



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة 8 ماي 1945 قالمة

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية

قسم علوم الإعلام و الاتصال و علم المكتبات



الموضوع:

منصات بث المحتوى و عادات الاستهلاك الجديدة
Netflix نموذجاً

تحت إشراف:

مرزوقي حسام الدين

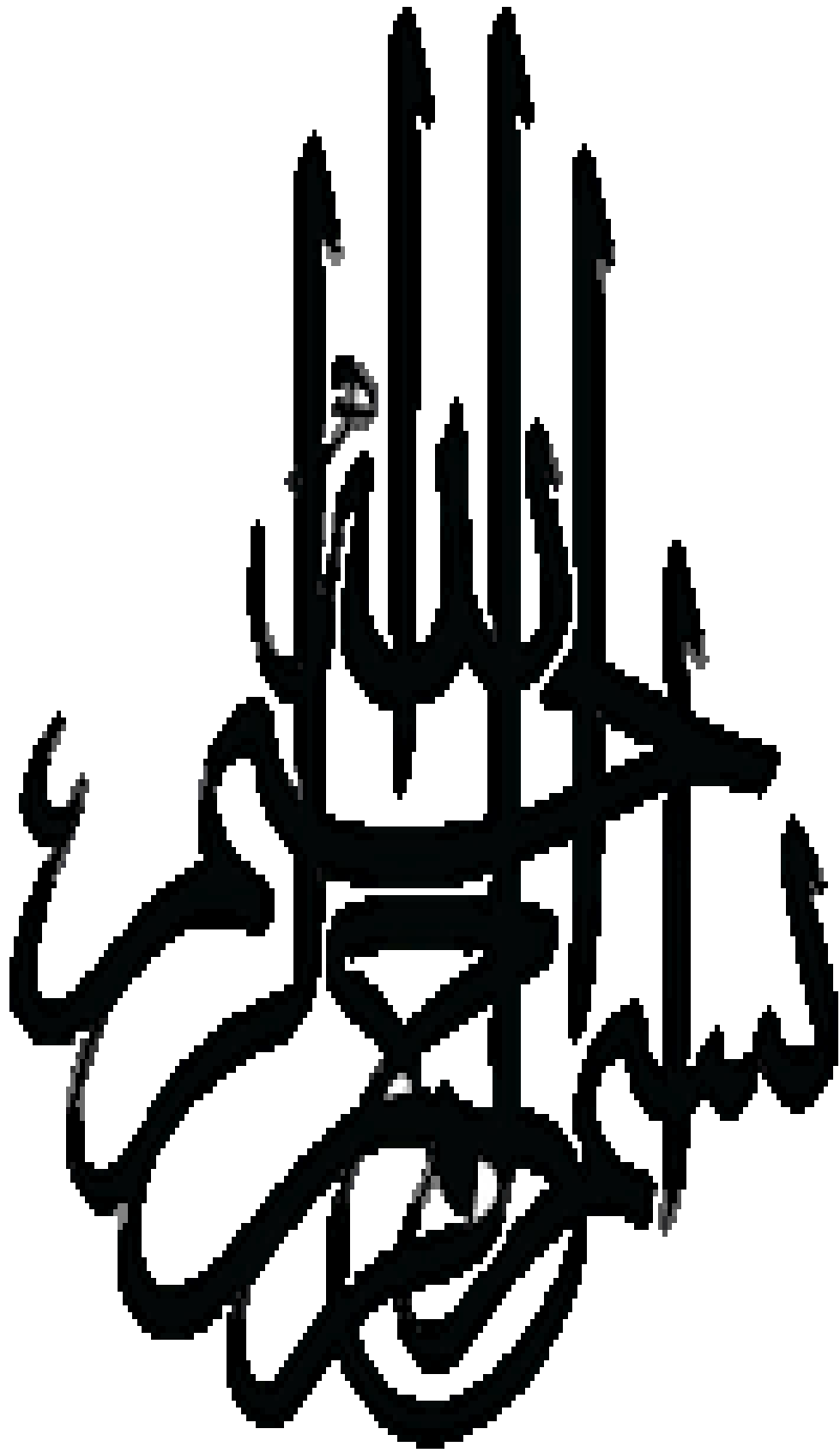
إعداد الطلبة:

- ✓ قروح ريان
- ✓ فطايمة ياسمين
- ✓ عيد شيماء

لجنة المناقشة:

عضوا رئيسا	مكي أم السعد
مشرفا ومقررا	مرزوقي حسام الدين
ممتحنا	زبيلة جهيدة

السنة الجامعية: 2023/2022



شكر وتقدير

قال الله تعالى:

"فاذكروني اذكرکم واشکروا لي ولا تكفرون " الآية (152) من سورة البقرة.

قال الرسول صلى الله عليه وسلم: " من لم يشكر الناس لم يشكر الله

نحمد الله عزوجل الذي ألهمنا الصبر والثبات وأمدنا بالقوة والعزم على مواصلة مشوارنا الدراسي وتوفيقه لنا في إنجاز هذا العمل، فندمك اللهم ونشكرك على نعمتك وفضلك ونسألك البر والتقوى.

كما نتوجه بجزيل الشكر والتقدير إلى الأستاذ الفاضل - "مرزوقي حسام الدين" لتفضله بالإشراف على هذا البحث

وعلى مساعدته لنا في إنجاز هذا العمل وعلى جميل صبره ونصائحه الصائبة فله جزيل الشكر وجزاه الله

كما أتقدم بجزيل الشكر والتقدير إلى السادة أعضاء اللجنة المناقشة "مكي أم السعد" و"زبيبة جهيدة" على مساهمتهم في مناقشة هذه الرسالة العلمية لإخراجها في أحسن صورة

كما نتقدم بالشكر إلى كل من ساعدنا وقدم لنا النصح والتوجيه قريباً أو بعيداً.

إهداء

أهدي ثمرة جهدي إلى التي حملتني ومنحتني الحياة وأحاطتني بحنانها وحرصت على
تعليمي بصبرها وتضحياتها، إلا من كان دعاؤها سر نجاحي "أمي" الغالية رفيقة قلبي
حفظها الله.

إلى عزيز قلبي الذي دعمني في مشواري الدراسي وكان أول المشجعين بتسجيلي في
نيك شهادة الماستر وكان وراء كل خطوة خطوتها "أبي" الغالي.
إلى إخوتي سندي في الحياة حفظهم الله ورعاهم "نصروا" و "وليد".
إلى من أحبها بعد أمي خالتي الحنونة "كريمة".

إلى صديقات عمري والغاليات على قلبي اللواتي ولدتهن لي الحياة "جوجو" "رورو"
"رانيا" "ياسمين"

إلى من اجتمعنا زميلات ثم رفيقات وكنا اليد التي صنعت هذا العمل المتواضع
"ريان" "شيماء"

وأخيرا إلى زوجي الذي لم يبخل

علي يوما بشيء وكان سندي في الحياة... لك كل التحيات والاحترام.

ياسمين فطيمية.



إهداء

الحمد لله وكفى والصلاة على الحبيب لمصطفى وأهله ومنه وفي أما بعد :
السنوات قد مرت والحلم تحقق فاللهم لك الحمد قبل أن ترضى ولك الحمد إذا رضيت ولك
الحمد بعد الرضا . الحمد لله الذي وهبني التوفيق ومنحني الثبات وأعانني على إتمام هذا
العمل المتواضع .

اهدي هذا العمل إلى كل من أسي وأبي حفظهما الله
إلى من قاسمتني أفراحي وأحزاني . إلى من كان دعائها سر نجائي . حبيبي اسي . أعلى ما أملك .
قوتي وملجئي الآمن والداعم الأول لي .
إلى صاحب الوجه الطيب . والأفعال الحسنة . إلى الذي لم يبخل علي طيلة حياته . سندي
ووالدي العزيز

إلى توأم روي وبئر أسراري أختي " دنيا"
إلى من أرى التفاؤل بعينها والسعادة في ابتسامتها حبيبي " آية"
إلى شبيهي الصغيرة التي تزيه عني الحزن " زينم " (رنومة)
إلى اعز و افضل واقرب صديقة و اخت لم تلدها اسي " حنان "
إلى رفيقات دربي وزميلاتي اللاتي تقاسمن معي جهد هذا العمل " ياسمين " و " شيماء "
إلى ابنة خالتي العزيزة والقريبة لقلبي " درصافه "
إلى شخصي المفضل الذي دعمني وشجعني
إلى كل اصدقائي واحبائي خاصة حبيبة قلبي ايناسه
إلى د

ريان قروج



إهداء

اهداء الى التي لا يحلو الوجود الى باسمها، الى التي كانت تحلم بهذه اللحظة الى ملاكي في الحياة الى معنى الحب و الحنان روح القلب "أسي" الغالية اتمنى ان يطول الله عمرها و يمدّها بالصحة والعافية

الى نور الحياة من كان رفيقي في مشواري الدراسي الى من كان له الفضل الأول في بلوغي التعليم العالي الى صاحب السيرة العطرة الى من احمل اسمه بكل فخر نعم إنه "ابي" دمت لي اسأل الله العلي القدير ان يديمك و يمدك بالصحة و العافية

الى من أشد به عضدي الى الملاجأ الآمن دمت لي سنداً لا يمل ولا يميل "اخي" الغالي الى من اعطيتها المقام الثاني بعد أسي الى أقرب الناس الى حبيبة الروح خالتي الغالية لا اقتباس يصفها ولا كلام يعبر عن شعورها حفضها الله و رعاها

الى صديقات العمر حبيباتي الغاليات "ريانه" و "اميرة"

الى زميلاتي ورفقاء الدرب في هذا العمل "ياسمين" و

ريانه"

الى الأستاذ المشرف الذي لم يبخل علينا من علمه لك منا كل الإحترام و التقدير



عيد شيهام

فهرس المحتويات

.....	شكر وتقدير
.....	الاهداءات
أ.....	مقدمة

الإطار المنهجي

4.....	تمهيد
5.....	1. الإشكالية
7.....	2. التساؤلات الفرعية
7.....	3. أهداف الدراسة
7.....	4. أهمية الدراسة
8.....	5. أسباب اختيار الموضوع
8.....	6. مفاهيم الدراسة
11.....	7. الدراسات السابقة
18.....	8. نوع ومنهج الدراسة
18.....	9. مجتمع وعينة الدراسة
20.....	10. أدوات جمع البيانات

الإطار النظري

الفصل الأول

منصات بث المحتوى

24.....	تمهيد
25.....	1- تعريف منصات بث المحتوى

26	2- نشأة المنصات الرقمية
29	3- أنواع المنصات الرقمية
29	1.3 منصات التواصل الاجتماعي Social Media Platforms
31	2.3 منصات المحادثة Conversation Platforms
33	3.3 منصات التدوين Blogging Platforms
33	3.1 منصات التجارة الإلكترونية E-commerce Platforms
35	5.3 المنصات التعليمية الإلكترونية Electronic Educational Platforms
37	6.3 منصات مشاركة المحتوى Content Sharing Platforms
38	7.3 منصات بث المحتوى Digital Streaming Platforms
45	8.3 منصات بث الموسيقى Digital Streaming Music
48	4- خصائص المنصات الرقمية
49	خلاصة الفصل

الفصل الثاني

منصة Netflix والعادات الاستهلاكية الجديدة

52	تمهيد
53	1- منصة Netflix:
53	2- الأحداث الرئيسية في تاريخ Netflix:
55	3- خدمة Netflix:
58	4- مجتمعات Netflix مقابل سلوك مستخدمي القرصنة:
59	5- عادات الاستهلاك الجديدة:
61	خلاصة الفصل:

الإطار التطبيقي

63	تمهيد:
64	1. تفرغ البيانات وعرضها:
79	2. النتائج العامة للدراسة:
82	3. الإجابة عن تساؤلات الدراسة:
86	خاتمة
87	قائمة المصادر والمراجع

فهرس الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
24	تعريفات مختلفة لمنصات بث المحتوى.	01
40	حقائق رئيسية في تاريخ ديزني.	02
63	يمثل توزيع أفراد العينة حسب نوع الجنس	03
64	يمثل توزيع أفراد العينة حسب الفئة العمرية	04
64	يمثل توزيع العينة حسب المستوى التعليمي	05
65	يمثل توزيع أفراد العينة حسب المستوى المعيشي	06
66	يمثل توزيع العينة حسب الأجهزة التي يعتمد عليها المستخدمين في مشاهدة المحتويات الرقمية	07
66	يمثل توزيع أفراد العينة حسب امتلاكهم لحساب Netflix	08
67	يمثل توزيع العينة حسب سبب عدم اشتراكهم في منصة Netflix	09
67	يمثل توزيع العينة حسب اختيارهم المشاهدة على منصة Netflix أو مواقع مقرصنة	10
68	يمثل توزيع أفراد العينة حسب نوعية العروض التي يشاهدونها	11
68	يمثل توزيع أفراد العينة حسب نوع المحتوى الذي يفضله المستخدمين	12
69	يمثل توزيع أفراد العينة حسب اختيارهم في مشاهدة العروض الحصرية أو القديمة	13
70	يمثل توزيع أفراد العينة حسب اختيارات المستخدمين الانتاجات الأصلية أو انتاجات شركات الأخرى	14
70	يمثل توزيع أفراد العينة حسب العوامل التي تؤثر على المشاهدة	15
71	يمثل توزيع أفراد العينة حسب ما تقدمه Netflix من قيمة مقابل ما تدفعه	16
71	يمثل توزيع أفراد العينة حسب اختيارهم لمشاهدة المحتوى العربي أو الأجنبي	17
72	يمثل توزيع أفراد العينة حسب طريقة مشاهدة المحتويات	18
72	يمثل توزيع أفراد العينة حسب مشاهدتهم للمحتويات بشكل يومي أو أيام العطلة	19
73	يمثل توزيع أفراد العينة حسب أوقات المشاهدة	20
73	يمثل توزيع أفراد العينة حسب المشاهدة في جلسة واحدة أو متقطعة	21
74	يمثل توزيع أفراد العينة حسب سبب المشاهدة الشهرية	22
75	يمثل توزيع أفراد العينة حسب النشاطات التي يقومون بها بعد إنهاء المشاهدة	23
75	يمثل توزيع أفراد العينة حسب الآثار التي تخلقها المشاهدة الشهرية	24
76	يمثل توزيع أفراد العينة حسب ما إذا كانت المشاهدة الشهرية تخلق تغييرات في طرق مشاهدة المحتوى مقارنة بالسابق	25
77	يمثل توزيع أفراد العينة حسب الطريقة التي تغيرت بها المشاهدة مقارنة بالسابق	26
77	يمثل توزيع أفراد العينة حسب تقيييمات المستخدمين لمنصة Netflix	27

فهرس الأشكال

رقم الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
47	يمثل مختلف المنصات الرقمية	01
53	يمثل أهم الأحداث الرئيسية في تطور Netflix	02
63	يمثل الدائرة النسبية لأفراد العينة حسب نوع الجنس	03
65	يمثل الدائرة النسبية لأفراد العينة حسب المستوى الدراسي	04

قائمة الملاحق

رقم الملحق	عنوان الملحق
01	استمارة استبيان حول العادات الاستهلاكية الجديدة لمنصة Netflix

الملخص :

تناولت هذه الدراسة موضوع منصات بث المحتوى وعادات الاستهلاك الجديدة، حيث هدفت إلى معرفة مختلف أنواع المنصات الرقمية وخصائصها والعادات الجديدة التي تبناها المستخدمين من خلالها وبالتحديد منصة Netflix كونها من أشهر المنصات الرائدة في صناعة بث المحتوى الترفيهي، ومن أكثر المنصات التي غيرت 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 محتوى منصة Netflix خلال جلسة واحدة، مما نتج عن ذلك ظاهرة أطلق عليها المشاهدة الشرهة Binge Watching. حيث طبقت الدراسة على عينة عشوائية بسيطة مكونة من 545 مستخدم لمنصات بث المحتوى سواء المجانية أو عبر نظام الدفع مقابل المشاهدة، كما اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي كونه المنهج المناسب لمثل هذه المواضيع، بالاعتماد على أداة الاستبيان الإلكتروني في جمع البيانات من المبحوثين حيث تم تقسيم الاستمارة إلى 3 محاور أساسية، وبعد إجراء الدراسة توصلنا إلى مجموعة من النتائج تمثلت أهمها في:

- أن منصة Netflix من بين أشهر منصات بث المحتوى استخداما، وذلك لما تتضمنه من محتوى أصلي وحصري ومتنوع، حيث يتيح للمشاهد المحتوى الذي يلي احتياجاته ورغباته.
- أن منصة Netflix أحدثت تغييرات في مشاهدة المحتوى على المستخدم، بظهور عادات استهلاكية جديدة تمثلت في المشاهدة بشرهة Binge Watching وهي مشاهدة مكثفة بشكل متواصل دون انقطاع.

الكلمات المفتاحية:

منصات بث المحتوى، منصة Netflix، عادات الاستهلاك الجديدة، المشاهدة الشرهة.

Abstract :

This study examined the topic of content streaming platforms and new consumption habits. Its aim was to identify different types of digital platforms, their characteristics, and the new habits adopted by users through these platforms, focusing specifically on Netflix as one of the leading platforms in the entertainment content streaming industry. Netflix is known for revolutionizing viewers' habits by providing them with more control over their content consumption, allowing them to enjoy on-demand content according to their preferences. This has led to viewers binge-watching multiple episodes of Netflix content in a single session, resulting in the phenomenon known as "binge-watching."

The study employed a simple random sample of 545 users of both free and paid content streaming platforms. The descriptive method was utilized as the most suitable approach for this topic, with an electronic questionnaire used to collect data from the respondents. The questionnaire was divided into three main sections. After conducting the study, several results were obtained, including:

- Netflix is among the most popular content streaming platforms due to its diverse range of original and exclusive content, allowing viewers to access content that meets their needs and desires.
- Netflix has brought about changes in user content consumption, with the emergence of new consumption habits, particularly binge-watching, which refers to continuously watching content without interruptions.

Keywords:

Content streaming platforms, Netflix, new consumption habits, binge-watching.

مقدمة

مقدمة:

شهدت منصات بث المحتوى عبر الانترنت تحولات وتطورات تكنولوجية هائلة في العالم الرقمي في السنوات الأخيرة، حيث شملت مختلف المواقع والتطبيقات التي يمكن من خلالها مشاهدة المحتوى التلفزيوني عبر الانترنت أو تحميله للمشاهدة، وهذه الخدمات إما أن تكون منصات رقمية لقنوات تلفزيونية تقليدية موجودة بالفعل، أو منصات رقمية مستقلة بذاتها مثل Netflix.

تطورت منصات بث المحتوى بشكل كبير ومستمر بفضل التكنولوجيات الحديثة والتقنية حيث أصبحت جزءاً لا يتجزأ من حياتنا اليومية فمن خلالها يتمكن المستخدمون من التواصل والتفاعل مع بعضهم البعض وتسمح لهم أيضاً بإنشاء وعرض أشكالاً عديدة من المحتويات الرقمية ومشاركتها مع المستخدمين الآخرين والوصول إليها بشكل أسرع وأكثر فعالية عبر الانترنت في أي وقت ومن أي مكان.

تتيح منصة Netflix للمستخدمين الوصول إلى مجموعة كبيرة من المحتويات المرئية المتنوعة والغير محدودة والتي تعد من أهم وأكثر الصناعات نمواً في العالم ومصدراً رئيسياً للترفيه نظراً لما تقدمه من محتويات ترفيهية تناسب مع ميولات وتفضيلات المستخدمين التي يمكن التعرف عليها من خلال خوارزميات تعتمد عليها منصة Netflix، حيث تشهد هذه الصناعة تغييرات مستمرة وتحولات جذرية في الطريقة التي يتم من خلالها إنتاج واستهلاك المحتوى الترفيهي.

وفي ظل تطور ثقافة استهلاك المحتوى المرئي الرقمي لمنصة Netflix وانتشار خدمة العرض عند الطلب، برزت أنماط وعادات جديدة للمشاهدة التلفزيونية دون انقطاع أو ما أطلق عليها بالمشاهدة الشرهة Binge Watching، حيث أصبحت هذه الظاهرة الطريقة الجديدة لاستهلاك المحتوى الترفيهي لمختلف العروض والأعمال التلفزيونية في السنوات الأخيرة.

تتضمن دراستنا الإطار المنهجي الذي جاء فيه الإشكالية والتي تحدد موضوع الدراسة بطريقة منهجية وعلمية وأيضاً التساؤل الرئيسي والتساؤلات الفرعية، وقمنا بتحديد أهمية وأهداف الدراسة لتوسيع المعرفة حول الموضوع، ثم تطرقنا إلى دوافع اختيارنا لهذا الموضوع (أسباب ذاتية، موضوعية)، وقمنا بالاستعانة ببعض الدراسات السابقة التي تعتبر من أهم الخطوات التي يقوم عليه البحث بحيث تساعد على فهم الموضوع بشكل أفضل وتطوير المعرفة، اعتمدنا على الدراسات الأجنبية والعربية، بالإضافة إلى تقديم مفاهيم الدراسة وتوضيح المنهج المتبع بحيث اعتمدنا على المنهج المسحي كونه المنهج المناسب الذي يتوافق مع طبيعة دراستنا وذلك من أجل الوصول إلى

نتائج معمقة ودقيقة، وكذلك تحديد مجتمع البحث وعينة الدراسة وفي الأخير اعتمدنا في هذه الدراسة على أداة الاستبيان الالكتروني التي يعد من أحدث التقنيات الخاصة لجمع البيانات والمعلومات.

بالنسبة للإطار النظري قمنا بتقسيمه إلى فصلين:

الفصل الأول جاء تحت عنوان منصات بث المحتوى والذي تناولنا فيه تعريف منصات بث المحتوى بحيث قمنا بالتطرق إلى عدة تعريفات، ثم عرضنا نشأتها وتطورها ومختلف أنواعها، وفي الأخير قمنا بعرض أهم الخصائص التي تتمتع بها منصات بث المحتوى.

أما الفصل الثاني الذي جاء تحت عنوان منصة Netflix والعادات الاستهلاكية الجديدة، فقد تعرضنا من خلاله إلى فهم منصة Netflix والتطرق إلى الأحداث الرئيسية لتاريخ Netflix ثم التعرف على منصة Netflix كخدمة بالإضافة إلى إبراز مختلف ميزات وجوانب المنصة وبعدها تناولنا عن مشتركو منصة Netflix، وفي الأخير تطرقنا إلى العادات الاستهلاكية الجديدة لمستخدمي منصة Netflix.

وأخيرا الإطار التطبيقي، الذي يحتوي على عرض بيانات الدراسة والتعليق عليها وتحليلها وتفسيرها، إضافة إلى عرض حصيلة من النتائج التي توصلنا إليها ذلك وفقا لإجابات المبحوثين ولنختتم هذا العمل بخاتمة لما تم تناوله في الدراسة.

الإطار المنهجي

تمهيد

- 1- إشكالية الدراسة
- 2- تساؤلات الدراسة
- 3- أهداف الدراسة
- 4- أهمية الدراسة
- 5- أسباب اختيار الموضوع
- 6- مفاهيم الدراسة
- 7- الدراسات السابقة
- 8- نوع ومنهج الدراسة
- 9- مجتمع وعينة الدراسة
- 10- أدوات جمع البيانات

تمهيد:

يتناول هذا الإطار، الجانب المنهجي للدراسة الذي يعتبر بمثابة خطوة أساسية ومهمة في البحث العلمي فبفضله نتمكن من فهم الموضوع بدقة، حيث استهل هذا الإطار بالإشكالية وأسئلتها، كذلك تطرقنا فيه إلى عرض أهم الأسباب التي دفعت بنا إلى اختيار هذا الموضوع، ثم تطرقنا إلى تحديد الأهمية وأهداف الدراسة التي نريد الوصول إليها، ثم بعد ذلك قمنا بضبط أهم مفاهيم الدراسة، وبعدها تعرضنا إلى جملة من الدراسات السابقة المشابهة لموضوعنا، وصولاً إلى الأدوات والمنهج المتبع ونوع الدراسة.

1. الإشكالية:

شهد التطور التكنولوجي في منتصف التسعينات من القرن الماضي قفزة نوعية مست كافة المستويات خاصة العلمية، حيث بدأت ثورة تكنولوجيا المعلومات وافتتاح آفاق جديدة لوسائل الاتصال التي لم تكن معروفة في العصور السابقة وصلت إلى مختلف أرجاء العالم، والمتمثلة في السينما والإذاعة والتلفزيون وصولاً إلى الانترنت.

التلفزيون وسيلة من وسائل الاتصال الجماهيري التي ظهرت خلال النصف الثاني من القرن العشرين والتي تعتمد على الصوت والصورة والحركة، جمعت بين التثقيف والأخبار والتسلية والأحداث والوقائع. كما انه مس بشكل كبير المضامين الترفيهية وذلك عن طريق عرض برامج مختلفة من ضمنها الإخبارية الرياضية الدرامية والترفيهية وغيرها... التي أصبحت نقطة جذب للمشاهد ويتم ذلك عبر قنوات فضائية لتصل إلى جماهير واسعة، ويختلف التلقي من فرد لآخر لان كل فرد له رغبات واحتياجات خاصة. فقد لعب التلفزيون دورا هاما في التأثير على القيم والعادات الاستهلاكية واتجاهات الأفراد وأنماط سلوكياتهم وأساليب حياتهم اليومية.

إن ظهور التلفزيون اعتبر بداية لمرحلة جديدة في تاريخ تطور مختلف وسائل الإعلام والاتصال، فمن خلالها برزت العديد من الوسائل كالكمبيوتر والانترنت، وأدت هذه الأخيرة إلى تحويل التلفزيون والقنوات الفضائية من إعلام تقليدي إلى ما يسمى بالإعلام الجديد الذي ظهر في شكل شبكات اجتماعية، مواقع مشاركة المحتوى ومدونات شخصية باعتبارها من أهم المصادر للحصول على المعلومات، وكذلك منصات بث المحتوى التي تعد الملاذ الأفضل والأكثر أربحية لملايين المستخدمين حول العالم، إذ توفر لهم تجربة استخدام مميزة تمكنهم من مشاهدة الآلاف من الأفلام السينمائية والوثائقية والمسلسلات التلفزيونية باختلاف أنواعها وتباين تصنيفاتها.

أحدثت منصات بث المحتوى تغييرات جذرية في طرق المشاهدة عن طريق إزالة قيود المكان والزمان وتوفير خاصية العرض عند الطلب والبث المباشر عبر الانترنت، وتعتمد منصات بث المحتوى على تحليل البيانات تقنيات الذكاء الاصطناعي لتسجيل نشاط الجمهور وتخصيص المحتوى ليناسب خيارات المستخدم وتفضيلاته المختلفة.

أصبحت المنصات الرقمية وسيلة جديدة للعرض وعنصر جذب كبير لصناع المحتوى في السنوات القليلة الماضية. ومنافسا قويا للعروض التلفزيونية في ظل سيطرة الانترنت على الجمهور ما أدى إلى تراجع المشاهدة التقليدية للتلفزيون والاتجاه بقوة نحو استهلاك مختلف المحتويات على المنصات الرقمية مثل اليوتيوب الذي يعرض مختلف المحتويات سلبية كانت أم ايجابية ويتم التعرض لها مجانا، مما أدى إلى جذب عدد كبير من المستخدمين لأنه

أتاح لهم فرصة المشاهدة المتواصلة، كما يتميز بتقنية البث المباشر والتفاعل عن طريق التعليقات والمشاركة والتحميل.

