

مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



رئيس مجلس الإدارة: أ.د/ سلامة داود - رئيس جامعة الأزهر.

رئيس التحرير: أ.د/ رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر وعميد كلية الإعلام.

نائب رئيس التحرير: أ.م.د/ سامح عبدالغني - وكيل كلية الإعلام للدراسات العليا والبحوث.

مساعدو رئيس التحرير:

أ.د/ محمود عبدالعاطي - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

أ.د/ فهد العسكر - أستاذ الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية (المملكة العربية السعودية)

أ.د/ عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)

أ.د/ جلال الدين الشيخ زيادة - أستاذ الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

مدير التحرير: أ.د/ عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

د/ إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د/ مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د/ أحمد عبده - مدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بالكلية.

د/ محمد كامل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير التحرير:

أ/ عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

أ/ جمال أبو جبل - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

التدقيق اللغوي:

القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

البريد الإلكتروني: mediajournal2020@azhar.edu.eg

المراسلات:

العدد التاسع والستون - الجزء الثاني - جمادى الآخر ١٤٤٥هـ - يناير ٢٠٢٤م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢ - ٢٩٢ x

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧ - ١١١٠

قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقاً للقواعد الآتية:

- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.
- ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.
- لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.
- يجب ألا يزيد عنوان البحث (الرئيسي والفرعي) عن ٢٠ كلمة.
- يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وآخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.
- يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر.. ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.
- لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها.... وتحفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.
- تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.
- ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د./ على عجوة (مصر)
أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق
بجامعة القاهرة.
٢. أ.د./ محمد معوض. (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.
٣. أ.د./ حسين أمين (مصر)
أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.
٤. أ.د./ جمال النجار (مصر)
أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.
٥. أ.د./ مي العبدالله (لبنان)
أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.
٦. أ.د./ وديع العززي (اليمن)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.
٧. أ.د./ العربي بوعمامة (الجزائر)
أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.
٨. أ.د./ سامي الشريف (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
٩. أ.د./ خالد صلاح الدين (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.
١٠. أ.د./ رزق سعد (مصر)
أستاذ العلاقات العامة - جامعة مصر الدولية.

محتويات العدد

- كثافة تعرض طلبة الجامعة لأخبار العنف والجريمة في صحافة الهاتف الذكي وعلاقتها بالتشوهات المعرفية
٥٩١ أ.م.د/ أحمد عبد الكافي عبد الفتاح
-
- منهجية ممارسة الإثنوغرافيا الافتراضية على وسائل التواصل الاجتماعي - في ضوء النظرية المُجذرة المُركزة (Grounded Theory)
٦٥٥ أ.م.د/ انتصار محمد السيد سالم
-
- خطاب مواقع الصحف المصرية الخاصة حول كفاءة الأداء الحكومي في تحسين جودة حياة المواطنين
٧٣١ أ.م.د. فوزي عبد الرحمن الزعبلأوي
-
- سيميائية صورة العدوان على غزة على صفحات المؤسسات الدينية وتفاعلية المستخدمين: الصفحة الرسمية للأزهر الشريف أنموذجاً
٨٠٥ د/ رحاب محمد محروس حسين
-
- التأثيرات السلوكية لمشاهدة الدراما عبر المنصات الرقمية على الشباب
٨٥٥ د/ منة الله حسين مأمون
-
- مصداقية برامج البودكاست كمصدر للمعلومات والأخبار لدى الجمهور المصري - دراسة تحليلية وميدانية
٩٠٣ د/ هبة محمد شفيق عبد الرازق
-
- دور الصفحات الرسمية للوزارات المصرية في تقديم أبعاد التنمية المستدامة وعلاقتها بتعزيز الانتماء لدى الشباب المصري
١٠٣١ د/ مها مصطفى بخيت

- **١١٤١** **توظيف الخدمات الرقمية في الوزارات المصرية وتأثيرها في رضا الجمهور:**
(في ضوء نموذج UTAUT ونموذج E-service Quality Modell)
د / حازم ناصر حسين
-
- **١٢١٣** **الإعلام الرقمي وتأثيره على القيم الاجتماعية بين الأجيال- دراسة**
ميدانية مقارنة بين الكبار والصغار د / شيرين جمال حسن
-
- **١٢٨٩** **واقع الصحافة العربية في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي «دراسة**
تحليلية ميدانية» راشد صلاح الدين راشد عبد الحلیم
-

م	القطاع	اسم المجلة	اسم الجهة / الجامعة	ISSN-P	ISSN-O	السنة	نقاط المجلة
1	الدراسات الإعلامية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	جامعة الأهرام الكندية، كلية الإعلام	2536- 9393	2735- 4008	2023	7
2	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356- 914X	2682- 4663	2023	7
3	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة جنوب الوادي، كلية الإعلام	2536- 9237	2735- 4326	2023	7
4	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356- 9158	2682- 4620	2023	7
5	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356- 9131	2682- 4671	2023	7
6	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	1110- 5836	2682- 4647	2023	7
7	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام	1110- 5844	2682- 4655	2023	7
8	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	1110- 9297	2682- 292X	2023	7
9	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق	2357- 0407	2735- 4016	2023	7
10	الدراسات الإعلامية	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة القاهرة، جمعية كليات الإعلام العربية	2356- 9891	2682- 4639	2023	7
11	الدراسات الإعلامية	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	Egyptian Public Relations Association	2314- 8721	2314- 873X	2023	7
12	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري	جامعة بني سويف، كلية الإعلام	2735- 3796	2735- 377X	2023	7
13	الدراسات الإعلامية	المجلة الدولية لبحوث الإعلام والاتصالات	جمعية تكنولوجيا البحث العلمي والفنون	2812- 4812	2812- 4820	2023	7

التأثيرات السلوكية لمشاهدة الدراما عبر المنصات الرقمية على الشباب

- **Behavioural Effects of Watching Drama
via Digital Platforms on Egyptian Youth**

د / منة الله حسين مأمون ●

مدرس بقسم الإذاعة والتلفزيون- كلية الإعلام- جامعة القاهرة

Email: mennamaamoun5@gmail.com

ملخص الدراسة

أدى توافر الإنتاج الدرامي وحرية مشاهدة المحتوى المقدم دون قيود- مع زيادة عدد مشاهدي المنصات الرقمية- إلى اختلاف وجهات النظر حول مدى ملاءمة الدراما المقدمة لعادات وتقاليد المجتمع المصري، فضلاً عن القلق المتزايد بشأن تبني سلوكيات قد لا تتناسب مع المجتمع؛ لذا تبحث هذه الدراسة في الآثار السلوكية الناتجة عن مشاهدة الدراما العربية والأجنبية المعروضة عبر المنصات الرقمية على الشباب، وبالاعتماد على النظرية المعرفية الاجتماعية *social cognitive theory* واستخدام منهج المسح لعينة من 369 مفردة من الشباب المشاهدين للدراما عبر المنصات الرقمية؛ توصلت الدراسة إلى وجود علاقة بين كثافة مشاهدة الدراما وتبني الشباب للسلوكيات المعروضة بها، وكشفت الدراسة عن ظهور العلاقات العائلية غير المستقرة، والخيانة الزوجية، ومساعدة الآباء والأصدقاء كأكثر السلوكيات مشاهدة في الدراما بين الباحثين، كما اختبرت الدراسة أيضاً تأثير بعض المتغيرات، مثل الكفاءة الذاتية وشدة الانتباه وطريقة عرض السلوكيات، على تبني الشباب المصري للسلوكيات المعروضة.

الكلمات المفتاحية: التأثيرات السلوكية، المنصات الرقمية، النظرية المعرفية الاجتماعية، تأثيرات الدراما، الشباب المصري.

Abstract

The availability of dramatic production and the freedom to watch content provided without limitations while increasing the number of viewers of digital platforms has led to differing views on the appropriateness of drama provided to the customs and traditions of Egyptian society, as well as the growing concern about adopting behaviours that may not fit into the society. Future research needs to discover the rapid effects that could happen to youth because of watching drama on digital platforms. This study examines the behavioural effects of Arab and foreign drama presented through digital platforms on Egyptian youth. By applying a questionnaire to 369 young viewers of that drama, the study found a correlation between the intensity of drama viewing and the youth's adoption of the behaviours displayed. It also showed a high acceptance rate for some phrases, such as being more receptive to other cultures. And the study revealed the emergence of unstable family relationships, infidelity, and helping parents and friends as the most watched behaviours in drama among the respondents. This study also tested the impact of some variables, such as self-efficacy, the intensity of attention, and the way that behaviours are presented, on Egyptian youth's adoption of behaviours.

Key Words: Behavioral effects, digital platforms, Social cognitive theory, Drama effects, Egyptian youth.

تعد الدراما قوة ثقافية لا يستهان بها، قادرة على التأثير في الجمهور، تجسيد مشكلات المجتمع السياسية والاقتصادية والاجتماعية ومحاولة معالجتها وخلق صورة عن المجتمع الذي تجسده لدى الشعوب الأخرى، كما تستطيع تنمية الوعي إذا تناسبت مع قيم المجتمع وتم إنتاجها بالشكل الذي يخدم أهداف المجتمع، كما يمكن أن تسهم في نشر السلوكيات الخاطئة إذا قدمت نماذج أو روجت لقيم وأفكار تتنافى مع عادات وتقاليد المجتمع المعروضة به.

وازداد المحتوى الدرامي المقدم مع زيادة انتشار المنصات الرقمية وإتاحة خدماتها عبر الإنترنت مع إمكانية الاشتراك بها بمقابل مادي زهيد، إلى جانب زيادة عدد مواقع الإنترنت التي تعرض الدراما المقدمة بتلك المنصات بدون مقابل، وهو ما أدى إلى جذب عدد كبير من المشاهدين؛ فأصبحت المنصات الرقمية منافساً فعالاً للقنوات الفضائية التقليدية.

ومع تنوع المنصات الرقمية ووجود منصات عربية وأجنبية تهتم بعرض وإنتاج محتوى درامي يتناسب مع أهدافها، وجذب المشاهدين من الفئات المختلفة، وإتاحة المحتوى المعروض دون وجود فواصل إعلانية، فضلاً عن عدم وجود رقابة بها، وجرأة وحدثة الأفكار المقدمة ببعض الأعمال الدرامية وعرض بعضها لعادات وتقاليد تتنافى مع القيم الاجتماعية والدينية قد تتسبب في التأثير على الجمهور المتابع لتلك الأعمال، تبدو الحاجة إلى معرفة التأثيرات التي يمكن أن تُحدثها متابعة الدراما المقدمة بالمنصات الرقمية على متابعيها.

مشكلة الدراسة:

تتحدد مشكلة الدراسة في دراسة التأثيرات التي يمكن أن تنتج عن مشاهدة الدراما

العربية والأجنبية المعروضة عبر المنصات الرقمية سواء التي تم إنتاجها أو شرائها للعرض بتلك المنصات على تبني الشباب للسلوكيات المعروضة بها، كما تسعى الدراسة إلى معرفة اتجاههم نحوها، وذلك من خلال تطبيق دراسة ميدانية على الشباب البالغ 18 عاماً وحتى 35 عاماً المتابع للمنصات الرقمية.

أهمية الدراسة:

تستمد الدراسة أهميتها من النقاط التالية:

1. انتشار المنصات الرقمية وتقديمها محتوىً درامياً دون رقابة؛ مما يزيد من إمكانية الترويج لأفكار غير مناسبة ونشر عادات وسلوكيات قد تتعارض مع طبيعة المجتمع المصري.
2. تزويد المجال البحثي بدراسة مطبقة على التأثيرات السلوكية التي يمكن أن تحدث نتيجة مشاهدة المنصات الرقمية.
3. الوصول لنتائج قد تستفيد منها الجهات الإعلامية الحكومية والمؤسسات المجتمعية لمواجهة المخاطر التي يمكن أن تنتج عن مشاهدة المحتوى المقدم عبر المنصات الرقمية على الشباب.

أهداف الدراسة:

1. التعرف على مدى متابعة الشباب عينة الدراسة للدراما المقدم عبر المنصات الرقمية، ونوعية المضمون الأكثر جذباً لهم.
2. التعرف على اتجاه الشباب عينة الدراسة نحو السلوكيات المعروضة بالدراما عبر المنصات الرقمية، ومدى تبنيهم لها.
3. رصد تأثير المتغيرات الديموغرافية والسمات الشخصية والنفسية على تبني الشباب للسلوكيات المعروضة بالدراما عبر المنصات الرقمية.

الإطار النظري للدراسة: نظرية المعرفة الاجتماعية social cognitive theory:

تم وضع نظرية المعرفة الاجتماعية في أواخر الثمانينات حين أعاد باندورا تسمية نظريته من التعلم الاجتماعي إلى «المعرفة» الاجتماعية في عام 1986، وقام بالتأكيد على دور الإدراك في قدرة الناس على بناء الواقع، والتنظيم الذاتي، وترميز المعلومات، والعمل في المجتمع، حيث يُنظر إلى الناس وفقاً لنظرية المعرفة الاجتماعية على أنهم

منظمون ذاتياً، واستباقيون، يقيمون أنفسهم self-reflecting، ويفرضون القيود عليها self-regulating بدلاً من مجرد كائنات تفاعلية تتشكل بواسطة قوى بيئية أو يقودها دوافع داخلية. فتقترح النظرية المعرفية الاجتماعية أن الأداء البشري هو نتاج الحتمية المتبادلة، أو التفاعل الديناميكي لـ (أ) العوامل الشخصية (مثل الإدراك والتأثير)؛ (ب) السلوك؛ (ج) التأثيرات البيئية التي تتفاعل للتأثير على السلوك البشري (باندورا، 1999)⁽¹⁾.

