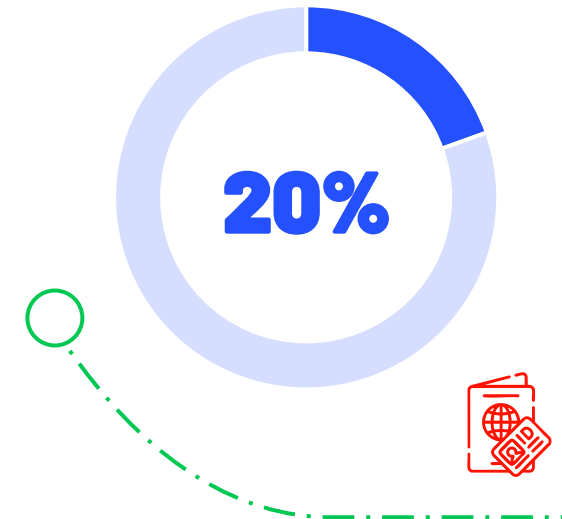
لا يخططون للحضور
شخصياً



ليس لديهم خطط للسفر
ولكن قد يفكرون في الأمر
بناءً على الظروف



يخططون للسفر ولكنهم
لم ي حجزوا بعد



حجزوا التذاكر بالفعل
وأتموا ترتيبات السفر



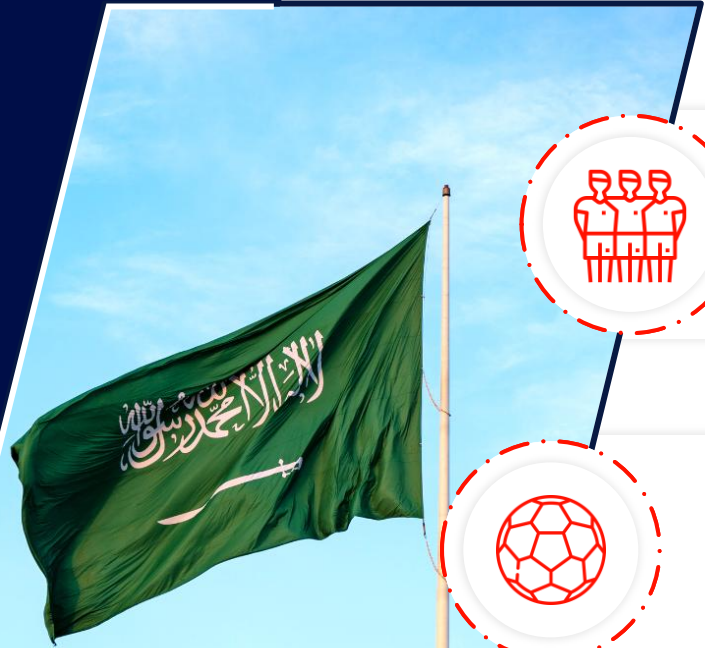
4

توقعات أداء المنتخب الوطني



تثق الأغلبية بقدرات المنتخب السعودي، والمدرب، والاتحاد لكرة القدم

الرأي العام حول قدرات المنتخب الوطني



يجدون لاعبي المنتخب الوطني قادرين كفاية

