

خطة بحثية مقدمة لدرجة البكالوريوس في الإعلام الرقمي "16"

" تفاعل الجمهور مع محتوى الألعاب الإلكترونية عبر منصات
التواصل الاجتماعي : دراسة ميدانية على عينه من مستخدمي تيك
توك في مدينة الرياض " "18"

إعداد: محمد صالح محمد عبدالله "16"

الرقم الأكاديمي: [232002066](#)

إشراف: "16"

د. توفيق عمري

"13" 2026

جامعة ميدأوشن

إسم الطالب: محمد صالح
عبدالله

كلية الاعلام والتسويق

رقم التسجيل: 232002066

بكالوريوس الاعلام الرقمي

مقرر مشروع البحث

إستمارة الطالب (ة)

عنوان مشروع البحث : تفاعل الجمهور مع محتوى الألعاب الإلكترونية عبر منصات التواصل الاجتماعي : دراسة ميدانية على عينه من مستخدمي تيك توك في مدينة الرياض.

إقرار رسمي:

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

1- الإشكالية :

شهدت منصات التواصل الاجتماعي خلال السنوات الماضية تطوراً في طبيعة المحتوى الرقمي المقدم للمستخدمين، وأصبحت بالتحديد منصة تيك توك من أكثر المنصات انتشاراً واستخداماً بين كل الفئات العمرية. ومن بين أنواع المحتوى الذي شهده نمواً كبيراً على المنصة محتوى الألعاب الإلكترونية، الذي أصبح يحظى بمتابعة كبيرة جداً من الجمهور ويستقطب أعداداً متزايدة من صناع المحتوى والمتابعين.

وتكمن المشكلة البحثية في ملاحظة التزايد المستمر في استهلاك ومشاهدة محتوى الألعاب الإلكترونية على منصة تيك توك، مقابل محدودية المعرفة العلمية المتعلقة بطبيعة تفاعل الجمهور مع هذا النوع من المحتوى والعوامل التي تؤثر في ذلك التفاعل. فمع اختلاف أساليب عرض المحتوى وتنوع الألعاب الإلكترونية واختلاف خصائص الجمهور، تبرز الحاجة إلى فهم مستوى التفاعل الذي يحققه هذا المحتوى وأشكاله المختلفة.

وتتبع أهمية دراسة هذه المشكلة من الأهمية المتزايدة لصناعة الألعاب الإلكترونية ودورها في الإعلام الرقمي، إضافة إلى أهمية معرفة العوامل التي تسهم في زيادة تفاعل الجمهور مع محتوى الألعاب الإلكترونية، بما يساعد صناع المحتوى والجهات المهتمة بالإعلام الرقمي على تطوير محتوى أكثر جاذبية وتأثيراً.

وتتمثل العلاقة بين متغيرات الدراسة في العلاقة بين محتوى الألعاب الإلكترونية المقدم عبر منصة تيك توك بوصفه المتغير المستقل، ومستوى تفاعل الجمهور مع هذا المحتوى بوصفه المتغير التابع، من خلال أشكال التفاعل المختلفة مثل الإعجاب والتعليق والمشاركة والمتابعة.

2- تساؤلات الدراسة :

- ما أنماط تفاعل الجمهور مع محتوى الألعاب الإلكترونية على منصة تيك توك لدى المستخدمين بمدينة الرياض؟
- ما الدوافع التي تدفع الجمهور إلى متابعة محتوى الألعاب الإلكترونية على منصة تيك توك؟
- ما العوامل المؤثرة في تفاعل الجمهور مع محتوى الألعاب الإلكترونية على منصة تيك توك؟

3- أسباب اختيار الموضوع :

الأسباب الذاتية :

- اهتمامي الشخصي بمجال الألعاب الإلكترونية.
- عملي كصانع محتوى في مجال الألعاب الإلكترونية.
- خبرتي في استخدام منصات التواصل الاجتماعي.

الأسباب العلمية :

- نمو صناعة الألعاب الإلكترونية في المملكة العربية السعودية.
- الحاجة إلى فهم تفاعل الجمهور مع هذا النوع من المحتوى.
- حداثة الموضوع وأهميته.

