

دوافع تعرض الجمهور المصري للأفلام الوثائقية الاقتصادية بالمنصات الرقمية

أ. أحمد أشرف حسن محمد كامل*

إشراف: د. أحمد أحمد أحمد عثمان**

ملخص الدراسة:

استهدف هذه الدراسة التعرف علي كثافة تعرض الجمهور المصري للأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية ثم تحديد اتجاهاتهم نحو تعزيز إنجازات الدولة الاقتصادية، والعلاقة بين كثافة هذا التعرض واتجاهتهم نحو تعزيز إنجازات الدولة الاقتصادية ، فضلاً عن دراسة تأثير كل من اتجاهتهم نحو تعزيز إنجازات الدولة الاقتصادية، ودوافع التعرض للأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية، ومستوي الانتباه أثناء التعرض، ومستوي إدراك الجمهور المصري لواقعية المضمون المقدم بها، والمتغيرات الديمغرافية لهم وتأثيرها علي هذه العلاقة، وتم إجراء الدراسة الميدانية من خلال تطبيق استبيان الرأي علي عينه مشاهدي الأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية من الجمهور المصري بلغ قوامها 400 مفردة في الفئات العمرية المختلفة (١٨ : ٦٠) موزعة علي الريف والحضر وتوصلت الدراسة الميدانية الي عدد من النتائج أهمها:

- 1- أوضحت نتائج الدراسة الميدانية أن كثافة تعرض الجمهور المصري للأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية جاءت متوسطة أو منخفضة الكثافة لدي الغالبية العظمي من مفردات العينة.
 - 2- أوضحت نتائج الدراسة الميدانية أن الدوافع بوجه عام جاءت متوسطة ثم مرتفعة لدي النسبة الأكبر من الجمهور المصري، كما جاءت نسبة غير قليلة ممن لديهم دوافع نفعية وطقوسية قوية للتعرض للأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية.
 - 3- أوضحت نتائج الدراسة الميدانية فيما يتعلق بمستوي إدراك الجمهور المصري لواقعية مضمون الأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية إلى أنه جاء متوسطاً او مرتفعاً لدي الغالبية العظمي من أفراد العينة.
 - 4- أوضحت نتائج الدراسة الميدانية ان مستوي انتباه الجمهور المصري أثناء التعرض للأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية جاء متوسط أو منخفض لدي الغالبية العظمي من أفراد العينة.
- الكلمات المفتاحية:** الأفلام الوثائقية – المنصات الرقمية – إنجازات الدولة الاقتصادية – الجمهور المصري

* المعيد بكلية الإعلام وفنون الإتصال- جامعة 6 أكتوبر

** الأستاذ المساعد بقسم الإعلام بكلية الآداب -جامعة المنصورة

Motives Exposure To The Egyptian Public's To Economic Documents Films On Digital Platforms

Abstract:

This study aimed to identify the intensity of the Egyptian public's exposure to documentary films on digital platforms, then determine their attitudes toward enhancing the state's economic achievements, and the relationship between the intensity of this exposure and their tendency toward enhancing the state's economic achievements, as well as studying the impact of both their attitudes toward enhancing the state's economic achievements, and the motives for exposure to films. Documentary films on digital platforms, the level of attention during exposure, the level of awareness of the Egyptian audience about the realism of the content presented in it, and their demographic variables and their impact on this relationship. The field study was conducted by applying an opinion questionnaire on a sample of viewers of documentary films on digital platforms from the Egyptian audience, which amounted to 400 individuals in Different age groups (18:60) distributed across rural and urban areas. The field study reached a number of results, the most important of which are:

- 1- The results of the field study showed that the intensity of the Egyptian public's exposure to documentary films on digital platforms was moderate or low intensity for the vast majority of the sample.
- 2- The results of the field study showed that the motivations in general were moderate and then high among the largest percentage of the Egyptian audience, and a significant percentage of those with strong utilitarian and ritualistic motivations for exposure to documentaries on digital platforms also came.
- 3- The results of the field study regarding the Egyptian public's level of perception of the realism of the content of documentaries on digital platforms indicated that it was moderate or high among the vast majority of the sample members.
- 4- The results of the field study showed that the level of attention of the Egyptian audience during exposure to documentary films on digital platforms was moderate or low among the vast majority of the sample members.

Keywords: Digital platforms, Egyptian viewers, documentaries

مقدمة الدراسة

يعد الفيلم الوثائقي واحد من أهم الأشكال المميزة للإنتاج السينمائي، يعتمد أساساً على الواقع في مادته وتنفيذه، لا يهدف إلى الربح المادي، بل يهتم بالدرجة الأولى بتحقيق أهداف ترتبط بالنواحي الإعلامية والتعليمية أو الثقافية أو حفظ التراث والتاريخ.¹ وتقوم الأفلام الوثائقية يوماً بعد يوم بالتأثير في المجتمع فهي تقوم بتسليط الضوء على الحياة البشرية التي ظلت على مر الأعوام والقرون تأخذ عمقها التاريخي من التجارب والخبرات الإنسانية السابقة على مختلف المستويات وفي جميع مناحي الحياة، ولا شك أن هذا الرصيد المعرفي وهذه التجارب السابقة قد انتقلت إلينا جيلاً بعد جيل عبر وسائل وطرق مختلفة، منها المنقوش والمرسوم والمكتوب والمنقول شفاهة وغير ذلك فالتوثيق بمعناه العام يمثل جانباً حيوياً ومهماً وله وضعية خاصة في حياة المجتمعات والشعوب المختلفة باعتباره وسيلة لحفظ ونقل التجارب الإنسانية المختلفة عبر الأجيال المتعاقبة للاستفادة منها بوصفها تراثاً معرفياً لا ينفصل عن حاضر المجتمعات ومستقبلها وتتسم هذه الأفلام الوثائقية بمقومات جذب الانتباه والتأثير الفعال النابع من تجسيدها لواقع الحياة وقضايا الإنسان بكافة أشكالها ومستوياتها.² وقد ساعد التطور التكنولوجي وظهور المنصات الرقمية وتبني الجمهور لهذا النوع من المشاهدة، ظهرت حقبة جديدة لبث الأفلام الوثائقية بالإستعانة بالتكنولوجيا الحديثة، حيث تجاوزت الحواجز التقليدية، وجعلت الأفلام الوثائقية بين أيدي الجمهور بشكل يسهل متابعته وبطرق تختلف كثيراً عن مشاهدتها عبر قنوات تلفزيونية.³ وتعد المرحلة التي تشهدها صناعة الأفلام الوثائقية بالبث على المنصات الرقمية الجانب الأهم في هذه الثورة التقنية وتحول المنصات الرقمية من مجرد مستضيف لتلك الأفلام إلى شركة إنتاج ضخمة لديها القدرة على تحليل رغبات الجمهور لصناعة أفلام وثائقية تلائم الجمهور المستهدف.⁴

وقد أتاحت المنصات الرقمية للأفلام الوثائقية مجموعة من الخيارات كالتنقد والتعليق الفوري وإعادة النشر والمشاركة وحتى اختيار أوقات المشاهدة من طرف الجمهور المتفاعل مما ساهم في تطوير العمل الوثائقي وخلق كثافات جديدة للتمثيلات والأفكار والتي ربما لم يفكر فيها منتجو هذه الأفلام الوثائقية على المستوى المؤسسي والاحترافي، وعلى مستوى الإنتاج الفردي والجمعي، أتاحت المنصات الرقمية إمكانية إنتاج محتوى وثائقي جديد متميز يختلف عن المحتوى التقليدي من ناحية العرض، البناء، الأسلوب وحتى من ناحية الجمهور المتلقي والذي يتحول إلى جمهور إيجابي يعلق وينقد ويعيد طرح ومشاركة هذا المحتوى على نطاق أوسع.⁵

وقد سعي الباحث من خلال الدراسة الميدانية للتعرف على اتجاهات الجمهور المصري نحو إنجازات الدولة الاقتصادية المقدمة بالأفلام الوثائقية في المنصات الرقمية عينة الدراسة، بالإضافة إلى دوافع مشاهدة الجمهور المصري، وكثافة تعرضهم للأفلام الوثائقية السابق ذكرها.

وبناء عليه فإن الدراسة تتكون من ثلاثة فصول، يحتوي الفصل الأول فيها على مشكلة الدراسة والاجراءات المنهجية والاطار النظري للدراسة، أما الفصل الثاني فيحتوي على الاطار المعرفي للدراسة حول الأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية وتعزيز إنجازات الدولة

الإقتصادية، أما الفصل الثالث فيحتوي على نتائج الدراسة الميدانية، وتنتهي الدراسة بمناقشة النتائج.

أهمية الدراسة:

يمكن بإيجاز عرض الأهمية العلمية والمجتمعية لهذه الدراسة كما يلي:
أولا الأهمية العلمية للدراسة:

- 1- أهمية الأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية لدى الجمهور المصري وكثافته تعرضهم كما أوضحت الدراسات السابقة ذكرها بمشكلة الدراسة، وهو ما يستوجب دراسة مدي استمرار هذا الاهتمام من الجمهور المصري للأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية.
 - 2- دراسة العلاقة بين درجة كثافة تعرض الجمهور المصري للأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية واتجاههم نحو تعزيز إنجازات الدولة الاقتصادية التي تعكسها هذه الأفلام
 - 3- دراسة الجوانب المختلفة من اتجاهات الجمهور المصري نحو إنجازات الدولة الاقتصادية التي تعكسها الأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية ومدى تأثيرهم المعرفي والوجداني والسلوكي بما يتم عرضه من إنجازات الدولة الاقتصادية في الأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية .
 - 4- التعرف علي مدى تأثير دوافع الجمهور المصري ومستوي انتباهه وإدراكه لواقع المضمون والمتغيرات الديموغرافية الخاصة به علي العلاقة بين كثافة تعرض الجمهور المصري للأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية وبين اتجاهاته نحو تعزيز إنجازات الدولة الاقتصادية التي تعكسها هذه الأفلام.
- #### ثانيا الأهمية المجتمعية للدراسة:

