

استخدامات الجمهور للمنصات الرقمية التلفزيونية الدرامية العربية والأجنبية والإشباع المتحققة منها

أحمد بن موسى الزهراني

محاضر في كلية الإعلام والاتصال في جامعة الإمام محمد بن سعود

الإسلامية

ملخص الدراسة:

هدفت الدراسة الحالية إلى رصد استخدامات الجمهور للمنصات الرقمية التلفزيونية الدرامية العربية والأجنبية والإشباع المتحققة. استخدم الباحث في هذه الدراسة منهج المسح الإعلامي وهو المنهج الملائم للإجابة عن تساؤلات وفروض الدراسة. يتمثل مجتمع الدراسة في الجمهور السعودي، ويتم اختيار عينة عشوائية قوامها ٤٠٠ مفردة من مستخدمي المنصات الرقمية التلفزيونية الدرامية العربية والأجنبية، لإمكانية تمثيل كل أفراد المجتمع السعودي بالعينة سواءً على مستوى النوع أو السن أو المؤهل التعليمي. تشير نتائج الدراسة أن نسبة من يستخدم المنصات الرقمية في مشاهدة الأعمال الدرامية (بصفة دائمة) بلغت ٤١٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وبلغت نسبة من يستخدمها أحياناً ٥٥٪، وبلغت نسبة من يستخدمونها نادراً ٤٪. كما بلغت نسبة من يستخدم المنصات الرقمية في مشاهدة الأعمال الدرامية



لمدة (عام فأقل) بلغت ١٤.٢٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وبلغت نسبة من يستخدمها (من عام إلى ثلاثة أعوام) ٣٤٪، وبلغت نسبة من يستخدمها (أكثر من ثلاثة أعوام) ٥١.٧٪. وتشير نتائج الدراسة أن عدد الساعات التي يقضيها أفراد العينة في مشاهدة الأعمال الدرامية عبر المنصات الرقمية أسبوعياً (أقل من ساعتين) بلغت ٣٣.٨٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وبلغت نسبة من يستخدمها (من ساعتين إلى ثلاث ساعات) ٢١.٣٪، وبلغت نسبة من يستخدمها (من ثلاث ساعات إلى أربع ساعات) ١٩٪، وبلغت نسبة من يستخدمها (من أربع ساعات إلى خمس ساعات) ١١.٨٪، وبلغت نسبة من يستخدمها (أكثر من ٥ ساعات) ١٤.٢٪.

الكلمات المفتاحية: الاستخدامات والإشباع، المنصات الرقمية الدرامية، الدراما العربية والأجنبية

مقدمة

استطاع الإعلام الرقمي أن يؤثر بأفكاره وسلوكياته على مبادئ الإعلام التقليدي، وعلى رأسها منصة التلفزيون. بسبب الهجرة الجماعية التي شهدتها جمهوره والذي أدار بوصلة اهتماماته نحو أدوات ومنصات إلكترونية بديلة أصبحت في متناول يده ٢٤ ساعة، وذلك من خلال الوسائط المتعددة والأجهزة الذكية والتقنيات الإلكترونية، وأبرزها منصة «يوتيوب» ومواقع التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية الأخرى عبر الأجهزة الذكية، وكذلك التلفزيون الذكي، الذي من خلاله يستطيع المستخدم مشاهدة ما يريد في أي زمان ومكان.

وبدأت ظاهرة تطبيقات البث التلفزيوني (المشاهدة حسب الطلب) تغزو العالم بعد الطفرة التي حققتها (نتفليكس) وتطبيقات أخرى مثل (هولو) و(سكاي) و(ديزني)، وأخيراً (أبل تي في)، والتي خلقت نهما في سلوك الاستهلاك الترفيهي حول العالم، على أثره دخلت عدد من الدول العربية هذا المضمار، حيث تفاجأ الجمهور العربي حول العالم بحجب المسلسلات الرمضانية على موقع يوتيوب مع إطلاق تطبيق (واتش إيت) و (شاهد دوت نت) و(شاهد VIP).

وهذه التطبيقات والتقنيات الإلكترونية أصبحت تنافس التلفزيون بقوة لما توفره من خصوصية وتفاعلية وحرية في الطرح مع سرعة الوصول إليه، وكذلك جودة المضمون الذي يعتمد على التشويق والتسلية، ما جعلها هدفاً استراتيجياً مهماً أمام مرمى جميع المحطات التلفزيونية لتوسعة نطاق حضورها وجمهورها وإحياء دور التلفزيون كقيمة تربوية وترفيهية في حياة المشاهدين، فضلاً عن أن منصات الإعلام الجديد باتت بيئة خصبة للمعلنين تتهافت عليها شركات كبرى متخصصة في الإعلان والإنتاج الفني، لحجز مكاناً لها في هذا العالم الذي جذب اهتمامات الملايين.

فالتطورات والمتغيرات المستقبلية السريعة تفرض على المنتجين وصانعي الإعلام والدراما عقلية جديدة يتوجب من خلالها طرح مضمون مغاير تماماً للمعتاد،



لأن العنصر الأهم في هذا الجانب ليست منصات العرض بقدر ما هو السيناريو والحبكة القصصية التي تحدد في النهاية نسب المشاهدة والمتابعة.

الدراسات السابقة:

أن الاطلاع على الدراسات والأبحاث السابقة يضع الدراسة في الإطار الصحيح وفي الموقع المناسب للدراسات والبحوث الأخرى، وكذلك يزود الباحث بالكثير من الأفكار والأدوات والإجراءات والاختبارات التي يمكن الاستفادة منها في إجراءات حل مشكلة البحث

وقد ركز الباحث في الدراسات السابقة على الدراسات التي اهتمت باستخدامات التقنيات الحديثة في التلفزيون وهي كالتالي:

دراسة أحمد محمد العميري (٢٠٢٢)

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى تعرض الشباب الجامعي للأعمال الدرامية المعروضة بالمنصات التليفزيونية عبر الإنترنت وعلاقته بمنظومة القيم لديهم، وقد استخدم الباحث منهج المسح، وتم التطبيق على عينة قوامها (٣٠٠) مبحوث، تم اختيارهم بالطريقة العمدية من الشباب الجامعي المشتركين بالمنصات التليفزيونية عبر الإنترنت ارتفاع نسبة تعرض الشباب الجامعي للمنصات التليفزيونية عبر الإنترنت، كما أثبتت النتائج وجود علاقة دالة إحصائياً بين كثافة تعرض الشباب الجامعي للأعمال الدرامية المقدمة بالمنصات التليفزيونية عبر الإنترنت والتأثير في منظومة القيم لديهم.

دراسة سلمى حميدان ورمزي بوفجي (٢٠١٩م)

هدفت إلى التعرف على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الشباب الجزائري، ومدى تأثيرها على مشاهدته للدراما التاريخية العربية التليفزيونية، واعتمدت الدراسة على منهج التحليل الوصفي الذي يلائم أهداف الدراسة، وقد تم اختيار عينة

متكونة من (٥٠) مفردة من الشباب الجزائري المستخدم لهذه المواقع ذكورا وإناثا ، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن نسبة ٨٢% يؤكدون أن مواقع التواصل الاجتماعي جعلتهم يتراجعون عن مشاهدة الدراما التاريخية في حين يرى ١٨% عكس ذلك.

دراسة توحيد سلیمان (٢٠١٩)

هدفت إلى معرفة مدى توظيف التقنيات الحديثة في قناة BBC في إنتاج البرامج الحوارية ومدى فاعلية نجاح برنامج نقطة حوار في توظيف التقنية الرقمية، وتأتي أهمية البحث في أثر استخدام التقنية الرقمية على البرامج الحوارية والنقلة التي أحدثتها في مضمون وإعداد وإخراج البرامج الحوارية، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي المسحي والمنهج التاريخي، وخلصت الدراسة إلى نجاح توظيف التقنية الرقمية في إنتاج البرامج الحوارية بقناة BBC العربية، و أن توظيف التقنية الرقمية في الإنتاج التلفزيوني أوجد منصات متعددة لمشاركة الجمهور في البرنامج وإحداث نقلة نوعية في مستوى التفاعلية وتحويل المستقبل إلى مرسل.

دراسة غادة النشار (٢٠١٨):

ترصد وتحلل وتفسر أنماط مشاهدة الشباب المصري للدراما التلفزيونية في المنصات الرقمية الإلكترونية وتأثيراتها على مشاهدتهم للتلفزيون والمواد الدرامية التي يقدمها، واعتمدت الدراسة على نموذج قبول التكنولوجيا، كما اعتمدت الدراسة ايضاً عل أسلوب المسح بهدف الرصد العلمي لطبيعة وأنماط ودور هذه العلاقة، وتم استخدام الاستبانة على عينة من الشباب المصري في المرحلة العمرية (١٨-٣٥) سنة ، وتوصلت الدراسة إلى أن الشباب المصري أصبح معتاداً على هذا النمط من المشاهدة الدرامية عبر الإنترنت، فقد أصبح يعيش في بيئة رقمية تحيط به من كل جانب وتتداخل مع مختلف الادوار الحياتية التي يؤديها، كما جاءت منصة اليوتيوب في صدارة المنصات التي يفضل الشباب المصري متابعة الدراما التلفزيونية عبرها ثم شبكات التواصل الاجتماعي.



دراسة مالك العزة (٢٠١٧):

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن مستوى استخدام التقنيات التلفزيونية الحديثة وأثرها على زيادة متابعة مشاهدة البرامج الإخبارية في التلفزيون الأردني من وجهة نظر العاملين والفنيين في البرامج الإخبارية في التلفزيون الأردني، وتكونت عينة الدراسة من ١١٠ من العاملين والفنيين في البرامج الإخبارية في التلفزيون الأردني، وتم اختيارهم بالطريقة القصدية الميسرة، وأظهرت نتائج الدراسة أن استخدام التقنيات التلفزيونية الحديثة يزيد من درجة المشاهدة في التلفزيون حيث جاءت بدرجة مرتفعة على الأداة ككل، وعلى جميع محاوره، وخاصة محور النشرات والبرامج الإخبارية.

دراسة لوثار ميكوس (٢٠١٦):

تهدف الدراسة إلى ضرورة تقارب الرقمنة والوسائط المتقدمة في شركات البث التلفزيوني وتعديل محتواها مع مختلف المنصات وقنوات التوزيع باعتباره وسيط ناقل متقارب، بالرغم من أنه لا يزال التلفزيون الخطي الكلاسيكي مهمًا بالنسبة لبعض الجماهير، وتلخص هذه الدراسة نتائج دراستين مختلفتين للجمهور حيث تم توزيع الأفلام والبرامج التلفزيونية عبر منصات الفيديو مثل Netflix أو Amazon Prime Video، وأفاد معظم المشاركين في هذه الدراسة أنهم يشاهدون بشكل أساسي المسلسلات الدرامية التلفزيونية على Netflix أو Amazon Prime، لذلك ركزت دراسة الجمهور الثانية على استخدام الإنترنت للمسلسلات الدرامية التلفزيونية للأفراد والأزواج لتوضيح ظاهرة المشاهدة بينهم. في سياق ربط ممارسة الجمهور بالهياكل الجديدة لسوق التلفزيون.

دراسة أستيف وتوماس (٢٠١٥):

أشارت إلى الانخفاض المستمر لمشاهدة التلفزيون التقليدي مع تزايد المشاهدة عن طريق المنصات الرقمية، وترتب على هذا التحول آثار اجتماعية واقتصادية

وتقافية كبيرة جداً ، كثيراً ما تجاهلتها الأدبيات في المجال الإعلامي والاقتصادي في الوقت الحالي، وتوصلت الدراسة إلى صعود منصات التلفزيون المغلقة كنموذج تجاري مثالي في المشهد الإعلامي الجديد من جهة مع الانفتاح الثقافي والمادي للإنترنت من جهة أخرى، الأمر الذي أدى لتحول جذري في استهلاك التلفزيون.

دراسة ميهالي (٢٠١٤):

تبحث في قبول واستخدام القيمة المضافة أو الخدمات التفاعلية من قبل المشاهدين على منصات التلفزيون الرقمي DTV، هذه الخدمات مثل دليل البرامج الإلكتروني، ومعلومات أساسية محسنة عن البرامج، والوصول إلى الإنترنت، والفيديو تحت الطلب، ولكن نظراً لرد فعل المشاهدين غير المواتي على iTV، فإن الضجة لم تلب التوقعات وظلت المداخل الناتجة عن خدمات القيمة المضافة على منصات DTV المختلفة متواضعة نوعاً ما حتى الآن. ومع ذلك، أدت الشعبية الهائلة والاختراق الكبير لاستخدام الهاتف المحمول في أوروبا جنباً إلى جنب مع تنسيقات البرامج التلفزيونية الخاصة إلى استخدامات سريعة النمو للرسائل النصية مؤخراً كطريقة جديدة للتفاعل مع التلفزيون، وتوضح النتائج نجاح الرسائل النصية القصيرة في زيادة عدد المشاهدين، بالإضافة إلى طريقة التفاعل سهلة الاستخدام، لذا فإن عائدات الرسائل النصية تمثل بالفعل عنصراً مهماً من العائدات الناتجة عن العديد من العروض على الشاشة.

دراسة كريستين كويل (٢٠١٢):

ترى أن التقنيات الجديدة تؤثر على الصناعة والجمهور، حيث أن المنصات الرقمية ساعدت على هجرة التلفزيون والتي تسمح للجميع بالحصول على ما يريدون عندما يريدون ذلك، حيث خلقت الشاشات المحمولة ومشاهدة الأجهزة المحمولة وتقافات المشاهدة عند الطلب والمراقبة عددًا من التحديات والفرص لصناعة التلفزيون والجمهور، وقد ذهب بعض المجادلين إلى حد التصريح بأن منصات المشاهدة



الجديدة تشير إلى موت التلفزيون، حيث يتم التأكيد على الخطاب العام من خلال الافتراض بأن الهجرة الرقمية للتلفزيون تسمح للمشاهدين بالسيطرة النهائية، مما يجعل التلفزيون التقليدي غير ذي صلة أو زائد عن الحاجة.

دراسة جيرما وجون (٢٠٠٧) :

درست سوق التلفزيون حيث يمكن للمنتجين بيع الوصول إلى البرامج ووقت الإعلان، وذلك من خلال تحديد أسعار التجزئة التي يدفعها المشاهدون والمعلنون لمنصة احتكارية، ومقارنة أسعار المنصات مع قيمة المتعة التي يحصل عليها المشاهد، ثانياً: معرفة قيمة الرسوم التي يجب على المنتجين دفعها للمنصات التلفزيونية مقابل استخدام إحدى قنوات، توضح أن رسوم الوصول الأمثل تأخذ في الاعتبار التكلفة المباشرة للوصول وتكاليف الفرصة البديلة للمنصة في أسواق المشاهدين والمعلنين، والتي تتأثر بالعوامل الخارجية بين السوقين.

