



Journal of University Studies for inclusive Research (USRIJ)
مجلة الدراسات الجامعية للبحوث الشاملة

ISSN: 2707-7675

Journal of University Studies for Inclusive Research

Vol.1, Issue 20 (2023), 10687- 10687

USRIJ Pvt. Ltd.

دوافع التعرض لمنصات بث الألعاب الإلكترونية، تويتش أنموذجا

دراسة مسحية على عينة من متابعي اللاعبين السعوديين مايو 2023 - يوليو 2023

إعداد:

شيماء السناني

Shima Alsnani

طالبة ماجستير تخصص الصحافة التلفزيونية/ قسم الإعلام والاتصال

كلية العلوم الإنسانية بجامعة الملك خالد- المملكة العربية السعودية

Shima.alsnani@outlook.com



الملخص:

تكمن مشكلة الدراسة في محاولة رصد الدوافع النفسية والاجتماعية والمعرفية للتعرض لمنصات بث الألعاب الإلكترونية، وذلك بأخذ منصة تويتش Twitch نموذجًا لهذه المنصات في إطار نظرية الاستخدامات والاشباع، والتي تهتم بالتعرف على دوافع استخدام الجمهور لوسيلة إعلامية معينة، وتم جمع البيانات من عينة من متابعي هذه المنصة حيث شملت 230 مفردة، وأوضحت نتائج الدراسة أن معظم أفراد العينة هم من الذكور الذين تتراوح أعمارهم ما بين 18 حتى 25 عامًا، كما أوضحت أن الدوافع النفسية كان لها النصيب الأكبر من حيث الدافع للتعرض لمنصة تويتش Twitch ويليهما الدوافع الاجتماعية وأخيرًا الدوافع المعرفية. **الكلمات المفتاحية:** البث المباشر، الألعاب الإلكترونية، تويتش، نظرية الاستخدامات والاشباع.

Abstract:

The problem of the study lies in an attempt to monitor the psychological, social and cognitive motives for exposure to electronic game broadcasting platforms, by taking the Twitch platform as a model for these platforms within the framework of the theory of uses and gratifications, which is concerned with identifying the motives of the public's use of a particular media medium, and data was collected from a sample of followers of this platform It included 230 individuals, The results of the study showed that most of the respondents were males, between the ages of 18 to 25 years. It also showed that psychological motives had the largest share in terms of the motive for exposure to the Twitch platform, followed by social motives, and finally cognitive motives.

Keywords: live broadcasting, electronic games, twitch, uses and gratifications theory.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

مقدمة

شهد العقد الأخير من القرن العشرين ثورة في مفاهيم الإعلام التقليدي نتيجة ظهور الإنترنت الذي لاقى إقبالاً كبيراً وانتشاراً واسعاً، وبدأ معه التحول الرقمي في جميع مجالات الحياة، وأدى تسارع هذا التطور التكنولوجي إلى خلق منافذ جديدة للتواصل كان من أبرزها ظهور مواقع التواصل الاجتماعي لتقوم هي الأخرى بإتاحة خدمات توفر وصولاً سهلاً وسريعاً للمستخدم، ومن أحدث الخدمات وأكثرها فاعلية وإقبالاً من قبل المستخدمين هي خدمة البث المباشر؛ وذلك لأن هذه الخدمة تُعد من أبرز الأدوات تحقيقاً للتفاعل التي هي ميزة وسائل التواصل الاجتماعي بشكلٍ عام.

وقد اطلقت مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة خاصية البث المباشر مثل You tube life و Facebook life و Facebook Gaming لبث الألعاب الإلكترونية من خلاله وليتمكن المستخدم من نشر وتوثيق ومشاركة الفيديوهات والصور بشكل مباشر، وما يميز هذه الخدمة عن باقي الأدوات التي توفرها مواقع التواصل الاجتماعي هي الفورية والمصادقية والتفاعلية والتلقائية، كما ظهرت منصات متخصصة في تقديم خدمة البث المباشر، كان من أبرزها منصة تويتش Twitch والتي مكنت المستخدم من أن يصبح مقدم خدمة تلفزيونية من خلال بث أنشطته للجمهور والتفاعل معه بشكل تزامني، وتُعد المنصة الأكثر شهرة في تقديم خدمات البث المباشر وخاصة بث الألعاب الإلكترونية، وكان الإقبال عليها أكبر في السنوات الأخيرة أثناء أزمة كورونا Covid 19 التي ألزمت الناس بالبقاء في منازلهم كإجراء وقائي.

وبدأ بث البطولات الإلكترونية مع نمو مجتمع الرياضات الإلكترونية، وحسب موقع الاتحاد السعودي للألعاب الإلكترونية (<https://saudiesports.sa/ar/about>) فقد أُسس حساباً خاصاً للاتحاد على Twitch لبث

البطولات عبر المنصة، كما انضم الاتحاد العديد من البطولات الوطنية والدولية من ضمنها لاعبون بلا حدود، وبطولة كأس جماهير أندية الأمير محمد بن سلمان الإلكتروني التي كان لها دور في جذب استثمارات عالمية للمملكة.

أولاً: مشكلة الدراسة: يُعد مفهوم البث المباشر للألعاب الإلكترونية مفهومًا جديدًا نسبيًا في مجال وسائل الإعلام بحيث يتشارك فيها منشئ المحتوى مع المشاهد بشكل تزامني وتفاعلي، وأدى تزايد الإقبال على منصات البث المباشر إلى ظهور موضوعات بحثية منها ما يتعلق في الجوانب الفنية والبعض الآخر ركز على دوافع التعرض لمحتوى هذه المنصات، وكانت أغلب هذه الجهود هي جهود أجنبية ولم تحظ بنفس الاهتمام في الدراسات العربية، وكانت الحاجة لسد هذه الثغرة البحثية في المجتمعات العربية والسعودية على وجه الخصوص؛ لذا فقد تحددت مشكلة الدراسة في التعرف على دوافع التعرض لمنصة Twitch من خلال معرفة أنماط الشباب السعودي في استخدام هذه المنصة، ودوافع هذا التعرض وذلك باستطلاع آراء متابعي اللاعبين السعوديين في مواقع التواصل الاجتماعي.

ثانيًا: أهمية الدراسة: تكمن أهمية الدراسة في الآتي:

- 1- تعنى بدراسة شكل جديد من أشكال وسائل التواصل الاجتماعي المعتمد على تقديم محتوى الألعاب الإلكترونية وأنماط استخدام هذه المنصات لدى الشباب السعودي.
- 2- تأتي أهمية هذه الدراسة من قلة الجهود البحثية في الوطن العربي التي تحدثت عن منصات البث المباشر للألعاب الإلكترونية.
- 3- يمكن أن تسهم هذه الدراسة في تسليط الضوء على محتوى منصات البث المباشر.

ثالثاً: أهداف الدراسة: تسعى الدراسة لتحقيق هدف عام يتمثل في التعرف على دوافع التعرض لمنصات بث الألعاب الإلكترونية، ويتفرع من هذا الهدف عدة أهداف فرعية، يمكن عرضها كالآتي:

- 1- تحديد أنماط تعرض الشباب السعودي لمنصة تويتش Twitch.
- 2- تحديد أبرز العوامل التي تدفع الشباب السعودي للتعرض لمنصة تويتش Twitch لبث الألعاب الإلكترونية.
- 3- معرفة دوافع مشاهدة البث المباشر للألعاب الإلكترونية عند الشباب السعودي.
- 4- الكشف عن نوع التفاعل بين المشاهد والقائم على البث المباشر.

رابعاً: تساؤلات الدراسة: تحاول الدراسة الإجابة عن عدة تساؤلات حول دوافع التعرض لمنصات بث الألعاب الإلكترونية، وتنحصر هذه التساؤلات في الآتي:

- 1- ما هي أنماط التعرض لمنصة تويتش Twitch عند الشباب السعودي؟
- 2- ما أبرز العوامل التي تدفع الشباب السعودي للتعرض لمنصة تويتش Twitch لبث الألعاب الإلكترونية؟
- 3- ما هي الدوافع من مشاهدة البث المباشر للألعاب الإلكترونية عند الشباب السعودي؟
- 4- ما نوع التفاعل بين المشاهد والقائم على البث المباشر؟

خامساً: مصطلحات الدراسة

1. دوافع التعرض: هو مصطلح مستمد من أدبيات نظرية (الاستخدامات والاشباعات)، وتعني دوافع الاستخدام لوسيلة إعلامية معينة، للتعرف على أسباب استخدام الجمهور لوسيلة دون غيرها، حسب تصنيف تلك الدوافع أكانت نفعية تتعلق بالحصول على المعلومات أو طقوسية ترتبط بالتسلية والترفيه.

