دور المنصات الرقمية في انتشار القيم السلبية بالمجتمع المصري

(دراسة ميدانية)

إعداد

علاء فاروق حسن محمد

طالب دكتوراه – كلية الآداب - جامعة أسوان

الملخص العربي:

- في ظل انتشار المنصات الرقمية وما تقدمه من وأفكار وقيم قد تتوافق أحياناً وتتناقض مع القيم والثقافة المجتمعية، يكتسب الفرد العديد من القيم والسلوكيات من خلال ملاحظة سلوك الآخرين من حوله، واندماجه مع بعض الشخصيات الدرامية التي يتابعها من خلال وسائل الإعلام المختلفة، و هدفت الدراسة إلى التعرف على دور المنصات الرقمية في انتشار القيم السلبية بالمجتمع المصري، والدراسة وصفية اعتمدت على منهج المسح الإعلامي بشقه الميداني، وتم جمع البيانات من خلال أداة الاستبيان، وطُبقت الدراسة على عينة عمدية من متابعي المنصات الرقمية، وتوصلت النتائج إلى الدور الواضح لمضامين المنصات الرقمية في انتشار القيم السلبية بين الجمهور المصري: أن هناك العديد من القيم السلبية التي تقدمها المسلسلات والأفلام عبر المنصات الرقمية منها الكراهية والتحيز، والخداع والنفاق، والكسل والإهمال، والجشع والطمع، والأنانية وحب النفس، والغضب والعدوانية، والغيرة والحسد، والخوف والقلق المفرط، ومن أهم المقترحات لمواجهة القيم السلبية المترتبة على مشاهدة المنصات الرقمية تتمثل في: تشجيع إنتاج محتوى رقمي يعزز القيم الإيجابية والأخلاق الحميدة، وتفعيل الرقابة والمساءلة على الجهات المسؤولة عن المحتوى الرقمي، وتشجيع المنظمات المجتمعية على تنفيذ مبادرات لتعزيز القيم الإيجابية، ووضع معايير وضوابط لمحتوى المنصات الرقمية لمنع انتشار القيم السلبية، ورفع مستوى الوعي بمخاطر وتأثير المنصات الرقمية، وتوعية الجمهور باختيار بما يتناسب مع القيم الاجتماعية، وإجراء حملات إعلامية وتعليمية للتعريف بالقيم السلبية على المنصات الرقمية.

الكلمات المفتاحية: الدور – المنصات الرقمية – القيم.

English Summary:

In light of the spread of digital platforms and the ideas and values they present that may sometimes coincide or contradict societal values and culture, the individual acquires many values and behaviors through observing the behavior of others around him, and his integration with some of the dramatic characters that he follows through various media, and so the study aimed to Identifying the role of digital platforms in the spread of negative values in Egyptian society. The study was descriptive and relied on the media survey approach in its field part. Data was collected through a questionnaire tool. The study was applied to a deliberate sample of followers of digital platforms. The results reached a clear role for the contents of digital platforms in the spread of Negative values among the Egyptian public.

There are many negative values presented by series and films through digital platforms, including hatred and prejudice, deception and hypocrisy, laziness and neglect, avarice and covetousness, selfishness and self-love, anger and aggression, jealousy and envy, and fear and excessive anxiety, and among the most important suggestions to confront the negative values resulting from watching the platforms Digital is: Encouraging the production of digital content that promotes positive values and good morals, activating oversight and accountability on the entities responsible for digital content, encouraging community organizations to implement initiatives to promote positive values, setting standards and controls for the content of digital platforms to prevent the spread of negative values, raising the level of awareness of the dangers and impact of digital platforms, and educating The public makes choices that are consistent with social values, and conducts media and educational campaigns to introduce negative values on digital platforms.

Keywords: role - digital platforms - values.

مقدمة:

يعد انتشار الهواتف الذكية (smartphones)، كوسيلة إعلامية أحدثت طفرة كبيرة في مجال الاتصال الجماهيري، وأصبح من أبرز سمات هذا العصر. فلم يعد استخدام الهواتف المحمولة يقتصر فقط على القيام بإجراء المكالمات الهاتفية، بل أنها تطورت وأصبحت طريقة تواصل سريعة بالصوت والصورة والدردشة الكتابية بالإضافة لمقاطع الفيديو عبر التطبيقات الحديثة. يستخدم الكثيرين العديد من تطبيقات الهواتف الذكية (mobile application) كقنوات اتصال مهمة في القرن الحادي والعشرين، مثل الواتس أب (WhatsApp)، الفيس بوك (Facebook)، تويتر (Twitter، سناب شات (Snapchat) وغيرها من التطبيقات الحديثة التي سهلت التواصل بين الأشخاص على مستوى العالم. بالصوت والصورة ومقاطع الفيديو القصيرة، دون تكاليف باهظة، يكفي وجود شبكة الإنترنت عند الطرفين لتتم عملية الاتصال. وذلك سهل تداولها على مستوى العالم العربي حيث يستخدمها شريحة كبيرة من المجتمع [١].

وبرزت المنصات الرقمية من بين وسائل الإعلام في بث العديد الجرائم بشكل مشوق وجذاب، فأثار جدلاً واسعاً بين خبراء الإعلام والنفس والاجتماع وخبراء التربية وعلم الإجرام، حول الآثار التي يمكن أن يحدثها تداول مقاطع فيديو الجرائم النسائية عبر تطبيقات الهواتف المحمولة على الأمن الأسري للمجتمع المصري خاصة مع زيادة كثافة تعرض أفراد الجمهور لهذه المواد مما قد يتسبب في تأثيرها على مدركاتهم وتصوراتهم بما يزيد من انتشار الجريمة أو يزرع الخوف لديهم، أو يقلل من هيبة المؤسسات الأمنية ويضفي صورة مبالغ فيها عن حجم انتشار الجرائم داخل المجتمع وبالتالي زعزعت الشعور بالأمن لدى أفراد المجتمع، وفي المقابل فإن التعتيم الإعلامي على أخبار الجرائم النسائية والمتداولة بمقاطع فيديو عبر تطبيقات الهواتف المحمولة قد يقلل من درجة الوعي العام لدى أفراد المجتمع في التعامل مع الجريمة وقد يتسبب ضعف الوعي في زيادة الضحايا نتيجة لهذا التجاهل.

وتعد المنصات الرقمية أحد أهم أدوات الإعلام الجديد التي تحاول تقديم نفسها كبديل عن التليفزيون التقليدي، واستطاعت أن تضع معايير جديدة للبث التليفزيوني تتمثل في شكل ومحتوى جديد للمضمون المقدم عبر هذه المنصات حتى تشجع المستهلك على الاشتراك بها والدفع مقابل الحصول على خدمة مشاهدة حسب الطلب(١).

فمع انطلاق منصات المشاهدة الرقمية؛ وهي المواقع والشبكات الإلكترونية المخصصة للبث المرئي عبر الانترنت وإلى تعرض أشكال متعددة من المواد المرئية، بما فيها المسلسلات سواء التي أنتجت للتليفزيون ويعاد بثها عبر هذه المنصات أو التي أنتجت خصيصاً لهذه المنصات (٢).

وأصبحت المنصات الرقمية مثل نتفليكس وستارز بلاي وأمازون وغيرها من المنصات الوجة الأولى للجمهور لما تقدمه من مميزات تقدم المنصات الرقمية المسلسلات والأفلام بصورة كتالوجات تتيح للمستخدم اختيار ما يناسب ذوقه كما تتمتع بميزة التفاعلية، لذلك يمكننا القول إن كتالوجات هذه المنصات مميزة مؤقتاً، لأنها تتغير باستمرار، وأيضاً متميزة مكانياً، لأن المستخدمين في البلدان المختلفة يواجهون نطاقات مختلفة من المحتوى(٣).

وهدفت الدراسة الحالية إلى التعرف على دور المنصات الرقمية في انتشار القيم السلبية بالمجتمع المصري، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واعتمدت على منهج المسح الإعلامي بشقه الميداني للتعرف على التأثير السلبي لمشاهدة المنصات الرقمية على الجمهور المصري، وتتضمن مجتمع البحث والعينة من مشاهدي المنصات الرقمية في المجتمع المصري، وتم اختيار عينة عمدية لمجتمع الدراسة قوامها ٤٠٠ مفردة، والجدول التالي يوضح توصيف عينة الدراسة.

---

(١) أماني مصطفى: التجربة الترفيهية عبر منصات خدمة الفيديو الرقمية العربية، دراسة تطبيقية في ضوء نظرية الثراء الإعلامي، مجلة البحوث الإعلامية، المجلد ٥٥، ٢٠٢٠، ص٤٠٩.

(٢) داليا عثمان: تأثيرات مشاهدة المسلسلات المقدمة على منصة نتفليكس على النسق القيمي للمراهقين، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد٣١، ٢٠٢٠، ص١٦٩.

(3) lobato, R (2017). Rethinking International TV Flows Research in the Age of Netflix. television & new media,19(3).

مشكلة الدراسة:

في ظل انتشار المنصات الرقمية وما تقدمه من وأفكار وقيم قد تتوافق أحياناً وتتناقض مع القيم والثقافة المجتمعية، يكتسب الفرد العديد من القيم والسلوكيات من خلال ملاحظة سلوك الآخرين من حوله، واندماجه مع بعض الشخصيات الدرامية التي يتابعها من خلال وسائل الإعلام المختلفة، وهذه القيم قد لا تظهر بشكل مباشر وإنما تستقر في النسق القيمي والبناء المعرفي له، وهو ما يوضح خطورة تأثيرها في البناء الفكري والقيمي للمجتمع، كما أن منصات المشاهدة الرقمية أصبح لها جمهور كبيراً يتابعون الأعمال التي تقدمها بصورة نشطة، الأمر الذي يزيد من خطورة تأثير هذه المنصات على الفئات المختلفة من الجمهور، ومن هنا تبلورت مشكلة الدراسة في التساؤل التالي: **ما دور مشاهدة المنصات الرقمية في انتشار القيم السلبية بالمجتمع المصري؟**

أهمية الدراسة:

- نشر بعض العقائد المخالفة لقيم وعادات المجتمع المصري مثل تقليد المراهقين والشباب لأبطال المسلسلات التركية، نشر ثقافة العنف والجريمة داخل المجتمعات.
- الانتقادات الكبيرة لمضامين المسلسلات والأفلام المعروضة على المنصات الرقمية.
- تحول الجمهور إلى المنصات الرقمية بشكل يفوق نسبة تفضيلهم لمتابعة الدراما التليفزيونية.
- انتشار العديد من القيم السلبية بالمجتمع المصري، كنتيجة لمحتوى المنصات الرقمية، بما يستدعي إلقاء الضوء عليها.

أهداف الدراسة:

- التعرف على عادات وأنماط مشاهدة الجمهور المصري للمنصات الرقمية ومدى اعتمادهم عليها.
- معرفة أسباب ودوافع إقبال الجمهور المصري على المنصات الرقمية نتفليكس وستارز بلاي.
- الكشف عن الآثار الناتجة عن المنصات الرقمية من وجهة نظر الجمهور المصري.
- رصد القيم السلبية التي تسببها متابعة هذه المنصات على قيم المجتمع المصري.
- وضع المقترحات لمواجهة التأثيرات السلبية المترتبة على مشاهدة المنصات الرقمية.

الدراسات السابقة:

أولاً: الدراسات المرتبطة بالمنصات الرقمية: دراسة **رحمان وعارف ٢٠٢١** [١] والتي هدفت إلى التعرف على عادات المشاهدة الشرهة المختلفة لمستخدمي منصة نتفليكس Netflix والعوامل التحفيزية ومقدار استهلاك الوسائط والسمات السلبية المرتبطة بالمشاهدة الشرهة على المنصة، وأوضحت لنتائج إلى تحول البث من بث تريهي إلى بث قهري، وأن الملل والتأثير الإعلامي هو الحافز عندنا يتعلق الأمر بالمشاهدة الشرهة، كما أوضحت الدراسة أن المشاهدة الشرهة تسبب القلق وقلة النوم والتكاسل عن أداء المهام اليومية، كما توصلت دراسة **صلاح الدين ٢٠٢٠**[٢] أن المنصات الإلكترونية احتلت المرتبة الأولى من حيث كونها الوسيلة الأكثر تفضيلاً من قبل الشباب لمتابعة الدراما التليفزيونية والسينمائية وهو ما يشير

---

(١) رحمان وعارف: ٢٠٢١.

(٢) رهام صلاح الدين: أنماط مشاهدة الشباب المصري للمحتوى الدرامي المعروض على المنصات الإلكترونية المتخصصة، مجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتليفزيون، العدد٢٠، ٢٠٢٠.

