

كثافة مشاهدة الجمهور المصري للمحتوى الدرامي عبر المنصات الرقمية وتأثيرها على إدراك واقع القضايا المجتمعية

د. نهله حلمي محمد عبد الكريم*

ملخص البحث

تتحدد مشكلة الدراسة في "التعرف على حرص الجمهور المصري على متابعة المحتوى الدرامي التي يبث عبر المنصات الرقمية والتي تقدم القضايا المجتمعية في إطار التعبير عن الواقع الاجتماعي المصري الذي تحكمه قيم وثقافة معينة، فضلاً عن إدراكه لأهمية هذه المنصات الرقمية وقبولها في التفاعل مع المحتوى الدرامي والحصول عليه عبرها في إطار تحديد سهولة استخدامها ومنافعها وفوائدها المتوقعة وكذلك عوامل الأمان التي تمتاز بها هذه المنصات الرقمية، وتعتمد على نموذج تقبل تكنولوجيا المعلومات. TAM) Technology Acceptance Model) الذي يفترض أن قبول تكنولوجيا المعلومات من قبل الأفراد يتوقف على النوايا السلوكية باتجاه المحتوى الإعلامي المستخدم، وأن هذا الاستخدام يتشكل من إدراك الفرد لأهمية الاستخدام، ومن إدراكه لسهولة استخدام النظام، وهنا المنصات الرقمية التلفزيونية.

ويتشكل مجتمع الدراسة من الجمهور المصري المستخدم للمنصات الرقمية التلفزيونية التي يبث عبرها المحتوى الدرامي، وتم سحب عينة متاحة من 400 مفردة من الجمهور المصري لمن هم فوق 18 عاماً من مختلف المستويات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية وغيره، وكان التوزيع الإلكتروني. ويتضح من نتائج الدراسة أن معدل مشاهدة الدراما على المنصات الرقمية التلفزيونية مرتفعاً نوعاً ما، والذي يحظى بمعدلات مشاهدة مرتفعة، نظراً لأنها تقدم محتوى درامي مختلف يتسم بالحرية والجرأة في المعالجة الدرامية عما يقدم في القنوات التلفزيونية التقليدية، كما يتضح أن مشاهدة عبر الوسائل التكنولوجية جاءت بشكل مرتفع من قبل عينة الدراسة وخاصة الهواتف المحمولة الذكية، كما كشفت الدراسة عن تأثير قبول عينة الدراسة للخصائص التكنولوجية للمنصات الرقمية على ارتفاع كثافة مشاهدة المحتوى الدرامي بالمنصات الرقمية، وكذلك تأثير قبول عينة الدراسة للخصائص التكنولوجية للمنصات الرقمية على تشكيل إدراك عينة الدراسة للقضايا المجتمعية، وكذلك وجود تأثير قبول عينة الدراسة للخصائص التكنولوجية للمنصات الرقمية على تشكيل اتجاهات عينة الدراسة نحو هذه الوسيلة عن غيرها في متابعة المحتوى الدرامي، وتوصى الدراسة بأهمية تطوير المحتوى الدرامي المقدم عبر المنصات الرقمية التلفزيونية بما يتواءم مع احتياجات ومتطلبات المجتمع المصري التي هي متغيرة وفقاً للظروف التي يواجهها المجتمع، وكذلك الاهتمام بالجانب التقني والتكنولوجي في تقديم دراما تلفزيونية جذابة شكلاً من ناحية التقنية.

* مدرس بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا

The intensity of the Egyptian audience's viewing of dramatic content through digital platforms and its influence on realizing the reality of societal issues

Abstract

The problem of the study is determined by “recognizing the Egyptian public's interest to follow the dramatic content broadcasting on digital platforms that presents societal issues which deal with the Egyptian social reality that is governed by certain values and culture, as well as its awareness of the importance of these digital platforms and the public acceptance in interacting with the dramatic content.

The study is based on the Information Technology Acceptance Model (TAM) which assumes that the acceptance of information technology by individuals depends on the behavioral intentions towards the media content used and this used is consisting of the individual's awareness of the importance of use, and from the awareness of the ease of use of the system, which means here the digital television platforms.

The study community consists of the Egyptian audience who uses the digital television platforms through which dramatic content is broadcasting. An available sample of 400 individuals from the Egyptian public was drawn for those over 18 years of age from various economic, social, political and other levels, and the distribution was electronic.

It is clear from the results of the study that the rate of watching drama on digital television platforms is rather high, which enjoys high viewing rates, because of offering different dramatic content that is characterized by freedom and confidence in dramatic treatment than what is presented in traditional television channels, and it is also clear that watching through technological means came in a High manner by the study sample, especially smart mobile phones.

The study also revealed the effect of the study sample's acceptance of the technological characteristics of digital platforms on the high intensity of watching dramatic content on digital platforms, as well as the effect of the study sample's acceptance of the technological characteristics of digital platforms on shaping the study sample's perception of societal issues, as well as the presence of The impact of the study sample's acceptance of the technological characteristics of digital platforms on the formation of the study sample's attitudes towards this medium from others in following up on the dramatic content.

The study recommends the importance of developing the dramatic content presented on TV digital platforms which presents the needs and requirements of the Egyptian society, which are changing according to the conditions that society facing, as well as paying attention to the technical and technological aspect of presenting an attractive TV drama in terms of technology.

مقدمة:

تحظى الدراما بارتفاع معدلات مشاهدتها من قبل الجمهور المصري سواء أفلام أو مسلسلات، خاصة في ظل تعدد القنوات الفضائية المتخصصة في مجال الدراما ومشاهدتها عبر الإنترنت، ومؤخرًا تشهد مصر تطورًا حديثًا في عرض الأعمال الدرامية التلفزيونية وكذلك الأفلام عبر المنصات الرقمية الإلكترونية، وذلك بعد الحضور القوي للمنصات الرقمية في الوطن العربي في الآونة الأخيرة وحصولها على حقوق بث بعض الأعمال بشكل حصري، حيث تشهد المنصات الرقمية الجمهور العربي والمصري على مشاهدة الأعمال الفنية في أي وقت، وكانت البداية من خلال موقع الفيديوهات الشهير "يوتيوب"، ليتم الانتقال بعدها إلى منصة "شاهد نت" التي تمتلكها mbc، وبعدها watch it التي تمتلكها مصر.

وأصبحت المنافسة بين الأعمال الدرامية ليس متوقعًا على تلك التي تعرض بشكل حصري على بعض القنوات الفضائية بل والتي تعرض من خلال تلك المنصات، كما أن هذه المنصات تمثل تحديًا أمام موقع اليوتيوب في متابعة الجمهور للأعمال الدرامية عبرها، فيمكن القول أن المنصات الرقمية تلبي حاجة المستهلكين الثقافية والترفيهية.

والقائمون على هذه المنصات الرقمية الحديثة لديهم رؤية مختلفة وفكر جديد في المشاركين في الأعمال الفنية، ومن يمكنه أن يحقق مشاهدة عالية فيها وبالتالي يتحمس له المنتجون لتقديمه للمشاهدين حتى لو كان شخصًا غير مشهورًا أو ممثلًا معروفًا مسبقًا، فالمعيار الأساسي هنا أن يحقق المشاهدة المتوقعة، وذلك بسبب تحقيقه للانتشار على مواقع التواصل الاجتماعي بطرق مختلفة من خلال نشر بعض الفيديوهات له التي حققت مشاهدة كبيرة.

وتُعد الدراما تعبيرًا مجسدًا بشكل جاذب وترفيهي عن القيم الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية وغيره من القيم المتنوعة بل ويتفاعل مع معطيات الحياة التي تحيط بالإنسان ويقدم له الحلول والأفكار في كيفية التعامل وبالتالي ابتكار سلوكيات اجتماعية، حيث يمكن القول أن الأعمال الدرامية سواء التلفزيونية أو السينمائية تعد نافذة سحرية يشاهد عبرها مشكلاتهم وقضاياهم التي تمس حياتهم الخاصة مجسدة في عمل تلفزيوني بما يسهم إسهامًا فعالًا في تغيير بعض الاتجاهات والأفكار والمعتقدات لدى الجمهور إلى جانب تشكيل إدراكهم بقضاياهم المجتمعية، وبالتالي تصبح الدراما سواء التلفزيونية أو السينمائية بديلًا للواقع الاجتماعي.

أولاً: المشكلة البحثية:

تتحدد مشكلة الدراسة في الكشف عن مدى قبول الجمهور المصري لمتابعة المحتوى الدرامي عبر المنصات الرقمية، والعوامل التي تؤثر في مستوى قبوله وتفاعله مع المحتوى الدرامي للمنصات الرقمية والتي منها تحديد سهولة استخدامها ومنافعها وفوائدها المتوقعة وكذلك عوامل الأمان التي تمتاز بها هذه المنصات الرقمية، بالإضافة للتعرف على أثر المشاهدة الإلكترونية للدراما التلفزيونية عبر المنصات على رؤية الجمهور للقضايا المجتمعية التي تقدمها.

ثانياً: أهمية الدراسة: تنقسم أهمية الدراسة إلى جانبين هما:

– الأهمية النظرية:

1. تقييم تجربة البث الدرامي تليفزيونيا وسينمائيا عبر المنصات الرقمية، حيث أن بعض هذه الأعمال يشارك في إنتاجها ويتم عرضها بشكل حصري للفائمين على هذه المنصات الرقمية، بل يتم الدفع للمنتجين وصناع الأفلام والمسلسلات مقابلاً يصل في بعض الأحيان لـ 4 أضعاف ما تدفعه القنوات المفتوحة والمشفرة أيضاً، وتوفر تلك المنصات مزيداً من حرية الإبداع بعيداً عن أعين الرقابة، لذا تباينت الآراء ما بين اعتباره أمراً إيجابياً حيث تقديم أفلاماً وأفكاراً مختلفة وذات جودة وعروض أولى لأعمال هامة وتتصدى لأفكار بعيدة عن المحلية، لذا وصل عدد مشتركى منصة مثل نت فليكس حتى الآن إلى 137 مليون مشترك، وهو الأمر الذي تسعى الدراسة لتقييم دورها المجتمعي، وإيجابياتها.

2. الإضافة العلمية للتراث البحثي المتعلق بدراسة تأثيرات التكنولوجيا الانترنت على الجمهور، حيث تسعى الدراسة لفحص تأثير التقنيات الرقمية التكنولوجية على قبول المشاهدة التلفزيونية الرقمية وتحفيز ذلك، وأثر ذلك على المشاهدة التقليدية للمحتوى الدرامي عبر التلفزيون ومنه التعرف على تشكيل المدركات نحو القضايا المجتمعية بالتركيز على جوانب الميزات في تناول الدرامي عبر هذه المنصات الرقمية، لذا اتجهت الباحثة لتوظيف نظرية قبول التكنولوجيا لاتفاقها مع هدف الدراسة الرئيسي للدراسة.

3. الكشف عن مدى ملائمة الإنتاج الدرامي المصري للجمهور المصري وكيفية تقديمها وتشكيلها للعلاقات الاجتماعية واستعراضها لواقعهم الفعلي ضمن أجندة اهتمامتها، وهو ما يساعد في استخلاص عدد من التوصيات والمقترحات التي تعمل على تحسين الصورة المجتمعي المصري بعد المقارنة بين ما يقدم فعلياً تقديمه عبر المحتوى الدرامي وبين الواقع الفعلي للقضايا المجتمعية المصرية، حيث أن الدراما لها دور قوي ومؤثر في تشكيل وعي الجمهور، لذا يُعد ضرورياً فحص قدرة المحتوى الدرامي عبر المنصات الرقمية في التعبير عن واقع الجمهور الفعلي من خلال هذا العالم الرمزي.

– الأهمية التطبيقية:

1. تُعد الدراما من أكثر الأشكال الفنية التي تحظى بارتفاع معدلات متابعتها ولها تأثير قوي على الجمهور المصري، خاصة في ظل تنوع قنوات بث الإنتاج الدرامي المصري التلفزيوني بداية من البث عبر وسيلة التلفزيون ثم القنوات الفضائية العامة فالمتخصصة فالبث عبر مواقع الإنترنت وصولاً للبث عبر المنصات الرقمية، التي أثرت في طبيعة توجهات عملية الإنتاج الدرامي المصري، وهو ما يعطي مؤشراً بتعظيم قيمة هذا الإنتاج الدرامي المرئي وتيسير توصيله للجمهور بكافة أعمارهم في أي وقت وأي مكان وبأي وسيلة.

2. عرض التجارب التي تقدمها المنصات العربية الرقمية والمصرية في مجال المشاهدة حسب الطلب، خاصة في ظل تنوع وارتفاع أعداد هذه المنصات وتنافسها بشكل كبير لجذب الجمهور لها، بل إن بعض هذه المنصات يتم ضخ معدل استثمارات ضخم مخصص لإنتاج هذا المحتوى مثل منصة (شاهد)، والوقوف أبرز التحديات التي تواجه هذه المنصات العربية لأجل الانتشار خاصة في ظل أنها تشهد منافسة قوية من قبل المنصات الرقمية الأجنبية التي تقدم مضمونها

الخاص ولا يتفق مع القيم والعادات العربية، مما يعين في تزويد مقدمي الخدمة في المنصات العربية بتوصيات لتطوير شكل المنصة وطبيعة الخدمات المقدمة بها وذلك لتحسين مستوى الخدمة شكلاً ومضموناً.

ثالثاً: أهداف الدراسة:

1. الكشف عن كثافة متابعة المحتوى الدرامي عبر المنصات الرقمية لدى الجمهور المصري ومقارنة إقباله على باقي الوسائل الأخرى التي تبث محتويات درامية.
2. تحديد الوسائل التكنولوجية التي يتابع عبرها الجمهور المصري للمحتوى الدرامي عبر المنصات الرقمية.
3. التعرف على أسباب متابعة المحتوى الدرامي عبر المنصات الرقمية لدى الجمهور المصري.
4. تحديد أنماط مشاهدة المحتوى الدرامي عبر المنصات الرقمية لدى الجمهور المصري.
5. الكشف عن رؤية الجمهور المصري للقضايا المجتمعية عبر المنصات الرقمية.
6. التعرف على تقييم الجمهور المصري لمشاهدة الدراما عبر المنصات الرقمية في إطار تقييم سهولة استخدامها وكذلك منافعها والفوائد المتوقعة من التفاعل معها.

رابعاً: الدراسات السابقة:

وجدت الباحثة ندرة في الدراسات العربية التي تناولت المنصات الرقمية التلفزيونية بشكل محدد، ربما يعزو ذلك لحدثة هذه التقنية على المجتمعات العربية لكن يوجد تراث علمي يتطرق للعلاقة بين الإنترنت والمشاهدة عليه والعلاقة بين المشاهدة الالكترونية وتقنياتها المختلفة وتأثيراتها على المشاهدة التقليدية، وهنا تركز الباحثة فقط على استعراض الدراسات التي تطرقت بشكل مباشر للمنصات الرقمية التلفزيونية والمشاهدة الالكترونية الترفيهية خاصة عبر موقع اليوتيوب الذي يظل منافساً للمشاهدة التلفزيونية الدرامية وغيره، وكانت أبرز هذه الدراسات كما يلي:

– اتجهت دراسة عربية حديثة لاستعراض أثر التلفزيون الاجتماعي كأحد مظاهر التطور التكنولوجي والتقني للإنترنت والتي تأثرت بها الدراما، وفي هذا الشأن جاءت دراسة (صفا محمد إبراهيم، 2022)¹ لفهم دور التلفزيون الاجتماعي في تسويق المحتوى الترفيهي من خلال بحث العلاقة بين زيادة استخدام التلفزيون الاجتماعي وأثاره الايجابية والسلبية على التسويق للمحتوى في رأي خبراء التسويق، حيث أن هناك ندرة في الدراسات التي توضح العلاقة بين التلفزيون الاجتماعي وتسويق المحتوى الترفيهي، اعتمدت الدراسة على نظرية الملائمة الإعلامية، بتوظيف أسلوب المقابلات المتعمقة مع 30 من خبراء تسويق المنصات الرقمية، وأوضحت النتائج اعتماد المعلنين على التلفزيون الاجتماعي للترويج بنسبة كبيرة لأنهم يعتبرونه وسيلة للإعلان عن المحتوى سواء بطريقة مدفوعة أو غير مدفوعة، و يتم استغلال زيادة التفاعل تجارياً لجذب الانتباه كمرحلة أولى للعمل ثم يتم تسويقه أكثر تجارياً،

للتلفزيون الاجتماعي دور في توجيه طرق التسويق وتعديل اتجاهه، من أهم العوامل المؤثرة على زيادة التفاعل في التلفزيون الاجتماعي نوع المحتوى (كلما كان المحتوى ترفيهياً مثل برامج المسابقات، والمحتوى الاجتماعي التي تثير نقاشات وجدالات في المجتمع يسهل التسويق له)، الضجة الإعلامية، توقيت العرض، النجوم المشاركة في الأعمال، التردد، الهاشتاج، من أكثر الآثار السلبية للتلفزيون الاجتماعي عدم التحكم في التعليقات السلبية.

– تناولت بعض الدراسات تأثير المنصات الرقمية الدرامية على الجمهور من حيث تقبلها، كمظهر تكنولوجي حديث للمشاهدة الرقمية الإلكترونية التفاعلية، فجاءت دراسة (شاهنده محمد شهيب، 2021)² للتعرف على وجود علاقة بين العوامل الديموجرافية للمبشرين وقبول الدراما المقدمة عبر المنصات الرقمية الدرامية، واتجاهات الجمهور نحو مستقبل الدراما المقدمة عبر الوسائل التقليدية في ظل انتشار الدراما عبر المنصات الدرامية الإلكترونية، وتطبيق الدراسة الميدانية على عينة من الجمهور المصري من سن 18 إلى 35 سنة، وقد توصلت الدراسة انجذاب عدد كبير من فئات الجمهور للمنصات الرقمية نتيجة لما تتميز به هذه المنصات من خصائص التفاعلية والمرونة والجاذبية في العرض والتنوع في العروض المقدمة وامكانية التحكم في وقت ومكان العرض، وثبوت وجود علاقة ارتباطية بين إدراك الجمهور لمميزات الموقعين محل الدراسة من حيث (المرونة في التعامل – مواكبة كل جديد – تقديم محتوى مناسب لكل الأعمار وغيرها) وبين كثافة تعرض الجمهور لهم، وكذلك ثبوت وجود علاقة ارتباطية بين كثافة تعرض الجمهور للمنصات الدرامية الرقمية واتجاهاتهم نحو تأثير تلك المنصات على التلفزيون التقليدي، وأخيراً ثبوت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى إدراك الجمهور لأهمية المنصات الرقمية واتجاهاتهم نحو الخدمة المقدمة عبر المنصات الرقمية الدرامية، وارتباطاً بالسياق السابق، جاء دراسة (أماني رضا عبد المقصود ٢٠٢١)³ في محاولة رصد دوافع التعرض للمحتوى الدرامي الأصلي المقدم من خلال خدمات الفيديو حسب الطلب والأشباع المختلفة المتحققة من هذا التعرض (سواء نفسية، اجتماعية، ثقافية، أو اشباع خاصة بالخصائص التكنولوجية للوسيل)، تم تطبيق الدراسة على عينة مكونة من ٢٥٠ مفردة من مستخدمي الخدمات حسب الطلب، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح وتوصلت لعدد من النتائج الهامة ومنها: أن منصة "نيت فليكس" كانت الأولى من حيث الطلب والمتابعة مقارنة بغيرها من المنصات وذلك بنسبة ٧٨٪. كما أوضحت النتائج أن التلفزيون الذكي tv smart هو من أبرز الوسائل التي يستخدمها المبحوثون للمشاهدة حسب الطلب بنسبة ٤٠.٧٠٪ يليه الهاتف الذكي بنسبة ٤٠.٤٨٪.

– تناولت بعض الدراسات تأثير المنصات الرقمية الدرامية على القيم التي يتعرض لها عبرها، وإدراك الجمهور لها، حيث أوضحت دراسة (شيريهان حمد الله محمد، 2021)⁴ انتشار العديد من المنصات التلفزيونية الرقمية التي تنتج مضامين درامية تقدم للمشاهد العربي، مؤخراً وتبث له قيماً ثقافية تعكس واقع مجتمعه، أو تعكس قيماً دخيلة على المجتمع، وللكشف عن تلك القيم الثقافية تم إجراء دراسة كيفية لعينة من الدراما التلفزيونية المقدمة على منصة شاهد. نت العربية التي تعكس القيم الثقافية التي تحكم علاقة الرجل والمرأة في المجتمع

المصري في إطار الزواج، وبعد الطلاق، كما سعت الدراسة للتعرف على القيم التي تحكم علاقة الآباء بأبنائهم قبل وبعد الطلاق كما جاءت في المعالجة الدرامية لمسلسل قواعد الطلاق الـ 45، الذي تم اختياره كعينة عمدية من الأعمال الدرامية العربية على منصة شاهد. نت، ومن خلال التحليل الكيفي للقيم المتضمنة في المسلسل أظهرت نتائج الدراسة أن الدراما ركزت على قيم تقديم مصلحة الأسرة على الفرد بالنسبة للزوجة، والأنانية الذكورية بالنسبة للزوج أثناء الزواج، وتبادل القاء اللوم بين الطرفين عند الطلاق، والصورة السلبية للمرأة المطلقة، وقبول أشكال التحرر الغربية التي تتمثل في العلاقات خارج إطار الزواج، وتعد الأخيرة من القيم الدخيلة على المجتمع المصري ولها تأثيراً سلبياً على النسق القيمي، كما كشفت دراسة (زينب أشرف هاشم، 2021)⁵ عن تعرض الشباب الجامعي للمواد الدرامية المقدمة بمنصات التلفزيون عبر الإنترنت وعلاقته بترتيب أولويات القضايا المجتمعية لديهم، وتوصلت الدراسة لوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض الشباب الجامعي للمواد الدرامية المقدمة بمنصات التلفزيون عبر الإنترنت وترتيب أولويات القضايا المجتمعية لديهم، ووجود فروق دالة إحصائية بين ترتيب القضايا المجتمعية التي يهتم الشباب الجامعي بمشاهدتها بالمواد الدرامية المقدمة بمنصات التلفزيون عبر الإنترنت وفقاً للنوع، وتمثلت أهم توصيات الدراسة في ضرورة توجه المنصات التلفزيونية عبر الإنترنت للإستثمار في الدراما العربية المصرية وزيادة عدد إنتاجات أعمالها الأصلية علي تلك المنصات.

