

## دور التربية الإعلامية في توعية الشباب الجامعي تجاه المضامين المقدمة عبر منصة netflix

د . سلمى عادل الجزاير  
مدرس بالجامعة البريطانية في مصر

### ملخص البحث :

تبحث هذه الدراسة في دور التربية الإعلامية في تعزيز وعي الشباب الجامعي تجاه المحتوى الذي تقدمه منصة Netflix، خاصة في ظل انتشار الإعلام الرقمي وتأثيره المتزايد على القيم والاتجاهات. تهدف الدراسة إلى فهم تأثير التربية الإعلامية على قدرة الشباب في التفاعل النقدي مع المحتوى الرقمي، ومدى وعيهم بالمخاطر المرتبطة به، مع التركيز على دورها في مساعدتهم على التمييز بين المحتوى الموثوق وغير الموثوق.

تبرز أهمية البحث من خلال مساهمته العلمية في إثراء الدراسات الإعلامية المتعلقة بالتربية الإعلامية وتأثير الإعلام الرقمي على الشباب، ومن الناحية التطبيقية، يمكن أن تساعد نتائجه في تطوير برامج تعليمية تعزز قدرة الشباب على تحليل المحتوى الإعلامي وفهم تأثيراته، مما يمكنهم من اتخاذ قرارات واعية عند التعامل مع الوسائل الرقمية.

يسعى البحث إلى قياس مستوى وعي الشباب الجامعي بالتربية الإعلامية، وتحديد مدى تأثيرها على تشكيل اتجاهاتهم تجاه محتوى Netflix، مع تحليل دورها في مساعدتهم على التمييز بين المحتوى الموثوق وغير الموثوق وتعزيز التفكير النقدي لديهم. وتستند الدراسة إلى



نظرية التعلم الاجتماعي، التي تفترض أن الأفراد يكتسبون السلوكيات والقيم من خلال ملاحظة وتقليد الشخصيات الإعلامية، مما يجعل الإعلام الرقمي مؤثراً رئيسياً في تشكيل المواقف الاجتماعية للشباب.

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم جمع البيانات من خلال استبيان إلكتروني استهدف ٤٠٠ طالب جامعي من مختلف الجامعات المصرية، باستخدام أسلوب "كرة الثلج" لضمان الوصول إلى مستخدمي Netflix بانتظام. تم تحليل البيانات باستخدام برنامج SPSS، مع تطبيق الأساليب الإحصائية المناسبة لفهم الاتجاهات الاستهلاكية للشباب الجامعي.

أظهرت النتائج أن ٩٩.٢٥% من المشاركين لديهم معرفة بمفهوم التربية الإعلامية، لكنها غالباً ما تظل نظرية دون تطبيق عملي واضح. كما أفاد ٦٥.٢٣% بأن التربية الإعلامية ساعدتهم على اتخاذ قرارات أكثر وعياً عند اختيار المحتوى على Netflix. أما أنماط الاستخدام، فقد تبين أن ٥٧.٢٥% من المشاركين يستخدمون Netflix بانتظام، بينما يقضي ٥٤.٥% منهم ما بين ساعة إلى ساعتين يومياً في مشاهدتها.

فيما يتعلق بتأثير المحتوى، رأى ٤٦.٨٥% أن Netflix يؤثر على تصوراتهم الاجتماعية والثقافية، بينما كانت الأفلام الأكثر مشاهدة بنسبة ٥٢.٥%، تليها المسلسلات بنسبة ٣٧.٥%. أما تقييم جودة المحتوى، فقد رأى ٤٩.٦٢% من المشاركين أنه متوسط الجودة، مما يعكس تفاوتاً في الآراء حول تنوعه وجودته.

بناءً على هذه النتائج، توصي الدراسة بضرورة تعزيز التربية الإعلامية في المناهج الجامعية عبر مقررات تركز على التحليل النقدي للمحتوى الإعلامي، إلى جانب تنظيم ورش عمل تدريبية لمساعدة الشباب على التمييز بين المحتوى الموثوق وغير الموثوق. كما تدعو إلى التعاون مع المنصات الرقمية مثل Netflix لتقديم إشعارات توعوية حول كيفية استهلاك المحتوى بوعي أكبر.



## **The Role of Media Literacy in Raising University Youth Awareness Towards the Content Presented on the Netflix Platform**

Dr. Salma Adel El-Gazzar

### **Abstract:**

This study explores the role of media literacy in enhancing university students' awareness of the content provided by Netflix, particularly in the context of the widespread expansion of digital media and its increasing influence on values and attitudes. The study aims to understand the impact of media literacy on students' ability to critically engage with digital content, their awareness of the associated risks, and its role in helping them distinguish between credible and misleading content.

The significance of this research lies in its scientific contribution to media studies, particularly in the field of media literacy and digital media's influence on young people. From a practical perspective, its findings can aid in the development of educational programs that strengthen students' ability to analyze media content and understand its implications, enabling them to make informed decisions when engaging with digital platforms.

The study seeks to assess university students' level of awareness regarding media literacy and determine its impact on shaping their attitudes towards Netflix content. It also analyzes its role in helping them differentiate between credible and misleading content while fostering critical thinking skills. The research is grounded in Social Learning Theory, which suggests that individuals acquire behaviors and values through observing and imitating media figures. This makes digital media a key influencer in shaping young people's social attitudes.

The study employs a descriptive-analytical methodology, collecting data through an online questionnaire distributed to 400



university students from various Egyptian universities, utilizing the snowball sampling technique to ensure the inclusion of regular Netflix users. Data analysis was conducted using SPSS, applying statistical methods such as frequencies, means, and standard deviations to examine students' media consumption patterns.

The findings revealed that 99.25% of participants were familiar with the concept of media literacy, though it often remained theoretical without practical application. Additionally, 65.23% of respondents stated that media literacy helped them make more informed decisions when selecting content on Netflix. Regarding usage patterns, 57.25% of participants reported regular use of Netflix, while 54.5% spent between one to two hours daily on the platform.

In terms of content influence, 46.85% of participants believed that Netflix significantly impacts their social and cultural perceptions. Movies were the most-watched category (52.5%), followed by TV series (37.5%). Regarding content quality assessment, 49.62% of participants rated it as moderate, reflecting varying opinions on its diversity and quality.

Based on these findings, the study recommends integrating media literacy into university curricula through courses focusing on critical media content analysis. It also emphasizes the importance of conducting training workshops to help students differentiate between credible and misleading content. Furthermore, it calls for collaboration with digital platforms like Netflix to provide awareness notifications that encourage more mindful media consumption

## مقدمة :

تؤثر وسائل الإعلام بشكل كبير على تشكيل اتجاهات الأفراد تجاه القضايا المجتمعية، وكان للإعلام التقليدي مثل الصحافة المطبوعة دور كبير في تشكيل المواقف والأفكار والسلوكيات. ومع تطور وسائل الإعلام، أصبحت هذه التأثيرات أكثر تنوعاً وتعقيداً، حيث لم يعد تأثير الإعلام مقتصرًا على الصحف والمجلات، بل امتد ليشمل وسائل الإعلام الحديثة، خصوصاً مع ظهور الإنترنت والمنصات الرقمية.

من أبرز هذه المنصات الرقمية التي أثرت المشهد الإعلامي في العصر الحالي هي منصة Netflix، التي قدمت نموذجاً جديداً في استهلاك المحتوى الرقمي. تتيح Netflix للمستخدمين مشاهدة الأفلام والمسلسلات والبرامج الوثائقية في أي وقت يناسبهم، دون التقيد بمواعيد البث التقليدية أو فواصل إعلانية مزعجة. هذا التحول التكنولوجي جعل المنصة تحظى بشعبية كبيرة بين الشباب الجامعي، الذي أصبح يشكل شريحة واسعة من مستخدميها.

ومع التوسع الكبير في استخدام الهواتف الذكية، أصبح الشباب الجامعي أكثر تفاعلاً مع هذه المنصات الرقمية، مما أدى إلى تغييرات في أنماط استهلاك المحتوى الإعلامي. فقد أصبحت منصات مثل Netflix بديلاً رئيسياً للإعلام التقليدي مثل التلفزيون وصلات السينما، مع مزايا عديدة، مثل الحرية في اختيار وقت المشاهدة، والوصول إلى محتوى متنوع بعيداً عن القيود التقليدية.

لكن هذا التحول الرقمي له جوانب أخرى لا يمكن تجاهلها، حيث تتيح هذه المنصات الوصول إلى محتوى ثقافي وقيمي متنوع، يمكن أن يكون بعيداً عن القيم الثقافية المحلية. وهذا يطرح تساؤلات حول تأثير المضامين المقدمة عبر منصة Netflix على الشباب الجامعي، خصوصاً فيما يتعلق بتشكيل مواقفهم وفهمهم للقضايا المجتمعية والثقافية. وفي هذا السياق، تبرز أهمية التربية الإعلامية التي تساهم في تعزيز قدرات الشباب الجامعي على تحليل وتقييم المحتوى الذي يستهلكونه.



تسهم التربية الإعلامية في تمكين الشباب من التعامل النقدي مع المضامين الرقمية، مما يساعدهم على فهم تأثير هذه المضامين على قيمهم ومعتقداتهم الشخصية والاجتماعية. إذ أن التعليم الإعلامي يسهم في تطوير مهارات التفكير النقدي لديهم، مما يتيح لهم التمييز بين المحتوى الموثوق وغير الموثوق، وفهم الأبعاد الثقافية والاجتماعية للمحتوى الذي يعرض عليهم.

ولذلك، يكتسب البحث في دور التربية الإعلامية لدى الشباب الجامعي أهمية خاصة، حيث يساعد في قياس مدى وعيهم بتأثيرات المحتوى الرقمي على فهمهم للقضايا المجتمعية. كما يساهم في تطوير استراتيجيات تعليمية تهدف إلى تعزيز قدرتهم على التعامل مع هذا التنوع الثقافي بطريقة نقدية، وتوفير الأدوات اللازمة لتقييم المحتوى الرقمي بشكل واع ومسؤول.

علاوة على ذلك، فإن الشباب الجامعي يمثل فئة حساسة في المجتمع، حيث أنه في مرحلة تشكل الهوية وتكوين الرؤى الشخصية تجاه مختلف القضايا. ومع تنوع المحتوى الرقمي الذي تقدمه منصات مثل Netflix، يمكن أن يتعرض الشباب الجامعي لآراء وأيديولوجيات مختلفة قد تؤثر في مواقفه واعتقاداته. هذا يجعل من الضروري أن يكون لديهم القدرة على التعامل مع هذه المضامين بشكل نقدي، مع فهم سياقاتها الثقافية والاجتماعية. إن التربية الإعلامية توفر الأدوات اللازمة لتحليل هذا المحتوى بشكل واع، مما يسهم في تعزيز قدرة الشباب على تقييم الأفكار والقيم المعروضة عليهم واختيار ما يتماشى مع قيمهم الشخصية والمجتمعية.

من جهة أخرى، مع توسع وسائل الإعلام الرقمية وزيادة تأثيرها، تتزايد أهمية التربية الإعلامية في مواجهة المخاطر المحتملة المرتبطة بالتحفيز على تبني سلوكيات ومواقف غير صحية أو غير واقعية. من خلال التربية الإعلامية، يمكن للشباب الجامعي أن يتعلم كيفية التمييز بين المحتوى الذي يعزز التفكير النقدي والمحتوى الذي قد يروج للأفكار المغلوطة أو المضللة. إن تعزيز هذه المهارات يمكن أن يسهم في بناء جيل من

الشباب الجامعي قادر على التعامل مع الإعلام الرقمي بشكل مسؤول، مما يعزز قدرته على اتخاذ قرارات مستنيرة ويحد من تأثيرات المحتوى الساخر أو الضار.

## الدراسات السابقة:

تُعد الدراسات السابقة ذات أهمية كبيرة في توفير الأساس النظري والمنهجي للبحث الحالي، حيث تسهم في بناء فهم شامل لدور التربية الإعلامية في توعية الشباب الجامعي بالمضامين المقدمة عبر المنصات الرقمية مثل Netflix.

- **المحور الأول:** الدراسات التي اهتمت بالتربية الإعلامية وعلاقتها بوسائل الإعلام الرقمية.
- **المحور الثاني :** دراسات التي تناولت المنصات الرقمية بوجه عام ومنصة عينة الدراسة الميدانية.
- **أولاً: المحور الأول:** الدراسات التي اهتمت بالتربية الإعلامية وعلاقتها بوسائل الإعلام الرقمية، وفما يلي تفصيل المحور:

اهتمت بعض الدراسات باختبار دور الوسائل الرقمية والوسائط المتعددة في دعم مهارات التربية الاعلامية كما في دراسة (Park, Sora ;Burford,Sally٢٠١٣)<sup>(١)</sup> التي اهتمت بعقد دراسة طولية عن استخدامات الأجهزة اللوحية المحمولة والتعرف على مستوى التغييرات في التربية الإعلامية الرقمية للشباب ودراسة العوامل التي تحدد هذا التغير باستخدام الدراسات النوعية والكمية على عينة من الشباب الجامعي بأستراليا بلغ قوامها (٣٥) طالبا تم اعطاءهم أجهزة لوحية محمولة وتمت مراقبتهم بانتظام لمدة عام وطلب طلب منهم تسجيل الوقت الذي يقضيه على جميع أجهزة iPad الخاصة به في قائمة الأنشطة بالإضافة إلى ذلك تم جمع البيانات خلال الدراسة عبر منتديات المناقشة والمجلات على الإنترنت المشاركي فيها وتم قياس الاستخدام كل شهر لتتبع التغييرات بمرور الوقت ذاتيا بمقاييس متعددة الأبعاد ، وتوصلت الدراسة الى ارتفاع مستويات المعرفة بالوسائط الرقمية للمشاركين الذي زاد بمرور الوقت .



وأدى توفير الوصول إلى جهاز رقمي جديد إلى تعزيز التربية الإعلامية الرقمية الشاملة للذين استخدموا الجهاز اللوحي للوصول إلى المعلومات حيث انخفض وقت الوصول والبحث عن المعلومة في نهاية فترة الدراسة مقارنة بالوقت الذي تم تسجيله في بداية الدراسة ، كما زادت الأنشطة الاجتماعية من التربية الإعلامية الرقمية في بعض الأبعاد في حين لم ترتبط الزيادة في مستوى التربية الإعلامية الرقمية مباشرة بالوقت الذي يقضيه الشباب الجامعي على الجهاز اللوحي بل ارتبط بطبيعة الأنشطة التي يمارسها عليها.

في حين كشفت دراسة (فتح الله ، دعاء : ٢٠١٩) عن تأثير تصميم الوسائط المتعددة على تحسين مهارات التربية الإعلامية لدى الأطفال في التعامل مع الاعلام الرقمي وتوصلت الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات التطبيق القبل ومتوسط درجات التطبيق البعدي لصالح المجموعات التجريبية.

وسعت دراسة ( JACOBS, HAYES ٢٠١٤ )<sup>٢</sup> للتعرف على دور لوحات SMART ومواقع الويب ووسائل الإعلام الاجتماعية في تفعيل التربية الاعلامية الرقمية في المدارس ودراسة التحولات اللازمة لتطوير المقررات الدراسية وكيفية الانتقال إلى ما نسميه التعليم في القرن الحادي والعشرين ودراسة التغييرات التي تتسرب إلى فصولنا الدراسية وتوصلت إلى ضرورة توافر أربع قدرات ضرورية لإكساب التحول الرقمي المطلوب للتربية الإعلامية الرقمية هي : القدرة على الوصول - يحتاج الطلاب إلى مجموعات المهارات للوصول إلى الإنترنت والأدوات الرقمية الأخرى.

كيفية وصول الطلاب إلى اللغة الصوتية ، وقدرات لوحة المفاتيح واستخدام نقاط الدخول التي تعمل باللمس والصوت هي ضرورية للتعلم في التعلم الرقمي على مستوى المدرسة الابتدائية، كما يمكن تعليم الأساسيات للتعامل مع الكمبيوتر اللوحي ومعرفة المصطلحات الأساسية مثل الرمز والإعدادات والمتصفح إلى جانب الكلمات التقليدية.

القدرة على الاختيار - أي اعداد قارئ متطور يعرف كيفية اختيار الكتب ذات الجودة، وباحث متطور على الإنترنت يعرف كيفية اختيار المواقع والمصادر بدلاً الإبحار في عالم التطبيقات والمواقع الإلكترونية دون جدوى.

القدرة على المعالجة - قدرة الطلاب على تصنيف واختيار المواقع والروابط ذات الصلة لتبادل المعلومات وتنظيمها أي اعتبارها امتداد للفصول الدراسية المتاحة أمامهم على مدار اليوم يختارون ويقدمون أفضل الأمثلة للفن أو التاريخ أو أي مادة دراسية في التعليم و تدريبهم على كيفية تحسين استخدام محركات البحث.

القدرة على الإبداع - القدرة على اختيار الأدوات الرقمية لإيجاد حلول للمشاكل هي أعلى القدرات. سواء كان كل طالب إنشاء محفظة رقمية من عمله ولهذا، نحتاج إلى تصميم مشاريع تقييم تتطلب حلولاً إبداعية للمنتجات والأداء، وتعليم الطلاب كيفية تحديد هذه الأدوات واستخدامها ، كما اقترحت دراسة (Reyna, Jorge; Hanham, Jose; Meier, Peter 2018) <sup>٤</sup> تقديم اطار عمل يمكن استخدامه لتطوير مهارات التربية الاعلامية بالوسائط الرقمية في التعليم العالي بأستراليا من خلال تدريب الطلاب على انتاج الوسائط الرقمية مثل البودكاست ، والقصص الرقمية والرسوم المتحركة والفيديو وتضمن هذا الاطار ثلاث مستويات المجال المفاهيمي والوظيفي والسمعي البصري وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها:

مطلوب تطوير منتج الوسائط الرقمية مثل صناعة الفيديو و التصميم الجرافيكي والرقمي وكما يجب رعاية مهارات القصة المصورة في داخل برامج الجامعة لأنها تساعد الطلاب على تصور الأفكار والتأكد من محتواها لتسهيل تعليم التربية الإعلامية الرقمية، فإن المعرفة بالوسائط الرقمية لها دور حاسم في الاتصال عبر الإنترنت، بحيث يتمتع الطلاب بمستوى مناسب من الكفاءة في تصوير الصوت والصورة والفيديو والتحرير (المجال الوظيفي).



يجب أن يكونوا قادرين على دمج معرفتهم مع المجال السمعي البصري ،  
باستخدام مبادئ الوسائط الرقمية على مستوى "المستهلك".

لا يحتاج الطلاب إلى أن يكونوا مؤهلين مهنيًا ولكن يجب أن يكونوا قادرين  
على تطبيق الأساسي بمبادئ تصميم الوسائط الرقمية والتفكير النقدي والقدرة على نقد  
الرسائل الرقمية من المهارات المهمة أيضا في التربية الاعلامية الرقمية ، والتي لا  
ينبغي اعتبارها مجرد معايير إنتاج". وأكدت الدراسة على أن التربية الإعلامية  
للمحتوى الرقمية لها بعدين بعد داخلي يسمح للمستخدمين بالتحليل تقييم الرسائل الرقمية  
والحكم عليها من حيث المحتوى والعرض ؛ وبعد خارجي والتي تتعلق باستكشاف  
روابط العلاقات الاجتماعية في هذه المنتجات الاعلامية.

وأوضحت دراسة (Mihailidis, Paul: ٢٠١٥) الدور المحدد للتنظيم في تنمية  
التربية الإعلامية الرقمية لدى الشباب والتعرف على الدور الذي يمكن أن يؤديه  
التنظيم في تطوير كفاءات المعرفة الرقمية والإعلامية من خلال استكشاف كفاءات  
التنظيم لدى الشباب ومواقفهم تجاه المعالجة في ضوء اعتمادهم المتزايد على منصات  
المعلومات اليومية واحتياجات الاتصالات و أظهرت النتائج الكفاءة العامة في التجميع  
 وإعادة تهيئة المحتوى واستكمالها مع الحفاظ على الدقة والتماسك والسرد المسلسل.  
 وكشفت النتائج عن بعض التباين في الوضوح العام في المتغيرات المرتبطة بالوضوح  
 والتي يمكن أن تعزى إلى الشك نحو مصداقية الشبكات الاجتماعية، ونقص قدرته على  
 التنظيم.

وأظهر الطلاب فهم متقن لكيفية تأثير المعالجة الرقمية على الأخلاق والواقعية  
والصرامة ورواية القصص المتوازنة، ودعمت الدراسة أهمية التنظيم للمعلومات  
والاتصالات اليومية كعادات خاصا إنه يحاكي الطريقة التي تعمل بها أدمغتنا.

وتبحث دراسة (Lee, Alice Y. L. : 2016) في طريقة تعليم التربية الاعلامية  
باستخدام الكمبيوتر المحمول والآي باد، و فحص فعالية وتحديات وسائط التعلم التربيه

الإعلامية خلال تقنيات وسائل الإعلام الجديدة في إطار نظرية انتشار المبتكرات. وأظهرت النتائج أن الطلاب لديهم دوافع عالية لوسائل الإعلام الجديدة والتعبير عن اهتمام كبير بمناهج التربية الإعلامية وأن الأساليب الجديدة لا تعزز فقط المعرفة الإعلامية للطلاب ، ولكنهم أيضا تنمى لديهم مهارات التفكير النقدي الإبداع والتواصل والتعاون.

وأكدت على أن استخدام تكنولوجيا المعلومات الحديثة في تدريس التربية الإعلامية أمراً فعالاً لأنه يحتوي على المكونات التالية [١] التفاعل التشاركي، (٢) المناقشة والمشاركة الفورية، (٣) متعة الوسائط الجديدة (لمس الأيادي)، (٤) التعلم النشط من خلال الاستكشاف، (٥) شعور الطلاب بالاستقلالية في التعلم (٦) مواد منهج الوسائط المتعددة.

#### - المحور الثاني: الدراسات التي تناولت المنصات الرقمية ومنصة عينة الدراسة:

دراسة ولاء حسان<sup>٧</sup> (٢٠٢٣م) بعنوان " تأثير التعرض للأعمال الدرامية المقدمة عبر منصات المشاهدة الرقمية على الهوية الثقافية لدى الشباب المصري إلى تحليل مدى إقبال الشباب المصري على متابعة المحتوى الدرامي عبر المنصات الرقمية، دوافعه لذلك، والتحديات التي يفرضها هذا النوع من الوسائط على هويته الثقافية، استخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي على عينة من ٢٥٠ شاب وشابة تتراوح أعمارهم بين ١٨ و ٣٥ عاماً. أظهرت النتائج أن أبرز الأفكار التي تروج لها الأعمال الدرامية عبر هذه المنصات تتعلق بتصوير المسلمين المتدينين كإرهابيين أو متطرفين فكرياً بنسب بلغت ٤٦.٨ % و ٤٥.٢ % على التوالي.