- 1- تمثل وسائل الإعلام الحديثة (المنصات الرقمية) جزءاً رئيساً في حياة الجمهور، فالفرد في المجتمع لا يعتمد على وسائل الإعلام كمصدر للحصول على المعلومات فقط، بل هو يحتاجها لإيصال صوته وحل قضاياها الكبيرة.⁶
- 2- تعد الأفلام الوثائقية من المواد المهمة التي تحظى باهتمام الجمهور كونها تنقل الواقع وتتعامل مع الأشياء في بيئتها الحقيقية مباشرة دون أي تغيير⁷، وعرض الحقائق والوقائع المتمثل في القضايا الاقتصادية التي تعزز إنجازات الدولة كما هي علي طبيعتها للجمهور المصري .
- 3- أهمية الأعمال الوثائقية بالمنصات الرقمية كمادة ثقافية و إعلامية وتعليمية بالنسبة للمجتمعات ، وتنبع أهمية هذا النوع من الحاجة إلى اكتشاف الواقع والتعريف به، حيث يعد احد أهم الفنون البصرية⁸، يقدم رسالة إعلامية راقية تتمثل في تعزيز إنجازات الدولة الاقتصادية وعرض هذه الإنجازات بشكل منفرد وذكي في توصيل الرسالة الى قلب وعقل المشاهد مباشرة.
- 4- اهمية الأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية في توفير منظومة تفاعلية من المحتوى الإعلامي الاحترافي(انتاج وسائل الاعلام) والمحتوي الهوائي (اعمال الهواة) للجمهور المصري.⁹

أهداف الدراسة :

تهدف الدراسة الي التعرف علي :

- 1- كثافة تعرض الجمهور المصري للأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية
- 2- دوافع مشاهده الأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية
- 3- مستوي الانتباه اثناء مشاهده الجمهور المصري للأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية

- 4- مستوي ادراك الجمهور المصري لواقعيه مضمون الأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية
5- اتجاه الجمهور المصري نحو انجازات الدولة الاقتصادية

مشكلة الدراسة:

تتبلور مشكله الدراسه في الحاجه الي رصد كثافه تعرض الجمهور المصري للأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية وتأثيرها علي اتجاه الجمهور المصري نحو انجازات الدولة الاقتصادية فضلا عن الحاجه الي معرفه مدي وجود تأثير لمتغيرات (دوافع مشاهده الأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية، مستوي الانتباه اثناء مشاهده الجمهور المصري للأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية، مستوي ادراك الجمهور المصري لواقعيه مضمون الأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية) علي هذه العلاقه.

الإطار النظري :

ستعتمد هذه الدراسة الراهنة على نظرية (الإستخدامات والتأثيرات) كإطار نظريا للدراسة، هي تعتبر من النظريات التي تعني بدراسة دور الجمهور في وسائل الإعلام الحديثة وتلبية احتياجاته، وهي من أنسب المداخل للتعرف على طبيعة استخدام عينة الدراسة للأفلام الوثائقية على المنصات الرقمية، كذلك للتعرف على دوافع هذا الاستخدام والتأثيرات الناتجة عنه، كون هذه النظرية قائمة على الدوافع النفسية للفرد في تلبية حاجاته الإعلامية وأن العلاقه بين الفرد والإعلام قائمة على سد الفجوات النفسية والدوافع لتبليه حاجات بعينها وتعتبر هذه النظرية نقطة تحول في الدراسات الإعلامية؛ حيث حولت التساؤل الرئيس من ماذا تفعل وسائل الإعلام بالجمهور؟ إلى سؤال: ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام؟

نظريه الاستخدامات والتأثيرات:

يعد مدخل الاستخدامات والتأثيرات أحد المداخل الأكثر حداثة في دراسة العلاقه بين استخدام وسائل الإعلام الجديدة، والتأثيرات الناتجة من هذا الاستخدام؛ ويستمد مدخل الاستخدامات والتأثيرات أصوله الفكرية من نموذج كيم وروبين الذي ظهر عام 1997، حيث يهتم بقياس تأثير الاختلاف في أنماط نشاط الجمهور باعتبارهم ليسوا متلقين سلبيين، ويهدف هذا النموذج إلى رصد الأبعاد المختلفة لنشاط الجمهور ومدى تأثيراتها في الاتصال¹⁰.

الدراسات السابقة:

تم الرجوع الي العديد من الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، والتي ساهمت في التحديد الدقيق لمشكلة الدراسة وصياغتها بشكل دقيق، ويمكن تقسيم هذه الدراسات الي محورين كما يلي:

المحور الأول: دراسات سابقه تناولت الأفلام الوثائقية على وسائل الإعلام:

- (1) دراسة Rowland, Victoria 2022 بعنوان "كسر القوالب النمطية للفيلم الوثائقي"¹¹

استهدفت الدراسة التعرف على أهم التطورات الفنية والإبداعية في المجال السمعي والبصري وتأثيرها على قواعد وحرفية صناعة الفيلم الوثائقي، وتحقيق المعرفة حول الأسس الفنية والإبداعية وأهميتها وفعاليتها في صناعة وإنتاج الفيلم الوثائقي، وإلى كيفية المواءمة بين الشكل والمضمون في الفيلم الوثائقي مع الحفاظ على هوية الفيلم الوثائقي، والوقوف على تحديات إنتاج وصناعة الفيلم الوثائقي، إتبعته الدراسة المنهج الوصفي واسلوب التحليل لعينة

من الإنتاج الوثائقي السوداني، وتم تصميم إستبانه لإستطلاع آراء الخبراء حول النماذج عينة الدراسة .

وتوصلت الدراسة إلى إنّ التناسب بين الصوت والصورة في عرض المعلومة والحبكة القصصية يثري المعاني الإخراجية والجمالية للفيلم الوثائقي وتوضح جودة وكفاءة الفيلم الوثائقي شكلاً ومضموناً عندما ينجح صانعه في إحداث تأثيرات وتغييرات عاطفية وفكرية وإجتماعية في القيم التي تزيد من معارف وعلوم المجتمع المتلقي، ويمثّل التمويل ونقصه ومحدودية قنوات البث وضعف التسويق من التحديات الماثلة التي تواجه تطور صناعة الفيلم الوثائقي السوداني.

(2) دراسة Anthony Dissen and tara Crowell 2021 م بعنوان " استخدام الفيلم الوثائقي كأداة تعليمية لتغيير المواقف الغذائية للطلاب":¹²

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور استخدام وسائل الإعلام كأداة لتحسين العادات الغذائية، وقد شارك 151 طالبا جامعي في التصميم شبه التجريبي ذو المجموعة الضابطة. شاهدت المجموعة التجريبية فيلم Forks over Knives وتم تقييم عاداتهم الغذائية، ومكان التحكم و المرحلة الحالية من التغيير قبل و بعد مشاهدة الفيلم.

أظهرت النتائج الاختلافات في المرحلة الحالية من التغيير في الحد من استهلاك الطعام القائم على الحيوانات في المجموعة التجريبية ولكن لم تظهر تغييرات ملحوظة في زيادة الطعام القائم على النبات. تقدم هذه الدراسة دليل على استخدام الفيلم الوثائقي Forks Over Knives للتأثير على الطلاب لتناول الأطعمة الحيوانية ولكنه ليس أداة مؤثرة بدرجة كافية لزيادة تناول الأطعمة النباتية. يجب على المختصين ممن يستفيدون من فيلم Forks over Knives لتشجيع التغييرات في النظام الغذائي فعل ذلك كجزء من تدخل للمزيد من تغيير السلوك المنظم طويل الأمد. هناك حاجة إضافية لمقارنة Forks Over Knives مع فيلم وثائقي آخر التي يشجع العادات النباتية الغذائية.

(3) دراسة Arnau Gifreu Castells 2021 م بعنوان " النوع الجديد الناشئ من الفيلم الوثائقي التفاعلي ومميزاته":¹³

استهدفت الدراسة التعرف على مفهوم الفيلم الوثائقي التفاعلي والميزات الأساسية للنوع الجديد الناشئ، واستكشاف بعض الموضوعات المتعلقة بالتقارب بين مجالات الفيلم الوثائقي السمعي البصري، والفيلم الوثائقي التفاعلي، واعتمد الباحث في هذه الدراسة أسلوب المقارنة بين إنشاء وإنتاج الأفلام الوثائقية بأنواعها الثلاثة حيث عمد الباحث إلى تأسيس مقارنته بناء على وجهات نظر ثلاث عناصر أساسية للإنتاج الفيلمي الوثائقي وهم المخرج والنص والجمهور التفاعلي. توصلت الدراسة إلى أن دور مخرج السينما الوثائقية هو نقطة الوسط حيث يمكن أن يكون المعنى تعظيم وتعميق فكرة الفيلم، بينما يكون الجمهور هو الأكثر التزاماً بمحتوى الفيلم نتيجة لدرجة تفاعله مع النص، فيكون الجمهور بذلك هو القابع في نقطة المنتصف، كما توصل الباحث أيضاً إلى أن مشاركة المستخدمين مع المواد التفاعلية يمكن أن تجعل للفيلم الوثائقي التفاعلي مكانة أعمق وأن يتوفر للجمهور أفلاماً وثائقية أكثر فائدة.

(4) دراسة إلهام أبوزيد عشري محمد (2018) بعنوان صورة النخبة السياسية العربية والأجنبية كما تقدمها الأفلام الوثائقية بمواقع الإنترنت¹⁴:

استهدفت الدراسة تحليل سمات وملامح صورة النخبة السياسية العربية والأجنبية الحاكمة وغير الحاكمة في الأفلام التي تُقدم بالمواقع الوثائقية، كما استهدفت رصد الموضوعات التي تتناولها الأفلام الوثائقية محل الدراسة، والتعرف على الاتجاه العام الذي تحمله أفلام الدراسة نحو صورة النخبة السياسية العربية والأجنبية الحاكمة وغير الحاكمة، وتعتبر هذه الدراسة من البحوث الوصفية التي اعتمدت على منهج المسح؛ حيث تم إجراء مسح شامل للأفلام الوثائقية في أربعة مواقع وهي (موقع علوم العرب، و موقع موسوعة الكنوز الوثائقية، و موقع توب ديكومنتاري فيلم، و موقع إيسناج فيلم).

