

العدد الرابع والأربعون
مارس 2026م - رمضان 1447هـ

تُعنى بأبحاث الإعلام والاتصال

اتجاهات الجمهور السعودي
نحو نشاطات الترفيه
وانعكاساتها على جودة
الحياة "موسم الرياض
نموذجًا" دراسة وصفية
تحليلية سيميائية

اتجاهات طلبة الإعلام نحو الإبداع
في التعليم الإعلامي وعلاقته
بتحفيز قدراتهم وفق نظرية
الذكاء الناجح "دراسة مسحية
على عينة من طلبة الإعلام
والإتصال بجامعة الملك فيصل
بالمملكة العربية السعودية"

تأثير مجموعات واتساب أولياء
الأمر على المواظبة المدرسية
لطلبة المرحلة الابتدائية في
السعودية "دراسة مختلطة في
ضوء نظرية التأثير الاجتماعي"

واقع الإنتاج السينمائي
السعودي ودوره في تعزيز
الهوية الوطنية "دراسة
ميدانية من وجهة نظر
العاملين في المجال
السينمائي والمهتمين به"

دور الإتصال في مجال
المسؤولية الاجتماعية
 للمنظمات في المستشفيات
الخاصة في دولة الإمارات العربية
المتحدة

تأثير الأخبار الزائفة عبر
منصات التواصل الاجتماعي
على سلوك طلبة المرحلة
الثانوية "دراسة ميدانية"

**Arabian Journal of
Media and Communications**

Refereed Periodical for Research in the
Fields of Media and Communication

المجلة العربية
للإعلام والاتصال

دورية - متخصصة - محكمة
تُعنى بأبحاث الإعلام والاتصال

Published by



SAMC

الجمعية السعودية للإعلام والاتصال
SAUDI ASSOCIATION FOR MEDIA & COMMUNICATION

تصدر عن:

العدد الرابع والأربعون

مارس 2026م - رمضان 1447هـ

No. 44

November , 2026

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Publishing in AJMC .. Submission Guidelines

1. Arabian Journal of Media and Communication (AJMC) is a peer-reviewed scholarly journal. Its focus is media and human communication research in its various facets.
2. The journal is published by the Saudi Association for Media and Communication at King Saud University, Riyadh, Kingdom of Saudi Arabia.
3. The journal publishes research articles, thesis and dissertation abstracts, and book reviews in all branches of media and communication.
4. All material submitted to our journal is subject to review by appropriate referees.
5. Manuscripts are accepted for publication according to the following criteria:
 - a. The manuscript should be written in proper Arabic, and manuscripts in English are accepted in topics in which English language is needed.
 - b. The research topic must be in the area of media and communication or one of its branches.
 - c. The manuscript should be characterized by novelty and originality and is no more than 3 years old.
 - d. The researcher must employ carefully designed procedures and follow the standard reference style of the journal.
 - e. The manuscript should be a maximum of 50 pages in length (including abstract, tables, figures, appendices, and references).
 - f. The manuscript is not currently under consideration for publication or has not been published elsewhere.
 - g. The author should provide two titles and two abstracts of up to 300 words each in Arabic and English.
 - h. The manuscript must be submitted as a Microsoft Word document.
 - i. The author will be sent 5 hard copies of the issue in which his/her article appears.
6. The views and opinions expressed in articles published in the journal are those of the authors, and do not necessarily reflect the views of the association. Authors are solely responsible for the factual accuracy of their work.
7. All correspondence regarding manuscripts should be directed to the Editor-in-Chief of the journal, at majalatsamc@gmail.com or the following mailing address:

Arabian Journal of Media and Communication
King Saud University
Mass Communication Department
P. O. Box: 2456, Riyadh 11451
Kingdom of Saudi Arabia

قواعد النشر في المجلة:

- 1) المجلة العربية للإعلام والاتصال، دورية علمية محكمة ربع سنوية متخصصة بالبحوث والدراسات في مجالات الإعلام والاتصال الإنساني بمختلف فروعه.
- 2) تصدر المجلة عن الجمعية السعودية للإعلام والاتصال بجامعة الملك سعود، الرياض، المملكة العربية السعودية.
- 3) تنشر المجلة البحوث والدراسات والمقالات العلمية وملخصات الرسائل العلمية، ومراجعات الكتب في كافة فروع الإعلام والاتصال.
- 4) تخضع جميع المواد المقدمة للمجلة للتحكيم العلمي المتخصص.
- 5) تقبل البحوث والدراسات للنشر بالمجلة، وفقاً لقواعد النشر التالية:
 - أ. أن يكون البحث مكتوباً بلغة عربية سليمة، وتقبل الأبحاث باللغة الإنجليزية في القضايا الإعلامية التي تتطلب ذلك.
 - ب. أن يكون البحث أو الدراسة في أحد مجالات وفروع الإعلام والاتصال.
 - ت. أن يتسم البحث بالجددة والأصالة، وألا يكون قد مضى على إعداده أكثر من ثلاث سنوات.
 - ث. أن يعتمد الباحث الأسس العلمية في كافة خطواته وأن يتبع قواعد التوثيق العلمي المستخدمة بالمجلة.
 - ج. ألا تزيد عدد صفحات البحث أو الدراسة عن خمسين صفحة (بما في ذلك الملخص والجداول والرسوم البيانية والملاحق والمراجع).
 - ح. ألا يكون حالياً قيد الدراسة للنشر أو قد سبق نشره في جهة أخرى.
 - خ. أن يُعد الباحث عنوانين وملخصين لبحثه باللغتين العربية والإنجليزية في حدود 300 كلمة لكل منهما.
 - د. أن يرسل البحث أو الدراسة في ملف "Word" .
 - ذ. ترسل للباحث خمس نسخ ورقية من العدد المشارك فيه.
- 6) البحوث والدراسات المنشورة بالمجلة تعبر عن رأي أصحابها ولا تعبر بالضرورة عن رأي الجمعية، ويتحمل مؤلفوها المسؤولية كاملة عن صحة ودقة المعلومات والاستنتاجات.
- 7) توجه المراسلات الخاصة بالمجلة إلى رئيس هيئة التحرير على البريد الإلكتروني الخاص بالمجلة (majalatsamc@gmail.com) ، أو العنوان البريدي الآتي :

المجلة العربية للإعلام والاتصال
جامعة الملك سعود -قسم الإعلام
ص. ب 2456 الرياض 11451
المملكة العربية السعودية

Citation Guidelines

The sources are listed at the end of the document in numerical order as they appear in the text. These are known as endnotes, which are used by the journal of Journalism & Mass Communication Quarterly, the journal of Journalism & Mass Communication Educator, and some Arabic journals.

قواعد التوثيق العلمي:

ترصد المراجع والهوامش في نهاية البحث أو الدراسة بأرقام متسلسلة حسب تسلسل الإشارة إليها في ثنايا البحث أو الدراسة، وهي الطريقة المسماة "الهوامش الأخيرة" End Notes الذي تعتمده دورية الصحافة والإعلام Journalism & Mass Communication Quarterly، ودورية معلم الصحافة والإعلام Journalism Educator & Mass Communication Quarterly، وبعض المجلات العربية.

أمثلة للإشارات للمراجع العربية:

الإشارة الأولى للمرجع:

كتاب:

- اسم المؤلف (الأول فالثاني فالعائلة)، عنوان الكتاب فتح قوس (مدينة النشر نقطتين: الناشر فاصلة، سنة النشر إغلاق القوس) فاصلة، رقم الصفحة مسبقاً بـ ص أو ص ص.

مثال:

علي عبدالرحمن العلي، الإعلام في عصر العولمة (الرياض: العبيكان للطباعة والنشر، 2015)، ص 23.

بحث في دورية:

- اسم المؤلف (الأول فالثاني فالعائلة) فاصلة، فتح علامة تنصيص "عنوان البحث أو الدراسة إغلاق التنصيص" فاصلة، اسم الدورية ورقم المجلة إن وجد فتح قوس (الشهر أو الفصل والسنة إغلاق القوس) نقطتين: أرقام الصفحات التي يشغلها كامل البحث فاصلة، رقم صفحة الإشارة أو صفحاتها إن وجدت مسبوقة بـ ص أو ص ص.

مثال:

- علي عبدالرحمن العلي، " الصحافة في عصر العولمة"، المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد الأول، (نوفمبر 2005)، ص 25 - 30، ص 33.

الإشارة الثانية التالية مباشرة:

(تطبق في حالة الكتب والبحوث)

1. المرجع السابق فاصلة، رقم الصفحة أو الصفحات، إن وجد، مسبقاً بـ ص أو ص ص.

مثال:

2. المرجع السابق، ص ص 22 - 24.

الإشارة الثانية وما بعدها:

(في حالة عدم ورودها مباشرة)

1. اسم العائلة للمؤلف فاصلة، رقم الصفحة أو الصفحات، إن وجد، مسبقاً بـ ص أو ص ص.

مثال:

2. العلي، ص 23.

وفي حالة وجود أكثر من مرجع للمؤلف نفسه سبقت الإشارة إليهما:

3. اسم عائلة المؤلف فاصلة، الكلمة الأولى من العنوان أو جزء منه متبوعاً بثلاث نقاط داخل تنصيص "... فاصلة، رقم الصفحة أو الصفحات مسبقاً بـ ص أو ص ص.

مثال:

4. العلي، "الإعلام..."، ص 23.

الإشارة للمراجع الأجنبية:

يستخدم الأسلوب المتبع نفسه في دورية الصحافة والإعلام Journalism & Mass Communication Quarterly، التي تصدرها جمعية تعليم الإعلام والصحافة الأمريكية AEJMC.

Reference Citation in Arabic is found in the

Arabic Section

Reference Citation in English

The Arabian Journal of Media and Communication applies the same referencing style used by the journal of Journalism & Mass Communication Quarterly (JMCCQ), which is published by the Association for Education in Journalism and Mass Communication (AEJMC).



SAMC

الجمعية السعودية للإعلام والاتصال
SAUDI ASSOCIATION FOR MEDIA & COMMUNICATION

Breif

Saudi Association for Media and Communication (SAMC) is a scientific institution established within the Ministry of Higher Education, Riyadh, Saudi Arabia in 2002.

The first general assembly was held on the 2nd of February, 2002 during which its first managerial board was elected. It started accomplishing its goals since then. The goals of SAMC include:

- Prompting scientific thought in the fields of media and communications to participate in the development of related theories.
- Administering specialized research and studies in all aspects of media and communications in the Kingdom of Saudi Arabia.
- Strengthening ties and cooperation between scientists and professional working in the media arena in the kingdom.
- Cooperating with other specialized associations and institutions in all parts of the world.
- Encouraging exchange of thoughts and expertise among national, Arabian and international experts.
- ISSN: 1658-8835

نبذة عن الجمعية

تأسست الجمعية السعودية للإعلام والاتصال في 1421/12/22 هـ وفقاً للقرار رقم 2109 / أ الصادر عن وزارة التعليم العالي. وهي جمعية علمية متخصصة في مجال الإعلام والاتصال ومقرها جامعة الملك سعود بالرياض.

وعقد الاجتماع التأسيسي الأول للجمعية العمومية في جامعة الملك سعود بتاريخ 1422/11/22 هـ الموافق 2002/2/5م، وانتخب خلاله أول مجلس إدارة للاضطلاع بأعباء ومسؤوليات الجمعية.

وتهدف الجمعية إلى ما يلي:

تنمية الفكر العلمي في مجال الإعلام والاتصال والعمل على تطوير هذه العلوم والاختصاصات.

إجراء الدراسات والبحوث المتخصصة في مختلف مجالات الإعلام في المملكة العربية السعودية.

التواصل العلمي والمهني بين الأكاديميين الإعلاميين والقائمين على شؤون الإعلام في المملكة.

مد جسور التعاون بين الجمعية ومثيلاتها من الجمعيات والهيئات العلمية في الخارج. تطوير الأداء وتبادل الخبرات الإعلامية المحلية والعربية والدولية.

رقم الإيداع / 3378 / 1428

رقم ردمد : 3620 - 1658



SAMC

الجمعية السعودية للإعلام والاتصال
SAUDI ASSOCIATION FOR MEDIA & COMMUNICATION

Managerial Board

Dr. Ali Dhumayan T Alanazi
Chairman

Dr. Jareh Fares Alotaibi
Vice Chairman

Dr. Turki Bin Fahad Alayyar

Dr. Majedah Saleh Alsewaiah

Dr. Abdullah Ali Al Marei

Dr. Areej Ibrahim Aldobaikhy

Dr. Talal A. Alshathry

Dr. Ezaddeen S. Almutairi

أعضاء مجلس الإدارة

د. علي ضميان ذياب العنزي
رئيس المجلس

د. جراح بن فارس العتيبي
نائب الرئيس

د. تركي بن فهد العيار
أمين المال

د. ماجدة بنت صالح السويح
أمين المجلس

د. عبدالله بن علي آل مرعي
د. أريج بنت إبراهيم الدبيخي
د. طلال عبدالرحمن الشثري
د. عزالدين سليمان المطيري

Address

Saudi Arabia , Riyadh
King Saud University
Tel 0114679717 – 0114675378
info@samc.ksu.edu.sa
www.samc.ksu.edu.sa

عنوان المجلة

المملكة العربية السعودية – جامعة الملك سعود
قسم الإعلام
هاتف: 0114679717 – 0114675378
البريد الإلكتروني: info@samc.ksu.edu.sa
www.samc.ksu.edu.sa



SAMC

الجمعية السعودية للإعلام والاتصال
SAUDI ASSOCIATION FOR MEDIA & COMMUNICATION

دورية ربع سنوية متخصصة محكمة تُعنى بأبحاث الإعلام والاتصال
تصدر عن الجمعية السعودية للإعلام والاتصال
العدد الرابع والأربعون
مارس 2026 - رمضان 1447هـ

Editorial Board

Prof. Abdulmalik bin Abdulaziz Al-Shalhoub

Editor in Chief

Dr. Ali bin Dabkal Al-Anazi

Vice Editor in Chief

Prof. Muhammad bin Abdulaziz Al-Haizan

Member

Prof. Abdullah bin Abdul Mohsen Al-Assaf

Member

Prof. Falah bin Amer Al-Dahmashi

Member

Dr. Jareh bin Faris Al-Murshidi

Member

Dr. Abdullah bin Ali Al Marai

Managing Editor

Dr. Ezaddeen S. Almutairi

هيئة التحرير

أ.د. عبدالملك بن عبدالعزيز الشلهوب

رئيس هيئة التحرير

د. علي بن د بكل العنزي

نائب رئيس هيئة التحرير

أ.د. محمد بن عبدالعزيز الحيزان

عضو

أ.د. عبدالله بن عبدالمحسن العساف

عضو

أ.د. فلاح بن عامر الدهمشي

عضو

د. جراح بن فارس المرشدي

عضو

د. عبدالله بن علي آل مرعي

مدير التحرير

د. عزالدين سليمان المطيري

All Correspondences Should be
Sent and Entitled to the
Editor-in-Chief at the Following
Address

P.O.Box: 2456 Riyadh 11451

Email: majalatsamc@gmail.com

www.samc.ksu.edu.sa

جميع المراسلات: ترسل باسم رئيس هيئة التحرير

على العنوان التالي:

ص.ب: 2456 الرياض 11452

هاتف: 011205358 - 0114675378

فاكس: 0112053581 - 0114679717

البريد الإلكتروني: majalatsamc@gmail.com

www.samc.org.sa

سعر النسخة الواحدة من المجلة (10) ريال سعودي أو ما يعادلها، وسعر الاشتراك السنوي 40 ريالاً بما في ذلك أجور البريد الجوي، وترسل المجلة مجاناً للأعضاء العاملين والمنتسبين في الجمعية السعودية للإعلام والاتصال. بشأن الإعلان بالمجلة مع إدارة التحرير.



SAMC

الجمعية السعودية للإعلام والاتصال
SAUDI ASSOCIATION FOR MEDIA & COMMUNICATION

◀ اتجاهات الجمهور السعودي نحو نشاطات الترفيه وانعكاساتها على جودة الحياة "موسم الرياض نموذجًا" دراسة وصفية تحليلية سيميائية

◀ Department of Journalism and New Media, College of Media and Communication ibn Saud Islamic University Imam University

17

◀ واقع الإنتاج السينمائي السعودي ودوره في تعزيز الهوية الوطنية "دراسة ميدانية من وجهة نظر العاملين في المجال السينمائي والمهتمين به"

◀ The Reality of Saudi Film Production and its Role in Promoting National Identity "A Survey Study from the Perspectives of Saudi Cinema Workers and Those Interested in It"

67

◀ تأثير مجموعات واتساب أولياء الأمور على المواظبة المدرسية لطلبة المرحلة الابتدائية في السعودية "دراسة مختلطة في ضوء نظرية التأثير الاجتماعي"

◀ The Impact of WhatsApp Parent Groups on School Attendance Among Primary School Students in Saudi Arabia "A Mix Method Study in the Light of Social Impact Theory"

125

◀ اتجاهات طلبة الإعلام نحو الإبداع في التعليم الإعلامي وعلاقته بتحفيز قدراتهم وفق نظرية الذكاء الناجح "دراسة مسحية على عينة من طلبة الإعلام والاتصال بجامعة الملك فيصل بالمملكة العربية السعودية"

◀ Media Students' Attitudes Toward Creativity in Media Education and Its Relationship to Motivating Their Abilities According to the Successful Intelligence Theory: A Survey Study on a Sample of Media and Communication Students at King Faisal University in the Kingdom of Saudi Arabia."

173

◀ تأثير الأخبار الزائفة عبر منصات التواصل الاجتماعي على سلوك طلبة المرحلة الثانوية "دراسة ميدانية"

◀ The Impact of Fake News Through Social Media Platforms on The Behavior of High School Students

211

◀ دور الاتصال في مجال المسؤولية الاجتماعية للمنظمات في المستشفيات الخاصة في دولة الإمارات العربية المتحدة

◀ The Role of Corporate Social Responsibility Communication in Private Hospitals in the United Arab Emirates

239

تقديم

المستقبل اليوم للدول التي تستعمل البحث العلمي المنهجي لخدمة شعوبها وتقدمها وازدهارها؛ إذ تركز هذه الدول كثيراً من إمكانياتها لدعم البحث والتجارب العلمية المختلفة من أجل التطوير، ومستقبل أكثر ثباتاً؛ لذلك اهتمت المملكة العربية السعودية بالبحث العلمي الجامعي من أجل تطوير منظومة البحث العلمي والابتكار والارتقاء بمستوى القدرات العلمية والتقنية الوطنية، فالبحت العلمي في الجامعات السعودية يهدف إلى تشجيع الباحثين من أعضاء هيئة التدريس والطلاب على إجراء البحوث المبتكرة، والمتعلقة بالمشكلات الحيوية للمجتمع، ونشرها في الدوريات العلمية.

وبناء على ذلك، سعينا في هذه المجلة إلى مواصلة عطائها وإسهامها البحثي بتضمين هذا العدد بحوثاً ودراسات إعلامية نوعية، وأن تكون فيه إضافات علمية قيمة ومفيدة للدارسين والباحثين والمهتمين بالدراسات الإعلامية.

ويتضمن هذا العدد ست دراسات علمية، أولها دراسة بعنوان: "اتجاهات الجمهور السعودي نحو نشاطات الترفيه وانعكاساتها على جودة الحياة" موسم الرياض نموذجاً" دراسة وصفية تحليلية سيميائية"، والثانية بعنوان: "واقع الإنتاج السينمائي السعودي ودوره في تعزيز الهوية الوطنية دراسة ميدانية من وجهة نظر العاملين في المجال السينمائي والمهتمين به"، أما الدراسة الثالثة فتناولت موضوع "تأثير مجموعات واتساب أولياء الأمور على المواظبة المدرسية لطلبة المرحلة الابتدائية في السعودية: دراسة مختلطة في ضوء نظرية التأثير الاجتماعي"، وتناولت الدراسة الرابعة "اتجاهات طلبة الإعلام نحو الإبداع في التعليم الإعلامي وعلاقته بتحفيز قدراتهم وفق نظرية الذكاء الناجح"، وتطرقت الدراسة الخامسة إلى "تأثير الأخبار الزائفة عبر منصات التواصل الاجتماعي على سلوك طلبة المرحلة الثانوية: دراسة ميدانية"، أما آخر موضوعات هذا العدد المكتوب باللغة الإنجليزية فتناول "دور الاتصال في مجال المسؤولية الاجتماعية للمنظمات في المستشفيات الخاصة في دولة الإمارات العربية".

وفي الختام أتوجه بالشكر الجزيل لزملائي في هيئة التحرير ولمحكمي الأبحاث الواردة في هذا العدد، وللعاملين على صدره، ونسأل الله تعالى التوفيق والسداد.

رئيس هيئة التحرير

أ. د. عبدالملك بن عبدالعزيز الشهوب



SAMC

الجمعية السعودية للإعلام والاتصال
SAUDI ASSOCIATION FOR MEDIA & COMMUNICATION

اتجاهات الجمهور السعودي نحو نشاطات الترفيه وانعكاساتها على جودة الحياة "موسم الرياض نموذجًا": دراسة وصفية تحليلية سيمائية

Saudi public trends towards entertainment
activities and their repercussions on the
quality of life: "Riyadh season is a model"
Descriptive, analytical, and semiotic study

د عبدالله الحميداني

قسم الصحافة والإعلام الجديد، كلية الإعلام والاتصال - جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

أ.د. عبدالله الرفاعي

أستاذ الصحافة والإعلام الجديد، كلية الإعلام والاتصال - جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

Dr. Abdullah Al-Humaidani

Department of Journalism and New Media, College of Media and
Communication ibn Saud Islamic University Imam University

Professor Abdullah Al-Rifai

Professor of Journalism and New Media, College of Media and
Communication Imam Muhammad ibn Saud Islamic University



SAMC

الجمعية السعودية للإعلام والاتصال
SAUDI ASSOCIATION FOR MEDIA & COMMUNICATION

Abstract:

The Kingdom of Saudi Arabia has adopted a rapidly evolving national strategy to achieve its goal of improving quality of life and fostering innovation and creativity. Therefore, this study aimed to identify the Saudi public's attitudes towards entertainment activities and their impact on quality of life, using Riyadh Season as a case study. To achieve this objective, the study combined a descriptive-analytical approach with semiotic analysis. Researchers administered a questionnaire to a select group of Saudi attendees of the Riyadh Season 2024 entertainment events and activities during September and October 2024. This field study involved 364 participants.

Semiotic analysis applied to a targeted sample of images posted by the Saudi public on the account (x) in response to an initiative launched by His Excellency Advisor Turki Al-Sheikh, on September 10, 2024. The initiative invited Saudi citizens to participate in a competition to capture the best expressive photograph of the event involving the transport of three aircraft by road from Jeddah to Riyadh, with eight photos submitted.

The study found that the majority (85.7%) visited recreational venues five times a month. The most popular recreational activities were dining and socializing (36.85%), followed by recreational games.

The study found that the mean score for the Saudi public's cognitive attitudes toward recreational activities (using Riyadh Season as a model) was 4.20, the behavioral component at 4.18. The overall mean score for the relationship between the Saudi public's attitudes toward recreational activities and achieving the Kingdom's quality of life goal was 4.20, indicating a significant role for recreational activities in achieving the Kingdom's quality of life goal (as exemplified by Riyadh Season). Furthermore, the regression model results confirmed the impact of the affective and behavioral components on quality of life. By analyzing the semiotic implications, it became clear that there was a wide turnout to participate in this entertainment event, and that there was passion, interest, and a deep impact of the event on the conscience of the Saudi citizen, as the initiative, with its profound effects on participation, contributed to guiding the Saudi citizen and enhancing his positive feelings.

المخلص:

تبنت المملكة العربية السعودية تطبيق استراتيجية وطنية متسارعة الخطى نحو تحقيق هدف جودة الحياة وفتح المجال أمام الابتكار والإبداع؛ ومن ثم هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الجمهور السعودي نحو نشاطات الترفيه وانعكاساتها على جودة الحياة "موسم الرياض نموذجاً" ولتحقيق هدف الدراسة تم الجمع بين المنهج الوصفي التحليلي وأسلوب التحليل السيميائي، فقد طبق الباحثان استبانة على عمدية من الجمهور السعودي، المتردد على فعاليات والأنشطة الترفيهية لموسم الرياض 2024، في الفترة من سبتمبر وأكتوبر 2024، لتطبيق الدراسة الميدانية بعدد (364) مشاركاً

إضافة إلى تطبيق التحليل السيميائي على عينة هادفة، من الصور المنشورة من الجمهور السعودي على حساب (x)، استجابة للمبادرة التي أطلقها معالي المستشار تركي آل الشيخ رئيس مجلس إدارة الهيئة العامة للترفيه في 10 سبتمبر 2024، على حسابه الرسمي على المنصة بدعوة المواطنين من المملكة العربية السعودية، للمشاركة في مسابقة التقاط أفضل صورة معبرة، عن حدث نقل ثلاث طائرات على الطريق البري من جدة إلى الرياض بعدد (8) صور.

وقد توصلت الدراسة إلى أن عدد مرات الذهاب إلى الأماكن الترفيهية شهرياً للأغلبية (خمس مرات شهرياً) بنسبة 85.7%، وكانت أكثر الأنشطة الترفيهية اهتماماً من قبل المواطنين هي، تناول الطعام وجلسات السمر بنسبة (36.85)، تليها الألعاب الترفيهية، وتبين أن أوقات الذهاب إلى الأماكن الترفيهية المفضلة، كانت للفترة المسائية بنسبة (73.1).

وتوصلت الدراسة إلى أن المتوسط الحسابي للاتجاهات المعرفية للجمهور السعودي، نحو نشاطات الترفيه "موسم الرياض نموذجاً" (4.20)، للمكون الوجداني (4.39)، للمكون السلوكي (4.18)، وبلغ إجمالي المتوسط الحسابي للعلاقة بين اتجاهات الجمهور السعودي نحو نشاطات الترفيه وتحقيق هدف جودة الحياة بالمملكة، (4.20)، بما يعبر عن درجة كبيرة لدور نشاطات الترفيه بالمملكة في تحقيق هدف جودة الحياة بالمملكة "موسم الرياض"، كما أكدت نتائج نموذج الانحدار وجود أثر للمكون الوجداني والسلوكي على جودة الحياة.

وتحليل الدلالات السيميائية، تبين وجود إقبال واسع على المشاركة في هذا الحدث الترفيهي، ووجود شغف واهتمام وتأثير عميق للحدث في وجدان المواطن السعودي، حيث أسهمت المبادرة بما طرخته من تأثيرات عميقة بالمشاركة في توجيه المواطن السعودي، وتعزيز شعوره الإيجابي.

المقدمة:

المملكة 2030 (مجتمع حيوي واقتصاد مزدهر ووطن طموح)؛ لذلك يمكن النظر إلى نشاط الترفيه، باعتباره ظاهرة اجتماعية قادرة على صنع الحراك الوطني، الساعي للتنمية والداعم للتحويلات الوطنية العامة، الرامية لتحقيق مفهوم جودة الحياة.

واستشعرت الدول أهمية الترفيه والسعادة وجودة الحياة، بوصفه سمة من سمات المجتمع المتقدم، وقد ربطت العديد من الدراسات، منها: (Khan & others, 2017)⁽¹²⁾، و(Diah & others, 2023)⁽¹³⁾، بين نشاطات الترفيه والاقتصاد الحديث، باعتبار الاقتصاد علم الحاجة، كما أن الحاجة إلى الترفيه أصبحت من ضرورات عصر دول الرفاهية، حتى أن باحثي الاقتصاد أشاروا إلى قوة العلاقة بين الاقتصاد الناجح والترفيه، بوصفه استثماراً مدعوماً بفلسفة الترفيه وتأثيراته البعيدة.

ويتسق هذا الاتجاه مع رؤية المملكة 2030، التي تدعم تنويع مصادر الدخل الوطني، وتعزيز قطاع السياحة الداخلية والدولية، وحركة التبادل التجاري، ورفع أسهم قطاع السياحة، من خلال مساندة أنشطة الترفيه وفعالياته⁽¹⁴⁾. وفي هذا السياق يأتي موسم الرياض بوصفه مهرجاناً ترفيهياً عالمياً يُقام في العاصمة السعودية، ويهدف إلى تحويل الرياض إلى وجهة سياحية ترفيهية رائدة، تشمل الفعاليات أمسيات موسيقية، أنشطة رياضية، وتجارب حضرية فريدة مثل بوليفارد وورلد وبوليفارد سيتي.

ويشير مفهوم جودة الحياة إلى رقي مستوى الخدمات الاجتماعية والمادية لأفراد المجتمع، وتعني مجموع تقييمات الأفراد لجوانب حياتهم اليومية في وقت معين وفي ظروف معينة، في

يلبي الترفيه رغبة قوية لدى الإنسان، لها تأثيرات متعددة، نفسية واجتماعية وثقافية، وحضارية وسياسية وحتى دبلوماسية، كما أنه مصدر للطاقة الإيجابية، المحفزة على الإبداع والابتكار⁽¹⁾ وبذل الجهد، فالترفيه ينشأ في ضوء هدف رئيس، هو السعادة⁽²⁾، الأمر الذي جعله من أولويات الاهتمام في دول العالم المتقدم⁽³⁾.

وترتبط نشاطات الترفيه بعلم النفس الإيجابي والاجتماعي، وعلم نفس الشخصية،⁽⁴⁾ الذي اهتم بتحليل شخصيات الأفراد السعداء والتعساء، ومن رواده (Wessman & Ricks) (1966)⁽⁵⁾، إضافة إلى أثر تكيف المواطنين مع مجتمعهم، على الشعور بالارتياح وفقاً لما أيدته (Brickman & Campdell, 1971)⁽⁶⁾، و(Parducci, 1995)⁽⁷⁾، و(Diener & Oishi, 2003)⁽⁸⁾.

وتعد جودة الحياة من أهم المتغيرات النفسية والاجتماعية التي ظهرت بعد منتصف القرن العشرين، وأصبحت مجالاً للدراسات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والنفسية وحتى الصحية،⁽⁹⁾ واتفقت الدراسات على اعتبارها متطلباً أساسياً يرتبط بالرضا عن الحياة، ومستوى السعادة والإمكانيات المادية المتاحة، وقدرة الأفراد في مجتمعهم على الحصول على أجود الخدمات⁽¹⁰⁾.

وتبرز أهمية الترفيه، لما يشكله من علامة فارقة في توازن المجتمعات، أو ما يسمى "الاستاتيكا الاجتماعية" القادرة على التأثير في تكوين المجتمعات⁽¹¹⁾، ودفع المواطنين للتخلي عن بعض السلبيات، منها الفردية والأنانية، وإثارة الدافعية نحو الإيثار والخيرية، بما يحفز على مشاركة المواطنين في بناء المجتمعات، بما يتسق مع رؤية

التأثيرات السياحية التي صارت مصدرًا مباشرًا للإيرادات السياحية⁽¹⁷⁾ في جهد وطني استراتيجي أصيل، يهدف لضمان تحقيق التنمية الشاملة والمستدامة للوطن بين مصاف دول العالم المتقدم.

الدراسات السابقة

أولاً: الدراسات العربية:

اهتمت دراسة (العتيبي، 2023)⁽¹⁸⁾ بالتعرف على اتجاهات المرأة السعودية نحو ثقافة الترفيه، والتعرف على مفهوم الترفيه لدى المرأة السعودية، وتحديد أنواع الترفيه المفضلة، والصعوبات التي يمكن أن تواجهها في الترفيه في المجتمع السعودي، واستعان الباحث بالمنهج الوصفي التحليلي، بتطبيق استبانة على عينة قصدية غير احتمالية، بالتطبيق على 312 من السعوديات في مدينة الرياض، وأكدت النتائج وجود اتجاه إيجابي من السعوديات، نحو أهمية الترفيه واعتباره جزءاً أساسياً في الحياة، وأنه من ثقافة المجتمع السعودي النظر إلى الترفيه، بوصفه متطلباً أساسياً لتحسين جودة حياة الأفراد.

سعت دراسة (القحطاني، 2021)⁽¹⁹⁾ إلى التعرف على اتجاهات أفراد المجتمع السعودي، نحو أهمية الترفيه وعلاقته بالتماسك الاجتماعي، واستعان الباحث في دراسته الوصفية بمنهج المسح الاجتماعي، بتطبيق استمارتي استبانة وملاحظة، وتم اختيار العينة بالأسلوب القصدي، لتحقيق الهدف منها على 415 من مواطني المجتمع بمدينة جدة، من المواطنين السعوديين على اختلاف المستويات التعليمية والاقتصادية والعمرية، وتوصلت الدراسة إلى

محيط المنظومة الثقافية التي يعيش بها الأفراد، وتكون ذات صلة بأهدافهم وتوقعاتهم واهتماماتهم ومعاييرهم، في ضوء تقييم جوانب الحياة، ومستوى الرضا عن الحياة⁽¹⁵⁾.

وقد أطلقت المملكة برنامج جودة الحياة 2020، نموذجاً عالمياً يحتذى به، ليكون الترفيه ركيزة من ركائز قوة المملكة، وازدهار اقتصادها الذي تبناه مجلس الشؤون الاقتصادية والتنمية؛ حيث يهدف هذا البرنامج برعاية الأمير محمد بن سلمان بن عبد العزيز (ولي العهد) إلى تهيئة البيئة التي تضمن تحسين نمط حياة الفرد والأسرة؛ ذلك أن تركز الدول المتقدمة على جوانب التنمية التي تلامس المجتمعات والثقافة والاقتصاد ورفاهية العيش، وقد وضع هذا البرنامج متطلبات التنمية هدفاً له لتحقيق الطموح الأسمى لإدراك مدن سعودية، ضمن قائمة أفضل مدن للعيش في العالم مع طول 2030⁽¹⁶⁾.

وقد حققت رؤية المملكة 2030 بجهود القائمين على قطاع الترفيه مجموعة من الإنجازات الملموسة منها التصدر في تقرير السعادة العالمي، في المرتبة الأولى عربياً و21 عالمياً في مؤشرات عام 2020، وفق ما صدر عن شبكة حلول التنمية المستدامة الصادر عن الأمم المتحدة.

وتواصلت المملكة إطلاق عددٍ من الفعاليات والأنشطة والمعارض والمسابقات المحلية والدولية والأنشطة الترفيهية والثقافية والرياضية والسياحية والفنية؛ لإثراء حياة المواطنين والأسر بالإسهام في تنمية رأس المال البشري وتوطينه، بما يحقق أهداف جودة الحياة، إضافة إلى تطوير البنية التحتية لقطاعات جودة الحياة، تراثياً وثقافياً وترفيهياً وفنياً ودعم الرياضة، علاوة على إطلاق

لممارسة الترفيه، إلا أن العامل التعليمي والثقافي، يعد عنصراً بارزاً في وعي الشباب نحو ممارسة الترفيه.

واهتمت دراسة (الغنيم، 2019) ⁽²²⁾ بالتعرف على اتجاهات المواطنين والمقيمين، نحو الترفيه والأنشطة الترفيهية في ضوء رؤية المملكة 2030 (الواقع والتطلعات)، من حيث الاحتياجات والأهمية والإتاحة، ومدى حرص عينة الدراسة على ممارسة الترفيه. واتبعت الدراسة المنهج الوصفي بأسلوب المسح، واشتملت العينة العشوائية على عدد 1536 من المواطنين والمقيمين بالمملكة العربية السعودية، للفئة العمرية بين 15 و55 عاماً، بتطبيق استمارة استبانة.

وأكدت النتائج رضا أفراد العينة عما تقدمه المملكة من جهد في نشاطات الترفيه، وأنها تلبى تطلعاتهم وتحولهم من الرغبة في الترفيه الخارجي إلى الترفيه الداخلي، وكانت من المعوقات المطروحة الحاجة إلى الدعم الاقتصادي، ووجود بعض الأعراف الاجتماعية المعارضة.

ثانياً: الدراسات الأجنبية

أظهرت دراسة (Mutz & others, 2021) ⁽²³⁾ في ألمانيا، أن ممارسة الأنشطة الرياضية في أوقات الفراغ، ترتبط بمستوى عالٍ من الرفاهية، ومع ذلك، يبدو أن العلماء غالباً ما يفترضون أن ممارسة الأنشطة الرياضية في أوقات الفراغ، تعزز الرضا "العام" عن الحياة، ومن ثمّ يتجاهلون التأثيرات على الرضا عن المجال، وافترض الباحثون أن تأثير ممارسة الأنشطة الرياضية في أوقات الفراغ على

قدرة الترفيه على تحقيق التوازن النفسي للأفراد، وتقليل التوترات والضغوط، وأن ممارسة الترفيه بالمشاركة مع أفراد الأسرة يدعم العلاقات الاجتماعية الإيجابية، ويدعم مبادئ التعاون والمشاركة والتواصل، بما يؤثر في دعم التماسك الاجتماعي والاندماج في المجتمع، وأن الترفيه فرصة جيدة لبناء علاقات اجتماعية جيدة بين أفراد المجتمع.

هدفت دراسة (المالكي، 2020) ⁽²⁰⁾ إلى التعرف على أثر الترفيه وممارسة نشاطاته، في منظومة القيم للأسرة السعودية، بما يشمل القيم الأخلاقية والاقتصادية والشخصية وثيقة الصلة بجودة الحياة، وتم تطبيق الدراسة باستخدام المنهج الوصفي التحليلي على عينة من أسر سكان جدة، بعدد 114 مفردة، باستخدام المسح الاجتماعي وتطبيق مقياس لأثر الأنشطة الترفيهية، وأكدت النتائج وجود مردود إيجابي للأنشطة الترفيهية، مع الالتزام بقيم الأسرة السعودية بالتماشي مع روح العصر ووجود التحول في النمط الاقتصادي للأسر، والاتجاه لترشيد النفقات لغرض استغلالها في ممارسة أنشطة الترفيه.

سعت دراسة (الشهري، 2019) ⁽²¹⁾ إلى التعرف على نشاط الترفيه، وعلاقته بالتحويلات الاجتماعية في المجتمع السعودي، تطبيقاً على عينة من الشباب السعودي، باتباع المنهج الوصفي التحليلي، وتطبيق استبانة على عينة من 204 شباب من الذكور والإناث، بغرض التعرف على ملامح نشاط الترفيه في المملكة واتجاه الشباب نحوه.

وأكدت النتائج تخصيص شباب المملكة أوقاًً محددة للترفيه، فقضية الدخل لا تعد معياراً

البيانات أيضًا استطلاعات رأي لجان الفعاليات، والحضور في أحد المعارض الزراعية والثقافية، وتم توزيع الاستطلاعات وإجراؤها في فترة ما بعد الظهر وأوائل المساء، في منطقة الفعالية ونقطة الخروج منها، في المجموع، تم توزيع 250 استبيانًا على الزوار المحليين، وأكمل 176 مستجيبًا الاستطلاع. وتوصلت الدراسة إلى أن الجودة المتصورة للفعالية، أثرت مباشرة على القيمة الاجتماعية، والقيمة الاقتصادية، والقيمة العاطفية والنوايا السلوكية، وأشارت النتائج أيضًا إلى أن القيمة الاجتماعية والقيمة العاطفية، كانت لهما تأثيرات كبيرة على النوايا السلوكية. وعلاوة على ذلك، وجدت هذه الدراسة أن كلاً من مكونات القيمة الاجتماعية، والقيمة العاطفية، تتوسط العلاقة بين الجودة المتصورة للفعالية والنوايا السلوكية. وأكدت هذه النتائج وجود سلسلة من النوايا المدركة، والجودة، والقيمة، والسلوكية.

- تناولت دراسة (Ui et al., 2016)⁽²⁵⁾ تأثير تجربة الفعاليات الكبرى على جودة حياة المجتمع. طلت الدراسة بيانات مسح رأس المال الاجتماعي للمجتمع لعام 2006 باستخدام النموذج الخطي الهرمي. شملت العينة عشرة مجتمعات و4592 فردًا. ولتحليل العلاقات بين مجالات الحياة على المستوى الفردي (الرضا عن الحياة، والرضا المالي، والصحة) وجودة حياة المجتمع، وفصل نموذج HLM تأثيرات خصائص المجتمع ومجالات الحياة على المستوى الفردي، وأظهرت النتائج أن معظم مجالات الحياة ذات دلالة إحصائية، وأن تجربة الترفيه،

الرفاهية، خطي ومستقل عن مستوى النشاط العام للشخص، وباستخدام البيانات من دراسة SALLSA الألمانية ("الرياضة وأسلوب الحياة النشط ورضا الحياة")، وهي دراسة استقصائية واسعة النطاق (N = 1008)، تمثل السكان الذين تبلغ أعمارهم ≤ 14 عامًا، ألقت الدراسة الحالية نظرة فاحصة على هذه الافتراضات. وأشارت النتائج إلى أن LTSA يرتبط بالرضا العام عن الحياة، والرضا عن المجال المحدد (فيما يتعلق بالعلاقات والمظهر والترفيه والعمل والصحة)، ولكن العلاقة أكثر وضوحًا فيما يتعلق بالرضا عن الترفيه، كذلك ارتباطات الرياضة بالرضا عن الحياة والرضا عن الترفيه والصحة الذاتية غير خطية، وعلاوة على ذلك، تدعم النتائج فكرة أن التنوع في LTSA مهم، حيث يكون الأفراد الذين لديهم تنوع أكبر في الأنشطة الرياضية أكثر رضا، وأخيرًا، تشير النتائج فيما يتعلق بالسياق المكاني والتنظيمي، إلى أن الرياضات الخارجية والرياضات التي تنظمها الأندية، لها فوائد إضافية.

- هدفت دراسة (Meeprom & Silanoi, 2020)⁽²⁴⁾ إلى دراسة تأثير جودة الفعاليات، على جودة القيمة المتصورة والنوايا السلوكية، حيث تؤثر جودة الفعالية المتصورة من قبل الحاضرين لها، تأثيرات مباشرة وغير مباشرة على النوايا السلوكية، من خلال الدور الوسيط للقيمة الاجتماعية، والقيمة الاقتصادية، والقيمة العاطفية. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، عبر نشر استطلاع ذاتي الإدارة في الموقع، لجمع البيانات لصياغة العلاقات المفترضة في هذه الدراسة، وشمل جمع

السعودي نحو الترفيه وبين جودة الحياة تحديداً، بينما ربط العديدُ من الدراسات الأجنبية، بين أنشطة الترفيه وجودة الحياة وأبعادها، ومنها دراسة (Mutz & others, 2021) و (Meeprom & Silanoi, 2020)، ومن ثم ستسعى الدراسة الحالية إلى التعرف على اتجاهات الجمهور السعودي، نحو نشاطات الترفيه وانعكاساتها على جودة الحياة "موسم الرياض نموذجاً".

مشكلة الدراسة:

مر المجتمع السعودي في السنوات الأخيرة، بتحديات عميقة ومتغيرات أثرت في تحقيق نقلة تنموية كبرى، زامنّها تحولٌ فكري وثقافي، في حياة جديدة يعيش فيها المواطن السعودي، في ظل حراك المشروعات الضخمة والتعدلات الحضارية؛ حيث لا تكتسب تلك التحولات قيمتها من داخل المملكة فقط، ولكن تمتد لتشمل تطوير نمط الحياة في المجتمع السعودي بما يتسق مع برنامج جودة الحياة الذي أطلقته المملكة منذ عام 2019⁽²⁶⁾.

وقد أكدت العديدُ من الدراسات، منها: (Aksoy & others, 2017)⁽²⁷⁾، و (Çiyan & others, 2021)⁽²⁸⁾، و (Brajša-Žganec & others, 2011)⁽²⁹⁾، و (De la Vega & other, 2018)⁽³⁰⁾، أثر نشاطات الترفيه وعلاقتها بتحقيق جودة الحياة؛ ليكون الانفتاح والتقبل سمة بارزة، يشارك فيها المواطنون السعوديون بفئاتهم المختلفة، في التنظيم والإشراف، بما يؤثر في مستوى الوعي المجتمعي، ويسهم في دعم صورة المملكة عالمياً، خاصة وتقدمها في مؤشر جودة الحياة⁽³¹⁾، خاصة بعد إنشاء الهيئة العامة للترفيه في 30 رجب 1437هـ التي رافقت رحلة التطور الهائل الذي شهدته المملكة العربية

مثل معدل المشاركة في المهرجانات، تؤثر أيضاً على جودة حياة المجتمع.

التعليق على الدراسات السابقة وأوجه الاستفادة منها:

اهتم العديدُ من الدراسات بمفهوم أثر الترفيه وضروراته، دون ربطه بمعيار جودة الحياة، خاصة في المملكة العربية السعودية، وهذا ما سعت الدراسة الحالية إلى التركيز عليه بصورة نظرية معرفية، إضافة إلى تطبيقية وتحليلية، بالجمع بين المنهج الكمي في الدراسة الميدانية للتعرف على اتجاهات الجمهور السعودي نحو فعاليات الترفيه من جانب، وتحليل الدلالات السيميائية لحادث نقل الطائرات في العاشر من سبتمبر 2024، الذي جمع فئات المواطنين في سعادة وشغف وانتماء بمشاركة جماعية أكدت على أثر الترفيه في تحقيق أهداف أعمق وأوسع، بصورة إيجابية تتصل بجودة الحياة.

وقد ركزت دراسة (العتيبي، 2023)، على اتجاهات المرأة السعودية تحديداً، نحو ثقافة ومفهوم الترفيه، بينما اهتمت دراسة القحطاني بالتعرف على اتجاهات المجتمع السعودي نحو أهمية الترفيه وعلاقته بعنصر التماسك الاجتماعي، واهتمت دراسة (المالكي، 2020) بتحديد أثر الترفيه على منظومة القيم الأسرية السعودية تحديداً، في حين اكتفت دراسة (الشهري، 2019) بالربط بين نشاطات الترفيه والتحويلات الاجتماعية في المجتمع السعودي.

واهتمت دراسة (الغنيم، 2019) بالتعرف على اتجاهات المواطنين نحو الترفيه في ضوء رؤية المملكة الـ 2030 والتطلعات؛ حيث لم تربط أي دراسة عربية على الإطلاق، بين اتجاهات المواطن

3. دراسة تأثير المبادرات الإعلامية لنشاطات الترفيه، باستكشاف سيميائية الصور المنشورة عن تلك الفعاليات، في إطار العلاقة بمفهوم جودة الحياة عالمياً.
4. دراسة تأثيرات الفعاليات الميدانية، بوصفها أحد نماذج الأنشطة الترفيهية، واتجاهات الجمهور السعودي نحوها.
5. تحديد الأثر الاستراتيجي والاجتماعي والنفسي، للتغطيات الإعلامية المبتكرة للأنشطة الترفيهية بالمملكة.
6. الخروج بمحددات للتغطية الإعلامية الناجحة للأنشطة والفعاليات الترفيهية.

تساؤلات الدراسة:

سعت الدراسة على نحو رئيس إلى الإجابة على تساؤل: ما اتجاهات الجمهور السعودي نحو نشاطات الترفيه وانعكاساتها على جودة الحياة "موسم الرياض نموذجاً"؟

1. ما الاتجاهات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) للجمهور السعودي، نحو نشاطات الترفيه بالمملكة العربية السعودية "موسم الرياض نموذجاً"؟
2. ما العلاقة بين اتجاهات الجمهور السعودي نحو نشاطات الترفيه، وتحقيق هدف جودة الحياة بالمملكة؟
3. ما تأثير المبادرات الإعلامية لنشاطات الترفيه، باستكشاف سيميائية الصور المنشورة عن تلك الفعاليات، في إطار العلاقة بمفهوم جودة الحياة عالمياً؟
4. ما تأثيرات الفعاليات الميدانية بوصفها أحد نماذج الأنشطة الترفيهية، واتجاهات الجمهور السعودي نحوها؟

السعودية في المجالات المختلفة؛ حيث تختص الهيئة بتنظيم الفاعليات الثقافية والفنية، وتطوير الأنشطة الترفيهية، ودعم الخيارات الترفيهية الراقية ذات الرؤية والمستوى العالمي الهادف لخدمة جميع فئات المجتمع؛ لتصبح هيئة الترفيه قائمة على تنفيذ مكون رئيسي من مكونات ثقافة المجتمع السعودي، وفق ما أعلنته رؤية 2030؛ حيث يعد الترفيه جانباً مهماً من جوانب التنمية الشاملة والمستدامة، بغرض تحسين جودة الحياة، وتحفيز السعادة والسرور والتفأؤل، في نفوس مواطني المملكة ورواد المستقبل بها، وقد سجل موسم الرياض للعام 2025 (8 مليون زائر)⁽³²⁾.

ومن ثمّ سيسعى الباحثان في دراستهما إلى الإجابة على تساؤل رئيس هو: ما اتجاهات الجمهور السعودي نحو نشاطات الترفيه وانعكاساتها على جودة الحياة "موسم الرياض نموذجاً"؟

أهداف الدراسة:

هدفت الدراسة على نحو رئيس، إلى التعرف على اتجاهات الجمهور السعودي نحو نشاطات الترفيه، وانعكاساتها على جودة الحياة "موسم الرياض نموذجاً"؛

1. التعرف على الاتجاهات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) للجمهور السعودي، نحو نشاطات الترفيه بالمملكة العربية السعودية "موسم الرياض نموذجاً".
2. دراسة العلاقة بين اتجاهات الجمهور السعودي نحو نشاطات الترفيه واختبارها، وتحقيق هدف جودة الحياة بالمملكة.

5. ما الأثر الاستراتيجي والاجتماعي والنفسي للتغطيات الإعلامية المبتكرة للأنشطة الترفيهية بالمملكة؟
6. ما محددات التغطية الإعلامية الناجحة للأنشطة والفعاليات الترفيهية؟

أهمية الدراسة:

يرتبط مفهوم الترفيه بتحقيق الرفاه الاجتماعي، ولكنه في عصر الحداثة تجاوز هذا النطاق، ليحقق أهدافا استراتيجية أهم وأشمل، تصل إلى اعتباره مكونا أساسيا من مكونات التنمية الشاملة، ومؤثرا على الحراك المجتمعي، ومطورا للقيم الاجتماعية، وحارسا للتراث والهوية.

فأصبح الترفيه ونشاطاته وفاعلياته، بمنزلة قوة ناعمة دبلوماسية، قادرة على تحقيق مكاسب متنوعة: ثقافية واجتماعية، وسياسية واقتصادية واستراتيجية، ترتبط وتتشابك فيما بينها تحت مظلة مفهوم جودة الحياة.

زمن ثمّ يمكن تحديد القيمة العلمية والنظرية للدراسة في:

- إعادة النظر في مفهوم الترفيه ودلالاته وآثاره وانعكاساته، من زاوية شاملة تربطه بالواقع المجتمعي والعالمي المعاصر.
- الوقوف على آثار الأنشطة الترفيهية وانعكاساتها على تحقيق هدف جودة الحياة.
- تسجيل التحول الحضاري وتحديد الناجم عن النشاط في فعاليات الترفيه في المرحلة الحالية.
- المشاركة في تسجيل نموذج ميداني ناجح لإنشاء ودعم تجربة الترفيه في المملكة العربية السعودية.

ويمكن تحديد القيمة العملية في:

- قياس التعرف على اتجاهات وانطباعات الجمهور السعودي نحو أنشطة الترفيه وفعالياته.
- الوصول إلى أدلة تطبيقية على الأثر المتوقع للأنشطة الترفيهية في سياق مفهوم جودة الحياة.
- الوصول إلى محددات إعلامية تسهم في التغطية الإعلامية المبتكرة للفعاليات الترفيهية.

مصطلحات الدراسة:

- الترفيه: الترفيه مشتق من الفعل الثلاثي رَفِهَ، وتتعدد معانيه، منها: السعة، والنعمة، والرفق، والتنفيس⁽³³⁾ والرفاهية: رغد العيش ولينه⁽³⁴⁾، رفه عيشه رفاهة ورفاهية، فهو رفه العيش، وهو أرغد الخصب⁽³⁵⁾ والرفاهية: سعة العيش⁽³⁶⁾، والترفيه يدل على النعمة والسعة والتوسع في المأكل والمشرب والملبس⁽³⁷⁾.

التعريف الإجرائي لفعاليات الترفيه:

يقصد الباحثان بها: فعاليات الترفيه المتنوعة في موسم الرياض 2024-2025 التي تضم مجموعة واسعة من الفعاليات الترفيهية والأنشطة المتنوعة التي تشمل عروضاً فنية وحفلات ومباريات رياضية، ومناطق ترفيهية للعائلات والشباب والأطفال، ويكوّن الجمهور السعودي اتجاهات مختلفة تضم المكون المعرفي والسلوكي والوجداني نحوها، حيث تتصل بأبعاد جودة الحياة.

جودة الحياة:

عرفها (تواتي، 2018: 168) بأنها الشعور بالرضا والسعادة والرفاهية، وعيش حياة خالية من الاضطرابات السلوكية والنفسية والصحية، تعود

إلى المبادرة التي أطلقها معالي المستشار تركي آل الشيخ رئيس مجلس إدارة الهيئة العامة للترفيه في 10 سبتمبر 2024 على حسابه الرسمي بالمنصة بدعوة المواطنين من المملكة العربية السعودية؛ للمشاركة في مسابقة التقاط أفضل صورة معبرة عن حدث نقل ثلاث طائرات على الطريق البري من جدة إلى الرياض.

الإطار النظري:

نظرية الاهتمامات (Interest theory)

يعتمد إطار نظرية الاهتمامات على فرضية أن الأفراد يحددون تفضيلاتهم واهتماماتهم بما يعكس موازينهم النفسية والاجتماعية؛ مما يؤثر تأثيراً مباشراً على استجاباتهم لتجارب الترفيه المختلفة، ويقترن ذلك بفكرة أن الاهتمامات لا تكون عشوائية، بل تتخذ أشكالاً من التوجهات المنسقة التي تتأثر بعوامل شخصية، وثقافية، وبيئية، ويُعتمد عليها في تشكيل أنماط استهلاك المحتوى الترفيهي بفهم تباين الاهتمامات واختلافها بين الشرائح السكانية، ويمكن تقديم محتوى يتوافق مع تلك التفضيلات؛ مما يعزز من رضى الجمهور ويزيد من انخراطهم في الأنشطة الترفيهية⁽⁴⁰⁾.

تُعد مبادئ التوزيع والتوجيه أدوات أساسية في إطار النظرية؛ إذ تعكس كيف يتم توزيع الاهتمامات بين فئات المجتمع المختلفة، وكيف تؤثر وسائل الإعلام والإنتاج الترفيهي في توجيه هذا التوزيع بما يتلاءم مع مصلحة الجمهور، أو أحياناً بما يخدم مصالح معينة. يتيح ذلك فهماً عميقاً لكيفية تشكيل السوق الترفيهي وفق اهتمامات الجمهور، الأمر الذي يسهم في نجاح الحملات الترويجية والاستراتيجيات التسويقية،

على صاحبها بالأمن والاستقرار والارتياح، حتى يخدم الفرد نفسه والمجتمع الذي يعيش فيه⁽³⁸⁾.

التعريف الإجرائي لجودة الحياة:

يقصد الباحثان بها: اتجاهات الجمهور السعودي نحو فعاليات الترفيه، وانعكاساتها على جودة الحياة التي تضم أبعاداً إيجابية، مثل الشعور بالوجود البدني والنفسي والروحي، إضافةً إلى الانتماء المكاني والاجتماعي والمجتمعي، هذا إلى جانب المشاركة والتفاعل.

الاستاتيكا الاجتماعية (Social Statics):

هي فرع في علم الاجتماع يدرس بنية المجتمع وتنظيمه وحالته المستقرة في لحظة زمنية معينة، مركزة على التوازنات الداخلية والعلاقات الثابتة والمؤسسات الاجتماعية (مثل الأسرة والمؤسسات) والقيم والمعتقدات⁽³⁹⁾.

حدود الدراسة:

الحدود الموضوعية: تناولت الدراسة موضوع اتجاهات الجمهور السعودي نحو نشاطات الترفيه، وانعكاساتها على جودة الحياة "موسم الرياض نموذجاً".

الحدود البشرية: طبقت الدراسة الميدانية على الجمهور السعودي المتردد على الفعاليات والأنشطة الترفيهية لموسم الرياض 2024 في الفترة من سبتمبر وأكتوبر 2024.

الحدود الزمانية: طبقت الدراسة على الجمهور السعودي المتردد على الفعاليات والأنشطة الترفيهية لموسم الرياض 2024 في الفترة من سبتمبر وأكتوبر 2024.

وتطبيق التحليل السيميائي على الصور المنشورة من الجمهور السعودي على حساب (x)، استجابة

- الحقوق البشرية، والإنسانية والقانونية والعمليات الواجبة.

الإطار المعرفي

فرض النشاط الترفيهي نفسه عالمياً، في ظل التحولات الاجتماعية والثقافية والتقنية، خاصة بعدما أفرز عصر الحداثة آثاره، المتمثلة في تراجع القيم الاجتماعية والثقافية، وسيطرة العقلانية والفردية والبعد عن الروح التضامنية، فكان السعي نحو تدعيم تلك القوة الناعمة الممثلة في الترفيه، فالترفيه أداة وفق المنطق السيسولوجي، والمعرفة الاجتماعية قادرة على تحقيق أهداف اجتماعية ونفسية وطنية عالية داعمة للتراث والتاريخ، وعلى الجانب الاقتصادي فالترفيه فاعلٌ مهمٌ وقادرٌ على دعم قطاعات اقتصادية فاعلة تعتمد عليها العديد من دول العالم في اقتصادها.

فالترفيه في حد ذاته نشاط ترويجي واسع التأثير، ومعزز استراتيجي دبلوماسي غير رسمي، قادر على توفير الحراك العالمي المطلوب والمزامن للنهضة التنموية الحديثة التي دخلتها المملكة في السنوات الأخيرة وكرست لأجلها الجهود، فالنشاط الترفيهي في المملكة العربية السعودية، له جذور ارتبطت بسياقات اجتماعية وتاريخية توارثتها الأجيال، منذ بداية مجتمع التأسيس، والدور الريادي للملك عبد العزيز آل سعود، في إنشاء مجتمع هادف نحو توحيد الأمة، تحت لواء حضارة واحدة في عناصرها الاجتماعية والثقافية، والعسكرية، والاقتصادية والسياسية.

المحور الأول: الترفيه وأهميته ودوره وآثاره

يؤدي الترفيه وأنشطته دوراً أساسياً في مجتمعات الحداثة، فوفق نتائج McCann World Group،⁽⁴⁰⁾

ويعزز كفاءة استثمار الموارد في القطاعات الترفيهية.

نموذج جودة الحياة لـ Schalock

ركز النموذج على تحديد المفاهيم الأساسية والعناصر المكونة لهذا المفهوم الشامل؛ حيث يبرز أهمية التركيز على مجموعة من الأبعاد الرئيسية التي تسهم في تكوين تصور متكامل عن جودة الحياة، وتتسم هذه الأبعاد بالتداخل والترابط؛ إذ تعكس مدى قدرة الأفراد على اتخاذ القرارات وتحقيق أهدافهم؛ مما يعزز من إحساسهم بالسيطرة والرضا عن الحياة، ذلك أن المشاركة الاجتماعية تعد عنصراً أساسياً يبين درجة الاندماج المجتمعي والتفاعل مع الآخرين، وتعزز العلاقات الاجتماعية من إحساس الانتماء وتوفر شبكات دعم ضرورية⁽⁴¹⁾.

وقد قسم Schalock⁽⁴²⁾ جودة الحياة إلى:

- السعادة الانفعالية، والرضا، ومفهوم الذات، وتراجع الضغوط.
- العلاقات الشخصية، والانفعالات والعلاقات المساندة.
- السعادة المادية: الحالة المادية للعمل والسكن
- النمو الشخصي، التعليم والكفاءة الشخصية والأداء.
- السعادة البدنية، والصحة، وأنشطة الحياة اليومية، واستغلال وقت الفراغ وإدارته.
- تقرير المصير، الاستقلالية، والأهداف، والقيم.
- الاندماج والمشاركة الاجتماعية، والتكامل والترابط الاجتماعي، والمشاركة الاجتماعية، والأدوار الاجتماعية، والمساندة الاجتماعية

وكان أهم مصطلح غربي في القرن العشرين، هو مصطلح التقدم والنمو الذي شرعن السلطة السياسية وفق رؤية Veenhoven لسنة 1996، وتم تقدير جودة الحياة وقياسها في بداية هذا القرن، بالنسبة إلى المستوى المادي للمعيشة، وفق مؤشرات الدخل الوطني وحصة المواطن منه، ثم تعدلت تلك المؤشرات إلى الاهتمام بالمؤشرات الاجتماعية للرعاية التي غيرت المعادلة في الستينيات بإضافة المؤشرات الاجتماعية، حتى أنه في عام 2010 بلغ عدد الأبحاث العلمية المنشورة، التي اهتمت بجودة الحياة (627) بحثاً⁽⁴⁶⁾.

مجالات جودة الحياة:

وفق ما حدده عبد الباري ماضي (2016)⁽⁴⁷⁾ يمكن تحديد أبعاد جودة الحياة كما يلي:

| المجال | الأبعاد الفرعية | الأمثلة |
|------------------|---|--|
| الكيونة Being | الوجود البدني Physical Being | - القدرة البدنية على التحرك وممارسة الأنشطة الحركية أساليب التغذية وأنواع المأكولات المتاحة |
| | الوجود النفسي Psychological Being | - التحرر من حالات القلق والضغط النفسي ضبط الحالة المزاجية العامة للأفراد والشعور بالارتياح |
| | الوجود الروحي Spiritual Belonging | - وجود أمل في المستقبل وحالة من الاستبشار أفكار ذاتية لدى الأفراد عن الصواب والخطأ. |

أكد نحو 82% من العينة، أن الترفيه مكون أساسي للشخصية، ورأت نسبة 93% أن الترفيه ضروري للصحة والسعادة، وأكد (جمال، 2017)⁽⁴³⁾ أهمية الترفيه ودوره في تخليص النفس البشرية من المتاعب والضغوط، بما يفيد في الإيفاء بالتزاماتها. وقد أشار (أبو عراد، 2008) إلى أن أنشطة الترفيه تلبى حاجات ضرورية للإنسان لضمان حياة سوية؛ إذ يؤثر الترفيه على الحاجات الفسيولوجية والنفسية للإنسان، بوصف أن الترفيه نوعٌ من أنواع التفاعل الاجتماعي للأفراد في بيئتهم، وأنه جزء من الحاجات الفكرية، يعمل على تنشيط اكتساب المعارف والمهارات وتبادل الخبرات، ويؤثر في حماية الجماعات من الإحباط النفسي والصراعات النفسية والملل والاكتئاب، بما يسمح بمواجهة الميول والاتجاهات العدائية، والسيطرة عليها في النفس، بالإضافة إلى ضبط التوازن للأفراد في حياة مجتمعية صحية وآمنة⁽⁴⁴⁾.