وفي نفس العام قدمت دراسة صفا محمد إبراهيم<sup>٨</sup> (٢٠٢٣م) بعنوان "سمات الكود الأخلاقي للدراما العربية المقدمة على منصة نت فيليكس: دراسة كيفية للمحتوى والمجموعات البورية" شملت الدراسة تحليلاً عمدياً لمحتوى درامي عربي أنتجته منصة نتفليكس، وتمثل في مسلسل "البحث عن علا"، مسلسل "أبله فاهيتا"، وفيلم "أصحاب



ولا أعز"، اعتمدت الدراسة الميدانية على عينة عمدية مكونة من ٤٥ طالبًا جامعيًا، واستخدمت أداة النقاش المركزة (Focus Group Discussion) لجمع البيانات.

وفي دراسة محمد بكير (٢٠٢٣م) بعنوان "المشاهدة الشرهة للسلسلات الدرامية عبر المنصات الرقمية وعلاقتها بتشكيل الحالة المزاجية للأسر العربية"<sup>٩</sup>، هدفت الدراسة إلى استكشاف تأثير المشاهدة المفرطة للسلسلات الدرامية عبر المنصات الرقمية على المزاج العام للأسر العربية.

تم إجراء الدراسة على عينة عمدية شملت ٦٠ أسرة عربية مقيمة في مدينة الرياض، تضم سعوديين وسوريين ومصريين وسودانيين. تم اختيار العينة باستخدام طريقة كرة الثلج، وبلغ حجمها النهائي ٣٨٠ فرد، استخدمت الدراسة عدة مقاييس لتحليل النتائج، وأظهرت أن غالبية الأسر تعاني من الإفراط في استخدام المنصات الرقمية طوال أيام الأسبوع. جاءت تفضيلات المنصات لدى العينة على الترتيب: يوتيوب، شاهد، نتفليكس، وأخيرًا واتس ات .

وفي نفس الإطار قدمت دراسة دعاء البنا (٢٠٢٣م) بعنوان "دراما المنصات الرقمية بين المجال البحثي الدولي والمحلي رؤية تحليلية نقدية من المستوى الثاني"<sup>١٠</sup>، هدفت الدراسة إلى استعراض الموضوعات والمجالات البحثية المتعلقة بدراما المنصات الرقمية. اعتمدت الدراسة على عينة عمدية ضمن إطار زمني من (٢٠١٢ إلى ٢٠٢٢م). توصلت نتائجها إلى تشابه مع نتائج دراسة داليا عثمان، مع التركيز على التأثيرات الصحية والنفسية والاجتماعية لدراما المنصات الرقمية.

أظهرت الدراسة أن العديد من الأبحاث ركزت على تأثير هذه الدراما على اتجاهات وسلوكيات الجمهور تجاه ظواهر مثل الانتحار، الإدمان، تعاطي الكحول والمخدرات، الإعتداء الجنسي، قضايا الحريات، التمييز، والمساواة، بالإضافة إلى كيفية تفاعل الجمهور مع هذه الأعمال.

وتبلورت مشكلة دراسة رشا عاطف (٢٠٢٢م) بعنوان "تعرض الجمهور للمحتوى الدرامي في المنصات التلفزيونية الرقمية وعلاقته بالحالة المزاجية"<sup>١١</sup>، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وتم تطبيقها على عينة مكونة من ٤٢٣ شاب مصري وأظهرت نتائج الدراسة أن المنصات التلفزيونية الرقمية الأكثر تفضيلاً للمحتوى الدرامي كانت "شاهد" في المرتبة الأولى بنسبة ٦٣.٨٪، تلتها "نتفليكس" بنسبة ٤٤٪، ثم "هولو" بنسبة ٠.٧٪، أما بالنسبة للأشكال الدرامية التي يفضلها المشاركون، فقد كانت المسلسلات العربية في المرتبة الأولى بنسبة ٥٧.٤٪، تلتها الأفلام الأجنبية بنسبة ٤٧.٥٪، في حين جاءت الأفلام العربية في المرتبة الأخيرة بنسبة ٢٧٪ (عاطف، ٢٠٢٢م). أظهرت نتائج دراسة يزيد المخرج (٢٠٢٢م) بعنوان "الأعمال الدرامية لمنصة نتفليكس وانعكاسها على القيم الثقافية والاجتماعية في الوطن العربي: دراسة نقدية للمسلسلات الأكثر مشاهدة في ضوء نظرية تحليل الإطار الإعلامي"<sup>١٢</sup> التي شملت ١٣ مسلسلاً من الأعمال الأصلية لنتفليكس أن جميع المسلسلات المتصدرة في قائمة الأكثر مشاهدة لعامي (٢٠٢٠ و ٢٠٢١م) تضمنت مشاهد شذوذ جنسي بإجمالي ٣١٢.٨٣ دقيقة، موزعة على ٤٢٤ مشهداً. وأكدت الدراسة أن نتفليكس تروج لموضوع الشذوذ الجنسي بشكل منهجي، وتعرضه كقيمة ثقافية واجتماعية يجب احترامها من قبل المجتمعات. استخدمت الدراسة في تحليلها أطر حقوق الإنسان والاهتمامات الإنسانية والاجتماعية. كما تبين أن تناول موضوع الشذوذ الجنسي في سياقات مباشرة بلغ ٨١٩ مرة. أوضحت دراسة درويش وعين (٢٠٢٢م) بعنوان "اللغة البذيئة في التلفزيون العربي: دراسة حالة لأول مسلسل أردني عربي على نتفليكس"<sup>١٣</sup> التي اعتمدت على المنهج المسحي، بالإضافة إلى إجراء استقصاء إلكتروني على عينة من ٣٥٦ شاب عربي أظهرت نتائج الدراسة أن الكلمات المحرمة والممنوعة دينياً واجتماعياً في الوطن العربي شكلت ٧٥٪ من الحوار في المسلسل. كما اعتُبر المسلسل ظاهرة جديدة في الأعمال الدرامية العربية، حيث تضمن مخالفات صريحة وواضحة للثقافة العربية، مثل المشاهد غير اللائقة، بالإضافة إلى ترويج المسلسل لتعاطي



المخدرات، وغيرها من التصرفات التي تُعد انتهاكًا صارخًا للثقافة والعرف السائد في المنطقة العربية .

أكدت نتائج دراسة نهلة عبد الكريم (٢٠٢٢م) بعنوان "كثافة مشاهدة الجمهور المصري للمحتوى الدرامي عبر المنصات الرقمية وتأثيرها على إدراك واقع القضايا المجتمعية"<sup>١٤</sup> التي اعتمدت على نموذج تقبل تكنولوجيا المعلومات، وأجريت على عينة مكونة من ٤٠٠ فرد، أن هناك ارتفاعًا في مشاهدة المحتوى الدرامي على المنصات الرقمية باستخدام الوسائل التكنولوجية، وخاصة الهواتف المحمولة الذكية. كما أشارت الدراسة إلى تأثير الخصائص التكنولوجية لهذه المنصات على زيادة كثافة مشاهدة المحتوى، وكذلك على إدراك المشاهدين للقضايا المجتمعية. فيما يتعلق بتأثير الاختلافات الثقافية، أظهرت دراسة تشالا بالي وخان (٢٠٢١م) بعنوان "دراسة التأثير الثقافي لموسيقى الهاليو والدراما الكورية على مشاهدين هنود عبر نتفليكس"<sup>١٥</sup> التي أجريت على ١٠٠ من المشاهدين الهنود، أنه رغم انخفاض إقبال الجمهور الهندي على مشاهدة المحتوى عبر المنصات المدفوعة، استطاعت نتفليكس جذب المشاهدين في الهند، حيث أصبحت أكثر قربًا لهم وحققت أعلى معدلات مشاهدة في عام ٢٠٢١م. توافقت نتائج دراسة كاسترو ونيسي (٢٠٢١م) بعنوان "رحلة المشاهد المتحمس: التحقيق في الدوافع والسياقات والحالات العاطفية المحيطة بمشاهدة Netflix"<sup>١٦</sup> مع النتائج السابقة حول دوافع المشاهدين للتعرض لمحتوى منصة نتفليكس، حيث أظهرت الدراسة أن الأعمال الدرامية تعد الأكثر شيوعًا بين مشاهدي نتفليكس، الذين يفضلون مشاهدتها من أجل الشعور بالراحة والاستجمام، وقد بلغت نسبة من يشاهدون الأعمال الدرامية من إجمالي من يتعرضون للمنصة بغرض الراحة ٤٧% (كاسترو ونيسي، ٢٠٢١م). أوضحت دراسة بارمار وبانديت (٢٠٢١م) بعنوان "تعرض الشباب الهندي للمنصات الرقمية وعلاقته بالأمن الفكري والثقافة المتكونة لديهم"<sup>١٧</sup> تأثير تعرض الشباب الهندي للمحتوى المقدم على المنصات الرقمية المدفوعة مثل Netflix و Amazon Prime Video و Hulu و Voot. اعتمد الباحثان في دراستهما على

المنهج المسحي، حيث اختاروا عينة عمدية مكونة من ٧٨٥ شاب جامعي يتابعون المنصات الرقمية .

أظهرت نتائج الدراسة أن الأعمال الهندية التي أنتجتها هذه المنصات تضمنت مشاهد جريئة وخادشة للحياء، مثل مسلسل "Lust Stories"، الذي عرض العديد من المشاهد غير اللائقة التي تتعارض مع الثقافة الهندية الشعبية، اعتبر الشباب هذه الأعمال تهديدًا للأمن الفكري لديه بسبب انتشار مثل هذه المحتويات .

توافقت نتائج دراسة ريهام سامي (٢٠٢٠م) بعنوان "مشاهدة الشباب المصري الشرهة لخدمات البث التلفزيوني عبر الإنترنت: دراسة كيفية<sup>١٨</sup>" مع نتائج الدراسات السابقة. حيث تم إجراء مقابلات كيفية مع ٢٠ شابًا من مشاهدي المنصات الرقمية العربية والأجنبية. أظهرت الدراسة اختلافات بين الشباب في سلوك المشاهدة الشرهة، إلا أنه اتفق على أن منصة "نتفليكس" هي الأكثر مشاهدة بفضل ما تقدمه من محتوى شيق ومتنوع.

وكانت أهم نتائج المشاهدة الشرهة من وجهة نظر الشباب تتمثل في المتعة، تحسين المزاج، تضييع الوقت، والانفراد عن الأهل، تم تفسير هذه النتائج في ضوء نظرية الإدراك الاجتماعي، التي تأخذ في اعتبارها المحددات البيئية والسلوكية، إضافة إلى المحددات الشخصية .

وفي نفس السياق، تناولت دراسة دانوكا وبوهر (٢٠١٩م) بعنوان "الشراهة في المشاهدة: إدمان سلسلة الويب بين الشباب<sup>١٩</sup>" التأثيرات الناتجة عن إدمان مشاهدة هذه المسلسلات على الصحة الجسدية والعقلية. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي الاستكشافي باستخدام عينة مكونة من ٩٠ مراهقًا من مدينة مومباي. توصلت النتائج إلى أن المشاهدة المكثفة للمحتوى عبر الإنترنت تؤثر سلبيًا على صحة المراهقين .



## التعقيب على الدراسات السابقة:

تُظهر الدراسات السابقة اهتمامًا متزايدًا بتأثير الوسائط الرقمية والمنصات المختلفة على الشباب، خاصة في سياق التربية الإعلامية. فقد أكدت العديد من هذه الدراسات على أهمية الوسائل الرقمية في تعزيز المهارات الإعلامية لدى الشباب، وركزت بعض الدراسات على دور الأجهزة اللوحية والتكنولوجيا الحديثة في تعزيز التربية الإعلامية الرقمية. على سبيل المثال، دراسة (2013) "Park & Burford" التي أجريت على مجموعة من الطلاب الجامعيين، أبرزت كيف أن استخدام الأجهزة اللوحية قد ساعد في تطوير فهمهم للتربية الإعلامية الرقمية، بالإضافة إلى تحسين القدرة على الوصول إلى المعلومات بشكل أكثر فاعلية. كما أظهرت الدراسة أن نوع الأنشطة التي يمارسها الشباب على هذه الأجهزة هو ما يؤثر بشكل أكبر في تعزيز مهاراتهم الإعلامية.

وفي هذا السياق، تكشف الدراسات الأخرى مثل دراسة "فتح الله" (٢٠١٩) عن تأثير تصميم الوسائط المتعددة على تحسين مهارات التربية الإعلامية لدى الأطفال والشباب في التعامل مع الإعلام الرقمي، مما يُظهر أن الوسائط المتعددة لا تقتصر فقط على الترفيه، بل يمكن أن تلعب دورًا في بناء الفهم النقدي للمحتوى الإعلامي. هذا يتيح المجال للباحثين لاستكشاف كيف يمكن تطوير مناهج تعليمية تشجع الشباب الجامعي على التعامل النقدي مع المحتوى الإعلامي عبر منصات مثل Netflix.

من جهة أخرى، اهتمت بعض الدراسات بتأثير المنصات الرقمية مثل Netflix على الثقافة الاجتماعية والهوية الشبابية. دراسة "حسان" (٢٠٢٣م) التي تناولت تأثير الأعمال الدرامية على الهوية الثقافية لدى الشباب المصري، أظهرت أن المحتوى الذي يُعرض على هذه المنصات قد يعكس أو يروج لبعض القيم التي قد تتناقض مع القيم الثقافية السائدة في بعض المجتمعات. هذه الدراسات تقدم نظرة نقدية على تأثير المنصات الرقمية في تشكيل الوعي الثقافي والاجتماعي لدى الشباب، وهو ما يعد من

أهم المحاور التي يمكن للباحث استكشافها في دراسة تأثير Netflix على الوعي الثقافي للشباب الجامعي.

الدراسات الأخرى مثل دراسة (Reyna et al. 2018) تركز على أهمية تطوير مهارات التربية الإعلامية في التعليم العالي، وتقدم إطاراً يمكن تطبيقه لتدريب الطلاب على إنتاج الوسائط الرقمية مثل البودكاست والقصص الرقمية. مثل هذه الدراسات توضح كيف يمكن دمج التربية الإعلامية مع التقنيات الرقمية الحديثة لتعزيز مهارات التفكير النقدي والتواصل لدى الشباب، مما يمثل أساساً لدراسة دور Netflix في تدريب الشباب على تحليل المحتوى وتقييمه بطرق أكثر وعياً.

بالمجمل، تُظهر الدراسات السابقة أهمية دراسة دور التربية الإعلامية في توعية الشباب الجامعي بتأثيرات المحتوى الرقمي، وتساعد هذه الدراسات في بناء فهم شامل لكيفية تأثير منصات مثل Netflix على سلوكيات الشباب وتوجهاته الثقافية والاجتماعية. إن هذه الدراسات توفر إطاراً قوياً يمكن للباحث أن يبني عليه بحثه في تحليل العلاقة بين التربية الإعلامية والمحتوى المقدم عبر منصات رقمية وتحديد الآثار المترتبة على هذه العلاقة في السياقات الثقافية المختلفة.

### أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

تحديد أطر نظرية ومنهجية: توفر الدراسات السابقة إطاراً نظرياً قوياً لفهم العلاقة بين التربية الإعلامية والشباب، حيث ساهمت في توضيح كيفية تأثير الوسائط الرقمية على التفكير النقدي والتفاعل مع المحتوى الإعلامي. هذه الأطر النظرية تتيح للباحث فهم التحديات والفرص التي توفرها هذه الوسائط في تطوير مهارات التربية الإعلامية، مما يساعد على بناء أسس منهجية لدراسة تأثير Netflix على الشباب الجامعي.

تحديد تأثير المنصات الرقمية على الشباب: الدراسات السابقة مثل "حسان" (٢٠٢٣م) و"مخرج" (٢٠٢٢م) تبرز تأثير المنصات مثل Netflix على تشكيل هوية



الشباب الجامعي وقيمهم الثقافية والاجتماعية، مما يتيح للباحث فحص مدى تأثير محتوى المنصة على هذه القيم.

تعزيز مهارات التفكير النقدي: دراسات مثل "Reyna et al. (2018)" تشير إلى أهمية التربية الإعلامية الرقمية في تطوير مهارات التفكير النقدي. يمكن الاستفادة من هذه النتائج لفحص كيف يمكن للـNetflix تحسين قدرة الشباب الجامعي على تحليل وتقييم المحتوى الإعلامي.

تأثير المحتوى على السلوك الاجتماعي: تظهر الدراسات مثل دراسة "عبد الكريم" (٢٠٢٢م) تأثير المحتوى الدرامي على السلوكيات الاجتماعية. هذا يساعد الباحث على فهم كيف يمكن للتربية الإعلامية عبر Netflix أن تؤثر في توجهات الشباب الجامعي.

تطبيق النتائج في السياقات المحلية: الدراسات التي تناولت تأثير المنصات في ثقافات متنوعة تساهم في دراسة تأثير Netflix على الشباب الجامعي في السياقات الثقافية المحلية، مثل المجتمعات العربية.

## مشكلة الدراسة:

في عصر التكنولوجيا الرقمية ووسائل الإعلام المتطورة، أصبحت المنصات الرقمية مثل Netflix أحد المصادر الرئيسية للمحتوى الإعلامي الذي يتفاعل معه الشباب الجامعي. ومع تزايد استخدام هذه المنصات، يبرز تحدي تأثير المحتوى المقدم على Netflix في تشكيل القيم الاجتماعية والثقافية للشباب. بالرغم من هذه التأثيرات، فإن الشباب قد يفتقر إلى المهارات اللازمة لتحليل وتقييم المضامين الإعلامية بشكل نقدي، مما قد يؤدي إلى تأثيرات سلبية على رؤيتهم للقضايا المجتمعية والثقافية.

لذلك، تكمن مشكلة البحث في دراسة دور التربية الإعلامية في توعية الشباب الجامعي تجاه المضامين المقدمة عبر Netflix وكيفية تعزيز قدراتهم على تقييم هذا

المحتوى بشكل نقدي، بما يعينهم على اتخاذ مواقف واعية وملاءمة لقيمهم الثقافية والاجتماعية. كما يطرح البحث تساؤلات حول مدى وعي الشباب الجامعي بكيفية تأثير هذه المضامين على تشكيل أفكارهم وسلوكياتهم، ومدى فاعلية التربية الإعلامية في تمكينهم من التعامل مع هذا التنوع الثقافي والإعلامي بشكل إيجابي.

### أهمية الدراسة : الأهمية العلمية والتطبيقية للدراسة:

#### الأهمية العلمية:

- يُساهم هذا البحث في توسيع الفهم الأكاديمي حول دور التربية الإعلامية في توعية الشباب الجامعي. كما يُعزز من الدراسات المتعلقة بتأثير منصات البث الرقمية على الفئات العمرية المختلفة، خاصة في مجال الإعلام الرقمي والتربية الإعلامية.
- يسهم البحث في تناول تأثير الوسائط الرقمية، مثل منصة Netflix، على الشباب من منظور التربية الإعلامية، وهو ما يعزز من الدراسات المتعلقة باستخدام وسائل الإعلام الحديثة في التعليم وكيفية التأثير على الفهم النقدي للمحتوى.
- يتيح البحث فرصة لدراسة تأثير المحتوى الرقمي على القيم الثقافية والاجتماعية للشباب الجامعي، مما يضيف بُعدًا جديدًا لفهم تأثير الإعلام الرقمي على المجتمعات الشبابية بشكل علمي ومنهجي.

#### • الأهمية التطبيقية:

- يُمكن الاستفادة من نتائج البحث لتطوير برامج توعية داخل الجامعات، تُعنى بتعزيز التربية الإعلامية لدى الطلاب الجامعيين وزيادة وعيهم حول كيفية التعامل مع محتوى منصات مثل Netflix وتقييمه بشكل نقدي.



- يساهم البحث في توجيه الممارسات الإعلامية لدى المنصات الرقمية مثل Netflix من خلال تقديم فهم عميق حول تأثير المحتوى المقدم على الفئات الشبابية. يمكن أن يساعد ذلك في اتخاذ قرارات أكثر وعياً حول المحتوى الذي يتم عرضه وطرحه.
- يوفر البحث قاعدة معرفية للمؤسسات الاجتماعية والثقافية لتحسين طرق توعية الشباب بأثر الإعلام الرقمي على القيم الثقافية والاجتماعية، مما يعزز الجهود الرامية إلى حماية القيم المجتمعية في العصر الرقمي.

### أهداف الدراسة :

- قياس مستوى المعرفة بالتربية الإعلامية لدى الشباب الجامعي.
- دراسة الأسباب والعوامل التي تدفع الشباب الجامعي لاختيار منصة Netflix كمصدر أساسي للمحتوى الإعلامي.
- تحديد دور التربية الإعلامية في تشكيل وعي الشباب الجامعي تجاه المضامين المقدمة عبر منصة Netflix.
- دراسة تأثير التربية الإعلامية على قدرة الشباب الجامعي في التمييز بين المحتوى الإعلامي الموثوق وغير الموثوق عبر Netflix.
- تحديد العوامل التي تؤثر في استقبال الشباب الجامعي للمحتوى الرقمي المقدم عبر منصة Netflix.
- دراسة مدى تأثير التربية الإعلامية في تعزيز قدرة الشباب الجامعي على التحليل النقدي للمضامين الرقمية في مجال الإعلام الترفيهي.
- استكشاف مدى قدرة التربية الإعلامية على الحد من التأثيرات السلبية للمحتوى الرقمي على الشباب الجامعي.

## تساؤلات الدراسة :

- ما هو مستوى معرفة الشباب الجامعي بمفاهيم التربية الإعلامية؟
- ما هي العوامل التي تدفع الشباب الجامعي لاختيار منصة Netflix كمصدر أساسي للمحتوى الإعلامي؟
- ما هو دور التربية الإعلامية في تشكيل وعي الشباب الجامعي تجاه المضامين المقدمة عبر منصة Netflix؟
- كيف تؤثر التربية الإعلامية على قدرة الشباب الجامعي في التمييز بين المحتوى الإعلامي الموثوق وغير الموثوق عبر Netflix؟
- ما هي العوامل التي تؤثر في استقبال الشباب الجامعي للمحتوى الرقمي المقدم عبر منصة Netflix؟
- هل تسهم التربية الإعلامية في تعزيز قدرة الشباب الجامعي على التحليل النقدي للمضامين الرقمية في مجال الإعلام الترفيهي؟
- إلى أي مدى يمكن للتربية الإعلامية أن تحد من التأثيرات السلبية للمحتوى الرقمي على الشباب الجامعي؟

### ١- التعريفات الإجرائية للدراسة:

#### - أولاً: مفهوم التربية الإعلامية:

تعتمد التربية الإعلامية على الاتصال اعتماداً كلياً من أجل تحقيق أهداف إعلامية تربوية بناءً على متعطيات ما يقدم لخدمة الطالب وإعطائه كمّاً من المعلومات والمهارات للتعامل مع الإعلام وما يبيته من رسائل مختلفة ذات مضامين ظاهرة أو خفية.

