

دوافع استخدام الشباب الجامعي السعودي للمنصات الرقمية وتأثيرها على الوعي الفكري: نتفليكس نموذجاً

د. عبد الوهاب مستور السلمي*

أحمد بن معتوق بن أحمد دنة**

عبد الرحمن بن يوسف زامل***

مقدمة:

منذ بضع سنوات لم يكن للمنصات الرقمية بصفة عامة ونتفليكس بصفة خاصة تأثيراً مهماً لدى جمهور الوطن العربي ذلك رغم انتشارها في أوروبا وأمريكا وبعد إتاحة الخدمة للمستخدمين في المنطقة العربية وبعد أزمة (كوفيد 19) اكتسبت منصة نتفليكس أهمية كبرى حيث تزايدت أعداد المشتركين في خدمة نتفليكس في أكثر من 190 دولة حول العالم. (Flayelle, Maèva. et al.2019)

نعيش اليوم حقبة الإعلام الجديد بكل أبعادها وتجلياتها، حيث أسهم التطور في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في تغيير شكل ونمط وسائل الإعلام مما خلق كياناً جديداً يسمى بالإعلام الجديد، والذي تتعدد أشكاله وقوالبه في تطبيقات واستخدامات اتصالية وتفاعلية جديدة مثل اليوتيوب، الفيسبوك، والتويتر، المنصات الرقمية، وغيرهم من أشكال الإعلام الجديد والرقمي، وقد أحدث الاستخدام المتزايد والمستمر لتلك الوسائل ثورة جديدة في عالم الاتصال والإعلام وفي عالم دراسة الإعلام وبحوثه (عبد الباري، 2012).

تقدم منصة "نتفليكس" المضامين المتنوعة ما بين الدراما والكوميديا والروائية والخيال العلمي والرعب وغيرها من المضامين الفنية وهذه المضامين لها تأثير مباشر وغير مباشر على اتجاهات المستخدمين، كما تسهم في تكوين ونشر الآراء والحقائق والمعتقدات والاتجاهات التي تؤثر في حياة الفرد بشكل يومي، وتقوم المنصة بدور فعال وهام في وعي المتلقي والتأثير في مفاهيمه وقيمه (السيد، موسى، 2021). وإضافة إلى الدور الذي تلعبه تلك المنصة والتي تعتبر المرأة العاكسة لأفكار وثقافات المجتمعات، فهي تنتقل من مجتمع لمجتمع، ومن فرد إلى فرد، ومن خلال ذلك تنقل الكثير من العادات والتقاليد والتي بدورها بالفعل تؤثر على الهوية الثقافية بصفة عامة والوعي الفكري بصفة خاصة. وأصبح الوعي الفكري يحظى بالاهتمام نتيجة للطفرة التكنولوجية الهائلة وتعاطف استخدام وسائل الاتصال الحديث، وفي ظل المتغيرات الدولية المعاصرة والعولمة الثقافية والانتقال الحر للأفكار والأيدولوجيات والمعتقدات والثقافات فإن موضوع الوعي الفكري يكتسب أهمية خاصة وتبرز هذه الأهمية بصورة عامة من حيث أن الوعي الفكري هو أساس الأمن النفسي والأمن الاجتماعي للأمة، وهو الجدار الذي تتحطم عنده سهام الاختراق الثقافي والحضاري فيمنع بذلك الاضطراب في الفكر والخلل في العمل (الجرحي، 2010).

* أستاذ مساعد - كلية الاتصال والإعلام - جامعة الملك عبدالعزيز ، جدة - المملكة العربية السعودية

** باحث ماجستير - معهد الأمير خالد الفيصل للاعتدال - جامعة الملك عبد العزيز ، جدة - المملكة العربية السعودية

*** باحث ماجستير - معهد الأمير خالد الفيصل للاعتدال - جامعة الملك عبد العزيز ، جدة - المملكة العربية السعودية

إن توفير الوعي الفكري للشباب الجامعي ضرورة مهمة حيث يمثل أساساً لبناء الشخصية والمجتمع ويساعد في تحقق الأمن الشامل للمجتمع، ومن خلاله يمكن حماية هوية المجتمعات من الضياع والاختراق في ظل العولمة، ويعتبر العلاج الأمثل للكثير من الظواهر السلبية المعاصرة مثل العنف والتطرف، والتي بالقضاء عليها يتحقق الاستقرار النفسي والاجتماعي للشباب (Workman & Gathegi, 2008). وفي سبيل تحقيق الوعي الفكري داخل المجتمعات وجب التركيز على الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام بصفة عامة والمنصات الرقمية بصفة خاصة، والتي تسهم في تحصينهم من الغزو الفكري المنتشر من حولهم بتعزيز وتقوية أمنهم الفكري من خلال تزويدهم بالمعلومات الصحيحة والسليمة التي تزرع في نفوسهم الوعي الثقافي والأمني، دون الوقوع في مخاطر الغزو الفكري.

لذا ستحاول هذه الدراسة التي نحن بصددتها التعرف على دوافع استخدام الشباب الجامعي للسعودي للمنصات الرقمية وتأثيرها على الوعي الفكري "تنفيكس نموذجاً".

مشكلة الدراسة وتساؤلاتها:

تقدم المنصات الرقمية المرئية مجموعة كبيرة ومتنوعة من المصادر للتعبير عن الآراء والمعايير الثقافية والأمنية للشباب، حيث تتسم المعاني التي يكتسبها الشباب من تلك المنصات الرقمية بالتنوع والانفتاح مما يؤثر على تفكيرهم ومعتقداتهم وآرائهم. ونتيجة لما أشارت إليه العديد من الدراسات ومنها دراسة: (Parmer, 2021)، دراسة (Camilleri, 2021)، دراسة (Fernandes, 2020) والتي أشارت إلى أن تأثير التعرض للمحتوى المعروف والمشاهد غير اللائقة المقدمة عبر المنصات الرقمية تعتبر تهديداً للوعي الفكري للشباب، وأيضا التعرف على الثقافات المختلفة ومدى التوافق والانسجام مع ثقافتهم المحلية مما ينعكس على أمنهم الفكري.

ومع ظهور المنصات الرقمية في الآونة الأخيرة (منها منصة تنفيكس) فإن احتمالية تأثير هذه المنصة على الوعي الفكري للشباب السعودي خصوصاً أن المنصة تتيح للمتابع انتقاء ما يتابعه وفقاً لدوافعه لاستخدام المنصة. ومن هنا تكمن المشكلة في رصد طبيعة دوافع استخدام الشباب الجامعي السعودي للمنصات الرقمية وتأثيرها على الوعي الفكري، والتعرف على طبيعة البرامج التي يفضلونها وأسباب هذا التفضيل والمزايا التي تتحقق من وراء الاستخدام لمنصة تنفيكس.

وبذلك يمكن تحديد مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي:

إلى أي مدى تؤثر دوافع استخدام الشباب الجامعي السعودي للمنصات الرقمية على الوعي الفكري؟

ويتفرع منه التساؤلات الفرعية التالية:

- 1- ما معدل مشاهدة عينة الدراسة لمنصة للمنصات الرقمية (Netflix)؟
- 2- ما الأجهزة التي يستخدمها الشباب الجامعي من السعوديين لمشاهدة منصة (Netflix)؟
- 3- ما نمط المشاهدة المفضل للشباب الجامعي عند مشاهدة (Netflix)؟

- 4- ما أسباب مشاهدة الشباب الجامعي السعودي لمحتوى المنصات الرقمية (Netflix)؟.
- 5- ما دوافع استخدام الشباب الجامعي السعودي للمنصات الرقمية (Netflix) ؟.
- 6- ما طبيعة المحتوى المفضل لشباب الجامعة من السعوديين عبر المنصات الرقمية (Netflix)؟.
- 7- ما مدى ادراك الشباب الجامعي من السعوديين لتأثيرات مشاهدة (Netflix) على وعيهم الفكري (الديني ، الاجتماعي ، الثقافي) ؟
- 8- ما تقييم الشباب الجامعي من السعوديين للتحديات التي تواجه مستخدمي منصة (Netflix) ؟

فروض الدراسة

تسعى الدراسة الحالية لاختبار مجموعة من الفروض كالتالي :

الفرض الأول: يوجد فرق دال إحصائياً بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس اتجاهاتهم نحو تأثير استخدام الشباب السعودي لمنصة نتفليكس على الوعي الفكري لديهم.

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دالة إحصائية بين متوسطات الشباب الجامعي السعودي على مقياس اتجاهاتهم نحو تأثير استخدام منصة نتفليكس على الوعي الفكري لديهم وفقاً لاختلاف التخصص الدراسي (نظري- عملي).

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دالة إحصائية بين متوسطات الشباب الجامعي السعودي على مقياس اتجاهاتهم نحو تأثير استخدام منصة نتفليكس على الوعي الفكري لديهم وفقاً لاختلاف العمر

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين دوافع استخدام الشباب الجامعي السعودي لمنصة نتفليكس الرقمية وتأثيرها على الوعي الفكري.

أهمية الدراسة:

تستمد الدراسة أهميتها من أهمية تعرض الشباب الجامعي السعودي للمنصات الرقمية المرئية وتأثيرها على الوعي الفكري لديهم، والذي يعد من أهم الموضوعات التي تمس حياة الناس واستقرارهم باعتبار هذه المنصات لها دور كبير في التأثير على الشباب، وبالتالي تنبع أهمية الدراسة مما يلي:

- 1- التعرف على المنصات الرقمية ودورها في بناء شخصية الشباب الجامعي السعودي والتأثير على وعيه الفكري.
- 2- المرحلة العمرية وهي المرحلة الجامعية التي يكون الفرد فيها مهيناً لاكتساب الكثير من الخبرات والمفاهيم المختلفة من خلال التعرض لوسائل الإعلام المختلفة ومنها المنصات الرقمية المرئية.
- 3- أهمية الوعي الفكري باعتباره أساساً لأمن الأفراد والمجتمعات.

- 4- رصد طبيعة استخدام الشباب الجامعي السعودي للمنصات الرقمية، ولذلك تعتبر الدراسة الحالية خطوة على طريق كشف دوافع استخدام الشباب الجامعي السعودي للمنصات الرقمية ومدى تأثيرها على الوعي الفكري.
- 5- أهمية الموضوع الذي تعالجه الدراسة وهو الوعي الفكري، والذي يعتبر من أهم القضايا في الدراسات الإعلامية في ظل تكنولوجيا الاتصال الحديثة.
- 6- نتائج هذا البحث قد يعطي الباحثين والمهتمين بمجال المنصات الرقمية المرئية تصوراً واضحاً وواقعياً وعلمياً لما يقدم بتلك المنصات الرقمية. قد تفيد نتائج هذه الدراسة القائمين على الإعلام بالمملكة العربية السعودية لوضع مجموعة من القواعد والقوانين والتشريعات لاستخدام تلك المنصات الرقمية داخل المملكة.
- 7- تعد دراسة العلاقة بين استخدام الشباب الجامعي السعودي للمنصات الرقمية وتأثيرها على الوعي الفكري لديهم، مجالاً خصباً للدارسين في مجال الإعلام، حيث يشكل التعرض للمنصات الرقمية أبرز مظاهر تكنولوجيا الإعلام، وتتسم بتنوع قوالبها ومحتواها، ولها تأثير بالغ في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي وأفكارهم، بما يحقق الوعي الفكري لديهم.
- 8- تكمن أهمية هذا البحث في أنه يناقش مشكلة الوعي الفكري خاصة في ظل التغيرات العالمية الجديدة وثورة التكنولوجيا المعرفية وانتشار الاتصالات الإلكترونية والإنترنت.
- 9- جدية الموضوع واعتباره محط نقاش وجدل، فلا تزال المنصات الرقمية من التطبيقات التي يشوبها كثير من الغموض والضبابية هذا من جهة، حيث أن الدراسات حول المنصات الرقمية المرئية قليلة خاصة على المستوى العربي.

متغيرات الدراسة:

- المتغير المستقل:** استخدام الشباب الجامعي السعودي للمنصات الرقمية وتأثيرها على الوعي الفكري.
- المتغير الوسيط:** الخصائص الديموغرافية للشباب الجامعي السعودي (السن- الجنس- المستوى الدراسي- التخصص العلمي).
- المتغيرات التابعة:** أبعاد الوعي الفكري (اجتماعي- ديني- ثقافي).

مصطلحات الدراسة:

- دافع الاستخدام:** هو حالة نفسية تحفز الفرد على القيام بالتفكير أو التصرف بطريقة معينة لتوقعه عائداً أو مستوى من الرضا لحاجات معينة أو مجموعة من الحاجات.
- المنصات الرقمية:** ويقصد بها المواقع والشبكات الإلكترونية المخصصة للبث المرئي عبر الإنترنت والتي تعرض أشكال متعددة من المواد المرئية بما فيها المسلسلات سواء التي أنتجت للتلفزيون ويعاد بثها على هذه المنصات الرقمية أو تلك التي أنتجت خصيصاً لهذه المنصات وتعرض عليها، ومن أشهرها نتفليكس وغيرها.

الوعي الفكري: السعي نحو الحفاظ على معتقدات الأمة الإسلامية وثقافة المجتمع وسلوكياته وأعرافه وهويته، ومحاولة استيعاب الظروف الجديدة التي أحدثتها التقدم التقني والعلمي ، وفهم التحديات الناشئة عنه والاستجابة الراشدة لها.

الدراسات السابقة

قسم الباحثان الدراسات السابقة الى المحاور محورين كالتالي :

أولا الدراسات التي تناولت المنصات الرقمية وتأثيراتها

أظهرت دراسة: (السيد، وموسى، 2021) والتي هدفت إلى التعرف على تأثير مشاهدة النعمة لمحتوى منصة نتفيلكس على البناء القيمي للمجتمع المصري، بالتطبيق على عينة عمدية قوامها 1200 مفردة، وأظهرت نتائجها تغلغل منصة نتفيلكس في الحياة اليومية لمستخدميها وكانت الإيحاءات والعبارات غير الأخلاقية، والتي تتناقض مع متطلبات الحمية القيمة في مضامين الوسائل الإعلامية من أبرز ملامح خطورة هذا المحتوى على المجتمع المصري.

أشارت دراسة (صلاح الدين، 2020) إلى أنماط مشاهدة الشباب المصري للمحتوى الدرامي المقدم على المنصات الإلكترونية، بالتطبيق على عينة قوامها 171 طالب وطالبة ، وقد أشارت النتائج إلى أن أهم دوافع متابعة الشباب للمنصات الرقمية التنوع الكبير بين الأعمال الدرامية القديمة والحديثة المصرية والعربية والعالمية بنسبة 78%، تم التحكم في المشاهدة ، وعدم وجود إعلانات تتخلل الأعمال الدرامية المعروضة على المنصات الإلكترونية بنسبة 74%.

