



تأثير المشاهدة الماراثونية للأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية على المنظومة القيمية

لدى الشباب العربي: دراسة كيفية

The impact of marathonic viewing of cinematic films on digital platforms on the value system of Arab youth: a qualitative study

غسان إبراهيم أحمد حرب*

جامعة الأقصى-غزة- (فلسطين) ، gi.harb@alaqsa.edu.ps

تاريخ النشر: 2024/06/30

تاريخ القبول: 2023/12/15

تاريخ الاستلام: 2023/04/28

DOI: 10.53284/2120-011-002-017

ملخص:

استهدفت الدراسة رصد تأثير المشاهدة الماراثونية للأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية على المنظومة القيمية لدى الشباب العربي، من خلال التعرف على حجم المشاهدة الماراثونية، ودوافع المشاهدة، ومدى تأثيرها على المنظومة القيمية، وأشكال هذا التأثير، بالإضافة إلى محاولة الكشف عن القيم الإيجابية والسلبية المقدمة من خلالها، ومدى تقبل المبحوثين لها، واقتراح استراتيجية لمواجهة النتائج السلبية المترتبة على المشاهدة الماراثونية للأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية، وطبقت على عينة عمدية من الشباب العربي الذين يشاهدون الأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية بشكل ماراتوني قوامها (64) من جمهورية مصر العربية، وفلسطين، والامارات العربية المتحدة، والجزائر بالاعتماد على مجموعات النقاش المركزة، وأوضحت النتائج أن منصة نتفليكس Netflix كانت في مقدمة المنصات الرقمية التي يشاهد الشباب العربي الأفلام السينمائية من خلالها بشكل ماراتوني يليها منصة يوتيوب YouTube Premium ثم منصة أمازون Amazon Video Prime. الكلمات المفتاحية: المشاهدة الماراثونية ، الأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية ، المنظومة القيمية.

Abstract:

This study aimed to monitor the impact of marathonic viewing of cinematic films on digital platforms on the value system of Arab youth, by identifying the volume of marathonic viewing, the motives of watching, the extent of its impact on the value system, and the forms of this impact. In addition to trying to reveal the positive and negative values presented through it, and the extent to which the respondents accepted them, and proposing a strategy to confront the negative consequences of marathonic watching of cinematic films on digital platforms. The study was applied to a deliberate sample of Arab youth who watch cinematic films on digital platforms in a marathonic manner. The study, based on focused discussion groups, consists of (64) Arab youth from the Arab Republic of Egypt, Palestine, the United Arab Emirates, and Algeria. The results of the study indicated that the Netflix platform was at the forefront of the digital platforms through which Arab youth watch cinematic films marathonicly, followed by the YouTube Premium platform, and then the Amazon Video Prime platform

Keywords: marathonic viewing - cinematic films on digital platforms - value system.



مقدمة:

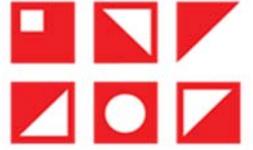
يعد الدمج بين تقنيات الإعلام والتكنولوجيا من أبرز التحولات التكنولوجية المعاصرة، والتي كان لها انعكاسات واضحة على شكل وماهية المضامين المقدمة، وأساليب معالجتها، وترتيب أولوياتها، حيث أفرز هذا التطور التكنولوجي العديد من التقنيات من أهمها المنصات الرقمية لتداول المحتوى بمختلف أشكاله، والتي أصبحت مجالاً تنافسياً لإنتاج المحتوى الإعلامي الذي يمتلك القدرة على استقطاب فئة الشباب باعتبارهم الفئات الأكثر انفتاحاً على الإعلام الرقمي حيث أدت قدرة الرقمنة على السماح بـ "قابلية التشغيل البيئي" بين التلفزيون، والتقنيات المستحدثة تدريجياً إلى تحول في مختلف خدمات التلفزيون من حيث التكنولوجيا، والتوزيع، وسياسة الوسائط المرتبطة بها واستخدامها. (Mikos, 2016: 154)

أصبحت خدمات البث التلفزيوني عبر الإنترنت من سمات العصر الرقمي، والتي نعرفها بأنها: المواقع أو التطبيقات التي يمكن من خلالها متابعة المضامين المرئية عبر شبكة الإنترنت، أو تحميله للمشاهدة لاحقاً، وهذه الخدمات إما أن تكون منصات رقمية لقنوات تلفزيونية تقليدية موجودة بالفعل، أو منصات رقمية مستقلة بذاتها، حيث تحولت من كونها منصات مستضيفة لشركات إنتاج ضخمة إلى منصات لديها القدرة على تحليل احتياجات الجمهور واهتماماته، وتقديم المضامين الإعلامية الملائمة له، وبالتالي بدأ المشاهدون في استخدام تقنيات جديدة لمشاهدة المحتوى التلفزيوني، واكتشفوا أن لديهم قدرة على الوصول إلى كميات ضخمة من المحتوى الإعلامي الذي لم يشاهدونه من قبل. (Colin, 2015: 2)

وتعتبر المنصات الرقمية ضمن التقنيات التي تمزج بين العرض التقني، والتجاري من خلال الخدمات التفاعلية المدفوعة أو المجانية بالاعتماد على تطوير مجتمع من المستخدمين مع مشغل المنصة بإنشاء رابط مباشر رسمي يتحدد في عقد مع المستخدم يعتمد على تكنولوجيا الإنترنت (Meyer, L., 2000: 35)، فهي إطاراً ديناميكياً، ومجالاً إلكترونياً تضم العديد من التطبيقات، والروابط التفاعلية، وتتيح التفاعل الفوري بين طرفين، أو مجموعة من الأطراف في نفس الوقت. (Open up ED, 2015: 1)

وتعد تلك المنصات بديل للتلفزيون التقليدي من خلال تقديم محتوى بمعايير جديدة في الشكل، والمضمون لتشجيع الجمهور على الاشتراك بها، والدفع مقابل الحصول على خدمة المشاهدة حسب الطلب من خلال جهاز ذكي يمتلكه يوفر خصوصية، وتفاعلية، وجودة المضمون المشوق والمسلي دون انقطاع إجباري بعرض الإعلانات، ومن هنا ظهرت إستراتيجية المشاهدة الماراثونية لوصف النمط المكثف من استهلاك المضامين التلفزيونية، والتي تعتبر من أهم الإستراتيجيات البرمجية لتعميق الارتباط بالمنصة، والحفاظ على المستخدم أطول فترة ممكنة، فأصبح الجمهور قادراً على اختيار نوعية المضمون الذي يشاهده، ووقته ومدته، من هنا يمكن القول أن مصطلح المشاهدة الماراثونية ارتبط ظهوره بالمنصات الرقمية، خاصة مع ظهور منصة نتفليكس Netflix عام 2013م. (Tefertiller & Maxwell, 2018: 287)

ومع التطور التقني الحديث وانتشار الهواتف الذكية والشاشات الذكية ظهرت منصات لعرض الأفلام السينمائية والتي تعتبر من أكثر المضامين التي تجذب الجمهور للاشتراك في هذه المنصات الرقمية للحصول على تجربة مشاهدة مختلفة عن أنماط المشاهدة التقليدية حيث أعطت هذه الخدمات مميزات للمشاهدة بالنسبة للمستخدم أهمها التحكم التام في زمان ومكان المشاهدة وفقاً لرغبات المشاهد، بل ومشاهدة مضمون درامي حصري لا يقدم سوى في هذه المنصات، مما زاد من تفضيل الجمهور لهذه المنصات على صالات السينما، وتعتبر الأفلام السينمائية من الأشكال الدرامية ذات القدرة على حشد كافة عناصر التشويق والإثارة من خلال الاعتماد على مؤثرات فنية، وتقنية تسهم في تشكيل الأفكار، والرموز الثقافية لدى الجمهور،



وتمكنهم من الاطلاع على أساليب الحياة وأنماط السلوك، وعادات المجتمعات الأخرى، والتي تؤثر بشكل كبير على اتجاهات الشباب وقناعاتهم، وبالتالي على المنظومة القيمية لديهم، وقدرتهم على الاندماج الاجتماعي بشكل سليم. وبناء على ما سبق تأتي هذه الدراسة لرصد تأثير مشاهدة الماراثونية للأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية على المنظومة القيمية لدى الشباب العربي، من خلال التعرف على حجم مشاهدة الماراثونية، ونوعية الأفلام، ودوافع المشاهدة، ومدى تأثيرها على المنظومة القيمية، وأشكال هذا التأثير، واقتراح استراتيجية لمواجهة النتائج السلبية المترتبة على مشاهدة الماراثونية للأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية.

الدراسات السابقة:

استهدفت دراسة (العميري، 2022) التعرف على مدى تعرض الشباب الجامعي للأعمال الدرامية المقدمة بالمنصات التلفزيونية عبر الإنترنت، وعلاقته بمنظومة القيم لديهم، وطبقت على عينة عمدية من الشباب الجامعي المشتركين بالمنصات التلفزيونية عبر الإنترنت قوامها (300) مفردة من جامعة 6 أكتوبر، وجامعة بورسعيد، وأشارت النتائج إلى ارتفاع نسبة تعرض الشباب المبحوثين للمنصات التلفزيونية، وبلغت (88.7%)، واتضح وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض المبحوثين للأعمال الدرامية المقدمة بالمنصات التلفزيونية عبر الإنترنت، والتأثير في منظومة القيم لديهم.

حللت دراسة (الثقيل، 2022) علاقة المرأة السعودية بالدراما التلفزيونية المقدمة عبر المنصات الرقمية، والتعرف على سلبيات هذا النوع من الدراما من وجهة نظر المرأة السعودية، وطبقت على عينة قوامها (400) مفردة من النساء السعوديات اللاتي يتعرضن للدراما التلفزيونية من خلال المنصات الرقمية بأسلوب كرة الثلج، وأوضحت النتائج أن منصة نتفليكس جاءت في المرتبة الأولى بين المنصات الرقمية الأكثر استخداماً، ومتابعة من قبل المبحوثات يلها منصة شاهد نت إم بي سي MBC، وأن الدوافع الطقوسية تفوقت على الدوافع النفعية لمتابعة الدراما التلفزيونية عبر المنصات الرقمية، وأن أبرز سلبيات تلك المتابعة كانت عدم ارتباط مضامين تلك الدراما بالواقع الاجتماعي، يلها المبالغة في استعراض أنوثة المرأة وجسدها.

وسعت دراسة (الجبير، 2022) إلى التعرف على دوافع تعرض الجمهور السعودي للأفلام السينمائية عبر المنصات الرقمية، وماهية الأشباع المتحققة لديهم، وطبقت الدراسة على عينة عشوائية عنقودية قوامها (287) مفردة من سكان مدينة الرياض، وأشارت النتائج إلى أن (36%) من المبحوثين يتابعون الأفلام السينمائية عبر المنصات الرقمية، وكانت الأفلام الأمريكية الأكثر تفضيلاً لديهم يلها الأوروبية ثم العربية، وجاءت منصة نتفليكس Netflix كأكثر تلك المنصات متابعة، يلها اليوتيوب YouTube، ثم شاهد نت، وتم ترتيب دوافع المتابعة كما يلي: التسلية، يلها إمكانية اختيار وقت المشاهدة، ومكانه، ونوع الفيلم وتجزئة مشاهدته.

استهدفت دراسة (المحرج، دقنة، 2022) التعرف على القيم الثقافية والاجتماعية التي تتبناها منصة Netflix ضمن أعمالها الدرامية الأصلية، واستكشاف انعكاس ترويج تلك القيم على المشاهدين، وطبقت الدراسة على عينة قوامها (13) مسلسل من انتاج المنصة بالاعتماد على التحليل النوعي للموضوعات التي تناولتها المسلسلات، والتحليل الكمي للتعرف على حجم الموضوعات، وأشكال السياق التي روجت من خلالها مضامين الشذوذ الجنسي، وأوضحت النتائج أن جميع مسلسلات منصة نتفليكس Netflix الأصلية المتصدرة القائمة الأكثر رواجاً ومشاهدة تحوي مشاهد شذوذ جنسي، وارتفاع حجم توظيف مشاهد الشذوذ المروجة بشكل مباشر بنسبة (81.9%)، وبشكل غير مباشر بنسبة (18.1%)، وتتعمد منصة نتفليكس Netflix بفرض أعمال الشذوذ الجنسي على المشاهدين بطريقة ممنهجة، ويتم الترويج لها على أنها قيمة اجتماعية واجبة الاحترام، وركزت على السياقات المروجة للشذوذ، وسلوكيات الشواذ وحقوقهم.