وتمثل التربية الإعلامية مفهوماً شاملاً يعنى بطريقة التعبير والوصول إلى الإعلام والفهم الإعلامي سواء سلبى أو النشط، وتقييم الإعلام ناقداً والوعى بإمكانيات ومخاطر الإعلام الجديد.



وتجدر الإشارة إلى أن التربية الإعلامية تقوم على مجموعة من المحاور العملية من بينها عملية تكنولوجيا المعلومات، والاطلاع والتعامل بسهولة مع وسائل الإعلام المختلفة والوعي الإعلامى القائم على التواصل، واكتساب المعلومات الحيوية والاستراتيجية الخاصة بالإعلام، والاستخدام الآمن له، ومن أجل تحقيق نتائج المرجوة عند تعرض طلاب الجامعة للرسائل الإعلامية المقدمة<sup>٢٠</sup>.

والتربية الإعلامية مصطلح مركب من كلمتين هما : التربية والإعلام، فهو ترجمة للكلمة الإنجليزية Media Education ويعنى التربية الإعلامية أو التعلم الإعلامى، وهناك من يرى أنها ترجمة للمصطلح الانجليزي Media Literacy وهو ما يسمى بمحو الأمية الإعلامية<sup>٢١</sup>.

ولقد برزت عدة تعريفات للتربية الإعلامية في الدراسات والأبحاث الغربية والعربية تفاوتت وتباينت في مضامينها وتطورت في استخداماتها تبعاً للتطورات المتسارعة للثورة الإعلامية والمعلوماتية التى تعد السمة البارزة للقرن الحادى والعشرين، ومن أبرز المفاهيم التى تناولت التربية الإعلامية ما يلى:

يرى سلفبات ٢٠٠١ A. Silvebtatt. أن التربية الإعلامية هى " الوعى بتأثير وسائل الإعلام على الفرد والمجتمع، وفهم عملية الاتصال الجماهيري، وتطوير إستراتيجيات تمكننا من فهم وتحليل ومناقشة الرسائل الإعلامية، وتنمية الاستمتاع الجمالى، والتقدير لمضمون وسائل الإعلام<sup>٢٢</sup>.

**ووفقاً لهذا المفهوم فإن العناصر الاساسية للتربية الإعلامية يمكن أن تتمثل في :**

١- الوعى بتأثير تلك الوسائل على المجتمع ودفع أفرادها لاتخاذ مواقف معينة من التجارب التى يمرون بها.

٢- فهم عملية الاتصال الجماهيري فهماً واعياً وساملاً مبنياً على التربية الإعلامية بمقوماتها المختلفة.

٣- استخدام أساليب واستراتيجيات مناسبة، لتفسير المضامين الإعلامية وتنقيحها.

٤- مراعاة الجوانب الجمالية عند فهم وتقدير تلك المضامين، في ضوء ما يتمتع به الأفراد من تذوق.

٥- الفهم العميق للمعاني الخفية التي تحتويها الرسائل الإعلامية، وترجمة المناسب منها في حياتنا اليومية.

ويعرفها (٢٠٠٢) Terikwal Gamble & Michael Gamble بأنها (القدرة على أن نفسر بوعى كامل وانتباه الأفكار والمعاني، والتأثيرات الإيجابية والسلبية ووسائل الإعلام التي تواجهها)<sup>٢٣</sup>.

وعرفت المنظمة الدولية للثقافة والتربية والعلوم (٢٠٠٢) التربية الإعلامية بأنها تختص بالتعامل مع كل وسائل الإعلام، وتمكن أفراد المجتمع من اكتساب الفهم المتقدم لوسائل الاتصال الإعلامي التي تستخدم في بيئتهم، وكذلك فهم الطريقة التي تعمل بها واكتساب المهارات في استخدام وسائل الإعلام في الاتصال بالآخرين، ويجب أن تحدث عن طريق الأنظمة التربوية الرسمية وغير الرسمية<sup>٢٤</sup>.

### وفما يلي مفاهيم التربية الإعلامية:

١. **التفكير النقدي:** يعتبر التفكير النقدي من الركائز الأساسية في التربية الإعلامية. وهو يعنى بتعليم الأفراد كيفية تحليل وتقييم المعلومات والرسائل الإعلامية التي يتعرضون لها بشكل موضوعي وواعي، مع فهم السياق الاجتماعي والثقافي الذي يتم فيه إنتاج هذا المحتوى.

٢. **التحليل الإعلامي:** يشمل تعليم الأفراد كيفية تحليل الرسائل الإعلامية المختلفة من حيث اللغة المستخدمة، والتوجهات الأيديولوجية، والمصادر التي تقف



وراء المحتوى، وتأثير هذه الرسائل على القيم والسلوكيات الفردية والاجتماعية.

٣. **التفاعل الواعي:** يهدف إلى تزويد الأفراد بالقدرة على التفاعل مع وسائل الإعلام بطريقة مدروسة، مما يتيح لهم اتخاذ مواقف نقدية ومبنية على أساس من الوعي بما يستهلكونه من محتوى، سواء كان ترفيهياً أو إخبارياً أو ثقافياً.

٤. **المواطنة الرقمية:** تهدف التربية الإعلامية إلى تعليم الأفراد كيفية التفاعل بشكل آمن ومسؤول في العالم الرقمي. يشمل ذلك معرفة حقوقهم وواجباتهم على الإنترنت، بالإضافة إلى كيفية حماية أنفسهم من المخاطر الرقمية مثل الأخبار الكاذبة، والتحرش، والانتهاكات الخاصة بالخصوصية.

٥. **الإعلام والمجتمع:** يساعد هذا المفهوم الأفراد على فهم العلاقة بين وسائل الإعلام والمجتمع، وكيف تؤثر وسائل الإعلام في تشكيل الآراء العامة، وتحقيق التغيير الاجتماعي. كما يعزز هذا الفهم الوعي حول تأثير الإعلام على الهوية الثقافية والقيم المجتمعية.

٦. **التمثيلات الإعلامية:** يُعنى هذا المفهوم بدراسة كيفية تمثيل الأفراد والجماعات في وسائل الإعلام، وكيفية تأثير هذه التمثيلات على فهم الجمهور وتصوراتهم تجاه هذه الفئات، مثل تمثيل النساء، الأقليات، أو الثقافات المختلفة.

٧. **الإعلام كصناعة:** يتعلم الأفراد من خلال التربية الإعلامية أن وسائل الإعلام ليست مجرد مصدر للمعلومات، بل هي صناعة تهدف إلى تحقيق أهداف تجارية أو سياسية. لذلك، يصبح من المهم فهم القوى الاقتصادية والسياسية التي تؤثر في المحتوى الإعلامي.

٨. الرقابة الإعلامية والمساءلة: يتعلم الأفراد من خلال التربية الإعلامية دور الرقابة على وسائل الإعلام وأهمية المساءلة في ضمان أن وسائل الإعلام تحترم القيم الأخلاقية والمهنية في نشر المحتوى.<sup>٢٥</sup>

ثانياً: التوعية: تمكين الفرد من المشاركة بذكاء وفاعلية في المشاهدة المضامين الإعلامية المقدمة عبر منصات الإعلام الجديدة.

### ثالثاً: منصة نتفليكس Netflix :

"نتفليكس Netflix" هي منصة بث رقمية رائدة تقدم خدمات بث الفيديو حسب الطلب، حيث يمكن للمشتركين الوصول إلى مكتبة ضخمة من الأفلام والمسلسلات والبرامج الوثائقية، بالإضافة إلى إنتاجات أصلية حصرية تحمل اسم "Netflix Originals". تأسست في عام ١٩٩٧ م في الولايات المتحدة الأمريكية بواسطة ريد هاستينغز ومارك راندولف، وكانت في البداية تعمل كخدمة لتأجير أقراص DVD عبر البريد. في عام ٢٠٠٧م، أطلقت "نتفليكس" خدمة البث المباشر عبر الإنترنت، مما غير بشكل جذري طريقة استهلاك المحتوى الترفيهي.

تعتبر "نتفليكس" واحدة من أكبر منصات البث عبر الإنترنت في العالم، حيث تقدم محتوى متنوعاً يناسب جميع الأعمار والاهتمامات، بما في ذلك الأفلام السينمائية، المسلسلات التلفزيونية، الوثائقيات، برامج الأطفال، والمحتوى الكوميدي والموسيقي. كما توفر أيضاً برامج واقعية وأعمال فنية من مختلف أنحاء العالم، بما في ذلك لغات وثقافات متنوعة<sup>٢٦</sup>.

واحدة من أبرز ميزات "نتفليكس" هي إنتاجاتها الأصلية التي أصبحت تحقق شهرة عالمية، مثل مسلسلات "The Crown"، "Stranger Things"، و "Money Heist"، بالإضافة إلى الأفلام الحائزة على جوائز مثل "Roma" و "The



Irishman". تسعى "نتفليكس" إلى تقديم محتوى مبتكر وجذب الجمهور عبر إنتاجات حصرية لا تتوفر على منصات أخرى.

توفر "نتفليكس" نظام اشتراك شهري يمكن للمستخدمين من خلاله الوصول غير المحدود إلى المحتوى المتاح على المنصة. كما يتم تخصيص التوصيات للمستخدمين بناءً على اهتماماتهم السابقة وسلوكيات المشاهدة، مما يساهم في تحسين تجربة الاستخدام. يمكن للمشتركين مشاهدة المحتوى عبر الأجهزة المختلفة مثل الهواتف الذكية، الأجهزة اللوحية، أجهزة الكمبيوتر، وأجهزة التلفاز الذكية.

تمثل "نتفليكس" اليوم نموذجاً رائداً في صناعة الترفيه الرقمية، وقد تواصلت مع مختلف الثقافات والأسواق العالمية لتقديم محتوى محلي وعالمي يلبي احتياجات جمهورها المتنوع.

#### الاطار النظري: (نظرية التعلم الاجتماعي):

تعدُّ نظرية التعلم الاجتماعي في مجال الإعلام من النظريات النفسية الأساسية التي تفسر كيفية اكتساب الأفراد للمهارات والمعارف والسلوكيات من خلال الوسائل الإعلامية. هذه النظرية لا تقتصر على التعلم من خلال التجربة المباشرة فحسب، بل تشمل أيضاً التعلم عبر ملاحظة وتقليد سلوك الآخرين، خاصةً من خلال ما يتم عرضه في وسائل الإعلام. بمعنى آخر، يتعلم الأفراد بشكل كبير من خلال التفاعلات التي يشاهدونها في الأفلام، البرامج التلفزيونية، الإعلانات، ووسائل التواصل الاجتماعي.<sup>٢٧</sup>

- تعتمد أركان نظرية التعلم الاجتماعي في الإعلام على مجموعة من المفاهيم الأساسية التي تشكل جوهر هذه النظرية، أبرزها:
- **النمذجة:** في السياق الإعلامي، تمثل النمذجة عملية تقليد السلوكيات أو التصرفات التي تظهر على شخصيات مشهورة أو شخصيات في الإعلام، مثل

الممثلين، الشخصيات العامة، أو حتى أبطال الإعلانات. يتبع الجمهور هذه الشخصيات كنماذج سلوكية، ويقلدون تصرفاتهم أو آرائهم بناءً على ما يعرضه الإعلام.

- **التعزيز والعقاب:** تلعب وسائل الإعلام دوراً مهماً في تعزيز أو معاقبة سلوكيات معينة. فالتعزيز، الذي قد يتخذ شكل مكافآت أو إعجاب من الجمهور، يشجع على تكرار سلوكيات معينة كما يظهر في الإعلانات أو البرامج الترفيهية. بالمقابل، يمكن لوسائل الإعلام أن تعرض محتوى سلبياً (مثل إظهار العقاب السلبية للسلوكيات غير المرغوب فيها) لتقليل تكرار السلوكيات السلبية.
- **الملاحظة:** من خلال الملاحظة، يتأثر الأفراد بالسلوكيات التي يرونها في البرامج التلفزيونية أو عبر الإنترنت، ويبدوون في محاكاة تلك السلوكيات بناءً على ما يرونه من نتائج إيجابية أو سلبية تتبعها الشخصيات الإعلامية.
- تكتسب نظرية التعلم الاجتماعي في الإعلام أهمية كبيرة في فهم تأثير وسائل الإعلام على السلوك البشري. إذ تساعد هذه النظرية في:
- **فهم تأثير الإعلام على السلوك:** تساهم هذه النظرية في تفسير كيفية تأثير وسائل الإعلام على اكتساب الأفراد لسلوكيات جديدة وكيفية تشكيل قيمهم ومعتقداتهم استناداً إلى ما يشاهدونه في الإعلام.
- **التطبيقات الإعلامية:** تُستخدم هذه النظرية في وسائل الإعلام لتوجيه الجمهور نحو سلوكيات إيجابية من خلال تقديم نماذج حسنة في البرامج الإخبارية، الإعلانات، أو المسلسلات التي تعرض شخصيات تحاكي السلوكيات الإيجابية.



- فهم تأثير الإعلام على الظواهر الاجتماعية: تساعد هذه النظرية في تفسير كيف تؤثر وسائل الإعلام في انتشار سلوكيات اجتماعية معينة مثل العنف أو الاستهلاك المفرط للمنتجات، وكذلك كيفية استخدامها كأداة لتغيير هذه السلوكيات من خلال التأثير المباشر على الأفراد والجماعات<sup>٢٨</sup>.

### كيف تستفيد الدراسة من الاطار النظرية:-

تستفيد الدراسة من الإطار النظري لنظرية التعلم الاجتماعي عبر تحليل كيفية اكتساب الشباب الجامعي للمفاهيم والسلوكيات الإعلامية من خلال ما يُعرض عبر منصة Netflix. النقاط الرئيسية التي تستفيد منها الدراسة تشمل:

النمذجة: دراسة كيفية تقليد الشباب الجامعي السلوكيات المعروضة في المسلسلات والأفلام التي تعرض عبر Netflix، وكيف يؤثر ذلك على قيمهم ومواقفهم.

التعزيز والعقاب: تحليل كيف يعزز المحتوى الإعلامي السلوكيات المرغوبة مثل النجاح الاجتماعي، والوعي الصحي، أو النقد الإعلامي، في مقابل السلوكيات غير المرغوب فيها التي قد تظهر في المسلسلات والأفلام.

الملاحظة: فحص كيف يلاحظ الشباب الجامعي سلوكيات معينة في البرامج والعروض عبر Netflix، وكيف تؤثر هذه المشاهدات في تبنيهم لتلك السلوكيات سواء كانت إيجابية أو سلبية.

تساعد هذه المفاهيم في تفسير كيفية تأثير التربية الإعلامية في تنمية مهارات التفكير النقدي لدى الشباب الجامعي تجاه محتوى Netflix، مما يعزز قدرتهم على التمييز بين المحتوى الموثوق وغير الموثوق. كما تساهم في فهم قدرة التربية الإعلامية على تقليل التأثيرات السلبية للمحتوى الرقمي.

## الإجراءات المنهجية للدراسة:-

### أولاً: نوع الدراسة :

تنتمي هذه الدراسة إلى النوع الوصفي الكمي، حيث تهدف إلى وصف وتحديد دور التربية الإعلامية في توعية الشباب الجامعي تجاه المضامين المقدمة عبر منصة Netflix. كما تسعى الدراسة إلى تحليل كيفية تأثير التربية الإعلامية في وعي الشباب الجامعي وتوجيههم نحو تقييم المحتوى المعروض عبر المنصة.

### ثانياً: منهج الدراسة:

اعتمدت الباحثة على منهج المسح الإعلامي، الذي يُعد من أبرز المناهج المستخدمة في الدراسات الإعلامية، خاصة في البحوث الوصفية. يعتبر هذا المنهج الأنسب لطبيعة الدراسة نظراً لقدرته على جمع وتحليل البيانات المتعلقة بالتعرف على مدى فهم الشباب الجامعي للتربية الإعلامية، والتعرف على دور التربية الإعلامية لدى الشباب في تشكيل اتجاهاتهم نحو المضامين المقدمة عبر منصة نتفليكس.

### ثالثاً: مجتمع الدراسة الميدانية:

يتمثل المجتمع البشري في هذه الدراسة في طلاب الجامعات المصرية ( الحكومية – الخاصة) من المراحل الدراسية المختلفة ومن سكان محافظة القاهرة والجيزة ممن تتراوح أعمارهم من ١٨-٢٤ سنة.

### رابعاً: عينة الدراسة:

عينة عمدية تم اختيارها بطريقة " كرة الثلج" قوامها ٤٠٠ مفردة من طلاب الجامعات المصرية الحكومية والخاصة من سكان القاهرة والجيزة ممن يمتلكون اشتراكاً على منصة نتفليكس ومن يتابعون الدراما المقدمة عبر المنصات الرقمية ويوضح الجدول التالي سمات عينة الدراسة الميدانية.



جدول رقم (١) يوضح خصائص عينة الدراسة

| البيانات الشخصية             |                |     |        |
|------------------------------|----------------|-----|--------|
| النوع                        | ذكور           | ك   | %      |
|                              | ١٦١            | ١٦١ | ٤٠.٢٥% |
|                              | ٢٣٩            | ٢٣٩ | ٥٩.٧٥% |
|                              | الإجمالي       | ٤٠٠ | ١٠٠%   |
| العمر                        | من ١٨ إلى ٢٠   | ٢٧٦ | ٦٩%    |
|                              | من ٢٠ إلى ٢٤   | ٨٢  | ٢٠.٥%  |
|                              | ٢٥ فأكثر       | ٤٢  | ١٠.٥%  |
|                              | الإجمالي       | ٤٠٠ | ١٠٠%   |
| التخصص الجامعي               | إعلام          | ١٢١ | ٣٠.٢٥% |
|                              | طلب            | ٨٠  | ٢٠%    |
|                              | هندسة          | ٦٢  | ١٥.٥%  |
|                              | سياسية واقتصاد | ٤٨  | ١٢%    |
|                              | تربية          | ٤١  | ١٠.٢٥% |
|                              | حقوق           | ٢٧  | ٦.٧٥%  |
|                              | آداب           | ٢١  | ٥.٢٥%  |
|                              | الإجمالي       | ٤٠٠ | ١٠٠%   |
| المستوى الاقتصادي والاجتماعي | مرتفع          | ١٢٢ | ٣٠.٥%  |
|                              | متوسط          | ١٨١ | ٤٥.٢٥% |
|                              | منخفض          | ٩٧  | ٢٤.٢٥% |
|                              | الإجمالي       | ٤٠٠ | ١٠٠%   |

يعرض الجدول توزيع العينة وفقاً للنوع، حيث يشكل الإناث النسبة الأكبر، والعمر، حيث تغلب الفئة العمرية من ١٨ إلى ٢٠ عاماً، بالإضافة إلى التخصصات الجامعية المختلفة، والمستوى الاقتصادي الذي يغلب على المستوى المتوسط.

النوع:

تشير البيانات إلى أن غالبية المشاركين في الدراسة من الإناث بنسبة ٥٩.٧٥%، بينما تمثل نسبة الذكور ٤٠.٢٥%. يعكس هذا التوزيع وجود اهتمام أكبر من جانب الإناث بموضوع الدراسة، أو ربما سهولة الوصول إلى هذه الفئة ضمن العينة المستهدفة. يُظهر التفاوت بين الجنسين إمكانية أن تكون النتائج أكثر تعبيراً عن آراء الإناث مقارنة بالذكور.

**العمر:**

توضح النتائج أن الفئة العمرية ١٨-٢٠ عامًا تشكل الأغلبية بنسبة ٦٩%، مما يشير إلى أن العينة تركز بشكل رئيسي على الشباب في بداية المرحلة الجامعية. الفئة العمرية من ٢٠ إلى ٢٤ عامًا تأتي بنسبة ٢٠.٥%، في حين أن الفئة ٢٥ عامًا فأكثر تمثل ١٠.٥% فقط. هذا التركيز على الفئات الشابة يعكس اهتمام الدراسة بتأثيرات موضوعها على هذه الشريحة التي تعد الأكثر استخدامًا لوسائل الإعلام الحديثة.

**التخصص الجامعي:**

تظهر البيانات أن طلبة الإعلام يشكلون النسبة الأكبر من العينة بنسبة ٣٠.٢٥%، يليهم طلبة غير محدد التخصص بنسبة ٢٠%، ثم طلبة الهندسة بنسبة ١٥.٥%. أما تخصصات العلوم السياسية والاقتصاد، التربية، الحقوق، والآداب فتأتي بنسب أقل تتراوح بين ١٢% و ٥.٢٥%. يعكس هذا التوزيع تنوعًا في الخلفيات الأكاديمية للمشاركين، مع ميل واضح نحو تخصص الإعلام، مما قد يكون مرتبطًا بموضوع الدراسة وارتباطه بمجالهم.

**المستوى الاقتصادي والاجتماعي:**

بالنسبة للمستوى الاقتصادي والاجتماعي، أظهرت النتائج أن ٤٥.٢٥% من المشاركين ينتمون إلى المستوى المتوسط، مما يجعله الفئة الأكبر ضمن العينة. تليه الفئة ذات المستوى المرتفع بنسبة ٣٠.٥%، وأخيرًا الفئة ذات المستوى المنخفض بنسبة ٢٤.٢٥%. يعكس هذا التوزيع تنوع الخلفيات الاقتصادية للمشاركين، مما يتيح فهمًا أكثر شمولية لتأثير العوامل الاقتصادية والاجتماعية على النتائج.



**خامساً: الحدود الزمنية للدراسة:** الفصل الدراسي الأول من العام الجامعي (٢٠٢٤/٢٠٢٥ م) خلال المدة الزمنية من ( ١/١٠/٢٠٢٤ إلى ٣١/١٢/٢٠٢٤ م).

#### **أدوات جمع البيانات :**

في إطار منهج البحث وأهداف الدراسة والأطر النظرية الموضحة ، يعتمد البحث الراهن في جمع البيانات على استمارة الاستبيان الالكترونية كأداة لجمع البيانات من العينة حول دور التربية الإعلامية في توعية الشباب الجامعي تجاه المضامين المقدمة عبر منصة Netflix

#### **اختبار الصدق والثبات:**

تم التحقق من صلاحية استمارة الاستبيان لجمع البيانات من خلال إجراء اختبارات الصدق والثبات على النحو التالي:

- **اختبار الصدق:** يشير الصدق الظاهري إلى مدى قدرة الأداة على قياس المتغيرات النظرية أو المفاهيم المستهدفة بدقة. وللتأكد من صدق المقياس المستخدم في البحث، تم عرض الاستبيان على مجموعة من الخبراء والمتخصصين في مجالات مناهج البحث والإعلام والإحصاء.
- **اختبار الثبات:** يقصد بالثبات الوصول إلى نتائج متسقة عند تطبيق نفس الأدوات والأساليب من قبل الباحثين على نفس المادة العلمية. في هذا السياق، سعت الباحثة إلى تقليل التباين إلى الحد الأدنى من خلال التحكم في العوامل التي قد تؤثر علىه في جميع مراحل البحث. تم تطبيق اختبار الثبات على عينة الدراسة بعد تحكيم استمارة الاستبيان، حيث بلغت النتيجة ٩٦.٧%، مما يثبت ثبات الاستمارة وصلاحيتها للتطبيق وتعميم النتائج.

