



Dr. Asma Noori Salih

E-Mail :

asmaalrawi69@gmail.com

Phone Number :

07709613074

Al-Iraqia University
College of m Iraqi University /
College of Information
Section: Radio and Television
Journalism
Baghdadedia

Keywords:

- exposure habits
- young audiences
- digital technologies
- cinematic films

ARTICLE INFO

Article history:

Received : 1 / 5 /2021

Accepted : 1 / 6 /2021

Available Online : 24 / 8 /2021

HABITS OF YOUNG PEOPLE'S EXPOSURE TO MOVIES IN THE ERA OF DIGITAL TECHNOLOGIES

A B S T R A C T

The habits of exposure to cinematic films have been linked to the development of the cinematic film industry in an era in which the use of modern technologies in the field of photography, directing and montage prevailed. Digital applications and platforms that have succeeded in presenting films and dramas of various kinds and forms, which have emerged from different cultures of the world and gained the audience a cinematic culture that made watching a pleasure and an experience full of all kinds of cognitive activity.

This research focused on the habits of exposure to cinematic films and the impact of modern technologies on these habits. Did the emergence of these technologies reduce or enhance viewing habits in cinemas, especially since the Corona pandemic, which led to social distancing and the closure of cinema halls, made the recipient turn to applications and digital platforms until he began to prefer them Watching in the cinema has to be less expensive and characterized by asynchronicity, as the viewer does not have to wait for the film's presentation date.

م.د. أسمی نوری صالح

عادات تعرض الشباب للأفلام السينمائية في عصر التقنيات الرقمية

الإيميل :

asmaalrawi69@gmail.com

رقم الهاتف :

٠٧٧٠٩٦١٣٠٧٤

عنوان عمل الباحثة:

الجامعة العراقية / كلية الإعلام
قسم: الصحافة الإذاعية
والتلفزيونية
بغداد

الكلمات المفتاحية:

- عادات التعرض
- جمهور الشباب
- التقنيات الرقمية
- الأفلام السينمائية

معلومات البحث

تاريخ البحث :

الاستلام : ٢٠٢١ / ٥ / ١

القبول : ٢٠٢١ / ٦ / ١

التوفر على الانترنت : ٢٠٢١ / ٨ / ٢٤

ارتبطت عادات التعرض للأفلام السينمائية بتطور صناعة الافلام السينمائية في عصر طغى فيه استخدام التقنيات الحديثة في مجال التصوير والايخراج والمونتاج واكسب نوعية المشاهدة عمقاً جديداً لا يضاهاى من خلال استخدام تقنية الـ 3D (ثلاثية الابعاد) في صناعة الافلام والتي حققت متعة واثارة حقيقية في المشاهدة ، كذلك ظهرت التطبيقات والمنصات الرقمية التي نجحت في مجال عرض الافلام والمسلسلات الدرامية بمختلف انواعها واشكالها والتي اظهرت ثقافات العالم المختلفة واكسبت الجمهور ثقافة سينمائية جعل من المشاهدة متعة وخبرة زاخرة بكل انواع النشاط المعرفي .

ركز هذا البحث على عادات التعرض للأفلام السينمائية وتأثير التقنيات الحديثة في هذه العادات وهل ان ظهور هذه التقنيات قلل ام عزز من عادات المشاهدة في صالات السينما خاصة ان جائحة كورونا التي ادت الى التباعد الاجتماعي وغلق صالات السينما جعلت المتلقي يتحول الى التطبيقات والمنصات الرقمية حتى بدأ يفضلها على المشاهدة في السينما كونها اقل كلفة وتمتاز باللاتزامنية حيث لا يضطر المشاهد انتظار موعد عرض الفلم، بالمقابل فأن متعة المشاهدة في حالة العرض تجربة اجتماعية تساهم في تعزيز عنصر المشاركة بين الاصدقاء في التعرض اضافة الى طقوس المشاهدة الخاصة بالسينما من اصوات محيطية مجسمة وشاشة كبيرة اضافة الى استخدام تقنيات حديثة في صالات السينما مما جعل متعة ترفيهية اجتماعية لا تضاهاى، يهدف هذا البحث الى معرفة تأثير التقنيات الرقمية في مجال صناعة السينما وحتمية استخدام هذه التقنيات في عصر هيمنت عليها التقنيات الرقمية ، واصبح يشكل مورداً اقتصادياً عالمياً ابتداءً من استخدام ترددات الفضاء الاثيري الى تسويق المنتجات الالكترونية في عصر اصبح من الضروري مواكبة هذا التطور من خلال اقتناء كل ما توصلت اليه التقنيات في مجال الحاسوب وبرامجهاته ، وذلك استخدام الاجهزة اللوحية والهواتف المحمولة، كل ذلك انعكس على عادات المشاهدة لدى المتلقي بعد ان كانت متعة المشاهدة في صالات العرض السينمائي، تجربة لا تقاوم ويتشارك فيها الاصدقاء والعوائل بالاستمتاع بها ، نراها تحولت الان الى مشاهدة فردية لا تخضع الى لتوقيت ولا لماكن ، فهل ستقرض عادات التعرض للأفلام في صالات السينما ام ان الشركات العالمية استخدمت السينما الرقمية وتعاونت مع شركات البرمجيات من اجل تسويق الافلام بصورة اوسع؟

© 2021 مسار، الجامعة العراقية | كلية الاعلام

المقدمة : تحظى الأفلام السينمائية بمحبة كبيرة من فئة الشباب كونها من الأشكال الدرامية ذات الجاذبية والقدرة على حشد كافة عناصر التشويق والإثارة، وللأفلام السينمائية مؤثرات فنية وتقنية تتطافر جميعها لصنع الصور وصياغتها لدى المشاهدين، فهي قوة ثقافية لا يستهان بها في تشكيل عقل الشباب وميولهم واتجاهاتهم وسلوكياتهم، بل هي قوة مؤثرة في المجتمع المعاصر بشكل عام، تسهم في تشكيل الأفكار والرموز الثقافية لدى الأفراد وتعمل على تمكينهم من الإطلاع على أساليب الحياة وأنماط السلوك والعادات التي تنتشر في مجتمعات أخرى، وهي بذلك

يمكن أن تشكل خطورة فيما تقدمه من قيم وعادات وسلوكيات قد تؤثر بشكل كبير على اتجاهات الشباب، حيث إن الكثير منها تنقل لنا أسلوب وأفكار ومؤشرات ثقافية وأنماط حياة غربية تتغلغل بشكل أو بآخر داخل أفكار ومعتقدات الشباب وبالتالي ينعكس ذلك على سلوكهم وقدراتهم وتصوراتهم نحو الحياة الاجتماعية، وتشكيل السلوك والهوية بين الشباب، وفي ظل التطور الرقمي أصبحت الأفلام السينمائية تؤثر بطريقة تزيد من انجذاب الشباب اجتماعياً وثقافياً، وتمكنه من تقمص دور البطل والرائد في تبني العادات والتقاليد والمعتقدات والتطلعات والأفكار.

ركز هذا البحث على عادات التعرض للأفلام السينمائية وتأثير التقنيات الحديثة في هذه العادات وهل ان ظهور هذه التقنيات قلل ام عزز من عادات المشاهدة في صالات السينما خاصة ان جائحة كورونا التي ادت الى التباعد الاجتماعي وغلق صالات السينما جعلت المتلقي يتحول الى التطبيقات والمنصات الرقمية حتى بدأ يفضلها على المشاهدة في السينما كونها اقل كلفة وتمتاز باللاتزامية حيث لا يضطر المشاهد انتظار موعد عرض الفلم، بالمقابل فإن متعة المشاهدة في حالة العرض تجربة اجتماعية تساهم في تعزيز عنصر المشاركة بين الاصدقاء في التعرض اضافة الى طقوس المشاهدة الخاصة بالسينما من اصوات محيطية مجسمة وشاشة كبيرة اضافة الى استخدام تقنيات حديثة في صالات السينما مما جعل متعة ترفيهية اجتماعية لا تضاهي.

البحث الأول: منهجية البحث

أولاً: أهمية البحث:

من الناحية الموضوعية تبرز أهمية هذا البحث من خلال أهمية المشاركة الاجتماعية بين المشاهدين وخاصة المشاهدة في صالات السينما التي تعتبر واحدة من عادات التعرض التي لها طقوسها الخاصة ولها انعكاسات اجتماعية ونفسية على الفرد ، ومن جهة اخرى نجد ان التطور التكنولوجي في مجال البرمجيات والحاسوب وتقنيات الانتاج والمونتاج والايخارج والتصوير قد زاد من متعة مشاهدة الافلام السينمائية ، فاصبح المتلقي يبحث عن كلما هو جديد ليواكب تغير المجتمعات من الناحية الاجتماعية والتقنية وانعكس ذلك على عادات التعرض ، اما من ناحية صناعة الافلام فقد كان التطور الحاصل في صناعة الافلام عنصراً زاد من عملية تسويق الافلام السينمائية فبدلاً من حصر جمهور الافلام بجمهور صالات العرض امتد ليكون جمهور يتسع اكثر من ذلك مما حقق ترويجاً للأفلام وسحب اليه الجمهور الذي لا يرتاد صالات السينما.