ليظهر بعد ذلك YouTube Premium الذي أضاف خاصيات جديدة على مستوى المشاهدة والتي تلي توجهات المستخدمين، كما يعتبر بديلا للتلفزيون من خلال توفيره لمحتوى حصري وأصلي خال من الإعلانات، وأيضا يمكن للمستخدمين مشاهدة عدد غير محدود من مقاطع الفيديو المتميزة بالجودة العالية، ولا شك أن الكثير من هذه المزايا هي التي تدفع المستخدمين للاشتراك في YouTube Premium، وربما تكون ميزة الخلو من الإعلانات هي أشهر الميزات التي يوفرها YouTube Premium للمستخدمين كما يتميز بخاصية تشغيل الفيديوهات والموسيقى في الخلفية أثناء التصفح في الهاتف أو عند إغلاق الشاشة.

وأيضا من بين منصات بث المحتوى Netflix, Amazon Prime, Disney, Twitch, Hulu فكلها تتميز بخاصية العرض عند الطلب التي تلي احتياجات المستهلكين وتشبع رغباتهم وهذا ما أنتج ظاهرة المشاهدة الشرهة (Binge Watching) وإدمان المستخدمين على المحتوى الافتراضي حيث أصبحت المشاهدة المكثفة سلوكا جديا كرسته منصة نتفليكس التي أدخلت نظام بث الموسم كاملا دفعة واحدة على عكس التلفزيون الذي يستغرق وقتا طويلا في عرض الحلقات، يضاف هذا إلى غياب الإعلانات التي تتخلل العروض الدرامية في التلفزيون.

تعتبر منصة نتفليكس نموذجا جديدا للشركات الإعلامية للقرن الحادي والعشرين، التي تتميز بالمحتوى الأصلي (Original Content) وهو المحتوى الذي تنتجه المنصة ليعرض حصريا عبرها، مثلما تتميز بالتنوع الكبير في المحتوى الغير أصلي المنتج من قبل شركات أخرى. والذي تفتني نتفليكس حقوق بثه عبر منصتها لمدة محددة. لان من بين احد الجوانب الذكية في Netflix أنهم يراقبون المواقع كTorrent ومواقع القرصنة* الأخرى لمعرفة المواد الأكثر متابعة ليقوموا بشرائها وعرضها على المنصة، إضافة إلى إمكانية استخدام خدمات الشبكة على أي جهاز يتصل بالانترنت بداية من الشاشات الذكية والحواسيب الشخصية والأجهزة اللوحية وذلك عن طريق الاشتراك بالدفع. كما قامت منصة نتفليكس بترسيخ عادات استهلاك جديدة تبناها مستخدميها مست مختلف الجوانب الدينية منها الاجتماعية والثقافية...

*القرصنة الرقمية: تحدث عندما ينتهك شخص ما حقوق الطبع والنشر أو ينسخ المحتوى أو ينشره دون إذن من المؤلف. (W.Fisk, 2011)

ومن هذا المنطلق نطرح التساؤل التالي:

ما هي العادات الاستهلاكية الجديدة التي يكتسبها المستخدمون من استهلاك محتويات منصة Netflix؟

2. التساؤلات الفرعية:

- ما هي دوافع إقبال المستخدمين على استهلاك محتويات منصة Netflix؟
- كيف ساهم محتوى منصة Netflix في تغيير عادات الاستهلاك لدى المستخدمين؟
- فيما تمثل دوافع المشاهدة الشرهة Binge Watching للمحتوى الرقمي لمستخدمي منصة Netflix؟

3. أهداف الدراسة:

- يعتبر مجال البحث العلمي مجالاً واسعاً وتختلف أهدافه وتتعدد معطياته ، حيث يهدف تبني أي باحث لموضوع لسد فضوله المعرفي، لذلك تسعى دراستنا إلى تحقيق الأهداف الآتية:
- الإحاطة النظرية بمختلف جوانب الموضوع، والتعرف على مختلف الدوافع التي تجعل المستخدمين يقبلون على استهلاك محتويات منصة Netflix.
 - التعرف على العادات الاستهلاكية الجديدة للجمهور التي أحدثها استخدام منصات بث المحتوى.
 - استكشاف دوافع المشاهدة الشرهة Binge Watching لمحتويات منصة Netflix.

4. أهمية الدراسة:

- تبرز أن الدراسة تتناول ظاهرة من ظواهر العصر دائمة التطور يوماً بعد آخر ألا وهي منصات بث المحتوى.
- تزايد الاعتماد على منصات بث المحتوى المجانية ومدفوعة الأجر كمنصة Netflix التي تتيح مشاهدة الجمهور لكم هائل من الأعمال والمحتويات الترفيهية من خلال مختلف الأجهزة الذكية بجودة عالية وبتكلفة مالية مناسبة لفئات عديدة من المجتمع.

- بروز ظواهر وعادات استهلاكية جديدة لمحتويات التي تعرضها Netflix في منصتها، من بينها ظاهرة المشاهدة الشرهة (Binge Watching) وذلك نتيجة تعرض المستخدمين للمحتويات لساعات طويلة متواصلة.
- حرص منصات بث المحتوى على زيادة إنتاجها الأصلي لتلبية رغبات مشرقيها، مما أدى إلى خلق ميزة تنافسية مع المنصات الرقمية الأخرى وذلك من خلال تحقيق نسب مشاهدة عالية وجني الأرباح.

5. أسباب اختيار الموضوع :

1.5 الأسباب الذاتية:

- الاطلاع على أنواع منصات بث المحتوى والدور التي تلعبه في صناعة وعرض المحتويات والمضامين الرقمية المختلفة، بالإضافة إلى الفضول المعرفي الذي يلازمنا حول هذه الدراسة.
- الرغبة في التعرف على واقع منصات بث المحتوى خاصة منصة Netflix وإبراز مختلف العادات الاستهلاكية الجديدة التي فرضتها المنصة على مستخدميها.

2.5 الأسباب الموضوعية:

- الأهمية الكبيرة التي اكتسبها موضوع اجتياح التكنولوجيا الرقمية حياتنا خاصة منصات بث المحتوى الذي أصبحت الوجهة الأساسية للترفيه.
- قلة الدراسات والبحوث التي تكشف لنا العادات الاستهلاكية الجديدة التي تعتبر في تزايد والناجمة عن استخدام منصات بث المحتوى واستهلاك محتوياتها، كذلك جدية وحداثة موضوع الدراسة.

6. مفاهيم الدراسة:

1.6 المنصات الرقمية Digital Platforms:

تعرف المنصات الرقمية على أنها مجموعة من التقنيات التي لها ميزات فريدة وتستخدم للتفاعل الرقمي، من خلال محتوى رقمي يتم إعداده وتقييمه للهدف الاتصالي. وتعرف أيضا بأنها مجموعة تنظيمية وتكنولوجية معقدة تتألف من مجموعة من أنظمة المعلومات والمستودعات والعمليات والتحليل وأدوات تصور المعلومات. (عيساوي، 2020)

كما تعتبر المنصة الرقمية بنية أساسية للأجهزة أو البرامج توفر الخدمات والأدوات والبرامج والتطبيقات التكنولوجية لتوزيع وإدارة وإنشاء محتوى وخدمات رقمية مجانية أو مدفوعة. تعد المنصات الرقمية أساس نماذج الأعمال المبتكرة للشركات ذات الربحية العالمية. (Moro-Visconti، 2020)

• التعريف الإجرائي:

مما سبق نستنتج أن المنصات الرقمية هي مجموعة من التطبيقات والمواقع الالكترونية القائمة على استخدام التكنولوجيات الحديثة وتجميع تقنيات عديدة، حيث تعرض فيها مختلف المحتويات التي يتم من خلالها التبادل والتفاعل والمشاركة، وتختلف خصائص كل منصة عن الأخرى قد تكون تعليمية، مؤسسية، ترفيهية، تجارية..

2.6 صناعة المحتوى Content Industry:

يقصد بصناعة المحتوى على أنه صناعة تتم عن طريق مؤسسات في القطاعين العام والخاص تقوم بإنتاج مخرجات الملكية الفكرية من المحتوى المعلوماتي عن طريق الكتاب، المحررين.... الخ، وهؤلاء يبيعون عملهم للناشرين والموزعين وشركات الإنتاج التي تأخذ الملكية الفكرية الخام وتجهزها بطرق مختلفة ثم توزعها وتبيعها لمستهلكي المعلومات. (محمد، 2006)

• التعريف الإجرائي:

صناعة المحتوى هو عملية تحويل الانتاجات من أفلام ومسلسلات وبرامج وغيرها من العروض إلى سلع استهلاكية تعرض على شبكة الانترنت، ونقصد بصناعة المحتوى في دراستنا كل المضامين والمحتويات التي تعرضها المنصات الرقمية المستهلكة من طرف مستخدميها بشكل فوري ضمن آليات تتيح للمستهلك الوصول إليها والتفاعل معها.

3.6 الصناعات الإبداعية Creative Industries:

الأنشطة التي تنبع من الإبداعية الفردية والموهبة والمهارة، والتي يمكنها أن تتطور لتجني المال أو الثروة وتخلق فرص العمل من خلال إنتاج واستغلال الملكية الفكرية ويشار إليها أيضا بأنها الصناعات التي تشمل إنتاج وتسويق المحتوى الإبداعي، وعادة ما تكون محمية بموجب حقوق الطبع. (امباي، 2020)

• التعريف الإجرائي:

يمكن تعريفنا الإجرائي للصناعات الإبداعية أنها عبارة عن فنون ومواهب فكرية في إطار تقنيات الإعلام الجديد تتميز بالاحترافية والإبداع تنتج من طرف صناع المحتوى وتقديمها للجمهور المستخدم أو المستهلك عبر منصات بث المحتوى.

4.6 المحتوى الرقمي Digital Content:

انتشر المحتوى الرقمي بسرعة في جميع أنحاء العالم بسبب تقنيات توزيع المعلومات التي تم تطويرها في القرن العشرين (Nagao, 2003)، فالمحتوى الرقمي هو أي محتوى موجود في شكل بيانات رقمية يشاركها المستخدمون عبر منصات ومواقع التواصل الاجتماعي والمدونات ومنصات دفع الفيديو وحتى بيانات خرائط جوجل وأي بيانات تم تخزينها بشكل رقمي غير ملموس فهي تعتبر أحد أشكال المحتوى الرقمي. (أشرف , 2022)

• التعريف الإجرائي:

يمكن تعريف المحتوى الرقمي على أنه إحدى الأشكال الإعلامية التي تم إنتاجها وبثها عبر الانترنت، وتشمل الصور والفيديوهات والموسيقى والعروض التلفزيونية من أفلام ومسلسلات، ويمكن أن يكون هذا المحتوى ترفيهياً أو تعليمياً أو تجارياً ويتم عرض هذا المحتوى عبر منصات رقمية مختلفة ويمكن الوصول إليه من أي مكان في العالم.

5.6 المشاهدة المفرطة Binge Watching:

ويقصد بها مشاهدة الجمهور لحلقتين أو أكثر لعمل درامي عبر منصات البث الرقمي خلال جلسة واحدة باليوم كحد أدنى وقد تمتد لمشاهدة لموسم كامل من العمل أو حلقات المسلسل كاملة أو مجموعة من الأفلام بذات الجلسة أو خلال جلسات ممتدة لأيام متتالية. (الحميد، 2019)

تعد المشاهدة المفرطة ظاهرة سلوكية جديدة نسبياً، والتي عرفت بأنها مشاهدة ما بين حلقتين إلى ست حلقات من برنامج خلال جلسة واحدة، بدأ هذا السلوك يكتسب شعبية نتيجة لتطوير العديد من منصات

البث حسب الطلب مثل Netflix, Amazon prime, Hulu, Disney (A.Starosta, . 2020)

• التعريف الإجرائي:

يمكن القول أن المشاهدة المفرطة ظاهرة جديدة فرضتها البيئة الالكترونية على المستخدم و يقصد بها مشاهدة محتوى مختلف المسلسلات والعروض على المنصات مثل Netflix وذلك من خلال مشاهدة حلقات متعددة من مسلسل تلفزيوني خلال جلسة واحدة أي مشاهدة متواصلة عكس التلفزيون التقليدي الذي كان يستغرق وقت لعرض الحلقات للمشاهد.

7. الدراسات السابقة:

1.7 الدراسات العربية:

الدراسة الأولى:

دراسة رهام سامي تحت عنوان "مشاهدة الشباب المصري الشرهة لخدمات البث التلفزيوني عبر الانترنت: دراسة كيفية". (سامي، مشاهدة الشباب المصري الشرهة لخدمات البث التلفزيوني عبر الانترنت، 2020)

هدفت الدراسة إلى التعرف على حجم المشاهدة الشرهة بين الشباب المصري، خاصة بعد الإقبال على مشاهدة خدمات البث التلفزيوني عبر الانترنت، كما تسعى إلى تفسير هذا النمط من المشاهدة في ضوء إحدى نظريات اكتساب السلوك وهي نظرية الإدراك الاجتماعي، حيث اعتمدت في دراستها على إجراء مقابلات كيفية متعمقة مع 20 من الشباب مشاهدي المنصات الرقمية العربية والأجنبية، تبين اختلاف الشباب في حجم المشاهدة الشرهة لديهم، واتفق الشباب على أن منصة Netflix من أكثر المنصات مشاهدة نظرا لما تتضمنه من مضامين شيقة ومتنوعة إلى جانب ضغط الأصدقاء والمعارف، وكانت من أهم النتائج التي توصلت إليها الباحثة من وجهة نظر الشباب تتمثل في المتعة وتحسين المزاج إلى جانب تضييع الوقت والانعزال عن الأهل.

تعقيب على الدراسة:

ساهمت هذه الدراسة في التعرف على نمط المشاهدة الشرهة كنمط جديد لاستهلاك المحتوى الرقمي خاصة على منصة Netflix، كما أوضحت لنا الدراسة معرفة تأثير المشاهدة الشرهة على مشاهدة التلفزيون التقليدي، وهذا من بين الأهداف التي نسعى إلى معرفتها والوصول إليها من خلال بحثنا.

الدراسة الثانية:

دراسة فضيلة تومي، (2022)، تحت عنوان كيف غيرت المنصات الرقمية الدراما في العالم في ظل ثنائية الإنتاج و التلقي . (التومي، 2022)

تهدف هذه الدراسة إلى تشخيص واقع الدراما على المنصات الرقمية و التعرف على التغييرات التي طرأت على الإنتاج و التوزيع للأعمال الدرامية في عصر منصات بث المحتوى و انتقال الجمهور إلى مشاهدة هذا النوع من الصناعات الإعلامية و الثقافية عبر مختلف المنصات التي خصصت لذلك، و التطرق إلى آثار هذه الظاهرة على الجمهور المستهلك و ما نتج عنها من تغيير في أنماط المشاهدة الذي تحولت إلى المشاهدة بشرهة (Binge Watching)، وما خلفته من عادات سلبية على الجمهور المستهلك و محاولة الوصول إلى حلول واقعية.

وقد توصلت هذه الدراسة إلى النتائج الآتية :

- تشكل ظاهرة المشاهدة الكثيفة خاصة لدى فئة المراهقين باعتبارها الفئة الغالبة على الجيل الرقمي الصاعد.
- خلفت المنصات الرقمية آثار بالغة على مستوى الجمهور كالتوتر و القلق و الاكتئاب و العزلة و الإدمان على المشاهدة ...
- غزو و هيمنة ثقافية فكرية على مستهلكي المنصات الرقمية خاصة الشباب.
- تحصل منصة نتفليكس على إقبال كبير من المراهقين بالرغم من المحتويات السلبية التي تعرضها كالعنف.

تعقيب على الدراسة :

ساهمت هذه الدراسة في إبراز العادات الاستهلاكية التي كانت محطة انطلاق دراستنا كالمشاهدة المفرطة التي تعتبر الميزة الأساسية التي تعتمدها منصة نتفليكس لجذب مستخدميها و ضمان استمرارية وفائهم لها، كما أوضحت لنا عادات وأنماط استخدام المنصات الرقمية لكن هذه الدراسة لم تقم بذكر أهم العناصر المنهجية للبحث العلمي المتمثلة في منهج و عينة الدراسة.

الدراسة الثالثة:

دراسة نسيمة طبشوش ورياض مزعاش، (2022)، تحت عنوان منصة نتفليكس وأثرها على القيم الأسرية. (مزعاش، 2022)

هدفت إلى معرفة تأثير احد الوسائط الرقمية الجديدة نتفليكس Netflix على البناء القيمي للمجتمع، والتي تحمل في مضامينها الأبعاد الثقافية الاجتماعية المختلفة، وما تشكله هذه المشاهدة من خطورة على عادات الاستهلاك لدى المستخدم، ولقد بينت الدراسة التي أجريت حول المضامين الدرامية المعروضة على منصة نتفليكس أن ابرز الجوانب السلبية لهذا المحتوى تتمثل في العنف والتمرد على الحياة الأسرية والتشجيع على الخيانة الزوجية... وقد توصلت هذه الدراسة إلى نتائج التالية:

- إن ملامح الخطورة لمنصات المشاهدة الرقمية وعلى الأخص منصة Netflix تشكل تحديات تواجه الأسرة العربية في سبيل تنشئة أبنائها ويحول دون اكتساب ثقافتهم وقيمهم الأصيلة ويسهم في تدهيم القيم الأسرية.
- التغيير المستمر الذي يحدث على مستوى عادات و أنماط المشاهدة الرقمية و تعامل الأسرة مع محتوى المنصات الرقمية كمنصة Netflix، قد يؤدي في التأثير على القيم السائدة لدى المستخدمين .
- تؤثر منصات بث المحتوى على تكوين شخصيات الأفراد حيث تقوم بالتشويش في تنشئتهم وتؤدي إلى تغيير في الهوية الثقافية للمجتمع الأصلي لهم وتجعلهم يكتسبون ثقافة أجنبية.

تعقيب على الدراسة:

وقد وضحت هذه الدراسة أن منصة نتفليكس تقوم بغرس الثقافة الأجنبية على مستخدميها خاصة العادات السلبية منها وحسب ما يحقق أهداف المنصة، ومن وجهة نظرنا انه يجب على منصات بث المحتوى العربية والإسلامية تفعيل دورها لتقدم محتوى قادر على المنافسة مع هذه المنصات الأجنبية.

2.7 الدراسات الأجنبية:

الدراسة الأولى:

دراسة مخبر ايركسون للدراسات **Ericsson Consumer Lab** التي جاءت في شكل تقرير سنوي حول الإعلام الجديد وطرائق الاستهلاك عبر الشاشات الجديدة، 2017. (Ericsson, 2017)

قامت هذه الدراسة باستعراض صناعة المحتوى الرقمي عبر المنصات الرقمية في إطار البيئة الافتراضية التي غيرت من طبيعة الأشكال المعتادة (المنصات التقليدية) في عرض المحتويات، الأمر الذي اثر بدوره على عادات استهلاك المضامين و المحتويات المنتجة.

كما استعرضت الدراسة تطور الثقافة الاستهلاكية للمستخدم بفعل تطور التقنيات والمنصات الرقمية التي تتمتع بخاصية العرض عند الطلب و كذلك المحتويات الأصلية والحصرية التي تضمن جودة في الصورة والمضمون.

وقد سلطت الدراسة الضوء على منصة "نتفليكس" التي تعتبر من أكثر الخدمات التي توفر المحتوى الأصلي بباقات مختلفة ملبية بذلك احتياجات مستخدميها الجديدة من خلال شاشات يشارونها بدلا من التلفزيون الذي يقدم مضامين بجودة اقل .

وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- 1- مع تطور تقنيات منصات بث المحتوى ظهرت أنماط وعادات استهلاكية جديدة لدى المستخدمين.
- 2- زيادة الطلب على المحتوى الأصلي الذي تبته المنصات الجديدة ، أدى ذلك إلى ظهور أزمة اكتشاف المحتوى الذي يسعى المستخدمون إلى تغييره في كل مرة لتحقيق تجربة مشاهدة أفضل عبر خدمات البث الرقمي.

تعقيب على الدراسة:

وقد تمت الاستفادة من هذه الدراسة في العديد من الجوانب خاصة المتعلقة بالتحويلات التي يعيشها المشاهد الإعلامي في ظل بروز العادات الاستهلاكية الجديدة التي تشرف عليها المنصات الرقمية .

و ما أفادنا من الدراسة هو إعطاء لمحة عن تساؤلات دراستنا على تراجع استخدام التلفزيون و بروز شاشات جديدة أكثر محاكاة لتجارب المستخدمين التي باتت تتجه نحو استخدام تقنيات الواقع المعزز والواقع الافتراضي كأحد الممارسات الجديدة التي خلقتها شركات التقنية .

الدراسة الثانية:

دراسة اديتيا دانوكا و اجيلاشا بوها ، 2019 حول مشاهدة الشراهة: إدمان مشاهدة سلسلة الويب بين الشباب. (Bohra, 2019)

سعت الدراسة لمعرفة سلوك الشباب اتجاه المحتوى الافتراضي و تأثيراته على رفاهيتهم ودراسة الآثار اللاحقة للمشاهدة بشراهة، أوضحت بأنه يوجد تغير في وسيله استهلاك المحتوى بحيث تم تقليل محتوى المشاهدة التقليدية على أجهزة التلفزيون والتحول نحو استهلاك المحتوى الافتراضي من خلال شاشات اصغر (الهواتف المحمولة و الأجهزة المحمولة) وقد أدت سهولة التوفر هذه إلى العديد من العادات السيئة كالإدمان المفرط لمحتوى الوسائط الرقمية من قبل المستهلكين و اعتمدت الباحثتان في هذه الدراسة على عينة مكونة من 90 مشاركا من شباب مومباي تتراوح أعمارهم من (18-25عاما).

و قد توصلت الباحثتان إلى جملة من النتائج المتمثلة في:

- أن الشباب في مومباي يفضلون المشاهدة المفرطة بشكل يومي بغض النظر عن فئتهم العمرية أو جنسهم و أن البوابات الأكثر تفضيلا لمشاهدة هذه العروض هي Netflix و Amazon Prime Hotstar و أن النوع الأكثر تفضيلا في العروض هو الكوميديا و الرعب.

- توصلت أيضا إلى أن معظم الشباب على وعي بإدمانهم لاستهلاك المنصات الرقمية و يرغبون في تغير سلوكهم المنقطع تجاهها.

-نتج عن إدمان المشاهدة على المنصات الرقمية آثار سلبية على الصحة النفسية و الجسدية و الاجتماعية لهؤلاء الشباب.

تعقيب على الدراسة:

أكدت هذه الدراسة مدى تراجع المشاهدة التقليدية والتي أصبحت المشاهدة الرقمية على منصات بث المحتوى بديلا لها.

كما استعرضت الدراسة العادات الاستهلاكية الجديدة للمحتوى الرقمي وكذلك السلوكيات الناتجة عنها كظاهرة المشاهدة المفرطة (Binge Watching) وهذا ما تتوافق معه دراستنا.

الدراسة الثالثة:

دراسة بريناسي ديفنيس (2016)، تحت عنوان "تأثير Netflix و تعريف مشاهدة الشراهة". (Davis, 2016)

أشارت الباحثة أن من خلال إمكانية الوصول إلى البرامج التلفزيونية التي توفرها منصات البث الرقمي مثل Netflix، يمكن للمستهلكين مشاهدة حلقات أو مواسم من برامجهم المفضلة في جلسة واحدة فقط معتبرة بذلك أن هذه الممارسة الجديدة للمشاهدة هي مشاهدة مفرطة، كذلك قامت الباحثة بدراسة الدوافع المعرفية و السلوكية ومعرفة مختلف التأثيرات و المخاطر الناتجة عن المشاهدة المفرطة وقد اعتمدت الباحثة في ذلك على استبيان لفهم الكيفية التي ينظر بها طلاب الجامعات إلى فعل المشاهدة المفرطة و قد توصلت إلى جملة من النتائج أهمها:

- أحدثت منصة Netflix ثورة كبيرة في طريقة الاستهلاك مما يشجع الميول إلى الشراهة من خلال محتواها الأصلي.

- إن الدافع للمشاهدة المفرطة هو الشعور بالوحدة و احتياجات الانتماء، يمكن ان تكون البرامج بمثابة بدائل اجتماعية لتلبية احتياجاتهم

تعقيب على الدراسة :

تناولت هذه الدراسة ظاهرة المشاهدة المفرطة التي أصبحت متداولة بكثرة لدى المستخدم الإلكتروني، كما أشارت الباحثة إلى الدوافع التي تؤدي إلى هذه الممارسة الجديدة التي تتطابق مع دراستنا من حيث الموضوع خاصة أن منصة Netflix التي تعتبر من بين المنصات الأكثر عرضاً للمحتويات التي تشجع إلى الشراهة في المشاهدة و هذا ما نسعى للبحث فيه.

الدراسة الرابعة:

كريستين ذي فالك (2019)، عادات استهلاك المسلسلات التلفزيونية في عصر Netflix: كيف يتبنى ويحمي الشباب أنفسهم من مشاهدة التلفزيون ATAWAD[†]. (Valk, 2019)

قامت الدراسة بوصف شعور الشباب حيال البث التلفزيوني الرقمي و كيفية تأثير هذا الشعور على مشاهدتهم للمسلسلات مع طريقة تبني المستهلكين للمحتويات و المضامين المختلفة، حيث أجريت الباحثة 21 مقابلة متعمقة مع الشباب الذين يقومون ببث المسلسلات الرقمية بانتظام وتتكون العينة من 21 بالغاً ناشئاً، تتراوح أعمارهم بين 21 و 33 سنة و من 11 جنسية.

وتوصلت الباحثة إلى أن المنصات الرقمية أحدثت تغييراً كبيراً في عادات مشاهدة التلفزيون الرقمي للمستهلكين وان عادات المشاهدة الرقمية تطورت بشكل كبير في السنوات الأخيرة بين الشباب.

كما أظهرت الدراسة تغييرين رئيسيين :

- شعور البعض أن الكم الهائل من المحتويات و العروض الرقمية كان له آثار سلبية و أدى إلى ظهور عادات سيئة مثل المشاهدة بشراهة Binge Watching، وأوضح البعض أن هذه الأخيرة بمثابة إدمان لا يمكن السيطرة عليه.

- فقدان التفاعل الاجتماعي حيث يواجه المستهلكون صعوبة في مناقشة مسلسلاتهم مع الأصدقاء عكس المشاهدة التلفزيونية التقليدية التي كان الجمهور متفاعلاً مع بعضه عن طريق إبراز مختلف تصوراتهم مع الحماس في انتظار عرض حلقات المسلسلات.

[†] ATAWAD: في أي وقت وفي أي مكان وأي جهاز.

تعقيب على الدراسة :

توافقت دراسة الباحثة مع موضوع بحثنا لأنها وضحت أن مع الوتيرة السريعة للتطور التكنولوجي الذي نعيشه، تغيرت الطريقة التي نستهلك بها الوسائط بشكل كبير بينما انخفض استهلاك المنصات التقليدية التي تم استبدالها بمنصات بث المحتوى.