ورصدت دراسة (الشيخ، 2022) العلاقة بين تعرض الجمهور المصري للمحتوى الدرامي على المنصات التليفزيونية الرقمية، والحالة المزاجية لديهم، وطبقت على عينة قوامها (324) مفردة من الجمهور المصري، وأوضحت النتائج ارتفاع معدل مشاهدة المحتوى الدرامي على المنصات الرقمية من قبل الجمهور المصري، وكانت منصة شاهد (Shahid) أكثر تلك المنصات تفضيلاً، تليها نتفليكس Netflix، وأن توافر ناصر الجذب من حيث المشاركين في تلك الاعمال أو أساليب الانتاج المتطورة كانت ابرز أسباب متابعة المبحوثين للمحتوى الدرامي، كما تبين وجود ارتباط طردي بين تعرض الشباب المصري للمحتوى الدرامي بالمنصات التليفزيونية الرقمية ومستوى سمة ما وراء المزاج.

استهدفت دراسة (صالح، 2021) التعرف على عادات التعرض للأفلام السينمائية في عصر التكنولوجيات الرقمية، ومدى تأثير تلك التكنولوجيات على أنماط التعرض لدى الشباب العراقي، وطبقت على عينة عشوائية بسيرة قوامها (300) مفردة من الشباب العراقي الذين يتابعون الأفلام السينمائية على المنصات الرقمية، وتوصلت النتائج إلى أن غالبية المبحوثين يتابعون أفلام الأكشن خاصة الأجنبية منها، ويفضلون متابعتها بتقنية (3D) كونها تجسد الأحداث بصورة أكثر واقعية، وجاءت منصة سينمانا في مقدمة المنصات التي يتابع من خلالها المبحوثين الأفلام السينمائية، يليها منصة اليوتيوب YouTube، ثم نتفليكس Netflix، وتبين أن معظم المبحوثين يتابعون الأفلام السينمائية بصورة متعمدة.

كشفت دراسة (Isa, A.M. et al. 2021) عن التصورات الذهنية للمشاهد الماليزي تجاه منصات الفيديو عند الطلب (VOD)، ومدى ارتباطها بتعاليم الدين الإسلامي، والثقافة الماليزية بالاعتماد على المقابلة المتعمقة، وبينت النتائج أن المسلسل Eyes Her Behind يحوي على العديد من المضامين المرئية، والعبارات اللفظية التي تتعارض مع الدين الإسلامي والثقافة الماليزية، وأن المحتوى المقدم في منصات الفيديو عن الطلب (VOD) مثل منصة Netflix لم يخضع للرقابة من قبل السلطات بالرغم من الرقابة القوية من قبل الحكومة الماليزية على الأفلام التي تنتهك أعراف المجتمع الماليزي.

استهدفت دراسة (أبو السعود، 2021) التعرف على أنماط استخدام المراهقات لدراما المنصات الرقمية، والدوافع من وراء هذا الاستخدام، وطبقت على عينة عمدية قوامها (140) مفردة تم اختيارها بأسلوب كرة الثلج، وأوضحت النتائج أن منصة نتفليكس Netflix تأتي في مقدمة المنصات التي تفضلها المبحوثات، يليها منصة شاهد ثم منصة واتش أت، وكانت الدراما الأمريكية، والمصرية، والتركية أبرز أنواع الدراما التي تحظى باهتمام المبحوثات، وأن أبرز دوافعهن لمتابعة الدراما التليفزيونية عبر المنصات الإلكترونية كانت الخصائص التكنولوجية لتلك المنصات.

واستهدفت دراسة (Saravanan, M. & other, 2021) الكشف عن عادات مشاهدة المسلسلات عبر المنصات الرقمية لدى طلبة الجامعة، وتحليل تأثير المشاهدة الشهرية لهذه المضامين من قبلهم، وطبقت على عينة عشوائية قوامها (500) مفردة من الطلبة في مدينة بنغالور في الهند، وأوضحت النتائج أن المسلسلات المقدمة عبر المنصات الإلكترونية تحظى بشعبية كبيرة في المدن النائية مقارنة بالمدن المركزية، وأن زيادة ساعات التعرض للدراما عبر المنصات الرقمية أثر بشكل ملحوظ على أسلوب حياة العائلة، والثقافة المجتمعية، بالإضافة إلى أن المبحوثين يتجهون إلى تبني بعض المعايير الثقافية المقدمة في تلك المسلسلات، والتي تتعارض مع الثقافة التقليدية للمجتمع الهندي.



ورصدت دراسة (أحمد، 2021) كيفية تعرض الشباب الجامعي لمنصات المشاهدة عبر الإنترنت، والاشباعات المتحققة منها، طبقت الدراسة على عينة عشوائية قوامها (351) مفردة من طلبة كليتي الإعلام، والهندسة بجامعة ٦ أكتوبر، وخلصت النتائج إلى أن منصة نتفليكس Netflix جاءت في المرتبة الأولى من حيث مشاهدة الدراما من قبل الباحثين يليها منصة شاهد ثم منصة واتش ات، جاءت الأفلام الأجنبية في مقدمة البرامج التي يتابعها أفراد العينة، يلها الأفلام العربية ثم المسلسلات الأجنبية.

حللت دراسة (مصطفى، 2021) دوافع التعرض للمحتوى الدرامي في خدمات المشاهدة حسب الطلب (VOD) والاشباعات المتحققة، وطبقت على عينة عمدية بأسلوب كرة الثلج قوامها (250) مفردة من مستخدمي خدمات المشاهدة حسب الطلب، وبينت النتائج أن منصة نتفليكس Netflix جاءت في مقدمة المنصات التي يتابعها الباحثين يليها منصة شاهد، وأن المحتوى الكوميدي كان الأكثر متابعة أما الاشباعات الأكثر تحقّقاً من متابعة المحتوى الدرامي عبر هذه الخدمة فكانت الاشباعات النفسية المتمثلة في الترفيه والإمتاع، يلها الاشباعات المتعلقة بالخصائص التكنولوجية للوسيلة ذاتها، والمتمثلة في خاصية التحكم بالمحتوى.

وسعت دراسة (البناء، 2021) إلى الكشف عن مستويات تبني الشباب المصري للمنصات الرقمية الإعلامية لتداول المحتوى الترفيهي وأثارها، وطبقت على عينة عمدية قوامها (400) مفردة من الشباب المصري، وأكدت النتائج على أن تبني الباحثين للمنصات الرقمية العالمية لتداول المحتوى الترفيهي يؤثر على متابعتهم للتلفزيون التقليدي باعتبار أن تلك المنصات تتيح لهم الحرية الكاملة في اختيار ماهية المضمون ووقت العرض له مما يجعلهم أكثر تحكّماً فيه، وكان الاطلاع على الثقافات الأخرى، وتبني ثقافة الاختلاف، وقبول الآخر أبرز إيجابيات هذا التبني، بالإضافة إلى كونها تساعد على اكتساب سلوكيات إيجابية فيما كانت أبرز سلبياتها مخالفة مضامين تلك المنصات لقيم، وتقاليد المجتمع المصري.

هدفت دراسة (أبو الجدايل، 2020) إلى المقارنة بين استخدام الشباب السعودي لموقع اليوتيوب ومنصات الفيديو الرقمية الأخرى في تداول المحتوى الترفيهي والمعلوماتي، وطبقت على عينة عمدية قوامها (400) مفردة من الشباب السعودي من مستخدمي موقع اليوتيوب، ومنصات الفيديو الرقمية، وأشارت النتائج إلى أن منصة نتفليكس Netflix جاءت في مقدمة المنصات التي يتابعها الباحثين، يليها منصة شاهد، ثم واتش ات، وكانت التحكم بالمضمون المقدم أبرز إيجابيات استخدام الشباب السعودي لكل من منصة اليوتيوب YouTube، ومنصات الفيديو الرقمية، وأن أبرز سلبياتها هي تقديم مضامين تتعارض مع قيم المجتمع السعودي، وتبين وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة استخدام قنوات اليوتيوب YouTube، ومنصات الفيديو الرقمية في تداول المحتوى الترفيهي والمعلوماتي، وإدراك الباحثين بمزاياها.

وهدف دراسة (سامي، 2020) إلى التعرف على استخدامات الشباب المصري لخدمات البث التلفزيوني عبر الإنترنت، ومدى رضاهم عنها، والاشباعات المتحققة من استخدامها، وطبقت على عينة عمدية من الشباب والمراهقين المصريين قوامها (212) مفردة، وأوضحت النتائج أن منصة اليوتيوب YouTube جاء في مقدمة خدمات البث التلفزيوني التي يتابعها الباحثين، يليها منصة نتفليكس Netflix، وأن التسلية والاسترخاء كانت أهم دوافع استخدام الباحثين لخدمات البث التلفزيوني عبر الإنترنت، يلها التفاعل الاجتماعي، والهروب من ضغوط الحياة، وارتبط رضا الباحثين عن هذه الخدمات بالإشباع المتحققة، وقدرتهم على التحكم في المضمون المقدم.

رصدت دراسة (Tana et.al, 2020) أنماط ودوافع الاستهلاك الزمني لخدمات الفيديو حسب الطلب في فنلندا من خلال تحليل استفسارات محركات البحث بهدف معرفة أوقات ذروة المشاهدة بالنسبة لخدمات الفيديو حسب الطلب، وأوضحت



النتائج تزايد معدل البحث حسب الطلب مساءً، وتصل ذروتها ليلاً في حين يقل معدل هذا البحث أثناء ساعات النهار، مما يعد دليل واضح على أن المشاهدة لخدمات البث المباشر تحل محل ذروة المشاهدة للتلفزيون التقليدي، وأشارت كذلك إلى أن توافر الكتالوج الخاص بالمحتوى عبر المنصات الرقمية ينتج عنه تزايد ظاهرة المشاهدة الشرهة لمضامينها مما يؤكد التغيرات في أساليب استهلاك الأفراد لمحتوى وسائل الإعلام في عصر ما بعد التلفزيون.

وهدفت دراسة (سامي، 2020) إلى التعرف على مشاهدة الشباب المصري الشرهة لخدمات البث التلفزيوني عبر الإنترنت، وتفسير هذا النمط من المشاهدة في ضوء نظرية الإدراك الاجتماعي، وطبقت على عينة قوامها (20) مفردة من الشباب المصري من خلال الاعتماد على المقابلات المتعمقة، وتوضح النتائج اختلاف حجم المشاهدة الشرهة لدى المبحوثين، والاتفاق على أن منصة نتفليكس Netflix أكثر المنصات مشاهدةً نظرًا لما تتضمنه من مضامين شيقة ومتنوعة، وكان أهم أسباب المشاهدة الشرهة ضغط الأصدقاء، يليه الرغبة في الهروب من الواقع، وكانت المتعة وتحسن المزاج من أهم نتائج المشاهدة الشرهة يلهم الانعزال عن الأهل.

ورصدت دراسة (عثمان، 2020) تأثير مشاهدة المسلسلات المقدمة على منصة نتفليكس Netflix على النسق القيمي للمراهقين المصريين من خلال الكشف عن عادات وأنماط المشاهدة، ومدى الاعتماد على هذه المنصة. وطبقت الدراسة على عينة قوامها (48) مفردة بالاعتماد على أسلوب المقابلة عبر مجموعات النقاش المركزة (Focus Groups)، وبينت النتائج ارتفاع معدلات التعرض للمسلسلات المقدمة بمنصة نت فليكس بين المراهقين نتيجة لإمكانية متابعة أجزاء كاملة من المسلسلات في فترات زمنية قصيرة جداً، وأن نسبة القيم الإيجابية المقدمة في مسلسلات نتفليكس Netflix قليلة جداً مقارنة بالقيم السلبية، وأكد المبحوثين أن العديد من مسلسلات المنصة تقدم المحتوى الجنسي بشكل درامي جذاب.

