

القيم والسلوكيات التي تعكسها الأفلام المنتجة حصرياً عبر منصة نتفليكس NETFLIX

د. هشام البرجي*

ملخص الدراسة:

انتشرت في السنوات القليلة الماضية عدة منصات للمشاهدة مدفوعة الأجر ولعل من أبرزها منصة نتفليكس NETFLIX العالمية التي تميزت بإنتاج المحتوى الحصري الخاص بها سواء على نطاق المسلسلات الدرامية أم الأفلام، وسواء كانت عربية أم أجنبية بكل أنواعها وأشكالها، بالإضافة إلى تفوق تقنيات التصوير والمونتاج والإخراج التي تضاهي صناعة السينما العالمية بهوليوود بمشاركة مختلف الفنانين والممثلين المشاهير حول العالم، فضلاً عن خلوتك المنصات من أي إعلانات أو فواصل قد تتسبب في إزعاج متابعة المشاهد لمسلسلة أو فيلمه المفضل، ناهيك من جودة الصورة فائقة الوضوح المقدمة مثل Full HD أو 4K، مع الأخذ في الاعتبار التحديثات التكنولوجية لتلك المنصات التي تعمل على الحفاظ على آخر ما تابعه المشاهد بحيث يمكن للمشاهد متابعة آخر حلقة أو آخر دقيقة في أي وقت وعلى أي جهاز ذكي سواء حاسب مكتب أم محمول أم تابلت أم هاتف ذكي، وكل هذه التوليفة الجذابة تقدم بمبالغ زهيدة في الشهر الواحد تبدأ من 120 جنيه، ولكن في عصر العولمة الثقافية، قد نجد بعض الأفلام المنتجة بشكل حصري على تلك المنصة قد تحمل بعض القيم ذات الاتجاه السلبي أو السلوكيات السلبية بشكل أكثر وضوحاً من الاتجاه الإيجابي بشكل عام، وهو ما قد يؤثر بشكل مباشر أو غير مباشر على هويتنا الثقافية وعاداتنا وتقاليدينا وقيمنا العريقة سواء كمجتمع مصري بشكل خاص أم مجتمع عربي بشكل عام، ومن أبرز نتائج تلك الدراسة أن معظم " القيم ذات الاتجاه الإيجابي" في الأفلام عينة الدراسة قد تمت معالجتها بشكل "إيجابي محفز ومؤيد" بنسبة 81.3%، وحصلت قيمة "الحب" على المركز الأول من حيث عدد المشاهد المعالجة بشكل إيجابي محفز ومؤيد بنسبة 25.2%، كانت أكثر "السلوكيات السلبية" ظهوراً في عينة أفلام الدراسة كانت "حرية العلاقات الجنسية" حيث جاءت بنسبة 15.5%، أكدت النتائج على "المعالجة الإيجابية المحفزة" للسلوكيات السلبية بالأفلام عينة الدراسة، بنسبة 67%، أشارت النتائج إلى تصدر كلٍ من اللغة "الانجليزية" واللغة "الإسبانية" بنسبة 80% على حد سواء كدبلجة متاحة للأفلام محل الدراسة.

الكلمات المفتاحية: نتفليكس، منصات رقمية، إنتاج حصري، القيم والسلوكيات

*المدرس بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام – الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات

The values and behaviors that are reflected in films produced exclusively on the NETFLIX platform

Abstract

In the Last few years, several paid viewing platforms have spread, perhaps the most prominent of which is the global Netflix platform, which has been distinguished by the production of its own exclusive content, whether on the scale of drama series or films, whether Arab or foreign, of all kinds and forms, in addition to the superiority of photography, montage and directing techniques that match the Hollywood movie industry with the participation of various famous artists and actors around the world, In addition, these platforms are free of any advertisements or breaks that might disturb the viewer's follow-up to his favorite series or movie, not to mention the high-definition picture quality provided such as Full HD or 4K, Taking into account the technological updates of those platforms that work to maintain the latest content of the viewer so that the viewer can follow the last episode or the last minute at any time and on any smart device, whether a desktop computer, laptop, tablet or smart phone, and all this attractive combination offers sums Low per month, starting from 120 pounds, but in the era of cultural globalization, we may find some films produced exclusively on that platform that may carry some values of negative direction or negative behaviors more clearly than the positive direction in general, and it may affect directly or Indirectly on our cultural identity, customs, traditions and ancient values, whether as an Egyptian society in particular or an Arab society in general, One of the most prominent results of that study is that most of the "positive directional values" in the films of the study sample were treated as "positively motivating and supportive" by 81.3%, and the value of "love" ranked first in terms of the number of scenes treated positively, motivating and supportive by 25.2%. The most "negative behaviors" appearing in the sample of the study films were "freedom of sexual relations" with a rate of 15.5%. The results confirmed the "positive stimulating treatment" of negative behaviors in the films of the study sample, with a rate of 67%. English" and "Spanish" by 80% both as dubbing available for the films of study.

Key words: Netflix, digital platforms, exclusive productions, values and behaviors

مقدمة:

مع التطور السريع لخدمات شبكة الانترنت العالمية، ودخول مصر عصر التحول الرقمي، بالتزامن مع زيادة الاعتماد على تكنولوجيا الحاسب الآلي وشبكات الانترنت في التعليم الالكتروني في ظل جائحة كورونا بداية من منتصف عام 2020م، انتهزت الفرصة العديد من المنصات الترفيهية الرقمية أو منصات المشاهدة أو الفيديو عند الطلب مدفوع الأجر VOD Video On Demand، لزيادة الترويج لمحتواها المعروض على منصاتها المختلفة، ولعل منصة نتفليكس NETFLIX قد نجحت في ذلك بشكل عالمي خاصة مع تفردا بانتاجها الخاص - عالي الجودة وبشكل احترافي- من المسلسلات الدرامية والأفلام العربية والأجنبية بكل أنواعها المختلفة، بالإضافة إلى تفوق تقنيات التصوير والمونتاج والإخراج الذي يضاهاى صناعة السينما العالمية بهوليوود بمشاركة مختلف الفنانين والممثلين المشاهير حول العالم، فضلاً عن خلوتلك المنصات من أي إعلانات أو فواصل قد تتسبب في إزعاج متابعة المشاهد لمسلسله أو فيلمه المفضل، ناهيك من جودة الصورة فائقة الوضوح المقدمة مثل Full HD أو 4K، مع الأخذ في الاعتبار التحديثات التكنولوجية لتلك المنصات التي تعمل على الحفاظ على آخر ما تابعه المشاهد بحيث يمكن للمشاهد متابعة آخر حلقة أو آخر دقيقة في أي وقت وعلى أي جهاز ذكي سواء حاسب مكتب أم محمول أو تابلت أو هاتف ذكي، وكل هذه التوليفة الجذابة تقدم بمبالغ زهيدة في الشهر الواحد تبدأ من 120 جنيه أوباشترك سنوي خاص هو الأقل تكلفة من بين المنصات الأخرى.

الأمر الذي فتح الباب للجمهور بشكل عام والشباب بشكل خاص بالتحول التدريجي للاشتراك في تلك الخدمات الترفيهية مدفوعة الأجر، خاصة بعد إنتاج أعمال متنوعة ضمت كبار المشاهير والفنانين سواء من داخل مصر أو على مستوى العالم.

نوع الباقة على منصة نتفليكس (1) جدول رقم (1)

م	نوع الباقة	أساسية	قياسية	مميزة
1	التكلفة الشهرية (بالجنيه المصري)	120	165	200
2	عدد الشاشات التي يمكن المشاهده من خلالها في نفس الوقت	1	2	4
3	عدد الهواتف أو أجهزة الكمبيوتر اللوحي التي يمكن إبقاء التنزيلات عليها	1	2	4
4	عدد غير محدود من الأفلام والعروض التلفزيونية والعباب الهواتف الجواله	✓	✓	✓
5	المشاهدة على الكمبيوتر المحمول والتلفزيون والهاتف والكمبيوتر اللوحي	✓	✓	✓
6	تتوفر الدقة العالية (HD)	--	✓	✓
7	تتوفر الدقة العالية الفائقة (FHD)	--	--	✓

نبذة عن منصة نتفليكس: (2)

تأسست منصة نتفليكس في عام 1997م، وقد بدأت خدماتها كشركة متخصصة في تأجير أقراص الفيديو (DVD)، وتحولت الشبكة نحو إطلاق خدمة بث الفيديو عبر الإنترنت في عام 2007م، وتشعبت رسمياً إلى الأسواق الدولية في عام 2010م مع إطلاقها في كندا، وفي عام 2011م تم إطلاقها في أمريكا اللاتينية ومنطقة البحر الكاريبي، وامتدت إلى أوروبا في عام 2012م، وأصبحت متاحة رسمياً في المملكة المتحدة وأيرلندا ودول الشمال، وقد اصطلت نتفليكس مسيرتها في جميع أنحاء العالم في عام 2015م، وأطلقت أخيراً خدماتها في أستراليا ونيوزيلندا واليابان ومواقع أخرى، واعتباراً من عام 2016م، أصبحت نتفليكس متاحة في جميع أنحاء العالم تقريباً باستثناء عدد قليل من البلدان⁽³⁾.

"نتفليكس" هي خدمة بث تعتمد على الاشتراك وتتيح للأعضاء مشاهدة العروض التلفزيونية والأفلام دون أي إعلانات على جهاز متصل بالإنترنت.

ويمكن من خلال المنصة الخاصة بها تنزيل العروض التلفزيونية والأفلام على الأجهزة التي تعمل بأحد أنظمة التشغيل iOS أو Android أو Windows 10 والاستمتاع بالمشاهدة دون اتصال بالإنترنت.

يختلف محتوى Netflix المتوفر من منطقة إلى أخرى، وقد يتغير بمرور الوقت، ويمكن مشاهدة مجموعة متنوعة وكبيرة من أعمال Netflix الأصلية والأفلام والعروض التلفزيونية والوثائقيات الحائزة على جوائز وغيرها.

وكما تابع المشاهد المزيد من الأفلام والعروض، كلما قَدِّمت "نتفليكس" له توصيات أكثر بالعروض التلفزيونية والأفلام.

يمكن للمستخدم مشاهدة محتوى Netflix على أيّ جهاز متصل بالإنترنت ومثبّت به تطبيق Netflix؛ مثل: أجهزة التلفزيون الذكية أو أجهزة التحكم بالألعاب أو مُشغلات بث الوسائط أو أجهزة الاستقبال أو الهواتف الذكية أو أجهزة الكمبيوتر اللوحية. ويمكنه أيضاً مشاهدة محتوى Netflix على جهاز كمبيوتر باستخدام متصفح الإنترنت.

تحدد كل خطة من خطط Netflix عدد الأجهزة التي يمكن مشاهدة محتوى Netflix عليها في آنٍ واحد وما إذا كنت تفضل مشاهدة بدقة قياسية (SD)، أو بدقة عالية (HD)، أو بدقة عالية فائقة (UHD).

تقدم Netflix خطاً متنوعاً لتلبي احتياجات المستخدمين، وتحدد الخطة التي يختارها المستخدم جودة الفيديو وعدد الشاشات التي يمكنك مشاهدة محتوى Netflix عليها في آنٍ واحد.

تتيح جميع الخطط التي نقدمها إمكانية مشاهدة عدد غير محدود من العروض التلفزيونية والأفلام، وتشغيل ألعاب الهواتف الجوالة في الجدول التالي.

وطبقاً لموقع statista فقد وصل عدد المشتركين بتلك المنصة إلى 221 مليون و600 ألف مشترك في الربع الأول من عام 2022م⁽⁴⁾

أنواع الإنتاج للأفلام والمسلسلات الدرامية المعروضة على منصة نتفليكس: (5)
يوجد 3 أنواع من الإنتاج للأفلام والمسلسلات الدرامية على منصة نتفليكس كما يلي:

1- الإنتاج السينمائي

هوكل الأفلام والمسلسلات الدرامية التي أنتجت من جهات متنوعة وعرضت على شاشات السينما بشكل عام، والمسلسلات التي عرضت على شاشات التلفزيون في مختلف القنوات سواء العربية أم الأجنبية.

2- الإنتاج الأصلي

هوكل الأفلام والمسلسلات الدرامية التي تم إنتاجها من قبل شركة نتفليكس بشكل مباشر وتعرض بشكل حصري ومباشر على منصتها، وتتميز الأفلام والمسلسلات بوجود حرف N الرسمي للمنصة على واجهة الفيلم أو المسلسل.