### أساليب المعاملات الإحصائية للدراسة:

اعتمدت الدراسة الحالية في إجراء التحليل لبياناتها على الحاسب الآلي، وذلك باستخدام برنامج (Statistical Package for the Social Sciences) والمعروف اختصاراً بـ (SPSS) حزمة البرامج الإحصائية للعلوم الاجتماعية، كذلك استخدام مجموعة من المقاييس والمعاملات الإحصائية المناسبة ومنها: التكرارات البسيطة والنسب المئوية، و المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

فيما يلي عرض نتائج الدراسة الميدانية.

### المحور الأول: التربية الإعلامية وفهم المفاهيم:-

#### جدول رقم (٢)

يوضح إجابات المشاركين بشأن المعرفة بمفهوم التربية الإعلامية.

متعددة الاستجابة : ن=٤٠٠

| العبارة  | ك    | %     | ت |
|----------|------|-------|---|
| نعم      | ٣٩٧  | ٩٩.٢٥ | ١ |
| لا       | ٠.٧٥ | %١٠   | ٢ |
| الإجمالي | ٤٠٠  | %١٠٠  |   |

#### جدول رقم (٣)

يوضح تقييم المشاركين لمعرفتهم بمفهوم التربية الإعلامية

متعدد الاستجابة : ن=٣٩٧

| العبارة                                          | درجة التقييم | ك   | %     | ت |
|--------------------------------------------------|--------------|-----|-------|---|
| المعرفة العامة بالتربية الإعلامية                | ممتاز        | ٥٠  | %١٢.٥ | ٣ |
| التأثير الإعلامي على الأفراد                     | جيد جداً     | ١٤٧ | %٣٧.٥ | ١ |
| التمييز بين المعلومات الموثوقة وغير الموثوقة     | جيد          | ١٣٨ | %٣٤.٥ | ٢ |
| المصادر الإعلامية الموثوقة                       | متوسط        | ٤٨  | ١٢    | ٤ |
| تطبيق مفاهيم التربية الإعلامية في الحياة اليومية | ضعيف         | ١٤  | %٣.٥  | ٥ |
| الإجمالي                                         |              | ٣٩٧ | %١٠٠  |   |



الجدول رقم (٣) يعرض تقييم المشاركين لمعرفتهم بمفاهيم التربية الإعلامية من خلال خمسة مجالات رئيسية، يتضح من البيانات أن المفاهيم المتعلقة بالتأثير الإعلامي على الأفراد حصلت على أعلى تقييم، حيث أشار ١٤٧ مشارك (٣٧.٥%) إلى أن معرفتهم في هذا المجال كانت "جيدة جدًا". يعكس هذا التقييم المرتفع إدراكًا جيدًا لتأثير الإعلام على الأفراد، مما قد يكون نتيجة لتجارب شخصية أو زيادة الوعي بهذا الجانب من التربية الإعلامية. في المرتبة الثانية، جاءت القدرة على التمييز بين المعلومات الموثوقة وغير الموثوقة، حيث صنف ١٣٨ مشارك (٣٤.٥%) معرفتهم بأنها "جيدة". يشير ذلك إلى وجود وعي ملحوظ بأهمية هذه المهارة، لكنها لا تزال تحتاج إلى تعزيز أكبر لضمان تحسين القدرة على تقييم المصادر بشكل دقيق.

أما المعرفة العامة بالتربية الإعلامية فقد حصلت على تقييم "ممتاز" من قبل ٥٠ مشاركًا فقط (١٢.٥%)، مما يعكس أن هناك شريحة محدودة تمتلك مستوى عالٍ من المعرفة بهذا المجال. وبالمثل، جاءت المصادر الإعلامية الموثوقة في المرتبة الرابعة بتقييم "متوسط" من قبل ٤٨ مشاركًا (١٢%)، مما يدل على وجود فجوة في التعرف على المصادر الجديرة بالثقة، وهو أمر يتطلب تعزيز الجهود التعليمية في هذا الجانب.

أخيرًا، كان تطبيق مفاهيم التربية الإعلامية في الحياة اليومية هو المجال الأقل تقييمًا، حيث أشار ١٤ مشاركًا فقط (٣.٥%) إلى معرفتهم بأنها "ضعيفة". يعكس هذا التقييم تحديًا كبيرًا يتمثل في صعوبة ترجمة المعرفة النظرية إلى ممارسات عملية في الحياة اليومية، مما يستدعي تقديم برامج تدريبية عملية لتمكين الأفراد من تطبيق هذه المفاهيم بشكل أفضل.

بناءً على هذه النتائج، يمكن استنتاج أن هناك تفاوتًا ملحوظًا في مستوى المعرفة بمفاهيم التربية الإعلامية بين المجالات المختلفة. ويوصى بالتركيز على تعزيز مهارات التمييز بين المعلومات الموثوقة وغير الموثوقة، وزيادة الوعي بأهمية المصادر الإعلامية الموثوقة، مع تقديم برامج عملية لتشجيع الأفراد على تطبيق مفاهيم التربية

الإعلامية في حياتهم اليومية. وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إلي دراسة (Mihailidis paul:2015)

#### جدول رقم (٤)

يوضح آراء المشاركين حول أهمية التربية الإعلامية ودورها في جعل اختيار المحتوى على Netflix أكثر وعياً.

| العبارة                      | ك   | %      | ت |
|------------------------------|-----|--------|---|
| لا تجعلني أكثر وعياً         | ٤١  | ١٠.٢٥% | ٣ |
| تجعلني أكثر وعياً بشكل طفيف  | ٢٧  | ٦.٧٥%  | ٤ |
| تجعلني أكثر وعياً بشكل معتدل | ٧٠  | ١٧.٥%  | ٢ |
| تجعلني أكثر وعياً بشكل كبير  | ٢٥٩ | ٦٥.٢٣% | ١ |
| الإجمالي                     | ٣٩٧ | ١٠٠%   |   |

يعرض الجدول آراء المشاركين حول تأثير التربية الإعلامية في جعل اختيار المحتوى على Netflix أكثر وعياً. يتوزع المشاركون بين أربع فئات تمثل درجات مختلفة من الوعي الناتج عن التربية الإعلامية، وهي: "لا تجعلني أكثر وعياً"، "تجعلني أكثر وعياً بشكل طفيف"، "تجعلني أكثر وعياً بشكل معتدل"، و"تجعلني أكثر وعياً بشكل كبير". يعكس الجدول توزيع الآراء بناءً على هذه الخيارات.

أولاً: نلاحظ أن ١٠.٢٥% من المشاركين (أي ٤١ شخصاً) يعتقدون أن التربية الإعلامية لا تجعلهم أكثر وعياً. هذه النسبة تمثل الأقل بين الخيارات، مما يشير إلى أن قلة من المشاركين لا يرون أي تأثير للتربية الإعلامية على اختياراتهم في Netflix. قد يكون هذا نتيجة لعدة عوامل؛ فقد يكون هؤلاء الأفراد غير مدركين تماماً لأهمية التربية الإعلامية أو قد لا يشعرون بوجود علاقة مباشرة بين التربية الإعلامية واختيار المحتوى. كما قد يكون لدى هؤلاء المشاركين وعي مسبق أو مهارات في اختيار المحتوى، مما يجعلهم لا يشعرون بحاجة للتأثيرات التي توفرها التربية الإعلامية.

في المقابل، هناك ٦.٧٥% من المشاركين (أي ٢٧ شخصاً) يرون أن التربية الإعلامية تجعلهم أكثر وعياً بشكل طفيف. هذه النسبة تشير إلى أن هناك تأثيراً محدوداً،



حيث يشعر هؤلاء المشاركون بتأثير ضئيل أو غير ملموس بدرجة كبيرة. قد يعني ذلك أن التربية الإعلامية قد تكون قد أثرت عليهم بشكل جزئي في بعض الجوانب، مثل فهم تصنيفات المحتوى أو معرفة الخيارات الأفضل، ولكن التأثير لا يتجاوز الحدود الطفيفة في تحسين اختياراتهم

من جهة أخرى، هناك ١٧.٥% من المشاركين (أي ٧٠ شخصاً) يعتقدون أن التربية الإعلامية تجعلهم أكثر وعياً بشكل معتدل. هؤلاء الأفراد يشعرون بتأثير ملحوظ في اختياراتهم، ولكن ليس بشكل جذري. يمكن تفسير ذلك على أن التربية الإعلامية قد ساعدتهم في تحسين وعيهم حول كيفية اختيار المحتوى المناسب لهم، ولكن التأثير لا يكون كافياً لغير سلوكهم بشكل كامل. قد يكون هؤلاء الأفراد قد استفادوا من التربية الإعلامية، لكن لا يزال لديهم بعض التحديات أو يحتاجون إلى المزيد من التوجيه.

وأخيراً، نلاحظ أن النسبة الأكبر من المشاركين، وهي ٦٥.٢٣% (٢٥٩ شخصاً)، يرون أن التربية الإعلامية تجعلهم أكثر وعياً بشكل كبير. هذه النسبة تعكس أن التربية الإعلامية لها تأثير قوي وملحوظ في تحسين قدرة الأفراد على اتخاذ قرارات واعية ومدرسة عند اختيار المحتوى على Netflix. قد يكون هؤلاء المشاركون قد استفادوا بشكل كبير من التربية الإعلامية في فهم كيفية اختيار المحتوى الذي يتناسب مع اهتماماتهم واحتياجاتهم، مما يعكس فعالية التربية الإعلامية في تعزيز الوعي لدى الأفراد.

النتائج تشير إلى أن التربية الإعلامية لها تأثير إيجابي قوي على وعي الأفراد في اختيار المحتوى على Netflix. الغالبية العظمى من المشاركين (٦٥.٢٣%) يشعرون بتأثير كبير، مما يعكس فعالية التربية الإعلامية في تحسين اختياراتهم. بينما هناك فئة صغيرة (١٠.٢٥%) لا تشعر بأي تأثير، مما قد يشير إلى أن بعض الأفراد لا يدركون أو لا يلاحظون التأثير الإيجابي للتربية الإعلامية في اختياراتهم. في المقابل،

هناك نسبة متوسطة (١٧.٥%) يشعرون بتأثير معتدل، مما يشير إلى أن التربية الإعلامية لها تأثير جزئي على بعض الأفراد.

#### جدول رقم (٥)

يوضح المبادئ الأساسية التي تعتبرها المشاركين جزءاً من التربية الإعلامية

| العبارة                                | ك   | %     | ت |
|----------------------------------------|-----|-------|---|
| القدرة على تحليل المعلومات             | ٢٠٠ | ٥٠%   | ٣ |
| التفاعل النقدي مع المحتوى              | ٢٥٠ | ٦٢.٥% | ١ |
| تحديد مصادر المعلومات الموثوقة         | ١٨٠ | ٤٥%   | ٤ |
| حماية الخصوصية على الإنترنت            | ١٥٠ | ٣٧.٥% | ٥ |
| فهم تأثير الإعلام على القيم والسلوكيات | ٢١٧ | ٥٥%   | ٢ |
| الإجمالي                               | ٣٩٧ | ١٠٠%  |   |

الجدول رقم (٥) يعرض المبادئ الأساسية التي يعتبرها المشاركون جزءاً من التربية الإعلامية، ويكشف عن تفاوت في درجة أهمية هذه المبادئ. يتصدر مبدأ "التفاعل النقدي مع المحتوى" القائمة، حيث اعتبره ٢٥٠ مشاركاً (٦٢.٥%) جزءاً أساسياً من التربية الإعلامية. يشير هذا إلى وعي كبير بين المشاركين بأهمية التفكير النقدي كأداة أساسية لفهم المحتوى الرقمي وتحليله بموضوعية، خاصة في ظل الانتشار الواسع للمعلومات الرقمية.

في المرتبة الثانية، جاء مبدأ "فهم تأثير الإعلام على القيم والسلوكيات"، حيث اعتبره ٢١٧ مشاركاً (٥٤.٦٥%) جزءاً مهماً من التربية الإعلامية. يعكس ذلك إدراكاً واضحاً لأهمية فهم التأثيرات العميقة للإعلام على الأفراد والمجتمع، وهو أمر ضروري لتعزيز الوعي الإعلامي والسلوك المسؤول.

أما مبدأ "القدرة على تحليل المعلومات" فقد جاء في المرتبة الثالثة، حيث أشار إليه ٢٠٠ مشارك (٥٠%). يعكس ذلك أهمية هذه المهارة كجزء من التربية الإعلامية، لكنها قد تكون بحاجة إلى مزيد من التركيز لتعزيز الوعي بأهميتها لدى شريحة أكبر من المشاركين.



وفي المرتبة الرابعة، جاء مبدأ "تحديد مصادر المعلومات الموثوقة"، حيث اعتبره ١٨٠ مشاركاً (٤٥%) جزءاً من التربية الإعلامية. يشير هذا إلى وجود حاجة لتعزيز قدرة الأفراد على التمييز بين المصادر الموثوقة وغير الموثوقة، وهو أمر بالغ الأهمية في ظل انتشار الأخبار الزائفة.

أخيراً، كان مبدأ "حماية الخصوصية على الإنترنت" الأقل تقديرًا، حيث أشار إليه ١٥٠ مشاركاً فقط (٣٧.٥%). قد يعكس هذا نقصاً في الوعي بأهمية حماية الخصوصية كجزء أساسي من التربية الإعلامية، وهو ما يستدعي تقديم المزيد من التوعية حول المخاطر المرتبطة بالخصوصية الرقمية.

بناءً على هذه النتائج، يمكن استنتاج أن المشاركين يدركون أهمية المبادئ الرئيسية للتربية الإعلامية، مع تفاوت في درجة التركيز على كل مبدأ.

#### المحور الثاني: اتجاهات الشباب الجامعي تجاه المحتوى على منصة Netflix:-

##### جدول رقم (٦)

يوضح إجابات المشاركين حول استخدامهم المنتظم لمنصة Netflix

| العبارة          | ك   | %      | ت |
|------------------|-----|--------|---|
| لا أستخدمها      | -   | -      | - |
| أستخدمها نادراً  | ٤٦  | ١١.٥٨  | ٣ |
| أستخدمها أحياناً | ١٢٢ | ٣٠.٥%  | ٢ |
| أستخدمها بانتظام | ٢٢٩ | ٥٧.٢٥% | ١ |
| الإجمالي         | ٣٩٧ | ١٠٠%   |   |

الجدول رقم (٦) يعرض إجابات المشاركين حول استخدامهم المنتظم لمنصة "Netflix"، ويكشف عن أن الأغلبية الكبيرة من المشاركين، وعددهم ٢٢٩ (٥٧.٢٥%)، يستخدمون المنصة بانتظام. يعكس هذا الانتشار الكبير لمنصة "Netflix" بين المشاركين، مما يشير إلى مكانتها كجزء أساسي من العادات الترفيهية الرقمية لدى هذه الشريحة.

في المرتبة الثانية، أشار ١٢٢ مشارك (٣٠.٥%) إلى أنهم يستخدمون المنصة "أحياناً". يعكس ذلك وجود شريحة كبيرة أخرى تفضل استخدام المنصة بشكل غير منتظم، ربما لأغراض محددة مثل متابعة برامج أو أفلام معينة، أو بسبب قيود زمنية.

أما الاستخدام النادر فقد كان من نصيب ٤٦ مشاركاً فقط (١١.٥٨%)، مما يدل على أن هناك شريحة صغيرة من المشاركين لا تعتبر "Netflix" جزءاً كبيراً من تجربتهم الرقمية اليومية، وقد يعود ذلك إلى عوامل مثل التفضيلات الشخصية، أو الاعتماد على منصات بديلة، أو محدودية الوصول.

الجدول لم يتضمن بيانات حول المشاركين الذين لا يستخدمون المنصة على الإطلاق، وهو ما يشير إلى أن هذه الفئة لم تكن جزءاً من التحليل أو أن عددها كان ضئيلاً للغاية.

بناءً على هذه النتائج، يتضح أن منصة "Netflix" تحظى بشعبية كبيرة بين المشاركين، حيث يستخدمها أكثر من نصفهم بانتظام.

#### جدول رقم (٧)

##### يوضح عدد ساعات متابعة عينة الدراسة لمنصة . Netflix

| العبارة                   | ك   | %      | ت |
|---------------------------|-----|--------|---|
| أقل من ساعة يومياً        | ١٠٩ | ٢٧.٤٥% | ٢ |
| من ساعة إلى ساعتين يومياً | ٢١٨ | ٥٤.٥%  | ١ |
| من ٣ إلى ٤ ساعات يومياً   | ٧٠  | ١٧.٥%  | ٣ |
| الإجمالي                  | ٣٩٧ | ١٠٠%   |   |

الجدول رقم (٧) يوضح توزيع عدد ساعات متابعة عينة الدراسة لمنصة "Netflix"، ويظهر أن الغالبية العظمى من المشاركين، وعددهم ٢١٨ (٥٤.٥%)، يشاهدون المنصة لمدة تتراوح بين ساعة إلى ساعتين يومياً. يعكس هذا التوزيع أن "Netflix" تُعد جزءاً منتظماً من الروتين اليومي للكثير من المشاركين، حيث تمثل هذه الفترة الزمنية نسبة معتدلة من الاستهلاك اليومي للمحتوى الرقمي.



في المرتبة الثانية، أشار ١٠٩ مشارك (٢٧.٤٥%) إلى أنهم يشاهدون المنصة لمدة تقل عن ساعة يوميًا. يشير ذلك إلى وجود شريحة لا تزال تعتمد على المنصة ولكن بشكل محدود، ربما بسبب قلة الوقت المتاح أو استخدام المنصة لأغراض محددة مثل مشاهدة برامج قصيرة أو حلقات معينة.

أما نسبة المشاركين الذين يقضون من ٣ إلى ٤ ساعات يوميًا على المنصة فقد بلغت ٧٠ مشاركًا (١٧.٥%)، مما يدل على وجود شريحة أقل لكنها ملحوظة من المستخدمين الذين يقضون وقتًا أطول في متابعة محتوى المنصة. يمكن أن يكون ذلك مرتبطًا بتفضيلات شخصية أو استهلاك مكثف للسلسلات والأفلام.

بناءً على هذه النتائج، يتضح أن هناك تباينًا في أنماط الاستخدام اليومي للمنصة بين المشاركين، مع ميل الأغلبية نحو الاستخدام المعتدل (من ساعة إلى ساعتين يوميًا).

#### جدول رقم (٨)

##### يوضح عدد أيام متابعة عينة الدراسة لمنصة Netflix.

| العبارة                  | ك   | %      | ت |
|--------------------------|-----|--------|---|
| من يوم لأقل من ثلاث أيام | ٢٢١ | ٥٥.٦٦% | ١ |
| من ثلاث لأقل من ست أيام  | ١١٠ | ٢٧.٥%  | ٢ |
| يوميًا                   | ٦٦  | ١٦.٥%  | ٣ |
| الإجمالي                 | ٣٩٧ | ١٠٠%   |   |

الجدول رقم (٨) يوضح توزيع عدد أيام متابعة عينة الدراسة لمنصة "Netflix"، ويظهر أن الأغلبية، وعددهم ٢٢١ مشارك (٥٥.٦٦%)، يتابعون المنصة من يوم إلى أقل من ثلاثة أيام أسبوعيًا. يعكس هذا التوزيع أن معظم المشاركين يستخدمون المنصة بشكل غير يومي، مع تركيز الاستخدام في أيام محددة ربما لأغراض الترفيه أو متابعة محتوى معين.

في المرتبة الثانية، أشار ١١٠ مشاركين (٢٧.٥%) إلى أنهم يتابعون المنصة من ثلاث إلى أقل من ستة أيام أسبوعيًا. يدل ذلك على أن هناك شريحة كبيرة أخرى

تستخدم المنصة بشكل أكثر انتظاماً، ما يشير إلى ارتباط أكبر بالمنصة واهتمام مستمر بمحتواها.

أما نسبة المشاركين الذين يتابعون المنصة يومياً فقد بلغت ٦٦ مشاركاً فقط (١٦.٥%). يعكس هذا أن الاستخدام اليومي المكثف أقل شيوعاً بين المشاركين، وربما يعود ذلك إلى التزامات أخرى أو رغبة في التنوع بين الأنشطة الترفيهية المختلفة. بناءً على هذه النتائج، يمكن استنتاج أن استخدام منصة "Netflix" يتركز بشكل أكبر في أيام محددة لدى غالبية المشاركين، مع نسبة أقل تميل إلى الاستخدام اليومي.

#### جدول رقم (٩)

يوضح تقييم المشاركين للمحتوى المقدم عبر منصة Netflix من حيث التنوع والجودة

| العبارة  | ك   | %      | ت |
|----------|-----|--------|---|
| مرتفع    | ١٢٠ | ٣٠%    | ٢ |
| متوسط    | ١٩٧ | ٤٩.٦٢% | ١ |
| منخفض    | ٨٠  | ٢٠%    | ٣ |
| الإجمالي | ٣٩٧ | ١٠٠%   |   |

الجدول رقم (٩) يوضح تقييم المشاركين للمحتوى المقدم عبر منصة "Netflix" من حيث التنوع والجودة. يتضح من البيانات أن أغلب المشاركين، وعددهم ١٩٧ (٥٩.٦٢%)، يعتبرون أن المحتوى المقدم عبر المنصة "متوسط" من حيث التنوع والجودة. هذا التقييم يشير إلى أن نصف المشاركين يرون أن المنصة تقدم محتوى مقبولاً، ولكنه قد لا يكون متميزاً بشكل استثنائي في كل جوانبه أو قد يحتاج إلى تحسينات في بعض الأصناف.

في المرتبة الثانية، أشار ١٢٠ مشارك (٣٠%) إلى أن المحتوى المقدم عبر المنصة "مرتفع" من حيث التنوع والجودة. يعكس هذا التقييم وجود شريحة معتبرة من المستخدمين الذين يقدرون المحتوى المقدم ويعتقدون أنه يتسم بجودة عالية وتنوع جيد يلبي احتياجاتهم المختلفة.



أما ٨٠ مشاركاً (٢٠%) فقد قيموا المحتوى بـ "منخفض" من حيث التنوع والجودة، مما يدل على وجود شريحة ترى أن المنصة لا تقدم محتوى يواكب توقعاتهم أو احتياجاتهم، سواء من حيث التنوع أو الجودة. هذا يشير إلى أن هناك مساحة لتحسين بعض جوانب المحتوى المعروض.

