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 والتليفزيون 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 والتليفزيون بالكلية

سكرتيرو التحرير:

د / إبراهيم بسيونى - 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.

التدقيق اللغوي:

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

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

المراسلات:

- القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦
- الموقع الإلكتروني للمجلة: http://jsb.journals.ekb.eg
- البريد الإلكتروني: mediajournal2020@azhar.edu.eg

- العدد الحادي والسبعون- الجزء الأول - محرم ١٤٤٥هـ - يوليو ٢٠٢٤م
- رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ٦٥٥٥
- الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢ - ٢٩٢ x
- الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧ - ١١١٠

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 والتليفزيون 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 العزعزي (اليمن)

أستاذ الإذاعة والتليفزيون 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 والتليفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.

٩. أ.د/ خالد صلاح الدين (مصر)

أستاذ الإذاعة والتليفزيون بكلية الإعلام -جامعة القاهرة.

١٠. أ.د/ رزق سعد (مصر)

أستاذ العلاقات العامة - جامعة مصر الدولية.

قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقًا 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 مؤتمرًا علميًا.**
- **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 .... وتحتفظ 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.**

جميع الآراء الواردة في المجلة تعبر عن رأي صاحبها ولا تعبر عن رأي المجلة

محتويات العدد

- تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية وعلاقته بتقويم الذات لديها — ٩
  أ.م.د/ أحمد أحمد عثمان

- دور صفحات البرامج الحوارية التليفزيونية بالفيس بوك في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات الاقتصادية — ٨٩
  أ.م.د/ أحمد محمد صالح العميري

- خطاب الصفحات الرسمية للمؤسسات الدينية المصرية عبر منصات التواصل الاجتماعي- فيس بوك نموذجًا — ١٤١
  د/ إسراء محمد الزيني

- استراتيجيات إدارة السُّمعة الإلكترونية في صفَحات الماركات على إنستجرام خلال أزمة المقاطعة - دراسة تحليلية — ٢٤٥
  د/ مِنّة الله محمد عبد الحميد

- العوامل المؤثرة على الممارسة المهنية للصحفيات العلميات العربيات: دراسة ميدانية — ٣٢٧
  د/ منية إسحاق إبراهيم محمد

- تعرض الجمهور المصري للأخبار المنشورة عن أزمة الكهرباء عبر المواقع الإلكترونية وعلاقته بتشكيل اتجاهاتهم نحو أداء الحكومة والمزاج العام لهم- دراسة تحليلية وميدانية — ٣٧٥
  د/ مها مدحت محمد كمال

- دور الكلمة المنطوقة إلكترونيًا في التعبير عن المواقف السياسية تجاه الأزمات الدولية (المقاطعة الاقتصادية نموذجًا) — ٤٨٧
  د/ رماح محمد إبراهيم

تعرض الجمهور لمحتويات الحماية الافتراضية عبر صحافة الهاتف المحمول وتأثيرها على حالتهم المزاجية وأمنهم النفسي
د/ سماح بسيوني محمد كتاكت
٥٨٩

مستقبل إنتاج الدراما التاريخية السنيمائية والتليفزيونية في مصر في ظل منافسة الدراما الأجنبية لها
أشرف شحاته محمد شبكة
٦٧٥

المعالجة الإعلامية لأزمات المحليات على المواقع الإلكترونية وصفحات التواصل الاجتماعي
محمد محمود أنيس عبد الحميد
٦٩٧

The Role of Integrated Marketing Communications in Enhancing Omnichannel Marketing Effectiveness
Dr.marwa sobhy
٧٥٥

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

«وقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَى عَالِمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ»

سورة التوبة – الآية ١٠٥

الافتتاحية

بقلم: الأستاذ الدكتور

رضا عبد الواجد أمين

رئيس التحرير

مجلة البحوث الإعلامية .. ثلاثون عاما من الريادة والتميز

الحمد لله والصلاة والسلام على سيدنا رسول الله.

وبعد

أعزاءنا القراء من الباحثين والمهتمين بعلوم الإعلام والاتصال بفروعه المختلفة، نعتز بأن نقدم لكم العدد الحادي والسبعون من مجلة البحوث الإعلامية الصادرة عن كلية الإعلام جامعة الأزهر، والذي يصادف مرور ثلاثين عاما على إنشائها، حيث صدر العدد الأول منها عام ١٩٩٣م ، والتي نعتز فيها بإقامة جسور تواصل علمية مع نخبة من أكفأ الأساتذة الأفاضل في مجال التخصص لتحكيم وتنقيح البحوث العلمية والدراسات المجازة للنشر ، وصولا إلى الغاية المبتغاة ، وهي الارتقاء بالعملية البحثية ، وقيادة المجتمع العلمي للممارسات التي من شأنها الحفاظ على قوة ومكانة الدورية العلمية محليا وإقليميا وعالميا، مع التأكيد على أن عملية التحكيم تتم في جميع مراحلها عبر النظام الإلكتروني للمجلة، وأن البحث الواحد يحكم من قبل اثنين من الأساتذة في تخصص البحث بالنظام المعمى اتساقا مع المعايير العالمية في مراجعة البحوث والدراسات المعدة للنشر في الدوريات العلمية المرموقة.

وكم يسعدنا أن نتلقى ردود الفعل المثنية – من الباحثين – على الانضباط في كل عمليات التعامل مع البحث والباحث من المتابعة المستمرة ، وتجسير الهوة الزمنية بين تاريخ استقبال البحث وتاريخ نشره أو إجازته للنشر ، دون أن يؤثر ذلك على جودة كل المراحل التي يتم التعامل فيها مع البحث ، كما أن هناك نظام داخلي للتدقيق المستمر للتأكد من الشفافية والعدالة والموضوعية في كل بحث يتم الاتفاق على إجازته للنشر من قبل الأساتذة المحكمين.

وترجمة لهذه الثقة المطردة من قبل الباحثين والأساتذة فإننا يسرنا أن نعلن أن عدد قراءة الدراسات المنشورة في الموقع الإلكتروني للمجلة وهو : https://jsb.journals.ekb.eg/ زاد عن ٨٥٠ ألف قراءة ، وأن عدد تحميل البحوث Download بلغت ٩٢٠ ألفا وفقا لإحصائيات الموقع الإلكتروني في نهاية ديسمبر ٢٠٢٣م، وذلك بخلاف الاطلاع على النسخ الورقية في مكتبة كلية الإعلام جامعة الأزهر أو المكتبة المركزية بالجامعة أو أي وسيلة أخرى.

وهذا الأمر يضاعف من المسئوليات الملقاة على عاتق أسرة تحرير المجلة التي تعمل على المضي قدما في عمليات التحديث والتطوير ، في محاولة للإسهام الفاعل في البيئة العلمية والبحثية في تخصص مهم هو الإعلام والاتصال ، ونسأل الله أن يكون ذلك كله من باب العلم الذي ينتفع به ، و ندعوه سبحانه أن يجعل كل ما يتم من عمليات مستمرة في مجلة البحوث الإعلامية خدمة للباحثين والمهتمين في ميزان حسنات كل من له دور في ذلك ، وإنما التوفيق والعون من الله وحده ، فله- سبحانه- الحمد في الأولى والآخرة ، « وَمَا تَوْفِيقِي إِلَّا بِاللَّهِ عَلَيْهِ تَوَكَّلْتُ وَإِلَيْهِ أُنِيبُ»
(الآية رقم ٨٨ من سورة هود)

أ.د/ رضا عبد الواجد أمين

عميد كلية الإعلام جامعة الأزهر

و رئيس التحرير

م	القطاع	اسم المجلة	اسم الجهه / الجامعة	ISSN-P	ISSN-O	السنه	نقاط المجله
1	الدراسات الإعلامية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	جامعة الأهرام الكندية، كلية الاعلام	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 الراى 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 الاعلام 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

تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية وعلاقته بتقويم الذات لديها

Egyptian Woman Exposure to Digital Platforms Drama Addressing Social Issues and Its Relationship to Her Self- Assessment

أ.م.د/ أحمد أحمد عثمان

أستاذ مساعد بقسم الإعلام، كلية الآداب - جامعة المنصورة

Email: Dr_ahmedothman@mans.edu.Eg

ملخص الدراسة

يهدف البحث إلى التعرف على كثافة تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت، والعلاقة بين كثافة هذا التعرض ومستوى تقويم الذات لديها، فضلًا عن دراسة تأثير كل من دوافع تعرض المرأة المصرية لهذه الدراما، ومستوى الانتباه أثناء التعرض، ومستوى إدراكها لواقعية مضمون هذه الدراما، ومستوى تفاعليتها، والمتغيرات الديموغرافية؛ وتأثيرها في هذه العلاقة.

ويُعدُّ هذا البحث من البحوث الوصفية، واستخدم منهج المسح في مستوييه الوصفي والتحليلي، من خلال إجراء استبانة رأي لعينة عمدية متاحة من جمهور المرأة المصرية ممن يشاهدن الدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية، بلغت ٤٠٠ مفردة.

وخلصت الدراسة في نتائجها إلى أن كثافة تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت جاءت متوسطة أو منخفضة الكثافة لدى الغالبية العظمى من مفردات العينة، وجاءت الدوافع بوجه عام متوسطة القوة لدى النسبة الأكبر من عينة البحث، وجاء مستوى الانتباه أثناء التعرض متوسطًا أو ضعيفًا لدى الغالبية العظمى من مفردات العينة، وخلصت نتائج الدراسة الميدانية فيما يتعلق بمستوى إدراك المرأة المصرية لواقعية مضمون الدراما أنه جاء مرتفعًا أو متوسطًا لدى الغالبية العظمى من مفردات العينة، وفيما يتعلق بمستوى تفاعل المرأة المصرية عند التعرض للدراما على المنصات الرقمية، فقد جاء ضعيفًا أو متوسطًا لدى غالبية مفردات العينة، وجاء مستوى تقويم الذات لدى المرأة المصرية متوسطًا أو قويًا لدى الغالبية العظمى من مفردات العينة.

الكلمات المفتاحية: المرأة المصرية، الدراما، المنصات الرقمية، تقويم الذات.

Abstract

The research aims to examine the Egyptian woman's exposure to drama that addresses her social issues through digital platforms, and its relationship to her self-assessment. It determines the impact of some variables on this relationship, including the Egyptian woman's motives of exposure to drama, the levels of her attention during exposure, her awareness of the content realism, and her interaction, in addition to her demographic characteristics. It is descriptive research; it uses the survey method in its descriptive and analytical levels, as well as the questionnaire tool applied to an intentional sample of 400 Egyptian women.

Main results:

1.The majority of the respondents are exposed to drama that addresses their social issues through digital platforms moderately/lowly. Most of them have medium motives of exposure and medium/weak levels of attention during exposure.

2-Most of the sample has a high/medium level of awareness of the drama content realism, a weak/medium level of interaction during exposure, and a medium/strong level of self-assessment.

3-There is a weak positive relationship between the intensity of the Egyptian woman's exposure to the drama that addresses her social issues through digital platforms and her level of self-assessment. There are significant differences between the categories of exposure intensity and the categories of self-assessment. These differences are between those who are exposed to the drama lowly and moderately in favor of the higher category.

keywords: Egyptian woman, digital platforms, drama, self- assessment.

مقدمة:

تمثل المرأة موضوعاً من الموضوعات التي شغلت اهتمام العلماء والمفكرين على حد سواء[١]، إذ تحظى المرأة بدور تاريخي في صنع الحضارة الإنسانية، وإهمال دورها في حركة التخطيط وتنمية المجتمع يُعدَّ أحد المعوقات لحركة التطور ومسارها، ومشاركة المرأة في التنمية لها دلالتها، من حيث كونها آلية أساسية لتنمية ذاتها وتنمية المجتمع والواقع الاجتماعي[٢].

ويُعدَّ وضع المرأة في أي مجتمع أحد المقاييس الأساسية لدرجة تقدمه، فأي مجتمع لا يتقدم بخطى منتظمة مخلفاً وراءه النصف الثاني من أفراده، فالأمر هنا ليس مجرد نسبة عددية؛ لأن المرأة لا تعيش في حالة انعزال عن الرجل، بل إن المرأة تشارك الرجل حياته منذ مولده؛ أماً، ثم شريكة حياة، ثم ابنة[٣].

وقد احتلت المرأة العربية مكانة رفيعة في التاريخ والشعر القصصي، فشاركت في الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والفكرية، وظهرت منهن الملكات والقاضيات، كما رفع الإسلام مقام المرأة، وأقرَّ لها حقوقًا، بل وأجاز لها تولي مناصب رفيعة[٤].

وحتى الآن، رغم أن الجدال لا يزال مستمراً في شتى بقاع العالم حول المرأة وحقوقها وواجباتها ومشاركتها في تنمية مجتمعها؛ إلا أنه لم يوجد حل نهائي لذلك الموضوع على الرغم من تكثيف الجهود في ذلك الإطار، من عقد ندوات وإقامة مؤتمرات وإصدار قوانين منظمة بخصوص المرأة[٥].

وفي إطار ما سبق، وفي ظل ما يشهده العالم من تحولات سياسية واقتصادية واجتماعية، ومن خلال ما حققته الحضارة الإنسانية من تقدم هائل في شتي مجالات المعرفة، واختراق التكنولوجيا لمختلف مناحي الحياة، مكَّنت الثورة الرقمية الجماهير من خلق وسائل إعلام جديدة خاصة بهم، تهدف إلى تلبية احتياجات الإنسان من الوصول

إلى المعلومات ومتابعة الأحداث ومناقشة القضايا المختلفة؛ وقد تزامن مع ذلك اهتمام دولي بقضايا المرأة في مختلف أنحاء العالم، كان له انعكاسه على ما تقدمه وسائل الإعلام الجديدة من مضامين[٦]؛ بما تتضمنه من أدوات متنوعة، مثل مواقع التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية، وتقنيات الواقع الافتراضي، وغيرها.

وتعرف المنصات الرقمية بأنها تقنية تعتمد على الإنترنت، وتتضمن مزيجًا من العرض التقني والتجاري للوصول لعالم الخدمات التفاعلية التي يمكن بثها أو توفيرها عبر الإنترنت، وقد تكون بمقابل مادي أو مجانية، وقد تكون إمكانية الوصول اوليها محدودة أو تكون دون شروط، كما تعتمد على تطوير مجتمع من المستخدمين مع مشغل المنصة بإنشاء رابط مباشر رسمي يتحدد في عقد مع الفرد[٧]، وتعد المنصة اوطاراً من التطبيقات، يتيح البيانات بسهولة لتطوير التطبيقات بشكل أسرع، كما أنها أرضية إلكترونية تضم عدداً من التطبيقات والروابط التفاعلية، وتتيح التفاعل الفوري بين طرفين، أو مجموعة من الأفراد في وقت واحد[٨].

وتُعدَّ المنصات الرقمية إحدى أدوات الإعلام الجديد التي حاولت تقديم نفسها كمنصات بديلة عن التليفزيون التقليدي، واستطاعت أن تضع معايير جديدة للبث التليفزيوني، تتمثل في شكل ومحتوى جديد للمضمون المقدم عبر هذه المنصات، وتنافست المنصات المختلفة لتقديم محتوى فريد ومتميز عن غيرها من المنصات، حتى تشجع المستهلك على الاشتراك فيها، والدفع مقابل الحصول على خدمة مشاهدة حسب الطلب دون فواصل إعلانية، في الوقت والمكان الذي يرغب به المشترك، وعبر أي جهاز ذكي يمتلكه، وباتت هذه المنصات تتسابق في الحصول على البث الحصري لعروض عربية وأجنبية تغري من خلالها المستخدمين للاشتراك في المنصة والحصول على أكبر عدد من المشتركين[٩].

وفي ظل ما تمثله الدراما؛ إذ تعد أحد أهم هذه المضامين التي يتعرض لها الجمهور عبر وسائل الإعلام، كما أنها أداة من أدوات التأثير المجتمعي، سواء كانت وسيلة لقضاء وقت الفراغ، أو مصدراً لثقافة الجمهور، وتسهم في تنشئته الاجتماعية من خلال إمداده بالمعلومات[١٠]، فقد حظي المحتوى الدرامي باهتمام كبير من جانب المنصات

الرقمية، وذلك من خلال تقديمه عبر عديد من هذه المنصات، أو من خلال تخصيص منصات كاملة لعرضه، مثل: منصة نيتفليكس Netflix، ومنصة أمازون Amazon Prime Video، ومنصة أبل Apple TV Plus، ومنصة بوبكورن popcorn، ومنصة Watch it، ومنصة شاهد Shahed، وغيرها من المنصات الرقمية(١١).

وترجع أهمية موضوع البحث إلى أنه مع انطلاق منصات الدراما الرقمية، وهي المواقع والشبكات الإلكترونية المُخصَّصة للبث المرئي عبر الإنترنت، التي تعرض أشكالًا متعددة من المحتوى الدرامي، سواء الذي أنتج للتليفزيون ويعاد بثه عبر هذه المنصات، أو الذي أُنتج خصيصًا لهذه المنصات بما يتضمنه من موضوعات وقضايا اجتماعية تتعلق بفئات المجتمع المتنوعة؛ أقبل كثيرون على استخدام هذه المنصات من خلال مشاهدة هذا المحتوى المقدم عبرها، نظرًا لأنه خال من الرقابة، ويتسم باستغلال عناصر الإبهار في الصورة والصوت، إضافة اولى تقديم أفكار مختلفة عما يقدم في الإعلام التقليدي، كما أن مرونة ظروف التعرض وعدم وجود الفواصل الإعلانية وخصوصية المشاهدة على الهاتف أو جهاز الكمبيوتر الشخصي كانت من عوامل جذب الجمهور لمتابعة مثل هذه المنصات(١٢).

وقد تنوعت تأثيرات استخدام هذه المنصات الرقمية في المجتمعات الإنسانية، ولم تقتصر على البناء الاجتماعي لهذه المجتمعات فقط، وانما امتدت لتشمل التركيبة النفسية لأفراد هذه المجتمعات بوجه عام؛ إذ اقترن استخدام تلك المنصات بظهور عديد من التأثيرات النفسية الايجابية والسلبية داخل المجتمعات الإنسانية، وتنوعت هذه التأثيرات من حيث درجة عمق كل منها، وتجاوزت حدود الحالة المزاجية للمستخدم إلى إدراك كل منهم لذاته وتقديره وتقويمه لها(١٣).

وفي هذا الإطار، يشير مفهوم تقويم الذات إلى تلك العملية التي تدفع الفرد للحكم على الأشياء بقدر ما ترتبط بذاته، وبقدر ما تحققه من اوشباعات واوسهامات في بلوغ الهدف المنشود له، وقد يستخدم في أحكامه معايير ذاتية، مثل المنفعة، والألفة، ونقصان تهديد الذات، واعتبارات المكانة والمركز الاجتماعي، وسهولة الفهم والإدراك؛ اولا أنها تصبغ أحكامه بصبغة ذاتية، ولا يعني هذا أن التقويم يقتصر على الجانب الذاتي فقط

طبقًا لهذا المنظور؛ بل كثيرًا ما تحدده الأشياء الكمية والكيفية في ضوء مجموعة من المعايير أو الحدود أو المحكات التي تم الاتفاق عليها مسبقًا(١٤).

وفكرة أن يُقوِم الإنسان ذاته فكرة قديمة قدم الإنسانية، فقد كان يعمل على محاسبة نفسه اوزاء ما يقوم به، وعلى مراجعة ممارساته بعد اوتيانها، والتراث الإسلامي والثقافة العربية حافلة بدعوة الفرد لتقويم نفسه ومحاسبة ذاته، فهو البصير بنفسه، ودوافعه، وسلوكه، وتصرفاته، والعارف بميوله، ومشاعره، واتجاهاته، وهو المدقق والمحاسب الأول لذاته في كل ما يمارسه (١٥).

وعلى المستوى العلمى المنهجى، تتمثل أهمية البحث في الإجابة عن تساؤلات واختبار فروض مدخلي الاستخدامات والتأثيرات والتفاعلية الرمزية إطارًا نظريًا للبحث، وذلك فيما يتعلق بالتطبيقات الحديثة للمنصات الرقمية على شبكة الإنترنت.

وفي ضوء ما سبق، يهدف البحث إلى التعرف على كثافة تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت، والعلاقة بين كثافة هذا التعرض ومستوى تقويم الذات لديها، فضلًا عن دراسة تأثير كل من دوافع تعرض المرأة المصرية لهذه الدراما، ومستوى الانتباه أثناء التعرض، ومستوى إدراكها لواقعية مضمون هذه الدراما ومستوى تفاعليتها، والمتغيرات الديمغرافية وتأثيرها في هذه العلاقة.

الإطار النظري للبحث:

يستمد هذا البحث إطاره النظري من مدخل الاستخدامات والتأثيرات، ونظرية التفاعلية الرمزية، بما يناسب موضوع البحث ومشكلته البحثية، وذلك كما يلي:

أولًا: مدخل الاستخدامات والتأثيرات Uses and Effects Approach:

يستمد مدخل الاستخدامات والتأثيرات أصوله الفكرية من نموذج "كيم وروبين" الذي ظهر عام ١٩٩٧؛ إذ يهتم بقياس تأثير الاختلاف في أنماط نشاط الجمهور بوصفهم ليسوا متلقين سلبيين، ويهدف هذا النموذج اولى رصد الأبعاد المختلفة لنشاط الجمهور، وتتحدد هذه الأبعاد في الأنشطة المدعمة لعملية الاتصال، مثل "الانتقائية، والانتباه، والاستغراق"، وكذلك الأنشطة المعوقة لعملية الاتصال؛ مثل التجنب، وتحويل الانتباه،

والشك، فضلًا عن قياس تأثيرات أنماط هذه المشاهدة، من تأثيرات الرضا، والتفاعل شبه الاجتماعي مع الشخصيات الدرامية، والغرس الثقافي[١٦].