3- الإنتاج الحصري

هوكل الأفلام والمسلسلات الدرامية التي تنتج من قبل جهات إنتاجية خاصة ولم تعرض سابقاً على أي وسيلة وتقوم منصة نتفليكس بشراء حقوق الملكية والعرض بشكل حصري لها على منصتها فقط، وتتميز الأفلام والمسلسلات بوجود حرف N الرسمي للمنصة على واجهة الفيلم أو المسلسل.

نظام توصيات Netflix (6)

عندما تدخل إلى منصة نتفليكس، يثدر نظام التوصيات احتمال مشاهدة عرض معين في الكatalog الخاص بالمنصة بناء على عدد من العوامل، وهي كالتالي:

- تفاعلات المستخدم مع الخدمة، مثل سجل العرض الخاص به وكيف صنفت العناوين الأخرى.
- الأعضاء الآخرين الذين لديهم أذواق وتفضيلات مماثلة لذوقك، وهذا ما يسمى بالتصفية

التعاونية Collaborative Filtering

- معلومات عن العناوين، مثل النوع والفئات والممثلين وسنة الإصدار وما إلى ذلك.
بالإضافة إلى معرفة ما شاهده المستخدم على المنصة، لتخصيص التوصيات على نحو أفضل، ينظر نظام التوصيات في أشياء مثل:

- وقت المشاهدة ضمن اليوم.

- الأجهزة التي يشاهد المستخدم منها.

- مدة المشاهدة.

إن هذه البيانات جميعها تستخدم مدخلات تعالج في نظام التوصيات، لتعرض على ما يشبه المصفوفة في الصفحة الرئيسية، كل حقل في المصفوفة هو فيديو موصى به، وكل صف من مقاطع الفيديو يحتوي على توصيات تتضمن "سمة" مشابهة مثلاً (الدراما – الأكثر شعبية).

أولاً: مشكلة الدراسة:

تستهدف الدراسة التعرف على أهم القيم ذات الاتجاه الايجابي وذات الاتجاه السلبي، والسلوكيات الإيجابية والسلبية المقدمة من خلال منصة نتفلكس NETFLIX العالمية، وبالتحديد من خلال الأفلام المنتجة بشكل حصري المعروضة على المنصة.

ثانياً: أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في تزايد منصات مشاهدة للأفلام والمسلسلات الدرامية مدفوعة الأجر في الفترة الأخيرة، وقلة الدراسات العربية الحديثة التي تناولت المنصات مدفوعة الأجر للمشاهدة، وبالتحديد الدراسات العربية الحديثة التي رصدت القيم والسلوكيات المختلفة المقدمة من خلال الأفلام المنتجة بشكل حصري والمعروضة على منصة نتفلكس NETFLIX العالمية وبالتحديد الأفلام الحصرية لقائمة أكثر الأفلام-الحصرية- مشاهدةً في

مصر Top 10 Movies in Egypt

ثالثاً: أهداف الدراسة:

- 1- رصد أهم الأفلام الأكثر مشاهدة في مصر على المنصة طبقاً لتصنيف المنصة.
- 2- رصد أهم القيم ذات الاتجاه الإيجابي والسلبي، والسلوكيات الإيجابية والسلبية المقدمة في الأفلام المنتجة حصرياً المعروضة من خلال منصة نتفلكس NETFLIX العالمية.
- 3- التعرف على جنسية شركات الإنتاج لأهم الأفلام التي تختارها المنصة للسماح بعرضها.
- 4- التعرف على أبرز لغات الترجمة والدبلجة للأفلام عينة الدراسة المعروضة على المنصة.

رابعاً: الدراسات السابقة:

سعت دراسة ريم الشريف (2021)⁽⁷⁾ إلى رصد أهم الأسباب التي تدفع الشباب المصري لمشاهدة مسلسلات رمضان على المواقع الإلكترونية وتطبيقات الموبايل (الشاشات البديلة) عبر الإنترنت والتعرف على مدى تأثير تطبيقات التكنولوجيا الحديثة التي تقوم بعرض برامج ومسلسلات رمضان على كثافة متابعة التلفزيون كوسيلة تقليدية، وذلك بعد تصاعد قوة وتأثير الشاشات البديلة في السنوات الأخيرة وتداعياتها على جماهيرية التلفزيون التقليدي، كما تعد هذه الدراسة من الدراسات القليلة التي تعرضت لدراسة المواقع الإلكترونية وتطبيقات الموبايل في عرض الأعمال الدرامية. جاء ذلك من خلال دراسة ميدانية شملت عينة من الشباب المصري المتعلم من سن 18 عاماً إلى 35 عاماً، ممن يتابعون الدراما التلفزيونية قوامها (361) مبحثاً بأسلوب العينة المتاحة. جاءت أهم النتائج لتوضح أن تخطي الفواصل الإعلانية والقدرة على المشاهدة في الوقت الذي يناسب المشاهد جاءت في مقدمة دوافع مشاهدة الشباب المصري للمسلسلات الرمضانية عبر المواقع الإلكترونية وتطبيقات الموبايل، كما أظهرت النتائج أن الشباب المصري يرى تأثيراً كبيراً للمنصات الإلكترونية وتطبيقات الموبايل على نسب الإقبال على مشاهدة التلفزيون التقليدي، وأن نسبة

كبيرة من الشباب المصري لا يرى في المواقع والتطبيقات التي تعرض المسلسلات في رمضان (حتى بشكل غير قانوني) أنها سرقة صريحة أو أنها اعتداء على حقوق الملكية الفكرية، فيما انطلقت دراسة رانيا محمود الكيلاني (2021) (8)، من تساؤل: كيف يتم استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي كإحدى وسائل حروب الجيل الخامس من خلال المواقع المختلفة؟ وقد اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي، باعتباره أنسب المناهج في دراسة الظاهرة، مستخدماً دليل تحليل المضمون الكيفي لعينة من الأفلام الأجنبية علي شبكة نتفليكس Netflix؛ نظراً لكونه من المواقع الأكثر مشاهدة عند الشباب العربي في الفترة الأخيرة؛ وانتهت الدراسة إلى مجموعة من النتائج العامة، أهمها أن الذكاء الاصطناعي خطر يهدد البشرية جمعاء؛ وسوف يتفوق علي العقل البشري في غضون سنوات قليلة؛ كما انتهت الدراسة إلى طرح عدد من التوصيات أهمها توعية الأفراد بصفة عامة؛ والشباب بصفة خاصة؛ بمخاطر الحروب العالمية الحديثة التي تتخفي بأكثر من طريقة وشكل، بينما حاولت دراسة دعاء أحمد البنا (2021) (9)، البحث في مستويات تبني الشباب المصري، الذين تتراوح أعمارهم بين 18-35 عاماً، للمنصات الرقمية الإعلامية لتداول المحتوى الترفيهي. وهي من الدراسات الوصفية، اعتمدت على استخدام منهج المسح وأداة الاستبيان بالتطبيق على عينة قوامها 400 شاب مصري، تحددت في (211) أنثى و(189) ذكراً. كما قامت الدراسة بتوظيف نظرية نشر المستحدثات كإطار نظري لها، ومن أهم نتائج الدراسة ارتفاع كثافة استخدام الشباب المصري عينة الدراسة للمنصات الإعلامية الرقمية لتداول المحتوى الترفيهي، حيث بلغت نسبة من يستخدمونها بشكل دائم 53%، وهي نسبة تزيد عن نصف العينة. وبلغت نسبة من يستخدمونها أحياناً 29.5%، ومن لا يستخدمونها 17.5%، تعددت أسباب استخدام عينة الدراسة من الشباب المصري للمنصات الرقمية الإعلامية لتداول المحتوى الترفيهي. وتحددت في مزايا هذه المنصات التي تضمنت بثها لمحتوى متكامل وحصري من الأفلام والمسلسلات والبرامج، وتعدد اللغات التي تبتث بها المضمون، ومصاحبتها بالترجمة والدبلجة، وجودة الخدمة المقدمة في هذه المنصات، والتحكم في مستوى المضمون الترفيهي، وعدم وجود إعلانات أو فواصل، هذا بالإضافة إلى أن تكلفتها مناسبة للخدمات التي تقدمها، إن تبني الشباب المصري عينة الدراسة للمنصات الرقمية الإعلامية لتداول المحتوى الترفيهي يؤثر على متابعتهم للتلفزيون التقليدي، حيث رأت عينة الدراسة أن المنصات الرقمية تتيح لهم الحرية الكاملة في اختيار المضمون الذي يريدونه في الوقت الذي يريدونه، ويجعلهم أكثر تحكماً في المضمون، كما تتنوع أشكالها وجنسياتها ومضامينها، ويشعرون بحرية أكبر في متابعتها، كما أغنتهم المنصات الرقمية تماماً عن مشاهدة التلفزيون، تحددت آثار تبني الشباب المصري للمنصات الرقمية الإعلامية لتداول المحتوى الترفيهي على المجتمع المصري في عديد من الآثار الإيجابية، مثل الاطلاع على

الثقافات الأخرى، وتبني ثقافة الاختلاف وقبول الآخر، واعتبار المنصات الرقمية مستحدثاً جديداً على المجتمع المصري يعمل على تقدمه، ويدعم تطوير وسائل الإعلام، كما يساعد على اكتساب سلوكيات إيجابية من مضمون هذه المنصات. وقد أسهم تبني هذه المنصات والمحتوى الذي تقدمه في إدراك عينة الدراسة لإيجابيات الواقع، في حين يوجد عديد من الآثار السلبية لتبني عينة الدراسة لهذه المنصات ومشاهدة مضمونها، أهمها أن أغلب المضامين التي تقدمها هذه المنصات تخالف قيم وعادات وتقاليد المجتمع المصري وثقافته وتعاليم الدين، واستعرضت دراسة **ياسمين محمد ابراهيم ومنه الله كمال موسى (2021)** (10)، منصة نتفليكس وما تقدمه من مضامين وقيم تتوافق أحياناً وتتناقض كثيراً مع البناء القيمي للمجتمع المصري، استهدف هذا البحث دراسة تأثيرات مشاهدة النعمة لمحتوى منصة نتفليكس على البناء القيمي للمجتمع المصري، وذلك في ضوء نظرية الحتمية القيمية لعمل وسائل الإعلام. اعتمد البحث على الاستقصاء الإلكتروني كما أعدت الباحثتان "مقياس القيم الشخصية"، وتم التحقق من صدق المقياس المعد بواسطة ثلاث طرق وهي الصدق العملي، الصدق التمييزي، الاتساق الداخلي، كما تم التحقق من ثبات المقياس بثلاث طرق هي طريقة إعادة التطبيق، طريقة التجزئة النصفية، حساب قيمة معامل "ألفا كرونباخ"، وتم تطبيق المقياس على عينة الدراسة الاستطلاعية والتي تكونت من (178) من الفئة العمرية (15-58) عاماً، أظهرت النتائج استحواذ نتفليكس على نطاق واسع في الحياة اليومية لمستخدميها، كما برزت مشاهدة النعمة من خلال مشاهدة أفراد العينة ثلاث حلقات أو أكثر من نفس العرض في جلسة واحدة، تنوعت الفئات العمرية من المتابعين واتضح أبرز ملامح الخطورة على البناء القيمي في المحتويات المعروضة، والتوصيات المقترحة لمشاهدة العروض الحصرية على المنصة، لتشتمل على بعض الإيحاءات والعبارات غير الأخلاقية، والتي تتناقض مع متطلبات الحتمية القيمية في مضامين الوسائل الإعلامية، فيما قامت دراسة **"أصلي أدير" و"إيبك راباز" Asli Ildir and Ipek A Celik Rappas (2021)** (11)، بالاعتماد على المقابلات المتعمقة مع مستخدمي منصة Netflix ومستخدمي خدمة البث المحلية BluTV، بالإضافة إلى تحليل البيانات الصحفية والمسلسلات التلفزيونية الأصلية التي تنتجها هذه المنصات، تستكشف هذه الدراسة ظهور وتأثير الفيديو عند الطلب (VOD) في دولة تركيا، وسعت الدراسة إلى رصد كيفية اعتماد الجمهور على تقنية "الفيديو عند الطلب" والتفاوض عليه وإعادة صياغة المحتوى وعرضه في سياق غير غربي حيث تتنافس منصات الفيديو عند الطلب العالمية والمحلية وتستبدل وتحاكي بعضها البعض، وتم طرح سؤال البحث التالي: ما احتياجات وتوقعات الجمهور التركي الاجتماعية والنفسية والتكنولوجية من منصات الفيديو حسب الطلب العالمية والمحلية؟ للإجابة عن هذا السؤال، تم تطبيق استمارة استبيان على 20 مفردة من الجنسين تتراوح أعمارهم من 18 إلى 60 عام،

