

## اعتماد الجمهور الأردني على المحتوى الدرامي عبر المنصات الرقمية وعلاقته بتشكيل اتجاهاته نحو القضايا المجتمعية

د. زياد تيسير إبراهيم نصيرات\*

### الملخص

تتحدد مشكلة الدراسة في "التعرف على كثافة تعرض الجمهور الأردني للمحتوى الدرامي باختلاف أنواعه والذي يبيث عبر المنصات الرقمية التلفزيونية والتي تقدم القضايا المجتمعية العربية عامة والأردنية خاصة وبالتالي تشكيل مدركاته المجتمعية وتوجهاته نحو الواقع الأردني وسلوكياته في ظل تقييم الجمهور الأردني لمميزات البث عبر هذه المنصات والتي تحفزهم لمزيد من المتابعة لمحتواها الدرامي، وقد تم الاعتماد على كل من نظريتي الاعتماد على وسائل الإعلام ونظرية ثراء الوسيلة، وتم سحب عينة متاحة من الجمهور الأردني المتابع للمحتوى الدرامي عبر المنصات الرقمية بلغ حجمها 400 مفردة.

وتوصلت الدراسة لارتفاع اعتماد عينة الدراسة على المنصات الرقمية في متابعة المحتوى الدرامي العربي والأردني، حيث أعربت نسبة 40% من العينة على اعتمادها بشكل رئيسي على المنصات في المشاهدة فقط، وكانت أكثر منصات مشاهدة هي Watch it بنسبة 58% من العينة، وثبت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين أسباب الاعتماد على المحتوى الدرامي المقدم عبر المنصات الدرامية الرقمية في متابعة القضايا المجتمعية الأردنية وأثار متابعة المحتوى الدرامي عبر المنصات الرقمية في تشكيل اتجاهاتهم نحو القضايا المجتمعية الأردنية، وتوصي الدراسة بأهمية زيادة عدد البحوث المرتبطة بفحص استخدامات المنصات الرقمية وتأثيراتها على الفئات العمرية المختلفة بشكل متخصص، وتحليل مضمونها في أبحاث

\* محاضر غير تفرغ بكلية الإعلام بجامعة اليرموك - إربد - الأردن

تستهدف الوقوف على القيم والعادات المجتمعية التي تقدمها هذه المنصات الرقمية في المحتوى الدرامي الذي تقوم بنقله أو تقوم بإنتاجه بشكل خاص وحصري للمنصات.

**الكلمات المفتاحية:** المنصات الرقمية- المحتوى الدرامي- الاعتماد على وسائل الاعلام- تشكيل الاتجاهات- ثراء الوسيلة- القضايا المجتمعية الأردنية.

### **Abstract**

The problem of the study is defined as "identifying the density of Jordanian audience exposure to various types of dramatic content broadcasted through digital television platforms, which present general Arab societal issues and specific Jordanian ones, thereby shaping their societal perceptions and orientations towards the Jordanian reality and behaviors under the evaluation of the Jordanian audience for the advantages of broadcasting through these platforms, which motivates them for further engagement with their dramatic content. The study relied on both the Media Dependency Theory and the Uses and Gratifications Theory. A convenience sample of 400 Jordanian audience members who follow dramatic content through digital platforms was drawn.

The study found a high reliance of the study sample on digital platforms for following Arab and Jordanian dramatic content, with 40% of the sample expressing their primary reliance on these platforms for viewing. The most commonly used platform was Watch it, accounting for 58% of the sample. A statistically significant correlation was established between the reasons for relying on dramatic content provided through digital platforms and the follow-up of Jordanian societal issues, as well as the effects of following dramatic content through digital platforms on shaping their attitudes towards Jordanian societal issues. The study recommends the importance of increasing the number of research studies examining the uses of digital platforms and their effects on different age groups in a specialized manner, and analyzing their

content in research aimed at understanding the values and social norms presented by these digital platforms in the dramatic content they transmit or produce exclusively for the platforms.

**Keywords:** Digital platforms - Dramatic content - Media dependency - Shaping attitudes – Media richness - Jordanian societal issues.

### مقدمة:

تنوع قنوات بث الإنتاج الدرامي التلفزيوني والسينمائي بشكل متعقب، سواء على مستوى شكل الوسيلة التي تقدمها أو طبيعة المحتوى الدرامي أو نوع القالب الدرامي، وهو ما يدل على الاهتمام بتعظيم قيمة هذا الإنتاج الدرامي المرئي وتيسير وسائل وصوله للجمهور بكافة أعمارهم في أي وقت وأي مكان وبأي وسيلة، فضلاً عن قوة تأثير هذا الإنتاج الدرامي بما يتضمنه من قيم وأفكار وموضوعات تعبير عن الواقع المجتمعي، خاصة وأن الدراما تحظى بمعدل متابعة مرتفع من قبل الجمهور الأردني، خاصة في ظل تعدد القنوات الفضائية المتخصصة في مجال الدراما ومشاهدتها عبر الإنترنت، ومؤخراً عرض الأعمال الدرامية عبر المنصات الدرامية الرقمية الالكترونية أو الإنتاج الدرامي الخاص بهذه المنصات بعد أن أثبتت الحضور القوي لها في الوطن العربي ووصولها على حقوق بث بعض الأعمال بشكل حصري، حيث يشاهد الجمهور العربي الأعمال الدرامية عبر المنصات الرقمية في أي وقت.

كانت بداية المشاهدة الرقمية من خلال موقع الفيديوهات الشهير "يوتيوب"، ليتم الانتقال بعدها إلى منصة "شاهد نت" التي تمتلكها mbc، وبعدها watch it التي تمتلكها مصر، ومن هنا بدأت المنافسة بين الأعمال الدرامية ولم تكن المنافسة متوقفة على تلك التي تعرض بشكل حصري على بعض القنوات الفضائية بل والتي تعرض من خلال تلك المنصات، ومع ظهور هذه المنصات الرقمية وجاذبيتها للجمهور العربي أصبحت تمثل تحدياً أمام موقع اليوتيوب في متابعة الجمهور الأعمال الدرامية عبره، فيمكن القول أن المنصات الرقمية تلبى

حاجة المستهلكين الثقافية والترفيهية بطرق أكثر راحة وجاذبية، حيث أن القائمون على هذه المنصات الرقمية التلفزيونية يتمتعون برؤية مختلفة ومتجددة في طريقة عرض المحتوى الرقمي للجمهور وتحقيق معدلات مشاهدة مرتفعة إلى جانب توظيف هذه المنصات الرقمية لمواقع التواصل الاجتماعي في التسويق والدعاية المبتكرة لمحتواها خاصة أن هذه الشبكات الاجتماعية تشهد معدل تفاعل كبير من قبل الجمهور العربي.

وتُعدّ 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 تُعدّ النافذة التي يشاهد من خلالها الجمهور الأردني مشكلاتهم وقضاياهم المجتمعية على اختلافها والتي تكون مجسدة في عمل تلفزيوني أو فيلم سينمائي يُسهم إسهامًا فعالاً في تغيير بعض الاتجاهات والأفكار والمعتقدات لدى الجمهور إلى جانب تشكيل إدراكهم بقضاياهم المجتمعية.

وتزداد أهمية دراما المنصات الرقمية بشكل كبير مع اقترانها بالثورة التقنية التي أدت إلى تحول منصات البث من مجرد منصات تستضيف الأعمال الدرامية إلى تحولها لشركات إنتاج ضخمة لديها القدرة على تحليل رغبات الجمهور وصناعة أعمال درامية تتوافق مع توقعات الجمهور المستهدف، فمع ظهور منصات التلفزيونية الرقمية وتبني الجمهور لهذا النوع من المشاهدة ظهرت حقبة جديدة لبث الأعمال الدرامية القديمة والحديثة بشكل تفاعلي تتميز بحرية العرض غير المقيد بوقت معين أو موسم خاص كالسابق، وبالتالي أصبحت المنصات الرقمية وسيلة جديدة للعرض وعنصر جذب كبير لصناع الدراما ونجومها خاصة في ظل سيطرة الإنترنت على وسائل الإعلام التقليدية إلى جانب تغير نمط حياة الجمهور نحو السرعة، خاصة في ظل تقديم هذه المنصات التلفزيونية أعمال درامية ذات حلقات قصيرة وسريعة في الأحداث ومتراصة في ذات الوقت، والتي لاقت إقبالاً كبيراً على مشاهدتها عن متابعة

المسلسلات التلفزيونية الطويلة والتي تخترقها الإعلانات مما يفسد حالة الانسجام والاندماج مع العمل الدرامي التلفزيوني، حيث تسعى الدراسة الحالية الكشف عن واقع تفاعل الجمهور الأردني مع المحتوى الدرامي الذي يبث على المنصات الرقمية التلفزيونية في متابعة قضاياهم المجتمعية وتشكيل مدركاتهم بخصوصها.

#### أولاً: المشكلة البحثية:

تحدد مشكلة الدراسة في "التعرف على تأثير تعرض الجمهور الأردني للمحتوي الدرامي الذي يبث عبر المنصات الرقمية التلفزيونية ويقدم القضايا المجتمعية العربية عامة والأردنية خاصة في تشكيل مدركاته المجتمعية واكتساب المعلومات عن الواقع الاجتماعي وبالتالي تشكيل وجدانه وتوجهاته نحو هذا الواقع وسلوكياته في ظل إدراك الجمهور الأردني لمميزات البث عبر هذه المنصات والتي تحفزهم لمزيد من المتابعة لمحتواها الدرامي.

#### ثانياً: أهمية الدراسة:

1. تُعد الدراما من أكثر الأشكال الفنية التي تحظى بارتفاع معدلات متابعة ولها تأثير قوي على الجمهور الأردني، خاصة في ظل البث الدرامي عبر المنصات الرقمية التي أثرت في طبيعة توجهات عملية الإنتاج الدرامي الأردني، مما يعطي مؤشراً بتعظيم قيمة هذا الإنتاج الدرامي المرئي وتنوع وسائل البث والترويج والتسويق له بهدف سرعة وصوله للجمهور بكافة أعمارهم عبر الوسائط التكنولوجية المتنوعة، خاصة في ظل ارتفاع معدل متابعة الجمهور العربي لهذه المنصات مؤخراً والعزوف عن المشاهدة التقليدية عبر الشاشات التلفزيونية حيث أن مصطلح "watching Binge" أو المشاهدة بشراسة ارتبط ظهوره بالمنصات الرقمية.<sup>1</sup>

2. تقييم تجربة البث الدرامي تلفزيونياً وسينمائياً عبر المنصات الرقمية، خاصة في ظل مشاركة المنصات الرقمية في عمليات الإنتاج الدرامي بشكل جاذب ومختلف من حيث المحتوى والإخراج الدرامي، ويتم عرضها بشكل حصري على هذه المنصات الرقمية،

خاصة في ظل ما يتوافر لتلك المنصات من حرية الإبداع والفكر بعيداً عن أعين الرقابة، لذا تباينت الآراء ما بين اعتباره أمراً إيجابياً في تقديم أعمالاً درامية مسكوت عنها مع تمتعها بجودة المحتوى وشكل الإخراج وبين من يرى أنها تقدم أعمالاً بعيدة عن الواقع المجتمعي العربي خاصة المحتوى الأجنبي الذي يتم بثه على هذه المنصات ويكون متضمناً أفكاراً وقيماً بعيدة عن الأفكار والتقاليد العربية.

3. الكشف عن مدى ملائمة الإنتاج الدرامي العربي والأردني للجمهور الأردني وكيفية تقديم هذا المحتوى الدرامي للواقع الاجتماعي الأردني وتشكيله للعلاقات الاجتماعية واستعراضه لواقعهم الفعلي ضمن أجندة اهتمامتها، وهو ما يمكن من استخلاص عدد من التوصيات والمقترحات التي تعمل على تحسين الصورة المجتمع الأردني بعد المقارنة بين ما يقدم فعلياً تقديمه عبر المحتوى الدرامي وبين الواقع الفعلي للقضايا المجتمعية الأردنية، حيث أن الدراما لها دور قوي ومؤثر في تشكيل وعي الجمهور وبناء صور ذهنية لديه طويلة المدى، لذا يُعد ضرورياً فحص قدرة المحتوى الدرامي عبر المنصات الرقمية في التعبير عن واقع الجمهور الفعلي الأردني من خلال تقييمه له.

#### ثالثاً: أهداف الدراسة:

1. التعرف على مستوى تفاعل الجمهور الأردني مع المنصات الرقمية.
2. الكشف عن كثافة متابعة المحتوى الدرامي عبر المنصات الرقمية لدى الجمهور الأردني.
3. رصد الوسائط التكنولوجية التي يتابع عبرها الجمهور الأردني للمحتوى الدرامي عبر المنصات الرقمية.
4. التعرف على أسباب اعتماد الجمهور الأردني على المنصات الرقمية في متابعة المحتوى الدرامي.

5. تحديد أنماط مشاهدة المحتوى الدرامي عبر المنصات الرقمية لدى الجمهور الأردني.
6. توضيح تقييم الجمهور الأردني لمميزات مشاهدة الدراما عبر المنصات الرقمية.
7. الكشف عن إدراك الجمهور الأردني للقضايا المجتمعية الأردنية والتي يتم تقديمها عبر المنصات الرقمية.

#### رابعًا: الدراسات السابقة:

يوجد اهتمام بحثي بتناول المنصات الرقمية التلفزيونية بشكل محدد، ربما يعزو ذلك لحدثة هذه التقنية على المجتمعات العربية لكن مازال هذا المجال في حاجة للمزيد من الدراسات خاصة في ظل وجود توجه بحثي علمي عربي يفحص العلاقة بين مشاهدة الرقمية والتقليدية، وهنا تركز الدراسة على استعراض الدراسات التي تطرقت بشكل مباشر للمنصات الرقمية التلفزيونية والمشاهدة الإلكترونية الترفيهية عبر المنصات الرقمية الأخرى المنافسة، وكانت أبرز هذه الدراسات كما يلي:

- كشفت بعض الدراسات عن طبيعة المنصات الرقمية التي يقبل الجمهور على مشاهدتها وطرق المشاهدة الرقمية وأسباب مشاهدتها، حيث ناقشت دراسة (لمياء فتحي صابر، 2024)<sup>ii</sup> تأثير المنصات الإلكترونية على الدراما التي يقدمها التلفزيون فنيا واقتصاديا واجتماعيا، تم الاعتماد على المنهج شبه التجريبي واستبيان آثارها الفنية والاقتصادية على الدراما التي يقدمها التلفزيون، وتوصلت إلى أن المنصات الرقمية الدرامية حققت انتشاراً وتنوعاً كبيراً مقارنة بالتلفزيون في الوقت الحالي، وأن المنصات لها جمهور خاص بها وأكثرهم فئة الشباب كما تمتاز بالجرئة في موضوعاتها الدرامية وتعد امتداد لمواقع التواصل الاجتماعي. وتوصي الدراسة التواصل مع صناع الدراما وتأهيلهم لسوق العمل الجديد،

- كما أضافت دراسة (أمانى رضا عبد المقصود ٢٠٢١)<sup>iii</sup> إلى 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 ٤٠.٧% يليه الهاتف الذكي بنسبة 4.48%، كما كشفت دراسة (محمد صلاح يوسف، 2021)<sup>iv</sup> عن تصدر منصة مشاهدة التلفزيونية "نيت فليكس" منصات مشاهدة التلفزيونية الأخرى لدى عينة الطلاب الجامعيين وذلك بنسبة ٤٢.٢% تليها منصة "شاهد.نت" بنسبة بلغت ٢٤.٨% وأخيرا منصة "ووتش ايت" بنسبة ٢٣.٤%، كما تبين أن غالبية المبحوثين يفضلون الخدمات المجانية في منصات مشاهدة التلفزيونية عبر الإنترنت بنسبة ٤٧.٩% تليها الخدمات المدفوعة والمجانية معا بنسبة ٤٥.٣% ثم الخدمات المدفوعة فقط ٦.٨%، كما تبين أن الأفلام الأجنبية جاءت في مقدمة المواد البرمجية التي يتابعها الشباب الجامعي على منصات مشاهدة التلفزيونية عبر الإنترنت بنسبة ٦٨.٧% تليها الأفلام العربية بنسبة ٥١% ثم المسلسلات الأجنبية بنسبة ٤٨.٧%.

- كما ناقشت دراسة (JI HOON PARK. Et al.2023)<sup>v</sup> تطبيق مفهوم الإمبريالية المنصاتية، والتحقيق في كيفية تأثير نتفليكس على ممارسات إنتاج الدراما الكورية، فعلى الرغم من المساهمات الإيجابية لنتفليكس في زيادة شهرة الدراما الكورية، فإن استراتيجياتها العدوانية للمحتوى الدولي تشكل تحدياً كبيراً لصناعة الإعلام الكورية فنظراً لأن نتفليكس تستحوذ على جميع حقوق الملكية الفكرية للإنتاجات الأصلية الكورية على منصتها وحقوق البث العالمية للعديد من الدراما الكورية، فإن شركات الإنتاج والمحطات التلفزيونية الكورية لا تحقق أرباحاً تتناسب مع الشعبية العالمية لهذه الدراما. وبالتالي قد تعمل الاستراتيجية الاستراتيجية لنتفليكس في استخدام الموجة الكورية والاستحواذ العدواني على حقوق بث الدراما الكورية في نهاية المطاف على ترسيخ الإمبريالية المنصاتية.

**وفي ذات السياق، أوضحت دراسة (داليا عثمان، 2020)<sup>vi</sup> أن منصة نيتفليكس قدمت الكثير من عوامل التحفيز لجذب عدد أكبر من المراهقين لمشاهدة مسلسلاتها عبر 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، فرغم 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 تبني هذه القيم السلبية بشكل شخصي، إلا أن مجرد القبول يحوى ضمناً خطر المحاكاة فيما بعد مع تغير الظروف، كما توصلت دراسة (ريهام سامي، 2020)<sup>vii</sup> لوجود اختلاف في حجم المشاهدة الشرهة لدى الشباب، وجاءت منصة "نتفلكس" من أكثر المنصات مشاهدة نظراً لما تتضمنه من مضامين شيقة ومتنوعة، 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، وأشارت دراسة (أماني رضا عبد المقصود، 2020)<sup>viii</sup> 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 % وإجمالي 2058 محتوى، وتليها منصة (شاهد) بنسبة (27 %) بإجمالي 996 محتوى، وفي المرتبة الأخيرة منصة it Watch بنسبة (18 %) وإجمالي 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.

