

# Journal of King Abdulaziz University: Arts and Humanities

---

Volume 33 | Issue 2

Article 6

---

4-30-2025

## Saudi University Youth Exposure to Cinematic Films and Satisfactions Achieved through Digital Platforms -by applied to students at King Abdulaziz University

Mohammed Bakri El-Shakh

*Audiovisual Production Department Faculty of Communication and Media, King Abdulaziz University,  
mbelshakh@kau.edu.sa*

Follow this and additional works at: <https://kauj.researchcommons.org/jah>



Part of the Arts and Humanities Commons

---

### Recommended Citation

El-Shakh, Mohammed Bakri (2025) "Saudi University Youth Exposure to Cinematic Films and Satisfactions Achieved through Digital Platforms -by applied to students at King Abdulaziz University," *Journal of King Abdulaziz University: Arts and Humanities*: Vol. 33: Iss. 2, Article 6.  
DOI: <https://doi.org/10.64064/1658-4295.1005>

This Article is brought to you for free and open access by King Abdulaziz University Journals. It has been accepted for inclusion in Journal of King Abdulaziz University: Arts and Humanities by an authorized editor of King Abdulaziz University Journals.

## عرض الشباب الجامعي للأفلام السينمائية والإشاعات المتحققة عبر المنصات الرقمية - بالتطبيق على طلاب جامعة الملك عبد العزيز

محمد بكري الشيخ

أستاذ مشارك، قسم الإنتاج المرئي والسموعي، كلية الاتصال والإعلام

جامعة الملك عبد العزيز، المملكة العربية السعودية

[mbelshakh@kau.edu.sa](mailto:mbelshakh@kau.edu.sa)

### المستخلص:

تهدف هذه الدراسة التعرف إلى دوافع تعرض الشباب الجامعي السعودي للأفلام السينمائية والإشاعات المتحققة عبر المنصات الرقمية، واستخدم الباحث المنهج الوصفي وأداة الاستبانة بالتطبيق على عينة بلغت (٩٢) طالباً من طلاب جامعة الملك عبد العزيز،

وخلصت الدراسة إلى العديد من النتائج أبرزها: أن دوافع تعرض الشباب السعودي الجامعي لمشاهدة الأفلام السينمائية عبر المنصات الرقمية تمثلت في التسلية بنسبة بلغت ٩٨% وجوهات منصة نتفيلكيس في المرتبة الأولى من حيث المنصات المفضلة لمشاهدة تلتها يوتيوب، ثم منصة شاهد نت، وأن هناك العديد من الإشاعات المتحققة لهم من مشاهدة الأفلام السينمائية في مقدمتها التسلية تلتها قضاء وقت الفراغ ثم اكتساب معلومات جديدة، فيما أظهرت نتائج الدراسة أنه ليست هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية بين الشباب السعودي الجامعي في مستوى مشاهدة الأفلام السينمائية عبر المنصات الرقمية لاختلاف الجنس، كما كشفت النتائج عن عدم وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين الدخل الشهري لعينة الدراسة ومستوى مشاهدته للأفلام السينمائية ومستوى الإشاعات المتحقق.

**الكلمات المفتاحية:** التعرض، الشباب الجامعي، الأفلام السينمائية، الإشاعات، المنصات الرقمية

### المقدمة

أحدثت منصات البث الرقمي تغييرات جذرية في مشاهدة الأفلام السينمائية وسط المستخدمين، حيث تُعد السينما فناً تعبيرياً عن ثقافة وهوية، وتؤدي وظائف مهمة للمجتمع والدولة بما تتمتع به من حشد وتشويق لتوصيل المعاني والأفكار، عبر المنصات الإلكترونية والتي فضلها الجمهور خاصة الشباب على صالات عرض السينما.

وتصدرت منصة نيتيفيلكس في الربع الأول من العام ٢٠٢٣ المنصات الرقمية العالمية وبلغ مشتركيها ٢٣٢,٥ مليون مشترك في جميع أنحاء العالم بزيادة بلغت ١,٧٥ مليون مشترك مقارنة بالربع الأول في العام ٢٠٢٢، وذلك في منطقة أوروبا والشرق الأوسط وأفريقيا ويمثلون أكثر من ٧٧ مليون من إجمالي قاعدة مشتركي نيتيفيلكس العالمية.

وكشفت دراسة مسحية لهيئة الاتصالات والفضاء والتكنولوجيا السعودية شملت سوق منصات المحتوى الرقمي للفيديو والصوت والألعاب والإعلانات بالمملكة للعام ٢٠٢٢، أن متوسط الوقت اليومي المستغرق لمشاهدة منصات الفيديو الرقمي بلغ ١,٥٥ ساعة، وأن ٩٩,٩% من الأفراد يشاهدون مقاطع الفيديو القصيرة، و٨٩,٨% من الأفراد يقومون بمشاركة، و٧٨,٨% يشاهدون الأفلام والمسلسلات عبر الإنترنت. ورغم تقديم صناعة الأفلام السينمائية وانتشار صالات العرض وتميزها في العديد من دول العالم، إلا أن صناعة السينما في الدول العربية لا تزال متأخرة لم تواكب التطور على مستوى صالات أو الأفلام المعروضة، في الوقت الذي صدرت فيه خلال السنوات الماضية تصاريق لصالات العرض السينمائي وبدأ العمل بها في المملكة العربية السعودية، وأن هناك توجه من الجمهور نحوها والتعرف على إمكانياتها ومتابعه من أفلام.

**أهمية الدراسة:** تكمن أهمية هذه الدراسة في النقاط التالية :

- تزايد الاعتماد على المنصات الرقمية لمشاهدة الأفلام السينمائية عبر الأجهزة الذكية.
- معرفة واقع استخدامات المنصات الرقمية مدفوعة القيمة وسط الشباب الجامعي.
- معرفة تأثير المضارعين التي تبثها المنصات الرقمية العربية والأجنبية، على سلوكيات الشباب الجامعي وتلبية احتياجات المشتركين.

**مشكلة الدراسة:** استحوذت المنصات الرقمية على اهتمامات الشباب السعودي لمشاهدة الأفلام السينمائية، فيما ساهم انتشار الهواتف والشاشات الذكية في ظهور تلك المنصات التي فضلها على دور السينما. تتركز مشكلة الدراسة وتتحدد في التعرف على دوافع تعرض الشباب الجامعي السعودي للأفلام السينمائية والإشاعات المتحققة عبر المنصات الرقمية. وتتبلور في السؤال الرئيسي التالي: ما مدي تعرض الشباب الجامعي السعودي للأفلام السينمائية والإشاعات المتحققة عبر المنصات الرقمية؟

والإجابة على النسأول الرئيس يتطلب الإجابة على التساؤلات الفرعية التالية:

- ما مدي تعرض الشباب الجامعي السعودي للأفلام السينمائية عبر المنصات الرقمية؟
- ما المنصات المفضلة لمشاهدة الأفلام السينمائية لدى الشباب الجامعي السعودي؟

-ما دوافع تعرض الشباب الجامعي السعودي للأفلام السينمائية عبر المنصات الرقمية؟

- ما الإشعارات المتحققة من تعرض الشباب الجامعي للأفلام السينمائية في المنصات الرقمية؟

### فروض الدراسة:

**الفرضية الأولى:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين ومشاهدة الأفلام السينمائية على المنصات الرقمية حسب النوع.

**الفرضية الثانية:** توجد علاقة ارتباطية بين مستوى مشاهدة المبحوثين للأفلام السينمائية والإشعارات المتحققة على المنصات الرقمية حسب الدخل.

**أهداف الدراسة:** وتهدف هذه الدراسة لتحقيق الأهداف التالية:

- الكشف عن مدى اعتماد الشباب الجامعي على المنصات الرقمية لمشاهدة الأفلام السينمائية.