– **واتصالاً بتأثيرات المنصات الرقمية على الجمهور، تخصصت بعض الدراسات لدراسة أثرها على جمهور المراهقين، فأوضحت دراسة (داليا عثمان، 2020)⁶ التعرف على تأثير مشاهدة المسلسلات المقدمة على أحد منصات المشاهدة الرقمية وهي (نيتفليكس) على النسق القيمي للمراهقين، سواء كان تأثيراً إيجابياً أو سلبياً، وقد توصلت الدراسة لعدة نتائج من أهمها أهمية دور جماعات الأصدقاء في حياة المراهقين في اتخاذ العديد من القرارات، فكل فرد يسعى للحصول على رضا أقرانه، وبالتالي يسعى للتشبه بهم قدر الإمكان، فقد وجدت الدراسة أن أهم أسباب الاشتراك في منصة نيتفليكس هو ترشيح الأصدقاء، ومحاولة إيجاد نقاط للنقاش المشترك بينهم، وفي هذه الحالة كانت مناقشة أحداث المسلسلات هي نقطة الالتقاء، وأن مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دوراً مهماً في حياة المراهقين في الترويج للأفكار الجديدة، ونشر المستحدثات بينهم، نظراً للفترات الطويلة التي يقضيها المراهقون أما شاشات الموبايل والكمبيوتر يتابعون فيها تلك المواقع، كما تبين أن منصة نيتفليكس قدمت الكثير من عوامل التحفيز لجذب عدد أكبر من المراهقين لمشاهدة مسلسلاتها من خلال: تقديم قصص عن حياة المراهقين، وتقديم أجزاء كاملة من المسلسلات في وقت واحد، وتجسيد الشخصيات من خلال ممثلين يتشابهون في العمر والتعليم مع الجمهور المشاهد، بالإضافة إلى عدم وجود إعلانات، كل ذلك أدى إلى جذب عدد كبير من المراهقين للمشاهدة، كما اتضح أن أكثر المسلسلات المقدمة عبر نيتفليكس تقدم المحتوى الجنسي بشكل كبير لا يتناسب مع المراحل العمرية التي تتابعه، ورغم تصنيف العديد من المسلسلات على أنها مقدمة لفئة المراهقين، نجد المشاهد الجنسية بها كثيرة جداً، وتقدم في سياق درامي جذاب يشد اهتمام المراهقين ويؤثر على قيمهم وما يتبنوه من أفكار في تلك المرحلة الخطيرة من نموهم، كأن يقدم المسلسل البطل في مواقف إنسانية عديدة وبطولات متتالية ثم نكتشف أنه شاذ جنسياً، ويكون التصرف التلقائي هو**

التعاطف معه وتقبله وتقبل أفكاره، وأن نسبة القيم الإيجابية المقدمة في مسلسلات نيتفليكس قليلة جداً بالمقارنة بنسبة القيم السلبية التي وللأسف وافق عليها أغلبية المراهقين عينة الدراسة في إطار "الحرية الشخصية"، وتقبل الآخر كما هو دون انتقاد، رغم إقرارهم بعدم تبنى هذه القيم السلبية بشكل شخصي، إلا أن مجرد القبول يحوى ضمناً خطر المحاكاة فيما بعد مع تغير الظروف.

– وكشفت بعض الدراسات السابقة عن تفاعل الجمهور المرتفع مع المنصات الرقمية، وأشكال هذا التفاعل والذي أدى للبعض إلى التحول لمفهوم المشاهدة الشرهة للتلفزيون الرقمي، حيث هدفت دراسة (محمد صلاح يوسف، 2021)⁷ التعرف على كيفية تعرض الشباب الجامعي لمنصات المشاهدة التلفزيونية عبر الإنترنت والإشباع المتحققة منها، حيث أن تلفزيون الإنترنت ظاهرة جديدة ترتبط بتطور الإمكانيات التكنولوجية للإنترنت والتي مازالت في نمو لتجعله يقترب من التلفزيون التقليدي في جودة البث والعرض والإنتاج، وفي نفس الوقت تحاول قنواته الاستفادة من سمات وخصائص الإنترنت لتكون أكثر تميزاً وأكثر ثراء من التلفزيون التقليدي وبالتحديد بتوسيع نطاق التفاعلية مع الوسيلة، بالإضافة إلى محاولة التجديد والابتكار في الإنتاج التلفزيوني والمواد المرئية على شبكة الإنترنت، وقد تم تطبيق الدراسة على عينة قوامها 351 مفردة من طلاب جامعة 6 أكتوبر من كليتي الإعلام والهندسة خلال شهر فبراير من عام 2021 وذلك في ضوء التطورات الحديثة لنظرية الاستخدامات والإشباع، وتبين من النتائج تصدر منصة المشاهدة التلفزيونية "نيت فليكس" منصات المشاهدة التلفزيونية الأخرى لدى عينة الطلاب الجامعيين وذلك بنسبة 42.2% تليها منصة "شاهد نت" بنسبة بلغت 24.8% وأخيراً منصة "ووتش ايت" بنسبة 23.4%، كما تبين أن غالبية المبحوثين يفضلون الخدمات المجانية في منصات المشاهدة التلفزيونية عبر الإنترنت بنسبة 47.9% تليها الخدمات المدفوعة والمجانية معا بنسبة 45.3% ثم الخدمات المدفوعة فقط 6.8%، كما تبين أن الأفلام الأجنبية جاءت في مقدمة المواد البرمجية التي يتابعها الشباب الجامعي على منصات المشاهدة التلفزيونية عبر الإنترنت بنسبة 68.7% تليها الأفلام العربية بنسبة 51% ثم المسلسلات الأجنبية بنسبة 48.7%، وفي هذا السياق، توصلت دراسة (ريهام سامي، 2020)⁸ بخصوص حجم المشاهدة الشرهة بين الشباب المصري عبر خدمات البث التلفزيوني عبر الإنترنت، وإجراء مقابلات كيفية متعمقة مع 20 من الشباب مشاهدي المنصات الرقمية العربية والأجنبية، إلى وجود اختلاف في حجم المشاهدة الشرهة لدى الشباب، وجاءت منصة "نتفلكس" من أكثر المنصات مشاهدة نظراً لما تتضمنه من مضمون شيق ومتنوع، وجاء "الفراغ" كأهم أسباب المشاهدة الشرهة، كذلك الرغبة في الهروب من الواقع، والترفيه عن النفس، كما أن هناك أسباباً اجتماعية وشخصية -أيضا- تدفع الشباب للمشاهدة الشرسة، كما أهم نتائج المشاهدة الشرهة من وجهة نظر الشباب تتمثل في المتعة وحسن المزاج، إلى جانب تضييع الوقت، والانعزال عن الأهل، وفي ذات السياق، جاءت دراسة دراسة (عمرو عبد المقصود، 2019)⁹ لاستكشاف الدوافع المختلفة للمشاهدة المفرطة للمحتوى الدرامي لمستخدمي المنصات الرقمية وتأثيراتها المختلفة، حيث غيرت منصات البث الرقمي مثل يوتيوب ونتفليكس وأمازون فيديو، واتش ات وشاهد نت من عادات المشاهدة لدى المستهلكين وأمدتهم بمزيد من التحكم للاستمتاع

بالمحتوى حسب الطلب في ضوء ما يناسبهم، وقد أدى ذلك إلى تعرض المشاهدين لحلقات متعددة من المحتوى الدرامي سواء (الأفلام أو المسلسلات التلفزيونية) خلال جلسة واحدة ولفترة كبيرة -وهي ظاهرة أطلق عليها المشاهدة المفرطة. *Binge Watching*، وطبقت الدراسة الميدانية من خلال استطلاع إلكتروني على عينة عمدية متاحة مكونة من 300 مستخدم لمنصات البث الرقمي سواء المجانية أو عبر نظام الدفع مقابل المشاهدة، وتشير النتائج إلى أن التفاعل الاجتماعي، والهروب من الواقع، وسهولة الوصول إلى محتوى الدرامي وقلة الإعلانات، تحفز المستخدمين على قضاء المزيد من الوقت في المشاهدة، كما تناولت الدراسة طرق مختلفة لتفسير هذا السلوك سواء رصد الدوافع المتنوعة، والسمات الشخصية للجمهور، ومخاطر المشاهدة المفرطة وارتباطها بظاهرة الخوف من فقدان، وأكدت على وجود منظورين لفهم المشاهدة المفرطة الأول يتعلق بالترفيه والعواطف الإيجابية والهروب من ضغوط الحياة وقضاء وقت الفراغ. ومع ذلك، فإن المنظور الثاني يؤكد على النتائج السلبية للمشاهدة المفرطة مثل الشعور بالندم والقلق والإحباط وأعراض الإدمان السلوكي، وبالتالي توفر الدراسة الحالية إطار نظرياً يدفع لإجراء مزيد من الدراسات حول سلوكيات المشاهدة المفرطة وأثارها الحيوية على الأسرة المصرية واستراتيجية الشركات المنتجة لتطبيقات البث الرقمي مثل نتفليكس، وشاهد نت وواتش ات وغيرها.

- **وانفردت بعض الدراسات لدراسة العلاقة بين الدراما الإلكترونية والدراما التقليدية، وتأثير المشاهدة الرقمية على الدراما التقليدية،** حيث قامت دراسة (غادة أحمد النشار، 2018)¹⁰ برصد وتحلل وتفسر أنماط مشاهدة الشباب المصري للدراما التلفزيونية في المنصات الرقمية الإلكترونية وتأثيراتها على مشاهدتهم للتلفزيون والمواد الدرامية التي يقدمها، بناءً على الدراسة المسحية التي طبقت على عينة عشوائية بسيطة من الشباب المصري في المرحلة العمرية (18- 35) عام، لدراسة طبيعة استخدامهم للمنصات الرقمية لمشاهدة الدراما التلفزيونية وتأثيره على مشاهدتهم لها في التلفزيون؛ بينت النتائج أن الشباب المصري أصبح معتاداً على هذا النمط من المشاهدة الدرامية عبر الإنترنت، فقد أصبح يعيش في بيئة رقمية تحيط به من كل جانب وتتداخل مع مختلف الأدوار الحياتية التي يؤديها، ومن ثم كان من المنطقي أن يلتمس مشاهدة الدراما من خلال هذا الوسيط الإلكتروني، وإن جاءت معدلات متابعته للدراما التلفزيونية عبر هذه الوسائط على فترات متباعدة وليست بشكل منتظم أو كثيف، نظراً لطغيان عادات مشاهدة الدراما عبر التلفزيون والتي استقرت لسنوات طويلة وأصبحت عادة ومنتعة في آن واحد، وتشير هذه النتائج إلى متغير بارز يتمثل في أن المشاهدة الدرامية عبر التلفزيون لا تزال تؤثر تأثيراً مباشراً على المشاهدة عبر المنصات الرقمية، وهو ما يتضح من تفضيل الشباب متابعة الدراما التلفزيونية عبر التلفزيون بشكل يفوق نسبة تفضيلهم لمتابعة الدراما التلفزيونية عبر الإنترنت، وهي نتيجة طبيعية ومنطقية وتم تفسيرها من خلال إجابات الشباب أنفسهم عن أسباب ذلك، والذي كان بشكل أساسي بسبب الجو عائلي أو الجماعي للمشاهدة والاندماج مع العمل. في حين أن النسبة الأقل التي فضلت الإنترنت ومنصات الرقمية لمشاهدة الدراما عن التلفزيون كانت مدفوعة بعوامل التميز للبيئة الرقمية والتي تمثلت في المشاهدة في أي وقت وأي مكان، مع إمكانية التحكم في المشاهدة وممارسة العديد من الأدوار والأعمال إلى جانب المشاهدة الدرامية.

وجاءت يوتيوب في صدارة المنصات التي يفضل الشباب متابعة الدراما التلفزيونية عبرها ثم شبكات التواصل الاجتماعي، ويتفق ذلك مع الشهرة الواسعة التي حققتها يوتيوب في مختلف أنحاء العالم والمنطقة العربية ومصر أيضاً لمشاهدة مختلف أنواع المواد المرئية ومن بينها الدراما، أما على المستوى العكسي، والذي اهتمت الدراسة برصده وقياسه بشكل رئيسي، والمتعلق بتأثير مشاهدة الدراما في الإنترنت على تقليل مشاهدتها في التلفزيون؛ فقد اتضح أن 32% من الشباب قلت مشاهدتهم بدرجة كبيرة و24% قلت مشاهدتهم بدرجة ضعيفة و16% قلت مشاهدتهم بدرجة متوسطة مقابل 28% لم تقل مشاهدتهم على الإطلاق، وهو ما يكشف على المحور العكسي أن هناك أيضاً تأثيراً مماثلاً لمشاهدة الدراما في الإنترنت على مشاهدتها في التلفزيون.

– وهو ما اختبرته الدراسة بشكل إحصائي وأثبتت صحته، فقد ثبت وجود علاقة ارتباطية دالة عكسية بين معدلات متابعة المبحوثين للدراما التلفزيونية عبر الإنترنت وانخفاض مشاهدتهم لها في التلفزيون، فكلما زادت الأولى انخفضت الثانية. كما ثبت وجود علاقة ارتباطية دالة بين متابعة المبحوثين للدراما التلفزيونية عبر الإنترنت وتفضيل وسيلة معينة لمتابعة الدراما التلفزيونية. وأوضح اختبار بيرسون وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين متابعة المبحوثين للدراما التلفزيونية عبر الإنترنت وبين اتجاهاتهم نحو الدراما التلفزيونية، وهو ما يؤكد أن متابعة المبحوثين للدراما عبر المنصات الرقمية أسهمت في تشكيل اتجاهات المبحوثين نحو الدراما التلفزيونية.

– كما اتجهت بعض الدراسات للربط بين تأثير استراتيجيات التسويق والدعاية للمحتوى الرقمي، والتي توظفها المنصات الرقمية، والتنافسية فيما بينهم للوصول للجمهور، حيث حاولت دراسة (يمنى محمد عاطف عبد النعيم، 2021)¹¹ معرفة أبعاد استراتيجية التسويق بالمحتوى متعددة الأهداف التي تستخدمها منصة "watch it" المصرية لتسويق مختلف أنماط المحتوى والوصول للجمهور المستهدف، باستخدام "فيس بوك" كنموذج لمواقع التواصل الاجتماعي، في ضوء نموذج الأبعاد الرئيسية للتسويق بالمحتوى، واستخدمت الباحثة أسلوب الحصر الشامل في اختيار عينة الدراسة المتمثلة في عدد 100 منشور على الصفحة الرسمية للمنصة على فيس بوك، باستخدام المنهج المسحي وأداة التحليل القائمة على الاستعانة بمؤشرات نموذج الأبعاد الرئيسية للتسويق كإطار تأصيلي نظري لموضوع الدراسة وتحليلي للمحتوى محل الدراسة، وانتهت الدراسة إلى العديد من النتائج من أهمها: أن منصة watch it من المنصات التي تعتمد بشكل كبير على مواقع التواصل الاجتماعي في عملية التسويق غير المباشر، الأمر الذي قد يُعزى إلى اعتماد الجمهور المصري على تلك المواقع في تلبية احتياجاته كاستقاء المعلومات والترفيه، وأنه يتم تطبيق نموذج الأبعاد الرئيسية للتسويق بالمحتوى من خلال حساب منصة watch it على فيس بوك بشكل جزئي، الأمر الذي قد يعكس عدم اهتمام القائمين على التسويق بمبدأ التسويق غير المباشر.

– اتجهت بعض الدراسات السابقة رصد الثراء التكنولوجي الذي تتميز به المنصات الرقمية، حيث اتجهت دراسة (أماني رضا عبد المقصود، 2020)¹² إلى رصد مدى ثراء محتوى المنصات الرقمية العربية التي تقدم خدمات الفيديو حسب الطلب، وذلك على مستوى

كل من طبيعة المحتوى الترفيهي الذي تقدمه، والخدمات التي تقدمها للمشارك، ومدى ثراء المنصة الرقمية من حيث الإمكانيات المتاحة بكل خدمة من هذه الخدمات. وذلك من خلال تطبيق نظرية الثراء الإعلامي في التحليل الكيفي لهذه المنصات الرقمية. إذ أنه وفقاً لثراء المنصة العربية في الشكل، وطريقة العرض، ونوعية المحتوى المقدم فهذا من شأنه إقناع المستخدمين بالاشتراك في منصة ما دون غيرها. وتوصلت الدراسة إلى أن المنصات الثلاثة تتمتع بمزايا مختلفة في مدى الثراء على مستوى المضمون المقدم أو الإمكانيات الفنية المتاحة، إلا أن منصة Wavo تفوقت من حيث إجمالي المحتوى الموجود بها عن المنصتين الأخرتين بنسبة 55% وبإجمالي 2058 محتوى، وتليها منصة (شاهد) بنسبة (27%) بإجمالي 996 محتوى، وفي المرتبة الأخيرة منصة it Watch بنسبة (18%) وبإجمالي 671 محتوى وهو ما يرجع إلى حداثة منصة it Watch إذ انطلقت المنصة في عام 2019 -والتي ما تزال تحتاج الكثير من التطوير على مستوى الشكل والمضمون، كما كشفت دراسة (ريهام سامي، 2020)¹³ بأن خدمات البث التلفزيوني عبر الإنترنت apps and TV streaming websites أو المنصات الرقمية، وهي مواقع أو تطبيقات يمكن مشاهدتها من خلال الإنترنت دون الحاجة إلى تحميل ما يتم مشاهدته، قد تزامن ظهورها مع ظهور جيل مختلف من الشباب والمراهقين يطلق عليه Generation Z، وقد حدد الباحثون أن هذا الجيل هو من مواليد 1995 حتى عام 2015، ويتسم هذا الجيل بالعديد من السمات وهي: القدرة الفائقة على التعامل مع التكنولوجيا ووسائل التواصل الاجتماعي، الارتباط بالأجهزة التكنولوجية والهواتف المحمولة، الرغبة في الحصول على إشباع حالي، وبالتالي تهدف الدراسة التعرف على استخدامات جيل الشباب والمراهقين لهذه الخدمات التلفزيونية عبر الإنترنت، ومدى رضاهم عنها والإشباع المتحققة من استخدامها، في ضوء التطورات الجديدة لنظرية الاستخدامات والإشباع، وتم إجراء دراسة ميدانية خلال شهر فبراير 2020 على عينة عمدية قوامها 212 مفردة من الشباب والمراهقين من مواليد عام 1995 حتى عام 2008، ومن مشاهدي خدمات البث التلفزيوني عبر الإنترنت، وتبين من الدراسة أن هذه الخدمات تشبع احتياجات الأجيال الجديدة من الشباب والمراهقين فيما يخص دوافع التسلية والدوافع الطقوسية ودوافع التفاعل الاجتماعي، كما تبين مدى رضا هؤلاء الشباب والمراهقين عن هذه الخدمات، كما ارتبط رضاهم عن هذه الخدمات بالإشباع المتحققة وقدرتهم على التحكم في المضمون المقدم.

اتجهت بعض الدراسات لتحليل المحتوى الذي تبثه المنصات الرقمية وخاصة من حيث طبيعة الخدمات التي تبثها وتوجهها للجمهور، فقد ركزت دراسة (Michael 2017)¹⁴ على تحليل محتوى المضمون التي تنتجها شركات التلفزيون حسب الطلب، وهي دراسة لتحليل المحتوى الذي يتم إنتاجه من قبل تطبيقات التلفزيون الرقمي الذي يخضع لمتطلبات الجمهور وكان التحليل مركز على الإنتاج الخاص لنت فليكس، أمازون، و HBOGO، واستخدم أسلوب المقابلة للحصول على الآراء، واستخلص في نتائج الدراسة أن العديد من المضمون المقدمة كانت متميزة وذات قيمة وفازت بجوائز عالمية لمرات متتالية مما يؤكد جودة المنتج المقدم وقيمه، وأن تلك الشركات تتيح مضمونا وافرا ومتنوعا، نظرا لعدم التقيد بوقت أو مساحة، وأن الجمهور عبر عن ثقته في كفاءة المضمون المقدمة على نت فليكس خاصة الأفلام والعروض التي من إنتاجها، كما أشارت

دراسة (Mi-Hug Cheng ,Yi-Chen Wu,Ming –Chihchen ، 2016)⁽¹⁵⁾ والتي رصدت العلاقة بين التليفزيون والفييس بوك، ونجاح التليفزيون جماهيريا وتجاريا استنادا على المعايير التفاعلية للفييس بوك (التعليق، المشاركة، الإعجاب)، وقد توصلت الدراسة إلى أن هناك ارتباطاً بين البرامج التليفزيونية الأكثر نجاحاً جماهيريا وتجاريا وبين نسب المشاركات والتفاعل الإيجابي لجمهورها على الفيس بوك، كما يمكن التنبؤ بنجاح المضمون المقدم تجاريا عن طريق التفاعل النشط على الفيس بوك وذلك بنسب تتراوح بين 10% و20%، وجاءت الدراما التليفزيونية هي الأعلى في درجات التفاعل على الفيس بوك بينما جاءت البرامج السياسية في ساعات الذروة بين 20-24 مساءً الأقل في درجات التفاعل والأقل تحقيقاً للعائدات.

اتجهت بعض الدراسات السابقة لتقييم جودة التقنيات المرتبطة بشكل الصورة التلفزيونية الرقمية، وأثرها في تحسين عملية المشاهدة، والتي تزيد من إقبال الجمهور لمتابعتها، حيث توصلت دراسة (Ellies,2014)¹⁶ إلى أن التقنيات المتاحة في التلفزيون الرقمي توفر تحسناً للصورة والصوت، ومرونة لاختيار الشكل الذي تعرض به المعلومات للمشاهد، مما يساعده على وصف الصوت لضعاف البصر وسيلة مسموعة بشكل يقلص من تعويض آثار انخفاض القيمة، فمثلا آثار انخفاض الرؤية لدى المشاهدين، وكذلك تقدم الرسومات التوضيحية للأشخاص الذين يعانون من ضعف في متابعة محتوى مسموع، وبينت النتائج أن توفر إمكانية استخدام التلفزيون بصريا في السمع وصفا عبر تقنيات الإنترنت تمكن ذوي الإعاقة من الاستفادة من هذه التقنيات في تعويض النقص الذي يعانون منه، وفي ذات السياق، قامت دراسة (دينا فاروق أبو زيد، 2015)¹⁷ بتناول مضمون وشكل تليفزيون الإنترنت في مصر بالإضافة إلى جمهوره من الشباب الجامعي وذلك باختبار الفروق في محتوى ومضمون وشكل تليفزيون الإنترنت وفقا لنوع القناة والأشكال البرمجية وأيضا باختبار الفروق في استخدام تليفزيون الإنترنت في مصر بين الشباب وفقا للنوع وأنماط التعليم الجامعي بالإضافة إلى دراسة مدى ثراء تليفزيون الإنترنت إعلاميا واتصاليا بمقارنته بالتليفزيون التقليدي، ويستخلص من نتائج الدراسة التحليلية أن معظم المواد المرئية بقنوات تليفزيون الإنترنت في مصر تستغرق وقتا قصيرا أقل من 5 دقائق وتثبت بشكل مسجل ولا تتبع جدول برامجي ثابت ودوري وتنتمي إلى قالب الفني للتقرير والدراما والحديث المباشر وتتناول المنوعات والمضامين السياسية والاجتماعية الإنسانية وتستهدف الجمهور المصري والجمهور من كل المستويات الاجتماعية وتحدث عن موضوعات مصرية وتستخدم اللغة العامية وتناقش الموضوعات بأسلوب جاد ولكن متحيز وتعتمد على الأفراد المرتبطين بالموضوعات بشكل مباشر كمصدر للمعلومات وتتناول الأحداث فور وقوعها وتستضيف ضيوفاً تناسب الموضوعات وضيوفاً لا يظهرون في وسائل الإعلام التقليدية وتخلو من الأخطاء الأخلاقية وتتميز ببقاء ووضوح في الصورة والصوت، بينما لا يوجد اهتمام بفنون الإخراج ولم يتم استغلال الحرية المتاحة لتليفزيون الإنترنت ولم يظهر الابتكار والتجديد في الشكل أو المضمون وتوجد تفاعلية من قبل الجمهور مع المادة المرئية على موقع اليوتيوب في حين لا توجد داخل المادة المرئية، ويستخلص من نتائج الدراسة الميدانية أن معظم الشباب الجامعي من جمهور تليفزيون الإنترنت في مصر يشاهدونه بكثافة ولا يمكنهم الاستغناء عنه ويفضلونه

أكثر من التلفزيون التقليدي. وقد فكروا في مشاهدته لاهتمامهم بالإنترنت وكل استخداماته وخدماته ولاهتمامهم بالتكنولوجيا الحديثة ولانتشار استخدامه بين الأصدقاء والزلاء ويرتبط استمرار استخدامهم له بكثافة استخدام الإنترنت ويعتبرون أكثر مميزاته وجود نسبة حرية أكبر من وسائل الإعلام الأخرى في مصر والابتكار والتجديد في الشكل وإمكانية مشاركة المادة المرئية على مواقع التواصل الاجتماعي بينما يرون أكثر سلبياته قلة الدعاية والإعلان وصعوبة الوصول إلى قنواته والمعرفة بها وعدم وجود جدول برامجي ثابت.