وبحثت دراسة: (عثمان، 2020) تأثير مشاهدة المسلسلات المقدمة علي منصة نتفيلكس علي النسق القيمي للمراهقين، بالتطبيق على عينة قوامها 48 مفردة مقسمة بالتساوي إلى 4 مجموعات، باستخدام مجموعات النقاش المركزي focus group discussion، والتي تم إجراؤها مع (4) مجموعات من المراهقين الذين يشاهدون المسلسلات عبر منصة نتفيلكس، (12 من الذكور ومثلهم إناث - تعليم لغات)، (12 من الذكور ومثلهم إناث - تعليم دولي) ، وأظهرت النتائج أن الأصدقاء السبب الرئيس للتعرف على منصة نت فليكس ، وأنه يوجد فروقاً بين مجموعات النقاش من حيث النوع فيما يتعلق بفئات المسلسلات التي يتابعها المبحوثين، حيث اهتمت مجموعات الإناث بالمسلسلات الاجتماعية والرومانسية في المرتبة الأولى، يليها المسلسلات الخيالية، ثم المسلسلات ذات المحتوى الجنسي، بينما اهتم الذكور بالمسلسلات ذات المحتوى الجنسي والمسلسلات الخيالية بنسبة أكبر، يليها المسلسلات الرومانسية والاجتماعية.

وناقشت دراسة: (محمود، 2020) الفروق بين تأثيرات المنصات الرقمية والفضائيات في أنماط العرض والمشاهدة ومدى تأثير كلاً منهم على الجمهور ، واعتمدت على المنهج المقارن، وصحيفة الاستقصاء لعينة قوامها 450 مفردة من الشباب المصري من سن 18 - 35 عاماً ، وتوصلت الدراسة إلى استحواذ القيم الإيجابية على برامج الواقع الاجتماعي بالفضائيات والمنصات الرقمية. من أهم الخصائص التي يتميز بها برامج الواقعية

الاجتماعية هي خاصية الواقعية، وإلى احتلال برنامج الصدمة مقدمة برامج الواقع الاجتماعي التي يتعرض لها الشباب عينة الدراسة

وأشارت دراسة: **Dhanuka, & Abhilasha, (2019)** إلى أن المراهقين يدمنون متابعة ومشاهدة المسلسلات عبر المنصات الرقمية ، الأمر الذي يؤدي إلى آثار سلبية علي صحة المراهقين النفسية والجسدية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح ومن خلال أداة الاستبيان بالتطبيق على عينة قوامها 1350 مفردة، أثبتت الدراسة أن شركات الإنتاج تضع أجزاء كاملة من المسلسلات علي المنصات الرقمية لتشجيع المشاهدين علي المشاهدة المكثفة والمستمرة لحقات متتالية من المسلسلات فيما يسمى بظاهرة (Binge watching)، مما يؤدي إلى سلوكيات سلبية لدي المراهقين والشباب مثل: زيادة الحساسية العاطفية، اضطرابات النوم، إدمان المشاهدة لهذه المسلسلات، وأن نسبة 58.9% من المراهقين عينة الدراسة أنهم واعين بأنهم مدمنين لمشاهدة تلك المسلسلات، ويرى 42.2% منهم أنهم في حاجة للإقلاع عن تلك المشاهدة المكثفة.

هدفت دراسة: **Groshek, Krongard, & Zhang, (2018)** إلى التعرف على التأثيرات الصحية والعاطفية للمشاهدة المكثفة للمنصات الرقمية، والتي طبقت على عينة من 420 مبحوث، لتؤكد أن المشاهدة المكثفة لمنصات تنفيكس، أمازون، وغيرها تؤدي إلى الإحباط ، الاكتئاب، زيادة الوزن، اضطراب النوم، معاناة الجنسية، وثبت أن المبحوثين عينة الدراسة يقضون متوسط 15.36 ساعة يومياً من البث المرئي من خلال وسائط متعددة (المنصات الرقمية ، الهاتف المحمول ...)

أوضحت دراسة: **(النشار، 2018)** تأثير الشباب بالدراما المقدمة عبر المنصات الرقمية على علاقتهم بالدراما التلفزيونية، بالتطبيق على عينة قوامها 200 شاباً (من 18-35 عام)، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن 100% من عينة الدراسة تتابع الدراما عبر الانترنت، وأنهم يتابعونها بمفردهم بنسبة 63.5% و أن الفترة المفضلة لمتابعة الدراما السهرة ، وما بعد منتصف الليل بنسبة 68%، وأنها تتم من خلال وسائط شخصية مثل الهاتف المحمول ولا ب توب الشخصي، أوضحت النتائج أن أسباب تفضيل المتابعة عبر الانترنت مرونة وقت المشاهدة 65.5% ، ولا توجد إعلانات بنسبة 51.1% ثم التحكم فيما يتم مشاهدته بنسبة 50%.

وهدف دراسة: **(Mikos, 2016)** إلى التعرف على نمط المشاهدة الشرهة بين المشاهدين من الجمهور في ألمانيا، وباستخدام منهج المسح على عينة قوامها 843 مفردة ، وتوصلت الدراسة إلى أن تنفيكس تأتي في مقدمة ثم Amazon Prime ، وكان معظم المبحوثين يشاهدون على الأقل حلقة، ومنهم من ينهي مواسم كاملة في أسابيع قليلة، وكان المبحوثون يشاهدون كل يوم، وفي أيام العطلات وتزيد في أقوات الفراغ، ومع تغير الظروف الاجتماعية يتغير نمط مشاهدتهم، وأن المحتوى المعقد أكثر تشجيعاً على المشاهدة بشراهة من المحتوى البسيط.

المحور الثاني دراسات تناولت تأثير مشاهدة المنصات الرقمية على الأمن الفكري

أظهرت دراسة **Parmer, (2021)** تأثير تعرض الشباب الهندي للمحتوي المقدم علي

المنصات الرقمية المدفوعة مثل Netflix, Amazon Prime Video, Hulu, Voot وتأثير ذلك على هويتهم وأمنهم الفكري، باختيار عينة عمدية من الشباب الجامعي، ومن أهم نتائج الدراسة أن الأعمال المعروضة في المنصات الرقمية اتسمت بالعدائية بشكل كبير للشعب والهوية الهندية ومحاولة رسم صورة نمطية سلبية عن تلك الفئة في الأعمال الدرامية مما يهدد الأمن الفكري للشباب نتيجة الإحساس بالاضطهاد من قبل تلك الأعمال التي يشاهدها العالم، واعتماد بعض الأعمال الهندية التي أنتجت تلك المنصات على تقديم بعض المشاهد الجريئة والخادشة للحياء مثل مسلسل Lust Stories ، وفي المقابل أشار 24% من العينة الدراسة إلى أن هناك بعض الأعمال مثل Haq Se والذي يسعى إلى تقديم صورة إيجابية عن الشباب في الهند .

وهدفت دراسة Ashraf (2021) إلى التعرف على معالجة الدراما التي تقدمها المنصات الرقمية Netflix للقضايا والمواضيع الدينية في دولة الهند، وتأثيرها على اتجاهات الأمن الفكري للشباب الهندي، من خلال إجراء تحليل مضمون لمسلسل Sacred Games، بالإضافة إلى إجراء دراسة ميدانية على عينة من الشباب الهندي قوامها 450 مفردة بمدينة بمباي للتعرف على تأثير ذلك المسلسل المعروض على اتجاهاته وأمنه الفكري وأهم نتائج الدراسة اعتماد المسلسل على التقديم السردى والأيدولوجي العميق للأفكار والمعتقدات الدينية والسياسية الرائجة في الهند خاصة تلك المتعلقة بالهندوس، التأثير الإيجابي الذي أحدثه ذلك المسلسل في اتجاهات الشباب

وأظهرت دراسة Camilleri (2021) أسباب تعرض الشباب للمنصات الرقمية المدفوعة مثل Netflix وAmazon وغيرها من منصات المشاهدة الرقمية خلال فترة جائحة كورونا، والتعرف على تأثير التعرض للمحتوى المعروض على أمنهم الفكري، باختيار عينة عمدية من الشباب قوامها 620 مفردة ومن أهم النتائج وجود علاقة طردية إيجابية بين التعرض لأنواع معينة من المحتوى الرقمي وبين إشباع الرغبات النفسية خاصة في فترات الأزمات حيث يحتاج الشباب إلى وسيلة تساهم في تحقيق ذلك والتي تمثلت في المنصات الرقمية والتي قدمت محتوى متنوع يلبي احتياجات الشباب يشبع حاجاتهم النفسية والفكرية وتشعرهم في النهاية بالارتياح والخروج من حالة القلق التي تسيطر عليهم.

وتهدف دراسة Darwish (2020) إلى التعرف على اتجاهات الشباب نحو التعرض للمحتوى الذي تم تقديمه على منصة Netflix العربية نحو مسلسل Jinn الذي تم انتاجه في الأردن، وما تأثير ذلك على الأفكار المتعلقة بالأمن الفكري المتكون لديهم بالتطبيق على عينة من الشباب العربي قدرها 356 مفردة وأظهرت النتائج تعمد الانتاج الأردني على ذكر الكلمات المحرمة والممنوعة دينياً واجتماعياً في الوطن العربي والتي مثلت 75% من الحوار الموجود في العمل الدرامي، وأن المسلسل تعمد تقديم مخالفات صريحة وواضحة للثقافة العربية ، واتسمت اتجاهات الشباب بالتباين حول المحتوى الدرامي المعروض حيث أبدى 13% ارتياحهم نتيجة التعرض لذلك العمل الدرامي، في حين أشار 65% من عينة الدراسة إلى انتقادهم الشديد لذلك العمل الذي يتناقض مع الثقافة السائدة الموجودة في الوطن العربي مما انعكس بدرجة سلبية على أمنهم الفكري .

واستكشفت دراسة (Abdel-Azim, 2020) تأثير تعرض الشباب في الامارات للدراما الأمريكية المعروضة على المنصات الرقمية على ثقافتهم ومفهوم الأمن الفكري لديهم باختبار عينة عمدية قوامها 240 شابا وأوضحت النتائج أن 47% من العينة يبدون تخوفهم من التعرض لتلك الدراما وتأثيرها على الأمن الفكري لديهم نتيجة احتوائها على قيم ومعتقدات تناقض الأفكار السائدة في المجتمع العربي، بينما أشار 23% من العينة البحثية أن التعرض للدراما الأمريكية يسهم بشكل كبير في التعرف على الثقافات المختلفة ومن أهمها الثقافة الأمريكية، وأن القيم والأفكار السلبية الموجودة في الدراما الأمريكية ليست لها تأثير وإنما قد يتأثر بها بعض الأشخاص الآخرين فهم يستخلصون فقط الجوانب الإيجابية من تلك الأعمال.

أوضحت دراسة Fernandes, (2020) أسباب متابعة الشباب الهندي منصات المشاهدة الرقمية وما تأثير ذلك على مفهوم الأمن الفكري لديهم، واتضح إقبال الشباب على متابعة المنصات الرقمية لأنها تنمي الاحساس بالانتماء إلى الأصدقاء والأقران خاصة عند متابعة محتوى معين بشكل جماعي الأمر الذي ينعكس بشكل كبير على أمنهم الفكري نتيجة الشعور بتطابق أفكارهم وهو ما يؤدي إلى الشعور بالاطمئنان، والتعرف على الثقافات المختلفة ومدى التوافق والانسجام مع ثقافتهم المحلية مما ينعكس أيضا على أمنهم الفكري،

التعليق على الدراسات السابقة:

- الدراسات السابقة التي تناولت تأثير المنصات الرقمية أشارت إلى مصطلح المشاهدة المهمة وحددته في مشاهدة ثلاث حلقات أو أكثر في الجلسة الواحدة وأكدت تأثيرها السلبي على القيم وعلى الصحة النفسية والبدنية .
- الدراسات التي تناولت تأثير المنصات الرقمية على الامن الفكري توصلت نتائجها إلى التأثير السلبي لهذه المنصات على قيم المجتمعات بشكل عام وعلى امنهم الفكري فيما عدا دراسة Camilleri 2020 والتي تم تطبيقها اثناء جائحة كورونا وتوصلت إلى دور هذه المنصات الإيجابي نجاح هذه المنصات الرقمية في تقديم محتوى متنوع يلبي احتياجات الشباب ويشبع حاجاتهم النفسية والفكرية وتشعرهم في النهاية بالارتياح والخروج من حالة القلق والخوف التي تسيطر عليهم
- لاحظ الباحثان اهتمام الدارسين من مختلف دول العالم بدراسة تأثير المنصات الرقمية على القيم المجتمعية لمختلف الثقافات فنجد دراسات طبقت في مصر والسعودية وأمريكا والإمارات والأردن وكان للهند النصيب الأكبر من هذه الدراسات مما يشير إلى أهمية هذه القضية وخطورتها وهو ما يؤكد أهمية دراستنا الحالية
- أغلب الدراسات طبقت منهج المسح بالعينة واستخدمت أداة الاستبيان فيمت عدا دراسة وحيدة Darwish 2020 استخدمت أداة تحليل المضمون ، وقد لاحظ الباحثان اختلاف أحجام العينات بين الدراسات ما بين 200- 1350 مفردة وقد وجد الباحثان أن أغلب الدراسات تتراوح كما بين الـ 400 و 600 لذلك فقد وجد الباحثان أن جمع البيانات من عينة قوامها من 400 - 500 مفردة سيكون مناسباً في حدود الوقت المتاح لإنهاء البحث

- لم توضح الدراسات السابقة النظريات التي اعتمدت عليها في بناء أسئلة الدراسة فيما عدا بعض الدراسات اعتمدت على مدخل الاستخدامات والإشباعات وبالتالي فتطبيق الباحثان لنموذج قبول التكنولوجيا واختبار فروضه يمثل إثراء للدراسات التي تتناول موضوع الدراسة ، كما أنه سيزيد من فهم الدراسة بتطبيقها على مجتمعات مختلفة عما طبقت فيه من قبل
- اهتمت الدراسات السابقة بكل محاورها بفئة الشباب ومدى تأثير أمنهم الفكري بمنصات ومواقع التواصل الاجتماعي لذلك فقد وجد الباحثان موضوعية تطبيق الدراسة على هذه العينة أيضاً.
- من الواضح أن بعض النقاط لازالت موضع خلاف بين الباحثين فأكدوا تأثير مواقع التواصل والمنصات الرقمية على قيم المجتمعات إلا أنهم اختلفوا في درجة هذا التأثير (عالي، منخفض، متوسط) ونوعه (إيجابي أم سلبي) وهو ما يعطي مبرراً جيداً للقيام بهذا البحث ومحاولة الوقوف بدقة على هذه التأثيرات.
- استفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في تحديد عينة الدراسة والفئات المستهدفة بالتطبيق وكذلك في تصميم استبانة البحث وصياغة الأسئلة وفي تفسير نتائج الدراسة وتقييمها في ضوء نتائج الدراسات السابقة.

