

المشاهدة الشرهة للمسلسلات الدرامية عبر المنصات الرقمية وعلاقتها بتشكيل الحالة المزاجية للأسر العربية دراسة مسحية في إطار نظريتي التعرض الانتقائي وإدارة المزاج العام

د. محمد محمد عبده بكير*

ملخص الدراسة

استندت الدراسة على مدخلين، (التعرض الانتقائي، وإدارة المزاج العام)، 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، فهذه 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.

وجاء البحث لرصد وتفسير انعكاسات المشاهدة الشرهة للمسلسلات الدرامية عبر التعرض الانتقائي للمنصات الرقمية على المزاج العام للأسر العربية، وذلك في ضوء نظريتي التعرض الانتقائي وإدارة المزاج العام، وتستهدف الدراسة التعرف على طبيعة العلاقة بين حجم ودرجة التعرض الانتقائي، والذي يؤدي إلى المشاهدة الشرهة للمسلسلات الدرامية عبر المنصات الرقمية، وانعكاسات ذلك على المزاج العام للأسرة العربية، والفائدة المدركة لهم منها.

وأسفرت 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 التلفزيونية.

الكلمات المفتاحية : المشاهدة الشرهة-المسلسلات الدرامية-المنصات الرقمية-التعرض الانتقائي-المزاج العام

* أستاذ مساعد بقسم الإعلام بكلية التربية النوعية - جامعة بورسعيد
أستاذ دكتور بقسم الإعلام بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية - جامعة الملك سعود

**Binge Watching of drama series via digital platforms
and its relationship to shaping the mood of Arab families
A survey study within the framework of the theories of
selective exposure and mood management**

Abstract

The study was based on two approaches (selective exposure and public mood management), as the individual tends to be exposed voluntarily to the preferred contents, through various means of communication, so he chooses the content that is compatible with his tendencies and directions, and avoids consciously or unconsciously the means that do not agree with it, and since individuals tend to Maximizing their positive mood and reducing their negative mood, so we note the link between the theory of general mood management and the theory of selective exposure to media content, where the choice of the medium is driven by the pleasure motive resulting from the emotional state of the user according to the principle of improving the mood. Preferred content, watching its contents heavily, and avoiding unwanted content. The general mood within communities has two states/ positive mood, such as feeling optimistic&hopeful, happiness, contentment, and comfort, versus/negative mood, such as frustration, dissatisfaction, sadness, anxiety, fear.

The research came to monitor and explain the repercussions of voracious viewing of drama series through selective exposure to digital platforms on the general mood of Arab families, in light of the theories of selective exposure and management of public mood. The study aims to identify the nature of the relationship between the size and degree of selective exposure, which leads to voracious viewing of drama series through Digital platforms, and its implications for the general mood of the Arab family, and perceived benefit to them Of which.

The study revealed that there is a correlation between the selective exposure of Arab families to drama series on digital platforms, and the degree of perceived benefit from them, and it showed the great effect of the Binge Watching of the drama of digital platforms on the follow-up of TV drama.

Key Words: Binge Watching-drama series-digital platforms
selective exposure-mood management

مقدمة:

شهدت صناعة الإعلام والترفيه تطوراً كبيراً بفضل الثورة التقنية في مجال الاتصال، حيث تعددت منصات الدراما الرقمية، كأحد تطبيقات الوسائط التفاعلية التي جذبت جمهوراً واسعاً، تأثر بهذا النوع من المشاهدة فأصبحت لديه أكثر تميزاً من التلفزيون التقليدي، وتحديداً من خلال التعرض الانتقائي وتوسيع نطاق التفاعلية مع الوسيلة، ومحاولة التجديد والابتكار بالإنتاج التلفزيوني والمواد المرئية على الإنترنت.

ويُعرف التعرض الانتقائي بأنه ميل الأفراد إلى تعريض أنفسهم اختياريًا لمضامين وسائل الإعلام، فيختارون مضموناً يتوافق مع ميولهم واتجاهاتهم، ويتجنبون شعورياً أو لا شعورياً المضامين التي لا يتفقون معها (١)، ويرى تشارلز رايت بحث الأفراد عن المعلومات المتوافقة مع أفكارهم واتجاهاتهم تعرض انتقائي، لذلك يجنح الجمهور إلى التعرض للمادة المناسبة لمواقفهم (٢).

وبهذا الفهم يكون التعرض الانتقائي تفضيل للمعلومات الداعمة أكثر من المعلومات غير الداعمة، فهناك شبه اتفاق على تفضيل المستخدم التعرض للمضامين التي تتفق وآراءه الموجودة أساساً، فينشط الفرد بالبحث عن المعلومات المدعومة لآرائه، ويتجنب المعلومات التي تمثل تحدياً لاتجاهاته، وهو ما عبر عنه لازرفيلد بالقول أنها أشبه بكونها رغبة لتعزيز وجهة نظر المرء الموجودة أصلاً (٣).

وتعد المسلسلات الدرامية المقدمة عبر المنصات الرقمية، من المضامين التي تحرص على متابعتها الأسر العربية بكل فئاتها، حيث سهل التطور التكنولوجي ارتباط أفراد الأسرة بهذه المسلسلات عبر تعرضهم الانتقائي والمستمر لها، من هنا وجد المشاهد مساحة مختلفة وجذابة تحقق ما لم توفره القنوات التلفزيونية، كحرية المشاهدة وإثراء التعددية بين مختلف أنواع الأعمال الدرامية ومن ثقافات مختلفة، فظهر شكل جديد للدراما يعتمد على انتقائية التعرض (٤).

ولقد وفرت المنصات الرقمية قدرًا من الخصوصية للمشاهدين مع حرية التعرض والوصول للمحتوى المطلوب، من خلال جودة المحتويات الدرامية المقدمة بها، وتنوع مضامينها حيث الإثارة والتشويق دون انقطاع إجباري بالمواد الإعلانية، بالإضافة للتحكم بوقت ومكان وانتقائية المشاهدة حسب الرغبة، وبما يتناسب مع اهتمامات المشاهدين، كمنصة نيتفلكس Netflix، وشاهد Shahid، ووتش-إت watchit، واليوتيوب Youtube، الأمر الذي ظهر معه المشاهدة الشريفة للمضامين الدرامية عبر هذه المنصات، مما يتطلب إعادة النظر ببحوث الجمهور الخاصة بالدراما، وذلك بإيجاده وسائل أخرى إذا أردنا فهم طرق التعرض للدراما في سياق تأثيرات عصر المنصات الرقمية.

وتعد عملية مراقبة المزاج العام ذات أهمية كبيرة للباحثين ومراكز استطلاعات الرأي، وذلك للتعرف على مدى رضا الجمهور أو عدم رضاهم عما يتم تقديمه بالمنصات الرقمية؛ وعليه فإن توصيف وتحليل المزاج العام يساهم بتحديد اتجاهات الرأي العام لمختلف القضايا، ويشير مدخل إدارة المزاج العام عبر وسائل الإعلام إلى العلاقة بين التعرض للوسائل

والحالة المزاجية للجمهور المتلقي، ففضيل الجمهور وتعرضهم الانتقائي للمضامين الإعلامية يزيد من احتمالية تعديل مزاجهم وصولاً للمزاج المثالي(5).

واستناداً لما سبق، فالتعرض الشرهة من أفراد الأسرة العربية للمضامين الدرامية المختلفة عبر هذه المنصات، قد يؤدي إلى تشكيل المزاج العام السائد فيما بينهم، وبما أن المزاج العام يعد مزيجاً معقداً من العمليات الشعورية والمعرفية ورد الفعل السلوكي لأفراد المجتمع، فقد تدفع الحالة المزاجية العامة للجمهور إلى التعرض وبشكل انتقائي لقضايا ومضامين بعينها، وقد يؤدي التعرض بشرهة للمضامين الدرامية إلى التأثير سلبيًا وإيجاباً في الحالة المزاجية، لذا جاء هذا البحث لرصد وتفسير انعكاسات المشاهدة الشرهة للمسلسلات الدرامية عبر التعرض الانتقائي للمنصات الرقمية على المزاج العام للأسر العربية، وذلك في ضوء نظريتي التعرض الانتقائي وإدارة المزاج العام.

مشكلة الدراسة: نظراً لتوسع استخدام الأسر العربية للمنصات الرقمية وبشكل انتقائي، والتي تفيد في إشباع رغباتهم واحتياجاتهم النفسية والاجتماعية، ونتيجة لانتشار هذه المنصات كأحد أهم التطبيقات التي وفرتها ثورة الاتصال، ومع تزايد المشاهدة الشرهة من أفراد الأسرة العربية للمنصات، ومتابعتهم الدقيقة والمستمرة لكل محتوياتها، مما يؤثر على تشكيل حالتهم المزاجية بالسلب والإيجاب، بالإضافة لتزايد أعداد المنصات الدرامية الرقمية، وتزايد إنتاج المسلسلات، فقد لوحظ وجود اهتمام أكاديمي قليل بهذه السلاسل الدرامية وبمواقع الدراما الرقمية، ولذا جاءت الدراسة الحالية لتختبر بعض فرضيات إدارة المزاج العام والمتعلقة بالتعرض الانتقائي للمحتوى وتأثيره على الحالة المزاجية، وذلك بالتطبيق على المشاهدة الشرهة للمسلسلات الدرامية عبر المنصات الرقمية، واستناداً لذلك سيتم رصد وتحليل وتفسير انعكاس المشاهدة الشرهة للمسلسلات الدرامية عبر التعرض الانتقائي للمنصات الرقمية على المزاج العام للأسر العربية، ويمكن صياغة مشكلة الدراسة بالتساؤل الرئيس التالي: كيف تنعكس المشاهدة الشرهة للمسلسلات الدرامية عبر التعرض الانتقائي للمنصات الرقمية على المزاج العام للأسر العربية؟

أهمية الدراسة: وتتلخص في:

١. كون الدراسة تهتم بوسيلة جديدة من وسائل الاتصال، كالمناصات الرقمية، في علاقتها بانتقائية المضامين لدى الأسرة العربية، وتعد من الدراسات القليلة في حدود اطلاع الباحث-التي اهتمت بمواقع وتطبيقات المشاهدة الدرامية عبر الانترنت.
٢. قد تسهم نتائج الدراسة في التعرف على أنماط تعرض الأسر العربية للمنصات الرقمية، ووضع تصور لهيمنة المضامين الدرامية الرقمية في تأثيرها على تشكيل المزاج العام لدى أفراد الأسرة.
٣. نظراً لتصاعد حدة المنافسة بين التلفزيون التقليدي والمنصات الرقمية فيمكن للقائمين على التلفزيون التقليدي الاستفادة من مقترحات الدراسة ونتائجها لتطوير أدائهم.

٤. الوقوف على أوجه التميز والقصور للمنصات الرقمية العربية، مقابل انصراف المشاهد للمنصات الأجنبية، والتي تقدم محتوى لا يناسب الأسرة العربية عبر مضامينها المختلفة.
٥. قد يفيد تطبيق نظرية إدارة المزاج العام بالتعرف على تشكيل الحالة المزاجية للمتلقي نتيجة تعرضه الانتقائي للمحتوى الدرامي، مما يساعد في تحسينها.
- أهداف الدراسة:** بالتطبيق على المشاهدة الشرهة للمسلسلات الدرامية عبر المنصات الرقمية لدى الأسر العربية، والنظر في العلاقات السببية وتأثير المتغيرات الخارجية، تستهدف الدراسة رصد وتفسير حجم التعرض الانتقائي، المؤدي إلى المشاهدة الشرهة للمسلسلات الدرامية عبر المنصات الرقمية، وانعكاسات ذلك على المزاج العام للأسرة العربية، وتفرع عنها **الأهداف التالية:**
١. التعرف على أنماط التعرض الانتقائي للمسلسلات لدى الأسر، ورصد الفائدة المدركة لهم ودرجة الرضا عن مضامينها.
٢. إلقاء الضوء على حجم ومستوى المشاهدة الشرهة للمسلسلات، والكشف عن نوعية القضايا والمضامين التي تتم مشاهدتها بشراهة لدى الأسر.
٣. الكشف عن إيجابيات وسلبيات المشاهدة الشرهة للمسلسلات، وتفسير دوافع وأسباب اختيار الأسر لها.
٤. تبيان مدى حرص الأسر على متابعة دراما المنصات الرقمية، وتأثيرها على مشاهدة المحتوى الدرامي بالقنوات التليفزيونية.
٥. توضيح علاقة التعرض الانتقائي للمسلسلات الدرامية عبر المنصات الرقمية، بالفائدة المدركة منها، والمتغيرات الديموغرافية (النوع/التعليم/العمر/المستوى الاجتماعي الاقتصادي)، لدى الأسر العربية.
٦. محاولة رصد وتفسير علاقة المشاهدة الشرهة للمسلسلات الدرامية عبر المنصات الرقمية، وكلاً من تشكيل الحالة المزاجية للأسر العربية، ودرجة رضاهم عن مضامين هذه المسلسلات.
٧. الوقوف على مدى ارتباط أبعاد المزاج العام المترتب على المشاهدة الشرهة للمسلسلات الدرامية بالمنصات الرقمية، والمتغيرات الديموغرافية لدى الأسر العربية.

تساؤلات الدراسة:

١. ما أهم أنماط التعرض الانتقائي للمسلسلات الدرامية بالمنصات الرقمية لدى الأسر العربية؟ وما درجة الفائدة المدركة لهم منها؟
٢. إلى أي درجة تحرص الأسر العربية على التعرض للمنصات الرقمية؟ وما مستوى رضاهم عن مضامينها الدرامية؟
٣. ما نوعية القضايا والمضامين الدرامية التي تشاهدها الأسر العربية بشكل شرهه عبر المنصات الرقمية المفضلة لهم؟
٤. ما حجم ومستوى مشاهدة الشرهه للمسلسلات الدرامية بالمنصات الرقمية لدى الأسر العربية؟ وما أهم دوافع وأسباب مشاهدتهم الشرهه لها؟
٥. كيف تؤثر مشاهدة الشرهه للمسلسلات الدرامية بالمنصات الرقمية على الأسر العربية سلباً وإيجاباً؟
٦. كيف تؤثر مشاهدة الشرهه لدراما المنصات الرقمية على متابعة الأسرة العربية للدراما التلفزيونية؟
٧. ما أهم أبعاد المزاج العام للأسر العربية والمترتبة على تعرضهم الانتقائي للمسلسلات الدرامية بالمنصات الرقمية؟
٨. ما الحالة المزاجية الإيجابية والسلبية للأسر العربية والمترتبة على مشاهدتهم الشرهه للمسلسلات الدرامية؟

فروض الدراسة:

١. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الأسر العربية من خلال متغيراتهم الديموغرافية(النوع/التعليم/العمر/المستوى الاجتماعي الاقتصادي)في تعرضهم الانتقائي للمسلسلات الدرامية بالمنصات الرقمية.
٢. هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تعرض الأسر العربية الانتقائي للمسلسلات الدرامية بالمنصات الرقمية، ودرجة الفائدة المدركة منها.
٣. هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى مشاهدة الشرهه للمسلسلات الدرامية بالمنصات الرقمية، ودرجة رضا الأسر العربية عن مضامينها.
٤. هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى مشاهدة الشرهه المترتبة على التعرض الانتقائي للمسلسلات الدرامية بالمنصات الرقمية، وتشكيل الحالة المزاجية للأسر العربية.
٥. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الأسر العربية من خلال متغيراتهم الديموغرافية(النوع/التعليم/العمر/المستوى الاجتماعي الاقتصادي)في أبعاد مزاجهم العام المترتب على مشاهدة الشرهه للمسلسلات الدرامية بالمنصات الرقمية.

حدود الدراسة: تتحصر الحدود البشرية للدراسة بالأسر العربية بالرياض (سعوديين/مصريين/سوريين/سودانيين) المستخدمين للمنصات الرقمية، وينصب موضوع الدراسة حول المشاهدة الشرة للمسلسلات الدرامية عبر المنصات الرقمية وعلاقتها بتشكيل الحالة المزاجية للأسر العربية، وتم اجراء الدراسة الميدانية في الفترة (أكتوبر:ديسمبر) ٢٠٢٢م.

المنطلقات الفكرية والأدبية والدراسات السابقة المتاحة:

تستند الدراسة بالمنطلقات الفكرية والنظرية على مدخلين الأول/التعرض الانتقائي، المتمثل باختيار الجمهور للمضامين المتوافقة مع ميولهم واتجاهاتهم، ويتجنبون شعورياً أو لا شعورياً المضامين التي لا يتفقون معها، والثاني/إدارة المزاج العام، فأقبال الجمهور وتعرضهم الانتقائي للمضامين الدرامية المفضلة، يزيد مشاهدتهم الشرة، ويؤدي لاحتمالية تعديل مزاجهم وصولاً للمزاج المثالي، وعليه؛ ينطلق الإطار الفكري للدراسة في ثلاث محاور:

الأول/التعرض الانتقائي للمضامين الدرامية عبر المنصات الرقمية

الثاني/المشاهدة الشرة للمضامين الدرامية (الاستراتيجيات/الدوافع/التأثيرات)

الثالث/أبعاد المزاج العام وتشكيل الحالة المزاجية للمستخدمين من الأسر العربية

❖ المحور الأول/التعرض الانتقائي للمضامين الدرامية عبر المنصات الرقمية:

في البداية يمكن الانطلاق بهذا المحور ببعض المفاهيم ذات العلاقة من خلال:

التعرض الانتقائي: بأنه ميل أفراد الأسرة العربية لاختيار المضامين الاتصالية التي تتوافق مع احتياجاتهم بشكل كبير، وتكون مشابهة لأرائهم واتجاهاتهم من خلال تفضيل المعلومات الداعمة أكثر من المعلومات غير الداعمة.

المسلسلات الدرامية: ويقصد بها الأعمال الدرامية التي يتم عرضها بالمنصات الرقمية على الإنترنت، سواء تلك التي أنتجها التلفزيون ويعاد بثها على هذه المواقع أو تلك التي أنتجت بشكل خاص لعرضها بالمنصات.

المنصات الرقمية: نظام على الشبكات الإلكترونية المخصصة للبث التلفزيوني المرئي عبر الإنترنت والشاشات الذكية، يقدم للمستخدمين خدمات إلكترونية رقمية، وتعرض أشكالاً متعددة من المواد المرئية بما فيها المسلسلات الدرامية، ومن أشهرها (نتفلكس Netflix، وشاهد Shahid، ووتش-إت watchit، واليوتيوب Youtube).

ومن خلال النظر بمدخل التعرض الانتقائي: فيعتمد مفهوم التعرض على حقيقة أن الجمهور يبحث عن المعلومات التي تتوافق ومخزونه المعرفي، فيتعرض لها، ويتجنب المعلومات التي تتعارض مع أفكاره ومواقفه، وميوله ومعتقداته، فيعد التعرض الانتقائي ميل الفرد طواعية للمضامين المفضلة، من خلال وسائل الاتصال المختلفة، فيختار المتوافقة مع ميوله واتجاهاته، ويتجنب بوعي أو بغير وعي التي لا يتفق معها.