في حين اهتمت بعض الدراسات بدراسة المشاهدة على موقع اليوتيوب وخاصة للمحتوى الدرامي، حيث ان موقع اليوتيوب يعد منصة رقمية للمشاهدة التلفزيونية، والتي جاءت وظلت لفترة طويلة متصدرة عملية المشاهدة الالكترونية، لحين ظهور التقنيات الأحدث للمشاهدة والتي منها المنصات الرقمية، حيث أشارت دراسة (ماجدة مراد، 2013) (18) إلى ارتفاع مشاهدة موقع اليوتيوب بين الشباب الجامعي. وتبين من النتائج عدم وجود علاقة بين مستوى التحكم الذاتي وكل من مستوى مشاهدة موقع اليوتيوب ومستوى التحكم في استخدام محتوى الموقع. ويرتبط مستوى التحكم الذاتي بتفضيل مشاهدة الأغاني على اليوتيوب، بينما لا يرتبط بتفضيل مشاهدة المواد السياسية والدينية والرياضية. ويتضح من النتائج أن استخدام الشباب لموقع اليوتيوب هو في المقام الأول بغرض مشاهدة المواد المرئية مع وجود نسب قليلة لمن يقومون بتحميل فيديو أو كتابة تعليق.

وتناولت دراسة (Fu, 2012) (19) أسباب نجاح مقاطع الفيديو على شبكة الإنترنت وذلك بالتطبيق على موقع IA وبالرغم أن موقع اليوتيوب هو الأشهر إلا أن موقع IA يدخل ضمن قائمة موقع أليكسا Alexa لأكثر المواقع استخداما في نشر ومشاركة الفيديو. وتحتوى العينة على 1.223 فيديو تم تنزيلهم على الموقع من 4 أغسطس إلى 15 أغسطس 2008. وأوضحت الدراسة أن شعبية الفيديو على الإنترنت، والتي تقاس بالعدد المرتفع للأفراد الذين شاهدوه تقوم بتشجيع الآخرين على مشاهدته. وقد وجد أن الصور المصغرة للقطات من الفيديو تقلل من مشاهدته ووجود تعريف للفيديو يرتبط بمشاهدته وفي هذه الحالة المشاهدة لا ترتبط بشعبية الفيديو وجماهيريته، كما أوضحت دراسة (Pierce & Tang, 2012) (20) أن مسلسلات الإنترنت webisodes عادة لا تزيد مدتها عن 6.71 دقيقة. وتحتوى هذه المسلسلات نسبة مرتفعة من العنف واللغة غير اللائقة والمشاهد الجنسية. و9% فقط من المسلسلات بعينة الدراسة قد حجبوا الصوت عند وجود ألفاظ غير لائقة. واهتزاز الكاميرا تم استخدامه لإعطاء إيحاء بالواقعية. و55% من المسلسلات بها وصلات لمسلسلات أخرى لنفس شركة الإنتاج. ونجد 85% من المسلسلات تستخدم الفيس بوك و83% تستخدم تويتر. وتوجد أشكال مختلفة من التفاعلية مثل التعليقات وذلك في 84% من المسلسلات ومعلومات عن أبطال المسلسل في 71% ومدونات في 52%. ويتم تقديم مشاهد لما وراء الكواليس في 45% من العينة. وهناك إعلانات في 77% من المسلسلات. وذكرت الدراسة أن منتجي المسلسلات من الهواة يقدمون عنفا أقل من المحترفين.

التعليق على الدراسات السابقة:-

- ندرة الدراسات التي تهتم بدراسة مشاهدة الجمهور للقنوات التلفزيونية على المنصات الرقمية وخاصة المتعلقة بالمحتوى الدرامي وتأثيرها على كثافة مشاهدتهم لها وعلى المشاهدة التقليدية، لذا اهتمت الباحثة أن تستخدم نظرية قبول التكنولوجيا، لدراسة المتغيرات المؤثرة في انتشار المحتوى الدرامي التلفزيوني عبر المنصات الرقمية والإقبال على مشاهدتها.
- تبين للباحثة من خلال نتائج الدراسات السابقة ارتفاع استخدام الجمهور للمنصات الرقمية بكل فئاتها البرمجية وخاصة الدرامية، وهو الأمر الذي دفع الباحثة لأجل دراسة المنصات الرقمية والتفاعل معها عبر الهواتف الذكية وشاشات التلفزيون وكذلك متابعتها عبر ما يتم نشره بخصوصها على مواقع التواصل الاجتماعي على الجمهور المصري.
- اتضح أن لهذه الوسائل التكنولوجية الحديثة القدرة على إحداث تغييرات في أسلوب التفاعل، وتشكيل القيم المجتمعية، لذا اهتمت الباحثة الكشف عن تأثير متابعة هذه المنصات الرقمية على إدراك الجمهور للقضايا المجتمعية، خاصة إن هذه المنصات الرقمية تعمل على تقديم المحتوى الدرامي بشكل جذاب ومختلف في المعالجة التي تتسم بالجرأة أكثر من تقديمها عبر القنوات التلفزيونية التقليدية.
- وهكذا يتضح من خلال استعراض الدراسات السابقة ان اغلب الدراسات التي تم ادراجها قد اتفقت معظم نتائجها على اهمية الإنترنت في شتى المجالات والتي تؤثر بدرجات متفاوتة للجمهور المتابع لها وأن الاندماج بين إمكانات الإنترنت والتلفزيون قد أسفر عن بروز ظواهر تكنولوجية حديثة تؤثر في رفع معدلات المشاهدة مثل المنصات الرقمية.

فيما يتعلق بمدى إفادة الباحثة من عرضه للدراسات السابقة:

- تحديد الجوانب التي لم تهتم الدراسات السابقة ببحثه، حتى يمكن لهذه الدراسة أن تضيف الجديد للتراث البحثي في هذا المجال .
- أفادت عرضه للدراسات السابقة في التحديد الدقيق لمشكلة الدراسة ومتغيراتها، ووضع تصور للدراسة النظرية، والإجراءات المنهجية الملائمة لموضوع الدراسة، وصياغة تساؤلات وفروض الدراسة بناء علي نتائج الدراسات السابقة.
- ساعدت الدراسات السابقة الباحثة في تحديد وبناء المقاييس الخاصة بمتغيرات الدراسة بما يتلاءم مع طبيعة الظاهرة موضع البحث.

خامساً: الإطار النظري للدراسة:

تعتمد الدراسة على نموذج تقبل تكنولوجيا المعلومات (TAM) Technology Acceptance Model والذي قدمه (Davis Fred) عام 1986، وهو مستمد من نظريات سلوكية تهتم بالنوايا السلوكية وترى أن سلوك الأفراد يتم تحديده بناءً على اتجاهات ووجهات نظر الأفراد تجاه ذلك السلوك، وأن النوايا السلوكية تتحدد طبقاً للمعتقدات الشخصية، وبالتالي فالسلوك هو نتيجة للاتجاهات والمعتقدات،²¹ ويهدف النموذج لشرح العوامل

المؤثرة في قبول الحاسب الآلي وتقنياته وشرح سلوك المستخدم وبخاصة مع اتساع مدى تكنولوجيا المعلومات المستخدمة وحوسبة المستخدم النهائي، وتفترض النظرية أن هناك مجموعة من المتغيرات الخارجية التي تؤثر على الاتجاهات نحو تقبل تكنولوجيا المعلومات وتتمثل في أهمية الاستخدام المدركة *Perceived Usefulness*، وإدراك سهولة الاستخدام *Perceived Ease Of Use*، ووفق هذا النموذج فإن الاستخدام الفعلي للنظام يتحدد بنية القيام بالسلوك (*Behavior Intention to Use*) ويتفق هذا النموذج مع نظرية الفعل المسبب *TRA – Theory of Reasoned Action* التي تفترض أن الاتجاهات والقيم تتأثر بعوامل خارجية منها (المتغيرات الديمغرافية، السمات الشخصية، الاعتقادات حول الموضوع، خصائص العمل، المتغيرات الوظيفية)، وبالتالي يفترض النموذج أن قبول تكنولوجيا المعلومات من قبل الأفراد يتوقف على النوايا السلوكية باتجاه الشخص/المؤسسة نحو الاستخدام، وأن هذا الاستخدام يتشكل من إدراك الشخص/المؤسسة لأهمية الاستخدام، ومن إدراكه لسهولة استخدام النظام.²²

ويقصد بإدراك المستخدم لأهمية الاستخدام هو الإدراك الذاتي للمستخدم بأن استخدام برمجيات وأجهزة معينة وبالتطبيق على الدراسة الحالية فإن استخدام إمكانات المنصات الرقمية التلفزيونية ومتابعة أخبارها على صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي وكذلك مشاهدتها عبر تطبيقات الهواتف الذكية مثل الواتس آب والأبليكيشن وغيره سوف تزيد من معدلات مشاهدة الدراما التلفزيونية، أما إدراك سهولة الاستخدام فهو يعود للدرجة التي يدرك بها المستخدم أن هدف النظام تقليل الجهد في العمل. وضمن هذا النموذج نجد أن:

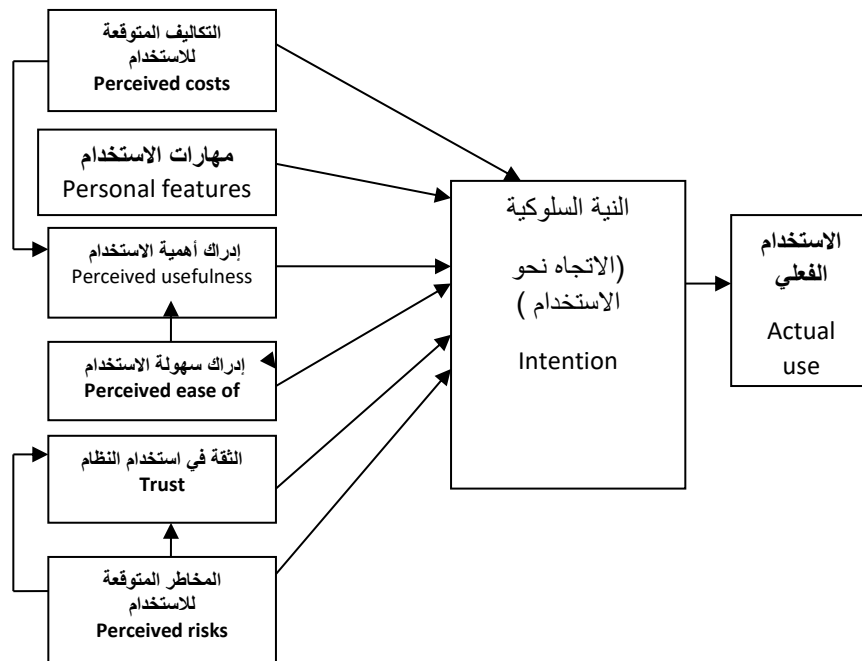
الاتجاه نحو السلوك (الاستخدام) = إدراك أهمية الاستخدام + إدراك سهولة الاستخدام .

المتغيرات الرئيسية في النظرية والتي تم قياسها في الدراسة الميدانية، بصياغة العبارات التي تدلل على كل مفهوم، وهذه المتغيرات الستة تمثل العوامل المؤثرة على تقبل واستخدام تكنولوجيا المعلومات وفق النموذج:²³

- 1- **المنفعة (الفائدة) المتوقعة للاستخدام:** الدرجة التي يعتقد فيها الفرد أن استخدام التكنولوجيا يمكن أن يعزز ويحسن من أدائه في العمل.
- 2- **إدراك سهولة الاستخدام:** يشير إلى الدرجة التي يعتقد فيها الفرد أن استخدام التكنولوجيا سهلاً ولا يتطلب أي جهد أو معاناة.
- 3- **مهارات الاستخدام:** وتتمثل في عنصر الخبرة السابقة والتدريب الذي يتلقاه المستخدم قبل تبنيه لاستخدام النظام وتتمثل في حكم الشخص على ذاته بمدى قدرته على استخدام الكمبيوتر أو استخدام الإنترنت أو استخدام تكنولوجيا المعلومات والتي تتطلب توافر مجموعة من المهارات لتشغيل النظام، ويلعب هذا العنصر دوراً مهماً في تحديد النية للاستخدام.
- 4- **المخاطر المتوقعة لتبني الاستخدام:** وتتمثل في حالة التشكك أو عدم التأكد التي قد تدفع المستخدم إلى التردد في اتخاذ القرارات الخاصة بالاستخدام أو تكرار الاستخدام نتيجة الاعتقاد بأن استخدام التكنولوجيا قد يهدد مفهوم الخصوصية والأمان والحفاظ على سرية البيانات.

5- **الثقة في استخدام تكنولوجيا المعلومات:** ويرتبط هذا العنصر بعنصر المخاطر المتوقعة لتبني استخدام التكنولوجيا ويتمثل في نقص المعلومات عن طبيعة النظام، ونقص الثقة في أن تبني الاستخدام يحقق الفائدة القصوى للمستخدم، والتهديد الناتج عن التشكك في توفر عنصر السرية.

6- **التكاليف المتوقعة لاستخدام النظام:** ويقصد بها إلى أي مدى تشكل تكاليف شراء واستخدام تكنولوجيا المعلومات عائقاً للاستخدام، كما تتمثل في عدم تناسب تكاليف الشراء أو الاستخدام مع المنافع المتوقعة للاستخدام كأن يقوم الشخص بالحكم على استخدام تكنولوجيا معينة على أنها مكلفة ولا تساوي حجم العائد المتوقع لتبني استخدامها.²⁴



شكل رقم (1)- نموذج تقبل تكنولوجيا المعلومات **Technology Acceptance Model (TAM)**

وكان هناك تقديم آخر للنموذج من خلال تقسيمه لعاملين رئيسيين هما:

1- **العوامل السلوكية، Behavioral Variables** والتي تتضمن سهولة الاستخدام المدركة (Perceived Ease Of Use-PEOU)، والاستفادة المدركة من استخدام التكنولوجيا (PU- Usefulness Perceived)، النوايا السلوكية (Intention B) لذوي السلوك المخطط له من الفرد ويتم توقعه من خلال سهولة الاستخدام المدركة والاستفادة المدركة، الاستخدام الفعلي (AU -Actual) للممارسة الفعلية لاستخدام التكنولوجيا لدى الفرد ويتم التنبؤ به من خلال النية السلوكية.

2- المتغيرات الخارجية (EV) مثل المتغيرات الديموغرافية وتؤثر هذه المتغيرات الخارجية على سهولة الاستخدام المدركة، والاستفادة المدركة.

سادساً: تساؤلات الدراسة وفروضها:

أ- تساؤلات الدراسة:

1. ما كثافة متابعة المنصات الرقمية للقنوات التلفزيونية لمتابعة الدراما عبرها؟
2. ما أكثر المنصات الرقمية التلفزيونية متابعة للدراما عبرها؟
3. ما الوسائل الرقمية التي يتابع عبرها عينة الدراسة الدراما المصرية عبر هذه المنصات الرقمية؟
4. ما المنفعة المتوقعة لاستخدام عينة الدراسة للمنصات الرقمية في متابعة الدراما التلفزيونية؟
5. ما إدراك عينة الدراسة لسهولة استخدام للمنصات الرقمية التي تسوق للدراما التلفزيونية؟
6. ما مستوى مهارات استخدام عينة الدراسة للمنصات الرقمية التي تسوق للدراما المصرية؟
7. ما المخاطر المتوقعة لتبني استخدام عينة الدراسة للمنصات الرقمية؟
8. ما الثقة في استخدام عينة الدراسة للمنصات الرقمية في متابعة الدراما المصرية؟
9. ما التكاليف المتوقعة لاستخدام عينة الدراسة للمنصات الرقمية؟

ب - فروض الدراسة:

1. تأثير قبول عينة الدراسة للخصائص التكنولوجية للمنصات الرقمية (تقييم المنفعة المتوقعة من استخدام المنصات الرقمية، وسهولة استخدام المنصات الرقمية، ومهارات استخدام المنصات الرقمية، والمخاطر المتوقعة من استخدام المنصات الرقمية، والثقة في استخدام المنصات الرقمية، والتكاليف المتوقعة من استخدام المنصات الرقمية) على ارتفاع كثافة مشاهدة المحتوى الدرامي بالمنصات الرقمية.
2. تأثير قبول عينة الدراسة للخصائص التكنولوجية للمنصات الرقمية (تقييم المنفعة المتوقعة من استخدام المنصات الرقمية، وسهولة استخدام المنصات الرقمية، ومهارات استخدام المنصات الرقمية، والمخاطر المتوقعة من استخدام المنصات الرقمية، والثقة في استخدام المنصات الرقمية، والتكاليف المتوقعة من استخدام المنصات الرقمية) على تشكيل إدراك عينة الدراسة للقضايا المجتمعية.
3. تأثير قبول عينة الدراسة للخصائص التكنولوجية للمنصات الرقمية (تقييم المنفعة المتوقعة من استخدام المنصات الرقمية، وسهولة استخدام المنصات الرقمية، ومهارات استخدام المنصات الرقمية، والمخاطر المتوقعة من استخدام المنصات الرقمية، والثقة في استخدام المنصات الرقمية، والتكاليف المتوقعة من استخدام المنصات الرقمية) على تشكيل اتجاهات عينة الدراسة نحو هذه الوسيلة عن غيرها في متابعة المحتوى الدرامي.

سابعاً: الإجراءات المنهجية:

تُعد الدراسة من نوعية البحوث أو الدراسات الوصفية التي تستهدف جمع المعلومات اللازمة لوصف أبعاد ومتغيرات الظاهرة مما يمكن من تحليلها في الظروف التي تتواجد عليها، وهنا تهدف الدراسة التعرف على كيفية تأثير المنصات الرقمية الحديثة في مشاهدة المحتوى الدرامي وكذلك تحديث أشكالها وبالتالي ارتفاع مستوى المتابعة وتشكيل اتجاهات الجمهور المصري وهو ما يترتب عليه تحقق عائد اقتصادي لهذه المنصات الرقمية.

وقد اعتمدت الباحثة على منهج المسح بالعينة، الذي يساعد في التعرف على خصائص الظاهرة محل الدراسة على الجمهور، ويتشكل مجتمع الدراسة الميدانية من الجمهور المصري المستخدم للمنصات الرقمية التي يبت عبها المحتوى الدرامي سواء مسلسلات أو أفلام، ونظراً لكبر حجم مجتمع الدراسة، تم سحب عينة متاحة من 400 مفردة من الجمهور المصري لمن هم فوق 18 عاماً من مختلف المستويات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية وغيره، وكان التوزيع الكروني، وعن خصائص عينة الدراسة فكانت كما يلي:

– شارك نسبة 45.2% من الذكور في الدراسة في مقابل نسبة 54.8% من الإناث، وجاء متوسط عمر عينة الدراسة 27 عاماً، وجاء نسبة 39% من قاطني محافظة القاهرة في مقابل نسبة 61% من قاطني محافظة الجيزة.

– وجاء نسبة 42.8% من عينة الدراسة لا يعمل لأن جزء منهم في مرحلة التعليم الجامعي في مقابل نسبة 57.2% من عينة الدراسة تعمل، وقد تصدر التعليم الجامعي نسبة 89.1% من عينة الدراسة، تلاه نسبة 8.4% من عينة الدراسة حاصلين على مؤهل ماجستير/دكتوراه، تلاه نسبة 1.5% من العينة من ذوي المؤهل المتوسط، وأخيراً نسبة 1.1% من عينة الدراسة حاصلين على تعليم أقل من المتوسط، أما عن طبيعة الجهة التي يعمل لديها عينة الدراسة، فقد جاء نسبة 51.8% من عينة الدراسة تعمل في القطاع الخاص، تلاه نسبة 40.1% تعمل في مجالات متنوعة كأعمال حرة، تلاه نسبة 8.1% من عينة الدراسة تعمل في القطاع الحكومي.

– وجاء نسبة 38.6% من عينة الدراسة لا تسافر خارج مصر في مقابل نسبة 61.4% من عينة الدراسة التي تسافر خارج مصر، وتنوعت دواعي سفر عينة الدراسة خارج مصر، فجاء نسبة 75% من عينة الدراسة دوافع سفرها للسياحة الترفيهية، تلاه نسبة 10.7% من عينة الدراسة تسافر كسياحة دينية، تلاه نسبة 7.7% من عينة الدراسة تسافر للدراسة، وأخيراً نسبة 6.4% من عينة الدراسة تسافر للعمل.

– جاء نسبة 54.8% من عينة الدراسة لديها سيارة في مقابل نسبة 45.2% من عينة الدراسة لا تمتلك سيارة، وكذلك جاء نسبة 63.2% من عينة الدراسة لا تشترك في نادي في مقابل نسبة 36.8% من عينة الدراسة مشتركة في النادي، وجاء نسبة 89.7% من عينة الدراسة لديها هاتف ذكي نظام اندرويد في مقابل نسبة 9.3% من عينة الدراسة لديها هاتف ذكي نظام ios.

– أداة جمع البيانات: تم إعداد استمارة استبيان موحدة لجمع البيانات من الجمهور المصري لتقييم دور المنصات الرقمية في جذب المشاهدة للدراما المصرية التلفزيونية وتوقعاته منها.