ولقد توصلت الدراسة إلى اهتمام صانعي الأفلام الوثائقية بالنخبة السياسية الأجنبية (الحاكمة) مقارنة بالنخبة السياسية العربية (الحاكمة)، بينما لم تظهر على الإطلاق النخبة السياسية العربية (غير الحاكمة) في مقابل ظهور النخبة السياسية الأجنبية (غير الحاكمة) في خمسة أفلام، كما أوضحت نتائج الدراسة حصول الولايات المتحدة الأمريكية على أعلى نسبة ظهور في الأفلام محل الدراسة مقارنة بالدول الأخرى، كما تظهر النتائج حصول الرئيس الأمريكي "باراك أوباما" على أعلى نسبة ظهور بين الشخصيات النخبوية الأخرى سواء العربية أو الأجنبية، يليه الرئيس المصري الأسبق محمد حسنى مبارك .

(5) دراسة حامد معروف الزيات (2018) بعنوان "الأفلام الوثائقية مصدرا للمعلومات التاريخية"¹⁵:

استهدفت الدراسة التأثيرات الملموسة للأفلام الوثائقية- باعتبارها مصدراً من مصادر المعلومات التاريخية- على التحصيل الدراسي لعينة عشوائية من طلاب كلية الآداب بجامعة بنها خلال الفصل الأول من العام الجامعي 2017-2018م، استخدمت فيلماً وثائقياً تاريخياً (كمتغير مستقل) متاح على موقع يوتيوب Youtube بعنوان "أبو كاليبس" يتناول أسباب وأحداث ونتائج الحرب العالمية الثانية،

توصلت الدراسة الي ان هناك وجود فرق دال إحصائي بين الاختبارين القبلي والبعدي، فقد بلغت قيمة "ت المحسوبة" 20.4 وهي أكبر من قيمة "ت الجدولية" التي بلغت 2.4 ما يؤكد على الأثر الإيجابي للمتغير المستقل، كما بلغ حجم الأثر المبني على المتغير المستقل في مهارة التذكر بناء على مربع إيتا 0.52، وفي مهارة الفهم والإدراك 0.85، وهي قيم تدل على التأثير الكبير جدا للمتغير المستقل. ومن ناحية أخرى جاءت الفرقة الدراسية الثالثة في المرتبة الأولى من حيث صحة الإجابات قبل وبعد عرض المتغير المستقل وبلغت نسبة تأثيره 40%، كما احتل طلاب قسم علم النفس المرتبة الأولى من حيث صحة الإجابات قبل وبعد عرض المتغير المستقل الذي بلغت نسبة تأثيره 44%، أما الطلاب في عمر العشرين فجاءوا في المرتبة الأولى وبنسبة تأثير بلغت 39.3%.

المحور الثاني: دراسات سابقة تناولت تأثير المنصات الرقمية على الجمهور.
(1) دراسة رفاة محمد متولي (2022) بعنوان "دور الثقافة الإعلامية في تشكيل وعي الآباء لاستخدام أبنائهم للمنصات الرقمية": 16

تسعي هذه الدراسة الى معرفة مدى تأثير الثقافة الاعلامية للآباء على استخدام ابنائهم للمنصات الرقمية ونوعية المضامين التي يتعرضون لها، وذلك من خلال المقابلات المتعمقة مع المتخصصين في مجال علم نفس الاطفال والثقافة الاعلامية وثقافة الطفل. وقد توصلت الدراسة الي ان زيادة مستوي الثقافة الإعلامية لدي الآباء يؤدي الي زيادة قدرتهم على التوجيه والإرشاد نحو انتقاء المضامين الإيجابية الفعالة لأبنائهم فيما يتناسب مع فئاتهم العمرية وميولهم وتغييراتهم الجسمانية والعقلية والفكرية والمعرفية، لابد من عمل حملات إعلامية موجهة للآباء عن أهمية الثقافة الإعلامية، وتوعيتهم بالآثار الإيجابية والسلبية ومخاطر وسائل الاعلام من خلال جميع وسائل الاعلام ومواقع التواصل الاجتماعي لضمان سهولة وصولها لهم.

(2) دراسة لمياء فتحي صابر(2022) بعنوان " المنصات الرقمية وأثرها على الدراما التليفزيوني": 17

استهدفت الدراسة تحقيق عدة أهداف من خلال رصد وتحليل وتفسير وضع المنصات الرقمية، ودورها في المجتمع المصري، وأثرها على صناعة الدراما التي يقدمها التلفزيون وتفرص الدراسة ارتباط استخدام منصات الدراما الإلكترونية بدوافع التحديث والمعاصرة وإعادة النظر فيما تقدمه الدراما التلفزيونية. تسلك الباحثة المنهج شبه التجريبي لاختبار فروضه، والوقوف على كل من سلبيات وإيجابيات المنصات الإلكترونية، واستبيان أثارها الفنية والاقتصادية على الدراما التي يقدمها التلفزيون .

وتوصلت الدراسة الي أن المنصات الرقمية الدرامية حققت انتشارًا وتنوعًا كبيرًا مقارنة بالتلفزيون في الوقت الحالي، المنصات الإلكترونية لها جمهور خاص بها وأكثرهم فئة الشباب. كما تمتاز بالجرئة في موضوعاتها الدرامية وتعد امتداد لمواقع التواصل الاجتماعي. وتوصي الدراسة التواصل مع صناع الدراما وتأهيلهم لسوق العمل الجديد، الأهتمام بالدراسات المقارنة بين ما يقدمه التلفزيون والمنصات الرقمية من مواد درامية، مع قياس نسب المشاهدة عبر الويلتين، استمرار دعم الدولة للدراما التليفزيونية وزيادة الأهتمام وإلقاء الضوء عليها.

(3) دراسة Jonas tana, Emil Eirola and Mats Nylund (2020) بعنوان " متى يكون وقت الذروة في منصات الوسائط المتدفقة وخدمات الفيديو عند الطلب؟" 18

استهدفت الدراسة استكشاف أنماط ودوافع الاستهلاك الزمني لخدمات المنصات الرقمية حسب الطلب في فنلندا من خلال تحليل استفسارات محركات البحث، بهدف التعرف على متى تحدث ذروة المشاهدة بالنسبة لخدمات الفيديو حسب الطلب، واعتمد الباحثون على جمع البيانات من خلال Trends Google خلال 2017.

وأوضحت النتائج أن شعبية/ رواج البحث في Google على المضامين المقدمة ضمن خدمات الفيديو حسب الطلب تبدأ في المساء وتصل إلى ذروتها أثناء وقت الليل؛ ثم يظهر بشكل واضح قلة معدل هذا البحث أثناء ساعات النهار وهو ما يعد دليلًا على أن ذروة وقت المشاهدة لخدمات البث المباشر تظهر في وقت الليل وتحل محل ذروة المشاهدة في التلفزيون التقليدي. كما

أوضحت الدراسة أن هناك تغيرات في الطرق التي يستهلك بها الأشخاص وسائل الإعلام في عصر ما بعد التلفزيون، حيث إن توفر الكتلوج الخاص بالمحتوى الواسع من المضامين عبر المنصات الرقمية يمكن أن ينتج عنه تزايد ظاهرة المشاهدة الشريحة.

(4) دراسة Merak Rahimi and Atefeh Allahyari (2019) بعنوان " آثار التعلم بالوسائط المتعددة جنباً إلى جنب مع التدريس القائم على الإستراتيجية حول تعلم المفردات "19

استهدف الدراسة التعرف على درجة استخدام الشباب الجامعي لكل من المنصات الرقمية على الإنترنت والتلفزيون التقليدي، وبحث العلاقة بين درجة استخدام منصات الإنترنت والتلفزيون التقليدي والفروق في الإشباع التي يحققها الشباب الجامعي متمثلة في إشباع المحتوى وإشباع العملية والإشباع الاجتماعي وذلك وفقاً لنظرية الاستخدامات والإشباع. وقد أجريت الدراسة الميدانية على عينة من 400 مفردة.

توصلت النتائج إلى أن نسب مشاهدة التلفزيون التقليدي لدى الشباب الجامعي أعلى من نسب مشاهدتهم لمنصات الإنترنت، وهذه النتيجة يمكن تفسيرها أن التلفزيون لا يزال يتمتع بتنوع مضامينه وسهولة الحصول على كافة أنواع ومضامين المحتوى من خلاله؛ لأنه يعد وسيلة ذات انتشار جماهيري مقارنة بخدمات الإنترنت، كما أظهرت النتائج أن المنصات وجهة نظر الشباب الجامعي يمكن من خلالها تخطي الإعلانات والتحكم في وقت ومكان المشاهدة وذلك لإمكانية المشاهدة عبر العديد من الأجهزة الرقمية الصغيرة والمتنقلة والتي تناسب طبيعة حياة الشباب الجامعي.

(5) دراسة Esteve Sanz and Thomas Crosbie (2015) بعنوان "معني المنصات الرقمية: البنية الأساسية للتلفزيون"20

أشارت الدراسة إلى الانخفاض المستمر لمشاهدة التلفزيون التقليدي مع تزايد المشاهدة عن طريق المنصات الرقمية، وترتب على هذا التحول آثار اجتماعية واقتصادية وثقافية كبيرة جداً، كثيراً ما تجاهلتها الأدبيات في المجال الإعلامي والاقتصادي في الوقت الحالي، وتستعرض الدراسة الأنماط الرئيسية في الاعتماد على المنصات الرقمية في جميع أنحاء أوروبا.

وقد لاحظت الدراسة صعود منصات التلفزيون المغلقة كنموذج تجاري مثالي في المشهد الإعلامي الجديد من جهة مع الانفتاح الثقافي والمادي للإنترنت من جهة أخرى، الأمر الذي أدى لتحول جذري في استهلاك التلفزيون، وبالرغم من ظهور ترتيبات متناقضة إلا أن الحلول المقدمة من صناعة الإعلام لا تزال متوافقة مع تفضيلات المستهلكين، وبدون رسم خطوط حادة بين التكنولوجيا والثقافة قدمت هذه الدراسة نظرة على الطرق المتعددة التي لا تزال تغير بها المنصات الرقمية وجه صناعة التلفزيون في العالم

تساؤلات الدراسة:

- 1- ما كفافه تعرض الجمهور المصري للأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية ؟
- 2- ما دوافع مشاهد الأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية ؟
- 3- ما مستوي الانتباه أثناء مشاهدته الجمهور المصري للأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية ؟
- 4- ما مستوي ادراك الجمهور المصري لواقعيه مضمون الأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية؟
- 5- ما اتجاه الجمهور المصري نحو انجازات الدولة الاقتصادية ؟

الإجراءات المنهجية للدراسة:

تتضمن الإجراءات المنهجية للدراسة تحديد الخطوات المنهجية التي تم اتباعها في اجرائها متضمنه: منهج البحث، وأسلوب اختيار العينة، وأسلوب جمع البيانات، والأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليلها.