واستنادا لذلك نخرج بوصف حقيقة أن الجمهور يختار رسائل معينة من بين العديد من رسائل الاتصال، ويستند مدخل التعرض الانتقائي على افتراض أن الجمهور يفضل التعرض للمعلومات التي تدعم مواقفه أكثر من تلك التي تشكل تهديداً لزعزعة استقراره، ويمكن القول بأن الدراسات التي تناولت التعرض الانتقائي اتبعت مسارين في دراسة التعرض للمعلومات، الأول الانتقائية، والتي تستند إلى تلميحات من المصدر وتفضيل الجمهور لها من عدمه، والمسار الثاني يتعلق بالمضامين التي تتوفر للجمهور حول موضوعات يهتمون بها بغض النظر عما إذا كانوا يفضلون المصدر أم لا، فيميل الفرد للمضامين الاتصالية المتوافقة معه، وتشبه وجهات نظره وتدعمها، ولهذا يبحث بنشاط عن المعلومات التي تدعم آرائه، ويتجنب المعلومات التي تمثل تحدياً لما يحمله من آراء أو اتجاهات، وهو ما عبر عنه لازرفيلد بالقول/انها اشبه بكونها رغبة لتعزيز وجهة نظر المرء الموجودة في الأساس(6)

وتعتمد عملية التعرض الانتقائي في تعامل المتلقي مع وسائل الإعلام: على خمسة عناصر:

١. الانتباه الانتقائي/باتجاه المتلقي لقراءة ومشاهدة وسماع وسائل معينة والانتباه للمتوافقة مع ميوله واتجاهاته واهتماماته.
 ٢. القرار الانتقائي/فالمتلقي يقرر انتقاء الوسائل المتوافقة مع معتقداته، فدرجة تأثره واستجابته بالرسالة تختلف باختلاف الفروق الفردية مع غيره.
 ٣. التذكر الانتقائي/فالمتلقي يتذكر الرسائل الإعلامية بناءً على قربها من أفكاره أو بعدها عنه زمانياً أو مكانياً، وينسى التي لا تتفق مع اتجاهاته ومعتقداته(٧)
 ٤. الإدراك الانتقائي/ميل المتلقي لإدراك الرسائل المدعمة لتوقعاته، فلا يدرك كل ما يتلقاه بل يركز على المضامين التي اختار التعرض لها(٨)
 ٥. التصرف الانتقائي/ويعني حمل المتلقي على عملية الفعل، فيهتم بالمضمون الإعلامي ويدرك معناه، ويتذكره، ويترك له الحرية في كيفية التصرف.
- ووفقاً لما تقدم فإن الفرد سيختار الوسيلة التي تعده بفائدة أكبر أو يتوقع منها ذلك، وهذا الاختيار متوقف على العلاقة بين الفائدة التي ينتظرها المتلقي من جهة، والجهد الذي يبذله من جهة أخرى(٩)

وضع(Bryant&Zillmann)فيما يخص التعرض الانتقائي للاتصال فرضيتين أساسيين:

- يميل الجمهور الى زيادة التعرض للمثير الايجابي المفضل لديهم.
- يميل الجمهور الى التقليل من التعرض للمثيرات السلبية(١٠)

وترى بعض الدراسات أن تفسير التعرض الانتقائي غالباً ما ينتهي بوصف أو تأثير واقع التعرض، لذلك من الممكن فهم التعرض بشكل عام، مما قد يساعد في الإجابة عن سبب حدوث الانتقائية؟ في محاولة لتحديد العوامل التي تؤثر في التعرض الانتقائي، أبرزها التعليم والفائدة المدركة التي توفرها المعلومات.

وبالنظر بمنصات الدراما الرقمية: ساهم التعرض لمنصات الدراما الرقمية في تغيير عادات المشاهدة وانتشار نمط المشاهدة الشرهة، فعلى الرغم من أن التلفزيون التقليدي لا يزال مهيمًا، إلا أن المزيد من المشاهدين يستخدمون الأجهزة الذكية لمشاهدة المضامين الدرامية بشكل غير متزامن ومستقل، وتعد المشاهدة الشرهة للمنصات الدرامية ظاهرة جديدة، وتوجهه جديد من الاتصال الجماهيري، وفقًا لثقافة التعرض الانتقائي، فيمكن للمستخدم أن ينتقي المضامين الدرامية بجميع الأوقات، وبما أن الأعمال الدرامية واحدة من أكثر القوالب التلفزيونية التي تحظى بمعدلات مشاهدة عالية في مختلف بلدان العالم، فقد اهتمت المنصات الرقمية بتقديمها للجمهور، بأعلى قدر من التقنية والسلاسة والجاذبية ودون فواصل إعلانية، والتي تزج المتابعين للدراما التلفزيونية التقليدية، وأشار (أبو السعود، ٢٠٢١م) (١١) لارتفاع معدلات التعرض لدراما المنصات الرقمية، ومنها، Youtube، Shahid، Watch-it، Netflix، والذي يصل لحد الإدمان للاستغراق بالمشاهدة الكثيفة لعدد كبير من المسلسلات، وتمثلت أثارها السلبية بالعديد من المشكلات الصحية والنفسية، ويعد المحتوى الحصري من أهم مميزاتها، والدافع الأقوى لمشاهدتها، وتكمن أسباب تفضيل مشاهدة المنصات الرقمية، بالتفاعل الاجتماعي، والهروب من الواقع، والشعور بالرضا السلبي بعد المشاهدة الكثيفة والنتائج عن عودتهم للواقع بعد انغماسهم بالمشاهدة، وتتميز المنصات الرقمية كما تم تقديمها لدى (البدوي، وعطية، ٢٠٢٠) (١٢) بتنوع محتوياتها وقضاياها، لتتناسب مع اهتمامات ورغبات الجمهور بغض النظر عن مراجعهم الثقافية واللغوية والفكرية.

❖ المحور الثاني/المشاهدة الشرهة للمضامين الدرامية(الاستراتيجيات/الدوافع/التأثيرات):

يمكن الانطلاق في هذا المحور بمفهوم المشاهدة الشرهة من خلال:

المشاهدة الشرهة: /Binge—atching فيحدها الباحث بمتابعة عدة حلقات مجمعة في وقت واحد، وفي تتابع سريع عبر المنصات الرقمية، بمشاهدة ثلاث حلقات متتالية فأكثر، وقد يصل لموسم كامل من حلقات المسلسل في يوم واحد، يسيطر فيه المتلقي على كل ظروف التعرض حسب رغبته ومزاجه الشخصي.

وقد حددها قاموس أوكسفورد (١٣) في/"طريقة مشاهدة حلقات متعددة لبرنامج تلفزيوني محدد بتتابع سريع عن طريق البث الرقمي"، ويؤكد (أبو السعود، ٢٠٢١م) (١٤) أن مشاهدي دراما المنصات الرقمية يعتبرون المشاهدة الشرهة طريقة طبيعية لاستقبال مضامينها، وانعكس عليهم سلبياً من خلال مفهوم (FOMO): "fear of missing out"، ويعني الخوف من شعور فقدان المتابعة، أو الخوف من البقاء وحيداً، ، وقد حددت الدراسات مجموعة من الميزات تميز المشاهدة الشرهة عن الأنماط الأخرى لاستهلاك المضامين، وبنفس السياق، جاء (Merikivi, et.al, 2019) (١٥) بخمس سمات في تعريف متقارب للمشاهدة الشرهة، تمثل في/"استقلالية المشاهد/الاستمرارية/والاكتمال/والإدمان/وعدم الوساطة"، وساعد تطوير تقنية الوسائط للمشاهدين استقلالية لم توفرها البرامج التلفزيونية المجدولة، وأكدت (Swati&Satyendra, 2017) (16) أن المنصات ساهمت بتغيير عادة المشاهدة للمستخدمين، بقضائهم وقت أطول بالمشاهدة، وتعزيز قدرتهم في التحكم والاستمتاع

بمضامينها، وفقا لراحتهم مما يثبت فكرة تغيير الميديا الجديدة لآليات وطرق التلقي في عصرنا الراهن، ومن السمات المميزة للمشاهدة الشرهة/"انتهاك وقت المشاهدة"، حيث يقرر المستخدم متى يتوقف عن المشاهدة (Newman,2014)(17) وبالرغم من كونها ميزة للمشاهدة الشرهة، إلا أن التحكم بوقت التوقف مشكلة وقد يكون صعباً؛ لذلك فتطور أسلوب المشاهدة، وفقاً لمنظور (Macmillan&Copher,2005)(18) يرتبط بالأحداث التي تحدث حياة المستخدمين وطريقة ترتيبها في ضوء ظروفهم الشخصية.

وبالنظر لأسباب الإقبال على المشاهدة الشرهة: فقد تنوعت بين نفسية وشخصية واجتماعية، وأسباب خاصة بالمنصات نفسها، كإتاحة المضامين الجذابة طوال الوقت، وعدم وجود إعلانات، وضغط الأقران والأصدقاء، والقدرة على التحكم في المضامين، ووقت المشاهدة، وذهب (سامي، ٢٠٢٠م) (١٩) يكون المضمون الشيق الجذاب، والظروف الاجتماعية، ومشاكل الواقع والضغوط الحياتية، تدفع الفرد للقيام بالمشاهدة الشرهة، واجمع (Dixit,et.al,2020)(٢٠)

و (Anozie,2018)(٢١)، و (Kim&Shim,2018)(22) على أن أسباب المشاهدة الشرهة تتمثل في: تمضية الوقت، والهروب من الملل، وقد تكون لأسباب تكنولوجية تدفع للمشاهدة الشرهة كما يراها (Raikar,2017)(٢٣) بالسهولة في خدمات الإنترنت، وعدم وجود إعلانات، ونوعية المضامين التي تساعد على المشاهدة الشرهة.

وأكدت (Schweidel&Moe,2016)(24) بأن الشخص الذي يقوم بالمشاهدة الشرهة أكثر رفضاً للإعلانات مقارنة بغيره ممن لا يقومون بالمشاهدة الشرهة؛ فالإعلانات تنقل المشاهدين من العالم الافتراضي إلى الواقعي، وهو ما لا يفضل المشاهدون، كما وجدت أهم عوامل المشاهدة الشرهة، في: مشاهدة حلقات سابقة، والرغبة في الانتهاء من الموسم.

وحول استراتيجيات المشاهدة الشرهة: لجذب جمهور وسائل الاتصال، وضح (Pringle&Starr,2006)(25) أن القنوات التليفزيونية التقليدية تسعى في عرض المسلسلات الدرامية بعدة حلقات مستمرة لمدة بضع ساعات متواصلة دون فواصل إعلانية، لجذب انتباه الجمهور والحفاظ عليه لزيادة ارتباطه بالقناة، ومن الاستراتيجيات التي وجدها (Raikar,2017)(٢٦)، استراتيجية (over the top)-(OTT) يعرض كامل الحلقات وكأنها Marathon؛ مما يدفع للمشاهدة الشرهة، فمنذ ظهور المنصات الرقمية، أصبح المستخدم قادراً على اختيار المضمون الذي يشاهده، واختيار وقت ومدة مشاهدته، ومن ثم اتبعت المنصات الرقمية استراتيجيات برمجية لتعميق ارتباط المستخدم بالمنصة والحفاظ عليه لأطول فترة ممكنة، لذا كانت استراتيجية المشاهدة دون انقطاع (٢٧)، من أهم الاستراتيجيات التي تم الاعتماد عليها، ويمكن اعتبار هذه المواقع امتداداً لخبرات المشاهدة الشرهة.

أما دوافع المشاهدة الشرهة: فقد لخصها (تومي، ٢٠٢٢م) (٢٨) في: التسلية والترفيه، التحكم بالوسيلة وعملية التعرض مكانياً وزمانياً، المحتوى المفضل، التفاعلية، حداثة المضامين وجاذبيتها، وإتاحتها طوال الوقت، خلوها من الإعلانات، وتؤكد دافع المتعة لدى (Steiner&Xu,2020)(٢٩) في دوافع المشاهدة بشرهة، بالإضافة لدوافع المتابعة لكل جديد، والرغبة في الانتهاء من الحلقات، وتؤكد دافع الاسترخاء من خلال المواسم الكاملة.

وأظهر (Starosta, it. al, 2020) (٣٠) وجود ظاهرة مشاهدة الشرهه عبر المنصات الرقمية، وارتبطت المشاعر الإيجابية بنمط المشاهدة ودافع الترفيه وقضاء وقت الفراغ، واتفق (Sung, Kang & lee, 2018) (٣١) و (Srikumar, it. al, 2018) (٣٢)

على كون دوافع الترفيه والتسلية مؤثرين في المشاهدة الشرهه وتمضية الوقت، ولهما آثار إيجابية على المشاهدين، خاصة ممن لديهم مستويات عالية من المشاهدة الشرهه، وبنفس السياق أظهرت (Kim & Shim, 2018) (33) دوافع الأفراد في المشاهدة الشرهه للمسلسلات الدرامية لإشباع رغباتهم في الترفيه، وأن الأفراد يجذبون للمشاهدة الشرهه بناءً على نصائح الآخرين.

وما يتعلق بتأثيرات المشاهدة الشرهه: فلا تكمن التأثيرات على المستخدمين في عدد الحلقات أو عدد الساعات التي يقضونها أمام المنصات الرقمية، فالأهم هو ما إذا كان لهذه المشاهدة تأثير سلبي أم لا، فجميع السلوكيات المسببة لإدمان المشاهدة تتمثل في (البروز)، فالمشاهدة بنهم أهم شيء لدى المستخدم، ثم (تعديل الحالة المزاجية)، فالفرد ينخرط في المشاهدة بنهم لتغيير أو تعديل مزاجه، ثم (الصراع)، فتؤثر المشاهدة بنهم سلبياً على حياة الفرد، كالعلاقات، والتعليم، والعمل، ثم (التحمل)، فتزيد عدد ساعات المشاهدة الشرهه كل يوم، ثم (الانسحاب)، عندما يعاني الفرد نفسياً أو فسيولوجياً، فيكون غير قادر على المشاهدة الشرهه، ثم (الانتكاسات)، بإيقاف المشاهدة مؤقتاً وينخرط فيها مرة أخرى، فيعود لما كان عليه سابقاً، وبهذا السياق أوضح (Rahman & Arif, 2021) (٣٤) أن المشاهدة الشرهه تسبب القلق وقلة النوم والتكاسل عن المهام اليومية، ووجد (Starosta, it. al, 2020) (35) ارتباط المشاهدة الشرهه بالإدمان السلوكي وعدم القدرة على التحكم في المشاهدة، وأثبتت (Anozie, 2020) (36) أن الأفراد الأكثر مشاهدة بشرهه لديهم مستوى أعلى من المشاعر السلبية، كالإحساس بالذنب نتيجة العزلة عن الآخرين، وبين (Dixit, et. al, 2020) (37) أهم نتائج المشاهدة الشرهه، في اضطراب النوم، التغيب عن العمل، والخلافات مع الآخرين.

وحول العوامل التي تزيد أو تقلل المشاهدة الشرهه أوضح (Harsha, 2019) (٣٨) أهم العوامل المؤثرة بالمشاهدة الشرهه، في الأسرة والأصدقاء، وعروض المنصات يجعل من الصعب التوقف عن المشاهدة، وقدمت تأثيرات أخرى كالتغيب عن العمل وانخفاض التحصيل الدراسي، والصداع والإرهاق وألم العينين، والإجهاد وقلة النوم والكسل.

اتفقت (Rubenking & Merrill, 2019) (39)، مع (Erickson, it. al, 2019) (40) كون المشاهدة الشرهه تزيد من قوة العلاقات شبه الاجتماعية، وأضافت أن تأثير المشاهدة الشرهه لا يشمل فقط كيفية تفاعل الجمهور مع المنصات، بل يمتد لتأثير هذه الوسائط عليهم، وبحثت (Tefertille & Maxwell, 2018) (٤١) في تأثير العوامل النفسية، كالوحدة والاكتئاب، والحزن على زيادة المشاهدة الشرهه، ووجدت عدم وجود علاقة بين الاكتئاب والوحدة والمشاهدة الشرهه، ووجدت (Merrill, 2018) (٤٢) بعض المتغيرات المؤثرة على توقعات المشاهدة الشرهه هي: المتعة، والشعور بالذنب والندم، واعتياد التأجيل، وتأخر الإشباع الأكاديمي، وقدم (Ferchaud, 2018) (43) أهم العوامل المؤثرة على المشاهدة

بشراهة في/إثارة المضمون وتسلسله، سهولة فهمه أو تعقده، الجودة، والضغط الاجتماعي من الآخرين.

وبمراجعة الدراسات المتاحة حول المشاهدة الشرهة:

قدم(العدواني، والأكثر، ٢٠٢٢م) (٤٤)، أهم تأثيرات المشاهدة الشرهة للمنصات وخاصة Netflix على النسق القيمي، بالتشجيع على العنف، والشذوذ الجنسي، والخيانة، وإهمال الفرائض الدينية، والحد والرغبة في الانتقام، وأثبت(سامي، ٢٠٢٠) (٤٥) اختلاف الشباب في حجم المشاهدة الشرهة لديهم، وأن أسباب المشاهدة الشرهة ضغط الأصدقاء والأقران، والفراغ، ثم رغبة الهروب من الواقع، والترفيه عن النفس، ونوهت دراسة(البدوي، وعطية، ٢٠٢٠م) (٤٦) بأن مع المشاهدة الشرهة لمضامين تجسد الواقع من قبل القائمين على إنتاجها، يقوم المشاهد بإنتاج معنى لما يتعرض له، ويقدم رؤيته للواقع المنتج بالمضامين الإعلامية متأثرًا بالكثير من السياقات الذاتية والاجتماعية، وأكدًا على ارتفاع مقياس المشاهدة الشرهة للمسلسلات عبر تنفيكس لدى الجمهور على اختلاف مستوياتهم الاقتصادية والاجتماعية والتعليمية، وبهذا الصدد، أشار(Steiner&Xu,2020) (47)، إلى أن المبحوثين ميزوا بين المشاهدة الشرهة، والبت التلفزيوني التقليدي في إطار إمكانية المشاهدة دون إعلانات، وأكدًا على كرهة الجمهور للإعلانات ويجدوها مزعجة، ووجد(Ismael.A,2018) (٤٨) أن المشاهدة الشرهة نشاط إيجابي مُرضي يجعل أفراد الجمهور يشعرون بالتحكم، وأشار لاختلاف الذكور والإناث في دوافع المشاهدة الشرهة.

ووضح(Pattison,et.al,2018) (49) أن المبحوثين يشاهدون بشراهة على الأقل مرة أسبوعيًا، وأظهرت أن التلقائية، والندم المتوقع، وصراع الأفكار جاء نتيجة المشاهدة الشرهة، وخرج(AbdelAzzim,A.,2017) (٥٠) بوجود علاقة بين المشاهدة الشرهة والاكتماب، وأن المشاهدة الشرهة أكثر أهمية بين الفئات الأصغر سنًا، وتبين أن اليوتيوب والمواقع التلفزيونية من أهم المنصات المستخدمة في المشاهدة الشرهة، وركزت(Jenner,2017) (٥١) على طريقة المشاهدة الشرهة للمنصات الرقمية، واهتمت بمعرفة كيفية استخدام هذا المفهوم للترويج ونشر المحتوى المرغوب.

وأثبت(William,et.al,2016) (٥٢) أن المشاهدة الشرهة ليس سلوكًا ثابتًا بين المستخدمين، وافترضوا أنها تعد سلوك غير مقبول اجتماعيًا، وأوضح(Stephen, ٢٠١٦) (٥٣) أن زيادة فترات المشاهدة الشرهة، وزيادة عدد الساعات، تؤدي لزيادة استغراق الجمهور بالمشاهدة ومع ذلك فإن التفاعل بين عوامل ومتغيرات المشاهدة يعني انخفاض هذا الاستغراق.

وأشار(Jenner,M.2014) (٥٤) بأن المشاهدة الشرهة تتيح للمستخدمين إحياء العروض والبرامج التي لم تعد تُبث على التلفزيون التقليدي بناءً على رغبتهم، ويُنظر لمشاهدي تلفزيون الإنترنت بالمنصات الرقمية كمستخدمين يبحثون عن محتويات حديثة ومتجددة.

ونستنتج من المحور السابق/أن الواقع يستدعي منا تحليلًا اجتماعيًا لظاهرة تقارب الوسائط واندماجها في شكلها التنافسي والتكاملي، فالدراما عبر الويب مستمرة في التطور،

وتحمل دراما المنصات على اختلاف أشكالها وتنوع مضامينها قيم ومبادئ مختلفة منها الإيجابي ومنها السلبي، حيث تؤثر بالمزاج العام للمتلقي، وعلى قيمه وعاداته وتقاليده، وعلاقاته بالآخرين، وبمراجعة الأدبيات والدراسات السابقة، تبين اهتمام العديد من الدراسات بالمشاهدة الشفهية وأسبابها، ونتائجها والعوامل التي تؤثر على زيادتها، إلا أنه لوحظ قلة الدراسات العربية التي اهتمت بالمشاهدة الشفهية كنمط مستحدث لمشاهدة المنصات الرقمية عبر الإنترنت، مما استلزم إجراء هذه الدراسة للبحث في هذا النمط.

