

دراسة دور الإعلام الترفيهي في توعية الشباب بالمملكة العربية السعودية

د. خالد بن فهد الغنيم

أستاذ مساعد بقسم الإدارة الرياضية والترويحية - كلية علوم الرياضة والنشاط البدني، جامعة الملك سعود،
المملكة العربية السعودية

(قدم للنشر في ٢٨/١/٢٠١٨ م ؛ وقبل للنشر في ١٠/٣/٢٠١٩ م)

الكلمات المفتاحية: الإعلام الترفيهي، توعية الشباب، الترفيه.

ملخص البحث: هدفت إلى التعرف إلى دور الإعلام الترفيهي في توعية الشباب دينياً واجتماعياً واقتصادياً وسياسياً بالمملكة العربية السعودية، وهل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة حول دور الإعلام الترفيهي في توعية الشباب من وجهة نظرهم تعزى إلى المتغيرات: (الجنس، المنطقة الجغرافية، السن)، واستخدم الباحث المنهج الوصفي وتم تطبيق استبانة مكونة من (٤٢) فقرة موزعة على (٤) مجالات هي: (دور الاعلام الترفيهي في التوعية الدينية، والاجتماعية، والاقتصادية، والسياسية) على عينة مكونة من (١٢٣٢) شاباً وشابة تتراوح أعمارهم من (١٥ - ٢٥) عام، وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية: موافقو عينة البحث على دور الاعلام في المجال الديني بدرجة متوسطة، كذلك بأنهم موافقين على دور الاعلام في المجال الاجتماعي بدرجة متوسطة خاصة في أنه يشجع على العطف على الفقراء والمحتاجين، وموافقين على دور الاعلام في المجال الاقتصادي بدرجة متوسطة خاصة في أنه يعزز لدى الشاب ضرورة إشباع حاجاتي المادية بطرق مشروعة، كذلك موافقتهم على دور الاعلام الترفيهي في المجال السياسي بدرجة متوسطة خاصة أنه يرسخ لدى الشباب الشعور بالمسؤولية تجاه مجتمعه، كما أوصت الدراسة بضرورة: تصميم برامج تدريبية للعاملين في مجال الاعلام الترفيهي لتنميتهم مهنيًا، ومن ثم إعداد دورات تأهيلية حول خصائص المراحل العمرية لجميع العاملين في البرامج الإعلامية، ليكونوا على علم باحتياجات العمل، مع رفع مستواهم الفني والمهني.

Studying the role of entertainment media in educating youth in Saudi Arabia

A. Khalid F. AlGhenaim

*Assistant Professor, Department of Sports Management and Recreation,
College of Sports Science & Physical Activity,
King Saud University, Saudi Arabia*

(Received 28/1/2018; Accepted for publication 10/3/2019)

Keywords: Entertainment Media, Youth Awareness, Entertainment.

Abstract: The research aims to identify the role of entertainment media in educating the youth religiously, socially, economically and politically in the Kingdom of Saudi Arabia. Are there any statistical differences between the mean scores of the sample about the role of entertainment media in educating the youth from their point of view due to the variables: The researcher used the descriptive method and a questionnaire consisting of (42) items distributed on (4) areas: (The role of entertainment media in religious, social, economic, and political awareness) was applied to a sample of (1232) young men and women Between the ages of (15 - 25) years, has The study reached the following results: The sample of the research agreed on the role of media in the religious field in a medium degree, as well as that they agree with the role of media in the social field to a medium degree especially in that it encourages sympathy for the poor and the needy. It reinforces the need for young people to satisfy my material needs in legitimate ways, as well as their approval of the role of entertainment media in the political field to a certain degree, especially as it entrenches a sense of responsibility towards the youth community, the study also recommended the need to: Design training programs for workers in the field of luxury media To prepare them for professional development, and then prepare qualifying courses on the characteristics of the age stages of all employees in the media programs, to be aware of the needs of work, while raising their technical and professional level.

مقدمة الدراسة

كما أن الإعلام يستقي أهميته من كونه يؤثر ويتأثر بالنظام الاجتماعي، ومن المفروض أن يؤثر على تكوين وسائل الإعلام وعلى أداء تلك الوسائل لعملها، فكلما كانت المادة الإعلامية ملائمة للجمهور لغة ومحتوى ازداد تأثيرها، ولهذا لا بد من معرفة الجمهور وتركيبه الاجتماعي معرفة عميقة من جميع النواحي الاقتصادية والاجتماعية، والثقافية ليتسنى وضع المادة الإعلامية المناسبة، ومع تطور العلوم وتقدم التكنولوجيا تطور فن الإعلام وتقدمت وسائله وتعدد أساليبه وأصبح هذا الفن أساسياً لا غنى عنه، فهو سلاح ذو حدين إن حسنت قيادته واستثماره حسن تحقيق الأهداف، وإن اختل ميزان القيادة الإعلامية واهتزت قواعده عاد بالضرر على أهله (أبو شنب، حسين، ٢٠٠١).

وتعد الثقافة والترفيه من مقومات جودة الحياة حسبما جاء في «رؤية المملكة ٢٠٣٠»، ولا يقتصر أمرها «على دعم إيجاد خيارات ثقافية وترفيهية متنوعة تتناسب مع الأذواق والفئات كافة؛ بل ستلعب دوراً اقتصادياً مهماً من خلال توفير عديد من فرص العمل»، كما يستشرف نص الرؤية نفسه.

لقد شهدت صناعة الترفيه تحولات كبيرة على مستوى العالم خلال العقود القليلة الماضية، تمثلت من جهة بتعاظم غير مسبوق لحجمها الاقتصادي الذي تقدّره بعض المصادر بنحو تريليوني دولار، ومن جهة أخرى بظهور مكونات جديدة بفعل التطور التقني الذي أضاف كثيراً إلى عناصرها التقليدية المعهودة منذ مئات السنين (مجلة القافة، ٢٠١٧). ويرتبط الترفيه بأوقات الفراغ وأوقات العمل. وقد حافظ الإنسان على معدل ساعات عمل للفرد عند حدود ٣٣٠٠ ساعة سنوياً منذ أن دخل عصر الزراعة، وحتى الثورة الصناعية في مطلع القرن التاسع عشر. ومنذ عام ١٨٤٠م وحتى اليوم، انخفض هذا المعدل تدريجياً إلى أن وصل إلى ١٩٠٠ ساعة، بفعل زيادة إنتاجية الفرد (أي ما ينتجه في الساعة بمساعدة الآلة). فازدادت، إثر ذلك،

تعد طبيعة الرسائل التي تندفق من خلال الوسيط الاتصالي وتطبيقاته في مجال التلفزة والإذاعة، وسرعة تدفقها وطرق توزيعها واستقبالها الأهم بين وسائل الإعلام المختلفة. فلقد نجمت عن ذلك تغيرات جوهرية في دور الإعلام، جعلت منه محوراً أساسياً في منظومة المجتمع، فهو اليوم محور اقتصاد الكبار، وشرط أساسي لتنمية الصغار.

ولم تعد وسائل الإعلام فقط من أكثر وسائل التأثير في الرأي العام وتحديد اتجاهاته، بل أصبحت هذه الوسائل مصدراً أساسياً للثقافة العامة لكافة فئات المجتمع، فقد امتد تأثيرها إلى معظم أفراد المجتمع من خلال ما تقدمه من محتوى يحمل مضامين متعددة تلقى قبولاً لدى هذه الفئات، فبين برامج موجهة للأطفال والأسرة إلى برامج تعنى بالشأن السياسي والاقتصادي والرياضي والفني، تتوزع المادة الإعلامية التي تبثها القنوات الفضائية بكل ما تحمله من مضامين (Scharer EL, 2013, 12).

ومن ثم بدأت بعض وسائل الإعلام في التحول إلى إعلام متخصص في مجال محدد، فهناك قنوات فضائية مخصصة للأطفال وأخرى للأسرة وثالثة للصحة ورابعة للبيئة، كما اتجهت قنوات أخرى للاهتمام بالثقافة سواء كان ذلك بتخصيص برامج ثقافية على خارطتها الإعلامية أو أن يكون محتوى القناة الفضائية ثقافياً بحتاً وجود أي برامج الأخرى، وما يقال في القنوات الفضائية يمكن أن يمتد إلى الإذاعة والصحافة، أما الإعلام التكنولوجي كشبكة الإنترنت والوسائط التكنولوجية فقد تجاوزت جميع الأدوار لتصبح إحدى مصادر الثقافة الإعلامية المهمة بما تتميز به من تجاوز لكافة العوائق سواء كان ذلك في الوقت الذي تبث فيه المادة الإعلامية أو مجالها الجغرافي أو مجالات رقابتها ومنعها (Behm-Morawitz E, Ortiz M, 2013, 15).

٢- أهمية الحفاظ على الضوابط الدينية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية للشباب السعودي في ظل تداعيات العولمة والمتغيرات الحديثة، وثورة الإعلام.

٣- يمكن أن يستفيد من نتائج هذه الدراسة المهتمون بمجال التنشئة الاجتماعية ولجان العمل التثقيفي في المجتمع.

٤- يمكن أن يستفيد من نتائج هذه الدراسة الشباب بشكل عام والطلبة الجامعيين بشكل خاص في تحدي الكثير من المتغيرات الثقافية التي تحول بينهم وبين التكيف الاجتماعي.

أهداف الدراسة

تهدف الدراسة الحالية إلى ما يلي:

١- التعرف إلى دور الإعلام الترفيهي في توعية الشباب السعودي في المحاور التالية: (التوعية الدينية، التوعية الاجتماعية، التوعية الاقتصادية، التوعية السياسية).

٢- التعرف على الفروق ذات الدلالة الإحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة حول دور الإعلام الترفيهي في توعية الشباب السعودي من وجهة نظرهم وفقاً لمتغيرات (الجنس، السن، المنطقة الجغرافية).

تساؤلات الدراسة

١- ما دور الإعلام الترفيهي في توعية الشباب السعودي في المحاور التالية: (التوعية الدينية، التوعية الاجتماعية، التوعية الاقتصادية، التوعية السياسية).

٢- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تقدير متوسطات درجات استجابة أفراد عينة الدراسة حول دور الإعلام الترفيهي في توعية الشباب السعودي من وجهة نظرهم تعزى إلى المتغيرات: (الجنس، السن، المنطقة الجغرافية)؟

أوقات الفراغ، التي صارت تُستهلك في نشاطات ترفيهية متنوعة، أصبحت بدورها جزءاً من الدورة الاقتصادية تحت اسم «صناعة الترفيه» (محمد معوض، ١٤٢٠هـ).

وحيث أن مرحلة الشباب من أخطر المراحل التي يمر بها الإنسان في حياته، إذ يتم فيها تزايد نموه بشكل سريع لينتقل بعدها إلى مرحلة الرجولة والمشاركة في محيطه الاجتماعي، ومن باب الاهتمام به وجب أن نتفهم متغيرات الحياة التي يعيشونها وخاصة الإعلام الذي أصبح يسهم في تشكيل شخصياتهم، والتأثير على ثقافتهم، حيث اتفق خبراء الإعلام على أن الإعلام من خلال برامج يعطي دروساً في فلسفة الحياة، وأنماط السلوك، كما يؤثر في قيم الأفراد وإعادة اتجاهاتهم ومواقفهم في الحياة (عبد الرحمن، عواطف، ١٩٩٧).

مشكلة الدراسة

بناء على ما تقدم، وفي ضوء تقدم وسائل الاتصال، وطفوان الوسيط الإلكتروني في عصرنا الحالي، وتوفر فرص الانفتاح على الثقافات المتعددة من خلال الإعلام، والتجاذبات السياسية التي تمر بها المنطقة العربية، أصبح الشباب في عالمنا العربي والإسلامي عامة، والشعب السعودي خاصة عرضة أكثر من ذي قبل لحمولات التغريب، والدعوات الإعلامية الهدامة، حيث أن كثير من الشباب في مجتمعنا يشعر بالغربة نتيجة للتناقض، والضغط النفسي الذي يعيشه، ويبدو ذلك واضحاً من خلال الانبهار الزائد بالفكر الغربي، وبالتيارات الثقافية المستوردة، التي تبدو في التحرر الزائد والسفور وتقليد العادات والبدع الغربية، وتبني الأفكار الغربية.