2. منصات البث المباشر: وهي عملية تكنولوجية يتم من خلالها تسليم وارسال الوسائط المتعددة للمستخدم

بشكل متدفق ومستمر من خلال شبكة الانترنت مما يسمح للمستخدم بمشاهدة المحتوى الذي يتم بثه

دون الحاجة لتنزيل تلك الوسائط قبل استخدامها ومشاهدتها (Burroughs, 2015, P1) وتعرف

إجرائياً في هذه الدراسة بأنها تطبيقات الويب المثبتة على أجهزة الكمبيوتر أو أجهزة الهواتف الذكية

والتي تمكن من بث مقاطع الفيديو من خلال تقديم خدمات البث المباشر بهدف عرض محتوى الألعاب

الإلكترونية ومشاركته مع المشاهد بشكل تزامني والتفاعل معه.

3. الألعاب الإلكترونية: الألعاب جمع لعبة، وتأتي من مصدر لَعَبَ، يَلْعَبُ، لعبًا فهو لاعب، ولعبة

إلكترونية هي لعبة تتم بواسطة صور متحركة وتظهر على شاشة عرض (عمر، 2008، ص 2015)،

وفي الاصطلاح فهي نشاط ينخرط فيه اللاعبون في نزاع مفتعل، محكوم بقواعد معينة بشكل يؤدي

للقياس الكمي في حال توافرها على هيئة رقمية، ويتم تشغيلها على الحاسوب أو الهواتف الذكية

(الزيودي، 2015، ص 21)، ويمكن أن نعرفها إجرائياً على أنها شكل من أشكال الألعاب والتي تقدمها

الشركات التقنية المتخصصة وتستخدم الإلكترونيات لخلق نظام تفاعلي يمكن اللاعب من اللعب.

4. تويتش: هو مصطلح انجليزي مشتق من *twitch gaming*، والذي يشير إلى ألعاب الحركة السريعة

التي تختبر ردود الفعل، مثل ألعاب إطلاق النار من منظور الشخص الأول، ولا يوجد لها مرادف في

القواميس العربية، وهي منصة رقمية مختصة للبث المباشر مملوكة لشركة Twitch Interactive

التابعة لشركة Amazon، وتم تقديم الموقع في يونيو 2011 كفرع من منصة البث ذات الاهتمام

العام Justin.tv قبل بيعها لأمازون، ويركز الموقع بشكل أساسي على البث المباشر للألعاب

الإلكترونية، بما في ذلك بث بطولات الرياضات الإلكترونية eSport، بالإضافة إلى خدمة بث

الموسيقى والمحتوى الإبداعي، وازدادت المنصة مؤخرًا خدمة بث IRL لبث الحياة اليومية في الحياة الواقعية.

الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة

المبحث الأول: النظرية المستخدمة: نظرية الاستخدامات والاشباع

تستمد هذه الدراسة في تفسير نتائجها على نظرية الاستخدامات والاشباع؛ نظرًا لأن مدخل هذه النظرية يُعد من أهم المداخل للدراسات في مجال الإعلام، فهو يركز في دراسته على جمهور وسائل الإعلام من خلال التعرف على دوافع تعرضه لوسيلة إعلامية معينة والاشباع النفسية والاجتماعية المتحققة من هذا التعرض، وتأسست النظرية على يد إيليهو كاتز Elihu Katz في سبعينيات القرن العشرين، وأهتمت بدراسة دوافع تعرض الأفراد لوسائل الإعلام وطبيعة الاحتياجات التي يسعون لإشباعها، باعتبار أنهم من يختار المضمون الذي يلبي حاجاتهم النفسية والاجتماعية (آل سعود، 2014، ص 208)، وجاءت النظرية كردة فعل على نظريات التأثير القوي لوسائل الإعلام التي تفترض أن الجمهور هو جمهور سلبي في تعرضه لهذه الوسائل، فهي من النظريات التي تدرس التأثيرات المعتدلة لوسائل الإعلام وتفترض بأن جمهور وسائل الإعلام هو جمهور إيجابي في العملية الاتصالية، وتسعى كذلك للكشف عن أنماط التعرض لوسائل الإعلام ودوافع هذا التعرض عند الجمهور، وتركز النظرية على دراسة الجمهور الذي يتعرض لوسيلة إعلامية بدوافع محددة، والاشباع المتحققة من ذلك التعرض المتعمد؛ وذلك بسبب تعرضه لوسيلة أو مضمون إعلامي بشكل متعمد يحقق من خلالها حاجات محددة، فحسب نظرية الاستخدامات والاشباع فالجمهور مدفوع بمؤثرات نفسية واجتماعية لاستخدام وسيلة إعلامية معينة.

تقوم نظرية الاستخدامات والاشباع على عدة فروض منها أن الجمهور نشط في العملية الاتصالية، فاستخدامه لوسائل الإعلام هو استخدام موجه، كما تفترض أن الجمهور هو من يختار الوسيلة الإعلامية التي تلبي احتياجاته حسب اختلاف حاجاتهم، وحسب نظرية الاستخدامات والاشباع فإن العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور تتأثر بعوامل بيئية عديدة، فوسائل الإعلام تنافس المصادر الأخرى التي تحقق اشباع الفرد مثل الاتصال الفردي والمؤسسات الأكاديمية وغيرها (الحاج، 2020، ص 94).

ويرى سوانسون Swanson امكانية ربط محتوى الرسالة بالاشباع المتحققة، فالبرامج التلفزيونية مثل الأخبار والوثائقيات تلبي حاجة الحصول على المعلومات، والبرامج الترفيهية والمسلسلات تلبي اشباع الهروب من المشاكل وخفض التوتر والاسترخاء (الحاج، 2020، ص 102)، فوجود عوامل نفسية واجتماعية توجد احتياجات عند الجمهور وتجعله يبني توقعات عن قدرة الوسيلة الإعلامية على إشباعها، مما يدفعه للتعرض إلى وسائل الإعلام على اختلاف مضامينها وربما ينتج عن هذا التعرض إشباع حاجات أخرى غير متوقعة، ويقسم الباحثون دوافع الاستخدام إلى:

- **دوافع نفعية:** وتعني أن الجمهور هو من يختار وسيلة أو مضمون معين لإشباع حاجات محددة، مثل التعرف على الذات، ومراقبة البيئة.

- **دوافع طقوسية:** وترتبط بعادات الفرد عند تعرضه للوسيلة الإعلامية وكيفية تفاعله معها، بهدف تمضية الوقت والاسترخاء والهروب من الواقع (آل سعود، 2014، ص 210).

المبحث الثاني: الدراسات السابقة

أطلعت الباحثة على عدد من الدراسات التي عُنيت بدراسة محتوى منصات البث المباشر وبخاصة المحتوى المتضمن على الألعاب الإلكترونية، وفيما يلي عرض لهذه الدراسات مرتبة وفقاً للتسلسل التاريخي من الأحدث للأقدم كما يلي:

- جاءت دراسة فرانسيسكو خوسيه وآخرون تحت عنوان: " Analysis of the coexistence of gaming and viewing activities in Twitch users and their relationship with pathological gaming: a multilayer perceptron approach " (Javier & others 2020)، والتي هدفت إلى قياس الأثر الذي يحدثه التعرض للألعاب الإلكترونية مشاهدةً ولعباً، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي على عينة مكونة من 970 مفردة، وخلصت الدراسة إلى أن المتغيرات المؤثرة على الحالات المرضية هو الدافع للشعور بالانتماء لمنصة معينة، كما اظهرت أن من الاستخدامات الإيجابية المتعلقة بالألعاب مستوى إدراك اللعب وتكوين صداقات وإمكانية تحويل هذه الهواية الى مهنة.
- قام أحمد السامرائي بإجراء دراسة بعنوان "الاشباكات المتحققة للشباب الجامعي من ألعاب الأونلاين عبر موقع اليوتيوب" (السامرائي, 2020) والتي هدفت للتعرف على أنماط وعادات التعرض لمحتوى الألعاب عبر يوتيوب، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي من خلال مسح عينة من طلبة جامعتي الأردنية والشرق الأوسط بلغ عددها 221 مفردة، وتوصلت الدراسة أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية في استجابات الطلبة فيما يتعلق بالحاجات المعرفية والعاطفية وحاجات التكامل الشخصي والاجتماعي تبعاً للمتغير الديموغرافي لصالح الذكور، وكذلك وجدت فروقاً ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق باشباكات المحتوى واشباكات العملية أيضاً تبعاً للمتغير الديموغرافي لصالح الذكور.