دراسة ياسر الكريم (٢٠٠٧):

تناولت الدراسة موضوع استخدام التقنية الرقمية والحاسوب في مجال الإنتاج التلفزيوني وفي مرحلة المونتاج، والوقوف على دور المبتكرات الحديثة في مجال الاتصال في تطوير الإنتاج التلفزيوني وانعكاساتها على تغيير شكل الاتصال التلفزيوني وخصائصه، وأيضاً التعرف على مفهوم التقنية الرقمية وخصائصها وميزاتها على التقنية الرقمية في مجال الاتصال عموماً وفي الإنتاج التلفزيوني بصفة خاصة، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتوصلت الدراسة إلى أن استخدام التقنية الرقمية في المجال التلفزيوني بالإضافة لتقنيات الاتصال الأخرى ساهم في زيادة فاعلية التلفزيون كوسيلة اتصال جماهيري ووفر ميزات جديدة لزيادة عنصر التفاعل مع الجمهور، وظهور التخصص في القنوات التلفزيونية والانتشار الواسع للبت، وزيادة الإنتاج التلفزيوني للبرامج المختلفة، وتدعيم عنصرى الإيقاع والواقعية بالتلفزيون .

مشكلة البحث:

مع ظهور المنصات الرقمية، أصبحت الأوضاع مختلفة، بات معها كل فرد يعيش عالمه الخاص، ويطلع ما يحلو له من أعمال درامية وسينمائية يرغب بها، متحرراً من «قيود الزمان والمكان»، التي ظل يفرضها التلفزيون على الجمهور لسنوات طوال، حيث تتجه كافة العيون إلى الشاشة الفضية، وبدأت أيضاً المنصات الرقمية العالمية تفكر في جذب ملايين المشاهدين في الدول الأخرى من خلال إنتاج دراما محلية تعبر عن حياة تلك المجتمعات. وتتبع مشكلة الدراسة من كيفية التعامل مع نمط جديد من أنماط الإعلام الرقمي، وهي المنصات الرقمية الدرامية لمتابعة المسلسلات، كما أصبحت المنصات الرقمية جهة جذب وخاصة للأجيال الشابة التي تفضل متابعة الدراما التلفزيونية عبر الإنترنت. لذا تبلورت مشكلة الدراسة في رصد معدلات وأنماط ودوافع استخدام الجمهور السعودي للمنصات الرقمية الدرامية وانعكاس ذلك على الإشباعات المتحققة من مشاهدة المحتوى الدرامي عبرها.

فرضية الدراسة:

تعتبر دوافع التعرض والإشباعات المتحققة من الفروض الأساسية، التي تقوم عليها تلك النظرية، وتفترض هذه النظرية أن دوافع التعرض لوسائل الإعلام تنتج أساساً عن الحاجات الأساسية والاجتماعية لأفراد الجمهور، وتؤدي إلى توقعات يمكن إشباعها من استخدام وسائل الإعلام وترتبط مفاهيمها بالمتغيرات الديموغرافية المتعددة مثل السن، والجنس، والموطن، ومستوى التعليم والمستوى الاقتصادي الاجتماعي، ولذلك يرتبط تأثير وسائل الإعلام بهذه المتغيرات ()

- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام الجمهور السعودي للمنصات الرقمية التلفزيونية الدرامية العربية والأجنبية ودوافع استخدام تلك المنصات (الطقوسية والنفعية).



- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام الجمهور السعودي للمنصات الرقمية التلفزيونية الدرامية العربية والأجنبية (الطوقسية والنفعية) والإشباع المتحققة.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الجمهور السعودي على مقياس دوافع استخدام المنصات الرقمية التلفزيونية الدرامية العربية والأجنبية تبعاً للمتغيرات الديموغرافية (النوع/ العمر/ المستوى التعليمي/ المستوى الاقتصادي / المستوى والاجتماعي).
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الجمهور السعودي على مقياس الإشباع المتحققة من استخدام المنصات الرقمية التلفزيونية الدرامية العربية والأجنبية.

أهمية البحث:

تتبع أهمية الدراسة في ضوء الاعتبارات التالية: -

- ١- أهمية المنصات الرقمية التلفزيونية الدرامية كنمط مستحدث في مشاهدة الدراما العربية والأجنبية، والتي تتمتع باستقلالية تامة عن القنوات الفضائية، فبعض الجماهير وجدوا فيها ملاذاً للهروب من الإعلانات، التي تستهلك وقت المسلسل، وهي طريقة ذكية، تمكن المشاهد من متابعة حلقات مسلسله المفضل، دون الاضطرار إلى الانتظار، حتى موعد حلول الحلقة التالية.
- ٢- أهمية الدراما العربية والأجنبية كمضمون محبب وجاذب لأفراد الجمهور.

أهداف البحث:

تسعى الدراسة الحالية إلى رصد استخدامات الجمهور للمنصات الرقمية التلفزيونية الدرامية العربية والأجنبية والإشباع المتحققة منها من خلال:

- ١- حجم استخدام الجمهور السعودي للمنصات الرقمية التلفزيونية الدرامية العربية والأجنبية.
- ٢- تحديد أنماط استخدام الجمهور السعودي للمنصات الرقمية التلفزيونية الدرامية العربية والأجنبية.
- ٣- رصد الدوافع (النفعية والطقوسية) لاستخدام الجمهور السعودي للمنصات الرقمية التلفزيونية الدرامية العربية والأجنبية.
- ٤- الإشباعات (العملية/المحتوى) من استخدام الجمهور السعودي للمنصات الرقمية التلفزيونية الدرامية العربية والأجنبية.
- ٥- قياس العلاقة بين دوافع استخدام الجمهور السعودي للمنصات الرقمية والإشباعات المتحققة منها.
- ٦- قياس تأثيرات الخصائص الديموغرافية لعينة من الجمهور السعودي في العلاقة بين دوافع استخدام المنصات الرقمية والإشباعات المتحققة منها.

الطريقة وإجراءات الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى نوع البحوث الوصفية التي تستهدف تصوير وتقرير وتحليل خصائص ظاهرة معينة، أو مجموعة من الظواهر أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد ()، وتسعى هذه الدراسة إلى وصف وتحليل وتفسير الواقع الفعلي لاستخدامات الجمهور السعودي للمنصات الرقمية التلفزيونية الدرامية العربية والأجنبية وإشباعاتهم المتحققة منها.

منهجية الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح الميداني وهو المنهج الملائم لهذه الدراسة، حيث يعد من أنسب المناهج العلمية للدراسات الوصفية، والذي يعنى بجمع أوصاف



محددة مفصلة عن الظاهرة الموجودة بقصد استخدام البيانات لتبرير الأوضاع، وتحديد كفاءة الوضع الراهن للظاهرة عن طريق مقارنته بمستويات ومعايير مقننة سلفاً، إضافة إلى أنه جهد علمي منظم يساعد في الحصول على المعلومات والبيانات الخاصة بالظاهرة التي يتم دراستها ()

أدوات الدراسة:

اعتمد الباحث على الاستبانة كأداة رئيسة لجمع المعلومات من الجمهور السعودي نظراً لتعدد البيانات المطلوبة وتنوعها وبشكل تتوافر فيه الشروط العلمية ()، والرغبة في استخدام الأسئلة بنفس الصيغة، مما يقلل من احتمالية عدم الموضوعية في ملء البيانات ويتم ذلك من خلال نماذج (قولل درايف) وذلك عدم إمكانية الباحث من توزيع استمارة الاستبانة بالمقابلة الشخصية نظراً للوضع الصحي العالمي بسبب جائحة كورونا وتخوف الجمهور من التعامل بشكل مباشر.

صدق الاستبانة:

لتوفير صدق البيانات عُرِضت الاستبانة على مجموعة من المحكمين في مجال الدراسات الإعلامية ()، وفي ضوء توجيهاتهم تم التعديل في صياغة بعض الأسئلة وإضافة البعض وحذف البعض الآخر، وبهذا تحقق الصدق الظاهري للبيانات.

ثبات الاستبانة:

لقياس ثبات الاستبانة تم باستخراج معامل ألفا كرونباخ لمقاييس الدراسة، يوضحها الجدول التالي:

جدول (١): معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات أداة الدراسة

القياس	عدد العبارات
٠.٧٧٧	٨٩

وتوضح بيانات الجدول السابق ارتفاع معامل ثبات عبارات كافة مقاييس الدراسة.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج " الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية: تم اللجوء الي المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- اختبار كا^٢ (Chi Square Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal)
- اختبار (T - Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio)
- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة.
- تحليل التباين ذو البعد 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).
- الوزن النسبي ويمكن استخراجه من خلال ضرب المتوسط في ١٠٠



والقسمة على عدد بنود المقياس (يقصد بنود المقياس ثلاث خيارات موافق/ محايد/ لا أوافق).

- وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة (٩٥%) فأكثر، أي عند مستوى معنوية (٠.٠٥) فأقل.

مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في الجمهور السعودي، ويتم اختيار عينة عشوائية قوامها ٤٠٠ مفردة من مستخدمي المنصات الرقمية التلفزيونية الدرامية العربية والأجنبية، لإمكانية تمثيل كل أفراد المجتمع السعودي بالعينة سواءً على مستوى النوع، أو السن، أو المهنة، أو النطاق الجغرافي.

خصائص عينة الدراسة:

جدول (٢): خصائص أفراد العينة

النسبة المئوية	التكرار	الخصائص	
٥٠	٢٠٠	ذكور	النوع
٥٠	٢٠٠	إناث	
١٠٠	٤٠٠	الإجمالي	
٥٢.٥	٢١٠	من ١٨ إلى أقل من ٣٠ سنة	العمر
٣٥	١٤٠	من ٣٠ إلى أقل من ٥٠ سنة	
١٢.٥	٥٠	من ٥٠ سنة فأكثر	
١٠٠	٤٠٠	الإجمالي	
١٧	٦٨	مؤهل قبل الجامعي	المؤهل التعليمي
٦٣.٢	٢٥٣	مؤهل جامعي	
١٩.٨	٧٩	دراسات عليا	
١٠٠	٤٠٠	الإجمالي	

معدلات وأنماط مشاهدة الدراما التليفزيونية عبر المنصات الرقمية:

١- معدل استخدام أفراد العينة المنصات الرقمية في مشاهدة الأعمال الدرامية:
 أ) معدل استخدام أفراد العينة المنصات الرقمية في مشاهدة الأعمال الدرامية وفقاً
 للنوع:

جدول (٣): معدل استخدام أفراد العينة المنصات الرقمية في مشاهدة الأعمال الدرامية وفقاً للنوع

الإجمالي		الإناث		الذكور		العينة معدل الاستخدام
%	ك	%	ك	%	ك	
٤١.٠٠	١٦٤	٣٩.٠٠	٧٨	٤٣.٠٠	٨٦	دائماً.
٥٥.٠٠	٢٢٠	٥٥.٥٠	١١١	٥٤.٥٠	١٠٩	أحياناً.
٤.٠٠	١٦	٥.٥٠	١١	٢.٥٠	٥	نادراً
١٠٠	٤٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	الإجمالي

قيمة كا = ٢.٦٥٨ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠.٠٨١ المعنوية = ٠.٢٦٥ الدلالة = غير دالة

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يستخدم المنصات الرقمية في مشاهدة الأعمال الدرامية (بصفة دائمة) بلغت ٤١٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وبلغت نسبة من يستخدمها أحياناً ٥٥٪، وبلغت نسبة من يستخدمونها نادراً ٤٪.

وبحساب قيمة كا = ٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢. وجد أنها = ٢.٦٥٨ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠٥. وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.٠٨١ تقريباً مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور إناث) ومعدل استخدام أفراد العينة المنصات الرقمية في مشاهدة الأعمال الدرامية.



(ب) معدل استخدام أفراد العينة المنصات الرقمية في مشاهدة الأعمال الدرامية وفقاً للسن:

جدول (٤): معدل استخدام أفراد العينة المنصات الرقمية في مشاهدة الأعمال الدرامية وفقاً للسن

الإجمالي		من ٥٠ عام فأكثر		من ٣٠-٥٠ عام		من ٣٠-١٨ عام		العينة معدل الاستخدام
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٤١.٠٠	١٦٤	٣٤.٠٠	١٧	٣٥.٧٠	٥٠	٤٦.٢٠	٩٧	دائماً
٥٥.٠٠	٢٢٠	٦٠.٠٠	٣٠	٥٩.٣٠	٨٣	٥١.٠٠	١٠٧	أحياناً
٤.٠٠	١٦	٦.٠٠	٣	٥.٠٠	٧	٢.٩٠	٦	نادراً
١٠٠	٤٠٠	١٠٠	٥٠	١٠٠	١٤٠	١٠٠	٢١٠	الإجمالي

قيمة كا^٢ = ٥.٧٨٨ درجة الحرية = ٤ معامل التوافق = ٠.١١٩ المعنوية = ٠.٢١٦ الدلالة = غير دالة

بحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٤. وجد أنها = ٥.٧٨٨ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٥. وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.١١٩ تقريباً مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين السن (من ٣٠-١٨ عام، من ٥٠-٣٠ عام، من ٥٠ عام فأكثر) ومعدل استخدام أفراد العينة المنصات الرقمية في مشاهدة الأعمال الدرامية.

بحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٤. وجد أنها = ٥.٧٨٨ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٥. وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.١١٩ تقريباً مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين السن (من ٣٠-١٨ عام، من ٥٠-٣٠ عام، من ٥٠ عام فأكثر) ومعدل استخدام أفراد العينة المنصات الرقمية في مشاهدة الأعمال الدرامية.

(ج) معدل استخدام أفراد العينة المنصات الرقمية في مشاهدة الأعمال الدرامية وفقاً للمؤهل التعليمي:

جدول (٥) معدل استخدام أفراد العينة المنصات الرقمية في مشاهدة الأعمال الدرامية وفقاً للمؤهل التعليمي

الإجمالي		مؤهل فوق الجامعي		مؤهل جامعي		مؤهل قبل الجامعي		العينة معدل الاستخدام
		%	ك	%	ك	%	ك	
٤١.٠٠	١٦٤	٣٦.٧٠	٢٩	٤٢.٧٠	١٠٨	٣٩.٧٠	٢٧	دائماً
٥٥.٠٠	٢٢٠	٥٧.٠٠	٤٥	٥٤.٥٠	١٣٨	٥٤.٤٠	٣٧	أحياناً
٤.٠٠	١٦	٦.٣٠	٥	٢.٨٠	٧	٥.٩٠	٤	نادراً
١٠٠	٤٠٠	١٠٠	٧٩	١٠٠	٢٥٣	١٠٠	٦٨	الإجمالي

قيمة كا^٢ = ٣.٢٦٣ درجة الحرية = ٤ معامل التوافق = ٠.٢٠٥ المعنوية = ٠.٦٥١ الدلالة = غير دالة

بحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٤، وجد أنها = ٣.٢٦٣ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٥. وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.٢٠٥ تقريباً مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين المؤهل التعليمي (مؤهل قبل الجامعي، مؤهل جامعي، مؤهل فوق الجامعي) ومعدل استخدام أفراد العينة المنصات الرقمية في مشاهدة الأعمال الدرامية.