أهمية الدراسة

تكتسب الدراسة الحالية أهميتها من خلال:

١- أهمية الإعلام الترفيهي كوسيط حاضر وكأداة اتصال بين الناس وخلق التفاعل بينهم ابتداءً من استعمال الإشارات مرورا بالشعر والمسرح، وصولاً إلى الجريدة والراديو والتلفزيون وشبكة الانترنت.

الدراسات السابقة

هناك مجموعة من الدراسات تناولت موضوع الدراسة بشكل غير مباشر، فمن هذه الدراسات دراسة (Evelyn Chang , David Stamps, 2017) والتي هدفت الى التعرف على صورة استخدام المراهقين لمواقع الشبكات الاجتماعية في وسائل الإعلام والترفيه. وقد وجد أن ما يقرب من ٦٢٪ و ٦٨٪ منهم يستخدمون الاتصالات للبرامج التلفزيونية الصاخبة: وبعض المسلسلات ذات الطابع الصاخب، على التوالي. وتوصلت الدراسة الى ضرورة نحو الأهمية بوسائل الإعلام الترفيهية، وتمكين الشباب للسيطرة على السرد الشخصي، ومعالجة الخرافات حول المراهقين باستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية.

وقام (Rebecca L. Collins, 2017) بالتعرف على الأهمية السياسية لروايات السجلات الحزبية التي تظهر في الثقافة الشعبية الأمريكية. مون ثم فإن الشباب يعدون قوة في المجتمع الأمريكي يعتد بها باستمرار، فهم يتنوع استخدامهم للشبكة الاجتماعية، حيث لوحظ أن غالبية الشباب - ٧١٪ - يستخدمون أكثر من موقع شبكة اجتماعية، وبين ٢٢٪ من الشباب الذين يستخدمون موقعا واحدا فقط، و ٦٦٪ يستخدمون فاسبيوك، و ١٣٪ يستخدمون + غوغل، و ١٣٪ يستخدمون إنستغرام و ٣٪ استخدام سناب شات.

وهدفت دراسة (Draucker CB, Martsof DS, 2010) الى التعرف على العنف الذي يعاني منه المراهقون والعدوان الإلكتروني والتعرف الى اي مدى يمكن أن يمثلان مشاكل صحية كبيرة، كما أهتمت الدراسة بإبراز الطرق التي تستخدم بها التكنولوجيا في العنف، مع وضع أمثلة حالية للعنف الذي يمارس بين المراهقين. مع تقديم مجموعة من الحلول المقترحة لها.

واهتمت دراسة (ربيعة علاونة واخرون، ٢٠٠٩) إلى تسليط الضوء على مجلة "العربي الصغير" من حيث كونها تقع

حدود الدراسة

- ١- الحد الموضوعي: تقتصر الدراسة على الإعلام الترفيهي في توعية الشباب السعودي في مجالات (التوعية الدينية، التوعية الاجتماعية، التوعية الاقتصادية، التوعية السياسية) من وجهة نظرهم.
- ٢- الحد المكاني: تم تطبيق أداة الدراسة على المناطق التالية بالمملكة العربية السعودية: (المنطقة الوسطى، المنطقة الغربية، المنطقة الشرقية، المنطقة الجنوبية، المنطقة الشمالية).
- ٣- الحد الزمني: ١٤٣٨ هـ.

مصطلحات الدراسة

الإعلام الترفيهي

- ترفيه مصدر رَفَهٌ: أي إطراب خاطر، والتنفيس عن الغير والتسلية وإدخال السرور.
- الترفيه يعني إزالة الهم وتطبيب خاطر والمتعة والتسلية، وأحيانا يستخدم لفظ " الترويح" وهو قريب المعنى والمبنى.
- الترفيه قد تكون أنشطة جماهيرية مباشرة، مثل: المسرحيات العامة والألعاب الشعبية والمسابقات العامة وحفلات غناء وحفلات موسيقية وحتى الرياضة، وقد تكون من خلال وسائل الإعلام: موسيقى وغناء وحفلات أو دراما مسلسلات وأفلام واسكتشات، فضلا عن البرامج الترفيهية والرياضية.
- ويمكن أن يعرف الإعلام الترفيهي بأنه "الترفيه الإعلامي" هو توظيف متزن للإعلام، لتقديم مادة ممتعة ومروحة للنفس لا تصادم القيم، ولا تشجع على الرذيلة ولا تحرك الغريزة".
- يعرفه الباحث إجرائيا بأنه: "عملية تزويد الجماهير بالمعلومات والأخبار والوقائع، كعملية تفاهم تقوم على تنظيم التفاعل بين الناس بقصد التأثير على تلك الجماهير وإقناعها بشكل ترفيهي".

بين الترفيه والتثقيف واعدت دراسة ميدانية تحليلية للتوصل إلى اهداف الدراسة، وشملت عينة الدراسة ٦٣ تلميذاً، بشرط أن يكون مطلع على مجلة العربي الصغير، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان أهمها أن التسلية عبر القراءة كان من الوسائل الفعالة في الترويح عن النفس، وتهذيب الاخلاق.

كما اهتمت دراسة (سلوى العدل ٢٠٠٩م) بإبراز دور الإعلام في تنمية الأسرة العربية من خلال علاقته الوثيقة بالتعليم وبالتنشئة الاجتماعية بل وعلاقته بكل أوجه التنمية الشاملة، فازدياد اهتمام الدول " فقيرها وغنيها " بالإعلام أو التعليم ينبع من كونها يمثلان جناحا التنمية بمختلف جوانبها. وإثر تطور وسائل الإعلام المختلفة وغزو شبكة الانترنت لحياتنا أدي ذلك إلى تأثيرات مباشرة وغير مباشرة على العملية الإعلامية [بنية أو اسلوبا ومضمونا] ما نتج عنه تغيرات في نمط المشاهدة والاستماع والقراءة كذلك فإن منظومة التعليم طرأ عليها الكثير من التغير ولم يعد التعليم بشكله التقليدي هو السائد فحدثت تغيرات في سلوك المعلم والمتعلم. كل تلك التغيرات تناولها علم الاجتماع بالتحليل ذلك العلم الذي يعني بكافة الأنشطة التي يمارسها الفرد والأسرة والمجتمع. ومن هنا يظهر الارتباط الوثيق بين علم الاجتماع والعلوم الإنسانية الأخرى مثل الإعلام- الثقافة-التعليم... ولكون الأسرة هي أهم أهداف العملية التنموية بكل صورها وأشكالها باتت في أمس الحاجة لتأصيل العلاقة بينها وبين الإعلام والتعليم وبيان التأثيرات المتبادلة بينهما، كما أوصت الدراسة بمجموعة من الدراسات كان منها؛ أهمية الارتباط بين السياسات الإعلامية والسياسات في مختلف المجالات الأخرى في إطار عملية التنمية الشاملة، لابد من تكامل كل وسائل الإعلام بجانب التلفزيون لتحقيق الأهداف الإعلامية التنموية، السعي إلى كل ما هو جديد من تقنيات في عصر الثورة المعلوماتية وإعداد الكوادر البشرية القادرة على استخدام تلك التقنيات.

واهتمت دراسة (الأغا، ونصار، ٢٠٠٧) بالتعرف على دور الوسائط الإعلامية الفلسطينية في تدعيم القيم لدى المراهقين بمحافظة غزة في ضوء متغير الجنس، وقد استخدم الباحثان المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت عينة الدراسة من (١١٢٢) طالب وطالبة من طلبة الثانوية العامة. وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- مستوى تدعيم الوسائط الإعلامية للقيم لدى المراهقين من وجهة نظرهم ترتب كالتالي: القيم السياسية، (٩, ٨١٪) يليها القيم الأخلاقية (٠٢, ٨١٪) ثم جاءت القيم الاجتماعية (٤٥, ٧٧٪) وأخيرا القيم الاقتصادية بوزن نسبي (١١, ٧٦٪).

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير الجنس لصالح الإناث بين متوسطات تقديرات الطلبة لمدى فاعلية الوسائط في تدعيم القيم الأخلاقية، والاقتصادية، والسياسية، وعدم وجود فروق في تدعيم القيم الاجتماعية.

وهدفت دراسة (عثمان، ٢٠٠٢) إلى الكشف عن دور وسائل الإعلام في التطبيع الاجتماعي، وكذلك الكشف عن مدى تأثير هذه الوسائل في التطبيع الاجتماعي، ولتحقيق هذه الأهداف قام الباحث باستخدام الأسلوب الفلسفي التحليلي وذلك من خلال استعراض إمكانيات وسائل الإعلام في التطبيع الاجتماعي والمتمثلة في: (التكرار، الجاذبية، الدعوة إلى المشاركة، عرض النماذج)، ومن ثم استنباط إمكانيات التطبيع الاجتماعي في مواجهة وسائل الإعلام والمتمثلة في: (الاستيعاب، التقليد، التقمص)، وخلصت الدراسة إلى أن : هناك أهمية واضحة لكل من : (مستوى الأسرة الثقافي والاجتماعي والاقتصادي، جماعات الأقران، الحاجات الشخصية) في مدى تأثير الطفل بوسائل الإعلام.

وهدفت دراسة (علي، ٢٠٠١) إلى الوقوف على أهم تناقضات الإعلام الحديث من خلال تعريف كل من الصدمة الإعلامية، وغياب التنظير الإعلامي، والتناقض الجوهرية،

يختارون البرامج المهمة بقيم الوعظ والإرشاد الديني، واتسموا ببعض الخصائص مثل: (كبار السن، الطبقات الفقيرة، الأقل تعليماً، مهتمين بالعادات والتقاليد).

التعليق على الدراسات السابقة

- بعد العرض السابق لبعض الدراسات ذات الصلة بموضوع الدراسة الحالية، يلاحظ مايلي:
- معظم الدراسات أكدت على وجود علاقة واضحة بين ما تبثه وسائل الإعلام وسلوك الأفراد في المجتمع، سواء كانت العلاقة سلبية أو ايجابية.
 - تباينت الدراسات في استخدامها للمنهج وحجم العينة ونوعها في سبيل الحصول على النتائج.
 - ما يميز الدراسة الحالية عن غيرها أنها تبحث في دور الإعلام الترفيهي في التوعية الدينية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية لدى الشباب بالمملكة العربية السعودية من وجهة نظرهم، في محاولة للتعرف على ما إذا كان الإعلام الترفيهي يسهم في توعيتهم أم لا.
- ما استفاده الباحث من الدراسات السابقة
- ١- تدعيم إيمان الباحث بأهمية البحث من خلال إدراك لدور الإعلام الترفيهي ودوره في توعية الشباب بالمملكة العربية السعودية.
 - ٢- إثراء معلومات الباحث والاطلاع على دور الإعلام بصفة عامة، والاستفادة من المنهج المستخدم، وكذلك في بناء أداة البحث.
 - ٣- بناء الإطار النظري على نحو يسمح بتحليل الواقع بالمملكة العربية السعودية.
 - ٤- الاستفادة من خبرات الباحثين في سبيل تناولهم للمشكلات والمصادر التي اشتقوا منها معلوماتهم وطريقة عرضهم وتحليلهم لها.

