

خطة بحثية مقدمة لدرجة البكالوريوس في الإعلام الرقمي
آليات تعزيز التفاعل في منصة إنستغرام: دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي المملكة
العربية السعودية

إعداد الطالبة
خديجة عبدالله الكاف
الرقم الأكاديمي: 222000378

إشراف
د. توفيق عمري

A Research Proposal Submitted in Partial Fulfillment of the
Requirements for the Bachelor of Digital Media.

**Mechanisms of Enhancing Engagement on Instagram:
A Field Study on a Sample of Users in the Kingdom of
Saudi Arabia.**

Prepared by: Khadega Abdullah Alkaf
ID:222000378

Supervised by:
Dr. Tewfik Amri

الشكر والتقدير

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين.
أتقدم بخالص الشكر والتقدير إلى الله عز وجل على توفيقه لي لإتمام هذا العمل، ثم أتوجه بجزيل الشكر والعرفان إلى أستاذي الفاضل **الدكتور توفيق العمري** على ما قدمه لي من توجيه وإرشاد ودعم علمي متواصل طوال فترة إعداد هذا المشروع، وما بذله من جهد في تقديم الملاحظات التي أسهمت في تطوير هذا البحث
كما أتقدم بالشكر إلى أعضاء هيئة التدريس في قسم الإعلام الرقمي، والشكر موصول إلى أسرتي على دعمهم وتشجيعهم المستمر. وأسأل الله أن يجعل هذا العمل نافعًا ومثمرًا

الإهداء

ملخص الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على آليات تعزيز التفاعل في منصة إنستغرام وقياس مدى تأثيرها في مستوى التفاعل لدى المستخدمين في المملكة العربية السعودية. وتنبع أهمية هذه الدراسة من الدور المتزايد الذي تلعبه منصات التواصل الاجتماعي في الحياة اليومية، حيث أصبح التفاعل الرقمي مؤشراً مهماً على نجاح المحتوى الإعلامي وانتشاره في البيئة الرقمية.

وتعتمد الدراسة على المنهج الوصفي المسحي، حيث تم استخدام الاستبانة الإلكترونية أداةً لجمع البيانات من عينة من مستخدمي منصة إنستغرام في المملكة العربية السعودية. وتسعى الدراسة إلى تحليل العلاقة بين نوع المحتوى وطريقة عرضه ومستوى التفاعل لدى المستخدمين.

ومن المتوقع أن تسهم نتائج هذه الدراسة في فهم سلوك المستخدمين في البيئة الرقمية، وتقديم رؤية علمية حول العوامل التي تساعد على تعزيز التفاعل في منصات التواصل الاجتماعي، بما يفيد صناع المحتوى والمهتمين بمجال الإعلام الرقمي.

الكلمات المفتاحية: إنستغرام، التفاعل الرقمي، المحتوى الرقمي، وسائل التواصل الاجتماعي، المستخدمون في المملكة العربية السعودية.

Abstract

This study aims to identify the mechanisms that enhance engagement on Instagram and to measure their impact on the level of interaction among users in Saudi Arabia. The importance of this study stems from the increasing role of social media platforms in daily life, where digital engagement has become an important indicator of the success and reach of online content.

The study adopts the descriptive survey method and uses an online questionnaire as a data collection tool distributed to a sample of

Instagram users in Saudi Arabia. The research seeks to analyze the relationship between the type of content, the way it is presented, and the level of user engagement.

The expected results of this study may contribute to a better understanding of user behavior in the digital environment and provide insights into the factors that help enhance engagement on social media platforms, which may benefit content creators and those interested in digital media.

Keywords: Instagram, Digital Engagement, Digital Content, Social Media, Users in Saudi Arabia.

المقدمة

شهد العالم خلال السنوات الأخيرة تطورًا متسارعًا في تقنيات الاتصال والإعلام الرقمي، مما أدى إلى انتشار واسع لمنصات التواصل الاجتماعي التي أصبحت جزءًا أساسيًا من الحياة اليومية للأفراد. ولم تعد هذه المنصات مجرد وسيلة للتواصل، بل تحولت إلى فضاءات تفاعلية تسهم في تبادل المعلومات وصناعة المحتوى والتأثير في الرأي العام.