❖ المحور الثالث/أبعاد المزاج العام وتشكيل الحالة المزاجية للمستخدمين من الأسر العربية:

يمكن الانطلاق في هذا المحور بمفهوم المزاج العام، ومفهوم الأسرة العربية:

فالمزاج العام: Mood-Management حالة شعورية سائدة لدى أفراد الأسرة، في مرحلة زمنية محددة، تعاودهم بين حين وآخر كونها حالة وقتية، إزاء قضية مشتركة، يتشكل في حالة إيجابية مفعمة بالسعادة والرضا، أو سلبية مفعمة بالتعاسة والسخط من هذه المضامين الدرامية المقدمة بالمنصات الرقمية.

والأسرة العربية: عدد من الأفراد يجمعهم سكن واحد (زوج/زوجة/وأبناء)، تم اختيارهم بهذه الدراسة من أربع جنسيات عربية مختلفة (سعوديين/مصريين/سودانيين/سوريين).

واستندت الدراسة لنظرية إدارة المزاج العام: (Mood-Management Theory)، والتي تعود جذورها لفرضيات نظرية التناظر المعرفي التي طرحها/ليون فيستينجر" عام ١٩٥٧م، فالفرد يشكل مواقفه ومعرفته وآرائه، من خلال الانسجام مع البيئة المحيطة، وعند تعرضه لمدرجات لا تتوافق مع بيئته المحيطة يحدث التناظر لديه، ويستمر الفرد بالبحث عن معلومات تقلل من حدة التناظر وتتجنب المعلومات المؤدية لذلك. (55)

وترتبط نظرية إدارة الحالة المزاجية بنظريات التعرض الانتقائي لمحتوى الوسائط الإعلامية، فتفترض أن اختيار الوسيلة مدفوع بدافع المتعة الناتج عن الحالة العاطفية للمستخدم وفق مبدأ/"تحسين المزاج" فهدف المستخدم لتحسين مزاجه هو الدافع لاستخدام وسائل الإعلام، فيتعرض للمحتوى الممتع، ويتجنب المحتوى غير المرغوب فيه. (56)

وتنتهي نظرية إدارة الحالة المزاجية للمناهج التي تتناول التعرض الانتقائي لمحتوى وسائل الإعلام، وتفترض أن اختيار الوسائل يتم بناءً على الحالة العاطفية للمستخدمين، من أجل تحسين الحالة المزاجية لديهم (57)، وللمزاج العام حالتان/المزاج الإيجابي-Positive Mood، كالشعور بالأمل، والسعادة، والتفاؤل، والرضا، والطمأنينة، والقدرة على الإنجاز، وفي المقابل/المزاج السلبي-Negative-Mood، كالإحباط، وعدم الرضا، والحزن والقلق، والخوف، والغضب والسخط، والانزعاج والتعاسة (58)، وتشير نظرية إدارة المزاج العام إلى أن الأفراد يميلون إلى تعظيم مزاجهم الإيجابي، المعروف (بشيوع السعادة) Commonly-Pleasure، وتقليل مزاجهم السلبي، المعروف (بشيوع الألم)-Commonly Pain، فالتعرض للمحتوى الترفيهي عبر وسائل الإعلام، يزيد من المزاج الإيجابي ويجلب المتعة (59)، فالمزاج العام حالة شعورية سائدة بمجتمع معين، وبفترة زمنية محددة، نحو قضية مشتركة، ويتم التعبير عن هذا المزاج من خلال الأقوال والأفعال. (60)

ويعد (Gustave, Lebon)، من المنظرين لفكرة إدارة المزاج للجمهور، حيث يرى أن الجمهور لديه مشاعر مشتركة تحدد مزاجه العام، ويصعب التحكم بمزاجه لأنه متقلب وديناميكي (٦١)، وكذلك (Bryant & Zillmann, 1984) أوائل الذين تعرضوا للنظرية، وقدموا دراسة تقوم على فرضية أن التعرض الانتقائي للمضامين الإعلامية قد يسهم في تحسين المزاج العام للمتلقي (٦٢)، وكان يشار للنظرية باسم/"التأثير المعتمد على ترتيب الدوافع"، ولكنها لاحقاً سميت بنظرية"إدارة المزاج"، حيث تشير إلى أن التعرض الانتقائي لمحتوى إعلامي معين قد يقلل المشاعر السلبية ويزيد من الإيجابية.

وفي ضوء تلك الإسهامات النظرية التي تفسر كيفية تنظيم المعرفة لدى الفرد، طورت دولف زلمان وزملاءها نظرية إدارة المزاج، التي تحاول التعامل بشكل موسع مع الاختيارات المتعددة للمتلقي الذي يتعرض لمضامين وسائل الإعلام، أي أنها تتعامل مع جميع الحالات المزاجية العامة لأفراد الجمهور بدلاً من اقتصرها على الحالة العاطفية فقط المتواجدة في التنافر المعرفي، وتستند النظرية الى فرضية المتعة كما يراها (Dolf) (63) (Zillmann من خلال):

- سعى الافراد للتخلص من الحالة المزاجية السيئة او تقليل حدتها.
- سعى الافراد لإطالة الحالة المزاجية الجيدة والحفاظ على شدتها.

وتجدر الإشارة إلى الاختلاف بين مفهومي/"المزاج العام-والرأي العام"، فالأول تعبير عن حالة عامة داخل المجتمع، سلبية كانت أو إيجابية، يشوبها الرضا العام أو عدم الرضا، حتى لو لم يكن موجهاً نحو قضية معينة، أما الثاني فيعبر عن فكرة أو حكم أو قضية، ورغم هذا الاختلاف، إلا أن المزاج العام يظل فاعلاً في تشكيل مواقف الرأي العام للمواطنين تجاه مختلف القضايا (٦٤).

وعلى الرغم من قدم نظرية إدارة المزاج، حيث تعود إلى (١٩٨٨) عندما تم تطويرها من قبل دولف زلمان وزملائها، فهناك دراسات حديثة استخدمتها وطوعتها بما يتماشى مع طبيعة الإعلام الرقمي، فتشير (عبدالسلام، ٢٠١٢م) (٦٥) إلى أن الجمهور يعبر عن مزاجه تجاه الأحداث المختلفة عبر الشبكات الاجتماعية، وخاصة الأحداث السلبية التي تحصل على تعليقات أكثر من غيرها، فطبيعة مضامين المنصات الرقمية، قد تشكل لدى الجمهور المزاج الإيجابي أو السلبي، مما يدفعهم للقيام بدوافع لتحسين حالتهم المزاجية، وللترفيه وتمضية الوقت، فالتعرض لأخبار الحوادث والأزمات، يخلق حالة مزاجية سلبية للمتلقي، فيلجأ لاستخدام المنصات الرقمية لتغيير الحالة المزاجية، وهذا ما تناولته نظرية إدارة المزاج العام، فالحالة المزاجية مكون انفعالي ينتاب الشخص فتره من الزمن ويعاوده بين حين وآخر، ولا يظهر في كل الأوقات، وتظهر على شكل سعادة أو حزن (٦٦).

❖ وفي ذلك السياق هناك عوامل تتعلق بخصائص محتوى وسائل الإعلام تؤثر على طبيعة أبعاد الحالة المزاجية تتمثل في:

(استثارة المحتوى/امكانية الاستيعاب/التقارب الدلالي/تكافؤ المتعة)

استثارة المحتوى: فالوسائل التفاعلية لديها القدرة على تغيير المزاج بزيادة المزاج الإيجابي وانخفاض المزاج السلبي.

امكانية الاستيعاب: تعني قدرة الرسالة على جذب انتباه المستخدمين، فأصحاب المزاج السلبي أكثر قدرة على استيعاب المحتوى السلبي بوسائل الإعلام والتكيف معها، والتشابه بالحالة الإيجابية أيضاً، وهذا ما توافق معه (Dolf, Zillmann, 2012) (٦٧)، (Crystine A. Serrone, 2012) (٦٨)، و (Velez & Knobloch, 2012) (٦٩)، و (Noelen, et. al, 1999) (70).

التقارب الدلالي: وهو التداخل بين المحتوى والحالة المزاجية، فتفترض النظرية ان أصحاب المزاج السلبي يتجنبون الرسائل التي تزيد حالتهم السلبية، مقابل أصحاب المزاج الإيجابي يسعون للمحتوى المعزز لحالتهم (71).

تكافؤ المتعة: فالرسائل ذات التكافؤ الإيجابي كالكوميديا، أكثر فعالية في إنهاء المشاعر السلبية والمحافظة على الإيجابية، من ذات التكافؤ السلبي، (Velez & Knobloch, 2012) (٧٢)، و (Chaes, 2004) (73)، و (Rebecca Hansen, 2003) (٧٤).

واستنادا لما سبق، يتأكد بناء نظرية المزاج العام على فرضية التعرض الانتقائي، فالجماهير تلتصق بالمعلومات المتوافقة مع مشاعرهم ومعتقداتهم وتتجنب ما تتعارض معها، فيميل الأفراد لتقليل المزاج السلبي وتعظيم المزاج الإيجابي، وبدأت دراسات المزاج العام بالنمو مع ظهور المؤشرات الدولية لقياس الحالة المزاجية العامة للشعوب، مثل مؤشر غالوب للسعادة *Gallup happiness index*، ومؤشر كاتو العالمي للبوأس *The World Misery Index*، ولذلك تأتي الدراسة لتوضيح ظاهرة المزاج العام، وتسليط الضوء على أبعادها، وبيان طبيعة تشكيل المزاج العام للأسرة العربية، وتفترض نظرية إدارة الحالة المزاجية أن السلوك البشري يخضع لمبدأين أساسيين؛ المتعة، والحاجة للتوازن (75)، فالأفراد لديهم ميول فطرية لزيادة المتعة، وتقليل الشعور بالألم من أجل الشعور بالراحة، وهو ما يحقق مبدأ المتعة.

وحول عوامل تشكيل المزاج العام: يتفق الباحثون ببعض عوامل تشكيل المزاج العام في/أولاً (وسائل الإعلام) فالمحتوى الإعلامي يشكل للجمهور مزاج إيجابي أو سلبي، فيقوم بتغيير أو تدعيم مزاجه، ثانياً (المناخ السياسي والاقتصادي) لهما تأثير بتشكيل المزاج العام الإيجابي والسلبي، فالأزمات تؤدي للقلق والخوف، والاستقرار يخلق الراحة والأمل (٧٦)، ثالثاً (منظومة القيم) تؤثر القيم السائدة بانطباعات الجمهور، مما يعزز أو يغير مزاجهم العام، رابعاً (الشائعات) لها تأثير كبير على المزاج العام، وتنتشر بسرعة كبيرة في أوقات الأزمات،

خامساً(الكوارث والأزمات)تؤثر في الحالة المزاجية فالأزمات تخلق مزاجاً سيئاً لدى الجمهور(77).

وبمراجعة الدراسات المتاحة حول الحالة المزاجية:

أشار(Baskaya,2013)(٧٨)لأنقسامها لجانبين الأول/يشير إلى أن الحالة المزاجية تحدد المضامين التي يتم التعرض لها، والجانب الثاني/يشير إلى أن التعرض لنوعيات معينة من الرسائل الاتصالية قد يؤدي إلى تغيير الحالة المزاجية للأفراد، فأثبت(أبو العز،٢٠٢٢م)(٧٩)أن خصائص الشخصية تنبئ بالمزاج، ولها علاقة بالحالة المزاجية الإيجابية والسلبية، حيث يرتبط المتقائلون بالمزاج الجيد، وتوصل(كتاكت،٢٠٢٢م)(٨٠) إلى أن الوسائل الجديدة التفاعلية أكثر من التقليدية في تحسين المزاج العام، ونوهت(Alexandra,2022)(81)بأن الحالة المزاجية لمستخدمي المواقع الإلكترونية مكتئبة ومحبطة، فحققت موضوعات الاكتئاب أكثر الصفحات زيارة للمستخدمين.

وأوضح(محررم،٢٠٢١م)(٨٢)ارتفاع الموافقة على العبارات التي تحمل مزاجاً سيئاً للجمهور صاحب المزاج السلبي، وأشار(عبد الحميد،٢٠٢٠م)(٨٣)،إلى سيطرة الحالة المزاجية السلبية لموضوعات أزمة كورونا، فانعكست على المزاج السلبي للجمهور، وأوجدت علاقة بين التعرض للوسيلة ومحصلة المزاج العام ومتغير العمر، والمهنة، والتعليم، مقابل عدم تحقق متغير النوع، وفي المقابل أظهر(عبد الخالق،٢٠٢٠م)(٨٤)،إيجابية مؤشر الحالة المزاجية، بالإضافة لتأثير حسابات المؤثرين بتشكيل الحالة المزاجية للجمهور، وأكدت(AmyB.Becker,2020)(٨٥)على ضرورة استخدام أطر إدارة المزاج العام بجانب أطر المتعة والسعادة، لفهم تأثيرات المحتويات الفكاهية الساخرة بالمضامين الإعلامية، وأكد(الكناني،والعكيلي،2019م)(٨٦) بأن لدى الافراد دوافع للمتعة، ودوافع لتجنب الألم، فيقوموا بترتيب بيئتهم لتعظيم المزاج الجيد والحفاظ عليه، وتجنب المواقف التي تؤدي الى المزاج السلبي، وأن المضامين الإعلامية المختلفة التقليدية والإلكترونية، تقوم بدور مؤثر في بناء وإدارة الحالة المزاجية للجمهور، فالتعرض الكثيف للمضامين السلبية يؤثر سلباً في المزاج العام.

وأظهر(Cho&Hur,2018)(87)أن تفضيل محتوى إعلامي معين يعتمد على مزاج المشاهد وخصائصه الشخصية والتفاعل مع الحالة المزاجية، وتوصل(شحاتة،٢٠١٨م)(٨٨)إلى أن توظيف الخطاب الديني تجاه القضايا الداخلية حقق مزاجاً عاماً سلبياً نحوها، تمثل بالمشاعر السلبية كالخوف والحزن والإحباط والغضب، وأكد(رمضان،والعنز،٢٠١٨م)(٨٩)على وجود علاقة بين التعرض للشائعات وطبيعة المزاج، والرضا السائدة لدى الرأي العام المصري والسعودي نحو القضايا المختلفة، وأن وسائل التواصل تؤثر على الحالة المزاجية للرأي العام، وأوضح(جودة،ومكاوي،2015م)(٩٠)،تباين الحالة المزاجية

بين(سلبية/ومعتدلة/إيجابية)،لدى الجمهور المصري والسعودي نحو القضايا العربية فحظيت قضية العنف بمزاج سلبي لدى الجمهور المصري، وحظيت الأوضاع اليمينية بمزاج

سلبية لدى الجمهور السعودي، وأثبت (حمدين، ٢٠١٥م) (٩١)، وجود ارتباط بين كثافة التعرض لمسلسلات الست كوم التليفزيونية ودرجة تحسن الحالة المزاجية.

وتوصل (Hyekyung, 2015) (٩٢) إلى أن الأزمات أثارت ردود فعل فورية للجمهور، تمثلت في الغضب الموجه للأحداث التي تحدث في أعقابها، وتنعكس على حالتهم المزاجية السلبية، ورصد (Benjamin, et.al, 2014) (٩٣) طبيعة العلاقة بين التعرض الانتقائي لمواقع التواصل الاجتماعي والحالة المزاجية للمستخدمين، فيفضل أصحاب الحالة المزاجية الإيجابية الصفحات الشخصية للأفراد الناجحين،

وأثبت (Davies & John, 2013) (٩٤) وجود علاقة بين التعرض الانتقائي للوسائل الترفيهية وتأثيرها الإيجابي على المزاج العام، وأكد (Rene, Ziegler, 2013) (٩٥) أن الرسائل غير المتوقعة تؤثر في سلوك المعارضين إذا كانت متصلة بهم، وتقلل من تدعيم المزاج إذا كانت غير مؤيدة لتوقعات المؤيدين.

وأظهرت (Sela, & Anghelcev, 2013) (٩٦) فاعلية رسائل المخاطر الصحية على المزاج العام؛ فالمزاج السلبي يجعل الفرد يعتقد أنه أكثر عرضه للخطر، واهتم (Reinecke & Tamborini, 2012) (٩٧)، و (Crystin & Serrone, 2012) (٩٨) بتأثير التعرض الانتقائي على تنظيم الحال المزاجية، فتأكد تعديل الحالة المزاجية وانخفاض العدوانية لدى المبحوثين بعد تعرضهم للألعاب الإلكترونية، وتوصل (Nicholas & Ron, 2012) (٩٩)، إلى أن الألعاب الإلكترونية تشكل مزاجا جيدا كلما وصل المستخدم في اللعبة لمستويات مرتفعة، حيث تقلل مستويات الضيق النفسي وتحسن حالة المزاج، في الوقت الذي تؤثر عدم القدرة على اجتياز مستويات معينة في اللعبة بالسلب على مزاجه العام.

وأثبت (الحقيل، ٢٠١١م) (١٠٠) أن حالة الفرد المزاجية وقت تعرضه للمحتوى الإعلامي تؤثر في فهمه للمعلومات التي يتلقاها، وأكد (ندا، ٢٠١٠م) (١٠١) على تأثير وسائل الإعلام بمزاج الجمهور، وفقاً لطبيعة المحتويات المقدمة.

واهتم (Norman. C & Wong, 2008) (١٠٢) بتأثير الحالة المزاجية التي تسببها البرامج التليفزيونية على المعالجة اللاحقة لمكافحة إعلانات التدخين وتوصلت النتائج إلى أن الذين شاهدوا الأعمال الهزلية كانت لديهم اتجاهات سلبية عن التدخين، ولكنه أقل في الجوانب المعرفية من أولئك الذين شاهدوا أفلام العنف والجريمة.

وبينت (Francesca, 2008) (١٠٣) أن أصحاب المزاج السيء لا يستخدمون وسائل الإعلام لتحسين مزاجهم، وأن الذكور أكثر استخداماً من الإناث لوسائل الإعلام لتقليل الاكتئاب، فعندما تواجه حافزاً ينهي الحالة المزاجية السلبية، أو محفزاً يعزز المزاج الإيجابي، فإننا نخلق وبغير قصد أثرًا للذاكرة، ونربط الحافز بالارتباطات الإيجابية لدينا، لتحسين الحالة المزاجية.

وأشار (Zillmann, 2000) (١٠٤) إلى أن التعرض الانتقائي لمحتوى إعلامي يرتبط بطبيعة الحالة المزاجية؛ فالتعرض للكوميديا يزداد لأصحاب المزاج السيء، ويقبل لأصحاب المزاج الإيجابي، وأن التعرض الانتقائي الذي لا يرتبط بالخبرات السيئة للمتلقي يؤثر إيجاباً

بالمزاج العام، وأظهرت وجود فروقاً بين الجنسين لصالح الإناث في تحسين المزاج والمحافظة عليه.

● **كيفية الاستفادة من النظريات والأدبيات والدراسات السابقة بالدراسة الحالية:**

اتضح مما سبق أنه كلما كانت المعلومات ذات فائدة مباشرة على الجمهور فإنها تكون مفضلة بشكل أكبر مقارنة بالأقل منها فائدة، وبناءً عليه قامت نظرية التعرض الانتقائي على فرضية تفضيل الجمهور التعرض للمعلومات التي تدعم مواقفهم أكثر من التي تشكل تهديداً لزعزعتها، وبهذا الصدد، تتميز المنصات الرقمية بتنوع محتوياتها وقضاياها، لتتناسب مع اهتمامات ورغبات الأسر العربية بغض النظر عن مراجعهم الثقافية واللغوية والفكرية.