89%

يجدون الاتحاد الوطني لكرة القدم قادراً كفاية

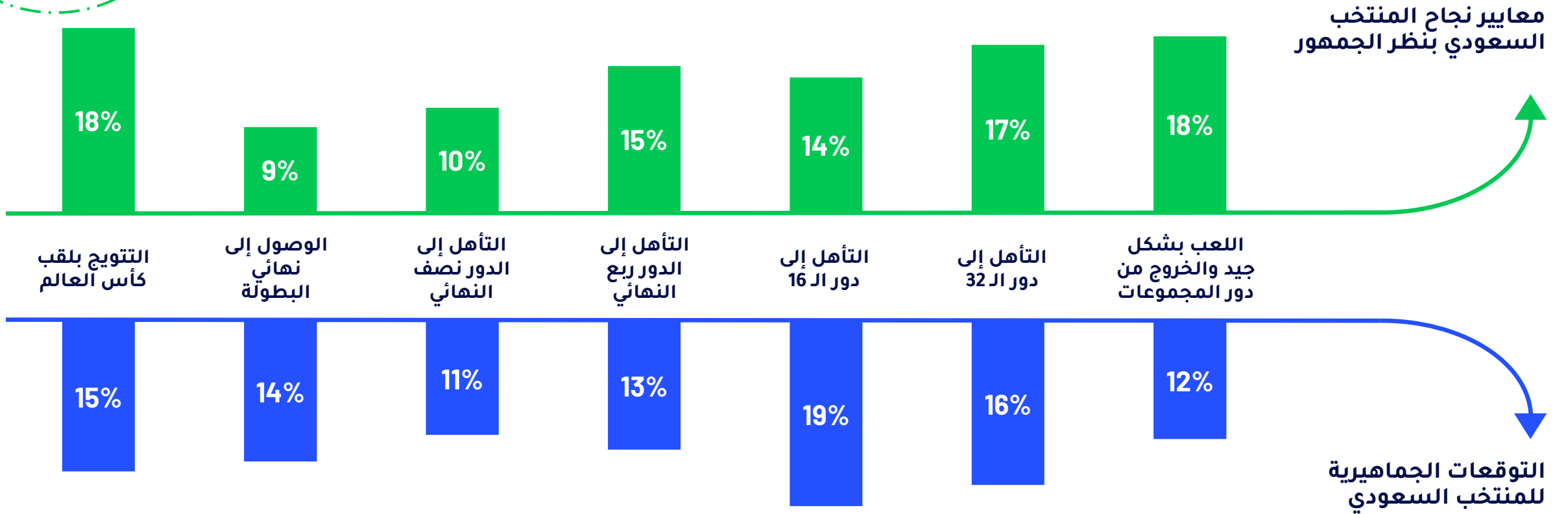
88%

يجدون مدرب الفريق الوطني لكرة القدم قادراً كفاية

88%



المنتخب السعودي في كأس العالم: ما يمثل نجاحاً للجمهور مقارنة بتوقعات المنتخب



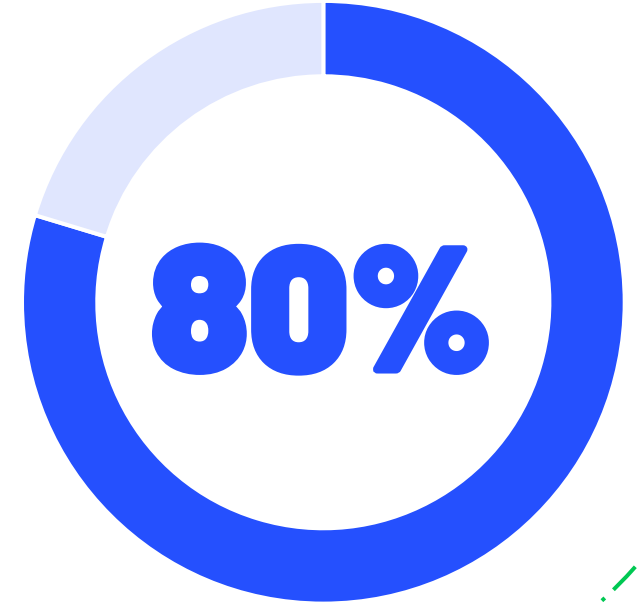


5

توقعات نتائج المباريات



تخطط الأغلبية للمشاركة في مسابقات ودية لتوقع نتائج المباريات مع العائلة والأصدقاء والزملاء