ولإي إبراز دور الإعلام في لعبة القوى الاجتماعية، ولذلك قام الباحث باستخدام المنهج الفلسفي من خلال توضيح محاور التحالف بين القوى الاجتماعية وأثر الإعلام على هذا التحالف. وقد خلصت الدراسة إلى:

- قابلية الإعلام للاحتكار، أثرت بشكل كبير على المنظومة الاجتماعية.
- تزايد استخدام الانترنت كوسيط إعلامي أثر بشكل كبير على البنية الاجتماعية الأسرية، وأعاد توزيع الأدوار.
- لم تعد لغة الإعلام أداة للإصلاح اللغوي.
- وهدفت دراسة (الخطيب، وحمد، ٢٠٠٠) إلى دراسة تأثير وسائط الإعلام في تدعيم قيم التربية السياسية باستطلاع رأي الطلبة أنفسهم في جامعة الأزهر بغزة، وقد استخدم الباحثان المنهج الوصفي التحليلي، باستخدام استبانة طبقت على عينة مكونة من (٤٥٠) طالب وطالبة، وقد أظهرت النتائج:
- تعمل الإذاعة المرئية على تدعيم قيم التربية السياسية مثل: (الانتماء للوطن، الديمقراطية، الحرية) بدرجة جيد (٨٦٪)، وتوجد فروق بين الجنسين ذلك لصالح الذكور.
- تقوم الإذاعة المرئية بدور جيد في إرساء أسس العدالة والحق لدى طلبة الجامعة، وقد كانت استجابة الطالبات الايجابية أقل بكثير من استجابة الطلاب.
- وأهتمت دراسة (Abelman 1987) بالتعرف إلى طبيعة العلاقة المتبادلة بين دوافع مستخدمي التلفاز وأنماط المشاهدة، حيث استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي على عينة عشوائية قوامها (٢١٠) مجرور من إجمالي عدد المشتركين في التلفاز الكابلي، والمقيمين في مقاطعة ميدوسترون، وقد توصلت الدراسة إلى نتائج أهمها: وجود نمط من مستخدمي التلفاز يهتم بالبرامج التي تعنى بالضبط الديني، وذلك كردة فعل من قبل الأفراد غير الراضين عن التلفاز التجاري، حيث

الإطار النظري للدراسة

أولاً: الإعلام الترفيهي

إن وسائل الإعلام الترفيهي المعاصرة تشكل أهم التحديات أمام توعية الشباب، فهي بين استجابة لمتطلبات هذه الوسائل وقدرة على الاستفادة منها، وبين الحد من بعض آثارها السلبية التي لم تعد خافية على أحد، ولذا فإن توعية الشباب تتم صياغيتها من خلال عدد من الوسائل أبرزها:

ثانياً: وسائل الإعلام الترفيهي الفضائية

يشكل البث الفضائي (التلفزيون والإذاعة) أبرز مصادر الثقافة الإعلامية، وتكمن خطورته في عدم القدرة على الحد من تأثيراته السلبية على الرغم من الجوانب الإيجابية التي لا يمكن إنكارها، والتي تشكل مصدراً جيداً للثقافة الإعلامية، لكن التأثيرات السلبية هي الغالبة على ما تقدمه القنوات الفضائية المرئية منها والمسموعة، فمتابعة لكثير من القنوات الإذاعية والفضائية يمكن أن يخرج منها المتابع بحصيلة وافرة من الآثار التي تخلفها المواد الإعلامية التي يتم بثها، خاصة تلك المضامين التي تحملها المواد الإعلامية وتكون متناقضة مع المضامين التربوية التي يتلقاها الفرد من المجتمع، علماً بأن أكثر المتأثرين بهذه المواد الإعلامية هم جيل الشباب.

فالمواد الإعلامية التي تقدمها القنوات الفضائية ترتبط بأساليب تشويق وجذب تفتقر إليه مصادر الثقافة التربوية، فالصورة والصوت تترافقان عادةً مع مؤثرات تسيطر على إدراك المشاهد ووعيه، وتبث إليه بصورة غير مدركة قيماً ومفاهيم ونماذج للحياة يتلقاها المشاهد أو المستمع بحواسه ثم يخترها في عقله الباطن لتتحول بعد ذلك إلى سلوك وعادات قد لا تتفق مع ما عليه المجتمع من قيم وأعراف.

إن معظم الدراسات العلمية تشير إلى أن مدى تأثير وسائل الإعلام على تكوين ثقافة الفرد وسلوكه، خاصة السلوكيات السلبية في حياة كثير من الشباب وتشير إحدى الدراسات إلى

أن الفضاء العربي ازدحم في وقت قصير نسبياً بنحو ١٤٠ قناة فضائية وتزايدت نسب مشاهدة الجمهور لهذه الفضائيات وتفيد إحدى الدراسات العلمية الحديثة أن نسبة ٦٩٪ من الجمهور العربي يشاهدون الفضائيات لمدة أربع ساعات يومياً وأن ٣١٪ منهم يشاهدونها لمدة ثلاث ساعات يومياً و٣٤,٥٪ لمدة ساعتين و١٥٪ لمدة ساعة واحدة يومياً على حين بلغت نسبة نمو مقتني أطباق البث ١٢٪ سنوياً و٤٠٪ من هذه الفضائيات تتبع الحكومات العربية والبقية تعد مستقلة ظاهرياً فقط، وتمثل البرامج الإخبارية في هذه الفضائيات حوالي ٥٪ فقط (Milkie A. Melissa: 2010).

وتشير دراسة أخرى (البياتي، ٢٠٠٦) إلى أن ٢١٪ من المشاهدين يشاهدون التلفزيون ساعة، و٢٧,٥٪ يشاهدونه لمدة ساعتين، و٢٢,٥٪ يشاهدونه لمدة ثلاث ساعات، أما الذين تزيد مدة مشاهدتهم عن ٣ ساعات فهم ٢٩٪، أما نوعية البرامج المفضلة لدى الشباب فهي ٤,٥٪ البرامج الإخبارية و٤٪ التربوية والتعليمية و٩,٥٪ المسرحيات و١٠,٥٪ الدينية و١٤٪ الرياضية و٢٦٪ للأغاني والموسيقى و٨٪ للأفلام العاطفية و١١٪ لأفلام العنف والجريمة و٤,٥٪ للبرامج الثقافية و٨٪ لأفلام الرعب (ياسين خضر البياتي: ٢٠١٠م).

وتشير دراسة (الحمود، مشاري وآخرون: ٢٠٠٧م) إلى إن ٣١٪ من شباب الخليج العربي يتابعون برامج (تلفزيون الواقع) أو (التصوير الحي) مثل برامج (ستار أكاديمي وسوبر ستار والوادي)، وفي دراسة أجرتها منظمة الأمم المتحدة للتربية والثقافة والعلوم (اليونسكو) حول معدلات تعرض الأطفال العرب للتلفزيون إلى أن الطفل قبل أن يبلغ الثامنة عشرة يكون قد أمضى أمام شاشة التلفزيون ٢٢,٠٠٠ ساعة، في حين يقضي ١٤,٠٠٠ ساعة في قاعات المدرسة، هذا إذا علمنا أن نسبة الذين يشاهدون التلفزيون ما بين سن الثامنة والخامسة عشر بلغت ٩٩,٩٪ وأن هؤلاء الأطفال يقضون

والمعرفة، فشبكة الإنترنت أصبحت مصدراً مهماً للوصول إلى المعلومات سواء كانت معلومات متخصصة أم عامة، وسواء كانت مقروءة أم مسموعة أم مرئية، مع تيسير سرعة الوصول إلى المعلومة وسهولة الحصول عليها وتعدد هذه المعلومة، وتزداد المادة المطروحة على شبكة الإنترنت يوماً بعد يوم فهناك اليوم ملايين الكتب والدراسات والمقالات والأبحاث التي يمكن للإنسان الاستفادة منها بسهولة ويسر، وتجاوز الإنسان بذلك الجهد الكبير الذي كان يبذله للحصول على هذه المعلومة في وقت واحد ومكان واحد.

وإذا كان هذا شأن شبكة الإنترنت بصفة عامة، فإن استفادة الشباب بصفة خاصة تأتي في مقدمة المستفيدين منها، نظراً لحصولهم في الغالب على تأهيل وتدريب علمي يمكنهم من الاستفادة من هذه الشبكة بصورة جيدة وسهلة، كما أن مهاراتهم التقنية أكبر من غيرهم ممن لم يتوفر لهم حظ التعرف على هذه التقنية، وهذا ما نجده في الفرق بين طلاب المؤسسات التربوية وعامة الناس بل وبعض آبائهم في استخدام شبكة الإنترنت، ففي دراسة حول استخدام الطلبة لشبكة الإنترنت (مجلة المعرفة: ١٤١٧هـ) أجاب ٧٥,٤٪ أنهم يستخدمون الشبكة لمدة تتراوح بين ١-٢ ساعة، بينما أجاب ١٧٪ أنهم يستخدمونها مابين ٣-٥ ساعات، وأجاب ٣,٨٪ أنهم يستخدمونها أكثر من ٥ ساعات، وفي دراسة أخرى (الحمود وآخرون ٢٠٠٧) (٢٦) أجاب ٢٦٪ أنهم يستخدمون شبكة الإنترنت أقل من ساعة بينما أجاب ٣٠٪ أنهم يستخدمونها ما بين ١-٢ ساعة، أجاب ٢٦٪ أنهم يستخدمونها ما بين ٢-٤ ساعات، أما الذين يستخدمونها أكثر من ٤ ساعات فإن نسبتهم تبلغ ١٨٪. ويلاحظ أن الذين يستخدمون شبكة الإنترنت من الشباب لأكثر من ساعة تبلغ نسبتهم ٧٤٪، مما يشير إلى أهمية ودور هذه الشبكة وتأثيرها في تكوين وعي الشباب، وقد ساعد هذا الانتشار؛ بحيث لم يعد هناك معوق

جزءاً كبيراً في مشاهدة التلفزيون دون رفقة من أهلهم (جورج لارين، ٢٠٠٢م).

وإلى جانب هذا هناك التأثيرات السلوكية التي تخلفها القنوات الفضائية، فقد أصبح لها تأثيرات سلبية كما تشير إلى ذلك الإحصاءات والدراسات، ففي دراسة أجاب ٦٦٪ أنهم يرون أن للتلفزيون آثار سلبية على عادات وقيم الشباب، كما أجاب ٣٪ أنه (التلفزيون) يؤدي إلى انتشار الجريمة، وأجاب ١٤٪ أنه يؤدي إلى الكسل والتراخي و٢٪ إلى شيوخ الرذيلة، وأجاب ٢٢٪ بأن التلفزيون يؤثر سلباً على المستوى الدراسي، لكن ٥٩٪ أجابوا بأن التلفزيون يتسبب في كل تلك الآثار السلبية، وفي سؤال آخر أجاب ٨٠٪ إلى أنه يؤدي إلى شيوخ الاستهلاك في حياة الفرد والأسرة، وفي إجابة أخرى ذكر ٢٦,٥٪ أن التلفزيون يشجع ظواهر الموضة وقص الشعر، وأجاب ٩,٥٪ أنهم يقلدون نجوم التمثيل والأفلام والمسلسلات في سلوكهم، وأجاب ٨,٥٪ أنهم يتأثرون بالمفردات والكلمات والألفاظ السلبية من خلال التلفزيون، وقد أجاب ٥٥,٥٪ بأنهم يعتقدون أن التلفزيون يؤدي إلى كل تلك الظواهر السلبية (فاروق عمر علي، ٢٠٠٤م).