مع اشتراط أن جميع مفردات العينة من الطبقة المتوسطة ذات التعليم الجامعي وتتوافر لديهم القدرة على دفع اشتراك تلك المنصات الرقمية، تشير نتائج هذا البحث إلى محاولات توطين Netflix في تركيا، ولكن لم يتوافق دائماً محتواها مع طلبات الجمهور التركي، ويتم انتقادها بشدة ورفضها في بعض الأحيان من قبل الجمهور المحلي، بالإضافة إلى أن توقعات واحتياجات وإشباع جمهور Netflix و VOD تعتمد على ثلاثة عوامل: تفسيرهم للمحتوى المحلي فيما يتعلق بتجربتهم الثقافية مع البث التلفزيوني، واحتياجاتهم التكنولوجية مثل الوصول الفوري إلى العالمية، فرص تغيير المحتوى والزمان / المكان، وأخيراً السياق السياسي والسياسات مثل تنظيم الإنترنت والرقابة عليه من قبل الدولة، وتستثمر Netflix Turkey في قصص تجذب جمهورها العالمي، ومن المحتمل أن تكون على دراية بالمسلسلات التلفزيونية التركية التي تتمتع بسعة عالمية، وكان الغرض من دراسة "سورايدى تانويجايا، أندريه ألماسيه ومايا أريانتي" **Suryadi Tanuwijaya, Andry Alamsyah and Maya Ariyanti (2021)** ⁽¹²⁾، هو التعرف على العملاء المحتملين والتنبؤ بهم لإحدى منصات الفيديو حسب الطلب، وهي Netflix، في هذه الدراسة لتخصيص وتحديد أهداف التسويق، باستخدام المنهجية التحليلية التنبؤية للتعلم الآلي، وتم تقسيم بيانات ملف تعريف العملاء وسلوكهم إلى 3 مجموعات باستخدام نموذج K-Means قبل اختياره باستخدام عدة نماذج خاضعة للإشراف للحصول على أفضل نموذج لكل مجموعة، وتم إجراء تحليل أهمية الميزة لدعم رؤى التسويق لمتابعة عرض المنتج لكل عميل محتمل مستهدف، وتحديد المتغيرات المهمة التي تؤثر على مشترك Netflix وغير المشتركين ضمن 3 مجموعات مختلفة بوضوح مع عدد العملاء المحتملين الذين يمكن استهدافهم كمشركي Netflix المستقبليين، وأوضحت النتائج أن الطريقة يمكن أن يستخدمها مشغل الهاتف المحمول لاستهداف العملاء المحتملين من خلال عرض ترويجي أو منتج فعال من خلال نهج التسويق المخصص بناءً على النمط السلوكي واحتياجات العملاء، ومن المتوقع من خلال تطبيق هذه المنهجية أن تزيد فعالية ودقة جهود التسويق مقارنة بالطريقة التقليدية الاعتيادية، سعت دراسة "صوفيا جاينسلي وأوليفر بودزينسكي" **Oliver Sophia Gaenssle and Budzinski (2021)** ⁽¹³⁾، إلى معرفة السلوك الاستهلاكي للمستخدمين لمنصة اليوتيوب ونتفليكس مقارنة بالتلفزيون التقليدي بين الشباب، وطبقت الدراسة استبيان إلكتروني عبر شبكة الإنترنت من شهر نوفمبر 2018م وحتى شهر فبراير 2019م في دولة ألمانيا في جامعتين حكوميتين، وأجاب عن أسئلة الاستمارة 2920 مبحوث من طلاب الجامعتين من مختلف المستويات التعليمية، وكان من أهم نتائج الدراسة وجود منافسة كبيرة بين موقع اليوتيوب ومنصة نتفليكس من حيث مدى استخدام الشباب لهم للترفيه والتسلية وبالتحديد في أوقات الذروة، مقارنة بالتلفزيون التقليدي الذي تفضله الأجيال

الأكبر عمراً، كما أظهرت النتائج أن جميع الخدمات الثلاث تتنافس بقوة على الاستهلاك في أوقات الذروة، أي أن الغالبية العظمى من المستهلكين يختارون بنشاط بين جميع الأنواع الثلاثة عندما يتعلق الأمر بمشاهدة محتوى الفيديو في المساء، ويفضل المستجيبون منصة Netflix على الاثنين الآخرين عندما يتعلق الأمر "بتقصير وقت الانتظار" حيث لا توجد أي إعلانات على منصة نتفليكس مقارنة بموقع اليوتيوب، فيما سعت دراسة **داليا عثمان (2020)** ⁽¹⁴⁾، إلى التعرف على مدى تأثير مشاهدة المسلسلات المقدمة على منصة نتفليكس على النسق القيمي للمراهقين، واعتمدت الدراسة على منهج المسح وذلك عن طريق مسح عينة من المراهقين الذين يتعرضون لمسلسلات منصة نتفليكس باستخدام التحليل الكيفي للبيانات، واعتمدت الدراسة على عينة عمدية من المراهقين في المرحلة العمرية من (13- 17 سنة)، قوامها 48 مفردة مقسمة بالتساوي إلى 4 مجموعات وفقاً للنوع (ذكر- إناث) ووفقاً لنوع التعليم (لغات - دولي)، وتم الاعتماد على مجموعات النقاش المركزة كأداة لجمع البيانات والتي تم إجراؤها مع 4 مجموعات من المراهقين الذين يشاهدون المسلسلات عبر منصة نتفليكس، وكان أهم نتائج الدراسة، متابعة المبحوثين لأكثر من حلقة من نفس المسلسل في اليوم الواحد. إن تشابه الأحداث والشخصيات مع الواقع الفعلي للمراهقين من أهم دوافع وأسباب المشاهدة المستمرة لهذه المسلسلات، أهم القيم الإيجابية المقدمة في مسلسلات نتفليكس كانت أهمية الصداقة، رفض التنمر والتعاون، بينما كانت القيم السلبية هي التفكك الأسري، الاكتئاب والاحباط، الشذوذ الجنسي والعلاقات الثلاثية، اتضح أن أكثر المسلسلات المقدمة عبر نتفليكس تقدم المحتوى الجنسي بشكل كبير لا يتناسب مع المراحل العمرية التي تتابعه، دراسة **"جيريمي رايمان ماثيو" Jeremy Ryan Mathhew (2020)** ⁽¹⁵⁾، استهدفت التعرف على كيفية تفاعل الجمهور مع Netflix كوسيط في حياتهم الرقمية، وكيف أن Netflix- كما تم تصميمه- يخلق نظاماً شديداً للتقييد لمستخدميه، استندت هذه الدراسة على الاستخدام المرصود والملاحظة المباشرة والمناقشات مع مستخدمي Netflix من خلال الاعتماد على 44 مبحثاً كمجموعة تركيز Focus Group، وتم تصميم استمارة استبيان وتطبيقها على 64 مبحثاً من المشتركين في منصة نتفليكس، وأوضحت النتائج أن نتفليكس تقوم بتجميع كميات هائلة من البيانات عن جمهورها، على عكس الجمهور المتلقى الذي يحصل على خيارات محدودة للغاية من خلال المنصة، يتم توجيه مستخدمي Netflix عبر مجموعة مشتركة من الخبرات العامة، من خلال عملية متجانسة أكثر من كونها شخصية ذاتية، تدفع Netflix المشاهدين إلى عادة التمرير Scrolling ذهاباً وإياباً من خلال شرائح العرض المبهرة على منصتها، أكدت أغلب أفراد العينة على المعلومات المبالغ في عرضها على منصة نتفليكس والتي قد تعمل على تشتيت انتباههم على مدار الوقت.

بينما أوضحت دراسة "كاتجا دا كونها" Katja Da Cunha (2020) ⁽¹⁶⁾، العلاقة بين المشاهدة النهمية أو الشرهة للأفلام المعروضة على منصة نتفليكس وعلاقتها بالتنظيم السلوكي للعادات الغذائية، وتم تطبيق استمارة استبيان الكترونية عبر شبكة الانترنت على 209 مفردة من المبحوثين الذين تراوحت أعمارهم بين 18 إلى 55 عاماً، وأوضحت النتائج أن هناك علاقة ارتباطية قوية بين المشاهدة الكثيفة للأفلام على المنصة وبين العادات والسلوكيات الغذائية السيئة، فضلاً عن اكتساب الوزن الزائد مع فشل أي محاولات لاتباع نظام صحي سليم طويل الأمد Diet، وسعت دراسة ريهام سامي حسين (2020) ⁽¹⁷⁾، إلى التعرف على حجم المشاهدة الشرهة بين الشباب المصري، خاصة بعد الإقبال على مشاهدة خدمات البث التلفزيوني عبر الإنترنت، كما تسعى إلى تفسير هذا النمط من المشاهدة في ضوء إحدى نظريات اكتساب السلوك، وهي نظرية الإدراك الاجتماعي؛ حيث تم إجراء مقابلات كيفية متعمقة مع 20 من الشباب مشاهدي المنصات الرقمية العربية والأجنبية، وتبين اختلاف الشباب في حجم المشاهدة الشرهة لديهم، واتفق الشباب على أن منصة "نتفلكس" من أكثر المنصات مشاهدةً نظراً لما تتضمنه من مضمون شيق ومتنوع، إلى جانب ضغط الأصدقاء والأقران، وجاء "الفراغ" كأهم أسباب المشاهدة الشرهة، كذلك الرغبة في الهروب من الواقع، والترفيه عن النفس، والفضول، كما أن هناك أسباباً اجتماعية وشخصية - أيضاً - تدفع الشباب إلى المشاهدة الشرهة، وكان أهم نتائج المشاهدة الشرهة من وجهة نظر الشباب يتمثل في: المتعة وتحسن المزاج، إلى جانب تضييع الوقت، والانعزال عن الأهل، وتم تفسير النتائج في ضوء نظرية الإدراك الاجتماعي بمحدداتها البيئية والسلوكية، وأيضاً المحددات الشخصية، بينما استهدفت دراسة عمرو محمد محمود (2019) ⁽¹⁸⁾، استكشاف الدوافع المختلفة للمشاهدة المفرطة للمحتوى الدرامي لمستخدمي المنصات الرقمية وتأثيراتها المختلفة، حيث غيرت منصات البث الرقمي مثل يوتيوب ونتفليكس وأمازون فيديو، "واتش ات" و"شاهد نت" من عادات المشاهدة لدى المستهلكين وأمدتهم بمزيد من التحكم للاستمتاع بالمحتوى حسب الطلب في ضوء ما يناسبهم، وقد أدى ذلك إلى تعرض المشاهدين لحلقات متعددة من المحتوى الدرامي سواء (الأفلام أو المسلسلات التلفزيونية) خلال جلسة واحدة ولفترة كبيرة - وهي ظاهرة أطلق عليها المشاهدة المفرطة Binge Watching، طبقت الدراسة الميدانية من خلال استطلاع إلكتروني على عينة عمدية متاحة مكونة من 300 مستخدم لمنصات البث الرقمي سواء المجانية أو عبر نظام الدفع مقابل المشاهدة، وأشارت النتائج إلى أن التفاعل الاجتماعي، والهروب من الواقع، وسهولة الوصول إلى محتوى الدرامي وقلة الإعلانات، تحفز المستخدمين على قضاء المزيد من الوقت في المشاهدة، كما تناولت الدراسة طرق مختلفة لتفسير هذا السلوك سواء رصد الدوافع المتنوعة، والسمات الشخصية للجمهور، ومخاطر المشاهدة المفرطة وارتباطها

