

المشاهدة الشرهة للدراما عبر منصات المشاهدة الإلكترونية والإشباعات العاطفية المُتحققة منها

أ/ أماني عزت إبراهيم*

إشراف: أ.د/ حسن عماد مكاوي**

ملخص الدراسة:

يشهد قطاع الإعلام الآن تطورات سريعة ومتلاحقة بفعل التكنولوجيا مما ساهم في بروز ظاهرة المشاهدة الشرهة كأحد الأنماط الشائعة الآن في استهلاك وسائل الإعلام بشكل عام والدراما بوجه خاص، ونظرًا لأن الإشباعات العاطفية تلعب دورًا هامًا في تفسير انجذاب الأفراد إلى وسيلة إعلامية أو محتوى بعينه، تسعى هذه الدراسة إلى تحديد الإشباعات العاطفية التي يحصل عليها المبحوثون من المشاهدة الشرهة للدراما عبر المنصات الإلكترونية، واعتمدت الدراسة على عينة عمدية قوامها (427) مبحوثًا من الأفراد الذين يُشاهدون الدراما بشراهة عبر منصات المشاهدة الإلكترونية سواء المدفوعة منها أو المجانية.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج تتمثل في وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين المشاهدة الشرهة للدراما عبر منصات المشاهدة الإلكترونية وبين الإشباعات العاطفية المُتحققة منها (التعبير عن المشاعر – الاستمتاع - الإلهام والتأمل – التشويق والإثارة – الارتباط بالشخصية الدرامية – المشاركة الاجتماعية للعواطف – الحزن التعاطفي).

أثبتت الدراسة أن منصة WATCH IT كان لها النصيب الأكبر من الاشتراكات حيث بلغت نسبة المشتركين بها (51.8%) يليها منصة Shahid بنسبة (45.9%) ثم منصة Netflix بنسبة (36.1%). أما على مستوى منصات المشاهدة الإلكترونية المجانية فقد جاء موقع YouTube في مقدمة المواقع المجانية التي يشاهد المبحوثون الدراما من خلالها بنسبة (52.7%). وفيما يتعلق بنوعية الدراما التي يُفضل المبحوثون مشاهدتها بشراهة فقد أثبتت نتائج الدراسة أن النسبة الأكبر من المبحوثين (64.2%) تُفضل مشاهدة الدراما الاجتماعية بشراهة، وتساوت نسبة من يشاهدون دراما الكوميديا والجريمة بشراهة حيث بلغت (56.9%).

الكلمات الدالة: المشاهدة الشرهة، الإشباعات العاطفية، منصات المشاهدة الإلكترونية، الاستخدامات والإشباعات، المنصات الرقمية، المشاهدة حسب الطلب، المشاهدة المفرطة

* المدرس المساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام – جامعة القاهرة.

** الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام – جامعة القاهرة.

Uses and Emotional Gatisfications of Binge-Watching Drama Series through Online Streaming Platforms

Ms. Amany Ezzat Ibrahim*

Prof.Dr.Hassan Emad Mekkawi**

Abstract:

The media sector is currently undergoing rapid and successive developments driven by technological progress. These changes have contributed to the emergence of binge-watching as one of the most common patterns of media consumption. Given that emotional gratifications play a significant role in explaining individuals' attraction to specific types of media and content, this study aims to identify the emotional gratifications of binge-watching drama on digital streaming platforms. The survey study is applied on a purposive sample of (427) participants who engage in binge-watching drama via both paid and free online streaming platforms.

The study revealed a set of key findings, most notably the existence of a statistically significant correlation between binge-watching drama on streaming platforms and the emotional gratifications (Vicarious Release of Emotions, Fun, Contemplative Experiences, Thrill, Character Engagement, Social Sharing of Emotions, and Empathetic Sadness) derived from it.

The findings indicate that among the paid streaming platform, "WATCH IT" platform ranked at the first place in terms of subscription numbers among participants, followed by "Shahid" platform, and then "Netflix". While YouTube came first among the free platforms through which participants watch drama. Regarding the genres of drama preferred for binge-watching, the majority of participants (64.2%) preferred social drama, and then both comedy and crime drama were ranked as the second most preferred genres for binge watching among the respondents.

Keywords: Binge Watching – Emotional Gratifications - Online Streaming Platforms – Uses and Gratifications – Digital Platforms – Video on Demand - VoD

* Teaching Assistant, Radio & TV Depatment, Faculty of Mass Communication, Cairo University.

** Professor, Radio & TV Depatment, Faculty of Mass Communication, Cairo University.

مقدمة:

في ظل التطورات التكنولوجية المتلاحقة التي يشهدها قطاع الإعلام، بدأ الحديث عن نمط سلوكي جديد في مشاهدة وسائل الإعلام عامةً والدراما على وجهٍ خاص وهو المشاهدة الشرهة Binge Watching. ورغم أن المشاهدة الشرهة ليست نمطاً سلوكياً جديداً في استهلاك المسلسلات إلا أن ظهور منصات المشاهدة الإلكترونية جعل تلك الظاهرة أكثر شيوعاً وانتشاراً بالدرجة التي جعلت البعض يعتبرها هي السلوك السائد والأكثر شيوعاً في استهلاك المسلسلات التلفزيونية.

وعلى الرغم من أن المشاهدة الشرهة تعني مشاهدة حلقات متعددة متتالية من البرنامج التلفزيوني نفسه لساعات طويلة في جلسة واحدة إلا أن هناك اختلاف كبير بين الدراسات الإعلامية في تعريفها لهذه الظاهرة فهناك من ربط تعريف المشاهدة الشرهة بعدد الحلقات التي يتم استهلاكها في الجلسة الواحدة، بينما قام البعض بتعريفها نسبةً إلى عدد الساعات التي يقضيها الفرد في مشاهدة العمل الدرامي. بينما قام آخرون بالدمج بين عدد الحلقات وعدد الساعات التي يشاهدها الفرد في الجلسة الواحدة.

بدأ سلوك المشاهدة الشرهة يكتسب شعبيةً كبيرة خاصة بعد ظهور منصات المشاهدة الإلكترونية مثل Netflix و Shahid و WATCH IT وغيرها من المنصات التي سهّلت من مشاهدة الفرد للدراما، حيث تقوم بعض المنصات بإطلاق و بث بعض المواسم كاملةً من العمل الدرامي مثل منصة Netflix التي بدأت ذلك عام 2013 عندما قامت ببث حلقات الموسم الأول من مسلسل House of Cards كاملةً وهو ما رسخ لظاهرة المشاهدة الشرهة وجعلها نمطاً طبيعياً وسائداً للمشاهدة عبر هذه المنصات. فالمشاهد الآن أصبح بإمكانه الاختيار من محتوى متنوع ووفير من مختلف أنواع الدراما وتصنيفاتها كما أصبح بإمكانه مشاهدة المواسم كاملةً من هذه الدراما ولم يعد يتعين عليه الانتظار ليوم أو حتى لأسبوع آخر لحين بث حلقات الدراما طبقاً لمواعيد محددة كما كان يحدث سابقاً مع التلفزيون التقليدي. وهو ما له مردود كبير على هذه المنصات فقد زاد أعداد مشتركيها من مختلف أنحاء العالم وهو ما أدى إلى ذبوعها وانتشارها ولم يعد دورها قاصراً على كونها جهة توزيع وعرض المحتوى فقط بل أصبحت شريكاً أساسياً في عملية إنتاج المحتوى من خلال أعمالها الأصلية التي تنتجها وتبثها بشكل حصري على مدار العام.

مشكلة الدراسة:

من خلال الملاحظة المباشرة للباحثة يُلاحظ ازدياد عدد منصات المشاهدة الإلكترونية، وارتفاع أعداد مستخدمي هذه المنصات بغرض الترفيه والاستمتاع بالمحتوى المعروض، وهو ما ساهم في ذبوع وانتشار الأعمال الدرامية الحصرية التي تنتجها وتعرضها بعض المنصات، كما أن هناك وفرة وتنوع في المحتوى الموجود على تلك المنصات بحلقات ومواسم كاملة، واتجهت بعض المنصات المدفوعة الآن إلى بث المواسم الكاملة لبعض الأعمال الدرامية الجديدة التي تنتجها دفعةً واحدة، الأمر الذي أتاح للمشاهد حرية اختيار غير مسبوق لنوع المحتوى ولتوقيت المشاهدة بمعزلٍ عن القيود الزمنية وجدول البث التي كان يفرضها التلفزيون التقليدي. وهو ما أدى إلى ظهور أنماط جديدة من المشاهدة تتمثل في

قضاء الأفراد فترات زمنية طويلة في مشاهدة حلقات الدراما بشكل متصل، لذا تتلخص المشكلة البحثية في وجود أنماط تعرض واستهلاك جديدة لوسائل الإعلام تتمثل في المشاهدة الشرهه التي تجعل الفرد يقضي العديد من الساعات أمام المنصات الإلكترونية لمشاهدة المحتوى الدرامي المعروض مما يستدعي الوقوف على هذه الظاهرة وتفسيرها ومعرفة أهم الإشباع العاطفية المُتحققة منها.

أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة الحالية انطلاقاً من الأسباب التالية:

- 1- زيادة الاعتماد على منصات المشاهدة الإلكترونية المجانية والمدفوعة، وإتاحتها لكم كبير من المحتوى الدرامي المتنوع، مما جعلها وسيلة تنافس التلفزيون التقليدي.
- 2- تركيز الدراسة على ظاهرة المشاهدة الشرهه للمنصات الإلكترونية كإحدى الظواهر الجديدة في استخدام وسائل الإعلام، واعتماد العديد من منصات المشاهدة الإلكترونية على العديد من الاستراتيجيات لترسيخ هذه الظاهرة أبرزها الإصدار الشره لبعض مواسم الأعمال الدرامية دفعةً واحدة.
- 3- دراسة الإشباع العاطفية كمدخل تحليلي لدراسة سلوك الجمهور في استهلاك وسائل الإعلام، وهذا المقياس غير مُطبق بكثرة في الدراسات العربية.
- 4- تزايد أهمية معرفة التأثيرات النفسية والاجتماعية لظاهرة المشاهدة الشرهه للمنصات الإلكترونية مما يساهم في معرفة طبيعة المجتمع ودوافعه واتجاهاته.

أهداف الدراسة:

يتحدد الهدف الرئيسي لهذه الدراسة في تحديد الإشباع العاطفية التي يحصل عليها الباحثون من المشاهدة الشرهه للدراما عبر المنصات الإلكترونية، ينبثق عن ذلك عدة أهداف فرعية تتمثل في:

- 1- التعرف على أنماط وعادات استخدام الجمهور المصري لمنصات المشاهدة الإلكترونية.
- 2- رصد أهم منصات المشاهدة الإلكترونية التي يحرص الجمهور المصري على متابعة الدراما من خلالها.
- 3- تحديد أهم الإشباع العاطفية التي يحصل عليها الفرد من المشاهدة الشرهه للدراما عبر المنصات الإلكترونية.
- 4- توصيف نوعية الأعمال الدرامية التي تحظى بمشاهدة شرهه عبر المنصات الإلكترونية.
- 5- قياس مدى تأثير بعض السمات الشخصية والنفسية للباحثين مثل (الحاجة إلى المعرفة، البحث عن الإثارة) على درجة المشاهدة الشرهه للدراما عبر المنصات الإلكترونية.

الدراسات السابقة:

تم تقسيم الدراسات السابقة المتعلقة بالدراسة الحالية إلى محورين رئيسيين هما:

المحور الأول: الدراسات التي تناولت تعريف ظاهرة المشاهدة الشرهة

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت دوافع المشاهدة الشرهة للدراما عبر المنصات الإلكترونية والإشباع المُتحققة منها

المحور الأول: الدراسات التي تناولت تعريف ظاهرة المشاهدة الشرهة

ظهر مصطلح Binge Watching وترجمته المشاهدة الشرهة أو المشاهدة المتصلة أو المشاهدة الماراثونية Marathon Watching، والتي تعد ظاهرة حديثة ارتبطت بالمشاهدة الكثيفة للمواد التليفزيونية. ولقد انتشرت هذه الظاهرة من خلال وجود مواقع تسهل المشاهدة الماراثونية مثل موقع Youtube و Netflix وغيرهما من مواقع المشاهدة الحية وساهمت الهواتف الذكية في انتشاره إذ يمكن المشاهدة في أي وقت أو أي مكان متاح فيه إنترنت. تبدأ المشاهدة الشرهة بنية مشاهدة حلقة واحدة أو حلقتين وينتهي الحال بجلسة مشاهدة مطولة تستمر لساعات طويلة دون إدراك. (عزة عبد العظيم أحمد، 2023)

ظهرت العديد من التعريفات لظاهرة المشاهدة الشرهة فهناك العديد من الدراسات التي ربطت تلك الظاهرة بعدد الحلقات التي يشاهدها الفرد في الجلسة الواحدة وهناك دراسات أخرى قامت بربطها بعدد الساعات التي يقضيها الفرد في مشاهدة الأعمال الدرامية في الجلسة الواحدة.

عرّفت العديد من الدراسات المشاهدة الشرهة بأنها مشاهدة حلقات متعددة متتالية من البرنامج التليفزيوني نفسه لساعات طويلة في جلسة واحدة (عزة عبد العظيم أحمد، 2023) وربطت بعض الدراسات هذا التعريف بعدد حلقات معينة فقد تم وصفها بأنها تجربة استقبال يتعرض خلالها المشاهد باستمرار لأكثر من حلقتين من نفس البرنامج في جلسة واحدة. (Kulak, Önder. 2020; Song, Lianlian, et al., 2022; Walton-Pattison, Emily, et al., 2018) فيما اعتمدت دراسات أخرى على تعريف منصة Netflix للمشاهدة الشرهة على أنها مشاهدة ما بين حلقتين إلى ست حلقات من برنامج تليفزيوني في جلسة واحدة.

لاقت التعريفات السابقة التي ربطت ظاهرة المشاهدة الشرهة بعدد الحلقات التي يستهلكها الفرد في الجلسة الواحدة بعض الانتقادات، منها انتقاد (Feeney, 2014) في مقال لصحيفة The Atlantic الذي قال إن تعريف Netflix للمشاهدة الشرهة على الرغم من تركيزه على عدد الحلقات في الجلسة الواحدة إلا أنه تجاهل مدة كل حلقة فبعض الأعمال الدرامية تبلغ مدة حلقتها ساعة في حين أن هناك بعض الأعمال الكوميدية الأخرى تتميز بقصر مدة حلقاتها. وبموجب ربط المشاهدة الشرهة بعدد الحلقات فإنه يمكن للفرد مشاهدة حلقتين متتاليتين من مسلسل ما ويتم تصنيفه على أنه مشاهد شره، مع العلم أن مدة الحلقتين قد تكون أقل من نصف مدة أي فيلم. لذا اعتمدت مجموعة من الدراسات في تعريفها لظاهرة المشاهدة الشرهة على مدة الوقت أو عدد الساعات الذي يقضيها الفرد في جلسة المشاهدة الواحدة.

ربطت دراسة Rubenking & Bracken بين مدة الحلقات التي يشاهدها الفرد بالإضافة إلى عدد هذه الحلقات حيث تم تعريف المشاهدة الشرهة في هذه الدراسة على أنها مشاهدة من ثلاث إلى أربع حلقات أو أكثر من المسلسلات التليفزيونية مدة كل منها ثلاثين دقيقة أو مشاهدة ثلاث حلقات أو أكثر مدة كل منها ساعة واحدة. (Starosta, Jolanta A. & Mary Izydorczyk, Bernadetta, 2020) وهو ما اتفق مع تعريف الناقدة الإعلامية Mary Mcnamara التي صاغت أحد التعريفات الأولى للمشاهدة الشرهة في عام 2012 ووصفتها بأنها أي حالة يتم فيها استهلاك أكثر من ثلاث حلقات من دراما مدتها ساعة أو ست حلقات من كوميديا مدتها نصف ساعة، في جلسة واحدة. (Boca, Paul, 2019, P.9) وهو ما اتفق مع دراسة (Wagner, Charles N., 2016) التي توصلت إلى أنه كلما كانت مدة الحلقات التليفزيونية طويلة كلما كان هناك انخفاض في متوسط عدد الحلقات التليفزيونية التي يشاهدها الفرد في الجلسة الواحدة. ولتعريف المشاهدة الشرهة حسب الوقت فإن هذه المدة تتراوح في المتوسط بين 2-3 ساعات حسب مدة العرض التليفزيوني. وهو ما يثبت أن مقدار الوقت الذي يتم قضاؤه في مشاهدة التليفزيون في الجلسة الواحدة هو أحد السمات المميزة لظاهرة المشاهدة الشرهة وليس فقط عدد الحلقات.

إن التعريف الدقيق لظاهرة المشاهدة الشرهة يتميز بالصعوبة وهو ما يرجع إلى الاختلاف حول عدد الحلقات التي يجب على الفرد مشاهدتها ليتم وصفه بأنه مشاهد شره، فعدد الحلقات الذي تحدده منصة Netflix أو أي من المؤسسات الإعلامية الأخرى بالمقارنة مع ما يحدده التليفزيون التقليدي في الجلسة الواحدة لا يعد معياراً أساسياً لتعريف المشاهدة الشرهة وبناءً على ذلك فإن عدد الحلقات اللازم لتعريف المشاهدة الشرهة يتعلّق بالظروف الفردية لذا يمكن القول إن المشاهدة الشرهة تتعلّق بشكل كبير بسلوك المشاهدة الذاتية. وعلى الرغم من اختلاف تعريفات المشاهدة الشرهة إلا أن هناك مجموعة من العوامل المشتركة في كل التعريفات التي تمّ طرحها، تتمثل هذه العوامل في: أن العروض المتسلسلة هي هدف المشاهدة الشرهة فهذا السلوك لا يصف مشاهدة العديد من مقاطع الفيديو المتتالية أو حلقات من برامج متسلسلة مختلفة ولكنه عرض واحد متسلسل، وكذلك فإن الوسيلة التي يتم من خلالها الاستغراق في المشاهدة ليست التليفزيون التقليدي، وأن ظاهرة المشاهدة الشرهة تتيح للمستخدم القدرة على التحكم في المضمون المعروض. (Jenner, Mareike, 2018)

قامت دراسة (Merikivi, et al., 2019) بتتبع الدراسات السابقة لوضع تعريف واضح ومحدد لظاهرة المشاهدة الشرهة وخلصت إلى أن هناك سمات رئيسية تميز ظاهرة المشاهدة الشرهة عن أنماط التعرض للمحتوى الإعلامي الأخرى وتتمثل السمات فيما يلي:

-**استقلالية المشاهد:** ويقصد بها تمتع المشاهد بالاستقلالية التامة وبقدر كبير من الحرية في استخدام الوسيط الإعلامي، وهنا يُنظر للمشاهدة الشرهة باعتبارها نتاجاً للتطور التكنولوجي في الوسائط الإعلامية.

-**الاستمرارية والإكمال:** تشير الاستمرارية إلى استهلاك حلقات من برنامج تليفزيوني في جلسة واحدة دون أي فواصل مثل الإعلانات التجارية، وهو ما يعكس رغبة المشاهد في الانغماس في أحد العروض التليفزيونية بتدفق مستمر. أما الإكمال أو الانتهاء فيعكس رغبة

المشاهد في معرفة نهاية العرض التليفزيوني الذي يتابعه مما يدفعه في النهاية للمشاهدة بشرهة.

-الإدمان والإفراط في المشاهدة: وهو ما يؤكد على مدى التأثير السلبي للمشاهدة الشرهة مما قد يجعلها تصل إلى حد الإدمان، ولذا من المفترض أن يكون هناك حد أدنى من الحلقات لا يجب أن يتجاوزها المشاهد في الجلسة الواحدة ومن الصعب تحديد هذا الحد الأدنى من الحلقات لسببين هما اختلاف طول مدة الحلقة، وكذلك المشاعر التي تتولد لدى الفرد من مشاهدة هذه الحلقات.