نوع الدراسة ومنهجها:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية والتي تستهدف الاهتمام بظاهرة محددة، تتمثل هذه الظاهرة في البحث في مدى ادراك الجمهور المصري لتعزز إنجازات الدولة الاقتصادية في الافلام الوثائقية بالمنصات الرقمية، والتي تتناول مرحلتهم العمرية، والبحث في ابرز دوافع الجمهور المصري لمتابعة الأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية، واتجاهتهم نحو تعزيز إنجازات الدولة الاقتصادية المعروضه في هذه الأفلام .

ولدراسة هذه الظاهرة بشكل دقيق تم استخدام منهج المسح بشقة الوصفي وذلك من خلال تطبيق استبيان رأى عينه من الجمهور المصري .

وقد تم اتباع الخطوات العلمية في استبيان الرأي الذي تم تطبيقه علي عينه من الجمهور المصري، بدءا بتحديد مجتمع البحث وعينه الدراسة، ثم تحديد البيانات المطلوبة جميعها، وتم تصميم نموذج لاستمارة الاستبيان واختبارها وتحكيمها، قد تم النموذج النهائي للاستمارة بعد هذه الخطوات، وتطبيقه علي الجمهور المصري عينه الدراسة، وتم جمع البيانات وتحليلها احصائيا، والقيام بتفسير النتائج، وربطها بنتائج الدراسات السابقة.

مجتمع الدراسة

مجتمع الدراسة الميدانية:

يتمثل في الجمهور المصري المشاهد للأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية التي تتناول إنجازات الدولة الاقتصادية.

عينة الدراسة:

الدراسة الميدانية:

تم اجراء الاستبيان علي عينه من الجمهور المصري في مراحل عمرية مختلفة من (٦٠-١٨) عاما، وتم تحديد افراد العينة ليشمل ٤٠٠ مفردة وذلك باستخدام الصيغة الإحصائية التالية:

(Rea,M,et.al1992:128-129)

$$n = \left(\frac{Za \sqrt{p (1 - p)}}{Cp} \right)^2$$

حيث:

N=الحجم الأمثل للعينة

Za=قيمة مستوي الثقة، وهي قد يكون لها قيم مختلفة، إذ تساوي ١.٩٦ عند درجة الثقة ٩٥٪ وتساوي ٢.٥٧٥ عند درجة ثقة ٩٩٪

Ca=قيمة حد الثقة في اطار مفاهيم النسب او الحصص، وتتراوح بين ٣٪ و٥٪، ولا تزيد بحال من الأحوال عن ١٠٪، وهي عادة ما ترتبط بمستوي الثقة المستخدم.

$P =$ نسبة احتمال توافر خصائص المجتمع في العينة، وهي تساوي $50\% = 0.5$ ،
 وتطبيق هذه الصيغة الإحصائية عند درجة الثقة 95% ويمكن تحديد الحجم الأمثل للعينة،
 وذلك كما يلي:

$$384.16 = 400 = n = \left(\frac{1.96 \sqrt{0.5}}{0.05} \right)^2 n = \left(\frac{\sqrt{0.5(1 - 0.5)}}{0.05} \right)^2$$

ومن خلال التعويض كما في الصيغة الإحصائية السابقة يتبين ان حجم العينة 384.16
 400 = مبحثاً تقريباً، وهو حجم العينة التي يمكن ان تمثل الجمهور المصري موضع الدراسة.
 وبذلك فإن عينة الدراسة الميدانية من الجمهور المصري المشاهد للأفلام الوثائقية
 بالمنصات الرقمية تعد من العينات العمدية الحصصية، وجاءت خصائص العينة المرتبطة
 بمتغيرات الدراسة كما يلي:

جدول رقم (1) خصائص العينة المرتبطة بمتغيرات الدراسة

البيانات الشخصية		
النوع	ذكر	156
	انثى	244
	الإجمالي	400
السن	من 18 الي 25	146
	من 26 الي 40	202
	من 41 الي 50	24
	أكثر من 50	28
	الإجمالي	400
المستوي التعليمي	يقرأ ويكتب.	2
	حاصل على مؤهل متوسط أو ثانوية عامة.	12
	جامعي	357
	دراسات عليا	29
مكان الإقامة	الإجمالي	400
	مدينة	328
	قرية	72
المستوي الاقتصادي الاجتماعي	الإجمالي	400
	منخفض	30
	متوسط	196
	مرتفع	174
الإجمالي	400	100

أساليب جمع البيانات:

تعتمد الدراسة علي صحيفة الاستبيان لجمع البيانات وفقا للمحتويات التالية:

استمارة استبيان الرأي:

تضمن استمارة استبيان الرأي عدداً من الأسئلة المُقسمة على عدة محاور؛ بهدف الإجابة على تساؤلات الدراسة الميدانية، وإثبات مدى صحة فروضها من عدمه، وهي:

- 1- كثافة تعرض الجمهور المصري للأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية .
- 2- دوافع مشاهدة الأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية .
- 3- مستوي الانتباه اثناء مشاهدة الجمهور المصري للأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية .
- 4- مستوي ادراك الجمهور المصري لواقعية مضمون الأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية .
- 5- اتجاهات الجمهور المصري نحو تعزيز إنجازات الدولة الاقتصادية المعروضة في الافلام الوثائقية بالمنصات الرقمية .

وتم تطبيق إجراءات الصدق علي صحيفة الاستبيان ، وفي هذا الإطار تم عرضها قبل تطبيقها على مجموعة من المحكمين (*) (2)، وتم إجراء التعديلات المطلوبة على الصحيفة بناءً على آرائهم وتوجيهاتهم بحيث أصبحت تقيس بالفعل ما صُممت لقياسه .
وتم التأكد من ثبات الصحيفة عن طريق إجراء معامل ثبات ألفا لمحاور صحيفة الاستبيان وللصحيفة كاملة كما يلي :

جدول (٢) قيم معاملات ثبات "ألفا" لمحاور صحيفة الاستبيان والدرجة الكلية لها

المحور	عدد العبارات	معامل ألفا (معامل الثبات)
المقياس العام حول الدوافع	9	0.773
المقياس العام حول الانتباه	8	0.950
المقياس العام حول واقعية المضمون	9	0.847
المقياس العام حول اتجاه الجمهور المصري نحو إنجازات الدولة الاقتصادية	9	0.862
صحيفة الاستبيان كاملة	35	85.8
الصدق الذاتي	-	92.6

ومن ثم فقد تم حساب معامل الصدق الذاتي (الثبات) لصحيفة الاستبيان من خلال المعادلة التالية 21 .

$$= \text{معامل الصدق الذاتي معامل الثبات} = \sqrt{85.8} = 92.6$$

وبذلك كانت نسبة الثبات تساوي 93 % تقريباً ، وهو ما اعتبره الباحث مستوي ملائم من الثبات، حيث تشير هذه النسبة إلي مستوي مقبول من الاستقرار في الشكل العام للبيانات التي يتم جمعها باستخدام صحيفة الاستبيان .

تعريفات المصطلحات المستخدمة في البحث:

- 1- **المقصود بالأفلام الوثائقية:** يعرف الفيلم الوثائقي بأنه كافة أساليب التسجيل على فيلم لأي مظهر للحقيقة ، يعرض إما بوسائل التصوير المباشر ، أو بإعادة بنائه بصدق ، وذلك لتحفيز المشاهد على عمل شئ ، أو لتوسيع مدارك المعرفة والفهم الإنساني أو لوضع حلول واقعية لمختلف المشاكل في عالم الاقتصاد أو الثقافة أو العلاقات الإنسانية .⁽²²⁾

ويمكن تعريف الأفلام الوثائقية إجرائياً في هذه الدراسة بأنها : شكل من أشكال الإنتاج السينمائي يقدم تقريراً مصوراً عن القضايا الاقتصادية وتهدف إلى تزويد المشاهدين بالمعارف والأفكار والمعلومات عن انجازات الدولة الاقتصادية ، وهذه الأفلام قد تكون موجهة للجمهور بشكل عام وقد تستهدف فئة محددة منه أو فئة تجمع بينهم اهتمامات مشتركة.

2- **المقصود بالمنصات الرقمية:** تعرف بأنها البيئة التفاعلية التي تقوم بتوظيف جميع التقنيات المختلفة المرتبطة بالويب كما تجمع المنصة الرقمية بين مميزات أنظمة المحتوى وبين شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة مثل تويتر فيسبوك وغيرها.

أساليب القياس المستخدمة في الدراسة الميدانية:

تم استخدام عدة مقاييس في إجراء هذا البحث، وقد اختلف عدد عبارات كل مقياس عن الآخر باختلاف المتغير الذي تم تصميم المقياس لقياسه، وبالتالي اختلف مجموع درجات كل مقياس، ودرجات الفئات في كل مقياس عن الآخر. وتتمثل المقاييس المستخدمة في البحث فيما يلي:

1- مقياس كثافة التعرض للأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية:

يقصد بكثافة التعرض عدد الساعات التي يقضيها الجمهور المصري في متابعة الأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية يوميا، وتتمثل فئات كثافة التعرض لهذه الأفلام فيما يلي:

قليل التعرض: وهو الذي يتابع الأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية مرة واحدة خلال اليوم، ومن ساعة: 3 ساعات ويشاهد 2: 1 فيلم.

متوسط التعرض: وهو الذي يتابع مرتين خلال اليوم، ومن 5 : 4 ساعات، ومن 2: 3 أفلام.

كثيف التعرض: وهو من يتعرض للأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية 3 مرات فأكثر خلال اليوم، وأكثر من 5 ساعات وأكثر من 3 أفلام.

وقد تم قياس كثافة تعرض الجمهور المصري للأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية من خلال مقياس تجميعي مكون من عدة أسئلة تضمنتها صحيفة الاستبيان عن عدد أيام متابعة الأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية خلال الأسبوع وعدد مرات المشاهدة خلال اليوم، وعدد ساعات المشاهدة ، وعدد الافلام التي يتم متابعتها، وبناءً على ذلك تم حساب كثافة الاستخدام لكل مبحوث.