بظاهرة الخوف من فقدان، تشير النتائج إلى وجود منظورين لفهم المشاهدة المفرطة الأول يتعلق بالترفيه والعواطف الإيجابية والهروب من ضغوط الحياة وقضاء وقت الفراغ. ومع ذلك، فإن المنظور الثاني يؤكد على النتائج السلبية للمشاهدة المفرطة مثل الشعور بالندم والقلق والإحباط وأعراض الإدمان السلوكي، وتوفر الدراسة الحالية إطار نظرياً يدفع لإجراء مزيد من الدراسات حول سلوكيات المشاهدة المفرطة وآثارها الحيوية على الأسرة المصرية واستراتيجية الشركات المنتجة لتطبيقات البث الرقمي مثل نتفليكس، وشاهد نت Shahid.net وواتش ات Watch it وغيرها، واعتمدت دراسة "جرامي ترنر" Graeme Turner (2019) (19)، على مشروع بحثي تجريبي حول الاستهلاك الثقافي من أجل فهم الأنظمة الحالية لاستهلاك التلفزيون في استراليا، أما تصفه هذه الدراسة باسم "ثقافات الاستخدام"، وتم أيضاً تطبيق استمارة استبيان مرة عن طريق الهاتف من خلال سؤال 1400 مستخدم ومشاهد عن عاداتهم في المشاهدة التلفزيونية المختلفة، بالإضافة إلى تطبيق استمارة استبيان بالمقابلة على 45 مبحوثاً، وأشارت نتائج البحث إلى وجود فجوة في المعرفة المباشرة لكيفية استهلاك الأفراد والأسر للتلفزيون، عبر المنصات الإعلامية الرقمية والأجهزة المحمولة، سواء في المنزل أم خارجه، وأكدت النتائج على دور المنصات الإعلامية الرقمية في تغيير أنماط وعادات المشاهدة عند الجمهور الاسترالي بشكل خاص وجمهور نتفليكس بشكل عام، وأشارت نتائج الدراسة أيضاً إلى ازدياد معدلات ما يسمى بالمشاهدة المفرطة عند الجمهور بشكل عام وعند المراهقين والشباب بشكل خاص، وسعت دراسة غادة النشار (2018) (20)، إلى التعرف على مدى تأثير تعرض الشباب للدراما عبر المنصات الرقمية وأنماط علاقتهم بالدراما التلفزيونية، والتي طبقت على عينة مكونة من 200 مفردة من 18 إلى 35 سنة، وكانت أهم نتائج الدراسة هي: أن بنسبة 100% من عينة الدراسة تتابع الدراما عبر الانترنت، وأنهم يتابعونها بمفردهم وليس في نطاق اجتماعي بنسبة 63.5%، وثبت أن الفترة المفضلة لمتابعة الدراما عبر المنصات الرقمية هي فترة السهرة (من 10م إلى ما بعد منتصف الليل) بنسبة 68%، ووجدت الدراسة أن ذلك يرتبط بعادات المتابعة عبر الانترنت والتي تميل إلى الشخصية والانعزالية، خاصة وأنها تتم من خلال وسائط شخصية مثل الهاتف المحمول واللاب توب الشخصي، وأشارت النتائج إلى أسباب تفضيل المتابعة عبر الانترنت وهي المشاهدة في أي وقت بنسبة 65.6%، لا توجد إعلانات بنسبة 51.1%، وأخيراً التحكم فيما يتم مشاهدته بنسبة 50%، بينما سعت دراسة "هيجين لي وتيم دوير" Heejin Lee and Tim Dwyer (2018) (21)، إلى محاولة التعرف على العلاقة بين استراتيجيات منصة نتفليكس للانتشار بشكل عالمي وعلاقتها بأسباب نجاحها أو فشلها في مختلف الدول الأخرى كاستراليا وكوريا الجنوبية، وتم الاستعانة بمختلف الدراسات في تلك الجزئية من جانب الباحثين وتحليلها بشكل نقدي بالاستعانة ببعض

البيانات التي توفرت من شركة نتفليكس وبعض المنصات المنافسة عن طريق جهود الباحثين الشخصية، وأشارت الدراسة في نتائجها إلى أن المشتركين في استراليا في "مختلف المنصات الرقمية للمشاهدة مقابل الدفع" قد رحبوا بأسعار اشتراكات نتفليكس التنافسية مقابل أي منصة أخرى متاحة لديهم، على عكس المشتركين في خدمات نتفليكس في كوريا الجنوبية فقد عبروا عن استيائهم عن عدم وجود أي مسلسلات محلية أو قنوات كورية فضائية تعمل على منصة نتفليكس خاصة وأن المنصات الرقمية أو منصات المشاهدة مقابل الدفع رائجة جداً في تلك الدولة، فضلاً عن أن أغلب المشاهدات لتلك المنصة في الدولتين كان من خلال الحاسبات المحمولة والهواتف الذكية والتابلت بنسبة 82%، وكان أغلب المشاهدين في تلك المنصة من الشباب والمراهقين من سن 18 وحتى 24 سنة.

التعليق على الدراسات السابقة:

أشارت الدراسات السابقة وأدبيات البحث العلمي إلى ما يلي:

- 1- انخفاض نسب المشاهدة للتلفزيون التقليدي نظراً للإعلانات الكثيرة التي قد تتخلل المحتوى المعروض بشكل مبالغ فيه، فضلاً عن أن المنصات الرقمية أصبحت تنتج أعمالاً بشكل حصري تتميز بالجودة الفائقة للعرض للمحتوى وإمكانية مشاهدة المحتوى في أي مكان وزمان ومن خلال أي جهاز ذكي متصل بشبكة الانترنت.
- 2- انجذاب فئة المراهقين والشباب إلى استخدام المنصات الترفيهية الرقمية أو ما يسمى بالفيديو عند الطلب.
- 3- شهدت منصة نتفليكس انتشاراً ملحوظاً على مستوى دول العالم وقد حققت نجاحاً في أغلب تلك الدول
- 4- تعتمد المنصات الرقمية أو خدمات المشاهدة المدفوعة مقدماً ومنها منصة نتفليكس على الخوارزميات الرقمية فقط في تحديد احتياجات المشاهدين في المقام الأول لتحقيق أعلى نسب المشاهدة، مع المنافسة المستمرة مع الشركات الأخرى من خلال التخفيض النسبي للاشتراكات الخاصة بها وتصميم عروض تجارية تنافسية على الدوام لجذب أكبر عدد ممكن من المشتركين إليها.

خامساً: تساؤلات الدراسة:

- 1- ما الأفلام العربية أو الأجنبية المنتجة بشكل حصري التي تحقق أعلى نسب مشاهدة في مصر طبقاً لأحدث تصنيفات منصة نتفليكس (الأفلام الحصرية لقائمة أكثر الأفلام - الحصرية- مشاهدة في مصر Top 10 Movies in Egypt)؟
- 2- ما نوعية أبرز الأفلام سواء العربية أم الأجنبية المنتجة بشكل حصري المعروضة على منصة نتفليكس من خلال قائمة أكثر الأفلام - الحصرية- مشاهدة في مصر Top 10 Movies in Egypt؟

3- هل هناك تصنيفات للمشاهدة للأفلام سواء العربية أم الأجنبية المعروضة المنتجة بشكل حصري على منصة نتفليكس؟

4- ما أبرز القيم ذات الاتجاه الإيجابي والسلبي التي تصدرها الأفلام المنتجة بشكل حصري المعروضة على منصة نتفليكس من خلال قائمة أكثر الأفلام -الحصريّة- مشاهدةً في

مصر Top 10 Movies in Egypt؟

5- ما أبرز السلوكيات الإيجابية والسلبية التي تصدرها الأفلام المنتجة بشكل حصري المعروضة على منصة نتفليكس من خلال قائمة أكثر الأفلام -الحصريّة- مشاهدةً في

مصر Top 10 Movies in Egypt؟

6- ما أبرز الترجمات النصية للمحتوى المنتج بشكل حصري التي تعرضها منصة نتفليكس؟

7- ما أبرز لغات الدبلجة للأفلام المنتجة بشكل حصري التي تعرض منصة نتفليكس؟

8- ما جنسية شركات الإنتاج للمحتوى الحصري المقدم على منصة نتفليكس من خلال قائمة

أكثر الأفلام -الحصريّة- مشاهدةً في مصر Top 10 Movies in Egypt؟

سادساً: نوع الدراسة ومنهجها

نوع الدراسة

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تستهدف تقديم وصف لكيفية حدوث ظاهرة أو حدث معين، وتعد الوظيفة الأساسية للبحوث الوصفية هي محاولة التنبؤ بسلوك أو أحداث معينة يمكن أن تحدث في المستقبل، ووفقاً لهذا المفهوم يسعى البحث إلى التعرف على أهم القيم ذات الاتجاه الإيجابي والسلبي، والسلوكيات الإيجابية والسلبية المقدمة من خلال منصة نتفليكس NETFLIX العالمية وبالتحديد من خلال الأفلام المنتجة بشكل حصري المعروضة على المنصة.

منهج الدراسة

تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح والذي يعتبر جهداً علمياً للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة موضوع البحث، وذلك بغرض مسح مضمون عينة من بعض الأفلام المنتجة بشكل حصري من شركة نتفليكس NETFLIX المقدمة وبالتحديد تصنيف "أكثر الأفلام مشاهدة في مصر Top 10 Movies in Egypt Today" الموجود على منصة نتفليكس NETFLIX

سابعاً: مجتمع وعينة الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة من كل الأفلام المنتجة حصرياً لمنصة نتفليكس NETFLIX، وحرص الباحث على اختيار عينة الدراسة من خلال تصنيف "أكثر الأفلام مشاهدة في مصر Top 10 Movies in Egypt Today" الموجود على منصة نتفليكس NETFLIX، وهي كالتالي:

- 1- أصحاب ولا أعز
- 2- Red Notice
- 3- The Royal Treatment
- 4- The Tinder Swindler
- 5- Through My Window

ثامناً: أدوات جمع البيانات:

اعتمدت الدراسة في جمع البيانات على صحيفة تحليل المضمون بالمشهد (وحدة التحليل) لأحدث الأفلام - المنتجة حصرياً- "أكثر الأفلام مشاهدة في مصر Top 10 Movies in Egypt Today" على منصة نتفليكس NETFLIX المعلنه بتاريخ 2022-2-15م، بإجمالي 5 أفلام من أصل 10 أفلام انتجت بشكل حصري لمنصة نتفليكس فقط.

تاسعاً: نتائج الدراسة التحليلية:

1- فئات الشكل:

الجهة المنتجة للفيلم جدول رقم (2)

م	اسم الفيلم	الجهة المنتجة للفيلم			
		عربي		أجنبي	
		ك	%	ك	%
1	The tinder swindler	0	0	1	20
2	Red Notice	0	0	1	20
3	The Royal Treatment	0	0	1	20
4	Through my window	0	0	1	20
5	أصحاب ولا أعز	1	20	0	0
	الإجمالي	1	20	4	80

- جاءت أغلب الأفلام في قائمة الأفلام الأكثر مشاهدة في مصر من الأفلام الأجنبية بنسبة 80%، وتنوعت جنسيات الجهات الإنتاجية مثل (البريطانية والإسبانية والأمريكية واللبنانية)، ويرجع الباحث تلك النتيجة إلى محاولات منصة نتفليكس لاجتذاب شركات الانتاج العربية والمخرجين العرب لانتاج أفلاماً حصرياً للمنصة.

المدة الزمنية للفيلم جدول رقم (3)

م	اسم الفيلم	المدة الزمنية للفيلم	
		من ساعة إلى ساعة ونصف	أكثر من ساعة ونصف إلى ساعتين
		ك	%
1	The tinder swindler	0	0
2	Red Notice	0	0
3	The Royal Treatment	1	20
4	Through my window	0	0
5	أصحاب ولا أعز	0	0
	الإجمالي	1	20
		4	80

- أشارت النتائج إلى أن المدة الزمنية لأغلب الأفلام محل الدراسة كانت حوالى أكثر من "ساعة ونصف إلى ساعتين" بنسبة 80%، وهو المعدل الطبيعي والمتوسط المعتدل للأفلام السينمائية المتعارف عليها بشكل عام.

سنة إنتاج الفيلم جدول رقم (4)

م	اسم الفيلم	سنة الإنتاج	
		2021م	2022م
		ك	%
1	The tinder swindler	0	0
2	Red Notice	1	20
3	The Royal Treatment	0	0
4	Through my window	0	0
5	أصحاب ولا أعز	0	0
	الإجمالي	1	20
		4	80

- أوضحت النتائج أن معظم الأفلام على قائمة أكثر الأفلام مشاهدة على منصة "نتفليكس" كانت من إنتاج عام 2022م بنسبة 80%.

نوع الفيلم جدول رقم (5)

م	اسم الفيلم	نوع الفيلم			
		اجتماعي		أكشن وإثارة	
		ك	%	ك	%
1	The tinder swindler	0	0	0	0
2	Red Notice	0	0	1	20
3	The Royal Treatment	0	0	0	0
4	Through my window	0	0	1	20
5	أصحاب ولا أعز	1	20	0	0
	الإجمالي	1	20	1	20
		2	40	1	20

- جاءت فئة الأفلام "الرومانسية" في المرتبة الأولى في قائمة الأفلام الأكثر مشاهدة في مصر بنسبة 40%، ويعزو الباحث ذلك الأمر إلى سماح منصة نتفليكس لعرض بعض المشاهد التي قد تحتوي على عري أو جنس الأمر الذي قد يزيد من رغبة بعض المشاهدين من المراهقين والشباب إلى متابعة تلك الأفلام بالتحديد، وانفقت النتائج مع دراسة داليا

عثمان (2021) التي أوضحت أن أكثر المسلسلات المقدمة عبر نتفليكس تقدم المحتوى الجنسي بشكل كبير لا يتناسب مع المراحل العمرية التي تتابعه.
- أكدت النتائج أيضاً على أن جميع الأفلام محل الدراسة كان نوع الأبطال بها من الجنسين على حد سواء.