وركزت دراسة (Rubenking, Bridget & Bracken, Cheryl Campanella, 2021) في تعريف ظاهرة المشاهدة الشرهة بشكل أساسي على طبيعة المحتوى الذي يزيد من حالة الترقب والتشويق، فالمشاهدة الشرهة هي "فترات طويلة من المشاهدة المركزة والمتعمدة للمحتوى التليفزيوني المتسلسل والذي تتسم طبيعته بالسرد والتشويق الدرامي، وقد تكون المشاهدة الشرهة نشاطاً مخططاً أو هادفاً أو غير مقصود".

هناك العديد من الجوانب التي تجعل ظاهرة المشاهدة الشرهة ظاهرة مميزة مقارنة بأشكال مشاهدة التليفزيون الأخرى. أولاً، مقارنةً بمشاهدة المواعيد، تتطلب تجربة المشاهدة الشرهة من الأفراد قضاء الكثير من الوقت في مشاهدة التليفزيون في جلسة واحدة. ثانياً، تركز المشاهدة الشرهة عموماً على المحتوى الذي يُحركه السرد، أي أن أنواعاً معينة فقط هي التي يتم مشاهدتها بشرهة عادةً ويتضمن المحتوى قصة واضحة ومتناسكة يمكن روايتها بتسلسل من الحلقة الأولى إلى الحلقة الأخيرة. وأخيراً، غالباً ما ينغمس الأفراد في تجربة المشاهدة الشرهة، لذلك قد يجدون صعوبة في إيقاف المشاهدة مما قد يؤدي إلى فقدان شعور الأفراد بالوقت. (Jr, Kelly Merrill & Rubenking, Bridget, 2019, P. 2)

إن ظاهرة المشاهدة الشرهة ليست جديدة على استقبال المسلسلات التليفزيونية أو التليفزيون بشكل عام. فخلال التاريخ لم تكن المشاهدة الشرهة نمط متعلق بخدمات البث عبر الإنترنت أو حتى المحتوى التليفزيوني على DVD فقط ولكنه نمط متعلق بالتليفزيون التقليدي فعلى مدار الوقت تبث القنوات التليفزيونية بشكل متكرر عدة حلقات متتالية (أحياناً حتى موسم كامل) من المسلسلات وما زالت تفعل ذلك حتى الآن بما يسمى بـ *Throwbacks*، أي الحلقات القديمة من البرامج التليفزيونية الشهيرة المخصصة لإعادة البث خلال أيام أو فترات زمنية محددة، مما يعطي المشاهد فرصة استهلاك هذا المحتوى بشرهة وهو إحدى استراتيجيات التليفزيون التقليدي التي تهدف إلى نشر مستوى أكبر من المشاهدة الماراثونية مما يتطلب من المشاهد ضبط قناة معينة في وقت محدد. (Zündel, Jana, 2019)

وعند النظر إلى ظاهرة المشاهدة الشرهة من منظور تاريخي لا بد أن يتم ذلك من خلال معرفة ممارسات تغيير الوقت وإعادة زيارة ومشاهدة المحتوى ومن هنا فقد كانت ثقافة ال DVDs هي أول من جعل ظاهرة المشاهدة الشرهة ظاهرة أكثر وضوحاً، مما يشير إلى مدى ارتباط المشاهدة الشرهة ارتباطاً وثيقاً بالتقنيات التي تعمل على كسر نمط جدول التليفزيون التقليدي وتسمح للمشاهدين بجدولة المحتوى ذاتياً وإعادة زيارته في الوقت الذي يناسبهم. (Jenner, Mareike, 2020)

أصبحت المشاهدة الشرهة أكثر شيوعاً في التسعينيات مع استخدام مسجلات التلفزيون وأجهزة تشغيل ال DVD ولكنها كانت موجودة قبل فترة طويلة في سباقات المسلسلات التلفزيونية التي يتم عرضها من خلال وسائل الإعلام التقليدية ولكنها ظلت منخفضة نسبياً حتى عام 2013 عندما أدى إدخال أنظمة مثل Netflix إلى تغيير نموذج البث التقليدي بالكامل من خلال توفير موسم تلفزيوني كامل في كل مرة، وهو ما أكسب المشاهدة الشرهة كنمط استهلاكي لوسائل الإعلام شعبيةً هائلة وقبولاً اجتماعياً متزايداً وهو ما أصبح جلياً في المبادرات الأخيرة التي اتخذتها منصات الإعلام التقليدي لتنظيم ما أطلق عليه سباقات الماراثون في عرض المسلسلات التلفزيونية وذلك للحفاظ على الجمهور وضمان استهلاكه لهذا المحتوى بشراهة. (Flayelle, Maèva, et al., 2019)

المحور الثاني: دوافع المشاهدة الشرهة للدراما عبر المنصات الإلكترونية والإشباع المُتحققة منها

من خلال الإطلاع على الدراسات السابقة يمكن حصر دوافع المشاهدة الشرهة وإشبعاتها فيما يلي:

أولاً: الدوافع النفسية والاجتماعية

قام (Pittman, M. & Sheehan, K., 2015) باستخدام نظرية الاستخدامات والإشباع في دراسة ظاهرة المشاهدة الشرهة في إشارة واضحة منهم أن هذه الظاهرة غير مرتبطة بالمنصات الرقمية فقط ولكنها تتجاوز ذلك إلى وسائل الإعلام التقليدية ولكن دوافع الأفراد تختلف باختلاف الوسيلة، فقد أثبتت دراستهم أن أهم الدوافع النفسية للمشاهدة الشرهة يتم تصنيفها إلى خمسة عوامل رئيسية هي: الانخراط والمشاركة، الاسترخاء، تضييع الوقت، المتعة، والدوافع الاجتماعية، وبينما تتوافق دوافع المشاركة والاسترخاء وتضييع الوقت مع دوافع مشاهدة التلفزيون التقليدي، ظهرت المتعة والدوافع الاجتماعية كعوامل بارزة للمشاهدين بشراهة مما يؤكد أن سمات المحتوى المُقدم وجوانبه المجتمعية تلعب دوراً بارزاً في ظاهرة المشاهدة الشرهة.

أثبتت دراسة (Dickinson, Karen, 2015) أن 50% من مشاهدي جيل الألفية يشاركون في طقوس المشاهدة الشرهة بهدف الاستمتاع نظراً لأن هذا الجيل يعيش حياة ذات وتيرة سريعة، لذا تمثل المشاهدة الشرهة للعروض التلفزيونية متعةً لهم. وكذلك يعد دافع الاسترخاء أحد أهم الدوافع للمشاهدة الشرهة وهو ما تدعمه النتيجة التي توصلت لها الدراسة بأن العينة كانت تشاهد بشراهة في الفترات المسائية وقبل النوم. واختار 21% من العينة الهروب كسبب آخر للانخراط في طقوس المشاهدة الشرهة. ويتفق ذلك مع دراسة (Asmael, Abdullah Ahmad, 2018) التي أثبتت أن نسبة كبيرة من المبحوثين ذكروا أن أحد أهم دوافع المشاهدة الشرهة للمحتوى الدرامي تتمثل في أنها تساعدهم على الاسترخاء وتصرف أذهانهم عن الأمور التي تشغلهم مما يساعدهم على الهروب من الواقع. وأثبتت دراسة (Ramayan, Srikumar, et al., 2018) أن دوافع الترفيه تأتي في المرتبة الأولى من بين الدوافع التي تؤدي إلى المشاهدة الشرهة، الهروب هو العامل الثاني

في أسباب الإفراط في المشاهدة يلي ذلك العوامل الاجتماعية والشخصية والتعليمية بناءً على تعليقات المشاركين في البحث.

أثبتت دراسة (Panda, Swati & Pandey, Satyendra C., 2017) أن التفاعل الاجتماعي، والهروب من الواقع، وسهولة الوصول إلى محتوى التلفزيون وفعالية الإعلانات التي يقدمها مقدمو المحتوى، تحفز طلاب الجامعات على قضاء المزيد من الوقت في المشاهدة الشرهة. وتشجع الطلاب على قضاء المزيد من الوقت في المشاهدة الشرهة للانخراط في محادثات مع دوائرهم الاجتماعية وتجنب الشعور بالاستبعاد.

بينما اعتمدت دراسة (Steiner, Emil & Xu, Kun, 2018) على إجراء مقابلات نوعية شبه منظمة مع 36 مبحوثاً لتحديد دوافع المشاهدة الشرهة للدراما وأثبتت نتائج الدراسة أن دوافع مشاهدة المسلسلات بشراسة لدى المبحوثين تتمثل في: متابعة الحلقات التي فاتتهم *Catching up*، والاسترخاء، والشعور بالاكتمال *a sense of completion* والذي يعني بالأساس شعور المشاهدين بالرضا من مشاهدة برنامج حتى نهايته. وأثبتت الدراسة كذلك أن دافع الاندماج الثقافي هو أحد الدوافع الرئيسية للمشاهدة الشرهة للدراما عبر منصات المشاهدة الإلكترونية حيث يشاهد المشاركون المسلسل ليصبحوا جزءاً من خطاب المسلسل عبر الإنترنت ولتجنب حرق الأحداث.

يعتبر عنصر الترفيه هو العامل الرئيسي للاستغراق في المشاهدة الشرهة وهو ما له تأثيرات إيجابية على التواصل بين الأفراد، فالمشاهدة الشرهة قد تكون نشاط فردي وكذلك قد تكون جماعية حيث تتم المشاهدة بشراسة مع الغير، وهو ما يساعد الفرد على التقارب والتواصل مع الآخرين وذلك من خلال توافر أرضية مشتركة حول المضمون الذي يشاهدونه. (Ramayan, Srikumar, et al., 2018) وفي دراسة (Yetter, Casey B. 2018) تمّ التفرقة بين دوافع المشاهدة الشرهة الفردية ودوافع المشاهدة الشرهة الجماعية وأظهرت النتائج نفس العوامل الأربعة للمشاهدة الشرهة الفردية والجماعية وهي: الانغماس، الدوافع الاجتماعية، تمضية الوقت، والاستمتاع. وعلى الرغم من أن هذه الدوافع الأربعة هي دوافع مشتركة في المشاهدة الشرهة الفردية والمشاهدة الشرهة الجماعية إلا أن قوة هذه الدوافع قد اختلفت، فدوافع الانغماس، وتمضية الوقت، والاستمتاع أقوى في المشاهدة الشرهة الفردية بينما كانت الدوافع الاجتماعية أقوى في حالة المشاهدة الشرهة الجماعية.

وأثبتت دراسة (عمرو محمد محمود عبد الحميد، 2019) أن الرغبة في الشعور بالإثارة والتشويق جاءت في المرتبة الأولى لدوافع المشاهدة الشرهة للمحتوى الدرامي بمنصات البث الرقمية تلاها تمضية الوقت والهروب ودوافع استكشاف عوالم جديدة والشعور بالتقدير والاحترام في عيون الآخرين والهروب من تحمل المسؤوليات. وأضافت دراسة (Podgorelec, Vesna Karuza, 2020) بعداً آخر من دوافع المشاهدة الشرهة يتمثل في الاعتياد وأن هذا السلوك أصبح عادةً بالنسبة للبعض لمشاهدة المحتوى بالإضافة إلى مجموعة من الدوافع الأخرى التي تتمثل في دوافع الاسترخاء، والمتعة، وسهولة متابعة أحداث القصة المعقدة، والهروب، والإثارة.

وفي دراسة (Boca, Paul, 2019) التي اعتمدت على تحليل 4089 تعليقاً على الصفحة الرسمية لمنصة Netflix على موقع Facebook وتم اختيار التعليقات التي تشير إلى المشاهدة الشرهة من قبل المستخدمين على 71 عملاً أصلياً من إنتاج Netflix، وأثبتت الدراسة أن العاطفة الأكثر شيوعاً لدى معظم المشاركين هي المتعة الناتجة عن تجربة المشاهدة الشرهة (31.88%). ومن الأسباب المهمة الأخرى التي تجعل الأفراد يشاهدون المسلسلات بشرهة هو الانخراط والانغماس الذي يشعرون به فيما يتعلق بالعالم الخيالي ويظهر ذلك بوضوح في (5.49%) من التعليقات. كما أن نسبة (13.23%) من التعليقات يتفاخر فيها المستخدمون بعادتهم في الانخراط في جلسات مشاهدة مطولة ومتكررة، أو بمشاهدة جزء كبير من مسلسل خلال فترة زمنية قصيرة. وتُظهر هذه التعليقات بوضوح التأثير القوي للضغط الاجتماعي على قرار المستخدمين بالانخراط في جلسات مشاهدة مطولة، وأن المشاهدين يختارون مشاركة هذه التجارب مع أعضاء المجتمع الآخرين مما يؤكد على أهمية المكون الاجتماعي للاستهلاك في ظاهرة المشاهدة الشرهة.

واختلفت توقّيات إجراء الدراسات الخاصة بدوافع المشاهدة الشرهة للدراما عبر منصات المشاهدة الإلكترونية والإشباع المتحققة منها ولكن واحدة من أهم الفترات التي تم إجراء الدراسات فيها هي فترة كورونا، حيث أثبتت دراسة (ريهام سامي يوسف، 2020) أن هناك العديد من الأسباب النفسية لمشاهدة الدراما بشرهة عبر المنصات الرقمية وتتمثل في الشعور بالملل والاكنتاب خاصة في فترة كورونا والحظر الكلي الذي شهدته البلاد إضافة إلى الهروب من ضغوطات الحياة، كما أن هناك أسباباً اجتماعية تتمثل في الاجتماع مع أفراد الأسرة حول مشاهدة الحلقات؛ إلا أن ذلك السبب لم يظهر إلا مع المتزوجات اللاتي قد يشتركن مع أزواجهن في متابعة أحد المسلسلات، ولم يظهر مع بقية أفراد العينة من الشباب حيث يفضلون مشاهدة المنصات الرقمية بمفردهم. لذا فإن أهم الإشباع التي يحصل عليها المبحوثون من المشاهدة الشرهة للدراما عبر منصات المشاهدة الإلكترونية هي المتعة وتحسين المزاج والتفاعل الاجتماعي. وتوصلت دراسة (DEMIRKOL, ANIL, 2021) التي كان أحد أهدافها التعرف على دوافع المشاهدة الشرهة قبل وبعد فترة كورونا إلى أن أحد أهم الدوافع السلوكية للانخراط في سلوك المشاهدة الشرهة تتمثل في التسويق، والتهرب من المسؤولية ووجود وقت فراغ كبير يتم استغلاله في مشاهدة المسلسلات بشرهة تجنباً للشعور بالوحدة.

لذا يمكن القول إن المشاهدة الشرهة تعد بمثابة أفضل وسيلة يمكن من خلالها إلهاء الفرد عن المشاعر السلبية فإذا كان الفرد يمر بفترة غير مستقرة على المستوى النفسي يمكن تشتيت انتباهه من خلال مشاهدة أحد الأعمال الدرامية بشرهة، وتعد المشاهدة الشرهة كذلك أحد أفضل الطرق في مكافحة شعور الفرد بالوحدة حيث يمكنه الانخراط في المشاهدة بشرهة في أي وقت وكذلك الحصول على عدد غير محدود من أنواع العروض التليفزيونية بفضل مواقع البث. (Snyder, Rachael, 2016).

ثانياً: دافع الخوف من فقدان الفرص

تعد المشاهدة الشفهية جزءاً من بيئة الوسائط الإعلامية المتغيرة والتي تؤدي إلى تجارب شخصية متنوعة في استخدام الوسائل الإعلامية، وتشير نتائج بعض الدراسات إلى أن الخوف من فقدان المحادثات الثقافية حول العروض التلفزيونية هو من أكثر الدوافع أهمية لمشاهدة الدراما بشراهة، فالأشخاص الذين يشاهدون بشراهة حلقات قديمة من أحد العروض التلفزيونية من أجل متابعة الحلقات الحالية قد يفعلون ذلك بدافع الرغبة في أن يكونوا جزءاً من المحادثة الثقافية التي تأتي بالتوازي مع مشاهدة حلقات جديدة من العرض التلفزيوني، هذه المحادثات التي تتم عبر مواقع التواصل الاجتماعي تخلق بدورها مشاهدين جدد من الأفراد الذين يريدون أن يصبحوا جزءاً من هذه النقاشات حول بعض الأعمال. (Conlin, Lindsey Theresa, 2015) ونظراً لأنه في بعض الأحيان يمكن أن تكون تلك النقاشات التي تتم عبر مواقع التواصل الاجتماعي حول العروض الدرامية بمثابة عنصر يساهم في حرق الأحداث والكشف عن الحبكة، قد تكون أحد دوافع مشاهدة الدراما بشراهة هو الخوف من حرق الأحداث في العمل الدرامي وهو ما يؤثر على عنصر التشويق والاستمتاع. (Snyder, Rachael, 2016) وهو ما أكدته دراسة (Wingralek, Zuzanna, et al., 2022) التي أثبتت أن هناك علاقة إيجابية بين الخوف من فقدان الفرصة وظاهرة المشاهدة الشفهية. حيث يخشى المشاهد الاستبعاد من مجتمع المشاهدة بسبب عدم مواكبة أحداث القصة ومواجهة من يقومون بحرق أحداث القصة أو المسلسل مما يُسرّع من وتيرة المشاهدة الشفهية.

أثبتت دراسة (Ferchaud , Arienne, 2018) أن الضغوطات الاجتماعية الخارجية مؤشراً على قابلية مشاهدة المحتوى بشراهة. أي أن المشاهد أكثر عرضة لمشاهدة المحتوى لأنه يعلم أن الآخرين شاهدوه بشراهة، وهو ما يدعم فكرة أن الأفراد قد يكونوا عرضة للخوف من عدم متابعة كل ما هو جديد، ويرغبون في تجنب البقاء خارج دائرة الاهتمام. وأثبتت دراسة (Ramayan, Srikumar, et al., 2018) أنه بالنسبة لبعض المشاهدين الشرهيين فإن الخوف من فقدان الفرصة والمحادثات يُحفزهم على التفاعل بشكل مكثف لمتابعة الحلقات الحالية، ويُعد هذا العامل المُحرك الأساسي لاستهلاك الوسائط الإعلامية الحديثة، إذ يُعد جزءاً من متعة مشاهدة التلفزيون والتواصل مع الآخرين في حوارات ثقافية.

ثالثاً: دوافع تتعلق بالقصة والبناء الدرامي

أثبتت دراسة (Bhatti , Muhammad Ahsan, Khalid, Rania & Khalid, Aqsa, 2022) أن 60.9% من المبحوثين يشاهدون المسلسلات بشراهة في أغلب الأحيان لشعورهم بالارتباط بالقصة، كما أن 40% يرون أنهم يشاهدون المسلسلات الدرامية أو الأفلام بشراهة في أغلب الأحيان بدافع الفضول، ووفقاً لغالبية المبحوثين، فإنهم يشعرون بالارتباط بالقصة عندما يشاهدونها بشراهة وهو ما يحفزهم على الانغماس في المشاهدة بشراهة. فكلما شاهدوا مسلسلاً درامياً بشراهة، فإنهم يميلون إلى الشعور بالفضول وينغمسون في مشاهدة الحلقات بشكل متتالي خاصة قبل النوم، لذا فالرضا الذي يتحقق من المشاهدة الشفهية هو أنه يشبع فضولهم لمعرفة ما سيحدث في القصة بعد ذلك. وهو ما يتفق مع دراسة (DEMIRKOL,

أثبتت (ANIL, 2021) التي أثبتت أن الدوافع العاطفية للانخراط في سلوك المشاهدة الشرة تتمثل في الشعور بالفضول واستخدام المشاهدة الشرة كاستراتيجية لتنظيم المشاعر هذا بالإضافة إلى الاندماج مع الشخصيات أو الأحداث والانغماس الكامل في المسلسل والرغبة في إنهاؤه.