2- مقياس دوافع مشاهدة الأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية:

تم قياس دوافع مشاهدة الجمهور المصري للأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية من خلال مقياس مكون من 9 عبارات منها 4 عبارات تعبر عن الدوافع الطقوسية، و 5 عبارات تُعبر عن الدوافع النفعية. ومن واقع استجابات المبحوثين من الجمهور المصري عينة الدراسة على عبارات مقياس دوافع المشاهدة تم تحديد فئات لهذه الدوافع كما يلي:

دوافع ضعيفة من 9 لأقل من 15.

دوافع متوسطة من 15 لأقل من 21 .

دوافع قوية من 21 إلى أقل من 27.

وللتأكد من صدق المقياس قبل تطبيقه في إطار صحيفة الاستبيان تم عرضه على مجموعة من المحكمين، كما تم إدخال بعض التعديلات عليه بناء على ما أبدوه من ملاحظات، وقد تم أيضا استخدام التحليل العاملي لاختبار الصدق العاملي له، وقد أسفر التحليل العاملي عن ارتفاع درجات التشعب الخاصة بعبارات المقياس إلى أكبر من (0.3) ، وهو ما يُشير إلى صدقه.

٣- مقياس مستوى الانتباه والمتابعة النشطة

في هذا المقياس تم تحديد عدد من العبارات التي تقيس مدى المتابعة النشطة للجمهور المصري للأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية، وذلك وفق نظرية الاستخدامات والتأثيرات؛ ويتضمن المقياس ٨ عبارات منها ٤ عبارات إيجابية تُعبر عن المتابعة النشطة، و ٤ عبارات سلبية تُعبر عن المتابعة غير النشطة للجمهور المصري.

ومن واقع استجابات المبحوثين على عبارات المقياس تم تحديد فئات لهذه العبارات كالتالي:

مستوى انتباه ضعيف من 8 لأقل من 14

مستوى انتباه متوسط: من 14 إلى أقل من 20

مستوى انتباه قوي من 20 إلى أقل من 24.

وللتأكد من صدق المقياس قبل تطبيقه في إطار صحيفة الاستبيان تم عرضه على مجموعة من المحكمين، كما تم إدخال بعض التعديلات عليه بناء على ما أبدوه من ملاحظات، وقد تم أيضا استخدام التحليل العاملي لاختبار الصدق العاملي له، وقد أسفر التحليل العاملي عن ارتفاع درجات التشعب الخاصة بعبارات المقياس إلى أكبر من (٠.٣) ، وهو ما يُشير إلى صدقه.

٤- مستوى ادراك الجمهور المصري لواقعية مضمون الأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية:

تم تحديد عدد من العبارات التي تقيس مدى إدراك الجمهور المصري لواقعية المضمون المقدم عبر الافلام الوثائقية بالمنصات الرقمية وذلك في ضوء نظرية الاستخدامات والتأثيرات التي تتضمن ثلاثة محاور لإدراك واقعية المضمون، وتمثل هذ المحاور الثلاثة في : النافذة السحرية، والتعلم، والتوحد.

وقد اشتمل المقياس على ٩ عبارات كل ٣ عبارات منها تقيس بُعدًا أو محورًا من محاور إدراك واقعية المضمون ؛ ومن واقع استجابات المبحوثين على عبارات المقياس تم تحديد فئات لهذه العبارات كالتالي:

دوافع ضعيفة من 9 لأقل من 15.

دوافع متوسطة من 15 لأقل من 21 .

دوافع قوية من 21 إلى أقل من 27.

وللتأكد من صدق المقياس تم عرضه قبل تطبيقه في إطار أسئلة صحيفة الاستبيان على مجموعة من المحكمين، وقد تم إدخال بعض التعديلات عليه بناءً على ما أبدوه من ملاحظات، كما تم أيضًا استخدام التحليل العاملي لاختبار الصدق العاملي للمقياس، وقد أسفرت نتائج التحليل العاملي عن ارتفاع درجات تشعب جميع عبارات المقياس أكبر من (٠.٣)؛ مما يُشير إلى صدقه.

٥- مقياس اتجاهات الجمهور المصري نحو تعزيز إنجازات الدولة الاقتصادية المعروضة في الافلام الوثائقية بالمنصات الرقمية :

تم قياس اتجاهات الجمهور المصري نحو تعزيز إنجازات الدولة الاقتصادية المعروضة في الافلام الوثائقية بالمنصات الرقمية من خلال مقياس مكون من ٩ عبارات كل ٥ عبارات تمثل مكونا من مكونات الاتجاه؛ حيث تمثل ٦ عبارات المكون المعرفي و ٣ عبارات المكون السلوكي.

ومن واقع استجابات المبحوثين على عبارات المقياس تم تحديد فئات لهذه العبارات كالتالي:

دوافع ضعيفة من 9 لأقل من 15.

دوافع متوسطة من 15 لأقل من 21 .

دوافع قوية من 21 إلى أقل من 27.

وللتأكد من صدق المقياس تم عرضه قبل تطبيقه في إطار أسئلة صحيفة الاستبيان على مجموعة من المحكمين، وقد تم إدخال بعض التعديلات عليه بناء على ما أبدوه من ملاحظات، وقد تم استخدام التحليل العاملي لاختبار الصدق العاملي للمقياس، وقد أسفر التحليل العاملي عن ارتفاع درجات تشبع جميع عبارات المقياس أكبر من (0.3) مما يدل على صدقه.

أولاً: النتائج العامة للدراسة الميدانية:

أشارت إجابات الجمهور المصري عينة الدراسة ممن يشاهدون الأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية، على أسئلة صحيفة الاستبيان واستجاباتهم لبنود المقاييس التي تضمنتها هذه الصحيفة عن النتائج العامة الآتية:

1- خلصت نتائج البحث فيما يتعلق بعدد أيام تعرض الجمهور المصري للأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية في الأسبوع إلى أن النسبة الأكبر من إجمالي مفردات عينة الدراسة جاءت ممن يتعرضون للأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية يوم واحد بالأسبوع (52.8%) وجاءت نسبة ممن يتعرضون لها بعض أيام الأسبوع (41.8%) أي أن الغالبية العظمى من الجمهور المصري عينة البحث يشاهدون الأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية يوماً واحداً فقط أو بعض أيام الأسبوع.

جدول رقم (٧) عدد أيام تعرض الجمهور المصري للأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية في الأسبوع

مدي مشاهدة عينة الدراسة الأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية التي تقدم محتوى اقتصادي في الأسبوع	ك	%
يوم واحد بالأسبوع	211	52.8
بعض أيام الأسبوع	167	41.8
يوميًا	22	5.4
الإجمالي	400	100.0

2- أشارت نتائج البحث إلى أن النسبة الأكبر من الجمهور المصري (47.8%) جاءت ممن يشاهدون أجزاء متفرقة من الفيلم الوثائقي بالمنصات الرقمية ، ثم من يشاهدون الفيلم الوثائقي كاملاً (31.0%) وفي المرتبة الأخيرة من يشاهدون جزء واحد فقط من الفيلم الوثائقي (21.2%)

جدول رقم (٨) أسلوب تعرض الجمهور المصري للأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية

الأسلوب الذي تتبعه عينة الدراسة في مشاهدته الأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية التي تقدم محتوى اقتصادي	ك	%
أشاهد جزء واحد فقط من الفيلم الوثائقي.	85	21.2
أشاهد أجزاء متفرقة من الفيلم الوثائقي.	191	47.8
أشاهد الفيلم الوثائقي كاملاً.	124	31.0
الإجمالي	400	100.0

3- أشارت نتائج الدراسة الميدانية إلى أن النسبة الأكبر من الجمهور المصري عينة البحث (71.8%) يتعرضون للأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية مرة واحدة فقط. ثم من يتعرضون مرتان (17.2%) وفي المرتبة الأخيرة من يتعرضون للأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية أكثر من ثلاث مرات (4.5%)

جدول رقم (٩) عدد مرات تعرض الجمهور المصري للأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية

محتوي اقتصادي	ك	%
عدد مرات مشاهدة عينة الدراسة للأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية التي تقدم		
أشاهد الفيلم الوثائقي مرة واحدة.	287	71.8
أشاهد الفيلم الوثائقي مرتان.	69	17.2
أشاهد الفيلم الوثائقي ثلاث مرات.	26	6.5
أشاهد الفيلم الوثائقي أكثر من ثلاث مرات.	18	4.5
الإجمالي	400	100.0

4- فيما يتعلق بكثافة تعرض الجمهور المصري للأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية؛ أشارت نتائج استجابات المبحوثين علي أسئلة المقياس التجميعي الخاص بكثافة التعرض للأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية؛ إلي أن تعرض الجمهور المصري للأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية جاء متوسط الكثافة لدي (57.3%) من الجمهور المصري عينة البحث، ومنخفض الكثافة لدي (37.3%) منهم، أي أنه جاء متوسط أو منخفض الكثافة لدي الغالبية العظمي من مفردات العينة.

جدول رقم (١٠) كثافة تعرض الجمهور المصري للأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية

مجمّل مقياس كثافة مشاهدة	ك	%
منخفض	149	37.3
متوسط	229	57.3
مرتفع	22	5.4
الإجمالي	400	100

5- أشارت نتائج الدراسة الميدانية لعينة البحث إلي أن الدوافع بوجه عام جاءت متوسطة لدي النسبة الأكبر من الجمهور المصري (65.8%) ثم مرتفعة لدي (28.0%) وجاءت الدوافع الطقوسية لتعرض الجمهور المصري للأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية متوسطة لدي الغالبية من الجمهور المصري عينة البحث (50.5%) ، في مقابل دوافع طقوسية منخفضة لدي نسبة قليلة جدا (13.0%) فقط، بينما جاءت الدوافع النفعية متوسطة لدي (47.8%) وتشير هذه النتيجة إلي قوة الدوافع النفعية لتعرض الجمهور المصري للأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية إذا ما قورنت بالدوافع الطقوسية لديهم، وهذا ما يتفق مع طبيعة الفيلم الوثائقي كقالب برامجي يرتبط دائما بالواقعية والمعرفة لدي الجمهور المصري.