فنظرية المعرفة الاجتماعية هي نظرية نفسية تؤكد على التعلم من البيئة الاجتماعية، وتفترض وجود تفاعلات متبادلة بين العوامل الشخصية والسلوكية والاجتماعية/ البيئية، فيستخدم الأشخاص مختلف العمليات غير المباشرة والرمزية والتنظيمية أثناء سعيهم لتنمية الشعور بالقوة في حياتهم. وتمثل الأهداف والفعالية الذاتية Self-efficacy والتقييمات الذاتية لقدرة الفرد على التقدم وتوقعات النتائج والقيم والمقارنات الاجتماعية العمليات التحفيزية الأساسية للأفراد، حيث يحدد الناس الأهداف ويقيمون تقدمهم في الأهداف، ويساعد إدراك الفرد مدى التقدم في الحفاظ على الفعالية الذاتية والحافز، كما توفر المقارنات الاجتماعية مع الآخرين مزيداً من المعلومات حول تعلمهم وتحقيقهم للأهداف، إلى جانب الفعالية الذاتية التي تُعتبر ذات تأثير حاسم بشكل خاص على الدافع، وتؤثر على خيارات المهام والجهد والمثابرة والإنجاز⁽²⁾.

ووفقاً لباندورا، يمكن أن تكون الأهداف بعيدة، لتكون بمثابة دليل عام، أو محددة وقريبة، لإثراء الأفعال الحالية. ومع ذلك، أشار أيضاً إلى أن وجود هدف سلوكي أو نية سلوكية ليس شرطاً كافياً لأداء السلوك؛ حيث يتطلب تحقيق الأهداف مهارات تنظيمية ذاتية ملموسة مثل الرقابة الذاتية، وتحديد الأهداف المحددة، والمكافأة الذاتية. وبالتالي، فقد اعتُبرت الأهداف/ النوايا السلوكية ومهارات التنظيم الذاتي أساس بناء الهدف. كما تتوسط العوامل الاجتماعية الهيكلية البناء النهائي للهدف، وتشمل العوامل الاجتماعية- الهيكلية مختلف التسهيلات والعقبات أمام السلوك، ويُفترض أنها تؤثر على السلوك بشكل غير مباشر من خلال التأثير على تحديد الأهداف، كما يفترض أيضاً أن هذه

العوامل تتوسط في تأثير الكفاءة الذاتية على السلوك. على سبيل المثال، يجب على الأشخاص ذوي الكفاءة الذاتية العالية أن يكونوا أكثر تركيزاً على الإشارات الإيجابية في بيئتهم، وبناء علاقات اجتماعية مع الأشخاص ذوي التفكير المماثل الذين سيدعمون أهدافهم⁽³⁾. تتعلق الكفاءة الذاتية بالتحكم في العمل الشخصي، هذا الإدراك يمكن أن يعكس للفرد الشعور بالسيطرة على بيئته. ويعكس الاعتقاد بالقدرة على التصرف بالمشكلات الصعبة من خلال السلوك المتبني، فالكفاءة الذاتية تحدث فرقاً في شعور الناس وتفكيرهم وتصرفاتهم (باندورا 1977، 1997). كما يرتبط الإحساس المنخفض بالكفاءة الذاتية بالاكتئاب والقلق والشعور بالعجز، وتبين الارتباط بين الإحساس القوي بالفعالية الشخصية واندماج الفرد بالمجتمع بشكل أفضل. فمن حيث التأثير على طرق التفكير، فإن الشعور القوي بالكفاءة ييسر العمليات المعرفية والأداء في مجموعة متنوعة من السياقات، بما في ذلك نوعية صنع القرار وتحديد الأهداف والتحصيل الأكاديمي (Maddux 1995؛ باندورا 1997، 2001، 2002؛ Bandura et al). أما البناء الرئيس الآخر في نظرية المعرفية الاجتماعية، هو النتائج المتوقعة حول سلوك الفرد، وتم التمييز بين السلوكيات الجسدية والاجتماعية والتقييم الذاتي. فقد يثير سلوك المرء تغييرات جسدية أو ردود فعل تجاه الآخرين أو مشاعر تجاه نفسه. والتي تؤثر- إلى جانب الكفاءة الذاتية- على تحديد الأهداف والسعي نحو تحقيقها. وطُبقت نظرية المعرفية الاجتماعية على مجالات متنوعة مثل التحصيل المدرسي والاضطرابات العاطفية والصحة العقلية والجسدية، والاختيار الوظيفي، والتغيير الاجتماعي، والسياسي. وأصبحت النظرية مصدراً أساسياً في علم النفس التعليمي، والاجتماعي، والتموي، والصحي، والشخصي⁽⁴⁾.

الدراسات المرتبطة بموضوع الدراسة:

اهتمت العديد من الدراسات بتناول التأثيرات المختلفة لمشاهدة الدراما على الجمهور سواء عبر القنوات التلفزيونية المختلفة أو المنصات الرقمية، وسيتم التركيز على الدراسات المعنية بتناول الدراما المقدمة عبر المنصات الرقمية. ونظراً لتداخل الدراسات التي تناولت المنصات الرقمية مع التأثيرات المختلفة الناتجة عنها على المجتمع

والجمهور، فإنه من الصعوبة تقسيم الدراسات إلى محاور منفصلة، ولذلك سيتم عرض الدراسات من خلال النقاط الآتية (معدل المشاهدة- المنصات الأكثر متابعة- دوافع المشاهدة- المحتوى المفضل- القيم التي يتم التركيز عليها- أثر المتغيرات الديموجرافية- أثر مشاهدة الدراما على الجمهور).

- فمن حيث معدل المشاهدة: توصلت دراسة (دعاء أحمد البنا، 2021) ⁽⁵⁾ إلى ارتفاع كثافة استخدام الشباب المصري عينة الدراسة للمنصات الإعلامية الرقمية؛ حيث بلغت نسبة من يستخدمونها بشكل دائم 53%، وبلغت نسبة من يستخدمونها أحياناً 29.5% ومن لا يستخدمونها 17.5%، وجاء في دراسة (Ryan. G. Stoldt ⁽⁶⁾ 2013) أن 62.5% من عينة الدراسة انطبق عليهم مفهوم المشاهدة الشهرية للمنصات من مشاهدة حلقتين أو أكثر، وهو ما يتفق مع دراسة (داليا عثمان، شروق محمد، جهاد مصطفى، 2022) ⁽⁷⁾ التي أظهرت معدل تعرض عالٍ يبدأ من 2 إلى 7 ساعات في 82.7% من الطلاب عينة الدراسة خلال أيام الامتحانات، بينما ظهرت معدلات المشاهدة المتوسطة في دراسة (محمد بن فهد الجبير، 2022) ⁽⁸⁾ التي توصلت إلى أن 36% من العينة يشاهدون الأفلام السينمائية عبر المنصات الرقمية من ساعة وحتى ثلاث ساعات أسبوعياً، بينما ظهرت معدلات المشاهدة المنخفضة بدراسة (نهلة حلمي محمد عبد الكريم، 2022) ⁽⁹⁾ حيث أوضحت أن نسبة 40% من العينة تتابع بمستوى منخفض، يليه نسبة 39.3% تتابع بمستوى متوسط، ثم 20.8% من العينة تتابع بمستوى مرتفع.

- وجاءت Netflix في الترتيب الأول للمنصات الرقمية التي يفضلها الجمهور بدراسة (Abeer M. Refky M. Seddeek & Dalia Othman 2021) ⁽¹⁰⁾ حيث وصلت إلى أعلى معدل مشاهدة بين المراهقين بنسبة 48.1%، وهو ما يتفق مع دراسة كل من (محمد بن فهد الجبير، 2022) ⁽¹¹⁾ التي جاء بها أن المنصات الأكثر متابعة هي Netflix، ثم يوتيوب، ثم شاهد نت و(ريهام سامي، 2020) ⁽¹²⁾ التي أوضحت أن منصة Netflix من أكثر المنصات مشاهدة بين الشباب لما تتضمنه من مضمات شيقة ومتنوعة، ويختلف مع دراسة (نهلة حلمي عبد الكريم، 2022) ⁽¹³⁾، حيث

جاءت في المقدمة منصة watch it، يليها منصة Wavo في الترتيب الثاني ثم في الترتيب الثالث منصة Netflix.

- أما عن دوافع مشاهدة المنصات الرقمية، كشفت دراسة (Ryan. G. Stoldt 2013) ⁽¹⁴⁾ أن الحصول على المتعة والهروب من الواقع والتعلق بالشخصيات وأسلوب السرد ومناقشة الحلقات مع الأصدقاء من أهم دوافع المشاهدة لدى عينة الدراسة، أما دراسة (عمرو محمد محمود عبد الحميد، 2019) ⁽¹⁵⁾ فأظهرت أن التفاعل الاجتماعي والهروب من الواقع وسهولة الوصول إلى المحتوى الدرامي، وقلة الإعلانات تحفز المستخدمين على قضاء المزيد من الوقت في مشاهدة الدراما عبر المنصات الرقمية، وأوضحت دراسة (دعاء أحمد البنا، 2021) ⁽¹⁶⁾ أن بثها محتوى متكامل وحصري من الأفلام والمسلسلات والبرامج، وتعدد اللغات التي تبث بها المضمون، ومصاحبتها بالترجمة والدبلجة، وجودة الخدمة المقدمة في هذه المنصات، والتحكم في مستوى المضمون الترفيهي، وعدم وجود إعلانات أو فواصل، بالإضافة إلى أن تكلفتها مناسبة للخدمات التي تقدمها والحرية الكاملة في اختيار المضمون وتنوع أشكالها وجنسياتها من أهم أسباب مشاهدة المنصات الرقمية، إلا أن دراسة (Brenna C. Davis 2016) ⁽¹⁷⁾ فقد أشارت إلى ارتباط دوافع المشاهدة وخاصة لفترات طويلة من الوقت بالوحدة أو بظهور احتياجات الانتماء.

- وظهر المحتوى الدرامي المفضل للجمهور في دراسة (محمد بن فهد الجبير، 2022) ⁽¹⁸⁾، حيث جاءت الأفلام المفضلة للجمهور على الترتيب الأمريكية، ثم الأوروبية، ثم العربية، كما كانت أكثر الموضوعات متابعه من قبل الجمهور هي الإثارة ثم الكوميدي ثم الغموض.

- وتوصلت دراسة (علا عبد القوي عامر، 2022) ⁽¹⁹⁾ إلى ارتفاع نسبة القيم السلبية في المحتوى الدرامي المقدم عبر المنصات الرقمية؛ حيث بلغت 88.6% مقابل القيم الإيجابية والتي بلغت 40%، وتمثلت أبرز القيم السلبية في (الخيانة الزوجية، الشذوذ الجنسي)، كما قدمت الأفلام العربية القيم السلبية في إطار مقبول اجتماعياً؛ حيث لم تقدم الآثار السلبية على الفرد والمجتمع حال تبنيها لتلك القيم، بل تم ربطها بعوامل

النجاح فى العمل والحياة الشخصية، ولم تظهر الأفلام أي شكل من أشكال العقاب الجماعي على كل من يتبنى القيم المجتمعية السلبية، وجاءت أكثرها في (إدمان الكحول- الفهلوة- الخيانة الزوجية- المثلية الجنسية)، كما ركزت على طرح الموضوعات الجنسية بطرق غير شرعية من خلال إباحة العلاقات غير المشروعة، أو من خلال العلاقات المحرمة دينياً. واعتمدت الأفلام العربية على استخدام أسلوب (الأفعال) للتعبير عن القيم المجتمعية والذي جاء بنسبة 40% مقابل (الأقوال) 31.4% وارتفعت نسبة الألفاظ الجنسية والألفاظ البذيئة حيث جاءت بنسبة 100% للألفاظ الجنسية.

- واختلفت الدراسات السابقة حول تأثير المتغيرات الديموجرافية حيث توصلت دراسة (محمد بن فهد الجبير، 2022) (20) إلى عدم وجود فروق في دوافع وإشباعات المشاهدة وفقاً لمتغير النوع أو المستوى التعليمي والدخل، وعدم وجود فروق في دوافع المشاهدة وفقاً لمتغير العمر مع وجود فروق نحو الإشباعات باختلاف متغير العمر لصالح الفئة العمرية أقل من 20 سنة وكذلك من 20 وحتى 29 سنة، وهو ما يتفق مع دراسة (عمرو محمد محمود عبد الحميد، 2019) (21) التي أظهرت عدم وجود فروق في دوافع المشاهدة المفرطة للمحتوى الدرامي على المنصات الرقمية بين الباحثين وفقاً للمتغيرات الديموجرافية، بينما توصلت دراسة (Azza Abdel- (22) (Azza Abdel- (2017) Azim Mohamed إلى تأثير المتغيرات الديموجرافية بشكل جزئي؛ حيث وجدت علاقة دالة إحصائياً بين العمر وكثافة المشاهدة.

