



P-ISSN: 2074-9554 | E-ISSN: 2663-811

Journal of Al-Farahidi's Arts

available online at: fia.tu.edu.iq/index.php/fia

Tikrit
University

J.F.A

Journal of Al-Farahidis

Arts

College of Arts

Excessive Viewing of Digital Television Platforms and the Gratifications that resulted from it: A Field Study

Mustafa Yaseen Taha

Maryam Mohanad Nassem

E-Mail: mustafa.yaseen@tu.edu.iq

E-Mail: maryam.moh@tu.edu.iq

CREDIT AUTHORSHIP CONTRIBUTION STATEMENT

The Author writes the original draft, validation, methodology, investigation, analysis, data curation, and conceptualization.

DECLARATION OF COMPETING INTEREST

The authors declare that they have no known competing financial interests or personal relationships that could have appeared to influence the work reported in this paper.

Article history:

Received	8/6/2026
Received in revised form	21/6/2026
Accepted	22/6/2026
Available online	29/9/2026

©THIS AN OPEN ACCESS ARTICLE UNDER THE CC BY LICENSE

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>



E-mail Jaa@tu.edu.iq

ABSTRACT

his research aims to monitor the types of digital television platforms most frequently used by respondents and determine the nature of binge-watching on these platforms. It also seeks to identify the motives, patterns, and achieved gratifications of binge-watching, as well as analyze and interpret the social, psychological, and technological factors influencing this behavior, Methodology: Research Type & Method: This is a descriptive study that utilizes the survey method, Population & Sample: The research population comprises digital television platform users, represented by a purposive sample of 200 respondents aged 15 and above, from various social, educational, and economic backgrounds, Scope: The temporal scope spanned from March 1 to March 31, 2026, Tool: The researcher utilized a questionnaire as a methodological tool, employing a three-point Likert scale, Main Results: There is a statistically significant correlation between the volume of binge-watching on digital television platforms and the respondents' motives for using these platforms, There is a statistically significant correlation between the volume of binge-watching on digital television platforms and the gratifications achieved from it,

Keywords: Binge Watching, Digital Platforms, Digital Television Platforms, Digital Television, Excessive Viewing, Online Streaming platforms, Uses and Gratifications, Video on Demand - VOD.

المشاهدة المفرطة للمنصات التلفزيونية الرقمية والاشباعات المتحققة منها: دراسة ميدانية

مصطفى ياسين طه - مريم مهند نسيم/جامعة تكريت / كلية الآداب/ قسم الاعلام

المستخلص:

يستهدف البحث رصد أنواع المنصات التلفزيونية الرقمية الأكثر استخداماً لدى المبحوثين، وتحديد طبيعة المشاهدة المفرطة لتلك المنصات، والتعرف على دوافع المشاهدة المفرطة وأنماطها والاشباعات المتحققة منها، فضلاً عن تحليل وتفسير العوامل الاجتماعية والنفسية والتكنولوجية المؤثرة في المشاهدة المفرطة، وهو من البحوث الوصفية الذي استخدم فيه المنهج المسحي، تمثل مجتمع البحث مستخدمي المنصات التلفزيونية الرقمية لعينة عمدية قوامها 200 مبحوثاً من أعمار 15 سنة فما فوق، وبمستويات اجتماعية وتعليمية واقتصادية مختلفة، تحدد المجال الزمني للفترة من 1-3 ولغاية 31-3-2026، استخدم الباحث استمارة الاستبيان كأداة منهجية باستخدام مقياس ليكرت الثلاثي، وجاءت أبرز النتائج: وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين حجم المشاهدة المفرطة للمنصات التلفزيونية الرقمية ودوافع استخدام المبحوثين لهذه المنصات

الكلمات المفتاحية : الاستخدامات والإشباعات، التلفزيون الرقمي، المشاهدة الشرهة، المشاهدة المفرطة، المشاهدة حسب الطلب، المنصات التلفزيونية الرقمية، المنصات الرقمية، منصات المشاهدة الالكترونية.

المقدمة

تمثل المنصات التلفزيونية الرقمية نمط جديد في مفهوم العرض والتلقي للمحتوى المرئي ضمن تفضيلات المستخدمين، إذ تسعى لتقديم مضمون متنوع الأصناف والأشكال وفقا لأحدث ما وصلت اليه التكنولوجيا الرقمية، وتسهم التحولات البنيوية في هيكل وظائف المعلومات وأدواته في تلبية استهلاك حاجات الجمهور الاجتماعية والنفسية، خاصة بعد الخصائص التي يتمتع بها البث التلفزيوني عبر الانترنت، كالبث المباشر للقنوات التلفزيونية التقليدية عبر يوتيوب كالجريدة والعربية وقنوات أخرى، والمنصات التلفزيونية الخاصة التي تبث عبر الانترنت مثل Netflix و Watch it و Shahid Vip وغيرها دون ان يكون لها قنوات تلفزيونية تقليدية يتدفق بثها غير المحدود واللامتناهي من حيث الزمان والمكان.

ويتكامل التلفزيون الرقمي مع التلفزيون عبر الانترنت في خصائص وسمات مشتركة فيما يختلف في أخرى، إذ يتميز الأول بالاندماج والمزج بين العديد من سمات وخصائص تلفزيون الانترنت كالتفاعلية من خلال تفضيل توقيت المشاهدة وإيقاف الفيديو من حيث التقديم والاسترجاع على عكس تلفزيون الانترنت الذي يعمل وفق لوائح وقوانين كما هي في التلفزيون التقليدي، أما ما يميز تلفزيون الانترنت هو التلقي المجاني على عكس التلفزيون الرقمي مدفوع الثمن وحسب الطلب بما يحقق حاجات واهتمامات ورغبات الجمهور.

هذه التحولات الرقمية في ثقافة الاستهلاك التكنولوجي غيرت من أنماط المشاهدة بشكل كبير، أتاحت ثقافة جديدة في التعرض وهي ما يطلق عليها "المشاهدة المفرطة" أي الإدمان في المشاهدة من خلال ازدياد ساعات التعرض للمحتوى، وللمشاهدة المفرطة أبعادا تحليلية من خلال (الدوافع Motivations) كالترفيه والفضول والهروب والادمان، (الاشباع Gratifications) كملء وقت الفراغ والاستمتاع وتقليل الاكتئاب، (التأثيرات Effects) كالانعزال الاجتماعي واضطراب ساعات النوم، ويمثل الشباب الشريحة الأكثر تعرضا واستخداما للمنصات التلفزيونية الرقمية؛ لأسباب تكنولوجية ونفسية واجتماعية تتفاعل من خلال خواص الجاذبية التقنية العالية وبساطة الوصول للمحتوى فضلا عن الاحتياجات السيكلوجية والتأثيرات الاجتماعية، تعكس هذه العوامل طبيعة ومستوى التعرض والتأثيرات "الاشباع" الناتجة عنها، وبذلك تتضح ملامح مشكلة وأهداف البحث.

الفصل الأول: الإطار المنهجي

أولاً: مشكلة البحث

تحدد مشكلة البحث في شيوع ظاهرة اجتماعية ونفسية ترتبط بمجموعة من العوامل الذاتية والخارجية المؤثرة في الفرد تتجاوز حدود الزمان والمكان، تبرز من خلال الانتشار المتزايد لظاهرة المشاهدة المفرطة للمنصات التلفزيونية الرقمية، وما تحققه من اشباعات تسهم في تلبية احتياجات المستخدمين واهتماماتهم، وانعكاس ذلك على مستوى تفضيلاتهم في مشاهدة المحتوى الرقمي؛ ينتج عنه ارتفاع مستوى التعرض لمحتوى المنصات التلفزيونية الرقمية، الأمر الذي يجعل هذه الظاهرة جديرة بالرصد والدراسة؛ لكشف أسبابها ودوافعها ونتائجها، كونها تسهم في تشكيل أنماط منعزلة اجتماعيا ونفسيا، تنعكس تأثيراتها المعرفية والعاطفية والسلوكية في الافراد، فضلا عن إمكانية التعرف إلى الاشباعات المتحققة منها جراء طبيعة التعرض للمحتوى التلفزيوني الرقمي ومستوياته وأنماطه.