إلى سيطرة المنصات الإلكترونية على المشاهدين، كما أشارت دراسة **مصطفى ٢٠٢٠**[١] أن المنصات الرقمية تقدم محتوى اص فيها وذاك لإضفاء التميز، وتضع المنصات مقترحات المشاهدة للمشترك وهو ما يدل على تتبع المنصات لعادات المشاهدة للمشتركين وتحليل تفضيلات المشترك حسب المضامين التي سبق وشاهدها، كما أظهرت النتائج أن سبب جذب الجمهور لهذه المنصات ثراء الوسيلة من حيث تسهيل رجع الصدى ومن حيث تقديم رسائل للأفراد بشكل متخصص ومن حيث سهولة وسرعة الوصول للوسيلة ومن حيث اللغة المستخدمة في هذه المنصات، واتفقت دراسة **سوزانو وآخرون**[٢] **Susannio, et al. 2019** في أن غالبية جيل الألفية الذين يعيشون في جاكرتا هم مشتركون نشيطون في منصة Netflix والعوامل الثلاثة التي تحفز جيل الألفية على مشاهدة الشراهة هي الهروب من الواقع والمشاركة الاجتماعية والسعر الجذاب، ودراسة **النشار ٢٠١٨**[٣] التي سعت إلى رصد وتحليل وتفسير أنماط مشاهدة الشباب المصري للدراما التليفزيونية عبر المنصات الرقمية الإلكترونية وتأثيراتها على مشاهدتهم للتليفزيون والمواد الدرامية التي يقدمها، وتوصلت الدراسة للنتائج التالية: ان هناك متغير بارز يتمثل في أن المشاهدة الدرامية عبر التليفزيون لا تزال تؤثر تأثيراً مباشراً على المشاهدة عبر المنصات الرقمية، وهو ما يتضح من تفضيل الشباب متابعة الدراما التليفزيونية عبر التليفزيون بشكل يفوق نسبة تفضيلهم لمتابعة الدراما التليفزيونية عبر الانترنت،

---

(١) أماني مصطفى: مرجع سابق.

(2) Susanno , R ,& Phedra , r , & Agustini ,I.(2019). The determinant factors of the intention to spend more time binge-watching for Netflix Subscriber in Jakarta. Journal of Research in Marketing,10 (3),807-812.

(٣) غادة النشار: تأثير التعرض للدراما عبر المنصات الرقمية على أنماط علاقة الشباب بالدراما التليفزيونية، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتليفزيون، العدد١٣، ٢٠٢٠.

كما توصلت دراسة **جروشيك وآخرون**[١] **Groshrk, et al. 2018** أن المشاهدة بنهم وبصورة متكررة أدى إلى آثار صحية على عينة الدراسة مثل الاكتئاب والأمراض المزمنة منها زيادة الوزن واضطرابات النوم، كما تظهر الدراسة نتائج متباينة منها سلبية وغير سلبية، وفي دراسة **بادى وباندا Pandy & Panda 2017**[٢] سعت الدراسة للكشف عن الدوافع المختلفة التي تؤثر على طلاب الجامعات لقضاء المزيد من الوقت في المشاهدة الشراهة والإشباع المحققة منها مثل مواقع بث الفيديو Amazon Video, Netflix، أوضحت نتائج الدراسة أن التفاعل الاجتماعي، والروب من الواقع، وسهولة الوصول إلى المحتوى التليفزيوني والإعلان يحفز طلاب الجامعات على قضاء المزيد من الوقت في مشاهدة الشراهة.

ثانياً: الدراسات المرتبطة بتأثيرات الأفلام والمسلسلات على القيم والأخلاقيات: دراسة **منة الله حسين مأمون حسين ٢٠٢٤** [٣] التي تبحث في الآثار السلوكية الناتجة عن مشاهدة الدراما العربية والأجنبية المعروضة عبر المنصات الرقمية على الشباب، وبالاعتماد على النظرية المعرفية الاجتماعية واستخدام منهج المسح لعينة من ٣٦٩ مفردة من الشباب المشاهدين للدراما عبر المنصات الرقمية؛ توصلت الدراسة إلى وجود علاقة بين كثافة مشاهدة الدراما وتبنِّي الشباب للسلوكيات المعروضة بها، وكشفت الدراسة عن ظهور العلاقات العائلية غير المستقرة، والخيانة الزوجية، ومساعدة الآباء والأصدقاء كأكثر السلوكيات مشاهدة في الدراما بين المبحوثين، كما اختبرت الدراسة أيضًا تأثير بعض المتغيرات، مثل الكفاءة الذاتية وشدة الانتباه وطريقة عرض السلوكيات، على

([1]) -Groshek , J ,& kronagard , S ,and chang ,Y.(2018,july). The emotional and health effects of binge-watching Netflix[short-paper]. Proceedings of the 9th International Conference on Social Media and Society, new York.

([2])Pandy & Panda. "MC Quail's Mass communication theory", 5th (London: sage publication, 2017), P. 424

([٣]) منة الله حسين مأمون: التأثيرات السلوكية لمشاهدة الدراما عبر المنصات الرقمية على الشباب، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، المجلد ٦٩، العدد٢، يناير ٢٠٢٤.

تبنِّي الشباب المصري للسلوكيات المعروضة، دراسة **ريهام عابد ٢٠٢٢**[١] التي هدفت إلى رصد أهم التأثيرات التي تسببها المتابعة النشطة لهذه المنصات، والتعرف على القيم الإيجابية والسلبية التي تقدمها المسلسلات والأفلام المعروضة عبر المنصات الرقمية. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، واستخدمت الباحثة الاستبيان كأداة لجمع بيانات الدراسة، حيث تم اختيار عينة قوامها (٢١٧) مفردة من مشتركي المنصات الرقمية، علما أن هذا البحث ينتمي إلى الدراسات الوصفية التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة، أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد، أو دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف، وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها.

وتوصلت نتائج البحث وتوصياته: من أهم النتائج التي توصلت لها هذه الدراسة أن من أهم تأثيرات مشاهدة منصة (Netflix, starzplay) على النسق القيمي التشجيع على العنف والشذوذ الجنسي والخيانة وإهمال الفرائض الدينية والإدمان على الكحول والمخدرات والحقد الرغبة فالانتقام ،كما أوضحت النتائج أن غالبية أفراد العينة يرون أن المضامين المقدمة غير أخلاقية فالغالب ورغم ذاك هم يتابعون ويشتركون في هذه المنصات وهذا يدل على أن هذه المنصات نجحت في التأثير على الجمهور السعودي، كما أوضحت الدراسة أن غالبية أفراد العينة مشتركين في منصة نتفليكس، ومن إيجابيات الأفلام والمسلسلات المقدمة عبر هذه المنصات تطوير اللغة الانجليزية والانفتاح على ثقافات أخرى، أما بالنسبة لسلبيات المقدمة عبر المسلسلات والأفلام فقد روجت أغلبها لشذوذ الجنسي ومبدأ اللادين والخيانة الزوجية وزيادة الوزن واضطرابات فالنوم والانعزال عن الأسرة، أما بالنسبة للمقترحات للحد من تأثير هذه المنصات زيادة الاهتمام بالمحتوى الإعلامي المقدم

---

(١) ريهام عابد عبيد الله العدواني: تأثير المشاهدة النشطة للمنصات الرقمية عبر الإنترنت على قيم المجتمع السعودي "نتفليكس وستارزبلاي نموذجاً"، بحث منشور، مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، المجلد ٢٠٢٢، العدد ٩ - الرقم المسلسل للعدد ٩، الجزء الثاني، يوليو ٢٠٢٢، الصفحة ٣٩٧-٤٣٩

في وسائل الإعلام السعودية. **دراسة المحمدي ٢٠٢٠**[١] التي هدفت إلى معرفة تأثير الإعلام بالجماهير، كما هدفت للكشف عن الآثار الإيجابية والسلبية للقنوات الفضائية والتعرف على تأثير مشاهدة المسلسلات التركية على الأسرة المسلمة في المجتمع السعودي، وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها أن هناك بعض الآثار السلبية لدى من يتابع المسلسلات التركية وأهم ثلاثة آثار سلبية من وجهة نظر عينة البحث هي: التأثير على بعض القيم والمبادئ لدى الأسرة المسلمة، نشر بعض العقائد المخالفة مثل وضع الكف الأزرق داخل المنزل وغيرها، تقليد المراهقين والشباب لأبطال المسلسلات التركية، نشر ثقافة العنف والجريمة داخل المجتمعات، كما أظهرت النتائج بعض الآثار الإيجابية، الطرح الجريء للمشاكل الأسرية والاجتماعية، التعرف على المعالم الأثرية والتاريخية في تركيا، المساهمة في نشر ثقافة الحوار بين أفراد الاسرة، وفي ذلك السياق دراسة **كوبراك Kubrak, 2020**[٢] للحصول على بيانات جديدة حول التأثير الإيجابي للأفلام بناءً على بحث تجريبي محدد، كانت المهمة تحديد التغييرات في مواقف الشباب تجاه القضايا الاجتماعية الموضوعية بعد مشاهدة فيلم حول حياة كبار السن، تؤكد الدراسة احتمالية إحداث تأثير إيجابي بعد مشاهدة الفيلم كما أن معظم التغيرات في مواقف لمشاهدين المكتشفة مباشرة بعد مشاهدة الفيلم لم تبقى مع مرور الوقت، كما أن **دراسة بلال بوترعة & زين صباح ٢٠١٦**[٣] للتعرف على مدى تأثير البرامج الدرامية على القيم الاجتماعية للشباب ومعرفة أهم القيم الاجتماعية التي تغيرت عند الشباب المتعرض لهذ الدراما، وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها: أن مشاهدة

---

(١) انتصار غازي المحمد: أثر مشاهدة المسلسلات التركية المدبلجة على الأسرة المسلمة، مجلة كلية التربية بالمنصورة، العمجلد١١٠، العدد٣، ٢٠٢٠.

(2) kubrak. tina, (2020). Impact of Films: Changes in Young People's Attitudes after Watching a Movie. PMC Journals,10(5),1-13.

(٣) بلال بوترعة & زين صباح: تأثير البرامج التلفزيونية على القيم الاجتماعية للشباب – الدراما التركية أنموذجا -، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، المجلد٤، العدد٣، ص٨٥.

الدراما التركية تؤدي إلى انتشار الجرائم مثل القتل والاغتصاب، كما أظهرت النتائج أن مشاهدة الدراما التركية تنشر الآفات الاجتماعية مثل تعطي المخدرات والكحول والخيانة الزوجية، كما تؤثر على العادات والتقاليد للمجتمع وتشبه الشباب بعد مشاهدة الدراما لتركية بأزياء الممثلين والممثلات، كما أوضحت دراسة **عبدالحليم ٢٠١٩**[١] تنوع مظاهر الاغتراب على النسق القيمي في مسلسلات والأفلام الأجنبية تحويل المرأة إلى سلعة وزيادة الاهتمام بالمال والتحرش عن طريق الإشارات ولغة العيون والمعاكسات اللفظية والتحرش المباشر باللمس والمضايقة، وممارسة الرقصات الأجنبية واختلاط الشباب والفتيات وشرب المخدرات والكحول وتقليد اللباس وقصات الشعر الغربية، وأثرت الدراما بالسلب على القيم الأخلاقية ودفعتهم للقيام بممارسات سلوكية غير سليمة مثل التحرر الاجتماعي من القيم الأخلاقية والاجتماعية.

باستعراض الدراسات السابقة يتضح ما يلي:

- اختلاف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة من حيث اختيار وسيلة إعلام ذات جماهيرية وهي المنصة الرقمية ستارز بلاى والسعي لمعرفة مدى تأثيرها على الجمهور.
- تتفق مع الدراسة الحالية في تسليط الضوء على تأثير الأفلام المعروضة على المنصت الرقمية، واختلفت في تناولها وسيلة إعلامية ذات جماهيرية وهي نتفليكس وستارز بلاي والسعي لمعرفة مدى تأثيرها على الجمهور.
- وبشكل عام ساعدت هذه الدراسات الباحث على ما يلي: صياغة أهداف وتساؤلات الدراسة، تحديد الخطوات المنهجية للدراسة في تحديد المنهج المناسب، واختيار الأداة المناسبة.

---

(١) محمود محمد عبد الحليم: الاغتراب عن النسق القيمي بالدراما التليفزيونية وعلاقته بالتحرر الاجتماعي لدي المراهقين، المجلد ٢٠١٩، العدد ٦٩ - الرقم المسلسل للعدد ٦٩، أكتوبر ٢٠١٩، الصفحة ٤٤١-٥٤٣.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

يتضح أنها تختلف فيما بينها من حيث الهدف والمنهج والأدوات المستخدمة والعينة، وبشكل عام ساعدت هذه الدراسات الباحث على ما يلي:

- تكوين رؤية واضحة نحو المشكلة البحثية من حيث تحديدها وصياغتها والإطار العام لها.
- معرفة أهم المراجع العربية والأجنبية التي يمكن الاستعانة بها في الدراسة الحالية.
- صياغة تساؤلات الدراسة بشكل علمي يحقق أهداف الدراسة.
- الاستعانة بنتائج الدراسات السابقة في التعليق على نتائج الدراسة الحالية.
- تحديد الخطوات المنهجية المناسبة لموضوع الدراسة.
- إثراء الجانب النظري للدراسة.