- التعرف على دوافع الشباب الجامعي السعودي لمشاهدة الأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية.

- تصنيف نوعية الأفلام السينمائية التي يفضلها الشباب الجامعي بالمنصات الرقمية.

- رصد الإشعارات المتحققة من تعرض الشباب الجامعي للأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية.

**تحديد مفاهيم الدراسة:** وتعتبر إحدى الخطوات المهمة التي يحتاجها الباحث في دراسته، بهدف الاتفاق على المحددات الاصطلاحية والإجرائية، وستركز الدراسة على المفاهيم التالية:

**العرض:** اصطلاحاً هو استقبال الجمهور للرسالة الاتصالية بواسطة الوسيلة الجماهيرية، ويرتبط العرض بمعايير منها ما يتعلق بشكل الرسالة ومضمونها، أو يتعلق بالوسيلة وطبيعتها.

**إما إجرائياً:** ويقصد به الباحث في الدراسة رغبة المتلقى في مشاهدة مضامين معينة تتفق مع ميله **الشباب الجامعي:** اصطلاحاً هو الفئة العمرية من ١٤-٢١ سنة، والمرحلة الجامعية هي الفترة التي يدرس فيها الطالب في مرحلة البكالوريوس أو الدراسات العليا.

**إما إجرائياً:** ويقصد به الباحث الإناث والذكور بالمرحلة الجامعية التي تتراوح أعمارهم ١٦-٣٥ سنة.

**الفيلم السينمائي:** اصطلاحاً هو مجموعة من المشاهد المchorة المتسلسلة، تتناول قصة أو أحداثاً معينة حسب موضوعه والظروف التي تحيط به، ويعرض في دور العرض.

**إما إجرائياً:** ويقصد به الباحث الأفلام العربية والأجنبية التي يشاهدها الشباب في المنصات الرقمية. **المنصات الرقمية:** اصطلاحاً: هي منصات إلكترونية تسمح بعرض أشكال متعددة، من المواد المرئية التي ينتجهها التلفزيون، بجانب التي أنتجت خصيصاً لتلك المنصات.

إما إجرائياً: ويقصد بها الباحث المواقع والقنوات الإلكترونية والتطبيقات التي تعتمد على الحاسوب أو الجوال أو غيره من أجهزة العرض التي تقدم الخدمات التفاعلية والأفلام السينمائية .

الإشاعات: أصطلاحاً هي بلوغ هدف، والإشاع في نظرية التحليل النفسي هي التخلص من التوتر. إما إجرائياً: يقصد بها ما يتحقق المحتوى من استجابات لحاجة الفرد أو الجماعة.

الدراسات السابقة: تناولت العديد من الدراسات موضوع تعرض الشباب الجامعي للأفلام السينمائية والإشاعات المتحققة عبر المنصات الرقمية واختار الباحث منها الدراسات التالية:

(١) دراسة حيدر، فيصل (٢٠٢٢): كشفت هذه الدراسة التي جاءت بعنوان " توظيف السينوغرافيا في بناء المكان السينمائي " كيفية توظيف السينوغرافيا في المكان السينمائي وتوظيفها مع الصورة، وخلصت الدراسة التي استخدم الباحث فيها المنهج الوصفي لنتائج عديدة منها: إن السينوغرافيا توضح الإحساس بواقعية المكان، وإظهار أماكن ليس لها وجود حقيقي.

(٢) دراسة عباس، نهي (٢٠٢١٩) : جاءت الدراسة بعنوان " استخدامات الجمهور العراقي للموقع التلفزيوني والسينمائية الرقمية " وهدفت التعرف إلى علاقة الجمهور بهذه المنصات وعادات استخدام وأسباب التفاعل، وخلصت الباحثة التي استخدمت المنهج الوصفي لمجموعة من النتائج أبرزها: ارتفاع نسبة التعرض لمشاهدة الأفلام السينمائية والمسلسلات التلفزيونية عبر المنصات الرقمية، التي جاءت أبرزها شاهد، تليها سينماتي ، ثم نتفيلكس، وتفضيل الهاتف الذكي عند المشاهدة.

(٣) دراسة صالح، أسمى (٢٠٢١): جاءت الدراسة بعنوان " عادات تعرض الشباب للأفلام السينمائية في عصر التقنيات الرقمية، وخلصت الباحثة التي استخدمت المنهج الوصفي بهدف التعرف على عادات الشباب لدى التعرض للأفلام السينمائية، وتأثير التقنيات الحديثة، على أنماط التعرض وصناعة السينما إلى العديد من النتائج أبرزها: أن غالبية أفراد عينة الدراسة يفضلون الأفلام ، خاصة أفلام الإثارة (الاكشن) والأفلام الأجنبية من إنتاج هوليوود.(3D بتقنية الأبعاد الثلاثية).

(٤) دراسة السلطان، عائشة (٢٠٢٠): تناولت الدراسة موضوع "معالجة الأفلام السينمائية السعودية للقضايا المجتمعية " وخلصت الباحثة التي استخدمت المنهج التحليلي بالتطبيق على عينة من الأفلام القصيرة المشاركة في مهرجان الثقافة (٢٠٢٠) إلى مجموعة من النتائج أبرزها: التأكيد على دور السينما في معالجة القضايا التي تواجه المجتمع السعودي.

(٥) دراسة حيدو ، نجيب (٢٠١٧) : جاءت الدراسة بعنوان " توظيف السينما الأمريكية للتقنية في إرساء العولمة في الفيلم السينمائي ، وهدفت التعرف على دور التقنية والعلومة في نشر المنجز ، وعلاقة التقنية

بتجسيد المعالجات السينمائية لتوضيح البناء الصوري والفكرة والعلومة، وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها: إن التقنيات الحديثة فتحت آفاقاً للخيال العلمي لدى الكاتب والمخرج، وإنها أسهمت في تعزيز عنصري الإثارة والإبهار للمشاهد.

**التعليق على الدراسات السابقة:** أفادت الدراسات السابقة في توجيه الباحث نحو تحديد الأطر المعرفية، و تحديد المشكلة البحثية، وتحديد المداخل النظرية المناسبة، بجانب تحديد المنهج المناسب و اختيار العينة للدراسة الحالية المتمثلة في الشباب الجامعي السعودي حول تعرضه للأفلام السينمائية والإشباعات المتحققة عبر المنصات الرقمية، واتفقت الدراسات السابقة والحالية حول توفير معلومات حول معالجة السينما لقضايا المجتمع السعودي والمجتمعات الأخرى، والتعرف على تأثير التقنيات على أنماط التعرض وعلى صناعة السينما، وفي استخدام المنهج الوصفي، فيما اختلفت الدراسة الحالية عن السابقة في تحديد و اختيار عينة الدراسة.

#### **منهجية الدراسة:**

**منهج الدراسة:** اعتمدت هذه الدراسة بشكل رئيس على المنهج الوصفي، حيث يستهدف هذا المنهج وصف الظاهرة و دراستها على أرض الواقع وأشار (العاوzi، ٢٠٠٨) أن المنهج الوصفي يستهدف الظاهرة و يحلل ويفسر ويقارن ويدرس العلاقات بين متغيرات الدراسة، وذلك من أجل الوصول إلى استنتاجات يمكن تعميمها.

**مجتمع الدراسة:** يتمثل مجتمع البحث في الدراسة الحالية في الشباب الجامعي السعودي بجامعة الملك عبد العزيز الذين يشاهدون الأفلام السينمائية عبر المنصات الرقمية، بالتطبيق على طلاب كلية الاتصال والإعلام بالجامعة البالغ عددهم ١٦٧ طالباً، وبالتالي فإن عينة الدراسة تقع في إطار العينات الاحتمالية.