ويمثل مدخل الاستخدامات والتأثيرات أحد المداخل الأكثر حداثة في دراسة العلاقة بين استخدام وسائل الإعلام الجديدة والتأثيرات الناتجة عن هذا الاستخدام[١٧]، ويرى هذا المدخل أن المضمون الاتصالي يؤدي إلى حدوث تأثيرات من خلال عوامل وسيطة قد تخرج من عملية الاتصال ذاتها؛ مثل: دوافع الاستخدام، ومستوى الانتباه أثناء الاستخدام، ومستوى إداك واقعية المضمون، والعوامل الديمغرافية[١٨].

ويشير هذا المدخل إلى أن تأثيرات وسائل الإعلام تنقسم اولى: التأثيرات المعرفية Cognitive Effects التي تتعلق بإحساس الأفراد بالغموض أو الالتباس، وتشكيل الاتجاهات، وترتيب الأولويات، وتوسيع المعتقدات، وتوضيح القيم، اولى جانب التأثيرات الاتجاهية، وذلك من خلال قدرة وسائل الإعلام على تقديم معلومات وأفكار يتفق محتواها مع البناء المعرفي للفرد مما يجعله يهتم بها، وتزداد احتمالية تأثيرها في سلوكه[١٩]، وكذلك التأثيرات الوجدانية التي تتضمن حدوث تغير في الاتجاهات والمشاعر, وتشمل كلًا من: الفتور العاطفي، والخوف والقلق، والدعم المعنوي للاغتراب[٢٠]، اولى جانب التأثيرات السلوكيةBehavioral Effects التي تحدث بعد التغيرات المعرفية والوجدانية، وتشمل التنشيط والخمول[٢١].

ويحاول الاتجاه الحديث في البحوث الإعلامية المزج بين الاستخدامات والتأثيرات؛ مفترضًا أن أفراد الجمهور يبحثون عن وسائل الاتصال للحصول على معلومات معينة، وبحصولهم عليها فإنهم يبدأون في التصرف بطريقة معينة بناءً على هذه المعلومات، ثم يرجعون للوسيلة للحصول على مزيد منها، وهكذا تستمر العملية[٢٢]، الأمر الذي يعني أيضًا الحد من السيطرة على العملية الاتصالية[٢٣].

ويتركز الفرض الرئيسي لمدخل الاستخدامات والتأثيرات حول اعتبار المتلقي إيجابيًا ونشيطًا ومتفاعلًا في سلوكة الاتصالي مع الوسائل الاتصالية، فهو يتعرض للمحتوى أيًا كانت طبيعته لإشباع احتياجاته النفسية والاجتماعية، فالجمهور وفقًا لهذا المدخل هو أساس عملية الاتصال[٢٤]، لذلك، فإن مدخل الاستخدامات والتأثيرات غير الطرق

التقليدية للتفكير في التأثيرات الاتصالية، فيبحث في كيف يستقبل أفراد الجمهور الرسائل الاتصالية بطرق نشطة طبقًا لاحتياجاتهم الخاصة، ويؤكد أن الأفراد يقومون باختيارات واعية من بين العناصر المختلفة لمضمون الاتصال، ويختارون ما يشاهدونه، وبذلك، فإن درجة التأثيرات الاتصالية وتنوعها سيعتمد على حاجة أفراد الجمهور[٢٥]، وبذلك يمكن القول بأن مدخل الاستخدامات والتأثيرات يضع المتلقي في موضع المسئولية تجاه المضامين الإعلامية التي يختارها[٢٦].

ثانياً: نظرية التفاعلية الرمزية Symbolic Interaction Theory :

تقدم التفاعلية الرمزية تفسيرا لسلوك الإنسان عبر الدور الذي يشغله، والسلوك الذي يقوم به نحو الفرد الآخر الذي كون علاقة معه خلال مدة زمنية محددة، لذا تفترض التفاعلية الرمزية وجود شخصين متفاعلين عبر الأدوار الوظيفية التي يشغلها كل منهما، فكل منهما يحاول أن يتعرف على سمات الفرد الآخر وخواصه عبر العلاقة التفاعلية التي تنشأ بينهما، وبعد فترة من الزمن على نشوء مثل هذه العلاقة التفاعلية بين الشخصين الشاغلين لدورين اجتماعيين متساويين أو مختلفين يقوم كل فرد بتقويم الآخر، اولا أن التقويم يعتمد على اللغة والاتصال الذي يحدث بينهما[٢٧].

ويُعدَّ "روجرز" (Rogers) أول من قدَّم مفهوم التفاعلية Interactivity، من خلال التنبؤ بالسمة الأساسية التي تضفي صفة التفاعلية على الأنظمة الاتصالية، وهي تلك السمة التي أطلق عليها اسم "رجع الصدى" Feedback، وقدَّم روجرز عام ١٩٨٦ أول تعريف للتفاعلية على أنها قدرة الأنظمة الاتصالية على نقل استجابة المتلقي إلى المرسل، وأشار "روجرز" إلى أن التفاعلية متغير نسبي، فهناك وسائل تتمتع بارتفاع درجة التفاعلية، مثل اللوحات الإخبارية، بينما توجد وسائل أخرى منخفضة في درجة التفاعلية، مثل التليفزيون[٢٨].

وفي هذا الإطار، حددت "هيتر" عدة أبعاد لمفهوم التفاعلية، هي: التنوع في الاختيارات المتاحة للتواصل، والجهد الذي يبذله المستخدم لتحقيق الاتصال، وسهولة استخدام الأدوات المتاحة لتصميم الرسالة الاتصالية وتكوينها[٢٩].

ويمكن تحديد عناصر التفاعلية التي توفرها المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت

بوصفها واحدة من أهم الأدوات الاتصالية، وذلك فيما يلي:

- توفر المنصات الرقمية بيئات تفاعلية افتراضية تتيح فرصًا متساوية لكل مستخدميها للتعليق وإبداء الإعجاب على منشورات الصفحات.
- تتيح للمستخدمين فيها فرصة الحصول على ما يريدون من مواد ترفيهية متنوعة.
- تتيح لمستخدميها فرصة التفاعل والتحاور المتزامن أو غير التزامن حول المضامين المعروضة على هذه المنصات.

ويُستفاد من مدخل الاستخدامات والتأثيرات، ومدخل التفاعلية الرمزية في إجراء البحث، وذلك من خلال ما يلي:

- دراسة العلاقة بين كثافة تعرض المرأة المصرية للدراما الرقمية التي تعالج قضايا الاجتماعية، ومستوى تقويم الذات لديها (أحد التأثيرات المتوقعة لهذا الاستخدام).
- رصد مستوى تفاعل مستخدمات منصات الدراما الرقمية مع المضامين المقدمة فيها.
- فضلًا عن دراسة تأثير كل من دوافع التعرض للدراما الرقمية، ومستوى الانتباه أثناء التعرض، ومستوى تفاعل المستخدمات معها، ومستوى إدراك واقعية مضمونها، والمتغيرات الديمغرافية؛ وتأثيرها في هذه العلاقة.

الدراسات السابقة:

رجع الباحث إلى عديد من الدراسات السابقة للاستفادة ببعض الجوانب التي تناولتها في إجراء هذا البحث، ويمكن تقسيم هذه الدراسات إلى محورين تُعرض الدراسات من خلالهما، وذلك كما يلي:

المحور الأول: دراسات سابقة اهتمت بالمنصات الرقمية على شبكة الإنترنت.

المحور الثاني: دراسات سابقة اهتمت بتقدير وتقويم الذات لدى الجمهور.

المحور الأول: دراسات سابقة اهتمت بالمنصات الرقمية على شبكة الإنترنت

1- دراسة شلبي، أشرف مصطفى أحمد (2023) عن: "استخدام طلاب الجامعات المصرية لمنصة نتفليكس وعلاقته بالأمن الفكري لديهم"، واهتمت الدراسة بالتعرف على كثافة استخدام طلاب الجامعات المصرية لمنصة نتفليكس، وعلاقة ذلك الاستخدام بالأمن الفكري لديهم، ومن ثم الكشف عن أبعاد الأمن الفكري الأكثر تأثيراً في الأعمال المقدمة بمنصة نتفليكس من وجهة نظر طلاب الجامعة، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية، واستخدمت منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي من خلال تطبيق استبانة رأي على عينة من الشباب الجامعي ممن تتراوح أعمارهم ما بين 18 إلى 21 عاماً من محافظتي القاهرة والجيزة، بلغت 450 مفردة، وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات طلاب الجامعة في اتجاهاتهم نحو تأثير استخدام منصة نتفليكس في الأمن الفكري لديهم لكل من البُعد السياسي والبُعد الثقافي تبعاً لاختلاف النوع، كما أشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين معدل استخدام طلاب الجامعات لمنصة نتفليكس وتأثيراتها في الأمن الفكري لديهم(٣٠).

2- دراسة "عباس"(M., M., Abbas, 2023) عن: دور منصة نتفلكس في إعادة تشكيل إدراك الجمهور العالمي للعرب والمسلمين، واهتمت الدراسة بالتعرف على دور منصة المشاهدة الرقمية نتفليكس في إعادة تشكيل إدراك جمهور مشاهديها على المستوى العالمي لصورة العرب والمسلمين، وفهم الكيفية التي وضعتها نتفليكس لنفسها لتصبح مركزاً قوياً للنفوذ في صناعة خدمات البث المتدفق، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية، واستخدمت منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي من خلال تحليل مضمون عينة تضمنت مسلسلي مدرسة الروابي للبنات والبحث عن عُلا، وفيلمي السباح وأصحاب ولا أعز بإجمالي 384 مشهداً، وتطبيق استبانة رأي على عينة قوامها 100 مفردة من مشاهدي منصة نتفليكس، وخلصت الدراسة في نتائجها إلى أن استثمار منصة نتفليكس في المحتوى العربي كان له تأثير كبير وواضح في إدراك صورة العرب والمسلمين، فقد كان أغلب إنتاج نتفلكس العربي ممثلًا للعرب والمسلمين، وجعلهم في بؤرة عملية

الإنتاج؛ كما أوضحت الدراسة تقديم منصة نتفلكس للعرب والمسلمين بصورة سلبية تارة، وبصورة إيجابية تارة أخرى، على حد سواء، فجسَّدت قيم الحب والتسامح، وجسدت أيضًا قيم العنف والانحرافات السلوكية والقيم غير السليمة[٣١].

3- دراسة العميري، أحمد محمد صالح (٢٠٢٢)، عن: "تعرض الشباب الجامعي للأعمال الدرامية المقدمة بالمنصات التليفزيونية عبر الإنترنت وعلاقته بمنظومة القيم لديهم"، واهتمت الدراسة بالتعرف على كثافة مشاهدة الشباب الجامعي للأعمال الدرامية بالمنصات الرقمية، وتأثيرها في نسقهم القيمي، واستخدمت الدراسة منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي، من خلال تطبيق استبانة رأي إلكترونية على عينة عمدية قوامها ٣٠٠ مبحوث من الشباب الجامعي المشتركين بالمنصات التليفزيونية عبر الإنترنت بكل من جامعة ٦ أكتوبر وجامعة بورسعيد، وخلصت الدراسة في نتائجها إلى ارتفاع كثافة تعرض الشباب الجامعي للمنصات التليفزيونية عبر الإنترنت؛ فضلًا عن وجود علاقة دالة إحصائيًا بين كثافة تعرض الشباب الجامعي للأعمال الدرامية المقدمة بالمنصات التليفزيونية عبر الإنترنت والتأثير في منظومة القيم لديهم[٣٢].

4- دراسة عبد المقصود، أماني رضا (٢٠٢١) عن: "دوافع التعرض للمحتوى الدرامي في خدمات المشاهدة حسب الطلب (VOD) والإشباعات المتحققة"، واهتمت الدراسة برصد دوافع التعرض للمحتوى الدرامي المقدم من خلال خدمات الفيديو حسب الطلب والإشباعات المتحققة من هذا التعرض، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية، واستخدمت منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي، من خلال تطبيق استبانة رأي على عينة قوامها 250 مفردة من مستخدمي خدمات الفيديو حسب الطلب، وخلصت الدراسة في نتائجها إلى أن الإشباعات النفسية جاءت في مقدمة الإشباعات التي يحصل عليها أفراد العينة، وتتمثل في (الترفيه والإمتاع)، ثم الإشباعات التي تتعلق بالخصائص التكنولوجية للوسيلة ذاتها، وتفوقت منصة (نتفليكس) من حيث كونها أكثر خدمات المشاهدة حسب الطلب لدى أفراد العينة[٣٣].

5- دراسة طلبة، عبير أحمد (٢٠٢١) عن: "التأثير النفسي للإفراط في مشاهدة نتفليكس على الشباب"، واهتمت الدراسة بالتعرف على كيفية تأثير الإفراط في مشاهدة

نتفليكس في عديد من جوانب الحياة (الجسدية والنفسية)، وربطها بالاكتئاب والشعور بالوحدة ورفاهية النفس، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية واستخدمت منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي، من خلال تطبيق استبانة رأي على عينة من الشباب ممن تتراوح أعمارهم من ١٨- ٣٥ عاماً، وخلصت الدراسة في نتائجها إلى أن منصة نتفليكس تُختار بشكل أساسي لتنوع محتواها، كما خلصت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباط إيجابية بين استخدام نتفليكس والاكتئاب والشعور بالوحدة، وعلاقة سلبية بين استخدامها ورفاهية النفس[٣٤].

6- دراسة أبو السعود، مي أحمد (٢٠٢١) عن: "أنماط استخدام المراهقات لدراما المنصات الإلكترونية - دراسة ميدانية على عينة من المراهقات"، واهتمت الدراسة بالتعرف على دوافع استخدام المراهقات لمنصات الدراما الرقمية، والعوامل المؤثرة في هذا الاستخدام، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية واستخدمت منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي من خلال تطبيق استبانة رأي على عينة قوامها ٢١٠ مبحوثًا من ست مدارس، وخلصت الدراسة في نتائجها إلى تعدد أنماط استخدام المراهقات لدراما المنصات الإلكترونية؛ ومنها مشاهدة أعمال الدراما الأكثر شهرة، ومشاهدة الأعمال التي يشاهدها الأصدقاء، وتأتي (نتفليكس) في المرتبة الأولى، ثم (شاهد)، ثم (واتش آت)، والمرتبة الأخيرة (فيو Viu)، ومن أبرز دوافع المشاهدة الخصائص التكنولوجية للمنصات؛ مثل سهولة المشاهدة، والقدرة على التفاعل مع المحتوى الدرامي بانتقاء الأعمال بسلاسة، والمشاهدة في أي وقت ومكان[٣٥].

7- دراسة إبراهيم، ياسمين محمد وآخرون (٢٠٢١) عن: "تأثيرات المشاهدة النهمة لمحتوى منصة نتفليكس في البناء القيمي للمجتمع المصري"، واستهدفت الدراسة التعرف على تأثير مشاهدة الأعمال المقدمة عبر منصة نتفليكس من مضامين وقيم قد تتوافق أو تتناقض مع البناء القيمي للمجتمع المصري، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية واستخدمت منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي، من خلال تطبيق استبانة رأي على عينة عمدية قوامها ١٢٠٠ مفردة مقسمة إلى ذكور وإناث، وخلصت الدراسة في نتائجها إلى استحواذ منصة نتفليكس على نطاق واسع في الحياة اليومية لمستخدميها، كما برزت

المشاهدة النهمة من خلال مشاهدة أفراد العينة ثلاث حلقات أو أكثر من العرض نفسه في جلسة واحدة[٣٦].

8- دراسة " باراماكسيز وآخرون"(PARMAKSIZ, et al, 2020) عن: دوافع المشاهدة المدفوعة للأفلام المقدمة بالمنصات الرقمية، واهتمت الدراسة بالتعرف على دوافع مشاهدة الدفع عند الطلب من خلال خدمات المنصات الرقمية، حيث يصل المستهلكون إلى المحتوى عن طريق البث أو عن طريق الإنترنت بدفع رسوم شهرية، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية، واستخدمت منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي من خلال المقابلات التي أجريت مع المستخدمين، وطلب منهم إجابات عن العوامل التي تؤثر في نية استخدام خدمات الدفع عند الطب، وذلك في إطار خمسة مواضيع رئيسية، هي: نوعية المحتوى المتصور، وتوقع الجهد، وإدراك الأسعار، واستهلاك الهيمنة، وجهة الإفادة، وكشفت الدراسة في نتائجها عن ازدياد استخدام خدمات الدفع عند الطلب[٣٧].

9- دراسة عثمان، داليا (٢٠٢٠) عن: "تأثير مشاهدة المسلسلات المقدمة على منصة نيتفليكس على النسق القيمى للمراهقين"، واهتمت الدراسة بفهم تأثير أحد الوسائط الرقمية الجديدة على قيم وأخلاقيات المراهقين، نظراً لخطورة تلك المرحلة وأهميتها، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية واستخدمت منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي، من خلال تطبيق مجموعات النقاش المُركَّزة، بالتطبيق على عينة قوامها ٤٨ مفردة مقسمة بالتساوي إلى ٤ مجموعات، وأشارت الدراسة إلى أن أهم أسباب الاشتراك في منصة نيتفليكس ترشيح الأصدقاء، ومحاولة إيجاد نقاط للنقاش المشترك بينهم، كما خلصت إلى ارتفاع معدلات التعرض بين المراهقين لمسلسلات نتفليكس التي قد تصل إلى حد الإدمان، مما قد يؤثر في مستوى التحصيل الدراسي لديهم، وإحداث عدد من المشكلات النفسية والصحية[٣٨].

10- دراسة رهام، صلاح الدين (٢٠٢٠) عن: "أنماط مشاهدة الشباب المصري للمحتوى الدرامي المعروض على المنصات الإلكترونية المتخصصة"، واهتمت الدراسة ببحث دوافع تعرض الشباب للمضامين الدرامية المعروضة بالمنصات الرقمية، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية، واستخدمت منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي، من خلال تطبيق

استبانة رأي الإلكترونية على عينة عمدية من بين شباب جامعات القاهرة وحلوان وقناة السويس وجامعتي MSA وجامعة MUST، وخلصت الدراسة في نتائجها إلى أن المنصات الإلكترونية احتلت المرتبة الأولى من حيث كونها الوسيلة الأكثر تفضيلًا من قبل الشباب(٣٩).

المحور الثانى: دراسات سابقة اهتمت بتقدير وتقويم الذات لدى الجمهور

1- دراسة خالد، إسراء حسن (٢٠٢٤) عن: "استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمستوى تقويم الذات لديهم"، واهتمت الدراسة برصد درجة كثافة استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي، ودوافع الاستخدام، ومستوى انتباه الشباب أثناء الاستخدام، وإدراك الشباب المصري لواقعية المضمون المقدم من خلال هذه المواقع، وتأثير ذلك في مستوى تقويم الذات لديهم، واستخدمت الدراسة منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي، من خلال تطبيق استبانة رأي على عينة قوامها (٤٠٠) مفردة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من الشباب المصري، وخلصت الدراسة في نتائجها إلى وجود علاقة ارتباط إيجابية ضعيفة بين متغيري كثافة استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي ومستوى تقويم الذات لديهم، كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن هذه العلاقة تتأثر بمتغيرات دوافع الاستخدام، ومستوى الانتباه أثناء الاستخدام، ومدى إدراك واقعية المضمون المقدم(٤٠).

2- دراسة "شانسيري" وآخرون (K., Chansiri et al, 2023) عن: التأثيرات غير المباشرة لصور موقع التواصل الاجتماعي "انستجرام" في مستوى تقدير الذات لدى المرأة، ودور مؤشر كتلة الجسم والوزن المثالي كمتغيرات وسيطة في هذه العلاقة"، واهتمت الدراسة بالتعرف على مستوى تأثير مشاهدة صور موقع التواصل الاجتماعي "انستجرام" المتعلقة بمظهر الجسد على مستوى تقدير الذات لدى المرأة، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية واستخدمت منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي، من خلال تطبيق استبانة رأي على عينة قوامها ٢٢١ مفردةً من مستخدمات موقع "انستجرام" ممن تتراوح أعمارهن بين ١٨-٣٢ عامًا، وخلصت الدراسة في نتائجها إلى أن مشاهدة صور "انستجرام" المتعلقة بمظهر الجسد، سواء التماثل أو الإلهام، تؤثر بشكل غير مباشر في

تقدير الذات لدى المرأة بشكل نسبي، لأنها لا تؤثر بشكل كبير في النساء ذوات الوزن المثالي، وتؤثر بشكل متوسط في النساء ذوات الوزن الزائد اللاتي يدركن أهمية الوصول للوزن الصحي المثالي، بينما تؤثر بشكل كبير في النساء ذوات الوزن الزائد اللاتي يتجاهلن أهمية الوصول للوزن الصحي[٤١].

3- دراسة "كالينى" وآخرون (V., Kalinin et al, 2023) عن: أثر ضبط النفس وإدراك الذات في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتقدير الذات، واهتمت الدراسة بالبحث في العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وإدراك الذات، إضافة إلى قياس ضبط النفس وتقدير الذات، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية، واستخدمت منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي، من خلال تطبيق استبانة رأي على عينة قوامها ١٢٥ مفردة من مشاركين في دورات تمهيدية في علم النفس تتراوح أعمارهم بين ١٨ و٥٨ عامًا، وأشارت الدراسة في نتائجها إلى أن ضبط النفس يتوسط العلاقة بين إدراك الذات واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، ووجود علاقة ارتباط إيجابية بين مستوى إدراك الذات وضبط النفس وتقدير الذات والتأثير الإيجابي[٤٢].

4- دراسة "شين، وجاو" (Y., Chen, Q., Gao, 2023) عن: الكفاءة الذاتية لدى كبار السن في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها في الحصول على المعلومات والشعور بالوحدة وتقدير الذات، واهتمت الدراسة بالتعرف على تأثير الكفاءة الذاتية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات والشعور بالوحدة وتقدير الذات لدى كبار السن، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية، واستخدمت منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي، من خلال تطبيق استبانة رأي على عينة قوامها ٢٧٦ مفردة من كبار السن الصينيين اللذين تتراوح أعمارهم بين ٦٠ ٩٠ عامًا، وخلصت الدراسة في نتائجها إلى وجود علاقة إيجابية بين الكفاءة الذاتية العالية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والقدرة على الحصول على المعلومات وانخفاض الشعور بالوحدة وارتفاع تقدير الذات لدى كبار السن، كما أثرت بشكل إيجابي في السعادة[٤٣].