تساؤلات الدراسة:

- ما عادات وأنماط مشاهدة الجمهور المصري للمنصات الرقمية ومدى اعتمادهم عليها؟
- ما أسباب ودوافع إقبال الجمهور المصري على المنصات الرقمية نتفليكس وستارز بلاي؟
- ما الآثار الناتجة عن المنصات الرقمية من وجهة نظر الجمهور المصري؟
- ما القيم السلبية التي تسببها متابعة هذه المنصات على قيم المجتمع المصري؟
- ما المقترحات لمواجهة التأثيرات السلبية المترتبة على مشاهدة المنصات الرقمية؟

فروض الدراسة:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مشاهدة الجمهور المصري للمنصات الرقمية والمتغيرات الديموغرافية.

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين دوافع مشاهدة الجمهور المصري للمنصات الرقمية والآثار السلبية الناتجة عنها.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات عينة الدراسة نحو القيم السلبية ومعدل تعرضهم للمنصات الرقمية.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مشاهدة الجمهور المصري للمنصات الرقمية واعتمادهم عليها وانتشار القيم السلبية بالمجتمع.

مفاهيم البحث:

١- المنصات الرقمية:

تشكل المنصات الرقمية إحدى المجالات الإلكترونية التي تقدم خدماتها الافتراضية للمستخدمين على شبكة الانترنت، وهي منظومة إلكترونية تفاعلية متكاملة، ويمكن الوصول إلى محتوياتها بشكل مفتوح أو مقيد بشروط طبقاً للأهداف التي يحددا القائمون على صناعة محتوياتها.

فهي حيز قائم على تكنولوجيا الويب، تتكون من عرض تقني من أجل النفاذ إلى العالم، بعدد من الخدمات التفاعلية، والتي يمكن أن تخضع للدفع الإلكتروني أو تكون مجانية من دون مقابل، ويعتمد هذا العرض على تطوير مجتمع من المستخدمين، أي أنها مجموعة متكاملة من الخدمات التفاعلية [١].

تعرف المنصات الرقمية بالخدمة التي تتيح للمستخدمين من خلالها طلب الفيديوهات من خلال سيرفر معين أي وقت ويستمتعون بالتحكم المرن لتشغيل الفيديو أو المحتوى [٢].

---

(١) نجلاء محمد فارس وآخرون: فاعلية منصة تعليمية إلكترونية قائمة على القصص التشاركية الرقمية لتنمية التنظيم التعاوني والانتماء على الوطن لدى طلاب جامعة جنوب الوادي، المجلة التربوية، كلية التربية، جامعة سوهاج، العدد ٦٨، ٢٠١٩، ص٥١٦.

(2) Feng, J , Poon, W. F, Lo, K. T (2006). Large-Scale Video- on- Demand Systems. Encyclopedia of Multimedia, Edited by Furht, B , P P(391-399).

وتعد منصة "نتفليكس" من أشهر المنصات الأجنبية لخدمات الفيديو حسب الطلب تأسست عام ١٩٩٧ والتي بدأت بفكرة أساسية وهي استخدام مكتب البريد الأمريكي لإرسال الأقراص الرقمية (DVD) إلى العملاء. ولقد نجحت نتفليكس في تهذيب هذه التقنية القديمة التي كانت تعتمد عليها إلى تقنية متطورة وحديثة وذلك من خلال مزج عناصر موجودة مسبقاً في توزيع المحتوى مع تطورات أخرى جذرية، فقبل أن تبدأ نتفليكس في إنتاج برامجها الأصلية فقد استعانت بالأقراص الرقمية، لمحتوى الأفلام والبرامج التليفزيونية وأعطت العملاء طريقة جديدة للحصول عليها [١].

وتعرف منصة ستار بلاي بأنها: خدمة الاشتراك بالفيديو عند الطلب SVOD التي تبث الآلاف من ألام هوليوود الضخمة والبرامج التليفزيونية والأفلام الوثائقية تأسست عام ٢٠١٤ تقديم محتوى متميز ومتنوع يتماشى مع رغبات المشاهدين باختلاف رغباتهم وتفضيلاتهم في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا.

٢ – القيـــــم:

عبارة عن مجموعة من الأحكام المعيارية المتصلة بمضامين واقعية، يتشربها الفرد من خلال انفعاله وتفاعله مع المواقف والخبرات المختلفة، ويشترط أن تنال هذه الأحكام قبولاً من جماعة اجتماعية معينة؛ حتى تتجسد في سياقات الفرد السلوكية أو اللفظية أو اتجاهاته واهتماماته [٢].

أو هي معايير وجداني فكرية يعتقد بها الأفراد، وبموجبها يتعاملون مع الأشياء بالقبول أو الرفض [٣].

([1]) Osur, L. (2016). Netflix and The Development of The Internet Television Network. Unpublished PHD Thesis, New York: Syracuse University, 2016, p.2.

([٢]) شيرين خورشيد: القيم الأخلاقية الواردة في كتب التربية الإسلامية، ط١، ٢٠١٩.

([٣]) سميح سلامه أبو مغلي: التنشئة الاجتماعية للطفل، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع،٢٠٠٢.

وتعرف القيمة بأنها الأفكار العامة التي يتشارك فيها الناس حول ما هو جيد أو غير جيد أ خطأ أو صواب أو مرغوب أو غير مرغوب فيه [١].

والقيم تصورات توضيحية لتوجيه السلوك في الموقف الانفعالي تحدد أحكام القبول أو الرفض، تنبع من التجربة الاجتماعية وتتوحد شخصية، وهي عضو مشترك في تكوين البناء الاجتماعي [٢].

تأثير مشاهدة المنصات الرقمية على قيم المجتمع:

عند الخوض في معرفة تأثير مشاهدة الأعمال الدرامية علينا فهم الظروف التي يتقاسمها المرسل والمستقبل معاً، وهذه الآثار تكون مختلفة في ناحيتي القوة والضعف أو التقبل والرفض، لقد أكد أصحاب البحوث الاتصالية وضمن وجهة نظرهم أن الوسيلة الاتصالية لها جوانبها الإيجابية والسلبية والتي تعكس آثارها عن قريب أو بعيد على المتلقي[٣].

وقد يكون هذا التأثير مجرد إضافات لمعلومات جديدة أو خلق اتجاه جديد، أو إضعاف اتجاه قديم أو تحويل رأيه بمفهوم معين إلى مفهوم جديد أكثر دقة، وقد يكون التأثير في خلق قيمة جديدة أو تدعمه أو توسيع المعرفة بها [٤].

وتشتمل التأثيرات الجوانب التالية:

أ. الجانب الإيجابي:

إن وسائل الإعلام الجماهيرية تلعب دوراً كبيراً في نشر وبلورة القيم والممارسات الإيجابية بين الأفراد والجماهير، عن طريق برامجها الثقافية الموجهة، وأيضاً من خلال البرامج الترفيهية والترويجية [٥].

---

(١) جمال: ٢٠١٤.

(٢)عبد الله فتحي الظاهر، علي أحمد المعماري: أثر القنوات الفضائية في القيم الاجتماعية والسياسية، ط١، دار غيداء للنشر والتوزيع، ط١، العراق، ٢٠١٤، ص٣٣

(٣)عبد الكريم لعيبي: تأثير الأفلام والمسلسلات الأجنبية على سلوك بعض الشباب، مجلة كلية التربية الأساسية، مجلد ٥١، الجامعة المستنصرية، العراق، ٢٠٠٧.

(٤)عائشة البوصي: أثر التليفزيون على التنشئة الاجتماعية، دراسة ميدانية في الكويت، قسم الخدمة الاجتماعية، مكتبة الشارقة التعليمية، ٢٠٠٤.

(٥) نادية رضوان: دور الدراما التليفزيونية في تشكيل وعي المرأة، ط٢، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٩٧، ص٢١٧.

والدراما وسيلة من وسائل نقل الخبرة والتجارب البشرية عبر التجسيد التمثيلي، تعمل على إيصال الانفعالات والاتجاهات والقيم، ويشار إلى أن جميع الفنون تشكل إلى حد ما وسائل لإيصال الانفعالات والاتجاهات والقيم، وتعتمد على المهارة التي يوصل بها الفنان فنه، وعلى مدى استخدامه للرموز التي يستخدمها الآخرون ويفهمونها، وحيث أن الفن يشكل في الغالب أداة للاتصال، فإنه يستخدم أيضاً للحفاظ على المعتقدات والأعراف والاتجاهات والقيم وتدعيمها، ولكل الفنون تقريباً هذه الوظيفة، كما أن الفنون تستخدم في بعض الحالات تعليمية أو دعائية.

فعند التطرق لهذه الآثار علينا أن نعي بأن الجمهور لهم حاجاتهم النفسية والاجتماعية يطمحون إلى إشباعها بشتى السبل في استخدام المشاهدة والتركيز على الأفلام والمسلسلات الأجنبية وحتى العربية في بعض الأحيان في الحاجات والرغبات والاتجاهات والميول، فبعض الجمهور يجد في مشاهدة العنف والجريمة والانتقام والجنس متنفس لهذه الدوافع فيحاولون تقليد ومحاكاة ما يشاهده في حياتهم اليومية والبعض الآخر يشاهد هذه دون تأثير يذكر عليهم.

وتشير بعض الدراسات إلى أن البرامج الدرامية تقوم بدور في إشباع الرغبات والحاجات النفسية مثل الترويح أو الترفيه والمعرفة والتثقيف والتوافق مع المواقف الجديدة والمساعدة في بناء الاتجاهات وتكوينها، حيث يسعى المشاهد لمشاهدة الدراما بما تتضمنها من عناصر جذب وتشويق وبما تعرضه من برامج ذات درجة فنية عالية.

ب. **الجانب الإيجابي:** التأثر ذو اتجاهين:

- **الاتجاه التقليدي:** يأخذ طابع تقليد المظاهر والعادات الدخيلة والغريبة على بيئة الجمهور ومن خلال أثر المشاهدة المستمرة يختزن المشاهد على حسب احتياجاته ودوافعه، اكتساب العادات والمظاهر التي شاهدها من خلال الأفلام والبرامج والمسلسلات الأجنبية والعربية في تقليد ما يراه بها، وكل هذه المظاهر والعادات يقلدها المشاهد عندما تتوافر حالة الارتياح ومحبة أبرز الشخصيات في هذه الأفلام والمسلسلات.

ومن الآثار السلبية والسيئة على المجتمع بشكل عام وعلى المشاهد بشكل خاص، وهذا يتمثل بالجلوس المطول أمام الشاشة بحيث يؤثر هذا على صحتهم العقلية والبدنية، وكذلك يؤثر على السلوك الاجتماعية من العنف والميل إلى العدوان والانحراف ولتقليد ما يرون م أفلام العنف والجرائم التي يرونها [١].

- **الاتجاه العدواني:** تعتبر قضية العنف والسلوك العدواني من أخطر القضايا التي ارتبطت به تأثير وسال الإعلام، وذلك لم لهذه الظاهرة من تداعيات على الفرد والمجتمع على السواء، حيث ازدادت الدراسات والأبحاث التي تعتبر الأفلام والمسلسلات من مسببات اتساع رفعة العنف والإجرام في المجتمع، فعرض الجرائم وسائل العنف وأسباب الانحراف في الأعمال السينمائية والدراما قد تنمي نوايا المتلقي واتجاهاته نحو العنف والسلوك العدواني [٢].

وتتميز تجربة المشاهدة المتواصلة بالسلبية حيث أن المشاهد يستلقى في بيته على مقعده المفضل لمتابعة ما يعرض، مع تقبل ما يعرض مع تقبل ما يعرض ي هذا الجهاز باعتباره موقع قبول اجتماعي ومصدر معرفتنا عن العالم، وبالتالي يزيد من درجة تقبلنا لما يعرضه وخطورة المضمون العنيف الذي يقدمه بصيغ أشكال مختلفة، وارتباط عملية المشاهدة بالمتعة، يزيد من خطورة مشاهدة العنف التي تعرضها المسلسلات والأفلام ويجعلها تقبل على أنها التصرف اللائق خصوصاً إذا كان صادراً عن البطل الذي نفضله، وهذه السلبية في التلقي تزيد من خطورة العنف المتزايد في مضمون البرامج لأننا نتلقاه بدون أي وعي أو إدراك لخطر هذا المضمون أو محاولة واعية لتفحص هذا المحتوى عن كثب، وتجنب العنف الغير مبرر او غي المنطقي، وإنما نواصل التلقي بشكل سلبي لكل ما يهجم علينا من هذه الشاشة التي نجلس أمامها [٣]

---

(١) أشرف المناصير: اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو الدراما التليفزيونية في قناة MBC1، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، ٢٠١١، ص٣٥.

(٢) آمال عموري: العنف في السينما الأمريكية وانعكاساتها على المراهقين، رسالة ماجستير، جامعة جيجل، المستودع الرقمي في جامعة جيجل، الجزائر، ٢٠٢٠.

(٣)عبد الله الزغبي: السلوك العدواني والمتغيرات الاجتماعي والاقتصادية، ط١، دار الخليج للنشر التوزيع، ٢٠١٥.

الإطار النظري للبحث:

يعتمد البحث الحالي على نظرية الاستخدامات والإشباعات:

ظهرت نظرية الاستخدامات والإشباعات لأول مرة بطريقة كاملة في كتاب " استخدام وسائل الاتصال الجماهيري " تأليف "كاتز" و "بلومر"، ودار هذا الكتاب حول فكرة أساسية مؤداها تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام ومحتواها من جانب، ودوافع الفرد من التعرض إليها من جانب آخر [١].