ثانياً: مشكلة البحث

ان محور هذا البحث يدور حول تأثير التطور التكنولوجي في مجال وسائل الاعلام وانعكاسه على عادات التعرض والمشاهدة للأفلام السينمائية لدى المتلقي وهذا يقودنا لعدة تساؤلات منها:-

١. هل يتابع الشباب الافلام السينمائية بصورة دائمية وأن كانوا لا يتابعونها فما هو سبب عدم المتابعة ؟

٢. اين يتابع افراد العينة الافلام السينمائية وبأي وسيلة ؟

٣. هل يفضل المبحوثين عنصر المشاركة في التعرض للأفلام السينمائية؟

٤. هل يفضل المبحوثين متابعة الافلام ذات التقنيات الحديثة وأن كانوا من محبي هذا النوع ما هو اسباب هذا التفضيل ؟

٥. ما جنسية الافلام التي يتابعونها المبحوثين؟

٦. هل ان المبحوثين من المتابعين للأفلام المتكونة من عدة اجزاء ؟

٧. ما العناصر التي تشد المبحوثين لمتابعة الافلام السينمائية ؟

٨. هل ان افراد العينة يستعينون بتطبيق (IRAQI Cinema) الخاص بعرض الافلام في صالات العرض وما هو الغرض من استخدامهم لهذا التطبيق؟

٩. متى يفضل المبحوثين مشاهدة الافلام السينمائية ؟

١٠. ما مدى استمتاع المبحوثين بمشاهدة الافلام السينمائية ؟

١١. ما الحالة التي يشعر بها المبحوث عندما يشاهد فلماً سينمائياً؟

١٢. ما نسبة الانتقائية في التعرض للأفلام لدى المبحوثين ؟

١٣. هل يمتلك المبحوثين اجهزة ذكية يتابعون فيها افلامهم على المنصات الرقمية ؟

١٤. ما التطبيقات والمنصات الرقمية التي يتابع فيها المبحوثين افلامهم؟

١٥. ما نوع الثقافة التي تقدمها الافلام السينمائية للمبحوثين من وجهة نظرهم ؟

ثالثاً: اهداف البحث

وفقاً لتساؤلات البحث ومشكلته يمكن ان نحدد اهداف هذه الدراسة كما يلي

١. معرفة مدى متابعة افراد العينة للأفلام السينمائية واسباب عدم المتابعة أن وجدت.

٢. تحديد المكان الذي يتابعون فيه الافلام ان كانت في صالات السينما او في هواتفهم

المحمول او أي وسيلة اخرى.

٣. التعرف أن كان المبحوثين يفضلون المشاركة في التعرض وليس التعرض الفردي.

٤. بيان نوع فئة الافلام التي يفضلونها المبحوثين .

٥. تحديد تفضيلات المبحوثين للأفلام السينمائية ذات التقنيات الحديثة واسباب تفضيلهم لمثل هكذا افلام.
٦. تحديد ان كان المبحوثين من المتابعين المنتظمين للأفلام لكل اجزائها اذا كانت تحتوي على اجزاء.
٧. معرفة جنسية الافلام التي يفضلون متابعتها افراد العينة.
٨. التحقق من استخدام المبحوثين لتطبيق (IRAQI Cinema) في هاتفهم المحمول واسباب تحميلهم لهذا التطبيق.
٩. معرفة الوقت المفضل لمشاهدة المبحوثين للأفلام السينمائية.
١٠. محاولة معرفة الحالة الشعورية لدى المبحوثين اثناء تعرضهم للأفلام السينمائية.
١١. تحديد درجة الانتقائية لدى المبحوثين عند اختيارهم للأفلام.
١٢. التحقق من امتلاك المبحوثين اجهزة ذكية يتابعون فيها افلامهم على المنصات الرقمية كذلك معرفة أي التطبيقات او المنصات المفضلة لديهم في متابعة الأفلام.
١٣. تحديد نوع الثقافات التي يستقونها من متابعتهم للأفلام السينمائية.

رابعاً: منهج البحث وأدواته :

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات المسحية التي اعتمدت على المنهج المسحي الميداني "حيث يعتبر من ابرز المناهج المستخدمة في البحوث الاعلامية للحصول على البيانات والمعلومات التي تستهدف الظاهرة العلمية ذاتها ويعرف بأنه مجموعة الظواهر موضوع البحث تضم عدد من المفردات المكونة لمجتمع البحث ولمدة زمنية كافية بهدف تكوين القاعدة الاساسية من البيانات والمعلومات في مجال تخصص معين ومعالجتها"^(١) ، واستعانة الباحثة بأداة الملاحظة عن قرب حيث تكشف للباحثة بعض الملاحظات التي وضعتها في تساؤلات بنت عليها استبانته ، حيث استخدمت الاستمارة الالكترونية التي عممتها على مواقع التواصل وبلدات لجمهور الشباب الذين يتابعون الافلام السينمائية وذلك بسبب جائحة كورونا التي صعبت عملية توزيع الاستبانة الورقية، وبنفس الوقت فأن وضع الجائحة كان سبباً للجوء الشباب للتطبيقات الرقمية عند متابعتهم للافلام

خامساً: مجتمع البحث وعينته:

اتخذت الباحثة كعينة فئة الشباب وحددتها كفئة عمرية من (١٨-٣٩) سنة وكانت عينة عشوائية بسيطة تكونت من (٣٠٠) مبحوث من الذكور والاناث ، اما مجتمع البحث لضرورة الموقف الوبائي تكون من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الانترنت من الشباب الذين يتابعون الافلام السينمائية.

سادساً: حدود البحث

الحدود المكانية:مواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الأنترنت.

الحدود الزمانية : تحددت بفترة توزيع الاستمارة من ١٥/٤/٢٠٢١ الى غاية ١/٥/٢٠٢١.

سابعاً: الصدق والثبات

من اجل تقييم الاستبانة الخاصة بهذه الدراسة فقد عرضتها الباحثة على مجموعة من الخبراء* في مجال الاعلام وقاموا بتقييم الاستمارة وتعديلها من ثم اعتمادها بالشكل الامثل الذي يخدم اهداف البحث .

أما تحقيق الثبات: (**Reliability**): فقد عمدت الباحثة إلى استخراج الثبات بطريقتين هما:-

أ- معادلة (ألفا- كرونباخ):-

لإيجاد ثبات المقياس استعملت الباحثة طريقة تحليل التباين باستخدام معادلة ألفا- كرونباخ، وهذا النوع من الثبات يحسب معامل اتساق الأسئلة. وعند استخراج الثبات كانت قيمته (٠,٩٩٦) وهو معامل ثبات يمكن اعتماده.

ب- طريقة التجزئة النصفية (الاتساق الداخلي):-

ولإيجاد ثبات المقياس سحبت عينة عشوائية من استمارات عينة البحث مكونة من (٥٠) استمارة وبعد إجراء التكافؤ بين درجات الأرقام الفردية والزوجية. تبين أن معامل الثبات باستخدام طريقة التجزئة النصفية كان (٠.٩٦٥) وبعد تصحيحه بمعادلة سبيرمان - براون (Spearman-Brown) تبين أن معمل الثبات (٠.٩٨٢). وهو معامل ثبات يمكن اعتماده.

ثامناً: تفسير المصطلحات

١- "السينما الرقمية: هي تقنية جديدة للتسجيل والعرض تتمثل بالتعامل مع الصور بمبدأ الصفر والواحد (البت والبايت) أي تعامل مع الصور على انها اشارات كهربائية ثنائية (رقمية) بدلاً من طبعتها وتحميضها كيميائياً على ورق حساس كما تتعامل مع الصور والافلام في اجهزة الكمبيوتر والجوال اذ لا يوجد شريط وعمليات تحميض بل لا يوجد صورة ملموسة اصلاً ، لكننا نراها ونتناقلها عن طريق الموجات او الاشارات الكهربائية"^(٢).

٢- المنصات الرقمية: "هي احد ادوات الاعلام الجديد التي حاولت تقديم نفسها كمنصات بديلة عن التلفزيون التقليدي واستطاعت ان تضع معايير جديدة للبث التلفزيوني تتمثل في شكل ومحتوى جديد للمضمون المقدم عبر هذه المنصات وتنافست المنصات المختلفة لتقديم محتوى فريد ومتميز عن غيرها من المنصات حتى تشجع المستهلك على الاشتراك بها والدفع مقابل الحصول على خدمة مشاهدة حسب الطلب دون فواصل اعلانية في الوقت والمكان الذي يرغب به المشترك وعبر أي جهاز ذكي يمتلكه وباتت هذه المنصات تتسابق في الحصول على البث الحصري لعروض عربية واجنبية تغري من خلالها المستخدمين للاشتراك في المنصة والحصول على اكبر عدد من المشتركين وبهذا فأنت تقديم خدمات الترفيه عبر الانترنت مثل (نيتفلكس) وغيرها قد غيرت ليس فقط الطريقة التي يتم بها استهلاك البرامج التلفزيونية وإنما أيضاً من يخلق المضامين لهذه المنصات"^(٣).

تاسعاً: دراسات سابقة

١- اثر الافلام السينمائية على الشباب الاردني مقارنةً بالوسائل الاعلام الاخرى ، علاء احمد عواد ،رسالة ماجستير في الاعلام ،عمان ،جامعة الشرق الاوسط/ كلية الاعلام/٢٠١٦، هدفت هذه الدراسة الى بيان درجة تعرض وتأثر الشباب الاردني للأفلام السينمائية والرسائل الاتصالية والمضمون الذي تقدمه مقارنةً مع تعرضهم لوسائل الاعلامية الاخرى، وقد توصلت هذه الدراسة لعدة نتائج، من ضمنها تفضيل المبحوثين للأفلام الكوميديّة، وأن الوسيلة الاعلامية المفضلة لدى الشباب هي وسائل الاعلام المرئية وان السينما اكثر مرونة في معالجة مشكلات المجتمع

المصري وفي الاستجابة لمتطلبات السوق في الداخل والخارج ، وان للدراما تأثر ملموس على الجمهور .

٢-التكنولوجيا الرقمية للإنتاج السينمائي والتلفزيوني أ.م.د فارس مهدي القيسي ، مجلة الاكاديمي ww.iasj.net ، تمحورت مشكلة هذا البحث ، حول كيف يكون وضع السينما وهي تتحول بشكل سريع ومتساعد كشكل فني فردي قاعدته كومبيوتر شخصي ، وماهي تلك الوسائل الرقمية الحديثة وكيف تسهم في صناعة هذا الشكل الفني الجديد، حيث يهدف هذا البحث الى تسليط الضوء على الوسائل الرقمية الحديثة في مجال صناعة السينما والتلفزيون خصوصاً في مجال التصوير والاضاءة والمونتاج والمؤثرات الرقمية وصناعة افلام تمتزج فيها العناصر الفنية البصرية المادية بالعناصر الالكترونية (الافتراضية) الوهمية ككيان فني متناسق ، وتوصل البحث الى نتائج عدة، اهمها

١- ان السينما العالمية كصناعة تعرضت للتجريب الرقمي من خلال نتاجات المبدعين الذين قاوموا سلطة الانتاج السينمائي وسلطة راس المال واستخدموا وسائل جديدة سريعة في تمثيل افكارهم.