- أشارت بعض الدراسات لتأثير المشاهدة الدرامية عبر المنصات الرقمية الدرامية على الجمهور حيث انجذبهم لها لمميزاتها التفاعلية وجودة المحتوى شكلاً ومضموناً، فأشارت دراسة (شاهنده محمد شهاب، 2021)<sup>ix</sup> إلى انجذاب عدد كبير من فئات الجمهور للمنصات الرقمية نتيجة لما تتميز به هذه المنصات من خصائص التفاعلية والمرونة والجادبية في العرض والتنوع في العروض المقدمة وإمكانية التحكم في وقت ومكان العرض، وثبتت 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، كما كشفت بعض الدراسات السابقة عن تأثير المنصات الرقمية على المشاهدة التقليدية، حيث توصلت دراسة (عمرو عبد المقصود، 2019)<sup>x</sup> من خلال استطلاع إلكتروني على عينة عمدية متاحة مكونة من 300 مستخدم لمنصات البث الرقمي سواء المجانية أو عبر نظام الدفع مقابل المشاهدة، 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 وآثارها الحيوية على الأسرة المصرية واستراتيجية الشركات المنتجة لتطبيقات البث الرقمي مثل نتفليكس، وشاهد نت وواتش ات

وغيرها، حيث أوضحت بعض الدراسات السابقة أن جودة التقنيات المرتبطة بشكل الصورة التلفزيونية الرقمية كان له الأثر الأكبر في زيادة المشاهدة الرقمية، حيث أوضحت دراسة (Ellies,2014)<sup>xi</sup> أن التقنيات المتاحة في التلفزيون الرقمي توفر تحسناً للصورة والصوت، ومرونة لاختيار الشكل الذي تعرض به المعلومات للمشاهد، وفي ذات السياق، قامت دراسة (دينا فاروق أبو زيد، 2015)<sup>xii</sup> بتناول مضمون وشكل تلفزيون الإنترنت في مصر وتوصلت إلى أن معظم الشباب الجامعي من جمهور تلفزيون 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 مميزات 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، وقد استندت دراسة (محمد محمد عبده بكير، 2023)<sup>xiii</sup> على مدخلين (التعرض الانتقائي، وإدارة المزاج العام) في تفسير المشاهدة الشرهة، فالفرد يميل إلى التعرض طواعية للمضامين المفضلة، بوسائل الاتصال المختلفة، فيختار المحتوى المتوافق مع ميوله واتجاهاته، ويتجنب بوعي أو بغير وعي الوسائل التي لا يتفق معها، وحيث أن الأفراد يميلون إلى تعظيم مزاجهم الإيجابي، وتقليل مزاجهم السلبي، فنلاحظ ارتباط نظرية إدارة المزاج العام بنظرية التعرض الانتقائي لمحتوى الوسائط الإعلامية، حيث يعد اختيار الوسيلة مدفوع بدافع المتعة الناتج عن الحالة العاطفية للمستخدم وفق مبدأ تحسين المزاج، فههدف المستخدم لتحسين مزاجه دافع لاستخدام وسائل الاتصال، فيقوم بالبحث عن المحتوى المفضل، ويشاهد مضامينه بكثافة، ويتجنب المحتوى غير المرغوب فيه، وللمزاج العام داخل المجتمعات حالتان / المزاج الإيجابي، كالشعور بالتفاؤل والأمل، والسعادة، والرضا، والراحة مقابل المزاج السلبي، كالإحباط، وعدم الرضا، والحزن والقلق، والخوف. كما أسفرت الدراسة عن وجود علاقة ارتباطية بين تعرض الأسر

العربية الانتقائي للمسلسلات الدرامية بالمنصات الرقمية، ودرجة الفائدة المدركة منها، وخرجت بوجود علاقة بين المشاهدة الشرهة للمسلسلات الدرامية بالمنصات الرقمية، ودرجة الرضا عن مضامينها، وتشكيل المزاج العام للأسر العربية، وبينت حجم التأثير الكبير في المشاهدة الشرهة لدراما المنصات الرقمية على متابعة الدراما التلفزيوني.

-تناولت بعض الدراسات تأثير المنصات الرقمية الدرامية على إدراك الجمهور للقضايا المجتمعية التي يتعرض لها الجمهور من خلالها، حيث أثبتت دراسة (منة الله حسين مأمون، 2024)<sup>xiv</sup> وجود علاقة بين كثافة مشاهدة الدراما وتبني الشباب للسلوكيات المعروضة بها، وكشفت الدراسة عن ظهور العلاقات العائلية غير المستقرة، والخيانة الزوجية، ومساعدة الآباء والأصدقاء كأكثر السلوكيات مشاهدة في الدراما بين المبحوثين، كما اختبرت الدراسة أيضًا تأثير بعض المتغيرات، مثل الكفاءة الذاتية وشدة الانتباه وطريقة عرض السلوكيات، على تبني الشباب المصري للسلوكيات المعروضة، كما كشفت دراسة (ولاء إبراهيم عبد الحميد حسان، 2023)<sup>xv</sup> عن أهم الأفكار التي تروج لها الأعمال الدرامية عبر المنصات الرقمية عن المتدينين المسلمين من وجهة نظر المبحوثين، في (إرهابيين) و (متطرفين فكريا) بنسب متقاربة 46.8%، 45.2% على التوالي. وكانت أهم الموضوعات المروج لها عن المجتمع المصري من وجهة نظر المبحوثين (عرض للظروف المعيشية الصعبة) بنسبة 54%، تليها (عرض لأزمات المجتمع المصري في قالب ساخر) بنسبة 39.2%. وأوضح المبحوثون أن الممارسات السلوكية التي تروج لها المواد الدرامية التي تعرضها هذه المنصات كانت أهمها كلا من (الخيانة الزوجية) و (تقليد الصيحات الغربية في الملابس والمأكّل) بنسب 59.2%، 57.2% على التوالي، وأثبتت دراسة (أحمد محمد صالح، 2022)<sup>xvi</sup> وجود علاقة دالة إحصائيا بين كثافة تعرض الشباب الجامعي للأعمال الدرامية المقدمة بالمنصات التلفزيونية عبر الإنترنت والتأثير في منظومة القيم لديهم، كما أثبتت دراسة (محمد معوض إبراهيم واخرون، 2022)<sup>xvii</sup> وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض الشباب الجامعي للمواد الدرامية المقدمة بمنصات التلفزيون عبر الإنترنت وترتيب أولويات القضايا المجتمعية لديهم، كما أوضحت دراسة (شيريهان حمد الله

محمد، 2021<sup>xviii</sup>) انتشار العديد من المنصات التلفزيونية الرقمية التي تنتج مضامين درامية تقدم للمشاهد العربي، مؤخرًا وتبث له قيما ثقافية تعكس واقع مجتمعه، أو تعكس قيما 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 الفاء 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 تأثيرا سلبيا على النسق القيمي، كما ناقشت دراسة ( **Manatalah Ahmed Refaat** 2021.Soliman<sup>xix</sup>) دور المسلسلات الدرامية التي تركز على المرأة والتي تُعرض على المنصات الرقمية، وتبين أن المسلسلات تأتي من خدمات VOD ، لا سيما نتفليكس وشاهد VIP. تقدم مسلسلات تقدم تصورات خاصة عن النوع الاجتماعي حيث تستخدم هذه الدراسة منهج تحليل المحتوى على المجموعة الكاملة من ستة مسلسلات، وتبين أن النساء يتم تصويرهن بشكل سلبي، ويظهرن في الأدوار النمطية التقليدية مثل الضعف والعاطفية واللامهنية وربات البيوت، حيث أن الأنماط النمطية لا تزال تهيمن على هذه المسلسلات.

- وفي ذات السياق، كشفت دراسة (زينب أشرف هاشم، 2021<sup>xx</sup>) عن وجود 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 التليفزيونية عبر الإنترنت للإستثمار في الدراما العربية والمصرية وزيادة عدد إنتاجات أعمالها الأصلية علي تلك المنصات، وأوضحت دراسة ( Michael )<sup>xxi</sup> من 2017 خلال تحليل محتوى المضامين التي تنتجها شركات التليفزيون حسب الطلب، وهي دراسة لتحليل المحتوى الذي يتم إنتاجه من قبل تطبيقات التليفزيون 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 المضامين المقدمة كانت متميزة وذات قيمة وفازت بجوائز عالمية لمرات متتالية مما يؤكد جودة المنتج المقدم وقيمته، وأن تلك الشركات تتيح مضمونا وافرا ومتنوعا، نظرا لعدم التقيد بوقت أو مساحة، وأن الجمهور عبر عن ثقته في كفاءة المضامين المقدمة على نت فليكس خاصة الأفلام والعروض التي من إنتاجها

- في حين كشفت بعض الدراسات السابقة، عن وجود معالجة سلبية لبعض القضايا عبر المنصات، حيث كشفت دراسة (يزيد عبد الله المحرج، سراج طلال دقنة، 2022)<sup>xxii</sup> عن أن منصة Netflix تقوم بفرض أعمال الشذوذ الجنسي على المشاهدين بطريقة ممنهجة، والترويج لها على أنها قيمة اجتماعية يجب أن يتم احترامها من قبل المجتمع، وتركيز المنصة في تناولها لهذه القضية على خمسة موضوعات رئيسية هي: السياقات المروجة للشذوذ، سلوكيات الشواذ، حقوق الشواذ، الدوافع، والخصائص والسمات. يندرج منها 13 تصنيف (category) ، مكون من 119 رمزاً (Code) احتل موضوع السياقات المروجة للشواذ المرتبة الأولى بنسبة (35.46%)، يليه موضوع سلوكيات الشواذ بنسبة (29.77%).

#### التعليق على الدراسات السابقة:-

- ندرة الدراسات التي تهتم بدراسة مشاهدة الجمهور العربي بشكل عام للقنوات التليفزيونية على المنصات الرقمية وخاصة المتعلقة بالمحتوى الدرامي وتأثيرات كثافة المشاهدة على إدراك القضايا المجتمعية، لذا اهتمت الدراسة باستخدام نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام لدراسة مستوى اعتماد عينة الدراسة على هذه المنصات كوسيلة وكذلك أسباب

- ذلك، كما اتجهت الدراسة لتوظيف نظرية ثراء الوسيلة، وذلك للتعرف على تقييم عينة الدراسة لمميزات هذه المنصات مما يجعلها ثرية وكذلك مستوى ثقتهم واعتمادهم عليها.
- تبين من خلال نتائج الدراسات السابقة ارتفاع استخدام الجمهور للمنصات الرقمية بكل فئاتها البرمجية وخاصة الدرامية، وهو الأمر الذي دفع لدراسة المنصات الرقمية والتفاعل معها عبر الوسائط التكنولوجية المختلفة مثل الهواتف الذكية وشاشات التلفزيون وكذلك متابعتها عبر ما يتم نشره بخصوصها على مواقع التواصل الاجتماعي على الجمهور الأردني، حيث يرتفع تفاعل الجمهور مع هذه الشبكات والتي ثبت من خلال الدراسات السابقة توظيفها في التسويق والدعاية للمحتوى الخاص بالمنصات.
  - اتضح أن لهذه الوسائل التكنولوجية الحديثة القدرة على إحداث تغييرات في أسلوب التفاعل، وتشكيل القيم المجتمعية خاصة أنها تتميز بتنوع الإنتاج الدرامي عليها بل واتجاه القائمين على هذه المنصات نحو الإنتاج الدرامي لهذه المنصات، لذا اهتمت الدراسة بالكشف عن تأثير متابعة هذه المنصات الرقمية على إدراك الجمهور الأردني للقضايا المجتمعية الأردنية، خاصة في ظل تمتع هذه المنصات بمناقشة قضايا مجتمعية قد لا يتم مناقشتها عبر الدراما التقليدية.

#### فيما يتعلق بمدى إفادة الباحث من عرضه للدراسات السابقة:

- تحديد الجوانب التي لم تهتم الدراسات السابقة ببحثه، حتي 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 في تحديد وبناء المقاييس الخاصة بمتغيرات الدراسة بما يتلاءم مع طبيعة الظاهرة موضع البحث.

#### **خامساً: الإطار النظري للدراسة:**

اعتمدت الدراسة على كل من نظريتي الاعتماد على وسائل الإعلام وكذلك ثراء الوسيلة.  
أولاً: الاعتماد على وسائل الإعلام:

تهتم النظرية بمجالات البحث المتخصصة بالإعلام الرقمي وعلاقته بالجمهور في شتى المجالات سواء في الأوقات العادية أو الأزمات، وقد قدم هذه النظرية BallRokeach و Sandra و Defleur Melvin عام 1976<sup>xxiii</sup> وتقوم هذه النظرية على "أن قدرة وسائل الاتصال على تحقيق قدر أكبر من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي، سوف تزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز ومكثف، وهذا الاحتمال سوف تزيد قوته في حالة وجود أزمات أو عدم استقرار بنائى في المجتمع<sup>xxiv</sup> حيث تنعكس أهمية الوسيلة نتيجة زيادة اعتماد الجمهور عليها في معرفة تفاصيل القضايا، وبالتالي تمثل للجمهور المصدر الرئيسي للمعلومات عن القضايا المجتمعية أيا كانت طبيعتها لدى الجمهور وكذلك تشكيل اتجاهاته، ففي أوقات عدم الاستقرار يزداد اعتماد الفرد على وسائل الإعلام للحصول على المعلومات بل وإن وسائل الإعلام قد تكون ربما المصدر الوحيد الذى يعتمد عليه الجمهور<sup>xxv</sup>.

ويوصف الاعتماد على وسائل الإعلام بأنه درجة الاعتماد على وسيلة معينة كمصدر عن الأحداث والقضايا المثارة، ولا يرتبط الاعتماد على وسيلة باستخدامها فقد يقضي الفرد فترة طويلة في استخدام وسيلة معينة بينما يعتمد على وسيلة أخرى كمصدر للمعلومات، فالاستخدام يعني معدل المتابعة اما الاعتماد فيعني درجة اهمية هذه الوسيلة للفرد كمصدر لمعلوماته واختياره وتفضيله.<sup>xxvi</sup>

**تأثيرات استخدام الأفراد للمعلومات التي يحصل عليها من متابعة وسائل الإعلام:**

انتهت أغلب الدراسات الإعلامية لوصف جمهور وسائل الإعلام خاصة الرقمي بأنه جمهور نشط، مما يجعل الجمهور في موضع المسؤولية من اختياراته، ومنتقي للمضمون الإعلامي الذي يختاره سواء عبر وسائل الإعلام التقليدية أو الجديدة والتي تحقق لهم الإشباع، بل أصبح المواطن شريكاً في صنع الرسالة الإعلامية، لذا عند بناء الرسائل الإعلامية يتم الوضع في الاعتبار احتياجات الجمهور المتنوعة<sup>(xxvii)</sup>، ويدفع ذلك للتعرف على ماهية هذا النشاط

وأنماطه، حتى أوضح "مارك ألفي، سيفين ويندال" أن مصطلح الجمهور النشط يتضمن قدرة الجمهور على اختيار مصادر المعلومات، ووضع "جاي وبلومير" مستويات لمستوى نشاط الجمهور يتضمن ما يلي: (xxviii)

1- إمكانية استخدام أجهزة الإعلام كبديل للاتصال الشخصي في الحصول على المعلومات.

2- الاستخدام العمدي لمضامين وسائل الإعلام.

3- انتقائية وسائل الإعلام وفقاً لاهتمامات الأفراد وتفضيلاتهم وتجنب أي محاولة للتأثير أو التحكم من قبلها.

التفاعل أصبح سمة أساسية تسعى كافة الوسائل الإعلامية لتوفيرها للجمهور، عبر تنوع وسائل الاتصال والمشاركة بالوسيلة سواء من بريد إلكتروني، أو اتصال هاتفي، أو رسائل المحمول SMS، أو من خلال شبكات التواصل الاجتماعي التي أتاحت مؤخرًا مساحة كبيرة من الحرية في التعبير عن الرأي، وهو الأمر الذي يتطلب نشاطًا كبيرًا من المستخدم، وبالتالي أصبح هناك دور وظيفي جديد لوسائل الإعلام بأنها أصبحت منبرًا لتعبير الجمهور عن ذاتهم ومجالاً لنشاطهم الاجتماعي، (xxix) وهو الأمر الذي يعني أيضًا تضاعف السيطرة على العملية الاتصالية. (xxx)

وفي ضوء نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، تؤكد على أن استخدام الفرد للمعلومات التي حصل عليها من وسائل الإعلام، ويكون له عدة تأثيرات ما بين تأثيرات معرفية مرتبطة بزيادة معلوماته مما يمكنه من إدراك واستيعاب الموضوع بشكل أوضح، أو وجدانية بتوليد المشاعر أو الأحاسيس المحددة، أو سلوكية بقيامه أو تجنبه لسلوك معين، وعلى صعيد التفصيل ف جاء ما يلي: (xxxi)

- **التأثيرات المعرفية: Cognitive Effect** : تساعد هذه التأثيرات في تجاوز مشكلة الغموض الناتجة عن تناقض المعلومات التي يتعرض لها الفرد أو نقصها أو عدم قدرتها على تقديم التفسيرات الممكنة للظاهرة، مما يترتب عليه تشكيل الاتجاهات، وتحديد وترتيب اهتمامات الجمهور بالنسبة للموضوعات أو الأفكار التي تنشرها

وسائل الإعلام، بالإضافة إلى التأثير على نظم معتقدات الأفراد عن طريق زيادتها، وكذلك قيمهم.

