

تقييم النخبة المصرية للمضمون الإعلامي المقدم بالمنصات الترفيهية الرقمية وانعكاساته على قيم الشباب المصري / دراسة ميدانية

د. ريهام أحمد محمد الحبيبي *

الملخص:

شهدت السنوات الماضية انتشاراً كبيراً لما يعرف بالمنصات الترفيهية الرقمية التي تعتمد على تقديم خدمات ترفيهية مختلفة ومتنوعة عما يتم تقديمه في وسائل الإعلام الأخرى، وعزز من انتشارها جائحة كورونا (كوفيد-19) وما شهدته من إغلاقات لمعظم الأماكن الترفيهية على مستوى العالم.

ومع الزيادة المستمرة لانتشار المنصات الترفيهية الرقمية وزيادة الإقبال عليها في مجتمعاتنا العربية وبصفة خاصة المجتمع المصري، ومع بدأ هذه المنصات في بث محتوى باللغة العربية يخاطب بشكل مباشر مجتمعاتنا العربية وبخاصة الشباب الذين يعتبروا وفقاً للعديد من الدراسات المستهلك الأول لهذه المضامين، ومع ظهور أنماط مختلفة للمشاهدة (المشاهدة الشرهة أو المفرطة) وما يصاحبه من كثافة في التعرض لمثل هذه المضامين، كان لا بد من إلقاء الضوء على تأثيرات هذه المضامين خاصة ذات المحتوى العربي الموجه بشكل مباشر على قيم مجتمعاتنا وما لها من خصوصية ثقافية، وما إذا كانت هذه المضامين تراعي هذه الخصوصية أم لا، فكان لا بد من رصد آراء أهل الخبرة من النخبة الأكاديمية والإعلامية والمهنية لتقييم هذه الظاهرة المجتمعية الحديثة نسبياً على مجتمعاتنا وخاصة منصة نتفلكس الأمريكية الأشهر من بين كل المنصات، ورؤيتهم لإيجابيات وسلبيات هذه المنصات، والتعرف على أهم التأثيرات التي يمكن أن تحدثها هذه المضامين على قيم الشباب المصري، ورؤيتهم فيما يخص التعامل مع هذه المنصات وسبل مواجهة المضامين المقدمة بها، واتخذت الدراسة اتجاهاً تكاملياً يعتمد على عدد من النظريات والمداخل منها، نظرية ثراء الوسيلة، نظرية الحتمية التكنولوجية ونظرية الغرس الثقافي، وتوصلت الدراسة إلى ارتفاع التقييم الإيجابي لأفراد عينة الدراسة من النخب سواء فيما يتعلق بطبيعة استخدام منصة نتفلكس، وكذلك الخدمات التي تقدمها المنصة ومستوى التفاعلية المتاح عليها، وطبيعة المضمون المقدم بها، وهو ما يعكس السمات المميزة لهذه الوسائط الجديدة، بينما تأرجح تقييم النخب لتأثيرات المنصات الترفيهية الرقمية على قيم الشباب مابين تأثيرات إيجابية وسلبية.

الكلمات المفتاحية: المنصات الترفيهية الرقمية - النخبة - ثراء الوسيلة - الحتمية التكنولوجية -

قيم الشباب

* مدرس الصحافة بقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة المنصورة

The Egyptian elite's evaluation of media content presented in digital entertainment platforms and its impact on the values of Egyptian youth/A field study

Dr. Reham Ahmed Alhabibi *

Abstract:

The past years have witnessed a great spread of what are known as digital entertainment platforms that rely on providing entertainment services that are different and diverse from what is presented in other media, and their spread was reinforced by the pandemic (Covid-19) that the world witnessed, which was followed by the closure of most entertainment places in the world.

With the continuous increase in the spread of digital entertainment platforms and the increased demand for them in our Arab societies, especially the Egyptian society, and with these platforms beginning to broadcast content in the Arabic language that directly addresses our Arab societies, especially young people who, according to many studies, are considered the primary consumer of these contents, and with the emergence of different patterns of viewing. (Binge or excessive viewing) and the intensity of exposure to such content that accompanies it. It was necessary to shed light on the effects of this content, especially the directly directed Arabic content, on the values of our societies and their cultural specificity, and whether these contents take into account this specificity or not. it was necessary to discuss with experts from the academic, media, and professional elite to evaluate this relatively recent societal phenomenon in our societies, their vision of the pros and cons of these platforms, and to identify the most important effects that these contents can have on the values of Egyptian youth, and their vision regarding dealing with these platforms. And ways to confront the contents presented therein. The study took an integrative approach that relies on a number of theories and approaches, including media richness theory, technological Determinism Theory, and the Cultivation Theory. The study found a high positive

* Journalism teacher, Department of Mass Communication, Faculty of Arts, Mansoura University.

evaluation of the elite members of the study sample, both with regard to the nature of using the Netflix platform, as well as services offered by the platform, the level of interactivity available on it, and the nature of the content presented on it, which reflects the distinctive features of this new media, while the elites' assessment of the effects of digital entertainment platforms on the values of young people fluctuated between positive and negative effects.

Key words: Digital entertainment platforms – Elite- Media richness - Technological Determinism- Youth values.

مقدمة:

شهدت السنوات الماضية انتشارا كبيرا لما يعرف بالمنصات الترفيهية الرقمية التي تعتمد على تقديم خدمات ترفيهية مختلفة ومتنوعة عما يتم تقديمه في وسائل الإعلام الأخرى، وعزز من انتشارها جائحة كورونا (كوفيد-١٩) وما شهدته من إغلاقا لمعظم الأماكن الترفيهية على مستوى العالم، ومنذ أن نمت شعبية هذه المنصات تراوحت الآراء بين النظر لها بشكل إيجابي كمنصات إعلامية تقدم تجربة جديدة وبين المخاوف من في إحداثها تغييرات سلبية في عقول وسلوك مستخدميها في ظل، القيم الغربية التي تتبناها هذه المنصات وخاصة أنها غير الخاضعة للرقابة التقليدية.

وتجمع هذه المنصات بين سهولة الاستخدام (القدرة على تحمل التكاليف وإمكانية الوصول على نطاق واسع من خلال أي جهاز متصل بالإنترنت تقريبا)، ومكتبات تحتوي على كم غزير من المحتوى والمتاح عند الطلب في الوقت المناسب، حيث أصبحت هذه الخدمات الآن جزءاً من الروتين اليومي لملايين من مشاهدي هذه المنصات^(١).

وباتت هذه المنصات تتسابق في الحصول على البث الحصري لعروض عربية وأجنبية تعري من خلالها المستخدمين للاشتراك في المنصة والحصول على أكبر عدد من المشتركين^(٢).

ومن أهم التغييرات التي توفرها هذه المنصات هو الابتعاد عن الإصدار التقليدي للحلقات أسبوعاً بعد أسبوع مع إتاحة مواسم كاملة من المسلسلات التلفزيونية في وقت واحد، كمؤشر رئيسي على التحول الثقافي في المشاهدة، حيث أصبحت المشاهدة المفردة (أي مشاهدة حلقات متعددة من مسلسل تلفزيوني بشكل متتالي) هي الوضع المعياري الجديد لمشاهدة البرامج التلفزيونية، وخاصة بين الشباب^(٣).

كما أن ظهور هذه المنصات التي تقدم المضمون الدرامي العربي أو الأجنبي بدون أي حذف رقابي لأي أجزاء قد تحوي ما لا يناسب الأخلاقيات والقيم المميزة لمجتمعنا، فإنه من

الضرورة بمكان التعرف على تأثيرات هذا المحتوى، خاصة مع ازدياد نسب الاشتراك في هذه المنصات الرقمية من مختلف الفئات المجتمعية^(٤).

ومما لا شك فيه انجذاب قطاعات كبيرة من الجمهور للمضمون المقدم بهذه المنصات وخاصة فئة الشباب، وذلك لما لديها من خصائص وإمكانيات مختلفة، فهي تساهم في تشكيل معارفهم واتجاهاتهم حول مختلف الثقافات والشعوب، وما تقدمه من صورة مفترضة للواقع الاجتماعي والذي يساهم في تشكيل البناء الاجتماعي والثقافي للأفراد.

تقليدياً، تلعب مؤسسات التنشئة الاجتماعية التقليدية - الأسرة والمدرسة والجامعة ودور العبادة- دوراً كبيراً في تكوين وعي الإنسان وثقافته وتشكيل منظومة القيم التي يتمسك بها وما يقرره ذلك من عادات وتقاليد في السلوك، أما اليوم فإن هذا الدور يناقسه بشكل كبير شبكة الإنترنت وروافدها الإعلامية الجديدة، حيث انتقل دور الإسهام في بناء معارف واتجاهات وقيم الفرد وثقافته من وسيط بشري ملتزم بقيم محددة إلى وسيط شبكي يجمع بين القيم متناقضة^(٥).

ونظراً للتمدد المتسارع للمنصات الترفيهية الرقمية في الشرق الأوسط بشكل عام وفي مصر بشكل خاص، فقد أثار وجودها جدلاً كبيراً في الآونة الأخيرة، وقد جاء هذا الجدل مقترناً بطبيعة ما تبثه المنصة من محتوى، وتصاعد الحديث عن مدى ملائمة هذا المحتوى للمنظومة القيمية الخاصة بالمجتمع المصري، وأثيرت تساؤلات عدة حول مدى تأثير ما تبثه المنصات الرقمية بشكل عام على الوعي الجمعي المصري، وآليات التعامل مع هذا التأثير في ظل تزايد شعبية هذه المنصات، والتصاعد الهائل في عدد مشتركيها^(٦).

ومن هنا جاءت هذه الدراسة التي تهتم برصد وتحليل وتفسير تأثيرات المضمون المقدم بالمنصات الترفيهية الرقمية على قيم الشباب المصري من وجهة نظر النخب المصرية، كذلك التعرف على تقييم هذه النخب لإيجابيات وسلبيات هذه المنصات، وكيفية التعامل مع المحتوى المقدم بها.

الدراسات السابقة:

المحور الأول: دراسات تناولت علاقة النخب بوسائل الإعلام الحديثة واتجاهاتهم نحو التأثيرات المختلفة لهذه الوسائل على المجتمعات.

سعت دراسة ريمه حامد الصبحي^(٧) إلى التعرف على مدى فهم واستيعاب الصفوة الإعلامية لمفاهيم أخلاقيات الإعلام الجديد واتجاهاتهم نحوها من خلال ممارستهم للعمل الإعلامي، والتعرف على معوقات تطبيق أخلاقيات الإعلام الجديد في الموقع الإلكتروني وحسابات التواصل الاجتماعي للمؤسسة الإعلامية، واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي المسحي وذلك من خلال مسح الممارسات الأخلاقية في المهنة الإعلامية للعاملين في الإعلام الجديد واستخلاص أهم الأخلاقيات التي يجب أن تقوم عليها الممارسة المهنية، ومسح الجوانب

الأخلاقية المتمثلة في مواثيق الشرف الإعلامية في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية، واستعانت الدراسة بأداة الاستبانة لجمع المعلومات من عينة الدراسة التي تكونت من (٢٩٢) من الصفوة الإعلامية من الذكور والإناث، وتوصلت الدراسة إلى أن معظم الصفوة الإعلامية يؤيدون التزام الإعلاميين بالتوقيع على ميثاق شرف مهني، و(٥٨%) من الصفوة الإعلامية يؤكدون التزام مؤسساتهم الإعلامية بأخلاقيات العمل الإعلامي، و(٤٠%) يؤكدون التزام العاملين بها، بينما ذكر(٥٥%) من الصفوة الإعلامية أنها تعرض للمنع من نشر مادة إعلامية.

اهتمت دراسة شيماء أبو مندور^(٨) بالعلاقة بين تعرض النخبة للمواقع الإلكترونية الصحفية وإدراكهم لنشر ثقافة المواطنة في المجتمع المصري، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي، وذلك بمسح عينة قوامها (٤٠٠) مفردة من النخبة الأكاديمية، الإعلامية، السياسية والدينية، وتوصلت الدراسة إلى أن مستوى تعرض النخبة للمواقع الإلكترونية الصحفية جاء مرتفعاً بنسبة ٥٢.٢٥%، وجاءت الموضوعات الوطنية كأكثر الموضوعات المفضل متابعتها في هذه المواقع بنسبة ٩١.٢٥%، وبلغت نسبة الاعتماد على هذه المواقع في متابعة قضايا المواطنة ٥٧.٥%، كذلك ارتفاع ثقة النخبة في المواقع الإلكترونية المصرية حول معالجتها لقضايا المواطنة وسبل نشر ثقافة المواطنة؛ فقد جاء في الترتيب الأول التعريف بحقوق المواطنة بنسبة ٨٧.٢٥%، وفي الترتيب الثاني مشاركة منظمات حقوق الإنسان بنسبة ٧٨.٥%، يليها ترسيخ قيم الإخاء والمساواة بين أبناء العقائد المختلفة بنسبة ٧٤.٧٥%، ثم التوعية الدينية المعتدلة بنسبة ٥٤%، وفي الترتيب الأخير إرساء العدالة الاجتماعية بنسبة ٥٠.٢٥%.

بينما تهدف دراسة إلهام يونس أحمد^(٩) إلى قياس مصداقية المعالجة الإعلامية لقضية سد النهضة على المواقع الإخبارية من وجهة نظر الجمهور، وتقييم النخبة(النخبة الإعلامية، النخبة المتخصصة) لها مع وضع معايير مهنية للتعامل مع هذه القضايا الهامة المؤثرة على الأمن القومي، واعتمدت الدراسة على مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام والنموذج البنائي للمصداقية، وتوصلت الدراسة إلى تأكيد عينة النخبة على أن مصداقية معالجة قضية سد النهضة الأثيوبي على المواقع الإخبارية، تحتاج إلى إعادة نظر من قبل المسؤولين؛ وذلك لقلة المعلومات المتاحة بالنسبة لهم نتيجة رغبة قنوات الإعلام الرسمية بطرح هذه المعلومات طبقاً لما يتسق مع رؤى الحكومة المصرية فقط، في حين أن المعلومات متدفقة من كل وسائل الإعلام العالمية تقريباً؛ وهذا ما يحدث إرباكاً لدي الجمهور في مدى المصداقية التي تتمتع بها المواقع في معالجة أخبار هذه القضية، كما قدمت الدراسة توصيفاً جديداً لعناصر مصداقية المواقع الإخبارية كأحد المعايير المهنية اللازمة لضبط الأداء الإعلامي فيما يتعلق بالقضايا المصرية، وذلك وفقاً لآراء عينة الدراسة، منها ضرورة التدقيق في المعلومات من خلال برامج Fact checking، إتاحة المعلومات من كل المصادر المؤيدة والمعارضة، ضرورة تحري الدقة في تخصص الخبراء المتحدثين والبيانات والأرقام.

واهتمت دراسة نوره حمدي محمد أبوسنة^(١٠)، بالتعرف على اتجاهات النخبة الأكاديمية الإعلامية العربية نحو توظيف الإعلام الجديد للواقع (المعزز والافتراضي والهجين)، في ضوء نظريات (التحول الرقمي، ثراء الوسيلة الإعلامية، نموذج القبول التكنولوجي)، والتعرف على تأثير ذلك على الجانب الخاص بالفهم والتذكر والعاطفة للمتلقي، وما يقابل هذا الواقع (المعزز، الافتراضي، الهجين) من تحديات تشريعية وتطبيقية وأخلاقية، والتعرف على مقترحات النخبة للتوظيف الأمثل لهذه التقنية في الاعلام الجديد، تم تطبيق الدراسة على عينة عشوائية غير منتظمة بلغت (١٠٠) مفردة من النخبة الأكاديمية الإعلامية موزعين بالتساوي (٥٠) في مصر و(٥٠) بالسعودية، وأوضحت الدراسة وجود علاقة بين اتجاهات النخبة نحو الموضوعات المدعومة بالواقع (المعزز والافتراضي والهجين) في الاعلام الجديد وبين درجة (الفهم - التذكر- التأثير العاطفي) الناتج من التعرض لهذه الموضوعات، كذلك وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اتجاهات النخبة نحو (المعوقات التقنية التطبيقية- الأخلاقية- التشريعية) المصاحبة لتفعيل الواقع(المعزز - الافتراضي- الهجين) في الإعلام الجديد وبين اتجاهاتهم نحو الموضوعات المدعومة بهذا الواقع.

ركزت دراسة أية محمد على محمد علي^(١١) على تقييم النخبة المصرية للخطاب الأمريكي الموجه لمصر عبر قناة الحرة وصفحة الساحة على إنستجرام، وصفحة السفارة الأمريكية في القاهرة على الفيس بوك باعتبارها واحدة من أدوات الدبلوماسية الشعبية الإعلامية الأمريكية، وذلك من وجهة نظر نخبة الفكر والأكاديميين والممارسين في المجال الإعلامي والسياسي، واعتمدت الدراسة على المقابلة المتعمقة لعينة من النخبة بلغت ١٥ مفردة، وأوضح المبحوثون أن قناة الحرة افتقرت عناصر الجذب الأساسية التي تساعدها على استقطاب أكبر قدر من الجمهور المستهدف، ومن هذه العناصر غياب الإعلاميين النجوم، وتغير القيادات بكثرة، وعدم قدرة القناة على فهم المزاج العام المصري والعربي، وعدم وجود انفراد في التغطيات الإخبارية في ظل التنوع والتنافسية بين القنوات التي تقدم محتوى إخباري باللغة العربية سواء أكانت موجهة أو محلية، والانتقائية في اختيار الضيوف والموضوعات حول مصر مما أدى إلى انخفاض الحيادية، وبالتالي انخفاض نسبة مصداقيتها والثقة فيها.

واهتمت دراسة زينة عابسة^(١٢)، بقياس اتجاهات النخبة نحو كيفية معالجة الفضائيات الجزائرية الخاصة للمشكلات الاجتماعية، وذلك على عينة من أساتذة الإعلام والاتصال بجامعة العربي بن مهيدي، وتوصلت الدراسة إلى تأكيد أفراد العينة على أن الفضائيات الجزائرية الخاصة تهتم بمعالجة القضايا الاجتماعية المختلفة وذلك من خلال تنوع البرامج المتخصصة في الشأن الاجتماعي والتي تعتمد على طرح المشاكل وفتح نقاش بين ضيوف البرنامج كمحاولة منها لإيجاد الحلول أو على الأقل تسليط الضوء على الواقع المعاش، ولكن ما يعاب عليها هو عدم تمتعها بالحرية الإعلامية الكافية لمعالجة مختلف القضايا.

واستهدفت دراسة سالي ماهر نصار^(١٣)، التعرف على العوامل التي يتحدد بناءً عليها تصديق النخبة الإعلامية للمعلومات السياسية التي تعرضها صفحات المؤسسات الإعلامية من محطات إذاعية وتلفزيونية وصحف على مواقع التواصل الاجتماعي، ومدى اعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات السياسية واتجاهاتهم نحوها، وأظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة ايجابية ذات دلالة إحصائية بين درجة الاعتماد على الصفحات الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي ودرجة مصداقيتها، ولم تتضح فروق ذات دلالة إحصائية بين خصائص المبحوثين الديموغرافية (النوع، السن، الخبرة، المؤسسة)، فيما يتعلق بمصداقية الصفحات الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي، بينما وجد فروق ذات دلالة إحصائية بين خصائص عينة الدراسة (الممارسين والأكاديميين) فيما يتعلق بمصداقية الصفحات الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي.

واهتمت دراسة محمد جاد المولى حافظ^(١٤) بالتعرف على رؤية النخبة المصرية لتأثير الإعلام الجديد على منظومة القيم السائدة في المجتمع خلال ثورة ٢٥ يناير بالتطبيق على عينة من النخبة المصرية (٢٧٠ مفردة)، واعتبر المبحوثون أن منظومة القيم الثقافية والاجتماعية السائدة في مصر تعاني من الخلل وعدم التوازن بنسبة (٣٤.٨%)، بينما أشارت (٢٤.١%) من عينة النخبة المصرية إلى قوة وتماسك منظومة القيم المصرية، وتصدرت مواقع التواصل الاجتماعي أكثر وسائل الإعلام الجديد تأثيراً على منظومة القيم في المجتمع، تلتها المواقع الإخبارية، وأوضحت النتائج أن آلية يسر الاستخدام وسهولة النفاذ إلى المعلومات وتنوع مصادرها من أهم آليات ومقومات هذه الوسائل بنسبة (١٨.٢%)، وكشفت نتائج الدراسة عن ثقة النخبة المصرية بالإعلام الجديد بدرجة كبيرة، الأمر الذي يفسر تزايد أعداد مستخدمي الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي في مصر والعالم العربي، وخلصت النتائج إلى أن أهم ملامح تأثير الإعلام الجديد على منظومة القيم خلال ثورة ٢٥ يناير هي: انتفاء قيمة الخوف وظهور قيم الإصرار والصبر والصمود والتضحية من أجل التغيير بنسبة (١٧.٥%)، ثم انتشار الشائعات والأخبار الكاذبة بنسبة (١٥%)، تلا ذلك إدراك المصريين لأهمية الإعلام ووسائله المتعددة في التغيير بنسبة (١٤.١%) .

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت طبيعة المضمون المقدم بالمنصات الترفيهية الرقمية وعلاقة الجمهور بها.

هناك عدد من الدراسات التي اهتمت بتحليل المضامين المقدمة بهذه المنصات ومنها دراسة أية كمال محمود^(١٥) والتي اهتمت برصد وتحليل القيم المقدمة في السلسلة الأجنبية Jane the Virgin ونسختها المصرية «الآنسة فرح» عبر منصات المشاهدة المدفوعة، والمقارنة بين هذه القيم في ضوء القيم المجتمعية والثقافية السائدة في مجتمعات عرض هذين العملين، والتركيز على فكرة تمصير المسلسلات الأجنبية بأفكارها وقيمها دون تطويعها مع الثقافة

المصرية، حيث تم تحليل مضمون جميع حلقات السلسلة الدرامية الأمريكية Jane the Virgin البالغة ١٠٠ حلقة ونسختها المصرية الأنسة فرح (١١٠) حلقة، واستندت الدراسة في إطارها النظري إلى نظرية القيم الإنسانية الأساسية لشوارتز، وكان من أهم نتائج الدراسة فيما يتعلق بالسلوكيات السلبية التي قدمتها الشخصيات الدرامية في السلسلتين محل التحليل؛ جاء «الكذب» في مقدمة هذه السلوكيات بنسبة وصلت إلى (٧١.٣%)، ثم «الخداع» بنسبة بلغت (٦٣.٤%)، يلي ذلك «الأنانية» بنسبة بلغت (٦٢.٤%)، في حين ورد في الترتيب الأخير «الشذوذ الجنسي» وإهمال العمل بنسبة بلغت (٧.٩%) لكل منهما، كما تنوعت أشكال العلاقات بين الرجل والمرأة التي قدمتها الشخصيات الدرامية، ف جاء «الحب والارتباط العاطفي» في مقدمة هذه الأشكال بنسبة (٣٥.٦%)، ثم الزواج الرسمي في المرتبة الثانية بنسبة (٣٠.٧%)، في حين ورد في الترتيب الأخير الحمل بسبب خطأ طبي مع الاحتفاظ بالطفل بنسبة (٢%).

واهتمت دراسة أماني رضا عبد المقصود مصطفى^(١٦) برصد مدى ثراء محتوى المنصات الرقمية العربية التي تقدم خدمات الفيديو حسب الطلب (VOD)، وذلك على مستوى كل من طبيعة المحتوى الترفيهي الذي تقدمه، والخدمات التي تقدمها للمستخدم، وذلك بالاعتماد على أداة تحليل الشكل لثلاث منصات عربية وهي شاهد Shahid ، واتش ات Watch It ، منصة أوربيت شوتايم الرقمية Wavo التابعة لشبكة OSN وشمل المدى الزمني للدراسة تحليل المنصات الثلاثة لمدة شهر من ١ يوليو ٢٠٢٠ وحتى ٣١ يوليو ٢٠٢٠، وأظهرت الدراسة تفوق نسبة المحتوى الأجنبي على العربي في إجمالي المنصات الثلاثة محل الدراسة وهذا يرجع إلى تفوق نسبة المحتوى الأجنبي على العربي في منصتي شاهد وWavo، وهو ما يعد من نقاط الضعف لدى المنصتين؛ إذ يفترض أن يتفوق المحتوى العربي على الأجنبي - بما أنهما منصتان عربيتان- وذلك حتى يتميزا عن غيرهما من منصات الفيديو حسب الطلب الأجنبية، مع انفراد منصة Watch it بتقديم المحتوى العربي والمصري تحديداً، وهو ما يعد تميزاً للمنصة مع التأكيد على إمكانية إدراج بعض المضامين الأجنبية لمحاولة جذب أكبر عدد من المشتركين، كما ظهر ثراء منصتي (شاهد) و(Wavo) من حيث توفير رجع الصدى، كذلك ظهر ثراء المنصات الثلاثة من حيث استخدام وسائط متعددة ومتنوعة لعرض المحتوى.

بينما ركزت عدد من الدراسات على طبيعة استخدام الجمهور لهذه المنصات للوقوف على أهم دوافع التعرض والآثار المترتبة على استخدام هذه المنصات، حيث اهتمت دراسة عمر الأبياري^(١٧) بالتعرف على مدى اعتماد الجمهور المصري على الأعمال التاريخية بمنصة نتفليكس كمصدر للمعلومات، وتحديد مدى الثقة في مصداقية محتواها، وحجم ودوافع التعرض لها، والفوائد المتحققة بعد مشاهدتها، ودورها في تشكيل اتجاهاته نحو الوقائع والشخصيات التاريخية المقدمة بتلك الأعمال، وطبقت الدراسة على عينة عمدية بلغت ٤٠٠ مبحوث من الجمهور المصري من مستخدمي منصة نتفليكس جمهور الأعمال التاريخية، وتوصلت الدراسة إلى أن المبحوثين يشاهدون الأعمال التاريخية بمنصة نتفليكس أحياناً بنسبة ٦١٪، وأنهم

يفضلون مشاهدة الوقائع التاريخية في قالب الدراما الوثائقية بنسبة ٥٦.٥٪، وكانت الوقائع التاريخية أكثر عناصر الجذب المفضلة للجمهور بتلك الأعمال بنسبة ٩٧٪، وبرز دافع (لأنها تساعدني في تشكيل صورة الشخصيات التاريخية التي تقدمها لدي) في مقدمة دوافع تعرض الجمهور لها بوزن مؤوي ١٦.٢٨٪، كما أكدت نتائج الدراسة أن المبحوثين يعتمدون على المحتوى الذي تقدمه الأعمال التاريخية بمنصة نتفليكس مصدرًا للمعلومات إلى حد ما بنسبة ٥٥.٢٪، وأنهم رغم ذلك لا يتقنون في مصداقية المحتوى الذي تقدمه هذه الأعمال بنسبة ٥٥٪، ويرون أنها تخلق اتجاهًا إيجابيًا نحو الوقائع والشخصيات التاريخية التي تقدمها وتبرز أهميتها وتحفزهم للمتابعة بنسبة ٥٩٪، وأنها تشجعهم على البحث حول الوقائع التاريخية بشكل أكبر بعد مشاهدتها بوزن مؤوي ٣١.٦٪، كذلك أثبتت نتائج اختبار فروض الدراسة وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين مدى تعرض الجمهور المصري للأعمال التاريخية بمنصة نتفليكس ودرجة اعتماده عليها مصدرًا للمعلومات.

وتهدف دراسة فرانشيسكا فافيري وآخرون (Francesca Favieri and et al^(١٨)) إلى تحليل الصحة العقلية للأشخاص المشاركين في أنماط مختلفة للمشاهدة الشرهة، وذلك بعمل استبيان على عينة بلغت ٤٨٢ مشاركًا، وتم تقسيم المشاركين إلى أفراد من ذوي المشاهدة الشرهة الإشكالية Problematic BW ، وأفراد من ذوي المشاهدة الشرهة المتوسطة Moderate BW، وأفراد لا يشاهدون بشكل شره Non-BW ، وأفراد غير مشاهدين نهائيًا No-viewer، وتم اختبار الاختلافات بين المجموعات على الأبعاد النفسية التي تم تقييمها من خلال استبيانات موحدة تقيس: القلق الاجتماعي، الاكتئاب، الاندفاع، والتقلبات العاطفية، وتشير النتائج إلى أنه تم إثبات وجود علاقة بين الأفراد ذوي المشاهدة الشرهة الإشكالية وحالات الصحة العقلية الأسوأ، وأوضحت الدراسة أن هذا السلوك يمكن أن يكون له تأثيرات تتعلق بالصحة العقلية الإيجابية عند ممارسته كنشاط ترفيهي/عاطفي، إلا أنه يصبح سلبيًا عندما يكون هذا السلوك مبالغًا فيه، ويرتبط بالرغبة والإدمان، ويتعارض مع الأنشطة الأخرى، وبالتالي فإن فهم هذا الاتجاه مفيد جدًا للممارسة الطبية، لأنه يحدد متى يتم التدخل الطبي دون المبالغة في تشخيص هذا السلوك.

وسعت دراسة محمد بن فهد الجبير^(١٩) إلى محاولة التعرف على دوافع تعرض الجمهور السعودي للأفلام السينمائية عبر المنصات الرقمية، والإشباع المتحققة منها، وذلك على عينة من سكان مدينة الرياض، حيث وزع عليهم ٢٨٧ استبانة، وتوصلت الدراسة إلى أن ٣٦٪ من العينة يشاهدون الأفلام السينمائية عبر المنصات الرقمية، وأن المنصات الأكثر متابعة هي نيتفليكس، ثم يوتيوب، ثم شاهد نت، وأن دوافع المشاهدة كانت حسب الترتيب: التسلية، ثم إمكانية اختيار وقت المشاهدة ومكانه ونوع الفيلم وتجزئة مشاهدته، ثم الفراغ، وأن الإشباع المتحققة هي التسلية، ثم قضاء وقت الفراغ، ثم اكتساب معلومات، وبينت النتائج عدم وجود فروق في دوافع المشاهدة وفقًا لمتغير العمر، ووجود فروق نحو الإشباع الذي يتحقق أثناء

مشاهدة الأفلام عبر المنصات الرقمية باختلاف متغير العمر لصالح أفراد الدراسة من الفئة العمرية أقل من ٢٠ سنة، وكذلك من ٢٠ وحتى ٢٩ سنة.

وتستكشف دراسة أسلي إدير وإيبك سيليك رابا Asli Ildir, Ipek A Celik و Rappa^(٢٠) ظهور وتأثير الفيديو حسب الطلب (VOD) في تركيا، وماهي احتياجات وتوقعات الجمهور التركي الاجتماعية والنفسية والتكنولوجية من منصات الفيديو حسب الطلب العالمية والمحلية، وذلك من خلال إجراء مقابلات متعمقة مع مستخدمي نيتفلكس وخدمة البث المباشر المحلية BluTV، وتشير نتائج البحث إلى اعتماد توقعات واحتياجات وإشباعات جماهير نيتفلكس وخدمات VOD على ثلاثة عوامل: تفسيرهم للمحتوى المحلي لـ VOD وعلاقة ذلك بخبرتهم الثقافية مع البث التلفزيوني، واحتياجاتهم التكنولوجية مثل الوصول الفوري إلى المحتوى العالمي، وفرص تغيير الزمان والمكان، وأخيراً السياق السياسي والسياسات المتعلقة بتنظيم الإنترنت والرقابة عليه، حيث يرى معظم المستخدمين أن الاشتراك في منصات VOD هو وسيلة للوصول إلى محتوى عالي الجودة غير خاضع للرقابة حيث يعتبروا الرقابة حاجزاً يحد من القدرة على الوصول إلى الجودة العالمية التي من شأنها أن تقربهم من مستخدمي الفيديو حسب الطلب في أوروبا أو الولايات المتحدة (وليس في الشرق الأوسط).

وهدفت دراسة مي أحمد أبو السعود^(٢١) إلى التعرف على أنماط استخدام المراهقات لدراما المنصات الإلكترونية، ودوافع استخدامهم لهذه المنصات، والعوامل المؤثرة في عملية الاستخدام سواء على مستوى الاستخدام الكثيف أو على مستوى العزوف وعدم الاستخدام، فضلاً عن تحليل العلاقة بين استخدام دراما المنصات الإلكترونية والدراما التقليدية عبر التلفزيون بهدف إيضاح مستوى التأثير بينهما، وتوصلت الدراسة إلى أن أبرز دوافع استخدام دراما المنصات الإلكترونية ارتبطت بشكل أساسي بالخصائص التكنولوجية لهذه المنصات والتي تتمثل في: سهولة المشاهدة، القدرة على التفاعل مع المحتوى الدرامي بالمنصات الإلكترونية، والتي يمكن تفسيرها بالقدرة على انتقاء الأعمال الدرامية بسلاسة، والمشاهدة في أي وقت وفي أي مكان دون قيود تحد من عملية المشاهدة، بل واختصار الأعمال الدرامية لتجنب الملل والروتين المعهود بالتلفزيون، ومن الملاحظ أن هذه الدوافع قد انعكست بشكل حيوي على درجة مشاهدة المراهقات للدراما عبر التلفزيون بنسبة (٩٩%) من المبحوثين.

واهتمت دراسة أماني رضا عبد المقصود مصطفى^(٢٢) برصد دوافع التعرض للمحتوى الدرامي الأصلي المقدم من خلال خدمات الفيديو حسب الطلب VOD والإشباعات المتحققة من هذا التعرض، شملت عينة الدراسة ٢٥٠ مفردة، وأوضحت نتائج الدراسة أن الإشباعات النفسية جاءت في مقدمة الإشباعات التي يحصل عليها أفراد العينة من متابعة المحتوى الدرامي عبر خدمات VOD والتي تتمثل في الترفيه والإمتاع، وتلي ذلك الإشباعات التي تتعلق بالخصائص

التكنولوجية للوسيلة ذاتها، والتي تتمثل في أن المشاهد يشعر بأنه متحكم في المحتوى المقدم.

وتبحث دراسة دعاء أحمد البنا^(٢٣) في مستويات تبني الشباب المصري للمنصات الرقمية الإعلامية لتداول المحتوى الترفيهي، والعوامل المؤثرة على تبنيهم لها، واتجاهاتهم في حالة تبنيها نحو آثارها داخل المجتمع، وعلى متابعتهم للتلفزيون التقليدي، شملت عينة الدراسة ٤٠٠ شاب مصري من الذين تتراوح أعمارهم بين ١٨ - ٣٥ عامًا، وأظهرت الدراسة ارتفاع كثافة استخدام الشباب المصري عينة الدراسة للمنصات الإعلامية الرقمية لتداول المحتوى الترفيهي، وتعددت أسباب استخدام العينة لهذه المنصات أهمها بثها لمحتوى متكامل وحصري من الأفلام والمسلسلات والبرامج، وتعدد اللغات التي تبث بها المضمون، ومصاحبتها بالترجمة والدبلجة، وجودة الخدمة المقدمة في هذه المنصات، والتحكم في مستوى المضمون الترفيهي، وعدم وجود إعلانات أو فواصل، هذا بالإضافة إلى أن تكلفتها مناسبة للخدمات التي تقدمها، كما أظهرت النتائج العديد من الآثار الإيجابية لتبني الشباب المصري لهذه المنصات منها الاطلاع على الثقافات الأخرى، وتبني ثقافة الاختلاف وقبول الآخر، كما يساعد على اكتساب سلوكيات إيجابية من مضمون هذه المنصات، وقد أسهم تبني هذه المنصات والمحتوى الذي تقدمه في إدراك عينة الدراسة لإيجابيات الواقع، في حين توجد العديد من الآثار السلبية أهمها أن أغلب المضامين التي تقدمها هذه المنصات تخالف قيم وعادات وتقاليد المجتمع المصري وثقافته وتعاليم الدين.

وسعت دراسة ريهام سامي^(٢٤) إلى التعرف على حجم المشاهدة الشرهة بين الشباب المصري، خاصة بعد الإقبال على مشاهدة خدمات البث التلفزيوني عبر الإنترنت، وتفسير هذا النمط من المشاهدة في نظرية الإدراك الاجتماعي؛ حيث تم إجراء مقابلات كيفية متعمقة مع ٢٠ من الشباب مشاهدي المنصات الرقمية العربية والأجنبية، وتبين اختلاف الشباب في حجم المشاهدة الشرهة لديهم، واتفق الشباب على أن منصة نيتفلكس من أكثر المنصات مشاهدةً نظراً لما تتضمنه من مضامين شيقة ومتنوعة، إلى جانب ضغط الأصدقاء والأقران، كذلك الرغبة في الهروب من الواقع، والترفيه عن النفس، والفضول، وجاء الفراغ كأهم أسباب المشاهدة الشرهة، كما أن هناك أسباباً اجتماعية وشخصية أيضاً تدفع الشباب إلى المشاهدة الشرهة، وكانت أهم نتائج المشاهدة الشرهة من وجهة نظر الشباب تتمثل في: المتعة وتحسن المزاج، إلى جانب تضييع الوقت، والانعزال عن الأهل.

