

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.

تعرض الشباب الجامعي للأفلام السينمائية والإشباعات المتحققة عبر المنصات الرقمية - بالتطبيق على طلاب جامعة الملك عبد العزيز

محمد بكري الشيخ

أستاذ مشارك، قسم الإنتاج المرئي والمسموع، كلية الاتصال والإعلام

جامعة الملك عبد العزيز، المملكة العربية السعودية

mbelshakh@kau.edu.sa

المستخلص:

تهدف هذه الدراسة التعرف إلى دوافع تعرض الشباب الجامعي السعودي للأفلام السينمائية والإشباعات 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%، وجاءت منصة نتفليكس في المرتبة الأولى من حيث المنصات المفضلة للمشاهدة تليها يوتيوب، ثم منصة شاهد نت، وأن هناك العديد من الإشباعات المتحققة لهم من مشاهدة الأفلام السينمائية في مقدمتها التسلية تليها 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 الإشباع المتحقق.

الكلمات المفتاحية: التعرض، الشباب الجامعي، الأفلام السينمائية، الإشباعات، المنصات الرقمية

المقدمة

أحدثت منصات البث الرقمي تغييرات جذرية في مشاهدة الأفلام السينمائية وسط المستخدمين، حيث تعد 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 نيتفليكس في الربع الأول من العام ٢٠٢٣ المنصات الرقمية العالمية وبلغ مشتركها ٢٠ ٢٣٢,٥ 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 مشتركى نيتفليكس العالمية.

وكشفت دراسة مسحية لهيئة الاتصالات والفضاء والتقنية 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 بمشاركتها، و٧٨,٨% يشاهدون الأفلام والمسلسلات عبر الإنترنت.

ورغم تقدم 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 الصالات أو الأفلام المعروضة، في الوقت الذي صدرت فيه خلال السنوات الماضية تصاديق لصالات العرض السينمائي وبدأ العمل بها في المملكة العربية السعودية، وأن هناك توجه من الجمهور نحوها والتعرف على إمكانياتها وماتبته 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 المضامين 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 والإشباعاات المتحققة عبر المنصات الرقمية. وتنبلور في السؤال الرئيسي التالي: ما مدي تعرض الشباب الجامعي السعودي للأفلام السينمائية والإشباعاات المتحققة عبر المنصات الرقمية؟

والإجابة على التساؤل 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 الإشباعات 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 الأفلام السينمائية والإشباعات المتحققة على المنصات الرقمية حسب الدخل.

أهداف الدراسة: وتهدف هذه الدراسة لتحقيق الأهداف التالية:

- الكشف عن مدي 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 الإشباعات المتحققة من تعرض الشباب الجامعي الأفلام 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:

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

إما إجرائياً: ويقصد به الباحث في الدراسة رغبة المتلقي في مشاهدة مضامين معينة تتفق مع ميوله

الشباب الجامعي: اصطلاحاً هو الفئة العمرية من ٢١-٤١ 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 المصورة 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 ينتجها التلفزيون، بجانب التي أنتجت خصيصاً لتلك المنصات.

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

الإشباعات: اصطلاحاً هي بلوغ هدف، والإشباع في نظرية التحليل النفسي هي التخلص من التوتر. إما إجرائياً: يقصد بها ما يحققه المحتوى من استجابات لحاجة الفرد أو الجماعة.

الدراسات السابقة: تناولت العديد من الدراسات موضوع تعرض الشباب الجامعي للأفلام السينمائية والإشباع 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 (٢٠٢١):** جاءت الدراسة بعنوان "استخدامات الجمهور العراقي للمواقع التلفزيونية والسينمائية الرقمية" وهدفت التعرف إلى علاقة الجمهور بهذه المنصات وعادات الاستخدام 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، أسمي (٢٠٢١):** جاءت الدراسة بعنوان "عادات تعرض الشباب للأفلام السينمائية في عصر التقنيات الرقمية، وخلصت الباحثة التي استخدمت المنهج الوصفي بهدف التعرف على عادات الشباب لدي 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 (الأكشن) والأفلام الأجنبية من إنتاج هوليوود. (3D بتقنية الأبعاد الثلاثة).