١- المدة الزمنية لاستخدام أفراد العينة المنصات الرقمية في مشاهدة الأعمال الدرامية:

(أ) المدة الزمنية لاستخدام أفراد العينة المنصات الرقمية في مشاهدة الأعمال الدرامية وفقاً للنوع:

جدول (٦) المدة الزمنية لاستخدام أفراد العينة المنصات الرقمية في مشاهدة

الأعمال الدرامية وفقاً للنوع

الإجمالي		الإناث		الذكور		العينة
%	ك	%	ك	%	ك	
١٤.٢٠	٥٧	١٧.٥٠	٣٥	١١.٠٠	٢٢	المدة الزمنية عام فأقل
٣٤.٠٠	١٣٦	٣٣.٠٠	٦٦	٣٥.٠٠	٧٠	من عام إلى ثلاثة أعوام
٥١.٧٠	٢٠٧	٤٩.٥٠	٩٩	٥٤.٠٠	١٠٨	أكثر من ثلاثة أعوام
١٠٠	٤٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	الإجمالي

قيمة كا = ٣.٤٧٤ = درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠.٠٩٣ المعنوية = ٠.١٧٦ الدلالة = غير دالة

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يستخدم المنصات الرقمية في مشاهدة الأعمال الدرامية لمدة (عام فأقل) بلغت ١٤.٢٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وبلغت نسبة من يستخدمها (من عام إلى ثلاثة أعوام) ٣٤٪، وبلغت نسبة من يستخدمها (أكثر من ثلاثة أعوام) ٥١.٧٪.

وبحساب قيمة كا ٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢، وجد أنها = ٣.٤٧٤ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.٠٩٣ تقريباً مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور إناث) والمدة الزمنية لاستخدام أفراد العينة المنصات الرقمية في مشاهدة الأعمال الدرامية.

ب) المدة الزمنية لاستخدام أفراد العينة المنصات الرقمية في مشاهدة الأعمال الدرامية وفقاً للسن:

جدول (٧) المدة الزمنية لاستخدام أفراد العينة المنصات الرقمية في مشاهدة الأعمال الدرامية وفقاً للسن

الإجمالي		من ٥٠ عام فأكثر		من ٣٠-٥٠ عام		من ١٨-٣٠ عام		العينة المدة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
١٤.٢٠	٥٧	١٦.٠٠	٨	١٥.٠٠	٢١	١٣.٣٠	٢٨	عام فأقل
٣٤.٠٠	١٣٦	٤٢.٠٠	٢١	٢٩.٣٠	٤١	٣٥.٢٠	٧٤	من عام إلى ثلاثة أعوام
٥١.٧٠	٢٠٧	٤٢.٠٠	٢١	٥٥.٧٠	٧٨	٥١.٤٠	١٠٨	أكثر من ثلاثة أعوام
١٠٠	٤٠٠	١٠٠	٥٠	١٠٠	١٤٠	١٠٠	٢١٠	الإجمالي

قيمة كا^٢ = ٣.٥٨٥ = درجة الحرية = ٤ معامل التوافق = ٠.٠٩٤ = المعنوية = ٠.٤٦٥ = الدلالة = غير دالة

بحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٤، وجد أنها = ٣.٥٨٥ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.٠٩٤ تقريباً مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة

إحصائياً بين السن (من ١٨-٣٠ عام، من ٣٠-٥٠ عام، من ٥٠ عام فأكثر) والمدة الزمنية لاستخدام أفراد العينة المنصات الرقمية في مشاهدة الأعمال الدرامية.

ج) المدة الزمنية لاستخدام أفراد العينة المنصات الرقمية في مشاهدة الأعمال الدرامية وفقاً للمؤهل التعليمي:

جدول (٨) المدة الزمنية لاستخدام أفراد العينة المنصات الرقمية في مشاهدة الأعمال الدرامية وفقاً للمؤهل التعليمي

الإجمالي		مؤهل فوق الجامعي		مؤهل جامعي		مؤهل قبل الجامعي		العينة المدة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
١٤.٢٠	٥٧	١٢.٧٠	١٠	١٣.٨٠	٣٥	١٧.٦٠	١٢	عام فأقل
٣٤.٠٠	١٣٦	٣٥.٤٠	٢٨	٣٤.٤٠	٨٧	٣٠.٩٠	٢١	من عام إلى ثلاثة أعوام
٥١.٧٠	٢٠٧	٥١.٩٠	٤١	٥١.٨٠	١٣١	٥١.٥٠	٣٥	أكثر من ثلاثة أعوام
١٠٠	٤٠٠	١٠٠	٧٩	١٠٠	٢٥٣	١٠٠	٦٨	الإجمالي

قيمة كا^٢ = ٠.٩٧٧ = درجة الحرية = ٤ معامل التوافق = ٠.٠٤٩ = المعنوية = ٠.٩١٣ = الدلالة = غير دالة



بحساب قيمة كا = ٢١ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٤، وجد أنها = ٠.٩٧٧ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.٠٤٩ تقريباً مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين المؤهل التعليمي (مؤهل قبل الجامعي، مؤهل جامعي، مؤهل فوق الجامعي) والمدة الزمنية لاستخدام أفراد العينة المنصات الرقمية في مشاهدة الأعمال الدرامية.

٢- عدد الساعات التي يقضيها أفراد العينة في مشاهدة الأعمال الدرامية عبر المنصات الرقمية أسبوعياً:

أ) عدد الساعات التي يقضيها أفراد العينة في مشاهدة الأعمال الدرامية عبر المنصات الرقمية أسبوعياً وفقاً للنوع:

جدول (٩) عدد الساعات التي يقضيها أفراد العينة في مشاهدة الأعمال الدرامية عبر المنصات

الرقمية أسبوعياً وفقاً للنوع

الإجمالي		الإناث		الذكور		العينة
ك	%	ك	%	ك	%	
١٣٥	٣٣.٨٠	٧٣	٣٦.٥٠	٦٢	٣١.٠٠	أقل من ساعتين
٨٥	٢١.٣٠	٤٠	٢٠.٠٠	٤٥	٢٢.٥٠	من ساعتين إلى ثلاث ساعات
٧٦	١٩.٠٠	٣٨	١٩.٠٠	٣٨	١٩.٠٠	من ثلاث ساعات إلى أربع ساعات
٤٧	١١.٨٠	٢٤	١٢.٠٠	٢٣	١١.٥٠	من أربع ساعات إلى خمس ساعات
٥٧	١٤.٢٠	٢٥	١٢.٥٠	٣٢	١٦.٠٠	أكثر من ٥ ساعات
٤٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	الإجمالي

قيمة كا = ٢٠.٠٧١ = درجة الحرية = ٤ معامل التوافق = ٠.٠٧٢ المعنوية = ٠.٧٢٣ الدلالة = غير دالة

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن عدد الساعات التي يقضيها أفراد العينة في مشاهدة الأعمال الدرامية عبر المنصات الرقمية أسبوعياً (أقل من ساعتين) بلغت ٣٣.٨٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وبلغت نسبة من يستخدمها (من ساعتين إلى ثلاث ساعات) ٢١.٣٪، وبلغت نسبة من يستخدمها (من ثلاث ساعات إلى أربع ساعات) ١٩٪، وبلغت نسبة من يستخدمها (من أربع ساعات إلى خمس ساعات) ١١.٨٪، وبلغت نسبة من يستخدمها (أكثر من ٥ ساعات) ١٤.٢٪.

وبحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٤، وجد أنها = ٢٠٠٧١، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠٠٠٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠٠٠٧٢ تقريباً مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور إناث) وعدد الساعات التي يقضيها أفراد العينة في مشاهدة الأعمال الدرامية عبر المنصات الرقمية أسبوعياً.

عدد الساعات التي يقضيها أفراد العينة في مشاهدة الأعمال الدرامية عبر المنصات الرقمية أسبوعياً وفقاً للسن:

جدول (١٠) عدد الساعات التي يقضيها أفراد العينة في مشاهدة الأعمال الدرامية عبر المنصات الرقمية أسبوعياً وفقاً للسن

الإجمالي		من ٥٠ عام فأكثر		من ٣٠-٥٠ عام		من ١٨-٣٠ عام		العينة عدد الساعات
		%	ك	%	ك	%	ك	
٣٣.٨٠	١٣٥	٥٤.٠٠	٢٧	٣٠.٧٠	٤٣	٣١.٠٠	٦٥	أقل من ساعتين
٢١.٣٠	٨٥	١٤.٠٠	٧	٢٠.٧٠	٢٩	٢٣.٣٠	٤٩	من ساعتين إلى ثلاث ساعات
١٩.٠٠	٧٦	٢٠.٠٠	١٠	٢٢.١٠	٣١	١٦.٧٠	٣٥	من ثلاث ساعات إلى أربع ساعات
١١.٨٠	٤٧	٨.٠٠	٤	١٥.٠٠	٢١	١٠.٥٠	٢٢	من أربع ساعات إلى خمس ساعات
١٤.٢٠	٥٧	٤.٠٠	٢	١١.٤٠	١٦	١٨.٦٠	٣٩	أكثر من ٥ ساعات
١٠٠	٤٠٠	١٠٠	٥٠	١٠٠	١٤٠	١٠٠	٢١٠	الإجمالي

قيمة كا^٢ = ١٩.٣٥٢ درجة الحرية = ٨ معامل التوافق = ٠٠٢١٥ المعنوية = ٠٠٠١٣ الدلالة = ٠٠٠٠٥

بحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢. وجد أنها = ٢٠٤٧١ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠٠٠٠٥. وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠٠٠٧٨ تقريباً مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين السن (من ١٨-

٣٠ عام، من ٣٠-٥٠ عام، من ٥٠ عام فأكثر) وعدد الساعات التي يقضيها أفراد العينة في مشاهدة الأعمال الدرامية عبر المنصات الرقمية أسبوعياً.

عدد الساعات التي يقضيها أفراد العينة في مشاهدة الأعمال الدرامية عبر المنصات الرقمية أسبوعياً وفقاً للمؤهل التعليمي:

جدول (١١) عدد الساعات التي يقضيها أفراد العينة في مشاهدة الأعمال الدرامية عبر المنصات الرقمية أسبوعياً وفقاً للمؤهل التعليمي

الإجمالي		مؤهل فوق الجامعي		مؤهل جامعي		مؤهل قبل الجامعي		العينة عدد الساعات
		%	ك	%	ك	%	ك	
٣٣.٨٠	١٣٥	٣٢.٩٠	٢٦	٣١.٢٠	٧٩	٤٤.١٠	٣٠	أقل من ساعتين
٢١.٣٠	٨٥	١٧.٧٠	١٤	٢٣.٣٠	٥٩	١٧.٦٠	١٢	من ساعتين إلى ثلاث ساعات
١٩.٠٠	٧٦	٣٢.٩٠	٢٦	١٣.٨٠	٣٥	٢٢.١٠	١٥	من ثلاث ساعات إلى أربع ساعات
١١.٨٠	٤٧	٥.١٠	٤	١٤.٢٠	٣٦	١٠.٣٠	٧	من أربع ساعات إلى خمس ساعات
١٤.٢٠	٥٧	١١.٤٠	٩	١٧.٤٠	٤٤	٥.٩٠	٤	أكثر من ٥ ساعات
١٠٠	٤٠٠	١٠٠	٧٩	١٠٠	٢٥٣	١٠٠	٦٨	الإجمالي

قيمة كا^٢ = ٢٥.٩٨٢ درجة الحرية = ٨ معامل التوافق = ٠.٢٤٧ المعنوية = ٠.٠٠١ الدلالة = ٠.٠٠١

بحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٨، وجد أنها = ٢٥.٩٨٢ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠٥. وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.٢٤٧ تقريباً مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائياً بين المؤهل التعليمي (مؤهل قبل الجامعي، مؤهل جامعي، مؤهل فوق الجامعي) وعدد الساعات التي يقضيها أفراد العينة في مشاهدة الأعمال الدرامية عبر المنصات الرقمية أسبوعياً.

أسباب تفضيل أفراد العينة مشاهدة الدراما عبر المنصات الرقمية على مشاهدتها في التلفزيون:

جدول (١٢) أسباب تفضيل أفراد العينة مشاهدة الدراما عبر المنصات الرقمية على مشاهدتها في التلفزيون وفقاً للنوع

الدلالة	المعنوية	قيمة z	الإجمالي		الإناث		الذكور		العينة الأسباب
			%	ك	%	ك	%	ك	
غير داله	٠.٧٠٥	٠.٣٧٩	٩٢.٥٠	٣٧٠	٩٢.٠٠	١٨٤	٩٣.٠٠	١٨٦	بدون فواصل إعلانية
غير داله	٠.٥٧٥	٠.٥٦	٩٢.٣٠	٣٦٩	٩١.٥٠	١٨٣	٩٣.٠٠	١٨٦	عدم التقيد بوقت البث التلفزيوني
غير داله	٠.٨٠٩	٠.٢٤١	٧٨.٠٠	٣١٢	٧٨.٥٠	١٥٧	٧٧.٥٠	١٥٥	الدقة العالية في الرؤية
غير داله	٠.٥٤٨	٠.٦	٧٧.٨٠	٣١١	٧٦.٥٠	١٥٣	٧٩.٠٠	١٥٨	متابعة الأحداث من الأعمال الدرامية
غير داله	٠.٢٣٥	١.١٨٧	٧٧.٠٠	٣٠٨	٧٤.٥٠	١٤٩	٧٩.٥٠	١٥٩	التحكم في الأعمال التي تعرض على الأطفال
غير داله	٠.٧٢٣	٠.٣٥٥	٧٦.٨٠	٣٠٧	٧٦.٠٠	١٥٢	٧٧.٥٠	١٥٥	متابعة الأعمال الدرامية بدون أي حذف
			٤٠٠		٢٠٠		٢٠٠		جملة من سنلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى أسباب تفضيل أفراد العينة مشاهدة الدراما عبر المنصات الرقمية على مشاهدتها في التلفزيون وفقاً للنوع (الذكور - الإناث)، حيث جاء في الترتيب الأول (بدون فواصل إعلانية) بنسبة بلغت ٩٢.٥٪؛ موزعة بين ٩٣٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٩٢٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، فقد



بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٧٠٥ وهي قيمة غير منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين عند مستوى ثقة ٩٥٪.

وجاء في الترتيب الثاني (عدم التقيد بوقت البث التلفزيوني) بنسبة بلغت ٩٢.٣٠٪؛ موزعة بين ٩٣.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٩١.٥٠٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث؛ فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٥٦٠، وهي قيمة غير منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥٪.

وجاء في الترتيب الثالث (الدقة العالية في الرؤية) بنسبة بلغت ٧٨.٠٠٪؛ موزعة بين ٧٧.٥٠٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٧٨.٥٠٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث؛ فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٢٤١ وهي قيمة غير منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥٪.

وجاء في الترتيب الرابع (متابعة الأحداث من الأعمال الدرامية) بنسبة بلغت ٧٧.٨٠٪؛ موزعة بين ٧٩.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٧٦.٥٠٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث؛ فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٦٠٠ وهي قيمة غير منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥٪.

وجاء في الترتيب الخامس (التحكم في الأعمال التي تعرض على الأطفال) بنسبة بلغت ٧٧٪؛ موزعة بين ٧٩.٥٠٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٧٤.٥٠٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث؛ فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ١.١٨٧ وهي قيمة غير منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥٪.