بناءً على هذه النتائج، يمكن استنتاج أن هناك تبايناً في تقييم المشاركين للمحتوى المقدم عبر منصة "Netflix"، حيث يميل نصف المشاركين إلى اعتباره متوسطاً، مع وجود شريحة معتبرة ترى أنه مرتفع الجودة، وأخرى ترى أنه منخفض. ويوصى بأن تركز "Netflix" على تعزيز التنوع والجودة في المحتوى المعروض، مع الاهتمام بشكل خاص بتحسين العروض التي قد لا تلبي توقعات بعض المستخدمين.

#### جدول رقم (١٠)

يوضح أنواع المحتوى على منصة Netflix التي يفضل المبحوثون مشاهدتها بشكل عام."

| العبارة       | ك   | %     | ت |
|---------------|-----|-------|---|
| أفلام         | ٢١٠ | ٥٢.٥% | ١ |
| مسلسلات       | ١٥٠ | ٣٧.٥% | ٢ |
| برامج وثائقية | ٢٧  | ٦.٨%  | ٣ |
| برامج حوارية  | ١٠  | ٢.٥%  | ٤ |
| الإجمالي      | ٣٩٧ | ١٠٠%  |   |

الجدول رقم (١٠) يوضح أنواع المحتوى على منصة "Netflix" التي يفضل المشاركون مشاهدتها بشكل عام. يتبين من البيانات أن "الأفلام" هي النوع الأكثر تفضيلاً لدى المشاركين، حيث أشار ٢١٠ مشاركاً (٥٢.٥%) إلى أنهم يفضلون مشاهدة الأفلام. هذا يشير إلى أن الأفلام تظل الخيار الأول والأكثر جذباً للمستخدمين، مما يعكس تفضيلاً عاماً لهذا النوع من المحتوى الترفيهي، سواء كان من حيث التنوع أو الأنواع المختلفة التي تقدمها "Netflix".

في المرتبة الثانية، جاءت "المسلسلات" بتفضيل ١٥٠ مشاركاً (٣٧.٥%). يعكس هذا أن هناك اهتماماً ملحوظاً من قبل المشاركين بالمحتوى المسلسل، مما يشير

إلى أن المسلسلات الطويلة والمتنوعة تعد من الخيارات الشائعة التي تقدمها "Netflix" للمشاهدين، وتوفر لهم تجربة مستمرة ومتراصة.

أما "البرامج الوثائقية" فقد حازت على تفضيل ٢٧ مشاركاً (٦.٨٠%) فقط. يعكس هذا أن البرامج الوثائقية ليست الخيار المفضل للكثير من المشاركين، مما قد يعود إلى تفضيلات شخصية أو إلى أن هذا النوع من المحتوى أقل جذباً للمشاهدين مقارنة بالأفلام والمسلسلات.

وأخيراً، كان "البرامج الحوارية" أقل الأنواع تفضيلاً، حيث أشار ١٠ مشاركين فقط (٢.٥%) إلى أنهم يفضلون مشاهدتها. يعكس هذا أن البرامج الحوارية تحظى باهتمام ضئيل نسبياً مقارنة بأنواع المحتوى الأخرى، مما قد يعكس تفضيلات المشاهدين الأكثر تنوعاً أو رغبتهم في الترفيه المتمثل في الأفلام والمسلسلات.

بناءً على هذه النتائج، يمكن استنتاج أن "Netflix" تحقق تفضيلاً كبيراً لدى المشاركين في مجالي الأفلام والمسلسلات، بينما تظل البرامج الوثائقية والبرامج الحوارية أقل جذباً.

#### جدول رقم (١١)

يوضح آراء المشاركين حول تأثير محتوى Netflix على تصوراتهم الاجتماعية والثقافية.

| العبارة          | ك   | %      | ت   |
|------------------|-----|--------|-----|
| لا يؤثر          | ٣١  | ٧.٧٥%  | ٤   |
| يؤثر بشكل ضعيف   | ٦٦  | ١٦.٥%  | ٣   |
| يؤثر بشكل متوازن | ١١٤ | ٢٨.٥%  | ٢   |
| يؤثر بشكل كبير   | ١٨٦ | ٤٦.٨٥% | ١   |
| الإجمالي         | ٣٩٧ |        | ١٠٠ |

تشير نتائج الجدول رقم (١١) إلى أن غالبية المشاركين، بنسبة (٤٦.٨٥%) أي ما يعادل ١٨٦ مشارك، يرون أن محتوى "Netflix" يؤثر بشكل كبير على تصوراتهم الاجتماعية والثقافية. هذه النسبة العالية تعكس تأثيراً قوياً للمحتوى الذي تقدمه



"Netflix" في تشكيل آراء المشاهدين حول القضايا الاجتماعية والثقافية، مما يشير إلى أن المنصة تؤدي دوراً مهماً في توجيه تصورات المستخدمين في هذا المجال.

في المقابل، أشار (٢٨.٥%) أي ما يعادل ١١٤ مشارك إلى أن تأثير المحتوى كان "متوازناً" على تصوراتهم الاجتماعية والثقافية. هذه النسبة تشير إلى أن جزءاً من المشاركين يشعرون بتأثير معتدل من "Netflix"، مما يعكس تنوع البرامج التي تقدمها المنصة، حيث لا يؤثر المحتوى بشكل قوي أو ضعيف، بل يقدم لهم مجموعة متنوعة من الآراء والمفاهيم.

أما (١٦.٥%) أي ما يعادل ٦٦ مشاركاً فقد اعتبروا أن تأثير المحتوى على تصوراتهم الاجتماعية والثقافية كان "ضعيفاً". قد يعكس ذلك أن هؤلاء الأفراد لا يتفاعلون بشكل كبير مع المحتوى الاجتماعي والثقافي الذي تقدمه "Netflix"، أو أن اهتماماتهم الشخصية قد تبتعد عن هذا النوع من البرامج.

وأدنى نسبة كانت لأولئك الذين اعتبروا أن "Netflix" لا تؤثر على تصوراتهم الاجتماعية والثقافية، حيث أشار (٧.٧٥%) أي ما يعادل ٣١ مشاركاً إلى أنهم لا يشعرون بأي تأثير من المحتوى المقدم. قد يعود ذلك إلى أن هؤلاء الأفراد لا يتابعون البرامج التي تتناول قضايا اجتماعية وثقافية أو يفضلون محتوى آخر.

بناءً على هذه النتائج، يمكن استنتاج أن "Netflix" تؤثر بشكل كبير على تصورات أغلب مستخدميها الاجتماعية والثقافية، مما يعكس دورها البارز في تشكيل آراء جمهورها. ومع ذلك، لا يزال هناك شريحة من المستخدمين الذين لا يشعرون بتأثير قوي، مما يشير إلى ضرورة دراسة احتياجاتهم بشكل أعمق لتقديم محتوى يتناسب مع اهتماماتهم المختلفة. وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة ( نهلة عبد الكريم: ٢٠٢٢) ودراسة (نهلة عبد الكريم ٢٠٢٢)

### جدول رقم (١٢) يوضح

يوضح آراء المشاركين حول انعكاس الإيجابيات أو السلبات في محتوى Netflix.

| ت | %      | ك   | العبارة                                               |
|---|--------|-----|-------------------------------------------------------|
| ١ | ٤٤.٨٣% | ١٧٨ | تنعكس الإيجابيات بشكل كبير وتؤثر إيجابياً على المشاهد |
| ٢ | ٢٣%    | ٩٢  | تنعكس الإيجابيات بشكل متوسط مع بعض التأثير الإيجابي   |
| ٣ | ١٧.٧٥% | ٧١  | تنعكس السلبات بشكل كبير وتؤثر سلباً على المشاهد       |
| ٤ | ٧.٥%   | ٣٠  | تنعكس السلبات بشكل متوسط مع بعض التأثير السلبي        |
| ٥ | ٦.٥%   | ٢٦  | لا يوجد تأثير ملحوظ للإيجابيات أو السلبات في المحتوى  |
|   | ١٠٠%   | ٣٩٧ | الإجمالي                                              |

تشير نتائج الجدول رقم (١٢) إلى أن غالبية المشاركين، بنسبة (٤٤.٨٣%) أي ما يعادل ١٧٨ مشارك، يرون أن الإيجابيات في محتوى "Netflix" تنعكس بشكل كبير وتؤثر إيجابياً على المشاهد. هذه النسبة العالية تعكس أن معظم المستخدمين يشعرون بأن المحتوى الذي تقدمه "Netflix" يحمل تأثيرات إيجابية واضحة على تصوراتهم وسلوكياتهم، مما يعزز من جاذبية المنصة ويؤكد قدرتها على تقديم محتوى له تأثير إيجابي على جمهورها.

في المقابل، أشار (٢٣%) أي ما يعادل ٩٢ مشاركاً إلى أن الإيجابيات تنعكس بشكل متوسط مع بعض التأثير الإيجابي. هذه النسبة تشير إلى أن بعض المشاركين يلاحظون تأثيرات إيجابية ولكن بشكل أقل وضوحاً، مما قد يعود إلى اختلاف اهتماماتهم أو نوعية البرامج التي يتابعونها على "Netflix".

أما (١٧.٧٥%) أي ما يعادل ٧١ مشاركاً فقد اعتبروا أن السلبات في المحتوى تنعكس بشكل كبير وتؤثر سلباً على المشاهد. هذه النسبة تشير إلى أن شريحة من المستخدمين يشعرون بأن بعض جوانب المحتوى على "Netflix" قد يكون لها تأثيرات سلبية على تصوراتهم أو سلوكياتهم، وهو ما قد يتطلب من "Netflix" إعادة تقييم بعض أنواع المحتوى الذي تقدمه.

وأدنى نسبة كانت لأولئك الذين أشاروا إلى أن السلبات تنعكس بشكل متوسط مع بعض التأثير السلبي، حيث أشار (٧.٥%) أي ما يعادل ٣٠ مشاركاً إلى أنهم



يلاحظون تأثيراً سلبياً معتدلاً في بعض الأحيان. قد يعكس ذلك أن هؤلاء الأفراد لا يتأثرون بشكل كبير بالمحتوى السلبي، ولكنهم قد يشعرون بتأثيرات سلبية طفيفة.

وأقل نسبة كانت لأولئك الذين أكدوا أنه لا يوجد تأثير ملحوظ للإيجابيات أو السلبيات في المحتوى، حيث أشار (٦.٥%) أي ما يعادل ٢٦ مشاركاً إلى أنهم لا يشعرون بتأثيرات واضحة من المحتوى المقدم. قد يعود ذلك إلى أن هؤلاء المشاركين لا يتفاعلون بشكل كبير مع المحتوى أو يفضلون أنواعاً أخرى من البرامج التي لا تحمل تأثيراً واضحاً.

بناءً على هذه النتائج، يمكن استنتاج أن محتوى "Netflix" يحمل تأثيراً إيجابياً واضحاً لدى غالبية مستخدميها، بينما هناك شريحة أقل تلاحظ تأثيرات سلبية. هذه النتائج تشير إلى أهمية مواصلة تطوير المحتوى على المنصة بحيث يوازن بين الإيجابيات والسلبيات لتلبية احتياجات وتوقعات مختلف فئات الجمهور. وهذه النتيجة تختلف مع ما توصلت إليه نتائج دراسة (منصور الضبيان: ٢٠٢٢) حيث أظهرت النتائج بنسبة (٥٩%) من عينة الدراسة يؤيدون مقاطعة منصة نتفليكس، وأشار ٥٤.٦% من المشاركين إلى أن دراما نتفليكس تقدم محتوى سلبي يتعارض مع الشريعة الإسلامية والقيم العربية، كما تتضمن العديد من السلوكيات السلبية مثل تناول الكحول والمقامرة ودراما الجنس والعنف والمخدرات والخ.

### المحور الثالث: دور التربية الإعلامية في تشكيل الاتجاهات الشباب الجامعي:

#### يوضح جدول رقم (١٣)

يوضح مدى تأثير التربية الإعلامية في توجيه عملية اختيار المحتوى المقدم عبر منصة Netflix

| ت | %      | ك   | العبارة             |
|---|--------|-----|---------------------|
| ١ | ٦٢.٢١% | ٢٤٧ | تؤثر بشكل كبير      |
| ٣ | ١٢.٥%  | ٥٠  | تؤثر بشكل متوسط     |
| ٧ | ٢١.٥%  | ٨٦  | تؤثر بشكل ضعيف      |
| ٤ | ٣.٥%   | ١٤  | لا تؤثر على الإطلاق |
|   | ١٠٠%   | ٣٩٧ | الإجمالي            |

تشير نتائج الجدول رقم (١٣) إلى أن غالبية المشاركين، بنسبة (٦٢.٢١%) أي ما يعادل ٢٤٧ مشارك يرون أن مفاهيم التربية الإعلامية التي يمتلكونها تؤثر بشكل كبير على اختيارهم للمحتوى الذي يتابعونه على منصة "Netflix". هذه النسبة العالية تعكس الوعي الكبير لدى هذه الفئة من المشاركين بأهمية التربية الإعلامية في توجيه اختياراتهم للمحتوى، مما يشير إلى أن لديهم معايير محددة لاختيار المحتوى بناءً على المعرفة الإعلامية التي يمتلكونها.

في المقابل، أشار (٢١.٥%) أي ما يعادل ٨٦ مشاركاً إلى أن مفاهيم التربية الإعلامية تؤثر بشكل ضعيف على اختياراتهم. قد يعكس ذلك أن هؤلاء الأفراد لديهم بعض الوعي الإعلامي، لكن تأثيره على اختياراتهم للمحتوى ليس قوياً، وربما يعود ذلك إلى تفضيلات شخصية أو عوامل أخرى تؤثر على قراراتهم أكثر من التربية الإعلامية.

أما (١٢.٥%) أي ما يعادل ٥٠ مشاركاً فقد أشاروا إلى أن مفاهيم التربية الإعلامية تؤثر بشكل متوسط على اختياراتهم. هذه النسبة تعكس أن بعض المشاركين لديهم تأثير معتدل للتربية الإعلامية في اختيار المحتوى، مما يشير إلى أن تأثير التربية الإعلامية ليس العامل الوحيد الذي يؤثر في قراراتهم، بل هناك عوامل أخرى قد تؤدي دوراً أيضاً.

وأدنى نسبة كانت لأولئك الذين أكدوا أن مفاهيم التربية الإعلامية لا تؤثر على اختياراتهم على الإطلاق، حيث أشار (٣.٥%) أي ما يعادل ١٤ مشاركاً إلى أنهم لا يشعرون بأي تأثير للتربية الإعلامية على اختياراتهم للمحتوى. قد يعود ذلك إلى أن هؤلاء الأفراد لا يمتلكون وعياً كافياً بمفاهيم التربية الإعلامية أو أن تفضيلاتهم الشخصية هي التي تحدد اختياراتهم.

بناءً على هذه النتائج، يمكن استنتاج أن مفاهيم التربية الإعلامية تؤدي دوراً كبيراً في توجيه اختيارات غالبية المشاركين للمحتوى الذي يتابعونه على "Netflix".



ومع ذلك، لا يزال هناك شريحة من المستخدمين الذين لا يشعرون بتأثير قوي لهذه المفاهيم، مما يشير إلى ضرورة تعزيز الوعي الإعلامي لدى هؤلاء الأفراد لزيادة تأثير التربية الإعلامية في اختياراتهم المستقبلية.

#### جدول رقم (١٤)

يوضح آراء المشاركين حول تأثير التربية الإعلامية على أسلوبهم في تقييم المحتوى الإعلامي الذى تقدمه Netflix.

| العبارة     | ك   | %      | ت |
|-------------|-----|--------|---|
| تأثير مرتفع | ١٣٩ | ٣٤.٧٥  | ٢ |
| تأثير متوسط | ١٩٠ | ٤٧.٨٥% | ١ |
| تأثير منخفض | ٦٨  | ١٧%    | ٣ |
| الإجمالي    | ٣٩٧ | ١٠٠%   |   |

تشير نتائج الجدول رقم (١٤) إلى آراء المشاركين حول تأثير التربية الإعلامية على أسلوبهم في تقييم المحتوى الإعلامي الذى تقدمه "Netflix". حيث أشار غالبية المشاركين، بنسبة (٤٧.٨٥%) أي ما يعادل ١٩٠ مشارك، إلى أن تأثير التربية الإعلامية على أسلوبهم في تقييم المحتوى كان "متوسطاً". هذه النسبة الكبيرة تشير إلى أن التربية الإعلامية تؤدي دوراً مهماً في تقييم المحتوى، ولكن ليس بشكل حاسم أو قوي، مما يعكس تأثيراً معتدلاً على تقييماتهم.

في المرتبة الثانية، أشار (٣٤.٧٥%) أي ما يعادل ١٣٩ مشارك إلى أن تأثير التربية الإعلامية كان "مرتفعاً". هذا يشير إلى أن هؤلاء المشاركين يضعون أهمية كبيرة للتربية الإعلامية في تقييم المحتوى الذى يتابعونه على "Netflix"، مما يعكس مستوى عالٍ من الوعي الإعلامي لديهم وقدرتهم على تحليل المحتوى بشكل نقدي ومدرّس.

أما (١٧%) أي ما يعادل ٦٨ مشاركاً فقد أشاروا إلى أن تأثير التربية الإعلامية على أسلوبهم في تقييم المحتوى كان "منخفضاً". هذه النسبة تشير إلى أن هؤلاء الأفراد لا يشعرون بتأثير كبير للتربية الإعلامية في تقييم المحتوى، مما قد يعكس قلة الوعي الإعلامي أو أن تفضيلاتهم الشخصية تتجاوز تأثير التربية الإعلامية.

بناءً على هذه النتائج، يمكن استنتاج أن التربية الإعلامية تؤثر بشكل كبير أو متوسط على تقييم المحتوى الإعلامي لدى غالبية المشاركين، مما يعكس أهمية التربية الإعلامية في تحسين قدرة الأفراد على تحليل وتقييم المحتوى الإعلامي بشكل نقدي. ومع ذلك، لا يزال هناك شريحة من المستخدمين الذين لا يشعرون بتأثير قوي لهذه المفاهيم، مما يستدعي تعزيز الوعي الإعلامي لديهم لزيادة تأثير التربية الإعلامية في تقييماتهم المستقبلية للمحتوى.

#### جدول رقم (١٥)

"دور التربية الإعلامية في تمكين المشاركين من التمييز بين المحتوى الموثوق وغير الموثوق على منصة Netflix"

| العبارة               | ك   | %      | ت |
|-----------------------|-----|--------|---|
| نعم، بشكل كبير        | 139 | 35.01% | ١ |
| نعم، بشكل متوسط       | 98  | 24.68% | ٢ |
| لا، قليلاً            | 92  | 23.17% | ٣ |
| لا، لا أستطيع التمييز | 68  | 17.12% | ٤ |
| الإجمالي              | 397 | 100%   |   |

تظهر البيانات الجدول رقم (١٥)، أن غالبية المشاركين يعتقدون أن التربية الإعلامية تلعب دوراً كبيراً أو متوسطاً في تعزيز قدرتهم على التمييز بين المحتوى الموثوق وغير الموثوق على المنصة.

جاءت الإجابة "نعم، بشكل كبير" في المرتبة الأولى، حيث حصلت على 35.01% من المشاركين. هذه النسبة تعكس أن أكبر شريحة من المشاركين ترى أن التربية الإعلامية تساهم بشكل واضح ومباشر في تحسين قدرتهم على التمييز بين المحتوى الموثوق وغير الموثوق. هذا يدل على إدراك إيجابي لدور التربية الإعلامية في تعزيز مهارات التقييم النقدي للمحتوى الإعلامي.

أما الإجابة "نعم، بشكل متوسط" فقد احتلت المرتبة الثانية، حيث حصلت على 24.68% من المشاركين. يشير هذا إلى أن ربع المشاركين تقريباً يرون أن التربية



الإعلامية تساعدهم في التمييز بين المحتوى الموثوق وغير الموثوق إلى حد ما. هذه النتيجة توضح أن التربية الإعلامية تساهم في تحسين مهارات التقييم النقدي، ولكن بدرجة أقل من الإجابة الأولى.

جاءت الإجابة "لا، قليلاً" في المرتبة الثالثة، حيث حصلت على ٢٣.١٧% من المشاركين. هذا يشير إلى أن حوالي ربع المشاركين لا يشعرون أن التربية الإعلامية توفر لهم الأدوات الكافية للتقييم الدقيق للمحتوى. قد يكون هؤلاء المشاركون لا يلاحظون تأثيراً كبيراً من التربية الإعلامية، مما يستدعي ضرورة تحسين البرامج التعليمية في هذا المجال.

أما الإجابة "لا، لا أستطيع التمييز" فقد جاءت في المرتبة الرابعة، حيث حصلت على ١٧.١٢% من المشاركين. هذه النسبة تمثل أقل فئة بين المشاركين، وتظهر أن هناك عدداً من الأفراد الذين لا يملكون القدرة على التمييز بين المحتوى الموثوق وغير الموثوق، حتى مع وجود التربية الإعلامية. يشير هذا إلى الحاجة إلى تدريب إضافي وتطوير المناهج التعليمية لتشمل تقنيات تمكن الأفراد من التمييز بشكل أكثر فعالية.

بناءً على هذه النتائج، يمكننا الاستنتاج أن غالبية المشاركين (حوالي ٥٩.٦٩%) يعتقدون أن التربية الإعلامية لها تأثير إيجابي في مساعدتهم على التمييز بين المحتوى الموثوق وغير الموثوق. أما بالنسبة لأولئك الذين يرون أن التأثير محدود أو غير موجود (نحو ٤٠%)، فإن هذه النتيجة تشير إلى الحاجة لتطوير البرامج التعليمية في مجال التربية الإعلامية بشكل أكثر فعالية.

### جدول رقم (١٦)

يوضح العلاقة بين التربية الإعلامية وتوجهات الأفراد الشخصية نحو القيم الاجتماعية والمواقف التي تقدمها منصة Netflix.

| العبارة                                                                                              | ك   | %      | ت |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|--------|---|
| توجد علاقة قوية جداً بين التربية الإعلامية وتوجهي نحو القيم الاجتماعية والمواقف التي تقدمها Netflix. | ١٤٧ | ٣٧.٠٢% | ١ |
| توجد علاقة متوسطة بين التربية الإعلامية وتوجهي نحو القيم الاجتماعية والمواقف التي تقدمها Netflix.    | ١٢٩ | ٣٢.٤٩% | ٢ |
| توجد علاقة ضعيفة بين التربية الإعلامية وتوجهي نحو القيم الاجتماعية والمواقف التي تقدمها Netflix.     | ٧١  | ١٧.٨٨% | ٣ |
| لا توجد علاقة بين التربية الإعلامية وتوجهي نحو القيم الاجتماعية والمواقف التي تقدمها Netflix.        | ٥٠  | ١٢.٥٩% | ٤ |
| الإجمالي                                                                                             | ٣٩٧ | ١٠٠%   |   |

تشير نتائج الجدول (١٦) إلى العلاقة بين التربية الإعلامية وتوجهات الأفراد الشخصية نحو القيم الاجتماعية والمواقف التي تقدمها منصة "Netflix". حيث أشار (٣٦.٧%) أي ما يعادل ١٤٧ مشاركاً إلى أن هناك "علاقة قوية جداً" بين التربية الإعلامية وتوجهاتهم نحو القيم الاجتماعية والمواقف التي تعرضها "Netflix". هذه النسبة الكبيرة تشير إلى أن التربية الإعلامية تؤدي دوراً مهماً في تشكيل وتوجيه كيفية تعامل الأفراد مع المحتوى الاجتماعي والثقافي الذي يقدم على المنصة، مما يعكس تأثيراً كبيراً للتربية الإعلامية في تصوراتهم الشخصية.