(٤) **دراسة السلطان، عائشة (٢٠٢٠):** تناولت الدراسة موضوع "معالجة الأفلام السينمائية السعودية للقضايا المجتمعية" وخلصت الباحثة التي استخدمت المنهج الوصفي 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 والعولمة في نشر المنجز، وعلاقة التقنية

بتجسيد المعالجات السينمائية لتوضيح البناء الصوري والفكرة والعولمة ،وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها: إن التقنيات الحديثة فتحت آفاقاً للخيال العلمي لدى الكاتب والمخرج ،وإنها أسهمت في تعزيز عنصرَي 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 واختيار 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 واختيار عينة الدراسة.

منهجية الدراسة:

منهج الدراسة: اعتمدت هذه الدراسة بشكل رئيس على المنهج الوصفي، حيث يستهدف هذا المنهج وصف الظاهرة ودراستها على أرض الواقع وأشار (العزاوي، ٢٠٠٨) أن المنهج الوصفي يستهدف الظاهرة ويحلل 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 ١٦٦٧ طالباً، وبالتالي فإن عينة الدراسة تقع في إطار العينات الاحتمالية. **عينة الدراسة:** بما أن حجم مجتمع الدراسة الحالية معلوماً حيث يبلغ (١٦٦٧ 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 استبانات وذلك لعدم اكتمال البيانات. وبالتالي أصبح العدد الصالح للتحليل ٩٢ استبانة.

الإطار النظري للدراسة:

النظريات المفسرة للدراسة: تُعد نظرية الاستخدامات والإشباع مدخلاً نظرياً ملائماً، لدراسة تعرض الشباب الجامعي السعودي لمشاهدة الأفلام السينمائية والإشباع المتحققة عبر المنصات الرقمية، في ظل ما تؤكدُه النظرية على مفاهيم المشاهدة عبر جمهور يتحكم بما يستهلكه، 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 الوسائط 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 للمشاهدة 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 وإمكانية اختبارها (Kun &Steiner) (٢٠١٨) لمختلف الوسائل الإعلامية

الإجراءات المنهجية:

أداة الدراسة: تم استخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات الأولية وتغطي أهداف وتساؤلات الدراسة. و أشار الزين (٢٠٠٩) أن استخدام أسلوب الاستبانة يتميز في "انه يجعل شخصية الباحث مجهولة ويتيح 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 تنتمي إليه كما هو مبين بالجدول رقم(٢) .

صدق المحكمون *

المحكمون *

أد مبارك بن واصل الحازمي، أستاذ الإعلام، كلية الاتصال والإعلام، جامعة الملك عبد العزيز

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

تم عرض الاستمارة 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 تنتمي وللتحقق من مؤشرات الصدق لأداة الدراسة الحالية تم حساب قيم معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة مع الدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه من خلال تطبيق الاستبانة على عينة الدراسة استطلاعية بلغ حجمها (٣٢) فرداً، 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 تنتمي إليه

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

** 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 تنتمي إليه. وهذا يعني أن كل فقرة من فقرات الاستبانة تحقق أهداف القياس المرجوة. وبالتالي فإن الاستبانة الحالية تتمتع بدرجة عالية من المصادقية، كما يتضح أن قيم معاملات الارتباط لفقرات الاستبانة تراوحت ما بين (٠,٣٩٠ - ٠,٧٦٦) وجميع هذه القيم دالة إحصائياً.