٢- ان التأثير المتبادل بين سحر السينما وقوة التقنية قد افادت السينما وفنانيها في تغيير رؤاهم الفنية والابداعية من خلال مجموعة من البرامج الكمبيوترية في تحقيق رؤية مسبقة عن العمل السينمائية قبل التصوير مما يقلل من احتمالية الاخطاء

٣- السينما في ضل ثورة المعلومات وتقنيات الاتصال ، بحث مقدم من محمد سالم عبد القادر الشريف، استاذ الاعلام في كلية الآداب جامعة سبها ، حيث تناول هذا البحث وهو بحث نظري تناول السينما وتطور وسائل الاتصال الحديثة واهميتها في مجال الثقافة والاعلام كذلك السينما والبث عبر الاقمار الصناعية وثورة المعلومات والاثار السلبية لثورة المعلومات وعلاقة شبكة المعلومات الدولية بالسينما وتأثير مشاهدة السينما في عصر الاتصالات الحديثة ،وقد خلص هذا البحث الى ان التكنولوجيا اصبحت تتحكم بالتدفق الاعلامي ونتيجةً لذلك وجب دراسة مفهوم السيادة الوطنية لما فرضته الاسواق والمال في هذا الشأن، وأن التطور الحاصل في صناعة السينما اثر على

مستقبل صناعة السينما بعد ان اصبحت المشاهدة عبر شبكة الانترنت اسهل ومجال الانتقاء اوسع.

المبحث الثاني: السينما و سيكولوجية المتلقي في العصر الرقمي

تمهيد:

لفترة مضت كان التعرض للأفلام السينمائية اشبه بالولع عند اغلبية الناس اذ كانت صلاة العرض تعج بمعظم مناطق بغداد وكان الناس يتربصون الافلام التي سوف تعرض اولاً بأول ولكن بعد ظهور الانترنت والذي جعل الافلام متاحة في اي وقت بعد أن كنا ننتظر عرض الافلام بأوقات محددة ، ومما زاد في تحول جمهور السينما الى الافلام التي تعرض على منصات رقمية ، هو انتشار وباء كورونا والذي الزم الناس بالتباعد الاجتماعي واغلقت صالات السينما في معظم دول العالم ، مما ادى الى اتخاذ اجراء من قبل مالكي دور العرض حيث اصبحوا ينتجوا الافلام ويعرضونها للمشاركة مع المنصات الرقمية وهناك من يؤكد ان هذه المنصات لا تشكل خطورة على صناعة السينما بل تدعمها من خلال فتحها لمجالات جديدة لعرض الافلام ، ولكن تبقى متعة لمشاهدة الجماعية في دور العرض هي المتعة الحقيقية للمشاهدة (٤).

• مفهوم السينما

تعتبر السينما احد اكثر الانشطة الثقافية جماهيرية في عالمنا المعاصر فهي تقوم بالدور الذي كان يشغله المسرح في عصر شكسبير والمكانة التي كان الرسم يحظى بها في عصر دافنشي ولذلك كان لها تأثير كبير على المتلقي ، وقد اطلق الناقد الفرنسي (ريسيوتو كانودو) لقب الفن السابع على السينما حيث كانت العمارة والموسيقى مع فنون الرسم والنحت والشعر والرقص هي عناصر التعبير الجمالي على مر العصور والفنون المقدسة لدى الاغريقون حيث اعتبر (كانودو) ان السينما تحمل من طبيعة لفنون التشكيلية والفنون الايقاعية جامعةً الفنون الستة معاً وواضحة شكلاً جديداً لكمال الفن كان مجرد حلم منذ ان عرفت البشرية الفن ، اذ ان السينما عالم الخيال الواقعي وفن الحداثة ، وأبنت التكنولوجيا وهي كصناعة تعتبر كأحد اكثر الصناعات ادراراً للربح كونها سلعة لها سوق يحفظ انتاجها وهي تجارة تتجه الان لتصبح اخص الفنون واكثرها شعبية وتوافراً للجميع، وبتقدم التكنولوجيا في انتاج الافلام السينمائية ارتفعت ارباح الافلام بشكل خيالي

اذ تركز السينما على صنع النجوم ، اضافة الى متابعة حياة هؤلاء النجوم ، والتي تعتبر صناعة اخرى حيث تلقي الضوء على الحياة التي يعيشها النجوم والترويج لهم^(٥).

• التعرض لسينما

هناك حاجة ترويهها الافلام للمتلقي من خلال الوظيفة الترفيهية من ابرز هذه الحاجات رغبة الناس في رواية القصص لهم والخروج من الواقع والعيش في عوالم خيالية التي تقدمها هذه الافلام حتى انهم يرغبون في ان تروى لهم الاكاذيب على ان تروى بصورة جيدة حيث يعيش المتلقي في قاعة السينما باعتبارها بوابة صغيرة مفتوحة على الحلم ففي الحلم لا يستطيع ان يميز بين الخيال والواقع ، وان تجربة المشاهدة الفلم في السينما تجربة لا يعود مشاهد كما كان قبلها وفي هذه اللحظة تحدث هذه السلوكيات المعرفية لديهم والتي تحدث خارج وعيهم المباشر، وتعتبر السينما من ابرز الثقافات الجماهيرية لأنها تؤثر في وجدان وعقول الجماهير وتلعب دوراً في تكوين الرأي العام^(٦).

• الانتاج السينمائي بعصر الرقمنة

، اذ احدثت الثورة الرقمية تحولات اقتصادية بالأخص في الانتاج السينمائي والذي يهدد تعددية الابداع السينمائي واستغلاله ، فبعد أن كانت السينما بعد السلطة السياسية خاصة في الشرق والسلطة المالية في الشرق تحول هذا الامر في القرن الواحد والعشرين جذرياً بعد ظهور الثورة التكنولوجية^(٧)، واصبح بإمكان السينمائيين الاستفادة من هذه التكنولوجيا من خلال الاستفادة من كامرة خفيفة الوزن وصغيرة عوضاً عن الكاميرات الثقيلة التي كانت تشكل عائق امام العمل السينمائي^(٨) . ، ونجد بذلك ان الثورة الرقمية فتحت افاق جديدة حررت السينما تدريجياً من اي سلطة وحررتها ايضاً من الرقابة اضافة الى تعدد الكاميرات الرقمية هي وملحقاتها ومختلف الوسائل الرقمية التي تساهم في عملية الانتاج السينمائي ، فضلا عن تحرر الفنان من سلطة الانتاج المكلف وتسلط الادارات التي تضع العوائق امام العمل السينمائي، كذلك احدثت الثورة الرقمية تغييراً في النظام الاجتماعي لجمهور السينما لأنه المتلقي عندما تكون السينما الرقمية هو من يستهلكها وبذلك هو من سيفرضها على العمل السينمائي^(٩). ومن ضمن التغييرات التي حدثت على السينما من قبل الوسائل الرقمية الحديثة التي ساهمت بتغيير صناعة السينما والتلفزيون

هي تغيرات في مجال التصوير والاضاءة والمونتاج والمؤثرات الرقمية ودمج العناصر الافتراضية
بالعناصر الفنية البصرية^(١٠)

• السينما الرقمية

السينما الرقمية هي تقنية جديدة (في التسجيل والعرض تتمثل في التعامل مع الصور بمبدأ
الصفرة والواحد (البت والبايت) اي التعامل مع الصور على انها اشارات كهربائية ثنائية (رقمية)
بدلاً من طبعتها وتحميضها كيميائياً على ورق حساس كما نتعامل مع الصور والافلام في اجهزة
الكومبيوتر والجوال اذ لا يوجد شريط وعمليات تحميض بل لا توجد صورة ملموسة اصلاً لكننا
نراها ونتناقلها عن طريق الموجات او الاشارات الكهربائية^(١١)، وهكذا الكامرة الرقمية تصور
وتخزن المعلومات في ذاكرة الكترونية موجودة داخلها وعندما ينتهي التصوير يسحب المصور
المعلومات وينقلها الكومبيوتر ثم يبدأ العمل عليها ، اما المونتاج فسيكون في جهاز الكومبيوتر
العادي وبهذا فأنا نلاحظ أن مميزات الوسائل الإليكترونية تسهل للعاملين في مجال السينما عملهم
اضافة الى سهولة خزن الصور والفيديوات بدون تعرضها للتلف ، وبذلك فأنا من اجل صنع فلم
نحتاج الى كامرا فيديو رقمية مزودة بسلك (usb) اضافة الى كومبيوتر شخصي وبرنامج تحرير
فيديو مثل برنامج (premiere) وهذا لا يعني ان جودة هذا الفلم من حيث الالوان وتركيبها تقارن
بالكاميرا السينمائية ان كامرا الفيديو سرعة تسجيلها اكثر من الكامرا السينمائية وهذه امور فقط اهل
الاختصاص يميزونها، ولكن يمكن ان تبلغ الكاميرا الرقمية جودة الكامرة السينمائية اذا استخدم
المخرجين كاميرات رقمية اكثر تعقيدا من الكاميرات الرقمية العادية تدعى كامرا احترافية وهي
بعيدة المدى تشابه الكاميرات السينمائية والتي تستخدم في هوليوود^(١٢).