أثبتت دراسة (ريهام سامي يوسف، 2020) أن أحد أهم أسباب مشاهدة الدراما بشراهة عبر المنصات الرقمية تتعلق بالمضمون الشيق الجذاب الذي يدفع لمشاهدة الحلقة التالية، والاعتماد على النهايات المثيرة والمشوقة، إضافةً إلى الاعتماد على النجوم والممثلين المفضلين كل هذه الأسباب تدفع إلى مشاهدة المحتوى الدرامي بشراهة. وأثبتت دراسة (Mikos, Lothar, 2016) أن التعقيد السردى وغموض شخصيات مسلسلات التلفزيون عالية الجودة يجذبان الجمهور إلى تجربة المشاهدة الشرة.

أضافت دراسة (Asmael, Abdullah Ahmad, 2018) بعداً آخر لأهم دوافع مشاهدة المحتوى الدرامي بشراهة وهو متابعة المشاهدين للحلقات التي فاتتهم، علاوةً على ذلك، فقد أشار عدد أكبر من المبحوثين في الدراسة أن المشاهدة الشرة ساعدتهم على فهم الحبكة المعقدة.

أثبتت دراسة (Steiner, Emil & Xu, Kun, 2018) أن أحد دوافع مشاهدة الدراما بشراهة عبر منصات المشاهدة الإلكترونية هو تحسين تجربة المشاهدة والشعور بالانغماس السردى، فقد ذكر المشاركون أن التحسن الملحوظ في الانغماس السردى هو أحد أسباب مشاهدتهم الشرة وهو ما جعل كل المبحوثين يفضلون نموذج Netflix لإصدارات المواسم الكاملة على نموذج البث التلفزيونى مرة واحدة في الأسبوع، وهو ما دفعهم إلى الشعور بمصادقية تجربة المشاهدة.

رابعاً: دوافع وإشباع تتعلق بطبيعة الوسيلة الإعلامية

أثبتت دراسة (عمرو محمد محمود عبدالحميد، 2019) أن سهولة الوصول إلى المحتوى الدرامي وقلة الإعلانات التجارية وسهولة الوصول للمحتوى والتحكم في أوقات المشاهدة ومكانها تحفز المستخدمين على قضاء المزيد من الوقت في المشاهدة. وهو ما يتفق مع ما توصلت إليه دراسة (DEMIRKOL, ANIL, 2021) التي أثبتت أن أحد دوافع المشاهدة الشرة للمحتوى الدرامي تتعلق بالإتاحة، فسهولة الوصول إلى المحتوى وتوافره وسهولة مشاهدته هو أحد الدوافع الرئيسية للانخراط في مشاهدته بشراهة.

وفي نفس السياق توصلت دراسة (محمد محمد عبده بكير، 2023) إلى أن أحد أهم أسباب دوافع المشاهدة الشرة للدراما عبر المنصات الرقمية تتمثل في التشغيل التلقائي للحلقة التالية ثم التحكم بانتقائية المشاهدة حسب الرغبة، وعدم الانقطاع الإجباري بالإعلانات، فالفرد الذي يقوم بالمشاهدة الشرة أكثر رفضاً للإعلانات مقارنةً بأصحاب المشاهدة العادية؛ فالإعلانات تنقل المشاهد من العالم الافتراضي إلى العالم الواقعي وهو ما لا يفضلته المشاهد. وذكرت دراسة (فضيلة تومي، 2022) أن هناك دوافع عدة تتحكم في تفضيل الفرد لمشاهدة منصات الدراما الرقمية والتعرض لخدمات المشاهدة حسب الطلب أبرزها: الشعور بالتحكم في الوسيلة وعملية التعرض مكانياً وزمانياً، صنع المشاهد للمحتوى المفضل له،

التفاعلية، إتاحة المضامين طيلة الوقت، حداثة المضامين وجاذبيتها، خلوها من الومضات الإشهارية الطويلة. وذكرت الدراسة أن المشاهدة الشرهه تكون بسبب أن شركات الإنتاج تقوم بتحميل مواسم كاملة دفعةً واحدة لتشجيعها لمثل هذه السلوكيات، وكذلك السبل التي يتم استخدامها تكنولوجياً في نهاية كل حلقة للحفاظ على تفاعل المشاهدين باستمرار.

التعليق على الدراسات السابقة:

من خلال استعراض الباحثة للدراسات السابقة ونتائجها تم استخلاص العناصر التالية:

- حازت ظاهرة المشاهدة الشرهه على اهتمام العديد من العلوم والتخصصات الأكاديمية المتباينة مثل علوم الاتصال والإعلام لمعرفة تأثيراتها ودراسة علاقتها بالتسويق، وعلم النفس والاجتماع للوقوف على أسباب المشاهدة الشرهه وتأثيراتها النفسية والاجتماعية وربطها بالعزلة والقلق والاكتئاب، وكذلك علوم الطب من خلال ربط هذه الظاهرة بمشاكل النوم، والتغذية، والسمنة، والأرق.
- لا يوجد تعريف جامع ومحدد للمشاهدة الشرهه إلى الآن، فقد اختلفت الدراسات السابقة في تعريفها لمفهوم المشاهدة الشرهه فبعض الدراسات ركزت في تعريفها على عدد الساعات التي يقضيها الفرد في مشاهدة المحتوى الدرامي، في حين ركزت دراسات أخرى على عدد الحلقات التي يقوم الفرد بمشاهدتها من العرض التلفزيوني في الجلسة الواحدة.
- تعددت الأساليب والأدوات المنهجية التي اعتمدت عليها الدراسات المتعلقة بالمشاهدة الشرهه للدراما بين المنهج التجريبي، والكيفي من خلال إجراء المقابلات المتعمقة والقيام بعمل مجموعات نقاش مركزة مع الأفراد الذين يشاهدون الدراما بشراهه، وكذلك القيام بتحليل تعليقات المشاهدين الشرهيين عبر صفحة Netflix على موقع Facebook، ولكن النسبة الأكبر من الدراسات اعتمدت على المنهج المسحي بشقه الميداني وتم تطبيق معظم الدراسات الميدانية على فئتي الشباب والمراهقين.
- اعتمدت غالبية الدراسات العربية والأجنبية التي تمت حول ظاهرة المشاهدة الشرهه على نظرية الاستخدامات والإشباع في حين اعتمدت بعض الدراسات الأخرى على بعض النظريات الأخرى مثل نظرية الغرس ونظرية الانتقال.
- اختلفت الدراسات السابقة في تحديد التأثيرات الصحية والنفسية والاجتماعية لظاهرة المشاهدة الشرهه فبعض الدراسات أكدت على عدم وجود تأثيرات سلبية لظاهرة المشاهدة الشرهه على معدل الاكتئاب أو الوحدة، في حين أثبتت دراسات أخرى وجود بعض التأثيرات السلبية لسلوك المشاهدة الشرهه على المستوى النفسي والصحي.
- تعددت الدوافع التي حددتها الدراسات السابقة لمشاهدة الأفراد الدراما بشراهه عبر منصات المشاهدة الإلكترونية فهناك دراسات ركزت على الدوافع النفسية والاجتماعية، وهناك دراسات أخرى ركزت على الدوافع المتعلقة بطبيعة الوسيلة نفسها، في حين أن دراسات أخرى ركزت على دوافع تتعلق بطبيعة المحتوى الدرامي وأسلوب كتابته وإنتاجه وإخراجه.

جوانب الاستفادة من الدراسات السابقة:

- ساهمت الدراسات السابقة في مساعدة الباحثة على صياغة المشكلة البحثية وكذلك تحديد أهداف الدراسة.
- على المستوى الإجرائي ساهمت الدراسات السابقة في مساعدة الباحثة على تحديد نوع وحجم العينة وطريقة اختيارها بالإضافة إلى تحديد المنهج العلمي الذي تستند إليه الدراسة (المنهج المسحي بشقه الميداني).
- تحديد الإطار النظري الذي ستعتمد عليه الدراسة الحالية وهو نظرية الاستخدامات والإشباع.
- ساعدت الدراسات السابقة الباحثة في التعرف على مقياس الإشباع العاطفية وهو ما تم تطبيقه في هذه الدراسة.
- ساهمت مراجعة الدراسات السابقة في تحديد مجموعة من المتغيرات والتي تتعلق بالسمات الشخصية والنفسية للمبحوثين والتي ستختبرها الباحثة مثل (الحاجة إلى المعرفة - البحث عن الإثارة).
- الاطلاع على استمارات الدراسات الميدانية الخاصة بالدراسات السابقة ساهم في صياغة وبلورة أهم التعريفات الإجرائية لمتغيرات الدراسة وتحديد كيفية قياس كل متغير.
- ساهمت مراجعة الدراسات السابقة في تفسير نتائج الدراسة الحالية من خلال الاطلاع والمقارنة بين نتائج هذه الدراسة والدراسات السابقة.

تساؤلات الدراسة:

- 1- ما مدى اعتماد المبحوثين على منصات المشاهدة الإلكترونية في مشاهدة الدراما؟
- 2- ما نوعية الإنتاج الدرامي الذي يجذب الجمهور لمشاهدته بشراهة؟
- 3- ما أهم منصات المشاهدة الإلكترونية التي يحرص المبحوثون على مشاهدة المحتوى الدرامي خلالها؟
- 4- ما الإشباع العاطفية التي يحصل عليها الفرد من المشاهدة الشفهية للدراما عبر المنصات الإلكترونية؟
- 5- ما مدى تأثير السمات الشخصية للأفراد على درجة مشاهدتهم الشفهية للدراما عبر المنصات الإلكترونية؟

فروض الدراسة:

تسعى الدراسة الحالية إلى اختبار ثلاثة فروض رئيسية تتمثل في:

الفرض الأول:

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين المشاهدة الشفهية للدراما عبر المنصات الإلكترونية والإشباع العاطفية المُتحققة منها.

الفرض الثاني:

تسهم كل من الحاجة إلى المعرفة والبحث عن الإثارة في التنبؤ بسلوك المشاهدة الشفهية للدراما عبر المنصات الإلكترونية.

الفرض الثالث:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين حسب المتغيرات الديموغرافية (النوع، العمر، الحالة الاجتماعية، المستوى التعليمي، المستوى الاقتصادي) في مستوى المشاهدة الشفهية للأعمال الدرامية عبر المنصات الإلكترونية.

الإطار النظري للدراسة

نظرية الاستخدامات والإشباعات واستخدامات Gratification Theory

نشأت نظرية الاستخدامات والإشباعات في أربعينيات القرن العشرين، وفي الأبحاث الأولية طَبَّقها الباحثون على وسائل الاتصال الجماهيري، ولم يؤسس Katz النظرية إلا عام ١٩٧٠ حيث تحوّل تركيز الباحثين من تأثير وسائل الإعلام على الجمهور إلى استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، ولذا تدرس نظرية الاستخدامات والإشباعات بشكل أساسي كيفية بحث المستهلكين عن وسائل إعلام مُحدّدة لتلبية احتياجاتهم ورغباتهم. (Du, Shengwei, Hashimm Norliana & Kamarudin, Syafila, 2024)

تقوم نظرية الاستخدامات والإشباعات على خمسة فروض رئيسية هي: (Syafira, Shofwah & Dharmmesta, Basu Swastha, 2024, P.259)

- 1- الجمهور نشط ويشارك في الاستخدام الموجه لوسائل الإعلام لإشباع احتياجاته.
- 2- يتمتع أفراد الجمهور بالمبادرة لاختيار الوسيلة الإعلامية التي تشبع احتياجاتهم ويختارون المضمون الذي يناسبهم من بين أنواع المضمون المُقدمة في الوسيلة الإعلامية.
- 3- تنافس وسائل الإعلام مصادر أخرى لتلبية احتياجات الجمهور وتحقيق إشباعاتهم.
- 4- يتمتع الأفراد بدرجة كافية من الوعي الذاتي بدوافع ونوايا استخدامهم لوسائل الإعلام، مما يسمح لهم بتقديم صورة دقيقة عن استخدامهم لها للباحثين.
- 5- لا يمكن الحكم على قيمة محتوى الوسائط إلا من خلال الجمهور.

أدى ظهور تقنيات الوسائط الرقمية وانتشارها السريع على مدى العقدين الماضيين إلى إعادة تشكيل المشهد الذي تعمل فيه نظرية الاستخدامات والإشباعات بشكل كبير، مما استلزم تطويراً نظرياً مستمراً وابتكاراً منهجياً للحفاظ على أهميتها. توفر منصات الوسائط الرقمية، التي تتميز بتفاعلية عالية، وسرعة في الوصول، ومحتوى من إنشاء المستخدم، وتخصيص خوارزمي، للمستخدمين فرصاً غير مسبوقة لتحقيق الرضا والإشباع. وعلى عكس وسائل الإعلام التقليدية، تُمكن المنصات الرقمية المستخدمين ليس فقط من الاستهلاك، بل أيضاً من إنتاج المحتوى ومشاركته والتفاعل معه، مما يوسع نطاق وتعقيد إشباع المستخدم.

(Almakaty, Safran Safar, 2025, P.1)

تتوّع تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباع في العصر الرقمي فتتمّ تطبيقها على مختلف وسائل الإعلام مثل الأبحاث المتعلقة بوسائل التواصل الاجتماعي التي تُشكل عنصرًا أساسيًا في الدراسات الحالية، وتمّ تطبيق النظرية كذلك في مجال الألعاب الإلكترونية وتحديد مختلف الإشباع من المشاركة في مثل هذه الألعاب، وامتد نطاق أبحاث نظرية الاستخدامات والإشباع ليشمل تطبيقات الذكاء الاصطناعي والإشباع المتحققة من استخدامها، ووصل تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباع إلى تطبيقات المشاهدة عبر الإنترنت والمنصات الرقمية، وقد حظيت ظاهرة المشاهدة الشفهية، على وجه الخصوص، باهتمام الباحثين الذين يدرسون الاستخدامات والإشباع.

نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، حيث تسعى إلى وصف طبيعة ظاهرة المشاهدة الشفهية للدراما عبر المنصات الإلكترونية للتعرف على الإشباع العاطفية المُتحققة منها، ولتحقيق ذلك اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي بشقه الميداني وذلك من خلال إجراء مسح لعينة من الجمهور المصري من مشاهدي الدراما عبر منصات المشاهدة الإلكترونية بشراهة.

عينة الدراسة:

اعتمدت الدراسة الميدانية على عينة عمدية قوامها (427) مفردة من الجمهور المصري الذي يشاهد الدراما بشراهة عبر منصات المشاهدة الإلكترونية، وتمثلت أهم خصائص العينة فيما يلي:

جدول رقم (1)
خصائص عينة الدراسة

خصائص عينة الدراسة		ك	%
النوع	ذكر	203	47.5%
	أنثى	224	52.5%
العمر	18-23 سنة	170	39.9%
	24-29 سنة	115	26.9%
	30-39 سنة	133	31.1%
	40-49 سنة	9	2.1%
الحالة الاجتماعية	أعزب/عزباء	320	74.9%
	متزوج/متزوجة	103	24.1%
	مطلق/مطلقة & أرمل/أرملة	4	0.9%
المستوى التعليمي	تعليم أساسي	2	0.5%
	تعليم متوسط	3	0.7%
	تعليم جامعي	323	75.6%
	فوق جامعي (ماجستير/دكتوراه)	99	23.2%
المستوى الاقتصادي	منخفض	133	31.1%
	متوسط	144	33.8%
	مرتفع	150	35.1%

أدوات جمع البيانات:

اعتمدت الدراسة على الاستبيان الإلكتروني **Online Questionnaire** كأداة لجمع بيانات الدراسة الميدانية، بالتطبيق على عينة عمدية من مشاهدي الدراما بشراهة عبر منصات المشاهدة الإلكترونية، وتم صياغة أسئلة الاستبيان وفقاً لأهداف الدراسة وفروضها وتسؤلاتها، وكذلك إنطلاقاً من مراجعة الأدبيات السابقة في مجال الدراسة ونتائجها.

التعريفات الإجرائية لمتغيرات الدراسة:

– **المشاهدة الشفهية:** ويُقصد بها المشاهدة المتصلة لحلقات العمل الدرامي بما يتجاوز حلقتين وهو ما يُعادل ساعتين فأكثر في الجلسة الواحدة، ويُعبر عنها من خلال عدد الحلقات التي يشاهدها الفرد من المحتوى الدرامي عبر منصات المشاهدة الإلكترونية في الجلسة الواحدة، عدد الساعات التي يقضيها في مشاهدة المحتوى الدرامي عبر منصات المشاهدة الإلكترونية في الجلسة الواحدة، عدد مرات مشاهدة المحتوى الدرامي بشراهة عبر منصات المشاهدة الإلكترونية.

– **الإشباع العاطفية للمشاهدة الشفهية:** يُقصد بها مجموعة من الإشباعات التي تتعلق بالمشاعر والعواطف منها: **التعبير عن المشاعر Vicarious Release of Emotions** والتي تتمثل في قدرة المشاهدة الشفهية للدراما على أن تجعل الفرد يعيش مشاعر العمل الدرامي بشكل كامل مما يساعده على الشعور بعواطف ومشاعر لا يستطيع التعبير عنها في حياته اليومية، **إشباع الاستمتاع Fun** ويعني استمتاع الفرد وشعوره بالتسلية والترفيه جرّاء مشاهدة الدراما بشراهة عبر منصات المشاهدة الإلكترونية، **إشباع التأمل والإلهام Contemplative Experiences** ويعني إلهام الفرد برؤى وأفكار جديدة حول نفسه وحول قضايا المجتمع الذي يعيش فيه، **التشويق والإثارة Thrill** ويعني المشاهدة المركزة للعمل الدرامي وارتفاع مستوى الأدرينالين عند المشاهدين وزيادة درجة حماسهم لمعرفة ما ستؤول إليه الأحداث الدرامية مما يدفعهم إلى مشاهدة الحلقات بشكل متصل ومنتالي، **الارتباط بالشخصية Character Engagement** وتعني ارتباط الفرد بشخصيات العمل الدرامي وانغماسه في أدوارهم بالدرجة التي تجعله يشعر بما يشعرون به ويفكر بما يفكرون فيه، **المشاركة الاجتماعية للعواطف Social Sharing of Emotions** وهي الحديث والنقاش مع الآخرين حول الأعمال الدرامية التي يشاهدونها، وتبادل التعليقات حول أحداث العمل الدرامي، **الحزن التعاطفي Empathic Sadness** ويُقصد به مدى قدرة المشاهدة الشفهية للدراما على التأثير العاطفي في الأفراد بالدرجة التي تثير تعاطفهم والتي أحياناً قد تصل للبكاء من الاندماج في العمل وأحداثه.

– **السمات الشخصية والنفسية للمبحوث:** وفي هذه الدراسة سيتم الاعتماد على سمتين هما الحاجة إلى المعرفة، والبحث عن الإثارة، **والحاجة إلى المعرفة Need For Cognition** تعني ميل الفرد للانخراط في عمليات التفكير والاستمتاع بتلك العملية من خلال تنظيم المعلومات وتحليلها وتفسيرها. **والبحث عن الإثارة Sensation seeking** يُقصد به ميل الفرد إلى الانخراط في التجارب الجديدة والمثيرة بهدف الاستمتاع والشعور بالإثارة.