المحور الثاني: مفهوم جودة الحياة وتطوره ومجالاتها

يمكن التعرف على مصطلح جودة الحياة لأول مرة في الفلسفة الإغريقية، حيث افترض أرسطو أن نشاط الروح وفعاليتها يسهم في تحقيق حياة سعيدة⁽⁴⁵⁾، ويعود أول استخدام للمصطلح لسنة 1964، حينما استخدمه رئيس الولايات المتحدة الأمريكية Johnson وصرح بأن "النمو والأهداف الاجتماعية لا تقاس بميزان، وأن المجتمع العظيم لا يهتم بكمية السلع، بل بنوعية حياة أفراده".

نموذج لاوتين Lautin

قدم لاوتين طبيعة البيئة من أجل توضيح فكرته عن جودة الحياة التي تتمحور حول الظرف المكاني، وتأثير البيئة المحيطة بالفرد على إدراكه جودة حياته؛ حيث يكون للبيئة تأثيرات مباشرة وغير مباشرة على حياة الفرد، ويحمل النموذج مؤشرات إيجابية، مثل رضا الفرد عن البيئة التي يعيش فيها، ويزداد ذلك مع تقدم الإنسان في عمره في البيئة التي يعيش فيها⁽⁴⁹⁾.

نموذج راف Rave

ويدور النموذج حول مفهوم السعادة النفسية، فشعور الإنسان بجودة الحياة يؤثر على درجة إحساسه بالسعادة، التي حددها راف بستة أبعاد، ويضم كل بُعدٍ ستَّ نقاطٍ لتحديد معنى السعادة النفسية، ويشمل البعد الأول الاستقلالية وقدرة الفرد على اتخاذ القرارات، وأن يكون مستقلاً بذاته، والبعد الثاني التمكين البيئي، والبعد الثالث النمو الشخصي، والبعد الرابع العلاقات الإيجابية مع الآخرين، والبعد الخامس تقبل الذات، والبعد السادس الهدف من الحياة⁽⁵⁰⁾.

سيمائية الصور:

إن صناعة المعنى والقيمة لا تتوقف عند ما يظهر من صور أو أحداث، وإنما لما يبدو ضمناً ويشار إليه في صورة دلالات، تساعد في عملية تفسيره التي تتصل بالفهم والحكم والتقييم، حيث إن السيميائية ممارسة معرفية قصدية، تساعد في البحث عن المعنى بين الدال والمدلول والدلالة، ومن ثم توظيفها في عملية الحكم، وتعكس العلاقة بين الإدراك والمعنى، لتفسير المثيرات التي يتأثر بها جمهور الأدوات الإعلامية المختلفة، وقد يكون

| المجال | الأبعاد الفرعية | الأمثلة |
|--|---|---|
| الانتماء Belonging | الانتماء المكاني (البدني) Physical Belonging | - المنزل أو الشقة التي يعيش فيها الفرد - طبيعة تفاعلات الجيرة والموقع المكاني للفرد. |
| | الانتماء الاجتماعي Social Belonging | - مستوى القرب والتفاعل مع الأسرة - وجود أصدقاء وشبكة اجتماعية قوية |
| الانتماء المجتمعي Belonging Community | الانتماء المجتمعي Belonging Community | - توافر فرص الحصول على الخدمات المهنية المتخصصة - الأمان المالي |
| | الانتماء العملي Practical Becoming | - ممارسة الأنشطة الخاصة - الاشتراك في عمل أو دراسة |

النماذج المفسرة لجودة الحياة:

تعددت النماذج المفسرة لجودة الحياة وفق وجهات نظر الباحثين حولها:

نموذج إيفانس Evans

استند هذا النموذج إلى الواجهة التكاملية في الإطار النظري لجودة الحياة لدى الإنسان، ويضم ذلك التأثير في السمات الشخصية بتقدير الذات والتفأول والعصابية والانبساطية، بوصفها عوامل للشخصية، وتلك الخصائص تتبع من الفرد وتضم الأبعاد الانفعالية والمعرفية، ويتسع هذا النموذج للهناء الشخصي، والانفعالات الإيجابية والسلبية بوصفه مكوناً انفعالياً، والرضا العام عن الحياة بوصفه مكوناً معرفياً⁽⁴⁸⁾.

التحليل السيميولوجي:

اتبعت الدراسة أسلوب التحليل السيميائي بالكشف عن الأنظمة البصرية، وتمثل الدلالات في بنية ظاهرة وعميقة بمستويات وصفية وتأويلية، عبر تفكيك المنظومة المعرفية والقيمية، في إطار العلاقة بين بنية الصورة وسياقها الدلالي⁽⁵³⁾.

مجتمع الدراسة وعينتها

تكوّن مجتمع الدراسة من المواطنين السعوديين المترددين على فعاليات والأنشطة الترفيهية بموسم الرياض، في الفترة من سبتمبر - أكتوبر 2024، بالإضافة إلى تطبيق التحليل السيميائي على مجموعة من الصور المنشورة، من أفراد الجمهور السعودي على حساب (x) استجابة للمبادرة التي أطلقها معالي المستشار تركي آل الشيخ رئيس مجلس إدارة الهيئة العامة للترفيه في 10 سبتمبر 2024، على حسابه الرسمي على المنصة، بدعوة المواطنين من المملكة العربية السعودية، للمشاركة في مسابقة التقاط أفضل صورة معبرة، عن حدث نقل ثلاث طائرات على الطريق البري من جدة إلى الرياض؛ مما أثار تفاعلاً كبيراً في صورة احتفال شعبي عابر بين المدن، بوصفها تجربة فريدة شارك فيها فئات المجتمع المختلفة بالمملكة، ليحمل الحدث دلالات وإشارات وتأثيرات سيميائية عميقة، ترتبط بوجودان المواطن السعودي، وتوضح تأثيرات فعاليات الترفيه على جودة الحياة بالمملكة.

عينة الدراسة:

حدد الباحثان عينة الدراسة الميدانية كعينة عمدية من الجمهور السعودي، المتردد على فعاليات والأنشطة الترفيهية لموسم الرياض 2024، في

في شكل كلمات أو صور، فالعلامات تصبح ذات دلالة عندما تُحَقَّل بالأفكار والسياقات.

والسيميائية علم نقدي، لا يعني فقط تناقل العلامات في نشاط اتصالي، بل عملية لإنتاج المعنى وتداوله واستهلاكه، والكشف عن تأثيراته، وهذا ما أشار إليه Roland Barthes حيث إن العلامة لا تحمل الدلالة فقط، بل تكون موجهة بصورة معينة لخدمة مصالح المجتمع.

سيميائية الصورة بما تحمله من علامات ورموز وإشارات، تتجاوز الفحص البصري وتهتم بالتأملات والانطباعات، وتحاول تحليل ما هو مراد من المعنى، فالصورة لا تظهر فقط الشيء المدرك، ولكن تظهر عملية الإدراك نفسها، فيكون الإسقاط المعرفي للصورة متاحاً لتمرير الأفكار والمعتقدات⁽⁵¹⁾.

نوع الدراسة ومنهجيتها:

اتبعت الدراسة منهج الدراسات الوصفية بتطبيق منهج مزجي يجمع بين الأسلوب الكمي، بتطبيق استبانة للتعرف على اتجاهات الجمهور السعودي نحو نشاطات الترفيه بالمملكة، ومستوى جودة الحياة المحسوس للجمهور، والمنهج السيميائي بالاعتماد على دراسة الظاهرة في سياقها الطبيعي، وتسجيلها بوصفها المصدر المباشر للبيانات، حيث يستخدم الباحثان الأدوات التفسيرية الدقيقة للوصول إلى النتائج⁽⁵²⁾ وتأخذ البيانات النوعية في الدراسات السيميائية، شكل الدلالات بناءً على اللغة، وتستند إلى منظور شخصي وتفسيري لتحقيق الفهم العميق للحالة، حيث إن السلوك الإنساني يرتبط بالسياق، وأن الواقع الاجتماعي والثقافي والمؤسسي لا يمكن حصره في متغيرات كمية فقط.

- الفترة من سبتمبر وأكتوبر 2024. لتطبيق الدراسة الميدانية بعدد (364) مشاركًا، إضافة إلى تطبيق التحليل السيميائي على عينة هادفة، وهي الأكثر استخدامًا في البحوث الكيفية من الصور المنشورة من الجمهور السعودي على حساب (x)، استجابة للمبادرة التي أطلقها معالي المستشار تركي آل الشيخ رئيس مجلس إدارة الهيئة العامة للترفيه في 10 سبتمبر 2024، على حسابه الرسمي على المنصة بدعوة المواطنين من المملكة العربية السعودية، للمشاركة في مسابقة التقاط أفضل صورة معبرة، عن حدث نقل ثلاث طائرات على الطريق البري من جدة إلى الرياض بعدد (8) صور بدون نص لعدم وجوده أو اشتراطه في الصور، وقد اقتصر الباحث في العينة على أكثر الصور تميزًا وتعبيرًا وإعادة للنشر في وقت تنفيذ الدراسة؛ إذ لا يوجد حصر دقيق لجميع الصور التي التقطها المواطنون للحدث الجماهيري العام كما لوحظ إعادة نشر الصور بأكثر من زاوية تصوير، فاتفق الباحثان على اختيار أعلى الصور تفاعلًا وتميزًا من الزاوية التعبيرية لتحقيق هدف الدراسة من حيث التأكيد على تميز استغلال الحدث بصورة مبتكرة في الترويج.
- أدوات الدراسة:
 - أعد الباحثان استمارة استبانة موجهة للجمهور السعودي المتردد على الفعاليات والأنشطة الترفيهية لموسم الرياض 2024 في الفترة من سبتمبر وأكتوبر 2024.
 - تكونت أداة الاستبانة من:
- البيانات الديموغرافية
 - المكون المعرفي للاتجاه نحو فعاليات الترفيه موسم الرياض نموذجًا.
- المكون السلوكي للاتجاه نحو فعاليات الترفيه موسم الرياض نموذجًا.
- المكون الوجداني للاتجاه نحو فعاليات الترفيه موسم الرياض نموذجًا.
- دور نشاطات الترفيه في تحقيق هدف جودة الحياة بالمملكة "موسم الرياض".
- تأثيرات الفعاليات الميدانية بوصفها أحد نماذج الأنشطة الترفيهية بالمملكة العربية السعودية "موسم الرياض نموذجًا".
- وقد طُبق الصدق الظاهري بتحكيم استمارة الاستبانة، فعرضت على ثلاثة محكمين، هم: أ. د محمد علي القعاري أستاذ مناهج البحث والإعلام الجديد في جامعة الإمام محمد بن سعود، وأ. د مرتضى البشير عثمان الأستاذ في جامعة وادي النيل، وأ. د عبد ربه النبي عبد الله الأستاذ في جامعة الإمام محمد بن سعود.
- ثم حُللت بيانات الاستبانة باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، واستخرجت النتائج وفق الأساليب الإحصائية التالية:
- 1. التكرارات والنسب المئوية؛ للتعرف على خصائص أفراد عينة البحث وفق البيانات الشخصية.
- 2. المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية؛ لحساب متوسطات عبارات الاستبانة، وكذلك الدرجات الكلية لأبعاد الاستبانة بناءً على استجابات أفراد عينة البحث.
- 3. معامل ألفا كرونباخ؛ لحساب الثبات لأبعاد المقياس، وقد بلغت نسبة عامل ألفا كرونباخ (0.983)، وهي نسبة ثبات مرتفعة تشير إلى إمكانية الاعتماد على الاستبانة في تحقيق أهداف الدراسة.

إجراءات الصدق والثبات للتحليل السيميائي

اعتمد الباحثان على الصدق الظاهري: أي مدى الاعتبار ظاهرياً أن الأداة تشمل المفهوم الذي صممت لقياسه، واعتمد الباحثان على عرض أداة التحليل السيميائي والاستبانة المصممة للدراسة على عدد من المحكمين من أساتذة الإعلام؛ للحكم على مدى صلاحيتها لقياس ما وضعت لقياسه قبل صورتها النهائية، وللتأكد من ثبات استمارة التحليل السيميائي وبعد تحديد الباحث الدقيق لفئات التحليل ووحداته تم التعاون مع اثنين من الباحثين بمجال الإعلام واختبار نتائج تحليل نفس العينة من المقاطع.

أولاً: الدراسة الميدانية لاتجاهات الجمهور السعودي نحو نشاطات الترفيه وتأثيراتها على جودة الحياة "موسم الرياض نموذجاً".

توصيف عينة الدراسة الميدانية:

جدول (1) يوضح الخصائص الديموغرافية

لعينة الدراسة

| النسبة | التكرار | الفئة | توصيف عينة الدراسة |
|--------|---------|--------------------|--------------------|
| 62.1% | 226 | ذكر | الجنس |
| 37.9% | 138 | أنثى | |
| 100% | 364 | الإجمالي | |
| 36.3% | 132 | من 15 إلى 25 عاماً | العمر |
| 44% | 160 | من 26 إلى 35 عاماً | |
| 19.8% | 72 | 36 عاماً فما فوق | |
| 100% | 364 | الإجمالي | |
| 13.7% | 50 | ثانوية أو أقل | مستوى التعليم |
| 74.2% | 270 | بكالوريوس | |

5. اختبار الانحدار المتعدد؛ فقد أعد الباحثان نموذج تحليل سيميائي والمضامين المرئية من الصور المنشورة، من الجمهور السعودي على حساب (x)، التي تم تداولها وتغطي أنشطة وفعاليات موسم الرياض 2024، بالاستفادة من النموذج المطبق في دراسة (أحمد الجميلة، 2020)⁽⁵⁴⁾.

إجراءات التحليل السيميائي:

اعتمد الباحثان في تحليل الصور المنشورة من الجمهور السعودي على حساب (x)، استجابة للمبادرة التي أطلقها معالي المستشار تركي آل الشيخ رئيس مجلس إدارة الهيئة العامة للترفيه في 10 سبتمبر 2024، على أداة التحليل السيميولوجي للتعرف على العلامات الظاهرة والكامنة في الصور ودلالاتها من خلال الخطوات التالية:

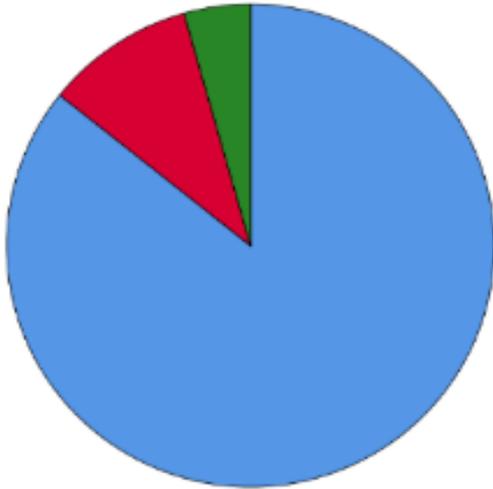
- وصف محتوى الصورة من مصدرها، ويشمل: (العنوان، التاريخ، النوع، العناصر).
- المقاربة النسقية، وتعني الترابط والتفاعل بين مختلف مكونات (عناصر) الصورة، وتشمل: (سبب الصورة، العناصر، الهدف) إضافة إلى (التوقيت، التأثير).
- المقاربة الإيكونولوجية، وتعني المجال الثقافي والاجتماعي المتعلق بالصورة المنشورة ويشمل: (الهوية، الخلفية).
- المقاربة السيميولوجية، وتشمل: العلامات البصرية المحسوسة (الدال) والمفهومة (المدلول)، والعلامات البصرية الأيقونية (الدلالة) و(المعنى التقريري والتضميني).

النتائج العامة للدراسة:

جدول (2) مستوى المشاركة في الأنشطة الترفيهية

| الترتيب | النسبة % | التكرار | مستوى المشاركة |
|---------|----------|---------|----------------|
| 3 | 19.8 | 72 | مرتفع جدا |
| 4 | 12.6 | 46 | مرتفع |
| 1 | 33 | 120 | متوسط |
| 2 | 27.5 | 100 | قليل |
| 5 | 7.1 | 26 | لا أشرك |
| | %100 | 364 | الإجمالي |

يتضح من الجدول: أن مستوى المشاركة في الأنشطة الترفيهية، كان متوسطًا بنسبة (33%)، وقليلًا بنسبة (27.5%)، ومرتفعًا جدًا بنسبة (19.8%)، ومرتفع بنسبة (12.6%)، بينما كانت نسبة (7.1%) لا تشارك في الأنشطة الترفيهية.



- خمس مرات شهريا
- من 6 إلى 10 مرات شهريا
- أكثر من 10 مرات شهريا

شكل (1) عدد مرات الذهاب إلى الأماكن الترفيهية شهريا

| توصيف عينة الدراسة | الفئة | التكرار | النسبة |
|--------------------|-------------------------|---------|--------|
| | ماجستير | 34 | %9.3 |
| | دكتوراه | 10 | %2.7 |
| | الإجمالي | 364 | %100 |
| الحالة الاجتماعية | أعزب | 246 | %67.6 |
| | متزوج | 118 | %32.4 |
| | الإجمالي | 84 | %100 |
| مستوى الدخل | أقل من 5000 ريال | 138 | %37.9 |
| | من 6000 إلى 10000 ريال | 92 | %25.3 |
| | من 11000 إلى 15000 ريال | 72 | %19.8 |
| | من 16000 إلى 25000 ريال | 42 | %11.5 |
| | أكثر من 25000 ريال | 20 | %5.5 |
| | الإجمالي | 364 | %100 |

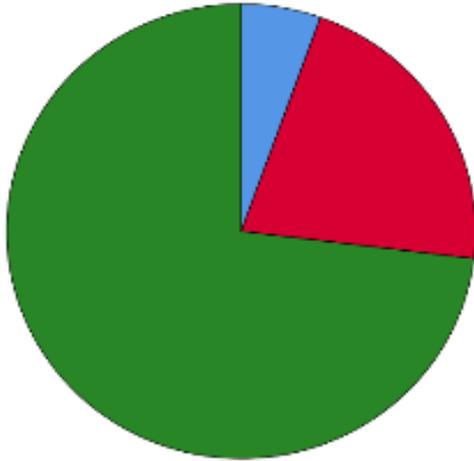
يتضح من الجدول السابق: أن عينة الدراسة الميدانية، شملت جميع المتغيرات التي تم في ضوءها جمع البيانات، ففيما يتعلق بمتغير (الجنس)، كانت نسبة (الذكور) %62.1، ونسبة (الإناث) %37.9، وكانت الأغلبية من الفئة العمرية (26 إلى 35 سنة) بنسبة %44، وللأقل (15 إلى 25 سنة) بنسبة %36.3، وللأقل (36 سنة فما فوق) بنسبة %19.8.

وكانت الأغلبية بنسبة %74.2 من حملة البكالوريوس، و%13.7 ثانوية أو أقل، و%9.3 من درجة الماجستير، و%2.7 دكتوراه، وكانت نسبة %67.6 من فئة الأعزب، و%32.4 من فئة المتزوج، وعن مستوى الدخل كانت النسبة الغالبة %37.9 (أقل من 5000 ريال)، و%25.3 (من 6000 إلى 10000 ريال)، و%19.8 (من 11000 إلى 15000 ريال)، و%11.5 (من 16000 إلى 25000 ريال)، و%5.5 (أكثر من 25000 ريال).

جدول (4) النشاط الترفيهي الأكثر اهتماما

| الترتيب | النسبة % | التكرار | النشاط الترفيهي الأكثر اهتماما |
|----------|----------|---------|--------------------------------|
| 6 | 2.7 | 10 | المسابقات |
| 2 | 20.3 | 74 | الألعاب الترفيهية |
| 3 | 16.5 | 60 | الأمسيات |
| 4 | 14.3 | 52 | المعارض |
| 1 | 36.8 | 134 | تناول الطعام وجلسات السمر |
| 5 | 9.3 | 34 | غير ذلك |
| الإجمالي | | 364 | %100 |

يتضح من الجدول: أن النشاط الترفيهي الأكثر اهتماما، تناول الطعام وجلسات السمر بنسبة (36.8%)، تليهما الألعاب الترفيهية بنسبة (20.3%)، ثم الأمسيات بنسبة (16.5%)، ثم المعارض بنسبة (14.3%)، ثم غير ذلك بنسبة (9.3%) وأخيرا المسابقات بنسبة (2.7%).



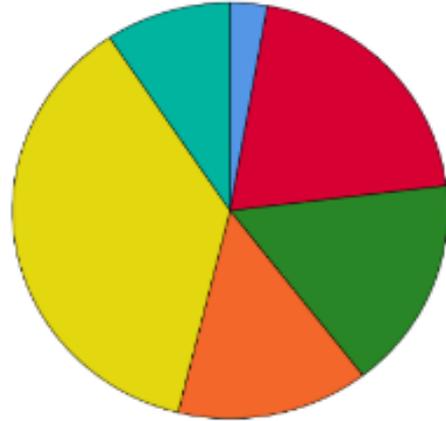
فترة صباحية
فترة العصر
الفترة المسائية

شكل رقم (3) أوقات الذهاب إلى الاماكن الترفيهية المفضلة

جدول (3) عدد مرات الذهاب إلى الأماكن الترفيهية شهريا

| الترتيب | النسبة % | التكرار | مرات الذهاب |
|----------|----------|---------|------------------------|
| 1 | 85.7 | 312 | خمس مرات شهريا |
| 2 | 9.9 | 36 | من 6 إلى 10 مرات شهريا |
| 3 | 4.4 | 16 | أكثر من 10 مرات شهريا |
| الإجمالي | | 364 | %100 |

يتضح من الجدول: أن عدد مرات الذهاب إلى الأماكن الترفيهية للأغلبية (خمس مرات شهريا)، بنسبة 85.7%، (من 6 إلى 10 مرات شهريا) بنسبة 9.9%، و(أكثر من 10 مرات شهريا) بنسبة 4.4%.



المسابقات
الألعاب الترفيهية
الأمسيات
المعارض
تناول الطعام وجلسات السمر
غير ذلك

شكل رقم (2) النشاط الترفيهي الأكثر اهتماما

| درجة الموافقة | الترتيب | الانحراف المعياري | المتوسط | العبارات |
|---------------|---------|-------------------|---------|--|
| كبيرة جدا | 5 | 0.847 | 4.33 | تحقق الفعاليات الترفيه بالرياض الاستمتاع بالكثير من الألعاب المثيرة والحماسية |
| كبيرة جدا | 4 | 0.836 | 4.34 | يمكن الاستمتاع بتناول أفخر الأطعمة العالمية ضمن الأنشطة الترفيهية بموسم الرياض |
| كبيرة | | 0.899 | 4.20 | المتوسط والانحراف المعياري العام |

يتضح من الجدول، أن المتوسط الحسابي للاتجاهات المعرفية، للجمهور السعودي نحو نشاطات الترفيه "موسم الرياض نموذجاً" (4.20)، وهذا يعبر عن درجة كبيرة في المكون المعرفي للاتجاه، تقترب من الدرجة الكبيرة جداً، وجاء في مقدمة الاتجاهات المعرفية تنوع الفعاليات الترفيهية في موسم الرياض، بما يتوافق والتنوع مع الثقافات العالمية بدرجة كبيرة جداً، يليها التنوع الذي يلبي مختلف الرغبات بدرجة كبيرة جداً، ثم تمكن الفعاليات الترفيهية في الرياض الزوار من السفر والتجوال من وإلى الرياض، وإلى أنحاء العالم، لتقدم تجارب ترفيهية استثنائية بدرجة كبيرة جداً.

وجاء في المرتبة الرابعة الاستمتاع بتناول أفخر الأطعمة العالمية ضمن الأنشطة الترفيهية بموسم الرياض، ثم تحقيق الفعاليات الترفيهية بالرياض، والاستمتاع بالكثير من الألعاب المثيرة والحماسية، ثم فعاليات الترفيه التي يتم قضاؤها مع الأسرة.

جدول (5) أوقات الذهاب إلى الأماكن الترفيهية المفضلة

| الترتيب | النسبة | التكرار | النشاط الترفيهي الأكثر اهتماماً |
|---------|--------|---------|---------------------------------|
| 3 | 5.5 | 20 | فترة صباحية |
| 2 | 21.4 | 78 | فترة العصر |
| 1 | 73.1 | 266 | الفترة المسائية |
| | %100 | 364 | الإجمالي |

يتضح من الجدول، أن أوقات الذهاب إلى الأماكن الترفيهية المفضلة، كانت الفترة المسائية بنسبة (73.1%)، تليها فترة العصر بنسبة (21.4%)، وأخيراً الفترة الصباحية بنسبة (5.5%).

جدول (6) يوضح المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب، للاتجاهات المعرفية للجمهور السعودي نحو نشاطات الترفيه "موسم الرياض نموذجاً".

| درجة الموافقة | الترتيب | الانحراف المعياري | المتوسط | العبارات |
|---------------|---------|-------------------|---------|--|
| كبيرة جدا | 2 | 0.885 | 4.36 | تنوع الأنشطة الترفيهية بموسم الرياض لتلبي تنوع الرغبات |
| كبيرة | 9 | 0.986 | 3.91 | أهتم بمتابعة مستجدات فعاليات الترفيه بموسم الرياض |
| كبيرة جدا | 6 | 0.878 | 4.30 | يمكنني قضاء وقت ممتع مع أسرتي، بحضور فعاليات الترفيه بموسم الرياض |
| كبيرة جدا | 7 | 0.927 | 4.27 | تناسب فعاليات الترفيه بموسم الرياض مختلف الفئات العمرية |
| كبيرة | 10 | 1.040 | 3.82 | يمكنني التسوق من العلامات التجارية الشهيرة بموسم الرياض |
| كبيرة | 8 | 0.967 | 3.96 | يقيم موسم الرياض فعاليات طبيعية، تحقق لي الاستمتاع الفطري بالطبيعة |
| كبيرة جدا | 1 | 0.797 | 4.39 | تراعي فعاليات الترفيه في موسم الرياض بالمملكة، التنوع في الثقافات العالمية |
| كبيرة جدا | 3 | 0.824 | 4.35 | تمكن الفعاليات الترفيهية في الرياض، الزوار من السفر والتجوال من وإلى الرياض، وإلى أنحاء العالم لتقدم تجارب ترفيهية استثنائية |

السعودي نحو الترفيه في المملكة، وجاء في مقدمتها الشعور بالفخر والانتماء، نظرا لجهود الترفيه المميزة، يليه الشعور بالثقة والأمان في جهود دعم الترفيه، يليه الشعور بالسعادة لوجود فعاليات الترفيه في المملكة. ويليه الشعور بتقدير الإبداع والتميز في أفكار الترفيه، ثم الاستمتاع بما يعرضه موسم الرياض من أنشطة رياضية وألعاب، ثم الشعور بالألفة في قضاء الوقت في فعاليات الترفيه، والشعور بالإيجابية والحماس لفاعليات الترفيه، ثم الشعور بالرضا والاكتماء بفاعليات الترفيه.

جدول (8) يوضح المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب، للاتجاهات السلوكية للجمهور نحو فعاليات الترفيه

| العبارة | المتوسط | الانحراف المعياري | الترتيب | درجة الموافقة |
|--|---------|-------------------|---------|---------------|
| أسعى إلى معرفة كل ما هو جديد في فعاليات الترفيه بموسم الرياض | 4.13 | 0.993 | 6 | كبيرة |
| أشارك أصدقائي في حضور فعاليات الترفيه بموسم الرياض | 4.22 | 0.966 | 4 | كبيرة جدا |
| أحرص على التقاط الصور التذكارية ضمن فعاليات الترفيه | 4.25 | 0.975 | 3 | كبيرة جدا |
| أبادر بالتعريف بفاعليات الترفيه، التي كانت لي تجربة ممتعة معها | 4.25 | 0.848 | 3 | كبيرة جدا |
| أعلن على صفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بي، صور حضوري فعاليات موسم الرياض الترفيهي | 3.86 | 1.247 | 8 | كبيرة |
| أخطط لحضور فعاليات الترفيه بموسم الرياض القادمة | 4.30 | 0.952 | 2 | كبيرة جدا |
| أحرص على متابعة العلامات التجارية الجديدة، في فعاليات الترفيه بموسم الرياض | 4.02 | 1.133 | 7 | كبيرة |

جدول (7) يوضح المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب، للاتجاهات الوجدانية للجمهور نحو فعاليات الترفيه

| العبارة | المتوسط | الانحراف المعياري | الترتيب | درجة الموافقة |
|--|-------------|-------------------|---------|------------------|
| أشعر بالسعادة لوجود الأنشطة الترفيهية المتنوعة ضمن موسم الرياض بالمملكة العربية السعودية | 4.48 | 0.798 | 3 | كبيرة جدا |
| أقضي أمتع الأوقات مع أسرتي في الاستمتاع بأنشطة الترفيه بموسم الرياض | 4.26 | 0.931 | 9 | كبيرة جدا |
| أشعر بإيجابية وحماس نحو فعاليات الترفيه بموسم الرياض | 4.33 | 0.885 | 7 | كبيرة جدا |
| أشعر بسهولة التخطيط لوقتي الممتع، بفضل يسر وتوافر الفعاليات الترفيهية بموسم الرياض | 4.24 | 0.937 | 10 | كبيرة جدا |
| أشعر بالثقة والأمان في جهود دعم الترفيه بموسم الرياض | 4.51 | 0.678 | 2 | كبيرة جدا |
| أشعر بالألفة في قضاء الوقت بفاعليات الترفيه بموسم الرياض | 4.40 | 0.784 | 6 | كبيرة جدا |
| أشعر بالفخر والانتماء بفضل جهود الترفيه المميزة بموسم الرياض | 4.53 | 0.732 | 1 | كبيرة جدا |
| أشعر بالاكتماء والرضا عن فعاليات الترفيه بموسم الرياض | 4.30 | 0.916 | 8 | كبيرة جدا |
| أقدر الإبداع والتميز في أفكار الترفيه بموسم الرياض | 4.46 | 0.811 | 4 | كبيرة جدا |
| أستمتع بما يعرضه موسم الرياض من أنشطة رياضية وألعاب | 4.42 | 0.821 | 5 | كبيرة جدا |
| المتوسط والانحراف المعياري العام | 4.39 | 0.829 | | كبيرة جدا |

يتضح من الجدول: أن إجمالي المتوسط الحسابي (4.39)، بانحراف معياري (0.829)، بما يعبر عن درجة كبيرة جدا في المكون الوجداني لاتجاهات الجمهور

جدول (9) يوضح المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب، لنشاطات الترفيه بالمملكة ومستوى تحقيق هدف جودة الحياة بالمملكة موسم الرياض نموذجاً

| درجة الموافقة | الترتيب | الانحراف المعياري | المتوسط | العبارات |
|---------------|---------|-------------------|---------|---|
| كبيرة جداً | 1 | 0.856 | 4.38 | أشعر بالرضا عن نشاطات الترفيه والحياة بالمملكة |
| كبيرة جداً | 3 | 0.890 | 4.32 | أشعر بالراحة النفسية بعد حضور فعاليات الترفيه المفضلة لدي بموسم الرياض |
| كبيرة | 10 | 1.088 | 3.99 | يوجد العديد من فعاليات الترفيه بموسم الرياض المناسبة لميزانيتي المالية الخاصة |
| كبيرة جداً | 5 | 0.879 | 4.25 | أشعر بالرضا عن الهوايات، التي يسمح لي الترفيه بموسم الرياض بممارستها |
| كبيرة | 6 | 0.904 | 4.16 | أكوّن علاقات صحية مع الأسرة والزملاء في لقاءات فعاليات الترفيه بموسم الرياض |
| كبيرة جداً | 4 | 0.837 | 4.31 | هناك كثير من الأنشطة الترفيهية اللائقة لي في فعاليات موسم الرياض |
| كبيرة جداً | 2 | 0.789 | 4.34 | أشعر بالسعادة لإمكانية حضور فعاليات الترفيه بموسم الرياض |
| كبيرة | 9 | 1.013 | 4.06 | تحقق لي المشاركة في فعاليات الترفيه بموسم الرياض التوازن بين الحياة والعمل |
| كبيرة | 7 | 0.959 | 4.13 | تدعم الأنشطة الترفيهية بموسم الرياض صحة بدنية أفضل لي ولأسرتي |
| كبيرة | 8 | 0.996 | 4.07 | تدعم الأنشطة الترفيهية بموسم الرياض قدرات أفضل على التركيز في العمل |
| كبيرة | | 0.921 | 4.20 | المتوسط والانحراف المعياري العام |

| العبارات | المتوسط | الانحراف المعياري | الترتيب | درجة الموافقة |
|---|---------|-------------------|---------|---------------|
| أفكر في قضاء المزيد من الوقت في الاسترخاء والاستمتاع بالعروض الترفيهية بموسم الرياض | 4.19 | 0.989 | 5 | كبيرة |
| أوصي أصدقائي من خارج المملكة بالحضور إلى فعاليات الترفيه بموسم الرياض | 4.42 | 0.880 | 1 | كبيرة جداً |
| المتوسط والانحراف المعياري العام | 4.18 | 0.998 | | كبيرة |

يتضح من الجدول: أن إجمالي المتوسط الحسابي (4.18)، بانحراف معياري (0.998)، بما يعبر عن درجة كبيرة للمكون السلوكي لاتجاهات الجمهور السعودي نحو الترفيه في المملكة، وجاء في مقدمتها تحفيز توصية الأصدقاء من خارج المملكة، للقدوم إليها من أجل الترفيه، ثم التخطيط لحضور فعاليات موسم الرياض القادمة، يليه الحرص على التقاط الصور التذكارية ضمن فعاليات الترفيه، والمبادرة بالتعريف بالفعاليات الممتعة. ثم مشاركة الأصدقاء في حضور الفعاليات، يليها التفكير في قضاء مزيد من الوقت في الاسترخاء والترفيه، ثم السعي لمعرفة كل ما هو جديد في فعاليات الترفيه، ثم الحرص على متابعة العلامات التجارية وإعلان المشاركة في الفعاليات على وسائل التواصل الاجتماعي.

| العبارات | المتوسط | الانحراف المعياري | درجة الموافقة |
|--|-------------|-------------------|------------------|
| تؤثر الفعاليات على دعم سمعة المملكة وقدراتها وما تتميز به عالميا | 4.53 | 0.769 | 1 كبيرة جدا |
| تنشط الفعاليات الترفيهية القدرات الذهنية والعقلية للإنسان | 4.39 | 0.776 | 8 كبيرة جدا |
| تدعم الفعاليات الترفيهية العلاقات الاجتماعية مع الآخرين | 4.34 | 0.802 | 9 كبيرة جدا |
| تدعم خبرة المملكة في الفعاليات الترفيهية قدراتها التنافسية في إدارة الأحداث واللقاءات العالمية | 4.52 | 0.710 | 2 كبيرة جدا |
| تدعم الفعاليات الترفيهية في المملكة حركة العمل والاستثمار في المملكة | 4.51 | 0.710 | 3 كبيرة جدا |
| المتوسط والانحراف المعياري العام | 4.44 | 0.777 | كبيرة جدا |

يتضح من الجدول: أن إجمالي المتوسط الحسابي (4.44)، بانحراف معياري (0.777)، بما يعبر عن درجة كبيرة جدا لتأثيرات الفعاليات الميدانية، بوصفها أحد نماذج الأنشطة الترفيهية بالمملكة العربية السعودية "موسم الرياض نموذجاً"، وجاء في مقدمتها دعم سمعة المملكة وقدراتها وما تتميز به عالمياً، ثم دعم خبرة المملكة في الفعاليات الترفيهية، قدراتها التنافسية في إدارة الأحداث واللقاءات العالمية. ويلي ذلك دعم الفعاليات الترفيهية في المملكة حركة العمل والاستثمار، ثم تنشيط حركة التجارة، يليه الشعور بالفخر والانتماء بما حققته المملكة من إنجازات، ثم الانفتاح على الثقافات وكل ما هو جديد، ويليها تحفيز المشاركة والمبادرة والحماس.

ولمعرفة العلاقة بين اتجاهات الجمهور السعودي نحو فعاليات الترفيه وجودة الحياة "موسم الرياض نموذجاً"

يتضح من الجدول: أن إجمالي المتوسط الحسابي (4.20)، بانحراف معياري (0.921)، بما يعبر عن درجة كبيرة لدور نشاطات الترفيه في تحقيق هدف جودة الحياة بالمملكة "موسم الرياض"، وجاء في مقدمتها الشعور بالرضا عن نشاطات الترفيه والحياة بالمملكة، يليه الشعور بالسعادة لإمكانية حضور فعاليات الترفيه بالرياض، يليه الشعور بالراحة النفسية، ثم وجود فعاليات ترفيهية مناسبة للتفضيلات، يليه الشعور بالرضا عن ممارسة الهوايات في الترفيه، ثم تكوين علاقات صحية مع الأسرة والزملاء بالمشاركة في فعاليات الترفيه، ثم دعم الأنشطة الترفيهية لصحة بدنية أفضل للفرد والأسرة، ثم تحقيق الفعالية التوازن بين الحياة والعمل.

جدول (10) يوضح المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب، تأثيرات الفعاليات الميدانية بوصفها أحد نماذج الأنشطة الترفيهية بالمملكة العربية السعودية "موسم الرياض نموذجاً"

| العبارات | المتوسط | الانحراف المعياري | درجة الموافقة |
|---|---------|-------------------|---------------|
| تؤثر الفعاليات الترفيهية على جودة الحالة النفسية | 4.33 | 0.821 | 10 كبيرة جدا |
| تؤثر الفعاليات الترفيهية على الانفتاح على الثقافات وكل ما هو جديد | 4.46 | 0.783 | 6 كبيرة جدا |
| تؤثر الفعاليات الترفيهية على تنشيط حركة التجارة بالمملكة | 4.48 | 0.777 | 4 كبيرة |
| تؤثر الفعاليات الترفيهية على تحفيز المشاركة والمبادرة والحماس | 4.40 | 0.825 | 7 كبيرة جدا |
| تؤثر الفعاليات الترفيهية على الشعور بالفخر والانتماء بما حققته المملكة من إنجازات | 4.47 | 0.797 | 5 كبيرة جدا |

جدول (13) العلاقة بين اتجاهات الجمهور السعودي نحو نشاطات الترفيه وتحقيق هدف جودة الحياة بالمملكة.

| الدلالة الإحصائية | درجة الارتباط والمعنوية | العلاقة بين اتجاهات الجمهور السعودي نحو نشاطات الترفيه وتحقيق هدف جودة الحياة بالمملكة. |
|---|-------------------------|---|
| توجد علاقة ارتباط إيجابية قوية ذات دلالة إحصائية. | **0.797 | المكون المعرفي للاتجاه |
| | 0.000 | |
| توجد علاقة ارتباط إيجابية قوية ذات دلالة إحصائية. | 0.889** | المكون العاطفي للاتجاه |
| | 0.000 | |
| توجد علاقة ارتباط إيجابية قوية ذات دلالة إحصائية. | 0.816** | المكون السلوكي للاتجاه |
| | 0.000 | |

تبين من الجدول السابق، وجود علاقة إيجابية قوية ذات دلالة إحصائية، بين مكونات اتجاه الجمهور السعودي نحو نشاطات الترفيه، وتشمل (المكون المعرفي والعاطفي والسلوكي)، وبين تحقيق هدف جودة الحياة.

جدول (14) العلاقة بين تأثيرات الفعاليات الميدانية بوصفها أحد نماذج الأنشطة الترفيهية، واتجاهات الجمهور السعودي نحوها

| الدلالة الإحصائية | درجة الارتباط والمعنوية | العلاقة بين تأثيرات الفعاليات الميدانية بوصفها أحد نماذج الأنشطة الترفيهية واتجاهات الجمهور السعودي نحوها |
|---|-------------------------|---|
| توجد علاقة ارتباط إيجابية قوية ذات دلالة إحصائية. | **0.688 | المكون المعرفي للاتجاه |
| | 0.000 | |
| توجد علاقة ارتباط إيجابية قوية ذات دلالة إحصائية. | 0.764** | المكون العاطفي للاتجاه |
| | 0.000 | |
| توجد علاقة ارتباط إيجابية قوية ذات دلالة إحصائية. | 0.634** | المكون السلوكي للاتجاه |
| | 0.000 | |

إجراء اختبار الانحدار المتعدد وكانت النتائج كما يلي:
جدول (11) تحليل التباين لنموذج الانحدار الخطي المتعدد

| المصدر | درجات الحرية | مجموع المربعات | متوسط المربعات | قيمة ف المحسوبة | المعنوية |
|----------|--------------|----------------|----------------|-----------------|----------|
| الانحدار | 3 | 176.648 | 58.883 | 552.767 | 0.000 |
| الخطأ | 360 | 138.348 | 0.107 | | |
| الكل | 363 | 8214.996 | | | |

يتضح من جدول التباين أن قيمة المعنوية 0.000 أقل من 0.05، وبالتالي فإننا نقبل الفرض البديل ونرفض الفرض الصفري بأن نموذج الانحدار معنوي.

جدول (12) نتائج اختبار معنوية معاملات الانحدار الخطي المتعدد:

| المعاملات | قيمة إحصائي الاختبار (ت) | المعنوية |
|-------------------------|--------------------------|----------|
| المكون المعرفي للاتجاه | 1.301 | 0.247 |
| المكون الوجداني للاتجاه | 12.884 | 0.000 |
| المكون السلوكي للاتجاه | 7.425 | 0.006 |

تبين من نتائج نموذج الانحدار السابق، وجود أثر للمكون الوجداني والسلوكي، لاتجاه الجمهور السعودي نحو فعاليات الترفيه وجودة الحياة في المملكة العربية السعودية، بينما لم يُشِر المكون المعرفي إلى وجود أثر له على جودة الحياة.

العناصر:

- تحمل الصورة ستة عناصر رئيسية، العنصر الأول: اثنان من المواطنين بالزي السعودي، العنصر الثاني: بساط فيروزي اللون معبر عن التراث والجلسة العربية الشهيرة بالمملكة العربية السعودية، العنصر الثالث: دلة القهوة العربية وفنجان القهوة، العنصر الرابع: الصدراء السعودية، العنصر الخامس: صورة الطائرة تمر في الطريق المثل، العنصر السادس: سيارات الشرطة المرافقة.

المقاربة النسقية:

- النسق من الأعلى: سبب التقاط الصورة، مشاركة المواطن السعودي في الاستجابة لمبادرة معالي المستشار تركي آل الشيخ، لالتقاط أفضل صورة معبرة عن حدث نقل الطائرة على الطريق البري من جدة إلى الرياض، وقد التقطها أحد المواطنين من المملكة للتعبير عن صورة تجمع بين ملامح التراث والأصالة والحدث بمشاركة الجميع.

- النسق من الأسفل، تم نشر الصورة في نفس يوم الإعلان عن المبادرة في العاشر من سبتمبر 2024.

- التأثير: حملت الصورة تأثيرات إيجابية تشير إلى حياة جديدة، تحتوي على الأصالة وتتطلع إلى الجديد، وتتنظر في هدوء وراحة واستجمام إلى مشهد جديد غير مألوف، يحمل في طياته فخر الماضي وفخر المستقبل في حدث ترفيهي جديد يجمع حوله جميع الأطياف.

تبين من الجدول السابق، وجود علاقة إيجابية قوية ذات دلالة إحصائية، بين مكونات اتجاه الجمهور السعودي نحو نشاطات الترفيه، وتشمل (المكون المعرفي والعاطفي والسلوكي)، وبين تأثيرات الفعاليات الميدانية للترفيه.

ثانياً: التحليل السيميائي لعدد (8) صور بوصفها نموذج للصور المنشورة من الجمهور السعودي على حساب (x)، استجابة للمبادرة التي أطلقها معالي المستشار تركي آل الشيخ رئيس مجلس إدارة الهيئة العامة للترفيه في 10 سبتمبر 2024، على حسابه الرسمي على المنصة، بدعوة المواطنين من المملكة العربية السعودية، للمشاركة في مسابقة التقاط أفضل صورة معبرة، عن حدث نقل الطائرة على الطريق البري من جدة إلى الرياض.

الصورة رقم (1):

وصف الصورة:

- **المستجيب:** حساب أحد المواطنين باسم (naSer)
- **التاريخ:** 10 سبتمبر 2024
- **النوع:** صورة تم التقاطها بواسطة صاحب الحساب استجابة لمبادرة معالي المستشار السالفة الإشارة إليها



المقاربة الإيكولوجية:

- هوية الصورة وخلفياتها: تبين الصورة التقارب بين الثقافة والتراث السعودي، بارتداء الزي الوطني وجلوس الصديقين في ألفة في الصحراء، واحتساء القهوة السعودية في هدوء واستجمام، ومن أمامهما تمر الطائرات في هدوء وسكينة، لتعبر عن نقلة حضارية ناعمة ولطيفة ومحبية، تحمل الشعور بمستقبل واعد لا ينسى أصالة الماضي.

المقاربة السيميولوجية

العلامات البصرية المحسوسة (الدال)

كل الإشارات التي تضمنتها الصورة، من أول البساط وشكل الجلسة العربية، ودلة القهوة الشهيرة، وارتداء الثوب الأبيض والشماع، والصحراء والطائرة وسيارتي الشرطة، لتمنحنا صورة معبرة ببراعة عن حدث نقل الطائرة ومرورها بين المدن، وصولاً إلى وجهتها في حدث ترفيهي يشارك فيه الجميع لا يستثنى منه أحد.

العلامات البصرية المفهومة (المدلول)

وتشمل مشاهدة المواطنين في المملكة حدث مرور الطائرة في الطريق البري من جدة إلى الرياض.

العلامات البصرية (الدلالة)

- توحى تفاصيل المشهد وعناصره بوجود (علامات أيقونية) مفهومة، منها دلة القهوة والثوب الأبيض والشماع والجلسة العربية، التي تدل على رابطة التراث المحلي وتبرز العلامة الاصطلاحية لعناصر الصورة، في التوافق بين الماضي والمستقبل واشتراك الجميع في

تجربة وطنية خفيفة، تجسد شعور الفخر بالأصالة والتاريخ الثقافي المحلي.

- المعنى التقريري

تحمل فكرة الصورة من خلال الدال والمدلول والدلالة، الاعتزاز بالهوية وتكوينها في المجتمع، كذلك تعبر عن النقلة الحضارية في شكل جديد من أشكال الترفيه، يجتمع حوله أبناء الوطن داخل الحياة الاجتماعية في بعد يعبر عن مزيج من الأشكال الثقافية التي تجسد الانتماء والعمق الأصيل الفاعل عند أبناء الوطن.

ويركز المعنى التقريري على العناصر الظاهرة دون تأويل رمزي، هي:

-الإطار المكاني والزمني: الصحراء الواسعة على جانبي الطريق والسماء الصافية في جو النهار؛ مما يعطي إيحاءً بحرارة الجو.

-العنصر البشري: هما الشخصان الجالسان على الأرضية الصحراوية، مرتديان الزي الخليجي: (الزي الأبيض، والغترة أو الشماع، والعقال)، ويتناولان القهوة العربية على السجادة الزرقاء والمجلس العربي في طقس الضيافة التقليدي؛ حيث تظهر الفوة السعودية (إبريق القهوة) والفناجين بجانبها.

-المشهد الخلفي: الذي يظهر فيه طريق صحراوي تسير عليه السيارات، وأبرز ما يظهر في خلفية الصورة طائرة كبيرة، ويتم نقلها برياً على جانب الطريق من جدة للرياض، وكأنها محور الحدث أو نقطة جذب.

-الحدث العام: هو أن الصورة لم يتم اتخاذها عفويًا، وإنما تم التقاطها لوصفها جزء من فعالية ترفيهية ضمن فعاليات موسم الرياض، بوصفه استجابةً لمبادرة معالي المستشار تركي آل الشيخ

تحويل الأدوات العالمية لفضاءات محلية تحمل روحًا ترفيهية.

▪ البعد الرمزي للضيافة العربية: حيث إن القهوة ترمز بعمق للثقافة العربية والخليجية، ودالة على الكرم والضيافة، ووضعها في السياق الصحراوي يدل على بقاء القيم في كل زمان ومكان، حتى في البيئات الصحراوية القاسية. وهي أيضًا عنصر شديد الفاعلية في الحملات الترويجية.

▪ الصورة كمشهد أيقوني: حيث إنها التقطت بعد بحث المشاركين عن الزاوية الأفضل لالتقاطها، مما يجعل عملية التصوير نفسها جزءًا من فعاليات المشاركة في التجربة الترفيهية.

▪ الترويج للهوية الوطنية السعودية بشكل عصري: فالصورة تروج لروح حديثة في المملكة، تجمع بين التراث والابتكار وتُشعر بالفخر والاعتزاز، فنقل الطائرة برّيًا، بالرغم من صعوبة نقلها على الطريق البري من جدة للرياض، هو عمل بطولي يرمز لقوة الإرادة والتنظيم اللوجستي.

لالتقاط أفضل صورة معبرة عن حدث نقل الطائرة على الطريق البري من جدة إلى الرياض؛ حيث تم تحويلها لمطعم أو مقهى ترفيهي.

- المعنى التضميني

شيعوع حالة من الحماسة الممتزجة بالفخر والأصالة، في التعبير عن حدث يشارك فيه الجميع بفاعلية وتأثر بإبداع محمول بمشاعر وطنية خالصة.

فالمعنى التضميني للصورة يتجاوز العناصر المادية الظاهرة، ليعبر عن رسائل اجتماعية وحسية وثقافية، التي يمكن تلخيصها في الآتي:

▪ التمسك بالهوية والتراث السعودي: يجلس رجلان على الأرض منتصف الصحراء في مقدمة الصورة، يتناولان القهوة العربية على الطريقة التقليدية؛ مما يعبر عن التمسك بالبساطة والعادات الأصلية في ظل التطور التكنولوجي الذي تعبر عنه الطائرة، والتي ترمز للطموح والحدثة والابتكار في الترفيه وتقديم الضيافة.

▪ التأمل في الحياة والبساطة: إذ إن الجلوس في الصحراء واحتساء القهوة في جو هادئ، يبين حالة من السكينة والتأمل بعيدًا عن ضوضاء المدينة وسرعة السيارات. حيث تعبر الصورة عن العودة للذات والطبيعة بالرغم من كل سمات التطور المادي.

▪ تحويل المألوف لغير المألوف: إذ إن نقل الطائرة برّيًا التي عادة ما تكون محلقة في السماء بوصفها وسيلة للسفر؛ لكي يتم تحويلها لمطعم أو مقهى ترفيهي، ما هو إلا تجسيد لمفهوم إعادة التوظيف الثقافي، أي:

الصورة رقم (2):

وصف الصورة:

- **المستجيب:** حساب أحد المواطنين باسم (محمد الجندي)
- **التاريخ:** 10 سبتمبر 2024
- **النوع:** صورة تم التقاطها بواسطة صاحب الحساب استجابة لمبادرة المعالي السالفة الإشارة إليها

- هوية الصورة وخلفياتها: تعكس الصورة حالة معبرة عن أجواء الصحراء السعودية، ومشهد الجمال العربية ومرور الطائرة على الطريق البري، بتأثيرات عميقة تحمل بين جمال الطبيعة السعودية الساحرة، والسماء الصافية وحدثها المستقبل بمرور الطائرات في الطريق.



العناصر:

- تحمل الصورة أربعة عناصر رئيسية، العنصر الأول: الإبل، العنصر الثاني، الصحراء، العنصر الثالث، الطائرة في أثناء نقلها على الطريق البري، العنصر الرابع، سماء المملكة الصافية نهارًا.

المقاربة السيميولوجية

العلامات البصرية المحسوسة (الدال)

كل الإشارات التي تضمنتها الصورة من مشهد الجمال ومشهد الصحراء ومشهد الطائرة؛ للجمع بين ناقلات الماضي وناقلات الحاضر.

المقاربة النسقية:

- النسق من الأعلى: سبب التقاط الصورة، مشاركة المواطن السعودي في الاستجابة لمبادرة معالي المستشار تركي آل الشيخ لالتقاط أفضل صورة معبرة، عن حدث نقل الطائرة على الطريق البري من جدة إلى الرياض، وقد التقطها أحد المواطنين من المملكة، للتعبير عن صورة تجمع بين المنظر الطبيعي لصحراء المملكة التي لا يمكن الخطأ بشأنها، وبين حدث نقل الطائرة.

العلامات البصرية المفهومة (المدلول)

وتشمل مستوى الأمان والطريق الممتد العابر في أمان وسط صحراء المملكة، وجمالها الخلاب وسمائها الصافية في مشهد هادئ.

- النسق من الأسفل، تم نشر الصورة في نفس يوم الإعلان عن المبادرة في العاشر من سبتمبر 2024.

- التأثير: حملت الصورة تأثيرات إيجابية جمعت بين مشهد الصحراء السعودية والإبل، ومشهد نقل الطائرة في صورة تجسد شمولية الحالة الوطنية.

العلامات البصرية (الدلالة)

- توحى تفاصيل المشهد وعناصره بوجود (علامات أيقونية) مفهومة، منها الجمال الهادئة في الصحراء أثناء المرور الذي قطع آلاف الأميال في سكونية.

المعنى التقريري

تحمل فكرة الصورة من خلال الدال والمدلول والدلالة، رمزية الإبل بوصفه موروثًا ثقافيًا ووطنياً وتراثياً وتاريخياً، وتشير لحياة الصحراء والارتباط التاريخي وذاكرة المكان، في صورة تعبر عن رمزية القوة والتكيف والشموخ، بينما في الجانب الآخر ترمز الطائرة الكبيرة، التي تحمل شعار الخطوط الجوية السعودية، للتقدم

المقاربة الإيكولوجية:

| | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> المفارقة بين الماضي والحاضر: حيث وجود الإبل في مقدمة الصورة يرمز إلى التراث البدوي السعودي الأصيل، بينما الطائرة في خلفية الصورة ترمز إلى الحداثة والتطور التكنولوجي، وهذا بمنزلة التقاء زمنين مختلفين يعبران عن لحظة تجتمع فيها وسائل النقل التقليدي والطيران العالمي. | <p>والانفتاح والوصول إلى آفاق ترفيهية جديدة، رمزية مشتركة عاكسة للفخر بالماضي وبناء المستقبل، وتظهر بعض المرتفعات أو الجبال في الطرق؛ ما يدل على أن الموقع يقع بمنطقة صحراوية جبلية.</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> التقدم لا يُلغى الجذور: فعلى الرغم من تطور وسائل النقل بالمملكة العربية السعودية، إلا أن الإبل ما زالت حاضرة؛ مما يعكس تماسك المجتمع السعودي بهويته وأصالته في ظل التطورات الحديثة. | <p>وتعد الإبل رمزاً وطنياً وثقافياً مهماً في المملكة العربية السعودية، حيث ارتبطت بحياة الإنسان السعودي منذ القدم، وتجسد قيماً، مثل: الصمود، والقوة، والتحمل، والوفاء. وأنها تمثل جزءاً لا يتجزأ من التراث والهوية السعوديين، ومن ثم يبرز معنى الصورة العميق، الذي ربط بين الماضي والحاضر والمستقبل المشرق.</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> الصحراء بوصفها مسرّاً للتحوّل الحضاري: حيث إن وجود طائرة في الصحراء يعطي إيحاء بقدرة الإنسان على دمج التكنولوجيا مع البيئات تقليدية؛ ما يمثل تحولاً حضارياً كبيراً. | <p>ومما سبق، نجد أن العناصر التقريرية، هي: إبل تسير أو تقف في الصحراء، وطائرة تتبع الخطوط الجوية للمملكة العربية السعودية يتم نقلها برياً بشاحنة كبيرة، موقع ذو طبيعة جبلية صحراوية، الإضاءة الطبيعية في وضوح النهار.</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> رمزية الهوية الوطنية: حيث إن وجود الطائرة السعودية والإبل معاً في صورة واحدة، يربط بين رمزين من رموز الهوية الوطنية، وهما: التقدم الحديث، والعمق التراثي. | <p>المعنى التضميني</p> <p>شعور ملتقط الصورة بحالة من الفخر والاعتزاز الممتزج، في التعبير عن حدث يشارك فيه الجميع بفاعلية، وإظهار القيم الأصيلة وتقديم تجربة إبداعية محلية تعكس التماسك الاجتماعي، والشعور بالارتباط العميق بتاريخ وثقافة الوطن.</p> |

الصورة رقم (3):

وصف الصورة:

- **المستجيب:** حساب أحد المواطنين باسم (ورد الشمري)
- **التاريخ:** 10 سبتمبر 2024
- **النوع:** صورة تم التقاطها بواسطة صاحب الحساب استجابة لمبادرة المعالي السالفة الإشارة إليها

واختيار الإبل تحديدا كرمز يشير إلى الوفرة، والصمود، والقوة، والقيمة الاقتصادية، وعموم النفع، والتفرد.

المعنى التضميني لهذه الصورة: يحمل دلالات عميقة ومفارقات ثقافية وتاريخية، نوضحها في النقاط التالية:

فداء للوطن يقف في فخر واعتزاز، ليؤدي التحية العسكرية لوطن مزدهر يضم الجميع ويعترف بتضحيات رجاله.

المقاربة الإيكولوجية:

- هوية الصورة وخلفياتها: تعكس الصورة حالة الفخر والاعتزاز والتضحية، من أجل وطن قوي وشامخ يثمن تضحية رجاله فيظهر الجندي بالزي العسكري الذي يرتديه شرفاً، ويرمز إلى الانضباط، والالتزام، والوحدة، والشرف، والوطنية ويأحدي يديه علم المملكة، ويرفع يده الأخرى بالتحية العسكرية.

المقاربة السيميولوجية

العلامات البصرية المحسوسة (الدال)

كل الإشارات التي تضمنتها الصورة من مشهد الجندي، ومشهد علم المملكة ومشهد الطائرات، يشير إلى الفخر والاعتزاز والتضحية من أجل وطن يستحق، ويرعى ويقدر أبناءه بصناعة مستقبل واعد.

العلامات البصرية المفهومة (المدلول)

وتشمل الزي العسكري المعبر عن هوية الوطن، وتأدية التحية العسكرية والوقوف شامخاً، على الرغم من فقد إحدى ساقه ليشهد مرور الطائرات وبيده علم المملكة.

العلامات البصرية (الدلالة)

- توهي تفاصيل المشهد وعناصره بوجود (علامات أيقونية) مفهومة تتمثل في الزي العسكري الذي يدعم القوة والالتزام والفداء والفخر بالوطن.



العناصر:

- تحمل الصورة أربعة عناصر رئيسية، العنصر الأول: الجندي المصاب، والعنصر الثاني: الصحراء، والعنصر الثالث: الطائرة أثناء نقلها على الطريق البري، والعنصر الرابع: علم المملكة العربية السعودية.

المقاربة النسقية:

- النسق من الأعلى: سبب التقاط الصورة، مشاركة المواطن السعودي بالزي العسكري في الاستجابة لمبادرة معالي المستشار تربي آل الشيخ، لالتقاط أفضل صورة معبرة عن حدث نقل ثلاث طائرات على الطريق البري من جدة إلى الرياض، وقد التقطها أحد المواطنين من المملكة؛ للتعبير عن صورة للجندي المصاب، الذي يحمل علم المملكة مستنداً إلى عكازه بدلاً عن ساقه رمزا للتضحية، في فخر واعتزاز بوطن يستحق التضحية، ويرفع يده بالتحية العسكرية في اعتزاز.

- النسق من الأسفل، تم نشر الصورة في نفس يوم الإعلان عن المبادرة في العاشر من سبتمبر 2024.

- التأثير: حملت الصورة تأثيرات إيجابية جمعت بين مشهد الجندي البطل الذي قدم ساقه

المعنى التقريري

تحمل فكرة الصورة من خلال الدال والمدلول والدلالة، حالة الفخر والتضحية والتقدير والالتزام، بوقوف رجل عسكري سعودي لتأدية التحية العسكرية على الرغم من الإصابة، وهو يحمل العلم الخاص بالمملكة العربية السعودية، بما يبين شعورًا عميقًا بالتوحد والترابط، ويعزز شعور المودة والتضامن بين الأفراد الذين يرتدونه، فضلاً عن أنه يعد من المقومات الحيوية التي تدل على قوة الجيش وفاعليته بما يبعثه من شعور بالفخر والزهو.

وتُظهر خلفية الصورة مشهدًا لبيئة صحراوية، ويوثق هذا المشهد لحظة رمزية لنقل طائرة عبر الطريق البري من جدة إلى الرياض؛ حيث سيتم تحويلها لاحقًا إلى مطعم أو مقهى ترفيهي.

وقد التُقطت هذه الصورة ضمن إحدى الفعاليات الترفيهية لموسم الرياض، استجابةً لمبادرة أطلقها معالي المستشار تربي آل الشيخ لتوثيق الحدث بالتقاط أفضل صورة معبرة عنه.

المعنى التضميني

شعور ملتقط الصورة بحالة من المشاعر الوطنية معبراً عن الرضا والحماسة في تقديم المزيد من أجل وطن يقدر تضحيات أبنائه، ويعددهم بالمزيد من التقدم فيقف الجندي بزيه العسكري وفي شعور يكتفه الانتماء، ليرفع يده بالتحية للإنجاز والتقدم والرفعة. حيث تحمل الصورة عدة أبعاد رمزية أبرزها ما يلي:

- الوطنية والانتماء: بإلقاء العسكري السعودي التحية على الرغم من إصابته،

وهو يحمل علم وطنه؛ مما يجسد الفخر والانتماء للمملكة العربية السعودية.