وبمراجعة الأدبيات والدراسات لاحظ الباحث عدم وجود أي دراسة جمعت بين دراما المنصات الرقمية وتشكيل المزاج العام، الأمر الذي دفع الباحث لدراسة هذا الموضوع، واعتمدت نظرية إدارة المزاج العام Mood-Management-Theory في تفسير تأثيرات المشاهدة الشرهة للمسلسلات الدرامية بالمنصات الرقمية، على تشكيل حالة المزاج العام للأسرة العربية، من خلال التركيز على آليات التعرض الانتقائي للمضامين الدرامية، وانسجام الأفراد مع ما يدور بها، فالأشخاص يختارون المحتوى الأكثر إيجابية في قيمته الإمتاعية المتوافق مع حالتهم المزاجية، أو المحتوى الأكثر فاعلية في تشتيتهم عن الحالة المزاجية السيئة، من خلال التعرف على درجة التعرض الانتقائي، ودوافع اختيار الأسر العربية للمسلسلات الدرامية بالمنصات الرقمية، وتفسير مستوى المشاهدة الشرهة للمسلسلات، ورصد درجة رضاهم عن مضامينها، والوقوف على إيجابيات وسلبيات المشاهدة الشرهة للمسلسلات الدرامية، بالإضافة لاختبار:

- علاقة التعرض الانتقائي للمسلسلات الدرامية، لدى الأسر، بمتغيراتهم الديموغرافية، والفائدة المدركة لهم منها.
- علاقة المشاهدة الشرهة للمسلسلات الدرامية، وكلاً من تشكيل الحالة المزاجية للأسر، ودرجة رضاهم عن مضامينها.
- علاقة أبعاد المزاج العام المترتب على المشاهدة الشرهة للمسلسلات الدرامية، والمتغيرات الديموغرافية لدى الأسر.
- ❖ واستناداً لما سبق فهناك علاقة وثيقة بين نظرية إدارة المزاج العام وبين الدراسة الحالية، تتجلى في تعدد الاختيارات للأسر العربية حين يتعرضون لمضامين المنصات الرقمية، بشكل عام والمسلسلات الدرامية منها بشكل خاص، مما يؤثر على جميع الحالات المزاجية لدى أفراد الأسرة نتيجة تعرضهم لتلك المضامين الرقمية، كون المنصات الرقمية لديها القدرة على تغيير المزاج العام لدى أفراد الأسرة العربية، وبسبب تأثيرهم إيجابياً وسلبياً بتعرضهم الانتقائي لمختلف المضامين الدرامية الرقمية عبر تلك المنصات.

❖ ونستخلص من جميع ما تقدم اعتماد الدراسة الحالية على نظريتي التعرض الانتقائي وإدارة المزاج العام للوقوف على تأثيرات المشاهدة الشرهة للمضامين الدرامية المقدمة عبر المنصات الرقمية على الأسر العربية.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

نوع ومنهج الدراسة: يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تهتم بدراسة الظاهرة الإعلامية في وضعها الراهن ولا تقف عند حدود الوصف والتشخيص، بل تتجاوز ذلك إلى وصف العلاقات السببية لأغراض اكتشاف الحقائق المرتبطة بها (١٠٥)، وتستخدم هذه الدراسة في إطار هذا البحث الوصفي منهج المسح survey وذلك من خلال أسلوب المسح بالعينة؛ لصعوبة إجراء المسح الشامل لجميع مفردات الدراسة، فتم مسح عينة من الأسر العربية المستخدمة لمنصات المشاهدة الرقمية عبر الإنترنت.

مجتمع الدراسة وعينتها: يتكون مجتمع الدراسة من الأسر العربية المكونة من الزوج والزوجة والأبناء، القاطنين بمدينة الرياض بالمملكة العربية السعودية، وذلك باستخدام استبانة إلكترونية على عينة عمدية لأربع جنسيات عربية لعدد (٦٠) أسرة عربية من (السعوديين/المصريين/السوريين/السودانيين)، وبعد التأكد من كثافة متابعتهم للمنصات الرقمية وذلك بسؤال استطلاعي لعدد من الأسر المعنية بالدراسة قبل التطبيق الفعلي للاستبيان، وقد تم توزيع عدد (٣٠٠) استمارة على الأسر وتم استبعاد (٢٠) استبانة غير صالحة، وتم التوزيع باستخدام عينة كرة الثلج، حيث قام الباحث باتباع الترشيحات التي حصل عليها من الأشخاص الذين اختارهم عمدياً في البداية نظراً لتوافر خصائص المجتمع فيهم، ثم قاموا بعد ذلك بترشيح آخرين وهكذا، واستمرت العينة بالتزايد وفقاً للترشيحات، ووصل حجم العينة الفعلي (٢٨٠) مفردة بواقع (٨٥) من/السعوديين، و(٧٥) من/السودانيين، و(٦٥) من/المصريين، و(٥٥) من/السوريين، والجدول التالي رقم (١) يوضح خصائص العينة:

جدول (١) الخصائص الديموغرافية للأسر العربية

الجنسية								المتغير	
سورية		مصرية		سودانية		سعودية			
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
٢٣	٤١,٨	٤٠	٦١,٥	٤٠	٥٣,٣	٤٢	٤٩,٤	ذكر	النوع
٣٢	٥٨,٢	٢٥	٣٨,٥	٣٥	٤٦,٧	٤٣	٥٠,٦	أنثى	
١٩	٣٤,٥	٢٩	٤٤,٦	١٥	٢٠	٣٠	٣٥,٣	أقل من ٢٠	العمر
٦	١٠,٩	٦	٩,٢	٢٥	٣٣,٣	٢٥	٢٩,٤	٢٠: أقل من ٣٥	
٣٠	٥٤,٦	٣٠	٤٦,٢	٣٥	٤٦,٧	٣٠	٣٥,٣	من ٣٥/فاكثر	
٢٢	٤٠	١٠	١٥,٤	١٠	١٣,٣	١٥	١٧,٦	أقل من/المتوسط	التعليم
٨	١٤,٥	٣٥	٥٣,٨	٣٥	٤٧,٧	٣٠	٣٥,٣	متوسط	
٢٥	٤٥,٥	٢٠	٣٠,٨	٣٠	٤٠	٤٠	٤٧,١	جامعي	
٦	١٠,٩	٢٦	٤٠	١٦	١٦	١٠	١١,٨	منخفض	المستوي الاقتصادي الاجتماعي
٣٣	٦٠	٣٠	٤٦,٢	٤٨	٦٤	٢٥	٢٩,٤	متوسط	
١٦	٢٩,١	٩	١٣,٨	١٥	٢٠	٥٠	٥٨,٨	مرتفع	
٥٥	١٠٠%	٦٥	١٠٠%	٧٥	١٠٠%	٨٥	١٠٠%	الإجمالي (٢٨٠)	

أدوات ومقاييس جمع البيانات: تم تطبيق استمارة استبيان على عينة من الأسر العربية من المواطنين والمقيمين بالمملكة العربية السعودية للوقوف على كيفية تعرضهم لمنصات المشاهدة الرقمية عبر الإنترنت، في ضوء مشكلة الدراسة وأهدافها وتساؤلاتها، وبعد الاطلاع على عدد من الدراسات العربية والأجنبية للأدبيات المتعلقة بموضوع الدراسة،

وبهدف رصد وقياس متغيرات الدراسة والعلاقات المترابطة فيما بينها، باعتماد مقياس ليكرت الثلاثي (عالي/متوسط/منخفض)، وتم قياس المتغيرات التالية:

مقاييس الدراسة:

١/مقياس درجة التعرض الانتقائي:/للسلسلات عبر المنصات الرقمية: تم بناءه من سؤال أوقات التعرض يوميًا الذي يتكون من (١ : ٤) درجات، وسؤال حجم التعرض الانتقائي الذي يتكون من (١ : ٤)، وسؤال أيام التعرض الانتقائي الذي يتكون من (١ : ٤)، ومن ثمّ؛ فإنّ محصلة مقياس التعرض الانتقائي للسلسلات المنصات الرقمية تتحدد في (٢ : ٨) درجات؛ وتم تقسيمها لثلاثة مستويات/"منخفض من (٢ : ٣)، متوسط من (٤ : ٦)، كبير من (٧ : ٨)".

٢/مقياس حجم المشاهدة الشرهة:/تم بناءه من سؤال حول عدد الحلقات التي يتابعها المبحوث يوميًا وتم الاختيار من أربعة بدائل تمثلت في (من ١ : ٢ حلقة، من ٣ : ٥ حلقات، ٦ فأكثر، جميع حلقات المسلسل)، وقد رجع حجم المشاهدة الشرهة بالاتفاق مع الدراسات السابقة بمشاهدة ثلاث حلقات متتالية فأكثر، وتصل لمتابعة موسم كامل من المسلسل.

٣/مقياس مستوى المشاهدة الشرهة:/تم بناءه بست عبارات إيجابية وسلبية ترتبط، بالمشاهدة المتسلسلة تزيد السعادة والمتعة، والحرص على متابعة الحلقات التالية يحسن المزاج العام، وتعزيز مشاعر السعادة والرضا، الإفراط في المشاهدة يزيد الإحباط، كثافة المشاهدة يؤدي للوحدة والعزلة، ويؤدي للتعب وقلة النوم، واعتمدت الدراسة مقاييس (Flayelle et, al.2019)، و (Merikivi, Scornavacca & Verhagen.2019)، وتم تقدير مستوى المشاهدة الشرهة بعد حساب المتوسط الحسابي لجميع عبارات المقياس وقسمت إلى (مشاهدة عالية/متوسطة/منخفضة).

٤/مقياس درجة الحرص على التعرض للمنصات والرضا عن المضامين الدرامية: والتي تشاهدها الأسر العربية بشراهة، بالنسبة/لدرجة الحرص على التعرض، تم تقسيمها (حريص/إلى حد ما/نادراً ما أتابعها)، وبالنسبة/لنوعية المضامين، تم تقسيمها (راضي/إلى حد ما/غير راضي)، وتم حساب درجات المقياس، وفقاً للتكرارات والنسب المئوية.

٥/مقياس الفائدة المدركة:/من المسلسلات الدرامية عبر المنصات الالكترونية، تم بناءه من خلال ست عبارات، تمثلت في: اكتساب سلوكيات إيجابية من مضمون المسلسلات، الاطلاع على الثقافات الأخرى، اعتبار المنصات مستحدثاً جديداً، منح المشاهد الشعور بالمتعة والترفيه، تساهم في التعرف على المشكلات الاجتماعية، وتم حساب المتوسط الحسابي لعبارات المقياس، وقسمت إلى (عالية/متوسطة/منخفضة).

٦/مقياس دوافع وأسباب التعرض الانتقائي:/تم بناءه بست عبارات للدوافع، وست عبارات للأسباب، حيث تمثلت الدوافع في/الرغبة بمشاهدة جميع الحلقات، المشاهدة تحقق السعادة والاسترخاء، التفاعلية وإتاحة المضامين طوال الوقت، الهروب من الواقع وقضاء وقت الفراغ، التسلية والترفيه، الاندماج ومواكبة التكنولوجيا الحديثة، وتمثلت الأسباب في/تفعيل خاصية التشغيل التلقائي للحلقة التالية، انتقائية المشاهدة حسب الرغبة، وعدم الانقطاع

الإجباري بالإعلانات، الإثارة والتشويق والرغبة بمشاهدة المسلسلات بجودة عالية، السرعة والتنظيم وسهولة الاستخدام، وتم حساب المتوسط الحسابي لجميع عبارات المقياس، وقسمت إلى/موافق/إلى حد ما/غير موافق).

٧/مقياس نوعية القضايا والمضامين الدرامية: والتي تشاهدها جميع أفراد الأسر العربية بشكل شره، بالنسبة/لنوعية القضايا)تم تقسيمها إلى اجتماعية، وطنية، أمنية، سياسية، دينية، وبالنسبة/لنوعية المضامين)تم تقسيمها إلى كوميدي، تراجمي، عنف، رعب، إثارة، رومانسي، وتم حساب درجات المقياس، وفقاً للتكرارات والنسب المئوية.

٨/مقياس تأثير المشاهدة الشره لدراما المنصات الرقمية على متابعة الدراما التلفزيونية: تم بناءه من سؤال حول مدى تأثير متابعة الأسر العربية للمحتوى الدرامي المقدم عبر المنصات الرقمية على مشاهدة المحتوى الدرامي بالقنوات التلفزيونية، وقسمت إلى/أثرت بشكل كامل-أثرت إلى حد ما-لم تؤثر على الإطلاق)، وتم حساب درجات المقياس، وفقاً للتكرارات والنسب المئوية.

٩/مقياس أبعاد المزاج العام: تم بناءه من خلال تقسيم أبعاد المزاج العام لأربع تقسيمات تمثلت في بُعد (احتمالية الاستثارة للمحتوى)، من خلال عبارتين حول التفاعل وعدم التفاعل مع المضامين الدرامية التي تؤثر إيجابياً وسلبياً على الحالة المزاجية، وبُعد (إمكانية الاستيعاب)، من خلال عبارتين حول إدراك المضمون الإيجابي والسلبي بالمسلسلات وفقاً للحالة المزاجية الإيجابية والسلبية، وبُعد (التقارب الدلالي)، من خلال عبارتين حول أصحاب الحالة المزاجية السلبية يتجنبون المحتوى الذي يزيد من حالتهم السلبية، وأصحاب الحالة المزاجية الإيجابية يتعرضون للمحتوى المعزز لحالتهم، وبُعد (تكافؤ المتعة)، من خلال عبارتين حول المضمون الإيجابي الممتع بالمسلسلات أكثر فاعلية لإنهاء المشاعر السلبية، والتعرض للمحتوى الكوميدي يزداد لدى أصحاب المزاج السيئ، وتم حساب المتوسط الحسابي لجميع عبارات المقياس، وقسمت إلى/موافق/إلى حد ما/غير موافق).

١٠/مقياس تشكيل الحالة المزاجية: تم بناءه (بجزئيين/الأول)الحالة/المزاجية الإيجابية، تمثلت بأربع حالات إيجابية (السعادة/الرضا/الأمل/الراحة)، جاءت حالة (السعادة) في/الحرص على التعرض للمضامين الدرامية التي نشعرنا بالسعادة، والمحتوى الكوميدي يزيد السعادة ويغير المزاج السيئ، وحالة (الرضا) في/الرضا عن الأعمال الدرامية عبر المنصات الرقمية، والرغبة بمتابعة المضامين المتوافقة مع رضا الجمهور، وحالة (الأمل) في/الإحساس بالتفاؤل والأمل عقب مشاهدة النهايات السعيدة، وإذا تشابهت المضامين الدرامية مع الحياة الشخصية، وحالة (الراحة) في/المضمون الإيجابي الممتع أكثر راحة لإنهاء المشاعر السلبية، والشعور بالراحة عقب مشاهدة كامل الحلقات، وتم حساب المتوسط الحسابي للعبارات، وقسمت إلى/عالية/متوسطة/منخفضة)، (والثاني)/الحالة/المزاجية السلبية، تمثلت بأربع حالات سلبية (الإحباط/الخوف وعدم الارتياح/عدم الرضا/الحزن والقلق)، جاءت حالة (الإحباط) في/الإحساس بالإحباط عقب مشاهدة النهايات الحزينة، وانتهاج المسلسل عكس التوقعات، وحالة (الخوف وعدم الارتياح) في/المضامين العنيفة بالمسلسلات تزيد الخوف

والمشاعر السلبية، وعدم الارتياح عقب انتهاء الحلقة بشكل مفاجئ، وحالة (عدم الرضا) في/عدم الرضا عن الأعمال الدرامية المقدمة بالمنصات، وعدم الرغبة في متابعة المسلسلات التي لا تتوافق مع رضا الجمهور، وحالة (الحزن والقلق) في/التعرض للمضامين التي تتوافق مع حزني وقلقي، المحتوى السلبي يزيد قلقي ومزاجي السيء، وتم حساب المتوسط الحسابي لجميع العبارات، وقسمت إلى: (عالية/متوسطة/منخفضة).

الصدق والثبات: تم استخدام أسلوب الصدق الظاهري بعرض الاستبيان على مجموعة من أساتذة الإعلام^{†*}، أقرروا بأن الاستمارة تقيس بالفعل ما يفترض قياسه، وذلك بعد إجراء بعض التعديلات التي أبدوها بعض المحكمين، وصولاً للاتفاق بين المحكمين حول مدى تحقيق الاستمارة لأهداف الدراسة وتساؤلاتها، وبلغت النسبة العامة للاتفاق بين المحكمين (٩٢,٨%)، ولقياس ثبات البيانات استخدم الباحث أسلوب إعادة الاختبار على عينة عشوائية من (٣٠) مفردة بواقع (١٠%) من إجمالي العينة، وذلك بعد أسبوعين من تطبيق الاستمارة، وبلغت نسبة الثبات (٩١,٠) وهي قيمة تؤكد ثبات المقياس ودقته.

المعالجة الإحصائية لبيانات الدراسة: تم إجراء التحليل لبيانات الدراسة من خلال البرنامج الإحصائي SPSS، وتم استخدام الاختبارات والمعاملات الإحصائية التالية/حساب التكرارات والنسب المئوية لكافة متغيرات وأسئلة الدراسة، اختبار T.Test للدلالة الفروق بين متوسطات مجموعتين، تحليل التباين (ANOVA) One Way Analysis of Variance، معامل ارتباط بيرسون Person Correlation لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين، حساب المتوسطات والانحرافات المعيارية للمتغيرات المختلفة.

^{†*} قام بتحكيم الاستبيان مجموعة من الأساتذة بجامعة مختلفة:

أ.د. ثريا البدوي/أستاذ بكلية الإعلام-جامعة القاهرة.

أ.د. محرز غالي/أستاذ بكلية الإعلام-جامعة القاهرة.

أ.د. نايف آل سعود/أستاذ بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية-جامعة الملك سعود.

أ.م.د. هيثم يوسف/أستاذ مشارك بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية-جامعة الملك سعود.

نتائج الدراسة/يتم عرض النتائج في محورين هما:

١-النتائج العامة للدراسة ٢- اختبار فروض الدراسة

المحور الأول/النتائج العامة للدراسة:

تم تقديم النتائج العامة في ثلاث أبعاد رئيسة تتمثل في:

الأول/التعرض الانتقائي للمضامين الدرامية عبر المنصات الدرامية.

الثاني/المشاهدة الشرهة للمضامين الدرامية وتأثيرها على متابعة الدراما التلفزيونية.

الثالث/أبعاد المزاج العام وتشكيل الحالة المزاجية للأسر العربية.

البعد الأول/ما يتعلق بالتعرض الانتقائي لدراما المنصات الرقمية:

■ أنماط التعرض الانتقائي للمسلسلات الدرامية عبر المنصات الرقمية:

جدول(٢) أنماط تعرض الأسر العربية الانتقائي للمسلسلات الدرامية عبر المنصات الرقمية

المتغيرات	المستويات	تصنيف العينة/ن(٢٨٠)	
		التكرار	النسبة
حجم التعرض الانتقائي اليومي للمسلسلات	على مدار اليوم ٥ ساعات/فأكثر من ٣: أقل/من ٥ ساعات من ١: أقل/من ٣ ساعة	١٥٥	٥٥,٤%
		٩٠	٣٢,١%
		٢٥	٨,٩%
		١٠	٣,٦%
طريقة التعرض المفضلة للمسلسلات	مع الزوج/الزوجة/ والأبناء بمفرد مع الأهل والأقارب مع الأصدقاء	١٧٤	٦٢,١%
		٧٠	٢٥%
		٢٩	١٠,٤%
		٧	٢,٥%
أوقات التعرض الانتقائي للمسلسلات	طوال تواجدي بالمنزل مساءً عصراً صباحاً	١٤٥	٥١,٨%
		١٠٠	٣٥,٧%
		٢٥	٨,٩%
		١٠	٣,٦%
أيام التعرض الانتقائي للمسلسلات	كل أيام الأسبوع من ٣ أيام: ٥ أيام يومي العطلة فقط	٢٢٨	٨١,٤%
		٣٥	١٢,٥%
		١٧	٦,١%
المنصات الالكترونية المفضلة للتعرض الانتقائي	منصة اليوتيوب منصة شاهد منصة نتفلكس منصة وتش-ات	٢٨٠	١٠٠%
		٢٤٠	٨٥,٧%
		١٧٥	٦٢,٥%
		٦٥	٢٣,٢%
درجة التعرض الانتقائي للمسلسلات	كبيرة متوسطة منخفضة	٢٤٠	٨٥,٧%
		٣٣	١١,٨%
		٧	٢,٥%
حجم المشاهدة للمسلسلات بالمنصات	من ١: ٢ حلقة من ٣: ٥ حلقات ٦ فأكثر جميع حلقات المسلسل	٩	٣,٢%
		٨٠	٢٨,٦%
		١١٩	٤٢,٥%
		٧٢	٢٥,٧%

- وتعكس نتائج جدول (٢)/تباين أنماط التعرض الانتقائي للمسلسلات عبر المنصات الرقمية لدى الأسر العربية، حيث اتضح أن حجم التعرض الانتقائي اليومي للمسلسلات الذي يفضله أكثر من نصف عينة الأسر العربية، وبالمقام الأول على مدار اليوم، مع تفضيل الأغلبية منهم التعرض لمسلسلات المنصات في أولوية اختياراتهم مع الزوج/الزوجة والأبناء، وذلك طوال التواجد بالمنزل، وتمثلت شراة التعرض في كل أيام الأسبوع لدى أغلبية الأسر، وبمختلف المنصات الرقمية حيث تنوعت المشاهد في متابعة المضامين الدرامية، عبر أربعة منصات تم التركيز عليها، وجاءت وفقاً لترتيب اختياراتهم في اليوتيوب، ثم شاهد، ثم نتفليكس، وأخيراً ووتش-ات، وتفاوتت درجة تعرضهم الانتقائي، وجاءت بدرجة كبيرة لدى الأغلبية منهم، وحول حجم المشاهد الشرة للمسلسلات أشارت النتائج إلى مشاهدة ٦ حلقات فأكثر احتل المركز الأول لدى الأغلبية منهم.