الترجمة المتاحة لكل فيلم جدول رقم (6)

م	اسم الفيلم	الترجمة المتاحة							
		العربية		الإسبانية		الإنجليزية		اليونانية	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
1	The tinder swindler	1	20	0	0	1	20	1	20
2	Red Notice	1	20	0	0	1	20	1	20
3	The Royal Treatment	1	20	0	0	1	20	1	20
4	Through my window	1	20	1	20	1	20	1	20
5	أصحاب ولا أعز	1	20	0	0	0	0	0	0
	الإجمالي	5	100	1	20	4	80	4	80

- أوضحت النتائج وجود ترجمة "عربية" متاحة على المنصة لكل الأفلام الأجنبية محل الدراسة بنسبة 100%، بينما تساوت كل من اللغة الانجليزية واللغة اليونانية في النسب وبالتحديد في المرتبة الثانية بنسبة 80%، ويرجع الباحث ذلك إلى اهتمام منصة نتفليكس لاجتذاب مختلف العملاء من الجنسيات العربية المختلفة والاستحواذ على السوق العربي بأكمله في ظل منصات رقمية ومنصات المشاهدة عند الطلب المنافسة.

- يشكّل محتوى اللغة الإنجليزية 55% من إجمالي مكتبة محتوى منصة نتفليكس، 10% باللغة الهندية، و6% باللغة الإسبانية، و4% باللغة اليابانية، يوجد أيضاً 3% محتوى ماندرين و3% كوري و3% محتوى عربي، وتشكل اللغات الأجنبية الأخرى 17% من محتويات مكتبتها. (22)

الدبلجة المتاحة لكل فيلم جدول رقم (7)

م	اسم الفيلم	الدبلجة المتاحة					
		العربية		الانجليزية		الإسبانية	
		ك	%	ك	%	ك	%
1	The tinder swindler	0	0	1	20	1	20
2	Red Notice	1	20	1	20	1	20
3	The Royal Treatment	0	0	1	20	1	20
4	Through my window	0	0	1	20	1	20
5	أصحاب ولا أعز	1	20	0	0	0	0
	الإجمالي	2	40	4	80	4	80

- أكدت النتائج على تصدر كل من اللغة "الانجليزية" واللغة "الإسبانية" بنسبة 80% على حد سواء كدبلجة متاحة للأفلام محل الدراسة، ويرجع الباحث تلك النتيجة إلى أن اللغة الانجليزية أصبحت لغة شبه عالمية في مختلف التعاملات على كافة المستويات، الأمر الذي فرضها كلغة للدبلجة لأغلب أفلام المنصة إن لم يكن جميعها، أما بالنسبة للغة الإسبانية فتضم هذه اللغة أكثر من 41 مليون متحدث بها في الولايات المتحدة، والتي تشكل 13% من عدد

سكان الولايات المتحدة. وهذا ما يجعلها ثاني أكبر دولة تتحدث اللغة الإسبانية في العالم بعد المكسيك، ووفقاً لمكتب الإحصاء الأمريكي، سيبلغ عدد الناطقين باللغة الإسبانية في الولايات المتحدة حوالي 138 مليون بحلول عام 2050م – مما قد يجعلها أكبر دولة ناطقة بالإسبانية على وجه الأرض⁽²³⁾.

– وتتفق تلك النتيجة مع دراسة رانيا محمود الكيلاني (2021) نظراً لكون موقع نتفليكس من المواقع الأكثر مشاهدة عند الشباب العربي في الفترة الأخيرة.

تصنيف الفيلم جدول رقم (8)

م	اسم الفيلم	تصنيف الفيلم					
		+13		+16		+18	
		ك	%	ك	%	ك	%
1	The tinder swindler	0	0	0	0	1	20
2	Red Notice	1	20	0	0	0	0
3	The Royal Treatment	1	20	0	0	0	0
4	Through my window	0	0	0	0	1	20
5	أصحاب ولا أعز	0	0	1	20	0	0
	الإجمالي	2	40	1	20	2	40

– تقاسمت فئتان "+13" و "+18" المرتبة الأولى بنسبة 40% على حد سواء من حيث تصنيف الفيلم من إجمالي الأفلام عينة الدراسة، وقد يرجع الباحث تلك النتيجة إلى تفضيل المراهقين والشباب مشاهدة الأفلام +18 لما قد تتضمنه من مشاهد جريئة وعري أو مشاهد قتل وعنف أو استخدام بعض الألفاظ الخارجة، أما بخصوص +13 فهي الأفلام التي تصلح للأطفال دون سن الـ 13 عام وبالرغم من ذلك قد تحتوي بعض تلك الأفلام على مشاهد لا تتناسب مع الأطفال في ذلك السن طبقاً لإجابات بعض المبحوثين من أولياء الأمور⁽²⁴⁾، واتفقت النتائج مع دراسة داليا عثمان (2021) التي أوضحت أن أكثر المسلسلات المقدمة عبر نتفليكس تقدم المحتوى الجنسي بشكل كبير لا يتناسب مع المراحل العمرية التي تتابعه.

– ويؤيد الباحث النتائج السابقة للدراسة حيث إن أغلب الأفلام الموجهة للأعمار 13 عام فما فوق، قد احتوت مشاهد على بعض المشاهد الجريئة كالتقلبات الساخنة أو التعرض لقضايا المثلية أو وجود بعض الإيحاءات الجنسية سواء بالتصريح أم التلميح بالرموز المتعارف عليها.

نوع التحذير قبل بداية مشاهدة الفيلم جدول رقم (9)

م	اسم الفيلم	تحذير قبل بداية الفيلم (يحتوي على...)									
		جنس		لغة خارجة		خمور		عري		عنف	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
1	The tinder swindler	1	20	1	20	1	20	0	0	0	0
2	Red Notice	0	0	1	20	1	20	0	0	1	20
3	The Royal Treatment	0	0	0	0	1	20	0	0	0	0
4	Through my window	1	20	1	20	1	20	1	20	0	0
5	أصحاب ولا أعز	0	0	1	20	1	20	0	0	0	0
	الإجمالي	2	40	4	80	5	100	1	20	1	20

- حصلت فئة "لغة خارجة" على المركز الأول من حيث "العبارات التحذيرية قبل بداية الفيلم" بنسبة 80% من إجمالي الأفلام عينة الدراسة، ويرجع الباحث ذلك إلى محاولة بعض المخرجين وصناع الأفلام إلى جعل حبكة الفيلم الدرامية أكثر واقعية قدر الاستطاعة وخاصة إذا كانت نوعية الأفلام أكشن، جريمة وإثارة، واتفقت تلك النتيجة مع دراسة ياسمين محمد إبراهيم (2021) التي أشارت إلى احتواء أغلب الأفلام والمسلسلات المعروضة على منصة نتفليكس على بعض الإيحاءات والعبارات غير الأخلاقية، والتي تتناقض مع متطلبات الحتمية القيمية في مضامين الوسائل الإعلامية.
- وقد لاحظ الباحث تفشي اللغة والألفاظ الخارجة غير اللائقة في أغلب الأفلام عينة الدراسة مع انتشار السباب للتعبير عن الضيق أو الغضب أو الفشل في تحقيق شيء ما، فضلاً عن مشاهد شرب الخمور كنوع من أنواع الرقي الاجتماعي وشكل من أشكال الطبقة الارستقراطية في المجتمع.

عدد المشاهد الكلي للفيلم جدول رقم (10)

م	اسم الفيلم	عدد المشاهد	
		ك	%
1	Through my window	60	34.5
2	The Royal Treatment	44	25.3
3	Red Notice	31	17.8
4	The tinder swindler	26	15
5	أصحاب ولا أعز	13	7.4
الإجمالي		174	100

- جاء إجمالي المشاهد في الأفلام محل الدراسة حوالي 174 مشهداً، وحصل فيلم The Royal Treatment على المركز الأول من حيث عدد المشاهد بواقع 44 مشهداً.

فئات المضمون:

المستوى الاجتماعي الذي يدور فيه الفيلم جدول رقم (11)

م	اسم الفيلم	المستوى الاجتماعي الذي يدور فيه الفيلم			
		مجتمع راقى		متوسط	
		%	ك	%	ك
1	The tinder swindler	20	1	0	0
2	Red Notice	0	1	20	0
3	The Royal Treatment	20	1	0	0
4	Through my window	0	1	20	0
5	أصحاب ولا أعز	20	1	0	0
الإجمالي		60	2	40	3

- حصلت فئة "مجتمع راقى" على المركز الأول من حيث المستوى الاجتماعي الذي يدور فيه الفيلم بنسبة 60%، وقد يرجع الباحث ذلك إلى عوامل الإبهار والبذخ كالمال الوفير والسيارات الفارهة والقصور والفيلات المتميزة المجهزة بأحدث التكنولوجيا والتصميمات التي ظهرت في الأفلام عينة الدراسة.

القيم ذات الاتجاه الإيجابي للفيلم جدول رقم (12)

القيم ذات الاتجاه الإيجابي في الأفلام											
م	القيم ذات الاتجاه الإيجابي	The tinder swindler		Red Notice		The Royal Treatment		Through my window		أصحاب ولا أعز الكلي	
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
1	الحب	46.1	12	0	0	18.1	8	16.6	10	0	0
2	التعاون	34.6	9	45.1	14	0	0	0	0	0	0
3	الصدق	7.7	2	13	4	4.5	2	3.3	2	7.7	1
4	الشجاعة	27	7	6.4	2	4.5	2	5	3	7.7	1
5	تحقيق العدالة	23	6	6.4	2	0	0	0	0	0	0
6	الصبر	3.8	1	0	0	0	0	0	0	0	0
7	التسامح	7.7	2	0	0	4.5	2	1.6	1	0	0
8	التفاؤل	3.8	1	0	0	0	0	0	0	0	0
9	العطاء	0	0	0	0	13.6	6	0	0	0	0
10	التضحية	0	0	0	0	4.5	2	0	0	0	0
11	الوطنية	0	0	0	0	6.8	3	1.6	1	0	0
12	الصدقاة	0	0	0	0	0	0	0	0	7.7	1
	عدد مشاهد الأفلام موضوع التحليل	26		31		44		60		13	
										174	

- سيطرت سمة "الحب" على معظم الأفلام محل الدراسة بنسبة 17.2%، بينما حصلت سمة "التعاون" على المركز الثاني بنسبة 13.2%، من حيث القيم ذات الاتجاه الإيجابي من إجمالي مشاهد الأفلام بشكل عام، وتتفق تلك الإجابة مع النتائج السابقة التي أشارت أن أغلب عينة الأفلام كانت من النوع الرومانسي بنسبة 40%، واتفقت النتائج مع دراسة داليا عثمان (2021) التي أوضحت أن أهم القيم الإيجابية المقدمة في مسلسلات نتفليكس كانت أهمية الصداقة، رفض التنمر والتعاون.

- بالرغم من سيطرة قيمة الحب في أغلب مشاهد الأفلام فدائماً ما يصاحب تلك المشاهد وجود علاقة جنسية دون زواج أوفي إطار ما يسمى بـ "المساكنة"، أو "تغليف" العلاقات الشاذة المثلية بإطار الحب النقي.

كيفية عرض القيم ذات الاتجاه الإيجابي جدول رقم (13)

م	كيفية عرض القيم ذات الاتجاه الإيجابي	بالحوار		بالسلوك		بالحوار والسلوك	
		%	ك	%	ك	%	ك
1	The tinder swindler	8.4	9	9.3	10	19.6	21
2	The Royal Treatment	8.4	9	1.8	2	13	14
3	Through my window	4.6	5	3.7	4	7.4	8
4	Red Notice	11.2	12	3.7	4	5.6	6
5	أصحاب ولا أعز	0	0	0.9	1	1.8	2
	المجموع الكلي	32.7	35	19.6	21	47.6	51

ن = 107

- عرضت أغلب القيم ذات الاتجاه الإيجابي بشكل عام في مختلف المشاهد في الأفلام عينة الدراسة عن طريق "الحوار والسلوك" معاً بنسبة 47.6% من إجمالي عدد المشاهد في كل الأفلام عينة الدراسة، ويبرر الباحث تلك النتيجة بمحاولة مخرج ومؤلف الفيلم على حد سواء ترسيخ القيم ذات الاتجاه الإيجابي بالحوار والسلوك في ذهن المشاهد، واتفقت النتائج مع دراسة داليا عثمان (2021) التي أوضحت أن أهم القيم الإيجابية المقدمة في مسلسلات نتفليكس كانت أهمية الصداقة، رفض التنمر والتعاون.