- واتفقت الدراسات السابقة على تأثير مشاهدة الدراما المقدمة عبر المنصات الرقمية على الجمهور وظهرت الآثار السلبية للمشاهدة من الناحية النفسية والفسولوجية على الجمهور في دراسة كل من (Arvin Subramanian & A. Seetharaman, (2020) K. Maddulety (23) التي توصلت إلى أن إدمان المشاهدة الشرهة يمكن أن يتسبب في العديد من المشكلات الصحية مثل الاكتئاب والقلق والأرق، ودراسة (Jasmine M. Labine 2016) (24) التي أشارت أن المشاعر المثلية أصبحت أكثر شيوعاً بين طلاب الجامعات عينة الدراسة مما كان متوقعاً. إلى جانب دراسة (عمرو

محمد محمود عبد الحميد، (2019) (25) التي أكدت على النتائج السلبية للمشاهدة المفرطة مثل الشعور بالندم والقلق والإحباط واعراض الإدمان السلوكي. كما كشفت دراسة (داليا عثمان، شروق محمد، جهاد مصطفى، 2022) (26) أن طلاب المراهقين المصريين (المشاركون في العينة) يدركون عواقب الإفراط في المشاهدة على صحتهم النفسية، حيث اتفق 61% منهم على أن المشاهدة بنهم تسبب لهم اضطرابات في النوم، وبالتالي تؤدي اضطرابات النوم إلى العديد من المشاكل الصحية العقلية والفسولوجية الأخرى مع أعراض مثل العزلة، والشعور بقلّة النشاط البدني واكتساب الوزن؛ حيث بلغ شعور المراهقين بالعزلة ما يصل إلى 54%، ما لاحظ 51% من المراهقين المشاركين في العينة زيادة كبيرة في أوزانهم إلى جانب كثرة المشاهدة؛ لأنهم يشاهدون في الغالب محاكاة لعادات الأكل بكميات كبيرة، وبالتالي بمرور الوقت تنتهي هذه العادات بالسمنة التي يمكن أن تنتج في اكتئاب كبير. كما أشارت الدراسات إلى وجود تأثيرات سلبية تتعلق بطرق التفكير والمواقف المختلفة مثلما جاء بدراسة (Abeer M. Refky.&Dalia Othman) (2021) (27) التي أوضحت أن المراهقين يتأثرون بالمحتوى الذي تقدمه Netflix، حيث إن له تأثيراً كبيراً ليس فقط على طريقة تفكيرهم، ولكن أيضاً على مواقفهم وتجاربهم الاجتماعية وعاداتهم وتجاربهم الثقافية، ودراسة (Brad Limov 2020) (28) التي أشارت إلى أن أفراد العينة الذين يشاهدون محتوى أجنبي أصبح لديهم مواقف إيجابية تجاه الدول الأجنبية، إلى جانب تأثيراتها السلبية على مشاهدة التلفزيون والسينما التي أوضحتها دراسة (حسن على قاسم، 2021) (29) في الزخم الكبير في الإنتاج الدرامي الذي يؤثر على صعوبة متابعة جميع الأعمال المقدمة، مع احتكار فئة من الجمهور للمشاهدة وهم القادرون على دفع الاشتراكات، والأهم هو صعوبة السيطرة على المحتوى المقدم عبر المنصات الرقمية خاصة مع ظهور المنصات العالمية وتوسيع أهدافها المعلنة وغير المعلنة، ولذلك اقترحت دراسة (Arvin Subramanian & A. Seetharaman, K. Maddulety 2020) (30) أن تبتكر المنصات الرقمية بعض الوسائل مثل "إشعارات التذكير" لمنع المستخدمين من الإسراف في مشاهدة المحتوى

وخاصة عندما يكون المحتوى غير مناسب، وعلى الرغم من ذلك أشارت الدراسة إلى وجود تأثيرات إيجابية للمحتوى الدرامي المقدم عبر المنصات تتمثل في إنتاج ساعات درامية كثيرة طوال العام مع ظهور إيجابية المشاهدة حسب الطلب، وحرية اختيار المضمون المحبب لكل فئة من فئات الجمهور، بالإضافة إلى الهروب من كثافة الإعلانات التلفزيونية، إلى جانب دراسة كل من (نهله حلمى محمد عبد الكريم، 2022) ⁽³¹⁾ التي أوضحت أن المضمون الدرامي بالمنصات الرقمية يساعد على التقارب المجتمعي، وتمتع المحتوى المنشور بالمنصات الرقمية بالحرية وعدم خضوع للرقابة يسهم في نقل الأفكار المتعلقة بقضية معينة من كافة جوانبها بكل حرية، ودراسة (دعاء أحمد البنا، 2021) ⁽³²⁾ التي أظهرت أهم الآثار الإيجابية في الاطلاع على الثقافات الأخرى، وتبني ثقافة الاختلاف وقبول الآخر، واعتبار المنصات الرقمية مستحدثاً جديداً على المجتمع المصري يعمل على تقدمه، كما عرضت دراسة (Brenna C. Davis 2016) ⁽³³⁾ أنها من الممكن أن تكون بمثابة بدائل اجتماعية في توفير الشعور بالانتماء من خلال مشاركة المشاهدة مع الآخرين.

– أما عن تأثير المحتوى الدرامي على السلوكيات فظهر بدراسة (Sarah Krongard Tsayvogel 2020 and Mina) ⁽³⁴⁾ أن التبرير الأخلاقي للعنف جاء بصورة نادرة ونتج عن ذلك أن المشاهدين الأكثر تعرضاً للمحتوى المقدم بالمنصات لديهم نظرة أكثر سلبية إلى الآخرين، وأوضحت دراسة (Fransisca Fortunata & Lusia Savitri 2021) ⁽³⁵⁾ أن إدمان المشاهدة مع الانتباه والتكرار والتحفيز تؤدي إلى سلوك تقليد ما يتم مشاهدته، بينما أشارت دراسة (D. Lawrence Kincaid 2002) ⁽³⁶⁾ إلى أنه كي ينجح المحتوى في التأثير على السلوك يجب أن تبدو الشخصيات وعلاقاتهم وقصتهم بشكل منطقي للجمهور، تشبه المشاكل والأحداث التي تحدث في حياتهم الخاصة.

التعليق على الدراسات السابقة:

من حيث مجالات اهتمام الدراسات السابقة: ركزت العديد من الدراسات السابقة على دوافع المشاهدة الشهرة، كما اتضح الاهتمام بالقيم التي يتم نشرها بالمحتوى الدرامي

المقدم عبر المنصات وتأثيرها على إدراك الواقع الاجتماعي، واهتمت دراسات أخرى بتأثير المنصات الرقمية على صناعة الدراما، كما ركزت الدراسات الأجنبية بشكل خاص على التأثيرات النفسية لمتابعة الدراما عبر المنصات الرقمية.

من حيث الإطار النظري الذي عرضت من خلاله الدراسات: فقد تنوع الإطار النظري المستخدم في الدراسات مثل الاعتماد على نظريات (التعلم الاجتماعي، الاستخدامات والإشباع، نشر المستحدثات، الغرس الثقافي، ونظرية توقع VROOM)، كما اعتمدت العديد من الدراسات على أكثر من نظرية مثل الاعتماد على نظرية الغرس الثقافي والتعلم الاجتماعي، ونظرية الغرس الثقافي والاستخدامات والإشباع إلى جانب الاعتماد على نظرية التعلم الاجتماعي وتأثير الشخص الثالث.

من حيث الجمهور الذي أُجريت عليه الدراسات السابقة: اعتمدت معظم الدراسات على جمهور عام من متابعي الدراما المقدمة عبر المنصات الرقمية، كما اعتمدت دراسات أخرى على جمهور من الشباب والمراهقين وخاصة الدراسات التي اهتمت بقياس التأثيرات النفسية والاجتماعية للدراما المقدمة.

من حيث المنهج العلمي المستخدم: استخدمت الدراسات منهج المسح، واعتمدت معظمها على مسح الجمهور عن طريق أداة الاستبانة لقياس الدوافع والتأثيرات الناتجة عن المشاهدة، كما استخدمت بعض الدراسات أكثر من أداة مثل الاعتماد على الاستبانة إلى جانب مجموعات النقاش المركزة أو الاستبانة والمقابلات المتعمقة.

الاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة:

تركز الدراسة الحالية على تأثيرات مشاهدة الدراما عبر المنصات الرقمية على تبني الشباب للسلوكيات المعروضة، وأهم العوامل المؤثرة على تبنيهم لتلك السلوكيات، بينما ركزت أغلب الدراسات السابقة على دوافع المشاهدة الشهرة والاستخدامات والإشباع المتحققة منها، والتأثيرات النفسية والقيم الاجتماعية المعروضة بالدراما المقدمة عبر المنصات الرقمية؛ مما يوضح الحاجة إلى وجود دراسة توضح مدى تبني الشباب للسلوكيات المعروضة والآثار التي يمكن أن تترتب على تبني بعض السلوكيات.

تساؤلات الدراسة:

1. ما المنصات الرقمية التي يحرص المبحوثون على متابعتها؟

2. ما مدى مشاهدة الباحثين للدراما عبر المنصات الرقمية؟
3. ما نوعية المضامين الدرامية التي يفضلها الباحثون عبر المنصات الرقمية؟
4. ما اتجاه الباحثين نحو الدراما المقدمة عبر المنصات الرقمية؟
5. ما السلوكيات الأكثر عرضاً بالدراما المقدمة عبر المنصات الرقمية من وجهة نظر الباحثين؟
6. ما مدى تبني الباحثين للسلوكيات المعروضة بالدراما عبر المنصات الرقمية؟
7. ما العوامل المؤثرة على تبني الباحثين للسلوكيات المعروضة بالدراما عبر المنصات الرقمية؟

فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة مشاهدة الدراما عبر المنصات الرقمية وتبني الشباب للسلوكيات المعروضة بها.

الفرض الثاني: تتأثر العلاقة الارتباطية بين كثافة مشاهدة الدراما عبر المنصات الرقمية وتبني الشباب للسلوكيات المعروضة بها بالمتغيرات التالية: (شدة الانتباه والكفاءة الذاتية وتقييم أسلوب عرض السلوكيات ومدى الارتباط بمشاهدة الدراما).

الفرض الثالث: تؤثر المتغيرات الديموجرافية (النوع والتعليم والمستوى الاجتماعي الاقتصادي) على تبني الشباب للسلوكيات المعروضة بالدراما عبر المنصات الرقمية.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين اتجاه الشباب نحو الدراما عبر المنصات الرقمية وتبني السلوكيات المعروضة بها.

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين دوافع مشاهدة الدراما عبر المنصات الرقمية وتبني الشباب للسلوكيات المعروضة بها.

الفرض السادس: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين السن وتبني الشباب للسلوكيات المعروضة بالدراما عبر المنصات الرقمية.

متغيرات الدراسة:

تعتمد الدراسة على مجموعة من المتغيرات للإجابة عن تساؤلات الدراسة وفروضها، للوصول إلى التأثيرات السلوكية لمشاهدة الدراما عبر المنصات الرقمية على الشباب، كما يوضح الجدول (1):

المتغير التابع	المتغيرات الوسيطة	المتغير المستقل
تبني الشباب للسلوكيات المعروضة بها	-	الفرض الأول: كثافة مشاهدة الدراما عبر المنصات الرقمية
تبني الشباب للسلوكيات المعروضة بها	شدة الانتباه الكفاءة الذاتية تقييم أسلوب عرض السلوكيات مدى الارتباط بمشاهدة الدراما	الفرض الثاني: كثافة مشاهدة الدراما عبر المنصات الرقمية
تبني الشباب للسلوكيات المعروضة بالدراما عبر المنصات الرقمية	-	الفرض الثالث: المتغيرات الديموجرافية (النوع والتعليم والمستوى الاجتماعي الاقتصادي)
تبني السلوكيات المعروضة بها	-	الفرض الرابع: بين اتجاه الشباب نحو الدراما عبر المنصات الرقمية
تبني الشباب للسلوكيات المعروضة بها .	-	الفرض الخامس: دوافع مشاهدة الدراما عبر المنصات الرقمية
تبني الشباب للسلوكيات المعروضة بالدراما عبر المنصات الرقمية .	-	الفرض السادس: السن

الإجراءات المنهجية للدراسة:

نوع الدراسة ومنهجها:

(أ) نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية (Descriptive Research)، وهي تلك التي تتضمن دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة، أو موقف، أو مجموعة من الناس، أو مجموعة من الأحداث، أو مجموعة من الأوضاع⁽³⁷⁾؛ وذلك للوصول إلى أسبابها والعوامل التي تتحكم فيها واستخلاص النتائج والتعميمات؛ من أجل تجميع البيانات وتنظيمها وتحليلها⁽³⁸⁾، حيث تسعى الدراسة إلى رصد التأثيرات السلوكية لمشاهدة الدراما عبر المنصات الرقمية على الشباب المتابع لها.

(ب) منهج الدراسة:

تعتمد الدراسة على المنهج المسحي (survey method)، وذلك من خلال مسح عينة من الشباب المصري من (18 - 35) عاماً من مشاهدي الدراما المقدمة عبر

المنصات الرقمية؛ للتعرف على مدى مشاهدتهم للمحتوى الدرامي المقدم بها وتبنيهم للسلوكيات المعروضة، ودوافع مشاهدتهم واتجاههم نحو الدراما المقدمة.

(ج) مجتمع الدراسة: يتضمن مجتمع الدراسة الميدانية الشباب المصري من مشاهدي الدراما المقدمة عبر المنصات الرقمية المختلفة في محافظتي القاهرة والجيزة.

(د) عينة الدراسة: اعتمدت الدراسة الميدانية على عينة عمدية قوامها (369) (*) مفردة من الشباب المصري من 18 عاماً وحتى 35 عاماً من مشاهدي الدراما المقدمة عبر المنصات الرقمية؛ لكونها تلبى متطلبات الدراسة وتساعد على تحقيق أهدافها من خلال قياس مدى تأثير مشاهدة الدراما على تبني السلوكيات المقدمة بها، وتم إجراء المسح الإلكتروني باستخدام (Google forms) للحصول على الإجابات من مفردات العينة.

جدول (2)

توصيف عينة الدراسة الميدانية

خصائص العينة	ك	%
النوع	ذكور	84
	إناث	285
مستوى التعليم	مؤهل متوسط	15
	مؤهل جامعي	333
	دراسات عليا (ماجستير/ دكتوراه/ دبلومة)	21
نوع التعليم	حكومي	310
	خاص	54
	دولي	5
المستوى الاقتصادي والاجتماعي	منخفض	74
	متوسط	240
	مرتفع	55
السن	المتوسط الحسابي=21.28، الانحراف المعياري=3.640 الحد الأدنى=18، الحد الأقصى=35	

الحدود الزمنية لإجراء الدراسة الميدانية: تم تطبيق الدراسة الميدانية من نهاية شهر

(*) تم تطبيق الاستبانة على 400 مبحوث، واستبعاد 31 استمارة نظراً لعدم صلاحيتها.

فبراير 2023 وحتى نهاية شهر مارس 2023، وبذلك استغرقت مدة تصل إلى حوالي شهر؛ للوصول إلى عينة ممثلة من الجمهور المشاهد للمحتوى الدرامي بالمنصات الرقمية.

أداة جمع بيانات الدراسة: اعتمدت الدراسة على صحيفة استبانة إلكترونية؛ لسرعة وصولها إلى الجمهور، ومناسبتها للتعامل مع الشباب الذي يستخدم الإنترنت في متابعة الدراما عبر المنصات الرقمية.