- واستناداً لما سبق، صنفت العينة لثلاثة مستويات في درجة تعرضهم الانتقائي للمسلسلات الدرامية بالمنصات الرقمية، وبارتفاع معدل التعرض، تؤكد أن أغلب الأسر يعانون من المشاهد الشرة للمنصات الرقمية، فمعظم الأسر تتابع ثلاث حلقات فأكثر، لتصل إلى مشاهدة كامل الموسم، وهذا يتفق مع ما حددته الدراسات السابقة حول المشاهد الشرة بمشاهدة حلقات متابعة تصل (٣ حلقات/فأكثر)، ويمكن تفسير ارتفاع درجة التعرض الانتقائي لدى الأسر العربية للمسلسلات الدرامية بنسبة كبيرة، جاء بناءً على حرصهم في التعرض اليومي، والذي أدى لمشاهدتهم الشرة بجميع أوقات التواجد بالمنزل، طوال أيام الأسبوع وفقاً لأفضلية اختيارهم، ولاحظ الباحث اتفاق واجماع الأسر العربية، على المشاهد بمنصة اليوتيوب وبنسبة ١٠٠%، وتفاوتهم بالاقبال على المنصات الأخرى (شاهد، و نتفليكس)، مقابل اختيار منصة (وتش-ات) التي وقع الاختيار لها من خلال الجنسية المصرية، وتتفق الدراسة مع (أبو السعود، ٢٠٢١م) حيث أكد على ارتفاع معدلات تعرض الجمهور للدراما على المنصات الرقمية، ومنها، Watch, it, Shahid, Netflix، و Youtube، والذي يصل لحد الإدمان نظراً لاستغراقهم في المشاهد الكثيفة من خلال عدد كبير لحلقات المسلسلات.

■ درجة حرص الأسر العربية على التعرض الانتقائي للمنصات الرقمية

ورضاهم عن المضامين الدرامية المقدمة بها

جدول (٦) مدى حرص الأسر على التعرض للمنصات الرقمية ورضاها عن المضامين الدرامية بها

مدى الحرص على التعرض لمضامين المنصات	التكرار ن= (٢٨٠)	النسبة المئوية	مدى الرضا عن المضامين الدرامية	التكرار ن= (٢٨٠)	النسبة المئوية
حريص	٢٦١	٩٣,٢%	راضي	١٦٨	٦٠%
إلى حد ما	١٥	٥,٤%	إلى حد ما	٥٠	١٧,٩%
نادرًا ما أتابعها	٤	١,٤%	غير راضي	٦٢	٢٢,١%

- يوضح جدول (٦)/مدى حرص الأسر العربية على التعرض لمضامين المنصات الرقمية، حيث جاء بالمقام الأول (٩٣,٢%) بدرجة حريص، يليه إلى حد ما (٥,٤%)، وأخيراً نادر

المتابعة (٤, ١%)، ومن ناحية أخرى ظهر رضا الأسر العربية عن المضامين الدرامية، من خلال (٦٠%) بدرجة راضي، وجاء أصحاب الرضا إلى حد ما (٩, ١٧%)، مقابل الغير راضين عن المضامين المقدمة بنسبة (٢٢, ١%).

❖ وتؤكد هذه النتيجة درجة الحرص الكبير لتعرض الأسر العربية للمنصات الرقمية، ورضاهم عن المضامين الدرامية من خلالها، ما ذهبت به الدراسة في نسبة التعرض الانتقائي الكبيرة لأفراد الأسرة للمضامين الدرامية، بالإضافة للمستوى العالي لمشاهدتهم للنشطة للمسلسلات، ويتفق ذلك مع (العدواني، الأكثر، ٢٠٢٢م)، (تومي، ٢٠٢٢م)، (ابو السعود، ٢٠٢١)، (عبدالجليل، ٢٠١٥م)، حول زيادة الحرص على التعرض لمضامين المنصات الرقمية.

■ الفائدة المدركة من التعرض للمسلسلات الدرامية عبر المنصات الرقمية

جدول (٧) الفائدة المدركة من المسلسلات الدرامية عبر المنصات الرقمية

درجة الفائدة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	ضعيفة	متوسطة	عالية	الفائدة المدركة من التعرض للمسلسلات الدرامية عبر المنصات الرقمية
عالية	٠,٨٥	١,٧١	٣١ ١٢,٨ %	٨٨ ٢٧,٥ %	١٦١ ٥٩,٧ %	ك القدرة على منح المشاهد الشعور بالمتعة والترفيه
عالية	٠,٨٦	١,٥٩	٥٠ ١٧,٩ %	٧٩ ٢٨,٢ %	١٥١ ٥٣,٩ %	ك المسلسلات الدرامية تساهم في حل المشكلات الاجتماعية للجمهور
متوسطة	١,٠٣	١,٢٦	٥٥ ١٩,٦ %	١٥٠ ٥٣,٦ %	٧٥ ٢٦,٨ %	ك أتوافق مع ما تقدمه المنصات الرقمية باعتبارها مستحدثاً جديداً بالمجتمع
متوسطة	١,٠٥	١,١٢	٧٠ ٢٥ %	١٤٠ ٥٠ %	٧٠ ٢٥ %	ك يساعد على اكتساب سلوكيات إيجابية من مضامين المسلسلات
متوسطة	١,٠٥	١,١٠	٦٨ ٢٤,٣ %	١٤٢ ٥٠,٧ %	٧٠ ٢٥ %	ك الإطلاع على الثقافات الأخرى وتبني ثقافة الاختلاف وقبول الآخر
المتوسط العام (١,٣٦) / بدرجة (متوسطة)						

■ يعكس جدول (٧) / درجة الفائدة المدركة للأسر العربية من التعرض للمسلسلات الدرامية عبر المنصات الرقمية، فجاءت متوسطة بمتوسط (١,٣٦)، وتحققت الفائدة في/الشعور بالمتعة والترفيه، وحل المشكلات الاجتماعية للجمهور، والتوافق مع ما تقدمه المنصات الرقمية باعتبارها مستحدثاً جديداً بالمجتمع، اكتساب سلوكيات إيجابية من مضامين المسلسلات، والإطلاع على الثقافات الأخرى.

وجاء تنوع الفائدة المدركة لدى أفراد الأسر العربية نتيجة لتعرضهم الانتقائي المرتفع لمضامين بعضها بعكس الوسائل التقليدية التي تفرض مضامينها على المشاهدين، من هنا وجد المشاهد مساحة مختلفة وجذابة تحقق ما لم توفره القنوات التلفزيونية، كحرية المشاهدة وإثراء التعددية بين مختلف أنواع الأعمال الدرامية، فظهر شكل جديد للدراما يعتمد على انتقائية التعرض.

البعد الثاني/ما يتعلق بالمشاهدة الشرهة لدراما المنصات الرقمية:

■ تأثيرات مستوى المشاهدة الشرهة للمسلسلات الدرامية عبر المنصات الرقمية

جدول(٣) مستوى المشاهدة الشرهة للمسلسلات الدرامية عبر المنصات الرقمية

درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	تأثيرات مستوى المشاهدة الشرهة للمسلسلات الدرامية عبر المنصات الرقمية	تصنيفها
عالية	٠,٩٤	١,٨٤	طول فترة المشاهدة يؤدي للوحدة والعزلة الاجتماعية	سلبية/بمتوسط (١,٧٤) بدرجة (عالية)
عالية	٠,٩٨	١,٧٧	التعب وقلة النوم نتيجة طول فترة المشاهدة	
عالية	٠,٨٩	١,٦٢	الإفراط في مشاهدة المضامين الدرامية يزيد من الاحساس بالإحباط	
عالية	٠,٨٩	١,٨١	المشاهدة المتسلسلة تزيد احساسنا بالسعادة والمتعة	إيجابية/بمتوسط (١,٥٨) بدرجة (عالية)
عالية	٠,٩٢	١,٦٢	الحرص على متابعة الحلقات التالية يحسن مزاجي الشخصي والعام	
متوسطة	٠,٩٣	١,٣٢	المشاهدة بنهم للمسلسلات تعزز مشاعر الرضا	
بدرجة (عالية)			المتوسط الحسابي العام (١,٦٦)	

- وبالجدول(٣)/يتضح المتوسط العام وبدرجة عالية(١,٦٦) لمستويات المشاهدة الشرهة لدى الأسر العربية للمسلسلات الدرامية بالمنصات الرقمية، فجاءت تأثيرات المشاهد الشرهة السلبية بمتوسط(١,٧٤)، أعلى من الإيجابية التي جاءت بمتوسط(١,٥٨) وتحققت تأثيرات مستويات المشاهدة الشرهة السلبية في/الوحدة والعزلة الاجتماعية، والتعب وقلة النوم، والاحساس بالإحباط، بينما تمثلت المستويات الإيجابية بمشاهدتهم الشرهة في/الإحساس بالسعادة والمتعة، وتحسن المزاج الشخصي والعام، وتعزز مشاعر الرضا.

❖ **وبتفسير النتائج** يتضح إدراك المشاهدين لخطورة المشاهدة الشرهة بالرغم من قيامهم بها، مما يدل على أن الانفعالات الإيجابية التي تنتج عن المشاهدة الشرهة لها تأثير قصير المدى على المشاهدين، ولكن يظل إدراكهم لسلبية وخطورة المشاهدة الشرهة على أنفسهم، ومنها الوحدة والعزلة الاجتماعية، والتعب وقلة النوم، وزيادة الإحساس بالإحباط.

- وتتفق مع (Rahman&arif, ٢٠٢١)، (Starosta&lzydorczyk, 2020) بالتأثيرات السلبية للمشاهدة الشرهة كارتباط المشاهدة بظاهرة الإدمان السلوكي وعدم القدرة بالتحكم بالمشاهدة، وأرجع (Anozie, 2020)، و (Dixit.et.al, 2020)، و (Pattison و et.al, 2018) الإحساس بالذنب، والندم المتوقع، واضطراب النوم، والتغيب عن العمل، والخلافات وصراع الأفكار، نتيجة التأثيرات السلبية للمشاهدة الشرهة، وأثبت (عبدالعظيم، ٢٠١٧) وجود علاقة بين المشاهدة الشرهة والاكتئاب، وأوضح (Stephen, ٢٠١٦) أن زيادة فترات المشاهدة، وزيادة عدد الساعات خلال كل فترة، تؤدي لزيادة استغراق الجمهور في المشاهدة، وفي المقابل **اختلفت** ورؤية (Jenner, M. 2014) بأن المشاهدة الشرهة تتيح للمستخدمين مشاركة الثقافة بطرق تؤثر على منتجي المحتوى، فيتم إحياء عروض وبرامج التلفزيون التقليدي بناءً على رغبة محبي المشاهدة الشرهة، ويُنظر لمشاهدي تلفزيون الإنترنت من خلال المنصات الرقمية كمستخدمين يبحثون بشكل عام عن محتويات حديثة ومتجددة.

دوافع وأسباب المشاهدة الشرهة للمسلسلات الدرامية بالمنصات الرقمية

جدول (٤) دوافع وأسباب المشاهدة الشرهة للمسلسلات الدرامية عبر المنصات الرقمية

درجة الموافقة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	دوافع وأسباب المشاهدة الشرهة للمسلسلات الدرامية بالمنصات الرقمية	المتوسط الحسابي ودرجة الموافقة لكل نوع
موافق	١,٧٨	٠,٧٥	الرغبة بمشاهدة جميع الحلقات	دوافع المشاهدة بمتوسط (١,٦٣) بدرجة (موافق)
موافق	١,٧٧	٠,٧٣	المشاهدة عبر المنصات يحقق السعادة والاسترخاء	
موافق	١,٧٥	٠,٨٥	التفاعلية وإتاحة المضامين طوال الوقت	
موافق	١,٤٢	٠,٩٢	الهروب من الواقع وقضاء وقت الفراغ/ التسلية والترفيه	
موافق	١,٤١	٠,٩٢	الاندماج ومواكبة التكنولوجيا الحديثة	
موافق	١,٧٦	٠,٩٨	تفعيل خاصية التشغيل التلقائي للحلقة التالية	أسباب المشاهدة بمتوسط (١,٣٧) بدرجة (إلى حد ما)
إلى حد ما	١,٣٨	١,٠٤	التحكم بانتقائية المشاهدة حسب الرغبة	
إلى حد ما	١,٣٤	١,٠٢	عدم الانقطاع الإيجابي بالإعلانات	
إلى حد ما	١,٢٥	١,٠٢	الإثارة والتشويق والرغبة بمشاهدة المسلسلات بجودة عالية	
إلى حد ما	١,١٢	١,١٥	السرعة والتنظيم وسهولة الاستخدام	

- قدم الجدول (٤) /المتوسط العام/لدوافع المشاهدة الشرهة للمسلسلات الدرامية بالمنصات الرقمية بدرجة (موافق) وبمتوسط (١,٦٣)، وتمثلت أهم الدوافع في/الرغبة بمشاهدة جميع الحلقات، وتحقيق السعادة والاسترخاء، وإتاحة المضامين طوال الوقت، وجاءت/أسباب المشاهدة الشرهة بدرجة (إلى حد ما)، بمتوسط (١,٣٧)، وتمثلت أهمها في/تفعيل خاصية التشغيل التلقائي للحلقة التالية، والتحكم بانتقائية المشاهدة حسب الرغبة، وعدم الانقطاع الإيجابي بالإعلانات.

- وبتفسير دوافع وأسباب التعرض للانتقائي والشرهة من الجدول السابق (٤) جاء تفعيل خاصية التشغيل التلقائي للحلقة التالية، حيث يجعل المشاهد يستغرق بالمشاهدة دون أن يشعر بالوقت، ولا بعدد الحلقات التي يشاهدها، واتفقت الدراسة

مع (تومي، ٢٠٢٢م)، و(Alexander.et.al,2021)، و(Steiner&Xu,2020) حول دوافع مشاهدة الشرهة من خلال/التسلية والترفيه، التحكم في الوسيلة وعملية التعرض مكانيا وزمانيا، التفاعلية، وإتاحة المضامين طوال الوقت، وحادثة المضامين وجاذبيتها، وخلوها من الإعلانات، ودافع المتعة والمتابعة لكل جديد، والشعور بالاسترخاء، والرغبة في الانتهاء من الحلقات، كما اتفقت وتقديم(سامي، ٢٠٢٠م) لأسباب مشاهدة الشرهة بضغط الأصدقاء والأقران، والفراغ، والرغبة في الهروب من الواقع، والمضمون الجذاب، واتفقت مع،(Dixit.et.al,2020)، و(Anozie,2018)، حيث أكدوا أسباب مشاهدة الشرهة في تمضية الوقت، والهروب من الملل.

■ نوعية القضايا والمضامين الدرامية التي تشاهدها الأسر العربية بشكل شرهة عبر المنصات الرقمية المفضلة لديهم

جدول (٥) نوعية القضايا والمضامين الدرامية التي تفضلها الأسر العربية عبر المنصات الرقمية

نوعية القضايا بالمسلسلات ن=٢٨٠)متعدد الاختيار	ك	%	نوعية المضامين بالمسلسلات ن=٢٨٠)متعدد الاختيار	ك	%
اجتماعية	٢٥٠	٨٩,٣ %	كوميديية	٢٦٠	٩٢,٩ %
وطنية	٢٠٠	٧١,٤ %	رعب-إثارة-عنف	٢٥٠	٨٩,٣ %
أمنية	١٥٦	٥٥,٧ %	تراجيدية	٢٤٠	٨٥,٧ %
سياسية	٢٨	١٠ %	رومانسية	١٠٠	٣٥,٧ %

■ يظهر جدول (٥) نوعية القضايا التي تعرضها المسلسلات الدرامية بالمنصات الرقمية والتي تقبل عليها الأسر العربية، فجاءت القضايا الاجتماعية، بالمقام الأول في اختياراتهم، ثم الوطنية، يليها الأمنية، وأخيراً القضايا السياسية، وحول نوعية المضامين المفضلة في التعرض، جاءت المضامين الكوميديية في الترتيب الأول لاختياراتهم، يليها الرعب-الإثارة-العنف، ثم التراجيدية، وأخيراً الرومانسية، ويعكس هذا التنوع في القضايا والمضامين حجم الحرية للأفراد في انتقائهم للمضامين عبر المنصات الرقمية، وتفضيلهم لها، بدلاً عن المضامين المفروضة عليهم بالوسائل التقليدية.

■ تأثير مشاهدة الشرهة لدراما المنصات الرقمية على متابعة الدراما التلفزيونية

جدول (٨) تأثيرات مشاهدة الشرهة للمسلسلات الدرامية عبر المنصات الرقمية

تأثير مشاهدة الشرهة لدراما المنصات الرقمية على متابعة الدراما التلفزيونية	التكرار/ن=٢٨٠	النسبة المئوية
أثرت بشكل كبير	١٥٥	٥٥,٤ %
أثرت إلى حد ما	١٠٠	٣٥,٧ %
لم تؤثر على الإطلاق	٢٥	٨,٩ %

- يوضح جدول (٨)/حجم تأثير المشاهدة الشرهة لدراما المنصات الرقمية على متابعة الدراما التلفزيونية حيث يرى (٤, ٥٥%) من الأسر العربية ان التأثير كبير، ويرى (٧, ٣٥%) منهم ان التأثير متوسط إلى حد ما، مقابل (٩, ٨%) منهم لا يجد تأثير على الإطلاق، وقد يفسر ذلك في ضوء تنوع المضمون الدرامي وانفتاحه بالمنصات الرقمية مقابل قلة الإنتاج الدرامي وضعفه من جهة، وفرض المضامين على المتلقي من جهة أخرى بقنوات التلفزيون التقليدية.

❖ وبناءً على ما تقدم يتأكد أن الفائدة المدركة لأفراد الأسرة نتيجة تعرضهم للانتقائي، أدى لإقبالهم على الدراما الرقمية، أكثر من الدراما المفروضة من القنوات التلفزيونية، حيث اتفقت مع (كتاكت، ٢٠٢٢م) في إثبات الفرضية الرئيسة للمزاج العام التي أكدت على أن الوسائل الجديدة التفاعلية، لها القدرة على تحسين المزاج العام أكثر من الوسائل التقليدية، واتفقت مع (البدوي، وعطية، ٢٠٢٠م) بانخفاض كثافة مشاهدة المسلسلات التلفزيونية بالقنوات التقليدية مقابل ارتفاع مقياس المشاهدة الشرهة للمسلسلات عبر المنصات لدى الجمهور على اختلاف مستوياتهم الاقتصادية والاجتماعية والتعليمية، واختلقت مع (الكناني، والعكيلي، 2019م)، بتأكيدهم بأن المضامين الإعلامية المختلفة التقليدية والإلكترونية كلاهما يقوم بدور مؤثر بإدارة الحالة المزاجية للجمهور، واختلقت مع (Merikivi, et. al, 2019)، في التأثير الكبير للمضامين التلفزيونية على الجمهور.