الإطار النظري للدراسة

النظرية الإعلامية (نموذج قبول التكنولوجيا)

تفترض هذه النظرية أن سهولة استخدام التكنولوجيا الرقمية له تأثير على استخدامها في المجالات المختلفة، فكلما كانت التكنولوجيا سهلة الاستخدام كان ذلك داعياً إلى جذب الأفراد نحو استخدامها. (Pinho, & Soares, 2011)

وذكر (Algarni, 2020) ثلاثة محددات رئيسة تؤثر بشكل كبير على استخدام التكنولوجيا في الترويج وهي إدراك مدى سهولة تلك التكنولوجيا perceived ease of use (PEU) والمقصود بها درجة سهولة أو صعوبة استخدام تكنولوجيا معينة للأفراد، وإدراك القيمة النفعية لتلك التكنولوجيا perceived usefulness (PU) والمقصود بها مدى إدراك الأفراد بأن استخدام تكنولوجيا معينة والمتمثلة هنا في مواقع التواصل الاجتماعي سوف يكون لها تأثير على أدائه وسلوكه ونشاطه بشكل عام، والعامل الثالث الاتجاه المتكون مسبقاً لدى الأفراد نحو استخدام تلك التكنولوجيا.

ويري (Panekham, 2020) أن نموذج قبول التكنولوجيا TAM يضع تفسيراً للدوافع الداخلية الموجودة لدى الأفراد فيما يتعلق باستخدام التكنولوجيا الرقمية ولكن Panekham أضاف عاملاً آخرًا وأسماه بما يعرف بالاتجاه أو النية السلوكية behavioral intention (BI) حيث يري أن النية السلوكية لدى الأفراد مرتبطة بشكل كبير بمدى سهولة استخدام التكنولوجيا، والقيمة النفعية لها والتي تؤثر بشكل كبير على الاستعانة بالتكنولوجيا الرقمية فيما يتعلق باستخدامها في التعرض للمحتوى الذي يتم عرضه عبر تلك الوسائل التكنولوجية.

وحدد (السواح، 2021) العوامل الخارجية (وهو ما أطلق عليه نموذج قبول التكنولوجيا المطور 3) في:

- الكفاءة الذاتية للحاسوب: قدرة المستخدم على أداء مهمة محددة باستخدام الحاسوب
 - تصورات الرقابة الخارجية: الدرجة التي يؤمن بها الفرد بوجود موارد تنظيمية وتقنية لدعم استخدام النظام.
 - قلق الكمبيوتر: درجة "تخوف الفرد أو خوفه عندما يواجه احتمال استخدام أجهزة الكمبيوتر".
 - مرح الكمبيوتر: درجة العفوية في تفاعلات الحواسيب الصغيرة.
 - المتعة المتصورة: مدى اعتبار نشاط استخدام نظام بعينه ممتعاً في حد ذاته، بغض النظر عن أية نتائج أداء ناتجة عن استخدام النظام.
 - قابلية الاستخدام الموضوعي: مقارنة بين الأنظمة بناءً على المستوى الفعلي (بدلاً من التصورات) للجهد المطلوب لإكمال مهام محددة.
- وقد اهتمت هذه الدراسة باختبار فروض هذه النظرية وتطبيقها على المجتمع السعودي نظراً لحداثتها وعدم اهتمام الباحثين العرب بها (في حدود علم الباحثين) مثل النظريات الإعلامية الأخرى وبالتالي فاختبار فروض النظرية على عينة من المجتمع السعودي يعد إضافة علمية تزيد من فهمها.
- وقد استفاد الباحثين من هذه النظرية في معرفة الأسباب التي تجعل المشاهدين يفضلون استخدام وسيلة إعلامية في مشاهدة المنصات الرقمية على الوسائل الأخرى .

منهجية الدراسة:

• نوع ومنهج الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية إلى تهتم بتحليل ظاهرة استخدام الشباب الجامعي السعودي للمنصات الرقمية، والتعرف بتأثيراتها على الوعي الفكري لديهم، باستخدام منهج المسح، بالتطبيق على عينة من الشباب الجامعي السعودي الذين يتعرضون للمنصات الرقمية، وما يترتب على هذا الاستخدام من تأثير على الوعي الفكري لديهم.

عينة الدراسة:

تم تطبيق الدراسة على عينة تم تطبيق الدراسة على عينة عمدية من الشباب الجامعي السعودي الذين يستخدمون منصة نتفيلكس، وقوامها (410) طالبا وطالبة، جاءت خصائصهم كالتالي

جدول رقم (1) توزيع عينة الدراسة

المتغير	المجموعات	التكرار	النسبة %	المتغير	المجموعات	التكرار	النسبة %
النوع	ذكور	218	53,2	التخصص	نظري	209	51,0
	إناث	192	46,8		عملي	201	49,0
المجموع		410	100	المجموع		410	100
مستوى التعليم	دبلوم	45	11,0	العمر	من 18 - 24	199	48,5
	بكالوريوس	312	76,1		25 - 34	71	17,3
	دراسات عليا	53	12,9		35 - 44	86	21,0
	المجموع	410	100		45 فأكثر	54	13,2

أدوات جمع البيانات:

وتم إعداد استمارة الاستبيان الكترونية <https://forms.gle/YGXS3zocVRyr4PQ38> وتوزعها على طلاب وطالبات جامعة عبدالعزيز في الفترة من 1443/6/1 – 1443/9/1

خامساً: صدق وثبات أداة الدراسة:

(أ) الصدق

وقد قام الباحثان بالتأكد من صدق أداة الدراسة من خلال:

أ- صدق الاتساق الظاهري (الخارجي) لأداة الدراسة:

للتحقق من الصدق الظاهري للاستبانة قام الباحثان بعرضها على مجموعة من المحكمين المتخصصين من أعضاء هيئة التدريس بجامعة الملك عبدالعزيز في قسم الإعلام * ، وذلك لإبداء رأيهم في ارتباط العبارات بمحاور الدراسة ومدى وضوح عبارات الاستبانة ومدى مناسبتها للمبحوثين، بالإضافة إلى بعض الملاحظات العامة حول الاستبانة، ومدى ملائمة مقياس ليكرت الثلاثي الذي يحدد استجابة أفراد الدراسة حول كل محور من محاورها، وبعد إجراء التعديلات التي أوصى بها المحكمون من حذف وتعديل صياغة بعض الفقرات التي لا تتناسب صياغتها مع تساؤلات الدراسة، وتم اعتماد المحاور والفقرات والعبارات التي أجمع عليها غالبية المحكمين.

ب- الاتساق الداخلي (الصدق البنائي) والثبات لأداة الدراسة:

بعد التأكد من الصدق الظاهري لأداة الدراسة، ومحاور الاستبانة، قام الباحثان بتطبيق الاستبانة على عينة صغيرة من العينة بلغت 36 مفردة، وحساب معامل الارتباط بيرسون لمعرفة الصدق الداخلي لمحاور الاستبانة عن طريق حساب معامل الارتباط بين درجة كل فقرة من فقرات محاور كل استبانة بالدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه الفقرة وحرص الباحثان على استبعاد العبارات التي لم يثبت وجود علاقة بينها وبين المحور الذي تنتمي إليه أو ضعف هذه العلاقة مما يؤكد صلاحية هذه الاستبانة للتطبيق .

ب) ثبات استبانة

استخدم الباحث معامل الثبات ألفا كرونباخ (α , cronbach,s)؛ لحساب معامل ثبات محاور استبانة الدراسة، حيث تم التأكد من درجات الثبات كالتالي:

جدول (2) ثبات محاور الدراسة

م	المحور	قبل الحذف	كرونباخ ألفا	بعد الحذف	كرونباخ ألفا
1	الوقت المفضل للعينة لمشاهدة نت فليكس	5	0,739	5	0,739
2	الأسباب التي تدفع عينة الدراسة لمشاهدة نت فليكس	10	0,869	9	0,886
3	الدوافع عينة الدراسة لمشاهدة نت فليكس	11	0,901	11	0,901
4	المحتوى الذي تشاهده عينة الدراسة بمنصة نت فليكس	10	0,756	9	0,761
5	تأثيرات مشاهدة نت فليكس على الوعي الديني	7	0,761	6	0,825

* تم عرض الاستبانة على الأساتذة التالي أسماؤهم :

أ.د. حسن محمد أستاذ ووكيل معهد الاقتصاد الإسلامي للدراسات العليا والبحث العلمي بجامعة الملك عبد العزيز
د. أحمد محمد قران ، أستاذ مشارك ورئيس قسم الإنتاج المرئي ، كلية الاتصال والإعلام جامعة الملك عبد العزيز
أ.د. هليل بن محيسن العميري أستاذ ورئيس قسم الإعلام جامعة أم القرى

6	تأثيرات مشاهدة نت فليكس على الوعي الاجتماعي	7	0,915	7	0,915
7	تأثيرات مشاهدة نت فليكس على الوعي الثقافي	8	0,833	8	0,833
8	التحديات التي تواجه مستخدمي عينة الدراسة نت فليكس	4	0,898	4	0,898

يوضح الجدول السابق ارتفاع ثبات جميع محاور الاستبانة، حيث تراوحت درجات الثبات ما بين 0,739 إلى 0,915 مما يشير إلى تجانس مفردات كل محور من محاور الاستبانة بشكل مستقل، وأيضاً فهم عينة الدراسة لمفردات كل الأبعاد بالطريقة نفسها، وهو ما يؤكد صلاحية النتائج التي سيتم التوصل إليها.

نتائج الدراسة الميدانية:

السؤال الأول ما معدل مشاهدة الشباب السعودي الجامعي لمنصة نت فليكس؟

تمت الإجابة عن ذلك من خلال توجيه عدة أسئلة لعينة الدراسة عن بداية اشتراكهم في منصة نت فليكس وعدد أيام المشاهدة أسبوعياً، وعدد جلسات مشاهدة العينة لنت فليكس يومياً ومدى قيام الشباب الجامعي السعودي عينة الدراسة بتفعيل خدمة التشغيل التلقائي وعدد الحلقات التي تشاهدونها كل جلسة، وجاءت النتائج التالي:

جدول رقم (3)

مدة اشتراك الشباب الجامعي في منصة Netflix وفقاً للنوع

النوع	ذكر		أنثى		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
مدة الاشتراك						
أقل من سنة	60	14.64	59	14.39	119	29.03
سنة إلى 3 سنوات	84	20.49	90	21.95	174	42.44
سنوات 3-5	41	10.1	30	7.32	71	17.32
سنوات فأكثر 5	33	8.04	13	3.17	46	11.21
الإجمالي	218	53.17	192	46.83	410	100
قيمة كا ² =9,003	درجة الحرية = 3		معامل التوافق = 0,147		الدالة = دالة عند 0,05	

ويتضح من تحليل بيانات الجدول السابق ما يلي:

أن (42.4 %) من عينة الدراسة اشتركت في منصة (Netflix) من " 1 - 3 سنوات " يليهم الذين اشتركوا من " أقل من سنة " بنسبة (29 %)، مما يعني أن نسبة المشتركين في تزايد في السنوات الأخيرة ، ويبرر ذلك ما فرضته الإجراءات الاحترازية لجائحة كورونا من التزام أغلب سكان العالم لبيوتهم فترات طويلة ، حيث تشير الإحصاءات أن ما يقرب من 16 مليون شخص أنشأوا حسابات في الأشهر الثلاثة الأولى من عام 2020 ، وهذا ما يقرب من ضعف عمليات الاشتراك الجديدة التي شهدتها في الأشهر الأخيرة من عام 2019 ، بعدما أدت الجائحة إلى بقاء الناس في منازلهم، ودفعتهم للتفاعل مع أعمالها الدرامية والوثائقية ، ليقفز عدد المشتركين ما بين يوليو وسبتمبر 2020 إلى 195 مليون مشتركاً حول العالم.

كما أوضحت بيانات الجدول أن نسبة من اشتركوا من (3-5 سنوات 17,3%) من إجمالي عينة الدراسة، ونسبة من اشتركوا بمنصة (Netflix) من (5 سنوات فأكثر 11,2%) من إجمالي عينة الدراسة، ومعنى ذلك أن أكثر من ثلثي العينة لديهم خبرة

في مشاهدة نت فليكس تزيد عن السنة وهذا يعطي لإجاباتهم أهمية كونها صادرة عن مشاهدين استمروا في مشاهدة المنصة لأكثر من سنة وامتدت مع بعضهم الخبرة لتصل لخمس سنوات ، وبحساب قيمة كا² وجدت أنها = 9,003 عند درجة حرية = 3، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0,05 بين نوع (الذكور – الإناث) مما يعني وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين النوع ومدة الاشتراك في نت فليكس

جدول رقم (4)

درجة تصفح محتوى منصة (Netflix) أسبوعياً وفقاً للتخصص

التخصص		نظري		عملي		الإجمالي	
درجة الاستخدام		%		ك		%	
يوميًا		28	6.83	31	7.56	59	14.4
من يوم إلى يومين		80	19.51	69	16.83	149	36.3
ثلاث أيام إلى أربعة أيام		48	11.70	34	8.29	82	20
خمس أيام إلى 6 أيام		62	15.12	58	14.15	120	29.3
الإجمالي		218	53.17	192	46.83	410	100

قيمة كا²=1,847 درجة الحرية = 3 معامل التوافق = 0,067 الدلالة = غير دالة

ويتضح من تحليل بيانات الجدول السابق ما يلي:

بلغت نسبة من يشاهدون منصة (Netflix) **يوميًا** (14,4%) من إجمالي عينة الدراسة، وجاءت نسبة من يستخدمون منصة (Netflix) (**من يوم إلى يومين**) أسبوعياً (36,3%) ، وربما يكون هذين اليومين هما الإجازة الأسبوعية، ويعد ذلك منطقياً في ضوء إجراء الاستبانة على طلاب جامعيين أثناء الفصل الدراسي الثاني وتتشابه هذه النتيجة مع توصلت له دراسة (Mikos, 2016) والتي توصلت إلى زيادة معدل المشاهدة في أيام العطلات

بلغت نسبة من يشاهدونها " **ثلاث أيام إلى أربعة أيام**" أسبوعياً (20,0%) وجاءت نسبة من يشاهدونها " **خمس أيام إلى 6 أيام** " أسبوعياً (29,3%) ، بما يقارب ثلث العينة تقريباً مما يشير إلى تنوع عينة الدراسة من حيث عدد أيام المشاهدة بين الذين يشاهدونها بكثافة وبين الذين يكتفون بمشاهدتها أثناء العطلات وهو ما يضيف قوة على النتائج التي سيتم التوصل إليها نظراً لتمثيلها للأطياف متعددة من المشاهدين

وبحساب قيمة كا² وجدت أنها = 1,847 عند درجة حرية = 3، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند أي مستوى دلالة ، مما يشير إلى **عدم وجود علاقة بين التخصص (نظري – علمي) وبين عدد أيام مشاهدة الشباب الجامعي (عينة الدراسة) لمنصة (Netflix) أسبوعياً** .

جدول رقم (5)

مدى مشاهدة الشباب السعودي (عينة الدراسة) لمحتوى منصة (Netflix) أكثر من مرة في

اليوم الواحد

الأيام		يوم إلى يومين		4-3		6-5		يوميًا		الإجمالي	
المرات		%		ك		%		ك		%	
أكثر من مرة		42	10.24	25	6.1	13	3.17	45	10.97	125	30.48
مرة		107	26.10	57	13.9	107	26.10	14	3.42	285	69.51
الإجمالي		149	36.34	82	20	120	29.27	59	14.39	410	100

قيمة كا²=80.601 درجة الحرية = 1 معامل التوافق = 405، الدلالة = دالة عند 0.000.