- بينما عرضت القيم ذات الاتجاه الإيجابي بالحوار والسلوك في كل من فيلم The Tinder Swindler وفيلم The Royal Treatment وفيلم Through my window وفيلم Red Notice وفيلم أصحاب ولا أعز بنسب 19.6%، 13%، 7.4%، 5.6% و1.8% على التوالي.

اتجاه المعالجة في الفيلم للقيم ذات الاتجاه الإيجابي جدول رقم (14)

م	القيم ذات الاتجاه الإيجابي	اتجاه المعالجة في الفيلم للقيم ذات الاتجاه الإيجابي					
		معالجة إيجابية محفزة ومؤيدة		معالجة محايدة		معالجة رافضة	
		ك	%	ك	%	ك	%
1	الحب	27	25.2	0	0	3	2.8
2	الشجاعة	14	13	1	0.9	0	0
3	التعاون	12	11.2	8	7.4	3	2.8
4	الصدق	8	7.4	3	2.8	0	0
5	تحقيق العدالة	8	7.4	0	0	0	0
6	العطاء	6	5.6	0	0	0	0
7	التسامح	5	4.6	0	0	0	0
8	الوطنية	3	2.8	1	0.9	0	0
9	التضحية	2	1.8	0	0	0	0
10	الصبر	1	0.9	0	0	0	0
11	التفاؤل	1	0.9	0	0	0	0
12	الصداقة	0	0	1	0.9	0	0
	الإجمالي	87	81.3	14	13	6	5.6

ن = 107

- أكدت النتائج أن معظم "القيم ذات الاتجاه الإيجابي" في الأفلام عينة الدراسة قد تمت معالجتها بشكل "إيجابي محفز ومؤيد" بنسبة 81.3%، وحصلت قيمة "الحب" على المركز الأول من حيث عدد المشاهد المعالجة بشكل إيجابي محفز ومؤيد بنسبة 25.2%، وتتفق تلك النتيجة مع النتائج السابقة والتي أشارت إلى حصول فئة الأفلام "الرومانسية" على المرتبة الأولى في قائمة الأفلام الأكثر مشاهدة في مصر بنسبة 40%، واتفقت النتائج

مع دراسة داليا عثمان (2021) التي أوضحت أن أهم القيم الإيجابية المقدمة في مسلسلات نتفليكس كانت أهمية الصداقة، رفض التنمر والتعاون.
- بالرغم من سيطرة قيمة الحب في أغلب مشاهد الأفلام فدائماً ما يصاحب تلك المشاهد وجود علاقة جنسية دون زواج أوفي إطار ما يسمى بـ "المساكنة"، أو "تغليف" العلاقات الشاذة المثلية بإطار الحب النقي.

القيم ذات الاتجاه السلبي في الأفلام جدول رقم (15)

القيم ذات الاتجاه السلبي في الأفلام												
م	القيم ذات الاتجاه السلبي	The tinder swindler	Red Notice	The Royal Treatment	Through my window	أصحاب ولا أعز	المجموع الكلي	ك	%	ك	%	
1	الكذب	8	30.7	5	16.1	0	0	4	6.6	3	23	11.5
2	الخوف	11	42.3	3	9.6	0	0	4	6.6	2	15.3	11.5
3	الغيرة	1	3.8	1	3.2	0	0	4	6.6	1	7.7	4
4	التكبر	2	7.7	1	3.2	1	2.2	2	3.3	0	0	3.4
5	الخيانة	0	0	2	6.4	0	0	0	0	3	23	2.8
6	الكراهية	0	0	1	3.2	0	0	0	0	0	0	0.5
7	الخداع	0	0	1	3.2	0	0	0	0	0	0	0.5
8	الاستغلال	0	0	1	3.2	1	2.2	0	0	0	0	1.1
9	عدم الثقة	0	0	0	0	0	0	0	0	1	7.7	0.5
	عدد مشاهد الأفلام موضوع التحليل	26		31		44		60		13		174

- حصلت كل من سمة "الكذب" و "الخوف" على المركز الأول من حيث أكثر "القيم ذات الاتجاه السلبي" في الأفلام محل الدراسة بنسبة 11.5% على حد سواء، واتفقت تلك النتيجة مع دراسة دعاء أحمد البنا (2021) أغلب المضامين التي تقدمها هذه المنصات تخالف قيم وعادات وتقاليد المجتمع المصري وثقافته وتعاليم الدين، واتفقت أيضاً تلك النتيجة مع دراسة ياسمين محمد ابراهيم (2021) التي أشارت إلى احتواء أغلب الأفلام والمسلسلات المعروضة على منصة نتفليكس على بعض الإيحاءات والعبارات غير الأخلاقية، والتي تتناقض مع متطلبات الحتمية القيمية في مضامين الوسائل الإعلامية، واتفقت النتائج أيضاً مع دراسة داليا عثمان (2021) التي أوضحت أن القيم السلبية هي التفكك الأسري، الاكتئاب والاحباط، الشذوذ الجنسي والعلاقات الثلاثية.

- أظهرت معظم مشاهد الأفلام عينة الدراسة أن صفة الكذب تعبر عن سرعة البديهة والذكاء، بل وتم تأييد تلك الصفة - في بعض المشاهد- في حالة تحقيق هدف ما من قبل بطل الفيلم، فالغاية تبرر الوسيلة.

- ويشير الباحث إلى أن رفض الخوف في معظم الأفلام عينة الدراسة قد جاء أغلب مشاهدته كنوع من عدم التدبر والحكمة واتخاذ القرار السليم، بل جاء رفض الخوف كنوع من أنواع "الطيش" أو "عدم المسؤولية" الذي قد ينتج في النهاية عدة أضرار مادية ونفسية لاحقاً.

كيفية عرض القيم ذات الاتجاه السلبي جدول رقم (16)

م	كيفية عرض القيم ذات الاتجاه السلبي	بالحوار		بالسلوك		بالحوار والسلوك	
		%	ك	%	ك	%	ك
1	Red Notice	4.7	3	1.5	1	17.4	11
2	The tinder swindler	9.5	6	9.5	6	15.8	10
3	Through my window	3.1	2	3.1	2	15.8	10
4	أصحاب ولا أعز	8	5	0	0	8	5
5	The Royal Treatment	0	0	0	0	3.1	2
	المجموع الكلي	25.4	16	14.2	9	60.3	38

ن = 63

- عرضت أغلب "القيم ذات الاتجاه السلبي" بشكل عام في مختلف المشاهد في الأفلام عينة الدراسة عن طريق "الحوار والسلوك" معاً بنسبة 60.3% من إجمالي عدد المشاهد في كل الأفلام عينة الدراسة.
- بينما عرضت القيم ذات الاتجاه السلبي بالحوار والسلوك في كل من فيلم The Red Notice وفيلم Tinder Swindler وفيلم Through my window وفيلم أصحاب ولا أعز وفيلم The Royal Treatment بنسب 17.4%، 15.8%، 15.8%، 8%، و3.1% على التوالي.

اتجاه المعالجة في الفيلم للقيم ذات الاتجاه السلبي جدول رقم (17)

م	القيم ذات الاتجاه السلبي	اتجاه المعالجة في الفيلم للقيم ذات الاتجاه السلبي					
		معالجة إيجابية محفزة ومويدة		معالجة محايدة		معالجة رافضة	
		%	ك	%	ك	%	ك
1	الخوف	0	0	3.1	2	28.5	18
2	الكذب	8	5	4.7	3	19	12
3	التكبر	0	0	3.1	2	6.3	4
4	الخيانة	4.7	3	0	0	3.1	2
5	الاستغلال	0	0	0	0	3.1	2
6	الخداع	0	0	0	0	1.5	1
7	الغيرة	9.5	6	1.5	1	0	0
8	عدم الثقة	1.5	1	0	0	0	0
9	الكراهية	0	0	1.5	1	0	0
	الإجمالي	23.8	15	14.2	9	62	39

ن = 63

- أكدت النتائج أن معظم "القيم ذات الاتجاه السلبي" في الأفلام عينة الدراسة قد تمت معالجتها بشكل "رافض" بنسبة 62% من أصل 63 مشهد.
- ويشير الباحث أن رفض الخوف في معظم الأفلام عينة الدراسة قد جاء أغلب مشاهدته كنوع من عدم التدبر والحكمة واتخاذ القرار السليم، بل جاء رفض الخوف كنوع من أنواع "الطيش" أو "عدم المسؤولية" الذي قد ينتج في النهاية عن عدة أضرار مادية ونفسية لاحقاً.
- وحصلت فئة "الخوف" على المركز الأول من حيث القيم ذات الاتجاه السلبي بنسبة 28.5%.

السلوكيات الإيجابية في الأفلام جدول رقم (18)

السلوكيات الإيجابية في الأفلام													
م	السلوكيات الإيجابية		The tinder swindler		Red Notice		The Royal Treatment		Through my window		أصحاب ولا أعز		
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
1	34.6	9	0	0	16	7	1.6	1	0	0	0	0	
2	7.7	2	0	0	11.3	5	1.6	1	0	0	0	0	
3	11.5	3	0	0	6.8	3	1.6	1	0	0	0	0	
4	0	0	0	0	13.6	6	0	0	0	0	0	0	
5	0	0	0	0	9	4	0	0	0	0	0	0	
6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	15.3	2	
7	3.8	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
8	3.8	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
9	0	0	0	0	0	0	1.6	1	0	0	0	0	
عدد مشاهد الأفلام		26			31			44			60		
موضوع التحليل											13		
المجموع الكلي											174		

- سيطر سلوك "مساعدة الآخرين" على معظم الأفلام محل الدراسة بنسبة 9.7%، بينما حصل سلوك "شكر الآخرين" على المركز الثاني بنسبة 4.6%، من حيث السلوكيات الإيجابية من إجمالي مشاهد الأفلام بشكل عام.

- ولاحظ الباحث أن سلوك مساعدة الآخرين قد يأتي بسبب الحب أوفي نطاق الأسرة والعائلة أو مساعدة الجيران بشكل مباشر أو غير مباشر.

كيفية عرض السلوكيات الإيجابية جدول رقم (19)

م	كيفية عرض السلوكيات الإيجابية		بالحوار		بالسلوك		بالحوار والسلوك		
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
1	11.1	5	0	0	24.4	11	11.1	5	
2	28.8	13	6.6	3	13.3	9	28.8	13	
3	4.4	2	0	0	4.4	2	4.4	2	
4	0	0	0	0	0	0	0	0	
5	0	0	0	0	0	0	0	0	
المجموع الكلي		44.4	20	6.6	3	48.8	22	44.4	20

ن = 45

- عرضت أغلب "السلوكيات الإيجابية" بشكل عام في مختلف المشاهد في الأفلام عينة الدراسة عن طريق "الحوار" بنسبة 48.8% من إجمالي عدد المشاهد التي عرض السلوكيات الإيجابية في كل الأفلام عينة الدراسة.

- بينما عرضت السلوكيات الإيجابية بالحوار في كل من فيلم The Tinder Swindler و فيلم The Royal Treatment و فيلم Through my window بنسب 13.3%، 4.4%، على التوالي.

اتجاه المعالجة في الفيلم للسلوكيات الإيجابية جدول رقم (20)

م	اتجاه المعالجة في الفيلم للسلوكيات الإيجابية					
	معالجة إيجابية محفزة ومؤيدة		معالجة محايدة		معالجة رافضة	
	ك	%	ك	%	ك	%
1	13	27.6	1	2.1	3	6.3
2	8	17	0	0	0	0
3	6	12.7	1	2.1	0	0
4	6	12.7	0	0	0	0
5	4	8.5	0	0	0	0
6	2	4.2	0	0	0	0
7	1	2.1	0	0	0	0
8	1	2.1	0	0	0	0
9	0	0	1	2.1	0	0
الاجمالي	41	87.2	3	6.3	3	6.3

ن = 47

- أكدت النتائج أن معظم "السلوكيات الإيجابية" في أفلام عينة الدراسة تمت معالجتها بشكل "إيجابي محفز ومؤيد" بنسبة 87.2% من أصل 47 مشهد تناول مختلف السلوكيات الإيجابية فيه.
- وحصد سلوك "مساعدة الآخرين" على أعلى نسبة وهي 27.6%.
- ولاحظ الباحث أن سلوك مساعدة الآخرين قد يأتي بسبب الحب أوفي نطاق الأسرة والعائلة أو مساعدة الجيران بشكل مباشر أو غير مباشر.