البعد الثالث/ ما يتعلق بأبعاد المزاج العام وتشكيل الحالة المزاجية للأسر العربية:

■ أبعاد المزاج العام

جدول (٩) أبعاد المزاج العام للأسر العربية

درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	أبعاد المزاج العام	المتوسط الحسابي ودرجة الموافقة لكل بُعد
موافق	٠,٩٢	١,٩٠	تفاعل مع المضامين الدرامية التي تؤثر إيجابياً على	استثارة المحتوى
موافق	٠,٨٨	١,٨٤	لا تفاعل مع المضامين الدرامية التي تؤثر سلبياً على	بمتوسط (١,٨٧) / بدرجة (موافق)
موافق	٠,٨٩	١,٨٦	أدرك المضمون الإيجابي بالمسلسلات وفقاً لمزاجي	إمكانية الاستيعاب
موافق	١,٠٩	١,٧٤	أدرك المضمون السلبي بالمسلسلات المتوافقة مع	بمتوسط (١,٨٠) / بدرجة (موافق)
موافق	١,٠٢	١,٦٦	أصحاب الحالة المزاجية السلبية يتجنبون المحتوى	التقارب الدلالي
موافق	١,٠٢	١,٦٦	أصحاب المزاج الإيجابي يتعرضون للمحتوى الممتع	بمتوسط (١,٦٦) / بدرجة (موافق)
موافق	١,٠٩	١,٦٤	المضمون الإيجابي الممتع بالمسلسلات أكثر فاعلية	تكافؤ المتعة/ بمتوسط
غير	١,٩٤	٠,٨٢	التعرض للمحتوى الكوميدي يزداد لدى أصحاب	(١,٢٣) / بدرجة (إلى حد ما)
بدرجة (موافق)			المتوسط الحسابي العام (١,٦٤)	

- ووفقاً لجدول (٩) جاء المتوسط العام (١,٦٤) بدرجة موافق لكافة أبعاد المزاج العام للأسر العربية، حيث جاءت موافقة الأسر على بُعد/"استثارة المحتوى" بالمقام الأول بمتوسط (١,٨٧)، من خلال التفاعل مع المضامين الإيجابية وعدم التفاعل مع السلبية، مما يؤثر على حالتهم المزاجية، يليه بُعد/"إمكانية الاستيعاب" بمتوسط (١,٨٠)، من خلال إدراك

المضمون الإيجابي والسلبي وفقاً للحالة المزاجية، ثم بُعد/"التقارب الدلالي" بمتوسط (١,٦٦)، من خلال تجنب أو تعرض الجمهور للمحتوى وفقاً لحالتهم المزاجية، وأخيراً بُعد/"تكافؤ المتعة" بمتوسط (١,٢٣)، من خلال التعرض للمضامين الإيجابية والكوميديّة لتعزيز المزاج الإيجابي وتحسين المزاج السيئ للجمهور، واتفقت مع (ندا، ٢٠١٠م) بتأثير وسائل الإعلام على المزاج العام للجمهور، بما يتماشى مع المحتوى المقدم، وايضاً مع (Francesca, 2008) بأن الأفراد الذين يتعرضون للوسائل التي تبعث على المرح يميلوا لتدعيم المرح أكثر من الذين لم يتعرضوا، و*اختلفت* مع ما أشار به (Zillmann, 2000) بأن التعرض الانتقائي لمحتوى إعلامي يرتبط بطبيعة الحالة المزاجية؛ فالتعرض للكوميديا يزداد لدى الأشخاص ذوي المزاج السيء، ويقف لدى ذوي المزاج الطبيعي.

تشكيل الحالة المزاجية للأسر العربية

جدول (١٠) الحالة المزاجية الإيجابية والسلبية للأسر العربية بمتوسط عام (١,٦٧) بدرجة عالية

درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الحالة المزاجية الإيجابية بمتوسط حسابي (١,٧٦) بدرجة عالية	المتوسط الحسابي ودرجة الموافقة لكل حالة
عالية	٠,٩١	١,٩٢	أحرص على التعرض للمضامين الدرامية التي تشعرني	السعادة بمتوسط (١,٩٠) / بدرجة
عالية	٠,٩٤	١,٨٨	التعرض للمحتوى الكوميدي يزيد سعادتي ويحسن مزاجي	التفاؤل والأمل بمتوسط (١,٨٣) / بدرجة
عالية	١,٠٢	١,٨٤	يتملكني الإحساس بالتفاؤل والأمل عقب مشاهدة النهايات	الراحة بمتوسط (١,٦٨) / بدرجة
عالية	٠,٩٩	١,٨٢	أشعر بالأمل والتفاؤل إذا تشابهت المضامين الدرامية مع	الرضا بمتوسط (١,٦٢) / بدرجة
عالية	٠,٩٤	١,٧١	المضمون الإيجابي الممتع بالمسلسلات أكثر راحة لإنهاء	الحزن والقلق بمتوسط (١,١٤) / بدرجة
عالية	٠,٩٤	١,٦٤	أشعر بالراحة عقب مشاهدة كامل حلقات المسلسل بالمنصة	
عالية	٠,٩٣	١,٧٢	أشعر بالرضا عن الأعمال الدرامية المقدمة بالمنصات	
عالية	١,٠٩	١,٥٢	أحرص علي متابعة المسلسلات المتوافقة مع رضا الجمهور	
درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الحالة المزاجية السلبية بمتوسط حسابي (١,٥٧) بدرجة عالية	المتوسط الحسابي ودرجة الموافقة لكل حالة
عالية	٠,٩٥	١,٩٨	يتملكني الإحساس بالإحباط والسخط عقب مشاهدة النهايات	الإحباط بمتوسط (١,٩٧) / بدرجة
عالية	٠,٨٩	١,٩٦	أشعر بالإحباط إذا انتهى المسلسل عكس توقعاتي الشخصية	الخوف وعدم الارتياح بمتوسط (١,٦٦) / بدرجة
عالية	٠,٧٦	١,٦٦	المضامين العنيفة بالمسلسلات تشعرني بالخوف وتزيد	عدم الرضا بمتوسط (١,٥٥) / بدرجة
عالية	٠,٧٦	١,٦٥	أشعر بعدم الارتياح عقب انتهاء المسلسل بشكل غير متوقع	الحزن والقلق بمتوسط (١,١٤) / بدرجة
عالية	٠,٧٧	١,٦٢	أشعر بعدم الرضا عن الأعمال الدرامية المقدمة بالمنصات	
عالية	١,١٢	١,٤٧	لا أحرص بمتابعة المسلسلات التي لا تتوافق مع رضا	
متوسطة	١,٠٥	١,١٦	أحرص على التعرض للمضامين الدرامية المتوافقة مع	
متوسطة	١,٠٩	١,١٢	التعرض للمحتوى السلبي يزيد قلقي ومزاجي السيء	

- يبين جدول (١٠) / أن المتوسط العام للحالة المزاجية لأفراد الأسر العربية (١,٦٧) وبدرجة عالية، حيث جاء المتوسط الحسابي للحالة المزاجية الإيجابية (١,٧٦) أعلى من متوسط الحالة المزاجية السلبية (١,٥٧).

- وتمثلت الحالة المزاجية الإيجابية في المقام الأول لحالة السعادة بمتوسط (١,٩٠)، من خلال التعرض للمضامين الدرامية والمحتوى الكوميدي لزيادة السعادة وتغيير المزاج السيئ، يليها التفاؤل والأمل بمتوسط (١,٨٣)، من خلال الإحساس بالتفاؤل والشعور بالأمل من مشاهدة النهايات السعيدة، وتشابه المضامين مع الحياة الشخصية، ثم حالة الراحة بمتوسط (١,٦٨)، من خلال الشعور بالراحة من المضامين الإيجابية الممتعة وعقب مشاهدة كامل الحلقات، وأخيراً حالة الرضا بمتوسط (١,٦٢) من خلال الشعور بالرضا عن الأعمال الدرامية والحرص على متابعتها بالمنصات الرقمية.
- بينما تمثلت الحالة المزاجية السلبية في المقام الأول بحالة الإحباط بمتوسط (١,٩٧)، من خلال الشعور بالإحباط عقب النهايات الحزينة، وانتهاء المسلسل عكس التوقعات، يليها حالة الخوف وعدم الارتياح بمتوسط (١,٦٦) من خلال مشاهدة المضامين العنيفة التي تزيد المشاعر السلبية، والشعور بعدم الارتياح عقب النهايات غير المتوقعة، ثم حالة عدم الرضا بمتوسط (١,٥٥)، من خلال الشعور بعدم الرضا عن الأعمال الدرامية بالمنصات الرقمية، وعدم الرغبة بمتابعة المسلسلات التي لا تتوافق ورضا الجمهور، وأخيراً حالة الحزن والقلق بمتوسط (١,١٤) من خلال متابعة المضامين المتوافقة مع حزني، والمحتوى السلبي يزيد قلقي ومزاجي السيئ.
- **اتفقت الدراسة مع (أبو العز، ٢٠٢٢م) بارتباط المتقائلين إيجابياً بالمزاج الجيد، ومع (يونس، ٢٠١٢م)، و(عبد السلام، ٢٠١٢م)، و(Nicholas&Ron, 2012) حيث أجمعوا على أن المزاج العام ينتاب الشخص فتره من الزمن ويعاوده بين حين وآخر، ولا يظهر في كل الأوقات، وتظهر على شكل سعادة أو حزن، واختلقت مع (Alexandra, Buaenz, 2022)، بأن الحالة المزاجية لمستخدمي المواقع الإلكترونية مكتئبة ومحبطة ومرهقة، فحققت موضوعات الاكتئاب أكثر الصفحات زيارة للمستخدمين، وهذا ما أكدته به (محرم، ٢٠٢١م)، و(عبد الحميد، ٢٠٢٠م)، بارتفاع نسبة الموافقة الشديدة على عبارات التمييز الدلالي التي تحمل مزاجاً سيئاً لدى الجمهور صاحب المزاج السلبي، ومع (Sela, & Anghelcev, 2013) حيث أكد أن المزاج السلبي يجعل الفرد يعتقد أنه أكثر عرضه للخطر.**

المحور الثاني/اختبار فروض الدراسة:

الفرض الأول/توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الأسر العربية من خلال متغيراتهم الديموغرافية (النوع/التعليم/العمر/المستوى الاجتماعي الاقتصادي)، في تعرضهم الانتقائي للمسلسلات الدرامية بالمنصات الرقمية، وتم تقسيم الفرض إلى:

أ/الفروق بين الأسر وفقاً للنوع والعمر) في التعرض الانتقائي:

ولاختبار صحة هذا الفرض تم استخدام اختبار T.test، وحساب المتوسطات والانحرافات المعيارية، لدراسة علاقة تعرض الأسر العربية الانتقائي للمسلسلات الدرامية بالمنصات الرقمية، وبين العناصر الديموغرافية لهم (النوع/العمر)

جدول (١١) علاقة التعرض الانتقائي للمسلسلات الدرامية بالمنصات الرقمية بالنوع والعمر

المتغير المستقل	المتغير التابع ياجمالي (٢٨٠)		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة(ت) T.test	درجات الحرية	مستوى الدلالة
التعرض الانتقائي للمسلسلات الدرامية بالمناصت الرقمية	النوع	ذكور/١٤٥ اناث/١٣٥	١,٨٤ ١,٨١	0.65 0.65	0.299	278	٠,١٥ غير دالة
	العمر	الوالدين/١٢٠ الأبناء/١٦٠	1.72 1.91	1.79 1.85	0.677	278	*٠,٠٤٣ دالة

- يوضح جدول (١١):/عدم وجود فروق بين الذكور والإناث في تعرضهم الانتقائي للمسلسلات الدرامية بالمنصات الرقمية، حيث جاءت قيمة **T.test** (٠,٢٩٩)، بمستوى دلالة (٠,١٥)، وهي أكبر/من (٠,٠٥)، من هنا لم تثبت صحة الفرض فيما يتعلق بعلاقة النوع بالتعرض الانتقائي للمسلسلات بالمنصات الرقمية، واتفقت الدراسة مع ما أثبتته (سامي، ٢٠٢٠م) حول اختلاف النوع في حجم مشاهدتهم الشرهة.

- واتضح وجود فروق بين الوالدين والأبناء في تعرضهم الانتقائي للمسلسلات الدرامية بالمنصات الرقمية، وذلك لصالح الأبناء، حيث جاءت قيمة **T.test** (٠,٦٧٧)، بمستوى دلالة (٠,٠٤٣)، أقل/من (٠,٠٥)، من هنا يقبل الفرض في علاقة العمر بالتعرض الانتقائي للمسلسلات عبر المنصات الرقمية، واتفقت مع (عبدالعظيم، ٢٠١٧م) بأن المشاهدة الشرهة أكثر أهمية بين الفئات الأصغر سناً.

ب/الفروق بين الأسر وفقاً للتعليم والمستوى الاجتماعي الاقتصادي في التعرض الانتقائي:

ولاختبار صحة هذا الفرض تم استخدام، تحليل التباين (ANOVA) ONE WAY A **NALYSIS OF VARIANCE**، وحساب المتوسطات والانحرافات المعيارية للمتغيرات، لدراسة علاقة تعرض الأسر العربية الانتقائي للمسلسلات الدرامية بالمنصات الرقمية، وبين العناصر الديموغرافية لهم (التعليم والمستوى الاجتماعي الاقتصادي).

جدول (١٢) علاقة التعرض الانتقائي للمسلسلات بالمنصات الرقمية بالتعليم والمستوى الاجتماعي الاقتصادي

المتغير المستقل	المتغير التابع ياجمالي (٢٨٠)		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة(ف) ANOVA	درجات الحرية للمجموعات	مستوى الدلالة
التعرض الانتقائي للمسلسلات الدرامية بالمناصت الرقمية	التعليم	- أقل من المتوسط/٥٧ - متوسط/١٠٨ - جامعي/١١٥	١,٥٢ ١,٧٨ ١,٨٠	0.65 0.85 0.83	٢٧٥.٢	2 278	*٠,٠٣٨ دالة
	المستوى الاجتماعي الاقتصادي	- منخفض/٥٤ - متوسط/١٣٦ - عالي/٩٠	1.51 1.92 1.89	0.79 0.65 0.72	٩٨٥.٠	2 278	٠,١٢٣ غير دالة

- يوضح جدول (١٢):/وجود فروق بين المستويات التعليمية لأفراد الأسرة العربية في تعرضهم الانتقائي للمسلسلات الدرامية بالمنصات الرقمية، حيث جاءت قيمة(ف) (٢,٢٧٥)، بمستوى دلالة (٠,٠٣٨)، أقل/من (٠,٠٥)، من هنا يقبل الفرض فيما

يتعلق بعلاقة التعليم، والتعرض الانتقائي للسلسلات عبر المنصات الرقمية، وأظهر استخدام الاختبارات البعدية (شيفيه Chafee) أن الفروق جاءت لصالح التعليم الجامعي.

- وظهر أيضاً عدم وجود فروق بين المستويات الاجتماعية الاقتصادية للأسر العربية في تعرضهم الانتقائي للسلسلات الدرامية بالمنصات الرقمية، حيث جاءت قيمة (ف) (٠,٩٨٥)، بمستوى دلالة (٠,١٢٣)، وهي أكبر من (٠,٠٥)، من هنا لا يقبل الفرض في علاقة المستوى الاجتماعي الاقتصادي بالتعرض الانتقائي للسلسلات الدرامية عبر المنصات الرقمية، واختلفت النتائج مع (البدوي، وعطية، ٢٠٢٠م) بارتفاع مقياس المشاهدة الشرفة للسلسلات عبر نتفليكس لدى الجمهور على اختلاف مستوياتهم الاقتصادية والاجتماعية، بينما اتفقت معهم في ثبوت العلاقة بالمستويات التعليمية.

- نخلص من الجدولين السابقين (١١-١٢) قبول الفرض جزئياً فيما يخص الفروق بين الأسر العربية بمتغيرات (العمر/ والتعليم)، في تعرضهم الانتقائي للسلسلات الدرامية بالمنصات الرقمية، وعدم قبوله بمتغيرات (النوع/ والمستوى الاجتماعي الاقتصادي).

الفرض الثاني/ هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تعرض الأسر العربية الانتقائي للسلسلات الدرامية بالمنصات الرقمية، ودرجة الفائدة المدركة منها.

ولاختبار صحة هذا الفرض تم استخدام معامل ارتباط بيرسون لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين الأول التعرض الانتقائي للسلسلات الدرامية بالمنصات الرقمية لدى الأسر العربية، والثاني درجة الفائدة المدركة.

جدول (١٣) علاقة التعرض الانتقائي للسلسلات الدرامية والفائدة المدركة منها

من السلسلات الدرامية بالمنصات الرقمية			الفائدة المدركة
الدلالة	مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	
دالة	*٠,٠٠٠	*٠,٣٢٤	التعرض الانتقائي للسلسلات الدرامية بالمنصات الرقمية

يبين جدول/ (١٣):

- وجود علاقة بين التعرض الانتقائي للسلسلات الدرامية بالمنصات الرقمية للأسر العربية، ودرجة الفائدة المدركة منها، حيث جاء معامل الارتباط (٠,٣٢٤)، بمستوى معنوية (٠,٠٠٠)، من هنا يقبل الفرض في علاقة التعرض الانتقائي للسلسلات بالمنصات الرقمية ودرجة الفائدة المدركة، وهذا يتفق مع (عبدالحميد، ٢٠٢٠م) بوجود ارتباط بين التعرض لتغطية أزمة فيروس كورونا بالمواقع الإخبارية، والفائدة المدركة ودرجة رضا الجمهور عن الأداء الحكومي.

الفرض الثالث/ توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى المشاهدة الشرفة للسلسلات الدرامية بالمنصات الرقمية، ودرجة رضا الأسر العربية عن مضمين السلسلات.

ولاختبار صحة هذا الفرض تم استخدام معامل ارتباط بيرسون لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين الأول مستوى المشاهدة الشرهة للمسلسلات الدرامية بالمنصات الرقمية لدى الأسر العربية، والثاني درجة الرضا عنها.

جدول (١٤) علاقة المشاهدة الشرهة للمسلسلات الدرامية ودرجة الرضا عن مضامينها

للأسر العربية عن مضامين المسلسلات					درجة الرضا المشاهدة الشرهة
الدلالة	مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	المتوسط العام للرضا	متوسط المشاهد الشرهة	
دالة	*٠,٠٠٠	*٠,٣٣٤	١,٣٦	١,٦٦	المشاهدة الشرهة للمسلسلات الدرامية بالمنصات الرقمية

يوضح جدول/ (١٤):

وجود علاقة بين مستوى المشاهدة الشرهة للمسلسلات الدرامية بالمنصات الرقمية لدى الأسر العربية، ودرجة الرضا لديهم، حيث جاء معامل الارتباط (٠,٣٣٤)، بمستوى معنوية (٠,٠٠٠)، من هنا يقبل الفرض في علاقة مستوى المشاهدة الشرهة للمسلسلات، ودرجة الرضا عنها وهذا يتفق مع (Anozie, 2020)، و (Ismael.A, 2018) كون المشاهدة الشرهة نشاط إيجابي مَرْضِي يجعل الجمهور يشعر بالتحكم، وأجمعوا على أن المشاهدين لديهم مشاعر متناقضة تجاه المشاهدة الشرهة، وأن الأفراد الأكثر مشاهدة لديهم مستوى أعلى من المشاعر السلبية، كالإحساس بالذنب نتيجة للعزلة عن الآخرين، واختلفت مع (أبوالسعود، ٢٠٢١م) حول الشعور بالرضا السلبي بعد المشاهدة الكثيفة ناتج عن عودتهم للواقع بعد انغماسهم في عالم خيالي.

الفرض الرابع/توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى المشاهدة الشرهة المترتبة على التعرض الانتقائي للمسلسلات الدرامية بالمنصات الرقمية، وتشكيل الحالة المزاجية للأسر العربية.

ولاختبار صحة هذا الفرض تم استخدام معامل ارتباط بيرسون لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين الأول مستوى المشاهدة الشرهة لمسلسلات المنصات الرقمية لدى الأسر العربية، والثاني تشكيل الحالة المزاجية لديهم.