5- دراسة "يورام، وسكالسكي" (P. Uram , S. Skalski ,2022) عن: العلاقة بين الشعور بالرضا عن الحياة والشعور بالوحدة وتقدير الذات والخوف من الفقد لدى

مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية، واستخدمت منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي، من خلال تطبيق استبانة رأي على عينة من مستخدمي الإنترنت في بولندا، ممن تتراوح أعمارهم بين ١٨ ٧٠ عاماً، بلغ عددهم ٣٠٩ مفردات، وأكدت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الشعور بالوحدة مقابل احترام الذات والخوف من الفقد والرضا عن الحياة، كما خلصت إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين احترام الذات مقابل الخوف من الفقد وإدمان فيسبوك والرضا عن الحياة، وبذلك اتضح أن الشعور بالوحدة واحترام الذات هما الرابطان بين الرضا عن الحياة والخوف من الفقد، كما أشارت النتائج إلى وجود تأثير وسيط لتقدير الذات في العلاقة بين الوحدة والشعور بالفقد، وثبت وجود تأثير ذي دلالة إحصائية للشعور بالفقد على مستوى إدمان الفيسبوك[٤٤].

6- دارسة "كليمنتالو، ولي" (A.,ClementLau&N.,Li,2021) عن: حجم العلاقات الاجتماعية لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي وتقدير الذات، واهتمت الدراسة بالتعرف على الدور الوسيط لحجم الشبكة الاجتماعية في استخدام مواقع اتواصل الاجتماعي وتقدير الذات، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية، واستخدمت منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي، من خلال تطبيق استبانة رأي على عينة قوامها ١٢٣ مفردة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، خاصة فيسبوك وانستجرام، وخلصت الدراسة في نتائجها اولى وجود علاقة ارتباطية سلبية بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتقدير الذات لدى مستخدميها عندما يكون حجم شبكتهم الاجتماعية ضمن مستوى محدود[٤٥].

7- دراسة "بورناما" وآخرون (H. Purnama, et al , 2021) عن: العلاقة بين استخدام المراهقين في المناطق الريفية في إندونيسيا لوسائل التواصل الاجتماعي وشعورهم بتقدير الذات، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية واستخدمت منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي من خلال تطبيق استبانة رأي على عينة عشوائية طبقية بلغت ٣٤٠ مفردة، وخلصت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة عكسية ذات دلالة إحصائية بين إدمان وسائل التواصل الاجتماعي والشعور بتقدير الذات؛ فعندما يكون المراهق أكثر

إدمانًا لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، يشعر بتدني تقدير الذات، كما أشارت إلى أن الأشخاص الذين يتمتعون بارتفاع تقدير الذات لديهم طبيعة نشطة وحازمة وهجومية, كما يكونون أكثر قيادية في علاقاتهم، ويتمتعون بحرية كبيرة في التعبير عن آرائهم, ولا يتجنبون خلافات الرأي، ولا يشعرون بالقلق بسهولة[٤٦].

8- دراسة "هوجس" وآخرون (S. Hughes et a, 2021) عن دور وسائل التواصل الاجتماعي في تقويم العلاقات العاطفية والحفاظ عليها، من خلال تحديد نشر المستخدمين صورهم مع شركائهم في علاقات الارتباط العاطفي، ومستوى نشرهم موضوعات حول هذه العلاقات، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية، واستخدمت منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي، من خلال تطبيق استبانة رأي على عينة بلغت ٦٦٩ مفردة ممن تتراوح أعمارهم بين ١٦ و٦٥ عامًا، وأكدت نتائج الدراسة أنه رغم أن زيادة استخدام الفرد لوسائل التواصل الاجتماعي توحي بمزيد من نشره لموضوعات حول علاقاته العاطفية عبرها، فإن هذا النشر لم يكن مرتبطًا بتقدير الذات؛ إذ ثبت أن جودة العلاقة العاطفية تعد أكثر أهمية للتأثير في شعور الفرد بتقدير الذات بشكل يفوق آراء الآخرين حول هذه العلاقة عبر مواقع التواصل، مما يوضح أن الإعلان عن العلاقة العاطفية عبر مواقع التواصل يعد عاملًا غير مؤثرًا على شعور الفرد بتقدير الذات[٤٧].

9- دراسة "إلنورم" (T. Elenurm, 2021) عن: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتطوير مهارات التواصل عبر الإنترنت، من خلال رصد وتحليل الفرص المتاحة لزيادة وعي الطلاب بتأثيرات وسائل التواصل الاجتماعي على تقويم الذات في مجال ريادة الأعمال وتنظيم المشروعات، وتمت الدراسة بالتطبيق على مجموعة من طلاب إدارة الأعمال بكلية Estonian Business School, بسؤال الطلاب عن المنافع الناتجة عن استخدامهم لشبكات التواصل, وتجاربهم التي مروا بها في هذا الإطار، واستخدمت الدراسة أسلوب المقارنة المنهجية لإجراء مقارنات بين أولويات الطلاب خلال الفترة الممتدة بين عامي ٢٠٠٨ و٢٠١٣، والفترة الممتدة بين عامي ٢٠١٤ و٢٠١٨، كما استخدمت أداة تحليل المضمون لتحليل المحتويات التي قدمها الطلاب في المهام والتكليفات التي طُلبت منهم، التي بلغ عددها ٣٨٠ تكليفًا، وخلصت نتائج الدراسة إلى أن كليات إدارة

الأعمال في حاجة إلى التوظيف الجيد لإمكانات مشاركة المعارف بين الطلاب القادرين على استخدام تطبيقات الوسائط الإلكترونية والأكاديميين الذين يتمتعون بالكفاءة لتدريب الطلاب وتمكينهم من التصرف كمواطنين رقميين مسئولين وقادرين على التعامل مع مخاطر وسائل التواصل الاجتماعي وتطويع استخدامها من أجل التطوير الذاتي(٤٨).

10- دارسة " فالكينبرج" وآخرون (P.,Valkenburg, et al,2021) عن:استخدام المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتقدير الذات لديهم، واهتمت الدراسة بالتعرف على وجود تأثير لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي على تقدير المراهقين لذاتهم، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية واستخدمت منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي، من خلال تطبيق استبانة رأي على عينة قوامها ٣٨٧ مراهقًا ومراهقة من الفئة العمرية (١٣-١٥عامًا)، من مدارس المرحلة المتوسطة في المقاطعة الجنوبية لهولندا، وخلصت الدارسة في نتائجها اولى أن غالبية المراهقين لا يتأثرون باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تقدير الذات لديهم(٤٩).

11- دارسة "ستنيسبيك" وآخرون(S.,Steinsbekk,et al: 2020)عن تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في مظاهر تقدير الذات من الطفولة اولى المراهقة، واهتمت الدارسة بالتعرف على تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في مظاهر تقدير الذات لدى المراهقين، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية، واستخدمت منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي، من خلال تطبيق استبانة رأي على عينة من الأطفال والمراهقين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي قوامها (٧٢٥) مفردة، وخلصت الدراسة في نتائجها اولى أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي المُوجَّه نحو الآخرين يزيد من نقص مظاهر تقدير الذات، على عكس استخدام تلك المواقع في المنافع الشخصية التي لا تؤثر في مظاهر تقدير الذات لديه(٥٠).

12- دارسة جلال، عيد، وسالم، أسماء. (٢٠٢٠) عن: "صورة الجسم وعلاقتها بتقدير الذات لدى مستخدمي فلاتر السناب شات"، واهتمت الدراسة برصد وتحديد العلاقة بين مستوى تقدير الذات والرضا عن صورة الجسم لدى مستخدمي فلاتر السناب شات، والتعرف على مستوى الرضا عن صورة الجسم ومستوى تقدير الذات لديهم، وتعد

الدراسة من الدراسات الوصفية، واستخدمت منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي، من خلال تطبيق استبانة رأي على عينة قوامها ٣٢٠ مفردة؛ منهم ٢٢٥ مفردة يستخدمون سناب شات و٩٥ مفردة لا يستخدمونه، وخلصت الدراسة في نتائجها اولى وجود علاقة ارتباطية اويجابية ذات دلالة اوحصائية بين تقدير الذات وصورة الجسم لدى مستخدمي فلاتر السناب شات، وأن الإناث لديهن تقدير ذات وصورة جسد سلبية أكثر من الذكور، خاصة مستخدمات فلاتر السناب شات أكثر ممن لا يستخدمن فلاتر السناب شات[٥١].

وبمراجعة الدراسات السابقة يتبين ما يلى:

1- أشارت نتائج الدراسات السابقة إلى ارتفاع كثافة التعرض للمنصات الرقمية على شبكة الإنترنت؛ فقد خلصت دراسة أحمد محمد صالح العميري (٢٠٢٢) إلى ارتفاع كثافة تعرض الشباب الجامعي للمنصات التليفزيونية عبر الإنترنت، وأشارت دراسة ياسمين محمد إبراهيم وأخرون إلى استحواذ منصة نتفليكس على نطاق واسع في الحياة اليومية لمستخدميها، كما أشارت دراسة " بارماكسيز" وآخرون (PARMAKSIZ, et al, 2020) في نتائجها إلى ازدياد استخدام خدمات الدفع عند الطلب، وأكدت دراسة داليا عثمان (٢٠٢٠) ارتفاع معدلات التعرض بين المراهقين لمسلسلات نتفليكس التي قد تصل إلى حد الإدمان، كما أكدت دراسة رهام صلاح الدين (٢٠٢٠) أن المنصات الإلكترونية احتلت المرتبة الأولى، من حيث كونها الوسيلة الأكثر تفضيلًا من الشباب، وفي ضوء ما خلصت إليه نتائج هذه الدراسات السابقة تبرز الحاجة إلى دراسة تعرض المرأة المصرية للمضامين المقدمة عبر هذه المنصات الرقمية.

2- تناولت دراسات سابقة التأثيرات المتنوعة للمنصات الرقمية على شبكة الإنترنت؛ وتنوعت هذه التأثيرات بين تأثيراتها على الأمن الفكري لدى طلاب الجامعات (شلبي، أشرف مصطفى أحمد، ٢٠٢٣)، والتأثير في منظومة القيم (العميري، أحمد محمد صالح، ٢٠٢٢)، والاكتئاب والشعور بالوحدة ورفاهية النفس (طلبة، عبير أحمد ،٢٠٢١)، وإحداث عديد من المشكلات النفسية والصحية (عثمان، داليا،

٢٠٢٠)، ولم تتناول أي من هذه الدراسات تأثيرات التعرض للمنصات الرقمية على المرأة المصرية.

3- اهتمت دراسات سابقة عديدة بتأثيرات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الذات، مثل دراسة (إسراء خالد، ٢٠٢٤)، التي اهتمت بدراسة العلاقة بين كثافة استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي ومستوى تقويم الذات لديهم، ودارسة (A.,ClementLau&N.,Li,2021)، التي اهتمت بحجم العلاقات الاجتماعية لمستخدمي مواقع التواصل، ودراسة (H. Purnama, et al, 2021)، التي اهتمت باستخدام المراهقين في المناطق الريفية في إندونيسيا لوسائل التواصل الاجتماعي، بينما اهتمت دارسة (P.,Valkenburg, et al,2021) باستخدام المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي، واهتمت دارسة جلال. عيد، وسالم أسماء. (2020) بصورة الجسم وعلاقتها بتقدير الذات لدى مستخدمي فلاتر السناب شات؛ ولم تهتم أي من الدراسات السابقة بتأثير استخدام المنصات الرقمية بوجه خاص في الذات، وفي ضوء ما سبق، يهتم هذا البحث بتأثير تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية.

4- ركزت دراسات سابقة عديدة على دراسة احترام الذات والخوف من الفقد والرضا عن الحياة (P. Uram, S. Skalski, 2022)، وحجم العلاقات الاجتماعية وتقدير الذات(A., ClementLau & N., Li, 2021) ، وتقويم العلاقات العاطف (S. Hughes et a, 2021)، وتقويم الذات في مجال ريادة الأعمال (T. Elenurm, 2021)، ومظاهر تقدير الذات من الطفولة اولى المراهقة (S.,Steinsbekk, etal, 2020) وصورة الجسم وعلاقتها بتقدير الذات (جلال. عيد، و سالم أسماء، ٢٠٢٠) ولم تتطرق أي دراسة إلى بحث تقويم الذات؛ وفي ضوء ما سبقK يهتم هذا البحث بدراسة تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية وعلاقته بتقويم الذات لديها.

مشكلة البحث:

سبقت الإشارة إلى أن مفهوم تقويم الذات يشير إلى تلك العملية التي تدفع الفرد للحكم على الأشياء بقدر ما ترتبط بذاته، وبقدر ما تحققه من اوشباعات واوسهامات في بلوغ الهدف المنشود له، وقد يستخدم في أحكامه معايير ذاتية، مثل: المنفعة، والألفة، ونقصان تهديد الذات، واعتبارات المكانة والمركز الاجتماعي، وسهولة الفهم والإدراك؛ اولا أنها تصبغ أحكامه بصبغة ذاتية.

وقد خلصت نتائج دراسات سابقة إلى وجود تأثيرات متنوعة للمنصات الرقمية على شبكة الإنترنت في إدراك الذات وتقديرها؛ وتنوعت هذه التأثيرات بين احترام الذات والخوف من الفقد والرضا عن الحياة (P. Uram, S. Skalski,2022) وحجم العلاقات الاجتماعي وتقدير الذات(A., ClementLau &N., Li, 2021) ، وتقويم العلاقات العاطف (S. Hughes et a, 2021)، وتقويم الذات في مجال ريادة الأعمال (T. Elenurm, 2021)، وصورة الجسم وعلاقتها بتقدير الذات (جلال. عيد، وسالم أسماء، ٢٠٢٠).

وفي ظل ما اقترن بظهور تلك المنصات الرقمية من اهتمام دولي بقضايا المرأة في مختلف أنحاء العالم؛ الذي كان له انعكاسه على ما تقدمه وسائل الإعلام الجديدة من مضامين، وفي ضوء ما تبين من موضوع البحث وإطاره النظري ومن نتائج الدراسات السابقة، من أن المنصات الرقمية كأحد تطبيقات الإعلام الجديد قد تنوعت تأثيرات استخدامها في المجتمعات الإنسانية، ولم تقتصر على البناء الاجتماعي لهذه المجتمعات فقط، وانما امتدت لتشمل التركيبة النفسية لأفراد هذه المجتمعات بوجه عام؛ إذ اقترن استخدام تلك المنصات بظهور عديد من التأثيرات النفسية الايجابية والسلبية داخل المجتمعات الإنسانية، وتنوعت هذه التأثيرات من حيث درجة عمق كل منها، وتجاوزت حدود الحالة المزاجية للمستخدم إلى إدراك كل منهم لذاته وتقديره وتقويمه لها.

في ضوء كل ما سبق، تتبلور مشكلة البحث في الحاجة إلى التعرف على كثافة تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت، والعلاقة بين كثافة هذا التعرض ومستوى تقويم الذات لديها، فضلًا عن دراسة

تأثير كل من دوافع تعرض المرأة المصرية لهذه الدراما، ومستوى الانتباه أثناء التعرض، ومستوى إدراكها لواقعية مضمون هذه الدراما ومستوى تفاعليتها، والمتغيرات الديمغرافية وتأثيرها في هذه العلاقة.

تساؤلات البحث وفروضه:

يسعى البحث للإجابة عن عدة تساؤلات، واختبار مجموعة فروض تحدد في ضوء مشكلته وإطاره النظري، ونتائج الدراسات السابقة.

تساؤلات البحث:

1- ما كثافة تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت؟

2- ما دوافع تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت؟

3- ما مستوى انتباه المرأة المصرية في أثناء التعرض للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت؟

4- ما مستوى إدراك المرأة المصرية لواقعية المضمون المقدم في الدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت؟

5- ما مستوى تفاعل المرأة المصرية في أثناء التعرض للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت؟

6- ما مستوى تقويم الذات لدى المرأة المصرية؟

فروض البحث:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت ومستوى تقويم الذات لديها.

الفرض الثانى: تتأثر العلاقة بين كثافة تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت ومستوى تقويم الذات لديها بالمتغيرات الآتية:

- دوافع تعرضها للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت.
- مستوى انتباهها في أثناء التعرض للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت.
- مستوى إدراكها لواقعية المضمون المقدم في الدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت.
- مستوى تفاعل المرأة المصرية في أثناء التعرض للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت.
- المتغيرات الديمغرافية لمفردات عينة البحث (السن، والبيئة، والمستوى التعليمي، والمستوى الاقتصادي الاجتماعي).

الإطار المنهجي للبحث:

يتضمن الإطار المنهجي للبحث الخطوات المنهجية التي اتُبعت في إجرائه بعد تحديد مشكلته وتساؤلاته وفروضه، وتشتمل هذه الخطوات على تحديد منهج البحث، وأسلوب اختيار العينة، وأدوات جمع البيانات، وأساليب القياس، والأساليب المستخدمة في تحليل البيانات.

أولًا: نوع البحث:

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تستهدف دراسة ظاهرة معينة هي – في هذا البحث – تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية وعلاقته بتقويم الذات لديها- وإذا كانت كلمة الوصف تستخدم لتدل على المعنى نفسه الذي تنطوي عليه كلمة المسح، يحاول الباحث من خلال المسح تناول الظواهر بطريقة تمكنه من تمييز الجوانب العلمية أو ذات المعنى من المعطيات أو البيانات المتوفرة حول هذه الظواهر، كما يطلق على البحث الذي يهتم بدراسة الظواهر الراهنة بدقة اسم المسح أو المسح الوصفي(٥٢).

ثانيا: منهج البحث:

لدراسة هذه الظاهرة استُخدم منهج المسح في مستوييه؛ الوصفي (Descriptive)، والتحليلي (Analytical)، وذلك بإجراء استبانة رأي على عينة من مشاهدي الدراما عبر

المنصات الرقمية من جمهور المرأة المصرية، باتباع الخطوات العلمية في استبانة رأي عينة المرأة المصرية؛ بدءاً بتحديد مجتمع البحث وعينة الدراسة، ثم تحديد البيانات المطلوب جمعها، ثم وضع نموذج للصحيفة وتجربتها واختبارها، ثم تعديل النموذج ووضع الصحيفة في صورتها النهائية، ثم تطبيقها، ثم تحليل البيانات التي تم جمعها وتفسير النتائج.

ثالثًا: مجتمع البحث:

يتمثل مجتمع الدراسة في مجتمع المرأة المصرية، ممن يتعرضن للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت؛ وهو يمثل مجتمعاً مفتوحاً لا يمكن حصره.

رابعًا: عينة البحث:

اعتمدت الدراسة الميدانية في تحديد العدد الأمثل من المفردات التي يمكن أن تمثل هذا المجتمع على الصيغة الإحصائية الآتية(٥٣):

$$n = \left[\frac{Z\alpha \sqrt{p(1-p)}}{C\rho} \right]^2$$

حيث:

n = الحجم الأمثل للعينة.

$Z\alpha$ = قيمة مستوى الثقة، وتأخذ درجات مختلفة، إذ تساوي ١.٩٦عند مستوى الثقة ٩٥٪، وتساوي ٢.٥٧٥ عند مستوى ثقة ٩٩٪.

C_p = قيمة حد الثقة في إطار مفهوم الحصة أو النسبة، وتتراوح بين ٣٪، و٥٪ ولا تزيد بأي حال من الأحوال عن ١٠ ٪، وترتبط بمستوى الثقة المستخدم.

P = نسبة احتمال توافر خصائص المجتمع في العينة، وهي تساوي ٥٠٪ أي ٠.٥٠

وبالتعويض في الصيغة الإحصائية السابقة، يتبين أن العدد الأمثل من المفردات التي يمكن أن تمثل مجتمع المرأة المصرية ممن تتعرضن للدراما التي تعالج قضاياها

الاجتماعية عبر المنصات الرقمية = ٣٨٤.١٦ أي = ٤٠٠ مفردة تقريباً.

واعتمد البحث في سحب عينة الدراسة الميدانية على تصميم نسخة إلكترونية من استبانة رأي باستخدام محرر المستندات الإلكترونية على موقع "جوجل" (Google Drive)، ثم نشر رابط هذه الاستمارة على صفحات التواصل الاجتماعي على موقع فيس بوك في موضوع طلب فيه الإجابة لمرة واحدة عن أسئلة الاستمارة، ثم الضغط على (Submit)، لحفظ إجاباتهم وإرسالها تلقائيًا للباحث.

كما استُخدم أسلوب كرة الثلج أو المعاينة المتضاعفة (Snowball)، وذلك بالتعاون مع عشرة من أصدقاء الباحث من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، ساعدوه في إرسال رابط استبانة الرأي وطلب الإجابة عنها عن طريق خدمة البريد الإلكتروني، أو الدردشة الخاصة عبر مواقع التواصل الاجتماعي إلى أصدقائهم، ومن يعرفونهم، الذين فعلوا الشيء ذاته، وهكذا.