4- أهداف الدراسة :

تهدف دراستنا إلى :

- التعرف على مستوى تفاعل الجمهور مع محتوى الألعاب الإلكترونية على منصة تيك توك.
- تحليل أنماط التفاعل المختلفة التي يمارسها الجمهور مع هذا النوع من المحتوى.
- الوصول إلى نتائج يمكن أن تسهم في تطوير محتوى الألعاب الإلكترونية بما يتناسب مع اهتمامات الجمهور.

5- الدراسات السابقة :

- **الدراسة الأولى: دراسة جاد، سالي أحمد محمد حسن(2022)**
العنوان: الألعاب الإلكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها في السلوك الاجتماعي للشباب الجامعي.
المصدر/الناشر: المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
المنهج والأداة والعينة: اعتمدت الدراسة على منهج المسح، واستخدمت الاستبانة، وطبقت على عينة مكونة من 200 مفردة من الشباب الجامعي في محافظة القاهرة.
أهم النتائج: توصلت الدراسة إلى أن الألعاب الإلكترونية عبر مواقع التواصل تؤثر في السلوك الاجتماعي للشباب الجامعي، وأن دوافع الاستخدام ترتبط بالتسلية، وكسر الملل، والمغامرة.
علاقتها بالدراسة الحالية: تفيد هذه الدراسة في بناء الإطار النظري الخاص بمحتوى الألعاب الإلكترونية عبر مواقع التواصل، لكنها تختلف عن الدراسة الحالية التي تركز على تيك توك ومدينة الرياض وتفاعل الجمهور مع المحتوى .
- **الدراسة الثانية: دراسة منصور، حسناء سعد(2023)**
العنوان: تأثير تصفح تطبيق تيك توك على درجة الانتباه والتركيز لدى الشباب السعودي: دراسة شبه تجريبية على طالبات كلية الاتصال والإعلام.
المصدر/الناشر: المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام.
المنهج والأداة والعينة: استخدمت الدراسة المنهج شبه التجريبي وأداة الاستقصاء، وطبقت على طالبات كلية الاتصال والإعلام بجامعة الملك عبد العزيز.
أهم النتائج: أظهرت النتائج أن 27.1% من العينة يتصفح تيك توك أكثر من ثلاث ساعات يوميًا، وأن الفيديوهات الأقصر من نصف دقيقة كانت الأكثر تفضيلًا، مما يدل على أهمية قصر مدة الفيديو في جذب المستخدمين.
علاقتها بالدراسة الحالية: تفيد في تحديد أثر خصائص منصة تيك توك، وبخاصة مدة الفيديو، على تفضيلات الجمهور، وهو جانب مهم في دراسة تفاعل الجمهور مع محتوى الألعاب .

- الدراسة الثالثة: دراسة المستنير، عيسى (2024)**

العنوان: محتوى مؤثري تيك توك في المملكة العربية السعودية: دراسة تحليلية.

المصدر/الناشر: المجلة العربية للإعلام والاتصال، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال.

المنهج والأداة والعينة: اعتمدت الدراسة على تحليل المضمون، ودرست محتوى 26 مؤثرًا مشهورًا على تيك توك في المملكة، من خلال تحليل 260 منشورًا.

أهم النتائج: ركزت الدراسة على خصائص المؤثرين وأنواع المحتوى ودرجة الشهرة، وأظهرت أهمية المؤثرين في تشكيل أنماط المحتوى المتداول على تيك توك.

علاقتها بالدراسة الحالية: تفيد هذه الدراسة في فهم خصائص صناع المحتوى على تيك توك داخل المملكة، بينما تتجه الدراسة الحالية إلى قياس تفاعل الجمهور مع محتوى الألعاب الإلكترونية تحديدًا.
- الدراسة الرابعة: دراسة عبد السلام، حسناء أحمد عبد البديع وآخرين (2024)**

العنوان: استخدام المراهقين لتطبيق تيك توك والإشباع المتحققة منه.

المصدر/الناشر: مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية.

المنهج والأداة والعينة: دراسة وصفية استخدمت منهج المسح، وطبقت على عينة عشوائية بسيطة من 475 مفردة من طلبة المرحلة الثانوية الحكومية والخاصة في محافظتي القاهرة والمنيا، واعتمدت على نظرية الاستخدامات والإشباع.

أهم النتائج: توصلت إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام تيك توك والإشباع التي يحققها المستخدمون.