ثانياً: أهمية البحث

تدور أهمية البحث وفق ما يلي:

-الأهمية العلمية: تسهم نتائج البحث في الوقوف على طبيعة ومسببات مستوى استخدام الجمهور في "المشاهدة المفرطة" للمنصات التلفزيونية الرقمية من الناحية العلمية وفق أسلوب منهجي دقيق يحقق أهداف البحث، كذلك تكمن أهميته العلمية في كشف التصورات الفكرية للجمهور المستهدف "عينة البحث" والتي تحدد أنماط تعرضه وتفضيلاته للمحتوى والأسباب الناتجة عن الإفراط في المشاهدة، وتقدم صورة علمية مدعمة بالأرقام والمعلومات والبيانات والتحليلات والتفسيرات للمكتبة العلمية عامة والإعلامية على وجه الخصوص.

-الأهمية المجتمعية: تكمن أهمية البحث في معالجة ظاهرة اجتماعية ونفسية تهدد التكيف والاندماج الاجتماعي والاسري وتزيد من حالة العزلة، وتكشف عن مدى سيطرة التكنولوجيا على العقل البشري ووجدانه، وتقدم النتائج مؤشرات علمية دقيقة لأساليب الرصد والتحليل تسهم في المعالجة من الناحية العلمية، وترفع من مستوى وعي الجمهور لمخاطر ظاهرة الإدمان الرقمي وتأثيراته المستقبلية بالرغم ما يحققه من اشباعات وتلبية احتياجات جراء زيادة التعرض، ويمكن القول ان الظاهرة التي تخضع للدراسة لها زوايا معالجة متعددة منها

الإعلامية التي تساهم في تحديدها وبناء مؤشراتهما ما يمكن أن تنعكس بالإيجاب مستقبلا على جمهور المستخدمين.

ثالثاً: أهداف البحث

يهدف البحث إلى تحقيق ما يلي:

- 1- رصد مستوى المشاهدة المفرطة للمنصات التلفزيونية الرقمية.
- 2- التعرف على دوافع المشاهدة المفرطة للمنصات التلفزيونية الرقمية.
- 3- معرفة أنماط المشاهدة المفرطة للمنصات التلفزيونية الرقمية.
- 4- كشف الاشباعات المتحققة من المشاهدة المفرطة للمنصات التلفزيونية الرقمية.

رابعاً: تساؤلات البحث

- 1- ما أنواع المنصات التلفزيونية الرقمية الأكثر استخداماً لدى المبحوثين؟
- 2- ما متوسط عدد ساعات المشاهدة المفرطة للمنصات التلفزيونية الرقمية لدى المبحوثين؟
- 3- ما دوافع المشاهدة المفرطة للمنصات التلفزيونية الرقمية لدى المبحوثين؟
- 4- ما أنماط المشاهدة المفرطة للمنصات التلفزيونية الرقمية لدى المبحوثين؟
- 5- ما الاشباعات المتحققة من المشاهدة المفرطة للمنصات التلفزيونية الرقمية لدى المبحوثين؟

خامساً: فروض البحث

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين حجم المشاهدة المفرطة للمنصات التلفزيونية الرقمية ودوافع استخدام المبحوثين لهذه المنصات.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين حجم المشاهدة المفرطة للمنصات التلفزيونية الرقمية والاشباعات المتحققة منها.

سادساً: نوع البحث

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية Descriptive التي تستهدف دراسة وتحليل خصائص مجموعة أو موقف معين؛ للحصول على معلومات كافية ودقيقة دون التحكم بأسبابها، كما يصف الظاهرة والحدث وتفسيرها وما يرتبط بالمعلومات الدقيقة عنها (حسين، 2006، صفحة 131)، ويتناسب نوع الدراسة مع وصف الظاهرة كما هي في الواقع وتحليلها دون تدخل أو تعديل، والتي تتيح فهم طبيعة مشاهدة الجمهور المفرطة للمنصات التلفزيونية

الرقمية ومستوى الاشباع المتحققة منها، عبر وصف خصائصها وتحليل العلاقات بين مكوناتها.

سابعاً: منهج البحث

تفرض طبيعة الموضوع نوع المنهج المستخدم في البحث، لذلك تم استخدام منهج المسح Survey من خلال إجراء مسح لعينة من الجمهور الذي يتعرض بإفراط للمنصات التلفزيونية الرقمية، والتعرف على الاشباع المتحققة منها جراء ارتفاع مستوى التعرض لتلك المنصات، بما يساعد الحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف الظاهرة وفق أسلوب علمي ومنهجي دقيق يضمن تحديد متغيرات البحث وتأثيرها على الظاهرة محل الدراسة.

ثامناً: مجتمع البحث وعينته

يمثل مجتمع البحث جميع مستخدمي المنصات التلفزيونية الرقمية في محافظة صلاح الدين عموماً، والذين تتراوح أعمارهم من 15 سنة فما فوق.

أما عينة البحث فقد طبقت الدراسة على عينة قوامها 200 مبحوثاً من كلا الجنسين، تحددت أعمارهم من 15 سنة فما فوق، وبمستويات اجتماعية وتعليمية واقتصادية مختلفة، واستخدم الباحث من خلالها "العينة العمدية" وهي إحدى أنواع العينات غير الاحتمالية -Non-Probability Sampling وتتيح هذه العينة الوصول إلى فئة محددة ممن يمارسون سلوك "المشاهدة المفرطة" للمنصات التلفزيونية الرقمية وليس عموم الجمهور، كما وتركز على فهم الدوافع والاشباع المتحققة وهو ما يحقق الهدف من الدراسة، لكنها لا تسمح بالتعميم على جميع مجتمع المستخدمين للمنصات التلفزيونية الرقمية إنما تنعكس نتائجها على الفئة المستهدفة فقط.

تاسعاً: مجالات البحث

المجال الزماني: امتدت الفترة الزمنية لتطبيق استمارة الاستبيان من (1-3 ولغاية 31-3-2026)، كإطار زمني محدد لجمع المعلومات.

المجال المكاني: مثلت محافظة صلاح الدين في العراق مجالا مكانيا للبحث وتطبيق استمارة الاستبيان على عينة المستخدمين للمنصات التلفزيونية الرقمية فيها.

المجال البشري: تحددت في مستخدمي المنصات التلفزيونية الرقمية ممن يمارسون "المشاهدة المفرطة" للمحتوى المرئي عبر الانترنت، بالاعتماد على نظام العينة العمدية المتاحة من أفراد مجتمع صلاح الدين.

عاشراً: أداة البحث

استخدم الباحث "استمارة الاستبيان" كأداة منهجية لجمع المعلومات، والتي صممت بالاستناد إلى مشكلة البحث وأهدافه وتساؤلاته وفرضياته وفق خطوات منهجية دقيقة، تضمنت صياغة تساؤلات وفرضيات تلائم مفهوم المشاهدة المفرطة للمنصات التلفزيونية الرقمية والاشباع المتحققة منها، وتم استخدام مقياس ليكرت Likert Scale الثلاثي من خلال ثلاث درجات استجابة (دائماً- أحياناً- أبداً)، (موافق-محايد-غير موافق)، وتمحورت العبارات والتساؤلات كالآتي:

المحور الأول: البيانات الديموغرافية للمبحوثين (النوع، السن، المستوى الاجتماعي، التعليمي، الاقتصادي).

المحور الثاني: أنواع المنصات التلفزيونية الرقمية الأكثر استخداماً لدى المبحوثين وتضمن 23 فقرة.

المحور الثالث: متوسط عدد ساعات المشاهدة المفرطة للمنصات الرقمية لدى المبحوثين وتضمن 10 فقرات.

المحور الرابع: عدد مرات المشاهدة المفرطة للمنصات التلفزيونية الرقمية لدى المبحوثين وتضمن 5 فقرات.

المحور الخامس: دوافع المشاهدة المفرطة للمنصات التلفزيونية الرقمية لدى المبحوثين وتضمن 8 فقرات.

المحور السادس: أنماط المشاهدة المفرطة للمنصات التلفزيونية الرقمية لدى المبحوثين وتضمن 18 فقرة.

المحور السابع: الاشباع المتحققة من المشاهدة المفرطة للمنصات الرقمية لدى المبحوثين وتضمن 18 فقرة.

اختبار الصدق Stability: اعتمد الباحث على الصدق الظاهري من خلال عرض استمارة الاستبيان على خمسة خبراء محكمين من ذوي الاختصاص في علوم الاتصال والاعلام؛ للتحقق من صدق الاستمارة، والذين أقرّوا بأن أدوات جمع البيانات تحقق أهداف البحث، بعد إتمام بعض التعديلات والملاحظات العلمية لتكون أكثر دقة وصالحة للتطبيق،

وبلغت نسبة الصدق (91.4%) وهي نسبة مرتفعة تدل على مستوى جيد جدا من الاتفاق أو الصدق، وتم حساب الصدق الظاهري على وفق المعادلة الآتية:

$$\text{معامل الصدق} = \left(100 \times \frac{\text{عدد الفئات المتفق عليها}}{\text{عدد الفئات الكلي}} \right) = 100 \times \frac{466}{510} = 91.37 \approx 91.4\%$$

عدد الفئات التي اتفق عليها المحكمين = $\frac{466}{5} = 93$ (عدد الفئات المقبولة باتفاق المحكمين).