اهتمت دراسة رهام صلاح الدين^(٢٥) بالتعرف على أنماط مشاهدة الشباب المصري للمحتوى الدرامي المعروف على المنصات الإلكترونية المتخصصة، وذلك على عينة عمدية من شباب جامعات القاهرة وحلوان وقناة السويس وجامعتي "أكتوبر للعلوم الحديثة والآداب MSA" وجامعة "مصر للعلوم والتكنولوجيا MUST"، حيث بلغ حجم العينة ١٧١ مفردة،

وأكدت نتائج الدراسة أن المنصات الإلكترونية احتلت المرتبة الأولى من حيث كونها الوسيلة الأكثر تفضيلاً من قبل الشباب لمتابعة الدراما التلفزيونية والسينمائية المصرية والعربية والعالمية، يليه موقع اليوتيوب ثم القنوات التلفزيونية التي بدأ ينصرف عنها المشاهدون وخصوصاً من الشباب حيث تراجعت القنوات التلفزيونية للمركز الثالث والأخير في متابعة الدراما، كما أظهرت نتائج الدراسة التأثير الذي حدث نتيجة مشاهدة الشباب للدراما على المنصات الإلكترونية على عادات الذهاب للسينما لديهم، حيث أفاد العدد الأكبر منهم بأنهم أصبحوا يذهبون للسينما عدد أقل من المرات، وكان الفرق الأساسي والرئيسي بين مشاهدة الشباب للدراما على موقع اليوتيوب والمنصات الإلكترونية المتخصصة هو عدم توفر جميع الأفلام على موقع اليوتيوب بينما المكتبات الفيلمية الخاصة بالمنصات الإلكترونية تتميز بكم هائل من الأفلام والمسلسلات من مختلف الجنسيات.

بينما ركزت دراسة جيرمي ريان ماثيو Jeremy Ryan Matthew^(٢٦) على استكشاف دور منصة نيتفلكس في تشكيل سلوكيات الجمهور بولاية كولومبيا البريطانية بكندا، وتتضمن الدراسة رصد ملاحظات لسلوكيات المشاهدين عند استخدام المنصة، وردودهم على الأسئلة والمناقشة الجماعية لتصوراتهم عنها، شملت العينة ٤٤ مفردة من طلاب الإعلام والاتصالات وكانت عينة المشاركين في هذه الدراسة مكونة من مجموعة متنوعة من مجتمعات الأقليات، وخاصة مجتمعات شرق وجنوب آسيا، ووجدت الدراسة أن معظم مستخدمي نيتفلكس يعتبرونها مصدرهم الأساسي للمحتوى التلفزيوني، وأن ما يقرب من نصف المبحوثين ليس لديهم اتصال تلفزيوني تقليدي موصول في منازلهم، وهذا يؤكد على التأثير المتزايد لمثل هذه المنصات، حيث تم استبدال الوسائط التقليدية مثل التلفزيون بشكل كبير بهذه المنصات مثل نيتفلكس، كما أظهرت الدراسة عدم رضا المبحوثين فيما يتعلق بتوفر المحتوى متعدد اللغات والنقص الملحوظ في الأفلام والبرامج التلفزيونية من دول مثل الهند والصين.

واهتمت دراسة عادة أحمد النشار^(٢٧)، بالتحرف على تأثير التعرض للدراما عبر المنصات الرقمية على أنماط علاقة الشباب بالدراما التلفزيوني، وذلك بعمل استبيان لعينة من الشباب المصري بلغت ٢٠٠ مفردة، وأوضحت النتائج أن الشباب المصري أصبح معتاداً على هذا النمط من مشاهدة الدراما عبر الإنترنت، فقد أصبح يعيش في بيئة رقمية تحيط به من كل جانب وتتداخل مع مختلف الأدوار الحياتية التي يؤديها، ومن ثم كان من المنطقي أن يلتزم مشاهدة الدراما من خلال هذا الوسيط الإلكتروني، وإن جاءت معدلات متابعته للدراما التلفزيونية عبر هذه الوسائط على فترات متباعدة وليست بشكل منتظم أو كثيف، وتشير هذه النتائج إلى متغير بارز يتمثل في أن مشاهدة الدراما عبر التلفزيون لا تزال تؤثر تأثيراً مباشراً على مشاهدة عبر المنصات الرقمية، وهو يتضح من تفضيل الشباب متابعة الدراما التلفزيونية عبر التلفزيون بشكل يفوق نسبة تفضيلهم لمتابعة الدراما التلفزيونية عبر الإنترنت، وهي نتيجة طبيعية ومنطقية وتم تفسيرها من خلال إجابات الشباب أنفسهم عن

أسباب ذلك، والذي كان بشكل أساسي بسبب الجو عائلي أو الجماعي للمشاهدة، أما على المستوى العكسي، والذي اهتمت الدراسة برصده وقياسه بشكل رئيسي، والمتعلق بتأثير مشاهدة الدراما في الإنترنت على تقليل مشاهدتها في التلفزيون؛ فقد اتضح أن ٣٢% من الشباب قلت مشاهدتهم بدرجة كبيرة و ٢٤% قلت مشاهدتهم بدرجة ضعيفة و ١٠% قلت مشاهدتهم بدرجة متوسطة، مقابل ٢٨% لم تقل مشاهدتهم على الإطلاق، وهو ما يكشف على المحور العكسي أن هناك أيضا تأثيراً مماثلاً لمشاهدة الدراما في الإنترنت على مشاهدتها في التلفزيون وهو ما اختبرته الدراسة بشكل إحصائي وأثبتت صحته، فقد ثبت وجود علاقة ارتباطية دالة عكسية بين معدلات متابعة الباحثين للدراما التلفزيونية عبر الإنترنت وانخفاض مشاهدتهم لها في التلفزيون.

وتستكشف دراسة ماثيو بيتمان وكيم شيهان Matthew Pittman and Kim Sheehan^(٢٨) الأسباب التي تدفع الأفراد إلى الإفراط في المشاهدة وتأخذ في الاعتبار العوامل الشخصية والاجتماعية، أجريت الدراسة على ٢٦٢ مفردة، وأظهرت نتائج الدراسة أن الاسترخاء والمشاركة والمتعة أهم العوامل التي تؤثر على الإفراط في المشاهدة، وكانت نيتفلكس هي المنصة المفضلة للباحثين حيث استخدم ٨٣% منهم المنصة للمشاهدة بنهم، وكانت أهم أسباب اختيار نيتفلكس عدم وجود إعلانات تجارية، وأن المنصة تقوم تلقائياً بعرض الحلقات المتتالية عندما يقترب أحد البرامج من نهاية وقت تشغيله.

المحور الثالث يتعلق بتأثيرات وسائل الإعلام الجديد على منظومة القيم لدى الشباب:

تركز دراسة صفا محمد إبراهيم^(٢٩) على التعرف على مضامين الدراما المنتجة عبر منصة نيتفلكس وانعكاسها على المجتمع، وتحديد نوعية النماذج والأدوار النمطية التي تُقدم عن المرأة والرجل، وما تركزه من مظاهر وأشكال للعلاقات الاجتماعية، مع تحليل الاستخدام المثير للجدل للمفردات اللغوية الغربية في دراما نيتفلكس الأصلية باللغة العربية، ومدى توافقها مع القيم والأعراف السائدة في المجتمع، أجريت دراسة تحليلية على عينة من الدراما العربية التي أنتجتها نيتفلكس شملت مسلسل "البحث عن علا"، مسلسل "أبلة فاهيتا"، وفيلم "أصحاب ولا أعز"، وأجريت دراسة ميدانية على عينة عمدية من الشباب الجامعي الذين يتابعون دراما نيتفلكس، وأوضحت نتائج الدراسة ظهور الشخصيات العربية في دراما نيتفلكس كنسخ من الشخصيات الأجنبية بفكر أجنبي، مثل قبولهم للخيانة الزوجية، ومعرفة الأهل بوجود علاقات جنسية لأبنائهم، كذلك أظهرت الدراسة أن أخطر النتائج التي يدركها الشباب حول أعمال نيتفلكس في تقديم العلاقات الغربية والأفكار المختلفة، وإظهار علاقات الأسرة المفككة، وإعلاء قيمة الصداقة على حساب العلاقات الأسرية.

وسعت دراسة محمد جبريل الزيلعي^(٣٠) للتعرف على البعد الثقافي لمنصات الأفلام نيتفلكس في إطار نظرية الغرس الثقافي، وطبيعة الهيمنة الثقافية لمنصات الأفلام والتي تقوم

بدور الغرس الثقافي؟، حيث اعتمدت على المقاربة النقدية حسب المنهج الوصفي الإستقرائي، كما تم استخدام منهج المسح الإعلامي على عينة عمدية من الشباب السعودي المتابع للمنصة، وقد خلصت الدراسة إلى عدد من النتائج أبرزها: أن البعد الثقافي الأكثر وضوحاً لهذه المنصات هو تأكيد أهمية ثقافة الصورة باعتبارها خطاباً من خلالها يُمكن اختراق الوعي وإعادة صياغة الواقع من خلال المضامين البصرية المُقدمة، كما كشفت الدراسة أن منصات الأفلام يُمكن أن تصنع واقعاً "ثقافياً" لدى المتلقي من خلال نقلها المضامين الترفيهية والسينمائية والدرامية وتناولها الأحداث والقضايا وتجسيدها أمام المتلقي، الأمر الذي يكسبه تصوراً ذاتياً عن تلك القضايا والواقع، كما أظهرت الدراسة أن الهيمنة الثقافية التي تلعبها منصات الأفلام وتحديدًا نتفليكس باعتبارها منصة واسعة الانتشار عالمياً هي الميدان الأمثل في سياق النموذج الناعم لترميز الأفكار وزيادة التبعية الثقافية بعيون أصحابه.

وهدفت دراسة رهام محمد صلاح الدين^(٣١) إلى التعرف على المضمون الخاص بالأعمال الدرامية العربية من إنتاج منصة نتفليكس الأمريكية، وما تتبناه من قيم ثقافية وأخلاقية، وكذلك الوقوف على آراء المشاهدين المصريين في الأعمال الدرامية باللغة العربية التي تنتجها منصة نيتفلكس، ومردود هذه المشاهدة على القيم الثقافية والأخلاقية لديهم، وذلك في ضوء نظرية تأثير الشخص الثالث، بإجراء دراسة تحليل مضمون كفي لخمسة أعمال درامية عربية من إنتاج منصة Netflix الأمريكية، ودراسة مسحية على عينة من الشباب المصري وأهاليهم من الجيل الأكبر سناً، وبلغ حجم العينة ٢٠٠ مبحوث، وقد أوضحت نتائج الدراسة أن الأعمال الدرامية العربية التي تنتجها نيتفلكس مصنوعة بطريقة تمرر بعض الدلالات الثقافية والأخلاقية الغربية بشكل مستتر وليس بشكل صريح، وفي ضوء نظرية تأثير الشخص الثالث، تبين وجود علاقة بين الفئة العمرية التي ينتمي إليها المبحوث ورأيه في بعض المسلسلات العربية (مسلسل جن وفتيات الروابي الأردني) التي تنتجها منصة Netflix وذلك لصالح الفئات الأصغر سناً، وربما يرجع ذلك إلى تأثيرهم بشكل أكبر من أحداث المسلسلين اللذين دارت أحداثهما بالكامل في مدرستين ثانويتين، كما أظهرت نتائج الدراسة أن أكثر الأعمال العربية من إنتاج نتفليكس والتي لم يوافق المبحوثون بوجه عام على القيم الأخلاقية الموجودة بها، كان فيلم "أصحاب ولا أعز" الذي أنتجته المنصة عام ٢٠٢٢.

وتركز دراسة عبير فكري صديق وداليا عثمان^(٣٢) على مدى تأثير منصة نيتفلكس على تصورات المراهقين للعلاقات الاجتماعية فيما يتعلق بالعائلة والأصدقاء والجنس بشكل عام، كما تناولت الجوانب السلبية والإيجابية للمنصة، وذلك في ضوء نظرية التعلم الاجتماعي ونظرية الشخص الثالث، حيث أجريت مقابلات متعمقة مع الآباء بلغت ٢٥ مفردة وعقد استبيان مع ١٣١ مفردة من المراهقين، وكشفت النتائج أن المراهقين يتأثرون بالمحتوى الذي تقدمه نيتفلكس، إذ أن له تأثيراً كبيراً ليس فقط على طريقة تفكيرهم، بل أيضاً على مواقفهم وتجاربهم الاجتماعية وعاداتهم وتجاربهم الثقافية.

وهدفت دراسة رضوى محمود وآخرون^(٣٣)، للوقوف على التأثيرات الايجابية والسلبية لاستخدام شبكة الانترنت على منظومة القيم بأنواعها (اجتماعية، سياسية، اقتصادية، دينية، وصحية بنوعها النفسية والبدنية) في المجتمع المصري، وتكونت العينة من (١٠٠) مفردة مناصفة بين قاطني حي شبر الخيمة وحي مصر الجديدة، وأوضحت عينة الدراسة أن منظومة القيم الاجتماعية والثقافية قد تأثرت إيجابياً بالانترنت، واتضح ذلك في استخدام العينة للانترنت كوسيلة للتعارف وتكوين صداقات، بينما تأثرت سلبياً بزيادة عزلة كبار السن لصعوبة مواكبتهم العصر، انتشار الجرائم عبر الانترنت، وانتشار الزواج عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وفيما يتعلق بمنظومة القيم الاقتصادية والسياسية فقد تأثرت إيجابياً بالانترنت وتمثل ذلك في إيجاد فرص عمل والقدرة على النقد البناء والمشاركة في مختلف الجوانب السياسية، بينما تأثرت منظومة القيم الدينية والصحية إيجابياً وتمثل في تنمية الذات واكتساب مهارات التواصل مع الآخرين، أما تأثيره السلبي فتمثل في انتشار ظاهرة تعاطي المخدرات بصورها المختلفة.

واستهدفت دراسة ياسمين محمد إبراهيم السيد، منة الله كمال موسى دياب^(٣٤) البحث في تأثيرات المشاهدة الزهمة لمحتوى منصة نتفليكس على البناء القيمي للمجتمع المصري، وذلك في ضوء نظرية الحتمية القيمية لعمل وسائل الإعلام، واعتمدت الدراسة على الاستقصاء الإلكتروني ومقياس القيم الشخصية، وأظهرت النتائج استحواذ نتفليكس على نطاق واسع في الحياة اليومية لمستخدميها، كما برزت المشاهدة الزهمة من خلال مشاهدة أفراد العينة ثلاث حلقات أو أكثر من نفس العرض في جلسة واحدة، واتضح أبرز ملامح الخطورة على البناء القيمي في المحتويات المعروضة والتوصيات المقترحة لمشاهدة العروض الحصرية على المنصة، لتشتمل على بعض الإيحاءات والعبارات غير الأخلاقية.

وركزت دراسة إبراهيم درويش ونورا أبو عين^(٣٥) على الاستخدام المثير للجدل للألفاظ النابية في مسلسل الجن، وهو أول مسلسل أردني باللغة العربية لنتفليكس، أظهرت النتائج أن الحلقة الأولى تحتوي على أكبر تركيز للكلمات النابية بنسبة (٥٥%) وأن منتجوا العمل قاموا بذلك من أجل جذب انتباه أكبر نسبة مشاهدة ممكنة، وهو ما أثار الجدل حول هذا المسلسل لتنافي ذلك مع قيم المجتمع الأردني.

بينما اهتمت دراسة داليا عثمان^(٣٦) ببحث العلاقة بين مستوى تعرض المراهقين للمسلسلات عبر منصة نيتفليكس والنسق القيمي لديهم، وتأثير ذلك على قيم وأخلاقيات المراهقين، واعتمدت الدراسة على أسلوب مجموعات النقاش المركزة مع ٤ مجموعات من المراهقين، وأشارت نتائج الدراسة إلى ارتفاع معدلات التعرض بين المراهقين لمسلسلات نيتفليكس التي قد تصل إلى حد الإدمان، كذلك قدمت مسلسلات نيتفليكس العنف والجريمة بشكل مبهز للمراهقين المشاهدين، ما عبر عنه بعض من عينة الدراسة بأنهم تعلموا كيفية القتل

والهروب من الاتهام بذكاء، كما اتضح أن نسبة القيم الإيجابية المقدمة في مسلسلات نيتفليكس قليلة جداً بالمقارنة بنسبة القيم السلبية والتي وافق عليها أغلبية عينة الدراسة في إطار الحرية الشخصية، وتقبل الآخر كما هو دون انتقاد، رغم إقرارهم بعدم تبني هذه القيم السلبية بشكل شخصي.

واهتمت دراسة نواصية حميدة^(٣٧) بالتعرف على أثر الإعلام الجديد على قيم شباب جامعة البشير الإبراهيمي بمدينة برج بوعريريج الجزائرية من منظور الحتمية القيمية في الإعلام، حيث بلغت عينة الدراسة ٢٠٠ مفردة، وأظهرت نتائج الدراسة أن المبحوثين يرون أن وسائل الإعلام الجديد تعزز القيم الخاصة بالبعد الجمالي والمعرفي والاجتماعي للشباب، وأن وسائل الإعلام الجديد تعزز من ثقة الفرد بنفسه، كما تساهم هذه الوسائل الإعلامية في حبه للعمل والكسب الحلال من خلال تسخير قدراته العلمية والعقلية والمادية في تحقيق بعض الجوانب الاقتصادية من حياته، كما تساهم في حل بعض الأزمات من حوله وذلك من خلال التعرف على طرق جديدة للتفكير والتخمين.

وهدفت دراسة مينغ شو Meng Xu^(٣٨) إلى فهم كيفية إدراك الجمهور الصيني للقيم الثقافية الأمريكية من خلال مشاهدة المسلسلات التلفزيونية الأمريكية وكيف يمكن أن تؤثر تصوراتهم للقيم الثقافية الأمريكية على تصوراتهم للثقافة الصينية، وقد اعتمدت الدراسة على تحليل تعليقات الجمهور الصيني على الإنترنت واستطلاع رأي عينة من الجمهور كذلك إجراء مقابلات متعمقة مع عينة من الجمهور الصيني، وتوصلت الدراسة إلى أن المسلسلات التلفزيونية الصينية والمسلسلات التلفزيونية الأمريكية لها توجهات مختلفة فيما يتعلق بالقيم الثقافية، وأن الإشباع الرئيسي الذي يسعى إليه الجمهور الصيني من مشاهدة المسلسلات التلفزيونية الأمريكية هو التعلم والترفيه، كما أوضحت نتائج الدراسة أن مشاهدة المسلسلات الأمريكية قد عززت وجود بعض القيم الأمريكية بين الجمهور الصيني، حيث أن غالبية الجمهور الصيني الذي يشاهد هذه المسلسلات يرى صوراً إيجابية للولايات المتحدة والشعب الأمريكي، ومع ذلك، تشير النتائج أيضاً إلى أن تأثير مشاهدة هذه المسلسلات يقتصر فقط على تصور الجمهور الصيني للثقافة، وليس على الاقتصاد والمجتمع، مما يؤكد محدودية تأثير القوة الناعمة لهذه المسلسلات، كذلك فإن القيود القانونية الصينية والرقابة على البث تمنع عرض المسلسلات الأمريكية في وسائل الإعلام الرئيسية، مما يستبعد عدداً كبيراً من المشاهدين ويحد من تأثيرها، كما أعاق حواجز اللغة والثقافة فهم الجمهور الصيني لهذه المسلسلات.

واهتمت دراسة نجلاء الجمال^(٣٩) بالتعرف على إذا ما كان استخدام وسائل الإعلام الجديدة بكافة أنواعها قد أثر بالفعل على منظومة القيم لدى الشباب المصري ممن يستخدمون شبكة الإنترنت بتطبيقاتها المختلفة، وما إذا كان هذا التغيير في المنظومة القيمية إيجابياً أم سلبياً، وتوصلت الدراسة إلى أن النسبة الأكبر من أفراد العينة يرون أن وسائل الإعلام الجديد قد

ساهمت بالفعل فى تغيير المنظومة القيمية لدى الشباب وذلك بنسبة ٧٤%، وأن نوع التغيير القيمي الذى أحدثه الإعلام الجديد بمنظومة القيم لدى فئة الشباب كان إيجابياً وذلك بنسبة ٨٩.٨%، وتصدرت القيم الاجتماعية أهم القيم التى تم اكتسابها من جراء الاعتماد على الإعلام الجديد متمثلاً فى الإنترنت بتطبيقاتها المختلفة، يليها القيم الدينية، ثم السياسية، ثم النفسية، ثم الاقتصادية.

سعت دراسة رباب رأفت الجمال^(٤٠) للتعرف على حدود وطبيعة تأثير المواقع الاجتماعية على النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي، وتحديد الطرح المستقبلي لدور أدوات الاتصال الجديد، طبقت الدراسة على عينة قوامها ٦٠٠ مفردة، وتوصلت الدراسة إلى ارتفاع نسبة استخدام عينة الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي حيث بلغت ٨٦.٣٣%، ولا شك أنها بذلك استطاعت أن تخلق مجالاً عاماً أحدث للشباب تأثيراً على النسق القيمي الأخلاقي لديهم، وأكدت الدراسة أنه كلما زاد استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي زادت التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية، وأوصت الدراسة بضرورة تكثيف الدراسات النظرية والميدانية لرصد ظاهرة إدمان الإنترنت ومعرفة مدى انتشارها في المجتمع وآثارها على الشباب بشكل خاص في نسقهم الأخلاقي وحياتهم الأسرية.

التعليق على الدراسات السابقة:

- بالنسبة للمحور الأول :

- أغلب الدراسات المتعلقة بالنخبة اهتمت بتقييم النخبة لتأثيرات الإعلام الجديد فيما يتعلق بالقضايا السياسية.
- ركزت أغلب الدراسات التي اهتمت بعلاقة النخب بالإعلام الجديد على استخدامات النخب لهذه الوسائل والإشباع المتحققة من هذا الاستخدام فقط، واعتمدت أغلبها على نظرية الاستخدامات والإشباع والاعتماد على وسائل الإعلام.
- لم تتطرق أغلب هذه الدراسات لرؤية النخب المختلفة للتأثيرات المحتملة لوسائل الإعلام الجديد على قيم المجتمع، فيما عدا دراسة محمد جاد المولى التي اهتمت برؤية النخبة المصرية لتأثير الإعلام الجديد على منظومة القيم السائدة في المجتمع خلال ثورة ٢٥ يناير.

- بالنسبة للمحور الثاني:

- معظم الدراسات التي اهتمت بدراسة المنصات الترفيهية الرقمية ركزت على توصيف المحتوى المقدم ومميزاته التي تجذب الجمهور إليه وبخاصة المسلسلات والأفلام، ولم تتطرق إلى نوعية المضامين المقدمة وما تحويه من قيم وأفكار غريبة على مجتمعاتنا العربية.

- ركزت أغلب الدراسات التي تناولت المنصات الترفيهية الرقمية على أنماط متابعة المحتوى المقدم على المنصات الترفيهية الرقمية، ومميزات استخدام هذه المنصات واستكشاف خصائص جمهور المتابعين حيث أشارت معظم الدراسات إلى احتلال الشباب النسبة الأكبر من جمهور المتابعين لهذه المنصات.
- ركزت أغلب هذه الدراسات على تأثير متابعة هذه المنصات على وسائل الاعلام التقليدي وبخاصة التلفزيون.
- أكدت العديد من الدراسات على التغير الواضح في نمط استخدام الجمهور وخصوصاً الشباب لوسائل إعلام الجديد مستفيداً مما تتيحه له من إمكانيات تكنولوجية في الحصول على خدمات البث عبر الانترنت وهو ما ترتب عليه تغير في عادات المشاهدة، وتعد المشاهدة الشرهة أو النهمه أبرز هذه التغيرات .
- أوضحت العديد من الدراسات أن أهم أسباب تفضيل الجمهور لمتابعة مثل هذه المنصات مرتبط بامكانياتها الاتصالية والتكنولوجية، وما توفره من أدوات تتيح للمستخدم التحكم بالمحتوى الذي يشاهده والتفاعل معه في الأوقات المناسبة له، وإمكانية الوصول إليه في أي وقت.
- قلة الدراسات العربية التي تهتم بتقييم الجمهور للقيم المجتمعية والثقافية للمضامين المقدمة بهذه المنصات، ومنها دراسة رهام صلاح الدين ودراسة داليا عثمان ودراسة ياسمين محمد إبراهيم السيد ومنة الله كمال موسى دياب.
- تنوع مجتمعات الدراسة في الدراسات السابقة المعروضة ما بين مجتمعات عربية وأجنبية، وذلك بهدف تقييم انتشار المنصات الترفيهية وتأثيراتها على المجتمعات المختلفة، كما ركزت معظم عينة الدراسات الميدانية على فئة الشباب.
- اعتمدت الدراسات السابقة في هذا المحور على مداخل نظرية متنوعة مثل: نظرية الاستخدامات والاشباع وتوظيفها في بيئة الإعلام الجديد، نظرية الثراء الإعلامي، نظرية انتشار المستحدثات، ونظرية الادراك الاجتماعي.

بالنسبة للمحور الثالث:

- ركزت معظم الدراسات التي اهتمت بتأثيرات وسائل الاعلام الجديد على القيم على فئة الشباب.
- أظهرت نتائج معظم الدراسات التي تناولت تأثيرات وسائل الاعلام الجديد على القيم بأن هذه الوسائل ساهمت بالفعل في تغيير المنظومة القيمية لدى الشباب، وعلى تقبلهم للنماذج المقدمة في هذه المنصات .

- تركيز هذه المنصات وخاصة منصة نيتفلكس على أنماط غريبة عن المجتمعات العربية تتمحور حول قضايا الشذوذ والعلاقات غير الرسمية وإبرازها بشكل إيجابي لكسب تعاطف المشاهدين.

- اعتمدت الدراسات السابقة في هذا المحور على مداخل نظرية متنوعة منها نظرية الحتمية القيمة، الغرس الثقافي، ونظرية تأثير الشخص الثالث.

مشكلة الدراسة:

مع زيادة انتشار المنصات الترفيهية الرقمية وزيادة الإقبال عليها في مجتمعاتنا العربية وبصفة خاصة المجتمع المصري، ومع بدء هذه المنصات في بث محتوى باللغة العربية يخاطب بشكل مباشر مجتمعاتنا العربية وبخاصة الشباب الذين يعتبروا وفقاً للعديد من الدراسات المستهلك الأول لهذه المضامين، ومع ظهور أنماط مختلفة للمشاهدة (المشاهدة الشرهة أو المفرطة) وما يصاحبه من كثافة في التعرض لمثل هذه المضامين، كان لا بد من إلقاء الضوء على تأثيرات هذه المضامين خاصة ذات المحتوى العربي الموجه بشكل مباشر على قيم مجتمعاتنا وما لها من خصوصية ثقافية، وما إذا كانت هذه المضامين تراعي هذه الخصوصية أم لا، وهو ما يستعدي رصد آراء أهل الخبرة من النخبة الأكاديمية والإعلامية والفنية المهنية لتقييم هذه الظاهرة المجتمعية الحديثة نسبياً على مجتمعاتنا، ورؤيتهم لإيجابيات وسلبيات هذه المنصات، والتعرف على أهم التأثيرات التي يمكن أن تحدثها هذه المضامين على قيم الشباب المصري، ورؤيتهم فيما يخص التعامل مع هذه المنصات وسبل مواجهه المضامين المقدمة بها.

وبالتالي تتحدد مشكلة الدراسة في السؤال البحثي التالي:

ما تقييم النخبة المصرية للمضمون الإعلامي المقدم بالمنصات الترفيهية الرقمية من خلال تعرضها له وتقييمها لانعكاسات هذا المضمون على قيم الشباب المصري؟.

أهمية الدراسة:

أهمية علمية:

- تكتسب هذه الدراسة أهميتها من أهمية الوسيط الذي يتم دراسته والمتعلق بالمنصات الترفيهية الرقمية وما تقدمه من محتوى ترفيهي ويلاقي إقبالاً متزايداً في المجتمعات العربية بصفة عامة كما أظهرت العديد من الدراسات وبخاصة المجتمع المصري.

- إلقاء الضوء على التأثيرات المحتملة لمحتوى المنصات الترفيهية العالمية على قيم المجتمعات المحلية (العربية)، ولذا من هناك حاجة للوقوف على المضمون المقدم بهذه المنصات خاصة المحتوى الذي يقدم باللغة العربية ويخاطب المجتمعات العربية بشكل مباشر، ولاسيما أن

كثيراً من هذه الأعمال تعرضت لانتقادات وباتت محوراً لجدال ما بين مؤيد ومعارض لها، حيث رآها الكثيرون مخالفة للقيم الاجتماعية والدينية للمجتمعات العربية، بينما دافع عنها آخرون ورأوا فيها إيجابيات كثيرة، ومن هنا جاءت أهمية التعرف على تقييم النخبة المصرية لإيجابيات وسلبيات هذا المحتوى وطريقة التعامل معها في محاولة لإجراء رصد علمي لتباين موقف النخب إزاء هذه المنصات في ظل الجدل القائم حولها وتفاصيل هذا الموقف بعيداً عن افتراض أن النخب منقسمة بين فريقين أحدهما مؤيد والآخر معارض فقط بل إن هذا التقييم قد يحوي تباينات وتفاصيل أعمق.

أهمية عملية:

- يتواكب موضوع الدراسة مع المستجدات التكنولوجية والاعلامية؛ والتي تم توظيفها في المنصات الترفيهية الرقمية، والتي خلقت سمات جديدة لطبيعة المضمون المقدم وبيئة المشاهدة من خصوصية وتفاعلية وحرية في العرض مع سرعة الوصول إليه، وذلك من خلال الكشف عن تقييم النخب لإيجابيات وسلبيات هذا الوسيط الجديد.
- تكمن أهمية الدراسة في إمكانية الاستفادة من نتائجها عبر ما ستوفره من بيانات ومعلومات علمية للتعرف على التأثيرات المختلفة للمحتوى المقدم بالمنصات الترفيهية الرقمية على قيم وثقافة المجتمعات، وذلك من وجهة نظر النخب المختلفة، والذي يمكن الاستفادة منها بالنسبة لصانع المحتوى على مستوى المنصات الترفيهية العربية، كذلك يمكن أن تقدم الدراسة نتائج مفيدة لمسؤولي الإعلام بالدول العربية حول سياسات التعامل مع هذه المنصات والنشريات المتعلقة بها.
- استطلاع رأي النخبة المصرية في هذا الموضوع بأهمية بمكان نظراً، لأن الشباب يعدون وفقاً للعديد من الدراسات المستهلك الأول لمضامين المنصات الترفيهية الرقمية، في المقابل فإن النخبة تمثل طليعة المجتمع، وهي التي تحدد قضاياها المحورية التي تستحق أن يلتفت حولها لمناقشتها ومواجهتها، بالتالي فهي تعد أهم الشرائح المجتمعية قدرة على الحكم على مدى تأثير هذه المنصات على القيم المجتمعية.
- تزداد أهمية معرفة تقييم النخبة لموضوع الدراسة بالنظر إلى طبيعة التقسيم الذي عمدت إليه الباحثة في عينة الدراسة، فهي تنقسم إلى نخبة فنية مهنية هي بمثابة صناع لهذا المحتوى أو زملاء لصناعه وبالتالي هم يفترض أن يميلوا لدعم هذا المحتوى، ونخبة أكاديمية تمثل بجانب دورها العلمي، إحدى الأطراف المسؤولة عن الشباب في المجتمع باعتبارهم طلابهم، وهذا قد يجعل الأكاديميين في المقابل حريصين على ما يعتبرونه مصلحة للشباب مع احتمال أن يكون مبالغة في هذا الحرص على حساب الحريات والجانب الفني، ولكن هذا يفتح الباب لتوازن في عملية التقييم، عبر تمثيل هاتين النخبتين، يضاف لهذا التوازن، رصد تقييم النخبة الإعلامية التي هي بمثابة نقاد لمحتوى هذه المنصات ومستهلكين ذوي خبرة،

مما يمكنهم من تقييم عالي المستوى، كما أنهم يمثلون حالة وسط مفترضة بين الفئتين السابقتين.

أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيسي لهذه الدراسة في التعرف على آراء النخبة المصرية (الأكاديمية والإعلامية والمهنية) وتقييمهم للمحتوى المقدم بالمنصات الترفيهية الرقمية بالتطبيق على شبكة نيتفلكس، وبخاصة مع بدأ هذه المنصات في بث محتوى باللغة العربية يخاطب بشكل مباشر مجتمعاتنا العربية وما أناره من انتقادات على المستوى المجتمعي، وتأثير هذا المحتوى على قيم الشباب المصري، ويندرج تحت هذا الهدف الرئيسي عدة أهداف فرعية منها:

- ١- التعرف على مدى تعرض النخبة لهذه المنصات.
- ٢- التعرف على رأي النخبة المصرية في إيجابيات وسلبيات المحتوى المقدم بالمنصات الترفيهية.
- ٣- معرفة رأي النخبة المصرية في تأثيرات هذه المضامين على قيم الشباب.
- ٤- معرفة رأي النخبة في كيفية التعامل مع هذه المنصات.
- ٥- دراسة تأثير المتغيرات الديموغرافية والمهنية لعينة الدراسة على اتجاهات النخبة نحو المضامين التي تقدمها هذه المنصات مثل (النوع/السن/طبيعة العمل/الخبرة/ جهة العمل).

تساؤلات الدراسة:

- ١- ما مدى تعرض النخبة للمنصات الرقمية الترفيهية؟.
- ٢- ما أهم المنصات الرقمية الترفيهية التي يتعرض لها النخبة؟.
- ٣- ما المحتوى الذي تفضل النخبة مشاهدته على منصة نيتفلكس؟.
- ٤- ما أسباب متابعة النخبة لهذه المنصات؟.
- ٥- ما مستوى ثقة النخبة في المعلومات المقدمة عبر منصة نيتفلكس في الوثائقيات والأعمال الدرامية التاريخية؟.
- ٦- ما اتجاهات النخبة نحوخصائص المحتوى المقدم بمنصة نيتفلكس (من حيث الاستخدام والخدمات المقدمة بها، التفاعلية والمحتوى المقدم بها).
- ٧- ما اتجاهات النخبة نحو سلبيات المحتوى المقدم بمنصة نيتفلكس؟.
- ٨- ما اتجاهات النخبة نحو تأثيرات المحتوى المقدم بالمنصات الرقمية الترفيهية على قيم الشباب المصري؟.
- ٩- ما تأثير المتغيرات الديموغرافية والمهنية لعينة النخبة على اتجاههم نحو المضامين التي تقدمها هذه المنصات مثل(النوع/السن/المستوى التعليمي/طبيعة العمل/الخبرة)؟

١٠- ما مقترحات النخبة الخاصة بكيفية التعامل مع هذه المنصات؟.

فروض الدراسة:

- ١- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام النخبة للمنصات الترفيهية الرقمية وثقتها في المضمون المقدم بها.
- ٢- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام النخبة لمنصة نتفليكس وتقييمهم لإيجابيات وسلبيات المضمون المقدم بهذه المنصة.
- ٣- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تقييم النخبة للمضمون المقدم بمنصة نتفليكس، ورؤية النخبة لتأثيرات هذه المنصات على قيم الشباب.
- ٤- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين في تقييمهم للمضمون المقدم بمنصة نتفليكس وتقييمهم لتأثيرات المضمون المقدم بمجمل المنصات على قيم الشباب وذلك تبعا لاختلاف المتغيرات الديموغرافية (النوع- السن- المستوى التعليمي)، والمتغيرات المهنية (طبيعة العمل- الخبرة في مجال العمل).

الاجراءات المنهجية للدراسة :

- نوع الدراسة :

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية والتي تستهدف وصف الأحداث والأشخاص والمعتقدات والاتجاهات والقيم والتفضيل والاهتمام وكذلك أنماط السلوك، وفي هذا الاطار تسعى هذه الدراسة للتعرف على تقييم النخبة للمضمون الإعلامي المقدم بالمنصات الترفيهية الرقمية عبر الانترنت وانعكاساته على قيم الشباب المصري .

منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي لعينة من النخبة المصرية، وذلك للتعرف على تقييم النخبة للمضمون الإعلامي المقدم بالمنصات الترفيهية الرقمية عبر الانترنت وانعكاساته على قيم الشباب المصري.

