

استخدامات الجمهور المصري لتطبيقات مشاهدة التلفزيونية المدفوعة والإشباع المحققة منها

د. دينا عويضة*

ملخص الدراسة:

اهتمت الدراسة بالإجابة على تساؤل رئيسي وهو ما مستوى استخدام الجمهور المصري لتطبيقات مشاهدة التلفزيونية المدفوعة؟ وما مدى الإشباع المتحققة منها؟ كما هدفت الدراسة إلى التعرف على أهم المنصات الإلكترونية المتخصصة في عرض الدراما التي يشاهدها الجمهور المصري بالإضافة إلى معرفة الفرق بين مشاهدة الدراما السينمائية والتلفزيونية على موقع اليوتيوب والمنصات الإلكترونية واهتمت الدراسة بإجراء الاستبيان الموجه للجمهور العام عبر نموذج تطبيقات مشاهدة التلفزيونية المدفوعة.

وقد طبقت الدراسة على عينة عمدية مكونة من 400 مفردة من متابعي مشاهدة التلفزيونية المدفوعة عبر الإنترنت، وقد عكست نتائج الدراسة عدة جوانب منها:

1. أكدت النتائج ارتفاع مستوى استخدام عينة الدراسة للمنصات الرقمية،
2. أشارت النتائج إلى أن موقع Egybest و Egybest هم أفضل المواقع الإلكترونية المستخدمة لدى عينة الدراسة لمتابعة المسلسلات عبر الإنترنت
3. أثبتت النتائج أن دوافع استخدامك للمواقع الإلكترونية وتطبيقات الموبيل لمتابعة المسلسلات كانت سهولة التحكم في الوقت المناسب للمشاهدة وإمكانية المشاهدة في أي مكان
4. أوضحت النتائج أن منصات مشاهدة التلفزيونية التي تتابعها عبر الإنترنت كانت ل منصة Netflix يليها "Shahed ، Watchit".
5. أكدت النتائج وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى استخدام المنصات الرقمية والإشباع المتحققة منها من متابعتها.
6. أثبتت النتائج وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى استخدام المبحوثين المنصات الرقمية ودوافع التعرض لها.
7. كشفت النتائج وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام المنصات الرقمية والإشباع المتحققة من ذلك التعرض لها.
8. أكدت النتائج وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى استخدام المنصات الرقمية ومناسبة أسعار الاشتراك في المواقع والمنصات الإلكترونية.

الكلمات المفتاحية: المسلسلات عبر الإنترنت – المنصات الرقمية – التلفزيون الرقمي

* المدرس بقسم الإذاعة والتلفزيون بالأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام

Egyptian Audience's Uses of Paid Television Viewing Apps and Verified Satisfactions

Abstract:

The study was concerned with answering a main question, which is what is the level of Egyptian public's use of paid TV viewing applications? What is the extent of the fulfillment of them? The study also aimed to identify the most important electronic platforms specialized in displaying the drama that the Egyptian public watches, in addition to knowing the difference between watching cinematic and television dramas on YouTube and electronic platforms.

The study was applied to a deliberate sample of 400 individuals who watched paid TV via the Internet. The results of the study reflected several aspects, including:

1. The results confirmed the high level of use of digital platforms by the study sample.
2. The results indicated that Egybest and Egybest are the best websites used by the study sample to follow serials online.
3. The results proved that the motives for your use of websites and mobile applications to follow the series were the ease of controlling the appropriate time for viewing and the ability to watch anywhere
4. The results showed that the TV viewing platforms you follow online were Netflix, followed by "Watchit, Shahed."
5. The results confirmed the existence of a statistically significant correlation between the level of use of digital platforms and the satisfactions achieved from them by following them.
6. The results demonstrated the existence of a statistically significant correlation between the level of respondents' use of digital platforms and the motives of exposure to them.
7. The results revealed the existence of a statistically significant correlation between the motives for using digital platforms and the gratifications achieved from that exposure.
8. The results confirmed the existence of a statistically significant correlation between the level of use of digital platforms and the appropriate subscription prices in websites and electronic platforms.

Keywords: online series - digital platforms - digital television

مقدمة الدراسة:

تزداد أهمية الدراما التليفزيونية يوماً بعد يوم كأداة من أدوات التأثير في المجتمع، لما تتمتع به من مقومات لجذب الانتباه والتأثير الفعال النابع من تجسيدها لواقع الحياة وقضايا الإنسان بكافة أشكالها ومستوياتها.

وتتمس المرحلة التي تشهدها صناعة الترفيه والأفلام والأعمال الدرامية بالبحث عبر الإنترنت، وربما يعد الجانب الأهم في هذه الثورة التقنية تحول منصات البث من مجرد منصات مستضيفة إلى شركات إنتاج ضخمة لديها القدرة على تحليل رغبات الجمهور وصناعة أعمال درامية تلائم الجمهور المستهدف.

فمع ظهور منصات الفيديو الرقمية وتبني الجمهور لهذا النوع من المشاهدة ظهرت حقبة جديدة لبث الأعمال الدرامية بالاستعانة بالتكنولوجيا الحديثة، حيث تجاوزت خدمات البث الرقمي للأعمال الدرامية الحواجز التقليدية، وقدمت أفضل المواد الدرامية القديمة والحديثة وجعلتها بين أيدي الجمهور بشكل يسهل متابعته وبطرق تختلف كثيراً عن مشاهدتها عبر القنوات التليفزيونية.

وتوفر التطبيقات والقنوات الإلكترونية للبث الدرامي خصوصية وتفاعلية وحرية في العرض مع سرعة الوصول إليه، وكذلك جودة المضمون الذي يعتمد على التشويق والتسلية دون انقطاع إجباري بعرض الإعلانات، ما جعلها في نفس الوقت هدفاً استراتيجياً مهماً أمام المحطات التليفزيونية ذاتها لتوسعة نطاق حضورها وجمهورها وإحياء دور التليفزيون في حياة المشاهدين، فضلاً عن أن منصات الإعلام الجديد باتت بيئة جاذبة للمعلنين والشركات المتخصصة في الإعلان الإنتاج الفني، بعدما جذبت اهتمامات الكثير من أفراد الجمهور حول العالم.

وتنتشر المستحدثات والتقنيات الحديثة بسرعة البرقة في المجتمعات الغربية، وهو ما تفقده المجتمعات الشرقية بصفة عامة، ومن هنا نجد أن المستحدث ينتشر في المجتمعات الشرقية بعد أن يصبح قديماً في المجتمعات الغربية المتقدمة فكراً وعلماً وثقافة، وينطبق هذا الأمر على انتشار واستخدام المنصات الرقمية الإعلامية لتداول المحتوى الترفيهي في الدول الغربية المتقدمة والدول العربية الشرقية، وبالتحديد منصة نتفلكس (Netflix) التي ترجع نشأتها إلى عام 1997م، وكانت بدايتها الفعلية عام 2007م، وكذلك المنصات العربية والمصرية التي حاول القائمون عليها تبني هذا المستحدث، حيث وجدت المنصات الرقمية الإعلامية العربية لتداول المحتوى الترفيهي، مثل شاهد (Shahid) التي تعد أول منصة عربية تابعة لمجموعة أم. بي. سي (MBC)، والتي لم تنتشر بين الجمهور العربي والمصري إلا منذ فترة زمنية قليلة رغم أن تاريخ ظهورها يرجع في عام 2019م، وتعد المنصتان من أشهر المنصات الرقمية العربية وأكثرها انتشاراً واستخداماً، مع اختلافهما عن نتفلكس (Netflix) الأمريكية.

وتتيح هذه المنصات الإلكترونية للمشاهد متابعة المسلسلات والأفلام في غير أوقات العرض المخصصة لها على القنوات التليفزيونية، وغالباً ما تكون تلك المنصات حصرية في عرض المحتوى، وكذلك تقوم بعض هذه المنصات وعلى رأسها نتفليكس ال تي في بإنتاج محتوى درامي خاص بها مما يجذب إليها جمهوراً أكبر خاصة من فئة الشباب الراغبين في متابعة

أحدث الإنتاجات العالمية الدرامية والراغبين في المشاهدة عند الطلب وعلى الإنترنت من دون قيود وبكامل الحرية.

كما أن منصات البث الرقمي أحدثت تغييرات جذرية في طرق ووتيرة مشاهدة الأعمال الدرامية عن طريق إزالة قيود الزمان والمكان، وتوفير خاصية العرض عند الطلب والبث المباشر عبر الإنترنت، فإلى جانب المنصات الرقمية المجانية التي تتيح مشاهدة المحتوى الدرامي مثل مواقع التواصل الاجتماعي يوتيوب وفيمو وفيسبوك وغيرها من المواقع الإلكترونية، تواجدت وبقوة منصات البث الرقمي العالمية المدفوعة مثل Netflix، Amazon، Disney، Hulu، Apple TV، والمنصات الرقمية العربية مثل Shahid net، OSN، watch it وغيرها.

أولاً- الصياغة التصويرية لموضوع الدراسة:

مشكلة الدراسة:

مع تنوع وازدياد عدد المنصات الإلكترونية التي يشاهدها عدد من الجمهور المصري في السنوات الأخيرة ونظرًا لحدثة دخول المنصات الإلكترونية المتخصصة بشكل كبير وواسع في عرض الدراما التلفزيونية المصرية، تحددت مشكلة الدراسة في التعرف على استخدامات الجمهور المصري لتطبيقات مشاهدة التلفزيونية المدفوعة والإشباع المحققة منها.

ثانياً- موضوع الدراسة وأهميته:

تتلخص أهمية الدراسة في النقاط التالية:

1. إنها تهتم بمجال جديد من مجالات الإعلام وهو منصات البث التلفزيوني من خلال الإنترنت.
2. أن نتائج الدراسة تساهم بشكل علمي في التعرف على أنماط تعرض الجمهور المصري لمنصات مشاهدة التلفزيونية عبر الإنترنت مما يساعد إدارة هذه المنصات على التطوير والحصول على نتائج أفضل ومشاهدات أعلى
3. أن هذه الدراسة من الدراسات القليلة – في حدود اطلاع الباحث – التي اهتمت بمواقع وتطبيقات مشاهدة التلفزيونية عبر الإنترنت باعتبارها مجالاً حديثاً من مجالات الإعلام المعتمد على الإنترنت.

التراث النظري الخاص بموضوع الدراسة (رؤية تحليلية نقدية):

تم تقسيم التراث النظري الخاص بموضوع الدراسة إلى محورين رئيسيين اشتملا على (الموضوعات التي تناولتها الدراسات السابقة وأهدافها البحثية، والأطر النظرية والمنهجية المستخدمة بالدراسات السابقة وأهم نتائج الدراسات السابقة بما يفيد الدراسة الراهنة) كما تناولت أوجه الاستفادة من تلك الدراسات الراهنة لتحديد أطرها المنهجية والنظرية والتطبيقية.

المحور الأول: يتعلق بالدراسات التي اعتمدت على نظريات الاستخدامات والإشباعات:

أوضحت دراسة سارة حسن يونس (2023)⁽¹⁾ "العلاقة بين انتشار أساليب العرض الجديدة لأفلام السينما بأنماط وعادات تعرض الجمهور لها" واعتمدت في ذلك على منهج المسح، وعلى عينة تحليلية قوامها ثلاث منصات رقمية هي (شاهد، Watchit، Netflix)، وعينة ميدانية قوامها (400) مبحوث من الجمهور المصري ممن تتراوح أعمارهم بين 18 فأكثر، وعلى الاستبيان واستمارة تحليل المضمون كأدوات لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة لمجموعة من النتائج أهمها: تنوع أساليب تعرض عينة الدراسة الميدانية لمنصات العرض الرقمية بداية من طرق التعرف على تلك المنصات والتي أوضحت النتائج أن الإعلانات التلفزيونية جاءت في مقدمتها، ومعدل الاستخدام الذي اتضح أن النسبة الأكبر من العينة تستخدمها من مرتين إلى خمس مرات، وكذلك تفضيل مشاهدة الفردية في المنزل بواسطة الهاتف المحمول، وتفضيل الأفلام الرومانسية والأفلام التي تقدم كعرض حصري لأول مرة، وتعدد أسباب تعرض عينة الدراسة الميدانية للمنصات الرقمية وجاء في مقدمتها مشاهدة بدون إعلانات، وكذلك تفضيل عينة الدراسة الميدانية للمنصات العربية وخاصة منصة شاهد، وأن إتاحة الفيلم بأكثر من مستوى للجودة جاء في مقدمة أسباب المفاضلة بين المنصات الرقمية، وأيضاً تعدد إيجابيات وسلبيات التعرض لمنصات العرض الرقمية، وجاء في مقدمة إيجابيات هذا التعرض مشاهدة بدون فواصل إعلانية، وفي مقدمة سلبياتها عدم توفرها فترة سماح لسداد الاشتراك، وجاءت الاتجاهات الإيجابية لعينة الدراسة الميدانية نحو منصات العرض الرقمية أعلى من الاتجاهات السلبية، كما تعددت تأثيرات تعرض عينة الدراسة الميدانية لمنصات العرض الرقمية في منظومة القيم في المجتمع المصري، حيث رأى البعض أنها تساهم في تنمية المجتمع وتطوره، ومنهم من رأى أنها تؤثر بالسلب في منظومة القيم المجتمعية، وتبين أن التعرض لمنصات العرض الرقمية أثرت في أنماط متابعة عينة الدراسة الميدانية للأفلام السينمائية.

سعت دراسة أماني رضا عبد المقصود (2021)⁽²⁾ إلى محاولة رصد دوافع التعرض للمحتوى الدرامي الأصلي المقدم من خلال خدمات الفيديو حسب الطلب والإشباعات المختلفة المتحققة من هذا التعرض (سواء نفسية، اجتماعية، ثقافية، أو إشباعات خاصة بالخصائص التكنولوجية للوسيلة).

أوضحت النتائج أن التلفزيون الذكي Smart TV هو من أبرز الوسائل التي يستخدمها المبحوثون للمشاهدة حسب الطلب بنسبة 70.4% يليه الهاتف الذكي بنسبة 48.4%

وسعت دراسة ريهام سامي (2020)⁽³⁾ إلى التعرف على استخدامات جيل الشباب والمراهقين للخدمات التلفزيونية عبر الإنترنت ومدى رضاهم عنها والإشباعات المتحققة من استخدامها، في ضوء التطورات الجديدة لنظرية الاستخدامات والإشباعات، وقد تم إجراء الدراسة الميدانية خلال شهر فبراير عام 2020 على عينة عمدية قوامها 212 مفردة من الشباب والمراهقين من مواليد 1995 إلى 2008، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح، وتوصلت إلى مجموعة من النتائج الهامة ومنها:

- أن أهم دوافع استخدام البث عبر الإنترنت هي الاسترخاء والتسلية

- أن أهم الأجهزة التي يستخدمها المبحوثون في مشاهدة البث عبر الإنترنت هي الهواتف المحمولة.
 - أن أكثر المواقع استخدامًا من قبل الشباب كان موقع اليوتيوب يليه منصة نتفليكس.
- واستهدفت دراسة **Steiner, Emil, and Kun Xu (2018)** (4) فهم دوافع وطقوس للمشاهدين للتعرض لفترات طويلة للمنصات الرقمية بالاعتماد على نظرية الاستخدامات والإشباع من خلال مقابلات متعمقة مع الجمهور وتركزت الدوافع في مواكبة تقنيات العصر والعشور بالاسترخاء والإنجاز والاندماج الثقافي وتحسين تجربة المشاهدة، وتخفيف الشعور بالوحدة، كما تؤثر قابلية وسهولة التنقل بين تكنولوجيا الفيديو حسب ذلك على طقوس المشاهدة المفرطة لدى الجمهور.
- واستهدفت دراسة **محمد عبد الباري (2016)** (5) التعرف على استخدامات الشباب المصري من طلاب الجامعات لفترات تلفزيون الإنترنت، والدوافع المختلفة لهذه الاستخدامات، والمضامين التي يشاهدها الشباب في هذه القنوات، والإشباع التي يحققونها نتيجة هذه الاستخدامات، عن طريق منهج المسح، وباستخدام صحيفة استبيان على عينة قوامها 400 مفردة من الشباب الجامعي المصري من مشاهدي تلفزيون الإنترنت، وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج منها أن الذكور أكثر استخدامًا لتلفزيون الإنترنت عن الإناث، كما أن ذوي التخصص النظري أكثر استخدامًا له عن ذوي التخصص العملي، وفضل المبحوثون مشاهدة تلفزيون الإنترنت في المنزل، وجاء دافع "مشاركة الأصدقاء اهتماماتهم" في مقدمة دوافع عينة الدراسة لمشاهدة تلفزيون الإنترنت، يليه دافع "الهروب من وسائل الإعلام التقليدية" وكان إشباع "زيادة التواصل الاجتماعي" في مقدمة الإشباع المتحققة لدى المبحوثين من مشاهدة تلفزيون الإنترنت، يليه إشباع "التسلية وملء وقت الفراغ".
- وسعت دراسة **أهل نبيل بدر (2015)** (6) إلى رصد وتفسير الآثار الثقافية والنفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب الخليجي لمواقع الشبكات والإشباع المترتبة على هذه الاستخدامات، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح وتم إجراؤها على عينة عمدية قوامها 300 مفردة من الذكور والإناث من الجنسيات الخليجية المختلفة المقيمة في دولة الإمارات العربية المتحدة، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج الهامة ومنها:
- أن هناك تباينًا في أكثر شبكات التواصل تعاملًا مع عينة الدراسة ولديهم حساب بها، حيث جاء "انستجرام" في المرتبة الأولى بنسبة 43% من حيث التعرض خلال الحياة اليومية، ثم "تويتر" بنسبة 27% ويليها "فيسبوك" بنسبة 12%.
 - أن النسبة الغالبة من المبحوثين تجاوز عمر استخدامهم لتلك الشبكات الخمس سنوات مما يمثل تجربة ناضجة وحقيقية.
 - أظهرت النتائج أيضًا عددًا من الآثار الإيجابية التي حظيت بدرجات موافقة عالية من عينة الدراسة ومنها أن هذه المواقع ساعدت في التواصل المستمر مع الأصدقاء القدامى بنسبة 53% أما أبرز الآثار الاجتماعية السلبية فكانت بعض الممارسات التي تتعارض مع الدين والثقافة الإسلامية وتهدم قيم المجتمع بنسبة 35%

واستخدمت دراسة **أميرة يونس محمد (2015)** (7) أداة استبيان على عينة عمدية من الجمهور المصري قوامها 400 مفردة من سكان مدينة الإسكندرية للتعرف على استخدامات الجمهور المصري للأفلام الوثائقية التي تعرض في التلفزيون والإشباع المتحققة منها، وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: وجود علاقة ارتباط دالة إحصائية بين الدوافع الطقوسية والإشباع شبه التوجيهية، وعلاقة ارتباط طردية قوية بين دوافع التعرض والإشباع التي يحققها الجمهور.

وتسعى دراسة **نصير صالح بو علي (2014)** (8) إلى التعرف على العادات والأنماط المتعلقة باستخدام طلاب الجامعات لوسائل الإعلام التقليدية ونماذج الإعلام الجديد، والإشباع المتحققة جراء هذا الاستخدام، واستخدام الباحث أداة الاستبيان على عينة عشوائية قوامها 400 مفردة من الشباب الجامعي بجامعة الشارقة، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها أن 90% من أفراد العينة تقريباً لا يستخدمون مواقع القنوات التلفزيونية إلا نادراً، وإن من يستخدم تلفزيون الويب (وعدد قليل جداً) يستخدمونه بمتوسط أقل من نصف ساعة في اليوم تقريباً، وتأتي مواقع القنوات الإخبارية (كالجزيرة والعربية) في أولويات أفراد عينة الدراسة، ويأتي السبب الرئيسي لأفراد العينة من مشاهدة تلفزيون الويب هو مشاهدة برامجهم المفضلة في حالة عدم التمكن من مشاهدتها أثناء البث.