مقاييس الدراسة:

جدول (3)

المتغير	أسئلة القياس	توزيع الدرجات
كثافة التعرض للدراما المقدمة عبر المنصات الرقمية	س2+س3	(9-2) منخفض (4-2) متوسط (6-5) مرتفع (9-7)
دوافع التعرض للدراما المقدمة عبر المنصات الرقمية	س7	(21-7) منخفض (11-7) متوسط (16-12) مرتفع (21-17)
درجة الانتباه للدراما المقدمة عبر المنصات الرقمية	س8	(24-8) منخفض (13-8) متوسط (18-14) مرتفع (24-19)
تبني السلوكيات الواردة في الدراما المقدمة عبر المنصات الرقمية	س9	(40-8) منخفض (18-8) متوسط (29-19) مرتفع (40-30)
تقييم أسلوب عرض السلوكيات	س12	(15-5) منخفض (8-5) متوسط (11-9) مرتفع (15-12)

توزيع الدرجات	أسئلة القياس	المتغير
(50-10) منخفض (23-10) متوسط (36-24) مرتفع (50-37)	س13	الاتجاه نحو الدراما المقدمة عبر المنصات الرقمية
(30-6) منخفض (12-6) متوسط (22-13) مرتفع (30-23)	س14	مدى الارتباط بمشاهدة الدراما المقدمة عبر المنصات الرقمية
(68-14) منخفض (31-14) متوسط (50-32) مرتفع (68-51)	س15+س16	الكفاءة الذاتية* ⁽³⁹⁾

اختبار الصدق والثبات:

1. اختبار الصدق: تم عرض استمارة الاستبانة على مجموعة من المحكمين من أساتذة الإعلام وعلم النفس وعلم الاجتماع^(*) لاختبار صلاحية الاستمارة وقدرتها على قياس المتغيرات، وتم الإفادة من الملاحظات وإجراء التعديلات المطلوبة، بالإضافة إلى عمل اختبار قبلي pre-test للاستمارة على عينة من 20 مفردة للتأكد من مدى وضوح الأسئلة.

2. اختبار الثبات: تم إجراء الثبات لاستمارة الدراسة للتأكد من إمكانية الاعتماد

عليها، وتكرار استخدامها للحصول على نفس النتائج؛ وذلك بتطبيق معامل ألفا كرونباخ

(*) تم الاعتماد على مقياس العزلة الاجتماعية Social Avoidance and Distress Scale ومقياس الاكتئاب Beck Depression Inventory.

(*) أسماء المحكمين (مرتبة ترتيباً هجائياً):

أ.م. د / أحمد أحمد عثمان، أستاذ الإعلام المساعد بكلية الآداب- جامعة المنصورة.

أ.م. د/ جيهان يسري حسين، الأستاذ بكلية الإعلام جامعة القاهرة، وعميد الكلية السابق.

د/ علي محمد علي سالم، مدرس علم النفس بكلية الآداب- جامعة حلوان.

أ.م. د/ فاطمة أبو الحسن، أستاذ الإعلام المساعد بالمعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق.

د/ نورا سعيد عبد الفتاح، مدرس علم الاجتماع بكلية الآداب- جامعة القاهرة.

للتأكد من ثبات الاستمارة، وقد جاء ثبات ألفا كرونباخ ومعامل الصدق الداخلي كما هو موضح بالجدول التالي:

جدول (4)
اختبار الثبات في الدراسة

المتغير	ثبات ألفا كرونباخ	معامل الصدق الذاتي
كثافة التعرض للدراما المقدمة عبر المنصات الرقمية	0.691	0.831
دوافع التعرض للدراما المقدمة عبر المنصات الرقمية	0.745	0.863
درجة الانتباه للدراما المقدمة عبر المنصات الرقمية	0.613	0.782
تبني السلوكيات الواردة في الدراما المقدمة عبر المنصات الرقمية	0.755	0.868
تقييم أسلوب عرض السلوكيات	0.873	0.934
الاتجاه نحو الدراما المقدمة عبر المنصات الرقمية	0.669	0.817
مدى الارتباط بمشاهدة الدراما المقدمة عبر المنصات الرقمية	0.775	0.880
الكفاءة الذاتية	0.666	0.816

يتضح من قيم ألفا كرونباخ بالجدول السابق ارتفاع درجة الثبات؛ حيث جاءت جميع القيم أعلى من 0.6، وكذلك ارتفعت قيم معامل الصدق الذاتي بدرجة تسمح بقبول ثبات استمارة الدراسة الحالية؛ مما يؤكد صلاحية العبارات لقياس المتغير وإمكانية البناء على النتائج التي يتم التوصل إليها من خلاله.

الأساليب الإحصائية المستخدمة:

بعد الانتهاء من جمع البيانات اللازمة للدراسة، تم إدخالها- بعد ترميزها- إلى الحاسب الآلي، ثم جرت معالجتها، وتحليلها، واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" والمعروف باسم SPSS اختصاراً لـ: Statistical Package for the Social Sciences (Version 23)، وذلك باللجوء

إلى المعاملات والاختبارات والمعالجات الإحصائية التالية:

- 1- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- 2- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

- 3- حساب الوزن النسبي للبيانات المقاسة على مقياس ليكرت؛ وذلك عن طريق حساب المتوسط الحسابي لها، ثم ضرب النتائج $100 \times$ ، ثم قسمة النتائج على الحد الأقصى لدرجات المقياس.
- 4- معامل الارتباط الجزئي (Partial Correlation Coefficient) لدراسة تأثير متغير وسيط على شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين.
- 5- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio). وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من 0.4، ومتوسطة ما بين 0.4-0.7، وقوية إذا بلغت 0.7 فأكثر.
- 6- اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Independent-Samples T-Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين متوسطين حسابيين لمجموعتين مستقلتين من الحالات المدروسة في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio).
- 7- تحليل التباين ذي البعد الواحد (One way Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من الحالات المدروسة في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio). وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95% فأكثر، أي عند مستوى معنوية 0.05 فأقل.

مفاهيم الدراسة:

السلوك: يمكن وصف السلوك بأنه محاولة الفرد لتحقيق بعض الأمور؛ إما لإحداث تغيير من حالة إلى أخرى، أو للحفاظ على حالة قائمة حالياً⁽⁴⁰⁾، ويعرف السلوك بأنه كل ما يصدر عن الفرد من استجابات مختلفة أزاء موقف يواجهه أو مشكلة يحلها، أو خطر يهدده، أو قرار يتخذه، أو مشروع يخطط له، أو أزمة نفسية يكابدها⁽⁴¹⁾.

نتائج الدراسة:

1. أهم المنصات الرقمية التي يحرص المبحوثون على متابعتها

جدول (5)

أهم المنصات الرقمية التي يحرص المبحوثون على متابعتها (ن=369)

ك	%	أهم المنصات الرقمية
192	52%	نتفلكس Netflix
171	46.3%	مواقع إنترنت تعرض محتوى المنصات
164	44.4%	Watch it
153	41.5%	شاهد نت
37	10%	ديزني
12	3.3%	أخرى تذكر
11	3%	Apple tv
6	1.6%	Hulu
2	0.5%	ستارز بلاي

يتضح من الجدول السابق ظهور منصة نتفلكس Netflix في الترتيب الأول لأهم المنصات التي يتابعها الجمهور عينة الدراسة بنسبة 52%، يليها مواقع الإنترنت التي تعرض محتوى المنصات بنسبة 46.3%، بينما ظهرت المنصات العربية في الترتيب الثالث والرابع؛ مما يشير إلى زيادة نسبة متابعة المحتوى المقدم على المنصة الأجنبية نتفلكس مقارنة بالمنصات العربية، وهو ما يتفق مع بعض الدراسات السابقة ومنها دراسة (Abeer M. Refky M. Seddeek & Dalia Othman 2021).

2. معدل متابعة الدراما المقدمة عبر المنصات الرقمية:

جدول (6)

معدل متابعة الدراما المقدمة عبر المنصات الرقمية

ك	%	معدل متابعة الدراما
140	37.9%	من يوم إلى ثلاثة أيام بالأسبوع
87	23.6%	طوال أيام الأسبوع
60	16.3%	على فترات طويلة
55	14.9%	يوم واحد في الأسبوع
16	4.3%	مرة كل أسبوعين
11	3%	مرة كل شهر
369	100%	الإجمالي

يتضح من الجدول (6) ظهور معدلات المتابعة المتوسطة والمرتفعة للدراما المقدمة عبر المنصات في الترتيب الأول؛ حيث جاءت المتابعة من (يوم إلى ثلاثة أيام بالأسبوع) في الترتيب الأول بنسبة 37.9%، يليها المتابعة (طوال أيام الأسبوع) بنسبة 23.6%، بينما ظهرت معدلات المتابعة المنخفضة بنسبة أقل وجاءت المتابعة (مرة كل شهر) بالترتيب الأخير.

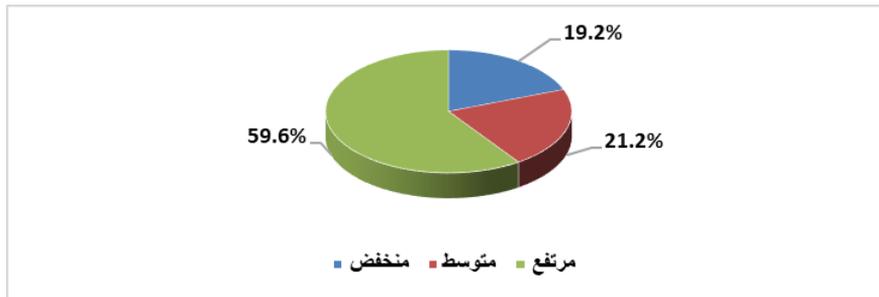
3. متوسط عدد ساعات متابعة الدراما المقدمة عبر المنصات الرقمية:

جدول (7)

متوسط عدد ساعات متابعة الدراما المقدمة عبر المنصات الرقمية

متوسط عدد ساعات المتابعة	ك	%
من ساعة إلى ثلاث ساعات	244	66.1%
أكثر من 3 ساعات	75	20.3%
أقل من ساعة	50	13.6%
الإجمالي	369	100%

يتضح من الجدول السابق ظهور المتابعة المتوسطة في الترتيب الأول بنسبة 66.1%، يليها المتابعة المرتفعة بنسبة 20.3%، بينما جاءت المتابعة المنخفضة في الترتيب الأخير بنسبة 13.6%؛ مما يشير إلى مدى اهتمام الشباب عينة الدراسة بالمحتوى الدرامي المقدم عبر المنصات الرقمية وقضاء وقت طويل في متابعته، وهو ما يتفق مع العديد من الدراسات السابقة، ومنها دراسة (دعاء أحمد البنا، 2021)، ويوضح الشكل التوضيحي التالي كثافة التعرض للدراما المقدمة عبر المنصات الرقمية:



شكل (1): كثافة التعرض للدراما المقدمة عبر المنصات الرقمية

ويشير الشكل السابق إلى تراوح كثافة التعرض للدراما المقدمة عبر المنصات الرقمية من مرتفعة إلى متوسطة إلى منخفضة، حيث ظهرت كثافة التعرض المرتفعة بنسبة 59.6%، يليها المتوسطة بنسبة 21.2%، وفي الترتيب الأخير المنخفضة بنسبة 19.2%.

4. المضامين المُفضّل متابعتها بالدراما المقدمة عبر المنصات الرقمية:

جدول (8)

المضامين المُفضّل متابعتها بالدراما المقدمة عبر المنصات الرقمية (ن=369)

المضامين المُفضّل متابعتها	ك	%
اجتماعي	279	75.6%
رومانسي	226	61.2%
خيال علمي	171	46.3%
أكشن	134	36.3%
رعب	113	30.6%
كوميدي	11	3%
أخرى تذكر	8	2.2%

يشير الجدول السابق إلى ظهور المضمون الاجتماعي في الترتيب الأول للمضامين الدرامية التي يفضل الباحثون عينة الدراسة متابعتها بنسبة 75.6%؛ وهو ما يشير إلى إمكانية تأثير القضايا والقيم الاجتماعية المعروضة بالدراما المقدمة بالمنصات على إدراك الجمهور وتفاعله معها، وجاء المضمون الرومانسي في الترتيب الثاني بنسبة 61.2%، بينما ظهرت المضامين الكوميدية بنسبة 3% فقط من المضامين المفضلة للباحثين عينة الدراسة.

5. الدراما المفضل متابعتها عبر المنصات الرقمية:

جدول (9)

الدراما المفضل متابعتها عبر المنصات الرقمية (ن=369)

الدراما المفضل متابعتها	ك	%
العربية	274	74.3%
الإنجليزية	253	68.6%
التركية	128	34.7%
الكورية	74	20.1%
الإسبانية	42	11.4%
الهندية	29	7.9%
أخرى تذكر	6	1.6%

يتضح من الجدول السابق ظهور الدراما العربية في الترتيب الأول بنسبة 74.3%، يليها الدراما الإنجليزية بنسبة 68.6%؛ مما يشير إلى تفضيل الدراما العربية والإنجليزية لدى الشباب عينة الدراسة بشكل أكبر من الدراما التركية والكورية والإسبانية والهندية التي جاءت بنسبة قليلة، وهو ما يختلف مع دراسة (محمد بن فهد الجبير، 2022) التي ظهر بالترتيب الأول بها الدراما الأمريكية والأوروبية.

6. أشكال المحتوى الدرامي المفضل متابعتها عبر المنصات الرقمية:

جدول (10)

أشكال المحتوى الدرامي المفضل متابعتها عبر المنصات الرقمية (ن=369)

المحتوى الدرامي المفضل متابعتها	ك	%
المسلسلات	338	91.6%
الأفلام	278	75.3%
مسرحيات	10	2.7%

يشير الجدول (10) إلى تفضيل الباحثين عينة الدراسة متابعة المسلسلات في الترتيب الأول بنسبة 91.6%؛ وهو ما يمكن أن يفسر ارتفاع عدد ساعات المشاهدة ومعدل متابعة الدراما عبر المنصات الرقمية بالجدول (6) و (7)، خاصة مع اهتمام المنصات الرقمية بإنتاج عدة أجزاء من المسلسلات المعروضة وهو ما يرتبط بظهور

المشاهدة الشرهة التي أشارت إليها دراسات مثل دراسة (Ryan. G. Stoldt) 2013.