– اختبارات الصدق والثبات: تم اختبار صلاحية استمارة الاستبيان في جمع البيانات بإجراء اختباري الثبات والصدق لها، (25) وذلك على النحو التالي:

– اختبار الصدق (Validity): الصدق الظاهري: يعني صدق المقياس المستخدم ودقته في قياس المتغير النظري أو المفهوم المراد قياسه، وللتحقق من صدق المقياس المستخدم في البحث حيث تم عرض أداة جمع البيانات (صحف الاستقصاء) على مجموعة من المتخصصين والخبراء* في مناهج البحث والإعلام والتربية وعلم النفس والإحصاء.

– اختبار الثبات (Reliability): يقصد به الوصول إلى اتفاق متوازن في النتائج بين الباحثين في حالة استخدامهم لنفس الأسس والأساليب على نفس المادة الإعلامية، أي محاولة تخفيض نسب التباين لأقل حد ممكن من خلال السيطرة على العوامل التي تؤدي لظهوره في كل مرحلة من مراحل البحث، وتم تطبيق اختبار الثبات في الدراسة الميدانية على عينة تمثل 10% من العينة الأصلية بعد تحكيم صحيفة الاستقصاء ثم إعادة تطبيق الاختبار مرة ثانية على عينة 5% من المبحوثين بعد إسبوعين من الاختبار الأول، وقد قامت الباحثة بتعديل صياغة الأسئلة التي كان بها غموض من قبل العينة المستطلعة.

ثامناً: المعالجة الإحصائية للدراسة:

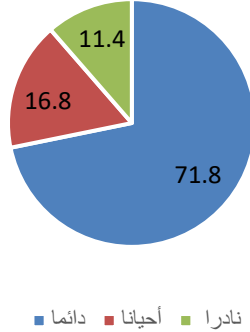
تم الاعتماد على برنامج التحليل الإحصائي (SPSS) 26، وذلك لتحليل بيانات الدراسة الميدانية، ويتمثل مستوى الدلالة المعتمدة في الدراسة الحالية في كافة اختبارات الفروض والعلاقات الارتباطية ومعاملات الانحدار في قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95% فأكثر، أي عند مستوى معنوية 0.05 فأقل، وسيتم الاعتماد على الوزن النسبي في عرض النتائج الخاصة بإجابات عينة الدراسة على العبارات التي تقيس نموذج قبول تكنولوجيا المعلومات، إلى جانب استخدام معامل الارتباط بيرسون (Pearson correlation coefficient) لمعرفة شدة العلاقة واتجاهها، وكذلك تحليل الانحدار الخطي البسيط والذي يهتم بقياس تأثير متغير مستقل واحد على المتغير التابع والذي يمثل الظاهرة محل الدراسة، وتحليل الانحدار المتعدد (Multiple regression) لمعرفة أكثر أبعاد المتغيرات المستقلة تأثيراً على المتغير التابع.

تاسعاً: نتائج الدراسة الميدانية:

الجزء الأول: نتائج الإجابة على تساؤلات الدراسة الميدانية ومقاييسها:

المحور الأول: كثافة متابعة المحتوى الدرامي عبر المنصات الرقمية التلفزيونية:

– مستوى متابعة عينة الدراسة للمحتوى الدرامي الذي يبث على المنصات الرقمية التلفزيونية:

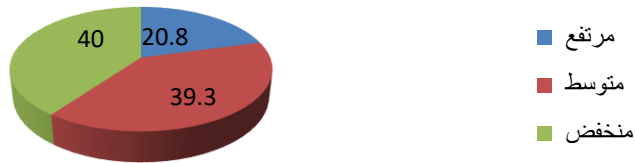


شكل رقم (2)

مستوى متابعة عينة الدراسة للمحتوى الدرامي الذي يبث على المنصات الرقمية التلفزيونية

يكشف الشكل السابق عن أن نسبة 71.8% من عينة الدراسة تتابع بشكل دائم المحتوى الدرامي الذي يبث على المنصات الرقمية التلفزيونية، تلاه متابعة نسبة 16.8% من عينة الدراسة للمحتوى الدرامي بشكل غير منتظم، وأخيراً جاء نسبة 11.4% من عينة الدراسة نادراً ما تتابع المحتوى الدرامي عبر المنصات الرقمية، وكان متوسط عدد ساعات مشاهدة المحتوى الدرامي على المنصات الرقمية التلفزيونية هو 3 ساعات، وكان متوسط عدد أيام متابعة عينة الدراسة للمحتوى الدرامي الذي يبث على المنصات الرقمية التلفزيونية هو يومين، وتتقارب هذه النتيجة مع ما توصلت له دراسة (دينا محمد محمد عبد العظيم، 2021)²⁷ بأن معظم الباحثين يشاهدون قنوات تلفزيون الانترنت بنسبة (62,7%) يليها من يشاهدونها أحياناً وليست بصورة مستمرة بنسبة (36,3%) ويرجع ذلك لإقبال الشباب على مشاهدة كل ما هو جديد.

واستخلصت الباحثة مقياساً عاماً لكثافة مشاهدة المحتوى الدرامي على المنصات الرقمية التلفزيونية، وقد كانت نتائجها، على النحو التالي:



شكل رقم (3)

مقياس كثافة متابعة المحتوى الدرامي عبر المنصات الرقمية التلفزيونية

يكشف الشكل السابق عن أن هناك تنوع في متابعة المحتوى الدرامي عبر المنصات الرقمية التلفزيونية، حيث جاء نسبة 40% من العينة تتابع بمستوى منخفض، تلاه نسبة 39.3% من العينة تتابع بمستوى متوسط، ثم نسبة 20.8% من العينة تتابع بمستوى مرتفع، وكان الوزن العام لكثافة متابعة المحتوى الدرامي عبر المنصات الرقمية التلفزيونية بقيمة 45.3 درجة، أي ما يقرب التوسط في متابعة المحتوى الدرامي عبر المنصات الرقمية.

وتعزو هذه النتيجة من وجهة نظر الباحثة أن هذه الوسيلة تساعد على تخصيص وقت محدد للمشاهدة سواء مع الآخرين أو بمفردهم، وهو ما يساعدهم في تخصيص وقت للترفيه والترويج عن النفس إلى جانب الاتصال الجماعي مع الآخرين للمشاهدة في وقت محدد يتم التحكم فيه، وهو الأمر الذي يؤكد على فكرة نشاط الجمهور وإيجابيته في اختيار المضمون الذي يستهدفه في الوقت الذي يحدده، خاصة في ظل تنوع الوسائل التي يتعرض عبرها للمضامين المختلفة، وكذلك تنوع طبيعة المحتوى الذي يتعرض له، كما أن هذه النتيجة تدل على قدرة هذه المنصات في وقت وجيز منذ انطلاقتها على استحواذ اهتمام الجمهور لمتابعة المحتوى عبره رغم أنه محتوى مدفوع القيمة، أي يتم تخصيص جزء من المال للتمتع بمشاهدة المحتوى عبر هذه المنصات الرقمية، لكنها تعزز فكرة الخصوصية والتحكم في وقت المشاهدة والمتابعة وطبيعة المضمون الذي يتم التعرض له، وقد اتفقت مع هذا الرأي نتيجة دراسة (شاهنده محمد شهيبي، 2021)²⁸ بأن سبب انجذاب عدد كبير من فئات الجمهور للمنصات الرقمية نتيجة لما تتميز به من خصائص التفاعلية والمرونة والجاذبية في العرض والتنوع في العروض المقدمة وامكانية التحكم في وقت ومكان العرض، وكذلك دراسة (Sidneyeve Matrix. 2014).²⁹ بالتفاعل الكثيف مع منصة نت فيلكس التي تتميز بالمخزون الهائل من المحتويات المختلفة للمشاهدة وتميزها بتجربة المشاهدة الخالية من الإعلانات التجارية، أي أنها قريبة من توقعات المشاهدين بشأن ماذا وكيف ومتى يشاهدون التلفزيون؟، وأن ارتفاع هذه المشاهدة يحقق الإيجابيات للمشاهد لكنه يمكن أن يكون له تأثيرات مستقبلية على الثقافة التقليدية للواقع المحيط به،³⁰ وفي هذا الشأن أوضحت دراسة (Micheal.l.w. 2018)³¹ أن منصة نت فيلكس قامت بوضع 10 الاف محتوى إعلامي عليها عام 2007، وأتاحت هذا المحتوى للمشاهدة الفورية كهدية لمستخدميها، ثم بدأت في التعاقد مع شركات إنتاجية لاحتكار بث العديد من المحتوى الدرامي والبرامجي، حتى عام 2012، قامت بتقديم محتوى حصري من إنتاجها والذي كان له أثره في زيادة أعداد المشتركين بها.

أكثر المنصات الرقمية التلفزيونية التي تبث الدراما التي تتابعها:

جدول رقم (1) - أكثر المنصات الرقمية التلفزيونية التي تبث الدراما التي تتابعها³²

الأفراد	1	2	3	4	5	الإجمالي	الوزن
Watch it	87	67	49	67	130	400	55.4
Wavo	59	151	36	79	75	400	47.5
Net flix	112	76	93	45	74	400	43.3
اليوتيوب	118	135	93	18	36	400	32.4
شاهد	161	81	89	29	40	400	31.6

تكشف نتائج الجدول السابق عن ترتيب عينة الدراسة لأكثر المنصات الرقمية التلفزيونية التي تتابع عبرها الدراما مرتبة من الأعلى متابعة فالأقل، فجاءت منصة watch it في المقدمة بوزن 55.4 درجة، تلاه منصة Wavo في الترتيب الثاني بوزن 47.5 درجة، ثم في الترتيب الثالث جاء منصة Net Flix بوزن 43.3 درجة، تلاه في الترتيب الرابع موقع اليوتيوب بوزن 32.4 درجة، وأخيرًا منصة شاهد بوزن 31.6 درجة، كما ذكرت عينة الدراسة منصات رقمية تلفزيونية أخرى تشاهد عبرها الدراما، وكانت هذه المنصات التي تم ذكرها على النحو التالي:

جدول رقم (2) - منصات رقمية تلفزيونية يشاهد عبرها عينة الدراسة الدراما 33

المنصة	التكرار	النسبة
crackle	8	34.9
tubi tv	5	21.8
frightpix	2	8.7
hulu	2	8.7
popcornflix	2	8.7
amazon	1	4.3
شاهد بلس	1	4.3
osn	1	4.3
شاهد vip	1	4.3
الإجمالي	23	100

وتتفق النتائج السابقة عن تصدر المنصات الرقمية التلفزيونية في المشاهدة عن موقع اليوتيوب، مع النتائج التي أكدت عليها دراسة (ريهام صلاح الدين، 2020)³⁴ بأن المنصات الإلكترونية احتلت المرتبة الأولى من حيث كونها الوسيلة الأكثر تفضيلاً من قبل الشباب لمتابعة الدراما التلفزيونية والسينمائية المصرية والعربية والعالمية، ليأتي موقع اليوتيوب في المرتبة الثانية وهو ما يشير لسيطرة هذه المنصات الجديدة على المشاهدين واجتذابها لهم على حساب القنوات التلفزيونية التقليدية التي بدأ ينصرف عنها المشاهدون وخصوصاً من الشباب حيث تراجعت هذه الوسيلة لمتابعة الدراما للمركز الثالث والأخير، كما أظهرت نتائج الدراسة الحالية التأثير الذي حدث نتيجة مشاهدة الشباب للدراما بأفلامها ومسلسلاتها العربية والعالمية على المنصات الإلكترونية على عادات الذهاب للسينما لديهم، حيث أفاد العدد الأكبر منهم بأنهم أصبحوا يذهبون للسينما عدد أقل من المرات، وكان الفرق الأساسي والرئيسي بين مشاهدة الشباب عينة هذه الدراسة الميدانية للدراما على موقع اليوتيوب والمنصات الإلكترونية المتخصصة في عرض المسلسلات والأفلام هو عدم توفر جميع أفلام على موقع اليوتيوب بينما المكتبات الفيلمية الخاصة بالمنصات الإلكترونية تتميز بكم هائل من الأفلام والمسلسلات القديمة والحديثة ومن مختلف الجنسيات بشكل أكبر مما هو عليه الحال في موقع اليوتيوب.

أما عن الإنتاج للفيديوهات عبر موقع اليوتيوب، فقد أكدت دراسة Holland (2013)³⁵ أن منتجي الإنتاج المرئي عبر شبكات التواصل الاجتماعي يقل اهتمامهم بالإضاءة وطريقة العرض والزاوية وكل مسائل الإنتاج المهنية، ويتم التعامل مع المادة الفيلمية ببساطة لعدم خضوع قواعد التلفزيون على قواعد الإنترنت، وأن منتجي الفيديوهات يتشاركون في استخدام

منزلهم لتصوير مقاطع الفيديو بصورة عفوية، وأن طول الفيديو الناجح حوالي 7 دقائق، ويضعف نجاحه إذا زاد عن 15 دقيقة فما فوق، وأن البيئة التفاعلية التي يمتاز بها اليوتيوب جعلت المشاهد يستمتع للفيديو ويتفاعل معه في قسم التعليقات.

أما بخصوص تفوق منصة Watch it عن باقي المنصات الرقمية للمشاهدة الدرامية، وهو ما يتفق مع ما توصلت له دراسة (يمنى محمد عاطف عبد النعيم، 2021)³⁶ التي ركزت على أبعاد استراتيجية التسويق بالمحتوى متعددة الأهداف التي تستخدمها منصة "watch it" المصرية لتسويق مختلف أنماط المحتوى والوصول للجمهور المستهدف، حيث أنها تعتمد بشكل كبير على مواقع التواصل الاجتماعي في عملية التسويق غير المباشر، الأمر الذي قد يُعزى إلى اعتماد الجمهور المصري على تلك المواقع في تلبية احتياجاته كاستقاء المعلومات والترفيه، وأنه يتم تطبيق نموذج الأبعاد الرئيسية للتسويق بالمحتوى من خلال حساب منصة watch it على فيس بوك بشكل جزئي، الأمر الذي قد يعكس عدم اهتمام القائمين على التسويق بمبدأ التسويق غير المباشر.

– أكثر الوسائل الرقمية التي يتم مشاهدة الدراما في المنصات الرقمية التلفزيونية:

جدول رقم (3)

أكثر الوسائل الرقمية التي يتم مشاهدة الدراما في المنصات الرقمية التلفزيونية

الوسائل	1	2	3	4	5	الإجمالي	الوزن
الهواتف المحمولة الذكية	54	115	103	20	108	400	50.8
شاشات التلفزيون	79	119	70	32	100	400	47.2
تابلت	91	123	84	34	68	400	41.6
ipad	116	108	70	35	71	400	39.8
الكمبيوتر المحمول	131	105	69	20	75	400	37.7
الكمبيوتر الثابت	130	97	150	6	17	400	30.2

تكشف نتائج الجدول السابق عن ترتيب عينة الدراسة لأكثر الوسائل الرقمية التي يتم الاعتماد عليها في مشاهدة الدراما في المنصات الرقمية التلفزيونية مرتبة من الأعلى متابعة فالأقل، فجاء في المقدمة الهواتف المحمولة الذكية بوزن 50.8 درجة، تلاه شاشات التلفزيون بوزن 47.2 درجة، وفي الترتيب الثالث جاء التابلت بوزن 41.6 درجة، ثم جهاز iPad بوزن 39.8 درجة، ثم الكمبيوتر المحمول بوزن 37.7 درجة، وأخيراً الكمبيوتر الثابت بوزن 30.2 درجة، وهي النتيجة التي تتقارب مع ما توصلت له دراسة (أماني رضا عبد المقصود ٢٠٢١)³⁷ أن التلفزيون الذكي tv smart هو من أبرز الوسائل التي يستخدمها المبحوثون للمشاهدة حسب الطلب بنسبة ٤.٧٠٪ يليه الهاتف الذكي بنسبة ٤.٤٨٪، وقد أكدت دراسة Humphres Evelia, Khamati Shilabukha, Johnstone Kuya, Monica) (Wanjiru. 2016)³⁸ على تفضيل الشباب الأفريقي للهواتف الذكية في متابعة المضامين التي يريدونها لما على المنصات الرقمية لما تتميز به من إتاحة المشاهدة في أي مكان ووقت يحدده المستخدم.

– الأفراد الذين تشاهد معهم الدراما في المنصات الرقمية التلفزيونية:

جدول رقم (4)

الأفراد الذين تشاهد معهم الدراما في المنصات الرقمية التلفزيونية

الوسائل	1	2	3	4	5	الإجمالي	الوزن
مع أفراد الأسرة	79	114	74	18	115	400	48.5
الأصدقاء	98	97	89	21	95	400	44.9
بمفردي	86	130	103	11	70	400	40.6

تكشف نتائج الجدول السابق عن ترتيب عينة الدراسة للأفراد الذين يشاهدوا معهم الدراما في المنصات الرقمية التلفزيونية مرتبة من الأعلى متابعة فالأقل، فجاء في المقدمة المشاهدة مع أفراد الأسرة بوزن 48.5 درجة، تلاه في المرتبة الثانية الأصدقاء بوزن 44.9 درجة، وأخيراً جاء المشاهدة بمفردهم بوزن 40.6 درجة، دراسة (دينا فاروق أبو زيد، 2015)³⁹ أن معظم الشباب الجامعي من جمهور تليفزيون الإنترنت في مصر يشاهدونه بكثافة ولا يمكنهم الاستغناء عنه ويفضلونه أكثر من التليفزيون التقليدي، وقد فكروا في مشاهدته لاهتمامهم بالإنترنت وكل استخداماته وخدماته ولاهتمامهم بالتكنولوجيا الحديثة ولانتشار استخدامه بين الأصدقاء والزملاء، وكذلك توصلت دراسة (دينا محمد محمد عبد العظيم، 2021)⁴⁰ أن الأصدقاء أكبر مصدر للتعرف علي قنوات تلفزيون الانترنت بنسبة (45,3%) ثم جاءت الأسرة كمصدر للتعرف علي قنوات تلفزيون الانترنت بنسبة (37%) وأخيراً جاءت مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للتعرف علي قنوات تلفزيون الانترنت.

المحور الثاني: تقييم عينة الدراسة لميزات المحتوى الدرامي الذي يبث على المنصات الرقمية التلفزيونية:

– تقييم عينة الدراسة للمحتوى الدرامي الذي يبث على المنصات الرقمية التلفزيونية:

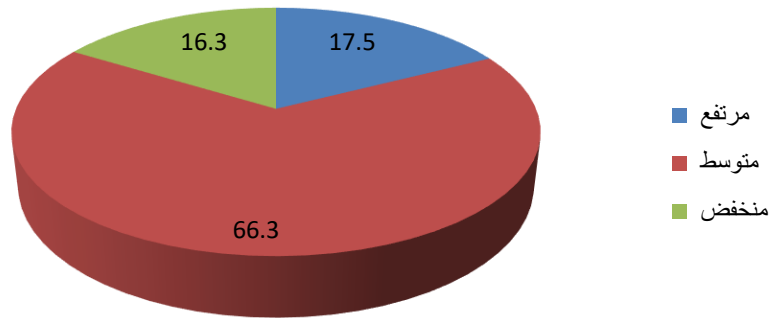
جدول رقم (5)

تقييم عينة الدراسة للمحتوى الدرامي الذي يبث على المنصات الرقمية التلفزيونية⁴¹

الوزن	الإجمالي		معارض		محايد		موافق		العبارة
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
60.3	100.0	400	22.0	88	35.5	142	42.5	170	بها مضامين درامية لا توجد بأي منصة أخرى
55.9	100.0	400	20.8	83	46.8	187	32.5	130	تضم محتوى درامي عربي متنوع
55.4	100.0	400	21.5	86	46.3	185	32.3	129	إمكانية الطلب لمشاهدة المحتوى الدرامي في أي وقت بالمنصات
52.8	100.0	400	23.8	95	47.0	188	29.3	117	يوجد إنتاج درامي منفرد خاص بالمنصات الرقمية
50.2	100.0	400	36.3	145	27.3	109	36.5	146	لا يوجد إعلانات تخترق المحتوى الدرامي الذي يتم مشاهدته
49	100.0	400	26.3	105	49.5	198	24.3	97	تضم محتوى درامي أجنبي متنوع

48.9	100.0	400	31.5	126	39.3	157	29.3	117	التعرف على الجديد في مجال الفن غير منشور بالوسائل التقليدية
48.2	100.0	400	30.0	120	43.8	175	26.3	105	وجود تصنيفات للمحتوى الدرامي المقدم بالمنصات
47.6	100.0	400	33.0	132	38.8	155	28.3	113	إمكانية المشاهدة الجماعية مع أفراد محددين في أي مكان ووقت
47.3	100.0	400	31.3	125	43.0	172	25.8	103	تقديم مقترحات بمحتوى للمشاهدة بناءً على اختيارات سابقة
46.4	100.0	400	35.5	142	36.3	145	28.3	113	إمكانية المشاهدة للمنصات الرقمية في تجمع بأماكن عامة
44.6	100.0	400	32.0	128	46.8	187	21.3	85	الابهار في تقديم أفكار درامية جديدة وتناسب المجتمع

يكشف الجدول السابق عن ترتيب تقييم عينة الدراسة للمحتوى الدرامي الذي يبيث على المنصات الرقمية التلفزيونية، ويأتي في المقدمة تميزها بأن بها مضامين درامية لا توجد بأي منصة أخرى بوزن 60.3 درجة، تلاه في الترتيب الثاني أنها تضم محتوى درامي عربي متنوع بوزن 55.9 درجة، تلاه في الترتيب الثالث تميز بإمكانية الطلب لمشاهدة المحتوى الدرامي في أي وقت بالمنصات بوزن 55.4 درجة، تلاه في الترتيب الرابع بأنه يوجد إنتاج درامي منفرد خاص بالمنصات الرقمية بوزن 52.8 درجة، وفي الترتيب الخامس جاء أنها لا يوجد إعلانات تخترق المحتوى الدرامي الذي يتم مشاهدته بوزن 50.2 درجة، وكان أقل تقييم لإمكانية المشاهدة للمنصات الرقمية في تجمع بأماكن عامة بوزن 46.4 درجة، تلاه الابهار في تقديم أفكار درامية جديدة وتناسب المجتمع بوزن 44.6 درجة، ويستخلص مما سبق، مقياساً عاماً لتقييم عينة الدراسة للمحتوى الدرامي عبر المنصات الرقمية التلفزيونية، والذي جاءت مستوياته على النحو التالي:



شكل رقم (4)

مقياس تقييم عينة الدراسة للمحتوى الدرامي عبر المنصات الرقمية التلفزيونية

يكشف الشكل السابق عن تقييم عينة الدراسة للمحتوى الدرامي عبر المنصات الرقمية، وجاء المستوى المتوسط بنسبة 66.3% في المقدمة، تلاه المستوى المرتفع بنسبة 17.5%، وأخيراً المستوى المنخفض بنسبة 16.3%، ويرجع هذا التقييم المرتفع نوعاً ما للمحتوى المنصة، لأنه يقدم محتوى درامي لا يبيث على وسائل أخرى، أي التميز بالانفراد، فضلاً عن إمكانية المشاهدة في أي وقت ومن أي مكان، وهو ما يتفق مع ما توصلت له دراسة (دينا فاروق أبو زيد، 2015)⁴² بأن تليفزيون الإنترنت وسيلة ثرية لوجود رجوع الصدى عبر أشكال مختلفة من التفاعلية وبدرجات ومستويات مختلفة من التفاعلية بالإضافة إلى الثراء الإعلامي والاتصالي لتعدد الإشارات من خلال الصورة والصوت واللغة الطبيعية كما يلاحظ أن تليفزيون الإنترنت به الكثير من الإمكانيات التي لم تستخدمها القنوات ولم يستخدمها الجمهور والذي يمكن أن يزيد من الثراء الإعلامي والاتصالي مثل الأشكال المختلفة من التفاعلية بين الجمهور والوسيلة والتي يصل أعلى مستوياتها بمشاركة الجمهور في إنتاج محتوى القناة.

