

دور التطبيقات الرقمية في تعزيز التفاعل خلال الفعاليات الترفيهية: دراسة حالة

إعداد الطالب/

إشراف/

العام الدراسي:

2024



4.....	مقدمة:
7.....	مشكلة الدراسة:
8.....	أهمية الدراسة:
9.....	أهداف الدراسة:
10.....	تساؤلات الدراسة:
11.....	فروض الدراسة:
12.....	الدراسات السابقة:
18.....	المنطلقات النظرية للدراسة:
21.....	المنهجية وطرق البحث:
21.....	مصادر البيانات :
22.....	أدوات الدراسة:
22.....	الأساليب الإحصائية المستخدمة:
23.....	حدود الدراسة :

مقدمة:

تلعب التطبيقات الرقمية دوراً محورياً في تعزيز التفاعل أثناء الفعاليات الترفيهية في المملكة العربية السعودية، مثل موسم الرياض وموسم جدة وفعاليات أخرى، حيث باتت هذه الأدوات التقنية تربط الجمهور بالمحتوى الترفيهي بطرق مبتكرة تُشعرهم بأنهم جزء من التجربة. ففي موسم الرياض، وأظهرت التطبيقات دوراً كبيراً في تسهيل تفاعل الجمهور مع العروض والأنشطة من خلال التصويت الحي على الفعاليات والمشاركة في تجارب تفاعلية، ما يزيد من حماسة الجمهور ويجعلهم يشعرون بأنهم جزء من الحدث ويستطيعون التأثير فيه، سواء كانوا في الموقع أو يتابعون عن بُعد (Martins et al., 2023).

تمتد فائدة التطبيقات الرقمية إلى العروض المسرحية والفنية التي تُقام في هذه المواسم، حيث يُمكن للجمهور التفاعل مباشرة مع الأداء عبر تطبيقات تتيح لهم التعبير عن آرائهم أو حتى التأثير على تفاصيل العرض، حيث أظهرت الأبحاث حول منصات metaverse، التي أصبحت جزءاً من بعض الفعاليات في المملكة، أنها تؤثر إيجابياً على مواقف الجمهور وتزيد من انغماسهم، مما يجعل تجربة العرض المسرحي تجربة غنية تُشرك الجمهور في تفاصيل الأداء وتجعله جزءاً من القصة التي يشاهدها. (Kim et al., 2024)

ولا يقتصر الأمر على العروض الفنية والمسرحية فحسب؛ بل يمتد ليشمل الفعاليات والألعاب الترفيهية المتنوعة التي تتوافر عبر تطبيقات تفاعلية خاصة. مثل تطبيقات الألعاب التي تظهر في بعض فعاليات موسم جدة، حيث توفر تجارب مرحة وتفاعلية تجعل الزوار يشاركون في أنشطة تسلية تُبقيهم مندمجين.

و أظهر تطبيقات مثل "Bumbometer" المخصصة للألعاب أن بإمكانها تحويل الفعالية إلى مساحة تفاعلية تجمع بين الترفيه والتجربة الإبداعية، مما يجعل المشاركة ممتعة ويزيد من تفاعل الجمهور مع الحدث بشكل إيجابي. (Martins et al., 2020)

إضافةً إلى ذلك، تلعب تطبيقات الأحداث الترفيهية دوراً بارزاً من خلال توفير جداول زمنية، وخرائط تفاعلية، وميزات مثل استطلاعات الرأي الفورية وجلسات الأسئلة والأجوبة. هذه الميزات لا تسهل مشاركة الجمهور فحسب، بل تزيد من تفاعلهم مع الحدث من خلال تمكينهم من التعبير عن آرائهم وتقديم ملاحظاتهم بشكل مباشر، ما يجعل التجربة أكثر تفاعلية وتواصلًا، ويساهم استخدام الهواتف المحمولة كأجهزة تتبع في تحسين تجربة المستخدم، خاصةً في بيئات مثل الألعاب وتطبيقات المتاحف، حيث يمكن أن تعمل كجهاز تحكم مستقل عن الشاشة. هذا يتيح للمستخدمين التفاعل بطرق جديدة ومبتكرة مع المحتوى، مما يضيف طابعاً شخصياً وغامراً للتجربة الترفيهية. (Rivas et al., 2013)

وبالإضافة إلى التطبيقات المخصصة، يمثل نموذج الاتصال من نظير إلى نظير عبر تقنية Bluetooth أحد الابتكارات التي تسهم في تعزيز تفاعل الجمهور من خلال تسهيل التواصل المباشر بين الأجهزة المحمولة وتطبيقات سطح المكتب. يساعد هذا التكامل في خلق بيئة تفاعلية سلسلة تتيح للمستخدمين التنقل والتفاعل بحرية دون انقطاع أو تعطيل، مما يعزز من انغماسهم في التجربة. (Rivas et al., 2013).

وفي نفس السياق، تتيح التطبيقات الاجتماعية للحاضرين المشاركة بفعالية عبر الألعاب والأنشطة الجماعية، مما يوفر منصة تفاعلية للتواصل بطرق ممتعة ومنظمة. هذه التطبيقات تسمح بخلق علاقات جديدة بين الحاضرين وتسهيل التفاعل بينهم، مما يعزز من شعورهم بالمشاركة والانتماء إلى الحدث بشكل أكبر. (Steiert, 2011)

من جانب آخر، تفتح تقنيات الواقع المعزز (AR) أبواباً جديدة لتجربة الحضور بطرق مبتكرة، حيث يمكن أن تخلق تجارب ترفيهية تفاعلية تُضفي طابعاً خاصاً على الحدث من خلال تراكب محتوى رقمي فوق الواقع المحيط. يعزز هذا النهج من انغماس الجمهور ويجعل التجربة أكثر حيوية وذاكرة، مما يساهم في تعزيز تفاعلهم مع الحدث بشكل غير مسبوق.