7. دوافع متابعة الدراما المقدمة عبر المنصات الرقمية:

جدول (11)

دوافع متابعة الدراما المقدمة عبر المنصات الرقمية (ن=369)

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	معارض		لا أستطيع التحديد		موافق		الموقف الأسباب
		%	ك	%	ك	%	ك	
98.3%	2.95	0.8%	3	3.5%	13	95.7%	353	الرغبة في التسلية والترفيه
92.9%	2.79	5.7%	21	10%	37	84.3%	311	ملء وقت الفراغ
89.9%	2.70	4.9%	18	20.6%	76	74.5%	275	تعرض أفكاراً وموضوعات جديدة
89.6%	2.69	5.4%	20	20.3%	75	74.3%	274	تساعد على التعرف على الثقافات الأخرى
88.5%	2.66	8.1%	30	18.2%	67	73.7%	272	تساعد على الهروب من ضغوط الحياة
77.7%	2.33	16%	59	35%	129	49%	181	تعرض الموضوعات بحرية ودون قيود
76.9%	2.31	25.5%	94	18.4%	68	56.1%	207	الرغبة في الانعزال عن الآخرين

يشير الجدول السابق إلى دوافع متابعة الدراما عبر المنصات الرقمية وارتفعت موافقة المبحوثين على العبارات، وجاء في الترتيب الأول "الرغبة في التسلية والترفيه" بوزن نسبي 98.3%، يليه في الترتيب الثاني "ملء وقت الفراغ" بوزن نسبي 92.9%، بينما ظهر "تعرض الموضوعات بحرية ودون قيود" بوزن نسبي 77.7%، وأخيراً الرغبة في الانعزال بوزن نسبي 76.9%.

8. السلوك أثناء مشاهدة الاعمال الدرامية المقدمة عبر المنصات الرقمية:

جدول (12)

موقف الباحثين من العبارات الخاصة بالسلوكيات أثناء مشاهدة الأعمال الدرامية المقدمة عبر المنصات الرقمية (ن=369)

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	نادرا		أحيانا		دائما		الموقف العبارات
		%	ك	%	ك	%	ك	
87.6%	2.63	4.3%	16	28.5%	105	67.2%	248	أركز في تصرفات وسلوك شخصيات العمل الدرامي
87.4%	2.62	3%	11	32%	118	65%	240	أحرص على مشاهدة العمل الدرامي بتركيز
84%	2.52	11.1%	41	25.7%	95	63.2%	233	إذا لم أنتبه إلى أحد المشاهد أقوم بإعادته لمشاهدته مرة أخرى
79.2%	2.38	12.5%	46	37.4%	138	50.1%	185	أفضل مشاهدة الأعمال الدرامية بمفردتي
77%	2.31	6.8%	25	55.5%	205	37.7%	139	عادة ما اتناول الطعام أثناء المشاهدة
70.9%	2.13	23.3%	86	40.7%	150	36%	133	أفضل مشاهدة الأعمال الدرامية دون وجود أحد أفراد أسرتي
59.8%	1.79	30.6%	113	59.4%	219	10%	37	أتحدث إلى الآخرين أثناء المشاهدة
54.9%	1.65	47.2%	174	40.9%	151	11.9%	44	أقوم بأعمال أخرى أثناء المشاهدة

يتضح من الجدول (12) شدة انتباه الباحثين أثناء مشاهدة الدراما عبر المنصات الرقمية وهو ما ظهر في ارتفاع تأييد العبارات التي توضح سلوكهم أثناء المشاهدة، حيث جاء في الترتيب الأول "أركز في تصرفات وسلوك شخصيات العمل الدرامي" بوزن نسبي 87.6%، يليه في الترتيب الثاني "أحرص على مشاهدة العمل الدرامي بتركيز" بوزن نسبي

87.4%، ثم "إذا لم أنتبه إلى أحد المشاهد أقوم بإعادته لمشاهدته مرة أخرى" بوزن نسبي 84%، بينما جاءت عبارات "أحدث إلى الآخرين أثناء المشاهدة" و"أقوم بأعمال أخرى أثناء المشاهدة" في الترتيب الأخير.

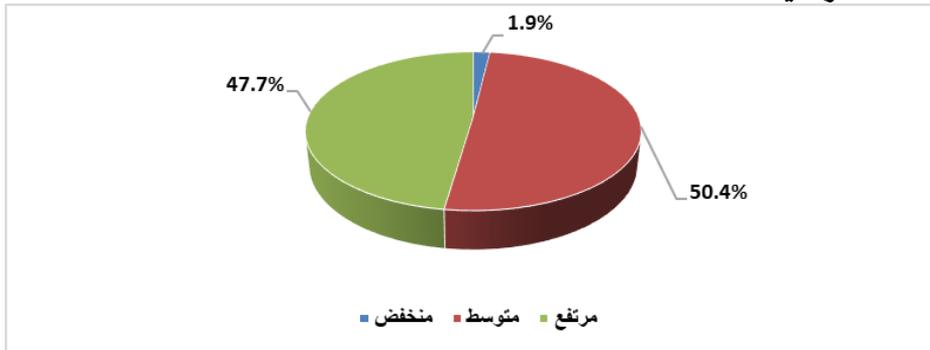
9. تبني المبحوثين للسلوكيات بالدراما المقدمة عبر المنصات الرقمية:

جدول (13)

موقف المبحوثين من العبارات الخاصة بتبني السلوكيات المقدمة بالدراما عبر المنصات الرقمية (ن=369)

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	معارض جدا	معارض	لا أستطيع التحديد	موافق	موافق جدا	الموقف	
							ك	%
70.7%	3.53	2	62	101	145	59	ك	أكتسب أفكاراً
		0.5%	16.8%	27.4%	39.3%	16%	%	للتصرف في المواقف المماثلة
68%	3.40	7	79	92	142	49	ك	أتعلم كيفية التعامل مع الآخرين
		1.9%	21.4%	24.9%	38.5%	13.3%	%	
83.7%	4.19		9	48	177	135	ك	تغير أفكاري نحو الثقافات الأخرى
			2.4%	13%	48%	36.6%	%	
75.7%	3.79	7	31	85	157	89	ك	أصبحت أكثر تقبلاً لاختلافات وأفكار الآخرين
		1.9%	8.4%	23%	42.6%	24.1%	%	
76.9%	3.84	6	34	70	161	98	ك	تضيف لي مصطلحات لغوية جديدة
		1.6%	9.2%	19%	43.6%	26.6%	%	
76.2%	3.81	4	43	67	160	95	ك	تجعلني أكثر اهتماماً بمظهري وطريقة لبسي
		1.1%	11.7%	18.2%	43.3%	25.7%	%	
64.2%	3.21	12	78	137	105	37	ك	عادة ما أتبنى وجهات النظر المعروضة بها
		3.3%	21.1%	37.1%	28.5%	10%	%	
69.8%	3.49	17	65	94	107	86	ك	كثيراً ما أحب تقمص شخصيات بعض الأعمال الدرامية
		4.6%	17.6%	25.5%	29%	23.3%	%	

يشير الجدول (13) إلى مدى تبني المبحوثين للسلوك المعروض بالدراما المقدمة عبر المنصات الرقمية، حيث ارتفعت نسبة الموافقة على أغلب العبارات وظهر في الترتيب الأول الموافقة على عبارة "تغير أفكارني نحو الثقافات الأخرى" بوزن نسبي 83.7%، يليها في الترتيب الثاني "تضيف لي مصطلحات لغوية جديدة" بوزن نسبي 76.9%، يليها "تجعلني أكثر اهتماماً بمظهري وطريقة لبسي" بوزن نسبي 76.2%، كما ظهرت نسبة الموافقة في المقدمة على عبارة "كثيراً ما أحب تقمص شخصيات بعض الأعمال الدرامية" بوزن نسبي 69.8%؛ وهو ما يشير إلى خطورة التأثيرات التي يمكن أن تحدثها السلوكيات المعروضة بالدراما عبر المنصات الرقمية على الشباب ومدى تأثرهم بها، وظهر في الترتيب الأخير عبارة "عادة ما أتبنى وجهات النظر المعروضة بها" حيث جاءت النسبة الأكبر بإجابة المبحوثين بـ "لا أستطيع التحديد"، يليها الموافقة على العبارة بوزن نسبي 64.2%، ويوضح الشكل التوضيحي التالي مدى تبني السلوكيات بالدراما المقدمة عبر المنصات الرقمية:



شكل (2): تبني السلوكيات الواردة في الدراما المقدمة عبر المنصات الرقمية ويشير الشكل السابق إلى تراوح تبني المبحوثين للسلوكيات المعروضة بالدراما عبر المنصات الرقمية من متوسط إلى مرتفع إلى منخفض، وجاء المستوى المنخفض بنسبة ضئيلة وهي 1.9%؛ مما قد يشير إلى تأثير الدراما على بعض سلوكيات الشباب عينة الدراسة.

10. الاستعانة بسلوك أحد الشخصيات المقدمة بالدراما عبر المنصات الرقمية:

جدول (14)

مدى إمكانية الاستعانة في الحياة اليومية بسلوك أحد الشخصيات المقدمة بالدراما عبر المنصات الرقمية

مدي إمكانية الاستعانة	ك	%
بشكل ضعيف	130	35.2%
إلى حد ما	129	35%
لن أستعين بأي سلوك على الإطلاق	65	17.6%
إلى حد كبير	31	8.4%
إلى حد كبير جداً	14	3.8%
الإجمالي	369	100%

يتضح من الجدول (14) ظهور إمكانية الاستعانة بسلوك أحد الشخصيات المقدمة بالدراما في الحياة اليومية بشكل ضعيف في الترتيب الأول بنسبة 35.2%، يليه الاستعانة بالسلوك إلى حد ما بنسبة 35%، بينما ظهرت الاستعانة بها إلى حد كبير جداً في الترتيب الأخير بنسبة 3.8%، وذلك على الرغم من ارتفاع نسب الموافقة على أغلب العبارات التي تشير إلى تبني المبحوثين للسلوك المعروض بالدراما بالجدول (13) وتراوح تبني السلوك من متوسط إلى مرتفع.

11. السلوكيات التي تعرض لها المبحوثون خلال متابعتهم الدراما المقدمة عبر المنصات الرقمية:

جدول (15)

السلوكيات التي تعرض لها المبحوثون خلال متابعتهم الدراما المقدمة عبر المنصات الرقمية (ن=369)

السلوكيات	ك	%
علاقات أسرية غير مستقرة	267	72.4%
الخيانة الزوجية	243	65.9%
الوقوف بجانب الأهل والأصدقاء	240	65%
القتل	218	59.1%
علاقات بين الجنسين خارج الإطار الرسمي	215	58.3%
إدمان المخدرات	210	56.9%
شرب الخمر	204	55.3%
الكذب	201	54.5%
الخداع	197	53.4%

السلوكيات	ك	%
اللجوء إلى العنف	186	50.4%
الحفاظ على الأسرة	176	47.7%
الانتحار	172	46.6%
الصدق	163	44.2%
ممارسة الرياضة	162	43.9%
النقاش والاستماع إلى الآخرين	157	42.5%
إتقان العمل	153	41.5%
الشذوذ الجنسي	128	34.7%
تناول الطعام الصحي	127	34.4%
الالتزام بالتعاليم الدينية	88	23.8%

يتضح من الجدول السابق السلوكيات التي تعرض لها المبحوثون في الدراما المعروضة عبر المنصات الرقمية، حيث جاءت تكرارات عرض السلوكيات الخاطئة بشكل أكبر من السلوكيات السليمة، وظهر في الترتيب الأول تعرضهم لـ "علاقات أسرية غير مستقرة" بنسبة 72.4%، يليها "الخيانة الزوجية" بنسبة 65.9%، ثم سلوك "الوقوف بجانب أهل والأصدقاء" بنسبة 65%، وتكرر عرض سلوكيات "القتل، العلاقات خارج إطار الزواج، شرب الخمر، الانتحار"، كما ظهر أيضاً تكرار التعرض لـ "الشذوذ الجنسي" بنسبة 34.7%، والذي لا يظهر عادة إلا من خلال الدراما المقدمة عبر المنصات الرقمية؛ نظراً لعدم إتاحة عرض أي محتوى درامي يتضمن هذا السلوك بالدراما المعروضة بالقنوات التليفزيونية، بينما ظهر "الالتزام بالتعاليم الدينية" في الترتيب الأخير بنسبة 23.8% وهو ما يتفق مع دراسة (علاء عبد القوي عامر، 2022) التي ظهر بها ارتفاع نسبة القيم السلبية المعروضة في المحتوى الدرامي المقدم عبر المنصات.

12. أسلوب عرض السلوكيات المقدمة بالدراما عبر المنصات الرقمية: جدول (16)

موقف الباحثين من أسلوب عرض السلوكيات المقدمة بالدراما عبر المنصات الرقمية (ن=369)

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	نادرا		أحيانا		دائما		الموقف العبارات
		%	ك	%	ك	%	ك	
80.1%	2.40	1.9%	7	55.8%	206	42.3%	156	ينتصر الخير على الشر بنهاية العمل الدرامي
78.6%	2.36	8.9%	33	46.4%	171	44.7%	165	يتم تزيين بعض السلوكيات الخاطئة
78%	2.34	5.1%	19	55.6%	205	39.3%	145	يتم عقاب المخطئ في نهاية العمل الدرامي
74.3%	2.23	12.7%	47	51.5%	190	35.8%	132	تعرض بعض الشخصيات التي ترتكب سلوكيات خاطئة بشكل يجعلني أتعاطف معها
65.2%	1.96	22.5%	83	59.3%	219	18.2%	67	لا أقتنع بمحاولات تبرير السلوك الخاطئ

يشير الجدول السابق إلى أسلوب عرض السلوكيات المقدمة بالدراما عبر المنصات الرقمية، وظهر ارتفاع الموافقة على عبارة "ينتصر الخير على الشر بنهاية العمل الدرامي" بوزن نسبي 80.1%، كما ظهر ارتفاع تأييد عبارة "يتم تزيين بعض السلوكيات الخاطئة" بوزن نسبي 78.6%، وعبارة "تعرض بعض الشخصيات التي ترتكب سلوكيات خاطئة بشكل يجعلني أتعاطف معها" بوزن نسبي 74.3%، وعلى الرغم من ارتفاع تأييد عبارة "يتم عقاب المخطئ في نهاية العمل الدرامي" بوزن نسبي 78%، إلا أن تزيين السلوكيات

الخاطئة وعرض بعض المخطئين بشكل يمكن التعاطف معه يمكن أن يؤثر على الاتجاه نحو تبني بعض تلك السلوكيات.