وكشفت دراسة (صلاح الدين، 2020) عن أنماط مشاهدة الشباب المصري للمحتوى الدرامي المعروض على المنصات الإلكترونية المتخصصة حيث طبقت على عينة عمدية بأسلوب كرة الثلج من الشباب المصري قوامها (171) مفردة، وأوضحت النتائج أن المنصات الإلكترونية تحتل المرتبة الأولى كأكثر وسيلة لمتابعة الدراما من قبل المبحوثين، وجاءت منصة اليوتيوب YouTube في مقدمة تلك المنصات، وتبين وجود تأثير لمشاهدة الدراما عبر المنصات الإلكترونية على عادات المبحوثين في متابعة الدراما في دور السينما.

واستهدفت دراسة (Sanson, Steirer, 2019) بحث خدمة الفيديو حسب الطلب (هولو) بالاعتماد على مجموعة من المعايير ذات العلاقة الارتباطية الهيكلية المنصة، وصفقاتها التجارية، وخصائص المضمون المقدم من خلالها، وبينت النتائج أن خدمة البث عبر الإنترنت، والتي توفر خدمات الفيديو حسب الطلب يتم إدارتها من خلال شركات تكنولوجية استطاعت تشكيل صيغة حديثة للإنتاج، والتوزيع والاستقبال مرتبطة بالتلفزيون التقليدي، وأن هناك احتمالية لأن تكون خدمات البث التلفزيوني عبر الإنترنت بديلة للتلفزيون التقليدي.

واستهدفت دراسة (عبد الحميد، 2019) معرفة الدوافع المختلفة للمشاهدة المفرطة للمحتوى الدرامي بمنصات البث الرقمي، وتأثيراتها على المستخدمين، وطبقت على عينة عمدية من الجمهور المصري من مستخدمي منصات البث الإلكترونية قوامها (300) مفردة، وأظهرت النتائج أن إرضاء الرغبات في الاسترخاء والهروب من ضغوط الحياة واستكشاف عوالم جديدة كانت في مقدمة دوافع المبحوثين للمشاهدة المفرطة للمحتوى الدرامي بالمنصات الإلكترونية، يلهمها التفاعل الاجتماعي، وسهولة الوصول إلى المحتوى الدرامي، واتضح وجود منظورين لفهم المشاهدة المفرطة يتعلق الأول بالترفيه، والعواطف الإيجابية،



والهروب من ضغوط الحياة، فيما يؤكد المنظور الثاني على النتائج السلبية للمشاهدة المفرطة المتعلقة بالقلق، والشعور بالندم.

ورصدت دراسة (Dhanuka, Abhilasha, 2019) إدمان مشاهدة المسلسلات عبر الإنترنت لدى المراهقين، ومعرفة سلوك الشباب نحو المحتوى الافتراضي، وتأثيراته على رفاهيتهم، وطبقت على عينة قوامها (90) مفردة من الشباب الهندي في مدينة ممباي، وأوضحت النتائج أن أهم المنصات المفضلة لمشاهدة المسلسلات لدى المبحوثين كانت منصة نتفليكس Netflix، يليها أمازون Amazon Video، يليها منصة hot star، وأنهم يعتمدون بشكل كبير على المنصات الرقمية مما يعزز الآثار السلبية على صحة المراهقين النفسية والجسدية المتمثلة في زيادة الحساسية العاطفية، واضطرابات النوم، وإدمان المشاهدة لمضامين المنصات الرقمية، ويؤكد (58.9%) من المبحوثين وعيهم بكونهم مدمنين على مشاهدة تلك المسلسلات، ويرى (42.2%) منهم أنهم في حاجة للإقلاع عن تلك المشاهدة المفرطة.

ورصدت دراسة (النشار، 2018) تأثير التعرض للدراما عبر المنصات الرقمية على أنماط علاقة الشباب بالدراما التلفزيونية من خلال تحليل أنماط مشاهدة الشباب المصري للدراما التلفزيونية في المنصات الرقمية وتأثيراتها على مشاهدتهم للتلفزيون، والمواد الدرامية التي يقدمها، وطبقت على عينة عشوائية من الشباب المصري قوامها (200) مفردة، وتوصلت الدراسة إلى أن منصة اليوتيوب YouTube جاء في المرتبة الأولى من حيث تفضيل المبحوثين. يليها شبكات التواصل الاجتماعي، وأن المشاهدة الدرامية عبر التلفزيون لا تزال تؤثر تأثيراً مباشراً على المشاهدة الدرامية عبر المنصات الرقمية، واتضح وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين متابعة المبحوثين للدراما التلفزيونية عبر المنصات الرقمية واتجاهاتهم نحو الدراما التلفزيونية.

وسعت دراسة (Rainie, 2017) إلى التعرف على كيفية استخدام الشباب الأمريكي لمنصات المشاهدة الرقمية، وطبقت على عينة عشوائية من الشباب الأمريكيين، وأوضحت النتائج أن (60%) من المبحوثين يستخدمون البث الرقمي المباشر عوضاً عن مشاهدة التلفزيون، وأن هناك ارتفاع ملحوظ في استخدام منصة نتفليكس Netflix و HBO Go، كما أثر ظهور خدمات البث عبر الإنترنت في تغيير عادات استخدام وسائل الإعلام لدى الأمريكيين، وخاصة الشباب منهم.

استكشفت دراسة (Panda, Pandey, 2017) الدوافع المختلفة التي تؤثر على طلاب الجامعات لقضاء المزيد من الوقت في مشاهدة الشراة للمنصات الرقمية، والإشباع المتحققة لديهم، وأثبتت النتائج أن المنصات الرقمية نتفليكس Netflix، وأمازون Amazon Video غيرت عادات المشاهدة لدى المبحوثين نظراً لقدرتهم على التحكم في أليات متابعة مضامينها، وسهولة الوصول لمحتواها، وقد أدى ذلك إلى مشاهدتهم لعدة حلقات من البرامج التلفزيونية في إطار زمني قليل، وكان التفاعل الاجتماعي، والهروب من الواقع، وسهولة الوصول إلى المحتوى التلفزيوني والإعلان أهم أسباب المشاهدة الشرهة، وأن العودة للواقع الفعلي بعد الانغماس في عالم خيالي يشعر المبحوثين بعدم السعادة.

التعقيب على الدراسات السابقة:

- أظهرت الدراسات السابقة ثراءً وتنوعاً في إطارها المعرفي، والمنهجي، والتطبيقي، وأبرزت دوافع استخدامات الجمهور بفئاته المختلفة للمحتوى الدرامي بشكل عام في المنصات الرقمية باستثناء دراسة (الجبير، 2022)، و(صالح، 2021) التي عالجت تعرض الجمهور للأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية، ودراسة (البناء، 2021)، ودراسة (أبو الجدايل، 2020) التي عالجت المحتوى الترفيهي بالمنصات الرقمية، ولم تتطرق الدراسات السابقة إلى تأثير استخدامات المنصات الرقمية على المنظومة القيمية لدى الشباب الأمر الذي يعطى أهمية للدراسة الحالية.



- تبين عدم اهتمام الدراسات السابقة بتحليل المشاهدة الماراثونية لمضامين المحتوى الدرامي بالمنصات الرقمية باستثناء دراسة (عبد الحميد، 2019) التي عالجت دوافع المختلفة للمشاهدة المفردة للمحتوى الدرامي بمنصات البث الرقمي، ودراسة (سامي، 2020) التي بحثت مشاهدة الشباب المصري الشرهة لخدمات البث التلفزيوني عبر الإنترنت، وهذا ما يوضح أهمية الدراسة الحالية باعتبارها تبحث في نمط مستحدث من أنماط مشاهدة المضامين السينمائية بالمنصات الرقمية، وهو نمط المشاهدة الماراثونية.

- اتضح اهتمام معظم الدراسات باستخدام أدوات التحليل الكمية من خلال صحيفة الاستبيان، وعدم الاعتماد على الأدوات الكيفية للمقابلات المتعمقة، وجماعات النقاش المركزة، رغم أهميتها باستثناء دراسة (Isa, A.M. et al. 2021)، ودراسة (عثمان، 2020)، و(سامي، 2020) التي اعتمدت على المقابلة عبر مجموعات النقاش المركزة كأداة للدراسة، وهذا ما يزيد من أهمية الدراسة الحالية باعتبارها من الدراسات النوعية التي تعتمد على الأسلوب الكيفي.

مشكلة الدراسة:

تبلور مشكلة الدراسة في رصد تأثير المشاهدة الماراثونية للأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية على المنظومة القيمية لدى الشباب العربي، من خلال التعرف على حجم المشاهدة الماراثونية، ونوعية الأفلام، ودوافع المشاهدة، ومدى تأثيرها على المنظومة القيمية، وأشكال هذا التأثير، بالإضافة إلى محاولة الكشف عن القيم الإيجابية والسلبية المقدمة من خلالها، ومدى تقبل الباحثين لها، واقتراح استراتيجيات لمواجهة النتائج السلبية المترتبة على المشاهدة الماراثونية للأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية.

أهمية الدراسة:

الأهمية النظرية:

- قلة الدراسات العربية التي ترصد الكيفية التي يتابع من خلالها المشاهد العربي للأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية، وتأثيرها على المنظومة القيمية على حد علم الباحث. حيث أن معظم الدراسات العربية بحثت في المحتوى الدرامي والترفيهي بشكل عام.

- أهمية محتوى، وتأثيرات الأفلام السينمائية المقدمة من خلال المنصات الرقمية كأحد أشكال الإعلام الجديد التي تنافس الوسائل الإعلامية التقليدية.

- أهمية دراسة المشاهدة الماراثونية، وانماطها، وتأثيراتها على الشباب خاصة للمنصات الرقمية، وما تحتويه من قيم وأخلاقيات تنعكس على المنظومة القيمية لهذه الفئة الأكثر أهمية في المجتمعات.

- تعد الدراسة إضافة جادة توفر صيد علمي للمكتبة الإعلامية العربية في مجال تحليل تأثير المشاهدة الماراثونية للأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية على المنظومة القيمية استناداً إلى حداثة مجال الدراسة خاصة في الوطن العربي.

الأهمية التطبيقية:

- تقدم الدراسة عدة مؤشرات للقائمين على الإنتاج السينمائي بمواصفات الجمهور العربي، والمضمون الأكثر جذباً بالنسبة لهم، مما يفيدهم في تطوير انتاجهم بما يتلاءم متطلبات، ومواصفات الجمهور، وكذلك مميزات المنصات الرقمية.

- تلفت الدراسة أنظار الباحثين إلى إجراء مزيداً من الدراسات الإعلامية المتعلقة بالمنصات الرقمية، وتأثيراتها على القيم لدى الجمهور العربي بما يساهم في تحقيق التراكم المعرفي للمكتبة العربية في هذا المجال.



- تسهم الدراسة في لفت أنظار صناع القرار، وواضعي السياسات الإعلامية العربية باتجاهات الجمهور العربي، والتحولت في ترتيب أولوياته، وبالتالي دفعهم إلى صياغة مدونة سلوك للوسائل الإعلامية العربية وفقاً لتلك الاتجاهات.
- تقترح الدراسة استراتيجية لمواجهة المخاطر القيمية المترتبة على المشاهدة المراثونية للمنصات الرقمية من قبل الشباب العربي.