وبذلك فإن عينة الدراسة الميدانية تعد من العينات العمدية المتاحة، وجاءت خصائص العينة المرتبطة بمتغيرات الدراسة كما يلي:

جدول (١)

خصائص العينة المرتبطة بمتغيرات الدراسة

المتغير		(ك)	(٪)
السن	– أقل من ٢٠ سنة	172	43.0
	– من ٢٠ إلى أقل من ٤٠ سنة	227	56.7
	– أكبر من ٤٠ سنة	1	0.3
	الإجمال	400	100
البيئة	– قرية	243	60.8
	– مدينة	157	39.2
	الإجمالى	400	100
المستوى الاقتصادي الاجتماعى	– منخفض	123	30.7
	– متوسط	233	58.3
	– مرتفع	44	11
	الإجمالى	400	100
المستوى التعليمى	– تقرأ وتكتب	7	1.8
	– حاصلة على الشهادة الإعدادية	13	3.2
	– حاصلة على مؤهل متوسط أو	101	25.2
	– حاصلة على مؤهل جامعى	279	69.8
	الإجمالى	400	100

خامساً: أدوات جمع البيانات:

أُجري البحث باستخدام استبانة الرأي لاستطلاع رأي عينة المرأة المصرية ممن يتعرضن للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية.

استبانة الرأي:

اشتملت استبانة الرأي على ثمانية أسئلة بهدف جمع البيانات عن المتغيرات القابلة للقياس بغرض اختبار فروض البحث، وبناء على ذلك تضمنت الصحيفة أسئلة عن كثافة تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت، ودوافع تعرض المرأة المصرية لهذه الدراما، ومستوى الانتباه أثناء التعرض، ومستوى إدراكها لواقعية مضمون هذه الدراما ومستوى تفاعليتها،

ومستوى تقويم الذات لديها، والمتغيرات الديمغرافية.

وطُبِّقت إجراءات الصدق على الاستبانة، وفي هذا الإطار عُرضت قبل تطبيقها على مجموعة من المحكمين(*)، وأُجريت التعديلات المطلوبة على الصحيفة بناءً على آرائهم وتوجيهاتهم بحيث أصبحت تقيس بالفعل ما صُممت لقياسه.

وتم التأكد من ثبات الصحيفة عن طريق إجراء معامل ثبات ألفا لمحاور الاستبانة كما يلي:

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

المحور	عدد العبارات	معامل ألفا (معامل الثبات)
الدوافع الوظيفية لتعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية. عبر المنصات الرقمية.	5	0.736
الدوافع الطقوسية لتعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية. عبر المنصات الرقمية.	5	0.702
دوافع تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية.	10	0.816
مستوى انتباه المرأة المصرية في أثناء التعرض للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية.	8	0.780
مستوى إدراك المرأة المصرية لواقعية مضمون الدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية.	15	0.809
مستوى تفاعل المرأة المصرية في أثناء التعرض للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية.	5	0.798
مستوى تقويم الذات لدى المرأة المصرية	5	0.888
الاستبانة كاملة	53	0.923

* **المحكمون: الأسماء مرتبة ألفبائياً:**
- أ.د. حازم البنا، أستاذ الإذاعة والتليفزيون بقسم الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية بجامعة المنصورة.
- أ.د. حنان جنيد، الأستاذ بقسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام بجامعة القاهرة.
- أ.د. سامي السعيد النجار، أستاذ ورئيس قسم الإعلام بكلية الآداب بجامعة المنصورة.
- أ.د. سامية على حسنين، أستاذ بقسم الاجتماع بكلية الآداب بجامعة المنصورة.
- أ.د. محمد الغريب، أستاذ الإذاعة والتليفزيون بقسم الإعلام بكلية الآداب بجامعة الزقازيق.
- أ.د. محمد المرسي الأستاذ بقسم الإذاعة والتليفزيون بكلية الإعلام بجامعة القاهرة.
- أ.د. محمد معوض، الأستاذ بقسم الإعلام وثقافة الطفل بمعهد الدراسات العليا للطفولة بجامعة عين شمس.
- أ.د. مني الحديدي، الأستاذ بقسم الإذاعة والتليفزيون بكلية الإعلام بجامعة القاهرة.

ومن ثم فقد تم حساب معامل الصدق الذاتي (الثبات) للاستبانة من خلال المعادلة الآتية[٥٤]:

$$\text{معامل الصدق الذاتي} = \sqrt{\text{معامل الثبات}} = \sqrt{0.923} = 0.961$$

وبذلك كانت نسبة الثبات تساوي ٩٦٪ تقريبًا، وهو ما عدَّه الباحث مستوى ملائمًا من الثبات؛ إذ تشير هذه النسبة إلى مستوى مقبول من الاستقرار في الشكل العام للبيانات التي جُمعت باستخدام الاستبانة.

رابعًا: تعريفات المصطلحات المستخدمة في البحث:

1- القضايا الاجتماعية للمرأة المصرية: ويقصد بها في هذا البحث القضايا المرتبطة بواقع المرأة الاجتماعي المعاش في المجتمع المصري.

2- المرأة المصرية: ويقصد بها في هذا البحث جمهور المرأة المصرية بمختلف فئاته وقطاعاته ومراحله العمرية.

3- المنصات الرقمية: ويقصد بها في هذا البحث المنصات التي تقدم مضمونًا عامًا يشمل موادًا درامية، أو المنصات المتخصصة في المضمون الدرامي، وتقدم خدمة الدفع مقابل المشاهدة على شبكة الإنترنت.

4- مفهوم تقويم الذات: ويقصد به في هذا البحث ما تقوم به المرأة المصرية للحكم على الأشياء بقدر ما ترتبط بذاتها، من خلال مجموعة من المعايير، هي: ذاتية مثل المنفعة، والألفة، ونقصان تهديد الذات، واعتبارات المكانة والمركز الاجتماعي، وسهولة الفهم والإدراك.

خامسًا: أساليب القياس المستخدمة في البحث:

استُخدمت عدة مقاييس في إجراء هذا البحث، وقد اختلف عدد عبارات كل مقياس عن الآخر باختلاف المتغير الذي صُمِّم المقياس لقياسه، لذلك اختلف مجموع درجات كل مقياس، ودرجات الفئات في كل مقياس عن الآخر، وتتمثل المقاييس المستخدمة في البحث فيما يلي:

1- مقياس كثافة تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية:

قيست كثافة تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية من خلال مقياس تجميعي مكون من عدة أسئلة تضمنتها الاستبانة عن عدد أيام الأسبوع، وعدد المرات التي اعتدن فيها التعرض للدراما عبر المنصات الرقمية في اليوم الواحد، ومتوسط وقت التعرض في كل مرة، وبناء على ذلك، تم حساب متوسط ساعات التعرض لكل مبحوثة.

وحُدِّد مجال المقياس التجميعي لكثافة تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية من ٣ درجات إلى ١٠ درجات، وبلغ مدى المقياس3 درجات، لتكون مستويات كثافة التعرض على النحو الآتي:

- قليلة التعرض: من ٣ إلى ٥ درجات.
- متوسطة التعرض: من ٦ إلى ٧ درجات.
- كثيفة التعرض: من ٨ إلى ١٠ درجات.

2- مقياس دوافع تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية:

قيست دوافع تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية باستخدام مقياس يتضمن عشر عبارات، منها خمس عبارات تعبر عن الدوافع الوظيفية، وخمس عبارات تعبر عن الدوافع الطقوسية.

وللتأكد من صدق المقياس عُرِض قبل تطبيقه في إطار أسئلة الاستبانة على مجموعة المحكمين، كما أُدخلت بعض التعديلات عليها بناءً على ما أبدوه من ملاحظات، وأيضًا استُخدم التحليل العاملي (Factor Analysis) لاختبار صدقه، وأسفر التحليل العاملي عن ارتفاع درجات تشبع جميع عبارات المقياس (أكبر من ٠.٣)، مما يشير إلى صدقه.

جدول (٣)

التشبعات على عبارات مقياس دوافع تعرض المرأة المصرية

للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية

العبارات	التشبع
- التعرف على تجارب الآخرين.	0.564
- الإلمام بطرق الآخرين في مواجهة مشكلاتهم.	0.507
- الرغبة في التعرف على طريقة حياة الآخرين.	0.32
- معرفة الجديد عن " الموضة ".	0.283
- الحاجة إلى المعرفة بوجه عام.	0.434
- قضاء وقت الفراغ.	0.561
- التسلية.	0.664
- الهروب من روتين الحياة اليومية.	0.585
- بحكم العادة.	0.384
- البحث عن الجديد والطريف.	0.435

النسبة المستخلصة من التشبعات = ٤٧.٣٧٪.

وحُددت درجة واحدة لمن تعارض كل عبارة من عبارات المقياس، ودرجتان لمن لا رأي لها، وثلاث درجات للمؤيدة، وبلغ مجموع درجات العبارات العشر ٣٠ درجة، وُزِّعت كما يلي:

- دوافع ضعيفة: من ١٠ درجات: أقل من ١٧ درجة.
- دوافع متوسطة: من ١٧ درجة: أقل من ٢٤ درجة.
- دوافع قوية: من ٢٤ درجة: إلى ٣٠ درجة.

3- مقياس مستوى انتباه المرأة المصرية في أثناء التعرض للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية:

قِيس مستوى انتباه المرأة المصرية في أثناء التعرض للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية باستخدام مقياس يتضمن ثمان عبارات، منها أربع عبارات إيجابية، وأربع عبارات سلبية.

وللتأكد من صدق المقياس عُرِض قبل تطبيقه في إطار أسئلة الاستبانة على مجموعة المحكمين، وأُدخلت بعض التعديلات عليه بناءً على ما أبدوه من ملاحظات، وأيضًا استُخدم

التحليل العاملي (Factor Analysis) لاختبار صدقه، وأسفر التحليل العاملي عن ارتفاع درجات تشبع جميع عبارات المقياس (أكبر من ٠.٣) مما يشير إلى صدقه.

جدول (٤)

التشبعات على عبارات مقياس مستوى انتباه المرأة المصرية في أثناء التعرض للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية

العبارات	التشبع
- أحرص على متابعة الأعمال الدرامية المقدمة عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت خلال أوقات محددة في اليوم.	0.669
- أحرص على مشاهدة الأعمال الدرامية المقدمة عبر المنصات الرقمية فور إتاحتها على شبكة الإنترنت.	0.504
- أقوم بتأجيل أي شيء مطلوب مني حتى أنتهي العمل الدرامي الذي أشاهده عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت.	0.778
- أشاهد بعض حلقات الأعمال الدرامية المقدمة عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت إذا لم أفهمها من المرة الأولي.	0.513
- أشاهد الأعمال الدرامية المقدمة عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت وأنا أقوم بعمل آخر مثل الأكل أو القراءة.	0.384
- يمكنني مشاهدة الأعمال الدرامية المقدمة عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت في وقت آخر إذا كنت مشغولًا.	0.5
- أكتفي باستعراض بعض حلقات الأعمال الدرامية المقدمة عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت لآخذ فكرة عامة عنها.	0.466
- أرد على الهاتف وأكتب تعليقات على منشورات فيس بوك في أثناء مشاهدة الأعمال الدرامية المقدمة عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت.	0.592

النسبة المستخلصة من التشبعات = ٥٥.٠٧٪.

ومن واقع استجابات كل مبحوثة على عبارات المقياس حُدِّد مستوى انتباه المرأة المصرية في أثناء التعرض للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية، وتتمثل فيما يلي:

- مستوى انتباه ضعيف: من ٨ درجات: أقل من ١٤ درجة.

- مستوى انتباه متوسط: من ١٤ درجة: أقل من ١٩ درجة.
- مستوى انتباه قوي: من ١٩ درجة: إلى ٢٤ درجة.

4- مقياس مستوى إدراك المرأة المصرية لواقعية مضامين الدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية:

يقصد بمستوى إدراك واقعية المضمون المقدم بالدراما على المنصات الرقمية درجة اعتقاد الجمهور أن هذه المضمون يعكس الواقع، وهو يمثل متغيراً وسيطًا بين كثافة التعرض لهذه الوسائل وما ينتج من آثار لهذا التعرض، وهو أيضًا مفهوم متعدد الأبعاد، وهذه الأبعاد هي النافذة السحرية، وهي تعني درجة اعتقاد المستخدم أن ما تقدمه هذه الوسائل تعبير دقيق وفعلي عن الحياة الواقعية، وثاني أبعاد المفهوم هو بُعد المنفعة أو التعلم، ويعني مدى الاستفادة من المضمون المقدم عبر هذه الوسائل في تعميق الخبرات، ومدى اعتقاد المستخدم في قابلية تطبيق ما يشاهده على حياته الخاصة- وثالث أبعاد المفهوم هو بعد التوحد، ويعني مدى شعور المشاهد بالقرب من الشخصيات المقدمة عبر الوسيلة وإحساسه بنشاطها وتأثيرها في حياته واقترابها من الشخصيات التي يراها في حياته الواقعية.

وقِيس مستوى إدراك المرأة المصرية لواقعية مضامين الدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية باستخدام مقياس يتضمن 15 عبارة، تقيس كل 5 عبارات منها بُعدًا من أبعاد مفهوم إدراك واقعية المضمون الثلاثة (النافذة السحرية – المنفعة أو التعلم – التوحد).

وللتأكد من صدق المقياس عُرِض قبل تطبيقه في إطار أسئلة الاستبانة على مجموعة المحكمين، وأُدخلت بعض التعديلات عليه بناءً على ما أبدوه من ملاحظات، وأيضًا استخدام التحليل العاملي (Factor Analysis) لاختبار صدقه، وأسفر التحليل العاملي عن ارتفاع درجات تشبع عبارات المقياس (أكبر من ٠.٣)، مما يشير إلى صدقه.

جدول (٥) التشبعات على عبارات مقياس مستوى إدراك المرأة المصرية
لواقعية مضامين الدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية

العبارات	التشبع
- الشخصيات التي أشاهدها في الأعمال الدرامية عبر المنصات الرقمية تشبه أشخاصاً أقابلهم في حياتي.	0.544
- أساليب المعيشة التي أشاهدها في الأعمال الدرامية عبر المنصات الرقمية من حيث المسكن والطعام والتعاملات اليومية أشاهد مثلها لدى بعض من أقابلهم في الواقع.	0.672
- مشكلات المرأة التي تتضمنها الأعمال الدرامية عبر المنصات الرقمية يمكن أن يحدث مثلها في الواقع.	0.662
- تعبر الأعمال الدرامية عبر المنصات الرقمية بصدق وواقعية عن القضايا الاجتماعية للمرأة التي تناقشها.	0.52
- قضايا المرأة التي أشاهدها في الأعمال الدرامية عبر المنصات الرقمية تعبر عن أشخاص يفكرون ويتحدثون ويتصرفون بطريقة مشابهة لبعض من أقابلهم في الواقع.	0.589
- من خلال الأعمال الدرامية عبر المنصات الرقمية أتعرف على مجتمعات أخرى تختلف في طبيعتها وأسلوب الحياة فيها عن المجتمع المحلي الذي أنتمي إليه.	0.415
- أتعلم من خلال مشاهدتي للأعمال الدرامية عبر المنصات الرقمية الأسلوب السليم في التعامل مع الآخرين وكيفية التصرف في المواقف المختلفة.	0.657
- أستفيد بما تقدمة الأعمال الدرامية عبر المنصات الرقمية من حلول لمشكلات المرأة في حل مشكلاتي.	0.74
- ما تقدمة الأعمال الدرامية عبر المنصات الرقمية من خبرات وتجارب في مختلف مجالات الحياة يفيدني كثيراً.	0.695
- من خلال مشاهدة الأعمال الدرامية عبر المنصات الرقمية أنتبه إلى بعض قضايا المرأة المهمة التي لم تكن تحظى باهتمامي من قبل.	0.517
- أشعر بالإعجاب بالشخصيات في الأعمال الدرامية عبر المنصات الرقمية.	0.468
- أشعر أن الشخصيات التي تقدمها الأعمال الدرامية عبر المنصات الرقمية قريبة مني وهي بمثابة أصدقاء لي.	0.609
- أتمنى أن أعيش وأتصرف في حياتي الخاصة مثل الشخصيات في الأعمال الدرامية عبر المنصات الرقمية.	0.654
- أشعر أن الأحداث والمشكلات التي تمر بها المرأة في الأعمال الدرامية عبر المنصات الرقمية يمكن أن أعيشها أو أعيش ما يشبهها.	0.545
- أشعر بالسعادة والرضا مع كل نجاح تحققه المرأة في الأعمال الدرامية عبر المنصات الرقمية لاسيما الشباب منهم.	0.563

النسبة المستخلصة من التشبعات = ٥٩.٠٠٪.

وتم تحديد درجة واحدة لمن تعارض كل عبارة من عبارات المقياس، ودرجتان لمن لا رأي لها، وثلاث درجات للمؤيدة، وبلغ مجموع درجات العبارات ٤٥ درجة تم توزيعها كما يلي:

- مستوى إدراك منخفض: من ١٥ درجة: أقل من ٢٥ درجة.
- مستوى إدراك متوسط: من ٢٥ درجة: أقل من ٣٦ درجة.
- مستوى إدراك مرتفع: من ٣٦ درجة: إلى ٤٥ درجة.

5- مقياس مستوى تفاعل المرأة المصرية في أثناء التعرض للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية:

يعد مفهوم التفاعلية متغيراً نسبياً تختلف قوته من وسيلة اتصال لأخرى، وهو يعني بوجه عام أن يكون مستخدم وسيلة الاتصال مشاركًا نشطًا في صنع محتوى هذه الوسيلة، وهو يعني أيضًا التفاعل مع الوسيلة ذاتها إلى جانب التفاعل مع أطراف العملية الاتصالية، وتبادل الأدوار بينهم، وقدرتهم على التحكم في الاتصال، والترابط بين الرسائل المتتابعة بينهم في إطار الاتصال.

وقِيس مستوى تفاعل المرأة المصرية في أثناء التعرض للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية باستخدام مقياس يتضمن ٥ عبارات، وللتأكد من صدق المقياس عُرِض قبل تطبيقه في إطار أسئلة الاستبانة على مجموعة المحكمين، كما أحيلت للمنح وإدخال بعض التعديلات عليه بناءً على ما أبدوه من ملاحظات، واستخدم أيضًا التحليل العاملي (Factor Analysis) لاختبار صدق المقياس، وأسفر التحليل العاملي عن ارتفاع درجات تشبع جميع عبارات المقياس (أكبر من ٠.٣) مما يشير إلى صدقه.

جدول (٦)

التشبعات على عبارات مقياس مستوى تفاعل المرأة المصرية في أثناء التعرض للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية

العبـــارة	التشبعات
- أحرص على وضع علامات الإعجاب المتنوعة على الأعمال الدرامية التي أتابعها عبر	0.301
- أهتم بمشاركة روابط الأعمال الدرامية التي أتابعها عبر المنصات الرقمية على شبكة	0.513
- أحرص على متابعة تعليقات الآخرين على المنشورات التي أشارك فيها روابط الأعمال	0.339
- أُعلّق على تعليقات الآخرين على المنشورات التي أشارك فيها روابط الأعمال الدرامية	0.587
- أُشارك منشورات الآخرين عن الأعمال الدرامية التي أتابعها عبر المنصات الرقمية	0.623

النسبة المستخلصة من التشبعات = ٤٧.٢٠٪.

وحُدِّدت درجة واحدة لمن تعارض كل عبارة من عبارات المقياس، ودرجتان لمن لا رأي لها، وثلاث درجات للمؤيدة، وبلغ مجموع درجات العبارات الخمس ١٥ درجة وُزعت كما يلي:

- مستوى تفاعل ضعيف: من ٥ درجات: أقل من ٩ درجة.
- مستوى تفاعل متوسط: من ٩ درجة: أقل من ١٢ درجة.
- مستوى تفاعل قوي: من ١٢ درجة: إلى ١٥ درجة.

6- مقياس مستوى تقويم الذات لدى المرأة المصرية:

سبقت الإشارة إلى أن مفهوم تقويم الذات يشير إلى تلك العملية التي تدفع الفرد للحكم على الأشياء بقدر ما ترتبط بذاته، وبقدر ما تحققه من إشباعات وإسهامات في بلوغ الهدف المنشود له، وقد يستخدم في أحكامه معايير ذاتية مثل المنفعة، الألفة، نقصان تهديد الذات، اعتبارات المكانة والمركز الاجتماعي، وسهولة الفهم والإدراك كمعايير ذاتية مثل المنفعة.

وفي ضوء ذلك، قِيس مستوى تقويم الذات لدى المرأة المصرية باستخدام مقياس تم تصميمه، يتضمن ٥ عبارات، تقيس كل عبارة منها معياراً من المعايير الخمسة لمفهوم تقويم

الذات.

وللتأكد من صدق المقياس عُرِض قبل تطبيقه في إطار أسئلة الاستبانة على مجموعة المحكمين، كما أُدخلت بعض التعديلات عليه بناءً على ما أبدوه من ملاحظات، وتم أيضًا استخدام التحليل العاملي (Factor Analysis) لاختبار صدقه، وأسفر التحليل العاملي عن ارتفاع درجات تشبع جميع عبارات المقياس (أكبر من ٠.٣) مما يشير إلى صدقه.

جدول (٧)

التشبعات على عبارات مقياس مستوى تقويم الذات لدى المرأة المصرية

العبارات	التشبع
- أشعر أنني عضوة مؤثرة في المجتمع.	0.302
- أحرص دائمًا على تقديم علاقات ودية مع الآخرين.	0.671
- يتعامل الآخرون معي بأسلوب راق.	0.435
- أحظى بمكانة اجتماعية في تعاملاتي مع الآخرين.	0.643
- أدرك جيدًا عادات وتقاليد المجتمع ولا أجد صعوبة في التعامل من	0.344

النسبة المستخلصة من التشبعات = ٤٧.٩٪.

وحُدِّدت درجة واحدة لمن تعارض كل عبارة من عبارات المقياس، ودرجتان لمن لا رأي لها، وثلاث درجات للمؤيدة، وبلغ مجموع درجات العبارات العشر ٣٠ درجة، ووُزعت كما يلي:

- مستوى ضعيف: من ١٠ درجات: أقل من ١٧ درجة.
- مستوى متوسط: من ١٧ درجة: أقل من ٢٤ درجة.
- مستوى مرتفع: من ٢٤ درجة: إلى ٣٠ درجة.