هدفت دراسة **ناي سي لي Nai-Se Li (2013)** (9) إلى توظيف مدخل الاستخدامات والإشباع للمقارنة بين أسباب مشاهدة الجمهور للعروض التلفزيونية عبر التلفزيون التقليدي وتلفزيون الإنترنت، واستخدمت الدراسة استبيان إلكتروني على عينة قوامها 250 مفردة من طلاب قسم الإعلام والمقيمين بالسكن الجامعي حيث يتوفر لهم الإنترنت بشكل مجاني، وتتراوح أعمارهم بين 18 حتى 28 عاماً، وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: يتفوق تلفزيون الإنترنت على التلفزيون التقليدي من حيث إشباع العملية في حين يتفوق التلفزيون التقليدي على نظيره من حيث إشباع المحتوى.

وتسعى دراسة **عبد الصادق حسن (2013)** (10) للتعرف على دوافع استخدام الشباب الجامعي بمملكة البحرين لإذاعات الإنترنت والإشباع المترتبة على هذا الاستخدام، واستخدم الباحث أداة استبيان على عينة عمدية قوامها 312 مفردة، وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام الشباب البحريني لإذاعات الإنترنت ودوافع الاستخدام، وعلاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائية بين معدل استخدام عينة الدراسة والإشباع المتحققة من الاستخدام، وأيضاً لا تقتصر إشباع الشباب على الترفيه والشعور بالراحة والاسترخاء فقط بل جاء في مقدمة هذه الإشباع الحصول على المعلومات ومناقشة هذه المعلومات مع الآخرين وتعلم أشياء جديدة.

ووظفت دراسة **Muhtaseb A (2008)** (11) نظرية الاستخدامات والإشباع من أجل فهم أبرز الدوافع لدى العرب الأمريكيون لاستخدام الإنترنت وما إذا كانت الإنترنت تمثل بديل فعال لوسائل الإعلام الأخرى في إشباع حاجة البحث عن المعلومات والحاجات الشخصية لدى العرب الأمريكيون، واستخدمت الدراسة أيضاً نظرية دوامة الصمت *spiral of silence theory* للتحقق من العلاقة بين تصورات العرب الأمريكيون حول الرأي العام الأمريكي

ودوافعه لاستخدام الإنترنت، واستخدمت الدراسة استطلاع عبر الإنترنت (124 مفردة) وكشفت نتائج الدراسة أن البحث عن المعلومات كان الدافع الأبرز لاستخدام شبكة الإنترنت وتمثل الإنترنت بديل فعال لوسائل الإعلام الأخرى، وإنه لا توجد علاقة بين تصورات العرب الأمريكيين حول الرأي العام الأمريكي ودوافع استخدامهم للإنترنت.

المحور الثاني: يتعلق بالدراسات التي تناول مشاهدة الدراما التلفزيونية عبر المنصات الإلكترونية:

جاءت دراسة ياسمين ومئة الله (2021)⁽¹²⁾ بهدف التعرف على "تأثيرات مشاهدة النهممة لمحتوي منصة نتفليكس على البناء القيمي للمجتمع المصري: في ضوء نظرية الحتمية القيمية". في ظل تطور ثقافة استهلاك الوسائط الرقمية عبر الإنترنت، وانتشار ظاهرة مشاهدة النهممة عبر منصات (خدمات الفيديو عند الطلب)، وإزدياد أعداد متابعيها حول العالم وفي الشرق الأوسط مؤخراً، برزت أنماط اتصالية حديثة وعلى وجه التحديد "منصة نتفليكس" تأتي إشكالية هذا البحث حول منصة نتفليكس وما تقدمه من مضامين وقيم تتوافق أحياناً وتتناقض كثيراً مع البناء القيمي للمجتمع المصري، استهدف هذا البحث دراسة تأثيرات مشاهدة النهممة لمحتوى منصة نتفليكس على البناء القيمي للمجتمع المصري، وذلك في ضوء نظرية (الحتمية القيمية) لعمل وسائل الإعلام، اعتمد البحث على الاستقصاء الإلكتروني وعلى "مقياس القيم الشخصية"، وتم التحقق من صدق المقياس المعد بواسطة ثلاث طرق وهي الصدق العاملي، الصدق التمييزي، الاتساق الداخلي، كما تم التحقق من ثبات المقياس بثلاث طرق هي طريقة إعادة التطبيق، طريقة التجزئة النصفية، حساب قيمة معامل ألفا كرونباخ، وتم تطبيق المقياس على عينة الدراسة والتي تكونت من (178) من الفئة العمرية 15-58 عاماً، أظهرت النتائج استحواد نتفليكس على نطاق واسع في الحياة اليومية لمستخدميها، كما برزت مشاهدة النهممة من خلال مشاهدة أفراد العينة ثلاث حلقات أو أكثر من نفس العرض في جلسة واحدة، تنوعت الفئات العمرية من المتابعين واتضح أبرز ملامح الخطورة على البناء القيمي في المحتويات المعروضة، والتوصيات المقترحة لمشاهدة العروض الحصرية على المنصة، لتشتمل على بعض الإيحاءات والعبارات غير الأخلاقية، والتي تتناقض مع متطلبات الحتمية القيمية في مضامين الوسائل الإعلامية.

دراسة منى الغزالي (2021)⁽¹³⁾ بعنوان "أنماط مشاهدة الشباب المصري لدراما المواقع الإلكترونية وتأثيرها على العلاقات الأسرية لديهم" للتعرف على أنماط وتفضيلات تعرض الشباب للأعمال الدرامية الرقمية، واعتمدت في ذلك على المنهج المسحي بشقيه التحليلي والميداني، وعلى عينة تحليلية من المنصات الرقمية (شاهد & Wachit)، وعينة ميدانية قوامها (400) مبحوث من الشباب المصري من متابعي المنصات الرقمية وتتراوح أعمارهم بين (18-35) من محافظات القاهرة والإسماعيلية والشرقية وبنى سويف، ونظرية قبول التكنولوجيا كإطار نظري للدراسة، وتوصلت إلى عدد من النتائج أهمها: أن الصراع في مقدمة الأفكار التي تحملها الأعمال الدرامية في المنصات الرقمية، وكذلك التوتر في العلاقات الأسرية، وأن السمات السلبية للعلاقات الزوجية جاءت في المقدمة، وجاء تمرد الأبناء على رأس السمات السلبية للعلاقات الأسرية، كما أوضحت النتائج أن الإناث يمثلن النسبة الأعلى من بين أفراد العينة في كثافة مشاهدة لدراما المنصات الرقمية، وأن منصة شاهد هي المنصة

الأهم من وجهة نظر العينة، وأن الدراما الرومانسية من أعلى أنواع الدراما التي يفضلها أفراد العينة، ويرى أغلب أفراد العينة أن هناك تأثيرات سلبية وأخرى إيجابية لمتابعة هذه المنصات على العلاقات الأسرية.

وتوصلت دراسة **هاني إبراهيم السمان (2021)** (14) إلى: أن فيديوهات الإرهاب الإلكتروني تسهم في توعية الجمهور بخطورة الإرهاب الإلكتروني، وأن موقع "اليوتيوب" يقدم حلولاً واقعية لكيفية النجاة من هجمات القرصنة الإلكترونية، وجاءت أهم أسباب التعرض للفيديوهات المتعلقة بمعلومات حول الإرهاب الإلكتروني لحماية أنفسهم وحساباتهم من الهجمات الإلكترونية المختلفة

و دراسة **محمد حاتم (2020)** (15) بعنوان "دراسة مقارنة بين مستخدمي اليوتيوب ومستخدمي منصات الفيديو الرقمية في تداول المحتوى الترفيهي والمعلوماتي" وقد سعت الدراسة إلى تحقيق هدف رئيس يتمثل في المقارنة بين مستخدمي اليوتيوب ومستخدمي منصات الفيديو الرقمية في تداول المحتوى الترفيهي والمعلوماتي، واستندت الدراسة في بناء متغيراتها وتفسير نتائجها على نموذج تقبل التكنولوجيا، كما تم توظيف منهج المسح والمنهج المقارن، وفي إطار ذلك تم مسح عينة قوامها (400) مبحوث من الشباب السعودي من المستويات العمرية والتعليمية المختلفة من مستخدمي اليوتيوب، ومنصات الفيديو الرقمية، وتم توظيف أداة الاستبيان لمعرفة آرائهم حول استخدام تلك الوسائل، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج مهمة منها: تنوعت إجابيات وسلبيات استخدام الشباب السعودي لكل من اليوتيوب ومنصات الفيديو الرقمية،

هدفت دراسة **ريهام علي أنور (2020)** (16) إلى التعرف على مدى استخدام الشباب المصري للفيديوهات الساخرة على موقع يوتيوب وعلاقتها باتجاهاتهم نحو المنظمات الإرهابية، تم تطبيق استبيان على عينة قوامها 300 مفردة من طلاب البكالوريوس في جامعة القاهرة وذلك بالاعتماد على منهج المسح، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج ومنها:

أن استخدام اليوتيوب للتعرف على معلومات ومعارف جديدة ومفيدة كان من أبرز دوافع الاستخدام من قبل المبحوثين، أن اكتساب المعلومات الجديدة كان من أهم الإشباع التي تحققت لدى المستخدمين، أن النسبة الأكبر للمستخدمين كانت للإناث وذلك بنسبة 6.66% مقارنة بالذكور الذين بلغت نسبتهم 3.33%.

ونبهت دراسة **Merrill Jr et al (2019)** (17) لارتباط الشباب الجامعي بالمشاهدة المفرطة عبر التنبؤ بتكرار المشاهدة المفرطة عندما يكون التحكم الذاتي للأفراد منخفض، حيث يميل الشباب لاستخدام المشاهدة المفرطة للمنصات الرقمية كشكل من أشكال المكافأة والتأجيل للمهام التعليمية والهروب من الواجبات المنزلية الأخرى، وبالتالي يقل الشعور بالندم لدى تلك الفئة، كما ارتبطت المدة الزمنية للمشاهدة المفرطة بالإناث أكثر من الذكور.

وأجريت دراسة **Susanno (2019)** (18) بالتطبيق على الشباب الإندونيسي باستخدام مسح عبر الإنترنت، تم تحديد ثلاثة عوامل لسلوكيات للمشاهدة المفرطة لمنصة نتفليكس هي الهروب، والمشاركة الاجتماعية، والسعر الجذاب الذي توفره تلك المنصات.

طبقت دراسة **Cordts, Florian (2019)** ⁽¹⁹⁾ على 45 مبحوث من خلال الإجابة عن استبيان يومي على مدار 15 يوماً، شاهد المشاركون بمعدل 68 دقيقة بما يعادل متوسط 1.92 حلقة من خدمات الفيديو عند الطلب (VOD)، بينما كانت نفس المستوى حوالي 70% على موقع YouTube كل يوم، وتشير النتائج لوجود حاجة للتمييز بين نمطي المشاهدة المجانية والمدفوعة، حيث يميل معظم الأفراد إلى التركيز على منصة واحدة فقط، حيث أن كانت المشاهدة المكثفة عبر اليوتيوب الأكثر استخداماً وانتشاراً لدى عينة الدراسة، وجاء سلوك المشاهدة بين المشاركين متبايناً إلى حد كبير، حيث كشفت المشاهدة من خلال المنصات الرقمية المدفوعة حسب الطلب عن ارتفاع في نسب المشاهدة المفرطة بها، مما يشير إلى أن سلوك الفرد في المشاهدة مرتبط بعوامل شخصية (مثل وقت الفراغ) وتفضيلاته للمحتوى.

تشير دراسة **Feiereisen, Stephanie, et al (2019)** ⁽²⁰⁾، حول تقييم ظاهرة المشاهدة المفرطة عبر أداة مجموعات النقاش المركزة مع مشاهدي المسلسلات التليفزيونية وتحليل تقييماتهم لدوافع ونتائج تلك المشاهدة، ثم إجراء استبيان الكرتوني على عينة مكونة من 6556 مستجيب، حيث قدم الباحثون نموذجين لتفسير الظاهرة: الأول يتكون من أربعة عوامل هي: (التعزيز العاطفي، والإثراء، والهروب، والاندماج الاجتماعي) والثاني يتكون من سبعة عوامل هي (المشاركة، والعواطف الإيجابية، والرغبة، والسعادة، والمشاهدة بنهم، والتبعية، وفقدان السيطرة).

وحلت دراسة **Merikivi, Jani, et al (2019)** ⁽²¹⁾ الأبحاث التي نشرت خلال الفترة من 2011 إلى 2018 حيث بلغ عددها 29 دراسة عبر تحليل المستوى الثاني، حيث حددت الدراسات مفهوم المشاهدة المفرطة بالتعرض لحقتين أو أكثر خلال جلسة واحدة بنسبة 61.1% وكانت نظرية الاستخدامات والإشباع هي أكثر المداخل التي اعتمدت عليها الدراسات كإطار نظري.

وحذرت دراسة **Steins Loeber, Sabine, et al (2019)** ⁽²²⁾ من خطورة العواقب السلبية المحتملة للمشاهدة المفرطة أبرزها الإدمان وأعراض الاكتئاب، وفقدان السيطرة وإهمال الواجبات، والعزلة الاجتماعية والشعور بالذنب، وذلك بالتطبيق على عينة بلغت 228 مبحوث، حيث أثبتت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في تأثيرات المشاهدة المفرطة ومستويات الإدمان الإلكتروني.

وقام **Subias & Laveron & Molina (2018)** ⁽²³⁾ بدراسة بعنوان "Online Recommendation Systems in the Spanish Audiovisual Market: Comparative Analysis between Artesmedia, Moviestar+ and Netflix" للتعرف على مقدمي خدمات الفيديو حسب الطلب؛ حيث سعت للتعرف على كيف يعمل مقدمو خدمات الفيديو حسب الطلب على تطوير التجارب المقدمة عبر منصاتهم المختلفة في الوقت الذي يحتاج فيه المشاهدون، في ظل هذا الزخم ووفرة العرض إلى توجيه وإرشاد لخياراتهم كمستهلكين لمثل هذه المنصات، وقام الباحثون بتحليل ثلاث خدمات تقدم خدمات المشاهدة حسب الطلب في "أسبانيا" وهي خدمات (Artesmedia +Moviestar and Netflix) وتوصلت الدراسة إلى أنه وبالرغم من المعلومات الكثيرة عن المستهلكين والتي

تتوفر لدى هذه المنصات، إلا أنهم لا يمكنهم تقديم كل شئ يرغب فيه المستهلكون، فهم فقط يقدمون ما يتوفر لديهم من محتوى وبشكل أساسي ما يكون سعره مقبولاً، وبالتالي فإن الإستراتيجيات المختلفة التي تتبعها هذه المنصات كاقتراحات اقتصادية المحتوى على المستهلكين لمشاهدته يعد مجرد نصيحة، ولكنها غير ملزمة للمستهلكين، خاصة أن البشر تتغير تفضيلاتهم وأذواقهم بشكل دائم وهو ما لا يمكن التنبؤ به بالإحصائيات والأرقام.

حددت دراسة **Sung (2018)** (24) مفهوم المشاهدة المفرطة من خلال دراسة سلوك المشاهدة وعدد الحلقات، ومقدار الوقت الذي يقضيه الشخص في المشاهدة، وذلك بالتطبيق على عينة مكونة من 292 شاب، وكشفت نتائج الدراسة أن أكثر من نصف المستجيبين للدراسة كانوا من ذوي المشاهدة المفرطة، وجاء الدافع الترفيهي كمؤشر مهم للتنبؤ بدوافع المشاهدة للأفراد من ذوي المستوى المنخفض من المشاهدة المفرطة، في حين توصلت الدراسة لوجود علاقة ارتباطية بين الدافع الترفيهي لقضاء وقت الفراغ والمستويات المرتفعة من المشاهدة المفرطة لدى الشباب.

وركزت دراسة **Humphries, Sheana JKY (2018)** (25) على اختبار تأثير الغرس الثقافي لمشاهدة أعمال دراما الرعب باختلاف أنماط المشاهدة المفرطة للمنصات الرقمية (ضعيفة، متوسطة، مرتفعة) حيث وجدت الدراسة علاقة ارتباطية بين ارتفاع عدد ساعات المشاهدة للأعمال الدرامية وتبني سلوكيات عنيفة والشعور بالخوف.

وتوصلت دراسة **Tukachinsky, Riva, and Keren Eyal (2018)** (26) إلى أن الاتجاه المتزايد للمشاهدة التليفزيونية الماراثونية يرتبط بنمط استهلاك المشاهدين للوسائط (أسلوب التعلق، والاكتئاب، ونقص التنظيم الذاتي) بالإضافة إلى الخبرات النفسية للمشاهدين والسمات الشخصية، وتم اختبار نموذج الاستخدامات والتأثيرات، من ناحية ونماذج إدمان وسائل الإعلام، من ناحية أخرى، للتنبؤ بمستوى الشاهدة المفرطة ومقارنتها بالمشاهدة العالية، وتقدم النتائج دعماً قوياً لمفاهيم الاستغراق ودعم النظريات المعرفية لإدمان وسائل الإعلام، كما تكشف نتائج الدراسة أن المشاهدين من كثيفي التعرض للمنصات الرقمية ينشطون معرفياً وعاطفياً أثناء وبعد التعرض لوسائل الإعلام مما يخفف من بعض المخاوف بشأن "التأثيرات السلبية" لظاهرة "المشاهدة المفرطة".

بينما طورت دراسة **Riddle K (2018)** (27) أنماط المشاهدة المفرطة بتصنيفها حسب نية المستجيب في الانخراط في سلوك المشاهدة (مشاهدة مقصودة أو مشاهدة غير مقصودة) كما أظهرت الدراسة علاقة ارتباطية بين كثيفي المشاهدة المفرطة بدون قصد وظهور أعراض الإدمان لمنصات البث الرقمي.

وهدفت دراسة **Yetter, Casey (2018)** (28) تحديد المشاهدة المفرطة باستخدام عدد الساعات والمقارنة بين العوامل المؤثرة في المشاهدة المفرطة سواء عن طريق المشاهدة في مجموعات أو المشاهدة الفردية، حيث توصلت الدراسة أن متوسط جلسة المشاهدة المفرطة الفردية يبلغ 5 ساعات، في حين كانت المشاهدة المفرطة بصحبة أشخاص آخرين "مجموعات" بمتوسط 3.47 ساعة، وكانت العوامل المرتبطة بالمشاهدة المفرطة سواء الفردية أو الجماعية متقاربة وتركزت في قضاء وقت الفراغ والمشاركة الاجتماعية والشعور بالمتعة والتفاعل

بمفردها ومشاهدة الشراة في مجموعة هي المشاركة، مرور الوقت، المتعة، لكن كان التفاعل الاجتماعي بدرجة أكبر بين المشاهدة الجماعية عن المشاهدة الفردية.

وتهتم دراسة **Rubeking, Bridget (2018)** (29) بالاعتماد على النتائج من إحدى عشرة مجموعة نقاش مركزة من طلاب الجامعات في الولايات المتحدة إلى أن المشاهدة المفرطة ترتبط بمشاهدة المحتوى الدرامي والسردية لفترة طويلة من الوقت بلغت أكثر من ثلاث أو أربع ساعات، وكشفت النتائج عن أربعة دوافع ناشئة تسهم في مشاهدة الأفراد وهي: 1- ترقب ما سيأتي بعد ذلك – مميزات المحتوى والتفاعل التكنولوجي على حد سواء 2- إدارة الحالة المزاجية والإثارة 3- الهروب 4- الأهداف الاجتماعية – المتعلقة بكل من العرض المشترك ومناقشة المحتوى مع الآخرين والتعرف على الشخصيات.