أهداف الدراسة:

تتلخص أهداف الدراسة في رصد تأثير المشاهدة المراثونية للأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية على المنظومة القيمية لدى الشباب العربي، وذلك من خلال ما يلي:

- 1- معرفة المنصات الرقمية التي يشاهد الشباب العربي من خلالها الأفلام السينمائية، وأسباب الاقبال عليها.
- 2- التعرف على حجم المشاهدة المراثونية من قبل الشباب العربي للأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية ونوعية الأفلام.
- 3- رصد دوافع المشاهدة المراثونية من قبل شباب العربي للأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية.
- 4- رصد القيم الإيجابية، والسلبية التي تقدمها الأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية، ومدى تقبلها من الشباب العربي.
- 5- الكشف عن مدى تأثير المشاهدة المراثونية للأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية على المنظومة القيمية، وأشكال هذا التأثير.
- 6- اقتراح استراتيجية لمواجهة النتائج السلبية على المنظومة القيمية المترتبة على المشاهدة المراثونية للأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية من قبل الشباب العربي.

تساؤلات الدراسة:

- 1- ما هي المنصات الرقمية التي تشاهد من خلالها الأفلام السينمائية، وأسباب الاقبال عليها؟
- 2- ما حجم المشاهدة المراثونية من قبل شباب العربي للأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية ونوعية الأفلام؟
- 3- ما دوافع المشاهدة المراثونية من قبل شباب العربي للأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية؟
- 4- ما القيم الإيجابية، والسلبية التي تقدمها الأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية، وما مدى تقبلها من الشباب العربي؟
- 5- ما مدى تأثير المشاهدة المراثونية للأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية على المنظومة القيمية وأشكال هذا التأثير؟
- 6- ما هي الإستراتيجية المقترحة لمواجهة النتائج السلبية على المنظومة القيمية المترتبة على المشاهدة المراثونية للأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية؟

التعريفات الإجرائية لمفاهيم الدراسة:

الفيلم السينمائي: عبارة عن سلسلة من الصور المتتالية الثابتة حول ظاهرة ما تتراوح مدته من 10 إلى 120 دقيقة حسب الموضوع، والظروف المحيطة به، وهو عمل تخيلي إبداعي يتميز بسرد الأحداث، وحبكة درامية محكمة.

المشاهدة المراثونية: هي المشاهدة المتواصلة بدون انقطاع، وخلال جلسة واحدة للمحتوى الإعلامي، وتكون بدافع المتعة والشغف بالمضمون المقدم، وتحقق الاندماج والارتباط الفعلي بين المتلقي والرسالة الإعلامية.

المنصات الرقمية: هي أحد أدوات الإعلام الإلكتروني التي ارتبط ظهورها بانتشار خدمات الشبكة العنكبوتية، وتقدم أعمال سينمائية، ودرامية بشكل حصري من خلال مجموعة من الخدمات المجانية والمدفوعة، وتتيح للمستخدم حرية اختيار المضمون الذي يشاهده، ووقته، ومدته.

المنظومة القيمية: هي الإطار المرجعي، والحكم التي يعتمد عليها الأفراد في تعاملاتهم الاجتماعية، والسلوكيات الإيجابية المقبولة اجتماعياً، والمرتبطة بأخلاقيات وتقاليد، وموروثات المجتمع التي يشجع أفرادها على التمسك بها.



الإطار المعرفي للدراسة:

لقد غيرت المنصات الرقمية بصورة نوعية تجربة المتلقي في استهلاك المواد البصريّة حيث لم يعد في حاجة إلى انتظار مواعيد عرض برامج المفضلة، بإمكانه مشاهدتها في أي مكان أو زمان، سواء على شاشات ثابتة أو هواتف ذكيّة. وألغت الحاجة نهائياً إلى مشاهدة الأفلام عبر الأشرطة والأسطوانات واستبدالها بخدمة أفضل وأسرع، ودخلت شركات الإنتاج السينمائي بقوة من خلال تقديم أعمال جديدة مميزة من إنتاجها، وتوفيرها حصرياً على منصّتها الرقميّة، وكسرت نموذج البث في اتجاه واحد من التلفزيون إلى المتلقي، لتصبح دائرة مكتملة من المنصات الرقمية إلى المشاهد، ومنه مرة أخرى إلى المنصات الرقمية، وبالتالي أصبحت أكثر تميزاً، وثراءً من التلفزيون التقليدي من خلال توسيع نطاق التفاعلية مع الوسيلة (أبو زيد، 2015: 55)، وبذلك امتلكت ثروة من المعلومات حول سلوك المتلقين تجاه المنتجات البصريّة المختلفة، واستخدمت معرفتها بخصوصيات المتلقي من خلال الاستعانة بتقنيات الذكاء الاصطناعي لتسجيل نشاط الجمهور على تلك المنصات، وتخصيص المحتوى المناسب لتفضيلاته، واقتراح المحتوى الذي يلائم تطلعاته عبر الخوارزميات التي تدرس بدقة متناهية نشاط المستخدم أثناء عملية المشاهدة، مما يزيد من قدرتها على تحليل رغبات الجمهور وصناعة أعمال درامية تلائم الجمهور المستهدف (النشر، 2018: 449)، وبذلك أصبحت تلبي احتياجاته، وتستولي على اهتماماته، كون الجمهور النشط يتفاعل مع الوسائل الإعلامية التي تستهدفهم بهدف إشباع احتياجاتهم التي قد تكون نفسية أو اجتماعية أو غيرها (Vaterlaus, 2019: 473)، وهذا ما يفسر نمط المشاهدة الماراثونية لمضامينها.

لقد تغيرت أساليب وأنماط المشاهدة بصورة واضحة نتيجة تعدد طرق المشاهدة حسب الطلب، وإتاحة المنصات الرقمية لأي جهاز متصل بالإنترنت للوصول للمحتوى المرئي سواء أكان جهازاً لوحياً أو جهاز كمبيوتر، أو جهاز تلفزيون ذكي (عبد الحميد، 2019: 328)، سواء المنصات الرقمية المجانية التي تتيح مشاهدة المحتوى الدرامي كمواقع التواصل الاجتماعي وغيرها من المواقع الإلكترونية أو المنصات الرقمية المدفوعة مثل: Netflix, Hulu, HBO Go, Amazon Video, YouTube Premium, Watch it, Shahid Net, وغيرها، فوفقاً لتقرير اتجاهات الإعلام الرقمي لمركز (Deloitte) لعام ٢٠١٩ أوضحت مشاهدات الأفلام السينمائية عبر المنصات الرقمية جزءاً رئيسياً من الحياة اليومية للعديد من الأفراد حول العالم (Deloitte's digital media trends survey, 2019)

يعد مصطلح "Binge-Watching" الذي يوصف ظاهرة المشاهدة الماراثونية من المصطلحات التي أثارت الجدل فعلى الرغم من أن فكرة المشاهدة الماراثونية للتلفزيون كانت موجودة منذ عقود، لكن طريقة وأسلوب عرض الأعمال التلفزيونية تطورت بشكل كبير رافقه تضخم هائل في كم المشاهدة، وآلياتها من قبل الجمهور، حيث أتاحت المنصات الرقمية لهم إمكانية مشاهدة كثيفة خلال جلسة واحدة، وهو ما أحدث تغييراً كبيراً في نمط المشاهدة التقليدي للبث التلفزيوني الكلاسيكي. (Khan, 2017: 241)، ويختار الجمهور المستخدم متى وكيف يشاهد المحتوى الذي يرغب فيه، وماهية الوسيط الإعلامي المستخدم، وأين يمكنه أن يشاهد ذلك، فهو المتحكم الرئيسي بكل ما يتعلق بتجربة المشاهدة التي توصف بالشخصية في كل مراحلها بداية بمرحلة اختيار التوقيت والمكان والوسيلة انتهاءً بمرحلة اختيار المحتوى الذي يرغب بمشاهدته (مصطفى، 2021: 273)، حيث أثبتت دراسة (Schweidel, A., Wendy M., 2016) إلى أن المشاهدة الماراثونية تؤدي إلى المزيد من المشاهدة، ويكون المشاهدين أقل استجابة للإعلانات، وأن خدمات المنصات الرقمية كانت الأكثر جذباً للمشاهدة الماراثونية من أي وسائل تقليدية أخرى.



يرى عديد الخبراء أن متابعة المضامين التلفزيونية المقدمة عبر التلفزيون التقليدي تعطي تجربة (الجلوس المسترخي)، وحيث تكون المتابعة فيها سلبية بالمقارنة مع عملية المشاهدة الماراثونية للمنصات الرقمية التي توصف بتجربة (الجلوس المتأهل)، التي يتعامل فيها الجمهور إيجابياً مع المضامين المقدمة من خلال مشاركته الفاعلة في تقديم وتأخير، وتخزين وحذف المضامين التي لا تتلاءم مع اهتماماته. (حمود، 2013: 1)

تعد المشاهدة الماراثونية للمنصات الرقمية بمثابة سلوك إعلامي مستجد يمزج الثقافة والتكنولوجيا تستند إلى أن الجمهور لديه بعض الدوافع المماثلة للمشاهدة التلفزيونية التقليدية، منها الاسترخاء والشعور بالمتعة، ومواكبة التطورات والاستغراق في السرد الفني، ولفهم دوافع المشاهدة الماراثونية للأفراد قدم (Rabin, 2009) نموذجاً لدوافع المشاهدة الماراثونية للمنصات الرقمية يقوم على ما يلي: أولاً/ سلوك الجمهور في التواصل من خلال اختبار وسائل الإعلام، واستخدامها لتحقيق هدف ما، ثانياً/ الجمهور نشط في استخدامه لوسائل الإعلام، ثالثاً/ العوامل النفسية، والاجتماعية التي تتوسط سلوك الجمهور في الاعتماد على وسائل الإعلام، رابعاً/ تنافس وسائل الإعلام مع أنماط الاتصال الأخرى للتفاعل بين الأشخاص إرضاء احتياجات الناس واهتماماتهم، خامساً/ وسائل الإعلام قد تؤثر على طريقة اعتماد الجمهور على وسائل إعلامية بعينها.

نوع الدراسة:

تنتمي الدراسة إلى الدراسات الكيفية التي تعتمد على التحليل العميق للظاهرة محل الدراسة، وهي تأثير المشاهدة الماراثونية للأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية على المنظومة القيمية لدى الشباب العربي، والكشف عن القيم الإيجابية والسلبية لهذا النوع من المشاهدة، واقتراح استراتيجية لمواجهة النتائج السلبية على المنظومة القيمية المترتبة على المشاهدة الماراثونية للأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية.

منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على منهج المسح من خلال مسح عينة من الشباب العربي المشاهدين للأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية بشكل مراثوني، باستخدام التحليل الكيفي للبيانات (Fontana, Frey, 2000)، مما يساهم في اقتراح استراتيجية لمواجهة النتائج السلبية المترتبة على المشاهدة الماراثونية للأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية من قبل الشباب العربي.

مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في الشباب العربي في المرحلة العمرية (18-30 عاماً) الذين يشاهدون الأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية بشكل مراثوني.

عينة الدراسة:

اعتمدت الدراسة على عينة عمدية من الشباب العربي الذين يشاهدون الأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية بشكل مراثوني قوامها (64) مفردة مقسمة كما يلي: (16 من جمهورية مصر العربية 8 ذكور و8 إناث)، و(16 من فلسطين 8 ذكور و8 إناث)، و(16 من الامارات العربية المتحدة 8 ذكور و8 إناث)، و(16 من الجزائر 8 ذكور و8 إناث)، حيث أن حجم العينة في الدراسات الكيفية يرتبط بعوامل عدة أهمها: مدى تحديد الموضوع، الارتكاز إلى نظرية مرجعية والتشبع بمعنى عدم الوصول إلى بيانات إضافية بزيادة حجم العينة، فكلما تم تحديد موضوع الدراسة بدقة، وتوافر نظرية مرجعية، والوصول إلى حالة التشبع، كلما قل حجم العينة في الدراسات الكيفية (Malterud, et. al 2016)، وهو ما حدث بالفعل في هذه الدراسة؛ لذا تم الاكتفاء ب (64) مفردة كعينة للدراسة.