أسباب تشجيع أفراد العينة على متابعة الدراما التلفزيونية على المنصات الرقمية:
جدول (١٣) أسباب تشجيع أفراد العينة على متابعة الدراما التلفزيونية على المنصات الرقمية وفقاً للنوع

الدلالة	المعنوية	قيمة z	الإجمالي		الإناث		الذكور		العينة الأسباب
			%	ك	%	ك	%	ك	
٠.٠٥	٠.٠١٢	٢.٥٢١	٨٠.٥٠	٣٢٢	٧٥.٥٠	١٥١	٨٥.٥٠	١٧١	عدم ملائمة وقت البث التلفزيوني
غير دالة	٠.٨٣٨	٠.٢٠٥	٦١.٠٠	٢٤٤	٦١.٥٠	١٢٣	٦٠.٥٠	١٢١	المجتمع المحيط بي
غير دالة	٠.٣٦٤	٠.٩٠٨	٥٧.٣٠	٢٢٩	٥٥.٠٠	١١٠	٥٩.٥٠	١١٩	مسايرة الواقع
غير دالة	٠.٢٧	١.١٠٤	٥٤.٨٠	٢١٩	٥٢.٠٠	١٠٤	٥٧.٥٠	١١٥	وسائل الاعلان والدعاية
غير دالة	٠.٢٧٢	١.٠٩٩	٤٩.٨٠	١٩٩	٤٧.٠٠	٩٤	٥٢.٥٠	١٠٥	المجموعات الافتراضية على الإنترنت
غير دالة	٠.٢٦٨	١.١٠٧	٤٣.٨٠	١٧٥	٤١.٠٠	٨٢	٤٦.٥٠	٩٣	زملاء العمل
			٤٠٠		٢٠٠		٢٠٠		جملة من سنلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى أسباب تشجيع أفراد العينة على متابعة الدراما التلفزيونية على المنصات الرقمية وفقاً للنوع (الذكور - الإناث)، حيث جاء في الترتيب الأول (عدم ملائمة وقت البث التلفزيوني) بنسبة بلغت ٨٠.٥٪؛ موزعة بين ٨٥.٥٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٧٥.٥٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٢.٥٢١ وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥٪.

وجاء في الترتيب الثاني (المجتمع المحيط بي) بنسبة بلغت ٦١٪؛ موزعة بين ٦٠.٥٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٦١.٥٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث؛ فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٢٠٥ وهي قيمة غير منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥٪.

وجاء في الترتيب الثالث (مسايرة الواقع) بنسبة بلغت ٥٧.٣٪؛ موزعة بين ٥٩.٥٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥٥٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث؛ فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٩٠٨ وهي قيمة غير منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥٪.

وجاء في الترتيب الرابع (وسائل الاعلان والدعاية) بنسبة بلغت ٥٤.٨٪؛ موزعة بين ٥٧.٥٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥٢٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث؛ فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ١.١٠٤ وهي قيمة غير منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥٪.

وجاء في الترتيب الخامس (المجموعات الافتراضية على الإنترنت) بنسبة بلغت ٤٩.٨٪؛ موزعة بين ٥٢.٥٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤٧٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث؛ فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ١.٠٩٩ وهي قيمة غير منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥٪.

المنصات الرقمية التي يشاهد أفراد العينة من خلالها الدراما:

جدول (١٤) الرقمية التي يشاهد أفراد العينة من خلالها الدراما وفقاً للنوع

الدالة	المعنوية	قيمة z	الإجمالي		الإناث		الذكور		العينة المنصات
			ك	%	ك	%	ك	%	
غير دالة	٠.٨٨٦	٠.١٤٣	٣٤٣	٨٥.٨٠	١٧٢	٨٦.٠٠	١٧١	٨٥.٥٠	نتفليكس
غير دالة	٠.٩١٣	٠.١١	٢٨٣	٧٠.٨٠	١٤٢	٧١.٠٠	١٤١	٧٠.٥٠	رقمية تلفزيونية على اليوتيوب
غير دالة	٠.٦١٧	٠.٥	٢١٣	٥٣.٣٠	١٠٤	٥٢.٠٠	١٠٩	٥٤.٥٠	شاهد
غير دالة	٠.١٢٧	١.٥٢٧	١٦١	٤٠.٣٠	٨٨	٤٤.٠٠	٧٣	٣٦.٥٠	شاهد بلس
٠.٠٥	٠.٠٢١	٢.٣١٧	١١٥	٢٨.٧٠	٤٧	٢٣.٥٠	٦٨	٣٤.٠٠	رقمية تلفزيونية حسب الطلب vod
غير دالة	٠.٨٠١	٠.٢٥٢	٧٨	١٩.٥٠	٤٠	٢٠.٠٠	٣٨	١٩.٠٠	أمازون برايم
غير دالة	٠.٤٦٨	٠.٧٢٥	٥٥	١٣.٨٠	٢٥	١٢.٥٠	٣٠	١٥.٠٠	ووتش
غير دالة	٠.٢٠٢	١.٢٧٧	٤٤	١١.٠٠	١٨	٩.٠٠	٢٦	١٣.٠٠	أي فليكس
			٤٠٠		٢٠٠		٢٠٠		جملة من سنلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى المنصات الرقمية التي يشاهد أفراد العينة من خلالها الدراما وفقاً للنوع (الذكور - الإناث)، حيث جاء في الترتيب الأول (نتفليكس) بنسبة بلغت ٨٥.٨٪؛ موزعة بين ٨٥.٥٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٨٦٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.١٤٣ وهي قيمة غير منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥٪.

وجاء في الترتيب الثاني (رقمية تلفزيونية على اليوتيوب) بنسبة بلغت ٧٠.٨٪؛ موزعة بين ٧٠.٥٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٧١٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث؛ فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.١١٠ وهي قيمة غير منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥٪.

وجاء في الترتيب الثالث (شاهد) بنسبة بلغت ٥٣.٣٪؛ موزعة بين ٥٤.٥٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥٢٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث؛ فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٥٠٠ وهي قيمة غير منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥٪.

وجاء في الترتيب الرابع (شاهد بلس) بنسبة بلغت ٤٠.٣٠٪؛ موزعة بين ٣٦.٥٠٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤٤.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث؛ فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ١.٥٢٧ وهي قيمة غير منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥٪.

وجاء في الترتيب الخامس (رقمية تلفزيونية حسب الطلب vod) بنسبة بلغت ٢٨.٧٪؛ موزعة بين ٣٤٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢٣.٥٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث؛ فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٢.٣١٧ وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥٪.

المحور الثاني: الدوافع والحاجات التي تكمن وراء مشاهدة الدراما عبر المنصات الرقمية:

نوعية الدراما التي تفضل مشاهدتها أفراد العينة عبر المنصات الرقمية التلفزيونية:
نوعية الدراما التي تفضل مشاهدتها أفراد العينة عبر المنصات الرقمية التلفزيونية وفقاً للنوع:

جدول (١٥) نوعية الدراما التي تفضل مشاهدتها أفراد العينة عبر المنصات الرقمية التلفزيونية وفقاً للنوع

الإجمالي		الإناث		الذكور		العينة الدراما
%	ك	%	ك	%	ك	
٢٠.٠٠	٨٠	١٧.٥٠	٣٥	٢٢.٥٠	٤٥	الدراما العربية
٧٧.٠٠	٣٠٨	٧٩.٠٠	١٥٨	٧٥.٠٠	١٥٠	الدراما الأجنبية
٣.٠٠	١٢	٣.٥٠	٧	٢.٥٠	٥	الدراما المدبلجة
١٠٠	٤٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	الإجمالي

قيمة $\chi^2 = 1.791$ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = 0.067 المعنوية = 0.408 الدلالة = غير دالة

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن (الدراما الأجنبية) تصدرت نوعية الدراما التي تفضل مشاهدتها أفراد العينة عبر المنصات الرقمية التلفزيونية بنسبة بلغت ٧٧٪، وجاءت (الدراما العربية) في المرتبة الثانية بنسبة ٢٠٪، وجاءت (الدراما المدبلجة) في المرتبة الثالثة بنسبة ٣٪.

وبحساب قيمة χ^2 من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢، وجد أنها = 1.791 ، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05 ، وقد بلغت قيمة معامل التوافق 0.067 تقريباً مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور/ إناث) ونوعية الدراما التي تفضل مشاهدتها أفراد العينة عبر المنصات الرقمية التلفزيونية.

نوعية الدراما التي تفضل مشاهدتها أفراد العينة عبر المنصات الرقمية التلفزيونية وفقاً للسن:

جدول (١٦) نوعية الدراما التي تفضل مشاهدتها أفراد العينة عبر المنصات الرقمية

التلفزيونية وفقاً للسن

العينة الدراما	من ٣٠-١٨ عام		من ٥٠-٣٠ عام		من ٥٠ عام فأكثر		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الدراما العربية	٢٤	١١.٤٠	٤٢	٣٠.٠٠	١٤	٢٨.٠٠	٨٠	٢٠.٠٠
الدراما الأجنبية	١٨٥	٨٨.١٠	٩٢	٦٥.٧٠	٣١	٦٢.٠٠	٣٠٨	٧٧.٠٠
الدراما المدبلجة	١	٠.٥٠	٦	٤.٣٠	٥	١٠.٠٠	١٢	٣.٠٠
الإجمالي	٢١٠	١٠٠	١٤٠	١٠٠	٥٠	١٠٠	٤٠٠	١٠٠

قيمة كا^٢ = ٣٦.٨٤٥ درجة الحرية = ٤ معامل التوافق = ٠.٢٩٠ المعنوية = ٠.٠٠٠٠ الدلالة = ٠.٠٠٠١

بحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٤، وجد أنها = ٣٦.٨٤٥ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠٠١. وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.٢٩٠ تقريباً مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائياً بين السن (من ٣٠-١٨ عام، من ٥٠-٣٠ عام، من ٥٠ عام فأكثر) ونوعية الدراما التي تفضل مشاهدتها أفراد العينة عبر المنصات الرقمية التلفزيونية.

نوعية الدراما التي تفضل مشاهدتها أفراد العينة عبر المنصات الرقمية التلفزيونية وفقاً للمؤهل التعليمي:

جدول (١٧) نوعية الدراما التي تفضل مشاهدتها أفراد العينة عبر المنصات الرقمية

التلفزيونية وفقاً للمؤهل التعليمي

العينة الدراما	مؤهل قبل الجامعي		مؤهل جامعي		مؤهل فوق الجامعي		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الدراما العربية	٢٢	٣٢.٤٠	٣١	١٢.٣٠	٢٧	٣٤.٢٠	٨٠	٢٠.٠٠
الدراما الأجنبية	٤٢	٦١.٨٠	٢١٧	٨٥.٨٠	٤٩	٦٢.٠٠	٣٠٨	٧٧.٠٠
الدراما المدبلجة	٤	٥.٩٠	٥	٢.٠٠	٣	٣.٨٠	١٢	٣.٠٠
الإجمالي	٦٨	١٠٠	٢٥٣	١٠٠	٧٩	١٠٠	٤٠٠	١٠٠

قيمة كا^٢ = ٣٠.٥٣٢ درجة الحرية = ٤ معامل التوافق = ٠.٢٦٦ المعنوية = ٠.٠٠٠٠ الدلالة = ٠.٠٠٠١

بحساب قيمة كا ٢١ من الجدول السابق عند درجة حرية =٤، وجد أنها = ٣٠.٥٣٢، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠٠٠١. وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.٢٦٦ تقريباً مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائياً بين المؤهل التعليمي (مؤهل قبل الجامعي، مؤهل جامعي، مؤهل فوق الجامعي) ونوعية الدراما التي تفضل مشاهدتها أفراد العينة عبر المنصات الرقمية التلفزيونية.

استجابات أفراد العينة على مقياس نمط مشاهدة الدراما التلفزيونية عبر المنصات الرقمية:

جدول (١٨) استجابات أفراد العينة على مقياس نمط مشاهدة الدراما التلفزيونية عبر المنصات

الرقمية

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	معارض		محايد		موافق		العبرة
			%	ك	%	ك	%	ك	
٩١.٧	٠.٤٧٢	٢.٧٥٠	١.٧	٧	٢١.٥	٨٦	٧٦.٨	٣٠.٧	اختار بدقة نوعية الدراما التي أشاهدها
٨١.٣	٠.٦٦٩	٢.٤٣٨	١٠	٤٠	٣٦.٢	١٤٥	٥٣.٨	٢١٥	احترم خصوصية الثقافة التي تعرض عبر المسلسلات الدرامية
٧٩.٨	٠.٧٤٢	٢.٣٩٣	١٥.٥	٦٢	٢٩.٨	١١٩	٥٤.٧	٢١٩	أشعر بالقلق على ثقافتنا الاجتماعية عند مشاهدة الاعمال الدرامية
٧٥.٣	٠.٧٤٨	٢.٢٦٠	١٨.٢	٧٣	٣٧.٥	١٥٠	٤٤.٢	١٧٧	تتأثر مشاعري وعواظي من متابعة المسلسلات الدرامية
٧٥.١	٠.٧١٨	٢.٢٥٣	١٦.٣	٦٥	٤٢.٢	١٦٩	٤١.٥	١٦٦	لا أقبل المعلومات التي أشاهدها عبر الدراما ولا تتفق مع ثقافتني وقيمي
٧٤.٤	٠.٧٨٧	٢.٢٣٣	٢٢	٨٨	٣٢.٨	١٣١	٤٥.٢	١٨١	لا أرى أي ضرر في مشاهدة المسلسلات الأجنبية
٧٢.٩	٠.٧٣١	٢.١٨٨	١٩	٧٦	٤٣.٢	١٧٣	٣٧.٧	١٥١	مشاهدتي للدراما جعلتني أميل لحياة الترفيه والتسلية

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	معارض		محايد		موافق		العبرة
			%	ك	%	ك	%	ك	
٧٢.٢	٠.٧٠٦	٢.١٦٥	١٨	٧٢	٢٢.٥	١٩٠	٣٤.٥	١٣٨	الدراما تعكس الحداثة (كل ما هو حديث) بصورة جميلة
٦٨.٦	٠.٧٥٢	٢.٠٥٨	٢٥.٥	١٠٢	٤٣.٢	١٧٣	٣١.٢	١٢٥	مشاهدتي للدراما جعلتني أقبل الآخر وإن اختلف معي
٦٦.٧	٠.٧٥٣	٢.٠٠٠	٢٨.٢	١١٣	٤٣.٥	١٧٤	٢٨.٣	١١٣	أثارت بالمعلومات التي أشاهدها عبر المسلسلات الدرامية
٦٥.٠	٠.٧٩٠	١.٩٥٠	٣٣.٨	١٣٥	٣٧.٥	١٥٠	٢٨.٧	١١٥	مشاهدتي للدراما احدثت تغييرات اجتماعية في حياتي (نفسية. سلوكية. عاطفية)
٤٠٠									جملة من سنلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى استجابات أفراد العينة على مقياس نمط مشاهدة الدراما التلفزيونية عبر المنصات الرقمية، حيث جاءت (اختار بدقة نوعية الدراما التي أشاهدها) في المقدمة بوزن نسبي ٩١.٧٪، وجاءت (احترم خصوصية الثقافة التي تعرض عبر المسلسلات الدرامية) في المرتبة الثانية بوزن نسبي ٨١.٣٪، وجاءت (أشعر بالقلق على ثقافتنا الاجتماعية عند مشاهدة الاعمال الدرامية) في المرتبة الثالثة بوزن نسبي ٧٩.٨٪، وجاءت (تتأثر مشاعري وعواظي من متابعة المسلسلات الدرامية) في المرتبة الرابعة بوزن نسبي ٧٥.٣٪، وجاءت (لا أقبل المعلومات التي أشاهدها عبر الدراما ولا تتفق مع ثقافتني وقيمي) في المرتبة الخامسة بوزن نسبي ٧٥.١٪.