- تقدير الإنجازات الوطنية: بتصوير نقل الطائرة بوصفه حدثاً رمزياً يعبر عن مدى الوعي بقيمة الإنجازات الوطنية السعودية.

- القوة والجاهزية: حملُ العسكري العلم يدل على جاهزية القوات المسلحة للمملكة للدفاع عنها وحمايتها.

- رمزية الطائرة: تشير إلى الطموح والمستقبل، ونقلها يرمز إلى التحديات التي لا تلغي طموح المملكة.

الصورة رقم (4):

وصف الصورة:

- **المستجيب:** حساب أحد المواطنين باسم (نواف العوفي)
- **التاريخ:** 10 سبتمبر 2024
- **النوع:** صورة تم التقاطها بواسطة صاحب الحساب استجابة لمبادرة المعالي السالفة الإشارة إليها



العناصر:

ذاته ومسجلي الحدث من المواطنين، ليعترك ذكرى جمعت المواطنين على حب الوطن.

المقاربة السيميولوجية

العلامات البصرية المحسوسة (الدال)

كل الإشارات التي تضمنتها الصورة من مشهد الميدان، وتجمع المواطنين ودوران السيارات حول الميدان، من أجل الحرص على المشاركة في الحدث ومتابعته.

العلامات البصرية المفهومة (المدلول)

وتشمل تجمع المواطنين والسيارات من أجل الاهتمام البالغ بمتابعة الحدث، حيث اجتمع المواطنون في حماسة من أجل تسجيل ذكرى مرور الطائرات، يشاركون بعضهم بعضاً في لحظات السعادة العامة بحب الوطن، بما يعزز المشاركة الإيجابية.

العلامات البصرية (الدلالة)

- توجي تفاصيل المشهد وعناصره بوجود (علامات أيقونية) مفهومة، منها تجمع الحشود للمشاركة في سعادة.

المعنى التقريري

تحمل فكرة الصورة من خلال الدال والمدلول والدلالة، حالة الاهتمام والمشاركة والتأثير والحماسة وسيطرة روح السعادة ومشاركتها، والسعي للاحتفاظ بذكريات لا تنسى على خطى وطن يتقدم في كل شيء، على مرأى ومسمع من أبنائه. حيث تُظهر الصورة طائرتين مدنيتين ذاتي حجم ضخم، تابعتين للخطوط الجوية السعودية، ويتم نقلهما على شاحنتين ذاتي حجم ضخم متعددي المحاور، وليستا في وضع

تحمل الصورة أربعة عناصر رئيسة، العنصر الأول: الميدان، العنصر الثاني، الطائرات، العنصر الثالث، تجمع السيارات، العنصر الرابع، تجمع المواطنين.

المقاربة النسقية:

- النسق من الأعلى: سبب التقاط الصورة، مشاركة المواطن السعودي في الاستجابة لمبادرة معالي تربي آل الشيخ لالتقاط أفضل صورة معبرة، عن حدث نقل ثلاث طائرات على الطريق البري من جدة إلى الرياض، وقد التقطها أحد المواطنين من المملكة للتعبير عن صورة تبين مدى الاهتمام الواسع بتجمع السيارات وحشد المواطنين، من أجل متابعة الحدث والتقاط الصورة التذكارية.

- النسق من الأسفل، تم نشر الصورة في نفس يوم الإعلان عن المبادرة في العاشر من سبتمبر 2024.

- التأثير، حملت الصورة تأثيرات إيجابية تجسد الاهتمام الواسع من المواطنين، بالمشاركة في الميادين والشوارع والتحام الجميع ومشاركتهم في حدث وطني مبهج، حيث تتجمع السيارات دائريا حول الميدان في شعور مسيطر بالحمية الوطنية والفخر والسعادة.

المقاربة الإيكولوجية:

- هوية الصورة وخلفياتها: تعكس الصورة حالة معبرة عن حشد المواطنين المبهج، في أحد الميادين والاهتمام الواسع بالمشاركة وتأثير الحدث الواسع على المواطنين، الذين تجمعوا لالتقاط الصورة وتسجيل الحدث، وكانت الصورة مزدوجة جمعت بين ملتقط الصورة

أهمية الطائرة كونها رمزا وطنيا، بالإضافة إلى أنها تحمل شعار الخطوط الجوية السعودية.

▪ البيئة الصحراوية وشبه الحضرية المحيطة تعكس: التفاوت بين التكنولوجيا المتقدمة المتمثلة في الطائرة والمكان غير المخصص لاستقبالها، مما قد يُفهم كرمزية لعدم التوافق بين البنية التحتية والتطور السريع.

الصورة رقم (5):

وصف الصورة:

- **المستجيب:** حساب أحد المواطنين باسم (عميد البلد)
- **التاريخ:** 10 سبتمبر 2024
- **النوع:** صورة تم التقاطها بواسطة صاحب الحساب استجابة لمبادرة المعالي السالفة الإشارة إليها



العناصر:

- تحمل الصورة ثلاثة عناصر رئيسة، العنصر الأول: طفلة وشقيقها، والعنصر الثاني: إحدى الطائرات، والعنصر الثالث: الوقوف على التل أعلى طريق الطائرات نهارا.

الطيران، وتسير هاتان الشاحنتان في إحدى المناطق السكنية أو الحضرية على طريق عام.

يوجد محور دائري مروري مزين على هيئة زهرة في منتصف الصورة، ويلتف حوله العديد من الناس والسيارات. وهذه السيارات من أنواع مختلفة، ولكن غالبيتها من السيارات البيضاء ذات الدفع الرباعي. وعلى جانب الطريق، توجد منطقة مفتوحة أو غير معبّدة، ومبانٍ ذات ارتفاعات منخفضة في الخلفية، توحى بأنها مدينة صغيرة أو غير مركزية، التي تسودها الأجواء النهارية الصافية. ولا توجد إشارات لحدث طارئ، ولكن المشهد غير معتاد.

المعنى التضميني

مشاركة واسعة وتأثير إيجابي واسع للحدث على المواطنين، بمشاركة جنباً لجنب من أجل متابعة موكب الطائرات واهتمامهم العميق بالحدث، بما يوحي بعمق الفكرة وتأثيرها وتركها ذكرى سعيدة لا تمحى في أذهان المواطنين. وتحمل الصورة أبعاداً رمزية يتم توضيحها كالآتي:

▪ نقل طائرة على الطريق وسط حي سكني أمر غير معتاد؛ والذي قد يرمز إلى: التحول الجذري في استخدام الأشياء وكأن الطائرة فقدت مهمتها في الطيران، وأصبحت تُستخدم لغرض آخر (ربما مطعم، أو مقهى، أو مركز ترفيهي)، مفارقة لوجستية وثقافية: حيث إن لطائرة تشير إلى العولمة والحدثة، بينما نقلها على شاحنة داخل بيئة محلية تقليدية، يخلق تناقضاً رمزياً بصرياً بين السماء والأرض.

▪ تجمع الناس حول المحور يعطي إحياء بحدث مهم أو نادر، كما أنه يدل على الفضول الشعبي تجاه الأحداث الغريبة. كما يعبر عن

المقاربة النسقية:

- النسق من الأعلى: سبب التقاط الصورة، ومشاركة المواطن السعودي في الاستجابة لمبادرة معالي تركي آل الشيخ، لالتقاط أفضل صورة معبرة عن حدث نقل ثلاث طائرات على الطريق البري من جدة إلى الرياض، وقد التقطها أحد المواطنين من المملكة للتعبير عن صورة تبين معنى عميقاً، حيث تشاهد طفلة وشقيقها إحدى طائرات الموكب في الطريق، وتحضن الطفلة أختها في أمان واطمئنان واهتمام.

- النسق من الأسفل، تم نشر الصورة في نفس يوم الإعلان عن المبادرة في العاشر من سبتمبر 2024.

- التأثير: حملت الصورة تأثيرات إيجابية تجسد الشعور بأمل نحو المستقبل، بنظرة الطفلة وشقيقها نحو حدث سعيد في صورة عميقة التأثير والدلالة، توجي بما هو أبعد من تأثيرات الحدث بصورة مباشرة، حيث توجي بالأمان والطمأنينة والثقة في مستقبل أجيال الغد.

المقاربة الإيكولوجية:

- هوية الصورة وخلفياتها: تبين الصورة حالة معبرة عن الشعور بمستقبل مشوق في وضح النهار، ومستقبل متفائل لأبناء الوطن؛ حيث تحضن الطفلة أختها الصغير واقفين على ارتفاع ليتابعا حدثاً ينبئ بمستقبلهما السعيد في أمن وأمان.

المقاربة السيميولوجية

العلامات البصرية المحسوسة (الدال)

كل الإشارات التي تضمنتها الصورة من الطفلة وشقيقها والنظر من أعلى، ومرور الطائرة التي ينظر إليها الطفلان بأمل واهتمام في ضوء النهار.

العلامات البصرية المفهومة (المدلول)

وتشمل شعوراً عميقاً بالانتماء والنظرة العميقة لمستقبل مشرق لأبناء الوطن، واحتضان ناعم من الطفلة لشقيقها على ارتفاع لتحمل رسالة الثقة في المستقبل.

- العلامات البصرية (الدلالة)

- توجي تفاصيل المشهد وعناصره بوجود (علامات أيقونية) مفهومة، منها نظرة الأطفال في مشاركة بين الذكر والأنثى نحو مستقبل جديد للمملكة.

- المعنى التقريري

تحمل فكرة الصورة من خلال الدال والمدلول والدلالة حالة الأمل المشرق والسعادة والثقة والأمان والطمأنينة، في وطن يفعل كل ما هو ممكن ومأمون من أجل غد واعد للأجيال؛ حيث يظهر في الصورة طفل وطفلة واقفين على تلة صخرية مطلة على طريق، ويمر عبر منطقة ريفية أو جبلية خضراء، وتحضن الطفلة الكبيرة الطفل الصغير بذراعها، وكلاهما يرتدي ملابس تقليدية بيضاء في خلفية الصورة، وتمر شاحنة كبيرة عبر الطريق المنحدر تحمل طائرة كبيرة، والسما صافية، والإضاءة تعبر عن أنها لحظة ما قبل غروب الشمس.

احترام العادات والتقاليد والتمسك بالبيئة المحيطة.

- الطفولة والبراءة في مواجهة العالم: وقوف الطفلة والطفل مرتدين ثيابا ناصعة البياض أمام مشهد الطريق والشاحنة، يُنشئ اختلافًا بين براءة الطفولة وقسوة العالم أو الواقع الصناعي؛ ما قد يحمل دلالات فلسفية أو اجتماعية.

الصورة رقم (6):

وصف الصورة:

- المستجيب: حساب أحد المواطنين باسم (مقبل المقبل)
- التاريخ: 10 سبتمبر 2024
- النوع: صورة تم التقاطها بواسطة صاحب الحساب استجابة لمبادرة المعالي السالفة الإشارة إليها



- العناصر: تحمل الصورة عنصرين رئيسيين، العنصر الأول: عين بها نظرة تبين مرور طائرة الموكب، والعنصر الثاني، نظرة أمامية متطلعة على مرور إحدى الطائرات.

- المعنى التضميني

أمل جديد لمستقبل واعد لأبناء الوطن بات مرئياً بالعين، يشهده أطفال اليوم مستقبل الغد في رفعة وتقدم وفخر، وتحمل الصورة أبعاداً رمزية يتم توضيحها، كالآتي:

- الأخوة والرعاية: حيث إن احتضان الطفلة الكبيرة الطفل للأصغر يُشعر بالحب، والحماية، والدفع الأسري، يمكن تفسيرها بوصفها رمزاً للعلاقة الوطيدة بين الأشقاء، أو رمزاً لوطن يحتضن أبنائه.
- الطريق الطويل والشاحنة: حيث إن الطريق الممتد والشاحنة الكبيرة قد يرمزان إلى المستقبل الواعد أو رحلة الحياة، وما يحمله من تحديات أو فرص، وجود الطفلين وهما ينظران نحو الطريق بمنزلة إحياء بالتطلع للمستقبل أو الانتظار لأمر مهم قادم.
- تحريك طائرة عبر الطريق البري: هذا المشهد يمكن أن يمثل تغييراً جوهرياً في وظيفة الأشياء، كأن الطائرة خسرت دورها في التخليق وأعيد توظيفها لغرض مختلف تماماً (ربما بوصفها وجهة للترفيه، أو مقهى، أو مطعم)، وهو ما يُشكل تناقضاً لوجسئياً وثقافياً في آن واحد: فالطائرة ترمز إلى الحداثة والعالمية، بينما نقلها على متن شاحنة عبر طرق تقليدية من جدة إلى الرياض، مع ما يصاحب ذلك من صعوبات في المسار، يخلق تبايناً بصرياً رمزياً بين الفضاء والأرض، ويدل على قدرة المملكة العربية السعودية على التغلب على الصعاب؛ لتحقيق رؤيتها وتطلعاتها الكبيرة.
- التقاليد والهوية: الملابس التقليدية ترمز إلى التمسك بالهوية والثقافة السعودية، ما يبين

العلامات البصرية المفهومة (المدلول)

تشمل شعورا عميقا بالانتماء والنظرة العميقة إلى مستقبل مشرق، وتأثرا عميقا في الوجدان في عين صافية تتجسد بها صورة الغد المقبل بالأمل والتقدم والنجاح.

العلامات البصرية (الدلالة)

- توجي تفاصيل المشهد وعناصره بوجود (علامات أيقونية) مفهومة، منها نظرة العين في الضوء وانعكاس صورة الطائرة بها لعمق التأثير بالمستقبل والشعور بالأمل، في مستقبل مطمئن في فخر واعتزاز.

المعنى التقريري

تحمل فكرة الصورة من خلال الدال والمدلول والدلالة، عمق تأثير الحدث والشعور بمستقل مشرق في شغف، ووضوح، ورؤية مستقبلية واعدة. حيث إن الصورة تُظهر عين إنسان عن قرب شديد، وقد تم التقاطها استجابة لمبادرة المعالي تربي آل الشيخ لالتقاط أفضل صورة، وهذه الصورة تظهر فيها التفاصيل بدقة بالغة، مثل: الرموش، الجلد المحيط بالعين وبياض العين الصلب، والقزحية التي تعكس بداخلها مشهدًا معيّنًا، وهو حدث نقل ثلاث طائرات بريًا من جدة للرياض لاستخدامها كمطاعم أو مقاهٍ ترفيهية في مشروعات ترفيهية ضخمة. كما تتعدد ألوان القزحية بين اللون البني، والأزرق، والقليل من الرمادي، مما قد يرمز إلى تعديل لوني أو تأثير بصري مميز.

- المقاربة النسقية:

- النسق من الأعلى: سبب التقاط الصورة، مشاركة المواطن السعودي في الاستجابة لمبادرة معالي تربي آل الشيخ لالتقاط أفضل صورة معبرة عن حدث نقل ثلاث طائرات على الطريق البري من جدة إلى الرياض، وقد التقطها أحد المواطنين من المملكة للتعبير عن صورة تبين معنى عميقا، بنظرة عين متطلعة إلى الأمام تملؤها صورة الطائرة وهي تمر، لتعطي معنى بالنظر إلى مستقبل مشرق باعث على الشغف.

- النسق من الأسفل، تم نشر الصورة في نفس يوم الإعلان عن المبادرة في العاشر من سبتمبر 2024.

- التأثير: حملت الصورة تأثيرات إيجابية تجسد مستقبلا واعدة، بنظرة أمامية تشعر بعمق الحدث ودلالته في النفس بشغف نحو المستقبل نهارا.

المقاربة الإيكولوجية:

- هوية الصورة وخلفياتها: تعكس الصورة حالة معبرة عن الشعور بالأمل والتأثر بمستقبل واعد يعث على الفخر.

المقاربة السيميولوجية

العلامات البصرية المحسوسة (الدال)

كل الإشارات التي تضمنتها الصورة من العين ونظرتها إلى الأمام وانعكاس صورة الطائرة بها.

المعنى التضميني

الصورة رقم (7):

وصف الصورة:

- **المستجيب:** حساب أحد المواطنين باسم (عمار العطاء)
- **التاريخ:** 10 سبتمبر 2024
- **النوع:** صورة تم التقاطها بواسطة صاحب الحساب استجابة لمبادرة المعالي السالفة الإشارة إليها



العناصر:

- تحمل الصورة ثلاثة عناصر رئيسة، العنصر الأول: مرور الطائرة على الطريق، والعنصر الثاني: جمع من الأطفال يؤدون التحية العسكرية للطائرة، والعنصر الثالث: التقاط الوالد صورتهم.

المقاربة النسقية:

- النسق من الأعلى: سبب التقاط الصورة، مشاركة المواطن السعودي في الاستجابة لمبادرة معالي المستشار تركي آل الشيخ؛ لالتقاط أفضل صورة معبرة عن حدث نقل ثلاث طائرات على الطريق البري من جدة إلى الرياض، وقد التقطها أحد المواطنين من المملكة للتعبير عن صورة تبين جيلا جديدا يعظم الوطن،

مستقبل يحمل الكثير من الأمل يبرز في ضوء النهار، ويملاً الأعين بالرضا والأمل والثقة. وتحمل الصورة أبعاداً رمزية يتم توضيحها كالآتي:

- الصورة بوصفها عيناً ترى المستقبل: حيث تبين الصورة فكرة تدل على أن عين الإنسان السعودي تراقب لحظة مفصلية تمثلت في عبور الطائرات الثلاث في عمق الصحراء، وكأن عدسته تنقل رؤية عميقة؛ مما قد يرمز إلى التفاعل بين الداخل والخارج بعمق شديد، يتجاوز حدود الرؤية البصرية للرؤية الثقافية، فهنا العين ليست مجرد عضو حسي بل ترمز للرؤية الواعدة للمملكة العربية السعودية، ووعي وتقدير الشعب السعودي لهذه الرؤية وهذا التحول.

- البصيرة والرؤية العميقة: تكبير العين وظهور صورة جلية بداخلها يشير إلى الرؤية العميقة أو التأمل الداخلي، وكأن الإنسان يرى ما هو أبعد من المشهد العادي؛ مما يقدم بعداً فلسفياً حول الإدراك والمعرفة.

- الألوان العديدة في القزحية: ترمز إلى تعدد زوايا النظر، والتنوع الثقافي، أو الانفتاح على العالم، حيث إن الجمع بين الأزرق والبني يُشعر بوجود نظرة عميقة وغير تقليدية، أو عالم داخلي غني.

- صورة الطائرات الثلاث المنعكسة في العين: تشير إلى أن العين السعودية تراقب مشهداً لحلم مؤجل مع الشعور بالطموح؛ مما يرمز إلى أن ما نراه بالعين متعلقاً بما نشعر به أو نشاق إليه.

العلامات البصرية (الدلالة)

- توجي تفاصيل المشهد وعناصره بوجود (علامات أيقونية) مفهومة، منها تجمع الأطفال وهم جيل المستقبل وأمله، برعاية الوالد الذي يربي أبنائه على حب الوطن والفخر به؛ لتأدية التحية العسكرية والتجمع معا والمشاركة بشعور الاعتزاز العميق والاحترام.

المعنى التقريري

تحمل فكرة الصورة من خلال الدال والمدلول والدلالة، التأثير العميق في أجيال المستقبل بالفخر والاعتزاز بالهوية الوطنية السعودية، والانتماء الوطني والتنشئة الوطنية السليمة، فالصورة في مجملها تحمل تقريرية تعبر عن مشهد عائلي في منطقة جبلية بها القليل من الخضرة، لأب يصور أبنائه واقفين صفا واحدا، وهم يلقون التحية العسكرية لطائرة سعودية، يتم نقلها برّيا بواسطة شاحنة كبيرة من جدة للرياض في وضح النهار وصفاء الشمس، والطريق محاط بتضاريس صحراوية تشير للطبيعة الجغرافية للمملكة العربية السعودية.

المعنى التضميني

مستقبل يحترمه ويعتز به ويفخر به الأجيال في الحاضر والمستقبل، وآباء يقدرّون قيمة الوطن وأطفال يشبون على الفخر والسعادة والثقة والاحترام، لوطن يعدّهم بالأمل والمستقبل، فالصورة تحمل دلالات رمزية تتجاوز معطياتها الظاهرة كما يأتي:

وفخر به ويشعر بالانتماء إليه ويسعد بالتجمع نحو احترام الوطن وإعزازه، مع اهتمام الوالد بتسجيل وتعزيز هذا الشعور في فخر.

- النسق من الأسفل، تم نشر الصورة في نفس يوم الإعلان عن المبادرة في العاشر من سبتمبر 2024.

- التأثير: حملت الصورة تأثيرات إيجابية تبعث على الاعتزاز والفخر بالوطن، وحرص الآباء على الاعتزاز وتحية وحب الوطن.

المقاربة الإيكولوجية:

- هوية الصورة وخلفياتها: تبين الصورة حالة معبرة عن الشعور بالاعتزاز والاحترام، والفخر والمشاركة والانتماء للوطن بتجمع الأطفال مع والدهم لتأدية التحية العسكرية.

المقاربة السيميولوجية

العلامات البصرية المحسوسة (الدال)

كل الإشارات التي تضمنتها الصورة من تجمع الأطفال وتأديتهم للتحية العسكرية للطائرة وحرص الوالد على تسجيل الشعور.

العلامات البصرية المفهومة (المدلول)

تشمل شعورا عميقا بالانتماء والفخر والاعتزاز بالوطن وتقديره، وتنشئة الجيل على ذلك المفهوم بالثقة في الغد، وهذا ما تتوارثه الأجيال الذين يشبون على حب الوطن والانتماء إليه والفخر به.

السكان ومدى قدرتهم على مواجهة التحديات.

▪ شاحنة النقل الكبيرة: قد تشير إلى الحركة والحياة اليومية في بيئة جبلية.

الصورة رقم (8):

وصف الصورة:

- **المستجيب:** حساب أحد المواطنين باسم (ميساء)
- **التاريخ:** 10 سبتمبر 2024
- **النوع:** صورة تم التقاطها بواسطة صاحب الحساب استجابة لمبادرة المعالي السالفة الإشارة إليها



العناصر:

- تحمل الصورة ثلاثة عناصر رئيسية، العنصر الأول: مرور الطائرة على الطريق، والعنصر الثاني: سجود المواطن السعودي في الصحراء باتجاه القبلة وكذلك الطائرة، والعنصر الثالث: سجود الجمل إلى جوار صاحبه.

المقاربة النسقية:

- النسق من الأعلى: سبب التقاط الصورة، مشاركة المواطن السعودي في الاستجابة لمبادرة معالي المستشار تربي آل الشيخ لالتقاط أفضل صورة معبرة،

▪ إلقاء الأطفال التحية العسكرية: تُشعر بانتمائهم للمملكة العربية السعودية وفخرهم بوطنهم وتنشئتهم على القيم العسكرية والانضباط منذ الصغر، وانتمائهم العميق والمتأصل للهوية السعودية، وهذا يدل على الاندماج العاطفي للجيل الجديد مع الدولة.

▪ تصوير الأب لهم: يشير إلى تقدير اللحظة وتوثيقها، وهذا يشير إلى فخر أبيهم بهم واعتزازه بتنشئتهم الوطنية، فالأب هنا يحتفل بالقيم الوطنية لدى أولاده وينمي لديهم روح الجماعة.

▪ وجود الطائرة ونقلها بواسطة الشاحنة: يُشعر بالقوة والهيبة والسيادة العسكرية والطموح والجدية في تحقيق الأحلام، وقد يشير إلى التواصل بين المركز والأطراف في الدولة، فمن الطبيعي أن نرى الطائرة تطلق في السماء، ولكن عندما نراها نُحمل على شاحنة وتنقل برياً من جدة للرياض، على الرغم من صعوبة الطريق، فهذا يدل على أن المملكة العربية السعودية قادرة على مواجهة التحديات، والتغلب عليها في سبيل تحقيق أحلامها ورؤيتها المستقبلية الواعدة والطموح.

▪ الطبيعة الجبلية للمكان مع وجود القليل من الخضرة: قد يُشعر بالبيئة القاصية التي ترمز لقوة وصلابة

المعنى التقريري

تحمل فكرة الصورة من خلال الدال والمدلول والدلالة، الامتنان العميق والشكر لله والشعور بالثقة والأمان والطمأنينة، التي جمعت الحاضر بالمستقبل، فالموطن السعودي يرتدي اللباس الأبيض الناصع الذي يدل على تمسكه بالتقاليد ويسجد على سجادة خضراء اللون، وبجانبه جمل في وضعية السجود في بيئة رملية، واتجاه السجود للرجل والجمل بمحاذاة الطائرة المحمولة على شاحنة كبيرة، ويتم نقلها برها من جدة للرياض.

المعنى التضميني

ثقة وإيمان وامتنان وشكر لله على مستقبل واعد ومشرق، على الرغم من الظروف والتحديات وتعطي الصورة دلالات رمزية عديدة، كالآتي:

- سجود المواطن السعودي: يرمز إلى التقوى والخضوع لله عز وجل؛ مما يدل على تمسك المواطن السعودي بدينه مهما تكن الظروف.
- سجود الجمل بجانب المواطن: يرمز إلى مدى الانسجام بين الإنسان والطبيعة والخضوع الكوني لله.
- خلفية الصورة الصحراوية: ترمز إلى الهوية البدوية والإرث العريق الطبيعي للمملكة العربية السعودية؛ مما يضيف للصورة طابعاً رومياً متأصلاً.
- وجود الطائرة السعودية محمولة على شاحنة كبيرة: يرمز للتقدم التقني

عن حدث نقل ثلاث طائرات على الطريق البري من جدة إلى الرياض، وقد التقطتها إحدى المواطنات من المملكة؛ للتعبير عن صورة تبين مستقبلاً سعيداً يشعر أبناءه بالامتنان والسجود شكراً لله وفخراً واعتزازاً بمستقبل وطن واثق ومؤمن.

- النسق من الأسفل: تم نشر الصورة في نفس يوم الإعلان عن المبادرة في العاشر من سبتمبر 2024.

- التأثير: حملت الصورة تأثيرات إيجابية توجي بالإقدام نحو مستقبل واعد في امتنان عميق.

المقاربة الإيكولوجية:

- هوية الصورة وخلفياتها: تبين الصورة حالة معبرة عن الشعور بالامتنان والصفاء والأمل.

المقاربة السيميولوجية

العلامات البصرية المحسوسة (الدال)

كل الإشارات التي تضمنتها الصورة من الجمل مع صاحبه وسجوده في الصحراء في نفس اتجاه الطائرة.

العلامات البصرية المفهومة (المدلول)

وتشمل شعوراً عميقاً بالإيمان والامتنان والراحة والطمأنينة نحو المستقبل.

العلامات البصرية (الدلالة)

- توجي تفاصيل المشهد وعناصره بوجود (علامات أيقونية) مفهومة منها الجمل وسجوده جوار صاحبه.

العصر بنسبة (21.4%)، وأخير الفترة الصباحية بنسبة (5.5%).

وتوصلت الدراسة إلى أن المتوسط الحسابي للاتجاهات المعرفية للجمهور السعودي، نحو نشاطات الترفيه "موسم الرياض نموذجاً" (4.20)، وهذا يعبر عن درجة كبيرة في المكون المعرفي للاتجاه، تقترب من الدرجة الكبيرة جداً، وجاء في مقدمة الاتجاهات المعرفية تنوع الفعاليات الترفيهية في موسم الرياض، بما يتوافق التنوع مع الثقافات العالمية، بدرجة كبيرة جداً، يليه التنوع الذي يلبي مختلف الرغبات بدرجة كبيرة جداً، ثم تمكين الفعاليات الترفيهية في الرياض الزوار من السفر والتجوال من وإلى الرياض وإلى أنحاء العالم لتقدم تجارب ترفيهية استثنائية بدرجة كبيرة جداً.

وجاء في المرتبة الرابعة الاستمتاع بتناول أفخر الأطعمة العالمية، ضمن الأنشطة الترفيهية بموسم الرياض، فتحقيق الفعاليات الترفيهية بالرياض، والاستمتاع بالكثير من الألعاب المثيرة والحماسية، ثم فعاليات الترفيه التي يتم قضاؤها مع الأسرة، وتوصلت الدراسة إلى أن إجمالي المتوسط الحسابي، للمكون الوجداني للاتجاهات للجمهور السعودي نحو الترفيه في المملكة (4.39)، بانحراف معياري (0.829) يعبر عن درجة كبيرة جداً، وجاء في مقدمتها الشعور بالفخر والانتماء نظراً لجهود الترفيه المميزة، يليه الشعور بالثقة والأمان في جهود دعم الترفيه، يليه الشعور بالسعادة لوجود فعاليات الترفيه في المملكة، ويليه الشعور بتقدير الإبداع والتميز في أفكار الترفيه، ثم الاستمتاع بما يعرضه موسم الرياض من أنشطة رياضية وألعاب، ثم الشعور بالألفة في قضاء الوقت في فعاليات الترفيه،

والحضاري مع بقاء الجذور الدينية والبيئية، وقدرة المملكة العربية على تحويل المألوف لغير المألوف، من منطلق إرادتها القوية في تحقيق أهدافها المنشودة ورؤيتها الطموح.

▪ اتحاد اتجاه القبلة مع الطائفة: يرمز إلى أن مسيرة التقدم في المملكة غير منفصلة عن الإيمان؛ مما يدل على أن البوصلة الروحية في اتجاه الحركة الوطنية والتلاحم بين الإيمان والتقدم والتراث.

مناقشة النتائج:

هدفت الدراسة على نحو رئيس إلى التعرف على اتجاهات الجمهور السعودي، نحو نشاطات الترفيه وانعكاساتها على جودة الحياة "موسم الرياض نموذجاً" بالتعرف على الاتجاهات المعرفية والوجدانية والسلوكية للجمهور السعودي، نحو نشاطات الترفيه بالمملكة العربية السعودية "موسم الرياض نموذجاً".

وقد بينت الدراسة أن عدد مرات الذهاب إلى الأماكن الترفيهية شهرياً للأغلبية (خمس مرات شهرياً) بنسبة 85.7%، (من 6 إلى 10 مرات شهرياً) بنسبة 9.9%، و(أكثر من 10 مرات شهرياً) بنسبة 4.4% وكانت أكثر الأنشطة الترفيهية اهتماماً من المواطنين، هي: تناول الطعام وجلسات السمر بنسبة (36.85)، تليها الألعاب الترفيهية بنسبة (20.3%)، ثم الأمسيات بنسبة (16.5%)، ثم المعارض بنسبة (14.3%)، ثم غير ذلك بنسبة (9.3%)، وأخيراً المسابقات بنسبة (2.7%)، وتبين أن أوقات الذهاب إلى الأماكن الترفيهية المفضلة، كانت للفترة المسائية بنسبة (73.1%)، تليها فترة

علاوة على ذلك، تُعزز النظرة النظرية أن الاهتمامات المحددة نحو مجالات الترفيه المختلفة تؤثر على نوعية التجارب التي يمر بها الأفراد، ومن ثم تؤثر على مؤشرات الصحة النفسية والرفاهية العامة، وتُبرز العلاقة بين الاهتمامات والترفيه وجود ترابط ديناميكي يتداخل فيه مستوى الاهتمامات الشخصية مع نوعية تجارب الترفيه؛ مما يبين تفاعلاً متبادلاً يتجسد في تعزيز أو تقليل تأثيرات الترفيه على جودة الحياة.

باختصار، يُقارب النموذج النظري بين الاهتمامات الذاتية واستجابات الأفراد تجاه أنشطة الترفيه، ويؤكد أن هذا التفاعل يُشكل أحد الركائز الأساسية التي تؤدي إلى تحسين وتطوير مؤشرات جودة الحياة عبر تحقيق التوازن النفسي والاجتماعي.

العلاقة بين اتجاهات الجمهور السعودي نحو نشاطات الترفيه وتحقيق هدف جودة الحياة بالمملكة.

توصلت الدراسة إلى أن إجمالي المتوسط الحسابي، العلاقة بين اتجاهات الجمهور السعودي نحو نشاطات الترفيه وتحقيق هدف جودة الحياة بالمملكة (4.20)، بانحراف معياري (0.921)، يعبر عن درجة كبيرة لدور نشاطات الترفيه بالمملكة، في تحقيق هدف جودة الحياة بالمملكة "موسم الرياض"، وجاء في مقدمتها الشعور بالرضا عن نشاطات الترفيه والحياة بالمملكة، يليه الشعور بالسعادة لإمكانية حضور فعاليات الترفيه بالرياض، يليه الشعور بالراحة النفسية ثم وجود فعاليات ترفيهية مناسبة للتفضيلات، وهذا يتسق مع نظرية الاستجمام والراحة، التي رأت أن الدوافع الكامنة وراء ممارسة الترفيه، تشمل التخلص من

والشعور بالإيجابية والحماس لفاعليات الترفيه، ثم الشعور بالرضا والاكتفاء بفاعليات الترفيه.

وتوصلت الدراسة إلى أن إجمالي المتوسط الحسابي، للمكون السلوكي لاتجاهات الجمهور السعودي نحو الترفيه في المملكة، (4.18)، بانحراف معياري (0.998)، يعبر عن درجة كبيرة، وجاء في مقدمتها تحفيز توصية الأصدقاء من خارج المملكة بالقدوم إليها من أجل الترفيه، ثم التخطيط لحضور فعاليات موسم الرياض القادمة، يليه الحرص على التقاط الصور التذكارية ضمن فعاليات الترفيه والمبادرة بالتعريف بالفاعليات الممتعة، ثم مشاركة الأصدقاء في حضور الفعاليات، يليه التفكير في قضاء مزيد من الوقت في الاسترخاء والترفيه، والسعي لمعرفة كل ما هو جديد في فعاليات الترفيه، ثم الحرص على متابعة العلامات التجارية، وإعلان المشاركة في الفعاليات على وسائل التواصل الاجتماعي. وتتفق تلك النتائج وإطار نظرية الاهتمامات التي تؤكد بالاتفاق مع نتائج الدراسة على أن الاهتمامات الشخصية والاتجاهات النفسية تؤدي دوراً محورياً في تشكيل تفاعل الأفراد مع أنشطة الترفيه وتأثيرها على جودة حياتهم. فعلى مستوى النظري، يُفترض أن الاهتمامات الذاتية بالمشيرات الترفيهية تبين أولويات الأفراد واحتياجاتهم النفسية؛ مما يساهم في تحسين مستويات الرضا والتوازن النفسي.

وبناء على ذلك، يُنظر إلى الترفيه بوصفه وسيلة تلبى تلك الاهتمامات بتوفير بيئة مناسبة لتحقيق الإشباع النفسي والتواصل الاجتماعي، الأمر الذي يعزز الشعور بالسعادة والمتعة ويساهم مباشرة في رفع مؤشر جودة الحياة.

نحوها (4.44) بانحراف معياري (0.777)، يعبر عن درجة كبيرة جدا لتأثيرات الفعاليات الميدانية، بوصفها أحد نماذج الأنشطة الترفيهية بالمملكة العربية السعودية "موسم الرياض نموذجاً"، وجاء في مقدمتها دعم سمعة المملكة وقدراتها وما تتميز به عالمياً، ثم دعم خبرة المملكة في الفعاليات الترفيهية قدراتها التنافسية في إدارة الأحداث واللقاءات العالمية. ويلى ذلك دعم الفعاليات الترفيهية في المملكة حركة العمل والاستثمار، ثم تنشيط حركة التجارة بالمملكة، يليه الشعور بالفخر والانتماء بما حققته المملكة من إنجازات وتتفق تلك النتيجة مع دراسة (Ranaa, 2022)⁽⁵⁵⁾، ثم الانفتاح على الثقافات وكل ما هو جديد، ويليه تحفيز المشاركة والمبادرة والحماس، وأكدت الدراسة وجود علاقة إيجابية قوية ذات دلالة إحصائية، بين مكونات اتجاه الجمهور السعودي نحو نشاطات الترفيه وتشمل (المكون المعرفي والعاطفي والسلوكي)، وبين تأثيرات الفعاليات الميدانية للترفيه.

وهذا يتسق مع نتائج دراسة (المالي، 2020) بوجود أثر للترفيه وممارسة أنشطته على منظومة القيم الأخلاقية والشخصية والاقتصادية، تماشياً مع روح العصر كما اتفقت مع دراية (الشهري، 2019)، بدور نشاطات الترفيه في تعزيز التحولات الاجتماعية الإيجابية التي عم شعور المواطنين بها في أثناء مشاركتهم بالمبادرة.

وتتفق تلك النتائج وافتراضات نموذج Schalock حيث تؤثر الأنشطة الترفيهية تأثيراً مباشراً على أبعاد مؤشر جودة الحياة المختلفة وفق نموذج شالوك بتفعيل دورها في تحسين الصحة النفسية والجسدية، وتعزيز الروابط الاجتماعية، بالإضافة إلى زيادة الإحساس بالرضا والرفاهية

المتاعب النفسية والشعور بالراحة، يلي ذلك الشعور بالرضا عن ممارسة الهوايات في الترفيه. ثم تكوين علاقات صحية مع الأسرة والزملاء بالمشاركة في فعاليات الترفيه، ثم دعم الأنشطة الترفيهية لصحة بدنية أفضل للفرد والأسرة، ثم إتاحة الفعالية التوازن بين الحياة والعمل، وهذا ما يتسق مع نظرية الترويح، التي استندت إليها الدراسة، وتقول إن الترويح سمة أساسية من سمات عصور التطور والتقدم.

كما أكدت نتائج نموذج الانحدار وجود أثر للمكون الوجداني والسلوكي، لاتجاه الجمهور السعودي نحو فعاليات الترفيه وجودة الحياة في المملكة العربية السعودية، بينما لم يثر المكون المعرفي إلى وجود أثر له على جودة الحياة.

كما تبين من نتائج معامل اختبار وجود علاقة إيجابية قوية ذات دلالة إحصائية، بين مكونات اتجاه الجمهور السعودي نحو نشاطات الترفيه وتشمل (المكون المعرفي والعاطفي والسلوكي)، وبين تحقيق هدف جودة الحياة.

وقد اتفقت النتائج السابقة مع دراسة (العتيبي، 2023)، بوجود اتجاه إيجابي للمرأة السعودية نحو الترفيه، إضافة إلى ما أكدته دراسة (القحطاني، 2021)، بوجود علاقة بين اتجاهات الجمهور السعودي نحو الترفيه، وتعزيز التماسك الاجتماعي والتوازن النفسي.

تأثيرات الفعاليات الميدانية بوصفها أحد نماذج الأنشطة الترفيهية واتجاهات الجمهور السعودي نحوها.

بينت الدراسة أن إجمالي المتوسط الحسابي لتأثيرات الفعاليات الميدانية، بوصفها أحد نماذج الأنشطة الترفيهية واتجاهات الجمهور السعودي

بتحليل الدلالات السيميائية لمبادرة معالي المستشار تركي آل الشيخ رئيس مجلس إدارة الهيئة العامة للترفيه في 10 سبتمبر 2024، على حسابه الرسمي على منصة (X)، بدعوة المواطنين من المملكة العربية السعودية، للمشاركة في مسابقة التقاط أفضل صورة معبرة، عن حدث نقل ثلاث طائرات على الطريق البري من جدة إلى الرياض، تبين وجود إقبال واسع على المشاركة في هذا الحدث الترفيهي، ووجود شغف واهتمام وتأثير عميق للحدث في وجدان المواطن السعودي، حيث أسهمت المبادرة بما طرحته من تأثيرات عميقة بالمشاركة في توجيه المواطن السعودي، وتعزيز شعوره الإيجابي، ومن ثم المشاركة في إعداد المواطن، بما يتفق مع نظرية الإعداد للحياة، التي اعتمدت عليها الدراسة الحالية.

وقد نجح الحدث ببراعة في تحقيق المكون المعرفي بالترويج لفاعليات الترفيه بموسم الرياض بصورة مبتكرة، لم يسبق إليها أحد، إضافة إلى المكون السلوكي بمشاركة وحماسة جميع المواطنين على اختلاف فئاتهم وأعمارهم، نساء ورجالاً وأطفالاً وشيوخاً وحتى الجنود.

ليبرع كل منهم في تقديم صور عبرت عن الفخر والسعادة والانتماء والأمل في المستقبل والامتنان والشكر لله، فقد حملت الصورة دلالات تجمع بين الأصالة والأمل في الجديد، والشعور بالراحة والهدوء والاستجمام، من خلال المشاركة في حدث ترفيهي جمع أطياف المجتمع السعودي.

وقد عبرت إحدى الصور عن عموم الحالة الوطنية الإيجابية، والرضا والفخر بالإنجاز الوطني والشعور بالنقلة الحضارية، التي جمعت بين تراث الماضي

الشخصية، فألى جانب كون الترفيه وسيلة لقضاء أوقات الفراغ، فإنه يمثل عنصرًا أساسيًا في تحقيق التوازن بين التفاعلات الاجتماعية والاحتياجات الذاتية؛ مما يؤثر إيجابيًا على مكونات جودة الحياة. فمثلًا، يُظهر الترفيه القدرة على تقليل مستويات التوتر والاكتئاب، ويعزز من نوعية العلاقات الاجتماعية، ويساعد على تطوير المهارات الشخصية والمشاركة المجتمعية، ويسهم في تنمية الشعور بالانتماء وتقوية شبكة الدعم الاجتماعي، ما يعزز التفاعل الإيجابي مع البيئة المحيطة. من الناحية الفيزيولوجية، تساهم الأنشطة الترفيهية في تحسين اللياقة البدنية والصحة العامة، مما يعزز الأبعاد الصحية والجسدية.

وفي السياق الاجتماعي، يؤدي الترفيه دورًا محوريًا في تقليل الشعور بالعزلة وتعزيز الروابط الاجتماعية، حيث يسهم تفعيل أنشطة ترفيهية مناسبة في تحسين مستويات الإدماج والاندماج المجتمعي. ومع ذلك، يتطلب قياس أثر الترفيه على مؤشر جودة الحياة أدوات ومعايير دقيقة؛ نظرًا لتعدد الأبعاد وتعقيد التفاعل بينها، وهو ما يمثل تحديًا علميًا وميدانيًا. بوجه عام، يؤكد النموذج أن إدراج أنشطة ترفيهية منتظمة وملائمة ضمن برامج السياسات العامة والخدمات يسهم إسهامًا فعالاً في تعزيز مؤشر جودة الحياة، ويبين أهمية الدمج بين الترفيه والتنمية الذاتية والاجتماعية من أجل تحسين مستوى الرفاه العام للمجتمعات.

تأثير المبادرات الإعلامية لنشاطات الترفيه باستكشاف سيميائية الصور المنشورة عن تلك الفعاليات في إطار العلاقة بمفهوم جودة الحياة عالمياً.

محددات للتغطية الإعلامية الناجحة للأنشطة والفعاليات الترفيهية.

جمعت مبادرة المعالي إلى العديد من محددات التغطية الإعلامية الناجحة، بدايتها الاعتماد على مواطنين، يعني تغطية أعلى مصداقية وترك الحريّة للمشاركة مع مستوى عميق من التحفيز، لفتح المجال إلى الابتكار في سعادة وفرحة، مثل تلك المبادرة شملت المحددات اللازمة للتغطية الإعلامية الناجحة، وتشمل تحقيق الهدف من التغطية بدعم المكون المعرفي والوجداني والسلوكي لفاعليات الترفيه بموسم الرياض، بمشاركة المواطنين بحدث مميز ومؤثر، وزيادة الوعي للمواطنين والتأثير فيهم إيجابياً بشعور المشاركة، والاعتزاز، والفخر، والسعادة.

وقد تميزت المبادرة بنجاحها في تحديد أهدافها بمشاركة المواطنين ونشر الوعي، وحققت الفاعلية باختيار منصة (X) ذات الجمهور الكبير، والقريب من أطراف المجتمع والفئات العمرية المختلفة، وجعلت المبادرة من المواطنين مشاركين في إعداد رسالة إعلامية قوية وعميقة متباعدة بالتباري في الإيجابية.

وقد حققت المبادرة أحد أهم معايير التغطية الإعلامية الناجحة، المتمثل في ضمان تفاعل الجمهور الواسع، وتكثيف المبادرة بالتغيرات، وشيوع ثقافة الصورة للتعبير عن الحدث وتأثيراته، ومن ثم يرى الباحثان مدى عمق الفكرة المبتكرة للمبادرة، وقدراتها على تحقيق محددات التغطية الإعلامية الناجحة.

والصحراء الخلابة، والمستقبل الواعد المشرق لأبناء الوطن.

الأثر الاستراتيجي والاجتماعي والنفسي للتغطيات الإعلامية المبتكرة للأنشطة الترفيهية بالمملكة (نموذج مسابقة أفضل صورة لحدث نقل الطائرات)؛

جاءت مبادرة معالي المستشار تركي آل الشيخ بمشاركة المواطنين في التقاط صورة معبرة، وطرح جائزة لأفضل صورة، بمثابة مثل قوي ناجح ومميز على الأثر الاستراتيجي العميق للمبادرات الترفيهية، باستغلال أدوات التواصل الاجتماعي للحدث بلغة الصورة، ونقل المعرفة والسلوك إلى عمق الوجدان، ومن ثم التعرف على اتجاهات الجمهور السعودي نحو فعاليات الترفيه بالمشاركة المتحمسة والشغوفة التي تحمل في عمقها مشاعر الرضا والسعادة والتحفيز والاعتزاز والاحترام، فالمبادرة تتصل استراتيجياً بأبعاد جودة الحياة المتمثلة في النشاط الحركي؛ لحضور الحدث فعلياً وشيوع حالة الاستبشار بالمستقبل، وهذا ما أشارت إليه وأيدته أغلب الصور الملتقطة، ومن ثم جمعت المبادرة بين الوجود البدني والنفسي والروحي للمواطن السعودي، في المشاركة في المبادرة، وظهر بوضوح علامات الانتماء المكاني بشيوع الاهتمام بدمج التراث وصور الصحراء والزي الوطني بتعزيز هذا الانتماء، بالإضافة إلى الصور التي جمعت الإخوة وأفراد العائلة مشيرة إلى قوة الانتماء الاجتماعي، ووجود فرصة للشعور بالسعادة دون أي تكاليف مالية، والمشاركة في الأنشطة الترفيهية.

الخاتمة:

إن الإعلام المؤثر هو الإعلام المبتكر، صاحب الفكرة المبتكرة والرؤية الاستراتيجية العميقة والواعية، وهذا ما أيقنته تجربة الترفيه في المملكة العربية السعودية الرامية إلى تعزيز أبعاد جودة الحياة في المملكة، بتحقيق الاستفادة القصوى من تأثيرات أنشطة الترفيه المبتكرة.

ولعل أبرز مثال على هذا الفكر، مبادرة معالي المستشار تركي آل الشيخ رئيس مجلس إدارة الهيئة العامة للترفيه، بتحفيز مشاركة المواطنين للمشاركة في تسجيل صور وابتكارها، ونشرها على منصة (X)، بما يحقق سمات التغطية الإعلامية الناجحة في ابتكار واضح.

فقد حققت المبادرة أهداف عديدة للترفيه في تحقيق أبعاد جودة الحياة، متمثلة في شيوع حالة من الانتماء والاستشراف الإيجابي للمستقبل، والشعور بالرضا والسعادة مع شيوع حالة من الوجود البدني، بالمشاركة الفعلية للمواطنين، والوجود النفسي بعمق تأثيرات المشاركة، مع شيوع حالة الانتماء المجتمعي والوطني.

ومن ثم يوصي الباحثان بالآتي:

- الالتزام بالتجارب الترفيهية المبتكرة المعززة لتحقيق أهداف جودة الحياة.
- الاستفادة من نتائج الدراسة ذات الصلة بعبادات وتفضيلات الترفيه في المملكة العربية السعودية في تعزيز التجارب الترفيهية.
- الاستفادة مما توصلت إليه الدراسة من محددات التغطية الإعلامية الناجحة للأحداث الترفيهية في تقديم التغطيات الإعلامية للأنشطة والفاعليات الترفيهية القائمة على المشاركة والقرب والتفاعل، ووضوح الهدف منها وتأثيره العميق والشامل.
- الاستمرار في دراسة حالة المبادرات الترفيهية وإجراء قياسات اتجاهات الجمهور السعودي نحوها، على المستويات المعرفية والسلوكية والوجدانية لتحقيق هدف جودة الحياة.

المراجع

¹ S., Sayre, J., Bryant, & C., King, " Entertainment and society: Influences, impacts, and innovations", Routledge, 2010, p19

² إيمان بنت مبارك القحطاني، "اتجاهات أفراد المجتمع السعودي نحو أهمية الترفيه وعلاقته بالتماسك الاجتماعي: دراسة مطبقة على عينة من المواطنين السعوديين في مدينة جدة". مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، مج5، ع7، (2021): ص 139-156.

³ مريم علي ثاني الغاوي آل علي، ومسعود إدريس، "الترفيه في المجتمع الإماراتي: الأبعاد الدينية والاجتماعية خلال النصف الثاني من القرن الـ 20"، مجلة الآداب، ع 138، (2021): 187-210، ص 190

⁴ مسعودي أحمد، "جودة الحياة النفسية"، مجلة روافد للدراسات والأبحاث العلمية في العلوم الاجتماعية والإنسانية، مج1، ع1، (2017): ص 127-148.

⁵ D. F. Ricks & A. E Wessman, "Winn: a case study of a happy man", Journal of Humanistic Psychology, 6(1), (1966):p 2-16.

⁶ P., Brickman, & D. T Campbell, "Hedonic relativism and planning the good society. In M. H. Appley. Adaptation level theory: A symposium". New York: Academic Press, (1971): p9

⁷ A.Parducci, "Happiness, pleasure, and judgment: The contextual theory and its applications", (1995) : p80 Lawrence Erlbaum Associates, Inc

⁸ E. Diener, S. Oishi, & R. E. Lucas, "Personality, culture, and subjective well-being: Emotional and cognitive evaluations of life" Annual review of psychology, 54(1), (2003): 403-425.

⁹ سارة محمد عبد الفتاح محمد، أشرف محمد عبد الحليم عبد الوهاب، حسام الدين محمود عزب، "الخصائص السيكيومترية لمقياس جودة الحياة. مجلة الإرشاد النفسي"، ع 50، (2017): 465-485

¹⁹ إيمان بنت مبارك القحطاني، "اتجاهات أفراد المجتمع السعودي نحو أهمية الترفيه وعلاقته بالتماسك الاجتماعي: دراسة مطبقة على عينة من المواطنين السعوديين في مدينة جدة". مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، مج 5، ع 7، (2021): 139-156

²⁰ ريم بنت خماس بن أحمد المالكي، "أثر الترفيه في منظومة القيم للأسرة السعودية: دراسة ميدانية على بعض أسر مدينة جدة". المجلة الدولية للعلوم التربوية والنفسية، ع 54، (2020): 107-177

²¹ عامر بن سعيد بن عامر الشهري، "الترفيه والتحويلات الاجتماعية في المجتمع السعودي الشباب مثالا تطبيقيا"، مجلة البحث العلمي في الآداب، مج 20، ع 20، (2019): ص 429-454

²² خالد بن فهد الغنيم، "قضايا الأنشطة الترفيهية بالمملكة العربية السعودية في ضوء رؤية المملكة 2030 (الواقع والتطلعات)"، مجلة أسيوط لعلوم وفنون التربية الرياضية، أسيوط، ع 48، ج 2، جامعة أسيوط (2019): ص 20

²³ M. Mutz, A. K. Reimers & Y. Demetriou "Leisure time sports activities and life satisfaction: Deeper insights based on a representative survey from Germany". Applied Research in Quality of Life, 16(5), (2021): 2155-2171

²⁴ S. Meeprom & T., "Silanoi Investigating the perceived quality of a special event and its influence on perceived value and behavioural intentions" in a special event in Thailand. International Journal of Event and Festival Management, 11(3), (2020): 337-355.

²⁵ S. Ui, J. Day, and L. A. Cai, "The Influence of Festivals and Local Events on Community Quality of Life," Jan. 2016, [Online]. Available: <https://scholarworks.umass.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1940&context=ttra>

²⁶ برنامج جودة الحياة، "رؤية 2030، وثيقة برنامج جودة الحياة، من خال الموقع الرسمي لرؤية المملكة وثيقة برنامج جودة الحياة 2020، 2030، (2020)، <http://vision2030.gov.sa>

¹⁰ نور الدين أعقاب، وكريم زرمان، "جودة الحياة والمسؤولية الاجتماعية: دراسة استطلاعية لآراء الطلبة بجامعة خنشة"، مجلة العلوم الإنسانية، مج 8، ع 3، (2021): ص 588-605.

¹¹ نبيل عبد الهادي، "مقدمة في علم الاجتماع التربوي، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع"، الأردن، ط 2، (2009): ص 10

¹² M. Khan, A. Raheem, S. Ilyas, & B. Mehmood, "Does entertainment industry entertain the economy? Empirical evidence. Science international (lahore)" 28(4), (2017), p609-611.

¹³ Diah, R., Hwihanus, H., Muhammad, B., & Darmono, D. "The Potential of Adult Men's Entertainment Business, Its Impact on Economic Development, Creative Economy, And Human Development, Through Lifestyle And Positive-Negative Chain Effects For Communities In The Capital City Of Nusantara (Ikn) Area & City Of Buffer". IJEBIR (International Journal of Economics, Business and Innovation Research), 2(04), (2023): 424-436.

¹⁴ خالد بن فهد الغنيم، "الأبعاد الاقتصادية لسياحة الترفيه في المملكة العربية السعودية". مجلة أسيوط لعلوم وفنون التربية الرياضية، ع 48، ج 2، (2019): 198-265.

¹⁵ سميرة أبو الحسن عبد السلام النجار، عبد الله محمود عبد الله حماد، وصفاء محمد بحيري، "جودة الحياة: مظاهرها، أبعادها، محدداتها وكيفية قياسها وتحسينها"، العلوم التربوية، مج 23، ع 2، (2015): 511-523

¹⁶ هيئة التحرير، "برنامج جودة الحياة: ركيزة من ركائز قوة المملكة وجعل اقتصادها أكثر ازدهارا". مجلة الدبلوماسية، ع 90، (2018): 4-7

¹⁷ نورة بنت شارع العتيبي، اتجاهات المرأة نحو ثقافة الترفيه في المجتمع السعودي: دراسة وصفية مطبقة على عينة من النساء السعوديات في مدينة الرياض. مجلة الشمال للعلوم الإنسانية، مج 8، ع 2، (2023): 2307-2345

¹⁸ نورة بنت شارع العتيبي، "اتجاهات المرأة نحو ثقافة الترفيه في المجتمع السعودي...". ص 2317

specified, and the first of them developed. J. Chapman, 1851.

40Hulsmann, Jorg Guido. A Theory of Interest. Quarterly Journal of Austrian Economics, 2002, 5.4.

41Van Hecke, Nele, et al. "Conceptualisation and measurement of quality of life based on Schalock and Verdugo's model: A cross-disciplinary review of the literature." Social Indicators Research 137.1 (2018): 335-351.

42 عبد الباري بايخ ماضي، "مستوى جودة الحياة لدى طلبة جامعة ذي قار"، مجلة جامعة ذي قار، ع1، مج11، (2016): ص101.

43 صالح بن علي أبو عراد، "الترفيه في حياة الشباب المسلم (المفهوم والتطبيق)"، كلية التربية، جامعة الملك خالد، أبها، (2008).

44 عامر بن سعيد عامر الشهري، "الترفيه والتحولت الاجتماعية في المجتمع السعودي، الشباب مثالا تطبيقيا"، مجلة البحث العلمي في الآداب، ع20، ج10، (2019): ص454-429.

45 ناريمان صبرين هبيته، وأحلام حمزة، "جودة الحياة، قراءة في المفهوم، الأبعاد والقياس"، مجلة آفاق للعلوم، مج5، ع4، (2020): ص150-142.

46 N.Schalock, "Handbook of quality of life for human service practitioners", American Association of mental retardation, Washington 2002

47 فريال مهنا، "علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية"، دار الفكر، (2001): ص470

48 إيمان محمود محمد أبو يونس "الذكاء الاجتماعي وعلاقته بالتفكير الناقد وجودة الحياة لدى معلمي مرحلة التعليم الأساسي بمحافظة خان يونس" رسالة ماجستير (2013): ص101

49 بخوش، نورس وحميداني، خرفية، "جودة الحياة وعلاقتها بالصحة النفسية لدى طالبات جامعة زيدان عاشور دراسة ميدانية في ظل بعض المتغيرات"، رسالة ماجستير، جامعة زيدان عاشور، الجزائر، (2016)، ص32

27 Y. Aksoy, S. Çankaya, & M. Y. Tasmektepligil, "The Effects of Participating in Recreational Activities on Quality of Life and Job Satisfaction". Universal Journal of Educational Research, 5(6), (2017):1051-1058.

28 C. Çiyan, Z. Başaran, , S. Çolak, , & R. Erdal, "Effect of Recreational Activities on Life Quality of Elders". The Online Journal of Recreation and Sports, 10(4), (2021): 32-42.

29 A. Brajša-Žganec , M. Merkaš, & I. Šverko, "Quality of life and leisure activities: How do leisure activities contribute to subjective well-being?" Social indicators research, 102, (2011): 81-91.

30 L. R., De la Vega, & W. N. Toscano "Handbook of leisure, physical activity, sports, recreation and quality of life". Springer International Publishing, (2018), p19.

31 إلهام عبد الرحيم العلان، "وثيقة برنامج جودة الحياة 2020 وأثرها في تعزيز الانتماء الوطني"، المجلة الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، ع14، (2020).

32 الموقع الرسمي للهيئة العامة للترفيه <https://www.gea.gov.sa/ar/media-center/news/riyadh-season-2025-surpasses-8-million-visitors>

33 الأزهرى، تهذيب اللغة: (149/6)

34 الزبيدي، تاج العروس من جواهر القاموس: (385/36)

35 الخليل بن أحمد، العين: (46 /4)

36 لابن دريد، جمهرة اللغة: (789 /9)

37 أحمد بن فارس بن زكريا القزويني الرازي، "مقاييس اللغة"، دار الفكر، 1399 هـ 1979م (419/2)

38 حياة تواتي، زهرة قريصات، فوزية بلعربي، يحيى بشلاغم، "مستوى جودة حياة الطالب الجامعة، دراسة ميدانية على طلبة اختصاص علم النفس"، مجلة دراسات إنسانية واجتماعية، جامعة وهران، ع02، (2018): ص22

39 Spencer, Herbert. Social statics: Or, the conditions essential to human happiness

⁵⁰ بخوش، نوره وحميداني، خرفية، " جودة الحياة وعلاقتها بالصحة النفسية ..."، ص 32

⁵¹ إبراهيم، عيسى تواتي (2023). طرائق البحوث الكيفية في العلوم الاجتماعية، مجلة الشامل للعلوم التربوية والاجتماعية، مج 06، ع1، ص 152-166.

⁵² عقيل مهدي، "سيمائية الصورة - والخبر"، مجلة الباحث الإعلامي، ع33-34، (2014): ص 9-20

⁵³ عبد اللطيف العوفي، "البحوث النوعية في الدراسات الإعلامية، مطابع التقنية"، الرياض، (2002)، ص 106.

⁵⁴ أحمد بن محمد الجميعة، "سيمائية الصورة الصحفية ودورها في الإشهار الأيديولوجي لتنظيم داعش: دراسة كيفية، المجلة العربية للإعلام والاتصال"، ع23، (2020): 131، 176

55 Madani, Ranaa. "The New Image of Saudi Cultural Shift; MDL Beast Music Festival; Saudi Vision 2030." Cogent Arts & Humanities, vol. 9, no. 1, July 2022, <https://doi.org/10.1080/23311983.2022.2105511>.

واقع الإنتاج السينمائي السعودي ودوره في
تعزيز الهوية الوطنية "دراسة ميدانية من وجهة نظر
العاملين في المجال السينمائي والمهتمين به"

The Reality of Saudi Film Production and its
Role in Promoting National Identity "A Survey
Study from the Perspectives of Saudi Cinema Workers and
Those Interested in It"

د. نايف بن خلف الثقيل

أستاذ مشارك بقسم الفنون الأدائية في كلية الفنون بجامعة الملك سعود

Dr. Naif Khalaf Althaqeel

Associate Professor at Performing Arts Department, College of Arts, King Saud University



Abstract:

This study aims to identify the reality of Saudi film production and its role in promoting national identity through the perspectives of those working in the field of Saudi cinema and those interested in it. The study sample was selected according to the snowball method, and the sample size was (127) individuals. A survey method was used and the questionnaire was the tool for collecting the study data. The study concluded with a number of results including:

The majority of the study sample believes that the level of development in film production in Saudi Arabia has improved significantly in recent years. The sample also believes that the Saudi Film Commission plays an effective role in supporting local production. Regarding the availability of specialized human resources, participants expressed that this availability remains limited. Regarding the tools and technologies available to filmmakers, a large number of participants agreed that they are advanced, but limited in availability.

Regarding factors contributing to improving the quality of Saudi films, factors related to developing technical skills, vocational training, and organizing specialized workshops were at the forefront of concerns. Regarding the role of film production in strengthening national identity, participants emphasized the importance of fostering collaboration between artists, promoting cultural tourism, and presenting inspiring national models to highlighting the nation's achievements and history. In addition, the results showed that the most prominent challenges facing the film industry in presenting a realistic image of Saudi identity are the shortage of trained professional cadres, weak funding, and the difficulty of achieving a balance between presenting an image of identity and keeping pace with modern issues.