مقياس المستوى الاقتصادي الاجتماعي:

قِيس المستوى الاقتصادي الاجتماعي للأسرة من خلال مقياس تجميعي تضمن عدة مؤشرات تناولتها أسئلة الاستبانة، وتم تحديد 3 مستويات لكل مؤشر (منخفض – متوسط – مرتفع)، مع تحديد درجة واحدة للمستوى المنخفض، ودرجتين للمتوسط، وثلاث درجات للمرتفع.

وبلغ مجموع درجات المقياس ٩ درجات تم توزيعها كما يلي:

- مستوى اقتصادي اجتماعي منخفض: من ٣ إلى ٤ درجات.
- مستوى اقتصادي اجتماعي متوسط: من ٥ إلى ٧ درجات.
- مستوى اقتصادي اجتماعي مرتفع: من ٨ إلى ٩ درجة.

خامساً: الأساليب المستخدمة في تحليل البيانات:

أُجري جراء التحليل الإحصائي لبيانات هذا البحث باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS لاستخراج المعاملات وإجراء الاختبارات الإحصائية الآتية:

- التكرارات والنسب المئوية.
- المتوسط الحسابي (Means) والانحراف المعياري (Standard Division).
- تحليل التباين ذو البُعد الواحد (One Way Analysis of Variance)، المعروف اختصاراً باسم ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval or Ratio).
- الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) بطريقة أقل فرق معنوي (LSD: Least Significance Differences) لمعرفة مصادر التباين، وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت اختبار تحليل التباين ذي البُعد الواحد (ANOVA) وجود فروق دالة إحصائياً بينها، وقُبلت نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95٪ فأكثر، أي عند مستوى معنوية 0.05 فأقل.
- معامل ارتباط بيرسون (Person Correlation Coefficient) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة (Interval or Ratio).
- معامل الارتباط الجزئي (Partial Correlation) لدراسة العلاقة بين متغيرين باستبعاد تأثير متغير آخر من متغيرات البحث.

نتائج البحث

تتضمن نتائج البحث النتائج العامة للدراسة الميدانية على عينة جمهور المرأة المصرية ممن يتعرضن للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية، ثم نتائج اختبارات الفروض التي يسعى البحث لدراستها، تم التوصل إلى هذه النتائج من واقع التحليل الإحصائي للبيانات التي جُمعت باستخدام استبانة رأي عينة المرأة المصرية؛ وذلك في إطار الخطوات المنهجية التي سبق توضيحها في إجراء هذا البحث، وفيما يلي عرض مفصل للنتائج العامة للدراسة الميدانية، ثم لنتائج اختبارات فروضها:

أولًا: النتائج العامة للدراسة الميدانية:

أشارت إجابات عينة جمهور المرأة المصرية ممن يتعرضن للدراما التى تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية، على أسئلة الاستبانة واستجاباتهن لبنود المقاييس التى تضمنتها هذه الصحيفة عن النتائج العامة الآتية:

1- خلصت نتائج البحث فيما يتعلق بعدد أيام تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت إلى أن النسبة الأكبر من إجمالي مفردات عينة الدراسة جاءت ممن يتعرضن بعض أيام الأسبوع (75.5٪)، وجاءت نسبة من يتعرضن يومًا واحدًا فقط في الأسبوع (23.5٪)، أي أن الغالبية العظمى من المصريات عينة البحث يتعرضن للدراما التي تعالج قضاياهن الاجتماعية عبر المنصات الرقمية يومًا واحدًا أو بعض أيام الأسبوع.

جدول (٨)

عدد أيام تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج

قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت

عدد أيام التعرض في الأسبوع	(ك)	(٪)
- يوم واحد فقط في الأسبوع.	94	23.5
- بعض أيام الأسبوع.	230	57.5
- يوميًا.	76	19
الإجمالي والنسبة المئوية	400	100

2- أشارت نتائج البحث إلى أن النسبة الأكبر من المصريات (63.2٪) يتعرضن للدراما

التي تعالج قضاياهن الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت أقل من ساعة في المرة الواحدة، ثم من يتعرضن لدراما التليفزيون من ساعة إلى أقل من 3 ساعات في المرة الواحدة (0.28٪)، ويمكن تفسير ذلك في ضوء طبيعة عرض الأعمال الدرامية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت؛ إذ تُعرض دون فواصل إعلانية تستغرق وقتًا كثيرًا.

جدول (٩)

أسلوب تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت

أسلوب التعرض	(ك)	(٪)
– أقل من ساعة.	253	63.2
– من ساعة إلى أقل من ٣ ساعات.	112	28.0
– ٣ ساعات فأكثر.	35	8.8
الإجمالي والنسبة المئوية	400	100

3- أشارت نتائج الدراسة الميدانية إلى أن النسبة الأكبر من المصريات عينة البحث (53.8٪) يتعرضن للدراما التي تعالج قضاياهن الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت مرة واحدة خلال اليوم، ثم من يتعرضن مرتين خلال اليوم (30.4٪)، وفي المرتبة الأخيرة من يتعرضن لها أكثر من مرتين (15.8٪).

جدول (١٠)

عدد مرات تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت

عدد مرات التعرض	(ك)	(٪)
– مرة واحدة.	215	53.8
– مرتان.	122	30.4
– أكثر من مرتين.	63	15.8
الإجمالي والنسبة المئوية	400	100

4- فيما يتعلق بكثافة تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت؛ أشارت نتائج استجابات المبحوثات على أسئلة المقياس التجميعي الخاص بكثافة التعرض للدراما عبر المنصات الرقمية؛ إلى أن التعرض جاء متوسط الكثافة لدى النسبة الأكبر (49.8٪) من عينة البحث، ومنخفض الكثافة لدى (42.7٪) منهم، أي أنه جاء متوسط أو منخفض الكثافة لدى الغالبية العظمى من مفردات العينة، ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء طبيعة المنصات الرقمية وأنماط عرض المحتوى الدرامي عليها، إذ يُعرض دون أي فواصل إعلانية، بحيث يستغرق عرض كل عمل درامي فترة زمنية قصيرة، فلا يتطلب متابعته وقتًا كثيراً، كما يمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء كون المنصات الرقمية تقدم المحتوى مقابل الدفع مقدماً، فهي ليست خدمة مجانية متاح للجميع استخدامها.

جدول (١١)

كثافة تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت

كثافة التعرض	(ك)	(٪)
- منخفضة الكثافة.	171	42.7
- متوسطة الكثافة.	199	49.8
- مرتفعة الكثافة.	30	7.5
الإجمالي والنسبة المئوية	400	100

5- أشارت نتائج الدراسة الميدانية لعينة البحث إلى أن الدوافع بوجه عام جاءت متوسطة القوة لدى النسبة الأكبر من عينة البحث (55.3٪)، ثم قوية لدى (37.4٪)، وجاءت الدوافع الوظيفية لتعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية قوية لدى 32.3٪، في مقابل دوافع طقوسية قوية لدى نسبة أقل 25.7٪ فقط، وتشير هذه النتيجة إلى قوة الدوافع الوظيفية لتعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية إذا ما قورنت بالدوافع الطقوسية لديها، ويمكن تفسير ذلك في ضوء طبيعة مضمون الدراما محل البحث، الذي

يهتم بمعالجة القضايا الاجتماعية للمرأة المصرية.

ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء ما أشارت إليه دراسة "شين، وجاو" (Y., Chen, Q., Gao, 2023)، من وجود علاقة إيجابية بين الكفاءة الذاتية العالية في استخدام المرأة لمواقع التواصل الاجتماعي والقدرة على الحصول على المعلومات كأحد الدوافع الوظيفية القوية لاستخدام المرأة المصرية لمواقع التواصل الاجتماعي بتطبيقاتها المتنوعة.

ويلاحظ مما سبق، أن نسبة أصحاب الدوافع الوظيفية القوية جاءت (32.3٪)، وفي الوقت ذاته جاءت نسبة أصحاب الدوافع الطقوسية القوية (25.7٪)، وهذا يعني أن نسبة غير قليلة من عينة المرأة المصرية لديهن دوافع وظيفية وطقوسية قوية للتعرض للدراما التي تعالج قضاياهن الاجتماعية عبر المنصات الرقمية، ويمكن تفسير ذلك في ضوء أن الدراما التليفزيونية تعد مصدراً للتأثير في المشاهد من خلال ما تقدمه من نماذج وصور جديدة ومتنوعة للحياة اليومية عامة، والعلاقات الإنسانية خاصة، وبما تقدمه من عالم رمزي لعديد من الأشخاص والأماكن وعادات وتقاليد الشعوب الأخرى، خاصة لدى الأشخاص الذي يعتبرون مشاهدة الدراما بشكل خاص من الأنشطة اليومية الرئيسية لديهم.

وتشير الجداول الثلاث الآتية إلى دوافع تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية:

جدول (١٢)

دوافع تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت

دوافع التعرض	(ك)	(٪)
– دوافع ضعيفة. – دوافع متوسطة القوة. – دوافع قوية.	29 221 150	7.3 55.3 37.4
الإجمالي والنسبة المئوية	400	100

جدول (١٣)

الدوافع الوظيفية لتعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج

قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت

الدوافع الوظيفية	(ك)	(٪)
– دوافع وظيفية ضعيفة.	13	3.3
– دوافع وظيفية متوسطة القوة.	258	64.4
– دوافع وظيفية قوية.	129	32.3
الإجمالي والنسبة المئوية	400	100

جدول (١٤)

الدوافع الطقوسية لتعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج

قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت

الدوافع الطقوسية	(ك)	(٪)
– دوافع طقوسية ضعيفة.	56	14.00
– دوافع طقوسية متوسطة القوة.	241	60.3
– دوافع طقوسية قوية.	103	25.7
الإجمالي والنسبة المئوية	400	100

وتشير نتائج الدراسة الميدانية لعينة البحث إلى تباين قيم الأوزان النسبية للاستجابات أمام كل عبارة من عبارات دوافع تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت، وتنقسم هذه الدوافع إلى: دوافع وظيفية (العبارات الخمس الأولى في المقياس مرتبة تنازليًا تبعًا للأوزان النسبية لها)، ودوافع طقوسية (العبارات التالية في المقياس مرتبة تنازليًا تبعًا للأوزان النسبية لها)، كما تشير إلى أن هذه الاستجابات تنوعت بين التأييد المطلق، والتأييد المحدود، والرفض المطلق لكل عبارة من عبارات المقياس.

وبمقارنة الأوزان النسبية للعبارات العشر للمقياس، يتبين التفاوت الواضح بين قيم

هذه الأوزان، وهو ما يمكن تفسيره في ضوء التباين النسبي في قيم متوسطات استجابات المبحوثات أمام كل عبارة من عبارات المقياس كما يتضح بالجدول الآتي:

جدول (١٥)

توزيع استجابات المبحوثات أمام كل عبارة من عبارات مقياس دوافع تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت

دوافع التعرض	درجة التأييد أو الرفض						المتوسط	الانحراف	الوزن النسبي
	دائمًا		أحيانًا		نادرًا				
	ك	٪	ك	٪	ك	٪			
– الحاجة إلى المعرفة بوجه عام.	250	62.5	124	31	26	6.5	2.56	0.614	85.3
– التعرف على تجارب الآخرين.	205	51.2	173	43.3	22	5.5	2.46	0.599	82.0
– الإلمام بطرق الآخرين في مواجهة مشكلاتهم.	158	39.5	200	50	42	10.5	2.29	0.646	76.3
– معرفة الجديد عن "الموضة".	169	42.3	152	38	79	19.8	2.22	0.756	74.0
– الرغبة في التعرف على طريقة حياة الآخرين.	96	24	161	40.3	143	35.8	1.88	0.765	62.7
– البحث عن الجديد والطريف.	193	48.3	142	35.5	65	16.3	2.32	0.738	77.3
– قضاء وقت الفراغ.	139	34.8	195	48.8	66	16.5	2.18	0.693	72.7
– التسلية.	144	36	174	43.5	82	20.5	2.16	0.736	72.0
– الهروب من روتين الحياة اليومية.	140	35	179	44.8	81	20.3	2.15	0.729	71.7
– التعود.	97	24.3	176	44	127	31.8	1.92	0.745	64.0

وبوجه عام، جاءت عبارة "الحاجة إلى المعرفة بوجه عام" في مقدمة الدوافع الوظيفية لتعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات

الرقمية على شبكة الإنترنت، بوزن نسبي (3.85 ٪) ومتوسط حسابي (2.56)، بينما جاءت عبارة "البحث عن الجديد والطريف" في مقدمة الدوافع الطقوسية بوزن نسبي (77.3٪) ومتوسط حسابي (2.32).

وبحساب المتوسط الحسابي لكل مجموعة دوافع على حدة، تبين أن مجموعة الدوافع الوظيفية تتفوق على مجموعة الدوافع الطقوسية؛ إذ بلغ المتوسط الحسابي للأوزان النسبية لمجموعة عبارات الدوافع الوظيفية (76.06٪)، في مقابل (71.54٪) لمجموعة عبارات الدوافع الطقوسية.

6- جاء مستوى الانتباه أثناء تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت متوسطًا لدى 82.3٪ من مفردات العينة، وضعيفًا لدى 17.4٪ منهن، بينما جاء مستوى الانتباه قويًا لدى 0.3٪ فقط من مفردات عينة البحث.

وتتفق هذه النتيجة مع ما أشارت إليه نتائج الدراسة الميدانية (جدول ١٢) من أن دوافع تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت جاءت متوسطة لدى النسبة الأكبر (55.3٪) من مفردات العينة، ومع ما أشارت إليه نتائج (جدول ١٤) من أن الدوافع الطقوسية لتعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية قوية لدى 25.7٪ من مفردات عينة البحث، بينما جاءت ضعيفة لدى 14.0٪ فقط.

وتوضح نتائج الجدول الآتي مستوى الانتباه أثناء تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية:

جدول (١٦)

مستوى الانتباه أثناء تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج

قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت

مستوى الانتباه	(ك)	(٪)
– مستوى انتباه ضعيف.	70	17.4
– مستوى انتباه متوسط.	329	82.3
– مستوى انتباه قوي.	1	0.3
الإجمالي والنسبة المئوية	400	100

جاءت استجابات العينة أمام كل عبارة من عبارات مقياس مستوى الانتباه أثناء تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت متباينة، وتنقسم هذه العبارات إلى عبارات إيجابية (العبارات الأربع الأولى في المقياس مرتبة تنازليًا تبعًا للأوزان النسبية لها)، وعبارات سلبية (العبارات الأربع التالية في المقياس مرتبة تنازليًا تبعًا للأوزان النسبية لها)، وعكست هذه الاستجابات فروقًا واضحةً في الأوزان النسبية لتلك العبارات، وبمقارنة الأوزان النسبية للعبارات الثماني للمقياس يتبين التفاوت الواضح بين قيم هذه الأوزان، وهو ما يمكن تفسيره في ضوء التباين النسبي في قيم متوسطات استجابات المبحوثات أمام كل عبارة من عبارات المقياس كما يتضح بالجدول الآتي:

جدول (١٧)

توزيع استجابات عينة البحث أمام كل عبارة من عبارات مقياس مستوى الانتباه أثناء تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت

العبارة	درجة التأييد أو الرفض						المتوسط	الانحراف	الوزن النسبي
	دائماً		أحياناً		نادراً				
	ك	٪	ك	٪	ك	٪			
– أحرص على متابعة الأعمال الدرامية المقدمة عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت خلال أوقات محددة في اليوم.	209	52.3	55	13.8	136	34	2.18	0.912	72.7
– أحرص على مشاهدة الأعمال الدرامية المقدمة عبر المنصات الرقمية فور إتاحتها على شبكة الإنترنت.	209	52.3	55	13.8	136	34	2.18	0.912	72.7
– أقوم بتأجيل أي شيء مطلوب مني حتى أنتهي العمل الدرامي الذي أشاهده عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت.	129	32.3	33	8.3	238	59.5	2.05	0.926	68.3
– أشاهد بعض حلقات الأعمال الدرامية المقدمة عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت إذا لم أفهمها من المرة الأولى.	182	45.5	57	14.2	161	40.3	1.73	0.919	57.7

العبارة	درجة التأييد أو الرفض						المتوسط	الانحراف	الوزن النسبي
	دائمًا		أحيانًا		نادرًا				
	ك	٪	ك	٪	ك	٪			
– أرد على الهاتف وأكتب تعليقات على منشورات فيس بوك في أثناء مشاهدة الأعمال الدرامية المقدمة عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت.	71	17.8	170	42.5	159	39.8	2.22	0.727	74.0
– أشاهد الأعمال الدرامية المقدمة عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت وأنا أقوم بعمل آخر مثل الأكل أو القراءة.	112	28	192	48	96	24	1.96	0.721	65.3
– أكتفي باستعراض بعض حلقات الأعمال الدرامية المقدمة عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت لآخذ فكرة عامة عنها.	106	26.5	216	54	78	19.5	1.93	0.675	64.3
– يمكنني مشاهدة الأعمال الدرامية المقدمة عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت في وقت آخر إذا كنت مشغولًا.	163	40.8	187	46.8	50	12.5	1.72	0.674	57.3

بوجه عام، جاءت عبارة "أحرص على متابعة الأعمال الدرامية المقدمة عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت خلال أوقات محددة في اليوم" في مقدمة عبارات

المقياس الإيجابية بوزن نسبي (72.70٪) ومتوسط حسابي (2.18)، بينما جاءت عبارة "أرد على الهاتف وأكتب تعليقات على منشورات فيس بوك في أثناء مشاهدة الأعمال الدرامية المقدمة عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت" في مقدمة عبارات المقياس السلبية بوزن نسبي (74.00٪) ومتوسط حسابي (2.22).

وبحساب المتوسط الحسابي لكل مجموعة عبارات على حدة، تبين أن مجموعة العبارات الإيجابية تتفوق على مجموعة العبارات السلبية؛ إذ بلغ المتوسط الحسابي للأوزان النسبية لمجموعة العبارات الإيجابية (54.28٪)، في مقابل (52.18٪) لمجموعة العبارات السلبية.

7- خلصت نتائج الدراسة الميدانية فيما يتعلق بمستوى إدراك المرأة المصرية لواقعية مضمون الدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت إلى أن النسبة الأكبر من مفردات العينة جاء مستوى إدراكها متوسطًا (69.7٪)، ثم مرتفعًا لدى 21.3٪، أي أنه جاء مرتفعًا أو متوسطًا لدى الغالبية العظمى من مفردات العينة.

وبوجه عام، توضح نتائج الجدول الآتي مستوى إدراك المرأة المصرية لواقعية مضمون الدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت:

جدول (١٨)

مستوى إدراك المرأة المصرية لواقعية مضمون الدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت

مستوى الإدراك	(ك)	(٪)
- مستوى إدراك منخفض.	36	9.0
- مستوى إدراك متوسط.	279	69.7
- مستوى إدراك مرتفع.	85	21.3
الإجمالي والنسبة المئوية	400	100

أفصحت نتائج البحث عن تباين استجابات مفردات عينة المرأة المصرية أمام كل

عبارة من عبارات مقياس مستوى إدراك واقعية مضمون الدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت، وعكست هذه الاستجابات فروقًا واضحة في الأوزان النسبية لتلك العبارات.