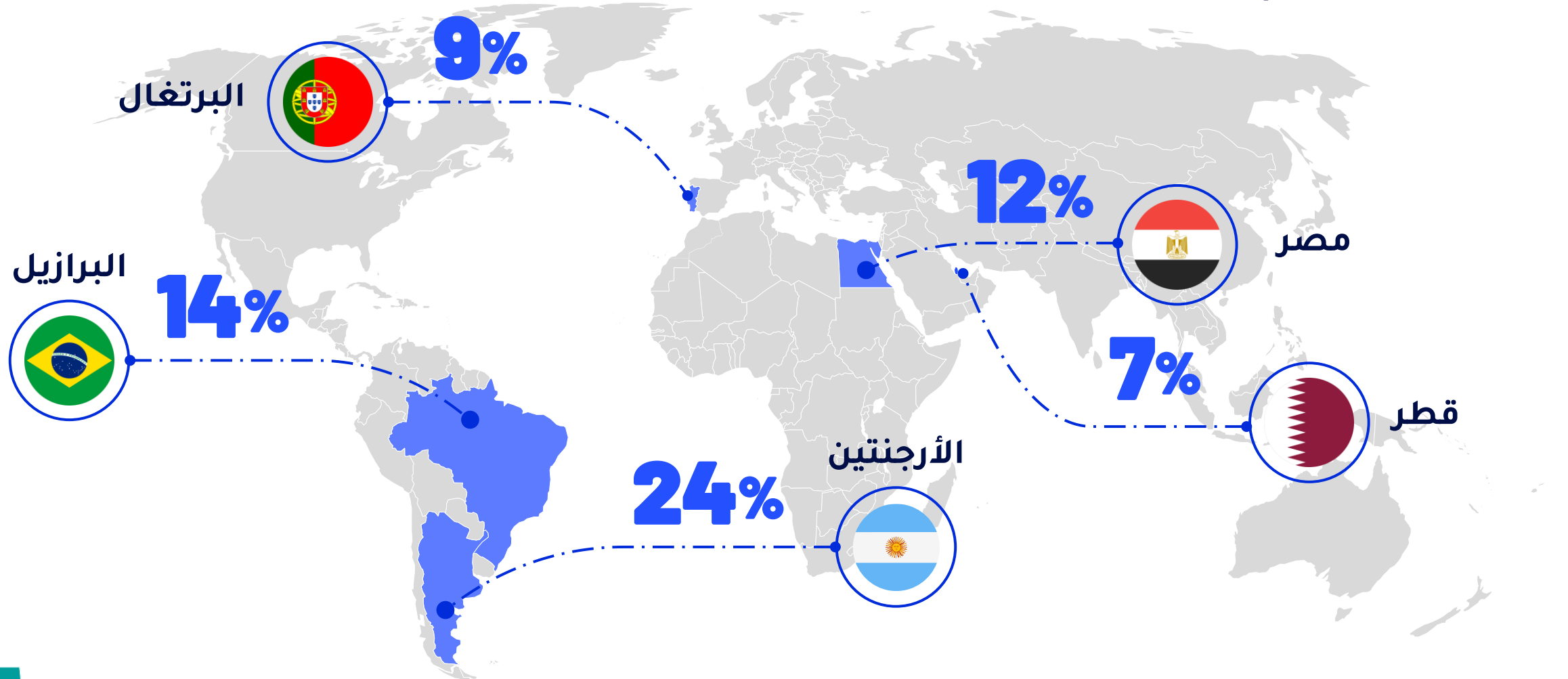


سيشاركون في مسابقات توقع نتائج المباريات بين العائلة والأصدقاء والزملاء



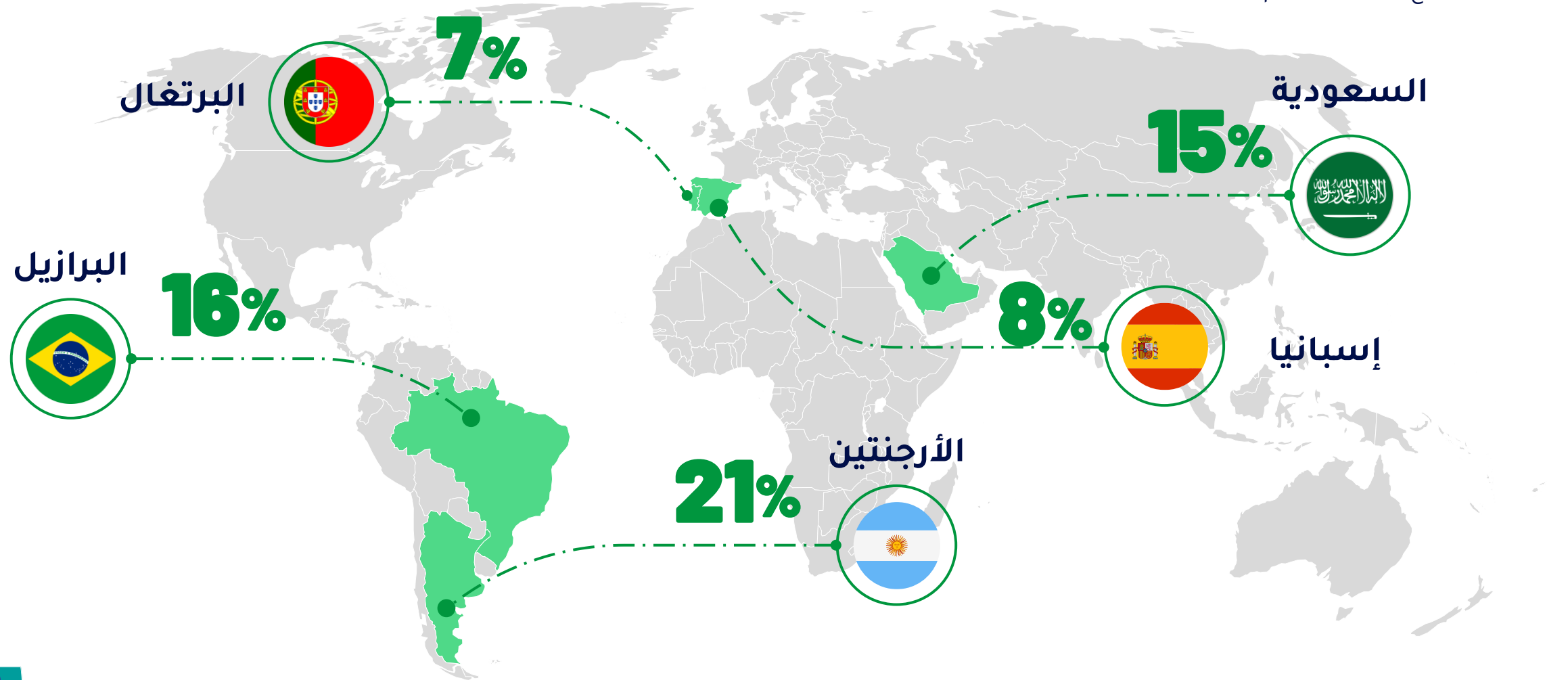
إلى جانب السعودية، تُعدّ الأرجنتين ومصر والبرازيل المنتخبات الأكثر تشجيعاً