جدول (1) نسبة الاتفاق والاختلاف بين المحكمين والخبراء على استمارة الاستبيان

ت	أسماء المحكمين والخبراء واللقب العلمي	مكان العمل	التخصص العلمي	الفئات الكلية	الفئات المتفق عليها	النسبة المئوية للاتفاق
1	أ. د. عيسى عيال مجيد	جامعة تكريت، كلية الآداب، قسم الإعلام	الصحافة	102	96	94.12%
2	أ. م. د. علي مولود فاضل	جامعة سامراء، كلية الآداب، قسم الاعلام	الإذاعة والتلفزيون	102	99	97.06%
3	أ. م. د. أحمد مولود	الجامعة العراقية، كلية الاعلام، قسم الصحافة	الصحافة	102	92	90.20%
4	أ. م. د. صفد حسام حمودي	جامعة بغداد، كلية الاعلام، قسم العلاقات العامة	العلاقات العامة	102	98	96.08%
5	أ. م. د. حنين سعد سلمان	جامعة تكريت، كلية الآداب، قسم الإعلام	الصحافة	102	81	79.41%
	المجموع		–	510	466	91.37%

الثبات Honesty: تم اعتماد معامل الثبات ألفا كرونباخ Cronbach Alpha للتحقق من

ثبات الاستبانة؛ إذ تبين أن الاستبانة ككل جيدة، ويتضح ما يلي:

– ثبات عبارات الاستبانة إذ جاءت قيم معامل ألفا جميعها أكبر من (0.500) وهي قيم مرتفعة مما يؤكد ثبات الاستبيان.

– صدق الاتساق الداخلي أتضح لنا أن قيم معامل الارتباط دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة المعنوية (0.01) مما يؤكد صدق الاتساق الداخلي للاستبانة.

حادي عشر: المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من مرحلة جمع البيانات تم ترميزها وإدخالها للحاسب الآلي ومعالجتها وتحليلها ومن ثم استخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج (SPSS) وتتمثل هذه الأساليب فيما يلي:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية لمعرفة تكرار توزيع إجابات المبحوثين.
- المتوسط الحسابي (Mean) لقياس المتوسط العام لإجابات المبحوثين.
- الانحراف المعياري (Standard Deviation) لقياس مدى تشتت إجابات المبحوثين حول المتوسط الحسابي.
- معامل ألفا كرونباخ (Cronbach Alpha) لقياس درجة الاتساق الداخلي لفقرات الاستبيان والتحقق من ثباتها.
- اختبار كاي مربع (χ^2 - Chi-Square Test) لاختبار دلالة العلاقة أو الفروق بين المتغيرين.
- معامل الارتباط (Coefficient of Association/Correlation) لقياس قوة واتجاه العلاقة بين المتغيرين.
- معامل القوة أو حجم الأثر (Effect Size) لقياس قوة العلاقة أو حجم التأثير بين المتغيرين.
- اتجاه العلاقة، أي أن العلاقة بين المتغيرين إذا جاءت موجبة؛ فزيادة أحدهما تقترن بزيادة الآخر.
- مستوى الدلالة الإحصائية (Significance Level) للحكم على معنوية النتائج وقبول أو رفض الفروض.

ثاني عشر: الدراسات السابقة

1-دراسة (إبراهيم ومكاوي، 2025).

هدفت الدراسة الى التعرف على الاشباعات العاطفية المتحققة للمبحوثين من المشاهدة الشربة للدراما عبر المنصات الالكترونية، اعتمدت الدراسة على عينة عمدية قوامها 427 مبحوثا من الافراد الذين يشاهدون الدراما بشراهة عبر منصات المشاهدة المدفوعة أو المجانية، وتوصلت إلى مجموعة نتائج أبرزها: وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين المشاهدة الشربة عبر منصات المشاهدة الالكترونية وبين الاشباعات العاطفية المتحققة منها "التعبير عن المشاعر - الاستمتاع - الإلهام والتأمل - التشويق والإثارة - الارتباط بالشخصية الدرامية - المشاركة الاجتماعية للعواطف - الحزن العاطفي"، كما أثبتت الدراسة ان منصة WATCHIT جاءت أولا، تلتها Shahid ثم Netflix كمنصات مدفوعة، اما المنصات المجانية جاء YouTube بالمرتبة الأولى، اما ما يتعلق بتفضيلات الدراما جاءت الدراما الاجتماعية بالمرتبة الأولى.

2-دراسة (محمد وزين الدين، 2025).

هدفت الدراسة الى التعرف على مستوى استخدامات المبحوثين للمحتوى الترفيهي في المنصات الرقمية وكشف الاشباعات المتحققة منه، وتوصلت الى مجموعة نتائج أبرزها: تصدر محتوى الأفلام والمحتوى الرياضي تفضيلات المبحوثين، فيما جاءت دوافع الاستخدام في استكشاف كل ما هو جديد في عالم الترفيه توسيع المعارف وتطوير الشخصية، وفيما يرتبط بالاشباعات حول ما يعرف بالتعرف على القضايا الاجتماعية واسهام المحتوى في تحقيق الشعور بالراحة النفسية للمستخدمين.

3-دراسة (جابر، 2021).

هدفت الدراسة الى التعرف على دوافع مشاهدة المبحوثين لقنوات تلفزيون الانترنت "شاهد بلس" والاشباعات المتحققة منه، اعتمدت على منهج المسح لعينة قوامها 450 مبحوثا وتوصلت لمجموعة نتائج أبرزها: تفوق فئة الترفيه والتسلية كأكثر الدوافع لاستخدام تلفزيون الانترنت، فيما جاءت استجاباتهم لفئة المساعدة في متابعة كل ما هو جديد أولا فيما يرتبط بالاشباعات المتحققة، وتصدرت الدراما تفضيلات محتوى المشاهدة.

أوجه الاتفاق والاختلاف والفجوة البحثية

انطلقت الدراسات السابقة من مدخل الاستخدامات والاشباعات؛ لكشف أنماط المشاهدة المفرطة دوافع التعرض وتفضيلات المحتوى، كما اتفقت على وجود علاقة ارتباط بين كثافة التعرض والمشاهدة المفرطة وبين مجموعة الاشباعات العاطفية والمعرفية والترفيهية، فضلا عن اتفاقها على أن الترفيه والتسلية وقضاء وقت الفراغ من أبرز الدوافع، يضاف لها سعي المستخدمين إلى مواكبة ومتابعة كل ما هو جديد، كما اتفقت على تصدر قائمة تفضيلات الجمهور المحتوى الرياضي والدرامي مع تباين في بعض المنصات الرقمية.

لم تتناول الدراسات الظاهرة بوصفها سلوكا إعلاميا له أبعاد نفسية واجتماعية غير محدودة، وهو ما يدفع الباحثين إلى إجراء المزيد من الدراسات التي ترتبط بهذا المتغير، كذلك افتقدت الدراسات السابقة إلى التركيز على قياس مستويات المشاهدة المفرطة للمنصات التلفزيونية الرقمية وعلاقتها بالاشباعات المتحققة وهو ما يسعى البحث الى معالجته.

ثالث عشر: المفاهيم الإجرائية للبحث

1-المشاهدة المفرطة: يقصد بها المشاهدة المتتالية "متصلة أو غير متصلة" للمحتوى الرقمي باختلاف مضامينه، يعبر عنه زمنيا 4 ساعات وأعلى للجلسة الواحدة ومن 6 ساعات فما فوق لجلسات غير متصلة.

2-المنصات التلفزيونية الرقمية: هي بيئات رقمية تقدم خدمات بث الكتروني عبر الانترنت او التقنيات الرقمية الحديثة، تهتم في إنتاج وتوزيع وبث المحتوى المرئي عبر تطبيقات خاصة بها منها مدفوعة الأجر وأخرى مجانية، وتوفر لمستخدميها إمكانية الوصول للمشاهدة عبر أنظمة متعددة منها حسب الطلب ومنها مباشر عبر استخدام الهواتف الذكية والحواسيب وأجهزة التلفاز الذكي والأجهزة اللوحية، كما تتيح للمستخدمين التفاعل والاستهلاك الفردي واختيار وقت العرض.