**عينة الدراسة:** بما أن حجم مجتمع الدراسة الحالية معلوماً حيث يبلغ (١٦٧ طالباً)، فقد استخدم الباحث أسلوب العينة العشوائية البسيطة، وهي إحدى أنواع العينات الاحتمالية، وذلك من أجل الوصول إلى العدد المناسب من الشباب الجامعي الذي يمثل مجتمع الدراسة تمثيلاً صادقاً من خلال الأسلوب غير المباشر بتوزيع أداة الدراسة باستخدام نموذج قوقل درايف (www, google drive)، واستطاع الباحث الحصول على استجابات من ١٠٠ مستجيب وبعد مراجعة البيانات تم حذف عدد ٨ استبيانات وذلك لعدم اكتمال البيانات. وبالتالي أصبح العدد الصالح للتحليل ٩٢ استبانة.

### الإطار النظري للدراسة:

**النظريات المفسرة للدراسة:** تُعد نظرية الاستخدامات والإشباعات مدخلاً نظرياً ملائماً، لدراسة تعرض الشباب الجامعي السعودي لمشاهدة للأفلام السينمائية والإشباعات المتحققة عبر المنصات الرقمية، في ظل ما تؤكد النظرية على مفاهيم المشاهدة عبر جمهور يتحكم بما يشاهده، خاصة وأن الفيلم السينمائي يتناول القضايا التي تهم المجتمع والأفراد ويسهم في إشباع احتياجات المشاهدين

ولقد تطورت فروض النظرية على ما يزيد عن خمسين عاماً، ليكون إطار عمل لفهم دوافع استخدام الجمهور للتلفزيون والصحف والراديو والإنترنت والسينما وأجهزة الحاسوب، أذ استطاع الباحثون شرح دوافع الأشخاص في استخدام الوسائل الإعلامية، المختلفة وسلوكهم في (Shim&Kim ٢٠١٨) اختيار المحتوى، وتركز النظرية على الجمهور النشط من مستخدمي الوسائل الإعلامية، بهدف إشباع احتياجاتهم، حيث تعد المشاهدة بمثابة سلوك إعلامي يمزج بين الثقافة والتكنولوجيا وتقديم أفضل دوافع لمشاهدة المفرطة للأفراد. وبالرغم من انتقادات وجهت للنظرية بسبب افتقادها إلى القوة التنبؤية والتماسك، إلا إنه ستظل إحدى نقاط القوة فيها قدرتها على التطور عبر اسهامات الباحثين باستمرار، بإضافة أحدث الدوافع والأصول الاجتماعية والنفسية والتكنولوجية ومكانية اختبارها (Kun &Steiner ٢٠١٨) لمختلف الوسائل الإعلامية

### الإجراءات المنهجية:

**أداة الدراسة:** تم استخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات الأولية وتغطى أهداف وتساؤلات الدراسة. و أشار الذين (٢٠٠٩) أن استخدام أسلوب الاستبانة يتميز في "انه يجعل شخصية الباحث مجهولة ويتاح للمبحوث الإجابة باطمئنان على الأسئلة الحساسة والخاصة وبكل شفافية.

**مؤشرات الصدق والثبات لأداة الدراسة:** تم التحقق من صدق أداة الدراسة من خلال تطبيقها على عينة استطلاعية حجمها (٣٠) وذلك بغرض قياس مؤشرات صدقها وثباتها بتطبيق الأساليب الإحصائية المناسبة والتي تمثلت في قياس الاتساق الداخلي للأداة (الثبات) بقياس معامل ألفا كرونباخ كما هو مبين بالجدول رقم(١)، بينما تم استخدام معامل الارتباط بيرسون وذلك لقياس مؤشرات الصدق من خلال قياس درجة ارتباط كل فقرة مع المحور الذي تتنمي إليه كما هو مبين بالجدول رقم(٢) .

<sup>١</sup> صدق المحكمون \*

---

\* المحكمون

أ.د مبارك بن واصل الحازمي، أستاذ الإعلام، كلية الاتصال والإعلام، جامعة الملك عبد العزيز

من أجل التتحقق من صدق أداة الدراسة (الاستبانة) وإمكانية الاعتماد عليها بفرض الحصول على البيانات الأولية من أفراد العينة المستهدفين بالدراسة (Primary Data).

تم عرض الاستمار على نخبة من أساتذة الإعلام والبحث العلمي، حيث أبدى السادة المحكمون ملاحظاتهم وتم وضع ذلك في الاعتبار وجرى التعديل وفق التوجيهات.

**الصدق البنائي:** يتمثل الصدق البنائي في صدق الاتساق الداخلي ويهدف إلى قياس درجة ارتباط كل فقرة من فقرات الاستبانة مع الدرجة الكلية للمحور الذي تنتهي ولتحقق من مؤشرات الصدق لأداة الدراسة الحالية تم حساب قيم معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة مع الدرجة الكلية للمحور الذي تنتهي إليه من خلال تطبيق الاستبانة على عينة الدراسة استطلاعية بلغ حجمها (٣٢) فردا، ولقد جاءت النتائج، كما هو مبين بالجدول (١):

جدول رقم (١) معاملات الارتباط بين درجة كل فقرة من فقرات الاستبانة مع الدرجة الكلية للمحور الذي تنتهي إليه

معامل الارتباط	رقم الفقرة						
٠,٦٦٣**	١٩	٠,٥١٨**	١٣	٠,٥٩٥**	٧	٠,٤٩٣**	١
٠,٧٦٦**	٢٠	٠,٥٣٠**	١٤	٠,٦٣٨**	٨	٠,٥٩٩**	٢
٠,٤٢٢*	٢١	٠,٥٦١**	١٥	٠,٦٤٢**	٩	٠,٤٨٤**	٣
٠,٥٨٢**	٢٢	٠,٣٩٢**	١٦	٠,٥٧٣**	١٠	٠,٦٨٥**	٤
		٠,٥٦٨*	١٧	٠,٦٧٨**	١١	٠,٥١٧**	٥
		٠,٥٦٩**	١٨	٠,٧١٨**	١٢	٠,٦٢٣**	٦

\* تشير إلى أن معاملات الارتباط دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية (٠,٠١).

ويتضح من النتائج بالجدول رقم (١) أن درجة كل فقرة من فقرات محاور أداة الدراسة ترتبط على نحو دال إحصائياً مع الدرجة الكلية للمحور الذي تنتهي إليه. وهذا يعني أن كل فقرة من فقرات الاستبانة تتحقق أهداف القياس المرجوة. وبالتالي فإن الاستبانة الحالية تتمتع بدرجة عالية من المصداقية، كما يتضح أن قيم معاملات الارتباط لفقرات الاستبانة تراوحت ما بين (٠,٣٩٠ - ٠,٧٦٦) وجميع هذه القيم دالة إحصائياً.

أ/ نادية إبراهيم أحمد، أستاذ الإعلام، كلية الإعلام، جامعة أم درمان الإسلامية

د/ عبد الكريم أحمد قرني، أستاذ الإعلام المشارك، كلية الآداب، جامعة بحري

د/ إبراء أحمد التجاني أستاذ الإعلام المشارك، كلية الاتصال والإعلام، جامعة الملك عبد العزيز

**ثبات أداة الدراسة:** تم التحقق من الثبات الكلى لأداة الدراسة ومحاورها، كما هو مبين بالجدول رقم (٢) حيث تبين أن قيمة معامل ألفا كرو نباخ للثبات الكلى بلغت (٠,٨٦٠). وبالتالي نستنتج من ذلك أن أداة الدراسة قد حفظت درجة عالية من الثبات، وهذا يبين مدى سلامة إجراءات بناء فقرات أداة الدراسة وملائمتها لجمع البيانات المطلوبة لتحقيق أهداف الدراسة. كما تراوحت قيم الثبات لمحاور ما بين (٠,٦٩٣ - ٠,٨٠٩) وهذا يبين أن جميع محاور الاستبيان تحقق درجة عالية من الثبات والاعتمادية.