المنتخبات الأكثر تشجيعاً (إلى جانب السعودية)



تتصدر الأرجنتين والبرازيل توقعات الفوز، بينما يأتي المنتخب السعودي خلفهما بفارق بسيط مدفوعا بالفخر الوطني

الفائز المتوقع بكأس العالم





يأتي رونالدو في المرتبة الأولى ضمن توقعات الجماهير للفائز بالكرة الذهبية

الفائز المتوقع بالكرة الذهبية

9%



ساليم
الدوسري

10%



أشرف
حكيمي

12%



ليونيل
ميسي

13%



لامين
يامال

19%



كريستيانو
رونالدو



مصادر المعلومات والتفاعل الجماهيري

خلال كأس العالم، تخطط الأغلبية لمتابعة نتائج المباريات بشكل يومي

معدل المتابعة المخطط لنتائج المباريات

متابعة النتائج يومياً

69%

متابعة النتائج أسبوعياً

19%

متابعة نتائج المباريات الهامة فقط

10%

لن يتابعوا النتائج على الإطلاق

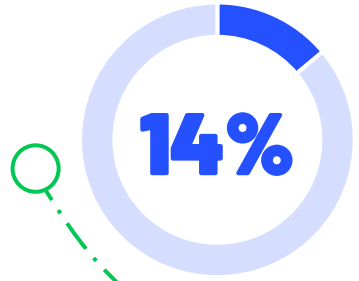
3%



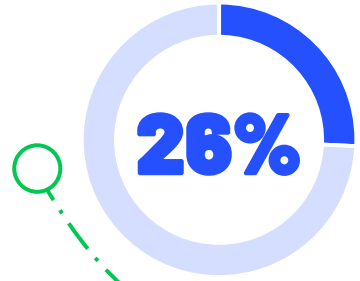


تتصدّر منصّات التواصل الاجتماعيّ المشهد كوجهة أولى لمتابعة مستجدّات كأس العالم، تليها وسائل الإعلام التقليديّة ثمّ التداول الشفهيّ بين الناس

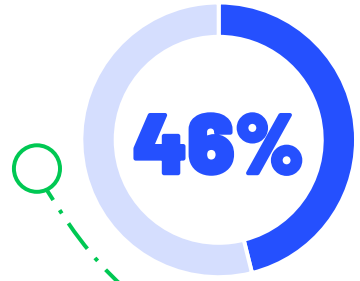
المصادر التي يتّوي الناس استخدامها لمعرفة النتائج والمستجدّات