يتضح من تحليل بيانات الجدول السابق أن الشباب السعودي (عينة الدراسة) الذين يشاهدون منصة (Netflix) بشكل يومي وأكثر من مرة في اليوم الواحد بنسبة (30,5%) من إجمالي عينة الدراسة، بينما اتضح أن نسبة كبيرة من عينة الدراسة لا يشاهدون منصة (Netflix) أكثر من مرة في اليوم الواحد بنسبة (69,5%) .

ومعنى ذلك أن أغلب الذين يشاهدون أكثر من حلقة في اليوم يشاهدونها في الجلسة نفسها ، مما يجعلهم يصنفون ضمن فئة شراة المشاهدة ، حيث حددت بعض الدراسات (2016 Brenna C. Davis) الشراة في مشاهدة من حلقتين إلى 6 حلقات في الجلسة الواحدة ، ومعنى ذلك أن 30,48% من عينة الدراسة يشاهدون نت فليكس بنهم وهو في حد ذاته يمثل مشكلة لابد من الانتباه إليها ودراسة تداعياتها بدقة في أبحاث قادمة

كما اتضح نسبة الذين يشاهدون نت فليكس يومياً أكثر من مرة تبلغ نسبتهم 11% وتوقع نسبة الذين يشاهدونها يومياً مرة واحدة مما والذين بلغت نسبتهم 3,4% فقط مما يشير إلى وجود علاقة طردية بين عدد أيام المشاهدة وعدد مرات المشاهدة في اليوم الواحد ، ويدعم ذلك الاستنتاج أن قيمة $\chi^2 = 80.601$ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة 0,000.

جدول رقم (6)

عدد الحلقات التي تشاهدها عينة الدراسة في كل جلسة خلال اليوم الواحد على (Netflix) وفقاً للنوع

النوع	ذكر		أنثى		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
حلقة واحدة في كل جلسة	88	21.46	40	9.75	128	31,21
حلقتان إلى ثلاث حلقات	74	18.05	97	23.66	171	41,7
ثلاث إلى خمس حلقات	40	9.75	40	9.75	80	19,5
حلقات فأكثر 6	9	2.19	6	1.46	15	3,7
جميع حلقات الموسم في اليوم الواحد	7	1.7	9	2.19	16	3,9
الإجمالي	218	53.17	192	46.83	410	100

قيمة $\chi^2 = 20,377$ درجة الحرية = 4 معامل التوافق = 0,218 الدلالة = دالة عند 0,01

ويتضح من تحليل بيانات الجدول السابق ما يلي :

جاءت نسبة الشباب السعودي (عينة الدراسة) الذين يتابعون "من حلقتين إلى ثلاث حلقات" من محتويات منصة (Netflix) خلال اليوم الواحد في المركز الأول بنسبة (41,7%) ، بينما بلغت نسبة من يتابعون " حلقة واحدة في كل جلسة " (31,2%) من إجمالي عينة الدراسة، وظهرت نسبة " من ثلاث إلى خمس حلقات" في المركز الثالث بلغت (19,5%)

وتتشابه هذه النتيجة مع توصلت له دراسة (السيد، وموسى، 2021) والتي أظهرت مشاهدة العينة لثلاث حلقات أو أكثر من نفس العرض في جلسة واحدة ولأن هذه الدراسة تمت في مصر فمعنى ذلك تشابه معدل المشاهدة بين أبناء الوطن العربي.

وبحساب قيمة χ^2 وجدت أنها = 20,377 عند درجة حرية = 4، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0,01 مما يشير إلى وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين

النوع (الذكور – الإناث) وبين عدد الحلقات التي تشاهدها عينة الدراسة على منصة (Netflix) في اليوم الواحد.

جدول رقم (7)

عدد جلسات مشاهدة العينة لنت فليكس يوميا وعدد الحلقات التي تشاهدونها كل جلسة

الحلقات الجلسات	جميع الحلقات		حلقات 6 فأكثر		4-5		2-3		حلقة واحدة		العدد الكلي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
أكثر من جلسة	9	2.2	9	2.2	36	8.8	58	14.14	13	3.17	125	30.5
جلسة واحدة	7	1.7	6	1.46	44	10.7	113	27.56	115	28	285	69.5
العدد الكلي	16	3.9	15	3.65	80	19.5	171	41.70	128	31.2	410	100
قيمة كا ² =45.042 درجة الحرية = 4 معامل التوافق = 0,315 الدلالة = دالة عند 0,00												

تشير بيانات هذا الجدول إلى أن أغلب الذين يشاهدون أكثر من حلقة في اليوم يشاهدونها في الجلسة نفسها بنسبة 69.5% ومما يجعلهم يصنفون ضمن فئة شراة المشاهدة ، حيث حددت بعض الدراسات (Brenna C. Davis 2016) الشراة في مشاهدة من حلقتين إلى 6 حلقات في الجلسة الواحدة ، ومعنى ذلك أن 170 مفردة بنسبة 41.46%* من عينة الدراسة يشاهدون نت فليكس بنهم وهو في حد ذاته يمثل مشكلة لا بد من الانتباه إليها ودراسة تداعياتها بدقة في أبحاث قادمة.

جدول رقم (8)

مدى قيام عينة الدراسة بتفعيل خدمة التشغيل التلقائي للحلقة التالية وفقاً للنوع

النوع التشغيل التلقائي	ذكر		أنثى		الإجمالي	
	%	ك	%	ك	%	ك
نعم	100	24.39	114	27.81	214	52,2
لا	118	28.78	78	19.02	196	47,8
الإجمالي	218	53.17	192	46.83	410	100
قيمة كا ² =7,460 درجة الحرية = 1 معامل التوافق = 0,134 الدلالة = دالة عند 0,01						

ويتضح من تحليل بيانات الجدول السابق ما يلي :

بلغت نسبة عينة الدراسة التي تقوم بتفعيل خاصية التشغيل التلقائي للحلقة التالية في حسابه بمنصة (Netflix) حرصاً منه على متابعة المشاهدة بلغت (52,5%) من إجمالي عينة الدراسة، بينما جاءت نسبة الذين لا يقومون بتفعيل تلك الخاصية 47,8% وتدعم نتائج هذا الجدول ما توصل إليه الجدول السابق، حيث تبين أن أكثر من نصف العينة 52.2% يفعلون خاصية التشغيل التلقائي التي تمكنهم من مشاهدة أكثر من حلقة في الجلسة نفسها ، مما يؤكد رغبتهم في مشاهدة أكثر من حلقة وأن المشاهدة المهمة مخطط لها قبل البدء في المشاهدة

*هذا العدد عبارة عن عدد الذين يشاهدون نت فليكس في جلسة واحدة – عدد الذين يشاهدون حلقة واحدة في الجلسة =

170 = 115 - 285

وبحساب قيمة كا² وجدت أنها = 7,460 عند درجة حرية = 1، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0,01 مما يشير إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين النوع (الذكور – الإناث) وبين حرص عينة الدراسة على تفعيل خاصية تشغيل الحلقات التالية بحسابه بمنصة (Netflix) .

جدول رقم (6)

الوقت المفضل لدى الشباب السعودي (عينة الدراسة) لمشاهدة منصة (Netflix)

الوقت	الوزن المنوي	النقاط	المتوسط الحسابي	نادرا		أحيانا		دائما		الاستجابة الوقت المفضل
				%	ك	%	ك	%	ك	
دائما	25,8	1021	2,49	12,0	49	27,1	111	61,0	250	فترة السهرة
أحيانا	22,8	903	2,20	18,8	77	42,2	173	39,0	160	فترة المساء
أحيانا	21,2	838	2,04	30,0	125	34,6	142	34,9	143	لا يوجد وقت محدد
نادرا	15,6	619	1,51	59,5	244	30,0	123	10,5	43	فترة الصباح
نادرا	14,6	579	1,41	65,6	269	27,6	113	6,8	28	فترة الضحى والظهر

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي:

أن "فترة السهرة" الوقت المفضل لدى عينة الدراسة لمشاهدة محتويات منصة (Netflix) بوزن مئوي (25,8%)، يليه بالترتيب في المركز الثاني " فترة المساء" بوزن مئوي (22,8%)، وفي المركز الثالث جاء " لا يوجد وقت محدد" بوزن مئوي بلغ (21,2%) وإذا وضعنا في الاعتبار أن عينة الدراسة من طلاب الجامعة وأن الاستبانة تم إجراؤها أثناء العام الدراسي يتضح لنا خطورة هذه النسب، فمن المفترض أن فترة المساء والسهرة يخصصها الطلاب للمذاكرة. وللوقوف على مدى تضيق نت فليكس لأوقات الطلاب يوضح الجدول التالي عدد الحلقات التي تشاهدها العينة في فترة المساء والسهرة

جدول رقم (7)

عدد الحلقات التي تشاهدها العينة في فترة المساء

الحلقات المساء		جميع الحلقات		حلقات فأكثر 6		حلقات 4-5		3 حلقات-2		حلقة واحدة		العدد الكلي	
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
نادرا	1	.24	1	.24	8	1.95	27	6.58	40	9.75	77	18.8	
أحيانا	8	1.95	8	1.95	35	8.53	70	17	52	12.7	173	42.2	
دائما	7	1.70	6	1.46	37	9	74	18.04	36	8.78	160	39.0	
العدد الكلي	16	3.90	15	3.65	80	19.5	171	41.70	128	31.2	410	100	

توضح نتائج الجدول السابق 18.04% من العينة يشاهدون من "حلفتين إلى 3 حلقات" من الدراما بمنصة (Netflix) بفترة المساء، كما أن 9% من عينة الدراسة يشاهدون " 4-5 حلقات" بنفس الفترة "دائما" مما يعني أن (27%) تقريبا من عينة الدراسة يشاهدون (Netflix) بنهم "دائما" في فترة المساء ، مما يعطي مؤشرا على تأثر التحصيل الدراسي لأكثر من ربع العينة بمشاهدة نت فليكس .

جدول رقم (8)
عدد الحلقات التي تشاهدها العينة في فترة السهرة

الحلقات السهرة		جميع الحلقات		حلقات فأكثر 6		حلقات 4-5		3 حلقات-2		حلقة واحدة		العدد الكلي	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
نادرا	1	24	2	49	1	24	13	317	32	7.80	49	12	
أحيانا	2	49	2	49	16	317	45	11	46	11.2	111	27	
دائما	13	317	11	2.68	63	15.4	113	27.56	50	12.2	250	61	
العدد الكلي	16	3.90	15	3.658	80	19.5	171	41.70	128	31.2	410	100	

توضح نتائج الجدول السابق أن (27.56%) من العينة يشاهدون من " حلقتين إلى 3 حلقات " من الدراما Netflix بفترة السهرة ، كما أن (15.36%) من عينة الدراسة يشاهدون " 4-5 حلقات " بنفس الفترة مما يعني أن (43%) تقريبا من عينة الدراسة يشاهدون Netflix بنهم في فترة السهرة " دائما" ، مما ينعكس سلبا بالتأكيد على دراستهم تأسيسا على ما سبق يمكن القول أن عينة الدراسة تفضل المشاهدة الفردية عبر التلفزيون الذكي عند تصفح منصة نت فليكس وأنها تفضل المشاهدة في فترة السهرة وأغلبهم يفعل خاصية التشغيل التلقائي وأن 68.79% يشاهدون أكثر من حلقة في الجلسة الواحدة لذلك يصنفون ضمن المشاهدة النهمية ، كما أن 29.9% من العينة يشاهدون المنصة ما بين 5-6 أيام أسبوعيا بالإضافة إلى 14.4% يشاهدونها يوميا .

تصنيف الشباب السعودي (عينة الدراسة) نفسه في متابعة منصة (Netflix) من وجهة نظرهم

جدول رقم (9)
تصنيف الشباب السعودي (عينة الدراسة) نفسه في متابعة منصة (Netflix)

النوع		ذكر		أنثى		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%
معدل المتابعة	115	28.05	73	17.80	188	45,9	
ضعيف المتابعة	84	20.49	90	21.95	174	42,4	
متوسط المتابعة	19	4.63	29	7.07	48	11,7	
كثيف المتابعة	218	53.17	192	46.83	410	100	
الإجمالي							

قيمة كا²=10,065 درجة الحرية=2 معامل التوافق = 0,155 الدلالة = دالة عند 0,01

ويتضح من تحليل بيانات الجدول السابق ما يلي:

فئة "ضعيف المتابعة" لمنصة (Netflix) جاءت في المرتبة الأولى بنسبة مئوية (45,9%) من إجمالي تصنيف عينة الدراسة لأنفسهم في متابعة المنصة ، بينما جاء "متوسطي متابعة" في المرتبة الثانية (42,4%)، أما نسبة "كثيف المتابعة" (11,7%) في المرتبة الثالثة

ويتفسر هذه الأرقام والنسب في ضوء نتائج الجداول السابقة والتي أظهرت أن أغلب العينة تشاهد أكثر من حلقة في اليوم الواحد وتستخدم أكثر من وسيلة للمشاهدة وتفضل خاصية

التشغيل التلقائي للحلقات ، يمكن القول أن العينة تشاهد نت فليكس بنهم أو بكثافة عالية دون أن تشعر بذلك ، وهذا مشكلة في حد ذاته لانهم إذا لم يكونوا مدركين لوجود المشكلة فكيف لهم أن يقوموا بمعالجتها

وبحساب قيمة كا² وجدت أنها = 10,065 عند درجة حرية = 2، وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0,01، مما يشير إلى وجود علاقة دالة بين النوع (الذكور – الإناث) وبين تصنيف عينة الدراسة لمعدل مشاهدة منصة (Netflix) .

إجابة السؤال الثانى الأجهزة التى تستخدمها عينة الدراسة لمشاهدة محتويات منصة(Netflix)

جدول رقم (10)

الأجهزة المستخدمة لمشاهدة محتويات منصة(Netflix) عليها وفقاً للنوع

النوع الأجهزة	ذكور		إناث		الإجمالي		القيمة Z	الدالة
	ك	%	ك	%	ك	%		
أجهزة التلفزيون الذكية	149	36.34	97	23.65	246	60,0	1,801	دالة 0,01
الهواتف الذكية	92	22.44	116	28.29	208	50,7	1,840	دالة 0,01
الكمبيوتر الشخصي	60	14.64	57	13.90	117	28,5	0,219	غير دالة
أجهزة الكمبيوتر اللوحي	36	8.78	66	16.09	102	24,9	1,805	دالة 0,01
جملة من سنلوا	218	53.17	192	46.83	410	100		

ويتضح من تحليل بيانات الجدول السابق:

تعددت الأجهزة التي يستخدمها الشباب السعودي (عينة الدراسة) لمشاهدة محتويات منصة (Netflix) عليها وفقاً للنوع، والتي جاء في مقدمتها "أجهزة التلفزيون الذكية" وهي (الوسيلة الوحيدة التي تتيح المشاهدة التشاركية) بنسبة مئوية (60,0%)، وجاء في الترتيب الثاني "الهواتف الذكية" بنسبة (50,7%)، أما الترتيب الثالث فجاء جهاز "الكمبيوتر الشخصي" بنسبة مئوية بلغت (28,5%)، وفي الترتيب الرابع جاء " أجهزة الكمبيوتر اللوحي " بنسبة (24,9%)

ويتفسير هذه النتيجة في ضوء ما أشارت إليه كثير من الدراسات ومنها دراسة (محمد الشريف 2019، ص 130) من تراجع مشاهدة الشباب السعودي للتلفزيون لصالح يوتيوب، فإن هذه النتيجة تشير إلى العينة تتعامل مع منصة نت فليكس كأنها قناة فضائية تشاهدها من خلال التلفزيون أكثر من كونها منصة رقمية ، كما تشير زيادة التكرارات عن العدد الكلي للعينة إلى استخدام العينة لأكثر من جهاز لمشاهدة المنصة.