Keywords: Saudi cinema, film production, filmmaking, national identity

المخلص:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على واقع الإنتاج السينمائي السعودي ودوره في تعزيز الهوية الوطنية وذلك من وجهة نظر العاملين في مجال السينما السعودية والمهتمين به. وتم اختيار عينة الدراسة وفق أسلوب كرة الثلج، وبلغ حجم العينة (127) مفردة. استخدم الباحث المنهج المسحي لملاءمته للدراسة، وكانت الاستبانة هي أداة جمع بيانات الدراسة. وخلصت الدراسة إلى عدد من النتائج، منها:

يرى غالبية عينة الدراسة أن مستوى تطور الإنتاج السينمائي في السعودية قد حقق تحسناً ملحوظاً في السنوات الأخيرة، وترى العينة أن هيئة الأفلام السعودية تؤدي دوراً فعالاً في دعم الإنتاج المحلي. أما فيما يخص توافر الكوادر البشرية المتخصصة فقد عبّر المشاركون عن أن هذا التوافر ما زال محدوداً. وفيما يخص الأدوات والتقنيات المتاحة لصناع الأفلام، فقد اتفق عدد كبير من المشاركين على أنها متقدمة، ولكن إتاحتها محدودة. وفيما يتعلق بالعوامل التي تُسهم في تحسين جودة الأفلام السعودية، فقد جاءت العوامل المتعلقة بتنمية المهارات الفنية والتدريب المهني وتنظيم الورش المتخصصة في مقدمة الاهتمامات. وبالنسبة لأدوار الإنتاج السينمائي في تعزيز الهوية الوطنية، فقد أكد المشاركون على أهمية تعزيزه بالتعاون بين الفنانين وترويجه للسياحة الثقافية وتقديمه لنماذج وطنية ملهمة، إضافة إلى إبرازه لإنجازات الوطن وتاريخه. وأظهرت النتائج أن من أبرز التحديات التي تواجه صناعة السينما في تقديم صورة واقعية عن الهوية السعودية هو نقص الكوادر المهنية المدربة، وضعف التمويل، وصعوبة تحقيق التوازن بين تقديم صورة الهوية ومواكبة القضايا الحديثة.

الكلمات الافتتاحية: السينما السعودية، الإنتاج السينمائي، صناعة الأفلام، الهوية الوطنية.

المقدمة:

المعنية بقطاع السينما في المملكة والعاملين فيه والمهتمين به يعد إشكالا يتطلب العمل الجاد لفهمه وتشريحه وعرضه للرأي العام والمتخصصين في مجال السينما بالدراسات العلمية والبحوث. ولأهمية الهوية الوطنية السعودية ودور وسائل الإعلام بأنواعها في تشكيلها وتعزيزها لدى المجتمع ويؤكد عدد من الباحثين،³ ولأن السينما تعد الوسيلة الأكثر انتشارا بدور العرض السينمائي أو المنصات الرقمية المتعددة، فإن هذه الدراسة تهدف إلى التعرف على واقع الإنتاج السينمائي السعودي ودوره في تعزيز الهوية الوطنية وذلك من وجهة نظر العاملين في قطاع السينما والمهتمين بها الذين يعدون الأقرب إلى صناعة السينما في السعودية والأجدر، بحكم قربهم واطلاعهم على المشهد السينمائي السعودي، على تزويد الدراسة بالبيانات والآراء المتعلقة بموضوعها.

مشكلة الدراسة وتسؤلاتها

عطفا على ازدياد الإنتاج السينمائي السعودي مؤخرا فإن هناك حاجة للتعرف على واقع هذا الإنتاج ودراسته. لذا فإن مشكلة الدراسة تتلخص في شقها الأول في حاجة المشهد السينمائي والمهتمين بصناعة السينما السعودية والمجتمع الأكاديمي وكذلك الرأي العام للتعرف على واقع هذا الإنتاج. وتتلخص المشكلة في شقها الثاني في أهمية التعرف على دور هذا الواقع في تعزيز الهوية الوطنية السعودية. وبناء على ذلك، فإن سؤال الدراسة الرئيس: ما واقع الإنتاج السينمائي السعودي ودوره في تعزيز الهوية الوطنية؟ يتفرع من هذا السؤال عدد من الأسئلة:

حرصت رؤية المملكة 2030 منذ انطلاقتها في العام 2016م بدعم وإشراف مباشر من صاحب السمو الملكي الأمير محمد بن سلمان بن عبد العزيز ولي العهد ورئيس مجلس الوزراء على دعم القطاع السينمائي في المملكة العربية السعودية وذلك بافتتاح دور السينما على مستوى المملكة، ودعم قطاع الإنتاج السينمائي، وتشجيع المنتجين والممارسين في القطاع. لذلك تشهد السينما السعودية مؤخرا حراكا ونشاطا ملحوظا في الإنتاج السينمائي السعودي. فقد تم إنتاج العديد من الأعمال السينمائية السعودية المتنوعة. فقد بلغت الأفلام السينمائية السعودية المعروضة في صالات السينما السعودية 18 فيلما في العام 2024م¹. بالإضافة إلى أفلام أخرى عرضت في مهرجان أفلام السعودية في العام 2025م حيث بلغت 36 فيلما متنوع، بين فيلم طويل، وفيلم قصير، وفيلم وثائقي². يعود الفضل في هذا، بعد فضل الله، إلى ما أحدثته المملكة العربية السعودية في ضوء رؤية المملكة 2030 من أنظمة ولوائح وبرامج ومبادرات لدعم القطاع السينمائي السعودي، وكذلك ما قدمه العاملون في قطاع السينما من جهد للإسهام في تطوير هذا القطاع.

إن مثل هذا الحراك والإنتاج السينمائي المستمر بحاجة أيضا إلى أن يرفد ويدعم بالدراسات الأكاديمية والبحوث العلمية والنقدية التي تقف على واقعه الإنتاجي، وتتناول جوانب الإنتاج فيه وحركته ومنجزه وما تتعرض له السينما والعاملون فيها من عقبات وتحديات. إن بقاء واقع الإنتاج السينمائي خفي أو مجهول عن أعين المؤسسات

- 1- ما واقع الإنتاج السينمائي السعودي من وجهة نظر عينة الدراسة؟
 - 2- ما دور الإنتاج السينمائي السعودي في تعزيز الهوية الوطنية كما تراه عينة الدراسة؟
 - 3- ما التحديات التي تواجه صناعة السينما في تقديم صورة واقعية عن الهوية السعودية كما تراها عينة الدراسة؟
 - 4- ما مقترحات عينة الدراسة لتعزيز دور السينما السعودية في دعم وتعزيز الهوية الوطنية ونشرها محليا ودوليا؟
- أهداف الدراسة:**

تسعى هذه الدراسة لتحقيق الأهداف التالية:

- 1- التعرف على واقع الإنتاج السينمائي السعودي كما تراه عينة الدراسة.
- 2- فهم دور الإنتاج السينمائي السعودي في تعزيز الهوية الوطنية كما تراه عينة الدراسة.
- 3- بيان التحديات التي تواجه صناعة السينما في تقديم صورة واقعية عن الهوية السعودية وفق ما تراه عينة الدراسة.
- 4- الاطلاع على مقترحات عينة الدراسة لتعزيز دور الإنتاج السينمائي السعودي في تعزيز الهوية الوطنية السعودية.

أهمية الدراسة:

الأهمية العلمية:

تتمثل أهمية الدراسة العلمية بما يلي:

- 1- أهمية وحداثة موضوع الدراسة وهو التعرف على واقع الإنتاج السينمائي السعودي ودوره في تعزيز الهوية الوطنية، حيث تعد هذه الدراسة، حسب اطلاع الباحث، من الدراسات الأولى التي تناولت هذا الموضوع.
- 2- أهمية عينة الدراسة في قطاع السينما السعودية وهم العاملون في مجال السينما والمهتمون بها، وأهمية التعرف على وجهات نظرهم وآرائهم تجاه واقع الإنتاج السينمائي السعودي ودوره في تعزيز الهوية الوطنية نظرا لدورهم المهم في صناعة السينما.
- 3- تقدم الدراسة بيانات حديثة عن واقع الإنتاج السينمائي السعودي ودوره في تعزيز الهوية الوطنية من وجهة نظر العاملين في قطاع السينما والمهتمين به.
- 4- تعد الدراسة إضافة إلى المكتبة السعودية والعربية في مجال السينما السعودية نظرا لقلّة الدراسات والأبحاث الأكاديمية التي تناولت موضوع السينما السعودية.

الأهمية العملية:

تتمثل أهمية الدراسة العملية بما يلي:

- 1- تقدم الدراسة صورة حديثة لواقع الإنتاج السينمائي السعودي ودوره في تعزيز الهوية الوطنية من وجهة نظر العاملين في قطاع السينما والمهتمين بها للتعرف عليه وفهمه.

- العاملون في مجال السينما: هم العاملون والمرتبطون في العمل في مجل السينما. وفق استبانة الدراسة تم تحديد عدد من مجالات العمل السينمائي، هي: الإخراج، والتمثيل، والإنتاج، التصوير السينمائي، وكتابة السيناريو، والتحرير والمونتاج، والصوت والموسيقى، والنقد، والاهتمام الإعلامي والأكاديمي بالشأن السينمائي. لذلك فإن التعريف الإجرائي للعاملين في مجال السينما هو أولئك المنتسبون إلى أحد المجالات المذكورة.

الدراسات السابقة:

دراسة هناء الحواج (2015)⁶ بعنوان "إعلام شركة أرامكو المرئي في المنطقة الشرقية بالمملكة العربية السعودية 1366-1389هـ، 1947-1966م: دراسة تاريخية". تنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية التاريخية حيث هدفت إلى تتبع تاريخ السينما المتنقلة لدى أرامكو في الفترة من 1947-1966م، بالإضافة إلى التعرف على نشأة محطة شركة أرامكو التلفزيونية ودورها في بناء الوعي المجتمعي. اعتمدت الدراسة على تقارير شركة أرامكو السنوية ودوريات الشركة الصادرة باللغة العربية والإنجليزية والتسجيلات المرئية، وكذلك أجرت الباحثة مقابلة واحدة مع أحد رواد الإعلام المرئي لدى شركة أرامكو. خلصت الباحثة إلى عدد من النتائج، منها: أن الحاجة إلى مخاطبة الجمهور والوصول إليه هي الدافع وراء إدخال شركة أرامكو للإعلام المرئي، وتمثل السينما المتنقلة لأرامكو الوسيلة الإعلامية الأولى على مستوى المملكة، وتعد شركة أرامكو أيضاً أول جهة تنتج الأفلام

2- تفيد نتائج وتوصيات الدراسة عددا من الأطراف المعنية بصناعة السينما في السعودية، مثل المؤسسات الثقافية، وهيئة الأفلام، والقطاع الخاص، والممارسين للعمل السينمائي السعودي.

3- تقدم هذه الدراسة نموذجاً بحثياً ترحب أن يفيد الأكاديميين والباحثين وطلاب الدراسات العليا في دراساتهم وبحوثهم المستقبلية على المستوى المعرفي والمنهجي والإجرائي.

مفاهيم الدراسة:

- الإنتاج السينمائي السعودي: يشير معجم المصطلحات السينمائية إلى أن كلمة إنتاج في العمل السينمائي تشير إلى "نشاط يقوم على إنجاح مشروف فيلم بتجميع رأس المال وفريق العمل وضمان استمرارية المشروع، فالإنتاج هو المرحلة التي تتواصل عادة حتى توزيع الفيلم واستثماره"⁴. يعرف الإنتاج السينمائي السعودي إجرائياً بأنه العملية الكاملة لتطوير وتقديم الإنتاج السينمائي السعودي من الأفلام المتنوعة وصولاً إلى التوزيع والعرض على الجماهير أو عبر المنصات الرقمية.

- الهوية الوطنية: يرى السعيدى بأن أغلب التعريفات تتفق على أن "الهوية الوطنية هي مجموعة الخصائص والسمات التي تمكن مجتمع ما في دولة ما أن يعرف نفسه ويميز ذاته عن المجتمعات الأخرى في بقية الدول"⁵. لذلك يتبنى الباحث ما ذكره السعيدى كتعريف إجرائي للهوية الوطنية.

الأولى بنسبة 50%، ثم العوامل الاقتصادية بنسبة 21.43%. وأكدت الدراسة على وجود الموقف السلبي من المجتمع تجاه العمل السينمائي مما سبب معاناة للفنانين السينمائيين.

دراسة ربا أبو حسنة وهشام مغربي (2020)⁸ بعنوان "أثر الأفلام القصيرة على المجتمع السعودي". تتناول الدراسة أثر الأفلام القصيرة على المجتمع السعودي، وكذلك اهتمام الشباب السعودي بصناعة الأفلام القصيرة. وتعد الدراسة من دراسات البحوث الوصفية؛ إذ اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي. وطُبقت على عينة عشوائية من طالبات كلية التصاميم والفنون بجامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن بمدينة الرياض وقد بلغ حجم العينة (100) مفردة. وكانت الاستبانة هي أداة الدراسة لجمع البيانات. وخلصت الدراسة إلى عدد من النتائج، منها: أن نسبة 51% من عينة الدراسة يحصلن على الأفلام القصيرة من البحث عنها، بينما 28% يحصلن عليها عن طريق التواصل مع المنتجين و21% من الأصدقاء. وتوافق عينة الدراسة توافقاً كبيراً على وجود أثر للأفلام القصيرة يتمثل في أن أسلوب عرض الأفلام القصيرة يخاطب الشباب بطريقة مشوقة، وتوافق -أيضاً- على أن الموضوعات المقدمة في الأفلام القصيرة ترفع من مستوى الوعي والإدراك للمشاهد. ولا توافق العينة على أن الأفلام القصيرة لها آثار سلبية تفوق الآثار الإيجابية.

دراسة Lamia Saud Shesha & Nadia Yusuf (2021)⁹ بعنوان "الإمكانيات الاجتماعية والاقتصادية لصناعة الفيلم الناشئة في المملكة العربية السعودية". تحاول هذه الدراسة الوصفية

المحلية في السعودية؛ حيث بدأ الإنتاج في العام 1950م، ونفذت أعمالها بالتعاون مع شركات هوليوود المتميزة في أمريكا، ودشنت شركة أرامكو محطاتها التلفزيونية في العام 1957م، التي تعد الأولى في السعودية والثانية على مستوى الشرق الأوسط، دور شركة أرامكو البارز في الصناعة السينمائية والبث والإنتاج التلفزيوني، وكذلك تدريب الكوادر السعودية في مجال الإعلام، وبذلت دوراً في تعليم الشعب السعودي والتعريف بماضي السعودية وحاضرها محلياً وعالمياً.

دراسة صفاء الزوري (2019)⁷ بعنوان "العوامل المؤثرة على أداء القائمين بالاتصال في السينما السعودية: دراسة ميدانية". تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن العوامل المؤثرة على أداء القائمين بالاتصال في السينما السعودية. اعتمدت الدراسة على منهج الوصف التحليلي، حيث طبقت الدراسة على عينة بحجم (14) مفردة من مناطق جغرافية مختلفة من المملكة العربية السعودية، في مجالات: التمثيل، والإخراج التصوير، والإنتاج، وإدارة الإنتاج، وقد تم اختيار العينة وفق أسلوب العينة العمدية. وكانت أداة جمع بيانات الدراسة هي المقابلة المعمقة. استندت الدراسة على نظرية حارس البوابة الإعلامية إطاراً نظرياً للدراسة. وخلصت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها: بينت عينة الدراسة أن طبيعة الإنتاج السينمائي السعودي يندرج تحت نوعين هما: الروائي والوثائقي، وترى نسبة 50% من العينة أن للعادات والتقاليد تأثير إيجابي على أدائهم، بينما ترى نسبة 28.57% أنها غير مؤثرة، لكن نسبة 21.43% ترى أن لها تأثير سلبي على أدائهم. وجاء تأثير العوامل الذاتية على الأداء السينمائي في المرتبة

النتائج، منها: السينما التي تمارسها المخرجة السعودية هي تعبير واع عن ذاتها وكيانها في المجتمع، وشخصية مريم في فيلم (المرشحة المثالية) تحاول الهروب من ماضيها لكنها تدرك أنها تستطيع بداية حياة جديدة بتقبل ماضيها وحقيقتها بوصفها امرأة، وشخصية حياة في فيلم (سيدة البحر) تكافح لإثبات وجودها في مجتمع يرفضها وتدرك أخيراً بأن التغيير الذي تريده يبدأ وينطلق منها، وشخصية أريج في فيلم (حرمة) تجسد امرأة تحاول النجاة في مجتمع يحاسبها على وحدتها كأنها خطيئة لمجرد أنها أرملة، والأفلام الثلاثة، عينة الدراسة، تؤكد على تمكن المخرجات السعوديات من أدواتهن الفنية والتقنية.

دراسة Musab Alamri (2023)¹¹. تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور الهيئة العامة للإعلام المرئي والمسموع في تنظيم ورقابة صناعة الأفلام في المملكة العربية السعودية. تنتمي الدراسة إلى دراسات البحوث النوعية حيث اعتمدت على دراسة حالة الهيئة العامة للإعلام المرئي والمسموع في السعودية، وقد استندت الدراسة في إطارها النظري على نظرية المجال العام لهابرماس. وخلصت الدراسة إلى عدد من النتائج منها: لا تزال الرقابة الصارمة من جانب الحكومة والمنظمات الدينية قائمة، وهناك غياب للقوانين التي تحمي فرق العمل في الأفلام والتكاليف الباهظة لصناعة الأفلام، والضرائب والرسوم المتعلقة بالتراخيص المرتفعة، مقارنة بدول الخليج، تفرض ضغوطاً قوية على منتج الأفلام، ولم تطور سياسات الهيئة العامة للإعلام المرئي والمسموع صناعة الأفلام تطوراً كافياً.

التحليلية الإجابة على السؤال التالي: ما الإمكانيات الاجتماعية والاقتصادية لصناعة الفيلم الناشئة في السعودية. نظراً لقلّة البيانات وشحتها عن موضوع الدراسة، واعتمدت الباحثتان على المصادر الثانوية المتاحة، مثل: التقارير والبيانات المالية غير المباشرة والتوقعات الصادرة من الحكومة والقطاعات الأخرى. وخلصت الدراسة إلى بعض النتائج، منها: قلّة البيانات في الفترة من 1984 وحتى 2018 تشكل تحدياً لتقديم تقدير دقيق عن الآثار الاجتماعية والاقتصادية لصناعة الفيلم في السعودية، وأهمية قرار السماح بالنشاط السينمائي في المملكة في تعزيز وإثراء قطاع الترفيه، وخطط الاستثمار المقترحة والبرامج القائمة في السعودية ستسهم في اقتصاد البلد بتوفير وظائف جديدة ودعم الشركات القائمة، ومن الناحية الاجتماعية يقدر الشعب السعودي توافر الفرص الترفيهية المتنوعة، وازدياد قاعات العرض السينمائي في السعودية قد يفتح المجال لرجال الأعمال لفتح قاعات جديدة واستوديوهات سينمائية.

دراسة حيزة مكي وخيرة حمر العين (2022)¹⁰ بعنوان "التجربة السينمائية النسوية في السعودية، سينما شابة ثرية بالتجارب الإنسانية: قراءة في بعض الأفلام السعودية". وتسلط الضوء على التجربة السينمائية النسوية السعودية قبل وبعد عودة النشاط السينمائي إلى السعودية رسمياً. اعتمدت الدراسة على تقديم قراءة استقرائية لعينة عميقة من الأفلام النسوية لمخرجات سعوديات. والعينة هي (4) أفلام: فيلم 'المرشحة المثالية' لهيفاء المنصور 2019، وفيلم 'سيدة البحر' لشهد أمين 2019، وفيلم 'حرمة' لعهد كامل 2013. وخلصت الدراسة إلى عدد من

بنسبة 55.65% مقابل اللباس الحديث بنسبة 44.35%، وأظهرت الدراسة أن 62.5% من القيم التي جسدها الفيلم تتعلق بالمعتقدات الاجتماعية، بينما تمثل المعتقدات الدينية 37.5%.

دراسة سحر الدوسري (2024)¹⁴ بعنوان "صناعة أفلام الرسوم المتحركة في المملكة العربية السعودية: دراسة وصفية تحليلية للعوامل المؤثرة على الإنتاج". تهدف الدراسة إلى تتبع مراحل تطور صناعة الرسوم المتحركة في المملكة العربية السعودية وأبرز العوامل المؤثرة على الإنتاج، وتنتمي الدراسة إلى دراسات البحوث النوعية حيث اعتمدت المقابلة بوصفها أداة جمع البيانات، فقد تم مقابلة (13) مفردة من الممارسين للعمل في مجال الرسوم المتحركة. وخلصت الدراسة إلى عدد من النتائج، منها: أن هناك عوامل أثرت على إنتاج الرسوم المتحركة في السعودية التي يأتي من ضمنها: نقص الأيدي العاملة وانخفاض الطلب على الرسوم المتحركة وقلة الشركات العاملة في هذا المجال، وأن صناعة الرسوم المتحركة في السعودية ما زالت في مرحلة التطوير، ومعظم الشركات المتخصصة في مجال الرسوم المتحركة ما زالت شركات ناشئة، وعلى الرغم من وجود التشجيع والدعم من الدولة لصناعة الرسوم المتحركة لكن ذلك ما زال دون المأمول.

دراسة فاطمة الشمراني ولمار مطيب (2024)¹⁵ بعنوان "الأزياء السعودية التراثية في السينما ودورها للوصول للعالمية". تهدف الدراسة إلى التعرف على الأزياء السعودية التراثية في السينما ودورها للوصول للعالمية. وتعتبر الدراسة من الدراسات الوصفية وقد استخدمت الباحثان

دراسة Merfat Alardawi et al. (2023)¹²: تهدف هذه الدراسة إلى كشف الصور النمطية للمرأة السعودية كما تظهر في فيلم "عمرة والزواج الثاني" للمخرج والكاتب محمد صباغ، الذي حظي بجوائز عديدة وعُرض في منصة نتفلكس في العام 2018. اعتمدت الدراسة على منهجي تحليل المضمون، والتحليل الموضوعي النوعي وخلصت الدراسة إلى عدد من النتائج، منها: قَدّم الفيلم من خلال شخصياته عدداً من الصور النمطية المتنوعة، وشملت: الصورة النمطية التقليدية والنسوية والمسيطرة، والنقّامة، والحديثة، والدينية، وظهرت المرأة بنسبة 40% في الفيلم بوصفها امرأة حديثة Modern Woman. وتم إظهار 35% من النساء السعوديات ينتمين إلى الطبقة العليا، في حين أن 35% من النساء السعوديات لا يرتدين الحجاب، وتناول تصوير موضوع المرأة الفاسدة (Corrupted woman) وهو تصوير أقل شيوعاً في الثقافة السعودية.

دراسة بدور العتيبي (2024)¹³ بعنوان "القيم الثقافية التي تبينها الأفلام السعودية على منصة نتفلكس: فيلم سطار نموذجاً". تهدف الدراسة للتعرف على كيفية ترويج الأفلام السعودية للرموز والقيم الثقافية السعودية، والكشف عن أبرز القيم الثقافية التي أظهرتها الأفلام السعودية المعروضة على منصة نتفلكس، وقد تم اختيار الفيلم السعودي "سطار" نموذجاً للتطبيق. تعد الدراسة ضمن الدراسات الوصفية النوعية حيث استخدمت الباحثة منهج تحليل المضمون وكذلك الملاحظة الإثنوغرافية. وخلصت الدراسة على عدد من النتائج، منها: شكلت نسبة الذكور الفاعلين في الفيلم النسبة الأعلى حيث بلغت 92%، وظهر اللباس التقليدي

الاجتماعي الكبير الذي حدث مؤخرا، لكن الفيلم يصور مشاكل لا يزال كثير من الناس يعاني منها.

دراسة Musab Alamri (2024)¹⁷ بعنوان "دور السينما في اقتصاد ما بعد النفط السعودي: دراسة حالة مركز إثراء". تحاول هذه الدراسة التعرف على دور المؤسسات غير الربحية في تطور صناعة السينما السعودية الممثلة بمركز الملك عبد العزيز الثقافي العالمي (إثراء). واعتمدت الدراسة منهج البحوث النوعية بدراسة حالة، وقد استخدم الباحث المصادر المتنوعة للحصول على بيانات الدراسة بالإضافة إلى إجراء مقابلة معمقة واحدة. وخلصت الدراسة إلى أن مركز الملك عبد العزيز الثقافي العالمي (إثراء) يسهم إسهاما كبيرا في صناعة السينما السعودية بوصفه منظمة غير ربحية تسعى لقيادة هذه الصناعة.

دراسة Musab Alamri (2024a)¹⁸ بعنوان "روتانا ودعم السينما في المملكة العربية السعودية: 2005-2015".

تسعى هذه الدراسة إلى استكشاف الدور الذي أدته شركة روتانا السعودية في دعم وإنتاج وتوزيع وعرض الأفلام في المملكة العربية السعودية في الفترة بين 2005م - 2015م. وهذه الدراسة تنتمي لدراسات البحوث النوعية واعتمدت فيها على تحليل الوثائق والتقارير وكذلك إجراء مقابلة واحدة. وخلصت الدراسة إلى عدد من النتائج، منها: أنتجت شركة روتانا في الفترة الزمنية من 2005م حتى 2015م، ثلاثة أفلام سينمائية: كيف الحال 2006م، مناهي 2008م، وجدة 2012م، ووضعت شركة روتانا خطة لإنتاج عدد من الأفلام سنويا، لكن أمام موقف السلطات الدينية المتشدد لم تستطع إنتاج سوى الأفلام الثلاثة، وموقف السلطات

الأسلوب المسيحي. طبقت الدراسة على عينة من طلاب الأزياء ومصممي الأزياء السعوديين بلغت (225) رجلا وامرأة. وتم استخدام الاستبانة أداة لجمع بيانات الدراسة. وخلصت الدراسة إلى عدد من النتائج، منها: وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط أفراد العينة في الأزياء السعودية التراثية ودورها في تحقيق الجانب الجمالي في الأعمال السينمائية تبعا لمتغيرات الدراسة، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط أفراد العينة في الأزياء السعودية التراثية ودورها في نشر الثقافة وإبراز التراث "الجانب الوظيفي" في الأعمال السينمائية تبعا لمتغيرات الدراسة، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط أفراد العينة في الأزياء السعودية التراثية ودورها تحقيق الجانب الابتكاري في الأعمال السينمائية وفق متغيرات الدراسة.

دراسة J Ridha'a Ali (2024)¹⁶ بعنوان "انتصار الأنثى: انعكاس المخاوف النسائية للكاتبة هيفاء المنصور في رواية وجدة". تتناول الدراسة الفيلم السينمائي السعودي للمخرجة هيفاء المنصور، الذي يحكي قصة فتاة صغيرة تحلم بالحصول على درجة هوائية، وقد أطلق في عام 2012. واعتمد الباحث المنهج التحليلي لتحليل الفيلم على مستوى القصة والأحداث وإخراج الفيلم. وخلصت الدراسة إلى عدد من النتائج، منها: الفيلم يقدم رسالة أمل لجميع النساء، ويوضح الفيلم حدود التشدد القانوني فيما يتعلق بالقيود الاجتماعية وعدم المساواة بين الجنسين في الزواج وقضايا أخرى، وعلى الرغم من أن المرأة هي محور السرد في الفيلم لكن فيلم المنصور يجذب المراهقين السعوديين الذين تختلف قيمهم ووجهات نظرهم عن محيطهم، وعلى الرغم من التقدم

التعليق على الدراسات السابقة:

يرى الباحث بعد عملية الإعداد والبحث في الدراسات السابقة المتعلقة بالسينما السعودية أن معظم الدراسات المتاحة هي دراسات تتناول الجانب التاريخي ودور بعض المؤسسات في دعم السينما في السعودية مثل دراسة محمد (2025) ودراسة (2024) Alamri، (2024a)، (2023) وكذلك دراسة مكي وحمير العين (2022)، ودراسة Shesha دراسة Yusuf & (2021) ودراسة الحواج (2015). وقد يفسر هذا الاتجاه في الدراسات عن السينما السعودية لحدثة التجربة السينمائية السعودية والحاجة إلى تناولها تاريخياً أو في علاقتها مع المؤسسات السعودية الأخرى. بينما تضمنت الدراسات اتجاهها نقدياً وتحليلياً لنماذج من الأفلام السعودية مثل دراسة مكي وحمير العين (2022)، التي تضمنت تحليلاً لعدد من الأفلام السينمائية وكذلك دراسة (2024) Ali J، التي تناولت فيلماً للمخرجة السعودية هيفاء المنصور، ودراسة (2023) Alardawi et al التي تناولت فيلماً للمخرج السعودي محمد صباغ. إن تناول الأفلام السينمائية بالتحليل والنقد يعد من الاتجاهات البحثية التي لا تتوقف ولا غنى عن استمرارها بما أن هناك مزيد من الأفلام السعودية التي تنتج كل عام. وجاءت عدد من الدراسات المتنوعة على مستوى الموضوع حيث اهتمت دراسة العتيبي (2024) بالقيم الثقافية التي تجسدها الأفلام السعودية، وتناولت دراسة الدوسري (2024)، صناعة أفلام الرسوم المتحركة في المملكة العربية السعودية وتناولت الشمراني ومطيب (2024) موضوعاً شيقاً في مجال السينما وهو الأزياء التراثية في السينما السعودي، وكانت

الدينية المتشدد أثر سلبياً على صناعة السينما بعامة، وكان سبباً لإحجام المستثمرين عن دعم الصناعة، وإقبال الجمهور على فيلم مناجي 2008، وبشير إلى وجود ثقافة سينمائية في السعودية، ويوضح تعطش الجمهور لتجربة مشاهدة الأفلام في دور السينما بدلاً من المنزل.

دراسة بدر الدين محمد (2025)¹⁹ بعنوان "مسارات الفيلم الوثائقي السعودي: التاريخ والمشهد الحالي والتحديات". تهدف هذه الدراسة لتقديم نظرة شاملة تستكشف مسيرة الفيلم الوثائقي السعودي التاريخية منذ بداياته وحتى عصرنا الراهن، وتحليل سماته وإسهامه في المشهد السينمائي السعودي. وعرضت الدراسة نماذج مختارة من الأفلام الوثائقية السعودية وعددها أربعة لأربعة من المخرجين السعوديين. وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية وقد اعتمدت على المنهج التاريخي. وخلصت الدراسة إلى عدد من النتائج ومنها: أكدت الدراسة الدور المحوري الذي أدته الأفلام الوثائقية في تطوير السينما السعودية، وبينت الدراسة مراحل تطور الفيلم الوثائقي السعودي، بداية من الأفلام التوعوية في الخمسينات الميلادية ثم الوطنية في فترة السبعينات وصولاً إلى مرحلة التنوع والتجريب في الوقت الراهن، وكشفت الدراسة عن ازدياد وتنوع في إنتاج الأفلام الوثائقية في السنوات العشر الأخيرة مع بروز اتجاهات جديدة وأساليب إخراجية متنوعة، ووجود سمات مشتركة تميز الأفلام الوثائقية السعودية، منها: التركيز على القضايا الاجتماعية والثقافية، والاهتمام بالتاريخ والهوية.

تأتي هذه الدراسة محاولة أخرى ضمن المحاولات السابقة التي قام بها عدد من الباحثين والباحثات في مجال السينما السعودية لتقديم إضافة للمكتبة السعودية والعربية في هذا المجال، على الرغم من تنوع الدراسات السابقة لكن هذه الدراسة تختلف عن الدراسات السابقة في تناولها لموضوع واقع الإنتاج السينمائي السعودي ودوره في تعزيز الهوية الوطنية، الذي لم يسبق، بحسب اطلاع الباحث، أن قدمت دراسة عنه. وهو موضوع ربما يشغل الممارسين والأكاديميين وكذلك المؤسسات الثقافية ومؤسسات القطاع الخاص المهتمة بصناعة السينما السعودية. وتختلف الدراسة في اتجاهها نحو عينة مهمة وفاعلة في صناعة المشهد السينمائي السعودي وهم العاملون والمهتمون بمجال السينما السعودية. وإن كانت دراسة الزوري (2019) قد تناولت عينة مشابهة لعينة الدراسة للتعرف على العوامل المؤثرة على أدائهم، لكن هذه الدراسة تختلف في حداثتها زمنياً مقارنة بدراسة الزوري حيث شهدت الحركة السينمائية منذ 2019م تزايداً في الإنتاج السينمائي وتغيّراً على مستوى اللوائح والأنظمة وغيرها وربما اختلافاً في العوامل المؤثرة في الإنتاج السينمائي السعودي.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

استفاد الباحث من الدراسات السابقة في بناء صورة أولية لحركة المشهد السينمائي السعودي وتنوعه، والاطلاع على جانب من تاريخ الحركة السينمائية السعودية. واستفاد مما حوته الدراسات من مراجع ومصادر بحثية عربية وأجنبية، وكذلك كانت الدراسات السابقة معينة في صياغة أسئلة البحث وإعداد الاستبانة.

دراسة أبو حسنة ومغربي عن أثر الأفلام القصيرة، حيث إن الأفلام القصيرة تحظى بانتشار في المشهد السينمائي السعودي وتناولت الزوري (2019) العوامل المؤثرة على أداء القائمين بالاتصال في السينما السعودية.

شهدت بعض الدراسات السابقة تنوعاً في استخدام المناهج البحثية وأدوات البحث. اعتمدت دراسة الشمراني ومطيب (2024) ودراسة أبو حسنة ومغربي (2020) على المنهج الوصفي وكانت الاستبانة هي أداة جمع البيانات. واعتمدت دراسة العتيبي (2024) ودراسة (Alardawi 2023) et al. المنهج الوصفي وكان تحليل المضمون هو أداة الدراسة. واعتمدت دراسة الدوسري (2024)، ودراسة الزوري (2019) على منهج البحث النوعي وكانت المقابلة هي أداة جمع البيانات. وجاءت الدراسات التي أجراها (Alamri 2024)، (2024a)، (2023) معتمدة على منهج البحث النوعي حيث اختار دراسة حالة في كل دراسة.

شهدت الدراسات السابقة حضوراً أنثوياً على مستوى التأليف، مثل باحث رئيس أو مشارك، حيث كانت تسع دراسات من تأليف الباحثات ومعظمهن من السعوديات. وهذا مما يشير إلى الاهتمام النسائي بدراسات السينما السعودية. أما للدراسات الأجنبية فكانت أغلب الدراسات لباحثين وباحثات من المملكة العربية والسعودية وهذا مما يبنى جسراً من التواصل المعرفي بين السينما السعودية ومجتمع البحث الأكاديمي على مستوى العالم ويتيح فرصة للمجتمعات الأخرى للتعرف على صناعة السينما السعودية من جهود الباحثين والباحثات في السعودية.

الإطار المعرفي

يهدف هذا الجزء من الدراسة إلى تقديم ملامح من تاريخ السينما في المملكة العربية السعودية، يستطيع القارئ به التعرف على تاريخ السينما السعودية منذ دخولها إلى المملكة وانتهاء بما تحقق لها من اهتمام ودعم من القيادة السياسية في المملكة العربية السعودية مروراً بتلك المرحلة التي كانت أشبه بالظلمة في تاريخ السينما السعودية التي امتدت لما يقارب 40 عاماً. والتزاماً بهذا الهدف فإن هذه الدراسة لا تسعى من هذا الإطار إلى تقديم توثيق لمرحلة السينما السعودية والإنتاج السينمائي. ويتناول هذا الجزء الهوية الوطنية وعلاقتها بالسينما.

السينما السعودية

- دخول السينما إلى السعودية:

يؤكد عدد من الباحثين في تاريخ السينما السعودية على أن لشركة أرامكو (ARAMCO)، التي نشأت عبر الشراكة بين المملكة العربية السعودية والشركة الأمريكية Standard Oil Company of California (SOCAL) في بداية الثلاثينات الميلادية من القرن الماضي، الدور الأساسي في دخول فن السينما إلى السعودية، وذلك عن طريق العاملين الأجانب في الشركة الأمريكية²⁰. كان هدف الشركة الأساسي لإدخال السينما هو الترفيه لموظفيها والعاملين فيها، ووفق سجلات أرامكو، فقد تم إنشاء ثلاثة دور عرض للسينما في المجتمعات السكنية لموظفيها في المنطقة الشرقية في المملكة، واحدة كانت للموظفين الكبار في الشركة وأخرى للموظفين المتوسطين وعمال الشركة، والثالثة

أنشأت في الأربعينات للترفيه عن جنود بعثة التدريب العسكرية،²¹

وقد عرفت المملكة العربية السعودية السينما بوصفها وسيلة فنية بسنوات قليلة تسبق تجربة شركة أرامكو في عرض الأفلام السينمائية لموظفيها والعاملين فيها. وهذا ربما ما لم تشر له أغلب المصادر التي تناولت تاريخ السينما السعودية. يؤكد فرات أورتوش Firat Oruc، في دراسته التي قدمها عن السينما في الخليج، إلى أن العروض السينمائية الخاصة كانت الأكثر انتشاراً للمشاهدة في فترة ما بين الحربين العالمية الأولى والثانية، وذلك وفق السجلات الأرشيفية للمكاتب البريطانية في الجزيرة العربية²²، ويشير أورتوش في سياق الحديث عن السينما في المملكة العربية السعودية إلى التقرير الصادر في شهر يناير من العام 1934م من المفوضية البريطانية في مدينة جدة؛ إذ جاء فيه أن "النزهات، والصوتيات اللاسلكية، وعروض السينما الخاصة، وجميع أدوات الحضارة الغربية، تتنافس الآن مع قسوة الحياة بين الوهابيين"، ويضيف أورتوش بأن عروض السينما الخاصة لم تكن خاصة فقط بالأجانب بل تمتد إلى النخب السعودية²³. أما فيما يتعلق بشركة أرامكو فقد بين أورتوش بأن أول الأفلام التي وصلت إلى شركة أرامكو كانت في العام 1937م²⁴. إن انتشار العروض السينمائية الخاصة في مدينة جدة قبل عروض شركة أرامكو بثلاث سنوات، كما في دراسة أورتوش، يشكل إنارة تاريخية في علاقة السينما مع المجتمع السعودي، ويؤكد معرفة المجتمع السعودي لفن السينما قبل جهود أرامكو وإن كان على مستوى النخب القادرة على توفير متطلبات المشاهدة السينمائية، وهذا لا يقلل من الجهود التي قدمتها

ويمكن تفسير ذلك بأمر آخر على قدر كبير من الأهمية. هذا الأمر هو طبيعة المجتمع السعودي المحافظة أمام أسلوب الحياة الحديثة وقابليته للتحويل من نمط الحياة التقليدية إلى نمط حياتي أكثر تمدنا. وهذا الأمر يجد له دافعا وحافزا قويا متغلخلا في جنبات المجتمع السعودي وهو التيار الديني المتشدد وخطاب السلطة الدينية. وهو ما سيسهّل لاحقا العقبة الكبرى أمام تطور الفن السينمائي في المملكة العربية السعودية. يشير الثقيل إلى أن "موقف السلطة الدينية في المملكة من فن الدراما، سواء في المسرح أو السينما أو التلفزيون، ولسنوات عديدة، شكّل عائقا ومانعا من نمو هذا الفن وتطوره في داخل المملكة"²⁷.

مرت السينما السعودية في فترة السبعينات حتى بدايات الثمانينات الميلادية بمرحلة الانتشار البطيء للعروض السينمائية من صالة الأندية الرياضية التي تتبع للمؤسسة الحكومية المعنية بشؤون الرياضة²⁸. كانت هذه الممارسة لمشاهدة السينما في السعودية أشبه بمحاولة السير نحو شرعنة الفن السينمائي، لكنها لم تدم طويلا حيث تم منع السينما رسميا في المملكة منذ بداية الثمانينات الميلادية حتى السماح بالسينما رسميا في العام 2017م.

- منع السينما في السعودية

يؤكد عدد من الباحثين بأن منع السينما في المملكة العربية السعودية كان لأسباب التشدد الديني في المملكة والاعتقاد بأن السينما تروج للسلوك الفاحش وغير الأخلاقي²⁹. وهناك باحثون آخرون يضيفون إلى سبب التشدد الديني سببا آخر وهو واقعة احتلال الحرم من بعض المتشددين دينيا في عام 1979م.³⁰

شركة أرامكو للسينما السعودية على مر تاريخ التجربة السينمائية في السعودية.

إن الجهود التي قدمتها شركة أرامكو في مرحلة بدايات السينما في السعودية لا تتوقف عند توفير قاعات العرض السينمائية لموظفيها، بل تجاوزت ذلك إلى مرحلة الإنتاج السينمائي. قامت شركة أرامكو منذ 1948 وحتى أوائل 1960 بإنتاج عدد من الأفلام التثقيفية والتوعوية للمجتمع السعودي بلغت نحو أربعين فيلما، ومن بين هذه الأفلام فيلم عن المياه، وفيلم "الذباب"، وفيلم "جزيرة العرب" عن حياة الملك عبد العزيز رحمه الله²⁵. ويشير يوسف الملا إلى أن دور العرض السينمائي لم تكن متاحة خارج مجمعات شركة أرامكو السكنية لذلك اعتمدت الشركة في عرض هذه الأفلام على شاشات عرض متحركة ومولدات كهرباء تم تركيبها على شاحنات سيارة تجوب الصحراء والقرى والمدن لتصل إلى الجمهور، ونصبت هذه الشاشات مؤقتا في ساحات القرى أو الأسواق أو الملاعب²⁶. إن ما ذكره الملا يؤكد الاهتمام الكبير الذي أولته شركة أرامكو لتقديم أفلامها لشرائح المجتمع السعودي وهو في الوقت نفسه جهد للتعريف بهذا الفن الجديد على المجتمع السعودي.

لم تشهد حركة السينما في المملكة العربية السعودية ما يمكن الإشارة إليه من تقدم ملموس نحو تأسيس صناعة سينمائية حتى السبعينات الميلادية. ويمكن تفسير ذلك بانشغال الدولة واهتمامها باحتياجات مجتمع مازال في طور التكوين. وتشمل هذه الاحتياجات بالدرجة الأولى بناء القطاعات الأساسية، مثل: التعليم، والصحة، والأمن، وفرص العمل، وغيره.

الإنتاج السينمائي وذلك لظروف المشهد السينمائي الذي ما زال حتى تلك الفترة يعاني المنع والتشدد الديني. من جهة أخرى شهدت هذه الفترة المشاركة المتعددة للأفلام السعودية في المهرجانات العربية والعالمية، وكذلك شهدت ظهور عدد من المهرجانات السينمائية السعودية. فقد ظهر مهرجان جدة للعروض المرئية تحت رعاية شركة رواد ميديا في العام 2006م، ليتحول إلى مهرجان جدة للأفلام في دورته الثالثة في العام 2008م. لكن في دورته الرابعة تم ألغى المهرجان رسمياً في اليوم الأول للمهرجان. ومن المهرجانات فقد برز مهرجان أفلام السعودية، بوصفه أول مهرجان سينمائي يقام في المملكة العربية السعودية على الرغم من ظروف تلك الفترة. وأقيمت أول دورة للمهرجان في العام 2008م، وشهدت مشاركة 33 فيلماً سعودياً داخل المسابقة بفروعها الروائية والوثائقية والأنميشن.³⁴ ويعد هذا المهرجان من المهرجانات التي استمرت بعدد من الدورات وبعد تدشين رؤية المملكة 2030، في عام 2017م أصبح مهرجان أفلام السعودية مهرجاناً سنوياً تسهم وزارة الثقافة ممثلة بهيئة الأفلام في رعايته ودعمه.

- عودة السينما للسعودية

كان للإرادة السياسية دور رئيس ليس في عودة السينما إلى المملكة العربية السعودية ورفع المنع عنها فقط، بل في توجيه المجتمع ومكتسباته ومقدراته نحو رؤية محددة، هي رؤية المملكة 2030، التي أُعلن عنها في نهاية شهر إبريل 2016م. هذه الرؤية وضعها ويشرف على تحقيقها ولي عهد المملكة العربية السعودية

لقد كانت فترة منع السينما في السعودية التي امتدت إلى ما يقارب 37 عاماً، سبباً رئيساً -كما تشير شيشا ويوسف- في شح البيانات والمعلومات عن المشهد السينمائي في تلك الفترة،³¹ لكن وفق المعلومات المتاحة فإن هذه الفترة حظيت بظهور بعض الأنشطة السينمائية المهمة في مسيرة السينما السعودية. يأتي في قائمة هذه الأنشطة الأفلام التي قدمها المخرج والمنتج السينمائي السعودي عبد الله المحيسن. قدم المحيسن سلسلة من الأفلام الوثائقية والتسجيلية، منها: (اغتيال مدينة) عام 1976، و(الإسلام وجسر المستقبل) عام 1982م، (الصدمة) عام 1991م، والفيلم الروائي الطويل (ظلال الصمت) عام 2006م، ويشير الأسطى بأن المحيسن استطاع النجاح في إيصال هذه الأفلام خارج المملكة بالعروض والمشاركات في عدد من المهرجانات العربية.³²

إن من الأنشطة التي برزت في فترة المنع مجموعة من الأفلام الشبابية القصيرة التي ظهرت في أوائل العام 2000م، وقدمت في المهرجانات العربية والعالمية، وكانت انعكاساً لعشق الشباب من الجنسين للسينما وراغبتهم في تحقيق شيء يحسب للسينما السعودية، وهذه الأفلام في أغلبها أفلام مستقلة تعتمد على الإنتاج الذاتي. على مستوى إنتاج الأفلام الطويلة ظهر عدد من الأفلام منها: فيلم (ظلال الصمت، 2006) للمخرج عبد الله المحيسن، فيلم (وجدة، 2006) لهيفاء المنصور، فيلم (كيف الحال، 2006)، فيلم (مناحي، 2008)، وهما من إنتاج شركة روتانا الفنية.³³ تبين قلة الأفلام الطويلة مقارنة بعدد الأفلام القصيرة قلق شركات الإنتاج السينمائي السعودي الكبرى من الإسهام في

كان من أبرز ما سعت لتحقيقه القيادة السعودية في سبيل النهوض بالحركة الثقافية والفنية في المملكة وتحقيقا لمستهدفات رؤية المملكة 2030 إنشاء وزارة للثقافة أول مرة في تاريخ المملكة بعد أن كانت الشؤون الثقافية والفنية تندرج تحت مسؤولية وزارة الثقافة والإعلام. وبعد ذلك أنشئت عددا من الهيئات المتخصصة ومن أهمها هيئة الأفلام التي أصبحت المسؤول الفني عن قطاع السينما في المملكة العربية السعودية.

- هيئة الأفلام

تقدم هيئة الأفلام في موقعها الرئيس في الإنترنت تعريفا لها يأتي على النحو التالي: "هيئة الأفلام هي هيئة حكومية سعودية، تابعة لوزارة الثقافة، تأسست في شهر فبراير من العام 2020 م، ومقرها في العاصمة الرياض. تهدف الهيئة إلى تطوير قطاع الأفلام وبيئة الإنتاج في السعودية، إضافة إلى تحفيز وتمكين صناع الأفلام السعوديين".³⁹ وتتلخص رؤيتها في "ترسيخ مكانة المملكة بوصفها مركزا عالميا لصناعة الأفلام في قلب الشرق الأوسط" أما رسالتها فهي: "بناء وتنمية قطاع أفلام سعودي إبداعي وتعزيز قدراته على مستوى الأسواق المحلية والدولية"⁴⁰. تتضمن الركائز الاستراتيجية لهيئة الأفلام ما يلي: تطوير المواهب الفنية والبنية التحتية لقطاع الأفلام وتحفيز الإنتاج المحلي للأفلام وجذب الإنتاج العالمي للأفلام إلى المملكة وخلق بيئة تنظيمية مناسبة تعزز تنمية القطاع وأخيرا، تحفيز الطلب على الأفلام السعودية في الأسواق المحلية والعالمية المختارة.⁴¹

ورئيس مجلس الوزراء صاحب السمو الملكي الأمير محمد بن سلمان بن عبد العزيز. جاء في تقديم نبذة تعريفية عن الرؤية في صفحتها الرئيسية على الإنترنت: "وإذ وضعت الرؤية في صميم أولوياتها تمكين المواطنين، وتنويع الاقتصاد، وتعزيز قيادة المملكة العالمية، كانت محاورها الثلاثة هي بناء مجتمع حيوي، واقتصاد مزدهر ووطن طموح.. تشكل رؤية السعودية 2030 مستقبلاً تسير فيه الثقافة والابتكار جنباً إلى جنب، يواكب التغيرات العالمية السريعة، ويستفيد منها، لتفتح المملكة آفاقاً أرحب لمواطنيها، والمقيمين على أراضيها، وزائريها من العالم أجمع".³⁵

لتحقيق رؤية المملكة 2030، سعت القيادة السياسية إلى إطلاق برامج تحقيق الرؤية التي تعد "القوة الدافعة لتحقيق رؤية السعودية 2030؛ حيث تعمل على ترجمتها وتحويلها إلى واقع ملموس".³⁶ برامج تحقيق الرؤية في العام 2018م أطلقت المملكة برنامج جودة الحياة في العام 2018م، الذي يعد من ضمن برامج رؤية المملكة 2030، ليسهم "في تحويل المملكة إلى وجهة للفعاليات الرياضية والترفيهية العالمية التي حققت شهرة واسعة، وجعلها نقطة جذب سياحية إقليمية ودولية".³⁷ جاءت العبارة التالية: "بات بإمكان أي مواطن أو مقيم أو زائر أن يشاهد أحدث الأفلام العالمية في دور عرض سينمائية على أرض المملكة".³⁸ أول ما يجده المتصفح لصفحة برنامج جودة الحياة في الإنترنت، وهو مما يدل على الاهتمام الرسمي في المملكة بقطاع السينما والسعي نحو تطويره تحقيقاً لجودة الحياة.

من تحسين كفاءتها التشغيلية وتطوير برامجها التقنية والفنية.

5- مبادرة (ضوء لدعم الأفلام) وهي مسابقة لدعم صناع الأفلام (المحترفين، والطلاب المتخصصين في المجال) التي تهدف لخلق محتوى سينمائي سعودي يصل بابتكاره إلى المنصات المحلية والعالمية.

6- مبادرة (كادر)، وهي برنامج تدريب مهني يهدف إلى تطوير المواهب السعودية في صناعة الأفلام، وتمكين وجودهم ضمن فريق عمل من الخبراء والمختصين، بالتعاون مع أبرز شركات الإنتاج عن العالم وتعزيز فرص مشاركتهم في مشاريع إنتاج سينمائية عالمية.

7- مبادرة (استديو 101) وهي برنامج فنيّ تعليمي، مقدم من هيئة الأفلام-التابعة لوزارة الثقافة- بالتعاون مع وزارة التعليم، يُعنى بتعزيز البرامج التدريبية والأنشطة الثقافية السينمائية، بما يضمن توفير بيئة تعليمية حاضنة للمواهب الوطنية في مختلف مجالات صناعة الأفلام.

8- مبادرة (صور فيلمك في السعودية) وهي برنامج "حوافز الاسترداد المالي" يقدم لشركات الإنتاج السينمائية المحلية والإقليمية والعالمية منحةً غير مستردة بنسبة تصل لـ 40%، ويدعم في استخراج التراخيص والموافقات، وإبراز مجموعة متفردة من مواقع التصوير في المملكة، وقاعدة بيانات لموردين محترفين،

إن مما يعزز جدية وزارة الثقافة في دعم الهيئة لتحقيق رؤيتها وأهدافها تشكيل مجلس إدارة للهيئة يرأسه وزير الثقافة ويتضمن في عضويته نائب الوزير بالإضافة إلى رئيسها التنفيذي عبد الله العياف الذي يعد أحد صناع الأفلام المتميزين في المملكة، وكذلك المخرجة السعودية هيفاء المنصور وثلاثة من الخبراء الأجانب في قطاع الأفلام.

تقدم هيئة الأفلام عددا من المبادرات لدعم قطاع الأفلام في المملكة، وقد بينتها على موقعها الإلكتروني⁴²، وأتاحت فرصة التسجيل فيها. وهي كما يأتي:

1- مبادرة (سينماء) لرصد النهضة السينمائية بحراك نقدي ومعرفي رصين، يثري صناع الأفلام، ويحفز النقاد.

2- مبادرة (إبداع الأفلام) لحفظ الإرث السينمائي والثقافي الوطني.

3- مبادرة (فيلماثون) لدعم نمو صناعة الأفلام وتحفيز إنتاج وتطوير تقنيات مبتكرة في الصناعة، وصقل المهارات التقنية والإبداعية؛ باستقطاب المواهب التقنية على المستوى المحلي والعالمي لصناعة الأفلام، وتمكينهم لتصميم وتطوير منتجات/ مفهومات تقنية أولية تسهم في حل عدد من تحديات صناعة الأفلام في المملكة.

4- مبادرة (برنامج تطوير أندية الهواة) لتطوير أندية الهواة المهتمة بقطاع الأفلام عن المملكة، لتمكين هذه الأندية

التالية تحاول إلقاء الضوء عليها وعلى أهمية الدور الإعلامي والسينمائي في تعزيزها.

الهوية الوطنية:

يرى السعيدى بأن أغلب التعريفات تتفق على أن "الهوية الوطنية هي مجموعة الخصائص والسمات التي تمكن مجتمع ما في دولة ما أن يعرف نفسه ويميز ذاته عن المجتمعات الأخرى في بقية الدول"⁴⁵. بينما القحطاني بعد أن عرض بعضا من التعريفات للهوية الوطنية خلص إلى أن الهوية الوطنية "تمثل جملة المبادئ والخصائص المتشابهة، أو السمات العامة داخل المجتمع، التي تكسب الشخصية السعودية نمطا خاصا بها.."⁴⁶. إن تماسك المجتمع واستقراره مرهون بمدى اعتزازه بهويته الوطنية التي تميزه عن المجتمعات الأخرى، لذا يعد العمل الجاد وبذل الجهود من أجل تعزيز الهوية الوطنية أمر لا غنى للمجتمعات عنه خصوصا في عالم أصبح كالقرية الصغيرة يتعرض فيه أفراد المجتمع لكثير من المضامين والرسائل المتنوعة التي ربما تزعزع الهويات الوطنية وتعرضها للاهتزاز وخلق شخصيات مضطربة العلاقة مع هويتها الوطنية.

تؤدي مؤسسات المجتمع دورا حيويا في تعزيز الهوية الوطنية وغرسها لدى أفراد المجتمع. إن الإعلام بتنوعه وتعدد وسائله يعد من بين أهم المؤسسات في المجتمع التي يعول عليها أن تؤدي الدور الحيوي تجاه تعزيز واستقرار الهوية الوطنية بين أفراد المجتمع. يرى العقون والأبرش بأنه من الممكن أن تسهم المؤسسات الإعلامية "... في التمسك بالهوية الوطنية والحفاظ عليها بما تقوم به من دور في هذا المقام خاصة إذا أخذنا في الحسبان الصدى الكبير والشغف الجماهيري

ويهدف لدعم منتجي السينما المحليين والإقليميين والدوليين لتصوير أعمالهم في المملكة، ونمو قطاع الإنتاج السينمائي، وزيادة قدرته التنافسية على الساحة الدولية، وتنمية الاقتصاد الإبداعي بالمملكة.

لا شك بأن هذه المبادرات النوعية تأخذ في الاعتبار جوانب عديدة مهمة من جوانب قطاع السينما، وإذا ما كتب لها النجاح والتحقق على أرض الواقع فإنها حريّة بإحداث نقلة نوعية على مستوى الإنتاج السينمائي السعودي وصناعة السينما في المملكة. ويثمن مصعب العمري ما تقدمه هيئة الأفلام لقطاع السينما في السعودية حيث أصبح للفيلم السعودي حضورا دوليا في المهرجانات العالمية، بالإضافة إلى ما تقدمه جهات أخرى من دعم مؤسسة محمد بن سلمان (مسك الخيرية)، ومركز الملك عبد العزيز الثقافي العالمي (إثراء)، ومؤسسة مهرجان البحر الأحمر السينمائي الدولي⁴³. ويشير عبد الرحمن الغنام إلى ما أنجز في السنوات الخمس الماضية (2018-2023)؛ حيث "شهد القطاع نموًا ملحوظًا في أعداد دور السينما والخدمات المساندة لصناعة الأفلام؛ مما أسهم في تحفيز الإنتاج السينمائي وتعزيز تطور جودة وكمية الأفلام المحلية"، ويعزو الغنام هذا التطور إلى الدعم السخي من الجهات المعنية بقطاع صناعة الأفلام.⁴⁴ أمام تطور الحراك السينمائي في المملكة العربية السعودية تأتي هذه الدراسة لمحاولة تسليط الضوء على وجهة نظر العاملين في المجال السينمائي في السعودية ودوره في تعزيز الهوية الوطنية. ونظرا لأهمية موضوع الهوية الوطنية فإن الأسطر

كانوا أم شعوب"⁵³. إن السينما بما تمتلكه من إمكانيات فنية وتقنية وقدرة على تقديم الأحداث والقصص بأسلوب مشوق ومؤثر تستطيع أن تؤدي دورا رئيسا من بين وسائل الإعلام في دعم وتعزيز الهوية الوطنية للمجتمعات. ونظرا لسهولة الوصول إليها خصوصا من المنصات الرقمية المتعددة تستطيع الرواج والانتشار إذا ما تم الاهتمام بنوعية الإنتاج السينمائي والقدرة على توزيعه ونشره لتقدم الهوية الوطنية للآخرين في بقاع العالم.

لذلك تشكل الصناعة السينمائية في المملكة العربية السعودية والإنتاج السينمائي وسيلة ناجحة لتعزيز الهوية الوطنية من جهة، ومن جهة أخرى عرض سمات هذه الهوية الوطنية للآخرين من المحتوى السينمائي والقصص والحكايات المحلية السعودية.

حدود الدراسة:

الحدود البشرية: تتمثل الحدود البشرية للدراسة في العاملين في قطاع الإنتاج السينمائي السعودي والمهتمين به. وتكونت عينة الدراسة من (127) مفردة.

الحدود المكانية: تتمثل الحدود المكانية في المملكة العربية السعودية.

الحدود الزمانية: تتمثل الحدود الزمنية في الفترة التي تم فيها إجراء الدراسة وتحليل البيانات في الفترة من 2025/4/4م وحتى 2025/8/4م.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

منهج الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية في البحوث العلمية، والبحث الوصفي "... يعتمد على دراسة الواقع أو الظاهرة كما توجد في الواقع

الواسع بهذه الوسائط الإعلامية"⁴⁷. بينما يؤكد الجبير بأن وسائل الإعلام تعد "من أبرز مقومات تعزيز الهوية الوطنية وتدعيمها في نفوس الأفراد، حيث يمكن توظيف البرامج والمسلسلات والأفلام ومختلف الأشكال الإعلامية لتعزيز الهوية"⁴⁸. وحيث إن الهوية الوطنية عرضة في هذا العصر للتغيير فإن مطلق المطيري يؤكد على أن الإعلام هو أهم القوى المؤثرة في ذلك "... خاصة إذا أجاد الموازنة بين الثقافة العامة ونقلها مع الحفاظ على الهوية الوطنية، بعمليات بناء الوعي وتوحيد المشهد الإعلامي في إطار رؤية استراتيجية تؤدي الدور التنموي للإعلام والحفاظ على الهوية"⁴⁹. ويحدد الخضر محمد بعضا من القيم التي تتعلق بالهوية الوطنية التي يفترض أن تهتم بها وسائل الإعلام ومنها "قيمة التماسك الاجتماعي، قيمة الولاء والانتماء للوطن، قيمة الاعتزاز والمحافظة على التراث الوطني المادي والمعنوي، وقيمة إبراز المنجزات المحلية، والموازنة بين قيم العولمة والانفتاح والمحافظة"⁵⁰.

يرى موسى حمدان بأن وسائل الإعلام تسهم في بناء الهوية الوطنية بـ: "نقل الرسالة الوطنية، تعزيز التواصل الثقافي، المشاركة الجماهيرية، تشكيل الوعي الوطني، الحفاظ على التراث"⁵¹. ويشير حمدان إلى إحدى التجارب السينمائية العالمية المهمة في تعزيز الهوية الوطنية، وهي تجربة السينما الهندية في بوليوود التي يرى أن لها تأثيرا كبيرا على الهوية الوطنية الهندية والثقافة، فالأفلام الهندية تسلط الضوء على تنوع الهند وتروج لقيمتها وتقاليدها"⁵². تعد السينما وفق ما يؤكد قنذر فؤاد، "إحدى أقوى الوسائل في التعبير عن الهوية الوطنية للشعوب وعاداتها وتقاليدها، واهتمامات الأفراد وأفكارهم إلى الآخرين، جماعات

| الخصائص | الفئات | ك | % |
|---|---|-------|-------|
| مجالات العمل الحالي في الصناعة السينمائية | الإخراج | 19 | 15.0 |
| | التمثيل | 30 | 23.6 |
| | الإنتاج | 18 | 14.2 |
| | التصوير السينمائي | 4 | 3.1 |
| | كتابة السيناريو | 16 | 12.6 |
| | التحرير والمونتاج | 3 | 2.4 |
| | الصوت والموسيقى | 1 | 0.8 |
| | ناقد | 11 | 8.7 |
| | إعلامي مهتم بالشأن السينمائي | 17 | 13.4 |
| | أكاديمي مهتم بالشأن السينمائي | 8 | 6.3 |
| المجموع | 127 | 100.0 | |
| عدد سنوات الخبرة في العمل السينمائي | أقل من سنة | 27 | 21.3 |
| | من سنة إلى أقل من 3 سنوات | 14 | 11.0 |
| | من 3 إلى أقل من 5 سنوات | 19 | 15.0 |
| | أكثر من 5 سنوات | 67 | 52.8 |
| المجموع | 127 | 100.0 | |
| المستوى التعليمي | دبلوم | 30 | 23.6 |
| | بكالوريوس | 68 | 53.5 |
| | دراسات عليا | 29 | 22.8 |
| | المجموع | 127 | 100.0 |
| التخصص الأكاديمي | متخصص في المجال الأكاديمي السينمائي | 44 | 34.6 |
| | غير متخصص في المجال الأكاديمي السينمائي | 83 | 65.4 |
| | المجموع | 127 | 100.0 |
| الجنسية | سعودي | 115 | 90.6 |
| | غير سعودي | 12 | 9.4 |
| | المجموع | 127 | 100.0 |

يوضح الجدول السابق التوزيع العددي والنسبي لعينة الدراسة والبالغ عددها (127) مفردة، وذلك وفق عدد من المتغيرات الديموغرافية الأساسية، هي: النوع، والعمر، ومجال العمل الحالي في الصناعة السينمائية، وعدد سنوات الخبرة في العمل السينمائي، والمستوى التعليمي، والتخصص الأكاديمي، والجنسية وذلك بهدف توصيف العينة توصيفا شاملا ودقيقا:

ويهتم بوصفها وصفا دقيقا، ويعبر عنها تعبيراً كفيماً أو تعبيراً كميّاً⁵⁴. وقد استخدم الباحث المنهج المسحي لملاءمته لأهداف الدراسة وتساؤلاتها. ويعد المسح واحداً من المناهج الأساسية، بل أكثرها شيوعاً في البحوث الوصفية.⁵⁵

مجتمع وعينة الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من الأفراد العاملين في قطاع السينما والمهتمين بها في المملكة العربية السعودية (سعوديين وغير سعوديين). وقد اختارت الدراسة عينتها وفق أسلوب الكرة الثلجية التي تعد كما يراها بعض من العينات القصدية والغرضية⁵⁶. وأسلوب الكرة الثلجية هو الأسلوب الذي يراه الباحث أكثر ملاءمة لتحقيق غرض الدراسة. فقد قام الباحث بإرسال رابط استبانة الدراسة لعدد من العاملين في مجال السينما في السعودية والمهتمين بها وطلب منهم إرسال الرابط لمن يعرفونه من العاملين في مجال السينما والمهتمين بها. وبلغ الحجم النهائي لعينة الدراسة (127) مفردة.