مجتمع الدراسة والعينة:

ويتمثل مجتمع الدراسة الميدانية في النخبة المصرية من مستخدمي المنصات الترفيهية الرقمية.

عينة الدراسة الميدانية :

تعتمد الدراسة على الأسلوب العمدي القائم على الوحدات المرجعية the referrals، حيث يتم الوصول عمدياً إلى الباحثين الذين يحملون السمات البارزة ذات الصلة الوثيقة بالدراسة،

ثم يتم الاعتماد عليهم للوصول إلى باقي المبحوثين، وصولاً إلى الحجم الاجمالي لعينة الدراسة^(٤١).

وفي هذا الإطار سيتم تطبيق الدراسة الميدانية على عينة عمدية من النخب المصرية من مستخدمي المنصات الرقمية الترفيهية، بالإضافة إلى تنوع تخصصاتها حيث تم تقسيمها إلى ثلاث فئات هي :

- ١- نخبة أكاديمية: تشمل الأساتذة والباحثين في مجال الإعلام.
 - ٢- نخبة إعلامية: تشمل الصحفيين والنقاد والكتاب ولاسيما المتخصصين في المجال الفني، والممارسين للعمل الإعلامي في جهات خاصة وحكومية.
 - ٣- نخبة فنية مهنية: تشمل العاملين في مجال التمثيل والانتاج والإخراج.
- وقد قامت الباحثة بتصميم استمارة استبيان إلكترونية عن طريق Google Drive، وتوزيعها خلال الفترة الزمنية من شهر فبراير إلى إبريل ٢٠٢٣، وبلغت عينة الدراسة (١٠٩) مفردات، وقد تمثلت خصائص عينة الدراسة فيما يلي:

جدول رقم (١)

خصائص عينة الدراسة (ن=١٠٩)

النوع	خصائص عينة الدراسة	ك	%
النوع	ذكر	٥٠	٤٥.٩%
	أنثى	٥٩	٥٤.١%
المجموع	-----	١٠٩	١٠٠%
السن	من ٢٠ إلى أقل من ٣٥	٣٩	٣٥.٧%
	من ٣٥ إلى أقل من ٥٠	٦١	٥٦%
	٥٠ فأكثر	٩	٨.٣%
المجموع	١٠٩	١٠٠%
المستوى التعليمي	جامعي	٤٦	٤٢.٢%
	ماجستير	٣٤	٣١.٢%
	دكتوراه	٢٩	٢٦.٦%
المجموع	١٠٩	١٠٠%
عدد سنوات الخبرة	أقل من عشر سنوات	٤٢	٣٨.٥%
	من عشر سنوات إلى أقل من ٢٠ سنة	٣٨	٣٤.٩%
	٢٠ سنة فأكثر	٢٩	٢٦.٦%
المجموع	١٠٩	١٠٠%
طبيعة العمل	أكاديمي	٣٤	٣١.٢%
	فني	٥٣	٤٨.٦%
	إعلامي	٢٢	٢٠.٢%
المجموع	١٠٩	١٠٠%

أدوات جمع البيانات:

اعتمدت الدراسة على أداة الاستقصاء للحصول على المعلومات من المبحوثين، وقد تم استخدام الاستقصاء الإلكتروني لجمع البيانات المتعلقة بتقييم النخبة المصرية للمضمون الإعلامي المقدم بالمنصات الرقمية الترفيهية ورؤيتهم لمدى تأثيرها على القيم المجتمعية للشباب المصري.

الصدق والثبات :

تم استخدام أسلوب الصدق الظاهري حيث تم عرض الاستبيان على مجموعة من المحكمين المتخصصين في مجال الإعلام(*)، وقد تم عمل عدد من التعديلات في ضوء الملاحظات التي أبدتها المحكمون، ولحساب الثبات تم إعادة التطبيق على (١٠) استمارات بنسبة ١٠% من العينة بعد أسبوعين من التطبيق الأول، ووجد أن نسبة الثبات مرتفعة وصلت (٩٦.٤%)، كما تم الاستعانة بزميل لإعادة الاختبار لنفس العينة، وباستخدام معادلة هولستي وجد أن معامل الثبات للإستبانة ٩٦% وهي نسبة عالية تعني صلاحية الاستبيان للتطبيق.

مصطلحات الدراسة:

١- النخبة: يقدم باريتو للنخبة تعريفين أحدهما شامل، والثاني محدود، فالنخبة بالمعنى الشامل، هي تلك المجموعة الضئيلة من المجتمع التي حققت إنجازاً في أنشطتها المهنية والوظيفية، فقد بلغت أعلى مكانة في الهرم المجتمعي، مثل رجل الأعمال الناجح، الصانع المتفوق والأستاذ المبدع، ويعني هذا أن هذه النخب غير حاكمة، أما النخبة بالمعنى المحدود، هي تلك الطائفة أو الأقلية المسيطرة التي تملك النفوذ والقرار، وتمارس تأثيرها في باقي الطبقات الاجتماعية الأخرى، قصد التأثير بتوجيهاتها السياسية ومعتقداتها وأفكارها (٤٢).

ولكل شكل من أشكال النخب خصائصه ووظائفه التي يقوم بها تجاه المجتمع، فالنخب السياسية تعمل على قيادة دفة السلطة السياسية والمؤسسات الحكومية مستعينة بآليات معينة للوصول الى السلطة كالانتخابات، والنخب الحزبية لها أيديولوجياتها وبرامجها ونظامها الداخلي الذي ينظم عملها، والنخب العسكرية هي مجموعة من الشخصيات التي يبرز دورها في فترة الأزمات والحروب والصراعات الإقليمية والدولية، أما النخب البيروقراطية فهي النخب التي يقع عليها مسئوليتها تنظيم العمل الحكومي ومؤسسات الدولة بأجمعها، أما النخب الاقتصادية فهي التي تقوم بممارسة النشاط الاقتصادي من جهة لتحقيق منافعها الشخصية، وكذلك تقوم بالضغط على الحكومة من جهة أخرى بغرض إسناد النخب السياسية التي تدعم مصالحها، أما النخب الاجتماعية فهي كل الجماعات المؤثرة داخل المجتمع والتي تتمتع بنفوذ اجتماعي، والنخب الدينية هي مجموعة من الشخصيات الدينية التي تحظى باحترام وهيبة

روحية مصدرها الكتب السماوية التي تستند إليها، أما النخب المثقفة فهي مجموعة من العقول النابضة داخل المجتمعات والتي تفرض نفسها بما تملكه من امكانيات علمية ومعرفية^(٤٣).

وتعد النخبة الأكاديمية أحد أنواع النخب بشكل عام وهي جزء من النخبة الفكرية التي تضم على سبيل المثال الأدباء والمفكرين وأساتذة الجامعات والفلاسفة والعلماء، والنخبة الفكرية كما يعرفها بوتومور " بأنها الجماعة الصغيرة التي تتألف من أولئك الذين يسهمون في ابتكار ونقل ونقد الأفكار، وتضم هذه الفئة المؤلفين والعلماء والفلاسفة والمفكرين والفنانين والمتخصصين في النظريات الاجتماعية والمعلقين السياسيين، أما النخبة الإعلامية فيقصد بها الأفراد الذين يقومون بإعداد ونشر أو بث الرسائل الإعلامية عبر الوسائل الاتصالية المتعددة، وهم الصحفيون والعاملون في مجال البث الإذاعي والتلفزيوني^(٤٤).

ويقصد بالنخبة في هذه الدراسة النخبة الأكاديمية من أساتذة الإعلام والاتصال في الجامعات المصرية الحكومية والخاصة، والنخبة الإعلامية من كتاب ومحللين ونقاد فنيين، والنخبة المهنية من ممثلين ومخرجين ومنتجين، وهي فئات على درجة كبيرة من الوعي والخبرة العلمية والفكرية والثقافية، كما لديهم نظرة نقدية لما يتم معالجته بالمنصات الترفيهية الرقمية، وهو ما يساعد على تقييم هذه المضامين بشكل علمي دقيق.

٢- المنصات الترفيهية الرقمية: تعرف مي أحمد أبو السعود المنصات الإلكترونية بكونها: مواقع وشبكات افتراضية متخصصة في عرض المضامين الدرامية، سواء التي يتم إنتاجها خصيصاً للعرض في هذه المواقع، وتنفرد بها على سبيل جذب جمهور المشاهدين، طبقاً لمواصفات وخصائص تقنية معينة تتناسب مع الطبيعة التقنية والاتصالية لهذه المواقع والشبكات، أو التي يتم إنتاجها للبث عبر شاشات التلفزيون التقليدي، وتقديم نسخة منها على هذه المواقع إما في شكلها الأصلي وإما بإجراء بعض التعديلات عليها مثال ذلك: اختصار عدد حلقات المسلسل، تصغير المدة الزمنية لحلقات المسلسل، وغالباً ما تتيح هذه المواقع والشبكات خدماتها الاتصالية مجاناً أو بشكل مدفوع وفقاً لشروط معينة تعكس توجهها الاتصالي، مثال ذلك: نتفلكس، أمازون برايم، شاهد نت، واتش آت... إلى غير ذلك المنصات التي تعبر عن ظاهرة المشاهدة حسب الطلب^(٤٥).

والمقصود بهذه المنصات المواقع والشبكات التي تقدم خدمات ترفيهية للمشارك بها سواء كانت مضامين من إنتاج هذه المواقع والشبكات أو توفير مضامين متنوعة من جهات إنتاج أخرى، وإتاحة عدد من الخدمات التفاعلية للمشارك التي تعطيه قدر كبير من التحكم وتسمح له بالمشاهدة في الوقت المناسب له واختيار المضمون الذي يرغب بمشاهدته والتفاعل معه.

٣- القيم: تعرف نجلاء الجمال القيم بأنها مجموعة العادات والأعراف ومعايير السلوك والمبادئ المرغوبة التي تمثل ثقافة مجموعة من الناس أو جماعة أو فرد^(٤٦).

٤- الشباب: تعرف الأمم المتحدة الشباب على أنه فترة انتقال من اعتماد الطفولة إلى استقلال مرحلة البلوغ، ويعتبر العمر هو أسهل طريقة لتحديد هذه المجموعة، خاصة فيما يتعلق بالتعليم والتوظيف، لأنه غالبًا ما يُشار إلى "الشباب" على أنه الفترة ما بين سن ترك التعليم الإلزامي، والعثور على الوظيفة الأولى، وتحدد الأمم المتحدة إحصائياً مرحلة "الشباب"، بالفترة التي تتراوح ما بين ١٥ و ٢٤ عاماً^(٤٧).

الاطار النظري للدراسة:

اتخذت الدراسة اتجاها تكاملي يعتمد على عدد من النظريات والمداخل منها:

نظرية ثراء الوسيلة: Media Richness Theory

يعرف ثراء الوسيلة على أنه الدرجة التي يمكن للوسيط من خلالها نقل إشارات متنوعة ووفيرة، إلى جانب الرسالة نفسها^(٤٨).

وتقوم نظرية ثراء الوسيلة على تقييم قدرة وسيلة الاتصال على إعادة إنتاج المعلومات، والتي تتميز باستخدام إشارات اجتماعية مرئية مثل الإيماءات والتواصل غير اللفظي، حيث تسمح هذه الإشارات للوسيط بتوصيل رسالة معقدة بشكل أفضل، وتعتبر الوسيلة التي يمكنها توضيح الرسائل الغامضة أكثر ثراءً من تلك التي تتطلب وقتاً أطول لتحقيق فهم الرسالة، وتعتبر وسائط الاتصال الأكثر ثراءً أكثر فعالية في توصيل الرسائل الملتبسة، تلك غير الواضحة والأكثر صعوبة في التفسير^(٤٩).

وتنص النظرية على أنه كلما تم توفير المزيد من الإشارات والتلميحات المرئية بالإضافة إلى المعلومات غير المرئية مثل النص أو الصوت، كلما أصبح الوسيط أكثر ثراءً، فالإشارات الاجتماعية للإيماءات وتعبيرات الوجه هي حاملة للرسائل التوضيحية أو التضخيمية المهمة، وينص الافتراضان الرئيسيان للنظرية على أن: (١) أن الأفراد يريدون التغلب على الغموض وعدم اليقين، (٢) هناك وسائل إعلامية تخدم هذا الهدف بشكل أفضل من غيرها^(٥٠).

وتصف نظرية ثراء الوسيلة الوسائط التي تدعم التواصل السلس الذي يشبه التواصل وجهًا لوجه على أنها وسائط "غنية" Rich Media، والوسائط التي لا تدعمها بأنها وسائط "هزيلة" Lean Media، ويرى منظرو ثراء الوسيلة أن الوسائط الغنية يمكن أن تسمح لمستخدميها بالتواصل بسرعة ودقة، والانغماس في تجارب أعمق، وتحقيق أقصى قدر من أداء العمل^(٥١).

ويصف كلا من Daft وLengel التسلسل الهرمي لثراء الوسيلة باستخدام أربعة معايير، والتي تمثل أربعة مستويات من ثراء الوسيلة من الأعلى إلى الأدنى: (١) توفر ردود الفعل الفورية؛ (٢) قدرة الوسيلة على نقل إشارات متعددة (لغة الجسد، نغمة الصوت، وتغير اتجاه الصوت؛ (٣) استخدام اللغة الطبيعية و (٤) التركيز الشخصي للوسيلة^(٥٢).

وهناك متغيران بارزان لثراء الوسيلة هما المنفعة المدركة والمتعة المدركة، حيث يتيح ثراء الوسيلة لمستخدميها التواصل بدقة وسرعة، على نحو مماثل للاتصال الشخصي (وجهًا لوجه)، وعندما يفهم مستخدمو الوسيلة المعلومات بفعالية وكفاءة، يمكنهم تذكرها بشكل أفضل، وفي الوقت نفسه، عندما توفر الوسيلة محفزات حسية حية وجمالية متنوعة، يجد الناس هذه المحفزات جديدة، ويصبحون فضوليين وأكثر اهتمامًا بها^(٥٣).

وتعد نظرية ثراء الوسيلة أحد التوجهات النظرية المهمة التي تفسر ظاهرة استخدام المنصات الإلكترونية؛ من منطلق التركيز على ثلاثة مبادئ أساسية الأول: تصنيف منصات الدراما الإلكترونية، المبدأ الثاني: تقييم الجمهور لمنصات الدراما الإلكترونية، والمبدأ الثالث: تحديات منصات الدراما الإلكترونية وأساليب مواجهتها، بحيث تقود هذه المبادئ إلى معايير اختيار منصات الدراما؛ بمعنى أدق دوافع استخدام هذه المنصات وأسباب المفاضلة بينها؛ بدليل أن فعالية منصات الدراما الإلكترونية رهن أنماط استخدامها، حيث تبرز أهمية نظرية ثراء الوسيلة كتوجه نظري في تفسير العلاقة بين المنصات الإلكترونية وبين سلوك الاستخدام أو عادات التعرض، في ظل فورية رجوع الصدى ووفقاً لتوقيت محتوى منصات الدراما الإلكترونية، ثراء محتوى منصات الدراما الإلكترونية، ودقة محتوى منصات الدراما الإلكترونية، والتكيف مع محتوى منصات الدراما الإلكترونية، علماً بأنه كلما كان محتوى منصات الدراما الإلكترونية أكثر ثراء كلما حاز على إعجاب الجمهور وأقبلوا على استخدامه والتعرض لها؛ الأمر الذي نتج عنه بروز مفهوم المشاهدة الكثيفة^(٥٤).

وتري مي أحمد أبو السعود في دراستها عن أنماط استخدام المراهقات لدراما المنصات الإلكترونية أن الموقف الاتصالي أو المهمة الاتصالية لدراما المنصات الإلكترونية تعد المحدد الأساسي لتأثير هذه المنصات على مقياس السلوك الاتصالي للمراهقات، وبالتالي من ثم تتضح أوجه الاستفادة من هذه النظرية في دراسة الطبيعة الاتصالية لمنصات الدراما الإلكترونية في سياق علاقتها بمؤشرات الأداء الاتصالي، وأساليب إدارة المحتوى الدرامي لهذه المنصات وذلك من خلال^(٥٥).

- الإقبال على استخدام منصات الدراما الإلكترونية والمحتوى الدرامي الثري الذي تتيحه للمراهقات.

- إبراز أفضلية منصات الدراما الإلكترونية بالنسبة للمراهقات، وفقاً لقدرتها على إشباع دوافعهم الاتصالية.

- تحديد أسباب تفضيل استخدام المراهقات لدراما المنصات الإلكترونية والعوامل المؤثرة في عملية الاستخدام.

- إيضاح أثر الخصائص الاتصالية لمنصات الدراما الإلكترونية من فورية رجع الصدي، والقدرة على جذب الانتباه، وثراء المحتوى ودقته، والتكيف مع المحتوى على عادات وأنماط استخدام المراهقات لهذه المنصات.

وسوف تستخدم الدراسة نظرية ثراء الوسيلة من ضمن المداخل النظرية للدراسة، حيث سيتم دراسة خصائص وسمات المنصات الترفيهية الرقمية من وجهة نظر النخبة للتعرف على مصادر الثراء الاعلامي بها، والذي يؤدي إلى الاقبال عليها بشكل كبير، كما سيتم دراسة العلاقة بين ثراء المنصات الرقمية الترفيهية ومدى الثقة فيها وتأثيرها على قيم الشباب المصري.

نظرية الحتمية التكنولوجية Technological Determinism Theory

تعتبر نظرية الحتمية التكنولوجية للإعلام من النظريات الحديثة التي ظهرت حول دور الإعلام وطبيعة تأثيره على المجتمعات المختلفة^(٥٦)، ويقترح المنظور التاريخي للنظرية أن الثورات في التكنولوجيا من وقت لآخر قد أحدثت تغييرات كبيرة في المجتمعات^(٥٧).

تفترض هذه النظرية أن كل تغيير قيمي واجتماعي يعزى إلى قوة الآلة التكنولوجية، وهو ما أكد عليه مؤسس هذه النظرية مارشال ماكلوهان Marshal Macluhan في مقولته الشهيرة الوسيلة هي الرسالة في ستينيات القرن الماضي، بيد أن محتوى الوسائل شيء عرضي، وأن الأهم هو الوسيلة في حد ذاتها، والتي تفرض على المجتمع نمطا خاصا من القيم وطرق التفكير والاتصال بين الأفراد بهدف تغيير المجتمع^(٥٨).

يوضح ماكلوهان في عام ١٩٦٤ أن تقنيات وسائل الإعلام تضمن انتقال الثقافة في نسيج اجتماعي يغير في النهاية سلوك الإنسان الاجتماعي، فيقول "نحن نشكل أدواتنا وهي بدورها يشكلوننا"^(٥٩).

ويرى ماكلوهان أن الاختراعات التكنولوجية الهامة أثرت بشكل كبير على المجتمعات، وأن التحولات التي شهدتها الاتصال التكنولوجي لها تأثيراتها على التنظيم الاجتماعي، وفي رأيه أن النظام الاجتماعي يتم تحديده من خلال المحتوى الذي تحمله وسائل الإعلام، فبدون فهم الطريقة التي تعمل بها وسائل الإعلام، لا يمكننا فهم التغييرات الاجتماعية والثقافية التي تحدث في المجتمعات^(٦٠).

وفقا لماكلوهان، فإن نمو تقنيات الاتصال الجماهيري يضمن نشر الثقافة في المجتمع والذي بدوره يساعد على تغيير السلوك البشري^(٦١).

فتربط نظرية ماكلوهان الرسالة بوسائل الإعلام، ففي حين يرى بعض الباحثين الإعلاميين أن الوسيلة هي المحدد الأساسي لجودة الاتصال وتأثيره، يرى ماكلوهان أن الوسيلة هي الرسالة، مشيرًا إلى أنه لا يمكن عرض محتوى الوسائط بشكل مستقل عن تقنيات وسائل

الإعلام، فطبيعة وسائل الاعلام يمكن أن تشكل مجتمعات مرتبطة بها وتتأثر بها أكثر من محتوى الاتصال^(٦٢).

تؤطر نظرية الحتمية التكنولوجية لثلاثة افتراضات: أولاً: أن وسائل الإعلام تغرس كل فعل في المجتمع، ثانياً: تشكل وسائل الإعلام التصورات وتنظم الخبرات البشرية، ثالثاً: أن وسائل الإعلام تربط العالم^(٦٣).

ومما لا شك فيه تزايد أهمية الدراما المقدمة عبر الانترنت في سياق التلقي باعتبارها أداة من أدوات التأثير سواء بمحتواها السينمائي أو الوثائقي وذلك لما تتمتع به من مقومات لجذب الانتباه والتأثير الفعال النابع من تجسيدها لواقع الحياة وقضايا الإنسان بكافة أشكالها ومستوياتها، وفي ظل الإنفتاح الإعلامي الذي يشهده العالم اليوم نجد أن فكرة الحتمية التكنولوجية أصبحت الصورة الماثلة أمام المتلقي بشكل واضح وجلي، الأمر الذي يجعلنا أمام تحول ثقافي غير مسبوق في المشهد العالمي من خلال ما تنتجه وسائل الإعلام الرقمية من مضامين ومنتجات تؤثر بشكل أو آخر في سياق العملية الثقافية عند الجمهور^(٦٤).

ويمكن الاستفادة من هذه النظرية في الدراسة من خلال التعرف إلى أي مدى أثرت المنصات الترفيهية الرقمية كوسيلة وظاهرة تكنولوجية حديثة لها خصائصها وسماتها المميزة على المجتمع، وخلق أنماط وعادات مشاهدة جديدة غيرت من التصورات التقليدية لوسائل الإعلام، ومنها على سبيل المثال نمط المشاهدة النهمية أو الشرهة والتي أكدت كثير من الدراسات على انتشارها بين فئات المجتمع المختلفة خاصة الشباب، وارتباطهم بهذه الوسيلة الجديدة التي تقدم ميزات وخصائص مختلفة عن وسائل الإعلام التقليدية.

نظرية الغرس الثقافي Cultivation Theory :

أحدثت شبكة الإنترنت تغييراً كبيراً في نماذج الاتصال بشكل أساسي، حيث يقضي الأفراد وقتاً طويلاً على الإنترنت ويتشكل تصورهم للعالم من خلال ما يرونه، وقد أدى هذا التغيير السريع إلى إنشاء مجتمعات شبكية، وحلت مجتمعات الشبكات محل جمهور التلفزيون كمستهلكين لوسائل الإعلام^(٦٥).

وتعد منصات الأفلام ظاهرة تكنولوجية جديدة تسهم في تغيير ملامح الحياة الثقافية والاجتماعية للأفراد وتؤثر في طبيعة الإشباع الموجودة في المجتمع بطريقة أو أخرى، وذلك من خلال تجاربها الثقافية الجديدة سواء كانت حسية أو معرفية، وبالتالي يدفعنا ذلك للتساؤل عن مدى إمكانية مساهمة هذه المنصات في إيجاد أبعاد ثقافية جوهرية على الهوية الفردية للأفراد ودفعهم نحو اكتساب هوية تتماهي مع العولمة^(٦٦).

ويُعد مجال الربط بين نظرية الغرس الثقافي ووسائل الإعلام الجديد مجالاً بحثياً أخذاً في النمو، ويعني إمكانية الاستفادة من الأفكار العامة لنظرية الغرس الثقافي في الكشف عن العلاقة

بين الواقع الاجتماعي، كما يعبر عنه المضمون الاتصالي بالإنترنت ورؤية الجمهور لواقعه الاجتماعي^(٦٧)، وذلك للوقوف على نقاط العلاقة المشتركة بين الواقع الاجتماعي وبين رؤية المتلقي لواقعه الاجتماعي والثقافي^(٦٨).

عرفت نظرية الغزو الثقافي لأول مرة على يد جورج جرينر في ستينيات القرن العشرين، ويقال إنها واحدة من أكثر النظريات التي تمت دراستها من قبل العلماء، وتبحث النظرية في كيفية مساهمة التلفزيون بشكل فعال في إدراك وتصورات الجمهور للواقع الاجتماعي^(٦٩).

تعتبر نظرية الغزو الثقافي جزء من مشروع بحثي واسع ومطول أطلق عليه "المؤثرات الثقافية" اشترك في هذه النظرية عدة باحثين حيث توصلوا إلى نتيجة تفيد بأن التلفزيون كوسيلة ثقافية وبصفتها المهيمنة تزرع واقعاً اجتماعياً غالباً ما يتعارض بشكل أو بآخر مع الواقع الفعلي، ومنصات الأفلام وعلى رأسها نتفليكس تعد من المنصات الأكثر انتشاراً حسب احصائيات الدراسات السابقة، فاليوم أصبحت مؤثرة اجتماعياً وثقافياً بشكل قوي وملحوظ، فالنتعرض لأوقات طويلة وبدرجة من الاندماج في المضامين المطروحة على هذه المنصات يمكن من خلالها أن توجد واقعاً ثقافياً بديلاً عند المتلقين لها، الأمر الذي يجعلها تتحول إلى أداة أساسية في صياغة وتشكيل الآراء والاتجاهات والأحكام والتقييمات والإدراك للواقع^(٧٠).

وهو ما يتوافق مع فروض نظرية الغرس الثقافي، حيث تنطلق النظرية من فرض رئيس مؤداه أن التعرض المكثف لنماذج وصور ثقافية ثابتة ومتكررة يُشكل تدريجياً إدراك الفرد للواقع الاجتماعي المحيط بالفرد نتيجة التعرض التراكمي لوسائل الإعلام بصفة عامة، والتلفزيون بصفة خاصة، أي أن الأفراد الأكثر تعرضاً ويشار لهم بكثيفي المشاهدة Heavy Viewers يدركون العالم الواقعي المعاش بناءً على الواقع التلفزيوني الخيالي بشكل مختلف عن أولئك الذين يشاهدون أقل ويشار لهم بقليلي المشاهدة Light Viewers، وهو ما يؤدي في النهاية لإدراك الجمهور لهذا الواقع المحرف أو الواقع الرمزي على أنه الواقع^(٧١).

حيث توصف عملية الغرس بأنها عملية تعلم غير مقصود أو تعلم عرضي، فمن خلال متابعة وسائل التواصل الاجتماعي أو منصات الأفلام يكتسب المستخدم بدون وعي الكثير من الحقائق، وهذه الحقائق تصبح تدريجياً الأساس للقيم التي يكتسبها المستخدم عن العالم الحقيقي Real World، وبناءً على ما سبق، فإن الانتباه والتركيز أثناء متابعة منصات الأفلام وتحديدًا منصة نتفليكس باعتبارها المنصة الأكثر انتشاراً ومتابعة يؤدي إلى تعلم حقائق وقيم افتراضية وليس حقائق عن الواقع الفعلي، بل اكتساب ثقافة تم صناعتها بقوالب جاهزة، وينعكس ذلك من خلال آراء المتلقي وتقييماته واتجاهاته وسلوكه، أي من خلال نشاط معرفي ثقافي أكثر كثافة^(٧٢).

ومن هنا كان اهتمام الدراسة بالتعرف على آراء النخبة حول تأثير المنصات الترفيهية الرقمية على قيم الشباب المصري، وإلى أى مدى يمكن أن تشكل رؤيتهم للواقع، وذلك في

ضوء نتائج العديد من الدراسات التي أكدت على أن الشباب هو المستهلك الأول لهذه المنصات، وكذلك تغير نمط المشاهدة وظهور ما يعرف بالمشاهدة الشرهة والذي ارتبط بشكل كبير مع انتشار هذه المنصات.

الإطار المعرفي:

المنصات الترفيهية الرقمية:

يشهد قطاع الإعلام والترفيه تحولًا ضخمًا حيث برزت المنصات الرقمية كواحدة من أكبر أسواق الترفيه وأكثرها ربحية في العالم^(٧٣)، ربما يعد الجانب الأهم في هذه الثورة التقنية تحول منصات البث من مجرد منصات مستضيفة إلى شركات إنتاج ضخمة لديها القدرة على تحليل رغبات الجمهور وصناعة أعمال درامية تلانم الجمهور المستهدف، حيث ظهرت حقبة جديدة لبث الأعمال الدرامية بالاستعانة بالتكنولوجيا الحديثة، وتقديم أفضل المواد الدرامية القديمة والحديثة وجعلتها بين أيدي الجمهور بشكل يسهل متابعته وبطرق تختلف كثيرًا عن مشاهدتها عبر القنوات التلفزيونية، وتوفر التطبيقات والقنوات الإلكترونية للبث الدرامي خصوصية وتفاعلية وحرية في العرض مع سرعة الوصول إليه، وكذلك جودة المضمون الذي يعتمد على التشويق والتسلية دون انقطاع إجباري بعرض الإعلانات، ما جعلها في نفس الوقت هدفًا استراتيجيًا مهما أمام المحطات التلفزيونية ذاتها لتوسعة نطاق حضورها وجمهورها وإحياء دور التلفزيون في حياة المشاهدين، فضلا عن أن منصات الإعلام الجديد باتت بيئة جاذبة للمعلنين والشركات المتخصصة في الإعلان والإنتاج الفني، بعدما جذبت اهتمامات الكثير من أفراد الجمهور حول العالم^(٧٤).

ويعد المحتوى الدرامي من أكثر المضامين التي تجذب المستخدمين للاشتراك في هذه الخدمات؛ وذلك للحصول على تجربة مشاهدة مختلفة عن أنماط المشاهدة التقليدية بالقنوات التلفزيونية والتي تتحكم في نوعية المضمون المقدم للمشاهد وفي توقيت العرض، وبالتالي أعطت هذه الخدمات مميزات للمشاهدة بالنسبة للمشارك أهمها التحكم التام في زمان ومكان المشاهدة وفقًا لرغبات المشاهد، بل ومشاهدة مضمون درامي حصري لا يقدم سوى في هذه المنصات، وبهذا فقد أوجدت هذه الخدمات دوافع جديدة لدى المستخدمين لمشاهدة المحتوى المقدم عبر هذه الخدمات، وارتبط بذلك أيضًا خلق إشباع جديدة لدى المستخدمين تنبع من طبيعة هذه الخدمات والتحكم المطلق للمشاهد فيما يقدم له^(٧٥).

وتمتلك هذه المنصات مميزات وإمكانيات ثرية تتيح للمستخدمين الاستفادة منها والمفاضلة بين عدد من الخدمات وفقًا لما تتمتع به من مميزات، حيث تتوفر المتغيرات الخاصة بثناء هذه الوسيلة والمرتبطة بسهولة وسرعة الوصول لهذه الخدمات، بالإضافة إلى إمكانية تحمل التكلفة المالية للحصول على هذه الخدمات لاسيما مع ظهور عدد من المنصات التي تتنافس بعمل عروض لتسهيل اشتراك الجمهور بها، بالإضافة إلى غيرها من الخدمات المتاحة من وجود

ترجمة أو دبلجة لبعض الأعمال الأجنبية وغيرها من المميزات التي تتنافس كل منصة رقمية في تقديمها للمستخدمين^(٧٦).

المنصات الترفيهية الرقمية وجائحة كورونا (كوفيد ١٩):

ومن جانب آخر، فقد أثر الانتشار السريع لفيروس كوفيد ١٩ في جميع أنحاء العالم في ٢٠١٩-٢٠٢٠ بشكل كبير على صناعة الإعلام حيث تم تعليق كثير من الأنشطة الإعلامية مثل السينما وغيرها من الأنشطة الأخرى في كل مكان في العالم، وهذه الظروف جعلت الأفراد يتوجهون نحو المنصات الإلكترونية مثل Netflix و Amazon prime video و Hotstar وغيرها من المنصات الأخرى، والتي وجدوها أكثر فائدة وأسعارها مناسبة، وملائمة للإغلاقات والمحاذير الصحية^(٧٧).

فقد ألفت جائحة كوفيد ١٩ تبعات جذرية وعميقة على الاقتصاد العالمي، فبينما عانت شركات عديدة ذات أسماء رنانة خسائر متلاحقة في ٢٠٢٠، انهالت الأرباح على قطاع آخر هو المنصات الرقمية الترفيهية وفي مقدمتها عملاق هذا المجال (نتفليكس) ومنافسوها الذين نالوا حظًا من الكعكة مثل (هوم بوكس أوفيس) و(ديزني) وغيرها، ورغم أن المنصات الرقمية تكسب أرضية جديدة كل يوم منذ ما قبل الجائحة حتى، إلا أنها حققت مكاسب خيالية مع أواخر ٢٠١٩ وبدايات ٢٠٢٠، حيث اضطرت دول العالم لاتخاذ تدابير صارمة للتعامل مع الأزمة الصحية، وتباينت هذه الإجراءات من دولة إلى أخرى لكن القاسم المشترك بينها كان إغلاق المحال التجارية غير الضرورية وتقييد حرية الحركة بين المدن وداخلها، علاوة على إغلاق أماكن الترفيه والتجمعات العامة مثل الحانات والمقاهي والمسارح ودور العرض السينمائي، ومن هنا بدأ الكثيرون البحث عن وسائل التسلية داخل المنزل، وجذبت المنصات الرقمية اهتمام جمهور السينما والأعمال الفنية بشكل عام كمصدر تسلية وتعويض لحاجتهم إلى أجواء السينما والمسرح، ولم يقتصر الأمر على قطاع الفن وحده، بل امتد إلى مجالات أخرى مثل الرياضة^(٧٨).

ومن المتوقع أن تصل إيرادات صناعة الترفيه والإعلام العالمية إلى ما يتراوح بين ٢.١ و٢.٦ تريليون دولار أمريكي بحلول عام ٢٠٣٠، وأن تمثل الإيرادات الرقمية أكثر من ٦٠ في المئة من إجمالي الإيرادات في صناعة الترفيه والإعلام بحلول العام ذاته، وتشكل المنطقة العربية، بفضل تركيبها السكانية التي تسيطر عليها الفئة الشبابية (أكثر من ٢٨ في المئة من سكانها تتراوح أعمارهم بين ١٥ و ٢٩ سنة)، حجر الأساس للابتكار والتوسع في مجال الترفيه الرقمي، مع توقع نمو سوق الفيديو حسب الطلب (VoD) الإقليمي إلى أكثر من ٢٩.٦ مليون مشترك، ومبيعات ٢.٩٧ مليار دولار بحلول عام ٢٠٢٥، وفقًا لبحث نشره موقع "داتا ريبورتال"^(٧٩).

وعلى مستوى مصر يشهد سوق الفيديو حسب الطلب طفرة كبيرة، مدفوعاً بزيادة شعبية المحتوى المحلي والتوافر الواسع النطاق للوصول إلى الإنترنت بأسعار معقولة، فمن حيث قاعدة المستخدمين، من المتوقع أن يصل سوق الفيديو حسب الطلب في مصر إلى ٥٠.٦ مليون مستخدم بحلول عام ٢٠٢٧، ومن المتوقع أن ينمو إلى ٤٣.٩% بحلول عام ٢٠٢٧^(٨٠).

شبكة نيتفلكس:

تأسست شركة نيتفلكس Netflix الأمريكية على يد ريد هاستينغز ومارك راندولف عام ١٩٩٧ بكاليفورنيا، وكانت تعمل في الأصل كمتجر لتأجير الأفلام عبر الإنترنت، وفي عام ١٩٩٩ أطلقت نيتفلكس خدمة الاشتراك الخاصة بها والتي توفر خدمة تأجير أقراص DVD مقابل رسوم شهرية، واستمرت الشركة في جذب أعداد كبيرة من المشتركين الجدد إليها، وفي عام ٢٠٠٧ بدأت نيتفلكس في تقديم البث المباشر كميزة إضافية مع اشتراكات DVD، والذي يسمح بمشاهدة الأفلام أو البرامج التلفزيونية على الفور عبر الإنترنت، وحاز على شعبية كبيرة، وفي عام ٢٠١٠، نقلت نيتفلكس محتواها المتدفق إلى المستوى الدولي من خلال التوسع في كندا ليصل عدد مشتركها في نهاية ٢٠٢٠ ما يقرب من ٢٠ مليون عضو مقارنة بـ ١٢.٣ مليون في عام ٢٠٠٩^(٨١).

وفي يناير ٢٠١٦ أعلنت نتفليكس عن توسعها ليشمل سوقها ٢٤٣ دولة، باستثناء الصين التي تعتبر الدولة الرئيسية الوحيدة خارج منطقة توزيع نتفليكس، ليصرح الرئيس التنفيذي لشركة نتفليكس ريد هاستينغز لصحيفة نيويورك تايمز قائلاً "الآن أنت تشهد ولادة شبكة تلفزيونية عالمية"^(٨٢).

وفقاً لموقع Statista فإن عدد مستخدمي شبكة نيتفلكس بلغ حوالي ٢٤٧.٢ مليون مشترك حول العالم اعتباراً من الربع الثالث من عام ٢٠٢٣، حيث يقع معظم مستخدمي الشبكة في منطقة أوروبا والشرق الأوسط وأفريقيا^(٨٣).