جدول (١٥) علاقة المشاهدة الشرهة للمسلسلات الدرامية وتشكيل الحالة المزاجية

للأسر العربية من المسلسلات الدرامية بالمنصات					المشاهدة الشرهة تشكيل الحالة المزاجية
الدلالة	مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	متوسط الحالة المزاجية	متوسط المشاهدة الشرهة	
دالة	*٠,٠٠٠	*٠,٣١٨	١,٧٦	١,٥٨	الحالة الإيجابية

دالة	*٠,٠٠٠	*٠,٣١١	١,٥٧	١,٧٤	الحالة السلبية
------	--------	--------	------	------	----------------

يظهر جدول (١٥):

- وجود علاقة بين مستوى المشاهدة الشرهة للسلسلات الدرامية بالمنصات الرقمية لدى الأسر العربية، وتشكيل الحالة المزاجية الإيجابية، بمعامل ارتباط (٠,٣١٨)، وبمستوى معنوية (٠,٠٠٠).
- وجود علاقة بين مستوى المشاهدة الشرهة للسلسلات الدرامية بالمنصات الرقمية لدى الأسر العربية، وتشكيل الحالة المزاجية السلبية، بمعامل ارتباط (٠,٣١١)، وبمستوى معنوية (٠,٠٠٠).
- وتؤكد النتائج قبول الفرض فالحالة المزاجية الإيجابية والسلبية تحدد نوع المحتوى الذي يتم التعرض له، وأن التعرض للمضامين الدرامية يؤدي إلى تغيير الحالة المزاجية للأفراد، وتتفق الدراسة مع (Alexandra, 2022)، (أبو العز، ٢٠٢٢م)، (كتاكت، ٢٠٢٢م)، و(محرم، ٢٠٢١م) و(عبدالخالق، ٢٠٢٠م)، و(الكناني، والعكيلي، 2019م)، و(جودة، ومكاوي، 2015م).

ومع (Benjamin, et. al, 2014)، و(Francesca, 2008)، و(Zillmann, 2000) حيث أجمعوا على أن فروض الحالة المزاجية تتلخص في أن التعرض الانتقائي والكثيف للمضامين يرتبط بطبيعة الحالة المزاجية؛ فالتعرض للكوميديا يزداد لدى الأشخاص ذوي المزاج السيء، ويقل لدى ذوي المزاج الطبيعي، وأن التعرض الشرهة يؤثر على الحالة المزاجية الإيجابية والسلبية، بينما اختلفت مع (عبدالحميد، ٢٠٢٠م)، (Tefertile & Maxwell, 2018) لعدم وجود ارتباط بين التعرض لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة والحالة المزاجية للجمهور

الفرض الخامس/توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الأسر العربية بمتغيراتهم الديموغرافية (النوع/التعليم/العمر/المستوى الاجتماعي الاقتصادي)، في أبعاد مزاجهم العام المترتب على المشاهدة الشرهة للسلسلات الدرامية بالمنصات الرقمية، وتم تقسيم الفرض إلى:

أ/الفروق بين الأسر وفقاً للنوع والعمر) في أبعاد مزاجهم العام:

ولاختبار صحة هذا الفرض تم استخدام اختبار T.test، وحساب المتوسطات والانحرافات المعيارية، لدراسة علاقة أبعاد المزاج العام المترتب على مشاهدة الأسرة الشرهة للسلسلات الدرامية بالمنصات الرقمية، وبين العناصر الديموغرافية لهم(النوع والعمر)

جدول (١٦) علاقة المزاج العام المترتب على المشاهدة الشرهة للسلسلات بالنوع والعمر

المتغير المستقل	المتغير التابع بيجمالي (٢٨٠)		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ت) T.test	درجات الحرية	مستوى الدلالة
أبعاد المزاج العام المترتب على المشاهدة الشرهة للسلسلات الدرامية	النوع	ذكور/١٤٥ إناث/١٣٥	١,٧١ ١,٨٢	0.65 0.76	9٨0.2	278	*٠,٠٣٥ دالة
	العمر	الوالدين/١٢٠ الأبناء/١٦٠	1.84 1.76	1.79 1.85	٦٧0.6	278	*٠,٠٤١ دالة

- يتضح من جدول (١٦)/وجود فروق بين الذكور والإناث في أبعاد المزاج العام المترتب على مشاهدة الأسرة الشرهة للمسلسلات الدرامية بالمنصات الرقمية، وذلك لصالح الإناث حيث جاءت قيمة T.test (٠,٢٨٩)، بمستوى دلالة (٠,٠٣٥)، وهي أقل من (٠,٠٥).
 - واتضح وجود فروق بين الوالدين والأبناء في تعرضهم الانتقائي للمسلسلات الدرامية بالمنصات الرقمية، وذلك لصالح الوالدين، حيث جاءت قيمة T.test (٠,٦٦٧)، بمستوى دلالة (٠,٠٤١)، وهي أقل من (٠,٠٥).
 - من هنا يقبل الفرض في علاقة (النوع/العمر) بأبعاد المزاج العام المترتب على مشاهدة الشرهة للمسلسلات بالمنصات الرقمية.
- ب/الفروق بين الأسر وفقاً للتعليم والمستوى الاجتماعي الاقتصادي في أبعاد مزاجهم العام:

ولاختبار صحة هذا الفرض تم استخدام تحليل التباين (ANOVA) ONE WAY A NALYSIS OF VARIANCE، وحساب المتوسطات والانحرافات المعيارية للمتغيرات، لدراسة علاقة أبعاد المزاج العام المترتب على مشاهدة الأسرة الشرهة للمسلسلات بالمنصات الرقمية، وبين العناصر الديموغرافية لهم (التعليم والمستوى الاجتماعي الاقتصادي).

جدول (١٧) علاقة المزاج العام المترتب على مشاهدة الشرهة للمسلسلات بالتعليم والمستوى الاجتماعي الاقتصادي

المتغير المستقل	المتغير التابع بإجمالي (٢٨٠)	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ف) ANOVA	درجات الحرية للمجموعات	مستوى الدلالة
أبعاد المزاج العام المترتب على مشاهدة الشرهة للمسلسلات الدرامية	التعليم	١,٥٢	0.65	٩٩٥.١	2	*٠,٠٤٣ دالة
	- أقل من المتوسط/٥٧ - متوسط/١٠٨ - جامعي/١١٥	١,٧٨ ١,٨٠	0.85 0.83		278	
المستوى الاجتماعي الاقتصادي	المستوى الاجتماعي الاقتصادي	1.51	0.79	٩٧٩.١	2	*٠,٠٣٩ دالة
	- منخفض/٥٤ - متوسط/١٣٦ - عالي/٩٠	1.69 1.82	0.65 0.72		278	

- يبين جدول (١٧):/وجود فروق بين المستويات التعليمية المختلفة لأفراد الأسرة العربية في أبعاد المزاج العام المترتب على مشاهدة الشرهة للمسلسلات الدرامية، حيث جاءت قيمة (ف) (١,٩٩٥)، بمستوى دلالة (٠,٠٤٣)، أقل من (٠,٠٥)، من هنا يقبل الفرض فيما يتعلق بعلاقة التعليم، بأبعاد المزاج العام المترتب على مشاهدة الشرهة للمسلسلات بالمنصات الرقمية، وأظهرت الاختبارات البعدية (شيفيه Chafee) أن الفروق لصالح التعليم الجامعي.

- **وجود فروق بين المستوى الاجتماعي الاقتصادي للأسر العربية في أبعاد المزاج العام المترتب على المشاهدة الشرهة للسلسلات الدرامية، حيث جاءت قيمة (ف) (١,٩٧٩)، بمستوى دلالة (٠,٠٣٩)، أقل من (٠,٠٥)، من هنا يقبل الفرض فيما يتعلق بعلاقة المستوى الاجتماعي الاقتصادي، بأبعاد المزاج العام المترتب على المشاهدة الشرهة للسلسلات بالمنصات الرقمية، وأظهرت الاختبارات البعدية (شيفيه Chafee) أن الفروق جاءت لصالح المستوى الاجتماعي الاقتصادي المرتفع.**
- **وتؤكد النتائج للجدولين (١٦-١٧) أن شرهة المشاهدة لجميع أفراد الأسرة العربية ساعدت في ثبوت علاقة أبعاد المزاج العام وخصائصهم الديموغرافية، حيث تتفق ونتائج الدراسات السابقة، بأفضلية التعرض الانتقائي في جو أسري بين الزوجين والأبناء طوال الوقت بكل أيام الأسبوع، وأن الحالة المزاجية تحدد نوعية المواد التي يتم التعرض لها، وأن التعرض لنوعيات معينة من الرسائل الاتصالية قد يؤدي إلى تغيير الحالة المزاجية للأفراد.**
- **وتتفق النتائج مع (Alexandra, 2022)، (أبو العز، ٢٠٢٢م)، و (محرم، ٢٠٢١م)، و (عبد الحميد، ٢٠٢٠م) و (عبد الخالق، ٢٠٢٠م)، و (الكناني، والعكيلي، 2019م)، و (Cho & Hur, 2018)، بأن التعرض الكثيف للمضامين السلبية يؤثر سلباً في أبعاد المزاج العام، وأن خصائص الشخصية لها علاقة مع الحالة المزاجية الإيجابية والسلبية، وأيضاً مع ما أشار به (Zillmann, 2000) بوجود فروقاً بين الجنسين لصالح الإناث في تحسين المزاج أو المحافظة عليه، بينما اختلفت مع (كتاكت، ٢٠٢٢م) حيث أثبتت عدم وجود فروق في أبعاد المزاج العام وفقاً للسن، واختلفت أيضاً مع (Francesca, 2008) حيث جاء الذكور أكثر استخداماً لوسائل الإعلام لتقليل الاكتئاب مقارنة بالإناث.**
- **نخلص من الجدولين (١٦-١٧) قبول الفرض بثبوت الفروق بين الأسر العربية بمتغيراتهم (النوع/التعليم/العمر/المستوى الاجتماعي الاقتصادي)، في أبعاد مزاجهم العام المترتب على المشاهدة الشرهة للسلسلات الدرامية بالمنصات الرقمية.**

الخاتمة ومناقشة النتائج:

أظهرت نتائج الدراسة من خلال الاعتماد على مدخلين الأول/التعرض الانتقائي، باختيار الأسر العربية للمضامين الدرامية بالمنصات الرقمية التي تتوافق مع ميولهم واتجاهاتهم، والثاني/نظرية إدارة المزاج العام، من خلال إقبال الأسر وتعرضهم الانتقائي للمضامين الدرامية المفضلة، والمؤدي بهم للمشاهدة الشرهة، فيزيد من احتمالية تعديل مزاجهم وصولاً للمزاج المثالي، وبمراجعة الأدبيات تبين اهتمام العديد من الدراسات بالمشاهدة الشرهة وأسبابها ونتائجها والعوامل التي قد تؤثر على زيادتها، إلا أنه لوحظ قلة الدراسات العربية التي اهتمت بالمشاهدة الشرهة كنمط مستحدث لمشاهدة المنصات الرقمية، فكان دافعاً لإجراء هذه الدراسة للبحث في هذا النمط، من خلال تعرض الأسر العربية طواعية للمضامين الدرامية عبر المنصات الرقمية، والمؤدي لزيادة مشاهدتهم الشرهة، مما انعكس على

مزاجهم للوصول للمزاج الإيجابي، وتم عرض النتائج العامة للدراسة من خلال ثلاث محاور تمثلت في: الأول/التعرض الانتقائي للمضامين الدرامية عبر المنصات الدرامية، والثاني/المشاهدة الشرهة للمضامين الدرامية وتأثيرها على متابعة الدراما التلفزيونية، والثالث/أبعاد المزاج العام وتشكيل الحالة المزاجية للأسر العربية.

وتبين ارتفاع درجة التعرض الانتقائي لدى الأسر العربية للمسلسلات الدرامية بنسبة كبيرة، فأدى لمشاهدتهم الشرهة بجميع أوقات التواجد بالمنزل، بكل أيام الأسبوع وفقاً لأفضلية اختيارهم، حيث أشار معظم أفراد الأسر العربية إلى متابعة ثلاث حلقات فأكثر، لتصل إلى مشاهدة كامل الموسم، وهذا ما اتفقت عليه الدراسات السابقة حول مشاهدة الشرهة في مشاهدة حلقات متتابعة للمسلسل (لثلاث حلقات فأكثر)، الأمر الذي انعكس على متابعة الأسر للدراما التلفزيونية.

وجاء حرص الأسر العربية اليومي في التعرض للمنصات الرقمية، ورضاهم عن المضامين الدرامية من خلالها، وتنوع الفائدة المدركة منها نتيجة التعرض الانتقائي المرتفع للمضامين، بالإضافة للمستوى العالي لمشاهدتهم النشطة للمسلسلات.

وظهرت أهم دوافع المشاهدة الشرهة للمسلسلات الدرامية بالمنصات الرقمية، في الرغبة بمشاهدة جميع الحلقات وتحقيق السعادة والاسترخاء، وتمثلت أهم أسباب المشاهدة في/تفعيل خاصية التشغيل التلقائي للحلقة التالية، ثم التحكم بانتقائية المشاهدة حسب الرغبة، وعدم الانقطاع الإجمالي بالإعلانات، فالفرد الذي يقوم بالمشاهدة الشرهة أكثر رفضاً للإعلانات مقارنة بأصحاب المشاهدة العادية؛ فالإعلانات تنقل المشاهد من العالم الافتراضي إلى الواقعي، وهو ما لا يفضله المشاهد.

واتضح تأثير المسلسلات الدرامية بالمنصات الرقمية على المزاج العام لأفراد الأسرة، بما يتماشى وطبيعة المحتويات المقدمة، وانعكس ذلك بموافقة الأسر العربية على أبعاد المزاج العام نتيجة مشاهدتهم الشرهة للمضامين الدرامية بالمنصات المختلفة، تمثلت في/بُعد استثارة المحتوى، وُبعد إمكانية الاستيعاب، وُبعد التقارب الدلالي، وأخيراً بُعد تكافؤ المتعة.

وارتبطت المشاهدة الشرهة لدى الأسر العربية وبدرجة عالية للمسلسلات الدرامية عبر المنصات الرقمية، بارتفاع درجة التعرض الانتقائي للأسر العربية، وتبين أن مستويات المشاهدة الشرهة السلبية أعلى من الإيجابية، وهذا يدل على خطورة الإسراف بالمشاهدة على جميع أفراد الأسرة، والغريب في الأمر كون العينة من بيئة عربية لكنها لم تشعر بالسعادة عند مشاهدة المضامين المقدمة عبر المنصات الرقمية، وهذا ما عكسته النتائج بارتفاع متوسط الحالة المزاجية السلبية بدرجة كبيرة على مقياس الحالة المزاجية من خلال ارتفاع نسبة الموافقة الشديدة على عبارات التمييز الدلالي التي تحمل مزاجاً سيئاً لدى الأسر، من الشعور بالإحباط وعدم رضا، وخوف وعدم ارتياح، وحزن وقلق، وذلك عقب التعرض بشراهة للمضامين الدرامية المختلفة والمقدمة بالمنصات الرقمية، وحول الفرضيات التي تم الاستناد عليها من خلال الدراسة تبين:

- **ظهور فروق** بين الأسر العربية من خلال متغير (العمر/ والتعليم)، في التعرض الانتقائي للمسلسلات الدرامية بالمنصات الرقمية، ولم تظهر الفروق بينهم ومتغير (النوع/ والمستوى الاجتماعي الاقتصادي).
- وبدلالة الفروق لأفراد الأسر العربية في (العمر والتعليم) تبين أن صغار السن يقبلون على التعرض للمنصات الرقمية أكثر من الكبار، وأن أصحاب المستويات التعليمية العالية أكثر من غيرهم في الإقبال والتعامل مع الوسائل الجديدة.
- في حين لم تتحقق الفروق لدى عينة الدراسة من خلال (النوع والمستويات الاجتماعية الاقتصادية)، فهذا يشير للإقبال الانتقائي من الجنسين على السواء وبغض النظر عن مستوياتهم الاجتماعية الاقتصادية.
- **وتحقت العلاقة** بين التعرض الانتقائي للمسلسلات الدرامية بالمنصات الرقمية للأسر العربية، ودرجة الفائدة المدركة منها، وتأكدت علاقة مستوى المشاهدة الشرهة للمسلسلات الدرامية لدى الأسر العربية، ودرجة الرضا لديهم.
- وهذه النتائج تؤكد الارتباط بين التعرض للمضامين، والفائدة المدركة ودرجة رضا الأسر العربية، والعكس فالجمهور لا يتعرض للمضامين إلا إذا استشعر فائدتها له من جهة، ورضاه عنها من جهة أخرى.
- **وكشفت الدراسة عن وجود علاقة** بين مستوى المشاهدة الشرهة للمسلسلات الدرامية بالمنصات الرقمية لدى الأسر العربية، وتشكيل الحالة المزاجية الإيجابية والسلبية.
- الأمر الذي يؤكد أن الحالة المزاجية تحدد نوع المحتوى الذي يتم التعرض له، وأن التعرض لنوعيات معينة من المضامين الدرامية بالمنصات يؤدي إلى تغيير الحالة المزاجية للأفراد، وأن المشاهدين لديهم مشاعر متناقضة تجاه المشاهدة الشرهة، وأن الأفراد الأكثر مشاهدة لديهم مستوى أعلى من المشاعر السلبية، كالإحساس بالذنب نتيجة للعزلة عن الآخرين.
- **وخرجت الدراسة بثبوت فروق** بين الأسر العربية حول أبعاد المزاج العام المترتب على المشاهدة الشرهة للمسلسلات الدرامية بالمنصات الرقمية، من خلال جميع متغيراتهم الديموغرافية (النوع/ التعليم/ العمر/ المستوى الاجتماعي الاقتصادي).
- حيث اتفق ذلك وأفضلية التعرض الانتقائي في جو أسري بين الزوجين والأبناء طوال الوقت بكل أيام الأسبوع، فالمزاج العام للجمهور يحدد المضامين التي يتم التعرض لها، ويؤدي التعرض لنوعيات معينة من المضامين إلى تغيير الحالة المزاجية للأفراد.
- ❖ نستخلص مما تقدم أهمية إدارة المزاج العام بهذه الدراسة، حيث تبين درجة رضا الأسر العربية، أو سخطها لما هو مقدم لها، وظهر دور المضامين الدرامية والمتنوعة بالمنصات الرقمية في بناء وإدارة الحالة المزاجية للأسر، كما ساعد التعرض الانتقائي لهذه المضامين في بناء وتشكيل تقييمات أو اتجاهات إيجابية وسلبية لديهم، وذلك بناءً

على الفائدة المدركة لهم منها، وبالتالي تأثر المزاج العام السائد فيما بينهم في النهاية، وعليه فالمزاج العام يعتبر مزيجاً معقداً من العمليات الشعورية والمعرفية والحالة النفسية ورد الفعل السلوكي لأفراد الأسرة، مما دفع بالتأثير على الحالة المزاجية العامة لهم عقب تعرضهم الانتقائي لقضايا ومضامين درامية بعينها، وأدى التعرض الشره للمضامين السلبية إلى التأثير سلباً في المزاج العام، وأيضاً التعرض الشره للمضامين الكوميديّة انعكس إيجابياً في تعزيز أو تحسين الحالة المزاجية، وبالحالتين لعبت دراما المنصات الرقمية دوراً في إدارة المزاج العام للأسر العربية نحو المشكلات والموضوعات التي تقدمها لهم.

مقترحات الدراسة: في ضوء النتائج السابقة:

- ◀ يستلزم إجراء دراسات تحليلية للتعرف على محتويات المنصات الرقمية عبر الإنترنت واستراتيجياتها المختلفة للترويج لمضامينها، والخدمات المقدمة عبر هذه المنصات، والخطط البرمجية الجديدة التي تستخدمها، وربطها بتأثيرات مضامين المنصات على المزاج العام للجمهور.
- ◀ ضرورة الاهتمام بمنصات المشاهدة الرقمية عبر الإنترنت والتوسع فيها وخاصة المنصات العربية وذلك لما تمثله من اهتمام لدى جميع أفراد الأسرة كما اثبتته الدراسة من حجم الإقبال عليها، والوقوف على تأثير المشاهدة الشره لهذه المنصات.
- ◀ الاهتمام بإنتاج أعمال درامية عربية قادرة على التصدي لهيمنة الدراما الأجنبية المنتجة من بعض المنصات مثل نتفلكس، نظراً لما يتم بثه من خلالها من مضامين ضد منظومة قيمنا المجتمعية.
- ◀ الاهتمام بالمحتوى الدرامي المقدم عبر إعلامنا المحلي والعمل على دراسة متطلبات الجمهور ومعرفة ما يجذبهم وتقديم ما هو جديد ومختلف وتوعية الجمهور من خطورة بعض المضامين المقدمة عبر المنصات الرقمية.
- ◀ نظراً للإقبال الانتقائي للمنصات الرقمية وزيادة المشاهدة الشره للمسلسلات المقدمة بها، الأمر الذي يتطلب معه تطوير موانيق الشرف الإعلامي بالشكل الذي يتوافق مع الوسائل الإعلامية الحديثة.
- ◀ هناك حاجة ملحة للاهتمام بالنظريات الإعلامية في بحوث الرأي العام مثل نظرية إدارة المزاج العام وغيرها من النظريات المفسرة لعلاقة واتجاه الجمهور بوسائل الاتصال، وخاصة الحديثة منها، كمجال بحثي تقل فيه الدراسات الإعلامية العربية.