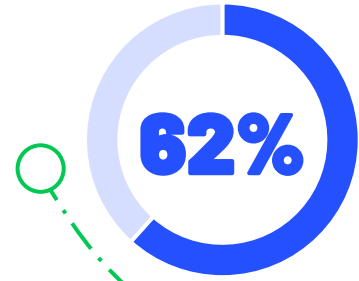
محركات البحث



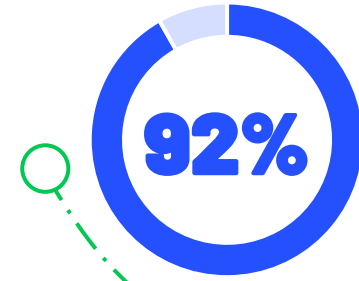
الموقع الرسمي لكأس العالم



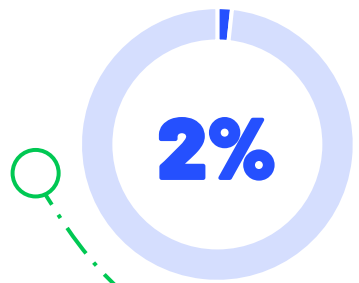
العائلة والأصدقاء



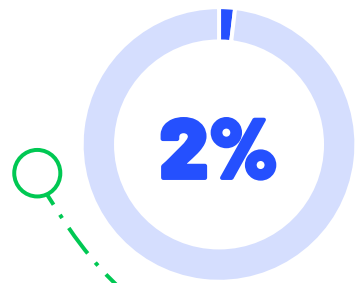
وسائل الإعلام التقليديّة



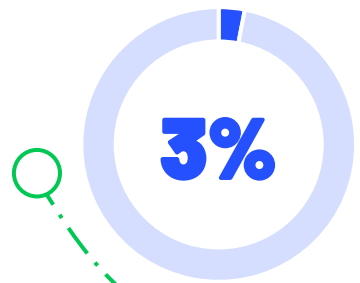
وسائل التواصل الاجتماعيّ



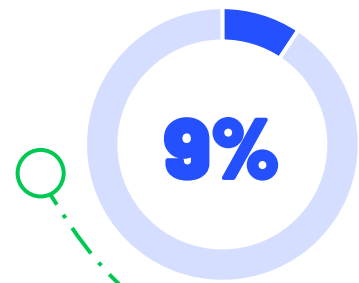
المنتديات الإلكترونيّة ولوحات النقاش



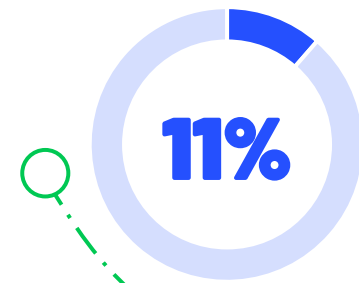
المدونات الرياضيّة ومواقع الجماهير



المؤثرون والشخصيات البارزة على منصّات التواصل

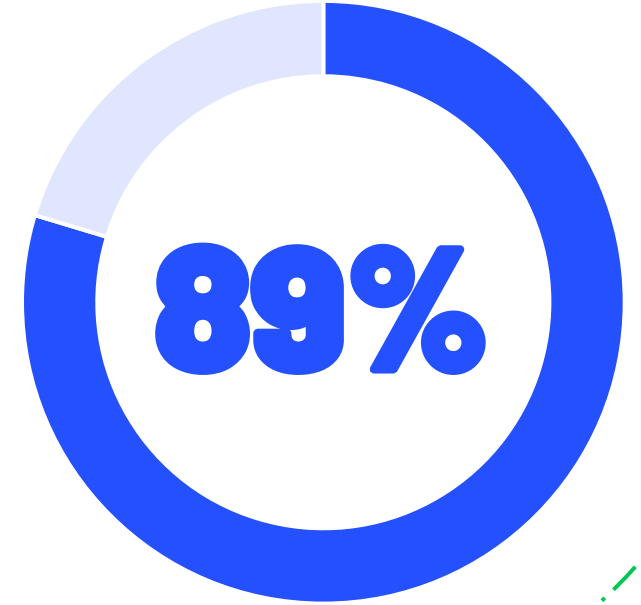


منصّات البث المباشر



التطبيقات الرياضيّة الإخبارية

مع تصدر وسائل التواصل الاجتماعي لمصادر المعلومات، من المتوقع أيضاً أن يرتفع التفاعل مع محتوى كأس العالم