استجابات أفراد العينة على مقياس دوافع مشاهدة الأعمال الدرامية عبر المنصات الرقمية:

جدول (١٩) استجابات أفراد العينة على مقياس دوافع مشاهدة الأعمال الدرامية عبر

المنصات الرقمية

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	معارض		محايد		موافق		العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
٩٤.١	٠.٤٦٠	٢.٨٢٣	٣.٣	١٣	١١.٢	٤٥	٨٥.٥	٣٤٢	المشاهدة دون التقيد بوقت محدد
٩٣.٨	٠.٤٣٧	٢.٨١٥	٢	٨	١٤.٥	٥٨	٨٣.٥	٣٣٤	للتسلية والترفيه
٩٢.٢	٠.٥١٥	٢.٧٦٥	٤.٣	١٧	١٥	٦٠	٨٠.٧	٣٢٣	اكتساب لغة جديدة
٩١.٠	٠.٥٥٩	٢.٧٣٠	٥.٧	٢٣	١٥.٥	٦٢	٧٨.٨	٣١٥	المشاهدة دون التقيد بمكان محدد
٩٠.٨	٠.٥١١	٢.٧٢٣	٣	١٢	٢١.٨	٨٧	٧٥.٢	٣٠١	قوة حبكة العمل الدرامي
٨٩.٦	٠.٦٠١	٢.٦٨٨	٧.٢	٢٩	١٦.٨	٦٧	٧٦	٣٠٤	لتمضية الوقت
٨٦.٠	٠.٦٤٨	٢.٥٨٠	٨.٨	٣٥	٢٤.٥	٩٨	٦٦.٧	٢٦٧	اكتساب المعلومات الثقافية
٨٥.٢	٠.٦٣٩	٢.٥٥٥	٨	٣٢	٢٨.٥	١١٤	٦٣.٥	٢٥٤	إثارة التفكير
٨٢.٩	٠.٦٤٥	٢.٤٨٨	٨.٣	٣٣	٣٤.٧	١٣٩	٥٧	٢٢٨	واقعية الأحداث التاريخية
٨١.٢	٠.٧٤٦	٢.٤٣٥	١٥.٥	٦٢	٢٥.٥	١٠٢	٥٩	٢٣٦	معرفة العادات والتقاليد الأخرى
٨٠.٨	٠.٧٣٩	٢.٤٢٥	١٥	٦٠	٢٧.٥	١١٠	٥٧.٥	٢٣٠	اكتساب مهارات ميدانية (التعامل مع الآخرين)
٧٩.٣	٠.٧٨٢	٢.٣٧٨	١٨.٨	٧٥	٢٤.٧	٩٩	٥٦.٥	٢٢٦	للهرب من ضغوط الحياة
٧٨.٨	٠.٧٤٠	٢.٣٦٥	١٥.٧	٦٣	٣٢	١٢٨	٥٢.٣	٢٠٩	الحصول على المعلومات التاريخية
٧٣.٥	٠.٧٣٨	٢.٢٠٥	١٩	٧٦	٤١.٥	١٦٦	٣٩.٥	١٥٨	الألفة والتعاطف النفسي مع العمل الدرامي
٧٢.٥	٠.٧٥٩	٢.١٧٥	٢١.٥	٨٦	٣٩.٥	١٥٨	٣٩	١٥٦	مشاركة الآخرين اهتماماتهم
٦٦.٥	٠.٧٩٥	١.٩٩٥	٣١.٧	١٢٧	٣٧	١٤٨	٣١.٢	١٢٥	الاستفادة منها في اتخاذ القرار السليم
٤٠٠									جملة من سنلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى استجابات أفراد العينة على مقياس دوافع مشاهدة الأعمال الدرامية عبر المنصات الرقمية، حيث جاءت (المشاهدة دون التقيد بوقت محدد) في المقدمة بوزن نسبي ٩١.١٪، وجاءت (للتسلية والترفيه) في المرتبة الثانية بوزن نسبي ٩٣.٨٪، وجاءت (اكتساب لغة جديدة) في المرتبة الثالثة بوزن نسبي ٩٢.٢٪، وجاءت (المشاهدة دون التقيد بمكان محدد) في المرتبة الرابعة بوزن نسبي ٩١٪، وجاءت (قوة حبكة العمل الدرامي) في المرتبة الخامسة بوزن نسبي ٩٠.٨٪.

العوامل التي تجذب أفراد العينة لمشاهدة أحد الأعمال الدرامية دون الأخرى عبر المنصات الرقمية:

جدول (٢٠) العوامل التي تجذب أفراد العينة لمشاهدة أحد الأعمال الدرامية دون الأخرى عبر المنصات الرقمية وفقاً للنوع

الدلالة	المعنوية	قيمة z	الإجمالي		الإناث		الذكور		العينة العوامل
			ك	%	ك	%	ك	%	
غير دالة	١	٠.٠٠٠	٣٦٠	٩٠.٠٠	١٨٠	٩٠.٠٠	١٨٠	٩٠.٠٠	قصة الدراما وطريقة الرواية
غير دالة	٠.٨٢١	٠.٢٢٦	٢٩٤	٧٣.٥٠	١٤٦	٧٣.٠٠	١٤٨	٧٤.٠٠	ممثلين مشهورين
غير دالة	١	٠.٠٠٠	٢٩٢	٧٣.٠٠	١٤٦	٧٣.٠٠	١٤٦	٧٣.٠٠	معرفة الأحداث التاريخية
غير دالة	٠.٥٠٢	٠.٦٧١	٢٩٠	٧٢.٥٠	١٤٢	٧١.٠٠	١٤٨	٧٤.٠٠	مكان وقوع الأحداث
غير دالة	٠.٧٤١	٠.٣٣١	٢٨٥	٧١.٣٠	١٤١	٧٠.٥٠	١٤٤	٧٢.٠٠	لمعايشة فترة زمنية محددة
غير دالة	٠.٦٧٨	٠.٤١٥	٢٥٤	٦٣.٥٠	١٢٥	٦٢.٥٠	١٢٩	٦٤.٥٠	جمال الطبيعة
غير دالة	٠.٣١٣	١.٠٠٩	٢٢٨	٥٧.٠٠	١٠٩	٥٤.٥٠	١١٩	٥٩.٥٠	الخدع والمشاهد الخيالية
غير دالة	٠.٩٢	٠.١	١٩٩	٤٩.٨٠	١٠٠	٥٠.٠٠	٩٩	٤٩.٥٠	متابعة أعمال كاتب السيناريو
غير دالة	٠.٢٧١	١.١٠١	١٨٧	٤٦.٨٠	٨٨	٤٤.٠٠	٩٩	٤٩.٥٠	رومانسية الأداء الدرامي
			٤٠٠		٢٠٠		٢٠٠		جملة من سنلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى العوامل التي تجذب أفراد العينة لمشاهدة أحد الأعمال الدرامية دون الأخرى عبر المنصات الرقمية وفقاً للنوع (الذكور - الإناث)، حيث جاء في الترتيب الأول (قصة الدراما وطريقة الرواية) بنسبة بلغت ٩٠٪؛ موزعة بين ٩٠٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٩٠٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٠٠٠٠ وهي قيمة غير منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥٪.

وجاء في الترتيب الثاني (ممثلين مشهورين) بنسبة بلغت ٧٣.٥٪؛ موزعة بين ٧٤٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٧٣٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث؛ فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٢٢٦ وهي قيمة غير منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥٪.

وجاء في الترتيب الثالث (معرفة الأحداث التاريخية) بنسبة بلغت ٧٣٪؛ موزعة بين ٧٣٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٧٣٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث؛ فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٠٠٠٠ وهي قيمة غير منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥٪.

وجاء في الترتيب الرابع (مكان وقوع الأحداث) بنسبة بلغت ٧٢.٥٪؛ موزعة بين ٧٤٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٧١٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث؛ فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٦٧١ وهي قيمة غير منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥٪.

وجاء في الترتيب الخامس (لمعايشة فترة زمنية محددة) بنسبة بلغت ٧١.٣٪؛ موزعة بين ٧٢٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٧٠.٥٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث؛ فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٣٣١ وهي قيمة غير منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥٪.

المحور الثالث: الإشباع المتحققة من مشاهدة الدراما عبر المنصات الرقمية:

استجابات أفراد العينة على مقياس الإشباع المتحققة من مشاهدة الدراما عبر المنصات الرقمية:

جدول (٢١) استجابات أفراد العينة مقياس الإشباع المتحققة من مشاهدة الدراما عبر المنصات الرقمية

العبارة	موافق		محايد		معارض		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%			
التفيس عن النفس	٢٦٩	٦٧.٢	١٠٢	٢٥.٥	٢٩	٧.٣	٢.٦٠٠	٠.٦٢١	٨٦.٧
التعرف على أساليب الإخراج الإبداعية	٢٦٣	٦٥.٧	٩٢	٢٣	٤٥	١١.٣	٢.٥٤٥	٠.٦٨٩	٨٤.٨
التخلص من روتين الحياة	٢٥٢	٦٣	١٠٧	٢٦.٧	٤١	١٠.٣	٢.٥٢٩	٠.٦٧٥	٨٤.٣
زيادة المعارف	٢٤٨	٦٢	١١٥	٢٨.٧	٣٧	٩.٣	٢.٥٢٨	٠.٦٦٠	٨٤.٢
التعرف على أساليب السرد الدرامي المختلفة	٢٤٩	٦٢.٢	١٠٥	٢٦.٣	٤٦	١١.٥	٢.٥٠٨	٠.٦٩٤	٨٣.٦
الانفتاح على الثقافات الأخرى	٢٤٩	٦٢.٢	١٠٣	٢٥.٨	٤٨	١٢	٢.٥٠٣	٠.٧٠١	٨٣.٤
إشباع الفضول	٢٣٥	٥٨.٧	١٣٠	٣٢.٥	٣٥	٨.٧	٢.٥٠٠	٠.٦٥٣	٨٣.٣
المعايشة للأعمال الدرامية	٢٠٧	٥١.٧	١٤٧	٣٦.٧	٤٦	١١.٥	٢.٤٠٣	٠.٦٨٧	٨٠.١
مسايرة كل ما هو حديث وجديد وعرض حياة الرفاهية	٢٠٠	٥٠	١٣٤	٣٣.٥	٦٦	١٦.٥	٢.٣٣٥	٠.٧٤٤	٧٧.٨
الإطلاع على حياة الآخرين	١٧٧	٤٤.٢	١٣٤	٣٣.٥	٨٩	٢٢.٣	٢.٢٢٠	٠.٧٨٦	٧٤.٠
جملة من سنلوا							٤٠٠		

تشير بيانات الجدول السابق إلى استجابات أفراد العينة على مقياس الإشباع المتحققة من مشاهدة الدراما عبر المنصات الرقمية، حيث جاءت (التفيس عن النفس) في المقدمة بوزن نسبي ٨٦.٧٪، وجاءت (التعرف على أساليب الإخراج الإبداعية) في المرتبة الثانية بوزن نسبي ٨٤.٨٪، وجاءت () في المرتبة الثالثة بوزن نسبي

٨٤.٣٪، وجاءت () في المرتبة الرابعة بوزن نسبي ٨٤.٢٪، وجاءت () في المرتبة الخامسة بوزن نسبي ٨٣.٦٪.

استجابات أفراد العينة حول أهم مظاهر تأثير مشاهدة الدراما العربية والأجنبية عبر المنصات الرقمية على المجتمع السعودي:

جدول (٢٢) استجابات أفراد العينة حول أهم مظاهر تأثير مشاهدة الدراما العربية والأجنبية

عبر المنصات الرقمية على المجتمع السعودي

العبارة	موافق		محايد		معارض		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	٪	ك	٪	ك	٪			
قبول ثقافة الآخر	٢٦٩	٦٧.٢	١٠٨	٢٧	٢٣	٥.٨	٢.٦١٥	٠.٥٩٤	٨٧.٢
التأثير على طريقة ارتداء الملابس	٢٥٩	٦٤.٧	١٠٥	٢٦.٣	٣٦	٩	٢.٥٥٨	٠.٦٥٤	٨٥.٣
الحرص على متابعة الأعمال الفنية	٢٥٦	٦٤	١٠٩	٢٧.٣	٣٥	٨.٧	٢.٥٥٣	٠.٦٥١	٨٥.١
التأثير على طريقة التعامل مع الآخرين	٢٢٩	٥٧.٢	١٢٩	٣٢.٣	٤٢	١٠.٥	٢.٤٦٨	٠.٦٧٨	٨٢.٣
مسايرة الموضة	٢٢٨	٥٧	١٣٠	٣٢.٥	٤٢	١٠.٥	٢.٤٦٥	٠.٦٧٨	٨٢.٢
التأثير على العادات اليومية	٢٢٢	٥٥.٥	١٢٢	٣٠.٥	٥٦	١٤	٢.٤١٥	٠.٧٢٤	٨٠.٥
التأثير على طريقة تكوين العلاقات الاجتماعية	٢٢١	٥٥.٢	١٢٤	٣١	٥٥	١٣.٨	٢.٤١٥	٠.٧٢٠	٨٠.٤
التأثير على اختيار الأصدقاء	١٩٨	٤٩.٥	١٣٨	٣٤.٥	٦٤	١٦	٢.٣٣٥	٠.٧٣٨	٧٧.٨
التأثير على الاحتفال بالمناسبات	٢٠١	٥٠.٢	١٢٨	٣٢	٧١	١٧.٨	٢.٣٢٥	٠.٧٥٩	٧٧.٥
التأثير على طريقة التعلم	١٩٨	٤٩.٥	١٣٤	٣٣.٥	٦٨	١٧	٢.٣٢٥	٠.٧٤٩	٧٧.٤
التأثير على طرق التحية	١٨٩	٤٧.٢	١٤٥	٣٦.٣	٦٦	١٦.٥	٢.٣٠٨	٠.٧٣٨	٧٦.٩
الحرص على متابعة أخبار الفنانين	١٩٦	٤٩	١١٤	٢٨.٥	٩٠	٢٢.٥	٢.٢٦٥	٠.٨٠٤	٧٥.٥
جملة من سنلوا						٤٠٠			

تشير بيانات الجدول السابق إلى استجابات أفراد العينة حول أهم مظاهر تأثير مشاهدة الدراما العربية والاجنبية عبر المنصات الرقمية على المجتمع السعودي حيث جاءت (قبول ثقافة الآخر) في المقدمة بوزن نسبي ٨٧.٢٪، وجاءت (التأثير على طريقة ارتداء الملابس) في المرتبة الثانية بوزن نسبي ٨٥.٣٪، وجاءت (الحرص على متابعة الأعمال الفنية) في المرتبة الثالثة بوزن نسبي ٨٥.١٪، وجاءت (التأثير على طريقة التعامل مع الآخرين) في المرتبة الرابعة بوزن نسبي ٨٢.٣٪، وجاءت (مسايرة الموضة) في المرتبة الخامسة بوزن نسبي ٨٢.٢٪.