وتتيح نيتفلكس لمستخدميها مشاهدة مجموعة متنوعة من العروض التلفزيونية والأفلام والوثائقيات، كما تتيح لهم المشاهدة غير المحدودة للمحتوى المقدم بلا إعلانات، وتتميز نيتفلكس بجودة عرض المحتوى بدقة قياسية SD، ودقة عالية HD، ودقة عالية فائقة UHD، كما توفر مكتبة تضم مضموناً عالمياً من أعمال النيتفلكس الأصلية، ويختلف محتوى هذه المكتبة من منطقة إلى أخرى، كما يتغير بمرور الوقت، ومع ارتفاع معدل المشاهدة، تقوم نيتفلكس بتقديم توصيات أفضل بالعروض التلفزيونية التي يفضلها المشاهد الذي يكون بإمكانه العرض والإيقاف المؤقت واستئناف المشاهدة كما يرغب، ويكون بإمكانه أيضاً تنزيل العروض المفضلة له على أجهزة الجوال التي تعمل بنظام IOS، Android، أو على تطبيق Windows 10، ومن هنا تتحقق له ميزة المشاهدة في أثناء التنقل دون الحاجة إلى الاتصال

بالإنترنت، وتبدأ عضوية المشاهد بالمنصة بفترة تجريبية مجانية، على ألا يقل عمر المستخدم عن ١٨ عامًا، حيث لا يجوز للقصر استخدام الخدمة إلا تحت إشراف شخص بالغ^(٨٤).

ويتمثل الهدف الرئيسي للمنصة من الحفاظ على عملائها من إلغاء الاشتراكات، ومفتاح ذلك هو توصيات المشاهدة المخصصة (personalized recommendations) لتقديم المزيد من المحتوى متاح للمشاهدين^(٨٥)، حيث تقوم المنصة بتتبع تفضيلات المشاهدة للمستخدمين، ويتم تزويدهم باقتراحات مخصصة حول ما يجب عليهم مشاهدته بعد ذلك، ونتيجة لذلك، لن يضطر مشتركو نيتفلكس إلى إضاعة الوقت في البحث عبر الكتالوجات حيث يمكنهم ببساطة مشاهدة المحتوى الموصى به^(٨٦).

وعلى عكس التلفزيون الذي جمع العائلات في غرف المعيشة، تدفع خدمات البث وعلى رأسها نتفليكس مشاهدة الأفلام والمسلسلات إلى "الفردانية"، ولذلك تعتمد هذه المنصات بشكل كبير على خوارزميات الترشيح والتوقع، فمزيد من الأذواق والاختيارات، يعني مزيداً من الاشتراكات والأرباح، وحتى الآن لا تملك أي شركة أخرى خوارزمية مماثلة لنتفلكس مما قد يفسح لها المجال للسيطرة على الإنتاج الدرامي^(٨٧).

وتعد قاعدة المشاهدة الشرهة أو المشاهدة النهمه binge-watching^(٨٨) استراتيجية عمل مهمة لشبكة نيتفلكس، فإذا كان بإمكانها تقديم محتوى يبقي المشاهدين مهتمين لفترات طويلة، مثل عرض مواسم متعددة للبرامج يصبح من غير المرجح أن يلغي المشتركين الاشتراكات طالما أنهم ما زالوا منهمكين بالمشاهدة ومتابعة المحتوى^(٨٩)، ومن هنا كان لابد للمنصات أن تتبع إستراتيجيات برامجية لتعميق الارتباط بالمنصة والحفاظ على المستخدم أطول فترة ممكنة؛ لذا كانت إستراتيجية المشاهدة بدون انقطاع، أو المشاهدة الشرهة، من أهم الإستراتيجيات التي يتم الاعتماد عليها^(٩٠).

وهو ما أدى إلى تغيرات مركزية أفرزتها هذه المنصات وهو الابتعاد عن الإصدار التقليدي للحلقات أسبوعاً بعد أسبوع مع إتاحة مواسم كاملة من المسلسلات التلفزيونية، وهو مؤشر رئيسي على التحول الثقافي في المشاهدة، فالمشاهدة بنهم أصبح نمطاً سريع الانتشار خاصة بين الشباب^(٩١).

وفي دراسة أجرتها شبكة نيتفلكس على مشاهديها، وجدت الشركة أن (٧٣٪) من العينة أوضحت أن المشاهدة الشرهة هي مشاهدة ما بين ٢ إلى ٦ حلقات من نفس البرنامج التلفزيوني في جلسة واحدة^(٩٢).

وتستفيد المنصات من ذلك النمط من المشاهدة لتفعيل الاشتراك في الخدمة، من خلال عرض الحلقة الأولى فقط، أما بقية الحلقات فلا بد من دفع الاشتراك^(٩٣).

ويمكن القول أن مصطلح المشاهدة الشرهة ارتبط بشكل كبير مع ظهور المنصات الرقمية خاصة منصة نيتفلكس، حيث تشير ماتريكس إلى أن الإفراط في المشاهدة ونيتفلكس أصبحا مصطلحان مترادفين في الصحافة الشعبية^(٩٤).

كما أن المشاهدة الشرهة تختلف عن أنواع المشاهدة الأخرى لأنها تمنح المستخدمين درجة من التحكم في أنشطة المشاهدة الخاصة بهم لم يسبق لهم القيام بها من قبل، حتى الأنشطة التي ربما كانت تعتبر ذات يوم استهلاكاً نهماً - حيث تبث بعض الشبكات العديد من حلقات البرنامج نفسه لساعات أو أيام متواصلة، لا تشبه تقريباً المشاهدة الحديثة^(٩٥).

ولقد أظهرت العديد من الأبحاث أن الإفراط في المشاهدة قد تؤدي إلى إشكالية في أنماط مشاهدة المسلسلات التلفزيونية ولها عواقبها الضارة، منها الأرق والتعب المزمن، نمط الحياة غير المستقر وغير الصحي، إهمال الأنشطة الأخرى، والحد من العلاقات الاجتماعية، فالطبيعة الجذابة للمسلسلات التلفزيونية تشكل تحدياً حقيقياً لقدرات المشاهدين على ضبط النفس، وهناك افتراضاً واسع النطاق في الأدبيات بأن المشاهدة الشرهة لها صفات إدمانية^(٩٦).

إشكاليات الانتاج العربي لمنصة نيتفلكس:

قدمت شبكة نيتفلكس منذ انطلاقتها عدداً من الأعمال بلغات شعوبها الأصلية، وكان ذلك هدفاً من الأهداف المعلنة لهذه المنصة منذ بدايتها، وعلى مستوى الانتاج العربي فقد أنتجت عدداً من الأعمال الدرامية العربية، اثنان من مصر هما: " ما وراء الطبيعة، والبحث عن علا، واثنان أردنيان هما: " جن"، و" فتيات الروابي"، وأنتجت نيتفلكس أول فيلم عربي "أصحاب ولا أعز" وهو اقتباس من الفيلم الإيطالي *perfecti sconosciuti* أو *Perfect strangers* الذي صدر عام ٢٠١٦ وصدرت عنه اقتباسات بلغات عدة قبل العربية، وكذلك أيضاً فيلم الملك *The Angel* عن قصة حياة أشرف مروان وعدته عميلاً مزدوجاً لمصر وإسرائيل في أن واحد، وأخيراً أنتجت نيتفلكس فيلم عن الملكة المصرية كليوباترا، وقد أثارت تلك الأعمال الدرامية، بما تقدمه من قيم ثقافية وأخلاقية، كثيراً من الجدل في المجتمعات العربية، بسبب تجاوزها عدداً من المحظورات الثقافية والأخلاقية بالمنظور العربي والإسلامي على وجه التحديد^(٩٧).

حيث أثار الفيلم العربي الجديد "أصحاب ولا أعز" جدلاً كبيراً لما يتضمنه من مواضيع ومشاهد صدمت من اعتبارها "مخالفة لقيم المجتمع" وأسعدت من رآها كشفاً لـ "واقع عادة ما نريده مخفياً"^(٩٨)، بينما جاء فيلم كليوباترا محرراً عن السياق التاريخي المعروف وينسب الحضارة المصرية لأصل إفريقي.

وفي دراسة رهام صلاح فقد احتل فيلم أصحاب ولا أعز المرتبة الثالثة بين المضامين العربية المفضلة بنسبة ٣٥.٥% لدى عينة الدراسة بعد مسلسل "ما وراء الطبيعة" ومسلسل

"البحث عن علا"، وأرجعت الباحثة ذلك إلى الآراء السلبية حول هذا العمل والتي من الممكن أن تكون قد قللت الرغبة عند الجمهور في مشاهدته^(٩٩).

ولقد أثارت منصة نتفليكس موجة جدل واسعة على منصات التواصل، عقب الترويج للمثلية الجنسية في محتوى موجه إلى الأطفال، وفي سبتمبر ٢٠٢٢ أفاد بيان صادر عن مجلس التعاون الخليجي بأن لجنة مسؤولي الإعلام الإلكتروني بدول المجلس عقدت اجتماعا لمناقشة، "ما لوحظ في الفترة الأخيرة من قيام منصة نتفليكس ببث بعض المواد المرئية والمحتوى المخالف لضوابط المحتوى الإعلامي في دول المجلس والذي يتعارض مع المبادئ الإسلامية والمجتمعية"، وأضاف البيان أنه "تم التواصل مع منصة نتفليكس لإزالة هذا المحتوى بما فيه الموجه للأطفال"، وتابع البيان أن "الجهات المعنية ستتابع مدى التزامها، وفي حال استمرار بث المحتوى المخالف سيتم اتخاذ الإجراءات القانونية اللازمة"^(١٠٠).

وقد كشف تقرير أرباح شركة نتفليكس للربع الثاني من العام ٢٠٢٢ عن انخفاض في عدد المشتركين في جميع أنحاء العالم بمقدار مليون مشترك، بما في ذلك انخفاض قدره ١.٢٨ مليون مشترك في الولايات المتحدة وكندا وهدما بين نهاية مارس ونهاية يونيو^(١٠١).

كما تراجع قيمة أسهم نتفليكس بنسبة ٣٥% بعد أن كشفت عن انخفاض حاد في عدد المشتركين وحذرت من أن ملايين آخرين على وشك إنهاء اشتراكاتهم، وأدى التراجع في قيمة الأسهم إلى خسارة نتفليكس أكثر من ٥٠ مليار دولار من القيمة السوقية للشركة، فيما حذر خبراء من أنها تواجه تحديات كبيرة للعودة إلى مسارها السابق، ويرجع البعض ذلك إلى المنافسة الشديدة التي تواجهها نتفليكس من المنصات وخدمات البث الأخرى، كذلك لجؤها إلى رفع الأسعار وتوقف خدمتها في روسيا^(١٠٢)، كما يرجع بعض النقاد هذا الانخفاض في أعداد المشتركين إلى الهجوم الذي تتعرض له المنصة منذ فترة واتهامها ببث أعمال تتعارض مع القيم والعادات العربية، وربما دفعت هذه الاتهامات بعض المشتركين إلى إلغاء اشتراكاتهم^(١٠٣).

المنصات الترفيهية العربية:

شهدت الفترة الأخيرة ظهور العديد من المنصات الترفيهية العربية والتي سعت لتقديم مضامين عربية مميزة لتنافس بها المنصات الأجنبية واستطاعت في فترة قصيرة جذب شريحة كبيرة من الجمهور.

وتعد منصة (شاهد) المنصة العربية الأكثر شهرة، إذ عادت منصة شاهد للانطلاق بشكل جدي في ١٦ يناير ٢٠٢٠ تحت شعار "العروبة انتماؤنا.. وهذا وقتنا"، وتمثل "شاهد" حقبة جديدة من الترفيه الرقمي وذلك بعدد من الإنتاجات والعروض والتي تتنوع بين العروض الحصرية تحت مسمى (شاهد بريميير Premiere) وهي الخاصة بالعروض الأولى التي تضم أفلام وبرامج ومسلسلات في عرض أول وحصري على منصة "شاهد"، وما بين العروض

الأصلية (شاهد أوريجنالز Originals) والتي تشمل نخبة من الأفلام الخاصة والحصرية من إنتاج شاهد، وتتنوع بين أفلام سينمائية ومسلسلات درامية منها الطويلة والقصيرة^(١٠٤).

أما منصة "واتش أت" (it Watch) فهي أول خدمة رقمية مصرية منذ عام ٢٠١٩ تتيح مشاهدة المحتوى الدرامي والبرامجي من أفلام، ومسلسلات، وأحداث رياضية، وأفلام وثائقية، وسهرات تلفزيونية، حيث تتيح التمتع بمشاهدة هذه المحتويات المصرية والعربية دون إعلانات، وبدأت المنصة في نهاية ٢٠٢١ في التوسع في إنتاج الأعمال الأصلية مع التوسع في عملية الاستحواذ على الأعمال المختلفة العربية وغير العربية^(١٠٥).

المنصات الترفيهية الرقمية والقيم المجتمعية:

يتميز العصر الحاضر بسمة التغير والتطور السريع الذي اجتاح جميع ميادين الحياة المختلفة، مما أدى إلى وجود نوع من الخلل في النسق القيمي وظهور العديد من المشكلات والصعوبات التي ربما تعود إلى التأثير بالمستجدات والمتغيرات العالمية الناتجة عن التقدم المتسارع الذي أحدثته ثورة المعلومات في جميع مناحي الحياة، كما أن هذه الثورة المعلوماتية والاتصالية أصبحت تهدد الثقافة المحلية للشعوب نتيجة ما يبث من خلالها من ثقافات مختلفة تحمل في داخلها الكثير من القيم والأفكار المتباينة^(١٠٦).

ومما لا شك فيه أن وسائل الإعلام الجديدة ساهمت بشكل كبير في نشر أنماط وقيم أخذ بعضها طابعاً عالمياً، وتعدى الحدود المحلية للمجتمعات، ورأينا التأثير الأكبر على الشباب باعتباره الفئة الأكثر استهلاكاً لهذه الوسائل.

فمنظومة القيم لدى الشباب في أي مجتمع تعمل على^(١٠٧):

- تشكيل شخصية الشاب وتحديد أهدافه في إطار معيار صحيح.
- يمكن التنبؤ بسلوك صاحبها متى عرف ما لديه من قيم وأخلاق في المواقف المختلفة، وبالتالي يكون التعامل معه في ضوء التنبؤ بسلوكه.
- تعمل كحائط صد ضد أي تيارات يرفضها المجتمع خاصة الاخلاقية منها.

ويوضح غسان بن محمد عسيلان أن من أبرز المفاهيم المعروفة في علوم التربية مفهوم التطبيع الاجتماعي أو التنشئة الاجتماعية، والذي يعني نقل منظومة القيم والعادات والتقاليد والثقافة المجتمعية العامة من جيل إلى جيل، وفي الماضي القريب كانت هذه العملية تتم وفق مجموعة من الوسائط التربوية هي: الأسرة، والمدرسة، والأصدقاء، والمسجد، ووسائل الإعلام، وجميع هذه الوسائط التربوية كانت تتعاون في سبيل الحفاظ على هوية المجتمع، من خلال نقل منظومته الثقافية المتوارثة عبر الأجيال، ومع مرور الوقت تعاضم تأثير الإعلام وتضاءل أثر بقية الوسائط التربوية الأخرى، وأصبح ما يُعرف بـ (الإعلام الجديد) في وقتنا المعاصر هو المؤثر الأكبر أثراً والأعظم خطراً على منظومة القيم من حيث ترسيخها أو

مسخها أو حتى إسقاطها، لا سيما في ظل الانفتاح الفكري والثقافي العالمي الذي تعيشه البشرية اليوم، وأضحت هذه الظاهرة مشكلة مؤرقة بسبب هجوم طوفان من الثقافات والأيدولوجيات المختلفة والمتغايرة أو حتى المتصادمة، وتزاحمها في عقول ووجدان الشباب^(١٠٨).

بينما ترى نجلاء الجمال أنه وعلى الرغم من رصد العديد من الباحثين لتأثير الإعلام التقليدي على القيم وأنها أثرت سلبيًا على شيوع العديد من القيم السلبية، إلا أن باحثي الإعلام الجديد يرون أن دور الإعلام الجديد في علاقته بمنظومة القيم المجتمعية لا يقتصر على نشر بعض القيم السلبية بالمجتمع، وإنما امتد دوره لنشر بعض القيم الإيجابية، ويدللون على ذلك بدور الإعلام الجديد في حشد الشباب للمشاركة في ثورتى ٢٥ يناير وثورة ٣٠ يونيو وهو ما يؤكد على أن الإعلام الجديد قد دعم لدى هؤلاء الشباب قيمة المشاركة السياسية والاجتماعية، فوسائل الإعلام تقوم بدعم القيم الشخصية وأنماط السلوك المقبولة وتوحدنا مع قيم المجتمع في اكتساب رؤية الفرد من خلال المقارنة والمطابقة مع الصور الأخرى التي يتعرض لها في وسائل الإعلام^(١٠٩).

كما أظهرت الدراسات أن أفلام التدريب العسكري زادت المعرفة بالقضايا، ولكنها لم تغير المواقف، وأن تأثير وسائل الإعلام أثناء الانتخابات الرئاسية عزز المواقف الحالية بدلًا من تغييرها، ومع قيام العلماء بمزيد من التدقيق، لاحظوا أنه لم يتم الحصول على تأثيرات الإقناع المتوقعة في كثير من الأحيان، نتيجة لعدد من العوامل السياقية أو الظرفية، وبالتالي فليس كل من سيشاهد منصة نتيفلكس سيتعاطف مع "المثلية الجنسية" على سبيل المثال، أو من سيشاهد منصة أبل تي في سيتعاطف مع "الحركة النسوية"؛ بل سيظل التأثير هنا رهنا بالعديد من العوامل، مثل: قوة الرسالة، وتواتر التغطية وكثافتها، والسياق المجتمعي المحيط^(١١٠).

ويمكن القول أن الجانب الأهم في المنصات الترفيهية الرقمية وبشكل خاص المنصات الأجنبية يكمن في تحولها من منصات مستضيفة إلى شركات إنتاج ضخمة، مثل نتيفلكس التي تقدم مضامين متنوعة من مختلف بلدان العالم، وتبث ثقافة عالمية وعادات وتقاليد وسلوكيات قد تختلف تمامًا عن طبيعة مجتمعاتنا العربية، وقد أشارت العديد من الدراسات إلى اعتبار نتيفلكس مظهرًا من مظاهر الهيمنة الثقافية في إطار تأكيدها الانتماء إلى مفهوم الجماهير العالمية والمضمون العالمي، بالإضافة إلى ارتباطها بظهور أنماط مشاهدة جديدة، مثل المشاهدة الشرهة^(١١١).

ومن جهة أخرى يرى بعض المراقبين أن الانتشار العالمي لشبكة نتيفلكس أو ما يطلق عليه "التجارة الثقافية عبر الوطنية" cross-national cultural trade يدعو إلى القلق بشأن التراث الثقافي ومنتجات الأسواق الصغيرة، حيث أنه ليس من الواضح إذا كان توسع نتيفلكس مفيدًا أم سيئًا للإنتاج الثقافي خارج الولايات المتحدة، فمن جهة فإن أحد الاحتمالات هو أن توسع نتيفلكس يؤدي إلى انتشار أكبر للإنتاج الأمريكي في جميع أنحاء العالم، مما يوسع

الحصة التي هي كبيرة بالفعل من أصل أمريكي من مبيعاتها حول العالم، والاحتمال الثاني هو إمكانية تسهيل نيتفلكس لتوزيع إنتاج جميع البلدان حول العالم وفي السوق الأمريكية الكبيرة، ولذلك نجد طلب البرلمان الأوروبي في ٢٠١٧ أن يتم وضع قاعدة تتطلب أن يتضمن المحتوى الذي تعرضه نتفليكس ما لا يقل عن ٣٠٪ من المحتوى الأوروبي في مواجهة توسع نيتفلكس العالمي^(١١٢).

ويرى محمد جبريل الزيلعي في دراسته أن منصات الأفلام تُسهم في تغيير ملامح الحياة الثقافية والاجتماعية للأفراد، وأن هذه المنصات يُمكن أن تصنع واقعاً ثقافياً لدى المتلقي من خلال نقلها المضامين الترفيحية والسينمائية والدرامية وتناولها الأحداث والقضايا وتجسيدها أمام المتلقي، الأمر الذي يكسبه تصوراً ذاتياً عن تلك القضايا والواقع^(١١٣).

ويرى البعض أن هذه المنصات لها تأثير سلبيًا خاصة في الشرق الأوسط بسبب القيم الثقافية المختلفة التي يتم تقديمها في المحتوى والذي يتم بثه للمراهقين والشباب الذين هم الأكثر انجذاباً إلى هذه المنصات، ومن الأمثلة الواضحة على هذا التأثير الكبير لشركة نيتفلكس التي طورت مكاناً خيالياً في أذهان المراهقين، حيث يهربون إليه والسكن في واقعه الخيالي، ونظراً لأنها تعتبر شبكة معولمة، فهي تعمل على تحويل الثقافات المحلية واللغات العرقية للمراهقين في كل مكان حول العالم، ويظهر ذلك في الكيفية التي تم بها تصوير العديد من مثل المجتمع المصري وممارساته الاجتماعية وتشويه العديد من جوانب الثقافة المصرية^(١١٤).

ففي دراسة داليا عثمان اتضح فيها أن نسبة القيم الإيجابية المقدمة في مسلسلات نيتفلكس قليلة جداً بالنسبة للقيم السلبية، والتي وافقت عليها أغلبية عينة الدراسة في إطار الحرية الشخصية وتقبل الآخر، رغم إقرارهم بعدم تبني هذه القيم السلبية بشكل شخصي، إلا أن مجرد القبول يحوي ضمناً خطر المحاكاة فيما بعد مع تغير الظروف^(١١٥)، وفي دراسة صفا محمد إبراهيم أظهرت نتائج الدراسة ظهور الشخصيات العربية في دراما نيتفلكس كنسخ من الشخصيات الأجنبية بفكر أجنبي، وقبولها للخيانة الزوجية، ومعرفة الأهل بوجود علاقات جنسية لأبنائهم، كذلك تركيز دراما نيتفلكس على قضايا المثلية، وتقديم هذه الشخصيات الشاذة في وضع يجعل الجميع يتعاطف معه^(١١٦).

وبشكل عام يمكن القول أن ما تثيره هذه المنصات التي تتبنى نظماً قيمية مغايرة، هو "التعاطف" الناتج عن مشاهدة الأعمال الدرامية المشحونة عاطفياً والتي تستغرق المشاهدين وتجذبهم للجلوس لمشاهدتها لساعات طويلة، فوفقاً لعالم النفس البريطاني إدوارد تيتشنر Edward Titchener، فقد "أصبحنا ملتصقين بالقصص المعقدة والمشحونة عاطفياً بسبب ما تنتيحه لنا من قدرة على التعرف على مشاعر الآخرين"، هذه القدرة هي التي تدفع نحو التوحد مع الآخر، وهذا التوحد الناتج عن التعاطف هو المفتاح الرئيسي لتفسير تأثير وسائل الإعلام بشكل عام والمنصات بشكل خاص على قيم واتجاهات الأفراد^(١١٧).

نتائج الدراسة الميدانية:

أولاً مدى إقبال النخب المصرية على استخدام المنصات الترفيهية الرقمية وأسباب متابعتها

١. مصادر المعرفة بالمنصات الترفيهية الرقمية:

جدول رقم (٢) مصادر المعرفة بالمنصات الترفيهية الرقمية (ن=١٠٩)

المصادر	ك	%
وسائل الإعلام	٥٧	٥٢.٣%
الأصدقاء	٤٨	٤٤%
إعلانات عن الشبكة	٤٥	٤١.٣%
الأقارب	٢٣	٢١.١%
أخرى	٢	١.٨%

احتلت وسائل الإعلام المرتبة الأولى من حيث المصادر التي تعرفت من خلالها النخبة على وجود المنصات الترفيهية الرقمية وذلك بنسبة ٥٢.٣%، فظهرت هذه المنصات وانتشارها كان مساراً لكثير من الجدل والنقاش في وسائل الإعلام المختلفة حول طبيعتها التي جذبت إليها قطاع كبير من المشاهدين، ليأتي الأصدقاء في المرتبة الثانية بنسبة ٤٤%، وهو ما يؤكد أهمية دور الأصدقاء الذي يتمثل في مناقشة وترشيح الأعمال التي يشاهدونها على المنصة وهو ما قد يشجع الآخرين على الاشتراك بها، يليها الإعلانات عن المنصات بكل أشكالها بنسبة ٤١.٣%، وهو ما يدل على حرص هذه المنصات على الإعلان عن نفسها وعن عروضها في كل وسائل الإعلام، ثم الأقارب بنسبة ٢١.١%.

٢. المنصات الترفيهية الرقمية التي يتابعها أفراد النخبة:

جدول رقم (٣) المنصات الترفيهية الرقمية التي يتابعها أفراد النخبة (ن=١٠٩)

المنصات	ك	%
نيتفلكس	٧٨	٧١.٦%
شاهد	٦٤	٥٨.٧%
إيجي بست	٥٢	٤٧.٧%
واتش ات watch it	٣٢	٢٩.٤%
أمازون Amazon	٣٠	٢٧.٥%
Osn	٢٤	٢٢%
أخرى	٣	٢.٨%

توصلت نتائج الدراسة الميدانية إلى أن منصة نيتفلكس تعد أكثر المنصات الترفيهية الرقمية التي يحرص أفراد عينة الدراسة على متابعتها وذلك بنسبة ٧١.٦%، يليها في المرتبة الثانية

منصة شاهد بنسبة ٥٨.٧%، ثم موقع إيجي بست بنسبة ٤٧.٧%، يليه واتش ات بنسبة ٢٩.٤%، وجاء موقع أمازون بنسبة ٢٧.٥%، وفي المرتبة الأخيرة osn بنسبة ٢٢%.

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج العديد من الدراسات سواء العربية أو الأجنبية في تصدر نتيفليكس لقائمة المنصات الرقمية الترفيهية التي يتم متابعتها، فمنصة نتيفليكس تعتبر من أكبر وأضخم المنصات العالمية المنتشرة في العديد من الدول، بإجمالي مشتركين في المنصة يتجاوز ٢٢٣ مليون مشترك^(١١٨)، وقد أظهرت عدد من الدراسات العربية زيادة الإقبال عليها في الدول العربية خاصة من الشباب مثل دراسة دعاء أحمد البنا ٢٠٢١، أماني رضا عبد المقصود ٢٠٢١، رهام صلاح الدين (٢٠٢٠)، ريهام سامي (٢٠٢٠)، داليا عثمان ٢٠٢٠، ودراسة ماثيو بيتمان وكيم شيهان ٢٠١٥، ودراسة داليا عثمان وعبير فكري صديق ٢٠٢١.

ويلاحظ أيضاً ارتفاع نسبة الإقبال على متابعة منصة شاهد وتقارب نسب متابعتها مع منصة نتيفليكس، حيث شهدت الفترة الأخيرة تطوراً ملحوظاً في المضمون المقدم بالمنصة، فقد تمكنت منصة "شاهد" من أن تجد موطئ قدم لها بين عدد من المنصات العالمية، ونجح "شاهد VIP" في تثبيت نفسه كأبرز وأكبر مزود للمحتوى الأصلي النوعي العربي للجمهور في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا وما ورائهما، كما أبرم "شاهد" مجموعة واسعة من الشراكات مع عدد من العلامات التجارية الرائدة في مختلف القطاعات إقليمياً وعالمياً، مما ساعد على تحقيق نمو ثابت في قاعدة المشتركين علماء أن نحو ٦٠% من النمو في قاعدة جمهور المشاهدين من خارج العالم العربي (جاليات عربية) مصدره الولايات المتحدة وكندا، أما نسبة النمو المتبقية الـ ٤٠%، فمصدرها يتوزع بين كل من المملكة المتحدة واستراليا وألمانيا وفرنسا والسويد، إضافة إلى مناطق أخرى في أوروبا^(١١٩).

٣. نوع الاشتراك في هذه المنصات:

جدول رقم (٤) نوع الاشتراك في هذه المنصات

نوع الاشتراك	ك	%
متقطع	٤٦	٤٢.٢%
منتظم	٤٥	٤١.٣%
نادر	١٨	١٦.٥%
الإجمالي	١٠٩	١٠٠%

يلاحظ أن النسبة الأكبر من عينة الدراسة مشتركة بشكل متقطع في المنصات الترفيهية الرقمية وذلك بنسبة ٤٢.٢%، وربما يرجع ذلك إلى ارتفاع تكلفة الاشتراك بهذه المنصات والتي يمكن أن تمثل عبئاً على أفراد العينة، يليها من يشتركون بشكل منتظم بنسبة ٤١.٣%، ثم من يشتركون نادراً بنسبة ١٦.٥%.

٤. بداية مشاهدة هذه المنصات:

جدول رقم (٥) بداية مشاهدة هذه المنصات

بداية المشاهدة	ك	%
من سنة إلى ثلاث سنين	٤٣	٣٩.٥%
أكثر من ثلاث سنين	٣٦	٣٣%
أقل من سنة	٣٠	٢٧.٥%
الإجمالي	١٠٩	١٠٠%

يتضح من بيانات الجدول السابق أن النسبة الأكبر من عينة الدراسة تشاهد هذه المنصات منذ فترة تتراوح ما بين سنة إلى ثلاث سنوات وذلك بنسبة ٣٩.٥%، بينما من يشاهدها منذ أكثر من ثلاث سنوات بنسبة ٣٣%، ثم من يشاهدها منذ أقل من سنة بنسبة ٢٧.٥%، وربما يرجع ذلك إلى حداثة هذه المنصات خاصة المنصات العربية مثل شاهد والتي بدأت إنطلاقها بشكلها الجديد عام ٢٠٢٠، وكذلك واتش ات التي بدأ بثها في رمضان عام ٢٠١٩.

٥. معدل التعرض لمنصة نيتفليكس في الأسبوع :

جدول رقم (٦) معدل التعرض لمنصة نيتفليكس في الأسبوع

معدل التعرض	ك	%
حسب الظروف	٦٤	٥٨.٧%
من يومين إلى ثلاثة	١٦	١٤.٧%
أكثر من ثلاثة أيام	١٦	١٤.٧%
يوميًا	١٣	١١.٩%
الإجمالي	١٠٩	١٠٠%

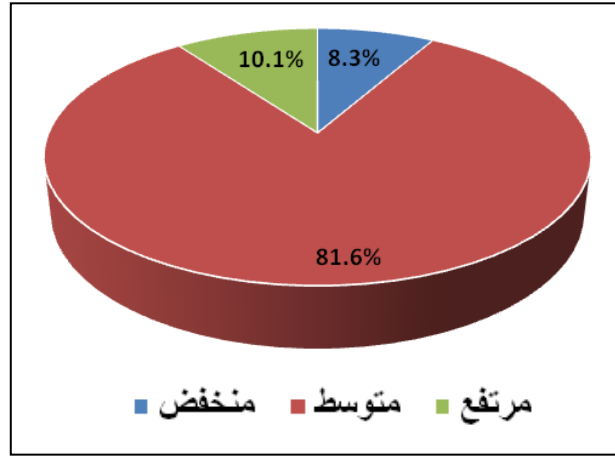
تشير بيانات الجدول السابق أن عينة الدراسة من النخبة تستخدم منصة نيتفليكس حسب الظروف وذلك بنسبة ٥٨.٧%، وذلك يتناسب مع طبيعة وظروف أفراد عينة الدراسة المختلفة والمتنوعة، في حين تساوى من يستخدمون المنصات من يومين إلى ثلاثة ومن يستخدمونها أكثر من ثلاث أيام بنسبة ١٤.٧%، وفي الترتيب الأخير من يستخدمونها بشكل يومي بنسبة ١١.٩%، وهو ما يظهر بشكل عام ارتفاع نسبة استخدام أفراد العينة للمنصات الترفيهية الرقمية، وهو ما يمكن أن يساهم في التعرف على أهم خصائصها، والتعرف على أسباب متابعتها من قبل عينة الدراسة. تتفق مع نتيجة دعاء أحمد البنا ٢٠٢٢

٦. المدة الزمنية التي تقضيها عادة في الزيارة الواحدة لمنصة نيتفليكس:

جدول رقم (٧) المدة الزمنية التي تقضيها عادة في الزيارة الواحدة لمنصة نيتفليكس

المدة الزمنية	ك	%
من ساعة إلى ثلاث ساعات	٩١	٨٣.٥%
من ثلاث ساعات إلى خمس ساعات	١٦	١٤.٧%
أكثر من خمس ساعات	٢	١.٨%
الإجمالي	١٠٩	١٠٠%

يتضح من الجدول السابق أن معظم أفراد عينة الدراسة يقضون من ساعة إلى ثلاث ساعات في الزيارة الواحدة لمنصة نيتفليكس وذلك بنسبة ٨٣.٥%، وهي فترة مناسبة لمشاهدة فيلم أو حلقة درامية، يليهم من يقضون من ثلاث ساعات إلى خمس ساعات بنسبة ١٤.٧%، ثم نسبة ضئيلة ممن يقضون أكثر من خمس ساعات بنسبة ١.٨%، وهي ما تعرف بالمشاهدة الشرة Bing watching، وهو ما يتماشى مع وعي وإدراك هذه الفئة من عينة الدراسة من النخب حيث تستطيع التحكم في وقت المشاهدة رغم الكم الهائل من المحتوى المعروض، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة محمد جبريل الزيلعي ٢٠٢٣.



شكل رقم (١) معدل الاستخدام

وبشكل عام ومن خلال الجداول السابقة، يوضح الشكل السابق معدل استخدام عينة الدراسة للمنصات الترفيهية الرقمية، حيث يظهر أن أغلبية عينة الدراسة من النخب يستخدمون هذه المنصات بشكل متوسط وذلك بنسبة ٨١.٦%، يليها في الترتيب من يستخدمونها بشكل مرتفع وذلك بنسبة ١٠.١%، ثم من يستخدمونها بشكل منخفض بنسبة ٨.٣%، وتتفق هذه النتيجة مع طبيعة ونوعية عينة الدراسة من النخب التي ترتبط بظروف وطبيعة حياتها ومسؤوليتها وعملها، كما يمكن ملاحظة أن معدل انتشار هذه المنصات بين الشباب أكبر من جمهور النخب وفقا

للعديد من الدراسات التي أظهرت ارتفاع نسب مشاهدة هذه المنصات بين الشباب والمراهقين مثل دراسة داليا عثمان وعبير فكري صديق ٢٠٢١ .

٧. المحتوى المُفضل مشاهدته على منصة نيتفليكس:

جدول رقم (٨) المحتوى المُفضل مشاهدته على منصة نيتفليكس (ن=١٠٩)

المحتوى المُفضل	ك	%
الأفلام الأجنبية	٧٦	٦٩.٧%
المسلسلات الأجنبية	٤٩	٤٥%
الأفلام الوثائقية الأجنبية	٤١	٣٧.٦%
الأفلام العربية	٣٩	٣٥.٨%
الأفلام الوثائقية العربية	٣٢	٢٩.٤%
المسلسلات العربية	٢٧	٢٤.٨%
محتوى آخر	١	٠.٩%

تشير بيانات الجدول السابق إلى صدارة المحتوى الأجنبي المُفضل مشاهدته لدى عينة الدراسة، حيث جاء في المرتبة الأولى الأفلام الأجنبية بنسبة ٦٩.٧%، يليها المسلسلات الأجنبية بنسبة ٤٥%، ثم الأفلام الوثائقية الأجنبية بنسبة ٣٧.٦%، يليها في الترتيب المحتوى العربي من أفلام عربية بنسبة ٣٥.٨%، ثم الأفلام الوثائقية العربية بنسبة ٢٩.٤%، وأخيرا المسلسلات العربية بنسبة ٢٤.٨%، وهي نتيجة طبيعية لأن منصة نيتفليكس هي منصة أمريكية بالأساس، وتحتوى مكتبتها على كم هائل من المضامين الأجنبية من مختلف الجنسيات، وإن كانت قد بدأت بالفعل في إنتاج بعض الأعمال باللغة العربية منذ عام ٢٠١٨ ومن أشهرها مسلسل ما وراء الطبيعة ومسلسل مدرسة الروابي وفيلم أصحاب ولا أعز.

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة رهام صلاح الدين (٢٠٢٠) حيث احتلت الدراما المصرية الترتيب الأول في نوعية المضامين التي تشاهدها عينة الدراسة على المنصات الإلكترونية المتخصصة في عرض الدراما التلفزيونية والسينمائية.