3-الاشباع: هي مجموعة المنافع والحاجات النفسية والمعرفية والاجتماعية والترفيهية التي يسعى الافراد الى تحقيقها او الحصول عليها من خلال المشاهدة المفرطة للمنصات التلفزيونية الرقمية، بما ينتج عنه إشباع دوافعهم واحتياجاتهم واهتماماتهم ورغباتهم المختلفة.

الفصل الثاني: الإطار المعرفي والنظري للبحث.

أولا: الإطار المفاهيمي للمنصات التلفزيونية الرقمية

المفهوم: من حيث الاصطلاح تعرف المنصات التلفزيونية الرقمية على إنها بوابات الكترونية مخصصة للبث المرئي عبر الانترنت، تقدم محتوى مختلف من البرامج والأفلام والمسلسلات والمباريات والتقارير، تمنح المستخدمين إمكانية الوصول عبر تشغيل التطبيق الخاص بالمنصة، وهي أحد أشكال الاستخدام التفاعلي الذي يتيح مجالا أوسع من حيث حرية التلقي (ابوالنجا، 2024، صفحة 120).

تعد منصات المشاهدة الرقمية من الأدوات الجديدة والفاعلة؛ إذ تقدم نفسها كبديل للتلفزيون التقليدي كونها أرست أساليب جديدة للمشاهدة تتلخص في شكل ومحتوى جديد للمضامين المقدمة، وتتنافس مختلف المنصات على تقديم محتوى أصلي؛ لاستقطاب المشاهدين مقابل الاشتراك والدفع للحصول على خدمات المشاهدة حسب الطلب (الأمين، 2021، صفحة 473). وسعيًا لمواكبة الثورة الرقمية حرصت القنوات التلفزيونية التقليدية للبقاء والمنافسة في سوق المشاهدة والحضور الرقمي من خلال تأسيس منصات رقمية تابعة لها بتقنيات وخواص

أكثر جذباً للمشاهد مثل منصة شاهد التي تتبع مجموعة قنوات MBC والتي أتاحت لمستخدميها محتوى تلفزيوني متوفر عند الطلب وبدون إعلانات؛ حيث يمكن مشاهدة مسلسل تلفزيوني كامل في غضون وقت قليل.

الأنواع: تتنوع المنصات التلفزيونية الرقمية تبعاً لوظيفتها وطبيعة المحتوى وآلية البث، وتقسم إلى الآتي:

1-البث عند الطلب (VOD): وهي منصات واسعة الانتشار، توفر محتوى ترفيهي كالأفلام والمسلسلات والبرامج تعتمد على نظام المشاهدة حسب الطلب، مثل (Netflix، Disney+، Shahid+).

2-المنصات التلفزيونية التابعة للقنوات الفضائية: وهي منصات رقمية مرتبطة بقنوات تلفزيونية تقليدية تعتمد صيغة البث المباشر والمحتوى المؤرشف، مثل (Al Jazeera، TOD، stctv، 360).

3-المنصات الرياضية: تختص ببث البطولات والمباريات مباشرة أو عند الطلب مثل (DAZN، TOD).

4-المنصات الإخبارية: تقدم نشرات الأخبار والبث المباشر والتقارير الوثائقية مثل (BBC iPlayer، 360 AlJazeera).

5-المنصات التعليمية والثقافية: توفر محتوى تعليمياً أو وثائقياً أو ثقافياً يهدف المعرفة والتدريب مثل منصات الوثائقيات التعليمية والمنصات الثقافية الرقمية التابعة للمؤسسات التلفزيونية.

6-منصات الأنمي: تقدم محتوى متخصص يستهدف جمهوراً محدداً (Crunchyroll، Noor Play).

7-المنصات المجانية: هي منصات مدعومة بالإعلانات تقدم المحتوى مجاناً وتعتمد على الإعلانات التجارية كمصدر تمويل لها.

8-المنصات الهجينة: هي منصات تجمع بين البث المباشر والمشاهدة حسب الطلب، وبين المحتوى المجاني والاشتراك المدفوع.

الخصائص: تتلخص خصائص المنصات التلفزيونية الرقمية بما يلي (رضا، 2024، الصفحات 20-21):

- 1-البث المباشر عبر الإنترنت (Live Streaming): تعتمد مشاهدة الجمهور فيه من خلال التعرض للمحتوى عبر شبكة الإنترنت بدلاً من البث الأرضي أو الفضائي التقليدي، مما يسمح لهم الوصول للبث من أي مكان وفي أي وقت.
- 2-التفاعل والتحكم: تتيح المنصات الرقمية للمستخدمين التحكم والتفاعل مع المحتوى في المشاهدة عبر إيقاف الفيديو أو تقديمه أو الرجوع، فضلاً عن التعليقات، التقييم، الإعجاب، المشاركة، أو اختيار محتوى للمشاهدة.
- 3-المشاهدة حسب الطلب (VOD): يستطيع المستخدم مشاهدة البرامج والأفلام في الوقت الذي يختاره دون الالتزام بجدول محدد.
- 4-المرونة في الوصول: عدم ارتباطها بزمان أو مكان محدد، إذ تتيح خوادم "Server-Remote Server" الوصول والمشاهدة في أي وقت ومن أي موقع يتوفر فيه الإنترنت. كما وتمتاز بخصائص أخرى منها:
- 5-الخوارزميات الذكية: تعتمد المنصات الرقمية على خوارزميات تقترح محتوى يناسب اهتمامات المستخدم.
- 6-استخدام أجهزة متعددة: تتيح الهواتف والتلفزيونات الذكية والحواسيب الوصول والمشاهدة للمنصات الرقمية.
- 7-استمرارية تحديث المحتوى: تمتاز بسرعة تحديث المحتوى من خلال إضافة الأفلام والمسلسلات عكس وسائل البث التقليدية.
- 8-تنوع المحتوى: توفر المنصات الرقمية محتوى متنوعاً يشمل الترفيه، الرياضة، الوثائقيات، التعليم، وغيرها.
- 9-المشاهدة الذاتية: توفر المنصات الرقمية للمستخدم حرية مشاهدة المحتوى بصورة فردية بخلاف المشاهدة الجماعية التقليدية.
- 10-الدفع أو المجانية: تعمل بعض المنصات بنظام الاشتراك مقابل الخدمة، فيما تعتمد أخرى على الإعلانات أو محتوى مجاني.
- 11-جودة بث عالية: تدعم تقنيات بث متطورة مثل HD و K4 والصوت المحيطي، مع خاصية الاختيار.

الاشباع: يوصف الاشباع على أنه إرضاء رغبة أو بلوغ هدف ما أو خفض دافع معين، والاشباع في نظرية التحليل النفسي هو خفض التنبيه والتخلص من التوتر، فيما تصف نظرية الاستخدامات والاشباعات الافراد على أنهم مدفوعين بمؤثرات نفسية واجتماعية لاستخدام وسائل اعلام بغية الحصول على نتائج محددة يطلق عليها "الاشباعات"، وتحقق وسائل الاعلام نوعين من الاشباعات وهي: (حسن، 2003، صفحة 50).

-اشباعات المحتوى: ناتجة عن التعرض لمحتوى وسائل الاعلام.

-اشباعات العملية: ناتجة عن عملية الاتصال والارتباط بالوسيلة ذاتها.

ثانيا: نظرية الاستخدامات والاشباعات

التطور الذي شهدته الثورة الرقمية أتاح اقتناء التقنيات الحديثة واستخدام افراد المجتمع لها على نحو واسع ومتسارع، وأعاد وفق ذلك صياغة المشهد الاجتماعي بطريقة وأسلوب جديد تعمل في نطاقه نظرية الاستخدامات والاشباعات على نحو أكثر فعالية، إذ فرضت من خلالها التقنيات الرقمية تطورا دراماتيكيا يستلزم الحفاظ عليها لأهميتها في بيئة المستخدمين؛ حيث تعمل التفاعلية وانسيابية الوصول للمستخدم والتفضيلات التي توفرها الخوارزميات على تحقيق مستوى من الرضا والاشباع لدى الافراد، وتمكن المنصات التلفزيونية الرقمية مستخدميها من إنتاج محتوى ومشاركته والتفاعل معه بخلاف وسائل الاعلام التقليدي التي اقتصرت على الاستهلاك فقط، مما وسع اشباعات المستخدم وتعقيدها (Almakaty, 2025, p. 1).