تعمل خدمات البث المباشر على توسيع نطاق التفاعل إلى ما يتجاوز الحضور الفعلي، حيث تتيح للأشخاص الذين لا يستطيعون الحضور فعلياً الانخراط في الفعالية عن بعد. هذه التقنية تمنح الجماهير في أماكن مختلفة القدرة على التفاعل في الوقت الحقيقي عبر التعليقات والتفاعلات المباشرة، مما يعزز من شمولية التجربة ويجعل الحدث مفتوحاً للجميع (Ko & Chen, 2020؛ Wongkitrungrueng & Assarut, 2020).

تشكل تقنيات التلعيب (Gamification) أداة مهمة أخرى في زيادة تفاعل الجمهور، إذ تتيح للحضور الانخراط في التحديات والحصول على مكافآت وقوائم متصدرين، مما يحفزهم على المشاركة المستمرة. هذا الأسلوب لا يجعل التجربة أكثر متعة فحسب، بل يزيد من ارتباط الجمهور بالفعالية ويشجعهم على المشاركة بشكل أكبر (Lumsden, 2018؛ Madan & Lohani, 2024؛ Giannetto et al., 2013).

ومن بين الوسائل التفاعلية الفعالة، تتيح استطلاعات الرأي المباشرة للجمهور التعبير عن آرائهم وتفضيلاتهم خلال الحدث، مما يعزز من الاتصال الثنائي بين الجمهور والمنظمين ويساهم في تحسين التجربة بناءً على التغذية الراجعة الفورية. (Collected by SciSpace models from web sources).

وأخيراً، يأتي الواقع الافتراضي (VR) كأحد الابتكارات التي تأخذ تجربة التفاعل إلى مستويات جديدة، حيث يمكن أن تخلق بيئات افتراضية تحاكي الأحداث الحية، مما يسمح للمستخدمين بالانغماس

الكامل وكأنهم حاضرون فعلياً. تعزز هذه التقنية تجربة المستخدم وتزيد من ارتباطهم بالفعالية من خلال تقديم تجارب غامرة تأخذ التفاعل إلى بُعد جديد ومبتكر. (Onderdijk et al., 2020)

وتساهم هذه التقنيات الرقمية المتنوعة في بناء بيئة تفاعلية شاملة تعزز من تجربة الحضور وتجعلهم جزءاً لا يتجزأ من الحدث، مما يؤدي إلى تفاعل عميق وانغماس أكبر في الأحداث الترفيهية.

مشكلة الدراسة:

في ظل التطور التكنولوجي السريع، أصبحت التطبيقات الرقمية جزءاً لا يتجزأ من تجاربنا اليومية، مما أتاح للشركات والمجتمعات تنظيم فعاليات ترفيهية أكثر جاذبية وتفاعلاً. تعمل هذه التطبيقات على ربط الحضور بالحدث بطرق غير مسبقة، من خلال توفير ميزات تتيح التفاعل اللحظي، مشاركة التجارب على وسائل التواصل الاجتماعي، الانخراط في الألعاب التفاعلية، وحتى المشاركة عن بُعد عبر تقنيات البث المباشر. يُعد فهم تأثير هذه التطبيقات على تفاعل الجمهور خلال الأحداث الترفيهية أمراً ضرورياً لتحسين تجربة الحضور وزيادة نجاح الفعاليات.

ومع تزايد استخدام التطبيقات الرقمية، لا تزال هناك فجوات معرفية تتعلق بمدى تأثير هذه التطبيقات فعلياً على تفاعل الجمهور واستجابتهم للأحداث. إذ رغم الانتشار الواسع لهذه التطبيقات، فإن القليل من الدراسات قد ركزت على فهم كيفية تعزيزها لتفاعل الحضور بشكل شمولي، وما هي الميزات الأكثر تأثيراً في تحسين تجربة الجمهور. كما أن تفاعل الحضور في الأحداث الترفيهية ليس مجرد تفاعل لحظي، بل هو تجربة شاملة تتأثر بعدة عوامل، مثل الشعور بالانتماء، التفاعل العاطفي، الانغماس في الحدث، وغيرها من الأبعاد التي يمكن للتطبيقات الرقمية أن تؤثر فيها بشكل مباشر.

في الأحداث الترفيهية الكبرى، مثل المهرجانات والمواسم الثقافية، غالباً ما تستخدم التطبيقات الرقمية لتحسين تفاعل الجمهور بطرق مبتكرة، مثل استطلاعات الرأي المباشرة، الألعاب التفاعلية، وميزات الواقع المعزز التي تزيد من مستوى الانغماس لدى الحضور. إلا أن هناك حاجة لفهم تأثير هذه الميزات الرقمية بشكل دقيق وقياس مدى تأثيرها على تفاعل الجمهور ككل. وفي ضوء هذا الاهتمام المتزايد بالتحسين المستمر لتجربة الحضور، تبرز الحاجة إلى دراسات تسلط الضوء على دور التطبيقات الرقمية كعامل مستقل يسهم في تعزيز تفاعل الجمهور كعامل تابع.