وسعت دراسة **سعيد أمين ناصف (2018)** (30) إلى التعرف على التأثيرات الاجتماعية الناشئة عن استخدام وسائل الاتصال الإلكتروني وذلك من خلال دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة عجمان، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح، وتضمنت العينة 180 مفردة من طلاب كليتي الإعلام والهندسة في جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج الهامة ومنها: أن استخدام الشباب لوسائل التواصل الإلكترونية قد يسبب العديد من المشكلات والخلافات مع الأهل، من المزايا الإيجابية لاستخدام وسائل الاتصال الإلكترونية سهولة الاتصال بالأهل والأصدقاء والأقارب بسبب انخفاض التكلفة مما يساعد في إنجاز أشياء أخرى مثل الحصول على العلم والمعرفة، أن هناك مجموعة من التأثيرات السلبية الناتجة عن الإفراط في استخدام وسائل الاتصال الإلكترونية والتي تتعلق معظمها بالاضطرابات النفسية وقلة النوم والنواحي الجسمية والإرهاق الذهني والعقلي

وتشير دراسة **Flayelle, Maeva, et al (2017)** (31) بالاعتماد على سبع مجموعات نقاش من ذوي المشاهدة المفرطة للمسلسلات التلفزيونية لاستكشاف الجوانب المتعلقة بالمشاهدة المفرطة للمسلسلات التلفزيونية، حيث أقر معظم المشاركين بأن مشاهدة المسلسلات التلفزيونية يمكن أن تصبح بمثابة إدمان، لكنهم اتفقوا جميعًا على وجود مشكلة في الاعتراف بانهم "مدمنون" حقًا، على الرغم من إنه يمكن إقامة روابط واضحة من وجود أعراض إدمان للمواد التلفزيونية، لكن مجموعات النقاش أشارت لعدة جوانب مميزة للمشاهدة المفرطة على سبيل المثال (النظرة الإيجابية، الاستغراق العابر، والتأثير المنخفض للمشاهدة المفرطة على روتين الحياة اليومية).

وقام **Corfield (2017)** (32) بدراسة بعنوان **"Network vs. Netflix: A Comparative Content Analysis of Demographics Across prime-time Television and Netflix original Programming"**، والتي اهتمت بتحليل المضامين التي تناولت الأصول العرقية المختلفة من حيث متغيرات العمر، الجنس، النوع الاجتماعي، الجرائم التي تقوم بها هذه الجماعات المختلفة، والتي تقدم من خلال مختلف المضامين التلفزيونية في الشبكات التلفزيونية الأمريكية، والتي عرضت وقت ذروة المشاهدة (8-11)، وذلك خلال موسم (2015-2016)، ومقارنتها بما يقدم من خلال منصة "نتفلكس" حيث أثارت الدراسة أنه إذا كانت المضامين التلفزيونية التي تقدم وقت ذروة المشاهدة يمكن

أن تساعد في تشكيل المجتمع فإن خدمات "نتفلكس" قد ظهرت كمصدر رائد للترفيه والتي قدمت قابلية البث لعدد لا نهائي من حلقات البرامج التي يفضلها المشاهد، واهتمت الدراسة بمعرفة مدى وجود تمثيل للأقليات والشخصيات النسائية المقدمة من خلال البرامج التلفزيونية في أوقات الذروة ومن خلال "نتفلكس" وذلك لما يمثله ذلك من ضرورة اجتماعية لفهم إلى أي مدى تصور المضامين التلفزيونية للأقليات والنساء؟ وهل هذه الصور المقدمة قد تغيرت عن الصور المسبقة لهم التي قدمت في نصف القرن الماضي؟ وأظهرت الدراسة وجود اختلافات في الكيفية التي يقدم بها الأقليات والشخصيات النسائية من خلال التلفزيون بشكل عام، فيما أن البرامج التلفزيونية الحديثة التي تتيح بواسطة "نتفلكس" قد قللت من هذا التشويه وهدمت أدوار وذات معنى للفئات التي تم تهميشها من قبل.

فيما ركزت دراسة Jenner (2017)⁽³³⁾ بعنوان **"Binge-Watching: Video-on-demand, Quality TV and mainstreaming fandom"** أسلوب المشاهدة المتبعة في منصات الفيديو حسب الطلب وهو أسلوب المشاهدة بشرافة (Watching-Binge) حيث سعت الدراسة إلى استكشاف هذا المفهوم كبروتوكول للمشاهدة والذي يرتبط بممارسات الهواة أو المعجبين بممارسات للمحتوى المشاهد، والذي يرتبط بالصناعة نفسها والتي ترتبط بحد ذاتها بجودة المحتوى المتسلسل، واهتمت الدراسة بمعرفة ما الذي يشكل مفهوم (المشاهدة بشرافة Watching-Binge) وكيف يستخدم هذا المفهوم لترويج الوسيلة ونشر المحتوى المطلوب، وأوضحت الدراسة أن تعريف (المشاهدة بشرافة) يعتمد على سلوك المشاهدة الفردي بشكل كبير، وبالتالي من الصعوبة إيجاد أرضية مشتركة بين المشاهدين جميعهم ضمن خدمات VOD على عكس التلفزيون التقليدي الذي يمكن بسهولة إيجاد عادات مشاهدة مشتركة لدى مشاهديه إذا كانت هناك حلقات من المسلسل تعرض بشكل يومي أو أسبوعي أو 5 أيام في الأسبوع مثلاً وهو ما يمكن من التنبؤ بسلوك المشاهدين في المشاهدة .

أفادت دراسة Mikos, Lother (2016)⁽³⁴⁾ بأن التقدم الرقمي والدمج بين وسائل الإعلام يتطلب أن تضبط شركات البث التلفزيوني محتواها ليتناسب مع المنصات وقنوات التوزيع الحديثة، فالإنترنت كقناة دمج بين وسائل الإعلام المختلفة تأخذ على نحو متزايد دوراً مركزياً كوسيلة إعلام جديدة، فالتلفزيون التقليدي لا يزال مهماً ولكن بالنسبة لبعض الجماهير فقد تراجع دوره ليصبح ثانوياً، ونتيجة لنمو الدمج بين محتويات التلفزيون التقليدي من جهة والمحتوى الرقمي من جهة أخرى أدى ذلك إلى تفاعل كبير بينهما مما أثار العديد من المناقشات حول مستقبل التلفزيون، وقد لخص هذا البحث نتائج دراستين مختلفتين على جمهور الأفلام والبرامج التلفزيونية التي يتم توزيعها عبر الإنترنت من خلال منصات الفيديو عند الطلب مثل Netflix أو Amazon، وقد تناولت الدراسة الأولى عادات ودوافع استخدام الجمهور لمنصات الفيديو عند الطلب في ألمانيا لمشاهدة الأفلام والبرامج التلفزيونية وما تعنيه هذه المنصات في الحياة اليومية، وأفاد معظم المشاركين في هذه الدراسة أنهم يتابعون بالأساس مسلسلات الدراما التلفزيونية على Netflix و Amazon، أما الدراسة الثانية فركزت على ظاهرة المشاهدة المكثفة للأفراد والأزواج للدراما التلفزيونية وعلاقتها بظهور هياكل جديدة لسوق التلفزيون في المستقبل.

بينما توصلت دراسة **محمود عبد الجواد (2016)** (35) إلى أن 51.8% من العينة استفادوا من مشاهدة برامج الشباب، وأوضحت النتائج أيضًا أن 83% من أفراد العينة يفضلون أن يكون ضيوف برامج الشباب من الشباب، وتبين من النتائج أن 62% من العينة يرون أن أهم مقترح لتطوير برامج الشباب هو مناقشة الموضوعات بحرية أكثر بدون رقابة.

فيما قام **Osur (2016)** (36) بدراسة بعنوان **"Netflix and The Development of The Internet Television Network"** والتي اهتمت بدراسة تجربة "نتفلكس" كشبكة تليفزيونية بارزة عبر الإنترنت أن "نتفلكس" أصبحت نموذجاً للشبكة التليفزيونية عبر الإنترنت، كما كان الوضع بالنسبة لشركة (HBO: Home Box Office) من حيث كونها النموذج لخدمات الكابل منذ عشرين عاماً مضت كما أن التطور في أنظمة توزيع ونشر التجربة الترفيهية الجديدة عادة ما يفرض تغييرات على مدى واسع ليس فقط على الوسائل الجديدة، وإنما أيضاً على وسائل الإعلام الموجودة بالفعل.

وهدفت دراسة **هالة الجبالي (2015)** (37) للتعرف على القيم الاجتماعية والذكاء الاجتماعي للمراهقين الأكثر متابعة لبعض المسلسلات التليفزيونية المصرية والتركية المدبلجة ومقارنتها بالأقل متابعة لها، واستخدمت الدراسة نظرية التعلم الاجتماعي، وطبقت على عينة عمدية تكونت من (200) طالباً وطالبة بالتساوي من مرحلة المراهقة المتوسطة (15- 18) سنة بالمرحلة الثانوية من محافظة القاهرة، وأظهرت النتائج أن نسبة السلوكيات السلبية في المسلسلات المصرية أعلى من نسبة السلوكيات السلبية في المسلسلات التركية المدبلجة، كما أظهرت النتائج ارتفاع القيم الإيجابية في المسلسلات التركية المدبلجة لاحتوائها على الرقابة الاجتماعية وإشراف واحترام الكبار، وإن المراهقين يتأثرون بالظروف التي ترتبط بالتعرض للوسيلة لوجود القواعد التي ترتبط بمشاهدة التليفزيون وتواجد الوالدين.

واهتمت دراسة **داليا عثمان إبراهيم (2015)** (38) بتحليل دور المسلسلات المصرية والتركية في تشكيل اتجاهات الشباب المصري نحو الزواج من خلال دراسة مقارنة، واعتمدت في إطارها النظري على نظريتي الغرس الثقافي ونظرية تأثير الشخص الثالث، وكان من أهم النتائج: قدمت الدراما المصرية والتركية شخصيات الأزواج بشكل إيجابي بنسبة كبيرة، كما قدمت الدراما المصرية شخصيات الأزواج في مرحلة الشباب بنسبة 60.9% وركزت على الأزواج في المستويات الاجتماعية والاقتصادية المرتفعة بنسبة كبيرة على الرغم من عدم تناسب ذلك مع الواقع المصري، حيث أن النسبة الأكبر من المجتمع من الطبقات المتوسطة، وأبرزت النتائج وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين النوع وحجم التعرض للمسلسلات التركية وعدم وجود نفس العلاقة مع المسلسلات المصرية.

أما دراسة **أمل القصيبي (2015)** (39) فاهتمت بالتعرض لمضمون إعلامي جديد نسبياً، هو مسلسلات "السيت كوم"، وعلاقتها بالحالة المزاجية للمشاهدين في ضوء نظريات الحالة المزاجية ومقياس حالة ما وراء المزاج، وكشفت النتائج عن وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين كثافة التعرض المرتفعة لمسلسلات السيت كوم التليفزيونية ودرجة تحسن الحالة المزاجية، وأيضاً حالة ما وراء المزاج من جهة، وبين بعض الخصائص الديموغرافية

لدى مشاهدي السيت كوم كخصائص الحالة الاجتماعية (متزوجون – غير متزوجون)، نمط التعليم، ونمط العمل والمستوى الاقتصادي والاجتماعي من جهة أخرى.

وهدفت دراسة **Greer & Ferguson (2015)** (40) إلى التعرف على ما إذا كانت الأجهزة اللوحية ستحل محل مشاهدة التلفزيون التقليدي لدى جمهور المستخدمين، وخلصت نتائج الدراسة إلى إنه بالرغم من تقلص وقت مشاهدة التلفزيون التقليدي لدى جمهور المستخدمين إلا إنه وجد ثمة ارتباط إيجابي بين استخدام الجمهور للأجهزة اللوحية والوقت الذي يقضيه الجمهور في مشاهدة التلفزيون التقليدي.

وقام **Esteve Sanz (2015)** (41) بدراسة بعنوان **"The meaning of digital platforms: Open and closed television infrastructure"** الانخفاض المستمر لمشاهدة التلفزيون التقليدي مع تزايد المشاهدة عن طريق المنصات الرقمية، وترتب على هذا التحول آثار اجتماعية واقتصادية وثقافية كبيرة جداً، كثيراً ما تجاهلتها الأدبيات في المجال الإعلامي والاقتصادي في الوقت الحالي، وتستعرض الدراسة الأنماط الرئيسية في الاعتماد على المنصات الرقمية في جميع أنحاء أوروبا، وقد لاحظت الدراسة صعود منصات التلفزيون المغلقة كنموذج تجاري مثالي في المشهد الإعلامي الجديد من جهة مع الانفتاح الثقافي والمادي للانترنت من جهة أخرى، الأمر الذي أدى لتحول جذري في استهلاك التلفزيون، وبالرغم من ظهور ترتيبات متناقضة إلا أن الحول المقدمة من صناعة الإعلام لا تزال متوافقة مع تفضيلات المستهلكين، وبدون رسم خطوط حادة بين التكنولوجيا والثقافة، قدمت هذه الدراسة نظرة على الطرق المتعددة التي لا تزال تغير بها المنصات الرقمية وجه صناعة التلفزيون في العالم.

وأكدت دراسة **ياسمين غانم (2013)** (42) على العنف المجتمعي كما تعكسه المسلسلات التلفزيونية المصرية وعلاقته بسلوكيات أفراد الأسرة المصرية وكشفت الدراسة عن وجود ارتباط طردي موجب بين معدل مشاهدة المسلسلات التلفزيونية من جهة والعنف المدرك في هذه المسلسلات وتأثيره على الأسرة من جهة ثانية، كما أوضحت الدراسة وجود ارتباط طردي موجب بين ضرب الأزواج زوجاتهم كعنف ملاحظ في المسلسلات وكافة أشكال العنف الأخرى.

وهدفت دراسة **محمد عبود (2012)** (43) بشكل أساسي إلى التعرف على الصورة التي تقدم بها الصفوة المصرية في الدراما التلفزيونية التي تعرضها القنوات الفضائية العربية ومدى إدراك الشباب الجامعي للواقع الاجتماعي لتلك الفئة، أجريت الدراسة على عينة من طلاب كليات جامعتي القاهرة وبها من 18 إلى 21 سنة من الذكور والإناث بلغت 400 مفردة، جاءت المسلسلات التلفزيونية في مقدمة الأنواع الدرامية التي يفضل الشباب الجامعي مشاهدتها في القنوات الفضائية العربية، حيث احتلت الترتيب الأول بنسبة 70% من إجمالي الأنواع الدرامية الأخرى، يليها الأفلام التلفزيونية في الترتيب الثاني بنسبة 56.8% ثم المسرحيات في الترتيب الثالث بنسبة 25.8% ثم السلاسل الدرامية في الترتيب الرابع بنسبة 8% وتقاربت معها في النسبة تمثيلات السهرة حيث جاءت في الترتيب الخامس والأخير بنسبة 7%

واستهدفت دراسة **حسين خليفة (2012)** (44) تحليل مدى تأثير استخدام الإثارة الحسية بالأفلام والمسلسلات العربية المقدمة في القنوات الفضائية على الشباب المتابع لها وأنماط نشاطه الذي

يمارسه أثناء مشاهدة تلك الأفلام والمسلسلات، واعتمدت في إطارها النظري على نموذج روبين وكيم، وهو أحد مداخل نظرية الاستخدامات والتأثيرات، وكان من أبرز نتائجها أن غالبية المبحوثين يشاهدون الأعمال الدرامية الإثارية بصفة دائمة ومنتظمة بنسبة بلغت 71.5%، وأما الذين يشاهدونها بصفة غير منتظمة فبلغت نسبتهم 28.5% كما يرى المبحوثون عدم وجود أهمية لمشاهد الإثارة الحسية بالأفلام والمسلسلات العربية بنسبة 64.7% في حين ترى نسبة 35.3% وجود أهمية لتلك المشاهد، ويؤيد غالبية المبحوثين أن تحذف الرقابة الفنية مشاهد الإثارة الحسية من الأعمال الدرامية العربية بنسبة 87.7% في حين ترفض نسبة 21.3% حذفها

واهتمت دراسة **فتحي شمس الدين (2011)** (45) بالتعرف على مدى إدراك الشباب المصري لأسلوب الحياة الغربية المقدمة من خلال الأفلام السينمائية الأجنبية المعروضة على الفضائيات العربية وتأثير ذلك على أسلوب حياة الشباب المصري، وذلك على عينة من الشباب قوامها 400 مفردة، وتوصلت النتائج إلى أن العلاقات الجنسية المتحررة جاءت في مقدمة أساليب الحياة السلوكية بنسبة 28.8% ثم في المرتبة الثانية تعاطي المخدرات والمواد المنشطة بنسبة 22.7% ووجد أن الذكور كانوا أكثر تأثراً بأساليب الحياة الغربية المقدمة بالأفلام الأجنبية الروائية حيث بلغت درجة تأثرهم 56.4% درجة في مقابل 54.5% للإناث، كما وجدت علاقة دالة إحصائياً بين كثافة مشاهدة الدراما الأجنبية ومعرفة الشباب المصري بأسلوب الحياة الغربية

واهتمت دراسة **فيليب اوتر وأخرين (2010)** (46) بالتعرف على تأثير مشاهدة الدراما التلفزيونية على الشباب المصري والأمريكي من الجنسي كدراسة مقارنة حول تصوراتهم عن العالم الواقعي والمفاهيم المتعلقة بالأسرة والمجتمع بشكل عام، وذلك للتعرف على تأثير الدراما على ثقافتين مختلفتين، وتم تطبيق الدراسة على عينة قوامها 323 مفردة من خلال استمارة استبيان على الإنترنت، وكانت أهم النتائج أن الشباب المصري تمسك بنظرة أكثر تقليدية لمفهوم السارة عن الشباب الأمريكي، ولم يثبت وجود أي تأثير لعامل النوع في إدراك أو تصورات الشباب المصري لمفهوم الأسرة عن الشباب الأمريكي، ولم يثبت وجود أي تأثير لعامل النوع في إدراك أو تصورات الشباب لمفهوم الأسرة سواء بالنسبة للمجتمع المصري أو الأمريكي، كما أكد الشباب الأمريكي أن الأسرة المقدمة في الدراما لا تمثل الأسرة الأمريكية في الواقع الفعلي، بينما أظهرت النتائج أن الشباب المصري يرى أن الدراما تعكس صورة الأسرة الواقعية وثبت صحة الفرض القائل بأن كثافة مشاهدة الدراما تؤثر على إدراك الواقع الفعلي بشكل مشابه لما يقدم في الدراما

هدفت دراسة **Christen M. Steinkamp (2010)** (47) لمعرفة عادات مشاهدة التلفزيون لدى الشباب الجامعي لمعرفة اختلاف الدوافع والتفضيلات بين مشاهدة تلفزيون الإنترنت والتلفزيون التقليدي وذلك عن طريق مسح إلكتروني لعينة قوامها 136 مفردة.

وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن أهم دوافع مشاهدة التلفزيون بوجه عام لم تختلف عما كانت عليه عام 1980 وهي: الاسترخاء، والهروب، والرغبة في تمضية الوقت والتفاعل الاجتماعي مع الأصدقاء والأقارب، وإن القدرة في التحكم في اختيار وقت مشاهدة

وملائمة تليفزيون الإنترنت من حيث مشاهدة الفيديو حسب الطلب وإمكانية تخطي الإعلانات وغيرها أهم دوافع تفضيل الشباب الجامعي لاستخدام تليفزيون الإنترنت كبديل للتليفزيون التقليدي. وأخيراً استهدفت دراسة عمرو أسعد (2007) (48) التعرف على الكيفية التي تظهر بها السلطات الاجتماعية في الدراما، والكشف عما لدى الشباب المصري من اتجاهات إيجابية أو سلبية نحوها، وتأثير المعالجة الدرامية على غرس اتجاهاتهم نحو هذا المفهوم، واعتمدت الدراسة على منهج المسح وطبقت على عينة قوامها 400 مفردة بمنطقة القاهرة الكبرى من المرحلة العمرية 21-35 سنة بالإضافة إلى تحليل مضمون 78 فيلماً وثلاث مسلسلات عربية، وجاءت أهم نتائجها: أن الشباب المصري عينة الدراسة يشاهد الدراما التليفزيونية بمعدل يومي وأسبوعي مرتفع، كما جاءت الدوافع الطقوسية في مقدمة دوافع الشباب المصري في مشاهدة الدراما التليفزيونية وأشارت النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين دوافع مشاهدة الشباب للدراما التليفزيونية وبين اتجاهاتهم نحو السلطات الاجتماعية.