أداة جمع البيانات:

تم الاعتماد على مجموعات النقاش المركزة، focus group discussion، حيث تعتبر هذه الأداة هامة في تشجيع المبحوثين المترددين للمشاركة في الإدلاء بالمعلومات مقارنة بمقابلتهم بشكل منفرد لاعتقادهم بعدم وجود شيء يقولونه (Kitzinger, 1995، حيث تم إجراؤها مع ثماني مجموعات من الشباب العربي المشاهدين للأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية بشكل ماراثوني بمجموع 64 مفردة مقسمة كما يلي: (16 من جمهورية مصر العربية 8 ذكور و8 إناث)، و(16 من فلسطين 8 ذكور و8 إناث)، و(16 من الإمارات العربية المتحدة 8 ذكور و8 إناث)، و(16 من الجزائر 8 ذكور و8 إناث).

جدول (1) يوضح توزيع مجموعات النقاش المركزة

المدة	المكان	التاريخ	الدولة	النوع	العدد	المجموعة
50 دقيقة	Zoom meeting	2 يناير 2023	مصر	ذكور	8	الأولى
48 دقيقة		6 يناير 2023	مصر	اناث	8	الثانية
52 دقيقة		7 يناير 2023	فلسطين	ذكور	8	الثالثة
54 دقيقة		9 يناير 2023	فلسطين	اناث	8	الرابعة
49 دقيقة		11 يناير 2023	الإمارات	ذكور	8	الخامسة
51 دقيقة		11 يناير 2023	الإمارات	اناث	8	السادسة
50 دقيقة		13 يناير 2023	الجزائر	ذكور	8	السابعة
48 دقيقة		14 يناير 2023	الجزائر	اناث	8	الثامنة
402 دقيقة	64 مفردة					المجموع

صدق أسئلة النقاش:

تم وضع (8) أسئلة غير مقننة بطريقة تسمح بسير عملية النقاش المتعمقة بصورة سلسة ومنطقية، وقام الباحث بالتحقق من صدق دليل المناقشات المتعمقة من خلال عرضه على عدد من الأساتذة المتخصصين^(*) للتحقق الصدق الظاهري، ومدى شمولية الأسئلة، وإمكانية تطبيقه بكفاءة تضمن متابعة الحوار مع المبحوثين بشكل لا يعيق استنباط المعلومات، وتم الأخذ بجميع الملاحظات التي وضعها السادة المحكمين.

(*) أسماء السادة المحكمين:

- 1- د. تيسير احمد أبو عرجة أستاذ الصحافة - كلية الاعلام - جامعة البترا، الأردن.
- 2- د. سليمة حسن زيدان أستاذ الاعلام - كلية الإعلام - جامعة بنغازي، ليبيا.
- 3- د. علياء رمضان أستاذ الاعلام - كلية التربية النوعية - جامعة طنطا، مصر.
- 4- د. محمد هاشم السلغوس أستاذ الإذاعة والتلفزيون - كلية الإعلام - جامعة اليرموك، الأردن.
- 5- د. مي كامل عبد الله أستاذ الاعلام - كلية الإعلام - الجامعة اللبنانية، لبنان.
- 6- د. حسين عبد الله سعد أستاذ الإذاعة والتلفزيون - كلية الاعلام - جامعة القدس المفتوحة، فلسطين.
- 7- د. محمد أبو زايد أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد - كلية الإعلام، جامعة الأقصى، فلسطين.
- 8- د. محمد خليل محروم أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد - كلية الإعلام - جامعة اليرموك، الأردن.
- 9- د. نورة خيري: أستاذ الإعلام المساعد - كلية الاعلام - جامعة زيان عاشور، الجزائر.



دليل المناقشات المتعمقة:

السؤال الأول/ ما هي المنصات الرقمية التي تشاهد من خلالها الأفلام السينمائية، وأسباب الاقبال عليها؟

السؤال الثاني/ ما حجم المشاهدة للأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية ونوعية الأفلام؟

السؤال الثالث/ ما هي دوافعك لمشاهدة الأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية؟

السؤال الرابع/ ما هي أكثر الأفلام السينمائية التي تشاهدها بالمنصات الرقمية؟

السؤال الخامس/ ما مدى اعتقادك بأن مضمون الأفلام السينمائية التي تشاهدها بالمنصات الرقمية يعبر عن الواقع الفعلي؟

السؤال السادس/ ما القيم الإيجابية/ السلبية المقدمة في الأفلام السينمائية التي تشاهدها بالمنصات الرقمية، وما مدى تقبلها؟

السؤال السابع/ إلى أي مدى تؤثر المشاهدة المراثونية للأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية على المنظومة القيمية لديك؟

السؤال الثامن/ ما أشكال تأثير المشاهدة المراثونية للأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية على المنظومة القيمية لديك؟

إجراءات مجموعات النقاش المتعمقة:

قام الباحث بالتواصل مع المبحوثين قبل البدء بالتطبيق الفعلي للمناقشات، والتأكيد على أن المشاركة بالنقاش هي مشاركة تطوعية، واجتمع الباحث بالمبحوثين من خلال تطبيق (zoom)، وهو برنامج متخصص في مكالمات الفيديو بجودة (HD) للصوت والصورة، وفي بداية النقاش قام الباحث بالترحيب بالمبحوثين، وكسر الجمود من خلال إعطائهم نبذة عن موضوع البحث، ومحاورة وماهية المعلومات المطلوبة، وتم التنويه على أن من حق المبحوث عدم الإجابة عن أي سؤال لا يرغب في الرد عليه، بالإضافة إلى التأكيد على أن المعلومات التي سيتم الحصول عليها لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي، وتم تسجيل المناقشات المتعمقة، وتفريغها، وتحليل محتواها، واستغرق تطبيق النقاشات مجتمعة 402 دقيقة.

نتائج الدراسة:

أولاً: المنصات الرقمية التي يشاهد المبحوثين من خلالها الأفلام السينمائية، وأسباب الاقبال عليها.

أتضح من خلال إجابات المبحوثين أن منصة نتفليكس Netflix كانت في مقدمة المنصات الرقمية التي يشاهد من خلالها المبحوثين الأفلام السينمائية لأسباب تتعلق بكونها أكبر مكتبة رقمية للأفلام، والأعمال الدرامية سواء العربية أو الأجنبية، وبالتالي هناك وفرة، وتنوع في المضامين تتيح حرية الاختيار بشكل كبير، بالإضافة إلى أن المنصة تُنتج أفلاماً خصيصاً للمشاهدة من خلالها، وكذلك كون متابعة المنصة تجربة ممتعة نتيجة لواجهة الاستخدام المحسنة مع النظام المميز لتزكية المحتوى، وأوضح أحد المبحوثين أن ضغط الأقران بالاشتراك في هذه المنصة سبب من الأسباب التي دفعته للاشتراك بها، وأفاد كذلك بأن المنصة تتيح الاشتراك المجاني لمدة شهر واحد كنوع من الجذب للمشاهدين بجانب تعدد المميزات التي تتيحها للمشتركين، ومنها ميزة تنزيل الأفلام السينمائية لمشاهدتها دون الحاجة إلى الاتصال بشبكة الإنترنت، وقد أثبت ذلك كلاً من دراسة (مصطفى، 2021)، و(أبو الجدايل، 2020)، و(عثمان، 2020)، و(Dhanuka, Abhilasha, 2019)، و(Rainie, 2017)، حيث تصدرت منصة نتفليكس Netflix قائمة المنصات الرقمية كأكثر المنصات متابعه من قبل الجمهور.

وجاءت منصة يوتيوب YouTube Premium في الترتيب الثاني كأكثر المنصات متابعه من قبل المبحوثين للأفلام السينمائية لعدة أسباب ذكرها المبحوثين لعل من أهمها: إمكانية التشغيل للمحتويات بدون الاتصال بشبكة الإنترنت، والوصول إلى العديد من المحتويات الحصرية كالأفلام، والمسلسلات التي يتم إنتاجها من قبل كبار صانعي المحتوى على المنصة، وضمان مشاهدة الأفلام السينمائية عبر المنصة من دون أية محددات أو إعلانات، واتاحة التجربة المجانية لمدة 14 يوم قبل الاشتراك، وهذا يتوافق مع ما أكتته إحصاءات الوسائط الرقمية الإماراتية (UAE Digital Media Statistics report, 2020)، إلى أن موقع YouTube يأتي في المرتبة الثانية كأكثر المنصات متابعه من قبل الإماراتيين، ويتفق مع ما توصلت إليه دراسة (صالح، 2021) حيث أوضحت أن منصة اليوتيوب YouTube تأتي في المرتبة الثانية من حيث متابعة الشباب العراقي بعد منصة سينمانا، فيما تبين



من دراسة (سامي، 2020)، و(صلاح الدين، 2020)، و(النشار، 2018) أن منصة اليوتيوب YouTube كانت الأكثر متابعة من قبل الشباب المصري.

وتبين أن منصة أمازون Amazon Video Prime جاءت في الترتيب الثالث كأكثر المنصات الرقمية التي يشاهد من خلالها المبحوثين الأفلام السينمائية لأسباب تتعلق بكون المنصة توفر الأفلام السينمائية من إنتاجها الأصلي، وبعضها من أعمال أستوديو "إم جي إم/ مترو جولدن ماير" (MGM/Metro-Goldwyn-Mayer) مثل فيلم لوسي وديزي، وليلة في ميامي، وصوت الميتال، بالإضافة إلى بعض الأعمال لمجموعة كبيرة من الشركات الرائدة في مجال الأعمال السينمائية، والبث الحصري لعدد كبير من العروض التلفزيونية، وامكانية تجربة الاشتراك في خدمة أمازون برايم مجاناً لمدة شهر بهدف معاينة المميزات التي توفرها، بالإضافة إلى خصومات كبيرة على مختلف المنتجات يتضمن يوماً يعتبر الأبرز للتسوق خلال العام باسم Prime Day، وقد أثبت ذلك كلاً من دراسة (Dhanuka, Abhilasha, 2019)، ودراسة (Panda, Pandey, 2017).

وأورد المبحوثين أسباب للمشاهدة الماراثونية للأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية تتعلق بمزايا المتابعة الشخصية للمنصات أهمها: التنوع الضخم في المضامين المقدمة، والقدرة على التحكم ظروف المشاهدة من حيث المحتوى، والوقت، والمكان، واستمرارها مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية، والرغبة في متابعة المضامين بشكل شخصي، وهذا ما توفره الأجهزة الذكية مما يحقق الاندماج الحقيقي مع المحتوى.

ثانياً: حجم مشاهدة المبحوثين الماراثونية للأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية، ونوعية الأفلام.

للإجابة على التساؤل الثاني، تضمن دليل المقابلة المتعمقة أسئلة حول حجم المشاهدة الماراثونية لدى المبحوثين، ونوعية الأفلام السينمائية التي يتم مشاهدتها بشكل مراثوني، واتضح تباين إجابات المبحوثين فيما يتعلق بحجم المشاهدة الماراثونية حيث تراوحت بين ثلاث ساعات على الأقل في المرة الواحدة، وسبع ساعات، وأكد عدد 3 من المبحوثين أنهم يشاهدون الأفلام السينمائية بشكل مراثوني على مدار 11 ساعة يومياً.

ومن الملاحظ أن هناك فروق في المشاهدة الماراثونية بين المبحوثين حيث زادت في الفئات العمرية بين 23 سنة و26 سنة، وقد أرجع عدد من المبحوثين ذلك إلى عدم ارتباطهم في هذه المرحلة العمرية بأي مسؤوليات دراسية أو وظيفية، وبدا ذلك جلياً لدى الشباب الفلسطيني لأسباب تتعلق بارتفاع مستويات البطالة حيث تشير معطيات الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني (مسح القوى العاملة الفلسطينية - التقرير السنوي: 2022)، أن معدل البطالة من مجموع المشاركين في القوى العاملة بلغ 26.4% خلال عام 2022م.