ثالثاً: وسائل الإعلام الترفيهي التكنولوجية

فتحت ثورة المعلومات عصرًا جديداً للبشرية يقارن بعصر الثورة الصناعية التي غيرت كثيراً من أوجه النشاط الإنساني، وجاءت ثورة المعلومات لفتح آفاق جديدة للمعرفة والثقافة، وأصبح الإنسان قادراً على التواصل مع الآخر دون حواجز أو موانع، وتعددت مصادر المعرفة التي يمكن أن ترفع السوية الثقافية للمتعاملين معها، ولعل أبرز وسائل الاتصال الحديثة تأثيراً في ذلك هي الوسائل التقنية كشبكة الإنترنت والبريد الإلكتروني (E.mail) والرسائل الهاتفية النصية (SMS) التي تجاوز دورها كوسيلة للاتصال إلى مصدر من مصادر الثقافة

انتشارها وتكررت نسخها وتوفرت لكل من يطلبها، وقد عرف العرب المطبعة أول مرة عام ١٧٣٤ م في لبنان ثم جاء نابليون بحملته الشهيرة حاملاً المطبعة معه إلى مصر عام ١٧٩٨ م، ثم انطلقت مسيرتها بعد ذلك في كافة البلاد العربية لتسهم في إيجاد نهضة ثقافية واسعة كان للإعلام نصيب فيها، حيث انتشرت الصحف والمجلات في البلاد العربية وتطورت مع تطور الآلة حتى أصبحت صورة جديدة عما كانت عليه الصحافة عند بدايتها، سواء كان ذلك من حيث المحتوى أم الشكل أم الأدوات المستخدمة في ذلك، والإعلام الورقي من صحافة ومجلات، هي من أقل وسائل الثقافة الإعلامية تأثيراً على جيل الشباب وخاصة من كان منهم في المراحل التعليمية، إذ أن اهتمامهم بالشأن العام الذي - هو محور ما تدور عليه الصحافة - قليل، ولذا فإن اهتمامهم يتجه - غالباً - إلى الصحافة المجتمعية أو المرتبطة بالقضايا التي تهتم الشباب في هذه المرحلة من العمر مثل المجلات الاجتماعية والفنية - وخاصة بالنسبة للفتيات - أو المجلات الرياضية ومجلات السيارات والأجهزة الإلكترونية وغيرها - بالنسبة للفتيان - وهذا ما تشير إليه الدراسات المتخصصة، ففي دراسة (وظفة) أشار إلى أن ٢٠٪ فقط من الشباب يقرأون الصحف يومياً، و٢٨٪ يقرأونها أكثر من مرة أسبوعياً، و١٤٪ يقرأونها شهرياً، و٣١٪ يقرأونها عرضياً، أما ٩، ٥٪ فلم يبدو رأيهم (٣١).

وفي دراسة أخرى (كلية المعلمين بالدمام: ١٤١٢هـ) فقد أشارت الدراسة إلى أن ٣٤٪ من شباب الخليج العربي يتابعون الصحف اليومية و٦١٪ يتابعونها أحياناً و٥٪ لا يتابعونها!!

لكن النتيجة الأخرى تبين السبب في عدم متابعة الشباب للصحف اليومية، إذ أجاب ٥٪ فقط!! ممن تم استقصاء آرائهم بأنهم يصدقون أو يؤمنون بما يقرأونه في الصحيفة اليومية، بينما أجاب ٨٩٪ بأنهم يصدقون ذلك أحياناً، أما ٦٪ فإنهم لا يصدقون ولا يؤمنون بما في الصحف اليومية، وهذه

يقف دون استخدام هذه الوسيلة التي أصبحت مصدراً للوعي السياسي والاجتماعي والاقتصادي وغيرها من صور الثقافة التي يحتاجها الشاب في حياته (Christakis DA, Moreno MA, 2009, 23).

وتفيد بعض الدراسات إلى أن ٩٢٪ من الشباب يسجلون على الإنترنت يومياً، بما في ذلك ٢٤٪ من الذين يقولون إنهم يدخلون على الإنترنت "باستمرار تقريباً"، بمساعدة البرامج التي تقدمها الأجهزة المحمولة، وخاصة الهواتف الذكية. أكثر من النصف (٥٦٪) من الشباب - الذين تتراوح أعمارهم بين ١٣ و١٧ - يذهبون على الإنترنت عدة مرات في اليوم، و١٢٪ تقرير الاستخدام اليومي. ٦٪ فقط من الشباب يتقدمون على الإنترنت أسبوعياً، و٢٪ يذهبون على الإنترنت في كثير من الأحيان. ما يقرب من ثلاثة أرباع الشباب لديهم الهواتف الذكية و٣٠٪ لديهم هاتف أساسي، في حين أن ١٢٪ فقط من الشباب ١٣-١٧ يقولون إنهم ليس لديهم أي هاتف محمول من أي نوع. والشباب من أصل أفريقي هم الأكثر احتمالاً لأي مجموعة من الشباب أن يكون لديهم هاتف ذكي، مع ٨٥٪ لديهم إمكانية الوصول إلى هاتف واحد، مقارنة مع ٧١٪ من الشباب البيض والإسبانيين (Amanda Lenhart, 2015, 1).

لقد أحدثت شبكة المعلومات (الإنترنت) "نقلة مهمة في آليات التعليم والتعلم، فهي تعمل على توفير الخدمات التربوية بصورة أسرع وبتكلفة أقل، هذه المكاسب تعود إلى إعادة النظر في فلسفة العمل التربوي ومناهجه وآلياته، والعمل على دمج قواعد المعلومات التربوية وتكاملها.

رابعاً: وسائل الإعلام الترفيهية الورقية

تمثل الصحافة أو الإعلام الورقي أو الإعلام المقروء الضلع الثالث في مثلث مصادر الثقافة الإعلامية، فمنذ اختراع جوتنبرغ عام (١٤٣٦ - ١٤٣٨ هـ) المطبعة شهد العالم تحولاً واسعاً في هذا المجال، إذ ازداد عدد المطبوعات واتسع

الفرد، وعلى ردود فعل الآخرين الواقعية عندما يقوم بالتقليد فعلاً أو ردود فعلهم التي يتوقعها.

• التقمص/ وفيه يتوحد الفرد مع شخصية من الشخصيات أو موقف من المواقف التي يتعرض لها إما توحداً موجباً، أي يسلك ويشعر مثلها، أو توحداً سالباً، أي يود أن يسلك ويشعر بطريقة مخالفة لها (كامل، أحمد، ١٩٨١).

وتجدر الإشارة هنا إلى أن التقمص يتوقف على عدة عوامل منها حاجات الفرد من جهة، والعوامل الاجتماعية المحيطة به من جهة أخرى.

سادساً: دور الإعلام الترفيهي في توعية الشباب

يمكن أن يصنف أشكال توعية الشباب من قبل الإعلام الترفيهي كما يلي:

١- التوعية الدينية

وهو عبارة عن القواعد الدينية، التي هي مجموعة من الظواهر والطقوس العملية التي تتصل بضبط وتنظيم سلوك الأفراد حيال بعضهم البعض، تنظيماً يكون مصدره الله عز وجل في الديانات التوحيدية، والمعتقدات الدينية تفرض نفسها على المؤمن الذي يخضع لها ويطيعها، كما أن هناك عقوبات مقررّة لمن يتمرّد عليها، وقد تختلط العقوبات الدينية بالعقوبات القانونية والخلقية (مصطفى، طلال، ٢٠٠٢).

ويعد الدين الإسلامي من أقوى الأديان ضبطاً لسلوك الأفراد في المجتمع، حيث تشمل تعاليمه العبادات والمعاملات بين الأفراد، فالأوامر والنواهي الخاصة بالمعاملات تحفظ النظام الاجتماعي بطريق مباشرة، وذلك بإيقاف كل فرد عند حدود لا يتعداها (الساعاتي، حسن، ١٩٨٢).

٢- التوعية الاجتماعية

وتمثل التوعية الاجتماعية توجيه سلوكيات الأفراد على نحو على نحو يعمل على مواجهة الاتجاهات الإنحرافية.

نتيجة تبين السبب في قلة إقبال الشباب - خاصة الطلاب والطالبات - على متابعة الصحف اليومية، كما يبين مدى تأثير ذلك على تكوين الثقافة الإعلامية لديهم.

خامساً: خصائص وسائل الإعلام الترفيهي

١- التكرار: تعتمد وسائل الإعلام الترفيهي إلى إحداث تأثير عن طريق تكرار أنواع معينة من العلاقات والشخصيات والأفكار والصور، ومثل هذا التكرار يعرف الأفراد أشياء كثيرة عن الحياة وعن مجتمعهم.

٢- الجاذبية: إن أساليب الجذب قد بلغت درجة كبيرة من القوة، التي تتزايد مع تقدم التقنية، وتنوع الأساليب التي تشد الأفراد إلى وسائل الإعلام الترفيهي المختلفة،

٣- الدعوة إلى المشاركة: قد يلجأ موجهو بعض وسائل الإعلام الترفيهي إلى دعوة الأفراد إلى المشاركة الفعلية، إذا كان هذا ممكناً، أو المشاركة بالكتابة أو الرسم أو الاتصال لإبداء رأي أو حل مشكلة وما إلى هذا من الأساليب التي قد يتعلم الفرد خلالها شيئاً والتي تؤدي إلى ربطه بوسيلة الإعلام الترفيهي، خاصة إذا كانت تمنحه مكافأة أو تحقق له أمنية، ولو أن تذكر اسمه وتشره.

٤- عرض النماذج: وهذه النماذج قد تكون نماذج شخصية يتمثل فيها سلوك معين لشخص يشغل مكانة أو مكانات اجتماعية معينة، وتصور سلوك ذلك الشخص وردود فعل من يتعاملون معه، وتوقعاتهم عن سلوكه (عليوة، السيد، ١٩٩٠).

أما عن خصائص الأفراد في مواجهة وسائل الإعلام فهي:

• الاستيعاب/ وهو مجرد امتصاص الأفراد لما يتعرضوا له من مفاهيم، ولا شك أن عنصر التكرار والإعادة هو أهم العناصر التي تساعد على هذا الاستيعاب.

• التقليد/ لا شك أن الناس يميلون إلى تقليد ما يعرض عليهم من نماذج، سيئة وحسنة، إلا أن هذا التقليد يتوقف حدوئه ومداه على الوسط الاجتماعي الثقافي الذي يعيش فيه

جدول (١). عدد السكان بالمملكة العربية السعودية وفقاً للفئة العمرية لعام

٢٠١٧م.

توزيع العينة			فئات العمر
الإجمالي Total	اناث FEMALE	ذكور MALE	
٢,١٧٣,٩٨٤	١٠٦٧٢٨٢	١١٠٦٧٠١	٤-٠
٢,١٢٤,٨٨٩	١٠٤٣٧٤٧	١٠٨١١٤٢	٩-٥
١,٩٠١,٥١٥	٩٣٧٢١١	٩٦٤٣٠٤	١٤-١٠
١,٧٩١,٣٥١	٨٨٠٠٤٨	٩١١٣٠٣	١٩-١٥
٢,٠٢٠,٨٤٤	٩٦٥٨٠	١٠٥٤٨٦٤	٢٤-٢٠
١,٩٣٧,٧٨٨	٩٥٨٢١٩	٩٧٩٥٦٩	٢٩-٢٥
١,٧٤٨,٩٤٩	٨٦٦٧٧١	٨٨٢١٧٨	٣٤-٣٠
١,٥٢٨,٣٠٤	٧٥٤٧٩٥	٧٧٣٥٠٩	٣٩-٣٥
١,٢٨٥,٣٤٣	٦٣٠٥٠١	٦٥٤٨٤٢	٤٤-٤٠
١,٠٧٠,٩٣٦	٥٢٠٦٧٦	٥٥٠٢٦٠	٤٩-٤٥
٨٥٣,٧٣٦	٤١٤٨٦٣	٤٣٨٨٧٣	٥٤-٥٠
٦٥٦,٣٣٥	٣١٤٣٢٤	٣٤٢٠١٠	٥٩-٥٥
٤٧٩,٧٧٩	٢٣١٩٦٠	٢٤٧٨١٤	٦٤-٦٠
٣١٠,٣٧٧	١٥٩٥٥٩	١٥٠٨١٨	٦٩-٦٥
٢٢٢,٨٤٧	١١٢٨٠٨	١١٠٠٣٩	٧٤-٧٠
١٤٣,٦٠١	٧٢٨٣١	٧٠٧٧٠	٧٩-٧٥
١٧٦,٧٨٤	٩١٤٩٨	٨٥٢٨٦	٨٠+
٢٠٤٢٧٣٥٧	١٠٠٢٣٠٧٥	١٠٤٠٤٢٨	الجملة

٣- التوعية الاقتصادية

يتضمن تنظيم العلاقات الاقتصادية في نطاق واسع، ويظهر ذلك بصورة واضحة في تحديد الإنتاج وأوصافه وأسعار السلع، وكذلك في وضع حد أدنى للأجور وحد أقصى لساعات العمل، وقد ظهر هذا الشكل من التوعية في ظروف الحرب التي تتطلب تدخل الدولة في شؤون التنظيم، والإشراف الدقيق على الإنتاج (جابر، سامية محمد ١٩٧٩).