8. نوع ومنهج الدراسة:

1.8 نوع الدراسة:

يندرج موضوع الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي تعرف على أنها عملية وصف وملاحظة وجمع الحقائق وتقريرها كما هي، كما تهتم بالتشخيص وما ينبغي أن تكون عليه الظاهرة المدروسة واقتراح الصورة الممكنة لها. فالبحوث الوصفية تصور بدقة خصائص فرد أو جماعة، وتحتاج هذه البحوث إلى عدم التحيز وتوفير الدقة والصدق والثبات في أدواتها حتى تتمكن من التعميم أي التوصل إلى نتائج مماثلة إذا تكرر جمع هذه البيانات. (شريفه، 2016)

2.8 منهج الدراسة:

بما أن دراستنا تتمحور حول منصات بث المحتوى وعادات الاستهلاك الجديدة خاصة على منصة Netflix فإننا اعتمدنا على المنهج المسحي كونه المنهج المناسب الذي يتوافق مع طبيعة دراستنا والذي يعرف على أنه "محاولة منظمة لوصف وتحليل وتفسير المعلومات والبيانات لجمهور معين أو عينة منه والحصول على نتائج يمكن تفسيرها وتعميمها للاستفادة منها في المستقبل خاصة في الأغراض العلمية، وأيضاً هو طريقة للحصول على الحقائق المتعلقة بظاهرة معينة في الوقت الحاضر وفي بيئة وجماعة معينة". (Gafar, 2018)

9. مجتمع وعينة الدراسة:

1.9 مجتمع الدراسة :

يعرف مجتمع الدراسة على أنه "جميع الأحداث أو الأفراد أو المؤسسات التي يمكن أن يكونوا أعضاء في عينة الدراسة ومجتمع الدراسة جمع طبيعي أو جغرافي أو سياسي من الأفراد أو المواضيع...، فالمجتمع من الناحية البحثية

ما هو إلا جمع فيزيقي، ولأسباب اقتصادية وعملية لا يستطيع الفرد دراسة مجتمع الدراسة في جميع الدراسات، وإنما يستعاض عن ذلك بدراسة العينة" (سعد، 2022)

كما يعرف أيضا على " أنه مجموعة كبيرة ومحددة من الأفراد أو العناصر التي تمتلك صفة مشتركة واحدة أو أكثر، وتحدد هذه الصفة بواسطة معايير أخذ العينة التي وضعها الباحث ". (العزام، 2022)

أما بالنسبة إلى مجتمع البحث في دراستنا يتمثل في مشاهدين محتوى منصة Netflix الناشطين على شبكة التواصل الاجتماعي Facebook بالتحديد على المجموعات الخاصة بمشاهدة المحتويات الترفيهية المعروضة على منصة Netflix .

2.9 عينة الدراسة:

يمكن تعريف العينة على أنها "مجموعة فرعية من عناصر مجتمع البحث، كما أنها ذلك الجزء من المجتمع التي يجري اختيارها وفق قواعد وطرق علمية بحيث تمثل المجتمع تمثيلا صحيحا". (محمد د.، 2017)

حيث يتم تحديد واختيار العينة وفق أسس علمية سليمة للوصول إلى نتائج تجيبنا على الإشكالية المطروحة وتساؤلاتنا الفرعية في الدراسة، والعينة في هذه الدراسة اخترنا أن تكون **عينة عشوائية بسيطة** وهي طريقة لاختيار العينة من مجتمع الدراسة بحيث يكون لكل فرد فرصة متساوية للتحديد، كما يتم اختيار الأفراد بشكل عشوائي ودون أي تحيز.

وتعرف العينة العشوائية البسيطة على أنها "أسهل أشكال العينة العشوائية في التطبيق ويتم اختيارها في حالة توافر شرطين أساسيين يساهمان في أن تؤدي إلى اختيار عينة ممثلة لمجتمع البحث الأول تحديد مجتمع البحث تحديدا دقيقا، أي أن يكون جميع أفراد المجتمع الأصلي معروفين، والثاني أن يكون مجتمع البحث متجانسا". (فحل، 2007)

ويعود سبب اختيارنا لهذا النوع من العينات كونه يتلاءم مع طبيعة الدراسة، حيث ستشمل العينة مشاهدين محتويات منصة Netflix التي طبقت على عينة قوامها 545 مفردة من مختلف المجموعات الموجودة على شبكة التواصل الاجتماعي Facebook الخاصة بالعروض التي تبثها منصة Netflix كمجموعة "شبكة أفلام ومسلسلات نتفليكس Netflix" "وترشيحات نتفليكس Netflix recommendations".

10. أدوات جمع البيانات:

اعتمدنا في هذه الدراسة على الاستبيان الالكتروني، حيث يعد من أحدث التقنيات الخاصة لجمع البيانات التي تكون غالبا موجودة على شبكات التواصل الاجتماعي، وجاء ذلك نظرا لسهولة وسرعة تعبئتها والحصول على نتائجها عكس الاستبيان التقليدي الذي يكلف الباحث جهدا مضاعفا، وهو " أداة لجمع البيانات من السياقات الافتراضية، والذي يصمم الباحث استمارته وتوضع على أحد مواقع الشبكات الاجتماعية، ويرسل الباحث الرابط إلى الأفراد عبر الشبكة أو بريدهم الالكتروني ثم يتولى المبحوث ردها إلى نفس الموقع أو البريد الالكتروني الذي يحدده الباحث ". (تيشوش، 2023)

الإطار النظري

الفصل الأول

منصات بث المحتوى

تمهيد للفصل

1- تعريف منصات بث المحتوى

2- نشأة وتطور منصات بث المحتوى

3- أنواع منصات بث المحتوى

4- خصائص منصات بث المحتوى

خلاصة الفصل

تمهيد:

تعد منصات البث منصات تقنية تتيح للمستخدمين تدفق المحتوى الرقمي عبر الانترنت، حيث تشمل هذه المنصات العديد من الخدمات المجانية أو المدفوعة مثل بث الأفلام والمسلسلات والأعمال الإبداعية الأخرى بحيث تتيح للمستخدمين مشاهدة هذا المحتوى في أي وقت ومن أي مكان وذلك بفضل التقنيات الحديثة والشبكات السريعة.

توفر المنصات الرقمية مثل YouTube و TikTok و Netflix وغيرها من المنصات العديد من الفرص للأفراد والشركات لنشر مقاطع الفيديو والمحتوى الإبداعي الخاص بهم والتواصل مع متابعيهم، بحيث تستخدم هذه الشركات المنصات للترويج عن منتجاتهم وخدماتهم بشكل أفضل وإنشاء محتوى يستهدف الجماهير، وتعتبر المنصات الرقمية ذات شعبية كبيرة في جميع أنحاء العالم حيث يستخدمها الملايين من الأشخاص بغرض التواصل والتفاعل، ففي هذا الفصل سنتطرق إلى مختلف المفاهيم المتعلقة بمنصات بث المحتوى وكذلك مختلف أنواع المنصات الرقمية بالإضافة إلى أهم الخصائص.

1- تعريف منصات بث المحتوى:

تعرف المنصات على أنها مجموعة من التقنيات التي لها ميزات فريدة وتستخدم للتفاعل الرقمي، من خلال محتوى رقمي يتم إعداده وتهيئته للهدف الاتصالي، كما تعرف أنها مجموعة تنظيمية و تكنولوجية معقدة تتألف من مجموعة من أنظمة المعلومات والمستودعات والعمليات والتحليل وأدوات تصور المعلومات . (الغيساوي، 2020)، كما تعرف على أنها مجموعة من الموارد الرقمية، سواء كانت خدمات أو محتوى أو شيء آخر، مما يسمح بالتفاعل بين المستهلكين و المنتجين، حيث تخلق هذه التفاعلات قيمة للاثنين (Kari Koskinen, 2018).

ويقصد أيضا بالمنصات الرقمية أنها بيئة تفاعلية قائمة على استخدام التكنولوجيا تسمح لعدة مشاركين بالاتصال و التفاعل مع بعضهم البعض لتبادل المعرفة والمعلومات والبيانات، حيث تسمح المنصات بإزالة العوائق والحواجز أمام التواصل وتعزيز التفاعلات الاجتماعية في جميع المجالات (محمود، 2022)

جدول 1: يمثل تعريفات مختلفة لمنصات بث المحتوى

المراجع	تعريفات منصات بث المحتوى الرقمي
(Spagnoletti, 2015)	هي بنية توفر وظيفة أساسية لنظام تكنولوجي وتعمل كأساس يمكن من خلاله تطوير منتجات أو تقنيات أو خدمات.
(Ceccagnoli, 2012)	هي مجموعة من المكونات المستخدمة بشكل مشترك عبر مجموعة منتجات يمكن توسيع وظائفها بواسطة تطبيقات.
(Tiwana, 2010)	هي قاعدة قابلة للتوسيع لنظام قائم على البرامج التي توفر وظائف أساسية مشتركة بين الوحدات النمطية التي تتفاعل معها و الواجهات التي تعمل من خلالها.
(Xu, 2010)	هي مجموعة من الأنظمة الفرعية والواجهات التي تشكل بنية مشتركة التي يمكن تطويرها و توزيعها.

2- نشأة المنصات الرقمية:

في وقت مبكر من عام 1964، تنبأ مارشال ماكلوهان بالطبيعة الثورية بالاتصالات الالكترونية في كتابه الشهير فهم الوسائط، حيث أصبحت الانترنت رائدة فقط عندما تم نشر وسيط جديد ألا وهو الكمبيوتر الشخصي في أواخر الثمانينيات، وكان الملايين من مستخدمي الحاسوب (PC) جاهزة للتوصيل البيئي حيث أدركت مجموعة صغيرة من الأفراد في واد السيلكيون أنه يمكن بناء الشركات من خلال تنمية المجتمعات ذات غرض محدد داخل الانترنت، و أن أولئك الذين ينشئون المجتمعات سيحولون تأثيرات الشبكة إلى نقود، أدى هذا إلى ظهور الجيل الثاني من الويب. حيث انتشرت المنصات وتوسعت في الأنشطة التجارية مثل بيع البضائع (Amazon, eBay, Alibaba) والمشاريع الأحدث مثل عمليات البحث على الانترنت (Google)، وكذلك الشبكات الاجتماعية الرقمية (Facebook). وأيضاً قامت المنصات الرقمية ببناء "مجتمعات" ذات نطاق لم يكن من الممكن تخيله من قبل. كذلك نما حجم تأثيرات الشبكة مع استخدام الهواتف الذكية للاتصال بالانترنت (الجيل الثالث من الانترنت)، مما أدى إلى تمكين جيل جديد من المنصات (Airbnb, Uber). (Finger, 2021).

• eBay, Amazon:

مع انتشار الانترنت في منتصف التسعينيات، انتشرت شركات التجارة الالكترونية، وبحلول نهاية القرن ظهر عملاقان هما eBay و Amazon.

تأسست AuctionWeb في ولاية كاليفورنيا يوم 4 سبتمبر 1995، من خلال مبرمج الكمبيوتر الإيراني الأمريكي بيير أوميديار الذي كان من بين العناصر الأولى التي عملت في AuctionWeb، حيث بدأ هذا الموقع باعتباره مجرد هواية جانبية حتى زاد معدل الربح من 30 إلى 250 دولار في الشهر، مما أجبره على بدأ رعاية موقع eBay.

تم التعاقد مع Jeffrey school كأول رئيس للشركة في عام 1996، وفي نوفمبر من العام نفسه دخل موقع eBay في أول صفقة لترخيص طرف ثالث مع شركة السفر الالكترونية (Smart Market) لبيع تذاكر الطيران و المنتجات السياحية الأخرى، كان النمو الهائل في جانفي 1997 حيث استضاف الموقع نحو 2,000,000 من المزادات مقارنة مع 250,000 خلال عام 1996. حيث تم تغيير اسم الشركة رسمياً من ActionWeb إلى موقع eBay في سبتمبر 1997، وحصول الشركة على 6.7 مليون دولار في تمويل رأس المال الاستثماري للشركة. وتم التعاقد مع Meg Whitman كرئيس لموقع eBay و

الرئيس التنفيذي لها في مارس 1998. وبحلول أوائل 2008 توسعت الشركة في جميع أنحاء العالم، مع تزايد أعداد المستخدمين المسجلين، مما أدى لتزايد أعداد الموظفين إلى 15 ألف مع تحقيق ما يقرب من 7.7 مليار دولار من الإيرادات. بعد ما يقارب من عشر سنوات في موقع eBay، قرر Whitman الدخول معترك السياسة في 23 جانفي 2008، حيث أعلنت الشركة انه سيغادر منصبه واختير Donahu John بديلا له. وفي سبتمبر لعام 2012، قدم موقع eBay شعارا جديدا حيث تم تثبيته على الموقع الرئيسي في 10 أكتوبر من العام نفسه. (الدين، 2015)

كان المنافس الرئيسي لـ eBay هو Amazon (Finger، 2021).

نمت شركة Amazon التي يقع مقرها في سياتل بولاية واشنطن من بائع كتب إلى شركة Wal-Mart الافتراضية لبيع منتجات متنوعة مثل الأقراص المدججة الموسيقية وأدوات الطهي والألعاب و الأجهزة، حيث ارتفعت الإيرادات من حوالي 150 مليون دولار في عام 1997 إلى 3.1 مليار دولار في 2001 ومع ذلك أدى ارتفاع الإيرادات إلى زيادة متناسبة في الخسائر التشغيلية مما تسبب في عجز كبير للشركة، حققت الشركة أرباحها الفصلية الأولى البالغة 5.8 مليون دولار في الربع الأخير من عام 2001. حيث كان تأسيس هذه الشركة على يد Jeff Bezos خريج علوم الكمبيوتر و الهندسة الكهربائية من جامعة Princeton، وجد إحصائية تفيد بأن الانترنت كان ينمو بنسبة 2300%، الأمر الذي أقنعه بأن هذه كانت فرصة نمو كبيرة فقد دخل عالم التجارة الالكترونية دون خبرة سابقة في البيع، حيث كان أيضا من القلائل الذين فهموا الطبيعة الخاصة لتجارة التجزئة عبر الانترنت و التجارة الالكترونية، وكان هناك عنصران في رؤيته الأولى أراد أن يبني أكثر شركة عالمية تتمحور حول العملاء أما العنصر الثاني أنه أراد إنشاء مكان يمكن للعملاء شراء أي شيء فيه (Krishnamurthy، 2015)

التقى المؤسسان Larry Page و Sergey Brin في جامعة Stanford في عام 1995 وبحلول عام 1996 قاما ببناء محرك بحث يسمى في البداية BackRub حيث كان يستخدم الروابط لتحديد أهمية صفحات الويب الفردية.

أطلقا على محرك البحث اسم Google وهو تلاعب لكلمة Gogol، حيث تأسست شركة Google Inc. في 1998، نشرت Google أكثر من 2000 رسم شعار مبتكر مختلف على الصفحات الرئيسية حول العالم.

في عام 2000 قدمت Google برنامج AdWords، وهو برنامج خدمة ذاتية لإنشاء حملات إعلانية عبر الانترنت والتي تشمل الإعلانات الصورية وإعلانات الفيديو بالإضافة إلى الإعلانات النصية البسيطة.

في عام 2004 استحوذت Google على التكنولوجيا الرقمية شركة الخرائط Keyhole وأطلقت خرائط Google و Google Earth في عام 2005، تقدم الخرائط اتجاهات النقل العام وصورا على مستوى الشارع وتتيح لك Earth استكشاف المحيط والقمر.

في 2006 استحوذت الشركة على موقع مشاركة الفيديو عبر الانترنت على YouTube وفي عام 2007 أعلنت Google عن نظام Android وهو نظام مفتوح للأجهزة المحمولة.

تم إطلاق Google رسميا في 2 سبتمبر 2008، وفي أبريل 2011 تولى Larry Page الرئيس التنفيذي لشركة Google اللقب مرة أخرى، وفي جوان 2011 قدمت الشركة مشروع Google+ الذي يهدف إلى مشاركة الحياة الواقعية للأشخاص على الويب. (Stipic, 2015)

● شبكات التواصل الاجتماعي:

تعد شبكات التواصل الاجتماعي من أكثر المواقع التي يستخدمها الإنسان في الآونة الأخيرة لما لها من مميزات وانتشار وتفاعل، وتستخدم للتعبير الحر عما يراه الإنسان، وتساعد على الاشتراك مع الآخرين في نفس الأفكار، أو تشجيع فكر معين أو رأى معين أو تقديم مجال اهتمام واحد ولم تظهر الشبكات الاجتماعية في عصر الإنترنت، ولكنها بدأت منذ أزمنة بعيدة، ذلك لأن الإنسان كائن اجتماعي بطبعه يحتاج إلى العلاقات الاجتماعية مع الآخرين من أجل البقاء، وقد ساهمت شبكة الإنترنت في دفع العلاقات الاجتماعية من الواقع المعاش إلى العالم الافتراضي بفضل تقنيات الجيل الثاني لشبكة الإنترنت الذي يعتمد على مساهمة المستخدمين بالمحتويات على

مواقع الإنترنت. ويعتبر موقع Geocities هو أول شبكة اجتماعية ظهرت في الولايات المتحدة الأمريكية على الإنترنت عام 1994م، تلاه بعام واحد موقع Theglobe.com ، ثم موقع Classmates.com عام 1995م للربط بين زملاء الدراسة، وموقع Sixerees.com عام 1997م، الذي ركز على الروابط المباشرة بين الأشخاص، وظهرت في هذا الموقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء ، وبالرغم من توفير تلك الشبكات لخدمات مشابهة لخدمات الشبكات الاجتماعية الحالية إلا أنها لم تستطع أن تدر ربحاً مالياً لها وتم إغلاق بعضها .

وخلال الفترة ما بين 2002م، و 2004م، بلغت شعبية شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية عبر العالم ذروتها من خلال ظهور ثلاثة مواقع كان أولها MySpace ، تلاه موقع Friendster ثم موقع Facebook الذي ظهر عام 2003م والذي أصبح بسرعة من أهم هذه المواقع الاجتماعية وأكثرها شعبية. وفي منتصف عام 2005م كان موقع MySpace مقصداً مشهوراً لطلبة المدارس الثانوية في شتى أرجاء الولايات المتحدة الأمريكية، ولكن المراهقين من البلدان الأخرى كانوا موزعين على مواقع الشبكات الاجتماعية الأخرى، وظهرت أنواع أخرى من الشبكات الاجتماعية التي تهتم بالصورة مثل موقع "فلوكر" الذي ظهر عام 2004م ، وموقع YouTube الذي ظهر عام 2005م، ويهتم بنشر مقاطع الفيديو،

والواقع أن الشبكات الاجتماعية على الويب هي مواقع أسسها أفراد وتبنتها شركات كبرى فيما بعد، وتهدف هذه الشبكات الاجتماعية إلى جمع الأصدقاء والمعارف والأقارب وزملاء الدراسة والعمل في مكان واحد على الويب والتشارك في الآراء والاهتمامات والتعليقات والأخبار، وتكوين صداقات جديدة، فإن الشبكات بديل افتراضي للجماعات الاجتماعية الحقيقية التي تراجعت بسبب تغير أساليب الحياة وسرعة إيقاعها وتباعد المسافات العاطفية والنفسية بين البشر بحكم تطور تكنولوجيا الاتصال الحديثة. (نبيل، 2018)

3- أنواع المنصات الرقمية :

1.3 منصات التواصل الاجتماعي Social Media Platforms :

هي قنوات رقمية تفاعلية تركز على إنشاء الأفكار والمعلومات ومشاركتها من خلال الشبكات الافتراضية. تمكن هذه الأنظمة الأساسية للمستخدمين من المشاركة في الشبكات الاجتماعية من خلال إنشاء محتوى ومشاركة

أفكارهم والتعليق على محتوى مستخدم آخر وإعادة نشره، يمكن أن يكون محتوى منصات التواصل الاجتماعي عبارة عن نصوص أو صور أو ما إلى ذلك... (Kanwal, 2022)

الفييس بوك Facebook:

هو عبارة عن شبكة اجتماعية أنشأها Mark Zuckerberg خلال عام 2004، عندما كان طالبا في جامعة Harvard حيث كان ينوي التواصل مع زملائه من خلال شبكة خاصة، الهدف الرئيسي من Facebook هو تسهيل تواصل المستخدمين مع معارفهم في أي وقت يريدونه، حاليا يقع المقر الرئيسي للشركة في California، في جويلية 2009 وصل Facebook إلى 250 مليون مستخدم، وفي ديسمبر كان أكثر من 350 مليون واعتبارا من جويلية 2010 تجاوز الرقم 400 مليون مستخدم، تكمن قوتها في عدد المستخدمين المتصلين بالانترنت والذي يتم تعزيزها من خلال تصميم صفحة شخصية، نظرا لخصائصه فإنه يوفر فرصة لمقابلة المزيد من الأشخاص ومشاركة المنشورات والموسيقى ومقاطع الفيديو والألعاب والصور مع مستخدمين آخرين. (Marina Denise, 2015)

تويتر Twitter :

هو شبكة اجتماعية مجانية مستخدمة على نطاق واسع تسمح للأشخاص بمشاركة المعلومات والأخبار، من خلال نشر تعليقات حول تجاربهم وأفكارهم. الرسائل العامة ترسل وتستلم عبر التويتر « Twitter » أو التغريدات « Tweets » حيث تكون محدودة، بما لا يزيد عن 140 حرفا، ويمكن أن تتضمن روابط، مدونات، صفحات الويب، الصور، مقاطع الفيديو وجميع المواد الأخرى على الانترنت، وعلى الرغم من الإيجاز الذي تفرضه هذه المادة الإعلامية إلا أنه يتم استخدام Twitter على نطاق واسع في مجموعات متنوعة.

بعد إنشاء حساب Twitter (www.twitter.com) يقوم المستخدمون بإنشاء ملفهم الشخصي واسم Twitter - على سبيل المثال @OTprofile - ويمكن بعد ذلك الإرسال وتلقي التغريدات، والوصول إليها من خلال أي جهاز كمبيوتر أو جهاز هاتف متصل بشبكة الانترنت، بمجرد إرسال تغريدة ستظهر في ملف المستخدم الخاص به وفي ملف أي شخص يتابعه.

يمكن أيضا استخدام البحث للعثور على التغريدات ذات الصلة، يمكن أن يكون هذا من خلال الكلمات الرئيسية، التي يتم تحديدها غالبا بواسطة علامات تصنيف يحددها المستخدم، ويتم تحديدها بواسطة رمز " # " -

على سبيل المثال #journal - تساعد Hashtags في تحديد مجالات معينة للمناقشة. يسمح Twitter بالتبادل الحر للأفكار على المستوى الوطني والعالمي، بين الأشخاص المهتمين بمجالات الخبرة المماثلة. (Fiona Maclean, 2013)

2.3 منصات المحادثة Conversation Platforms :

تسمح بتبادل الرسائل الحية حيث يقوم المتحدثون بإجراء المحادثات كما يفعلون على الهاتف، يقومون بكتابة الرسائل التي يستجيب لها الآخرون على الفور أي استجابة فورية في الوقت الفعلي مع أشخاص من جميع أنحاء العالم. (KARASAR, 2002).

الواتس آب Whats App :

تأسس Whats App في عام 2009 على يد الأمريكي "Brian Acton" والأوكراني "Jan Koum" (الرئيس التنفيذي). وكلاهما موظفين سابقين في موقع "Yahoo"، يقع موقع Whats App في "Santa Clara California". وهو تطبيق تراسل فوري يمكن من خلاله إرسال الرسائل النصية من دون دفع رسوم، يستخدم عن طريق الأجهزة المحمولة مثل: Iphone , Android..

عند استخدام Whats App لا يوجد أي تكاليف، لأنه يستخدم البيانات الموجودة على البريد الإلكتروني وتصفح الإنترنت. كما يمكن المراسلة ضمن مجموعات وتبادل الوسائط من فيديو، وصور، وملفات صوتية. من مزاياه أيضا سهولة استخدام التطبيق وخلوه من الإعلانات واشتراك عدد كبير من الأفراد في الدردشة مجاناً مع ظهور تنبيه باستلام الرسائل، وحفظ الخصوصية بتشفير الرسائل، وقدرة التطبيق على العمل بمختلف المنصات. (عبير، 2022)

تم تصميم Whats App كبديل لخدمة الرسائل القصيرة (SMS)، يوفر الرسائل النصية أو الاتصالات في الوقت الفعلي، بما في ذلك سهولة مشاركة المعلومات (مثل قائمة جهات الاتصال) أو محتوى الوسائط (مثل ملفات الصوت والفيديو والصور وبيانات الموقع). (Annie Dayani Ahad, 2014) يتيح ميزة الدردشة الجماعية للمستخدمين ومشاركة المحتوى مع ما يصل 256 شخصا في وقت واحد، تطبيق Whats App مرتبط برقم الهاتف الخليوي للمستخدم. (Maged N. Kamel Boulos, 2016)

السناپ شات Snapchat:

أطلق التطبيق كل من "Bobby Murphy, Evan Spiegel" عام 2011، عندما التقيا في جامعة Stanford، وكان يحمل في بدايته اسم Picaboo (النسخة الأولى من تطبيق Snapchat)، وكانت الفكرة أنهم أرادوا إنشاء تطبيق يرسل صورا وبعدها تختفي، وقد ساعدهم في برمجة التطبيق "Reggie Brown"، وقد أتيح تطبيق Picaboo في متجر تطبيقات iOS في جويلية 2011، ولكن مع وجود مشكلة حيث انه يمكن للمستخدمين الاحتفاظ بالصور قبل اختفائها عن طريق التقاط صور للشاشة Screenshots على أجهزة iPhone الخاصة بهم، مما يتنافى مع الهدف الأساسي للتطبيق، وللتغلب على ذلك تم إنشاء إشعار حتى يتمكن المستخدمون من معرفة ما إذا كان شخص ما قد احتفظ بالصورة عن طريق التقاط صور للشاشة.

وفي سبتمبر 2011 قام "Murphy و Spiegel" بإعادة تسمية التطبيق باسم ، Snapchat وأضافا إمكانية التعليق على الصور، وفي عام 2012 تمت إتاحة التطبيق للتحميل على متجر Google لمستخدمي نظام Android، مما أسهم في زيادة عدد المستخدمين بشكل ملحوظ. وفي عام 2013 أطلق التطبيق خاصية القصص stories التي أتاحت نشر صور أو فيديوهات عبر التطبيق تستمر لمدة 24 ساعة، وفي عام 2014 تمت إضافة خاصية الدردشة بين المستخدمين chat وكذلك دردشة الفيديو الحية live video chat، في جويلية 2014 أتاحت ميزة الفلاتر والمؤثرات بحسب الموقع الجغرافي Geofilter، وفي جانفي 2015 أتيح خاصية استكشاف Discover التي تمكن المستخدم من استكشاف ما يقوم به المستخدمون الآخرون من أنشطة عبر التطبيق، وفي ماي 2015 تم تطوير خاصية كود سناپ شات Snapcode و يمكن إنشاء شخصية افتراضية للمستخدم عبر التطبيق Avatar عن طريق خاصية Bitmoji . Snapchat ليس مجرد تطبيق كاميرا للتصوير، بل نمط جديد من الكاميرات تسهم في توصيل الأصدقاء ببعضهم البعض على مستوى العالم. (جمعة زكي، 2020)

يستخدم سناپ شات خوارزمية لحساب من يقوم المستخدم بالتقاطه، مما يسمح بالتعرف على أفضل أصدقاء المستخدمين. (J.Mitchell Vaterlaus, 2016).