ويمكن القول أن وسائل الإعلام القديمة تفاعلت مع التكنولوجيا الرقمية عبر المبادرة باستخدام منصات الإنترنت الخاصة بها،⁴³ ويتشابه تليفزيون الإنترنت مع التليفزيون التقليدي بتقديمه مواد مرئية ويمكن الاختلاف في بعض السمات أهمها التفاعلية حيث يستطيع المشاهد أن يقوم باختيار توقيت المشاهدة وتوقيف الفيديو في أي وقت أو تقديمه أو إرجاعه. ويمكن مشاهدة المادة عبر أجهزة تكنولوجية متعددة،⁴⁴ كما أن التفاعل بين التليفزيون واليوتيوب والاستخدام المستقل للإنترنت يسمح بأنماط جديدة من التفاعل بين الموضوعات المجسدة والصور الرقمية،⁴⁵ وقد أثبتت دراسة (46) أن شركات الإنتاج تضع أجزاءً كاملة من المسلسلات على المنصات الرقمية لتشجيع المشاهدين على المشاهدة المكثفة والمستمرة لحلقات متتالية من المسلسلات فيما يسمى بظاهرة (Bingo Watching).

– نوعية المضمون الدرامي الذي تحرص على مشاهدته بالمنصات الرقمية التليفزيونية:

جدول رقم (6)

نوعية المضمون الدرامي الذي تحرص على مشاهدته بالمنصات الرقمية التليفزيونية

المضمون الدرامي	1	2	3	4	5	الإجمالي	الوزن
الأفلام المصرية الحديثة	114	88	28	52	118	400	48.3
الأفلام المصرية القديمة	106	89	61	31	113	400	47.3
الانتاج الدرامي الأجنبي بالرسوم المتحركة والتقنيات الجرافيكية	81	123	64	27	105	400	47
الأفلام الأجنبية	109	88	76	31	96	400	44.8
المسلسلات بالرسوم المتحركة والتقنيات الجرافيكية العربية	101	97	81	29	92	400	44.6
المسلسلات التليفزيونية المصرية	92	132	79	14	83	400	41.5
المسلسلات التليفزيونية العربية	123	91	88	23	75	400	39.8
الأفلام بالرسوم المتحركة والتقنيات الجرافيكية العربية	156	66	73	33	72	400	37.4
المسلسلات التليفزيونية الأجنبية	121	108	92	23	56	400	36.6

تكشف نتائج الجدول السابق عن ترتيب عينة الدراسة لنوعية المضمون الدرامي الذي تحرص على مشاهدته بالمنصات الرقمية التلفزيونية مرتبة من الأعلى متابعة فالأقل، فجاء في المقدمة الأفلام المصرية الحديثة بوزن 48.3 درجة، تلاه في المرتبة الثانية الأفلام المصرية القديمة بوزن 47.3 درجة، ثم جاء مشاهدة الإنتاج الدرامي الأجنبي بالرسوم المتحركة والتقنيات الجرافيكية بوزن 47 درجة، ثم الأفلام الأجنبية بوزن 44.8 درجة، ثم المسلسلات بالرسوم المتحركة والتقنيات الجرافيكية العربية بوزن 44.6 درجة، ثم المسلسلات التلفزيونية المصرية بوزن 41.5 درجة، ثم المسلسلات التلفزيونية العربية بوزن 39.8 درجة، ثم الأفلام بالرسوم المتحركة والتقنيات الجرافيكية العربية بوزن 37.4 درجة، وأخيراً المسلسلات التلفزيونية الأجنبية بوزن 36.6 درجة، وتدل النتائج السابقة على تعظيم دور الترفيه في حياة الأفراد، وأن وظيفة الترفيه الإعلامي تعد أحد أهم الوظائف الإعلامية، إذ يتعرض المتلقون لوسائل الإعلام المختلفة لإشباع احتياجاتهم والتي منها الترفيه والتخلص من ضغوط الحياة اليومية، وتختلف وسائل الإعلام في آليات تقديم التجربة الترفيهية لمتابعيها، بل وأصبحت الوسائل المختلفة تتنافس على تحقيق هذه الوظيفة للجمهور المستهدف، وأصبحت صناعة الترفيه الإعلامي صناعة قائمة بذاتها ومجالاً رحباً للاستثمارات الإعلامية، التي تستهدف جذب الجمهور لها وإشباع حاجاته للترفيه والإمتاع عبر المضامين المختلفة.

– نتائج متابعة المضمون الدرامي على المنصات الرقمية التلفزيونية:

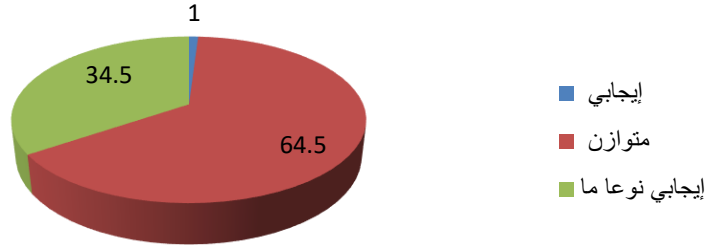
جدول رقم (7)

نتائج متابعة المضمون الدرامي على المنصات الرقمية التلفزيونية

الوزن	الإجمالي	5	4	3	2	1	نتائج المتابعة
48.6	400	120	32	51	100	97	السعادة
45.3	400	107	34	48	99	112	تمضية الوقت والتسلية
39.6	400	79	33	62	95	131	التأثر النفسي
39.3	400	69	38	67	105	121	اكتساب معلومات جديدة
38.9	400	66	39	80	81	134	المشاهدة الحرة للمضمون الدرامي
37.6	400	64	28	84	93	131	المتعة
37.2	400	63	32	65	117	123	تحسن الحالة المزاجية
35.8	400	48	21	81	156	94	مادة للتفاعل مع الآخرين
35.5	400	61	23	52	150	114	التوحد النفسي مع الأحداث
35.2	400	46	30	94	100	130	متابعة نجومى المفضلين

تكشف نتائج الجدول السابق عن ترتيب عينة الدراسة لنتائج متابعة المضمون الدرامي على المنصات الرقمية التلفزيونية مرتبة من الأعلى متابعة فالأقل، فجاء في المقدمة السعادة بوزن 48.6 درجة، تلاه في المرتبة الثانية تمضية الوقت والتسلية بوزن 45.3 درجة، ثم جاء التأثر النفسي بوزن 39.6 درجة، ثم اكتساب معلومات جديدة بوزن 39.3 درجة، ثم المشاهدة الحرة للمضمون الدرامي بوزن 38.9 درجة، ثم المتعة بوزن 37.6 درجة، ثم تحسن الحالة المزاجية بوزن 37.2 درجة، ثم مادة للتفاعل مع الآخرين بوزن 35.8 درجة، ثم التوحد النفسي مع الأحداث بوزن 35.5 درجة، وأخيراً متابعة نجومى المفضلين بوزن 35.2 درجة، ويستخلص

مما سبق، مقياساً عاماً لاتجاهات عينة الدراسة نحو المحتوى الدرامي عبر المنصات الرقمية التلفزيونية، والذي جاءت مستوياته على النحو التالي:



شكل رقم (5) مقياس اتجاهات عينة الدراسة نحو المحتوى الدرامي عبر المنصات الرقمية التلفزيونية

يكشف الشكل السابق عن طبيعة اتجاهات عينة الدراسة نحو المحتوى الدرامي عبر المنصات الرقمية التلفزيونية، حيث جاء نسبة 64.5% من عينة الدراسة اتجاهاتهم متوازنة نحو المنصات، في حين جاء نسبة 1% اتجاههم إيجابي، ونسبة 34.5% اتجاههم محايد نحوها أي يتفاعل معها لتميز إمكاناتها ولكن لا يعتبرها الأفضل، وتتقارب هذه النتيجة مع ما توصلت له دراسة (دينا محمد محمد عبد العظيم، 2021) ⁴⁷ أن أعلى نسبة عن رضا الباحثين عن قنوات تلفزيون الانترنت كانت راضي إلي حد ما وذلك بنسبة (49%)، يليها راضي بدرجة كبيرة وكانت بنسبة (27%)، يليها غير راضي بنسبة (13,3%) وكانت نسبة الرضا التام (8,7%) وأقل نسبة عن مدي رضا الباحثين عن قنوات تلفزيون الانترنت كانت غير راضي مطلقاً وكانت بنسبة (2%).

- طريقة اختيار المضمون الدرامي الذي تحرص على مشاهدته بالمنصات الرقمية التلفزيونية:

جدول رقم (8)

طريقة اختيار المضمون الدرامي الذي تحرص على مشاهدته بالمنصات الرقمية التلفزيونية

الوزن	الإجمالي		معارض		محايد		موافق		طرق الاختيار
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
79.6	100.0	100.0	-	-	40.8	163	59.3	237	البحث بالمضمون الدرامي وفقاً لاختياري السابقة
76.2	100.0	400	-	-	47.8	191	52.3	209	التعليقات عن المضمون الدرامي عبر مواقع التواصل الاجتماعي
75.8	100.0	400	1.0	4	46.5	186	52.5	210	ترشيح أفراد الأسرة
75.2	100.0	100.0	1.3	5	47.3	189	51.5	206	عمل ترويج للمضامين الدرامية الجديدة
74.3	100.0	400	1.5	6	48.5	194	50.0	200	قوائم وترشيحات وتصنيفات المنصات ذاتها
74.3	100.0	400	.3	1	51.0	204	48.8	195	ترويج للمضامين الدرامية المتاحة على المنصة
74	100.0	400	1.5	6	49.0	196	49.5	198	ترشيح الأصدقاء والمعارف
73.9	100.0	400	.5	2	51.3	205	48.3	193	الإعلانات التي تظهر على مواقع التواصل
73	100.0	100.0	1.3	5	51.5	206	47.3	189	إرسال رسائل قصيرة عبر الهواتف الذكية

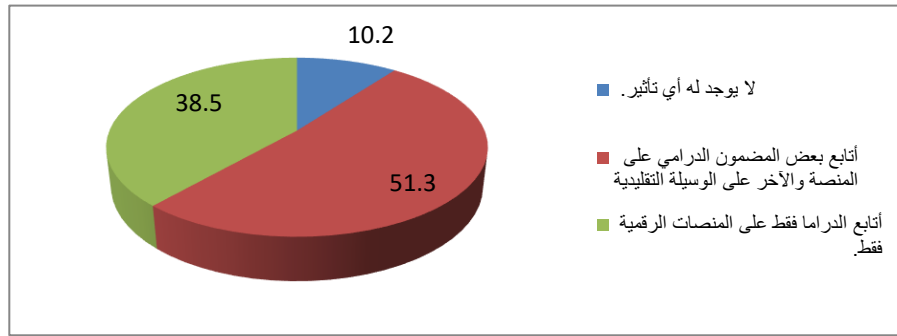
يوضح الجدول السابق تنوع طريقة اختيار المضمون الدرامي الذي تحرص عينة الدراسة على مشاهدته بالمنصات الرقمية التلفزيونية، وجاء في المقدمة البحث في المضمون الدرامي وفقا لاختياري السابقة بوزن 79.6 درجة، تلاه في الترتيب الثاني التعليقات عن المضمون الدرامي عبر مواقع التواصل الاجتماعي بوزن 76.2 درجة، ويتضح أن مواقع التواصل الاجتماعي تحتل مرتبة تتقارب مع الخبرة الشخصية في التأثير على الاختيارات، خاصة في ظل أن مواقع التواصل الاجتماعي تعد من الآليات الرقمية التي يتم عبرها بث المحتوى التلفزيوني للقنوات التلفزيونية التقليدية والترويج لأي محتوى سواء درامي يبث على القنوات التلفزيونية أو الترويج لمحتوى المنصات الرقمية، فالمؤسسات التلفزيونية أو مالكي المنصات التلفزيونية الرقمية يحرصوا على زيادة معدل انتشار قنواتهم التقليدية أو الرقمية عبر هذه المواقع لضمان الوصول لأكبر كم من المواطنين، وتفاعلهم مع محتواهم، حيث أصبحت هذه المواقع أحد الوسائل التي تعين في مجال تحقيق الربح الاقتصادي لهذه المؤسسات، خاصة في ظل ازدياد أهمية شبكات التواصل الاجتماعي في حياة المستخدمين لها،⁴⁸ فالمستخدم يقضي في المتوسط قرابة الساعة يوميا (لا يقل عن 50 دقيقة) في تصفحه للشبكات الاجتماعية فيسبوك أو انستجرام أو تويتر، وقد يعتبر البعض هذه الفترة الزمنية قصيرة، إلا أنها تساوى تقريباً سدس ساعات اليوم بعد استبعاد ساعات النوم، وهي أعلى من الوقت الذي يقضيه الإنسان في أي نشاط ترفيهي آخر⁴⁹.

أكدت العديد من الدراسات على أهمية مواقع التواصل الاجتماعي وتفاعلها مع الوسائل التقليدية والمنصات الرقمية الأخرى والتطبيقات، مثل دراسة (جيهان أشرف، 2020)⁵⁰ التي أكدت على ارتفاع عدد ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وأكدت كل من دراسة (Matthew Pittman et.al, 2016)⁵¹ ودراسة (بسمة على يحيى، 2017)⁵² على أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في زيادة مستمرة بشكل خاص بين جمهور الشباب، وقد تنوعت المواقع التي يتعرض لها الجمهور ويتابعوا المحتوى الترويجي أو التسويقي للمؤسسات التلفزيونية أو المنصات الرقمية، وإن كان موقع الفيس بوك في الصدارة، والانستجرام لخاصية الصور والفيديوهات إلى جانب التطبيقات الرقمية الخاصة بالمؤسسات عبر الهواتف الذكية، حيث أشارت نتائج دراسة (Ali Erarslan, 2019)⁵³ بأن الإنستجرام هو أكثر منصات التواصل الاجتماعي استخداماً بين المشاركين ويفضلون استخدامه من أجل التثقيف والتعرف على أخبار العالم المحيط بهم، كما أضافت دراسة (مروى عبد اللطيف محمد، 2020)⁵⁴ أن أكثر التطبيقات استخداماً بالإنترنت (واتساب، وانستجرام، وفيسبوك ماسنجر، وzoom، وتيليجرام، وسكايب، وتطبيقات أخرى منها (تويتر – يوتيوب – zello – لاين – جوجل دو – ووي تشات)، ثم تطبيق فايبر، كما أشارت دراسة (شيماء محمد حامد، 2018)⁵⁵ لأكثر التطبيقات استخداماً بأن جاء (الفيس بوك ماسنجر Facebook messenger)، والواتس آب كأكثر تطبيقات يتم التواصل عبرها.

كما اتفقت نتيجة الدراسة الحالية من حيث دور الترشيحات الأصدقاء في اختيار المنصات الرقمية لمتابعتها، مع ما توصلت له دراسة (داليا عثمان، 2020)⁵⁶ عن أهمية دور جماعات الأصدقاء في حياة المراهقين في اتخاذ العديد من القرارات، فكل فرد يسعى للحصول على رضا أقرانه، وبالتالي يسعى للتشبه بهم قدر الإمكان، فقد وجدت الدراسة أن أهم أسباب

الاشتراك في منصة نيتفليكس هو ترشيح الأصدقاء، ومحاولة إيجاد نقاط للنقاش المشترك بينهم، وفي هذه الحالة كانت مناقشة أحداث المسلسلات هي نقطة الالتقاء، وأن مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دوراً مهماً في حياة المراهقين في الترويج للأفكار الجديدة، ونشر المستحدثات بينهم، نظراً للفترة الطويلة التي يقضيها المراهقون أما شاشات الموبايل والكمبيوتر يتابعون فيها تلك المواقع.

– تأثير مشاهدة عينة الدراسة للمحتوى الدرامي عبر المنصات الرقمية لمتابعة المضمون الدرامي على القنوات التلفزيونية التقليدية:

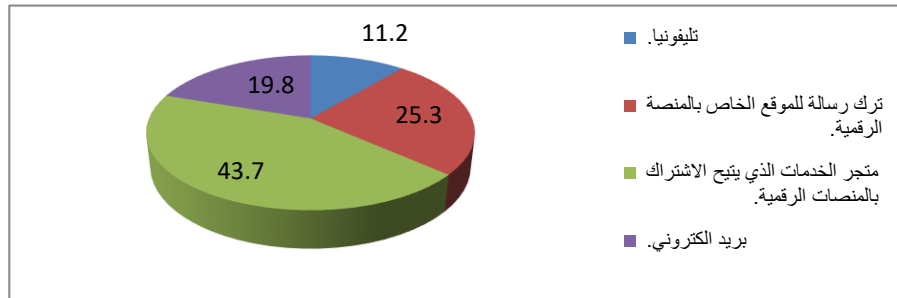


شكل رقم (6) تأثير مشاهدة عينة الدراسة للمحتوى الدرامي عبر المنصات الرقمية لمتابعة المضمون الدرامي على القنوات التلفزيونية التقليدية

يكشف الشكل السابق عن أن نسبة 51.3% من عينة الدراسة تتابع بعض المضمون الدرامي على المنصة والآخر على الوسيلة التقليدية، تلاه نسبة 38.5% من عينة الدراسة التي تتابع الدراما فقط على المنصات الرقمية فقط، وأخيراً جاء نسبة 10.2% من عينة الدراسة تعبر عن أنه لا يوجد تأثير للمنصات الرقمية على متابعة المضمون في القنوات التلفزيونية التقليدية، وتتقارب هذه النتيجة مع ما توصلت له دراسة (عادة أحمد النشار، 2018)⁵⁷ المتعلقة بتأثير مشاهدة الدراما في الإنترنت على تقليل مشاهدتها في التلفزيون؛ فقد اتضح أن 32% من الشباب قلت مشاهدتهم بدرجة كبيرة و24% قلت مشاهدتهم بدرجة ضعيفة و16% قلت مشاهدتهم بدرجة متوسطة مقابل 28% لم تقل مشاهدتهم على الإطلاق، وهو ما يكشف على المحور العكسي أن هناك أيضاً تأثيراً مماثلاً لمشاهدة الدراما في الإنترنت على مشاهدتها في التلفزيون، كما أثبتت دراسة (مالك رحاب محمود العزة، 2017)⁵⁸ أن استخدام التقنيات التلفزيونية الحديثة يزيد من درجة المشاهدة في التلفزيون، كما جاءت دراسة Isaac Olajide Fadeyi (2021)⁵⁹ لرصد تأثير استخدام الإنترنت على مشاهدة التلفزيون التقليدي بين الصحفيين في ولاية لاغوس. وكشفت النتائج أن مشاهدة الصحفيين للتلفزيون التقليدي أخذت في التناقص، فيما تمت التوصية بأن يقوم الإعلام بالدمج بين دور الإعلام التلفزيوني ومميزات الإنترنت في عمليات البث الخاصة به لمواجهة التطور الجاري في التقنيات الرقمية تعزيزاً لاستدامة مشاهدة التلفزيون التقليدي، كما أوضحت دراسة (Aditya Deshpande, Archana Rajput, Sudesh Pullapalli, Shriya Alluri, Shivalika

و ذات شعبية كبيرة، ويرتفع معدل متابعتها عبر الهواتف الذكية، حيث حدث في بعض المجتمعات تحول مفاجئ من مشاهدة التلفزيون التقليدية للمشاهدة عبر الإنترنت، ويتابعها كل فرد على الأقل منصة واحدة على الإنترنت، كما كشفت دراسة (Mai Magdy Abo Al Saoud، 2019) ⁶¹ أن هناك علاقة إيجابية بين مشاهدة الدراما على الإنترنت والتشجيع على استخدامها من وسائل الإعلام عبر الإنترنت.

- طرق التواصل التي تتجه لها للتفاعل مع مقدمي الخدمة:



شكل رقم (7) طرق التواصل التي تتجه لها للتفاعل مع مقدمي الخدمة

يكشف الشكل السابق عن أن نسبة 43.7% من عينة الدراسة تتواصل مع المنصات الرقمية عن طريق متجر الخدمات الذي يتيح الاشتراك بالمنصات الرقمية، تلاه نسبة 25.3% من عينة الدراسة التي تترك رسالة للموقع الخاص بالمنصة الرقمية، ثم جاء نسبة 19.8% من عينة الدراسة التي تتواصل عن طريق البريد الإلكتروني، وأخيراً جاء نسبة 11.2% من عينة الدراسة التي تتواصل تليفونيا.

المحور الثالث: تقييم عينة الدراسة لقبول التكنولوجيا التي تتسم بها المنصات الرقمية التلفزيونية في متابعة الدراما:

أولاً: تقييم المنفعة المتوقعة لاستخدام المنصات الرقمية:

جدول رقم (9) تقييم المنفعة المتوقعة لاستخدام المنصات الرقمية

الوزن	الإجمالي		معارض		محايد		موافق		العبارات
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
82.9	100.0	400	-	-	34.3	137	65.8	263	عدم توقف الصورة والصوت عند مشاهدة المحتوى الدرامي
78.9	100.0	400	.5	2	41.3	165	58.3	233	إمكانية استخدام المنصة عبر أكثر من جهاز
77.3	100.0	400	3.0	12	39.5	158	57.5	230	إمكانية شغل وقت الفراغ بمحتوى درامي من اختياري في أي وقت
71.4	100.0	400	-	-	57.3	229	42.8	171	سرعة تشغيل المنصات الرقمية
70.2	100.0	400	7.5	30	44.8	179	47.8	191	الابتكار التقني في الصورة المقدمة بالمنصات الرقمية

يكشف الجدول السابق عن عدد المنافع التي ذكرها مستخدمي المنصات الرقمية وتحفزهم على متابعتها، في المقدمة جاء عدم توقف الصورة والصوت عند مشاهدة المحتوى الدرامي بوزن 82.9 درجة، تلاه إمكانية استخدام المنصة عبر أكثر من جهاز بوزن 78.9 درجة، ثم إمكانية شغل وقت الفراغ بمحتوى درامي من اختياري في أي وقت بوزن 77.3 درجة، ثم سرعة تشغيل المنصات الرقمية بوزن 71.4 درجة، وأخيراً الابتكار التقني في الصورة المقدمة بالمنصات الرقمية بوزن 70.2 درجة.

