

جامعة ميدأوشن
كلية الإعلام والتسويق
بكالوريوس الإعلام الرقمي

مقرر مشروع التخرج
كود المقرر: MKT500

الموضوع
دوافع اعتماد الجمهور على المنصات الرقمية كمصدر للمحتوى الترفيهي
دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي المنصات الرقمية

إعداد الطالب / سعيد باعشن

إشكالية الدراسة

شهدت البيئة الإعلامية المعاصرة تحولات عميقة نتيجة التطور التكنولوجي وانتشار الإنترنت، مما أسهم في بروز المنصات الرقمية كفضاء رئيسي لاستهلاك المحتوى، خاصة المحتوى الترفيهي. فقد أصبحت منصات مثل يوتيوب ونفلكس وتيك توك من أبرز الوسائل التي يعتمد عليها الجمهور في قضاء وقت الفراغ ومتابعة المواد الترفيهية، نظرًا لما توفره من تنوع في المضامين، وسهولة في الوصول، ومرونة في المشاهدة، وإمكانية التفاعل والمشاركة

وقد أدى هذا التحول إلى تراجع نسبي في الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية كمصدر أساسي للترفيه، مقابل تصاعد دور المنصات الرقمية في تشكيل أنماط الاستهلاك الإعلامي لدى مختلف الفئات، لا سيما فئة الشباب. غير أن هذا الانتشار الواسع يطرح تساؤلات علمية حول الدوافع الكامنة وراء اعتماد الجمهور على هذه المنصات، وطبيعة الإشباع التي تحققها لهم، ومدى ارتباط هذا الاعتماد بعوامل نفسية واجتماعية وتقنية

وعليه، تتحدد إشكالية هذه الدراسة في محاولة الكشف عن دوافع اعتماد الجمهور على المنصات الرقمية كمصدر للمحتوى الترفيهي، وفهم طبيعة هذا الاعتماد في ضوء التحولات التي يشهدها المشهد الإعلامي الرقمي المعاصر.

ومن هنا نطرح الإشكال التالي

ماهي دوافع اعتماد الجمهور على المنصات الرقمية كمصدر للمحتوى الترفيهي ؟

أولاً: تساؤلات الدراسة

– ما هي عادات وأنماط استخدام الجمهور للمنصات الرقمية في متابعة المحتوى الترفيهي؟

– ما الدوافع التي تدفع الجمهور للاعتماد على المنصات الرقمية كمصدر رئيسي للمحتوى الترفيهي؟

– ما أبرز أنواع المحتوى الترفيهي التي يفضلها المستخدمون عبر المنصات الرقمية؟

ثانياً: فرضيات الدراسة

1- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام المنصات الرقمية ومستوى الاعتماد عليها كمصدر للمحتوى الترفيهي.

2- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الاعتماد على المنصات الرقمية تعزى إلى الفئة العمرية.

3- يسهم استخدام المنصات الرقمية في تحقيق إشباعات ترفيهية ونفسية واجتماعية لدى الجمهور.