3.3 منصات التدوين Blogging Platforms:

منصة التدوين هي برنامج أو خدمة تستخدم لإدارة و نشر محتوى الانترنت في شكل مدونة (المدونة اختصار لمدونة الويب) هي سجل لإدخالات المستخدم عبر الانترنت حيث تتيح له إنشاء و تنظيم و نشر محتوى مكتوب ومرئي في شكل مدونة، الشيء الأساسي الذي يميز المدونة عن المواقع الأخرى هو أن المحتوى المنشور عليها يظهر بترتيب زمني عكسي، مما يعني أن الإضافات الأكثر شيوعا إلى موقع الويب تظهر أولا. (Haines, 2020)

تبلر Tumblr:

تم إطلاق الشركة في أوائل عام 2007 أسسها David Carp كان المطور الرئيسي " Marcos Arment " الذي يعتبر القوة الدافعة وراء إطلاق Tumblr، حيث شارك في تطويرات أخرى مثيرة للاهتمام. وهو موقع تدوين مخصص لمنشورات نصية قصيرة و مقتطفات مختصرة من مدونات و مواقع ويب أخرى مثل الصور ومقاطع الفيديو ومقاطع الصوت القصيرة، التدوين عبر المشاركات القصيرة يسمى بالمدونات الصغيرة . (Smith, 2011, p. 217)

بلوجر Blogger:

هي احد المنصات المجانية التي تقدمها لنا شركة جوجل والتي يمكن العمل عليها بشكل مجاني ولا تحتاج منا أي اشتراكات، فقط من خلال إنشاء إيميل جوجل Gmail، وبعد إنشاء الإيميل يمكن استخدام منصة Blogger وإنشاء أي عدد تريده من المدونات، أي نستطيع القول أن Blogger تسمح بإنشاء موقع مجاني على الانترنت والبدء بتحقيق دخل مناسب لمالكه. و من مميزاته انه مجاني وسهل الاستخدام والإدارة دون أي مهارات تقنية. يتمتع بالميزة الإضافية المتمثلة في الموثوقية والنظام الأساسي الآمن القوي من Google، سرعة التصفح، عدد غير محدود من المدونات والمحتوى، توفر قوالب كثيرة وبعضها حديثة ومنافسة ل Wordpress. كذلك إمكانية تخصيص مؤلفين ومدونين يعملون داخل المدونة. (صالح، 2021)

3.1 منصات التجارة الإلكترونية E-commerce Platforms :

هي عبارة عن عملية شراء أو بيع أو تحويل أو تبادل المنتجات أو الخدمات أو المعلومات عبر شبكات الكمبيوتر بما في ذلك الانترنت (Efraim Turban, 2008) ومن بين هذه المنصات:

Amazon:

أمازون هي شركة تجارة الكترونية أسسها "Jeff Bezos" عام 1994، وهي شركة التجزئة الإلكترونية الرائدة في الولايات المتحدة حيث بلغت مبيعاتها 178 مليار دولار أمريكي في عام 2017. لديها أكثر من 300 مليون حساب عملاء نشط على مستوى العالم من خلال موقعها على شبكة الإنترنت Amazon.com، يصنف باستمرار في أفضل 15 موقعا الكترونيا الأكثر زيارة على مستوى العالم من خلال موقعها على شبكة الانترنت، تبيع الشركة مجموعة واسعة من المنتجات الاستهلاكية المادية بما في ذلك الكتب وأقراص DVD والإلكترونيات والملابس ومنتجات التجميل والأطعمة. يمكن بيع هذه المنتجات مباشرة عن طريق أمازون أو البائعين الخارجين على منصة مبيعات أمازون، تبيع أمازون أيضا مجموعة واسعة من المنتجات الافتراضية بما في ذلك منتجات الفيديو المتدفقة والقابلة للتنزيل، والكتب الإلكترونية وخدمات الويب. (Schmidt, 2020)

وهي شركة تكنولوجية أمريكية متعددة الجنسيات، متخصصة في الإلكترونيات، تعد من أكبر الشركات العملاقة في الولايات المتحدة وحول العالم، تتيح خدمات البيع بالتجزئة عبر الانترنت ونشاطها التجاري على منصة أمازون. (Rahman, 2021)

:Alibaba

يعد موقع Alibaba.com حاليا أهم موضوع نقاش بين المستثمرين لأنه يضم شركات تجارية في الصين يسهل على الجميع شراء أو بيع أي شيء عبر الإنترنت في أي مكان في العالم. تأسست مجموعة Alibaba Group في عام 1999 في HangZhou بواسطة Jack Ma. تضم مجموعة Alibaba Group سبع مجموعات أعمال هي Alibaba Small Business Operations و Taobao و Tmall و Alibaba و Operations International Business و Juhuasuan و eTao و Alibaba Cloud. على مدار العقد الماضي، قامت شركتان تابعتان وهما Taobao و Tmall، بمساعدة مجموعة Alibaba Group Holding Ltd بشكل كبير في النمو بشكل هائل. تعد Alibaba Group Holding Ltd الآن السوق الإلكتروني العالمي الرئيسي (GEM) في العالم من حيث عدد المستخدمين المشاركين على نطاق واسع. تدير Alibaba شركة رائدة في مجال التجارة الإلكترونية وسوق للهواتف المحمولة في تجارة التجزئة والجملة بالإضافة إلى خدمات أخرى مثل توفير منصة تمكن المستهلكين والتجار والمشاركين لإجراء الأعمال التجارية في شبكتهم. (Li, 2014)

ولديها أربعة أسواق، تدعي الشركة أن هذه الأسواق لديها أكثر من 65 مليون مستخدم مسجل. منصة Alibaba من الشركات القائمة على الانترنت و التي تشمل الأسواق عبر الانترنت و التي تسهل العلاقات التجارية الدولية و المحلية في الصين ، تشمل أيضا التجارة و البيع بالتجزئة و الدفع و محركات البحث للتسوق و خدمات الحوسبة . (Bhowmik, 2019)

موقع التسوق Ali Express:

هو موقع صيني خاص بالتسوق عبر الانترنت ومتخصص ببيع مختلف المنتجات تابع لمجموعة علي بابا، تم إنشاء الموقع سنة 2010 من قبل رجل الأعمال الصيني "جاك ما"، تقوم فكرة الموقع ببيع للأفراد مباشرة (لا يكون هناك بين البائع و المشتري) ، و يختلف الشحن و تكاليفه من دولة لأخرى.

يتميز بمنتجات صينية منخفضة الأسعار ، كما يوفر ضمانات استرجاع وخيارات كثيرة للدفع و الشحن(الشحن مجاني على كثير من المنتجات و لكثير من الدول)، يوفر الموقع كل المعلومات الخاصة بالمنتج مع وجود نفس المنتج عند أكثر من تاجر لإتاحة حرية الاختيار، كذلك يستطيع المستخدم مراجعة المنتج و إبداء رأيه، كما يوفر تقييما بعدد النجوم لكافة التجار، يعد من أكثر المتاجر انتشارا ، كما يوفر المنتجات الأصلية و أخرى نسخ عالية الجودة. (حميدة، 2020)

5.3 المنصات التعليمية الالكترونية Electronic Educational Platforms:

محتوى رقمي خاص ببيئة تعليمية إلكترونية تفاعلية سهلة الاستخدام للمستخدمين والزائرين للمنصة، وتعتبر حلقة وصل مهمة بين الطالب والمعلم وولي الأمر والإدارة المدرسية والمادة التعليمية، وذلك باستخدام التقنيات التكنولوجية الخاصة بالتعليم الإلكتروني. وهي تحتوي على كتب تفاعلية وتحليل محتوى المناهج واختبارات الكترونية محوسبة، وملفات غنية بالمادة التعليمية وفيديوهات تفاعلية يستطيع الطالب مشاهدتها أو تحميلها من الموقع في أي وقت وأي مكان. (المبحوح، 2019)

:Coursera

هي عبارة عن منصة للتعليم عن بعد عبر الانترنت تقدم دورات لأي شخص يرغب في التعلم ، حيث لديها شركاء في جميع أنحاء العالم من مختلف الجامعات و المؤسسات الكبرى مع مهمة إنشاء برامج تعاونية. تسعى هذه البرامج إلى جعل التعليم أساسيا لكل شخص. تأسست Coursera في عام 2012 من قبل " Daphne

Kollar و "Andrew Ng" ، أساتذة علوم الكمبيوتر من جامعة Stanford وتم إطلاقه رسمياً في أبريل 2012 ، اعتباراً من 24 فيفري 2016 قدمت Coursera 1765 دورة تدريبية من خلال 138 شريكاً من 28 دولة مع أكثر من 17.5 مليون متعلم مسجل. (Huma Shafiq, 2017)

وتقدم هذه المنصة دورات تعليمية وذلك بشكل مجاني للمستخدمين من حول العالم في مجالات تعليمية متعددة من خلال محاضرات يقدمها أساتذة متخصصون من مؤسسات وجهات تعليمية مختلفة، وتتنوع مجالات الدورات التي تقدمها المنصة منها الطب والقانون والتغذية والتربية والآداب والهندسة وغيرها.. (فريجات، 2020)

:edeX

تأسست في ماي 2012 كشراكة بين Harvard University و Massachusetts Institue of Technology، وقد أثبتت edeX نفسها كواحدة من منصات MOOC+ الرائدة التي يعتبر Ananat Agarwal رئيساً تنفيذياً بها الحاصل على درجة الدكتوراه، والذي قام بتدريس دورة الأولى حول الدوائر والالكترونيات من معهد Massachusetts، تم تسجيل 155.000 طالب من 162 دولة، تم تأسيس edeX للطلاب و المؤسسات التي تسعى إلى تغيير نفسها باستخدام التكنولوجيا الرائدة، وطرق التدريس المبتكرة والدورات التدريبية الصارمة بغض النظر عن الموقع أو الجنس أو الدخل أو الوضع الاجتماعي.

يمكن ل edeX تعزيز التعليم داخل الحرم الجامعي وعبر الانترنت ولتحقيق هذا الهدف دخلت في شراكة مع Google لبناء موقع "MOOC" وذلك سنة 2013 وهي منصة مجانية مفتوحة المصدر للجامعات و المؤسسات و الشركات والأفراد لإنشاء دورات الانترنت. (Gilbert, 2015)

: Edraak

هي منصة الكترونية عربية غير ربحية للمسابقات الجماعية مفتوحة المصادر (MOOCs)، تم تأسيس إدراك بمبادرة من مؤسسة الملكة رانيا للتعليم و التنمية و التي تحرص على بذل كافة الجهود والمسااعي للمساهمة في التقدم

MOOCs+: دروس الكترونية جماعية متاحة على شبكة الانترنت، معدة بطرق واضحة وسهلة، تستخدم منتديات النقاش كأداة للتفاعل بين الطلبة فيما بينهم وبين الطلبة والخبراء (كفاي، 2019)

في مجال التربية والتعليم كونهما أساس التطور والازدهار، وتهدف إلى توفير مسابقات تعليمية عالية الجودة يقوم على تطوير محتوياتها خبراء وأساتذة من شتى أنحاء العالم، بالإضافة إلى المسابقات المترجمة للغة العربية. (الزرو، 2020)

6.3 منصات مشاركة المحتوى Content Sharing Platforms:

الانستغرام Instagram:

هو تطبيق مجاني لتبادل الصور وشبكة اجتماعية أيضاً، أطلق في أكتوبر عام (2010) و استحوزت عليه شركة فيسبوك من خلال صفقة بلغت قيمتها مليار دولار، يتيح للمستخدمين التقاط صورة وإضافة فلتر رقمي إليها ثم مشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات الشبكات الاجتماعية وشبكة انستغرام نفسها. (زغدود، 2021)

أيضا هو تطبيق لتبادل الصور على الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية وأجهزة الحاسب الآلي، كما يتيح الموقع للمستخدمين التقاط الصور وتحريرها وتحميلها، ومن ثم مشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات الشبكات الاجتماعية، مثل: Facebook و Twitter ، ومن الخصائص الرئيسية التي جعلت انستغرام مشهوراً وذو شعبية خاصة تحرير الصور التي تتيح للمستخدمين إضافة تأثيرات خاصة على الصور عن طريق استخدام خاصية تعديل الصور (فلاتر). (التميمي، 2017)

ويهدف مستخدم انستغرام إلى إنتاج وبث محتويات تعبر عنه وتمثله لتأسيس جماعته الافتراضية الخاصة مع مجموعة من المستخدمين الغرباء الذين يتقاسمون معه نفس مراكز الاهتمام، ويمكن لكل مستخدم أن يشارك عبر صفحته الشخصية ألبومات الصور التي يراها مناسبة فيطلع عليها كل مستخدم المنصة، ويتلقى بذلك تفاعلات مختلفة كالإعجاب أو التعليق أو تفعيل متابعة حسابه من قبل المعجبين والمهتمين بما ينشره. (سميشي، 2021)

التيك توك Tik Tok:

يمثل أحد أحدث مواقع بث المحتوى وأشهرها حالياً، يعمل على أجهزة « IOS » و « Android » يتم استخدامه لإنشاء مقاطع فيديو قصيرة ومشاركتها، تم إطلاقه في البداية باسم Douyin في سبتمبر 2016 في الصين ، في العام التالي 2017 تم إطلاق التطبيق بواسطة شركة ByteDance للأسواق خارج الصين، وهو الآن متاح في جميع أنحاء العالم عبر متجر التطبيقات « Appstore » أو « Google Play » . (رتيمي، 2022)

هو منصة محتوى نموذجية من إنشاء المستخدم، حيث يتم إنتاج المحتوى بواسطة المستخدمين، بدلاً من الشركة. يمكن الوصول إليه عبر الأجهزة الذكية، حيث يتيح التطبيق للمستخدمين إنشاء فيديوهات للرقص، والألعاب، ومقاطع فيديو ذاتية الصنع وما إلى ذلك.... في 3 إلى 15 ثانية أو من 3 إلى 60 ثانية، يتفاعل المستخدمون في TikTok بواسطة عرض ومشاركة والتعليق على مقاطع الفيديو التي أنشأها مستخدمون آخرون. ومن بين التفاعل المتنوع بين المستخدمين غالبًا ما يتم استخدام الميمز Memes وريمكس Remix وإعادة العبارات والقصص والأغاني حيث تعكس أفكار المستخدم وثقافته. فمن خلال عملية إنتاج محتوى الفيديو باستمرار، يكتسب بعض المستخدمين تدريجيًا المزيد من المتابعين أو التقدير من المستخدمين الآخرين. يُطلق على هؤلاء المستخدمين المعترف بهم من قبل المجتمع "المؤثرين" (Aloui, 2021).

اليوتيوب YouTube:

هو موقع لعرض الفيديو، حيث يشارك المستخدمون مقاطع الفيديو الخاصة بهم ويعرضون مقاطع الفيديو التي أنشأها المستخدمون الآخرون مجانًا، ويمكن للمستخدمين أيضًا مشاركة مقاطع فيديو لمستخدمين آخرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى، منذ عام 2004 أصبح موقع YouTube من أكبر منصات بث المحتوى على الإنترنت نظرًا لتنوعه وإتاحة الفرصة للمستخدمين بالتفاعل عن طريق المشاركة والمشاهدة والتواصل... (ابراهيم، 2020)

وهو عبارة عن نظام أساسي مجاني لمشاركة الفيديو يتيح للمستخدمين إنشاء وتحميل ومشاهدة مقاطع الفيديو عبر الإنترنت، يمكن لأي مستخدم إنشاء قناته الخاصة و بث مقاطع الفيديو الخاصة به، كما يمكنه أيضًا متابعة قنوات المستخدمين الآخرين والتعليق والمشاركة.

احتل موقع YouTube المرتبة الثانية بين أكثر مواقع الويب زيارة في العالم، كما يمثل مصدرًا قويًا لأنشطة التسويق والأعمال. (Vytiaz, 2018)

7.3 منصات بث المحتوى Digital Streaming Platforms:

ويقصد بها التطبيقات التي تتيح للمستخدمين مشاهدة المحتوى عبر الاتصال بشبكة الإنترنت ويقوم المستخدم بالتعرض لها من خلال الأجهزة الذكية المختلفة مثل الهواتف والتابلت واللابتوب والتلفزيون الذكي والكمبيوتر

الشخصي... وقد تكون هذه التطبيقات مجانية مثل المواقع الالكترونية YouTube وغيرها أو باشتراك مدفوع مقابل المشاهدة كما في Netflix و Shahid Net و Watch It . (الحמיד، 2019)

نتفليكس Netflix:

هي شركة إعلامية أمريكية مقرها California، أسسها كل من "Reed Hastings" و "Mark Randolph" في 29 أوت 1997، قائمة على أساس الاشتراك بمنصتها عبر الانترنت التي تقدم من خلالها مجموعة متنوعة من العروض التلفزيونية و الأفلام والمسلسلات وأعمال الأنيمي و الوثائقيات مقابل رسم شهري ثابت. (مزعاش، 2022)

هي خدمة بث فيديو عالمية تضم أكثر من 125 مليون مشترك في أكثر من 190 دولة، يمكن الوصول إليها من خلال أجهزة الكمبيوتر والهواتف المحمولة والأجهزة اللوحية والتلفزيون، بدأت Netflix كخدمة مقرها الولايات المتحدة ثم توسعت عالمياً، تحتوي خدمة بث الفيديو Netflix على أكثر من 1500 برنامج تلفزيوني و 4000 فيلم عبر مجموعة واسعة من الأنواع، يمكن للمشتركين مشاهدة العديد من العروض حسب الرغبة مع الوصول الكامل إلى Catalog العناوين الذي تمتلكه المنصة. لا ترخص Netflix محتوى الفيديو الذي أنشأه الآخرون فحسب، بل تمول أيضاً المحتوى الأصلي والحصري خلال أكثر من 700 عرض تلفزيوني أصلي على الخدمة، وقد فاز محتوى Netflix الأصلي بجوائز كبرى مثل جوائز Primetime Emmy و جوائز Golden Globe وجائزة an Academy (Schmidt, Netflix, 2020)

منصة هولو Hulu:

في مارس 2008 تم إطلاق شبكة Hulu رسمياً ، مما يتيح للمستخدمين الوصول إلى مقاطع مختارة و أفلام كاملة و حلقات من برامج FOX و NBC التلفزيونية الشهيرة، تم عرض الإعلانات على المستخدمين أثناء البرمجة ، دقيقتان من الإعلانات التجارية لكل 22 دقيقة من البرمجة ، ويتم بث ربع الإعلانات التجارية عادة أثناء البرنامج. Hulu تتيح للمستخدمين تحديد نوع الإعلانات التجارية التي يشاهدونها وتقييمها والمشاركة أحياناً في الألغاز أو الألعاب التفاعلية أثناء فترات الاستراحة ، تقسم Hulu أرباح الإعلانات التجارية بين مزودي المحتوى، سرعان ما أصبح الموقع شائعاً لدى المستخدمين، بعد 10 أشهر من الإطلاق الرسمي للموقع ، حصلت Hulu على لقب "موقع العام" من قبل Associated Press وشهدت 227 مليون مقطع فيديو ، تميزت Hulu بعدد أقل من الإعلانات، وتشكيلة أكبر من المحتوى ، ويمكن الوصول إليها عبر الأجهزة المحمولة أو أجهزة

الكمبيوتر وغيرها من الأجهزة ذات إمكانيات البث، بالنسبة للخدمة المجانية متاحة فقط على أجهزة الكمبيوتر. (Henry W.Mcgee, 2017)

Hulu هي خدمة تقدم اشتراك فيديو عند الطلب. لدى Hulu حاليا أكثر من 41.6 مليون مشترك عبر خطط SVOD (فيديو بدون إعلانات عند الطلب) و AVOD (فيديو قائم على الإعلانات عند الطلب). مما يترجم إلى ما يقارب 100 مليون مشاهد في عام 2021. (Mullery, 2021).

:Amazon Prime

هي خدمة بث الفيديو مدفوعة عن طريق الاشتراكات تحتوي على مجموعة كبيرة من الأفلام والمسلسلات، يوفر Prime video لمنتجي المحتوى القدرة على نشره في جميع أنحاء العالم بحيث يمكن للمستخدمين الوصول إلى خيارات متعددة للشراء والعرض، كما تلتزم بمواصلة تنمية عروض المحتوى الخاصة بالمستخدمين وتقديم تجربة مشاهدة عالية الجودة عبر الأنظمة الأساسية.

● عروض Amazon Prime Video:

- يتيح Prime Video لمنتجي المحتوى الوصول إلى المستخدمين من خلال مجموعة متنوعة من أنواع العروض.
- يوفر Prime Video إمكانية الوصول إلى الأفلام والبرامج التلفزيونية الرقمية المتنوعة منها الأصلية والشهيرة.
- يتوفر Prime Video بعدة لغات، حيث يمكن للمستخدمين اختيار ترجمة متعددة اللغات ودبلجة صوتية تمكنهم من مشاهدة المحتوى باللغة التي تلي رغبتهم.
- تقدم Prime Video فيديو عند الطلب VOD للمستخدمين بحث تمكنهم من طلب محتوى واستئجاره وشراؤه وتنزيله وبثه.
- يقدم Prime Video محتوى عالي الجودة بدقة SD و HD و 4K Ultra HD و HDR.

● أنواع محتوى Amazon Prime Video:

يستخدم Prime Video مصطلح التلفزيون لتحديد المحتوى العرضي، يتم تنظيم المحتوى التلفزيوني حسب المسلسلات والمواسم والحلقات.

السلسلة: هو العرض التلفزيوني ذو المستوى الأعلى، تتكون السلسلة من موسم واحد أو أكثر، كل منها به حلقة واحدة أو أكثر.

الموسم: عبارة عن مجموعات من الحلقات الفردية ضمن سلسلة معينة.

الحلقة: هو العنوان الذي يراه المستخدم حيث يتم تسلسل الحلقات مع حلقات أخرى في الموسم. (amazon, 2018)

منصة Disney+:

هي شركة أمريكية وتعتبر من أكبر شركات الترفيه وأشهرها في العالم، تأسست عام 1923 عندما وقع Walt Disney وهو صبي صغير رسم كاريكاتيري عن فتاة صغيرة تسمى Alice Wonderland عقدا مع موزع لإنتاج أفلام Alice الكوميديا، مع مرور الوقت ابتكر شخصية جديدة Mickey Mouse والتي لم تزد من شعبية الشركة فحسب بل أدت إلى ترويج الشخصية، في عام 1987 ظهر فيلمه الطويل الأول للرسوم المتحركة Snow White and The Seven Dwarfs لقد كان نجاحا كبيرا واتبعه بعد ذلك عدة أفلام شهيرة وناجحة أخرى، بعد وفاة Walt Disney أكمل خططه شقيقه Roy و في عام 1971 توفي هو الآخر وواصل قيادة الشركة وصناعة الأفلام فريق تم تدريبه من قبل الأخوين Disney.

جدول 2: يمثل الحقائق الرئيسية لتاريخ ديزني. (Neus Linares, 2019)

السنة	الحدث
1923	Walt Disney يوقع عقدا لإنتاج "Alice Comedies".
1937	إصدار أول فيلم رسوم متحركة طويل Snow White and The Seven Dwarfs.
1955	افتتاح Disneyland.
1966	وفاة Walt Disney، يتولى شقيقه Roy السيطرة على الشركة
1971	وفاة Roy ليتولى بعده الشركة فريق دربه الأخوان Disney .
1983	انطلاق شبكة الكابل قناة Disney.
1996	الاستحواذ على Capital Cities/AB، والذي يفترض وجود 10 محطات تلفزيونية و 21 محطة إذاعية جديدة.
1998	إنشاء قنوات تلفزيونية مدفوعة الأجر ESPN
2006	الاستحواذ على شركة Pixar
2009	الاستحواذ على شركة Marvel Entertainment
2012	الاستحواذ على شركة Lucasfilm
2019	الاندماج مع 21 st Century Fox

الآن دخلت شركة Disney منافسة مع منصات عالمية مثل Netflix و Hulu و Amazon Prime Video بإطلاقها خدمة بث خاصة تحت اسم Disney+، حيث تعرض المنصة جميع الأفلام التي أنتجتها الشركة منذ 90 عام حتى الآن، بالإضافة إلى الأفلام والمسلسلات الأصلية والحصرية كما تعرض من خلال المنصة جميع أفلام Pixar و Marvel Studios و Star Wars. (حلاق، 2019)

تم إطلاق Disney+ في الولايات المتحدة وكندا وهولندا و نيوزيلندا وأستراليا في نوفمبر 2019 وفي عدة دول أوروبية في مارس 2020 ثم في فرنسا والهند في أبريل 2020، يمثل إطلاق Disney+ تغييرا جذريا في إستراتيجية شركة Walt Disney التي تنتقل من نموذج يتألف من بيع محتواها للناشرين أو الموزعين إلى نموذج دون وسطاء بناء على ارتباط مباشر مع المستهلك، تسمح القوة المالية لشركة Walt Disney لها بالمنافسة بشكل خاص في هذا القطاع، من خلال نشر سعر أقل بكثير من المنافسة على Disney+ (Hadopi, 2021)

:HBO MAX

تم إطلاق HBO MAX في الولايات المتحدة في 27 ماي 2020 ، يتم تسويقها بسعر 14.99 دولار شهريا و هو سعر باقة قنوات الكابل HBO التي بنيت عليها إستراتيجيتها، ويتم تصنيفها كأعلى خدمة في السوق الأمريكية، يمكن تبرير هذا الوضع المتميز من خلال الكتلوج الكبير الذي قدمته المنصة، حيث تم إطلاق الخدمة في منتصف الأزمة الصحية المرتبطة بوباء Covid-19، قدمت HBO MAX الكثير من المحتوى الأصلي الذي اعتمدت عليه لجذب مشتركين جدد بدءا من الأفلام التراثية إلى المسلسلات الكوميديا الشهيرة بالإضافة إلى الرسوم المتحركة. (Hadopi, 2021)

HBO MAX هي منصة بث تقدم محتوى ترفيهي مباشر للمستهلكين من Warner Media تقدم مجموعة شاملة من الأفلام والمسلسلات والعروض الخاصة بالإضافة إلى مجموعة واسعة من البرامج الجديدة المنتجة حصريا لـ HBO MAX. (Bros, 2022)

:Apple Tv+

هي خدمة بث تقدم إبداعات Apple الأصلية من مسلسلات حائزة على جوائز وأفلام وثائقيات وعروض الأطفال والكوميديا وغيرها...، بحيث تتزايد قائمة الإبداعات كل شهر. يتم البث على تطبيق Apple Tv المتوفر على جميع أجهزة Apple فبمجرد فتح التطبيق واختيار Apple Tv+ سيبدأ العرض ويمكن أيضا مشاهدة العروض على منصات البث و أجهزة التلفزيون الرئيسية المتصلة وأجهزة التلفزيون التي تدعم AirPlay والمجهزة بتطبيق Apple Tv أو الاستمتاع بها عبر الانترنت على الموقع tv.apple.com.