• نشأة السينما الرقمية:

تتبعاً (فرانسس فورد) بقدم ثورة تكنولوجيا قبل عقدين بوضعه اول فلم موسيقي الكتروني بعنوان)
واحد في القلب (^(١٣)، قبل ذلك كانت السينما تستخدم الوسائل الالكترونية في صناعة افلام
الرسوم المتحركة بالكومبيوتر كذلك الافلام الوثائقية والتعليمية لصنع وسائل ايضاح مصنعه من
خلال الحاسوب^(١٤)، بعدها بدأ بعض الفنانين بالتمرن على الاساليب الكلاسيكية من خلال
استخدام الاستديو هات والانتاج المكلف وبدأوا باستخدام تقنيات ارحص اضافة الى ابتكار

موضوعات جديدة تحاكي الواقع تبهر المتلقين وتجعلهم يعيشون عوالم غريبة وهمية افتراضية يتداخل فيها الخيال بالواقع كذلك استخدام الإضاءة والضلال من ضمن هذه الاعمال افلام (جان لوك كودار ، وجان اسباستيان، وجان فيري ، ورينيه ومازوليني) حيث ابدعوا في اظهار صورا معاصرة^(١٥)، وحقق دخول تقنيات الكمبيوتر قفزة في صناعة السينما حيث كان هناك مساحة من الحرية تجسد مناظر وخلفيات يمكن زج الممثلين فيها خاصة اذا كانت مشاهد خطيرة يصعب تحقيقها بدون هذه التقنيات كما في فلم (الحديقة الجورسية، والارنب روجر ، وفلم الفاني ، وحرب النجوم ، وغيرها من افلام الحركة والخيال العلمي وقد برز (قصة لعبه) كونه اول فلم صنع بتقنيات الكمبيوتر وهذا النوع من الافلام نجد فيه تكاملاً بين السينما الروائية سينما التحريك بالكمبيوتر^(١٦)، وبعد كل هذا فأنت التقنية الرقمية استطاعت ان تحقق النجاح لسهولة تعامل المخرج والمنتج بصنع ابطال افتراضيين وهمين حتى يمكن ان يكونوا اكثر تعبيراً من الممثلين الحقيقيين حتى تجعل الجمهور اكثر تفاعلاً مع الابطال ، ولأيمكن ان نقول ان السينما التقليدية ستختفي بوجود السينما الرقمية او ان وجود السينما سيستغنى عنهم والشركات والمعامل السينمائية لم تغلق ولكن فقط هناك نوع جديد سمي بالسينما الرقمية وقد فرضت وجودها ، ويضل في النهاية صاحب الفكرة التي تضيف معنى والذي لديه القدرة على تحويل رؤيته الى معرفة للبشر هو اهم من كل هذه التقنيات^(١٧) هذا وان التطور التكنولوجي امتد ليصل في تطور صناعة كاميرات التصوير وصناعة المحتوى وطريقة اخراجه وانتاجه وحتى انه امتد ليؤثر على طريقة اداء الممثلين وسرعة إيقاع الحركة في الافلام ومن خلال هذه التقنيات بدأت شركات الانتاج تعرب عن خوفها من صناعة السينما في هوليوود وأن الافلام ستكون ملكاً وحقاً للجميع وخصوصاً بعد انتشار تطبيقات تعرض الافلام سواء بصورة مجانية او لقاء مبالغ محددة ، ومما لاشك فيه فأنت استخدام التقنيات في صناعة الافلام وظهور ما يسمى بالسينما الرقمية لاقى رواجاً لدى المشاهد بكل هذه التقنيات بكل تفاصيل هذه التقنيات الموجودة في فلم مثل تقنية الصورة ثلاثية الابعاد وخلق عوامل افتراضية تحاكي الواقع وبدقة عالية تكاد تكون حقيقية وينقسم الواقع الافتراضي الى قسمين:-

الاول : محاكات بيئية حقيقية وتعني بذلك التصميم الداخلي لشيء حيث يكون اقرب للواقع

اما القسم الثاني : هو فهو تصميم بيئة خيالية لتحقيق ما لا يمكن تحقيقه واقعياً مما خلق صورة رقمية اثرت على خطوات انتاج السينمائي فأصبحت الصورة الرقمية وسيلة توصيل وتواصل كذلك برز الصوت الرقمي والخدع البصرية والمؤثرات الفنية الرقمية وايضاً الديكور الافتراضي هذه التقنيات كلها اجتاحت عقول كثير من المشاهدين لجاذبيتها ومزجها بين طاقات المخرج الابداعية والتقنيات المتطورة وبذلك فإن الصورة الرقمية توغلت في عقل الانسان المعاصر وجعلته اكثر تفاعلاً واصبحت اداة اساسية في صناعة السينما والتي تتوجه بالأساس الى الشباب الذي يتطلع الى ما هو كل جديد وحدثي وايضاً اصبحت السينما لها دور في تثقيف المجتمع فهي تحقق له حاجة المعرفة والاطلاع وبذلك اكتسب الجمهور ثقافة كونتها هذه التقنيات الحديثة تحت مسمى (العولمة) لتبث ثقافة اجتماعية موحدة بين دول العالم استهدفت فئة الشباب بالأخص^(١٨).

• الثقافة السينمائية في عصر الرقمنة

بالرغم من التطور في تكنولوجيا الصورة والعرض السينمائي لكن يبدو ان الثقافة السينمائية تراجعت ولم يعد الجمهور يفكر بالذهاب الى دور السينما وبدلاً من ذلك تشاهد الافلام في البيت من خلال استخدام تقنية (البلوري) عالية الجودة وخاصة اذا كانت لديه شاشة عرض كبيرة ذكية تستقبل الاشارات الكهرومغناطيسية التي تعرض اسطوانات (البلوري) بعد ان كان رواد السينما يحاولون انشاء مكتبة سينمائية والتي يصعب انشائها لأنها تعد مكلفة ومعرضة للتلف اصبح الان كل شيء متوفراً على شبكة الانترنت واصبح تخزين الافلام الكترونياً وبالإمكان تحميل الكثير من الافلام الحديثة من كل البلدان بطريقة قانونية او غير قانونية.

ان ظهور الفن السينمائي كان تطوراً من المسرح ويعتمد بالأساس على طقس المشاهدة الجماعية والتفاعل الجماعي مع الفلم ولا يوجد مقارنه بين مشاهدة الفلم في صالات العرض على شاشة كبيرة وبين مشاهدته على ،شاشة الكومبيوتر ،او التاب او حتى الهاتف وقد كان لنوادي السينما المنتشرة في العالم العربي في الستينات والسبعينات دوراً في دعم الثقافة السينمائية وهي ثقافة الفلم وثقافة الصورة وثقافة المشاهدة وتقاليد المشاهدة في المناقشات بعد العرض والتي كانت جزءا اساسي من ثقافة السينما والتي تحقق المتعة الثقافية من مشاهدة الفلم^(١٩).

• سيكولوجية المتلقي أثناء التعرض للأفلام السينمائية

ان ظاهرة التعرض الانتقائي التي عرضها علماء النفس حيث حددوا هذا النوع من التعرض (ان المتلقي يختار البيئة والحدث الذي يرغب التعرض له سواء في المكتبة او في الشارع او في مكتب او دار سينما وذلك يعتمد على نوع ودرجة الحافز الذي يدفعهم للتعرض)^(٢٠) ، فبعضهم يشاهد فلماً وهو مسافر على متن طائرة او في السيارة او في اي مكان يتواجد فيه خصوصا بعد انتشار التطبيقات الرقمية والتي اتاحت مشاهدة الافلام بأنواعها وفي اي وقت واي مكان ومع ذلك مهما ازدادت خيارات المشاهد يضل المتلقي يستمتع بالمشاهدة في وقت ومكان معين وهو متعة المشاهدة في دور عرض السينما وبتطور وسائل الاتصال ظهرت منافسة بين الوسائل التي تعتمد على الكمبيوتر مثل المواقع الالكترونية والالعاب الفيديو والشبكات الاجتماعية ووسائل اخرى استحوذت على اهتمام المتلقي ، وبالرغم من كل هذا فإن مشاهدة الافلام تحظى بالاهتمام وخاصةً بعد لجوء صناع السينما الى صنع افلام مستوحاة من العاب الفيديو وافلام مأخوذة من عروض تلفزيونية ، وبذلك تقاسمت الافلام السوق الجماهيرية مع بقية الوسائل ، فعندما يذهب المتلقي لدار عرض الافلام ليشاهد فلماً فإن مختلف المشاعر ستنتابهُ عندما يجلس للمشاهدة مثل الضحك والدموع والخوف والمفاجئة وكلها ردود افعال جسدية لدى الجمهور لذلك تعتبر مشاهدة الافلام للسينما طريقة لرفد المشاعر وقياسها^(٢١) وفي دراسة كشفت ان مشاهدة فلم بالسينما قد يكون مفيدا للصحة تماماً مثل ممارسة التمارين الرياضية الخفيفة حيث وجد الباحثون ان معدل ضربات القلب في السينما تزداد بقدر ما يحدث خلال تمارين الكارديو لمدة ٥٠ دقيقة وان الجسم يتفاعل وينشط عندما يصبح الدماغ منغمساً في الفلم وان فترة التركيز الطويلة لها فوائد للعقل فهي تدعم التركيز والذاكرة من خلال التركيز على شئ واحد لفترة طويلة مقارنة بحالة الخوف بين الاجهزة كالهاتف الذكي والتلفزيون او الاجهزة الاخرى ، وشملت الدراسة ٥١ مشارك شاهدوا نسخة جديدة من فلم علاء الدين الذي صدر عام ٢٠١٩ واستخدم الباحثون اجهزة استشعار لتتبع معدل ضربات القلب ودرجة حرارة الجسم ورد فعل بشرة المشاهدين واجريت الدراسة من قبل الباحثين في جامعة لولج لندن بدعم مالي من قبل vuesinmas وهي شركة سينما بريطانية متعددة الجنسيات تعمل في المملكة المتحدة وايرلندا وهولندا والمانيا والدنمارك وايطاليا وبولندا ولاتفيا ولتوانيا تايوان، وقارن الباحثون بيانات رواد السينما بمجموعة من ٢٦ شخص امضوا الوقت نفسه في القراءة ووجدوا ان الذين امضوا ٤٥ دقيقة في السينما ارتفعت معدلات ضربات القلب لديهم الى منطقة القلب السليمة

حيث ينبض القلب بنسبة تتراوح بين %٤٠ الى %٨٠ من الحد الاقصى بمعدلات ضربات القلب الصحي اي ما يعادل الفوائد الصحية في ممارسة تمارين الكارديو، كذلك هناك فوائد اخرى فأن مهارات حل المشكلات المستخدمة عند محاولة متابعة المؤامرات في الفلم حيث تعد تمريناً جيداً لدماع ،لان حل المشكلات يتطلب عادةً بذل مجهود مركز للتغلب على العقبات^(٢٢) ، اما بالنسبة لعادات تعرض المتلقي فقد نشر في تقرير على موقع فرايتي variety اوين لبرتن ان الافلام ثلاثية الابعاد تبدوا كعملية احتيال وهي وسيلة لرفع اسعار التذاكر وان الافلام فيها عبارة عن صور حادة ومظلمة بشكل مزعج وبعدها وجدوا طريقة اخرى لاجتذاب المشاهدين في صالات السينما عندما غيروا مقاعد السينما العادية الى مقاعد ضخمة ووثيرة تسمى (ليزي بوي) ، حيث أدخلت تقنية الفور جي اكس كتجربة في دور العرض ،اضافة الى دخول عادات ترفيهية مرتبطة في دخول السينما كالأكل والفشار وغير ذلك ، حتى اصبحت هذه الامور هوس ترفيهي يرافق متعة المشاهدة.