وعندما ظهرت هذه النظرية لأول مرة تحول السؤال البحثي في الاتصال الجماهيري من " ماذا تفعل وسائل الاتصال في الجمهور إلى ماذا يفعل الجمهور بوسائل الاتصال"، أي أنها غيرت من اتجاه البحث بناء على افتراض مفاده أن الجمهور لا يتكون من مجموعة من الأفراد السلبيين ولكنه نشيط وباحث عن المعلومات، ولديه احتياجات محددة سلفاً تقوم بدور الموجه في استخدام الوسائل والبرامج [٢].

واستخدام مدخل – أو نظرية – الاستخدامات والإشباعات له أهمية واضحة في دراسة جمهور الفضائيات والإنترنت، حيث تتيح هذه الأنظمة فرص مشاهدة أوسع وبالتالي تحفز على إيجابية الانتقاء للمضامين الإعلامية المختلفة [٣].

ويحظى مدخل الاستخدامات والإشباعات باهتمام خاص في الدراسات الإعلامية وذلك لتركيزه على الجمهور الذي يستخدم الوسيلة الإعلامية بشكل نشط ويتمثل نشاطه قبل وبعد واثناء التعرض حيث يختار الجمهور قبل التعرض المحتوي الذي يفي بحاجاته ويحقق له اشباعات معينه واثناء التعرض فإن الجمهور يهتم برسائل معينة يدركها ويميز بين ما هو مهم

---

(١) محمود حسن إسماعيل: مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، (القاهرة، الدار العالمية، ٢٠٠٣)، ص ٢٥٣.

(٢) بسيوني إبراهيم حمادة: دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام، (القاهرة، علا للكتب، ط، ٢٠٠٨)، ص١٢٧.

(٣) داليا فاروق عبد الخالق: استخدامات المراهقين للمواقع الإلكترونية الصحية والإشباعات المتحققة منها، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، ٢٠١١)، ص ٧٩.

وما هو أقل أهمية وبعد التعرض فإنهم ينتقون استرجاع المعلومات مما تعرضوا له [١].

وبمعني اخر فإن الجمهور هو الذي يقوم بدور نشط في اختيار واستخدام وسائل الاعلام وهو بذلك يشارك بدور إيجابي في عملية الاتصال من خلال البحث عن أفضل الوسائل لإشباع واختيار ما يشبع حاجاته منها [٢].

ولقد ظهر مدخل الاستخدامات والإشباعات كمحاولة لتلافي عيوب بحوث التأثيرات واغفالها التام لدور الجمهور الإيجابي في عملية الاتصال. ولذلك يعد مدخل الاستخدامات والإشباعات نقطه تحول مهمه في الدراسات الإعلامية حيث تحول السؤال الرئيسي من: ماذا تفعل وسائل الاعلام بالجمهور؟ الي ماذا يفعل الجمهور بوسائل الاعلام [٣]. فقد نقلت هذه النظرية حقل الدراسات من المفهوم السلبي للجمهور الإعلامي الي المفهوم الإيجابي القائم على إدراك ان أعضاء هذا الجمهور هم أناس فاعلون يصطفون من الاعلام والمضامين والرسائل التي يفضلونها [٤].

وينظر مدخل الاستخدامات والإشباعات الي أن عمليه استخدام وسائل الاتصال عي عمليه تفاعلية يرتبط من خلال مضمون الوسيلة بالاحتياجات الفردية للجمهور ومفاهيم اف ا رد هذا الجمهور والإطار الاجتماعي الذي يعيشون فيه [٥].

---

(١) أسامه عبد الرحيم: فنون الكتابة الصحفية والعمليات الادراكية لدي القراء ، (القاهرة ، اتيراك للنشر والتوزيع ، ط١ ، ٢٠٠) ، ص: ٨١.

(2) Serven، Werner J & Tankard، James W، "Communication theories: origins، Methods and uses in the mass media", 3rd Edition (New York: Longman, 1992)، PP. 267-269.

(3) Combs, M.C. and Becker, he: "using mass communication theory", prentice-Hall, (New Jersey: 1979), P. 50.

(٤)عاطف عدلي العبد ، الاتصال والرأي العام ، الأسس النظرية والاسهامات العربية ، (القاهرة ، دار النشر العربي ، ١٩٨٩) ، ص ٢١٠

(٥) صلاح عبد المجيد، استخدامات الجمهور المصري للصحف اليومية الالكترونية علي شبكه الانترنت دراسة تحليله وميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة، كليه الاعلام، ٢٠٠٢) ، ص ٧٤.

ويعتمد مدخل الاستخدامات والإشباعات على فكره مفاداها ان استخدام الجمهور لنفس الرسالة تختلف باختلاف الأهداف التي يسعي هؤلاء الافراد لتحقيقها كما ان تأثيرا وسيله إعلامية معينه ترتبط الي حد كبير بالاختلافات القائمة بين الافراد في تعاملاتهم مع الوسيلة ومن ثم فإن حاجه الافراد ورغباتهم وتوقعاتهم تعد جميعا متغيرات وسيطه بين الرسائل الإعلامية وتأثيرات تلك الرسائل [١].

فروض مدخل الاستخدامات والإشباعات:

يفترض مدخل الاستخدامات والإشباعات أن الجمهور نشط وأن استخدامه لوسائل اتصال استخدام موجه لإشباع حاجاته وانه يختار الوسيلة التي تشبع هذه الاحتياجات ويختار من أنواع المضامين المقدمة في الوسيلة الإعلامية المضمون الذي يناسبه ويتوقف هذا الاختيار على بعض المتغيرات الديموغرافية. [٢]

ويري كاتز وزملائه (١٩٧٤) أن مدخل الاستخدامات والإشباعات يعتمد على خمسه فروض لتحقيق ثلاثة أهداف رئيسيه وتتضمن فروض المدخل ما يلي: [٣]

- أن افراد الجمهور المتلقي مشاركون فعالون يستخدمون وسائل الاتصال لإرضاء حاجاتهم
- أن افراد الجمهور على وعي بالحاجات التي تدفعهم لاستخدام وسائل اعلام ويحكم ذلك الفروق الفردية وعوامل التفاعل الاجتماعي وتنوع الحاجات باختلاف الافراد.

---

(1) Mosbah، Hesham: "Uses and Gratification of T.V. Viewing Among Egyptian Adults"، Un-published M.A. thesis، the Department of Journalism American University in Cairo, 1992، P. 21.

(٢) سهير صالح ابراهيم، الاحتياجات الإعلامية والثقافية للمعاقين من برامج التليفزيون، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعه القاهرة، كلية الاعلام، قسم الإذاعة، ٢٠٠٢، ص ٤١.

(3) Katz، Blumer and Gurevitch، "utilization of mass communication by the individual"، in Jay g. Blumer and Elihn Katz (eds). "The uses of mass communications: current perspectives on Gratifications research", USA: sage publications, 3rd edition, 1974, PP. 21-22.

- أعضاء الجمهور المتلقي قادر علي اختيار الوسائل والمضمون الذي يشبع احتياجاتهم.
- جمهور المتلقين علي وعي كبير ويستطيعون تحديد الاحتياجات والدوافع التي يشعرون بها والوسائل التي يستخدمونها لإشباع هذه الحاجات.
- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوي الرسائل التي تقدمها وسائل الاتصال.

ويحقق مدخل الاستخدامات والإشباعات أهداف رئيسية هي: (١)

- يهدف الي معرفه كيفية استخدام الافراد لوسائل الاتصال المختلفة بافتراض أنه جمهور نشط واع يختار الوسيلة التي تشبع احتياجاته.
- التعرف على دوافع التعرض لوسيله معينه من وسائل الاعلام والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض الحصول على نتائج تساعد على فهم عمليه الاتصال الجماهيري.

وتتمثل العناصر الأساسية لمدخل الاستخدامات والإشباعات في:

الجمهور النشط The active audience يفترض مدخل الاستخدامات والإشباعات ان افراد الجمهور لديهم نشاط وايجابيه في استقبال الرسالة وليسوا مجرد مستقلين سلبيين لوسائل الاعلام وأصبحوا يتعرضون لهذه الوسائل بما يشبع احتياجاتهم ورغباتهم من وسائل الاعلام (٢).

ويشمل نشاط الجمهور على الجوانب التالية: (٣)

الاختيار (الانتقائية) تعني قدره الجمهور على اختيار وانتقاء وسيلة اتصالية معينه من بين وسائل الاعلام المختلفة واختيار المضامين منها ويمتد مفهوم الانتقائية ليشمل كل من الادراك الانتقائي والتذكر الانتقائي.

---

(١)عائشة سعيد الغباشي: استخدامات المرأة العمانية لوسائل الاعلام والإشباعات المتحققة، رسالة ماجستيرغير منشورة، (جامعه القاهرة، كليه الاعلام، ٢٠٠٢)، ص ٤١

(2) Denis McQuail. "MC Quail's Mass communication theory", 5th (London: sage publication, 2005), P. 424

(3) Ibid,. P. 415.

المنفعة: يمثل ذلك تجسيدا لاهتمامات الجمهور فجمهور وسائل الاعلام يختار المضمون الذي يحقق له اشباع حاجات ودوافع معينة.

العمدية: الجمهور النشط وفقا لهذا التعريف هم الذين ينغمسون في عملية ادراكية نشطه من استقبال المعلومات والخبرات في وسائل الاعلام فاستخدام وسائل الاتصال مدفوع بحاجات سابقه لدي الافراد وهذه الحاجات مصدرها الخصائص الفردية والاجتماعية والبيئية لجمهور وسائل الاتصال.

الاستغراق (المشاركة): فكما كان افراد الجمهور أكثر متابعه للوسيلة الإعلامية زادت مشاركتهم فيها.

مناعة التأثير الغير مرغوبة: تركز عملية النشاط في مدخل الاستخدامات والإشباعات على القيود التي يضعها الجمهور لمنع وصول التأثيرات غير المرغوبة فالجمهور لا يريد ان يتحكم فيه أحد، ولتركيزه على الجمهور الذي يستخدم الوسيلة الإعلامية بشكل نشط ويتمثل نشاطه قبل وبعد واثناء التعرض حيث يختار الجمهور قبل التعرض المحتوي الذي يفي بحاجاته ويحقق له اشباعات معينه واثناء التعرض فإن الجمهور يهتم برسائل معينة يدركها ويميز بين ما هو مهم وما هو أقل أهمية وبعد التعرض فإنهم ينتقون استرجاع المعلومات مما تعرضوا له.

ومن خلال ما سبق يتبين أن مدخل الاستخدامات والإشباعات يسعى إلى تحقيق الأهداف التالية:

١- اكتشاف كيفية استخدام الأفراد لوسائل الاتصال.

٢- تفسير دوافع الاستخدام لوسيلة معينة من وسائل تكنولوجيا الاتصال والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا الاستخدام.

٣- التأكيد على نتائج استخدام وسائل تكنولوجيا الاتصال بهدف الفهم الأعمق لعملية الاتصال الجماهيري [١].

---

(٢) محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، القاهرة: عالم الكتب، ط ١، ١٩٩٧، ص ٢٠٠.

٤- التعرف على دور المتغيرات الوسيطة وتأثيرها على استخدامات أفراد الجمهور لوسائل الإعلام والإشباعات المتحققة لهم من تلك الوسائل.

٥- التعرف على العلاقة بين كل من الإشباعات المطلوبة التي يسعى الفرد إلى تحقيقها من خلال استخدامه لوسائل تكنولوجيا الاتصال وبين الإشباعات المتحققة نتيجة هذا الاستخدام [١].

٦- تدعيم نقاط القوة وتعديل نقاط الضعف فيما يتصل بالاتجاهات الايجابية والسلبية نحو استخدام تكنولوجيا الاتصال والإشباعات المتحققة منها.

وتتحدد مبررات استخدام نظرية الاستخدامات والإشباعات:

١- تتمكن النظرية لما تمتاز به من القابلية على التطوير مع المستجدات في عالم وسائل الاتصال على الرغم من مرور سنوات على بدء تطبيقها من القدرة على معرفة الحاجات النفسية والاجتماعية كهدف من أهم أهدافها التي تدفع الجمهور الواعي بحاجاته واختياره لتطبيقات الفيديو القصير لإشباع تلك الحاجات .

٢- لأنها قادرة على التكيف ليس فقط مع وسائل الإعلام التقليدية ولكن أي الحديثة مثل الإنترنت.. وبالتالي فتعتبر النظرية مناسبة للدراسة للكشف عن دوافع التعرض وأبرز الإشباعات المتحققة من تطبيقات الفيديو القصير على شبكة الإنترنت التي تنافس العديد من مواقع التواصل الاجتماعي.

٣- للتعرف على أسباب دوافع الجمهور القادر على تحديد دوافع التعرض وأسباب اختيار وسيلة دون غيرها، والكشف عن معدل تأثير هذا التعرض على الوسائل الأخرى وأسبابه كفرض نظري للنظرية.