من المرجح أن يتفاعلوا بشكل أكبر على وسائل التواصل الاجتماعي حول محتوى كأس العالم

7

الشركات الراعية لكأس العالم





الوعي بالشركات الراعية لكأس العالم

% وعي الجمهور برعاية كل علامة تجارية لكأس العالم 2026 - أبرز 8 علامات



43%



45%



54%



55%



22%



28%



33%



36%



العلامات التجارية الأكثر ارتباطاً بكأس العالم بغض النظر عن الرعاية الرسمية

% ارتباط كل علامة تجارية بكأس العالم 2026 - أبرز 8 علامات



Coca-Cola

6%



8%



13%



24%

VISA

3%



4%

aramco



4%

FIFA

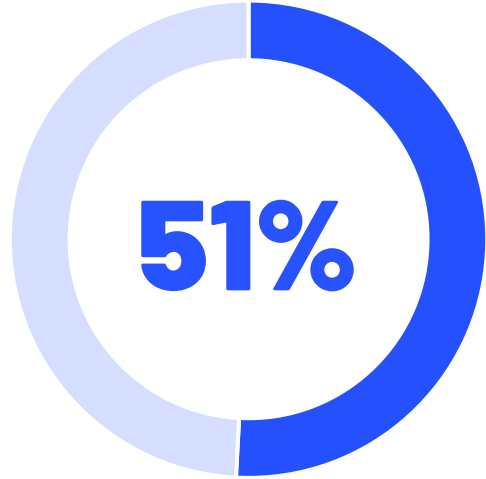
4%



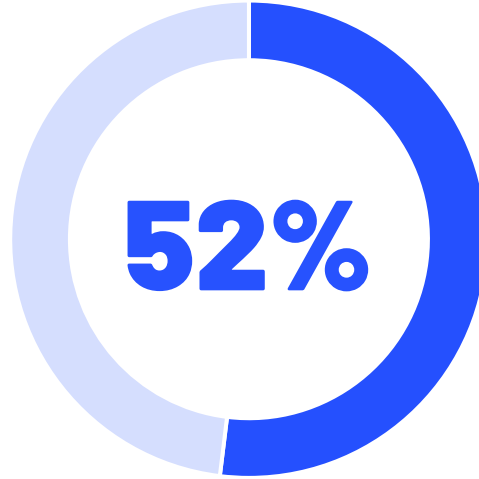


لدى الكثيرين، ترفع رعاية كأس العالم مَن مكانة العلامة التجارية، وتدفع نحو الشراء، وتزيد التفاعل على وسائل التواصل

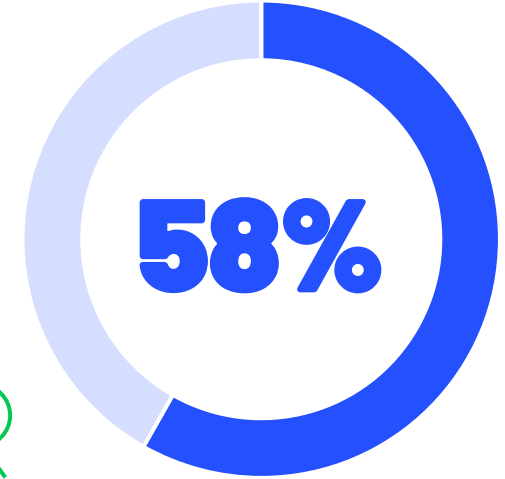
المواقف تجاه العلامات التجارية الراعية لكأس العالم



هم أكثر عرضة لشراء أو استخدام منتجات العلامات التجارية التي ترعى أحداثاً رياضية كبرى مثل كأس العالم



هم أكثر عرضة للتفاعل مع العلامات التجارية على وسائل التواصل الاجتماعي عندما ترعى أحداثاً كبرى مثل كأس العالم



يرون أن العلامات التجارية التي ترعى كأس العالم هي أكثر تميزاً وذات جودة عالية

أنماط الشخصيات في كأس العالم

8



أنماط شخصيات كأس العالم المتنوعة :
لكل منها مواقفها وسلوكياتها الخاصة تجاه البطولة

%12

المحلل
التكتيكي



%13

المشاهد
الاجتماعي



%17

المشجع
الشغوف



%19

المشجع
المنتهز للفرص



%39

المتابع
العابر

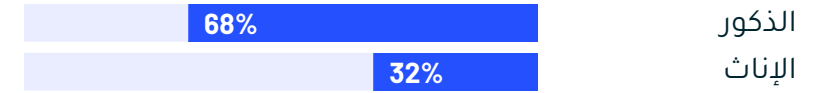




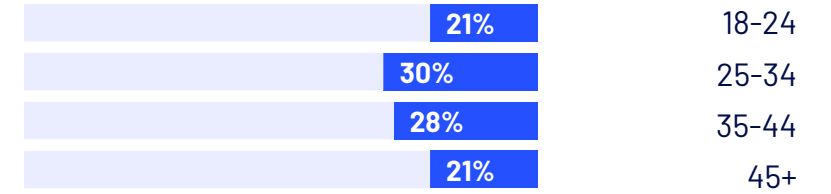
من هو المتابع العابر؟ (39%)

شخصٌ يتفاعل مع كأس العالم باعتباره وسيلةً للتسلية العابرة فقط، حيث يُدعي اهتماماً بالنتائج دون أن يشعر بضرورة المتابعة الدقيقة للمباريات