وتدعم هذه النتيجة الفرض الرئيس لنموذج قبول التكنولوجيا TAM في أن سهولة استخدام التكنولوجيا الرقمية لها تأثير علي استخدامها في المجالات المختلفة، فكلما كانت التكنولوجيا سهلة الاستخدام كان ذلك داعياً إلى جذب الأفراد نحو استخدامها. (Pinho, & Soares, 2011)

فمما لا شك فيه أن استخدام التلفزيون الذكي في المشاهدة أسهل من استخدام الأجهزة الأخرى من حيث ملاءمة الوظيفة (حيث أن مشاهدة الدراما على سبيل المثال من خلال

التلفزيون أكثر ملاءمة من مشاهدتها عبر الأجهزة الأخرى (ومن حيث (جودة المخرجات) حيث الشاشة أكبر والصوت أوضح وعدم المعاناة من نفاد البطارية) وقد أوضحت النتائج التفصيلية وجود فروق دالة إحصائية في استجابات الشباب السعودي حول أكثر الأجهزة التي يستخدمونها في متابعة محتويات (Netflix) على النحو التالي:

- جاء تفضيل الذكور أجهزة التلفزيون الذكية بنسبة أكبر من الإناث بلغت (68,3%-50,5%) والفارق دال ، بينما فضل الإناث المتابعة من خلال الهواتف الذكية وأجهزة الكمبيوتر اللوحي بنسبة أكبر من الذكور حيث جاءت بنسبة (60,4%-42,2%) و(34,4%-16,5%) على الترتيب.

إجابة السؤال الثالث أنماط مشاهدة الشباب الجامعي السعودي عينة الدراسة محتويات منصة (Netflix)

جدول رقم (11)
أنماط مشاهدة محتويات منصة (Netflix) وفقاً للنوع

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي		القيمة Z	الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%		
أنماط المشاهدة								
بمفردي	164	40	160	39	324	79,0	0,819	غير دالة
مع أحد أفراد الأسرة	119	29	101	24.63	220	53,7	0,200	غير دالة
مع الأصدقاء	66	16.09	75	18.29	141	34,4	0,88	غير دالة
مع الأقارب	22	5.36	29	7.07	51	12,4	0,506	غير دالة
مع أحد من زملاء العمل	9	2.19	3	.73	12	2,9	0,259	غير دالة
مع الجيران	5	1.22	7	1.71	12	2,9	0,137	غير دالة
جملة من سئلوا	218		192		410			

ويتضح من تحليل بيانات الجدول السابق:

في مقدمة أنماط مشاهدة الشباب السعودي لمنصة (Netflix) احتل نمط " بمفردي" المركز الأول بنسبة مئوية (79,0%)، يليه في الترتيب الثاني المشاهدة "مع أحد أفراد الأسرة" بنسبة (53,7%)، ونظراً لما تتيحه المشاهدة الفردية من حرية في مشاهدة مضمون لا يمكن مشاهدته بشكل جماعي ، كما أنه يشير إلى رغبة الفرد في الانعزال عن محيطه الاجتماعي ، وبالتالي فاحتلال المشاهدة الفردية المركز الأول وبفارق كبير عن المشاهدة الاسرية يشير إلى ان العينة عندما فضلت التلفزيون لمشاهدة نت فليكس لم يكن بغرض التشارك بقدر ما كان لعوامل أخرى ربما تكون تقنيه (مثل كبر حجم الشاشة وجودة الصوت). أكثر منها اجتماعية. وهو ما يدعم استنتاجنا في الجدول السابق من ان العينة تفضل مشاهدة التلفزيون لأنه الأسهل والأكثر فائدة وهو ما يدعم افتراضات قبول التكنولوجيا TAM

وتدعم هذه النتيجة نتائج جدول رقم (13) والذي أكد معاناة عدد كبير من عينة الدراسة من المشاهدة النهمه ، حيث اشارت دراسة Joseph D & others 2019 Straubhaar إلى أن المشاهدة بنهم نشاط فردي بشكل أساسي ، فإذا كانت عينة الدراسة

تعاني من المشاهدة النهمية فلا عجب تفضيلهم للمشاهدة الفردية ، ولا غرابة من توقع انعزال عينة الدراسة عن محيطهم الاجتماعي خاصة الأسري بسبب منصة نت فليكس ، كما اتضح عند وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين النوع وكل نوع من أنماط المشاهدة حيث جاءت قيم z غير دالة مع كل نمط من أنماط المشاهدة

إجابة السؤال الرابع أهم الأسباب التي تدفع الشباب الجامعي السعودي عينة الدراسة متابعة محتويات منصة (Netflix) الرقمية

جدول رقم (12)

أسباب متابعة محتويات منصة (Netflix)

الرأي	الوزن المئوي	النقاط	المتوسط الحسابي	غير موافق		محايد		موافق		الاستجابة الأسباب
				%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	11,2	1155	2,82	2,9	12	12,4	51	84,6	347	لا توجد إعلانات وفواصل
موافق	10,8	1113	2,71	6,3	26	15,9	65	77,8	319	المشاهدة بجودة عالية
موافق	10,6	1098	2,68	6,3	26	19,5	80	74,1	304	مشاهدة أعمال درامية غير متاحة
موافق	10,5	1085	2,65	5,9	24	23,7	97	70,5	289	التنوع الكبير
موافق	10,4	1076	2,62	6,6	27	24,4	100	69,0	283	الإبداع في الإخراج والتصوير
موافق	10,1	1049	2,56	10,5	43	23,2	95	66,3	272	تعدد اللغات
موافق	9,98	1033	2,52	12,2	50	23,7	97	64,1	263	إمكانية التحكم في المحتوى
موافق	9,56	989	2,41	11,5	47	35,9	147	52,7	216	تبت أفلام ومسلسلات وبرامج
محايد	8,49	879	2,14	26,3	108	32,9	135	40,7	167	الأفكار الجريئة
محايد	8,43	872	2,13	26,3	108	34,6	142	39,0	160	انعدام الرقابة

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي:

- جاء "لا توجد إعلانات وفواصل" من أهم الأسباب التي تدفع الشباب السعودي (عينة الدراسة) متابعة محتويات منصة (Netflix) الرقمية، والتي جاءت بوزن مئوي (11,2%)، يليها بالترتيب الثاني "أستطيع مشاهدة النسخة الرئيسية من الأفلام والمسلسلات من بلادها بجودة عالية" بوزن مئوي (10,8%)، كذلك بالترتيب الثالث أنها "تتيح لي المنصات الإلكترونية مشاهدة أعمال درامية لا أجدّها متاحة على موقع اليوتيوب" بوزن مئوي بلغ (10,6%)، وتتشابه هذه النتيجة مع ما توصلت له دراسة صلاح الدين، 2020 حيث تشابهت الأسباب وإن اختلف الترتيب فجاء "التنوع الكبير بين الأعمال الدرامية القديمة والحديثة في المركز الأول بنسبة 78%، وجاء عدم وجود إعلانات في المركز الرابع بنسبة مئوية 74%.

إجابة السؤال الخامس دوافع الشباب الجامعي السعودي عينة الدراسة من متابعة محتويات منصة (Netflix) الرقمية

جدول رقم (13)

دوافع الشباب السعودي (عينة الدراسة) متابعة محتويات منصة (Netflix) الرقمية

الرأي	الوزن المئوي	النقاط	المتوسط الحسابي	غير موافق		محايد		موافق		الاستجابة الدوافع
				%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	9,47	1082	2,65	5,9	24	24,4	100	69,8	286	شغلت وقت الفراغ
موافق	9,46	1081	2,64	5,9	24	24,6	101	69,5	285	التسلية والشعور بالسعادة
موافق	8,73	997	2,43	10,0	41	36,8	151	53,2	218	أشعر بالسعادة والمتعة
موافق	8,58	980	2,39	13,2	54	34,6	142	52,2	214	المتعة والتأثر بمضمون الأعمال
محايد	7,99	913	2,23	24,1	99	29,0	119	46,8	192	نسيان المشاكل
موافق	8,52	973	2,37	10,7	44	41,2	169	48,0	197	تحسين المزاج بعد المشاهدة
موافق	8,42	962	2,35	16,1	66	33,2	136	50,7	208	الاسترخاء والراحة
			2.4422	الطوقسية						
موافق	8,38	957	2,33	15,1	62	36,3	149	48,5	199	تحسنت لغتي الأجنبية
موافق	8,68	992	2,42	13,9	57	30,2	124	55,9	229	تعلمت عن الثقافات الأخرى
محايد	7,34	839	2,05	30,2	124	34,9	143	34,9	143	أنفرد من السلوكيات السيئة
محايد	7,03	803	1,96	36,8	151	30,5	125	32,7	134	طرح موضوعات للمناقشة
			2.166	النفعية						

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي :

صنف الباحثان دوافع مشاهدة نت فليكس وفقاً لتصنيف نظرية الاستخدامات والإشباع إلى **دوافع نفعية** (دوافع اكتساب المعرفة، والتعرف إلى المعلومات وكسب الخبرات في مجالات الحياة) و**دوافع طوقسية** (كسر الملل، والتهرب من واقع الحياة ومشكلاتها، ترفيهية)

تقدمت الدوافع الطوقسية على الدوافع النفعية لمشاهدة العينة لمنصة نت فليكس وجاء في مقدمة الدوافع الطوقسية عبارة " شغلت وقت الفراغ وتخلصت من الملل" بوزن مئوي (9,47%)، يليها بالترتيب الثاني "التسلية والشعور بالسعادة" بوزن مئوي (9,46%)، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (محمد الشريف، 2019، 133) التي طبقها على الشباب السعودي أيضاً وتوصلت إلى أن **الدوافع الطوقسية تسبق الدوافع النفعية** في مشاهدة الشباب السعودي لموقع يوتيوب، وجاءت التسلية وشغل الفراغ في المقدمة دوافع، مما يؤكد أن الشباب السعودي يفتقر إلى ممارسة الأنشطة الميدانية بما يدفعه إلى شغل أوقاته عبر منصات المواقع التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية لاسيما مع تداعيات جائحة كورونا.

وجاءت عبارة " تعلمت الكثير عن الثقافات الأخرى" في مقدمة الدوافع النفعية بوزن مئوي 8,68% ثم " عبارة " تحسنت لغتي الأجنبية " بنسبة 8,38%.

نستنتج مما سبق أن العينة تستخدم منصة نت فليكس للترفيه والتسلية أكثر من كونها وسيلة للانفتاح على الثقافات الأخرى أو تعلم لغات جديدة.

إجابة السؤال السادس أكثر البرامج والمشاهدات التي يتابعها الشباب الجامعي السعودي (عينة الدراسة) على منصة (Netflix) الرقمية

جدول رقم (14) البرامج والمشاهدات على منصة (Netflix)

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي :

أن "أفلام الجريمة والألغاز والغموض" جاءت في مقدمة البرامج والمشاهدات التي يتابعها عينة الدراسة بمنصة (Netflix) الرقمية بوزن مؤوي (12,2%)، وجاءت

الاستجابة البرامج	دائما		أحيانا		نادرا		أبدا		المتوسط الحسابي	النقاط	الوزن المؤوي	الرأي
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك				
أفلام الجريمة	55,1	226	30,5	125	7,8	32	6,6	27	3,34	1370	12,2	دائما
الكوميديا	51,0	209	26,6	109	13,9	57	8,5	36	3,20	1313	11,7	دائما
الاجتماعية	37,1	152	32,2	132	18,0	74	12,7	52	2,94	1204	10,7	دائما
التاريخي	30,0	123	28,3	116	21,2	87	20,5	84	2,68	1098	9,79	دائما
الوثائقية	32,0	131	24,9	102	21,5	88	21,7	89	2,67	1095	9,77	دائما
الخيال العلمي	30,7	126	27,8	114	19,0	78	22,4	92	2,66	1094	9,76	دائما
الرجع	27,8	114	26,1	107	20,2	83	25,9	106	2,56	1049	9,36	أحيانا
الرومانسية	20,0	82	31,2	128	27,6	113	21,2	87	2,50	1025	9,14	أحيانا
العنف	24,9	102	24,6	101	19,5	80	31,0	127	2,43	998	8,9	أحيانا
الفانتازيا	21,5	88	22,2	91	26,8	110	29,5	121	2,36	966	8,62	أحيانا

"الكوميديا" بالترتيب الثاني بوزن مؤوي (11,7%)، وبالترتيب الثالث جاءت "الدراما الاجتماعية" بوزن مؤوي بلغ (10,7%)، أما "المحتوى التاريخي" فجاء بالترتيب الرابع بوزن مؤوي (9,79%)، وتلاها بالترتيب الخامس "البرامج الوثائقية" بوزن مؤوي (9,77%).

وتختلف هذه النتيجة عما توصلت له دراسة (2020) حيث توصلت إلى أن المسلسلات الاجتماعية والرومانسية تأتي في المرتبة الأولى واحتلت المسلسلات الخيالية المركز الثالث

إجابة السؤال السابع ما اتجاهات عينة الدراسة نحو تأثير متابعة منصة (Netflix) (على الوعي الفكري لديهم)

حاول الباحثان الوقوف على اتجاهات العينة نحو تأثير متابعة نت فليكس على وعيهم الفكري من خلال رصد مدى موافقتهم على مجموعة من العبارات مصنفة لعبارات تقيس تأثيرها على وعيهم الديني وأخرى تقيس تأثيرها على وعيهم الاجتماعي وثالثة تقيس تأثيرها على وعيهم الثقافي وقد صيغت جميع العبارات بشكل إيجابي كي يسهل فهمها، (الجميل المثبتة أسهل فهمها من المنفية) ، وأيضا كي يتأكد الباحثان من تفكير العينة في كل عبارة قبل ابداء رأيهم ، لأن إبداء الرأي بالموافقة على عبارة أسهل من عدم موافقة ، وبالتالي فإن اختيار المبحوث عدم الموافقة معناه أنه فكر في العبارة وقرر عدم الموافقة عليها ، لا أنه اختار أول خيار أمامه بغض النظر عن محتواه ، ويمكن عرض النتائج كالتالي.