٤- أن النظرية تفترض كفرض رئيس أن الجمهور نشط وباحث إيجابي عن المضمون ويستخدم الوسيلة لأهداف مقصودة وهو ما ينطبق على الجمهور المستخدم، لتطبيقات الفيديو القصير الذي يسعى لتنزيل تلك التطبيقات، وهي تطبيقات تتطلب ذلك عكس تطبيقات الهاتف الأصلية أي الموجودة على الهاتف وبرمجه التصنيع، ثم يشاهد المحتوى أو يشاهد ويتفاعل أو صناعة المحتوى وبالتالي تتناسب النظرية مع الدراسة.

---

(٣) ناهد عامر احمد: المرجع السابق، ص ١٠٤ -١٠٥ .

٥- تفترض النظرية أن عملية استخدام الجمهور للوسيلة واختياره للمضمون الذي يُريد متابعته تعود لعوامل عديدة ومتشابكة تؤثر على الاستخدام وطبيعة التعرض، ومنها :السن، التعليم، النوع، المستوى الاجتماعي والاقتصادي، الريف والحضر، وهو ما تسعى الدراسة لإثباته في فروضها بأن هناك بعض العوامل أو متغيرات ديموغرافية وربطها بالاستخدام.

٦- تعرض الجمهور لمضمون وسائل الإعلام قد يكون له آثار إيجابية أو نتائج عكسية أي أن الإشباع لا يتحقق بشكل إيجابي، وبالتالي تلك فرضية نظرية تسعى الدراسة الحالية للكشف عنها وإثبات أن التعرض مرهون بطبيعة المضمون لتطبيقات الفيديو القصير ونتائجه على الجمهور [١].

استخدامات نظرية الاستخدام والإشباعات في الدراسة الحالية:

تساعد **نظرية الاستخدامات والإشباعات** في تفسير دوافع الأفراد لاستخدام المنصات الرقمية وكيفية تأثيرها على انتشار القيم السلبية في المجتمع المصري. وفقاً لهذه النظرية، يُنظر إلى الجمهور على أنه نشط وواعٍ باحتياجاته، ويستخدم المنصات لتحقيق اشباعات معينة، مما يعني أنه يبحث عن المحتوى الذي يلبي رغباته واحتياجاته المختلفة. ومع أن هذه المنصات توفر محتوى إيجابيًا، إلا أنها أيضًا قد تُستخدم كوسيلة لنشر قيم سلبية تؤثر في سلوكيات الأفراد وقيمهم الاجتماعية.

وتعتمد نظرية الاستخدامات والإشباعات على فكرة الجمهور النشط وأن استخدام الوسيلة الإعلامية موجه بالأهداف. فالجمهور في ضوء النظرية تنشأ لديهم الدوافع لاستخدام وسيلة معينة لإشباع حاجاتهم من بين أنواع وسائل الإعلام المختلفة تساعد الاستخدامات والإشباعات في فهم وتفسير الأسباب التي تدفع المستخدمين الشباب نحو استخدام منصة رقمية معينة مثل تطبيق نتفليكس وستارز بلاي. في هذا

[1] - Zhang, X., Wu, Y., & Liu, S, Exploring short-form video application addiction: Socio-technical and attachment perspectives. Telematics and Informatics, 42, (2019) 101243

الإطار، استخدم (Omar& Dequan,2020) نظرية الاستخدامات والإشباعات في تفسير استخدام المنصات الرقمية من خلال تصنيف تلك الاستخدامات إلى:

- التفاعل الاجتماعي: إن استخدام تطبيق التيك توك بين الشباب يساعد في إشباع الحاجة نحو التواصل والتفاعل مع الآخرين، حيث يسمح التطبيق للمستخدمين بإرسال الرسائل الفورية والتعليق والإعجاب بالفيديوهات مما يساعد على تحقيق التفاعل الاجتماعي.
- الأرشفة: يلتقط الجمهور المحتوى ويشاهدونه أكثر من مرة على المنصة الرقمية وينبع ذلك من الحاجة إلى القدرة الوصول إلى المحتوى وقت الحاجة.
- التعبير عن الذات: يميل الجمهور إلى مشاهدة المحتوى بهدف التسلية وتضيع الوقت، حيث يشارك يعتبر المحتوى في تقنيات معينة لجذب الانتباه إلى أنفسهم.
- الهروب من الواقع: يعتبر الهروب من الواقع من أشهر دوافع مشاهدة محتوى المنصات الرقمية بين الجمهور، حيث تقدم المنصات الرقمية خبرة ممتعة ومسلية تساعدهم على الابتعاد عن الضغوط اليومية.
- الفضول: يميل الجمهور إلى استخدام المنصات الرقمية للاطلاع على أسلوب حياة الآخرين، حيث يجد البعض منهم متعة في التعرف على تجارب وقصص حياة الآخرين التي تنقلها المسلسلات والأفلام.

الإطار المنهجي للدراسة:

- **نوع البحث والمنهج المستخدم:** ينتمي البحث الحالي إلى الدراسات الوصفية التي تستهدف وصف وتحليل خصائص مجموعة معينة، أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد، او دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف معيناً ومجموعة من الأوضاع، وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها، واعتمد الباحث على منهج المسح الإعلامي بشقه الميداني للتعرف على التأثير السلبي لمشاهدة المنصات الرقمية على الجمهور المصري.

- **مجتمع البحث والعينة:** يتكون مجتمع البحث الحالي من مشاهدي المنصات الرقمية في المجتمع المصري، وتم اختيار عينة عمدية لمجتمع الدراسة قوامها ٤٠٠ مفردة، والجدول التالي يوضح توصيف عينة الدراسة.
- **مبررات اختيار العينة:** اختيار العينة العمدية يضمن أن تكون مفرداتها ذات صلة مباشرة بموضوع الدراسة، مما يزيد من جودة البيانات المستخلصة ودقتها –تعكس التنوع الديموغرافي (مثل العمر، النوع، أو مستوى التعليم) داخل مجتمع مشاهدي المنصات الرقمية، مما يساهم في تمثيل المجتمع المصري بشكل أفضل – اختيار مشاهدي المنصات الرقمية لأنهم يمثلون الفئة الأكثر ارتباطًا بموضوع الدراسة، هذه الفئة هي الأنسب للإجابة عن تساؤلات الدراسة وتحقيق أهدافها –الأفراد الذين لديهم خبرة ومعرفة باستخدام المنصات الرقمية.
- **الإطار الزمني للدراسة:** تم إجراء الدراسة في الفترة من مارس إلى مايو ٢٠٢٤م.

جدول (١) الخاص بالمتغيرات الديموغرافية لعينة الدراسة

المتغير		ك	النسبة %
النوع	ذكر	١٨٨	%٤٧
	أنثى	٢١٢	%٥٣
	الإجمالي	٤٠٠	%١٠٠
العمر	من ٢٠-٣٠ عامًا	٣٥	%٨،٧٥
	من ٣١- ٤٠ عامًا	٩٢	%٢٣
	من ٤١ - ٥٠ عامًا	٧٦	%١٩
	من ٥١ - ٥٥ عامًا	١٢٤	%٣١
	أكثر من ٥٥ عامًا	٧٣	%١٨،٢٥
	الإجمالي	٤٠٠	%١٠٠
المهنة	طالب	١٣١	%٣٢،٧٥
	موظف حكومي	١٠٠	%٢٥

	موظف قطاع خاص	٦٢	%١٥،٥
	أعمال حرة	١٠٧	%٢٦،٧٥
	الإجمالي	٤٠٠	%١٠٠
الحالة التعليمية	مؤهل متوسط	٣٧	%٩،٢٥
	مؤهل جامعي	٧٦	%١٩
	فوق جامعي	٢٨٧	%٧١،٧٥
	الإجمالي	٤٠٠	%١٠٠
الحالة الاقتصادية	من ٣٠٠٠ج إلى أقل من ٤٠٠٠ج	١٦	%٤
	من ٤٠٠٠ج إلي أقل من ٦٠٠٠ج	٥٥	%١٣،٧٥
	أكثر من ٦٠٠٠ جنيه	٣٢٩	%٨٢،٢٥
	الإجمالي	٤٠٠	%١٠٠

- تُشير نتائج الجدول إلى أن نوع المبحوثين من الإناث حصلت على نسبة ٥٣%، أما نسبة الذكور من المبحوثين حصلت على نسبة ٤٧%.
- تُشير نتائج الجدول إلى أن الفئة العمرية من ٢٠-٣٠ عام حصلت على نسبة ٨،٧٥%، أما الفئة العمرية من ٣١-٤٠ عام حصلت على ٢٣%، بينما الفئة العمرية من ٤١ – ٥٠ عام حصلت على ١٩%، وجاءت الفئة العمرية من ٥١ – ٥٥ عام حصلت على نسبة ٣١%.
- تُشير نتائج الجدول إلى أن المهنة (طالب) حصلت على نسبة ٣٢،٧٥%، أما الحالة الاجتماعية من (أعمال حرة) حصلت على نسبة ٢٦،٧٥%، بينما الحالة الاجتماعية (موظف حكومي) حصلت على نسبة ٢٥%، بينما الحالة الاجتماعية (موظف بقطاع خاص) حصلت على نسبة ١٥،٥%.
- تُشير نتائج الجدول إلى أن الحالة التعليمية (مؤهل متوسط) حصلت على نسبة ٩،٧٥%، أما الحالة الاجتماعية من (مؤهل جامعي) حصلت على نسبة ١٩%، بينما الحالة الاجتماعية (مؤهل فوق جامعي) حصلت على نسبة ٧١،٧٥%.

- تُشير نتائج الجدول إلى أن الحالة الاقتصادية (من ١٥٠٠ج إلي أقل من ٢٠٠٠ج) حصلت على نسبة ٤%، أما الحالة الاقتصادية (من ٢٥٠٠ج إلي أقل من ٣٠٠٠ج) حصلت على نسبة ١٣،٧٥%، بينما الحالة الاقتصادية (أكثر من ٣٠٠٠ج) حصلت على نسبة ٨٢،٧٥%.

أدوات الدراسة وأسلوب جمع البيانات:

الدراسة الميدانية: تعتمد على أداة الاستبيان لإجراء الدراسة الميدانية، وذلك من خلال استمارة الاستبيان التي تحتوي على عدد من الأسئلة تستهدف جمع المعلومات من عينة الدراسة (الجمهور) المستخدمين للمنصات الرقمية، واختبار المتغيرات والفروض واكتشاف تأثيراتها السلبية على الجمهور المصري.

صدق وثبات الأداة:

للتحقق من الصدق الظاهري والداخلي لاستمارة الاستبيان، وذلك قبل تطبيقهما للتأكد من صدق قياسهما لمتغيرات الدراسة ومن ثم تحقيق الأهداف الخاصة بها والتأكد من دقة النتائج التي سيتم الحصول عليها، وفي سبيل ذلك تم اتباع الإجراءات التالية:

- قام الباحث بعرض كل من استمارة الاستبيان على المحكمين المتخصصين في مجال الإعلام، وذلك لإبداء الرأي في مدى ارتباط العبارات بمحاور العبارات ومدى وضوح عبارات الاستبيان ومدى مناسبتها للمبحوثين، بالإضافة إلى بعض الملاحظات العامة حول الاستبيان، ومدى ملائمة مقياس ليكرت الثلاثي الذي يحدد استجابة أفراد الدراسة حول كل محور من محاورها، وبعد إجراء التعديلات التي أوصى به المحكمون من حذف وتعديل صياغة الفقرات التي لا تتناسب صياغتها مع تساؤلات الدراسة، وتم اعتماد المحاور والفقرات والعبارات التي أجمع عليها غالبية المحكمين.
- بعد التأكد من الصدق الظاهري لأداة الدراسة قام الباحث بحساب معامل الارتباط بيرسون لمعرفة الصدق الداخلي للأداة، وذلك عن طريق حساب معامل الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات الاستبيان بالدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه الفقرة، كما استخدم الباحث معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات أداة الدراسة، حيث تم

التعرف على ثبات المحاور الرئيسية للاستبيان وتم حساب ذلك لكل محور من محاور أداة الدراسة.

جدول (١) يوضح قيم معامل الارتباط بين كل الأسئلة والمحاور

المحور الأول		المحور الثاني	
السؤال	معامل الارتباط	السؤال	معامل الارتباط
١	٠،٦٩٩*	١	٠،٧٠١**
٢	٠،٧٥١**	٢	٠،٨٣٤*
٣	٠،٦٤٦*	٣	٠،٦٢١*
٤	٠،٨٣٣*	٤	٠،٧٢٣*
٥	٠،٧٦٥*	٥	٠،٧٠٩*
٦	٠،٦٨٧*	٦	٠،٧٤٥**
٧	٠،٦٢١*	٧	٠،٨٦١*
٨	٠،٧٢٣*	٨	٠،٦٤٤*
٩	٠،٧٠٩*	٩	٠،٦٩٩*
١٠	٠،٧٤٥**	١٠	٠،٧٥١**
١١	٠،٨٦١*	١١	٠،٦٤٦*
١٢	٠،٦٤٤*	١٢	٠،٨٣٣*
١٣	٠،٨٣١*	١٣	٠،٧٦٥*
١٤	٠،٧٦٦*	١٤	٠،٦٨٧*
١٥	٠،٦٨٨*	١٥	٠،٦٢١*
١٦	٠،٥٣١*	١٦	٠،٧٦٦*
١٧		١٧	٠،٦٨٨*
١٨		١٨	٠،٥٣١*

**** تعني معاملات ارتباط دالة عند مستوى معنوية ٠،٠١ & * تعني معاملات ارتباط دالة عند مستوى معنوية ٠،٠٥**

تشير بيانات الجدول السابق إلى ان جميع قيم معاملات الارتباط تراوحت بين (٠،٥٩٨ – ٠،٨٦٧) وهي معاملات ارتباط مقبولة ودالة لأهداف تطبيق البحث، وهذا يدل على الاتساق الداخلي للاستمارة.