- كما جاءت دراسة: " Motivations for the Use of Video Game Streaming Platforms: The Effect of Sex, Age and Self-Perception of Level as a Player (Luis & others 2020)، والتي تهدف إلى تحليل ارتباط المتغيرات الثلاثة الأساسية (العمر والجنس والادراك الذاتي) باستخدام منصات البث المباشر لألعاب الفيديو، وقياس التأثيرات المتوسطة التي قد تؤثر بالمستخدم حسب هذه المتغيرات، ولتحقيق ذلك استخدم الباحثون المنهج المسحي على عينة من الاسبان المستخدمين لمنصات البث المباشر لألعاب الفيديو بلغ عددهم 1050 مفردة، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن المؤثرات الثلاثة مرتبطة بشكل إيجابي على استخدام المنصة، على الرغم من وجود اختلاف بينها وبين الدوافع الإعلامية التي تفوق الترفيه والدوافع الاجتماعية، ولم يتم العثور على التأثيرات المتوسطة في نتائج النموذج حسب متغير الجنس والعمر، وتم اكتشاف ان الدوافع المعلوماتية تخضع للإدراك الذاتي للمستوى كلاعب.
- وأخيرًا دراسة تحت عنوان: " You Watch, You Give, and You Engage: A Study of Live Streaming Practices in China (Lu) & others 2020) والتي هدفت إلى معرفة دوافع التعرض لمنصات البث المباشر في الصين ونوع التفاعل الذي يحدث بين المشاهد والقائم على البث والفرق بينها وبين الموجودة بأمريكا الشمالية، وتم جمع البيانات بأساليب متعددة، حيث شمل البحث استطلاع عبر الانترنت ل 527 مشاهد لهذه المنصات، و14 مقابلة مع مستخدمين عاديين في الصين، وكشفت النتائج بأن المستخدمين في الصين يهتمون وينخرطون في بث المحتوى الذي يعرض التجارب الشخصية للغرباء أكثر من تجارب اصدقائهم او الاحداث الواقعية، ومقارنة بنتائج استخدام منصات البث المباشر في أمريكا الشمالية، ووجدت الدراسة أيضا أن الأنظمة القائمة على المكافآت ومجموعات المعجبين والدردشة الجماعية توفر المزيد من التفاعل بين المشاهدين والقائمين على البث المباشر.

التعليق على الدراسات السابقة:

أثرت الأدبيات السابقة موضوع الدراسة، وساعدت الباحثة في صياغة مشكلة الدراسة وتساؤلاتها وتحديد أهدافها، كما أسهمت الأدبيات السابقة في الاطلاع على المراجع والاستفادة منها، واختلفت الدراسات في تناولها لمنصات بث الألعاب الإلكترونية، أما هذه الدراسة تفرق في كونها تسعى إلى معرفة الدوافع وراء التعرض لبث الألعاب الإلكترونية عبر منصة تويتش Twitch المتخصصة لهذا النوع من المحتوى، كذلك تختلف هذه الدراسة عن الدراسات السابقة في العينة المختارة والتي تُجرى عليها الدراسة وهم الشباب السعودي.

المبحث الثالث: المراجعة العلمية لموضوع الدراسة: مفهوم منصات البث المباشر:

يشير مصطلح البث المباشر عبر الإنترنت (OTT) إلى أي نوع من محتوى وسائط البث الإعلامية والتي يتم تقديمه عبر الإنترنت باستخدام تقنية الوسائط المتدفقة لتوزيع مصدر محتوى واحد على العديد من المتلقين من مستمع أو مشاهد، وتتيح للمستخدم إمكانية الوصول إلى المحتوى وعرضه بشكل تزامني دون اللجوء إلى الأقمار الصناعية أو موفر خدمات الكابل، والبث المباشر باعتباره ابتكاراً تقنياً حديثاً يتكون من متصفحات وصفحات الويب والخوارزميات والتنسيقات وبرامج ضغط في شكل برامج ترميز، والتي بدورها تسهل عملية التدفق السلس للمحتوى القابل للتشغيل البيئي بين البرامج والأجهزة، وتتكون هذه الأجهزة من مجموعة من التقنيات المتطورة والمتصلة بالإنترنت أو أجهزة فك التشفير، مثل Roku , Chromecast , Amazon Fire TV Stick (Burroughs, 2015,P6), Slingbox، ويمكن للمستخدم عرض محتوى البث المباشر عبر الإنترنت (OTT) عبر مجموعة من الأجهزة، مثل الهواتف الذكية ومنصات تشغيل الألعاب وأجهزة الكمبيوتر والأجهزة اللوحية، وأجهزة التلفزيون الذكية (CTV) ، وتلفزيون الإنترنت يلعب دوراً رئيسياً في مجال الإعلام المرئي اليوم، وأصبح أكثر تفاعلية مع المشاهد عبر توفير إمكانية بث ومشاهدة المواد التلفزيونية عبر الإنترنت، وذلك

باستخدام بروتوكول الإنترنت IP عبر شبكات الكمبيوتر، دون الاستعانة بالأقمار الصناعية أو طرق البث التقليدية لإيصال المادة المرئية للمشاهد، ويمكن أن تتضمن تقنية البث المباشرة عبر الإنترنت تغطية لأحداث مختلفة مثل بث المباريات والحفلات الموسيقية أو التغطية الإخبارية وغيرها، كما تستخدم في مجالات شتى مثل التعليم الإلكتروني أو الاجتماعات عن بعد لكافة القطاعات، وهناك نوعين من البث عبر الإنترنت حسب مصدر الفيديو ووقت التسجيل وهما:

- الفيديو حسب الطلب: Video on Demand (VOD) وهو بث فيديو مسجل مسبقاً وتمت أرشفته.
 - البث المباشر: Live streaming وهو فيديو يتم تسجيله وقت البث ولم يخزن مسبقاً في الأرشيف.
- وتتيح منصات البث المباشر خدمات تابعة لخدمة البث مثل خدمة المراسلة الفورية (Chat) وخدمة الاشتراك (Subscribe) لمنع قطع المشاهدة بالإعلانات، كذلك توفر خاصية ارسال الهدايا (Donation) للتعبير عن الاستمتاع والتقدير للقائم على البث.

نشأة وتطور بث الألعاب الإلكترونية

جاءت المحاولات الأولى لمتابعة بث الألعاب الإلكترونية في بداية عام 2001م وكان من الصعب الوصول إليها من قبل المستخدمين بسبب نقص القدرات في البنية التحتية وتكاليف الخوادم والتكنولوجيا اللازمة، وجاءت التحسينات في التكنولوجيا مع تطوير الشركات بنية تحتية بعيدة عن طرق البث الكلاسيكية من خلال تلفزيون بروتوكول الإنترنت (IPTV) في عام 2003م، وقدمت من خلالها خدمات بث الفيديو، وأقامت محطة البث Giga في ألمانيا محتوى حول الرياضات الإلكترونية، كما عرضت شركة Direct TV المتخصصة في خدمات البث المباشر عبر الأقمار الصناعية دوري Champion Gaming في عام 2007م في الولايات المتحدة الأمريكية (Tobias, 2012, P8)، ومع تحسن تكنولوجيا النطاق العريض أصبحت الأجهزة القادرة على

معالجة تدفقات مستمرة من البيانات حيث أصبحت متاحة على نطاق واسع، وحدثت قفزة تقنية عملاقة أخرى في عام 2009م عندما أتيح بث الألعاب الإلكترونية للجميع من خلال منصات مثل Twitch.tv و 3d و غيرها، فشهدت نهائيات Global StarCraft League في مؤتمر ألعاب Blizzard Entertainments عام 2011م أكثر من 25 ألف مشاهد من موقع البطولة، وأكثر من 300 ألف عبر الإنترنت، كما جذبت Gaming Major League أكثر من 11 مليون مشاهد عبر الإنترنت في بطولة Pro Circuit لعام 2012م التي أقيمت على مدار أربعة عطلات نهاية الاسبوع خلال العام، وكانت البطولات هي القوة الدافعة وراء IPTV في الرياضات الإلكترونية، بالإضافة إلى سماح هذه المنصات بالوصول السريع لها وبتكلفة محدودة، وأدى ظهور تقنية تلفزيون بروتوكول الإنترنت IPTV إلى نمو مجتمع ويب جديد يتم إنشاؤه بواسطة المستخدم تمنح له الفرصة للتفاعل مع الآخرين داخل مجتمع الرياضات الإلكترونية، وكانت هذه التقنية هي العمود الفقري الذي تعتمد عليه الألعاب الإلكترونية التنافسية (eSports) للوصول إلى المستخدمين، ويمكن تعريف الرياضات الإلكترونية بأنه: "منطقة من الأنشطة الرياضية التي يطور بها اللاعبون ويديروا قدراتهم العقلية أو البدنية على استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (Tobias, 2012, P5) ، وتتكون eSports من العديد من أنواع الألعاب، بما في ذلك استراتيجية الوقت الفعلي (RTS) وألعاب إطلاق النار من منظور الشخص الأول وساحة القتال متعددة اللاعبين عبر الإنترنت (MOBA) وألعاب القتال بأسلوب الأركيد، ويتكون مجتمع الرياضات الإلكترونية من لاعبين محترفين وهواة وفرق ومعلقين ورعاة ومتفرجين ومشجعين، وحسب دراسة اجتماعية حديثة فإن اللاعبون يفضلون مشاهدة اللاعبين المحترفين وهم يتنافسون ويلعبون بدلاً من لعب اللعبة بأنفسهم، ولا يبدو هذا الاستنتاج بعيداً عن ممارسات المشاهدة للرياضات التقليدية، وكما هو الحال في الرياضات التقليدية يوجد في الألعاب الإلكترونية التنافسية (eSports) لاعبون محترفون ومتفرجون، وما يدفع