كما أوضحت دراسة دينا فاروق ابو زيد 2015⁽⁶²⁾ أن تليفزيون الإنترنت، أن معظم المواد المرئية في تليفزيون الإنترنت في مصر قصيرة وبالتحديد أقل من خمس دقائق ومتحيزة في مناقشة الموضوعات والقضايا واستخدمت اللغة العامية ولا تعرض على الهواء مباشرة (مسجلة) ولا تتبع جدولاً برامجياً ثابتاً ودورياً ولم تستفد من الحرية المتوفرة بتليفزيون الإنترنت، وقد وجد أن أغلبية طلاب الجامعة بالعينة يشاهدون بكثافة تليفزيون الإنترنت في مصر ولا يستطيعون أن يعيشوا بدونهم ويفضلون تليفزيون الإنترنت أكثر من التليفزيون التقليدي.

ثانياً: إدراك عينة الدراسة لسهولة الاستخدام للمنصات الرقمية:

جدول رقم (10) إدراك عينة الدراسة لسهولة الاستخدام للمنصات الرقمية

الوزن	الإجمالي		معارض		محايد		موافق		العبارات
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
76.8	100.0	400	1.0	4	44.5	178	54.5	218	إمكانية الفصل بين محتوى الصغار والكبار
74.2	100.0	400	-	-	51.8	207	48.3	193	امتلاك حرية الوقت والمكان في متابعة الإنتاج الدرامي بالمنصة
71.9	100.0	400	.8	3	54.8	219	44.5	178	تقسيم إنتاج الدرامي المصري والعربي والأجنبي بشكل واضح
71.9	100.0	400	2.0	8	52.3	209	45.8	183	حرص القائمين على المنصات في متابعة مقترحات الجمهور
71.4	100.0	400	3.3	13	50.8	203	46.0	184	وضوح آلية التفاعل مع أيقونات المنصات الرقمية .

يكشف الجدول السابق عن مظاهر إدراك عينة الدراسة لسهولة استخدام المنصات الرقمية، في المقدمة جاء إمكانية الفصل بين محتوى الصغار والكبار بوزن 76.8 درجة، تلاه امتلاك حرية الوقت والمكان في متابعة الإنتاج الدرامي بالمنصة بوزن 73.2 درجة، ثم كل من تقسيم إنتاج الدرامي المصري والعربي والأجنبي بشكل واضح وكذلك حرص القائمين على المنصات في متابعة مقترحات الجمهور بوزن 71.9 درجة لكل من العبارتين، وأخيراً وضوح آلية التفاعل مع أيقونات المنصات الرقمية بوزن 71.4 درجة، وهي النتيجة التي تتفق مع ما توصلت له دراسة (ريهام سامي، 2020)⁶³ بأن خدمات البث التلفزيوني عبر الإنترنت TV streaming apps and websites أو المنصات الرقمية تشبع احتياجات الأجيال الجديدة من الشباب والمراهقين أي تنوع الجمهور المستهدف والمحتوى الموجه له وكذلك إشباع دوافع التفاعل الاجتماعي مما شكل الرضا عن خدمات المنصات، وارتبط رضاهم بالإشباع المتحققة

وقدرتهم على التحكم في المضمون المقدم، وهو ما أبرزته الدراسة الحالية من حيث تحديد المحتوى ووفقا للجمهور المستهدف وكذلك وفقا لنوعيته وكذلك سهولة التفاعل مع ايقونات المنصات.

ثالثاً: مهارات استخدام عينة الدراسة للمنصات الرقمية:

جدول رقم (11) مهارات استخدام عينة الدراسة للمنصات الرقمية

الوزن	الإجمالي		معارض		محايد		موافق		العبارة
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
80.6	100.0	400	2.8	11	33.3	133	64.0	256	سهولة متابعة أخبار الدراما عبر منشورات مواقع التواصل للمنصات الرقمية.
75.3	100.0	400	1.0	4	47.5	190	51.5	206	استطيع فهم الآليات التفاعل التي تنسم بها المنصات الرقمية
73.6	100.0	400	4.0	16	44.8	179	51.3	205	إمكانية حفظ المضمون الدرامي المفضل لي وسهولة الرجوع له
73.6	100.0	400	-	-	52.8	211	47.3	189	القدرة على التحكم في المضامين المقدمة بعكس التلفزيون التقليدي
69.8	100.0	400	2.5	10	55.5	222	42.0	168	التفاعل مع خاصية عرض كل الحلقات للمسلسل مرة واحدة

يكشف الجدول السابق عن أنماط مهارات استخدام عينة للمنصات الرقمية، في المقدمة جاء سهولة متابعة أخبار الدراما عبر منشورات مواقع التواصل للمنصات الرقمية بوزن 80.6 درجة، تلاه استطاعت عينة الدراسة فهم آليات التفاعل التي تنسم بها المنصات الرقمية بوزن 75.3 درجة، ثم كل من إمكانية حفظ المضمون الدرامي المفضل لعينة الدراسة وسهولة الرجوع له وكذلك القدرة على التحكم في المضامين المقدمة بعكس التلفزيون التقليدي بوزن 73.6 درجة لكل من العبارتين، وأخيراً التفاعل مع خاصية عرض كل الحلقات للمسلسل مرة واحدة بوزن 69.8 درجة.

وتوضح النتائج السابقة أن مواقع التواصل الاجتماعي تُعد ميزة إضافية للمنصات الرقمية، وهو ما يتفق مع دراسة (وفاء محمد إبراهيم، 2020)⁶⁴ بأن مواقع التواصل الاجتماعي يزداد انجذاب الجمهور لها لما تنتجه هذه المواقع من وسائل تفاعلية تزامنية وغير تزامنية متعددة مثل: البريد الإلكتروني مواقع المحادثة/غرف الدردشة، المدونات، منتديات النقاش، خدمة متابعة الرسائل الإخبارية، RSS تقييم المحتوى (أعجبنى/ لا يعجبني)، التعليقات، المشاركات، الروابط، خدمات المساعدات، الأرشيف... الخ. والتي نقلت المستخدم من متلقي سلبي إلى متلقي نشط يقيم ويعلق ويشارك في المحتوى، بل أصبح صانعاً للمحتوى متحكماً به، كما أثبتت دراسة (راشد صلاح الدين راشد، 2021)⁶⁵ أن أهم أنواع صحافة الموبايل التي يفضلها المبحوثون في متابعة الأحداث، هي تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي بالمرتبة الأولى، واعتمدوا بصورة واضحة على التعليقات في الأحداث الجارية كأكثر أساليب التفاعل استخداماً، يليها المشاركة في المركز الثاني من أساليب التفاعل.

وهو ما يتفق مع ما توصلت له الدراسات السابقة عن تحقيق مواقع التواصل الاجتماعي للمنفعة المعلوماتية في متابعة القضايا والمحتوى، حيث أكدت على ذلك دراسة (Magdalena Wojcieszak & Briar Smith، 2014)⁽⁶⁶⁾ موضحة أن السبب هو الحرية التي تمنحها تلك المواقع وعدم وجود رقابة عليها، واتفقت معها دراسة (Andrea CeronLuigi وآخرون، 2014)⁽⁶⁷⁾، وهذا ما أكدت عليه أيضاً دراسة (Susan Jane McManimon، 2014)⁽⁶⁸⁾، كما تحولت هذه المواقع إلى عناصر جذب للشباب، وفي هذا الصدد رأت دراسة (Fang & Ha، 2011)⁽⁶⁹⁾ أن شبكات التواصل تحولت إلى مصادر أساسية للأبناء والأخبار، وأن الشباب الأصغر سناً الذي يستخدمها كوسيلة إخبارية، كما أوضحت دراسة فاطمة الزهراء عماري، 2012⁽⁷⁰⁾ أن الفيس بوك وسيلة تكنولوجية للتفاعل والتعبير وإبداء الآراء حول المواد الإخبارية للتلفزيونية، وكشفت دراسة حلمي محمود محسب، 2008⁽⁷¹⁾ عن "قياس تفاعلية المواقع التليفزيونية الإخبارية على الانترنت بالتطبيق على موقعي الجزيرة و CNN" 2008، وتوصلت لتفوق موقع قناة CNN الإخبارية في الخدمات التفاعلية مثل سرعة نقل المعلومات وسهولة الاتصال الشخصي والاعتماد على البث الحي وسهولة إضافة المعلومات.

رابعاً: المخاطر المتوقعة للمنصات الرقمية:

جدول رقم (12) المخاطر المتوقعة للمنصات الرقمية

الوزن	الإجمالي		معارض		محايد		موافق		العبارات
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
76.4	100.0	400	2.0	8	43.3	173	54.8	219	مراعاة القائمين على المنصات الرقمية سياسة الملكية الفكرية كليا ثقة في حفظ إدارة البيانات الشخصية لمستخدمي المنصات الرقمية
75	100.0	400	.3	1	49.5	198	50.3	201	الثقة في السياسات الخصوصية التي تتبناها المنصات الرقمية
72.3	100.0	400	4.5	18	46.5	186	49.0	196	يجدد القائمين على المنصات الرقمية تطوير الخدمة المقدمة للمستخدمين
71.4	100.0	400	2.8	11	51.8	207	45.5	182	

يكشف الجدول السابق عن مظاهر المخاطر المتوقعة للمنصات الرقمية، في المقدمة جاء مراعاة القائمين على المنصات الرقمية سياسة الملكية الفكرية بوزن 76.4 درجة، تلاه ثقة عينة الدراسة في حفظ إدارة البيانات الشخصية لمستخدمي المنصات الرقمية بوزن 75 درجة، ثم الثقة في السياسات الخصوصية التي تتبناها المنصات الرقمية بوزن 72.3 درجة، وأخيراً يجدد القائمين على المنصات الرقمية تطوير الخدمة المقدمة للمستخدمين بوزن 71.4 درجة، ويتضح من النتائج السابقة أن مالكي المنصات الرقمية قد تمكنوا من التوعية للمستخدمين بأهمية مراعاة حقوقه كمستخدم وحفظ بياناته وكذلك واجباته في مراعاة حقوق الملكية الفكرية في التعامل مع المحتوى المنشور عبر المنصات الرقمية، وفي إطار هذه العلاقة التبادلية ما بين الحقوق والواجبات، هناك سعي نحو تطوير مستوى الخدمات المقدمة للمستخدمين، وذلك ما يجعل هناك ديمومة واستمرارية لعمالها الحاليين وكذلك هؤلاء العملاء يكونوا بمثابة دعاية وتسويق لهذه المنصات فيكون هناك جذب مزيد من المستخدمين.

خامساً: الثقة في استخدام المنصات الرقمية:

جدول رقم (13) الثقة في استخدام المنصات الرقمية

الوزن	الإجمالي		معارض		محايد		موافق		العبارات
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
76.3	100.0	400	.3	1	47.0	188	52.8	211	تُعد المنصات مريحة في تقديم الترجمة واللغة
75.9	100.0	400	2.8	11	42.8	171	54.5	218	المعرفة بالمضمون الذي سوف أشاهده مسبقا ولي قرار المشاهدة
75.4	100.0	400	-	-	49.3	197	50.8	203	تراعي المنصات الرقمية عوامل المصداقية في جذب الجمهور
73.7	100.0	400	-	-	52.5	210	47.5	190	يراعي القائمين على إدارة المنصات الرقمية وصفحاتها التفاعلية
73.2	100.0	400	-	-	53.8	215	46.3	185	وضوح المعلومات الخاصة بكيفية استخدام المنصات الرقمية

يكشف الجدول السابق عن مظاهر الثقة في استخدام المنصات الرقمية، في المقدمة جاء تعدد المنصات مريحة في تقديم الترجمة واللغة بوزن 76.3 درجة، تلاه المعرفة بالمضمون الذي سوف تشاهده العينة مسبقا ولها قرار المشاهدة بوزن 75.9 درجة، وفي الترتيب الثالث جاء مراعاة المنصات الرقمية عوامل المصداقية في جذب الجمهور بوزن 75.4 درجة، ثم مراعاة القائمين على إدارة المنصات الرقمية وصفحاتها التفاعلية بوزن 73.7 درجة، وأخيراً وضوح المعلومات الخاصة بكيفية استخدام المنصات الرقمية بوزن 73.2 درجة.

ويبرز من النتائج السابقة الحرص على احترام فكرة خصوصية المشاهد وكذلك كونه جمهور نشط وليس متلقي سلبي، وهو الأمر الذي يميز التعامل مع المنصات الرقمية، حيث هناك مساحة كبيرة ومتنوعة للجمهور لاختيار ما يريد من مضمون ومشاهدته في الوقت الذي يريده، وأن الاختيار الذي يستهدفه الجمهور بناء على خبراته السابقة في التعامل مع المحتوى عبر المنصة أو بناء على ترشيحات الآخرين أو تعليقات الجمهور على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي للمنصات الرقمية، حيث أن مواقع التواصل الاجتماعي بسبب التفاعلية المرتفعة عبرها وإمكان نشر المواطن العادي للمحتوى عبرها أصبح شريكا في صناعة المحتوى وتوجيه الآخرين، ومراعاة كافة الاعتبارات السابقة كان من عوامل المساهمة في انتشار التعامل مع المنصات الرقمية، التي تعتمد على فكرة نشاط الجمهور، وهي الفكرة التي بدأ يتعامل معها القائمين على صناعة المحتوى سواء الدرامي أو المتخصص، والافتتاح بأن ممارسة استخدام "الشاشة الثانية" أثناء متابعة المحتوى الإعلامي أصبحت ظاهرة منتشرة بشكل متزايد، وتتم معظم المناقشة على منصات التواصل الاجتماعي الشهيرة مثل Facebook و Twitter،⁷² حيث أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي جزءاً من الأنشطة اليومية للإعلاميين إلى جانب الجمهور العادي، وقد أدرجت وسائل الإعلام التقليدية المنصات الاجتماعية والرقمية في تفاعلاتها مع الجمهور⁷³ والوصول للأخبار الخاصة بالجمهور واحتياجاتهم.⁷⁴

سادساً: التكاليف المتوقعة لاستخدام المنصات الرقمية:

جدول رقم (14) التكاليف المتوقعة لاستخدام المنصات الرقمية

الوزن	الإجمالي		معارض		محايد		موافق		العبارات
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
78.4	100.0	400	-	-	43.3	173	56.8	227	سهولة متابعة المعروض بالمنصات الرقمية عبر تطبيق المنصة الهاتفي
76.9	100.0	400	-	-	46.3	185	53.8	215	إتاحة المنصات الاشتراكات المجانية لمدة زمنية
76	100.0	400	.3	1	47.5	190	52.3	209	مشاهدة الحلقة الأولى مجاناً من المحتوى الدرامي المقدم
75.9	100.0	400	.3	1	47.8	191	52.0	208	سهولة الاشتراك في المنصات الرقمية فردياً
75.6	100.0	400	2.0	8	44.8	179	53.3	213	ثمن الاشتراك في المنصات الرقمية مناسب

يكشف الجدول السابق عن أنماط التكاليف المتوقعة لاستخدام المنصات الرقمية، في المقدمة جاء سهولة متابعة المعروض بالمنصات الرقمية عبر تطبيق المنصة الهاتفي بوزن 78.4 درجة، تلاه إتاحة المنصات الاشتراكات المجانية لمدة زمنية بوزن 76.9 درجة، ثم مشاهدة الحلقة الأولى مجاناً من المحتوى الدرامي المقدم بوزن 75.9 درجة، وكذلك وبذات الوزن السابق جاء سهولة الاشتراك في المنصات الرقمية فردياً، وأخيراً ثمن الاشتراك في المنصات الرقمية مناسب بوزن 75.6 درجة، وتكشف النتائج السابقة عن وعي القائمين على المنصات الرقمية بأهمية تسهيل عملية اشتراك الجمهور بالمنصات الرقمية وكذلك تشجيعهم على ذلك، وهو ما تبين من خلال إتاحة الاشتراكات والمشاهدة والمجانبة لفترة، وعدم ارتفاع ثمن الاشتراك بالمنصة، وتتفق النتائج السابقة مع ما توصلت له دراسة (محمد صلاح يوسف، 2021)⁷⁵ أن غالبية الباحثين يفضلون الخدمات المجانية في منصات المشاهدة التلفزيونية عبر الإنترنت بنسبة 47.9% تليها الخدمات المدفوعة والمجانبة معا بنسبة 45.3% ثم الخدمات المدفوعة فقط 6.8%.

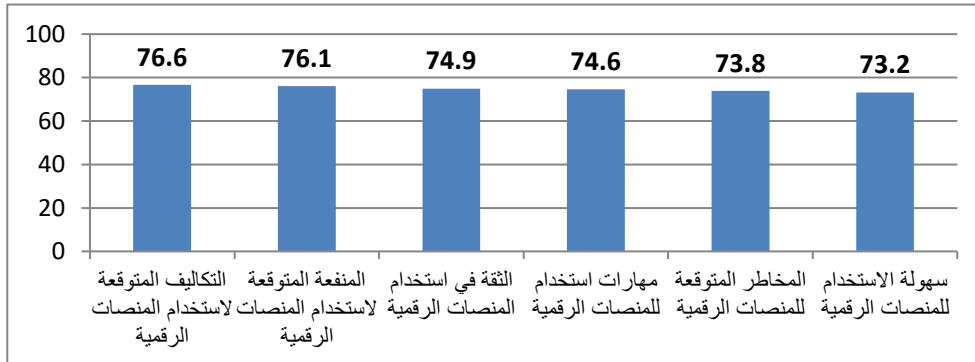
كما أن مالكي المنصات الرقمية لم يغفلوا فكرة الارتباط القوي بين المحتوى الإعلامي والمعلوماتي والتكنولوجي، ولذا كان الاتجاه نحو استثمار كافة أشكال عرض المحتوى الخاص بالمنصات على الوسائل التكنولوجية المختلفة، فلم يكن الاكتفاء بالشاشات التلفزيونية لكن إطلاق تطبيقات عبر الهواتف الذكية لمتابعة المحتوى عبره، وهو الأمر الذي يسهل التفاعل معه عن التقيد بالمشاهدة عبر الشاشات التلفزيونية، وهو الأمر الذي دفع جمهور الباحثين لدراسة الأثر الاجتماعي والنفسي لاستخدام التكنولوجيا على الجمهور، وقد تطرقت دراسة حديثة للتأثيرات الإيجابية والسلبية للعرض للدراما عبر الهواتف الذكية، خاصة في ظل ثبوت ارتفاع التفاعل مع المضمون الدرامي عبر الهواتف الذكية سواء مشاهدتها عبر مواقع التواصل أو تطبيقات المنصات الرقمية، وتمثلت نتائج دراسة (قصي خميس عبد الله، 2021)⁷⁶ فيما يلي:

– السلوكيات الإيجابية: في الترتيب الأول (تبادل مشاعر المحبة) تلاه (التفاعل مع الآخرين) وفي الترتيب الثالث (التعاون مع الآخرين) وفي الترتيب الرابع اكتساب مهارات التواصل.

– تأثير مشاهدة الدراما علي الهواتف الذكية على الناحية الاجتماعية وتواصلهم مع الآخرين ففي الترتيب الأول (المحتوي المعروف بالدراما المشاهدة على الهواتف الذكية يؤدي إلى رسم عالم افتراضي في عقل المتابع بعيد عن الواقع) ثم (مشاهدة الدراما على الهواتف الذكية يجعل الفرد خجولا) وفي الترتيب الثالث (مشاهدة الدراما على الهواتف الذكية يجعل الفرد انطوائيا) وفي الترتيب الرابع (كثرة مشاهدة المتابع للدراما على الهواتف الذكية يجعله مهملا) وفي الترتيب الأخير (مشاهدة الدراما على الهواتف الذكية يضعف مهارات التواصل مع الآخرين لديه).

– الآثار التي يسببها مشاهدة الدراما علي الهواتف الذكية على الجانب الصحي ففي الترتيب الأول (قد يؤدي قضاء فترات طويلة في مشاهدة الدراما على الهواتف الذكية بإصابته بالحمول والكسل) وفي الترتيب الثاني (يسبب مشاهدة الدراما على الهواتف الذكية ضعف الذاكرة) وفي الترتيب الثالث (قد يتسبب مشاهدة الدراما على الهواتف الذكية بأمراض عديدة) وفي الترتيب الرابع (الجلوس على الهاتف لفترات طويلة لمشاهدة الدراما قد يؤثر علي وظائف الدماغ).

وبشكل عام يمكن ترتيب المقاييس الفرعية المكونة لقبول تكنولوجيا المنصات الرقمية في متابعة المحتوى الدرامي، على النحو التالي:

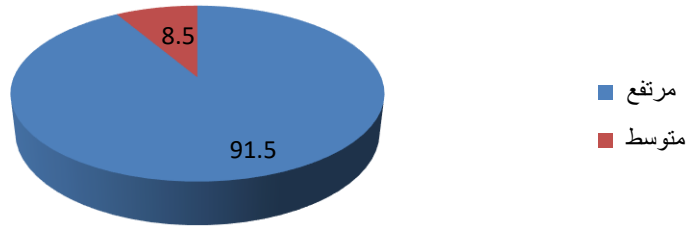


شكل رقم (8) ترتيب المقاييس الفرعية المكونة لقبول تكنولوجيا المنصات الرقمية في متابعة المحتوى الدرامي

يكشف الشكل السابق عن أن تصدر مقياس التكاليف المتوقعة لاستخدام المنصات الرقمية المقدمة من بين المقياس الرئيسي لقبول التكنولوجيا وذلك بوزن 76.6 درجة، تلاه المقياس الفرعي المرتبط بإدراك المنفعة لاستخدام المنصات الرقمية بوزن 76.1 درجة، ثم الثقة في استخدام المنصات الرقمية بوزن 74.9 درجة، وفي الترتيب الرابع جاء تأثير مهارات عينة الدراسة في استخدام المنصات الرقمية بوزن 74.6 درجة، وفي الترتيب الخامس جاء إدراك

المخاطر المتوقعة للمنصات الرقمية بوزن 73.8 درجة، وأخيرًا جاء مقياس إدراك سهولة الاستخدام للمنصات الرقمية بوزن 73.2 درجة.