1- تأثيرات منصة (Netflix) على الوعي الديني

جدول رقم (15)

الاتجاهات نحو تأثير متابعة منصة (Netflix) على الوعي الديني لديهم

الاتجاه	الوزن المئوي	النقاط	المتوسط الحسابي	غير موافق		محايد		موافق		الاستجابة العبارات
				%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	18,7	953	2,32	17,8	73	32,0	131	50,2	206	تؤثر بالسلب على العقيدة
غير موافق	15,3	780	1,90	38,0	156	33,7	138	28,3	116	التوعية بالتحديات الفكرية
غير موافق	13,9	710	1,73	45,9	188	35,1	144	19,0	78	تنشر روح التعاطف والتراحم
غير موافق	13,8	703	1,71	49,3	202	30,0	123	20,7	85	تعزز الشعور بالانتماء الديني
غير موافق	13,3	679	1,66	51,2	210	32,0	131	16,8	69	ترسخ القيم الإسلامية
غير موافق	12,9	661	1,61	55,9	229	27,1	111	17,1	70	رفع مستوى الثقافة الإسلامية
غير موافق	12,2	622	1,52	61,5	252	25,4	104	13,2	54	ترفع المستوى الديني

من الواضح من نتائج هذا الجدول ارتفاع الوعي الفكري لدى عينة الدراسة، فالعبارات التي تشيد بدور منصة نتفليكس في زيادة الوعي الديني قوبلت بالرفض من العينة ولذلك جاء الوزن المئوي لمتوسط الموافقة ضعيفاً، كما في عبارة " ترفع المستوى الديني بعد مشاهدة برامجها " 12,2 ، وبلغ الوزن المئوي لعبارة " تساعد في رفع مستوى الثقافة الإسلامية " 12,9. في حين جاءت استجاباتهم بالموافقة على أنها (تؤثر بالسلب على العقيدة الإسلامية الصحيحة لدي) مرتفعاً نسبياً بوزن مئوي (18,7%)،

وتختلف هذه النتيجة عما توصلت له دراسة (Ashraf, 2021) والتي اهتمت بدور المعالجة الدرامية التي تقدمها المنصات الرقمية Netflix للقضايا والمواضيع الدينية في دولة الهند، وتأثير ذلك على اتجاهات الأمن الفكري للشباب الهندي، وتوصلت إلى التأثير الإيجابي الذي أحدثه ذلك المسلسل في اتجاهات الشباب في الهند نحو القيم والمعتقدات الدينية في الهند

2- تأثيرات منصة (Netflix) على الوعي الاجتماعي

جدول رقم (16)

الاتجاهات نحو تأثير متابعة منصة (Netflix) على الوعي الاجتماعي

الاتجاه	الوزن المئوي	النقاط	المتوسط الحسابي	غير موافق		محايد		موافق		الاستجابة العبارات
				%	ك	%	ك	%	ك	
محايد	14,9	861	2,10	25,6	105	38,8	159	35,6	146	تتيح مناقشة قضايا المجتمع
محايد	14,5	840	2,05	29,0	119	37,1	152	33,9	139	تعمل على توعيتي اجتماعياً
محايد	14,4	835	2,04	31,7	130	32,9	135	35,4	145	شجعتني على احترام الأنظمة
محايد	14,3	834	2,03	27,6	113	41,5	170	31,0	127	اشترك في القضايا الحياتية
محايد	14,2	827	2,02	31,5	129	35,4	145	33,2	136	مواجهة الأفكار المنحرفة
محايد	14,0	812	1,97	32,2	132	37,6	154	30,2	124	تتيح الفرصة للتعبير عن آرائي
غير موافق	13,4	773	1,89	36,8	151	37,8	155	25,4	104	عمقت ثقافة التسامح لدي

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي:

- أن اتجاهات عينة الدراسة نحو تأثير متابعة منصة (Netflix) () على الوعي الاجتماعي لديهم جاءت محايدة في أغلب العبارات ، وقد احتلت عبارة "تتيح مناقشة قضايا المجتمع الفكرية" المركز الأول بوزن مئوي (14,9)، يليها بالترتيب الثاني أنها (تعمل على توعيتي اجتماعياً) بوزن مئوي (14,5)، وبالترتيب الثالث جاءت عبارة (شجعتني على احترام الأنظمة والقوانين) بوزن مئوي بلغ (14,4) كما لم توافق عينة الدراسة على عبارة " عمقت ثقافة التسامح لدي" مما يشير إلى ضعف موافقة الشباب على التأثير الإيجابي لمتابعة منصة (Netflix) () على الوعي الاجتماعي لديهم وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (Dhanuka, & Abhilasha, 2019 والتي توصلت إلى أن المنصات الرقمية تؤدي إلى سلوكيات إجتماعية سلبية لدى الشباب والمراهقين .
- تأثيرات منصة (Netflix) على الوعي الثقافي

جدول رقم (17)

اتجاهات الشباب السعودي (عينة الدراسة) نحو تأثير متابعة (Netflix) على الوعي الثقافي

الاتجاه	الوزن المئوي	النقاط	المتوسط الحسابي	غير موافق		محايد		موافق		الاستجابة العبارات
				%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	14,0	988	2,41	12,2	50	34,6	142	53,2	218	تساعد في تعريفني بالثقافات
موافق	13,8	974	2,38	16,3	67	29,8	122	53,9	221	تساهم في التأثير بالتقاليد الغربية
موافق	13,5	951	2,31	17,8	73	32,4	133	49,8	204	تعمل على بث الأفكار الهدامة
موافق	13,4	947	2,30	17,3	71	34,4	141	48,3	198	التأثير في التوجهات الفكرية
محايد	12,0	848	2,07	28,3	116	36,6	150	35,1	144	ترفع مستوى الثقافة حول الوعي
محايد	11,5	813	1,98	31,0	127	39,8	163	29,3	120	تحقق التنمية الفكرية الشاملة
محايد	11,4	807	1,96	29,8	122	43,7	179	26,6	109	تشكيل الآراء نحو قضايا التطرف
غير موافق	10,3	728	1,78	42,2	173	38,0	156	19,8	81	تحصني من الانحرافات الفكرية

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي:

بالنسبة اتجاهات عينة الدراسة نحو تأثير متابعة منصة (Netflix) () على الوعي الثقافي لديهم، جاءت استجابتهم بالموافقة على أنها "تساعد في تعريفني بالثقافات الأخرى" بالترتيب الأول بوزن مئوي (14,0)، يليها بالترتيب الثاني أنها "تساهم في التأثير بالعادات والتقاليد الغربية" بوزن مئوي (13,8%)، كذلك بالترتيب الثالث أنها "تعمل على بث الأفكار الهدامة المتطرفة" بوزن مئوي بلغ (13,5%)، تلاها بالترتيب الرابع الموافقة على أنها "تستطيع التأثير في التوجهات الفكرية لدى الآخرين" بوزن مئوي (13,4%). وتتفق هذه النتيجة عما توصلت له دراسة (Darwish 2020) والتي اهتمت بدراسة تأثير مسلسل Jinn الذي تم انتاجه في الأردن والمعرض بمنصة نت فليكس، على الأفكار المتعلقة بالأمن الفكري المتكون لديهم وتوصلت إلى انتقاد 65% من عينة الدراسة لذلك العمل الذي يتناقض مع الثقافة السائدة الموجودة في الوطن العربي .

تأسيساً على ما سبق يمكن القول أن عينة الدراسة تدرك جيداً التأثيرات السلبية لمشاهدة منصة نت فليكس على الوعي الفكري (الديني والاجتماعي والثقافي) حيث قوبلت جميع

العبارات التي تشير إلى دور نت فليكس الإيجابي في المحاور الثلاث (الديني والاجتماعي والثقافي) أو الحياد على أحسن تقدير ، أما العبارات التي أشارت إلى تأثيرها السلبي على الوعي الفكري (الديني والاجتماعي والثقافي) فقد قوبلت بالموافقة ، مما يؤكد ارتفاع الوعي الفكري لدى عينة الدراسة .

إجابة السؤال الثامن التحديات التي تواجه مستخدمى منصة (Netflix) من وجهة نظر الشباب الجامعى السعودى؟

جدول رقم (18)
التحديات التي تواجه مستخدمى منصة (Netflix)

الاستجابة	موافق		لا اعلم		غير موافق		المتوسط الحسابي	النقاط	الوزن المنوي	الاستجابة
	ك	%	ك	%	ك	%				
يؤثر على فكر الشباب	272	66,3	116	28,3	22	5,4	2,38	1070	25,7	موافق
التباين مع ثقافة المجتمع	264	64,4	119	29,0	27	6,6	2,35	1057	25,4	موافق
غياب التوازن الموضوعي	257	62,7	123	30,0	30	7,3	2,33	1047	25,2	موافق
عدم الاهتمام بالوعي الفكري	209	51,0	160	39,0	41	10,0	2,12	988	23,7	موافق

أفادت عينة الدراسة أن " التوجيه الإعلامي الخارجي الذي يؤثر على فكر الشباب " يعتبر من أهم التحديات التي تواجه مستخدمة منصة (Netflix) بوزن مئوي (25,7%)، يليها بالترتيب الثاني " التباين الشديد بين ثقافة المجتمع وبين الثقافة التي تروجها ثقافة وسائل الإعلام " وذلك بوزن مئوي (25,4%) ، بالترتيب الثالث جاء " غياب التوازن الموضوعي والقيمي في الرسالة الإعلامية " بوزن مئوي بلغ (25,2%)، أما بالترتيب الرابع فجاء " عدم الاهتمام بالموضوعات التي تهدف إلى تحقيق الوعي الفكري " بوزن مئوي (23,7%) .

ثانياً: نتائج التحقق من صحة الفروض

الفرض الأول: يوجد فرق دال إحصائياً بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث في اتجاهاتهم نحو تأثير استخدام الشباب السعودي لمنصة نتفليكس على الوعي الفكري لديهم.

جدول (19)

تأثير استخدام الشباب السعودي لمنصة نتفليكس على الوعي الفكري وفقاً للنوع

المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
ذكور	218	1,07	0,254	2,554	408	دالة 0,01
إناث	192	1,15	0,354			

تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث في اتجاهاتهم نحو تأثير منصة نتفليكس على الوعي الفكري لديهم لصالح عينة الإناث، حيث بلغت قيمة "ت" (2,554) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0,01، وبالتالي فقد يثبت صحة هذا الفرض

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات الشباب الجامعي السعودي على مقياس اتجاهاتهم نحو تأثير استخدام منصة نتفيلكس على الوعي الفكري لديهم وفقاً لاختلاف التخصص الدراسي (نظري- عملي)

جدول (20)

تأثير استخدام الشباب السعودي لمنصة نتفيلكس على الوعي الفكري وفقاً للتخصص

المجموعات	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
نظري	209	1,14	0,351	2,621	408	دالة 0,01
عملي	201	1,06	0,247			

تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أصحاب التخصصات النظرية ومتوسطات درجات التخصصات العملية في اتجاهاتهم نحو تأثير منصة نتفيلكس على الوعي الفكري لديهم لصالح أصحاب التخصصات النظرية، حيث بلغت قيمة "ت" (2,621) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0,01 ، وبالتالي فقد ثبت صحة هذا الفرض

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات الشباب الجامعي السعودي على مقياس اتجاهاتهم نحو تأثير استخدام منصة نتفيلكس على الوعي الفكري لديهم وفقاً لاختلاف العمر

جدول رقم (21)

تأثير استخدام منصة نتفيلكس على الوعي الفكري وفقاً لاختلاف العمر

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	0,691	3	0,230	2,472	دالة 0,05
داخل المجموعات	37,800	406	0,093		
المجموع	38,490	409	-		

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الشباب الجامعي السعودي الذين يمثلون الأعمار المختلفة (18 إلى 24 سنة - 25 إلى 34 سنة - 35 أقل من 44 - 45 فأكثر) في اتجاهاتهم نحو تأثير استخدامهم لمنصة نتفيلكس على الوعي الفكري لديهم، حيث بلغت قيمة ف (2,472) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0,05، وهو ما يثبت صحة الفرض .

جدول (22)

تأثير استخدام منصة نتفيلكس على الوعي الفكري تبعاً لاختلاف المرحلة العمرية

المجموعات	18 إلى 24 سنة	25 إلى 34 سنة	35 أقل من 44	45 فأكثر
18 إلى 24 سنة	-	0,035	*0,100	0,054
25 إلى 34 سنة	0,035	-	*0,134	0,088
35 أقل من 44	*0,100	*0,134	-	0,046
45 فأكثر	0,054	0,088	0,046	-

يتبين من الجدول السابق اختلاف المتوسطات الحسابية للمجموعات الذين يمثلون متوسطات درجات الشباب الجامعي السعودي من الأعمار المختلفة ، ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات الشباب الجامعي السعودي أجرى

الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي. حيث اتضح أن هناك اختلافاً بين متوسطات درجات الشباب من (35 أقل من 44) سنة وبين متوسطات درجات الشباب من عمر (18 إلى 24 سنة) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته (0,100*) لصالح الشباب من عمر (18 إلى 24 سنة) فهم الأكثر تأثراً، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى (0,05). وجاء أيضاً وجود اختلاف بين متوسطات درجات الشباب من (35 أقل من 44) سنة وبين متوسطات درجات الشباب من عمر (25 إلى 34 سنة) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته (0,134*) لصالح الشباب من عمر (25 إلى 34 سنة) فهم الأكثر تأثراً، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى (0,05).

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين دوافع استخدام الشباب الجامعي السعودي لمنصة نتفليكس الرقمية وتأثيرها على الوعي الفكري.

جدول (23)

العلاقة بين دوافع استخدام الشباب الجامعي السعودي لمنصة نتفليكس وتأثيرها على الوعي الفكري

الدالة	اتجاه العلاقة	دوافع الاستخدام عن الشباب السعودي		تأثير منصة نتفليكس على الوعي الفكري
		R معامل الارتباط	العدد	
دالة 0,01	موجبة	0,250	410	

تشير نتائج اختبار "سبيرمان" في الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام الشباب الجامعي السعودي عينة الدراسة لمنصة نتفليكس الرقمية وتأثير ذلك الاستخدام على الوعي الفكري (الديني- الاجتماعي- الثقافي) لديهم، حيث بلغت قيمة "R" (0,250) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستويات الدلالة 0,01 وبذلك ثبت صحة هذا الفرض.

النتائج النهائية للدراسة :

- 1- بالنسبة لمدة اشتراك عينة الدراسة بمنصة (Netflix) اتضح أن (42,4 %) من عينة الدراسة اشتركت من " من 1 - 3 سنوات " يليهم الذين اشتركوا من " أقل من سنة " بنسبة (29 %) ثم الذين اشتركوا (3- 5 سنوات 17,3%) وأخيراً من اشترك منذ (5 سنوات فأكثر 11,2%) . كما اتضح وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين النوع ومدة الاشتراك في نت فليكس
- 2- فيما يخص أيام المشاهدة : جاء من يشاهدون منصة (Netflix) " من يوم إلى يومين " أسبوعياً في الترتيب الأول بنسبة (36,3%) ، و من يشاهدونها " أكثر من خمس أيام " أسبوعياً في الترتيب الثاني بنسبة (29,3%) ، وفي الترتيب الثالث من يشاهدونها " ثلاث أيام إلى أربعة أيام " أسبوعياً بنسبة (20,0%) ، وأخيراً من يشاهدون منصة (Netflix) يومياً بنسبة (14,4%) ، كما اتضح عدم وجود علاقة بين التخصص (نظري – علمي) وبين عدد أيام مشاهدة الشباب الجامعي (عينة الدراسة) لمنصة (Netflix) أسبوعياً .