مضمون الدراما التي يفضل أفراد العينة مشاهدتها عبر المنصات الرقمية:

جدول (٢٣) مضمون الدراما التي يفضل أفراد العينة مشاهدتها عبر المنصات الرقمية وفقاً للنوع

الدالة	المعنوية	رقمية	الإجمالي		الإناث		الذكور		العينة المضمون
			ك	%	ك	%	ك	%	
غير دالة	١	٠.٠٠٠	٣٥٢	٨٨.٠٠	١٧٦	٨٨.٠٠	١٧٦	٨٨.٠٠	أجنبي
غير دالة	٠.٠٥	١.٩٦٢	٣١٦	٧٩.٠٠	١٦٦	٨٣.٠٠	١٥٠	٧٥.٠٠	كوميدي
غير دالة	٠.٤٨٣	٠.٧٠٢	٣٠٤	٧٦.٠٠	١٤٩	٧٤.٥٠	١٥٥	٧٧.٥٠	تاريخي
غير دالة	٠.٩١٣	٠.١٠٩	٢٧٩	٦٩.٨٠	١٤٠	٧٠.٠٠	١٣٩	٦٩.٥٠	دراما وثائقية
غير دالة	٠.٤٦٣	٠.٧٣٤	٢٦١	٦٥.٣٠	١٣٤	٦٧.٠٠	١٢٧	٦٣.٥٠	اجتماعي
غير دالة	٠.٧٦٢	٠.٣٠٣	١٦٩	٤٢.٣٠	٨٦	٤٣.٠٠	٨٣	٤١.٥٠	رومانسي
غير دالة	٠.٦٤٢	٠.٤٦٤	٩٨	٢٤.٥٠	٥١	٢٥.٥٠	٤٧	٢٣.٥٠	أطفال
			٤٠٠		٢٠٠		٢٠٠		جملة من سنلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى مضمون الدراما التي يفضل أفراد العينة مشاهدتها عبر المنصات الرقمية وفقاً للنوع (الذكور - الإناث)، حيث جاء في الترتيب الأول (أجنبي) بنسبة بلغت ٨٨٪؛ موزعة بين ٨٨٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور



في مقابل ٨٨٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٠٠٠٠ وهي قيمة غير منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥٪.

وجاء في الترتيب الثاني (كوميدي) بنسبة بلغت ٧٩٪؛ موزعة بين ٧٥٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٨٣٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث؛ فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ١.٩٦٢ وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥٪.

وجاء في الترتيب الثالث (تاريخي) بنسبة بلغت ٧٦٪؛ موزعة بين ٧٧.٥٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٧٤.٥٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث؛ فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٧٠٢ وهي قيمة غير منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥٪.

وجاء في الترتيب الرابع (دراما وثائقية) بنسبة بلغت ٦٩.٨٪؛ موزعة بين ٦٩.٥٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٧٠٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث؛ فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٩١٣ وهي قيمة غير منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥٪.

وجاء في الترتيب الخامس (اجتماعي) بنسبة بلغت ٦٥.٣٪؛ موزعة بين ٦٣.٥٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٦٧٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث؛ فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٧٣٤ وهي قيمة غير منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥٪.

نتائج فروض الدراسة

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام الجمهور السعودي للمنصات الرقمية التلفزيونية الدرامية العربية والأجنبية ودوافع استخدام تلك المنصات (الطقوسية والنفعية).

جدول (٢٤) معامل ارتباط بيرسون لقياس الارتباط بين استخدام الجمهور السعودي للمنصات الرقمية التلفزيونية الدرامية العربية والأجنبية ودوافع استخدام تلك المنصات (الطقوسية والنفعية)

الدوافع الطقوسية		الدوافع النفعية		المتغيرات
معامل الارتباط	الدلالة	معامل الارتباط	الدلالة	
٠.٢٠٨	٠.٠٠١	٠.٠٦٣	غير دالة	استخدام الجمهور السعودي للمنصات الرقمية التلفزيونية الدرامية العربية والأجنبية

يتضح من الجدول السابق إلي:

عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام الجمهور السعودي للمنصات الرقمية التلفزيونية الدرامية العربية والأجنبية ودوافع استخدام تلك المنصات النفعية. حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (٠.٠٦٣)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (٠.٠٥).

وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام الجمهور السعودي للمنصات الرقمية التلفزيونية الدرامية العربية والأجنبية ودوافع استخدام تلك المنصات الطقوسية. حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (٠.٢٠٨). وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (٠.٠٠١).



الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام الجمهور السعودي للمنصات الرقمية التلفزيونية الدرامية العربية والأجنبية (الطقوسية والنفعية) والإشباع المتحققة

جدول (٢٥) معامل ارتباط بيرسون لقياس الارتباط بين دوافع استخدام الجمهور السعودي للمنصات الرقمية التلفزيونية الدرامية العربية والأجنبية (الطقوسية والنفعية) والإشباع المتحققة

الإشباع المتحققة		المتغيرات
معامل الارتباط	الدلالة	
٠.٥٥١	٠.٠٠١	الدوافع النفعية لاستخدام الجمهور السعودي للمنصات الرقمية التلفزيونية الدرامية العربية والأجنبية
٠.٥٥٣	٠.٠٠١	الدوافع الطقوسية لاستخدام الجمهور السعودي للمنصات الرقمية التلفزيونية الدرامية العربية والأجنبية

يتضح من الجدول السابق :

وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين الدوافع النفعية لاستخدام الجمهور السعودي للمنصات الرقمية التلفزيونية الدرامية العربية والأجنبية والإشباع المتحققة. حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (٠.٥٥١). وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (٠.٠٠١).

وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين الدوافع الطقوسية لاستخدام الجمهور السعودي للمنصات الرقمية التلفزيونية الدرامية العربية والأجنبية والإشباع المتحققة. حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (٠.٥٥٣). وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (٠.٠٠١).

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الجمهور السعودي على مقياس دوافع استخدام المنصات الرقمية التلفزيونية الدرامية العربية والأجنبية تبعاً للمتغيرات الديموغرافية (النوع/ السن/ المستوى التعليمي).
الفروق تبعاً للنوع:

جدول (٢٦) نتائج اختبار (T.test) لدلالة الفروق بين متوسطات درجات الجمهور السعودي على مقياس دوافع استخدام المنصات الرقمية التلفزيونية الدرامية العربية والأجنبية تبعاً للنوع

المقياس	العينة	العدد	م	ع	قيمة (ت)	الدلالة
الدوافع النفعية	الذكور	٢٠٠	٢٢.٢٤٥	٣.٧٣١٥٧	٠.٤٥٧	غير دالة
	الإناث	٢٠٠	٢٢.٤١٥	٣.٧٠١٥٢		
الدوافع الطقوسية	الذكور	٢٠٠	١٧.٩٣	٢.٣٠٦٨٨	٠.٩٢٧	غير دالة
	الإناث	٢٠٠	١٧.٦٩٥	٢.٧٤٢١٨		

تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى:

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الجمهور السعودي على مقياس الدوافع النفعية لاستخدام المنصات الرقمية التلفزيونية الدرامية العربية والأجنبية تبعاً للنوع (الذكور/ الإناث). حيث بلغت قيمة "ت" ٠.٤٥٧ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠٥.

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الجمهور السعودي على مقياس الدوافع الطقوسية لاستخدام المنصات الرقمية التلفزيونية الدرامية العربية والأجنبية تبعاً للنوع (الذكور/ الإناث). حيث بلغت قيمة "ت" ٠.٩٢٧ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠٥.

الفروق تبعاً للسن والمستوى التعليمي:

جدول (٢٧) نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق بين متوسطات درجات الجمهور السعودي على مقياس دوافع استخدام المنصات الرقمية التلفزيونية الدرامية العربية والأجنبية تبعاً للسن والمستوى التعليمي

المقياس	المتغيرات	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة
الدوافع النفعية	السن	بين المجموعات	٢٦٨.١٨٩	٢	١٣٤.٠٩٤	١٠.١٧٤	٠.٠٠٠ دالة عند ٠.٠٠١
		داخل المجموعات	٥٢٣٢.٢٥١	٣٩٧	١٣.١٧٩		
		المجموع	٥٥٠٠.٤٤٤	٣٩٩			
	المستوي التعليمي	بين المجموعات	١٥٠.٥٩	٢	٧٥.٢٩٥	٥.٥٨٧	٠.٠٠٤ دالة عند ٠.٠١
		داخل المجموعات	٥٣٤٩.٨٥	٣٩٧	١٣.٤٧٦		
		المجموع	٥٥٠٠.٤٤٤	٣٩٩			
الدوافع الطوقسية	السن	بين المجموعات	٠.١٠١	٢	٠.٠٥	٠.٠٠٨	٠.٩٩٢ غير دالة
		داخل المجموعات	٢٥٦٠.٨٣٧	٣٩٧	٦.٤٥		
		المجموع	٢٥٦٠.٩٣٧	٣٩٩			
	المستوي التعليمي	بين المجموعات	٧.٠٤٥	٢	٣.٥٢٣	٠.٥٤٨	٠.٥٧٩ غير دالة
		داخل المجموعات	٢٥٥٣.٨٩٢	٣٩٧	٦.٤٣٣		
		المجموع	٢٥٦٠.٩٣٧	٣٩٩			

تشير بيانات الجدول السابق إلى الفروق بين متوسطات درجات الجمهور السعودي على مقياس دوافع استخدام المنصات الرقمية التلفزيونية الدرامية العربية والأجنبية:
الدوافع النفعية:

فيما يتعلق بالفروق تبعاً للسن: تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الجمهور السعودي على مقياس الدوافع النفعية لاستخدام المنصات الرقمية التلفزيونية الدرامية العربية والأجنبية تبعاً للسن (من ١٨ إلى

أقل من ٣٠ عام/ من ٣٠ إلى أقل من ٥٠ عام/ من ٥٠ عام فأكثر). حيث بلغت قيمة ف ١٠.١٧٤ وهذه القيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٠١ .

فيما يتعلق بالفروق تبعاً للمستوى التعليمي: تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الجمهور السعودي على مقياس الدوافع النفعية لاستخدام المنصات الرقمية التلفزيونية الدرامية العربية والأجنبية تبعاً للمستوى التعليمي (أقل من الجامعي/ الجامعي/ فوق الجامعي). حيث بلغت قيمة ف ٥.٥٨٧ وهذه القيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠١ .

فيما يتعلق بالدوافع الطقوسية:

فيما يتعلق بالفروق تبعاً للسن: تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الجمهور السعودي على مقياس الدوافع الطقوسية لاستخدام المنصات الرقمية التلفزيونية الدرامية العربية والأجنبية تبعاً للسن (من ١٨ إلى أقل من ٣٠ عامًا/ من ٣٠ إلى أقل من ٥٠ عامًا/ من ٥٠ عامًا فأكثر). حيث بلغت قيمة ف ٠.٠٠٨ وهذه القيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٥ .

فيما يتعلق بالفروق تبعاً للمستوى التعليمي: تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الجمهور السعودي على مقياس الدوافع الطقوسية لاستخدام المنصات الرقمية التلفزيونية الدرامية العربية والأجنبية تبعاً للمستوى التعليمي (أقل من الجامعي/ الجامعي/ فوق الجامعي). حيث بلغت قيمة ف ٠.٥٤٨ وهذه القيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٥ .

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الجمهور السعودي على مقياس الإشباع المتحققة من استخدام المنصات الرقمية التلفزيونية الدرامية العربية والأجنبية تبعاً للمتغيرات الديموغرافية (النوع/ السن/ المستوى التعليمي).

الفروق تبعاً للنوع:

جدول (٢٨) نتائج اختبار (T.test) لدلالة الفروق بين متوسطات درجات الجمهور السعودي على مقياس الإشباع المتحققة من استخدام المنصات الرقمية التلفزيونية الدرامية العربية والأجنبية تبعاً للنوع

العينة	العدد	م	ع	قيمة (ت)	الدالة
الذكور	٢٠٠	٢٥.٠٤٥	٤.٠٦٧٦٤	١.٨٧٣	غير دالة
الإناث	٢٠٠	٢٤.٢٩	٣.٩٩٤٤٦		

تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الجمهور السعودي على مقياس الإشباع المتحققة من استخدام المنصات الرقمية التلفزيونية الدرامية العربية والأجنبية تبعاً للنوع (الذكور/ الإناث)، حيث بلغت قيمة "ت" ١.٨٧٣ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠٥.

الفروق تبعاً للسن والمستوى التعليمي:

جدول (٢٩) نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق بين متوسطات درجات الجمهور السعودي على مقياس الإشباع المتحققة من استخدام المنصات الرقمية التلفزيونية الدرامية العربية والأجنبية تبعاً للسن والمستوى التعليمي

المقياس	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدالة
السن	بين المجموعات	٣٢.٥٣١	٢	١٦.٢٦٥	٠.٩٩٥	غير دالة ٠.٣٧١
	داخل المجموعات	٦٤٩٢.٢٤٧	٣٩٧	١٦.٣٥٣		
	المجموع	٦٥٢٤.٧٧٧	٣٩٩			
المستوى التعليمي	بين المجموعات	١١٠.٣٠٢	٢	٥٥.١٥١	٣.٤١٣	دالة عند ٠.٠٥
	داخل المجموعات	٦٤١٤.٤٧٥	٣٩٧	١٦.١٥٧		
	المجموع	٦٥٢٤.٧٧٨	٣٩٩			

تشير بيانات الجدول السابق إلى الفروق بين متوسطات درجات الجمهور السعودي على مقياس الإشباع المتحققة من استخدام المنصات الرقمية التلفزيونية الدرامية العربية والأجنبية:

فيما يتعلق بالفروق تبعاً للسن: تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الجمهور السعودي على مقياس الإشباع المتحققة من استخدام المنصات الرقمية التلفزيونية الدرامية العربية والأجنبية تبعاً للسن (من ١٨ إلى أقل من ٣٠ عام/ من ٣٠ إلى أقل من ٥٠ عام/ من ٥٠ عام فأكثر). حيث بلغت قيمة $F = 0.995$ وهذه القيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة $= 0.05$.

فيما يتعلق بالفروق تبعاً للمستوى التعليمي: تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الجمهور السعودي على مقياس الإشباع المتحققة من استخدام المنصات الرقمية التلفزيونية الدرامية العربية والأجنبية تبعاً للمستوى التعليمي (أقل من الجامعي/ الجامعي/ فوق الجامعي). حيث بلغت قيمة $F = 3.413$ وهذه القيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة $= 0.05$.

النتائج العامة:

تشير النتائج إلى أن نسبة من يستخدم المنصات الرقمية في مشاهدة الأعمال الدرامية (بصفة دائمة) بلغت ٤١٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وبلغت نسبة من يستخدمها أحياناً ٥٥٪، وبلغت نسبة من يستخدمونها نادراً ٤٪.