أد نادية إبراهيم أحمد، أستاذ الإعلام، كلية الإعلام، جامعة أم درمان الإسلامية

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

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

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

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

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

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

جدول رقم (٣) تحليل الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة

خصائص العينة	العدد	النسبة المئوية %
١. الجنس		
ذكر	٥٢	٥٦,٥
أنثى	٤٠	٤٣,٥
٢. الدخل الشهري		
من ٣٠٠٠ ريال - لأقل من ٥٠٠٠ ريال	٧٣	٧٩,٣
من ٥٠٠٠ ريال - لأقل من ٨٠٠٠ ريال	٦	٦,٦
من ٨٠٠٠ ريال - لأقل من ١٢٠٠ ريال	٥	٥,٤
من ١٢٠٠ ريال فأكثر.	٨	٨,٧

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 ٥٠٠٠ ريال ، بينما ٨,٧% دخلهم الشهري أكثر من ٨٠٠٠ ريال.

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

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

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

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

أظهرت النتائج بالجدول (٥) أن ٤٧,٨% من عينة الدراسة يفضلون لغة (الترجمة أو الدوبلاج) 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

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

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 يري ٤,٣% من أفراد العينة يرجح إنهم يفضلون أفلام الإنمي الياباني، الرياضة والموسيقى .

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 وتقاليد جديدة	٥٥	٥٩,٨
اكتساب قيم إيجابية غير معروفة لدي	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 وتقاليد جديدة، بينما ١٤,١% تعلموا أشياء أخرى عديدة. وهناك ٨,٧% يروا أنهم اكتسبوا قيما 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

بينت النتائج بالجدول (٩) أن ٥٢,٢% يشاهدوا الأفلام السينمائية عبر المنصات الرقمية مرة واحدة في الأسبوع، بينما ١٨,٥% يشاهدوها مرتان في الأسبوع، في حين أن ١٠,٩% يروا أنهم يشاهدوا ثلاث مرات في الأسبوع. فيما ٤٢,٤% تراوحت ساعات المشاهدة لهم ما بين ساعتين وأقل من ثلاث ساعات، بينما ٣٢,٦% تتراوح 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

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

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
للأفلام السينمائية عبر المنصات الرقمية

الترتيب	النسبة الموزونة للموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الدوافع	
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 وتقليدهم.	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 يعتقدون أن هناك العديد من الدوافع تحفزهم للتعرض للأفلام السينمائية عبر المنصات الرقمية وبدرجة كبيرة. ويعزز ذلك قيمة النسبة الموزونة حيث بلغت ٧٥%. وتمثلت في التسلية ويدعم ذلك المتوسط الحسابي بقيمة ٢,٩٥ وانحراف معياري ٠,٢٣ 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 يتفقوا 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 يتفقوا 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 تتمثل 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 تتمثل في التقنيات والجماليات 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 يتفقوا بنسبة ٨٢% حول هذا الدافع. وبينت النتائج أن من بين الدوافع تتمثل 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 محايدون، 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 وتقليدهم) قد نال الترتيب الأخيرة من بين الدوافع، ويشير إلى ذلك المتوسط الحسابي بقيمة ١,٦٥ وانحراف معياري قدره ٠,٨١. وهذا يدل على أن غالبية أفراد العينة لا يوافقوا على ذلك حيث بلغت نسبتهم ٥٧,٨%.

جدول رقم (١٢) الإشباع المتحققة للشباب السعودي من

التعرض للأفلام السينمائية عبر المنصات الرقمية

الترتيب	النسبة الموزونة للموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإشباع 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 أحاديثهم	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 تتعرض للرقابة.	١٠
	٩٣%	٠,١٦	٢,٨٦	المتوسط الحسابي المرجح العام	