- **التأثيرات الوجدانية: Affective Effect** : تتمثل في تلك العمليات الوجدانية التي تشير للفئات المختلفة من المشاعر والعواطف والمكونات الأساسية من الحب والكرهية، وغيرها، ويظهر هذا التأثير عندما تقدم معلومات معينة عبر الرسائل الإعلامية المؤثرة على مشاعر الأفراد واستجاباتهم، ومن أمثلة هذه المشاعر هي الفتور العاطفي، والقلق والخوف والتأثيرات الأخلاقية والمعنوية أو تحقيق الدعم المعنوي والاعتراب.

- **التأثيرات السلوكية: Behavioral Effect** : تتمثل في تغيير الاتجاهات أو المعتقدات أو الحالات العاطفية وهي أشياء يهتم بها الجميع، وتؤثر في سلوكهم بشكل صريح وواضح، وحصراً ميلفن ديفلير وركيتش الآثار السلوكية لاعتماد الفرد على وسائل الإعلام في سلوكين أساسيين هما: التنشيط أي نشاط في متابعتها أو الخمول في عدم المتابعة.

### ثانياً: نظرية ثراء الوسيلة Media RICHNESS

تُعد النظرية واحدة من أهم النظريات التي تساعد في تفسير العلاقة بين وسائل الإعلام والوسائط التكنولوجية والاتصالية ومتغيرات الأداء على الفرد، وتفترض أن الاتصال المباشر الأكثر ثراءً بينما الرسائل النصية الأكثر فقراً،<sup>xxxii</sup> فهي تُعد حجر الأساس لدراسات تكنولوجيا الاتصال المتطورة، وسلوك استخدام وسائل الإعلام،<sup>xxxiii</sup> وتؤكد النظرية على معايير اختيار الوسائط بناءً على مستوى ثرائها المعلوماتي، فبيئة الوسائط الرقمية التي يوجد فيها الكثير من الوسائل التي لها تأثير هائل على الجمهور العام، هي نوع من الصحافة ذات المحتوى الذي يتطلب الوصول إلى العناصر من الثراء الذي يجذب ويقنع الجمهور برسالة الاتصال،<sup>xxxiv</sup> وبالتالي تقوم النظرية على تصنيف الوسائل الإعلامية الجديدة من حيث قدرتها على تحسين الفهم وتحقيق التفاهم بين المرسل والمتلقي في أسرع وقت ممكن وبأدق درجة بما يسهم في اختيار الوسيلة الاتصالية الملائمة للهدف من

الاتصال،<sup>xxxv</sup> بمعنى أن وسائل الاتصال يمكنه التغلب على الأطر المرجعية المختلفة أو توضيح الأمور الغامضة لتغيير الفهم،<sup>xxxvi</sup> فالوسيلة الإعلامية تحقق مهمتها بنجاح عندما تتوافق احتياجات المهمة مع قدرات الوسيلة على توصيل الرسالة.<sup>xxxvii</sup>

وتمتع الوسائل بخصائص التفاعلية لتحقيق الاتصال الثنائي الاتجاه بين القائم بالاتصال والجمهور المستقبل للرسالة يجعلها ثرية،<sup>xxxviii</sup> فالهواتف الذكية تُعد وسائل لحمل المعلومات مثل تعابير الوجه، لغة الجسد، الإيماءات، على جانب الصوت<sup>xxxix</sup>، وتساعد في إمكانية التعرف على ردود الفعل، وهو ما يجعل هذه الوسائل الأكثر ثراء وأن الجمهور يميل لاستخدام الوسيلة التي توفر له سرعة الحصول على المعلومة وأثارها<sup>x</sup> ولذلك جاءت الوسائط التكنولوجية وكذلك مواقع التواصل الاجتماعي لتثري وسائل الإعلام وتجعلها تفاعلية<sup>xi</sup>.

وتقترح نظرية ثراء الوسائط أن المعلومات الأكثر ثراءً تحفز ثقة أكبر حيث أن مواقع الإنترنت يمكن لها تحقيق مستويات من الثقة عبر تعزيز ثراء الوسائط.<sup>xiii</sup> على الجانب الآخر تناولت أحد الدراسات الجانب السلبي لثراء وسائل الإعلام بأنه كلما زاد ثراء الوسائط الإعلامية بمعلومات جديدة وسلبية كلما عانى الجمهور.<sup>xiii</sup>

فالوسائل الإعلامية والتكنولوجية خاصة بعد انتشار وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت تمتلك قدرًا كبيرًا من البيانات والمعلومات وتعزز عملية التفاعل بين أطراف عملية الاتصال سواء في الأوقات العادية أو الأزمات ويتم التفاعل عن طريق الصور ومشاركة الفيديوهات وإبداء الآراء والتعليق،<sup>xliv</sup> كما أن هذه المواقع التفاعلية اندمجت مع إمكانات الهواتف الذكية مما مكنها من سرعة الانتشار، حيث تتسم منصات التواصل الاجتماعي باللا مركزية حيث تمكن أي من صياغة المعلومات ونشرها على الجميع باستخدام نفس المنصة،<sup>xlv</sup> كما أن ثراء المحتوى أو الرسائل على وسائل التواصل الاجتماعي يختلف باختلاف كيفية هيكلته وبنائه،<sup>xlvi</sup> فهذه المنصات اتسمت بتنوع الوسائط التي تستثمرها في تقديم رسائل جاذبة وثرية معلوماتيا، مثل المزج بين النصوص والصور الثابتة والفيديو جراف والرسوم والخرائط وغيره،<sup>xlvii</sup> حيث أن ثراء الوسائط يؤثر على درجة الانتباه والاهتمام

والبحت والعمل والمشاركة،<sup>xlviii</sup> كما أن رضا وثناء الوسيلة المدرك يوفر رؤية ونظرة ثابتة،<sup>xlix</sup> ويزيد من قدرته على معالجة المعلومات بما يساعد في تغيير الفهم في فترة زمنية معينة.<sup>i</sup>

وأضاف الباحثون متغيرات مستحدثة في إطار تطبيق نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية في مجالات متنوعة منها سهولة الوصول للوسيلة، وسرعة الوصول للوسيلة، والثقة في الوسيلة الاتصالية، والخبرة السابقة بالوسيط، والتكلفة المالية، وقدرة الوسيلة على توفير رجع الصدى، واستخدام الإشارات والرموز المتعددة، وتقديم رسائل مفصلة للأفراد بشكل متخصص، واستخدام اللغة الطبيعية.<sup>ii</sup>

فروض النظرية:<sup>iii</sup>

1- تمتلك وسائل الاتصال قدرات استيعابية مختلفة لاستجلاء الغموض وتسهيل التفاهم بين الأطراف الاتصالية.

2- يرغب الأفراد في التغلب على عدم التأكد والغموض المحيط بالعمليات الاتصالية فيما بينهم، لذا يستخدمون أدوات اتصالية معينة يعتبرونها أفضل من غيرها في أداء المهمات.

تتمثل المتغيرات المؤثرة في نظرية ثراء الوسيلة في التفاعلية وملائمة الوسيلة لهدفها وثناء معلوماتها، ويظهر نجاح وسائل الاتصال المختلفة في أداء مهمتها الوظيفية من خلال الرضا عن العملية الاتصالية، حيث يتوقف الأداء الوظيفي لوسائل الإعلام على عاملين هما جودة القرار حيث يقصد به تمتع الوسيلة الإعلامية التي تم اختيارها لأداء وظيفة ما، وتوقيت القرار وهو اختيار الوسيلة المناسبة في التوقيت المناسب لاستخدامها.<sup>iii</sup>

وبالتالي تم الاستفادة من نظرية ثراء الوسيلة في وضع تساؤلات لمعرفة مدى مساهمة المنصات الرقمية التليفزيونية التي تصنف من ضمن الوسائل ذات الثراء المعلوماتي خاصة أنها توفر سرعة رجع الصدى في اتجاهين المرسل والمستقبل مما يساعد في إدراك الجمهور الأردني للمضامين الدرامية التي تقدمها المنصات الرقمية التليفزيونية الدرامية حيث الوقوف على تقييم الجمهور الأردني لمميزات المنصات الرقمية وتفاعله معها.

سادسًا: تساؤلات الدراسة وفروضها:

أ- تساؤلات الدراسة:

1. ما كثافة متابعة المنصات الرقمية الدرامية التلفزيونية؟
2. ما أكثر المنصات الرقمية الدرامية التلفزيونية متابعة من قبل عينة الدراسة؟
3. ما الوسائل الرقمية التي يتابع عبرها عينة الدراسة المنصات الرقمية الدرامية التلفزيونية ؟
4. ما عادات تفاعل عينة الدراسة مع المنصات الرقمية الدرامية التلفزيونية ؟
5. ما مستوى اعتماد الجمهور الأردني على المنصات الرقمية في متابعة المحتوى الدرامي؟
6. ما أسباب اعتماد الجمهور الأردني على المنصات الرقمية في متابعة المحتوى الدرامي؟
7. ما طبيعة المضمون الدرامي الذي تحرص عينة الدراسة على متابعته عبر المنصات الرقمية الدرامية التلفزيونية ؟
8. ما طرق تفاعل عينة الدراسة مع المنصات الرقمية الدرامية التلفزيونية بخصوص اختيار المضمون الدرامي؟
9. ما تقييم عينة الدراسة لمميزات المحتوى الدرامي الذي ييبث على المنصات الرقمية الدرامية التلفزيونية؟
10. ما تأثير متابعة عينة الدراسة للمنصات الرقمية الدرامية التلفزيونية على إدراك القضايا المجتمعية الأردنية؟

ب - فروض الدراسة:

- الفرض الرئيسي الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة متابعة المحتوى الدرامي عبر المنصات الرقمية والاعتماد على المنصات الرقمية في متابعة المحتوى الدرامي.
- الفرض الرئيسي الثاني: توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة وفقا لخصائصهم في تقييم مميزات المحتوى الدرامي للمنصات الرقمية.

- **الفرض الرئيسي الثالث:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد عينة الدراسة على المحتوى الدرامي المقدم عبر المنصات الدرامية الرقمية في متابعة القضايا المجتمعية الأردنية وتوافر أسباب الاعتماد على المحتوى الدرامي المقدم عبر المنصات الدرامية الرقمية في متابعة القضايا المجتمعية الأردنية.

- **الفرض الرئيسي الرابع:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين أسباب الاعتماد على المحتوى الدرامي المقدم عبر المنصات الدرامية الرقمية في متابعة القضايا المجتمعية الأردنية. وأثار متابعة المحتوى الدرامي عبر المنصات الرقمية في تشكيل اتجاهاتهم نحو القضايا المجتمعية الأردنية

#### سابعاً: الإجراءات المنهجية:

**أولاً: نوع الدراسة:** تتدرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية (Descriptive Studies) التي تهتم بدراسة واقع الأحداث والظواهر والمواقف والآراء وتحليلها، من أجل الوصول إلى استنتاجات مفيدة، بغرض تصحيح هذا الواقع أو تطويره في الوقت الحالي أو في المستقبل<sup>(iv)</sup>، حيث تستهدف الدراسة الكشف عن كثافة اعتماد الجمهور الأردني على المنصات الرقمية في متابعة المحتوى الدرامي وتأثير ذلك في تشكيل اتجاهاته نحو القضايا المجتمعية.

**ثانياً: منهج الدراسة:** تعتمد الدراسة على منهج المسح الإعلامي باعتباره جهداً علمياً منظماً للحصول على معلومات أو أوصاف عن الظاهرة أو الظواهر محل الدراسة، فهو من أبرز المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية، خاصة البحوث الوصفية<sup>(iv)</sup>. وبذلك فإن هذه الدراسة توظف منهج مسح جمهور المبحوثين وخصائصهم وأنماط اعتمادهم وتفاعلهم مع المنصات الرقمية التليفزيونية في متابعة المحتوى الدرامي وتأثيرها على تشكيل اتجاهاتهم نحو القضايا المجتمعية.

#### ثالثاً: خصائص مجتمع وعينة الدراسة الميدانية:

يتحدد مجتمع الدراسة في الجمهور الأردني المتابع للمحتوى الدرامي عبر المنصات الدرامية الرقمية، ونظراً لكبير حجم مجتمع الدراسة، تم سحب عينة عمدية قوامها 400 مفردة من الجمهور الأردني، وقد تمثلت خصائص عينة الدراسة علي النحو التالي:

- جاء نسبة 60.3% من عينة الدراسة من الإناث في مقابل نسبة 39.8% من عينة الدراسة ذكور.
- جاء نسبة 59% من عينة الدراسة في الفئة العمرية (25 لأقل من 35 عام) تلاه نسبة 36.5% من عينة الدراسة في الفئة العمرية (35 عام فأكثر) وأخيراً جاء نسبة 4.5% من عينة الدراسة في الفئة العمرية (18 لأقل من 25 عام).
- جاء نسبة نسبة 49.5% من عينة الدراسة من حاملي مؤهل بكالوريوس، تلاه نسبة 32.3% من عينة الدراسة حاملي مؤهل ماجستير، وأخيراً جاء نسبة 18.3% من عينة الدراسة حاملي مؤهل متوسط.
- جاء نسبة 73.3% من عينة الدراسة في التعليم الحكومي في مقابل نسبة 26.8% من عينة الدراسة في التعليم الخاص.

**رابعاً: أداة جمع البيانات:** تعتمد الدراسة بشكل أساسي على أداة الاستبيان لجمع البيانات والمعلومات الخاصة بالجمهور المملكة الأردنية الهاشمية، وهو أسلوب لجمع البيانات الذي يستهدف استشارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية مقننة لتقديم حقائق أو أفكار أو آراء معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها دون تدخل من الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات.<sup>(vi)</sup>

#### **خامساً: نتائج اختبار صدق مقاييس الدراسة وثباتها:**

تم اختبار صلاحية استمارة الاستبيان في جمع البيانات بإجراء اختبائي الثبات والصدق لها، وذلك على النحو التالي:<sup>(vii)</sup>

- 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 لمعرفة ما إذا كانت الأداة تقيس ما ينبغي أن تقيسه بالفحص المدقق لكل بند/ سؤال والتأكد من أن البنود سليمة من حيث المحتوى والصياغة، وتم عرض أداة جمع البيانات (صحف الاستقصاء) على مجموعة من المتخصصين والخبراء في مناهج البحث والإعلام والإحصاء والدراما، وللتحقق من صدق الأداة ومدى صلاحيتها لتحقيق أهداف الدراسة الميدانية

واختبار فروضها، وقد قام السادة المحكمون بتعديل الاستمارة وصياغة الأسئلة وترتيبها وتنظيمها، وتم تعديل الاستمارة وفقاً لهذه التعديلات وصياغة الاستمارة في صورتها النهائية.

- 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 بواقع (50 مفردة) ثم إعادة تطبيق الاختبار مرة ثانية على عينة 5% من المبحوثين والمبحوثات بعد أسبوعين من الاختبار الأول، وتم حساب الثبات باستخدام معامل (ارتباط بيرسون) بين التطبيقين (القياسين الأول والثاني) وقد بلغت قيمة الثبات (91.3%) مما يؤكد ثبات الاستمارة وصلاحيتها للتطبيق وتعميم النتائج.

#### ثامناً: المعالجة الإحصائية للبيانات:

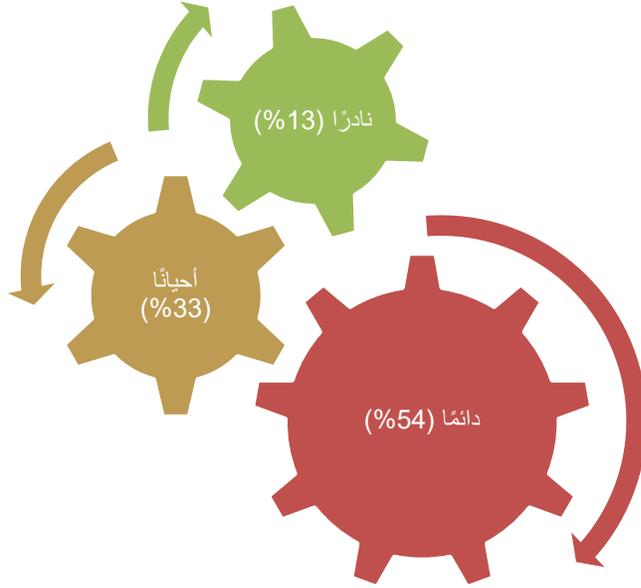
قام الباحث بالاستعانة ببرنامج التحليل الإحصائي (SPSS)، وذلك لتحليل بيانات الدراسة الميدانية، ويتمثل مستوى الدلالة المعتمدة في الدراسة الحالية في كافة اختبارات الفروض والعلاقات الارتباطية ومعامل الانحدار في قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95% فأكثر، أي عند مستوى معنوية 0.05 فأقل.