يبني نموذج "الاستخدامات والاشباعات" على مبدأ شائع في علوم الاتصال والاعلام وهو مبدأ "التعرض الاختياري"، والذي يشير إلى أن الأفراد يختارون بشكل واع التعرض لمصدر المعلومات الذي يلبي رغباتهم ويشبع احتياجاتهم، تركز هذه النظرية على الأسباب الخاصة بالتعرض لوسائل الاعلام أي كيف يستعمل الأفراد وسائل الاعلام، كما تشير إلى أن الجمهور في هذه الحالة لا يكون سلبيا كما ذهب إليه نماذج ودراسات التأثير التي اهتمت بالبحث في طبيعة العلاقة بين الأفراد ووسائل الاعلام، فالجمهور ليس سلبيا وإنما فاعل حقيقي يختار ما يتمشى معه انطلاقا من مبدأ التعرض والإدراك الانتقائيين أي استعمال وسائل الإعلام لأغراض وظائف مختلفة كالتسلية والتعلم والإعلام، إلا أن هذه الوظائف تتحكم فيها حاجات ودوافع تعتبر بمثابة عوامل محركة للأفراد ومن ثم فإن استخدام وسائل الاعلام مرهون

بالتباين في الحاجات بين الافراد، ويفسر التباين في التعرض بالكثافة المفرطة والتعرض المحدود؛ نتيجة عدم تلبية الوسيلة لحاجات الأفراد، وبذلك تجاوزت هذه النظرية دلالة اعتبار الجمهور سلبى وكتلة هامة ولا يتوفر فيه أية محركات دفاع على المستوى السيكولوجي والاجتماعي (عبد الحميد، 2004، الصفحات 216-217).

طبقت نظرية الاستخدامات والاشباع في الأبحاث الحديثة على ظواهر عدة، منها مواقع التواصل الاجتماعي والألعاب الالكترونية وتطبيقات الذكاء الاصطناعي والمنصات الرقمية وظاهرة المشاهدة المفرطة والاشباع المتحققة منها والتي حظيت باهتمام الباحثين. ويهدف هذا المنظور الى تفسير أساليب التفاعل الاتصالي بين الجمهور والرسالة؛ إذ يتم النظر إلى الأفراد بوصفهم مشاركين إيجابيين في العملية الاتصالية، وأن دوافع التعرض لوسائل الاعلام ناتجة عن احتياجات الافراد بمقابل تحقيق بعض الاشباعات جراء هذا التعرض (عبد الحميد، 2000، صفحة 31).

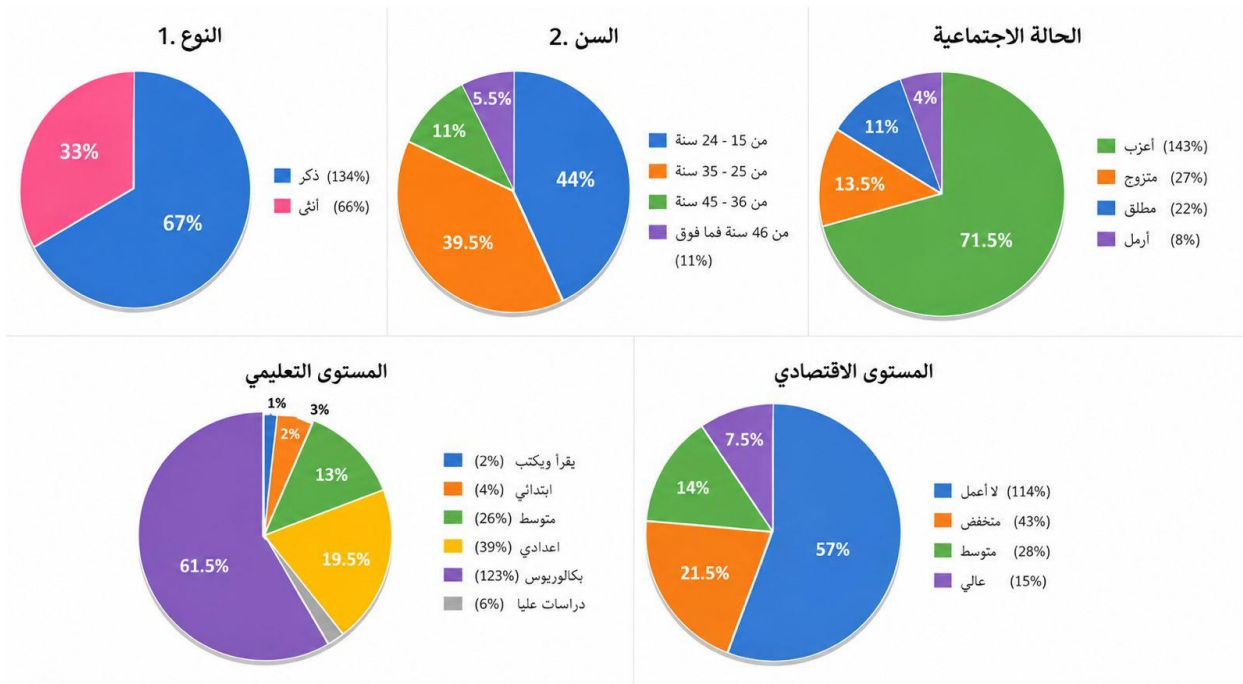
وتطبيقاً للدراسة الحالية تقترح نظرية الاستخدامات والاشباع أن دوافع الجمهور لاستخدام وسائل الاعلام الرقمي تتشكل بواسطة خصائص اجتماعية ونفسية معينة، ويعد كل من دافع القدرة على التحكم والبحث عن إشباع معين خاصيتين لابد أن يكون لهما ارتباط ببيئة الانترنت والتي يمارس من خلالها المستخدمون تحكم معقول في الاختيار من بين العديد من المنصات الرقمية التي يتعرضون من خلالها لمختلف المسلسلات التلفزيونية والأفلام السينمائية (يوسف، 2021، صفحة 409).

الفصل الثالث: الإطار التحليلي للبحث

يسعى البحث إلى رصد أنواع المنصات التلفزيونية الرقمية الأكثر استخداماً لدى المبحوثين، وتحديد طبيعة المشاهدة المفرطة للمنصات، والتعرف على دوافع وأنماط المشاهدة المفرطة والاشباع المتحققة منها، وتحليل وتفسير العوامل الاجتماعية والنفسية والتكنولوجية المؤثرة في المشاهدة المفرطة، وجاءت كالتالي:

أولاً: توصيف عينة البحث

شكل رقم (1) البيانات الشخصية للمبحوثين



تظهر بيانات الشكل أعلاه نسب متفاوتة بين المستخدمين من حيث متغير النوع بين فئتي الذكور والإناث، حيث زادت نسبة الذكور على الإناث عندما بلغت نسبة 67% بمقابل 33% للإناث، وتعكس هذه النتائج مستوى اهتمام الذكور في مشاهدة المنصات التلفزيونية الرقمية بشكل مفرط أكثر من الإناث، وبالنظر إلى متغير السن أظهرت النتائج غالبية المستخدمين من فئة الأعمار التي تتراوح بين 15-24 سنة ونسبة 44% عن باقي الأعمار الأخرى، وهي فئة جيل Z من الشباب الذي يرتبط نشوئه وسلوكياته بكثافة الاستخدام الرقمي خاصة الموبايل، أما من حيث متغير الحالة الاجتماعية جاءت النتائج تفوق فئة العزاب بنسبة 71.5% عن باقي الفئات الأخرى، وهي نتيجة تتضح ملامحها من خلال كثافة الاستخدام لفئة لا ترتبط بمسؤوليات الحياة بمقابل توفر الوقت للمشاهدة المفرطة التي يغلب عليها الهروب من المسؤوليات والبحث عن التسلية والترفيه، وفيما يرتبط بالمستوى التعليمي تصدرت فئة مستوى البكالوريوس بنسبة 61.5% عن باقي الفئات الأخرى، وهي نسبة كبيرة مقارنة بباقي الفئات وتفسر ان غالبية المستخدمين من فئة الشباب الذين يزاولون دراستهم الجامعية أي بمستوى تعليمي يناسب معرفتهم بالاستخدام الرقمي والمشاهدة الرقمية وإدراكهم لها مقارنة بغير المتعلمين والعارفين في طريقة استخدامها، أخيراً أظهرت النتائج فيما يرتبط بمتغير المستوى الاقتصادي تصدر فئة "لا يعمل" بنسبة 57% عن باقي الفئات الأخرى، ويمثل ذلك أن العاطلين عن العمل يشغلون أوقاتهم بمشاهدة المنصات التلفزيونية الرقمية عكس الذي

يرتبطون بوظائف أو أعمال حرة، وهي علاقة تفسر مستوى ارتباط استخدام المنصات بالوقت المتاح للمبحوثين بين من يعمل أو العاطل عن العمل.