مراجع الدراسة:

- (١) عاطف العبد(١٩٩٩م)،مدخل إلى الاتصال والرأي العام،الأسس والنظرية العلمية،ط٣،(القاهرة:دار الفكر العربي).
- (٢) تشارلز رايت(١٩٨٣م)،المنظور الاجتماعي للاتصال الجماهيري،ترجمة،محمد فتحي،ط١(القاهرة:الهيئة المصرية العامة للكتاب).
- (٣) إرادة الجبوري(٢٠٠٩م)،التعرض الانتقائي للمعلومات دراسة في الأدبيات،مجلة الباحث الإعلامي،العدد٧،كلية الاعلام-جامعة بغداد.
- 4) Creeber,Glen.(2011).“It’s not TV,it’s online drama:The return of the intimate screen»,**International Journal of Cultural Studies**,14(6).
- 5) Silvia Knobloch(2003)Mood Adjustment via Mass Communication,**Journal of Communication**,June<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.14602466.2003.tb025>
- (٦) إرادة الجبوري(٢٠٠٩م)، مرجع سابق.
- (٧) قباري إسماعيل(١٩٨٤م)،علم الاجتماع الجماهيري وبناء الاتصال،ط١،(القاهرة:دار المعارف).
- (٨) بدر السلطاني(٢٠١٣م)،مفهوم التعرض،مجلة مركز بابل للدراسات الإنسانية،المجلد٣،العدد(١)،العراق.
- (٩) محمد عبدالقادر(١٩٨٢م)، دور الإعلام في التنمية،سلسلة دراسات،العدد ٣١٤،وزارة الثقافة والإعلام،العراق.
- (١٠) إرادة الجبوري(٢٠٠٩م)، مرجع سابق.
- (١١) مي ابوالسعود(٢٠٢١)،أنماط استخدام المراهقات لدراما المنصات الإلكترونية،مجلة البحوث والدراسات الإعلامية.
- 12) Souraya,El-Badaoui&Basant,Attia(2020)**arab,Media&Society**,Managing,freedom issues in traditional and digital media platforms(Comparative study between,Egyptian&Saudi youth)(Issue30,Summer)<https://www.arabmediasociety.com/archive>
- 13) **Oxford English Dictionary**.(2014).Oxford:Oxford University Press.
<https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/binge-watching>
- (١٤) مي ابوالسعود(٢٠٢١)،مرجع سابق.
- 15) Merikivi,J.Bragge,E.Scornavacca&T.Verhagen.(2019).“Binge-watching serialized video content:A transdisciplinary review.**Television&New Media**.<https://rb.gy/wdsif1>
- 16) Swati,Panda,&Satyendra(2017).(College of Business, university of north texas,denton,TX, USA) **Satyendra,C.Pandey**(Anand institute of rural Management(IRMA),Anand,India), Vol,18.No.4 <https://doi.org/10.1108/YC-00707>
- 17) Newman,MZ.(2014).**Video revolutions:On the history of a medium**.New York, NY:Columbia University Press.
- 18) Macmillan,R.&Copher,R.,(2005).Families in the Life Course:Interdependency of Roles,Role Configurations,&Pathways.**Journal of Marriage and Family**.v.67,no.4.

- ١٩) ريهام سامي (٢٠٢٠م)، استخدامات الشباب لخدمات البث التلفزيوني عبر الإنترنت ومدى رضاهم عن هذه الخدمات، *مجلة البحوث الإعلامية*، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد (٥٤).
- 20) Dixit,A.Marthoenis,M.,Sharma,P.&Kar,S.(2020).Binge watching behavior during Covid 19 pandemic:A.cross-sectional,cross-national,online,survey.**Phcharity,research.**
<https://www.sciencedirect.com/science>
- 21) Anozie,V.(2020)"Effects of Emotion on Binge-Watching,"**Modern Psychological, Studies.**25(1),Article9.:<https://scholar.utc.edu>.
- 22) Kim,K&Shim,H.(2018).An exploration of the motivations for binge-watching&the role of individual differences.**Computers in Human Behavior**
- 23) Raikar,R.(2017).The Binge Watching Trend:An Analysis of Audience Behavior&Network Strategies,in,a.Competitive,Environment.**Submitted,to,the,Faculty,of,Drexel University.**<https://idea.library.drexel.edu/islandora>
- 24) Schweidel,D.&Moe,W.(2016).Binge,watching&advertising.**Journal,of,Marketing,September**,Vol.80,No.5.
- 25) Pringle,P.&Starr,M.(2006).**Electronic,media,management.**5th,ed.Focalpress
- 26) Raikar,R.(2017),op,cit.
- 27) Karstic,S.(2018),“Binge-Watching”,**AM,Journal**,No.17,<http://dx.doi.org/10.25038/am>
- ٢٨) فضيلة تومي (٢٠٢٢م)، كيف غيرت المنصات الرقمية الدراما في العالم؟ في ظل ثنائية الإنتاج والتلقي، *مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية*، المجلد 1، جامعة قاصدي مرباح، الجزائر.
- 29) Steiner,E.,&Xu,K.(2020).“Binge-watching motivates change:Uses&gratifications of streaming video viewers challenge traditional TV research”.**The International Journal of Research into New Media Technologies.**v.26,no.1.<https://rb.gy/sr1neq>
- 30) Starosta,Jolanta,A.&Bernadetta.(2020).“Understanding the Phenomenon of Binge-Watching—A Systematic Review”.**International journal of environment research and public health.**v.17,no.12.
- 31) Sung,Y.Kang,E.&Lee,W.(2018)Why do we indulge?exploring motivations for binge watching,**Journal of Broadcasting&Electronic,Media.**
- 32) Srikumar,Ramayan,it.al.(2018)“The Effects of Binge Watching on Interpersonal Communication among Department of Communication&Liberal Arts (DCLA)Students”,2nd Asia international conference of **Arts&Design,Langkawi, Malaysia.**<https://rb.gy/bdasbm>
- 33) Kim,K&Shim,H.(2018),op,cit.
- 34) Rahman,K&Arif,(2021).Impacts of bing-wathing on Netflix during the covid-19 pandemic.**south Asian journal of marketing**,2(1).
- 35) Starosta,Jolanta,A.&Bernadetta.(2020),op,cit.
- 36) Anozie,V.(2020),op,cit.
- 37) Dixit,A.Marthoenis,M.,Sharma,P.&Kar,S.(2020),op,cit.
- 38) Harsha Gangadharbatla,(2019)University of Colorado,**Public Knowledge Project**, <https://orcid.org/0000-0002-7461-3366>

- 39) Rubenking,B&Merrill,K.(2019).Go Long or Go Often:Influences on Binge Watching Frequency&Duration among College Students.**Social sciences**,8(1).
- 40) Erickson,S.,Dal,Cin,S.,&Byl,H.(2019).“An Experimental Examination of Binge Watching and Narrative Engagement.**Social Sciences**”,Article,v.8.no.1<https://rb.gy/aemrad>
- 41) Tefertiller,A.C.&Maxwell,L.C.(2018)Depression,emotional states,&the experience of binge-watching narrative television,**Atlantic Journal of Communication**.
- 42) Mellier,K.(2018).**Holding Off on the Fun Stuff:Academic Media Multitasking&binge watching,among,college,students.university,of,Florida**.<https://stars.library.ufl.edu/etd>
- 43) Ferchaud,A.Binge&Bingability:(2018)The,antecedents&consequences of binge watching behavior. **The,Pennsylvania,StateUniversity**.<https://etda.libraries.psu.edu/catalog/15037>
- ٤٤) ريهام العدوانى،منى الأكثر(٢٠٢٢م)،تأثير المشاهدة النشطة للمنصات الرقمية عبر الإنترنت على قيم المجتمع السعودي،**مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال**،العدد(٩)ج٢،جامعة القاهرة،جمعية كليات الاعلام العربية.
- ٤٥) ريهام سامي(٢٠٢٠م)،مرجع سابق.
- 46) Souraya,El-Badaoui&Basant,Attia(2020),op,cit.
- 47) Steiner,E.,&Xu,K.(2020),op,cit.
- 48) Ismael,A.A.(2018).“Binge watching motivations:Asurvey of content users”,**Master,Thesis**, (United States:Arkansan State University),ProQuest.
- 49) Pattison,E. W,Domrowski,S.T&Presseau,J.(2018).“Just one more episode:Frequency& Theoretical Correlates of television binge watching”,**Journal of Health Psychology**,V23n1
- 50) AbdelAzzim,A.(2017).New Era of Television watching behavior;Binge watching&its psychological,effects.**Journal,of,communication;MediaWatch**.VIII.192,<https://www.researchgate.net/publicati>
- 51) Jenner,M.(2017).“Binge-Watching:Video-on-demand, Quality TV and mainstreaming fandom”,**International Journal of cultural Studies**,Vol(20),No(3).
- 52) William,et.al.(2016).Just,One.More:Modeling,Binge,watching,Behavior.SIGK DD, **International,conference,on,knowledge,discovery&data,mining** .<https://rb.gy/s0srqy>
- 53) Stephen Warren.(2016).“**Binge-Watching Rate as a Predictor of Viewer Transportation Mechanisms**”Dissertations-ALL.622.<https://rb.gy/iw2yyv>
- 54) Jenner,M.(2014).Is thisTVIV?On,Netflix,TVIII&binge-watching.**New Media&Society** v.18.no.2.<https://rb.gy/fxttt0>
- 55) Bryant,J.&Zillmann,D.(1984).Using television to alleviate boredom&stress:Selective exposure as a function of induced excitational states.**Journal of Broadcasting**.

- 56) Johnson,B.(2014).Glancing up or down:Mood management&selective social comparisons on social, networking, sites. **Computers, in, Human, Behavior**.<https://www.science direct.com>
- 57) Reinecke,L.(2017).Mood-management.In,Rössler,P.(Ed.),**The,International Encyclopedia of Media Effects**.Wiley-Blackwell.
- 58) Christopher,Ellis,&Christopher Faricy(2011),Social Policy&Public Opinion:How the Ideological Direction of Spending Influences Public Mood,**The Journal of Politics**,Vol.73,No.4.
- 59) Oliver,M.B.,&Raney,A.(2011).Entertainment as pleasurable&meaningful:Identifying hedonic&eudaimonic motivations for entertainment consumption. **Journal of Communication**,61.
- 60) Nathan J.Kelly&Peter K.Enns,(2010)Inequality&the Dynamics of Public Opinion:The Self-Reinforcing Link Between Economic Inequality&Mass Preferences,**American Journal of Political Science**,Vol.54,No.4.
- ٦١) غوستاف ليبون(١٩٩١م)،**سيكولوجية الجماهير**،ترجمة هشام صالح،ط١،(بيروت:دار الساقي).
- 62) Bryant,J.,&Zillmann,D.(1984),op,cit.
- 63) Dolf,Zillmann(1988).Mood Management Through Communication Choices,**The American Behavioral Scientist**,Jan-Feb.
- ٦٤) عمرو صلاح(٢٠١٧م)،**المزاج العام والتغيير ما بين النظرية والتطبيق**، أبو ظبي مركز المستقبل للأبحاث والدراسات المتقدمة،مجلد ١٧.
- ٦٥) نجوى عبدالسلام(2012)،**استخدام تويتر لرصد المزاج العام للمجتمع في فترات الاضطرابات أحداث محمد محمود 2011 في مصر نموذجًا**، المؤتمر العلمي الدولي التاسع عشر كلية الإعلام،جامعة القاهرة.
- ٦٦) محمد يونس(٢٠١٢م)،**سيكولوجية الدافعية والانفعالات**،ط٣،(عمان:دار المسيرة).
- 67) Dolf Zillmann,(2012).Mood Management in the Context of Selective Exposure Theory,In Michael E.Roloff (Ed),**Communication yearbook** 23,2nd,UK:Routledge.
- 68) Crystine,A.,Serrone.(2012),**Mood,Management&Video-Game Engagement:the Importance of User-Experience&Gender in Assessing the Psychological Effects of Video-Game Play**.**unpublished Master's thesis**, USA:San José State University.
- 69) John Velez Whitaker,Silvia Knobloch-Westerwick.(2012),**Mood-Management&Selective Use of Media in the Context of New Media**.In,Leonard Reinecke&Sabine Trepte(Eds.), **Entertainment in New Media Cologne**: at: <http://www.academia.edu/4233849>
- 70) Noelen-Hoeksema,et.al.(1999),Explaining the Gender Difference in Depressive Symptoms.**Journal of Personality&Social Psychology**,Vol.77,No.5.
- 71) Young,rak,Park,(2008).the Effects of Media Interactivity ON Mood-Regulation:AN Experimental Study,**unpublished doctoral dissertation,USA:Florida State University**.
- 72) John Velez Whitaker,Silvia Knobloch-Westerwick.(2012),op,cit.

- 73) Chaes, De. Vreese, (2004). The Effects of Strategic News on Political Cynicism, Issue Evaluation, & Policy Support: A Tow Wave Experiment, **Mass Communication & Society**, Vol. 7, No. 2.
- 74) Rebecca Anne Hansen (2003). Coping with Loss: the Use of Media & Entertainment as A Mood-Management Device. **unpublished Master's thesis**, USA: California State University, Fullerton.
- 75) Crystine, A., Serrone. (2012), op, cit.
- 76) Paulami Sanyal, (2016) Parliamentary Elections in Egypt 2015, **Contemporary Review of the Middle East, SAGE Publications India**, 3(4).
- 77) Long Doan, (2012). A Social Model of Persistent Mood States, **Social Psychology Quarterly**, 75(3).
- 78) Ayse Baskaya, (2013). Using Mood-Management-Theory to Define The Success of TV Format "OSes Türkiye", **British Journal of Arts & Social Sciences**, Vol. 13 No. 1.
- ٧٩) انجي أبو العز (٢٠٢٢م)، تعرض الجمهور الروسي لأخبار مصر في القنوات التلفزيونية والمواقع الإلكترونية الروسية وأثره على مزاجه العام تجاه مصر، **المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري**، كلية الإعلام، جامعة بني سويف، المجلد ٤، العدد ١.
- ٨٠) هالة كتاكت (٢٠٢٢م). رؤية الجمهور للمعايير المهنية والأخلاقية الحاكمة لمعالجة صحافة الفيديو لقضايا وأحداث المجتمع المصري وعلاقتها بالمزاج العام، **مجلة البحوث الإعلامية**، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد (٦٠)، ج ٣.
- 81) Alexandra, Buaenz. (2022). **User Engagement With Mood Related Content on National Cancer Institute Smokefree**. www.journals.sagepub.com/home.
- ٨٢) محمد محرم، (٢٠٢١م)، التعرض للمواقع الإلكترونية الإخبارية وعلاقته بحالة المزاج العام لدى الشباب الجامعي البحريني (دراسة حالة على خطة السلام الأمريكية)، **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر، العدد (٥٦)، ج ٣.
- ٨٣) حنان عبد الحميد (٢٠٢٠م). تأثير التعرض لتغطية أزمة فيروس كورونا بالمواقع الإخبارية على تشكيل الحالة المزاجية للجمهور المصري. **مجلة البحوث الإعلامية**، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد ٥٥، الجزء ٤.
- ٨٤) (٧١) يسرا عبد الخالق (٢٠٢٠م). أليات قياس المزاج العام نحو التعليم عن بُعد على منصة تويتر أثناء جائحة كورونا **المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، عدد (٢٠).
- 85) Amy, B. Becker, (2020). **Applying mass communication frameworks to study humor's impact: advancing the study of political satire**. **Annals of the International Communication Association**.
- ٨٦) الكناني، والعكيلي (٢٠١٩م)، التعرض للأخبار السلبية التي تنبها القنوات الفضائية وتأثيره على الحالة المزاجية للجمهور، جامعة بغداد https://ejsc.journals.ekb.eg/article_86865.html
- 87) Cho, S & Hur, J. (2018). The Interaction between Personality Characteristics & Mood States in Media Contents Selection. **International Journal of Contents**. 14(4).
- ٨٨) أحمد شحاتة (٢٠١٨م). التوظيف السياسي للخطاب الديني في الصحافة المصرية وعلاقتها بالمزاج العام في المجتمع تجاه القضايا الداخلية، رسالة دكتوراه، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- ٨٩) أحمد رمضان، صالح العنزلي (٢٠١٨م)، التعرض للشائعات عبر شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالحالة المزاجية للرأي العام السعودي والمصري، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، عدد (٦٤).

- ٩٠) هيثم جودة، وممدوح مكاوي (٢٠١٥م)، العلاقة بين التعرض للمضمون السياسي بمواقع الصحف والتقنوات الفضائية والمزاج العام نحو قضايا الوطن العربي، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد ٣.
- ٩١) أمل حمدين (٢٠١٥م)، التعرض للمسلسلات الكوميديية التلفزيونية الست كوم وعلاقته بالحالة المزاجية للمشاهدين، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- 92) Hyekyung, W. (2015), Public Trauma after the Sewol Ferry Disaster: The Role of Social Media in Understanding the Public-Mood, **International Journal of Environmental Research & Public Health**, Vol. 12.
- 93) Ben. Jamin K. Johnson, Silvia knobloch (2014). Wester wick Glancing up or Down: Mood Mangagement & selective social comparisons on social Net working sites, **computersim Human Behavior**, vol. ٤١, December.
- 94) Davies & John, (2013), perceptions of media as a mood-management too, paper presented annual conference of the international communication association, London, England: **Journal, of, Broadcasting & Electronic, Media**, Vol. 57, No. 1. <http://citation.Allacademic.com>
- 95) Rene Ziegler (2013), Mood & Processing of Proattitudinal & Counterattitudinal Messages, **Personality & Social Psychology Bulletin**, Vol. 39, No. 4, pp. 482-495.
- 96) Sela Sar, George Anghelcev, (2013), Perceived risk mediates the impact of mood on the effectiveness of health PSAs, **Journal, of, Social, Marketing**, Vol. 3, No. 1.
- 97) Leonard Reinecke, et. al, (2012), Characterizing Mood Management as Need Satisfaction: The Effects of Intrinsic Needs on Selective Exposure & Mood Repair, **Journal of Communication**, Vol. 62, No. 3.
- 98) Crystine, A., Serrone. (2012), op, cit.
- 99) Nicholas. D & Ron. T (2012), Task demand & mood repair: The intervention potential of computer games, **New Media & Society**, Vol. 14, No.
- ١٠٠) عبدالله الحقييل (٢٠١١م)، تأثير الحالة المزاجية على فاعلية الإعلان التلفزيوني دراسة تجريبية على عينات من البرامج والإعلانات والشباب، *مجلة العلاقات العامة والإعلان*، عدد (١).
- ١٠١) أيمن ندا (٢٠١٠م)، تأثير التعرض للأخبار الإيجابية والسلبية على الحالة المزاجية العامة للجمهور المصري، *المجلة المصرية لبحوث الصحافة*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- 102) Norman. C & Wong, (2008), Mood & Ad, Processing: Examining the Impact of Program-Induced Moods on Subsequent Processing of an Antismoking Public Service Advertisement, *Communication Studies*, Vol. 59, No. 4.
- 103) Francesca. R, Dillman. C, et. al, (2008), Sad-Kids, Sad-Media? Applying Mood Management Theory to Depressed Adolescents' Use of Media, **Media Psychol**, Vol. 11.
- 104) Zillmann, D. (2000). Mood, Management in the Context of Selective Exposure Theory. **Annals of the International Communication Association**. <https://www.tandfonline.com/loi/rica20>
- ١٠٥) محمد عبد الحميد (٢٠٠٤م)، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط١، (القاهرة: عالم الكتب- للطباعة والنشر).