وبوجه عام جاءت عبارة "أشعر بالسعادة والرضا مع كل نجاح تحققه المرأة في الأعمال الدرامية عبر المنصات الرقمية لا سيما الشباب منهن" في مقدمة عبارات المقياس بوزن نسبي (82.1٪) ومتوسط حسابي (2.5)، وفي المرتبة الثانية جاءت عبارة "مشكلات المرأة التي تتضمنها الأعمال الدرامية عبر المنصات الرقمية يمكن أن يحدث مثلها في الواقع" بوزن نسبي (79.7٪) ومتوسط حسابي (2.39)، بينما جاءت عبارة "أشعر أن الشخصيات التي تقدمها الأعمال الدرامية عبر المنصات الرقمية قريبة مني وهي بمثابة أصدقاء لي" في المرتبة الأخيرة بين عبارات المقياس بوزن نسبي (61.3٪) ومتوسط حسابي (1.84)، وبمقارنة الأوزان النسبية لعبارات المقياس يتبين التفاوت الواضح بين قيم هذه الأوزان، وهو ما يمكن تفسيره في ضوء التباين النسبي في قيم متوسطات استجابات المبحوثات أمام كل عبارة من عبارات المقياس، كما يتضح بالجدول الآتي:

جدول (١٩)

توزيع استجابات العينة أمام كل عبارة من عبارات مقياس مستوى إدراك المرأة المصرية لواقعية مضمون الدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت

العبارة	درجة التأييد أو الرفض						المتوسط	الانحراف	الوزن النسبي
	أوافق		إلى حد ما		لا أوافق				
	ك	٪	ك	٪	ك	٪			
– أشعر بالسعادة والرضا مع كل نجاح تحققه المرأة في الأعمال الدرامية عبر المنصات الرقمية لاسيما الشباب منهن.	238	59.5	122	30.5	40	10	2.5	0.672	83.3
– مشكلات المرأة التي تتضمنها الأعمال الدرامية عبر المنصات الرقمية يمكن أن يحدث مثلها في الواقع.	187	46.8	183	45.8	30	7.5	2.39	0.624	79.7
– من خلال الأعمال الدرامية عبر المنصات الرقمية أتعرف على مجتمعات أخرى تختلف في طبيعتها وأسلوب الحياة فيها عن المجتمع المحلي الذي أنتمي إليه.	142	35.5	215	53.8	43	10.8	2.25	0.634	75.0
– من خلال مشاهدة الأعمال الدرامية عبر المنصات الرقمية أنتبه إلى بعض قضايا المرأة المهمة التي لم تكن تحظي باهتمامي من قبل.	161	40.3	175	43.8	64	16	2.24	0.711	74.7

العبارة	درجة التأييد أو الرفض						المتوسط	الانحراف	الوزن النسبي
	أوافق		إلى حد ما		لا أوافق				
	ك	٪	ك	٪	ك	٪			
– أتعلم من خلال مشاهدتي للأعمال الدرامية عبر المنصات الرقمية الأسلوب السليم في التعامل مع الآخرين وكيفية التصرف في المواقف المختلفة.	129	32.3	217	54.3	54	13.5	2.19	0.651	73.0
– ما تقدمه الأعمال الدرامية عبر المنصات الرقمية من خبرات وتجارب في مختلف مجالات الحياة يفيدني كثيراً.	134	33.5	198	49.5	68	17	2.17	0.692	72.3
– تعبر الأعمال الدرامية عبر المنصات الرقمية بصدق وواقعية عن القضايا الاجتماعية للمرأة التي تناقشها.	104	26	248	62	48	12	2.14	0.601	71.3
– قضايا المرأة التي أشاهدها في الأعمال الدرامية عبر المنصات الرقمية تعبر عن أشخاص يفكرون ويتحدثون ويتصرفون بطريقة مشابهة لبعض من أقابلهم في الواقع.	104	26	249	62.3	47	11.8	2.14	0.598	71.3
– أستفيد بما تقدمه الأعمال الدرامية عبر المنصات الرقمية من حلول لمشكلات المرأة في حل مشكلتي.	121	30.3	200	50	79	19.8	2.11	0.7	70.3

العبارة	درجة التأييد أو الرفض						المتوسط	الانحراف	الوزن النسبي
	أوافق		إلى حد ما		لا أوافق				
	ك	٪	ك	٪	ك	٪			
– أشعر بالإعجاب بالشخصيات في الأعمال الدرامية عبر المنصات الرقمية.	110	27.5	217	54.3	73	18.3	2.09	0.671	69.7
– أشعر أن الأحداث والمشكلات التي تمر بها المرأة في الأعمال الدرامية عبر المنصات الرقمية يمكن أن أعيشها أو أعيش ما يشبهها.	89	22.3	236	59	75	18.8	2.03	0.64	67.7
– الشخصيات التي أشاهدها في الأعمال الدرامية عبر المنصات الرقمية تشبه أشخاصًا أقابلهم في حياتي.	238	59.5	237	59.3	88	22	1.97	0.638	65.7
– أتمنى أن أعيش وأتصرف في حياتي الخاصة مثل الشخصيات في الأعمال الدرامية عبر المنصات. الرقمية.	187	46.8	177	44.3	124	31	1.94	0.745	64.7
– أساليب المعيشة التي أشاهدها في الأعمال الدرامية عبر المنصات الرقمية من حيث المسكن والطعام والتعاملات اليومية أشاهد مثلها لدى بعض من أقابلهم في الواقع.	142	35.5	232	58	101	25.3	1.92	0.643	64.0

العبارة	درجة التأييد أو الرفض						المتوسط	الانحراف	الوزن النسبي
	أوافق		إلى حد ما		لا أوافق				
	ك	٪	ك	٪	ك	٪			
– أشعر أن الشخصيات التي تقدمها الأعمال الدرامية عبر المنصات الرقمية قريبة مني وهي بمثابة أصدقاء لي.	161	40.3	195	48.8	135	33.8	1.84	0.698	61.3

8- خلصت نتائج الدراسة الميدانية، فيما يتعلق بمستوى تفاعل المرأة المصرية عند التعرض للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت، إلى أن النسبة الأكبر من مفردات العينة جاء مستوى تفاعلها متوسطًا (49.8٪)، ثم ضعيفًا لدى 35.8٪، أي أنه جاء ضعيفًا أو متوسطًا لدى غالبية مفردات العينة.

وتتفق هذه النتيجة مع ما أشارت إليه نتائج الدراسة الميدانية (جدول ١٦) من أن مستوى الانتباه في أثناء تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت جاء متوسطًا لدى 82.3٪ من العينة، وضعيفًا لدى 17.4 ٪ منهن، بينما جاء مستوى الانتباه قويًا لدى 0.3٪ فقط من مفردات عينة البحث.

وتتفق هذه النتيجة أيضًا مع ما أشارت إليه نتائج الدراسة الميدانية (جدول ١٢) من أن دوافع تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت جاءت متوسطة لدى النسبة الأكبر (55.3٪) من مفردات العينة، ومع ما أشارت إليه نتائج (جدول ١٤) من أن الدوافع الطقوسية لتعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية قوية لدى 25.7٪ من مفردات عينة البحث، بينما جاءت ضعيفة لدى 14.00٪ فقط.

وبوجه عام، توضح نتائج الجدول الآتي مستوى تفاعل المرأة المصرية في أثناء التعرض للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية:

جدول (٢٠)

مستوى تفاعل المرأة المصرية عند التعرض للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت

مستوى التفاعل مع هاشتاجات الأعمال الدرامية	(ك)	(٪)
– مستوى تفاعل ضعيف.	143	35.8
– مستوى تفاعل متوسط.	199	49.8
– مستوى تفاعل قوي.	58	14.4
الإجمالي والنسبة المئوية	400	100

وأفصحت نتائج البحث عن تباين استجابات عينة المرأة المصرية أمام كل عبارة من عبارات مقياس مستوى تفاعل المرأة المصرية عند التعرض للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت، وعكست هذه الاستجابات فروقًا واضحة في الأوزان النسبية لتلك العبارات.

وبوجه عام، جاءت عبارة "أحرص على وضع علامات الإعجاب المتنوعة على الأعمال الدرامية التي أتابعها عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت" في مقدمة عبارات المقياس بوزن نسبي (73.7٪) ومتوسط حسابي (2.21)، وفي المرتبة الثانية جاءت عبارة "أحرص على متابعة تعليقات الآخرين على المنشورات التي أشارك فيها روابط الأعمال الدرامية التي أتابعها عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت" بوزن نسبي (70.3٪) ومتوسط حسابي (2.11)، بينما جاءت عبارتا "أشارك منشورات الآخرين عن الأعمال الدرامية التي أتابعها عبر المنصات الرقمية على صفحاتي الشخصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي" في المرتبة الأخيرة بين عبارات المقياس بوزن نسبي (63.00٪) ومتوسط حسابي (1.89)، وبمقارنة الأوزان النسبية لعبارات المقياس يتبين التفاوت الواضح بين قيم هذه الأوزان، وهو ما يمكن تفسيره في ضوء التباين النسبي في قيم متوسطات استجابات المبحوثات أمام كل عبارة من عبارات المقياس، كما يتضح بالجدول الآتي:

جدول (٢١)

توزيع استجابات مفردات العينة أمام كل عبارة من عبارات مقياس مستوى تفاعل المرأة المصرية عند التعرض للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت

العبارات	درجة التأييد أو الرفض						المتوسط	الانحراف	الوزن النسبي
	دائمًا		أحيانًا		نادرًا				
	ك	٪	ك	٪	ك	٪			
– أحرص على وضع علامات الإعجاب المتنوعة على الأعمال الدرامية التي أتابعها عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت.	189	47.3	106	26.5	105	26.3	2.21	0.832	73.7
– أحرص على متابعة تعليقات الآخرين على المنشورات التي أشارك فيها روابط الأعمال الدرامية التي أتابعها عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت.	166	41.5	113	28.2	121	30.3	2.11	0.841	70.3
– أشارك منشورات الآخرين عن الأعمال الدرامية التي أتابعها عبر المنصات الرقمية على صفحاتي الشخصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.	158	39.5	40	10	202	50.5	1.8	0.943	63.0
– أهتم بمشاركة روابط الأعمال الدرامية التي أتابعها عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت.	147	36.8	46	11.5	207	51.7	1.85	0.93	61.7

العبارات	درجة التأييد أو الرفض						المتوسط	الانحراف	الوزن النسبي
	دائمًا		أحيانًا		نادرًا				
	ك	٪	ك	٪	ك	٪			
– أُعلِّق على تعليقات الآخرين على المنشورات التي أشارك فيها روابط الأعمال الدرامية التي أتابعها عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت.	130	32.5	47	11.8	223	55.8	1.77	0.911	59.0

9- خلصت نتائج البحث فيما يتعلق بمستوى تقويم الذات لدى المرأة المصرية إلى أن النسبة الأكبر من مفردات العينة جاء مستوى تقويم الذات لديهن متوسطًا (65.3٪)، ثم قويًا لدى 32.0٪، أي أنه جاء متوسطًا أو قويًا لدى الغالبية العظمى من مفردات العينة.

وبوجه عام، توضح نتائج الجدول الآتي مستوى تقويم الذات لدى المرأة المصرية:

جدول (٢٢)

مستوى تقويم الذات لدى المرأة المصرية

مستوى تقويم الذات مع هاشتاجات الأعمال الدرامية	(ك)	(٪)
– مستوى منخفض.	11	2.7
– مستوى متوسط.	261	65.3
– مستوى قوي.	128	32.0
الإجمالي والنسبة المئوية	400	100

أفصحت نتائج البحث عن تباين استجابات مفردات عينة المرأة المصرية أمام كل عبارة من عبارات مقياس مستوى تقويم الذات، وعكست هذه الاستجابات فروقًا واضحة في الأوزان النسبية لتلك العبارات.

وبوجه عام، جاءت عبارة "أحرص دائمًا على تقديم علاقات ودية مع الآخرين" في مقدمة عبارات المقياس بوزن نسبي (85.0٪) ومتوسط حسابي (2.55)، وفي المرتبة الثانية جاءت عبارة "يتعامل الآخرون معي بأسلوب راقٍ" بوزن نسبي (80.3٪) ومتوسط حسابي (2.41)، بينما جاءت عبارتا "أشعر أنني عضوة مؤثرة في المجتمع" في المرتبة الأخيرة بين عبارات المقياس بوزن نسبي (61.3٪) ومتوسط حسابي (1.84)، وبمقارنة الأوزان النسبية لعبارات المقياس يتبين التفاوت الواضح بين قيم هذه الأوزان، وهو ما يمكن تفسيره في ضوء التباين النسبي في قيم متوسطات استجابات المبحوثات أمام كل عبارة من عبارات المقياس، كما يتضح بالجدول الآتي:

جدول (٢٣)

توزيع استجابات العينة أمام كل عبارة من عبارات مقياس مستوى تقويم الذات لدى المرأة المصرية

العبارات	درجة التأييد أو الرفض						المتوسط	الانحراف	الوزن النسبي
	دائمًا		أحيانًا		نادرًا				
	ك	٪	ك	٪	ك	٪			
– أحرص دائمًا على تقديم علاقات ودية مع الآخرين.	248	62	125	31.3	27	6.8	2.55	0.619	85.0
– يتعامل الآخرون معي بأسلوب راقٍ.	183	45.8	198	49.5	19	4.8	2.41	0.581	80.3
– أحظى بمكانة اجتماعية في تعاملاتي مع الآخرين.	186	46.5	188	47	26	6.5	2.4	0.609	80.0
– أدرك جيدًا عادات وتقاليد المجتمع ولا أجد صعوبة في التعامل من خلالها.	156	39	180	45	64	16	2.23	0.706	74.3
– أشعر أنني عضوة مؤثرة في المجتمع	59	14.8	216	54	125	31.3	1.84	0.659	61.3

ثانيا: نتائج اختبارات فروض الدراسة:

لاختبار فروض الدراسة أُجري التحليل الإحصائي للبيانات التي جُمعت باستخدام الاستبانة، كما حددت نتيجة اختبار كل فرض بناءً على نتائج دراسة العلاقات بين المتغيرات الخاضعة للدراسة، وإجراء التحليل الإحصائي للبيانات والاختبارات الإحصائية باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS)، وذلك كما يلي:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت ومستوى تقويم الذات لديها.

وتمت دراسة هذا الفرض من خلال بحث علاقة الارتباط بين كثافة تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت ومستوى تقويم الذات لديها.

ويوضح الجدول الآتي العلاقة بين المتغيرين المُشار إليهما:

جدول (٢٤)

العلاقة بين كثافة تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت ومستوى تقويم الذات لديها

مستوى تقويم الذات لدى المرأة المصرية	كثافة التعرض							
	منخفض الكثافة		متوسط الكثافة		مرتفع الكثافة		الإجمالى والنسبة المئوية	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
مستوى منخفض	5	1.3	6	1.5	–	–	11	2.7
مستوى متوسط	113	28.3	132	33.0	16	4.00	261	65.3
مستوى مرتفع	53	13.3	61	15.3	14	3.5	128	32.0
الإجمالى والنسبة المئوية	171	42.8	199	49.8	30	7.5	400	100

لاستخراج قيمة الارتباط بين المتغيرين استُخدم معامل "بيرسون" للارتباط بينهما من واقع إجابات العينة على أسئلة الاستبانة، وجاءت = +0.106، وبذلك يتبين أن

العلاقة بين المتغيرين إيجابية ضعيفة (من 0.1 وأقل من 0.3)، وهي علاقة دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية 0.034.

كما اختبرت العلاقة بين المتغيرين المُشار إليهما في الجدول السابق (٢٤) بإجراء تحليل التباين في اتجاه واحد لاختبار معنوية الفروق بين الفئات الثلاث لكثافة تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت على فئات مستوى تقويم الذات لديها.

جدول (٢٥)

تحليل التباين بين فئات متغير كثافة تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت على فئات مستوى تقويم الذات لديها

مصادر التباين	درجات الحرية	مجموع المربعات	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى المعنوية
بين المجموعات	2	26.457	13.299	3.589	0.029
داخل المجموعات	397	1463.440	3.686		
المجمــوع	399	1489.897	------		

أسفرت نتائج الاختبار عن وجود فروق دالة بين فئات متغير كثافة تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت على فئات مستوى تقويم الذات لديها، إذ جاءت قيمةF = 3.589، وهي دالة إحصائيًا (مستوى المعنوية = 0.029).

ولمعرفة مصادر التباين بين الفئات الثلاث لمتغير كثافة تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت على فئات مستوى تقويم الذات لديها، أُجري اختبار (LSD) لدراسة مصادر التباين بين هذه الفئات، وتبين وجود فروق دالة في مستوى تقويم المرأة المصرية لذاتها بين كل من:

– فئة متوسطي الكثافة، وفئة منخفضي الكثافة، لصالح فئة متوسطي الكثافة (مستوى المعنوية = 0.05).

وبناءً على هذه النتائج، يُمكن قبول الفرض الأول من فروض البحث، إذ تبين وجود علاقة ارتباطية بين متغيري: كثافة تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت ومستوى تقويم الذات لديها، كما تبين أن هذه العلاقة إيجابية ضعيفة ذات دلالة إحصائية، كما تبين وجود فروق دالة بين فئات متغير كثافة تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت على فئات مستوى تقويم الذات لديها، وجاءت هذه الفروق بين فئتي متوسطي الكثافة، ومنخفضي الكثافة لصالح الفئة الأعلى.

ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء ما سبقت الإشارة إليه من تنوع تأثيرات استخدام هذه المنصات الرقمية في المجتمعات الإنسانية، ولم تقتصر على البناء الاجتماعي لهذه المجتمعات فقط، وانما امتدت لتشمل التركيبة النفسية لأفراد هذه المجتمعات بوجه عام؛ إذ اقترن استخدام تلك المنصات بظهور عديد من التأثيرات النفسية الإيجابية والسلبية داخل المجتمعات الإنسانية، وتنوعت هذه التأثيرات من حيث درجة عمق كل منها، وتجاوزت حدود الحالة المزاجية للمستخدم إلى إدراك كل منهم لذاته وتقديره وتقويمه لها.

كما يمكن تفسير هذه النتيجة أيضًا في ضوء ما يرتكز عليه الفرض الرئيسي لمدخل الاستخدامات والتأثيرات حول اعتبار المتلقي إيجابيًا ونشيطًا ومتفاعلًا في سلوكه الاتصالي مع الوسائل الاتصالية، فهو يتعرض للمحتوى أيًا كانت طبيعته لإشباع احتياجاته النفسية والاجتماعية، فالجمهور وفقًا لهذا المدخل هو أساس عملية الاتصال[٢٠].

ويمكن تفسير هذه النتيجة أيضًا في ضوء ما أشارت إليه نتائج دراسة "بورناما" وآخرون (H. Purnama, et al , 2021) من وجود علاقة عكسية ذات دلالة إحصائية بين إدمان وسائل التواصل الاجتماعي والشعور بتقدير الذات؛ فعندما يكون المراهق أكثر إدمانًا لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، يشعر بتدني تقدير الذات، كما

أشارت إلى أن الأشخاص الذين يتمتعون بارتفاع تقدير الذات لديهم طبيعة نشطة وحازمة وهجومية، كما يكونون أكثر قيادية في علاقاتهم، ويتمتعون بحرية كبيرة في التعبير عن آرائهم، ولا يتجنبون خلافات الرأي، ولا يشعرون بالقلق بسهولة.

الفرض الثانى: تتأثر العلاقة بين كثافة تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت ومستوى تقويم الذات لديها بالمتغيرات الآتية:

- دوافع تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت.
- مستوى الانتباه أثناء تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت.
- مستوى إدراك واقعية المضمون المقدم في الدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت.
- مستوى تفاعل المرأة المصرية في أثناء التعرض للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت
- المتغيرات الديمغرافية لمفردات عينة البحث (السن، والبيئة، والمستوى التعليمي، والمستوى الاقتصادي الاجتماعي).

ولاختبار هذا الفرض استُخدم معامل الارتباط الجزئي (Partial Correlation) لاستخراج قيمة الارتباط بين كل من متغيري: كثافة تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت ومستوى تقويم الذات لديها، وذلك باستبعاد تأثير متغيرات: دوافع التعرض للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية، ومستوى الانتباه أثناء التعرض، ومستوى إدراك واقعية المضمون المقدم بهذه الدراما، ومستوى تفاعلهن معه، والمتغيرات الديمغرافية للمبحوثات في العينة، وفيما يلي عرض مفصل لأهم النتائج التي تم التوصل إليها:

– جاءت قيمة الارتباط بين متغيري: كثافة تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج

قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت، ومستوى تقويم الذات لديها، باستبعاد تأثير متغير دوافع التعرض = 0.1 عند مستوى معنوية 0.047، وهي أقل من قيمة الارتباط بينهما دون استبعاد تأثير هذا الأخير (0.106 عند مستوى معنوية 0.034)، مما يشير إلى أن استبعاد تأثير متغير دوافع تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت أدى إلى إضعاف العلاقة بين هذين المتغيرين.

ويمكن تفسير ذلك في ضوء ما أشارت إليه نتائج الدراسة الميدانية جدول ١٢ و١٣ من تفوق نسبة أصحاب الدوافع الوظيفية القوية على نسبة أصحاب الدوافع الطقوسية القوية.

كما يمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء ما أشار إليه مدخل الاستخدامات والتأثيرات، من أن اختيار الجمهور لوسائل الاتصال يتوقف على دوافعه التي تنتج عن الاحتياجات النفسية والاجتماعية (جمال. عبد العظيم، أحمد، ٢٠٠٦).

- جاءت قيمة الارتباط بين متغيري: كثافة تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت، ومستوى تقويم الذات لديها، باستبعاد تأثير متغير مستوى الانتباه أثناء التعرض = 0.134 عند مستوى معنوية 0.004، وهي أكبر من قيمة الارتباط بينهما دون استبعاد تأثير هذا الأخير (0.106 عند مستوى معنوية 0.034)، مما يشير إلى أن استبعاد تأثير متغير مستوى الانتباه في أثناء تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت أدى إلى تدعيم العلاقة بين هذين المتغيرين.

ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء ما أشارت إليه نتائج الدراسة الميدانية (جدول ١٦) من أن مستوى الانتباه في أثناء تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت جاء متوسطًا أو ضعيفًا لدى غالبية مفردات العينة.

- جاءت قيمة الارتباط بين متغيري: كثافة تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج

قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت، ومستوى تقويم الذات لديها، باستبعاد تأثير متغير مستوى إدراكهن لواقعية المضمون المقدم بها = 0.088، وهي أقل من قيمة الارتباط بينهما دون استبعاد تأثير هذا الأخير (0.106 عند مستوى معنوية 0.034)، إلا أنها غير دالة عند مستوى معنوية 0.080، مما يشير إلى أن استبعاد تأثير متغير مستوى إدراك المرأة المصرية لمضمون الدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت لم يؤثر في العلاقة بين هذين المتغيرين.

- جاءت قيمة الارتباط بين متغيري: كثافة تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت، ومستوى تقويم الذات لديها، باستبعاد تأثير متغير مستوى التفاعل أثناء التعرض = 0.116 عند مستوى معنوية 0.020، وهي أكبر من قيمة الارتباط بينهما دون استبعاد تأثير هذا الأخير (0.106 عند مستوى معنوية 0.034)، مما يشير إلى أن استبعاد تأثير متغير مستوى التفاعل أثناء تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت أدى إلى تدعيم العلاقة بين هذين المتغيرين.

ويمكن تفسير ذلك في ضوء ما أشارت إليه نتائج الدراسة الميدانية (جدول٢٠) من أن مستوى تفاعل المرأة المصرية عند التعرض للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت جاء ضعيفًا أو متوسطًا لدى غالبية العينة.

ويمكن تفسير ذلك أيضًا في ضوء ما أشار إليه "روجرز" من أن التفاعلية تُعدَّ متغيراً نسبيًا، فهناك وسائل تتمتع بارتفاع درجة التفاعلية مثل اللوحات الإخبارية، بينما توجد وسائل أخرى منخفضة في درجة التفاعلية مثل التليفزيون.

- جاءت قيمة الارتباط بين متغيري: كثافة تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت، ومستوى تقويم الذات لديها، باستبعاد تأثير متغير السن = 0.132 عند مستوى معنوية

0.008، وهي أكبر من قيمة الارتباط بينهما دون استبعاد تأثير هذا الأخير (0.106 عند مستوى معنوية 0.034)، مما يشير إلى أن استبعاد تأثير متغير السن أدى إلى تدعيم العلاقة بين هذين المتغيرين.