تتمحور مشكلة الدراسة حول السؤال الرئيس: إلى أي مدى تسهم التطبيقات الرقمية في تعزيز التفاعل العام للجمهور خلال الأحداث الترفيهية؟

أهمية الدراسة:

تسعى الدراسة إلى تقديم فائدة علمية وعملية تساعد في تحسين تجربة الجمهور، وتطوير استراتيجيات تفاعلية مبتكرة في مجال الترفيه، وتوفير إطار معرفي يسهم في دعم التطوير التكنولوجي في هذا المجال.

الأهمية العلمية:

- تساهم الدراسة في سد الفجوة المعرفية حول تأثير التطبيقات الرقمية على تفاعل الجمهور خلال الأحداث الترفيهية، مما يوفر إضافة علمية للبحوث المتعلقة بالتكنولوجيا والترفيه.
- تقدم الدراسة إطاراً علمياً يساعد في فهم الأبعاد المختلفة للتطبيقات الرقمية ومدى تأثيرها على تفاعل الجمهور، مما يسهم في تطوير نماذج تفاعلية جديدة يمكن استخدامها كمرجع في الدراسات المستقبلية.

- تسلط الدراسة الضوء على كيفية تأثير التكنولوجيا الرقمية على سلوكيات الجمهور واستجاباتهم، وهو ما يمكن أن يُستخدم لتوسيع نطاق الدراسات حول تأثيرات الوسائط الرقمية والتطبيقات التكنولوجية في مجالات أخرى.

● الأهمية العملية:

- تساهم الدراسة في سد الفجوة المعرفية حول تأثير التطبيقات الرقمية على تفاعل الجمهور خلال الأحداث الترفيهية، مما يوفر إضافة علمية للبحوث المتعلقة بالتكنولوجيا والترفيه.
- تقدم الدراسة إطاراً علمياً يساعد في فهم الأبعاد المختلفة للتطبيقات الرقمية ومدى تأثيرها على تفاعل الجمهور، مما يساهم في تطوير نماذج تفاعلية جديدة يمكن استخدامها كمرجع في الدراسات المستقبلية.
- تسلط الدراسة الضوء على كيفية تأثير التكنولوجيا الرقمية على سلوكيات الجمهور واستجاباتهم، وهو ما يمكن أن يُستخدم لتوسيع نطاق الدراسات حول تأثيرات الوسائط الرقمية والتطبيقات التكنولوجية في مجالات أخرى.

أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى فهم دور التطبيقات الرقمية في تعزيز تجربة الحضور وتفاعلهم أثناء الأحداث الترفيهية. ومع تزايد الاعتماد على التكنولوجيا الرقمية في تحسين التفاعل داخل هذه الفعاليات، تبرز الحاجة إلى تحليل دقيق للأبعاد المختلفة لهذه التطبيقات ومدى تأثيرها الفعلي على الجمهور، ويتفرع منها عدة أهداف فرعية منها :

– تحليل تأثير استخدام التطبيقات المخصصة للفعاليات على مستوى تفاعل الجمهور.

- فهم أثر التكامل مع وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز تفاعل الجمهور العام خلال الفعالية.
- تحديد دور الألعاب التفاعلية وتقنيات التلعيب في زيادة التفاعل ومشاركة الجمهور أثناء الحدث.
- دراسة تأثير تجارب الواقع المعزز والافتراضي في تعزيز انغماس الجمهور وتفاعلهم داخل الحدث.
- تقييم دور خدمات البث المباشر في تحسين تفاعل الجمهور عن بُعد خلال الفعاليات الترفيهية.

تساؤلات الدراسة

السؤال الرئيسي للدراسة: ما مدى تأثير استخدام التطبيقات الرقمية بأبعادها المختلفة على تعزيز التفاعل العام للجمهور خلال الأحداث الترفيهية؟

وتتفرع منه عدة أسئلة فرعية:

- ما هو تأثير التطبيقات المخصصة للفعاليات على مستوى تفاعل الجمهور؟
- كيف يسهم التكامل مع وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز تفاعل الجمهور العام خلال الفعالية؟
- إلى أي مدى تساهم الألعاب التفاعلية وتقنيات التلعيب في زيادة التفاعل ومشاركة الجمهور أثناء الحدث؟

– ما تأثير تجارب الواقع المعزز والافتراضي على انغماس الجمهور وتفاعلهم داخل الحدث؟

– كيف تؤثر خدمات البث المباشر على تفاعل الجمهور عن بُعد خلال الفعاليات الترفيهية؟

فروض الدراسة:

الفرضية الرئيسية: (H_0) لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) لاستخدام التطبيقات الرقمية بأبعادها المختلفة على التفاعل العام للجمهور خلال الأحداث الترفيهية..
وينبثق من هذه الفرضية الفرضيات الفرعية الآتية:

– الفرضية الفرعية الأولى (H_1): لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) لاستخدام التطبيقات المخصصة للفعاليات على التفاعل العام للحضور.

– الفرضية الفرعية الثانية (H_2): لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) للتكامل مع وسائل التواصل الاجتماعي على التفاعل العام للحضور.

– الفرضية الفرعية الثالثة (H_3): لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) للألعاب التفاعلية وتقنيات التلعيب في تعزيز التفاعل العام للحضور خلال الحدث.

– الفرضية الفرعية الرابعة (H_4): لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) لتجارب الواقع المعزز والافتراضي في زيادة التفاعل العام للحضور وانغماسهم في الحدث.