#### ثامناً: نتائج الدراسة الميدانية:

الجزء الأول: نتائج الإجابة على تساؤلات الدراسة:

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

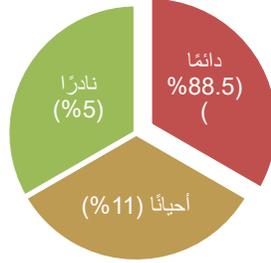
- مستوى اهتمام عينة الدراسة بمتابعة المحتوى الدرامي:



### شكل رقم (1) - مستوى اهتمام العينة بمتابعة المحتوى الدرامي

يكشف الشكل السابق عن أن نسبة 54% من عينة الدراسة بواقع 216 مبحوث تتابع بشكل دائم المحتوى الدرامي الذي يبث على المنصات الرقمية التلفزيونية، تلاه متابعة نسبة 33% من عينة الدراسة بواقع 132 مبحوث للمحتوى الدرامي بشكل غير منتظم، وأخيرًا جاء نسبة 13% من عينة الدراسة بواقع 52 مبحوث نادرًا ما تتابع المحتوى الدرامي عبر المنصات الرقمية، وتتقارب هذه النتيجة مع ما توصلت له دراسة (دينا محمد محمد عبد العظيم، 2021)<sup>viii</sup> بأن معظم المبحوثين 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

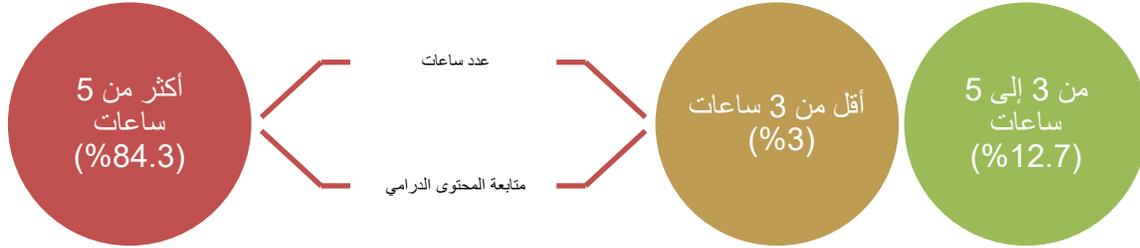
- مستوى اهتمام عينة الدراسة بمتابعة المحتوى الدرامي الذي يقدم على المنصات الرقمية التلفزيونية:



شكل رقم (2) - مستوى اهتمام عينة الدراسة بمتابعة المحتوى الدرامي الذي يقدم على المنصات الرقمية التلفزيونية

يكشف الشكل السابق عن أن هناك تنوع في مستوى اهتمام عينة الدراسة بمتابعة المحتوى الدرامي عبر المنصات الرقمية التلفزيونية، حيث جاء نسبة 88.5% من العينة بواقع 354 مبحوث تتابع بمستوى اهتمام مرتفع، تلاه نسبة 11% من العينة بواقع 44 مبحوث تتابع بمستوى اهتمام متوسط (أحياناً)، ثم نسبة 5% من العينة بواقع 2 مبحوث تتابع بمستوى اهتمام بسيط نادر، فبعد أن كان التلفزيون هو عماد الشاشة الإعلامية، فأصبح الآن هو أسلوب إعلامي تقليدي ويتجه المشاهدون لمنابر الإعلام الجديدة والرقمية للمشاهدة، وتحولت وسائل الاتصال لمخاطبة الفرد بدل من مخاطبة الجماهير العريضة، بحيث تقدم تنوعاً في نقل وتداول المعلومات والأفكار بين الأفراد داخل المجتمع وعلى نطاق واسع، فقد أصبحت تغطي كافة جوانب الحياة الإنسانية، وتتيح إمكانية الانتقال بين المواد المعروضة، فالفرد يبحث عن محتوى يرضي ذوقه الخاص، ويتوقع في ذات الوقت أنه يجد كل ما يبحث عنه، وبالتالي ترتفع معدلات تفاعله مع هذه المنابر الإعلامية الالكترونية الرقمية، حيث أوضحت دراسة (صفا محمد إبراهيم، 2022) أن نوع المحتوى من أهم العوامل المؤثرة على زيادة التفاعل في التلفزيون الاجتماعي وجاء في الصدارة المحتوى الترفيهي، والمحتوى الخاص بالنجوم المشاركة في الأعمال، الترندي، الهاشتاج.

- عدد ساعات مشاهدة المحتوى الدرامي على المنصات الرقمية التلفزيونية:



### شكل رقم (3) - عدد ساعات مشاهدة المحتوى الدرامي على المنصات الرقمية

#### التلفزيونية

يكشف الشكل السابق عن أن كثافة متابعة الدراما عبر المنصات الرقمية، حيث ارتفع عدد ساعات مشاهدة المحتوى الدرامي عبرها لأكثر من 5 ساعات يوميا بنسبة 84.3% من العينة بواقع 337 مبحوث، في مقابل نسب بسيطة يقل عدد ساعات متابعتها للدراما حيث جاء نسبة 12.7% من العينة تتابعها من 3 إلى 5 ساعات ثم جاء نسبة 3% من العينة تتابعها لأقل من 3 ساعات، وتعزو هذه النتيجة من وجهة نظر الباحث أن هذه الوسيلة تساعد على تخصيص وقت محدد للمشاهدة بهدف الترفيه والترويج سواء مع الآخرين أو بمفردهم، وهو الأمر الذي يؤكد على فكرة نشاط الجمهور وإيجابيته في اختيار المضمون الذي يستهدفه في الوقت الذي يحدده والمكان الذي يريده، خاصة في ظل تنوع الوسائط التي يمكن من خلالها مشاهدة المحتوى الدرامي بكل سهولة، حيث أوضحت دراسة (شاهنדה محمد شهيبي، 2021)<sup>x</sup> 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.

- أكثر المنصات الرقمية التلفزيونية التي تتابع من خلالها المحتوى الدرامي:

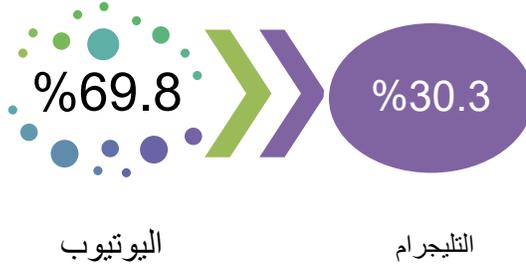
جدول رقم (1) - أكثر المنصات الرقمية التلفزيونية يتم متابعة المحتوى الدرامي عبرها

المنصات	ك	%
Watch it	232	58.0
Net flix	164	41.0
Wavo	152	38.0
شاهد	151	37.8
TOD	112	28.0
الإجمالي	400	

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 بنسبة 58%، ثم في الترتيب الثاني جاء منصة Net Flix بنسبة 41%، تلاه منصة Wavo في الترتيب الثالث بنسبة 38%، تلاه في الترتيب الرابع شاهد بنسبة 37.8%، وأخيراً منصة tod بنسبة 28%، وتتفق النتيجة السابقة مع دراسة (ريهام صلاح الدين، 2020)<sup>ixi</sup> التي أكدت على أن المنصات الإلكترونية احتلت المرتبة الأولى من حيث كونها الوسيلة الأكثر تفضيلاً من قبل الشباب لمتابعة الدراما التلفزيونية والسينمائية المصرية والعربية والعالمية، وهو ما يشير لسيطرة هذه المنصات الجديدة على المشاهدين واجتذابها لهم، وبخصوص تفوق منصة Watch it عن باقي المنصات الرقمية للمشاهدة الدرامية، وهو ما يتفق مع ما توصلت له دراسة (يمنى محمد عاطف عبد النعيم، 2021)<sup>ixii</sup> 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، باستخدام "فيس بوك"، وأنه يتم تطبيق نموذج الأبعاد الرئيسية للتسويق بالمحتوى من خلال حساب منصة watch it على فيس بوك بشكل جزئي، 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.

- الوسائل الرقمية التي تتابع العينة من خلالها المحتوى الدرامي لجانب المنصات الرقمية:



شكل رقم (4) - الوسائل الرقمية التي تتابع العينة من خلالها المحتوى الدرامي لجانب المنصات الرقمية

يتضح من الشكل السابق متابعة عينة الدراسة للمحتوى الدرامي على اليوتيوب في المقدمة بشكل كبير بنسبة 69.8% منهم بواقع 279 مبحث في مقابل المتابعة عبر التليجرام من قبل نسبة 30.3% من العينة بواقع 121 مبحث، وتُعد القنوات التلفزيونية التي تبث عبر اليوتيوب أو التليجرام، مصدرًا هامًا لتلبية احتياجات الجمهور المختلفة من المعلومات والأفكار فضلاً عن اكتساب هذه القنوات خصائص الإعلام الجديد من حيث اللاتزامنية وحرية المكان في المشاهدة وكذلك التفاعلية وحرية التعبير عن الرأي عبر إبداء تعليقاتهم وكذلك إبداء رغباتهم في المحتوى المفضل لديهم، مما دفع ذلك لتسارع صناع الدراما نحو إعادة بث محتواها الدرامي على هذه المنابر الرقمية فضلاً عن إنشاء قنوات تلفزيونية على شبكة الإنترنت إلى جانب ثورة المنصات الرقمية التلفزيونية، حيث أشارت دراسة (ماجدة مراد، 2013) <sup>(lxiii)</sup> إلى ارتفاع مشاهدة موقع اليوتيوب بين الشباب الجامعي، وأن استخدام الشباب لموقع اليوتيوب هو في المقام الأول بغرض مشاهدة المواد المرئية وبشكل أساسي المواد الدرامية والأغاني، كما أوضحت دراسة (Pierce & Tang, 2012) <sup>(lxiv)</sup> أن مسلسلات الإنترنت webisodes عادة لا تزيد مدتها

عن 6.71 دقيقة، ونجد 85% من المسلسلات تستخدم الفيس بوك و83% تستخدم تويتر إلى جانب يوتيوب، وتتنوع أشكال التفاعلية مع المحتوى الدرامي وإن تصدرها التعليقات عن أحداث المسلسلات ومعلومات عن أبطالها، كما أشارت دراسة (مروى عبد اللطيف محمد، 2020)<sup>ixv</sup> إلى ارتفاع متابعة تطبيق التليجرام، وموقع اليوتيوب من قبل عينة الدراسة.

- الوسائط التكنولوجية التي يتم من خلالها متابعة المنصات الرقمية التلفزيونية:

جدول رقم (2) - الوسائط التكنولوجية لمتابعة المنصات الرقمية التلفزيونية

الوسائط	ك	%
شاشات التلفزيون	330	82.5
الهواتف المحمولة الذكية	262	65.5
الكمبيوتر المحمول	192	48.0
الكمبيوتر الثابت	161	40.3
ipad	121	30.3
تايلت	120	30.0
الإجمالي	400	

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، ف جاء في المقدمة شاشات التليفزيون بنسبة 82%، ثم الهواتف المحمولة الذكية بنسبة 65.5%، تلاه لكمبيوتر المحمول بنسبة 48%، وفي الترتيب الرابع جاء الكمبيوتر الثابت بنسبة 40.3%، ثم جهاز iPad بنسبة 30.3%، وأخيراً تايلت بنسبة 30%، وهي النتيجة التي تتقارب مع ما توصلت له دراسة (أماني رضا عبد المقصود ٢٠٢١)<sup>ixvi</sup> أن التلفزيون الذكي tv smart هو من أبرز الوسائل التي يستخدمها المبحوثون للمشاهدة حسب الطلب بنسبة ٤٠.٧٠٪ يليه الهاتف الذكي بنسبة ٤٠.٤٨%، وقد أثرت تكنولوجيا الإعلام الجديد على تغيير أنماط سلوك المشاهدين للقنوات التلفزيونية، حيث ساهم الاندماج ما بين تقنيات الإنترنت مع وسائل الإعلام التقليدية في خلق خاصية التفاعلية بين القائم بالاتصال والمشاهد، وهو ما يزيد من مستوى متابعة الجمهور لهذه القنوات التلفزيونية

الرقمية مما دفع العديد من القنوات التلفزيونية التقليدية لإنشاء مواقع إلكترونية لها تقوم بال بث المباشر عليه وكذلك أرشفته عليه مما يمكن المشاهد من اختيار الوقت المناسب له للمشاهدة، إلى جانب إنشاء صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي تبث عليها محتواها لضمان التفاعل المستمر مع محتوى القناة في الوقت والمكان المناسب للمشاهد وعدم التقيد بالشاشة التلفزيونية والتعليق على المحتوى أثناء البث للبرامج أو الدراما وفيما بعد البث مما يمكن من المتابعة الفورية للآراء وتقييم المحتوى في ذات لحظات البث من خلال التعليقات التي يكتبونها على الموضوعات المنشورة،<sup>(lxvii)</sup> والتي تتنوع ما بين نصوص أو صور أو فيديوهات أو لينكات.

**المحور الثاني: العادات الاتصالية لمشاهدة المنصات الرقمية الدرامية:**

- نوعية المحتوى الدرامي الذي تحرص على مشاهدته عبر المنصات الرقمية التلفزيونية:

جدول رقم (3)-نوعية المحتوى الدرامي الذي تحرص على مشاهدته عبر المنصات

#### الرقمية التلفزيونية

ك	%	
212	53.0	المسلسلات التلفزيونية الطويلة
134	33.5	المسلسلات قصيرة
133	33.3	الأفلام السينمائية
89	22.3	المسلسلات السيت كوم
88	22.0	الأفلام الجرافيكية
78	19.5	المسلسلات الجرافيكية
63	15.8	الأفلام الرسوم المتحركة
46	11.5	المسلسلات الرسوم المتحركة
<b>400</b>		<b>الإجمالي</b>

يوضح الجدول السابق تصدر مشاهدة المسلسلات التلفزيونية الطويلة بنسبة 53%، تلاه لمسلسلات قصيرة بنسبة 33.5%، وأقل القوالب الدرامية مشاهدة هي الأفلام الرسوم المتحركة

بنسبة 15.8%، ثم المسلسلات الرسوم المتحركة بنسبة 11.5%، وتدل النتائج السابقة على تعظيم دور الترفيه في حياة الأفراد، إذ يتنوع قوالب الدرامية التي يتعرض لها عينة الدراسة بهدف الترفيه إلى جانب الانفتاح على القضايا المجتمعية حيث تختلف وسائل الإعلام في آليات تقديم التجربة الترفيهية لمتابعيها، بل وأصبحت الوسائل المختلفة تتنافس على تحقيق هذه الوظيفة للجمهور المستهدف، وأصبحت صناعة الترفيه صناعة قائمة بذاتها ومجالاً رحباً للاستثمارات الإعلامية، التي تستهدف جذب الجمهور لها وإشباع حاجاته للترفيه والإمتاع عبر المضامين المختلفة، أما عن هوية المحتوى الدرامي الذي تحرص على مشاهدته عبر المنصات الرقمية التلفزيونية، ف جاء في المقدمة بشكل كبير بنسبة 57.8% منهم بواقع 231 مبحوث المشاهدة للمحتوى الدرامي العربي تلاه نسبة 46.5% من العينة تشاهد المحتوى الدرامي الأردني بواقع 186 مبحوث، وأخيراً مشاهدة المحتوى الدرامي الأجنبي بنسبة 35.5% بواقع 142 مبحوث.

- تفاعلات عينة الدراسة مع المحتوى الدرامي الذي ثبت على المنصات الرقمية التلفزيونية وفقاً لتنوع حالاته:

جدول رقم (4)-تفاعلات عينة الدراسة مع المحتوى الدرامي الذي ثبت على

المنصات الرقمية التلفزيونية وفقاً لتنوع حالاته

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	معارض		محايد		موافق		العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
95.3	0.345	2.86	-	-	13.8	55	86.3	345	المسلسلات التلفزيونية الحديثة ذات عدد حلقات تتراوح ما بين 10 - 15 حلقة
93.3	0.402	2.8	-	-	20.3	81	79.8	319	المحتوى الدرامي التلفزيوني المنتج خصيصاً للمنصات الرقمية
86.7	0.57	2.6	4.3	17	31.3	125	64.5	258	المسلسلات التلفزيونية

									التي تم إنتاجها للتلفزيون ويعاد بثها على المنصات
81.7	0.581	2.45	4.5	18	46.5	186	49	196	متابعة المسلسلات التلفزيونية المدبلجة
80.0	0.49	2.4	-	-	60.3	241	39.8	159	متابعة الأفلام والمسلسلات التلفزيونية الأجنبية القديمة
79.3	0.673	2.38	10.8	43	40.3	161	49	196	الأفلام السينمائية والمسلسلات التلفزيونية العربية القديمة
78.7	0.525	2.36	2.3	9	59.8	239	38	152	متابعة الأفلام والمسلسلات التلفزيونية الأجنبية الحديثة
76.3	0.585	2.29	6.8	27	57.3	229	36	144	المسلسلات التلفزيونية الحديثة ذات الأجزاء المتعددة والطويلة

يوضح الجدول السابق طبيعة نوعية القوالب الدرامية التي تقبل على مشاهدتها عينة الدراسة، وقد تميزت بارتفاع المشاهدة لكافة القوالب الدرامية، وإن تصدرها المسلسلات التلفزيونية الحديثة ذات عدد حلقات تتراوح ما بين 10- 15 حلقة بوزن 95.3 درجة، ثم المحتوى الدرامي التلفزيوني المنتج خصيصاً للمنصات الرقمية بوزن 93.3 درجة، ثم المسلسلات التلفزيونية التي تم إنتاجها للتلفزيون ويعاد بثها على المنصات بوزن 86.7 درجة، وكانت الأقل متابعة هي المسلسلات التلفزيونية الحديثة ذات الأجزاء المتعددة والطويلة بوزن 76.3 درجة، ويمكن القول أن هذه المنصات أصبحت بديلاً قوياً للقنوات التلفزيونية التي تجذب المشاهد، كما مكنت هذه المنصات من انتشار المحتوى الدرامي محلياً وعربياً وإقليمياً وعالمياً، وذلك لتميزها بإتاحة إمكانية للمشاهد العادي بالتحكم في المشاهدة والانتقاء من بين كم كبير متنوع من القوالب الدرامية التي تلبي احتياجاته للمشاهدة فضلاً عن تمكنه من حفظ المحتوى المفضل له والعودة

لمشاهدته مرة ثانية، كما أن هذه المنصات الرقمية أصبحت حالياً لا تعتمد على إعادة بث محتوى القنوات التلفزيونية التي تمتلكها بل إنتاج محتوى حصري خاص بها، كما توفر تلك المنصات مزيداً من حرية الإبداع بعيداً عن أعين الرقابة، حيث أوضحت دراسة (زينب سيد، 2022) نجاح التجربة المصرية في مواكبة التطور الخاص بمنصات الفيديو الرقمية انطلاقاً من مكانتها الفنية الرائدة في العالم العربي والشرق الأوسط، حيث احتضنت منصات مثل "فيو" و"واتش ات"، اللتان أحدثتا طفرة في الإنتاج الفني المصري، وأسهمتتا في عودة المسلسلات القصيرة ذات الحلقات المحدودة والمكثفة المضمون، وظهور مواهب جديدة من الشباب المبدعين في إنتاج الأعمال الفنية سريعة الإيقاع تواكب ما يفضله المتلقي خصوصاً فئة الشباب.