حسب الجنس



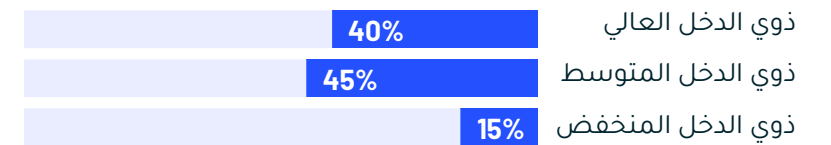
حسب العمر



حسب الجنسية



حسب مستوى الدخل



69%

يكتفون بمعرفة النتيجة النهائية دون الحاجة لمشاهدة المباراة

55%

يتابعون كأس العالم فقط في أوقات الفراغ أو عندما يشاهده الآخرون من حولهم



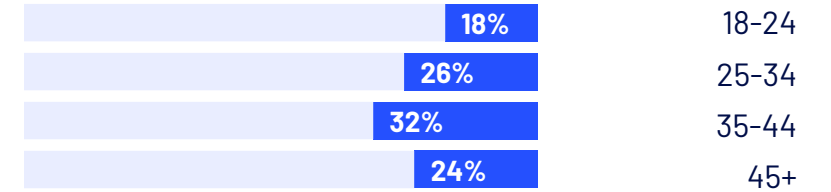
من هو المشجع المنتهز للفرص؟ (19%)

شخص ينجذب للمنتخبات الناجحة وذات الشعبية خلال كأس العالم، ويميل لتغيير فريقه المفضل نحو المنتخبات التي تحظى باهتمام واسع وتصنع الحدث

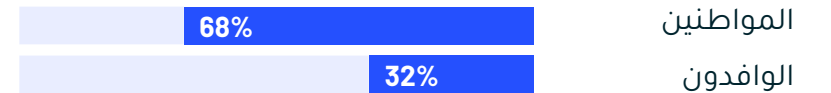
حسب الجنس



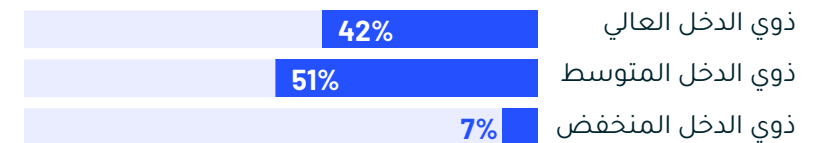
حسب العمر



حسب الجنسية



حسب مستوى الدخل



82%

ينحازون للمنتخبات التي تُحقق انتصارات أو تُظهر أداءً قوياً في منافسات البطولة

77%

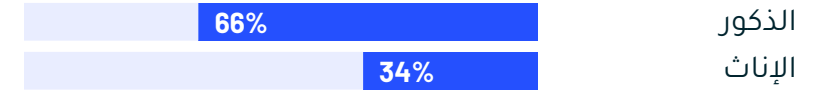
يستمتعون بدعم المنتخبات الرائجة أو الأكثر شعبية، حتى وإن لم تكن قرّعهم المفضّلة في المعتاد



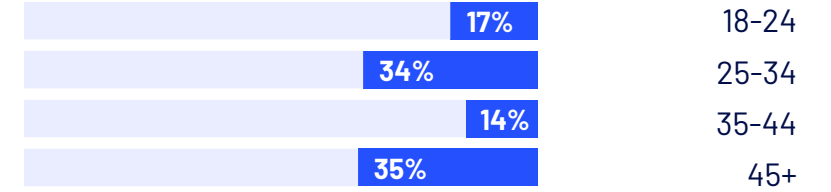
من هو المشجع الشغوف؟ (17%)

شخص ترتبط مشاعره واهتماماته اليومية ارتباطاً وثيقاً بكأس العالم، حيث يحدد أداء منتخبه المفضل مدى استمتاعه بالبطولة بأكملها

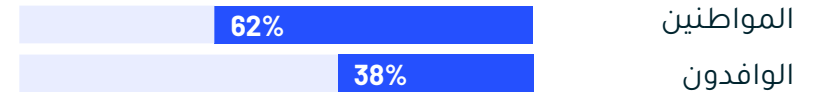
حسب الجنس



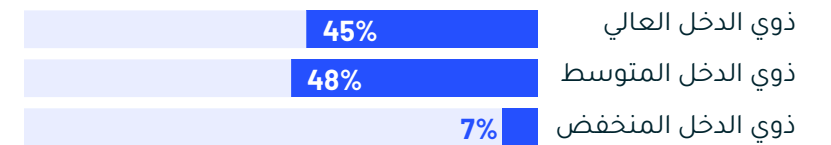
حسب العمر



حسب الجنسية



حسب مستوى الدخل



73%

يتأثر مزاجهم بأداء منتخبهم المفضل خلال كأس العالم

59%

يعتقدون أن كل الاهتمامات تتنحى جانباً لتصبح كرة القدم هي الأولوية المطلقة أثناء كأس العالم