جدول رقم (٢) معاملات الثبات الكلى وثبات المحاور لأداة الدراسة

معامل ألفا كرونباخ	عدد الفقرات	المحاور
٠,٨٠٩	١٢	المحور الأول: دوافع تعرض الشباب السعودي الجامعي لمشاهدة الأفلام السينمائية عبر المنصات الرقمية
٠,٦٩٣	١٠	المحور الثاني: الإشعارات المتحققة للشباب الجامعي من التعرض لمشاهدة الأفلام السينمائية
٠,٨٦٠	٢٢	الثبات الكلى

**المعالجات والأساليب الإحصائية المستخدمة:** تم إجراء المعالجات الإحصائية لتحليل بيانات الدراسة تحليلًا علميًّا يحقق أهدافها ويجيب عن تساؤلاتها، حيث تم استخدام اختبار كورنباخ لقياس الاتساق الداخلي للأداة، ومعامل الارتباط بيرسون لقياس الصدق البنائي واختبار T-test (اختبار الفروض)، كما استخدام برنامج التحليل الإحصائي بالحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) بجانب استخدام الأساليب الوصفية والاستدلالية.

**نتائج الدراسة الميدانية:**

جدول رقم (٣) تحليل الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة

النسبة المئوية %	العدد	خصائص العينة
		١. الجنس
٥٦,٥	٥٢	ذكر
٤٣,٥	٤٠	أنثى
		٢. الدخل الشهري
٧٩,٣	٧٣	من ٣٠٠٠ ريال - لأقل من ٥٠٠٠ ريال
٦,٦	٦	من ٥٠٠٠ ريال - لأقل من ١٠٠٠٠ ريال
٥,٤	٥	من ٨٠٠٠ ريال - لأقل من ٢٠٠٠٠ ريال
٨,٧	٨	من ١٢٠٠٠ ريال فأكثر.

أشارت النتائج بالجدول (٣) أن الذكور يشكلون نسبة ٥٦,٤% بينما بلغت نسبة الإناث ٤٣,٦% ، فيما يتراوح الدخل الشهري ل (٧٩,٣%) يرجح إنها لطلاب الدراسات العليا ما بين ٣٠٠٠ ريال لأقل من ١٠٠٠٠ ريال ، بينما ٨,٧% دخلهم الشهري أكثر من ٨٠٠٠ ريال.

جدول رقم (٤) الأفلام المفضلة مشاهدتها من قبل الشباب الجامعي السعودي

النسبة المئوية	العدد	الأفلام المفضلة مشاهدتها
٦٢,٠	٥٧	الأمريكية
٤,٣	٤	الأوربية
٧,٦	٧	العربية
٣,٣	٣	المحلية
٧,٦	٧	الرسوم المتحركة
٩,٨	٩	التركية
٤,٣	٤	الكورية
١,١	١	الهندية
% ١٠٠	٩٢	الإجمالي

صنفت النتائج بالجدول (٤) الأفلام الأمريكية بأنها المفضلة لدى الشباب الجامعي السعودي عبر المنصات الرقمية، بنسبة بلغت ٦٢٪ ، تليها الأفلام التركية بنسبة ٩,٨٪، ثم الأفلام العربية والرسوم المتحركة بنسبة ٧,٦٪، والأقل مشاهدة الأفلام الهندية.

جدول رقم (٥) اللغات التي يفضلها الشباب السعودي

الجامعي لمشاهدة الأفلام السينمائية عبر المنصات الرقمية

النسبة المئوية	العدد	اللغة
١٧,٤	١٦	العربية
٣٤,٨	٣٢	الإنجليزية
٤٧,٨	٤٤	(الترجمة أو الدو بلاج) من اللغة الأجنبية إلى اللغة العربية المصاحبة للفيلم
% ١٠٠	٩٢	الإجمالي

أظهرت النتائج بالجدول (٥) أن ٤٧,٨٪ من عينة الدراسة يفضلون لغة (الترجمة أو الدو بلاج) من اللغة الأجنبية إلى اللغة العربية المصاحبة للفيلم، بينما ٣٤,٨٪ يفضلون اللغة الإنجليزية، و ١٧,٤٪ يفضلون اللغة العربية لمشاهدة الأفلام السينمائية عبر المنصات الرقمية.

جدول رقم (٦) المحتوى المفضل لدى الشباب الجامعي

لمشاهدة الأفلام السينمائية عبر المنصات الرقمية

النسبة المئوية	العدد	المحتوى الرقمي المفضل
٣٧,٠	٣٤	الإثارة
٢٣,٩	٢٢	الكوميديا
١٠,٩	١٠	الغموض
٤,٣	٤	وثائقي
٣,٣	٣	اجتماعي
٦,٥	٦	الخيال العلمي
٥,٤	٥	الرعب
٣,٣	٣	رومانتسي
١,١	١	تراجيديا
٤,٣	٤	أخرى تذكر
١٠٠,٠	٩٢	الإجمالي

أظهرت النتائج بالجدول (٦) أن الشباب السعودي الجامعي يفضلون الأفلام السينمائية التي تحتوي الإثارة بنسبة ٣٧,٠ %، بينما ٢٣,٩ % يفضلون الكوميديا. و ١٠,٩ % يفضلون الأفلام الغامضة أي تلك التي محتواها الغموض، فيما يرى ٤,٣ % من أفراد العينة يرجح إنهم يفضلون أفلام الإنمي الياباني، الرياضة والموسيقي.

جدول رقم (٧) ما تعلمه الشباب الجامعي من مشاهدة الأفلام السينمائية عبر المنصات الرقمية

ما تعلمه الشباب الجامعي من المشاهدة	العدد	النسبة المئوية
اكتساب عادات وتقالييد جديدة	٥٥	٥٩,٨
اكتساب قيم إيجابية غير معروفة لدى	٨	٨,٧
اكتساب مهارات جديدة	١	١,١
اكتساب خبرة لحل المشكلات	٧	٧,٦
أخرى تذكر	١٣	١٤,١
الإجمالي	٩٢	١٠٠,٠

أظهرت النتائج بالجدول (٧) أن ٥٩,٨ % من عينة الدراسة تعلموا من خلال مشاهدة الأفلام السينمائية عادات وتقالييد جديدة، بينما ١٤,١ % تعلموا أشياء أخرى عديدة. وهناك ٨,٧ % يروا أنهم اكتسبوا قيمًا إيجابية غير معروفة لديهم من قبل، فيما ٧,٦ % اكتسبوا مهارات جديدة.

جدول رقم (٨) الجهاز المفضل لدى الشباب الجامعي لمشاهدة الأفلام السينمائية عبر المنصات الرقمية

الجهاز المفضل استخدامه	العدد	النسبة المئوية
الجوال الذكي	٣٣	٣٥,٩
التابلت	٢٨	٣٠,٤
الحاسوب الشخصي	٢٥	٢٧,٢
أخرى	٦	٦,٥
الإجمالي	٩٢	١٠٠,٠

أشارت النتائج بالجدول (٨) أن ٣٥,٩ % من الطلاب يفضلوا استخدام الجوال الذكي لمشاهدة الأفلام السينمائية عبر المنصات الرقمية، بينما ٣٠,٤ % يفضلون التابلت، و ٢٧,٢ % يفضلوا الحاسوب الشخصي، وهناك ٦,٥ % يفضلوا استخدام أجهزة أخرى.