التعليق على الدراسات السابقة:

أظهرت النتائج ارتباط مشاهدة المفرطة بالخصائص الاجتماعية والديموغرافية للمبشرين، كما أظهرت عدد من الدراسات ارتباطاً إيجابياً بين النوع والمشاهدة المفرطة، حيث كانت الإناث أكثر استغراقاً في مشاهدة المفرطة وفي كثافة جلسات المشاهدة.

تعدد المصطلحات التي تصف الظاهرة بين المشاهدة الماراثونية أو المشاهدة المفرطة ويقابلها المصطلحات التالية:

Binge-watching, binge-viewing, marathon viewing, marathon watching, media marathon, or increased viewing.

تطورت عملية المشاهدة المنتظمة للمحتوى التليفزيوني بداية من الثلاثينات وحتى السبعينات عن طريق اعتماد الجمهور على المشاهدة المباشرة للمحتوى الذي يتم بثه مباشرة عبر التليفزيون تلاها المرحلة من 1970-1980 ظهرت بوادر التحكم في المحتوى والمشاهدة المفرطة عبر شرائط الفيديو والأسطوانات المدمجة ثم مرحلة عام 2005 ببداية جدولة الخدمة الذاتية من خلال المشاهدة غير المحدودة بظهور نتفليكس.

أظهرت نتائج الدراسات تبايناً كبيراً في تحديد مفهوم المشاهدة المفرطة لمنصات البث الرقمي سواء في تحديدها بمشاهدة حلقتين أو أكثر خلال الجلسة الواحدة أو مشاهدة مستمرة لمدة نصف ساعة، ساعة أو أكثر خلال يوم واحد أو لعدة أيام متتالية، خلال الأسبوع كاملاً، أو مشاهدة الموسم كاملاً.

بدأ استخدام مصطلح binge watching لمنصات البث الرقمية في عام 2013 بالتزامن مع بث شبكة نتفليكس Netflix لمسلسل house of cards بعرض حلقات الموسم الأول كاملة كدفعة واحدة والذي حظي بمتابعة جماهيرية كبيرة واهتمام بحثي بالظاهرة.

تظهر مراجعة الدراسات السابقة أن الاستغراق في المشاهدة المفرطة يؤدي إلى آثار اجتماعية منها إهمال الأنشطة الاجتماعية والتعليمية الأخرى وآثار صحية تتعلق بالأرق والإحساس

بالإحباط بل هناك افتراض لدى كثير من الباحثين بأن المشاهدة المفرطة لها صفات وأعراض إدمانية.

- ركزت معظم الدراسات المعتمدة على مدخل الاستخدامات والإشباع على دراسة أنماط استخدامات الشباب الجامعي لوسائل الإعلام المختلفة التي تنوعت ما بين مواقع للتواصل الاجتماعي وصحف إلكترونية ومنصات مشاهدة تلفزيونية على الإنترنت، وتحاول الدراسة الحالية الاستفادة من هذا التنوع في ربط نتائج الدراسة الحالية مع نتائج تلك الدراسات.

اعتمدت معظم الدراسات على منهج المسح الذي جاء مناسباً لطبيعة هذه الدراسات التي ركزت على التعرف على الأنماط التي يتبعها الشباب في استخدام وسائل الإعلام المختلفة سواء كانت مرئية أو مقروءة أو مسموعة.

- ركزت عدد من الدراسات على الآثار النفسية والاجتماعية والثقافية لاستخدام المشاهدة من خلال الإنترنت

- تناولت عدد من الدراسات وسائل التواصل الاجتماعي الجديدة وحاولت مقارنتها بالتلفزيون التقليدي معظم الدراسات التي تناولت المشاهدة عبر الإنترنت وتحديداً المتعلقة بالبحث التلفزيوني عبر الإنترنت يمكن تصنيفها إنها دراسات استكشافية بسبب حداثة المجال.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

أفادت الدراسات السابقة الباحثة في عدة جوانب ساهمت في تشكيل أطر الدراسة الراهنة في العناصر الآتية:

1. توصلت الباحثة إلى تحديد وتعميق مشكلة الدراسة ومكنتها من تحديد أهداف دراستها بدقة، فمن خلال مراجعة الباحثة للنقاط المهمة التي يمكن تناولها والتركيز عليها، وكيفية صياغة الأهداف والتساؤلات والفروض.

2. القدرة على تحديد موضوع وأهداف ومنهجية البحث ومحاولة استكمال ما قدمه الباحثون والبناء على ما توصلوا إليه من نتائج وتوصيات الدراسات المستقبلية بالمجال العلمي والتطبيقي في موضوع الدراسة الراهنة.

3. استفادت الباحثة أيضاً من الدراسات السابقة في تصميم استمارة الاستبيان وكيفية استخدام هذا الأسلوب في التركيز عليها في إضافة مقاييس الدراسة وتحديدها.

أهداف الدراسة:

تستهدف هذه الدراسة بشكل رئيسي التعرف على أنماط مشاهدة الجمهور المصري للمحتوى الدرامي المعروف على المنصات الإلكترونية المتخصصة، ويتفرع من هذا الهدف عدة أهداف أخرى هي:

1. التعرف على أهم المنصات الإلكترونية المتخصصة في عرض الدراما التي يشاهدها الجمهور المصري.

2. التعرف على تأثير استخدام المنصات الإلكترونية في مشاهدة الدراما على عادات مشاهدة التلفزيون التقليدي والذهاب للسينما.
 3. معرفة الفرق بين مشاهدة الدراما السينمائية والتلفزيونية على موقع اليوتيوب والمنصات الإلكترونية.
 4. الكشف عن مدى اعتماد الجمهور المصري على منصات البث الرقمي في مشاهدة الأعمال الدرامية.
 5. استكشاف دوافع مشاهدة المفردة للمحتوى الدرامي لمنصات البث الرقمي.
 6. توصيف نوعية الأعمال الدرامية التي تحظى بمشاهدة مفردة ومكثفة بمنصات البث الرقمي.
 7. رصد آثار مشاهدة المفردة للمحتوى الدرامي لمنصات البث الرقمي.
 8. التعرف عن قرب على أنماط استخدام الجمهور المصري لهذه المواقع
 9. التعرف على الفئات العمرية الأكثر استخداماً
 10. التعرف على المحتويات المفضلة لدى الجمهور المصري في مواقع وتطبيقات مشاهدة
 11. التعرف على منصات مشاهدة التلفزيونية المفضلة لدى الجمهور المصري
- تساؤلات الدراسة

- ما أكثر المواقع الإلكترونية وتطبيقات الموبايل التي يستخدمها الشباب لمتابعة المسلسلات؟
- ما دوافع مستخدمي المواقع الإلكترونية وتطبيقات الموبايل لمتابعة المسلسلات عليها؟
- ما الإشباع المحققة لمستخدمي المواقع الإلكترونية وتطبيقات الموبايل في متابعة المسلسلات؟
- ما مدى تأثير المواقع الإلكترونية وتطبيقات الموبايل على متابعة التلفزيون التقليدي؟
- ما تقييم الشباب المصري للمواقع الإلكترونية وتطبيقات الموبايل التي تقدم المسلسلات من حيث كفاءتها ومشروعية عملها؟
- ما أكثر المسلسلات التي تابعها الجمهور المصري على المواقع الإلكترونية وتطبيقات الموبايل خلال شهر رمضان 2020؟
- ما درجة مشاهدة الجمهور المصري للتلفزيون التقليدي مقارنة بتلفزيون الإنترنت؟
- ما أنواع المحتوى التي يفضل الجمهور المصري مشاهدتها في كلاً من التلفزيون التقليدي وتلفزيون الإنترنت؟
- ما الشاشات التي يستخدمها الجمهور المصري أكثر لمشاهدة محتوى الفيديو؟
- ما الأنشطة التي يقوم بها الجمهور المصري أثناء مشاهدتهم للتلفزيون التقليدي وتلفزيون الإنترنت؟
- ما نقاط القوة التي تميز التلفزيون التقليدي عن تلفزيون الإنترنت من وجهة نظر الجمهور المصري؟
- ما نقاط القوة التي تميز تلفزيون الإنترنت عن التلفزيون التقليدي من وجهة نظر الجمهور المصري؟

- ما معدلات تعرض الجمهور المصري عينة الدراسة للدراما التلفزيونية عبر الإنترنت؟
- ما أوقات وأماكن تفضيل الجمهور المصري عينة الدراسة التعرض للدراما التلفزيونية عبر الإنترنت؟

- أي الوسائل أكثر تفضيلاً لمتابعة الدراما: التلفزيون أم الإنترنت؟ وما هي أسباب ذلك التفضيل؟

المفاهيم والتعريفات الإجرائية للدراسة

منصات البث الرقمية

ويقصد بها التطبيقات التي تتيح للجمهور مشاهدة المحتوى الدرامي عبر الاتصال بشبكة الإنترنت ويقوم المستخدم بالتعرض لها من خلال الأجهزة الذكية المختلفة مثل الهاتف والتابلت واللابتوب والتلفزيون الذكي والكمبيوتر الشخصي وقد تكون هذه التطبيقات مجانية مثل المواقع الإلكترونية YouTube وغيرها أو باشتراك مدفوع مقابل المشاهدة كما في Watch

It, Shahid net, Netflix

المشاهدة المفرطة

ويقصد بها مشاهدة الجمهور لحقتين أو أكثر لعمل درامي عبر منصات البث الرقمي خلال جلسة واحدة باليوم كحد أدنى وقد تمتد لمشاهدة موسم كامل من العمل أو حلقات المسلسل كاملة أو مجموعة من الأفلام بذات الجلسة أو خلال جلسات ممتدة لأيام متتالية.

إدمان التعرض لمنصات البث الرقمي

ويقصد بها عدم المقدرة عن التوقف عن مشاهدة المنصات الرقمية نتيجة الاستخدام القهري لها لتتداخل مع الحياة اليومية للشخص، والإحساس بنوع من الإكراه على المشاهدة

الدراما التلفزيونية: هي المسلسلات التي يعرضها التلفزيون، والتي لديها القدرة على تكوين السلوك الفردي والجماعي داخل المجتمع، فمن الممكن أن تساعد الأشكال الدرامية على اكتساب بعض السلوكيات والقيم الجديدة على المجتمع أو تغيير بعض السلوكيات الاجتماعية الموجودة، ويشير McCullagh إلى أن تأثير المواد الدرامية يبدو أكثر وضوحاً عن غيرها من المضامين التلفزيونية الأخرى، حيث يعتقد الجمهور أن تأثير الدراما يأتي في مرتبة تالية في مقابل العوامل الأخرى وهو ما يجعلهم قابلين للتأثر دون أن يستعدوا أو يتوقعوا حدوث التأثير.

المنصات الرقمية: ويقصد بها في هذه الدراسة المواقع والشبكات الإلكترونية المخصصة للبث المرئي عبر الإنترنت والتي تعرض أشكال متعددة من المواد المرئية بما فيها المسلسلات سواء التي أنتجت للتلفزيون ويعاد بثها على هذه المنصات الرقمية أو تلك التي أنتجت خصيصاً لهذه المنصات - أن وجدت - وتعرض عليها، ومن أشهرها يوتيوب ونفليكس وغيرها من شبكات التواصل الاجتماعي التي تبث الدراما بأشكالها المختلفة من خلال الإنترنت.

الإطار المعرفي للبحث:

أنتجت هذه الدراما وصممت خصيصاً لعرضها على الإنترنت، وهذا الشكل الجديد والفريد من الدراما المتسلسلة وجب تفسيره، وشرح أصوله التاريخية وتوضيحه، وتحديد خصائصه العامة وتفسير وفهم دوره في المشهد الإعلامي المعاصر، على وجه الخصوص، إن الدراما عبر الإنترنت تكشف الكثير من مستقبل البث ككل وتوجه نحو العديد من التغييرات الأساسية التي تحدث في جماليات التلفزيون المعاصر، في حين أن بعض النقاد قد يجادلون بأن الدراما المصممة للإنترنت ستقدم ببساطة توضيحاً آخر لعالم رقمي بشكل متزايد، حيث أشارت دراسة Glen Creeber إلى الطرق التي يمكن أن يرى من خلالها بالفعل تعزيز القوة الأصلية للتلفزيون باعتباره الشاشة الحميمية، والتي وقعت في تناقض مباشر مع الحساسيات السينمائية المتزايدة للتلفزيون المعاصر، كما أكدت على أن الدراما عبر الإنترنت يمكنها الآن إعادة إنشاء التضاريس النفسية والعاطفية للشاشة الصغيرة بنجاح – وإعادة اختراع المسرح الإلكتروني للعصر الرقمي الجديد⁽⁴⁹⁾.

وفي سياق ذي صلة، أدى الضعف الملحوظ للتلفزيون في مطلع القرن إلى فتح مساحة خطابية واقتصادية لرواد الأعمال الحريصين على تنسيق برامج الويب وتوزيعها، فقدمت هذه الشركات أشكالاً مختلفة من التجارب التي ربطتها بمزايا التقنيات الرقمية، لكنها حافظت أيضاً على استمرارية ممارسات الأعمال التلفزيونية، بعكس هذا الجدل بين القديم والجديد، الاستمرارية والتغيير، المطلعون والغرباء، من خلال توظيف عدم استقرار التلفزيون ووعده الويب كبديل في مقالات في الصحافة التجارية على غرار دراسة قام بها Christian سنة 2012⁽⁵⁰⁾، لكن الواقع يستدعي منا تحليلاً سياقياً اجتماعياً للظاهرة التي يمكن وصفها بتقارب الوسائط واندماجها في شكل المنافسة أحياناً وفي الشكل التكامل أحياناً أخرى، فالدراما عبر الويب مستمرة في التطور والتشكل، ودراما التلفزيون لازالت تلعب دورها وقوتها وتبحث لها عن الجديد من حيث الإنتاج والتوزيع واستقطاب الجمهور في تشكيل معادلة متناغمة بين الإنتاج والتلقي.

مما سبق يمكن القول إن الدراما كصناعة إعلامية ثقافية عابرة للحدود نمت وتطورت مع وسائل الاتصال المختلفة، ولكل حقبة مميزات وأثارها على الفرد والمجتمع، والآن تلعب بفضل التقنيات والتكنولوجيا المعاصرة دوراً رئيسياً في اقتصاد الصناعات الثقافية عبر المنصات الرقمية التي أصبحت ناقلاً أساسياً للصناعات العبر الوطنية للقطاع السمعي البصري ولم تكتف هذه المواقع بالبث والعرض فقط بينما تعده إلى مرحلة الإنتاج فالعديد من المنصات الرقمية باتت تنتج تعرض أعمالها بشكل حصري على غرار Netflix وغيرها من المنصات.

المشاهدة التلفزيونية المكثفة للدراما عبر المنصات ودوافع الجمهور لديها:

يتحكم في تفضيل مشاهدة منصات الدراما الرقمية وعملية التعرض لخدمات المشاهدة حسب الطلب، دوافع عدة أبرزها:

● التسلية والترفيه، الشعور بالتحكم في الوسيلة وعملية التعرض مكانيًا وزمانيًا، صنعه للمحتوى المفضل، التفاعلية، إتاحة المضامين طيلة الوقت، حداثة المضامين وجاذبيتها، خلوها من الومضات الإشهارية الطويلة.

● عدد الأصدقاء وشبكات التواصل هما العامل في التعريف بهذه المنصات الرقمية.

كما يلاحظ عمومًا أن المشاهدة الكثيفة تكون للأسباب التالية:

● تقوم شركات الإنتاج بتحميل مواسم كاملة دفعة واحدة لتشجيعها لمثل هذه السلوكيات.

● يتم تنظيم سلسلة الويب باستخدام علاقات الجرف في نهاية كل حلقة منها للحفاظ على تفاعل المشاهدين بشكل مستمر.

● يريد المشاهدون ببساطة الاستمرار في المشاهدة، عدة مرات كبديل عن الشفاء من الأضرار أو الاضطرابات العاطفية، ويظهر هذا السلوك المتمثل في مشاهدة الشراة إدمان المشاهدين على المحتوى الافتراضي الذي غالبًا ما يؤدي إلى اضطرابات في حياتهم الشخصية، سواء كانت تعرض سلوكيات معادية للمجتمع أو عاطفية متزايدة حساسة أو اضطراب دورات النوم مما يؤدي إلى مشاكل صحية مختلفة، ويعتمد شباب اليوم اعتمادًا كبيرًا على الأجهزة الإلكترونية بكل بساطة لتنفيذ الأعمال الأساسية، بدءًا من استخدام الآلات الحاسبة إلى تصميم الفن تقريبًا؛ مما يضمن وجود أجهزتهم معهم دائمًا، هذا الاعتماد المفرط على الأجهزة يجعل من السهل عليهم الوقوع فيسة للمراقبة والانزلاق في إدمان المشاهدة اليومية الافتراضية للمحتوى. والهروب من الواقع لفترة طويلة، ويظهر التأثير السلبي للمشاهدة على الجانب العاطفي والجسدي والنفسي والصحة الاجتماعية لهؤلاء الشباب(51).

تطور الأعمال التلفزيونية من التلفزيون التقليدي إلى المنصات الإلكترونية بين التكامل والمنافسة:

ومن هذا المنظور، تؤكد دراسة Aditya Dhanuka Abhilasha Bohra, 2019، على أنه تم تقليل المشاهدة التقليدية للتلفزيون وتم الاتجاه بقوة نحو استهلاك المحتوى الدرامي على المنصات الرقمية من خلال الهاتف الذكي والأجهزة اللوحية، وقد نتج عن هذه العملية إدمان لمواصلة عرض المحتويات في الوسائط الرقمية بشكل مستمر، مما تسبب في التأثيرات السلبية خاصة على المستوى الدراسي، وحاولت هذه الدراسة من خلال دراسة مسحية لفئة الشباب من 18 إلى 25 سنة أقيمت على عينة قوامها 90 مفردة، في مومباي حيث رصدت الدراسة آثار المشاهدة الكثيفة التي عرفت بها بأنها استهلاك الحلقات الواحدة تلو الأخرى من أجل كبح الفضول أو فقط من أجل سلوك اندفاعي للمستخدم لإكمال مواسم سلسلة الويب في وقت واحد (مي أحمد أبو السعود، أنماط استخدام المراهقات لدراما المنصات الإلكترونية دراسة ميدانية على عينة من المراهقات، 2021).

وفي هذا السياق، غالبًا ما يشعر عشاق المسلسلات التلفزيونية الدرامية للمراهقين أن ملذاتهم لا تستحق، حيث يبذل الكثيرون قصارى جهدهم لإخفاء ممارساتهم عن بعض الأشخاص، أين تؤدي وسائل التواصل الاجتماعي دورًا رئيسيًا في ثقافات المعجبين المعاصرة، ولذلك يجب على المعجبين التنقل في المعايير المتغيرة والمعقدة للمنصات حول هوية المستخدمين بطرق

دقيقة واستراتيجية، وتتعارض هذه الأعمال مع الادعاءات العلمية الحديثة حول التضمين أو التشابك، في تقنيات وقواعد وسائل التواصل الاجتماعي في حياتنا اليومية، من خلال تطبيع بعض المنصات للهويات الأصلية، وزيادة تجنسي وسائل التواصل الاجتماعي لتضمينها في الحياة اليومية، وتتطلب المنصات أن يشارك مستخدموها في ممارسات مشاركة محفوفة بالمخاطر غالباً، والتي تعتمد على بيانات المراقبة الخاصة بالمقابلات ووسائل التواصل الاجتماعي لفحص كيف تحفز الحالة الثقافية المتدنية للدراما في سن المراهقة على إنشاء هويات سرية على منصات معينة سيما صفحات Facebook (Gerrard, 2017)، وهذا ما دفع ربما الجمهور إلى التوجه بقوة لدراما المنصات الرقمية نظير ما توفره من مزايا يعتقدونها التلفزيون على غرار تجميع الحلقات وخلوها من الومضات الإشهارية، وكذا اختيارية توقيت ومكان المشاهدة وغيرها، وهذا كله في ضوء التطورات وصعود الإعلام الرقمي، ولذا فإن الشاشة الصغيرة لا تزال تواجه تحديًا متزايدًا من قبل الشاشات الأصغر (52).