أولئك الذين يشاهدون الرياضات الإلكترونية هي الأسباب نفسها التي تدفع المتفرجون في الرياضات التقليدية، والمشاهد يُعرفُ بأنه الشخص الذي يتابع التجربة داخل اللعبة، ولكنه ليس مشاركاً مباشراً في اللعبة، ووفقاً لعالم الأنثروبولوجيا الثقافية John Huizinga فإن المتفرجين في اللعبة هم مشاركون نشيطون في اللعبة، وقد تبنا قيم عالم اللعبة، فمشاهدة الألعاب توفر تجربة غير مباشرة للمتفرج، وفي الرياضات الإلكترونية يتمتع اللاعبون المحترفون بمهارات خاصة ويشاركون في دورات تدريبية مكثفة مثل اللاعبون في الرياضات التقليدية، ويحقق اللاعبون المحترفون دخلهم من خلال الفوز بالبطولات، والرعاية ، ورسوم التدريب، والإيرادات المكتسبة من الإعلانات على البث المباشر (Edge, 2013,P25-34) ، واستفاد بعض مطوري الألعاب من ازدهار الشبكات الاجتماعية فقد استخدم اللاعبون كمسوقين للعبة، مما حول النشاط الاجتماعي إلى نشاط ترويجي (Walker, 2014, p438)، ومن أبرز التطبيقات التي تتيح خاصية البث المباشر الألعاب الإلكترونية:

- **Facebook Gaming**: أطلقت منصة فيس بوك خدمة البث المباشر عام 2015م، وهي خدمة فيديو عند الطلب تسمح للمستخدمين بمشاركة المحتوى مباشرة، وتحميل مقاطع الفيديو التي تغطي موضوعات، ويتم الوصول للمحتوى من خلال المحتوى موصى به للمستخدم استناداً إلى الخوارزميات التي تحدد أكثر ما يرغب المستخدم في مشاهدته، وبعد نجاح هذه التجربة أطلقت منصة فيس بوك رسمياً في يونيو 2018م Facebook gaming كعلامة تبويب على تطبيق Facebook وبالإضافة إلى تطبيق مستقل به، وتتيح هذه المنصة الجديدة خدمة البث المباشر للألعاب الإلكترونية، وما يعطي منصة فيس بوك للألعاب قيمتها هو ارتباطها بشبكة فيس بوك الاجتماعية، حيث إن مستخدمي المنصة يستطيعون مشاهدة بث الألعاب بسهولة ضمن التطبيق الرئيسي أو عبر الويب.

- **YouTube Gaming**: في إبريل 2011م، أعلن يوتيوب عن خدمة YouTube Live وكانت الخاصة الجديدة متاحة لشركاء مختارين في البداية، ويعتبر يوتيوب من أول من أجرى تجارب للبث المباشر والتي تمكن منشئي المحتوى من التفاعل مع جمهورهم بشكل تزامني من خلال خاصية الدردشة، واستخدمت لعرض مباشر لأحداث مثل الألعاب الأولمبية 2012م، وفي عام 2015م أطلقت يوتيوب موقع YouTube Gaming وهو موقع فرعي وتطبيق موجه نحو الألعاب الإلكترونية، وتتميز منصة يوتيوب لبث الألعاب بأنها مرتبطة بمنصة يوتيوب الرئيسية، وتسمح بخواص مثل تشغيل DVR أثناء البث لتقليل الوقت اللازم حتى يبدأ البث في الوصول للمشاهدين، وتوفر المنصة إمكانية البث بدقة تصل إلى 4K.
- **Kick**: هي منصة جديدة ومتخصصة في بث الألعاب الإلكترونية، وتعتبر Kick أكبر منافس لمنصة Twitch نظرًا للمميزات التي تقدمها للقائم على البث خاصة بعد تغيير سياسة تقسيم الإيرادات في منصة Twitch، واستطاعت مؤخرًا استقطاب أبرز اللاعبين من المنصة، ولحداثة المنصة لم يتم إيجاد إحصائيات دقيقة بشأن عدد الزوار أو القائمين على البث.
- **منصة تويتش Twitch.TV**: أطلق موقع justin.tv الذي أسس عام 2007م منصة فرعية تديرها شركة Twitch Interactive التي أنشئت عام 2011م كفرع متخصص ببث الألعاب الإلكترونية، وتم بيع الشركة لأمازون في أغسطس 2014م مقابل 970 مليون دولار، و Twitch منصة إلكترونية للبث المباشر تستضيف بث مسابقات الرياضات الإلكترونية eSports وبث الموسيقى والمحتوى الإبداعي Creative وتوفر هذه الفئة مكانًا للمستخدمين لعرض مواهبهم في الموسيقى والفن إلى البرمجة والأزياء التتكرية وغيرها، وبث الحياة الواقعية IRL والتي تمكن القائم على البث من توثيق جوانب من حياته اليومية، كما تتيح التواصل والتفاعل بين المستخدمين والقائم على البث، إلا أن محتوى الألعاب الإلكترونية يعد أكبر

عامل جذب لمستخدم منصة Twitch (Steven, 2018)، وتحظى المنصة بشعبية كبيرة وحسب موقعها الرسمي فأنها تحتوي على أكثر من مليوني صانع محتوى وأكثر من 15 مليون زائر يوميًا، بالإضافة إلى عشرات الآلاف من الرعاة والمعلنين، فقد نمت Twitch نفسها؛ لتصبح واحدة من أكثر مواقع الإنترنت شعبية والأكثر زيارة منذ إنشائها، وباستخدام منصة Twitch كون الكثير من صناع المحتوى قاعدة جماهيرية من خلال صناعة محتوى إبداعي، ومكنتهم المنصة من تحقيق أرباح جيدة عن طريق اشتراك المشاهدين وإرسال الهدايا، بالإضافة إلى الرعاية المقدمة من منظمات الرياضات الإلكترونية ومن إعلانات المنتجات المختلفة.

ويمكن الوصول إلى المنصة من خلال موقع Twitch الرسمي، بالإضافة إلى تطبيقات Twitch المتوفرة للهواتف الذكية وأجهزة تشغيل الألعاب الإلكترونية والأجهزة اللوحية، ولا يتعين على المستخدم الدفع لمشاهدة البث، كما يمكن للمستخدمين الذين ينشئون حسابًا للوصول إلى الميزات الإضافية مثل القدرة على الاشتراك في قنوات معينة أو المشاركة في الدردشة، ويستطيع المستخدم العثور على قنوات Twitch عن طريق اقتراحات القنوات المدرجة في الصفحة الرئيسية لموقع الويب أو البحث عن قناة محددة، وغالبًا صناع المحتوى على Twitch يكونون متواجدين على منصات التواصل الاجتماعي مثل Twitter و Facebook ويعلمون عبر حساباتهم في تلك المنصات عن قنواتهم في منصة Twitch.

الفصل الثالث: الإجراءات المنهجية للدراسة

أولاً: نوع الدراسة ومنهجها: توافقت مع طبيعة الدراسة وأهدافها اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي الذي يسعى إلى وصف الظاهرة محل الدراسة من خلال جمع البيانات وتحليلها وتفسيرها (الحمداي, 2006, ص 109)، كما تنتمي هذه الدراسة للمنهج المسحي لعينة الدراسة وهو المنهج الذي يستهدف وصف الظاهرة محل الدراسة

من حيث ظهورها وتوزيعها في مجتمع إحصائي معين (الحمداني, 2006, ص 110)، وتم الاعتماد عليه

للتعرف على أنماط ودوافع استخدام الشباب السعودي لمنصة Twitch لبث محتوى الألعاب الإلكترونية.