الجدول رقم (٩) : تعرض الشباب الجامعي السعودي للأفلام السينمائية عبر المنصات الرقمية

النسبة المئوية	العدد	عدد مرات المشاهدة الأسبوعية
٥٢,٢	٤٨	مرة واحدة في الأسبوع
١٨,٥	١٧	مرتان في الأسبوع
١٠,٩	١٠	ثلاث مرات في الأسبوع
١٨,٥	١٧	أربع مرات في الأسبوع
٣. عدد ساعات مشاهدة الأفلام السينمائية في الأسبوع		
٣٢,٦	٣٠	ساعة وأقل من ساعتين
٣٩,٠	٣٩	من ساعتين وأقل من ٣ ساعات
٠,٠	٠	٣ ساعات وأقل من ٥ ساعات
١٥,٢	١٤	٥ ساعات وأقل من ٧ ساعات
٩,٨	٩	٧ ساعات فأكثر

بيّنت النتائج بالجدول (٩) أن ٥٢,٢ % يشاهدو الأفلام السينمائية عبر المنصات الرقمية مرة واحدة في الأسبوع، بينما ١٨,٥ % يشاهدوها مرتان في الأسبوع، في حين أن ١٠,٩ % يروا أنهم يشاهدو ثلاثة مرات في الأسبوع. فيما ٤٢,٤ % تراوحت ساعات المشاهدة لهم ما بين ساعتين وأقل من ثلاثة ساعات، بينما ٣٢,٦ % تراوحت عدد ساعات المشاهدة لهم ما بين ساعة وأقل من ساعتين. كما أشارت النتائج أن ١٥,٢ % يعتقدوا أن ساعات المشاهدة لهم تتراوح ما بين ٥ وأقل من ٧ ساعات، فيما ٩,٨ % بلغت ساعات المشاهدة لهم ٧ ساعات فأكثر.

جدول رقم (١٠) المنصات الرقمية المفضلة لدى

الشباب الجامعي لمشاهدة الأفلام السينمائية

النسبة المئوية	العدد	المنصات الرقمية
٥٦,٥	٥٢	نتفليكس
١٤,١	١٣	يوتيوب
١٢,٠	١١	شاهد نت
٤,٣	٤	شاهد بلس
٤,٣	٤	MAX HBO و
٥,٤	٥	أمازون برايم فيديو
٣,٣	٣	ديزني بلس
١٠٠,٠	٩٢	الإجمالي

أظهرت النتائج بالجدول (١٠) أن المنصة الرقمية نتفليكس وبنسبة ٥٦,٥ % هي المنصة الرقمية الأكثر مشاهدة لعينة الدراسة، بينما ١٤,١ % يفضلون منصة يوتيوب، فيما ١٢ % يفضلون استخدام منصة شاهد نت، وحصلت منصة ديزني بلس على نسبة ٣,٣ %.

جدول رقم (١١) دوافع تعرض الشباب الجامعي السعودي  
لأفلام السينمائية عبر المنصات الرقمية

الترتيب	النسبة الموزونة للموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الدافع	
١	٩٨%	٠,٢٣	٢,٩٥	التسلية	١
٤	٨٩%	٠,٥٦	٢,٧٧	إمكانية اختيار وقت المشاهدة ومكانه ونوع الفيلم وتجزئة مشاهدته	٢
٣	٩٠%	٠,٥٢	٢,٧٩	الفراغ	٣
٦	٨٣%	٠,٦٣	٢,٦٦	التقنيات والجماليات والإخراج للفيلم	٤
٧	٨٢%	٠,٦٧	٢,٦٤	وجود أفلام جديدة وحصرية في المنصة.	٥
٥	٨٤%	٠,٦٦	٢,٦٧	إمكانية إعادة اللقطة.	٦
٨	٧٦%	٠,٧٣	٢,٥١	حديث الناس عن الفيلم.	٧
٢	٩٠%	٠,٥٢	٢,٨٠	سهولة الوصول لها.	٨
٩	٧١%	٠,٧٩	٢,٤١	الخصوصية.	٩
١٠	٦١%	٠,٨٨	٢,٢١	الهروب من الواقع	١٠
١١	٤٨%	٠,٨٦	١,٩٦	عدم وجود رقابة على الأفلام التي تعرضها المنصة.	١١
١٢	٣٣%	٠,٨١	١,٦٥	مجاراة الآخرين وتقلديهم.	١٢
	٧٥%	٠,٣٦	٢,٥٠	المتوسط الحسابي المرجح العام	

النتائج بالجدول رقم (١١) أظهرت أن قيمة المتوسط الحسابي العام بلغت ٢,٥٠ وانحراف معياري قدره ٠,٣٦ . وبالتالي نستنتج من ذلك أن غالبية الشباب السعودي الجامعي يعتقدوا أن هناك العديد من الدوافع تحفزهم للتعرض للأفلام السينمائية عبر المنصات الرقمية بدرجة كبيرة. ويعزز ذلك قيمة النسبة الموزونة حيث بلغت ٧٥%. وتمثلت في التسلية ويدعم ذلك المتوسط الحسابي بقيمة ٢,٩٥ وانحراف معياري ٠,٣٦، وتشير النتائج إلى أن ٩٨% من العينة يوافقوا على ذلك. وأن من بين الدوافع تتمثل في سهولة الوصول إلى الأفلام السينمائية، ويدعم ذلك المتوسط الحسابي بقيمة بلغت ٢,٨٠ وانحراف معياري ٠,٥٢ . كما بينت النتائج أن ٩٠% من عينة الدراسة يتفقون أن سهولة الوصول إلى الأفلام السينمائية هو ما يحفزهم للتعرض لها.

كما كشفت النتائج أن غالبية أفراد العينة يوافقوا أن الفراغ يعد أحد الدوافع ويشير إلى ذلك المتوسط الحسابي بقيمة بلغت ٢,٧٩ وانحراف معياري ٠,٥٢ . كما أظهرت النتائج أن ٩٠% من عينة الدراسة يتفقون حول ذلك. وكشفت النتائج أن من بين الدوافع تتمثل في إمكانية اختيار وقت المشاهدة ومكانه ونوع الفيلم وتجزئة مشاهدته، ويعزز ذلك المتوسط الحسابي بقيمة ٢,٧٧ وانحراف معياري ٠,٥٦ . كما تشير النتائج توافق