٨. المحتوى الأكثر جذبًا في منصة نيتفليكس:

جدول رقم (٩) الأكثر جذبًا في هذه المنصات

الأكثر جذبًا في هذه المنصات	ك	%
الاثنين معا	٦٥	٥٩.٦%
المحتوى الذي تنتجه شبكة نيتفليكس	٢٦	٢٣.٩%
المحتوى الذي لا تنتجه نيتفليكس	١٨	١٦.٥%
الإجمالي	١٠٩	١٠٠%

توضح نتائج الجدول السابق حرص عينة الدراسة على متابعة كلا من المحتوى الذي تنتجه المنصة والمحتوى الذي لا تنتجه المنصة ولكن تمتلك حق عرضه وذلك بنسبة ٥٩.٦%، بينما رأى ٢٣.٩% من أفراد عينة الدراسة أن المحتوى الذي تنتجه شبكة نيتفليكس أكثر جذبًا من غيره من المحتويات، ويرى ١٦.٥% من العينة أن المحتوى الذي لا تنتجه نيتفليكس أكثر جذبًا من غيره من المحتويات.

٩. أسباب متابعة هذه المنصات:

جدول رقم (١٠) موقف الباحثين من أسباب متابعة هذه المنصات (ن=١٠٩)

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		الموقف	أسباب المتابعة
		%	ك	%	ك	%	ك		
٩٣.٩%	٢.٨٢	٣.٧%	٤	١١%	١٢	٨٥.٣%	٩٣	سهولة متابعة المنصة في أي وقت دون التقيد بموعد	
٩١.٧%	٢.٧٥	٣.٧%	٤	١٧.٤%	١٩	٧٨.٩%	٨٦	قضاء وقت الفراغ والتسلية	
٩١.٧%	٢.٧٥	٣.٧%	٤	١٧.٤%	١٩	٧٨.٩%	٨٦	سهولة الوصول للمحتوى، وعدم قطعه بالإعلانات	
٩١.١%	٢.٧٣	٥.٥%	٦	١٥.٦%	١٧	٧٨.٩%	٨٦	مشاهدة أنماط جديدة من الدراما المختلفة عما تقدمه وسائل الإعلام الأخرى	
٩٠.٢%	٢.٧١	٧.٣%	٨	١٤.٧%	١٦	٧٨%	٨٥	مشاهدة المضامين الجديدة المقدمة بها	
٨٦.٢%	٢.٥٩	٧.٣%	٨	٢٦.٦%	٢٩	٦٦.١%	٧٢	بديلاً ترفيهياً عن الخروج مع وجود جائحة كورونا	
٨٥.٩%	٢.٥٨	٧.٣%	٨	٢٧.٥%	٣٠	٦٥.٢%	٧١	الإطلاع على ثقافات الشعوب المختلفة	
٨٥.٦%	٢.٥٧	٨.٣%	٩	٢٦.٦%	٢٩	٦٥.١%	٧١	الهروب من ضغوط الحياة اليومية	
٨١.٧%	٢.٤٥	٨.٣%	٩	٣٨.٥%	٤٢	٥٣.٢%	٥٨	الجاذبية والقدرة على التفاعل مع المضمون	
٧٨.٣%	٢.٣٥	١٧.٤%	١٩	٣٠.٣%	٣٣	٥٢.٣%	٥٧	تقييم المضامين والأفكار المقدمة بهذه الشبكات	
٧٥.٥%	٢.٢٧	٢٠.٢%	٢٢	٣٣%	٣٦	٤٦.٨%	٥١	تساعد على تشكيل الآراء تجاه المجتمعات الغربية	
٥٣.٨%	١.٦١	٥٣.٢%	٥٨	٣٢.١%	٣٥	١٤.٧%	١٦	كل من حولي مشترك فيها	

تتعدد أسباب متابعة عينة الدراسة من النخبة للمنصات الترفيهية الرقمية، وتشير بيانات الجدول السابق إلى مدى موافقة عينة الدراسة على العبارات الخاصة بمقياس أسباب المتابعة،

ويتضح ارتفاع نسبة موافقتهم على هذه العبارات، حيث تراوحت نسبة الموافقة على عبارات المقياس بين ٩٣.٩% : ٥٣.٨%.

وجاءت عبارة سهولة متابعة المنصة في أي وقت دون التقيد بموعد في الترتيب الأول بوزن نسبي للموافقة بلغ ٩٣.٩%، وهو ما يسלט الضوء على خاصية هامة من خصائص المنصات الرقمية فكرة التحرر من قيود مواعيد بث المحتوى على القنوات الفضائية، وإتاحته للعرض في أي وقت يتناسب مع ظروف الأفراد، وفي الترتيب الثاني جاءت كلاً من عبارة قضاء وقت الفراغ والتسلية وعبارة سهولة الوصول للمحتوى وعدم قطعه بالإعلانات بوزن نسبي للموافقة بلغ ٩١.٧%، وهو أيضاً من الخصائص والخدمات المميزة التي تتيحها هذه المنصات، وفي الترتيب الثالث جاءت عبارة مشاهدة أنماط جديدة من الدراما المختلفة عما تقدمه وسائل الإعلام الأخرى بوزن نسبي للموافقة بلغ ٩١.١%، يليه في الترتيب الرابع وبفارق بسيط مشاهدة المضامين الجديدة المقدمة بها بوزن نسبي للموافقة بلغ ٩٠.٢%، وترتبط العبارتين السابقتين بخصائص المحتوى المميز المقدم على المنصة والذي يجتذب إليه عينة الدراسة، كذلك ظهرت أشكال جديدة من الدراما القصيرة التي قد تتراوح من ٧ إلى ١٥ حلقة، ويسهل الانتهاء من متابعتها في وقت قصير، وفي الترتيب الخامس جاءت عبارة "بديلاً ترفيهياً عن الخروج مع وجود جائحة كورونا" الأخرى بوزن نسبي للموافقة بلغ ٨٦.٢%، ويلاحظ زيادة الإقبال على الاشتراك في هذه المنصات مع فترة الحظر المنزلي التي صاحبت جائحة كورونا، من أجل تضييق الوقت والتسلية، وفي الترتيب السادس جاءت عبارة الاطلاع على ثقافات الشعوب المختلفة بوزن نسبي للموافقة بلغ ٨٥.٩%، يليها في الترتيب السابع الهروب من ضغوط الحياة اليومية بوزن نسبي للموافقة بلغ ٨٥.٦%، ثم عبارة الجاذبية والقدرة على التفاعل مع المضمون بوزن نسبي للموافقة بلغ ٨١.٧%، وفي الترتيب الثامن جاءت عبارة تقييم المضامين والأفكار المقدمة بهذه الشبكات بوزن نسبي للموافقة بلغ ٧٨.٣%، يليها عبارة تساعد على تشكيل الآراء تجاه المجتمعات الغربية بوزن نسبي للموافقة بلغ ٧٥.٥%، وأخيراً جاءت عبارة كل من حولي مشترك فيها بوزن نسبي للموافقة بلغ ٥٣.٨%.

ويلاحظ أن هذه معظم هذه الأسباب تعكس مزايا المنصات الترفيهية الرقمية وخصائصها التي تجذب أفراد العينة إلى متابعتها، وقد لا يعتمد ذلك على المحتوى الفعلي الذي تقدمه، بقدر ما يعتمد على الطرق التي يتم إنتاج المحتوى وتنظيمه والتوصية به عن طريق التكنولوجيا الخوارزمية.

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة داليا عثمان وعبير فكري صديق ٢٠٢١، ودراسة صفا

محمد إبراهيم ٢٠٢٣

١٠. مدى الثقة في المعلومات المقدمة عبر منصة نيتفلكس في الوثائقيات والأعمال الدرامية التاريخية:

جدول رقم (١١) مدى الثقة في المعلومات المقدمة بمنصة نيتفلكس في الوثائقيات والأعمال الدرامية التاريخية

مدى الثقة	ك	%
أثق إلى حد ما	٧٢	٦٦.١%
لا أثق	٢٨	٢٥.٦%
أثق بشكل كبير	٩	٨.٣%
الإجمالي	١٠٩	١٠٠%

لا شك أن الأعمال الوثائقية من المضامين التي تحتاج إلى تدقيق ومراجعة ومصادقية في عرضها، وبسؤال عينة الدراسة عن مدى ثقتهم في المعلومات المقدمة بمنصة نيتفلكس في الوثائقيات والأعمال الدرامية التاريخية جاءت النتائج كما يلي: فقد أشارت ٦٦.١% من أفراد العينة أنهم يثقون إلى حد ما بهذه المعلومات، يليها بنسبة ٢٥.٦% ممن لا يثقون بهذه المعلومات، وأخيراً من يثق بهذه المعلومات بنسبة ٨.٣%، وهو ما يعكس وعي عينة الدراسة من النخب بطبيعة المضامين المقدمة وإدراكهم للزاويا التي يتم منها عرض الأحداث التاريخية، كما يمكن ارجاع النسبة الكبيرة في الثقة المحدودة أو عدم الثقة بالمنصة إلى العديد من الأعمال التي أنتجتها المنصة وأثارت جدلاً كبيراً بسبب المعلومات المغلوطة بها أو غير الموثقة، والتي كان آخرها فيلم كليوباترا التي طرحته المنصة في مايو ٢٠٢٣، ومنذ نشر الإعلان الدعائي لفيلم كليوباترا على منصة نتفلكس، واجه الفيلم الوثائقي انتقادات من السلطات المصرية وعلماء الآثار، لظهور البطلة بلامح أفريقية وبشرة سمراء اللون، مما يعد تزييفاً للتاريخ المصري، مؤكداً أن هناك العديد من الآثار الخاصة بالملكة كليوباترا من تماثيل وتصوير على العملات المعدنية التي تؤكد الشكل والملاحح الحقيقية لها^(١٢٠)، وبعد طرح برومو العمل، تم إطلاق عريضة لإجبار نتفليكس على إلغاء الفيلم، وخلال ساعات قليلة وصل الموقعون على العريضة إلى أكثر من ٤٠ ألفاً^(١٢١)، وتتقارب هذه النتيجة مع دراسة عمر الأبياري ٢٠٢٣.

١١. أسباب الثقة بالمعلومات المقدمة عبر منصة نيتفليكس في الوثائقيات والأعمال الدرامية التاريخية

جدول رقم (١٢) أسباب الثقة بالمعلومات المقدمة عبر منصة نيتفليكس في الوثائقيات والأعمال الدرامية التاريخية (ن=٨١)

أسباب الثقة	ك	%
توفر قدر كبير من الحرية في عرض المعلومات	٤٤	٥٤.٣%
الاعتماد على المصادر المتعددة	٤٤	٥٤.٣%
توثيق المعلومات بالبيانات والاحصاءات	٢٩	٣٥.٨%
الموضوعية في عرض وجهات النظر المختلفة	١٨	٢٢.٢%

تمثلت أهم أسباب ثقة المبحوثين بالمعلومات المقدمة بمنصة نيتفليكس في الوثائقيات والأعمال الدرامية التاريخية في أنها توفر قدرًا كبيرًا من الحرية في عرض المعلومات والاعتماد على المصادر المتعددة وذلك بنسبة ٥٤.٣%، يليها توثيق المعلومات بالبيانات والاحصاءات وذلك بنسبة ٣٥.٨%، وأخيرًا الموضوعية في عرض وجهات النظر المختلفة وذلك بنسبة ٢٢.٢%.

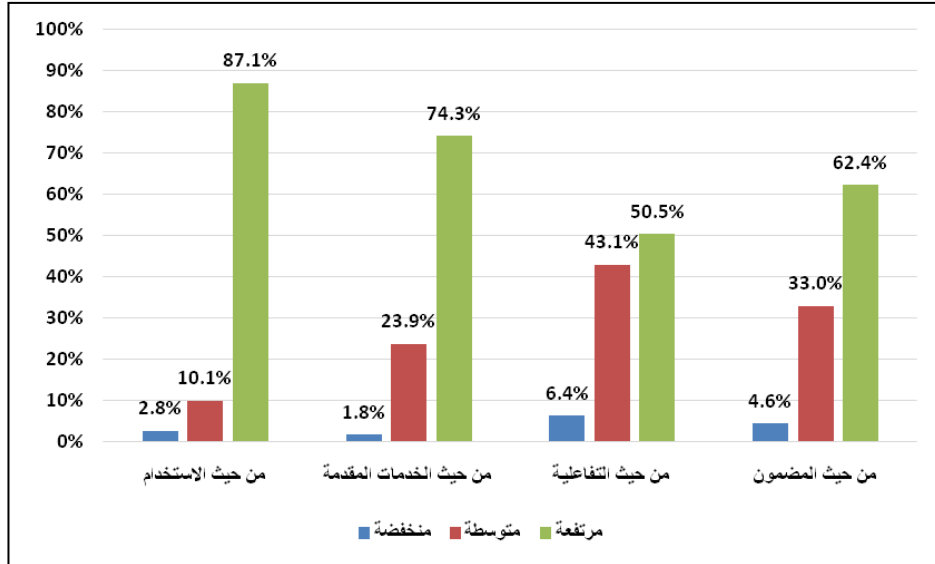
١٢. أسباب عدم الثقة بالمعلومات المقدمة عبر منصة نيت فليكس في الوثائقيات والأعمال الدرامية التاريخية

جدول رقم (١٣) أسباب عدم الثقة بالمعلومات المقدمة عبر منصة نيتفليكس في الوثائقيات والأعمال الدرامية التاريخية (ن=٢٨)

أسباب عدم الثقة	ك	%
ترويجها لأجندة معينة	٢٣	٨٢.١%
تحريف الأحداث	١٥	٥٣.٦%
اعتمادها على رؤية واحدة في معالجة الحدث	١١	٣٩.٣%
عدم وجود رقابة على المحتوى المقدم	١١	٣٩.٣%
عدم خضوع هذه المنصات لميثاق الشرف الإعلامي	٩	٣٢.١%
عدم ذكر مصادر المعلومة	٦	٢١.٤%

تمثلت أهم أسباب عدم ثقة المبحوثين بالمعلومات المقدمة بمنصة نيتفليكس في الوثائقيات والأعمال الدرامية التاريخية في أنها تروج لأجندة معينة وذلك بنسبة ٨٢.١%، يليها تحريف الأحداث بنسبة ٥٣.٦%، ثم اعتمادها على رؤية واحدة في معالجة الحدث بنسبة ٣٩.٣%، يليها عدم خضوع هذه المنصات لميثاق الشرف الإعلامي بنسبة ٣٢.١%، وأخيرًا عدم ذكر مصادر المعلومة بنسبة ٢١.٤%.

ثانياً تقييم النخب لإيجابيات وسلبيات المحتوى المقدم بشبكة نيتفلكس:



شكل رقم (٢) تقييم المبحوثين لإيجابيات المحتوى المقدم بشبكة نيتفلكس

يوضح الشكل السابق تقييمات أفراد عينة الدراسة لإيجابيات المحتوى المقدم بمنصة نيتفلكس ومنها ما يتعلق بطريقة استخدام المنصة، وبالخدمات التي تتيحها المنصة ذاتها، وأخرى تتعلق بالتفاعلية التي تتيحها هذه المنصات، وأخرى تتعلق بطبيعة المضمون المقدم بها.

١- تقييم النخب لخصائص المحتوى المقدم بمنصة نيتفلكس من حيث الاستخدام :

يوضح الشكل السابق تقييمات أفراد عينة الدراسة من النخب لإيجابيات المحتوى المقدم بمنصة نيتفلكس من حيث الاستخدام حيث بلغت نسبة الموافقة على عبارات المقياس بشكل مرتفع ٨٧.١%، يليها الموافقة بنسبة متوسطة بنسبة ١٠.١%، ثم الموافقة بشكل منخفض بنسبة ٢.٨%، حيث جاءت عبارة جودة المحتوى المقدم من حيث (سرعة التشغيل- عدم توقف الصورة أو الصوت- مزامنة الصوت للصورة) في الترتيب الأول بوزن نسبي بلغ ٩٤.٥%، يليها مرونة التحكم في عرض المحتوى بوزن نسبي بلغ ٩٣.٩%، ثم التمكن من النقر Click على أي محتوى يرغب المستخدم في مشاهدته بوزن نسبي ٩١.٤%، يليه بفارق بسيط سهولة التصفح بشكل رأسي وأفقي للتعرف على التصنيفات المختلفة للمحتوى بوزن نسبي ٩١.١%، وبلغ الوزن النسبي لعبارة امكانية استخدام أكثر من لغة لعرض المحتوى ٨٩.٣%، وهو ما يشير إلى ارتفاع موافقة عينة الدراسة على العبارات الخاصة بمقياس تقييم خصائص المحتوى المقدم بشبكة نيتفلكس من حيث الاستخدام، حيث تراوحت نسبة الموافقة على عبارات المقياس بين ٩٤.٥% و ٧٤.٦%، وهو ما يعكس السمات المميزة لهذه الوسائط الجديدة من حيث سهولة

ومرونة استخدامها وهي ميزات توفر للمستخدم إمكانية التحكم ببيئة المشاهدة، وهو ما يتفق مع نتائج دراسة أماني رضا عبد المقصود ٢٠٢١.

٢- تقييم النخب لخصائص المحتوى المقدم بمنصة نيتفليكس من حيث الخدمات المقدمة:

تشير بيانات الشكل السابق إلى ارتفاع تقييمات عينة الدراسة من النخب لإيجابيات المحتوى المقدم بمنصة نيتفليكس من حيث الخدمات المقدمة بها، حيث بلغت نسبة الموافقة على عبارات المقياس بشكل مرتفع ٧٤.٣%، يليها الموافقة بنسبة متوسطة بنسبة ٢٣.٩%، ثم الموافقة بشكل منخفض بنسبة ١.٨%، حيث جاءت عبارة إتاحة المحتوى لفترات طويلة بحيث يستطيع المشاهد رؤيته في الوقت الذي يريده بوزن نسبي ٩٠.٥%، يليه طرح عروض للاشتراك في المنصة بوزن نسبي ٨٩%، ثم عمل بحث عن المحتوى المرغوب داخل المنصة (Search) بوزن نسبي بلغ ٨٨.٧%، يليه تقديم معلومات عن العمل المقدم بوزن نسبي ٨٧.٥%، وبفارق بسيط بلغ الوزن النسبي لعبارة وجود تصنيفات المشاهدة للمحتوى Parental Guide (يكتب في بداية تشغيل المحتوى (+١٨) مايعني أن الإشراف العائلي ضروري لمن هم دون سن ١٨ سنة قد يحتوي على مشاهد غير مناسبة) ٨٧.٢%، ثم جاءت الخدمة المتعلقة بتوفير خيار تخطي المقدمة/ التتر Intro Skip بوزن نسبي بلغ ٨٦.٥%، وهذه الخدمات التي توفرها المنصات تعتبر من السمات المميزة لها والتي تعطيها قوة ومنافسة كبيرة أمام القنوات التليفزيونية التقليدية، فخدمة إتاحة المحتوى لفترات طويلة تعطي للمشاهد حرية كبيرة في اختيار الوقت المناسب لمشاهدة المحتوى، وعدم التقييد بوقت محدد لمشاهدته، كذلك الطرح المستمر لعروض وخطط اشتراك متنوعة تناسب جميع الفئات وهي أسعارها تتراوح ما بين ٧٠ ج.م. و ١٦٥ ج.م. (١٢٢).

٣- تقييم النخب لخصائص المحتوى المقدم بمنصة نيتفليكس من حيث التفاعلية:

توضح بيانات الشكل السابق تقييمات عينة الدراسة من النخب لإيجابيات المحتوى المقدم بمنصة نيتفليكس من حيث التفاعلية التي تتيحها المنصة، حيث بلغت نسبة الموافقة على عبارات المقياس بشكل مرتفع ٥٠.٥%، يليها الموافقة بنسبة متوسطة بنسبة ٤٣.١%، ثم الموافقة بشكل منخفض بنسبة ٦.٤%، حيث جاءت عبارة عمل تقييمات للأعمال المقدمة لترتيب المضامين الأكثر مشاهدة في الترتيب الأول بوزن نسبي بلغ ٩٢%، حيث تهتم المنصة بعمل استطلاعات رأي من خلال صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة المضامين المفضلة لدي الجمهور ووضع ترتيب مشاهدتها على العمل، يليه عمل قائمة بالأعمال المقترحة للمشاهدة بناء على تفضيلات المشاهدين الشخصية بوزن نسبي ٨٤.٧%، ففي دراسة حديثة وجدت شركة الأبحاث Elastic أن أساليب إضفاء الطابع الشخصي لها تأثير مباشر على سلوك الشراء، حيث يقول ٨٤% من المتسوقين إن إضفاء الطابع الشخصي يؤثر بالفعل على قرارهم بالتسوق مع علامات تجارية محددة، وتصف نيتفليكس نفسها بأنها "مهووسة بالعملاء" customer-

"obsessed" حيث تسعى جاهدة لتقديم تجربة شخصية للمستخدم، وتعد فئة "لأنك شاهدت..." مثالاً رئيسياً لهذه الفلسفة في العمل، حيث وجد أن أكثر من ٨٠% من عروض نيتفليكس التي شاهدها العملاء في العامين الماضيين كانت نتيجة مباشرة لمحرك توصيات نيتفليكس، فالنظام الأساسي للمنصة تجاوز نموذج اكتشاف المحتوى الأساسي "البحث بالكلمات الرئيسية" إلى نموذج يعتمد خوارزميات متقدمة تستخدم بيانات المشتركين لتقديم توصيات المشاهدين بناءً على ما يملكون (وما لا يعجبهم) وما قد شاهدوه (وآخرون) من قبل^(١٢٣).

وجاء كلا من إمكانية تعطيل الاشتراك وإعادته مرة أخرى دون مقابل، وعبارة إمكانية إرسال رسائل إلكترونية للمستخدم عند تقديم عروض جديدة بوزن نسبي متساوي بلغ ٧٥.٥%، ثم إعطاء تفاصيل عن المشاركين في المحتوى بوزن نسبي ٧٤%، يليه سهولة التواصل مع مقدمي الخدمة بنسبة ٧٠.٣%.

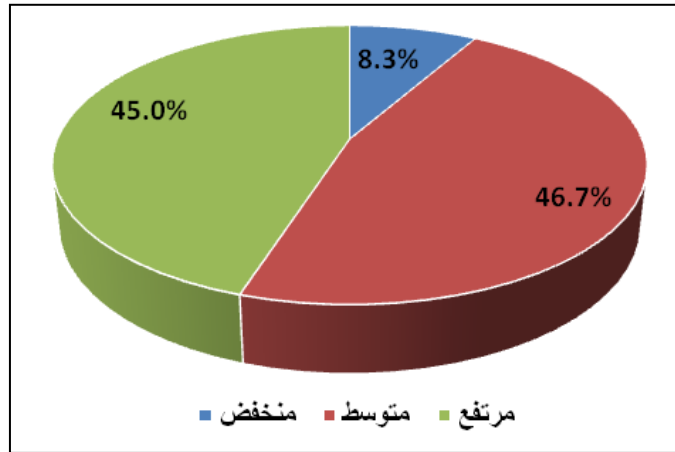
٤- تقييم النخب لخصائص المحتوى المقدم بمنصة نيتفليكس من حيث المضمون:

تشير بيانات الشكل السابق تقييمات عينة الدراسة من النخب لإيجابيات المحتوى المقدم بمنصة نيتفليكس من حيث المضمون المقدم بها، حيث بلغت نسبة الموافقة على عبارات المقياس بشكل مرتفع ٦٢.٤%، يليها الموافقة بنسبة متوسطة بنسبة ٣٣%، ثم الموافقة بشكل منخفض بنسبة ٤.٦%، حيث جاء في الترتيب الأول كلا من عبارة تسمح بأنماط مختلفة وجديدة من الدراما، وأعطت الفرصة لظهور مواهب جديدة من الشباب، سواء على مستوى التمثيل أو التأليف أو الإخراج بوزن نسبي بلغ ٨٨.٧%، وفي الترتيب الثاني وبفارق بسيط التركيز على الدراما قصيرة الحلقات بوزن نسبي ٨٨.١%، فقد شهدت السنوات الأخيرة نجاحاً كبيراً للمسلسلات القصيرة التي يتراوح عدد حلقاتها من ٩ إلى ١٥ حلقة، ولقيت استحساناً كبيراً من الجمهور خاصة المسلسلات التي تعرض بالمنصات، والتي دفعت القنوات الفضائية التقليدية إلى الاتجاه نحو إنتاج مثل هذه النوعية من المسلسلات ذات البناء الدرامي المركز، إذ أثبتت التجارب القصيرة أن الجمهور يميل إليها ويتفاعل معها بشدة، وذلك عكس الأعمال الطويلة التي تميل إلى المط والتطويل، ولقد أعطت هذه النوعية من الدراما القصيرة الفرصة لظهور مواهب جديدة من الشباب عرفهم الجمهور عن طريقها سواء على مستوى التمثيل أو التأليف أو الإخراج، يليها كلا من توفر عروض حصرية على المنصة on Exclusive، وجاء خيار إتاحة منفذ جديد لتقديم أفكار مختلفة في المرتبة الثالثة بوزن نسبي بلغ ٨٧.٢%، وبلغ الوزن النسبي لعبارة وجود عروض منتجة خصيصاً للمنصة (من إنتاج المنصة ذاتها) ٨٥%، حيث تحتوي منصة نيتفليكس على مكتبة ضخمة من الأعمال التي أخذت حق بثها حصرياً، وكذلك الأعمال الأصلية التي تنتجها المنصة والتي يجد فيها المشترك موضوعات وأفكار جديدة سواء في طريقة العرض والتناول، وبلغ الوزن النسبي لكلا من عبارة الجرأة في تناول القضايا الاجتماعية والسياسية الشائكة، وعبارة تناول الموضوعات بشكل وزوايا مختلفة عن وسائل

الإعلام الأخرى ٨٤.٤%، فمنصة نتفليكس تتميز بتقديم موضوعات وأفكار جديدة، وإن كان بعضها يعتبر غريباً على ثقافة مجتمعاتنا العربية.

وبشكل عام يمكن ملاحظة ارتفاع نسب تقييمات أفراد عينة الدراسة لإيجابيات المحتوى المقدم بمنصة نتفليكس سواء فيما يتعلق بطريقة استخدام المنصة، أو بالخدمات التي تتيحها المنصة ذاتها، أو التي تتعلق بالتفاعلية التي تتيحها، أو بطبيعة المضمون المقدم بها، وهو ما يعكس مدى ثراء هذه الوسيلة الجديدة، وهو ما يتناسب مع الافتراضات المتعلقة بنظرية الثراء الإعلامي، (والمعلقة بتسهيل رجع الصدى، استخدام إشارات ورموز متعددة، تقديم رسائل مفصلة للأفراد بشكل متخصص (الحضور أو التواجد الشخصي)، واستخدام اللغة الطبيعية)، والتي تفترض أنه كلما تمتعت الوسيلة الإعلامية بإمكانيات أكثر ثراءً كلما كان اتجاه الجمهور إيجابياً تجاه هذه الوسيلة.

٥- تقييم النخب لسلبيات المحتوى المقدم بمنصة نتفليكس:



شكل رقم (٣) تقييم النخب لسلبيات المحتوى المقدم بمنصة نتفليكس

توضح بيانات الشكل السابق تقييمات عينة الدراسة من النخب لسلبيات المحتوى المقدم بمنصة نتفليكس، حيث بلغت نسبة الموافقة على عبارات المقياس بشكل متوسط ٤٦.٧%، يليها الموافقة بشكل مرتفع بنسبة ٤٥%، ثم الموافقة بشكل منخفض بنسبة ٨.٣%.

وتمثلت أهم سلبيات المحتوى المقدم بمنصة نتفليكس حيث جاء في الترتيب الأول كلا من عبارة ارتباط الخدمة بمدى توافر شبكة انترنت جيدة من حيث السرعة والتغطية، وعبارة تضمين بعض الظواهر الاجتماعية الغربية على المجتمع بوزن نسبي بلغ ٨٦.٥%، حيث يشترط استخدام المنصة توافر شبكة انترنت جيدة وخدمة غير متقطعة، ومن ناحية أخرى فقد أثارت بعض الأفكار التي يتم طرحها في الأعمال التي تنتجها المنصة خاصة العربية انتقادات

واسعة مثل سماح الأب لابنته بأن تقضي ليلة مع صديقها في منزله كما في فيلم "أصحاب ولا أعز"، وبفارق بسيط جاءت عبارة طرح المنصة لبعض الأفكار الغربية مثل تقبل أو الدفاع عن المثليين والتعاطف معهم في الترتيب الثاني بوزن نسبي ٨٦.٢%، يليها عبارة اعتمادها على قاعدة المشاهدة الشرهة (binge-watching) لضمان استمرارية المشتركين بوزن نسبي ٨٢.٩%، وجاء في الترتيب الرابع أن محتوى المنصة دعائية لنموذج الحياة الغربي بوزن نسبي ٨١.٧%، يليها التركيز على عرض السلوكيات السلبية مثل التدخين والإدمان وعدم الاهتمام بالدراسة والخيانة والتبذير بوزن نسبي ٨٠.٧%، ثم عدم وجود إمكانية لحذف المشاهد الجريئة في المحتوى بوزن نسبي ٨٠.١%، يليها كثرة مشاهد العري في المحتوى المقدم بوزن نسبي ٧٧.٧%، ثم التركيز على سلبيات المجتمعات العربية وإبرازها بوزن نسبي ٧٦.٨%.

ويمكن القول أن ما يشهده العالم من انفتاح ثقافي واجتماعي ومع تراجع الدور الرقابي وتداخل الحدود بين المجتمعات، أصبحنا أمام منتجات ثقافية تتضمن قيماً مغايرة لأفكارنا وثقافتنا، والمشكلة الأكبر هي أنها تتجسد في أبطال محبوبين، وفي سياقات مصاغة بصورة جذابة ومحكمة تجعل التعاطف مع هذه القيم يحدث بصورة تلقائية، وهو ما يعزز من مخاوف التأثيرات السلبية لهذه المنصات.

ثالثاً رؤية النخبة لتأثيرات المنصات الترفيهية الرقمية على قيم الشباب المصري:

١- أهم مصادر اكتساب القيم المجتمعية من وجهة نظر عينة الدراسة:

جدول رقم (١٤) أهم مصادر اكتساب القيم المجتمعية (ن=١٠٩)

أهم المصادر	ك	%
الأسرة والأقارب	٨٧	٧٩.٨%
وسائل الإعلام الإلكتروني	٨٠	٧٣.٤%
الأصدقاء والزملاء	٧٨	٧١.٦%
المؤسسة التعليمية	٤٧	٤٣.١%
المؤسسة الدينية	٤٣	٣٩.٤%
وسائل الإعلام التقليدية	٢٩	٢٦.٦%
أخرى	٢	١.٨%

توضح بيانات الجدول السابق أهم مصادر اكتساب القيم المجتمعية من وجهة نظر عينة الدراسة، حيث جاءت الأسرة والأقارب في المرتبة الأولى بنسبة ٧٩.٨%، يليها في الترتيب الثاني وسائل الإعلام الإلكتروني بنسبة ٧٣.٤%، يليها الأصدقاء والزملاء بنسبة ٧١.٦%، ثم المؤسسة التعليمية بنسبة ٤٣.١%، يليها المؤسسة الدينية بنسبة ٣٩.٤%، وأخيراً وسائل الإعلام التقليدية بنسبة ٢٦.٦%.

٢- أهم أشكال الإعلام الإلكتروني الذي يلعب دوراً في تشكيل قيم الشباب:

جدول رقم (١٥) أهم أشكال الإعلام الإلكتروني الذي يلعب دوراً في تشكيل قيم الشباب
(ن=١٠٩)

أهم الأشكال	ك	%
مواقع التواصل الاجتماعي	١٠٣	٩٤.٥%
تطبيقات الهاتف المحمول	٦٨	٦٢.٤%
المنصات الرقمية الترفيهية	٦٥	٥٩.٦%
المواقع الإلكترونية	٥٠	٤٥.٩%
المنتديات وساحات الحوار الإلكترونية	٢٩	٢٦.٦%
البريد الإلكتروني	٤	٣.٧%

جاءت مواقع التواصل الاجتماعي كأهم أشكال الإعلام الإلكتروني الذي يلعب دوراً في تشكيل قيم الشباب المصري بنسبة ٩٤.٥%، وهو ما يدل على الأهمية الكبيرة التي تلعبها مواقع التواصل الاجتماعي في بناء وتشكيل القيم داخل المجتمعات نتيجة ارتباط الشباب بهذه المواقع، يليها تطبيقات الهاتف المحمول بنسبة ٦٢.٤%، وفي الترتيب الثالث المنصات الترفيهية الرقمية بنسبة ٥٩.٦%، ثم المواقع الإلكترونية بنسبة ٤٥.٩%، يليها المنتديات وساحات الحوار الإلكترونية بنسبة ٢٦.٦%، وأخيراً البريد الإلكتروني بنسبة ٣.٧%، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة ناصرية حميدة ٢٠١٩، ودراسة محمد جاد المولى حافظ ٢٠١٥.

٣- مدى الاعتقاد في وجود تأثيرات للمنصات الترفيهية الرقمية على قيم الشباب المصري:

جدول رقم (١٦) مدى الاعتقاد في وجود تأثيرات للمنصات الترفيهية الرقمية على قيم الشباب المصري

مدى الاعتقاد	ك	%
أوافق بشدة	٧١	٦٥.١%
أوافق إلى حد ما	٣٤	٣١.٢%
لا أوافق	٤	٣.٧%
الإجمالي	١٠٩	١٠٠%

تظهر بيانات الجدول السابق أن أغلبية عينة الدراسة من النخب توافق بشدة على وجود تأثيرات للمنصات الترفيهية الرقمية على قيم الشباب المصري وذلك بنسبة ٦٥.١%، وبلغت الموافقة إلى حد ما ٣١.٢%، في مقابل ٣.٧% لا يعتقدون في وجود تأثيرات لهذه المنصات على قيم الشباب.

وتتوافق هذه النتيجة مع نتائج دراسات أخرى أشارت إلى وجود تأثيرات لمنصة نتفليكس على قيم الشباب مثل دراسة داليا عثمان (٢٠٢٠)، دراسة ياسمين محمد إبراهيم السيد ومنة الله كمال موسى دياب (٢٠٢١).

٤- نوع التأثير:

جدول رقم (١٧) نوع التأثير

نوع التأثير	ك	%
إيجابي	٤٢	٣٨.٥%
محايد	٤٢	٣٨.٥%
سلبي	٣١	٢٨.٤%
الإجمالي	١٠٩	١٠٠%

تساوت آراء عينة الدراسة من النخب في نوعية تأثيرات المنصات الترفيهية الرقمية على قيم الشباب بين من يرى أنها إيجابية ومن يرى أنها محايدة بمعنى وجود تأثيرات إيجابية وسلبية وذلك بنسبة ٣٨.٥%، بينما بلغت نسبة من يرون أن تأثيراتها سلبية على قيم الشباب ٢٨.٤%.