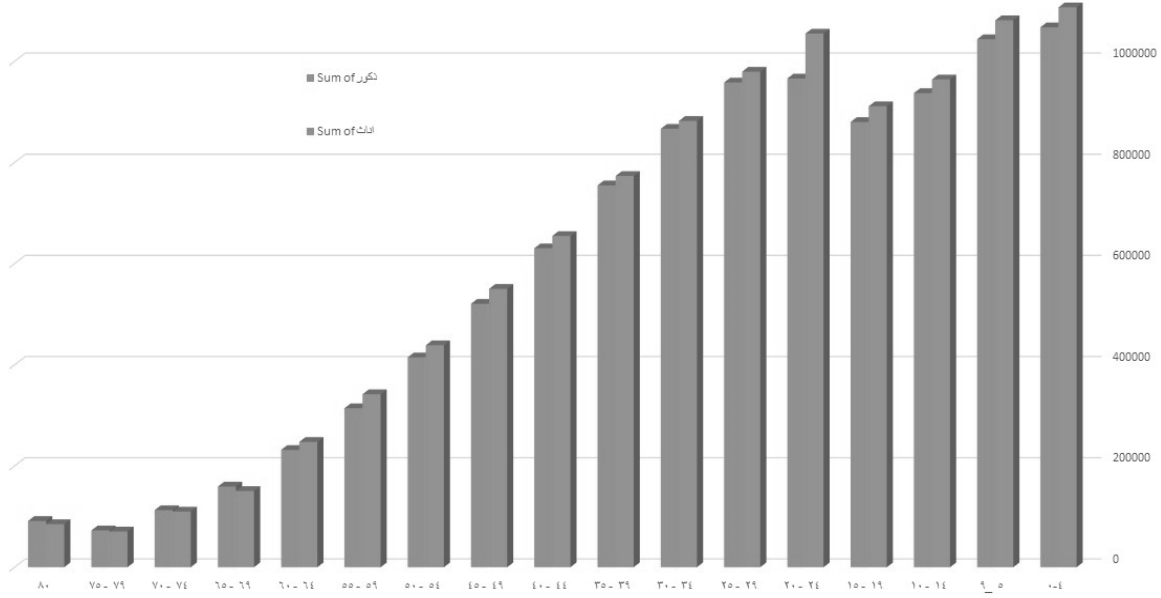
٤- التوعية السياسية

يرتبط التنظيم السياسي بتدعيم النظام الاجتماعي في حدود إقليمية معينة عن طريق الممارسة، وفي عصرنا الحالي نجد تقريبا في المجتمعات جميعها ناظم عمل سياسي يحدد طبيعة العمل السياسي للأحزاب والجمعيات والأفراد، التي لها الحق بالنشاط السياسي، ويحدد أيضا عملية تداول السلطة بين الأحزاب وكذلك ناظم عمل الترشيح والانتخاب للبرلمان وتشكيل الحكومة والمجالس البلدية (مصطفى، طلال ٢٠٠٢).

منهجية الدراسة وإجراءاتها

منهج الدراسة: اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي في تحقيق أهدافها.

مجتمع الدراسة: تكون مجتمع الدراسة من الشباب بالمملكة العربية السعودية من سن ١٥ الى سن ٢٥ عام، والجدول التالي يوضح عدد السكان بالمملكة العربية السعودية للعام ٢٠١٧م.

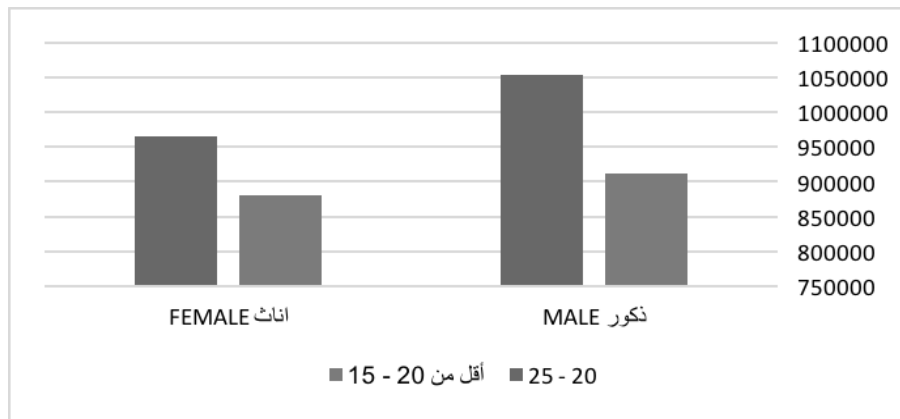


شكل (١). يوضح عدد السكان بالمملكة العربية السعودية وفقاً للفئة العمرية لعام ٢٠١٧م.

جدول (٢). يوضح عدد السكان بالمملكة العربية السعودية للفئة العمرية (١٥-٢٥) لعام ٢٠١٧م

جملة Total	اناث FEMALE	ذكور MALE	فئات العمر
١,٧٩١,٢٥١	٨٠٠,٤٨	٩١١,٣٠٣	أقل من ٢٠-١٥
٢,٠٢٠,٨٤٤	٩٦٥,٩٨٠	١,٠٥٤,٨٦٤	٢٥-٢٠
٣,٨١٢,١٩٥	١,٨٤٦,٠٢٨	١,٩٦٦,١٦٧	الجملة

والجدول التالي يوضح عدد السكان بالمملكة العربية السعودية للفئة العمرية (٢٥-١٥) لعام ٢٠١٧م، وهو الذي يمثل المجتمع الاصل من العينة.



شكل (٢). يوضح عدد السكان بالمملكة العربية السعودية للفئة العمرية (٢٥-١٥) لعام ٢٠١٧م.

جدول (٥). يبين أفراد العينة وفقاً لمتغيرات الجنس السن المنطقة الجغرافية.

المجموع	%	العدد	متغيرات الدراسة	
			الجنس	
١٢٣٢	٨٣,٢	١٠٢٥	ذكور	
			إناث	٢٠٧
١٢٣٢	٣٩,٤	٤٨٦	الوسطى	
			الشمالية	٢٠٧
			الغربية	٢١٣
			الجنوبية	١٤٠
			الشرقية	١٨٦
١٢٣٢	٤٧,٤	٥٨٤	١٥- أقل	
			٢٠ من	٢٥-٢٠
	٥٢,٦	٦٤٨		

أدوات جمع البيانات

أ- الاستبيان

تم إعداد استبيان بهدف التعرف على دور الإعلام الترفيهي في توعية الشباب بالمملكة العربية السعودية، وقد مر إعداد الاستبيان بالخطوات التالية:

١- الاطلاع على أدبيات الدراسة، سواء في مجال الاعلام بصفة عامة، أو في مجال الاعلام الترفيهي بصفة خاصة.

٢- تطبيق استمارة استطلاع رأي مكونة من سؤال مطروح على عينة من الشباب بالمملكة العربية السعودية، بلغ عددهم (٥٠) شاباً وشابة، وذلك لتحديد الادوار التي يضطلع بها الاعلام الترفيهي في توعية الشباب.

٣- تم وضع مفتاح لتصحيح الاستبيان، يعتمد على اختيار أحد البدائل من ثلاثة استجابات، وهي درجة الموافقة (بدرجة كبيرة - بدرجة متوسطة - بدرجة قليلة) ووزعت الدرجة على عبارات الاستبيان كما يلي: العبارات الموجبة (٣)، (٢، ١)، العبارات السالبة (١، ٢، ٣).

٤- تم تحديد (٤) محاور للاستبيان ككل، كما تم صياغة عدد (٤١) عبارة.

عينة الدراسة

تكونت عينة الدراسة من الشباب بالمملكة العربية السعودية والتي بلغت (١٢٣٢) شاباً، منهم (١٠٢٥) شاباً من الذكور، بنسبة ٨٣,٢٪، و(٢٠٧) شاباً من الاناث بنسبة ١٦,٨٪، ولقد تم تطبيق الاستبانة بالطريقة العشوائية وبشكل الكتروني على كافة محافظات المملكة، وتمت الاستجابة عليها أيضاً بشكل الكتروني من خلال تطبيق (google forms)، والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول (٣). يبين عدد أفراد عينة الدراسة ونسبة العينة (ذكور / إناث).

الجنس	العدد	النسبة المئوية
ذكور	١٠٢٥	٨٣,٢
إناث	٢٠٧	١٦,٨
المجموع	١٢٣٢	١٠٠,٠

ويوضح الجدول التالي يوضح نسبة العينة الى المجتمع الأصل.

جدول (٤). يوضح عدد ونسبة العينة الى المجتمع الأصل.

الجنس	المجتمع الأصل	العدد	النسبة المئوية
ذكور	١٩٦٦١٦٧	١٠٢٥	٠,٠٥٢١٣٢٪
إناث	١٨٤٦٠٢٨	٢٠٧	٠,٠١١٢١٣٪
المجموع	٣,٨١٢,١٩٥	١٢٣٢	٠,٠٣٢٣١٨٪

ويبين الجدول التالي توزيع افراد عينة الدراسة وفقاً لبعض المتغيرات.

الأخر، ثم أعيد الاستبيان إلى المحكمين مرة أخرى، ف جاءت نسبة الاتفاق (١, ٩٥٪)، وهو ما يشير إلى قدرة الاستبيان على قياس ما وضع لأجله، وجاء الاستبيان في صورته النهائية مكوناً من (٤١) عبارة، موزعة على (٤) محاور، وهو ما يوضحه الجدول التالي:

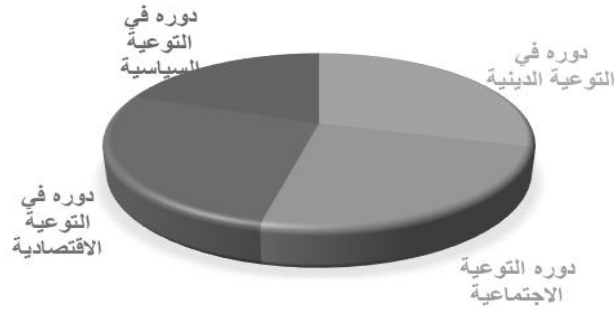
تقنين أداة جمع البيانات

أ- صدق الاستبيان

تم عرض الاستبيان في صورته المبدئية على عدد من أساتذة المتخصصين في المجال، بلغ عددهم (١٢) استاذاً، وذلك للحكم على دقة العبارات، ومدى ملاءمتها للقياس، وفي ضوء آراء المحكمين تم حذف بعض العبارات، وتعديل البعض

جدول (٦). يوضح محاور، وأرقام العبارات ونسبتها المئوية.

م	المحاور	أرقام العبارات	المجموع	النسبة المئوية
١	دوره في التوعية الدينية	١٢-١	١٢	٣٠٪
٢	دوره التوعية الاجتماعية	٢٢-١٣	١٠	٤٪
٣	دوره في التوعية الاقتصادية	(٣٣-٢٣)	١١	٢٦٪
٤	دوره في التوعية السياسية	٤١-٣٤	٨	٢٠٪



شكل (٣). يوضح حجم كل دور من أدوار الاعلام الترفيهي في توعية الشباب حسب الاستبانة.

جدول رقم (٧). معامل الثبات للدراسة.

م	المحاور	عدد العبارات	ألفا كرونباخ
١	دوره في التوعية الدينية	١٢	٠,٨٠
٢	دوره التوعية الاجتماعية	١٠	
٣	دوره في التوعية الاقتصادية	١١	
٤	دوره في التوعية السياسية	٨	

ب- ثبات الاستبيان

تم حساب ثبات الاستبيان باستخدام معادلة الارتباط لكرونباخ، وقد أسفرت النتائج عن معامل ثبات قدرة (0.83)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠٥)، مما يشير إلى إمكانية الحصول على نتائج موثوق بها باستخدام هذا الاستبيان.