• نظرية الحتمية التقنية من منظور مكلوهان (حتمية الوسيلة)

ركز مكلوهان في نظريته على دور وسائل الاعلام وطبيعتها وتأثيرها على المجتمعات بشكل عام ونظر الى وسائل الاعلام من زاويتين الاولى هي وسيلة لنشر المعلومات والترفيه والثانية هي جزء من التطور الحاصل في التكنولوجيا حيث لا يمكن النظر الى مضمون وسائل الاعلام بعيدا عن الوسيلة الاعلامية نفسها ، فالكيفية التي تقدم بها الرسالة الاعلامية والجمهور المستهدف يؤثران علما تقوله الوسيلة الاعلامية كذلك ركز على اهمية الاختراعات التكنولوجية وما تحدثه من تأثير في المجتمعات وان من يحدد طبيعة المجتمع والكيفية التي يعالج بها مشاكله هي وسائل الاعلام، حيث ان الوسيلة هي امتداد للإنسان وجهازه العصبي^(٢٣) ، وتعتبر هذه النظرية من النظريات ذات التأثير المعتدل لوسائل الاعلام حيث تعمل داخل نظام اجتماعي تراعي الخصائص النفسية والاجتماعية لجمهور وقدر طرح سؤال هو هل يمكن اعتبار التغير التكنولوجي شيئاً لا فر منه؟ ، ويجيب مكلوهان اذا فهمنا عناصر التغيير يمكننا السيطرة على التكنولوجيا واستخدامها بالوقت الذي نريده بدلاً من الوقوف بوجهها^(٢٤) ، ويبقى هناك سؤال اخر هل تلغي الحتمية التقنية الكيان المستقل للإنسان وقدرته على التغلب على هذه الحتمية والتي نشأت نتيجة لتجاهل الجمهور ما يحدث حولهم من تغيرات فيعتقدون بأن هذه الاختراعات تؤثر تأثير سلبي على هذه

المجتمعات^(٢٥)، وفعالاً ان المخترعات التكنولوجية تؤثر على تكوين المجتمعات فكل وسيلة جديدة هي امتداد للإنسان وتؤثر على سلوكه وطريقة تفكيره ولذلك (يرى مكوهان ان وسائل الاتصال الالكترونية غيرت في تغيير الادراك الحسي)^(٢٦)

المبحث الثالث: عادات تعرض الشباب للافلام السينمائية في عصر التقنيات الرقمية

الجدول وتفسيرها لاستعراض النتائج التي توصل اليها الباحث:

جدول (١) يبين النوع الاجتماعي لافراد العينة

المرتبة	النسبة المئوية	مجموع التكرارات	النوع الاجتماعي
الاولى	%٨٢	٢٤٦	ذكور
الثانية	%١٨	٥٤	اناث
	%١٠٠	٣٠٠	المجموع

جدول رقم (١) تتكون عينة هذه الدراسة من الذكور والاناث ، حيث بلغت نسبة الذكور (٨٢%) بمجموع تكرارات (٤٦) من مجموع (٣٠٠) مبحوث ،اما الاناث شكلو (١٨%) من العينة وبواقع (٤٥) تكرار من مجموع (٣٠٠) مبحوث وبذلك شكل فئة الذكور اعلى نسبة من هذه العينة.

جدول (٢) يبين الفئة العمرية لافراد العينة

المرتبة	النسبة المئوية	التكرارات	الفئة العمرية
الثالثة	٦٧,٣٣	٢٠٢	٢٨-١٨
الاولى	٣٢,٦٦	٩٨	٣٩-٢٩
	%١٠٠	٣٠٠	المجموع

جدول رقم (٢) يوضح الجدول اعلاه ان اعلى نسبة كانت للفئة العمرية من (٢٨-١٨) بواقع (٢٠٢) تكرار من مجموع (٣٠٠) وبنسبة (٦٧,٣٣%) وكانت الفئة من (٣٩-٢٩) قد حازت (٩٨) تكرار وبنسبة (٣٢,٦٦%) .

جدول (٣) يبين الحالة الاجتماعية للمبحوثين

النسبة المئوية	التكرارات	الفئة
%٥٩,٣	١٧٨	اعزب
%٣٧,٣٣	١١٢	متزوج

ارمل	٧	%٢,٣٣
مطلق	٣	%١
المجموع	٣٠٠	%١٠٠

يتبين هذا الجدول رقم (٣) ان نسبة (العزاب) في هذه العينة اتخذت اعلى نسبة وهي (٥٩,٣%) بواقع (١٧٨) تكرار من مجموع (٣٠٠) ، يليه فئة (المتزوجين) بنسبة (٣٧,٣٣%) وبواقع (١١٢) تكرار من مجموع (١٠٠) مبحوث ، يليه بالمرتبة الثالثة فئة (ارمل) بنسبة (٢,٣٣%) بواقع (٧) تكرار من مجموع (٣٠٠) مبحوث ، يليه فئة (مطلق) بنسبة (١%) وبواقع (٣) تكرارات من مجموع (٣٠٠) مبحوث.

جدول (٤) يبين التصحيل العلمي للمبحوثين

المرتبة	النسبة المئوية	مجموع التكرارات	التصحيل الدراسي
الاولى	%٦٠,٦	١٨٢	بكالوريوس
الثانية	%١٨	٥٤	اعدادية
الثالثة	١٦,٣	٤٩	شهادة عليا
الرابعة	٢,٦٦	٨	ابتدائية
الخامسة	٢,٣٣	٧	متوسطة
السادسة	-	-	غير متعلم
المجموع	%١٠٠	٣٠٠	

الجدول رقم (٤) يوضح هذا الجدول ان التصحيل العلمي لاغلبية المبحوثين هو (بكالوريوس) بنسبة (٦٠,٦%) وبواقع (٢٨٢) تكرار من مجموع (٣٠٠) مبحوث، يليه فئة (شهادة الاعدادية) بواقع (٥٤) تكرار من مجموع (٣٠٠) تكرار وبنسبة (١٨%) ، اما المبحوثين الحاصلين على (شهادة عليا) فكان مجموع تكرارهم (٤٩) تكرار من مجموع (٣٠٠) وشكلو نسبة (١٦,٣%) .

جدول رقم (٥) يبين مهنة المبحوثين

المرتبة	النسبة المئوية	مجموع التكرارات	المهنة
الاولى	%٥٠,٦	١٥٢	طالب
الثانية	%٢٥	٧٥	موظف
الثالثة	%١٠	٣٠	اعمال حرة
الرابعة	٥,٣٣	١٦	عسكري

بلا عمل	١٦	٥,٣٣	الخامسة
كاسب	١١	٣,٦٦	السادسة
المجموع	٥٩٧	%١٠٠	

في الجدول رقم (٥) شكلت نسبة (الطلاب) حوالي نصف العينة وكانت (٥٠,٦%) وبواقع (١٥٢) تكرار من مجموع (٣٠٠) ، يليه فئة (موظف) بنسبة (٢٥%) وبواقع (٧٥) تكرار من مجموع (٣٠٠) ، اما النسبة المتبقية فتوزعت ما بين اعمال حرة (١٠%) و(٣٠) تكرار والفئات (عسكري ، و بلا عمل) بواقع (١٦) تكرار، واخيراً فئة (كاتب) شكلت نسبة (٣,٦٦%) وبواقع (١١) تكرار من مجموع (٣٠٠).

جدول رقم (٦) يوضح الوسيلة التي يشاهد فيها المبحوثين الافلام

الوسيلة	مجموع التكرارات	النسبة المئوية
الهاتف	١٤٥	%٤٨,٣٣
في اي وسيلة متاحة	٥٦	%١٨,٦٦
عبر قنوات فضائية مخصصة للافلام	٣٨	%١٢,٦٦
في صالات عرض السينما	٣٥	%١١,٦٦
المشاهدة عبر منصات عرض الافلام	١٨	%٦
احمل الافلام من الانترنت قبل عرضها في	٧	%٢,٣٣
اشترىها كاقراص مدمجة	١	٠,٣٣
المجموع	٣٠٠	%١٠٠

في الجدول رقم (٦) يوضح الجدول ان الوسيلة التي يتابع فيها المبحوثين فيها الافلام (الهاتف المحمول) في المرتبة الاولى حيث شكل نسبة (٤٨,٣٣%) وبواقع (١٤٥) من مجموع (٣٠٠) ، تليه فئة (في اي وسيلة متاحة) (١٨,٦٦%) وبواقع (٦٦) تكرار من مجموع (٣٠٠) اما فئة (عبر قنوات فضائية مخصصة للافلام) (١٢,٦٦%) حيث حازت على (١٢,٦٦%) وبواقع (٣٨) تكرار من مجموع (٣٠٠) ، فيما جاءت فئة (في صالات عرض السينما) بنسبة (١١,٦٦%) وبواقع (٣٥) تكرار من مجموع (٣٠٠) اما فئة (المشاهدة عبر منصات عرض الافلام) فشكلت بنسبة (٦%) وبواقع (١٨) تكرار من مجموع (٣٠٠) ، اما فئة (احمل الافلام من الانترنت قبل عرضها في صالات العرض) وكانت نسبتها (٢,٣٣%) وبواقع (٧) تكرار من مجموع (٣٠٠) ، واخيرا تأتي فئة (اشترىها كاقراص مدمجة) بنسبة (٠,٣٣%) وبواقع (١) تكرار من مجموع (٣٠٠).