خصائص عينة الدراسة:

جدول (1) خصائص عينة الدراسة

| الخصائص | الفئات | ك | % |
|---------|-----------------------------|-----|-------|
| النوع | ذكر | 101 | 79.5 |
| | أنثى | 26 | 20.5 |
| | المجموع | 127 | 100.0 |
| العمر | من 20 سنة إلى أقل من 30 سنة | 32 | 25.2 |
| | من 30 سنة إلى أقل من 40 سنة | 35 | 27.6 |
| | من 40 سنة إلى أقل من 50 سنة | 32 | 25.2 |
| | من 50 سنة فأكثر | 28 | 22.0 |
| | المجموع | 127 | 100.0 |

سنوات) بنسبة 15%، وأخيراً جاءت فئة (من سنة إلى أقل من 3 سنوات) بنسبة 11%.

- **أما من حيث المستوى التعليمي**، فتشير النتائج إلى أن الغالبية العظمى من العينة تحمل مؤهل بكالوريوس بنسبة 53.5%، تليها نسبة حملة الدبلوم بـ 23.6%، ثم دراسات عليا بـ 22.8%.

- **أما من حيث التخصص الأكاديمي**، ف لوحظ أن غالبية المشاركين غير متخصصين أكاديمياً في المجال السينمائي بنسبة 65.4%، في حين جاءت نسبة متخصص في المجال الأكاديمي السينمائي 34.6%.

- **أما من حيث الجنسية**، فجاءت الغالبية العظمى من العينة سعوديون بنسبة 90.6%؛ مما يعزز من موثوقية النتائج في التعبير عن واقع الصناعة السينمائية السعودية تحديداً، بينما جاءت نسبة غير السعوديين 9.4%.

أداة الدراسة:

استخدمت الدراسة الاستبانة الإلكترونية أداة لجمع بيانات الدراسة وقد قام الباحث بتصميم الاستبانة في ضوء مشكلة الدراسة وأهدافها وتساؤلاتها لجمع البيانات من العاملين في الإنتاج السينمائي السعودي والمهتمين به؛ للتعرف على واقع الإنتاج السينمائي السعودي.

صدق أداة الدراسة وثباتها:

- الصدق الظاهري للأداة:

عُرِضت الاستبانة بعد تحديد فئات التحليل تحديداً دقيقاً على عدد من المحكمين من أعضاء هيئة التدريس بكليات الإعلام وأقسامها المختلفة، لإبداء الرأي في صلاحية الاستمارات، وذلك للتأكد من دقة ووضوح الاستبانة وإمكانية تحقيقها

- **فمن حيث النوع**، يتبين أن نسبة الذكور في العينة بلغت 79.5% بواقع (101) مفردة، مقابل 20.5% من الإناث وعددهم (26) مفردة؛ مما يشير إلى أن العينة تتسم بغالبية كبيرة للذكور.

- **أما من حيث العمر**، فقد تركزت النسبة الكبرى في الفئة العمرية من (من سنة إلى أقل من 40 سنة) بنسبة 27.6%، تليها الفئتين من (من 20 سنة إلى أقل من 30 سنة) و(من 40 سنة إلى أقل من 50 سنة) بنسبة 25.2% لكلٍ منهما، وأخيراً الفئة من (من 50 سنة فأكثر) بنسبة 22%.

- **أما من حيث مجال العمل الحالي في الصناعة السينمائية**، فيتضح من الجدول أن أعلى نسبة من المشاركين يعملون في مجال التمثيل بنسبة 23.6%، يليه الإخراج بنسبة 15%، ثم الإنتاج بنسبة 14.2%، بينما جاءت إعلامي مهتم بالشأن السينمائي بنسبة 13.4%، ثم كتابة السيناريو بنسبة 12.6%، ثم جاء الناقد بنسبة 8.7%، أكاديمي مهتم بالشأن السينمائي بنسبة 6.3%، ثم جاءت أقل التخصصات تمثيلاً التصوير السينمائي بنسبة 3.1%، والتحرير والمونتاج بنسبة 2.4%، وأخيراً جاء الصوت والموسيقى بنسبة 0.8%، وهذه النتائج تبين أن تركيبة العينة تميل ميلاً ملحوظاً إلى التخصصات الإبداعية الظاهرة (كالتمثيل والإخراج)، مع ضعف تمثيل التخصصات التقنية والفنية المساندة (الصوت، المونتاج، التصوير).

- **أما من حيث مجال العمل الحالي في الصناعة السينمائية**، فيلاحظ أن ما يزيد عن نصف العينة (52.8%) يمتلكون خبرة أكثر من 5 سنوات، وهو مؤشر إيجابي يبين خبرة تراكمية جيدة في القطاع، بينما جاءت فئة المبتدئين (أقل من سنة) بنسبة 21.3%، ثم جاءت فئة (من 3 إلى أقل من 5

| م | المحور | عدد العبارات | معامل الثبات |
|---|--|--------------|--------------|
| 5 | انعكاس القيم الثقافية والاجتماعية للمجتمع السعودي في الأفلام السعودية | 10 | 0.858 |
| 6 | التحديات التي تواجه صناعة السينما في تقديم صورة واقعية عن الهوية السعودية كما ترى عينة الدراسة | 8 | 0.837 |
| | اجمالي الثبات لجميع المحاور | 61 | 0.886 |

تشير قيمة معامل الثبات إلى استقرار المقياس وعدم تناقضه مع نفسه حيث إنه إذا ما أعيدت الاستبانة على العينة نفسها فإن المقياس يعطى النتائج نفسها باحتمال مساوٍ لقيمة المقياس، وتشير قيم معامل ألفا كرونباخ في الجدول السابق لارتفاع قيم معاملات الثبات للاستبانة المستخدمة في الدراسة، حيث بلغ معامل الثبات لإجمالي المحاور (0.886) لعدد العبارات (61). بينما تراوحت قيم معامل ثبات المحاور من (0.849) كحد أدنى إلى (0.934) كحد أعلى، وهذا يدل على أن الاستبانة تتمتع بدرجة عالية من الثبات؛ مما يجعل هناك إمكانية في الاعتماد عليها في الدراسة.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة، قام الباحث بترميز البيانات وإدخالها على الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية وذلك باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" "SPSS (Statistical Package for Social Science)". وبناءً عليه تم عمل مقاييس وصفية تشمل

لأهداف الدراسة. وفي ضوء آراء المحكمين أجرى الباحث بعض التعديلات على الاستبانة حتى أصبحت في صورتها النهائية⁽⁵⁷⁾.

- صدق المحتوى:

للتحقق من هذا النوع من الصدق قام الباحث بما يلي:

- الاطلاع على الأدبيات والكتب والأطر النظرية والدراسات والبحوث السابقة ذات العلاقة. تحليل هذه الأدبيات والبحوث والدراسات، للوصول إلى الأبعاد المختلفة والعبارات المرتبطة بهذه الأبعاد ذات الصلة بمشكلة الدراسة.

- اختبار الثبات Stability

للتحقق من هذا النوع من الثبات اعتمد الباحث معامل ألفا كرونباخ؛ حيث يوضح الجدول الآتي معاملات الثبات للاستبانة الخاص بالدراسة:

جدول (2) يوضح معامل الثبات للاستبانة

| م | المحور | عدد العبارات | معامل الثبات |
|---|---|--------------|--------------|
| 1 | رؤية عينة الدراسة للأهداف الاستراتيجية التي تسعى إليها السعودية في قطاع السينما ضمن رؤية 2030 | 10 | 0.934 |
| 2 | العناصر التي تساعد في تحسين جودة الأفلام السعودية لتكون منافسة على المستوى الإقليمي والدولي | 10 | 0.913 |
| 3 | أهم العوامل التي ساعدت في نجاح الإنتاج السينمائي السعودي كما ترى عينة الدراسة | 16 | 0.849 |
| 4 | دور الإنتاج السينمائي السعودي في تعزيز الهوية الوطنية كما ترى عينة الدراسة | 7 | 0.854 |

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن عينة الدراسة ترى أن مستوى تطور الإنتاج السينمائي في السعودية في الأعوام الأخيرة يُعد (جيدًا جدًا)؛ حيث جاء هذا الرأي في المرتبة الأولى بنسبة 36.2%، يليها جاء مستوى التطور الـ (جيد) في المرتبة الثانية بنسبة 33.9%، بينما جاء مستوى التطور (ممتاز) في المرتبة الثالثة بنسبة 18.9%، ثم جاء مستوى التطور (مقبول) في المرتبة الرابعة بنسبة 7.1%، وأخيراً جاء مستوى التطور (ضعيف) في المرتبة الخامسة بنسبة 3.9%.

وتشير هذه النتائج إلى أن الإنتاج السينمائي السعودي شهد تحسناً واضحاً في السنوات الأخيرة، ويتجلى ذلك في تصدر تقييمي (جيد جدًا) و(جيد)؛ مما يبين حالة رضا متزايدة عن أداء القطاع، ويُبرز هذا التحسن أثر المبادرات والدعم المقدم للسينما السعودية، في المقابل تكشف النسب الأقل لمستويات (ممتاز) و(ضعيف) عن وجود تطلعات لدى عينة الدراسة نحو مزيد من الارتقاء بمستوى الإنتاج، وهو ما يشير إلى أن الصناعة لا تزال في طور النمو وتحتاج إلى دعم نوعي يعزز مكانتها محلياً ودولياً.

الجدول والتوزيعات التكرارية، والمقاييس التجميعية، وتطبيق المعاملات الإحصائية التي تلائم كل متغير من متغيرات الدراسة وفق الآتي:

- التكرارات البسيطة. Frequency والنسب المئوية Percent.
- المتوسط الحسابي Mean والانحراف المعياري Std. Deviation.
- الأوزان النسبية: وذلك عن طريق حساب المتوسط الحسابي لمقياس ليكرت الثلاثي ثم ضرب النتائج $\times 100$ ، ثم قسمة النتائج على الحد الأقصى لدرجات المقياس

نتائج الدراسة

المحور الأول: واقع الإنتاج السينمائي السعودي

- تقييم عينة الدراسة لتطور الإنتاج السينمائي في السعودية في السنوات الأخيرة:

جدول (3) تقييم عينة الدراسة لتطور الإنتاج السينمائي في السعودية في السنوات الأخيرة

| الدرجة | ك | % | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري |
|----------|-----|-------|-----------------|-------------------|
| ممتاز | 24 | 18.9 | 3.5906 | 1.00281 |
| جيد جداً | 46 | 36.2 | | |
| جيد | 43 | 33.9 | | |
| مقبول | 9 | 7.1 | | |
| ضعيف | 5 | 3.9 | | |
| المجموع | 127 | 100.0 | | |

رؤية عينة الدراسة للأهداف الاستراتيجية التي تسعى إليها السعودية في قطاع السينما ضمن رؤية 2030:

جدول (4) رؤية عينة الدراسة للأهداف الاستراتيجية التي تسعى إليها السعودية في قطاع السينما ضمن رؤية 2030

| الاتجاه | الوزن النسبي | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | درجة الموافقة | | | | | | | | | | الأهداف الاستراتيجية |
|--------------|--------------|-------------------|-----------------|---------------|---|----------|---|-------|----|-------|----|------------|----|---|
| | | | | لا أوافق بشدة | | لا أوافق | | محايد | | أوافق | | أوافق بشدة | | |
| | | | | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | |
| موافق تماماً | 89.29 | 0.80470 | 4.4646 | 0.0 | 0 | 3.1 | 4 | 10.2 | 13 | 23.6 | 30 | 63.0 | 80 | جعل السعودية مركزاً إقليمياً لصناعة السينما في الشرق الأوسط. |
| موافق تماماً | 88.66 | 0.84130 | 4.4331 | 1.6 | 2 | 1.6 | 2 | 8.7 | 11 | 28.3 | 36 | 59.8 | 76 | زيادة عدد الأفلام السعودية المعروضة في المهرجانات السينمائية الدولية. |
| موافق تماماً | 88.50 | 0.86849 | 4.4252 | 1.6 | 2 | 2.4 | 3 | 8.7 | 11 | 26.8 | 34 | 60.6 | 77 | دعم وتشجيع المواهب السعودية في مجال الإخراج والإنتاج السينمائي. |
| موافق تماماً | 88.50 | 0.89549 | 4.4252 | 0.8 | 1 | 3.9 | 5 | 11.0 | 14 | 20.5 | 26 | 63.8 | 81 | تعزيز الهوية الوطنية والثقافية بالإنتاج السينمائي. |
| موافق تماماً | 87.72 | 0.97628 | 4.3858 | 2.4 | 3 | 3.9 | 5 | 9.4 | 12 | 21.3 | 27 | 63.0 | 80 | دعم الأفلام التي تسهم في نشر الصورة الإيجابية عن السعودية عالمياً. |
| موافق تماماً | 87.24 | 0.86069 | 4.3622 | 0.8 | 1 | 3.9 | 5 | 8.7 | 11 | 31.5 | 40 | 55.1 | 70 | تعزيز الإنتاج السينمائي السعودي ليكون منافساً على المستوى الإقليمي والدولي. |
| موافق تماماً | 87.24 | 0.94843 | 4.3622 | 1.6 | 2 | 4.7 | 6 | 9.4 | 12 | 24.4 | 31 | 59.8 | 76 | تطوير بنية تحتية قوية لدعم صناعة السينما في المملكة. |
| موافق تماماً | 87.09 | 0.97205 | 4.3543 | 1.6 | 2 | 4.7 | 6 | 11.8 | 15 | 20.5 | 26 | 61.4 | 78 | زيادة فرص التدريب والتعليم في مجالات السينما والإنتاج الفني. |
| موافق تماماً | 86.61 | 0.89136 | 4.3307 | 0.0 | 0 | 4.7 | 6 | 14.2 | 18 | 24.4 | 31 | 56.7 | 72 | تحقيق الاستدامة الاقتصادية في قطاع السينما بالاستثمار المحلي والأجنبي. |
| موافق تماماً | 84.25 | 1.03609 | 4.2126 | 2.4 | 3 | 6.3 | 8 | 11.8 | 15 | 26.8 | 34 | 52.8 | 67 | تشجيع الإنتاجات المشتركة بين السعودية والدول الأخرى. |

في قطاع السينما ضمن رؤية عينة الدراسة 2030؛ حيث جاء الاتجاه العام موافقاً تماماً بمتوسط حسابي 4.4646 ووزن نسبي 89.29. يرى الباحث أن هذه النتيجة تشير إلى وجود قناعة قوية لدى عينة

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن هدف (جعل السعودية مركزاً إقليمياً لصناعة السينما في الشرق الأوسط) جاء في المرتبة الأولى من بين الأهداف الاستراتيجية التي تسعى إليها السعودية

تقارب المتوسط الحسابي بينها وبين تعزيز الهوية الوطنية يشير إلى ارتباط المضمون السينمائي الذي يعنى بالهوية الوطنية بالقدرات الإخراجية والإنتاجية المحلية. وأن تأييد العينة لدعم الأفلام التي تسهم في نشر الصورة الإيجابية عن السعودية بين تفهم العينة لأهمية إبراز الهوية الوطنية، ونشر قيمها وتقاليدها. وأن مجيء عبارة (تحقيق الاستفادة الاقتصادية في قطاع السينما بالاستثمار المحلي والأجنبي) في المرتبة ما قبل الأخيرة بمتوسط حسابي 4,3307، وعبارة (تشجيع الإنتاجات المشتركة بين السعودية والدول الأخرى) في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي 4,2126، يبين عدم اهتمام عينة الدراسة، في الوقت الحالي، بهذين الهدفين مقارنة بالأهداف الأخرى التي تركز على التطوير والدعم والتشجيع وتعزيز الهوية الوطنية، أو بعبارة أخرى أن الأهداف الأخرى تشكل أولوية كما تراها عينة الدراسة.

تقييم عينة الدراسة لدور هيئة الأفلام السعودية في دعم الإنتاج السينمائي المحلي:

جدول (5) تقييم عينة الدراسة لدور هيئة الأفلام السعودية في دعم الإنتاج السينمائي المحلي

| الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | % | ك | الدرجة |
|-------------------|-----------------|-------|-----|---------------|
| 1.06793 | 3.4803 | 17.3 | 22 | دور فعال جداً |
| | | 37.0 | 47 | دور فعال |
| | | 25.2 | 32 | دور متوسط |
| | | 17.3 | 22 | دور محدود |
| | | 3.2 | 4 | لا يوجد دور |
| | | 100.0 | 127 | المجموع |

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن عينة الدراسة ترى أن هيئة الأفلام السعودية تؤدي (دورًا فعالاً) في دعم الإنتاج السينمائي المحلي؛ حيث جاء هذا

الدراسة بأهمية تحويل السعودية إلى مركز إقليمي لصناعة السينما؛ حيث حازت هذه الرؤية أعلى معدلات التأييد؛ مما يبين وعياً متزايداً بأثر هذا الهدف في دعم الاقتصاد الوطني وتعزيز الهوية الثقافية.

جاء هدف (زيادة عدد الأفلام السعودية المعروضة في المهرجانات السينمائية الدولية) في المرتبة الثانية حيث جاء الاتجاه العام موافقاً تماماً بمتوسط حسابي 4.4331 ووزن نسبي 88.66. تشير هذه النتيجة إلى أن غالبية عينة الدراسة تؤمن بأهمية تعزيز الحضور السينمائي السعودي في المهرجانات الدولية، بوصفه وسيلة فعّالة لإبراز الثقافة الوطنية والانفتاح على التجارب العالمية، وتبين النسبة المرتفعة للموافقين بشدة إدراكاً متزايداً لأثر هذا التوجه في دعم مكانة السعودية الثقافية ضمن محيطها الإقليمي والدولي.

في المرتبة الثالثة جاء هدف (دعم وتشجيع المواهب السعودية في مجال الإخراج والإنتاج السينمائي) حيث جاء الاتجاه العام موافقاً تماماً بمتوسط حسابي 4.4252 ووزن نسبي 88.50. وجاء هدف (تعزيز الهوية الوطنية والثقافية بالإنتاج السينمائي) في المرتبة الرابعة؛ حيث جاء الاتجاه العام موافقاً تماماً بمتوسط حسابي 4.4252 ووزن نسبي 88.50. وجاء هدف (دعم الأفلام التي تسهم في نشر الصورة الإيجابية عن السعودية عالمياً) في المرتبة الخامسة؛ حيث جاء الاتجاه العام موافقاً تماماً بمتوسط حسابي 4.3858 ووزن نسبي 87.72. تشير هذه النتيجة إلى اهتمام عينة الدراسة بالدعم والتشجيع في المجالات المؤثرة في الصناعة (الإخراج، والإنتاج) لأهميتها، وأن

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن غالبية عينة الدراسة ترى أن افتتاح دور السينما في المملكة كان له (تأثير إيجابي جدًا) على صناعة الأفلام المحلية؛ حيث جاء هذا التقييم في المرتبة الأولى بنسبة 48%، بينما جاء من يرون أن لهذا الافتتاح (تأثير إيجابي) في المرتبة الثانية بنسبة 34.6%، أما من يرون أن لهذا الافتتاح (تأثير محدود) فجاء في المرتبة الثالثة بنسبة 14.3%، بينما جاءت نسبة 2.4% ترى أنه (لا يوجد تأثير) في المرتبة الرابعة، وأخيرًا جاءت نسبة 0.8% فقط ممن يرون أن لهذا الافتتاح (تأثيرًا سلبيًا) على صناعة الأفلام المحلية.

تشير هذه النتيجة إلى أن غالبية العينة تعترف بالدور المحوري لافتتاح دور السينما في دعم الصناعة المحلية؛ حيث أسهمت في تنشيط الإنتاج وفتح المجال أمام عرض الأفلام السعودية للجمهور؛ مما عزز من حضور السينما الوطنية في المشهد الثقافي، وتبين النسبة الأقل ممن وصفوا الأثر بالمحدود أو الغائب وجود مطالب بتحسين جودة الإنتاج وزيادة تنوع المضامين، بينما يؤكد تدني نسبة الرافضين أن تقبل المجتمع السعودي للسينما يتزايد تزايدًا لافتًا، متماشيًا مع التغيرات الثقافية والمجتمعية الأخيرة.

- رؤية عينة الدراسة لكفاية الدعم الذي تقدمه الجهات الحكومية السعودية لصناعة السينما؛

جدول (7) رؤية عينة الدراسة لكفاية الدعم الذي تقدمه الجهات الحكومية السعودية لصناعة السينما

| الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | % | ك | الدرجة |
|-------------------|-----------------|-------|-----|--------------|
| 1.10345 | 3.5512 | 22.0 | 28 | اتفق بشدة |
| | | 32.3 | 41 | اتفق |
| | | 29.1 | 37 | محايد |
| | | 11.8 | 15 | لا اتفق |
| | | 4.7 | 6 | لا اتفق بشدة |
| | | 100.0 | 127 | المجموع |

الرأي في المرتبة الأولى بنسبة 37%، يليها جاء في المرتبة الثانية من رأي بأن الهيئة تقوم (بدور متوسط) بنسبة 25.2%، بينما تساوت نسبة من يرون أن دورها (فعال جدًا) مع من عدوه (محدودًا) في المرتبة الثالثة؛ حيث سجّل كل منهما نسبة 17.3%، وأخيرًا جاءت نسبة من يرون أن الهيئة (لا تؤدي دورًا فعالًا) في المرتبة الرابعة بنسبة 3.2%.

ويرى الباحث أن هذه النتيجة تبين إدراكًا واضحًا لدى عينة الدراسة للدور الفعّال الذي تؤديه هيئة الأفلام السعودية في دعم الإنتاج السينمائي؛ حيث أظهرت النسبة الأكبر رضاهم عن جهود الهيئة في السنوات الأخيرة، وتشير نسبة من وصفوا الدور بالمحدود أو المتوسط إلى وجود طموحات عالية لدى بعض الممارسين والمهتمين تتجاوز الواقع الحالي، وخاصة في ظل توسع الصناعة وازدياد التجارب الشابة، بينما يبين انخفاض نسبة من يرون غياب الدور تحسّنًا ملحوظًا في صورة الهيئة؛ مما يدل على تغير إيجابي في وعي العاملين والمهتمين تجاه السياسات الثقافية الجديدة.

- تقييم عينة الدراسة لتأثير افتتاح دور السينما في المملكة على صناعة الأفلام المحلية؛

جدول (6) تقييم عينة الدراسة لتأثير افتتاح دور السينما في المملكة على صناعة الأفلام المحلية

| الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | % | ك | درجة التأثير |
|-------------------|-----------------|-------|-----|-------------------|
| 0.84936 | 4.2677 | 48.0 | 61 | تأثير إيجابي جدًا |
| | | 34.6 | 44 | تأثير إيجابي |
| | | 14.2 | 18 | تأثير محدود |
| | | 2.4 | 3 | لا يوجد تأثير |
| | | 0.8 | 1 | تأثير سلبي |
| | | 100.0 | 127 | المجموع |

جاءت في الترتيب الأول بين طرق تمويل المشاريع السينمائية في المملكة من وجهة نظر عينة الدراسة بنسبة 75.6%، يراها طريقة (تمويل من القطاع الخاص فقط) في الترتيب الثاني بنسبة 16.5%، ثم جاءت طريقة (التمويل الحكومي بالكامل) في الترتيب الثالث بنسبة 7.9%.

يرى الباحث أن التمويل المشترك هو الأنسب لتحقيق توازن بين الدعم الحكومي وضمان استدامة السوق، بينما تكشف نسبة التمويل الخاص فقط عن وعي بدور المستثمرين في تنشيط الصناعة مع بقاء الحاجة إلى الدعم المؤسسي، ويشير تدني نسبة التمويل الحكومي الكامل إلى إدراك أن الاعتماد الكلي على الدولة لم يعد ملائمًا في ظل توجهات التخصيص وتنمية الصناعات الإبداعية في المملكة.

إسهام القطاع الخاص في دعم الصناعة السينمائية في السعودية كما ترى عينة الدراسة:

جدول (9) إسهام القطاع الخاص في دعم الصناعة السينمائية في السعودية كما ترى عينة الدراسة

| الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | % | ك | درجة لإسهام |
|-------------------|-----------------|-------|-----|-----------------|
| 1.07173 | 3.1339 | 10.2 | 13 | إسهام كبير جداً |
| | | 29.1 | 37 | إسهام كبير |
| | | 29.1 | 37 | إسهام متوسط |
| | | 26.8 | 34 | إسهام ضعيف |
| | | 4.7 | 6 | لا يسهم |
| | | 100.0 | 127 | المجموع |

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن عينة الدراسة ترى أن القطاع الخاص يسهم في دعم الصناعة السينمائية في السعودية حيث تساوت نسبة من

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن نسبة 32.3% من عينة الدراسة (تتفق) على أن الدعم الذي تقدمه الجهات الحكومية السعودية لصناعة السينما يعدُّ كافيًا، بينما اتخذت نسبة 29.1% من عينة الدراسة موقفاً (حيادياً) تجاهه، ثم جاءت من أبدوا (موافقتهم الشديدة) بنسبة 22%، وجاءت نسبة 11.8% منهم (لم يوافقوا)، وأخيراً جاءت نسبة 4.7% منهم (غير موافقين بشدة).

يرى الباحث أن هذه النتيجة تبين وجود رضا نسبي لدى غالبية عينة الدراسة عن كفاية الدعم الحكومي المقدم لصناعة السينما، حيث تصدرت فئة المتفقين والموافقين بشدة التقييم؛ مما يبين تقديرًا للجهود الحكومية المتنامية ضمن مسار دعم القطاع السينمائي في إطار رؤية السعودية 2030، بينما تكشف نسبة الحياد عن وجود شريحة ما تزال تقيّم المشهد بحذر أو تنتظر خطوات أوسع، وتبين النسب الأقل لغير الموافقين وجود انتقادات محدودة تؤكد أن الدعم القائم لم يصل بعد إلى مستوى تطلعات جميع العاملين والمهتمين بالمجال.

طرق تمويل المشاريع السينمائية في المملكة من وجهة نظر عينة الدراسة:

جدول (8) طرق تمويل المشاريع السينمائية في المملكة من وجهة نظر عينة الدراسة

| الطريقة | ك | % |
|---------------------------------------|-----|-------|
| تمويل مشترك بين الحكومة والقطاع الخاص | 96 | 75.6 |
| تمويل من القطاع الخاص فقط | 21 | 16.5 |
| تمويل حكومي بالكامل | 10 | 7.9 |
| المجموع | 127 | 100.0 |

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن طريقة (التمويل المشترك بين الحكومة والقطاع الخاص)

| الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | % | ك | الدرجة |
|-------------------|-----------------|-------|-----|---------------|
| | | 30.7 | 39 | تعاون ضعيف |
| | | 5.5 | 7 | لا يوجد تعاون |
| | | 100.0 | 127 | المجموع |

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن عينة الدراسة ترى أن مستوى التعاون بين المنتجين المحليين والدوليين في الإنتاج السينمائي في المملكة جاء بنسب متساوية بين (متوسط) و(ضعيف)، حيث جاء هذا الرأي في المرتبة الأولى بنسبة 30.7% لكلٍ منهما، بينما جاء من يرون أن مستوى التعاون (جيد) في المرتبة الثانية بنسبة 26.8%، أما من يرون أن مستوى التعاون (عالٍ جداً) جاء في المرتبة الثالثة بنسبة 6.3%، وأخيراً جاء أنه (لا يوجد تعاون) في المرتبة الرابعة بنسبة 5.5%.

تشير هذه النتيجة إلى أن عينة الدراسة ترى أن مستوى التعاون بين المنتجين المحليين والدوليين في صناعة السينما السعودية ما زال دون التطلعات، حيث جاء توصيف (متوسط) و(ضعيف) في المقدمة بنسب متساوية؛ مما يبين إدراكاً بأن الشركات الدولية ما تزال محدودة التأثير، بينما تبين نسبة من وصفوه بالجيد بداية تحركات إيجابية في هذا الاتجاه، ويكشف انخفاض نسبة من رأوا التعاون مرتفعاً أو منعديماً عن وجود إدراك بأن الصناعة تشهد حراكاً تدريجياً، لكنه بحاجة إلى دعم أكبر لتحقيق شراكات إنتاجية دولية فاعلة تسهم في تطوير المحتوى وتعزيز الهوية الوطنية.

يرون أن درجة الإسهام (كبيرة) مع من عدوه (متوسطة)؛ حيث جاء هذا الرأي في المرتبة الأولى بنسبة 29.1% لكلٍ منهما، يليها جاءت درجة الإسهام (ضعيفة) في الترتيب الثاني بنسبة 26.8%، ثم جاءت درجة الإسهام (كبيرة جداً) في الترتيب الثالث بنسبة 10.2%، وأخيراً جاءت (لا يسهم) القطاع الخاص يسهم في دعم الصناعة السينمائية في السعودية في الترتيب الرابع بنسبة 4.7%.

وتوضح هذه النتيجة أن عينة الدراسة ترى أن القطاع الخاص حاضر في دعم الصناعة السينمائية السعودية لكن بمستويات متفاوتة؛ حيث جاءت نسبتا الإسهام الكبيرة والمتوسطة في صدارة التقييمات؛ مما يبين إدراكاً لوجود مبادرات استثمارية، لكنها لم تصل إلى مستوى القوة الكافية بعد، بينما تشير نسبة الإسهام الضعيفة إلى أن هناك قطاعات خاصة ما زالت متحفظة أو غير مستعدة للدخول بقوة في هذا المجال، وتبين النسب الأقل لمن عدوا الإسهام كبير جداً أو منعدم أن الصناعة تشهد حراكاً متزايداً لكنه بحاجة إلى سياسات تحفيزية أكبر لتعزيز مشاركة القطاع الخاص.

- تقييم عينة الدراسة لمستوى التعاون بين المنتجين المحليين والدوليين في الإنتاج السينمائي في المملكة:

جدول (10) تقييم عينة الدراسة لمستوى التعاون بين المنتجين المحليين والدوليين في الإنتاج السينمائي في المملكة

| الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | % | ك | الدرجة |
|-------------------|-----------------|------|----|-----------------|
| 1.02713 | 2.9764 | 6.3 | 8 | تعاون عالٍ جداً |
| | | 26.8 | 34 | تعاون جيد |
| | | 30.7 | 39 | تعاون متوسط |

متوسط؛ مما يبين وجود تحديات تتعلق بالتأهيل والتدريب المهني في هذا القطاع، وأن النسبة التي رأت التوافر كبيراً أو كبيراً جداً تظل أقلية؛ مما يدل على أن النجاحات الفردية لا تزال استثناءً لا قاعدة، أما نسبة من عدّوا الكوادر غير متوافرة على الإطلاق فُتبرز وجود فجوات تحتاج إلى تدخل مؤسسي لخلق بيئة احترافية مستدامة تدعم ازدهار الصناعة السينمائية.

- تقييم عينة الدراسة للأدوات والتقنيات المتاحة لصناع الأفلام في المملكة:

جدول (12) تقييم عينة الدراسة للأدوات والتقنيات المتاحة لصناع الأفلام في المملكة

| التقييم | ك | % |
|---------------------------------|-----|-------|
| متقدمة جداً ومتاحة بسهولة | 12 | 9.4 |
| متقدمة، ولكن متاحة إتاحة محدودة | 51 | 40.2 |
| متوسطة ومتاحة إتاحة جيدة | 30 | 23.6 |
| متوسطة ومتاحة إتاحة محدودة | 25 | 19.7 |
| غير متوافرة توافراً كافياً | 9 | 7.1 |
| المجموع | 127 | 100.0 |

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن الأدوات والتقنيات المتاحة لصناع الأفلام في المملكة السعودية من وجهة نظر عينة الدراسة (متقدمة ولكن متاحة إتاحة محدودة) قد جاءت في الترتيب الأول بنسبة 40.2%، يليها جاءت الأدوات والتقنيات (متوسطة ومتاحة إتاحة جيدة) في الترتيب الثاني بنسبة 23.6%، ثم جاءت الأدوات والتقنيات (متوسطة ومتاحة إتاحة محدودة) في

- رؤية عينة الدراسة لمدى توافر الكوادر المتخصصة في مجالات الإخراج، التمثيل، والإنتاج السينمائي في السعودية:

جدول (11) رؤية عينة الدراسة لمدى توافر الكوادر المتخصصة في مجالات الإخراج، التمثيل، والإنتاج السينمائي في السعودية

| الدرجة | ك | % | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري |
|----------------------------|-----|-------|-----------------|-------------------|
| متوافر توافراً كبيراً جداً | 10 | 7.9 | 2.9764 | 0.98774 |
| متوافر توافراً كبيراً | 27 | 21.3 | | |
| متوافر توافراً متوسطاً | 43 | 33.9 | | |
| متوافر توافراً محدوداً | 44 | 34.6 | | |
| غير متوافر | 3 | 2.4 | | |
| المجموع | 127 | 100.0 | | |

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن مستوى توافر الكوادر المتخصصة في مجالات الإخراج، التمثيل، والإنتاج السينمائي في السعودية متوافر بدرجة (محدودة)؛ حيث جاء هذا الرأي في المرتبة الأولى بنسبة 34.9%، يليها جاءت (متوافر توافراً متوسطاً) في الترتيب الثاني بنسبة 33.9%، ثم جاءت (متوافر توافراً كبيراً) في الترتيب الثالث بنسبة 21.3%، وجاءت (متوافر توافراً كبيراً جداً) في الترتيب الرابع بنسبة 7.9%، وأخيراً جاءت هذه الكوادر (غير متوافر) في الترتيب الخامس بنسبة 7.1%.

تشير هذه النتيجة إلى أن التقييم العام لعينة الدراسة يميل إلى أن توافر الكوادر المتخصصة في المجالات السينمائية بالمملكة لا يزال دون المستوى المأمول، حيث عُدت غالبية الآراء أن التوافر محدود أو

| الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | % | ك | درجة التوافر |
|-------------------|-----------------|-------|-----|------------------------|
| | | 33.1 | 42 | متوافر توافراً متوسطاً |
| | | 24.4 | 31 | متوافر توافراً محدوداً |
| | | 5.5 | 7 | غير متوافر |
| | | 100.0 | 127 | المجموع |

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن درجة توافر البنية التحتية والتجهيزات المخصصة للإنتاج والتصوير السينمائي في السعودية من وجهة نظر عينة الدراسة جاءت (متوافر توافراً متوسطاً) في الترتيب الأول بنسبة 33.1%، يليها جاءت (متوافر توافراً كبيراً) في الترتيب الثاني بنسبة 24.4%، ثم جاءت (متوافر توافراً محدوداً) في الترتيب الثالث بنسبة 5.5%، وجاءت (متوافر توافراً كبيراً جداً) في الترتيب الرابع بنسبة 11%، وأخيراً جاءت (غير متوافر) في الترتيب الخامس بنسبة 5.5%.

يرى الباحث أن تقييم عينة الدراسة للبنية التحتية السينمائية في السعودية يتسم بالتباين، حيث يرى معظم المشاركين أنها متوافرة بدرجة متوسطة؛ مما يبين وجود تطورات ملحوظة لكنها لا تزال غير مكتملة بالشكل الذي يلي طموحات العاملين في المجال، بينما تشير النسب التي منحت تقييماً كبيراً أو محدوداً إلى تفاوت واضح في مستوى الخدمات والتجهيزات بين مواقع الإنتاج، وتعتبر النسبة الضئيلة التي وصفها بأنها متوافرة توافراً كبيراً جداً عن وجود مشروعات استثنائية لكنها محدودة، فالنسبة التي رأت غيابها تماماً تبين تحديات قائمة في بعض المناطق أو القطاعات المتخصصة، وهو ما يتطلب تدخلاً أوسع لاستكمال المنظومة الإنتاجية المتكاملة.

الترتيب الثالث بنسبة 19.7%، وجاءت الأدوات والتقنيات (متقدمة جداً ومتاحة بسهولة) في الترتيب الرابع بنسبة 9.4%، وأخيراً جاءت الأدوات والتقنيات (غير متوافرة توافراً كافياً) في الترتيب الخامس بنسبة 7.1%.

يرى الباحث أن أدوات وتقنيات صناعة الأفلام في السعودية تتمتع بمستوى تقني متقدم، لكنها لا تتاح بسهولة لجميع صناع الأفلام، حيث تصدرت فئة "متقدمة ولكن متاحة إتاحة محدودة" تقييماتهم؛ مما يشير إلى أن توافر الإمكانيات التقنية لا يزال محصوراً في نطاقات معينة، سواء من حيث التمويل أو التوزيع الجغرافي أو الدعم المؤسسي، بينما عدت نسبة أقل أن الأدوات متوسطة لكنها متاحة إتاحة جيدة؛ مما يبين تباين فرص الوصول إلى البنية التحتية الإنتاجية، أما النسبة القليلة التي رأت الأدوات متقدمة جداً ومتاحة بسهولة فتكشف عن وجود تجارب استثنائية ضمن بيئة لم تكتمل بعد؛ مما يستدعي العمل على إتاحة هذه الإمكانيات بصورة أكثر عدالة وانتشاراً.

- درجة توافر البنية التحتية والتجهيزات المخصصة للإنتاج والتصوير السينمائي في السعودية من وجهة نظر عينة الدراسة:

جدول (13) درجة توافر البنية التحتية والتجهيزات المخصصة للإنتاج والتصوير السينمائي في السعودية من وجهة نظر عينة الدراسة

| الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | % | ك | درجة التوافر |
|-------------------|-----------------|------|----|----------------------------|
| 1.07639 | 3.1260 | 11.0 | 14 | متوافر توافراً كبيراً جداً |
| | | 26.0 | 33 | متوافر توافراً كبيراً |

المملكة، بينما يظل حضوره الدولي محدودًا، ويكشف تصدر هذا الرأي عن وعي عام بالتحديات التي تواجه تسويق الأفلام السعودية عالميًا، وتشير النسب التي وصفت الاستقبال بالمحدود في الجانبين إلى وجود أعمال لم تستطع تحقيق انتشار أو تأثير ملموس حتى محليًا، لذلك تبرز نسبة من رأت أن الاستقبال إيجابي جدًا في الداخل والخارج كدليل على وجود تجارب متميزة، الأمر الذي يدفع نحو أهمية توسيع دائرة الترويج وتطوير جودة المحتوى للارتقاء بالمكانة الدولية للسينما السعودية.

- تقييم عينة الدراسة للترويج للأفلام السعودية محلياً ودولياً:

جدول (15) تقييم عينة الدراسة للترويج للأفلام السعودية محلياً ودولياً

| التقييم | ك | % |
|---|-----|-------|
| ترويج قوي جداً على المستويين المحلي والدولي | 15 | 11.8 |
| ترويج جيد محلياً وضعيف دولياً | 54 | 42.5 |
| ترويج جيد دولياً وضعيف محلياً | 7 | 5.5 |
| ترويج محدود على المستويين المحلي والدولي | 35 | 27.6 |
| لا يوجد ترويج ملحوظ | 16 | 12.6 |
| المجموع | 127 | 100.0 |

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن الأفلام السعودية يتم (ترويجها جيد محلياً وضعيفة دولياً) في الترتيب الأول من ضمن تقييمات عينة الدراسة للترويج للأفلام السعودية محلياً ودولياً بنسبة 42.5%، يليها جاء الترويج للأفلام السعودية (محدود على المستويين المحلي والدولي) في الترتيب الثاني بنسبة 27.6%، ثم جاء (لا يوجد ترويج ملحوظ) في الترتيب الثالث بنسبة 12.6%، وجاء ترويج الأفلام السعودية (قوي جداً على المستويين

- تقييم عينة الدراسة لاستقبال الأفلام السعودية على المستوى المحلي والدولي:

جدول (14) تقييم عينة الدراسة لاستقبال الأفلام السعودية على المستوى المحلي والدولي

| نوع الاستقبال | ك | % |
|--|-----|-------|
| استقبال إيجابي جداً على المستويين المحلي والدولي | 16 | 12.6 |
| استقبال إيجابي على المستوى المحلي ومحدود دولياً | 64 | 50.4 |
| استقبال إيجابي على المستوى الدولي ومحدود محلياً | 13 | 10.2 |
| استقبال محدود على المستويين المحلي والدولي | 25 | 19.7 |
| لا يوجد استقبال ملحوظ | 9 | 7.1 |
| المجموع | 127 | 100.0 |

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن تقييم عينة الدراسة لاستقبال الأفلام السعودية على المستوى المحلي والدولي (إيجابي على المستوى المحلي ومحدود دولياً) في الترتيب الأول بنسبة 50.4%، يليها (الاستقبال محدود على المستويين المحلي والدولي) في الترتيب الثاني بنسبة 19.7%، ثم جاء (الاستقبال إيجابي جداً على المستويين المحلي والدولي) في الترتيب الثالث بنسبة 12.6%، وجاء (الاستقبال إيجابي على المستوى الدولي ومحدود محلياً) في الترتيب الرابع بنسبة 9.4%، ثم جاء الاستقبال (غير متوافرة توافراً كافياً) في الترتيب الخامس بنسبة 10.2%، وأخيراً جاء (لا يوجد استقبال ملحوظ) في الترتيب السادس بنسبة 7.1%.

يرى الباحث أن ذلك يرجع إلى إدراك عينة الدراسة لوجود تفاوت واضح في استقبال الأفلام السعودية بين الداخل والخارج؛ حيث يُنظر إلى الإنتاج المحلي بوصفه يحظى بقبول إيجابي داخل

على المستويين المحلي والدولي عن وجود قصور استراتيجي في حملات التسويق المتكاملة، بينما تبين النسبة المحدودة التي أعدت الترويج قوياً على المستويين قلة التجارب التي تمكنت من تحقيق حضور مزدوج ناجح، وتؤكد النسبة الضئيلة جداً لمن يرون ترويجاً جيداً دولياً وضعيفاً محلياً على محدودية التجارب السعودية التي تخاطب الجمهور العالمي خطاباً أفضل من المحلي، الأمر الذي يبرز الحاجة لتطوير خطط تسويق شاملة تدعم الحضور المحلي والدولي معاً.

المحلي والدولي) في الترتيب الرابع بنسبة 11.8%، وأخيراً جاء الترويج (جيد دولياً وضعيف محلياً) في الترتيب الخامس بنسبة 5.5%.

وتشير هذه النتيجة إلى أن الترويج المحلي للأفلام السعودية يحظى باهتمام كبير وفاعلية أوضح من الترويج الدولي؛ مما يبين تركيز المؤسسات الإنتاجية وجهات الدعم على السوق الداخلي أكثر من التوسع الخارجي، ويكشف تراجع نسبة الترويج

- العناصر التي تساعد في تحسين جودة الأفلام السعودية لتكون منافسة على المستوى الإقليمي والدولي:

جدول (16) العناصر التي تساعد في تحسين جودة الأفلام السعودية لتكون منافسة على المستوى الإقليمي والدولي

| الاتجاه | الوزن النسبي | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | درجة الموافقة | | | | | | | | | | العبارات |
|-------------|--------------|-------------------|-----------------|---------------|---|---------|---|-------|----|------|----|-----------|----|---|
| | | | | لا اتفق بشدة | | لا اتفق | | محايد | | اتفق | | اتفق بشدة | | |
| | | | | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | |
| يتفق تماماً | 91.50 | 0.68452 | 4.5748 | 0.0 | 0 | 1.6 | 2 | 6.3 | 8 | 25.2 | 32 | 66.9 | 85 | زيادة الاستثمار في تطوير المهارات الفنية للكوادر المحلية في مجالات الإخراج والتمثيل والإنتاج. |
| يتفق تماماً | 91.18 | 0.79336 | 4.5591 | 1.6 | 2 | 0.8 | 1 | 7.1 | 9 | 21.3 | 27 | 69.3 | 88 | تفعيل دور هيئة الأفلام السعودية في تنظيم ورش عمل وتدريب متخصص لصناع الأفلام. |
| يتفق تماماً | 91.02 | 0.76333 | 4.5512 | 0.0 | 0 | 3.1 | 4 | 7.1 | 9 | 21.3 | 27 | 68.5 | 87 | زيادة التركيز على القصص المحلية التي تبين الهوية والثقافة السعودية بشكل جذاب. |
| يتفق تماماً | 90.87 | 0.70997 | 4.5433 | 0.0 | 0 | 1.6 | 2 | 7.9 | 10 | 25.2 | 32 | 65.4 | 83 | تحسين التوزيع الرقمي للأفلام السعودية عبر المنصات العالمية. |

| الاتجاه | الوزن النسبي | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | درجة الموافقة | | | | | | | | | | العبارات |
|-------------|--------------|-------------------|-----------------|---------------|---|---------|----|-------|----|------|----|-----------|----|--|
| | | | | لا اتفق بشدة | | لا اتفق | | محايد | | اتفق | | اتفق بشدة | | |
| | | | | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | |
| يتفق تماماً | 89.92 | 0.82495 | 4.4961 | 0.8 | 1 | 2.4 | 3 | 9.4 | 12 | 21.3 | 27 | 66.1 | 84 | توفير المزيد من الدعم المالي للأفلام السعودية بالشراكات مع القطاع الخاص. |
| يتفق تماماً | 89.76 | 0.77527 | 4.4882 | 0.0 | 0 | 2.4 | 3 | 10.2 | 13 | 23.6 | 30 | 63.8 | 81 | تحسين تقنيات الإنتاج والتصوير باستخدام أحدث المعدات والتكنولوجيا. |
| يتفق تماماً | 89.76 | 0.85325 | 4.4882 | 1.6 | 2 | 2.4 | 3 | 7.1 | 9 | 23.6 | 30 | 65.4 | 83 | توسيع نطاق التسويق والترويج للأفلام السعودية على المستويات الإقليمية والدولية. |
| يتفق تماماً | 88.50 | 0.85002 | 4.4252 | 0.0 | 0 | 4.7 | 6 | 9.4 | 12 | 24.4 | 31 | 61.4 | 78 | تقديم منصات عرض جديدة للأفلام السعودية في المهرجانات السينمائية الدولية. |
| يتفق تماماً | 84.57 | 0.99354 | 4.2283 | 1.6 | 2 | 6.3 | 8 | 11.8 | 15 | 28.3 | 36 | 52.0 | 66 | تشجيع الإنتاجات المشتركة مع دول أخرى لتعزيز التبادل الثقافي والفني. |
| يتفق تماماً | 77.95 | 1.28381 | 3.8976 | 6.3 | 8 | 11.0 | 14 | 16.5 | 21 | 18.9 | 24 | 47.2 | 60 | زيادة التعاون مع المخرجين والكتاب الدوليين لجلب أفكار جديدة ومبتكرة. |

عينة الدراسة تدرك أن الاستثمار في العنصر البشري هو المحرك الأساسي لتطور صناعة السينما السعودية، فالجودة الفنية لأي إنتاج سينمائي ترتبط مباشرة بكفاءة المخرجين والممثلين وفريق الإنتاج، ويبين تصدر هذا العنصر قناعة بأن تحقيق المنافسة الإقليمية والدولية يتطلب كوادراً محلية مدربة وقادرة على الإبداع والابتكار، ويعبر ذلك أيضاً عن وعي بأهمية تطوير

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن عبارة (زيادة الاستثمار في تطوير المهارات الفنية للكوادر المحلية في مجالات الإخراج والتمثيل والإنتاج) جاءت في المرتبة الأولى من بين العبارات التي توضح العناصر التي تساعد في تحسين جودة الأفلام السعودية لتكون منافسة على المستوى الإقليمي والدولي؛ حيث جاء الاتجاه العام موافقاً تماماً بمتوسط حسابي 4.5748. يرى الباحث أن

بالشكل المناسب. وجاءت عبارة (تحسين التوزيع الرقمي للأفلام السعودية عبر المنصات العالمية) في المرتبة الرابعة حيث جاء الاتجاه العام موافقاً تماماً بمتوسط حسابي 4.5433. وجاءت عبارة (توفير المزيد من الدعم المالي للأفلام السعودية بالشراكات مع القطاع الخاص) في المرتبة الخامسة حيث جاء الاتجاه العام موافقاً تماماً بمتوسط حسابي 4.4961. إن هذا الترتيب الموضح في الجدول بالنسبة للعناصر التي تراها عينة الدراسة تساعد في تحسين جودة الأفلام السعودية لتكون منافسة على المستوى الإقليمي والدولي تشير إلى تراتبية معقولة من حيث الاهتمام بالأولويات التي تراها العينة ذات أهمية وتأثير نزولاً إلى العبارات الأخيرة، مثل: (تقديم منصات عرض جديدة) بمتوسط حسابي 4,4252، ثم العبارة ما قبل الأخيرة (تشجيع الانتاجات المشتركة مع دول أخرى ...) بمتوسط حسابي 4,2283، وأخيراً (زيادة التعاون مع المخرجين والكتاب الدوليين لجلب أفكار جديدة ومبتكرة) بمتوسط حسابي 3.8976. ويرى الباحث أن العبارات الثلاث التي جاءت في ذيل القائمة تبين أيضاً اهتمام عينة الدراسة بالأولوية؛ حيث تحظى العبارات الأخرى بتأييد العينة مقارنة بالعبارات الثلاث الأخيرة التي تتعلق بعوامل ممكن أن تساعد، ولكن بعد أن يتم التركيز على العوامل الأكثر أهمية التي حظيت بمراتب أولى وفق تأييد عينة الدراسة. وأن العبارة الأخيرة تبين ثقة عينة الدراسة في الكوادر المحلية أو بعض منها في قدرتها على تقديم أفكار جديدة ومبتكرة مقارنة بالقدرات الدولية على مستوى الكتاب والمخرجين.

المهارات المهنية والفنية لتجاوز التحديات القائمة في الصناعة، في وقت أصبحت فيه المنافسة في أسواق السينما تعتمد بدرجة كبيرة على جودة الأداء البشري لا الإمكانيات التقنية فقط.

وجاءت عبارة (تفعيل دور هيئة الأفلام السعودية في تنظيم ورش عمل وتدريب متخصص لصناع الأفلام) في المرتبة الثانية حيث جاء الاتجاه العام موافقاً تماماً بمتوسط حسابي 4.5591. وتشير هذه النتيجة إلى أن عينة الدراسة تولي أهمية خاصة للدور التدريبي الذي يمكن أن تقوم به هيئة الأفلام السعودية؛ حيث يرون أن تنظيم ورش العمل والدورات المتخصصة يمثل خطوة جوهرية نحو رفع كفاءة صناع الأفلام، ويساعد على تطوير مهارات فنية وتقنية تتماشى مع المعايير الإقليمية والدولية، ويبين ذلك قناعة بأن تحسين جودة الإنتاج السينمائي لا يعتمد فقط على الإمكانيات المادية أو البنية التحتية، بل يتطلب استثماراً ممنهجاً في العنصر البشري، وهو ما يمكن تحقيقه من برامج تدريبية احترافية متواصلة تقودها مؤسسات رسمية معنية.

وجاءت عبارة (زيادة التركيز على القصص المحلية التي تبين الهوية والثقافة السعودية بشكل جذاب). في المرتبة الثالثة حيث جاء الاتجاه العام موافقاً تماماً بمتوسط حسابي 4.5512. تشير هذه النتيجة إلى وعي عينة الدراسة بأهمية المحتوى والمضمون المحلي الذي يقدم الهوية والثقافة السعودية بشكل جذاب، وتقديم هذا المحتوى بشكل جذاب لا يتأتى إلا بزيادة الاستثمار في تطوير الكوادر الفنية وتدريبها وهي التي يعوّل عليها اختيار المحتوى المحلي والمضمون وتقديمه

- أهم العوامل التي ساعدت في نجاح الإنتاج السينمائي السعودي كما ترى عينة الدراسة:
جدول (17) أهم العوامل التي ساعدت في نجاح الإنتاج السينمائي السعودي كما ترى عينة الدراسة

| الاتجاه | الوزن النسبي | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | درجة الموافقة | | | | | | | | | | العوامل |
|--------------|--------------|-------------------|-----------------|---------------|---|----------|---|-------|----|-------|----|------------|----|---|
| | | | | لا أوافق بشدة | | لا أوافق | | محايد | | أوافق | | أوافق بشدة | | |
| | | | | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | |
| موافق تماماً | 87.24 | 0.81328 | 4.3622 | 0.0 | 0 | 2.4 | 3 | 14.2 | 18 | 28.3 | 36 | 55.1 | 70 | لعبت وسائل التواصل الاجتماعي دورًا كبيرًا في الترويج للأفلام السعودية، حيث يقوم الجمهور بمشاركة آرائه والتفاعل مع صناعات الأفلام؛ مما أسهم في بناء قاعدة جماهيرية للأفلام السعودية. |
| موافق تماماً | 85.51 | 0.94849 | 4.2756 | 1.6 | 2 | 3.9 | 5 | 13.4 | 17 | 27.6 | 35 | 53.5 | 68 | إطلاق مهرجان البحر الأحمر السينمائي الدولي أسهم في تعزيز مكانة السعودية على الساحة السينمائية الدولية. |
| موافق تماماً | 84.41 | 0.89897 | 4.2205 | 1.6 | 2 | 1.6 | 2 | 17.3 | 22 | 32.3 | 41 | 47.2 | 60 | ظهور جيل جديد من المخرجين والممثلين السعوديين الذين استطاعوا تقديم أعمال فنية مميزة. |
| موافق تماماً | 84.25 | 0.97289 | 4.2126 | 2.4 | 3 | 3.1 | 4 | 15.0 | 19 | 29.9 | 38 | 49.6 | 63 | بسبب افتتاح دور السينما في 2018، أصبحت الأفلام السعودية أكثر قدرة على الوصول إلى الجمهور المحلي؛ مما أسهم في |

| الاتجاه | الوزن النسبي | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | درجة الموافقة | | | | | | | | | | العوامل |
|---------|--------------|-------------------|-----------------|---------------|---|----------|---|-------|----|-------|----|------------|----|--|
| | | | | لا أوافق بشدة | | لا أوافق | | محايد | | أوافق | | أوافق بشدة | | |
| | | | | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | |
| | | | | | | | | | | | | | | تحسين الإيرادات وجذب المزيد من الاستثمارات. |
| موافق | 82.99 | 0.91789 | 4.1496 | 0.8 | 1 | 4.7 | 6 | 16.5 | 21 | 34.6 | 44 | 43.3 | 55 | بفضل السماح بفتح دور السينما وتنوع المحتوى المعروض، أصبح الجمهور السعودي أكثر إقبالاً على مشاهدة الأفلام، بما في ذلك الأفلام المحلية. |
| موافق | 82.83 | 0.87036 | 4.1417 | 0.0 | 0 | 3.9 | 5 | 19.7 | 25 | 34.6 | 44 | 41.7 | 53 | وجود الأفلام التي تتناول قصصاً محلية سعودية بطريقة عالمية، مثل سيدة البحر وحد الطار، استطاعت جذب انتباه المهرجانات السينمائية الدولية وإثارة الاهتمام بالجوانب الثقافية والاجتماعية في السعودية. |
| موافق | 82.20 | 0.97776 | 4.1102 | 1.6 | 2 | 4.7 | 6 | 18.9 | 24 | 30.7 | 39 | 44.1 | 56 | إطلاق العديد من البرامج والمبادرات لتدريب المواهب في السعودية في مجال الإخراج، التمثيل، وكتابة السيناريو؛ مما أدى إلى تحسين |

| الاتجاه | الوزن النسبي | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | درجة الموافقة | | | | | | | | | | العوامل |
|---------|--------------|-------------------|-----------------|---------------|---|----------|---|-------|----|-------|----|------------|----|---|
| | | | | لا أوافق بشدة | | لا أوافق | | محايد | | أوافق | | أوافق بشدة | | |
| | | | | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | |
| | | | | | | | | | | | | | | جودة الإنتاج. |
| موافق | 81.57 | 0.97269 | 4.0787 | 0.8 | 1 | 6.3 | 8 | 19.7 | 25 | 30.7 | 39 | 42.5 | 54 | تطوير دور السينما، استوديوهات التصوير، ومعدات الإنتاج تساعد في توفير بيئة إنتاج متكاملة تدعم المشاهير السينمائية المحلية. |
| موافق | 81.26 | 0.97385 | 4.0630 | 1.6 | 2 | 5.5 | 7 | 18.1 | 23 | 34.6 | 44 | 40.2 | 51 | بدأت شركات الإنتاج السعودية في استخدام أحدث التقنيات السينمائية، بما في ذلك التصوير بتقنية K4، والمؤثرات البصرية الحديثة، ما أضاف طابعًا احترافيًا وجذب جمهورًا أوسع. |
| موافق | 81.10 | 1.01815 | 4.0551 | 2.4 | 3 | 6.3 | 8 | 15.7 | 20 | 34.6 | 44 | 40.9 | 52 | بعض الأفلام السعودية فازت بجوائز في مهرجانات سينمائية دولية، مما زاد من مكانة السينما السعودية على المستوى العالمي وأسهم في نجاحها. |
| موافق | 79.06 | 1.01464 | 3.9528 | 1.6 | 2 | 6.3 | 8 | 25.2 | 32 | 29.1 | 37 | 37.8 | 48 | العديد من الأفلام السعودية تقدم محتوى |

| الاتجاه | الوزن النسبي | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | درجة الموافقة | | | | | | | | | | العوامل |
|---------|--------------|-------------------|-----------------|---------------|---|----------|----|-------|----|-------|----|------------|----|---|
| | | | | لا أوافق بشدة | | لا أوافق | | محايد | | أوافق | | أوافق بشدة | | |
| | | | | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | |
| | | | | | | | | | | | | | | يناسب جميع أفراد العائلة، وهو ما يتماشى مع قيم وتقاليد المجتمع السعودي؛ مما يجعلها قادرة على جذب شريحة كبيرة من الجمهور. |
| موافق | 77.17 | 1.06700 | 3.8583 | 2.4 | 3 | 7.9 | 10 | 26.8 | 34 | 27.6 | 35 | 35.4 | 45 | الأفلام السعودية تدمج بين القيم الثقافية السعودية والتقنيات السينمائية الحديثة؛ مما جعلها قادرة على جذب الجمهور من مختلف الأعمار. |
| موافق | 77.01 | 1.01636 | 3.8504 | 2.4 | 3 | 7.9 | 10 | 22.0 | 28 | 37.8 | 48 | 29.9 | 38 | التعاون مع شركات إنتاج عالمية أتاح للمخترعين السعوديين الوصول إلى خبرات وتقنيات متقدمة في صناعة الأفلام؛ مما أدى إلى رفع مستوى الجودة في الإنتاجات المحلية. |
| موافق | 76.54 | 1.03198 | 3.8268 | 3.9 | 5 | 4.7 | 6 | 25.2 | 32 | 37.0 | 47 | 29.1 | 37 | تزايد الاهتمام بالاستثمارات في الإنتاج السينمائي، حيث بدأت شركات الإنتاج |

| الاتجاه | الوزن النسبي | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | درجة الموافقة | | | | | | | | | | العوامل |
|---------|--------------|-------------------|-----------------|---------------|---|----------|----|-------|----|-------|----|------------|----|---|
| | | | | لا أوافق بشدة | | لا أوافق | | محايد | | أوافق | | أوافق بشدة | | |
| | | | | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | |
| | | | | | | | | | | | | | | المحلية والدولية في ضخ أموال كبيرة لدعم المشاريع السينمائية في السعودية. |
| موافق | 76.54 | 1.13455 | 3.8268 | 3.9 | 5 | 8.7 | 11 | 24.4 | 31 | 26.8 | 34 | 36.2 | 46 | الأفلام السعودية تناقش قضايا اجتماعية معاصرة تخص المجتمع السعودي؛ مما جعل هذه الأفلام ذات صلة مباشرة بالجمهور المحلي. |
| موافق | 76.38 | 1.14377 | 3.8189 | 5.5 | 7 | 8.7 | 11 | 16.5 | 21 | 37.0 | 47 | 32.3 | 41 | التوجه نحو إنتاج مشترك بين السعودية ودول أخرى، مثل مصر والإمارات؛ مما يفتح فرصاً جديدة لنشر الأفلام السعودية في أسواق أوسع والاستفادة من الخبرات الإقليمية. |

الدراسة، حيث جاء الاتجاه العام موافقاً تماماً بمتوسط حسابي 4.9528. توضح هذه النتيجة أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت من أبرز أدوات دعم وترويج الإنتاج السينمائي في السعودية؛ حيث يرى غالبية عينة الدراسة أن التفاعل الرقمي ساعد في خلق حالة من الحضور الشعبي للأفلام المحلية، وأسهم في بناء جمهور متابع وفاعل، ويبين

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن (وسائل التواصل الاجتماعي دورًا كبيرًا في الترويج للأفلام السعودية، حيث يشارك الجمهور آراءه والتفاعل مع صناعات الأفلام؛ مما أسهم في بناء قاعدة جماهيرية للأفلام السعودية) جاءت في المرتبة الأولى من بين أهم العوامل التي ساعدت في نجاح الهامة السينمائي السعودي كما ترى عينة

الأفلام، بما في ذلك الأفلام المحلية) في المرتبة الخامسة حيث جاء الاتجاه العام موافقاً بمتوسط حسابي 4.1496. يشير تأخر العبارات المتعلقة بافتتاح دور السينما إلى أن الدراسة تمت في العام 2024م، بمعنى مضى ما يقارب ست سنوات على افتتاح السينما، وهو ما يعني أن السينما أصبحت واقعة ملموسة وحقيقية، ولكنها ما زالت تشكل عاملاً مساعداً في انتشار الأفلام السينمائية السعودية ونجاحها.