جدول (٢) يوضح قيم معامل ثبات أبعاد الدراسة

م	البعد	العدد	قيمة كرونباخ ألفا
١	الأوقات المفضلة لمشاهدة المنصات الرقمية	٥	٠،٥٣٢
٢	دوافع مشاهدة مضامين المنصات الرقمية	١٦	٠،٧٦٩
٣	مدى مشاهدة المضامين غير الأخلاقية	٣	٠،٦٤٤
٤	التأثيرات السلبية للمنصات الرقمية	١١	٠،٩٣١
٥	مقترحات مواهة النتائج السلبية للمنصات الرقمية	٩	٠،٨٦٥

يوضح الجدول السابق ارتفاع ثبات جميع أبعاد الدراسة، حيث تراوحت درجات الثبات ما بين ٠،٥٣٢ إلى ٠،٩٣١، مما يشير إلى تجانس مفردات كل مقياس بشكل مستقل، وأيضاً فهم عينة الدراسة لمفردات كل الأبعاد بالطريقة نفسها، وهو ما يؤكد صلاحية النتائج التي سيتم التوصل إليها.

النتائج العامة للدراسة:

١- ما مدى تعرضك للمنصات الرقمية نتفليكس وستارز بلاي؟

جـــدول (٣)

يوضح رأي عينة الدراســـــة في التعرض الرقمية نتفليكس وستارز بلاي

م	المتغيرات	ك	%	الترتيب
١	دائما	٢٧٧	%٦٩،٣	١
٢	أحياناً	٨٩	%٢٢،٣	٢
٣	نادراً	٣٤	%٨،٥	٣
الإجمالي		٤٠٠	١٠٠	

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن معدل التعرض لتطبيق التيك توك توزع كالتالي:

أن نسبة ٦٩،٣% من عينة الدراسة ترى أنهم يتعرضون بشكل دائم للمنصات الرقمية نتفليكس وستارز بلاي، بينما نسبة ٢٢،٣% من عينة الدراسة يتعرضون أحياناً للمنصات الرقمية نتفليكس وستارز بلاي، وأن نسبة ٨،٥% بينما من عينة الدراسة نادراً ما يتعرضون للمنصات الرقمية نتفليكس وستارز بلاي.

٢-ما عدد الساعات التي تستخدمها على المنصات الرقمية نتفليكس وستارز بلاي؟

جـــدول (٤)

يوضح عدد الساعات التي تستخدمها على المنصات الرقمية نتفليكس وستارز بلاي

	المتغير	ك	%	الترتيب
	استخدمه أقل من ساعة	٢٣	٥،٨%	٣
	من ساعة إلى أقل من ساعتين	٢٢	٥،٥%	٤
	من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات	٧٦	١٩%	٢
	أكثر من ثلاث ساعات	٢٧٩	٦٩،٨%	١
الإجمالي			٤٠٠	١٠٠

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن معدل استخدامك للمنصات الرقمية نتفليكس وستارز بلاي توزع كالتالي:

- أن نسبة ٦٩،٨% من عينة الدراسة يستخدمون المنصات الرقمية نتفليكس وستارز بلاي أكثر من ثلاث ساعات، بينما جاءت نسبة ١٩% من عينة الدراسة يستخدمون المنصات الرقمية نتفليكس وستارز بلاي من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات، بينما جاءت نسبة ٥،٨% من عينة الدراسة يستخدمون المنصات الرقمية نتفليكس وستارز بلاي من ساعتين إلى أقل من ساعة، وأخيراً جاءت نسبة ٥،٥% من عينة الدراسة يستخدمون المنصات الرقمية نتفليكس وستارز بلاي أكثر من ساعة إلى أقل من ساعتين.

٣-كم عدد الساعات التي تستخدم المنصات الرقمية في الأسبوع؟

جـــدول (٥)

يوضح عدد الساعات التي تستخدمها على المنصات الرقمية

	المتغير	ك	%	الترتيب
	يوم واحد في الأسبوع	١٧	٤،٣%	٤
	من يومان إلى ثلاثة أيام	٤١	١٠،٣%	٣
	من ثلاث أيام إلى خمسة أيام	١٣٩	٣٤،٨%	٢
	استخدمه بشكل يومي	٢٠٣	٥٠،٨%	١
الإجمالي			٤٠٠	١٠٠

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن معدل استخدامك للمنصات الرقمية نتفليكس وستارز بلاي توزع كالتالي:

- أن نسبة ٥٠،٨% من عينة الدراسة يستخدمون المنصات الرقمية نتفليكس وستارز بلاي بشكل يومي، بينما جاءت نسبة ٣٤،٨% من عينة الدراسة يستخدمون المنصات الرقمية نتفليكس وستارز بلاي من ثلاث أيام إلى خمسة أيام، بينما جاءت نسبة ١٠،٣% من عينة الدراسة يستخدمون المنصات الرقمية نتفليكس وستارز بلاي من يومان إلى ثلاثة أيام، وأخيراً جاءت نسبة ٤،٣% من عينة الدراسة يستخدمون المنصات الرقمية نتفليكس وستارز بلاي يوم واحد في الأسبوع.

٤-ما مدة الاشتراك في المنصات الرقمية؟

جـــدول (٥)

يوضح مدة الاشتراك على المنصات الرقمية

	المتغير	ك	%	الترتيب
	أقل من عام	١٧	٤،٣%	٤
	من عام إلى أقل من عامان	٤١	١٠،٣%	٣
	من عامان إلى أقل من ثلاث أعوام	١٣٩	٣٤،٨%	٢
	من ثلاث أعوام فأكثر	٢٠٣	٥٠،٨%	١
الإجمالي			٤٠٠	١٠٠

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن معدل استخدامك للمنصات الرقمية نتفليكس وستارز بلاي توزع كالتالي:

- أن نسبة ٥٠،٨% من عينة الدراسة يستخدمون المنصات الرقمية نتفليكس وستارز بلاي منذ أكثر من ثلاث أعوام، بينما جاءت نسبة ٣٤،٨% من عينة الدراسة يستخدمون المنصات الرقمية نتفليكس وستارز بلاي منذ عامان إلى أقل ثلاث أعوام، بينما جاءت نسبة ١٠،٣% من عينة الدراسة يستخدمون المنصات الرقمية نتفليكس وستارز بلاي من عام إلى أقل من عامان، وأخيراً جاءت نسبة ٤،٣% من عينة الدراسة يستخدمون المنصات الرقمية نتفليكس وستارز بلاي أقل من عام.

٥-ما نوع الأجهزة المستخدمة للمشاهدة؟

جدول (٢) نوع الأجهزة المستخدمة للمشاهدة

م	الأجهزة المستخدمة	ك	%
١	الحاسوب الشخصي	١٢	٣%
٢	الهواتف الذكية	١٢٣	٣٠،٧٥%
٣	تليفزيون ذكي	٢١٥	٥٣،٧٥%
٤	حاسوب لوحي	٥٠	١٢،٥%
	الإجمالي	٤٠٠	١٠٠%

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن نوع الأجهزة المستخدمة لمشاهدة لمنصات الرقمية نتفليكس وستارز بلاي توزع كالتالي:

- أن نسبة ٥٣،٧٥% من عينة الدراسة يستخدمون التليفزيون الذكية المنصات الرقمية نتفليكس وستارز بلاي، بينما جاءت نسبة ٣٠،٧٥% من عينة الدراسة يستخدمون الهواتف الذكية لمشاهدة للمنصات الرقمية نتفليكس وستارز بلاي، بينما جاءت نسبة ١٢،٥% من عينة الدراسة يستخدمون الحاسوب اللوحي لمشاهدة المنصات الرقمية نتفليكس وستارز بلاي، وأخيراً جاءت نسبة ٣% من عينة الدراسة يستخدمون الحاسوب الشخصي لمشاهدة المنصات الرقمية نتفليكس وستارز بلاي.

٦- ما دوافع استخدام الجمهور للمنصات الرقمية:

جـــدول (٨) يوضح دوافع مشاهدة عينة الدراسة للمنصات الرقمية

م	المتغيرات	ك	%	الترتيب
١	الترفيه والتسلية	٧١	%١٧،٨	٢
٢	سهولة الوصول للمحتوى	٩٣	%٢٣،٣	١
٣	جاذبية المحتوى على المنصة	٦٦	%١٦،٥	٣
٤	تنوع المحتوى المعروض على المنصة	٤٥	%١١،٣	٦
٥	انخفاض تكلفة الاشتراك	٥٣	%١٣،٣	٥
٦	الإثارة والتشويق	٦٠	%١٥	٤
٧	إمكانية الحصول على المحتوى في أي وقت	٦	%١،٥	٧
	الإجمالي	٤٠٠	%١٠٠	

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن دوافع مشاهدة عينة الدراسة للمنصات الرقمية نتفليكس وستارز بلاي توزع كالتالي:

جاءت في المرتبة الأولى نسبة ٢٣،٣% من عينة الدراسة أن (سهولة الوصول للمحتوى) من دوافع مشاهدتهم للمنصات الرقمية نتفليكس وستارز بلاي، بينما جاءت في المرتبة الثانية نسبة ١٧،٨% من عينة الدراسة أن (الترفيه والتسلية) من دوافع مشاهدتهم للمنصات الرقمية نتفليكس وستارز بلاي، وجاءت في المرتبة الثالثة نسبة ١٦،٥% من عينة الدراسة أن (جاذبية المحتوى على المنصة) من دوافع مشاهدتهم للمنصات الرقمية نتفليكس وستارز بلاي، وجاءت في المرتبة الرابعة نسبة ١٣،٣% من عينة الدراسة أن (الإثارة والتشويق) من دوافع مشاهدتهم للمنصات الرقمية نتفليكس وستارز بلاي، بينما جاءت في المرتبة الخامسة نسبة ١١،٣% من عينة الدراسة أن (انخفاض تكلفة الاشتراك) من دوافع مشاهدتهم للمنصات الرقمية نتفليكس وستارز بلاي، وجاءت في المرتبة السادسة نسبة ١،٥% من عينة الدراسة أن (تنوع المحتوى المعروض على المنصة) من أسباب تعرض الفتيات لفيديوهات التيك توك المعروضة عبر الهواتف الذكية.

١-ما أنماط مشاهدة الجمهور للمنصات الرقمية:

جـــدول (٨) يوضح أنماط مشاهدة عينة الدراسة للمنصات الرقمية

م	أنماط المشاهدة	ك	%	الترتيب
١	بمفردي	٨٥	%٢١،٣	٢
٢	مع أحد أفراد الأسرة	٦٤	%١٦	٤
٣	مع الأصدقاء	٩٢	%٢٣	١
٤	مع أحد الزملاء	٥٦	%١٤	٥
٥	مع الأقارب	١٨	%٤،٥	٦
٦	مع الجيران	٨٠	%٢١،٣	٣
الإجمالي		٤٠٠	%١٠٠	

تشير نتائج الجدول السابق إلى أهم أنماط مشاهدة عينة الدراسة للمنصات الرقمية توزع كالتالي:

جاءت في المرتبة الأولى نسبة ٢٣% من عينة الدراسة أنهم يشاهدون المنصات الرقمية مع الأصدقاء، وجاءت في المرتبة الثانية نسبة ٢١،٣% من عينة الدراسة أنهم يشاهدون المنصات الرقمية بمفردهم، وجاءت في المرتبة الثالثة نسبة ٢٠% من عينة الدراسة أن يشاهدون المنصات الرقمية مع جيرانهم، وجاءت في المرتبة الرابعة نسبة ١٦% من عينة الدراسة أن يشاهدون المنصات الرقمية مع أحد أفراد أسرهم، وجاءت في المرتبة الخامسة نسبة ١٤% من عينة الدراسة أن يشاهدون المنصات الرقمية مع أح زملاءهم، وجاءت في المرتبة السادسة نسبة ٤،٥% من عينة الدراسة أن يشاهدون المنصات الرقمية مع أح زملاءهم.