13. الاتجاه نحو الدراما المقدمة عبر المنصات الرقمية:

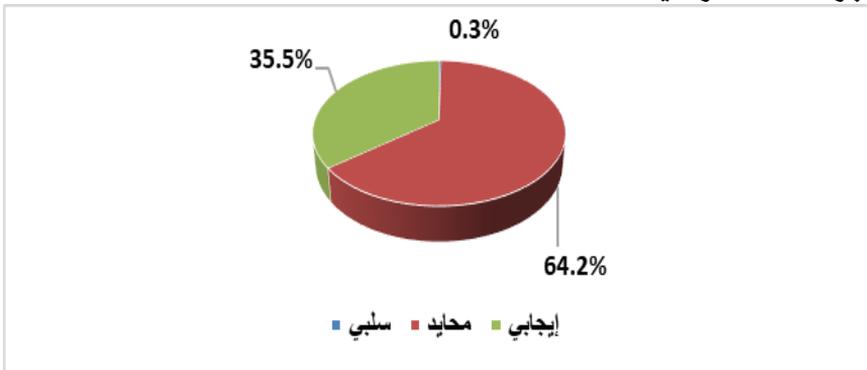
جدول (17)

موقف المبحوثين من العبارات الخاصة بالاتجاه نحو الدراما المقدمة عبر المنصات الرقمية (ن=369)

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	معارض جدا	معارض	لا أستطيع التحديد	موافق	موافق جدا	الموقف	
							ك	ع
٪77.1	3.85	8	21	77	174	89	ك	تجعل الشخص
		٪2.2	٪5.7	٪20.8	٪47.2	٪24.1	٪	أكثر تقبلاً للثقافات الأخرى
٪76.9	3.85	4	23	70	201	71	ك	تعرض محتوى واقعيًا
		٪1.1	٪6.2	٪19	٪54.5	٪19.2	٪	
٪76	3.80	9	20	90	167	83	ك	تقدم عادات وقيما
		٪2.4	٪5.4	٪24.4	٪45.3	٪22.5	٪	تخالف المجتمع
٪74.1	3.70	9	31	91	167	71	ك	تعرض نماذج
		٪2.4	٪8.4	٪24.7	٪45.3	٪19.2	٪	لسلوكيات يمكن الإفادة منها وتطبيقها
٪74	3.70	2	35	89	189	54	ك	الشخصيات
		٪0.5	٪9.5	٪24.1	٪51.3	٪14.6	٪	الموجودة بها تماثل الموجودة بالواقع
٪71.2	3.56	16	43	105	129	76	ك	تسهم في نشر
		٪4.3	٪11.6	٪28.5	٪35	٪20.6	٪	سلوكيات تهدم المجتمع
٪71.1	3.56	9	53	95	148	64	ك	أشعر بصلة بيني
		٪2.4	٪14.4	٪25.7	٪40.2	٪17.3	٪	وبين الشخصيات بالعمل الدرامي
٪67.5	3.38	8	62	132	117	50	ك	تعرض محتوى غير
		٪2.2	٪16.8	٪35.8	٪31.6	٪13.6	٪	واقعي
٪64.7	3.23	9	93	118	101	48	ك	الشخصيات
		٪2.4	٪25.2	٪32	٪27.4	٪13	٪	الموجودة لا نراها

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	معارض جدا	معارض	لا أستطيع التحديد	موافق	موافق جدا	الموقف	
							ك	%
								في حياتنا اليومية
63.3%	3.16	19	86	120	104	40	ك	تقدم عادات وقيما مقبولة اجتماعيا
		5.1%	23.4%	32.5%	28.2%	10.8%	%	

يشير الجدول السابق إلى اتجاه المبحوثين نحو الدراما المقدمة عبر المنصات الرقمية حيث جاء في الترتيب الأول أنها "تجعل الشخص أكثر تقبلاً للثقافات الأخرى بنسبة 77.1%، يليها أنها "تعرض محتوى واقعيًا" بنسبة 76.9%، وعلى الرغم من ارتفاع نسبة الموافقة على أنها "تقدم عادات وقيما تخالف المجتمع" بنسبة 76%؛ إلا أنها ارتفعت نسبة الموافقة أيضاً على كونها "تعرض نماذج لسلوكيات يمكن الإفادة منها وتطبيقها" بوزن نسبي 74.1%، بينما جاءت عبارة "تقدم عادات وقيما مقبولة اجتماعياً" في الترتيب الأخير بوزن نسبي 63.3%. ويوضح الشكل التوضيحي التالي الاتجاه نحو الدراما المقدمة عبر المنصات الرقمية:



شكل (3): الاتجاه نحو الدراما المقدمة عبر المنصات الرقمية

ويتضح من الشكل السابق تراوح اتجاه المبحوثين نحو الدراما من محايد إلى إيجابي إلى سلبي، وجاء الاتجاه السلبي بنسبة ضئيلة وهي 0.3%.

14. مدى الارتباط بمشاهدة الدراما المقدمة عبر المنصات الرقمية:

جدول (18)

موقف الباحثين من العبارات الخاصة بمدى الارتباط بمشاهدة الدراما المقدمة عبر المنصات الرقمية
(ن=369)

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	معارض جدا	معارض	لا أستطيع التحديد	موافق	موافق جدا	الموقف	
							ك	ع
76.5%	3.82	5	32	72	174	86	ك	أشعر بالرضا عند قضاء الوقت في مشاهدة الأعمال الدرامية
		1.4%	8.7%	19.5%	47.2%	23.2%	ع	
73.8%	3.69	14	53	69	130	103	ك	أفكر كثيرا في العمل الدرامي بعد الانتهاء من مشاهدته
		3.8%	14.4%	18.7%	35.2%	27.9%	ع	
66.5%	3.33	24	95	47	143	60	ك	أشعر بالضيق عندما لا أستطيع متابعة حلقة من حلقات العمل الدرامي
		6.5%	25.7%	12.7%	38.8%	16.3%	ع	
65.1%	3.26	38	82	69	107	73	ك	أفضل مشاهدة العمل الدرامي على الخروج من المنزل
		10.3%	22.2%	18.7%	29%	19.8%	ع	
62%	3.10	18	122	85	93	51	ك	أفضل قضاء الوقت في مشاهدة الأعمال الدرامية على إنجاز مهام عملي
		4.9%	33.1%	23%	25.2%	13.8%	ع	
51.4%	2.57	68	150	62	50	39	ك	يمكنني إلغاء بعض التزاماتي لمشاهدة عمل درامي
		18.4%	40.6%	16.8%	13.6%	10.6%	ع	

يشير الجدول (18) إلى مدى ارتباط الباحثين بمشاهدة الدراما المقدمة عبر المنصات الرقمية، وجاءت نسبة الموافقة على عبارة "أشعر بالرضا عند قضاء الوقت في مشاهدة الأعمال الدرامية" بوزن نسبي 76.5٪، ثم "أفكر كثيراً في العمل الدرامي بعد الانتهاء من مشاهدته" بوزن نسبي 73.8٪؛ وهو ما يشير إلى التأثير الذي يمكن أن يحدثه العمل الدرامي ويرتبط بالجدول (13) الخاص بتأثيرات مشاهدة الدراما وارتفاع نسبة الموافقة على عبارة "كثيراً ما أحب تقمص شخصيات بعض الأعمال الدرامية"، بينما جاء في الترتيب الأخير الموافقة على عبارة "يمكنني إلغاء بعض التزاماتي لمشاهدة عمل درامي" بوزن نسبي 51.4٪.

15. تقييم الكفاءة الذاتية من خلال مقياس العزلة الاجتماعية:

جدول (19)

موقف الباحثين من العبارات الخاصة بمقياس العزلة الاجتماعية (ن=369)

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	معارض جداً	معارض	لا أستطيع التحديد	موافق	موافق جداً	الموقف	
							ك	ع
74.1٪	3.71	4	45	81	164	75	ك	ليس لدي رغبة خاصة في تجنب الناس
		1.1٪	12.2٪	22٪	44.4٪	20.3٪	ع	
72.8٪	3.64	4	47	103	139	76	ك	إذا أتحت الفرصة لمقابلة أشخاص جدد، فغالباً ما أغمتها
		1.1٪	12.7٪	27.9٪	37.7٪	20.6٪	ع	
70.8٪	3.54	6	44	124	134	61	ك	عادة ما أشعر بالراحة عندما أكون مع مجموعة من الناس
		1.6٪	11.9٪	33.6٪	36.3٪	16.5٪	ع	
67.4٪	3.37	10	66	122	119	52	ك	عادة ما أشعر بالهدوء والراحة في المناسبات الاجتماعية
		2.7٪	17.9٪	33.1٪	32.2٪	14.1٪	ع	
67.3٪	3.37	15	69	107	122	56	ك	ألتزم عادة

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	معارض جدا	معارض	لا أستطيع التحديد	موافق	موافق جدا	الموقف	
							العبارات	
		٪4.1	٪18.6	٪29	٪33.1	٪15.2	٪	بارتباطاتي الاجتماعية
٪65.4	3.27	16	104	70	122	57	ك	أحاول تجنب التحدث إلى الناس إلا إذا كنت أعرفهم جيدا
		٪4.3	٪28.2	٪19	٪33.1	٪15.4	٪	
٪61.5	3.08	19	114	94	104	38	ك	من السهل علي الشعور بالارتياح عندما أكون مع الغرباء
		٪5.1	٪30.9	٪25.5	٪28.2	٪10.3	٪	
٪61.5	3.08	27	113	86	91	52	ك	غالبا ما أفكر في الأعداء من أجل تجنب الارتباطات الاجتماعية
		٪7.3	٪30.6	٪23.3	٪24.7	٪14.1	٪	
٪61.0	3.05	25	114	94	90	46	ك	غالبا ما أريد الابتعاد عن الناس
		٪6.8	٪30.8	٪25.5	٪24.4	٪12.5	٪	
٪60.3	3.02	33	119	75	93	49	ك	أحاول تجنب المواقف التي تجمعي بالآخرين
		٪8.9	٪32.2	٪20.4	٪25.2	٪13.3	٪	
٪59.8	2.99	45	110	71	89	54	ك	غالبا ما أجد المناسبات الاجتماعية مزعجة
		٪12.2	٪29.9	٪19.2	٪24.1	٪14.6	٪	
٪57.5	2.87	40	127	85	74	43	ك	التعرف على الناس يجعلني متوترا
		٪10.8	٪34.4	٪23	٪20.1	٪11.7	٪	

يشير الجدول السابق إلى ارتفاع نسبة الموافقة على العبارات التي تشير إلى تجنب العزلة بشكل أكبر من العبارات التي تشير للعزلة الاجتماعية، حيث جاءت عبارة "ليس لدي رغبة خاصة في تجنب الناس" في الترتيب الأول بوزن نسبي 74.1٪، يليها عبارة "إذا

أتيحت الفرصة لمقابلة أشخاص جدد، فغالباً ما أعتنهما" بوزن نسبي 72.8%، بينما جاءت عبارة "التعرف على الناس يجعلني متوتراً" في الترتيب الأخير بوزن نسبي 57.5%.
16. تقييم الكفاءة الذاتية من خلال مقياس الاكتئاب:

جدول (20)

موقف الباحثين من العبارات الخاصة بمقياس الاكتئاب

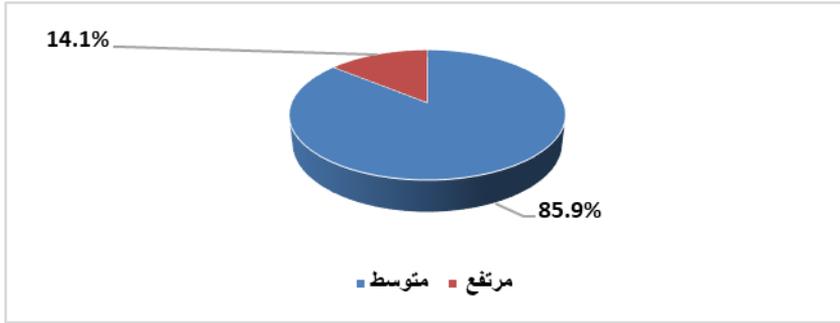
العبارة	ك	%
لا أشعر بالفشل	224	60.7%
عندما أنظر إلى حياتي، كل ما يمكنني رؤيته هو الكثير من الإخفاقات	107	29%
أشعر أنني فشلت أكثر من أي شخص عادي	34	9.2%
أشعر أنني فاشل تماماً	4	1.1%
الإجمالي	369	100%

جدول (21)

موقف الباحثين من العبارات الخاصة بمقياس الاكتئاب

العبارة	ك	%
لا أشعر بخيبة أمل في نفسي	197	53.4%
أشعر بعدم الرضا عن نفسي	112	30.4%
أشعر بخيبة أمل في نفسي	47	12.7%
أشعر أنني أكره نفسي	13	3.5%
الإجمالي	369	100%

يشير الجدول (20) و(21) لمقياس الاكتئاب بظهور "لا أشعر بالفشل"، "لا أشعر بخيبة أمل في نفسي" في الترتيب الأول لإجابات الباحثين، بينما ظهرت عبارتي "أشعر أنني فاشل تماماً" و"أشعر أنني أكره نفسي" في الترتيب الأخير، ويتضح من الشكل التوضيحي التالي درجة الكفاءة الذاتية للمبحوثين وفقاً للجدول (19) و(20) و(21):



شكل (4): الكفاءة الذاتية للمبحوثين

يشير الشكل السابق إلى تراوح الشعور بالكفاءة الذاتية لدى المبحوثين من متوسط إلى مرتفع، حيث جاء الشعور بالكفاءة الذاتية بدرجة متوسطة بنسبة 85.9%، يليه الشعور بالكفاءة الذاتية بدرجة مرتفعة بنسبة 14.1%، ولم يظهر الشعور بالكفاءة الذاتية بدرجة منخفضة على الإطلاق، وهو ما يمكن أن يؤدي إلى شعور المبحوثين بالقدرة على اتخاذ القرارات، أو قد يؤثر على تبني السلوكيات حسب ما أشارت إليه نظرية المعرفة الاجتماعية؛ حيث يرتبط الإحساس بالكفاءة الذاتية بشكل منخفض وفقاً للنظرية بالاكئاب والقلق والتأثير على طرق التفكير، بينما يرتبط الشعور القوي بالكفاءة الذاتية بتيسير العمليات المعرفية والأداء بما في ذلك صنع القرار، وتحديد الأهداف، واندماج الفرد بالمجتمع بشكل أفضل.

نتائج اختبار الفروض البحثية:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة مشاهدة الدراما عبر المنصات الرقمية وتبني الشباب للسلوكيات المعروضة بها.