جدول (2) أنواع المنصات التلفزيونية الرقمية الأكثر استخداماً لدى للمبحوثين

ت	المنصات التلفزيونية الرقمية	ك	%
1	سينماتا Shabakaty	77	38.5
2	Netflix	65	32.5
3	شاهد Shahid	13	6.5
4	TOD	12	6
5	الجزيرة 360	8	4
6	WATCH IT	7	3.5
7	ثمانية Thmanyah	4	2
8	YouTube Premium	3	1.5
9	STC TV	3	1.5
10	STARZPLAY	2	1
11	Amazon Prime Video	2	1
12	1001	2	1
13	Apple TV	1	0.5
14	المنصة ALMANASA	1	0.5
15	HBO Max	0	0
16	Disney+	0	0
17	OSN+	0	0
18	Yango Play	0	0
19	VIU	0	0
20	شاشا SHASHA	0	0
21	Crunchyroll	0	0
22	NOOR PLAY	0	0
23	أخرى تنكر	0	0
	الإجمالي	200	100

تظهر بيانات الجدول أعلاه أنواع المنصات التلفزيونية الرقمية الأكثر استخداماً لدى للمبحوثين، حيث جاء مستخدمي منصة سينماتا Shabakaty بالمرتبة الأولى بنسبة 38.5% عن باقي المنصات الأخرى، ويفسر ذلك أن المنصة مجانية الاستخدام على عكس باقي المنصات الأخرى مثل Netflix، Shahid، Amazon Prime Video وهي مدفوعة الثمن أي استخدام المحتوى مقابل اشتراك مالي، وهذا ما قنن المستخدمين بين من يتعرض للمحتوى

المجاني المدعم بالاعلانات او المحتوى مدفوع الثمن فضلا عن نوعية المحتوى الذي يبحث عنه المستخدمين من أفلام ومباريات كرة قدم ومسلسلات وبرامج ترفيهية وغيرها.

جدول (3) متوسط عدد ساعات المشاهدة المفرطة للمنصات التلفزيونية الرقمية لدى المبحوثين

ت	عدد ساعات المشاهدة	ك	%
1	4 ساعات	56	28
2	6 ساعات غير متواصلة (متقطعة)	46	23
3	5 ساعات	41	20.5
4	6 ساعات	30	15
5	7 ساعات غير متواصلة (متقطعة)	8	4
6	8 ساعات غير متواصلة (متقطعة)	7	3.5
7	7 ساعات	4	2
8	8 ساعات	3	1.5
9	أكثر من 8 ساعات غير متواصلة (متقطعة)	3	1.5
10	أكثر من 8 ساعات	2	1
	الإجمالي	200	100

تظهر بيانات الجدول أعلاه متوسط عدد ساعات المشاهدة المفرطة للمنصات التلفزيونية الرقمية لدى المبحوثين، إذ تصدرت فئة متوسط 4 ساعات منتظمة في المشاهدة المفرطة ونسبة 28% عن باقي الفئات الأخرى، يستنتج من هذه النتيجة ان المبحوثين يخصصون ساعات محددة للمشاهدة المفرطة، وهي معدل ساعات إيجابي في مفهوم الإدمان والإفراط في مشاهدة المحتوى الرقمي، إذ تقترب النسبة من مشاهدة المبحوثين بمعدل 6 ساعات غير منتظمة التي جاءت بنسبة 23% من المبحوثين وهي دلالات تؤكد إن سلوك الإدمان ثابت والمتغير هو المدة الزمنية للاستخدام بين مبحوث وآخر.

جدول (4) عدد مرات المشاهدة المفرطة للمنصات التلفزيونية الرقمية لدى المبحوثين

ت	مرات المشاهدة	ك	%
1	من 2-3 مرات في الاسبوع	102	51
2	يومية	58	29
3	مرة واحدة في الاسبوع	29	14.5
4	من 2-3 مرات في الشهر	8	4
5	مرة واحدة في الشهر	3	1.5
	الإجمالي	200	100

تظهر بيانات الجدول أعلاه عدد مرات المشاهدة المفرطة للمنصات التلفزيونية الرقمية لدى المبحوثين، حيث تشير النتائج الى تفوق فئة من 2-3 يوما في الأسبوع بنسبة 51% وبفارق بسيط عن فئة يومية، ما يعكس نمطي مشاهدة أحدهما معتدل والآخر مكثف لدى

المبحوثين، وتؤكد النتائج اختلاف مستويات التفاعل بين المشاهدة المعتدلة والمكثفة مع وجود مشاهدة مفرطة تتباين أوقاتها لدى المبحوثين.

جدول (5) دوافع المشاهدة المفرطة للمنصات التلفزيونية الرقمية لدى المبحوثين

ت	نوع الدافع	دوافع المشاهدة المفرطة	ك	%
1	طقوسي	الترفيه والتسلية	72	36
2	نفعي	الانغماس والاستمتاع في المحتوى	60	30
3	طقوسي	ملء وقت الفراغ والهروب من ضغوط الحياة	23	11.5
4	طقوسي	اعتیاد المشاهدة بكثافة	15	7.5
5	طقوسي	تؤثر توصيات أصدقائي على زيادة مشاهدتي	11	5.5
6	نفعي	الفضول في متابعة الأحداث ومعرفة نتائجها	8	4
7	نفعي	الشعور بالرضا وتحسين المزاج	6	3
8	نفعي	التعلم واكتساب المعلومات	5	2.5
	الإجمالي		200	100

تظهر بيانات الجدول أعلاه دوافع المشاهدة المفرطة للمنصات التلفزيونية الرقمية لدى المبحوثين، وتشير النتائج الى تصدر فئة الترفيه والتسلية وهو دافع طقسي بنسبة 36% وتقارب معه ثانيا فئة الانغماس والاستمتاع في المحتوى وهو دافع نفعي بنسبة 30% ثم تلتها بنسب متفاوتة باقي الفئات، ويفسر ذلك ان البحث عن محتوى ترفيهي والانغماس والاستمتاع فيه من أبرز دوافع المبحوثين، ممن يقضون اوقاتهم في مشاهدة مفرطة لمحتوى يرفه عنهم بل وينغمسون في الاستمتاع فيه لما يحمله من تشويق وإثارة يعزز فيهم سلوك إدمان المشاهدة واعتيادها نمطا ينعكس على طقوس متكررة يعود عليهم نفعا من خلال الاستمتاع فيه.

جدول (6) أنماط المشاهدة المفرطة للمنصات التلفزيونية الرقمية لدى المبحوثين

ت	نوع النمط	أنماط المشاهدة المفرطة	ك	%
1	زمني	أقضي ساعات متواصلة في المشاهدة يوميا	28	14
2	زمني	أستمر في المشاهدة حتى وقت متأخر من الليل	25	12.5
3	زمني	أواجه صعوبة في تحديد وقت إنهاء المشاهدة	8	4
4	سلوكي	أشعر بانعدام القدرة على التوقف عن المشاهدة	4	2
5	سلوكي	أشاهد المحتوى تلقائيا دون تخطيط مسبق	2	1
6	سلوكي	أشغل المحتوى للمشاهدة أثناء عملي او دراستي	1	0.5
7	تفاعلي	أأثر شعوريا بما أشاهده من حزن وفرح وقلق	19	9.5
8	تفاعلي	أندمج عاطفيا مع الاحداث والشخصيات	18	9
9	تفاعلي	أناقش مع أصدقائي ما أشاهده باستمرار	6	3
10	دافعي	أشاهد محتوى متعدد للتسلية وملء الفراغ والهروب من ضغوط الحياة	33	16.5

11	دافعي	أشعر بالاسترخاء والراحة النفسية أثناء مشاهدة المكثفة	7	3.5
12	دافعي	أتابع المنصات للتعلم واكتساب معارف جديدة	2	1
13	تقني	يوفر لي التشغيل التلقائي الاستمرار بالمشاهدة	4	2
14	تقني	أجد ان المحتوى المقترح يتوافق مع اهتماماتي	4	2
15	تقني	أقضي وقتاً أطول لسهولة الوصول للمحتوى	3	1.5
16	ذاتي	أشعر أن المشاهدة صارت جزءاً أساسياً في حياتي	22	11
17	ذاتي	أفضل مشاهدة المحتوى باستخدام موبايلي على انفراد	9	4.5
18	ذاتي	أشاهد المحتوى الرقمي في أي وقت ومكان	5	2.5
	الإجمالي		200	100