علاقتها بالدراسة الحالية: تفيد في بناء محور الدوافع والإشباع في الاستبانة، وتدعم اختيار نظرية الاستخدامات والإشباع إطارًا نظريًا للدراسة الحالية.
- الدراسة الخامسة: دراسة السلمي، فهد عوض الله؛ العبدلي، عبد المعين عبدالله؛ الزهراني، محمد أحمد (2025)**

العنوان: دوافع استخدام طلبة جامعة الملك عبد العزيز لموقع تيك توك وإشباعاتهم المتحققة منه: دراسة ميدانية.

المصدر/الناشر: المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، جامعة عمار ثلجي الأغواط.

المنهج والأداة والعينة: اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الاستبانة، وطبقت على عينة مكونة من 450 طالبًا وطالبة من مستخدمي تيك توك في جامعة الملك عبد العزيز.

أهم النتائج: أظهرت أن أبرز دوافع الاستخدام: الترفيه، والتسلية، وقضاء وقت الفراغ، وإشباع بعض الاحتياجات المعرفية والاجتماعية.

علاقتها بالدراسة الحالية: تفيد في صياغة محور دوافع متابعة محتوى الألعاب الإلكترونية، خاصة أن الدراسة أجريت في بيئة سعودية جامعية قريبة من جمهور الدراسة الحالية.
- الدراسة السادسة: دراسة المطيري، الجوهرة بنت عويض؛ والجويسر، غيداء بنت عبدالله (2025)**

العنوان: العلاقة بين استخدام منصة تيك توك وظاهرتي الخوف من فوات الفرصة وإدمان وسائل التواصل الاجتماعي: دراسة وصفية تحليلية على عينة من جيل زد في المملكة العربية السعودية.

المصدر/الناشر: المجلة العربية للإعلام والاتصال.

المنهج والأداة والعينة: استخدمت المنهج الوصفي التحليلي وأداة الاستبانة، وطبقت على عينة مكونة من 344 مبحوثاً من جيل زد في المملكة. أهم النتائج: توصلت إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام تيك توك وكل من الخوف من فوات الفرصة وإدمان وسائل التواصل الاجتماعي، كما بينت أن 43% من العينة يصنفون أنفسهم مستخدمين عاديين و18% مستخدمين مشاركين أو صناع محتوى.

علاقتها بالدراسة الحالية: تفيد في فهم كثافة الاستخدام وأنماط المشاركة لدى جيل الشباب السعودي، وهو ما يرتبط بتفاعل الجمهور مع محتوى الألعاب .

• الدراسة السابعة: دراسة القماطي، تهاني(2026)

العنوان: التيك توك كمنصة إعلامية رقمية: دراسة ميدانية لطبيعة المحتوى المفضل وآليات التفاعل عليه من قبل الجمهور في مدينة مصراتة.

المصدر/الناشر: مجلة بحوث الاتصال، كلية الإعلام، جامعة الزيتونة، ليبيا.

المنهج والأداة والعينة: اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت استبياناً إلكترونياً على عينة من 80 طالباً وطالبة من جامعة مصراتة.

أهم النتائج: أظهرت أن أكثر آليات التفاعل استخداماً هي الإعجاب بنسبة 86.1%، ثم المشاركة بنسبة 65.8%، ثم حفظ الفيديو بنسبة 59.5%، وأن جودة المونتاج والعناصر البصرية تعزز التفاعل.

علاقتها بالدراسة الحالية: تعد من أقرب الدراسات لموضوع البحث لأنها تركز على آليات التفاعل مع محتوى تيك توك، غير أن الدراسة الحالية تضيق المجال على محتوى الألعاب الإلكترونية وتطبقه على مستخدمي تيك توك في مدينة الرياض .

• الدراسة الثامنة: دراسة Omar & Dequan (2020)

العنوان: Watch, Share or Create: The Influence of Personality

Traits and User Motivation on TikTok Mobile Video Usage.

المصدر/الناشر: International Journal of Interactive Mobile Technologies.

المنهج والأداة والعينة: اعتمدت على نظرية الاستخدامات والإشباع، واستخدمت استبانة إلكترونية على عينة مكونة من 385 مستخدماً لتطبيق تيك توك.

أهم النتائج: أظهرت أن دوافع المستخدمين، مثل التعبير عن الذات، والتفاعل الاجتماعي، والاطلاع على الآخرين، تعد مؤشرات مهمة لاستخدام تيك توك، أكثر من السمات الشخصية.