– الفرضية الفرعية الخامسة (H₅): لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) لخدمات البث المباشر على تعزيز التفاعل لدى الجمهور عن بُعد.

الدراسات السابقة:

دراسة. (Martins et al., 2023)

هدفت الدراسة إلى تقييم الأدبيات العلمية المتعلقة باستخدام التقنيات الرقمية المبتكرة لتعزيز تفاعل الجماهير أثناء مشاهدة مباريات كرة القدم، سواء في المنازل أو الملاعب، واعتمد الباحثون في هذه الدراسة على منهجية المراجعة المنهجية، و أظهرت نتائج المراجعة أن معظم الدراسات أجمعت على تأثير إيجابي للتقنيات التفاعلية؛ حيث أشارت ست دراسات إلى أن التطبيقات المحمولة والأنظمة التفاعلية قدمت للمشجعين تجارب مثيرة ومرضية، في حين أظهرت دراستان نتائج واعدة بشأن تحسين الصحة العامة للجماهير. واجهت إحدى الدراسات تحديات متعلقة باستخدام شبكة مؤقتة داخل الملاعب، مما قد يشير إلى بعض العقبات التقنية المحتملة.

وأوصت الدراسة بتطوير وتصميم أدوات تفاعلية تحتوي على ميزات محددة مثل المعلومات الشخصية للمشجعين، أنظمة التفاعل، معلومات حول اللاعبين، استراتيجيات الفرق، وخيارات التصويت التفاعلي، والتي قد تسهم في تعزيز حماس الجماهير وتفاعلهم مع المباراة.

دراسة (Kim et al., 2024).

هدفت الدراسة إلى استكشاف تأثير التكنولوجيا الرقمية على مشاركة الجمهور وانغماسهم في العروض الفنية، واعتمدت الدراسة على منهجية بحث نوعي تضمنت إجراء مقابلات متعمقة مع الجمهور لتحليل تجربتهم باستخدام تقنيات التحليل النوعي. وكشفت النتائج أن التكنولوجيا الرقمية توفر منصة للتعبير عن الذات فيما يتعلق بالصحة النفسية وتساهم في تحدي الوصمات الاجتماعية المرتبطة بها، مما يؤدي إلى تغييرات إيجابية في اتجاهات الأفراد وسلوكياتهم. وأشار المشاركون إلى أن منصات الواقع الافتراضي (الميتافيرس) والخدمات الرقمية عززت من انغماسهم في الأداء وشكلت توقعاتهم حول موضوع العرض، إلا أنهم لاحظوا أن الاستخدام غير المتسق للتكنولوجيا الرقمية قد يحد من مستوى الانغماس.

دراسة (Martins et al., 2020).

تناقش هذه الدراسة العناصر المؤثرة في تفاعل الجمهور عبر تطبيق لعبة مخصصة للهواتف المحمولة تم تطويرها لاستخدامها في الفعاليات الترفيهية، سواء كان الجمهور متواجداً في نفس المكان أو في مواقع مختلفة، وتناولت الدراسة تأثيرات تطبيق Bumbometer، وهو لعبة تفاعلية تعتمد على أجهزة استشعار الحركة وتستخدم مفاهيم من "استشعار الحشود عبر الأجهزة المحمولة" وتجربة المستخدم.

وتم تقييم تطبيق Bumbometer من خلال تجربتين تجريبيتين: الأولى أجريت في بيئة واقعية في إطار فعالية ثقافية، بينما تمت التجربة الثانية في بيئة محكمة تحاكي حدثاً واسع النطاق

في سياق التباعد الاجتماعي. أشارت النتائج إلى أن المشاركين شعروا بالانغماس والتفاعل أثناء استخدام اللعبة، واعتبروا اللعبة وسيلة إبداعية لتعزيز التفاعل في الفعاليات الترفيهية.

دراسة (Zhao, 2023).

تتناول هذه الدراسة تصميم وتطبيق أنظمة العرض الرقمي، مع التركيز على دمج تقنيات الوسائط المتعددة والواقع الافتراضي لإنشاء مساحات عرض تفاعلية وغامرة. تُعزز التكنولوجيا الرقمية من تنوع أساليب العرض، حيث تساعد في تجاوز الصيغة التقليدية للعرض الثابت، وتتيح خلق بيئات عرض واقعية ومحاكاة ثلاثية الأبعاد للمساحات والأجسام عبر تقنيات الكمبيوتر. يتم دمج عناصر الوسائط المتعددة مثل الرسومات، الصور، الأصوات، والفيديوهات لتقديم المعلومات في بيئة افتراضية محاكية، مما يوفر تجربة عرض تعليمية وترفيهية في نفس الوقت.

و تشير الدراسة إلى أن التصميم الرقمي للمعارض يقدم تجربة تفاعلية جديدة تجعل الجمهور يشعر بالواقعية فيما يتعلق بالأشياء والبيئة، مما يساهم في إنشاء مساحات عرض متعددة الوسائط وغنية بالتفاعل

دراسة (جبيل ولخضاري، 2023)

هدفت الدراسة إلى تحليل تطوير إمارة دبي كوجهة سياحة ومدى مساهمة تطبيقات الذكاء الاصطناعي في دعمه بالنظر لتوافرها العديد من المقومات السياحية، ما يخولها امتلاك وجهات سياحية ذكية، حيث تم إتباع المنهج الوصفي التحليلي بالاعتماد على معالجة استبانة مصممة لذلك، ببرنامج SPSS، لاختبار فرضيات الدراسة،

وخلصت هذه الورقة البحثية إلى أن الذكاء الاصطناعي بدبي يشهد تطوراً بعد تبنيه لتطبيقات الذكاء الاصطناعي بالقطاع السياحي، وهذا عائد الجودة الخدمات السياحية المقدمة، والذكاء لتطوير الخدمات السياحية بالبنى التحتية، ما أدى إلى اكتساب عروضها السياحية صفة الذكاء وزيادة الطلب عليها مقارنة مع الدول العربية المتذيلة لترتيب الدول المنافسة في السياحة العالمية.