جاء (وجود الأفلام التي تتناول قصصاً محلية سعودية بطريقة عالمية، مثل سيدة البحر، وحد الطار، استطاعت جذب انتباه المهرجانات السينمائية الدولية وإثارة الاهتمام بالجوانب الثقافية والاجتماعية في السعودية) في المرتبة السادسة حيث جاء الاتجاه العام موافقاً بمتوسط حسابي 4.1417. وتشير هذه النتيجة إلى تطلع عينة الدراسة إلى تقديم القصص المحلية والمضمون المحلي بأساليب فاعلة تشكل أحد عوامل نجاح الإنتاج السينمائي. ونلاحظ أن عبارة (الأفلام السعودية تناقش قضايا اجتماعية معاصرة تخص المجتمع السعودي؛ مما جعل الأفلام ذات صلة مباشرة بالجمهور المحلي) قد جاءت في المرتبة ما قبل الأخيرة بمتوسط حسابي 3,8268، بينما تتضمن هذه العبارة أيضاً القصص المحلية والمضمون المحلي. وهذا ربما يبين رؤية عينة الدراسة بأنه لا يكفي أن يقدم المضمون المحلي، بل كيف يتم تقديمه بطرق مختلفة أو عالمية، وجاء في اختيارهم للعبارة السابقة وتقديمها في المراتب الأولى. ونجد أن عبارة (التوجه نحو إنتاج مشترك بين السعودية ودول أخرى) جاءت في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي 3,8189، وهو ما يبين طبيعة اختيارات العينة السابقة في التركيز على أولوية ما يخدم الإنتاج المحلي تطوراً ودعماً، ويأتي لاحقاً عملية الاستفادة من الإنتاج المشترك دولياً.

ارتفاع نسب الموافقة إدراكاً متزايداً بأهمية المنصات الرقمية بوصفه وسيطاً دعائياً وثقافياً، فيما تكشف نسبة المحايدين عن وجود شريحة ترى أن الأثر ما زال محدوداً أو يتطلب تنظيماً وتوجيهاً أفضل، الأمر الذي يشير إلى حاجة الصناعة لمزيد من استراتيجيات التواصل الرقمي المدروس لتعزيز مكانة الأفلام السعودية.

وجاءت (إطلاق مهرجان البحر الأحمر السينمائي الدولي أسهم في تعزيز مكانة السعودية على الساحة السينمائية الدولية) في المرتبة الثانية حيث جاء الاتجاه العام موافقاً تماماً بمتوسط حسابي 4.2756. تؤكد هذه النتيجة أن مهرجان البحر الأحمر السينمائي الدولي يُنظر إليه أحد أبرز المبادرات التي عززت من مكانة السعودية سينمائياً؛ حيث أسهم في توفير منصة دولية لعرض الإنتاجات المحلية وفتح قنوات تواصل مع صناع أفلام عالميين، وتبين نسبة الموافقة المرتفعة قناعة الممارسين والمهتمين بأن المهرجان يشكل رافداً مهماً لدعم الحراك السينمائي الوطني، بينما تُظهر نسبة المحايدين أن بعضهم ينتظر أثراً أوسع للمهرجان على مستوى فرص الإنتاج والتوزيع الدولي. وجاء (ظهور جيل جديد من المخرجين والممثلين السعوديين الذين استطاعوا تقديم أعمال فنية مميزة) في المرتبة الثالثة من حيث جاء الاتجاه العام موافقاً تماماً بمتوسط حسابي 4.2205. تبين هذه النتيجة وجود جيل جديد من المخرجين والممثلين المحليين يحمل رؤية فنية جديدة رأت عينة الدراسة تميز ما قدموه من أعمال فنية. وجاءت (بسبب افتتاح دور السينما في 2018، أصبحت الأفلام السعودية أكثر قدرة على الوصول إلى الجمهور المحلي؛ مما أسهم في تحسين الإيرادات وجذب المزيد من الاستثمارات) في المرتبة الرابعة حيث جاء الاتجاه العام موافقاً تماماً بمتوسط حسابي 4.2126. وجاءت (بفضل السماح بفتح دور السينما وتنوع المحتوى المعروض، أصبح الجمهور السعودي أكثر إقبالاً على مشاهدة

المحور الثاني: دور الإنتاج السينمائي في تعزيز الهوية الوطنية:

- دور الإنتاج السينمائي السعودي في تعزيز الهوية الوطنية كما ترى عينة الدراسة:

جدول (18) دور الإنتاج السينمائي السعودي في تعزيز الهوية الوطنية كما ترى عينة الدراسة

| الدور | درجة الموافقة | | | | | | | | | | | | | |
|--|---------------|------|-------|------|-------|------|----------|-----|---------------|-----|-----------------|-------------------|--------------|--------------|
| | أوافق بشدة | | أوافق | | محايد | | لا أوافق | | لا أوافق بشدة | | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الوزن النسبي | الاتجاه |
| | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | | | | |
| تعزيز التعاون بين المبدعين والفنانين؛ مما يعزز الثقافة الفنية في المملكة. | 63 | 49.6 | 45 | 35.4 | 15 | 11.8 | 3 | 2.4 | 1 | 0.8 | 4.3071 | 0.83106 | 86.14 | موافق تماماً |
| ترويج السياحة الثقافية بالأفلام التي تظهر المعالم الثقافية والتاريخية للمملكة. | 66 | 52.0 | 41 | 32.3 | 12 | 9.4 | 6 | 4.7 | 2 | 1.6 | 4.2835 | 0.93348 | 85.67 | موافق تماماً |
| تقديم نماذج إيجابية من الشخصيات الوطنية في السينما، يمكن أن تلهم هذه الأفلام الأجيال الجديدة للإسهام في بناء مستقبل وطنهم. | 64 | 50.4 | 37 | 29.1 | 19 | 15.0 | 4 | 3.1 | 3 | 2.4 | 4.2205 | 0.97520 | 84.41 | موافق تماماً |
| تعزيز الفخر الوطني عن طريق الأفلام التي تبرز إنجازات الوطن وتاريخه. | 60 | 47.2 | 41 | 32.3 | 19 | 15.0 | 3 | 2.4 | 4 | 3.1 | 4.1811 | 0.98736 | 83.62 | موافق |
| يساهم في تسليط الضوء على القصص المحلية والموروث الثقافي؛ مما يساعد على تعزيز الهوية الوطنية. | 55 | 43.3 | 45 | 35.4 | 22 | 17.3 | 2 | 1.6 | 3 | 2.4 | 4.1575 | 0.92946 | 83.15 | موافق |
| تسليط الضوء على التحديات والإنجازات بتناول قضايا اجتماعية وسياسية. | 54 | 42.5 | 46 | 36.2 | 21 | 16.5 | 4 | 3.1 | 2 | 1.6 | 4.1496 | 0.91789 | 82.99 | موافق |
| تعزيز القيم والمبادئ الوطنية بنشر قيم وطنية مثل الوحدة، الانتماء، والفخر بالتراث. | 55 | 43.3 | 47 | 37.0 | 16 | 12.6 | 5 | 3.9 | 4 | 3.1 | 4.1339 | 0.99493 | 82.68 | موافق |

في الأماكن الجذابة في المملكة مثل مدينة نيوم، والأماكن السياحية في جنوب المملكة.

وجاء دور الإنتاج السينمائي في (تقديم نماذج إيجابية من الشخصيات الوطنية في السينما، يمكن أن تلهم هذه الأفلام الأجيال الجديدة للإسهام في بناء مستقبل وطنهم) في المرتبة الثالثة حيث جاء الاتجاه العام موافقاً تماماً بمتوسط حسابي 4.2205. وجاء دور الإنتاج السينمائي في (تعزيز الفخر الوطني عن طريق الأفلام التي تبرز إنجازات الوطن وتاريخه) في المرتبة الرابعة؛ فقد جاء الاتجاه العام موافقاً بمتوسط حسابي 4.1811. وجاء دور الإنتاج السينمائي في (يسهم في تسليط الضوء على القصص المحلية والموروث الثقافي؛ مما يساعد على تعزيز الهوية الوطنية) في المرتبة الخامسة؛ فقد جاء الاتجاه العام موافقاً بمتوسط حسابي 4.1575. وجاء دور الإنتاج السينمائي في (تسليط الضوء على التحديات والإنجازات بتناول قضايا اجتماعية وسياسية) بمتوسط حسابي 4.1496 في المرتبة ما قبل الأخيرة، وأخيراً جاء دور الإنتاج السينمائي في (تعزيز القيم والمبادئ الوطنية بنشر قيم وطنية مثل الوحدة، الانتماء، والفخر بالتراث) بمتوسط حسابي 4.1339. يفسر الباحث وجود هذا الدور في ذيل القائمة إلى تطلع العينة إلى أن الإنتاج السينمائي يؤدي إلى تعزيز قيم أكثر عمقا من الوحدة والانتماء والفخر بالتراث، أو ربما أن العينة تعتقد بأن مثل هذه القيم أصبحت متجذرة في المجتمع وربما يتم تناولها عبر وسائل إعلام أخرى.

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن دور الإنتاج السينمائي في (تعزيز التعاون بين المبدعين والفنانين؛ مما يعزز الثقافة الفنية في المملكة) جاء في المرتبة الأولى من ضمن أدوار الإنتاج السينمائي السعودي في تعزيز الهوية الوطنية كما ترى عينة الدراسة؛ إذ جاء الاتجاه العام موافقاً تماماً بمتوسط حسابي 4.3071. وتبين هذه النتيجة قناعة قطاع واسع من عينة الدراسة بأن الإنتاج السينمائي بات يمثل أداة فعالة في جمع الطاقات الإبداعية داخل بيئة واحدة؛ مما يتيح تبادل الخبرات ويغذي المشهد الفني والثقافي الوطني، ويشير ارتفاع نسب الموافقة إلى تنامي وعي صناع الأفلام والممارسين بقيمة التعاون في تعزيز حضور الهوية السعودية. وجاء دور الإنتاج السينمائي في (ترويج السياحة الثقافية بالأفلام التي تظهر المعالم الثقافية والتاريخية للمملكة) في المرتبة الثانية حيث جاء الاتجاه العام موافقاً تماماً بمتوسط حسابي 4.2835. يرى الباحث أن الإنتاج السينمائي السعودي بدأ يُنظر إليه بوصفه وسيلة استراتيجية لتعزيز السياحة الثقافية بإبراز معالم المملكة التاريخية والحضارية، وتبين النسبة الكبيرة من الموافقة إدراك عينة الدراسة للدور المحوري للأفلام في نقل صورة بصرية معبرة عن الهوية والمكان، وتؤكد كذلك أن صناع الأفلام باتوا أكثر وعياً بتوظيف مواقع التصوير بوصفها أدوات للترويج السياحي والثقافي. وهذا الاتجاه نجده واضحاً في عدد من الأفلام السعودية التي فضلت التصوير

- انعكاس القيم الثقافية والاجتماعية للمجتمع السعودي في الأفلام السعودية:

جدول (19) تجسيد القيم الثقافية والاجتماعية للمجتمع السعودي في الأفلام السعودية

| الاتجاه | الوزن النسبي | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | درجة الموافقة | | | | | | | | | | العبارات |
|---------|--------------|-------------------|-----------------|---------------|---|----------|---|-------|----|-------|----|------------|----|--|
| | | | | لا أوافق بشدة | | لا أوافق | | محايد | | أوافق | | أوافق بشدة | | |
| | | | | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | |
| موافق | 83.31 | 0.94922 | 4.1654 | 1.6 | 2 | 3.9 | 5 | 16.5 | 21 | 32.3 | 41 | 45.7 | 58 | تُظهر الأفلام التفاعات بين الأجيال المختلفة، وكيف يمكن أن تتغير القيم والأفكار مع مرور الوقت؛ مما يبين التحديات الاجتماعية. |
| موافق | 83.15 | 0.93796 | 4.1575 | 1.6 | 2 | 3.1 | 4 | 18.1 | 23 | 32.3 | 41 | 44.9 | 57 | تعرض الأفلام نماذج من الشباب الذين يسعون لتحقيق أحلامهم؛ مما يُلهم الأجيال الجديدة ويبين روح الطموح والإبداع. |
| موافق | 82.99 | 0.89157 | 4.1496 | 0.8 | 1 | 3.1 | 4 | 18.9 | 24 | 34.6 | 44 | 42.5 | 54 | تبين الأفلام التغيرات الاجتماعية والثقافية التي تحدث في المجتمع السعودي؛ مما يبين واقع الحياة المعاصرة ويعطي فرصة للنقاش عن تلك القضايا. |
| موافق | 82.52 | 0.91714 | 4.1260 | 0.8 | 1 | 3.9 | 5 | 19.7 | 25 | 33.1 | 42 | 42.5 | 54 | بتصوير الحياة اليومية، تُظهر الأفلام العادات والتقاليد المتبعة؛ مما يساعد في فهم ثقافة المجتمع. |

| الاتجاه | الوزن النسبي | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | درجة الموافقة | | | | | | | | | | العبارات |
|---------|--------------|-------------------|-----------------|---------------|---|----------|----|-------|----|-------|----|------------|----|--|
| | | | | لا أوافق بشدة | | لا أوافق | | محايد | | أوافق | | أوافق بشدة | | |
| | | | | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | |
| موافق | 82.36 | 0.89633 | 4.1181 | 1.6 | 2 | 2.4 | 3 | 18.1 | 23 | 38.6 | 49 | 39.4 | 50 | تبرز الأفلام السعودية التقاليد الثقافية والعادات اليومية، مثل المناسبات الاجتماعية، الأعراس، والاحتفالات الدينية؛ مما يبين التزام المجتمع بالقيم الثقافية. |
| موافق | 82.20 | 0.93629 | 4.1102 | 0.8 | 1 | 3.9 | 5 | 22.0 | 28 | 29.9 | 38 | 43.3 | 55 | تبرز الأفلام قيماً مثل الكرم، الشجاعة، والصداقة؛ مما يُظهر الجوانب الإيجابية في الثقافة السعودية. |
| موافق | 81.10 | 1.03362 | 4.0551 | 0.8 | 1 | 8.7 | 11 | 19.7 | 25 | 26.0 | 33 | 44.9 | 57 | بتقديم قصص عن الشخصيات الوطنية والتاريخ السعودي، تبين الأفلام شعور الفخر والانتماء للوطن. |
| موافق | 81.10 | 0.98647 | 4.0551 | 0.8 | 1 | 6.3 | 8 | 22.0 | 28 | 28.3 | 36 | 42.5 | 54 | تتناول الأفلام موضوع الهوية الوطنية، بسرديات قصص تبين التنوع الثقافي والجغرافي للمملكة؛ مما يبين تعقيدات الهوية السعودية. |
| موافق | 80.31 | 0.98387 | 4.0157 | 2.4 | 3 | 3.1 | 4 | 23.6 | 30 | 32.3 | 41 | 38.6 | 49 | تمثل الأسرة محوراً أساسياً في الأفلام، حيث تُظهر الروابط الأسرية والتواصل بين |

| الاتجاه | الوزن النسبي | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | درجة الموافقة | | | | | | | | | | العبارات |
|---------|--------------|-------------------|-----------------|---------------|---|----------|---|-------|----|-------|----|------------|----|--|
| | | | | لا أوافق بشدة | | لا أوافق | | محايد | | أوافق | | أوافق بشدة | | |
| | | | | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | |
| | | | | | | | | | | | | | | الأجيال؛ مما يبين أهمية الأسرة في المجتمع السعودي. |
| موافق | 79.69 | 0.99988 | 3.9843 | 0.8 | 1 | 6.3 | 8 | 26.8 | 34 | 26.0 | 33 | 40.2 | 51 | تتناول العديد من الأفلام قضايا اجتماعية مثل التعليم، حقوق المرأة، والتمييز؛ مما يُظهر التحديات التي تواجه المجتمع وكيفية التعامل معها. |

أحلامهم؛ مما يُلهم الأجيال الجديدة ويبين روح الطموح والإبداع) في المرتبة الثانية حيث جاء الاتجاه العام موافقاً بمتوسط حسابي 4.1575. ويرى الباحث أن شريحة واسعة من عينة الدراسة ترى أن الأفلام السعودية باتت تقدم رسائل ملهمة للشباب، تبين طموحاتهم وتجاربهم؛ مما يعزز الارتباط بالهوية الوطنية ويحفز الأجيال الجديدة على الإبداع والمشاركة في مسيرة التنمية، وتبين النسبة المرتفعة للموافقة إدراكاً متزايداً بأهمية المحتوى السينمائي في تشكيل الوعي الاجتماعي والثقافي. جاءت عبارة (تبين الأفلام التغيرات الاجتماعية والثقافية التي تحدث في المجتمع السعودي؛ مما يبين واقع الحياة المعاصرة ويعطي فرصة للنقاش عن تلك القضايا) في المرتبة الثالثة حيث جاء الاتجاه العام موافقاً بمتوسط حسابي 4.1496. وجاءت عبارة (بتصوير الحياة اليومية، تُظهر الأفلام العادات والتقاليد المتبعة؛ مما يساعد في فهم ثقافة

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن عبارة (تُظهر الأفلام التفاعلات بين الأجيال المختلفة، وكيف يمكن أن تتغير القيم والأفكار مع مرور الوقت؛ مما يبين التحديات الاجتماعية) في المرتبة الأولى من بين العبارات التي توضح أدوار الإنتاج السينمائي السعودي في تعزيز الهوية الوطنية كما ترى عينة الدراسة، حيث جاء الاتجاه العام موافقاً بمتوسط حسابي 4.3071. وتشير هذه النتيجة إلى إدراك عينة الدراسة للدور التثقيفي والاجتماعي الذي باتت تؤديه الأفلام السعودية في نقل صورة حقيقية عن التحولات التي تشهدها العلاقات بين الأجيال داخل المجتمع؛ حيث بينت نسبة الموافقة المرتفعة تقدير الجمهور لقيمة السينما بوصفها أداة لعرض التباين في الأفكار والقيم مع مرور الوقت، وهو ما يساهم في تعزيز الوعي المجتمعي بالتحديات الاجتماعية المعاصرة. وجاءت عبارة (تعرض الأفلام نماذج من الشباب الذين يسعون لتحقيق

الاتجاه العام موافقاً بمتوسط حسابي 4.1181. وتشير بيانات الجدول أن قيم الترابط الأسري وطرح القضايا الاجتماعية قد أتت في نهاية الترتيب وهو ما يبين إغفال الأفلام السعودية لمثل هذه القيم والقضايا وعدم تناولها في ما يقدم من إنتاج سينمائي.

المجتمع) في المرتبة الرابعة؛ إذ جاء الاتجاه العام موافقاً بمتوسط حسابي 4.1260. وجاءت عبارة (تُبرز الأفلام السعودية التقاليد الثقافية والعادات اليومية، مثل المناسبات الاجتماعية، الأعراس، والاحتفالات الدينية؛ مما يبين التزام المجتمع بالقيم الثقافية) في المرتبة الخامسة؛ فقد جاء

- التحديات التي تواجه صناعة السينما في تقديم صورة واقعية عن الهوية السعودية كما ترى عينة الدراسة:

جدول (20) التحديات التي تواجه صناعة السينما في تقديم صورة واقعية عن الهوية السعودية كما ترى عينة الدراسة

| الاتجاه | الوزن النسبي | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | درجة الموافقة | | | | | | | | | | التحديات |
|--------------|--------------|-------------------|-----------------|---------------|---|----------|---|-------|----|-------|----|------------|----|--|
| | | | | لا أوافق بشدة | | لا أوافق | | محايد | | أوافق | | أوافق بشدة | | |
| | | | | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | |
| موافق تماماً | 91.34 | 0.70812 | 4.5669 | 0.0 | 0 | 0.8 | 1 | 7.9 | 10 | 24.4 | 31 | 66.9 | 85 | تحتاج الصناعة إلى مزيد من المهنيين المدربين في مجالات مثل الإخراج، التمثيل، والتقنيات السينمائية الحديثة. |
| موافق تماماً | 89.45 | 0.83406 | 4.4724 | 0.8 | 1 | 2.4 | 3 | 10.2 | 13 | 22.0 | 28 | 64.6 | 82 | التمويل يعد عائقاً رئيسياً أمام إنتاج الأفلام ذات الجودة العالية؛ مما يحد من قدرة المخرجين على تنفيذ رؤاهم الفنية. |
| موافق | 82.83 | 1.09635 | 4.1417 | 4.7 | 6 | 3.9 | 5 | 13.4 | 17 | 28.3 | 36 | 49.6 | 63 | الحاجة إلى تحقيق التوازن بين تقديم قصص تمثل الهوية الوطنية ومعالجة القضايا المعاصرة بأسلوب فني جذاب يمكن أن يكون تحدياً. |
| موافق | 82.68 | 0.97884 | 4.1339 | 1.6 | 2 | 4.7 | 6 | 18.1 | 23 | 29.9 | 38 | 45.7 | 58 | التحديات السريعة في المجتمع السعودي تتطلب من صناعة السينما التكيف مع التغيرات الثقافية والاجتماعية؛ مما يمكن أن يكون صعباً في بعض الأحيان. |

| الاتجاه | الوزن النسبي | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | درجة الموافقة | | | | | | | | | | التحديات |
|---------|--------------|-------------------|-----------------|---------------|---|----------|----|-------|----|-------|----|------------|----|---|
| | | | | لا أوافق بشدة | | لا أوافق | | محايد | | أوافق | | أوافق بشدة | | |
| | | | | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | |
| موافق | 81.42 | 0.97737 | 4.0709 | 1.6 | 2 | 6.3 | 8 | 15.7 | 20 | 36.2 | 46 | 40.2 | 51 | قد تكون هناك توقعات نمطية عن الهوية السعودية يمكن أن تؤثر على كيفية تقديم القصص، مما قد يؤدي إلى تقديم صورة غير دقيقة. |
| موافق | 78.90 | 1.15681 | 3.9449 | 3.1 | 4 | 11.0 | 14 | 17.3 | 22 | 25.2 | 32 | 43.3 | 55 | المنافسة مع الأفلام الأجنبية ووسائل الإعلام الأخرى قد تؤثر على كيفية إدراك الهوية السعودية، مما يجعل من الصعب تعزيز الهوية الوطنية. |
| موافق | 75.91 | 1.23017 | 3.7953 | 6.3 | 8 | 9.4 | 12 | 21.3 | 27 | 24.4 | 31 | 38.6 | 49 | قد تواجه الأفلام المحلية صعوبات في الوصول إلى الجمهور المحلي والدولي، مما يؤثر على تأثيرها الثقافي. |
| موافق | 75.12 | 1.15275 | 3.7559 | 4.7 | 6 | 9.4 | 12 | 24.4 | 31 | 28.3 | 36 | 33.1 | 42 | قد يكون من الصعب جذب الاستثمارات الدولية أو التعاون مع صناع أفلام من الخارج، مما يحد من تبادل الثقافات والأفكار. |

السعودية لا يتحقق فقط ببنية تحتية أو دعم مالي، بل يتطلب قبل ذلك وجود كوادر متخصصة تمتلك المهارات الفنية والمعرفية الكافية، ويُنظر إلى نقص الكفاءات في مجالات الإخراج والتمثيل والتقنيات السينمائية بوصفها عقبة رئيسة تحدّ من جودة الأفلام وقدرتها على التعبير الصادق عن الهوية الوطنية، ويبين هذا التقييم حاجة الصناعة إلى برامج تدريبية وورش عمل متخصصة تواكب المعايير الدولية، في ظل تطلعات نحو محتوى

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن عبارة (تحتاج الصناعة إلى مزيد من المهنيين المدربين في مجالات مثل الإخراج، التمثيل، والتقنيات السينمائية الحديثة) جاءت في المرتبة الأولى من بين العبارات التي توضح التحديات التي تواجه صناعة السينما في تقديم صورة واقعية عن الهوية السعودية كما ترى عينة الدراسة؛ إذ جاء الاتجاه العام موافقاً تماماً بمتوسط حسابي 4.5669. ويرى الباحث أن تطوير صناعة السينما

هناك توقعات نمطية عن الهوية السعودية يمكن أن تؤثر على كيفية تقديم القصص؛ مما قد يؤدي إلى تقديم صورة غير دقيقة) في المرتبة الخامسة؛ إذ جاء الاتجاه العام موافقًا بمتوسط حسابي 4.0709. وتشير بيانات الجدول أعلاه إلى أن صعوبة الاستثمار الدولي أو التعاون مع صناع الأفلام من الخارج لا تشكل تحديًا حاليًا للإنتاج السينمائي السعودي وفق رؤية عينة الدراسة، لذلك أتى هذا التحدي في نهاية الترتيب. وهذا مما يبين تحديات أخرى أهم من ذلك هي تلك التي جاءت في مقدمة المراتب.

مقترحات عينة الدراسة لتعزيز دور السينما السعودية في دعم الهوية الوطنية ونشرها محلياً ودولياً؛

جدول (21) مقترحات عينة الدراسة لتعزيز دور السينما السعودية في دعم الهوية الوطنية ونشرها محلياً ودولياً

| المقترحات | ك | % |
|--|-----|------|
| توفير دعم مالي وفني للمتدربين المحليين؛ مما يسهل إنتاج أفلام تبين الهوية الثقافية والاجتماعية للسعودية. | 100 | 78.7 |
| دعم الكتابة السينمائية بورش عمل ومحاضرات؛ مما يشجع على إنشاء سيناريوهات تبين القيم والفصص الثقافية. | 95 | 74.8 |
| إنشاء برامج تدريبية متخصصة في مجالات الإخراج، التمثيل، والتصوير الفوتوغرافي لتطوير الكوادر البشرية في صناعة السينما. | 92 | 72.4 |
| استخدام المنصات الرقمية لبث الأفلام السعودية؛ مما يتيح لها الوصول إلى جمهور أوسع محلياً ودولياً. | 91 | 71.7 |
| تعزيز الدعم الحكومي للسينما، بما في ذلك تخفيض الضرائب أو تقديم منح مالية للمشاريع السينمائية التي تركز على الهوية الوطنية. | 87 | 68.5 |
| تقديم دعم خاص للأفلام التي تتناول مختلف جوانب الحياة في السعودية، بما في ذلك الأفلام التي تتناول قضايا الشباب والمرأة. | 85 | 66.9 |
| إقامة مهرجانات سينمائية محلية ودولية لتسليط الضوء على الأعمال السينمائية السعودية وتوفير منصة للعرض والنقاش. | 74 | 58.3 |

سينمائي محلي قادر على المنافسة والتأثير الإقليمي والدولي. وجاءت عبارة (التمويل يعد عائقاً رئيساً أمام إنتاج الأفلام ذات الجودة العالية؛ مما يحد من قدرة المخرجين على تنفيذ رؤاهم الفنية) في المرتبة الثانية حيث جاء الاتجاه العام موافقاً تماماً بمتوسط حسابي 4.4724. يرى الباحث أن التمويل يمثل إحدى العقبات الجوهرية التي تعرقل تطور الصناعة السينمائية السعودية؛ حيث يُعد غياب الدعم الكافي عائقاً أمام تحقيق طموحات صناع الأفلام في تنفيذ أعمال بجودة فنية وتقنية عالية، وأن محدودية الميزانيات غالباً ما تضطر المخرجين إلى التنازل عن بعض الجوانب الإبداعية أو الاعتماد على أدوات إنتاجية أقل تطوراً، وهو ما قد يؤثر سلباً على قدرة الفيلم في تقديم صورة واقعية معبرة عن الهوية والثقافة الوطنية، لذلك يبرز مطلب تطوير آليات تمويل مرنة ومستدامة تدعم الإنتاج السينمائي السعودي. وجاءت عبارة (الحاجة إلى تحقيق التوازن بين تقديم قصص تمثل الهوية الوطنية ومعالجة القضايا المعاصرة بأسلوب فني جذاب يمكن أن يكون تحدياً) في المرتبة الثالثة؛ فقد جاء الاتجاه العام موافقاً بمتوسط حسابي 4.1417. ويرى الباحث أن هذه النتيجة وتقدمها في الترتيب مقارنة بما بعدها تبين رؤية عينة الدراسة نحو المضمون المحلي؛ حيث لا يكفي تقديم المضمون، ولكن كما تم الإشارة إليه سابقاً كيف يقدم المضمون. وجاءت عبارة (التحولات السريعة في المجتمع السعودي تتطلب من صناع السينما التكيف مع التغيرات الثقافية والاجتماعية؛ مما يمكن أن يكون صعباً في بعض الأحيان) في المرتبة الرابعة؛ فقد جاء الاتجاه العام موافقاً بمتوسط حسابي 4.1339. وجاءت عبارة (قد تكون

السينمائية التي تركز على الهوية الوطنية) في الترتيب الخامس بنسبة 68.5%، وجاء مقترح (تقديم دعم خاص للأفلام التي تتناول مختلف جوانب الحياة في السعودية، بما في ذلك الأفلام التي تتناول قضايا الشباب والمرأة) في الترتيب السادس بنسبة 66.9%، ثم تتوالى ترتيب مقترحات عينة الدراسة لتعزيز دور السينما السعودية في دعم الهوية الوطنية ونشرها محلياً ودولياً. توضح بيانات الجدول المقترحات التي تراها عينة الدراسة وفق الأهمية الحالية لتعزيز الهوية الوطنية. فقد جاءت الاقتراحات الأولى لدعم الصناعة أولاً بالدعم المالي وأيضاً بدعم الكتابة السينمائية التي تشكل أهمية كبرى في الصناعة السينمائية؛ حيث يعد النص السينمائي هو المركز الأساسي للإنتاج وبدون نص متميز تظل الصناعة دون المستوى المأمول. وجاء مقترح التدريب في المجالات المتخصصة ثالثاً. وهذه المقترحات التي جاءت في المراتب الثلاث الأولى تبين حاجة الإنتاج السينمائي لهذا النوع من الدعم على مستوى الدعم المالي والفني، ودعم الكتابة والبرامج التدريبية. وتبين المقترحات: استخدام منصات رقمية لبث الأفلام السعودية، وتعزيز الدعم الحكومي للأعمال التي تتعلق بالهوية الوطنية، والأفلام التي تتناول قضايا الشباب والمرأة التي حظيت بنسبة تكرار عالية إلى رؤية عينة الدراسة لجوانب أخرى مهمة لتعزيز دور السينما السعودية في دعم الهوية الوطنية.

مناقشة نتائج الدراسة:

تشير نتائج الدراسة إلى أن غالبية أفراد العينة يرون أن مستوى تطور الإنتاج السينمائي في السعودية في السنوات الأخيرة قد حقق تحسناً ملحوظاً؛ حيث تراوحت آراؤهم بين جيد وجيد جداً، وهو ما يبين وجود إدراك عام بأن الصناعة السينمائية

| المقترحات | ك | % |
|--|----|------|
| إنشاء استراتيجيات تسويقية مبتكرة للترويج للأفلام السعودية، من خلال وسائل الإعلام الاجتماعية والبرامج الثقافية. | 69 | 54.3 |
| استخدام التكنولوجيا الحديثة في الإنتاج والتوزيع لجعل الأفلام السعودية أكثر جاذبية وسهولة في الوصول. | 67 | 52.8 |
| بناء شراكات مع صناع أفلام عالميين لتبادل الخبرات وفتح آفاق جديدة للإنتاج المشترك. | 66 | 52.0 |
| إشراك الجمهور في عمليات الإنتاج والترويج، مثل دعوات للعرض الأول أو استطلاعات الرأي عن الأفلام. | 64 | 50.4 |
| تنظيم ندوات ومناقشات عن مواضيع الأفلام لتشجيع الحوار الثقافي وتبادل الآراء عن الهوية الوطنية. | 62 | 48.8 |
| العمل على افتتاح دور سينما جديدة في مناطق متعددة من المملكة؛ مما يزيد من إمكانية الوصول إلى الأفلام المحلية. | 54 | 42.5 |

ن=127

يشير الجدول السابق إلى أن مقترح (توفير دعم مالي وفني للمنتجين المحليين؛ مما يسهل إنتاج أفلام تبين الهوية الثقافية والاجتماعية للسعودية) قد جاء في الترتيب الأول من بين مقترحات عينة الدراسة لتعزيز دور السينما السعودية في دعم الهوية الوطنية ونشرها محلياً ودولياً بنسبة 78.7%، يليها جاء مقترح (دعم الكتابة السينمائية بورش عمل ومحاضرات؛ مما يشجع على إنشاء سيناريوهات تبين القيم والقصص الثقافية) في الترتيب الثاني بنسبة 74.8%، بينما جاء مقترح (إنشاء برامج تدريبية متخصصة في مجالات الإخراج، التمثيل، والتصوير الفوتوغرافي لتطوير الكوادر البشرية في صناعة السينما) في الترتيب الثالث بنسبة 72.4%، أما (استخدام المنصات الرقمية لبث الأفلام السعودية؛ مما يتيح لها الوصول إلى جمهور أوسع محلياً ودولياً) فجاءت في الترتيب الرابع بنسبة 71.7%، ثم جاء مقترح (تعزيز الدعم الحكومي للسينما، بما في ذلك تخفيض الضرائب أو تقديم منح مالية للمشاريع

الإنتاج. تتفق هذه النتيجة مع دراسة Shesha & Yusuf (2021) التي خلصت إلى أن قرار السماح بالنشاط السينمائي في المملكة له أهمية في تعزيز وإثراء القطاع السينمائي والترفيه.

أما ما يخص الدعم الحكومي فقد عبّر عدد من أفراد العينة عن رضاهم بدرجات متفاوتة، حيث توافق بعضهم على أن الدعم المقدم لصناعة السينما كافٍ، في حين بقي بعضهم على الحياد أو أبدى تحفظاً؛ مما يبين تفاوتاً في التجربة الفعلية للمشاركين مع الجهات الداعمة وربما يشير إلى ضرورة إعادة تقييم آليات تقديم الدعم وقياس أثره بانتظام.

وعن طرق تمويل المشاريع السينمائية جاءت آراء المشاركين لتؤكد أن التمويل المشترك بين الحكومة والقطاع الخاص هو النموذج الأكثر جدوى؛ إذ يوفّر توازناً بين الاستدامة والدعم المؤسسي، بينما كان التمويل الكامل من القطاع الخاص أو من الحكومة أقل حضوراً؛ مما يدل على أهمية بناء شراكات استراتيجية لضمان تنمية القطاع.

وقد أظهرت النتائج أن القطاع الخاص يؤدي دوراً لا يمكن إغفاله في دعم الصناعة السينمائية؛ حيث يرى عدد من المشاركين أن إسهامه تتراوح بين المتوسطة والكبيرة؛ مما يبين انخراطاً متزايداً من المستثمرين في هذا المجال، على الرغم من الحاجة إلى تحفيز أوسع لزيادة حجم هذا الإسهام. وتتفق هذه الدراسة مع دراسة Alamri (2024a)، التي تناولت دور القطاع الخاص في الإنتاج السينمائي المتمثل بشركة روتانا.

وفيما يتعلق بالتعاون الدولي في مجال الإنتاج فإن النتائج أظهرت أن مستوى هذا التعاون لا يزال دون الطموح، فقد عبّر أغلب المشاركين أن

السعودية بدأت تشهد نمواً واستقراراً، ويعزز هذا الاتجاه المؤشرات الإيجابية التي رافقت الانفتاح الثقافي في المملكة؛ مما يدل على تزايد ثقة المهنيين في مستقبل هذا القطاع.

وأظهرت النتائج أن عينة الدراسة ترى في جعل السعودية مركزاً إقليمياً لصناعة السينما هدفاً استراتيجياً مهماً ويبين هذا التوجه توافقاً عابداً مع أهداف رؤية 2030 التي تسعى إلى تعزيز الحضور الثقافي للمملكة إقليمياً ودولياً، وأعطى هدف زيادة عدد الأفلام المعروضة في المهرجانات الدولية أولوية تالية، إضافة إلى دعم المواهب المحلية وتعزيز الهوية الوطنية بالإنتاج السينمائي، وهو ما يبين وعياً لدى العاملين في المجال بأهمية التكامل بين الإنتاج الثقافي والمشروع الوطني الأوسع.

وأظهرت النتائج أن هيئة الأفلام السعودية يُنظر إليها على أنها تؤدي دوراً فعالاً في دعم الإنتاج المحلي، حيث يرى العديد من المشاركين أن الهيئة تقوم بمهامها بدرجة من الفاعلية، في حين رأى آخرون أن دورها متوسط أو محدود؛ مما يشير إلى تباين في تقييم أداء الهيئة ربما يعود إلى اختلاف مستويات التفاعل أو الدعم الذي يحصل عليه العاملون في المجال، ويبين الحاجة إلى توسيع نطاق دعم الهيئة ليشمل مختلف فئات صناع السينما.

وقد بينت الدراسة أن افتتاح دور السينما في المملكة شكّل تحولاً مهماً في بنية الصناعة السينمائية؛ إذ يرى معظم المشاركين أن لذلك الافتتاح أثراً إيجابياً كبيراً على تطور الإنتاج المحلي، من حيث إتاحة المنصات لعرض الأعمال وتعزيز العلاقة المباشرة بين المنتج والمستهلك؛ ما ساعد على تحسين جودة المحتوى وزيادة حجم

وشراكات إعلامية دولية لتوسيع حضور الأفلام السعودية خارجياً.

وفيما يتعلق بالعوامل التي تُسهم في تحسين جودة الأفلام السعودية، فقد جاءت العوامل المتعلقة بتنمية المهارات الفنية والتدريب المهني وتنظيم الورش المتخصصة في مقدمة الاهتمامات، بالإضافة إلى التركيز على القصص المحلية وتحسين التوزيع الرقمي، وهو ما يبين إدراكاً لدى المشاركين بأهمية التكامل بين الجانب الإبداعي والتقني والتسويقي.

وأشارت النتائج إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي تؤدي دوراً كبيراً في الترويج للأفلام السعودية، بالتفاعل والمشاركة بين الجمهور وصنّاع الأفلام؛ مما يسهم في بناء قاعدة جماهيرية قوية ويزيد من فرص النجاح التجاري والفني، وهذه النتيجة قد تتفق مع نتيجة دراسة أبو حسنة ومغربي (2020)، التي جاءت فيها نسبة 50% من عينة الدراسة تجد الأفلام السينمائية القصيرة عن طريق البحث عنها، وحيث لم تحدد الباحثتان نوع البحث عن الأفلام فإننا نفترض أن تكون وسائل التواصل الاجتماعي هي إحدى طرق البحث عن الأفلام. وجاءت نسبة 28% من عينة الدراسة تجد الأفلام عن طريق التواصل مع المنتجين وهو ما يطرح وسائل التواصل بوصفها إحدى وسائل التواصل مع المنتجين.

وفيما يخص أدوار الإنتاج السينمائي في تعزيز الهوية الوطنية، فقد أكد المشاركون على أهمية تعزيزه بالتعاون بين الفنانين وترويجه للسياحة الثقافية وتقديمه لنماذج وطنية ملهمة، إضافة إلى إبرازه لإنجازات الوطن وتاريخه؛ مما يبين فهماً عميقاً للدور الثقافي للفن السينمائي.

التعاون بين المنتجين المحليين والدوليين يتراوح بين الضعيف والمتوسط، وهو ما يشير إلى وجود فرصة كبيرة لتعزيز الشراكات مع الأسواق العالمية وتبادل الخبرات بما يعود بالنفع على تطور الإنتاج المحلي.

أما ما يخص توافر الكوادر البشرية المتخصصة فقد عبّر المشاركون عن أن هذا التوافر لا يزال محدوداً، مع إشارات إلى تحسن متوسط في بعض التخصصات؛ مما يدل على أهمية الاستثمار في التعليم والتدريب السينمائي لتعزيز قدرة الصناعة على الإنتاج المستقل والتميز.

وعن الأدوات والتقنيات المتاحة لصناع الأفلام، فقد اتفق عدد كبير من المشاركين على أنها متقدمة، ولكن إتاحتها محدودة؛ مما يدل على أن مستوى التطور التكنولوجي موجود لكنه لا يصل بعد إلى الجميع، وهذا ما يستدعي زيادة فرص التمكين التقني لصناع السينما وتسهيل الوصول إلى الموارد، وأشار المشاركون إلى أن البنية التحتية والتجهيزات الخاصة بالإنتاج السينمائي متوافرة بدرجة متوسطة؛ مما يعني وجود الأساس اللازم لكن مع الحاجة إلى توسيع الطاقة الاستيعابية وتحسين الكفاءة بما يتناسب مع طموحات التوسع في هذا القطاع.

وفي ما يتعلق باستقبال الأفلام السعودية على المستوى المحلي والدولي، أظهرت النتائج أن التقدير المحلي أكبر من الدولي؛ مما يشير إلى الحاجة إلى تطوير آليات الترويج الخارجي للأعمال السينمائية السعودية، مع التركيز على النوعية والمواضيع القابلة للتصدير الثقافي.

أما من حيث الترويج للأفلام السعودية، فقد أكد المشاركون أن الترويج المحلي أقوى من الدولي، وهو ما يدعم الحاجة إلى خطط تسويقية فعالة

السينمائي السعودي والمهتمين به، وهي على النحو الآتي:

- قيام هيئة الأفلام بتوفير فرص تنمية المهارات الفنية والتدريب المهني وتنظيم الورش المتخصصة للعاملين في مجال السينما والتعاون مع القطاع الخاص في إيجاد الفرص التدريبية والتجارب التي تصقل العاملين في المجال. فقد أظهرت نتائج الدراسة أهمية هذا الجانب بالنسبة لعينة الدراسة.
- زيادة فعالية الدور الذي تؤديه هيئة الأفلام ليشمل إعداد البنية التحتية لصناعة السينما ودعم المنتجين على المستوى الفني بتسهيل حصولهم على التقنيات الحديثة، ودعمهم لمزيد من التبادل الفني والإنتاجي على المستوى العالمي.
- أهمية توسيع الدعم الحكومي في المملكة العربية السعودية لقطاع السينما ليشمل الجوانب المالية واللوجستية وتسهيل المهمات وتذليل العقبات التي تقف أمام المنتجين السينمائيين.
- تشجيع وتحفيز القطاع الخاص نحو مزيد من الدعم المادي والفني للمنتجين السينمائيين، والدخول في شراكات على مستوى الإنتاج المحلي.
- أهمية جودة الإنتاج السينمائي على المستوى الفني والتقني، وكذلك أسلوب تناول المواضيع المحلية لأهميتها في تعزيز الهوية الوطنية السعودية.

الصعوبات limitations

يأتي في قائمة الصعوبات التي واجهها الباحث قلة المراجعات الدراسية والأبحاث العلمية المتعلقة

وبيّنت الدراسة أن الإنتاج السينمائي السعودي ينجح في تجسيد التغيرات الاجتماعية والثقافية التي يعيشها المجتمع بتصوير الحياة اليومية والتفاعلات بين الأجيال؛ مما يبين قدرة السينما على طرح قضايا واقعية ترتبط بالهوية وتحفز النقاش الاجتماعي. ويرى الباحث أن هذه النتيجة تتوافق مع دراسة مكي وحمر العين (2022) التي أظهرت أن السينما التي تمارسها المخرجة السعودية هي تعبير واع عن ذاتها وكيانها في المجتمع التي تعد من القضايا المحفزة للنقاش على المستوى الاجتماعي. كذلك تتفق مع دراسة العتيبي (2024) التي تناولت تحليل أحد الأفلام السعودية وخلصت إلى أن المعتقدات الاجتماعية كانت أكثر بروزاً من غيرها بنسبة 61%. وتتفق مع دراسة J Ridha'a Ali (2024) التي تناولت أحد الأفلام السعودية وخلصت إلى تمركز القيود الاجتماعية للمرأة بوصفها قضية محورية في الفيلم السعودي.

وأخيراً أظهرت النتائج أن من أبرز التحديات التي تواجه صناعة السينما في تقديم صورة واقعية عن الهوية السعودية هو نقص الكوادر المهنية المدربة، وضعف التمويل، وصعوبة تحقيق التوازن بين تقديم صورة الهوية ومواكبة القضايا الحديثة، بالإضافة إلى الحاجة إلى التكيف مع التحولات السريعة في المجتمع السعودي؛ مما يتطلب استراتيجيات واضحة لدعم البيئة المهنية والإبداعية في هذا القطاع.

توصيات الدراسة:

وفق نتائج الدراسة التي عرضها الباحث، فإنه يقدم بعدد من التوصيات التي يرى أن ذات أهمية للجهات والمؤسسات ذات العلاقة بواقع الإنتاج

https://www.cinematechhaddad.com/Cinematech/Cinematech_Library/Library-2_48.pdf

⁵ حميد بن مسلم السعيد، "دور الأسرة الخليجية والعربية في تعزيز الهوية الوطنية في ظل تحديات التحولات الرقمية"، المجلة العلمية للتكنولوجيا وعلوم الإعاقة، مجلد 6 عدد3(2024): 21-51، ص 34.

⁶ هناء الحواج، "إعلام شركة أرامكو المرئي في المنطقة الشرقية بالمملكة العربية السعودية 1366-1389هـ، 1947-1966م: دراسة تاريخية"، مجلة الجمعية السعودية التاريخية، ص 15، ع31 (2015): 137-175.

⁷ صفاء محمد الزوري، "العوامل المؤثرة على أداء القائمين بالاتصال في السينما السعودية: دراسة ميدانية"، مجلة كلية الآداب، العدد 50، الجزء الأول (2019): 487-536.

⁸ ربا أبو حسنة وهشام مغربي، "دراسة آثار الأفلام القصيرة على المجتمع السعودي"، مجلة بحوث التربية النوعية، عدد 85(2020): 45-79.

⁹ Shesha, L & Yusuf, N. (2021). The Socio-economic Potential of the Emerging Film Industry in Saudi Arabia. European Journal of Sustainable Development, 10, 1, 239-256.

¹⁰ حيزة مكي وخيرة حمر العين، "التجربة السينمائية النسوية في السعودية، سينما شابة ثرية بالتجارب الإنسانية: قراءة في بعض الأفلام السعودية"، مجلة آفاق سينمائية، المجلد 9، العدد 2(2022): 60-78.

¹¹ Alamri, M. (2023). Film Regulation and Censorship Practices in Saudi Arabia. A Case Study of GCAM. Asian Journal of Media and Communication, 7 (1), 1-16.

¹² Alardawi, M. & Saqah, F. & Zakari, H. (2023). The Representation of Women in Saudi Film: The Case of Amra and the Second Marriage. Asian Social Science, 19 (6), 123-134.

¹³ بدور مبارك العتيبي، "القيم الثقافية التي تعكسها الأفلام السعودية على منصة نتفليكس: فيلم سطار نموذجاً"، المجلة الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، عدد 59(2024): 122-140.

¹⁴ سحر الدوسري، "صناعة أفلام الرسوم المتحركة في المملكة العربية السعودية: دراسة وصفية تحليلية للهوامل

بمجال السينما السعودية وشحتها. وهذا أمر طبيعي عند دراسة موضوع ما زال في مراحل الأولى من التطور. وقد حرص الباحث على الاستعانة بعدد من قواعد المعلومات المتاحة في الإنترنت لتجاوز هذا العائق. وأن مجتمع البحث المكون من العاملين في المجال السينمائي السعودي هو مجتمع حديث لم توضع له أطراً تنظيمية لسهولة الوصول إليه، وقد سعى الباحث لتجاوز هذه العقبة بالاعتماد على أسلوب كرة الثلج في اختيار عينة الدراسة وقد كانت مناسبة في مثل هذه الحالة.

مراجع الدراسة:

¹ هيئة الأفلام، تقرير شبك التذاكر السنوي، (2024). تم الاطلاع فـي 2025/7/4، الرابط:

<https://film.moc.gov.sa/Publications>

² مهرجان أفلام السعودية، برنامج عروض الأفلام، (2025). تم الاطلاع فـي 2025/7/4، الرابط:

<https://www.saudifilmfestival.org/sff11-films-program>

³ عيسى خنيفر الذبياني، "دور وسائل الإعلام في تشكيل الهوية الوطنية والثقافة والتصدي لسلبات العولمة في المجتمع السعودي"، مجلة المعهد العالي للدراسات النوعية، مجلد 3، عدد 1، (2023): 111-150؛ ومحمد بن فهد الجبير، "إسهامات القنوات الفضائية السعودية في تعزيز الهوية الوطنية لدى الجمهور السعودي: دراسة مسحية على عينة من سكان مدينة الرياض"، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، عدد 24 (2022): 65-95؛ وصالح العقون ومحمود الأبرش، "آليات تعزيز الهوية الوطنية"، مجلة السراج في التربية وقضايا المجتمع، المجلد 3، عدد 1 (2019): 31-41؛ ومطلق بن سعود المطيري، "علاقة الجمهور السعودي بوسائل الإعلام ودورها في تشكيل مدركاتهم واتجاهاتهم نحو قضية الهوية الوطنية". المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، المجلد 11، عدد 2 (2024): 174-195.

⁴ ميشيل، ماري، معجم المصطلحات السينمائية، ترجمة فائز بشور، (ن.د) ص 86. تم الاطلاع في 2025 /12 /9، عبر الرابط:

رابط: <https://www.alweeam.com.sa/1041671/2024/%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%8A%D9%86%D9%85%D8%A7-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D8%B9%D9%88%D8%AF%D9%8A%D8%A9-90-/%D8%B9%D8%A7%D9%85%D9%8B%D8%A7>

22 Oruc, F. (2020). Petrocolonial Circulations and Cinema's Arrival in the Gulf. *Film History*, 32.3, pp. 10-42, 16.

23 Ibid, 16-17.

24 Ibid, 20.

25 يوسف الملا، "أفلام أرامكو والتثقيفية"، صحيفة اليوم: الرابط: <https://www.alyaum.com/articles/6017111/%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%AE%D8%A8%D8%A7%D8%B1/%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%B1%D9%82%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D9%8A%D9%88%D9%85/%D8%B3%D9%8A%D9%84%D9%81%D9%8A>، الحواج:

الملا.

27 نايف خلف الثقيل، "الدراما في ضوء مفهوم القوة الناعمة: دراسة حالة للمملكة العربية السعودية"، مجلة جامعة الملك عبد العزيز: الاتصال والدراسات الإعلامية، مجلد 1، العدد (2024) 1: 93-118، ص 109.

28 خالد ربيع السيد، سينمائيات سعودية: قراءات في أفلام مختارة (الدمام: مهرجان أفلام السعودية الخامس، 2019)، ص 11.

29 Ciecko, A. (2011). Cinema Of Yemen and Saudi Arabia. *Wide Screen*, 3 (1), 1-16 p5. Accessed in 2/7/2025, at: <https://widescreenjournal.org/wp-content/uploads/2021/06/cinema-of-yemen-and-saudi-arabia-narrative-strategies-cultural-challenges-contemporary-features.pdf> ; Ginsberg, T., & Lippard, C. (2020). *Historical dictionary of Middle Eastern cinema*. Maryland: Rowman & Littlefield Publishers, P456.

المؤثرة على الإنتاج"، المجلة العربية للنشر العلمي، العدد 68 (2024): 223-252.

15 فاطمة أحمد الشمrani ولمار إبراهيم مطيب، "الأزياء السعودية التراثية في السينما ودورها للوصول للعالمية"، مجلة الفنون والأدب وعلوم الانسانيات والاجتماع، عدد 108 (2024): 241-263.

16 Ali J, R. (2024). Female Triumph: Haifaa Al-Mansour's Feminist Issues as Reflected in Wadжда. *Journal of the University of Babylon for Humanities*, 2 (32), 71-79.

17 Alamri, M. (2024). The Role of Cinema in a Post-Oil Saudi Economy: A case study of Ithra Center. *The Egyptian Journal of media research*, No. 78, 1-28.

18 Alamri, M. (2024a). Rotana and the Advocacy of Film in Saudi Arabia (2015 - 2005). *Journal of Mass Communication*, 71 (2), 1549-1572.

19 بدرالدين مصطفى محمد، "مسارات الفيلم الوثائقي السعودي: التاريخ والمشهد الحالي والتحديات"، مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية، عدد 52 (2025): 698-725.

20 Alamri, 2024; Radwan, R. (2022). How reopening of cinemas in Saudi Arabia has proved a film-industry game-changer. *Arab News*. Accessed in 19/6/2025.

<https://www.arabnews.com/node/2041361/saudi-arabia#:~:text=Saudi%20Arabia%27s%20first%20cinemas%20appeared%20in%20the,in%20football%20clubs%2C%20backyards%2C%20courtyards%20and%20hotels>; AlGhannam, A. (2020). The political economy of Khaleeji cinema: Historical developments of Arab Gulf film industries, 109-135. In, Anna, R & Daniel, L & Matteo, S (Eds). *The Political Economy of Local Cinema: A Critical Introduction*. Berlin: Peter Lang International Academic Publishers; Obaid, R. (2017). The rise, fall and rebirth of Saudi cinema. *Arab News*. Accessed in 19/6/2025.

<https://www.arabnews.com/node/1207671/saudi-arabia>

21 صحيفة الوثام الإلكترونية. "من أرامكو والأحواش إلى نورة .. قصة السينما السعودية"، (2024). تم الاطلاع في

<https://www.proquest.com/docview/2058670006/fulltextPDF/5135A5E2AA8F491BPQ/1?accountid=142908&source=type=Dissertations%20%20Theses>; Yunis, A & Hudson, D. (2021). Introduction Film and Visual Media in the Gulf. Middle East Journal of Culture and Communication, 14. 5-22, p15: 62

44 عبد الرحمن الغنام، "نظرة على المستقبل: توجهات صناعة السينما السعودية وفرص التوسع والنمو"، مركز سميت للدراسات (2023). تم الاطلاع في 24/6/2025، الرابط: <https://smtcenter.net/archives/slider/%D9%86%D8%B8%D8%B1%D8%A9-%D8%B9%D9%84%D9%89-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B3%D8%AA%D9%82%D8%A8%D9%84>

45 السعيد، ص 12.
33 المرجع السابق، ص 26.
34 المرجع السابق، ص 28-29.
35 رؤية المملكة 2030، نبذة حول رؤية السعودية 2030. تم الاطلاع في 22/6/2025، الرابط: <https://www.vision2030.gov.sa/ar/overview>

46 مسفر القحطاني وفوزية القحطاني، "رؤية تربوية مقترحة لتعزيز الهوية الوطنية في ضوء بعض الخبرات العالمية"، مجلة العلوم التربوية، عدد 33(2022): 435-496، ص 455.
47 العقون والأبرش، ص 40.
48 الجبير، ص 71.
49 المطيري، ص 178.

50 الخضر عبد الباقي محمد، "دور الإعلام في تعزيز الهوية الوطنية والانتماء"، مجلة أصول الدين، عدد 6 (2022): 426-436، ص 436.
51 موسى حمدان، "تصور إداري مقترح لتحسين دور الإعلام في دول العالم الثالث في معالجة الآثار السلبية للعولمة الثقافية على الهوية الوطنية"، الجامعة الإسلامية بمبنيسوتا، المركز الرئيس. 283-316، ص 299. تم الاطلاع على الرابط في تاريخ 1/8/2025: <https://site.iu.edu.so/storage/8578/7.pdf>

52 المرجع السابق، ص 300.
53 فندز فؤاد، "الأفلام الثورة الجزائرية وتجليات الهوية الوطنية، قراءة في فيلمي خارج عن القانون ومعركة الجزائر"، مجلة آفاق سينمائية، مجلد 7، عدد 2(2020): 56-73، ص 56.

54 ذوقان عبيدات وعبد الرحمن عدس وكايد عبد الحق، البحث العلمي: مفهومه، أدواته، أساليبه (الرياض: دار أسامة، 1997)، ص 219.

55 محمد المحمودي، مناهج البحث العلمي (صنعاء: دار الكتب، 2019)، ص 51.

30 Janbi, W. (2018). Feminist Analysis: Saudi Arabian women seize their freedom through cinema. Master Thesis, Long Island University, p 7-8. Accessed in 24/6/2025, at:

<https://www.proquest.com/docview/2058670006/fulltextPDF/5135A5E2AA8F491BPQ/1?accountid=142908&source=type=Dissertations%20%20Theses>; Yunis, A & Hudson, D. (2021). Introduction Film and Visual Media in the Gulf. Middle East Journal of Culture and Communication, 14. 5-22, p15: 62

31 Shesha & Yusuf, p.240.

32 السيد، ص 12.
33 المرجع السابق، ص 26.
34 المرجع السابق، ص 28-29.
35 رؤية المملكة 2030، نبذة حول رؤية السعودية 2030. تم الاطلاع في 22/6/2025، الرابط: <https://www.vision2030.gov.sa/ar/overview>

36 رؤية المملكة 2030، برامج تحقيق الرؤية. تم الاطلاع في 22/6/2025، الرابط: <https://www.vision2030.gov.sa/explore/programs>

37 رؤية المملكة 2030، برنامج جودة الحياة. تم الاطلاع في 22/6/2025، الرابط: <https://www.vision2030.gov.sa/ar/explore/programs/quality-of-life-program>

38 المرجع السابق.
39 هيئة الأفلام، نبذة عن هيئة الأفلام. تم الاطلاع في 22/6/2025، الرابط: <https://film.moc.gov.sa/AboutUs>

40 المرجع السابق.
41 المرجع السابق.
42 هيئة الأفلام، المبادرات. تم الاطلاع في 23/6/2025، الرابط: <https://film.moc.gov.sa/Initiatives>

43 مصعب العمري، "الفيلم السعودي في المحافل الدولية"، مركز سميت للدراسات (2023). تم الاطلاع في 24/6/2025، الرابط: <https://smtcenter.net/archives/slider/%D8%A7%D9%84%D9%81%D9%8A%D9%84%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D8%B9%D9%88%D8%AF%D9%8A-%D9%81%D9%8A->

⁵⁶ محمد النعيمي وعبد الجبار البياتي وغازي خليفة، طرق ومناهج البحث العلمي (عمان: الوراق للنشر والتوزيع، 2015)، ص 95.

(57) قائمة بأسماء الأساتذة المحكمين لأداة الدراسة: د. أحمد معيدي (أستاذ الإعلام والاتصال المساعد بقسم الإعلام بجامعة الملك سعود)، د. فيصل الجابري (أستاذ مساعد في السينما بقسم الإعلام، بجامعة الملك سعود)، د. ميرفت العرضاوي (أستاذ مساعد في الدراما ودراسات الأفلام في جامعة الملك عبد العزيز)، د. علاء خليفة (الأستاذ المساعد بقسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام بجامعة الأزهر).

تأثير مجموعات واتساب أولياء الأمور على
المواظبة المدرسية لطلبة المرحلة الابتدائية
في السعودية "دراسة مختلطة في ضوء نظرية التأثير
الاجتماعي"

The Impact of WhatsApp Parent Groups on
School Attendance Among Primary School
Students in Saudi Arabia "A Mix Method Study in
the Light of Social Impact Theory"

د. رانية محمد السقاف

أستاذ مشارك: كلية الاتصال والإعلام - جامعة الملك عبدالعزيز

عواطف محمد الغامدي

طالبة ماجستير إعلام رقمي بكلية الاتصال والإعلام - جامعة الملك عبدالعزيز

سناء محمد البقمي

طالبة ماجستير إعلام رقمي بكلية الاتصال والإعلام - جامعة الملك عبدالعزيز

Dr. Rania M. Alsaggaf

Associate Professor in the Department of Journalism and Digital Media, College of Media and communication, King Abdulazizi University

Awatif Mohammed Al-Ghamdi

Master's students in Digital Media at the College of Media and Communication, King Abdulaziz University

Sana Mohammed AlBogami

Master's students in Digital Media at the College of Media and Communication, King Abdulaziz University



Abstract:

This study aimed to explore the level of parental interaction on WhatsApp groups, assess their positive and negative effects on the school attendance regularity of elementary stage students in the Kingdom of Saudi Arabia, and determine the extent of these groups' influence on collective absenteeism. The study employed a sequential mixed-methods design, where quantitative data were first collected via an electronic questionnaire administered to (381) parents of elementary school students, followed by the qualitative phase conducted through in-depth interviews with (9) parents, to deepen the understanding of the quantitative findings. The study's theoretical framework was based on Social Impact Theory. The results showed that WhatsApp groups are an effective tool in the educational process, as (88.7%) of parents are members of these groups, and that the positive effects outweighed the negative effects concerning regular attendance at school, classroom activities, and extracurricular activities. However, (55%) of parents indicated that these groups contributed to cases of collective absenteeism through social pressure and persuasion. Inferential statistical analysis confirmed a statistically significant inverse relationship ($p < 0.05$) between the level of interaction within the groups and regularity of school attendance. Furthermore, Spearman's correlation coefficient analysis revealed a weak negative relationship ($r = -0.19$) that was nevertheless statistically significant ($p = 0.00$) between the intensity of discussions about absenteeism in the groups and increased absenteeism rates. In light of these findings, the study recommended working to raise parental awareness about the importance of utilizing digital communication means in ways that serve the educational process, implementing blended learning and evaluating its effectiveness in supporting student attendance regularity. The study also suggests re-evaluating the structure of the academic year and the distribution of vacations, which would contribute to reducing negative messages through parents' WhatsApp groups that affect attendance regularity.