ثانياً: مجتمع الدراسة: يعتبر تحديد مجتمع الدراسة الخطوة الأولى من خطوات البحث العلمي، ويقصد بمجتمع

الدراسة جميع مفردات الظاهرة المراد دراستها، سواء أكانت هذه المفردات بشراً أو مؤسسات وغير ذلك

(المشهداني, 2017, ص 43)، ويتكون مجتمع الدراسة هنا من الشباب السعودي المتابع لحسابات اللاعبين

السعوديين عبر منصة Twitch.

ثالثاً: عينة الدراسة: تعرف العينة على أنها جزء من مجتمع الدراسة الذي يتم جمع البيانات الميدانية منها، وفي

هذه الدراسة تم اختيار العينة العشوائية " الاحتمالية" على متابعي حسابات أبرز اللاعبين السعوديين عبر منصة

Twitch من خلال نشر استبانة إلكترونية عبر حسابات اللاعبين في تويتر، وقد بلغ حجم العينة 230 مفردة.

رابعاً: أداة جمع البيانات: قامت الباحثة بإعداد استبيان إلكتروني مكون من أربعة محاور وهي المعلومات

الديمغرافية، وأنماط المشاهدة، والعوامل التي تساهم في التعرض لمنصة تويتر ودوافع هذا التعرض، وتم

توزيعها على عينة الدراسة خلال الفترة الواقعة بين مايو 2023م – يوليو 2023م.

خامساً: الصدق والثبات: يقصد بصدق أداة الدراسة هو أن تؤدي وتقيس ما وضع لقياسه فعلاً، ويقصد به أيضاً

وضوح الاستبانة وفقراتها ومفرداتها، وكذلك تكون صالحة للتحليل الإحصائي (المشهداني, 2017, ص 152)،

وفي هذه الدراسة تم التأكد من صدق أداة الاستبانة من خلال عرضها على مجموعة من أساتذة الإعلام في

جامعة الملك خالد للحكم عليها والتأكد من تحقيقها لأهداف الدراسة، ويشير مفهوم الثبات إلى إمكانية تكرار

تطبيق الاستبانة والحصول على نتائج ثابتة كل مرة (المشهداني, 2017, ص 153)، وقد تم إجراء اختبار

ثبات الأداة لقياس ثبات أداة الاستبيان من خلال إجراء اختبار معامل ألفا كرو نباخ لمحاور الاستبانة، وقد بلغ

معامل الثبات العام 0.821، وهذا يدل على أن الاستبانة تتمتع بدرجة ثبات جيدة يمكن الاعتماد عليها في التطبيق الميداني للدراسة وتعميم نتائجها.

خامسًا: الأساليب الإحصائية: قامت الباحثة بمراجعة البيانات بترتيب إجابات العينة بشكل متسلسل في برنامج Office Excel، ومن ثم ترميزها من خلال إعداد دليل ترميز لإجابات مفردات العينة وذلك بتحويلها إلى أرقام لإعدادها للمعالجة الإحصائية، وبعد جمع البيانات الأولية للدراسة تم الاعتماد على نظام الأحزمة الإحصائية (SPSS) للعلوم الاجتماعية؛ إضافة إلى أهم الأساليب المعتمدة في الدراسات الوصفية وهي:
- اختبار معامل صدق وثبات معامل (ألفا كرو نباخ) لدراسة صدق وثبات الاستبيان.

- النسب المئوية والتكرارات والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري لتحديد نسب ومتوسطات إجابات مفردات العينة لكل سؤال ضمن كل محور من محاور الدراسة.

الفصل الرابع: عرض وتفسير وتحليل النتائج:

جدول (1): السمات الشخصية حسب متغير العمر

الإجمالي	أكبر من 35 سنة		من 31-35 سنة		من 26-30 سنة		من 18-25 سنة		أقل من 18 سنة		العمر	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
											البيانات	
81.3	187	4.3	10	10.4	24	15.7	36	47.7	105	5.2	12	ذكر
18.7	43	0.4	1	2.2	5	3	7	11.3	26	1.7	4	أنثى
100	230	4.8	11	12.6	29	18.7	43	57	131	7	16	الإجمالي
35.2	81	0.9	2	2.6	6	3.5	8	22.6	52	5.7	13	ثانوي
7.8	18	0.4	1	1.3	3	1.3	3	4.8	11	0	0	دبلوم
50.4	116	2.6	6	7	16	12.2	28	28.7	66	0	0	جامعي

4.3	10	0.9	2	1.3	3	1.7	4	0.4	1	0	0	دراسات عليا					
2.2	5	0	0	0.4	1	0	0	0.4	1	1.3	3	غير ذلك					
100	230	4.8	11	12.6	29	18.7	43	57	131	7	16	الإجمالي	المهنة				
47	108	0	0	0.9	2	0.9	2	38.7	89	6.5	15	طالب		المهنة			
25.2	58	3.5	8	7.8	18	7.8	18	6.1	14	0	0	موظف			المهنة		
5.7	13	0	0	0.9	2	0.4	1	4.3	10	0	0	طالب وموظف				المهنة	
15.2	35	0.4	1	2.2	5	6.5	15	6.1	14	0	0	عاطل					المهنة
7	16	0.9	2	0.9	2	3	7	1.7	4	0.4	1	غير ذلك					
100	230	4.8	11	12.6	29	18.7	43	57	131	7	16	الإجمالي	مستوى الدخل				
24.8	57	0.9	2	3.9	9	4.3	10	13	30	2.6	6	ممتاز		مستوى الدخل			
40	92	2.6	6	4.8	11	5.7	13	24.3	56	2.6	6	جيد			مستوى الدخل		
32.2	74	0.9	2	3.9	9	6.5	15	19.1	44	1.7	4	متوسط				مستوى الدخل	
3	7	0.4	1	0	0	2.2	5	0.4	1	0	0	منخفض					مستوى الدخل
100	230	4.8	11	12.6	29	18.7	43	57	131	7	16	الإجمالي					

يوضح الجدول (1) أعلاه بيانات أفراد العينة حيث جاءت النسبة الأكبر في الفئة العمرية ما بين 18 حتى 25

سنة بواقع 57% وهي أكثر من نصف أفراد العينة، وبلغت نسبة الذكور الذين أعمارهم تتراوح ما بين 18 حتى

25 سنة 47.7% من إجمالي الذكور المجيبين على أسئلة استبيان التي بلغت نسبتهم 81.3% مقابل 18.7%

للإناث موزعة على باقي الفئات العمرية، وهذه النتيجة تدل على عدم إقبال الإناث على منصات بث الألعاب

الإلكترونية مقارنة بالذكور، وفيما يتعلق بالمؤهل العلمي فقد شكل المؤهل الجامعي أكثر مستويات هذه العينة

بواقع 50.4% معظمهم من الفئة العمرية ما بين 18-25 بواقع 28.7% ، يليها المؤهل الثانوي بنسبة

35.2% وتوزعت باقي أفراد العينة على باقي المؤهلات العلمية، وكما تعكس معطيات الجدول أن أغلب أفراد

العينة هم من الطلاب بنسبة 47% الذين أعمارهم تتراوح ما بين 18 حتى 25 بنسبة 38.7% من إجمالي الطلاب وهذا يتوافق مع معطيات الواقع حيث أن سنوات الدراسة وبالخصوص الدراسة الجامعية وهي التي حصلت على أعلى نسبة في سؤال المؤهل العلمي تقع ضمن هذه الفترة من العمرية، في حين شكل الموظفين نسبة 25.2% والعاطلين عن العمل 15.2%، وفي مستوى دخل الأسرة لأفراد العينة تراوحت بين جيد ومتوسط، حيث كانت النسبة الأكبر 40% لجيد ثم متوسط بنسبة 32.2% ثم ممتاز بواقع 24.8%، وأخيرا ضعيف بنسبة 3%، ويعني أن نسبة مستوى الدخل لدى أفراد العينة هي جيدة إلى متوسطة.

أنماط المشاهدة لمنصة تويتش لث الألعاب الإلكترونية

جدول (2) توزيع نسبة الجهاز المستخدم عند مشاهدة بث الألعاب الإلكترونية عبر منصة تويتش

النسبة	التكرار	الفئة
35.2	81	الكمبيوتر أو لابتوب
10.9	25	الأجهزة اللوحية (ايباد- تابلت)
41.3	95	الهواتف الذكية
6.5	15	أجهزة التلفزيون الذكية
6.1	14	البلاستيشن
100	230	المجموع

يظهر الجدول (2) أن الهواتف الذكية هي أكثر الأجهزة استخدامًا عند تعرض أفراد العينة لمنصة تويتش Twitch بواقع 41.3% وقد يرجع إلى سهولة الوصول لمنصة تويتش Twitch في أي مكان وأي وقت، فيما بلغت نسبة من يتابع محتوى منصة تويتش Twitch عبر أجهزة الكمبيوتر أو اللاب توب 35.2%، وتوزعت باقي أفراد العينة على باقي الأجهزة، حيث جاءت الأجهزة اللوحية (الايباد والتابلت) بنسبة 10.9%، وتقاربت نسب كلا من أجهزة التلفزيون الذكية والبلاستيشن حيث بلغت نسبة الأولى 6.5% والثانية 6.1%.