أجهزة الكمبيوتر والأجهزة اللوحية والهواتف المحمولة سيما لما يتعلق الأمر بفتة الجيل الرقمي الصاعد، الذي سيزيد خياره لاستخدام الهاتف المحمول من الوقت الذي يقضيه مع المحتوى التلفزيوني، فلن يختفي التلفزيون كما روج له خطاب النهايات، وإنما سيصبح متاحًا فقط على جميع الشاشات الموجودة، وبالتالي يصبح أكثر حضورًا وأكثر أهمية، ومع ذلك، فإنها ستبقى كما كانت دائمًا تقنية وشكل ثقافي.

الإطار النظري للبحث:

تعد نظرية الاستخدامات والإشباع مدخلًا نظريًا ملائمًا لدراسة دوافع المشاهدة المفرطة للمنصات الرقمية وتأثيراتها المختلفة في ظل ما تؤكد النظرية على مفاهيم المشاهدة النشطة، عبر جمهور يتحكم بما يستهلكه ويحدد أين ومتى وعلى أي شاشة يمتلكها، خاصة أن مفهوم المشاهدة النشطة لم يكن أكثر جدلاً مما هو عليه الآن.

فعلى مدار ما يزيد عن خمسين عامًا تطورت فروض النظرية لتكون إطارًا عامًا لفهم دوافع استخدام الجمهور للتلفزيون والصحف والراديو والإنترنت وأجهزة الكمبيوتر إذ استطاع الباحثون شرح دوافع الأشخاص في استخدام الوسائط الإعلامية المختلفة وسلوكهم في اختيار المحتوى.

وتركز النظرية على الجمهور النشط من مستخدمي الوسائط الإعلامية الذين يتفاعلون مع الوسائل الإعلامية التي تستهدفهم بهدف إشباع احتياجاتهم التي قد تكون نفسية أو اجتماعية أو شخصية.

ولا تركز نظرية الاستخدامات والإشباع على الدوافع فحسب بل تصف أيضًا التأثيرات النفسية وسلوكيات الجمهور في اختيار وسائل الإعلام ضمن سياقات متعددة وهو ما يعد مدخلًا مناسبًا حيث تعد المشاهدة المفرطة بالمنصات الرقمية بمثابة سلوك إعلامي مستجد يمزج الثقافة والتكنولوجيا وبالتالي تساعد النظرية في تقديم فهم أفضل لدوافع المشاهدة المفرطة للأفراد وفقًا لفروض النظرية.

ويتعلق محور اهتمام نظرية الاستخدامات والإشباع بالفروق الفردية بين الجمهور وتأثيرها على استخداماتهم لوسائل الإعلام من أجل تحقيق إشباع معين تختلف من شخص إلى آخر وتشير النظرية إلى العناصر الأساسية التي بنيت عليها الدراسات الإعلامية وهي:

1. الاستخدام: ويعني أن الجمهور هو الذي يستخدم الوسيلة الإعلامية، فهو الذي يشاهد المضمون الإعلامي أو يقرأه أو يسمعه وكل ذلك يتم بإرادته واختياره

2. الفروق الفردية: وهي الاختلافات التي تكون بين الجمهور مثل العمر والجنس والمستوى الاجتماعي والتفاوت الاقتصادي والتباين التعليمي.

3. الإشباع: وهي النتيجة التي يتلقاها الجمهور من مضمون وسائل الإعلام استجابة لحاجاته ودوافعه من التعرض لهذه الوسائل.

ويأخذ منظور الاستخدامات والإشباع وجهة نظر المستخدم لوسائل الإعلام ويبحث في كيفية استخدام الناس لوسائل الإعلام والإشباع التي يحققونها من استخدامهم لتلك الوسائل ووفقاً للنظرية فإن وسائل الإعلام تشكل مورداً لتلبية احتياجات الجمهور المختلف، وتحول السؤال من ما الذي تفعله وسائل الإعلام بالجمهور؟ إلى ما الذي يفعله الجمهور بوسائل الإعلام.

وتسعى نظرية الاستخدامات والإشباع إلى تحقيق ثلاث أهداف رئيسية وهي:

❖ **الهدف الأول:** التعرف على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستخدم الوسيلة التي تشبع حاجاته وأهدافه

❖ **الهدف الثاني:** توضيح دوافع استخدام وسيلة بعينها من وسائل الإعلام والتفاعل مع نتيجة هذا الاستخدام

❖ **الهدف الثالث:** التركيز على أن فهم الاتصال الجماهيري يأتي نتيجة لاستخدام وسائل الاتصال الجماهيري

العلاقة بين نظرية الاستخدامات والإشباع والمشاهدة عبر الإنترنت

تقترح نظرية الاستخدامات والإشباع أن دوافع الناس لاستخدام وسائل الإعلام الرقمي تتكون وتتشكل بواسطة خصائص اجتماعية ونفسية معينة، ويعد كل من دافع (القدرة على التحكم، والبحث عن إشباع أحاسيس معينة) خاصيتين لا بد أن يكون لهما ارتباط ببيئة الإنترنت (online) والتي يمارس من خلالها المستخدمون تحكم معقول في الاختيار بين ملايين الفيديوهات والتي تتراوح بين الأحداث المثيرة مثل الرياضات القتالية والأحداث الهادئة مثل سماع موسيقى هادئة.

وأوضحت دراسة قام بها Sunder & Limperos عام 2013⁽⁵³⁾ عدم صحة الادعاء الذي يفترض أن كل الإشباعات نتجت عن الاحتياجات الفطرية، وتفترض الدراسة أن خصائص تكنولوجيا الإعلام الجديد يمكن أن تشكل احتياجات جديدة لدى المستخدم، بل وتسهم في خلق إشباعات جديدة ومميزة، واقترح الباحثان عينة من الإشباعات الجديدة والمقاييس المحتملة لهذه الإشباعات، وخاصة أن أحد جوانب القوة الخاصة بنظرية الاستخدامات والإشباع تكمن في مرونتها والتي تسمح لنا بفهم ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام ومن خلال البحث استخلص الباحثان عدداً من الإشباعات التي تنبثق من المزايا التكنولوجية والتي لم تزل إلى الآن غير مستغلة تحت نظرية الاستخدامات والإشباع.

التصميم المنهجي للدراسة:

الإجراءات المنهجية للدراسة

نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التفسيرية التي تهتم بتصوير وتحليل وتقويم خصائص ظاهرة معينة كمياً وكيفياً واستكشاف العلاقات بين المتغيرات المختلفة، وذلك بهدف الحصول على معلومات دقيقة عن الظاهرة من حيث خصائصها والعوامل المؤثرة فيها، وذلك للوصول إلى وصف دقيق لدوافع المشاهدة المفرطة للمحتوى الدرامي بالمنصات الرقمية وتأثيراتها، من حيث دراسة العلاقة بين مستوى المشاهدة المفرطة للمحتوى الدرامي للمنصات الرقمية والإشباع المحققة من مشاهدة المنصات الرقمية.

منهج الدراسة:

يستخدم الباحث منهج المسح Survey (مسح الجمهور) الذي يعد من أبرز المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية خاصة البحوث الوصفية، فيساعد هذا المنهج على تقديم جهد علمي منظم للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف للظاهرة الإعلامية، واعتمدت الدراسة على أسلوب المسح بالعينة من خلال أداة الاستبيان الإلكتروني كأداة لجمع البيانات من المبحوثين، وهي أداة تتناسب طبيعة العينة التي تم تطبيق الدراسة عليها حيث تم التطبيق على مشاهدي المحتوى الدرامي بمنصات البث الرقمي.

مجتمع الدراسة

تمثل مجتمع الدراسة في الجمهور المصري من سن 18 سنة فأكثر ويشترط في الجمهور متابعة الأعمال الدرامية بمنصات البث الرقمي المجانية أو التي تتم بأشتراك مالي مدفوع مسبقاً.

عينة الدراسة:

تم تطبيق الدراسة الميدانية من خلال صحيفة استقصاء على عينة عمدية متاحة مكونة من 300 مبحوث من الجمهور المصري من مستخدمي منصات البث الرقمية في مشاهدة الأعمال الدرامية بصورة منتظمة خلال فترة الست أشهر السابقة لتطبيق الدراسة والتي أجريت في الفترة من 1-30 يونيو 2022.

أداة جمع البيانات:

تعتمد الدراسة على استمارة الاستبيان، لفهم متعمق للتصورات أو الآراء حول موضوع ما، من خلال توزيع قائمة الأسئلة عبر الاستبيان الورقي لرصد مستوى استجاباتهم لتطبيقات مشاهدة التلفزيونية عبر الإنترنت.

الإطار الزمني للدراسة:

تم إجراء الدراسة الميدانية في الفترة من 1-30 يوليو 2022؛ لأن تلك الفترة انتشرت فيها العديد من الأعمال الفنية عبر المنصات.

اختبار الصدق والثبات للاستبيان:

[1] صدق الاستمارة : اعتمدت الباحثة على الصدق الظاهري لقياس مدى صدق أداة جمع البيانات (صحيفة الاستقصاء) لمعرفة ما إذا كانت الأداة تقيس ما ينبغي أن تقيسه وذلك من خلال الفحص المدقق لكل بند/ سؤال والتأكد من أن البنود سليمة من حيث المحتوى والصياغة، بحيث تقيس الجوانب المطلوب قياسه في إطار الموضوع الأساسي، كما قامت الباحثة بعرض الاستمارة على عدد من المحكمين والمتخصصين في مجال الإعلام للتحقق من صدق الأداة ومدى صلاحيتها لتحقيق أهداف الدراسة الميدانية واختبار فروضها، وقد قام السادة المحكمون بتعديل الاستمارة وصياغة الأسئلة وترتيبها وتنظيمها، وتم تعديل الاستمارة وفقاً لهذه التعديلات والمقترحات التي اتفق عليها معظم الأساتذة المحكمين (54)، وتم صياغة الاستمارة في صورتها النهائية.

[2] ثبات الاستبانة: يقصد بثبات الاستبانة أن تعطي هذه الاستبانة نفس النتيجة لو تم إعادة توزيعها أكثر من مرة تحت نفس الظروف والشروط، أو بعبارة أخرى أن ثبات الاستبانة يعني الاستقرار في نتائجها وعدم تغيرها بشكل كبير فيما لو تم إعادة توزيعها على أفراد العينة عدة مرات خلال فترات زمنية معينة، وقد تحقق الباحث من ثبات الاستبانة من خلال استخدام طريقة ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة وجاءت النتائج كما هي مبينة في الجدول.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات، إدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية "Statistical Package For the Social Science "SPSS"، للوصول إلى النتائج الخاصة بخصائص العينة الدراسة الميدانية ونتائج اختبارات الفروض، حاولت الباحثة توظيف تلك الأساليب في الوصول إلى النتائج البحثية سواء كان ذلك في التباين ذي البعد الواحد ومعرفة مصدر التباين بين المجموعات ورصد شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من متغيرات الدراسة، واستخدمت الباحثة الأساليب الإحصائية التي تحقق أهداف الدراسة، وتم الاستغناء عما سواها، فقد استخدم العديد من الأساليب الإحصائية المناسبة كالتكرارات والنسب المئوية للتعرف على الخصائص الشخصية للأفراد عينة الدراسة، وتحديد استجابات أفرادها تجاه عبارات المحاور الرئيسية التي تتضمنها أداة الدراسة، وتم استخدام المقاييس الإحصائية التالية:

1. المتوسط الحسابي "MEAN" وذلك لمعرفة مدى ارتفاع أو انخفاض استجابات أفراد الدراسة عن المحاور الرئيسية.

2. الانحراف المعياري "Standard Deviation" للتعرف على مدى انحراف استجابات أفراد الدراسة لكل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة، ولكل محور من المحاور الرئيسية عن متوسطها الحسابي، ويلاحظ أن الانحراف المعياري يوضح التشتت في استجابات أفراد عينة الدراسة لكل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة، إلى جانب المحاور الرئيسية، فكلما اقتربت قيمته من الصفر تركزت الاستجابات وانخفض تشتتها بين المقياس.

3. معامل ارتباط بيرسون Pearson Correlation لدراسة شدة العلاقة الارتباطية بين متغيرين كمين من متغيرات الدراسة.
4. معامل ارتباط سبيرمان لدراسة شدة العلاقة الارتباطية بين متغيرين رتبين من متغيرات الدراسة.
5. معامل التوافق (Contingency Coefficient) الذي يقيس شدة العلاقة بين متغيرين إسميين.
6. اختبار "ت" T. Test للمجموعات المستقلة لدراسة الفروق بين المتوسطين الحسابين لمجموعتين من المبحوثين على أحد متغيرات الدراسة.
7. معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات أداة الدراسة.
8. اختبار تحليل التباين الأحادي لمعرفة دلالة الفروق في آراء عينة الدراسة باختلاف متغيراتهم الشخصية والوظيفية التي تنقسم إلى أكثر من فئتين.
9. الاختبارات البعدية Post Hoc Tests بطريقة أقل فرق معنوي والمعروف بـ LSD لمعرفة مصدر التباين بين المجموعات التي يؤكد تحليل تباين على وجود فرق بينها .
- قد اعتبرت النتائج دالة إحصائيًا عند درجة ثقة (95%) أي مُستوي معنوية (0.05) .

جدول رقم (1) نتائج اختبار ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة

معامل ألفا كرونباخ لجميع فقرات الاستبانة	0.91
--	------

تشير بيانات الجدول رقم () أن قيمة معامل ألفا كرونباخ كانت مرتفعة، حيث جاءت قيمة معامل ألفا لجميع فقرات الاستبانة (0.91) وهذا يعني أن معامل الثبات مرتفع، وتكون الاستبانة في صورتها النهائية قابلة للتطبيق، وبذلك تكون الباحثة قد تأكدت من صدق استبانة الدراسة وثباتها، مما يجعلها على ثقة تامة بصحة الاستبانة وصلاحيتها لتحليل النتائج والإجابة عن أسئلة الدراسة .

مدى استخدام عينة الدراسة للمنصات الرقمية.

جدول رقم (2) مدى استخدام عينة الدراسة للمنصات الرقمية

البيانات	التكرار		في مرحلة التعليم الجامعي		بكالوريوس		دراسات عليا		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
دائما	176	48.1	18	100.0	12	75.0	206	51.5	1	51.5
أحيانا	182	49.7	0	0.0	4	25.0	186	46.5	2	46.5
لا	8	2.2	0	0.0	0	0.0	8	2.0	3	2.0
المجموع	366	100.0	18	100.0	16	100.0	400	100.0		

ك2= 22,288 معامل التوافق=230. درجة الحرية=4 مستوى الدلالة=0.000. دالة

توضح بيانات الجدول السابق إلى مدى استخدام عينة الدراسة للمنصات الرقمية وجاء في الترتيب الأول "دائما" بنسبة 51.5%، يليها "أحيانا" بنسبة 46.5%، وفي الترتيب الثالث جاء "لا" بنسبة بلغت 2.0%، وتشير النتائج إلى ارتفاع مستوى استخدام عينة الدراسة

للمنصات الرقمية، وقد اتفقت تلك النتيجة مع نتيجة دراسة Humphries, Sheana JKY (2018) والتي أكدت بين ارتفاع عدد ساعات المشاهدة للأعمال الدرامية وتبني سلوكيات عنيفة والشعور بالخوف، كما توضح بيانات الجدول السابق، وجود فروق ذات دلالة احصائية بين استخدام عينة الدراسة للمنصات الرقمية والمستوى التعليمي، حيث بلغت قيمة $\chi^2 = 22.288$ معامل التوافق = 230، درجة الحرية = 4، مستوى الدلالة = 0.000، وهي قيمة دالة احصائية.

جدول رقم (3) ترتيب المواقع الإلكترونية التي تستخدمها لمتابعة المسلسلات عبر الإنترنت

البدائل	التكرار	ك	%	ت
YouTube	188	47.0	2	
SHAhid	26	6.5	5	
Netflix	42	10.5	4	
Egybest	226	56.5	1	
Dailymotion	50	12.5	3	
Egynow	6	1.5	7	
أخرى تذكر (Movisland، قصة عشق، تلجرام، انستجرام، my Cinema، cima4u)	10	2.5	6	

تشير بيانات الجدول السابق إلى ترتيب المواقع الإلكترونية المستخدمة لدى عينة الدراسة لمتابعة المسلسلات عبر الإنترنت، وجاء في الترتيب الأول "Egybest" بنسبة 56.6%، يليها "YouTube" بنسبة 47.0%، وفي الترتيب الثالث جاء "Dailymotion" بنسبة 12.5%، وفي الترتيب الرابع جاء "Netflix" بنسبة 10.5%، وفي الترتيب الخامس جاء "SHAhid" بنسبة 6.5%، وفي الترتيب السادس جاء "أخرى تذكر وتمثلت (Movisland، قصة عشق، تلجرام، انستجرام، my Cinema، cima4u)" بنسبة 2.5%، وفي الترتيب السابع جاء "Egynow" بنسبة 1.5%.

جدول رقم (4) دوافع استخدامك للمواقع الإلكترونية وتطبيقات الموبايل لمتابعة المسلسلات

البدائل	التكرار	ك	%	ت
سهل الاستخدام ومنظم	191	47.8	4	
لا يحذف مشاهد	52	13.0	7	
بدون إعلانات	200	50.0	3	
إمكانية التحكم في العرض	145	36.3	6	
إمكانية تحميل الحلقات	169	42.2	5	
سهولة التحكم في الوقت المناسب للمشاهدة	264	66.0	1	
سهولة المشاهدة في أي مكان	254	63.5	2	

تشير بيانات الجدول السابق إلى دوافع استخدامك للمواقع الإلكترونية وتطبيقات الموبايل لمتابعة المسلسلات، وجاء في الترتيب الأول "سهولة التحكم في الوقت المناسب للمشاهدة" بنسبة 66.0%، يليها "سهولة المشاهدة في أي مكان" بنسبة 63.5%، وفي الترتيب الثالث جاء "بدون إعلانات" بنسبة 50.0%، وفي الترتيب الرابع جاء "سهل الاستخدام ومنظم" بنسبة 47.8%، وفي الترتيب الخامس جاء "إمكانية تحميل الحلقات" بنسبة 42.2%.

، وفي الترتيب السادس جاء " إمكانية التحكم في العرض " بنسبة بلغت 36.3%، وفي الترتيب السابع جاء " لا يحذف مشاهد " بنسبة بلغت 13.0%.