وأكد معظم المبحوثين أن المشاهدة الماراثونية للأفلام السينمائية تزيد خلال أيام الاجازات نظراً لزيادة عدد ساعات وقت الفراغ، ويتفق ذلك مع ما أثبتته دراسة (العميري، 2022)، و(سامي، 2020)، و(أبو الجدايل، 2020)، و(عثمان، 2020)، و(صلاح الدين، 2020) التي أوضحت أن هناك ارتفاع في نسبة المشاهدة للمنصات التليفزيونية الرقمية على اختلاف جنسيتها وملكيها للمحتوى.

وفيما يتعلق بنوعية الأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية التي يشاهدها المبحوثين بنمط مراثوني فقد تبين أن هناك تنوع كبير في نوعية الأفلام سواء أفلام الرعب أو الجريمة، أو الأفلام الخيالية، أو الأكشن والغموض، والأفلام البوليسية، بالإضافة



إلى الأفلام الرومانسية، والأفلام الكوميديّة، والملاحظ من خلال النقاش مع المبحوثين أن جميع الأفلام التي يتم متابعتها بشكل ماراثوني تتوافر فيها عوامل التشويق، والجاذبية والتركيز على الغرائز والاستمالات العاطفية.

ثالثاً: دوافع مشاهدة المبحوثين الماراثونية للأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية.

اهتم الباحث من خلال النقاش المتعمق بمعرفة الدوافع الحقيقية للمشاهدة الماراثونية للأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية لتوضيح مدى ارتباطها بحاجاتهم، وانعكاس مضامينها على المنظومة القيمية لديهم، واتضح أن هناك دوافع معرفية تتعلق بالتعرف على ثقافات جديدة، والاعتقاد بتشابه الأحداث المقدمة بالأفلام السينمائية مع واقع الشباب العربي، ومعالجة قضايا شائكة لا يتم تقديمها بوسائل الإعلام التقليدية، والرغبة في تبني بعض المعايير الثقافية المقدمة بالأفلام السينمائية، وتعلم بعض السلوكيات، والتصرفات التي تفيد في عمليات التفاعل الاجتماعي، وتتفق تلك النتائج مع ما توصلت إليه دراسة (البناء، 2021)، ودراسة (Saravanan, M. & other, 2021)، ودراسة (صالح، 2021)، ودراسة (عثمان، 2020)، فيما أكد المبحوثين أن هناك دوافع تتعلق بعمليات إنتاج الأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية أهمها: الإبحار في الإنتاج من حيث التصوير والإخراج، والتفاعلية والجاذبية في عرض المحتوى، وعدم وجود فواصل إعلانية، وسهولة الاستخدام، بالإضافة إلى إمكانية التحكم في المحتوى، والتكلفة المادية المناسبة للخدمات المقدمة، ويتفق ذلك مع دراسة (البناء، 2021)، ودراسة (مصطفى، 2021)، ودراسة (أبو الجدايل، 2020)، ودراسة (سامي، 2020)، ودراسة (الشيخ، 2022)، ودراسة (أبو السعود، 2021)، وتبين أن هناك دوافع ذات علاقة ارتباطية بالتسلية والإمتاع والهروب من المشكلات الحياتية والضغط اليومية، والتفاعل الاجتماعي، وقد أثبت ذلك دراسة (سامي، 2020)، ودراسة (عبد الحميد، 2019)، ودراسة (Panda, Pandey, 2017)، بالإضافة إلى دوافع تتعلق بالمضمون الجذاب، والشيق الذي تقدمه الأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية إلى جانب الجودة العالية للصوت والصورة، واستخدام التكنولوجيا، والجمالية في المعالجات الدرامية، وأثبتت ذلك دراسة (سامي، 2020).

رابعاً: أكثر الأفلام السينمائية التي يشاهدها المبحوثين ماراثونياً بالمنصات الرقمية.

تبين من خلال النقاشات المتعمقة وجود فروق واضحة بين المبحوثين استناداً للنوع الاجتماعي فيما يتعلق بنوعية الأفلام السينمائية التي يشاهدها المبحوثين بشكل ماراثوني حيث اتضح أن ترتيب اهتمامات المبحوثين الذكور بالأفلام ذات المحتوى الجنسي في الترتيب الأول، ثم أفلام الأكشن، يلها الأفلام البوليسية، ثم الأفلام الخيالية، وأخيراً أفلام الرعب أو الجريمة، فيما تمحورت اهتمامات الإناث حول الأفلام الرومانسية بنسبة كبيرة، يلها الأفلام الخيالية، ثم الأفلام البوليسية، يلها الأفلام ذات المحتوى الجنسي، وأخيراً الأفلام الكوميديّة، ويتفق ذلك مع دراسة (المحرج، دقنة، 2022)، ودراسة (عثمان، 2020).

وأشار المبحوثون إلى أنهم يقومون بالمشاهدة الماراثونية للأفلام السينمائية الأمريكية، والبريطانية والإسبانية، والهندية، والمصرية، والسعودية، والكورية، وأوردوا عدد من الأفلام التي يتابعونها بشكل ماراثوني، وربما لعدد مرات كما يلي: فيلم (Plane) أكشن أمريكي، وفيلم (Infiesto) جريمة إسباني، وفيلم (Mission Majnu) تشويق واثارة هندي، وفيلم (جروب الماميز) اجتماعي كوميدي مصري، وفيلم (الخلاط) سعودي كوميدي، وفيلم (The Pale Blue Eye) اثارة ورعب أمريكي، وفيلم (أنا لحبيبي) رومانسي مصري، وفيلم (Jung_E) خيال علمي كوري، وفيلم (اتنين للإيجار) كوميدي مصري، وفيلم (Luther, The Fallen Sun) جريمة بريطاني من إنتاج منصة نتفليكس، وفيلم (Operation Fortune, Ruse de guerre) أكشن أمريكي، وفيلم (الحب بتفاصيله) رومانسي مصري.



ومن خلال متابعة الباحث لعدد من الأفلام التي ذكرها المبحوثين تبين تركيزها على مجموعة من القيم السلبية كالعنف غير المبرر، والعلاقات الجنسية المحرمة، والتنمر على الأقران، الشذوذ الجنسي باعتباره نموذج مقبول اجتماعياً، القوة المفرطة كسبيل لتحقيق الأهداف، التحرر من العلاقات الأسرية، الحقد الطبقي، السلوكيات المنحرفة كإدمان المخدرات، ويتفق ذلك مع دراسة (أبو الجدايل، 2020)، ودراسة (Isa, A.M. et al. 2021)، ودراسة (البننا، 2021) ويرى الباحث أن المشاهدة الماراثونية لتلك الأفلام يؤثر بالتأكيد على قيم وسلوكيات الشباب العربي في إطار التقليد، والمحاكاة لتلك السلوكيات، وهذا ما يؤكد خطورة المشاهدة الماراثونية لتلك الأفلام على المنظومة القيمية لديهم.

خامساً: مدى الاعتقاد بأن مضمون الأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية تعبر عن الواقع الفعلي.

اتضح من خلال المناقشات مع المبحوثين أنهم يعتقدون بواقعية المضمون المقدم في الأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية بمستويات مختلفة كما يلي: هناك فروق في درجة اعتقاد المبحوثين من دولة الامارات العربية المتحدة، والجزائر مقارنة بباقي المبحوثين حيث جاء اعتقادهم بواقعية المضمون المقدم في الأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية أعلى بينما انخفض معدل اعتقاد المبحوثين من جمهورية مصر العربية وفلسطين بواقعية تلك المضامين. ويمكن تفسير ذلك بكون تلك المجتمعات لديها انفتاح كبير على الثقافة الغربية باعتبار أن دولة الامارات من الدول السياحية الكبرى في العالم، ودولة الجزائر ترتبط ارتباط كبير بالثقافة الفرنسية مما يسمح بقبول قيم التسامح وتقبل الآخر.

اتضح وجود فروق في درجة اعتقاد المبحوثين بواقعية المضمون المقدم في الأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية تبعاً للنوع الاجتماعي لصالح المبحوثين الذكور حيث أظهر معظمهم درجة إدراك أكبر لواقعية المضامين، وأشاروا إلى أن تلك الأفلام تقدم نماذج، وسلوكيات مجتمعية مقبولة لديهم، وتمثل السلوكيات التي يتعرضون لها في الواقع الفعلي سواء مع الأقران، أو في جميع المؤسسات المجتمعية، فيما انخفض معدل اتجاه المبحوثات نحوواقعية المضمون المقدم في الأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية باعتبار أنها تقدم قيم وسلوكيات لا تتوافق مع قيم، وأخلاقيات المجتمعات العربية بل وتتعارض مع تعاليم الدين كالشذوذ الجنسي، والتنمر، والاباحية، وقد أثبت ذلك دراسة (الثقيل، 2022)، ودراسة (المحرج، دقنة، 2022)، (العميري، 2022)، ودراسة (Saravanan, M. & other, 2021)، ودراسة (البننا، 2021)، ودراسة (أبو الجدايل، 2020)، ودراسة (عثمان، 2020)، ودراسة (عبد الحميد، 2019)، ودراسة (Panda, Pandey, 2017)، ويرى الباحث أن اعتقاد المبحوثين بواقعية المضامين المقدمة في الأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية تمثل خطورة كبيرة، وتسهل عملية التعلم الاجتماعي من خلال اتخاذ أبطال الأفلام كنموذج وقدوة، وبالتالي التقليد والمحاكاة في السلوكيات والقيم، وفي هذا السياق يجب التأكيد على أن العديد من الدراسات السابقة توصلت إلى أن إدراك الشباب لواقعية المضمون المقدم بوسائل الإعلام بشكل كبير تؤثر على مستوى التفاعل مع المحتوى المقدم، وبالتالي على مستوى المحاكاة والتقليد للسلوكيات التي تحملها تلك المضامين.

سادساً: القيم الإيجابية، والسلبية المقدمة في الأفلام السينمائية التي تشاهدها بالمنصات الرقمية، ومدى تقبلك المبحوثين لها.

أظهرت النتائج انخفاض نسبة القيم الإيجابية التي تقدمها الأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية مقارنة بالقيم السلبية حيث أكد المبحوثين أن معظم القيم التي تقدمها تلك الأفلام سلبية، ولا تتفق مع القيم المجتمعية العربية، وأقر المبحوثين بمجموعة من القيم الإيجابية التي تقدمها الأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية لعل من أهمها: تقبل ثقافة الاختلاف، والشجاعة، والتعاون، والتضحية، والتربية الجنسية، وتصحيح بعض المفاهيم المتعلقة بالأقليات، حيث أقر المبحوثين بأن



الأفلام السينمائية تقدم بعض القيم الإيجابية التي تتفق مع الثقافة المجتمعية العربية في سياق درامي مميز، وبالتالي هناك اتفاق على تبني تلك القيم في حين كان هناك تقبل لدى مجموعات النقاش من الذكور لبعض القيم دون تبنيها مثل استبدال العلاقة الأسرية بجماعات الأصدقاء، والمساكنة، وتعاطي المخدرات، ويرى الباحث أن ذلك يشكل خطورة كبيرة نظراً لأن القبول لبعض القيم التي تتناقض مع المنظومة القيمية للمجتمعات العربية يعتبر أولى خطوات تبنيها مستقبلاً، ويتفق ذلك مع نتائج دراسة (عثمان، 2020).