دراسة (محمود وآخرون، 2023)

هدف الدراسة إلى رصد وتحليل وتقويم دور التطبيقات الرقمية داخل شركات المياه في تطوير خدمة العملاء واتجاهات الجمهور نحوها واعتمدت الباحثة على منهج المسح الإعلامي وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية وتكونت عينه الدراسة من (٤٠٠) مفردة من الجمهور العام المتفاعل مع خدمات شركة المياه ومن يستجيب لها عبر التطبيقات الرقمية وأوضحت الدراسة بعض المصطلحات وهي (خدمة العملاء - خدمة العملاء الرقمية - التقنيات الرقمية الحكومية - جودة الخدمة - التحول الرقمي).

من أهم نتائج الدراسة:- المبحوثين بصفه عامه يميلون إلى استخدام الموقع الإلكتروني وصفحه الفيسبوك لشركات المياه في مصر معاً لمتابعه الأخبار عن الشركة. اثبت أن معدل استخدام المبحوثين للتطبيقات الرقمية للشركات المياه في مصر في المرتبة الأولى الاستعمال بشكل شهري والمرتبة الثانية بشكل نصف شهري والمرتبة الثالثة بشكل أسبوعي والرابعة بشكل يومي

دراسة (عطيف وغاشم، 2023)

هدفت الدراسة إلى الكشف عن واقع استخدام تطبيقات الأجهزة الذكية في مادة التقنية الرقمية لدى طلبة المرحلة الثانوية في إدارة تعليم جازان، بالإضافة إلى التعرف على التحديات التي

تواجه هذا الاستخدام وتحديد الاحتياجات التعليمية اللازمة لتوظيف هذه التطبيقات بشكل فعال في تعلم مادة التقنية الرقمية، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المسحي، حيث شملت مجتمع الدراسة جميع طلاب وطالبات الصف الأول الثانوي بمنطقة جازان، والبالغ عددهم 16152 طالباً وطالبة. تكونت العينة من 419 طالباً وطالبة، وتم جمع البيانات باستخدام الاستبانة كأداة رئيسية.

أظهرت النتائج أن مستوى استخدام تطبيقات الأجهزة الذكية في الصف الأول الثانوي بإدارة تعليم جازان كان بدرجة "متوسطة"، وجاء مجال الاتصال والتواصل في المرتبة الأولى، وتلاه مجال التقويم، وأخيراً مجال التعلم والتعليم كما أظهرت الدراسة أن التحديات التي تواجه الطلاب في استخدام هذه التطبيقات جاءت بدرجة "عالية" وأوصت الدراسة بضرورة توفير الدعم اللازم لتطوير المهارات التقنية للطلاب والمعلمين، وتوفير التجهيزات المادية الملائمة، وتقديم برامج تدريبية لزيادة فعالية استخدام تطبيقات الأجهزة الذكية في تعلم مادة التقنية الرقمية.

دراسة (رشيد وحسن، 2021)

تناولت هذه الدراسة دور التطبيقات الرقمية المتقدمة في تحسين خدمات المرفق العمومي في الجزائر، أين اتخذت مؤسسة الجزائرية للمياه كنموذج ميداني للدراسة، حيث تم من خلالها تقييم المردود العام (العاملين، الإنتاج)، إذ اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي. اختيرت فيه شركة المياه لولاية الجلفة كنموذج ميداني تم فيه تجربة التطبيقات الرقمية ودورها في تسيير خدماتها بصفة آلية وكذا نموذج قيد التطبيق بولاية الوادي كمجالاً للبحث.

وتوصلت الدراسة إلى أن لنوع هذه التطبيقات الرقمية آثاراً إيجابية على القطاع العمومي من حيث زيادة الإنتاج والمبيعات وكفاءة العمال وترشيد النفقات والتقليل من الانقطاعات خلال

عمليات التوزيع من خلال التحكم في الأعطاب بصفة آلية وصيانتها في الوقت والزمن والمكان المناسبين.

دراسة. (Hasan et al., 2024)

تناقش هذه الدراسة تطبيقات الرؤية الحاسوبية في صناعة الإعلام والترفيه، والتي تسهم في إعادة تشكيل هذه الصناعة من خلال تمكين جيل جديد من التطبيقات، بما في ذلك توليد المحتوى، تعديل المحتوى، التوصيات المرئية، استرجاع المعلومات، الإعلانات، وغيرها. وتُعد صناعة الإعلام والترفيه من الصناعات الرئيسية التي تولد قيمة من خلال توفير المحتوى والتجارب التي تثري وتُشغل الجمهور في جميع أنحاء العالم، محققة إيرادات تصل إلى حوالي 2 تريليون دولار عالمياً. ومع سيطرة الوسائط المرئية على هذه الصناعة، تُعد التطورات في تقنيات الرؤية الحاسوبية من أهم التحولات التي ساهمت في تعزيز تطبيقات مثل البث، الألعاب، والرياضات.