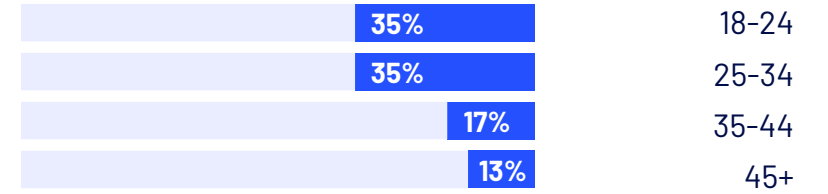
من هو المشاهد الاجتماعي؟ (13%)

شخصٌ يعتبر كأس العالم مناسبةً اجتماعيةً في جوهرها، حيث يُركّز على قيمة التواصل المجتمعي، والتجارب المشتركة التي يصنعها بمعدّل يفوق اهتمامه بالمباريات ذاتها

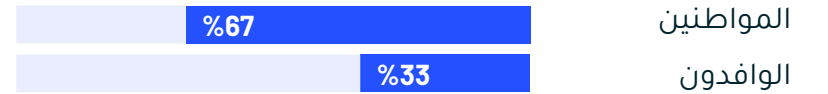
حسب الجنس



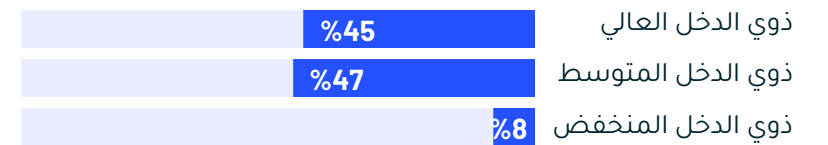
حسب العمر



حسب الجنسية



حسب مستوى الدخل



89%

يرون أن الأجواء الاجتماعية لكأس العالم أهمّ من المباريات نفسها

70%

يستمتعون بكأس العالم لأنه يجمع الناس معاً بالمقام الأوّل





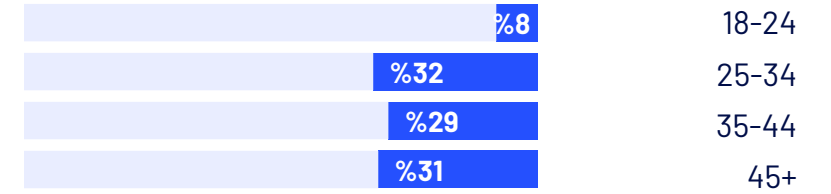
من هو المحلل التكتيكي؟ (12%)

شخصٌ يتعامل مع كأس العالم من منظور الاهتمام بالجوانب الفنيّة والاستراتيجيّة لكرة القدم، حيث يُتابع الخطط التكتيكيّة، ومؤشّرات الأداء، والآراء التحليليّة للخبراء

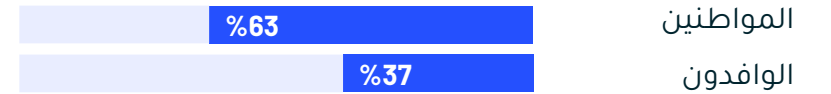
حسب الجنس



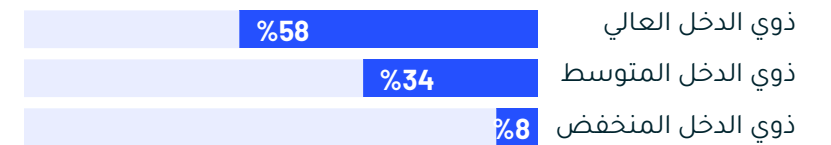
حسب العمر



حسب الجنسية



حسب مستوى الدخل



96%

يتابعون أخبار كرة القدم وآراء الخبراء على مدار العام

80%

يستمتعون بتحليل التكتيكات والتشكيلات وإحصائيات اللاعبين أثناء المباريات



العينة والمنهجية المتبعة

حجم العينة

× —
500 مشارك

معايير العينة

× —
يعكس التركيبة السكانية للسكان من حيث الجنس، والفئة العمرية (18 سنة فأكثر)، والجنسية، والمناطق السكنية

المنهجية المتبعة

× —
تُفذ الاستبيان من خلال منصة إبسوس الإلكترونية

التغطية الجغرافية

× —
في السعودية
بتغطية شاملة على مستوى المملكة

× × ×
× × ×
× × ×
× × ×
× × ×
× ×

للمزيد من المعلومات



Mohamad Jobeilly

Senior Client Director
Ipsos in Saudi Arabia
mohamad.jobeilly@ipsos.com

Federica Ibrahim

Accounts Manager
Ipsos in Saudi Arabia
federica.ibrahim@ipsos.com