فيما اتضح أن القيم السلبية التي تقدمها الأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية متعددة واقر المبحوثين بعدد منها لعل من أهمها: تسليع المرأة، والشذوذ الجنسي، والعلاقات الجنسية المحرمة، والتنمر، والاعتصاب، والعنف ضد المرأة، والخيانة الزوجية، والتفكك الأسري، والتسرب المدرسي، والاستغلال والانتهازية، والمساكنة، والتمرد على الأعراف المجتمعية، وعدم احترام القانون، القوة كسبيل لتحقيق الأهداف، إدمان المخدرات، وقد اتفق المبحوثين على عدم تبنيهم لتلك القيم، وان أبدى بعضهم قبولهم بها، كما تم الإشارة سابقاً، ويرى الباحث أن المشاهدة المراثونية للأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية بما تحمله من قيم سلبية لا تتفق مع المنظومة القيمية للمجتمع العربي سيؤثر بالتأكيد على قناعات الشباب العربي، وبالتالي على سلوكياتهم الحياتية خاصة وأن الأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية تقدم القيم السلبية في إطاراً مقبول اجتماعياً وتربطها بعوامل النجاح، والاحترام المجتمعي، وعدم ارتباطها بأي عقاب اجتماعي لمن يتبنون تلك القيم، وقد أقر عدة مبحوثين مثلاً أن الأفلام السينمائية تعتمد في تمثيلها للقيم السلبية على اظهار البطل بصفات إيجابية لكنه يعاني من مثلية جنسية باعتباره اضطراب نفسي مما يدفع المتلقي لتقبله، والتعاطف معه بل وفي بعض الأحيان تبني أفكاره، ويتفق ذلك مع نتائج دراسة (الثقل، 2022)، ودراسة (المحرج، دقنة، 2022)، ودراسة (Isa, A.M. et al. 2021)، ودراسة (Saravanan, M. & other, 2021)، ودراسة (البناء، 2021)، ودراسة (أبو الجدايل، 2020)، ودراسة (عثمان، 2020).

سابعاً: تأثير المشاهدة المراثونية للأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية على المنظومة القيمية لدى الشباب العربي.

أكدت النتائج على أن اغلبية مجموعات النقاش ترى أن المشاهدة المراثونية للأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية تؤثر على المنظومة القيمية لديهم بشكل سلبي نظراً للتعرض المتكرر، ولفترات طويلة للقيم السلبية التي تقدمها تلك الأفلام، والتي تتناقض مع المنظومة القيمية للمجتمع العربي، بينما اتجه المبحوثين "الذكور" من مجموعات النقاش بجمهورية مصر العربية إلى أن تأثيرها كان إيجابياً باعتبارها تقدم نموذج للحياة الغربية الأكثر تقدماً، وبالتالي تشكل سبباً للتخلص من القيم المتوارثة الغير متوافقة مع متطلبات العصر الحديث، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (العميري، 2022)، ودراسة (المحرج، دقنة، 2022)، ودراسة (Isa, A.M. et al. 2021)، ودراسة (Saravanan, M. & other, 2021)، ودراسة (البناء، 2021).

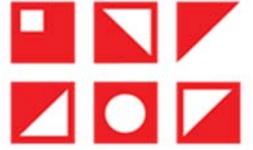
واتضح أن أبرز تأثيرات المشاهدة المراثونية للأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية على المنظومة القيمية لدى الشباب العربي تتمثل فيما يلي: ضرورة التحرر من العلاقات الأسرية، يلها القوي يحترمه الجميع، ثم الضعيف لا يمكنه الحصول على حقوقه، يلها التنمر والعنصرية، يلها تسليع جسد المرأة، والإباحية، ثم احترام القوانين، يلها الحفاظ على حقوق المثليين، يلها الكذب كسلوك مفيد، ثم الخير ينتصر على الشر دائماً، والحفاظ على الممتلكات العامة، وأخيراً الانفتاح على الثقافات الأخرى، وتوضح تلك النتيجة مدى التأثيرات السلبية للأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية على المنظومة القيمية لدى المبحوثين، ويرجع ذلك إلى أن ترتيب أولويات المنصات الرقمية التي تقدم الأفلام السينمائية ترتكز إلى بث المضامين الأكثر جذباً للشباب بغض النظر عن ارتباطها بالقيم المجتمعية لديهم بالإضافة إلى أن معظم الأعمال السينمائية يتم انتاجها في بيئات أجنبية لا تتوافق



منظومتها القيمية مع قيم وعادات وتقاليد المجتمعات العربية، وتكون النتيجة الطبيعية لذلك افراز مجموعة من القيم المستحدثة عن مجتمعنا العربي مما يساعد على انتشارها، وبشكل كبير بين فئات الشباب بالاعتماد على عناصر الاجهز، والجذب التي توفرها التقنيات الحديثة، وكذلك عدم ادراك الشباب العربي بخطورة القيم التي تقدمها الأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (العميري، 2022)، ودراسة (البناء، 2021).

مناقشة النتائج:

- 1- أتضح أن منصة نتفليكس Netflix كانت في مقدمة المنصات الرقمية التي يشاهد المبحوثين الأفلام السينمائية من خلالها بشكل مراثوني يليها منصة يوتيوب Youtube Premium ثم منصة أمازون Amazon Video Prime لأسباب تتعلق بوفرة، وتنوع في المضامين تتيح حرية الاختيار بشكل كبير، ويكون متابعة المنصات الرقمية تجربة ممتعة، وضغط الأقران، وإمكانية التشغيل للمحتويات بدون الاتصال بشبكة الانترنت، والوصول إلى العديد من المحتويات الحصرية التي يتم إنتاجها من قبل كبار صانعي المحتوى، ضمان مشاهدة الأفلام السينمائية عبر دون أية محددات أو إعلانات، بالإضافة إلى أسباب تتعلق بمزايا المتابعة الشخصية للمنصات أهمها: التنوع الضخم في المضامين المقدمة، والقدرة على التحكم ظروف المشاهدة من حيث المحتوى، والوقت، والمكان، والرغبة في متابعة المضامين بشكل شخصي وهذا ما توفره الأجهزة الذكية مما يحقق الاندماج الحقيقي مع المحتوى.
- 2- تبين أن المبحوثين يشاهدون الأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية بشكل مراثوني يتراوح بين ثلاث ساعات على الأقل في المرة الواحدة، وسبع ساعات، وقد يصل إلى 11 ساعة يومياً، واتضح أن هناك فروقاً في المشاهدة الماراثونية بين المبحوثين حيث زادت في الفئات العمرية بين 23 سنة و26 سنة، واتضح وجود تنوع كبير في نوعية الأفلام السينمائية التي يشاهدها المبحوثين بشكل مراثوني سواء أفلام الرعب أو الجريمة، أو الأفلام الخيالية، أو الأكشن والغموض، والأفلام البوليسية، بالإضافة إلى الأفلام الرومانسية والأفلام الكوميديّة، وتبين أن عوامل التسويق والجاذبية والتركيز على الغرائز والاستمالات العاطفية كانت المحدد لساعات المشاهدة.
- 3- اتضح أن هناك دوافع معرفية للمشاهدة الماراثونية للأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية لدى الشباب العربي تتعلق بالتعرف على ثقافات جديدة، والاعتقاد بتشابه الأحداث المقدمة بالأفلام السينمائية مع واقع الشباب العربي، والرغبة في تبني بعض المعايير الثقافية المقدمة بالأفلام السينمائية، ودوافع تتعلق بعمليات إنتاج الأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية أهمها: الابهار في الإنتاج من حيث التصوير والإخراج، والتفاعلية والجاذبية في عرض المحتوى، وعدم وجود فواصل إعلانية، ودوافع ذات علاقة ارتباطية بالتسلية والامتع والهروب من المشكلات الحياتية والضغط اليومية، والتفاعل الاجتماعي، بالإضافة إلى دوافع تتعلق بالمضمون الجذاب والشيق الذي تقدمه الأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية إلى جانب الجودة العالية للصوت والصورة، واستخدام التكنولوجيا والجمالية في المعالجات الدرامية.
- 4- تبين وجود فروق واضحة بين المبحوثين استناداً للنوع الاجتماعي فيما يتعلق بنوعية الأفلام السينمائية التي يشاهدها المبحوثين بشكل مراثوني حيث اتضح أن ترتيب اهتمامات المبحوثين الذكور بالأفلام ذات المحتوى الجنسي في الترتيب الأول، ثم أفلام الأكشن، يليها الأفلام البوليسية، ثم الأفلام الخيالية، وأخيراً أفلام الرعب أو الجريمة، فيما تمحورت اهتمامات الاناث حول الأفلام الرومانسية بنسبة كبيرة، يليها الأفلام الخيالية، ثم الأفلام البوليسية، يليها الأفلام ذات المحتوى الجنسي، وأخيراً الأفلام الكوميديّة.



5- أكد المبحوثين أنهم يعتقدون بواقعية المضمون المقدم في الأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية بمستويات مختلفة حيث أن هناك فروق في درجة اعتقاد المبحوثين من دولة الامارات العربية المتحدة، والجزائر مقارنة بباقي المبحوثين حيث جاء اعتقادهم بواقعية تلك المضامين أعلى بينما انخفض معدل اعتقاد المبحوثين من جمهورية مصر العربية وفلسطين بواقعية تلك المضامين، واتضح وجود فروق في درجة اعتقاد المبحوثين بواقعية المضمون المقدم في الأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية تبعاً للنوع الاجتماعي لصالح المبحوثين الذكور حيث أظهر معظمهم درجة إدراك أكبر لواقعية المضامين المقدمة في الأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية.

6- أظهرت النتائج انخفاض نسبة القيم الإيجابية التي تقدمها الأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية مقارنة بالقيم السلبية حيث أكد المبحوثين أن معظم القيم التي تقدمها تلك الأفلام سلبية ولا تتفق مع القيم المجتمعية العربية، وأن القيم السلبية التي تقدمها الأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية متعددة أهمها: تسليع المرأة، والشذوذ الجنسي، والعلاقات الجنسية المحرمة، والتنمر، والاعتصاب، والعنف ضد المرأة، وأن أهم القيم الإيجابية تقبل ثقافة الاختلاف، والشجاعة، والتعاون، والتضحية، والتربية الجنسية.

7- أكد معظم المبحوثين أن مشاهدة المراثونية للأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية تؤثر على المنظومة القيمية لديهم بشكل سلبي نظراً للتعرض المتكرر، ولفترات طويلة للقيم السلبية التي تقدمها تلك الأفلام، والتي تتناقض مع المنظومة القيمية للمجتمع العربي، بينما اتجه المبحوثين "الذكور" من جمهورية مصر العربية إلى أن تأثيرها كان إيجابياً باعتبارها تقدم نموذج للحياة العربية الأكثر تقدماً، وبالتالي تشكل سبيلاً للتخلص من القيم المتوارثة الغير متوافقة مع متطلبات العصر الحديث.

ثامناً: استراتيجية مقترحة لمواجهة النتائج السلبية على المنظومة القيمية المترتبة على مشاهدة المراثونية للأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية.

تعتبر الأفلام السينمائية أحد أهم أشكال الإنتاج المرئي الأكثر متابعة من قبل الجمهور وبخاصة الشباب، ويحذر العديد من الباحثين والأكاديميين من الأفكار والقيم والسلوكيات السلبية التي تقدمها، ويزداد تأثيرها بالمشاهدة المراثونية من خلال المنصات الرقمية بالاعتماد على عناصر الإبهار والجذب والتشويق المستخدمة في إنتاجها، خاصة لدى فئة الشباب حيث أضحت تلك الأفلام تحاصرهم بقيم وسلوكيات غير مقبولة اجتماعياً وتتناقض مع المنظومة القيمية للمجتمع العربي.

وبناء على ما سبق لابد من استراتيجية مقترحة لمواجهة النتائج السلبية على المنظومة القيمية المترتبة على مشاهدة المراثونية للأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية يمكن تلخيصها فيما يلي:

1- ضرورة استغلال الإمكانيات التكنولوجية المتاحة لتطوير الإعلام العربي بشكل يواكب الأساليب المستخدمة في شركات الإنتاج السينمائي العالمي والاستغناء عن الوسائط التقليدية العمل على تطوير المنصات التليفزيونية الرقمية العربية لإنتاج محتوى سينمائي قادر على جذب الشباب.