السلوكيات السلبية في الأفلام جدول رقم (21)

م	السلوكيات السلبية في الأفلام												
	المجموع الكلي		أصحاب ولا أعز		Through my window		The Royal Treatment		Red Notice		The tinder swindler		السلوكيات السلبية
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
1	27	15.5	2	15.3	17	28.3	0	0	3	9.6	5	19.2	حرية العلاقات الجنسية
2	20	11.5	3	23	2	3.3	2	4.5	9	29	4	15.3	الغضب
3	19	11	2	15.3	9	15	1	2.2	7	22.5	0	0	السب
4	16	9.2	0	0	3	5	1	2.2	11	35.4	1	3.8	العنف
5	11	6.3	2	15.3	3	5	1	2.2	2	6.4	3	11.5	شرب الخمر
6	10	5.7	0	0	4	6.6	0	0	3	9.6	3	11.5	السرقه
7	8	4.6	0	0	0	0	1	2.2	6	19.3	1	3.8	السخرية
8	8	4.6	0	0	0	0	0	0	3	9.6	5	19.2	الاحتيال
9	8	4.6	0	0	1	1.6	1	2.2	2	6.4	4	15.3	الانتقام
10	7	4	0	0	0	0	1	2.2	3	9.6	3	11.5	التهديد
11	7	4	0	0	6	10	1	2.2	0	0	0	0	التجسس
12	6	3.4	0	0	1	1.6	0	0	5	16.1	0	0	التدمير
13	5	2.8	2	15.3	0	0	0	0	0	0	3	11.5	الاعتماد على الآخرين
14	4	2.3	2	7.7	1	1.6	1	2.2	0	0	0	0	الشدود الجنسي

15	التدخين	2	7.7	0	0	0	0	0	0	0	0
16	النميمة	0	0	0	0	4.5	2	0	0	0	0
17	عقوق الوالدين	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
18	عدم النظافة	0	0	0	0	0	0	3.2	1	0	0
19	اللامبالاة	1	3.8	0	0	0	0	0	0	0	0
20	التبذير	1	3.8	0	0	0	0	0	0	0	0
	عدد مشاهد الأفلام	26	31	44	60	13	174				
	موضوع التحليل										

- أشارت النتائج إلى أن أكثر "السلوكيات السلبية" ظهوراً في عينة أفلام الدراسة كانت "حرية العلاقات الجنسية" حيث جاءت بنسبة 15.5% من إجمالي مشاهد الأفلام وهي 174 مشهد، واتفقت تلك النتيجة مع دراسة دعاء أحمد البنا (2021) أغلب المضامين التي تقدمها هذه المنصات تخالف قيم وعادات وتقاليد المجتمع المصري وثقافته وتعاليم الدين، واتفقت أيضاً تلك النتيجة مع دراسة ياسمين محمد إبراهيم (2021) التي أشارت إلى احتواء أغلب الأفلام والمسلسلات المعروضة على منصة نتفليكس على بعض الإيحاءات والعبارات غير الأخلاقية، والتي تتناقض مع متطلبات الحتمية القيمية في مضامين الوسائل الإعلامية، واتفقت النتائج أيضاً مع دراسة داليا عثمان (2021) التي أوضحت أن القيم السلبية هي التفكك الأسري، الاكتئاب والإحباط، الشذوذ الجنسي والعلاقات الثلاثية، اتضح أن أكثر المسلسلات المقدمة عبر نتفليكس تقدم المحتوى الجنسي بشكل كبير لا يتناسب مع المراحل العمرية التي تتابعه.

- ولاحظ الباحث أن أغلب المشاهد في الأفلام عينة الدراسة أكدت على حق الفرد في حرية إقامة علاقة جنسية دون أي زواج رسمي أو عقد يكفل ذلك، تحت مسمى الحب أو الانجذاب العاطفي في حالة رضا الطرفين تحت شعار الحرية الشخصية.

كيفية عرض السلوكيات السلبية جدول رقم (22)

م	كيفية عرض السلوكيات السلبية	بالحوار		بالسلوك		بالحوار والسلوك	
		ك	%	ك	%	ك	%
1	Through my window	6	3.6	12	7.1	31	18.5
2	Red Notice	0	0	25	15	30	18
3	The tinder swindler	14	8.3	5	3	17	10.1
4	أصحاب ولا أعز	0	0	5	3	10	6
5	The Royal Treatment	7	4.2	0	0	5	3
	المجموع الكلي	27	16.1	47	28.1	93	55.6

ن = 167

- أوضحت النتائج أنه تم عرض "السلوكيات السلبية" في الأفلام عينة الدراسة عن طريق "الحوار والسلوك" بنسبة 55.6% من إجمالي عدد المشاهد التي عرض جميع السلوكيات السلبية في الأفلام عينة الدراسة بما يساوي 167 مشهداً.

اتجاه المعالجة في الفيلم للسلوكيات السلبية جدول رقم (23)

م	اتجاه المعالجة في الفيلم للسلوكيات السلبية					
	معالجة رافضة		معالجة محايدة		معالجة إيجابية محفزة ومؤيدة	
	ك	%	ك	%	ك	%
1	2	1.2	3	13.1	22	13.1
2	0	0	2	10.1	17	10.1
3	0	0	2	8.3	14	8.3
4	0	0	11	5.3	9	5.3
5	1	0.6	0	4.2	7	4.2
6	0	0	1	4.2	7	4.2
7	3	1.8	0	4.2	7	4.2
8	0	0	6	3	5	3
9	1	0.6	1	2.4	4	2.4
10	5	3	0	1.8	3	1.8
11	4	2.4	0	1.8	3	1.8
12	1	0.6	0	1.8	3	1.8
13	1	0.6	2	1.8	3	1.8
14	0	0	0	1.8	3	1.8
15	3	1.8	0	1.2	2	1.2
16	0	0	0	1.2	2	1.2
17	0	0	0	0.6	1	0.6
18	0	0	3	0	0	0
19	1	0.6	1	0	0	0
20	0	0	1	0	0	0
	22	13.1	33	19.7	112	67

ن = 167

- أكدت النتائج على "المعالجة الإيجابية المحفزة" للسلوكيات السلبية بالأفلام عينة الدراسة، بنسبة 67%، وكانت أكثر هذه السلوكيات السلبية هي "حرية العلاقات الجنسية" والتي جاءت بنسبة 13.1%، واتفقت النتائج أيضاً مع دراسة داليا عثمان (2021) التي أوضحت أن القيم السلبية هي التفكك الأسري، الاكتئاب والإحباط، الشذوذ الجنسي والعلاقات الثلاثية، اتضح أن أكثر المسلسلات المقدمة عبر نتفليكس تقدم المحتوى الجنسي بشكل كبير لا يتناسب مع المراحل العمرية التي تتابعه.

- ولاحظ الباحث أن أغلب المشاهد في الأفلام عينة الدراسة أكدت على حق الفرد في حرية إقامة علاقة جنسية دون أي زواج رسمي أو عقد يكفل ذلك، تحت مسمى الحب أو الانجذاب العاطفي في حالة رضا الطرفين تحت شعار الحرية الشخصية.

أهم القضايا التي تناولها الفيلم جدول رقم (24)

أهم القضايا التي تناولها الفيلم													
م	أهم القضايا التي تناولها الفيلم	The tinder swindler		Red Notice		The Royal Treatment		Through my window		أصحاب ولا أعز		المجموع الكلي	
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
1	حرية العلاقات الجنسية	21.7	5	0	0	0	0	74	17	4.3	1	13.2	23
2	المواعدة الالكترونية	72.7	8	0	0	0	0	0	0	27.2	3	6.3	11
3	سرقة الأثار	0	0	100	10	0	0	0	0	0	0	5.7	10
4	شرب الخمر	0	0	33.3	3	22.2	2	22.2	2	22.2	2	5.1	9
5	الاحتيال	62.5	5	37.5	3	0	0	0	0	0	0	4.6	8
6	القرصنة الالكترونية	0	0	85.7	6	0	0	42.8	3	0	0	4	7
7	المثلية الجنسية	0	0	0	0	20	1	40	2	40	2	2.8	5
8	الخيانة الزوجية	0	0	0	0	0	0	0	0	100	4	2.3	4
9	تقنية التزييف العميق	0	0	100	3	0	0	0	0	0	0	1.7	3
10	المساكنة	100	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1.1	2
عدد مشاهد الأفلام		26		31		44		60		13		174	
موضوع التحليل													

- حصلت قضية "حرية العلاقات الجنسية" على المركز الأول في الأفلام عينة الدراسة التي عرضت على منصة نتفلكس الرقمية، بنسبة 13.2% من إجمالي القضايا التي ظهرت في الأفلام، واتفقت تلك النتيجة مع دراسة دعاء أحمد البنا (2021) أغلب المضامين التي تقدمها هذه المنصات تخالف قيم وعادات وتقاليد المجتمع المصري وثقافته وتعاليم الدين، واتفقت النتائج أيضاً مع دراسة داليا عثمان (2021) التي أوضحت أن القيم السلبية هي التفكك الأسري، الاكتئاب والإحباط، الشذوذ الجنسي والعلاقات الثلاثية، اتضح أن أكثر المسلسلات المقدمة عبر نتفلكس تقدم المحتوى الجنسي بشكل كبير لا يتناسب مع المراحل العمرية التي تتابعتها.

- ولاحظ الباحث أن أغلب المشاهد في الأفلام عينة الدراسة أكدت على حق الفرد في حرية إقامة علاقة جنسية دون أي زواج رسمي أو عقد يكفل ذلك، تحت مسمى الحب أو الانجذاب العاطفي في حالة رضا الطرفين تحت شعار الحرية الشخصية.

كيفية عرض القضية في الأفلام جدول رقم (25)

م	كيفية عرض القضية في الأفلام	بالحوار		بالسلوك		بالحوار والسلوك	
		%	ك	%	ك	%	ك
1	سرقة الأثار	0	0	0	0	12.2	10
2	المواعدة الالكترونية	1.2	1	1.2	1	11	9
3	الاحتيال	1.2	1	2.4	2	6.1	5

4	الفرصة الالكترونية	2	2.4	0	0	5	6.1
5	الخيانة الزوجية	0	0	0	0	4	4.8
6	تقنية التزييف العميق	0	0	0	0	3	3.6
7	شرب الخمر	0	0	7	8.5	2	2.4
8	المساكنة	2	2.4	0	0	0	0
9	المثلية الجنسية	5	6.1	0	0	0	0
10	حرية العلاقات الجنسية	5	6.1	18	22	0	0
المجموع		16	19.5	28	34.1	38	46.3

ن=82

- تم عرض القضايا المختلفة في الأفلام عينة الدراسة عن طريق "الحوار والسلوك" بنسبة 46.3% من إجمالي مشاهد الأفلام.
- وكانت قضية "سرقة الآثار" هي الأعلى نسبة من حيث كيفية عرض القضية بالحوار والسلوك بنسبة 12.2%.

اتجاه معالجة القضية في الأفلام جدول رقم (26)

م	اتجاه معالجة القضية في الأفلام	معالجة إيجابية محفزة ومؤيدة		معالجة محايدة		معالجة رافضة	
		ك	%	ك	%	ك	%
1	حرية العلاقات الجنسية	23	28	0	0	0	0
2	المواعدة الالكترونية	8	9.7	0	0	3	3.6
3	سرقة الآثار	7	8.5	2	2.4	1	1.2
4	شرب الخمر	7	8.5	2	2.4	0	0
5	المثلية الجنسية	5	6.1	0	0	0	0
6	الخيانة الزوجية	4	4.8	0	0	0	0
7	الاحتيال	3	3.6	0	0	5	6.1
8	تقنية التزييف العميق	3	3.6	0	0	0	0
9	المساكنة	2	2.4	0	0	0	0
10	الفرصة الالكترونية	0	0	6	7.3	1	1.2
المجموع		62	75.6	10	12.2	10	12.2

ن=82

- أشارت النتائج إلى المعالجة "الإيجابية المحفزة والمؤيدة" لمختلف القضايا التي عرضت في مشاهد الأفلام عينة الدراسة بنسبة 75.6% من إجمالي المشاهد التي ظهرت فيها المعالجات المختلفة.
- وأكدت النتائج أن أغلب عينة الأفلام المنتجة حصرياً على منصة نتفليكس الرقمية قد أيدت ودعمت وعالجت بشكل إيجابي قضية حرية العلاقات الجنسية بنسبة 28%.
- ولاحظ الباحث أن أغلب المشاهد في الأفلام عينة الدراسة أكدت على حق الفرد في حرية إقامة علاقة جنسية دون أي زواج رسمي أو عقد يكفل ذلك، تحت مسمى الحب أو الانجذاب العاطفي في حالة رضا الطرفين تحت شعار الحرية الشخصية.