جدول (22)

معنوية العلاقة الارتباطية بين كثافة مشاهدة الدراما عبر المنصات الرقمية وتبني الشباب للسلوكيات المعروضة بها

مستوى المعنوية	معامل بيرسون
0.000	**0.220
** دال عند مستوى معنوية 0.01	

يتضح من الجدول (22) وجود علاقة ارتباطية طردية ضعيفة بين كثافة مشاهدة الدراما عبر المنصات الرقمية وتبني الشباب للسلوكيات المعروضة بها؛ حيث جاءت العلاقة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من 0.01. ويعنى ذلك أنه كلما زادت

كثافة مشاهدة الدراما عبر المنصات الرقمية زاد تبني الشباب للسلوكيات المعروضة، وبالتالي تم ثبوت صحة الفرض الأول بشكل كلي. والفرض الثاني: تتأثر العلاقة الارتباطية بين كثافة مشاهدة الدراما عبر المنصات الرقمية وتبني الشباب للسلوكيات المعروضة بها بالمتغيرات التالية: (شدة الانتباه، والكفاءة الذاتية، وتقييم أسلوب عرض السلوكيات، ومدى الارتباط بمشاهدة الدراما).

جدول (23)

معنوية تأثير متغيرات (شدة الانتباه- والكفاءة الذاتية- وتقييم أسلوب عرض السلوكيات- ومدى الارتباط بمشاهدة الدراما) على العلاقة الارتباطية بين كثافة مشاهدة الدراما عبر المنصات الرقمية وتبني الشباب للسلوكيات المعروضة بها

المتغيرات	معامل الارتباط الجزئي	مستوى المعنوية
شدة الانتباه	0.197	0.000
الكفاءة الذاتية	0.216	0.000
تقييم أسلوب عرض السلوكيات	0.220	0.000
مدى الارتباط بمشاهدة الدراما	0.103	0.048

يشير الجدول السابق إلى أنه باستخدام معامل الارتباط الجزئي لعزل المتغيرات الوسيطة جاءت النتائج على النحو التالي:

- لم يؤثر عزل المتغيرات الوسيطة (شدة الانتباه- الكفاءة الذاتية- تقييم أسلوب عرض السلوكيات- مدى الارتباط بمشاهدة الدراما) على معنوية العلاقة بين كثافة مشاهدة الدراما عبر المنصات الرقمية وتبني الشباب للسلوكيات المعروضة؛ حيث استمرت العلاقة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من 0.01، ما عدا معنوية العلاقة بمتغير (مدى الارتباط بمشاهدة الدراما)؛ حيث حدثت تغييرات طفيفة وجاءت العلاقة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من 0.05.

- حدثت تغييرات طفيفة بشدة العلاقة بين المتغير المستقل والتابع؛ حيث انخفضت قيمة معامل الارتباط بمتغيرات (شدة الانتباه- الكفاءة الذاتية- مدى الارتباط بمشاهدة الدراما)؛ مما يشير إلى أهمية تلك المتغيرات في زيادة قوة العلاقة بين المتغيرين، وهو ما يتفق مع نظرية المعرفة الاجتماعية.

ومن ثم ثبت صحة الفرض الثاني بشكل جزئي فيما يتعلق بتأثير عزل المتغيرات الوسيطة على شدة العلاقة بين المتغير المستقل والتابع؛ حيث تغير معامل الارتباط بشكل طفيف في (شدة الانتباه- الكفاءة الذاتية- مدى الارتباط بمشاهدة الدراما) وتغيرت مستوى معنوية العلاقة بمتغير (مدى الارتباط بمشاهدة الدراما)، بينما لم يتأثر اتجاه العلاقة بين المتغيرين.

الفرض الثالث: تؤثر المتغيرات الديموجرافية (النوع- والتعليم- والمستوى الاجتماعي الاقتصادي) على تبني الشباب للسلوكيات المعروضة بالدراما عبر المنصات الرقمية. جدول (24)

معنوية تأثير المتغيرات الديموجرافية (النوع- والتعليم- والمستوى الاجتماعي الاقتصادي) على تبني الشباب للسلوكيات المعروضة بالدراما عبر المنصات الرقمية

مستوى المعنوية	درجة الحرية	إحصائي الاختبار	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	خصائص العينة	
0.415	367	T= 0.81-	4.808	28.88	84	ذكور	النوع
			4.766	29.36	285	إناث	
0.359	2 366	F= 1.026	3.226	28.47	15	مؤهل متوسط	مستوى التعليم
			4.716	29.37	333	مؤهل جامعي	
			6.364	28.00	21	دراسات عليا	
0.770	2 366	F= 0.261	4.642	29.18	310	حكومي	نوع التعليم
			5.397	29.69	54	خاص	
			6.542	29.40	5	دولي	
0.131	2 366	F= 2.046	4.209	28.38	74	منخفض	المستوى الاقتصادي الاجتماعي
			4.866	29.60	240	متوسط	
			4.982	28.91	55	مرتفع	

يشير الجدول السابق إلى أنه باستخدام اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Independent-Samples T-Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين متوسطين حسابيين لمجموعتين مستقلتين، وتحليل التباين ذي البعد الواحد (One way Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين تبين:

عدم وجود علاقة بين المتغيرات الديموجرافية المدروسة وتبني السلوكيات، حيث لم يظهر تأثير متغيرات (النوع- مستوى التعليم- نوع التعليم- المستوى الاقتصادي الاجتماعي) على تبني الشباب للسلوكيات المعروضة بالدراما عبر المنصات الرقمية، ومن ثم لم يثبت صحة الفرض الثالث.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين اتجاه الشباب نحو الدراما عبر المنصات الرقمية وتبني السلوكيات المعروضة بها.

جدول (25)

معنوية العلاقة الارتباطية بين اتجاه الشباب نحو الدراما عبر المنصات الرقمية وتبني السلوكيات المعروضة بها

مستوى المعنوية	معامل بيرسون
0.000	***0.524
*** دال عند مستوى معنوية 0.01	

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية طردية متوسطة بين اتجاه الشباب نحو الدراما المقدمة عبر المنصات الرقمية وتبني السلوكيات المعروضة بها، حيث جاءت العلاقة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من 0.01. وبالتالي تم ثبوت صحة الفرض الرابع.

مما يعني أنه كلما ازداد الاتجاه الإيجابي نحو الدراما المقدمة عبر المنصات الرقمية ازداد تبنيهم للسلوكيات المعروضة بها، وبالتالي تم ثبوت صحة الفرض الرابع بشكل كلي.

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين دوافع مشاهدة الدراما عبر المنصات الرقمية وتبني الشباب للسلوكيات المعروضة بها.

جدول (26)

معنوية العلاقة الارتباطية بين دوافع مشاهدة الدراما عبر المنصات الرقمية وتبني الشباب للسلوكيات المعروضة بها

مستوى المعنوية	معامل بيرسون
0.000	***0.469
*** دال عند مستوى معنوية 0.01	

يتضح من الجدول (26) وجود علاقة ارتباطية طردية متوسطة بين دوافع مشاهدة الدراما عبر المنصات الرقمية وتبني الشباب للسلوكيات المعروضة بها، حيث جاءت

العلاقة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من 0.01. ويعني ذلك أنه كلما ازدادت دوافع مشاهدة الشباب للدراما عبر المنصات الرقمية ازداد تبني السلوكيات المعروضة بها، وبالتالي تم ثبوت صحة الفرض الخامس بشكل كلي. الفرض السادس: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين السن وتبني الشباب السلوكيات المعروضة بالدراما عبر المنصات الرقمية.

جدول (27)

معنوية العلاقة الارتباطية بين السن وتبني الشباب للسلوكيات المعروضة بالدراما عبر المنصات الرقمية

مستوى المعنوية	معامل بيرسون
0.014	*0.126-
* دال عند مستوى معنوية 0.05	

يتضح من الجدول (27) وجود علاقة ارتباطية عكسية ضعيفة بين السن وتبني الشباب للسلوكيات المعروضة بالدراما حيث جاءت العلاقة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من 0.05.، مما يعني أنه كلما صغر سن المبحوثين ازداد تبنيهم للسلوكيات المعروضة، وبالتالي تم ثبوت صحة الفرض السادس بشكل كلي. خاتمة الدراسة:

سعت الدراسة للبحث في التأثيرات السلوكية الناتجة عن مشاهدة الدراما العربية والأجنبية المعروضة عبر المنصات الرقمية على الشباب، بالاعتماد على النظرية المعرفية الاجتماعية social cognitive theory واستخدام منهج المسح لعينة عمدية قوامها (369) مفردة من الشباب المصري من 18 عاماً وحتى 35 عاماً من مشاهدي الدراما المقدمة عبر المنصات الرقمية المشاهدين للدراما عبر المنصات الرقمية، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها:

1. تراوحت كثافة التعرض للدراما المقدمة عبر المنصات الرقمية من مرتفعة إلى متوسطة إلى منخفضة، حيث ظهرت كثافة التعرض المرتفعة بنسبة 59.6%، يليها المتوسطة بنسبة 21.2%، وفي الترتيب الأخير المنخفضة بنسبة 19.2%.
2. ظهور المضمون الاجتماعي في الترتيب الأول للمضامين الدرامية التي يفضل المبحوثون عينة الدراسة متابعتها بنسبة 75.6%، وجاء المضمون الرومانسي في الترتيب الثاني بنسبة 61.2%، بينما ظهرت المضامين الكوميديية بنسبة 3% فقط من المضامين

المفضلة للمبشرين عينة الدراسة، كما ظهرت الدراما العربية في الترتيب الأول بنسبة 74.3٪، يليها الدراما الإنجليزية بنسبة 68.6٪.

3. تراوح تبنيُّ المبحوثين للسلوكيات المعروضة بالدراما عبر المنصات الرقمية من متوسط إلى مرتفع إلى منخفض، وجاء المستوى المنخفض بنسبة ضئيلة وهي 1.9٪؛ مما قد يشير إلى تأثير الدراما على بعض سلوكيات الشباب عينة الدراسة.

4. اتضح عرض السلوكيات الخاطئة بشكل أكبر من السلوكيات السليمة، وظهر في الترتيب الأول تعرضهم لـ "علاقات أسرية غير مستقرة" بنسبة 72.4٪، يليها "الخيانة الزوجية" بنسبة 65.9٪، ثم سلوك "الوقوف بجانب الأهل والأصدقاء" بنسبة 65٪، وتكرر عرض سلوكيات "القتل، العلاقات خارج إطار الزواج، شرب الخمر، الانتحار"، كما ظهر أيضاً تكرار التعرض لـ "الشذوذ الجنسي" بنسبة 34.7٪، بينما ظهر "الالتزام بالتعاليم الدينية" في الترتيب الأخير بنسبة 23.8٪.

5. تراوح الشعور بالكفاءة الذاتية لدى المبحوثين من متوسط إلى مرتفع، حيث جاء الشعور بالكفاءة الذاتية بدرجة متوسطة بنسبة 85.9٪، يليه الشعور بالكفاءة الذاتية بدرجة مرتفعة بنسبة 14.1٪، ولم يظهر الشعور بالكفاءة الذاتية بدرجة منخفضة على الإطلاق.

6. وجود علاقة ارتباطية طردية ضعيفة بين كثافة مشاهدة الدراما عبر المنصات الرقمية وتبنيُّ الشباب للسلوكيات المعروضة بها؛ حيث جاءت العلاقة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من 0.01. ويعني ذلك أنه كلما زادت كثافة مشاهدة الدراما عبر المنصات الرقمية زاد تبنيُّ الشباب للسلوكيات المعروضة.

7. عدم وجود علاقة بين المتغيرات الديموجرافية المدروسة وتبنيُّ السلوكيات، حيث لم يظهر تأثير متغيرات (النوع- مستوى التعليم- نوع التعليم- المستوى الاقتصادي الاجتماعي) على تبنيُّ الشباب للسلوكيات المعروضة بالدراما عبر المنصات الرقمية.

8. وجود علاقة ارتباطية طردية متوسطة بين اتجاه الشباب نحو الدراما المقدمة عبر المنصات الرقمية وتبنيُّ السلوكيات المعروضة بها؛ مما يعني أنه كلما ازداد الاتجاه

الإيجابي نحو الدراما المقدمة عبر المنصات الرقمية ازداد تبنيهم للسلوكيات المعروضة بها.

9. وجود علاقة ارتباطية طردية متوسطة بين دوافع مشاهدة الدراما عبر المنصات الرقمية وتبني الشباب للسلوكيات المعروضة بها، ويعني ذلك أنه كلما ازدادت دوافع مشاهدة الشباب للدراما عبر المنصات الرقمية ازداد تبني السلوكيات المعروضة بها.

10. وجود علاقة ارتباطية عكسية ضعيفة بين السن وتبني الشباب للسلوكيات المعروضة بالدراما؛ مما يعني أنه كلما صغر سن المبحوثين ازداد تبنيهم للسلوكيات المعروضة.

مقترحات الدراسة:

تقدم الدراسة بعض المقترحات الموجهة للباحثين والتي تصلح كدراسات مستقبلية، ومنها:
1. الاهتمام بإجراء الدراسات المتعلقة بالقيم التي تعرضها الدراما العربية عبر المنصات الرقمية.

2. الاهتمام بإجراء دراسات مقارنة بين المحتوى والرسائل التي تقدمها الدراما العربية والأجنبية عبر المنصات الرقمية.

3. التركيز على فئة المراهقين لقياس أهم التأثيرات التي تحدث لها نتيجة التعرض والمشاهدة الشرهة للمحتوى المقدم عبر المنصات الرقمية.

كما تقدم الدراسة بعض المقترحات للقائمين بإنتاج المحتوى الدرامي وخاصة باللغة العربية، ومنها:

1. الاهتمام بالرسائل الإيجابية بالمحتوى المقدم؛ نظراً لقدرة الدراما في التأثير على السلوك وخاصة للفئات العمرية الأصغر سناً.

2. إنتاج محتوى درامي يخدم أهداف المجتمع ويلبي احتياجاته دون تقليد للمحتوى الأجنبي.

مراجع الدراسة:

(1) Bundura, A "Social cognitive theory: An agentic perspective" **Asian Journal of Social Psychology**, 1999, pp 2: 21– 41.

(2) Richard M. Ryan. **The Oxford Handbook of Human Motivation**. Published by: Oxford University Press, 2012.