وتعد منصة إنستغرام من أبرز هذه المنصات الرقمية، نظرًا لاعتمادها على المحتوى البصري وتنوع الأدوات التي توفرها للمستخدمين مثل الصور ومقاطع الفيديو والقصص والبث المباشر، الأمر الذي يجعلها بيئة مناسبة لتعزيز التفاعل بين المستخدمين وصناع المحتوى. وقد أدى هذا التفاعل إلى بروز مفهوم "اقتصاد الانتباه"، حيث تسعى الحسابات المختلفة إلى جذب اهتمام الجمهور وتحفيزه على التفاعل مع المحتوى المنشور. وفي المملكة العربية السعودية، تغطي منصات التواصل الاجتماعي بانتشار واسع، خاصة بين فئة الشباب، مما يجعل دراسة التفاعل الرقمي في هذه المنصات أمرًا مهمًا لفهم سلوك المستخدمين وأنماط تفاعلهم مع المحتوى. ومن هذا المنطلق تأتي هذه الدراسة لتسليط الضوء على آليات تعزيز التفاعل في منصة إنستغرام لدى المستخدمين في المملكة العربية السعودية، وتحليل العوامل التي تسهم في زيادة مستوى التفاعل مع المحتوى الرقمي.

وتسعى هذه الدراسة إلى تحقيق ذلك من خلال تناول الإطار المنهجي الذي يوضح مشكلة الدراسة وتساؤلاتها وفرضياتها وأهدافها، إضافة إلى عرض الدراسات السابقة والإجراءات المنهجية المعتمدة في جمع البيانات وتحليلها.

الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

1. موضوع الدراسة وإشكاليته

1.1 الإشكالية

يشهد العالم تحولاً رقمياً متسارعاً أسهم في إعادة تشكيل طبيعة الاتصال والإعلام، حيث أصبحت منصات التواصل الاجتماعي فضاءات تفاعلية تجمع بين إنتاج المحتوى وتداوله واستقباله في آن واحد. وتشير التقارير الحديثة إلى أن عدد مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي عالمياً تجاوز خمسة مليارات مستخدم، مما يعكس الدور المتنامي لهذه المنصات في الحياة اليومية للأفراد.

وفي المملكة العربية السعودية، يُعد استخدام منصات التواصل الاجتماعي من أعلى المعدلات عالمياً، حيث تتجاوز نسبة الانتشار بين فئة الشباب 90%، ما يجعل هذه المنصات عنصراً أساسياً في التواصل والتعبير عن الذات وبناء الهوية الرقمية. وتُعد منصة إنستغرام من أبرز هذه المنصات نظراً لاعتمادها على المحتوى البصري والتفاعلي، وتنوع أدواتها مثل القصص والبلث المباشر والريلز، التي تعزز فرص التفاعل بين المستخدمين.

ورغم تشابه البيئة الرقمية وتوفر الأدوات التقنية ذاتها لجميع المستخدمين، إلا أن معدلات التفاعل تختلف بشكل ملحوظ بين الحسابات والمحتويات المنشورة، مما يثير تساؤلات حول العوامل والآليات التي تسهم في تعزيز هذا التفاعل.

ومن هنا تتمثل إشكالية الدراسة في التساؤل الرئيس الآتي:

ما آليات تعزيز التفاعل في منصة إنستغرام لدى المستخدمين في المملكة العربية السعودية، وما العوامل المؤثرة في مستوى هذا التفاعل؟

تساؤلات الدراسة

- 1) ما أنماط استخدام المستخدمين السعوديين لمنصة إنستغرام؟
- 2) ما أشكال التفاعل الأكثر شيوعاً لدى المستخدمين؟
- 3) ما العلاقة بين نوع المحتوى الرقمي ومستوى التفاعل؟
- 4) ما أثر أسلوب عرض المحتوى في تعزيز التفاعل؟
- 5) هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى التفاعل تعزى للمتغيرات الديموغرافية؟

1.2 فرضيات الدراسة

- (1) توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوع المحتوى الرقمي ومستوى التفاعل في منصة إنستغرام.
- (2) يؤثر أسلوب عرض المحتوى تأثيراً ذا دلالة إحصائية في تعزيز التفاعل.
- (3) توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى التفاعل تعزى للمتغيرات الديموغرافية.

1.3 أسباب اختيار الموضوع وأهمية الدراسة

أولاً: أسباب اختيار الموضوع

- الانتشار الواسع لمنصة إنستغرام في المملكة العربية السعودية.
- تزايد أهمية التفاعل الرقمي بوصفه مؤشراً على نجاح المحتوى.
- قلة الدراسات المحلية التي تناولت آليات تعزيز التفاعل في إنستغرام تحديداً.
- الاهتمام بدراسة سلوك المستخدم في البيئة الرقمية.

ثانياً: أهمية الدراسة

تتمثل أهمية هذه الدراسة في:

- الإسهام في إثراء الأدبيات العربية المتعلقة بالتفاعل الرقمي.
- تقديم نتائج تطبيقية تفيد صناع المحتوى والمسوقين الرقميين.
- فهم طبيعة استخدام الشباب السعودي لمنصة إنستغرام وأنماط تفاعلهم معها.