منهجية قياس متغيرات الدراسة:

قامت الباحثة ببناء وتحديد مجموعة من المقاييس لتحقيق أهداف الدراسة الميدانية، كما وضعت الأسئلة المكونة لهذه المقاييس والدرجات الخاصة بكل مقياس كما يلي:

1- مستوى المشاهدة الشفهية للدراما عبر منصات المشاهدة الإلكترونية:

تمّ قياس درجة المشاهدة الشفهية للدراما عبر منصات المشاهدة الإلكترونية من خلال أربعة أسئلة هي: السؤال الأول والذي يتضمن سؤال المبحوث عن عدد الحلقات التي يشاهدها من العمل الدرامي في الجلسة الواحدة ببدائل اختيار حلفتين (درجة واحدة) ثلاث حلقات (درجتين) أربع حلقات (ثلاث درجات) خمس حلقات (أربع درجات) ست حلقات فأكثر (خمس درجات) الموسم كاملاً (ست درجات)، والسؤال الثاني والذي يتضمن سؤال المبحوث عن عدد ساعات مشاهدة الدراما في الجلسة الواحدة ببدائل ساعتين (درجة واحدة) ثلاث ساعات (درجتين) أربع ساعات (ثلاث درجات) خمس ساعات (أربع درجات) ست ساعات (خمس درجات) سبع ساعات (ست درجات) ثمان ساعات (سبع درجات) أكثر من ثمان ساعات (ثمان درجات). والسؤال الثالث والذي يتضمن سؤال المبحوث عن عدد مرات مشاهدة المحتوى الدرامي بشراهة عبر منصات المشاهدة الإلكترونية ببدائل مرة واحدة في الشهر (درجة واحدة) من مرتين إلى ثلاث مرات في الشهر (درجتين) مرة في الأسبوع (ثلاث درجات) من مرتين إلى ثلاث مرات في الأسبوع (أربع درجات) يومياً (خمس درجات). والسؤال الرابع وهو عبارة عن مقياس ثلاثي تضمن ست عبارات طلب من المبحوثين تحديد موقفهم. والعبارات هي:

- أحرص على تخصيص جزء من وقتي دومًا لمشاهدة أكبر عدد من حلقات المسلسل في جلسة واحدة عبر المنصات الإلكترونية.
- أخطط مسبقًا للمشاهدة الشفهية عبر المنصات الإلكترونية.
- أحرص على مشاهدة حلقات المسلسلات بشكل متصل بانتظام عبر المنصات الإلكترونية.
- أهتم بمشاهدة أكثر من حلقتين من المسلسل في الجلسة الواحدة عبر المنصات الإلكترونية.
- أشعر بقدر كبير من التفاعلية مع المسلسل وأحداثه عند مشاهدة أكثر من حلقتين من المسلسل في الجلسة الواحدة عبر المنصات الإلكترونية.
- أنوي مشاهدة المسلسلات بشراهة في الفترة القادمة
- تُعطى درجات لكل اختيار كالتالي: دائمًا (ثلاث درجات)، أحيانًا (درجتين)، نادرًا (درجة واحدة).
- وتراوحت درجات المقياس ككل بين (9) كحد أدنى و(37) كحد أقصى، وبناءً على استجابات المبحوثين تمّ تصنيفهم إلى ثلاث مجموعات على النحو التالي:
- منخفض (9-18)
- متوسط (19-27)
- مرتفع (28-37)

2- الإشباع العاطفية من المشاهدة الشفهية للدراما عبر منصات المشاهدة الإلكترونية:

تمّ قياس الإشباع العاطفية من المشاهدة الشفهية للدراما عبر منصات المشاهدة الإلكترونية من خلال الاعتماد على مقياس دراسة (Bartsch, Anne, 2012) للإشباع العاطفية

المكون من (28) عبارة ويشتمل المقياس على سبعة إشباعات رئيسية (التعبير عن المشاعر – الاستمتاع – الإلهام والتأمل – التشويق – الارتباط بالشخصية – المشاركة الاجتماعية للعواطف - الحزن التعاطفي) وكل إشباع تمّ قياسه من خلال (4) عبارات. ويُطلب من المبحوثين تحديد موقفهم من كل عبارة باستخدام مقياس ليكرت خماسي. والعبارات هي:

- العبارات التي تقيس الإشباع الخاص بالتعبير عن المشاعر:
- مشاهدة حلقات المسلسل بشراهة تجعلني أشعر بعواطف لا أستطيع التعبير عنها في الواقع.
- مشاهدة حلقات المسلسل بشراهة تسمح لي بتجربة المشاعر التي عادةً ما أخفيها في الحياة اليومية.
- مشاهدة حلقات المسلسل بشراهة تسمح لي بتجربة المشاعر التي أتجنبها في الحياة اليومية.
- مشاهدة حلقات المسلسل بشراهة تسمح لي بتجربة المشاعر التي لا أستطيع إظهارها والتصرف بها في الحياة اليومية.

العبارات التي تقيس الإشباع الخاص بالاستمتاع:

- مشاهدة حلقات المسلسل بشراهة تجعلني في مزاج جيد.
- مشاهدة حلقات المسلسل بشراهة تجعلني مستمتع.
- أشعر بالتسلية عند مشاهدة حلقات المسلسل بشراهة.
- مشاهدة حلقات المسلسل بشراهة تجعلني أضحك.

العبارات التي تقيس الإشباع الخاص بالإلهام والتأمل:

- مشاهدة حلقات المسلسل بشراهة تلهمني للتفكير في بعض القضايا المهمة.
- مشاهدة حلقات المسلسل بشراهة تشجعني على التركيز على الأشياء المهمة بالنسبة لي.
- مشاهدة حلقات المسلسل بشراهة تلهمني بروى وأفكار جديدة.
- مشاهدة حلقات المسلسل بشراهة تجعلني أفكر في نفسي بشكل أفضل.

العبارات التي تقيس الإشباع الخاص بالتشويق:

- أحب حالة التشويق الناتجة عن مشاهدة حلقات الدراما بشراهة.
- مشاهدة حلقات الدراما بشراهة تجعلني متوتر لمعرفة أحداث القصة.
- أحب حالة التفكير المستمرة الناتجة عن مشاهدة حلقات المسلسل بشراهة.
- مشاهدة حلقات المسلسل بشراهة تجعلني متشوق ومنفعل بأعصابي طوال الوقت.

العبارات التي تقيس الإشباع الخاص بالارتباط بالشخصية:

- مشاهدة حلقات المسلسل بشراهة تساعدني على معرفة نفسي بشكل أفضل من خلال مشاهدة نظرة شخصيات المسلسل إلى الحياة.
- مشاهدة حلقات المسلسل بشراهة تجعلني أنغمس في دور الشخصيات.
- مشاهدة حلقات المسلسل بشراهة تجعلني أعيش تجارب الشخصيات وأشاركها.
- مشاهدة حلقات المسلسل بشراهة تجعلني أشعر بما تشعر به الشخصيات.

العبارات التي تقيس الإشباع الخاص بالمشاركة الاجتماعية للعواطف:

- مشاهدة حلقات المسلسل بشراهة تحفز تبادل التعليقات أثناء مشاهدة المسلسل.

- مشاهدة حلقات المسلسل بشراهة تساعدني على التحدث مع الآخرين عن المسلسل.
 - مشاهدة حلقات المسلسل بشراهة تشجعني على مناقشة القضايا مع الآخرين.
 - أشعر بالفضول لمعرفة نوع هذه التجربة من المشاهدة الشفهية.
- العبارات التي تقيس الإشباع الخاص بالحزن التعاطفي:**
- مشاهدة حلقات المسلسل بشراهة تجعلني متأثر بالقصة وأنا أحب ذلك.
 - مشاهدة حلقات المسلسل بشراهة تجعلني غارق في المشاعر وأنا أحب ذلك.
 - مشاهدة حلقات المسلسل بشراهة تجعلني أبكي بشدة وأنا أحب ذلك.
 - مشاهدة حلقات المسلسل بشراهة تجعل الأحداث درامية أكثر وأنا أحب ذلك.
- تُعطى درجات لكل اختيار كالتالي: موافق بشدة (خمس درجات)، موافق (أربع درجات)، محايد (ثلاث درجات)، معارض (درجتين)، معارض بشدة (درجة) وتراوحت درجات كل مقياس لكل عنصر من عناصر الإشباع العاطفي السبعة بشكل مستقل بين (4) كحد أدنى و(20) كحد أقصى، وبناءً على استجابات المبحوثين تم تصنيفهم إلى ثلاث مجموعات في كل إشباع من الإشباع السبعة على النحو التالي:

• منخفض (4-9)

• متوسط (10-14)

• مرتفع (15-20)

3- السمات النفسية والشخصية للمبحوث:

أ- الحاجة إلى المعرفة:

تم قياس الحاجة إلى المعرفة من خلال الاعتماد على مقياس دراسة (Thompson, Margaret E., 1995) والذي يحتوي على (9) عبارات ويطلب من المبحوثين تحديد موقفهم من كل عبارة باستخدام مقياس ليكرت خماسي. والعبارات هي:

• أحب المهام التي تتطلب مجهود فكري أقل

• أحب التفكير بتأني وعمق لساعات طويلة

• أحب أن أنجح بدون مجهود فكري

• أفكر فقط على قدر ما يتطلبه الموقف ولا أشغل نفسي بشئ

• أشعر بالمسئولية خاصة في المواقف التي تتطلب مجهود فكري

• أحب فعل الأشياء التي تسبب لي الراحة ولا تتطلب مجهود فكري كبير

• أفضل المشاكل البسيطة على المشاكل المعقدة

• ليس من الممتع التفكير بعمق

• أتجنب المواقف التي تتطلب مني التفكير بعمق

تُعطى درجات لكل اختيار كالتالي: موافق بشدة (خمس درجات)، موافق (أربع درجات)، محايد (ثلاث درجات)، معارض (درجتين)، معارض بشدة (درجة).

وتراوحت درجات المقياس بين (9) كحد أدنى و(45) كحد أقصى، وبناءً على استجابات المبحوثين تم تصنيفهم إلى ثلاث مجموعات على النحو التالي:

• منخفض (9-20)

• متوسط (21-33)

• مرتفع (34-45)

ب- البحث عن الإثارة

- تمّ قياس مستوى البحث عن الإثارة من خلال الاعتماد على مقياس دراسة (Stephenson, Michael T, et al., 2007) والذي يحتوي على (8) عبارات، ويُطلب من المبحوثين تحديد موقفهم من كل عبارة باستخدام مقياس ليكرت خماسي. والعبارات هي:
- أود استكشاف أماكن غريبة وجديدة.
 - أرغب في الانطلاق في رحلة بدون مسارات أو جداول زمنية مخططة مسبقاً.
 - أحب أن أفعل أشياء مثيرة.
 - أود أن أجرب القفز بالمظلة.
 - أحب حضور الحفلات.
 - أحب التجارب الجديدة والمثيرة، حتى لو اضطرت إلى كسر القواعد.
 - أشعر بالقلق عندما أقضي الكثير من الوقت في المنزل.
 - أفضل التعامل مع الأصدقاء المغامرين والذين لا يمكن التنبؤ بهم.
 - تُعطى درجات لكل اختيار كالتالي: موافق بشدة (خمس درجات)، موافق (أربع درجات)، محايد (ثلاث درجات)، معارض (درجتين)، معارض بشدة (درجة).
 - وتراوحت درجات المقياس بين (8) كحد أدنى و(40) كحد أقصى، وبناءً على استجابات المبحوثين تمّ تصنيفهم إلى ثلاث مجموعات على النحو التالي:
 - منخفض (8-18)
 - متوسط (19-29)
 - مرتفع (30-40)

اختبارات الصدق والثبات:

أ- اختبارات الصدق:

لمعرفة الصدق الظاهري للاستمارة تمّ عرض استمارة الاستبيان على مجموعة من أساتذة الإعلام* لتحكيمها بهدف التأكد من وضوح الأسئلة وأنها تقيس ما أعدت لقياسه في ضوء أهداف الدراسة وتساؤلاتها.

* أسماء الأساتذة المحكمون وفقاً لترتيبهم الهجائي داخل الدرجة العلمية:

أ.د/ أشرف جلال، أستاذ الإعلام وعميد كلية الإعلام جامعة السويس.
أ.د/ الأميرة سماح فرج، أستاذ الإعلام وعميد كلية الإعلام جامعة سيناء فرع القنطرة.
أ.د/ أيمن منصور، الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام - جامعة القاهرة.
أ.د/ بسنت مراد، الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام - جامعة القاهرة.
أ.د/ صابر عسران، الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام - جامعة القاهرة.
أ.د/ نشوة سليمان عقل، الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون، ووكيل كلية الإعلام - جامعة القاهرة لشئون المجتمع.
أ.د/ وسام نصر، الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون، ووكيل كلية الإعلام - جامعة القاهرة لشئون الدراسات العليا.
أ.م.د/ أماني رضا، الأستاذ المساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام - جامعة القاهرة.
أ.م.د/ داليا عثمان، الأستاذ المساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام - جامعة القاهرة.

ب- اختبارات الثبات:

تم إجراء اختبار الثبات لمقاييس الدراسة بحساب معامل ثبات (ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha) وذلك على النحو التالي:

**جدول رقم (2)
درجة ثبات المقاييس وصدقها**

المتغيرات	ثبات ألفا كرونباخ	معامل الصدق الذاتي
المشاهدة الشفهية	0.748	0.865
التعبير عن المشاعر	0.925	0.962
الاستمتاع	0.835	0.914
الإلهام والتأمل	0.866	0.931
التشويق	0.784	0.885
الارتباط بالشخصية	0.859	0.927
المشاركة الاجتماعية للعواطف	0.811	0.901
الحزن التعاطفي	0.820	0.906
الحاجة إلى المعرفة	0.794	0.891
البحث عن الإثارة	0.837	0.915

نتائج الدراسة الميدانية:

أولاً: النتائج العامة للدراسة الميدانية

1- المنصات الإلكترونية التي يشاهد المبحوثون الدراما من خلالها:

جدول رقم (3)

منصات المشاهدة الإلكترونية المشتركة بها المبحوثين

منصات المشاهدة الإلكترونية	ك	%
WATCH IT	221	51.8%
Shahid	196	45.9%
Netflix	154	36.1%
Yango Play	39	9.1%
YouTube Premium	36	8.4%
OSN	33	7.7%
Amazon Prime	33	7.7%
Disney+	25	5.9%
Jawwy TV	15	3.5%
Apple TV	15	3.5%
VIU	8	1.9%
Twist TV	7	1.6%
STARZ ON	5	1.2%
أنا غير مشترك في أي منصة مدفوعة	130	30.4%

يوضح الجدول السابق أن نسبة (30.4%) من المبحوثين غير مشتركين في أي من منصات المشاهدة الإلكترونية المدفوعة، بينما بلغت نسبة المشتركين في المنصات المدفوعة (69.6%) وتتنوع المنصات المدفوعة التي يشاهد المبحوثون الدراما من خلالها وكان لمنصة WATCH IT النصيب الأكبر من المشتركين حيث بلغت نسبتهم (51.8%) يليها

منصة Shahid بنسبة (45.9%) ثم منصة Netflix بنسبة (36.1%) بفارق كبير بينهم وبين المنصات المدفوعة الأخرى.

جدول رقم (4)

تطبيقات ومواقع مشاهدة الدراما المجانية التي تستخدمها العينة

تطبيقات مشاهدة الدراما	ك	%
YouTube	225	52.7%
Cima4u	217	50.8%
EgyBest	198	46.4%
Telegram Channels	183	42.9%
عرب سيد Arabseed	146	34.2%
Facebook	110	25.8%
Daily Motion	93	21.8%
Asia2Tv	39	9.1%
Arab Drama	30	7%
أخرى	44	10.3%

يعكس الجدول السابق تعدد التطبيقات والمواقع التي يشاهد المبحوثون الدراما من خلالها بشكل مجاني وذلك من خلال تواجد بعض الإعلانات التي تتخلل العمل الدرامي ومن هذه التطبيقات مواقع شرعية وأخرى مقرصنة. وتشير الإحصائيات والنسب في الجدول إلى أن نسبة كبير من مفردات العينة التي ذكرت أنها مشتركة في المنصات المدفوعة تقوم كذلك بمشاهدة الدراما من خلال التطبيقات المجانية أو المواقع المقرصنة.

2-درجة المشاهدة الشفهية للدراما عبر منصات المشاهدة الإلكترونية:

جدول رقم (5)

عدد حلقات الدراما التي يشاهدها المبحوثون في الجلسة الواحدة

عدد الحلقات	ك	%
حلتين	144	33.7%
ثلاث حلقات	135	31.6%
أربع حلقات	62	14.5%
الموسم كاملاً	36	8.4%
ست حلقات فأكثر	27	6.3%
خمس حلقات	23	5.4%
الإجمالي	427	100%

يوضح الجدول السابق أن النسبة الأكبر من المبحوثين يشاهدون من حلقتين إلى ثلاث حلقات من المسلسل في الجلسة الواحدة بمعدل (65.3%) وقد يرجع ذلك من وجهة نظر الباحثة إلى طبيعة مفردات العينة نفسها فالنسبة الأكبر من المبحوثين (39.9%) تقع في الفئة العمرية من 18 – 23 عام أي أن نسبة كبيرة منهم لا تزال تدرس وهو ما يعكس مدى انشغال معظم مفردات العينة على مدار الأسبوع في الدراسة والعمل، وقد يرجع ذلك أيضاً إلى أسلوب البث الذي تعتمد عليه العديد من المنصات الإلكترونية حيث تقوم العديد من المنصات ببث حلقتين أو ثلاث حلقات من العمل الدرامي إسبوعياً في معظم الأحيان. وتتراوح نسبة مفردات العينة الذين يشاهدون من أربع لخمس حلقات في الجلسة الواحدة نسبة

(19.9%) بينما بلغت نسبة المبحوثين الذين يشاهدون ست حلقات فأكثر (6.3%)، وبلغت نسبة من يشاهدون الموسم كاملاً نسبة (8.4%) أي أنهم يشاهدون الموسم كاملاً من العمل الدرامي بمجرد بثه أو ينتظرون إصدار حلقاته كاملةً ليشاهدوه.

جدول رقم (6)

عدد ساعات مشاهدة الدراما عبر المنصات الإلكترونية في الجلسة الواحدة

عدد ساعات المشاهدة	ك	%
ثلاث ساعات	135	31.6%
ساعتين	124	29%
أربع ساعات	72	16.9%
خمس ساعات	41	9.6%
ست ساعات	24	5.6%
أكثر من ثمان ساعات	16	3.7%
ثمان ساعات	9	2.1%
سبع ساعات	6	1.4%
الإجمالي	427	100%

يوضح الجدول السابق أن نسبة (60.6%) من المبحوثين يشاهدون الدراما عبر المنصات الإلكترونية بمعدل من ساعتين إلى ثلاث ساعات في الجلسة الواحدة، بينما بلغ نسبة المبحوثين الذين يشاهدون الدراما من أربع إلى خمس ساعات في الجلسة الواحدة نسبة (26.5%) أما عن يشاهدون الدراما بمعدل ست ساعات فأكثر في الجلسة الواحدة فقد بلغ نسبة (12.8%). تعكس نتيجة هذا الجدول التنوع الكبير بين المبحوثين في عدد ساعات مشاهدتهم للدراما.