جدول رقم (٧) يوضح نوع الافلام التي يتابعونها افراد العينة

نوع الافلام	مجموع التكرارات	النسبة المئوية
افلام الاكشن	١٦١	%٢٤,٩٢
افلام الكوميديية	١٣٣	%٢٠,٥٨
افلام الرومانسية	٩٩	%١٥,٣٢
افلام تاريخية وحربية	٥٩	%٩,١٣
افلام الرعب	٥١	%٧,٨٩
افلام الجريمة	٤٢	%٦,٥٠
افلام الاجتماعية	٤٠	%٦,١٩
افلام الخيال العلمي	٢٤	%٣,٧١
كلها	١٩	%٢,٩٤
افلام انيميشن	١٨	%٢,٧٨
المجموع	٦٤٦	%١٠٠

في الجدول رقم (٧) تأتي في المقدمة (افلام الاكشن) بواقع (١٦١) تكرار وبنسبة (%٢٤,٩٢) من مجموع (٦٤٦) تأتي فئة (الافلام الكوميديية) بنسبة (%٢٠,٥٨) وواقع (١٣٣) تكرار من مجموع (٦٤٦) ، تليها فئة (الافلام الرومانسية) بنسبة (%١٥,٣٢) وواقع (٩٩) تكرار من مجموع (٦٤٦) ، ثم فئة (افلام تاريخية وحربية) بواقع (٥٩) تكرار من مجموع (٦٤٦) وبنسبة (%٩,١٣) ،وتأتي فئة (افلام الرعب) بواقع (٥١) تكرار من مجموع (٦٤٦) وبنسبة (%٧,٨٩) ،تليها فئة (افلام الجريمة) وسجلت (٤٢) تكرار من مجموع (٦٤٦) وبنسبة (%٦,٥٠) ،وجاءت (الافلام الاجتماعية) (٤٠) وبنسبة (%٦,١٩) من مجموع (٦٤٦) ، فيما حلت فئة (افلام الخيال العلمي) فقد حازت على (٢٤) تكرار بنسبة (%٣,٧١) ، وحازت فئة (كلها) على (١٩) تكرار وبنسبة (%٢,٩٤) ، اما فئة (الافلام انيميشن) بالمرتبة الاخيرة حيث جمعة (١٨) تكرار وشكلت نسبة (%٢,٧٨) .

جدول رقم (٨) يوضح افضلية المتابعة لدى المبحوثين في صالات السينما

الاسباب	مجموع التكرارات	النسبة المئوية
افلام ثلاثية الابعاد (3D)	١٧٥	%٥٨,٣٣
الافلام العادية	١٢٥	%٤١,٦٦
المجموع	٣٠٠	%١٠٠

في الجدول رقم (٨) تبين من خلال الجدول ، ان (١٧٥) مبحوث من مجموع (٣٠٠) يفضلون (افلام ثلاثية الابعاد 3D) ، اما بقية المبحوثين الذين شكلو (١٢٥) فرد يفضلون متابعة فئة (الافلام العادية) حيث شكلو نسبة (٤١.٦٦%).

جدول رقم (٩) يوضح اسباب تفضيل افراد العينة لمتابعة الافلام بتقنية 3D

نوع التقنية	مجموع التكرارات	النسبة المئوية
التقنية المستخدمة التي تجسد الاحداث	١٢٠	%٤٠
كل الاسباب المذكورة	٥٨	%١٩,٣٣
عرض عالم افتراضي وشخصيات افتراضية	٤٩	%١٦,٣٣
استخدام برامج المونتاج الحديثة في بعض	٣٩	%١٣
الايخراج والتصوير الرقمي	٣٤	%١١,٣٣
المجموع	٣٠٠	%١٠٠

يوضح جدول رقم (٩) حازت فئة (التقنية المستخدمة التي تجسد الاحداث وتجعلني اشعر كأنني في ذلك المكان) على (١٢٠) من مجموع (٣٠٠) تكرار وبنسبة (٤٠%) ، تليه فئة (كل الاسباب المذكورة) بواقع (٥٨) تكرار وبنسبة (١٩.٣٣%) ، اما (عرض عالم افتراضي وشخصيات افتراضية تعزز من حبي للخيال وتزيد من تفاعلي) بواقع (٤٩) تكرار من مجموع (٣٠٠) مبحوث وبنسبة (١٦,٣٣%) ، وتليها فئة (استخدام برامج المونتاج الحديثة في بعض القطعات المثيرة) بواقع (٣٩) تكرار من مجموع (٣٠٠) مبحوث وبنسبة (١٣%) وتاتي بالمرتبة الاخيرة فئة (الايخراج والتصوير الرقمي) بواقع (٣٤) من مجموع وبنسبة (١١.٣٣%) .

جدول (١٠) يبين المبحوثين يتابعون متكونة من عدة اجزاء

الموضوع	مجموع التكرارات	النسبة المئوية
نعم	٢٣٤	%٧٨
كلا		%٦٦.٢٢
المجموع	٣٠٠	%١٠٠

في جدول رقم (١٠) نجد هنا ان ، (٢٣٤) مبحوث من مجموع (٣٠٠) اجابو (نعم) وشكلو نسبة (٧٨%) اما بقية المبحوثين والبالغ عددهم (٦٦) مبحوث من مجموع (٣٠٠) اجابو بـ (لا) وشكلو نسبة (٢٢.٢٢%) .

جدول رقم (١١) يبين جنسية الافلام التي يتابعها المبحوثين

نوع انتاج الافلام	مجموع التكرارات	النسبة المئوية
افلام اجنبية (هوليوود)	١٩٠	%٦٣,٣٣
افلام عربية	٨٩	%٢٩,٧
افلام هندية (بوليوود)	٢١	%٧
المجموع	٣٠٠	%١٠٠

في جدول رقم (١١) يتضح من الجدول ان (١٩٠) مبحوث من مجموع (٣٠٠) يفضلون (افلام اجنبية هوليوود) بنسبة (٦٣.٣٣%)، ثم اختار (٨٩) فرد من مجموع (٣٠٠) فئة الافلام (الافلام العربية) حيث وبنسبة (٢٩,٧%) ، اما بقية المبحوثين والبالغ عددهم (٢١) مبحوث فاخترارو (الافلام الهندية) فقد شكلو نسبة (٧%).

جدول رقم (١٢) يوضح اسباب اهتمام افراد العينة لمتابعة الافلام السينمائية

الموضوعات	مجموع التكرارات	النسبة المئوية
مضمون الفلم وقصته والمغزى منه	١٤٢	%٤٧,٣
الممثلين والابطال	٧٣	%٢٤,٣
التقنيات المستخدمة في الفلم	٤٨	%١٦
الايخراج والتصوير	٣١	%١٠,٣
للاطلاع على الاعلان الخاص بالفلم من	٦	٢,٢
المجموع	٦٤١	%١٠٠

جدول رقم (١٢) نجد ان (١٤٢) مبحوث يهتمون بالمتابعة الافلام بسبب (مضمون الفلم وقصته والمغزى منه) وشكلو هؤلاء نسبة (٤٧.٣%) ، اما فئة (الممثلين والابطال) فقد اختارها (٧٣) مبحوث من مجموع (٣٠٠) وبنسبة (٢٤.٣%) تليها فئة (التقنيات المستخدمة في الفلم) حيث اختاروها (٤٨) مبحوث من مجموع (٣٠٠) وبنسبة (١٦%) ، اما فئة (الايخراج والتصوير) فقد حازت على (٣١) تكرار من مجموع (٣٠٠) ونسبة (١٠.٣%) ، اما فئة (الا اتمام بالفلم بعد الاطلاع على الاعلان الخاص به) فقد حاز على (٦) تكرارات من مجموع (٣٠٠) وبنسبة (٢.٢%).

جدول رقم (١٣) يوضح ان كان المبحوثين يستخدمون تطبيق (IRAQI Cinema)

النسبة المئوية	مجموع التكرارات	
%٥٥	١٦٥	لا
%٤٥	١٣٥	نعم
%١٠٠	٣٠٠	المجموع

في جدول رقم (١٣) نلاحظ ان (١٦٥) مبحوث من مجموع (٣٠٠) مبحوث (لا) يستخدم هذا التطبيق، وقد شكلو نسبة (٥٥%) ، اما بقية افراد العينة الذي يبلغ عددهم (١٣٥) مبحوث يستخدمون هذا التطبيق وقد شكلو نسبة (٤٥%).

جدول رقم (١٤) يوضح اسباب تنزيل هذا البرنامج

النسبة المئوية	مجموع التكرارات	المواقع الالكترونية
%٤٨,٣٣	١٤٥	لغرض الاطلاع على عروض الافلام
١٧,٦٦	٥٣	لتحفيزي على مشاهدة فلم ما
١٦,٦٦	٥٠	لغرض مشاهدة التعليقات بخصوص الافلام
١٧,٣٣	٥٢	لغرض الاطلاع على مقاطع من الفلم في هذا
%١٠٠	٣٠٠	المجموع

في جدول رقم (١٤) نجد ان (١٤٥) مبحوث من مجموع (٣٠٠) سبب تنزيلهم لهذا البرنامج (لغرض الاطلاع على عروض الافلام وتوقيتاتها) وقد شكلو (٤٨.٣٣%) وهم حوالي نصف العينة، اما النصف الاخر فقد توزعت بالاتي (٥٣) مبحوث ونسبتهم (١٧.٦٦%) كانت سبب تنزيلهم لهذا البرنامج (تحفيزهم لمشاهدة فلم ما) (٥٢) مبحوث وبنسبة (١٧,٣٣%) كانت سبب تنزيلهم لهذا البرنامج لغرض الاطلاع على مقاطع من الفلم و(٥٠) مبحوث وبنسبة (١٦.٦٦%) كانت سبب تنزيلهم لهذا البرنامج لغرض مشاهدة التعليقات الخاصة بالافلام).

جدول رقم (١٥) يبين الوقت الذي يرغب المبحوث في مشاهدة الافلام السينمائية

النسبة المئوية	مجموع التكرارات	
%٦٥.٧	١٩٧	عندما يكون مزاجي مناسب للمشاهدة
%٢٣	٦٩	عندما اشعر بالضجر والفراغ
%٦	١٨	عندما اكون مع اصدقائي لانني احب
%٥,٣	١٦	في اي وقت لانني مدمن على مشاهدة الافلام

المجموع	٣٠٠	%١٠٠
---------	-----	------

في جدول رقم (١٥) (١٩٧) من مجموع (٣٠٠) يرغبون بالمشاهدة عندما يكون (عندما يكون مزاجي مناسب للمشاهدة) شكلوا نسبة (٦٥.٧%) ، كذلك نجد ان (٦٩) مبحوث من مجموع (٣٠٠) يرغبون بالمشاهدة (عندما اشعر بالضجر والفرغ) وقد شكلوا نسبة (٢٣%) وقد سجل السبب (عندما اكون مع اصدقائي لانني احب مشاركتهم في المشاهدة) (١٨) تكرر من مجموع (٣٠٠) وبنسبة (٦%) اما سبب (في اي وقت لانني مدمن على مشاهدة الافلام) فقد شكل نسبة (٥.٣%) بواقع (١٦) تكرر من مجموع (٣٠٠) مبحوث.