Keywords: WhatsApp, Social Media Platforms, Social Impact Theory, Parents, School Attendance Regularity, Collective Absenteeism

المخلص:

هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف مستوى تفاعل أولياء الأمور عبر مجموعات الواتساب، وتقييم تأثيراتها الإيجابية والسلبية على مواظبة طلاب المرحلة الابتدائية في المملكة العربية السعودية، وتحديد مدى تأثير هذه المجموعات على الغياب الجماعي. واستخدمت منهجًا مختلطًا متتابعًا، حيث تم جمع البيانات الكمية أولاً عبر استبانة إلكترونية شملت (381) من أولياء أمور طلاب المرحلة الابتدائية، ثم تلتها المرحلة النوعية التي أجريت من خلال مقابلات معمقة مع (9) من أولياء الأمور، وذلك لتعميق فهم النتائج الكمية. واستند الإطار النظري للدراسة إلى نظرية التأثير الاجتماعي. وأظهرت النتائج أن مجموعات واتساب تعد أداة فاعلة في العملية التعليمية حيث إن (88.7%) من أولياء الأمور أعضاء في هذه المجموعات، وأن التأثيرات الإيجابية فاقت التأثيرات السلبية فيما يخص المواظبة في الحضور للمدرسة والأنشطة الصفية واللامنهجية. ومع ذلك، أشار (55%) من أولياء الأمور إلى أن هذه المجموعات أسهمت في حالات الغياب الجماعي من خلال الضغط الاجتماعي والإقناع. وأكد التحليل الإحصائي الاستدلالي وجود علاقة عكسية ذات دلالة إحصائية ($p < 0.05$) بين مستوى التفاعل داخل المجموعات وانتظام الحضور المدرسي، وأسفر تحليل معامل ارتباط سبيرمان عن علاقة سلبية ضعيفة ($r = -0.19$)، لكنها ذات دلالة إحصائية ($p = 0.00$) بين كثافة النقاش حول الغياب في المجموعات وارتفاع معدلاته. وفي ضوء هذه النتائج، أوصت الدراسة بالعمل على رفع وعي أولياء الأمور حول أهمية تفعيل وسائل التواصل الرقمي بما يخدم العملية التعليمية، وتطبيق التعليم المدمج وتقييم فعاليته في دعم مواظبة الطلبة، واقترحت الدراسة إعادة تقييم هيكله العام الدراسي وتوزيع الإجازات، مما يساهم في تقليل الرسائل السلبية عبر مجموعات واتساب أولياء الأمور المؤثرة على المواظبة.

الكلمات المفتاحية: واتساب، منصات التواصل الاجتماعي، نظرية التأثير الاجتماعي، أولياء الأمور، المواظبة المدرسية، الغياب الجماعي.

المقدمة:

ذلك الطلاب والمعلمين وأولياء الأمور، وعلى وجه التحديد، أسهمت وسائل التواصل الاجتماعي، مثل تطبيق "واتساب"، في تعزيز التواصل الفعّال بين الأطراف المختلفة؛ مما مكّن أولياء الأمور من متابعة تقدم أبنائهم ومناقشة سبل تحسين أدائهم التعليمي (عتيم، 2024)، على الرغم من تسجيل بعض الآثار السلبية المرتبطة بأنماط الاستخدام (السقاف، 2021).

وفي ظل هذه المعطيات، وانطلاقاً من الأهمية المحورية لدور أولياء الأمور في دعم العملية التعليمية، تأتي هذه الدراسة لتسليط الضوء على تأثير مجموعات واتساب الخاصة بأولياء الأمور على المواظبة المدرسية لدى طلاب المرحلة الابتدائية في السعودية، وذلك من خلال تحليل واقع استخدام هذه المجموعات وقياس أثرها على انتظام الطلاب في الحضور.

الواتساب:

شهدت شبكات التواصل الاجتماعي تطوراً ملحوظاً منذ تسعينيات القرن الماضي، وبرز منها تطبيق "واتساب" أداةً فعّالة في التواصل، ولا سيّما في المجال التربوي، وهو تطبيق مجاني يتيح لمستخدميه إجراء المحادثات النصية والمكالمات الصوتية ومشاركة مختلف أنواع المحتوى.

وقد عرّف بانسال وجوشي نقلاً عن المدني (2019) تطبيق "واتساب" بأنه أحد تطبيقات الهواتف المحمولة واسعة الانتشار، التي لا تقتصر وظيفتها على الدردشة فقط، بل تشمل كذلك إمكانيات الاتصال الصوتي وتبادل المعلومات والمحتوى المتنوع.

شهد العالم في العقود الأخيرة تحولاً رقمياً غير مسبوق، جعل من الإنترنت وسيطاً قوياً للتواصل؛ حيث تؤدي تطبيقات المنصات الاجتماعية والمراسلة الفورية دوراً جوهرياً في حياة الأفراد (Chan, Yong & Harmizi, 2020) وعلى الرغم من أن هذه التطبيقات -بما تتيحه من تبادل للنصوص والصور والفيديو- أسهمت في توفير فرص كبيرة للنمو والابتكار، لكنها فرضت تحديات ومخاطر متعددة، أثرت إيجاباً وسلباً على المجتمع، كان من أبرزها تهديد الخصوصية وانتشار المعلومات المضللة (أحمد، 2023).

وفي هذا السياق، تبين الإحصاءات الحديثة في المملكة العربية السعودية حجم هذا التحول الرقمي، حيث بلغ معدل انتشار الإنترنت أكثر من (99%)، ووصل عدد مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي إلى (35.1) مليون مستخدم في عام 2024، أي ما يعادل (94.3%) من السكان (شركة راجح، 2024). وتُعد هذه الأرقام مؤشراً واضحاً على الأهمية المتزايدة لهذه الوسائل في الحياة اليومية، بما في ذلك قطاع التعليم؛ مما يبرز الحاجة إلى استثمارها استثماراً مدروساً لتعزيز جودة العملية التعليمية، مع مراعاة التحديات المصاحبة لتوظيفها؛ إذ تشير الدراسات إلى تأثيرات المنصات الاجتماعية في التواصل والتفاعل الاجتماعي والنجاح الأكاديمي، التي تعتمد في تأثيرها على الغرض من الاستخدام (السقاف، 2021).

وإضافة إلى ذلك، يُعد قطاع التعليم من أكثر القطاعات تأثراً بالتطورات الرقمية، فقد أدت هذه التحولات إلى تغيير جذري في أساليب التعليم والتواصل بين أطراف العملية التعليمية، بما في

فهي من ناحية تُعزز التواصل وتبادل الخبرات والتوصيات التربوية (Cino et al., 2021)، ومن ناحية أخرى قد تولد ضغوطًا اجتماعية أو تُسهّل تبني توجهات سلبية تجاه الالتزام المدرسي، Johari, Noordin & Mahamad, 2022) Githinji & Margaret, 2019)، لكن هذه الأدبيات أغفلت استكشاف الآلية النظرية التي تفسر كيف يتحول التفاعل اليومي في هذه المجموعات إلى سلوك جماعي منظم، كالغياب الجماعي، فالدراسات التي تناولت تأثير المنصات الرقمية على الانضباط المدرسي، مثل: (Githinji & Margaret, 2019; Cox, 2023)، إما استندت إلى أطر نظرية مختلفة، أو تناولت الغياب بوصفه مؤشرًا عامًا دون التركيز على طابعه الجماعي المُنسّق رقميًا، أما الدراسات التي استخدمت نظرية التأثير الاجتماعي، مثل: (Badshah, Jalal, Rehman, Zubair & Umar, 2021)، فركّزت على تعزيز المشاركة، دون توضيح كيف يمكن لآليات هذه النظرية -كالضغط الاجتماعي والامتثال والإقناع والتقليد- أن تتحول إلى محرّك فعلي للقرار الجماعي بالتغيّب في فضاء المجموعات الرقمية المغلقة.

إن طبيعة التفاعل غير المتزامن وغياب السياق العاطفي المباشر في مجموعات واتساب (حميدي وبن عمروش، 2024) توفر بيئة خصبة لتفعيل آليات التأثير الاجتماعي (Davlembayeva & Papagiannidis, 2024)؛ مما قد يمنح قرارات كالغياب شرعية اجتماعية ويحوّلها إلى ممارسة جماعية. ومع ذلك، يبقى الرابط السببي الإجرائي بين هذه الآليات النظرية المحددة وبين بروز ظاهرة الغياب الجماعي غائبًا في الأدبيات، خاصة في السياق السعودي ذي الخصوصية الثقافية

أُنشئ التطبيق عام 2009 على يدي بريان أكتون (أمريكي)، ويان كوم (أوكراني)، ويقع مقر الشركة في سانتا كلارا بكاليفورنيا، وبحلول أغسطس 2014، أصبح تطبيق "واتساب" الأكثر شعبية عالميًا في مجال المراسلة؛ إذ تجاوز عدد مستخدميه 600 مليون مستخدم، وواصل تصدره حتى عام 2015، بوصفه التطبيق الأكثر استخدامًا على مستوى العالم (إسماعيل، 2021).

يستخدم واتساب أداة تواصل اجتماعي وتربوي، وقد أصبح أداة رئيسة في تعزيز التواصل بين المدرسة وأولياء الأمور؛ مما أسهم في دعم العملية التعليمية من خلال تسهيل التواصل المباشر وغير المباشر، سواء على المستوى الفردي أو الجماعي، Wasserman & Zwebner, 2021; Cino, Gigli & Demozzi, 2017)، ويُعد هذا التواصل امتدادًا للدور المجتمعي الداعم للعملية التعليمية؛ نظرًا لعدم إمكانية فصل المدرسة عن الأسرة (السعدية وأبو خطوة، 2020)، فقد أتاحت التكنولوجيا الحديثة فرصًا متجددة لهذا النوع من التواصل، ومن أبرز هذه الوسائل تطبيق "واتساب" (Wasserman & Zwebner, 2017).

مشكلة البحث:

شهدت البيئة التعليمية في المملكة العربية السعودية تحولاً رقميًا متسارعًا، يتجلى في الاعتماد المكثف على تطبيقات المراسلة الفورية، وعلى رأسها واتساب الذي تصل نسبة انتشاره إلى (90.9%) (هيئة الاتصالات والفضاء والتقنية، 2024). وقد نشّكت من هذا التطبيق مجموعات خاصة لأولياء الأمور أصبحت قناة رئيسة للتواصل والتنسيق في الشأن التربوي، وتكشف الأدبيات السابقة عن تناقض في تأثير هذه المجموعات:

الأمر على الحضور والغياب، لكنها تختلف في المنهجية والبيئات التعليمية وتحدياتها، على التوالي؛ مما يجعل من الضروري دراسة تأثير مجموعات واتساب في المدارس السعودية لفهم التحديات والفرص، وللإسهام في إثراء المعرفة من خلال تحليل مدى تأثير استخدام تلك المجموعات على المواظبة المدرسية في السعودية، مع التركيز على طلبة صفوف المرحلة الابتدائية وحالات الغياب الجماعي المتعمد، وفهم التأثير الناتج بين مجموعات واتساب في أنواع المدارس المختلفة (حكومي / خاص) وما ينتج عنه من آثار متباينة تجمع بين المنافع والتحديات؛ مما يؤثر على تطوير السياسات والاستراتيجيات الهادفة إلى تعزيز الاستفادة من هذه المجموعات (Dávila, Tabilo, Vera-Muñoz, & Arcos, 2023)، إضافةً إلى ذلك، أكدت دراسة (Badshah et al., 2021) على أن تعزيز العلاقة بين أولياء الأمور بعضهم ببعض، وبناء علاقة مثمرة مع المعلمين ومدير المدرسة يمكن أن يسهم في تحسين نسبة حضور الطلاب، وهو ما يدعم الحاجة إلى استكشاف كيفية تأثير مجموعات واتساب على هذه الديناميكية.

من ناحية أخرى تناولت دراسة السقاف (2021) تأثير تطبيق "واتساب" على الأداء الدراسي؛ حيث أشارت إلى دوره في تعزيز التواصل وتبادل المعلومات بين الطالبات؛ مما أثر إيجابياً على تحصيلهن الأكاديمي، وأبرزت بعض الآثار السلبية المحتملة، مثل الإزعاج، وتششت الانتباه، وتأخير الإنجاز، وتبادل الرسائل غير المفيدة، ولم تتطرق لمدى تأثيره على الحضور والغياب، فتعد هذه الدراسة امتداداً للدراسات السابقة، ولكنها تهدف إلى إضافة معرفية جديدة من خلال توفير أدلة

والتنظيمية. لذا، وبهدف سد هذه الفجوة، تتجه هذه الدراسة للإجابة عن السؤال الرئيس التالي:

ما تأثير مجموعات واتساب أولياء الأمور على المواظبة المدرسية لطلبة المرحلة الابتدائية في السعودية؟

أهمية الدراسة:

تكتسب هذه الدراسة أهمية خاصة تمثلت في ندرة الدراسات التي تناولت تأثير مجموعات واتساب الخاصة بأولياء الأمور على المواظبة المدرسية لطلبة المرحلة الابتدائية في السعودية، وعلى حد علم القائمين على الدراسة لم يلق هذا الموضوع اهتماماً كافياً في الأدبيات السابقة، حيث إن معظم دراسات واتساب وتأثيره على العملية التعليمية التي أجريت في سياقات دولية عربية، مثل: السعدية وأبو خطوة، 2020؛ الشرمان وآخرين، 2020؛ السقاف 2021، وأجنبية، مثل:

Salgado and Wittin, 2023 Cino et al., 2021; Dávila et al., 2023; Mukhasin & Andriani, 2021; Nedungadi, Mulki & Raman, 2018

تنوعت ما بين استخدام واتساب لتقوية مهارة تدريسية أو فعاليته في الأنشطة اللاصفية أو دوره الإيجابي أو السلبي في هذا السياق، ولم تركز بالتحديد على فهم العلاقة بين تفاعل أولياء الأمور عبر واتساب وبين المواظبة المدرسية، فالدراستين الأقرب للدراسة الحالية، هما: دراسة Mukhasin & Andriani (2021)، ودراسة Nedungadi, et al. (2018)؛ حيث ناقشت الأولى تأثير مجموعات واتساب على انضباط الطلاب في الدراسة عن بُعد، والثانية على تقليل التغيب وزيادة فعالية المعلمين، وهو ما يتوافق مع الدراسة الحالية التي تناولت تأثير تفاعل أولياء

المتعمد في المرحلة الابتدائية في المدارس (الحكومية/ الخاصة) في المملكة العربية السعودية وذلك من خلال:

1. تحديد مدى تفاعل أولياء الأمور على مجموعات الواتساب فيما يخص أبنائهم.
2. تقييم التأثير الإيجابي والسلبي لمجموعات واتساب أولياء الأمور على المواظبة في العملية التعليمية التي تشمل الحضور للمدرسة والأنشطة الصفية واللامنهجية.
3. تحديد مدى تأثير مجموعات واتساب أولياء الأمور على حالات الغياب الجماعي.

تساؤلات الدراسة:

لمعرفة مدى تأثير مجموعات واتساب أولياء الأمور على المواظبة المدرسية لطلاب المرحلة الابتدائية، تطرح الدراسة التساؤلات التالية:

1. ما مدى تفاعل أولياء الأمور على مجموعات الواتساب فيما يخص أبنائهم؟
2. ما مدى تقييم أولياء الأمور للتأثير الإيجابي والسلبي لمجموعات الواتساب على مواظبة أبنائهم في الالتزام بالحضور إلى المدرسة والأنشطة الصفية واللامنهجية؟
3. ما مدى تأثير مجموعات واتساب أولياء الأمور على حالات الغياب الجماعي؟

فرضيات الدراسة:

تحاول الدراسة اختبار مجموعة الفرضيات التالية:

1. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التفاعل في مجموعات واتساب أولياء الأمور وبين زيادة الغياب الجماعي لطلبة المرحلة الابتدائية.
2. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استخدام مجموعات واتساب أولياء الأمور والمواظبة

علمية يمكن الاستفادة منها في تحسين استراتيجيات توظيف مجموعات واتساب في البيئة التعليمية، بحيث يتم استغلالها لدعم المواظبة والانضباط المدرسي بدلاً من أن تكون وسيلة تعزز ظاهرة الغياب الجماعي، فالدراسة تكشف عن الدوافع والأسباب المؤدية لظاهرة الغياب الجماعي المتعمد، وتقدم توصيات عملية تساعد في وضع سياسات تعليمية رقمية أكثر فاعلية تحكم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في المدارس، بما يضمن تعزيز الانضباط وتحسين مستوى التواصل بين أولياء الأمور بطريقة أكثر تنظيمًا واحترافية؛ مما يسهم في إثراء الدراسات في البيئة العربية بشكل عام والسعودية بشكل خاص.

وتتجلى الأهمية الوطنية لهذه الدراسة في كونها تواكب رؤية المملكة العربية السعودية 2030 التي تسعى إلى تطوير قطاع التعليم وتعزيز دور التكنولوجيا في تحسين البيئة التعليمية، حيث تعد ظاهرة الغياب الجماعي المتعمد تحديًا تربويًا يتطلب معالجته من خلال استراتيجيات مبنية على البحث العلمي، ومن هنا فإن هذه الدراسة لا تقتصر أهميتها على الأوساط الأكاديمية فقط، بل تمتد إلى صناع القرار التربويين والجهات التعليمية، حيث يمكن أن تسهم نتائجها في تطوير حلول مستدامة تعزز قيم الانضباط والالتزام، سعياً لرفع جودة التعليم وتحسين مخرجاته على المستوى الوطني.

الهدف الرئيس للدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى فهم مدى تأثير تفاعلات أولياء الأمور عبر مجموعات واتساب على المواظبة المدرسية وسلوكيات الغياب الجماعي

مجموعات واتساب أولياء الأمور (المتغير المستقل):

التعريف الإجرائي:

هي تلك المجموعات التي يتم بها تحقيق التواصل بين أولياء الأمور والتفاعل معهم، وتبادل المعلومات المختلفة المتعلقة بطلبة المرحلة الابتدائية في السعودية، التي يكون لها تأثيرات إيجابية وسلبية متعددة على العملية التعليمية، التي تتوقف على طبيعة وكفاءة استخدام هذه المجموعات من أولياء الأمور.

المواظبة المدرسية (المتغير التابع):

التعريف الإجرائي: تعني الحضور الفعلي للطالب إلى جميع الحصص الدراسية والالتزام بالأنشطة المدرسية الصفية واللامنهجية وعدم الغياب إلا لأسباب مقبولة وموثوقة، وتشمل المواظبة الالتزام بالمواعيد الرسمية المحددة لبداية ونهاية اليوم الدراسي (وزارة التعليم، 1445هـ، ص6).

الإطار النظري والمفهوماتي:

يُعدُّ الإطار النظري عنصرًا أساسيًا لفهم الأبعاد العلمية للدراسة؛ حيث يُسهم في تفسير الظواهر -موضوع البحث- من خلال الاعتماد على مفهومات ونظريات علمية قائمة، وتستند الدراسة على نظرية التأثير الاجتماعي، بوصفها مرجعية أساسية لتحليل متغيرات الدراسة، وتفاعل أولياء الأمور عبر مجموعات "واتساب" وعلاقته بسلوك المواظبة المدرسية لدى الطلاب في المرحلة الابتدائية.

ومن ثمّ، تسليط الضوء على المفهومات الرئيسة المرتبطة بنظرية التأثير الاجتماعي: (الضغط الاجتماعي، والامثال الاجتماعي، والاقناع

المدرسية لطلبة المرحلة الابتدائية وفق متغير نوع المدرسة.

3. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تأثير مجموعات واتساب أولياء الأمور التابعة للمدارس الخاصة على المواظبة المدرسية للطلبة مقارنة بالمجموعات التابعة للمدارس الحكومية.

حدود الدراسة:

تنقسم حدود الدراسة إلى مجموعة من الحدود التالية:

الحدود الزمانية: العام الدراسي 1445-1446هـ، الفصل الدراسي الثالث، وتم اختيار هذا الفصل الدراسي لتوافقه مع جدولة عملية سير البحث.

الحدود المكانية: مجموعات واتساب أولياء الأمور للمرحلة الابتدائية في السعودية، حيث يعدّ الواتساب منصة معتمدة للتواصل على نطاق واسع في مجال التعليم.

الحدود الموضوعية: تأثير مجموعات واتساب أولياء الأمور على المواظبة المدرسية لطلبة المرحلة الابتدائية في السعودية.

الحدود البشرية: عينة من أولياء الأمور لطلبة المرحلة الابتدائية في مدارس عامة وخاصة من مختلف مناطق السعودية من مُستخدمي مجموعات الواتساب لأولياء الأمور.

مصطلحات الدراسة:

تعتمد الدراسة على مجموعة من المصطلحات الأساسية ذات الصلة بالموضوع، التي يتمثل أهمها في مجموعة المصطلحات التالية:

الاجتماعية في سلوك الأفراد (مجمع الملك سلمان العالمي للغة العربية، 2025، ص. 479).

وصاغ هربرت كيلمان في الخمسينات نظرية التأثير الاجتماعي بوصفها إطارًا يشرح الظروف التي يحدث فيها التأثير الاجتماعي تغييرًا في المواقف أو السلوك، وتفترض نظرية التأثير الاجتماعي وجود ثلاثة أنماط لقبول التأثير الاجتماعي، هي: الامتثال، والتحديد، والاسـتيعاب (Davlembayeva & Papagiannidis, 2024).

مفاهيم نظرية التأثير الاجتماعي

أ. الضغط الاجتماعي:

يشير الضغط الاجتماعي إلى القوة التي تمارسها مجموعة أو ثقافة على الأفراد داخلها، لتوجيه سلوكهم باتجاه معين، يأتي الضغط بوصفه استراتيجية تأثير في العادة بعد محاولة أولى فاشلة، ويُعد إطارًا عامًا للتأثير، وأسلوبًا غير ملائم للسلوك المؤثر (Asch, 1951: p 105). ويتداخل هذا المفهوم مع مفهوم "الامتثال - Compliance"؛ حيث يؤدي الضغط سواء أكان مباشرًا أم غير مباشر إلى الامتثال للمجموعة (Kelman, 1958:53).

ب. الامتثال الاجتماعي:

يشير الامتثال إلى سلوك الأفراد الذي يتبع مجموعة من القواعد أو المعايير الاجتماعية، حتى وإن لم يكن ذلك بسبب اقتناع داخلي، بل نتيجة للتأثير الخارجي من المجموعة أو المجتمع، ويمكن أن يكون غير مباشر بحيث يتصرف المُتأثر وفق معايير جماعية غير مقصودة، أو مباشرة بحيث يخضع المُتأثر لمعايير جماعية مُدركة (Kelman, 1958).

الاجتماعي، والتقليد الاجتماعي، والشريعة الاجتماعية) إلى جانب ربطها بسياق الدراسة، ومناقشة الدراسات السابقة ذات الصلة؛ مما يعزز من فهم الإشكالية البحثية من منظور نظري ومنهجي متكامل.

نظرية التأثير الاجتماعي:

تعد نظرية التأثير الاجتماعي فرعًا من فروع علم النفس الاجتماعي التي تدرس كيفية تأثير سلوك الأفراد في بعضهم بعضًا ضمن المجموعات أو الشبكات الاجتماعية، وأنها تتعلق بتأثيرات البيئة الاجتماعية على قرارات الناس وسلوكهم، وكيف يمكن للأفراد تغيير معتقدات الآخرين أو سلوكهم من خلال الإقناع، والتقليد، أو الضغط الاجتماعي (Kelman, 1974).

وتتأثر هذه النظرية بما يسمى "التفاعلات الاجتماعية"، حيث يتفاعل الأفراد داخل مجموعات، سواء كانت هذه المجموعات حقيقية أو افتراضية، مثل: المجموعات الرقمية على منصات التواصل الاجتماعي، ويمكن أن يحدث التأثير الاجتماعي مباشرةً: بالتفاعل وجهًا لوجه، أو غير مباشر: بالوسائط أو مجموعات النقاش عبر الإنترنت؛ حيث يعرف التأثير الاجتماعي بأنه: العمليات التي يؤثر بها الأفراد، تأثيرًا مباشرًا أو غير مباشر، على أفكار الآخرين ومشاعرهم وأفعالهم (Telzer, Jorien, Christina, Kathy, 2018).

تعود جذور نظرية التأثير الاجتماعي إلى أبحاث علم النفس الاجتماعي في أوائل القرن العشرين، حيث بدأت الأبحاث تدرس التأثير الاجتماعي بجدية، مثل: العالم كيرت لوين (Kurt Lewin)، الذي يُعد رائدًا في هذا المجال؛ إذ طور مفهوم "الضغط الاجتماعي" وقدم نظرية الحقل التي تشدد على تأثير البيئة

ج. الإقناع الاجتماعي:

الإقناع هو عملية تؤثر على الأشخاص بشكل متعمد بهدف تغيير معتقداتهم أو سلوكهم، من خلال استخدام أساليب خطابية أو رسائل مؤثرة، ويتم التأثير على الناس لتبني مواقف أو أفعال جديدة، ويرتبط هذا المفهوم بمفهوم "القبول الداخلي - Internalization" (Kelman, 1958:53) ويعرف بأنه تأثيراً ناتجاً عن محتوى مقنع في التواصل، حيث يتم استيعاب الرسالة وفق القيم الداخلية للمُتأثر كما قصد المُرسِل.

د. التقليد الاجتماعي (التمثيل الاجتماعي):

يشير التقليد الاجتماعي إلى عملية تقليد الأفراد أو الجماعات لسلوكيات الأشخاص المحيطين بهم، ويكون هذا التقليد عادة غير واع ويحدث عندما يتفاعل الأفراد مع الآخرين في المجتمع؛ مما يؤدي إلى محاكاة السلوكيات الملاحظة، ويرتبط هذا المفهوم بمفهوم "التقمص - Identification" الذي يُشير إلى تأثر الشخص بشخص آخر يحترمه (Kelman, 1958:53)، ويرتبط هذا المفهوم بالشرعية الاجتماعية وتبني السلوك من أجل القبول.

هـ. الشرعية الاجتماعية (القبول الاجتماعي):

الشرعية الاجتماعية ظاهرة تحدث عندما يصبح السلوك الفردي مقبولاً من المجموعة، ويكتسب شرعية اجتماعية، قد يحدث ذلك بالترغيب أو التهيب أو من خلال الحصول على موافقة أو تأييد من الآخرين. ويرتبط بمفهوم "التيسير الاجتماعي" (عبد عون ردام، وعبد الواحد، 2025، ص. 26)، وهي مهارة على الفرد إتقانها ليتعايش مع المجموعة ويُصبح سلوكه مقبول اجتماعياً في وجود الآخرين، مثل: تشجيع الحضور المدرسي عبر المجموعات.

وفي إطار النظرية المُستخدمة، وبمقارنة الدراسة الحالية بالدراسات السابقة نجد أن الدراسات التي تناولت تأثير الواتساب بشكل عام تمحورت حول نظرية اللباقة (Salgado & Wittin, 2023)، ونظرية التريبة المُكثفة (Cino et al., 2021)، والنظرية المتجذرة (Dávila et al., 2023)، ونظرية الإشباع والاستخدامات والمجالات المتداخلة للتأثيرات (Johari et al., 2022)، أما الدراسة الوحيدة، على حد علم الباحثات، التي استخدمت نظرية التأثير الاجتماعي فهي دراسة (Badshah et al. 2021)، التي هدفت إلى دراسة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في تحسين التفاعل بين أولياء الأمور والمعلمين، ولكنها اختلفت في أنها لم تُركز بشكل مُباشر على التأثير الاجتماعي ضمن السياق المحدد لمجموعات الواتساب، واستخدمت إطاراً نظرياً واسعاً يشمل نظرية التعلم الاجتماعي حيث العينة من مدن نائية.

أما في دائرة الدراسات الأقرب للدراسة الحالية التي هدفت لدراسة تأثير الواتساب على المواظبة والانضباط، كدراسة شريف والدوسري (2019)، فلم تتبنَّ الدراسة نظرية محددة، ولكن تناولت مفهوم "الانضباط" من وجهة نظر المعلمين. أما الدراسات الأخرى القريبة، فقد استخدمت نظريات مُختلفة، كالنظرية الاجتماعية ونظرية التعليم السلوكي (Cox, 2023)، ونظرية التعلم الاجتماعي (Githinji & Margaret, 2019)، ونظرية استخدام التكنولوجيا في التعليم (Nedungodi et al., 2018).

ركزت الدراسة الحالية على التأثير الاجتماعي بمفهوماته الخمسة، وقد تميزت بتحليلها لظاهرة "الضغط الاجتماعي" بوصفها عاملاً مؤثراً على السلوك الجماعي في الغياب، وهي زاوية لم يتم

مستخدمًا مكسيكيًا، وقد أكدت نتائج الدراسة على أن هناك استخدام متزايد لمجموعات واتساب أولياء الأمور للمحادثات المتوجه نحو مهام العملية التعليمية أساسًا، وأن الهدف الأساسي من الرسالة ونوع الحديث المستخدم هي أكثر العوامل التي تؤثر في استخدام الرسومات التي لها دور فعال في إدارة المحادثات عبر مجموعات واتساب أولياء الأمور، وأنها أصبحت مع مرور الوقت جزءًا أساسيًا من المحادثات عن الأمور التعليمية وغيرها من الأمور الأخرى لتحل محل الكلام اللفظي؟.

أما دراسة Cino et al. (2021) فقد عمدت إلى تحليل كيفية استخدام الآباء لمجموعات واتساب في التفاعل مع حياة أطفالهم التعليمية وقد تم جمع البيانات من خلال استطلاع عبر الإنترنت شمل (302) ولي أمر إيطالي باستخدام العينة المريحة بدراسة الخصائص التقنية لواتساب وتأثيرها على تفاعل الآباء، واستكشاف العوامل التي تؤثر في عضوية الآباء في مجموعات التطبيق، وقد أظهرت الدراسة أن مجموعات واتساب أصبحت أداة أساسية لمشاركة الآباء في حياة أطفالهم التعليمية؛ حيث توفر لهم وسيلة فعالة للحصول على معلومات تعليمية وتبادل الخبرات، وتعد أداة قوية لتفاعل الآباء مع مدارس أبنائهم، لكن هناك حاجة إلى تحسين طرق استخدام هذه المنصات لضمان تحقيق أقصى استفادة منها.

ثانيًا: الدراسات التي بحثت أثر استخدام مجموعات واتساب في التواصل بين أولياء الأمور والمعلمين

ركزت دراسة Dávila et al. (2023) على إبراز أهمية التحول الرقمي الذي أصبح جزءًا أساسيًا من المدارس، وذلك من خلال تفسير التحول الرقمي واستخدام مجموعات واتساب لأولياء الأمور من

تناولها مباشرة في الأدبيات السابقة؛ حيث توفر النظرية ومفهوماتها مُجمعةً إطارًا أكثر دقة ووضوح لم يظهر صراحةً في معظم الدراسات السابقة، ويُفسر دور التأثير الاجتماعي للواتساب وعلاقته بالانضباط المدرسي من حيث الحضور والغياب، والعوامل الاجتماعية والنفسية، وكيفية تأثير سلوك أولياء الأمور ضمن بيئات التواصل؛ مما يجعلها إضافة علمية للأدبيات الأكاديمية المعاصرة.

الدراسات السابقة

يتناول هذا الجزء مراجعة لأبرز الدراسات السابقة التي تناولت تأثير وسائل التواصل الاجتماعي، وخاصة مجموعات واتساب، على التفاعل بين أولياء الأمور أنفسهم، وبين أولياء الأمور والمعلمين، وعلى سلوكيات الطلاب الأكاديمية والمواظبة المدرسية، ويناقش الإضافة المعرفية للدراسة الحالية؛ مما يبرز أهميتها في تسليط الضوء على تأثير استخدام مجموعات واتساب على سلوك المواظبة لدى الطلاب في سياق التعليم السعودي.

أولاً: الدراسات التي ركزت على دور مجموعات واتساب في تعزيز التفاعل والتواصل بين أولياء الأمور أنفسهم داخل البيئة التعليمية:

نجد أن دراسة Salgado and Wittin (2023) استهدفت تفاعلات الرموز التعبيرية والرسومات الأخرى في مجتمعات واتس آب أولياء الأمور، من أجل تحليل مجموعة الآراء والأفكار والاتجاهات والتوجهات والسلوكيات الخاصة بهم، من خلال الاعتماد على منهج تحليل المحادثة ونظرية اللباقة (Politeness theory)، التي حلت 6 مجموعات مختلفة لأولياء الأمور وفحصت 4824 رسالة لـ 161

وتناولت دراسة Badshah et al. (2021) دور وسائل التواصل الاجتماعي، واستخدمت المنهج شبه التجريبي بمشاركة (734) طالبًا و(400) ولي أمر، و(21) معلمًا في البلدان النامية، وقد كانت نتائج الدراسة واعدة، حيث أظهرت إحصائيات عام 2018-2019 (دون استخدام وسائل التواصل الاجتماعي) أن مشاركة الآباء في الاجتماعات كانت منخفضة (3% إلى 4%)، وكان اهتمام المعلمين بالمدرسة ضئيلاً؛ مما أدى إلى انعدام مشاركة الطلاب، ومع ذلك، أظهرت الإحصائيات لعام 2019-2020 (باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي) تحسناً في مشاركة الآباء بنسبة تصل إلى 20%، ومشاركة المعلمين بنسبة تصل إلى 70%؛ مما أدى إلى زيادة فعالية مشاركة الطلاب، وذلك نتيجة لزيادة مشاركتهم في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، الجدير بالذكر أن الحضور المتوسط للطلاب في المدرسة (التي تقع في قرية) ارتفع إلى 95%؛ مما قلل التغيب إلى حد شبه معدوم.

أما دراسة الشerman وآخرين (2020) فقد استهدفت تحديد وتحليل كيفية تحسين مستوى فاعلية توظيف وسائل التواصل الاجتماعي بين معلم الرياضيات وبين أولياء الأمور؛ ودور ذلك في تنمية تحصيل تلاميذ الصف الرابع الأساسي لمادة الرياضيات في الأردن، بالتطبيق على عينة مكونة من (40) تلميذاً، وقد تم جمع البيانات من خلال أداة الاستبانة وتفسيرها من خلال المنهج التحليلي الوصفي؛ وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج التي تمثل أهمها في وجود فروق معنوية إحصائية بين المجموعة التجريبية والمجموعة الضابطة بناء على اختبار التحصيل في الرياضيات؛ وذلك لصالح المجموعة التجريبية، وأوضحت نتائج الدراسة بناء على نسبة الكسب المعدل في

الطلاب وأولياء الأمور والمعلمين في دولة شيلي، وقد اعتمدت الدراسة على منهجية محددة وهي المنهج الوصفي لجمع البيانات المطلوبة لتحقيق الهدف من الدراسة، التي تمثلت في القيام بإجراء المقابلات مع عينة مكونة من (23) من المعلمين، وعينة مكونة من (23) من أولياء الأمور، وقد أظهرت النتائج التي تم التوصل إليها أن تأثيرات مجموعات واتساب أولياء الأمور متعددة ومتنوعة وتتراوح ما بين تأثيرات إيجابية وتأثيرات سلبية وبين المنافع والأضرار، وهو ما يؤثر بدوره على مجموعة السياسات والاستراتيجيات المتخذة لتحسين الاستفادة من هذه المجموعات.

أما دراسة (Johari et. al. 2022) التي هدفت إلى استكشاف استخدام الاتصال الرقمي والتركيز على تفاعل أولياء الأمور والمعلمين في مدرسة حكومية في بوتراجايا، ماليزيا، واستخدمت المنهج النوعي؛ (تحديداً الدراسة الاستكشافية) بمشاركة (10) مشاركين، (5) من المعلمين الذين يديرون مجموعات واتساب صفية، و(5) من أولياء أمور نشطين في هذه المجموعات التي تستخدم تطبيق واتساب بوصفها أداة رئيسة للتواصل، وأظهرت النتائج اتفاق كل من أولياء الأمور والمعلمين على أهمية استخدام المنصات الرقمية للتواصل والتفاعل بينهما، وذلك لأسباب عديدة، منها تعدد استخدامات الاتصال الرقمي، وسهولة استخدامه، وسرعته، وفعالته من حيث التكلفة، وعلى الرغم من الفوائد، حددت الدراسة بعض التحديات التي يواجهها المعلمون في استخدام الاتصال الرقمي، مثل: زيادة التوتر، وتششت انتباههم، زيادة الضغط، وإساءة استخدام وقت العمل.

الطلاب في المرحلة الابتدائية، وبالاعتماد على منهجية دراسة الأدبيات وأداة التوثيق (Documentation method)، فقد أظهرت نتائج الدراسة أن استخدام مجموعة (WhatsApp) في الدراسة عن بُعد كان مفيدًا للغاية في تحسين انضباط الطلاب.

بينما ركزت دراسة (Githinji & Margaret (2019) على تقييم تأثير مواقع الشبكات الاجتماعية (SNS) على انضباط طلاب المدارس الثانوية في منطقة نايفاشا، مقاطعة ناكرو، كينيا، مع الاعتماد على المنهج (التحليلي الوصفي) واستخدام ثلاث أدوات، هي: الاستبانة، والمقابلات، وتحليل المحتوى، وقد أظهرت النتائج أن الشبكات الاجتماعية أثرت على انضباط الطلاب من خلال التغييب عن الفصول الدراسية، والتمرد على الآخرين، وعدم احترام السلطات، وعدم احترام الوالدين، والمشاركة في الاحتجاجات.

وهدفت دراسة شريف والدوسري (2019) إلى توضيح درجة توظيف قادة مدارس محافظة وادي الدواسر من حيث الاستخدام لوسائل الاتصال الإلكتروني؛ وتأثير ذلك على تحقيق الانضباط المدرسي من وجهة نظر المعلمين، حيث تم التطبيق على عينة مكونة من (450) معلمًا، وبالاعتماد على المنهج الوصفي الارتباطي وأداة الاستبانة لجمع البيانات وتحليلها، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها: في أنه يسهم توظيف قادة المدارس في المحافظة استخدام وسائل الاتصال الإلكتروني من وجهة نظر المعلمين بمستوى مرتفع، بالإضافة إلى تأكيد نتائج الدراسة على أن تحقيق قادة المدارس بالمحافظة للانضباط المدرسي من وجهة نظر

معادلة بلاك أن استخدام وتوظيف وسائل التواصل الاجتماعي بعامة بين معلم الرياضيات وبين أولياء الأمور أسهم في تحسين تحصيل تلاميذ الصف الرابع الأساسي في الرياضيات.

ثالثًا: الدراسات التي استعرضت تأثير وسائل التواصل الاجتماعي بما في ذلك مجموعات واتساب على سلوكيات الطلاب المتعلقة بالمواظبة والانضباط المدرسي:

هدفت دراسة Cox (2023) إلى فهم تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على متغير الانضباط المدرسي وسلوك الطلاب؛ وذلك من وجهة نظر الإداريين بالتطبيق على مجموعة المدارس المتوسطة والثانوية في جنوب شرق فيرجينيا؛ قدمت الدراسة تحليلًا منهجيًا لعينة قوامها (12) مفردة من المدارس، وقد تم التوصل إلى مجموعة من النتائج من خلال الاعتماد على أسلوب جمع البيانات بالمقابلات ومجموعة التركيز وتحليل السياسات؛ ومن هذه النتائج ما يلي: قدرة وسائل التواصل الاجتماعي في التأثير على المراهقين وتغيير مستويات السلوكيات الخاصة بهم، بالإضافة إلى وجود مجموعة من التأثيرات السلبية والإيجابية الخاصة بوسائل التواصل الاجتماعي على المواظبة المدرسية من وجهة نظر الإداريين، بالإضافة إلى تقديم الدراسة لتوصيات يمكن من خلالها تحسين الاستخدام الكفاء للتواصل الاجتماعي، والاعتماد على مدونات قواعد السلوك الأخلاقي لتعليم الطلاب السلوك المناسب فيما يتعلق باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

أما عن دراسة Mukhasin & Andriani (2021) فقد استهدفت تحليل تأثير استخدام مجموعات الواتساب في الدراسة عن بُعد على انضباط

استهداف طلاب المرحلة الابتدائية وتحليل تأثير التكنولوجيا على سلوكهم، وخصوصاً في جانب المواظبة والانضباط. وتميزت الدراسة الحالية بتحليلها لظاهرة الضغط الاجتماعي داخل مجموعات أولياء الأمور بوصفه عاملاً مؤثراً على السلوك الجماعي في الغياب، وهي زاوية لم يتم تناولها تناولاً مباشراً في الأدبيات السابقة، إضافة إلى تركيزها على التفاعل بين أوليات الأمور داخل المجموعات المغلقة، واستكشاف سلوكيات دقيقة، مثل: المواظبة المدرسية والغياب الجماعي المنسق رقمياً، وهو ما يمثل انتقالاً من دراسة التواصل بوصفه هدفاً في حد ذاته إلى دراسة التأثيرات السلوكية الناتجة عن الضغط الاجتماعي الرقمي.

ومن حيث الأهداف، اتفقت مع Cox (2023) في تحليل أثر وسائل التواصل على سلوك الطلاب، وكذلك مع et al. Johari (2022) في إبراز دور أولياء الأمور في العملية التعليمية من خلال قنوات رقمية، لكن الدراسة الحالية بحثت في أثر مجموعات واتساب أولياء الأمور تحديداً على "المواظبة المدرسية" في المرحلة الابتدائية بالمملكة العربية السعودية.

أما فيما يتعلق بالمنهج، تنوعت أغلب المنهجيات في الدراسات السابقة بين النوعية والكمية والتجريبية وتحليل المحتوى، لكن الدراسة الحالية تبنت المنهج المختلط الذي لم تتبناه سوى دراسة Githinji & Margaret (2019) في تعدد المنهجية.

أما من حيث السياق، فقد ركزت الدراسة الحالية على التفاعل الداخلي بين أولياء الأمور في مجموعات واتساب دون تدخل من المعلمين أو الإدارة، بخلاف دراسات مثل

المعلمين كان بدرجة كبيرة، وأوضحت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباط موجبة معنوية إحصائياً بين مستوى تنفيذ قادة المدارس لوسائل التواصل الإلكتروني، وبين مستوى تحقيق الانضباط المدرسي من وجهة نظر المعلمين.

أما دراسة Nedungadi et al. (2018) فهدفت إلى معرفة كيفية تأثير استخدام تقنيتين بسيطتين - واتساب وتطبيقين إضافيين مصممين خصيصاً لتحسين التعليم تحسناً بسيطاً - في تقليل التغيب وزيادة فعالية المعلمين وتحسين أداء الطلاب، وقد أدى هذا النموذج إلى زيادة الحضور لدى المعلمين والطلاب، بالإضافة إلى تحسين الدروس والأنشطة التعليمية الأخرى المخطط لها، وأظهرت النتائج أن هذا النموذج يعمل جيداً في البيئة الريفية؛ حيث يوجد ضعف في الاتصال بالإنترنت وقلّة البنية التحتية الداعمة، ويمكن للمدارس البعيدة اعتماد هذا النموذج القائم على الأجهزة اللوحية لتقليل التغيب بين المعلمين، وتحسين تقنيات التدريس، وتحسين الموارد التعليمية، وزيادة أداء الطلاب.

التعقيب على الدراسات السابقة:

من خلال مراجعة الدراسات السابقة وتحليلها، يتضح أن الدراسة الحالية قد تشابهت واختلفت مع عدد من الدراسات من حيث الموضوع، والأهداف، والمنهجية، والسياق. فمن حيث الموضوع، فقد تشابهت الدراسة الحالية مع دراسات Salgado and Wittin (2023)، Cino et al (2021)، Dávila et al (2023)، في تناولها لتطبيق واتساب بوصفها وسيلة تواصل بين أولياء الأمور ضمن السياق التعليمي، والتقت مع Mukhasin & Andriani (2021)، Nedungadi et al (2018)، في

أولاً: الأسلوب الكمي:**الاستبانة:**

اعتمدت الدراسة على استبانة إلكترونية تتضمن أسئلة مغلقة لجمع البيانات الكمية، تضمنت الاستبانة (27) فقرة موزعة على ستة محاور رئيسية شملت فقرات مغلقة وفق مقياس ليكرت الخماسي) بالإضافة إلى أسئلة اختيار من متعدد و(9 فقرات أسئلة ديموغرافية، وصممت فقرات الاستبانة بما يتسق مع أهداف الدراسة، حيث جرى ترجمة كل هدف إلى محور أو مجموعة من الفقرات تقيس المتغيرات المرتبطة به مباشرة.

صدق الأداة:

للتأكد من صدق أداة الدراسة، تم عرضها بصيغتها الأولية على مجموعة من المحكمين المتخصصين في مجال الصحافة والإعلام، والبالغ عددهم (4) مختصين، وذلك بهدف التأكد من مدى وضوح الفقرات، وملاءمتها لأهداف الدراسة، وقدرتها على قياس المتغيرات المحددة، وبناءً على ملاحظات المحكمين، تم إجراء التعديلات اللازمة على الاستبانة، مما عزز تحقيق الصدق الظاهري وصدق المحتوى للأداة.

حُسب معامل كرونباخ ألفا -وهو مقياس إحصائي لدراسة ثبات أسئلة الاستبانة وصدقها-، وحصلت النتائج على قيمة (0.69) هو احتمال الحصول على الإجابات نفسها لذات العينة في حال إعادة نشر استطلاع الرأي، وحُسب كذلك ثبات أسئلة الاستبانة لكل محور على حدة، وحصلت النتائج على التالي:

الشهران وآخرين (2020) التي تناولت العلاقة بين أولياء الأمور والمعلمين، وانفردت الدراسة الحالية بدراسة أثير مجموعات واتساب حصراً، بخلاف Badshah et al. (2021)، Githinji & Margaret (2019)، اللتين تناولتا وسائل التواصل الاجتماعي بوجه عام.

وفي السياق الجغرافي، ركزت هذه الدراسة على البيئة التعليمية في المملكة العربية السعودية ومرحلة التعليم الابتدائي، بخلاف دراسات تناولت سياقات دولية، مثل: الهند (Nedungadi et 2018 (، كينييَا (Githinji & Margaret, 2019)، & Mukhasin (2021) Andriani).

المنهجية**المنهجية العامة للدراسة:**

اعتمدت الدراسة على المنهج المختلط الذي يتناسب مع طبيعة الدراسة، في كونها تسعى لدراسة وكشف العلاقة بين استخدام مجموعات واتساب أولياء الأمور والمواظبة المدرسية، جمعت بين الأسلوب الكمي والأسلوب النوعي، حيث تم الاعتماد في الأسلوب الكمي على جمع البيانات من خلال أداة الاستبانة الإلكترونية بهدف قياس تأثير مجموعات واتساب أولياء الأمور على المواظبة المدرسية لدى طلاب المرحلة الابتدائية في السعودية، أما الأسلوب النوعي فقد استهدف إجراء المقابلات لاستكشاف التفسيرات والتفاصيل المرتبطة بتأثير هذه المجموعات على سلوكيات المواظبة لدى الطلاب، وذلك لضمان عمق النتائج وصدقها.

بسبب عدم دقة بيانات المشاهدة، على سبيل المثال: طفل واحد واختيار نوع المدرسة حكومية وخاصة.

الأساليب الإحصائية المستخدمة:

أجري التحليل الإحصائي باستخدام حزمة البرامج الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) نسخة 27، إضافة إلى برنامج (Excel)، وعولجت البيانات الكمية باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة لتحليل التوزيع والنسب المئوية، وهي كالتالي:

- استُخدم مستوى معنوية $\alpha = 0.05$ في جميع الاختبارات الإحصائية في الدراسة.
- حُسب معامل كرونباخ ألفا لقياس صدق الثبات لأداة الدراسة بعامة.
- أُجري تحليل إحصائي وصفي لتحليل إجابات المشاركين في الاستبانة، وذلك عن طريق الرسومات الإحصائية كالقطاع الدائري والأعمدة البيانية.
- شمل الإحصاء الوصفي على حساب الانحراف المعياري لقياس التشتت في الإجابات، لكل سؤال منفردًا، وفي الثلاث محاور، وكذلك الانحراف المعياري للمحاور الثلاثة بعامة.
- حُسب معامل ارتباط بيرسون لدراسة العلاقة بين إجابات أولياء الأمور على كل سؤالين في كل محور.
- كذلك حُسب معامل ارتباط سبيرمان لدراسة العلاقة بين الإجابات بعامة في المحاور الثلاثة.
- استُخدم اختبار كاي سكوير للاستقلالية لدراسة العلاقة بين التفاعل في مجموعات واتساب أولياء الأمور وزيادة الغياب الجماعي

• المحور الأول: تفاعل أولياء الأمور في مجموعات واتساب

قيمة معامل كرونباخ ألفا 0.51 وترتفع قيمة المعامل إلى 0.67 عند استبعاد السؤال "ما الموضوعات التي يتم مناقشتها عادة في مجموعة واتساب الخاصة بأولياء الأمور؟" وهي قيمة مقبولة إحصائياً لثبات الاستبانة وصدقها.

• المحور الثاني: تأثير مجموعات واتساب أولياء الأمور على المواظبة المدرسية

قيمة معامل كرونباخ ألفا 0.55 وترتفع إلى 0.78 عند استبعاد السؤال "هل تتأثر سلبيًا مواظبة ابنك في الحضور للمدرسة بسبب الموضوعات أو النقاشات التي تدور في المجموعة".

• المحور الثالث: تأثير مجموعات واتساب أولياء الأمور على الغياب الجماعي -0.61- وهي قيمة غير مقبولة، ولكن ترتفع إلى 0.44 عند استبعاد السؤالين الأولي في ذات المحور.

مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في أعضاء مجموعات واتساب أولياء الأمور لطلاب المرحلة الابتدائية في المملكة العربية السعودية، واستخدمت الدراسة عينة قصدية غير احتمالية من أولياء الأمور، المُلتحق أبناءهم سواءً في المدارس الحكومية أو الخاصة، التي تستخدم مجموعات الواتساب لغرض التواصل التعليمي والتربوي فيما بينهم، والخاص بأبنائهم.

وقد تم إرسال الاستبانة الإلكترونية لـ (434) مشاركًا، تم حذف عدد 53 مشاهدةً من أصل 434 بسبب الإجابة على سؤال رقم 6 "هل لديك أبناء في المرحلة الابتدائية بلا" فهي غير شاملة في الفئة المستهدفة. وتم حذف 6 مشاهدات أخرى

عينة الدراسة:

عينة المقابلات مكونة من (9) مشاركين ممن يمثلون أولياء الأمور من مستخدمي الواتساب، وتم اختيارهم بأسلوب العينة المريحة، لتسهيل الوصول إلى المشاركين وجمع البيانات بشكل فعال، وقد تم تحديد مفردات العينة المشاركة بناء على مدى ارتباطهم بموضوع الدراسة، وتم إجراء (8) مقابلات عبر تطبيق واتساب باستخدام الرسائل الصوتية والنصية، لترك مساحة ووقت للإجابة دون الشعور بضغوط زمنية، وكذلك وقتًا كافيًا للرد على الأسئلة المفتوحة وبلا عجلة (الجاسر، 2021)، وأجريت مقابلة واحدة عبر تطبيق الزوم؛ لتوفير فرصة للتفاعل المباشر وتوسيع النقاش حول بعض النقاط، وقد أجريت جميع المقابلات في الفصل الدراسي الثالث من العام الدراسي 1446هـ / 1447هـ، في شهر رمضان بعد الحصول على موافقة المشاركين، وتم اختيار العينات من خلفيات وثقافات مختلفة من مناطق المملكة كافة، لمناسبة هذه العينات للكشف عن مدى تأثير مجموعات واتساب أولياء الأمور على المواظبة المدرسية لطلبة المرحلة الابتدائية في السعودية، وتم تسجيل المقابلات وتفريغ محتواها بدقة ثم إخضاعها للتحليل الموضوعي (Thematic Analysis).

لطلبة المرحلة الابتدائية، وحسبت معامل الارتباط سبيرمان لإيجاد قوة واتجاه العلاقة.

- استُخدم اختبار كاي سكوير للاستقلالية لدراسة الاختلاف في استخدام أولياء الأمور للواتساب بين المدارس الحكومية والخاصة.
- استُخدم اختبار مان وتني لدراسة اختلاف تأثير مجموعات واتساب أولياء الأمور التابعة للمدارس الخاصة على المواظبة المدرسية للطلبة مقارنة بالمجموعات التابعة للمدارس الحكومية، واستخدمت اختبار كاي سكوير للاستقلالية لدراسة اختلاف التأثير اختلافًا تفصيليًا.

ثانيًا: الأسلوب النوعي:

أداة الدراسة النوعية:

المقابلات:

اعتمدت الدراسة على المقابلات شبه الموجهة أداة أساسية لجمع البيانات النوعية، وهي نوع من المقابلات التي تجمع بين التوجيه والمرونة حيث تم إعداد أسئلة مسبقة تدور حول أربعة محاور محددة تتضمن (التفاعل داخل المجموعات، والتأثير على المواظبة، والغياب الجماعي، ودور المعلم) انطلاقًا من إطار نظري مستند إلى أهداف الدراسة ومفاهيم التأثير الاجتماعي مع السماح بمرونة في الطرح والتوسع بناء على تفاعل المشارك، وقد تم اختيار هذا النوع من المقابلات؛ ليتناسب مع طبيعة الدراسة التي تتطلب فهمًا عميقًا لتجربة أولياء الأمور وتصوراتهم عن مجموعات الواتساب وتأثيرها على مواظبة الأبناء المدرسية.

جدول (1) البيانات الأساسية للعيينة المشاركة في المقابلات:

| المبحوث | الجنس | المهنة | عدد الأبناء-جنسه | الصف | نوع المدرسة | المنطقة - المدينة |
|---------|-------|-----------|------------------|------------------|----------------|-----------------------|
| 1 | أنثى | موظفة | 2-أنثى | الثاني الخامس | عالمية | الغربية - جدة |
| 2 | أنثى | موظفة | 2-أنثى | الأول الخامس | حكومية | الوسطى - الرياض |
| 3 | أنثى | غير موظفة | 2- ذكر أنثى | الثالث الثاني | خاصة حكومية | الغربية - جدة |
| 4 | أنثى | غير موظفة | 1-أنثى | الثالث | حكومية | الوسطى - الرياض |
| 5 | أنثى | موظفة | 2- ذكر أنثى | الخامس الخامس | حكومية | الشرقية - الدمام |
| 6 | أنثى | غير موظفة | 2- ذكر | الرابع الأول | حكومية | الشرقية - الظهران |
| 7 | أنثى | موظفة | 1-أنثى | الثالث | حكومية | الغربية - مكة المكرمة |
| 8 | أنثى | موظفة | 1- ذكر | الثاني | عالمية | الغربية - جدة |
| 9 | أنثى | موظفة | 1-أنثى | السادس | حكومية | الجنوبية - الباحة |

أسلوب التحليل النوعي:

التوصل إلى أنماط متكررة في إجابات العينة المشاركة وربطها بمفاهيم نظرية (التأثير الاجتماعي)، ولاسيما مفاهيم (الضغط الاجتماعي) التي ظهرت بوضوح في حالة الاتفاق الجماعي)، وظهر (الامتثال الاجتماعي) لدى بعض من أولياء الأمور من خلال امتثالهم لرأي المجموعة على الرغم من اقتناعهم الشخصي على النقيض من ذلك، و(الاقناع الاجتماعي)؛ إذ تحتوي النقاشات داخل المجموعات على محاولات لإقناع الآخرين باتخاذ قرارات جماعية مثل الغياب في يوم واحد، ويظهر (التقليد الاجتماعي) ويتجلى في اتباع قرارات الأغلبية تلقائيًا، وظهرت (الشرعية

استخدمت الدراسة التحليل الموضوعي Thematic Analysis لتحديد الموضوعات الرئيسية والاستنتاجات من إجابات العينة المشاركة من خلال تسجيل المقابلات وحفظها ثم تفرغها بدقة حتى تستخدم في التحليل النوعي، واتبعت الدراسة الترميز المفتوح أولاً؛ أي تحديد كلمات وعبارات متكررة أو بارزة في إجابات العينة، مثل: (اتفاق جماعي، وغياب، ولا فائدة من الحضور)، ثم انتقلت إلى الترميز المحوري أي تصنيف هذه الرموز وربطها بمواضيع أوسع، مثل: (التأثير، والغياب الجماعي، ودور المعلم)، ومن خلال الترميز تم

البيانات بموضوعية تامة، مع ضمان سلامة المشاركات وعدم تعريضهن لأي نوع من الضغط أو الضرر النفسي في أثناء المقابلات.

النتائج وتحليلها

يهدف هذا الجزء إلى عرض النتائج وتحليلها التي توصلت إليها دراسة تأثير مجموعات واتساب أولياء الأمور على المواظبة المدرسية لدى طلاب المرحلة الابتدائية في السعودية ومن خلال استخدام التحليل الكمي والنوعي، ويظهر التحليل الكمي تأثيراً إيجابياً للمجموعات في تحسين التفاعل المدرسي والمشاركة في الأنشطة الصفية واللامنهجية، من ناحية أخرى، كشف التحليل النوعي عن تأثيرات اجتماعية معقدة مثل الضغط الاجتماعي والإقناع الاجتماعي داخل هذه المجموعات؛ مما يسهم في تأثيرات سلبية على ظاهرة الغياب الجماعي.

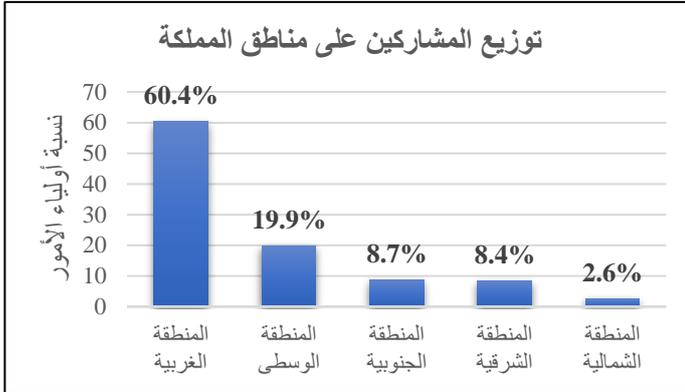
الاجتماعية) من خلال النظر لرأي المعلم أو التصويت داخل المجموعة بوصفها أكثر شرعية.

الاعتبارات الأخلاقية:

التزمت الدراسة بكافة الضوابط الأخلاقية المعتمدة في إجراء هذا البحث، وذلك بما يتوافق مع مبادئ البحث العلمي المنصوص عليها في دليل جمعية علم النفس الأمريكية (APA, 2020)، واحترمت خصوصية المشاركات، وضمان سرية المعلومات التي تم الحصول عليها، حيث استُخدمت البيانات لأغراض البحث فقط، دون الإفصاح عن هوية المشاركات أو ما يدل عليهن بأي شكل من الأشكال، وقد اطلع المشاركون على أهداف البحث وإجراءاته، وضمن حقهن الكامل في الانسحاب من المشاركة في أي وقت دون تعرضهن لأي ضرر.

وقد التزمت الدراسة بالحياد التام، وعدم التحيز أو التأثير على إجابات المشاركات، كذلك عوملت

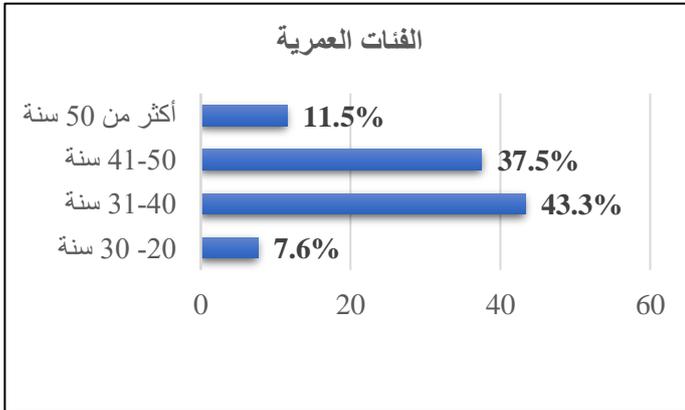
التحليل الإحصائي للدراسة:



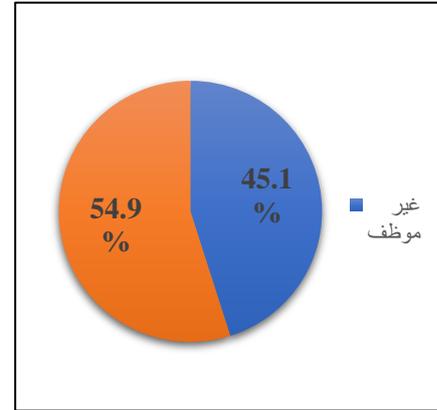
شكل 2: توزيع أولياء الأمور على مناطق المملكة



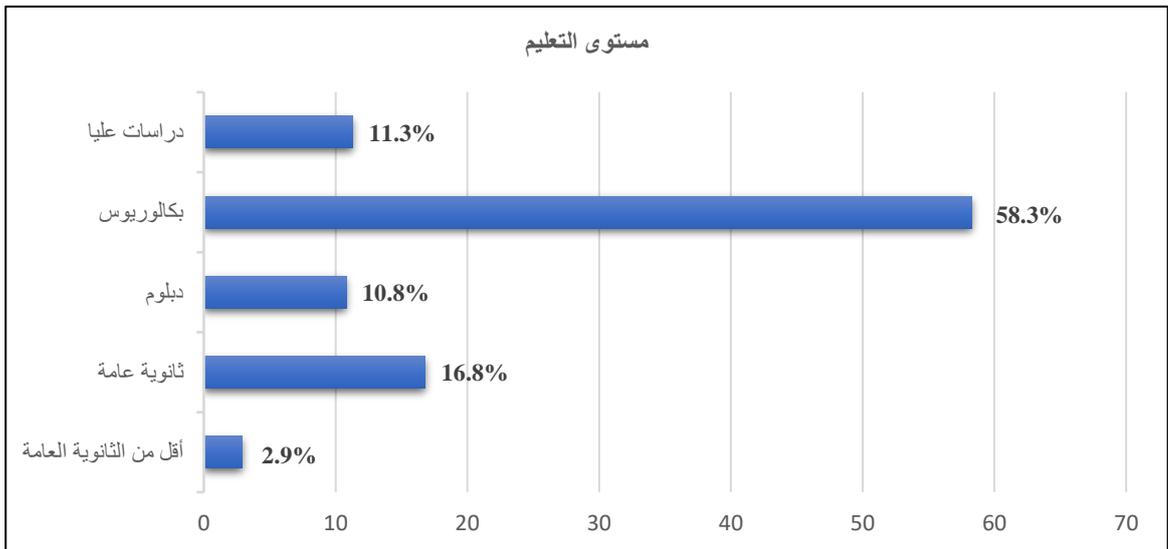
شكل 1: نسبة أولياء الأمور المشاركين وفقاً



شكل 4: الفئات العمرية المشاركة في الدراسة



شكل 3: الحالة الوظيفية لأولياء الأمور



شكل 5: مستوى تعليم أولياء الأمور

(4) يتضح أن ما يقارب 81% من أولياء الأمور تتراوح أعمارهم ما بين 31-50 سنة.