Apple Tv+ خالي من الإعلانات بالنسبة لبعض المسلسلات تتوفر جميع الحلقات في نفس الوقت بالنسبة للآخرين يتم عرض حلقات جديدة كل يوم جمعة ويتم بعد ذلك مشاهدتها عند الطلب أينما ومتى يريد المستخدم. (Apple, 2023)

شاهد:

هو تطبيق بدأ ظهوره في عام 2012 متخصص في عرض جميع المسلسلات والبرامج الترفيهية والإسلامية بمختلف أنواعها بجودة عالية الدقة ودون أي تشويش أو تقطيع وهو تابع لمجموعة قنوات MBC الفضائية التي مقرها الإمارات العربية المتحدة تحديدا دبي، يعمل على الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية والكمبيوتر وعلى جميع الأنظمة التي أطلقتها التكنولوجيا الحديثة، يعتبر تطبيق شاهد نت أول تطبيق في العالم العربي الذي من خلاله يتم متابعة ومشاهدة آخر وأضخم الأفلام والمسلسلات الهندية والعربية والتركية والأجنبية وأفضل أعمال هوليوود وغيرها. ولمنصة شاهد نت Plus ميزات أهمها:

- قابلية العمل في أكثر الأنظمة: يعتبر تطبيق شاهد نت Plus المميز حيث أنه يعمل على جهاز الكمبيوتر بكل سهولة وعلى الهواتف الذكية ببساطة ويدعم الكثير من أنظمة Android المختلفة والمتنوعة .
- محتوى متعدد اللغات : يمتلك تطبيق شاهد نت الكثير من المسلسلات والأفلام بمختلف اللغات والتي من أهمها اللغة العربية، الإنجليزية، الهندية وغيرها من اللغات المختلفة.
- واجهات سهلة الاستخدام: يمتلك تطبيق شاهد نت حيث أنها يمكن لأي شخص أن يتعامل مع هذا التطبيق سواء الشخص المبتدأ أو المحترف. ، الاسبانية Plus واجهة مميزة وفريدة من نوعها وبسيطة في الاستخدام ويمكن للجميع التعامل معها بكل سهولة

- قوائم مفصلة ومرتبطة: تحتوي المنصة على الكثير من الأقسام التي من بينها الأفلام العربية والأفلام الأجنبية، المسلسلات العربية والمسلسلات الأجنبية وغيرها من الأقسام المنظمة بشكل ممتاز والتي من خلالها يستطيع المستخدم أن يصل إلى كل المحتوى الذي يريده بكل سهولة.
- التحديث المستمر للمحتوى: يمتلك تطبيق شاهد نت Plus خاصية التحديث لمحتواه حيث يقوم بإضافة حلقات يومية وإرسال إشعارات بالحلقات بشكل مستمر. (plus, 2023)

:Peacock

هي خدمة بث فيديو أمريكية مملوكة حاليا لشركة NBCUniversal أطلقت في 15 جويلية 2020، وهي شركة تابعة لمجموعة Comcast متعددة الجنسيات للاتصالات السلكية واللاسلكية، والتي تقدم مجموعة أعمال ترفيهية من المسلسلات التلفزيونية والأفلام الشهيرة .

Peacock يسمح بمشاهدة المحتوى المتدفق عبر الانترنت حيث يدمج القنوات الرئيسية بما في ذلك NBC و Bravo و SYFY و ABC و The CW و Fox و CNBC في واجهة سهلة الاستخدام، بالإضافة إلى ذلك التمتع بإمكانية الوصول إلى المنتزهات الترفيهية المتنوعة.

تتمثل إحدى الفوائد العديدة من امتلاك Peacock TV في الوصول إلى أكثر من 670 فيلم وأكثر من 250 برنامج تلفزيوني وكلها مجانية، وللوصول إلى محتوى المنصة هو إنشاء حساب مجاني ومشاهدة إعلانات قصيرة كل 15 و 20 دقيقة.

يتوفر Peacock TV حاليا في الولايات المتحدة والمملكة المتحدة وأيرلندا وألمانيا والنمسا وإيطاليا فقط، إذا كان المستخدم خارج هذه المناطق ويرغب في الاستمتاع بمحتوى Peacock فسيحتاج إلى شبكة TV افتراضية خاصة موثوقة لتجاوز القيود الجغرافية (VPN).

لمشاهدة Peacock هناك 3 خطوات بسيطة وهي:

- ✓ بعد تنزيل ExpressVPN يمكن الوصول إلى The Office بدقة فائقة من أي مكان.
- ✓ الاتصال بخادم (Serveur) في الولايات المتحدة، بمجرد التثبيت يتم اختيار من بين مجموعة من الخوادم ذات زمن الوصول المنخفض بما في ذلك نيويورك وواشنطن وميامي، والتي تقلل من التكلفة الإضافية للخوادم ويسمح لك بالاستفادة من بث Peacock دون انقطاع.

✓ الوصول إلى موقع Peacock Tv باتصال المستخدم بالحساب الخاص به والبدء في مشاهدة المحتوى دون مقابل. (Newman, 2023).

:Starzplay

هي خدمة البث المباشر، يستفيد عملائها وخاصة عشاق المسلسلات من التكملة المثالية لعرض الترفيه المتاح. أنتجت المنصة لعدد من المسلسلات الشهيرة مثل: The Spanish Princess و Spartacus و Hightown.

تقوم المنصة بتوسيع وجودها في جميع أنحاء العالم من خلال تقديم منصة البث الدولية المتميزة للمشتركين في المزيد من البلدان. تقدم خدمة البث المتميز القدرة على مشاهدة محتوى Starz المتميز في أي مكان، هذه المنصة متاحة للوصول المباشر من قبل المستهلكين أو من خلال خدمات البث الرقمي الدولية أو موزعي الفيديو أو شركات الاتصالات وغيرها من المنصات الرقمية على الانترنت. تتيح المنصة لمشتركيها الوصول إلى سلسلة Starz الأصلية والأفلام المتميزة والمحتوى المنسق الذي يستهدف الجماهير الدولية. (Wallisellen, 2020)

Starzplay منصة دفع فيديو تحتوي على كتالوج واسع من الأفلام والمسلسلات، يكلف اشتراكها الشهري حسب البلد الذي يتواجد فيه المستخدم وذلك من خلال موقعها الرسمي على الويب أو تطبيقاتها لنظامي التشغيل Android و IOS وكذلك من خلال مشغلين مثل Orange و Yoigo وحتى MasMovil أو Vodafone أيضا من خلال Virgin Media أو Apple Tv + أو Rakuten Tv، بالإضافة إلى ذلك فهي موجودة على Amazon Prime Video. تتنافس المنصة مع Netflix و Prime Video و HBO و عدد لا نهائي من المنصات، لاستخدام Starzplay يجب أن يكون عمر المستخدم 18 سنة أو أكثر والمشاهدة تكون عن طريق الأجهزة الذكية وأن يكون في بلد تتوفر فيه الخدمة (Estevez, 2022).

8.3 منصات بث الموسيقى Digital Streaming Music

:Spotify

هي خدمة بث موسيقى، تأسست في السويد عام 2006، وتوسعت في جميع أنحاء أوروبا في عام 2008، وفي الولايات المتحدة عام 2011، وفقا لموقع Spotify وبيان التسجيل هدف الشركة هو "إطلاق العنان لإمكانيات الإبداع البشري"، "إعطاء ملايين المبدعين بشكل لا يصدق فرصة للعيش من الفن الذي يصنعونه"، و"منح المعجبين في كل مكان فرصة للاستمتاع للعمل الرائع لهؤلاء المبدعين" وهذا سيمكن كلا الفنانين والعملاء للاستفادة من التحول الرقمي لصناعة الموسيقى.

تعد Spotify الآن واحدة من أكبر ثلاث شركات موسيقى في الولايات المتحدة إلى جانب Apple Music و Amazon Music.

لا ينتج Spotify محتوى أصلي، لكنه يعرض فقط المحتوى المحمي بحقوق الطبع والنشر من خلال صفحات الترخيص مع مجموعات الوسائط الرئيسية مثل Sony Music و Universal Music Group.

تعتمد الشركة بشكل أساسي على مصدرين للإيرادات: الإعلان ورسوم الاشتراك، كما تقدم Spotify لمستخدميها نموذجين: مجاني ومدفوع، حيث تكون الموسيقى المتدفقة عالية الجودة وخالية من الإعلانات التجارية عبر الانترنت أو دونها عن طريق الدفع، بالإضافة إلى ذلك خيار استخدام مجاني عن طريق تقييد الوصول عند الطلب إلى أكثر من 35 مليون أغنية للمنصة دون فرض رسوم العضوية، وفي كلتا الحالتين يسمح النظام الأساسي للمستخدمين أيضا بإنشاء قوائم تشغيل الموسيقى ومشاركتها.

خدمة Spotify موجودة على مواقع التواصل الاجتماعي , Facebook, Twitter, Instagram , YouTube، تمت إضافة العناصر الاجتماعية إلى خدمات الموسيقى المتدفقة مثل Spotify مما يتيح للمستخدمين مشاركة قوائم التشغيل الخاصة بهم مع الآخرين، نتيجة لذلك قد يشارك المستخدمون الأغاني المفضلة والاستماع إليها بشكل فردي، يمكن القول أن Spotify أصبح العصر الجديد للبودكاست. (Li J. , 2022)

الجانب السلبي لدى Spotify هو الغضب الذي يثيره لدى الفنانين بسبب الربح الضئيل الذي يحصلون عليه وذلك وفقا لتقرير نشر في ديسمبر 2013 من قبل ADAMI (شركة إدارة حقوق فنان الأداء)، فان الأعمال التي تم إنشائها تحقق أرباحا من خلال البث تزيد 22 مرة عن تلك التي تصل إلى مدخول فنان الأداء. (Bouillot, 2020)

:Deezer

هو موقع و تطبيق الكتروني به كتالوج موسيقي كبير، تم إنشاؤه في فرنسا في جويلية 2006 من قبل Daniel Marhely و Jonathan Benassaya ، هذه المنصة متوفرة بعدة لغات، لديها نسخة مجانية (مع الإعلانات)، و Premium دون إعلانات بجودة عالية، و نسخة Hifi (بجودة Flac) و يتم الوصول إليها عن طريق إنشاء قوائم التشغيل والمجلدات والاستماع إلى جميع الموسيقى التي يريد المستخدم في وضع البث أي دون تنزيله، حيث يمكن للمستخدم أيضا التواصل من خلال الرسائل الخاصة مع الجميع، كما أن لديها مدونة ومنتدى للتعليق والاعجابات ومشاركة الآراء والأذواق الموسيقية وغيرها، ويمكن لكل عضو الاستماع إلى قوائم التشغيل الخاصة بأخرين مسجلين على الموقع وتقييمها ونسخها، مع سهولة الوصول إلى كل ما يريد البحث عنه وذلك عن طريق اللجوء إلى خيار "طلب الأغنية" ووجود إمكانية تحميل الأغاني. (Russell, 2023)

منصة Deezer تحظى بشعبية كبيرة في الأماكن التي لم يتم فيها دمج الموسيقى المتدفقة بعد، مما يجعلها أفضل منصة لنشر الموسيقى الخاصة، كما أنها تقدم الأغاني والبودكاست والألبومات والمزيد من أنواع المحتوى التي أنشأها الفنانون من جميع أنحاء العالم.

يشبه Deezer إلى حد كبير Spotify أو YouTube Music أو Apple Music أو أي خدمة بث موسيقي أخرى، بحيث يمكن للمستخدمين اختيار الاستماع إلى الموسيقى مجانا باستخدام نموذج مدفوع بالإعلانات أو إجراء اشتراك شهري للانضمام إلى نموذج Premium، ويسمح الحساب المجاني Deezer Free للمستخدمين بالاستماع إلى الموسيقى بالإعلانات، يوفر الاشتراك المميز تجربة خالية من الإعلانات والقدرة على الاستماع إلى الموسيقى في وضع عدم الاتصال بالانترنت. (Jordan, 2020)

:Apple Music

هي خدمة دفق موسيقي تتيح للمستخدمين الوصول إلى الأغاني من iTunes Store مقابل رسوم شهرية، مقرها الولايات المتحدة وكان الإصدار الأولي ل Apple Music في 30 جويلية 2015. (G, 2022) .

تختلف Apple Music عن المنافسين مثل Spotify التي تركز بشدة على اكتشاف الموسيقى، بينما Apple Music تركز على محطات الراديو الحصرية مثل Music 1 والتي تتميز بالموسيقى الجديدة والمقابلات والأخبار بالإضافة إلى ذلك تقدم Apple Music قوائم تشغيل منسقة تغطي أنواع مختلفة من الموسيقى.

Apple Music متاح على أجهزة iPhone و iPad و iPod touch التي تعمل بأي إصدار حديث من نظام التشغيل من خلال App Store ومتاح أيضا على جهاز Android حديث من خلال Play store على أجهزة Mac، أيضا يتم الوصول إليه عبر تطبيق iTunes. كما يتم دعم Apple Music في أكثر من 100 دولة حول العالم.

تبلغ تكلفة المنصة 10.99 دولار أمريكي شهريا أو 109 دولارات أمريكية سنويا لخطه فردية، تتوفر أيضا خطة عائلية تتيح إلى ما يصل إلى 6 أفراد الاستماع مقابل 16.99 دولارا شهريا مع عدم توفر اشتراك سنوي حاليا، بالنسبة للطلاب يحصلون على خصم حيث يتم دفع 4.99 دولارا شهريا للاشتراك الفردي. كما تتوفر Apple Music أيضا كجزء من حزمة Apple One ويبدأ هذا من 16.95 دولارا شهريا للأفراد، وحزم Apple Music و Apple TV و iCloud للتخزين، تبدأ حزمة Apple One للعائلات من 22.95 دولارا أمريكيا شهريا مع اشتراك الشهر الأول بقيمة 32.95 دولارا والذي يضيف Apple Fitness و Apple News (Wouk, 2022).

الشكل 1: يمثل مختلف المنصات الرقمية. (Georgina Nunez, 2022)



4 - خصائص المنصة

تتكون المنصة الرقمية من بنية تحتية لتكنولوجيا المعلومات، توفر الخدمات والأدوات والبرامج والتطبيقات التكنولوجية لتوزيع وإدارة وإنشاء محتوى وخدمات رقمية مجانية أو مدفوعة. (Moro-Visconti, La Valutazione delle piattaforme Digitali, 2020) حيث تحتوي على خصائص تميزها عن

الوسائط التقليدية والمتمثلة في:

✓ **التفاعلية:** توفر المنصات تطبيقات أو أدوات مختلفة تسمح للمستخدمين بتشجيعهم على الاتصال، مما يجعل التفاعل الذي يقدمه المستخدمون ممكناً من خلال ردود الفعل المختلفة التي تظهر في المحتوى المنشور.

✓ **الفورية:** تتيح هذه الخاصية للمستخدمين الحصول على المعلومات التي يحتاجون إليها في الوقت الفعلي (أي الحداثة في المعلومات)، بالإضافة إلى القدرة على مشاركتها مع أشخاص آخرين.

✓ **الخصوصية:** تتيح هذه الميزة لكل مستخدم إمكانية إنشاء ملفات التعريف الخاصة به، بحيث يتكيف كل واحد مع أسلوب حياته وبالتالي يعكس شخصية وذوق كل مستخدم.

✓ **قابلية الاستخدام:** تشير هذه الخاصية إلى السهولة والسرعة التي يتخذها كل مستخدم لتنفيذ مهامه الخاصة من خلال استهلاك المحتوى مع تحقيق ثلاث أهداف أساسية وهي الفعالية والرضا والكفاءة.

(Alexander Idrogo, 2022)

خلاصة الفصل:

وفي الأخير يمكن القول أن المنصات الرقمية أصبحت أكثر استخداماً وفعالية، فهي تسعى إلى تحقيق كفاءة أكبر عند التفاعل مع المستخدم، والى توفير المعلومات وزيادة الإنتاجية وتحقيق تنفيذ المهام المتعددة، حيث أصبحت المنصات الرقمية تعتبر الداعم والركيزة الأساسية للتنوع الكبير في الأعمال التي يتم عرضها باستمرار وذلك

من خلال تنوعها الكبير فهناك منصات تختص في التواصل وأخرى لبث ومشاركة المحتوى وأيضا لبث الموسيقى فقط وغيرهم من المنصات.

الفصل الثاني

منصة Netflix والعادات الاستهلاكية

الجديدة.

تمهيد للفصل

1- منصة نتفليكس

2- الأحداث الرئيسية لتاريخ نتفليكس

3- خدمة نتفليكس

4- مجتمعات Netflix مقابل سلوك مستخدمي القرصنة.

5- العادات الاستهلاكية الجديدة

خلاصة الفصل

تمهيد:

Netflix واحدة من أكثر منصات بث المحتوى انتشارا في العالم، تقدم خدمات ومضامين متعددة ومتنوعة على الانترنت بحيث تلبي احتياجات مشتركها وتمكنهم من المشاهدة الفورية والحصرية للمحتوى الترفيهي الأصلي وكذلك محتوى من مزودي خدمات آخرين بإنتاج الأفلام والبرامج وبثها مع إمكانية تشغيل الترجمة باللغة التي يختارها المستهلك، كما تقدم منصة Netflix محتوى متعدد اللغات بحيث تعرض محتويات أجنبية وعربية وذلك حسب رغبة وطلب المستخدم. كما نتج عن استهلاك Netflix عادات جديدة فمن خلال هذا الفصل سنقوم بإبراز مختلف هذه العادات الاستهلاكية الجديدة كذلك التطرق إلى تاريخ منصة Netflix ومستخدميها.

1- منصة Netflix:

تعرف Netflix نفسها على أنها خدمة بث تتيح لمستخدميها مشاهدة مجموعة متنوعة من المسلسلات والأفلام و الأفلام الوثائقية على الأجهزة الالكترونية المختلفة بحيث تكون متصلة بالانترنت، بمعنى آخر إنها منصة افتراضية توفر مجموعة متنوعة من المحتوى السمعي البصري، والتي يمكن استهلاكها بطريقة غير محدودة من أجهزة التلفزيون أو أجهزة الكمبيوتر المحمولة أو الأجهزة اللوحية.. (Kosiarz, 2018)

أسس مبتكروها Reed Hastings و Marc Randolph في عام 1997 شركة Netflix في كاليفورنيا، من كونها شركة اعتمد نموذج عملها الأول على تأجير الأفلام بتنسيق أقراص DVD متعددة الاستخدامات الرقمية، أصبحت الشركة الرائدة عالميا في البث أي منصة التوزيع العالمي تغطي في معظم أنحاء العالم مع الملايين من المستخدمين، الجدير بالذكر أنه منذ إطلاقها في أبريل 1998، اهتمت الشركة بتطوير برمجيات سهلة الاستخدام بحيث حافظت على بيع المنتجات بالكتالوج وتجربة مماثلة للبيع في أي متجر فيديو، في 2013 أطلقت Netflix السلسلة الأولى من أعمالها: House of Cards، وفي 2015 أطلقت أول فيلم أصلي لها على المنصة Beast of no Nation.

أصبحت Netflix رائدة في الاستهلاك السمعي البصري نظرا للقيمة والقوة التي تمنحها للمستخدم، الذي يصل إلى النظام الأساسي بطريقة أكثر ديناميكية وتفاعلية. (CHAVEZ, 2022)

2- الأحداث الرئيسية في تاريخ Netflix:

الشكل 02: يمثل أهم الأحداث الرئيسية في تطور نتفليكس . (Vigeland, 2012)
(Arbos, 2019)



3- خدمة Netflix :

Netflix تقدم بشكل أساسي خدمة الفيديو عند الطلب، يعتمد نموذج الدخل الخاص بها على اشتراك شهري ثابت يمكنك من خلاله الوصول إلى محتوى سمعي بصري غير محدود (أفلام، مسلسلات، أفلام وثائقية..). (Vicente, 2016)، تلتزم Netflix بتقديم أفضل وسائل الترفيه مع التركيز على جودة العلامات التجارية وامتلاكها أفضل مادة في السوق وهو ما يميزها عن البقية، كما تتيح إمكانية الحصول على المحتوى حسب تفضيلات المستهلك (Jordina Arbos, 2019)، حيث توفر Netflix نظام توصيات خاص بها يتكون من عدة خوارزميات، هذه الخوارزميات هي المسؤولة عن تصنيف المحتوى للمستخدم، ووفقاً لـ Hunt و Gomez-Unibe هناك عوامل تصنيف و المتمثلة في:

1. **مؤهل الفيديو المخصص:** يفرز كل العناوين في فئة ويحددها أي العناوين تظهر أولاً في الصف.
2. **مؤهل الفيديو Top-N:** تعمل هذه الخوارزمية جنباً إلى جنب مع الخوارزمية السابقة وتحدد العناوين الموصى بها لكل مستخدم بحيث يمكن لـ "مؤهل الفيديو المخصص" ترتيبها، تتمثل إحدى الطرق لفهم هاتين الخوارزمتين بشكل أفضل في أن يقوم الأول بفرز المحتوى للعرض والثاني يحدد المحتوى المطلوب فرزه.
3. **الاتجاهات:** لا تأخذ خوارزمية الاتجاه في الاعتبار تفضيلات المشتركين فحسب، بل تراعي أيضاً الاتجاهات المؤقتة مثل زيادة مشاهدات الأفلام الرومانسية في عيد الحب، أو أفلام Christmas في ديسمبر.
4. **تشابه الفيديو مع الفيديو:** تستخدم هذه الخوارزمية في صفوف مثل: "لأنك رأيت.."، حيث يتم اقتراح قائمة بالعناوين المشابهة للمحتوى الذي رأيناه في البداية، وتحدد المنصة مسبقاً كل المحتوى الذي يشبه العنوان دون أي نوع من التخصيص، فإن مؤهل Top-N فيديو يحدد أي من هذه العناوين المماثلة قد يكون ذا أهمية للمستهلك و يتم ترتيبها أخيراً بـ "Costom Video Qualifier".
5. **منشئ الصفحات:** باستخدام المعلومات من جميع الخوارزميات السابقة يكون "منشئ الصفحة" مسؤولاً عن تصميم الفئات المختلفة (على سبيل المثال: أفلام هوليوود، الكوميديا الأمريكية..).

في محاولة للتنبؤ برغبة المستخدم، فكرة وجود هذه الخوارزمية هي أن تكون قادر على توفير قائمة من محتوى الذي يمكن أن يجذب الانتباه سواء كان الشخص حزين أو سعيد.

6. **الدليل:** مع العناوين المختارة تهتم خوارزمية الدليل بالمعلومات التفصيلية لكل عنوان، أي الوصف، وجوائز كل عنوان و النتيجة وما إلى ذلك....

7. **البحث:** يبحث المستخدمون أحيانا عن محتوى معين غير موجود داخل النظام الأساسي: لعرض النتائج التي قد تمك تستخدم هذه الخوارزمية معلومات من الخوارزميات السابقة بالإضافة إلى معلومات من مستخدمين آخرين ومعلومات عامة، بهذه الطريقة إذا بدأ شخص ما في كتابة اسم العنوان فإن أول شيء ستعرضه المنصة هو النتائج التي تحتوي على تلك الأحرف والتي تتعلق بتاريخ المشترك والتي تحتوي على نسبة أعلى من التطابق مع أذواق الشخص.

8. **الأعمال ذات الصلة:** يشير عامل التصنيف الأخير إلى القدرة على معالجة البيانات الإحصائية والتعلم الآلي للنظام وذلك للحفاظ على التطور المستمر لتكييف تشغيله مع المستخدم. (Cespedes, 2018)

يتمثل أحد الجوانب الرئيسية لخدمة Netflix في تركيزها على تسهيل العثور للمستخدمين على المحتوى الذي يرغبون في التعرض إليه وذلك من خلال وجود عدد من الفئات المختلفة التي يمكن للمستخدمين تصفحها ويمكن أن تشمل هذه الأنواع الخيال العلمي، الدراما، الاكشن....، كما يوجد على المنصة فئة تحتوي على الأفلام والمسلسلات الأكثر شهرة ومشاهدة لدى المستخدمين. كما تساعد Netflix المستخدمين العثور على البرامج لمشاهدتها من خلال نظام توصية مخصص وذلك بناء على ما شاهده المستخدم وتقييماته على البرامج التي تبثها المنصة، كما توصي Netflix ببرامج أخرى لعرضها مقدمة من حيث الفئات المضافة التي تظهر برامج مشابهة للبرامج التي شاهدها المستخدم. أيضا يسمح Netflix بملفات تعريف مستخدمين باشتراك واحد بحيث يمكن لأفراد الأسرة أو الأصدقاء عرض البرامج ضمن ملفات تعريف المستخدمين الخاصة بهم والحصول على توصيات تستهدفهم. عملت المنصة على إنشاء كتالوج للمحتوى الأصلي الخاص بها ومنتجات الشركات الأخرى. (2020، Netflix، Schmidt)

• **مشتركو منصة Netflix:**

يعتمد نمو الشركة على المستهلكين، فعندما تكون قادرة على جذب المزيد من المستهلكين وكسب ثقتهم وتلبية حاجياتهم بتكليف منجأتها من أجلهم ستنمو الشركة، ففي الوقت الحالي يتطور المحتوى الترفيهي الرقمي باستمرار للتكيف مع جيل جديد من المستهلكين والمثال على التكيف الأمثل هي شركة Netflix (Vicente E. L., Analisis Del Uso De Estrategias De Crecimiento En Netflix, 2016)

تستخدم Netflix فكرة أساسية وفعالة "أعط الجمهور ما يريد"، هناك العديد من الشركات التي يبدو أنها تبني استراتيجياتها على كسب أكبر قدر من المال في أقصر وقت ممكن، دون الاهتمام بجودة منتجاتها. ومع ذلك تدرك Netflix أن نجاحها واستمراريتها يعتمدان على إرضاء المشتركين الذين يتعاقدون على خدماتها وذلك من خلال الحصول على المعلومات حول عملائها وفق خوارزميات التي تحلل آراء و إجراءات كل ملف تعريف مسجل.