- 3- فيما يتعلق بعدد الحلقات جاء في الترتيب الأول من يتابعون " من حلقتين إلى ثلاث حلقات" من محتويات منصة (Netflix) خلال اليوم الواحد المركز الأول بنسبة (41,7%) ، بينما بلغت نسبة من يتابعون " حلقة واحدة في كل جلسة" (31,2%) من إجمالي عينة الدراسة، وظهرت نسبة " من ثلاث إلى خمس حلقات" في المركز الثالث (19,5%) كما اتضح وجود علاقة ارتباط دالة احصائياً بين النوع (الذكور – الإناث) وبين عدد الحلقات التي تشاهدها عينة الدراسة على منصة (Netflix) في اليوم الواحد.
- 4- بالنسبة للشباب السعودي (عينة الدراسة) الذين يشاهدون منصة (Netflix) بشكل يومي وأكثر من مرة في اليوم الواحد كانت نسبتهم (30,5%) بينما غالبية العينة (69,5) لا يشاهدون منصة (Netflix) أكثر من مرة في اليوم الواحد ، كما اتضح وجود علاقة طردية بين عدد أيام المشاهدة وعدد مرات المشاهدة في اليوم الواحد .
- 5- بلغت نسبة الذين يفعلون خاصية التشغيل التلقائي للحلقة التالية في حسابهم بمنصة (Netflix) حرصاً منهم على متابعة المشاهدة (52,5%) كما اتضح وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين النوع (الذكور – الإناث) وبين حرص عينة الدراسة على تفعيل خاصية تشغيل الحلقات التالية بحسابهم بمنصة (Netflix) .
- 6- " فترة السهرة" الوقت المفضل لدى عينة الدراسة لمشاهدة محتويات منصة (Netflix) بوزن مؤوي (25,8%)، وأن 43% تقريباً من منهم يشاهدون (Netflix) بنهم في فترة السهرة " دائماً" ، مما ينعكس سلباً بالتأكيد على دراستهم يليه بالترتيب في المركز الثاني جاء في بعض الأحيان " فترة المساء" وذلك بوزن مؤوي (22,8%)، وأن 27% تقريباً منهم يشاهدون (Netflix) بنهم "دائماً" في فترة المساء ، مما يعطي مؤشراً على تأثير التحصيل الدراسي لأكثر من ربع العينة بمشاهدة (Netflix)
- 7- عند تصنيف عينة الدراسة أنفسهم في متابعة منصة (Netflix) احتلت فئة "ضعيف المتابعة" لمنصة (Netflix) في المرتبة الأولى بنسبة مئوية (45,9%) من إجمالي تصنيف عينة الدراسة لأنفسهم في متابعة منصة لمنصة (Netflix) ، بينما جاء "متوسطي متابعة" في المرتبة الثانية (42,4%)، أما نسبة "كثيف المتابعة" (11,7%) في المرتبة الثالثة كما اتضح وجود علاقة دالة بين النوع (الذكور – الإناث) وبين تصنيف عينة الدراسة لمعدل مشاهدة منصة (Netflix) .
- 8- فيما يتعلق بأنماط مشاهدة عينة الدراسة محتويات منصة (Netflix) احتل نمط " بمفردي" المركز الأول بنسبة مئوية (79,0%)، يليه في الترتيب الثاني المشاهدة "مع أحد أفراد الأسرة" بنسبة (53,7%)، ثم الأصدقاء بنسبة (34,4) كما اتضح عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين النوع وكل نوع من أنماط المشاهدة
- 9- بالنسبة للأسباب التي تدفع عينة الدراسة متابعة محتويات منصة (Netflix) الرقمية اتضح ان عدم وجود إعلانات وفواصل" من أهم الأسباب بوزن مؤوي (11,2%)، يليها بالترتيب الثاني " أستطيع مشاهدة النسخة الرئيسية من الأفلام والمسلسلات من

بلادها بجودة عالية" بوزن مئوي (10,8%)، ثم في المركز الثالث عبارة "تتيح لي المنصات الإلكترونية مشاهدة أعمال درامية لا أجدّها متاحة على موقع اليوتيوب" بوزن مئوي بلغ (10,6%)

10- فيما يتعلّق بدوافع عينة الدراسة لمشاهدة منصة (Netflix) وفقاً لتصنيف نظرية الاستخدامات والإشباعات جاءت في المقدمة الدوافع الطقوسية واحتلت عبارة " شغلت وقت الفراغ وتخلصت من الملل المركز الأول بوزن مئوي (9,47%)، يليها عبارة "التسلية والشعور بالسعادة " بوزن مئوي (9,46%)، وجاءت عبارة " تعلمت الكثير عن الثقافات الأخرى " في مقدمة الدوافع النفعية بوزن مئوي 8,68% ثم " عبارة "تحسنت لغتي الأجنبية " بنسبة 8,38%.

11- أما أكثر البرامج والمشاهدات التي يتابعها الشباب الجامعي السعودي عينة الدراسة على منصة (Netflix) الرقمية فكانت "أفلام الجريمة والألغاز والغموض" في مقدمة البرامج والمشاهدات التي يتابعها عينة الدراسة بمنصة (Netflix) الرقمية بوزن مئوي (12,2%)، وجاءت "الكوميديا" بالترتيب الثاني بوزن مئوي (11,7%)، وبالترتيب الثالث جاءت "الدراما الاجتماعية" بوزن مئوي بلغ (10,7%)، أما "المحتوى التاريخي" فجاء بالترتيب الرابع بوزن مئوي (9,79%)، وتلاها بالترتيب الخامس "البرامج الوثائقية" بوزن مئوي (9,77%).

12- بالنسبة لاتجاهات عينة الدراسة نحو تأثير متابعة منصة ((Netflix)) على الوعي الديني احتلت عبارة " تؤثر بالسلب على العقيدة الإسلامية الصحيحة لدي " المركز الأول بوزن نسبي 18,7% ، كما انخفضت نسبة الموافقة على العبارات التي تشيد بدور المنصة الإيجابي في رفع الوعي الديني حيث جاء الوزن النسبي لعبارة ترفع المستوى الديني بعد مشاهدة برامجها 12.2 (وبلغ الوزن المئوي لعبارة " تساعد في رفع مستوى الثقافة الإسلامية " 12,9

13- فيما يتعلّق باتجاهات عينة الدراسة نحو تأثير متابعة منصة ((Netflix)) على الوعي الاجتماعي احتلت عبارة "تتيح مناقشة قضايا المجتمع الفكرية" المركز الأول بوزن مئوي (14,9)، يليها عبارة (تعمل على توعيتي اجتماعياً) بوزن مئوي (14,5)، ثم عبارة (شجعتني على احترام الأنظمة والقوانين) بوزن مئوي بلغ (14,4) كما لم توافق عينة الدراسة على عبارة " عمقت ثقافة التسامح لدي " مما يشير إلى ضعف موافقة الشباب على التأثير الإيجابي لمتابعة منصة (Netflix) على الوعي الاجتماعي

14- فيما يتعلّق باتجاهات عينة الدراسة نحو تأثير متابعة منصة (Netflix) على الوعي الثقافي ، جاءت عبارة " تساعد في تعريفني بالثقافات الأخرى" بالترتيب الأول بوزن مئوي (14,0)، ثم عبارة " تساهم في التأثير بالعادات والتقاليد الغربية" بوزن مئوي (13,8%)، ثم عبارة "تعمل على بث الأفكار الهدامة المتطرفة" بوزن مئوي بلغ (13,5%)، تلاها بالترتيب الرابع الموافقة على أنها " تستطيع التأثير في التوجهات الفكرية لدى الآخرين" بوزن مئوي (13,4%).

15- من النتائج الهامة التي توصلت إليها الدراسة أن عينة الدراسة تدرك جيداً التأثيرات السلبية

لمشاهدة منصة نت فليكس على الوعي الفكري (الديني والاجتماعي والثقافي) فجميع العبارات التي تشير إلى دور نت فليكس الإيجابي في المحاور الثلاث (الديني والاجتماعي والثقافي) أو الحياد على أحسن تقدير، أما العبارات التي أشارت إلى تأثيرها السلبي على الوعي الفكري (الديني والاجتماعي والثقافي) فقد قوبلت بالموافقة، مما يؤكد ارتفاع الوعي الفكري لدى عينة الدراسة

16- بالنسبة للتحديات التي تواجه مستخدمي منصة (Netflix) اتضح أن "التوجيه الإعلامي الخارجي الذي يؤثر على فكر الشباب" يعتبر من أهم التحديات التي تواجه مستخدمة منصة (Netflix) بوزن مؤوي (25,7%)، يليها بالترتيب الثاني "التباين الشديد بين ثقافة المجتمع وبين الثقافة التي تروجها ثقافة وسائل الإعلام" وذلك بوزن مؤوي (25,4%)، بالترتيب الثالث "غياب التوازن الموضوعي والقيمي في الرسالة الإعلامية" بوزن مؤوي بلغ (25,2%)

17- ثبت صحة الفرض الأول واتضح وجود فرق دال إحصائياً بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث في اتجاهاتهم نحو تأثير استخدام الشباب السعودي لمنصة نتفليكس على الوعي الفكري لديهم حيث بلغت قيمة "ت" (2,554) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0,01،

18- ثبت عدم صحة الفرض الثاني حيث اتضح عدم وجود فروق بين متوسطات الشباب الجامعي السعودي على مقياس اتجاهاتهم نحو تأثير استخدام منصة نتفليكس على الوعي الفكري لديهم وفقاً لاختلاف المؤهل (دبلوم- بكالوريوس- دراسات عليا) حيث بلغت قيمة ف (0,280) وهذه القيمة غير دالة عند أي مستوى دلالة.

19- ثبت صحة الفرض الثالث بأنه يوجد فرق دال إحصائياً بين متوسطات درجات الشباب الجامعي السعودي على مقياس اتجاهاتهم نحو تأثير استخدام منصة نتفليكس على الوعي الفكري لديهم وفقاً لاختلاف التخصص الدراسي (نظري- عملي) حيث بلغت قيمة "ت" (2,621) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0,01،

20- اتضح صحة الفرض الرابع حيث تبين وجود فروق ذات دالة إحصائية بين متوسطات الشباب الجامعي السعودي على مقياس اتجاهاتهم نحو تأثير استخدام منصة نتفليكس على الوعي الفكري لديهم وفقاً لاختلاف العمر في اتجاهاتهم نحو تأثير استخدامهم لمنصة نتفليكس على الوعي الفكري لديهم، حيث بلغت قيمة ف (2,472) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة 0,05

21- ثبت صحة الفرض الخامس بوجود علاقة ارتباط دالة إحصائية بين دوافع استخدام الشباب الجامعي السعودي عينة الدراسة لمنصة نتفليكس الرقمية وتأثير ذلك الاستخدام على الوعي الفكري (الديني- الاجتماعي- الثقافي) لديهم، حيث بلغت قيمة "R" (0,250) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستويات الدلالة 0,01.

رابعاً: توصيات ومقترحات

- ضرورة تضمين المناهج الدراسية بجميع المراحل الدراسية موضوعات لتثقيف

- الشباب حول استخدام المنصات الرقمية وتوعيتهم بمخاطرها .
- نشر الثقافة الإسلامية الوسطية وتدعيم النزعة الدينية ، والتمسك بثوابت الشرعية وقيم ومبادئ المجتمع من خلال وسائل الإعلام التقليدية والجديدة بما يوفر الوعي الفكري للأفراد في المجتمع حول مخاطر الاستخدام غير الواعي لوسائل الإعلام الجديد والمنصات الرقمية
- إجراء المزيد من الأبحاث حول مخاطر المنصات الرقمية ونشر نتائجها على نطاق واسع وإنشاء منظومة إعلامية متفاعلة لرفع الوعي الفكري لدى كل فئات المجتمع .
- إجراء المزيد من الدراسات للوقوف على الحجم الحقيقي لتأثير المنصات الرقمية على الأطفال والمراهقين على وعيهم الأمني والاجتماعي والفكري.
- تعزيز التعاون الاقليمي في مجال تبادل المعلومات حول مظاهر الانحراف الفكري وأشكاله وطرق التصدي له من خلال تنمية الوعي الفكري لدى الشباب.

المراجع

- 1- أحمد، عبد الفتاح إسماعيل عبدالله. (2020). الشعور ودوره في تعزيز الوعي الفكري: جائحة كورونا أنموذجاً "دراسة موضوعية"، *مجلة أورو ك للعلوم الإنسانية*، جامعة المثني، العدد الرابع، المجلد 13، ص 1530-1554.
- 2- الهاشمي، لقوي وابن زاهي، منصور. (2016). بيانات الصدق والثبات لمقياس المهارات الاجتماعية المصور لطفل التربية التحضيرية. *مجلة العلوم النفسية و التربوية*. 2(2).
- 3- أمين، رضا (2015): *الإعلام الجديد*، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع.
- 4- بسبوني، مروة جمعة عبد الغني (2021): المواطنة الرقمية وعلاقتها بالوعي الفكري لدى طلاب كلية الخدمة الاجتماعية جامعة الفيوم: دراسة من منظور طريقة تنظيم المجتمع، *مجلة كلية الخدمة الاجتماعية للدراسات والبحوث الاجتماعية*، جامعة الفيوم، العدد 22، ص 760-790.
- 5- البناء، دعاء أحمد (2021): مستويات تبني الشباب المصري للمنصات الرقمية الإعلامية لتداول المحتوى الترفيهي وأثرها "Nitflix-Shahid- Watch it"، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، الجزء 2، العدد 20، إبريل، ص 479-559.
- 6- الجرجي، عبد الواحد بن عبد العزيز (2010): فاعلية المرشد الطلابي في تعزيز الأمن الفكري لدى طلاب المرحلة الثانوية، رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض.
- 7- الخرجي، عبد الملك بن عبد العزيز (2018): فاعلية الإشراف التربوي في تعزيز الأمن الفكري لدى معلمي المرحلة الثانوية بمحافظة الخرج، *مجلة الخدمة الاجتماعية*، الجمعية المصرية للأخصائيين الاجتماعيين، المجلد 4، العدد 60، يونيو.
- 8- الدعيمي، غالب كاظم جواد (2017): *الإعلام الجديد "اعتمادية متصاعدة- ووسائل متجددة"*، عمان: دار أمجد للنشر والتوزيع.
- 9- راضي، وسام فاضل والتميمي، مهند حميد (2017): *الإعلام الجديد تحولات اتصالية ورؤى معاصرة*، الإمارات: دار الكتاب الجامعي، ص 81-82.
- 10- السواح، داليا (2021): تفضيلات الجمهور لاستراتيجيات التسويق الرقمي في ضوء نموذج قبول التكنولوجيا TAM "دراسة ميدانية"، *مجلة البحوث والدراسات الإعلامية*، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد 17، ص 1-74.
- 11- السيد، ياسمين محمد إبراهيم وموسى، منة الله كمال (2021): تأثير المشاهدة النهمية لمحتوى منصة نتفليكس على البناء القيمي للمجتمع المصري "دراسة تطبيقية في ضوء نظرية الحتمية القيمية"، *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط*، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، عدد 31، مارس، ص 391-434.
- 12- صلاح الدين، رهام (2020): "أنماط مشاهدة الشباب المصري للمحتوى الدرامي المعروض على المنصات الإلكترونية المتخصصة"، *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، عدد 20، ديسمبر، ص 409-468.
- 13- عبد الباري، وائل إسماعيل (2012): مناهج وأدوات بحوث الإعلام الجديد دراسة تحليلية، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد 41، يوليو-سبتمبر، ص 87-119.
- 14- عبد النعيم، يماني محمد عاطف (2021)، "استراتيجيات التسويق بالمحتوى لمنصات المشاهدة الرقمية العربية عبر مواقع التواصل الاجتماعي (منصة watch it نموذجاً)"، *مجلة البحوث الإعلامية*، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، المجلد 56، العدد 2، ص 755-804.