يستخلص من المقاييس الفرعية التي تقيس قبول التكنولوجيا لدى عينة الدراسة، مقياسًا عامًا لقبول عينة الدراسة لتكنولوجيا المنصات الرقمية في متابعة المحتوى الدرامي، حيث جاء نسبة 91.5% من عينة الدراسة لديها قبول مرتفع للتكنولوجيا المتمثلة في المنصات الرقمية تلاه نسبة 8.5% من عينة الدراسة لديها قبول متوسط للمنصات الرقمية، وهي النتائج التي يوضحها الشكل التالي:



شكل رقم (9) مقياسًا عامًا لقبول عينة الدراسة لتكنولوجيا المنصات الرقمية في متابعة المحتوى الدرامي

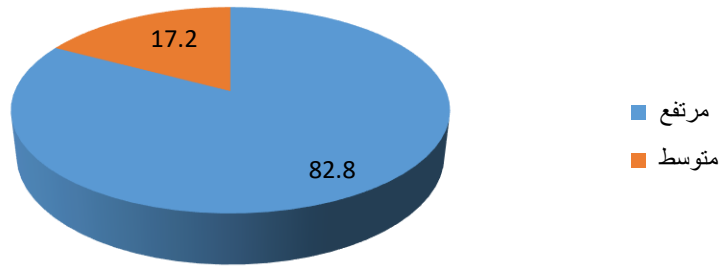
المحور الرابع: تأثير مشاهدة عينة الدراسة للمضمون الدرامي على إدراك القضايا المجتمعية:

جدول رقم (15) تأثير مشاهدة عينة الدراسة للمضمون الدرامي على إدراك القضايا المجتمعية

الوزن	الإجمالي		معارض		محايد		موافق		العبارات
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
79.3	100.0	400	.5	2	40.5	162	59.0	236	يساعد المضمون الدرامي بالمنصات على التقارب المجتمعي
77	100.0	400	-	-	46.0	184	54.0	216	ارتفاع التأثير للمضمون الدرامي لميزة التفاعلية بالمنصات الرقمية
76.9	100.0	400	.3	1	45.8	183	54.0	216	تبني سلوكيات الشخصيات الدرامية بالدراما المنشورة بالمنصات الرقمية
76.3	100.0	400	-	-	47.5	190	52.5	210	ارتفاع مستوى التأثير بالقيم المجتمعية المطروحة بالدراما لارتفاع مستوى المتعة
76.2	100.0	400	.3	1	47.3	189	52.5	210	إنتاج أعمالاً درامية لمؤثرين يحظوا بمعدل متابعة مرتفع يرتفع تصديقها
75	100.0	400	.5	2	49.0	196	50.5	202	تبني الأفكار الدرامية الخاصة بمعالجة المشكلات الاجتماعية وتنسجم بالحرية
75	100.0	400	-	-	50.0	200	50.0	200	تقدم نماذج فعلية مؤثرة لنماذج أسرية مصرية في محتواها الدرامي
74.9	100.0	400	1.0	4	48.3	193	50.8	203	تساعد المضامين بالمنصات الرقمية على التقارب الثقافي مع الجنسيات الأخرى
74.8	100.0	400	2.0	8	46.5	186	51.5	206	الاتفاق مع المضمون الدرامي المقاوم للعادات المجتمعية التقليدية لحرية العرض
74.3	100.0	400	.3	1	51.0	204	48.8	195	تمتع المحتوى المنشور بالمنصات الرقمية بالحرية وعدم خضوع للرقابة
72.3	100.0	400	.5	2	54.5	218	45.0	180	تسهم في نقل الأفكار المتعلقة بقضية معينة من كافة جوانبها بكل حرية

يكشف الجدول السابق عن تنوع مظاهر تأثير مشاهدة عينة الدراسة للمضمون الدرامي على رؤيته لقضايا المجتمعية المثارة بها، وإن جاء في المقدمة أن المضمون الدرامي بالمنصات الرقمية يساعد على التقارب المجتمعي بوزن 79.3 درجة، تلاه في الترتيب الثاني ارتفاع التأثير للمضمون الدرامي لميزة التفاعلية بالمنصات الرقمية بوزن 77 درجة، وكانت أقل

العبارات وزناً أن المضامين بالمنصات الرقمية تساعد على التقارب الثقافي مع الجنسيات الأخرى بوزن 74.9 درجة، تلاه الاتفاق مع المضمون الدرامي المقاوم للعادات المجتمعية التقليدية لحرية العرض بوزن 74.8 درجة، ثم تمتع المحتوى المنشور بالمنصات الرقمية بالحرية وعدم خضوع للرقابة بوزن 74.3 درجة، وأخيراً تسهم في نقل الأفكار المتعلقة بقضية معينة من كافة جوانبها بكل حرية بوزن 72.3 درجة، ويستخلص مما سبق، مقياساً عاماً لتأثير مشاهدة عينة الدراسة للمضمون الدرامي على إدراكه لقضايا المجتمعية، والذي جاءت مستوياته على النحو التالي:

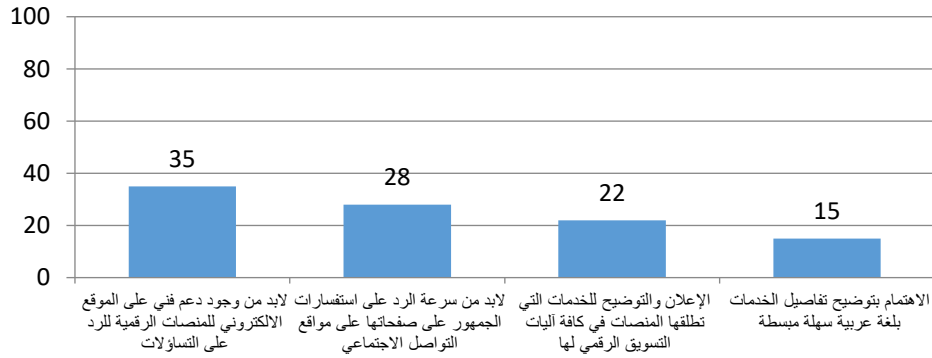


شكل رقم (10) مقياس تأثير مشاهدة عينة الدراسة للمضمون الدرامي على إدراك القضايا المجتمعية

يكشف الشكل السابق عن تأثير مشاهدة عينة الدراسة للمضمون الدرامي على رؤيته للقضايا المجتمعية، وجاء في المقدمة التقييم المرتفع للمشاهدة على التقييم الإيجابي لتفاعلها مع القضايا المجتمعية لعينة الدراسة بنسبة 82.8% في مقابل نسبة 17.2% من عينة الدراسة التي ترى أن التقييم متوسط، ويلاحظ أن تقييم عينة الدراسة الإيجابي لتأثيرات المشاهدة، جاء للجرأة في التناول والطرح الجديد والتفاعلية، وهو ما يتفق مع ما توصلت له دراسة رشا محمد أحمد مرسى الحبروني (2020)⁷⁷ أن أسباب تحول الشباب كجمهور نشط من استخدامهم للتلفزيون إلى الانترنت حتى في تعرضه لمضامين تليفزيونية عبر مواقع المحطات المختلفة على الشبكة هي أن الانترنت يشبع احتياجات لا يمكن أن يلبيها التلفزيون وأن الانترنت يتميز عن التلفزيون بجرأه الطرح والفورية في نقل الأحداث، وكذلك يتفق مع ما توصلت له دراسة (زينب أشرف هاشم، 2021)⁷⁸ بأنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض الشباب الجامعي للمواد الدرامية المقدمة بمنصات التلفزيون عبر الانترنت وترتيب أولويات القضايا المجتمعية لديهم، ويمكن القول أن القيم المجتمعية جزء لا يتجزأ عن الواقع المجتمعي الذي بدروه يؤثر فيه المحتوى الإعلامي عامة والدرامي بشكل خاص كما سبق التوضيح، فهناك علاقة قوية بين استخدام الوسائط عبر الانترنت والنوايا السلوكية،⁷⁹ وبالتالي يمكن القول أن وسائل الإعلام تُعد مصدراً مهماً من مصادر التوجيه والتنشئة في المجتمع، وأحد العناصر الأساسية في تشكيل ملامح المجتمعات، وبناء على ما سبق يمكن تقسيم وسائل الإعلام من حيث تأثيرها في المجتمعات لقسم مؤثر وفاعل، وقسم غير مؤثر وغير فاعل،⁸⁰ كما أثبتت دراسة (Abeer M. Refky M. Seddeek, Dalia Othman، 2021)⁸¹ ارتفاع تأثير المحتوى المنشور

على المنصات الرقمية ليس فقط على طريقة تفكير المشاهد بل تحديد مواقفهم وتجاربهم الاجتماعية وعاداتهم وتجاربهم الثقافية.

– مقترحات عينة الدراسة لتطوير المحتوى الدرامي عبر المنصات الرقمية:



شكل رقم (11) مقترحات عينة الدراسة لتطوير المحتوى الدرامي عبر المنصات الرقمية

يكشف الشكل السابق عن تنوع مقترحات عينة الدراسة التي تساعد على تطوير المحتوى الدرامي عبر المنصات الرقمية، وإن جاء في المقدمة التأكيد على حتمية وجود دعم فني على الموقع الإلكتروني للمنصات الرقمية للرد على التساؤلات والشكاوى بنسبة 35% من عينة الدراسة، تلاه نسبة 28% من عينة الدراسة التي ترى ضرورة سرعة الرد على استفسارات الجمهور على صفحات المنصات الرقمية على مواقع التواصل الاجتماعي، خاصة في ظل إثبات الدراسات أن مواقع التواصل الاجتماعي تعد مصدر رئيسي للمعلومات أيا كانت طبيعتها والتفاعل من قبل الجمهور، لذا تتجه العديد من المؤسسات لتأسيس صفحات لها على مواقع التواصل الاجتماعي، والتفاعل عبرها مع الجمهور، فمثلاً توصلت دراسة (أماني عبد الله سعد، 2020)⁸² لتفوق الفيس بوك عن باقي اشكال مواقع التواصل الاجتماعي التي اعتمدت عليها البرامج الدراسية وذلك لطبيعة ونوع الوسيلة لما لها من سرعة انتشارها وكثافة تعرض الباحثين لها؛ ثم تلاه بعد ذلك تويتر ثم اليوتيوب.

تلاه في الترتيب الثالث ضرورة الإعلان والتوضيح للخدمات التي تطلقها المنصات الرقمية في كافة أليات التسويق الرقمي لها بنسبة 22%، ثم في الترتيب الرابع والأخير جاء الاهتمام بتوضيح تفاصيل الخدمات التي تطلقها المنصات بلغة عربية سهلة بنسبة 15% من العينة.

الجزء الثاني: نتائج التحقق من صحة فروض الدراسة:

الفرض الرئيسي الأول: تأثير قبول عينة الدراسة للخصائص التكنولوجية للمنصات الرقمية على ارتفاع كثافة مشاهدة المحتوى الدرامي بالمنصات الرقمية.

جدول رقم (16)

تأثير قبول عينة الدراسة للخصائص التكنولوجية للمنصات الرقمية على ارتفاع كثافة مشاهدة المحتوى الدرامي بالمنصات الرقمية.

المتغير التابع	R2 معامل التحديد	قيمة F	SIG معنوية النموذج	المتغير المستقل	B معامل الانحدار	SIG معنوية المتغير
كثافة المشاهدة	0.001	0.000	0.984	الثابت (Constant)	45.411	0.000
				قبول التكنولوجيا	0.003-	0.984

ينتضح من الجدول السابق عدم وجود أثر ذي دلالة إحصائية لقبول عينة الدراسة للخصائص التكنولوجية للمنصات الرقمية على ارتفاع كثافة مشاهدة المحتوى الدرامي بالمنصات الرقمية، وبلغ معامل التحديد ($R^2 = 0.001$)، ويؤكد على عدم معنوية هذا التأثير أن قيمة P- Value أكبر من 0.05، وبلغت قيمته (0.984)، وكانت قيمة F (0.000)، وباستخدام تحليل الارتباط بيرسون تبين عدم وجود علاقة بين كلا المتغيرين حيث كانت قيمة معامل الارتباط (0.001) وذلك عند مستوى معنوية (0.492).

وباستخدام تحليل الانحدار المتعدد لمقارنة أي من المتغيرات المستقلة المكونة لمقياس قبول التكنولوجيا وهم ست متغيرات فرعية (تقييم المنفعة المتوقعة من استخدام المنصات الرقمية، وسهولة استخدام المنصات الرقمية، ومهارات استخدام المنصات الرقمية، والمخاطر المتوقعة من استخدام المنصات الرقمية، والثقة في استخدام المنصات الرقمية، والتكاليف المتوقعة من استخدام المنصات الرقمية) على كثافة المشاهدة لها، تبين عدم وجود أثر ذي دلالة إحصائية للمتغيرات الستة • على كثافة المشاهدة للدراما عبر المنصات الرقمية، ويؤكد على عدم معنوية هذا التأثير أن قيمة P- Value أكبر من 0.05، وبلغت قيمتها (0.370)، وكانت قيمة F (1.086).

ويمكن تفسير هذه النتيجة أن عينة الدراسة وفقا للمقياس العام لقبول التكنولوجيا المتمثلة في المنصات الرقمية تتميز بارتفاع قبولها لها، وأن كثافة المشاهدة للمنصات الرقمية متوسطة بشكل عام، لكن هناك عوامل عديدة تؤثر في مسألة كثافة المشاهدة للمنصات الرقمية، بخلاف عنصر قبول التكنولوجيا التي ثبت بالفعل قبولها لجودتها ومميزاتها، حيث أن المشاهدة للمنصات الرقمية يرجع لقيمتها كوسيلة اتصالية بغض النظر عن عدد ساعات مشاهدتها التي تنسم بالتوسط، وذلك لأن هناك بدائل مختلفة أمام الجمهور لمشاهدة الدراما غير المنصات الرقمية، وهناك مجالات مختلفة لأجل تمتع الفرد بالترفيه غير متابعة الدراما.

الفرض الرئيسي الثاني: تأثير قبول عينة الدراسة للخصائص التكنولوجية للمنصات الرقمية على تشكيل رؤية عينة الدراسة للقضايا المجتمعية.

جدول رقم (17) تأثير قبول عينة الدراسة للخصائص التكنولوجية للمنصات الرقمية على تشكيل إدراك عينة الدراسة للقضايا المجتمعية.

المتغير التابع	R2 معامل التحديد	قيمة F	SIG معنوية النموذج	المتغير المستقل	B معامل الانحدار	SIG معنوية المتغير
إدراك عينة الدراسة للقضايا المجتمعية	0.014	6.676	0.010	الثابت (Constant)	62.212	0.000
				قبول التكنولوجيا	0.179	0.010

يتضح من الجدول السابق وجود أثر ذي دلالة إحصائية لقبول عينة الدراسة للخصائص التكنولوجية للمنصات الرقمية على تشكيل إدراك عينة الدراسة للقضايا المجتمعية من خلالها، وبلغ معامل التحديد ($R^2 = 0.14$)، وهذا يعني أن المتغير المستقل (قبول التكنولوجيا) يفسر حوالي (1.4) % من التغييرات التي تحدث على تشكيل إدراك عينة الدراسة للقضايا المجتمعية، ويؤكد على معنوية هذا التأثير أن قيمة P- Value أقل من 0.05، وبلغت قيمتها (0.010)، وكانت قيمة ف (6.676)، وكانت معادلة الانحدار الخطي البسيط:

$$Y = 62.212 + (0.179) * \text{إدراك القضايا المجتمعية}$$

وهو ما يعني أنه كلما ارتفع (قبول التكنولوجيا) للمنصات الرقمية وفقا لرأي عينة الدراسة بدرجة واحدة يؤدي ذلك إلى رفع مستوى الرؤية الإيجابية لمعالجة القضايا المجتمعية التي تثيرها المنصات الرقمية بمقدار ($B=0.179$)، وباستخدام تحليل الارتباط بيرسون تبين وجود علاقة طردية ضعيفة بين كلا المتغيرين حيث كانت قيمة معامل الارتباط (128.0) وذلك عند مستوى معنوية (0.005)، وهو ما يعني أن عينة الدراسة ترى أنه كلما ارتفع قبول التكنولوجيا للمنصات الرقمية كلما أدى ذلك لزيادة التقييم الإيجابي لرؤية القضايا المجتمعية التي تثيرها المنصات الرقمية.

ويمكن تفسير النتيجة السابقة بأن قبول التكنولوجيا المرتبطة باستخدام المنصات الرقمية سواء كيفية استخدامها أو سهولتها أو الثقة فيها أو إدراك منافعها ومخاطرها وغيره يساعد في تعزيز أو تقضيل المشاهدة للمحتوى الدرامي خاصة وغيره من المحتويات الأخرى التي تبت عبر المنصات الرقمية وبالتالي كلما ارتفع مستوى المشاهدة ارتفع معه مستوى الاندماج في المحتوى الذي تبثه المنصة ومنه إدراك القضايا المجتمعية التي تثيرها وتقدمها المنصات الرقمية، خاصة في ظل أن هذه المنصات تتميز بحريتها وجرأتها في تناول القضايا المجتمعية وإبرازها وخاصة القضايا المسكوت عنها ولا يتم بثها في القنوات التلفزيونية التقليدية.

وباستخدام تحليل الانحدار المتعدد لمقارنة أي من المتغيرات المستقلة المتمثلة في مقاييس الفرعية لقبول التكنولوجيا للمنصات الرقمية الأكثر تأثيراً في رفع مستوى إدراك القضايا المجتمعية التي تثيرها المنصات الرقمية، فكانت النتائج كما يلي:

جدول رقم (18)- نتائج تحليل الانحدار المتعدد باستخدام طريقة Stepwise بين المتغيرات المستقلة • وإدراك القضايا المجتمعية التي تثيرها المنصات الرقمية

المتغير التابع	R ² معامل التحديد	قيمة F	SIG معنوية النموذج	المتغيرات المستقلة	β (بيتا) Standard Coefficient s	B معامل الانحدار	SIG معنوية المتغير
إدراك القضايا المجتمعية التي تثيرها المنصات الرقمية	0.034	7.037	0.001	الثابت (Constant)	-	63.635	0.000
				مهارات الاستخدام	0.138	0.092	0.006
				المخاطر المتوقعة	0.122	0.069	0.013

تبين وجود أثر ذي دلالة إحصائية للمتغيرين • هما (مهارات الاستخدام للمنصات الرقمية، المخاطر المتوقعة من استخدام المنصات الرقمية) على إدراك القضايا المجتمعية عبرها، وبلغ

معامل التحديد ($R^2 = .034$)، وهذا يعني أن النموذج يفسر حوالي 3.4% من التغيرات التي تحدث في إدراك القضايا المجتمعية التي تثيرها المنصات الرقمية، ويؤكد على معنوية هذا التأثير أن قيمة P- Value أقل من 0.05، وبلغت قيمتها (0.001)، وكانت قيمة ف (7.037)، وكانت معادلة النموذج:

$$Y = 63.635 + (0.092) * \text{مهارات الاستخدام}$$

ويكشف النموذج عن النقاط التالية:

1- كلما زاد مهارة استخدام المنصات الرقمية بدرجة واحدة يؤدي ذلك إلى زيادة نحو الاتجاه الإيجابي في تقييم منظور معالجة القضايا المجتمعية التي تثيرها المنصات الرقمية بمقدار ($B = .092$)، وباستخدام تحليل الارتباط بيرسون تبين وجود علاقة طردية ضعيفة بين كلا المتغيرين حيث كانت قيمة معامل الارتباط (0.139) وذلك عند مستوى معنوية (0.003).

2- كلما زاد إدراك المخاطر المتوقعة بدرجة واحدة يؤدي ذلك إلى زيادة نحو الاتجاه الإيجابي في تقييم منظور معالجة القضايا المجتمعية التي تثيرها المنصات الرقمية بمقدار ($B = .069$)، وباستخدام تحليل الارتباط بيرسون تبين وجود علاقة طردية ضعيفة بين كلا المتغيرين حيث كانت قيمة معامل الارتباط (0.124) وذلك عند مستوى معنوية (0.007).

3- ويكشف النموذج أن متغير "مهارات الاستخدام للمنصات الرقمية" يرتفع تأثيره عن متغير "إدراك المخاطر المتوقعة"، حيث بلغت قيمة β للأول (0.138) وللثاني (0.122).

4- واستبعد النموذج وجود تأثير للمتغيرات (تقييم المنفعة المتوقعة من الاستخدام للمنصات الرقمية، وسهولة استخدام المنصات الرقمية، والثقة في المنصات الرقمية، والتكاليف المتوقعة من استخدام المنصات الرقمية) على إدراك القضايا المجتمعية التي تثيرها المنصات الرقمية، وذلك عند مستوى معنوية (0.963) و(0.384) و(0.464) و(0.156) على التوالي للمتغيرات.

الفرض الرئيسي الثالث: تأثير قبول عينة الدراسة للخصائص التكنولوجية للمنصات الرقمية على تشكيل اتجاهات عينة الدراسة نحو هذه الوسيلة عن غيرها في متابعة المحتوى الدرامي.

جدول رقم (19) تأثير قبول عينة الدراسة للخصائص التكنولوجية للمنصات الرقمية على تشكيل اتجاهات عينة الدراسة نحو هذه الوسيلة عن غيرها في متابعة المحتوى الدرامي.

المتغير التابع	R2 معامل التحديد	قيمة F	SIG معنوية النموذج	المتغير المستقل	B معامل الانحدار	SIG معنوية المتغير
الاتجاهات	0.003	0.003	0.960	الثابت (Constant)	38.984	0.000
				قبول التكنولوجيا	0.004	0.960

يتضح من الجدول السابق عدم وجود أثر ذي دلالة إحصائية لقبول عينة الدراسة للخصائص التكنولوجية للمنصات الرقمية على تشكيل اتجاهات عينة الدراسة نحو هذه الوسيلة عن غيرها في متابعة المحتوى الدرامي، ويؤكد على عدم معنوية هذا التأثير أن قيمة P- Value أكبر من

0.05، وبلغت قيمتها (0.960)، وكانت قيمة ف (0.003)، وباستخدام تحليل الارتباط بيرسون تبين عدم وجود علاقة بين كلا المتغيرين حيث كانت قيمة معامل الارتباط (480.0) وذلك عند مستوى معنوية (0.003).

وباستخدام تحليل الانحدار المتعدد لمقارنة أي من المتغيرات المستقلة المكونة لمقياس قبول التكنولوجيا وهم ست متغيرات فرعية (تقييم المنفعة المتوقعة من استخدام المنصات الرقمية، وسهولة استخدام المنصات الرقمية، ومهارات استخدام المنصات الرقمية، والمخاطر المتوقعة من استخدام المنصات الرقمية، والثقة في استخدام المنصات الرقمية، والتكاليف المتوقعة من استخدام المنصات الرقمية) على تشكيل اتجاهات الجمهور نحو المنصات الرقمية، تبين عدم وجود أثر ذي دلالة إحصائية للمتغيرات الستة * على تشكيل اتجاهات الجمهور نحو المنصات الرقمية، ويؤكد على عدم معنوية هذا التأثير أن قيمة P- Value أكبر من 0.05، وبلغت قيمتها (0.422)، وكانت قيمة ف (0.005.1).

ويمكن تفسير هذه النتيجة أن عينة الدراسة وفقا للمقياس العام لقبول التكنولوجيا المتمثلة في المنصات الرقمية تتميز بارتفاع قبولها لها، وأن اتجاهات عينة الدراسة نحو المنصات الرقمية متوازنا بشكل عام، لكن هناك عوامل عديدة تؤثر في مسألة تشكيل الاتجاهات نحو المشاهد للمنصات الرقمية، بخلاف عنصر قبول التكنولوجيا التي ثبت بالفعل قبولها لجودتها ومميزاتها، وهو الأمر الذي تقترح الباحثة أن يكون مجال دراسات بحثية أخرى بشكل مفصل.