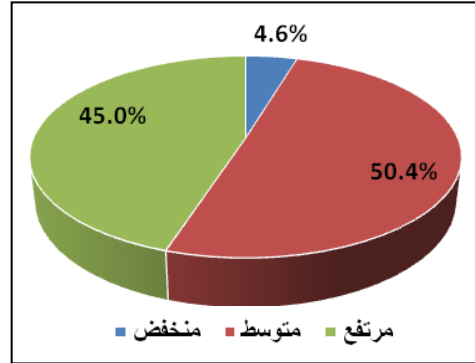
٥- رؤية النخب لتأثيرات المنصات الترفيهية الرقمية على قيم الشباب المصري:

جدول رقم (١٨) تأثيرات المنصات الترفيه الرقمية على قيم الشباب المصري (ن=١٠٩)

التأثيرات	الموقف		معارض		محايد		موافق		الوزن النسبي	المتوسط الحسابي
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
تساعد المنصات الترفيهية الشباب في الاطلاع على ثقافات أخرى مما يجعلهم أكثر تقبلاً لثقافة الآخر	٨٦	٧٨.٩%	١٤	١٢.٨%	٩	٨.٣%	٢.٧١	٩٠.٢%		
تربط الشباب بالمجتمعات الحديثة، وتجعله مطلعاً على الحراك الثقافي بالعالم	٨٠	٧٣.٤%	١٥	١٣.٨%	١٤	١٢.٨%	٢.٦١	٨٦.٩%		
تساهم المنصات الترفيهية على اكتساب عادات وسلوكيات مخالفة لعادات وسلوكيات المجتمع	٧٧	٧٠.٧%	١٩	١٧.٤%	١٣	١١.٩%	٢.٥٩	٨٦.٢%		
تقدم المنصات إنتاج عربي بمضامين غريبة على المجتمعات العربية ويشجع الشباب على تبنيها (مثل المثلية / إقامة علاقات جنسية قبل الزواج)	٧٦	٦٩.٨%	١٩	١٧.٤%	١٤	١٢.٨%	٢.٥٧	٨٥.٦%		

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		الموقف التأثيرات
		%	ك	%	ك	%	ك	
%٨٥.٣	٢.٥٦	%١٢.٨	١٤	%١٨.٣	٢٠	%٦٨.٩	٧٥	تؤدي مشاهدة الشرحة للمنصات الرقمية إلى انزغال الشباب عن الواقع والمسئوليات
%٨٥.٣	٢.٥٦	%١١.٩	١٣	%٢٠.٢	٢٢	%٦٧.٩	٧٤	تساهم المنصات الترفيحية في تبنى الشباب لثقافة مغايرة لثقافة المجتمع مما يجعله يشعر بالاعتراب
%٨٥	٢.٥٥	%٩.٢	١٠	%٢٦.٦	٢٩	%٦٤.٢	٧٠	يعكس مضمون المنصات الترفيحية صوراً وأنماط سلبية عن المجتمعات العربية مما يزيد من اعتراب الفرد عن مجتمعه
%٨٥	٢.٥٥	%١١.٩	١٣	%٢١.١	٢٣	%٦٧	٧٣	تؤدي مشاهدة المنصات الترفيحية لإصابة الشباب بالإحباط نتيجة تعرضهم لنماذج مختلفة عن واقعهم المجتمعي
%٨٣.٥	٢.٥٠	%١٢.٨	١٤	%٢٣.٩	٢٦	%٦٣.٣	٦٩	إدمان المشاهدة لهذه المنصات يؤدي إلى اضطرابات صحية ونفسية.
%٨٣.٢	٢.٥٠	%١١.٩	١٣	%٢٦.٦	٢٩	%٦١.٥	٦٧	مضمون المنصات الرقمية لا يتوافق مع عادات وتقاليد المجتمع العربي مما يؤدي إلى عدم تقبل الشباب لهذه العادات والتقاليد
%٨٢.٦	٢.٤٨	%١٤.٧	١٦	%٢٢.٩	٢٥	%٦٢.٤	٦٨	تبنى مضامين المنصات الترفيحية لوجهات نظر غربية في معالجة بعض القضايا (القضية الفلسطينية نموذجاً) مما يجعل الشباب غير واعي بقضاياهم المصيرية
%٨٢.٦	٢.٤٨	%١٢.٨	١٤	%٢٦.٦	٢٩	%٦٠.٦	٦٦	تؤدي مشاهدة الشرحة للمنصات إلى إهمال الشباب لدراساتهم

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		الموقف التأثيرات
		%	ك	%	ك	%	ك	
٧٤.٦%	٢.٢٤	٢٦.٦%	٢٩	٢٢.٩%	٢٥	٥٠.٥%	٥٥	تساهم المضامين المقدمة بها في محاربة الجمود والأفكار التقليدية في المجتمع
٧٣.٤%	٢.٢٠	٢٨.٤%	٣١	٢٢.٩%	٢٥	٤٨.٧%	٥٣	تساهم في زيادة الوعي بالمساواة والعدل بين الرجل والمرأة
٧٠.٩%	٢.١٣	٣٢.١%	٣٥	٢٢.٩%	٢٥	٤٥%	٤٩	مشاهدة المنصات تساهم في اكساب الشباب مهارات النقد الموضوعي للآخرين
٦٦.١%	١.٩٨	٣٥.٨%	٣٩	٣٠.٣%	٣٣	٣٣.٩%	٣٧	مشاهدة المضامين المتنوعة عبر المنصات الترفيهية تساعد على اكتساب سلوكيات إيجابية في التعامل مع الحياة اليومية
٦٠.٩%	١.٨٣	٤١.٢%	٤٥	٣٤.٩%	٣٨	٢٣.٩%	٢٦	يعكس مضمون المنصات الترفيهية صوراً وأنماط إيجابية عن المجتمعات العربية مما يعزز انتماء الفرد لمجتمعه
٥٩.٩%	١.٨٠	٤٥.٩%	٥٠	٢٨.٤%	٣١	٢٥.٧%	٢٨	المضامين العربية التي تقدمها المنصات الترفيهية تحث على احترام عادات وتقاليد المجتمع
٥٩.٦%	١.٧٩	٤٩.٥%	٥٤	٢٢%	٢٤	٢٨.٥%	٣١	مشاهدة المنصات تساعد الشباب على نبذ العنف
٥٥.٤%	١.٦٦	٥٥%	٦٠	٢٣.٩%	٢٦	٢١.١%	٢٣	يحث محتوى المنصات الترفيهية على المحافظة على الخصوصية الثقافية للمجتمعات العربية



شكل رقم (٤) تأثيرات المنصات الترفيهية الرقمية على قيم الشباب المصري

تم عمل مقياس مكون من ٢٠ عبارة للتعرف على رؤية النخب لتأثيرات المنصات الترفيهية الرقمية على قيم الشباب المصري تضمن عبارات إيجابية وأخرى سلبية بالتساوي، لتحديد مدى موافقة عينة الدراسة على هذه العبارات بمقياس ثلاثي يتحدد في ثلاث فئات (موافق - إلى حد ما - لا أوافق)، حيث جاءت نسبة الموافقة على عبارات المقياس بشكل عام متوسطة بنسبة ٥٠.٤%، يليها الموافقة بنسبة مرتفعة بلغت ٤٥%، ثم الموافقة بنسبة منخفضة بلغت ٤.٦%، وهو ما يوضح أن تقييم النخب لتأثيرات المنصات الترفيهية الرقمية على قيم الشباب تأرجح بين التأثيرات الإيجابية والسلبية، حيث جاءت عبارة "تساعد المنصات الترفيهية الشباب في الاطلاع على ثقافات أخرى مما يجعلهم أكثر تقبلاً لثقافة الآخر" في الترتيب الأول بوزن نسبي للموافقة بلغ ٩٠.٢%، يليها عبارة "تربط الشباب بالمجتمعات الحديثة، وتجعله مطلعاً على الحراك الثقافي بالعالم" بوزن نسبي بلغ ٨٦.٩%، بينما جاء في الترتيب الثالث عبارة "تساهم المنصات الترفيهية على اكتساب عادات وسلوكيات مخالفة لعادات وسلوكيات المجتمع" بوزن نسبي بلغ ٨٦.٢%، يليها عبارة "تقدم المنصات إنتاج عربي بمضامين غريبة على المجتمعات العربية ويشجع الشباب على تبنيها (مثل المثلية/ إقامة علاقات جنسية قبل الزواج) بوزن نسبي بلغ ٨٥.٦%، وفي الترتيب الخامس جاءت كلاً من عبارة "تؤدي مشاهدة الشرهة للمنصات الرقمية إلى انعزال الشباب عن الواقع والمسئوليات"، وعبارة "تساهم المنصات الترفيهية في تبني الشباب لثقافة مغايرة لثقافة المجتمع مما يجعله يشعر بالاغتراب" بوزن نسبي ٨٥.٣%، يليها وبفارق بسيط في الترتيب السادس كلاً من عبارة "يعكس مضمون المنصات الترفيهية صوراً وأنماط سلبية عن المجتمعات العربية مما يزيد من اغتراب الفرد عن مجتمعه"، وعبارة "تؤدي مشاهدة المنصات الترفيهية لإصابة الشباب بالإحباط نتيجة تعرضهم لنماذج مختلفة عن واقعهم المجتمعي" بوزن نسبي ٨٥%، وفي الترتيب السابع جاءت عبارة "إدمان المشاهدة لهذه المنصات يؤدي إلى اضطرابات صحية ونفسية" بوزن نسبي ٨٣.٥%، ثم عبارة "مضمون المنصات الرقمية لا يتوافق مع عادات وتقاليد المجتمع العربي مما يؤدي إلى عدم تقبل الشباب لهذه العادات والتقاليد" في الترتيب الثامن بوزن نسبي ٨٣.٢%، وفي الترتيب التاسع جاءت كلاً

من عبارة "تبني مضامين المنصات الترفيهية لوجهات نظر غربية في معالجة بعض القضايا (القضية الفلسطينية نموذجاً) مما يجعل الشباب غير واعي بقضاياها المصيرية"، وعبارة "تؤدي المشاهدة الشرهة للمنصات إلى إهمال الشباب لدراساتهم" بوزن نسبي ٨٢.٦%، وفي الترتيب العاشر جاءت عبارة "تساهم المضامين المقدمة بها في محاربة الجمود والأفكار التقليدية في المجتمع بوزن نسبي ٧٤.٦%، وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة دعاء أحمد البنا ٢٠٢١

رابعاً مقترحات النخب لكيفية التعامل مع هذه المنصات:

جدول رقم (١٩) مقترحات التعامل مع هذه المنصات (ن=١٠٩)

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		الموقف المقترحات
		%	ك	%	ك	%	ك	
٩٦.٣%	٢.٨٩	-	-	١١%	١٢	٨٩%	٩٧	إنشاء منصات ترفيهية عربية موازية تقدم محتوى جيد ومنافس
٩٦.٣%	٢.٨٩	٠.٩%	١	٩.٢%	١٠	٨٩.٩%	٩٨	تطوير المضامين المقدمة بالقنوات التلفزيونية
٩٥.٧%	٢.٨٧	٠.٩%	١	١١%	١٢	٨٨.١%	٩٦	تقديم محتوى ترفيهي يعزز من القيم الثقافية للمجتمعات العربية
٩٤.٨%	٢.٨٤	١.٨%	٢	١١.٩%	١٣	٨٦.٣%	٩٤	العمل على تعزيز انتماء الشباب لثقافة مجتمعاتهم
٩٤.٢%	٢.٨٣	٣.٧%	٤	١٠.١%	١١	٨٦.٢%	٩٤	ضرورة وجود مراقبة من الوالدين على ما يشاهده الأبناء
٩٣.٩%	٢.٨٢	٣.٧%	٤	١١%	١٢	٨٥.٣%	٩٣	قيام الوالدين بتوعية أبنائهم لخطورة المحتوى المقدم بهذه المنصات.
٩٢.٤%	٢.٧٧	٥.٥%	٦	١١.٩%	١٣	٨٢.٦%	٩٠	التوعية الأسرية لخطورة المحتوى المقدم بهذه المنصات
٩٠.٢%	٢.٧١	٧.٣%	٨	١٤.٧%	١٦	٧٨%	٨٥	تنمية وعي الشباب بخطورة القيم التي يتم بثها في هذه المنصات
٨٨.٧%	٢.٦٦	٩.٢%	١٠	١٥.٦%	١٧	٧٥.٢%	٨٢	مطالبة هذه المنصات بمراعاة وتوافق المضمون المقدم بها مع قيم المجتمع
٧٤.٩%	٢.٢٥	٣١.٢%	٣٤	١٢.٨%	١٤	٥٦%	٦١	فرض الدولة الرقابة على ما يتم بثه من محتوى بهذه المنصات

الموقف المقترحات	موافق		محايد		معارض		المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
	%	ك	%	ك	%	ك		
ترك الحرية لعمل هذه المنصات من أجل مزيد من التنافس والأبداع	٥٦	٥١.٤%	١٧	١٥.٦%	٣٦	٣٣%	٢.١٨	٧٢.٨%
منع بث المنصات الترفيهية التي تقدم مضامين مخالفة لقيم المجتمعات العربية	٤٧	٤٣.١%	١٨	١٦.٥%	٤٤	٤٠.٤%	٢.٠٣	٦٧.٦%

توضح بيانات الجدول السابق رأي عينة الدراسة من النخب حول كيفية التعامل مع هذه المنصات سواء على مستوى الأسرة أو مؤسسات المجتمع، حيث جاء في الترتيب الأول كلا من مقترح "إنشاء منصات ترفيهية عربية موازية تقدم محتوى جيد ومنافس"، وعبارة " تطوير المضامين المقدمة بالقنوات التليفزيونية" بوزن نسبي ٩٦.٣%، يليها في الترتيب الثاني عبارة " تقديم محتوى ترفيهي يعزز من القيم الثقافية للمجتمعات العربية" بوزن نسبي ٩٥.٧%، وفي الترتيب الثالث جاءت عبارة " العمل على تعزيز انتماء الشباب لثقافة مجتمعاتهم" بوزن نسبي ٩٤.٨%، وبفارق بسيط جاءت عبارة " ضرورة وجود مراقبة من الوالدين على ما يشاهده الأبناء" بوزن نسبي ٩٤.٢%، يليها في الترتيب الخامس "قيام الوالدين بتوعية أبنائهم لخطورة المحتوى المقدم بهذه المنصات" بوزن نسبي ٩٣.٩%، ثم عبارة "التوعية الأسرية لخطورة المحتوى المقدم بهذه المنصات" بوزن نسبي ٩٢.٤%، يليها في الترتيب السابع عبارة " تنمية وعي الشباب بخطورة القيم التي يتم بثها في هذه المنصات" بوزن نسبي ٩٠.٢%،

بينما جاءت المقترحات التي تطالب بالتحرك مع أو ضد هذه المنصات في المراتب الأخيرة، حيث جاء مقترح "مطالبة هذه المنصات بمراعاة وتوافق المضمون المقدم بها مع قيم المجتمع" في الترتيب الثامن بوزن نسبي ٨٨.٧%، وجاء مقترح " فرض الدولة الرقابة على ما يتم بثه من محتوى بهذه المنصات" في المرتبة التاسعة بوزن نسبي ٧٤.٩%، بينما جاء مقترح " ترك الحرية لعمل هذه المنصات من أجل مزيد من التنافس والأبداع" بوزن نسبي ٧٢.٨%، وأخيراً جاء مقترح " منع بث المنصات الترفيهية التي تقدم مضامين مخالفة لقيم المجتمعات العربية" بوزن نسبي ٦٧.٦%.

نتائج اختبار فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام النخبة للمنصات الترفيهية الرقمية وثقتها في المضمون المقدم بها.

جدول رقم (٢٠) معنوية العلاقة الارتباطية بين معدل استخدام النخبة للمنصات الترفيهية الرقمية وثقتها في المضمون المقدم بها

معامل بيرسون	مستوى المعنوية
٠.١٨١	٠.٠٦٠

توضح بيانات الجدول السابق عدم معنوية العلاقة بين معدل استخدام النخبة للمنصات الترفيهية الرقمية وثقتها في المضمون المقدم بها، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (٠.١٨١)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً (مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥)، ما يعني عدم ثبوت صحة الفرض الأول، وهو ما يعني أن استخدام النخب لهذه المنصات لا يعني بالضرورة ثقتهم بالمضمون المقدم بها.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام النخبة لمنصة نتفليكس وتقييمهم لإيجابيات وسلبيات المضمون المقدم بهذه المنصة.

جدول رقم (٢١) معنوية العلاقة الارتباطية بين معدل استخدام النخبة لمنصة نتفليكس وتقييمهم لإيجابيات وسلبيات المضمون المقدم بهذه المنصة

متغيرات الاقتران	معامل بيرسون	مستوى المعنوية
تقييم الإيجابيات من حيث الاستخدام	٠.١٧١	٠.٠٧٦
تقييم الإيجابيات من حيث الخدمات المقدمة	٠.٢٢٥	٠.٠٨١
تقييم الإيجابيات من حيث التفاعلية	*٠.٢٥٩	٠.٠٠٦
تقييم الإيجابيات من حيث المضمون	*٠.٤١٧	٠.٠٠٠
تقييم السلبيات	*٠.٢٤٠-	٠.٠١٢
* دال عند مستوى معنوية ٠.٠٥	** دال عند مستوى معنوية ٠.٠١	

تشير بيانات الجدول السابق للآتي:

- عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين معدل استخدام النخبة لمنصة نتفليكس وتقييمهم لإيجابيات المضمون المقدم بها من حيث الاستخدام، إذ بلغت قيمة معامل بيرسون ٠.١٧١، وهي قيمة غير دالة إحصائياً (مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥)، وبالتالي يثبت عدم صحة الفرض الفرعي الأول.
- عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين معدل استخدام النخبة لمنصة نتفليكس وتقييمهم لإيجابيات المضمون المقدم بها من حيث الخدمات بها، إذ بلغت قيمة معامل بيرسون (٠.٢٢٥)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً (مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥)، وبالتالي يثبت عدم صحة الفرض الفرعي الثاني.
- وجود علاقة دالة إحصائية بين معدل استخدام النخبة لمنصة نتفليكس وتقييمهم لإيجابيات المضمون المقدم بها من حيث التفاعلية، إذ بلغت قيمة معامل بيرسون (٠.٢٥٩) عند مستوى معنوية (٠.٠٠٦)، وهي قيمة دالة إحصائياً، وبالتالي يثبت صحة الفرض الفرعي الثالث.
- وجود علاقة دالة إحصائية بين معدل استخدام النخبة لمنصة نتفليكس وتقييمهم لإيجابيات المضمون المقدم بها من حيث المضمون المقدم بها، إذ بلغت قيمة معامل بيرسون (٠.٤١٧)

عند مستوى معنوية (٠.٠٠٠)، وهي قيمة دالة إحصائياً، وبالتالي يثبت صحة الفرض الفرعي الرابع.

- وجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل استخدام النخبة لمنصة نتفليكس وتقييمهم لسلبيات المحتوى المقدم بالمنصات، إذ بلغت قيمة معامل بيرسون (-٠.٢٤٠) عند مستوى معنوية (٠.٠١٢)، وهي قيمة دالة إحصائياً، ومن حيث اتجاه العلاقة فهي علاقة عكسية ما يعني أنه كلما زاد استخدام النخب لمنصة نتفليكس كلما انخفض تقييمهم لسلبيات هذه المنصة، وبالتالي يثبت صحة الفرض الفرعي الخامس.

وبالتالي يظهر ثبوت صحة الفرض الثاني جزئياً فيما يتعلق بوجود علاقة بين استخدام النخبة لمنصة نتفليكس وتقييمهم لإيجابيات وسلبيات المضمون المقدم بهذه المنصة.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تقييم النخبة للمضمون المقدم بمنصة نتفليكس، ورؤية النخبة لتأثيرات هذه المنصات على قيم الشباب.

جدول رقم (٢٢) معنوية العلاقة الارتباطية بين تقييم النخبة للمضمون المقدم بمنصة نتفليكس ورؤيتهم لتأثيرات هذه المنصات على قيم الشباب

متغيرات الاقتران	معامل بيرسون	مستوى المعنوية
تقييم الإيجابيات من حيث الاستخدام	٠.٠٨٩	٠.٣٥٦
تقييم الإيجابيات من حيث الخدمات المقدمة	٠.١٢٧	٠.١٨٨
تقييم الإيجابيات من حيث التفاعلية	*٠.٣٢٨	٠.٠٠٠
تقييم الإيجابيات من حيث المضمون	*٠.٢٧٧	٠.٠٠٣
تقييم السلبيات	*٠.٢٣٦	٠.٠١٣
* دال عند مستوى معنوية ٠.٠٥	** دال عند مستوى معنوية ٠.٠١	

تشير بيانات الجدول السابق للآتي:

- عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين تقييم النخبة لإيجابيات المضمون من حيث الاستخدام بمنصة نتفليكس ورؤيتهم لتأثيرات هذه المنصات على قيم الشباب، إذ بلغت قيمة معامل بيرسون (٠.٠٨٩)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً (مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥)، وبالتالي يثبت عدم صحة الفرض الفرعي الأول.

- عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين تقييم النخبة لإيجابيات المضمون من حيث الخدمات المقدمة بمنصة نتفليكس ورؤيتهم لتأثيرات هذه المنصات على قيم الشباب، إذ بلغت قيمة معامل بيرسون (٠.١٢٧)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً (مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥)، وبالتالي يثبت عدم صحة الفرض الفرعي الثاني.

- وجود علاقة دالة إحصائياً بين تقييم النخبة لإيجابيات المضمون من حيث التفاعلية، ورؤيتهم لتأثيرات هذه المنصات على قيم الشباب، إذ بلغت قيمة معامل بيرسون (٠.٣٢٨) عند مستوى معنوية (٠.٠٠٠)، وهي قيمة دالة إحصائياً، وبالتالي يثبت صحة الفرض الفرعي الثالث.

- وجود علاقة دالة إحصائياً بين تقييم النخبة لإيجابيات المضمون من حيث المضمون المقدم بها، ورؤيتهم لتأثيرات هذه المنصات على قيم الشباب، إذ بلغت قيمة معامل بيرسون (٠.٢٧٧) عند مستوى معنوية (٠.٠٠٣)، وهي قيمة دالة إحصائياً، وبالتالي يثبت صحة الفرض الفرعي الرابع.

- وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين تقييم النخبة لسلبات المضمون المقدم بمنصة نتفليكس، ورؤيتهم لتأثيرات هذه المنصات على قيم الشباب، إذ بلغت قيمة معامل بيرسون (٠.٢٣٦) عند مستوى معنوية (٠.٠١٣)، وهي قيمة دالة إحصائياً، وبالتالي يثبت صحة الفرض الفرعي الخامس.

وبالتالي يظهر ثبوت صحة الفرض الثالث جزئياً فيما يتعلق بين تقييم النخبة للمضمون المقدم بمنصة نتفليكس، ورؤية النخبة لتأثيرات هذه المنصات على قيم الشباب.

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في تقييمهم للمضمون المقدم بمنصة نتفليكس وتقييمهم لتأثيرات المضمون المقدم بهذه المنصات على قيم الشباب وذلك تبعاً لاختلاف المتغيرات الديموغرافية للمبحوثين (النوع- السن- المستوى التعليمي)، والمتغيرات المهنية (طبيعة العمل- الخبرة في مجال العمل).

١- اختبار معنوية الفروق من حيث النوع، فيما يتعلق بتقييم المبحوثين للمضمون المقدم بمنصة نتفليكس وتقييمهم لتأثيرات المضمون المقدم بهذه المنصات على قيم الشباب.

جدول رقم (٢٣) معنوية الفروق بين المبحوثين في تقييمهم للمضمون المقدم بمنصة نتفليكس وتقييمهم لتأثيرات المضمون المقدم بهذه المنصات على قيم الشباب بحسب النوع

المتغيرات	النوع	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	مستوى المعنوية
تقييم الايجابيات من حيث الاستخدام	ذكر	٥٠	٢١.٣٤	٢.٨٧٦	٠.٣٢٨-	١٠٧	٠.٧٤٣
	أنثى	٥٩	٢١.٥٣	٢.٩٩١			
تقييم الايجابيات من حيث الخدمات المقدمة	ذكر	٥٠	٢٧.٨٠	٤.٦٤٧	٠.١٦١	١٠٧	٠.٨٧٢
	أنثى	٥٩	٢٧.٦٦	٤.٣٣٠			
تقييم الإيجابيات من حيث التفاعلية	ذكر	٥٠	١٦.١٤	٣.٤٣٥	٠.٣٣١-	١٠٧	٠.٧٤١
	أنثى	٥٩	١٦.٣٦	٣.٣٥٢			
تقييم الايجابيات من حيث المضمون	ذكر	٥٠	٢٩.٣٤	٥.٦٩٥	١٤٦	١٠٧	٠.٨٨٤
	أنثى	٥٩	٢٩.١٩	٥.٢٦٤			

المتغيرات	النوع	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	مستوى المعنوية
تقييم السلبيات	ذكر	٥٠	٣٩.٢٨	٨.٥٩١	١.٥١٥-	١٠٧	٠.١٣٣
	أنثى	٥٩	٤١.٦١	٧.٤٦٥			
التأثيرات	ذكر	٥٠	٤٦.٠٢	٧.٥٥٣	٠.٢٩٨-	١٠٧	٠.٧٦٦
	أنثى	٥٩	٤٦.٤٧	٨.٢٥١			

- تظهر بيانات الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير النوع وتقييم النخبة لإيجابيات المضمون المقدم بمنصة نتفليكس من حيث الاستخدام، إذ بلغت قيمة ت (٠.٣٢٨)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً (مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥)، مما يعني أن متغير النوع لا يؤثر على تقييم عينة الدراسة لإيجابيات المضمون المقدم بالمنصة من حيث الاستخدام.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير النوع وتقييم النخبة للخدمات المقدمة بمنصة نتفليكس، إذ بلغت قيمة ت (٠.١٦١)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً (مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥)، مما يعني أن متغير النوع لا يؤثر على تقييم عينة الدراسة للخدمات المقدمة بالمنصة.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير النوع وتقييم النخبة للتفاعلية على منصة نتفليكس، إذ بلغت قيمة ت (-٠.٣٣١)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً (مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥)، مما يعني أن متغير النوع لا يؤثر على تقييم عينة الدراسة لإيجابيات التفاعلية على المنصة.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير النوع وتقييم النخبة للمحتوى المقدم بمنصة نتفليكس، إذ بلغت قيمة ت (١.٤٦)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً (مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥)، مما يعني أن متغير النوع لا يؤثر على تقييم عينة الدراسة لإيجابيات المحتوى المقدم بالمنصة.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير النوع وتقييم النخبة لسلبيات المضمون المقدم بمنصة نتفليكس، إذ بلغت قيمة ت (-١.٥١٥)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً (مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥)، مما يعني أن متغير النوع لا يؤثر على تقييم عينة الدراسة لسلبيات المضمون المقدم بالمنصة.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير النوع فيما يتعلق بتقييم عينة الدراسة من النخبة لتأثيرات المضمون المقدم بهذه المنصات على قيم الشباب، إذ بلغت قيمة ت (-٠.٢٩٨)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً (مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥)، مما يعني أن متغير النوع لا يؤثر على تقييم عينة الدراسة لتأثيرات المضمون المقدم بهذه المنصات على قيم الشباب.

٢- اختبار معنوية الفروق من حيث السن، فيما يتعلق بتقييم المبحوثين للمضمون المقدم بمنصة نتفليكس وتقييمهم لتأثيرات المضمون المقدم بهذه المنصات على قيم الشباب.
جدول رقم (٢٤) معنوية الفروق بين المبحوثين في تقييمهم للمضمون المقدم بمنصة نتفليكس وتقييمهم لتأثيرات المضمون المقدم بهذه المنصات على قيم الشباب بحسب السن

المتغيرات	السن	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ف	درجتي الحرية	مستوى المعنوية
تقييم الايجابيات من حيث الاستخدام	من ٢٠ لأقل من ٣٥	٣٩	٢١.٣٨	٣.١٥٩	٢.٠١٢	٢	٠.١٣٩
	من ٣٥ لأقل من ٥٠	٦١	٢١.٧٤	٢.٤٢١			
	٥٠ فأكثر	٩	١٩.٦٧	٤.٤٧٢			
تقييم الايجابيات من حيث الخدمات المقدمة	من ٢٠ لأقل من ٣٥	٣٩	٢٧.٦٧	٤.٩٩١	٤.١١٩	٢	٠.٠١٩
	من ٣٥ لأقل من ٥٠	٦١	٢٨.٣٣	٣.٤٩٢			
	٥٠ فأكثر	٩	٢٣.٨٩	٦.٢٥٤			
تقييم الإيجابيات من حيث التفاعلية	من ٢٠ لأقل من ٣٥	٣٩	١٦.٤٤	٣.٧٦٨	٤.٢٢٧	٢	٠.٠١٧
	من ٣٥ لأقل من ٥٠	٦١	١٦.٥٩	٢.٨٥٤			
	٥٠ فأكثر	٩	١٣.٢٢	٣.٧٣٤			
تقييم الايجابيات من حيث المضمون	من ٢٠ لأقل من ٣٥	٣٩	٢٩.١٣	٥.٩١٧	٠.٣٢١	٢	٠.٧٢٦
	من ٣٥ لأقل من ٥٠	٦١	٢٩.٥٢	٤.٩٥٢			
	٥٠ فأكثر	٩	٢٨.٠٠	٦.٨٥٦			
تقييم السلبيات	من ٢٠ لأقل من ٣٥	٣٩	٤٠.٣٣	٧.٩٩٨	٠.٣٦٨	٢	٠.٦٩٣
	من ٣٥ لأقل من ٥٠	٦١	٤٠.٩٧	٧.٨٥٣			
	٥٠ فأكثر	٩	٣٨.٥٦	١٠.١٠١			
التأثيرات	من ٢٠ لأقل من ٣٥	٣٩	٤٦.٩٢	٨.٣٨٠	٠.٣٢٧	٢	٠.٧٢٢
	من ٣٥ لأقل من ٥٠	٦١	٤٥.٧٢	٧.٧٩١			
	٥٠ فأكثر	٩	٤٧.١١	٧.٠٤٤			

- يظهر الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات السن المختلفة فيما يتعلق بتقييم النخبة لإيجابيات المضمون المقدم بمنصة نتفليكس من حيث الاستخدام، إذ بلغت قيمة ف(٢.٠١٢)، وهي قيمة غير دالة إحصائية (مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥)، مما يعني أن متغير السن لا يؤثر على تقييم عينة الدراسة لإيجابيات المضمون المقدم بالمنصة من حيث الاستخدام.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات السن المختلفة فيما يتعلق بتقييم النخبة للخدمات المقدمة بمنصة نتفليكس، إذ بلغت قيمة ف(٤.١١٩)، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠.٠١٩)، مما يعني أن متغير السن يؤثر على تقييم عينة الدراسة لإيجابيات

الخدمات المقدمة بالمنصة، واحتلت الفئة العمرية من ٣٥ لأقل من ٥٠ عامًا الترتيب الأول، حيث بلغ المتوسط الحسابي لها (٢٨.٣٣)، ثم تأتي بعدها الفئة العمرية من ٢٠ لأقل من ٣٥ عامًا بمتوسط حسابي بلغ (٢٧.٦٧)، وفي الترتيب الأخير جاءت الفئة الأكبر سنًا من عينة الدراسة ٥٠ فأكثر بمتوسط حسابي (٢٣.٨٩).

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات السن المختلفة فيما يتعلق بتقييم النخبة للتفاعلية على منصة نتفليكس، إذ بلغت قيمة ف(٤.٢٢٧)، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية (٠.٠١٧)، مما يعني أن متغير السن يؤثر على تقييم عينة الدراسة لإيجابيات التفاعلية على المنصة، حيث احتلت الفئة العمرية من ٣٥ لأقل من ٥٠ عامًا الترتيب الأول، حيث بلغ المتوسط الحسابي لها (١٦.٥٩)، ثم تأتي بعدها الفئة العمرية من ٢٠ لأقل من ٣٥ عامًا بمتوسط حسابي بلغ (١٦.٤٤)، وفي الترتيب الأخير جاءت الفئة الأكبر سنًا من عينة الدراسة ٥٠ فأكثر بمتوسط حسابي (١٣.٢٢).

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات السن المختلفة فيما يتعلق بتقييم النخبة للمحتوى المقدم بمنصة نتفليكس من حيث المضمون المقدم بها، إذ بلغت قيمة ف(٠.٣٢١)، وهي قيمة غير دالة إحصائيًا (مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥)، مما يعني أن متغير السن لا يؤثر على تقييم عينة الدراسة لإيجابيات المحتوى المقدم بالمنصة.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات السن المختلفة فيما يتعلق بتقييم النخبة لسلبيات المضمون المقدم بمنصة نتفليكس، إذ بلغت قيمة ف(٠.٣٦٨)، وهي قيمة غير دالة إحصائيًا (مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥)، مما يعني أن متغير السن لا يؤثر على تقييم عينة الدراسة لسلبيات المضمون المقدم بالمنصة.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات السن المختلفة فيما يتعلق بتقييم عينة الدراسة من النخبة لتأثيرات المضمون المقدم بهذه المنصات على قيم الشباب، إذ بلغت قيمة ف(٠.٣٢٧)، وهي قيمة غير دالة إحصائيًا (مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥)، مما يعني أن متغير السن لا يؤثر على تقييم عينة الدراسة لتأثيرات المضمون المقدم بهذه المنصات على قيم الشباب.

- ولاختبار مصدر الفروق بين المبحوثين في تقييمهم للمضمون المقدم بمنصة نتفليكس، قامت الباحثة بإجراء اختبار بعدي LSD بطريقة Posthoc، والذي أسفر عن النتائج التي يعرض لها الجدول التالي:

جدول رقم (٢٥)

اختبار LSD لمصدر الفروق بين المبحوثين في تقييمهم للمضمون المقدم بمنصة نتفليكس بحسب السن

المتغيرات	المجموعة	المجموعة المقارنة	الفرق بين المتوسطين	الخطأ المعياري	مستوى المعنوية
تقييم الايجابيات من حيث الخدمات المقدمة	من ٢٠ لأقل من ٣٥	من ٣٥ لأقل من ٥٠	٠.٦٦١-	٠.٨٨٩	٠.٤٥٨
	من ٣٥ لأقل من ٥٠	٥٠ فأكثر	*٣.٧٧٨	١.٦٠٣	٠.٠٢٠
تقييم الإيجابيات من حيث التفاعلية	من ٣٥ لأقل من ٥٠	من ٣٥ لأقل من ٥٠	٠.٤٣٩*	١.٥٤٨	٠.٠٠٥
	من ٢٠ لأقل من ٣٥	من ٣٥ لأقل من ٥٠	٠.١٥٤-	٠.٦٧٢	٠.٨١٩
	من ٣٥ لأقل من ٥٠	٥٠ فأكثر	*٣.٢١٤	١.٢١٣	٠.٠٠٩
	من ٣٥ لأقل من ٥٠	٥٠ فأكثر	*٣.٣٦٨	١.١٧١	٠.٠٠٥

* دال عند مستوى معنوية ٠.٠٥

- يتضح من نتائج الجدول السابق أن مصدر الفروق بين المبحوثين في تقييمهم لإيجابيات المضمون المقدم بمنصة نتفليكس من حيث الخدمات المقدمة بحسب السن، حيث يقع التباين بين كل من المجموعة الأولى (من ٢٠ لأقل من ٣٥) والمجموعة الثالثة (٥٠ فأكثر) لصالح المجموعة الأولى، كما يقع التباين بين المجموعة الأولى (أقل من ٢٠) والمجموعة الرابعة (أكثر من ٥٠) لصالح المجموعة الأولى، كذلك يقع التباين بين المجموعة الثانية (من ٣٥ لأقل من ٥٠) والمجموعة الثالثة (أكثر من ٥٠) لصالح المجموعة الثانية.

- وفيما يتعلق بمصدر الفروق بين المبحوثين في تقييمهم لإيجابيات المضمون المقدم بمنصة نتفليكس من حيث التفاعلية، فقد ظهر التباين بين كلا من المجموعة الأولى (من ٢٠ لأقل من ٣٥) والمجموعة الثالثة (٥٠ فأكثر) لصالح المجموعة الأولى، وبين المجموعة الثانية (من ٣٥ لأقل من ٥٠) والمجموعة الثالثة (أكثر من ٥٠) لصالح المجموعة الثانية.

٣- اختبار معنوية الفروق من حيث المستوى التعليمي، فيما يتعلق بتقييم المبحوثين للمضمون المقدم بمنصة نتفليكس وتقييمهم لتأثيرات المضمون المقدم بهذه المنصات على قيم الشباب.