- 15- عثمان، داليا (2020): تأثير مشاهدة المسلسلات المقدمة علي منصة نتفليكس علي النسق القيمي للمراهقين، **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال**، العدد 31، أكتوبر/ ديسمبر، ص168-199.
- 16- علي، أسماء فتحي السيد (2018): دور المدرسة في تعزيز الأمن الفكري لدى طلابها "دراسة ميدانية بمحافظة المنوفية"، **المجلة التربوية**، جامعة سوهاج، العدد 54، أكتوبر.
- 17- علي، مرام بنت نايف (2019): دور الإذاعة المدرسية في تعزيز الأمن الفكري لطلقات المرحلة المتوسطة بمحافظة الخرج من وجهة نظر المعلمات، **مجلة كلية التربية**، جامعة أسيوط، مجلد35، العدد3، مارس.
- 18- العنزي، مرام بنت نايف بن علي (2019): دور الإذاعة المدرسية في تعزيز الأمن الفكري لطلقات المرحلة المتوسطة بمحافظة الخرج من وجهة نظر المعلمات، **مجلة كلية التربية**، جامعة أسيوط، مج35، غ3، مارس، ص483-535.
- 19- عوض، أمل جابر (2017): نحو تصور مقترح لدى أخصائي الجماعة لتعزيز الأمن الفكري لدى الشباب الجامعي: دراسة مطبقة على الطلاب بالمعهد العالي للخدمة الاجتماعية بأسوان، **مجلة الخدمة الاجتماعية، الجمعية المصرية للأخصائيين الاجتماعيين**، مجلد9، العدد57، يناير.
- 20- القحطاني، منال بنت مشيب عيادي، وعوض، نعمة إبراهيم (2020): آليات صناع القيادات الطلابية لترسيخ مفاهيم الوعي الفكري لدى طقات جامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن من منظور الخدمة الاجتماعية، **المجلة العلمية للخدمة الاجتماعية**، كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة أسيوط، 1(12)، ص1-27.
- 21- محمود، منى رمضان حسن (2020): دور برامج الواقع الاجتماعي في تعزيز القيم الإنسانية لدى الشباب المصري: دراسة تطبيقية مقارنة بين الفضائيات والمنصات الرقمية، **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة المنصورة، كلية الآداب.
- 22- مكاي، حسن، السيد، ليلي (1998)، الاتصال ونظرياته المعاصرة (الطبعة الأولى)، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، صفحة 241. بتصرف
- 23- النشار، غادة أحمد (2018): تأثير التعرض للدراما عبر المنصات الرقمية على أنماط علاقة الشباب بالدراما التلفزيونية، **المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد13، مارس، ص439-471.
- 24- Adams, S.K.; Williford, D.N.; Vaccaro, A.; Kisler, T.S.; Francis, A.; Newman, B. (2017). The young and the restless: Socializing trumps sleep, fear of missing out, and technological distractions in first-year college students. **Int. J. Adolesc. Youth.** 22, 337–348.
- 25- Aguiar, L. and Waldfogel, J. (2017). Netflix: global hegemon or facilitator of frictionless digital trade?. **Journal of Cultural Economics**, 42(3), 419-445.
- 26- Alardawi, M. (2020). The Impact of Exposure to the Game of Thrones on Saudi Male Identity. **Asian Social Science**; Vol. 16, No. 11; P 1-10.
- 27- Algarni, M. A. (2020). The Use Of Social Media In Informal Scientific Content In Scientific Culture And Knowledge Among Adolescents, **PhD Thesis**, University Of North Texas: USA.
- 28- Al-Tae, M. A. (2018). Opportunities and Challenges of Social Media Content in Facilitating Scientific Culture of Adolescents, **PhD thesis**, University of Birmingham.

- 29- Anderson, C. & Lotspiech, J.B. (2012). Rights Management and Intellectual Security in the Social Media, *Bull. Am. Soc. Inf. Science* 22(1), 21-23.
- 30- Baker, Z.G.; Krieger, H.; LeRoy, A.S.(2016). Fear of missing out: Relationships with depression, mindfulness, and physical symptoms. *Transl. Issues Psychol. Sci*, 2.
- 31- Blackstone, G. (2016). "The Worst of Times": The Prevalence and Power Of Fear In Television News. **M. A Thesis**, University Of Florida, P.5.
- 32- Bridge, J.A., Greenhouse, J.B., Ruch, D., Stevens, J., Ackerman, J., Sheftall, A., et al. (2019): Association between the release of Netflix's 13 Reasons Why and suicide rates in the United States: an interrupted time series analysis. **J Am Acad Child Adolesc Psychiatry** 59, 236–243.
- 33- Brusse E., Fransen M. L., & Smit E. G. (2017). Framing in Entertainment-Education: Effects on Processes of Narrative Persuasion. **Health communication**, 32(12), 1501–1509.
- 34- Camilleri, M. (2021). Understanding motivations to use online streaming services: integrating the technology acceptance model (TAM) and the uses and gratifications theory (UGT), **Spanish Journal of Marketing**, Vol. 25 No.2.
- 35- Carter, M.C., Cingel, D.P., Lauricella, A.R., Wartella, E. (2020): 13 Reasons Why, perceived norms, and reports of mental health-related behavior change among adolescent and young adult viewers in four global regions. *Commun Res*.
- 36- Chen, Suke (2014). "College Male Students' Cultural Value Identity through the New Media". **China Media Research**; 5 (4).
- 37- Conlin L, Billings AC, and Averset L (2016) Time-shifting vs. appointment viewing: The role of fear of missing out within TV consumption behaviours. **Communication and Society** 29(4): 151–164.
- 38- Dhanuka, A., & Abhilasha, B., (2019). "Binge-Watching: Web series addiction amongst teens", **the managementquest**, 2(1).
- 39- Dryhurst, S.; Schneider, C.R.; Kerr, J.; Freeman, A.L.; Recchia, G.; Van Der Bles, A.M.; Spiegelhalter, D.(2020); van der Linden, S. Risk perceptions of COVID-19 around the world. *J. Risk Res*, 23, 994–1006.
- 40- Esack, A. (2017). Content Is President: The Influence of Netflix on Taste, Politics and The Future of Television. **M. A Thesis**, Georgia State University.
- 41- Fernandes,A.(2020).binge-watching behaviour among college students: a uses and gratifications perspective, *International Journal of Communication studies*, 14(4).
- 42- Flayelle M, Canale N, Vo"gelec C, et al. (2019) Assessing binge-watching behaviors: Development and validation of the "Watching TV Series Motives" and "Binge-Watching Engagement and Symptoms" questionnaires. **Computers in Human Behaviour** 90: 26–36.

- 43- Frampton, J. R., & Linvill, D. L. (2017). Green on the screen: Types of jealousy and communicative responses to jealousy in romantic comedies. **Southern Communication Journal**, 82(5), 1-14.
- 44- Ghetany, S. S. (2017). The Challenges of New Media in Media Literacy Proliferation Among University Students, **MA Thesis**, The American University in Cairo.
- 45- Gillespie, T(2014). "The Relevance of Algorithms." Media Technologies: Essays on Communication, **Materiality, and Society**. Ed. Pablo J. boczkowski, kirsten A. Foot and Tarleton Gillespie. Cambridge (MA): MIT, 167-98.
- 46- Groshek, J., Krongard, S., & Zhang, Y., (2018) "Netflix and Ill? Emotional and Health implications of binge watching streaming TV", SMSociety, Copenhagen, Denmark, 296300.
- 47- Hadi Khalil Ismael, Saad F. Abbas(December 2019), Adapting Technology Acceptance Model to Predict Attitudes Toward Using E-Management Exploratory study of the views of the heads of the scientific departments at the University of Duhok, **Academic Journal of Nawroz University**, Vol.8,issue.4.
- 48- Hadi, F. (2020). Representation of Social Criticism in the Documentary Film Netflix: Miss Americana. **International Journal of Education, Information Technology And Others (IJEIT)**, Vol. 3, No.3. 1-7.
- 49- Hallinan, B, and Ted S(2016). "Recommended For You: The Netflix Prize And The Production Of Algorithmic Culture." **New Media & Society**, 18-1.
- 50- Heiselberg L (2018) Expanding the toolbox: Researching reception of TV programs with a combination of EDA measurements and self-reports in applied audience research. Participations: **Journal of Audience and Reception Studies** 15(2): 18–36.
- 51- Horeck T, Jenner M, and Kendall T (2018) On binge-watching: Nine critical propositions. **Critical Studies in Television** 13(4): 499–504.
- 52- - Joseph D Straubhaar, Deborah Castro, Luiz Guilherme Duarte, Jeremiah Spence, (2019) Class, pay TV access and Netflix in Latin America Transformation within a digital divide, critical studies in televisin,vol14(2),233-254.
- 53- Kayode, J., & Jimoh, J. (2018). New Media Technologies And Ethical Challenges In Nigeria, **Mass Communicator**; 4 (1).
- 54- La Ferrara E. (2016). Mass media and social change: Can we use television to fight poverty? **Journal of the European Economic Association**, 14(4), 791–827.
- 55- Literat, I. (2017). **Measuring new media literacies: Towards the development of a comprehensive assessment tool** (Unpublished doctoral dissertation). University of Southern California, LA.

- 56- Markus, T. (2015). “**Media Richness Theory and New Communication Media: A Study of Voice Mail and Electronic Mail,**” Proc. International Conf. On Information Systems, Dallas, TX, 91–105.
- 57- Matalqa, M. (2015) Promoting Intellectual Security in the content of educational Curricula: A theoretical study, **Journal of Scientific Research**, The Research and studies' Center at King Fahd College, (24 60) Prince Nayef University for Security Societies, first edition.
- 58- Matos, Godinho, et. Al(2020). The Effect of Binge- Watching on the Subscription of Video on Demand: Results from Randomized Experiments." **Information Systems Research** 31.4:1337- 1360.
- 59- Matrix, S. (2014). The Netflix Effect: Teens, Binge Watching, and On-Demand Digital Media Trends. Jeunesse: **Young People, Texts, Cultures**, Volume 6, Issue 1, Summer, 119-138.
- 60- Mayer, S. (2020). Pan(dem)ic! At the Disco: Sex (and) education in Covid-19-era television. **Film Quarterly**, 74(1), 30–39.
- 61- Menéndez, M. (2016). The Discourse of Fear in American TV Fiction: A Furedian Reading of Person of Interest. **Complut. j. Engl. stud.** 24 (2016): 7-23
- 62- Merikivi J, Bragge J, Scornavacca E, et al. (2020) Binge-watching serialized video content: A trans disciplinary review. **Television & New Media** 21(7): 697–711.
- 63- Mikos, L. (2016). Digital media platforms and the use of TV content: Binge watching and video-on-demand in Germany. **Media and Communication**, 4(3). 1-14.
- 64- O'Donovan, G., Lee, I. M., Hamer, M., & Stamatakis, E. (2017). Association of “weekend warrior” and other leisure time physical activity patterns with risks for all-cause, cardiovascular disease, and cancer mortality. **JAMA Internal Medicine**, 177(3), P 335-342.
- 65- Panda, S., & Pandey, S., (2017), “Binge watching and college students: Motivations and outcomes”, in: **Young Consumers**, 18(4), 425–438.
- 66- Panekham, A. (2020). Exploring The Role Social Media Content Plays In Teens Scientific Culture in NZ, **MA Thesis**, Victoria University of Wellington.p.69.
- 67- Parmer, K.(2021):The Evolution of Mediated Youth Culture: . OTT as “New Television” in India, **International Journal of Electronics and Information Engineering**, 3(9). 1-22.
- 68- Pinho, J. C. M. R., & Soares, A. M. (2011). Examining the technology acceptance model in the adoption of social networks. **Journal of Research in Interactive Marketing**, 5(2/3), 116–129.
- 69- Plothe, T. and Buck, A. (2019). **Netflix at the Nexus. Peter Lang Inc.,**

- International Academic Publishers. P.15.
- 70- Roxborough, Scott.(2016). “Why Cannes Is Giving Amazon (and Not Netflix) So Much Love.” **The Hollywood Reporter**, May 5.
- 71- Salsabila, K. (2021). **Netflix: cultural diversity or cultural imperialism?**. Rubikon v 8, n 1, 1-6.
- 72- Sayfo, O. (2020). Hollywood (Mis) representations of Arabs and the Middle East from a Production Perspective- The Case of FX Channels Tyrant. **Series-International Journal of TV Serial Narratives**, 6(1), P 43-55.
- 73- Sefakwe, K. (2017) “Public Policy Consideration for OTTs”, Proceeding of ITU Council Working Group on **International Internet-Related Public Policy Issues**, pp. 1-9.
- 74- Sharifeh Sargolzaei (May,2017), Developing technology acceptance models for decision making in urban management, **MOJ Civil Engineering**, Volume 2 Issue 6.
- 75- Simpson-Wood, T. (2016). The rise and fall of Bad Judge: Lady Justice is no tramp. **Texas Review of Entertainment and Sports Law**, 17(1), 1-31.
- 76- Strangelove, Michael. (2015). Post-TV: Piracy, Cord-Cutting, And The Future Of Television. Toronto: University of Toronto Press, **Scholarly Publishing Division**, P 3-5
- 77- The Newmedia Consortium (Ed.) (2015): A Global Imperative. **The Report of the 21st Century Literacy Summit**. NMC. (California).
- 78- Vraga, E. K., & Tully, M. (2016). Effectiveness of a Non- Classroom News Media Literacy Intervention Among Different Undergraduate Populations, **Journalism & Mass Communication Educator**.
- 79- Wang H., & Singhal A. (2021). Mind the gap! Confronting the challenges of translational communication research in entertainment-education. In Frank L. B. & Falzone P. (Eds.), **Entertainment-Education Behind the Scenes: Case studies for theory and practice** (pp. 223–242).
- 80- Waswas, D., & Gasaymeh, A. M. (2015). The Role Of Educational Activities In Promoting Intellectual Security Among Students, **Journal of Education and Learning**; 6 (1).