جدول رقم (7)

عدد مرات مشاهدة المبحوثين للمحتوى الدرامي بشراة عبر المنصات الإلكترونية

مرات المشاهدة	ك	%
من مرتين إلى ثلاث مرات في الشهر	124	29%
من مرتين إلى ثلاث مرات في الأسبوع	93	21.8%
مرة واحدة في الشهر	90	21.1%
مرة في الأسبوع	82	19.2%
يوميًا	38	8.9%
الإجمالي	427	100%

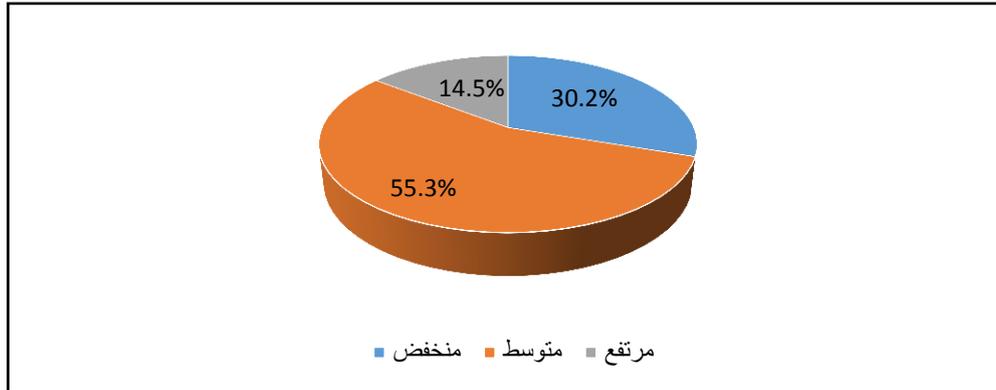
يعكس الجدول السابق التفاوت بين المبحوثين في معدل مشاهدتهم للمحتوى الدرامي بشراة عبر المنصات الإلكترونية، ولكن النسبة الأكبر من المبحوثين (29%) يشاهدون الدراما بشراة عبر المنصات الإلكترونية من مرتين إلى ثلاث مرات شهريًا، بينما (21.1%) من المبحوثين يشاهدون الدراما بشراة مرة واحدة في الشهر. وإسبوعيًا بلغت نسبة المبحوثين الذين يشاهدون الدراما بشراة من مرتين إلى ثلاث مرات إسبوعيًا نسبة (21.8%) ومن يشاهدونها مرة إسبوعيًا (19.2%) بينما من كانوا يشاهدون بشراة يوميًا بلغت نسبتهم (8.9%).

جدول رقم (8)

درجة المشاهدة الشَّرهة للمبحوثين

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	نادرًا	أحيانًا	دائمًا	الموقف	
					ك	%
%68.7	2.06	96	209	122	ك	أحرص على تخصيص جزء من وقتي دومًا لمشاهدة أكبر عدد من حلقات المسلسل في جلسة واحدة عبر المنصات الإلكترونية
		%22.5	%48.9	%28.6	%	
%69.4	2.08	121	150	156	ك	أخطط مسبقًا للمشاهدة الشَّرهة عبر المنصات الإلكترونية
		%28.3	%35.1	%36.6	%	
%79.4	2.38	62	140	225	ك	أحرص على مشاهدة حلقات المسلسلات بشكلٍ متصل وبانتظام عبر المنصات الإلكترونية
		%14.5	%32.8	%52.7	%	
%82.4	2.47	48	129	250	ك	أهتم بمشاهدة أكثر من حلقتين من المسلسل في الجلسة الواحدة عبر المنصات الإلكترونية
		%11.2	%30.2	%58.6	%	
%90.4	2.71	15	93	319	ك	أشعر بقدر كبير من التفاعلية مع المسلسل وأحداثه عند مشاهدة أكثر من حلقتين من المسلسل في الجلسة الواحدة عبر المنصات الإلكترونية
		%3.5	%21.8	%74.7	%	
%73.6	2.21	91	156	180	ك	أنوي مشاهدة المسلسلات بشراهة الفترة القادمة
		%21.3	%36.5	%42.2	%	

يتضح من الجدول السابق مدى حرص المبحوثين على مشاهدة الدراما بشراهة عبر منصات المشاهدة الإلكترونية، وعند النظر إلى المتوسطات الحسابية للعبارات السابقة نجد أن معظم عبارات المقياس يقع المتوسط الحسابي لها بين (2.06 – 2.71) وهو ما يشير إلى أن معظم المبحوثين يقعون في الفئة التي أجابت بالاختيار بين دائمًا وأحيانًا وهو ما يعكس مدى حرص المبحوثين واهتمامهم بالمشاهدة الشَّرهة للدراما عبر المنصات الإلكترونية كما أنهم يخططون لسلوك المشاهدة الشَّرهة للدراما.



شكل رقم (1) معدل المشاهدة الشَّرهة للدراما عبر منصات المشاهدة الإلكترونية

يوضح الشكل السابق أن أكثر من نصف العينة (55.3%) تقع في المستوى المتوسط من المشاهدة الشَّرهة للدراما عبر المنصات الإلكترونية، بينما ما يقرب من ثلث العينة تقع في

المستوى المنخفض، ونسبة (14.5%) من المبحوثين من ذوي المستوى المرتفع من المشاهدة الشرفة للدراما عبر منصات المشاهدة الإلكترونية.

3- طبيعة الأعمال الدرامية التي يفضل المبحوثون مشاهدتها عبر المنصات الإلكترونية:

جدول رقم (9)

جنسية الأعمال الدرامية التي يفضل المبحوثون مشاهدتها

جنسية الأعمال الدرامية	ك	%
الدراما المصرية	339	79.4%
الدراما الأمريكية	215	50.4%
الدراما التركية	154	36.1%
الدراما الكورية	84	19.7%
الدراما الإسبانية	81	19%
الدراما السورية	22	5.2%
الدراما الصينية	20	4.7%
الدراما اللبنانية	14	3.3%
الدراما الهندية	13	3%
الدراما الكويتية	6	1.4%
الدراما الفرنسية	5	1.2%
أخرى (الإنجليزية، الروسية، الإيرانية، السويدية، النرويجية، واليابانية)	7	1.6%

يُظهر الجدول السابق أن النسبة الأكبر من المبحوثين يفضلون مشاهدة الدراما المصرية عبر المنصات الإلكترونية بنسبة (79.4%)، يليها الدراما الأمريكية بنسبة (50.4%)، أما عن نسبة المبحوثين الذين يفضلون الدراما التركية فقد بلغت نسبة (36.1%)، وذكرت نسبة (19.7%) من المبحوثين أنهم يفضلوا الدراما الكورية، أما نسبة (19%) من المبحوثين ذكروا أنهم يفضلون مشاهدة الدراما الإسبانية. كل هذا التنوع في جنسية الأعمال الدرامية التي يفضلها المبحوثين يعكس حالة الإنتاج الكثيفة التي قامت بها العديد من جهات الإنتاج المختلفة والمنصات، بالإضافة إلى التسويق الجيد للمحتوى فالعديد من المنصات الآن أصبح لديها تصنيفات رئيسية لجنسية المحتوى الموجود بها وأصبح بإمكان المستخدم الآن اختيار المسلسل الذي يشاهده من خلال استخدام هذا التصنيف.

جدول رقم (10)

نوعية الأعمال الدرامية التي يفضل المبحوثون مشاهدتها بشراة

نوع الدراما	ك	%
اجتماعي	274	64.2%
الجريمة	243	56.9%
الكوميدي	243	56.9%
الأكشن	207	48.5%
الرومانسي	197	46.1%
خيال علمي	111	26%
التراجيدي	79	18.5%
الرعب	72	16.9%
الأنمي/الكارتون	68	15.9%
وثائقي	63	14.8%
فانتازيا	22	5.2%
أخرى (العسكري، والتاريخي، والديني)	7	1.6%

يُبرز الجدول السابق التنوع الكبير في نوع الدراما التي يفضل المبحوثون مشاهدتها بشراة ولكن النسبة الأكبر من المبحوثين (64.2%) تُفضل مشاهدة الدراما الاجتماعية بشراة. وتساوت نسبة المبحوثين الذين يفضلون مشاهدة دراما الجريمة والكوميديا بشراة وبلغت (56.9%)، أما عن نسبة المبحوثين الذين يشاهدون الأكشن بشراة فقد بلغ (48.5%)، وبلغت نسبة المبحوثين الذين يشاهدون الدراما الرومانسية بشراة (46.1%).

4- الإشباع العاطفية الناتجة عن المشاهدة الشفهية للدراما عبر المنصات الإلكترونية:

توضح الجداول التالية الإشباع العاطفية التي يحصل عليها الفرد من المشاهدة الشفهية للدراما عبر المنصات الإلكترونية، ويشتمل مقياس الإشباع العاطفية على سبعة عناصر رئيسية هي التعبير عن المشاعر، الاستمتاع، الإلهام والتأمل، التشويق، الإرتباط بالشخصية، المشاركة الاجتماعية للعواطف، والحزن التعاطفي. وجاءت نتائج المقياس كما يلي:

جدول رقم (11)

موقف المبحوثين من العبارات التي تقيس التعبير عن المشاعر

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	الموقف	العبارات
%68.3	3.41	15	102	86	139	85	ك	مشاهدة حلقات المسلسل بشراة تجعلني أشعر بعواطف لا أستطيع التعبير عنها في الواقع
		%3.5	%23.9	%20.1	%32.6	%19.9	%	
%67.6	3.38	18	90	101	147	71	ك	مشاهدة حلقات المسلسل بشراة تسمح لي بتجربة المشاعر التي عادة ما أخفيها في الحياة اليومية
		%4.2	%21.1	%23.7	%34.4	%16.6	%	
%66.1	3.30	22	108	91	130	76	ك	مشاهدة حلقات المسلسل بشراة تسمح لي بتجربة المشاعر التي أتجنبها في الحياة اليومية
		%5.2	%25.3	%21.3	%30.4	%17.8	%	
%66.1	3.30	23	103	97	129	75	ك	مشاهدة حلقات المسلسل بشراة تسمح لي بتجربة المشاعر التي لا أستطيع إظهارها والتصرف بها في الحياة اليومية
		%5.4	%24.1	%22.7	%30.2	%17.6	%	

يوضح الجدول السابق الدوافع والإشباع العاطفية التي يحصل عليها الفرد من المشاهدة الشفهية للدراما عبر المنصات الإلكترونية، وبالنظر إلى النتائج أعلاه فإنه فيما يتعلق بالتعبير عن المشاعر فإن معظم المبحوثين يقعون في المستوى المرتفع والمتوسط مما يؤكد أن المشاهدة الشفهية للدراما عبر المنصات الإلكترونية تمثل وسيلة بالنسبة لكثير من المبحوثين لتجربة مشاعر وعواطف عادة ما يتجنبونها أو يخفونها أو لا يستطيعون التعبير عنها في حياتهم اليومية، لذا تمثل المشاهدة الشفهية للدراما بمثابة تعويض لهم عن تلك المشاعر والعواطف فهي تجعلهم يغرقون في أحداث الدراما ويشعرون بكافة العواطف التي تعيقهم الظروف والأحداث اليومية عن الشعور بها أو التعبير عنها.

جدول رقم (12)

موقف المبحوثين من العبارات التي تقيس الاستمتاع

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	الموقف	
							ك	عبارت
%80.7	4.04	3	16	75	202	131	ك	مشاهدة حلقات المسلسل بشراهة تجعلني في مزاج جيد
		%0.7	%3.7	%17.6	%47.3	%30.7	%	
%84.3	4.22	-	10	46	213	158	ك	مشاهدة حلقات المسلسل بشراهة تجعلني مستمتع
		-	%2.3	%10.8	%49.9	%37	%	
%85.5	4.28	-	8	37	211	171	ك	أشعر بالتسلية عند مشاهدة حلقات المسلسل بشراهة
		-	%1.9	%8.7	%49.4	%40	%	
%76.3	3.81	3	36	105	176	107	ك	مشاهدة حلقات المسلسل بشراهة تجعلني أضحك
		%0.7	%8.4	%24.6	%41.2	%25.1	%	

وفيما يتعلق بالاستمتاع فقد كانت العبارات الخاصة بها هي الأعلى في المتوسطات الحسابية، فكان المتوسط الحسابي لعبارة "أشعر بالتسلية عند مشاهدة حلقات المسلسل بشراهة" (4.28) ولعبارة "مشاهدة حلقات المسلسل بشراهة تجعلني مستمتع" (4.22). وهي نتيجة منطقية وترتبط بدرجة كبيرة بكون الدراما كقالب فني قادر على إمتاع المشاهدين وتسليتهم.

جدول رقم (13)

موقف المبحوثين من العبارات التي تقيس الإلهام والتأمل

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	الموقف	
							ك	عبارت
%76	3.80	3	52	91	162	119	ك	مشاهدة حلقات المسلسل بشراهة تلهمني للتفكير في بعض القضايا المهمة
		%0.7	%12.2	%21.3	%37.9	%27.9	%	
%67.1	3.35	16	97	116	116	82	ك	مشاهدة حلقات المسلسل بشراهة تشجعني على التركيز على الأشياء المهمة بالنسبة لي
		%3.7	%22.7	%27.2	%27.2	%19.2	%	
%77.6	3.88	5	36	82	186	118	ك	مشاهدة حلقات المسلسل بشراهة تلهمني برؤى وأفكار جديدة
		%1.2	%8.4	%19.2	%43.6	%27.6	%	
%68.5	3.42	13	77	126	138	73	ك	مشاهدة حلقات المسلسل بشراهة تجعلني أفكر في نفسي بشكل أفضل
		%3	%18	%29.5	%32.4	%17.1	%	

أما العبارات الخاصة بالإلهام والتأمل في مقياس الإشباع العاطفية فقد كان المتوسط الحسابي لعبارة "مشاهدة حلقات المسلسل بشراهة تلهمني برؤى وأفكار جديدة" (3.88) وعبارة "مشاهدة حلقات المسلسل بشراهة تلهمني للتفكير في بعض القضايا المهمة" (3.80). وهو ما يؤكد أن استهلاك الدراما بشراهة تجعل الأفراد قادرين على فهم القضايا والموضوعات التي تتناولها الدراما، كما أن المشاهدة الشفهية تجعل الدراما بمثابة مصدر

إلهام للأفراد بروى وأفكار وموضوعات جديدة. وجاء المتوسط الحسابي لعبارة "مشاهدة حلقات المسلسل بشرارة تجعلني أفكر في نفسي بشكل أفضل" بقيمة (3.42) وعبارة "مشاهدة حلقات الدراما بشرارة تشجعني على التركيز على الأشياء المهمة بالنسبة لي" بقيمة (3.35)، مما يعني أن مشاهدة الدراما بشرارة تساعد البعض على معرفة أنفسهم بشكل أفضل وتساعدهم على تحديد أولوياتهم اهتماماتهم.

جدول رقم (14)

موقف المبحوثين من العبارات التي تقيس التشويق

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	الموقف					العبارات
		معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	
%84.5	4.22	4	15	46	178	184	ك
		%0.9	%3.5	%10.8	%41.7	%43.1	%
%78.5	3.93	7	39	69	175	137	ك
		%1.6	%9.1	%16.2	%41	%32.1	%
%78.8	3.94	6	29	86	169	137	ك
		%1.4	%6.8	%20.1	%39.6	%32.1	%
%68.8	3.44	9	95	105	136	82	ك
		%2.1	%22.2	%24.6	%31.9	%19.2	%

وفيما يتعلق بالإشباع الخاصة بالتشويق والإثارة فيتضح من الجدول أن مشاهدة الدراما بشرارة تخلق حالة من التشويق المستمرة عند الأفراد لمعرفة أحداث المسلسل ونهاية القصة، وتوضح النتائج كذلك أن معظم مفردات العينة يفضلون هذه الحالة من التشويق التي تدفعهم إلى التفكير المستمر في المسلسل وأحداثه وتخلق لديهم حالة من التوتر لمعرفة كيف تنتهي القصص الدرامية التي يتابعونها. فكان المتوسط الحسابي لعبارة "أحب حالة التشويق الناتجة عن مشاهدة حلقات الدراما بشرارة" بقيمة (4.22) وعبارة "أحب حالة التفكير المستمرة الناتجة عن مشاهدة حلقات المسلسل بشرارة" كان المتوسط الحسابي لها (3.94) وعبارة "مشاهدة حلقات الدراما بشرارة تجعلني متوتر لمعرفة أحداث القصة" المتوسط الحسابي لها بقيمة (3.93).

جدول رقم (15)

موقف المبحوثين من العبارات التي تقيس الارتباط بالشخصية

العبارة	الموقف	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
مشاهدة حلقات المسلسل بشراسة تساعدني على معرفة نفسي بشكل أفضل من خلال مشاهدة نظرة شخصيات المسلسل إلى الحياة	ك	78	141	112	76	20	3.42	%68.5
	%	%18.3	%33	%26.2	%17.8	%4.7		
مشاهدة حلقات المسلسل بشراسة تجعلني أنغمس في دور الشخصيات	ك	101	169	103	43	11	3.72	%74.3
	%	%23.7	%39.5	%24.1	%10.1	%2.6		
مشاهدة حلقات المسلسل بشراسة تجعلني أعيش تجارب الشخصيات وأشاركها	ك	106	160	96	54	11	3.69	%73.9
	%	%24.8	%37.5	%22.5	%12.6	%2.6		
مشاهدة حلقات المسلسل بشراسة تجعلني أشعر بما تشعر به الشخصيات	ك	105	174	103	36	9	3.77	%75.5
	%	%24.6	%40.8	%24.1	%8.4	%2.1		

يتضمن مقياس الإشباع العاطفية كذلك عبارات تقيس مدى ارتباط المبحوثين بالشخصيات الدرامية، وبالنظر إلى الجدول السابق يتضح أن المشاهدة الشرهه للدراما قادرة على خلق ارتباط بين المشاهدين والشخصيات في العمل الدرامي بالشكل الذي يجعلهم ينغمسون في دور الشخصيات وكأنهم يمرون بما تمر به الشخصيات ويعيشون تجاربهم بل ويتعلقون بهم بالقدر الذي يجعلهم يشعرون بما تشعر به شخصية الأبطال في العمل الدرامي. فكان المتوسط الحسابي لعبارة "مشاهدة حلقات المسلسل بشراسة تجعلني أشعر بما تشعر به الشخصيات" (3.77) وعبارة "مشاهدة حلقات المسلسل بشراسة تجعلني أنغمس في دور الشخصيات" (3.72) وعبارة "مشاهدة حلقات المسلسل بشراسة تجعلني أعيش تجارب الشخصيات وأشاركها" (3.69). مما يؤكد على أن المشاهدة الشرهه للدراما تخلق حالة ارتباط بين الفرد والعمل الذي يشاهده.