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

جدول رقم (5) - طريقة اختيار المحتوى الدرامي الذي تحرص على مشاهدته بالمنصات الرقمية التلفزيونية

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	معارض		محايد		موافق		العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
91.0	0.443	2.73	-	-	26.8	107	73.3	293	الاعتقاد على تصفح المنصات الرقمية عامة والبحث والاختيار للمحتوى الدرامي الذي أتابعه
91.0	0.535	2.73	4.5	18	17.8	71	77.8	311	تعليقات متابعي المحتوى الدرامي للمنصات عبر صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي
89.7	0.464	2.69	-	-	31.3	125	68.8	275	الإعلانات التي تظهر على مواقع التواصل الاجتماعي
88.0	0.48	2.64	-	-	35.8	143	64.3	257	تعليقات متابعي المحتوى

									الدرامي للمنصات عبر صفحات نجوم الأعمال الدرامية على مواقع التواصل الاجتماعي
76.0	0.685	2.28	13.3	53	45.3	181	41.5	166	قوائم وترشيحات وتصنيفات المنصات ذاتها
73.3	0.688	2.2	15.5	62	48.8	195	35.8	143	البحث في المضمون الدرامي وفقا لاختياري السابقة
73.3	0.58	2.2	8.8	35	62.5	250	28.8	115	تعليقات متابعي المحتوى الدرامي للمنصات عبر صفحات الدراما المتخصصة على مواقع التواصل
73.3	0.622	2.2	11.3	45	57.3	229	31.5	126	عبر التعرض للحملات التسويقية للمحتوى الدرامي المتاح على المنصة
72.3	0.709	2.17	18	72	47	188	35	140	إرسال رسائل قصيرة عبر الهواتف الذكية
72.0	0.79	2.16	24.5	98	35.3	141	40.3	161	المشاهدة بالصدفة
72.0	0.757	2.16	22	88	40.5	162	37.5	150	ترشيح أفراد الأسرة
71.7	0.7	2.15	18	72	48.8	195	33.3	133	ترشيح الأصدقاء والمعارف

يكشف الجدول السابق عن تنوع طرق اختيار المحتوى الدرامي الذي تحرص على مشاهدته بالمنصات الرقمية التلفزيونية، والتي يمكن أن تنقسم إلى مجموعة من الفئات، متمثلة في اكتساب المشاهد مهارات التفاعل مع المنصات لاعتياده على تصفح المنصات الرقمية عامة والبحث والاختيار للمحتوى الدرامي الذي أتابعه بوزن 91 درجة، مما ترتب عليه تمكنهم من حفظ المحتوى الدرامي المفضل لديهم ومشاهدته والبحث فيه وفقاً لاختيارتهم السابقة.

كما برز دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعريف الجمهور بالمحتوى الدرامي المنشور على المنصات، لذا برز دور هذه المواقع في متابعة تعليقات المشاهدين على المحتوى الدرامي الخاص بالمنصات والمنشور عبر صفحات المنصات على المواقع بوزن 91 درجة، إلى جانب إعلانات مواقع التواصل الاجتماعي، وكذلك متابعة تعليقات الجمهور على أعمال النجوم الدرامية ومناقشة صفحات الدراما المتخصصة لأعمال المنصات، ويتضح أن مواقع التواصل الاجتماعي تحتل مرتبة متقدمة في التأثير على الاختيارات، خاصة في ظل أن هذه المواقع تُعد 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، حيث أصبحت هذه المواقع أحد الوسائل التي تعين في مجال تحقيق الربح الاقتصادي لهذه المؤسسات،<sup>lxi</sup> 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 آخر<sup>lxx</sup>، كما أكدت العديد من الدراسات على أهمية مواقع التواصل الاجتماعي وتفاعلها مع الوسائل التقليدية والمنصات الرقمية الأخرى والتطبيقات، مثل دراسة (جيهان أشرف، 2020)<sup>lxxi</sup> التي أكدت على ارتفاع عدد ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وأكدت كل من دراسة (Matthew Pittman et.al, )<sup>lxxii</sup> (2016) ودراسة (بسمة على يحيي، 2017)<sup>lxxiii</sup> على أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في زيادة مستمرة، وتنوعت المواقع التي يتعرض لها الجمهور ويتابعوا المحتوى الترويجي أو التسويقي للمؤسسات التلفزيونية أو المنصات الرقمية، كما أشارت دراسة (Mi- Hug Cheng ,Yi-Chen Wu,Ming -Chihchen )<sup>lxxiv</sup> (2016) إلى أن الدراما التلفزيونية هي الأعلى في درجات التفاعل على الفيس بوك وذلك في إطار رصد العلاقة بين التلفزيون والفيس بوك، ونجاح التلفزيون جماهيريا وتجاريا استنادا على المعايير التفاعلية للفيس بوك (التعليق، المشاركة، الإعجاب)، ويمكن القول أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت جزءا من الأنشطة اليومية للجمهور، وقد أدرجت وسائل الإعلام التقليدية المنصات

الاجتماعية والرقمية في تفاعلاتها مع الجمهور<sup>lxxv</sup> والوصول للأخبار الخاصة بالجمهور واحتياجاتهم.<sup>lxxvi</sup>

كما لم يغفل القائمون على هذه المنصات على تمتعها بخصائص تمكنها من تقديم محتواها بشكل جاذب، حيث أعربت عينة الدراسة عن اختيار المحتوى الدرامي عبر قوائم وترشيحات وتصنيفات المنصات ذاتها بوزن 73.3 درجة، وكذلك الحملات التسويقية للمنصات بذات الوزن السابق، وجاء دور ترشيح الآخرين للمحتوى المفضل في آخر ترتيب، مثل ترشيح أفراد الأسرة بوزن 72 درجة، تلاه ترشيح الأصدقاء والمعارف بوزن 71.7 درجة، وإن كان الوزن مرتفع وإيجابي مما يدل على أهمية هذه الآلية، وهو ما يتفق مع دراسة (داليا عثمان، 2020)<sup>lxxvii</sup> بأهمية دور جماعات الأصدقاء في حياة المراهقين في اتخاذ العديد من القرارات، ووجدت 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، نظراً للفترات الطويلة التي يقضيها المراهقون أما شاشات الموبايل والكمبيوتر يتابعون فيها تلك المواقع.

**المحور الثالث: اعتماد عينة الدراسة على المنصات الرقمية في متابعة المحتوى الدرامي وأسبابه:**

- مستوى اعتماد عينة الدراسة على المنصات الرقمية في متابعة المحتوى الدرامي:

جدول رقم (6) - مستوى اعتماد العينة على المنصات الرقمية لمتابعة المحتوى

#### الدرامي

ك	%	
160	40.0	اعتمد عليها بشكل رئيسي في المشاهدة فقط
116	29.0	اعتمد عليها في المشاهدة حيث تفضلها في الصدارة
98	24.5	اعتمد عليها إلى حد ما إلى جانب الوسائل التقليدية والوسائط التكنولوجية
80	20.0	اعتمد عليها بشكل نادر لتفضيلي المشاهدة عبر الشاشات التلفزيونية
34	8.5	اعتمد عليها بشكل نادر لتفضيلي المشاهدة عبر الوسائط التكنولوجية

400	الإجمالي
-----	----------

يكشف الجدول السابق عن مستوى اعتماد عينة الدراسة على المنصات الرقمية في متابعة المحتوى الدرامي، حيث جاء في المقدمة الاعتماد عليها بشكل رئيسي في المشاهدة فقط بنسبة 40%، أو تفضيلها في الصدارة بنسبة 29%، وجاءت منافسة الوسائل التقليدية لها والوسائط في المراتب التالية، وتتقارب هذه النتيجة مع ما أثبتته دراسة (مالك رحاب محمود العزة، 2017)<sup>lxxviii</sup> أن استخدام التقنيات التلفزيونية الحديثة يزيد من درجة المشاهدة في التلفزيون، كما جاءت دراسة **Isaac Olajide Fadeyi (2021)**<sup>lxxix</sup> لرصد تأثير استخدام الإنترنت على مشاهدة التلفزيون التقليدي بين الصحفيين في ولاية لاغوس. وكشفت النتائج أن مشاهدة الصحفيين للتلفزيون التقليدي آخذة في التناقص، فيما تمت التوصية بأن يقوم الإعلام بالدمج بين دور الإعلام التلفزيوني ومميزات الإنترنت في عمليات البث الخاصة به لمواكبة التطور الجاري في التقنيات الرقمية تعزيزاً لاستدامة مشاهدة التلفزيون التقليدي، كما أوضحت دراسة (غادة أحمد النشار، 2018)<sup>lxxx</sup> أن الشباب المصري أصبح معتاداً على هذا النمط من المشاهدة الدرامية عبر الإنترنت، 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 ومتعة 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.

- أسباب اعتماد عينة الدراسة على المنصات الرقمية في متابعة المحتوى الدرامي:

جدول رقم (7) - أسباب اعتماد العينة على المنصات الرقمية في متابعة المحتوى الدرامي

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	معارض		محايد		موافق		العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
81.0	0.575	2.43	4.3	17	49	196	46.8	187	إمكانية تخطي مقدمة العمل الدرامي "تتر المسلسل"
80.0	0.583	2.4	5	20	50.2	201	44.8	179	الاستمتاع والسعادة عند مشاهدة المحتوى الدرامي عبر المنصات
78.7	0.61	2.36	7	28	49.8	199	43.3	173	إمكانية الطلب لمشاهدة المحتوى الدرامي في أي وقت بالمنصات
77.7	0.577	2.33	5.5	22	55.8	223	38.8	155	إمكانية متابعة المحتوى الدرامي للمنصات الرقمية عبر الوسائط التكنولوجية للتمتع بالخصوصية والانفراد في المشاهدة
77.0	0.51	2.31	2.3	9	64.3	257	33.5	134	وجود تصنيفات للمحتوى الدرامي المقدم بالمنصات
76.7	0.637	2.3	9.8	39	50.5	202	39.8	159	إمكانية المشاهدة للمنصات الرقمية في تجمع بأماكن عامة
74.3	0.61	2.23	9.8	39	57.8	231	32.5	130	تضم محتوى درامي عربي وأجنبي متنوع
74.0	0.506	2.22	4.3	17	69.8	279	26	104	عدم اختراق الإعلانات للمحتوى الدرامي الذي يتم مشاهدته
74.0	0.721	2.22	17.3	69	43.3	173	39.5	158	اكتساب مادة درامية ثرية تمكني من التناور مع الآخرين حولها
71.7	0.58	2.15	10.5	42	64.3	257	25.3	101	تمكني المشاهدة عبر المنصات من

									الاندماج مع الأحداث الدرامية
71.3	0.776	2.14	24	96	38	152	38	152	يوجد إنتاج درامي منفرد خاص بالمنصات الرقمية
70.3	0.749	2.11	23.3	93	43	172	33.8	135	إمكانية المشاهدة الجماعية مع أفراد محددين في أي مكان ووقت
70.0	0.704	2.1	20.3	81	49.5	198	30.3	121	إمكانية إضافة المحتوى الدرامي المفضل لدي في قائمة "المفضل"
67.7	0.614	2.03	17.3	69	62.3	249	20.5	82	تثبت مضامين درامية قديمة لا توجد بأي منصة أخرى
67.3	0.631	2.02	18.8	75	60.3	241	21	84	لم أشعر بالقلق حول ميعاد بث المسلسلات التلفزيونية الحديثة لامكانية مشاهدتها في أي وقت عبر المنصات
67.0	0.683	2.01	23	92	53.5	214	23.5	94	تمضية الوقت والتسلية للثراء الدرامي المتاح أمامي
64.7	0.762	1.94	32.3	129	41.8	167	26	104	الجودة والجمال الفني في تقديم أفكار درامية جديدة وتناسب المجتمع
61.7	0.728	1.85	35.3	141	44.8	179	20	80	سهولة متابعة المحتوى الدرامي لنجومي المفضلين بكل سهولة وتخصيص قائمة لهم

تتوعد أسباب اعتماد عينة الدراسة على المنصات الرقمية في متابعة المحتوى الدرامي، والتي انقسمت للمجموعات التالية:

أسباب ترجع لتمييز المنصات الرقمية بخصائص معينة تجعل المشاهدة عبرها متفردة ومختلفة عن سياق المشاهدة عبر الطرق التقليدية خاصة فيما يتعلق بعملية التحكم في عملية المشاهدة والانتقائية، حيث إمكانية تخطي مقدمة العمل الدرامي "تتر المسلسل" بوزن 81 درجة، وإمكانية الطلب لمشاهدة المحتوى الدرامي في أي وقت بالمنصات بوزن 78.7 درجة

ومن ثم إمكانية متابعة المحتوى الدرامي للمنصات الرقمية عبر الوسائط التكنولوجية للتمتع بالخصوصية والانفراد في المشاهدة بوزن 77.7 درجة، وكذلك وجود تصنيفات للمحتوى الدرامي المقدم بالمنصات بوزن 77 درجة، وعدم اختراق الإعلانات للمحتوى الدرامي الذي يتم مشاهدته بوزن 74 درجة.

كما تبين وجود أسباب ترتبط بالاستماع لمتابعة المحتوى الدرامي عبرها لتمييزه وتفردته، حيث أشارت عينة الدراسة إلى الاستمتاع والسعادة عند مشاهدة المحتوى الدرامي عبر المنصات بوزن 80 درجة، وأنها تضم محتوى درامي عربي وأجنبي متنوع بوزن 74.3 درجة، وأن المشاهدة المشاهدة عبر المنصات تمكنهم من الاندماج مع الأحداث الدرامية بوزن 71.7 درجة، علاوة على وجود إنتاج درامي منفرد خاص بالمنصات الرقمية بوزن 71.3 درجة، كما أنها تبث مضامين درامية قديمة لا توجد بأي منصة أخرى بوزن 67.7 درجة، حيث كل ما سبق يمكن من تفضية الوقت والتسلية للثراء الدرامي المتاح أمام عينة الدراسة بوزن 67 درجة، خاصة في ظل تقييم عينة الدراسة لتحقيق الجودة والجمال الفني في تقديم أفكار درامية جديدة وتناسب المجتمع بوزن 64.7 درجة.

وجاءت بعض الأسباب تبرز تعزيز المشاهدة الرقمية للمحتوى الدرامي عبر هذه المنصات للتفاعل الاجتماعي مع الآخرين، حيث إمكانية المشاهدة للمنصات الرقمية في تجمع بأماكن عامة بوزن 76.7 درجة، واكتساب مادة درامية ثرية تمكني من التناور مع الآخرين حولها بوزن 74 درجة، وكذلك إمكانية المشاهدة الجماعية مع أفراد محددين في أي مكان ووقت بوزن 70.3 درجة، حيث توصلت له دراسة (ريهام سامي، 2020) <sup>lxxxi</sup> 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.

كما جاءت بعض الأسباب تتعلق بتعزيز عملية سهولة مشاهدة المحتوى الدرامي عبر المنصات الرقمية، حيث إمكانية إضافة المحتوى الدرامي المفضل لدي في قائمة "المفضل" بوزن 70 درجة، ثم عدم الشعور بالقلق حول ميعاد بث المسلسلات التلفزيونية الحديثة لامكانية

مشاهدتها في أي وقت عبر المنصات بوزن 67.3 درجة، إلى جانب سهولة متابعة المحتوى الدرامي لنجومهم المفضلين بكل سهولة وتخصيص قائمة لهم بوزن 61.7 درجة. ويستخلص من إجابات عينة الدراسة على العبارات السابقة مقياسًا عامًا، جاءت مستوياته على النحو التالي:

جدول رقم (8) - مستويات المقياس العام لأسباب اعتماد العينة على المنصات الرقمية

#### في متابعة المحتوى الدرامي

معدل المقياس	ك	%
منخفض	5	1.3
متوسط	271	67.8
مرتفع	124	31.0
الإجمالي	400	100.0

يكشف الجدول السابق عن تقييم عينة الدراسة لأسباب اعتمادها على المنصات الرقمية في متابعة المحتوى الدرامي، فجاء المستوى المتوسط من الاعتماد في المقدمة بنسبة 67.8%، تلاه المستوى المرتفع بنسبة 31%، وأخيرا المستوى المنخفض بنسبة 1.3%، ويرجع هذا التقييم المرتفع نوعا 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)<sup>lxxxii</sup> بأن تليفزيون الإنترنت وسيلة ثرية لوجود رجع 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، وبالتالي هذه النتيجة تعزز من اتجاه وسائل الإعلام القديمة للتفاعل مع التكنولوجيا الرقمية عبر المبادرة باستخدام منصات الإنترنت الخاصة بها،<sup>lxxxiii</sup> 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،<sup>lxxxiv</sup> كما أن التفاعل بين التلفزيون واليوتيوب والاستخدام المستقل للإنترنت يسمح بأنماط جديدة من التفاعل بين الموضوعات المجسدة والصور الرقمية.<sup>lxxxv</sup>

- مميزات متابعة المحتوى الدرامي للمنصات الرقمية عن الوسائل الأخرى:

جدول رقم (9) - مميزات متابعة المحتوى الدرامي للمنصات الرقمية عن الوسائل

الأخرى

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	معارض		محايد		موافق		العبرة
			%	ك	%	ك	%	ك	
88.0	0.598	2.64	6.3	25	24	96	69.8	279	التحكم في المضامين المقدمة بعكس التلفزيون التقليدي
86.0	0.583	2.58	12	48	46	184	42	168	الحرية المكانية والزمانية في متابعة المحتوى الدرامي
83.3	0.584	2.5	4.5	18	41.3	165	54.3	217	إمكانية استخدام المنصة عبر أكثر من جهاز
81.3	0.668	2.44	10	40	36.5	146	53.5	214	حفظ المضمون الدرامي المفضل لي وسهولة الرجوع له
78.3	0.651	2.35	9.8	39	45.3	181	45	180	نقاء الصورة والصوت عند مشاهدة المحتوى الدرامي
78.0	0.846	2.34	24.5	98	17	68	58.5	234	تقديم مقترحات بمحتوى الدراما للمشاهدة بناءً على اختيارات سابقة
76.7	0.672	2.3	20.8	83	40.3	161	39	156	وضوح آلية التفاعل مع أيقونات المنصات الرقمية
73.3	0.697	2.2	20.5	82	43.5	174	36	144	حرص القائمين على المنصات في متابعة مقترحات الجمهور

									وتحقيق المصادقية في التفاعل معه
72.7	0.752	2.18	16.3	65	47.5	190	36.3	145	تقسيم الإنتاج الدرامي ما بين المصري والعربي والأجنبي
72.0	0.736	2.16	20.5	82	43.5	174	36	144	الفصل بين محتوى الصغار والكبار
70.0	0.823	2.1	29.3	117	31.5	126	39.3	157	المعرفة بالمضمون الذي سيتم مشاهدته مسبقا وللقرء قرار المشاهدة
69.3	0.866	2.08	33.8	135	24.5	98	41.8	167	مريحة في تقديم الترجمة واللغة
67.0	0.762	2.01	28.5	114	42	168	29.5	118	خاصية عرض كل الحلقات للمسلسل مرة واحدة
66.7	0.832	2	34.3	137	31	124	34.8	139	إتاحة المنصات الاشتراكات المجانية لمدة زمنية
63.7	0.873	1.91	42.8	171	23.3	93	34	136	مشاهدة الحلقة الأولى مجاناً من المحتوى الدرامي المقدم
63.3	0.872	1.9	43.8	175	23	92	33.3	133	سهولة الاشتراك في المنصات الرقمية فرديا
63.0	0.871	1.89	44.3	177	23	92	32.8	131	ثمن الاشتراك في المنصات الرقمية مناسب
61.0	0.851	1.83	45.8	183	25	100	29.3	117	سهولة متابعة المعروض بالمنصات الرقمية عبر تطبيق المنصة الهاتفي

يكشف الجدول السابق عن مميزات متابعة المحتوى الدرامي للمنصات الرقمية عن الوسائل

الأخرى، والتي تنوعت على النحو التالي:

أولاً: تميز التحكم في المحتوى الدرامي وتوقيت مشاهدته، حيث أوضحت عينة الدراسة القدرة على التحكم في المضامين المقدمة بعكس التلفزيون التقليدي بوزن 88 درجة، ثم إمكانية حفظ

المضمون الدرامي المفضل لهم وسهولة الرجوع له بوزن 81.3 درجة، ثم المعرفة بالمضمون الذي سيتم مشاهدته مسبقاً ولل فرد قرار المشاهدة بوزن 70 درجة، وتبرز النتائج السابقة الحرص على احترام فكرة خصوصية المشاهد، 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 وغيره من العوامل التي ساهمت 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.<sup>lxxxvi</sup>

**ثانياً: تميز طريقة تقديم وعرض المحتوى الدرامي،** حيث أوضحت عينة الدراسة أنه يتم تقديم مقترحات بمحتوى الدراما للمشاهدة بناءً على اختيارات سابقة بوزن 78 درجة، كما أنه يتم تقسيم الإنتاج الدرامي ما بين المصري والعربي والأجنبي بوزن 73.3 درجة، ثم الفصل بين محتوى الصغار والكبار بوزن 72 درجة، ثم أنها مريحة في تقديم الترجمة واللغة بوزن 69.3 درجة، ثم توفر خاصية عرض كل الحلقات للمسلسل مرة واحدة بوزن 67 درجة.

**ثالثاً: تميز تحقق سهولة المشاهدة للمحتوى الدرامي عبر المنصات الرقمية،** حيث أوضحت عينة الدراسة توفر الحرية المكانية والزمانية في متابعة المحتوى الدرامي بوزن 86 درجة، ثم إمكانية استخدام المنصة عبر أكثر من جهاز بوزن 83.3 درجة، ثم سهولة متابعة المعروض بالمنصات الرقمية عبر تطبيق المنصة الهاتفي بوزن 61 درجة، حيث 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، خاصة في ظل ثبوت ارتفاع التفاعل مع المضمون الدرامي عبر الهواتف الذكية سواء مشاهدتها عبر مواقع التواصل أو تطبيقات المنصات الرقمية، وهو ما أكدت عليه دراسة (قصي خميس عبد الله، 2021).<sup>lxxxvii</sup>

رابعًا: تميز الصورة التلفزيونية وآليات التفاعل معها، حيث كشفت عينة الدراسة عن نقاء الصورة والصوت عند مشاهدة المحتوى الدرامي بوزن 78.3 درجة، وكذلك وضوح آلية التفاعل مع أيقونات المنصات الرقمية بوزن 76.7 درجة، وكذلك حرص القائمين على المنصات في متابعة مقترحات الجمهور وتحقيق المصادقية في التفاعل معه بوزن 73.3 درجة.

خامسًا: تميز سهولة الاشتراك في المنصات الرقمية لمشاهدة المحتوى الدرامي، حيث أوضحت عينة الدراسة عن إتاحة المنصات الاشتراكات المجانية لمدة زمنية بوزن 66.7 درجة، ثم مشاهدة الحلقة الأولى مجانًا من المحتوى الدرامي المقدم بوزن 63.7 درجة. ثم سهولة الاشتراك في المنصات الرقمية فرديا بوزن 63.3 درجة، وأخيرًا أن ثمن الاشتراك في المنصات الرقمية مناسب بوزن 63 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 والمجانية لفترة، وعدم ارتفاع ثمن الاشتراك بالمنصة، وتتفق النتائج السابقة مع ما توصلت له دراسة (محمد صلاح يوسف، 2021)<sup>lxxxviii</sup> أن غالبية المبحوثين يفضلون الخدمات المجانية في منصات المشاهدة التلفزيونية عبر الإنترنت بنسبة ٤٧.٩٪ تليها الخدمات المدفوعة والمجانية معا بنسبة ٤٥.٣٪ ثم الخدمات المدفوعة فقط ٦.٨٪، كما أوضحت دراسة (رهام محمد صلاح الدين، 2023)<sup>lxxxix</sup> أن المنصات التلفزيونية الرقمية هي من ضمن أدوات الإعلام الجديد التي حاولت تقديم نفسها كمنصات بديلة عن التلفزيون التقليدي ونجحت في تقديم المضمون عبر هذه المنصات بمعايير جديدة في الشكل والمحتوى حتى تشجع المستهلك على الاشتراك بها والدفع مقابل الحصول على خدمة مشاهدة حسب الطلب بدون إعلانات في أي وقت ومكان يرغب فيه المشترك ومن خلال أي جهاز ذكي.

ويستخلص من إجابات عينة الدراسة على العبارات السابقة مقياساً عاماً، جاءت مستوياته على النحو التالي:

جدول رقم (10) - مستويات مقياس العام لمميزات متابعة المحتوى الدرامي للمنصات

الرقمية عن الوسائل الأخرى

مجمّل المقياس	ك	%
منخفض	67	16.8
متوسط	292	73
مرتفع	41	10.2
الإجمالي	400	100

يكشف الجدول السابق عن تقييم عينة الدراسة لمميزات متابعة المحتوى الدرامي للمنصات الرقمية عن الوسائل الأخرى، فجاء المستوى المتوسط من التقييم لمميزات المحتوى الدرامي في المقدمة بنسبة 73%، تلاه المستوى المنخفض في التقييم بنسبة 16.8%، وأخيراً المستوى المرتفع بنسبة 10.2%، وتكشف النتائج عن ارتفاع مستوى وعي عينة الدراسة بمميزات المحتوى الدرامي كما سبق توضيحهم.

المحور الرابع: تأثير اعتماد عينة الدراسة على المحتوى الدرامي بالمنصات الرقمية على إدراك الجمهور الأردني لقضايا المجتمعية الأردنية:

- اعتماد الجمهور الأردني على المحتوى الدرامي المقدم عبر المنصات الدرامية الرقمية في متابعة القضايا المجتمعية الأردنية:



### شكل رقم (5) - اعتماد الجمهور الأردني على المحتوى الدرامي المقدم عبر

#### المنصات الدرامية الرقمية في متابعة القضايا المجتمعية الأردنية

يتضح من الجدول السابق مستوى اعتماد الجمهور الأردني على المحتوى الدرامي المقدم عبر المنصات الدرامية الرقمية في متابعة القضايا المجتمعية الأردنية، فجاء بشكل أساسي بنسبة 82.5% من العينة بواقع 330 مبحوث، تلاه الاعتماد إلى حد ما بنسبة 11.5% بواقع 46 مبحوث، وأخيراً جاء الاعتماد بشكل نادر بنسبة 6% بواقع 24 مبحوث، ويدل الارتفاع الكبير على هذه المنصات في أنها جاذبة له وتقدم له ما يتوقعه من محتوى درامي هادف وممتع ومسلّي، وبالتالي ارتفاع مستوى الرضا عن المعالجات الدرامية في المنصات الرقمية، وتتقارب هذه النتيجة مع ما توصلت له دراسة (دينا محمد محمد عبد العظيم، 2021)<sup>xc</sup> أن أعلى نسبة عن رضا المبحوثين 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 المبحوثين عن قنوات تلفزيون الانترنت كانت غير راضي مطلقاً وكانت بنسبة (2%).

- أسباب اعتماد على المحتوى الدرامي المقدم عبر المنصات الدرامية الرقمية في

متابعة القضايا المجتمعية الأردنية:

جدول رقم (11) - أسباب اعتماد على المحتوى الدرامي المقدم عبر المنصات

الدرامية الرقمية في متابعة القضايا المجتمعية الأردنية

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	معارض		محايد		موافق		العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
92.7	0.463	2.78	2.3	9	17	68	80.8	323	حرية التناول للموضوعات المجتمعية الأردنية المسكوت عنها
91.3	494.	2.74	2.5	10	21.3	85	76.3	305	تمضية الوقت والتسلية عند المتابعة
90.7	0.509	2.72	2.3	9	17	68	80.8	323	تقدم نماذج فعلية مؤثرة لنماذج أسرية أردنية في محتواها الدرامي
89.3	551.	2.68	4.3	17	23.5	94	72.3	289	سهولة متابعة المحتوى الدرامي لنجومي المفضلين والذين يتناولوا القضايا المجتمعية الأردنية
88.0	657.	2.64	10	40	16.3	65	73.8	295	الاستمتاع والسعادة عند مشاهدة المحتوى الدرامي الذي يتناول القضايا المجتمعية الأردنية
84.7	0.67	2.54	10	40	25.5	102	64.5	258	تمتع المحتوى الدرامي بالمنصات بالحرية وعدم خضوع للرقابة
84.7	0.64	2.54	8	32	30	120	62	248	تجسيد الشخصيات الدرامية سلوكيات جديدة ومؤثرة في المحتوى الدرامي بالمنصات الرقمية
83.3	0.657	2.5	9	36	31.8	127	59.3	237	تقديم أفكار درامية مبتكرة لتناول القضايا المجتمعية
81.3	0.669	2.44	10	40	35.8	143	54.3	217	الاستعانة بمؤثرين يحظوا بمعدل متابعة مرتفع مما يحقق مصداقية
80.7	0.745	2.42	15.5	62	27.3	109	57.3	229	إمكانية التفاعلية مع المحتوى الدرامي عبر المنصات الرقمية
80.7	713.	2.42	13.3	53	32	128	54.8	219	الاعتماد على متابعة المحتوى الدرامي الذي يتناول القضايا المجتمعية الأردنية

78.0	0.813	2.34	21.8	87	22.8	91	55.5	222	تجديد الأفكار التي تناقش العادات المجتمعية الأردنية ومقاومة العادات السلبية به
74.3	0.79	2.23	22.3	89	32.5	130	45.3	181	تبني أفكار درامية مؤثرة وجديدة وحررة عند معالجة المشكلات الاجتماعية

يكشف الجدول السابق عن أسباب اعتماد على المحتوى الدرامي المقدم عبر المنصات الدرامية الرقمية في متابعة القضايا المجتمعية الأردنية، حيث جاءت النتائج كما يلي:

- **جودة المحتوى الدرامي من حيث طبيعة القضايا التي يناقشها وحرته في تقديمها،** حيث جاء في المقدمة إشارة عينة الدراسة لحرية تناول للموضوعات المجتمعية الأردنية المسكوت عنها بوزن 92.7 درجة، وما سبق يترتب عليه تحقق الاستمتاع والسعادة عند مشاهدة المحتوى الدرامي الذي يتناول القضايا المجتمعية الأردنية بوزن 88 درجة، وذلك لتمتع المحتوى الدرامي بالمنصات بالحرية وعدم خضوع للرقابة بوزن 84.7 درجة.
- **تجديد الأفكار التي تقدمها الأعمال الدرامية المقدمة عبر المنصات الرقمية،** حيث أوضحت عينة الدراسة تقديمها لأفكار درامية مبتكرة لتناول القضايا المجتمعية بوزن 83.3 درجة، ثم تجديد الأفكار التي تناقش العادات المجتمعية الأردنية ومقاومة العادات السلبية به بوزن 78 درجة، ثم تبني أفكار درامية مؤثرة وجديدة وحررة عند معالجة المشكلات الاجتماعية بوزن 74.3 درجة.
- **تقديم شخصيات درامية بشكل مؤثر وفعال ويخدم الهدف من المحتوى الدرامي،** حيث كشفت عينة الدراسة عن تقديم نماذج فعلية مؤثرة لنماذج أسرية أردنية في محتواها الدرامي بوزن 90.7 درجة، ثم تجسيد الشخصيات الدرامية سلوكيات جديدة ومؤثرة في المحتوى الدرامي بالمنصات الرقمية بوزن 84.7 درجة، ثم الاستعانة بمؤثرين يحظون بمعدل متابعة مرتفع مما يحقق مصداقية بوزن 81.3 درجة.

- توفر الدوافع الطقوسية في متابعة المحتوى الدرامي إلى جانب التسلية والترفيه، حيث أوضحت عينة الدراسة أن المشاهدة الدرامية عبر المنصات الرقمية تمكنهم من تضيئة الوقت والتسلية عند المتابعة بوزن 91.3 درجة، ثم سهولة متابعة المحتوى الدرامي لنجومهم المفضلين والذين يتناولوا القضايا المجتمعية الأردنية بوزن 89.3 درجة، ثم إمكانية التفاعلية مع المحتوى الدرامي عبر المنصات الرقمية بوزن 80.7 درجة، وكذلك بذات الوزن السابق جاء الاعتياد على متابعة المحتوى الدرامي الذي يتناول القضايا المجتمعية الأردنية بوزن 80.7 درجة.
- ويستخلص من إجابات عينة الدراسة على العبارات السابقة مقياسًا عامًا جاءت مستوياته كما يلي:

جدول رقم (12) - مستويات المقياس العام لأسباب اعتماد على المحتوى الدرامي المقدم عبر المنصات الدرامية الرقمية في متابعة القضايا المجتمعية الأردنية

مجمّل المقياس	ك	%
منخفض	7	1.8
متوسط	178	44.4
مرتفع	215	53.8
الإجمالي	400	100

يتضح من الجدول السابق مستويات المقياس العام لأسباب اعتماد عينة الدراسة على المحتوى الدرامي المقدم عبر المنصات الدرامية الرقمية في متابعة القضايا المجتمعية الأردنية، فجاء الاعتماد المرتفع من قبل نسبة 53.8%، تلاه الاعتماد المتوسط بنسبة 44.4% وأخيراً جاء الاعتماد بشكل منخفض بنسبة 1.8%.

- تأثيرات مشاهدة المحتوى الدرامي الذي يناقش القضايا المجتمعية الأردنية على الجمهور الأردني:

جدول رقم (13) - تأثير مشاهدة عينة الدراسة للمحتوى الدرامي على إدراك الجمهور الأردني لقضايا المجتمعية الأردنية

العبارة	موافق	محايد	معارض	المتوسط	الانحراف	الوزن
---------	-------	-------	-------	---------	----------	-------

النسبي	المعياري		%	ك	%	ك	%	ك	
<b>الأثر المعرفي</b>									
83.7	575.	2.51	4	16	40.8	163	55.3	221	يبرز لي القيم المجتمعية الأردنية بشكل ناقد
77.0	707.	2.31	14.2	57	40.8	163	45	180	نقل الأفكار المتعلقة بقضية معينة من كافة جوانبها بكل حرية
69.7	764.	2.09	25.3	101	41	164	33.8	135	تعزيز الأفكار التي تساعد على تحقيق الانسجام والتقارب بين الافراد مختلفي الثقافات
67.0	662.	2.01	21.3	85	56.3	225	22.5	90	ارتفاع مستوى الوعي بالقضايا المجتمعية الأردنية
<b>الأثر الوجداني</b>									
84.0	562.	2.52	3.3	13	41.5	166	55.3	221	الشعور بالاندماج مع الشخصيات الدرامية التي تجسد أدوار مؤثرة في مناقشة القضايا المجتمعية
83.7	601.	2.51	5.5	22	37.8	151	56.8	227	الخوف على استقرار المجتمع الأردني اجتماعيا من كثافة استعراض المشكلات المجتمعية له بشكل صريح
74.3	655.	2.23	12.5	50	51.7	207	35.8	143	تغيرت لدي بعض المعتقدات والقيم السلبية بعد الوعي بأثارها السلبية من المعالجات الدرامية لها
69.0	758.	2.07	25.5	102	42.3	169	32.3	129	الشعور بالسعادة عند متابعة المحتوى الدرامي الذي يناقش

القضايا المجتمعية									
الأثر السلوكي									
80.7	655.	2.42	9.3	37	39.5	158	51.2	205	اكتساب سلوكيات جديدة للتفاعل مع القضايا المجتمعية الأردنية
76.0	664.	2.28	12	48	48.5	194	39.5	158	دعوة الآخرين نحو تبني سلوكيات إيجابية في تغيير العادات والقيم القديمة التي تؤثر سلبا على المجتمع الأردني
75.7	703.	2.27	14.8	59	43.3	173	42	168	توظيف إمكانات التواصل الاجتماعي التفاعلية في مناقشة القضايا المجتمعية الأردنية مع الآخرين والتي ناقشها المحتوى الدرامي عبر المنصات
75.3	711.	2.26	15.5	62	42.8	171	41.8	167	التواصل مع القائمين على المحتوى الدرامي الذي يناقش القضايا المجتمعية الأردنية للنقاش وتوضيح وجهة النظر

تنوعت أشكال تأثير مشاهدة عينة الدراسة للمحتوى الدرامي على إدراك الجمهور الأردني

لقضايا المجتمعية الأردنية، والتي جاءت على النحو التالي:

الأثر المعرفي: حيث أعربت عينة الدراسة أن هذه المنصات تساعد في إبراز القيم المجتمعية الأردنية بشكل ناقد لهم بوزن 83.7 درجة، وتعمل على نقل الأفكار المتعلقة بقضية معينة من كافة جوانبها بكل حرية وزن 77 درجة، ثم تعمل على تعزيز الأفكار التي تساعد على تحقيق الانسجام والتقارب بين الافراد مختلفي الثقافات بوزن 69.7 درجة، وأخيراً ارتفاع مستوى الوعي بالقضايا المجتمعية الأردنية بوزن 67 درجة.