جدول رقم (٢٦) معنوية الفروق بين المبحوثين في تقييمهم للمضمون المقدم بمنصة نتفليكس وتقييمهم لتأثيرات المضمون المقدم بهذه المنصات على قيم الشباب بحسب المستوى التعليمي

المتغيرات	المستوى التعليمي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ف	درجتي الحرية	مستوى المعنوية
تقييم الايجابيات من حيث الاستخدام	جامعي	٤٦	٢١.٢٤	٣.٦٦٥	٢.٢٠٤	٢ ١٠.٦	٠.١١٥
	ماجستير	٣٤	٢٠.٩١	٢.٤٢٩			
	دكتوراه	٢٩	٢٢.٣٨	١.٧٨١			
تقييم الايجابيات من حيث الخدمات المقدمة	جامعي	٤٦	٢٨.٣٣	٤.٧٥٧	٢.٧٤٨	٢ ١٠.٦	٠.٠٦٩
	ماجستير	٣٤	٢٦.٢٦	٤.١٤٤			
	دكتوراه	٢٩	٢٨.٤٨	٤.٠٣٢			
تقييم الإيجابيات من حيث التفاعلية	جامعي	٤٦	١٦.٣٥	٣.٤٤٠	٢.١٩٣	٢ ١٠.٦	٠.١١٧
	ماجستير	٣٤	١٥.٣٨	٢.٨٥٠			
	دكتوراه	٢٩	١٧.١٤	٣.٦٩١			
تقييم الايجابيات من حيث المضمون	جامعي	٤٦	٢٩.٧٢	٦.١٣١	٠.٤٤٤	٢ ١٠.٦	٠.٦٤٣
	ماجستير	٣٤	٢٨.٥٦	٤.٠٦٩			
	دكتوراه	٢٩	٢٩.٣٤	٥.٧٧١			
تقييم السلبيات	جامعي	٤٦	٣٧.٥٩	٩.٣٨٧	٥.٨٦٣	٢ ١٠.٦	٠.٠٠٤
	ماجستير	٣٤	٤٢.٥٣	٥.٥٠١			
	دكتوراه	٢٩	٤٢.٩٠	٦.٩٠٤			
التأثيرات	جامعي	٤٦	٤٣.٧٢	٨.٠٠٥	٥.٩٢٦	٢ ١٠.٦	٠.٠٠٤
	ماجستير	٣٤	٤٦.٦٥	٧.٥٠٧			
	دكتوراه	٢٩	٤٩.٨٦	٦.٨٨٥			

- تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستويات التعليم المختلفة فيما يتعلق بتقييم النخبة لإيجابيات المضمون المقدم بمنصة نتفليكس من حيث الاستخدام، إذ بلغت قيمة ف (٢.٢٠٤)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً (مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥)، مما يعني أن متغير التعليم لا يؤثر على تقييم عينة الدراسة لإيجابيات المضمون المقدم بالمنصة من حيث الاستخدام.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات التعليم المختلفة فيما يتعلق بتقييم النخبة للخدمات المقدمة بمنصة نتفليكس، إذ بلغت قيمة ف(٢.٧٤٨)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً (مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥)، مما يعني أن متغير التعليم لا يؤثر على تقييم عينة الدراسة لإيجابيات الخدمات المقدمة بالمنصة.
 - عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستويات التعليم المختلفة فيما يتعلق بتقييم النخبة للتفاعلية على منصة نتفليكس، إذ بلغت قيمة ف(٢.١٩٣)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً (مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥)، مما يعني أن متغير التعليم لا يؤثر على تقييم عينة الدراسة للتفاعلية على منصة نتفليكس.
 - عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستويات التعليم المختلفة فيما يتعلق بتقييم النخبة للمحتوى المقدم بمنصة نتفليكس، إذ بلغت قيمة ف(٠.٤٤٤)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً (مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥)، مما يعني أن متغير التعليم لا يؤثر على تقييم عينة الدراسة لإيجابيات المحتوى المقدم بالمنصة.
 - وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات التعليم المختلفة فيما يتعلق بتقييم النخبة لسلبيات المضمون المقدم بمنصة نتفليكس، إذ بلغت قيمة ف(٥.٨٦٣)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠.٠٠٤)، مما يعني أن متغير التعليم يؤثر على تقييم عينة الدراسة لسلبيات المضمون المقدم بالمنصة، حيث احتلت فئة الحاصلين على الدكتوراه الترتيب الأول، حيث بلغ المتوسط الحسابي لها(٤٢.٩٠)، يليها فئة الحاصلين على الماجستير بمتوسط حسابي(٤٢.٥٣)، وفي الترتيب الأخير جاءت فئة جامعي بمتوسط حسابي بلغ(٣٧.٥٩).
 - وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات التعليم المختلفة فيما يتعلق برؤية النخبة لتأثيرات المضمون المقدم بهذه المنصات على قيم الشباب، إذ بلغت قيمة ف(٥.٩٢٦)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠.٠٠٤)، مما يعني أن متغير التعليم يؤثر على تقييم عينة الدراسة لتأثيرات المضمون المقدم بهذه المنصات على قيم الشباب، حيث احتلت فئة الحاصلين على الدكتوراه الترتيب الأول، حيث بلغ المتوسط الحسابي لها(٤٩.٨٦)، يليها فئة الحاصلين على الماجستير بمتوسط حسابي(٤٦.٦٥)، وفي الترتيب الأخير جاءت فئة جامعي بمتوسط حسابي بلغ(٤٣.٧٢).
- ولاختبار مصدر الفروق بين المبحوثين في تقييمهم للمضمون المقدم بمنصة نتفليكس وتقييمهم لتأثيرات المضمون المقدم بهذه المنصات على قيم الشباب بحسب المستوى التعليمي، قامت الباحثة بإجراء اختبار بعدي LSD بطريقة Posthoc، والذي أسفر عن النتائج التي يعرض لها الجدول التالي:

جدول رقم (٢٧)

اختبار LSD لمصدر الفروق بين المبحوثين في تقييمهم للمضمون المقدم بمنصة نتفليكس وتقييمهم لتأثيرات المضمون المقدم بهذه المنصات على قيم الشباب بحسب المستوى التعليمي

المتغيرات	المجموعة	المجموعة المقارنة	الفرق بين المتوسطين	الخطأ المعياري	مستوى المعنوية
تقييم السلبيات	جامعي	ماجستير	-٤.٩٤٢*	١.٧٤٣	٠.٠٠٥
		دكتوراه	-٥.٣١٠*	١.٨٢٨	٠.٠٠٤
	ماجستير	دكتوراه	-٠.٣٦٧	١.٩٤٨	٠.٨٥١
التأثيرات	جامعي	ماجستير	-٢.٩٣٠	١.٧١٢	٠.٠٩٠
		دكتوراه	-٦.١٤٥*	١.٧٩٤	٠.٠٠١
	ماجستير	دكتوراه	-٣.٢١٥	١.٩١٣	٠.٠٩٦

* دال عند مستوى معنوية ٠.٠٥

- يتضح من نتائج الجدول السابق أن مصدر الفروق بين المبحوثين في تقييمهم لسلبيات المضمون المقدم بمنصة نتفليكس يقع بين كل من المجموعة الأولى (جامعي) والمجموعة الثانية (ماجستير) وذلك لصالح المجموعة الثانية، كما يقع التباين بين كل من المجموعة الأولى (جامعي) والمجموعة الثالثة (دكتوراه) وذلك لصالح المجموعة الثانية.
- وفيما يتعلق بمصدر الفروق بين المبحوثين في تقييمهم لتأثيرات المضمون المقدم بهذه المنصات على قيم الشباب، فقد ظهر التباين بين كلا من المجموعة الأولى (جامعي) والمجموعة الثالثة (دكتوراه) لصالح المجموعة الثانية.
- ٤- اختبار معنوية الفروق من حيث عدد سنوات الخبرة، فيما يتعلق بتقييم المبحوثين للمضمون المقدم بمنصة نتفليكس وتقييمهم لتأثيرات المضمون المقدم بهذه المنصات على قيم الشباب.

جدول رقم (٢٨)

معنوية الفروق بين المبحوثين في تقييمهم للمضمون المقدم بمنصة نتفليكس وتقييمهم لتأثيرات المضمون المقدم بهذه المنصات على قيم الشباب بحسب عدد سنوات الخبرة

المتغيرات	عدد سنوات الخبرة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ف	درجتي الحرية	مستوى المعنوية
تقييم الايجابيات من حيث الاستخدام	أقل من عشر سنوات	٤٢	٢١.٦٧	٣.٠٠١	١.١٥٦	٢	٠.٣١٩
	من عشر سنوات لأقل من ٢٠ سنة	٣٨	٢٠.٨٧	٢.٨٩٦			
	٢٠ سنة فأكثر	٢٩	٢١.٨٦	٢.٨٣٨			

المتغيرات	عدد سنوات الخبرة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ف	درجتي الحرية	مستوى المعنوية
تقييم الإيجابيات من حيث الخدمات المقدمة	أقل من عشر سنوات	٤٢	٢٧.٨١	٤.٧٥٤	٠.٠١٣	٢	٠.٩٨٨
	من عشر سنوات لأقل من ٢٠ سنة	٣٨	٢٧.٦٦	٤.٠٤٩			
	٢٠ سنة فأكثر	٢٩	٢٧.٦٩	٤.٦٧٦			
تقييم الإيجابيات من حيث التفاعلية	أقل من عشر سنوات	٤٢	١٦.٥٥	٣.٥٧٠	٠.٤٢٧	٢	٠.٦٥٤
	من عشر سنوات لأقل من ٢٠ سنة	٣٨	١٦.٢٩	٣.١٠١			
	٢٠ سنة فأكثر	٢٩	١٥.٧٩	٣.٤٩٩			
تقييم الإيجابيات من حيث المضمون	أقل من عشر سنوات	٤٢	٢٩.٢١	٥.٧٣٦	٠.٠٩٩	٢	٠.٩٠٦
	من عشر سنوات لأقل من ٢٠ سنة	٣٨	٢٩.٠٣	٥.٤٣٠			
	٢٠ سنة فأكثر	٢٩	٢٩.٦٢	٥.١٧٨			
تقييم السلبيات	أقل من عشر سنوات	٤٢	٤١.٩٣	٧.٢٦٣	٢.٠٧١	٢	٠.١٣١
	من عشر سنوات لأقل من ٢٠ سنة	٣٨	٣٨.٤٥	٨.١٦٣			
	٢٠ سنة فأكثر	٢٩	٤١.٢٨	٨.٦٦٨			
التأثيرات	أقل من عشر سنوات	٤٢	٤٧.١٧	٨.٨٦٥	٠.٨٦٩	٢	٠.٤٢٢
	من عشر سنوات لأقل من ٢٠ سنة	٣٨	٤٤.٩٢	٧.٣٩٤			
	٢٠ سنة فأكثر	٢٩	٤٦.٧٢	٧.٠٦٠			

- تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق بتقييم النخبة لإيجابيات المضمون المقدم بمنصة نتفليكس من حيث الاستخدام، وذلك من حيث سنوات الخبرة، إذ بلغت قيمة ف(١.١٥٦)، وهي قيمة غير دالة إحصائية (مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥)، مما يعني أن متغير الخبرة لا يؤثر على تقييم عينة الدراسة لإيجابيات المضمون المقدم بالمنصة من حيث الاستخدام.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق بتقييم النخبة لإيجابيات الخدمات المقدمة بمنصة نتفليكس، وذلك بحسب سنوات الخبرة، إذ بلغت قيمة ف(٠.٠١٣)، وهي قيمة غير دالة إحصائية (مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥)، مما يعني أن متغير الخبرة لا يؤثر على تقييم عينة الدراسة لإيجابيات الخدمات المقدمة بالمنصة.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق بتقييم النخبة للتفاعلية على منصة نتفليكس، وذلك بحسب سنوات الخبرة، إذ بلغت قيمة ف(٠.٤٢٧)، وهي قيمة غير دالة إحصائية.

(مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥)، مما يعني أن متغير الخبرة لا يؤثر على تقييم عينة الدراسة للتفاعلية على المنصة.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق بتقييم النخبة لإيجابيات المحتوى المقدم بمنصة نتفليكس، وذلك فيما يتعلق بسنوات الخبرة، إذ بلغت قيمة ف(٠.٠٩٩)، وهي قيمة غير دالة إحصائية (مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥)، مما يعني أن متغير الخبرة لا يؤثر على تقييم عينة الدراسة لإيجابيات المحتوى المقدم بالمنصة.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق بتقييم النخبة لسلبيات المضمون المقدم بمنصة نتفليكس، وذلك فيما يتعلق بسنوات الخبرة، إذ بلغت قيمة ف(٢.٠٧١)، وهي قيمة غير دالة إحصائية (مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥)، مما يعني أن متغير الخبرة لا يؤثر على تقييم عينة الدراسة لسلبيات المضمون المقدم بالمنصة.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق بتقييم النخبة لتأثيرات المضمون المقدم بهذه المنصات على قيم الشباب بحسب عدد سنوات الخبرة، إذ بلغت قيمة ف(٠.٨٦٩)، وهي قيمة غير دالة إحصائية (مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥)، مما يعني أن متغير الخبرة لا يؤثر على تقييم النخبة لتأثيرات المضمون المقدم بهذه المنصات على قيم الشباب.

٥- معنوية الفروق بحسب طبيعة العمل، فيما يتعلق بتقييم المبحوثين للمضمون المقدم بمنصة نتفليكس وتقييمهم لتأثيرات المضمون المقدم بهذه المنصات على قيم الشباب.

جدول رقم (٢٩)

معنوية الفروق بين المبحوثين في تقييمهم للمضمون المقدم بمنصة نتفليكس وتقييمهم لتأثيرات المضمون المقدم بهذه المنصات على قيم الشباب بحسب طبيعة العمل

المتغيرات	طبيعة العمل	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ف	درجتي الحرية	مستوى المعنوية
تقييم الايجابيات من حيث الاستخدام	أكاديمي	٣٤	٢١.٦٨	٢.٤٣٤	٠.٥٠٧	٢ ١٠٦	٠.٦٠٤
	مهني	٥٣	٢١.١٥	٣.٢٣٧			
	إعلامي	٢٢	٢١.٧٧	٢.٨٩٤			
تقييم الايجابيات من حيث الخدمات المقدمة	أكاديمي	٣٤	٢٧.٠٦	٤.٨٨٦	١.٨٨٩	٢ ١٠٦	٠.١٥٦
	مهني	٥٣	٢٧.٤٩	٤.٦١٠			
	إعلامي	٢٢	٢٩.٣٢	٢.٩١٨			
تقييم الإيجابيات من حيث التفاعلية	أكاديمي	٣٤	١٦.٠٦	٣.٩٠٨	٠.٢٧٩	٢ ١٠٦	٠.٧٥٧
	مهني	٥٣	١٦.١٩	٣.٢٥٣			
	إعلامي	٢٢	١٦.٧٣	٢.٨٤٨			
تقييم الايجابيات	أكاديمي	٣٤	٢٨.٢٦	٦.٠٢٢	١.٠٥٠	٢	٠.٣٥٤

المتغيرات	طبيعة العمل	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ف	درجتي الحرية	مستوى المعنوية
من حيث المضمون	مهني	٥٣	٢٩.٤٣	٥.٤٥٤		١.٦	
	إعلامي	٢٢	٣٠.٣٦	٤.٣١٥			
تقييم السلبيات	أكاديمي	٣٤	٤٢.٢٦	٦.٥١٩	٢.٧٩٦	٢ ١.٦	٠.٠٦٦
	مهني	٥٣	٣٨.٧٠	٨.٣٩٨			
	إعلامي	٢٢	٤٢.٣٢	٨.٦٦٠			
التأثيرات	أكاديمي	٣٤	٤٨.٠٠	٨.٢٩٧	٣.٥٦٢	٢ ١.٦	٠.٠٣٢
	مهني	٥٣	٤٦.٧٢	٧.٢٣٣			
	إعلامي	٢٢	٤٢.٥٠	٧.٩٦٣			

- تظهر بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق بتقييم النخبة لإيجابيات المضمون المقدم بمنصة نتفليكس من حيث الاستخدام، وذلك بحسب طبيعة العمل، إذ بلغت قيمة ف (٠.٥٠٧)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً (مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥)، مما يعني أن متغير طبيعة العمل لا يؤثر على تقييم عينة الدراسة لإيجابيات المضمون المقدم بالمنصة من حيث الاستخدام.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق بتقييم النخبة لإيجابيات الخدمات المقدمة بمنصة نتفليكس، وذلك بحسب طبيعة العمل، إذ بلغت قيمة ف (١.٨٨٩)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً (مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥)، مما يعني أن متغير طبيعة العمل لا يؤثر على تقييم عينة الدراسة لإيجابيات الخدمات المقدمة بالمنصة.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق بتقييم النخبة للتفاعلية على منصة نتفليكس، وذلك بحسب طبيعة العمل، إذ بلغت قيمة ف (٠.٢٧٩)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً (مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥)، مما يعني أن متغير طبيعة العمل لا يؤثر على تقييم عينة الدراسة للتفاعلية على المنصة.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق بتقييم النخبة للمحتوى المقدم على منصة نتفليكس، وذلك بحسب طبيعة العمل، إذ بلغت قيمة ف (١.٠٥٠)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً (مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥)، مما يعني أن متغير طبيعة العمل لا يؤثر على تقييم عينة للمحتوى المقدم على المنصة.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق بتقييم النخبة لسلبيات المضمون المقدم على منصة نتفليكس، وذلك بحسب طبيعة العمل، إذ بلغت قيمة ف (٢.٧٩٦)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً (مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥)، مما يعني أن متغير طبيعة العمل لا يؤثر على تقييم عينة الدراسة لسلبيات المضمون المقدم على المنصة.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق بتقييم النخبة لتأثيرات المضمون المقدم بهذه المنصات على قيم الشباب بحسب طبيعة العمل، إذ بلغت قيمة ف(٣.٥٦٢)، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠.٠٣٢)، حيث احتلت فئة الأكاديمي الترتيب الأول، حيث بلغ المتوسط الحسابي لها (٤٨.٠٠)، يليها فئة المهني بمتوسط حسابي (٤٦.٧٢)، وفي الترتيب الأخير جاءت فئة الإعلامي بمتوسط حسابي بلغ (٤٢.٥٠)، مما يعني أن متغير طبيعة العمل يؤثر على تقييم عينة الدراسة لتأثيرات المضمون المقدم بهذه المنصات على قيم الشباب.

ولاختبار مصدر الفروق بين المبحوثين في تقييمهم لتأثيرات المضمون المقدم بهذه المنصات على قيم الشباب بحسب طبيعة العمل، قامت الباحثة بإجراء اختبار بعدي LSD بطريقة Posthoc، والذي أسفر عن النتائج التي يعرض لها الجدول التالي:

جدول رقم (٣٠)

اختبار LSD لمصدر الفروق بين المبحوثين في تقييمهم لتأثيرات المضمون المقدم بهذه المنصات على قيم الشباب بحسب طبيعة العمل

المتغيرات	المجموعة	المجموعة المقارنة	الفرق بين المتوسطين	الخطأ المعياري	مستوى المعنوية
التأثيرات	أكاديمي	مهني	١.٢٨٣	١.٦٩٧	٠.٤٥١
		إعلامي	*٥.٥٠٠	٢.١١٣	٠.٠١١
	مهني	إعلامي	*٤.٢١٧	١.٩٥٩	٠.٠٣٤
* دال عند مستوى معنوية ٠.٠٥					

يتضح من نتائج الجدول السابق أن مصدر الفروق بين المبحوثين فيما يتعلق بتقييمهم لتأثيرات المضمون المقدم بهذه المنصات على قيم الشباب بحسب طبيعة العمل يقع بين كل من المجموعة الأولى (أكاديمي) والمجموعة الثالثة (إعلامي) لصالح المجموعة الأولى، كما يقع التباين بين كل من المجموعة الثانية (مهني) والمجموعة الثالثة (إعلامي) لصالح المجموعة الثانية.

وبالتالي يظهر ثبوت صحة الفرض الرابع جزئياً فيما يتعلق بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في تقييمهم للمضمون المقدم بمنصة نتفليكس وتقييمهم لتأثيرات المضمون المقدم بهذه المنصات على قيم الشباب، وذلك تبعاً لاختلاف المتغيرات الديموغرافية (النوع- السن- المستوى التعليمي)، والمتغيرات المهنية (طبيعة العمل- الخبرة في مجال العمل).

مناقشة و خلاصة:

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على آراء النخب المصرية (الأكاديمية/ الإعلامية/ المهنية) حول إيجابيات وسلبيات المنصات الترفيهية الرقمية بالتطبيق على منصة نيتفلكس، واقتراحاتهم للكيفية التي يمكن منها التعامل مع المحتوى المقدم بها، كذلك رصد تأثيرات المضمون المقدم بهذه المنصات على قيم الشباب المصري وذلك من وجهة نظر النخب المصرية، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها:-

- ١- أن غالبية عينة الدراسة من النخب كان معدل استخدامها للمنصات الترفيهية الرقمية متوسط، وهو ما يتوافق مع طبيعة العينة وظروف عملها وما يرتبط بها من مسؤوليات.
- ٢- احتلال منصة نتفليكس الترتيب الأول بين المنصات الترفيهية التي يتابعها أفراد النخبة، يليها منصة شاهد، وهو ما يتفق مع نتائج العديد من الدراسات سواء العربية أو الأجنبية في تصدر منصة نتفليكس لقائمة المنصات الترفيهية التي يتم متابعتها، كما لوحظ ارتفاع نسبة الاقبال على متابعة منصة شاهد وتقارب نسب متابعتها مع منصة نتفليكس، حيث شهدت الفترة الأخيرة تطورا ملحوظا في المضمون المقدم بالمنصة، فقد تمكنت منصة "شاهد" من أن تجد موطئ قدم لها بين عدد من المنصات العالمية، ونجح "شاهد VIP" في تثبيت نفسه كأبرز وأكبر مزود للمحتوى الأصلي النوعي العربي للجمهور في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.
- ٣- صدارة المحتوى الأجنبي المفضل مشاهدته لدى عينة الدراسة، وهي نتيجة طبيعية لأن منصة نيتفلكس هي منصة أمريكية بالأساس، وتحتوي مكتبتها على كم هائل من المضمون الأجنبية من مختلف الجنسيات، وإن كانت قد بدأت بالفعل في إنتاج بعض الأعمال باللغة العربية منذ عام ٢٠١٨ ومن أشهرها مسلسل ماوراء الطبيعة ومسلسل مدرسة الروابي وفيلم أصحاب ولا أعز.
- ٤- ارتبطت أسباب متابعة عينة الدراسة لهذه المنصات بخصائصها التي تميزها عن غيرها من وسائل الإعلام، حيث جاءت عبارة سهولة متابعة المنصة في أي وقت دون التقيد بموعد في الترتيب الأول، وهو ما يسلب الضوء على خاصية هامة من خصائص المنصات الرقمية فكرة التحرر من قيود مواعيد بث المحتوى على القنوات الفضائية، وإتاحته للعرض في أي وقت يتناسب مع ظروف الأفراد، وفي الترتيب الثاني جاءت كلاً من عبارة قضاء وقت الفراغ والتسلية وعبارة سهولة الوصول للمحتوى وعدم قطعه بالإعلانات، وهو أيضاً من الخصائص والخدمات المميزة التي تتيحها هذه المنصات، وفي الترتيب الثالث جاءت عبارة مشاهدة أنماط جديدة من الدراما المختلفة عما تقدمه وسائل الإعلام الأخرى، حيث ظهرت أشكال جديدة من الدراما القصيرة التي قد تتراوح من ٧ إلى ١٥ حلقة، والتي يسهل الانتهاء من متابعتها في وقت قصير.

٥- أشار ٦٦.١% من أفراد العينة أنهم يثقون إلى حد ما بالمعلومات المقدمة عبر منصة نيتفليكس في الوثائقيات والأعمال الدرامية التاريخية، يليها بنسبة ٢٥.٦% ممن لا يثقون بهذه المعلومات، وأخيراً من يثق بهذه المعلومات بنسبة ٨.٣%، ويمكن ارجاع النسبة الكبيرة في الثقة المحدودة أو عدم الثقة بالمنصة إلى العديد من الأعمال التي أنتجتها المنصة وأثارت جدل كبير بسبب المعلومات المغلوطة بها أو غير الموثقة، والتي كان آخرها فيلم كليوباترا الذي طرحته المنصة في مايو ٢٠٢٣، كما أنتجت نتفليكس عشرات الأعمال الإسرائيلية التي تروي وجهة نظر الأخيرة في الصراع مع العرب، وهو ما أثار سخط المتابعين من الدول العربية^(١٢٤).

٦- تمثلت أهم أسباب ثقة الباحثين بالمعلومات المقدمة بمنصة نيتفليكس في الوثائقيات والأعمال الدرامية التاريخية في أنها توفر قدر كبير من الحرية في عرض المعلومات والاعتماد على المصادر المتعددة، يليها توثيق المعلومات بالبيانات والاحصاءات، ثم الموضوعية في عرض وجهات النظر المختلفة، بينما تمثلت أهم أسباب عدم ثقة الباحثين في أنها تروج لأجندة معينة، يليها تحريف الأحداث، ثم اعتمادها على رؤية واحدة في معالجة الحدث، يليها عدم خضوع هذه المنصات لميثاق العمل الإعلامي، وأخيراً عدم ذكر مصادر المعلومة.

٧- ارتفاع التقييم الإيجابي لأفراد عينة الدراسة من النخب سواء فيما يتعلق بطبيعة استخدام منصة نتفليكس، وكذلك الخدمات التي تقدمها المنصة ومستوى التفاعلية المتاح عليها، وطبيعة المضمون المقدم بها، وهو ما يعكس السمات المميزة لهذه الوسائط الجديدة من حيث سهولة ومرونة استخدامها وهي ميزات توفر للمستخدم إمكانية التحكم ببيئة المشاهدة، والتفاعل معها ومع نوعية المضامين الجديدة والمختلفة شكلاً وموضوعاً، وبالتالي يمكن القول أن الثراء الذي تتمتع به المنصات الترفيهية الرقمية كان عامل جذب لمتابعة عينة الدراسة لهذه المنصات.

ويمكن الإشارة هنا إلى أن طبيعة العينة خاصة النخبة الإعلامية والمهنية (والتي تمثل ٦٨.٨% من العينة) ترى إلى حد كبير الايجابيات التي أحدثتها المنصات الرقمية الترفيهية، حيث أثرى دخول هذا الوسيط الجديد المجال الإعلامي، خاصة في ظل جائحة كورونا والتي أثرت بشكل كبير على المجال الفني والسينمائي سواء في مصر أو في العالم العربي، وهو ما أكد عليه الكثير من الكتاب والنقاد الفنيين من الأهمية التي أضافتها هذه المنصات، فمع الانتشار الواسع لشبكة نتفليكس الأمريكية في العالم العربي، بدأت منصات عربية بالدخول إلى السوق العربية، حيث غيرت منصة "شاهد" السعودية مسارها، وبدأت مؤخرًا بإنتاج أعمالها الأصلية والحصريّة، وهي في معظمها مسلسلات وأفلام مصرية وخليجية، وأطلقت مصر منصة "واتش ات Watch It".

ويرى الناقد السينمائي المصري أمير العمري أن العبرة من المنافسة ليست في إنشاء منصات عربية فقط، بل أن تكون قادرة على الإنتاج ورصد ميزانيات ضخمة والاستعانة بالموهب المشهود لها سواء من المخرجين أم التقنيين أم الممثلين، وليس مجرد شراء مسلسلات وعرضها، وأضاف أنه بشكل عام يمكن أن تؤدي المنافسة إلى ظهور أشكال جديدة وتجارب أخرى مستقلة أيضاً^(١٢٥).

٨- جاءت تقييمات عينة الدراسة من النخب لسليبيات المحتوى المقدم بمنصة نتيفليكس متوسطة حيث بلغت نسبة الموافقة على عبارات المقياس بشكل متوسط ٤٦.٧%، يليها الموافقة بشكل مرتفع بنسبة ٤٥%، ثم الموافقة بشكل منخفض بنسبة ٨.٣%، وتمثلت أهم سلبيات المحتوى المقدم بمنصة نتيفليكس ارتباط الخدمة بمدى توافر شبكة انترنت جيدة من حيث السرعة والتغطية، وتضمن بعض الظواهر الاجتماعية الغربية على المجتمع، حيث يشترط استخدام المنصة توافر شبكة انترنت جيدة وخدمة غير متقطعة، ومن ناحية أخرى فقد أثارت بعض الأفكار التي يتم طرحها في الأعمال التي تنتجها المنصة خاصة العربية انتقادات واسعة مثل سماح الأب لابنته بأن تقضي ليلة مع صديقها في منزله كما في فيلم "أصحاب ولا أعز"، كذلك طرح المنصة لبعض الأفكار الغربية مثل تقبل أو الدفاع عن المثليين والتعاطف معهم، واعتمادها على قاعدة المشاهدة الشرهة (binge-watching) لضمان استمرارية المشتركين.

٩- اتفقت غالبية عينة الدراسة من النخب على أن الأسرة والأقارب هي أهم مصادر اكتساب القيم في المجتمع، يليها في الترتيب وسائل الإعلام الإلكتروني، ثم الأصدقاء والزملاء، وجاءت مواقع التواصل الاجتماعي كأهم أشكال الإعلام الإلكتروني الذي يلعب دورا في تشكيل قيم الشباب المصري، وهو ما يدل على الأهمية الكبيرة التي تلعبها مواقع التواصل الاجتماعي في بناء وتشكيل القيم داخل المجتمعات نتيجة ارتباط الشباب بمثل هذه المواقع، يليها تطبيقات الهاتف المحمول، ثم المنصات الترفيهية الرقمية في الترتيب الثالث.

١٠- وافقت أغلبية عينة الدراسة من النخب بشدة على وجود تأثيرات للمنصات الترفيهية الرقمية على قيم الشباب المصري وذلك بنسبة ٦٥.١%، وبلغت الموافقة إلى حد ما ٣١.٢%، في مقابل ٣.٧% لا يعتقدون في وجود تأثيرات لهذه المنصات على قيم الشباب، وتساوت آراء عينة الدراسة في نوعية تأثيرات المنصات الترفيهية الرقمية على قيم الشباب بين من يرى أنها إيجابية، ومن يرى أنها محايدة بمعنى وجود تأثيرات إيجابية وسلبية وذلك بنسبة ٣٨.٥%، بينما بلغت نسبة من يرون أن تأثيراتها سلبية على قيم الشباب ٢٨.٤%.

١١- تأرجح تقييم النخب لتأثيرات المنصات الترفيهية الرقمية على قيم الشباب بين التأثيرات الإيجابية والسلبية، حيث جاءت عبارة " تساعد المنصات الترفيهية الشباب في الاطلاع

على ثقافات أخرى مما يجعلهم أكثر تقبلاً لثقافة الآخر" في الترتيب الأول، يليها أن هذه المنصات " تربط الشباب بالمجتمعات الحديثة، وتجعله مطلعاً على الحراك الثقافي بالعالم"، بينما جاء في الترتيب الثالث عبارة " تساهم المنصات الترفيهية على اكتساب عادات وسلوكيات مخالفة لعادات وسلوكيات المجتمع"، يليها عبارة " تقدم المنصات إنتاج عربي بمضامين غريبة على المجتمعات العربية ويشجع الشباب على تبنيها (مثل المثلية / إقامة علاقات جنسية قبل الزواج)، وفي الترتيب الخامس جاءت كلا من عبارة " تؤدي المشاهدة الشرة للمنصات الرقمية إلى انزغال الشباب عن الواقع والمسئوليات"، وعبارة " تساهم المنصات الترفيهية في تبني الشباب لثقافة مغايرة لثقافة المجتمع مما يجعله يشعر بالاغتراب"، يليها وبفارق بسيط في الترتيب السادس كلا من عبارة " يعكس مضمون المنصات الترفيهية صوراً وأنماط سلبية عن المجتمعات العربية مما يزيد من اغتراب الفرد عن مجتمعه".

١٢- تركزت معظم آراء عينة الدراسة من النخب حول كيفية التعامل مع هذه المنصات سواء على مستوى الأسرة أو مؤسسات المجتمع على نقطتين رئيسيتين هما التطوير والتوعية، حيث جاء مقترح "إنشاء منصات ترفيهية عربية موازية تقدم محتوى جيد ومنافس"، و"تطوير المضامين المقدمة بالقنوات التليفزيونية"، و"تقديم محتوى ترفيهي يعزز من القيم الثقافية للمجتمعات العربية"، و"العمل على تعزيز انتماء الشباب لثقافة مجتمعاتهم"، و"ضرورة وجود مراقبة من الوالدين على ما يشاهده الأبناء"، يليها في الترتيب "قيام الوالدين بتوعية أبنائهم لخطورة المحتوى المقدم بهذه المنصات"، ثم "التوعية الأسرية لخطورة المحتوى المقدم بهذه المنصات"، يليها "تنمية وعي الشباب بخطورة القيم التي يتم بثها في هذه المنصات".

بينما جاءت المقترحات التي تطالب بالتحرك مع أو ضد هذه المنصات في المراتب الأخيرة، حيث جاء مقترح "مطالبة هذه المنصات بمراعاة وتوافق المضمون المقدم بها مع قيم المجتمع"، ومقترح " فرض الدولة الرقابة على ما يتم بثه من محتوى بهذه المنصات"، ومقترح " ترك الحرية لعمل هذه المنصات من أجل مزيد من التنافس والأبداع"، وأخيراً "منع بث المنصات الترفيهية التي تقدم مضامين مخالفة لقيم المجتمعات العربية".

١٣- أظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباطية بين معدل استخدام النخب لمنصة نتفليكس وتقييمهم لإيجابيات المضمون المقدم بها من حيث التفاعلية ومن حيث طبيعة المحتوى المقدم بها، كما وجد علاقة ارتباطية عكسية بين استخدام النخب لمنصة نتفليكس وتقييم سلبيات هذه المنصة، بمعنى أنه كلما زاد الاستخدام قل التقييم السلبي لهذه المنصة، وهو ما يعكس أن الخبرة المباشرة لعينة الدراسة مع منصة نتفليكس جعلتهم أكثر إيجابية نحوها، وذلك لأنها تتيح قدرًا كبيرًا من التفاعلية والتحكم ببيئة المشاهدة، وإضفاء الطابع

الشخصي، مع توفر نوعية مضامين جديدة ومختلفة شكلاً وموضوعاً، وبالتالي يمكن القول أن الثراء الذي تتمتع به المنصات الترفيهية الرقمية كان عامل جذب لمتابعة عينة الدراسة لهذه المنصات.

١٤- كما أظهرت الدراسة وجود علاقة ارتباطية بين تقييم النخبة لإيجابيات المضمون المقدم بمنصة نتفليكس من حيث التفاعلية، ومن حيث المضمون المقدم بها، ورؤيتهم لتأثيرات هذه المنصات على قيم الشباب، وذلك نتيجة أن النخب ترى أن سمات هذه المنصات تتيح للشباب تجربة مشاهدة مختلفة يكون فيها هو المتحكم والمتفاعل الأساسي مع بيئة المشاهدة، وبالتالي ينغمس ويتعايش مع المحتوى المقدم من شخصيات وأحداث والتي تنقل له ثقافات مختلفة ومتنوعة يرى بها العالم المحيط، وهو ما ينعكس على أفكاره وتصورات قيمه.

١٥- وعلى الجانب الآخر أظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين تقييم النخبة لسلبيات المضمون المقدم بمنصة نتفليكس، ورؤيتهم لتأثيرات هذه المنصات على قيم الشباب، فعلى الرغم من الإيجابيات التي تراها النخبة بهذه المنصات إلا أنها ترى وجود سلبيات لهذه المنصات بما تقدمه من محتوى قد لا يتماشى مع الخصوصية الثقافية للمجتمعات العربية والإسلامية، والذي قد يؤدي إلى تبني الشباب لأفكار وعادات وسلوكيات مخالفة لعادات وسلوكيات المجتمع وتجعله يشعر بالاغتراب والاحباط نتيجة تعرضهم لنماذج مختلفة عن واقعهم المجتمعي.

فالمنصات الترفيهية الرقمية كوسيلة ثقافية غالباً ما تعمل على خلق واقعاً اجتماعياً مغايراً أو يتعارض بشكل أو بآخر مع الواقع الاجتماعي الفعلي، والتعرض لأوقات طويلة (وهو ما أكدت عليه العديد من الدراسات من نمط المشاهدة الشرهة المنتشر بين الشباب)، والذي يؤدي إلى تبني المضامين المطروحة على هذه المنصات، فالتعرض المكثف لمثل هذه المضامين يؤثر بشكل كبير في صياغة وتبني أنماط ثقافية مغايرة، وهو ما يتوافق مع فروض نظرية الغرس الثقافي، التي تؤكد على أن التعرض المكثف لأنماط ثقافية متكررة يشكل تدريجياً تصورات الفرد وإدراكه للمحيط الاجتماعي.

١٦- أظهرت نتائج الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات التعليم المختلفة فيما يتعلق بتقييم النخبة لسلبيات المضمون المقدم بمنصة نتفليكس، حيث احتلت فئة الحاصلين على الدكتوراه الترتيب الأول، حيث بلغ المتوسط الحسابي لها (٤٢.٩٠)، يليها فئة الحاصلين على الماجستير بمتوسط حسابي (٤٢.٥٣)، وفي الترتيب الأخير جاءت فئة جامعي بمتوسط حسابي بلغ (٣٧.٥٩).

كما وجدت فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات التعليم المختلفة فيما يتعلق برؤية النخبة لتأثيرات المضمون المقدم بهذه المنصات على قيم الشباب، حيث احتلت فئة الحاصلين على

الدكتوراه الترتيب الأول، حيث بلغ المتوسط الحسابي لها (٤٩.٨٦)، يليها فئة الحاصلين على الماجستير بمتوسط حسابي (٤٦.٦٥)، وفي الترتيب الأخير جاءت فئة جامعي بمتوسط حسابي بلغ (٤٣.٧٢).