منصات مشاهدة التلفزيونية المتابعة عبر الإنترنت

جدول رقم (5) منصات مشاهدة التلفزيونية التي تتابعها عبر الإنترنت

البدائل	التكرار	ك	%	ت
Netflix	248	62.0	1	
Watchit	111	27.7	2	
Shahed	203	50.7	2	
Egybest	4	1.0	3	
أخرى YouTube	3	7.0	4	

تشير بيانات الجدول السابق إلى منصات مشاهدة التلفزيونية التي تتابعها عبر الإنترنت، وجاء في الترتيب الأول " Netflix " بنسبة 32.0%، وقد أكدت دراسة Susanno (2019) أهمية منصة نتفليكس للهروب، والمشاركة الاجتماعية، والسعر الجذاب الذي توفره تلك المنصات، يليها " Shahed، Watchit " بنسبة 27.7%، وفي الترتيب الثالث جاء " Egybest " بنسبة بلغت 1.0%، وفي الترتيب الرابع جاء " أخرى YouTube، OSN، (، Viu، HBO) بنسبة بلغت 7.0%، وتشير تلك النتيجة أن أكثر المنصات متبعة عبر الإنترنت هي منصة نتفليكس، وقد أكدت دراسة ريهام سامي (2020) اهتمام الباحثين بمشاهدة منصات نتفليكس، كما اختلفت تلك النتيجة مع نتيجة دراسة ريهام علي أنور (2020) والتي أكدت أن استخدام اليوتيوب للتعرف على معلومات ومعارف جديدة ومفيدة كان من أبرز دوافع الاستخدام من قبل الباحثين، كما أكدت دراسة عزة عبد العظيم (2017) أن موقع YouTube والتلفزيون كانت المصادر الرئيسية التي يستخدمها الباحثون للمشاهدة.

جدول رقم (6) مدى تأثير المواقع الإلكترونية وتطبيقات الموبايل على متابعة التلفزيون التقليدي

البدائل	التكرار	ذكر		أنثى		المجموع	
		ك	%	ك	%	ك	%
أثرت بشكل كامل	50	45.5	187	64.5	237	59.3	1
أثرت إلى حد ما	52	47.3	91	31.4	143	35.8	2
لم تؤثر	8	7.3	12	4.1	20	5.0	3
المجموع	110	100.0	290	100.0	400	100.0	

ك=2=12.076 معامل التوافق=1.171. درجة الحرية=2 مستوى الدلالة=0.00. دالة

توضح بيانات الجدول السابق إلى مدى تأثير المواقع الإلكترونية وتطبيقات الموبايل على متابعة التلفزيون التقليدي وجاء في الترتيب الأول " أثرت بشكل كامل " بنسبة 59.3%، يليها " أثرت إلى حد ما " بنسبة 35.8%، وفي الترتيب الثالث جاء " لم تؤثر " بنسبة بلغت 5.0%، وتشير النتائج إلى ارتفاع تأثير المواقع الإلكترونية وتطبيقات الموبايل على متابعة التلفزيون التقليدي.

كما توضح بيانات الجدول السابق، وجود فروق ذات دلالة احصائية بين مدى تأثير المواقع الإلكترونية وتطبيقات الموبايل على متابعة التلفزيون التقليدي والنوع، حيث بلغت قيمة $\chi^2 = 12.076$ معامل التوافق = 1.71، درجة الحرية = 2، مستوى الدلالة = 0.000، وهي قيمة دالة احصائية.

نوعية الخدمات المستخدمة في المواقع الإلكترونية في متابعة المسلسلات

جدول رقم (7) نوعية الخدمات المستخدمة في المواقع الإلكترونية في متابعة المسلسلات

البدائل	التكرار	ك	%	ت
الخدمات المجانية	164	41.0	2	
الخدمات المدفوعة والمجانية معًا	220	55.0	1	
الخدمات المدفوعة	32	8.0	3	

توضح بيانات الجدول السابق إلى نوعية الخدمات المستخدمة في المواقع الإلكترونية في متابعة المسلسلات، وجاء في الترتيب الأول "الخدمات المدفوعة والمجانية معًا" بنسبة 55.0%، يليها "الخدمات المجانية" بنسبة 41.0%، وفي الترتيب الثالث جاء "الخدمات المدفوعة" بنسبة بلغت 8.0%، وتشير النتائج إلى تنوع الخدمات التي يستخدمها المبحوثين ما بين مدفوعة ومجانية.

جدول رقم (8) المدة التي تقضيها أثناء متابعة المسلسلات عبر المواقع الإلكترونية

البدائل	التكرار		ذكر		أنثى		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
أقل من ساعة	19	17.3	30	10.3	49	12.3	3	
من ساعة إلى 3 ساعات	64	58.2	164	56.6	228	57.0	1	
أكثر من 3 ساعات	22	20.0	96	33.1	118	29.5	2	
أخرى	5	4.5	0	0.0	5	1.3	4	
المجموع	110	100.0	290	100.0	400	100.0		

ك = 20.985 معامل التوافق = 3.81 درجة الحرية = 3 مستوى الدلالة = 0.000 دالة

توضح بيانات الجدول السابق إلى المدة التي تقضيها أثناء متابعة المسلسلات عبر المواقع الإلكترونية وجاء في الترتيب الأول "من ساعة إلى 3 ساعات" بنسبة 57.0%، يليها "أكثر من 3 ساعات" بنسبة 29.5%، وفي الترتيب الثالث جاء "أقل من ساعة" بنسبة بلغت 12.3%، وفي الترتيب الرابع جاء "أخرى" بنسبة بلغت 1.3%، وتشير النتائج إلى أن المدة التي تقضيها أثناء متابعة المسلسلات عبر المواقع الإلكترونية كانت متوسطة، وقد اختلفت تلك النتيجة مع نتيجة دراسة Yetter, Casey (2018) والتي أكدت أن متوسط جلسة المشاهدة المفردة الفردية يبلغ 5 ساعات، كما أكدت دراسة Rubenking, Bridget (2018) أن المشاهدة المفردة ترتبط بمشاهدة المحتوى الدرامي والسردي لفترة طويلة من الوقت بلغت أكثر من ثلاث أو أربع ساعات.

توضح بيانات الجدول السابق، وجود فروق ذات دلالة احصائية بين المدة التي تقضيها أثناء متابعة المسلسلات عبر المواقع الإلكترونية والنوع، حيث بلغت قيمة $\chi^2=20.985$ معامل التوافق = 3.81، درجة الحرية = 3، مستوى الدلالة = 0.000، وهي قيمة دالة احصائية.

عدد أيام مشاهدة المسلسلات عبر المواقع الإلكترونية

جدول رقم (9) عدد أيام مشاهدة المسلسلات عبر المواقع الإلكترونية

البدائل	التكرار		في مرحلة التعليم الجامعي		بكالوريوس		دراسات عليا		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
أيام غير محددة	262	71.6	7	38.9	8	50.0	277	69.3	1	69.3
يومان أسبوعياً	50	13.7	6	33.3	2	12.5	58	14.5	3	14.5
أكثر من 3 أيام أسبوعياً	54	14.8	5	27.8	6	37.5	65	16.3	2	16.3
المجموع	366	100.0	18	100.0	16	100.0	400	100.0		

كا²=14.587 معامل التوافق=1.88. درجة الحرية=4 مستوى الدلالة=0.006. دالة

توضح بيانات الجدول السابق إلى عدد أيام مشاهدة المسلسلات عبر المواقع الإلكترونية وجاء في الترتيب الأول "أيام غير محددة" بنسبة 69.3%، يليها "أكثر من 3 أيام أسبوعياً" بنسبة 16.3%، وفي الترتيب الثالث جاء "يومان أسبوعياً" بنسبة بلغت 14.5%، % وتشير النتائج إلى أن أيام مشاهدة المسلسلات عبر المواقع الإلكترونية غير محددة.

توضح بيانات الجدول السابق، وجود فروق ذات دلالة احصائية بين يومان أسبوعياً والمستوى التعليمي، حيث بلغت قيمة $\chi^2=14.587$ معامل التوافق = 1.88، درجة الحرية = 4، مستوى الدلالة = 0.006، وهي قيمة دالة احصائية.

الأوقات المفضلة لمشاهدة المسلسلات عبر المواقع الإلكترونية:

جدول رقم (9) الأوقات المفضلة لمشاهدة المسلسلات عبر المواقع الإلكترونية

البدائل	التكرار		في مرحلة التعليم الجامعي		بكالوريوس		دراسات عليا		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الفترة المسائية	344	94.0	18	100.0	16	100.0	378	94.5	1	94.5
فترة الظهيرة	12	3.3	0	0.0	0	0.0	12	3.0	2	3.0
الفترة الصباحية	10	2.7	0	0.0	0	0.0	10	2.5	3	2.5
المجموع	366	100.0	18	100.0	16	100.0	400	100.0		

كا²=2.163 معامل التوافق=0.073. درجة الحرية=4 مستوى الدلالة=0.706. دالة

توضح بيانات الجدول السابق إلى الأوقات المفضلة لمشاهدة المسلسلات عبر المواقع الإلكترونية وجاء في الترتيب الأول "الفترة المسائية" بنسبة 94.5%، يليها "فترة الظهيرة" بنسبة 3.0%، وفي الترتيب الثالث جاء "الفترة الصباحية" بنسبة بلغت 2.5%، وتشير النتائج إلى أن أوقات مشاهدة المسلسلات عبر المواقع الإلكترونية كانت في الفترة المسائية.

توضح بيانات الجدول السابق، وجود فروق ذات دلالة احصائية بين الأوقات المفضلة لمشاهدة المسلسلات عبر المواقع الإلكترونية والمستوى التعليمي، حيث بلغت قيمة $\chi^2=2.163$ معامل التوافق=0.073، درجة الحرية=4، مستوى الدلالة=0.706، وهي قيمة غير دالة احصائية.

جدول رقم (10) المسلسلات الأكثر متابعة عبر المواقع الإلكترونية

البدائل	التكرار	ك	%	ت
دراما مصرية	259	64.7	1	
دراما هندية	36	9.0	6	
دراما عربية	38	9.5	5	
دراما كورية	59	14.7	4	
دراما أمريكا	177	44.2	2	
دراما تركية	174	43.5	3	
أخرى تذكر	4	1.0	7	

توضح بيانات الجدول السابق إلى المسلسلات الأكثر متابعة عبر المواقع الإلكترونية، وجاء في الترتيب الأول " دراما مصرية " بنسبة 64.7%، يليها " دراما أمريكا " بنسبة 44.0%، وفي الترتيب الثالث جاء " دراما تركية " بنسبة بلغت 43.5%، وفي الترتيب الرابع جاء " دراما كورية " بنسبة بلغت 14.7%، وفي الترتيب الخامس جاء " دراما عربية " بنسبة بلغت 9.5%، وفي الترتيب السادس جاء " دراما هندية " بنسبة بلغت 9.0%، وفي الترتيب السابع جاء " أخرى تذكر " بنسبة بلغت 1.0% وكانت حول مسلسل الانمي الياباني ومسلسلات لبنانية.

جدول رقم (11) الوسيلة المفضل متابعتها بالمسلسلات عبر المواقع الإلكترونية

البدائل	التكرار	ك	%	ت
اللابتوب	241	60.2	2	
الايباد	60	15.0	3	
الموبايل	263	65.7	1	
أخرى تذكر (مشاركة شاشة الموبايل علي التلفزيون)+التلفزيون سمارت	30	7.5	4	

تشير بيانات الجدول السابق إلى الوسيلة المفضل متابعتها بالمسلسلات عبر المواقع الإلكترونية وجاء في الترتيب الأول "الموبايل" بنسبة 65.7%، وقد اتفقت تلك النتيجة مع دراسة ريهام سامي (2020) والتي أكدت أن أهم الأجهزة التي يستخدمها المبحوثون في مشاهدة البث عبر الإنترنت هي الهواتف المحمولة، يليها "اللابتوب" بنسبة 60.2%، وفي الترتيب الثالث جاء "الايباد" بنسبة بلغت 15.0%، وفي الترتيب الرابع جاء " أخرى تذكر (مشاركة شاشة الموبايل علي التلفزيون)+التلفزيون سمارت" بنسبة بلغت 7.5%، وقد اختلفت تلك النتيجة مع نتيجة دراسة أماني رضا عبد المقصود (2021) والتي أوضحت النتائج أن التلفزيون الذكي Smart TV هو من أبرز الوسائل التي يستخدمها المبحوثون للمشاهدة حسب الطلب بنسبة 70.4% يليه الهاتف الذكي بنسبة 48.4%

الأماكن المفضل مشاهدة المسلسلات عبر المواقع الإلكترونية فيها:

جدول رقم (12) الأماكن المفضل مشاهدتها المسلسلات عبر المواقع الإلكترونية

البدائل	التكرار	ك	%	ت
المنزل	396		99.0	1
المقهى	24		6.0	3
المواصلات	72		18.0	2
النادي	20		5.0	4
الجامعة	24		6.0	3

تشير بيانات الجدول السابق إلى الأماكن المفضل مشاهدتها المسلسلات عبر المواقع الإلكترونية، وجاء في الترتيب الأول "المنزل" بنسبة 99.0%، يليها "المواصلات" بنسبة 18.0%، وفي الترتيب الثالث جاء "المقهى، الجامعة" بنسبة بلغت 6.0%، وفي الترتيب الرابع جاء "النادي" بنسبة بلغت 5.0%.

جدول رقم (13) مستوى مناسبة أسعار الاشتراك في المواقع والمنصات الإلكترونية

البدائل	التكرار		أنثى		ذكر		المجموع
	ك	%	ك	%	ك	%	
منخفضة	2	1.8	2	7.0	4	1.0	3
مناسبة	84	76.4	144	49.7	228	57.0	1
مرتفعة	24	21.8	144	49.7	168	42.0	2
المجموع	110	100.0	290	100.0	400	100.0	

كا²=25.710 معامل التوافق=246. درجة الحرية=2 مستوى الدلالة=0.000. دالة

توضح بيانات الجدول السابق إلى مستوى مناسبة أسعار الاشتراك في المواقع والمنصات الإلكترونية وجاء في الترتيب الأول "مناسبة" بنسبة 57.0%، يليها "مرتفعة" بنسبة 42.0%، وفي الترتيب الثالث جاء "منخفضة" بنسبة بلغت 1.0%، وتشير النتائج إلى مناسبة أسعار الاشتراك في المواقع والمنصات الإلكترونية.

توضح بيانات الجدول السابق، وجود فروق ذات دلالة احصائية بين مستوى مناسبة أسعار الاشتراك في المواقع والمنصات الإلكترونية والنوع، حيث بلغت قيمة كا²=25.710 معامل التوافق=246، درجة الحرية=2، مستوى الدلالة=0.000، وهي قيمة دالة احصائية.

طبيعة المشاهدة المفضل مشاهدتها في المسلسلات عبر المواقع الإلكترونية:

جدول رقم (14) طبيعة المشاهدة المفضل مشاهدتها في المسلسلات عبر المواقع الإلكترونية

البدائل	التكرار	ك	%	ت
المشاهدة برفقة العائلة	137		34.2	2
المشاهدة بمفردك	310		77.5	1
المشاهدة برفقة الأصدقاء	124		31.0	3

تشير بيانات الجدول السابق إلى طبيعة مشاهدة المبحوثين أثناء مشاهدة المسلسلات عبر المواقع الإلكترونية وجاء في الترتيب الأول "المشاهدة بشكل مفرد" بنسبة 77.5%، يليها "المشاهدة برفقة العائلة" بنسبة 34.2%، وفي الترتيب الثالث جاء "المشاهدة برفقة الأصدقاء" بنسبة بلغت 31.0%، وتتفق تلك النتيجة مع نتائج الجداول السابقة التي أكدت ارتفاع متابعة المبحوثين للمنصات الرقمية بالمنزل لذلك كانت المشاهدة إما مفرداً أو برفقة العائلة، وهذا ما أكدت عليه دراسة ريهام محمد عبد الباري (2016) والتي أكدت تفضيل المبحوثون مشاهدة تلفزيون الإنترنت في المنزل.

جدول رقم (14) الدوافع الطقوسية والنفعية لدى الجمهور المستخدم لمنصات إلكترونية

نوع الدافع	العبارة	دائمًا		أحيانًا		نادرًا		الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	التقييم	ت
		%	ك	%	ك	%	ك				
طقوسي	التسليية والترفيه	71.5	286	25.5	102	3.0	12	2.6	.525	دائمًا	1
طقوسي	قضاء وقت فراغ	50.8	203	45.3	181	4.0	16	2.4	.574	دائمًا	3
طقوسي	إمكانية اختيار الجودة المناسبة للعرض	57.5	230	36.0	144	6.5	26	2.5	.617	دائمًا	2
طقوسي	تغيير الوقت	45.0	180	40.5	162	14.5	58	2.3	.709	دائمًا	4
طقوسي	متابعة أحدث الأعمال الفنية العربية والأجنبية	45.8	183	38.3	153	16.0	64	2.2	.728	أحيانًا	5
	التقييم العام للمقياس							2.4	.394	دائمًا	

تشير بيانات الجدول رقم () إلى الدوافع الطقوسية والنفعية لدى الجمهور المستخدم لمنصات إلكترونية

وجاء في الترتيب الأول التسلية والترفيه، حيث بلغ نسبة الوسط الحسابي 2.6، والانحراف المعياري 5.25، وتقييم عام دائماً.

وجاء في الترتيب الثاني عبارة إمكانية اختيار الجودة المناسبة للعرض، حيث بلغ نسبة الوسط الحسابي 2.5، والانحراف المعياري 6.17، وتقييم عام دائماً.

وجاء في الترتيب الثالث عبارة قضاء وقت فراغ، حيث بلغ نسبة الوسط الحسابي 2.4، والانحراف المعياري 5.74، وتقييم عام دائماً، وقد اتفقت تلك النتيجة مع نتيجة دراسة ريهام سامي (2020) والتي أكدت "الفراغ" كأهم أسباب المشاهدة الشرهة، ثم الرغبة في الهروب من الواقع، ثم الترفيه عن النفس.

وجاء في الترتيب الرابع تغيير الوقت كدافع طقوسي، حيث بلغ نسبة الوسط الحسابي 2.3، والانحراف المعياري 7.09، وتقييم عام دائماً.

وجاء في الترتيب الخامس عبارة متابعة أحدث الأعمال الفنية العربية والأجنبية كدافع طقوسي، حيث بلغ نسبة الوسط الحسابي 2.2، والانحراف المعياري 7.28، وتقييم عام أحياناً، وقد بلغ الوسط الحسابي للمقياس ككل 2.4، وبلغ الانحراف المعياري 3.94، والتقييم عام دائماً، مما يدل على قوة الدوافع الطقوسية والنفعية لدى الجمهور المستخدم لمنصات إلكترونية، وقد اتفقت تلك النتيجة مع نتيجة دراسة ريهام سامي (2020) والتي أكدت أن أهم دوافع استخدام البث عبر الإنترنت هي الاسترخاء والتسلية، كما أكدت دراسة **Steiner, Emil, and Kun Xu (2018)** تنوع دوافع متابعة المبحوثين للمنصات الرقمية من حيث الرغبة في مواكبة تقنيات العصر والعشور بالاسترخاء والإنجاز والاندماج الثقافي وتحسين تجربة المشاهدة، وتخفيف الشعور بالوحدة، كما تؤثر قابلية وسهولة التنقل بين تكنولوجيا الفيديو حسب ذلك على طقوس المشاهدة المفرطة لدى الجمهور.

جدول رقم (15) طرق تفاعل الجمهور مع المسلسلات التي يشاهدونها عبر المواقع الإلكترونية

العبارة	دائماً		أحياناً		نادراً		الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	التقييم	ت
	ك	%	ك	%	ك	%				
تقديم النصيحة للقريب بالمشاهدة بشكل مباشر	160	40.0	192	48.0	48	12.0	2.3	6.65	دائماً	1
مراسلة المنصة والتفاعل معها	98	24.5	151	37.8	151	37.8	1.8	7.78	أحياناً	3
نشر تعليقات من خلال مواقع التواصل الاجتماعي	148	37.0	152	38.0	100	25.0	2.1	7.79	أحياناً	2
التقييم العام للمقياس							2.1	5.25	أحياناً	

تشير بيانات الجدول رقم (15) إلى طرق تفاعل الجمهور مع المسلسلات التي يشاهدونها عبر المواقع الإلكترونية، وجاء في الترتيب الأول عبارة تقديم النصيحة للقريب بالمشاهدة بشكل مباشر، حيث بلغ نسبة الوسط الحسابي 2.3، والانحراف المعياري، وتقييم عام دائماً.