تظهر بيانات الجدول أعلاه أنماط المشاهدة المفرطة للمنصات التلفزيونية الرقمية لدى المبحوثين، وتشير النتائج إلى تصدر فئة مشاهدة محتوى متعدد للتسلية وملء الفراغ والهروب من ضغوط الحياة بنسبة 16.5%، وهو نمط دافعي يفسر اتجاه المبحوثين لسلوك مشاهدة محتوى متعدد كالأفلام ومباريات كرة القدم والمسلسلات للترفيه والقضاء على أوقات الفراغ فضلاً عن الهروب من ضغوط الحياة، ويمثل ذلك نمط مشاهدة مفرطة إيجابي للمبحوثين كونه يحقق استجابة لحاجاتهم، وتقاربت مع هذه النتيجة ثانياً فئة قضاء ساعات متواصلة في المشاهدة يوميا بنسبة 14% وهي نتيجة طبيعية لسلوك إدمان المشاهدة خاصة للمبحوثين المنتظمين في المشاهدة المفرطة تلتها باقي الفئات بنسب متفاوتة.

جدول (7) الاشباعات المتحققة من المشاهدة المفرطة للمنصات التلفزيونية الرقمية لدى المبحوثين

ت	نوع الاشباعات	الاشباعات المتحققة من المشاهدة المفرطة	ك	%
1	نفسية	تساعدني كثافة المشاهدة على الهروب من الملل وضغوط الحياة اليومية	18	9
2	نفسية	أشعر بالراحة النفسية وتحسن المزاج لدى مشاهدتي المنصات الرقمية بكثافة	4	2
3	نفسية	أجد في المشاهدة المكثفة وسيلة للتنفيس عن مشاعري	4	2
4	معرفية	أكتسب معلومات ومعارف جديدة من خلال المشاهدة المكثفة	1	0.5
5	معرفية	تساعدني المنصات على فهم قضايا متعددة بشكل أشمل وأعمق	1	0.5
6	معرفية	تساهم المشاهدة المكثفة في تطوير أسلوب تفكيري	1	0.5
7	ترفيهية	أستمتع بمشاهدة الأحداث المتسلسلة في البرامج والمسلسلات والأفلام	27	13.5
8	ترفيهية	أشعر بالإثارة والتشويق أثناء مشاهدة المحتوى بكثافة	20	10
9	ترفيهية	أشاهد المنصات من أجل التسلية والترفيه	19	9.5
10	اجتماعية	تؤثر المشاهدة على التفاعل مع الآخرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي	5	2.5
11	اجتماعية	أناقش ما أشاهده في المنصات مع الأصدقاء أو العائلة	3	1.5
12	اجتماعية	تساعدني المشاهدة على الشعور بالانتماء للآخرين	2	1
13	تكنولوجية	أستمتع بانسيابية الوصول للمحتوى واختيار ما أشاهده في أي وقت	3	1.5
14	تكنولوجية	تساعدني الخوارزميات والتوصيات في العثور على محتوى يناسب اهتماماتي	3	1.5
15	تكنولوجية	أستفيد من خاصية التحكم الرقمي في (إيقاف / إعادة / تقديم) المحتوى	2	1

16	مؤقتة سلبية	المشاهدة المفرطة تسبب لي اضطراب في النوم	39	19.5
17	مؤقتة سلبية	تؤثر المشاهدة المفرطة في انعزالي عن المجتمع والأصدقاء والعائلة	25	12.5
18	مؤقتة سلبية	تسبب لي المشاهدة المفرطة مشاكل صحية	23	11.5
	الإجمالي		200	100

تظهر بيانات الجدول أعلاه الاشباعات المتحققة من المشاهدة المفرطة للمنصات التلفزيونية الرقمية لدى المبحوثين، تصدرت فيها أولاً فئة الاشباعات المؤقتة السلبية التي يتعرض لها المبحوثين جراء المشاهدة المفرطة للمنصات الرقمية وهي "المشاهدة المفرطة التي تسبب اضطراب النوم" بنسبة 19.5% عن باقي الفئات الأخرى، ويتضح من ذلك إن الاشباعات المتحققة للمبحوثين منها إيجابية وأخرى سلبية، فاضطراب النوم سببه كثافة المشاهدة والإدمان عليها ولها آثار نفسية سلبية آنية ومستقبلية على المستخدمين، وتقاربت معها في النتيجة فئة الاشباعات الترفيهية وهي الاستمتاع بمشاهدة الأحداث المتسلسلة في البرامج والمسلسلات والأفلام، وهي على قدر ما تحقق اشباع الترفيه إلا إنها بمرور الوقت تحقق اشباعات سلبية لدى المستخدمين جراء كثافة المشاهدة، ومن الاشباعات السلبية جاءت ثالثاً فئة إن المشاهدة المفرطة ينتج عنها عزلة اجتماعية عن المجتمع والأصدقاء والعائلة بنسبة 12.5%، وهي من النتائج الاجتماعية السلبية التي تنتج عن المشاهدة المفرطة لدى المبحوثين، كما وجاءت رابعاً فئة المشاهدة المفرطة تسبب مشاكل صحية للمبحوثين بنسبة 11.5%، وهو اشباع سلبي مؤقت مرتبط بسلوك إدمان المشاهدة ينقضي بالتخلي عن هذا السلوك.

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين حجم المشاهدة المفرطة للمنصات التلفزيونية الرقمية ودوافع استخدام المبحوثين لهذه المنصات.

جدول (8) نتائج اختبار كا2 ومعامل الارتباط لبيان العلاقة بين حجم المشاهدة المفرطة للمنصات التلفزيونية الرقمية ودوافع استخدام المبحوثين لهذه المنصات

المتغير	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	كا2	معامل الارتباط	القوة	الاتجاه	مستوى الدلالة
حجم المشاهدة المفرطة للمنصات التلفزيونية الرقمية	1.61	0.166	55.610	0.735	0.634	طردى	دالة 0.01
دوافع استخدام المبحوثين لهذه المنصات	1.45	0.184					

تظهر بيانات الجدول أعلاه نتائج تطبيق اختبار كا2 إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم المشاهدة المفرطة للمنصات التلفزيونية الرقمية ودوافع استخدام المبحوثين لهذه المنصات، إذ بلغت قيمة كا2 = 55.610 ومعامل ارتباط = 0.735 وقوته = 0.634 بما يشير إلى علاقة قوية وطردية بيت المتغيرين، وكانت النتائج دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.01. وعليه يمكن القول: ثبوت صحة الفرض الأول بوجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين حجم المشاهدة المفرطة للمنصات التلفزيونية الرقمية ودوافع استخدام المبحوثين لهذه المنصات.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين حجم المشاهدة المفرطة للمنصات التلفزيونية الرقمية والاشباع المتحققة منها.

جدول (9) نتائج اختبار كا2 ومعامل الارتباط لبيان العلاقة بين حجم المشاهدة المفرطة للمنصات التلفزيونية الرقمية والاشباع المتحققة منها

المتغير	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	كا2	معامل الارتباط	القوة	الاتجاه	مستوى الدلالة
حجم المشاهدة المفرطة للمنصات التلفزيونية الرقمية	1.86	0.141	58.696	0.716	0.593	طردى	دالة 0.01
الاشباع المتحققة منها	1.71	0.190					

تظهر بيانات الجدول أعلاه نتائج تطبيق اختبار كا² إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم المشاهدة المفرطة للمنصات التلفزيونية الرقمية والاشباع المتحققة منها، إذ بلغت قيمة كا² = 58.696 ومعامل ارتباط = 0.716 وقوته = 0.593 بما يشير إلى علاقة قوية وطردية بين المتغيرين، وكانت النتائج دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.01. وعليه يمكن القول: ثبوت صحة الفرض الثاني بوجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين حجم المشاهدة المفرطة للمنصات التلفزيونية الرقمية والاشباع المتحققة منها.