تشير النتائج إلى أن نسبة من يستخدم المنصات الرقمية في مشاهدة الأعمال الدرامية لمدة (عام فأقل) بلغت ١٤.٢٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وبلغت نسبة من يستخدمها (من عام إلى ثلاثة أعوام) ٣٤٪، وبلغت نسبة من يستخدمها (أكثر من ثلاثة أعوام) ٥١.٧٪.

تشير النتائج التفصيلية إلى أن عدد الساعات التي يقضيها أفراد العينة في مشاهدة الأعمال الدرامية عبر المنصات الرقمية أسبوعياً (أقل من ساعتين) بلغت ٣٣.٨٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وبلغت نسبة من يستخدمها (من ساعتين إلى ثلاث ساعات) ٢١.٣٪، وبلغت نسبة من يستخدمها (من ثلاث ساعات إلى أربع ساعات) ١٩٪، وبلغت نسبة من يستخدمها (من أربع ساعات إلى خمس ساعات) ١١.٨٪، وبلغت نسبة من يستخدمها (أكثر من ٥ ساعات) ١٤.٢٪.

تشير النتائج إلى أسباب تفضيل أفراد العينة مشاهدة الدراما عبر المنصات الرقمية على مشاهدتها في التلفزيون وفقاً للنوع (الذكور - الإناث)، حيث جاء في الترتيب الأول (بدون فواصل إعلانية) بنسبة بلغت ٩٢.٥٪، وجاء في الترتيب الثاني (عدم التقيد بوقت البث التلفزيوني) بنسبة بلغت ٩٢.٣٠٪؛ وجاء في الترتيب الثالث (الدقة العالية في الرؤية) بنسبة بلغت ٧٨.٠٠٪؛ وجاء في الترتيب الرابع (متابعة الأحداث من الأعمال الدرامية) بنسبة بلغت ٧٧.٨٠٪؛ وجاء في الترتيب الخامس (التحكم في الأعمال التي تعرض على الأطفال) بنسبة بلغت ٧٧٪.

تشير النتائج إلى أسباب تشجيع أفراد العينة على متابعة الدراما التلفزيونية على المنصات الرقمية وفقاً للنوع (الذكور - الإناث)، حيث جاء في الترتيب الأول (عدم ملائمة وقت البث التلفزيوني) بنسبة بلغت ٨٠.٥٪؛ وجاء في الترتيب الثاني (المجتمع المحيط بي) بنسبة بلغت ٦١٪؛ وجاء في الترتيب الثالث (مسايرة الواقع) بنسبة بلغت ٥٧.٣٪؛ وجاء في الترتيب الرابع (وسائل الاعلان والدعاية) بنسبة بلغت ٥٤.٨٪؛ وجاء في الترتيب الخامس (المجموعات الافتراضية على الإنترنت) بنسبة بلغت ٤٩.٨٪.

تشير النتائج إلى المنصات الرقمية التي يشاهد أفراد العينة من خلالها الدراما وفقاً للنوع (الذكور - الإناث)، حيث جاء في الترتيب الأول (نتفليكس) بنسبة بلغت ٨٥.٨٪؛ وجاء في الترتيب الثاني (رقمية تلفزيونية على اليوتيوب) بنسبة بلغت

٧٠.٨٪؛ وجاء في الترتيب الثالث (شاهد) بنسبة بلغت ٥٣.٣٪؛ وجاء في الترتيب الرابع (شاهد بلس) بنسبة بلغت ٤٠.٣٠٪؛ وجاء في الترتيب الخامس (رقمية تلفزيونية حسب الطلب vod) بنسبة بلغت ٢٨.٧٪.

تشير النتائج إلى أن (الدراما الأجنبية) تصدرت نوعية الدراما التي تفضل مشاهدتها أفراد العينة عبر المنصات الرقمية التلفزيونية بنسبة بلغت ٧٧٪، وجاءت (الدراما العربية) في المرتبة الثانية بنسبة ٢٠٪، وجاءت (الدراما المدبلجة) في المرتبة الثالثة بنسبة ٣٪.

تشير النتائج إلى استجابات أفراد العينة على مقياس نمط مشاهدة الدراما التلفزيونية عبر المنصات الرقمية، حيث جاءت (اختار بدقة نوعية الدراما التي أشاهدها) في المقدمة بوزن نسبي ٩١.٧٪، وجاءت (احترم خصوصية الثقافة التي تعرض عبر المسلسلات الدرامية) في المرتبة الثانية بوزن نسبي ٨١.٣٪، وجاءت (أشعر بالقلق على ثقافتنا الاجتماعية عند مشاهدة الاعمال الدرامية) في المرتبة الثالثة بوزن نسبي ٧٩.٨٪، وجاءت (تتأثر مشاعري وعواظي من متابعة المسلسلات الدرامية) في المرتبة الرابعة بوزن نسبي ٧٥.٣٪، وجاءت (لا أقبل المعلومات التي أشاهدها عبر الدراما ولا تتفق مع ثقافتي وقيمي) في المرتبة الخامسة بوزن نسبي ٧٥.١٪.

تشير النتائج إلى استجابات أفراد العينة على مقياس دوافع مشاهدة الأعمال الدرامية عبر المنصات الرقمية، حيث جاءت (المشاهدة دون التقيد بوقت محدد) في المقدمة بوزن نسبي ٩١.١٪، وجاءت (للتسلية والترفيه) في المرتبة الثانية بوزن نسبي ٩٣.٨٪، وجاءت (اكتساب لغة جديدة) في المرتبة الثالثة بوزن نسبي ٩٢.٢٪، وجاءت (المشاهدة دون التقيد بمكان محدد) في المرتبة الرابعة بوزن نسبي ٩١٪، وجاءت (قوة حبكة العمل الدرامي) في المرتبة الخامسة بوزن نسبي ٩٠.٨٪.

تشير النتائج إلى استجابات أفراد العينة على مقياس الاشباع المتحققة من مشاهدة الدراما عبر المنصات الرقمية، حيث جاءت (التفيس عن النفس) في المقدمة بوزن نسبي ٨٦.٧٪، وجاءت (التعرف على أساليب الإخراج الابداعية) في المرتبة الثانية بوزن نسبي ٨٤.٨٪، وجاءت () في المرتبة الثالثة بوزن نسبي ٨٤.٣٪، وجاءت () في المرتبة الرابعة بوزن نسبي ٨٤.٢٪، وجاءت () في المرتبة الخامسة بوزن نسبي ٨٣.٦٪.

تشير النتائج إلى استجابات أفراد العينة حول أهم مظاهر تأثير مشاهدة الدراما العربية والاجنبية عبر المنصات الرقمية على المجتمع السعودي حيث جاءت (قبول ثقافة الآخر) في المقدمة بوزن نسبي ٨٧.٢٪، وجاءت (التأثير على طريقة ارتداء الملابس) في المرتبة الثانية بوزن نسبي ٨٥.٣٪، وجاءت (الحرص على متابعة الأعمال الفنية) في المرتبة الثالثة بوزن نسبي ٨٥.١٪، وجاءت (التأثير على طريقة التعامل مع الآخرين) في المرتبة الرابعة بوزن نسبي ٨٢.٣٪، وجاءت (مسايرة الموضة) في المرتبة الخامسة بوزن نسبي ٨٢.٢٪.

تسفر النتائج عن عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام الجمهور السعودي للمنصات الرقمية التلفزيونية الدرامية العربية والأجنبية ودوافع استخدام تلك المنصات النفعية. حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (٠.٠٦٣)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (٠.٠٥).

تسفر النتائج عن وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام الجمهور السعودي للمنصات الرقمية التلفزيونية الدرامية العربية والأجنبية ودوافع استخدام تلك المنصات الطقوسية. حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (٠.٢٠٨). وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (٠.٠٠١).

تسفر النتائج عن وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين الدوافع النفعية لاستخدام الجمهور السعودي للمنصات الرقمية التلفزيونية الدرامية العربية

والأجنبية والإشباع المتحققة. حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (٠.٥٥١). وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠٠١).

تسفر النتائج عن وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين الدوافع الطقوسية لاستخدام الجمهور السعودي للمنصات الرقمية التلفزيونية الدرامية العربية والأجنبية والإشباع المتحققة. حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (٠.٥٥٣). وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠٠١).

تسفر النتائج عن عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الجمهور السعودي على مقياس الدوافع النفعية لاستخدام المنصات الرقمية التلفزيونية الدرامية العربية والأجنبية تبعاً للنوع (الذكور/ الإناث). حيث بلغت قيمة "ت" ٠.٤٥٧. وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠٥.

تسفر النتائج عن عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الجمهور السعودي على مقياس الدوافع الطقوسية لاستخدام المنصات الرقمية التلفزيونية الدرامية العربية والأجنبية تبعاً للنوع (الذكور/ الإناث). حيث بلغت قيمة "ت" ٠.٩٢٧. وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠٥.

تشير النتائج إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الجمهور السعودي على مقياس الدوافع النفعية لاستخدام المنصات الرقمية التلفزيونية الدرامية العربية والأجنبية تبعاً للسن (من ١٨ إلى أقل من ٣٠ عاماً/ من ٣٠ إلى أقل من ٥٠ عاماً/ من ٥٠ عاماً فأكثر). حيث بلغت قيمة ف ١٠.١٧٤ وهذه القيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٠١.

تشير النتائج إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الجمهور السعودي على مقياس الدوافع النفعية لاستخدام المنصات الرقمية التلفزيونية الدرامية العربية والأجنبية تبعاً للمستوى التعليمي (أقل من الجامعي/ الجامعي/ فوق



الجامعي). حيث بلغت قيمة ف ٥.٥٨٧ وهذه القيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٠١

تشير النتائج إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الجمهور السعودي على مقياس الدوافع الطقوسية لاستخدام المنصات الرقمية التلفزيونية الدرامية العربية والأجنبية تبعاً للسن (من ١٨ إلى أقل من ٣٠ عاماً/ من ٣٠ إلى أقل من ٥٠ عاماً/ من ٥٠ عاماً فأكثر). حيث بلغت قيمة ف ٠.٠٠٨ وهذه القيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٠٥.

تشير النتائج إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الجمهور السعودي على مقياس الدوافع الطقوسية لاستخدام المنصات الرقمية التلفزيونية الدرامية العربية والأجنبية تبعاً للمستوى التعليمي (أقل من الجامعي/ الجامعي/ فوق الجامعي). حيث بلغت قيمة ف ٠.٥٤٨ وهذه القيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٠٥.

شير نتائج اختبار "ت" إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الجمهور السعودي على مقياس الإشباع المتحققة من استخدام المنصات الرقمية التلفزيونية الدرامية العربية والأجنبية تبعاً للنوع (الذكور/ الإناث)، حيث بلغت قيمة "ت" ١.٨٧٣ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠٥.

تشير النتائج إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الجمهور السعودي على مقياس الإشباع المتحققة من استخدام المنصات الرقمية التلفزيونية الدرامية العربية والأجنبية تبعاً للسن (من ١٨ إلى أقل من ٣٠ عاماً/ من ٣٠ إلى أقل من ٥٠ عاماً/ من ٥٠ عاماً فأكثر). حيث بلغت قيمة ف ٠.٩٩٥ وهذه القيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٠٥.

تشير النتائج إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الجمهور السعودي على مقياس الإشباع المتحققة من استخدام المنصات الرقمية

التلفزيونية الدرامية العربية والأجنبية تبعاً للمستوى التعليمي (أقل من الجامعي/ الجامعي/ فوق الجامعي). حيث بلغت قيمة ف ٣.٤١٣ وهذه القيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٠٥ .

توصيات الدراسة:

ضرورة تطوير الإنتاج السعودي الدرامي بما يتواءم مع تطلعات وأشباعات الجمهور .

ضرورة مراعاة التقنية الحديثة في إنتاج الدراما السعودية بما يتواءم مع متطلبات العصر .

ضرورة الاهتمام بالجانب الترفيهي المباح في الإنتاج الدرامي السعودي والذي لا يتعارض مع منظومة القيم الاجتماعية والدينية داخل المجتمع لاستقطاب الجمهور .

ضرورة تقديم الدعم المادي والمعنوي للإنتاج الدرامي السعودي والذي يعتبر إحدى القوى الثقافية المهمة والمؤثرة في المجتمع الحديث حيث إن لديها القدرة على تشكيل معارف واتجاهات الجمهور .

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية:

- إبراهيم، آسيا. (٢٠١٥). دور تكنولوجيا الاتصال في تطوير إنتاج البرامج الإخبارية للراديو: دراسة تطبيقية على الإذاعة السودانية في الفترة من (٢٠١١ - ٢٠١٤) [رسالة دكتوراه غير منشورة]. قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية علوم الاتصال، جامعه السودان للعلوم والتكنولوجيا.
- إبراهيم، نائلة. (١٩٩٦). الشعور بالوحدة النفسية لدى الشباب الجامعي وعلاقته بالتعرض للتلفزيون. مجلة كلية الآداب، (١٦). كلية الآداب، جامعة الزقازيق.
- أبو رستم، رستم. (٢٠٠٨). جماليات التصوير التلفزيوني. عمان: المعتز للنشر والتوزيع.

- أبو زيد، فاروق. (٢٠٠١). معايير تقييم الدراما التلفزيونية. مجلة الفن الإذاعي، (١٦٧). القاهرة: اتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري..
- أحمد، سامية؛ شرف، عبد العزيز. (٢٠٠٠). الدراما في الإذاعة والتلفزيون. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- أحمد، غادة. (٢٠١٨). تأثير التعرض للدراما عبر المنصات الرقمية على أنماط علاقة الشباب بالدراما التلفزيونية. المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، (١٣). قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الاعلام، جامعة القاهرة.
- أرشد، عيبر. (٢٠١٣). "اتجاهات المرأة الكويتية نحو المسلسلات التركية" [رسالة ماجستير منشورة]. جامعة الشرق الأوسط. الأردن.
- بابكر، لقمان. (٢٠١٧). الدراما المرئية وانعكاساتها على ثقافة الشباب الجامعي [رسالة ماجستير]. كلية الدراسات العليا، جامعة السودان.
- بلميلود، سمية. (٢٠١٨). المعالجة الدرامية التلفزيونية الجزائرية لواقع السياسة بالجزائر: تحليل سيميولوجي لسلسلة "عاشور العاشر" الجزء الثاني [رسالة ماجستير غير منشورة]. شعبة علوم الإعلام والاتصال، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد ابن باديس مستغانم.
- بوكروح، مخلوف. (٢٠٠٥). الدراما والواقع. المجلة الجزائرية للاتصال، (١٩). الجزائر: الصادرة عن دار الحكمة للنشر.
- جمال، دعاء. (٢٠١٨). أثر التفاعل بين مدخل تقديم المحتوى وأسلوب القيادة الإلكترونية داخل المنصات التعليمية في تطوير كفايات مسؤولي وحدات التدريب والتصوير نحو بيئة التعليم [رسالة دكتوراه غير منشورة]. كلية التربية النوعية، جامعة عين شمس.
- جمىل، سامح. (٢٠١٩). فاعلية توظيف منصة التواصل الاجتماعي التعليمية (إدمودو) على تنمية مهارات معالجة الصورة الرقمية والدافعية للإنجاز لدى طالبات تخصص التربية التكنولوجية بجامعة الأقصى بغزة. مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية، ٢٨(٢). عمادة البحث العلمي والدراسات العليا، الجامعة الإسلامية بغزة. فلسطين.
- حسن، على. (٢٠١٩). فاعلية منصة تعليمية إلكترونية قائمة علي القصص التشاركية الرقمية لتنمية التنظيم التعاون والانتماء إلى الوطن لدى طلاب جامعة جنوب الوادي. المجلة التربوية، (٦٨). كلية التربية، جامعة سوهاج.