ويلاحظ مما سبق أن نسبة أصحاب الدوافع النفعية جاءت مرتفعة (41.0%) وفي الوقت ذاته جاءت نسبة أصحاب الدوافع الطقوسية المرتفعة (36.5%) وهذا يعني أن نسبة غير قليلة من الجمهور المصري لديهم دوافع نفعية وطقوسية متوسطة لمشاهدة الأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية ، ويمكن تفسير ذلك في ضوء ما سبقت الإشارة إليه من أن الأفلام الوثائقية تعد مصدرا للتأثير علي المشاهد من خلال ما تقدمه من نماذج وصور جديدة ومتنوعة للحياة اليومية ، وبما تقدمه للعديد من الأشخاص والأماكن وعادات وتقاليد الشعوب الأخرى، والفيلم الوثائقي له طابع خاص لأنه يقدم حقائق ومعلومات وصور حيه تهم جمهور معين يتعرض له.

وتشير الثلاثة جداول التالية إلي دوافع تعرض الشباب المصري لدراما التلفزيونيون:
جدول رقم (١١) دوافع تعرض الجمهور المصري للأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية

المقياس العام حول الدوافع	ك	%
منخفض	25	6.2
متوسط	263	65.8
مرتفع	112	28
الإجمالي	400	100

جدول رقم (١٢) الدوافع النفعية لتعرض الجمهور المصري للأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية

المقياس العام حول الدوافع النفعية	ك	%
منخفض	45	11.2
متوسط	191	47.8
مرتفع	164	41
الإجمالي	400	100

جدول رقم (١٣) الدوافع الطقوسية لتعرض الجمهور المصري للأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية

المقياس العام حول الدوافع الطقوسية	ك	%
منخفض	52	13
متوسط	202	50.5
مرتفع	146	36.5
الإجمالي	400	100

وتشير نتائج الدراسة الميدانية لعينة البحث إلي تباين قيم الأوزان النسبية لاستجابات أفرادها أمام كل عبارة من عبارات دوافع تعرض الجمهور المصري للأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية، وتنقسم هذه الدوافع إلي دوافع نفعية (الخمس عبارات الأولى في المقياس مرتبة تنازلياً تبعاً للأوزان النسبية لها) ودوافع طقوسية (اربع عبارات التالية في المقياس مرتبة تنازلياً تبعاً للأوزان النسبية لها) كما تشير إلي أن هذه الاستجابات تنوعت بين التأييد المطلق، والتأييد المحدود، والرفض المطلق لكل عبارة من عبارات المقياس.

وبمقارنة الأوزان النسبية للعبارات التسع للمقياس يتبين التفاوت الواضح بين قيم هذه الأوزان، وهو ما يمكن تفسيره في ضوء التباين النسبي في قيم متوسطات استجابات المبحوثين أمام كل عبارة من عبارات المقياس كما يتضح بالجدول التالي:

جدول رقم (١٤) توزيع استجابات أفراد عينة البحث أمام كل عبارة من عبارات مقياس دوافع مشاهدة الجمهور المصري للأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية

العبارة	دائما		أحيانا		نادرا		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%			
الدوافع النفعية									
التعرف علي سعر الدولار اليومي.	207	51.8	147	36.8	46	11.5	2.4	0.687	80.0
التعرف علي الوضع الاقتصادي للبلد.	175	43.8	199	49.8	26	6.5	2.37	0.604	79.0
معرفة تطور المشاريع الاقتصادية التي تقوم بها الدولة.	181	45.3	170	42.5	49	12.3	2.33	0.684	77.7
معرفة آراء مستخدمي المنصات الرقمية في المشاريع الاقتصادية التي تقوم بها الدولة.	113	28.3	214	53.5	73	18.3	2.1	0.675	70.0
التعرف علي آراء خبراء البورصة للاستثمار بها.	70	17.5	180	45.0	180	45.0	1.8	0.715	60.0
الدوافع الطقوسية									
البحث عن الشيء الجديد علي المنصات الرقمية.	160	40.0	187	46.8	53	13.3	2.27	0.68	75.7
التسلية والترفيه أثناء استخدام المنصات الرقمية.	162	40.5	168	42.0	70	17.5	2.23	0.727	74.3
الهروب من روتين الحياة اليومية.	146	36.5	187	46.8	67	16.8	2.2	0.703	73.3
التعود علي مشاهدة هذه النوعية من الأفلام الوثائقية.	102	25.5	213	53.3	85	21.3	2.04	0.683	68.0

وبوجه عام جاءت عبارة " التعرف علي سعر الدولار اليومي " في مقدمة الدوافع النفعية لمشاهدة الجمهور المصري للأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية ، بوزن نسبي (80.0%) ومتوسط حسابي (2.4) بينما جاءت " البحث عن الشئ الجديد علي المنصات الرقمية " في مقدمة الدوافع الطقوسية لمشاهدة الجمهور المصري للأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية بوزن نسبي (75.7%) ومتوسط حسابي (2.27)

وبحساب المتوسط الحسابي لكل مجموعة دوافع علي حدة، تبين أن مجموعة الدوافع النفعية تتفوق علي مجموعة الدوافع الطقوسية، حيث بلغ المتوسط الحسابي للأوزان النسبية لمجموعة عبارات الدوافع النفعية (73.34%) في مقابل (72.82%) لمجموعة عبارات الدوافع الطقوسية.

6- جاء مستوي انتباه الجمهور المصري لمشاهدة الأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية متوسط القوة لدي 80.5% من أفراد العينة ومنخفض لدي 15.5% منهم، أي أنه جاء متوسط القوة أو منخفض لدي الغالبية العظمي من أفراد العينة.

وتوضح نتائج الجدول التالي مستوي الانتباه أثناء مشاهدة الجمهور المصري للأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية :

جدول رقم (١٥) مستوي الانتباه أثناء مشاهدة الجمهور المصري للأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية

مجمعل مقياس الانتباه	ك	%
منخفض	62	15.5
متوسط	322	80.5
مرتفع	16	4
الإجمالي	400	100

وجاءت استجابات أفراد العينة أمام كل عبارة من عبارات مقياس مستوي انتباه مشاهدة الجمهور المصري للأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية متباينة، وعكست هذه الاستجابات فروقاً واضحة في الأوزان النسبية لتلك العبارات، وبمقارنة الأوزان النسبية للعبارات الثمانية للمقياس يتبين التفاوت الواضح بين قيم هذه الأوزان، وهو ما يمكن تفسيره في ضوء التباين النسبي في قيم متوسطات استجابات المبحوثين أمام كل عبارة من عبارات المقياس كما يتضح بالجدول التالي:

جدول رقم (١٦) توزيع استجابات أفراد عينة البحث أمام كل عبارة من عبارات مقياس مستوى الانتباه مشاهدة الجمهور المصري للأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية

العبارة	دائما		أحيانا		نادرا		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	%	ك	%	ك	%	ك			
احرص علي متابعة الأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية التي تعرض محتوى اقتصادي خلال أوقات محددة في اليوم.	24.0	96	56.0	224	20.0	80	2.04	0.663	68.0
-احرص علي مشاهدة الأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية التي تعرض محتوى اقتصادي كاملة في كل مرة.	28.3	113	47.8	191	24.0	96	2.04	0.722	68.0
-أقوم بالبحث عن الأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية التي تعرض محتوى اقتصادي أسبوعيا.	25.3	101	52.5	210	22.3	89	2.03	0.689	67.7
أقوم بالبحث عن الأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية التي تعرض محتوى اقتصادي علي فترات بعيدة (كل عام مرة لاخذ فكره عامه لا أكثر)	28.5	114	45.5	182	26.0	104	1.98	0.739	66.0
•اشاهد الأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية التي تعرض محتوى اقتصادي وانا أقوم بعمل اخر مثل الاكل أو المذاكرة.	26.3	105	51.5	206	22.3	89	1.96	0.696	65.3
•اكتفي بمشاهدة عدة أجزاء فقط من الأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية التي تعرض محتوى اقتصادي لاخذ فكرة عامة عن كل فيلم	31.3	125	51.8	207	17.0	68	1.86	0.681	62.0
•يمكنني استكمال مشاهدة الأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية التي تعرض محتوى اقتصادي في وقت اخر إذا كنت مشغولا	33.8	135	49.8	199	16.5	66	1.83	0.688	61.0
-أقوم بتأجيل أي شيء مطلوب مني حتي تنتهي الأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية التي تعرض محتوى اقتصادي	14.8	59	38.8	155	46.5	186	1.68	0.716	56.0

وبوجه عام جاءت عبارة " احرص علي متابعة الأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية التي تعرض محتوى اقتصادي خلال أوقات محددة في اليوم" في مقدمة عبارات المقياس بوزن نسبي (68.0%) ومتوسط حسابي (2.04) وجاءت في المرتبة الثانية عبارة " احرص علي مشاهدة الأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية التي تعرض محتوى اقتصادي كاملة في كل مرة " بوزن نسبي (68.0%) ومتوسط حسابي (2.04) بينما جاءت عبارة " أقوم بتأجيل أي شيء مطلوب

مني حتي تنتهي الأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية التي تعرض محتوى اقتصادي " في المرتبة الأخيرة بوزن نسبي (56.0%) ومتوسط حسابي (1.68) 7- خلصت نتائج الدراسة الميدانية فيما يتعلق بمستوي إدراك الجمهور المصري لواقعية مضمون الأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية إلي أن النسبة الأكبر من مفردات العينة جاء مستوي إدارتها لواقعية مضمون الأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية متوسطا (50.5%)، ثم مرتفعاً لدي (46.5%)، أي أنه جاء مرتفعاً أو متوسطاً لدي الغالبية العظمي من أفراد العينة . وبوجه عام توضح نتائج الجدول التالي مستوي إدراك الجمهور المصري لواقعية مضمون الأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية :

جدول رقم (١٧) مستوي إدراك الجمهور المصري لواقعية مضمون الأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية

مجمّل مقياس واقعية المضمون	ك	%
منخفض	12	3
متوسط	202	50.5
مرتفع	186	46.5
الإجمالي	400	100