- جاءت قيمة الارتباط بين متغيري: كثافة تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت، ومستوى تقويم الذات لديها، باستبعاد تأثير متغير البيئة = 0.129 عند مستوى معنوية 0.010، وهي أكبر من قيمة الارتباط بينهما دون استبعاد تأثير هذا الأخير (0.106 عند مستوى معنوية 0.034)، مما يشير إلى أن استبعاد تأثير البيئة أدى إلى تدعيم العلاقة بين هذين المتغيرين.
- جاءت قيمة الارتباط بين متغيري: كثافة تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت، ومستوى تقويم الذات لديها، باستبعاد تأثير متغير المستوى التعليمي = 0.013عند مستوى معنوية 0.011، وهي أقل من قيمة الارتباط بينهما دون استبعاد تأثير هذا الأخير (0.106 عند مستوى معنوية 0.034)، مما يشير إلى أن استبعاد تأثير متغير المستوى التعليمي أدى إلى إضعاف العلاقة بين هذين المتغيرين.
- جاءت قيمة الارتباط بين متغيري: كثافة تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت، ومستوى تقويم الذات لديها، باستبعاد تأثير متغير المستوى الاقتصادي الاجتماعي = 0.128 عند مستوى معنوية 0.010، وهي أكبر من قيمة الارتباط بينهما دون استبعاد تأثير هذا الأخير (0.106 عند مستوى معنوية 0.034)، مما يشير إلى أن استبعاد تأثير متغير المستوى الاقتصادي الاجتماعي أدى إلى تدعيم العلاقة بين هذين المتغيرين.

وبناء على كل ما سبق، يُمكن قبول الفرض الثاني من فروض البحث جزئيًا؛ إذ تبين أن العلاقة بين: كثافة تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها

الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت ومستوى تقويم الذات لديها تتأثر بالمتغيرات الآتية:

- دوافع تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت.
- مستوى انتباه المرأة المصرية في أثناء التعرض للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت.
- مستوى تفاعل المرأة المصرية في أثناء التعرض للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت
- المتغيرات الديمغرافية لمفردات عينة البحث (السن، والبيئة، والمستوى التعليمي، والمستوى الاقتصادي الاجتماعي).

كما تبين أن هذا التأثير تمثل في تدعيم متغيري دوافع التعرض، والمستوى التعليمي للعلاقة بين متغيري كثافة تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت ومستوى تقويم الذات لديها؛ إذ أدى استبعاد تأثير هذين المتغيرين إلى إضعاف العلاقة بين المتغيرين المشار إليهما، وتمثل هذا التأثير أيضًا في إضعاف متغيرات مستوى الانتباه ومستوى التفاعل في أثناء التعرض، والسن والبيئة والمستوى الاقتصادي الاجتماعي لهذه العلاقة؛ إذ أدى استبعاد تأثير هذه المتغيرات إلى تدعيم العلاقة بين المتغيرين المشار إليهما، بينما لم يؤثر متغير مستوى إدراك المرأة المصرية لواقعية مضمون الدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت في هذه العلاقة.

ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء ما سبقت الإشارة إليه في إطار مدخل الاستخدامات والتأثيرات، من أن تأثيرات وسائل الإعلام تنقسم اولى تأثيرات معرفية Cognitive Effects تتعلق بإحساس الأفراد بالغموض أو الالتباس، وتشكيل الاتجاهات، وترتيب الأولويات، وتوسيع المعتقدات، وتوضيح القيم، اولى جانب التأثيرات الاتجاهية، وذلك من خلال قدرة وسائل الإعلام على تقديم معلومات وأفكار يتفق محتواها مع البناء المعرفي للفرد مما يجعله يهتم بها، وتزداد احتمالية تأثيرها في سلوكه،

وكذلك التأثيرات الوجدانية التي تتضمن حدوث تغير في الاتجاهات والمشاعر، وتشمل كلًا من الفتور العاطفي والخوف والقلق والدعم المعنوي للاغتراب، إلى جانب التأثيرات السلوكية Behavioral Effects التي تحدث بعد التغيرات المعرفية والوجدانية، وتشمل التنشيط والخمول.

مناقشة نتائج البحث

اهتم هذا البحث بالتعرف على كثافة تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت، والعلاقة بين كثافة هذا التعرض ومستوى تقويم الذات لديها، فضلًا عن دراسة تأثير كل من دوافع تعرض المرأة المصرية لهذه الدراما، ومستوى الانتباه أثناء التعرض، ومستوى إدراكها لواقعية مضمون هذه الدراما ومستوى تفاعليتها، والمتغيرات الديمغرافية، في هذه العلاقة.

وأُجري البحث بالتطبيق على عينة عمدية متاحة بلغت ٤٠٠ مفردة من جمهور المرأة المصرية، من خلال تصميم نسخة إلكترونية من استبانة رأي باستخدام محرر المستندات الإلكترونية على موقع "جوجل" (Google Drive)، ثم نشر رابط هذه الاستمارة على صفحات التواصل الاجتماعي على موقع فيس بوك في موضوع طلب فيه الإجابة لمرة واحدة عن أسئلة الاستمارة ثم الضغط على (Submit)، لحفظ إجاباتهم وإرسالها تلقائيًا للباحث.

كما استُخدم أسلوب كرة الثلج أو المعاينة المتضاعفة (Snowball)، وذلك بالتعاون مع عشرة من أصدقاء الباحث من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، ساعدوه في إرسال رابط استبانة الرأي وطلب الإجابة عنها عن طريق خدمة البريد الإلكتروني، أو الدردشة الخاصة عبر مواقع التواصل الاجتماعي إلى أصدقائهم، ومن يعرفونهم، الذين فعلوا الشيء ذاته، وهكذا.

وبعد إجراء الدراسة الميدانية، واستخدام الأساليب الإحصائية الملائمة، توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج التي اهتمت بالإجابة عن مجموعة من التساؤلات واختبار عدة فروض حُدِّدت في ضوء مشكلة الدراسة وإطارها النظري ونتائج الدراسات السابقة، ويمكن إيجاز نتائج الإجابة عن هذه التساؤلات ونتائج اختبار الفروض، ثم

مناقشة هذه النتائج كما يلي:

فيما يتعلق بكثافة تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت؛ أشارت نتائج استجابات المبحوثات على أسئلة المقياس التجميعي الخاص بكثافة التعرض للدراما عبر المنصات الرقمية، إلى أن التعرض جاء متوسطًا أو منخفض الكثافة لدى الغالبية العظمى من مفردات العينة، ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء طبيعة المنصات الرقمية وأنماط عرض المحتوي الدرامي عليها، إذ يُعرض دون أي فواصل إعلانية، بحيث يستغرق عرض كل عمل درامي فترة زمنية قصيرة، فلا تتطلب متابعته وقتًا كثيراً.

وجاءت الدوافع بوجه عام متوسطة القوة لدى النسبة الأكبر من عينة البحث، وأشارت نتائج الدراسة الميدانية إلى قوة الدوافع الوظيفية لتعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية إذا ما قورنت بالدوافع الطقوسية لديهن، ويمكن تفسير ذلك في ضوء طبيعة مضمون الدراما محل البحث، الذي يهتم بمعالجة القضايا الاجتماعية للمرأة المصرية.

وجاء مستوى الانتباه أثناء تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت متوسطًا أو ضعيفًا لدى الغالبية العظمى من مفردات العينة، ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء أنماط استخدام المنصات الدرامية بوجه عام؛ إذ لا يتطلب نمط استخدامها التفرغ التام أو الوجود في زمان ومكان محددين، بل قد تُستخدم من خلال الأجهزة المحمولة، في إطار الحياة اليومية.

وخلصت نتائج الدراسة الميدانية، فيما يتعلق بمستوى إدراك المرأة المصرية لواقعية مضمون الدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت، إلى أنه جاء مرتفعًا أو متوسطًا لدى الغالبية العظمى من مفردات العينة، وتتفق هذه النتيجة مع ما أشارت إليه نتائج الدراسة الميدانية (جدول ١٣)، من أن الدوافع الوظيفية لتعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت جاءت متوسطة أو قوية لدى الغالبية العظمى من مفردات العينة.

وفيما يتعلق بمستوى تفاعل المرأة المصرية عند التعرض للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت؛ فقد جاء ضعيفًا أو متوسطًا لدى غالبية مفردات العينة، ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء طبيعة المنصات الرقمية التي تتيح إمكانيات تفاعل محدودة لا تتعدى إمكانية الإعجاب أو عدم الإعجاب بالمحتوى المنشور.

وخلصت نتائج البحث، فيما يتعلق بمستوى تقويم الذات لدى المرأة المصرية، إلى أن النسبة الأكبر من مفردات العينة جاء مستوى تقويم الذات لديها متوسطًا أو قويًا.

وأشارت نتائج الدراسة الميدانية إلى وجود علاقة ارتباطية بين متغيري: كثافة تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت ومستوى تقويم الذات لديها، كما تبين أن هذه العلاقة إيجابية ضعيفة ذات دلالة إحصائية، كما تبين وجود فروق دالة بين فئات متغير كثافة تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت على فئات مستوى تقويم الذات لديها، وجاءت هذه الفروق بين فئتي متوسطي الكثافة، ومنخفضي الكثافة لصالح الفئة الأعلى.

ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء ما سبقت الإشارة إليه من أنه مع انطلاق منصات الدراما الرقمية، وهى المواقع والشبكات الإلكترونية المخصصة للبث المرئي عبر الإنترنت، التي تعرض أشكالًا متعددة من المحتوى الدرامي، سواء الذي أُنتج للتليفزيون ويعاد بثه عبر هذه المنصات، أو الذي أُنتج خصيصًا لهذه المنصات بما يتضمنه من موضوعات وقضايا اجتماعية تتعلق بفئات المجتمع المتنوعة، وأقبل عديد على استخدام هذه المنصات من خلال مشاهدة هذا المحتوى المقدم عبرها نظرًا لأنه خال من الرقابة، ويتسم باستغلال عناصر الإبهار في الصورة والصوت، إضافة اولى تقديم أفكار مختلفة عما يقدم في الإعلام التقليدي، كما أن مرونة ظروف التعرض وعدم وجود الفواصل الإعلانية وخصوصية المشاهدة على الهاتف أو جهاز الكمبيوتر الشخصي من عوامل جذب الجمهور لمتابعة مثل هذه المنصات.

ويمكن تفسير هذه النتيجة أيضًا في ضوء ما سبقت الإشارة إليه من تنوع تأثيرات

استخدام هذه المنصات الرقمية في المجتمعات الإنسانية، إذ لم تقتصر على البناء الاجتماعي لهذه المجتمعات فقط، وانما امتدت لتشمل التركيبة النفسية لأفراد هذه المجتمعات بوجه عام؛ إذ اقترن استخدام تلك المنصات بظهور عديد من التأثيرات النفسية الإيجابية والسلبية داخل المجتمعات الإنسانية، وتنوعت هذه التأثيرات من حيث درجة عمق كل منها، وتجاوزت حدود الحالة المزاجية للمستخدم إلى إدراك كل منهم لذاته وتقدير وتقويمه لها.

كما يمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء ما يرتكز عليه الفرض الرئيسي لمدخل الاستخدامات والتأثيرات حول اعتبار المتلقي إيجابياً ونشيطًا ومتفاعلًا في سلوكه الاتصالي مع الوسائل الاتصالية، فهو يتعرض للمحتوى أيا كانت طبيعة إشباع احتياجاته النفسية والاجتماعية، فالجمهور وفقًا لهذا المدخل هو أساس عملية الاتصال.

كما خلصت نتائج الدراسة الميدانية أيضًا إلى أن متغيري دوافع التعرض، والمستوى التعليمي، قد دعما العلاقة بين متغيري كثافة تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت ومستوى تقويم الذات لديها، وأن متغيرات مستوى الانتباه ومستوى التفاعل أثناء التعرض، والسن والبيئة والمستوى الاقتصادي الاجتماعي، قد أضعفت هذه العلاقة، بينما لم يؤثر متغير مستوى إدراك المرأة المصرية لواقعية مضمون الدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت في هذه العلاقة.

وبمقارنة نتائج هذا البحث بنتائج بعض الدراسات السابقة يتبين ما يلى:

1. جاءت كثافة تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت متوسطة أو منخفضة الكثافة لدى الغالبية العظمى من مفردات العينة.

وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة أحمد محمد صالح العميري (٢٠٢٢)، التي أشارت إلى ارتفاع كثافة تعرض الشباب الجامعي للمنصات التليفزيونية عبر الإنترنت، ودراسة داليا عثمان (٢٠٢٠)، التي أشارت إلى ارتفاع معدلات التعرض بين المراهقين لمسلسلات نتفليكس، التي قد تصل إلى حد الإدمان.

ويمكن تفسير هذا الاختلاف في ضوء طبيعة المضمون الذي يعالجه هذا البحث، الذي يهتم بدراسة الدراما التي تعالج القضايا الاجتماعية، فضلًا عن أن هذا البحث يهتم بتأثير هذا المضمون في جمهور نوعي وهو المرأة، بينما اهتمت الدراستان السابقتان المشار إليهما بتأثير المنصات التليفزيونية بوجه عام أو المحتوى الرقمي عليها في جمهور الشباب والمراهقين.

2. أشارت نتائج البحث إلى وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين متغيري: كثافة تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت ومستوى تقويم الذات لديها.

وتتفق هذه النتيجة مع ما أشارت إليه نتائج دراسة أحمد محمد صالح العميري (٢٠٢٢)، من وجود علاقة دالة إحصائيًا بين كثافة التعرض الشباب الجامعي للأعمال الدرامية المقدمة بالمنصات التليفزيونية عبر الإنترنت والتأثير في منظومة القيم لديهم.

3. بينما اختلفت مع نتائج كل من دارسة (A.,ClementLau&N.,Li,2021)، من وجود علاقة ارتباطية سلبية بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتقدير الذات لدى مستخدميها عندما يكون حجم شبكتهم الاجتماعية ضمن مستوى محدود، ودراسة (H. Purnama, et al, 2021)، إلى أشارت إلى وجود علاقة عكسية ذات دلالة إحصائية بين إدمان وسائل التواصل الاجتماعي والشعور بتقدير الذات.

ويمكن تفسير هذا الاختلاف في ضوء موضوع كل من هذه الدراسات السابقة، فقد اهتم هذا البحث بدراسة العلاقة بين متغيري: كثافة تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت ومستوى تقويم الذات لديها، بينما اهتمت الدراستان السابقتان بدراسة تأثير مواقع التواصل عمومًا في تقدير الذات.

خاتمة البحث وتوصياته

خلصت نتائج البحث إلى قوة الدوافع الوظيفية لتعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية إذا ما قورنت بالدوافع الطقوسية لديهن، وجاء مستوى إدراك المرأة المصرية لواقعية مضمون هذه الدراما مرتفعًا أو متوسطًا، وخلصت نتائج البحث فيما يتعلق بمستوى تقويم الذات لدى المرأة المصرية إلى أن النسبة الأكبر من مفردات العينة جاء مستوى تقويم الذات لديها متوسطًا أو قويًا.

وفي الوقت ذاته، أشارت نتائج الدراسة الميدانية إلى وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين متغيري: كثافة تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت ومستوى تقويم الذات لديها، وأن متغيري دوافع التعرض، والمستوى التعليمي قد دعما العلاقة بين هذين المتغيرين.

وفي هذا الإطار، تشير نتائج هذا البحث بوضوح إلى أن مستوى تقويم الذات لدى المرأة المصرية، بما يعنيه من محاسبة الفرد نفسه إزاء ما يقوم به، ومراجعة ممارساته بعد اوتيانها، قد تأثر بشكل إيجابي نتيجة لتعرضها لمضامين الدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية على المنصات الرقمية، بما يمثله هذا التعرض من اختيارات واعية من بين العناصر المختلفة لمضمون الاتصال، وبما يعبر عن احتياجاتها النفسية والاجتماعية، وبما يعكس دوافعها التي دعمت هذا التأثير الإيجابي.

وفي ظل ما سبقت الإشارة إليه، من أن الدراما تعد أحد أهم هذه المضامين التي يتعرض لها الجمهور عبر وسائل الإعلام، كما أنها أداة من أدوات التأثير المجتمعي، سواء كانت وسيلة لقضاء وقت الفراغ، أو مصدرًا لثقافة الجمهور، وتسهم في تنشئته الاجتماعية من خلال إمداده بالمعلومات، في ظل ما حظي به المحتوى الدرامي من اهتمام كبير من جانب المنصات الرقمية، وذلك من خلال تقديمه عبر عديد من هذه المنصات، أو من خلال تخصيص منصات كاملة لعرضه.

وفي ظل ما سبقت الإشارة إليه أيضًا، من أنه مع انطلاق منصات الدراما الرقمية التي تعرض أشكالًا متعددة من المحتوى الدرامي؛ أقبل كثيرون على استخدام هذه المنصات لمشاهدة هذا المحتوى المقدم عبرها نظرًا لأنه خال من الرقابة، ويتسم باستغلال عناصر الإبهار في الصورة والصوت، إضافة اولى تقديم أفكار مختلفة عما يقدم في

الإعلام التقليدي، كما أن مرونة ظروف التعرض وعدم وجود الفواصل الإعلانية وخصوصية المشاهدة على الهاتف أو جهاز الكمبيوتر الشخصي من عوامل جذب الجمهور لمتابعة مثل هذه المنصات.

في ظل كل ما سبق، وفي ظل ما تتيحه هذه المنصات الرقمية من قدرة انتقائية، وفي إطار ما تقدمه من أنماط وبدائل متنوعة للتعرض، تبرز الحاجة الماسة والملحة إلى تعزيز هذه القدرة الانتقائية لمضامين وسائل الإعلام الرقمي بوجه عام، والمنصات الرقمية بوجه خاص، خاصة التي تعالج مشكلات وقضايا وثيقة الصلة بالواقع الاجتماعي المعاش، بما قد يؤثر في ثقافة المجتمع، فضلًا عن العمل على تنمية الوعي بما يُقدَّم عبر هذه المنصات من مضامين، والقدرة على فهم الرسائل المقدمة عبر هذه الوسائل، والحكم على درجة تمثيلها للواقع.

وبذلك، وفي ضوء ما أشارت إليه نتائج هذا البحث، فإن المضامين الدرامية على المنصات الرقمية تمثل إحدى أهم الأدوات الفاعلة التي من شأنها أن تُحدث تأثيرات نفسية واجتماعية متنوعة على المرأة في المجتمع المصري، وهذا ما يتطلب أن تضافر جهود الأسرة والمؤسسات التعليمية وجهات الإنتاج الدرامي في سبيل تقديم أعمال درامية على تلك المنصات الرقمية تتناسب وطبيعة المجتمع، من شأنها أن تعمل على تحفيز المرأة ودعمها اجتماعيًا، بما يمكنها من تحقيق ذاتها وتأكيد جدارتها، بما يدعم ثقتها بذاتها.

كما تؤكد نتائج البحث بوضوح ضرورة توجيه مزيد من الاهتمام في سبيل إطلاق عديد من المنصات الرقمية المصرية – لا سيما المتخصصة في الدراما- تكون قادرة على منافسة المنصات الرقمية الأجنبية، من خلال إنتاج عديد من الأعمال الدرامية التي تعالج القضايا المتنوعة في المجتمع المصري بما يتفق والثقافة المصرية.

وفي هذا الإطار، تُثير نتائج هذا البحث عددًا من المشكلات البحثية، فيما يتعلق بقدرة منصات الدراما الرقمية المصرية على منافسة نظيراتها الأجنبية، في ظل ما سبقت الإشارة إليه من القدرة الانتقائية التي تتيحها لمستخدميها، وفيما يتعلق بعديد من التأثيرات النفسية والاجتماعية التي قد تحدثها الدراما على المنصات الرقمية، مثل: تطوير الذات، وتقبل الحياة الاجتماعية، والخوف من الوقوع ضحية.

قائمة المراجع

[1] حسين، محي الدين أحمد، **"دراسات في شخصية المرأة المصرية"**، دار المعارف للطباعة والنشر – القاهرة، ٢٠٠٠.

[2] قنديل، شادية، **"المرأة في الإسلام- ندوة حول المرأة في المجتمع العربي"**، كلية الآداب – جامعة قاربونس- بني غازي، ص ٦، ١٩٨٩.

[3] مصباح، دليلة مصباح حامد، " المرأة والتنمية، دراسة ميدانية للمرزة العاملة بمدينة سرت"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، كلية الآداب والتربية- جامعة التحدي، ليبيا، ص ٨٩، ٢٠٠٧.

[4] عفيفي، السيد عبد الفتاح، "بحوث في علم الاجتماع المعاصر"، دار الفكر العربي، القاهرة، ص ٣٤، ١٩٩٦.

[5] مصباح، دليلة مصباح حامد، **مرجع سابق**، ص ٨٩، ٢٠٠٧.

[6] عبد الكريم، أميرة مختار، "علاقة صحافة المواطن بمدى الوعي بحقوق المرأة ومناهضة العنف المجتمعي تجاهها"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، كلية الآداب - جامعة المنصورة، ٢٠٢٢.

[7] M. Laurence., "Digital Platforms: definition and strategic Value", **in Communication and Strategies**, 2nd Quarter 4, P. 35, 2000 URL: https://www.docs-crids.eu. Open up ED. Definition massive Open

[8] Open up ED. Definition massive Online Courses (MOOCS) Creative Common. Version 1.1, P.1:5 2015.

[9] عبد المقصود، أماني رضا، "التجربة الترفيهية عبر منصات خدمة الفيديو الرقمية العربية: دراسة تطبيقية في ضوء نظرية الثراء الإعلامي"، **مجلة البحوث الإعلامية**، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، ٢٠٢٠ .