علاقتها بالدراسة الحالية: تفيد في بناء محور دوافع التفاعل مع محتوى الألعاب الإلكترونية، وتدعم تفسير تفاعل الجمهور من منظور الاستخدامات والإشباع .

• **الدراسة التاسعة: دراسة Hilvert-Bruce, Neill, Sjöblom & Hamari (2018)**

العنوان : Social motivations of live-streaming viewer engagement on Twitch.

المصدر/الناشر : Elsevier، Computers in Human Behavior .
المنهج والأداة والعينة : استخدمت الدراسة استبانة إلكترونية دولية على عينة من 2227 مستخدمًا لمنصة Twitch ، واعتمدت على نظرية الاستخدامات والإشباعات .
أهم النتائج : حددت الدراسة ستة دوافع تفسر تفاعل الجمهور مع البث المباشر، وهي: التفاعل الاجتماعي، الإحساس بالمجتمع، التعرف على أشخاص جدد، الترفيه، البحث عن المعلومات، وغياب الدعم الخارجي.
علاقتها بالدراسة الحالية : رغم أنها أجريت على منصة Twitch ، إلا أنها مفيدة جدًا في فهم دوافع التفاعل مع محتوى الألعاب والبث، ويمكن الاستفادة منها في صياغة محاور الاستبانة الخاصة بالدوافع الاجتماعية والترفيهية والمعرفية .

• **الدراسة العاشرة: دراسة Hamari & Sjöblom (2017)**
العنوان : What is eSports and why do people watch it?
المصدر/الناشر : Internet Research.

المنهج والأداة والعينة : استخدمت الدراسة استبانة تم اختبارها مسبقًا على عينة مكونة من 888 مفردة، واعتمدت على مقياس دوافع استهلاك الرياضة.
أهم النتائج : أظهرت أن من دوافع مشاهدة الرياضات الإلكترونية: الهروب من الروتين، اكتساب المعرفة حول الألعاب، الجودة، وبعض خصائص اللاعبين المحترفين.
علاقتها بالدراسة الحالية : تفيد في فهم دوافع متابعة محتوى الألعاب الإلكترونية، وبخاصة الجانب المعرفي والترفيهي، وهو ما يساعد في تفسير تفاعل جمهور تيك توك مع هذا النوع من المحتوى .

6- المقاربة النظرية للدراسة :

تعتمد الدراسة على نظرية الاستخدامات والإشباعات , وتقوم نظرية الاستخدامات والإشباعات على فكرة أن الجمهور ليس سلبيًا، بل يختار الوسيلة والمحتوى الذي يحقق له حاجات معينة، مثل الترفيه، اكتساب المعلومات، التفاعل الاجتماعي، التعبير عن الذات، أو الهروب من الروتين. وقد ارتبطت هذه النظرية بدراسات Katz و Blumler و Gurevitch في تفسير دوافع استخدام وسائل الإعلام .

وتناسب هذه النظرية موضوع الدراسة لأن مستخدمي تيك توك لا يتابعون محتوى الألعاب الإلكترونية بصورة عشوائية فقط، بل قد يكون لديهم دوافع محددة، مثل التسلية، تعلم مهارات اللعب، متابعة أخبار الألعاب، التعرف على آراء الآخرين، أو الانتماء إلى مجتمع رقمي مهتم بالألعاب. وقد استخدمت دراسات حديثة هذه النظرية لتفسير استخدام تيك توك وتفاعل الجمهور مع المحتوى الرقمي، مثل دراسة Omar & Dequan ودراسة Hilvert-Bruce وآخرين .

7- منهج ونوع الدراسة :

تنتهي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية؛ لأنها تهدف إلى وصف ظاهرة تفاعل الجمهور مع محتوى الألعاب الإلكترونية على تيك توك، وتحليل أنماط هذا التفاعل ودوافعه والعوامل المؤثرة فيه. ويعد المنهج الوصفي التحليلي مناسباً لهذه الدراسة لأنه يساعد على جمع بيانات كمية من المبحوثين، ثم تحليلها باستخدام التكرارات والنسب والمتوسطات وبعض الاختبارات الإحصائية المناسبة. ويؤكد نموذج المقرر أن المنهج الوصفي التحليلي هو الأقرب للدراسات التي تصف الظاهرة وتحلل نسبها ومعطياتها.