1.4 أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى:

- (1) التعرف على أنماط استخدام المستخدمين السعوديين لمنصة إنستغرام.
- (2) تحديد أشكال التفاعل الأكثر شيوعاً.
- (3) تحليل العلاقة بين نوع المحتوى الرقمي ومستوى التفاعل.
- (4) قياس أثر أسلوب عرض المحتوى في تعزيز التفاعل.
- (5) الكشف عن الفروق في مستوى التفاعل وفقاً للمتغيرات الديموغرافية.

1.5 تحديد المفاهيم

التفاعل الرقمي

اصطلاحًا:

مجموعة الاستجابات والسلوكيات التي يبدئها المستخدم تجاه المحتوى الرقمي، مثل الإعجاب والتعليق والمشاركة والحفظ.

إجراءيًا:

يُقصد به في هذه الدراسة مستوى استجابة المستخدمين السعوديين لمحتوى إنستغرام، ويُقاس من خلال مؤشرات الإعجاب والتعليق والمشاركة والحفظ.

المحتوى الرقمي

اصطلاحًا:

كل مادة إعلامية تُنشر عبر الوسائط الرقمية، سواء كانت نصية أو بصرية أو سمعية أو متعددة الوسائط.

إجراءيًا:

يُقصد به في هذه الدراسة المنشورات التي يتم نشرها عبر منصة إنستغرام، وتشمل الصور ومقاطع الفيديو والقصص والريلز.

آليات تعزيز التفاعل

اصطلاحًا:

الأساليب والاستراتيجيات المستخدمة لزيادة استجابة الجمهور للمحتوى الرقمي.

إجراءيًا:

يُقصد بها في هذه الدراسة نوع المحتوى وأسلوب عرضه وطريقة تقديمه ومدى تأثير هذه العناصر في رفع مستوى التفاعل لدى المستخدمين.

منصة إنستغرام

يعد إنستغرام أحد أشهر منصات التواصل الاجتماعي في العالم، حيث يتيح للمستخدمين مشاركة الصور ومقاطع الفيديو والتفاعل مع المحتوى المنشور من خلال الإعجابات والتعليقات والمشاركة والرسائل الخاصة. وقد أصبح التطبيق من الوسائل الرقمية المهمة للتواصل بين الأفراد وصناع المحتوى والمؤسسات، كما يوفر بيئة تفاعلية تعتمد بشكل أساسي على المحتوى البصري، الأمر الذي يساهم في تعزيز التفاعل بين المستخدمين. كما يوفر إنستغرام مجموعة من الأدوات والخصائص التي تساعد على تعزيز التفاعل بين المستخدمين، ومن أبرزها ما يلي:

(2) القصص (Stories)

تعد القصص إحدى الخصائص التفاعلية في إنستغرام، حيث تتيح للمستخدمين نشر صور أو مقاطع فيديو قصيرة تظهر لمدة أربع وعشرين ساعة فقط، ويمكن للمتابعين التفاعل معها من خلال الردود أو التفاعلات المختلفة، مما يساهم في تعزيز التواصل المباشر بين المستخدمين.

(3) الريلز (Reels)

تعد خاصية الريلز من الأدوات التي تتيح للمستخدمين إنشاء مقاطع فيديو قصيرة ومشاركتها مع الجمهور، وتستخدم غالبًا في نشر المحتوى الإبداعي والترفيهي، الأمر الذي يساهم في جذب المتابعين وزيادة التفاعل مع المحتوى المنشور.

(4) الإعجاب (Like)

يعد الإعجاب من أبسط أشكال التفاعل في إنستغرام، حيث يتيح للمستخدم التعبير عن إعجابه بالمحتوى المنشور من خلال الضغط على زر الإعجاب، ويعد مؤشرًا على مدى تفاعل المستخدمين مع المنشورات.

(5) التعليقات (Comments)

تتيح خاصية التعليقات للمستخدمين التفاعل مع المحتوى المنشور من خلال كتابة آرائهم أو ملاحظاتهم، مما يساهم في تعزيز التواصل بين المستخدمين وصناع المحتوى.

(6) الهاشتاق (Hashtag)

الهاشتاق هو علامة توضع قبل كلمة أو عبارة في المنشورات على إنستغرام، ويستخدم لتصنيف المحتوى وربطه بموضوع معين، مما يساعد المستخدمين على الوصول إلى المنشورات المرتبطة بنفس الموضوع ويسهم في زيادة انتشار المحتوى.

(7) الاستطلاعات (Polls)

تعد الاستطلاعات من الأدوات التفاعلية التي يوفرها إنستغرام ضمن خاصية القصص، حيث تتيح للمستخدمين طرح أسئلة أو موضوعات معينة وتمكين المتابعين من التصويت عليها، الأمر الذي يسهم في زيادة التفاعل المباشر مع الجمهور.