جدول (3): توزيع نسبة عدد ساعات تعرض أفراد عينة الدراسة لمنصة تويتش يوميًا

النسبة	التكرار	الفئة
52.2	120	ساعة أو أقل
33.9	78	من ساعتين إلى 4 ساعات
13.9	32	أكثر من 4 ساعات
100	230	المجموع

يبين الجدول (3) عدد الساعات التي يقضيها أفراد العينة عند التعرض لمنصة تويتش Twitch، ويظهر أن النسبة الأكبر من العينة 52.2% تتعرض لمنصة تويتش Twitch من ساعة أو أقل يوميًا، مما يعني حرص أفراد العينة على تحديد وقت معقول للتعرض لمنصات بث الألعاب الإلكترونية، فيما جاءت نسبة 33.9% من الذين يتعرضون للمنصة من ساعتين إلى 4 ساعات في حين كانت الفئة الأقل من نصيب من يتعرض لمنصة تويتش Twitch لأكثر من 4 ساعات بواقع 13.9%.

جدول (4): توزيع نسبة وصول أفراد العينة لبث الألعاب الإلكترونية عبر منصة تويتش

النسبة	التكرار	الفئة
30.4	70	مشاركة الاصدقاء
11.7	27	اقتراحات منصة تويتش
21.7	50	عبر البحث من المتصفح
36.1	83	غير ذلك
100	230	المجموع

يتضح من الجدول (4) تفاوت طريقة وصول أفراد العينة لبث الألعاب الإلكترونية عبر منصة تويتش Twitch فقد جاءت عبارة "غير ذلك" بنسبة 36.1% مما يعني أن هناك طرق أخرى للوصول لبث الألعاب الإلكترونية لعل من أبرزها مشاركة القائم بالبث رابط البث عبر حساباته في مواقع التواصل الاجتماعي، ثم جاءت "مشاركة الأصدقاء" بواقع 30.4%، تليها "الوصول

عبر البحث من المتصفح" بنسبة 21.7% وأخيراً "اقتراحات منصة تويتش" بنسبة 11.7%، مما يعني اختلاف أفراد العينة في طريقتهم للوصول لبث الألعاب الإلكترونية.

جدول (5): توزيع نسبة عدد اللاعبين الذين يحرصوا أفراد عينة الدراسة على متابعتهم عبر منصة تويتش

النسبة	التكرار	الفئة
42.6	98	لاعبين أو أقل
43	99	3 إلى 5 لاعبين
14.3	33	أكثر من 5 لاعبين
100	230	المجموع

يمثل الجدول (5) توزيع أفراد العينة حسب عدد اللاعبين الذين يحرصون على متابعتهم، وتبين البيانات أن نسبة 43% يحرصون على متابعة ما بين 3 إلى 5 لاعبين، و42.6% لاعبين أو أقل، وبلغت نسبة من يحرص على متابعة أكثر من 5 لاعبين 14.3%، مما يعني أن أغلب مفردات العينة يفضلون متابعة لاعب إلى 5 لاعبين، وهو عدد معقول مقارنة بالكم الهائل من المحتوى المتوفر عبر المنصة حيث أن منصة تويتش Twitch تتمتع بواجهة مستخدم ثرية بمحتوى جذاب ومتنوع.

جدول (6): توزيع نسبة أكثر الألعاب التي يفضل أفراد العينة مشاهدتها عبر منصة تويتش

النسبة	التكرار	الفئة
30	69	ألعاب الأكشن والمغامرات
6.5	15	ألعاب محاكاة الحياة الواقعية
1.7	4	الألعاب الاستراتيجية (ألعاب الطاولة التي تعتمد على استراتيجيات اللعب)
11.3	26	ألعاب القتال

11.7	27	ألعاب الرياضات
7	16	ألعاب الرعب
10.4	24	ألعاب منظور الشخص الأول
1.7	4	ألعاب الأسئلة والألغاز
19.6	45	غير ذلك
100	230	المجموع

يوضح الجدول (6) الألعاب التي يفضل أفراد العينة مشاهدتها عبر منصة تويتش Twitch حيث أن النسبة الأكبر يفضلون مشاهدة ألعاب الأكشن والمغامرات بواقع 30%، في حين تفضل 19.6% "غير ذلك" مما يعني تفضيل أفراد العينة مشاهدة أنواع أخرى من الألعاب أو المحتوى المقدم عبر منصة تويتش Twitch غير ما ذكر في الخيارات، ويليهما باقي أنواع الألعاب بنسب متفاوتة حيث جاءت ألعاب الرياضات الإلكترونية بواقع 11.7% وبدرجة مقارنة ألعاب القتال بواقع 11.3% وتوزعت باقي أفراد العينة على باقي محتوى الألعاب الإلكترونية.

جدول (7): توزيع نسبة أبرز العوامل التي تدفع أفراد العينة لمتابعة بث عبر منصة تويتش

النسبة	التكرار	الفئة
23.9	55	المهارات الشخصية للقائم بالبث
0.9	2	العوامل الإخراجية للعبة
2.6	6	دراماتيكية البث
42.2	97	العفوية والارتجال
25.2	58	الاهتمام بالمحتوى المقدم
5.2	12	غير ذلك
100	230	المجموع

توضح معطيات الجدول (7) إلى أن أكثر العوامل التي تدفع أفراد العينة لمتابعة بث عبر منصة تويتش Twitch هي العفوية والارتجال حيث جاءت بنسبة 42.2%، وهذا يشير إلى أن عدم خلق سيناريو مسبق قبل البث وردود الأفعال الارتجالية هي أكبر عامل جذب لدى المتابع لهذه المنصات، وجاء عنصر الاهتمام بالمحتوى المقدم في المرتبة الثانية بواقع 25.2% يليها المهارات الشخصية للقائم بالبث بنسبة 23.9، فيما توزع باقي أفراد العينة على باقي العوامل.

جدول رقم (8): قيم المتوسطات الحسابية الخاصة بمقياس لكارث الخماسي

المستوى	المتوسط المرجح
لا أوافق بشدة	من 1 إلى 1.80
لا أوافق	من 1.81 إلى 2.60
محايد	من 2.61 إلى 3.40
أوافق	من 3.41 إلى 4.20
أوافق بشدة	من 4.21 إلى 5

الجدول رقم (9): التكرارات والمتوسطات المرجحة والانحرافات المعيارية لمحور الدوافع النفسية:

العبارة	المقياس	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	المتوسط	الانحراف المعياري	النتيجة
أشاهد بث الألعاب الإلكترونية عبر تويتش لأنه يساعدني على الهروب من ضغوطات الحياة اليومية	تكرار	37	43	66	51	33	3.00	1.27	محايد
	نسبة (%)	16.1%	18.7%	28.7%	22.2%	14.3%			
أشاهد بث الألعاب	تكرار	12	25	71	95	27			أوافق

	1.00	3.43	%11.7	%41.3	%30.9	%10.9	%5.2	نسبة (%)	الإلكترونية عبر منصة تويتش لأنه يساعدني على الاسترخاء
أوافق	0.84	4.16	85	111	24	6	4	تكرار	أشاهد بث الألعاب الإلكترونية عبر منصة تويتش لتمضية وقت الفراغ
			%37.0	%48.3	%10.4	%2.6	%1.7	نسبة (%)	
محايد	1.31	3.07	36	65	44	51	34	تكرار	أشاهد بث الألعاب الإلكترونية عبر منصة تويتش لأنه يساعدني على الاستمتاع باللعبة دون بذل مجهود
			%15.7	%28.3	%19.1	%22.2	%14.8	نسبة (%)	
أوافق	0.79	3.41	نتيجة محور الدوافع النفسية						

يوضح الجدول (9) الدوافع النفسية للتعرض لمنصة تويتش Twitch لبث الألعاب الإلكترونية ويظهر أن

الانحراف المعياري العام لمحور الدوافع النفسية بلغ 0.79 وذلك بمتوسط حسابي عام يساوي 3.41 حيث أنه

يشير إلى موافقة أفراد العينة على محور الدوافع النفسية لتعرضهم لمنصة تويتش Twitch لبث الألعاب

الإلكترونية، فقد جاءت عبارة "أشاهد بث الألعاب الإلكترونية عبر منصة تويتش لتمضية وقت الفراغ" في

المرتبة الأولى بمتوسط حسابي عام يبلغ 4.16 وانحراف معياري يبلغ 0.84 وكان رأي العينة العام هو الموافقة،

ويليها عبارة "أشاهد بث الألعاب الإلكترونية عبر منصة تويتش لأنه يساعدني على الاسترخاء" في المرتبة

الثانية بمتوسط حسابي يبلغ 3.43 وانحراف معياري يبلغ 1.00 وكان رأي المشاركين على هذه العبارة هو

الموافقة أيضاً، في حين كان رأي المشاركين في العبارات الأخرى من هذا المحور هي الحياد، حيث جاءت

عبارة "أشاهد بث الألعاب الإلكترونية عبر منصة تويتش لأنه يساعدني على الاستمتاع باللعبة دون بذل مجهود"

بمتوسط حسابي بلغ 3.07 وانحراف معياري 1.31، وعبرة " أشاهد بث الألعاب الإلكترونية عبر منصة تويتش لأنه يساعدني على الهروب من ضغوطات الحياة اليومية" بمتوسط حسابي 3.00 وانحراف معياري بلغ 1.27.