التقسيم هو أحد العمليات الأساسية لتطوير الاستراتيجيات وبناء المنتجات واتخاذ القرار في الشركة، حيث يوفر إمكانية معرفة البيانات ذات الصلة حول المستهلكين و تفضيلاتهم وخصائصهم وسلوكياتهم و جميع المعلومات الحيوية للتطوير التجاري للشركة

تمكنت Netflix من تنظيم مستخدميها بناء على الاهتمام الذي يولدهونه لمحتواها، حيث حددت مستخدميها إلى ثلاث مجموعات على النحو التالي:

- المبتدئين: هم المستخدمون الذين يشاهدون دقيقتين من فيلم أو حلقة من مسلسل.
- المراقبون: هم هؤلاء المستخدمون الذين يشاهدون ما لا يقل عن 70% من فيلم أو مسلسل.
- المكملون: أولئك الذين يرون 90% على الأقل من محتوى فيلم أو مسلسل. (Paz, 2021)

يتنوع مستهلكين Netflix في تفضيلات المشاهدة، والعمر، ومعرفة التطورات التكنولوجية وعوامل أخرى...، لكنهم يشتركون في إمكانية الوصول الفوري إلى الانترنت واهتمامهم بالمحتوى الترفيهي التي تقدمه المنصة. (Vicente E. L., 2016)

المستهدف الرئيسي لمنصة Netflix هم الشباب المستخدمين البارعين في التكنولوجيا والذين لديهم اتصال رقمي، يتألف جمهور Netflix من فئات عمرية وديموغرافية متنوعة، ومع ذلك فان معظم

الجمهور هم من المراهقين والجامعيين والمهنيين. تضع Netflix نفسها على أنها "صديق" للمستهلك من خلال تصوير خدمتهم على أنها تجربة موثوقة تلبي اهتمامات العملاء ، كما أنشأت شركة Netflix الثقة مع عملائها من خلال الاستمتاع باستمرار إلى تعليقات المستخدمين والبحث عن المحتوى الذي يجذب السوق الشامل هذه العلاقة مع العميل مهمة لأن المستخدمين يشعرون بالحافز لمواصلة استخدام الخدمة. (leopard, 2022).

4-مجتمعات Netflix مقابل سلوك مستخدمي القرصنة:

كانت القرصنة مشكلة في التلفزيون والموسيقى وصناعة البرمجيات منذ نهاية التسعينات، ويزعم أنها تسببت في خسائر كبيرة في إيرادات صناعة الأفلام، حيث أثار ظهور خدمات البث المباشر مثل Netflix اهتمام العديد من علماء الاجتماع وعلماء الجريمة والاقتصاديين لأنها بدت بديلا قانونيا للقرصنة عبر الانترنت. (Hirvinen, 2023).

أدى Netflix إلى استقرار قطاع التوزيع السعوي البصري بأكمله المرتبط بأنماط لا تتماشى مع رغبات المستهلكين من حيث الكمية والنوعية في التوزيع بدلا من تشجيع خدمات التوزيع الأولية على النظر في تدفق المحتوى، حيث وصفت ظاهرة القرصنة عبر الانترنت بأنها منافسة واقتروا نظاما أساسيا وفعالا لمعارضة التوزيع غير القانوني وغير الرسمي.

عادة ما ترتبط منصات مشاركة المحتوى بالخدمات القائمة على مبدأ الفهرسة وهي عملية إعادة الوساطة المستخدمة في التوزيع الغير رسمي كربط المواقع المتصلة بخدمات cyberlocker التي توفر محتوى سعوي بصري محمي بموجب قوانين حقوق النشر، تظهر مواقع الفهرسة ليست فقط كطريقة لجعل نظام القرصنة عبر الانترنت يعمل لصالح المستخدم وليس فقط لتحقيق ربح ولكن أيضا للاستجابة لطلبات المستخدمين باحترام رغباتهم في البحث عن محتوى ترفيهي معين، كما يمكن تحويل المشاركة غير القانونية للملفات إلى نموذج توزيع مميز مقارنة بالنموذج التقليدي الذي لم يستجيب لطلبات المستهلكين حيث يتم تحديد هذا النداء من خلال الخصائص المرئية المحددة القادرة على جعل الموقع وخدماته فعالة.

دوافع مستخدمو القرصنة سياسية بشكل أساسي وتتميز بإحساس قوي لهويتهم في تقييم مبرراتهم الخاصة لدرجة التأكيد على أن القرصنة ستنتصر دائما على أي شركة، حيث ظهرت عدة بيانات على أن

78% من المستخدمين يختارون مشاهدة الأفلام والمسلسلات التلفزيونية عبر مواقع القرصنة مقابل 35% من الذين يصلون إلى المحتوى عبر الانترنت بشكل قانوني، ومن بين المنصات الأكثر استخداما PirateStreaming و AltaDefinzione و EuroStreaming.

خدمة البث عبر الانترنت Netflix تجمع بكفاءة المستخدمين من مجموعة القرصنة وتقترح عرضا أكثر إثارة للاهتمام من الناحية العاطفية للمشاهد عبر الانترنت، وتنفيذ وظائفهم من حيث الملائمة وإمكانيات الوصول فكتالوج Netflix الذي يمكن التعرف عليه بفضل الخصائص المحددة لعرض أشكال الفهرسة المستخدمة من قبل أغلبية مواقع الفهرسة، حيث تقترح وظائف فعالة ويمكن التعرف عليها على سبيل المثال لا للحصر، إمكانية الاختيار من بين عدة أنواع من التنسيقات ثم جودة الملف الصوتي المرئي وأنواع المشاهدة من حيث البث أو التنزيل أو باللغة الأصلية أم لا، مترجمة أو مدبلجة، وأيضا التوصية بالمحتوى المشابه أو بالعناوين الأكثر شيوعا، تسمح هذه الميزات للقرصنة بأن يكونوا منافسين مع ميزات محددة قابلة للتبادل مع الموزعين الرسميين (M.Buck, 2019).

5- عادات الاستهلاك الجديدة:

أدى استهلاك محتوى Netflix إلى بروز عادات جديدة، كدخول المستهلك في ثقافة قائمة على الطلب بحيث يستطيع العثور على كم هائل من المحتويات السمعية البصرية واختيار ما يريد استهلاكه (CHAVEZ, 2022)، كما أتاحت خدمة الفيديو حسب الطلب "VOD" للمستهلك أين ومتى يشاهد المحتوى الذي يرغب في مشاهدته (مصطفى، 2022)، حيث أصبح للمستخدم الذي يتعرض لهذه الخاصية عادات جديدة تختلف بقدر كبير عن الجمهور المشاهد للتلفزيون التقليدي، إذ وجدت منصات بث المحتوى حسب الطلب أنماط مشاهدة جديدة كليا ومختلفة عن عادات المشاهدة التقليدية (رضا، 2021) ومن بين العادات التي أنتجتها خاصية العرض عند الطلب في استهلاك محتوى منصة Netflix مشاهدة الشراة Binge Watching حيث ارتبط مصطلح Binge Watching أو المشاهدة بشراة بظهور منصات بث المحتوى، خاصة مع ظهور منصة Netflix عام 2013، حيث يمكن للمستخدم مشاهدة الحلقة تلو الأخرى دون الحاجة إلى انتظار عرض الحلقة التالية في اليوم أو الأسبوع التالي (سامي، 2020)، يمكن القول أن المشاهدة الشراة تحدث عندما يتعرض المشاهد إلى حلقتين أو أكثر من سلسلة في جلسة واحدة، وهي شكل من أشكال "الماراتون

الإعلامي "Media Marathoning" (التومي، 2022)، ما الذي يحفز المستخدم على هذه الشراهة؟ على عكس البث التلفزيوني التقليدي الأسبوعي، تلتزم معظم المنصات خاصة منصة Netflix بتحميل جميع حلقات الموسم دفعة واحدة مع ترك اختيار الاستهلاك في يد المستخدم (Serrano, 2019)، حيث يركز المشاهدون الجدد على استهلاك المسلسلات المفضلة لديهم في جلسات مكثفة (الشراهة) ينغمسون من خلالها في عوالم افتراضية بطريقة مشابهة للقارئ الذي يدمن رواية. (Orihuela, 2019)، حيث أدت إستراتيجية Netflix المتمثلة في إطلاق موسم كامل من البرامج التلفزيونية في وقت واحد وميزتها البارزة المتمثلة في بث العروض إلى بروز ظاهرة المشاهدة بشراهة والاستهلاك المكثف و المتتالي ذلك من خلال مشاهدة حلقة تلو الأخرى بشكل مستمر ومتواصل في جلسة واحدة دون أي انقطاع وهذا ما يؤدي إلى الإدمان، ومن بين أحد الخصائص الرئيسية للمستخدم الذي يشاهد بشراهة هو الاندفاع والرغبة والإشباع الايجابي الذي حققته محتويات Netflix للمستهلكين (Wok, 2022)، أيضا هذا السلوك المفرط مرتبط بمستويات أعلى من المتعة والترفيه بالإضافة إلى الرضا عن الاستخدام. (Maeva Flayelle, 2020).

خلال إطلاق موسم كامل دفعة واحدة، من ناحية أخرى لا ترغب في أن يشاهد المستخدمون حلقاتها ببطء من أسبوع لآخر هدفها جعل المشاهدين يرغبون إن Netflix تتيح للمستخدمين مشاهدة العروض حسب رغبتهم و في أي وقت يريدونه وذلك من دائما في المزيد، وتغيير المشاهد السلي المنفصل والمشتت إلى المشاهد النشط والمتفاعل. (Osur, 2016).

خلاصة الفصل:

سبق نستنتج أن منصة بث المحتوى Netflix أصبحت ظاهرة شاملة في العالم حيث توفر محتوى متنوع ومثير للاهتمام للمشتركين، حيث أدى هذا الانتشار إلى تغيير عادات الاستهلاك السابقة والعادات التي نحن عليها حالياً، ففي الماضي كان الاستهلاك يتم عن طريق شراء أقراص الفيديو والأفلام المسجلة عكس الآن يمكن للمستخدمين الوصول إلى المحتوى الذي يرغبون التعرض إليه في أي مكان وأي وقت عن طريق الانترنت دون الحاجة إلى الانتظار لعرضه على التلفزيون أو الذهاب إلى السينما، كما أن العديد من المستخدمين يقومون بمشاهدة عدة حلقات متتالية لنفس البرنامج التلفزيوني في جلسات المشاهدة الطويلة أي خلال جلسة واحدة بشكل متواصل ومتكرر وذلك بسبب سهولة الوصول إلى المحتوى وتوفر الكثير من الخيارات التي يمكن للمستخدمين الاختيار من بينها هذا ما أنتج ظاهرة المشاهدة بشراهة Binge Watching ، أيضا تستخدم Netflix خوارزميات لتخصيص المحتوى المقترح للمستخدمين بناء على ما يشاهدونه وما يفضلونه ، بالإضافة إلى ذلك تشمل العادات الاستهلاكية الجديدة محتوى Netflix الرغبة في مشاهدة المحتوى الأصلي الذي يتم إنتاجه من قبل الشركة والذي يتميز بالجودة العالية والأداء الممتاز.

الإطار التطبيقي

تمهيد

- 1- تفريغ البيانات وعرضها
- 2- النتائج العامة للدراسة
- 3- الإجابة عن تساؤلات الدراسة

تمهيد:

تعتبر الدراسات الميدانية من أهم جوانب البحث في مجال العلوم الإنسانية وذات أهمية كبيرة في ابراز الجانب النظري لكل موضوع دراسة أكاديمية، وفي هذا الإطار يتم إسقاط ما تناولناه في الإطار النظري حيث تعد هذه الخطوة من أهم الخطوات التي يجب القيام بها في الدراسات والبحوث العلمية، وذلك لاستخلاص النتائج التي نتحصل عليها كمياً وكيفياً والمعلومات المتعلقة بموضوع البحث وتحليلها، وربط النتائج العامة بالدراسات السابقة.

1. تفرغ البيانات وعرضها:

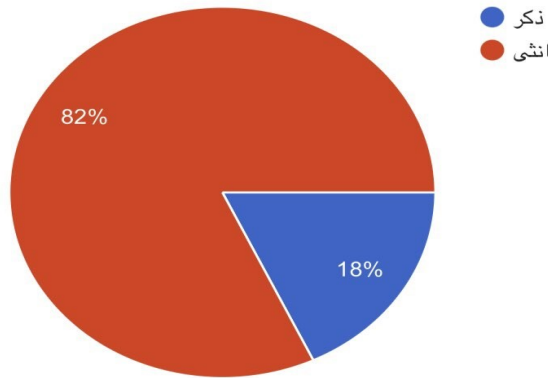
تحليل وتفسير الجداول:

عرض نتائج المحور الأول: البيانات الشخصية.

الجدول 03: يمثل توزيع العينة حسب نوع الجنس.

النسبة	التكرار	الجنس
18%	98	ذكر
82%	447	أنثى
100%	545	المجموع

الشكل 03: يمثل توزيع أفراد العينة حسب نوع الجنس.



تدل معطيات الجدول الأول على أن معظم المبحوثين الذين استجابوا مع أسئلة الاستبيان هم فئة الإناث حيث قدرت النسبة بـ 82% وتقل عنها نسبة المبحوثين الذكور بنسبة 18%.

الجدول 04: يمثل توزيع العينة حسب الفئة العمرية.

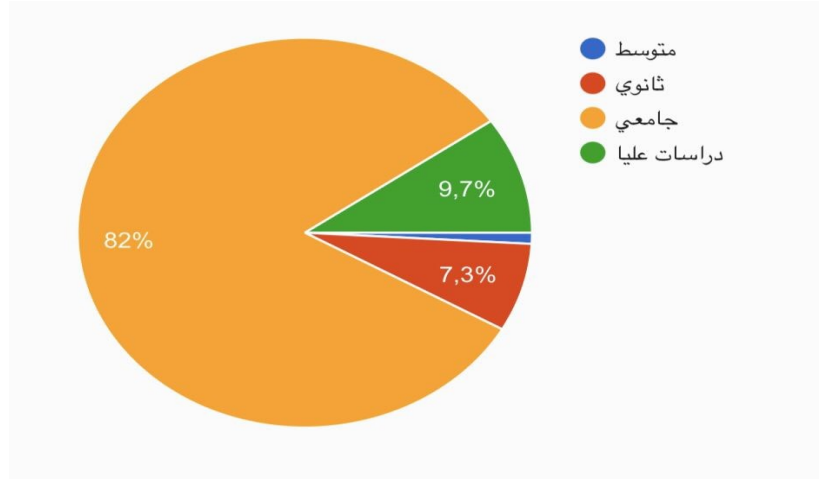
العمر	التكرار	النسبة
من 13-18 سنة	18	3.3%
من 19-24 سنة	328	60.2%
من 25-30 سنة	151	27.7%
من 31-36 سنة	31	5.7%
من 37 سنة فما فوق	17	3.1%
المجموع	545	100%

يمثل الجدول أعلاه توزيع عينة الدراسة المتمثلة في المستخدمين لمنصات بث المحتوى وذلك حسب متغير العمر حيث بلغت فئة من 19 إلى 24 سنة أعلى نسبة والتي قدرت ب 60.3% وتليها فئة المشاهدين من 25 إلى 30 سنة بنسبة 27.7% وفئة من 31 إلى 36 سنة بنسبة 5.7% وبالتالي تبين أن فئة الشباب هي الغالبة لأنها الفئة الأكثر مواكبة للتطورات التكنولوجية وأكثر وعياً لما يتناوله من المحتوى الترفيهي الذي يشبع رغباته، وتليها فئة المراهقين التي بلغت نسبة ضئيلة قدرت ب 3.3%.

الجدول 05: يمثل توزيع العينة حسب المستوى الدراسي.

المستوى التعليمي	التكرار	المجموع
متوسط	05	0.9%
ثانوي	40	7.3%
جامعي	447	82%
دراسات عليا	53	9.7%
المجموع	545	100%

الشكل 04: يمثل النسب المئوية للمستوى الدراسي.



تشير معطيات الجدول السابق أن فئة الجامعيين بلغ عددها 447 حيث احتلت المرتبة الأولى بنسبة 82% ويمكن أن يعود ذلك رغبة في الهروب من الضغوطات الناجمة عن الدراسة والعمل الأكاديمي والترفيه عن أنفسهم، كما يعود ذلك إلى التطورات التقنية للمحتوى الرقمي التي تواكب جيله، يليها 53 مستخدم من مستوى الدراسات العليا بنسبة 9,7%، وفي الأخير صنفت فئة المراهقين رواد المتوسطات والثانويات في المراتب الأخيرة بنسبة 7,3% و 0,9%، يمكن أن يكون السبب في ذلك هو اهتمام المراهقين بمشاهدة الأشياء التي تكون أكثر ملائمة لأعمارهم وأيضاً قد يفضلون استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وتطبيقات الألعاب ك Free Fire و Pubg ...، بدلا من مشاهدة البرامج التلفزيونية والأفلام.

الجدول 06: يمثل توزيع افراد العينة حسب المستوى المعيشي.

النسبة المئوية	التكرار	المستوى المعيشي
2.4%	13	ضعيف
77.4%	422	متوسط
20.2%	110	جيد
100%	545	المجموع

الاطار التطبيقي

اتضح من خلال بيانات الجدول المتعلق بالمستوى المعيشي أن أغلب المستخدمين من ذوي المستوى المعيشي المتوسط بنسبة 77،4%، أما بما يتعلق بالمستوى الجيد كانت النسبة 20.2%، لتأتي في الأخير نسبة 2.4% لذوي المستوى الضعيف.

جدول 07: يمثل توزيع أفراد العينة حسب الأجهزة التي يعتمد عليها المستخدمين في مشاهدة المحتوى

الأجهزة المستعملة	التكرار	النسبة المئوية
هاتف ذكي	362	66.4%
كمبيوتر محمول PC	120	22%
تلفزيون ذكي	63	11.6%
المجموع	545	100%

نلاحظ من خلال الجدول أن معظم أفراد العينة يعتمدون على الهاتف الذكي لمشاهدة عروضهم حيث بلغت نسبتهم 66.4%، وذلك أن الهواتف المحمولة توفر تجربة شخصية أفضل وتسمح لهم بمشاهدة عروضهم في أي وقت وأي مكان بالإضافة على أنها سهلة الاستخدام ولها قابلية للحمل وكذلك بسبب سعر الجهاز التي تعتبر أقل تكلفة من الأجهزة الذكية الأخرى، وتليها نسبة 22% من الذين يشاهدون عبر الكمبيوتر المحمول و 11.6% من الذين يفضلون مشاهدة عبر التلفزيون الذكي، ويمكن أن يرجع ذلك إلى رغبتهم في مشاهدة المحتوى عبر شاشات أكبر.

عرض نتائج المحور الثاني المتعلقة بمنصة **Netflix**:

جدول 08: يمثل توزيع أفراد العينة حسب امتلاكهم لحساب نتفليكس.

امتلاك حساب Netflix	التكرار	النسبة المئوية
نعم	175	32.1%
لا	370	67.9%
المجموع	545	100%

الاطار التطبيقي

اتضح من الجدول أن أغلبية أفراد العينة لا يمتلكون حساب Netflix ب 67.9%، حيث يرجع ذلك إلى التكلفة لأن الاشتراك في خدمة البث المباشر يتطلب دفع مبلغ شهري، كما يمكن أن يكون السبب هو عدم اهتمامهم بالمحتوى الرقمي الذي تعرضه منصة Netflix، ويقابلها نسبة 32.1% للذين يمتلكون حساب على Netflix ويعود ذلك لرغبتهم في مشاهدة مختلف العروض والمحتوى التي تعرضه المنصة.

جدول 09: يمثل توزيع أفراد العينة حسب سبب عدم اشتراكهم بالمنصة.

النسبة المئوية	التكرار	سبب عدم الاشتراك
39,7%	147	سعر الاشتراك مرتفع
47,8%	177	اشتراكات في منصات أخرى
12,4%	46	لست معجبا بمحتوى Netflix
100%	370	المجموع

من خلال الجدول السابق اتضح سبب عدم اشتراك أفراد العينة على منصة Netflix، و كان السبب الأول هو اشتراكهم في منصات أخرى بنسبة 47,8%، ويعود ذلك لعدة عوامل من بينها الحصول على محتوى مجاني بدلا من المدفوع، وكان السبب الثاني لعدم الاشتراك هو السعر المرتفع حيث بلغت نسبتهم 39.7%، حيث يجد المستخدمون أنفسهم غير قادرين على دفع رسوم الاشتراك باعتبارهم أنها باهظة الثمن، أما السبب الأخير هو عدم إعجابهم بالمحتوى الذي تعرضه منصة Netflix وقدرت نسبتهم ب 12,4%، وهذا راجع إلى الاهتمامات الشخصية و تفضيلات كل مستخدم للمحتوى الذي يرغب مشاهدته.

جدول 10: يمثل توزيع أفراد العينة حسب اختياراتهم للمشاهدة على منصة نتفلكس أو المواقع المقرصنة.

النسبة المئوية	التكرار	المشاهدة على منصة Netflix أو المواقع المقرصنة
41.7%	227	على منصة Netflix
58.3%	318	على مواقع مقرصنة
100%	545	المجموع

الاطار التطبيقي

اتضح من خلال الجدول أن مستخدمي منصات البث الرقمي يفضلون مشاهدة المحتوى على المواقع المقرصنة بنسبة 58,3%، لأن المستخدمين يرغبون في الحصول على المحتوى بشكل مجاني وهو ما يتوفر على المنصات المقرصنة التي تتميز بتنوعها وسرعة انتشارها، واتضح أيضا أن 41,7% من المستخدمين الذين يفضلون مشاهدة المحتوى في موقعه الأصلي وذلك لضمان مشاهدة قانونية وآمنة ومريحة دون الخوف من التعرض للبرامج الضارة والتجسس وللاختراقات الأمنية.

جدول 11: توزيع أفراد العينة حسب نوع العروض التي يشاهدونها.

نوع العروض التي تشاهدها	التكرار	النسبة المئوية
أفلام	393	72.1%
مسلسلات	142	26.1%
برامج	10	1.8%
المجموع	545	100%

تدل معطيات الجدول على أن معظم الباحثين يرغبون مشاهدة الأفلام بنسبة قدرت 72,1%، يمكن أن يعود ذلك إلى أن الأفلام تقدم قصة كاملة في فترة زمنية محددة حيث تستطيع الأفلام تقديم تجربة سينمائية ممتعة ومثيرة خلال مدة قصيرة مما يجعلها تناسب المستخدمين الذين يفضلون قضاء وقت قصير على مشاهدة الأفلام، بالإضافة إلى ذلك فإن الأفلام تعتبر أكثر إنتاجية وتحتوي على ميزات أكبر مما يجعلها تقدم جودة عالية في الإنتاج والتصوير، وكذلك هناك من يفضل مشاهدة المسلسلات وجاء ذلك بنسبة 26,1%، حيث يمكن للمسلسلات أن تقدم قصص معقدة وشخصيات متعددة، ويمكن أن تتناول محتويات أعمق وتعرضها بشكل أفضل على مدار عدة حلقات.

جدول 12: يمثل توزيع أفراد العينة حسب نوع المحتوى الذي يفضل المشاهدون.

نوع المحتوى الذي تفضله	التكرار	النسبة المئوية
درامي	211	38.7%
اكشن	179	32.8%
خيال علمي	43	7.9%
كوميدي	112	20.6%
المجموع	545	100%

الاطار التطبيقي

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 38،7% يفضلون مشاهدة المحتوى الدرامي لأنه يتيح لهم فرصة الابتعاد عن الواقع و الدخول في عالم خيالي كما يمكن أن يعمل على تحفيز المشاعر والعواطف لدى المستخدمين مما يجعلهم يشعرون بالتعاطف مع الشخصيات ويدفعهم إلى الاستمرار في متابعة القصة، أما نسبة 32،8% كانت لمحي الاكشن كونه يتيح للمستخدمين الاستمتاع بمشاهدة مثيرة تتضمن التشويق والإثارة، أما نسبة 20،6% تحصل عليها مفضلين المحتوى الكوميدي الذي يعمل على إضافة البهجة والسعادة على المشاهدين وتحسين مزاجهم وتوفير فرصة للضحك والترفيه من خلال النكت والمونتاج والأداء، أما نسبة 7،9% كانت للمستخدمين الذين يفضلون محتوى الخيال العلمي خاصة الذين يهتمون بالعلوم والتكنولوجيا حيث يمكن أن يعرض لهم مفاهيم وأفكار جديدة ومبتكرة في هذا المجال.

جدول 13: يمثل توضيح أفراد العينة حسب اختياراتهم في مشاهدة العروض الحصرية والقديمة.

العروض الحصرية أو القديمة	التكرار	النسبة المئوية
حصرية	426	78.2%
قديمة	119	21.8%
المجموع	545	100%

اتضح من خلال الجدول أن المشاهدين يفضلون العروض الحصرية بنسبة 78،2% لأنها توفر لهم تجربة جديدة كما تتيح لهم الاطلاع على المحتوى الجديد الذي يتميز بجودة عالية وتقنيات حديثة وهذا يعكس التزام Netflix بتوفيرها للمحتوى الحصري لجمهورها مما يجعل المشاهدين يشعرون بالتميز والاستثنائية، أما بالنسبة للمستخدمين الذين يفضلون مشاهدة العروض القديمة كانوا بنسبة 21،8% والتي تتيح لهم الاستمتاع بالعروض الكلاسيكية أو الرغبة في إعادة مشاهدة محتوى قديم مفضل لدى المستخدم.

جدول 14: يمثل توزيع أفراد العينة حسب اختيارات المستخدمين الانتاجات الأصلية أو الشركات الأخرى.

النسبة المئوية	التكرار	انتاجات أصلية أو انتاجات شركات أخرى
71%	387	انتاجات Netflix الأصلية
29%	158	انتاجات شركات أخرى
100%	545	المجموع

اتضح من خلال الجدول السابق أن أغلب مستخدمي منصة Netflix يفضلون الانتاجات الأصلية التي تصدرها المنصة بنسبة 71%، لأنها تكون ذات جودة عالية وتتميز بالإبداع والتنوع، كما أنها تحتوي على محتوى جديد ومثير للاهتمام، أيضاً تتميز الأعمال الأصلية لـ Netflix بالتطور المستمر والتحديث الدائم لتلبية احتياجات واهتمامات المشاهدين، أما بالنسبة إلى تفضيلاتهم لمحتوى الشركات الأخرى كان بنسبة 29% وقد يرجع هذا إلى تفضيل المستخدمين للمحتوى الذي يتوافق مع اهتماماتهم وميولهم الشخصي والذي قد لا تتوفر على منصة Netflix.

جدول 15: يمثل توزيع أفراد العينة حسب العوامل التي تؤثر على المشاهدة.

النسبة المئوية	التكرار	العوامل التي تؤثر على المشاهدة
43.5%	237	اقتراحات الأصدقاء والمعارف
18.9%	103	اقتراحات المنصة نفسها
22.9%	125	اقتراحات عبر الويب ومواقع التواصل الاجتماعي
14.7%	80	حسب الرغبة
100%	545	المجموع

من خلال معطيات الجدول اتضح أن العامل الأكثر تأثيراً في مشاهدة المحتوى هو اقتراحات الأصدقاء والمعارف وتوصياتهم بنسبة 43.5%، وهذا ما يساعدهم في تحديد ما إذا كان المحتوى يستحق المشاهدة أم لا، وتليها نسبة 22.9% للاقتراحات الموجودة عبر الويب ومواقع التواصل الاجتماعي، وذلك من خلال مشاركة المستخدمين لعرض ما عبر Facebook أو Instagram.... عن طريق نشر صور أو لقطات من فيلم أو مسلسل عبر مقطع فيديو أو من كثرة الـ "memes"، مما يشجعهم على مشاهدة تلك العروض، أما بالنسبة لاقتراحات المنصة نفسها كانت بنسبة 18%، وذلك عن طريق

الاطار التطبيقي

قوائم وترشيحات منصة Netflix نفسها والتي تتيح للمستخدمين اختيار العروض التي يفضلونها، أما 14.7% كانت لمشاهدة محتوى المنصة حسب رغبتهم الشخصية.