جدول رقم (16)

موقف المبحوثين من العبارات التي تقيس المشاركة الاجتماعية للعواطف

العبارة	الموقف	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
مشاهدة حلقات المسلسل بشراسة تحفز تبادل التعليقات أثناء مشاهدة المسلسل	ك	67	156	122	69	13	3.46	%69.1
	%	%15.7	%36.5	%28.6	%16.2	%3		
مشاهدة حلقات المسلسل بشراسة تساعدني على التحدث مع الآخرين عن المسلسل	ك	78	166	113	59	11	3.56	%71.3
	%	%18.3	%38.8	%26.5	%13.8	%2.6		
مشاهدة حلقات المسلسل بشراسة تشجعي على مناقشة القضايا مع الآخرين.	ك	74	171	107	67	8	3.55	%71.1
	%	%17.3	%40	%25.1	%15.7	%1.9		
أشعر بالفضول لمعرفة نوع هذه التجربة من المشاهدة الشرهه	ك	87	168	108	54	10	3.63	%72.6
	%	%20.4	%39.4	%25.3	%12.6	%2.3		

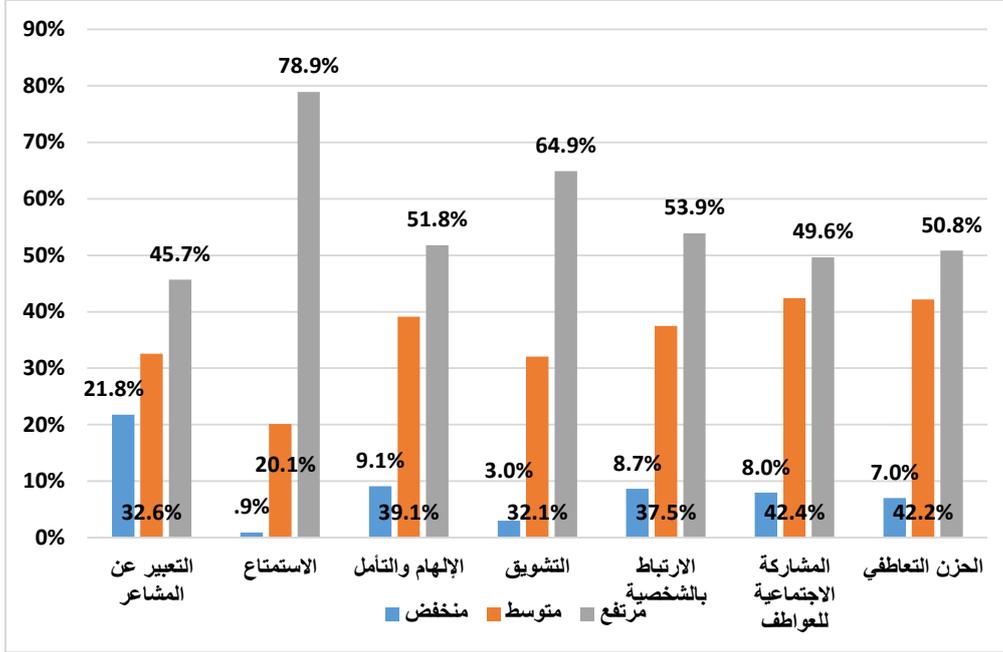
يتضمن مقياس الإشباع العاطفية العديد من العبارات التي تقيس بشكل أساسي المشاركة الاجتماعية للعواطف، ويلاحظ من الجدول السابق أن عبارة "مشاهدة حلقات المسلسل بشرهة تساعدني على التحدث مع الآخرين عن المسلسل" المتوسط الحسابي لها (3.56) والمتوسط الحسابي لعبارة "مشاهدة حلقات المسلسل بشرهة تشجعني على مناقشة القضايا مع الآخرين" (3.55) أما عبارة "مشاهدة حلقات المسلسل بشرهة تحفز تبادل التعليقات أثناء مشاهدة المسلسل" فالمتوسط الحسابي لها (3.46) وتوضح هذه النتائج أن نسبة كبيرة من مفردات العينة تساعدنا المشاهدة الشرهة للدراما على الحديث مع الآخرين وتبادل التعليقات حول المسلسل الذي يشاهدونه بشرهة. وقد يرجع ذلك إلى أن العديد من المسلسلات الآن تصبح تريند على مواقع التواصل الاجتماعي فور إصدارها إما بسبب التفاعل على صفحات المنصات الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي أو حتى الصفحات أو المجموعات التي تفتح مجال للمناقشة حول المسلسل وأحداثه ولذا فإن نسبة كبيرة من المبحوثين قد تنخرط في نقاشات اجتماعية حول مختلف الأعمال الدرامية التي يشاهدونها.

جدول رقم (17)

موقف المبحوثين من العبارات التي تقيس الحزن التعاطفي

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	الموقف					العبارات
		معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	
%79.3	3.96	7	22	81	186	131	ك مشاهدة حلقات المسلسل بشرهة تجعلني متأثر بالقصة وأنا أحب ذلك
		%1.6	%5.2	%19	%43.5	%30.7	
%74.2	3.71	9	51	107	147	113	ك مشاهدة حلقات المسلسل بشرهة تجعلني غارق في المشاعر وأنا أحب ذلك
		%2.1	%11.9	%25.1	%34.4	%26.5	
%61.1	3.05	36	130	106	85	70	ك مشاهدة حلقات المسلسل بشرهة تجعلني أبكي بشدة وأنا أحب ذلك
		%8.4	%30.5	%24.8	%19.9	%16.4	
%77.8	3.89	8	31	85	179	124	ك مشاهدة حلقات المسلسل بشرهة تجعل الأحداث درامية أكثر وأنا أحب ذلك
		%1.9	%7.3	%19.9	%41.9	%29	

أما عن العنصر الأخير الذي يتضمنه مقياس الإشباع العاطفية فهو الحزن التعاطفي ويوضح الجدول السابق مدى قدرة المشاهدة الشرهة للدراما على خلق حالة من الارتباط العاطفي بين العمل الدرامي والمشاهدين لأن المشاهدة الشرهة لها القدرة على جعل المشاهد جزءاً من الأحداث وتجعله منغمس بكل مشاعره في العمل الدرامي مما يجعل الأحداث درامية أكثر بالنسبة له. فكان المتوسط الحسابي لعبارة "مشاهدة حلقات المسلسل بشرهة تجعلني متأثر بالقصة وأنا أحب ذلك" (3.96)، وعبارة "مشاهدة حلقات المسلسل بشرهة تجعل الأحداث درامية أكثر وأنا أحب ذلك" كان المتوسط الحسابي لها (3.89)، والمتوسط الحسابي لعبارة "مشاهدة حلقات المسلسل بشرهة تجعلني غارق في المشاعر وأنا أحب ذلك" كانت قيمته (3.71).



شكل رقم (2): الإشباع العاطفية الناتجة عن مشاهدة الدراما بشراة عبر المنصات الإلكترونية

يتضح من الشكل السابق ارتفاع مستوى الإشباع العاطفية الناتجة عن مشاهدة الدراما بشراة عبر المنصات الإلكترونية بشكل عام (التعبير عن المشاعر، الاستمتاع، الإلهام والتأمل، التشويق، الارتباط بالشخصية، المشاركة الاجتماعية للعواطف، الحزن التعاطفي) ولكن يُلاحظ أن أكثر من ثلثي العينة سجلت مستوى مرتفع من إشباع المتعة بنسبة (78.9%)، وسجل نسبة (64.9%) من المبحوثين مستوى مرتفع من الإثارة والتشويق الناتج عن المشاهدة الشفهية للدراما، بينما سجل أكثر من نصف العينة مستوى مرتفع من إشباع الإلهام والتأمل (51.8%) والارتباط بالشخصية (53.9%) والحزن التعاطفي (50.8%). وتؤكد هذه النتائج على أن المشاهدة الشفهية للدراما تساعد على خلق حالة من الارتباط العاطفي بين الشخص والعمل الدرامي إما نتيجة للمتعة والتشويق التي يحصل عليها المشاهد أو لطبيعة العمل الدرامي نفسه الذي يقدر على ربط المشاهد بشخصياته بالدرجة التي تجعلهم يشعرون فيها بأنهم جزء من هذا العمل ويشعرون بنفس ما تشعر به الشخصيات بل ويتشاركون ذلك من خلال تبادل التعليقات والحديث مع من حولهم أو على مواقع التواصل الاجتماعي حول تلك الأعمال وهو ما قد يلهم الأفراد للتفكير في بعض القضايا المهمة واكتشاف أنفسهم من خلال الدراما التي يشاهدونها.

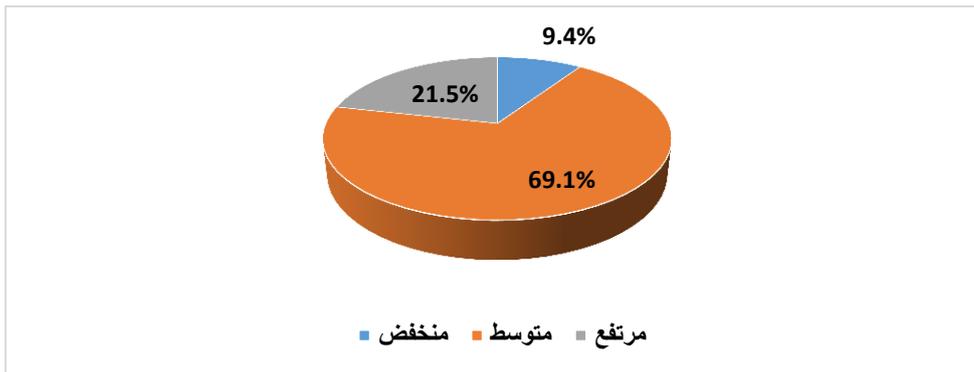
5- السمات النفسية والشخصية للمبحوثين: أولاً: مستوى الحاجة إلى المعرفة

جدول رقم (18)

موقف المبحوثين من العبارات التي تقيس الحاجة إلى المعرفة

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	الموقف	
							العبارات	الموقف
%65.2	3.26	25	110	94	124	74	ك	أحب المهام التي تتطلب مجهود فكري أقل
		%5.9	%25.8	%22	%29	%17.3	%	
%75.6	3.78	10	43	87	178	109	ك	أحب التفكير بآني وعمق لساعات طويلة
		%2.3	%10.1	%20.4	%41.7	%25.5	%	
%51.9	2.59	51	199	79	68	30	ك	أحب أن أنجح بدون مجهود فكري
		%11.9	%46.7	%18.5	%15.9	%7	%	
%58.4	2.92	42	152	82	100	51	ك	أفكر فقط على قدر ما يتطلبه الموقف ولا أشغل نفسي بشيء
		%9.8	%35.7	%19.2	%23.4	%11.9	%	
%85.7	4.29	5	11	48	156	207	ك	أشعر بالمسئولية خاصة في المواقف التي تتطلب مجهود فكري
		%1.2	%2.6	%11.2	%36.5	%48.5	%	
%68.8	3.44	19	78	108	141	81	ك	أحب فعل الأشياء التي تسبب لي الراحة ولا تتطلب مجهود فكري كبير
		%4.4	%18.3	%25.3	%33	%19	%	
%77.4	3.87	9	36	93	153	136	ك	أفضل المشاكل البسيطة على المشاكل المعقدة
		%2.1	%8.4	%21.8	%35.8	%31.9	%	
%54.7	2.74	66	148	93	73	47	ك	ليس من الممتع التفكير بعمق
		%15.5	%34.6	%21.8	%17.1	%11	%	
%53.9	2.69	58	153	120	54	42	ك	أتجنب المواقف التي تتطلب مني التفكير بعمق
		%13.6	%35.8	%28.2	%12.6	%9.8	%	

يوضح الجدول السابق سمة من السمات النفسية والشخصية للمبحوثين وهي الحاجة إلى المعرفة والتي تضمن انخراطهم في التفكير العميق والاستمتاع به، وتعكس قيم المتوسطات الحسابية للعبارات في الجدول السابق ميل المبحوثين للانخراط في النشاطات التي تتطلب مجهود فكري وأن حوالي نصف المبحوثين يوافقون على أن التفكير العميق هو سلوك ممتع.



شكل رقم (3) مستوى الحاجة إلى المعرفة

يوضح الشكل السابق أن أكثر من ثلثي العينة (69.1%) لديهم مستوى متوسط من الحاجة إلى المعرفة، ونسبة (21.5%) لديهم مستوى مرتفع، ونسبة (9.4%) من المبحوثين لديهم مستوى منخفض من الحاجة إلى المعرفة. وتنعكس هذه النتائج تبين مستوى الحاجة إلى المعرفة والانخراط في التفكير العميق والاستمتاع به بين مفردات العينة وهي سمة من السمات النفسية والشخصية للأفراد، وتتأثر هذه السمة بالعديد من الظروف الشخصية والحياتية للمبحوثين والمواقف التي يعايشونها.

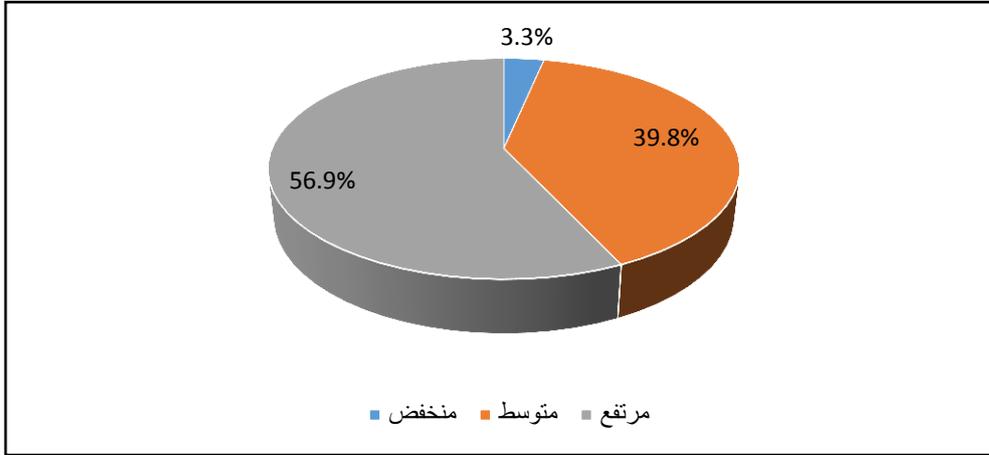
ثانياً: مستوى البحث عن الإثارة

جدول رقم (19)

مستوى البحث عن الإثارة لدى المبحوثين

العبارة	الموقف	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
أود استكشاف أماكن غريبة وجديدة	ك	246	120	51	10	-	4.41	88.2%
	%	57.7%	28.1%	11.9%	2.3%	-		
أرغب في الانطلاق في رحلة بدون مسارات أو جداول زمنية مخططة مسبقاً	ك	183	102	66	69	7	3.90	78%
	%	42.8%	23.9%	15.5%	16.2%	1.6%		
أحب أن أفعل أشياء مثيرة	ك	203	129	71	22	2	4.19	83.8%
	%	47.5%	30.2%	16.6%	5.2%	0.5%		
أود أن أجرب القفز بالمظلة	ك	166	105	63	75	18	3.76	75.3%
	%	38.8%	24.6%	14.8%	17.6%	4.2%		
أنا أحب حضور الحفلات	ك	171	95	101	40	20	3.84	76.7%
	%	40%	22.2%	23.7%	9.4%	4.7%		
أحب التجارب الجديدة والمثيرة، حتى لو اضطررت إلى كسر القواعد	ك	155	104	98	59	11	3.78	75.6%
	%	36.2%	24.4%	23%	13.8%	2.6%		
أشعر بالقلق عندما أقضي الكثير من الوقت في المنزل	ك	97	92	93	111	34	3.25	65%
	%	22.7%	21.5%	21.8%	26%	8%		
أفضل التعامل مع الأصدقاء المغامرين والذين لا يمكن التنبؤ بهم	ك	117	100	133	58	19	3.56	71.1%
	%	27.4%	23.4%	31.2%	13.6%	4.4%		

يُبرز الجدول السابق أحد السمات النفسية للمبحوثين وهي البحث عن الإثارة والمغامرة وإقبالهم على التجارب الجديدة، ومن خلال قراءة الجدول فإنه يُلاحظ ارتفاع قيمة المتوسطات الحسابية لمعظم عبارات المقياس، ولذا يمكن القول إن معظم المبحوثين يميلون إلى التجارب الجديدة والمثيرة ويُقبلون عليها بهدف الإثارة مما يعكس مستويات مرتفعة من مستوى البحث عن الإثارة لدى غالبية المبحوثين عينة الدراسة.



شكل رقم (4): مقياس البحث عن الإثارة

يوضح الشكل السابق مستوى أحد السمات النفسية والشخصية للمبحوثين وهي البحث عن الإثارة وتعكس النتائج أن أكثر من نصف العينة (56.9%) يتمتعون بمستوى مرتفع من البحث عن الإثارة، بينما يتمتع (39.8%) بمستوى متوسط من البحث عن الإثارة، والنسبة الأقل (3.3%) من المبحوثين تتمتع بمستوى منخفض من البحث عن الإثارة. ويمكن تفسير ذلك من وجهة نظر الباحثة في أن أكثر من نصف المبحوثين في هذه الدراسة يقعون في الفئة العمرية من 18 – 29 عام وطبيعة هذا العمر هو الإقبال على الحياة ومحاولة اكتشاف الذات والإقبال على مختلف التجارب.

ثانياً: نتائج اختبار الفروض البحثية

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين المشاهدة الشرهة للدراما عبر المنصات الإلكترونية والإشباع العاطفية المتحققة منها.

جدول رقم (20)

معنوية العلاقة الارتباطية بين درجة المشاهدة الشرهة للدراما عبر المنصات الإلكترونية والإشباع العاطفية المتحققة منها

متغيرات العلاقة	معامل بيرسون	مستوى المعنوية
التعبير عن المشاعر	**0.237	0.000
الاستمتاع	**0.451	0.000
الإلهام والتأمل	**0.320	0.000
التشويق	**0.331	0.000
الارتباط بالشخصية	**0.260	0.000
المشاركة الاجتماعية للعواطف	**0.207	0.000
الحزن التعاطفي	**0.346	0.000
** دال عند مستوى معنوية 0.01		

باستخدام معامل ارتباط بيرسون يظهر أنه توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين درجة المشاهدة الشرهه للدراما عبر منصات المشاهدة الإلكترونية وبين مختلف الإشباع العاطفية التي يحصل عليها الفرد من مشاهدة الدراما بشرهه عبر المنصات الإلكترونية وهي علاقة ارتباطية طردية، فقد بلغت قيمة معامل الارتباط (0.237) فيما يتعلق بالعلاقة بين المشاهدة الشرهه والإشباع الخاص بالتعبير عن المشاعر وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية (0.000)، وبلغت قيمة معامل الارتباط (0.451) فيما يتعلق بالعلاقة بين المشاهدة الشرهه والإشباع الخاص بالاستمتاع وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية (0.000)، وبلغت قيمة معامل الارتباط (0.320) فيما يتعلق بالعلاقة بين المشاهدة الشرهه والإشباع الخاص بالإلهام والتأمل وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية (0.000)، وبلغت قيمة معامل الارتباط (0.331) فيما يتعلق بالعلاقة بين المشاهدة الشرهه والإشباع الخاص بالتشويق وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية (0.000)، وبلغت قيمة معامل الارتباط (0.260) فيما يتعلق بالعلاقة بين المشاهدة الشرهه والإشباع الخاص بالشخصيات الدرامية وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية (0.000)، وبلغت قيمة معامل الارتباط (0.207) فيما يتعلق بالعلاقة بين المشاهدة الشرهه والإشباع الخاص بالمشاركة الاجتماعية للعواطف وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية (0.000)، وأخيراً وبلغت قيمة معامل الارتباط (0.346) فيما يتعلق بالعلاقة بين المشاهدة الشرهه والإشباع الخاص بالحنن التعاطفي وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية (0.000). ومن ثمّ قبول الفرض الأول بأنه توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين المشاهدة الشرهه للدراما عبر منصات المشاهدة الإلكترونية والإشباع العاطفية المُتحققة منها وهي علاقة ارتباطية طردية.

الفرض الثاني: تسهم كل من الحاجة إلى المعرفة والبحث عن الإثارة في التنبؤ بسلوك المشاهدة الشرهه للدراما عبر المنصات الإلكترونية.