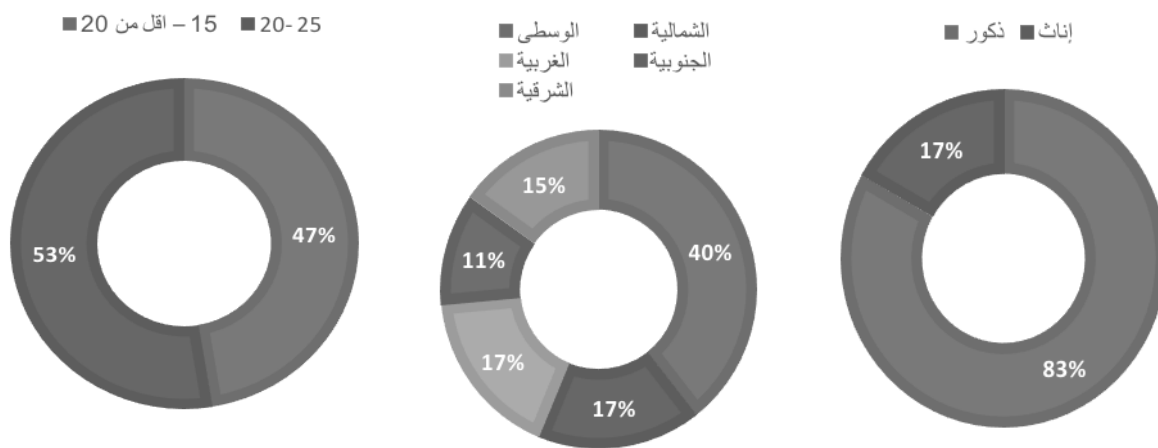
جدول (٨). مدى ودرجة الاستجابة وفقاً للاستبيان ذي الثلاث درجات.

المدى	درجة الحاجة
٣-٣,٣٤	بدرجة كبيرة
٢,٣٣-٢,٦٧	بدرجة متوسطة
١-١,٦٦	بدرجة صغيرة

المعالجة الإحصائية

لمعالجة البيانات المتحصل عليها من الدراسة الميدانية تم استخدام الأساليب الإحصائية التالية:

١- الوزن النسبي **RELATIVE WEIGHT** - درجة الاحتياج - بهدف التعرف على درجة الاحتياج التدريبي لدى أفراد العينة، وقد تم استخدام الوزن النسبي **RELATIVE WEIGHT** وفقاً للاستبيان ذي الثلاث درجات كما هو بالجدول التالي:



شكل (٤). يوضح نسب عينة الدراسة حسب الجنس. شكل (٥). يوضح نسب عينة الدراسة حسب المنطقة الجغرافية. شكل (٦). يوضح نسب عينة الدراسة حسب السن.

عرض نتائج الدراسة

وسيتم عرض نتائج الدراسة الميدانية تبعا لأسئلة الدراسة كما يلي:

للإجابة عن التساؤل الأول: ما دور الإعلام الترفيهي في توعية الشباب دينياً؟ وللإجابة عن هذا التساؤل، فقد أوضحت نتائج الدراسة أن استجابات أفراد العينة على العبارات (١٢-١) جاءت بدرجة متوسطة، حيث بلغ متوسط الوزن النسبي **RELATIVE WEIGHT** للمحور ككل (2.196167)، وتراوحت أوزانها النسبية بين (٢, ٤) و (١, ٩). والجدول التالي يوضح الأوزان النسبية لعبارات هذا المحور.

٢- تحليل التباين احادي الاتجاه **ONE WAY ANOVA ANALYSIS** لمعرفة مدى وجود فروق ذات دلالة احصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة وفقاً لتغير المنطقة الجغرافية.

٣- اختبار شيفيه للمقارنات المتعددة **Schaffe Multi Comparison Test** بهدف تحديد اتجاه دلالة الفروق.

٤- اختبار "ت" **T TEST** لمعرفة مدى وجود فروق ذات دلالة احصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة وفقاً لتغير السن والجنس.

جدول (٩). الوزن النسبي والانحراف المعياري للعبارة الخاصة بالمحور الأول (دور الاعلام الترفيهي في التوعية الدينية).

الانحراف المعياري	الوزن النسبي	درجة الموافقة			العبارة	م
		صغيرة	متوسطة	كبيرة		
٠,٦١٧	٢,١٧٢	٢٤٧	٥٢٦	٤٥٩	يوجهني إلى ضرورة البعد عن المعاصي	
٠,٥٩٠	٢,٠٦٢	٣١١	٥٣٣	٣٨٨	يحثني على أداء العبادات دون انقطاع.	
٠,٥٣٩	١,٩٨٢	٣٣٨	٥٧٧	٣١٧	يحثني على تفضيل المصلحة العامة على المصلحة الخاصة.	
٠,٦٠٢	٢,٢٤٥	١٨٩	٥٥٢	٤٩١	يحثني على صلة الرحم.	
٠,٦١	٢,٢٦١	١٨٧	٥٣٦	٥٠٩	يشجعني على رد الأمانات إلى أهلها.	
٠,٦١٨	٢,٢٦١	١٨١	٥١٧	٥٣٤	يعزز لدي ضرورة الوفاء بالعهود مع الآخرين	
٠,٦٢٢	٢,٢٦١	٢٢٣	٥٢١	٤٨٨	يشجعني على إفشاء السلام.	
٠,٦٠٠	٢,٤٠٣	١٢٣	٤٨٩	٦٢٠	يجب إلى نفسي التواضع وحب المتواضعين	
٠,٥٩٢	٢,٢٣٠	١٩٠	٥٦٨	٤٧٤	يدفعني إلى مقابلة الإساءة بالإحسان.	
٠,٥٧٤	٢,٢٦١	٢٥٢	٥٧٧	٤٠٣	يحثني على الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر	
٠,٥٨٨	٢,١٦٠	٢٣٤	٥٦٦	٤٣٢	يعزز لدي ضرورة طاعة وبر الوالدين.	
٠,٦٠٧	٢,٢٦١	٢١١	٥٤٤	٤٧٧	ينفري من نماذج الكبر والغرور.	
٢,١٩٦١٦٧		متوسط الوزن النسبي للمحور				

المتواضعين، بينما كانت أقل العبارات حسب ترتيب الوزن النسبي هي رقم (٣)، ومنطوقها: يحثني على تفضيل المصلحة العامة على المصلحة الخاصة. وتتفق الاستجابة مع ما توصلت إليه دراسة (سلوى العدل ٢٠٠٩م).

تابع التساؤل الأول: ما دور الإعلام الترفيهي في توعية الشباب اجتماعياً؟ وللإجابة عن هذا التساؤل، فقد أوضحت نتائج الدراسة أن استجابات أفراد العينة على العبارات (١٣- ٢٢) جاءت بدرجة متوسطة، حيث بلغ متوسط الوزن النسبي RELATIVE WEIGHT للمحور ككل (2.196167)، وتراوحت أوزانها النسبية بين (٢, ٢٣٨) و (٢, ٠٥٣). والجدول التالي يوضح الأوزان النسبية لعبارة هذا المحور.

يتضح من الجدول السابق أن استجابات أفراد العينة على عبارات المحور الأول (دور الاعلام الترفيهي في التوعية الدينية) جاءت بدرجة متوسطة؛ مما يعني أن درجة موافقتهم على متوسطة على ان الاعلام الترفيهي يعمل على توعيتهم دينياً كما وصفته عبارات هذا المحور، ويرجع هذا إلى أن الاعلام الترفيهي يركز في المملكة العربية السعودية فيما يركز على الاعلام التوعية الدينية، خاصة وأن المملكة تحظى بشرف رعاية الحرمين الشريفين، فكان هذا الاهتمام انعكاساً لها على نحو يعمل على ضرورة التوعية الدينية، وكانت أعلى عبارة حسب ترتيب الوزن النسبي هي رقم (٨)، ومنطوقها: يجب إلى نفسي التواضع وحب المتواضعين. ويرجع ذلك إلى أن الاعم الترفيهي يعمل على تواضع الشاب ودعمه في حب

جدول (١٠). الوزن النسبي والانحراف المعياري للعبارة الخاصة بالمحور الثاني (دور الاعلام الترفيهي في التوعية الاجتماعية).

الانحراف المعياري	الوزن النسبي	درجة الموافقة			العبارة	م
		كبيرة	متوسطة	صغيرة		
٠,٦٦٩	٢,١٨٤	٢٧٩	٤٤٨	٥٠٥	يدعم لدي المشاركة في أعمال الخير.	
٠,٦٠٤	٢,١٢٦	٢٧١	٥٣٥	٤٢٦	يوجهني إلى ضرورة مساندة الأصدقاء وقت الشدة	
٠,٥٦٦	٢,١٣٠	٢٤١	٥٩٠	٤٠١	يشجعني على التدخل للإصلاح بين المتخاصمين	
٠,٥٩١	٢,١٤٧	٢٤٦	٥٥٩	٤٢٧	يشجعني على المشاركة في المناسبات المختلفة.	
٠,٦١٢	٢,٠٦٦	٣٢٣	٥٠٥	٤٠٤	ينفري من الأنماط السلوكية السيئة (مثل التدخين)	
٠,٥٥٨	٢,١٤٠	٢٢٨	٦٠٤	٤٠٠	يعمق لدي مبدأ المبادرة.	
٠,٦١٠	٢,٢٣٨	٢٠١	٥٣٨	٤٩٣	يشجعني على العطف على الفقراء والمحتاجين.	
٠,٦٤١	٢,١١٦	٣٠٥	٤٨٠	٤٤٧	يشجعني على إكرام الضيف	
٠,٥٨٥	٢,٠٥٣	٣١٦	٥٣٥	٣٨١	ينمي لدي تحمل المسؤولية تجاه أفراد أسرتي.	
٠,٦٦٤	٢,١١٥	٣٢١	٤٤٩	٤٦٢	يعزز لدي مبدأ الصفح والتغاضي عن أخطاء الأصدقاء.	
٢,١					متوسط الوزن النسبي للمحور	

والمحتاجين. وتتفق هذه الاستجابات مع ما توصلت إليه دراسة (علي، ٢٠٠١).

تابع التساؤل الأول: ما دور الإعلام الترفيهي في توعية الشباب اقتصادياً؟ وللإجابة عن هذا التساؤل، فقد أوضحت نتائج الدراسة أن استجابات أفراد العينة على العبارات (٢٣-٣٣) جاءت بدرجة متوسطة، حيث بلغ متوسط الوزن النسبي للمحور ككل (٢,١٩)، وتراوحت أوزانها النسبية بين (2.265) و(١,١٨). والجدول التالي يوضح الأوزان النسبية لعبارة هذا المحور.

يتضح من الجدول السابق أن استجابات أفراد العينة على عبارات المحور الثاني (دور الاعلام الترفيهي في التوعية الاجتماعية) جاءت بدرجة متوسطة؛ مما يعني أن درجة موافقتهم على دعم الاعلام الترفيهي لهم وتوعيتهم اجتماعياً متوسط كما وصفته عبارات المحور. وكانت أعلى العبارات حسب ترتيب الوزن النسبي هي رقم (٧)، ومنطوقها: يشجعني على العطف على الفقراء والمحتاجين. بينما كانت أقل العبارات حسب ترتيب الوزن النسبي هي رقم (٩)، ومنطوقها: يشجعني على العطف على الفقراء

جدول (١١). يوضح الوزن النسبي والانحراف المعياري للعبارة الخاصة بالمحور الثالث (دور الاعلام الترفيهي في التوعية الاقتصادية).

الانحراف المعياري	الوزن النسبي	درجة الموافقة			العبارة	م
		كبيرة	متوسطة	صغيرة		
٠,٦٧	٢,١٦٤	٢٩٤	٤٤٤	٤٩٤	يعزز لدي ضرورة استثمار الوقت بما هو مفيد.	
٠,٦٧٩	٢,٢١٩	٢٦٧	٤٢٩	٥٣٦	يحثني على التوفير والابتعاد عن الإسراف.	

تابع جدول (١١).