الجدول رقم (10): التكرارات والمتوسطات المرجحة والانحرافات المعيارية لمحور الدوافع الاجتماعية:

النتيجة	الانحراف المعياري	المتوسط	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	المقياس	العبرة
محايد	1.27	2.88	28	46	72	40	44	تكرار	منصة منصة تويتش تساعدني في تكوين صداقات جديدة مع أشخاص يشاركوني الاهتمامات
			%12.2	%20	%31.3	%17.4	%19.1	نسبة (%)	
محايد	1.13	3.12	24	63	88	27	28	تكرار	الانضمام لمجموعات الدعم يعزز من التواصل الاجتماعي
			%10.4	%27.4	%38.3	%11.7	%12.2	نسبة (%)	
أوافق	1.11	3.63	53	91	44	32	10	تكرار	ما يدفعني لمشاهدة بث الألعاب الإلكترونية عبر منصة تويتش هو تفاعل القائم على البث مع الشات
			%23	%39.6	%19.1	%13.9	%4.3	نسبة (%)	
أوافق	1.07	3.57	41	101	51	24	13	تكرار	منصة تويتش لبث الألعاب الإلكترونية تعزز التواصل الاجتماعي بين المشاهدين
			%17.8	%43.9	%22.2	%10.4	%5.7	نسبة (%)	
أوافق	1.01	3.76	56	98	50	18	8	تكرار	عند متابعة بث الألعاب الإلكترونية عبر منصة
			%24.3	%42.6	%21.7	%7.8	%3.5	نسبة (%)	

								(%)	تويتش أشعر بالانتماء لمجتمع يشاركني نفس التجربة
محاييد	0.83	3.39	نتيجة المحور الدوافع الاجتماعية						

من خلال الجدول (10) يتضح أن الانحراف المعياري العام لمحور الدوافع الاجتماعية يساوي 0.83 وذلك بمتوسط حسابي عام يساوي 3.39، أي أن رأي أفراد العينة في ما يخص الدوافع الاجتماعية للتعرض لمنصة تويتش Twitch لبث الألعاب الإلكترونية هي الحياد، وجاءت في المرتبة الأولى عبارة " عند متابعة بث الألعاب الإلكترونية عبر منصة تويتش أشعر بالانتماء لمجتمع يشاركني نفس التجربة" بمتوسط حسابي عام يبلغ 3.76 وانحراف معياري يبلغ 1.01 وكان رأي العينة العام هو الموافقة، وفي المرتبة الثانية عبارة " ما يدفعني لمشاهدة بث الألعاب الإلكترونية عبر منصة تويتش هو تفاعل القائم على البث مع الشات" بمتوسط حسابي يبلغ 3.63 وانحراف معياري يبلغ 1.11 مما يعني الموافقة على العبارة، يليها عبارة " منصة تويتش لبث الألعاب الإلكترونية تعزز التواصل الاجتماعي بين المشاهدين" بمتوسط حسابي بلغ 3.57 وانحراف معياري 1.07 مما يعني الموافقة، وجاءت عبارة " الانضمام لمجموعات الدعم يعزز من التواصل الاجتماعي" بمتوسط حسابي 3.12 وانحراف معياري بلغ 1.13 وهذا يشير إلى أن رأي أفراد العينة هنا هو الحياد، وأخيراً عبارة " منصة منصة تويتش تساعدني في تكوين صداقات جديدة مع أشخاص يشاركوني الاهتمامات" بمتوسط حسابي بلغ 2.88 وانحراف معياري 1.27 مما يعي الحياد.

الجدول رقم (11): التكرارات والمتوسطات المرجحة والانحرافات المعيارية لمحور الدوافع المعرفية:

النتيجة	الانحراف المعياري	المتوسط	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	المقياس	العبارة
أوافق	1.23	3.55	60	76	43	33	18	تكرار	منصة ما يحفزني على مشاهدة لاعب معين هو خبرة اللاعب ومستوى مهاراته في اللعب
			%26.1	%33	%18.7	%14.3	%7.8	نسبة (%)	
محايد	1.42	2.79	35	48	42	45	60	تكرار	مواكبة آخر أحداث وبطولات الرياضات الإلكترونية يعد من أسباب تعرضي لمنصة تويتش
			%15.2	%20.9	%18.3	%19.6	%26.1	نسبة (%)	
محايد	1.28	2.91	26	61	53	48	42	تكرار	أشاهد بث الألعاب الإلكترونية عبر منصة تويتش لأنني بحاجة لتعلم استراتيجيات جديدة للعب لتطوير مهاراتي
			%11.3	%26.5	%23	%20.9	%18.3	نسبة (%)	
محايد	1.25	3.37	42	85	51	22	30	تكرار	بث اللاعبين عبر

								نسبة (%)	منصة تويتش جعلني على إطلاع على آخر إصدارات الألعاب الإلكترونية
			18.3%	37%	22.2%	9.6%	13%		
محايد	1.00	3.16	نتيجة محور الدوافع المعرفية						

تشير بيانات الجدول (11) إلى أن الانحراف المعياري العام يساوي 1.00 بمتوسط حسابي عام يساوي 3.16، أي أن رأي أفراد العينة هو الحياد من ناحية الدوافع المعرفية لتعرضهم لمنصة تويتش Twitch لبث الألعاب الإلكترونية، وجاءت في المرتبة الأولى عبارة " منصة ما يحفزني على مشاهدة لاعب معين هو خبرة اللاعب ومستوى مهاراته في اللعب" بمتوسط حسابي عام يبلغ 3.55 وانحراف معياري يبلغ 1.23 مما يعني موافقة أفراد العينة على هذه العبارة، وجاءت عبارة " بث اللاعبين عبر منصة تويتش جعلني على إطلاع على آخر إصدارات الألعاب الإلكترونية" بمتوسط حسابي يبلغ 3.37 وانحراف معياري يبلغ 1.25 ويعني الحياد، ثم جاءت عبارة "أشاهد بث الألعاب الإلكترونية عبر منصة تويتش لأنني بحاجة لتعلم استراتيجيات جديدة للعب لتطوير مهاراتي" بمتوسط حسابي بلغ 2.91 وانحراف معياري 1.28 ويشير إلى أن رأي أفراد العينة هو الحياد، وأخيراً عبارة " مواكبة آخر أحداث وبطولات الرياضات الإلكترونية يعد من أسباب تعرضي لمنصة تويتش " بمتوسط حسابي 2.79 وانحراف معياري بلغ 1.42 ونتيجة هذه العبارة هي الحياد.