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

وبينت النتائج أن من بين الإشباعات 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 الإشباع، ومتوسط حسابي قدره ٢,٤٦ وانحراف معياري ٠,٧٥، كما بلغت نسبة التوافق ٧٣% بين العينة. كما بينت النتائج أن عدم الازعاج كأحد الإشباعات الناتجة قد تحققت بدرجة متوسطة ويدعم ذلك قيمة المتوسط الحسابي حيث بلغت ٢,٣٥ وانحراف معياري ٠,٨٣. وبينت النتائج أن نسبة التوافق بلغت ٦٨%. وكشفت النتائج أن مشاركة الآخرين أحاديثهم كأحد قد تحققت بدرجة متوسطة للشباب السعودي ويدعم ذلك المتوسط الحسابي بقيمة ٢,٣٠ وانحراف معياري ٠,٨٤. وأن نسبة التوافق بلغت ٦٦%. بينما يُعد الهروب من الواقع. كأحد الإشباعات قد تحققت بدرجة متوسطة للشباب السعودي ويدعم ذلك المتوسط الحسابي بقيمة ٢,٢٣ وانحراف معياري ٠,٨٨. وبلغت نسبة التوافق ٦٢%: بينما مشاهدة الأفلام التي لم تتعرض للرقابة. تعتبر من الإشباعات التي تُعد هدفاً للشباب السعودي لمشاهدة الأفلام السينمائية عبر المنصات الرقمية، ويدعم ذلك قيمة المتوسط الحسابي حيث بلغت ٢,٠٣ وانحراف معياري ٠,٩٠. كما بينت النتائج أن ٥٢% من الشباب السعودي يتفقوا حول ذلك.

نتائج اختبار فروض الدراسة:

- نتائج اختبار الفرضية الأولى: -

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

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

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 (١٤) علاقة الارتباط بين مستوى مشاهدة الأفلام السينمائية ومستوى الإشباع ومتغير الدخل

المتغيرين	مستوى الدخل	
	معامل الارتباط بيرسون	الدلالة الإحصائية
مستوى مشاهدة الأفلام السينمائية	-٠,٠٩٢	٠,٣٨
مستوى الإشباع	٠,١٥١	٠,١٥

أظهرت النتائج بالجدول رقم (١٤) أعلاه أن قيم الدلالة الإحصائية لمعاملات الارتباط بين متغيرات الدراسة أي بين كلا من مستوى مشاهدة الأفلام السينمائية ومستوى الإشباع 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 الإشباع المتحقق للشباب. وهذا يعني أن الدخل الشهري لا يؤثر على مستوى المشاهدة أو مستوى الإشباع المتحقق للشباب السعودي الجامعي.

مناقشة نتائج الدراسة وتفسيرها:

أولاً: حول مدي 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 ، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة صالح ، أسمي 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 نتفليكس جاءت في المرتبة الأولى بنسبة بلغت ٥٦,٥ %، يليها منصة يوتيوب، ثم منصة شاهد نت. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة عباس ، مها التي توصلت إلى زيادة الإقبال على المنصات الرقمية حسب الترتيب (شاهد ، سينماتي ثم نيتفلكس) 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 (الأكشن) جاءت في المرتبة الأولى بنسبة بلغت ٣٢ % يليها الكوميديا ثم الغموض وتتفق هذه النتيجة مع دراسة صالح ، أسمي التي توصلت إلى أن نوعية الأفلام المفضلة لدى أفراد الدراسة هي أفلام الإثارة (الأكشن) .

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

خامساً: في مجال الإشباع 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 يطلع الباحث على دراسة حول الإشباع 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 الإنترنت 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 لانتاج أعمال درامية عربية قادرة على منافسة الدراما الأجنبية، خاصة التي تتجهها منصة نيتفليكس 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، ٣٦(٤٥٣)، ص ٩ - ٢٩٨
- السلطان، عائشة (٢٠٢٠)، "معالجة الأفلام السينمائية السعودية للقضايا المجتمعية "رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الملك سعود.
- الزوين، ادم محمد (٢٠٠٩م)، "الدليل إلى منهجية البحث العلمي وكتابة الرسائل الجامعية"، الطبعة الثامنة، مطابع مركز التدريب الإداري والمهني والبحوث، تحت إشراف إدارة التعريب 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.
- بومعيزة، السعيد "أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوك لدى الشباب "دراسة استطلاعية _ (أطروحة دكتوراة) ٢٠٠٦، قسم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، ص ٦١، منطقة البلدية
- تومي، فضيلة (٢٠٢٢) "كيف غيرت المنصات الرقمية الدراما في العالم؟ في ظل ثنائية 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
- حيدو، نجيب (٢٠١٧)، "توظيف السينما الأمريكية للتقنية في إرساء العولمة في الفيلم السينمائي"، مجلة الأكاديمي، جامعة بغداد العدد ٤٨ ص ١٩١
- صالح، أسمي (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 للمواقع التلفزيونية والسينمائية الرقمية"، مجلة الباحث الإعلامي، جامعة بغداد، العدد ٥٤ المجلد ١٣
- كامل القيم "التعرض لوسائل الإعلام "أون لاین متاح أون لاین الساعة ٣:٠٥ بتاريخ ٣-٤-