وجاء في الترتيب الثاني عبارة، نشر تعليقات من خلال مواقع التواصل الاجتماعي حيث بلغ نسبة الوسط الحسابي 2.1، والانحراف المعياري 779.7، وتقييم عام أحياناً.

وجاء في الترتيب الثالث عبارة مراسلة المنصة والتفاعل معها، حيث بلغ نسبة الوسط الحسابي 1.8، والانحراف المعياري 778.7، وتقييم عام أحياناً.

وقد بلغ الوسط الحسابي للمقياس ككل 2.1، وبلغ الانحراف المعياري 525.5، والتقييم عام أحياناً، مما يدل أن طرق تفاعل الجمهور مع المسلسلات التي يشاهدونها عبر المواقع الإلكترونية كانت متوسطة.

أكثر القوالب الدرامية التي تحرص على متابعتها من خلال المواقع الإلكترونية:

جدول رقم (16) ترتيب القوالب الدرامية التي يحرص الباحثون على متابعتها من خلال المواقع الإلكترونية

البدائل	التكرار	ك	%	ت
أكشن	199	49.7	3	
كوميدي	269	67.2	1	
رومانسي	193	48.2	4	
رعب	200	50.0	2	
أخرى تذكر (دراما اجتماعية، كل ما سبق)	6	1.5	5	

تشير بيانات الجدول السابق إلى ترتيب القوالب الدرامية التي يحرص الباحثون على متابعتها من خلال المواقع الإلكترونية، وجاء في الترتيب الأول "كوميدي" بنسبة 67.2%، يليها "رعب" بنسبة 50.0%، وفي الترتيب الثالث جاء "أكشن" بنسبة بلغت 49.7%، وفي الترتيب الرابع جاء "رومانسي" بنسبة بلغت 48.2%، وفي الترتيب الخامس جاء "أخرى تذكر" بنسبة بلغت 1.5%.

جدول رقم (17) الإشباع المحققة لمستخدمي المواقع الإلكترونية وتطبيقات الموبايل في متابعة المسلسلات عينة الدراسة

نوع الإشباع	العبارات	موافق		محايد		معارض		الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	التقييم	ت	
		%	ك	%	ك	%	ك					
سهولة مشاهدة المحتويات البرمجية التي أفضلها	سهولة مشاهدة المحتويات البرمجية التي أفضلها	85.0	340	13.5	54	1.5	6	2.8	.410	موافق	1	
	سهولة تحقيق متعة مشاهدة بواسطة الخيارات المتعددة المتاحة	74.8	299	22.3	89	3.0	12	2.7	.513	موافق	2	
	بسبب تحقيق مشاهدة أفضل من التلفزيون	56.8	227	31.0	124	12.3	49	2.4	.702	موافق	5	
التقييم العام لمقياس الإشباع النفسي											موافق	
						2.6		2.6	.377			
سهولة اختيار وسائط مشاهدة المناسبة	سهولة اختيار وسائط مشاهدة المناسبة	65.0	260	31.0	124	4.0	16	2.6	.564	موافق	3	
	المشاهدة عبر المنصات تلبي جميع احتياجات المشاهدين	64.0	256	31.0	124	5.0	20	2.5	.585	موافق	4	
	المقياس التجمعي لإشباع خصائص تكنولوجيا الوسيلة											موافق
						2.6		2.6	.458			
الإشباع كلها											موافق	
						2.6		2.6	.345			

تشير بيانات الجدول رقم (17) إلى الإشباع المحققة لمستخدمي المواقع الإلكترونية وتطبيقات الموبايل في متابعة المسلسلات، وجاء في الترتيب الأول عبارة سهولة مشاهدة

المحتويات البرمجية التي أفضلها، حيث بلغ نسبة الوسط الحسابي 2.8، والانحراف المعياري، وتقييم عام

وجاء في الترتيب الثاني عبارة سهولة تحقيق متعة المشاهدة بواسطة الخيارات المتعددة المتاحة، حيث بلغ نسبة الوسط الحسابي 2.7، والانحراف المعياري 513، وتقييم عام موافق. وجاء في الترتيب الثالث عبارة سهولة اختيار وسيط المشاهدة المناسبة، حيث بلغ نسبة الوسط الحسابي 2.6، والانحراف المعياري 564، وتقييم عام موافق.

وجاء في الترتيب الرابع عبارة المشاهدة عبر المنصات تلبية جميع احتياجات المشاهدين، حيث بلغ نسبة الوسط الحسابي 2.5، والانحراف المعياري 585، وتقييم عام موافق.

وجاء في الترتيب الخامس عبارة بسبب تحقيق مشاهدة أفضل من التلفزيون، حيث بلغ نسبة الوسط الحسابي 2.4، والانحراف المعياري 702، وتقييم عام موافق.

وقد بلغ الوسط الحسابي للمقياس ككل 2.6، وبلغ الانحراف المعياري 345، والتقييم عام موافق، مما يدل على ايجابية الإشباعات المحققة لمستخدمي المواقع الإلكترونية وتطبيقات الموبايل في متابعة المسلسلات، وقد أكدت دراسة عبد الصادق حسن (2013) أن إشباعات الشباب على الترفيه والشعور بالراحة والاسترخاء فقط بل جاء في مقدمة هذه الإشباعات الحصول على المعلومات ومناقشة هذه المعلومات مع الآخرين وتعلم أشياء جديدة

نتائج فروض الدراسة

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى استخدام المنصات الرقمية والإشباعات المتحققة منها من متابعتها

جدول رقم (18) معامل ارتباط بيرسون لإثبات العلاقة بين مستوى استخدام المنصات الرقمية والإشباعات المتحققة منها من متابعتها

معامل بيرسون	مستوى الدلالة	اتجاه العلاقة	قوة العلاقة
.152**	.002	طردي	ضعيف

تشير بيانات الجدول السابق وباستخدام معامل ارتباط بيرسون لدلالة العلاقة بين متغيرين كميين يتضح لنا أن هناك علاقة ارتباط طردية ضعيفة بين مستوى استخدام المنصات الرقمية والإشباعات المتحققة منها من متابعتها، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون .152**، وعند مستوى دلالة 0.000. وهي قيمة دالة إحصائية .

وبذلك ثبت صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى استخدام المنصات الرقمية والإشباعات المتحققة منها من متابعتها .

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى استخدام المبحوثين المنصات الرقمية ودوافع التعرض لها

جدول رقم (19) معامل ارتباط بيرسون لإثبات العلاقة بين مستوى استخدام المبحوثين المنصات الرقمية ودوافع التعرض لها

معامل بيرسون	مستوى الدلالة	اتجاه العلاقة	قوة العلاقة
*.104	.03	طردي	ضعيف

تشير بيانات الجدول السابق وباستخدام معامل ارتباط بيرسون لدلالة العلاقة بين متغيرين كميين يتضح لنا أن هناك علاقة ارتباط طردية ضعيفة بين مستوى استخدام المبحوثين المنصات الرقمية ودوافع التعرض لها، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون *.104، وعند مستوى دلالة 03. وهي قيمة دالة إحصائية .

وبذلك ثبت صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى استخدام المبحوثين المنصات الرقمية ودوافع التعرض لها.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام المنصات الرقمية والإشباعات المتحققة من ذلك التعرض لها:

جدول رقم (20) معامل ارتباط بيرسون لإثبات العلاقة بين دوافع استخدام المنصات الرقمية والإشباعات المتحققة من ذلك التعرض لها

معامل بيرسون	مستوى الدلالة	اتجاه العلاقة	قوة العلاقة
**538	.000	طردي	متوسط

تشير بيانات الجدول السابق وباستخدام معامل ارتباط بيرسون لدلالة العلاقة بين متغيرين كميين يتضح لنا أن هناك علاقة ارتباط طردية متوسطة بين دوافع استخدام المنصات الرقمية والإشباعات المتحققة من ذلك التعرض لها حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون *.538، وعند مستوى دلالة 000. وهي قيمة دالة إحصائية، وقد اتفقت تلك النتيجة مع نتيجة دراسة أميرة يونس محمد (2015) والتي أكدت وجود علاقة ارتباط دالة إحصائية بين الدوافع الطقوسية والإشباعات شبه التوجيهية، وعلاقة ارتباط طردية قوية بين دوافع التعرض والإشباعات التي يحققها الجمهور.

وبذلك ثبت صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام المنصات الرقمية والإشباعات المتحققة من ذلك التعرض لها.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى استخدام المنصات الرقمية ومناسبة أسعار الاشتراك في المواقع والمنصات الإلكترونية:

جدول رقم (21) معامل ارتباط سبيرمان لإثبات العلاقة بين مستوى استخدام المنصات الرقمية ومناسبة أسعار الاشتراك في المواقع والمنصات الإلكترونية

معامل سبيرمان	مستوى الدلالة	اتجاه العلاقة	قوة العلاقة
147.	.003	طردي	ضعيف

تشير بيانات الجدول السابق وباستخدام معامل ارتباط سبيرمان لدلالة العلاقة بين متغيرين رتبين يتضح لنا أن هناك علاقة ارتباط طردية ضعيفة بين مستوى استخدام المنصات الرقمية ومناسبة أسعار الاشتراك في المواقع والمنصات الإلكترونية، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط سبيرمان 147*، وعند مستوى دلالة 000. وهي قيمة دالة إحصائية .

وبذلك ثبت صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى استخدام المنصات الرقمية ومناسبة أسعار الاشتراك في المواقع والمنصات الإلكترونية ..

الفرض الخامس: هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين الإشباعات المتحققة لمستخدمي المواقع الإلكترونية وتطبيقات الموبايل في متابعة المسلسلات عينة الدراسة عينة الدراسة وفقاً للبيانات الديموجرافية للمبحوثين:

• هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين الإشباعات المتحققة لمستخدمي المواقع الإلكترونية وتطبيقات الموبايل في متابعة المسلسلات عينة الدراسة وفقاً للنوع

جدول رقم (22) اختبار T-Test لإثبات الفروق بين الإشباعات المتحققة لمستخدمي المواقع الإلكترونية وتطبيقات الموبايل في متابعة المسلسلات عينة الدراسة وفقاً للنوع

النوع	العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	درجة الحرية	مستوى الدلالة
ذكر	110	2.5	390.	1.9	398	.06
أنثى	290	2.6	.324			

يتضح من الجدول رقم () والخاص باختبار الفروق ذات الدلالة الإحصائية بين متوسطات كلا من الإشباعات المتحققة لمستخدمي المواقع الإلكترونية وتطبيقات الموبايل في متابعة المسلسلات عينة الدراسة والنوع، وذلك باستخدام اختبار T-Test والتي قد بلغت 1.9 وبلغ مستوى الدلالة 06. و 07. وهي قيم غير دالة إحصائية .

وبذلك لا نقبل صحة الفرض القائل بأن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين الإشباعات المتحققة لمستخدمي المواقع الإلكترونية وتطبيقات الموبايل في متابعة المسلسلات عينة الدراسة وفقاً للنوع

• هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين الإشباع المتحققة لمستخدمي المواقع الإلكترونية وتطبيقات الموبايل في متابعة المسلسلات عينة الدراسة وفقا للتعليم.

جدول رقم (23) اختبار One Way Anova لقياس دلالة الفروق بين الإشباع المتحققة لمستخدمي المواقع الإلكترونية وتطبيقات الموبايل في متابعة المسلسلات عينة الدراسة وفقا للتعليم

البيان	مجموع الدرجات	درجة الحرية	المتوسط الحسابي	قيمة F	مستوى الدلالة
بين المجموعات	2.761	2	1.380	12.251	.00
داخل المجموعات	44.735	397	.113		
المجموع	47.496	399			

يتضح من بيانات الجدول السابق وباستخدام تحليل التباين الأحادي One Way Anova وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الإشباع المتحققة لمستخدمي المواقع الإلكترونية وتطبيقات الموبايل في متابعة المسلسلات عينة الدراسة وفقا للتعليم حيث بلغت قيمة "F" 12.251، عند مستوى دلالة 0.00. وهي قيمة دالة إحصائيا.

جدول رقم (24) اختبار LSD لمعنوية الفروق بين الإشباع المتحققة لمستخدمي المواقع الإلكترونية وتطبيقات الموبايل في متابعة المسلسلات عينة الدراسة وفقا للسنة

البيان	العدد	متوسطات الفروق
في مرحلة التعليم الجامعي	366	.28388
بكالوريوس	18	.40028
دراسات عليا	16	.11640

تشير بيانات الجدول السابق وباستخدام اختبار LSD لايضاح مستوى الدلالة لصالح أي مجموعة يتضح أن المجموعة الأعلى كانت لصالح الحاصلين على البكالوريوس، حيث أن متوسط الفرق بلغ 40028، مما يدل ان تلك المجموعة هي الأكثر اشباعا من متابعة المسلسلات عبر التطبيقات الرقمية، وبذلك نجد دلالة إحصائية وفرق معنوي لصالح تلك المجموعة. وبذلك نقبل صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الإشباع المتحققة لمستخدمي المواقع الإلكترونية وتطبيقات الموبايل في متابعة المسلسلات عينة الدراسة وفقا للتعليم ولصالح الحاصلين على درجة البكالوريوس في المستوى التعليمي.

• هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين الإشباع المتحققة لمستخدمي المواقع الإلكترونية وتطبيقات الموبايل في متابعة المسلسلات عينة الدراسة وفقا للسنة.

جدول رقم (25) اختبار One Way Anova لقياس دلالة الفروق بين الإشباع المتحققة لمستخدمي المواقع الإلكترونية وتطبيقات الموبايل في متابعة المسلسلات عينة الدراسة وفقا للسنة

البيان	مجموع الدرجات	درجة الحرية	المتوسط الحسابي	قيمة F	مستوى الدلالة
بين المجموعات	2.139	3	713.	6.224	.000
داخل المجموعات	45.357	396	.115		
المجموع	47.496	399			

يتضح من بيانات الجدول السابق وباستخدام تحليل التباين الأحادي One Way Anova وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الإشباعات المتحققة لمستخدمي المواقع الإلكترونية وتطبيقات الموبايل في متابعة المسلسلات عينة الدراسة، حيث بلغت قيمة "F" 6.224 عند مستوى دلالة 0.000. وهي قيمة دالة إحصائياً.

جدول رقم (26) اختبار LSD لمعنوية الفروق بين الإشباعات المتحققة لمستخدمي المواقع الإلكترونية وتطبيقات الموبايل في متابعة المسلسلات عينة الدراسة وفقاً للسن

متوسطات الفروق	العدد	
.51429	16	أقل من 18 سنة
.0627	361	من 18 سنة لأقل من 30 سنة
.6223	21	من 30 سنة إلى أقل من 45 سنة
.12500	2	من 45 سنة لأقل من 60 سنة

تشير بيانات الجدول السابق وباستخدام اختبار LSD لايضاح مستوى الدلالة لصالح أي مجموعة يتضح أن المجموعة الأعلى كانت لصالح الفئة العمرية من 30 سنة إلى أقل من 45 سنة، حيث أن متوسط الفرق بلغ 6.223، مما يدل أن تلك المجموعة هي الأكثر اشباعاً من استخدام التطبيقات الرقمية لمتابعة المسلسلات، وبذلك نجد دلالة إحصائية وفرق معنوي لصالح تلك المجموعة.

وبذلك نقبل صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الإشباعات المتحققة لمستخدمي المواقع الإلكترونية وتطبيقات الموبايل في متابعة المسلسلات عينة الدراسة وفقاً للسن ولصالح الفئة العمرية من 30 سنة إلى أقل من 45 سنة.

وبذلك تم قبول صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الإشباعات المتحققة لمستخدمي المواقع الإلكترونية وتطبيقات الموبايل في متابعة المسلسلات عينة الدراسة وفقاً للبيانات الديموجرافية بشكل جزئي وفقاً للسن والمستوى التعليمي ورفضه من حيث النوع

النتائج العامة للدراسة:

1. أكدت النتائج ارتفاع مستوى استخدام عينة الدراسة للمنصات الرقمية،
2. أشارت النتائج إلى أن موقع Egybest و Egybest هم أفضل المواقع الإلكترونية المستخدمة لدى عينة الدراسة لمتابعة المسلسلات عبر الإنترنت
3. أثبتت النتائج أن دوافع استخدامك للمواقع الإلكترونية وتطبيقات الموبايل لمتابعة المسلسلات كانت سهولة التحكم في الوقت المناسب للمشاهدة وامكانية المشاهدة في أي مكان
4. أوضحت النتائج أن منصات المشاهدة التليفزيونية التي تتابعها عبر الإنترنت كانت ل منصة Netflix يليها "Shahed ، Watchit" .
5. أكدت النتائج أن ارتفاع تأثير المواقع الإلكترونية وتطبيقات الموبايل على متابعة التلفزيون التقليدي
6. أثبتت النتائج تنوع الخدمات التي يستخدمها المبحوثين ما بين مدفوعة ومجانية.

7. كشفت النتائج أن المدة التي تقضيها أثناء متابعة المسلسلات عبر المواقع الإلكترونية كانت متوسطة.
 8. أكدت النتائج أن أيام مشاهدة المسلسلات عبر المواقع الإلكترونية غير محددة.
 9. أشارت النتائج إلى أن أوقات مشاهدة المسلسلات عبر المواقع الإلكترونية كانت في الفترة المسائية.
 10. أثبتت النتائج أن المسلسلات الأكثر متابعة عبر المواقع الإلكترونية كانت دراما مصرية ثم دراما أمريكية ودراما تركية.
 11. أوضحت النتائج أن الوسيلة المفضل متابعتها بالمسلسلات عبر المواقع الإلكترونية كانت الموبايل والابتوب.
 12. أكدت النتائج أن الأماكن المفضل مشاهدتها المسلسلات عبر المواقع الإلكترونية كانت المنزل وكانت بمفردهم وبرفقة العائلة.
 13. أثبتت النتائج مناسبة أسعار الاشتراك في المواقع والمنصات الإلكترونية.
 14. كشفت النتائج أن
 15. أكدت النتائج أن التسلية والترفيه و قضاء وقت فراغ وإمكانية اختيار الجودة المناسبة للعرض كانت أبرز الدوافع الطوقسية لدى الجمهور المستخدم للمنصات الإلكترونية يليها الدافع النفعية والتي تمثلت في تغيير الوقت و متابعة أحدث الأعمال الفنية العربية والأجنبية.
 16. أشارت النتائج إلى أن رة تقديم النصيحة للقريب بالمشاهدة بشكل مباشر كانت أبرز طرق تفاعل الجمهور مع المسلسلات التي يشاهدونها عبر المواقع الإلكترونية.
 17. أثبتت النتائج أن القلب الدامي الكوميدي كان أبرز القوالب الدرامية التي يحرص المبحوثين على متابعتها من خلال المواقع الإلكترونية يليها الرعب والأكشن، وفي الترتيب الأخير كان الرومانسي.
 18. أوضحت النتائج أن سهولة مشاهدة المحتويات البرمجية التي أفضلها، و سهولة تحقيق متعة المشاهدة بواسطة الخيارات المتعددة المتاحة أبرز الإشباعات النفسية المتحققة لمستخدمي المواقع الإلكترونية وتطبيقات الموبايل في متابعة المسلسلات.
 19. يليها سهولة اختيار وسيط المشاهدة المناسبة و المشاهدة عبر المنصات تلبي جميع احتياجات المشاهدين كأبرز اشباعات خصائص تكنولوجيا للوسيلة.
- النتائج العامة لفروض الدراسة:
1. أكدت النتائج وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى استخدام المنصات الرقمية والإشباعات المتحققة منها من متابعتها.
 2. أثبتت النتائج وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى استخدام المبحوثين المنصات الرقمية ودوافع التعرض لها.