الشباب السعودي حول هذا الدافع بنسبة ٨٩%. كما كشفت النتائج أن بين تلك الدوافع تمثل في إمكانية إعادة اللقطة. ويدعم ذلك المتوسط الحسابي بقيمة بلغت ٢,٦٧ وانحراف معياري ٠,٦٦. وتشير النتائج توافق الشباب السعودي بنسبة ٨٤%. كما بينت النتائج أن من بين الدوافع تمثل في التقنيات والجمليات والإخراج للفيلم، ويعزز ذلك قيمة المتوسط الحسابي حيث بلغت ٢,٦٦ وانحراف معياري ٠,٦٣، كما بلغت نسبة التوافق بين عينة المبحوثين ٨٣%. كذلك كشفت النتائج أن من بين الدوافع تمثلت في وجود أفلام جديدة وحصرية في المنصة، ويدعم ذلك المتوسط الحسابي بقيمة بلغت ٢,٦٤ وانحراف معياري ٠,٦٧. كما أظهرت النتائج أن غالبية أفراد عينة الدراسة يتفقون بنسبة ٨٢% حول هذا الدافع. وبينت النتائج أن من بين الدوافع تمثل في توفر الخصوصية في المنصات الرقمية ويعزز ذلك المتوسط الحسابي بقيمة بلغت ٢,٤١ وانحراف معياري ٠,٧٩، كما بلغت نسبة التوافق بين عينة المبحوثين ٧١%. وأوضحت النتائج أن الهروب من الواقع لا يعتبر عاملاً جوهرياً في التعرض للأفلام السينمائية من جانبهم، وأن نسبة مقدرة منهم محايدين، ويدعم ذلك المتوسط الحسابي بقيمة ٢,٢١ وانحراف معياري ٠,٨٨. كما أظهرت النتائج أن الدافع رقم ١٠ عدم وجود رقابة على الأفلام التي تعرضها المنصة قد نال المرتبة قبل الأخيرة من بين دوافع تعرض عينة الدراسة للأفلام السينمائية بالمنصات الرقمية ويدعم ذلك المتوسط الحسابي بقيمة ١,٩٦ وانحراف معياري قدره ٠,٨٦. كما كشفت النتائج أن الدافع رقم ١٢ (مجاراة الآخرين وتقليلهم). قد نال الترتيب الأخيرة من بين الدوافع، ويشير إلى ذلك المتوسط الحسابي بقيمة ١,٦٥ وانحراف معياري قدره ٠,٨٠. وهذا يدل على أن غالبية أفراد العينة لا يوافقوا على ذلك حيث بلغت نسبتهم ٥٧,٨%.

جدول رقم (١٢) الإشعاعات المتحققة للشباب السعودي من

التعرض للأفلام السينمائية عبر المنصات الرقمية

الترتيب	النسبة الموزونة للموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإشعاعات المتحققة	
١	٩٨%	٠,٢١	٢,٩٦	التسلية.	١
٢	٩٣%	٠,٤٦	٢,٨٦	قضاء وقت الفراغ.	٢
٥	٨٤%	٠,٦١	٢,٦٨	اكتساب معلومات جديدة.	٣
٣	٨٨%	٠,٥٤	٢,٧٦	اكتساب لغة جديدة وتطويرها.	٤
٤	٨٦%	٠,٥٨	٢,٧١	التعرف على لغة وثقافة شعوب أخرى	٥
٦	٧٣%	٠,٧٥	٢,٤٦	السينما المحلية لا تقارن بالسينما العالمية من ناحية الخدمات والمميزات، لهذا فالمنصات الرقمية تشبع رغباتي.	٦
٨	٦٥%	٠,٨٤	٢,٣٠	مشاركة الآخرين أحديهم	٧
٧	٦٨%	٠,٨٣	٢,٣٥	عدم الإزعاج.	٨
٩	٦٢%	٠,٨٨	٢,٢٣	الهروب من الواقع.	٩
١٠	٥٢%	٠,٩٠	٢,٠٣	مشاهدة أفلام لم ت تعرض للرقابة.	١٠
	٩٣%	٠,١٦	٢,٨٦	المتوسط الحسابي المرجح العام	

أشارت النتائج بالجدول (١٢) استجابات عينة الشباب السعوديين الجامعيين حول الإشاعات المتحققة للشباب السعودي من مشاهدة الأفلام السينمائية عبر المنصات الرقمية، حيث بينت أن قيمة المتوسط الحسابي العام بلغت ٢,٨٦ وانحراف معياري قدره ١٦,٠٠.. كما تشير النتائج أن الشباب السعودي يتلقوا بشكل عام حوله بنسبة ٩٣%. وأظهرت النتائج أن أهم الإشاعات تمثلت في التسلية، ويدعم ذلك قيمة المتوسط الحسابي حيث بلغت ٢,٩٦ وانحراف معياري ٢١,٠٠، كما أن غالبية الشباب السعودي وبنسبة ٩٨% يتلقوا أن التسلية هي من أبرز الإشاعات التي تتحقق. فيما يعتقد بعض أفراد العينة أن قضاء وقت الفراغ يعتبر من بين الإشاعات المتحققة لهم ، ويدعم ذلك قيمة المتوسط الحسابي حيث بلغت ٢,٨٦ وانحراف معياري ٤٦,٠٠. كما أن ٩٣% من الشباب السعودي يتلقوا أن قضاء وقت الفراغ يُعد من الأولويات لهم من مشاهدة الأفلام. كما كشفت النتائج أن غالبية أفراد العينة يوافقوا أن اكتساب لغة جديدة وتطويرها يُعد من بين الإشاعات المهمة، ويشير إلى ذلك قيمة المتوسط الحسابي حيث بلغت ٢,٧٦ وانحراف معياري ٥٤,٠٠. فيما هناك ٨٨% من الشباب السعودي يتلقوا حول ذلك. كما يعتبر التعرف على لغة وشعوب أخرى أيضاً من بين الإشاعات المتحققة من المشاهدة ، ويدعم ذلك قيمة المتوسط الحسابي حيث بلغت ٢,٧١ وانحراف معياري ٥٨,٠٠. كما أن ٨٦% من الشباب السعودي يتلقوا على أن التعرف على لغات وثقافات شعوب أخرى، يُعد من بين الإشاعات التي تتحقق لهم بدرجة عالية. وأظهرت النتائج أن الإشاعات التي تتحقق للشباب السعودي هي اكتساب معلومات، ويدعم ذلك قيمة المتوسط الحسابي بقيمة ٦٨,٢ وانحراف معياري ٦,٠ وأن ٨٤% من الشباب السعودي يتلقون على ذلك.

وبينت النتائج أن من بين الإشاعات المتحققة لدى الشباب السعودي تمثلت في أن السينما المحلية لا تقارن بالسينما العالمية من ناحية المميزات، والمنصات الرقمية تشبع رغباتي حيث نالت المرتبة السادسة من حيث الإشاع، ومتوسط حسابي قدره ٢,٤٦ وانحراف معياري ٧٥,٠، كما بلغت نسبة التوافق ٧٣% بين العينة. كما بينت النتائج أن عدم الازعاج كأحد الإشاعات الناتجة قد تتحقق بدرجة متوسطة ويدعم ذلك قيمة المتوسط الحسابي حيث بلغت ٢,٣٥ وانحراف معياري ٨٣,٠. وبينت النتائج أن نسبة التوافق بلغت ٦٨%. وكشفت النتائج أن مشاركة الآخرين أحديهم كأحد قد تتحقق بدرجة متوسطة للشباب السعودي ويدعم ذلك المتوسط الحسابي بقيمة ٢,٣٠ وانحراف معياري ٨٤,٠ وأن نسبة التوافق بلغت ٦٦%. بينما يُعد الهروب من الواقع. كأحد الإشاعات قد تتحقق بدرجة متوسطة للشباب السعودي ويدعم ذلك المتوسط الحسابي بقيمة ٢,٢٣ وانحراف معياري ٨٨,٠، بلغت نسبة التوافق ٦٢%: بينما مشاهدة الأفلام التي لم تتعرض للرقابة. تعتبر من الإشاعات التي تُعد هدفاً للشباب السعودي لمشاهدة الأفلام السينمائية عبر المنصات الرقمية، ويدعم ذلك قيمة المتوسط الحسابي حيث بلغت ٣,٠ وانحراف معياري ٩٠,٠. كما بينت النتائج أن ٥٢% من الشباب السعودي يتلقوا حول ذلك.