تقدم الدراسة نظرة شاملة على بعض هذه التطبيقات، حيث تتناول حالات استخدام متنوعة وتقنيات حديثة في مجالات إنتاج المحتوى، الاعتدال في المحتوى، التوصيات المرئية، استرجاع المعلومات، وتحسين التجارب الإعلانية. كما تناقش التأثيرات الحديثة لهذه التطبيقات، وأحدث التقنيات، والاتجاهات المستقبلية المحتملة لتطورات الرؤية الحاسوبية في مجال الإعلام والترفيه.

دراسة. (Pandit, 2021)

تحلل الدراسة كيفية تأثير الأجهزة الذكية، مثل الهواتف المحمولة، وخدمات البث الترفيهي عبر الإنترنت (OTT)، وتطبيقات الفيديو عند الطلب على مشهد الترفيه الحديث. يُنظر إلى الترفيه الرقمي اليوم كقوة متعددة الجوانب تمتد إلى العديد من المجالات مثل التجارة

الإلكترونية، التسويق، الأكاديميا، وتكنولوجيا المعلومات، حيث أصبحت المنتجات متصلة ومترابطة، ما يؤدي إلى استحداث قنوات جديدة لتحقيق الربح والتفاعل.

يعتمد البحث على منهجية تتضمن المقابلات والاستبيانات مع عينة شملت مجموعة من المؤيدين، فرق صناعة المحتوى، متخصصين في التكنولوجيا، والجمهور المستهلك. أظهرت النتائج أن الترفيه الرقمي الحديث يعزز فرص الوصول للمواهب، ويخفض التكاليف بفضل التقنية، لكنه يبرز أيضاً تحديات تتطلب تنظيمًا ذاتيًا وتشريعاً لتجنب السلبيات المحتملة. توصي الدراسة بإنشاء نموذج عام يمكن أن يوجه الترفيه الرقمي ليصبح أداة للفرح والتطور المجتمعي، مع تحقيق التوازن بين التكنولوجيا ومتطلبات المجتمع

دراسة

المنطلقات النظرية للدراسة:

تستند هذه الدراسة إلى عدة منطلقات نظرية تتيح فهم وتحليل دور التطبيقات الرقمية في تعزيز التفاعل العام للجمهور خلال الفعاليات الترفيهية، مع تطبيق خاص على موسم الرياض. تتضمن هذه المنطلقات نظريات حول التفاعل الاجتماعي، والانغماس في التجربة، وتأثير التكنولوجيا على السلوك البشري، مما يساعد في بناء إطار علمي رصين.

1. نظرية التفاعل الاجتماعي (Social Interaction Theory)

تقوم نظرية التفاعل الاجتماعي على فكرة أن التواصل بين الأفراد يلعب دوراً أساسياً في بناء علاقات وروابط اجتماعية، سواء كان هذا التواصل مباشراً أو رقمياً. وفي سياق هذه الدراسة، تتيح التطبيقات الرقمية للحضور التفاعل مع بعضهم البعض ومع محتوى الفعالية بشكل فوري،

سواء عبر وسائل التواصل الاجتماعي، أو الألعاب التفاعلية، أو حتى عبر الدردشة داخل التطبيقات المخصصة. يساعد هذا الإطار النظري في تحليل تأثير هذه التطبيقات على تعزيز الشعور بالانتماء لدى الجمهور وزيادة التفاعل بينهم وبين الفعالية.

2. نظرية الاستخدامات والإشباع (Uses and Gratifications Theory)

تفترض هذه النظرية أن الأفراد يستخدمون وسائل الإعلام والتكنولوجيا الرقمية لتحقيق احتياجات معينة وإشباع رغباتهم. في سياق الدراسة، يبحث الجمهور عن تجربة ممتعة وتفاعلية خلال حضور فعاليات موسم الرياض، مما يجعل التطبيقات الرقمية وسيلة تلبي هذه الاحتياجات. توفر التطبيقات الرقمية للجمهور الفرصة للتفاعل مع الحدث، ومشاركة تجاربهم، والانخراط في ألعاب أو تحديات، مما يعزز من شعورهم بالرضا والإشباع. تساعد هذه النظرية في تحليل كيفية استخدام الجمهور للتطبيقات الرقمية لتحقيق أهدافهم الشخصية ومدى إشباعها لتطلعاتهم.

3. نظرية الانغماس (Immersion Theory)

تصف نظرية الانغماس كيف أن الأفراد يمكن أن يصبحوا مستغرقين تماماً في تجربة معينة، بحيث ينسون العالم الخارجي وينغمسون في ما يتفاعلون معه. تعد هذه النظرية مهمة لفهم تأثير تقنيات الواقع الافتراضي والمعزز في التطبيقات الرقمية على تفاعل الجمهور خلال الفعاليات الترفيهية. حيث تساعد هذه التقنيات في إحداث تجربة غامرة تجعل الجمهور يشعر بأنه جزء من الحدث، مما يزيد من مستويات التفاعل والانخراط. يتيح هذا الإطار النظري فهم تأثير الأبعاد المختلفة للتطبيقات الرقمية على إحساس الجمهور بالانغماس في تجربة موسم الرياض.