في المرتبة الثانية، أشار (٣٢.٢٥%) أي ما يعادل ١٢٩ مشاركاً إلى أن هناك "علاقة متوسطة" بين التربية الإعلامية وتوجهاتهم نحو القيم الاجتماعية والمواقف التي تقدمها "Netflix". هذه النسبة تعكس أن التربية الإعلامية تؤثر بشكل معتدل على كيفية تفاعل الأفراد مع المحتوى الاجتماعي، مما يشير إلى أن بعض المشاركين قد يدركون تأثير التربية الإعلامية ولكنهم لا يرون أنه العامل الرئيسي في تشكيل مواقفهم.

أما (١٧.٨٨%) أي ما يعادل ٧١ مشاركاً، فقد أشاروا إلى أن هناك "علاقة ضعيفة" بين التربية الإعلامية وتوجهاتهم نحو القيم الاجتماعية والمواقف التي تقدمها



"Netflix". هذه النسبة تشير إلى أن بعض الأفراد قد لا يرون أن التربية الإعلامية لها تأثير كبير على تصوراتهم تجاه المحتوى الاجتماعي على المنصة.

وأدنى نسبة كانت لأولئك الذين أشاروا إلى أنه "لا توجد علاقة" بين التربية الإعلامية وتوجهاتهم نحو القيم الاجتماعية والمواقف التي تقدمها "Netflix"، حيث بلغت هذه النسبة (١٢.٥٩%) أي ما يعادل ٥٠ مشاركاً. هذه النتيجة قد تشير إلى أن بعض المشاركين لا يعتبرون التربية الإعلامية عاملاً مؤثراً في تشكيل مواقفهم تجاه المحتوى الذي يقدم على المنصة.

بناءً على هذه النتائج، يمكن استنتاج أن غالبية المشاركين يرون أن التربية الإعلامية تؤثر بشكل ما على توجهاتهم الشخصية نحو القيم الاجتماعية والمواقف التي تعرضها "Netflix"، سواء بشكل قوي أو متوسط. ومع ذلك، لا يزال هناك شريحة من المستخدمين الذين لا يشعرون بتأثير قوي لهذه التربية الإعلامية على مواقفهم تجاه المحتوى. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة ( هشام الرجى: ٢٠٢٢م)

#### جدول رقم (١٧)

يوضح مدى تأثير المحتوى على منصة Netflix على مواقف الأفراد الاجتماعية وسلوكهم الشخصي

| العبارة                                                                     | ك   | %      | ت |
|-----------------------------------------------------------------------------|-----|--------|---|
| نعم، المحتوى على Netflix أثر بشكل كبير على موافقي الاجتماعية وسلوكي الشخصي  | ١٥٠ | ٣٧.٥%  | ١ |
| نعم، المحتوى على Netflix أثر بشكل متوسط على موافقي الاجتماعية وسلوكي الشخصي | ٣٧  | ٩.٢٥%  | ٥ |
| نعم، المحتوى على Netflix أثر بشكل ضعيف على موافقي الاجتماعية وسلوكي الشخص   | ٦٩  | ١٧.٢٥% | ٣ |
| لا، المحتوى على Netflix لم يؤثر على موافقي الاجتماعية أو سلوكي الشخصي.      | ٥٨  | ١٤.٥%  | ٤ |
| لا ألاحظ أي تأثير للمحتوى على Netflix على موافقي الاجتماعية أو سلوكي الشخصي | ٨٣  | ٢٠.٩٠% | ٢ |
| الإجمالي                                                                    | ٣٩٧ | ١٠٠%   |   |

تشير نتائج الجدول رقم (١٧) إلى مدى تأثير المحتوى على منصة "Netflix" على مواقف الأفراد الاجتماعية وسلوكهم الشخصي. حيث أشار (٣٧.٥%) أي ما يعادل ١٥٠ مشاركاً إلى أن المحتوى على "Netflix" قد أثر بشكل كبير على مواقفهم الاجتماعية وسلوكهم الشخصي. هذه النسبة الكبيرة تشير إلى أن هناك تأثيراً ملحوظاً للمحتوى على المنصة في تشكيل مواقف الأفراد وسلوكهم، مما يعكس أن هؤلاء المشاركين قد تأثروا بشكل إيجابي أو سلبي بالمحتوى الذي تعرضه "Netflix".

في المرتبة الثانية، أشار (٢٠.٩٠%) أي ما يعادل ٨٣ مشاركاً إلى أنهم "لا يلاحظون أي تأثير" للمحتوى على "Netflix" على مواقفهم الاجتماعية أو سلوكهم الشخصي. هذه النسبة تشير إلى أن هؤلاء المشاركين لا يشعرون بتأثير واضح للمحتوى على حياتهم الاجتماعية أو سلوكهم الشخصي، مما قد يدل على أن المحتوى لا يؤثر لديهم ردود فعل قوية أو تغيرات ملحوظة في مواقفهم.

أما (١٧.٢٥%) أي ما يعادل ٦٩ مشاركاً، فقد أشاروا إلى أن المحتوى على "Netflix" قد أثر "بشكل ضعيف" على مواقفهم الاجتماعية وسلوكهم الشخصي. هذه النسبة تشير إلى أن بعض الأفراد يشعرون بتأثير ضعيف للمحتوى، مما يعني أن التأثير ليس قوياً بما يكفي لتغيير مواقفهم أو سلوكهم بشكل كبير.

وفيما يتعلق بـ (٩.٢٥%) أي ما يعادل ٣٧ مشاركاً، فقد أشاروا إلى أن المحتوى على "Netflix" قد أثر "بشكل متوسط" على مواقفهم الاجتماعية وسلوكهم الشخصي. هذه النسبة تعكس تأثيراً معتدلاً، حيث يشعر هؤلاء المشاركون بتأثير ما على سلوكهم ولكن ليس بشكل قوي أو دائم.

وأدنى نسبة كانت لأولئك الذين أشاروا إلى أن المحتوى على "Netflix" لم يؤثر على مواقفهم الاجتماعية أو سلوكهم الشخصي، حيث بلغت هذه النسبة (١٤.٥%) أي ما يعادل ٥٨ مشاركاً.



بناءً على هذه النتائج، يمكن استنتاج أن هناك تأثيراً ملحوظاً للمحتوى على منصة "Netflix" على مواقف الأفراد وسلوكهم الشخصي، حيث أشار غالبية المشاركين إلى أنهم تأثروا بشكل كبير أو متوسط. ومع ذلك، هناك شريحة من المشاركين الذين لا يشعرون بتأثير واضح، مما يشير إلى أن تأثير المحتوى يختلف بين الأفراد وفقاً لتفضيلاتهم الشخصية ومدى ارتباطهم بالمحتوى المعروض. تتفق هذه النتيجة مع دراسة (علاء عامر، ٢٠٢٢م)

#### جدول رقم (١٨)

يوضح آراء المشاركين حول مدى مساهمة محتوى Netflix في توسيع معرفتهم الثقافية أو الاجتماعية.

| العبارة           | ك   | %      | ت |
|-------------------|-----|--------|---|
| لا يساهم          | ٣٢  | ٨.٠٦٠% | ٤ |
| يساهم بشكل ضعيف   | ٨١  | ٢٠.٥%  | ٣ |
| يساهم بشكل متوازن | ٩٢  | ٢٣%    | ٢ |
| يساهم بشكل كبير   | ١٩٢ | ٤٨%    | ١ |
| الإجمالي          | ٣٩٧ | ١٠٠%   |   |

تشير نتائج الجدول رقم (١٨) إلى آراء المشاركين حول مدى مساهمة محتوى "Netflix" في توسيع معرفتهم الثقافية أو الاجتماعية. حيث أشار (٤٨%) أي ما يعادل ١٩٢ مشارك إلى أن محتوى "Netflix" يساهم "بشكل كبير" في توسيع معرفتهم الثقافية أو الاجتماعية. هذه النسبة العالية تشير إلى أن العديد من المشاركين يرون أن المنصة تقدم محتوى يعزز من فهمهم الثقافي والاجتماعي، مما يعكس تأثيراً إيجابياً لهذا المحتوى في توسيع آفاقهم.

في المرتبة الثانية، أشار (٢٣%) أي ما يعادل ٩٢ مشاركاً إلى أن محتوى "Netflix" يساهم "بشكل متوازن" في توسيع معرفتهم الثقافية أو الاجتماعية. هذه النسبة تشير إلى أن هؤلاء المشاركين يشعرون بتأثير إيجابي ولكن بشكل معتدل، مما

يعني أن المحتوى يوفر لهم بعض المعلومات الجديدة التي توسع معرفتهم ولكن ليس بشكل شامل أو مستمر.

أما (٢٠.٥%) أي ما يعادل ٨١ مشاركاً فقد أشاروا إلى أن محتوى "Netflix" يساهم "بشكل ضعيف" في توسيع معرفتهم الثقافية أو الاجتماعية. هذه النسبة تشير إلى أن هؤلاء الأفراد لا يشعرون بتأثير كبير للمحتوى على توسيع معرفتهم، مما قد يدل على أن نوعية المحتوى المتاح لهم قد لا تكون كافية لتحقيق هذا التوسع.

وأدنى نسبة كانت لأولئك الذين أشاروا إلى أن محتوى "Netflix" "لا يساهم" في توسيع معرفتهم الثقافية أو الاجتماعية، حيث بلغت هذه النسبة (٨.٠٦٠%) أي ما يعادل ٣٠ مشاركاً. هذه النتيجة تشير إلى أن هذه الشريحة من المشاركين لا ترى في المحتوى المقدم على "Netflix" أي فائدة أو تأثير على معرفتهم الثقافية أو الاجتماعية.

بناءً على هذه النتائج، يمكن استنتاج أن غالبية المشاركين يرون أن محتوى "Netflix" يساهم بشكل إيجابي في توسيع معرفتهم الثقافية أو الاجتماعية، سواء بشكل كبير أو متوازن. تتفق هذه النتيجة مع دراسة (لميس الوزان: ٢٠٢٢) و دراسة (هالة عمر يوسف: ٢٠٢٠م)

#### جدول رقم (١٩)

يوضح آراء المشاركين حول ما إذا كان محتوى Netflix يساهم في تعزيز القيم الاجتماعية السلبية مثل العنف أو التمييز

| العبارة            | ك   | %      | ت |
|--------------------|-----|--------|---|
| لا يعزز هذه القيم  | ٣١٢ | ٧٨.٥٨% | ١ |
| يعززها بشكل ضعيف   | ٣٦  | ٩%     | ٢ |
| يعززها بشكل متوازن | ٣٢  | ٨%     | ٣ |
| يعززها بشكل كبير   | ١٧  | ٤.٢٥%  | ٤ |
| الإجمالي           | ٣٩٧ | ١٠٠%   |   |

تشير نتائج الجدول رقم (١٩) إلى آراء المشاركين حول ما إذا كان محتوى "Netflix" يساهم في تعزيز القيم الاجتماعية السلبية مثل العنف أو التمييز. حيث أشار



(٧٨.٥٨%) أي ما يعادل ٣١٢ مشاركا إلى أن محتوى "Netflix" "لا يعزز هذه القيم". هذه النسبة الكبيرة تعكس أن أغلب المشاركين لا يرون أن المحتوى المقدم على المنصة يروج أو يعزز القيم السلبية مثل العنف أو التمييز، مما يشير إلى أن المنصة لا تؤثر بشكل سلبي في هذا الجانب بالنسبة لغالبية المستخدمين.

في المرتبة الثانية، أشار (٩%) أي ما يعادل ٣٦ مشاركا إلى أن محتوى "Netflix" "يعزز هذه القيم بشكل ضعيف". هذه النسبة تشير إلى أن هناك شريحة صغيرة من المشاركين يرون أن المحتوى قد يحتوي على بعض العناصر التي قد تساهم في تعزيز القيم السلبية، ولكن تأثيرها ضعيف وغير مؤثر بشكل كبير.

أما (٨%) أي ما يعادل ٣٢ مشاركا، فقد أشاروا إلى أن محتوى "Netflix" "يعزز هذه القيم بشكل متوازن". هذه النسبة تشير إلى أن بعض المشاركين يرون أن المحتوى قد يحتوي على بعض المواقف أو الرسائل التي قد تروج للقيم السلبية بشكل معتدل، مما يعكس تباينا في تأثير المحتوى على هذه القيم بين المشاركين.

وأدنى نسبة كانت لأولئك الذين أشاروا إلى أن محتوى "Netflix" "يعزز هذه القيم بشكل كبير"، حيث بلغت هذه النسبة (٤.٢٥%) أي ما يعادل ١٧ مشاركا. هذه النتيجة تشير إلى أن شريحة صغيرة جدًا من المشاركين ترى أن محتوى "Netflix" يساهم بشكل كبير في تعزيز القيم السلبية مثل العنف أو التمييز.

بناءً على هذه النتائج، يمكن استنتاج أن أغلب المشاركين لا يرون أن محتوى "Netflix" يساهم في تعزيز القيم الاجتماعية السلبية مثل العنف أو التمييز. ومع ذلك، هناك نسبة صغيرة من المشاركين الذين يشعرون أن هناك تأثيرًا ضعيفًا أو معتدلاً في هذا الجانب، مما يشير إلى أن تأثير المحتوى يختلف بين الأفراد وفقاً لتفضيلاتهم الشخصية والمحتوى الذى يتابعونه. تتفق هذه النتيجة مع دراسة (درويش: ٢٠٢٢م)

## جدول (٢٠)

يوضح اتجاهات الشباب الجامعي عينة الدراسة نحو المضامين المقدمة عبر منصة Netflix

| العبارة                                                                                | الانحراف المعياري | الوزن النسبي | الاتجاه | درجة الموافقة |    |       |    |       |    |       |        |            |       | البيانات |
|----------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|--------------|---------|---------------|----|-------|----|-------|----|-------|--------|------------|-------|----------|
|                                                                                        |                   |              |         | أوافق بشدة    |    | أوافق |    | محايد |    | أوافق |        | أوافق بشدة |       |          |
|                                                                                        |                   |              |         | %             | ك  | %     | ك  | %     | ك  | %     | ك      | %          | ك     |          |
| اتفق مع وجود رقابة على مضامين نتفلكس                                                   | ٣٥                | ٥٨,٣         | ٩       | ١٥,٠          | ٩  | ١٥,٠  | ٤  | ٦,٧   | ٣  | ٥,٠   | ٤,١٥٠٠ | ١,٢٠٤٨٦    | ٨٣,٠٠ | موافق    |
| اختلف مع الأفكار التي تتعارض مع القيم المجتمعية أو الدينية                             | ٢٩                | ٤٨,٣         | ١٦      | ٢٦,٧          | ١٢ | ٢٠,٠  | ٠  | ٠,٠   | ٣  | ٥,٠   | ٤,١٣٣٣ | ١,٠٦٥١١    | ٨٢,٦٧ | موافق    |
| أستطيع تمييز الأفكار الغربية في مضامين المنصة                                          | ٢١                | ٣٥,٠         | ٢٦      | ٤٣,٣          | ١٢ | ٢٠,٠  | ١  | ١,٧   | ٠  | ٠,٠   | ٤,١١٦٧ | ٠,٧٨٣١٢    | ٨٢,٣٣ | موافق    |
| أرى اشعارات Notifications على وسائل التواصل الاجتماعي للعروض على هذه القنوات / الخدمات | ١٥                | ٢٥,٠         | ٣٣      | ٥٥,٠          | ١٠ | ١٦,٧  | ٠  | ٠,٠   | ٢  | ٣,٣   | ٣,٩٨٣٣ | ٠,٨٥٣٥٤    | ٧٩,٦٧ | موافق    |
| تناقش منصة نتفلكس جميع الأفكار المستحدثة بحرية                                         | ١٧                | ٢٨,٣         | ٢٢      | ٣٦,٧          | ١٦ | ٢٦,٧  | ٢  | ٣,٣   | ٣  | ٥,٠   | ٣,٨٠٠٠ | ١,٠٥٤٤٥    | ٧٦,٠٠ | موافق    |
| تقدم المنصة محتوى ضار بالشباب                                                          | ١٤                | ٢٣,٣         | ١٤      | ٢٣,٣          | ٢٧ | ٤٥,٠  | ٣  | ٥,٠   | ٢  | ٣,٣   | ٣,٥٨٣٣ | ١,٠١٣٣٣    | ٧١,٦٧ | موافق    |
| تتميز منصة نتفلكس بأنها تتحدى التابوهات المجتمعية                                      | ١٠                | ١٦,٧         | ٢٣      | ٣٨,٣          | ٢١ | ٣٥,٠  | ٣  | ٥,٠   | ٣  | ٥,٠   | ٣,٥٦٦٧ | ٠,٩٩٧٧٤    | ٧١,٣٣ | موافق    |
| منصة نتفلكس تقدم بديل ثري للإعلام التقليدي                                             | ١١                | ١٨,٣         | ١٧      | ٢٨,٣          | ٢١ | ٣٥,٠  | ١٠ | ١٦,٧  | ١  | ١,٧   | ٣,٤٥٠٠ | ١,٠٣٢١١    | ٦٩,٠٠ | موافق    |
| ما زال الإعلام المصري هو مصدر الحفاظ على القيم المجتمعية                               | ٩                 | ١٥,٠         | ١١      | ١٨,٣          | ٢٤ | ٤٠,٠  | ١١ | ١٨,٣  | ٥  | ٨,٣   | ٣,١٣٣٣ | ١,١٤١٩١    | ٦٢,٦٧ | محايد    |
| من المهم أن تعرض المنصة مختلف المضامين، حتى لو كانت مثيرة للجدل أو مؤذية للآخرين.      | ١٠                | ١٦,٧         | ٩       | ١٥,٠          | ١٦ | ٢٦,٧  | ١٥ | ٢٥,٠  | ١٠ | ١٦,٧  | ٢,٩٠٠٠ | ١,٣٢٣٨٤    | ٥٨,٠٠ | محايد    |

تشير نتائج الجدول رقم (٢٠) إلى اتجاهات الشباب الجامعي في عينة الدراسة نحو المضامين المقدمة عبر منصة "Netflix". تم تقسيم الاتجاهات وفقاً للعبارة المختلفة التي تم طرحها على المشاركين، مع حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي لكل عبارة. سنقوم بتفسير وتحليل هذه الاتجاهات بشكل تفصيلي:

### ١. اتفق مع وجود رقابة على مضامين: "Netflix"

- حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قدره ٤,١٥٠٠، مما يشير إلى أن أغلب المشاركين (٨٣%) يوافقون على ضرورة وجود رقابة على محتوى "Netflix".



هذا يدل على أن الشباب الجامعي في عينة الدراسة يعتبرون الرقابة أمراً مهماً للحفاظ على القيم المجتمعية.

٢. اختلف مع الأفكار التي تتعارض مع القيم المجتمعية أو الدينية:

- حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قدره ٤.١٣٣٣، مع وزن نسبي بلغ ٨٢.٦٧%. هذا يشير إلى أن المشاركين يميلون إلى معارضة الأفكار التي تتعارض مع القيم المجتمعية أو الدينية، مما يعكس تأثير القيم الثقافية والدينية على تفاعلهم مع المحتوى الإعلامي.

٣. أستطيع تمييز الأفكار الغربية في مضامين المنصة:

- حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قدره ٤.١١٦٧، مما يشير إلى أن المشاركين (٨٢.٣٣%) قادرون على تمييز الأفكار الغربية في محتوى "Netflix". هذه النتيجة تعكس وعياً لدى الشباب الجامعي بتأثيرات الثقافة الغربية التي قد تكون موجودة في المحتوى المقدم.

٤. أرى إشعارات (Notifications) على وسائل التواصل الاجتماعي للعروض على هذه القنوات/ الخدمات:

- حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قدره ٣.٩٨٣٣، مما يشير إلى أن غالبية المشاركين (٧٩.٦٧%) يتفاعلون مع إشعارات العروض على وسائل التواصل الاجتماعي، مما يدل على تأثير وسائل الإعلام الاجتماعية في جذب انتباههم إلى محتوى "Netflix".

٥. تناقش منصة "Netflix" جميع الأفكار المستحدثة بحرية:

- حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قدره ٣.٨٠٠٠، مع وزن نسبي بلغ ٧٦%. يشير ذلك إلى أن المشاركين يوافقون على أن "Netflix" تقدم منصة

تناقش الأفكار المستحدثة بحرية، مما يعكس انفتاح المنصة على موضوعات جديدة ومتنوعة.

٦. تقدم المنصة محتوى ضار بالشباب:

- حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قدره ٣.٥٨٣٣، مما يشير إلى أن ٧١.٦٧% من المشاركين يعتقدون أن "Netflix" تقدم محتوى قد يكون ضاراً بالشباب. هذا يشير إلى القلق من تأثير بعض أنواع المحتوى على القيم الاجتماعية والسلوكيات.

٧. تتميز منصة "Netflix" بأنها تتحدى التابوهات المجتمعية:

- حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قدره ٣.٥٦٦٧، مع وزن نسبي بلغ ٧١.٣٣%. يشير ذلك إلى أن المشاركين يرون أن "Netflix" تتحدى التابوهات المجتمعية، مما يعكس أنها منصة تقدم محتوى يتناول مواضيع قد تكون محظورة أو مثيرة للجدل في بعض الثقافات.

٨. منصة "Netflix" تقدم بديلاً ثرياً للإعلام التقليدي:

- حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قدره ٣.٤٥٠٠، مما يشير إلى أن المشاركين يرون أن "Netflix" تقدم بديلاً قوياً للإعلام التقليدي، مع موافقة ٦٩% من المشاركين.

٩. مازال الإعلام المصري هو مصدر الحفاظ على القيم المجتمعية:

- حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قدره ٣.١٣٣٣، مما يشير إلى أن المشاركين (٦٢.٦٧%) يعتبرون الإعلام المصري هو المصدر الرئيسي للحفاظ على القيم المجتمعية، مما يعكس تفضيلهم للإعلام المحلي في هذا السياق.