نتائج الدراسة:

حظيت منصات المشاهدة عند الطلب الرقمية في الآونة الأخيرة مثل منصة نتفليكس وشاهد وواتش ايت watch it على الآف المشتركين من مختلف الدول حول العالم، للعديد من الأسباب كإعدام وجود الإعلانات التي قد تتخلل الأفلام والمسلسلات الدرامية، والإنتاج الخاص والحصري لتلك المنصات، مع إمكانية مشاهدة المحتوى في أي وقت وأي مكان ومن خلال أي جهاز متصل بشبكة الانترنت فضلاً عن سعر الاشتراك التنافسي بين المنصات المنخفض نسبياً، ولكن تحمل منصة نتفليكس من خلال أفلامها ومسلسلاتها الدرامية المنتجة بشكل أصلي أو حصري العديد من الرسائل والسلوكيات التي قد تتعارض بشكل مباشر أو غير مباشر مع دين وعادات وتقاليد الشعب المصري بشكل خاص والأمة العربية بشكل عام، مثل حرية العلاقات الجنسية المنفتحة دون قيود أزواج، وقضية المثلية الجنسية، بالإضافة إلى الكلمات والعبارة التي تحمل العنف بين طياتها في معظم مشاهد الأفلام عينة الدراسة، ناهيك عن السلوكيات السلبية التي ظهرت في الأفلام عينة الدراسة كالعنف والتدمير وغيرها، بل وظهرت العديد من القيم ذات الاتجاه السلبي كالكذب والخوف، ولكن كان هناك أيضاً قيم ذات اتجاه إيجابي وسلوكيات إيجابية حميدة ظهرت في بعض مشاهد الأفلام كالحب ومساعدة الآخرين والتعاون.. الخ، غير أنه قد شوهد بعض تلك القيم بشكل مقصود مثل الحب بين المثليين جنسياً، الأمر الذي قد يؤثر على عقلية الطفل والمراهقين والشباب المصري وقد يعمل على إعادة تشكيل إدراكهم لبعض المسميات ودفعهم للتحرر من العادات والتقاليد المتزنة والملتزمة بها الأسرة المصرية منذ قديم الزمن، ولابد من وقفة قوية من كل الجهات المنوطة للعمل على توعية الشباب بتلك الرسائل المدسوسة داخل بعض المشاهد سواء بالتصريح أو التلميح، مع التشجيع على إنتاج الأفلام المصرية والعربية التي تعمل على الحفاظ على الهوية والثقافة الشرقية الأصيلة الخالية من أي قيم ذات اتجاه سلبي أو سلوكيات سلبية منافية للفطرة السوية التي خلقها الله عز وجل.

الخلاصة:

- اتفقت أغلب عينة الدراسة من الأفلام المنتجة بشكل حصري لمنصة نتفليكس الرقمية على ما يلي:
- 1- جاءت أغلب الأفلام في قائمة الأفلام الأكثر مشاهدة في مصر من الأفلام الأجنبية وتنوعت جنسيات الجهات الانتاجية مثل (البريطانية والإسبانية والأمريكية واللبنانية).
 - 2- المدة الزمنية لأغلب الأفلام محل الدراسة كانت حوالى أكثر من "ساعة ونصف إلى ساعتين".
 - 3- معظم الأفلام على قائمة أكثر الأفلام مشاهدة على منصة "نتفليكس" كانت من إنتاج عام 2022م.
 - 4- جاءت فئة الأفلام "الرومانسية" في المرتبة الأولى في قائمة الأفلام الأكثر مشاهدة في مصر.
 - 5- جميع الأفلام محل الدراسة كان نوع الأبطال بها من الجنسين على حد سواء.
 - 6- وجود ترجمة "عربية" متاحة على المنصة لكل الأفلام الأجنبية.
 - 7- تصدر كل من اللغة "الانجليزية" واللغة "الإسبانية" على حد سواء كدبلجة متاحة للأفلام محل الدراسة.
 - 8- حصلت فئة "لغة خارجة" على المركز الأول من حيث "العبارة التحذيرية قبل بداية الفيلم".
 - 9- سيطرت سمة "الحب" على معظم الأفلام محل الدراسة.

- 10- عرضت أغلب السمات الإيجابية بشكل عام في مختلف المشاهد في الأفلام عينة الدراسة عن طريق "الحوار والسلوك" معاً.
- 11- معظم "القيم ذات الاتجاه الإيجابي" في الأفلام عينة الدراسة قد تمت معالجتها بشكل "إيجابي محفز ومؤيد".
- 12- حصلت كل من سمة "الكذب" و"الخوف" على المركز الأول من حيث أكثر "القيم ذات الاتجاه السلبي" في الأفلام محل الدراسة.
- 13- عرضت أغلب "القيم ذات الاتجاه السلبي" بشكل عام في مختلف المشاهد في الأفلام عينة الدراسة عن طريق "الحوار والسلوك" معاً.
- 14- أكدت النتائج أن معظم "القيم ذات الاتجاه السلبي" في الأفلام عينة الدراسة قد تمت معالجتها بشكل "رافض".
- 15- سيطر سلوك "مساعدة الآخرين" على معظم الأفلام محل الدراسة من حيث السلوكيات الإيجابية.
- 16- عرضت أغلب "السلوكيات الإيجابية" بشكل عام في مختلف المشاهد في الأفلام عينة الدراسة عن طريق "الحوار".
- 17- أكدت النتائج أن معظم "السلوكيات الإيجابية" في أفلام عينة الدراسة تمت معالجتها بشكل "إيجابي محفز ومؤيد".
- 18- أشارت النتائج إلى أكثر "السلوكيات السلبية" ظهوراً في عينة أفلام الدراسة كانت "حرية العلاقات الجنسية".
- 19- أوضحت النتائج أنه تم عرض "السلوكيات السلبية" في الأفلام عينة الدراسة عن طريق "الحوار والسلوك".
- 20- أكدت النتائج على "المعالجة الإيجابية المحفزة" للسلوكيات السلبية بالأفلام عينة الدراسة.
- 21- حصلت قضية "حرية العلاقات الجنسية" على المركز الأول في الأفلام عينة الدراسة التي عرضت على منصة نتفلكس الرقمية.

التوصيات:

- 1- ضرورة توعية الجمهور المصري بشكل عام والشباب بشكل خاص بمدى خطورة الغزو الثقافي ومحاولات الغرب المستمرة لفرض بعض القضايا المغايرة للدين والعادات والتقاليد كحقوق المثليين والإلحاد... الخ
- 2- دعم المنصات الرقمية المصرية للعمل على منافسة منصة نتفلكس قدر الإمكان، مع نشر القيم والسلوكيات الإيجابية الحميدة في الأفلام المنتجة خصيصاً لتلك المنصات.
- 3- تشجيع الشباب وصغار المؤلفين والمخرجين لإنتاج العديد من الأفلام المناهضة لما يريده أن يغرسه الغرب في عقل الطفل والشباب العربي من قضايا تتناقض مع الفطرة السوية الطبيعية.
- 4- تشجيع نقاد الأفلام على النقد الواقعي الموضوعي لأي فيلم قد يحتوي على مشاهد تحمل بعض الرسائل الخفية أو الرموز أو الألوان ذات الدلالة، لتوعية الأطفال والشباب والجمهور المصري بشكل عام.

مراجع الدراسة:

- 1- www.help.netflix.com/en/node/24926?ui_action=kb-article-popular-categories
- 2- www.help.netflix.com/ar/node/412?ui_action=kb-article-popular-categories
- 3- www.ecss.com.eg/18427/
- 4- www.statista.com/statistics/250934/quarterly-number-of-netflix-streaming-subscribers-worldwide/
- 5- www.help.netflix.com/en/node/4976
- 6- www.syr-res.com/article/21469.html
- 7- ريم سامي الشريف، مشاهدة المسلسلات عبر الشاشات البديلة وتأثيرها على مشاهدة التلفزيون التقليدي، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، القاهرة: كلية الاعلام، المجلد ٢٠، العدد 4، ٢٠٢١م.
- 8- رانيا محمود الكيلاني، استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في أفلام شبكة نيتفليكس دراسة تحليلية في ضوء مدخل حروب الجيل الخامس، **مجلة كلية الآداب جامعة الفيوم، الفيوم: كلية الآداب، المجلد 13، العدد 1، 2021م.**
- 9- دعاء أحمد البنا، مستويات تبني الشباب المصري للمنصات الرقمية الإعلامية لتداول المحتوى الترفيهي وأثارها، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، القاهرة: كلية الاعلام، المجلد ٢٠، العدد 2، ٢٠٢١م.
- 10- ياسمين محمد ابراهيم ومنه الله كمال موسى، تأثيرات مشاهدة النهمه لمحتوى منصة نتفليكس على البناء القيمي للمجتمع المصري: دراسة تطبيقية في ضوء نظرية الحتمية القيمية، **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، الجيزة، العدد 31، ٢٠٢١م.**
- 11-Asli Ildir, Ipek A Celik Rappas, Netflix in Turkey: Localization and audience expectations from video on demand, Published in **Sage Journals**, Vol 28, Issue 1, Dec. 17, 2021.
- 12-Suryadi Tanuwijaya and Andry Alamsyah, Mobile Customer Behaviour Predictive Analysis for Targeting Netflix Potential Customer, Published in International Conference on **Information and Communication Technology**, Indonesia, August 5, 2021.
- 13-Oliver Budzinski and Sophia Gaenssle, The battle of YouTube, TV and Netflix: an empirical analysis of competition in audiovisual media markets, Published in **Springer Nature**, August, 2021.
- 14-داليا عثمان، تأثير مشاهدة المسلسلات المقدمة على منصة نيتفليكس على النسق القيمي للمراهقين، **المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال**، العدد 31، أكتوبر/ ديسمبر، 2020م.

- 15-Jeremy Ryan Matthew, Netflix and the design of the audience,published in **Journal of media and communication research**, Vol. 36, Issue 69, 2020.
- 16-Katja Da Cunha, How good or bad is netflix for its users?: The relationship between binge-watching and self-regulation of eating behaviour, **Bachelor`s Thesis**, Department of psychology , Health and technology, University of Twente, 30 June, 2020.
- 17-ريهام سامي حسين، مشاهدة الشباب المصري الشرهة لخدمات البث التلفزيوني عبر الإنترنت: دراسة كيفية، **مجلة البحوث الاعلامية**، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، الجزء 3، العدد 55، 2020م.
- 18-عمر ومحمد محمود، دوافع مشاهدة المفردة للمحتوى الدرامي بمنصات البث الرقمي وتأثيرها على المستخدمين، **المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون**، العدد 18، يوليه/ ديسمبر 2019م.
- 19-Graeme Turner, Approaching the Cultures of use: Netflix, disruption and the audience, published in **Sage Journals**, Vol. 14, Issue 2, 2019.
- 20-غادة النشار، تأثير التعرض للدراما عبر المنصات الرقمية على أنماط علاقة الشباب بالدراما التلفزيونية، **المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون**، العدد 13، يناير 2018م.
- 21-Heejin Lee and Tim Dwyer, Comparing Digital Media Industries in South Korea and Australia: The Case of Netflix Take-Up, published in **International Journal of Communication**, October, Vol. 12, 2018.
- 22-www.financesonline.com/netflix-statistics/
23-www.protranslate.net
24-www.connectwithkids.com/tipsheet2015/2001/31_aug01/pg13.html

تم تحكيم البحث من عدد من الأساتذة المتخصصين في الإعلام:

- أ.د سامي الشريف، عميد كلية الاعلام بالجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات
أ.د السيد بهنسي، وكيل كلية الاعلام بالجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات
أ.د ميرال مصطفى، القائم بأعمال رئيس قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الاعلام بالجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات
أ.د نرمين خضر، عميدة كلية الاعلام الجامعة العربية المفتوحة
أ.د محمد رضا، أستاذ الاعلام بجامعة المنصورة