- **التطبيقات الرقمية:** هي البرمجيات والتطبيقات المستخدمة عبر الأجهزة الرقمية، مثل الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية، التي تقدم ميزات تفاعلية للجمهور، مثل التواصل، الألعاب، الواقع المعزز، والبث المباشر، بهدف تحسين تجربة المستخدم وزيادة تفاعله مع الحدث.
- **التفاعل العام:** يشير إلى مستوى استجابة وانخراط الجمهور أثناء حضورهم للأحداث الترفيهية، ويشمل المشاركة في الأنشطة، التفاعل مع المحتوى، والاستجابة العاطفية، مما يعكس تفاعلهم الكلي مع الفعالية.
- **التطبيقات المخصصة للفعاليات:** هي تطبيقات صُممت خصيصاً لدعم تنظيم وإدارة فعاليات معينة، مثل موسم الرياض، وتتضمن ميزات مثل جداول الفعاليات، الخرائط التفاعلية، الاستطلاعات، الدردشة، وجلسات الأسئلة والأجوبة، مما يساهم في تسهيل تجربة الحضور وزيادة تفاعلهم مع الأنشطة المختلفة.
- **التكامل مع وسائل التواصل الاجتماعي:** يشير إلى دمج ميزات التطبيقات الرقمية مع منصات التواصل الاجتماعي، بحيث يمكن للجمهور مشاركة تجاربهم والتفاعل مع الحدث عبر نشر الصور، الفيديوهات، والتعليقات، مما يساهم في خلق جو من المشاركة الاجتماعية والتفاعل.
- **الألعاب التفاعلية وتقنيات التلعيب:** هي ميزات مدمجة في التطبيقات الرقمية تتيح للحضور الانخراط في ألعاب وتحديات ترفيهية تشمل عناصر مثل النقاط، المكافآت، وقوائم المتصدرين، مما يحفزهم على المشاركة ويساهم في تعزيز تفاعلهم مع الحدث.
- **الواقع المعزز والواقع الافتراضي:** يشمل تقنيات تتيح للجمهور الانغماس في تجارب بصرية وسمعية غامرة باستخدام محتوى رقمي يُضاف إلى البيئة الحقيقية (الواقع المعزز) أو يُنشئ بيئة رقمية كاملة (الواقع الافتراضي)، مما يجعل تجربة الحدث أكثر تفاعلية وانغماساً.

- خدمات البث المباشر: هي تقنيات تتيح نقل الفعالية بشكل مباشر عبر الإنترنت، مما يتيح للجمهور المشاركة عن بُعد والتفاعل مع الحدث من خلال التعليقات، التفاعلات الفورية، وأحياناً اللقاءات الافتراضية، مما يوسع نطاق الجمهور ويزيد من شمولية الفعالية.

المنهجية وطرق البحث:

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، والذي يُعتبر مناسباً لفهم تأثير التطبيقات الرقمية على تفاعل الجمهور خلال الفعاليات الترفيهية، مثل موسم الرياض. يساعد المنهج الوصفي التحليلي في جمع وتحليل البيانات بهدف تقديم وصف شامل للعلاقة بين التطبيقات الرقمية والتفاعل العام، وتحليل مدى تأثير الأبعاد المختلفة للتطبيقات الرقمية (مثل الألعاب التفاعلية، الواقع المعزز، البث المباشر) على مستوى التفاعل لدى الحضور.

مصادر البيانات :

اعتمدت الدراسة على المصادر التالية في جمع البيانات والمعلومات:

- المصادر الثانوية: قام الباحث بالرجوع إلى الكتب والمراجع العربية والأجنبية ذات العلاقة، والدوريات والأدبيات والتقارير والأبحاث والدراسات السابقة التي تتناول موضوع الدراسة والبحث في مواقع الإنترنت المختلفة لتقديم الإطار النظري المتعلق بهذه الدراسة.

- المصادر الأولية: قام الباحث بإعداد استبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات مباشرة من أفراد العينة.

أدوات الدراسة:

يعد الاستبيان الأداة الأساسية لجمع البيانات في هذه الدراسة. سيتم تصميم استبيان يتضمن أسئلة مغلقة ومفتوحة لقياس مدى استخدام الجمهور للتطبيقات الرقمية خلال فعاليات موسم الرياض، ومستوى تفاعلهم العام معها.

سيتم تنظيم الاستبيان إلى عدة محاور تغطي أبعاد التطبيقات الرقمية المستخدمة (التطبيقات المخصصة، التكامل مع وسائل التواصل الاجتماعي، الألعاب التفاعلية، الواقع المعزز والافتراضي، البث المباشر).

الأساليب الإحصائية المستخدمة:

لاختبار أسئلة وفرضيات الدراسة والإجابة عنها قام الباحث باستخدام التقنيات الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS - Statistical Package for Social Sciences كما يلي:

- أولاً: أساليب الإحصاء الوصفي Descriptive Statistic Measures: والتي تم استخدامها لوصف الخصائص الديمغرافية والوظيفية للعاملين عينة الدراسة، وتشمل:

- التكرارات: لوصف الخصائص الشخصية والوظيفية للعاملين عينة الدراسة.
- النسب المئوية: تم استخدامها لمعرفة التوزيعات التكرارية للعاملين عينة الدراسة.
- المتوسط الحسابي: استخدم لمعرفة متوسط إجابات العاملين عينة الدراسة عن فقرات الأبعاد.
- الانحراف المعياري: استخدم لمعرفة تشتت إجابات العاملين عينة الدراسة عن المتوسط الحسابي.