وأفصحت نتائج البحث عن تباين استجابات أفراد عينة الجمهور المصري أمام كل عبارة من عبارات مقياس مستوي إدراك واقعية مضمون الأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية، وعكست هذه الاستجابات فروق واضحة في الأوزان النسبية لتلك العبارات . وبوجه عام جاءت عبارة " اشعر بالفخر والفرح عند مشاهدة إنجازات الدولة الاقتصادية " في مقدمة عبارات المقياس بوزن نسبي (84.3%) ومتوسط حسابي (2.53) وفي المرتبة الثانية جاءت عبارة " اعتقد ان المشاريع الاقتصادية التي تعرضها الأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية مهمة. " بوزن نسبي (83.0%) ومتوسط حسابي (2.49) بينما جاءت عبارة " اتعلم من خلال الأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية التي تعرض محتوى اقتصادي الاستثمار بالبورصة. " في المرتبة الأخيرة بين عبارات المقياس بوزن نسبي (72.7%) ومتوسط حسابي (2.18) وبمقارنة الأوزان النسبية لعبارات المقياس يتبين التفاوت الواضح بين قيم هذه الأوزان ، وهو ما يمكن تفسيره في ضوء التباين النسبي في قيم متوسطات استجابات المبحوثين أمام كل عبارة من عبارات المقياس، كما يتضح بالجدول التالي:

جدول رقم (١٨) توزيع استجابات أفراد العينة أمام كل عبارة من عبارات مقياس مستوي إدراك الجمهور المصري لواقعية مضمون الأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية

العبارة	دائما		أحيانا		نادرا		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%			
اشعر بالفخر والفرح عند مشاهدة إنجازات الدولة الاقتصادية.	233	58.3	144	36.0	23	5.8	2.53	0.604	84.3
اعتقد ان المشاريع الاقتصادية التي تعرضها الأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية مهمة.	212	53.0	171	42.8	17	4.3	2.49	0.579	83.0
اتعرف من خلال الأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية علي اجدد المشاريع الاقتصادية التي تقدمها الدولة	210	52.5	165	41.3	25	6.3	2.46	0.612	82.0
تعكس الأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية التي تعرض إنجازات الدولة الاقتصادية لقطات حيه من ارض واقع هذه المشاريع وتطورها.	195	48.8	178	44.5	27	6.8	2.42	0.616	80.7
تنقل الأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية احداثا حقيقية ومرتبطة بالواقع.	178	44.5	198	49.5	24	6.0	2.39	0.598	79.7
اتحدث مع أصدقائي عن اجدد المشاريع الاقتصادية التي تقوم بها الدولة للحد من البطالة وتوفير فرص عمل للشباب.	189	47.3	166	41.5	45	11.3	2.36	0.676	78.7
تتصرف الشخصيات في الأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية مع المواقف والمشكلات بطريقة يمكن اتباعها في الواقع.	158	39.5	203	50.8	39	9.8	2.3	0.636	76.7
عادة ما اربط بين نصائح خبراء الاقتصاد وما أقوم به في حياتي اليومية.	146	36.5	200	50.0	54	13.5	2.23	0.669	74.3
اتعلم من خلال الأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية التي تعرض محتوى اقتصادي الاستثمار بالبورصة.	135	33.8	202	50.5	63	15.8	2.18	0.681	72.7

8- خلصت نتائج الدراسة الميدانية فيما يتعلق باتجاه الجمهور المصري نحو إنجازات الدولة الاقتصادية إلي أن النسبة الأكبر من مفردات العينة جاءت إيجابية (54.4%) ثم محايد لدي (42.3%)، أي أنه جاء إيجابيا او محايدا لدي الغالبية العظمي من أفراد العينة .
وبوجه عام توضح نتائج الجدول التالي اتجاه الجمهور المصري نحو إنجازات الدولة الاقتصادية:

جدول رقم (١٩) مجمل مقياس اتجاه الجمهور المصري نحو إنجازات الدولة الاقتصادية

مجمّل مقياس اتجاه الجمهور المصري نحو إنجازات الدولة الاقتصادية	ك	%
سلبى	13	3.3
محايد	169	42.3
إيجابى	218	54.4
الإجمالى	400	100

وأفصحت نتائج البحث عن تباين استجابات أفراد عينة الجمهور المصري أمام كل عبارة من عبارات مقياس اتجاه الجمهور المصري نحو إنجازات الدولة الاقتصادية، وعكست هذه الاستجابات فروق واضحة في الأوزان النسبية لتلك العبارات . وبوجه عام جاءت عبارة " الأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية التي تعرض محتوى اقتصادي لها دور كبير في التعرف علي الوضع الاقتصادي للبلد." في مقدمة عبارات المقياس بوزن نسبي (84.7%) ومتوسط حسابي (2.54) وفي المرتبة الثانية جاءت عبارة " إنجازات الدولة الاقتصادية من طرق وكباري لها دور كبير في التسهيل علي الجمهور المصري عند استخدامه لهذه المشاريع. " بوزن نسبي (84.0%) ومتوسط حسابي (2.52) بينما جاءت عبارة " أهتم بنشر التعليقات عن كل فيلم وثائقي أشاهده من خلال صفحتي على الفيس بوك. " في المرتبة الأخيرة بين عبارات المقياس بوزن نسبي (71.7%) ومتوسط حسابي (2.15) وبمقارنة الأوزان النسبية لعبارات المقياس يتبين التفاوت الواضح بين قيم هذه الأوزان ، وهو ما يمكن تفسيره في ضوء التباين النسبي في قيم متوسطات استجابات المبحوثين أمام كل عبارة من عبارات المقياس، كما يتضح بالجدول التالي:

جدول رقم (٢٠) توزيع استجابات أفراد العينة أمام كل عبارة من عبارات مقياس اتجاه الجمهور المصري نحو إنجازات الدولة الاقتصادية

العبارة	أوافق		لا أوافق		أوافق الي حد ما		أوافق		الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			
الأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية التي تعرض محتوى اقتصادي لها دور كبير في التعرف علي الوضع الاقتصادي للبلد.	236	59.0	146	36.5	18	4.5	2.54	0.582	84.7		
إنجازات الدولة الاقتصادية من طرق وكباري لها دور كبير في التسهيل علي الجمهور المصري عند استخدامه لهذه المشاريع.	235	58.8	139	34.8	26	6.5	2.52	0.617	84.0		
الأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية التي تعرض محتوى اقتصادي لها دور كبير في معرفة تطور المشاريع الاقتصادية التي تقوم بها الدولة.	217	54.3	155	38.8	28	7.0	2.47	0.625	82.3		
توفر العديد من المشاريع في الدولة يعمل علي تقليل البطالة وتوفير فرص عمل للشباب.	221	55.3	145	36.3	34	8.5	2.47	0.648	82.3		
الأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية التي تعرض محتوى اقتصادي لها دور كبير في التأثير علي الجمهور المصري.	203	50.8	174	43.5	23	5.8	2.45	0.603	81.7		
متابعة الأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية التي تعرض محتوى اقتصادي اسبوعيا لمعرفة كل ما هو جديد.	191	47.8	180	45.0	29	7.3	2.41	0.622	80.3		
الأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية التي تعرض محتوى اقتصادي لها دور كبير في التعرف علي اراء خبراء البورصة للاستثمار بها.	186	46.5	183	45.8	31	7.8	2.39	0.627	79.7		
من خلال الأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية التي تعرض محتوى اقتصادي ادخار الأموال للاستثمار بالمشاريع الصغري او البورصة.	179	44.8	184	46.0	37	9.3	2.36	0.644	78.7		
أهتم بنشر التعليقات عن كل فيلم وثائقي أشاهده من خلال صفحتي على الفيس بوك.	147	36.8	165	41.3	88	22.0	2.15	0.753	71.7		

مناقشة نتائج البحث

اهتم البحث بالتعرف علي كثافة تعرض الجمهور المصري للأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية ثم تحديد اتجاهاتهم نحو تعزيز إنجازات الدولة الاقتصادية، والعلاقة بين كثافة هذا التعرض واتجاهتهم نحو تعزيز إنجازات الدولة الاقتصادية، فضلا عن دراسة تأثير كل من اتجاهتهم نحو تعزيز إنجازات الدولة الاقتصادية، ودوافع التعرض للأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية، ومستوي الانتباه أثناء التعرض، ومستوي إدراك الجمهور المصري لواقعية المضمون المقدم بها، والمتغيرات الديمغرافية لهم؛ تأثيرها علي هذه العلاقة، وتم إجراء البحث من خلال تطبيق استبيان الرأي علي عينه مشاهدي الأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية من الجمهور المصري بلغ قوامها 400 مفردة.

وبعد إجراء الدراسة الميدانية، واستخدام الأساليب الإحصائية الملائمة، توصل البحث إلي مجموعة من النتائج التي اهتمت بالإجابة علي مجموعة من التساؤلات واختبار عدة فروض تم تحديدها في ضوء مشكلة الدراسة وإطارها النظري ونتائج الدراسات السابقة، ويمكن إيجاز نتائج الإجابة علي هذه التساؤلات ونتائج اختبار الفروض، ثم مناقشة هذه النتائج كما يلي:

تشير نتائج الدراسة الميدانية إلي أن كثافة تعرض الجمهور المصري للأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية جاءت متوسطة أو منخفضة الكثافة لدي الغالبية العظمي من مفردات العينة، وجاءت الدوافع بوجه عام متوسطة ثم مرتفعة لدي النسبة الأكبر من الجمهور المصري، كما جاءت نسبة غير قليلة ممن لديهم دوافع نفعية وطقوسية قوية للتعرض للأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية، ويمكن تفسير ذلك في ضوء ما سبقت الإشارة إليه من أن الأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية تعد مصدرا للتأثير علي المشاهد من خلال ما تقدمه من نماذج وصور جديدة ومتنوعة للحياة اليومية عامة والعلاقات الإنسانية خاصة، وبما تقدمه من عالم رمزي للعديد من الأشخاص والأماكن وعادات وتقاليد الشعوب الأخرى، والفيلم الوثائقي له طابع خاص لانه يقدم حقائق ومعلومات وصور حيه تهم جمهور معين يتعرض له.