جدول رقم (21)

تأثير السمات الشخصية والنفسية على درجة المشاهدة الشرهه للدراما عبر المنصات الإلكترونية

مستوى المعنوية	درجاتي الحرية	ف	مستوى المعنوية	ت	بيتا	ر ²	ر	
0.000	2 424	8.166	0.000	9.114	16.84	0.037	0.193	ثابت المعادلة
			0.737	0.336-	0.014-			الحاجة إلى المعرفة
			0.000	4.009	0.171			البحث عن الإثارة

تُظهر نتائج الجدول السابق أن نموذج الانحدار معنوي من خلال قيمة $F = 8.166$ عند مستوى معنوية (0.000)، وبالنظر إلى قيمة معامل التحديد (0.037) ومن ثمّ فإن السمات النفسية والشخصية للمبحوث تفسر 3.7% من التباين في درجة المشاهدة الشرهه للدراما عبر المنصات الإلكترونية. كما جاءت قيمة $t = 4.009$ والتي توضح العلاقة بين البحث عن الإثارة وبين درجة المشاهدة الشرهه للدراما عبر المنصات الإلكترونية وهي دالة عند مستوى معنوية (0.000)، وبالنظر إلى متغير الحاجة إلى المعرفة فإنه غير دال إحصائياً، مما يعني أن البحث عن الإثارة أسهم بصورة مباشرة في التنبؤ بسلوك المشاهدة الشرهه للدراما عبر المنصات الإلكترونية وتفسير هذا السلوك. ومن ثمّ قبول الفرض الثاني جزئياً

حيث يسهم مستوى البحث عن الإثارة في تفسير سلوك المشاهدة الشرهة للدراما عبر المنصات الإلكترونية والتنبؤ به.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين حسب المتغيرات الديموغرافية (النوع، العمر، الحالة الاجتماعية، المستوى التعليمي، المستوى الاقتصادي) في مستوى المشاهدة الشرهة للأعمال الدرامية عبر المنصات الإلكترونية.

جدول رقم (22)

معنوية الفروق بين المبحوثين في مستوى المشاهدة الشرهة للدراما عبر المنصات الإلكترونية بحسب النوع

المتغيرات الديموغرافية	النوع	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	إحصائي الاختبار	درجة الحرية	مستوى المعنوية
النوع	ذكر	203	21.07	5.388	ت= 2.14-	425	0.033
	أنثى	224	22.21	5.548			

فيما يتعلق بمتغير النوع يشير الجدول السابق باستخدام اختبار (T Test) وبحساب قيمة ت = 2.14- عند درجة حرية = 425 ومستوى معنوية (0.033) مما يؤكد وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في مستوى المشاهدة الشرهة للأعمال الدرامية على منصات المشاهدة الإلكترونية وكان الفارق لصالح الإناث حيث بلغ المتوسط الحسابي للإناث (22.21) في مقابل المتوسط الحسابي للذكور (21.07) أي أن الإناث أكثر احتمالية وميلاً للمشاهدة الشرهة للأعمال الدرامية عبر المنصات الإلكترونية مقارنة بالذكور.

جدول رقم (23)

معنوية الفروق بين المبحوثين في مستوى المشاهدة الشرهة للدراما عبر المنصات الإلكترونية بحسب العمر

المتغيرات الديموغرافية	العمر	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	إحصائي الاختبار	درجة الحرية	مستوى المعنوية
العمر	18-23 سنة	170	22.64	5.484	ف= 3.337	423	0.019
	24-29 سنة	115	21.30	5.431			
	30-39 سنة	133	20.89	5.491			
	40-49 سنة	9	19.56	4.246			

وفيما يتعلق بمتغير العمر يشير الجدول السابق باستخدام تحليل التباين (ANOVA) وبحساب قيمة ف = 3.337 عند درجتى حرية 3، 423 ومستوى معنوية (0.019) مما يؤكد وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في مستوى المشاهدة الشرهة للأعمال الدرامية على المنصات الإلكترونية حسب متغير العمر.

جدول رقم (24)

معنوية الفروق بين المبحوثين في مستوى المشاهدة الشفهية للدراما عبر المنصات الإلكترونية بحسب الحالة الاجتماعية

مستوى المعنوية	درجة الحرية	إحصائي الاختبار	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المتغيرات الديموغرافية
0.006	3 423	ف= 5.258	5.406	22.01	320	أعزب/عزباء
			5.412	20.42	103	متزوج/متزوجة
			9.055	27.00	4	مطلق/مطلقة & أرمل/أرملة

وفيما يتعلق بمتغير الحالة الاجتماعية يشير الجدول السابق باستخدام تحليل التباين (ANOVA) وبحساب قيمة ف = 5.258 عند درجتى حرية 3، 423 ومستوى معنوية (0.006) مما يؤكد أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في مستوى المشاهدة الشفهية للأعمال الدرامية على المنصات الإلكترونية حسب الحالة الاجتماعية.

جدول رقم (25)

معنوية الفروق بين المبحوثين في مستوى المشاهدة الشفهية للدراما عبر المنصات الإلكترونية بحسب التعليم

مستوى المعنوية	درجة الحرية	إحصائي الاختبار	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المتغيرات الديموغرافية
0.391	3 423	ف= 1.004	9.192	20.50	2	تعليم أساسي
			4.726	20.33	3	تعليم متوسط
			5.231	21.44	323	تعليم جامعي
			6.255	22.48	99	فوق جامعي

وفيما يتعلق بمتغير المستوى التعليمي يشير الجدول السابق باستخدام تحليل التباين (ANOVA) وبحساب قيمة ف = 1.004 عند درجتى حرية 3، 423 ومستوى معنوية (0.391) مما يؤكد عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الأعلى تعليماً والأقل تعليماً في مستوى مشاهدتهم الشفهية للدراما عبر المنصات الإلكترونية.

جدول رقم (26)

معنوية الفروق بين المبحوثين في مستوى المشاهدة الشفهية للدراما عبر المنصات الإلكترونية بحسب المستوى الاقتصادي

مستوى المعنوية	درجة الحرية	إحصائي الاختبار	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المتغيرات الديموغرافية
0.640	3 423	ف= 0.446	5.132	22.03	133	منخفض
			5.725	21.42	144	متوسط
			5.602	21.59	150	مرتفع

وأخيراً فيما يتعلق بالمستوى الاقتصادي يشير الجدول السابق باستخدام تحليل التباين (ANOVA) وبحساب قيمة ف = 0.446 عند درجتى حرية 3، 423 ومستوى معنوية (0.640) وهي قيمة غير دالة ومن ثم فإنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في مستوى مشاهدتهم الشفهية للدراما عبر المنصات الإلكترونية حسب

المستوى الاقتصادي، أي أنه لا يوجد فروق بين المستوى الاقتصادي المرتفع والمنخفض والمتوسط في درجة المشاهدة الشرهه للدراما عبر المنصات الإلكترونية.

ومما سبق يمكن استخلاص أنه يمكن قبول الفرض الثالث جزئياً لأنه ثبت أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين حسب المتغيرات الديموغرافية (النوع – العمر – الحالة الاجتماعية) في مستوى المشاهدة الشرهه للأعمال الدرامية عبر المنصات الإلكترونية، بينما لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين حسب متغيرات (المستوى التعليمي – المستوى الاقتصادي).

ولاختبار مصدر الفروق بين المبحوثين حسب العمر، والحالة الاجتماعية في مستوى المشاهدة الشرهه للأعمال الدرامية عبر المنصات الإلكترونية، أجرت الباحثة اختباراً بعدياً PostHoc بطريقة LSD الذي أسفر عن النتيجة التي يعرضها الجدول التالي:

جدول رقم (27)

اختبار LSD لمصدر الفروق بين المبحوثين حسب العمر في مستوى المشاهدة الشرهه للدراما عبر المنصات الإلكترونية

المتغير	المجموعة	المجموعة المقارنة	الفارق بين المتوسطين	الخطأ المعياري	مستوى المعنوية
العمر	23-18 سنة	29-24 سنة	*1.337	0.658	0.043
		39-30 سنة	*1.752	0.631	0.006
		49-40 سنة	3.086	1.864	0.099
	29-24 سنة	39-30 سنة	0.417	0.694	0.548
		49-40 سنة	1.749	1.887	0.355
		39-30 سنة	1.332	1.877	0.479

* دال عند مستوى معنوية 0.05

يتضح من بيانات الجدول السابق أنه عند المقارنة بين المجموعات في الفئات العمرية المختلفة فإنه عند مقارنة من يقعون في (18 – 23) عام مع من يقعون في (24 – 29) عام كان الفارق بين المتوسطين بقيمة (1.337) وهو دال عند مستوى معنوية (0.043) وهو ما يعني أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة المشاهدة الشرهه للدراما عبر المنصات الإلكترونية بين من يقعون في الفئة العمرية (18 – 23) عام ومن يقعون في الفئة العمرية (24 – 29) عام، وعند مقارنة من يقعون في (18 – 23) عام مع من يقعون في (30 – 39) عام كان الفارق بين المتوسطين بقيمة (1.752) وهو دال عند مستوى معنوية (0.006) وهو ما يعني أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة المشاهدة الشرهه للدراما عبر المنصات الإلكترونية بين من يقعون في الفئة العمرية (18 – 23) عام ومن يقعون في الفئة العمرية (30 – 39) عام. في حين أنه عند مقارنة باقي المجموعات لم يكن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في درجة مشاهدتهم الشرهه للدراما عبر المنصات الإلكترونية. وتؤكد هذه النتيجة أن الفئة العمرية الأصغر (18-23) عام تختلف بشكل دال عن بعض الفئات الأكبر سناً مما يعكس تباينات في مستوى المشاهدة الشرهه للدراما عبر المنصات الإلكترونية.

جدول رقم (28)

اختبار LSD لمصدر الفروق بين المبحوثين حسب الحالة الاجتماعية في مستوى المشاهدة الشرهه للدراما عبر المنصات الإلكترونية

المتغير	المجموعة	المجموعة المقارنة	الفارق بين المتوسطين	الخطأ المعياري	مستوى المعنوية
الحالة الاجتماعية	أعزب/عزباء	متزوج/متزوجة	1.589*	0.616	0.010
		مطلق/مطلقة، أرمل/أرملة	-4.994	2.738	0.069
	متزوج/متزوجة	مطلق/مطلقة، أرمل/أرملة	-6.583*	2.773	0.018

* دال عند مستوى معنوية 0.05

يتضح من بيانات الجدول السابق أنه عند المقارنة بين المجموعات فيما يتعلق بالحالة الاجتماعية فإنه عند مقارنة من هم في فئة أعزب/عزباء مع متزوج/متزوجة كان الفارق بين المتوسطين بقيمة (1.589) وهو دال عند مستوى معنوية (0.010) وهو ما يعني أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة المشاهدة الشرهه للدراما عبر المنصات الإلكترونية بين المجموعة التي تقع في فئة أعزب/عزباء وبين المجموعة التي تقع في فئة متزوج/متزوجة، وعند مقارنة المبحوثين الذين يقعون في فئة متزوج/متزوجة بفئة مطلق/مطلقة، وأرمل/أرملة كان الفارق بين المتوسطين بقيمة (-6.583) وهو دال عند مستوى معنوية (0.018) وهو ما يعني أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة المشاهدة الشرهه للدراما عبر المنصات الإلكترونية بين فئة متزوج/متزوجة وبين المجموعة التي تقع في فئة مطلق/مطلقة، وأرمل/أرملة.

ثالثاً: مناقشة نتائج الدراسة الميدانية

1- أنماط المشاهدة الشرهه للدراما عبر المنصات الإلكترونية: تحليل تفضيلات الجمهور واختياراته في ضوء السمات الشخصية والخصائص الديموغرافية

كشفت نتائج الدراسة أن أكثر من نصف العينة (55.3%) يتمتعون بمستوى متوسط من المشاهدة الشرهه للدراما عبر المنصات الإلكترونية، ونسبة (14.5%) يتمتعون بمستوى مرتفع، في حين أن (30.2%) من مفردات العينة لديهم مستوى منخفض من المشاهدة الشرهه للدراما عبر المنصات الإلكترونية. تعكس هذه النسب تفاوتاً وتنوعاً كبيراً بين المبحوثين في درجة مشاهدتهم الشرهه للدراما عبر المنصات الإلكترونية وقد يرجع ذلك من وجهة نظر الباحثة إلى طبيعة مفردات العينة نفسها فالنسبة الأكبر من المبحوثين (39.9%) تقع في الفئة العمرية من 18 – 23 عام أي أن نسبة كبيرة منهم لا تزال تدرس وهو ما يعكس مدى انشغالهم على مدار الأسبوع في الدراسة والعمل، وقد يرجع ذلك أيضاً إلى طبيعة الأعمال الدرامية التي يشاهدونها، واسلوب البث الذي تعتمد عليه العديد من المنصات لأعمالها الدرامية فهناك أعمال يتم بث موسمها بشكل كامل دفعة واحدة، وهناك أعمال يتم بث حلقة واحدة منها إسبوعياً، وهناك أعمال يتم بث من حلقتين إلى ثلاث حلقات إسبوعياً، هذا بالإضافة إلى ظروف المشاهد نفسه وطبيعة حالته النفسية ووقت الفراغ المتاح له للمشاهدة. كل هذه العوامل مجتمعة قد تخلق

أنماط مشاهدة مختلفة لدى المشاهدين تسمح لهم بوجود تفاوت في عدد الحلقات التي يشاهدونها وعدد الساعات التي يقضونها أمام تلك المنصات لمشاهدة الدراما.

قامت الدراسة باختبار تأثير بعض السمات الشخصية والنفسية للمبحوثين على سلوك المشاهدة الشفهية للدراما عبر المنصات الإلكترونية، وأظهرت نتائج الدراسة أن مستوى البحث عن الإثارة هو أحد السمات الشخصية القادرة على تفسير سلوك المشاهدة الشفهية للدراما عبر المنصات الإلكترونية والتنبؤ به بينما لم يكن هناك تأثير لمتغير الحاجة إلى المعرفة. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Shim, Hongjin & Kim, Ki Joon, 2018) التي أثبتت أن درجة البحث عن الإثارة تتنبأ بسلوك المشاهدة الشفهية حيث كان الأفراد أصحاب المستوى العالي من البحث عن الإثارة أكثر عرضة للانخراط في سلوك المشاهدة الشفهية مقارنةً بذوي المستوى المنخفض من البحث عن الإثارة. بينما تختلف هذه النتيجة مع دراسة (Shim, Hongjin, et al., 2018) التي أثبتت أن الحاجة إلى المعرفة له تأثير إيجابي على سلوك المشاهدة الشفهية للدراما عبر منصات المشاهدة الإلكترونية.

وقامت الدراسة كذلك باختبار طبيعة العلاقة بين الخصائص الديموغرافية ودرجة المشاهدة الشفهية للدراما عبر المنصات الإلكترونية، وتوصلت الدراسة إلى أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين حسب المتغيرات الديموغرافية (النوع – العمر – الحالة الاجتماعية) في مستوى المشاهدة الشفهية للأعمال الدرامية عبر المنصات الإلكترونية، وأظهرت الدراسة أنه كلما زاد العمر كلما قلت درجة المشاهدة الشفهية للدراما عبر المنصات الإلكترونية، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (Wang, Weipu,) (2019) والتي أثبتت أن كبار السن أكثر ميلاً إلى ممارسة سلوك المشاهدة الشفهية لتخفيف الشعور بالملل.

2- منصات العرض ونوع المحتوى: محددات اختيار المشاهدين في بيئة الإعلام الرقمي

توصلت نتائج الدراسة إلى أن نسبة (30.4%) من المبحوثين غير مشتركين في أي من منصات المشاهدة المدفوعة في مقابل (69.6%) مشتركين في المنصات المدفوعة، وتنوعت المنصات المدفوعة التي يشاهد المبحوثون الدراما من خلالها وكان لمنصة WATCH IT النصيب الأكبر من المشتركين يليها منصة Shahid ثم منصة Netflix بفارق كبير بينهم وبين المنصات المدفوعة الأخرى، وقد يرجع ذلك من وجهة نظر الباحثة إلى أن هذه المنصات الثلاثة التي تستحوذ على النسبة الأكبر من الاشتراكات هي منصات تقوم بشكل أساسي على إنتاج العديد من الأعمال الحصرية الخاصة بالمنصة لذا هناك إنتاجات كثيفة ومتنوعة على مدار العام، كما أنها المنصات الأكثر شهرة إضافة إلى الصفقات التي تعقدها تلك المنصات مع شركات الاتصالات والتي تتيح للمشاركين في البداية تجربة تلك المنصات لفترة مجانية ضمن سياق الخدمات المُجمعة Bundle Services فعلى سبيل المثال شركة فودافون تتيح لكل عملاء نظام Flex الاشتراك المجاني في منصات WATCH IT وشahid وكذلك شركة المصرية للاتصالات تتيح لكل عملاء We موبايل الاشتراك في خدمة WATCH IT مقابل تكلفة شهرية بسيطة.

أما على مستوى منصات المشاهدة الإلكترونية المجانية فقد توصلت نتائج الدراسة إلى أن موقع YouTube جاء في مقدمة المواقع المجانية التي يشاهد المبحوثون الدراما من خلاله وقد يرجع ذلك إلى تنوع الأعمال الدرامية الموجودة على الموقع بأجزائها الكاملة وبقدرة على التحكم في جودة المحتوى كما أن الإعلانات التي تتخلل الأعمال الدرامية قصيرة ويمكن تخطيها بعد بضع ثواني، وجاءت العديد من منصات المشاهدة المُقرصنة مثل موقع Cima4u وموقع Egybest وكذلك قنوات التليجرام المختلفة وموقع Arabseed في مقدمة المواقع التي يشاهد المبحوثون الدراما من خلالها وقد يرجع ذلك من وجهة نظر الباحثة إلى أن هذه المواقع الآن يمكن من خلالها مشاهدة أحدث الأعمال الدرامية المطروحة في السوق في نفس وقت بثها على المنصات المدفوعة بالإضافة إلى خلو بعضها من الإعلانات، كما أن قنوات التليجرام تتيح خيارات مشاهدة مختلفة إما من خلال لينك يمكن من خلاله توجيه الفرد بشكل مباشر لمشاهدة الدراما أو من خلال تنزيل هذه الحلقات وتحميلها على الهاتف أو الكمبيوتر الشخصي، كما أصبح هناك العديد من القنوات على التليجرام التي تحمل أسماء المسلسلات وبالتالي فهي لا تشكل صعوبة في عملية البحث فبمجرد البحث باسم المسلسل تظهر القناة التي يمكن مشاهدة العمل الدرامي من خلالها. وهو ما أصبح يشكل تهديداً وتحدياً أمام المنصات المدفوعة لأن المواقع المقرصنة أصبحت تشكل نسبة كبيرة من عادات مشاهدة المبحوثين للدراما وهو ما قد يكون له تأثير كبير على أنظمة عمل المنصات المدفوعة ونماذجها الاقتصادية المختلفة **Business Model**. وجاء موقع Facebook من ضمن المواقع التي يشاهد المبحوثون الدراما من خلاله ولكن بنسبة أقل من المواقع السابق ذكرها وهذا يرجع من وجهة نظر الباحثة إلى طبيعة التطبيق نفسه فهو تطبيق متخصص في التواصل الاجتماعي بالإضافة إلى عدم تواجد العديد من المسلسلات عليه وإن تواجدت فلا تتواجد حلقاتها كاملة.

اللافت للانتباه في نتائج الدراسة هو أن نسبة كبير من مفردات العينة التي ذكرت أنها مشتركة في المنصات المدفوعة تقوم كذلك بمشاهدة الدراما من خلال التطبيقات المجانية أو المواقع المقرصنة وهو ما يمكن تفسيره في إطار أن المبحوث قد يشترك في منصة واحدة أو أكثر وفقاً للظروف المعيشية والاقتصادية للفرد والأسرة ولكنه عندما يشترك في منصة واحدة لا يمكنه الوصول إلى معظم محتوى المنصات الأخرى وخاصة أعمالهم الأصلية لذا قد يلجأ المبحوثون إلى مواقع المشاهدة المجانية أو المواقع المقرصنة لمشاهدة محتوى معظم المنصات الأخرى الغير مشترك بها. كما أن هناك العديد من المنصات المدفوعة مثل منصة HBO Max غير متاحة في مصر، وفي وقت إجراء الدراسة الحالية (ديسمبر 2024) لم تكن منصة Apple+ متاحة على جميع الأجهزة ولكن لمن يمتلك iPhone فقط. ولذا فإن بعض المشاهدين قد يلجأوا للتطبيقات المجانية والمواقع المقرصنة لمشاهدة محتوى مثل هذه المنصات التي لا يمكنهم الوصول إليها والاشتراك بها. كما أن المواقع المقرصنة والمجانية الآن تعرض الأعمال الدرامية غالباً في نفس وقت بثها على المنصات المدفوعة أو بعدها بساعات

قليلة مما يوفر للأفراد فرصة المشاهدة الحصرية ومواكبة كل ما هو جديد على المنصات المدفوعة.