استنتاجات البحث

1-تفوق الذكور على الإناث في المشاهدة المفرطة للمنصات التلفزيونية الرقمية يعكس مدى اهتمامهم بالمحتوى الرقمي وكثافة مشاهدتهم لمضامينه بمستوى قارب الثلثين من عينة المبحوثين في فارق كبير على طبيعة التعرض الكثيف، أما تصدر أعمار الشباب من 15-24 سنة يستنتج منه أن هذه الأعمار هم من جيل Z ذي التنشئة الرقمية الذي يمارسون سلوك التعامل الرقمي من خلال الموبايل والأجهزة الذكية الأخرى أكثر من أقرانهم، فيما يعزى سبب تفوق العزاب في المشاهدة المفرطة بنسبة كبيرة عن أقرانهم والتي قاربت ثلثي العينة إلى نمط حياتهم التي تتسم بالوقت المتاح للمشاهدة والتعرض الكثيف وقلة التزاماتهم بالحياة وهروبهم من الضغوط والالتزامات العائلية، أما فيما يرتبط بالمستوى التعليمي فقد تصدر حاملي شهادة البكالوريوس أعلى نسبة مشاهدة في إشارة إلى أن غالبية المستخدمين ممن يزاولون دراستهم الجامعية أي بمستوى تعليمي يلائم معرفتهم في الاستخدام والتعرض للمحتوى الرقمي بعكس أقرانهم من غير المتعلمين، فضلاً عن شغفهم الكبير في مواكبة كل ما هو جديد في عالم الرقميات، وأخيراً يمكن القول أن تفوق ممن لا يعمل في المشاهدة المفرطة إلى وقت الفراغ الذي يسيطر على أوقاتهم وعدم التزامهم بوظائف وأعمال يدفعهم أكثر إلى قضاء أوقاتهم في مشاهدة مكثفة للمنصات الرقمية التي تتسم بانسيابية وسهولة الوصول والمشاهدة.

2-اندفاع المبحوثين نحو المنصات المجانية أكثر منه للمنصات مدفوعة الثمن والتي تقدم خدماتها مقابل اشتراك مالي يعكس تفضيلاتهم من حيث الخدمة المجانية المتاحة للمشاهدة، وسهول الوصول لها من دون دفع أي مقابل مالي، وهو ما يرتبط بالمتغيرات التي سبق ذكرها من العاطلين عن العمل وطلبة الجامعة والعازبين الذين تتسم مستوياتهم الاقتصادية بمحدودية

الدخل المادي، وبالعودة لتفضيلات المستخدمين التي تصدرتها "سينمانا" ذي الخدمة المجانية تقاربت معها بالمرتبة الثانية منصة المشاهدة الرقمية Netflix مدفوعة الثمن لكن ما يفسر تفضيلها من قبل المبحوثين إنها تتسم بمحتوى عالي الثراء من حيث نوعية وجودة الأفلام والبرامج والمسلسلات والتقارير ذي طابع عالمي وتقني متطور، حيث تنتج هذه المنصة أعمال حصرية لا توفرها المنصات المجانية وتقدم أساليب جذب ومشاهدة عالية من قبل متابعيها على مستوى العالم، وهي نتيجة تفسر تفضيل المستخدمين لنوعية المحتوى على حساب الدفع المالي.

3- انتظام عينة المبحوثين بعدد ساعات مشاهدة معتدلة وفق معيار المشاهدة المفرطة 4 ساعات منتظمة مع 6 ساعات غير منتظمة "منقطعة"، يعكس حرص المشاهدة المفرطة وفق انتظام وديمومة التواصل والمتابعة، وهو ما يعني ثبات سلوك الإدمان بمقابل تغيرات الوقت المخصص للمشاهدة المفرطة، أما بما يرتبط بعدد مرات المشاهدة يستنتج من سلوك الإدمان انتظام المبحوثين في تخصيص أيام محددة للمشاهدة المفرطة وهي يومين الى ثلاث في الأسبوع مع تقاربها في النتيجة للمبحوثين الذي ينتظمون بالمشاهدة المفرطة يوميا وهو ما يعكس كثافة المشاهدة بانتظام مع تباين مرات التعرض.

4- بروز دافع الترفيه والتسلية عن بقية الدوافع الأخرى فضلا عن الانغماس والاستمتاع في المحتوى وبنسبة ثلثي عينة المبحوثين، يشير إلى تفضيلات المستخدمين للمحتوى الترفيهي والاستمتاع فيه والانغماس بأحداثه، وهي أبرز ما يدفعهم لسلوك المشاهدة المفرطة للمنصات التلفزيونية الرقمية، واستبدال أوقات الفراغ بأوقات من المتعة والتشويق والإثارة، ينتج عنها بمرور الزمن إدمان المشاهدة المفرطة للمحتوى الترفيهي واعتياده دافع طقسي متكرر ينعكس على المبحوثين بالانقطاع والاستمتاع.

5- تصدر نمط مشاهدة محتوى متعدد للتسلية وملء الفراغ والهروب من ضغوط الحياة عن باقي الأنماط الأخرى، يفسر ظاهرة توجه المبحوثين نحو الترفيه بالدرجة الأساس، والقضاء على أوقات الفراغ والهروب من ضغوط الحياة اليومية، وهذا النوع من أنماط المشاهدة هو نمط دافعي، أي نمط نابع من دافع يحفزهم على اختيار نوع المحتوى، وهو ما أتضح من النتائج التي سبقت هذا المتغير، وتقاربت معه في النتيجة ثانيا نمط زمني تحدد باستمرار

المشاهدة المفرطة حتى وقت متأخر من الليل، وكما أسلفنا تتعد الدوافع والانماط وسلوك الإدمان ثابت.

6-أسفرت نتائج البحث عن تحقيق المشاهدة المفرطة لاشباعات مؤقتة سلبية وأخرى ترفيهية لدى المبحوثين جراء كثافة التعرض، جاء في مقدمتها المشاهدة المفرطة تسبب اضطراب في النوم، وهذا احد اهم التأثيرات الصحية التي تنتج جراء مشاهدة المبحوثين بإفراط، فالساعات المتعددة في المشاهدة منتظمة او متقطعة تؤدي الى اضطراب النوم وزيادة الارق وعدم امتثال الجسم للراحة الكافية وهو ما ينتج عنه آثار سلبية آنية ومستقبلية، أما الاشباعات الترفيهية جاء فيها أولا الاستمتاع بمشاهدة الاحداث المتسلسلة في البرامج والمسلسلات والأفلام، وهو ما يفسر حقيقة مطلقة ان المشاهدة المفرطة ترتبط بدوافعها وانماط مشاهدتها واشباعاتها بالترفيه والتسلية وهي استنتاج يقف عنده البحث في تحديد حاجات المبحوثين لهذا الدافع والاشباع الذي تحققه لهم إدمان مشاهدة محتوى المنصات التلفزيونية الرقمية.

Research References

- 1- Abdel-Hamid, M. (2000). Media theories and trends of influence. Alam Al-Kutub.
- 2- Abdel-Hamid, M. (2004). Media theories and trends of influence. Alam Al-Kutub.
- 3- Abu Al-Naga, L. F. S. (2024). Digital platforms and their impact on television drama. Journal of Heritage and Design, 4 (19), 120.
- 4- Al-Amin, A. M. (2021). Viewing platforms and their effects on the cinematic industry in light of the Coronavirus pandemic. Journal of Cinematic Horizons, (Special Issue: Cinema and Epidemics), 473.
- 5- Almakaty, S. S. (2025). A comprehensive and critical literature review on uses and gratification theory in the digital media age. Preprints, 1.
- 6- Hassan, I. M. (2023). Principles of communication science and theories of influence. Dar Al-Dawlia for Publishing and Distribution.
- 7- Hussein, S. M. (2006). Media research. Alam Al-Kutub.
- 8- Ibrahim, A. E., & Makkawi, H. E. (2025). Binge-watching of drama via electronic viewing platforms and the gratifications achieved from it. Scientific Journal of Radio and Television Research, 33 (2).
- 9- Jaber, H. J. (2021). Iraqi youth's uses of internet television channels (Shahid Plus) and the limits of gratifications achieved. Journal of the College of Basic Education, 27 (112).
- 10- Mohamed, M. S., & Zain Al-Din, M. J. (2025). Audience use of entertainment content on digital platforms and the gratifications achieved from it. Journal of the Iraqi University, 72 (6).
- 11- Reda, A. (2024). Digital television platforms: Conflict and integration in new digital media. Al-Arabi for Publishing and Distribution.
- 12- Youssef, M. S. (2021). University youth's exposure to online viewing platforms and the gratifications achieved from them. Arab Journal of Media and Communication Research, (33), 409.