2- ضرورة تكثيف الحملات التوعوية الهادفة إلى نشر مفهوم التربية الإعلامية لمواجهة الأفكار، والقيم الغربية المستحدثة التي تهدد المجتمع العربي، وتهدف إلى توعية الشباب بثقافة الانتقاء، والاختيار بما يتناسب مع قيمنا، وأخلاقنا العربية بالإضافة إلى اعتماد خطط إعلامية ممنهجة تعتمد على ترتيب أولوياتها وفق المنظومة القيمية للمجتمع العربي.



- 3- ضرورة استحداث مجلس رقابي رسمي لمتابعة مضمون الأعمال السينمائية التي تقدمها المنصات الرقمية استناداً إلى المنظومة القيمية بالمجتمعات العربية.
- 4- العمل الجاد على دراسة خصائص جمهور الشباب، واحتياجاتهم الإعلامية الفعلية في ظل التطور التكنولوجي المتسارع، وقدراتهم المتزايدة على التفاعل معه، وتكثيف الإنتاج السينمائي العربي على المنصات الرقمية بما يتناسب مع تلك الاحتياجات من خلال الاهتمام بالمستوى الفني سواءً على مستوى الشكل أو المضمون؛ حيث أن الإنتاج للمنصات الرقمية يتطلب نوعية معينة من الأفكار الدرامية ومستوى معين من تكنولوجيات التصوير والإخراج.
- 5- لتوسع في الدراسات الأكاديمية المتعلقة بتأثيرات الإعلام الجديد، والذكاء الاصطناعي على الشباب، خاصة تأثيرات المنصات الرقمية وما تقدمه من محتوى درامي.
- 6- ضرورة رفع مستوى وعي أولياء الأمور بمخاطر تعامل أبنائهم مع شبكة الإنترنت، ومنصات الرقمية بشكل مراثوني دون متابعة حثيثة.
- 7- ضرورة تفعيل المنتديات الإلكترونية، وصفحات الكتاب والمدونين والمثقفين لتحليل القيم المتضمنة في الأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية، مما يزيد من وعي الشباب بمخاطر تلك المنصات، ويجعلهم أكثر انتقائية للقيم التي يتعرضوا لها.
- 8- ضرورة تفعيل الإعلام العربي المشترك من خلال جامعة الدول العربية بما يتلاءم مع متطلبات الإعلام الرقمي، ويراعي الخصوصية العربية.
- 9- أهمية الانفتاح الواعي على الثقافات المختلفة انطلاقاً من أصالة الثقافة العربية والترويج لها، ودون الاعتماد على قيم وسلوكيات الثقافات الوافدة.
- 10- اعتماد منظومة قوانين وتشريعات تحكم الاشتراك، والعمل بالمنصات الرقمية تعمل على تجريم استخدام أية مضامين تؤثر على قيم المجتمع وعاداته بشكل سلبي.



قائمة المصادر والمراجع:

- 1- أبو زيد، دينا فاروق، (2015)، تلفزيون الإنترنت في مصر: دراسة تحليلية، وميدانية، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، ع 4، ص ص 55- 143.
- 2- أبو الجدايل، محمد حاتم، (2020)، دراسة مقارنة بين مستخدمي اليوتيوب ومستخدمي منصات الفيديو الرقمية في تداول المحتوى الترفيهي والمعلوماتي، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، ع17، ص ص 569 – 604.
- 3- أبو السعود، مي أحمد، (2021)، أنماط استخدام المراهقات لدراما المنصات الإلكترونية: دراسة ميدانية على عينة من المراهقات، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، ع16، ص ص 419-510.
- 4- أحمد، محمد صلاح، (2021)، تعرض الشباب الجامعي لمنصات المشاهدة عبر الإنترنت، والاشباع المتحققة منها، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، ع33، ص ص 396 – 439.
- 5- البنا، دعاء أحمد، (2021)، مستويات تبني الشباب المصري للمنصات الرقمية الإعلامية لتداول المحتوى الترفيهي وآثارها، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مج21، ع2، ص ص 479 – 559.
- 6- الثقيل، نايف بن خلف، (2022)، علاقة المرأة السعودية بالدراما التلفزيونية المقدمة عبر المنصات الرقمية: دراسة ميدانية في الاستخدامات والاشباع، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، ع37، ص ص 264 – 321.
- 7- الجبير، محمد بن فهد، (2022)، تعرض الجمهور السعودي للأفلام السينمائية عبر المنصات الرقمية: دراسة مسحية على عينة من سكان مدينة الرياض، مجلة البحوث الإعلامية، ع63، ج3، ص ص 1657 – 1688.
- 8- الشيخ، رشا محمد، (2022)، تعرض الجمهور للمحتوى الدرامي في المنصات التلفزيونية الرقمية وعلاقته بالحالة المزاجية: في إطار مفهوم سمة ما وراء المزاج، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، ع 24، ج 2، ص ص 189 – 232.
- 9- العميري، أحمد محمد صالح، (2022)، تعرض الشباب الجامعي للأعمال الدرامية المقدمة بالمنصات التلفزيونية عبر الإنترنت وعلاقته بمنظومة القيم لديهم، مجلة البحوث الإعلامية، ع60، ص ص 208 – 246.
- 10- المرحج، يزيد عبد الله، دقنة، سراج طلال، (2022)، الأعمال الدرامية لمنصة Netflix وانعكاسها على القيم الثقافية والاجتماعية في الوطن العربي: دراسة نقدية للمسلسلات الأكثر مشاهدة في ضوء نظرية تحليل الإطار الإعلامي، مجلة علوم الاتصال، مج7، ع4، ص ص 127 – 176.
- 11- النشار، غادة أحمد، (2018)، تأثير التعرض للدراما عبر المنصات الرقمية على أنماط علاقة الشباب بالدراما التلفزيونية، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، ع13، ص ص 439 – 471.
- 12- حمود، طارق علي حمود، (2013)، التلفزيون التفاعلي الرقمي Interactive والتلفزيون المحمول M.TV التقنية، المضمون، الجمهور: دراسة مقارنة، مجلة الباحث الإعلامي، ع19، ص ص 109- 124.
- 13- سامي، ربهام، (2020)، استخدامات الشباب لخدمات البث التلفزيوني عبر الإنترنت، ومدى رضاهم عن هذه الخدمات، مجلة البحوث الإعلامية، ع54، ص ص 1535 – 1562.
- 14- سامي، ربهام، (2020)، مشاهدة الشباب المصري الشهره لخدمات البث التلفزيوني عبر الإنترنت: دراسة كيفية، مجلة البحوث الإعلامية، ع55، ج3، ص ص 1766 – 1796.
- 15- صالح، أسى نوري، (2021)، عادات تعرض الشباب للأفلام السينمائية في عصر التقنيات الرقمية، مجلة دراسات وبحوث اعلامية، ع2، ص ص 159 – 180.
- 16- صلاح الدين، ربهام، (2020)، أنماط مشاهدة الشباب المصري للمحتوى الدرامي المعروض على المنصات الإلكترونية المتخصصة، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، ع20، ص ص 409 – 468.



- 17- عبد الحميد، عمرو محمد، (2019)، دوافع المشاهدة المفرطة للمحتوى الدرامي بمنصات البث الرقمي، وتأثيراتها على المستخدمين، *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*، ع18، ص ص 325 – 389.
- 18- عثمان، داليا، (2020)، تأثير مشاهدة المسلسلات المقدمة على منصة نت فليكس على النسق القيمي للمراهقين- دراسة كيفية، *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*، ع31، ص ص 168 – 199.
- 19- مصطفى، أماني رضا عبد المقصود، (2021)، دوافع التعرض للمحتوى الدرامي في خدمات المشاهدة حسب الطلب (VOD)، *والاشباكات المتحققة: دراسة ميدانية، مجلة البحوث الإعلامية*، ع56، ج1، ص ص 322-367.
- 20- موقع الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني على شبكة الانترنت:
https://www.pcbs.gov.ps/site/lang__ar/507/default.aspx
- 21- Colin, L. T. (2015). *There goes the weekend: Understanding television binge-watching*. (Unpublished doctoral dissertation). The University of Alabama.
- 22- Deloitte's digital media trends survey, 13th edition (2019). "Piecing it together". Retrieved from https://www2.deloitte.com/content/dam/insights/us/articles/4782_digital_mediatrends-13th-edition/DI_Digital-media-trends-13th-edition.pdf
- 23- Dhanuka, A., & Abhilasha, B., (2019). Binge-Watching: Web series addiction amongst teens, **the management quest**, 2(1).
- 24- Fontana, A. Frey, H, (2000), The interview: from structured questions to negotiated text, Denzin, N.K. and Lincoln, Y.S (Eds), *Handbook of qualitative research*, 2nd ed., Sage publications, Thousand Oaks.
- 25- Isa, A. M., Mahmud, W. A. W., Hassan, H. M., & Abas, A. M. (2021). An Analysis of Contravening Religious & Cultural Content in The Netflix Original First Season 'Behind Her Eyes' in Malaysia. *Turkish Journal of Physiotherapy and Rehabilitation*, 32, 3.
- 26- Khan, M. L., (2017). Social media engagement: What motivates user participation and consumption on YouTube? *Computers in Human Behavior*, 66, (2017) .236-247.
- 27- Kitzinger J. (1995). Qualitative research. Introducing focus groups. *BMJ (Clinical research ed.)*, 311(7000), 299–302. <https://doi.org/10.1136/bmj.311.7000.299>.
- 28- Malterud, K., Siersma, V. & Guassora , A. (2016). Sample Size in Qualitative Interview Studies: Guided by Information Power. *Qualitative Health Research*. 26(13), 1753–176. DOI: 10.1177/1049732315617444
- 29- Meyer, L., (2000). Digital Platforms: definition and strategic Value” in: *Communication and Strategies*, 2nd Quarter. P.35.
- 30- Mikos, L. (2016). “Digital media platforms and the use of TV content: Binge-watching and video-on-demand in Germany.” *Media and Communication*, 4(3). 154-161.
- 31- Open up ED., (2015). Definition massive Open Online Courses (MOOCS) Creative Common. Version 1 (1), P.1
- 32- Rainie, L., (2017), About 6 in 10 young adults in U.S. primarily use online streaming to watch TV, Retrieved from, Pew Research Center website: <http://www.pewresearch.org/facttank/about-6-in-10-young-adults-in-us-primarily-use-online-streamingto-watch-tv/>, on:122020/7/
- 33- Panda, S., & Pandey, S., (2017). Binge watching and college students: Motivations and outcomes, in: *Young Consumers*, 18(4), 425–438.



- 34- Rubin, M., (2009). The uses-and-gratifications perspective on media effects. In: Bryant J and Oliver MB (eds), *Media Effects: Advances in Theory and Research*, 3rd ed. New York, NY: Routledge. pp. 165–184.
- 35- Saravanan.V.M, et. al. (2021). The Use of Online Platforms for Content Delivery: Mapping Students' Viewing Habits of Web Series on OTT Platforms, *Journal of Humanities and Social Science*,26(01), pp. 30-36
- 36- Sanson, K. Steirer, G. (2019). Hulu, streaming and the contemporary television ecosystem, *Media, Culture & Society*, 41(8), pp.1210- 1227.
- 37- Schweidel, A., Wendy M., (2016). Binge watching and advertising, *Journal of Marketing* 80(5), pp. 1-19.
- 38- Tana,J , Eirola,E. and Nylund,M. (2020). When is prime-time in streaming media platforms and video-on-demands services? New media consumption patterns and real-time economy, *European Journal of Communication*, 35 (2), pp 108-125.
- 39- Tefertiller, C. & Maxwell, C., (2018). Depression, emotional states, and the experience of binge-watching narrative television, *Atlantic Journal of Communication*, 26 (5), pp. 278-290,
- 40- UAE Digital Media Statistics report (2020). Retrieved from: <https://www.themedialab.me/uae-digital-media-statistics-2020/> on 19th Jan. 2023.
- 41- Vaterlaus, J. Mitchell, et al.m (2019). College student television binge watching: Conceptualization, gratifications, and perceived consequences, *The Social Science Journal*, 56(4), pp 470-479.