-www.ahewar.org 2024 -https://www.google.com/search?q=http%3A%2F%2F

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-10:40pm> 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, mjdī mḥmd (2016), " dūr l-i'lām l-jdīd fī tshkīl m'ārf wātjāhāt sh-shbāb bāljam'āt s-s'ūdīt nḥū zāhrt l-irhāb 'l shbkt l-intrnīt: drāst mīdānīt ", mjl̄t ḥūlīāt l-ādāb wāldrāsāt l-ājtmā'īt ,36(453), §9 -298

ālsltān, 'ā'isht (2020), "m'āljt l-aflām s-sīnmā'īt s-s'ūdīt llqḍāia l-mjtm'īt "rsālt mājstīr ghīr mnshūrt, jām't l-mlk s'ūd.

al-zīn, adm mḥmd (2009m), "āldlīl il mnḥjīt l-bḥth l-lmī ūktābt r-rsā'il l-jām'īt", ṭ-ṭb't t-thāmnt, mṭāb' mrkz t-tdrīb l-idārī wālmhnī wālbḥūth, ṭḥt ishrāf idārt t-t'rīb bjām't l-khrṭūm, l-khatam s-sūdān

a-āl'zāwy, ṛḥīm iūns krū (2008), "mqdmt fī mnāḥj l-bḥth l-lmī", slsl̄t l-mnhl fī l-lūm t-trbwyt ṭ1: dār djlt ll̄nshr wāltūzī, 'mān, l-ardn.

-būm'īzt, s-s'īd " "athr ūsā'il l-i'lām 'l l-qīm wālslūk ldi sh-shbāb "drāst astṭlā'īt_ ('aṭrūḥt dktūrāt) ,2006, qsm l-i'lām wālātṣāl, klīt l-lūm s-sīāsīt wālī'lām, jām't l-jzā'ir, § 61, mnṭqt l-blīdt

- tūmī, fḍīlt (2022) "kīf ghīrt l-mnṣāt r-rqmīt d-drāmā fī l-'ālm? fī zīl thnā'īt l-intāy wāltlqī ", mjl̄t l-bāḥth fī l-lūm l-insānīt wālajtmā'īt. mjl̄d (14) 'd (1), § (287) -§(296)āl̄jzā'ir

ḥīdr, fiṣl, (2022,) " tūzīf s-sīnūghrāfiā fī bnā' l-mkān s-sīnmā'ī ", mjl̄t drāsāt ūbhūth i'lāmīt, l-jām't l-'rāqīt, l-'dd5

ḥīdū, njīb (2017), " tūzīf s-sīnma l-amrīkīt ll̄tqnīt fī irsā' l-'ūlmt fī l-film s-sīnmā'ī ", mjl̄t l-akādīmī, jām't bghdād l-'d 48§191

ṣālḥ, asmī (2021), "ādāt t'rḍ sh-shbāb ll̄ aflām s-sīnmā'īt fī 'ṣr t-tqnīāt r-rqmīt ", mjl̄t bḥūth ūdrāsāt i'lāmīt, l-jām't l-'rāqīt l-'d 2§165

'bās, nḥī (2021), " astkhdāmāt l-jmhūr l-'rāqī ll̄mwāq' t-tlfzīūnīt wālsīnmā'īt r-rqmīt ", mjl̄t l-bāḥth l-i'lāmī, jām't bghdād, l-'d

kāml l-qīm "āl't'rḍ lūsā'il l-i'lām "awn lāin mtāḥ awn lāin s-sā't 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

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