### نتائج اختبار فروض الدراسة:

#### - نتائج اختبار الفرضية الأولى:

جدول (١٣) نتائج اختبار مستوى مشاهدة الأفلام السينمائية عبر المنصات الرقمية باختلاف الجنس

الدالة الإحصائية	درجة الحرية	T- test	قيمة المعياري الانحراف	المتوسط الحسابي	الجنس
٠,٧٢	٩٠	٠,٣٦٦	١,٥٣	٢,١٩	ذكر
			١,٥١	٢,٠٨	أنثى

بينت النتائج بالجدول (١٣) لاختبار دلالة الفروق في استجابات الشباب السعودي T-test باختلاف الجنس حول مستوى مشاهدة الأفلام السينمائية قد بلغت ٠,٣٦٦ عند مستوى دلالة إحصائية (٠,٧٢). وحيث أن قيمة الدلالة الإحصائية أكبر من مستوى المعنوية (٠,٠٥) فإن ذلك يدل على أنه ليست هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية بين الشباب السعودي الجامعي في مستوى مشاهدة الأفلام السينمائية عبر المنصات الرقمية، تعزى لاختلاف الجنس. وهذا يعني أن تباين الجنس لا يعتبر عاملاً يؤدي لوجود اختلاف في مستوى مشاهدة الأفلام السينمائية بين الشباب السعودي.

#### نتائج اختبار الفرضية الثانية:

جدول رقم (٤) علاقة الارتباط بين مستوى مشاهدة الأفلام السينمائية ومستوى الإشاعات ومتغير الدخل

مستوى الدخل	المتغيرين
الدالة الإحصائية	معامل الارتباط بيرسون
٠,٣٨	-٠,٠٩٢
٠,١٥	٠,١٥١

أظهرت النتائج بالجدول رقم (٤) أعلاه أن قيم الدلالة الإحصائية لمعاملات الارتباط بين متغيرات الدراسة أي بين كلاً من مستوى مشاهدة الأفلام السينمائية ومستوى الإشاعات ومتغير الدخل الشهري جاءت أكبر من مستوى المعنوية (٠,٠٥). وبالتالي نستنتج من ذلك أنه ليست هناك علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين الدخل الشهري للشباب السعودي الجامعي ومستوى مشاهدته للأفلام السينمائية ومستوى الإشاعات المتحقق للشباب. وهذا يعني أن الدخل الشهري لا يؤثر على مستوى المشاهدة أو مستوى الإشاعات المتحقق للشباب السعودي الجامعي.

#### مناقشة نتائج الدراسة وتفسيرها:

أولاًً حول مدى تعرض الشباب الجامعي للأفلام السينمائية عبر المنصات الرقمية ، بينت النتائج أن أكثر من ثلث العينة يفضلون مشاهدة الأفلام السينمائية من ساعة إلى أكثر من ٣ ساعات ، عن طريق المنصات الرقمية خاصة الأفلام الأمريكية بنسبة بلغت ٦٢٪ ، تليها الأوروبية ، ثم العربية ، وتنتفق هذه النتيجة مع دراسة صالح ، أسمى التي توصلت إلى أن غالبية أفراد العينة يفضلون مشاهدة الأفلام الأمريكية وخصوصاً منتجات هوليوود.

ثانياً: في مجال أهم المنصات الرقمية المفضلة لعينة الدراسة لمشاهدة الأفلام السينمائية، أسفرت النتائج أن منصة نتفيليكس جاءت في المرتبة الأولى بنسبة بلغت ٥٦,٥ %، يليها منصة يوتوب، ثم منصة شاهد نت. وتنقق هذه النتيجة مع دراسة عباس ، منها التي توصلت إلى زيادة الإقبال على المنصات الرقمية حسب الترتيب (شاهد ، سينماتي ثم نتفيليكس) ويرجع الباحث سبب الاختلاف إلى اختلاف مجتمعي الدراسة.

ثالثاً: حول المحتوى المفضل لدى الشباب الجامعي لمشاهدة الأفلام السينمائية عبر المنصات الرقمية، كشفت النتائج أن أفلام الإثارة (الآكشن) جاءت في المرتبة الأولى بنسبة بلغت ٣٢ % يليها الكوميديا ثم الغموض وتنقق هذه النتيجة مع دراسة صالح ، أسمى التي توصلت إلى أن نوعية الأفلام المفضلة لدى أفراد الدراسة هي أفلام الإثارة (الآكشن) .

رابعاً: في مجال دوافع تعرض الشباب الجامعي للأفلام السينمائية عبر المنصات الرقمية، جاء أبرزها التسلية بنسبة توافق ٩٨ %، ويليها سهولة تحديد زمان ومكان المشاهدة للأفلام السينمائية، ثم قضاء وقت الفراغ، ولم يطع الباحث على دراسة حول دوافع تعرض الجمهور للمنصات الرقمية .

خامساً: في مجال الإشاعات المتحققة لعينة الدراسة من مشاهدة الأفلام السينمائية عبر المنصات الرقمية جاءت التسلية في المرتبة الأولى بنسبة بلغت ٩٨ %، يليها قضاء وقت الفراغ، ثم اكتساب معلومات جديدة ولم يطع الباحث على دراسة حول الإشاعات المتحققة من تعرض الجمهور للأفلام السينمائية عبر للمنصات الرقمية .

سادساً: في مجال الفروق ذات الدلالة الإحصائية بين متغير الجنس ومشاهدة الأفلام السينمائية عبر المنصات الرقمية أظهرت نتائج الدراسة أنه ليست هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية بين الشباب السعودي الجامعي في مستوى مشاهدة الأفلام السينمائية عبر المنصات الرقمية لاختلاف الجنس.

سابعاً: كشفت نتائج الدراسة عن عدم وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين الدخل الشهري لعينة الدراسة ومستوى مشاهدته للأفلام السينمائية ومستوى الإشباع المتحقق.

#### توصيات الدراسة:

-يتوجب على الأسرة إيلاء أهمية الانتباه لخطورة ظاهرة المشاهدة المفرطة للأفلام السينمائية ، وزيادة عدد الساعات التي يقضيها أبنائهم أمام المنصات الرقمية والتي قد ينتج عنها الإدمان ، وينعكس بالسلب عليهم صحياً وأكاديمياً وذلك بالإشراف على المحتوى الذي يتعرضون له.

-ضرورة الاهتمام بمنصات المشاهدة الرقمية والتوسع فيها ، خاصة العربية لما تمثله من اهتمام ملحوظ للشباب الجامعي للحفاظ على المحتوى المرئي، بدلاً أن يكون المشاهد أسيراً للعديد من منصات البث الرقمية الأجنبية، التي قد تعرض أعمالاً لا تتناسب مع هوية وعادات وثقافة الأسرة العربية.

-ضرورة الاهتمام بتجويد خدمات الإنترنيت بواسطة شركات الاتصالات خاصة سرعات التحميل وسعات التخزين ، بما يتناسب مع طبيعة المحتوى الرقمي المرئي المقدم عبر المنصات الرقمية .

- تقديم المزيد من الدراسات لتسليط الضوء حول المنصات الرقمية وتداعياتها خاصة العربية ، باعتبارها مجال جديد ويحتاج إلى المزيد من الأبحاث .

- تشجيع المنتجين لأنماط أعمال درامية عربية قادرة على منافسة الدراما الأجنبية، خاصة التي تتجهها منصة نيتفيلكس والتي تجد الاهتمام والمشاهدة من الشباب الجامعي.

### المصادر والمراجع

#### المراجع العربية

- الداغر، مجدي محمد (٢٠١٦)، "دور الإعلام الجديد في تشكيل معارف واتجاهات الشباب بالجامعات السعودية نحو ظاهرة الإرهاب على شبكة الإنترنت: دراسة ميدانية "، مجلة حوليات الآداب والدراسات الاجتماعية ٤٥٣(٣٦)، ص ٩ - ٢٩٨

- السلطان، عائشة (٢٠٢٠)، "معالجة الأفلام السينمائية السعودية لقضايا المجتمعية "رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الملك سعود.