وفيما يتعلق بأنواع الدراما التي يُفضل المبحوثون مشاهدتها عبر المنصات الإلكترونية فقد توصلت نتائج الدراسة إلى أن الدراما المصرية جاءت في الصدارة وهو ما يمكن تفسيره في إطار تميز الأعمال الدرامية المصرية دومًا على مستوى القصة والحبكة والتمثيل وكافة مكونات العمل الفني، كما أن هناك زيادة مطردة في عدد المسلسلات المصرية التي يتم إنتاجها في الفترة الأخيرة وخاصة تلك الأعمال الأصلية للعديد من المنصات المدفوعة مثل WATCH iT و Shahid بالإضافة إلى أن المنصات المدفوعة أتاحت الفرصة لوجود كبار الممثلين في الأعمال الدرامية التي تُعرض من خلالها مما ساهم في نجاح الأعمال المصرية وانتشارها. جاء بعد ذلك الدراما الأمريكية في قائمة تفضيلات المبحوثين وهو ما يرجع إلى كثافة الإنتاج الدرامي الأمريكي وقيام منصة Netflix والعديد من المنصات العالمية بالعديد من الإنتاجات الأصلية الجديدة كما أنه يتم التسويق لهذه المسلسلات بشكل فعال. تلى ذلك الدراما التركية وهو ما يعكس ذبوع وانتشار الدراما التركية على الرغم من طول مدة حلقاتها في العادة إلا أنها تحظى بنسبة متابعة كبيرة. ثم الدراما الكورية وهو ما يعود إلى طبيعة هذه المسلسلات والموضوعات التي تتناولها والتي تتميز بقصر عدد حلقاتها وطبيعة المسلسلات نفسها التي تبتعد عن الحشو والمط والتطويل.

أما عن نوعية الدراما التي يُفضل المبحوثون مشاهدتها بشراهة فقد أثبتت نتائج الدراسة أن النسبة الأكبر من المبحوثين تُفضل مشاهدة الدراما الاجتماعية بشراهة ويمكن تفسير ذلك أن هذا النوع من الدراما هو الأقرب إلى الحياة وتفصيلها وتتسم بالواقعية بدرجة كبيرة فالفرد يشعر وكأنه جزء من هذه الدراما وأن أحداثها شبيهة بتلك التي يمر بها في حياته اليومية. اللافت للانتباه هو تساوي نسبة المبحوثين الذين يفضلون مشاهدة دراما الجريمة والكوميديا بشراهة ويمكن تفسير ذلك في ضوء أن مسلسلات الجريمة دائمًا ما ترتبط بالغاز لمعرفة المجرم أو المتسبب في الحادث لذا فهي تتسم بالتشويق المستمر والنهايات المثيرة وغير المتوقعة لذا قد يجد الفرد نفسه يستهلك عدد كبير من الحلقات بدافع الفضول والوصول إلى الحل. أما بالنسبة للكوميديا ومشاهدتها بشراهة فيمكن تفسير ذلك من وجهة نظر الباحثة أن الكوميديا تعمل على تسليّة المشاهدين وتجعلهم ينسون المسؤوليات والمتاعب والضغوطات التي يواجهونها في الحياة اليومية لذا فإن مشاهدة هذا النوع من الدراما بشراهة يمثل فاصل من الضحك والكوميديا في حياة الأفراد التي تكون مليئة بالضغوط، هذا بالإضافة إلى التطور الكبير على مستوى الكتابة في الدراما الكوميديّة، فتلك الدراما لم تعد تعتمد على النكات فقط ولكن تقوم بتوظيف كوميديا الموقف نفسه في إطار اجتماعي خفيف يعكس حس الدعابة للشعب المصري في مواجهة مشكلاته اليومية. جاء بعد ذلك الأكشن كأحد النوعيات التي يفضل المبحوثون مشاهدتها بشراهة ويرجع ذلك من وجهة نظر الباحثة إلى طبيعة مسلسلات الأكشن والحركة التي تقوم بتوظيف التشويق بالإضافة إلى تقنيات التصوير والمونتاج المتطورة للحركة والأكشن وتصميم المعارك التي تعتمد على القطعات السريعة والتنوع

في أحجام اللقطات وتوظيف الموسيقى التصويرية التي تخلق جو من الحماس والأكشن طوال الوقت. ثم تلى ذلك الدراما الرومانسية التي يُفضل المبحوثون مشاهدتها بشراهة ويمكن تفسير ذلك في إطار الحالة الشعورية التي تخلقها العديد من المسلسلات الرومانسية لدى المشاهدين والتي تجعلهم ينفصلون عن عالمهم الواقعي ويعيشون في عالم مليء بالمشاعر والعواطف التي قد يفتقدونها في حياتهم اليومية. وتتفق هذه النتائج مع دراسة (Ferchaud , Arienne. 2018) التي أثبتت أن الدراما والإثارة والغموض هي نوعية المحتوى الأكثر عرضة للإدراج ضمن المحتوى الذي يُفضل المشاهدون مشاهدته بشراهة. ودراسة (Asmael, Abdullah Ahmad. 2018) التي أثبتت أن الدراما يليها الكوميديا هي النوعيات الدرامية المفضلة التي يشاهدها الأفراد بشراهة. وهو ما أثبتته كذلك دراسة (Boca, Paul. 2019) حيث ترتبط معظم جلسات المشاهدة الشفهية بمسلسلات كوميدية.

3- المشاهدة الشفهية للدراما عبر المنصات الإلكترونية والإشباع العاطفية المُتحققة منها:

أثبتت الدراسة ارتفاع مستوى الإشباع العاطفية الناتجة عن مشاهدة الدراما بشراهة عبر المنصات الإلكترونية بشكل عام (التعبير عن المشاعر، الاستمتاع، الإلهام والتأمل، التشويق، الارتباط بالشخصية، المشاركة الاجتماعية للعواطف، الحزن التعاطفي) ولكن يُلاحظ أن أكثر من ثلثي العينة سجلت مستوى مرتفع من إشباع الاستمتاع بنسبة (78.9%)، وسجل نسبة (64.9%) من المبحوثين مستوى مرتفع من التشويق والإثارة الناتج عن المشاهدة الشفهية للدراما وهي نتيجة منطقية وتتماشى مع طبيعة الدراما كقالب فني يعمل على جذب المشاهدين وخلق حالة مستمرة من التوتر والتشويق والتفكير المستمر لمتابعة العمل حتى نهايته، بينما سجل أكثر من نصف العينة مستوى مرتفع من إشباع الإلهام التأمل (51.8%) والارتباط بالشخصية (53.9%) والحزن التعاطفي (50.8%). وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Podgorelec, Vesna Karuza. 2020) التي أثبتت أنه من بين دوافع الإشباع العاطفي، حصلت دوافع المتعة والإثارة والتشويق على النسبة الأكبر من دوافع مشاهدة المبحوثين للدراما بشراهة. كما تتفق هذه النتيجة مع دراسة (Bhatti , Muhammad Ahsan, Khalid, Rania & Khalid, Aqsa,) (2022) ودراسة (DEMİRKOL, ANIL, 2021) حيث تُثبت أن أهم الدوافع العاطفية للانخراط في سلوك المشاهدة الشفهية تتمثل في الشعور بالفضول والاندماج مع الشخصيات والأحداث الدرامية والارتباط بالقصة الدرامية والانغماس فيها.

مقترحات الدراسة:

أ- على مستوى الاتجاهات البحثية:

- أثبتت نتائج الدراسة مدى بروز ظاهرة المشاهدة الشفهية لدى عينة الدراسة وخاصةً بين فئة الشباب، مما يقتضي إجراء مزيد من الدراسات للتعرف على مدى تأثير هذه الظاهرة على الصحة النفسية والجسدية لأفراد المجتمع.

- إجراء مزيد من الدراسات باستخدام مقياس الإشباع العاطفية نظراً لأن معظم جلسات المشاهدة الشفهية ترتبط أكثر بعوامل تتعلق أكثر بالعواطف وما يشعر به الفرد أثناء مشاهدة الدراما.
 - الاهتمام بدراسة تأثير العوامل الشخصية والسمات الفردية على مستوى المشاهدة الشفهية لدى الأفراد، للوقوف على أبرز الفروق الفردية التي تساهم في شيوع هذه الظاهرة. وتساعد كذلك على تصنيف المشاهدين الشفهيين وفقاً لسماتهم النفسية والشخصية.
 - إجراء المزيد من البحوث الكيفية من خلال المقابلات المتعمقة مع خبراء علم نفس واجتماع بهدف تحديد أبرز التأثيرات النفسية والاجتماعية لظاهرة المشاهدة الشفهية للدراما عبر منصات المشاهدة الإلكترونية.
- ب- على مستوى المجال التطبيقي:**
- ضرورة قيام منصات المشاهدة الإلكترونية المصرية والعربية بالتنوع في استراتيجيات بث الأعمال الدرامية الخاصة بها، والاعتماد الكامل على البيانات في تحديد استراتيجية الإطلاق التي سيعتمدون عليها في بث أعمالهم.
 - الاعتراف بنمط المشاهدة الشفهية من قبل منصات المشاهدة الإلكترونية المحلية والعربية ومحاولة وضع تعريف محدد لها واستغلال البيانات المتاحة لديهم لمعرفة نوعية الجمهور الذي يشاهد الدراما بشراهة ونوعية الإنتاج الذي يجذبه للاستهلاك بشراهة وبالتالي التوسع في إنتاج هذه النوعية من الدراما بما يحقق انتشاراً أكثر للمنصات ورواجاً لأعمالها.
 - ضرورة استفادة التلفزيون التقليدي من التطور الذي يحدث في عالم منصات المشاهدة وبالتالي محاولة التكامل معها بشكل أكبر، والعودة لفكرة عرض عدد أكبر من حلقات الأعمال الدرامية دفعةً واحدة في التلفزيون التقليدي كما كان يحدث قديماً في أيام العطلات والأجازات.

مراجع الدراسة

أولاً: المراجع العربية

- ريهام سامي يوسف. (2020). مشاهدة الشباب المصري الشرهة لخدمات البث التلفزيوني عبر الإنترنت: دراسة كيفية، مجلة البحوث الإعلامية، (55)، 1765 – 1796. (كلية الإعلام، جامعة الأزهر).
- عزة عبد العظيم أحمد. (2023). عادات المشاهدة الماراثونية عبر الإنترنت بين الإماراتيين: دراسة كمية وكيفية. مجلة العلوم الاجتماعية. 51(2)، 240 – 271. (جامعة الكويت)
- عمرو محمد محمود عبد الحميد. (2019). دوافع المشاهدة المفرطة للمحتوى الدرامي بمنصات البث الرقمي وتأثيراتها على المستخدمين. المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، (18)، 325 – 389.
- فضيلة تومي. (2022). كيف غيرت المنصات الرقمية الدراما في العالم؟ في ظل ثنائية الإنتاج والتلقي. مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، 14(1)، 287 – 296.
- محمد محمد عبده بكير. (2023). المشاهدة الشرهة للمسلسلات الدرامية عبر المنصات الرقمية وعلاقتها بتشكيل الحالة المزاجية للأسر العربية: دراسة مسحية في إطار نظريتي التعرض الانتقائي وإدارة المزاج العام. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، 22 (2)، 337-382. (كلية الإعلام جامعة القاهرة)

ثانياً: المراجع الأجنبية

- Almakaty, Safran Safar. (2025). A Comprehensive and Critical Literature Review on Uses and Gratification Theory in the Digital Media Age. Preprints, DOI:10.20944/preprints202503.2033.v1
- Asmael, Abdullah Ahmad. (2018). Binge Watching Motivations: A Survey of Content Users, MA, Arkansas State University.
- Bartsch, Anne. (2012). Emotional gratification in entertainment experience: Why viewers of movies and television series find it rewarding to experience emotions. *Media Psychology*, 15(3), 267–302.
- Bhatti, Muhammad Ahsan., Khalid, Rania. & Khalid, Aqsa. (2022). Motivations Behind Binge-Watching among Youth and the Gratisfications Achieved, *Pakistan Journal of Social Research*, 4(3), 642-651.
- Boca, Paul. (2019). Good Things Come to Those Who Binge: An Exploration of Binge-Watching Related Behavior. *Journal of Media Research*, 12(2), 5 – 31.
- Conlin, Lindsey. (2015). There goes the weekend: Understanding Television Binge-Watching. PhD. the College of Communication and Information Sciences, University of Alabama.
- DEMİRKOL, ANIL. (2021). A Qualitative Investigation of Binge-Watching among University Students: Before and After The Covid-19 Pandemic. PhD, The Graduate School of Social Sciences, Middle East Technical University.
- Dickinson, Karen. (2015). Confessions of the Millennial Binge – Viewer: An Examination of the TV Show Binge-Viewing Phenomenon. MA, Faculty of California State University.
- Du, Shengwei. Hashimm Norliana & Kamarudin, Syafila. (2024). Digital and Social Interaction: A Systematic Literature Review of TikTok's Appeal via Uses and Gratisfications Theory. *Pakistan Journal of Life and Social Sciences*, 22(2), 8113- 8129.
- Feeney, Nolan. (2014). When, exactly, does watching a lot of Netflix become a 'binge'?. *The Atlantic*, Accessed 10th Nov, 2023 from

- <https://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2014/02/when-exactly-does-watching-a-lot-of-netflix-become-a-binge/283844/>
- Ferchaud, Arienne. (2018). Binge and Bingeability: The Antecedents and Consequences of Binge Watching Behavior. PhD, The Pennsylvania State University.
- Flayelle, Maèva, Muraige, Pierre, Vögele, Claus, Karila, Laurent & Billieux, Joël. (2019). Time for a Plot Twist: Beyond Confirmatory Approaches to Binge-Watching Research. *Psychology of Popular Media Culture*, 8(3), 308-318.
- Jenner, Mareike. (2018). Netflix and the Re-invention of Television. Palgrave Macmillan, Switzerland.
- Jenner, Mareike. (2020). Researching Binge-Watching. *Critical Studies in Television: The International Journal of Television Studies*, 15(3), 267–279.
- Jr, Kelly Merrill & Rubenking, Bridget. (2019). Go Long or Go Often: Influences on Binge Watching Frequency and Duration among College Students. *Journal of Social Science*, 8(10), 1 – 12.
- Kulak, Önder. (2020). The binge-watching experience on Netflix. *Journal of Art, Design & Science*, (24), 45-55.
- Merikivi, Jani, Bragge, Johanna, Scornavacca, Eusebio, & Verhagen, Tibert. (2019). Binge-watching serialized video content: a transdisciplinary review. *Television and New Media*, 21(7), 1 – 15.
- Mikos, Lothar. (2016). Digital Media Platforms and the Use of TV Content: Binge Watching and Video-on-Demand in Germany. *Media and Communication*, 4(3), 154-161.
- Panda, Swati & Pandey, Satyendra. (2017). Binge watching and college students: motivations and outcomes. *Young Consumers*, 18(4), 425-438.
- Pittman, Matthew & Sheehan, Kim. (2015). Sprinting a media marathon: Uses and gratifications of binge-watching television through Netflix. *PEER REVIEWED JOURNAL ON THE INTERNET*, 20(10).
- Podgorelec, Vesna Karuza. (2020). Why binge-watching? The prominent motives and analysis of the motivating hedonic and eudaimonic elements of emotional gratification in a binge-watching experience. *Media Studies*, 11(21), 3 – 23.
- Ramayan, Srikumar, Estella, Angello Louise Munsayac & Abida, Intan. (2018). The Effects of Binge Watching on Interpersonal Communication among Department of Communication and Liberal Arts (DCLA) Students, *Ideology*, 3(3), 127-143.
- Rubenking, Bridget & Bracken, Cheryl Campanella. (2021). Binge watching and serial viewing: Comparing new media viewing habits in 2015 and 2020. *Addictive Behaviors Reports*, (14), 1 – 5.
- Shim, Hongjin & Kim, Ki Joon. (2018). An exploration of the motivations for binge-watching and the role of individual differences. *Computers in Human Behavior*, (82), 94 – 100.
- Shim, Hongjin, Lim, Sohye, Jung, Eunjean Elizabeth & Shin, Euikyung. (2018). I hate binge-watching but I can't help doing it: The moderating effect of

- immediate gratification and need for cognition on bingewatching attitude-behavior relation. *Telematics and Informatics*, (35), 1971 – 1979.
- Snyder, Rachael, (2016). *Binge On: The Phenomenon of Binge Watching*, HON499 projects. 3. 1 – 37. Retrieved from: http://digitalcommons.lasalle.edu/honors_projects/3
- Song, Lianlian, Zhang, Qiuxiang, Hu, Baixue & Mou, Jian. (2022). To resist or to purchase: The causal mechanism of binge-watching and program purchase. *Journal of Retailing and Consumer Services*, (68), 1 – 16.
- Starosta, Jolanta A. & Izydorczyk, Bernadetta. (2020). Understanding the Phenomenon of Binge-Watching—A Systematic Review. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(12), 1 – 16.
- Steiner, Emil & Xu, Kun. (2018). Binge-watching motivates change: Uses and gratifications of streaming video viewers challenge traditional TV research. *The International Journal of Research into New Media Technologies*, 26(1), 82 - 101.
- Stephenson, Michael T, Et.al. (2007). The reliability and validity of the Brief Sensation Seeking Scale (BSSS-8) with young adult Latino workers: implications for tobacco and alcohol disparity research. *Addiction*, (102), 79-91.
- Syafira, Shofwah & Dharmmesta, Basu Swastha. (2024). Video-On-Demand Streaming Services Subscribtion Antecedents and Consequences: The Uses and Gratification Theory Approach. *Journal of Indonesian Economy and Business*, 39(3), 3, 256-281.
- Thompson, Margaret E. (1995). The Impact of Need for Cognition on tThinking about Free Speech Issues. *Journalism and Mass communication Quarterly*, 72(4), 934-947.
- Wagner, Charles N., (2016). *Glued to the Sofa": Exploring Guilt and Television Binge-Watching Behaviors*. Communication Honors Theses. 11. Accessed 10th Nov, 2023. From: http://digitalcommons.trinity.edu/comm_honors/11
- Walton-Pattison, Emily, Dombrowski, Stephin U & Presseau, Justin. (2018). ‘Just one more episode’: Frequency and theoretical correlates of television binge watching. *Journal of Health Psychology*, 23(1), 17–24.
- Wang, Weipu. (2019). *Is Binge Watching Bad for You? Escapism, Stress, Self-Control and Gratifications*. MA, Brigham Young University.
- Wingralek, Zuzanna. Et al. (2022). Streaming trap – the occurrence of the phenenom of binge-watching and the mean world syndrome: a narrative review. *Curr Probl Psychiatry*, 23(3), 118 – 127.
- Yetter, Casey B. (2018). *Motives of Alone Versus Group Binge Watching with the Uses and Gratifications Approach*. MA, Sam Houston State University.
- Zündel, Jana. (2019). Serial skipper: Netflix, binge-watching and the role of paratexts in old and new ‘televisions’. *Journal of Audience & Reception Studies*, 16(2), 196 – 219.