جدول 16: يمثل توزيع أفراد العينة حسب ما تقدمه نتفلكس من قيمة مقابل ما تدفع.

هل تقدم netflix قيمة جيدة مقابل ما تدفعه	التكرار	النسبة المئوية
نعم	394	72.3%
لا	151	27.7%
المجموع	545	100%

حسب معطيات الجدول السابق اتضح أن Netflix تقدم قيمة جيدة مقابل ما يدفعه المشترك بنسبة 72.3%، وذلك بسبب تنوع المحتوى المتاح وجودة الإنتاج، بينما الذين لا يرون أن المنصة تقدم قيمة جيدة قدرت نسبتهم بـ 27.7%، وقد يرجع سبب ذلك الحملات الإعلانية السلبية أو الأخبار السلبية التي تؤثر على سمعة الشركة، ومن الممكن أيضا أن يكون السبب هو عدم توافر المحتوى الذي يريد المستخدم مشاهدته.

عرض نتائج المحور الثالث حول عادات الاستهلاك الجديدة على منصة Netflix:

جدول 17: يمثل توزيع أفراد العينة حسب اختيارهم لمشاهدة المحتوى العربي أو الأجنبي.

محتوى عربي أو أجنبي	التكرار	النسبة المئوية
عربي	150	27.5%
أجنبي	395	72.5%
المجموع	545	100%

اتضح من خلال الجدول أن التفاعل واستهلاك المحتويات الأجنبية على منصة Netflix احتل مساحة كبيرة عند الباحثين الذين تفاعلوا مع الاستبيان ويمثل نسبة 72.5% لأن المحتوى الترفيهي الأجنبي متنوع ويتميز بالجودة العالية في الإنتاج والأداء، حيث يعتبر المحتوى الأجنبي أكثر دقة في تصوير أساليب الحياة والثقافات الأجنبية، بينما هناك في المقابل من يتعامل مع مختلف المحتويات العربية لكن بنسبة قليلة

لا تتجاوز 27.5% وهذا يعود إلى قلة الانجازات العربية ونقص الشركات المنتجة للمضامين الترفيهية والخاصة بالتمويل.

جدول 18: يمثل توزيع أفراد العينة حسب طريقة المشاهدة للمحتويات.

النسبة المئوية	التكرار	طريقة مشاهدة المحتويات
70.1%	382	باللغة الأصلية مع خاصية الترجمة النصية
23.5%	128	الدبلجة
6.4%	35	باللغة الأصلية
100%	545	المجموع

يبين الجدول السابق أن طريقة مشاهدة المحتويات الغالبة تكون باللغة الأصلية للعرض مع خاصية الترجمة النصية بنسبة 70.1%، لأنها تساعدهم على فهم النص الأصلي بشكل أفضل، وتسمح لهم بالاستمتاع بالأداء والأصوات الأصلية للممثلين والموسيقى والمؤثرات الصوتية، كما أن الخاصية توفر للمستخدمين القدرة على تعلم اللغة الأصلية للعرض وزيادة مهاراتهم فيها، أما بالنسبة لطريقة المشاهدة بالدبلجة كانت بنسبة 23.5%، كونها الطريقة المناسبة لجميع الأعمار، كما أن الدبلجة توفر للمستخدمين القدرة على التركيز على الصورة والمشاهد بشكل أكبر وتخفف من تعب العين والتوتر الناتج عن القراءة السريعة للترجمة النصية، أما المستخدمين الذين يفضلون المشاهدة باللغة الأصلية كانت بنسبة 6.4%، وهذا يساعد المستخدمين على تحسين مهاراتهم في اللغة الأصلية وتعزز الفهم والتعلم بشكل أفضل.

جدول 19: يمثل توزيع أفراد العينة حسب مشاهدتهم للمحتويات بشكل يومي أو أيام العطلة.

النسبة المئوية	التكرار	المشاهدة بشكل يومي أو أيام العطلة
18.9%	103	شكل يومي
81.1%	442	أيام العطلة
100%	545	المجموع

اتضح من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل بأي شكل يشاهد المستخدم محتوى منصة Netflix أن 81.1% كانت بالنسبة للمشاهدة أثناء أيام العطلة حيث تبين أن 442 مستخدم يفضلون مشاهدة المحتوى على منصة netflix خلال أيام عطلتهم وذلك لرغبتهم في الاسترخاء والاستمتاع بوقتهم الحر بعيدا عن العمل والمسؤوليات اليومية، أما بالنسبة للذين يفضلون المشاهدة بشكل يومي كانت بنسبة

الاطار التطبيقي

18.9%، ويعود ذلك إلى وانشغالهم في الحياة كالعمل والدراسة مما يجعل من الصعب العثور على الوقت الحر لمشاهدة العروض التلفزيونية.

جدول 20: يمثل توزيع أفراد العينة حسب أوقات المشاهدة

النسبة المئوية	التكرار	أوقات المشاهدة
3.3%	18	الفترة الصباحية
5.7%	31	الفترة المسائية
91%	496	في الليل
100%	545	المجموع

من خلال معطيات الجدول اتضح أن الوقت الذي يفضل المستخدم فيه مشاهدة المحتوى كان أثناء الليل بنسبة كبيرة قدرت ب 91%، ويمكن أن يعود ذلك إلى اهتمامات المستخدمين بأنشطة أخرى خلال النهار كالرياضة أو العمل والدراسة أو الاجتماع مع الأصدقاء...، ثم تليها فئة المستخدمين الذين يفضلون المشاهدة خلال الفترة المسائية بنسبة 5.7%، حيث يمكن أن يكون ذلك بعد قضاء يوم طويل في العمل أو الدراسة حيث يشعر الكثيرون بالحاجة إلى الإسترخاء والترفيه، أما فيما يخص المشاهدة أثناء الفترة الصباحية كانت بنسبة قليلة قدرت ب 3.3%، حيث هنا يكون المستخدمين مشغولين بالتحضير لبدء يومهم لقضاء انشغالهم.

جدول 21: يمثل توزيع أفراد العينة حسب المشاهدة في جلسة واحدة أو مشاهدة متقطعة

النسبة المئوية	التكرار	مشاهدة خلال جلسة واحدة أو مشاهدة متقطعة
54.9%	299	خلال جلسة واحدة
45.1%	246	مشاهدة متقطعة
100%	545	المجموع

من خلال معطيات الجدول اتضح أن نسبة 54.9% من المستخدمين الذين يشاهدون محتويات منصة Netflix كانت للمشاهدة المتقطعة أو خلال أوقات متقطعة، وقد يكون ذلك بسبب ضغط الوقت أو أمور شخصية أخرى تمنعهم من مشاهدة المحتوى في جلسة واحدة كما أن بعض المستخدمين يفضلون

الاستمتاع بالمحتويات بشكل متقطع كجزء من روتينهم اليومي وهذا يسمح لهم بالاستمتاع بالمحتوى في أوقات مختلفة من اليوم، أما بالنسبة للذين يتعرضون للمحتوى خلال جلسة واحدة بلغت نسبتهم 45.1%، وقد يكون السبب الرئيسي هو البحث عن الترفيه والانغماس في الأفلام والمسلسلات دون انقطاع، لأن في حالة تقسيم المحتوى على جلسات متقطعة يمكن أن يفقد المستخدم الإحساس بالتشويق والمتعة التي يشعرون بها عندما يشاهدون المحتوى بشكل متواصل.

جدول 22: يمثل توزيع أفراد العينة حسب سبب المشاهدة الشرهة.

النسبة المئوية	التكرار	سبب المشاهدة الشرهة
63.2%	189	وقت الفراغ
17.7%	53	لإتمام الحلقات في مدة قصيرة والانتقال إلى عروض أخرى
19.06%	57	النهايات المشوقة للحلقات
100%	545	المجموع

حسب الجدول الذي يوضح أسباب المشاهدة الشرهة للمستخدمين، تبين أن وقت الفراغ هو السبب الغالب لديهم بنسبة 63.2%، ويمكن أن يرجع ذلك إلى أن وقت الفراغ يوفر لهم تجربة ترفيهية مريحة وممتعة، ويمكنهم مشاهدة المسلسلات والأفلام التي يريدونها في أي وقت يرونه مناسباً، أما بالنسبة للذين كان سببهم هو النهايات المشوقة للحلقات التي يشاهدونها كان بنسبة 19.06%، وذلك كونها تجذب انتباه المشاهدين وتجعلهم يشعرون بالحماس والتشويق وتجعلهم يرغبون في متابعة الحلقات المقبلة، أما نسبة 17.7% كانت للمشاهدين الذين يفضلون إتمام الحلقات في مدة قصيرة والانتقال إلى عروض أخرى، وهذا ما سعت Netflix لتحقيقه بتوفيرها عدد أكبر من المحتويات الترفيهية على منصتها لجعل المستخدمين يشعرون بالإدمان عليها، وبالتالي ينجذبون لإنهاء المسلسل في أقرب وقت ممكن والانتقال إلى عرض آخر مما يبيحهم على المنصة لفترة أطول.

جدول 23: يمثل توزيع أفراد العينة حسب النشاطات التي يقومون بها بعد إنهاء المشاهدة.

النسبة المئوية	التكرار	النشاطات بعد إنهاء المشاهدة
30.5%	166	البحث عن فيلم أو مسلسل جديد
36.9%	201	نشر صور ومقاطع من العمل عبر منصات رقمية أشارك فيها
32.7%	178	البحث عن العمل الذي شاهدته عبر الويب وشبكات التواصل الاجتماعي
100%	545	المجموع

من خلال المعطيات السابقة نلاحظ مختلف النشاطات التي يقوم بها المستخدمون بعد إنهاء المشاهدة، حيث كانت نسبة 36.9% للذين ينشرون صور ومقاطع من العرض الذي شاهدوه عبر المنصات الرقمية التي يشاركون فيها، وقد يعود هذا إلى مدى تأثير العمل على المستخدم حيث يسعى إلى نشره والتفاعل مع المستخدمين الآخرين لإبداء آرائهم حوله من خلال مختلف التعليقات والمشاركات، وهناك أيضا من يبحثون عن العمل الذي شاهدوه عبر الويب وشبكات التواصل الاجتماعي حيث بلغت نسبتهم 32.7%، وذلك لرغبتهم الشديدة في الحصول على المزيد من المعلومات حول العمل، وأيضا لبحثهم على المزيد من الأعمال المشابهة للعمل الذي شاهدوه على المنصة والتي قد تكون مثيرة للاهتمام بالنسبة لهم، وفيما يخص المستخدمين الذين يبحثون عن فيلم أو مسلسل جديد كانوا بنسبة 30.5%، وهذا بسبب رغبتهم في الحصول على تجربة جديدة ومختلفة.

جدول 24: يمثل توزيع أفراد العينة حسب الآثار التي تخلفها المشاهدة الشرهة.

النسبة المئوية	التكرار	الآثار التي تخلفها المشاهدة المفرطة
55.8%	304	الإدمان على المشاهدة
30.3%	165	تأثيرات نفسية وجسدية
12.3%	67	تأثير على القيم والأخلاق
1.7%	9	تضييع الوقت
100%	545	المجموع

الاطار التطبيقي

نلاحظ الأخير جاءت نسبة 1.7% لتضييع الوقت، حيث يرى المستخدمون أن المشاهدة الشرهة للمحتوى تعتبر مضيعة للوقت من خلال الجدول أعلاه الذي يوضح الآثار التي تخلفها المشاهدة المفرطة للمحتويات حيث تبين أن نسبة 55.8% كانت للمدمنين على المشاهدة، وهذا يرجع إلى مدى إعجاب المستخدمين بالمحتويات التي تعرضها منصة Netflix مما يجعله يرغب بالاستمرار في المشاهدة، تليها نسبة 30.3% والتي كانت حول التأثيرات النفسية والجسدية، وهذا يدل على أن المشاهدة بشكل مكثف ومتواصل تؤدي إلى حدوث الأمراض والتعب والإرهاق والعزلة الاجتماعية وغيرها من التأثيرات السلبية، ثم تأتي نسبة 12.3% المتمثلة في التأثير على قيم وأخلاق المستخدمين، وهذا يعود إلى أن المشاهدة المفرطة للمحتويات خاصة الأجنبية منها تؤثر على قيم وسلوكيات المستخدم وتجعله يتأثر ويتبنى عادات جديدة وذلك لما تروج إليه منصة Netflix من تعارض مع قيمنا، وفي.

جدول 25: يمثل توزيع أفراد العينة حسب ما إذا كانت المشاهدة المفرطة تخلف تغييرات في طرق مشاهدة المحتوى مقارنة بالسابق .

النسبة المئوية	التكرار	هل تخلف المشاهدة الشرهة تغييرات في طرق مشاهدة المحتوى مقارنة بالسابق
78.5%	426	نعم
21.5%	117	لا
100%	545	المجموع

من خلال الجدول السابق اتضح أن نسبة 78.5% كانت للذين يرون أن المشاهدة المفرطة تخلف تغييرات في طرق مشاهدة الأفلام والمسلسلات مقارنة بالسابق، حيث أصبح بإمكان المستخدم أن يتعرض للمحتويات التي يرغب في مشاهدتها لساعات طويلة ومتواصلة دون انقطاع بحيث يكون استهلاكه للعرض في وقت قصير وهذا بسبب وفرة وتنوع العروض والحلقات عكس السابق كانت تنشر بشكل بطيء، أما نسبة 21.5% للمستخدمين الذين لا يتبين لهم أن المشاهدة المفرطة تحدث تغييرات في طرق مشاهدة الأفلام والمسلسلات مقارنة بالسابق.

جدول 26: يمثل توزيع أفراد العينة حسب الطريقة التي تغيرت بها المشاهدة مقارنة بالسابق.

النسبة المئوية	التكرار	تغيرت طريقة المشاهدة من خلال
88.3%	378	المشاهدة المتواصلة وإنهاء العرض في وقت قصير
5.1%	22	مشاهدة كل ما هو حصري وجديد
5.1%	22	الترجمة والدبلجة والجودة العالية
100%	428	المجموع

اتضح من خلال الجدول أن طريقة المشاهدة المتواصلة وإنهاء العروض في وقت قصير كانت الطريقة الغالبة بنسبة 88.3%، حيث أن منصة Netflix وفرت ما لم توفره المنصات التقليدية ببثها لجميع حلقات العروض دفعة واحدة وليس خلال أيام وأوقات معينة، وجاءت نسبة 22% للذين اختاروا مشاهدة كل ما هو حصري وجديد وقابلتها للذين تغيرت طريقة مشاهدتهم من خلال الترجمة والدبلجة والجودة العالية بنفس النسبة.

جدول 27: يمثل توزيع أفراد العينة حسب تقييماتهم لمنصة نتفلكس.

النسبة المئوية	التكرار	تقييم المشاهد لمنصة Netflix
74.3%	405	متوسط
22.6%	123	جيد
3.1%	17	سيئ
100%	545	المجموع

اتضح من خلال الجدول أعلاه تقييمات المستخدمين لمنصة Netflix، حيث كان التقييم المتوسط هو الغالب بنسبة 74.3%، يليها التقييم الجيد بنسبة 22.6%، وهذا لما تقدمه المنصة للمستخدمين من عروض حصرية تناسب جميع الأذواق وتلبي احتياجاتهم ورغباتهم من خلال المحتويات المميزة والمتنوعة التي تعرضها بجودة ودقة عالية وهذا ما يجعل المستخدمين يرونها تجربة جيدة، حيث جاء تقييم المستخدمين بالسيئ بنسبة 5.14%، وهذا راجع لعدم إعجابهم بما تبثه منصة Netflix، ولعدم توفر المحتوى الذي يتناسب مع اهتماماتهم وقيمهم الشخصية أو لوجود محتويات تعارض القيم الإسلامية.

2. النتائج العامة للدراسة:

توصلنا من خلال النتائج المتعلقة بالتساؤل الأول حول جنس المستخدم إلى أن المستخدمين الإناث كانت الفئة الغالبة على الذكور، لأن استمارة الاستبيان الالكتروني قمنا بتوزيعها على المجموعات الخاصة بالإناث أكثر، لذلك كان إقبالهم على التفاعل والاستجابة كبير.

فيما يخص الفئة العمرية كانت من 19 إلى 24 سنة ومن 25 إلى 30 سنة الفئة الغالبة في الإجابة عن الاستبيان والذي تعتبر فئة الشباب الأكثر مشاهدة لمحتوى منصة Netflix بسبب توافر العديد من الأفلام والمسلسلات التي تستهدف هذه الفئة العمرية وتتناول محتويات تم الشباب أكثر، حيث تعتبر فئة تتمتع بالحرية والاستقلالية الأكبر فهي تمتلك الوقت والقدرة على استهلاك المحتوى بشكل أكبر، كما أنهم يتمتعون بالمرونة والقدرة على التكيف مع المحتوى الجديد بسهولة ومع التغييرات التكنولوجية السريعة التي تساعد في توسيع آفاقهم وتعزيز فهمهم للعالم.

أما عن الأجهزة المستخدمة لمشاهدة المحتويات المرئية الرقمية فقد كان معظم المستخدمين يقومون بمشاهدة برامجهم من خلال جهاز الهاتف الذكي كونه من الأجهزة سهلة الاستخدام وتوفر الوصول السريع إلى المحتوى الرقمي، بالإضافة إلى أنه أكثر ملائمة للمشاهدة في الأماكن العامة، كما يمكن للمستخدمين مشاهدة المحتوى بسهولة دون إزعاج الآخرين أي المشاهدة بشكل خاص دون تشغيل التلفزيون أو الكمبيوتر أي أنه يوفر تجربة شخصية للمستخدم.

أوضحت نتائج الدراسة أن هناك إقبالا كبيرا للمستخدمين على منصة Netflix كونها من المنصات التي توفر مجموعة واسعة من المحتويات التلفزيونية المتنوعة المتاحة لمستهلكيها بشكل حصري الذي يعرض من دون الإعلانات التي تفسد متعة المشاهدة وبجودة عالية الدقة ومتاحة على مختلف الأجهزة بما في ذلك الهواتف الذكية والحواسيب الشخصية (PC) والتلفزيونات الذكية، كذلك محتواها يناسب جميع الأعمار والأذواق بإمكانية المشاهدة بلغات مختلفة بتوفير خاصيتي الترجمة والدبلجة، كما يتميز Netflix بإنتاج محتوى أصلي خاص به مثل مسلسلات "The Crown" و "Squid Game" و "La Casa de Papel" وغيرها من الأعمال التي حققت نجاح وشعبية بين المشاهدين.

من بين أسباب شعبية Netflix إمكانية مشاهدة المحتوى في أي وقت وفي أي مكان دون الحاجة إلى الاشتراك في قنوات التلفزيون الفضائي التقليدي، لكن مع ذلك يشعر بعض المشاهدين بأن الاشتراك

على المنصة باهظ الثمن وقد يتعذر عليهم الاستمتاع بالمحتوى المتاح عليها، وهنا يأتي دور المواقع المقرصنة التي توفر المحتوى نفسه بشكل مجاني ودون الحاجة إلى الاشتراك، لأن معظم المستهلكين من الشباب والمراهقين دون عمل وليس لهم دخل ولا يمتلكون بطاقات ائتمان بالخدمة فيلجئون إلى المواقع المقرصنة لمشاهدة العروض والأعمال الخاصة بمنصة نتفليكس، وهذا يعد انتهاكا لحقوق الملكية الفكرية وغير قانوني ويمكن أن يضعف دعم Netflix لإنتاج المزيد من المحتوى، كما يؤدي هذا إلى تعرض المقرصنين للعقوبات القانونية، كذلك من بين الأسباب صعوبة الدفع في السوق الجزائرية بسبب العملة الصعبة بعدما انخفضت قيمة الدينار الجزائري في السنوات الأخيرة.

Netflix هي منصة ترفيهية تتيح للمستخدمين مشاهدة الأفلام والمسلسلات والبرامج التلفزيونية والوثائقيات والأعمال المفضلة لديهم أي تسمح لهم بتخصيص تجربتهم وفقا لأذواقهم وتفضيلاتهم الشخصية، كما تتنوع وتختلف تفضيلات المستخدمين للمضامين التي تقدمها منصة Netflix ما بين الدراما، الاكشن، الكوميديا، الخيال العلمي والرعب وغيرها من المضامين الفنية .

من بين الاستنتاجات الرئيسية التي جمعناها هي أن المحتوى الترفيهي الذي توفره منصة Netflix يعتمد على تفضيلات المستهلكين، لأن الشركة تقوم بدراسة مشتركها وأذواقهم وعاداتهم عليها وذلك وفق اعتمادها على عدة خوارزميات تساهم بشكل كبير في نجاحها وفرض هيمنتها في سوق بث المحتوى حسب الطلب، كما يؤدي أيضا إلى زيادة الاشتراكات و جذب مستهلكين جدد و كسب الأرباح من تلك الاشتراكات و الإيرادات و نجاح كبير في السوق، كما تعطي فرص للشركات الأخرى لإنتاج المزيد من الأعمال التلفزيونية و عرضها و تقديمها على منصتها.

إن اختيار المحتوى عبر منصة Netflix عادة ما يكون عن طريق قوائم وترشيحات المنصة ذاتها حيث تتيح للمشاهد الاختيار فيما بينها أو من خلال قوائم الترشيحات التي تظهر للمشاهد بناء على ما تم مشاهدته من قبل وهي إحدى الاستراتيجيات المستخدمة من قبل المنصة للترويج عن أعمالها، وكذلك عبر توصيات المعارف والأصدقاء وأيضا من خلال الإعلانات والتقييمات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مع إمكانية استخدام المشاهدين ميزة "التصفح" باستكشاف المحتوى الجديد والحصري والتي تعتبر واحدة من أهم الميزات التي تقدمها المنصة لمستخدميها وذلك لتوفير الوقت والجهد عند البحث عن الأفلام والبرامج التلفزيونية.

يتميز Netflix بعدة عوامل تميزه عن منصات البث الرقمي الأخرى، فNetflix يتميز بكتالوج كبير من المحتوى الذي لا يتوفر على المنصات الأخرى، كما أنه يتميز بميزة البث الحي الذي يتيح للمستخدمين مشاهدة المحتوى الذي تم بثه مباشرة، بالإضافة إلى ذلك تتيح Netflix للمستخدمين مشاهدة المحتوى دون إعلانات مما يوفر مشاهدة مريحة وممتعة، ويتيح للمستخدمين القدرة على الاستمتاع بالمحتوى دون انقطاعات غير مرغوب فيها، كما توفر محتوى أصليا وحصريا بالتعاقد مع مخرجين وممثلين لإنتاج محتوى جديد بينما منصات البث الأخرى تعرض محتوى تلفزيوني وأفلام من شركات إنتاج أخرى.

مع تزايد إنتاج المحتوى على منصة Netflix تطور معه استهلاكه حيث برزت نتيجة لذلك عادات جديدة وقد اتفق هذا مع دراسة "Ericsson" التي أكدت أن مع تطور تقنيات منصات بث المحتوى ظهرت أنماط وعادات استهلاكية جديدة لدى المستخدمين. ففي الماضي كان على المشاهدين الانتظار حتى يتم بث البرامج التلفزيونية والأفلام على القنوات الفضائية أو حتى يتم إصدارها على الأقراص المدججة أو على الأقراص الرقمية، ولكن مع Netflix يمكن للمشاهدين مشاهدة المحتوى في أي وقت عن طريقة خدمة العرض عند الطلب وتخصيص تجربتهم بالطريقة التي يريدونها مما يعني أن المستخدم لا يحتاج إلى الالتزام بمجدول زمني محدد لمشاهدة المحتوى، مما نتج عن هذا عادات جديدة كالمشاهدة الشرة **Binge Watching** حيث يتعرض المشاهدين لحلقات متعددة من العروض خلال جلسة واحدة ولفترة طويلة وهذا ما اتفقت معه دراسة "بريناسي ديفنيس 2016" والتي أشارت إلى أن منصة Netflix أحدثت ثورة كبيرة في طريقة الاستهلاك مما يشجع الميول إلى المشاهدة بشراهة لمحتواها.

المشاهدة بشراهة **Binge Watching** في أغلب الأحيان تعتبر عادة سيئة حيث تخلف العديد من الآثار على المشاهد لمحتوى Netflix، قد تؤدي المشاهدة المفرطة إلى الإدمان على الأفلام والمسلسلات وهذا يمكن أن يؤثر على الحياة الاجتماعية كالعزلة والابتعاد عن الواقع والحياة العملية للمستخدم كتقليل الإنتاجية والتأثير على العمل والدراسة، قد يصبح المستهلك أقل نشاطا وحيوية ويفقد الاهتمام بالأشياء الأخرى في حياته، كما لها تأثير على المشاهد من الناحية النفسية والجسدية كالإرهاق والتعب الاكتئاب...، كذلك التأثير على النوم الذي يؤدي إلى الأرق والصداع وقلة النوم، ومن الآثار الأخرى التي تؤثر على المشاهدين خاصة المراهقين والشباب الجانب القيمي، حيث يكتسب بعض المشاهدين لمحتوى منصة Netflix عادات وثقافات أجنبية جديدة تؤدي بهم إلى التغيير في سلوكياتهم وتصرفاتهم وتغيير في

أفكارهم ومعتقداتهم التي تعارض المنظومة الدينية والاجتماعية وهذا ما اتفقت معه دراسة "نسيمة طبشوش ورياض مزعاش" التي تؤكد أن منصات بث المحتوى خاصة منصة Netflix تؤثر على تكوين شخصيات المستخدمين، حيث تقوم بالتشويش في تنشئتهم وقيمهم وتؤدي إلى تغيير في الهوية الثقافية للمجتمع الأصلي لهم وتجعلهم يكتسبون ثقافات أجنبية.

يعتبر تقييم المستخدمين لمحتوى Netflix عاملا مهما يؤثر على قرار المستخدم في مشاهدة المحتوى أو تجاهله، حيث تتيح المنصة للمستخدمين تقييم المحتوى بعد مشاهدته ويتم التقييم عن طريق إعطاء نجوم من 1 إلى 5، كما تعتمد Netflix على تقييمات المشاهدين لتحسين الخوارزميات التي توصي بالمحتوى المناسب لكل مستخدم وبالتالي يمكن أن تساعد هذه التقييمات في تحديد ما إذا كان المحتوى المعروض يستحق المشاهدة أم لا، وبالإضافة إلى ذلك يمكن للمستخدمين تقديم تعليقات على المحتوى الذي شاهدوه وهذا ما يسمح للآخرين بالاطلاع على التعليقات لمعرفة المزيد على المحتوى المعروض على منصة Netflix.