١-ما مدى مناسبة المواد المعروضة على المنصات الرقمية للقيم الاجتماعية؟

جدول (١٢) يوضح مدى مناسبة المواد المعروضة بالمنصات الرقمية للقيم الاجتماعية

م	المتغيرات	ك	%	الترتيب
١	مناسبة إلى حد كبير	٧٤	%١٨،٥	٣
٢	مناسبة لحد ما	٢١٧	%٥٤،٣	١
٣	غير مناسبة على الإطلاق	١٠٩	%٢٧،٣	٢
الإجمالي		٤٠٠	%١٠٠	

تشير نتائج الجدول السابق إلى مدى مناسبة المواد المعروضة بالمنصات الرقمية للقيم الاجتماعية توزع كالتالي:

جاءت في المرتبة الأولى نسبة ٥٤،٣% من عينة الدراسة يرون أن المواد المعروضة بالمنصات الرقمية للقيم الاجتماعية مناسبة إلى حد ما للقيم الاجتماعية، بينما جاءت في المرتبة الثانية نسبة ٢٧،٣% من عينة الدراسة يرون أن المواد المعروضة بالمنصات الرقمية للقيم الاجتماعية غير مناسبة على الإطلاق للقيم الاجتماعية، وأخيراً جاءت في المرتبة الثالثة والأخيرة نسبة ٢٤،٤% من عينة الدراسة يرون أن المواد المعروضة بالمنصات الرقمية للقيم الاجتماعية مناسبة إلى حد كبير للقيم الاجتماعية.

١-ما آثار مشاهدة الجمهور للمنصات الرقمية؟

جـــدول (٨) يوضح آثار مشاهدة عينة الدراسة للمنصات الرقمية

م	السلبيات	أوافق		محايد		لا أوافق		المتوسط	الانحراف المعياري	درجة الخاصية	الترتيب
		ك	%	ك	%	ك	%				
١	أصبحت في عزلة عن أسرتي	294	73.5	90	22.5	16	4.0	2.70	0.541	كبيرة	1
٢	أثرت على ساعات نومي	232	58.0	146	36.5	22	5.5	2.53	0.600	كبيرة	4
٣	الاضطرابات والتوتر والقلق	266	66.5	117	29.3	17	4.3	2.62	0.566	كبيرة	3
٤	زيادة الحساسية العاطفية	207	51.8	183	45.8	10	2.5	2.49	0.548	كبيرة	5
٥	أتناول أكل غير صحي أثناء المشاهدة	300	75.0	69	17.3	31	7.8	2.67	0.613	كبيرة	2
	الإجمالي	1299		605		96					
	المتوسط	259.80		121.00		19.20					
	النســـــبة المئوية	64.95%		30.25%		4.80%					

المتوسط للبعد= ٢،٦٠ درجة الموافقة على البعد= كبيرة

القوة النسبية للبعد= ٨٦،٧٢

تشير نتائج الجدول السابق إلى سلبيات مشاهدة عينة الدراسة للمنصات الرقمية، وتوزع كالتالي:

جاءت في المرتبة الأولى عبارة (أصبحت في عزلة عن أسرتي) بدرجة كبيرة ومتوسط مرجح قدره (٢،٧٠) وانحراف معياري قدره (٠،٥٤١)، بينما جاءت في المرتبة الثانية عبارة (أتناول أكل غير صحي أثناء المشاهدة) بدرجة كبيرة ومتوسط مرجح قدره (٢،٦٧) وانحراف معياري قدره (٠،٦١٣)، وجاءت في المرتبة الثالثة عبارة (الاضطرابات والتوتر والقلق) بدرجة كبيرة ومتوسط مرجح قدره (٢،٦٢) وانحراف معياري قدره (٠،٥٦٦)، وجاءت في المرتبة الرابعة عبارة (أثرت على ساعات نومي) بدرجة كبيرة ومتوسط مرجح قدره (٢،٥٣) وانحراف معياري قدره (٠،٦٠٠)، وجاءت في المرتبة الخامسة عبارة (زيادة الحساسية العاطفية) بدرجة كبيرة ومتوسط مرجح قدره (٢،٤٩) وانحراف معياري قدره (٠،٥٤٨).

١- ما القيم السلبية الناتجة عن مشاهدة الجمهور للمنصات الرقمية؟

جـــدول (٨) يوضح القيم السلبية الناتجة عن مشاهدة عينة الدراسة للمنصات الرقمية

م	السلبيات	أوافق		محايد		لا أوافق		المتوسط	الانحراف المعياري	درجة الخاصية	الترتيب
		ك	%	ك	%	ك	%				
١	الكسل والإهمال	215	53.8	76	19.0	109	27.3	2.27	0.861	متوسطة	٣
٢	الغيرة والحسد	89	22.3	142	35.5	169	42.3	1.80	0.779	متوسطة	٧
٣	الغضب والعدوان	158	39.5	55	13.8	187	46.8	1.93	0.927	متوسطة	٦
٤	الخوف والقلق المفرط	108	27.0	46	11.5	246	61.5	1.66	0.876	منخفضة	٨
٥	الكراهية والتحيز	269	67.3	88	22.0	43	10.8	2.57	0.680	كبيرة	١
٦	الخداع والنفاق	266	66.5	64	16.0	70	17.5	2.49	0.776	كبيرة	٢
٧	الجشع والطمع	214	53.5	75	18.8	111	27.8	2.26	0.865	متوسطة	٤

٨	الانانية وحب النفس	198	49.5	49	12.3	153	38.3	2.11	0.931	متوسطة	٥
الإجمالي		١٥١٤		٦٦٥		١١٩٤		٢,٠٥	٠،٨٦٥	متوسطة	
المتوسط		١٧٥،٢٢		٧٥،١٢		١٤١,١٢					
النســـــبة المئوية		%٤٤،٨٣		%١٩,٣٣		%٣٥،٨٣					

المتوسط للبعد= ٢،٤٠ درجة الموافقة على البعد= متوسطة

القوة النسبية للبعد= ٨٥،٥٢

تشير نتائج الجدول السابق إلى القيم السلبية الناتجة عن مشاهدة عينة الدراسة للمنصات الرقمية، وتوزع كالتالي:

جاءت في المرتبة الأولى أن (الكراهية والتحيز) من القيم السلبية الناتجة عن مشاهدة عينة الدراسة للمنصات الرقمية بدرجة كبيرة ومتوسط مرجح قدره (٢،٥٧) وانحراف معياري قدره (٠،٦٨٠)، وجاءت في المرتبة الثانية أن (الخداع والنفاق) من القيم السلبية الناتجة عن مشاهدة عينة الدراسة للمنصات الرقمية بدرجة كبيرة ومتوسط مرجح قدره (٢،٤٩) وانحراف معياري قدره (٠،٧٧٦)، وجاءت في المرتبة الثالثة أن (الكسل والإهمال) من القيم السلبية الناتجة عن مشاهدة عينة الدراسة للمنصات الرقمية بدرجة متوسطة ومتوسط مرجح قدره (٢،٢٧) وانحراف معياري قدره (٠،٨٦١)، وجاءت في المرتبة الرابعة أن (الجشع والطمع) من القيم السلبية الناتجة عن مشاهدة عينة الدراسة للمنصات الرقمية بدرجة متوسطة ومتوسط مرجح قدره (٢،٢٦) وانحراف معياري قدره (٠،٨٦٥)، وجاءت في المرتبة الخامسة أن (الأنانية وحب النفس) من القيم السلبية الناتجة عن مشاهدة عينة الدراسة للمنصات الرقمية بدرجة متوسطة ومتوسط مرجح قدره (٢،١١) وانحراف معياري قدره (٠،٩٣١)، وجاءت في المرتبة السادسة أن (الغضب والعدوانية) من القيم السلبية الناتجة عن مشاهدة عينة الدراسة للمنصات الرقمية بدرجة كبيرة ومتوسط

مرجح قدره (١،٩٣) وانحراف معياري قدره (٠،٩٢٧)، وجاءت في المرتبة السابعة أن (الغيرة والحسد) من القيم السلبية الناتجة عن مشاهدة عينة الدراسة للمنصات الرقمية بدرجة متوسطة ومتوسط مرجح قدره (١،٨٠) وانحراف معياري قدره (٠،٧٧٩)، وجاءت في المرتبة الثامنة أن (الخوف والقلق المفرط) من القيم السلبية الناتجة عن مشاهدة عينة الدراسة للمنصات الرقمية بدرجة متوسطة ومتوسط مرجح قدره (١،٧٤) وانحراف معياري قدره (٠،٨٧٦).

١-ما مقترحات عينة الدراسة لمواجهة القيم السلبية الناتجة عن مشاهدة الجمهور للمنصات الرقمية؟

جـــدول (١٩) يوضح مقترحات عينة الدراسة لمواجهة القيم السلبية الناتجة عن مشاهدة الجمهور للمنصات الرقمية

	المتغيرات	أوافق		محايد		لا أوافق		الأوزان	المتوسط	الانحراف المعياري	درجة الاشباع	الترتيب
		ك	%	ك	%	ك	%					
	توعية الجمهور باختيار بما يتناسب مع القيم الاجتماعية	300	75.0	56	14.0	44	11.0	1056	2.64	0.672	كبيرة	6
	رفع مستوى الوعي بمخاطر وتأثير المنصات الرقمية	322	80.5	27	6.8	51	12.8	1071	2.68	0.689	كبيرة	5
	تشجيع إنتاج محتوى رقمي يعزز القيم الإيجابية والأخلاق الحميدة	337	84.3	40	10.0	23	5.8	1114	2.79	0.533	كبيرة	1
	وضع معايير وضوابط لمحتوى المنصات الرقمية لمنع انتشار القيم السلبية	314	78.5	48	12.0	38	9.5	1076	2.69	0.636	كبيرة	4
	تفعيل الرقابة والمساءلة على الجهات المسؤولة عن المحتوى الرقمي	330	82.5	45	11.3	25	6.3	1105	2.76	0.554	كبيرة	2
	إجراء حملات إعلامية وتعليمية للتعريف بالقيم السلبية على المنصات الرقمية	256	64.0	121	30.3	23	5.8	1033	2.58	0.599	كبيرة	7
	تشجيع المنظمات المجتمعية على تنفيذ مبادرات لتعزيز القيم الإيجابية	288	72.0	102	25.5	10	2.5	1078	2.70	0.512	كبيرة	3
	جملة من سئلوا	2147		439		214		7533	2.69	0.610	كبيرة	
	المتوسط	306.71		62.71		30.57						
	النســـــبة المئوية	76.68%		15.68%		7.64%						

تشير نتائج الجدول السابق عن مقترحات عينة الدراسة لمواجهة القيم السلبية الناتجة عن مشاهدة الجمهور للمنصات الرقمية، وتوزع كالتالي:

١. جاءت في المرتبة الأولى أن من مقترحات عينة الدراسة لمواجهة القيم السلبية الناتجة عن مشاهدة الجمهور للمنصات الرقمية **(تشجيع إنتاج محتوى رقمي يعزز القيم الإيجابية والأخلاق الحميدة)** بدرجة كبيرة ومتوسط مرجح قدره (٢،٧٩) وانحراف معياري قدره (٠،٥٣٣)، بينما جاءت **(تفعيل الرقابة والمساءلة على الجهات المسؤولة عن المحتوى الرقمي)** في المرتبة الثانية من مقترحات عينة الدراسة لمواجهة القيم السلبية الناتجة عن مشاهدة الجمهور للمنصات الرقمية بدرجة كبيرة ومتوسط مرجح قدره (٢,٧٦) وانحراف معياري قدره (٠,٥٥٤)، ثم جاءت في المرتبة الثالثة أن من مقترحات عينة الدراسة لمواجهة القيم السلبية الناتجة عن مشاهدة الجمهور للمنصات الرقمية **(تشجيع المنظمات المجتمعية على تنفيذ مبادرات لتعزيز القيم الإيجابية)** بدرجة كبيرة بمتوسط مرجح قدره (٢,٧٠) وانحراف معياري قدره (٠,٥١٢)، وفي المرتبة الرابعة جاءت أن من مقترحات عينة الدراسة لمواجهة القيم السلبية الناتجة عن مشاهدة الجمهور للمنصات الرقمية **(وضع معايير وضوابط لمحتوى المنصات الرقمية لمنع انتشار القيم السلبية)** بدرجة كبيرة ومتوسط مرجح قدره (٢,٦٩) وانحراف معياري قدره (٠,٦٣٦)، وفي المرتبة الخامسة جاءت أن من مقترحات عينة الدراسة لمواجهة القيم السلبية الناتجة عن مشاهدة الجمهور للمنصات الرقمية **(رفع مستوى الوعي بمخاطر وتأثير المنصات الرقمية)** بدرجة كبيرة ومتوسط مرجح قدره (٢,٦٨) وانحراف معياري قدره (٠,٦٨٩)، وفي المرتبة السادسة جاءت أن من مقترحات عينة الدراسة لمواجهة القيم السلبية الناتجة عن مشاهدة الجمهور للمنصات الرقمية **(توعية الجمهور باختيار بما**

يتناسب مع القيم الاجتماعية) بدرجة كبيرة ومتوسط مرجح قدره (٢,٦٤) وانحراف معياري قدره (٠,٦٧٢)، وفي المرتبة السابعة جاءت أن من مقترحات عينة الدراسة لمواجهة القيم السلبية الناتجة عن مشاهدة الجمهور للمنصات الرقمية **(إجراء حملات إعلامية وتعليمية للتعريف بالقيم السلبية على المنصات الرقمية)** بدرجة كبيرة ومتوسط مرجح قدره (٢,٥٨) وانحراف معياري قدره (٠,٥٩٩).