كما خلصت نتائج الدراسة الميدانية إلي أن مستوي انتباه الجمهور المصري أثناء التعرض للأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية جاء متوسط أو منخفض لدي الغالبية العظمي من أفراد العينة، وتتفق هذه النتيجة مع ما أشارت إليه نتائج الدراسة الميدانية (جدول رقم ١٢، ١٣) من قوة الدوافع النفعية لتعرض الجمهور المصري للأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية إذا ما قورنت بالدوافع الطقوسية لديهم، وهذا ما يمكن تفسيره في ضوء طبيعة الفيلم الوثائقي التي ترتبط دائما بنقل المعلومات والحقائق والصور الحية التي تنقل للجمهور الصورة الحقيقية لإنجازات الدولة الاقتصادية.

وانتهت الدراسة الميدانية فيما يتعلق بمستوي إدراك الجمهور المصري لواقعية مضمون الأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية إلي أنه جاء متوسطاً او مرتفعاً لدي الغالبية العظمي من أفراد العينة، وتتفق هذه النتيجة مع ما خلصت إليه نتائج الدراسة الميدانية (جدول رقم ١٢) من أن الدوافع النفعية جاءت متوسطة لدي النسبة الأكبر من الجمهور المصري عينة البحث ويمكن تفسير ذلك في ضوء ما سبقت الإشارة إليه من أن الأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية تعد مصدرا للتأثير علي المشاهد من خلال ما تقدمه من نماذج وصور جديدة ومتنوعة للحياة اليومية عامة والعلاقات الإنسانية خاصة، وبما تقدمه من عالم رمزي للعديد من الأشخاص

والأماكن وعادات وتقاليد الشعوب الأخرى، والفيلم الوثائقي له طابع خاص لانه يقدم حقائق ومعلومات وصور حيه تهتم جمهور معين يتعرض له.

كما أشارت نتائج البحث فيما يتعلق اتجاهات الجمهور نحو تعزيز إنجازات الدولة الاقتصادية أن اتجاه الجمهور جاء إيجابي أو محايدا لدي الغالبية العظمي من أفراد العينة، وتتفق هذه النتيجة مع ما أشارت نتائج الدراسة الميدانية (جدول رقم ١٢) من أن الدوافع النفعية جاءت متوسطة لدي غالبية الجمهور المصري عينة البحث، وما أشارت إليه أيضا نتائج الدراسة (جدول رقم ١٧) من أن مستوي إدراك الجمهور المصري لواقعية مضمون الأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية جاء متوسطاً أو مرتفعاً لدي الغالبية العظمي من أفراد العينة.

كما تتفق مع ما أشارت إليه نظرية الاستخدامات والتأثيرات حيث انها تهتم بقياس تأثير الاختلاف في أنماط نشاط الجمهور باعتبارهم ليسوا متلقين سلبيين، ويهدف هذا النموذج إلى رصد الأبعاد المختلفة لنشاط الجمهور ومدى تأثيراتها في الاتصال²³

لذا جاءت النتيجة في هذا البحث ان الدوافع النفعية اعلي من الدوافع الطقوسية نظرا لطبيعة المشاهد هنا ييهتم بمشاهدة الأفلام الوثائقية التي تعرض المعلومات والحقائق والصور الحية لانجازات الدولة الاقتصادية

كما تبين أن العلاقة بين متغيري كثافة تعرض الجمهور المصري للأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية ، واتجاهاتهم نحو تعزيز إنجازات الدولة الاقتصادية تتأثر باستبعاد تأثير متغيرات: دوافع تعرض الجمهور المصري للأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية ، ومستوي الانتباه أثناء التعرض، مستوي إدراك الجمهور المصري لواقعية المضمون المقدم بالافلام الوثائقية بالمنصات الرقمية، واتجاهاتهم نحو تعزيز إنجازات الدولة الاقتصادية، وخصائصهم الديمغرافية.

وتمثل هذا التأثير في تدعيم متغيرات: الدوافع النفعية، ومستوي إدراك الجمهور المصري لواقعية المضمون المقدم بالافلام الوثائقية بالمنصات الرقمية، واتجاهاتهم نحو تعزيز إنجازات الدولة الاقتصادية، والسن، والمستوي الاقتصادي الاجتماعي، للعلاقة بين المتغيرين المشار إليهما، كما تمثل هذا التأثير في إضعاف متغيرات: الدوافع الطقوسية، ومستوي انتباه الجمهور المصري أثناء التعرض للأفلام الوثائقية بالمنصات الرقمية ، والنوع، والمستوي التعليمي لهذه العلاقة .

مراجع الدراسة:

- 1 إلهام أبوزيد عشري محمد ، صورة النخبة السياسية العربية والأجنبية كما تقدمها الأفلام الوثائقية بمواقع الإنترنت : دراسة تحليلية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، قسم الإذاعة والتلفزيون ، 2018).
- 2 فانتن عبد السلام بيومي ، دور مواقع الأفلام الوثائقية بالإنترنت في تنمية الوعي الثقافي لدى المراهقين ، رسالة دكتوراة غير منشورة ، (جامعة عين شمس ، كلية الدراسات العليا للطفولة ، قسم الإعلام وثقافة الأطفال ، 2018).
- 3دانييل اريخون، ترجمة احمد الحضري،قواعد اللغة السينمائية ، القاهرة، الهيئة المصرية للكتاب ص18(1997)
- 4 إلهام أبوزيد عشري محمد(2018).مرجع سابق
- 5سعيدة بن عمار، الأفلام الوثائقية على المنصات الرقمية: دراسة في بنية المحتوى وأنماط التفاعل، مجلة المواقف للبحوث والدراسات في المجتمع والتاريخ،(2019) مج15، ع1
- 6 عبدالله السكارنه. "معالجة البرامج الوثائقية الاستقصائية على المنصات الرقمية المرئية للقضايا المجتمعية وعلاقتها بمعرفة الجمهور الأردني بها." مجلة بحوث كلية الآداب . جامعة المنوفية 33.130 (2022): 3-19.
- 7 نهلة عبد الرزاق عبد الخالق رشيد. "دراسة تحليل مضمون للأفلام التسجيلية الوثائقية في قناة الجزيرة الوثائقية الفضائية للمدة من 2011/4/1 ولغاية 2011/4/30." AL-ADAB JOURNAL 98 (2011).
- 8 , ولاء محمد الطاهر. المعالجة الإخبارية للأمراض البوتانية بالفتوات الفضائية. المجلة المصرية لبحوث الإعلام. Jul 1;2020(72):317-82.2020
- 9 سعيدة بن عمار ،(2019)،مرجع سابق
- 10 Kim, Jungee,& Rubin, M.Alan, "The Variable Influence Of Audience Activity On Effect", Communication Research, Sage Journals, Vol 24, No2, 1997, PP: 107-135
- 11Rowland, Victoria. Breaking Stereotypes: A Foreign Film Documentary, Master Thesis, Regent University. ProQuest Dissertations(2022).
- 12Dissen, A. & Crowell, T, We Are What We Eat: Assessing the Use of a Documentary Film as an Educational Tool to Change Students' Nutritional Attitudes and Behaviors. American Journal of Lifestyle Medicine, (2021), Vol. 20, No. 10, pp. 1-10.
- 13 CASTELLS, Arnau Gifreu. The interactive documentary. Definition proposal and basic features of the new emerging genre. In: *Mcluhan Galaxy Conference, Conference Proceedings*. 2021. p. 367-378.
- 14 إلهام أبوزيد عشري محمد ، صورة النخبة السياسية العربية والأجنبية كما تقدمها الأفلام الوثائقية بمواقع الإنترنت : دراسة تحليلية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، قسم الإذاعة والتلفزيون ، 2018).
- 15حامد معروف الزيات، الأفلام الوثائقية مصدراً للمعلومات التاريخية: دراسة تجريبية. مجلة مركز الخدمة للاستشارات البحثية واللغات 1-35: 20.58, 2018 ,
- 16 رفيده محمد متولي. "دور الثقافة الإعلامية في تشكيل وعي الأبناء لاستخدام أبنائهم للمنصات الرقمية". المجلة المصرية لبحوث الإعلام, 2022(80), 1983-2002.
- 17لمياء فتحي صابر. "المنصات الرقمية وأثرها على الدراما التلفزيونية" مجلة التراث والتصميم (2022)

18 Tana,J , Eirola,E. and Nylund,M. "When is prime-time in streaming media platforms and video-on-demands services? New media consumption 320 320 patterns and real-time economy", European Journal of Communication, (2020). Vol (35), No (2), pp 108-125. DOI:10.1177/0267323119894482

19 (Merak Rahimi, Atefeh Allahyari,Effects of Multimedia Learning Combined With Strategy-Based Instruction on Vocabulary Learning and Strategy Use,**SAGE Open**, vol. 9, 2, First Published April 23, 2019

20 Esteve Sanz, Thomas Crosbie: The meaning of digital platforms: Open and closed television infrastructure, Article in a journal, Poetic- 1221, available at: www.elsevier.com/locate/poetic,(2015.)

* المحكمون : الأسماء مرتبة ألفبائياً :

- أ.م.د/ابوبكر الصالحي ، أستاذ كلية الإعلام ، جامعة النهضة.
-أ.د/جهان سيد احمد يحيى، الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون ، كلية اللغة والإعلام، الأكاديمية العربية للعلوم و التكنولوجيا و النقل البحري.

- أ.د/خالد عبد الجواد، الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، الأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الاعلام
- أ.د/رجاء الغمراوي ، الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام وفنون الإتصال، جامعة فاروس.

- أ.م.د/سهير صالح، أستاذ المعهد الدولي للإعلام بالشروق.
- أ.د/صفاء علم الدين (سينما)) أستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون ، كلية الإعلام وفنون الإتصال، جامعة 6 أكتوبر سابقاً.

- أ.م.د/مايا البيضا ، أستاذ مساعد بكلية الإعلام، جامعة القاهرة.
-أ.د/محمد معوض، الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس
- أ.د/موني الحديدي، الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام بجامعة القاهرة.

- أ.د/هويدا مصطفى، أستاذ كلية الإعلام جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا.
21 السيد، فؤاد البهي (1979). علم النفس الإحصائي وقياس العقل البشري ، ط3 ، القاهرة: دار الفكر العربي، ص402

22 أيمن عبد الحليم نصار ، إعداد البرامج الوثائقية ، (الأردن ، عمان ، دار المناهج للنشر والتوزيع ، 2007) ، ص: 44.

23 Kim, Jungee,& Rubin, M.Alan, "The Variable Influence Of Audience Activity On Effect", Communication Research, Sage Journals, Vol 24, No2, 1997, PP: 107-135