(3) M. D. Young et al. "Social cognitive theory and physical activity: a systematic review and meta-analysis" **obesity reviews**, December 2014, pp 983-995

(4) Mark Conner and Paul Norman. **Predicting Health Behavior Research and Practice with Social Cognition Models**. Published by: Open University Press, 2005. available at: www.openup.co.uk.

(5) دعاء أحمد البنا، "مستويات تبني الشباب المصري للمنصات الرقمية الإعلامية لتداول المحتوى الترفيهي وأثارها (Netflix-Shahid-Watch it)", **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد 2، المجلد 20، أبريل 2021، ص 479- 559.

(6) Ryan. G. Stoldt, "The Behavioral Effects of The Binge Watching Mediamorphosis" **Master**, the Elliott School of Communication, Wichita state university, 2013, p53.

(7) داليا عثمان، شروق محمد، جهاد مصطفى، " The Effects of Netflix Binge Watching on " **Egyptian teenagers' Academic Achievement** " **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، جامعة النهضة، كلية الإعلام، العدد 2، مجلد 12، الجزء 2، أبريل- يونيو 2022، ص 161-189.

(8) محمد بن فهد الجبير، "تعرض الجمهور السعودي للأفلام السينمائية عبر المنصات الرقمية دراسة مسحية على عينة من سكان مدينة الرياض"، **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر: كلية الإعلام، العدد 63، الجزء 3، أكتوبر 2022، ص 1657-1688.

(9) نهله حلمي محمد عبد الكريم، "كثافة مشاهدة الجمهور المصري للمحتوى الدرامي عبر المنصات الرقمية وتأثيرها على إدراك واقع القضايا المجتمعية"، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد 80، يوليو/ سبتمبر 2022، ص 1335-1384.

(10) Abeer M. Refky M. Seddeek, and Dalia Othman "The Impact of Netflix's Drama on Teenagers' Perceptions of Social Relationship" **ILCC Insights into Language, Culture and Communication**, Vol. 1, Iss. 1, December 2021, pp23-35.

(11) محمد بن فهد الجبير، **مرجع سابق**، ص 1657-1688

(12) ريهام سامي، "مشاهدة الشباب المصري الشريحة لخدمات البث التلفزيوني عبر الإنترنت: دراسة كيفية"، **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، العدد 55، الجزء 3، أكتوبر 2020م، ص 1766-1796.

(13) نهله حلمي محمد عبد الكريم، **مرجع سابق**، ص 1335-1384.

(14) Ryan. G. Stoldt, **Op. cit**, pp 1-80.

(15) عمرو محمد محمود عبد الحميد، "دوافع المشاهدة المفرطة للمحتوى الدرامي بمنصات البث الرقمي وتأثيراتها على المستخدمين، **المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد 18، يوليو/ ديسمبر 2019، ص 325-389.

(16) دعاء أحمد البنا، **مرجع سابق**، ص 479- 559.

(17) Brenna C. Davis, "The Netflix Effect and Defining Binge-Watching", **Undergraduate Research Opportunities Program, VCU Scholars Compass**, Virginia Commonwealth University, 2016, p190.

(18) محمد بن فهد الجبير، **مرجع سابق**، ص 1657-1688.

(19) علا عبد القوي عامر، "توظيف المنصات الرقمية في الترويج للقيم المجتمعية" منصة تنفليكس نموذجًا"، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد 80، الجزء 2، يوليو/ سبتمبر 2022، ص 917-954.

(20) محمد بن فهد الجبير، **مرجع سابق**، ص 1657-1688.

(21) عمرو محمد محمود عبد الحميد، **مرجع سابق**، ص 325-389.

(22) Azza Abdel-Azim Mohamed "New Era of TV-Watching behavior: Binge Watching and its Psychological Effects", **Media Watch**, vol.8, Issue 2, 2017, pp192-207.

(23) Arvin Subramanian, A. Seetharaman, K. Maddulety, "Critical Review of Binge Watching Behaviour Through The Prism of Vroom's Expectancy Theory" , **Academy of Marketing Studies Journal**, Vol 24, Issue 3, 2020, pp1-11.

(24) Jasmine M. Labine, "Cultivation in an On-Demand Era: Television Consumption, Explicit and Implicit Attitudes toward Lesbian, Gay, and Bisexual Individuals", **Master**, Western Michigan University, August 2016, p 40.

(25) عمرو محمد عبد الحميد، **مرجع سابق**، ص 325-389.

(26) داليا عثمان، شروق محمد، جهاد مصطفى، **مرجع سابق**، ص 161-189.

(27) Abeer M. Refky M. Seddeek and Dalia Othman, **Op.cit.**, pp23-35.

(28) Brad Limov, "Click It, Binge It, Get Hooked: Netflix and the Growing U.S. Audience for Foreign Content", **International Journal of Communication**, Vol 14, 2020, pp 6304-6323

(29) حسن علي قاسم، "تقييم صنّاع الدراما لأثر استخدام المنصات الرقمية في مستقبل صناعة الدراما"، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد 77، المجلد 2، الجزء 3، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، أكتوبر 2021)، ص 703-749.

(30) Arvin Subramanian, A. Seetharaman, K. Maddulety, **Op. cit.**, pp1-11

(31) نهله حلمي محمد عبد الكريم، **مرجع سابق**، ص 1335-1384.

(32) دعاء أحمد البناء، **مرجع سابق**، ص 479-559.

(33) Brenna C. Davis, **Op.cit.** .p190

(34) Sarah Krongard and Mina Tsay-Vogel, "Online Original TV Series: Examining Portrayals of Violence in Popular Binge-Watched Programs and Social Reality Perceptions" **Psychology of Popular Media Culture**, Vol 9, Issue 2, April 2020, pp155-164.

(35) Fransisca Fortunata, Lusia Savitri, "The Effect of Addiction of Watching Korean Drama Series on Imitation Behavior of Adolescents" **Social Science Education and Humanities Research**, vol 570, 2021, pp 876-883.

(36) D. Lawrence Kincaid, "Drama, Emotion, and Cultural Convergence", **International Communication Association**, Vol 12, Issue 2, May 2002, P 136-152.

(37) محمد منير حجاب، **أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية**، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2002).

(³⁸) سعد سلمان المشهداني، **مناهج البحث الإعلامي**، (الإمارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي، 2017).

(³⁹) John P. Robinson, Phillip R. Shaver & Lawrence S. Wrightsman. **Measures of Personality and Social Psychological Attitudes**. Published by: Academic press, INC., 1991.

(⁴⁰) Raymond M. Bergner, "What is Behavior? And So, What?" **New Ideas in Psychology**, Vol 28, 2010, pp 1-9.

(⁴¹) أحمد عزت راجح، **أصول علم النفس**، (الإسكندرية: المكتب المصري الحديث للطباعة والنشر، 1972).

References

Bundura, A "Social cognitive theory: An agentic perspective" **Asian Journal of Social Psychology**, 1999, pp 2: 21– 41.

(⁴¹) Richard M. Ryan. **The Oxford Handbook of Human Motivation**. Published by: Oxford University Press, 2012.

(⁴¹) M. D. Young et al. "Social cognitive theory and physical activity: a systematic review and meta-analysis" **obesity reviews**, December 2014, pp 983-995

(⁴¹) Mark Conner and Paul Norman. **Predicting Health Behavior Research and Practice with Social Cognition Models**. Published by: Open University Press, 2005.available at: www.openup.co.uk.

-Albanaa, D. (2021). "mustawayat tbnni alshabab almisrii lilminasaat alraqamiat al'ielamiat litadawul almuhtawaa altarfihii wathariha (Netflix-Shahid-Watch it)", *almajalat almisriat libuhuth alraay aleami, jamieat Alqahira, kuliyyat Al'ielam*, 2(1). 479 -559.

(⁴¹) Ryan. G. Stoldt," The Behavioral Effects of The Binge Watching Mediamorphosis" **Master**, the Elliott School of Communication, Wichita state university, 2013, p53.

-Othman, D. (2022). " The Effects of Netflix Binge Watching on Egyptian teenagers' Academic Achievement" *almajalat almisriat libuhuth alraay aleami, jamieat Alnahda, kuliyyat Al'ielami*, 2(2).

-Aljubayr, M. (2022). "taearad aljumuhr alsaeudiu lil'aflam alsinyamayiyat eabr alminasaat alraqamiat dirasatan mushiitan ealaa eayinat min sukaan madinat Alriyad", *majalat albuht al'ielamiati, jamieat Al'azhar: kuliyyat al'ielami*, 63(4).

-Abd Alkarim, N. (2022)."kathafat mushahadat aljumuhr almisrii lilmuhtawaa aldiramii eabr alminasaat alraqamiat watathiriha ealaa 'iidrak waqie alqadaya almujtamaeiat", *almajalat almisriat libuhuth al'ielami, jamieat Alqahira, kuliyyat al'ielami*, 80(2). 1335-1384.

(⁴¹)Abeer M. Refky M. Seddeek, and Dalia Othman "The Impact of Netflix's Drama on Teenagers' Perceptions of Social Relationship" **ILCC Insights into Language, Culture and Communication**, Vol. 1, Iss. 1, December 2021, pp23-35.

-Sami, R. (2020). "mushahadat alshabab almisrii alshurhat likhadamat albathi altilfizyuni eabr al'iintirnti: dirasat kifiat", *majalat albuht al'ielamiati, jamieat al'azhar, kuliyyat al'ielami*, 55(3).

-Abdel Hamid, A. (2019). "dawafie almushahadat almufritat lilmuhtawaa aldiramii biminasaat albathi alraqamii watathiratiha ealaa almustakhdimina, *almajalat aleilmiat libuhuth al'iidhaeat waltilifizyuni, jamieat Alqahira, kuliyyat Al'ielam*, 18(4).

(⁴¹) Brenna C. Davis, "The Netflix Effect and Defining Binge-Watching", **Undergraduate Research Opportunities Program, VCU Scholars Compass**, Virginia Commonwealth University, 2016, p190.

-Amer, O. (2022). tawzif alminasaat alraqamiat fi altarwij lilqiam almujtamaeia "minasat nitfiliks nmwdhjan", *almajalat almisriat libuhuth al'ielami, jamieat Alqahira, kuliyyat al'ielami*, 80(3). 917-954.

(⁴¹) Azza Abdel-Azim Mohamed “New Era of TV-Watching behavior: Binge Watching and its Psychological Effects”, **Media Watch**, vol.8, Issue 2, 2017, pp192-207.

(⁴¹)Arvin Subramanian, A. Seetharaman, K. Maddulety, “Critical Review of Binge Watching Behaviour Through The Prism of Vroom’s Expectancy Theory” , **Academy of Marketing Studies Journal**, Vol 24, Issue 3, 2020, pp1-11.

(⁴¹)Jasmine M. Labine,”Cultivation in an On-Demand Era: Television Consumption, Explicit and Implicit Attitudes toward Lesbian, Gay, and Bisexual Individuals”, **Master**, Western Michigan University, August 2016,p 40.

(⁴¹)Brad Limov,”Click It, Binge It, Get Hooked: Netflix and the Growing U.S. Audience for Foreign Content”, **International Journal of Communication**, Vol 14, 2020, pp 6304–6323

-Kassem, H. (2021). "taqyim sunnae aldirama li'athar aistikhdam alminasaat alraqamiyat fi mustaqbal sinaeat aldirama", *almajalat almisriyat libuhuth al'ielami*, (jamieat Alqahira: kuliyat al'ielami, 'uktubar 2021), 77(2). 703-749.

(⁴¹) Sarah Krongard and Mina Tsay-Vogel,” Online Original TV Series: Examining Portrayals of Violence in Popular Binge-Watched Programs and Social Reality Perceptions” **Psychology of Popular Media Culture**, Vol 9, Issue 2, April 2020,pp155-164.

(⁴¹) Fransisca Fortunata, Lusia Savitri, “The Effect of Addiction of Watching Korean Drama Series on Imitation Behavior of Adolescents” **Social Science Education and Humanities Research**, vol 570, 2021, pp 876-883.

(⁴¹) D. Lawrence Kincaid,” Drama, Emotion, and Cultural Convergence”, **International Communication Association**, Vol 12, Issue 2, May 2002, P 136–152.

-Hijab, M. (2002). 'asasiaat albuuhuth ali'ielamiyat waliajtimaeiati, (Alqahira: dar Alfajr lilnashr waltawziei).

-Almashhadani, S. (2017). manahij albahth al'ielamii, (Al'iimarat allearabiyyat Almutahidati: dar Alkitaab Aljamieii).

(⁴¹) John P. Robinson, Phillip R. Shaver& Lawrence S. Wrightsman. **Measures of Personality and Social Psychological Attitudes**. Published by: Academic press, INC.,1991.

(⁴¹) Raymond M. Bergner,” What is Behavior? And So, What?” **New Ideas in Psychology**, Vol 28, 2010, pp 1-9.

-Rajeh, 'A. (1972). usul eilm alnafsa, (Al'iiskandiriati: almaktab Almisrii Alhadith liltibaeat walnashri).

Journal of Mass Communication Research «J M C R»

A scientific journal issued by Al-Azhar University, Faculty of Mass Communication

Chairman: Prof. Salama Daoud President of Al-Azhar University

Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin

Dean of Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Deputy Editor-in-chief: Dr. Sameh Abdel Ghani

Vice Dean, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Assistants Editor in Chief:

Prof. Mahmoud Abdelaty

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Prof. Fahd Al-Askar

- Media professor at Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University
(Kingdom of Saudi Arabia)

Prof. Abdullah Al-Kindi

- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

Prof. Jalaluddin Sheikh Ziyada

- Media professor at Islamic University of Omdurman (Sudan)

Managing Editor: Prof. Arafa Amer

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Editorial Secretaries:

Dr. Ibrahim Bassyouni: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mustafa Abdel-Hay: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Ahmed Abdo: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mohammed Kamel: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Arabic Language Editors : Omar Ghonem, Gamal Abogabal, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

- Our website: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- E-mail: mediajournal2020@azhar.edu.eg

Correspondences

● Issue 69 January 2024 - part 2

● Deposit - registration number at Darelkotob almasrya /6555

● International Standard Book Number "Electronic Edition" 2682- 292X

● International Standard Book Number «Paper Edition»9297- 1110

Rules of Publishing

● Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn't be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn't be less than 5000 words and shouldn't exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn't exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn't exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.