جدول رقم (١٦) يبين ردود فعل المبحوثين بعد مشاهدة فلم ما

النسبة المئوية	مجموع التكرارات	
%٤٩	١٤٧	ترغب بمشاهدته عدة مرات
%٢٩,٧	٨٩	تكتفي بالمشاهدة لمرة واحدة
%٢١,٣	٦٤	تتقل تجربتك لاصدقائك وتحفزهم للمشاهدة
%١٠٠	٣٠٠	المجموع

نجد ان من الجدول اعلاه ان (١٤٧) مبحوث من مجموع (٣٠٠) (يرغبون بمشاهدة الفلم عدة مرات) فقد شكلوا نسبة (٤٩%) ، اما الذين يكتفون بالمشاهدة لمرة واحدة وكان عددهم (٨٩) من مجموع (٣٠٠) و شكلوا نسبة (٢٩.٧%) ، اما لذين (ينقلون تجربتهم لأصدقائهم ويحفزونهم لمشاهدة الفلم فبلغ عددهم (٦٤) مبحوث من مجموع (٣٠٠) وبنسبة (٢١.٣%) .

جدول رقم (١٧) يوضح حالة المبحوث اثناء مشاهدة الافلام داخل صالة السينما

النسبة المئوية	مجموع التكرارات	
%٤٣,٧	١٣١	اشعر بالراحة النفسية والسعادة
%٣٤,٣	١٠٣	اشعر بالمتعة والحماس ،خصوصا بسبب
%١٢,٣	٣٧	اشعر بالانزعاج من الاصوات المجسمة
%٩,٧	٢٩	اشعر بالنعاس والرغبة بالنوم خاصة وان
%١٠٠	٣٠٠	المجموع

جدول رقم (١٧) يوضح ان (١٣١) مبحوث من مجموع (٣٠٠) (يشعرون بالراحة النفسية والسعادة وبنسبتهم (٤٣.٣%) ، كذلك ان (١٠٣) مبحوث (يشعرون بالمتعة والحماس بسبب الاصوات المحيطة

التي تنقلهم الى داخل الحدث) قد شكلوا نسبة (٣٤.٣%) ، اما الذين (يشعرون الانزعاج من الاصوات المجسمة) فكان عددهم (٣٧) مبحوث من مجموع (٣٠٠) مبحوث فقد شكلوا نسبة (١٢.٣%) ، كذلك (٢٩) مبحوث (يشعرون بالنعاس والرغبة بالنوم) قد شكلوا نسبة (٩.٧%) .

جدول رقم (١٨) يوضح سلوك المبحوث مع اصدقائه عند ذهابه لمشاهدة السينما

سلوك المبحوثين	مجموع التكرارات	النسبة المئوية
تختار فلماً معيناً كنت تنتظره وتقع اصدقائك	١٥٢	٥٠,٧%
تضع الخيار بيد اصدقائك	٩٣	٣١%
لا تختار فلماً معيناً وتختار اي فلم	٥٥	١٨,٣%
المجموع	٣٠٠	١٠٠%

في الجدول اعلاه نجد ان (٥٢) مبحوث (يختارون فلم معين كانوا ينتظرونه وينصحون اصدقائهم به) وشكلت نسبتهم (٥٠.٧%) وهم نصف العينة و(٩٣) مبحوث من مجموع (٣٠٠) (يضعون الخيار بيد اصدقائهم لاختيار الفلم) ونسبتهم (٣١%) (٥٥) مبحوث (يشاهدون اي فلم معروض) ونسبتهم(١٨.٣%).

جدول رقم (١٩) يوضح ان كان المبحوث يمتلك جهاز رقمي ذكي يتابع فيه افلامه

اجابات المبحوثين	مجموع التكرارات	النسبة المئوية
نعم	١٨٣	٦١%
لا	١١٧	٣٩%
المجموع	٣٠٠	١٠٠%

(١٨٣) مبحوث من اصل (٣٠٠) اجابوا (بنعم) ونسبتهم (٦١%) ، اما الذين اجابوا (بلا) من اصل (٣٠٠) ونسبة (٣٩%) .

جدول رقم (٢٠) يبين المنصات التي يتابع المبحوثين افلامهم فيها

اجابات المبحوثين	مجموع التكرارات	النسبة المئوية
سينمانا	١٧٩	٤٢,٣١%
يوتيوب	١٤٧	٣٤,٧٥%
نيتفلكس	٥٠	١١,٨٢%
شاهد دوت نيت	١٣	٣,٠٧%

بودو	١١	%٢.٦٠
شوتاييم	٩	%٢.١٢
واجات	٥	١.١٨
باقة او اس ان	٥	%١,١٨
اخرى اذكرها	٤	%٤.٦٤
المجموع	٤٢٣	%١٠٠

اتخذ تطبيق (سينمانا) اعلى نسبة تمثلت بـ (٤٢.٣١%) بواقع (١٧٩) مبحوث من مجموع (٤٢٣) مبحوث ، يليه تطبيق (اليوتيوب) حيث شكل نسبة (٣٤.٧٥%) وبواقع (١٤٧) من مجموع (٤٢٣) ، تاتي بعدها منصة (نيتفلكس) بواقع (٥٠) تكرار من مجموع (٤٢٣) تكرار وبنسبة (١١.٨٢%) ، ثم تأتي تطبيق (شاهد دوت نيت) بواقع (١٣) تكرار من مجموع (٤٢٣) تكرار وبنسبة (٣.٠٧%) ، يليه تطبيق (بودو) بواقع (١١) تكرار وبنسبة (٢.٦٠%) ، ثم منصة (شوتاييم) (٩) تكرار من مجموع (٤٢٣) وبنسبة (٢.١٢%) ، اما تطبيقي (واجات) و (باقة او اس ان) فقد سجلا (٥) تكرار من مجموع (٤٢٣) وبنسبة (١.١٨%) اما تطبيقات اخرى فقد سجلت (٤) تكرار من مجموع (٤٢٣) وبنسبة (٤.٦٤%) .

جدول رقم (٢١) يوضح ان كانت مشاهدة الافلام تقدم ثقافة للمبحوثين

اجابات المبحوثين	مجموع التكرارات	النسبة المئوية
نعم	٢٧٥	%٩١,٧
لا	٢٥	%٨.٣
المجموع	٣٠٠	%١٠٠

(٢٧٥) مبحوث اجاب (بنعم) فقد شكلوا نسبة (٩١.٧%) فقط (٢٥) مبحوث اجابوا (بلا) شكلوا نسبة (٨.٣%) .

جدول رقم (٢٢) يبين نوع الثقافة التي يبحث عنها المبحوث عند مشاهدته للأفلام السينمائية

اجابات المبحوثين	مجموع التكرارات	النسبة المئوية
ثقافة شاملة	١٣٤	%٤٤,٦٦

ثقافة اجتماعية	٧٩	٢٦,٣٣%
ثقافة سياسية	٤٨	١٦%
ثقافة علمية	٣٩	١٣%
المجموع	٣٠٠	١٠٠%

في هذا الجدول ان (١٣٤) يحصلون (ثقافة شاملة) عن مشاهدتهم للأفلام السينمائية وقد شكلوا نسبة (٤٤,٦٦%) ، كما ان (٧٩) مبحوث يحصلون على ثقافة اجتماعية قد شكلوا نسبة (٢٦.٣٣%) ، اما (٤٨) مبحوث من اصل (٣٠٠) يحصلون على (ثقافة سياسية) وبنسبة (١٦%) ، اما الثقافة العلمية فقد سجلت مجموع (٣٠٠) وبنسبة (١٣%) .

الاستنتاجات

من خلال النتائج التي توصلت اليها هذه الدراسة المتكونة من عينة مجموعها (٣٠٠) مبحوث والتي كانت اغلبها من فئة الذكور ومن الفئة العمرية ما بين (١٨-٢٨) وكان اغليتهم من فئة (العزاب) والحاصلين على شهادة البكالوريوس او يدرسون في الجامعات، وتبين ما يأتي:

١. تبين ان اغلبية العينة يستخدمون الهاتف النقال لمشاهدة الافلام ، حيث ان تقريباً نصف العينة تستخدم الهاتف وذلك لسهولة حمله وقلة كلفته مقارنة مع الوسائل الاخرى فضلاً عن مشاهدة الافلام في أي وقت مكان (اللا تزامنية) وهذا السبب يعتبر سبب اساسي كونهم لا يتكفون مشقة الذهاب الى صالات السينما ، وخصوصاً ان الهاتف يحتوي على تطبيقات تعرض الافلام بمختلف انواعها ، مما يقودنا الى نتيجة اخرى والتي يتبين منها استخدام العينة لتطبيق (سينمانا) بصورة كثيفة اضافة لتطبيق (اليوتيوب) .
٢. ان افراد العينة يتابعون الافلام من خلال تطبيقات مجانية وتطبيقات مقابل ثمن ، مما يدل على عنصر الانتقائية والقصدية في التعرض .
٣. اغلبية افراد العينة يفضلون افلام الاكشن وذلك بسبب كون العينة اغلبهم من فئة الذكور والتي تتميز هذه الفئة باهتمامهم بهكذا نوعية من الافلام .
٤. اغلبية العينة يفضلون متابعة الافلام بتقنية (3D) ثلاثية الابعاد مما يدل على رغبتهم في استخدام التقنيات الحديثة في مجال صناعة الافلام وهم يفضلونها لان هذه التقنية تجسد الاحداث بصورة تجعل المتلقي يشعر نفسه في ذلك المكان ، كأنها تنقله الى ذلك الحدث في اللاوعي ، اضافة الى حبهم للخيال العلمي والذي تستخدم في صناعته تقنيات رقمية تصنع عالم افتراضي وشخصيات افتراضية تزيد من تفاعلية المتلقي للمادة المعروضة.