الجدول رقم (12): التكرارات والمتوسطات المرجحة والانحرافات المعيارية لمحور نوع التفاعل:

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط	ف	ب	ت	العبارة
4	0.63	2.00	47	137	46	تكرار
			20.4%	59.6%	20%	نسبة (%)
التفاعل مع الشات يعد من الأنشطة الأكثر تفضيلاً لدي أثناء مشاهدتي لبث الألعاب الإلكترونية عبر منصة تويتش						
1	0.54	2.69	170	50	10	تكرار
			73.9%	21.7%	4.3%	نسبة (%)
ارسال الهدايا (الدونيشن) من أكثر الأنشطة التي أقوم بها أثناء مشاهدة بث الألعاب الإلكترونية عبر منصة تويتش						
3	0.70	2.44	131	70	29	تكرار
			57%	30.4%	12.6%	نسبة (%)
أشاهد أقوم بدعم لاعبي المفضل من خلال الاشتراك المدفوع لقناته في منصة تويتش						
2	0.65	2.46	126	84	20	تكرار
			54.8%	36.5%	8.7%	نسبة (%)
بث أقوم بمشاركة البث أثناء مشاهدة بث الألعاب الإلكترونية عبر منصة تويتش						
	0.47	2.40	نتيجة محور نوع التفاعل			

يظهر الجدول (12) بيانات محور نوع التفاعل حيث بلغ الانحراف المعياري العام 0.47 بمتوسط حسابي عام

يساوي 2.40، حيث جاء في المرتبة الأولى الفقرة التي تنص على " ارسال الهدايا (الدونيشن) من أكثر

الأنشطة التي أقوم بها أثناء مشاهدة بث الألعاب الإلكترونية عبر منصة تويتش " بمتوسط حسابي يبلغ 2.69

وانحراف معياري يساوي 0.54، ويليهما عبارة " بث أقوم بمشاركة البث أثناء مشاهدة بث الألعاب الإلكترونية

عبر منصة تويتش " بمتوسط حسابي بلغ 2.46 وانحراف معياري بلغ 0.65، وعبارة " أشاهد أقوم بدعم لاعبي

المفضل من خلال الاشتراك المدفوع لقناته في منصة تويتش " بمتوسط حسابي يساوي 2.44 وانحراف معياري

0.70، وأخيرًا عبارة " التفاعل مع الشات يعد من الأنشطة الأكثر تفضيلا لدي أثناء مشاهدتي لبث الألعاب الإلكترونية عبر منصة تويتش" بمتوسط حسابي بلغ 2.00 وانحراف معياري 0.63، مما يعني ضعف تفاعل أفراد العينة مع القائم على البث عبر منصة تويتش Twitch.

الفصل الخامس: مناقشة النتائج والتوصيات:

1- أوضحت الدراسة أن معظم أفراد العينة هم من الفئة العمرية ما بين 18-25 سنة حيث شكلت نسبتهم 57%، وبلغت نسبة الذكور من هذه الفئة العمرية 47.7% من إجمالي الذكور المجيبين على أسئلة الاستبيان والتي بلغت 81.3%، كما جاء أصحاب المؤهل الجامعي بواقع 50.4% معظمهم من الفئة العمرية 18-25 سنة حيث شكلوا 28,7% من إجمالي الجامعيين، وكذلك أوضحت الدراسة أن نسبة الطلاب الذين تتراوح أعمارهم ما بين 18-25 سنة 38.7% من أصل 47% من إجمالي الطلاب، وكان مستوى دخل معظم أفراد العينة ما بين جيد ومتوسط بواقع 72.2%.

2- تشير النتائج إلى أن الهواتف الذكية هي من أكثر الأجهزة استخداما للتعرض لمنصة تويتش Twitch بواقع 4103%، كما أن معظم أفراد العينة يقضون في مشاهدة محتوى بث هذه المنصة من ساعة أو أقل يوميا بواقع 51.2%، وتفاوتت طرقهم للوصول للمحتوى عبر تويتش Twitch إلى أن أغلبهم يفضلون متابعة لاعب إلى 5 لاعبين بواقع 85.6%، كما توضح النتائج أن الألعاب التي تتضمن محتوى أكشن وغامرات حصلت على النسبة الأعلى في الألعاب التي يفضلها أفراد العينة مشاهدتها حيث بلغت نسبتهم 30%.

3- توضح النتائج أن أكثر العوامل التي تساهم في تعرض أفراد العينة لبث الألعاب الإلكترونية عبر تويتش Twitch هو عنصر العفوية والارتجال بواقع 42.2% وتوزع باقي أفراد العينة على العوامل الأخرى.

4- أظهرت النتائج أن الدوافع النفسية جاءت كأكثر الدوافع التي تسهم في تعرض أفراد العينة لمنصة تويتش Twitch لبث الألعاب الإلكترونية بمتوسط حسابي بلغ 3.41، يليها الدوافع الاجتماعية بمتوسط حسابي بلغ 3.39، وأخيراً الدوافع المعرفية بمتوسط 3.16.

5- كما أوضحت النتائج أن أبرز نشاط يقوم به أفراد العينة أثناء التعرض لمنصة تويتش Twitch لبث الألعاب الإلكترونية هو مشاركة البث بمتوسط حسابي يساوي 2,46 وهو ما يتوافق مع إجابات أفراد العينة حول طرق وصولهم للبث عبر منصة تويتش Twitch حيث جاءت مشاركة الأصدقاء بنسبة 30%، يليها الدعم عبر الاشتراك بمتوسط 2,44، بينما كانت أقل الأنشطة هي ارسال الهدايا (Donation) والتفاعل مع الشات.

التوصيات:

- 1- الاهتمام بدراسة المحتوى المقدم عبر منصات البث المباشر، حيث تعد خدمة البث المباشر من أكثر خدمات مواقع التواصل الاجتماعي إقبالاً من قبل الجمهور.
- 2- مواكبة التطورات الإعلامية التي تشهد تحولاً في سلوك المستخدم، حيث أصبح من الممكن أن يكون المستخدم مقدم خدمة تلفزيونية من خلال البث المباشر عبر المنصات المختلفة.
- 3- تكثيف الجهود العلمية التي تعنى بدراسة الألعاب الإلكترونية في الوطن العربي وفي المملكة على وجه الخصوص، كونه توجهاً عاماً للدولة وبخاصة بعد إطلاق الاستراتيجية الوطنية للألعاب والرياضات الإلكترونية والتي جاءت لتحقيق أهداف رؤية المملكة 2030.



قائمة المراجع

المراجع العربية:

آل سعود، نايف بن ثنيان بن محمد، (2014)، دوافع استخدامات الشباب السعودي الجامعي لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحققة منها: دراسة ميدانية على طلاب جامعة الملك سعود (العدد الرابع والثلاثون)، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية.

الحاج، كمال، (2020)، نظريات الإعلام والاتصال، الجامعة الافتراضية السورية.

الحمداني، كمال، (2006). مناهج البحث العلمي. جامعة عمان العربية للدراسات العليا،.

الزيودي، م. م. (2015)، الانعكاسات التربوية لاستخدام الاطفال للألعاب الإلكترونية (العدد 1، المجلد العاشر)، مجلة جامعة طيبة للعلوم التربوية.

السامرائي، أحمد عبد الكريم علي، (2020). الأشباعات المتحققة للشباب الجامعي من ألعاب الأونلاين عبر موقع اليوتيوب. جامعة الشرق الأوسط، (دراسة ماجستير منشورة).

المشهداني، سعد سلمان، (2017)، مناهج البحث الإعلامي، دار الكتاب الجامعي.

عمر، أحمد مختار، (2008)، معجم اللغة العربية المعاصرة (الطبعة الأولى، المجلد الأول)، عالم الكتب

للنشر، <https://shamela.ws/index.php/book/29511>

المراجع الأجنبية:

Burroughs, B. E. (2015). Streaming media: Audience and industry shifts in a networked society. The University of Iowa.



Journal of University Studies for inclusive Research (USRIJ)
مجلة الدراسات الجامعية للبحوث الشاملة
ISSN: 2707-7675

<https://iro.uiowa.edu/esploro/outputs/doctoral/Streaming-media-audience-and-industry-shifts/9983776971902771>

Edge, N. (2013). Evolution of the Gaming Experience: Live Video Streaming and the Emergence of a New Web Community, *The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*.Vol.4 (2).

Javier, L., Francisco, J. R.-C., Carmen, C.-V., & Miguel, Á. S.-S. (2022). Analysis of the coexistence of gaming and viewing activities in Twitch users and their relationship with pathological gaming: A multilayer perceptron approach. *Scientific Reports*.

Lu, Z., Xia, H., Heo, S., & Wigdor, D. (2018). *You Watch, You Give, and You Engage: A Study of Live Streaming Practices in China*. University of Toronto, Ontario.

Luis, J. C. R., Cañizares, S. M. S., & Fernando, J. F.-G. (2020). Motivations for the Use of Video Game Streaming Platforms: The Moderating Effect of Sex, Age and Self-Perception of Level as a Playe. *International Journal of Environmental Research and Public Health* .Vol.17 (19).

Steven, A. (2018). What Is Twitch? Understanding the Explosive Live-Streaming Service. <https://www.newsweek.com/2018/05/11/twitch-909594.html>



Journal of University Studies for inclusive Research (USRIJ)
مجلة الدراسات الجامعية للبحوث الشاملة

ISSN: 2707-7675

Tobias, M. S. (2012). New Broadcasting Ways in IPTV – The Case of the Starcraft Broadcasting Scene.

Walker, A. (2014). Watching Us Play: Postures and Platforms of Live Streaming Surveillance & Societ. Vol.12 (3).