[10] محمد، علي حسن أبو زايد، "أثر التعرض للمسلسلات الهندية المدبلجة ورأي الجمهور بالقيم المقدمة فيها: دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعات في قطاع غزة"، **مجلة جامعة الإسراء للعلوم والتكنولوجيا**، جامعة الإسراء، غزة، ص ص ٣٩ – ٧٤، ٢٠٢١.

[11] إسحق، حسان هشام، "تأثير المنصات الرقمية على متابعة الجمهور العربي للقنوات التليفزيونية الفضائية"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، كلية الإعلام - جامعة البترا، ٢٠٢١.

[12] المرجع السابق، ٢٠٢١.

[13] عثمان، إسلام أحمد، "الاتجاهات الحديثة في بحوث استخدامات مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيراتها الاجتماعية والنفسية"، **المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري**، جامعة بني سويف، ع١، مج2، ص ص ٤٧ – ٩٧، ٢٠٢١.

[14] كراجة، عبد القادر، **"القياس والتقويم في علم النفس "رؤية جديدة"**، عمان، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ص ١٠٣، ١٩٩٧.

[15] تيطراوي، بشرى، **"دور التقويم الذاتي في تنمية بعض المهارات الدراسية لدى طلبة قسم علم نفس سنة أولى ماجستير"**، جامعة محمد بوضياف المسيلة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علم نفس، ص ٣٢، ٢٠١٧.

[16] K., Jungee, R., M. Alan, "TheVariable InfluenceOf Audience ActivityOn Effect", Communication Research, **Sage Journals**, Vol. 24 (2) 107-135, 1997.

[17] عبد السلام، كاميليا، "دور شبكات التواصل في تحقيق تكيف أفراد الجمهور المصري مع الحجر الصحي خلال أزمة كوفيد 19" **المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان**، المعهد العالي للإعلام- أكاديمية الشروق، (٢٠) ص ٥١٠، ٢٠٢٠.

[18] حمادة، بسيوني، "الاتجاهات العالمية الحديثة في بحوث التأثيرات الاجتماعية لوسائل الاتصال الجماهيري، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مج3 (٣) ص ٣١٦، ٢٠١٨.

[19] عطية، بسنت محمد، " استخدامات الشباب الجامعي للدراما الأجنبية التي يعرضها التليفزيون المصري وعلاقتها بقيمهم المجتمعية"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٦٨-٦٩، ٢٠١١.

[20] ديفلير، ملفين، وروكتش، ساندرا بول، ترجمة: عبد الرؤوف، كمال، " **نظريات وسائل الإعلام**"، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، ط٥، صـــ٤٢٥، ٢٠٠٤.

[21] عبد الحميد، محمد، "**نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**"، عالم الكتب، ط٣، ٢٠٠٤.

[22] R. Lorimer, P. Scannell, "Mass Communication: A Comparative Introduction" **Oxford: Manchester University Press**, p.162.1994.

[23] حمادة، بسيوني، "دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام"، عالم الكتب- القاهرة، ص ١٢٨، ٢٠٠٨.

[24] S. W. LittleJohn, "**Theories of Human communication**" 7th ed., London, Wadsworth Thomson Learnin, p.323, 2002.

[25] سراج، محمود، "أثر وسائل الإعلام على المجتمع السعودي المعاصر"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، كلية الإعلام - جامعة القاهرة -٢٠٠٦.

[26] نصر، حسني محمد، "**الإنترنت والإعلام: الصحافة الإلكترونية**" مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الإمارات، ص ١٣، ٢٠٠٣.

[27] الحسن، احسان، "النظريات الاجتماعية المتقدمة"، دار وائل للنشر، عمان، ص ٣٥، ٢٠٠٥.

[28] V., H., Angela. and J., Sam, "The Effect Of Web Interface Features On Consumer Online Purchase Intentions", **Journal Of Business Research**, Vol. 62 (2) Pp. 5-17,2009.

[29] E., M., Rogers, "**Communication technology: The new media in society**", New York: Free Press ,1986.

[30] شلبي، أشرف مصطفى أحمد، "استخدام طلاب الجامعات المصرية لمنصة نتفيلكس وعلاقته بالأمن الفكري لديهم", **المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتليفزيون**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ع٢٥، ص ٢٩٧-٣٥٣، ٢٠٢٣.

[31] M., abbas, "Netflflix's Role in Reshaping the Global Audience's Perception of Arabs and Muslims", **AUC Knowledge** Fountain, American University in Cairo, Pp. 6-21, 2023.

[32] العميرى، أحمد، "تعرض الشباب الجامعي للأعمال الدرامية المقدمة بالمنصات التليفزيونية عبر الإنترنت وعلاقته بمنظومة القيم لديهم"، **مجلة البحوث الإعلامية**، كلية التربية النوعية، جامعة بورسعيد، مج٦٠(١)، ص ٢٠٧-٢٤٦، ٢٠٢٢.

[33] عبد المقصود، أماني رضا، "التجربة الترفيهية عبر منصات خدمة الفيديو الرقمية العربية: دراسة تطبيقية في ضوء نظرية الثراء الإعلامي"، **مجلة البحوث الإعلامية**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مج٥٥- ص ص ٤٠٥-٤٨٠.، ٢٠٢٠.

[34] طه، عبير أحمد، "التأثير النفسي للإفراط في مشاهدة نتفليكس على الشباب"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، كلية الإعلام - جامعة القاهرة -٢٠٢١.

[35] أبو السعود، مي أحمد، "أنماط استخدام المراهقات لدراما المنصات الإلكترونية"، **مجلة البحوث والدراسات الإعلامية**، كلية الآداب – جامعة حلوان، مج١٦، ع١٦، ص ص ١-٩٢، ٢٠٢١.

[36] إبراهيم، ياسمين محمد، "منة الله كمال موسي دياب، تأثيرات المشاهدة النهمة لمحتوي منصة نتفليكس على البناء القيمي للمجتمع المصري: دراسة تطبيقية في ضوء نظرية الحتمية القيمية"، **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط**، جامعة بني سويف – كلية الإعلام، ع٣١، ٢٠٢١.

[37] M. Y. PARMAKSIZ and İ. KIRÇOVA, "FİLM VE DİZİLERİN ABONELİK TEMELLİ İZLEME MOTİVASYONLARI ÜZERİNE NİTEL BİR ÇALIŞMA:

NEDEN SVOD?." B**usiness & Management Studies: An International Journa**l, 8.1, PP779-802, 2020.

[38] عثمان، دالي، "تأثير مشاهدة المسلسلات المقدمة على منصة نيتفليكس على النسق القيمي للمراهقين"، **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال**، جامعة الأهرام الكندية، ع٣١، ص ص ١٦٨-١٩٩، ٢٠٢٠.

[39] صلاح الدين، رهام، "أنماط مشاهدة الشباب المصري للمحتوى الدرامي المعروض على المنصات الإلكترونية المتخصصة"، **المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام**، جامعة أكتوبر للعلوم الحديثة والآداب، ع٢٠، ص ص٤٠٩-٤٦٨، ٢٠٢٠.

[40] خالد، إسراء، حسن، "استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمستوى تقويم الذات لديهم"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، كلية الآداب - جامعة المنصورة -٢٠٢٤.

[41] K., Chansir, T., Wongphothiphan, "The indirect effects of Instagram images on women's self-esteem: The moderating roles of BMI and perceived weight", **sage journal**, Vol. 25 (10) 2023, https://doi.org/10.1177/14614448211029975.

[42] V., Kalinin., N., Edguer, "The Effects of Self-Control and Self Awareness on social media usage, Self-esteem, and Affect, eureka, **An undergraduate science journal**, vol.8(1) 2023 DOI: https://doi.org/10.29173/eureka28781

[43] Y., Chen, Q., Gao, "Effects of social media self-efficacy on information use, loneliness, and self-esteem of older adults" ,**International journal of Human-computer interaction,** vol. 39(5)2023.

[44] P., Uram and S., Skalski, "Still Logged in? The Link Between Facebook Addiction, FoMO, Self-Esteem, Life Satisfaction and Loneliness in Social Media Users", **Psychological Reports**, Vol. 125(1) 218–231,2022.

[45] L., Amy & L., Clement & L., Norman,"The Moderating Role of Social Network Size on Social Media Use and Self-Esteem: **An Evolutionary Mismatch Perspective**", 2021.

[46] H., Purnama, I., Darmawati, and W., Mulyatin, "**Social Media Addiction and the Association with Self-Esteem among Adolescents in Rural Areas of Indonesia**", IVCN The 4th International Virtual Conference on Nursing Volume, 2021.

[47] S., Hughes, A., Champion, K., Brown, C., L., Pedersen, "Couplegoals: Self-Esteem, Relationship Outcomes, and the Visibility of Romantic Relationships on Social Media", **Sexuality & Culture**, 25,1041–1057,2021.

[48] T., Elenurm, "Changing Online Networking Priorities for Entrepreneurial Self Development"**, European Conference on Innovation and Entrepreneurship**, 2021 tiit.elenurm@ebs.ee. DOI:10.34190/EIE.21.013

[49] V., Patti, "Social media use adolescents' self esteem: Heading For a person-specific media effect paradigm" , **Amsterdam School Of Communication Research ASCOR**, Faculty Of Social and Behavioural Sciences, University of Amsterdam, Noord- Holland, The Netherlands ,pp 2-14, 2021.

[50] S., Silje, " The impact of social media use on appearance self-esteem from childhood to adolescence – A 3-wave community study ",**Norwegian University of Science and Technology** , Trondheim ,Norway, pp 1-5, 2020.

[51] جلال، حمز عيد، والعنزي، أسماء سالم، "صورة الجسم وعلاقتها بتقدير الذات لدى مستخدمي فلاتر السناب شات"، **مجلة البحوث التربوية والنوعية**، مج1، ع1، مؤسسة التربية الخاصة والتأهيل التربوي، ص ٥٦-٨٣، ٢٠٢٠.

[52] حجاب، محمد منير، **"أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية"**، الطبعة الثانية، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣.

[53] M., Rea and R., A., Parker, "**Describing And Conducting Survey Research"**, Jossey-Bass Publisher: San Francisco, Pp. 128- 129, 1992.

[54] السيد، فؤاد البهى، **"علم النفس الإحصائى وقياس العقل البشرى"**، ط٣، القاهرة: دار الفكر العربي، ص٤٠٢، ١٩٧٩.

References

- Hussein, Mohi El-Din. (2000), "dirasat fi shakhsiat almar'at almisriati", dar almaearif liltibaeat walnashr - Alqahira.
- Qandil, Shadia. (1989), "almar'at fi al'iislami- nadwat hawl almar'at fi almujtamae alearabii", kuliyat aladab - jamieat qarbuns- Bani Ghazi.
- Misbah, Dalila. (2007), " almar'at waltanmiatu, dirasat maydaniat lilmarzat aleamilat bimadinat sirt", risalat majistir ghayr manshurtin, kuliyat aladab waltarbiati- jamieat Altahdi, Libya.
- Afifi, Alsayid. (1996), "buhuth fi eilm aliajtimae almueasiri", dar Alfikr alearabii, Alqahira.
- Abd Alkirim, 'Amira. (2022), "ealaqat sahafat almuatin bimadaa alwaey bihuquq almar'at wamunahadat aleunf almujtamaeii tujahaha", risalat majistir ghayr manshurtin, kuliyat aladab - jamieat Almansura.
- M. Laurence., “Digital Platforms: definition and strategic Value”, **in Communication and Strategies**, 2nd Quarter 4, P. 35, 2000 URL: https://www.docs-crids.eu. Open up ED. Definition massive Open
- Open up ED. Definition massive Online Courses (MOOCS) Creative Common. Version 1.1, P.1:5 2015.
- Abd Almaqsud, 'Amani. (2020)."altajribat altarfihiat eabr minasaat khidmat alfidyu alraqamiat alearabiati: dirasat tatbiqiat fi daw' nazariat althara' al'iielamii", majalat albuhuth al'iielamiati, kuliyat al'iielami, jamieat Al'azhar.
- Muhammad, Ali. (2021), "'athar altaearud lilmusalsalat alhindiat almudablajat waray aljumhur bialqiam almuqadimat fiha: dirasat maydaniat ealaa eayinat min alshabab aljamieat fi qitae ghazati", majalat jamieat al'iisra' lileulum waltiknulujia, jamieat Al'iisra'a, Gaza.
- 'Ishaq, Hassan. (2021), "tathir alminasaat alraqamiat ealaa mutabaeat aljumhur alearabii lilqanawat altilifizyuniat alfadayiyati", risalat majistir ghayr manshurtin, kuliyat al'iielam - jamieat Albitra.
- Othaman, 'Islam. (2021), "alaitijahat alhadithat fi buhuth aistikhdamat mawaqie alshabakat alaijtimaeiat watathiratiha alaijtimaeiat walnafsiati", almajalat almisriat libuhuth alaitisal aljamahiri, jamieat Bani Suayf. 1(3).
- Karaja, Abdul Qadir. (1997), "alqias waltaqwim fi eilm alnafs "rwyt jadidatun", Amman, dar Alyazurii aleilmiat lilnashr waltawziei.
- K., Jungee, R., M. Alan, "TheVariable InfluenceOf Audience ActivityOn Effect", Communication Research, **Sage Journals**, Vol. 24 (2) 107-135, 1997.
- Abdel Salam, Camelia. (2020), "duwr shabkat altawasul fi tahqiq takyf 'afrad aljumhur almisrii mae alhajar alsihiyi khilal 'azmat kwfid 19" almajalat aleilmiat libuhuth alealaqat aleamat wal'iielani, almaehad aleali lil'iielami-'akadimiat Alshuruq, 20(3).
- Attia, Basant. (2011), " aistikhdamat alshabab aljamieii lildirama al'ajnubayt alati yaeriduha altaliyfizywn almisriu waealaqatuha biqiamihim almujtamaeiyti", risalat majistayr ghayr manshurat, kalyt al'iielami, jamieat Alqahra.

- Deviller, Melvin, tarjamatu: Abd Alrwwf, Kamal, " nazaruyat wasayil al'iielami", aldaar alduwliyt lilaistithmarat althaqafiyti, ta5.
- Abd Alhamydi, Muhamad. (2004). "nazariyat al'iielam watija^{n}at altaathyri", ealim alkutubi.
- R. Lorimer, P. Scannell, “Mass Communication: A Comparative Introduction” **Oxford: Manchester University Press**, p.162.1994.
- Hamada, Bassiouni. (2008). "dirasat fi al'iielam watiknulujia aliatisal walraay aleami", ealam alkutub- Alqahira.
- S. W. LittleJohn, "**Theories of Human communication**" 7th ed., London, Wadsworth Thomson Learnin, p.323, 2002.
- Sraji, Mahmud. (2006). "'athar wasayil al'iielam ealaa almujtamae alsaeudii almueasiri", risalat majistir ghayr manshuratin, kuliyat al'iielam - jamieat Alqahira .
- Nasr, Husni. (2003). "al'iintirnit wal'iielami: alsahafat al'iiliktruniata" maktabat alfalah lilnashr waltawzie, Al'iimarat.
- Al-Hassan, Ihsan. (2005), "alnazariyat aliajtimaeiyt almutaqadimatu", dar Wayil lilnashri, Amman.
- V., H., Angela. and J., Sam, “The Effect Of Web Interface Features On Consumer Online Purchase Intentions”, **Journal Of Business Research**, Vol. 62 (2) Pp. 5-17,2009.
- E., M., Rogers, “**Communication technology: The new media in society”**, New York: Free Press ,1986.
- Shlbi, 'Ashraf. (2023), "aistikhdam tulaab aljamieat almisriat liminasat natifiliks waealaqatih bial'amn alfikrii ladayhim", almajalat aleilmiat libuhuth al'iidhaeat waltilifizyuni, kuliyat al'iielami, jamieat Alqahira, 25(4).
- M., abbas, “Netflflix’s Role in Reshaping the Global Audience’s Perception of Arabs and Muslims”, **AUC Knowledge** Fountain, American University in Cairo, Pp. 6-21, 2023.
- Al-Amiri, Ahmed. (2022). "taearad alshabab aljamieiu lil'aemal aldiramiat almuqadamat bialminasaat altilifizyuniat eabr al'iintirnit waealaqatih bimanzumat alqiam ladayhim", majalat albuhuth al'iielamiati, kuliyat altarbiat alnaweiati, jamieat Port Said, 3(1).
- Abd Almaqsud, 'Amany. (2020), "altajribat altarfihiat eabr minasaat khidmat alfidyu alraqamiat alearabiati: dirasat tatbiqiat fi daw' nazariat althara' al'iielamii", majalat albuhuth al'iielamiati, kuliyat al'iielami, jamieat Alqahira, 55(1).
- Taha, Abeer. (2021). "altaathir alnafsiu lil'iifrat fi mushahadat nitfliks ealaa alshabab", risalat majistir ghayr manshuratin, kuliyat al'iielam - jamieat Alqahirat.
- [1] Abu alsaeud, May. (2021), "'anmat astikhdam almurahaqat lidirama alminasaat al'iilktruniati", majalat albuhuth waldirasat al'iielamiati, kuliyat aladab - jamieat Hulwan, 16(2).

- Ibrahim, Yasmine. (2021). "mnat allah kamal musi diab, tathirat almushahadat alnahmat limuhtawi minasat nitfliks ealaa albina' alqiamii lilmujtamae almisrii: dirasat tatbiqiat fi daw' nazariat alhatmiat alqiamiati", majalat buhuth alealaqat aleamat alsharq al'awsata, jamieat Bani Suayf - kuliyat al'iielam, 31(2).
- M. Y. PARMAKSIZ and İ. KIRÇOVA, "FİLM VE DİZİLERİN ABONELİK TEMELLİ İZLEME MOTİVASYONLARI ÜZERİNE NİTEL BİR ÇALIŞMA: NEDEN SVOD?." B**usiness & Management Studies: An International Journa**l, 8.1, PP779-802, 2020.
- outhman, Daly. (2020). "tathir mushahadat almusalsalat almuqadamat ealaa minasat nitfliks ealaa alnasaq alqiamii lilmurahiqina", almajalat alearabiat libuhuth al'iielam walaitisali, jamieat Al'ahram Alkanadiati, 31(3).
- Salah aldiyn, Rham. (2020). "'anmat mushahadat alshabab almisrii lilmuhtawaa aldiramii almaerud ealaa alminasaat al'iilktruniat almutakhasisati", almajalat aleilmiat libuhuth al'iidhaeat waltilifizyuni, kuliyat al'iielami, jamieat 'October lileulum alhadithat waladab, 20(4).
- Khaled, Israa. (2024). "aistikhdam alshabab almisrii limawaqie altawasul alaijtimaeii waealaqatih bimustawaa taqwim aldhaat ladayhim", risalat majistir ghayr manshuratin, kuliyat aladab - jamieat Almansura.
- K., Chansir, T., Wongphothiphan, “The indirect effects of Instagram images on women’s self-esteem: The moderating roles of BMI and perceived weight”, **sage journal**, Vol. 25 (10) 2023, https://doi.org/10.1177/14614448211029975.
- V., Kalinin., N., Edguer, “The Effects of Self-Control and Self Awareness on social media usage, Self-esteem, and Affect, eureka, **An undergraduate science journal**, vol.8(1) 2023 DOI: https://doi.org/10.29173/eureka28781
- Y., Chen, Q., Gao, “Effects of social media self-efficacy on information use, loneliness, and self-esteem of older adults” ,**International journal of Human-computer interaction,** vol. 39(5)2023.
- P., Uram and S., Skalski, “Still Logged in? The Link Between Facebook Addiction, FoMO, Self-Esteem, Life Satisfaction and Loneliness in Social Media Users”, **Psychological Reports**, Vol. 125(1) 218–231,2022.
- L., Amy & L., Clement & L., Norman,”The Moderating Role of Social Network Size on Social Media Use and Self-Esteem: **An Evolutionary Mismatch Perspective**”, 2021.
- H., Purnama, I., Darmawati, and W., Mulyatin, “**Social Media Addiction and the Association with Self-Esteem among Adolescents in Rural Areas of Indonesia**”, IVCN The 4th International Virtual Conference on Nursing Volume, 2021.
- S., Hughes, A., Champion, K., Brown, C., L., Pedersen, “Couplegoals: Self-Esteem, Relationship Outcomes, and the Visibility of Romantic Relationships on Social Media”, **Sexuality & Culture**, 25,1041–1057,2021.

- T., Elenurm, "Changing Online Networking Priorities for Entrepreneurial Self Development"**, European Conference on Innovation and Entrepreneurship**, 2021 tiit.elenurm@ebs.ee. DOI:10.34190/EIE.21.013
- V., Patti, "Social media use adolescents' self esteem: Heading For a person-specific media effect paradigm" , **Amsterdam School Of Communication Research ASCOR**, Faculty Of Social and Behavioural Sciences, University of Amsterdam, Noord- Holland, The Netherlands ,pp 2-14, 2021.
- S., Silje, " The impact of social media use on appearance self-esteem from childhood to adolescence – A 3-wave community study ",**Norwegian University of Science and Technology** , Trondheim ,Norway, pp 1-5, 2020.
- Jalal, Hamz. (2020). "surat aljism waealaqatuha bitaqdir aldhaat ladaa mustakhdimi flatir alsanab shat", majalat albuhuth altarbawiat walnaweiati, 1(2).
- Hjab, Muhammad. (2003). "'asasiaat albuhuth ali'iielamiat waliajtimaeiati", altabeat althaaniatu, Alqahira: dar Alfajr lilnashr waltawziei.
- M., Rea and R., A., Parker, "**Describing And Conducting Survey Research"**, Jossey-Bass Publisher: San Francisco, Pp. 128- 129, 1992.
- Albuhaa, A. (1979). "ealam alnafs al'iihsayia waqias aleaql albushraa", ta3, Alqahira: dar Alfikr alearabii.

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

Correspondences

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.
- Telephone Number: 0225108256
- Our website: http://jsb.journals.ekb.eg
- E-mail: mediajournal2020@azhar.edu.eg

- **Issue 71 July 2024 - part 1**
- **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.