-الزين، ادم محمد (٢٠٠٩) ،"الدليل إلى منهجية البحث العلمي وكتابة الرسائل الجامعية" ، الطبعة الثامنة، مطبع مركز التدريب الإداري والمهني والبحوث، تحت إشراف إدارة التعریب بجامعة الخرطوم، الخرطوم السودان  
- العزاوي، رحيم يونس كرو (٢٠٠٨)،"مقدمة في مناهج البحث العلمي" ، سلسلة المنهل في العلوم التربوية ط١: دار دجلة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

- بومعيبة، السعيد "أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوك لدى الشباب "دراسة استطلاعية\_ (أطروحة دكتوراه) ، ٢٠٠٦ ، قسم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، ص ٦١ ، منطقة البليدة

- تومي، فضيلة (٢٠٢٢) "كيف غيرت المنصات الرقمية الدراما في العالم؟ في ظل ثانية الإنتاج والتلقي "، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية. مجلد (١٤) عدد (١) ص(٢٨٧) - ص(٢٩٦)،الجزائر

حيدر، فيصل، (٢٠٢٢)، "توظيف السينوغرافيا في بناء المكان السينمائي "، مجلة دراسات وبحوث إعلامية، الجامعة العراقية، العدد ٥

حيدر، نجيب (٢٠١٧)، " توظيف السينما الأمريكية للتقنية في إرساء العولمة في الفيلم السينمائي "، مجلة الأكاديمي، جامعة بغداد العدد ٤٨ ص ١٩١

صالح، أسمى (٢٠٢١)، "عادات تعرض الشباب للأفلام السينمائية في عصر التقنيات الرقمية "، مجلة بحوث ودراسات إعلامية، الجامعة العراقية العدد ٢ ص ١٦٥

عباس، نهي (٢٠٢١)، " استخدامات الجمهور العراقي للموقع التلفزيوني والسينمائية الرقمية "، مجلة الباحث الإعلامي، جامعة بغداد، العدد ١٣ المجلد ٥٤

- كامل القيم "العرض لوسائل الإعلام أون لاين متاح أون لاين الساعة ٥:٣٠ م بتاريخ ٣-٤-٢٠٢٤"

- [www.ahewar.org](https://www.google.com/search?q=http%3A%2F%2Fwww.ahewar.org) 2024 -<https://www.google.com/search?q=http%3A%2F%2Fwww.ahewar.org>

#### المصادر الأجنبية:

- <https://ayoub1filmsite.wordpress.com/avail on line/14-3-2024 3:05pm>

- <https://www.statista.com/statistics/250934/quarterly-number-of-netflix-streaming-subscribers-worldwide/> Available on line 7-7-2023 worldwide/

<https://www.cst.gov.sa/ar/mediacenter/pressreleases/Pages/2023051401.aspx> Available on line 8-7-04pm 0:12 :2023

<https://learning-theories.com/uses-and-gratification/> Available on line 9-7-K-

- Shim. Honig and Ki Joon Kim (2018) "An Exploration of motivation for binge-watching and the role of individual difference" Computer Behavior pp94-100

- Steiner. Emil. & Kun Xu k Bing (2018)." watching motivate change use and gratification streaming video challenge traditional TV research. convincer 26(1), pp82-101

#### المصادر العربية بالحروف اللاتينية:

āldāghr, mjdi mħmd (2016)," dūr l-i'lām l-jdīd fī tshkīl m'ārf wātjāhāt sh-shbāb bāljāmāt s-sūdīt nhū zāhrt l-irħāb ɻ shbkt l-intrnīt: drāst mīdānīt ", mjlt hūliāt l-ādāb wāldrāsāt l-ājtmāit ,36(453), §9 -298

ālsltān, ā'isht (2020), "mālīt l-aflām s-sīnmā'it s-sūdīt llqđāia l-mjtmīt "rsālt mājstīr ghīr mnshūrt, jām't l-mlk sūd.

al-zīn, adm mħmd (2009m),"āldlīl il mnħjīt l-bħeth l-īmī ūktābt r-rsā'il l-jāmīt", t-tb't t-thāmīt, mtāb' mrkz t-tdrīb l-idārī wālmhnī wālbħūth, tħt ishrāf idārt t-tħrib bjām't l-kħrħum, l-khatam s-sūdān

a-āl'zāwy, rhīm iūns krū (2008),"mqdmt fī mnāħj l-bħeth l-īmī", slsli l-mnħli fi l-lūm t-trbwyt tħi: dār djit ll-nħaġra wāltūzī, 'mān, l-ardn.

-būmīt, s-sīd "athr ūsā'il l-i'lām ɻ l-qīm wālslūk ldi sh-shbāb "drāst asttlāit\_ ('aṭrūħt dktūrāt) ,2006, qsm l-i'lām wālātšāl, klīt l-lūm s-sīasīt wāli'lām, jām't l-jzā'ir, § 61, mnqqt l-blidt

- tūmī, fđil (2022) "kif ghīrt l-mnṣāt r-rqmīt d-drāmā fi l-ālm? fī ɻ thnā'it l-intāj wāltlqī ", mjlt l-bħeth fi l-lūm l-insānīt wālājtmāit. mjld (14) 'd (1), § (287) -§(296)aljzā'ir

ħīdr, fiżl, (2022)," tūżif s-sinūgħrāfiā fī bnā' l-mkān s-sīnmā'ī ", mjlt drāsāt ūbhūth i'lāmīt, l-jām't l-rāqīt, l-dd5

ħīdū, njib (2017), " tūżif s-sinma l-amriķīt lltqnīt fī irsā' l-ūlmt fi l-film s-sīnmā'ī ", mjlt l-akādīmī, jām't bghdād l-d 48§191

ṣālh, asmī (2021), "ādāt t'rđ sh-shbāb ll'aflām s-sīnmā'it fī 'ṣr t-tqnīat r-rqmīt ", mjlt bħūth ūdrāsāt i'lāmīt, l-jām't l-rāqīt l-d 2§165

'bās, nhī (2021), "astkhdāmāt l-jmhūr l-rāqī llmwāq' t-tlfzīūnīt wālsīnmā'it r-rqmīt ", mjlt l-bħeth l-i'lāmī, jām't bghdād, l-d

kāml l-qīm "ālt'rđ lūsā'il l-i'lām "awn lāin mtāħ awn lāin s-sāt 3:05m btārīkh 3-4-, -

<https://www.google.com/search?q=http%3A%2F%2F2024>

## **Saudi University Youth Exposure to Cinematic Films and Satisfactions Achieved through Digital Platforms -by applied to students at King Abdulaziz University**

**Mohammed Bakri El-Shakh**

*Associate Professor ‘Audiovisual Production Department  
Faculty of Communication and Media, King Abdulaziz University- Jeddah.Ksa*

[mbelshakh@kau.edu.sa](mailto:mbelshakh@kau.edu.sa)

### **Abstract:**

This study aims to identify Saudi university youth's motives for exposure to cinematic films and the gratifications achieved through digital platforms. The researcher applied the descriptive approach and the questionnaire tool to a sample of (92) students from King Abdulaziz University. The study concluded with many results, most notably: The motives of Saudi university youth's exposure to watching cinematic films through digital platforms were represented by entertainment at a rate of 98%. The Netflix platform came in first place in terms of preferred platforms for viewing, followed by YouTube then the Shahid Net platform. There are many satisfactions achieved from watching movies, most notably entertainment, followed by spending free time, then acquiring new information. At the same time, the study's results showed no statistically significant differences between Saudi university youth in terms of watching movies via digital platforms due to gender differences. The results revealed the absence of a statistically significant correlation between the study sample's monthly income, the level of watching movies, and the level of satisfaction achieved.

**Keywords:** Exposure, University youth, Cinematic films, Gratifications, Digital Platforms