نتائج الدراســـــة:

- تبين أن غالبية عينة الدراسة يتابعون المنصات الرقمية بمفردهم وهو ما يجعل الجمهور يواصل مشاهدة هذه المنصات بصورة نشطة، وأنهم تعرفوا على هذه المنصات من خلال الأصدقاء والزملاء والجيران وأفراد من الأسرة.
- وأوضحت الدراسة أن من أهم أسباب ودوافع عينة الدراسة على المنصات الرقمية هي ما تتمتع به من جاذبية المحتوى على المنصة، وسهولة الوصول للمحتوى وتنوعه وانخفاض تكلفة الاشتراك وما تتميز به من الإثارة والتشويق.
- وأن غالبية عينة الدراسة تؤكد على أن المضامين المقدمة على المنصات الرقمية مناسبة إلى حد ما للقيم الاجتماعية، وأنه توجد من المواد المعروضة بالمنصات الرقمية غير مناسبة على الإطلاق للقيم الاجتماعية.
- وكشفت الدراسة أن هناك العديد من القيم السلبية التي تقدمها المسلسلات والأفلام عبر المنصات الرقمية منها الكراهية والتحيز، والخداع والنفاق، والكسل والإهمال، والجشع والطمع، والأنانية وحب النفس، والغضب والعدوانية، والغيرة والحسد، والخوف والقلق المفرط.
- وأثبتت الدراسة أن أهم مقترحات عينة الدراسة لمواجهة القيم السلبية المترتبة على مشاهدة المنصات الرقمية تتمثل في: تشجيع إنتاج محتوى رقمي يعزز القيم الإيجابية والأخلاق الحميدة، وتفعيل الرقابة والمساءلة على الجهات

المسؤولة عن المحتوى الرقمي، وتشجيع المنظمات المجتمعية على تنفيذ مبادرات لتعزيز القيم الإيجابية، ووضع معايير وضوابط لمحتوى المنصات الرقمية لمنع انتشار القيم السلبية، ورفع مستوى الوعي بمخاطر وتأثير المنصات الرقمية، وتوعية الجمهور باختيار بما يتناسب مع القيم الاجتماعية، وإجراء حملات إعلامية وتعليمية للتعريف بالقيم السلبية على المنصات الرقمية.

توصيات الدراسة:

١- **تعزيز التربية الإعلامية:** ضرورة إدراج برامج تعليمية تهدف إلى تعزيز **التربية الإعلامية** في المدارس والجامعات لتمكين الشباب من التفكير النقدي تجاه المحتوى الرقمي. يساهم ذلك في تحسين قدرة الشباب على التمييز بين المحتوى الإيجابي والسلبي وفهم تأثير القيم التي يُروِّج لها.

٢- **تفعيل الرقابة المجتمعية على المحتوى:** التعاون بين المجتمع والمؤسسات الحكومية **لتفعيل الرقابة على المحتوى**، بحيث يتم وضع ضوابط أكثر صرامة للحد من انتشار المحتوى السلبي. يمكن أيضًا تفعيل الشراكات مع الشركات المالكة للمنصات الرقمية لمراقبة المحتوى واتخاذ إجراءات تجاه المحتويات غير الملائمة.

٣- **دعم المبادرات الرقمية لتعزيز القيم الإيجابية:** تشجيع إنشاء **منصات وحملات رقمية** تدعو إلى نشر القيم الإيجابية مثل الاحترام والتسامح والعمل الجماعي، والتي يمكن أن تساعد في تقليل تأثير المحتوى السلبي. هذه المبادرات يمكن أن تكون بالتعاون مع مؤثرين ومبدعين مصريين.

٤- **التوعية بأضرار المحتوى السلبي على المجتمع:** تنظيم حملات توعية وطنية **حول تأثير القيم السلبية** التي تنتشر عبر المنصات الرقمية على الأفراد والمجتمع. يمكن أن تكون هذه الحملات عبر التلفزيون ووسائل

التواصل الاجتماعي، مستهدفة الشباب والأسر لتوعيتهم بمخاطر المحتوى السلبي على الصحة النفسية والسلوك الاجتماعي.

٥- **التشجيع على الإنتاج المحلي للمحتوى الإيجابي:** دعم **إنتاج المحتوى المحلي** الذي يعكس القيم الإيجابية والتقاليد الثقافية المصرية الأصيلة، والذي يمكن أن يجذب الشباب ويعزز من ارتباطهم بالمجتمع.

٦- **دور الأسرة في التوعية والإرشاد:** توجيه الأسر للعب دور رئيسي في توعية الشباب والمراهقين حول المخاطر المرتبطة بالمحتوى السلبي، وتوجيههم لاستخدام المنصات الرقمية بشكل مسؤول. يشمل ذلك تخصيص وقت محدد لاستخدام هذه المنصات وفتح قنوات للتواصل حول طبيعة المحتوى الذي يتابعه الأبناء.

٧- **إجراء مزيد من الدراسات حول التأثيرات النفسية والاجتماعية للمحتوى الرقمي:** دعم **البحث العلمي** حول التأثيرات النفسية والاجتماعية للمحتوى السلبي المنتشر على المنصات الرقمية، ودراسة عوامل الجذب الرئيسية التي تدفع الشباب لاستهلاك هذا المحتوى، بما يتيح حلولًا أكثر استدامة.

٨- **تفعيل الدور التوعوي لوسائل الإعلام التقليدية:** تعزيز **التكامل بين الإعلام التقليدي والمنصات الرقمية** لنشر رسائل توعوية حول مخاطر القيم السلبية. يمكن للقنوات التلفزيونية والإذاعية إنتاج برامج تركز على القيم الإيجابية وتدعو للمسؤولية في استخدام المنصات الرقمية.

دراسات مستقبلية:

١. دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل القيم السلبية لدى الشباب المصري: تحليل لدوافع الاستخدام والتأثيرات السلوكية.

٢. استخدام المؤثرين الرقميين وأثرهم على انتشار القيم السلبية في المجتمع المصري.

٣. تحليل دور المنصات الرقمية في تعزيز أو تقليل القيم السلبية: دراسة مقارنة بين المحتوى الإيجابي والسلبي في مصر.
٤. الآثار النفسية والاجتماعية لاستهلاك المحتوى السلبي على المنصات الرقمية في مصر: دراسة تطبيقية.
٥. التربية الإعلامية كآلية للحد من تأثير القيم السلبية عبر المنصات الرقمية على الشباب المصري.
٦. المنصات الرقمية وأثرها على الانتماء الثقافي والاجتماعي للشباب في مصر: بين التمسك بالقيم الإيجابية والانجراف نحو القيم السلبية.
٧. العوامل المؤثرة في تفاعل المستخدمين مع المحتوى السلبي على المنصات الرقمية: دراسة على الجمهور المصري.
٨. دور الإعلام الرقمي في نشر القيم السلبية في المجتمع المصري: دراسة ميدانية لتأثير المحتوى على الأجيال الصاعدة.

مراجع الدراســـــة:

أولاً: المراجع العربية:

١- أشرف المناصير: اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو الدراما التليفزيونية في قناة MBC1، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، ٢٠١١، ص٣٥.

٢- آمال عموري: العنف في السينما الأمريكية وانعكاساتها على المراهقين، رسالة ماجستير، جامعة جيجل، المستودع الرقمي في جامعة جيجل، الجزائر، ٢٠٢٠.

٣- أسامه عبد الرحيم: **فنون الكتابة الصحفية والعمليات الادراكية لدي القراء** ، (القاهرة ، اتيراك للنشر والتوزيع ، ط١ ، ٢٠٠) ، ص: ٨١.

٤- أماني مصطفى: التجربة الترفيهية عبر منصات خدمة الفيديو الرقمية العربية، دراسة تطبيقية في ضوء نظرية الثراء الإعلامي، مجلة البحوث الإعلامية، المجلد ٥٥، ٢٠٢٠، ص٤٠٩.

٥- داليا عثمان: تأثيرات مشاهدة المسلسلات المقدمة على منصة نتفليكس على النسق القيمي للمراهقين، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد٣١، ٢٠٢٠، ص١٦٩.

٦- نجلاء محمد فارس وآخرون: فاعلية منصة تعليمية إلكترونية قائمة على القصص التشاركية الرقمية لتنمية التنظيم التعاوني والانتماء على الوطن لدى طلاب جامعة جنوب الوادي، المجلة التربوية، كلية التربية، جامعة سوهاج، العدد ٦٨، ٢٠١٩، ص٥١٦.

٧- شيرين خورشيد: القيم الأخلاقية الواردة في كتب التربية الإسلامية، ط١، ٢٠١٩.

٨- سميح سلامه أبو مغلي: التنشئة الاجتماعية للطفل، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع،٢٠٠٢.

٩- عبد الله فتحي الظاهر، علي أحمد المعماري: أثر القنوات الفضائية في القيم الاجتماعية والسياسية، ط١، دار غيداء للنشر والتوزيع، ط١، العراق، ٢٠١٤، ص٣٣

١٠- عبد الكريم لعيبي: تأثير الأفلام والمسلسلات الأجنبية على سلوك بعض الشباب، مجلة كلية التربية الأساسية، مجلد ٥١، الجامعة المستنصرية، العراق، ٢٠٠٧.

١١- عائشة البوصي: أثر التليفزيون على التنشئة الاجتماعية، دراسة ميدانية في الكويت، قسم الخدمة الاجتماعية، مكتبة الشارقة التعليمية، ٢٠٠٤.

١٢-نادية رضوان: دور الدراما التليفزيونية في تشكيل وعي المرأة، ط٢، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٩٧، ص٢١٧.

١٣- عاطف عدلي العبد: نظريات الإعلام والرأي العام "الأسس العلمية والتطبيقية العربية، ط١، دار الفكر العربي، القاهرة، ٢٠٠٢، ص٤٥.

١٤-عبد الله الزغبي: السلوك العدواني والمتغيرات الاجتماعي والاقتصادية، ط١، دار الخليج للنشر التوزيع، ٢٠١٥.

١٥-منة الله حسين مأمون: التأثيرات السلوكية لمشاهدة الدراما عبر المنصات الرقمية على الشباب، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، المجلد ٦٩، العدد٢، يناير ٢٠٢٤.

١٦- محمود حسن إسماعيل: **مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير**، (القاهرة، الدار العالمية، ٢٠٠٣)، ص ٢٥٣.

١٧- بسيوني إبراهيم حمادة: **دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام**، (القاهرة، علا للكتب، ط، ٢٠٠٨)، ص١٢٧.

١٨- داليا فاروق عبد الخالق: استخدامات المراهقين للمواقع الإلكترونية الصحية والإشباعات المتحققة منها، **رسالة ماجستير غير منشورة**، (جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، ٢٠١١)، ص ٧٩.

١٩-عاطف عدلي العبد، **الاتصال والرأي العام**، الأسس النظرية والاسهامات العربية، (القاهرة، دار النشر العربي، ١٩٨٩)، ص ٢١٠

٢٠- صلاح عبد المجيد، استخدامات الجمهور المصري للصحف اليومية الالكترونية علي شبكه الانترنت دراسة تحليله وميدانية، **رسالة ماجستير غير منشورة**، (القاهرة، كليه الاعلام، ٢٠٠٢) ، ص ٧٤.

٢١-سهير صالح ابراهيم، الاحتياجات الإعلامية والثقافية للمعاقين من برامج التليفزيون، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، جامعه القاهرة، كلية الاعلام، قسم الإذاعة، ٢٠٠٢، ص ٤١.

٢٢-عائشة سعيد الغباشي: استخدامات المرأة العمانية لوسائل الاعلام والإشباعات المتحققة، **رسالة ماجستيرغير منشورة**، (جامعه القاهرة، كليه الاعلام، ٢٠٠٢)، ص ٤١

٢٣-محمد عبد الحميد: **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**، القاهرة: عالم الكتب، ط ١، ١٩٩٧، ص ٢٠٠.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

1- Combs, M.C. and Becker, he: "**using mass communication theory**", prentice-Hall, (New Jersey: 1979), P. 50.
2- Denis McQuail. "**MC Quail's Mass communication theory**", 5th (London: sage publication, 2005), P. 424
3- Feng, J , Poon, W. F, Lo, K. T (2006). Large-Scale Video-on- Demand Systems. Encyclopedia of Multimedia, Edited by Furht, B , P P(391-399).

4- Katz، Blumer and Gurevitch، "utilization of mass communication by the individual"، in Jay g. Blumer and Elihn Katz (eds). "**The uses of mass communications: current perspectives on Gratifications research**", USA: sage publications, 3rd edition, 1974, PP. 21-22.
5- lobato, R(2017). Rethinking International TV Flows Research in the Age of Netflix. television & new media,19(3).
6- Mosbah، Hesham: "Uses and Gratification of T.V. Viewing Among Egyptian Adults"، **Un-published M.A. thesis**، the Department of Journalism American University in Cairo, 1992، P. 21.
7- Osur, L. (2016). Netflix and The Development of The Internet Television Network. Unpublished PHD Thesis, New York: Syracuse University, 2016, p.2.
8- Serven، Werner J & Tankard، James W، **"Communication theories: origins، Methods and uses in the mass media**", 3rd Edition (New York: Longman, 1992)، PP. 267-269.
9- Zhang, X., Wu, Y., & Liu, S, Exploring short-form video application addiction: Socio-technical and attachment perspectives. Telematics and Informatics, 42, (2019) 101243