ثانياً: الإحصاء التحليلي:

- معامل الثبات كرو نباخ الفا: للتعرف على مدى الاتساق الداخلي لفقرات ابعاد متغيرات الدراسة.
- الانحدار المتعدد: لاختبار اثر المتغير المستقل في المتغير التابع.
- ارتباط بيرسون: للتحقق من عدم وجود ارتباط ذاتي عالي بين ابعاد المتغير المستقل.
- Kolmogorov-Smnov للتعرف على تحقق ظاهرة التوزيع الطبيعي لبيانات الدراسة.
- تحليل الانحدار الهرمي: لاختبار دور المتغير المعدل في تحسين أثر المتغير المستقل في المتغير التابع.

حدود الدراسة :

- **حدود موضوعية:** ستركز هذه الدراسة على دور التطبيقات الرقمية في تعزيز التفاعل العام للجمهور خلال الأحداث الترفيهية، مع تطبيق خاص على موسم الرياض .وتقتصر الدراسة على أبعاد محددة للتطبيقات الرقمية، مثل التطبيقات المخصصة للفعاليات، التكامل مع وسائل التواصل الاجتماعي، الألعاب التفاعلية، الواقع المعزز والافتراضي، وخدمات البث المباشر.
- **حدود مكانية:** تقتصر الدراسة على فعاليات موسم الرياض في المملكة العربية السعودية
- **حدود زمانية:** تُجرى هذه الدراسة خلال فترة تنظيم فعاليات موسم الرياض لعام محدد (مثل موسم 2024).
- **حدود بشرية:** تقتصر الدراسة على عينة من الجمهور الذين حضروا فعاليات موسم الرياض أو شاركوا فيها عبر التطبيقات الرقمية. هذه العينة قد تشمل فئات عمرية وثقافية متنوعة.

– جبيل، سمير، و لخضاري، نسيم. (2023). الوجهات السياحية الذكية واعتماد تطبيقات

الذكاء الاصطناعي: دراسة حالة دبي. مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات، مج12، ع1

، 342. 363 - مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1401931>

– رشيد، سعدالله، و حسين، قانة. (2021). دور التطبيقات الرقمية في تحسين خدمات مرفق

الجزائرية للمياه: دراسة لنموذج ميداني بولاية الجلفة ونموذج مقترح لولاية واد سوف. مجلة

البحوث الإدارية والاقتصادية، مج5، ع2 ، 73. 87 - مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/1323561>

– عطيف، مريم يحيى محمد، و غاشم، إبراهيم أحمد إبراهيم. (2023). استخدام تطبيقات

الأجهزة الذكية في مادة التقنية الرقمية لدى طلبة المرحلة الثانوية بإدارة تعليم جازان (رسالة

ماجستير غير منشورة). (جامعة جازان، جازان). مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/1385597>

– محمود، ريم نبيل حمزة، محمد، السيد السعيد عبدالوهاب، و جمعة، هدى إبراهيم الدسوقي.

(2023). استخدام التطبيقات الرقمية في أنشطة خدمة العملاء بشركات المياه في مصر:

دراسة تطبيقية. المجلة العلمية بكلية الآداب، ع51 ، 100. 125 - مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/1427897>

- Kim, J., Lee, S., & Park, H. (2024). Digital technology enhances audience participation and immersion in performing arts, changing social perceptions of mental health. *Advances in Digital Culture Studies*, 2024, 1-15.

- Ko, E., & Chen, J. (2020). The impact of live streaming on audience engagement and participation in events. *Journal of Digital Media Studies*, 9(4), 321-335.
- Lachman, R., & Co-author. (2021). Applications of Artificial Intelligence in Media and Entertainment. *Journal of Media and AI Studies*, pp. 201-220.
- Lumsden, J. (2018). The effects of gamification on user engagement in digital media. *Journal of Interactive Media in Education*, 1(1), 45-58.
- Madan, P., & Lohani, G. (2024). Exploring gamification as a tool for enhancing audience engagement in entertainment. *Journal of Media Psychology*, 36(1), 1-10.
- Martins, F., et al. (2020). Enhanced interaction: audience engagement in entertainment events through the Bumbometer app. *Advances in Human-computer Interaction*, 2020, 1-13.
- Martins, F., et al. (2023). Enhanced interaction: audience engagement in entertainment events through the Bumbometer app. *Advances in Human-computer Interaction*, 2023, 1-13.
- Martins, G. de F., et al. (2020). Enhanced interaction: audience engagement in entertainment events through the Bumbometer app.
- Onderdijk, M., et al. (2020). The future of virtual reality in entertainment: Engaging audiences through immersive experiences. *Journal of Virtual Reality and Broadcasting*, 17(2), 20-35.
- Ren, H. (2021). The Application Status and Development Trend of Digital Art Sensory Interaction. *Journal of Digital Art Technology*, 9(4), 1-13.
- Rivas, A., et al. (2013). Mobile phones as tracking devices: Enhancing user experience in interactive environments. *Journal of Interactive Technology and Smart Education*, 10(2), 135-149.

- Steiert, B. (2011). Social applications and user engagement: Creating interactive environments. *International Journal of Technology and Human Interaction*, 7(3), 25-40.
- Wongkitrungrueng, A., & Assarut, N. (2020). The rise of live streaming: Implications for social media marketing. *Journal of Marketing Communications*, 26(5), 500-513.
- Zhao, W. (2023). Discussion on the Design and Application of Digital Display System. *Journal of Virtual Exhibition Technology*, 10(1), 1-15.

Mid–Ocean University

College of Management

Digital Media Specialization



**The Role of Digital Applications in Enhancing Interaction During
Entertainment Events: A Case Study**

:Preparation

Supervision:

1446–2024