خلاصة النتائج والمقترحات:

تكشف نتائج الدراسة عن وجود أثر لقبول عينة الدراسة للخصائص التكنولوجية للمنصات الرقمية على تشكيل إدراك عينة الدراسة للقضايا المجتمعية، وذلك في ظل ارتفاع مستوى قبول تكنولوجيا المنصات الرقمية وكذلك ارتفاع مستوى إدراك القضايا المجتمعية عبرها، كما أن متوسط مشاهدة هذه المنصات الرقمية يتسم بالتوسط، وكذلك الاتجاهات نحوها يتسم بنوع من الاتزان ما بين القدرة على تقييم الإيجابيات والسلبيات لهذه المنصات، وهو الأمر الذي يدل على مدى إدراك ووعي الجمهور بالتكنولوجيا ومناقعتها ومدارها، وهذا يثبت فكرة الجمهور النشط في التعامل مع وسائل الإعلام بشكل عام، والذي برز بشكل كبير مع ظهور الإعلام الجديد، لذا توصي الباحثة بأهمية زيادة عدد البحوث المرتبطة باستخدامات المنصات الرقمية وتأثيراتها على الفئات العمرية المختلفة وليس التركيز على فئة الشباب فقط، إلى جانب تحليل مضمونها في أبحاث تستهدف الوقوف على القيم المجتمعية التي تقدمها هذه المنصات الرقمية، بالإضافة إلى تحليل القيم التي تقدمها الدراما أيا كانت طبيعتها عبر هذه المنصات الرقمية، لارتفاع تأثيرها على الجمهور المتابع بشكل كبير وأكثر من باقي الأنواع الأخرى من المحتوى الإعلامي وذلك لأنها تقدم المعلومات في شكل جاذب وترفيهي مما يجعل ارتفاع تأثيرها أكبر، وتتفق هذه التوصية مع توصية دراسة (أحمد فؤاد عبد الرحمن، 2021)⁸³ بضرورة إنشاء مرصد درامي لمتابعة كل ما هو جديد في مجال الدراما المصرية، والموضوعات التي تتناولها المسلسلات التلفزيونية والأفلام السينمائية وحجم الانحراف المقدم بها وشكل هذا الانحراف والهدف من تقديمه، وهل نسبة الانحراف المقدم بهذه المسلسلات في انخفاض أم العكس.

مراجع الدراسة

- 1 صفا محمد إبراهيم. العلاقة بين ظاهرة التلفزيون الاجتماعي واستراتيجيات تسويق المحتوى الترفيهي عبر المنصات الرقمية: دراسة كيفية استطلاعية على عينة من مسوقي المحتوى. *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*. كلية الإعلام. جامعة الأهرام الكندية. العدد 22. إبريل 2022.
- 2 شاهنده محمد شهاب، تعرض الجمهور المصري للدراما عبر المنصات الرقمية وانعكاساته على كثافة التعرض للدراما التقليدية: دراسة تطبيقية على نت فيلكس وشاهد دوت نت. *رسالة ماجستير غير منشورة*. (جامعة عين شمس: كلية الآداب. قسم علوم الاتصال والإعلام. 2021)
- 3 أماني رضا عبد المقصود. دوافع التعرض للمحتوى الدرامي في خدمات المشاهدة حسب الطلب والشباعات المتحققة منها: دراسة ميدانية. *مجلة البحوث الإعلامية*. كلية الإعلام. جامعة الأزهر. العدد 56. 2021.
- 4 شيريهان حمد الله محمد. القيم الثقافية في دراما التلفزيون الرقمي: دراسة تحليلية للعلاقة بين الرجل والمرأة على منصة شاهد.نت. *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*. كلية الإعلام. جامعة الأهرام الكندية. العدد 35. ديسمبر 2021.
- 5 زينب أشرف هاشم. تعرض الشباب الجامعي للمواد الدرامية بمنصات التلفزيون عبر الإنترنت وعلاقته بترتيب أولويات القضايا المجتمعية لديهم. *رسالة ماجستير غير منشورة*. (جامعة بورسعيد: كلية التربية النوعية. قسم الإعلام التربوي، 2021)
- 6 داليا عثمان. تأثير مشاهدة المسلسلات المقدمة على منصة نتفليكس على النسق القيمي للمراهقين "دراسة كيفية". *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*. كلية الإعلام. جامعة الأهرام الكندية. العدد 31. ديسمبر 2020.
- 7 محمد صلاح يوسف. تعرض الشباب الجامعي لمنصات المشاهدة عبر الإنترنت والشباعات المتحققة منها. *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*. كلية الإعلام. جامعة الأهرام الكندية. العدد 33. يونيو 2021.
- 8 ريهام سامي. مشاهدة الشباب المصري الشرهة لخدمات البث التلفزيوني عبر الإنترنت: دراسة كيفية. *مجلة البحوث الإعلامية*. كلية الإعلام. جامعة الأزهر. العدد 55. الجزء الثالث. أكتوبر 2020.
- 9 عمرو محمد محمود عبد الحميد. دوافع المشاهدة المفرطة للمحتوى الدرامي بمنصات البث الرقمي وتأثيراتها على المستخدمين. *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*. كلية الإعلام. جامعة القاهرة. العدد 18. يوليو 2019.
- 10 غادة أحمد النشار. تأثير التعرض للدراما عبر المنصات الرقمية على أنماط علاقة الشباب بالدراما التلفزيونية. *مجلة البحوث الإعلامية*. كلية الإعلام. جامعة الأزهر. العدد 13. 2018
- 11 يمنى محمد عاطف عبد النعيم. استراتيجيات التسويق بالمحتوى لمنصات المشاهدة الرقمية العربية عبر مواقع التواصل الاجتماعي "منصة watch it" نموذجاً. *مجلة البحوث الإعلامية*. كلية الإعلام. جامعة الأزهر. المجلد 56. العدد 2. يناير 2021.
- 12 أماني رضا عبد المقصود مصطفى. التجربة الترفيهية عبر منصات خدمة الفيديو الرقمية العربية: دراسة تطبيقية في ضوء نظرية الثراء الإعلامي. *مجلة البحوث الإعلامية*. كلية الإعلام. جامعة الأزهر. العدد 52. الجزء الأول. أكتوبر 2020.
- 13 ريهام سامي. استخدامات الشباب لخدمات البث التلفزيوني عبر الإنترنت ومدى رضاهم عن هذه الخدمات. *مجلة البحوث الإعلامية*. كلية الإعلام. جامعة الأزهر. العدد 55. الجزء الثالث. أكتوبر 2020.
- 14 Michael.L.Wanaya. Netflix, Amazon, and Branded Television Content in Subscription Video on Demand Portals, **Media Culture & Society**. OCT 2017.
- (15)Mei –Hua Cheng ,Yi-Chen Wu, Ming – Chihchen ,Television meets Face book :The correlation between TV ratings and Social Media” ,American Journal Of Industrial and business Management ,6-2016, p.p.282-290 .
https://file.scirp.org/pdf/AJIBM_2016032513291040.pdf

16 Ellies,. Digital Television Flexibility :A survey of Australian With Disability. 2014

17 دينا فاورق أبو زيد. تليفزيون الإنترنت في مصر دراسة تحليلية وميدانية " *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*، العدد الرابع، كلية الإعلام، جامعة القاهرة أكتوبر- ديسمبر 2015

(18) ماجدة مراد. قدرات التحكم الذاتي لدى الشباب المصري الجامعي وعلاقتها بالتعرض للتلفزيون وموقع يوتيوب YouTube. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، كلية الإعلام. جامعة القاهرة، 43، 2013.

(19) Fu, W. Wayne (2012). Selecting Online Videos from Graphics, Text, and View Counts: The Moderation of Popularity Bandwagons. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 18(1), 46-61. Retrieved from onlinelibrary.wiley.com/doi/ 10.1111/j.1083-6101.2012.01593.x/full on 12 January 2015.

(20) Pierce, L. Meghan, & Tang, Tang (2012). Refashioning Television: Business Opportunities and Challenges of Webisodes. *International Journal of Business and Social Science*, 3(13) Retrieved from ijbssnet.com/journals/vol_3_No_13_July/19.pdf. on 20 January 2015.

21 نصر طه حسن عرفة. مجدي مليجي عبد الحكيم مليجي. استخدام نموذج قبول التكنولوجيا لتحليل اتجاهات ونوايا طلبة الجامعات السعودية نحو الاستعانة بالتعليم الإلكتروني لمقرراتهم الدراسية. *المجلة العربية لضمان جودة التعليم الجامعي*. اليمن. الأمانة العامة لإتحاد الجامعات العربية. المجلد العاشر. العدد 30. 2017. ص 39

22 أكرم فتحي مصطفى علي. استخدام نموذج قبول التكنولوجيا لتقصي فعالية التكنولوجيا المساندة القائمة على تطبيقات التعلم التكيفية النقالة لتمكين ذوي الإعاقة البصرية من التعلم. *مجلة كلية التربية*. جامعة الأزهر. العدد 176. الجزء الأول. ديسمبر 2017. ص 71 .

23 (Davis, Fred D,& Bagozzi, Richard, P.& Warshaw, Paul R ,(1989) “User Acceptance Of Computer Technology : A Comparison Of Two Theoretical Models ” *Management Science* , vol. 35 , No.8, August, USA, P.983.

24 Rochdi, Keffala Mohamed, **Barriers to the Adoption and the Usage of Internet Banking by Tunisian Consumers** (June 7, 2009). Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=1415847>

(25) عاطف عدلي العبد. **تصميم وتنفيذ لاستطلاعات وبحوث الرأي العام والإعلام: الأسس النظرية والنماذج التطبيقية**. (القاهرة: دار الفكر العربي، 2002).

• أسماء المحكمين:

- أ.د هشام عطية- أستاذ الإعلام جامعة القاهرة وعميد كلية الإعلام جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا.
- أ.د رانية عبد الرحمن الجوهري - عميد كلية تكنولوجيا المعلومات بجامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا
- أ.د أماني عمر- أستاذ الإعلام ورئيس قسم العلاقات العامة والإعلان جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا.
- أ.د سلوي سليمان- أستاذ الإعلام كلية الآداب جامعة عين شمس.
- أ.م.د غادة حسام الدين-أستاذ مساعد قسم الإذاعة والتلفزيون ووكيل كلية الإعلام لشئون الطلاب جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا
- أ.م.د وفاء علي- رئيس قسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا
- أ.م.د سماح المحمدي- أستاذ مساعد قسم الصحافة كلية الإعلام جامعة القاهرة
- 26 جولي بالانت، ترجمة خالد العامري، **التحليل الإحصائي باستخدام برامج "Spss"**، ط2، (القاهرة: دار الفاروق للنشر والتوزيع، 2006).

- 27 دينا محمد محمد عبد العظيم. الخطاب الإعلامي في قنوات تلفزيون الإنترنت وعلاقته بنشر ثقافة التسامح: دراسة تطبيقية. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة الزقازيق: كلية التربية النوعية. قسم العلوم الاجتماعية والإعلام. 2021).
- 28 شاهنده محمد شهيب، مرجع سابق. 2021.
- 29 Sidneyeve Matrix. The Netflix Effect: Teens, Binge Watching, and On-Demand Digital Media Trends. Jeunesse Young People Texts Cultures. vol 6. No (1). 2014.
- 30 Mukaila Olagunju. Emmanuel Adeniyi. Adewumi S. E. Uche Onyeabor. MEASURING THE EFFECT OF TELEVISION ON YOUTH: SOFTWARE VISUALIZATION APPROACH. GESJ: Computer Science and Telecommunications .No.1. vol (53). 2018.
- 31 Micheal, l,w. Netflix, Amazon and branded television content in subscription video on-demand portals. Media culture and society. Vol 40. N5. 2018.
- 32 في هذا الجدول تم طرح بدائل رقمية لكي يحدد بناء عليها درجة تقييمه أو تفضيله لمشاهدة المنصة الرقمية، وبالتالي فإن الرقم 1 يعني الأقل مشاهدة متدرجين في ارتفاع مستوى المشاهدة حتى رقم خمسة الأعلى مشاهدة، وتم حساب الأوزان النسبية لإجابات عينة الدراسة، لترتيب المنصات الرقمية من الأعلى مشاهدة فالأقل، وقد تم اتباع ذات المنهجية مع باقي الأسئلة الترتيبية المتضمنة في البحث.
- 33 تضمنت الاستمارة سؤالاً مفتوحاً لذكر أسماء منصات رقمية يحتمل مشاهدتها من قبل عينة الدراسة غير أسماء المنصات الرقمية الأشهر والمعلومة والأكثر متابعة.
- 34 ريهام صلاح الدين. أنماط مشاهدة الشباب المصري للمحتوى الدرامي المعروض على المنصات الإلكترونية المتخصصة. *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*. كلية الإعلام. جامعة القاهرة. العدد 20. 2020.
- 35 Holland، Margaret. (2016). How to develop YouTube to a successful platform for content created by users. *Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*، Vol. 7 ، No. 1، 52-59.
- 36 يمنى محمد عاطف عبد النعيم. مرجع سابق. يناير 2021.
- 37 أماني رضا عبد المقصود. مرجع سابق. 2021.
- 38 Humphres Evelia, Khamati Shilabukha, Johnstone Kuya, Monica Wanjiru. Reaching young people through digital platforms: findings of a study of NAYA's field programme Final Report. Rutgers WPF. 2016.
- 39 دينا فاورق أبو زيد. مرجع سابق. 2015.
- 40 دينا محمد محمد عبد العظيم. مرجع سابق. 2021.
- 41 في هذا السؤال، تم طرح ثلاث بدائل أمام الباحث لاختبار بينهم (الموافقة- المحايد- المعارضة)، وهذه البدائل، تم عمل إعادة تكويد لها لحساب الأوزان بحيث أن البديل موافق يأخذ وزن 100 والمحايد 50 والمعارض صفر، وترتيب العبارات التي تعبر عن تقييم عينة الدراسة لمحتوى المنصات الرقمية، وقد تم اتباع ذات المنهجية مع باقي الأسئلة التي هي بذات التكوين.
- 42 دينا فاورق أبو زيد، مرجع سابق. 2015.
- 43 Emily Harmer & Rosalyn Southern (2020): Is Digital News Really that Digital? An Analysis of How Online News Sites in the UK use Digital Affordances to Enhance Their Reporting، *Journalism Studies*، Vol.21، No.16، PP. 2234-2248.
- 44 Noam، Eli M.، Grobel، Jo & Gerberg، Darcy (2003). *Internet Television NY*: Published September 12، 2003 by Routledge.

- 45 Susan Antebi (2009) The talk show uploaded: YouTube and the technicity of the body, Social Identities: Journal for the Study of Race, **Nation and Culture**, Vol. 15, No.3, PP. 297-311
- 46 Dhanuka. A, & Abhilasha B . Binge- Watching: Web series addition amongst teens. The management quest. Vol 2. No 1. 2019.
- 47 دينا محمد محمد عبد العظيم. مرجع سابق. 2021.
- 48 DAR MESHI, et.al., "Excessive social media users demonstrate impaired decision making in the Iowa Gambling Task ", Journal of Behavioral Addictions ,2019.vol.8,no.1, pp. 169–173
- 49 James B.Stewart." Facebook has 50 minutes of your time each day. It wants more", (2016), <https://www.nytimes.com/2016/05/06/business/facebook-bends-the-rules-of-audienceengagement-to-its-advantage.html>
- 50 جيهان أشرف إبراهيم محمد. تعرض طلاب الجامعات المصرية للشائعات والأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها عليهم: دراسة ميدانية. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة المنوفية: كلية الآداب. قسم الإعلام. 2020)
- 51 Matthew Pittman et.al, Social media and loneliness: Why an Instagram picture may be worth more than a thousand Twitter words, **Computers in Human Behavior**, 2016.
- 52 (بسملة على يحيى. الممارسات التفاعلية للإعلام الجديد وعلاقتها بسلوكيات الشباب المصري. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة المنصورة: كلية الآداب. قسم الإعلام. 2017).
- 53 Ali Erarslan, Instagram as an Education Platform for EFL Learners, TOJET: The Turkish Online **Journal of Educational Technology**, July 2019..
- 54 مروى عبد اللطيف محمد عبد العزيز. استخدام المراهقين المكفوفين وضعاف البصر لبرامج وتطبيقات تكنولوجيا الاتصال وعلاقته بالتمكين الثقافي لديهم- دراسة تطبيقية على عينة من مستخدمي الإنترنت. **مجلة البحوث الإعلامية**. جامعة الأزهر. كلية الإعلام. المجلد رقم 55. الجزء السادس. 2020.
- 55 شيماء محمد حامد علي. الاتصال التفاعلي عبر الهواتف الذكية: دراسة لعينة من جمهور المستخدمين. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة عين شمس: كلية البنات للآداب والعلوم والتربية. قسم الاجتماع. شعبة الإعلام. 2018)
- 56 داليا عثمان. مرجع سابق. ديسمبر 2020.
- 57 غادة أحمد النشار. مرجع سابق. 2018
- 58 مالك رحاب محمود العزة. استخدام التقنيات التلفزيونية الحديثة وتأثيرها على زيادة متابعة مشاهدة البرامج الإخبارية في التلفزيون الأردني. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة الشرق الأوسط: كلية الإعلام. 2017)
- 59 Isaac Olajide Fadeyi (2021) Internet Penetration and its Influence on the Viewership of Conventional Television among Journalists in Lagos State, Nigeria. **Sau Journal of Managment and Social Sciences**, Vol. 5, No. 2, PP. 127-137.
- 60 Aditya Deshpande, Archana Rajput, Sudesh Pullapalli, Shriya Alluri, Shivalika Shetty, Sriram Iyer. STUDY OF IMPACT OF ONLINE STREAMING SERVICES (OSS) ON YOUTH OF 18 TO 24 YEARS GROUP WITH REFERENCE TO NAVI MUMBAI'. International Journal in Management and Social Science. Volume 08 Issue 06, June 2020

61 Mai Magdy Abo Al Saoud. Motives of watching drama series online among Egyptian youth. *The Arab Journal of Media and Communication Research (AJMCR)*. Issue 24. 2019.

(62) دينا فاروق ابو زيد. مرجع سابق. 2015.

63 ريهام سامي. مرجع سابق. أكتوبر 2020.

64 وفاء محمد إبراهيم الشرقاوي. استخدام الوسائل التفاعلية بمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتنمية مهارات التفكير الناقد لدى الشباب الجامعي. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة المنوفية: كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، 2020)

65 راشد صلاح الدين راشد. دور صحافة الموبايل في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو الأحداث الجارية "دراسة ميدانية". مجلة البحوث الإعلامية. جامعة الأزهر. كلية الإعلام. المجلد رقم 56. الجزء الثالث. 2021.

(66) Magdalena Wojcieszak & Smith. Wil. (2014) "Politics be tweeted? New media use by Iranian youth in 2011", *New Media & Society*, February, Vol. 16, No. 1, pp, 91-109.

(67) Andrea CeronLuigi, Curini Stefano & M Iacus (Every, March 2014) "Tweet counts? How sentiment analysis of social media can improve our knowledge of citizens, political preferences with an application to Italy and France". *New Media & Society*, vol. 16 no. 2, pp 340-358

(68) Susan Jane McManimon. (2014) "Political Engagement and the Shifting Paradigm from Traditional to Social Media", *PH.D, Indiana University of Pennsylvania*, School of Graduate Studies and Research Department of Communications Media.

(69) Fang, Ling and Ha, Louisa (2011) "Who Are the Heavy Users of Social Network Sites Among College Students? A Study of Social Network Sites and College Students" **Paper Presented at the Annual Meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication**, Renaissance Grand & Suites Hotel, St. Louis, MO. P18.

(70) فاطمة الزهراء عماري ، "استخدام القنوات التلفزيونية الإخبارية لتفاعلية شبكات التواصل الاجتماعي حالة الفيس بوك-دراسة مسحية لعينة من صفحات الفيس بوك لقناتي BBC و france24 خلال عام 2012"، "رسالة ماجستير غير منشورة"، (جامعة الجزائر ، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الاعلام والاتصال، الإذاعة والتلفزيون، 2012).

(71) حلمى محمود محاسب "قياس تفاعلية المواقع التلفزيونية الإخبارية على الانترنت بالتطبيق على موقعي الجزيرة و CNN" في "المجلة المصرية لبحوث الاعلام ، كلية الإعلام. جامعة القاهرة. (العدد 29، يناير - مارس 2008)

72 Luca Rossi & Fabio Giglietto (2016). Twitter Use During TV: A Full-Season Analysis of #serviziopubblico Hashtag، *Journal of Broadcasting & Electronic Media*، Vol.60، No.2، PP. 331-346.

73 M. Coddington. (2018). "Seeing Through the User's Eyes: The Role of Journalists' Audience Perceptions in Their Use of Technology." *Electronic News* ، Vol.12، No.4، PP.235-50.

74 Van Leuven et al (2018). "Online And Newsworthy." *Digital Journalism*. Vol. 6، No. 7، PP. 798-806

75 محمد صلاح يوسف. مرجع سابق. 2021.

- 76 قصي خميس عبد الله القرة. دوافع تعرض المراهقين للدراما على الهاتف الذكي وعلاقتها بثقافة الحوار لديهم. رسالة دكتوراه غير منشورة. (جامعة المنصورة: كلية الآداب، قسم إعلام. 2021)
- 77 رشا محمد أحمد مرسى الحبروني (2020). استخدام الشباب السعودي للتلفزيون والانترنت في ظل نظرية التحول الإعلامي: دراسة ميدانية، *المجلة العلمية لكلية الآداب، جامعة أسيوط*، عدد 73، ص 152-210.
- 78 زينب أشرف هاشم. مرجع سابق. 2021.
- 79 Hey Yeung Lau (2014). Cultivation Effects of Television Broadcasting and Online Media. In book "New Media Knowledge Practices and Multiliteracies"
- 80 فواز منصور الحكيم (2011). سيكولوجيا الإعلام الجماهيري. ط1. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- 81 Abeer M. Refky M. Seddeek, Dalia Othman. The Impact of Netflix's Drama on Teenagers' Perceptions of Social Relationship. Insights into Language, Culture and Communication. Vol 1, No 1 (2021).
- 82 أماني عبد الله سعد. اعتماد التلفزيون على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار وانعكاساته على ترتيب أولويات الشباب. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة المنيا: كلية الآداب، قسم الإعلام. 2020).
- معادلة النموذج: $y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3$
- تم إعداد تصور عن نموذج يشمل العلاقة بين المتغيرات المستقلة متمثلة في (تقييم المنفعة المتوقعة من استخدام المنصات الرقمية، وسهولة استخدام المنصات الرقمية، ومهارات استخدام المنصات الرقمية، والمخاطر المتوقعة من استخدام المنصات الرقمية، والثقة في استخدام المنصات الرقمية، والتكاليف المتوقعة من استخدام المنصات الرقمية) والمتغير التابع "إدراك القضايا المجتمعية".
- معادلة النموذج: $y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3$
- معادلة النموذج: $y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3$
- 83 أحمد فؤاد عبد الرحمن الصباغ. إدراك الشباب الجامعي للانحرافات المجتمعية بالدراما المصرية المعروضة بالقنوات الفضائية العربية المتخصصة. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة المنصورة: كلية الآداب. قسم الإعلام. 2021).