- حسن، محمود. (٢٠١٠). مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الدراسات الإعلامية. القاهرة: دار الفكر العربي.
- حسين، ليلي. (٢٠٠٧). استخدامات الاطفال الموهوبين لتكنولوجيا الاتصال. مجلة الفن الاذاعي، (١٦٨). معهد الإذاعة والتلفزيون.
- حماده، إبراهيم. (١٩٨٧). من حصاد الدراما والنقد. القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب.
- حمزة، بارعة. (١٩٩٩). "تأثير التعرض للدراما الأجنبية في التلفزيون على إدراك الشباب اللبناني للواقع الاجتماعي" [رسالة دكتوراه، غير منشورة]. كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- حميد، صالح. (٢٠١٦). أثر مشاهدة المسلسلات الدرامية التلفزيونية التركية في القنوات العربية على قيم الفتاة الجامعية اليمنية [رسالة دكتوراه]. جامعة صنعاء. اليمن.
- حميدان، سلمى؛ بوفجي، رمزي. (٢٠١٩). تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على مشاهدة الشباب الجزائري للدراما التاريخية العربية التلفزيونية: دراسة ميدانية. مجلة الدراسات الإعلامية، (٧). ألمانيا: المركز الديمقراطي العربي..
- حميدة، راضية. (٢٠٠٦). المسلسلات المدبلجة وتأثيرها على قيم وسلوك الجمهور الجزائري: دراسة مسحية لعينة من الجمهور [رسالة ماجستير غير منشورة]. قسم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر.
- درويش، عبد الرحيم. (٢٠١٢). الدراما في الراديو والتلفزيون: المدخل الاجتماعي. القاهرة: عالم الكتب.
- رحاب، مالك. (٢٠١٧). استخدام التقنيات التلفزيونية الحديثة وتأثيرها على زيادة متابعة مشاهدة البرامج الإخبارية في التلفزيون الأردني [رسالة ماجستير غير منشورة]. كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط. الأردن.
- رشدي، رشاد. (١٩٩٢). نظرية الدراما من أرسطو إلى الآن: دراسة تحليلية للدراما وأشكالها وتطورها. القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية.
- سالم، محمد. (٢٠١٦). واقع استخدام أعضاء هيئة التدريس المنصات التعليمية الإلكترونية في تدريس اللغة الإنجليزية في جامعة الملك سعود [رسالة ماجستير غير منشورة]. كلية التربية، جامعة اليرموك. الأردن.



- سعدي، زينب. (٢٠١٢). النقد الصحفي للدراما التلفزيونية في مجلة الإذاعات العربية: دراسة وصفية تحليلية [رسالة ماجستير غير منشورة]. قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة.
- سلامه، محمد. (٢٠٠٨). السيتركوم ملاحظات على هامش ظاهرة فنية رمضانبة. مجلة الفن الإذاعي، (١٩٢). القاهرة: هيئة الاتحاد والتلفزيون المصري.
- سليمان، توحيد. (٢٠١٩). التقنية الرقمية وانعكاساتها على إنتاج البرامج الحوارية، دراسة وصفية تطبيقية على برنامج نقطة حوار بقناة BBC العربية في العام يناير ٢٠١٧ إلى يناير ٢٠١٨م [رسالة ماجستير غير منشورة]. كلية الدراسات العليا، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا. السودان.
- سيد، طارق. (٢٠٠٥). فن الكتابة الإذاعية والتلفزيونية. القاهرة: دار المعرفة الجامعية.
- سيف، أحمد. (٢٠١٤). مشاهدة الدراما التلفزيونية (المبدلجة) وعلاقتها ببعض الحاجات النفسية لدى المراهقين [رسالة ماجستير]. كلية التربية، جامعة دمشق. سوريا.
- سيف، وليد. (١٩٩٠). التاريخ والتراث في الدراما التلفزيونية. مجلة الإنسان، (٢). معهد العلوم الإنسانية والاجتماعية بالمركز الجامعي نور البشير البيض. الجزائر.
- الشاروني، يوسف. (١٩٨٩). مع الدراما (ط٥). القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب.
- شاكور، إياد. (١٩٩٩). "عام ٢٠٠٠ حرب المحطات الفضائية. عمان: دار الشروق.
- شريط، عيسى. (٢٠٠٠). كيف نكتب سيناريو؟. الجزائر: دار شريفة للنشر والتوزيع.
- شكال، أحلام. (٢٠١٦). النزعة الدرامية في ديوان "الناس في بلادي" [رسالة ماجستير غير منشورة]. كلية الآداب واللغات، جامعة محمد خيضر بسكرة. الجزائر.
- شكري، عبد المجيد. (٢٠٠٣). الدراما الإذاعية (ط٢). القاهرة: دار الفكر العربي. ص ١٣.
- شيخاني، سميرة. (٢٠١٠). الإعلام الجديد في عصر المعلومات. قسم الإعلام، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة دمشق. مجلة جامعة دمشق، ٢٦(٢).
- عامر، ناهد. (٢٠٠٦). علاقة الصور الإعلامية في الأغاني المصورة بالقنوات الفضائية بتحقيق إشباع المراهقين [رسالة دكتوراه غير منشورة]. معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.
- عبد الحميد، محمد. (١٩٩٠). بحوث الصحافة. جدة: دار الشروق.

- عبد الحميد، محمد. (١٩٩٧). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. القاهرة: عالم الكتب.
- عبد الرحمن، أفنان. (٢٠١٩). توظيف منصة الإدمودو التعلیمیة Edmodo في التعلم المتنقل لطالبات جامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن وتصوراتهن نحوها: دراسة تجريبية. المجلة التربوية. كلية التربية، جامعة سوهاج.
- عبد الرحمن، علي. (٢٠٠٩). للدراما وجوه عديدة. مجلة الفن الإذاعي، (١٩٤). القاهرة: اتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري.
- عبد العزيز، سارة. (٢٠١٧). اقتصاد تنامي المشاركة عبر المنصات الرقمية. أبو ظبي، الإمارات: مركز المستقبل للأبحاث والدراسات المتقدمة. مجلة اتجاهات الأحداث، (١٩).
- عبد الفتاح، عدلات. (١٩٩٩). العلاقة بين تعرض المراهقين لوسائل الاتصال الجماهيري والاعترا ب الثقافي [رسالة ماجستير غير منشورة]. معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.
- عبد الفتاح، وليد. (٢٠٠٩). دوافع تعرض الشباب الجامعي للصور الصحفية بالصحف المصرية والإشباعا ت المتحققة منها. مجلة بحوث التربية النوعية، (١٥). كلية التربية النوعية، جامعة المنصورة.
- عبد الله، عبدالعال. (٢٠١٦). المنصات التعليمية الإلكترونية Edmodo رؤية مستقبلية لبيئات التعلم الإلكتروني الاجتماعية. مجلة التعليم الإلكتروني، (١٦). جامعة المنصورة.
- عبد المنعم، رضوان. (٢٠١٦). المنصات التعليمية: المقررات التعليمية المتاحة عبر الإنترنت. عمان: دار العلوم للنشر.
- عثمان، داليا. (٢٠٢٠). تأثير مشاهدة المسلسلات المقدمة على منصة نتفليكس على النسق القيمي للمراهقين دراسة كيفية. المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال، (٣١).
- عدلي، رضا. (٢٠٠٣). البناء الدرامي في الراديو والتلفزيون. القاهرة: دار الفكر العربي.
- العراقي، صالح. (٢٠٠٤). استخدامات الطفل المصري لبرامج الأطفال التليفزيونية والإشباعا ت المتحققة منها [رسالة دكتوراه غير منشورة]. معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.



- عطا الله، سارة. (٢٠١٦). المعالجة الدرامية للقضية السورية: دراسة تحليلية لمسلسل "بانظار الياسمين" [رسالة ماجستير غير منشورة]. قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد بوضياف المسيلة. الجزائر.
- عمارة، محمد. (٢٠٠٨). دراما الجريمة التلفزيونية: دراسة مسحية إعلامية. القاهرة: دار العلوم للنشر والتوزيع.
- عيسى، جمال. (٢٠٠٧). الدراما التلفزيونية: المضامين التربوية والمتطلبات الإعلامية. ليبيا: منشورات جامعة عمر المختار.
- فتحي، إبراهيم. (١٩٨٦). معجم المصطلحات الأدبية. تونس: المؤسسة العربية للناشرين المتحدين.
- القادري، نهوند. (٢٠٠٨). قراءة في ثقافة الفضائيات العربية: الوقوف على تخوم التكيك. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
- كامل، محمد. (١٩٩٣). التلفزيون بين الهدم البناء (ط٢). الإسكندرية: دار الدعوة للنشر والتوزيع.
- لعبان، عزيز. (١٩٩٧). تفاعل الأسرة مع الصورة الفيلمية الخلفية منظور التفاعلية الرمزية [رسالة ماجستير غير منشورة]. قسم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر.
- محمد، إحسان. (١٩٨٦). الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي. بيروت: دار الطليعة.
- محمد، أحمد. (٢٠١٧). معايير سهولة الوصول للمنصات التعليمية مفتوحة المصدر Moocs لذوي الإعاقة بالتعليم الجامعي. المجلة العربية للتربية النوعية. المؤسسة العربية للتربية والعلوم والآداب. القاهرة.
- محمد، زينب. (٢٠١٥). المستحدثات التكنولوجية رؤى وتطبيقات. القاهرة: المؤسسة العربية للعلوم والثقافة.
- محمد، سمير. (١٩٩٩). دراسات في مناهج البحث العلمي "بحوث الإعلام" (ط٣). القاهرة: عالم الكتب.
- محمد، صالح. (٢٠٠٨). صورة المرأة اليمينة في الدراما التلفزيونية المحلية: دراسة مسحية على جمهور الفضائية اليمينية [رسالة ماجستير غير منشورة]. قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر.

- محمد، عبد الرحمن. (١٩٩١). "تدفق المضمون العربي والأجنبي في التلفزيون: دراسة تحليلية وتطبيقية على تلفزيون الكويت" [رسالة دكتوراه، غير منشورة]. كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- مراد، ماجد. (٢٠٠٥). الشخصيات المعاصرة بين الواقع والدراما التلفزيونية. القاهرة: عالم الكتاب للنشر والتوزيع.
- مراد، ماجدة. (٢٠٠٤). شخصيتنا المعاصرة بين الواقع والدراما المتلفزة. القاهرة: عالم الكتب.
- مرعي، حسن. (٢٠٠٤). كيف تكتب تمثيلية تلفزيونية. بيروت: رشاد برس للطباعة والنشر.
- منير، رمزي. (٢٠٠٥). المورد الحديث إنجليزي عربي. بيروت: دار العالم للملابين.
- منير، محمد. (٢٠٠٨). وسائل الاتصال نشأتها وتطورها. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- النادي، عادل. (١٩٨٧). مدخل الى فن كتابة الدراما. تونس: مؤسسات عبد الكريم بن عبد الله.
- نصار، سهام. (٢٠٠٢). استخدامات المرأة المصرية للمجلات النسائية والإشباع المتحققة منها. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، (١). كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- نعمان، منصور. (١٩٩٩). فن كتابة الدراما للمسرح والإذاعة والتلفزيون. إربد: دار الكندي للنشر والتوزيع.
- هاشم، أمجد. (٢٠٠٥). الإعلام المعاصر وتقنياته الحديثة. الأردن: دار المنهاج للنشر والتوزيع.
- يوسف، ياسر. (٢٠٠٧). دور تكنولوجيا الاتصال في إنتاج البرامج التلفزيونية: دراسة تطبيقية على استخدام التقنية الرقمية في المونتاج التلفزيوني بالسودان في الفترة من ١٩٩٩م/ ٢٠٠٦م [رسالة دكتوراه غير منشورة]. كلية الإعلام، جامعة أم درمان الإسلامية.



ثانياً: المراجع الأجنبية:

- Ahmad Asadullah & Others. (2018). Digital Platforms: A Review and Future Directions. Yokohama, Japan: Conference PACIS 2018 Proceedings.
- August Grant. (1995). The Umbrella Perspective on Communication Technologies Update, 4th ed. Boston: Focal Press.
- Chiara Eleonora De Marco & Others. (2019). Digital platform innovation in European SMEs. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- Christine Quail. (2012). Television Goes Online: Myths and Realities in the Contemporary Context. Global Media Journal, 12 (20), Available at:
https://www.researchgate.net/publication/287080791_Television_goes_online_Myths_and_realities_in_the_contemporary_context
- Dominick, Joseph R. (1990). The Dynamic of Mass Communication. New York: McGraw-Hill Publishing company.
- Erol Kazan & Others. (2016). Towards a Framework of Digital Platform Competition: A Comparative Study of Monopolistic & Federated Mobile Payment Platforms. Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research, 11(3).
- Esteve Sanz & Thomas Crosbie. (2015). The meaning of digital platforms: Open and closed television infrastructure. Article in a journal, Poetic- 1221, available at: www.elsevier.com/locate/poetic.
- Germà Bel, Joan Calzada & Raquel Insa. (2007). Access Pricing to a Digital Broadcasting Platform. Journal of Media Economics, 20 (1).
- Jens Frederik Jensen. (2008). Interactive Television -A Brief Media History, Conference: Changing Television Environments. 6th European Conference. EuroITV 2008, Salzburg, Austria, July 3-4.



- John Hagel. (2015). The power of platforms. New York: Deloitte University Press.
- Lawrence A. Wenner. (1988). The Nature of News gratifications in palmgreen. Beverly Hills, Calif. : Sage Publications.
- Lothar Mikos. (2016). Digital Media Platforms and the Use of TV Content: Binge Watching and Video-on-Demand in Germany. Journal of Media and Communication, 4(3).
- Michel M. A. Mirabito & Barbato L. Morgen. (1994). The Communication Technologies, 2ed, Boston: Focal Press.
- Mihály Gálik. (2014). Value Added Services on Digital Television Platforms, Journal of the European Institute for Communication and Culture, 9(4).
- Nick Srnicek. (2017). Platform Capitalism. United States: Wiley.
- Pedro Almeida & Others. (2013). Interactive trends in the TV advertising landscape. Procedia Technology, (9).
- Peter C. Evans & Annabelle Gawer. (2016). the Rise of the Platform Enterprise. New York: The Center for Global Enterprise.
- Research paper. (2018). The architecture of digital labour platforms: Policy recommendations on platform design for worker well-being. Switzerland: International Labour Organization.
- Rizkallah, Elias G. & Razzouk, Nabil Y. (2006). TV Viewing Motivations Of Arab American Households In The US: An Empirical Perspective, International Business & Economics Research Journal, 5(1).