3. كشفت النتائج وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام المنصات الرقمية والإشباع المحققة من ذلك التعرض لها.
 4. أكدت النتائج وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى استخدام المنصات الرقمية ومناسبة أسعار الاشتراك في المواقع والمنصات الإلكترونية.
 5. لا تقبل صحة الفرض القائل بأن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين الإشباع المحققة لمستخدمي المواقع الإلكترونية وتطبيقات الموبايل في متابعة المسلسلات عينة الدراسة وفقا للنوع .
 6. أثبتت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الإشباع المحققة لمستخدمي المواقع الإلكترونية وتطبيقات الموبايل في متابعة المسلسلات عينة الدراسة وفقا للتعليم ولصالح الحاصلين على درجة البكالوريوس في المستوى التعليمي.
 7. أوضحت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الإشباع المحققة لمستخدمي المواقع الإلكترونية وتطبيقات الموبايل في متابعة المسلسلات عينة الدراسة وفقا للسن ولصالح الفئة العمرية من 30 سنة إلى أقل من 45 سنة.
- الدلالات العلمية للدراسة:

- في ضوء استعراض الباحثة لأهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة، تقترح التوصيات التالية:
1. ضرورة الاهتمام بمنصات مشاهدة التلفزيونية عبر الإنترنت والتوسع فيها وخاصة المنصات العربية وذلك لما تمثله من اهتمام ملحوظ لدى الشباب.
 2. الاهتمام بتحسين خدمات الإنترنت وخاصة سرعات التحميل وسعات التخزين بما يتناسب مع طبيعة الإعلام التلفزيوني الجديد المقدم من خلال الإنترنت.
 3. تقديم المزيد من الدراسات عن منصات مشاهدة التلفزيونية عبر الإنترنت وخاصة المنصات العربية باعتبارها مجال جديد ويحتاج إلى المزيد من الدراسات مع التركيز على العوامل الديمغرافية ومدى تأثيرها، الاهتمام بإنتاج أعمال درامية عربية من الإنتاج العربي قادرة على منافسة الدراما الأجنبية خاصة التي تنتجها منصة "نت فليكس".

استمارة الاستبيان

1- ما مدى استخدام عينة الدراسة للمنصات الرقمية؟

- دائماً
 أحياناً
 لا

2- ما أكثر المواقع الإلكترونية التي تستخدمها لمتابعة المسلسلات عبر الإنترنت؟

- YouTube
 Egybest
 Dailymotion
 Egynow

3- ما دوافع استخدامك للمواقع الإلكترونية وتطبيقات الموبيل لمتابعة المسلسلات؟

- سهل الاستخدام ومنظم
 لا يحذف مشاهد
 بدون إعلانات
 إمكانية التحكم في العرض
 إمكانية تحميل الحلقات
 سهولة التحكم في الوقت المناسب للمشاهدة
 سهولة المشاهدة في أي مكان

4- ما منصات مشاهدة التلفزيونية التي تتابعها عبر الإنترنت؟

- Netflix
 Watchit
 Shahed

5- ما الإشباع المحققة لمستخدمي المواقع الإلكترونية وتطبيقات الموبايل في متابعة المسلسلات؟

نوع الإشباع	العبارات	موافق	محايد	معارض
نفسى	سهولة مشاهدة المحتويات البرمجية التي أفضلها	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
نفسى	سهولة تحقيق متعة المشاهدة بواسطة الخيارات المتعددة المتاحة	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
نفسى	بسبب تحقيق مشاهدة أفضل من التلفزيون	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
إشباع خصائص تكنولوجيا الوسيلة	سهولة اختيار وسيط المشاهدة المناسبة	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
إشباع خصائص تكنولوجيا الوسيلة	المشاهدة عبر المنصات تلبي جميع احتياجات المشاهدين	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- 6- ما مدى تأثير المواقع الإلكترونية وتطبيقات الموبايل على متابعة التلفزيون التقليدي؟
- أثرت إلى حد ما
- أثرت بشكل كامل
- لم تؤثر
- 7- ما نوعية الخدمات المستخدمة في المواقع الإلكترونية في متابعة المسلسلات؟
- الخدمات المجانية
- الخدمات المدفوعة والمجانية معًا
- الخدمات المدفوعة
- 8- ما المدة التي تقضيها أثناء متابعة المسلسلات عبر المواقع الإلكترونية؟
- من ساعة إلى 3 ساعات
- أكثر من 3 ساعات
- أقل من ساعة
- 9- ما عدد أيام مشاهدة المسلسلات عبر المواقع الإلكترونية؟
- أيام غير محددة
- أكثر من 3 أيام أسبوعيًا
- يومان أسبوعيًا
- 10- ما الأوقات المفضلة لمشاهدة المسلسلات عبر المواقع الإلكترونية؟
- الفترة المسائية
- فترة الظهر
- الفترة الصباحية
- 11- ما أكثر المسلسلات التي تتابعها عبر المواقع الإلكترونية؟
- | | |
|--------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> دراما مصرية | <input type="checkbox"/> دراما أمريكية |
| <input type="checkbox"/> دراما هندية | <input type="checkbox"/> دراما تركية |
| <input type="checkbox"/> دراما عربية | <input type="checkbox"/> أخرى تذكر |
| <input type="checkbox"/> دراما كورية | |
- 12- ما الوسيلة التي تفضل متابعة المسلسلات عبر المواقع الإلكترونية من خلالها؟
- اللابتوب
- الايباد
- الموبايل
- أخرى تذكر
- 13- ما الأماكن التي تفضل مشاهدة المسلسلات عبر المواقع الإلكترونية فيها؟
- المنزل
- المقهى
- المواصلات
- النادي
- الجامعة
- أخرى تذكر

14- هل أسعار الاشتراك في المواقع والمنصات الإلكترونية مناسبة؟

- مناسبة
- مرتفعة
- منخفضة

15- ما طبيعة المشاهدة التي تفضلها أثناء مشاهدة المسلسلات عبر المواقع الإلكترونية؟

- المشاهدة برفقة العائلة
- المشاهدة بمفردك
- المشاهدة برفقة الأصدقاء
- أخرى تذكر

16- ما الدوافع الطقوسية والنفعية لدى الجمهور المستخدم لمنصات إلكترونية؟

- | نوع الدافع | العبارة | دائمًا | أحيانًا | نادرًا |
|------------|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| طقوسي | التسلية والترفيه | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| طقوسي | قضاء وقت فراغ | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| طقوسي | إمكانية اختيار الجودة المناسبة للعرض | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| طقوسي | تغيير الوقت | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| طقوسي | متابعة أحدث الأعمال الفنية العربية والأجنبية | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

17- ما طرق تفاعل الجمهور مع المسلسلات التي يشاهدونها عبر المواقع الإلكترونية؟

- | العبارة | دائمًا | أحيانًا | نادرًا |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| تقديم النصيحة للقريب بالمشاهدة بشكل مباشر | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| مراسلة المنصة والتفاعل معها | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| نشر تعليقات من خلال مواقع التواصل الاجتماعي | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

18- ما أكثر القوالب الدرامية التي تحرص على متابعتها من خلال المواقع الإلكترونية؟

- اكشن
- كوميدي
- رومانسي
- رعب
- أخرى تذكر

البيانات الشخصية

18- النوع

- ذكر
- أنثى

19- العمر: يحدد بالأرقام

20- المستوى التعليمي

- في مرحلة التعليم الجامعي
- بكالوريوس / ليسانس
- دراسات عليا

مراجع الدراسة:

- (1) سارة حسن يونس (2023) "العلاقة بين انتشار أساليب العرض الجديدة لأفلام السينما بأنماط وعادات تعرض الجمهور لها"، رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة، معهد البحوث والدراسات العربية، قسم بحوث ودراسات الإعلام)
- (2) أماني رضا عبد المقصود (2021)، دوافع التعرض للمحتوى الدرامي في خدمات المشاهدة حسب الطلب (VOD) والإشباع المحققة: دراسة ميدانية، مجلة البحوث الإعلامية، (كلية الإعلام، جامعة الأزهر)، العدد 56، ص 268-322.
- (3) ريهام سامي (2020)، استخدامات الشباب لخدمات البث التلفزيوني عبر الإنترنت ومدى رضاهم عن هذه الخدمات، مجلة البحوث الإعلامية، (كلية الإعلام، جامعة الأزهر) العدد 54، ص 1765-1796.
- (4) Steiner, Emil, and Kun Xu, (2018), "Binge-watching motivates change, Uses and gratifications of streaming video viewers challenge traditional TV research (Rowan University, 26 (4)
- (5) ريهام محمد عبد الباري أحمد، (2016) "استخدامات الشباب المصري لفتوات تلفزيون الإنترنت والإشباع المحققة منها"، (المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، ع 11) ص 549-592.
- (6) أمل نبيل بدر (2015)، الآثار الثقافية والاجتماعية والنفسية لاستخدام الشباب الخليجي لشبكات التواصل الاجتماعي، مجلة الحكمة للنشر والتوزيع، (كلية الآداب، المدينة المنورة)، العدد 28، ص 12.
- (7) أميرة يونس محمد محمد زاهر، استخدامات الجمهور المصري للمواد الوثائقية التلفزيونية والإشباع المحققة منها.
- (8) نصير صالح بو علي، استخدام الشباب الجامعي لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة، مجلة رؤى استراتيجية، دورية علمية فصلية محكمة يصدرها مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، المجلد الثاني العدد 7، يوليو 2014، ص 8-26 متاح على الرابط:
http://strategicvisions.ecssr.com/ECSSR/ECSSR_DOCDATA_PRO_EN/Resources/PDF/Rua_Strategia/Rua-issue-07/ruo07_full.pdf
تاريخ الزيارة: 2023/1/16.
- (9) Li, N. S. (2013), Gratification obtained from television shows on Internet TV and Conventional TV, pp. 1-48.
- (10) عبد الصادق حسن عيد الصادق الشقر، (2013) "دوافع استخدام الشباب الجامعي في الجامعات البحرينية لإذاعات الإنترنت" - دراسة ميدانية، (مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية)، المجلد 1، عدد 4، ص 114-149.
- (11) Muhtaseb, A., & Frey, L. R. (2008), Arab Americans' motives for using the internet as a functional media alternative and their perceptions of US public opinion, Journal of Computer-Mediated Communication, 13(3), pp. 618-657.
- (12) ياسمين محمد إبراهيم السيد، ومنة الله كمال موسى دياب. (2021) "تأثيرات المشاهدة النهمه لمحتوي منصة نتفليكس على البناء القيمي للمجتمع المصري: دراسة تطبيقية في ضوء نظرية الحتمية القيمية." بحث منشور، (مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط: الجمعية المصرية للعلاقات العامة ع 31).
- (13) منى عثمان الغزالي (2021) أنماط مشاهدة الشباب المصري لدراما المواقع الإلكترونية وتأثيرها على العلاقات الأسرية لديهم"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة الزقازيق، كلية الآداب، قسم الإعلام)

- (14) هاني إبراهيم السمان (2021)، دور اليوتيوب في التوعية بمخاطر الإرهاب الإلكتروني – دراسة ميدانية على عينة من شباب جامعات جنوب الصعيد، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، العدد 4، المجلد 57، ص ص 2251-230.
- (15) محمد حاتم أبو الجدايل (2020) "دراسة مقارنة بين مستخدمي اليوتيوب ومستخدمي منصات الفيديو الرقمية في تداول المحتوى الترفيهي والمعلوماتي." بحث منشور، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، *المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان*، ع 19)
- (16) ريهام علي أنور (2020)، استخدام الشباب المصري للفيديوهات الساخرة على اليوتيوب وعلاقتها باتجاهاتهم نحو المنظمات الإرهابية – دراسة تطبيقية على شباب جامعة القاهرة، *مجلة البحوث الإعلامية (كلية الإعلام، جامعة الأزهر)*، العدد 54، ص ص 3464-3540.
- (17) Merrill Jr, (2019) "Go Long or Go Often: Influences on Binge Watching Frequency and Duration among college Students" (USA, University of central Florida)
- (18) Susanno, Rebecca, Ryan Phedra, and Ina Agustini Murwani. (2019). "The Determinant Factors of the Intention to spend more time binge-watching for Netflix Subscriber in Jakarta". **Journal of research in Marketing** 10.3
- (19) Cordts, Florian. (2019). "Exploration of video-on-Demand Watching Behaviour on Youtube and PS-ODVSP: an experience sampling study with regard to intentionality. BS thesis. University of Twente.
- (20) Feiereisen, Stephanie, et al, (2019). "Understanding emerging adults' consumption of TV series in the digital age: A practice-theory-based approach", **Journal of business research** 95.
- (21) Merikivi, Jani, et al, (2019). "Binge-watching Serialized Video Content: A Transdisciplinary Review". *Television & New Media*.
- (22) Steins Loeber, Sabine, et al, (2019). " Binge-watching Behavior : The Role of Impulsivity and Depressive Symptoms", **European Addiction Research**. 1-10.
- (23) Subias,M. H, Laveron,M. M ,Molina,A. M, (2018). "*Online Recommendation Systems in the Spanish Audiovisual Market: Comparative Analysis between Artesmedia, Moviestar+ and Netflix*", Published study UCJC Business and Society Review, Fourth Quarter, pp (54-90)
- (24) Sung Yoon Hi, Eun YeonKang, and Wei-Na Lee (2018). "Why do we indulge? Exploring motivations for binge watching". **Journal of Broadcasting & Electronic Media** 62.3
- (25) Humphries, Sheana JKY, (2018). "Netflix and chilling: Binge-watching Behaviors and the Cultivation Effects of Horror Television Shows. Diss University of Hawai'I at Manoa.
- (26) Tukachinsky, Riva, and Keren Eyal. (2018) "The psychology of marathon television viewing: Antecedents and viewer involvement". **Mass communication and society** 21.3.
- (27) Riddle K, Peebles A, Davis C, Xu F, Schroeder E, (2018). "The addictive potential of television binge-watching: Comparing intentional and unintentional binges. **Psychol Pop Media Cult**. 7.

- (28) Yetter, Casey. (2018). "Motives of alone versus group binge watching with the uses and gratifications approach". **Diss.**
- (29) Rubenking, Bridget, Cheryl Campanella Bracken, Jennifer Sandoval, and Alex Ristre. (2018). "Defining new viewing behaviors: What makes and motivates TV binge watching". **International Journal of Digital Television**.9.
- (30) سعيد أمين ناصف (2018)، التأثيرات الاجتماعية الناشئة عن استخدام وسائل الاتصال الإلكتروني – دراسة على عينة من طلبة جامعة عجمان، *مجلة بحوث الرأي العام*، (مركز بحوث الشرق الأوسط، جامعة عين شمس)، العدد 44، يناير، ص ص3-56.
- (31) Flayelle, Maeva, Pierre Maurage, and Joel Billieux, (2017). "Toward a qualitative understanding of binge-watching behaviors: A focus group approach". **Journal of behavioral addictions** 6.4.
- (32) Corfield. J (2017), "*Network vs. Netflix: A Comparative Content Analysis of Demographics Across prime-time Television and Netflix original Programming*", Unpublished Master Thesis, University of South Carolina, College of information and Communications. Available at <https://scholarcommons.sc.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=5104&context=etd> visited in March 2020 at 7:21 p. m.
- (33) Jenner, M. (2017). "Binge-Watching: Video-on-demand, Quality TV and mainstreaming fandom", *International Journal of cultural Studies*, Vol (20), No (3), pp(304-320). DOI:10. 1177/1367877915606485
- (34) Mikos, L. (2016). *Digital Media Platforms and the Use of TV Content: Binge Watching and Video-on-Demand in Germany*. Media and Communication, 4(3), pp. 154-161.
- (35) محمود عبد الجواد نصار (2016)، الإعلام المرئي وتأثيره على الشباب: رؤية تحليلية، *حوليات الآداب*، (كلية الآداب، جامعة عين شمس)، العدد 44، أبريل – يونيو، ص ص481-501.
- (36) Osur, L. (2016). "Netflix and The Development of The Internet Television Network", Unpublished PHD Thesis, (New York: Syracuse University), Available at <https://surface.Syr.Edu/cgi/viewcontent.Cgi?article=1448&context=etd> Visited in March 2020 at 8 p. m
- (37) هالة حسني أحمد الجبالي، دراسة مقارنة للقيم الاجتماعية والذكاء الاجتماعي للمراهقين الأكثر متابعة لبعض المسلسلات التلفزيونية المصرية والتركيّة المدبلجة والأقل متابعة لها، رسالة دكتوراه، غير منشورة، (جامعة القاهرة: معهد الدراسات والبحوث التربوية، قسم علم النفس، 2015).
- (38) داليا عثمان إبراهيم، (2015)، دور المسلسلات المصرية والتركيّة في تشكيل اتجاهات الشباب المصري نحو الزواج: دراسة مقارنة، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2015)، ص 131.
- (39) أمل حمدين عبد الجليل القصبى، التعرض للمسلسلات الكوميدية التلفزيونية "السيت كوم" وعلاقته بالحالة المزاجية للمشاهدين، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2015).
- (40) Greer. C. F., & Ferguson, D. A. (2015). Tablet computers and traditional television (TV) viewing is the iPad replacing TV? *Convergence the international Journal of Research into New Media Technologys*, 21(2), pp. 244-256.

(41) Esteve Sanz, Thomas Crosbie,(2016): The meaning of digital platforms: Open and closed television infrastructure, Article in a **journal, Poetic-** 1221, available at: www.elsevier.com/locate/poetic.

(42) ياسمين أحمد محمد غانم، العنف المجتمعي كما تعكسه المسلسلات التلفزيونية المصرية وعلاقته بسلوكيات أفراد الأسرة المصرية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2013).

(43) محمد أحمد عبود، صورة الصفوة المصرية في الدراما التلفزيونية التي تعرضها بعض القنوات الفضائية العربية وعلاقتها بإدراك الشباب الجامعي لواقعها الاجتماعي (جامعة بنها: كلية التربية النوعية، 2012).

(44) حسين خليفة حسن خليفة، أثر استخدام الإثارة الحسية بالأفلام والمسلسلات العربية المقدمة في القنوات الفضائية على الشباب، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2012)، ص98.

(45) فتحي محمد شمس الدين، العلاقة بين التعرض للدراما السينمائية الأجنبية المقدمة على الفضائيات العربية وأسلوب حياة الشباب المصري، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2011).

(46) Philip Auter & others, "Effects of Viewing Drama on Egyptian and American Youth, Perceptions of Family, Available on: <http://scholar.google.com/eg/scholar?> Retrieved at: 5-2-2023.

(47) Steinkamp, C. (2010). Internet television use: Motivations and Preferences for watching television online among college students, pp. 4-31.

(48) عمرو محمد أسعد، المعالجة التلفزيونية الدرامية لمفهوم السلطة الاجتماعية ودورها في تشكيل اتجاهات الشباب المصري نحوها، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2007).

(49) Creeber, G. (2011, May 24). It's not TV, it's online drama: The return of the intimate screen. International journal of cultural studies.

(50) Christian, A. (2012, October 31), The Web as Television Reimagined? Online Networks and the Pursuit of Legacy Media, Journal of Communication Inquiry.

(51) Aditya Dhanuka, A. B. (2019), Binge-Watching Web-Series Addiction amongst Youth, The management Quest, 2(1).

(52) Gerrard. Y. (2017). It's secret thing: Digital disembedding through online teen drama fandom. First Monday, 22(8).

(53) Sunder, Sh. & Limperos, A. M. (2013). "Use and Grates 2.0: New Gratifications for New Media", Journal of Broadcasting and Electronic Media, vol. (57), No (4), p. 504.

(54) قائمة المحكمين:

1. أ.د/ عبد الهادي النجار، أستاذ الصحافة، كلية الآداب، جامعة المنصورة.

2. أ.م.د. رباب عبد الرحمن، أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد بقسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة حلوان.

3. أ.د/ سامي النجار، أستاذ الإذاعة والتلفزيون، كلية الآداب، جامعة المنصورة.

4. أ.د/ هويدا مصطفى، أستاذ الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.