م	العبارة	درجة الموافقة			الانحراف المعياري	الوزن النسبي
		كبيرة	متوسطة	صغيرة		
	ينمي لدى حب الكسب الحلال.	٥١١	٤٦٠	٢٦١	٢,٢٠٣	٠,٦٦
	يشجعني على الاعتماد على الذات بدلاً من التواكل.	٤٩٦	٤٦٧	٢٦٩	٢,١٨٥	٠,٦٥٦
	يحثني على العمل لتحسين مستواي الاقتصادي.	٤٨٧	٥٠٢	٢٤٣	٢,١١٩	٠,٦٣٣
	يعزز لدي ضرورة إشباع حاجاتي المادية بطرق مشروعة.	٦٢٠	٣١٨	٢٩٤	٢,٢٦٥	٠,٧٣٩
	يوجهني نحو استهلاك المنتجات الوطنية بدلاً من الأجنبية.	٥٤٧	٣٩٦	٢٨٩	٢,٢١٠	٠,٧٠١
	يغرس في نفسي ضرورة المحافظة على ثروات الوطن.	٥١٤	٥١٩	١٩٩	٢,٢٥٥	٠,٦٢١
	يوجهني نحو الاقتصاد في الاستهلاك (الماء، الكهرباء، الجوال ...)	٤٨٥	٥١٣	٢٣٤	٢,٢٠٤	٠,٦٢٦
	يزيد من قناعتني بأفضلية الاعتدال في الإنفاق الشخصي.	٤٨٥	٥١٣	٢٣٤	٢,٢٠٤	٠,٦٢٦
	يحثني على بذل المال من أجل خدمة مجتمعي.	٤٨٥	٥١٣	٢٣٤	٢,٢٠٤	٠,٦٢٦
متوسط الوزن النسبي للمحور					٢,٢١	

هذه العبارات مع ما توصلت إليه دراسة (الأغا، ونصار، ٢٠٠٧).
تابع التساؤل الأول: ما دور الإعلام الترفيهي في توعية الشباب سياسياً؟ وللإجابة عن هذا التساؤل، فقد أوضحت نتائج الدراسة أن استجابات أفراد العينة على العبارات (٣٤-٤٢) جاءت بدرجة متوسطة، حيث بلغ متوسط الوزن النسبي للمحور ككل (١٦، ٢)، وتراوح أوزانها النسبية بين (٠، ٢) و(٢٣، ٢). والجدول التالي يوضح الأوزان النسبية لعبارات هذا المحور.

يتضح من الجدول السابق أن استجابات أفراد العينة على عبارات المحور الثالث (دور الإعلام الترفيهي في التوعية الاقتصادية) جاءت بدرجة متوسطة. وكانت أعلى العبارات حسب ترتيب الوزن النسبي هي رقم (٦)، ومنطوقها: يعزز لدي ضرورة إشباع حاجاتي المادية بطرق مشروعة. بينما كانت أقل العبارات حسب ترتيب الوزن النسبي هي رقم (٤)، ومنطوقها: يشجعني على الاعتماد على الذات بدلاً من التواكل. (وتتفق الاستجابة على

جدول (١٢). الوزن النسبي ٤ ٤ والانحراف المعياري للعبارات الخاصة بالمحور الرابع (دور الإعلام الترفيهي في التوعية السياسية).

م	العبارة	درجة الموافقة			الانحراف المعياري	الوزن النسبي
		كبيرة	متوسطة	صغيرة		
	يعزز لدي الشعور بالانتماء للوطن .	٤٢٨	٥٨٨	٢١٦	٢,١٧	٠,٥٧
	يحثني على قبول النقد البناء وأدب الحوار.	٤٨٥	٥١٣	٢٣٤	٢,٢٠٤	٢,٦٢٦
	ينمي لدي الإحساس بقضايا الأمة المختلفة.	٥٢٣	٤٤٢	٢٦٧	٢,٢٠٨	٠,٦٧٢
	يرسخ لدي الشعور بالمسئولية تجاه مجتمعي .	٥٢٣	٤٧٥	٢٣٤	٢,٢٣٥	٠,٦٤٩
	يدعم لدي الاعتزاز بتراث وطني ومقدساته.	٤٩٦	٤٧٣	٢٦٣	٢,١٩	٠,٦٥٢
	يعزز لدي تقبل التعددية الفكرية.	٤٥٥	٤٤٨	٣٢٩	٢,١٠٣	٠,٦٦٢
	يشجعني على العدالة والموضوعية في إصدار الأحكام.	٤٢١	٤٦٢	٣٤٩	٢,٠٥٩	٠,٦٤٣
	يعزز لدي الفكر الناقد لمجريات الأحداث على الأرض.	٤٩٢	٤١٣	٣٢٧	٢,١٣	٠,٦٩١
متوسط الوزن النسبي للمحور					٢,١٦	

وللإجابة عن التساؤل الثاني: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تقدير متوسطات درجات استجابة أفراد عينة الدراسة حول دور الإعلام الترفيهي في توعية الشباب السعودي من وجهة نظرهم تعزى إلى المتغيرات: (الجنس، السن، المنطقة الجغرافية)؟ أوضحت نتائج الدراسة ما يلي:

أولاً: متغير الجنس

أوضحت نتائج الدراسة وجود فروق ذات دلالة بين استجابات أفراد العينة على محاور الاستبانة تبعاً لمتغير الجنس (ذكر / أنثى) لصالح الذكور، والجدول التالي يوضح ذلك:

يتضح من الجدول السابق أن استجابات أفراد العينة على عبارات المحور الرابع (دور الاعلام الترفيهي في التوعية السياسية) جاءت بدرجة متوسطة؛ وكانت أعلى العبارات حسب ترتيب الوزن النسبي هي رقم (٤)، ومنطوقها: ينمي لدي الإحساس بقضايا الأمة المختلفة. بينما كانت أقل العبارات حسب ترتيب الوزن النسبي هي رقم (٧)، ومنطوقها: يشجعني على العدالة والموضوعية في إصدار الأحكام. (وتتفق الاستجابة على هذه العبارات مع ما توصلت إليه دراسة (Abelman,1987)

جدول (١٣). يوضح الفروق بين استجابات أفراد العينة على الاستبانة مجملة وعلى محاورها الفرعية تبعاً لمتغير الجنس (ذكر / أنثى) باستخدام اختبار (ت).

المحاور	النوع	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	القيمة الحرجة
دور الاعلام الترفيهي في التوعية الدينية	ذك	١٠٢٥	٢٦,٧٨	٥,٩١٠٦٧	٥,٣	٠,٠٠٠
	أنثى	٢٠٧	٢٤,٢٦	٧,٣١٤٠١		
دور الاعلام الترفيهي في التوعية الاجتماعية	ذك	١٠٢٥	٢١,٥٧٥	٥,٤١٦٤٨	٣,٧	٠,٦٥٦
	أنثى	٢٠٧	٢٠,٠٠	٥,٧٩٢٥٣		
دور الاعلام الترفيهي في التوعية الاقتصادية	ذك	١٠٢٥	٢٤,٩	٧,١٦٥٨٧	٦,٧٤	٠,١٩٩
	أنثى	٢٠٧	٢١,٢١	٧,٥١٢٨٤		
دور الاعلام الترفيهي في التوعية السياسية	ذك	١٠٢٥	١٧,٤٠	٥,٢٩٠١٢	١,٥	٠,٠٠٠
	أنثى	٢٠٧	١٦,٧٨	٦,٠٢٨٧٤		
المجموع الكلي للاستبانة	ذك	١٠٢٥	٩٠,٦٩	١٩,٤٥٦٧	٥,٤	٠,٠٠٠
	أنثى	٢٠٧	٨٢,٢٦	٢٤,٨٢٣٦		

ثانياً: متغير السن

أوضحت نتائج الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة بين استجابات أفراد العينة على مجموع محاور الاستبانة تبعاً لمتغير السن (١٥- أقل من ٢٠ / ٢٠-٢٥)، والجدول التالي يوضح ذلك:

يتضح من الجدول السابق أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية على عبارات المحور الأول، والرابع بين استجابات أفراد العينة تبعاً لمتغير المؤهل (ذكر / أنثى) لصالح الذكور، كما يتضح أيضاً أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية على عبارات الاستبانة ككل بين استجابات أفراد العينة تبعاً لمتغير الجنس (ذكر / أنثى)، لصالح الذكور.

جدول (١٤). يوضح الفروق بين استجابات أفراد العينة على الاستبانة مجملة وعلى محاورها الفرعية تبعاً لمتغير السن (١٥- أقل من ٢٠ / ٢٠-٢٥) باستخدام اختبار (ت)

المحاور	النوع	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	القيمة الحرجة
دور الاعلام الترفيهي في التوعية	١٥- أقل من ٢٠	٥٨٤	٢٧,٠١٨٨	٦,٣١٣٥٣	٣,٥٤٣	٠,٠٣٧
	٢٥-٢٠	٦٤٨	٢٥,٧٦٣٩	٦,١١١٦٤		
دور الاعلام الترفيهي في التوعية	١٥- أقل من ٢٠	٥٨٤	٢٢,٣٠٤٨	٥,٥٥٥٥٤	٦,٠٩٨	٠,٠٤٠
	٢٥-٢٠	٦٤٨	٢٠,٤١٥١	٥,٣١٧٠٥		
دور الاعلام الترفيهي في التوعية	١٥- أقل من ٢٠	٥٨٤	٢٥,٠٤٧٩	٦,٨٥٥٣٦	٣,٣٧٢	٠,٠٠٠
	٢٥-٢٠	٦٤٨	٢٣,٦٣٨٩	٧,٧٢١٥٣		
دور الاعلام الترفيهي في التوعية	١٥- أقل من ٢٠	٥٨٤	١٨,٢٩٤٥	٤,٩٣٥٤٩	٦,١٩٠	٠,٠٠٣
	٢٥-٢٠	٥٤٨	١٦,٤٠٧٤	٥,٦٨٥٨٠		
المجموع الكلي للاستبانة	١٥- أقل من ٢٠	٥٨٤	٩٢,٦٦٦١	٢٠,١٩٢٨	٥,٥٢١	٠,٦٠١
	٢٥-٢٠	٦٤٨	٨٦,٢٢٥٣	٢٠,٦٦٨١		

أوضحت نتائج الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة بين استجابات أفراد العينة على مجموع محاور الاستبانة تبعاً لمتغير المنطقة الجغرافية (الوسطى، الغربية، الشرقية، الجنوبية، الشمالية)، والجدول التالي يوضح ذلك:

يتضح من الجدول السابق أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية على عبارات المحور الأول والثاني والثالث والرابع بين استجابات أفراد العينة تبعاً لمتغير السن (١٥- أقل من ٢٠ / ٢٠-٢٥) لصالح الحاصلين على (١٥- أقل من ٢٠).

ثانياً: متغير المنطقة الجغرافية

جدول (١٥). يوضح الفروق بين استجابات أفراد العينة على الاستبانة مجملة ومحاورها الفرعية تبعاً لمتغير المنطقة الجغرافية (الوسطى، الغربية، الشرقية، الجنوبية، الشمالية) باستخدام اختبار (ف).

المحاور	القسم	مربع المتوسطات	درجات	قيمة (ف)	القيمة الحرجة
دور الاعلام الترفيهي في التوعية الدينية	بين المجموعات	٢٨٦,٣٦٨	٤	٧,٥١٧	٠,٠٠٠
	داخل المجموعات	٣٨,٠٩٦	١٢٢٧		
	المجموع الكلي		١٢٣١		
دور الاعلام الترفيهي في التوعية الاجتماعية	بين المجموعات	١١٥,٨٩١	٤	٣,٨٥٢	٠,٠٠٤
	داخل المجموعات	٣٠,٠٨٨	١٢٢٧		
	المجموع الكلي		١٢٣١		
دور الاعلام الترفيهي في التوعية الاقتصادية	بين المجموعات	٢١٧,٥٢٣	٤	٤,٠٦٢	٠,٠٠٣
	داخل المجموعات	٥٣,٥٥٧	١٢٢٧		
	المجموع الكلي		١٢٣١		

تابع جدول (١٥).