وجدت فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق بتقييم النخبة لتأثيرات المضمون المقدم بهذه المنصات على قيم الشباب بحسب طبيعة العمل، حيث احتلت فئة الأكاديمي الترتيب الأول، حيث بلغ المتوسط الحسابي لها (٤٨.٠٠)، يليها فئة المهني بمتوسط حسابي (٤٦.٧٢)، وفي الترتيب الأخير جاءت فئة الإعلامي بمتوسط حسابي بلغ (٤٢.٥٠)، مما يعني أن متغير طبيعة العمل يؤثر على تقييم عينة الدراسة لتأثيرات المضمون المقدم بهذه المنصات على قيم الشباب.

وترى الباحثة أن الفروق الإحصائية الدالة بين عينة الدراسة والمتعلقة بسلبيات مضمون نيتفلكس وتأثيراتها على قيم الشباب وعلاقتها بفئات التعليم وطبيعة العمل تعكس طبيعة الأكاديميين (وهم يمثلون أغلبية الحاصلين على الدكتوراه في عينة الدراسة)، فهم يميلون بحكم مسؤولياتهم وطبيعة علاقاتهم بطلابهم إلى حماية الشباب من المخاطر والقلق والتوجس من التأثيرات الخارجية التي يرونها غير منضبطة على الشباب، بينما تميل النخبتان الإعلامية والفنية بحكم طبيعة عملها إلى الاحتفاء بالحريات والتقليل من مخاطرها المحتملة على الشباب أو غيرهم، وهو ما يعكس إنقسامًا جزئيًا في موقف النخبة من نيتفلكس ولا سيما تأثيراتها على الشباب.

توصيات الدراسة:

بناء على النتائج التي توصلت إليها الدراسة الحالية يمكن الخروج بعدد من التوصيات :

توصيات علمية:

- إجراء المزيد من الدراسات الكيفية التي ترصد المضامين المعروضة بهذه المنصات، حتى يتم التصدي لها بأعمال تفند الأفكار المغلوطة والمشوهة والتي تعرض من وجهه نظر محددة.

- دراسة الآثار الاجتماعية والنفسية جراء التعرض لمثل هذه المنصات وسبل التصدي لها من قبل مؤسسات المجتمع المختلفة.

- دراسة التأثيرات النفسية والاجتماعية والسلوكية لسلوك المشاهدة النهمه الذي صاحب ظهور مثل هذه المنصات، والتعرف على الدوافع والإشباعات والآثار المترتبة على الإفراط في المشاهدة.

توصيات عملية:

- ضرورة التركيز على الانتاج العربي المتميز الذي يراعي خصوصية المجتمعات والثقافة العربية دون جمود ويكون قادرًا على المنافسة العالمية، ويمكن أن يكون التركيز على

- المكون الثقافي الوطني والقومي ميزة تنافسية كما حدث مع تجارب الدراما في الهند وأمريكا اللاتينية وتركيا .
- يجب أن يكون هناك ميثاق للأعمال الفنية دقيق ومرن تخضع له كافة المنصات والقنوات، وأن يتولى تنفيذ بنوده مؤسسة محترفة تضم خبراء إعلام وفنانين ونقاد وممثلي المجتمع المدني، يتم اختيارهم بطريقة متنوعة بحيث يكونوا ممثلين للدولة والبرلمان وفئات الشعب المختلفة والفنانين والمثقفين وشركات الانتاج الفني، بحيث لا تتدخل إلا في الحالات شديدة التطرف في الخروج عن ثوابت المجتمع، وألا تتحول إلى سيف مسلط على عملية الابداع، وأن يحسب الشك في أي قضية خلافية لصالح المبدع لا عليه.
- ضرورة وجود موقف عربي موحد عبر مجلس ورزاء الإعلام العرب للتعامل مع المنصات الترفيهية الأجنبية لضمان إلزامها بالحد الأدنى المتفق عليه عربياً فيما يتعلق بالجوانب الأخلاقية والثقافية، وكذلك وضع سياسات لحماية الانتاج الفني العربي المنشأ من سياسات الاحتكار والاستحواذ التي يمكن أن تقوم بها الشركات العالمية الكبرى، والضغط على المنصات الترفيهية الأجنبية وشركات مواقع التواصل الاجتماعي لتقليل الانحياز في المحتوى في العديد من القضايا الدولية في مقدمتها الصراع العربي الإسرائيلي، على غرار ما يفعل الاتحاد الأوروبي مع هذه المؤسسات حيث يفرض عليها شروطه ويهددها بفرض عقوبات.

مراجع الدراسة:

- 1) Maèva Flayelle and et al, Binge-Watching: What Do we Know So Far? A First Systematic Review of the Evidence, **Springer Nature Switzerland AG**, 16/1/2020, <https://doi.org/10.1007/s40429-020-00299-8>
- ٢) أماني رضا عبد المقصود مصطفى، التجربة الترفيهية عبر منصات خدمة الفيديو الرقمية العربية: دراسة تطبيقية في ضوء نظرية التراث الإعلامي، **مجلة البحوث الإعلامية**، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد الخامس والخمسون / الجزء الأول، أكتوبر ٢٠٢٠، ص ٤٠٨.
- 3) Maèva Flayelle and et al, 2020, **Op.Cit.**
- ٤) داليا عثمان، تأثير مشاهدة المسلسلات المقدمة على منصة نيتفليكس على النسق القيمي للمراهقين/ دراسة كيفية، **المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال**، العدد ٣١، أكتوبر / ديسمبر ٢٠٢٠، ص.١٦٨.
- ٥) محمد جاد المولى حافظ، رؤية النخبة المصرية لتأثير الإعلام الجديد على منظومة القيم السائدة في المجتمع خلال ثورة ٢٥ يناير، **المجلة العلمية لبحوث الصحافة**، جامعة القاهرة، ع ٤، أكتوبر ٢٠١٥، ص.١٩٣.
- ٦) عزة هاشم، تأثير نتفلكس: هل تُعيد المنصات تشكيل الوعي الجمعي للمصريين؟، المركز المصري للفكر والدراسات الاستراتيجية، ٢٠٢٢/٠٢/٠٥، <https://ecss.com.eg/18427>
- ٧) ريمه حامد الصبحي، اتجاهات الصفوة الإعلامية نحو أخلاقيات الإعلام الجديد: دراسة ميدانية، **مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية**، كلية الاتصال والإعلام، جامعة الملك عبد العزيز، مجلد (٥)، ع ٧، ٢٠٢١، ص.ص.١١٩-١٣٨.
- ٨) شيماء أبو مندور، العلاقة بين تعرض النخبة للمواقع الإلكترونية الصحفية وإدراكهم لنشر ثقافة المواطنة في المجتمع المصري-دراسة ميدانية، **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، ع ٦١، ج ١، إبريل ٢٠٢٢، ص.ص.٣٧٣-٤٣٤.
- ٩) إلهام يونس أحمد، مصداقية المعالجة الإعلامية لقضية سد النهضة على المواقع الإخبارية من وجهة نظر الجمهور وتقييم النخبة لها/ دراسة كمية كيفية، **مركز بحوث الرأي العام**، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ع ٢٠٢١، إبريل ٢٠٢١، ص.ص.٣٠٧-٣٨٦.
- ١٠) نوره حمدي محمد أبوسنة، اتجاهات النخبة الأكاديمية الإعلامية العربية نحو توظيف الاعلام الجديد للواقع(المعزز والافتراضي والهجين)، **مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث العالم وتكنولوجيا الاتصال**، العدد السابع، ٢٠٢١، ص.ص.٧١-١٥٤.
- ١١) أية محمد على محمد علي، تقييم النخبة للخطاب الأمريكي الموجه لمصر عبر قناة الحرة ومواقع التواصل الاجتماعي، **المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون**، ع ٢٢، يولييه/ ديسمبر ٢٠٢١، ص.ص.٥٢٥-٥٥٥.
- ١٢) زينة عباس، اتجاهات النخبة نحو كيفية معالجة الفضائيات الجزائرية الخاصة للمشكلات الاجتماعية/ دراسة ميدانية لعينة من أساتذة الإعلام والاتصال، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة العربي بن مهيدي / أم البواقي، ٢٠١٨.

١٣) سالي ماهر نصار، اتجاهات النخبة الإعلامية نحو مصداقية الصفحات الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي، رسالة دكتوراة غير منشورة، جامعة عين شمس - كلية الآداب - قسم علوم الاتصال والإعلام، ٢٠١٧.

١٤) محمد جاد المولى حافظ، رؤية النخبة المصرية لتأثير الإعلام الجديد على منظومة القيم السائدة في المجتمع خلال ثورة ٢٥ يناير، *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، جامعة القاهرة، ع ٤، أكتوبر ٢٠١٥، صص ١٧٩-٢٣٢.

١٥) أية كمال محمود، تحليل الأنساق القيمية في السلاسل الدرامية المعروضة على منصات المشاهدة المدفوعة، دراسة مقارنة بين مسلسل الأنسة فرح و Jane the Virgin، *مجلة البحوث الإعلامية*، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، ع ٦٣، ج ١، أكتوبر ٢٠٢٢، صص ٤٩٧-٥٧٠.

١٦) أماني رضا عبد المقصود مصطفى، التجربة الترفيهية عبر منصات خدمة الفيديو الرقمية العربية: دراسة تطبيقية في ضوء نظرية الثراء الإعلامي، *مجلة البحوث الإعلامية*، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، ع ٥٥، ج ١، أكتوبر ٢٠٢٠، صص ٤٠٥-٤٨٠.

١٧) عمر الأبياري، اعتماد الجمهور المصري على الأعمال التاريخية بمنصة نتفليكس كمصدر للمعلومات: دراسة ميدانية، *مجلة البحوث الإعلامية*، جامعة الأزهر، المجلد ٦٦، ع ٣ - يوليو ٢٠٢٣، صص ١٤٦١-١٥٠٦.

18) Francesca Favieri and et al, I feel addicted to watching TV series: association between binge-watching and mental health, *PeerJ*, department of Dynamic, Clinical Psychology and Health, “Sapienza” University of Rome, Rome, Italy, 8 August 2023, p.p,1-16.

١٩) محمد بن فهد الجبير، تعرض الجمهور السعودي للأفلام السينمائية عبر المنصات الرقمية.. دراسة مسحية على عينة من سكان مدينة الرياض، *مجلة البحوث الإعلامية*، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، ع ٦٣، ج ٣، أكتوبر ٢٠٢٢، صص ١٦٥٧-١٦٨٨.

20) Asli Ildir, Ipek A Celik Rappa, Netflix in Turkey: Localization and audience expectations from video on demand, *The International Journal of Research into New Media Technologies*, 2022, Vol. 28(1), p.p 255–271.

٢١) مي أحمد أبو السعود، أنماط استخدام المراهقات لدراما المنصات الإلكترونية/ دراسة ميدانية على عينة من المراهقات، *مجلة البحوث والدراسات الإعلامية*، ع ١٦، ٢٠٢١، صص ٤١٩-٥١٠.

٢٢) أماني رضا عبد المقصود مصطفى، دوافع التعرض للمحتوى الدرامي في خدمات المشاهدة حسب الطلب VOD والإشباع المتحققة: دراسة ميدانية، *مجلة البحوث الإعلامية*، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، ع ٥٦ - الجزء الأول/ يناير ٢٠٢١، صص ٢٦٧-٣٢٢.

٢٣) دعاء أحمد البنا، مستويات تبني الشباب المصري للمنصات الرقمية الإعلامية لتداول المحتوى الترفيهي وأثارها (Netflix - Shahid - Watch it)، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، مركز بحوث الرأي العام، جامعة القاهرة - كلية الإعلام، مج ٢٠، ع ٢، يونيو ٢٠٢١، صص ٤٧٩ - ٥٥٩.

- ٢٤) ريهام سامي، مشاهدة الشباب المصري الشرهة لخدمات البث التلفزيوني عبر الإنترنت/ دراسة كيفية، **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر/كلية الإعلام، ع ٥٥، ج ٣، أكتوبر ٢٠٢٠، ص.ص ١٧٦٥-١٧٩٦.
- ٢٥) رهام محمد صلاح الدين، أنماط مشاهدة الشباب المصري للمحتوى الدرامي المعروض على المنصات الإلكترونية المتخصصة، **المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون**، العدد ٢٠، يولية / ديسمبر ٢٠٢٠، ص.ص ٤٠٩-٤٦٨.
- 26) Jeremy Ryan Matthe , Netflix and the Design of the Audience, The Homogeneous Constraints of Data-Driven Personalization, **Journal of media and communication research**, 2020,Vol.70,p.p.52-69.
- ٢٧) غادة أحمد النشار، تأثير التعرض للدراما عبر المنصات الرقمية على أنماط علاقة الشباب بالدراما التلفزيوني، **المجلة المصرية لبحوث الإذاعة والتلفزيون**، العدد ١٣، شتاء ٢٠١٨، ص.ص ٤٣٩-٤٧١.
- 28) Matthew Pittman and Kim Sheehan, Sprinting a media marathon: Uses and gratifications of binge-watching television through Netflix, **First Monday**, Vol.20, NO.10,5 October 2015.
<https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/download/6138/4999>
- ٢٩) صفا محمد إبراهيم، سمات الكود الأخلاقي للدراما العربية المقدمة على منصة نتفلكس والمجموعات للمحتوى/ دراسة كيفية للمحتوى والمجموعات البورية، **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال**، العدد ٤٠ - يناير/ مارس ٢٠٢٣.
- ٣٠) محمد جبريل الزيلعي، البعد الثقافي لمنصات الأفلام : منصة نتفلكس أنموذجاً : مقارنة نقدية في إطار نظرية الغرس الثقافي، **مجلة المعهد العالي للدراسات النوعية**، مجلد ٣، ع ٨٤، ٢٠٢٣، ص.ص ١٢٧٧-١٣٣٦.
- ٣١) رهام محمد صلاح الدين، الأعمال الدرامية العربية التي تنتجها منصة Netflix ومردودها على القيم الثقافية والأخلاقية للشباب المصري/ دراسة ميدانية، **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، العدد الحادي والستون -الجزء الثالث ، أبريل ٢٠٢٢، ص.ص ١٦٩٥-١٧٦٤.
- 32) Abeer M. Refky M. Seddeek, Dalia Othman, The Impact of Netflix's Drama on Teenagers' Perceptions of Social Relationship, **Insights into Language, Culture and Communication**, Vol. 1, Iss.1, December,2021,p.p.23-35.
- ٣٣) رضوى محمود وآخرون، أثر شبكة المعلومات الدولية على منظومة القيم في المجتمع المصري/ دراسة تطبيقية على فئات متباينة في بيئات مختلفة، **مجلة العلوم البيئية**، معهد الدراسات والبحوث البيئية – جامعة عين شمس، المجلد الخمسون، العدد السادس، الجزء الثاني، يونيو ٢٠٢١، ص.ص ١٢١-١٥٢.
- ٣٤) ياسمين محمد إبراهيم السيد، منة الله كمال موسى دياب، تأثيرات مشاهدة النهمه لمحتوى منصة نتفلكس على البناء القيمي للمجتمع المصري: دراسة تطبيقية في ضوء نظرية الحتمية القيميية، **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط**، العدد (٣١) ، يناير/مارس ٢٠٢١، ص.ص ٣٩١-٤٣٤.

35) Ibrahim Darwish, Noora Abu Ain, Foul Language on Arabic Television: A Case Study of the First Jordanian Arabic Netflix Series, **Academic Journal of Interdisciplinary Studies**, Vol 9 No 1 January 2020, p.p.83-90.

٣٦) داليا عثمان، تأثير مشاهدة المسلسلات المقدمة على منصة نيتفليكس على النسق القيمي للمراهقين/ دراسة كيفية، **المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال**، العدد ٣١، أكتوبر / ديسمبر ٢٠٢٠، ص.ص ١٦٨-١٩٩.

٣٧) نواصرية حميدة، أثر الإعلام الجديد على قيم الشباب/ دراسة ميدانية من منظور الحتمية القيمية في الإعلام على شباب مدينة برج بوعريريج، **مجلة آفاق للعلوم**، جامعة زيان عاشور/الجزائر، مجلد ٤، ١٥٤، مارس ٢٠١٩، ص.ص ٨٦-١٠٣.

38) Meng Xu, American TV series in China: how online viewing impacts perceptions of reality, cultural values and identity, **PhD**, University of Canterbury, 2018, p.p.1-362.

٣٩) نجلاء الجمال، دور الإعلام الجديد في تغيير المنظومة القيمية لدى الشباب/ دراسة تطبيقية على الشباب المصري، **المجلة الدولية للإتصال الإجتماعي**، جامعة عبد الحميد بن باديس- مستغانم / الجزائر، المجلد: ٥، ٢٠١٨، ص.ص ١٥٢-١٨٧.

٤٠) رباب رأفت الجمال، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي علي تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي – دراسة ميدانية، **المجلة العربية للإعلام و الاتصال**، كلية الاتصال والإعلام، جامعة الملك عبد العزيز، المجلد ٢٠١٤، العدد ١١، مايو ٢٠١٤، ص. ص ٨٩-١٦٩.

٤١) خالد صلاح الدين، مستويات مصداقية وسائل الإعلام المصرية لدى الجمهور: دراسة كمية / كيفية في إطار النموذج البنائي للمصداقية ، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام** ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، ع ٢٦، يناير / مارس ٢٠٠٦، ص ١٤٨.

(*) أ.د اعتماد خلف معبد أستاذ الإعلام /كلية الدراسات العليا للطفولة/ جامعة عين شمس.
أ.د خالد صلاح الدين حسن أستاذ الإذاعة والتلفزيون/كلية الإعلام/ جامعة القاهرة.
أ.د محرز غالي أستاذ الصحافة / كلية الإعلام/ جامعة القاهرة.
أ.د نجوى كامل أستاذ الصحافة/ كلية الإعلام/ جامعة القاهرة.
أ.د وائل إسماعيل عبد الباربي أستاذ الإعلام/ كلية البنات/ جامعة عين شمس.
أ.م.د منى طه محمد طه أستاذ الصحافة المساعد/قسم الإعلام/كلية الآداب جامعة المنصورة.
د/ إيمان شكري عبد الحميد مدرس الصحافة/ قسم الإعلام/كلية الآداب/جامعة المنصورة.

٤٢) هديل العتوم، **سوسيولوجيا النخبة عند فلوريدو باريتو في علم الاجتماع**، ٢٤ مارس ٢٠٢١،

<https://e3arabi.com/sociology/%D8%B3%D9%88%D8%B3%D9%8A%D9%88%D9%84%D9%88%D8%AC%D9%8A%D8%A7-%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%AE%D8%A8%D8%A9-%D8%B9%D9%86%D8%AF->

- ٤٣) حيدر على حسين، دورين بنيامين هرمز، أنواع النخب في المجتمع، الولايات المتحدة الأمريكية / دراسة حالة، *مجلة جامعة كربلاء العلمية*، المجلد ١٣، ع ٣٤، ٢٠١٥، ص ٨٣.
- ٤٤) زينة عبايسة، اتجاهات النخبة نحو كيفية معالجة الفضائيات الجزائرية الخاصة للمشكلات الاجتماعية/ دراسة ميدانية لعينة من أساتذة الإعلام والاتصال، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة العربي بن مهيدي / أم البواقي، ٢٠١٨، ص ٦٧.
- ٤٥) مي أحمد أبو السعود، أنماط استخدام المراهقات لدراما المنصات الإلكترونية/ دراسة ميدانية على عينة من المراهقات، *مجلة البحوث والدراسات الإعلامية*، ع ١٦، ٢٠٢١، ص ٤٤٣.
- ٤٦) نجلاء الجمال، (2018)، مرجع سابق، ص ١٦٨.

47) **Definition of Youth**, United Nations, 23/1/2013,

<https://www.un.org/esa/socdev/documents/youth/fact-sheets/youth-definition.pdf>

48) Un-Kon Lee, Tourism Using Virtual Reality: Media Richness and Information System Successes, *Sustainability*, March 2022, p.3,

<https://doi.org/10.3390/su14073975>

49) Charlotte Deering and Rudy Pugliese, CIVIC ENGAGEMENT AND NEWS MEDIA PREFERENCES AMONG THE DEAF, HARD OF HEARING, AND HEARING, *Academic Journal of Science*, Vol.10, No.1,2020, p.113.

50) Rashad Mammadov, Media Choice in Times of Uncertainty Media Richness Theory in Context of Media Choice in Times of Political and Economic Crisis, *Advances in Journalism and Communication*, Vol.10 No.2, June 2022, p.55.

51) Un-Kon Lee, (2022), **Op.Cit**, p.3.

52) Rashad Mammadov, (2022), **Op.Cit**, p.55.

53) Un-Kon Lee, (2022), **Op.Cit**, p.6.

٥٤) مي أحمد أبو السعود، (٢٠٢١)، مرجع سابق، ص ٥٠١-٥٠٢.

٥٥) المرجع السابق، ص ٥٠٢-٥٠٣.

56) Haider Falah Zaeid , **Theory Technological Determinism**, April 2020

https://www.researchgate.net/publication/340661709_Theory_Technological_Determinism

57) Azam Jan, and act, Marshal McLuhan's Technological Determinism Theory in the Arena of Social Media, *Pakistan Journal of Social Sciences*, Vol.18, Issue 2, 2021, p31.

٥٨) محمد جاد المولى حافظ، (٢٠١٥)، مرجع سابق، ص ١٨١.

- 59) Azam Jan, and act, (2021), **Op.Cit**, p.30.
- 60) Haider Falah Zaeid , (2020), **Op.Cit**.
- 61) Azam Jan, and act, (2021), **Op.Cit**, p.3١.
- 62) Haider Falah Zaeid , (2020), **Op.Cit**.
- 63) Azam Jan, and act, (2021), **Op.Cit**, p.3٢.
- ٦٤) محمد جبريل الزيلعي، (٢٠٢٣)، مرجع سابق، ص. ١٢٨٠.
- 65) Raziye Nevzat, Reviving Cultivation Theory for social media, Eastern Mediterranean University, Cyprus, **The Asian Conference on Media, Communication & Film**, 2018, p.2.
- ٦٦) محمد جبريل الزيلعي، (٢٠٢٣)، مرجع سابق، ص. ص ١٢٨٠-١٢٨١.
- ٦٧) سماح محمد محمدي، اندماج الشباب والمراهقين في شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيره على إدراكهم للواقع: دراسة حالة على قضية البناء وراجح في إطار نظرية الغرس الثقافي، **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر، ٥٤٤ع، ج ٣، يوليو ٢٠٢٠، ص ١٣٢١.
- ٦٨) محمد جبريل الزيلعي، (٢٠٢٣)، مرجع سابق، ص. ١٢٩٦.
- 69) Raziye Nevzat, (2018), **Op.Cit**, p.6.
- ٧٠) محمد جبريل الزيلعي، (٢٠٢٣)، مرجع سابق، ص. ص. ١٢٩٦-١٢٩٧.
- ٧١) سماح محمد محمدي، (٢٠٢٠)، مرجع سابق، ص. ١٣٢١.
- ٧٢) محمد جبريل الزيلعي، (٢٠٢٣)، مرجع سابق، ص. ١٢٩٩.
- 73) Subhra Mondal, **A Systematic Study of New Age Consumer Engagement and Exploration for Digital Entertainment for Over-the-Top Platforms in Various Digital Media, Innovations in Digital Branding and Content Marketing**, 2021 p. 21. <https://www.igi-global.com/chapter/a-systematic-study-of-new-age-consumer-engagement-and-exploration-for-digital-entertainment-for-over-the-top-platforms-in-various-digital-media/262857>
- ٧٤) غادة أحمد النشار، (٢٠١٨)، مرجع سابق، ص. ص ٤٣٩-٤٤٠.
- ٧٥) أماني رضا عبد المقصود مصطفى، دوافع التعرض للمحتوى الدرامي في خدمات المشاهدة حسب الطلب VOD والإشباع المتحققة: دراسة ميدانية، (٢٠٢١)، مرجع سابق، ص. ٢٦٩.
- ٧٦) أماني رضا عبد المقصود مصطفى، التجربة الترفيهية عبر منصات خدمة الفيديو الرقمية العربية: دراسة تطبيقية في ضوء نظرية التراء الإعلامي، (٢٠٢٠)، مرجع سابق، ص. ٤٢٣.
- 77) Sheetal Mahendrakar, at al, Impact of COVID-19 on Digital entertainment industry, **UGC Care Journal**, Vol.44, No.1, January-March 2021, p.148.
- ٧٨) المنصات الترفيهية الرقمية.. الراجح الأكبر من الجائحة، 2020-12-28 <https://alghad.com/%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%86%D8%B5%D8%A7>

- %D8%AA-
%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B1%D9%81%D9%8A%D9%87%D9%8
A%D8%A9-
%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%82%D9%85%D9%8A%D8%A9-
%D8%A7%D9%84%D8%B1%D8%A7%D8%A8%D8%AD-
/%D8%A7%D9%84%D8%A3
(٧٩) كفاية أولير، هل أحكمت الصناعة الرقمية قبضتها على عالم الترفيه والإعلام؟، ١٩ مايو ٢٠٢١،
<https://www.independentarabia.com/node/223646/%D8%A7%D9%82%D8%AA%D8%B5%D8%A7%D8%AF/%D8%AA%D8%AD%D9%82%D9%8A%D9%82%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%82%D8%AA%D8%B5%D8%A7%D8%AF%D9%8A%D8%A9/%D9%87%D9%84-%D8%A3%D8%AD%D9%83%D9%85%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%B5%D9%86%D8%A7%D8%B9%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%82%D9%85%D9%8A%D8%A9-%D9%82%D8%A8%D8%B6%D8%AA%D9%87%D8%A7-%D8%B9%D9%84%D9%89-%D8%B9%D8%A7%D9%84%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B1%D9%81%D9%8A%D9%87-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85%D8%9F>
- 80) **Video-on-Demand – Egypt**, <https://www.statista.com/outlook/dmo/digital-media/video-on-demand/egypt>
- 81) Grace Allen ,The rise and fall of Netflix: what happened and where will it go from here?, **Journal of the International Academy for Case Studies**, Vol. 20, No.1, 2014, p.137.
- 82) Luis Aguiar, Joel Waldfogel, Netflix: global hegemon or facilitator of frictionless digital trade? **J Cult Econ**, No.42,2018, p.421.
<https://doi.org/10.1007/s10824-017-9315-z>
- 83) Julia Stoll, **Quarterly Netflix subscribers count worldwide 2013-2023**, Oct 19, 2023 <https://www.statista.com/statistics/250934/quarterly-number-of-netflix-streaming-subscribers-worldwide/>
- (٨٤) دعاء أحمد البناء، (٢٠٢١)، مرجع سابق، ص.ص. ٤٨٢- ٤٨٣.
- 85) Marieke Jenner, Binge-watching: Video-on-demand, quality TV and mainstreaming fandom, **International Journal of Cultural Studies**, 2017, Vol. 20, No.3, p.30٨.
- 86) Abeer M. Refky M. Seddeek, Dalia Othman, **Op.Cit.**(2021), p.24.

- ٨٧) حسام فازولا، نتفليكس: هل تهدد قيم المجتمع أم تعزز التنوع؟ ١٦ فبراير ٢٠٢٢
<https://www.bbc.com/arabic/business-60119691>
- ٨٨) المشاهدة الشرهة أو المشاهدة النهمه **Watching Binge**: يقصد بهذا المصطلح المشاهدة الشرهة لمحتوى معين كمشاهدة موسم كامل من حلقات مسلسل ما في يوم واحد.
- 89) Mareike Jenner, (2017), **Op.Cit.**, p.30٨.
- ٩٠) ريهام سامي، (٢٠٢٠)، مرجع سابق، ص.ص ١٧٦٧-١٧٦٨.
- 91) Maeve Flayelle and others, **Binge-Watching: What Do we Know So Far? A First Systematic Review of the Evidence**, 16/1/2020.
<https://www.researchgate.net/publication/338458365>
- 92) Mareike Jenner, (2017), **Op.Cit.**, p.307.
- ٩٣) ريهام سامي، (٢٠٢٠)، مرجع سابق، ص. ١٧٦٨.
- 94) Sidneyeve Matrix, The Netflix Effect: Teens, Binge Watching, and On-Demand Digital Media Trends, **The Centre for Research in Young People's Texts and Cultures**, University of Winnipeg, Volume 6, Issue 1, Summer 2014, p.120.
- 95) Matthew Pittman and Kim Sheehan, (2015).
- 96) Maèva Flayelle and et al, (2020).
- ٩٧) رهام محمد صلاح الدين، الأعمال الدرامية العربية التي تنتجها منصة Netflix ومردودها على القيم الثقافية والأخلاقية للشباب المصري/ دراسة ميدانية (٢٠٢٢)، مرجع سابق، ص.١٦٩٧.
- ٩٨) أصحاب ولا أعز: أول فيلم عربي من إنتاج نتفليكس يتعرض للهجوم بذريعة "الأخلاق" و"قيم المجتمع"، موقع بي بي سي عربي، ٢٢ يناير ٢٠٢٢،
<https://www.bbc.com/arabic/trending-60098083>
- ٩٩) رهام محمد صلاح الدين، الأعمال الدرامية العربية التي تنتجها منصة Netflix ومردودها على القيم الثقافية والأخلاقية للشباب المصري/ دراسة ميدانية، (٢٠٢٢)، مرجع سابق، ص.١٧١٧.
- ١٠٠) دول الخليج تطالب "نتفليكس" بإزالة محتوى "يتعارض مع القيم الإسلامية والمجتمعية"، ٦ سبتمبر ٢٠٢٢
https://arabic.rt.com/middle_east/1388219-%D8%AF%D9%88%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%AE%D9%84%D9%8A%D8%AC-%D8%AA%D8%B7%D8%A7%D9%84%D8%A8-%D9%86%D8%AA%D9%81%D9%84%D9%8A%D9%83%D8%B3-%D8%A8%D8%A5%D8%B2%D8%A7%D9%84%D8%A9-%D9%85%D8%AD%D8%AA%D9%88%D9%89-%D9%8A%D8%AA%D8%B9%D8%A7%D8%B1%D8%B6-%D9%85%D8%B9-%D8%A7%D9%84%D9%82%D9%8A%D9%85-

- %D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B3%D9%84%D8%A7%D9%85%D9%8A%D8%A9-
%D9%88%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%B9%D9%8A%D8%A9
- (١٠١) انخفاض مشتركى نتفليكس فى الولايات المتحدة وكندا، اليوم السابع، ٢٠ يوليو ٢٠٢٢
<https://www.youm7.com/story/2022/7/20/%D8%A7%D9%86%D8%AE%D9%81%D8%A7%D8%B6-%D9%85%D8%B4%D8%AA%D8%B1%D9%83%D9%89-%D9%86%D8%AA%D9%81%D9%84%D9%8A%D9%83%D8%B3-%D9%81%D9%89-%D8%A7%D9%84%D9%88%D9%84%D8%A7%D9%8A%D8%A7%D8%A-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AA%D8%AD%D8%AF%D8%A9-%D9%88%D9%83%D9%86%D8%AF%D8%A7/5842127>
- (١٠٢) نتفليكس تخسر ٥٠ مليار دولار من قيمتها مع تراجع عدد المشتركين، موقع بي بي سي عربي، إبريل ٢٠٢٢،
<https://www.bbc.com/arabic/business-61154991>
- (١٠٣) نقاد ومخرجون: هذه أسباب انخفاض مشتركى نتفليكس وهبوط أسهمها، موقع الرؤية، ٢٥ سبتمبر ٢٠٢٢،
<https://www.alroeya.com/130-41/2282266-%D9%86%D9%82%D8%A7%D8%AF-%D9%88%D9%85%D8%AE%D8%B1%D8%AC%D9%88%D9%86-%D9%87%D8%B0%D9%87-%D8%A3%D8%B3%D8%A8%D8%A7%D8%A8-%D8%A7%D9%86%D8%AE%D9%81%D8%A7%D8%B6-%D9%85%D8%B4%D8%AA%D8%B1%D9%83%D9%8A-%D9%86%D8%AA%D9%81%D9%84%D9%8A%D9%83%D8%B3-%D9%88%D9%87%D8%A8%D9%88%D8%B7-%D8%A3%D8%B3%D9%87%D9%85%D9%87%D8%A7>
- (١٠٤) أماني رضا عبد المقصود مصطفى، التجربة الترفيهية عبر منصات خدمة الفيديو الرقمية العربية: دراسة تطبيقية في ضوء نظرية التراث الإعلامي، (٢٠٢٠)، مرجع سابق، ص ٤١١.
- (١٠٥) <https://www.watchit.com/#/>
- (١٠٦) حصة عبد الكريم الزيد، مدى تأثير القيم الأخلاقية بالتغيرات المعاصرة بالمجتمع السعودي ودور الدعوة في المحافظة عليه، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، ١٧٤٤، الجزء الأول، يوليو ٢٠١٧، ص ٢٥٨.
- (١٠٧) نجلاء الجمال، (2018)، مرجع سابق، ص.ص. ١٥٦-١٥٧.

- ١٠٨) غسان بن محمد عسيلان، الإعلام الجديد .. ومسؤولية القيم، جريدة البلاد، ٧ مايو ٢٠٢٠،
<https://albiladdaily.com/2020/05/07/%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%AF%D9%8A%D8%AF-%D9%88%D9%85%D8%B3%D8%A4%D9%88%D9%84%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D9%82%D9%8A%D9%85>
- ١٠٩) نجلاء الجمال، (2018)، مرجع سابق، ص. ١٥٩.
- ١١٠) عزة هاشم، مرجع سابق.
- ١١١) دعاء أحمد البنا، (٢٠٢١)، مرجع سابق، ص.ص ٤٨٣- ٤٨٤.
- ١١٢) Luis Aguiar, Joel Waldfoegel, (2018), **Op.Cit**, p. ٤٢٢.
- ١١٣) محمد جبريل الزيلعي، (٢٠٢٣)، مرجع سابق، ص.ص ١٢٧٧-١٣٣٦.
- ١١٤) Abeer M. Refky M. Seddeek, Dalia Othman, (2021), **Op.Cit**, p.24
- ١١٥) داليا عثمان، (٢٠٢٠)، مرجع سابق، ص. ١٩٢.
- ١١٦) صفا محمد إبراهيم، (٢٠٢٣)، مرجع سابق.
- ١١٧) عزة هاشم، مرجع سابق.
- ١١٨) نتفليكس: منصة البث العملاقة تضع حدا لتراجع أعداد المشتركين وتجذب ٢.٤ مليون مشترك جديد، موقع بي بي سي عربي، ١٩ أكتوبر/ تشرين الأول ٢٠٢٢ - <https://www.bbc.com/arabic/art-63298909>
- ١١٩) بعد مرور عام على اطلاقه شاهد VIP يحتفي بإنجازاته القياسية، موقع العربية، ٨ فبراير ٢٠٢١
<https://www.alarabiya.net/culture-and-art/2021/02/08/%D8%A8%D8%B9%D8%AF-%D9%85%D8%B1%D9%88%D8%B1-%D8%B9%D8%A7%D9%85-%D8%B9%D9%84%D9%89-%D8%A7%D8%B7%D9%84%D8%A7%D9%82%D9%87-%D8%B4%D8%A7%D9%87%D8%AF-VIP-%D9%8A%D8%AD%D8%AA%D9%81%D9%8A-%D8%A8%D8%A7%D9%86%D8%AC%D8%A7%D8%B2%D8%A7%D8%AA%D9%87-%D8%A7%D9%84%D9%82%D9%8A%D8%A7%D8%B3%D9%8A%D8%A9>
- ١٢٠) دعاوى قضائية تلاحق نتفلكس بعد عرض فيلم كليوباترا في مصر، "CNN بالعربية"، ١١ مايو ٢٠٢٣
<https://arabic.cnn.com/miscellaneous/article/2023/05/11/lawyers-sue-netflix-cleopatra-documentary>

(١٢١) زياد محمد، القصة الكاملة لأزمة فيلم كليونباترا على نتفليكس.. من ممثلة إسرائيلية إلى نسبة الحضارة المصرية لـدول إفريقية، موقع القاهرة ٢٤، ١٤ إبريل ٢٠٢٣.
<https://www.cairo24.com/1782326>

122) <https://www.netflix.com/eg/>

123) Jennifer Clinehens, How Netflix Used Psychology to Perfect Its Customer Experience, ChoiceHaking, <https://www.choicehacking.com/2021/11/04/how-netflix-uses-psychology-to-perfect-their-customer-experience/#>

(١٢٤) يامن المغربي، كيف تغيّر “Netflix” قواعد لعبة الإنتاج في العالم العربي؟، ٢٠/٠٩/٢٠٢٠
<https://www.enabbaladi.net/archives/417619>

(١٢٥) المرجع السابق.