8- عينة الدراسة :

ستعتمد الدراسة على العينة القصدية، وهي عينة غير احتمالية يختار فيها الباحث أفراد العينة بصورة مقصودة لأنهم يمتلكون خصائص تخدم أهداف البحث. ويناسب هذا النوع من العينات الدراسة الحالية لأن الباحث يحتاج إلى مبحوثين تتوافر فيهم شروط محددة، وهي: استخدام تيك توك، الإقامة في مدينة الرياض، ومتابعة محتوى الألعاب الإلكترونية.

وتم اختيار العينة القصدية لأنها تُمكن الباحث من الوصول إلى أفراد تتوفر فيهم الخصائص التي تساعد وتخدم أهداف الدراسة، حيث تستهدف الدراسة مستخدمي منصة تيك توك في مدينة الرياض ممن يتابعون محتوى الألعاب الإلكترونية، وهم الفئة الأكثر ملائمة للإجابة عن أسئلة الدراسة وتحقيق أهدافها.

ويقترح أن يتم توزيع الاستبانة إلكترونياً على ما لا يقل عن 40 مستخدماً، على أن يكون الحد الأدنى للاستجابات الصالحة للتحليل ما بين 25-30 استجابة . ويفضل أن تكون العينة من المستخدمين بعمر 18 سنة فأكثر لتسهيل إجراءات الموافقة الأخلاقية وحماية خصوصية المشاركين.

9- أدوات جمع البيانات :

أُستعنت في جمع بيانات الدراسة باستمارة الاستبيان في شكلها الإلكتروني، وبلغ عدد الاستمارات الموزعة على المبحوثين (...) استمارة، وتم استرجاع (...) نظراً لعدم التزام المبحوثين بالإجابة عنها .

قائمة المراجع الأولية وفق الطريقة الأمريكية APA

أولاً: المراجع العربية

جاء، سالي أحمد محمد حسن. (2022). الألعاب الإلكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها في السلوك الاجتماعي للشباب الجامعي. *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة (مندمة)*

منصور، حسناء سعد. (2023). تأثير تصفح تطبيق تيك توك على درجة الانتباه والتركيز لدى الشباب السعودي: دراسة شبه تجريبية على طالبات كلية الاتصال والإعلام. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة*. [مندمة](#)

المستنير، عيسى. (2024). محتوى مؤثري تيك توك في المملكة العربية السعودية: دراسة تحليلية. *المجلة العربية للإعلام والاتصال، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال*. [مندمة](#)

عبد السلام، حسناء أحمد عبد البديع وآخرون. (2024). استخدام المراهقين لتطبيق تيك توك والإشباع المتحققة منه. *مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية*. (search.emarefa.net)

السلمي، فهد عوض الله؛ العبدلي، عبد المعين عبدالله؛ الزهراني، محمد أحمد. (2025). دوافع استخدام طلبة جامعة الملك عبد العزيز لموقع تيك توك وإشباعاتهم المتحققة منه: دراسة ميدانية. *المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام*. [مندمة](#)

المطيري، الجوهرة بنت عويض؛ الجويسر، غيداء بنت عبدالله. (2025). العلاقة بين استخدام منصة تيك توك وظاهرتي الخوف من فوات الفرصة وإدمان وسائل التواصل الاجتماعي: دراسة وصفية تحليلية على عينة من جيل زد في المملكة العربية السعودية. *المجلة العربية للإعلام والاتصال*. [مندمة](#)

القماطي، تهاني. (2026). التيك توك كمنصة إعلامية رقمية: دراسة ميدانية لطبيعة المحتوى المفضل وآليات التفاعل عليه من قبل الجمهور في مدينة مصراتة. *مجلة بحوث الاتصال، كلية الإعلام، جامعة الزيتونة* (Azujournals) .

ثانيًا: المراجع الأجنبية

Omar, B., & Dequan, W. (2020). Watch, Share or Create: The Influence of Personality Traits and User Motivation on TikTok Mobile Video Usage. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 14(04), 121–137. ([المجلات الإلكترونية](#))

Hilvert-Bruce, Z., Neill, J. T., Sjöblom, M., & Hamari, J. (2018). Social motivations of live-streaming viewer engagement on Twitch. *Computers in Human Behavior*, 84, 58–67. (Tampere University Research Portal)

Hamari, J., & Sjöblom, M. (2017). What is eSports and why do people watch it? *Internet Research*, 27(2), 211–232. (Tampere University Research Portal)

Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and Gratifications Research. *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509–523. (OUP Academic)