المحاور	القسم	م مع المتحسسات	درجات	قيمة (ف)	القيمة الحرة
دور الاعلام الترفيهي في التوعية السياسية	بين المجموعات	٨٤, ١٩٨	٤	٢, ٨٨٠	٠, ٠٢٢
	داخل المجموعات	٢٩, ٢٣٨	١٢٢٧		
	المجموع الكلي		١٢٣١		
المجموع الكلي للاستبانة	بين المجموعات	٩٣٥, ٠٣٨	٤	٢, ١٩٣	٠, ٠٦٨
	داخل المجموعات	٤٢٦, ٣٢٧	١٢٢٧		
	المجموع الكلي		١٢٣١		

في المجال الديني بدرجة متوسطة خاصة وأن الاعلام يدعمهم في أنه يجب إلى نفوسهم التواضع وحب المتواضعين.

٣- أفادت عينة الدراسة بأنهم موافقين على دور الاعلام في المجال الاجتماعي بدرجة متوسطة خاصة في أنه يشجع على العطف على الفقراء والمحتاجين.

٤- أفادت عينة الدراسة بأنهم موافقين على دور الاعلام في المجال الاقتصادي بدرجة متوسطة خاصة في أنه يعزز لدى الشاب ضرورة إشباع حاجاتي المادية بطرق مشروعة.

٥- أفادت عينة الدراسة بأنهم موافقين على دور الاعلام الترفيهي في المجال السياسي بدرجة متوسطة خاصة أنه يرسخ لدى الشباب الشعور بالمسؤولية تجاه مجتمعه.

٦- توجد فروق ذات دلالة إحصائية على عبارات المحور الأول والرابع بين استجابات أفراد العينة تبعاً لمتغير المؤهل (ذكر/ أنثى) لصالح الذكور.

٧- توجد فروق ذات دلالة إحصائية على عبارات الاستبانة ككل بين استجابات أفراد العينة تبعاً لمتغير الجنس (ذكر/ أنثى)، لصالح الذكور.

٨- عدم وجود فروق ذات دلالة بين استجابات أفراد العينة على مجموع محاور الاستبانة تبعاً لمتغير السن (١٥- أقل من ٢٠ / ٢٠-٢٥).

٩- توجد فروق ذات دلالة إحصائية على عبارات المحور الأول والثاني والثالث والرابع بين استجابات أفراد

يتضح من الجدول السابق وجود فروق دالة إحصائياً بين استجابات أفراد العينة عند مستوى دلالة (٠, ٠٥) تبعاً لمتغير المنطقة الجغرافية للمحور الاول والثالث على محاور الاستبانة لصالح المنطقة الشمالية، والجدول التالي يوضح هذه الفروق:

جدول (١٦). اختبار شيفيه لدلالة الفروق بين المجموعات حسب متغير المنطقة الجغرافية.

المحور	المتغير	الجنوبية	الشمالية
دور الاعلام الترفيهي في التوعية الدينية	الوسطى		٠, ٥١٢٢٨
	الشمالية	٠, ٦٧٥٣٩	
دور الاعلام الترفيهي في التوعية الاقتصادية	الوسطى		
	الغربية		
	الشرقية		
	الجنوبية		
	الشمالية	٠, ١٥٧٢	

ثالثاً: أهم نتائج الدراسة الميدانية: أسفرت الدراسة الميدانية عن نتائج عديدة، أهمها ما يلي:

١- أن استجابات أفراد العينة على الاستبانة مجملتها وعلى محاورها الاربعة جاءت بدرجة متوسطة.

٢- أفادت عينة الدراسة بأنهم موافقين على دور الاعلام

٥- رفع نسبة البرامج الدينية الهادفة التي تلمس مشاكل الشباب، وتدفعهم نحو التوعية الاجتماعية، المستمد من الأصول الشرعية وذلك كمحاولة لمواجهة تغيرات العصر والغزو الفكري والانعكاسات السلبية للعولمة.

٦- ضرورة تقييم البرامج الإعلامية (استماع، قراءة، مشاهدة) من قبل الشباب، ليتم التعرف إلى احتياجاتهم، والأساليب التي تتناغم والحياة التي يعيشونها.

المراجع

أولاً: المراجع العربي

أبو شنب، حسين (٢٠٠١): الإعلام الفلسطيني تجاربه وتحدياته، مكتبة القادسية، خان يونس، فلسطين، ص ٣.

الأغا، صهيب ونصار، عبد السلام (٢٠٠٧): دور الوسائط الإعلامية الفلسطينية في تدعيم القيم لدى المراهقين بمحافظة غزة، مجلة الجامعة الإسلامية، المجلد ١٦، العدد الأول، ص ٦٣٣-٦٨٢.

جابر، سامية محمد (١٩٧٩): الفكر الاجتماعي - نشأته واتجاهاته وقضاياها، دار العلوم العربية، بيروت.

جورج لارين، (٢٠٠٢)، الإيديولوجيا والهوية الثقافية الحداثية وحضور العالم الثالث، الطبعة الأولى، ترجمة فريال حسن خليفة، القاهرة، منشورات مكتبة مدبولي ص ٢٧.

الحمود، مشاري وآخرون (٢٠٠٧) اتجاهات الشباب الخليجي نحو وسائل الاعلام، منتدى التنمية الخليجي ٧ فبراير ٢٠٠٧، مجلة البيان، الإمارات، عدد رقم ١٨٩.

الخطيب، عامر وحمد، إبراهيم (٢٠٠٠): دور الوسائط الإعلامية في تدعيم قيم التربية السياسية لدى طلبة جامعة الأزهر بغزة، مجلة البحوث والدراسات التربوية الفلسطينية (بيرسا)، العدد ٣، ص ١٦١-٢٠٤.

العينة تبعاً لمتغير السن (١٥- أقل من ٢٠ / ٢٠-٢٥) لصالح الحاصلين على (١٥- أقل من ٢٠).

١٠- عدم وجود فروق ذات دلالة بين استجابات أفراد العينة على مجموع محاور الاستبانة تبعاً لمتغير المنطقة الجغرافية (الوسطى، الغربية، الشرقية، الجنوبية، الشمالية).

١١- وجود فروق دالة إحصائية بين استجابات أفراد العينة عند مستوى دلالة (٠,٠٥) تبعاً لمتغير المنطقة الجغرافية للمحور الأول والثالث على محاور الاستبانة لصالح المنطقة الشمالية.

رابعاً: التوصيات

١- تصميم برامج تدريبية للعاملين في مجال الاعلام الترفيهي لتنميتهم مهنيًا، ومن ثم إعداد دورات تأهيلية حول خصائص المراحل العمرية لجميع العاملين في البرامج الإعلام، ليكونوا على علم باحتياجات العمل، مع رفع مستواهم الفني والمهني.

١- إقامة منبر فكري يهتم بشؤون الفكر والعلم وتعالج فيه القضايا المنبثقة عن القضية المركزية يكون هدفه تعبئة المثقفين حول بلورة ثقافة أصيلة ومعاصرة، ويعزز الرباط الفكري والمعنوي بين الشباب بشكل خاص، ويعمل على تعرية كل الطروحات التي تهدد البناء الاجتماعي.

٢- سن القوانين التي تحمي الشباب من العنف الترفيهي، وضرورة التنسيق بين السلطة التشريعية والمؤسسات الإعلامية، مثل حماية الشباب من المواقع الإباحية عبر الانترنت والقنوات الفضائية، مع توفير البديل.

٣- ضرورة محو الأمية الإعلامية لدى الشباب من خلال زيادة التقارب بين الإعلام والتعليم والدين، بحيث لا يعتمد الإعلام على التكرار وإنما الإبداع والتجديد.

٤- ضرورة مواكبة الظروف والمناسبات عند بث الرسائل الإعلامية حتى يكون لها الأثر على نفوس الشباب، مع ضرورة الحفاظ على الهوية والتراث السعودي.

معوض، محمد (١٤٢٠هـ)، الأب الثالث والأطفال الاتجاهات الحديثة لتأثيرات التلفزيون على الأطفال، دار الكتاب الحديث، الكويت، الطبعة الأولى، ص ٢١، ٣٨، ٢٧.

ياسين خضر البياتي (٢٠١٠)، الفضائيات، الثقافة الوافدة وسلطة الصورة، مجلة البحوث الاعمية العدد ٢٦، السنة ٩، مركز البحوث والتوثيق الاعلامي والثقافي، بنغازي، ليبيا.

ثانيا: المراجع الاجنبية

Abelman, Robert. (1987): *Religious television uses and gratifications*, *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, Vol.31, No.3, Pp293-307

Amanda Lenhart, (2015), *Teens, Social Media & Technology*, pew research center, Internet & Technology, April 9, 2015.

Behm-Morawitz E, Ortiz M. Race (2013), *ethnicity, and the media*. In: *Dill KE*, ed. *Oxford Handbook of Media Psychology*. New York, NY : Oxford University Press ; 2013:252-264

Christakis DA, Moreno MA (2009). *Trapped in the net: will internet addiction become a 21st-century epidemic?* *Arch Pediatr Adolesc Med*. 2009; 163 (10): 959-960 pmid: 19805719.

Draucker CB, Martsof DS, *The role of electronic communication technology in adolescent dating violence*. *J Child Adolesc Psychiatr Nurs*. 2010; 23(3):133-142pmid:20796096.

Evelyn Chang, David Stamps, (2017), *Characterization of Teen SNS Usage in Entertainment Media*, 7 IEEE International Conference on Consumer Electronics.

Milkie A. Melissa (2010), *"Mass Media and Gender in the Adolescent peer Group"*. *Journal of Contemporary* Vol. 23. No. 3 October. pp. 354-380.

Rebecca L. Collins, (2017) , *Sexual Media and Childhood Well-being and Health*, *American Academy of Pediatrics*, Published online November 01, 2017, Lenhart A; Pew Research Center.Teens

Scharrer EL (2013). *Representations of gender in the media*. In: *Dill KE*, ed. *Oxford Handbook of Media Psychology*. New York, NY: Oxford University Press; 2013:267-284

Social media & technology overview, (2015).report: Available at: www.pewinternet.org/files/2015/04/PI_Teensand_Tech_Update_2015_0409151.pdf. Accessed November 3, 2017.

ربيعه علاونة واخرون (٢٠٠٩م)، مجلة "العربي الصغير" بين الترفيه والتثقيف دراسة ميدانية تحليلية، مجلة دراسات نفسية وتربوية - جامعة قاصدي مرباح - الجزائر، العدد الثاني، يونيو 2009 م، ٦٨-٩٧.

الساعاتي، حسن (١٩٨٢): *علم الاجتماع القانوني*، دار نشر الثقافة الجامعية، الإسكندرية.

سلوى العدل، (٢٠١١م) *دور الإعلام في تنمية الأسرة العربية في ظل شبكة الانترنت*، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 2011م، ١-٤٦.

عبد الرحمن، عواطف (١٩٩٧): *قضايا إعلامية معاصرة في الوطن العربي*، دار الفكر العربي، القاهرة، ص ٧٣.

عثمان، سيد أحمد (٢٠٠٢): *علم النفس الاجتماعي (التطبيع الاجتماعي، المسايرة والمغايرة)*، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة.

علي، نبيل (٢٠٠١): *ثقافة الإعلام لعبة القوى الاجتماعية من منظور عربي معلوماتي*، موسوعة عالم المعرفة، الكويت.

عليوة، السيد (١٩٩٠): *إستراتيجية الإعلام العربي*، الهيئة العامة للكتاب، القاهرة.

فاروق عمر علي، وسائل الاتصال الحديثة والرأي العام، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الإعلام، ٢٠٠٤.

كامل، أحمد (١٩٨١): *الإعلام العربي المعاصر - مفهومه ورسالته وقضاياها*، مكتبة المكتبة، أبو ظبي، الإمارات العربية المتحدة.

كلية المعلمين بالدمام (١٤١٢هـ) *آثار مشاهدة التلفزيون على تنمية عادة القراءة عند طلاب وطالبات المرحلة الابتدائية*، الطبعة الأولى، ص ٧، ٦٣.

مجلة القافلة (٢٠١٧) <http://qafilah.com/ar>

مجلة المعرفة، عدد ٣٧، ربيع الآخر، ١٤١٧هـ، ص ٧٨.

مصطفى، طلال (٢٠٠٢): *أبحاث في علم الاجتماع (نظريات ونقد)*، دار هادي، دمشق.