١٠. من المهم أن تعرض المنصة مختلف المضامين، حتى لو كانت مثيرة للجدل أو مؤذية للآخرين:



- حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قدره ٢.٩٠٠٠، مع وزن نسبي بلغ ٥٨%. يشير ذلك إلى أن المشاركين غير متفقين تمامًا مع فكرة عرض مضامين مثيرة للجدل أو مؤذية للآخرين، مما يعكس تحفظهم على بعض أنواع المحتوى.

## الخلاصة:

تظهر نتائج الجدول أن الشباب الجامعي في عينة الدراسة يميلون إلى الموافقة على فكرة وجود رقابة على محتوى "Netflix" ويعارضون الأفكار التي تتعارض مع القيم المجتمعية والدينية. كما أن هناك وعيًا لديهم بالأفكار الغربية في المحتوى، ويعتقدون أن المنصة تناقش الأفكار المستحدثة بحرية. ومع ذلك، هناك قلق من المحتوى الضار الذي قد تقدمه المنصة، بالإضافة إلى أنهم يرون أن الإعلام المصري لا يزال يحتفظ بدوره في الحفاظ على القيم المجتمعية. تتفق هذه النتيجة مع دراسة (نورة العتيبي: ٢٠٢٣)

## المحور الرابع: العوامل المؤثرة على اختيارات الشباب:

### "جدول رقم (٢١)

يوضح آراء المشاركين بشأن دور التربية الإعلامية في الحد من التأثيرات السلبية للمحتوى المقدم عبر Netflix.

| ت | %      | ك   | العبارة          |
|---|--------|-----|------------------|
| ١ | ٤٥.٣٥% | ١٨٠ | نعم، بشكل كبير   |
| ٢ | ٣٢.٧٧% | ١٣٠ | نعم، إلى حد ما   |
| ٣ | ١٢.٢٩% | ٥٠  | متوسط            |
| ٤ | ٦.٢٩%  | ٢٥  | لا، بدرجة محدودة |
| ٥ | ٣.٠٢%  | ١٢  | لا، أبداً        |
|   | ١٠٠%   | ٣٩٧ | الإجمالي         |

يوضح جدول رقم (٢١)، آراء المشاركين بشأن دور التربية الإعلامية في الحد من التأثيرات السلبية للمحتوى المقدم عبر Netflix. بناءً على البيانات الواردة، يمكن

ملاحظة أن غالبية المشاركين يعتقدون أن التربية الإعلامية تلعب دوراً مهماً في تقليص التأثيرات السلبية للمحتوى الإعلامي.

احتلت الإجابة "نعم، بشكل كبير" المرتبة الأولى بنسبة ٤٥.٣٥%، مما يعكس أن ما يقارب نصف المشاركين يرون أن التربية الإعلامية تساهم بشكل كبير في الحد من التأثيرات السلبية. هذا يشير إلى إدراك إيجابي لدور التربية الإعلامية في تعزيز القدرة على التمييز بين المحتوى الموثوق وغير الموثوق والتفاعل معه بطريقة نقدية ومدرسة.

في المرتبة الثانية، جاءت الإجابة "نعم، إلى حد ما" بنسبة ٣٢.٧٧%. مما يعني أن حوالي ثلث المشاركين يرون أن التربية الإعلامية تساهم في تقليص التأثيرات السلبية، ولكن بدرجة أقل مقارنة بالجواب الأول. هذه النسبة تشير إلى أن تأثير التربية الإعلامية قد يكون ملحوظاً لكن ليس بالشكل المطلوب لدى جميع المشاركين، ربما بسبب اختلاف في مستوى فهمهم أو تطبيقهم لمهارات التربية الإعلامية.

أما الإجابة "متوسط" التي حصلت على ١٢.٢٩% من المشاركين، فتشير إلى أن هؤلاء الأفراد يعتقدون أن تأثير التربية الإعلامية في الحد من التأثيرات السلبية للمحتوى المقدم عبر Netflix متوسط. قد يكون هذا بسبب عدم وجود وعي كافٍ أو ممارسات ثابتة تتعلق بالتربية الإعلامية لدى هذه الفئة.

جاءت الإجابة "لا، بدرجة محدودة" في المرتبة الرابعة بنسبة ٦.٢٩%. هذا يشير إلى أن شريحة صغيرة من المشاركين تعتقد أن التربية الإعلامية لها تأثير ضعيف جداً في هذا السياق. قد يكون هذا ناتجاً عن قصور في البرامج التعليمية أو عدم الفهم الكامل لدور التربية الإعلامية في التصدي للتأثيرات السلبية.

أما الإجابة "لا، أبداً" فقد حصلت على ٣.٠٢% فقط من المشاركين، وهي النسبة الأقل بين الإجابات. هذه النتيجة قد تشير إلى أن عدداً قليلاً من المشاركين لا يعتقدون أن التربية الإعلامية يمكن أن تساعد في الحد من التأثيرات السلبية للمحتوى الإعلامي، مما يعكس الحاجة إلى تعزيز البرامج الإعلامية والتعليمية في هذا المجال.



بناءً على هذه النتائج، يمكن الاستنتاج أن معظم المشاركين (حوالي ٧٨.١٢%) يرون أن التربية الإعلامية لها دور إيجابي في تقليل التأثيرات السلبية للمحتوى المقدم عبر Netflix، إما بشكل كبير أو إلى حد ما. ومع ذلك، لا يزال هناك نسبة أقل (حوالي ٩.٣١%) من المشاركين الذين يعتقدون أن تأثير التربية الإعلامية ضعيف أو غير موجود. هذا يشير إلى الحاجة إلى تحسين فعالية برامج التربية الإعلامية وتعزيز الوعي بأهميتها في هذا العصر الرقمي.

### "جدول رقم (٢٢)

يوضح آراء المشاركين بشأن دور التربية الإعلامية في تعزيز قدرتهم على التحليل النقدي للمحتوى المقدم عبر Netflix.

| العبارة          | ك   | %      | ت |
|------------------|-----|--------|---|
| نعم، بشكل كبير   | ١٥٧ | ٣٩.٥٦% | ١ |
| نعم، إلى حد ما   | ١٢١ | ٣٠.٤٧% | ٢ |
| متوسط            | ٧٣  | ١٨.٣٩% | ٣ |
| لا، بدرجة محدودة | ٣٣  | ٨.٣٢%  | ٤ |
| لا، أبداً        | ١٣  | ٣.٢٨%  | ٥ |
| الإجمالي         | ٣٩٧ | ١٠٠%   |   |

يوضح جدول رقم (٢٢) آراء المشاركين بشأن دور التربية الإعلامية في تعزيز قدرتهم على التحليل النقدي للمحتوى المقدم عبر Netflix. بناءً على البيانات الواردة، يمكن ملاحظة أن غالبية المشاركين يرون أن التربية الإعلامية تساهم بشكل كبير أو متوسط في تعزيز مهاراتهم التحليلية للنقد والتحليل للمحتوى.

احتلت الإجابة "نعم، بشكل كبير" المرتبة الأولى بنسبة ٣٩.٥٦% من المشاركين. هذا يعكس أن حوالي ٤٠% من المشاركين يعتبرون أن التربية الإعلامية تلعب دوراً رئيسياً في تعزيز قدرتهم على التحليل النقدي للمحتوى المقدم عبر Netflix. هذه النتيجة تشير إلى أن التربية الإعلامية تلعب دوراً فعالاً في تطوير مهارات التقييم والتحليل النقدي، مما يساعد الأفراد في التفاعل بشكل أكثر وعياً مع المحتوى.

جاءت الإجابة "نعم، إلى حد ما" في المرتبة الثانية بنسبة ٣٠.٤٧%. هذه النتيجة توضح أن حوالي ثلث المشاركين يرون أن التربية الإعلامية تسهم في تعزيز مهارات التحليل النقدي، ولكن بدرجة أقل مقارنة بالجواب الأول. قد يرجع ذلك إلى تفاوت مستويات المعرفة والتطبيقات العملية التي يكتسبها الأفراد من خلال التربية الإعلامية.

أما الإجابة "متوسط" التي حصلت على ١٨.٣٩% من المشاركين، فتشير إلى أن هؤلاء الأفراد يرون أن تأثير التربية الإعلامية على قدرتهم على التحليل النقدي ليس كبيراً، بل متوسطاً. قد يكون هذا ناتجاً عن عدم كفاية أو فعالية البرامج التعليمية المقدمة في مجال التربية الإعلامية لدى هذه الفئة.

جاءت الإجابة "لا، بدرجة محدودة" في المرتبة الرابعة بنسبة ٨.٣٢%. هذا يشير إلى أن هؤلاء الأفراد يرون أن تأثير التربية الإعلامية في تعزيز قدرتهم على التحليل النقدي للمحتوى المقدم عبر Netflix ضعيف جداً. قد يكون هذا ناتجاً عن نقص في المعرفة أو عدم وجود تدريب كافٍ لتطوير هذه المهارات.

وأخيراً، فإن ٣.٢٨% من المشاركين قد اختاروا الإجابة "لا، أبداً"، مما يمثل الفئة الأقل من المشاركين. هؤلاء يعتقدون أن التربية الإعلامية لا تساهم إطلاقاً في تحسين قدرتهم على التحليل النقدي للمحتوى الإعلامي. هذا يشير إلى ضرورة تعزيز فاعلية برامج التربية الإعلامية لتغطية جوانب تحليل المحتوى بشكل أكبر.

بناءً على هذه النتائج، يمكن الاستنتاج أن ٧٠.٠٣% من المشاركين يرون أن التربية الإعلامية تسهم بشكل أو بآخر في تعزيز قدرتهم على التحليل النقدي للمحتوى عبر Netflix، مما يعكس إدراكاً إيجابياً لدورها في تطوير مهارات التفكير النقدي. ولكن هناك حوالي ١١.٦% من المشاركين الذين لا يرون تأثيراً كبيراً أو لا يرون أي تأثير للتربية الإعلامية في هذا المجال، مما يشير إلى حاجة لتطوير هذه البرامج التعليمية.



## جدول رقم (٢٣)

يوضح العوامل التي تؤثر في اختيارات المشاركين للمحتوى على منصة Netflix.

| العبارة                                            | ك   | %      | ت |
|----------------------------------------------------|-----|--------|---|
| جودة المحتوى                                       | ٢٤٧ | ٦٢.٢١% | ١ |
| العوامل الاجتماعية (مثل تأثير الأصدقاء أو العائلة) | ١٥٠ | ٣٧.٥%  | ٢ |
| التوصيات الإعلامية أو الإعلانات                    | ١٠٠ | ٢٥%    | ٣ |
| موضوعات المحتوى (مثل العنف، الرومانسية، التعليم)   | ١٥٠ | ٣٧.٥%  | ٢ |
| الإجمالي                                           | ٣٩٧ | ١٠٠%   |   |

تشير نتائج الجدول رقم (٢٣) إلى العوامل التي تؤثر في اختيارات المشاركين للمحتوى على منصة "Netflix". حيث أشار (٦٢.٢١%) أي ما يعادل ٢٤٧ مشاركاً إلى أن "جودة المحتوى" هي العامل الأكثر تأثيراً في اختياراتهم. هذه النسبة الكبيرة تعكس أهمية جودة المحتوى كعامل رئيسي في تحديد تفضيلات المشاهدين على المنصة، مما يشير إلى أن المشاركين يولون اهتماماً كبيراً لجودة العروض والبرامج التي يتابعونها.

في المرتبة الثانية، أشار (٣٧.٥%) أي ما يعادل ١٥٠ مشارك إلى أن "العوامل الاجتماعية" مثل تأثير الأصدقاء أو العائلة تعد من العوامل المؤثرة في اختياراتهم. هذا يشير إلى أن المشاركين يتأثرون بشكل ملحوظ برأي محيطهم الاجتماعي عند اتخاذ قراراتهم بشأن المحتوى الذي يتابعونه على "Netflix".

كما أشار نفس النسبة (٣٧.٥%) أي ١٥٠ مشارك إلى أن "موضوعات المحتوى" مثل العنف، الرومانسية، أو التعليم تؤثر أيضاً في اختياراتهم. هذا يشير إلى أن المشاركين يولون اهتماماً خاصاً للموضوعات التي يتناولها المحتوى، ويعكس تأثير هذه الموضوعات على تفضيلاتهم في المشاهدة.

أما (٢٥%) أي ما يعادل ١٠٠ مشارك، فقد أشاروا إلى أن "التوصيات الإعلامية أو الإعلانات" هي من العوامل المؤثرة في اختياراتهم. هذه النسبة تشير إلى

أن التوصيات الإعلامية والإعلانات تؤدي دوراً في توجيه اختيارات المشاركين، مما يعكس تأثير العوامل الخارجية في اتخاذ قرارات المشاهدة.

بناءً على هذه النتائج، يمكن استنتاج أن العوامل الأكثر تأثيراً في اختيارات المحتوى على "Netflix" تتعلق بجودة المحتوى أولاً، تليها العوامل الاجتماعية وموضوعات المحتوى. في حين أن التوصيات الإعلامية والإعلانات تأتي في المرتبة الرابعة، مما يعكس تأثيراً أقل مقارنة بالعوامل الأخرى.

#### جدول رقم (٢٤)

يوضح اعتقاد عينة الدراسة بأن التوعية الإعلامية والتربية الأسرية تؤثر على اختياراتهم للمحتوى الرقمي

| العبارة             | ك   | %      | ت |
|---------------------|-----|--------|---|
| تؤثر بشكل كبير      | ٢٥٠ | ٦٢.٥%  | ١ |
| تؤثر بشكل متوسط     | ١٥٠ | ٣٧.٥%  | ٢ |
| تؤثر بشكل منخفض     | ٩٧  | ٢٤.٤٣% | ٣ |
| لا تؤثر على الإطلاق | ١٥٠ | ٣٧.٥%  | ٢ |
| الإجمالي            | ٣٩٧ | ١٠٠%   |   |

تشير نتائج الجدول رقم (٢٤) إلى اعتقاد عينة الدراسة بأن التوعية الإعلامية والتربية الأسرية تؤثر على اختياراتهم للمحتوى الرقمي. حيث أشار (٦٢.٥%) أي ما يعادل ٢٥٠ مشاركاً إلى أن التوعية الإعلامية والتربية الأسرية "تؤثر بشكل كبير" على اختياراتهم. هذه النسبة الكبيرة تعكس أهمية التوعية الإعلامية والتربية الأسرية في توجيه اختيارات الأفراد للمحتوى الرقمي، مما يشير إلى أن المشاركين يرون تأثيراً قوياً لهذه العوامل في قراراتهم.

في المرتبة الثانية، أشار (٣٧.٥%) أي ما يعادل ١٥٠ مشاركاً إلى أن التوعية الإعلامية والتربية الأسرية "تؤثر بشكل متوسط" على اختياراتهم. هذه النسبة تعكس أن بعض المشاركين يدركون تأثير هذه العوامل ولكنهم لا يعتبرونها العامل الرئيسي في اختياراتهم للمحتوى الرقمي.



أما (٢٤.٤٣%) أي ما يعادل ٩٧ مشاركاً، فقد أشاروا إلى أن التوعية الإعلامية والتربية الأسرية "تؤثر بشكل منخفض" على اختياراتهم. هذه النسبة تشير إلى أن بعض الأفراد لا يشعرون بتأثير كبير لهذه العوامل في قراراتهم بشأن المحتوى الرقمي.

وأدنى نسبة كانت لأولئك الذين أشاروا إلى أن التوعية الإعلامية والتربية الأسرية "لا تؤثر على الإطلاق" على اختياراتهم، حيث بلغت هذه النسبة (٣٧.٥%) أي ما يعادل ١٥٠ مشاركاً. هذه النتيجة قد تشير إلى أن بعض المشاركين لا يرون أن هذه العوامل لها تأثير على اختياراتهم للمحتوى الرقمي.

بناءً على هذه النتائج، يمكن استنتاج أن غالبية المشاركين يرون أن التوعية الإعلامية والتربية الأسرية تؤثر بشكل كبير أو متوسط على اختياراتهم للمحتوى الرقمي. ومع ذلك، لا يزال هناك شريحة من المستخدمين الذين لا يشعرون بتأثير قوي لهذه العوامل على اختياراتهم.

#### المحور الخامس: تطوير التربية الإعلامية:

##### "جدول رقم (٢٥)"

يوضح أبرز التحديات التي يواجهها الشباب الجامعي في التعامل مع المضامين الإعلامية عبر منصة "Netflix".

| العبارة                                                   | ك   | %      | ت |
|-----------------------------------------------------------|-----|--------|---|
| صعوبة التمييز بين المحتوى الموثوق وغير الموثوق            | ١٣٥ | ٣٤.٠٢% | ١ |
| تأثير المحتوى السلبي على الفكر والسلوك                    | ١٠٥ | ٢٦.٤٢% | ٢ |
| قلة الوعي بكيفية التحقق من صحة المعلومات                  | ٨٠  | ٢٠.١٦% | ٣ |
| الوقت المفرط الذي يقضيه الشباب في مشاهدة المحتوى          | ٥٥  | ١٣.٨٥% | ٤ |
| عدم وجود إرشادات واضحة للمحتوى المناسب عمرياً             | ٣٥  | ٨.٨٠%  | ٥ |
| الضغوط الاجتماعية والتأثيرات الثقافية الناتجة عن المشاهدة | ٢٠  | ٥.٠٤%  | ٦ |
| عدم القدرة على تقييم المحتوى من منظور نقدي                | ١٢  | ٣.٧٧%  | ٧ |
| التعرض لمحتوى لا يتوافق مع القيم الشخصية والدينية         | ١٠  | ٢.٥٢%  | ٨ |
| الإجمالي                                                  | ٣٩٧ | ١٠٠%   |   |

يوضح جدول رقم (٢٥) أبرز التحديات التي يواجهها الشباب الجامعي في التعامل مع المضامين الإعلامية عبر منصة Netflix. من خلال تحليل البيانات، يمكن ملاحظة أن "صعوبة التمييز بين المحتوى الموثوق وغير الموثوق" تصدرت قائمة التحديات بنسبة ٣٤.٠٢%، حيث أشار ١٣٥ مشاركاً إلى هذه الصعوبة. هذه النتيجة تعكس قلقاً مشتركاً لدى الشباب الجامعي حيال قدرة التربية الإعلامية على مساعدتهم في تحديد مصداقية المحتوى الذي يستهلكونه، وهو أمر بالغ الأهمية في عصر المعلومات المفرطة.

في المرتبة الثانية، جاء "تأثير المحتوى السلبي على الفكر والسلوك" بنسبة ٢٦.٤٢%، أي أن ١٠٥ مشاركين أشاروا إلى التأثيرات النفسية والسلوكية السلبية المحتملة للمحتوى المقدم على المنصة. وهذا يشير إلى أن الشباب الجامعي قد يتعرض لتأثيرات سلبية قد تؤثر على مفاهيمهم الثقافية والاجتماعية، وهو ما يتطلب مزيداً من التدابير التربوية والإعلامية للحد من هذه التأثيرات.

أما في المرتبة الثالثة، فقد أشار ٨٠ مشاركاً (٢٠.١٦%) إلى "قلة الوعي بكيفية التحقق من صحة المعلومات" كأحد التحديات التي يواجهونها. هذه النتيجة تسلط الضوء على أهمية تعزيز الوعي الإعلامي وتعليم الشباب كيفية تقييم المعلومات بشكل أكثر دقة وموضوعية في بيئة الإنترنت.

يأتي "الوقت المفرط الذي يقضيه الشباب في مشاهدة المحتوى" في المرتبة الرابعة بنسبة ١٣.٨٥%، مما يعكس قلقاً حول الآثار السلبية لاستهلاك المحتوى الرقمي بشكل مفرط، خاصة في أوقات الدراسة والتفاعل الاجتماعي، وهو ما قد يؤثر على الأداء الأكاديمي والعلاقات الشخصية.

في المرتبة الخامسة، أشار ٣٥ مشاركاً (٨.٨٠%) إلى "عدم وجود إرشادات واضحة للمحتوى المناسب عمرياً"، ما يعكس الحاجة إلى توفير إرشادات وتقنيات



لتحديد المحتوى المناسب للفئات العمرية المختلفة، مما يساعد في الحد من التعرض لمحتوى غير ملائم.

في المرتبة السادسة، ذكر ٢٠ مشاركاً (٥.٠٤%) "الضغوط الاجتماعية والتأثيرات الثقافية الناتجة عن المشاهدة"، مما يعكس تأثير الضغط الاجتماعي في التأثير على اختيارات المحتوى التي يتعرض لها الشباب الجامعي.

أما في المرتبة السابعة، فقد أشار ١٢ مشاركاً (٣.٧٧%) إلى "عدم القدرة على تقييم المحتوى من منظور نقدي"، وهو ما يعكس حاجة الشباب إلى تعزيز مهارات التفكير النقدي التي تمكنهم من تحليل وفحص المحتوى بشكل واع.

وأخيراً، جاء "التعرض لمحتوى لا يتوافق مع القيم الشخصية والدينية" في المرتبة الثامنة بنسبة ٢.٥٢%، مما يشير إلى أن شريحة صغيرة من المشاركين قد واجهت تحديات مرتبطة بالقيم الثقافية والدينية في تعاملهم مع المضامين الإعلامية على المنصة.

بناءً على هذه النتائج، يتضح أن التحدي الأكبر الذي يواجهه الشباب الجامعي هو القدرة على التمييز بين المحتوى الموثوق وغير الموثوق، يليه التأثيرات السلبية للمحتوى على الفكر والسلوك. كما تكشف النتائج عن وجود فجوات في الوعي بكيفية التحقق من صحة المعلومات وأهمية تعزيز التفكير النقدي لدى الشباب.

#### جدول رقم (٢٦)

يوضح آراء المشاركين حول الحاجة إلى تطوير برامج التربية الإعلامية في الجامعات.

| العبارة  | ك   | %     | ت |
|----------|-----|-------|---|
| نعم      | ٣١٢ | ٧٨.٥٨ | ١ |
| لا       | ٨٥  | ٢١.٤١ | ٢ |
| الإجمالي | ٣٩٧ | ١٠٠%  |   |

تشير نتائج الجدول رقم (٢٦) إلى آراء المشاركين حول الحاجة إلى تطوير برامج التربية الإعلامية في الجامعات. حيث أشار (٧٨.٥٨%) أي ما يعادل ٣١٢

مشارك إلى أنهم يرون ضرورة تطوير هذه البرامج. هذه النسبة الكبيرة تعكس اهتماماً واسعاً بين المشاركين بضرورة تحسين وتعزيز برامج التربية الإعلامية في الجامعات، مما يدل على الوعي بأهمية هذه البرامج في تعزيز قدرة الأفراد على التعامل مع المحتوى الإعلامي بشكل نقدي ومدرّس.