٥. نستدل من هذه الدراسة ، ان اغلبية المبحوثين متابعين مثاليين للأفلام السينمائية كونهم يتابعون الافلام التي تتكون من عدة اجزاء .
٦. يفضل المبحوثين الافلام الاجنبية (افلام هوليوود) وذلك بسبب ما توصلنا اليه من النتائج السابقة كونهم يفضلون التقنيات الرقمية الحديثة في صناعة الافلام وهذه ونجدها في الافلام الامريكية كونهم سابقين في هذا المجال.
٧. اغلبية العينة يتابعون الافلام السينمائية واكثر ما يجذبهم للفلم مضمونه وقصته والمغزى منه ، وهذا يقودنا الى نتيجة اخرى تخص الثقافة السينمائية التي يكتسبها المشاهدين ،حيث ان اغلبية العينة يزيرون ان متابعة الافلام تقدم لهم ثقافة متكاملة من كل النواحي .
٨. يتضح من النتائج ان حوالي نصف العينة لا يستخدمون تطبيق (IRAQI Cinema) اما النصف الاخر فيستخدمونه لغرض الاطلاع على عروض الافلام وتوقيتاتها، وهذا يدل على اهتمام المبحوثين لمتابعة الافلام في اوقات عرضها في صالات السينما.
٩. حسب النتائج التي توصلت اليها هذه الدراسة نجد ان اغلبية المبحوثين يرغبون في مشاهدة الافلام السينمائية عندما تكون حالتهم المزاجية مناسبة للمشاهدة ، مما يدل على ان المشاهدة هنا عمدية وليست عشوائية ، فضلا عن ان اغلبية المبحوثين يحبون مشاهدة الافلام لعدة مرات مما يدل على استمتاعهم بالمشاهدة مرة بعد مرة .
١٠. يتضح من النتائج ان اغلبية العينة يمتلكون اجهزة رقمية ذكية لمشاهدة الافلام في التطبيقات والمنصات الخاصة بها مما يدل على حتمية اقتناء هذه الاجهزة من اجل مواكبة التطور الحاصل في اساليب المشاهدة .

المصادر والمراجع

١. بسام عبد الرحمن المشاقبة ، البحث الاعلامي وتحليل الخطاب، عمان ، دار اسامة لتوزيع والنشر، ٢٠١٠، ص٦٠-٦١.
٢. فارس مهدي القيسي ، التكنولوجيا الرقمية في الانتاج السينمائي والتلفزيوني ، بحث منشور في مجلة الاكاديمي في عدد ٢٠٠٧، ٤٧-ص ١٣٩-١٦٢ . www.iasj.net
٣. اماني رضا عبد المقصود مصطفى، التجربة الترفيهية عبر منصات خدمة الفيديو الرقمية العربية، دراسة تطبيقية في ضوء نظرية الثراء الاعلامية ، مجلة البحوث الاعلامية، كلية الاعلام بجامعة الازهر ، عدد ٥٥، ج ١ اكتوبر ٢٠٢٠ ص٤٠٥. jsb.journals.ekb.ed
٤. حسام وليد ، طقوس مشاهدة الافلام: لأننا نحب السينما مجلة 27 / com. elc cinema يناير ٢٠١٩.
٥. السينما فن مابعد الحداثة ، 3/1/2017/1/3 <https://www.aljazeera.net/amp/midan/art/cinema/2017/1/3>
٦. محمد سالم عبد القادر الشريف، السينما في ظل ثورة المعلومات وتقنيات الاتصال، sebhau.edu.ly.
٧. فارس مهدي القيسي ، التكنولوجيا الرقمية في الانتاج السينمائي والتلفزيوني ، مصدر سابق ص ١٣٩-١٦٢.
٨. هيربرت شيللر ، الاتصال والهيمنة الثقافية ، ترجمة وحيد حمدان، (الهيئة المصرية) ، لبنان ، ١٩٩٣ ، ص ٨٦-١٩٩٣.

٩. فارس مهدي القيسي، مصدر سابق.
١٠. هيربرت شيللر ، الاتصال والهيمنة الثقافية، ص ٨٦ - ٩٣.
١١. علاء المكتوم ، (السينما الرقمية) ثورة تقنية تساوي بين الجميع ، جريدة الشرق الاوسط ، العدد ٩٤٩٥ ، نوفمبر ٢٠٠٤. arshive.aawsat.com
١٢. المصدر نفسه.
١٣. يوحنا دانيال ، مجلة البيان الثقافي ، صفحة سينما العدد ١٦ ، ٢٠٠٣ ، تونس ص ٢٤.
١٤. فارس مهدي القيسي ، التكنولوجيا الرقمية في الانتاج السينمائي ، مصدر سابق ، ص ١٤٨.
١٥. روي ادمز ، لغة الصورة في السينما المعاصرة ، ترجمة سعيد عبد المحسن (القاهرة ، الهيئة المصرية للكتاب ، ١٩٩٢ ، ص ٣٥ - ٣٩.
١٦. لقاء مع سميرة محمليا ، في ضوء تقنية مستقبل السينما في ضوء تقنية دجيتل ، مجلة الفن السابع ، عدد ٣٤ ، سبتمبر ٢٠٠٢.
١٧. فارس مهدي القيسي، مصدر سابق ، ١٥٠.
١٨. موقع سنغليا ، السينما الرقمية ، ثورة تكنولوجية في الفن السينمائي ٢٠١٨ / ٥ / ٥.
١٩. امير العمري ، افول عصر الثقافة السنمائية ، ٢٠١٥ / ١٢ / ٨ ، net aljzirat.
٢٠. سكيب داين يونك ، السينما علم النفس علاقة لا تنتهي ، ترجمة سامح سمير فرج ، مراجعة ايمان عبد الغني ، مصر ، مؤسسة هنداوي لتعليم والثقافة ، ٢٠١٥ ، ص ١٠٦.
٢١. المصدر نفسه ، ص ١٣١.
٢٢. arabic.rt.com نشر في يناير ٢٠٢٠
٢٣. بداني فواد ، حتمية مكلوهان لفهم قيمية ، عزي عبد الرحمن ، مجلة الدراسات والبحوث الجامعية ، جامعة الوادي ، الجزائر العدد ٤ ، ٢٠١٤ ، ص ٤ - ٥.
٢٤. الاسس العلمية لنظريات الاعلام ، القاهرة ، دار الفكر العربي ، طبعة ٣ ، ١٩٨٦ ، ص ٥٢.
٢٥. محمد عبد الحميد ، بحوث الاتصال واتجاهات التأثير ، القاهرة ، عالم الكتب ، ١٩٩٧ ، ص ٢٤.
٢٦. حيدر فلاح زايد ، النظرية الحتمية التكنولوجية ، النظرية القيمية في الاعلام ، الانجرار التكنولوجي ، جامعة ذي قار ، كلية الاعلام / abral.2020 / research gate.net.

Sources and margins

1. Bassam Abdul Rahman Al Mashaqbeh, Media Research and Discourse Analysis, Amman, Dar Osama for Distribution and Publishing, 2010, pp. 60-61.
2. Fares Mahdi Al-Qaisi, Digital Technology in Film and Television Production, research published in Al-Akady magazine, No. 2007-47 - pp. 139-162. www.iasj.net
3. Amani Reda Abdel-Maqsoud Mustafa, The Entertainment Experience through Arab Digital Video Service Platforms, An Applied Study in the Light of Media Wealth Theory, Journal of Media Research, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University, No. 55, C 1 October 2020 p.405.jsb.journals.ekb.ed
4. Hussam Walid, The Ritual of Watching Movies: Because we love cinema, com. magazine. elc cinema / January 27, 2019.
5. Cinema is Postmodern Art, <https://www.aljazeera.net/amp/midan/art/cinema/2017/1/3>
6. Mohamed Salem Abdel Qader Al Sharif, Cinema in the Light of the Information Revolution and Communication Technologies, sebhau.edu.ly.
7. Fares Mahdi Al-Qaisi, Digital Technology in Film and Television Production, previous source, pp. 139-162.
8. Herbert Schiller, Communication and Cultural Domination, translated by Waheed Hamdan, (The Egyptian Authority), Lebanon, 1993, pp. 86-1993.
9. Fares Mahdi Al-Qaisi, former source مصدر
10. Herbert Schiller, Communication and Cultural Domination, pp. 86-93.
11. Alaa Al-Maktoum, (Digital Cinema) A technical revolution that equals everyone, Al-Sharq al-Awsat newspaper, issue 9495, November 2004.
12. The same source.
13. Yohanna Daniel, Al Bayan Al Thaqafi Journal, Cinema Page No. 16, 2003, Tunis, p. 24.
14. Fares Mahdi Al-Qaisi, Digital Technology in Film Production, previous source, p. 148.
15. Roy Adams, The Language of the Image in Contemporary Cinema, translated by Said Abdel Mohsen (Cairo, Egyptian Book Organization, 1992, pp. 35-39.
16. An interview with Samira Mahmalia, in light of the technology of the future of cinema in light of digital technology, Seventh Art Magazine, No. 34, September 2002.
17. Faris Mahdi Al-Qaisi, a previous source, 150.
18. Senfilia website, digital cinema, a technological revolution in cinematic art 5/5/ 2018.
19. Amir Al-Omari, The Decline of the Age of Film Culture, 12/8/2015, net aljzirat.
20. Skip Dine Unic, Cinema Psychology An Endless Relationship, translated by Sameh Samir Farag, revised by Iman Abdel Ghani, Egypt, Hendawy Foundation for Education and Culture, 2015, p. 106.
21. The same source, p. 131.

22. arabic.rt.com Posted Jan 2020

23. Badani Fouad, McLuhan's Deterministic Understanding of Value, Izzy Abdel Rahman, Journal of University Studies and Research, El Wadi University, Algeria, No. 4, 2014, pp. 4-5.

24. The Scientific Foundations of Media Theories, Cairo, Arab Thought House, 3rd Edition, 1986, p. 52.

25. Mohamed Abdel Hamid, Communication Research and Influence Trends, Cairo, World of Books, 1997, p. 24.

26- Haider Falah Zayed, The Technological Deterministic Theory, The Value Theory in the Media, Technological Drift, Dhi Qar University, College of Information / research gate.net. abral.2020