الأثر الوجداني: أوضحت عينة الدراسة أن المنصات الرقمية مكنتهم من الشعور بالاندماج مع الشخصيات الدرامية التي تجسد أدوار مؤثرة في مناقشة القضايا المجتمعية بوزن 84 درجة وكذلك الخوف على استقرار المجتمع الأردني اجتماعيا من كثافة استعراض المشكلات المجتمعية له بشكل صريح بوزن 83.7 درجة، وتغيرت لدي بعض المعتقدات والقيم السلبية بعد الوعي بأثارها السلبية من المعالجات الدرامية لها بوزن 74.3 درجة، ثم الشعور بالسعادة عند متابعة المحتوى الدرامي الذي يناقش القضايا المجتمعية بوزن 69 درجة.

الأثر السلوكي: كشفت عينة الدراسة عن التأثيرات السلوكية متمثلة في اكتساب سلوكيات جديدة للتفاعل مع القضايا المجتمعية الأردنية بوزن 80.7 درجة، ودعوة الآخرين نحو تبني سلوكيات إيجابية في تغير العادات والقيم القديمة التي تؤثر سلبا على المجتمع الأردني بوزن 76 درجة، وتوظيف إمكانات التواصل الاجتماعي التفاعلية في مناقشة القضايا المجتمعية الأردنية مع الآخرين والتي ناقشها المحتوى الدرامي عبر المنصات بوزن 75.7 درجة، وكذلك التواصل مع القائمين على المحتوى الدرامي الذي يناقش القضايا المجتمعية الأردنية للنقاش وتوضيح وجهة النظر بوزن 75.3 درجة.

ويستخلص من إجابات العينة مقاييس فرعية لتأثيرات متابعة المحتوى الدرامي على المنصات التلفزيونية الرقمية، وجاءت مستويات تقييم عينة الدراسة لتحقق هذه التأثيرات كما يلي:

جدول رقم (14) - مقاييس تأثير متابعة عينة الدراسة للمحتوى الدرامي على المنصات

مجل المقياس	ك	%	
الأثر المعرفي	منخفض	28	7
	متوسط	227	56.7
	مرتفع	145	36.3
	الإجمالي	400	100
الأثر الوجداني	منخفض	105	26.3
	متوسط	144	36
	مرتفع	151	37.7

100	400	الإجمالي	
12.5	50	منخفض	الأثر السلوكي
47	188	متوسط	
40.5	162	مرتفع	
100	400	الإجمالي	

يكشف الجدول السابق عن طبيعة تأثير مشاهدة عينة الدراسة من الجمهور الأردني للمضمون الدرامي في المنصات الرقمية على إدراكه لقضاياها المجتمعية، ف جاء ما بين المتوسط والمرتفع وفق إجابات عينة الدراسة في كافة التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية، وهو ما يتفق مع ما توصلت له دراسة رشا محمد أحمد مرسى الحبروني (2020)<sup>xci</sup> أن أسباب تحول الشباب كجمهور نشط من استخدامهم للتلفزيون إلى الانترنت حتى في تعرضه لمضامين تلفزيونية عبر مواقع المحطات المختلفة على الشبكة هي أن الانترنت يشبع احتياجات لا يمكن أن يلبها التلفزيون وأن الانترنت يتميز عن التلفزيون بجرأه الطرح والفورية في نقل الأحداث، وكذلك يتفق مع ما توصلت له دراسة (زينب أشرف هاشم، 2021)<sup>xcii</sup> بأنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض الشباب الجامعي للمواد الدرامية المقدمة بمنصات التلفزيون عبر الإنترنت 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 الإنترنت والنوايا السلوكية،<sup>xciii</sup> وبالتالي يمكن القول أن وسائل الإعلام تُعد مصدرًا مهمًا من مصادر التوجيه والتثقيف 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.<sup>xciv</sup>

الجزء الثاني: نتائج التحقق من صحة فروض الدراسة:

- **الفرض الرئيسي الأول:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة متابعة المحتوى الدرامي عبر المنصات الرقمية والاعتماد على المنصات الرقمية في متابعة المحتوى الدرامي.

### جدول رقم (15)

قيمة معامل ارتباط بيرسون للعلاقة الارتباطية بين كثافة متابعة المحتوى الدرامي عبر المنصات الرقمية والاعتماد على المنصات الرقمية في متابعة المحتوى الدرامي

الدلالة	مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	كثافة متابعة المحتوى الدرامي عبر المنصات الرقمية الاعتماد على المنصات الرقمية في متابعة المحتوى الدرامي
دال	0.000	**0.346	

توضح نتائج الجدول السابق مدى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة متابعة المحتوى الدرامي عبر المنصات الرقمية والاعتماد على المنصات الرقمية في متابعة المحتوى الدرامي؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.346) عند مستوى معنوية (0.000)، وهو مستوى معنوية دال، وهي علاقة متوسطة القوة نوعاً ما، وطردية الاتجاه، مما يوضح وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة متابعة المحتوى الدرامي عبر المنصات الرقمية والاعتماد على المنصات الرقمية في متابعة المحتوى الدرامي. وبذلك يتم قبول هذا الفرض، مما يعني أنه كلما ارتفع مستوى كثافة متابعة عينة الدراسة للمحتوى الدرامي عبر المنصات الرقمية كلما كان ذلك مؤشراً لارتفاع الاعتماد على المنصات الرقمية في متابعة المحتوى الدرامي.

- **الفرض الرئيسي الثاني:** توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة وفقا لخصائصهم في تقييم مميزات المحتوى الدرامي للمنصات الرقمية.

جدول رقم (16)

اختبار فروق معنوية بين أفراد عينة الدراسة وفقا لخصائصهم في تقييم مميزات المحتوى

الدرامي للمنصات الرقمية

مؤشرات إحصائية			الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	تقييم مميزات المحتوى الدرامي للمنصات الرقمية.	
مستوي المعنوية	درجة الحرية	الاختبار				المتغيرات الديموغرافية	
0.017 دال	398	ت= 5.752	0.4489 7	2.226 4	159	نكر	النوع
			0.5017 3	2.344 4	241	انثي	
0.000 دال	2 397	ف= 10.116	0.3233 8	2.111 1	18	من 18 لأقل من 25 عاما	السن
			0.4877 7	2.385 6	236	من 25 لأقل من 35 عاما	
			0.4651 3	2.178 1	146	من 35 عام إلى فأكثر	
			0.4843 3	2.297 5	400	الإجمالي	
0.162 غير دال	2 397	ف= 1.830	0.3233 8	2.111 1	73	متوسط	المستوى العلمي
			0.4962 7	2.326 3	198	بكالوريوس	

مؤشرات إحصائية			الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	تقييم مميزات المحتوى الدرامي للمنصات الرقمية.	
مستوى المعنوية	درجة الحرية	الاختبار				المتغيرات الديموغرافية	
			0.4805	2.280		ماجستير	
			6	8	129		
			0.4853			الإجمالي	
			8	2.3	400		
			0.5117	2.270		حكومي	
			1	4	293		
0.323		ت=					نوع
غير دال	398	0.979	0.4672	2.319		خاص	التعليم
			5	5	107		

يكشف الجدول السابق عن وجود فروق معنوية بين أفراد عينة الدراسة في تقييم مميزات المحتوى الدرامي للمنصات الرقمية وفقاً للمتغيرات الديموغرافية، فتم استخدام اختبار ت لقياس الفروق وفقاً للنوع وكذلك نوع التعليم، وتم استخدام اختبار ف لقياس الفروق وفقاً للعمر والمستوى التعليمي، وجاءت النتائج على النحو التالي:

- فيما يتعلق بالنوع، بلغت قيمة ت (5.752) عند درجة حرية (398) ومستوى معنوية (0.017)، وهو مستوى معنوية دال، مما يوضح وجود فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث فيما يتعلق بتقييم مميزات المحتوى الدرامي للمنصات الرقمية، وذلك لصالح عينة الدراسة من الإناث بمتوسط حسابي (2.3444) وانحراف معياري (0.50173) تلاه عينة الدراسة من الذكور بمتوسط حسابي (2.2264) وانحراف معياري (0.44897).

- فيما يتعلق بنوع التعليم، بلغت قيمة ت (0.979) عند درجة حرية (398) ومستوى معنوية (0.323)، وهو مستوى معنوية غير دال، مما يوضح عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين نمط التعليم الحكومي والخاص فيما يتعلق بتقييم مميزات المحتوى الدرامي للمنصات الرقمية.
- فيما يتعلق بالعمر، بلغت قيمة ف (10.116) عند درجة حرية (2) و(397) ومستوى معنوية (0.000)، وهو مستوى معنوية دال، مما يوضح وجود فروق دالة إحصائياً بين الفئات العمرية الثلاث لعينة الدراسة فيما يتعلق بتقييم مميزات المحتوى الدرامي للمنصات الرقمية، حيث جاء ذلك لصالح الفئة العمرية (25 لأقل من 35 عام) بمتوسط حسابي (2.3856) وانحراف معياري (0.4877) تلاه الفئة العمرية (من 35 عام فأكثر) بمتوسط حسابي (2.1781) وانحراف معياري (0.46513) ثم الفئة العمرية (من 18 لأقل من 25 عام) بمتوسط حسابي (2.111) وانحراف معياري (0.32338).
- وعن المستوى التعليمي، بلغت قيمة ف (1.830) عند درجة حرية (2) و(397) ومستوى معنوية (0.162) وهو مستوى معنوية غير دال، مما يوضح عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين المستويات التعليمية المختلفة لعينة الدراسة من الجمهور الأردني فيما يتعلق بتقييم مميزات المحتوى الدرامي للمنصات الرقمية.
- وبذلك يتم قبول الفرض جزئياً حيث ثبت وجود فروق معنوية بين أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بتقييم مميزات المحتوى الدرامي للمنصات الرقمية وفقاً للمتغيرات الديموجرافية (النوع، والعمر) في حين ثبت عدم وجود فروق معنوية بين أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بتقييم مميزات المحتوى الدرامي للمنصات الرقمية وفقاً للمتغيرات الديموجرافية (المستوى التعليمي، ونوع التعليم)
- الفرض الرئيسي الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد عينة الدراسة على المحتوى الدرامي المقدم عبر المنصات الدرامية الرقمية في متابعة القضايا

المجتمعية الأردنية وتوافر أسباب الاعتماد على المحتوى الدرامي المقدم عبر المنصات الدرامية الرقمية في متابعة القضايا المجتمعية الأردنية.

### جدول رقم (17)

قيمة معامل ارتباط بيرسون للعلاقة الارتباطية بين اعتماد عينة الدراسة على المحتوى الدرامي المقدم عبر المنصات الدرامية الرقمية في متابعة القضايا المجتمعية الأردنية وتوافر أسباب الاعتماد على المحتوى الدرامي المقدم عبر المنصات الدرامية الرقمية في متابعة القضايا المجتمعية الأردنية

الدلالة	مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	اعتماد عينة الدراسة على المحتوى الدرامي المقدم عبر المنصات الدرامية الرقمية في متابعة القضايا المجتمعية الأردنية
دال	0.001	0.311**	توافر أسباب الاعتماد على المحتوى الدرامي المقدم عبر المنصات الدرامية الرقمية في متابعة القضايا المجتمعية الأردنية

توضح نتائج الجدول السابق مدى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين اعتماد عينة الدراسة على المحتوى الدرامي المقدم عبر المنصات الدرامية الرقمية في متابعة القضايا المجتمعية الأردنية وتوافر أسباب الاعتماد على المحتوى الدرامي المقدم عبر المنصات الدرامية الرقمية في متابعة القضايا المجتمعية الأردنية؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.311) عند مستوى معنوية (0.000)، وهو مستوى معنوية دال، وهي علاقة متوسطة القوة نوعاً ما، وطردية الاتجاه، مما يوضح وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين اعتماد عينة الدراسة على المحتوى الدرامي المقدم عبر المنصات الدرامية الرقمية في متابعة القضايا المجتمعية الأردنية وتوافر أسباب الاعتماد على المحتوى الدرامي المقدم عبر المنصات الدرامية الرقمية في متابعة القضايا المجتمعية الأردنية. وبذلك يتم قبول هذا الفرض، مما يعني أنه كلما ارتفع مستوى اعتماد عينة الدراسة على المحتوى الدرامي المقدم عبر المنصات الرقمية في متابعة القضايا المجتمعية الأردنية كلما كان ذلك مؤشراً لارتفاع توافر أسباب الاعتماد على

المحتوى الدرامي المقدم عبر المنصات الدرامية الرقمية في متابعة القضايا المجتمعية الأردنية.

- **الفرض الرئيسي الرابع:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين أسباب الاعتماد على المحتوى الدرامي المقدم عبر المنصات الدرامية الرقمية في متابعة القضايا المجتمعية الأردنية وأثار متابعة المحتوى الدرامي عبر المنصات الرقمية في تشكيل اتجاهاتهم نحو القضايا المجتمعية الأردنية.

#### جدول رقم (18)

قيمة معامل ارتباط بيرسون للعلاقة الارتباطية بين أسباب الاعتماد على المحتوى الدرامي المقدم عبر المنصات الدرامية الرقمية في متابعة القضايا المجتمعية الأردنية وأثار متابعة المحتوى الدرامي عبر المنصات الرقمية في تشكيل اتجاهاتهم نحو القضايا المجتمعية الأردنية

الدلالة	مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	أسباب الاعتماد على المحتوى الدرامي المقدم عبر المنصات الدرامية الرقمية في متابعة القضايا المجتمعية الأردنية
دال	0.010	**0.249	أثار متابعة المحتوى الدرامي عبر المنصات الرقمية في تشكيل اتجاهاتهم نحو القضايا المجتمعية الأردنية

توضح نتائج الجدول السابق مدى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين أسباب الاعتماد على المحتوى الدرامي المقدم عبر المنصات الدرامية الرقمية في متابعة القضايا المجتمعية الأردنية وأثار متابعة المحتوى الدرامي عبر المنصات الرقمية في تشكيل اتجاهاتهم نحو القضايا المجتمعية الأردنية؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.249) عند مستوى معنوية (0.000)، وهو مستوى معنوية دال، وهي علاقة متوسطة القوة نوعاً ما، وطردية الاتجاه، مما يوضح وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين أسباب الاعتماد على المحتوى الدرامي المقدم عبر المنصات الدرامية الرقمية في متابعة القضايا المجتمعية الأردنية وأثار متابعة المحتوى الدرامي عبر المنصات الرقمية في تشكيل اتجاهاتهم نحو القضايا المجتمعية الأردنية. وبذلك يتم قبول هذا الفرض، مما يعني أنه كلما ارتفع مستوى اعتماد عينة

الدراسة على المحتوى الدرامي المقدم عبر المنصات الرقمية في متابعة القضايا المجتمعية الأردنية كلما كان ذلك لارتفاع تحقق الأثار المتابعة المحتوى الدرامي عبر المنصات الرقمية في تشكيل اتجاهاتهم نحو القضايا المجتمعية الأرنية.

### خلاصة وتوصيات:

تكشف نتائج الدراسة عن ارتفاع اعتماد عينة الدراسة على المنصات الرقمية في متابعة المحتوى الدرامي العربي والأردني وتأثيره على تشكيل إدراك عينة الدراسة للقضايا المجتمعية الأردنية، حيث أعربت نسبة 40% من العينة على اعتمادها بشكل رئيسي على المنصات في المشاهدة فقط، وهو ما يقرب من النصف، وجاء متابعة المسلسلات التلفزيونية الطويلة بنسبة 53% ثم المسلسلات قصيرة بنسبة 33.5% من العينة، وتتم المشاهدة في المقدمة عبر شاشات التلفزيون بنسبة 82.5% مما يعزز فكرة المشاهدة الأسرية بالمنزل، ثم الهواتف المحمولة الذكية بنسبة 65.5%، وكانت أكثر منصات مشاهدة هي Watch it بنسبة 58% من العينة، وقد ثبت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين أسباب الاعتماد على المحتوى الدرامي المقدم عبر المنصات الدرامية الرقمية في متابعة القضايا المجتمعية الأردنية وأثار متابعة المحتوى الدرامي عبر المنصات الرقمية في تشكيل اتجاهاتهم نحو القضايا المجتمعية الأرنية، وتوصي الدراسة بأهمية زيادة عدد البحوث المرتبطة بفحص استخدامات المنصات الرقمية وتأثيراتها على الفئات العمرية المختلفة بشكل متخصص، إلى جانب تحليل مضمونها في أبحاث تستهدف الوقوف على القيم والعادات المجتمعية التي تقدمها هذه المنصات الرقمية في المحتوى الدرامي الذي تقوم بنقله أو تقوم بإنتاجه بشكل خاص وحصري للمنصات، وذلك لثوب ارتفاع تأثيرها على الجمهور المتابع بشكل كبير عن باقي الأنواع الأخرى من المحتوى الإعلامي حيث أن المحتوى الدرامي يتم من خلاله تقديم المعلومات في شكل جاذب وترفيهي ومجسد بشكل أحداث وتفاعل معها مما يجعل ارتفاع تأثيرها أكبر، كما توصي الدراسة بعقد مقابلات متعمقة مع القائمين بالاتصال في هذه المنصات الرقمية للوقوف على رؤيتهم في إدراتها وتطويرها وتفاعلها مع التقنيات الرقمية الحديثة بشكل متسارع،

والتعرف على تجربتها في الإنتاج الدرامي والعائد من ذلك.