3. الإجابة عن تساؤلات الدراسة:

الإجابة على التساؤل الرئيسي:

من خلال Netflix وما تعرضه على منصتها، اكتسب المستخدمين عادات استهلاكية جديدة وأنماط مشاهدة تختلف بدرجة كبيرة عن المشاهدة التقليدية، وذلك نتيجة تعدد أساليب المشاهدة وتوفير خاصية العرض عند الطلب وتطورها وإتاحة منصة Netflix لأي جهاز متصل بشبكة الانترنت إلى الوصول للمحتوى المرئي الرقمي التي تبته، كما وفرت المنصة للمستخدمين إمكانية مشاهدة كافة حلقات المسلسلات أو البرامج التلفزيونية خلال جلسة واحدة، وهو ما أحدث تغييرا كبيرا في عادات وأنماط المشاهدة التقليدية بالبث التلفزيوني الكلاسيكي للأعمال التلفزيونية التي كانت تعرض حلقات متسلسلة يوميا تمتد لعدة أسابيع وشهور، حيث أنتج هذا ظاهرة "المشاهدة الشرهة" "Binge Watching" لمحتوى منصة Netflix التي تعتبر من العادات الجديدة في استهلاك المضامين التلفزيونية، وهي التي تدفع المستخدم إلى مشاهدة مكثفة ومتواصلة لساعات خلال جلسة واحدة باليوم وقد تمتد مشاهدة

موسم كامل من العمل أو حلقات المسلسل كاملة أو مجموعة من الأفلام بذات الجلسة أو خلال جلسات ممتدة لأيام متتالية.

الإجابة على التساؤلات الفرعية:

الإجابة عن التساؤل الفرعي الأول

Netflix توفر محتوى متنوع وحصري يلي مختلف الاهتمامات والأذواق ويتميز بجودة الإنتاج والتصوير والتمثيل العالية، مما يدفع المستخدمين للبحث عن الأفلام والمسلسلات ومختلف البرامج التلفزيونية المثيرة للاهتمام والاستمرار في متابعة المحتوى الذي يرغبون مشاهدته، وأيضاً من بين الدوافع التي تؤدي المستخدمين استهلاك مختلف المحتويات المرئية هو بحثهم عن الترفيه والاسترخاء والهروب من الواقع والاستمتاع بالمحتوى، كما توفر لهم المنصة تجربة مشاهدة مريحة وممتعة دون الإعلانات التي تفسد متعة المشاهدة وجودة عالية.

الإجابة عن التساؤل الفرعي الثاني:

من خلال توفير محتوى متنوع ومثير للاهتمام، ساهمت Netflix في تغيير عادات الاستهلاك لدى المستخدمين على عدة مستويات، أولاً فإن Netflix قد أعادت تعريف مفهوم التلفزيون التقليدي حيث يمكن للمستخدمين الآن مشاهدة البرامج التلفزيونية و الأفلام في أي وقت ومن أي مكان، ودون الحاجة إلى التعرض إلى الإعلانات بالإضافة إلى ذلك فإن الخدمة توفر للمستخدمين محتوى أصلياً وفريداً، مما يعني أن المستخدمين يستطيعون الوصول إلى محتوى لا يمكن العثور عليه في أي مكان آخر، وبالإضافة إلى توفير محتوى متنوع وفريد، فإن Netflix أيضاً تعاونت مع الصناعات الترفيهية لتغيير طريقة تلقي المستخدمين للترفيه فعلى سبيل المثال فقد أدخلت نتفليكس مفهوم "Binge Watching" الذي أثر عادات الاستهلاك لدى المستخدمين.

الإجابة على التساؤل الفرعي الثالث:

تتمثل دوافع المشاهدة الشرهة للمحتوى الرقمي لمستخدمي منصة Netflix هو الرغبة في الانغماس في عالم القصة والشخصيات، والحاجة إلى التسلية و الترفيه في الوقت الذي يناسبهم، والاستمتاع بالأعمال الفنية والتعرف على ثقافات وجوانب جديدة من العالم، ويعود الدافع أيضا وراء المشاهدة الشرهة هو الرغبة والاهتمام بالمحتوى الذي توفره منصة Netflix.

خاتمة

من خلال دراستنا لموضوع منصات بث المحتوى والعادات الاستهلاكية الجديدة التي أمدت المستخدمين بالمزيد من التحكم للاستمتاع بالمحتوى في ضوء ما يناسبهم، وذلك من خلال استهلاك العديد من محتوى البرامج الترفيهية والأفلام والمسلسلات بسهولة، يمكن القول أن هذه المنصات أحدثت تغيرات وتحولات جذرية في طرائق وأنماط المشاهدة ووتيرتها عن طريق إزالة قيود المكان والزمان وتوفير خاصية العرض عند الطلب، حيث يتزايد الطلب على هذه المنصات بشكل كبير كونها تتيح للمستخدمين الوصول إلى محتوى غير محدود ومتنوع، بتقديم تجربة مشاهدة مميزة ومختلفة عن التي يمكن الحصول عليها من خلال التلفزيون التقليدي.

كما يتميز استهلاك المحتوى على هذه المنصات بالتنوع والتفاعلية والحصرية خاصة على منصة Netflix التي تعتبر من أشهر المنصات الرائدة في صناعة بث المحتوى الترفيهي، تقدم التكنولوجيا تعمل Netflix باستمرار على تحسين و تطوير منصتها لتلبية احتياجات المستخدمين و تقديم تجربة مشاهدة ممتعة بتوفيرها كتالوج واسع من العروض التي تلي تفضيلات المشاهدين واختياراتهم، حيث أدى هذا إلى اكتساب المستخدمين عادات استهلاكية جديدة كالمشاهدة الشرهة و المتواصلة لساعات نتيجة الاستغراق في متابعة عدة حلقات لبرنامج ما خلال جلسة واحدة أو جلستين على الأكثر وهذا من ضمن الاستراتيجيات التي سعت Netflix لتحقيقها.

وتظل المشاهدة الشرهة للمحتوى الترفيهي على منصة Netflix من الظواهر الاستهلاكية الجديدة التي تحتاج لمزيد من البحث والتعمق خاصة دراسة التأثيرات على الجوانب النفسية والاجتماعية التي قد تؤثر على مستخدم منصة Netflix نتيجة المحتوى الذي تعرضه، كذلك على الجانب القيمي وذلك لما تروج له المنصة وتسعى للوصول إليه، لان ما قدمته دراستنا بخصوص الجانب القيمي لم يكن كافيا وذلك راجع إلى الحدود الزمنية القصيرة التي لم تسمح لنا بالبحث أكثر.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

1. أ.د أسماء نوري، م.د محمد عبود. (2021). البوابات و المنصات الرقمية. المراجع العربية التقليدية و الالكترونية، (صفحة 5).
2. أ.رؤى مصطفى محمد غانم أ.د وفاء مصطفى كفاقي. (2019). فاعلية المقررات الالكترونية المفتوحة (MOOC) في تنمية مهارات تصميم وانتاج الواقع المعزز. القاهرة: المجلة الدولية للتعليم بالانترنت .
3. أحمد عبد المجيد المبجوح. (2019). اثر توظيف المنصات التعليمية التفاعلية في تنمية مهارات التفكير البصري والتحصيل الدراسي لدى طالبات الصف الثاني عشر بمبحث التكنولوجيا في عصر الرقمنة. مجلة العلوم التربوية ، 15.
4. أسماء سعد الدين. (2015). قصة بداية و نجاح موقع ابيباي ومن مؤسسه. مصر: المرسال.
5. الجرياء عيبر. (2022). دور وسائل التواصل الاجتماعي في العلاقات القرابية في جائحة كورونا (واتساب وسناب شات نموذجاً). مجلة البحوث والدراسات الاجتماعية المركز الوطني للدراسات والبحوث الاجتماعية ، 30.
6. أماني رضا. (2021). دوافع التعرض للمحتوى الدرامي في خدمات المشاهدة حسب الطلب VOD والاشباع المحققة. مجلة البحوث الاعلامية ، 66.
7. أماني رضا عبد المقصود مصطفى. (2022). تأثير خدمات المشاهدة حسب الطلب على صناعة الدراما التلفزيونية في اطار مفهوم الاندماج الاعلامي. المجلة العربية لبحوث الاعلام و الاتصال ، 50.
8. أنوار العزام. (04 04, 2022). مجتمع الدراسة في البحث العلمي. تاريخ الاسترداد 01 06, 2023، من موضوع: <https://mawdoo3.com>
9. بن غذفة شريفة. (2016). منهجية وتقنيات البحث. جامعة سطيف 2 ، 116.
10. بولقرون راضية، بوداود حميدة. (2020). اتجاهات الزبائن في الجزائر نحو مواقع التسوق عبر الانترنت (دراسة حالة Ali Express). مجلة دراسات المالية والمحاسبية و الادارية ، 20.
11. بومحيلة خالد. (2021). تقييم استخدام المستهلك الجزائري لمنصة جوميا للتسوق الالكتروني. مجلة ابعاد اقتصادية ، 21.
12. خديجة شرفية، عبد الرحمان بن مبارك زغدود. (2021). تطبيق انستغرام كمستحدث تكنولوجيا يدعو للترويج السياحي الثقافي دراسة تحليلية لصفحة انستغرام. مجلة الميدان للعلوم الانسانية والاجتماعية ، 9.
13. د. عمرو محمد محمود عبد الحميد. (2019). دوافع المشاهدة المفرطة للمحتوى الدرامي بمنصات البث الرقمي وتأثيراتها على المستخدمين. المجلة العلمية لبحوث الاذاعة والتلفزيون ، 65.
14. د.نرمين عبد القادر امبابي. (2020). التوجهات الدولية لتطوير مفهوم الصناعات الابداعية وسياساتها واثرها على مؤسسات المعلومات في المجتمعات العربية. المجلة العلمية للمكتبات والوثائق والمعلومات ، 83.
15. در محمد. (2017). أهم مناهج وعينات وأدوات البحث العلمي. مجلة الحكمة للدراسات التربوية والنفسية ، 18.
16. ديما لطفي محمود حمدان. (جوان, 2021). المثلية الجنسية على شبكة نتفليكس العالمية . عمان، الاردن.
17. ريهام سامي. (2020). مشاهدة الشباب المصري الشرة لخدمات البث التلفزيوني عبر الانترنت. مجلة البحوث الاعلامية ، 40.
18. ريهام سامي. (2020). مشاهدة الشباب المصري الشرة لخدمات البث التلفزيوني عبر الانترنت. مجلة البحوث العلمية ، 40.

قائمة المصادر والمراجع

19. سامية خضر صالح، أسماء محمد نبيل. (2018). شبكات التواصل الاجتماعي (النشأة والتأثير). مجلة كلية التربية جامعة عين شمس 193 ، 45.
20. سلوى محمود. (2022). الهوية الرقمية للمنصات الالكترونية لجامعة حلوان . مجلة العمارة و العلوم الانسانية .
21. شيماء بخوش، أسماء رتيمي. (2022). مواقع التواصل الاجتماعي و دورها في انتاج السلوك الانحرافي لدى الشباب (التيك توك نموذجا). مجلة افاق لعلم الاجتماع ، 19.
22. شيماء عز الدين جمعة زكي. (2020). أساليب التسويق المستخدمة عبر تطبيق "سناب شات" في مصر. المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال ، 51.
23. صباح غربي، محمود نيشوش. (2023). الاستبيان الالكتروني كأداة لجمع البيانات من المجتمع الافتراضي. مجلة الحوار الثقافي ، 11.
24. طاها أشرف. (2022, 11 02). ما هو المحتوى الرقمي؟ وما هي أنواعه وأهميته؟ تاريخ الاسترداد 05 17 2023، من [GuinRank: https://www.guinrank.com/blog/ar/view/109](https://www.guinrank.com/blog/ar/view/109)
25. عبد الرحمن بن ابراهيم الشاعر. (2015). مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الانساني. عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.
26. عماد صالح. (2021). بلوجر و الربح من التدوين. اليمن: متجر عماد.
27. فادي محمد زيدان عبد الرزاق الزرو. (جوان, 2020). فاعلية منصة ادراك Edrak في تنمية مهارات حل المسائل الهندسية لمادة الرياضيات. عمان: جامعة الشرق الأوسط.
28. فضيلة التومي. (2022). كيف غيرت المنصات الرقمية الدراما في العالم في ظل ثنائية الانتاج و التلقي. ورقة: مجلة الباحث في العلوم الانسانية و الاجتماعية.
29. لبيب شانف محمد. (2006). صناعة المحتوى المفهوم والبنية ومقومات تطورها. 6.
30. ناصر خليل. (2009). التجارة و التسويق الالكتروني. الاردن: دار اسامة للنشر و التوزيع.
31. نجم عبد خلف العيساوي. (2020). توظيف المنصات الرقمية في التعلم والتعليم بزمنا كورونا.. الاستخدام والتأثير. مجلة اتحاد الجامعات العربية الاردن ، 19.
32. نجم عبد خلف عيساوي. (2020). توظيف المنصات الرقمية في التعليم والتعليم بزمنا كورونا. مجلة عراقية ، 85.
33. نسرين بسام فريجات. (2020). المنصات الاجتماعية مفتوحة المصدر MOOCs العربية (ادراك) والاجنبية (كورسيرا). دراسات العلوم التربوية ، 17.
34. نسيمه طبشوش و رياض مزعاش. (2022). منصة نتليكس و اثرها على القيم الاسرية. مجلة الرسالة للدراسات الاعلامية ، 13.
35. وائل عبد الرحمان التل، عيسى محمد قحل. (2007). البحث العلمي في العلوم الانسانية والاجتماعية. عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع.
36. وداد سميثي. (2021). صورة الذات عبر شبكة انستغرام: منظور تحليلي. المجلة الجزائرية لبحوث الاعلام والرأي العام ، 12.

قائمة المصادر والمراجع

37. وسام فاضل راضي، مهند حميد التميمي. (2017). *الاعلام الجديد تحولات اتصالية ورؤى معاصرة*. الامارات: دار الكتاب الجامعي.
38. ياسمين محمد ابراهيم. (2020). *التقديم الذاتي لمنشئي المحتوى اليوتيوبرز، على موقع يوتيوب وكيفية تحقيقهم للثقافة التشاركية - دراسة حالة على يوتيوبرز الدحيح وايجيكولوجي*. *مجلة البحوث الاعلامية* ، 66.
39. يحيي سعد. (2022, 06 28). *مجتمع وعينة الدراسة في البحث العلمي*. تاريخ الاسترداد 01 06 2023، من [دراسة للاستشارات والدراسات والترجمة: https://drasah.com](https://drasah.com)
40. يمن حلاق. (2019, 11 11). *ديزني تطلق خدمة بث جديدة خاصة بها تحت اسم ديزني بلس فهل تتفوق على نتفليكس؟* تاريخ الاسترداد 10 05 2023، من عربي بوست: [/https://arabicpost.net](https://arabicpost.net)
41. A.,Konsynski, B., and Bush, A. A. Tiwana. (2010). *Platform evolution: Coevolution of platform architecture, governance, and environmental dynamics*. *Information Systems Research*.21 ،
42. Aditya Dhanuka and Abhilasha Bohra. (2019). *Binge-Watching: Web-Series Addiction amongst Youth*. Durgadevi Saraf Institue of Management Studies.
43. Alina Vytiaz. (2018). *Youtube a new era of TV*. *ResearchGate*.57 ،
44. Alumna Laura Diez de Paz. (2021). *El Streaming Como Forma De Entretenimento*. *universidad de leon*.98 ،
45. *amazon*. (2018, 08 15). *Prime video Global Content Guide* ,05 10 تاريخ الاسترداد . <https://m.media-amazon.com> من 2023media-amazon: 2023
46. Amira Aloui. (2021). *The impact of 15 seconds on algerian users*. *Annalse of Guelma University for Social and Human Sciences*.21 ،
47. Anna Cardona and Mireia Carrera Neus Linares. (2019). *The Walt Disney Company*. *ACCID*.18 ،
48. Apple. (2023). *Apple TV*. #France: Apple Inc.
49. Brenna C. Davis. (2016). *The Netflix effect and defining binge-watching*. Virginia commonwealth university.
50. Bryan Haines. (2020, 09 17). *What Is a Blogging Platform* ,03 24 تاريخ الاسترداد ؟ <https://www.liveabout.com/what-is-a-blogging-platform-2531835> من 2023Liveaboutdotcom: 2023
51. Bud E. Smith. (2011). *Sams Teach Yourself Tumblr*. United States Of America: Pearson Education, Ins.
52. Carla Bonina & Ben Eaton Kari Koskinem. (2018). *Devlopment Implications of Digital Economies*. manchester: center for development informatics clobal development institute, seed.

53. Carolina Herrera Cespedes .(2018) .Usos Y Gratificaciones del binge-watching entre jovens adultossuscriptores de Netflix .*Pontificia universidad catolica del ecuador* ، .93
54. Charlotte Bouillot .(2020) .*Spotify* .espagne: Epublibre.
55. Christina de Valk .(2019) .*TV series consumption habit in the era of Netflix* .Paris: HEC.
56. Christine Snively Henry W.Mcgee .(2017) .Hulu: Redefining the way people experience TV .*Havard business school*.27 ،
57. David King Efraim Turban .(2008) .Overview of electronic commerce .*Prentice Hall* ، .44
58. David Russell .(2023) .Historia de la plataforma Deezer .*SCRIBD Inc*.3 ،
59. Deacon leopard .(2022 ,12 11) .*Netflix Customer* من تاريخ الاسترداد 04 05 2023 ، Course hero: <https://www.coursehero.com/file/177673214/Netflix-Customerpdf/>
60. Dean M. Giustini, Steve Wheeler Maged N. Kamel Boulos .(2016) .Instagram and WhatsApp in Health and Healthcare: An Overview .*future internet*.14 ،
61. Eirik Vigeland .(2012) .*Control and Innovation on Digital Platforms* . Norway: Centre for Technology, innovation and Culture.
62. Emma Letecia Rufete Vicente .(2016) .*Analisis Del Uso De Estrategias De Crecimiento* .Elche: Universidad Miguel hernandez.
63. Emma Leticia Rufete Vicente .(2016) .Analisis del uso de estrategias de crecimiento en Netflix .*Miguel Hernandez*.41 ،
64. Emma Leticia Rufete Vicente .(2016 ,04 27) .Analisis Del Uso De Estrategias De Crecimiento En Netflix .*Analisis Del Uso De Estrategias De Crecimiento En Netflix* . Espagne: Universidad Miguel Hernandez.
65. Emma Leticia Rufete Vicente .(2016) .Analisis Del Uso De Estrategias De Crecimiento En Netflix .*Universsidad Miguel Hernandez*.41 ،
66. Ericsson .(2017) .*Aconsumer driven future of media* .Ericsson consumerlab.
67. Filipe Da Silva Georgina Nunez .(2022) .*The era of platforms and the development of data markeplaces in a free competition environment* .Santiago: United nations EGLAC.
68. Gail Carin-Levy, Derek Jones, Heather M Hunter Fiona Maclean .(2013) . Understanding Twitter .*Journal of Occupational Therapy*.5 ،
69. Gordon Schmidt .(2020) .Amazon .*SAGE Publications, Inc*.6 ،
70. Gordon Schmidt .(2020) .Netflix .*SAGE Publications, Inc*.5 ،

71. Hadopi .(2021) .La multiplication Des Services de Video A La Demande Par abonnement .CSA.124 ،
72. Hany Gafar .(2018) .Survey Studies .Sohaguniversity.11 ،
73. Heberth Anderson LAZO CHAVEZ .(2022 ,02 04) .Netflix: comunicacion audiovisual y nuevos habitos de consumo televisio de los estudiantes de Comunicacion Social de la UNMSM .*Netflix: comunicacion audiovisual y nuevos habitos de consumo televisio de los estudiantes de Comunicacion Social de la UNMSM* . Lima ،Escuela Profesional de Comunicacion Social ،Pérou: Universidad Nacional Mayor de san Marcos.
74. Ivijan Stipic 9) .avril, 2015 .(Linkedin . تاريخ الاسترداد 30 3 2023 ، من LinkedIn: <https://www.linkedin.com/pulse/short-history-google-ivijan-stipic>
75. Jingting Li .(2022) .Analysis of the Trend of Spotify .*BCP Business & Management*.8 ،
76. Jolanta A.Starosta .(2020) .Understanding the phenomenon of Binge Watching .*Environmental Research and Public Health*.16 ،
77. Jonay Estevez .(2022 ,08 03) .*Starzplay que es, catalogo y precios* 16 تاريخ الاسترداد 05E1 Grupo Informaticol: 2023 ، من <https://www.elgrupoinformatico.com/noticias/starzplay-que-catalogo-precios-t78428.html>
78. Jordan .(2020 ,10 06) .*Que es Deezer* من 05 15 2023 ، تاريخ الاسترداد musician : <https://imusician.pro/>
79. Jordina Arbos .(2019) .Netflix -Un Caso de Exito .*BSM*.34 ،
80. Jose Luis Orihuela .(2019 ,07 01) .*Maratones de series nuevo consomos televisios* . Cuaderno.com: <https://www.ecuaderno.com> تاريخ الاسترداد 09 05 2023 ، من
81. Juan Montero and Matthias Finger .(2021) .*The rise of the New network Industries* . New york : Taylor & Francis groupe.
82. Justyn Newman .(2023 ,05 01) .*Comment regarder Peacock Tv gratuitement a l'etranger* من 05 15 2023 ، تاريخ الاسترداد WizCase: <https://fr.wizcase.com>
83. Katashi Nagao .(2003) .*Digital Content Annotation and Transcoding* .Boston: Artech house.
84. Kathryn Barnett, Cesia Roche, Jimmy A.Young J.Mitchell Vaterlaus" .(2016) .Snapchat is more personal": An exploratory study on Snapchat behaviors and young adult interpersonal relationships .*Computers in Human Behavior*.8 ،
85. Kris Wouk .(2022 ,10 02) .*What is Apple Music and Should you use it* تاريخ الاسترداد ! 15 05 2023 ، من How to Geek: <https://www.howtogeek.com/843097/what-is-apple-music-and-should-you-use-it/>

86. Laura Osur .(2016 ,05 24) .Netflix and the Development of the internet Television Network .*Netflix and the Development of the internet Television Network* .226 ‘ Chicago ‘Philosophy in Mass Communications ‘America: Syracuse University.
87. Luis Fernando Lojano Arias .(2021) .*Las Plataformas Digitales Y Su Promocion, Construccion Desde El Diseno Grafico De Una Propuesta De Negocio* .Cuenca, Ecuador: Universidad Del Azuay.
88. M, Forman, C., Huang, P., Wu, D,J Ceccagnoli .(2012) .Cocreation of Value in a platform Ecosystem: The Case of Entreprise Softaware .*Miss Quarterly*.36 ‘
89. Maheen Kanwal .(2022) .Social Media Platform .*Webopedia*.
90. Malgorzata Kosiarz .(2018) .The specificity of online entertainment services. Netflix .*Artykuly*.20 ‘
91. Maria Elisa Marina Denise .(2015) .Facebook En Jujuy, uso de las redes sociales, una discusion entre lo publico y lo privado .*CUADERNOS*.30 ‘
92. Maria Romay Zamora .(2020) .Cambio en los habitos de consumo televisivos de los espanoles hacia las nuevas plataformas de streaming netflix .*COMILLAS*.71 ‘
93. Matthew A. Gilbert .(2015) .*edX E-Learning Course Development* .Birmingham: Packt Publishing.
94. Maximiliano Meyer .(2016) .A Historia da Netflix .*Evilmaax*.2 ‘
95. Md Sazibur Rahman .(2021) .E-commerce & Alibaba's Business Startegy .*Computer Science & Technology*.22 ‘
96. Nathan W.Fisk .(2011) .*Digital Piracy* .New York: Chelsea house.
97. Nerea Serrano .(2019) .*Los maratones de series aumentan la dopamina* .madrid: Puntonews.
98. P., Resca, A., Lee, G Spagnoletti .(2015) .A design theory for digital platforms supporting online communities: a multiplecase study .*Journal of Information Technology*.30 ‘
99. Pierre Maurage, Kim Ribdell Di Lorenzo, Claus Vogegele, Sally M.Gainsbury, Joel Billieux Maeva Flayelle .(2020) .Binge-watching: what do we know so far? A first systematic review of the evidence .*Current Addiction Reports*.34 ‘
100. Pinja Hirvinen .(2023) .Digital Piracy in the Age of Streaming .*Aalto University School of Business*.25 ‘
101. Praiz G .(2022 ,10 29) .*Logotipo de Apple Music : historia, evolucion y todo lo que debe saber* من تاريخ الاسترداد 05 15 2023 ، buisnessyield: <https://buisnessyield.com/es/brand-stories/apple-music-logo/>

102. Raquel Bonillo, Laura Carinena Jordina Arbos .(2019) .Netflix- Un Caso De Exito . *BSM*.34 ،
103. Rashad Yazdanifard & Merveen Tan Hunn Li .(2014) .The Review of Alibaba's Online Business Marketing Strategies Which Navigate them to Present Success .*Global Journal of Management and Business Research: E Marketing*.9 ،
104. Roberto Moro-Visconti .(2020) .La Valutazione delle piattaforme Digitali . *Researchgate*.16 ،
105. Roberto Moro-Visconti .(2020) .*La Valutazione delle piattaforme Digitali* .Milano.
106. Roni Bhowmik .(2019 ,12 03) .*Analysis On The Business Model Of Alibaba.com E-commerce* من تاريخ الاسترداد 03 24 ,2023 ، SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3488271>
107. Sahon KARASAR .(2002) .Virtual Construction of Social Reality Through New Meduim-Internet .*Turkish Online Journal of Distance Education*.7 ،
108. Sandeep Krishamurthy .(2015) .*Amazon.com-A Comrehensive Case History* . University of Washington Bothell.
109. Saodah Wok .(2022) .Predictions of Netflix Binge-Watching Behaviour among University Students during Movement Control Order .*ResearchGate*.18 ،
110. Shahid net plus .تاريخ الاسترداد (2023 ,01 13) .تحميل شاهد نت بلس 2023 تنزيل تطبيق من تطبيقاتك: <https://www.tbekom.com/shahid-net-plus/> 05 16,2023 ،
111. Shannon Mullery .(2021) .Hulu Advertising Guide: Definition, Examples & How to start .*Tinuiti*.
112. Steve Ocsa, Edwin Requejo, Jhulisa sanchez Alexander Idrogo .(2022) .Caracteristicas de las Plataformas Virtuales .*SCRIBD*.7 ،
113. Syamimi Md Ariff Lim Annie Dayani Ahad .(2014) .Convenience or Nuisance? The "WhatsApp" .*Social and Behavioral Sciences*.8 ،
114. Theo Plothe & Amber M.Buck .(2019) .*Netflix at the Nexus* .New York: PETER LANG.
115. Tony Ryyananen and Torsti Hyyrylainen .(بلا تاريخ) .Digitalisation of Consumption and Digital Humanities- Development Trajectories and Challenges for the future.8 .
116. Wallisellen .(2020) .Starzplay disponible chez UPC .*Comminunique de presse*.3 ،
117. Warner Bros .(2022) .HBO MAX Launches on Prime Video in the U.S .*Warner Bros Discovery*.4 ،
118. X., Venkatesh,V ., Tam, K. Y., Hong, S.J. Xu .(2010) .Model of Migration and Use pf Platforms: Role of Hierarchy, Current Generation, and Complementarities in consumer Settings .*Management Science*.21 ،

119. Zahid Ashraf Wani, Iram Mukhtar Mahajan, Uzma Qadri Huma Shafiq .(2017) .
Courses beyond borders: A case study of MOOC platform Coursera .*Library
Philosophy and Practice (e-journal)*.16 ، (

الملاحق