أما (٢١.٤١%) أي ما يعادل ٨٥ مشاركاً فقد أشاروا إلى أنهم لا يرون حاجة لتطوير برامج التربية الإعلامية في الجامعات. هذه النسبة الأقل قد تعكس عدم إدراك البعض لأهمية التربية الإعلامية أو أنهم يرون أن البرامج الحالية كافية، بناءً على هذه النتائج، يمكن استنتاج أن غالبية المشاركين يرون أهمية كبيرة في تطوير برامج التربية الإعلامية في الجامعات، مما يشير إلى حاجة ملحة لتطوير هذه البرامج لتلبية احتياجات الأفراد في عصر الإعلام الرقمي.

#### جدول رقم (٢٧)

يوضح آراء المشاركين بشأن الآليات التي يعتقدون أنها يمكن أن تساعد في تحسين التربية الإعلامية للشباب الجامعي في ظل استخدام منصات مثل Netflix.

| العبارة                                                 | ك   | %      | ت |
|---------------------------------------------------------|-----|--------|---|
| تنظيم ورش عمل وندوات                                    | ١٨٢ | ٤٥.٥%  | ٤ |
| دمج التربية الإعلامية في المناهج الدراسية               | ٢٥٦ | ٦٤%    | ٣ |
| دعم الأبحاث والمشروعات حول التربية الإعلامية            | ١٤٤ | ٣٦%    | ٦ |
| إعداد حملات توعية حول مفاهيم التربية الإعلامية وأهميتها | ٢٩٦ | ٧٤%    | ٢ |
| توفير دورات تدريبية في التعامل مع الإعلام الرقمي        | ٣١٣ | ٧٨.٢٥% | ١ |
| التعاون مع منصات المحتوى الرقمية                        | ١٧٠ | ٤٢.٨٢% | ٥ |
| الإجمالي                                                | ٣٩٧ | ١٠٠%   |   |

تشير نتائج الجدول رقم (٢٧) إلى آراء المشاركين حول أفضل الممارسات التي يمكن اتباعها لتحسين التربية الإعلامية في البيئة الجامعية. حيث أشار (٧٨.٢٥%) أي ما يعادل ٣١٣ مشاركاً إلى أن توفير دورات تدريبية في التعامل مع الإعلام الرقمي هو أفضل ممارسة يمكن اتباعها. هذه النسبة الكبيرة تشير إلى أن المشاركين يرون أن التدريب العملي والمهارات الرقمية هي من أولويات تحسين التربية الإعلامية في الجامعات.



أما (٧٤%) أي ما يعادل ٢٩٦ مشارك فقد أشاروا إلى أهمية إعداد حملات توعية حول مفاهيم التربية الإعلامية وأهميتها. هذه النسبة العالية تعكس الحاجة إلى زيادة الوعي حول أهمية التربية الإعلامية في المجتمع الجامعي وتعليم الأفراد كيفية التعامل مع المحتوى الإعلامي بشكل مسؤول.

في المرتبة الثالثة، أشار (٦٤%) أي ما يعادل ٢٥٦ مشاركاً إلى ضرورة دمج التربية الإعلامية في المناهج الدراسية. هذه النسبة الكبيرة تشير إلى أن المشاركين يرون أهمية تضمين مفاهيم التربية الإعلامية في البرامج الأكاديمية لتأهيل الطلاب وتعزيز قدرتهم على التفكير النقدي تجاه الإعلام.

أما (٤٥.٥%) أي ما يعادل ١٨٢ مشاركاً فقد أشاروا إلى تنظيم ورش عمل وندوات كأفضل ممارسة. هذه النسبة تعكس رغبة المشاركين في تعزيز التفاعل المباشر والتعلم من خلال الأنشطة التعليمية التي تساهم في تحسين الفهم العام للتربية الإعلامية.

كما أشار (٤٢.٨٢%) أي ما يعادل ١٧٠ مشاركاً إلى أهمية التعاون مع منصات المحتوى الرقمية، مما يعكس أهمية الشراكة بين الجامعات والمنصات الرقمية في تعزيز التربية الإعلامية.

أما (٣٦%) أي ما يعادل ١٤٤ مشاركاً فقد أشاروا إلى دعم الأبحاث والمشروعات حول التربية الإعلامية كأفضل ممارسة، مما يدل على اهتمام المشاركين بتعزيز البحث العلمي في هذا المجال.

بناءً على هذه النتائج، يمكن استنتاج أن غالبية المشاركين يرون أن توفير دورات تدريبية وحملات توعية هي من أهم الممارسات التي يمكن اتباعها لتحسين التربية الإعلامية في البيئة الجامعية، مما يشير إلى الحاجة إلى تعزيز هذه الممارسات لتأهيل الأفراد وتعزيز مهاراتهم في التعامل مع الإعلام الرقمي.

## مناقشة نتائج الدراسة:

تعكس نتائج الدراسة وعياً عالياً بمفهوم التربية الإعلامية بين الشباب الجامعي، حيث أظهرت البيانات أن الغالبية العظمى لديهم معرفة بمفهوم التربية الإعلامية بنسبة ٩٩.٢٥%. يمكن تفسير هذا الوعي بانتشار التكنولوجيا الحديثة والتفاعل المستمر مع وسائل الإعلام الرقمية، مما عزز اهتمام الشباب بفهم طبيعة المحتوى الإعلامي وتأثيره. ومع ذلك، فإن هناك نسبة ضئيلة (٠.٧٥%) لم تكن على دراية بمفهوم التربية الإعلامية، مما يشير إلى الحاجة إلى تعزيز الجهود التوعوية لضمان شمولية المعرفة الإعلامية بين جميع الأفراد.

أما فيما يتعلق بتقييم المعرفة بمفاهيم التربية الإعلامية، فقد أظهرت النتائج أن المفاهيم المتعلقة بالتأثير الإعلامي على الأفراد حصلت على أعلى تقييم، حيث أشار ٣٧.٥% من المشاركين إلى أن معرفتهم في هذا المجال كانت "جيدة جداً". هذا يشير إلى أن الشباب يدركون بشكل كبير كيف يمكن للإعلام أن يشكل آراءهم وسلوكياتهم. في المقابل، حصل تطبيق مفاهيم التربية الإعلامية في الحياة اليومية على أدنى تقييم بنسبة ٣.٥%، مما يعكس فجوة واضحة بين المعرفة النظرية والممارسة الفعلية. يشير هذا إلى الحاجة إلى دمج التربية الإعلامية في الحياة اليومية من خلال أنشطة عملية وبرامج تدريبية تمكن الأفراد من استخدام مهارات التحليل النقدي واتخاذ القرارات المستنيرة عند التعامل مع المحتوى الإعلامي.

وفيما يخص تأثير التربية الإعلامية على اختيار المحتوى في منصة Netflix، أظهرت النتائج أن ٦٥.٢٣% من المشاركين يشعرون بأن التربية الإعلامية تجعلهم أكثر وعياً عند اختيارهم للمحتوى، مما يؤكد فاعلية التربية الإعلامية في تمكين الأفراد من التمييز بين المحتوى المناسب وغير المناسب. ومع ذلك، هناك نسبة ١٠.٢٥% من المشاركين لا يرون أي تأثير للتربية الإعلامية على اختياراتهم، مما يدل على اختلاف



مستويات الإدراك النقدي بين الأفراد، وقد يكون هذا مرتبطاً بعدم كفاية البرامج التعليمية في هذا المجال أو بتأثير العوامل الشخصية والثقافية على استهلاك المحتوى.

أما بالنسبة لاستخدام منصة Netflix، فقد أوضحت الدراسة أن ٥٧.٢٥% من المشاركين يستخدمون المنصة بانتظام، مما يشير إلى أن Netflix أصبحت جزءاً من العادات الترفيهية اليومية لهذه الفئة. وفيما يخص تقييم المحتوى من حيث التنوع والجودة، أشار ٤٩.٦٢% من المشاركين إلى أن المحتوى المقدم عبر المنصة متوسط الجودة، مما يعكس وجود بعض التحديات المتعلقة بتقديم محتوى يتناسب مع جميع الأذواق والتوجهات الثقافية. في حين أن ٣٠% من المشاركين يرون أن المحتوى مرتفع الجودة، مما يدل على رضا نسبة معينة من الجمهور عن مستوى الإنتاجات التي تقدمها المنصة.

عند تحليل دور التربية الإعلامية في تشكيل الاتجاهات الشبابية، تبين أن ٦٢.٢١% من المشاركين يرون أن التربية الإعلامية تؤثر بشكل كبير على اختياراتهم للمحتوى، مما يعكس وعياً إعلامياً متزايداً بين الشباب الجامعي. ومع ذلك، فإن ٢١.٥% يعتقدون أن تأثير التربية الإعلامية ضعيف، مما قد يشير إلى نقص في المهارات النقدية أو إلى اعتماد بعض الأفراد على العوامل العاطفية والشخصية في انتقاء المحتوى الإعلامي. وبالنسبة لدور التربية الإعلامية في التمييز بين المحتوى الموثوق وغير الموثوق، فقد أظهرت النتائج أن ٣٥.٠١% من المشاركين يرون أن التربية الإعلامية تلعب دوراً أساسياً في تعزيز قدرتهم على التمييز بين المحتوى الحقيقي والمزيف، بينما هناك نسبة ١٧.١٢% لا تستطيع التمييز، مما يستدعي تطوير استراتيجيات تعليمية أكثر فعالية.

فيما يتعلق بالعوامل التي تؤثر في اختيار المحتوى على منصة Netflix، أظهرت الدراسة أن جودة المحتوى هي العامل الأكثر أهمية، حيث أفاد ٦٢.٢١% من المشاركين بأنها تؤثر بشكل أساسي على قراراتهم في المشاهدة. كما تلعب العوامل

الاجتماعية مثل تأثير الأصدقاء والعائلة دورًا بارزًا بنسبة ٣٧.٥%، مما يشير إلى أن البيئة الاجتماعية قد تؤثر على قرارات المشاهدة، سواء من خلال التوصيات أو من خلال تأثيرات الثقافة السائدة. كذلك، أشار ٣٧.٥% من المشاركين إلى أن موضوعات المحتوى مثل العنف والرومانسية والتعلم تؤثر في اختياراتهم، بينما كانت التوصيات الإعلامية والإعلانات أقل تأثيرًا بنسبة ٢٥%.

أظهرت النتائج أيضًا وجود عدد من التحديات التي يواجهها الشباب الجامعي في التعامل مع المضامين الإعلامية عبر منصة Netflix، حيث أشار ٣٤.٠٢% من المشاركين إلى أنهم يجدون صعوبة في التمييز بين المحتوى الموثوق وغير الموثوق، مما يدل على ضرورة تعزيز التفكير النقدي لدى هذه الفئة. كما أن ٢٦.٤٢% من المشاركين أبدوا قلقهم من تأثير المحتوى السلبي على الفكر والسلوك، وهو ما يعكس أهمية تقديم محتوى إعلامي متوازن يعكس القيم الثقافية والاجتماعية. بالإضافة إلى ذلك، أشار ٢٠.١٦% إلى أنهم يعانون من قلة الوعي بكيفية التحقق من صحة المعلومات، مما يبرز الحاجة إلى إدراج مناهج متخصصة في التربية الإعلامية ضمن البرامج الأكاديمية.

أما فيما يتعلق بتطوير برامج التربية الإعلامية، فقد أظهرت الدراسة أن ٧٨.٥٨% من المشاركين يرون ضرورة تطوير هذه البرامج في الجامعات، مما يعكس الحاجة إلى تعزيز المناهج التعليمية بحيث تتناسب مع التحديات التي يفرضها العصر الرقمي. كما أشارت النتائج إلى أن أفضل الطرق لتحسين التربية الإعلامية تشمل توفير دورات تدريبية في التعامل مع الإعلام الرقمي بنسبة ٧٨.٢٥%، وإعداد حملات توعية حول مفاهيم التربية الإعلامية بنسبة ٧٤%. وهذا يدل على أن هناك رغبة حقيقية لدى الشباب في اكتساب مهارات تمكنهم من التعامل مع الإعلام بشكل أكثر وعيًا وفاعلية.

بناءً على هذه النتائج، يمكن الاستنتاج أن هناك وعيًا عامًا بمفهوم التربية الإعلامية، لكنه لا يزال يحتاج إلى تعزيز من خلال إدراج برامج تدريبية وتطبيقية تساهم



في تحويل المعرفة النظرية إلى مهارات عملية. كما أن هناك حاجة إلى تحسين جودة المحتوى الإعلامي الرقمي، وتوفير آليات تضمن تعزيز التفكير النقدي وتمكين الأفراد من التمييز بين المعلومات الموثوقة والمضللة. وأخيراً، فإن تطوير التربية الإعلامية في الجامعات وتوسيع نطاق الوعي الإعلامي عبر دورات متخصصة وورش عمل تفاعلية يمكن أن يكون له أثر إيجابي في تعزيز قدرة الشباب الجامعي على التعامل مع الإعلام الرقمي بشكل مسؤول وواعي.

### توصيات الدراسة:

توصي الدراسة بضرورة تعزيز التربية الإعلامية في المؤسسات الأكاديمية من خلال دمجها في المناهج الجامعية، بحيث يكتسب الطلاب مهارات التحليل النقدي والتمييز بين المحتوى الموثوق وغير الموثوق. من المهم أيضاً تصميم مقررات إلكترونية تفاعلية وتنظيم ورش عمل تدريبية تساعد الشباب على التعامل الواعي مع وسائل الإعلام الرقمية. كما يجب دعم الأبحاث والمشروعات التي تتناول التربية الإعلامية لتوفير فهم أعمق لتأثيراتها وتقديم توصيات أكثر دقة لصناع القرار.

يعدّ تطوير الوعي الإعلامي لدى الشباب أمراً أساسياً، ويمكن تحقيق ذلك عبر حملات توعية توضح مخاطر المحتوى غير الموثوق وأهمية التفكير النقدي عند التعامل مع المحتوى الترفيهي. ينبغي أيضاً تعزيز دور الأسرة في التربية الإعلامية من خلال تقديم برامج توعية للأهل حول كيفية توجيه أبنائهم لاستهلاك المحتوى الإعلامي بشكل آمن ومسؤول. من الضروري أيضاً تشجيع الشباب على مشاركة المحتوى التوعوي ونشر الوعي بين أقرانهم حول أهمية التربية الإعلامية.

على المستوى الإعلامي، من المهم أن تعمل المنصات الرقمية مثل Netflix على تقديم محتوى أكثر تنوعاً وجودة، مع توفير تصنيفات واضحة للمحتوى المقدم لضمان ملاءمته للفئات العمرية المختلفة. كما يجب تحسين أدوات الرقابة الأبوية، وإتاحة خيارات تحكم أكثر فاعلية للعائلات. يمكن تحقيق ذلك أيضاً من خلال التعاون

بين المؤسسات الأكاديمية والمنصات الرقمية لتطوير محتوى يعكس القيم الثقافية والاجتماعية بطريقة متوازنة.

لمواجهة التحديات المرتبطة باستهلاك المحتوى الإعلامي، ينبغي تعزيز مهارات التحقق من صحة المعلومات بين الشباب، خاصة فيما يتعلق بالأفلام والمسلسلات التي تتناول مواضيع تاريخية أو علمية. كما يجب نشر الوعي حول التأثيرات السلبية للمحتوى العنيف أو غير الأخلاقي، مع التركيز على مخاطر الإدمان على المحتوى الترفيهي وأهمية تحقيق التوازن بين استهلاك الإعلام والأنشطة الحياتية الأخرى. من الضروري أيضاً تعزيز الحوار المجتمعي حول أخلاقيات الإعلام الرقمي من خلال ندوات وحلقات نقاشية تجمع بين الشباب والخبراء وصناع المحتوى.

فيما يخص السياسات الإعلامية، يُوصى بتعزيز التعاون بين الجامعات ومنصات الإعلام الرقمي لإنشاء برامج توعوية مشتركة، إلى جانب إدراج التربية الإعلامية ضمن السياسات التعليمية والإعلامية الوطنية. من المفيد أيضاً تقديم حوافز للمنصات الإعلامية التي تروج لمحتوى توعوي، وتعزيز التعاون الدولي للاستفادة من تجارب الدول الأخرى في هذا المجال.

بشكل عام، تؤكد هذه التوصيات على ضرورة تعزيز التربية الإعلامية عبر التعليم الرسمي وغير الرسمي، وتحسين جودة المحتوى الرقمي، وتطوير التفكير النقدي لدى الشباب، ومعالجة التحديات التي يفرضها الإعلام الرقمي. إن تنفيذ هذه التوصيات سيُمكن الشباب من استهلاك المحتوى الإعلامي بوعي ومسؤولية، مما يساهم في بناء جيل قادر على التفاعل مع الإعلام بأسلوب نقدي ومدرّس.



## قائمة المراجع:

- <sup>1</sup> -Burford, S., & Park, S. (2013). A longitudinal study on the uses of mobile tablet devices and changes in digital media literacy of young adults. *Educational Media International*, 50 (4), 266-280.
- <sup>٢</sup> - فتح الله، دعاء. (٢٠١٩). تأثير تصميم الوسائط المتعددة على تحسين مهارات التربية الإعلامية لدى الأطفال في التعامل مع الإعلام الرقمي: دراسة شبه تجريبية على تلاميذ المرحلة الإعدادية. رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- <sup>3</sup> -Hayes Jacobs, H. (2014). Activating digital-media-global literacies & learning. *Independent School*, 74(1), 20-24.
- <sup>4</sup> -Reyna, J., Hanham, J., & Meier, P. C. (2018). A framework for digital media literacies for teaching and learning in higher education. *E-Learning and Digital Media*, 15(4), 176-190.
- <sup>5</sup> -Mihailidis, P. (2015). Digital curation and digital literacy: Evaluating the role of curation in developing critical literacies for participation in digital culture. *E-Learning and Digital Media*, 12(1), 5-17.
- <sup>6</sup> -Lee, A. Y. L. (2016). Media education in the School 2.0 era: Teaching media literacy through laptop computers and iPads. *Global Media and China*, 1(4), 435-449.
- <sup>٧</sup> - حسان، ولاء إبراهيم عبد الحميد. (٢٠٢٣). تأثير التعرض للأعمال الدرامية المقدمة عبر منصات المشاهدة الرقمية على الهوية الثقافية لدى الشباب المصري. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*, 83(1)، \*382-439.
- <sup>٨</sup> - إبراهيم، صفا محمد. (٢٠٢٣). سمات الكود الأخلاقي للدراما العربية المقدمة على منصة نتفليكس: دراسة كيفية للمحتوى والمجموعات البؤرية. *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*, 40(1)، \*226-260.

- <sup>٩</sup> - بكير، محمد محمد عبده. (٢٠٢٣). المشاهدة الشرهة للمسلسلات الدرامية عبر المنصات الرقمية وعلاقتها بتشكيل الحالة المزاجية للأسر العربية: دراسة مسحية في إطار نظريتي التعرض الانتقائي وإدارة المزاج العام. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، ٢٢\*(1).
- <sup>١٠</sup> - البناء، دعاء. (٢٠٢١). مستويات تبني الشباب المصري للمنصات الرقمية الإعلامية لتداول المحتوى الترفيهي وآثارها. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، ٢٠\*(2).  
<https://doi.org/10.21608/JOA.2021.190744>\*
- <sup>١١</sup> - الشيخ، رشا محمد عاطف. (٢٠٢٢). تعرض الجمهور للمحتوى الدرامي في المنصات التلفزيونية الرقمية وعلاقته بالحالة المزاجية في إطار مفهوم سمة ما وراء المزاج. *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*، ٢٤\*(2).  
<https://doi.org/10.21608/EJSRT.2022.280079>\*
- <sup>١٢</sup> - المحرج، يزيد عبد الله. (٢٠٢٢). الأعمال الدرامية لمنصة نتفليكس وانعكاسها على القيم الثقافية والاجتماعية في الوطن العربي: دراسة نقدية للمسلسلات الأكثر مشاهدة في ضوء نظرية تحليل الإطار الإعلامي. *مجلة علوم الاتصال*، ٧\*(4).  
<https://doi.org/10.52981/cs.v7i4.29184>\*
- <sup>13</sup> -Darwish, I., & Ain, N. A. (2020). Foul language on Arab television: A case study of the first Jordanian Arabic Netflix series. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, 9(1), 83-90.
- <sup>١٤</sup> - عبد الكريم، نهلة حلمي محمد. (٢٠٢٢). كثافة مشاهدة الجمهور المصري للمحتوى الدرامي عبر المنصات الرقمية وتأثيرها على إدراك واقع القضايا المجتمعية. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، ٨٠\*(1).
- <sup>15</sup> -Challapalli, S., Panjwani, H., & Khan, I. (2021). A study of cultural impact of Hallyu (Korean drama-Netflix) on Indian viewers. *GAP Parampara-A Global Journal of Art, Aesthetics and Culture*, 1(2), 31-39.
- <sup>16</sup> -Castro, D., Rigby, J. M., Cabral, D., & Nisi, V. (2021). The binge-watcher's journey: Investigating motivations, contexts, and affective states surrounding Netflix viewing. *Convergence*, 27(1), 3-20.
- <sup>17</sup> - Parmar, K., & Pandit, M. (2021). The evolution of mediated youth culture: OTT as "new television" in India. *Off Screen*, 25(2-3).
- <sup>١٨</sup> - سامي، ريهام. (٢٠٢٠). مشاهدة الشباب المصري الشرهة لخدمات البث التلفزيوني عبر الإنترنت: دراسة كيفية. *مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام*، ٥٥\*(3).



- <sup>19</sup> - Dhanuka, A., & Bohra, A. (2019). Binge-watching: Web-series addiction amongst youth. *The Management Quest*, 2, 45-60.
- <sup>20</sup> - Buckingham, D. (2003). *Media education: Literacy, learning and contemporary culture*. Polity Press.
- <sup>21</sup> - Potter, W. J. (2010). *Media literacy*. Sage Publications.
- <sup>22</sup> - Silverbatt, A. (2001). *Media literacy: Keys to interpreting media messages*. Praeger.
- <sup>23</sup> - Gamble, T. K., & Gamble, M. (2002). *Communication works* (7th ed.). McGraw-Hill.
- <sup>24</sup> - UNESCO. (2002). *Educating for media literacy: International guidelines and standards*. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.
- <sup>25</sup> - Kellner, D., & Share, J. (2007). Critical media literacy: Empowering students to engage in democratic dialogue. *Yearbook of the National Society for the Study of Education*, 106(1), 59-69.
- <sup>26</sup> - McDonald, K., & Smith-Rowsey, D. (Eds.). (2016). *The Netflix effect: Technology and entertainment in the 21st century*. Bloomsbury Academic.
- <sup>27</sup> - Bandura, A. (2001). Social cognitive theory of mass communication. *Media Psychology*, 3(3), 265-299.
- <sup>28</sup> - Bryant, J., & Oliver, M. B. (Eds.). (2009). *Media effects: Advances in theory and research* (3rd ed.). Routledge.