## مراجع الدراسة

i لمياء فتحي صابر أبو النجا. المنصات الرقمية وأثرها على الدراما التلفزيونية. *مجلة التراث والتصميم. الجمعية العربية للحضارة والفنون الإسلامية. المجلد الرابع. العدد 19. فبراير 2024. ص 120*

ii لمياء فتحي صابر أبو النجا. المنصات الرقمية وأثرها على الدراما التلفزيونية. *مجلة التراث والتصميم. الجمعية العربية للحضارة والفنون الإسلامية. المجلد 4. العدد 19. فبراير 2024.*

iii أماني رضا عبد المقصود. دوافع التعرض للمحتوى الدرامي في خدمات المشاهدة حسب الطلب والاشباعات المتحققة منها: دراسة ميدانية. *مجلة البحوث الإعلامية. كلية الإعلام. جامعة الأزهر. العدد 56. 2021.*

iv محمد صلاح يوسف. تعرض الشباب الجامعي لمنصات المشاهدة عبر الانترنت والاشباعات المتحققة منها. *المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال. كلية الإعلام. جامعة الأهرام الكندية. العدد 33. يونيو 2021.*

v JI HOON PARK. KRISTIN APRIL KIM. YONGSUK LEE. Netflix and Platform Imperialism: How Netflix Alters the Ecology of the Korean TV Drama Industry. *International Journal of Communication .vol 17.(2023)*

vi داليا عثمان. تأثير مشاهدة المسلسلات المقدمة على منصة نيتفليكس على النسق القيمي للمراهقين "دراسة كيفية". *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال. كلية الإعلام. جامعة الأهرام الكندية. العدد 31. ديسمبر 2020.*

vii 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.*

viii 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.*

<sup>ix</sup> شاهنده محمد شهيب، 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)

<sup>x</sup> عمرو محمد محمود عبد الحميد. دوافع المشاهدة المفردة للمحتوى الدرامي بمنصات البث الرقمي وتأثيراتها على المستخدمين. *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*. كلية الإعلام. جامعة القاهرة. العدد 18. يوليو 2019.

<sup>xi</sup> Ellies,. Digital Television Flexibility :A survey of Australian With Disability. 2014

<sup>xii</sup> دينا فاروق أبو زيد. تليفزيون الإنترنت في مصر دراسة تحليلية وميدانية " *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*، العدد الرابع، كلية الإعلام، جامعة القاهرة أكتوبر- ديسمبر 2015

<sup>xiii</sup> محمد محمد عبده بكير. المشاهدة الشرهة للسلسلات الدرامية عبر المنصات الرقمية وعلاقتها بتشكيل الحالة المزاجية للأسر العربية: دراسة مسحية في إطار نظريتي التعرض الانتقائي وإدارة المزاج العام. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*. جامعة القاهرة. كلية الإعلام. المجلد 22. العدد 2. يونيو 2023.

<sup>xiv</sup> منة الله حسين مأمون حسين. التأثيرات السلوكية لمشاهدة الدراما عبر المنصات الرقمية على الشباب. *مجلة البحوث الإعلامية*. جامعة الأزهر. كلية الإعلام. المجلد 69. العدد 2. يناير 2024.

<sup>xv</sup> ولاء إبراهيم عبد الحميد حسان. تأثير التعرض للأعمال الدرامية المقدمة عبر منصات المشاهدة الرقمية على الهوية الثقافية لدى الشباب المصري. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*. جامعة القاهرة. كلية الإعلام. العدد 83. يونيو 2023.

<sup>xvi</sup> أحمد محمد صالح العميري. تعرض الشباب الجامعي للأعمال الدرامية المقدمة بالمنصات التليفزيونية عبر الإنترنت وعلاقته بمنظومة القيم لديهم. *مجلة البحوث الإعلامية*. جامعة الأزهر. كلية الإعلام. العدد 60. الجزء الأول. يناير 2022.

<sup>xvii</sup> محمد معوض إبراهيم. صلاح سمير. أحمد محمد صالح. زينب أشرف. تعرض الشباب الجامعي للمواد الدرامية المقدمة بمنصات التليفزيون عبر الإنترنت وعلاقته بترتيب أولويات

القضايا المجتمعية لديهم. مجلة كلية التربية النوعية. جامعة بورسعيد. كلية التربية النوعية. العدد 15. يناير 2022.

xviii 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.

xix Manatalah Ahmed Refaat Soliman. Framing of Female Leading Roles in Drama Series on Video Streaming

Platforms. **A Master Thesis**. the American University in Cairo. 2021.

xx 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)

xxi Michael.L.Wanaya. Netflix, Amazon, and Branded Television Content in Subscription Video on Demand Portals, **Media Culture & Society**. OCT 2017.

xxii يزيد عبد الله المحرج، سراج طلال دقنة. الأعمال الدرامية لمنصة Netflix وانعكاسها على القيم الثقافية والاجتماعية في الوطن العربي  
:دراسة نقدية للمسلسلات الأكثر مشاهدة في ضوء نظرية تحليل الإطار الإعلامي. مجلة علوم الاتصال. جامعة أم درمان الإسلامية. المجلد 7. العدد 4. 2022.

xxiii Winner, C. N (2018). "Social media addiction and its implications for communication". **Chancellor's Honors Program**, The University of Tennessee.

xxiv McQuail, D. (2010). "McQuail mass communication theory". 6th edition. **Sage Publications**. Pp255-257.

xxv Stephen W.Litteljohn, (2002). **Theories of Mass Communication**, (united Kingdom:Wadsworth) p14.

xxvi وسام فاضل. هيمن مجيد. الاعتماد على وسائل الإعلام وحدود ثقة الجمهور بها: دراسة مسحية على أساتذة جامعتي بغداد والسليمانية أنموذجًا. مجلة آداب المستنصرية. الجامعة المستنصرية كلية الآداب. المجلد 2014، العدد 67 (31 ديسمبر/كانون الأول 2014)، ص 3

(xxvii) Ali Dhumayan Alanazi, (2014). The Use Of The Smartphones as a Resource For News Among Saudi Arabian Students In The United States, **PHD**, Indiana University of Pennsylvania, 2014, p 18.

(xxviii) مصطفى صابر محمد عطية النمر. التماس المصريين المغتربين في دول الخليج العربي للمعلومات الاقتصادية عن مصر من خلال وسائل الإعلام التقليدية والجديدة وانعكاساته على إدخارهم الدولار. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام. قسم الإذاعة والتلفزيون. كلية الإعلام. المجلد الخامس عشر. العدد الرابع. أكتوبر/ديسمبر 2016. ص 455.

(4) علاء محمد عبد العاطي. التفاعلية بين أطراف العملية الاتصالية عبر المنتديات الالكترونية في مملكة البحرين: دراسة تحليلية مقارنة للمنتديات الليبرالية والمستقلة والدينية. في: المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون. كلية الإعلام. جامعة القاهرة. العدد الثاني. إبريل- يونيو. 2015. ص 181.

(5) حسني محمد نصر، الإنترنت والإعلام: الصحافة الإلكترونية، (الإمارات: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2003)، ص 13.

(xxx) مرفت الطرابيشي، وعبد العزيز السيد. نظريات الاتصال. (القاهرة: دار النهضة العربية، 2009). ص 136-142.

xxxii Beverly Wright et al (2008)، "Application of Media Richness Theory To Data Collection"، **The Journal Of Applied Business Research**. Vol.24، No، 1.

xxxiii Ishii et al. (2019). "Revisiting Media Richness theory for today and future" pp 124-131، Available at : <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/hbe2.138>

<sup>xxxiv</sup> Mengyan Ma (2021). Promoting Healthy Eating Behaviors Using Information and Communication Technology (ICT) Succession Theory and Media Richness Theory during COVID-19 Panademic, **PHD**, Michigan State University, Media and Information colleage.

<sup>xxxv</sup> غزوان جواد حسان (2021). التعرض للوسائل الجديدة وأثره في استخدامات الشباب العراقي للوسائل التقليدية، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام). ص28.

<sup>xxxvi</sup> Alan R.Dennis & SusanY.Kinney (1998) "Testing Media Richness Theory in the New Media: The Effects of Cues ،Feedback and Task Equivocality"، Information Systems Research ،Vol.9، No.3 September 1998.

<sup>xxxvii</sup> Alan R.Dennis،Josephs،Valacich، Cheri Speier،Michael G.Morris،"Beyond Media Richness:An Empirical Test of Media Synchronicity theory "،**HICSS،98 Proceedings of The Thirty First Annual Hawaii International Conference On System Sciences** ، Vol.1،p48،January 1998.

<sup>xxxviii</sup> عبدالهادي أحمد النجار(2012) ،"العوامل المؤثرة على قارئية الصحافة الإلكترونية في مصر دراسة تحليلية ميدانية "،مجلة كلية الآداب ،جامعة الزقازي، ص 15-268 .

<sup>xxxix</sup>) Stephen J.et al (2006) Distance Education Communications: The social presence and media richness of instant messaging ،**Journal of Aasynchronous Learning** ،Vol.10. PP.67-81.

<sup>xl</sup> Spencer H.Harrison et al (2017) :A multilevel Model of curiosity ،feedback Seeking and، Feedback Giving in Creative Work .ACAD Manage J. ،Vol. 60، No.6. Available at. <http://amj.aom.org/content/60/6/2051.full.pdf+html>

<sup>xli</sup> Yun، Haejung et al (2009) ، "Testing the Task-Media Fit: The Effects of Task Equivocality on Social Presence of Mobile Video-Mediated Communication". **AMCIS 2009 Proceedings**. 645. P.2 ،Available at

<http://aisel.aisnet.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1633&context=amcis2009>

<sup>xlii</sup> I nês Pessoa de Amorim (2021). How augmented reality media richness influences consumer behavior, **International Journal of Consumer Studies**. Available at: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/ijcs.12790>

<sup>xliii</sup> **Ibid.**

<sup>xliv</sup> Debashish Mandal & Robert JMC Queen (2013) ,”Extending Media Richness Theory To Explain Social Media Adoption By Micro businesses” , **Journal Te Kura Kete Aronui** , Vol.5. P.4.

<sup>xlv</sup> Rashed Salem Alhaimer (2021). The Role of Social Media in the Innovation and Performance of Kuwaiti Enterprises in the Food Sector, **Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research**, Vol.16, No.6, PP.1960-1972

<sup>xlvi</sup> Okan Arslan et al. (2021). Understanding topic duration in Twitter learning communities using data mining. **Journal of Computer Assisted Learning**. Available at : <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/jcal.12633>

<sup>xlvii</sup> Gilman Stuart, C. MD MPH, & Turner, Jeanine, W.(2001) "Media Richness and Social Information Processing: Rationale for Multifocal Continuing Medical Education Activities", **Journal of Continuing Education in The Health Professions**, vol.21, No.3,p.135.. Available at : [http://journals.lww.com/jcehp/Citation/2001/21030/Media\\_richness\\_and\\_social\\_information\\_processing\\_.2.aspx](http://journals.lww.com/jcehp/Citation/2001/21030/Media_richness_and_social_information_processing_.2.aspx)

<sup>xlviii</sup> Tseng et al. (2020). The efficiency of mobile media richness across different stages of online consumer behaviour. **International Journal of Information Management**, Vol. 50, PP 353–364

<sup>xlix</sup> Choi et al (2020). The Effect of Communication Media Richness on Continuous Intention to Use: The Moderating Effect of User Experience. **Journal of Digital Convergence**, Vol.18, No.5, PP. 187–195

<sup>l</sup> Robert F.Otondo et.al. (2008) ، “The Complexity Of Richness : Media Richness :Media ،Message ،And Communication Outcomes، **Information& Management** ،Vol.45،No.1،2008 .p.21. available at . [https://libres.uncg.edu/ir/uncg/f/P\\_Palvia\\_Complexity\\_2008.pdf](https://libres.uncg.edu/ir/uncg/f/P_Palvia_Complexity_2008.pdf)

<sup>ii</sup> أماني رضا عبد المقصود مصطفى(2020). التجربة الترفيهية عبر منصات خدمة الفيديو الرقمية العربية: دراسة تطبيقية في ضوء نظرية الثراء الإعلامي. **مجلة البحوث الإعلامية**. جامعة الأزهر. العدد 55. الجزء الأول، ص 421

<sup>lii</sup> Joseph Schmitz،Janet Fulk (1991)،”Organizational Colleagues،Media Richness،And Electronic Mail،Atest of the Social Influence Model of Technology Use Communication Research ،Vol.18، No.4، PP. 488. Available at. <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/009365091018004003#articleCitationDownloadContainer>

<sup>liii</sup> Kilsoouh (1999) .”Impact of communication medium on task performance and satisfaction :an examination of media richness theory “،**Information&Management** ،Vol.35،no.5، pp.295-312. Available at. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0378720698000974#!>

(liv) محمد منير حجاب (2003). "أساليب البحوث الإعلامية والاجتماعية"، ط2، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ص 78.

(lv) محمد عبد الحميد (2010). "البحث العلمي في الدراسات الإعلامية"، ط4، عالم الكتب، القاهرة، ص158.

(lvi) المرجع السابق، ص353.

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

lviii 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).

lix 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.

lx شاهدة محمد شهاب، مرجع سابق. 2021.

lxi 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.

lxii 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..

(lxiii) 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.

(lxiv) 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/](http://ijbssnet.com/journals/vol_3_No_13_July/) 19.pdf. on 20 January 2015.

lxv 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.

lxvi أمانى رضا عبد المقصود. مرجع سابق. 2021.

(lxvii) Bradley C. Freeman, Julia Klapczynski, and Elliott Wood Radio and Facebook: The relationship between broadcast and social media software in the U.S., Germany, and Singapore, First Monday, Volume 17, Number 4 - 2 April 2012 available at: <http://www.uic.edu/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/Article/3768/3194>

lxviii زينب سيد. تأثير منصات الفيديو الرقمية على الشباب والمجتمع. آفاق اجتماعية. مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار. مجلس الوزراء. العدد 3. يونيو 2022. ص 164

lxix 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

lxx 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>

lxxi 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)

lxxii 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.

(lxixiii) بسمة على يحيى. الممارسات التفاعلية للإعلام الجديد وعلاقتها بسلوكيات الشباب المصري. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة المنصورة: كلية الآداب. قسم الإعلام. 2017).

(lxxiv) 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.

lxxv 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.

lxxvi Van Leuven et al (2018). “Online And Newsworthy.” **Digital Journalism**. Vol. 6، No. 7، PP. 798–806

lxxvii داليا عثمان. مرجع سابق. ديسمبر 2020.

lxxviii 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)

lxxix Isaac Olajide Fadeyi (2021) Internet Penetration and its Influence on the Viewership of Conventional Television among Journalists in Lagos State، Nigeria. **Sau Journal of Management and Social Sciences**، Vol. 5، No. 2، PP. 127-137.

lxxx 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

lxxxi ريهام سامي. مرجع سابق. أكتوبر 2020.

lxxxii دينا فاروق أبو زيد، مرجع سابق. 2015.

lxxxiii 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.

lxxxiv Noam، Eli M.، Grobel، Jo & Gerbarg، Darcy (2003). **Internet Television** NY: Published September 12، 2003 by Routledge.

<sup>lxxxv</sup> 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

<sup>lxxxvi</sup> 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.

<sup>lxxxvii</sup> قصي خميس عبد الله القرّة. دوافع تعرض المراهقين للدراما على الهاتف الذكي وعلاقتها بثقافة الحوار لديهم. رسالة دكتوراه غير منشورة. (جامعة المنصورة: كلية الآداب، قسم إعلام. 2021)

<sup>lxxxviii</sup> محمد صلاح يوسف. مرجع سابق. 2021.

<sup>lxxxix</sup> رهام محمد صلاح الدين. الاتجاهات الحديثة في بحوث ودراسات دراما المنصات الرقمية. مجلة الإعلام والدراسات البينية. جامعة أكتوبر للعلوم الحديثة والآداب. كلية الإعلام. العدد 4. يونيو 2023.

<sup>xc</sup> دينا محمد محمد عبد العظيم. مرجع سابق. 2021.

<sup>xcii</sup> رشا محمد أحمد مرسي البروني (2020). استخدام الشباب السعودي للتلفزيون والانترنت في ظل نظرية التحول الإعلامي: دراسة ميدانية، المجلة العلمية لكلية الآداب، جامعة أسيوط، عدد 73، ص 152-210.

<sup>xciii</sup> زينب أشرف هاشم. مرجع سابق. 2021.

<sup>xciv</sup> Hey Yeung Lau (2014). Cultivation Effects of Television Broadcasting and Online Media. In book "New Media, Knowledge Practices and Multiliteracies"

<sup>xcv</sup> فواز منصور الحكيم (2011). سيكولوجيا الإعلام الجماهيري. ط1. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.