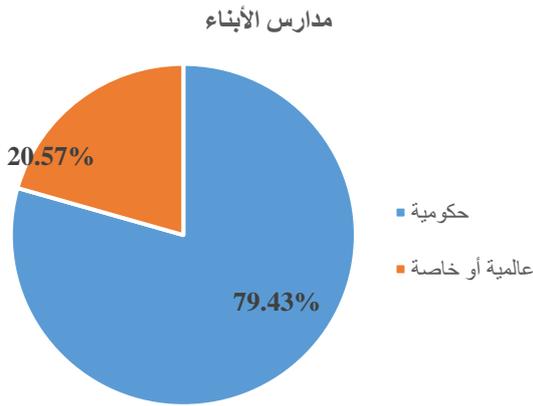
ويبين الشكل البياني (5) أن الغالبية العظمى من حملة البكالوريوس 58.3%، 16.8% من حملة الثانوية العامة، 11.3% دراسات عليا، 81.0% دبلوم ومستوى التعليم أقل من ثانوية عامة لنسبة 2.9% فقط من العينة.

كما هو موضح في الشكل البياني (6) 58.5% من المشاركين في الدراسة لديهم ابن/ابنة، 20.57% من الأبناء في مدارس خاصة وعالمية، أما

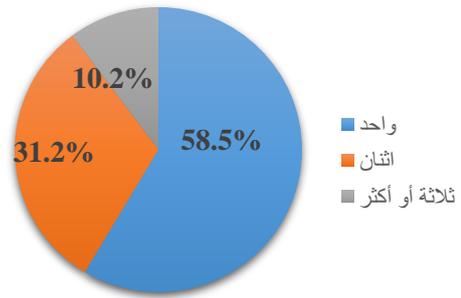
وصف عينة الدراسة:

اشتملت عينة الدراسة على 381 من أولياء الأمور، كما هو موضح في الشكل (1) أن 278 (73%) من الأمهات و103 (27%) من الآباء، من خمس مناطق إدارية في المملكة العربية السعودية، كما يتضح في الشكل (2) غالبيتهم من المنطقة الغربية 60.4% فالمنطقة الوسطى 19.9%، ثم المنطقة الجنوبية 8.7%، تليها المنطقة الشرقية 8.4% وأقل نسبة من المنطقة الشمالية 2.6%، ويوضح شكل (3) نسبة الموظفين وغير الموظفين من أولياء الأمور 54.9%، و45.1% على التوالي، ومن الشكل

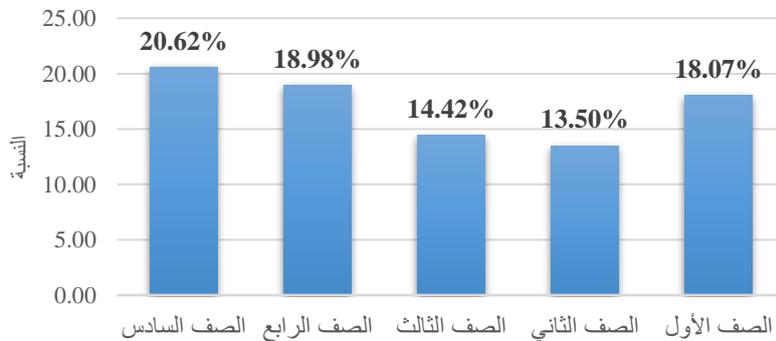
شكل 7: نوع المدرسة التي يدرس بها الأبناء



شكل 6: عدد الأبناء في المرحلة الابتدائية



شكل 8: توزيع الأبناء في الصفوف الابتدائية



شكل 8: توزيع الأبناء على المراحل الابتدائية

جدول (2): تفاعل أولياء الأمور في مجموعات واتساب:

| هل تجد أن مجموعات واتساب أولياء الأمور هي وسيلة فعالة لمتابعة شؤون أبنائك المدرسية؟ | | | | |
|--|------------|-------------|------------|------------|
| نعم، بشكل دائم | غالبًا | أحيانًا | نادرًا | أبدًا، لا |
| 63% (240) | 21.8% (83) | 9.7% (37) | 3.4% (13) | 2.1% (8) |
| ما مدى تفاعلك في المجموعة؟ | | | | |
| دائمًا | غالبًا | أحيانًا | نادرًا | أبدًا، لا |
| 20.7% (79) | 19.7% (75) | 31.2% (119) | 14.7% (56) | 13.6% (52) |
| هل تشارك عبر مجموعات واتساب أولياء الأمور التي تنتمي لها في مناقشات تتعلق بالحضور والغياب؟ | | | | |
| نعم، بشكل دائم | غالبًا | أحيانًا | نادرًا | أبدًا، لا |
| 22.6% (86) | 16% (61) | 23.6% (90) | 14.2% (54) | 23.6% (90) |

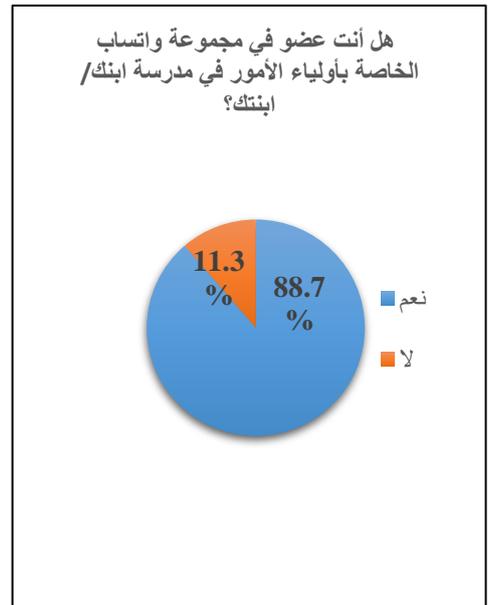
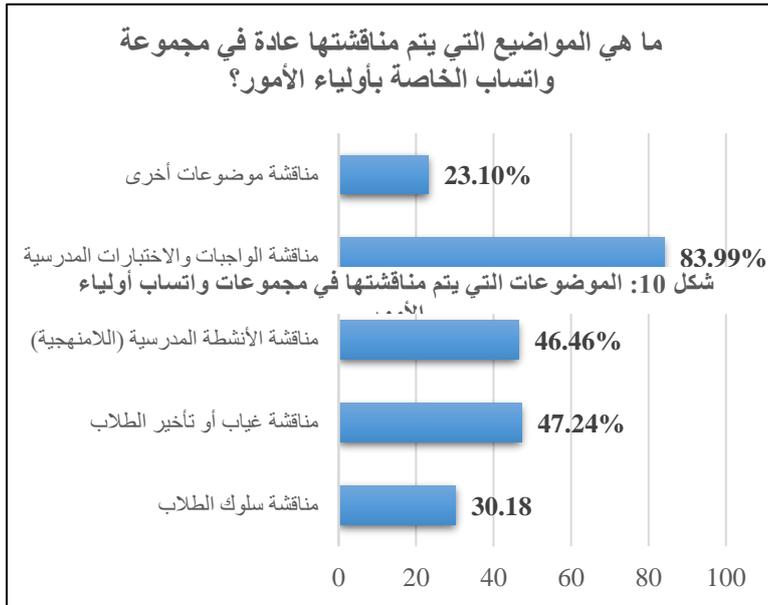
الغالبية 309 فابن/ ابنة بنسبة 79.43% في مدارس حكومية (انظر الشكل 7) بنسب متقاربة في جميع الصفوف الابتدائية من الصف الأول إلى الصف السادس (انظر الشكل 8).

تفاعل أولياء الأمور في مجموعات واتساب:

نستنتج من عينة الدراسة مشاركة غالبية أولياء الأمور في مجموعات واتساب خاصة بأولياء الأمور في مدارس أبنائهم بنسبة 88.7% (338 من 381)، مقارنة بـ 11.3% (43) فقط غير مشتركين (انظر الشكل 9).

تشير نتائج الاستطلاع إلى أن أكثر الموضوعات التي يتم مناقشتها تدور حول الواجبات والاختبارات المدرسية ثم غياب وتأخير الطلاب والأنشطة المدرسية اللامنهجية، تليها مناقشة سلوك الطلاب (انظر الشكل 10).

أما تفاعل أولياء الأمور في مجموعات الواتساب فيوضه الجدول التالي (2):



شكل 9: نسبة أولياء الأمور المشاركين في مجموعات واتساب أولياء الأمور

| مجموعة الواتساب؟ | | | | |
|--|-------------|-------------|----------------|----------------|
| موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق بشدة | غير موافق بشدة |
| 19.2% (73) | 30.2% (115) | 29.7% (113) | 14.7% (56) | 6.3% (24) |
| 3- هل أسهمت مجموعة الواتساب في تحفيز ابنك/ابنتك للمشاركة في الأنشطة الصفية؟ (كالمشاريع البحثية والعروض التقديمية والتدريبات التطبيقية والألعاب التعليمية التي تقام داخل الصف وترتبط بالمنهج؟ | | | | |
| موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق بشدة | غير موافق بشدة |
| 24.7% (94) | 47.2% (180) | 17.3% (66) | 7.6% (29) | 3.1% (12) |
| 4- هل كانت مجموعات الواتساب سببا في تحسين مشاركة ابنك/ابنتك في الأنشطة اللامنهجية التي تقيمها المدرسة؟ | | | | |
| موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق بشدة | غير موافق بشدة |
| 24.9% (95) | 45.1% (172) | 18.6% (71) | 8.7% (33) | 2.6% (10) |
| 5- هل تتأثر سلبًا مواظبة ابنك/ابنتك في الحضور للمدرسة بسبب الموضوعات أو النقاشات التي تدور في المجموعة؟ | | | | |
| موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق بشدة | غير موافق بشدة |
| 7.3% (28) | 20.2% (77) | 29.9% (114) | 28.1% (107) | 14.4% (55) |
| 6- هل تتأثر سلبًا مواظبة ابنك/ابنتك في حضور الأنشطة الصفية بسبب الموضوعات أو النقاشات التي تدور في المجموعة؟ | | | | |
| موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق بشدة | غير موافق بشدة |
| 6.8% (26) | 17.3% (66) | 31.8% (121) | 31.8% (121) | 12.3% (47) |
| 7- هل تتأثر سلبًا مواظبة ابنك/ابنتك في حضور الأنشطة اللامنهجية بسبب الموضوعات أو النقاشات التي تدور في المجموعة؟ | | | | |
| موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق بشدة | غير موافق بشدة |
| 6.8% (26) | 17.8% (68) | 28.9% (110) | 34.1% (130) | 12.3% (47) |

تشير نتائج الاستطلاع إلى أن أكثر من نصف المشاركين (63%) يتفوقون على فعالية مجموعات الواتساب لمتابعة شؤون أبنائهم، وفئة قليلة جدًا (2.1%) يختلفون معهم في الرأي.

كما أن 31.2% من أولياء الأمور يتفاعلون في مجموعات الواتساب بين الحين والآخر، بينما 20.7% يتفاعلون بشكل دائم، و19.7% يتفاعلون في أغلب الأوقات.

أما فيما يتعلق بالتفاعل والمشاركة في مناقشات تتعلق بحضور وغياب الأبناء عن الحصص الدراسية، فتتقارب نسب المشاركين دائمًا من أولياء الأمور (22.6%) مع المشاركين أحيانًا (23.6%)، وكذلك نسبة المتجنبيين للمناقشات في أمر مواظبة الحضور (23.6%).

تأثير مجموعات واتساب أولياء الأمور على المواظبة المدرسية:

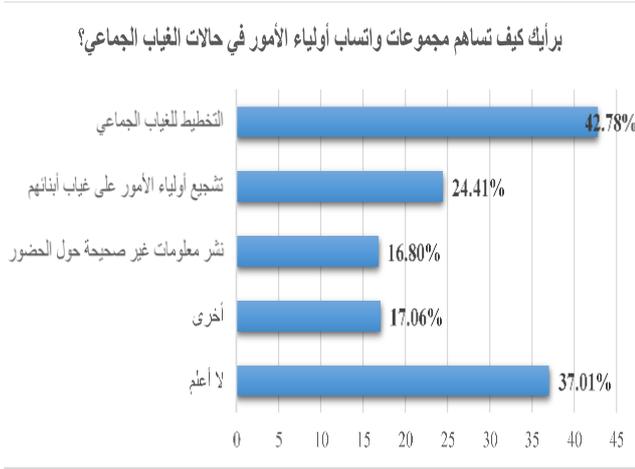
يوضح جدول (3) أدناه التأثير الإيجابي والسلبي لمجموعات الواتساب على المواظبة المدرسية من حضور ومشاركة في الأنشطة الصفية أو اللامنهجية.

جدول (3): تأثير مجموعات واتساب أولياء الأمور على المواظبة المدرسية:

| 1- هل تشعر أن مجموعات الواتساب تسهم في توفير معلومات مهمة حول مواظبة ابنك/ابنتك بشكل عام سواء في الالتزام بالحضور أو المشاركة في الأنشطة الصفية أو اللامنهجية؟ | | | | |
|--|-------------|------------|----------------|----------------|
| موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق بشدة | غير موافق بشدة |
| 30.4% (116) | 41.5% (158) | 18.1% (69) | 6.3% (24) | 3.7% (14) |
| 2- هل لاحظت تحسن في التزام ابنك/ابنتك بالحضور بعد انضمامك إلى | | | | |

تأثير مجموعات واتساب أولياء الأمور على الغياب الجماعي:

يوضح هذا الجزء تأثير مجموعات الواتساب على الغياب الجماعي والمنظم في مجموعات الواتساب.



شكل 11: كيفية إسهام مجموعات واتساب أولياء الأمور في حالات الغياب الجماعي

تبين النتائج في شكل (11) أن نسبة كبيرة حوالي 43% من أولياء الأمور يرون أن هذه المجموعات تساهم في التخطيط للغياب الجماعي، و24.41% يرون أن المجموعات لها دور في تشجيع أولياء الأمور على غياب أبنائهم، و16.8% يرون أن هذه المجموعات تقوم بنشر معلومات غير صحيحة حول الحضور، مع ذلك، هناك أيضاً نسبة من الأهل (حوالي 24.4%) لا يعتقدون أن مجموعات الواتساب تؤثر تأثيراً ملحوظاً على حالات الغياب؛ مما يبين تنوعاً في الآراء بشأن دور هذه المجموعات في المسألة، لكن النتائج تميل إلى أن إسهام الواتساب في الغياب الجماعي يكون بنسبة عالية 67% بالتخطيط له أو التشجيع عليه.

يظهر أن مجموعات الواتساب لها تأثيرات إيجابية إلى حد كبير على مواظبة الطلاب في الحضور والمشاركة في الأنشطة الصفية واللامنهجية، على الرغم من وجود بعض التأثيرات السلبية.

تُظهر النتائج من الجدول أعلاه، أن الغالبية العظمى من المشاركين (حوالي 70-80%) يعدون أن مجموعات الواتساب تساهم إسهاماً كبيراً في توفير معلومات حول مواظبة أبنائهم والمشاركة في الأنشطة الصفية واللامنهجية، وأن هناك نسبة كبيرة من الأهل (حوالي 49%) لاحظوا تحسناً في التزام أبنائهم بالحضور بعد انضمامهم إلى مجموعة الواتساب، وحوالي 80% لاحظوا تحسناً في مشاركة أبنائهم في الأنشطة الصفية و70% لاحظوا تحسناً في مشاركة أبنائهم في الأنشطة اللامنهجية. وهذا يشير إلى أن هذه المجموعات لها دور مهم في تحفيز الطلاب على الالتزام بصورة إيجابية، ويظهر تأثيراً إيجابياً لهذه المجموعات على التفاعل المدرسي بشكل عام.

أما نتائج الأسئلة 7,6,5 فتشير إلى أن نسبة صغيرة من المشاركين (حوالي 7-20%) يشعرون أن الموضوعات أو النقاشات التي تدور في المجموعة قد تؤثر سلباً على مواظبة أبنائهم في الحضور للمدرسة أو الأنشطة الصفية واللامنهجية، هذا يعني أن هناك احتمالية ضعيفة للتأثير السلبى الذي قد يشتهت انتباه الطلاب أو يؤثر على اهتمامهم بالمدرسة، مع ذلك، النسبة الأكبر من أولياء الأمور غير موافقة بشدة على هذا التأثير السلبى وحوالي 20% كانت محايدة لأسئلة التأثير السلبى؛ مما يشير إلى أن التأثير السلبى لم يكن كبيراً بعامه.

الجماعي (المُخطط والمُنسق له)، سواء من حيث التنسيق أو التفاعل بين أولياء الأمور والطلاب خاصة أن من لا يُناقشوها نسبتهم 22.1% ومن لا يرون تأثيرها السلبي نسبتهم 24.4% على التوالي.

وتشير النتائج أعلاه إلى أن هناك رغبة كبيرة بين أولياء الأمور في تحسين تنظيم المناقشات داخل مجموعات واتساب؛ حيث أظهرت إجابات السؤال الثالث أن 63.8% من المشاركين يعتقدون بضرورة وجود تنظيم أكبر في هذه المناقشات، سواء كانوا موافقين بشدة أو موافقين، مما يعكس الحاجة لإيجاد إطار واضح ومرتب للنقاشات داخل هذه المجموعات.

أما في السؤال الرابع، فقد تبين أن غالبية المشاركين (54.3%) يعتقدون أن وجود المعلم أو أحد أعضاء الإدارة في مجموعة واتساب لأولياء الأمور سيكون له تأثير إيجابي على انضباط الطلاب الذي قد يحفزهم على الالتزام بشكل أكبر بالحضور للمدرسة والمشاركة في أنشطتها؛ مما يسهم في تعزيز الانضباط داخل المجتمع المدرسي.

نتائج الانحراف المعياري:

جدول (5): نتائج الانحراف المعياري:

| الانحراف المعياري | المتوسط | العبارات |
|---|---------|--|
| تفاعل أولياء الأمور في مجموعات واتساب (متوسط=3.1969، انحراف معياري=0.97515) | | |
| .94529 | 4.4016 | 1. هل تجد أن مجموعات واتساب أولياء الأمور هي وسيلة فعالة لمتابعة شؤون أبنائك المدرسية؟ |
| 1.29880 | 3.1916 | 2. ما مدى تفاعلك في المجموعة؟ |
| | | 3. ما الموضوعات التي يتم مناقشتها عادة في مجموعة واتساب الخاصة بأولياء الأمور؟ |
| .45966 | .3018 | 4. مناقشة سلوك الطلاب |
| .49990 | .4724 | 5. مناقشة غياب أو تأخير الطلاب |
| .49940 | .4646 | 6. مناقشة الأنشطة المدرسية (اللامنهجية) |

جدول (4): تأثير مجموعات واتساب أولياء الأمور على الغياب الجماعي:

| 1- هل نوقشت حالات الغياب الجماعي في مجموعات واتساب؟ | | | | |
|--|-------------|------------|----------------|----------------|
| موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق بشدة | غير موافق بشدة |
| 23.4% (89) | 34.9% (133) | 19.7% (75) | 13.4% (51) | 8.7% (33) |
| 2- هل تسهم مجموعات واتساب أولياء الأمور في حالات الغياب الجماعي؟ | | | | |
| موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق بشدة | غير موافق بشدة |
| 27% (103) | 28.1% (107) | 20.5% (78) | 15% (57) | 9.4% (36) |
| 3- هل ترى ضرورة وجود تنظيم أكبر في المناقشات داخل مجموعة واتساب أولياء الأمور؟ | | | | |
| موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق بشدة | غير موافق بشدة |
| 27.6% (105) | 36.2% (138) | 24.1% (92) | 8.1% (31) | 3.9% (15) |
| 4- هل تعتقد أن وجود المعلم أو عضو من الإدارة في مجموعة واتساب لأولياء الأمور يؤثر على انضباط الطلاب؟ | | | | |
| موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق بشدة | غير موافق بشدة |
| 19.9% (76) | 34.4% (131) | 19.4% (74) | 18.6% (71) | 7.6% (29) |

تشير النتائج إلى أن حالات الغياب الجماعي تمت مناقشتها في مجموعات واتساب أولياء الأمور بنسبة كبيرة من الأهل، حيث إن 58.3% من المشاركين أجابوا بالموافقة أو الموافقة بشدة على أن الغياب الجماعي قد تم التطرق إليه في المجموعات، وأن 55.1% من الأهل يشعرون أن مجموعات واتساب أولياء الأمور تسهم في حالات الغياب الجماعي. هذه النسبة تعكس تأثير هذه المجموعات (السلبي) على موضوع الغياب

| الانحراف المعياري | المتوسط | العبارات |
|-------------------|---------|---|
| | | 4. برأيك كيف تسهم مجموعات واتساب أولياء الأمور في حالات الغياب الجماعي؟ |
| .4278 | .49541 | التخطيط للغياب الجماعي |
| .2441 | .43011 | تشجيع أولياء الأمور على غياب أبنائهم |
| .1680 | .37434 | نشر معلومات غير صحيحة حول الحضور |
| .1706 | .37666 | أخرى |
| .3701 | .48346 | لا أعلم |
| | | |
| 3.7533 | 1.06723 | هل ترى ضرورة وجود تنظيم أكبر في المناقشات داخل مجموعة واتساب أولياء الأمور؟ |
| 3.4042 | 1.21369 | هل تعتقد أن وجود المعلم أو عضو من الإدارة في مجموعة واتساب لأولياء الأمور يؤثر على انضباط الطلاب؟ |

قيم الانحراف المعياري في الجدول هي مؤشر على مدى التشتت والاختلاف في اجابات أولياء الأمور على أسئلة الدراسة. وبمقارنة قيمة الانحراف المعياري للمحاور الثلاثة نجد أن أعلى قيمة في المحور الأول "تفاعل أولياء الأمور في مجموعات الواتساب" ثم المحور الثالث فالثاني.

نتائج معامل الارتباط

جدول (6): تفاعل أولياء الأمور في مجموعات واتساب - مصفوفة معامل الارتباط (r):

| العبارات | (1) | (2) | (3) | (4) | (5) | (6) | (7) | (8) |
|---|-------|-------|------|-------|------|------|-------|------|
| (1) هل تجد أن مجموعات واتساب أولياء الأمور هي وسيلة فعالة لمتابعة شؤون أبنائك المدرسية؟ | 1.000 | .473 | .011 | -.046 | .044 | .064 | -.095 | .261 |
| (2) ما مدى تفاعلك في المجموعة؟ | .473 | 1.000 | .000 | .014 | .090 | .070 | -.057 | .508 |

| الانحراف المعياري | المتوسط | العبارات |
|---|---------|---|
| .8399 | .36719 | 7. مناقشة الواجبات والاختبارات المدرسية |
| .2310 | .42201 | 8. مناقشة موضوعات أخرى |
| 1.9974 | 1.46808 | 9. هل تشارك عبر مجموعات واتساب أولياء الأمور التي تنتمي لها في مناقشات تتعلق بالحضور والغياب؟ |
| تأثير مجموعات واتساب أولياء الأمور على المواظبة المدرسية (متوسط = 3.0900، انحراف معياري = 0.55844) | | |
| 3.8871 | 1.02873 | 1. هل تشعر أن مجموعات الواتساب تسهم في توفير معلومات مهمة حول مواظبة ابنك/ابنتك بشكل عام سواء في الالتزام بالحضور أو المشاركة في الأنشطة الصفية أو اللامنهجية؟ |
| 2.4121 | 1.14053 | 2. هل لاحظت تحسن في التزام ابنك/ابنتك بالحضور بعد انضمامك إلى مجموعة الواتساب؟ |
| 3.8268 | .99017 | 3. هل أسهمت مجموعة الواتساب في تحفيز ابنك/ابنتك للمشاركة في الأنشطة الصفية؟ (كالمشارك في البحوث والعروض التقديمية والتدريبات التطبيقية والألعاب التعليمية التي تقام داخل الصف وترتبط بالمنهج) |
| 3.8110 | .99260 | 4. هل كانت مجموعات الواتساب سببا في تحسين مشاركة ابنك/ابنتك في الأنشطة اللامنهجية التي تقيّمها المدرسة؟ |
| 2.2205 | 1.14418 | 5. هل تتأثر سلبا مواظبة ابنك/ابنتك في الحضور للمدرسة بسبب الموضوعات أو النقاشات التي تدور في المجموعة؟ |
| 2.7454 | 1.09341 | 6. هل تتأثر سلبا مواظبة ابنك/ابنتك في حضور الأنشطة الصفية بسبب الموضوعات أو النقاشات التي تدور في المجموعة؟ |
| 2.7270 | 1.10216 | 7. هل تتأثر سلبا مواظبة ابنك/ابنتك في حضور الأنشطة اللامنهجية بسبب الموضوعات أو النقاشات التي تدور في المجموعة؟ |
| تأثير مجموعات واتساب أولياء الأمور على الغياب الجماعي (متوسط = 2.9423، انحراف معياري = 0.57851) | | |
| 3.5092 | 1.22820 | 1. هل نوقشت حالات الغياب الجماعي في مجموعات الواتساب؟ |
| 3.8005 | 1.03471 | 2. هل استخدمت مجموعة الواتساب لتذكير أولياء الأمور بأهمية الحضور والمتابعة؟ |
| 1.5171 | 1.28876 | 3. هل تسهم مجموعات واتساب أولياء الأمور في حالات الغياب الجماعي؟ |

جدول (7): تأثير مجموعات واتساب أولياء الأمور على المواظبة المدرسية - مصفوفة معامل الارتباط (r):

| العبارات | (1) | (2) | (3) | (4) | (5) | (6) | (7) |
|--|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| (1) هل تشعر أن مجموعات الواتساب تسهم في توفير معلومات مهمة حول مواظبة ابنك/ابنتك بشكل عام؟ | 1.000 | .531 | .402 | .451 | -.209 | .201 | .209 |
| (2) هل لاحظت تحسن في التزام ابنك/ابنتك بالحضور بعد انضمامك إلى مجموعة الواتساب؟ | .531 | 1.000 | .494 | .550 | -.195 | .262 | .257 |
| (3) هل أسهمت مجموعة الواتساب في تحفيز ابنك/ابنتك للمشاركة في الأنشطة الصفية؟ | .402 | .494 | 1.000 | .802 | -.094 | .124 | .140 |
| (4) هل كانت مجموعات الواتساب سببا في تحسين مشاركة ابنك/ابنتك في الأنشطة اللامنهجية التي تقيّمها المدرسة؟ | .451 | .550 | .802 | 1.000 | -.128 | .142 | .138 |
| (5) هل تتأثر سلبا مواظبة ابنك/ابنتك في الحضور للمدرسة بسبب الموضوعات أو النقاشات التي تدور في المجموعة؟ | -.209 | -.195 | -.094 | -.128 | 1.000 | -.735 | -.705 |
| (6) هل تتأثر سلبا مواظبة ابنك/ابنتك في حضور الأنشطة الصفية بسبب الموضوعات أو النقاشات؟ | .201 | .262 | .124 | .142 | -.735 | 1.000 | .840 |
| (7) هل تتأثر سلبا مواظبة ابنك/ابنتك في حضور الأنشطة اللامنهجية بسبب الموضوعات أو النقاشات؟ | .209 | .257 | .140 | .138 | -.705 | .840 | 1.000 |

| العبارات | (1) | (2) | (3) | (4) | (5) | (6) | (7) | (8) |
|--|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| (3) مناقشة سلوك الطلاب | .011 | .000 | 1.000 | .409 | .282 | .022 | .060 | .032 |
| (4) مناقشة غياب أو تأخير الطلاب | -.046 | .014 | .409 | 1.000 | .246 | -.003 | .005 | .016 |
| (5) مناقشة الأنشطة المدرسية (اللامنهجية) | .044 | .090 | .282 | .246 | 1.000 | .206 | .101 | .041 |
| (6) مناقشة الواجبات والاختبارات المدرسية | .064 | .070 | .022 | -.003 | .206 | 1.000 | -.151 | -.011 |
| (7) مناقشة موضوعات أخرى | -.095 | -.057 | .060 | .005 | .101 | -.151 | 1.000 | .039 |
| (8) هل تشارك عبر مجموعات واتساب أولياء الأمور التي تنتمي لها في مناقشات تتعلق بالحضور والغياب؟ | .261 | .508 | .032 | .016 | .041 | -.011 | .039 | 1.000 |

ويتضح من جدول نتائج حساب معاملات الارتباط (r) بين أسئلة المحور الأول "تفاعل أولياء الأمور في مجموعات الواتساب" فنجد أن أعلى قيمة بين السؤالين: "ما مدى تفاعلك في المجموعة؟" و"هل تشارك في مناقشات الحضور والغياب؟" بقيمة $r=0.508$ وهي دلالة على وجود علاقة طردية متوسطة أما بقية العلاقات فهي ضعيفة حيث تتراوح قيم معامل الارتباط (r) بين 0.01 و0.26.

يتضح من جدول نتائج معاملات الارتباط (r) لأسئلة المحور الثالث وجود علاقة سالبة قوية بين اجابات أولياء الأمور للسؤالين: "هل نوقشت حالات الغياب الجماعي؟" و"هل تسهم مجموعات واتساب في الغياب الجماعي؟" بقيمة $r=-0.531$ ، ما يشير إلى أن رأي أولياء الأمور أن النقاش عن الغياب ليس دافع أو محفز للغياب الجماعي.

معامل الارتباط بين المحاور الثلاث:

- قيمة معامل ارتباط سبيرمان (r) بين تفاعل أولياء الأمور في مجموعات واتساب وتأثير مجموعات واتساب أولياء الأمور على المواظبة المدرسية هو 0.4580 وهو مؤشر على وجود ارتباط طردي متوسط بين المحوري وذا دلالة معنوية ($p\text{-value}=0$).
- قيمة معامل ارتباط سبيرمان (r) بين تفاعل أولياء الأمور في مجموعات واتساب وتأثير مجموعات واتساب أولياء الأمور على الغياب الجماعي هو 0.298 وهو مؤشر على وجود علاقة طردية ضعيفة بين المحوري وذا دلالة معنوية ($p\text{-value}=0$).
- قيمة معامل ارتباط سبيرمان (r) بين تأثير مجموعات واتساب أولياء الأمور على المواظبة المدرسية وتأثير مجموعات واتساب أولياء الأمور على الغياب الجماعي هو 0.354 وهو مؤشر على وجود علاقة طردية ضعيفة بين المحوري وأيضا ذا دلالة معنوية ($p\text{-value}=0$).

التحليل الاستدلالي للدراسة:

تم تعريف مقياس "درجة التأثير على الغياب" وهو عبارة عن مجموع الإجابات على الأسئلة التالية:

نجد من جدول معاملات الارتباط (r) بين أسئلة المحور الثاني أن أقوى علاقة هي بين اجابات المشاركين على السؤالين التالية: "هل أسهمت مجموعة الواتساب في تحفيز ابنك للمشاركة في الأنشطة الصفية؟" و"هل كانت سببًا في تحسين مشاركة ابنك في الأنشطة اللامنهجية؟" بقيمة معامل الارتباط تدل على وجود علاقة طردية قوية ($r=0.802$). كما نلاحظ وجود علاقات عكسية ملحوظة ظهرت بين المتغيرات الإيجابية والمتغيرات الخاصة بالتأثير السلبي للمجموعة (مثل غياب بسبب النقاشات).

جدول (8): تأثير مجموعات واتساب أولياء الأمور على الغياب الجماعي - مصفوفة معامل الارتباط (r):

| العبارات | (1) | (2) | (3) | (4) | (5) | (6) | أخرى | لا أعلم |
|--|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|---------|
| هل نوقشت حالات الغياب الجماعي في مجموعات الواتساب؟ | 1.000 | .287 | -.531 | -.022 | .003 | -.003 | -.006 | .019 |
| هل استخدمت مجموعة الواتساب لتذكير أولياء الأمور بأهمية الحضور؟ | .287 | 1.000 | -.104 | -.002 | -.003 | -.008 | .000 | .006 |
| هل تسهم مجموعات واتساب أولياء الأمور في حالات الغياب الجماعي؟ | -.531 | -.104 | 1.000 | .040 | -.015 | .010 | -.036 | -.033 |
| التخطيط للغياب الجماعي | -.022 | -.002 | .040 | 1.000 | .410 | .108 | -.167 | -.608 |
| تشجيع أولياء الأمور على غياب أبنائهم | .003 | -.003 | -.015 | .410 | 1.000 | .153 | -.079 | -.410 |
| نشر معلومات غير صحيحة حول الحضور | -.003 | -.008 | .010 | .108 | .153 | 1.000 | .002 | -.301 |
| أخرى | -.006 | .000 | -.036 | -.167 | -.079 | -.002 | 1.000 | -.218 |
| لا أعلم | .019 | .006 | -.033 | -.608 | -.410 | -.301 | -.218 | 1.000 |

- **الجزء الثالث:** هل لاحظت تحسناً في التزام ابنك/ ابنتك بالحضور بعد انضمامك إلى مجموعة الواتساب؟ (موافق بشدة 4- غير موافق بشدة 0)
- **الجزء الثالث:** هل تتأثر سلباً مواظبة ابنك/ ابنتك في الحضور للمدرسة بسبب الموضوعات أو النقاشات التي تدور في المجموعة؟
- **الجزء الرابع:** هل تسهم مجموعات واتساب أولياء الأمور في حالات الغياب الجماعي؟
- **الجزء الرابع:** هل تسهم مجموعات واتساب أولياء الأمور في حالات الغياب الجماعي؟ (موافق بشدة 0 - غير موافق بشدة 4)
- تم تعريف مقياس "التأثير الإيجابي لمجموعات الواتساب على المواظبة المدرسية" للإجابة على الفرضية الثالثة: **الجزء الثالث: 4-1.**
- تم تعريف مقياس "التأثير السلبي لمجموعات الواتساب على المواظبة المدرسية" للإجابة على الفرضية الثالثة: **الجزء الثالث: 5-7.**
- الفرضية (1): توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التفاعل في مجموعات واتساب أولياء الأمور وبين زيادة الغياب الجماعي لطلبة المرحلة الابتدائية.
- لاختبار الفرضية (1) تم قياس التفاعل في مجموعات واتساب أولياء الأمور بالسؤال:
 - هل تشارك عبر مجموعات واتساب أولياء الأمور التي تنتمي لها في مناقشات تتعلق بالحضور والغياب؟ (نعم، بشكل دائم 4 - لا، أبداً 0)
 - لاختبار الفرضية تم قياس زيادة الغياب الجماعي لطلبة المرحلة الابتدائية بالأسئلة:
- **الجزء الثالث:** هل لاحظت تحسناً في التزام ابنك/ ابنتك بالحضور بعد انضمامك إلى مجموعة الواتساب؟
- **الجزء الثالث:** هل تتأثر سلباً مواظبة ابنك/ ابنتك في الحضور للمدرسة بسبب الموضوعات أو النقاشات التي تدور في المجموعة؟
- **الجزء الرابع:** هل تسهم مجموعات واتساب أولياء الأمور في حالات الغياب الجماعي؟
- الفرضية (2): لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استخدام مجموعات واتساب أولياء الأمور والمواظبة المدرسية لطلبة المرحلة الابتدائية وفقاً لمتغير نوع المدرسة
- تم قياس استخدام مجموعات واتساب أولياء الأمور بالسؤال:
- **الجزء الثاني:** هل أنت عضو في مجموعة واتساب الخاصة بأولياء الأمور؟
- الفرضية (3): توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تأثير مجموعات واتساب أولياء الأمور التابعة للمدارس الخاصة على المواظبة المدرسية للطلبة مقارنة بالمجموعات التابعة للمدارس الحكومية.
- تم تقسيم تأثير مجموعات الواتساب إلى تأثير إيجابي وتأثير سلبي، وتم قياسهما كالتالي:
- قياس التأثير الإيجابي من خلال الأسئلة في الجزء الثالث 4-1
- قياس التأثير السلبي من خلال الأسئلة في الجزء الثالث 5-7

فرضيات الدراسة:

الفرضية (1): توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التفاعل في مجموعات واتساب أولياء الأمور وبين زيادة الغياب الجماعي لطلبة المرحلة الابتدائية.

أظهرت نتائج اختبار كاي سكوير للاستقلالية لدراسة العلاقة بين التفاعل في مجموعات واتساب أولياء الأمور وزيادة الغياب الجماعي أن القيمة الاحتمالية ($p\text{-value}=0.006, df=48$) ($LR=76.07$) أقل من مستوى المعنوية للدراسة ($\alpha=0.05$)، مما يعني أنه يمكن رفض الفرضية الصفرية التي تنص على عدم وجود علاقة بين المتغيرين، وبالتالي، يمكن استنتاج أن هناك علاقة معنوية بين التفاعل في مجموعات واتساب أولياء الأمور في المناقشات المتعلقة بالحضور والغياب وزيادة الغياب الجماعي لطلبة المرحلة الابتدائية، هذا يشير إلى أن احتمال غياب الطلاب مرتبط بشكل دال بمستوى النقاش حول الحضور على الواتساب.

بالإضافة إلى ذلك، أظهرت قيمة معامل ارتباط سبيرمان ($r=-0.19, p\text{-value}=0.00$) وجود علاقة سلبية معنوية ضعيفة بين المتغيرين، مما يعني أن زيادة مستوى التفاعل حول مناقشة الحضور على الواتساب قد تكون مرتبطة بزيادة غياب الطلاب بشكل طفيف، هذه النتيجة تشير إلى أن هناك علاقة سلبية بين نقاشات أولياء الأمور حول الحضور ووجود الطلاب في الفصول الدراسية، على الرغم من أن هذه العلاقة معنوية إلا أنها ضعيفة نسبيًا.

جدول (9): اختبار كاي سكوير للاستقلالية ومعامل ارتباط سبيرمان

| معامل ارتباط سبيرمان | اختبار كاي سكوير للاستقلالية | هل تشارك عبر مجموعات واتساب أولياء الأمور التي تنتمي لها في مناقشات تتعلق بالحضور والغياب؟ |
|------------------------------------|---|--|
| $r=-0.19$ $p\text{-value}=0.00$ | $LR=76.07$ $p\text{-value}=0.006$ | مقياس درجة التأثير |
| $r=0.27$ $p\text{-value}=0.00$ | $=61.35\chi^2$ $p\text{-value}=0.00$ | هل لاحظت تحسنًا في التزام ابنك/ابنتك بالحضور بعد انضمامك إلى مجموعة الواتساب؟ |
| $r=-0.25$ $p\text{-value}=0.00$ | $=57.39\chi^2$ $p\text{-value}=0.00$ | هل تتأثر سلبًا مواظبة ابنك/ابنتك في الحضور للمدرسة بسبب الموضوعات أو النقاشات التي تدور في المجموعة؟ |
| $r=-0.33$ $p\text{-value}=0.00$ | $=83.66\chi^2$ $p\text{-value}=0.00$ | هل تسهم مجموعات واتساب أولياء الأمور في حالات الغياب الجماعي؟ |

الفرضية (2): توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استخدام مجموعات واتساب أولياء الأمور لطلبة المرحلة الابتدائية وفق نوع المدرسة

تشير نتائج اختبار كاي سكوير للاستقلالية ($\chi^2=5.90, p\text{-value}=0.015$) إلى وجود علاقة معنوية بين نوع مدرسة الابن/الابنة واستخدام ولي الأمر للواتساب، بمعنى استخدام أولياء الأمور للواتساب يختلف اختلافًا معنويًا في مدارس الأبناء الحكومية عن المدارس الخاصة أو العالمية، ويظهر شكل (12) نسب أولياء الأمور المستخدمين للواتساب في المدارس الحكومية 90.61% (280 من 309) أكبر من المدارس الخاصة والعالمية 80.56% (58 من 72).

استخدام واتساب لم يكن له تأثير مختلف على المواظبة بغض النظر عن نوع المدرسة.

ويوضح الجدول التالي النتائج التفصيلية لاختبارات كاي سكوير للاستقلالية وعدم وجود علاقة بين نوع المدرسة التي ينتمي إليها الطالب وتأثير مجموعات الواتساب على المواظبة المدرسية. قيم ($p\text{-values} < 0.05$) التي تم الحصول عليها تشير لعدم وجود علاقة معنوية بين نوع المدرسة وتأثير مجموعات الواتساب وهذا يدل على عدم اختلاف تأثير مجموعات الواتساب بين المدارس الحكومية والمدارس الخاصة والعالمية سواء كان التأثير سلبياً أو إيجابياً.

استخدام أولياء الأمور للواتساب في المدارس الحكومية والخاصة



شكل 12: اختلاف استخدام أولياء الأمور لمجموعات الواتساب وفقاً لنوع

جدول (10): اختبار كاي سكوير للاستقلالية

| اختبار كاي سكوير للاستقلالية | | |
|-----------------------------------|--|---|
| $\chi^2 = 1.844$ p-value=0.764 | هل تشعر أن مجموعات الواتساب تسهم في توفير معلومات مهمة حول مواظبة أبنائك بشكل عام سواء في الالتزام بالحضور أو في المشاركة في الأنشطة الصفية أو اللامنهجية؟ | مقارنة التأثير الإيجابي لمجموعات الواتساب بين أنواع المدارس |
| $\chi^2 = 3.066$ p-value=0.547 | هل لاحظت تحسناً في التزام ابنك/ ابنتك بالحضور بعد انضمامك إلى مجموعة الواتساب؟ | |
| $\chi^2 = 0.628$ p-value=0.96 | هل أسهمت مجموعة الواتساب في تحفيز ابنك/ ابنتك للمشاركة في الأنشطة الصفية؟ | |
| $\chi^2 = 5.92$ p-value=0.205 | هل كانت مجموعات الواتساب سبباً في تحسين مشاركة ابنك/ ابنتك في الأنشطة اللامنهجية التي تقيّمها المدرسة؟ | |

الفرضية (3): توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تأثير مجموعات واتساب أولياء الأمور التابعة للمدارس الخاصة على المواظبة المدرسية للطلبة مقارنة بالمجموعات التابعة للمدارس الحكومية.

بعد استخدام اختبار مان وتي لتحليل التأثير الإيجابي والسلبى لمجموعات واتساب على المواظبة بين الطلبة في المدارس الحكومية والطلبة في المدارس الخاصة والعالمية، تم الحصول على النتائج التالية لتحليل التأثير السلبى ($U=10359.5$) و ($p\text{-value}=0.361$)، أما نتائج الاختبار لتحليل الاختلاف في التأثير الإيجابي ($U=10516.5$) و ($p\text{-value}=0.46$) وبمقارنة قيم الـ (p) مع مستوى الدلالة المعتاد ($\alpha = 0.05$) فنجد أنه لا يوجد تأثير مختلف بشكل معنوي لمجموعات الواتساب وفقاً لنوع المدرسة (حكومية أو خاصة وعالمية)، وبمعنى آخر، في هذه العينة، سواء كان الطالب في مدرسة حكومية أو خاصة أو عالمية، فإن

وعلى الرغم من أن النتائج أثبتت أن النقاش لا يُعد دافعاً أو مُحفزاً بحد ذاته للغياب الجماعي، لكن النتائج أثبتت أن التخطيط والتنظيم المُسبق للغياب يُؤثر سلباً على الانضباط والحضور؛ حيث يُؤكد ما يُقارب 67% من أولياء الأمور التأثير السلبي للمجموعات على الغياب الجماعي؛ لذلك وجدت الدراسة أن التنظيم داخل المجموعة أمر ضروري وبوجود عضو من الإدارة يُؤثر إيجاباً على الانضباط، على الرغم من وجود السلبيات المُصاحبة لاستخدام المجموعات، لكن إيجابيات المجموعات فاقت السلبيات، حيث دعمت هذه الفكرة إحدى المبحوثات قائلة: "مجموعات ولي الأمر لها إيجابيات أكثر من السلبيات".

التحليل النوعي:

بعد تحليل البيانات الكمية التي أظهرت الاتجاهات العامة وقدمت صورة شاملة، يأتي التحليل النوعي ليقدم فهم أكثر عمقاً وشمولية لتجارب أولياء الأمور وسياقاتهم المختلفة خاصة أن المبحوثات التسع هنا هن الأمهات.

محاور المقابلات:

محور التفاعل:

الموضوعات التي تتم مناقشتها في مجموعات واتساب أولياء الأمور:

تشير نتائج المقابلات بشكل عام إلى تعدد الموضوعات التي تتم مناقشتها حيث أكدت 8 من أولياء الأمور على أن الواجبات المدرسية والاختبارات وما يتعلق بالخطط الدراسية هي أكثر الموضوعات التي تُتداول في هذه المجموعات بالدرجة الأولى، تقول أكثر من مبحوثة: "الواجبات

| اختبار كاي سكوير للاستقلالية | | |
|---------------------------------|---|---|
| $1.775=\chi^2$ p-value=0.777 | هل تتأثر سلباً مواظبة ابنك/ابنتك في حضور الأنشطة الصفية بسبب الموضوعات أو النقاشات التي تدور في المجموعة؟ | مقارنة التأثير السلبى لمجموعات الواتساب بين أنواع المدراس |
| $3.983=\chi^2$ p-value=0.408 | هل تتأثر سلباً مواظبة ابنك/ابنتك في حضور الأنشطة الصفية بسبب الموضوعات أو النقاشات التي تدور في المجموعة؟ | |
| $1.897=\chi^2$ p-value=0.755 | هل تتأثر سلباً مواظبة ابنك/ابنتك في حضور الأنشطة اللامنهجية بسبب الموضوعات أو النقاشات التي تدور في المجموعة؟ | |

أهم نتائج التحليل الكمي:

أظهرت الدراسة دور المجموعات الإيجابي في توفير المعلومات، تحسين المشاركة، التحفيز على الأنشطة، بنسب موافقة تفوق 49% وتصل إلى 70% وبشكل كبير؛ مما يثبت دور المجموعات الإيجابي في التعليم والتفاعل الصفي واللاصفي.

تباين وجود التأثير السلبي بين المبحوثين فيما يخص النقاشات التي تدور في المجموعات والحضور للمدرسة، وحضور الأنشطة الصفية وكذلك اللامنهجية بنسب موافقة 27.5%، 24.1%، 24.4% على التوالي، بينما فاقت نسب عدم الموافقة على التأثير السلبي للمناقشات بنسب 42.5%، 44.1%، 46.4% على التوالي، مما يوضح وجود تأثير سلبي فقط على بعض من أولياء الأمور.

طرح المعلومات قائمة: "نتناقش في ... أسلوب المعلومات".

وموضوعات الأنشطة اللاصفية كأيام التأسيس واليوم الوطني ويوم المعلم ورمضان أخذت حيزاً من الموضوعات المتداولة. تقول مبحوثة: "يوجد نقاشات لا صفة لكن للأمانة مش كثير، يعني مُختصرة على المناسبات الرسمية... إذا تحضروا أو ما تحضروا والاستعدادات لها"، تقول أخرى: "... وإذا في أنشطة مطلوبة نسق بين الطالبات كل وحدة وش نشارك فيه."

يتوافق ما طرح في المقابلات مع البيانات الكمية الناتجة عن الاستبانة التي أظهرت أعلى نسبة للموضوعات المتداولة بين أولياء الأمور هي مناقشة الواجبات والاختبارات المدرسية بنسبة 83,99%، ثم تليها مناقشة غياب أو تأخير الطلاب بنسبة 47,24%، وتليها مناقشة الأنشطة اللامنهجية بنسبة مقارنة تصل إلى 46,46%.

محور التأثير السلبي والإيجابي على المواظبة لدى الطلاب:

التأثير السلبي:

أظهرت النتائج في جانب التأثير السلبي أن 7 من أصل 9 من عينة المبحوثين أي بما يعادل 80%، أكدوا أن لها تأثيراً سلبياً، وهو يُدعم ما توصلت له الاستبانة في أن 55,1% من المبحوثين أكدوا إسهام مجموعات الواتساب في الغياب الجماعي بنسبة 42,78% بالتخطيط لها، ونسبة 24,41% بالتشجيع عليه.

وقد ذكرت ولية أمر رقم (1) أن لهذه المجموعات تأثيراً سلبياً، وذلك من الرسائل السلبية التي تشجع مثلاً على عدم المشاركة في الأنشطة والغياب:

وحلها"، وثانية: "الواجبات وإيش المطلوب وإيش المشاريع، يعني هذه الموضوعات هي أكثر شيء نتناقش فيه."

وأخريات أشرن للاختبارات، قالت مبحوثة: "الواجبات والاختبارات"، وأخريات قلن: "نحل إذا في اختبارات." و"نحل إذا في أوراق مراجعة".

أما موضوع الحضور والغياب، والغياب الجماعي، فحظي على أكثر الموضوعات إشارة، حيث أشارت له الأغلبية بعدد 6 من 9 مبحوثات. تقول مبحوثة: "صراحة أغلب الموضوعات اللي في القروب عن ... طلاب غاييين، تدخل الام تسأل ... وإذا كان في اتفاق على غياب اليوم التالي"، وأخرى تؤكد قائلة: "يشاركوا الغياب"، كذلك أشارت أخرى: "... نتناقش عن الغياب والحضور في بعض الأيام." وأخرى: "... والغياب الجماعي." وأخرى تؤكد: "... ونتشارك في خطة الغياب الجماعي."

وتفاوتت الآراء فيما يخص الموضوعات المتعلقة بالمشكلات قالت إحداهن: "نتناقش في وضع المدرسة والمعلمين"، وأخرى: "نشارك كمان الشكاوي، يعني مثلاً لو في أي واحدة من الطالبات تشتكي مامتها يُفتح الموضوع على كل الأمهات يشوفوا آراءهم وأي واحدة واجهت نفس المشكلة أو لا"، أخرى تؤكد: "نتناقش في مشاكل الطلاب مع بعضهم ... ونضع لها طول".

أشارت بعض المبحوثات إلى الموضوعات التي تدور حول المدرسة والمعلمات وجودة تعليمهم. تقول مبحوثة: "... نتناقش عن المعلمات مين أفضل ومين مش أفضل..."، وتشير أخرى قائلة: "نتناقش في وضع المدرسة والمعلمين ونضع ملاحظتنا على المدرسة"، وأخرى أشارت لأسلوب

بنظام وجدول منظم ليومهم لكثرة الغيابات الناتجة عن اتفاقات الغياب في تلك المجموعات، وأكدت ولاية الأمر رقم (7) بوجود تأثير سلبي لسبب: "أي يوم يتم الاتفاق على الغياب الجماعي لا أرسل ابنتي للمدرسة، حتى لا يتم جمعها مع طالبات الفصول الأخرى." أيضا جاء رأي ولاية الأمر رقم (9) مؤيد للتأثير السلبي:

"في حال أن الأغلبية قرروا غياب أبنائهم فطبعي سيكون التأثير سلبي في أكثر من ناحية؛ حضور الطالبة للمدرسة في وقت غياب الكثير من الطالبات يؤدي إلى جمع الطالبات في فصل واحد، مع توقف المعلمة عن الشرح أو إعطائها لنبذه فقط عن الدرس، إضافة لكثرة حصص الفراغ، حيث يصبح الحضور للمدرسة بدون فائدة تذكر."

وعلى النقيض من ذلك، فولاية الأمر رقم (5) نفت وجود تأثير سلبي لتلك المجموعات على المواظبة لدى أبنائها وعلقت على ذلك قائلة: "لا ليس لها دور في التأثير، وفي حال حصل غياب عن المدرسة يكون لسبب واضح وهو أن الطفل لديه ظرف صحي أو أن أحوال الطقس غير مناسبة (أمطار، غبار قوي)، ووافقتها في ذلك ولاية الأمر رقم (8) قائلة: "لم أواجه أي تأثير سلبي على الصعيد الشخصي".

يتبين مما سبق أن المجموعات أحياناً تخلق "عدوى الغياب" وتؤثر على قرارات الحضور سلبيًا، خصوصًا في حال الاتفاق الجماعي على الغياب.

"مثلًا إحدى الأمهات ليس لديها اقتناع ببرنامج موهبة، وعند طرح النقاشات حول البرنامج، تعبر عن رأيها السلبي الذي قد يؤثر على قرارات البعض، ولا سيما في موضوع الغياب، الذي يعد سلبيًا بدرجة فائقة بالنسبة لي"، كما وافقتها أخرى رقم (2) في وجود تأثير سلبي من خلال التحفيز للغياب وهذا يخلق تأثير سلبي على المواظبة المدرسية حيث عبرت: "التأثير السلبي موجود ويؤثر علينا فافتتغ به، بما أن بناتهم لن يذهبوا إلى المدرسة فلن أدع ابنتي تذهب".

وفيما يتعلق بولية أمر رقم (3) التي هي عضوة في مجموعة واتساب أولياء الأمور الخاصة بمدرسة حكومية ومجموعة أخرى لمدرسة خاصة حيث يدرس أبنائها في كلا النوعين من المدارس، أكدت بوجود التأثير السلبي في كلتا المجموعتين حيث عبرت: "بالنسبة لي المدرسة الخاصة والحكومية كلاهما سواء بالعكس الخاصة ربما أكثر في الغياب".

وأكدت أيضًا ولاية الأمر رقم (4) بوجود التأثير السلبي وعبرت عن موقفها من نتائج المناقشات والاتفاقات التي تحدث في مجموعة واتساب:

"إذا كان أغلبية الأمهات على نفس الرأي فلا جدوى من النقاش وإقناعهم بعكس ذلك فيصبح لدي خياران إما أن أفعل مثل الأغلبية أو أدع صغيرتي تلتزم بالذهاب للمدرسة دون أي فائدة؛ لأن في معظم الأحيان لا يتم شرح المادة التعليمية إذا كان عدد الطالبات قليل".

كذلك أكدت ولاية الأمر رقم (6) بوجود التأثير السلبي على أبنائها الذي عبرت عنه بعدم الالتزام

التأثير الإيجابي:

تشير النتائج في جانب التأثير الإيجابي أن غالبية العينة ترى إيجابية لهذه المجموعات، حيث أكدت ولية الأمر رقم (1) وجود تأثير إيجابي يغلب على التأثير السلبي لتلك المجموعات، فهي تعدها مصدرًا مهمًا للمعلومات حول الأنشطة الصفية واللامنهجية المدرسية سواءً من خلال التشجيع على المشاركة أو التذكير بالمواعيد لتلك الأنشطة؛ مما يدعم المواظبة، لكنها ذكرت أن تركيز التشجيع في المجموعات يقتصر على الأنشطة الترفيهية أكثر من الأنشطة الجادة حيث قالت:

"الإيجابي بالنسبة لي أكثر من السلبي وذلك لانشغالي، فعملي يأخذ من وقتي الكثير، فأجد التذكيرات مهمة، مثلاً للواجبات، للبس خاص بالحفلة، غداً إجازة، غداً رحلة، انتبهوا هذا الرابط مهم الإجابة عليه، أشياء إيجابية كثيرة أجدتها في مجموعات ولية الأمر فيما يخص الأنشطة والمواظبة وفيما يخص الواجبات، أي شيء يخص المدرسة فالإيجابي يغلب فيه، رغم وجود التأثير السلبي على المواظبة في الأنشطة، كالمشاركة في تحفيظ القرآن، لا يتم التشجيع على ذلك صراحة، لكن يتم تداول الأشياء الترفيهية والرحلات وما إلى ذلك".

أكدت ولية الأمر رقم (2) -أيضا- على وجود التأثير الإيجابي من خلال تشجيع بعض أولياء الأمور على ضرورة مواظبة الأبناء خصوصا في الصفوف التأسيسية: "مثلا عند محاولة إحدى الأمهات خصوصا في مجموعة واتساب أولياء الأمور (صفوف التأسيس) إقناع الأمهات بأنه من

الضروري الذهاب للمدرسة وعدم الغياب لأنهم تأسيس، وهي محاولة للتحفيز لمصلحة الصغار."

وأكدت ولية الأمر رقم (3) وجود التأثير الإيجابي في التحفيز للأنشطة اللاصفية والفعاليات المدرسية؛ مما يشجع على الحضور والمشاركة، وهو ما اتفقت عليه ولية الأمر رقم (5) وولية الأمر رقم (7) التي ذكرت: "من خلال الفعاليات والأنشطة التي تقيمها المدرسة يكون هناك حماس من أولياء الأمور ونقاشات وتصوير للتجهيزات وبالتالي تتناهي حماسة بعدم تغييب ابنتي."

وجاء رأي ولية الأمر رقم (6) في تأييدها بوجود تأثير إيجابي قوي من خلال تغيير آراء أولياء الأمور في الغياب.

وكان رأي ولية الأمر رقم (8) في حصر الإيجابية بالعلم السابق بمستوى المواظبة للطلاب قائلة: "إن وجد تأثير إيجابي وحيد فإنه يظهر فقط عند عمل التصويت لمعرفة نسبة الحضور ويكون لدي حينها تصور مسبق للعدد."

في حين جاء رأي ولية الأمر رقم (9) مؤكداً دور أولياء الأمور في أن خلق الإيجابية تعتمد على وعيهم وقناعتهم بضرورة حضور أبنائهم.

أما ولية الأمر رقم (4) فلم تنف وجود تأثير إيجابي، لكنها أكدت أن السلبية أكثر من الإيجابية، ووافقتها الرأي في ذلك ولية الأمر رقم (2) وكذلك رقم (3) وبذلك خالفوا رأي ولية الأمر رقم (1) التي أكدت أن الإيجابية أكثر بتعبيرها: "مجموعات ولية الأمر لها إيجابيات أكثر من السلبيات".

يتبين مما ورد أعلاه من إجابات أن التأثير الإيجابي موجود، ويرتبط أحيانا بحضور الأنشطة الترفيهية

الغياب يتم تطبيقه، أيضا ولاية الأمر رقم (6) أكدت على ذلك من خلال اتباع آلية معينة في المجموعة؛ حيث تبدأ بمناقشة -مثلا- توقيت يوم الغياب والجدول الدراسي وبعدها يوضع التصويت بالغياب، أيضا وافقت ولاية الأمر رقم (7) العينة السابقة في إسهام تلك المجموعات في حالات الغياب الجماعي، وذلك من خلال الاتفاق المسبق على الغياب وهو ما أكدته ولاية الأمر رقم (8) بقولها: "من خلال عمل التصويت" وأخيرا أكدت ولاية الأمر رقم (9) موافقتها لرأي العينة السابقة في إسهام تلك المجموعات في حالات الغياب الجماعي بقولها: "من خلال قرار أولياء الأمور الغياب الجماعي للأبناء".

في حين رأت ولاية الأمر رقم (5) عدم إسهام مجموعات أولياء الأمور التي هي عضو فيها في حالات الغياب الجماعي بقولها: "بالنسبة للمجموعات التي أنا عضوة فيها ليس كلها يكون فيها اتفاق للغياب لأن كثير من أولياء الأمور يرفض التصويت حتى لا يتأثر بقية من في المجموعة من نتيجة التصويت، بمعنى ليس الكل يشارك في مسألة التصويت للغياب".

وبذلك يتضح مما ظهر أعلاه من الإجابات، أن هذه المجموعات تُستخدم أحيانا كمنصات لتنسيق الغياب؛ مما يضعف من سلطة المدرسة.

تقليل حالات الغياب الجماعي:

من ناحية تأثير مجموعات واتساب أولياء في تقليل حالات الغياب الجماعي أكدت (6) من أصل (9) من عينة أولياء الأمور أنها تقلل من حالات الغياب الجماعي، في حين نفت (2) من أصل (9) من عينة أولياء الأمور أن لها تأثير في تقليل حالات الغياب

أو التنظيمية، أكثر من المواظبة الأكاديمية الفعلية.

محور الغياب الجماعي:

الإسهام في حالات الغياب الجماعي

أكدت (8) من عينة أولياء الأمور من أصل (9) على أن مجموعات واتساب أولياء الأمور تسهم في حالات الغياب الجماعي؛ حيث أكدت ولاية الأمر رقم (1) أن مجموعات واتساب أولياء الأمور تسهم في زيادة حالات الغياب الجماعي من خلال تداول الآراء وإقناع البعض للآخرين بالغياب، إلا أنها مع ذلك ترى أن أولياء الأمور عادة ما يكونوا حريصين على الحضور خاصة في الصفوف التأسيسية تلاحظ أنه لا يوجد غياب جماعي كبير، ووافقتها ولاية الأمر رقم (2) في تأكيدها إسهام تلك المجموعات في حالات الغياب الجماعي بقولها:

" سيكون غياب جماعي، إذا كان الجميع لن يذهبوا للمدرسة أو مسافرين، ومن ترسل ابنتها سيتم التواصل معها من قبل المدرسة، ويطلبون منها الحضور لأخذ ابنتها، فالأفضل يا أمهات لا ترسلون أبناءكم للمدرسة، مع مبررات كالسنة طويلة وثلاثة أترام، دعوهم يرتاحون، لن يفوتهم شيء، ومحاولات مستمرة للإقناع، حتى الأم التي كانت تنوي إرسال أبنائها، تلغي الفكرة".

ووافقتها على ذلك ولاية الأمر رقم (3) وأردفت قائلة: "لو لم يكن هناك مجموعات واتساب كان الأبناء سيلتزمون بالحضور".

ووافقتهم في ذات الرأي ولاية الأمر رقم (4) التي أكدت أنه من خلال رأي الأغلبية المؤيدة على

وأعربت ولية الأمر رقم (4) أن مجموعات واتساب أولياء الأمور من الممكن أن تساعد في تقليل حالات الغياب الجماعي، ولكن في حالات محدودة: "ليس على كل حال، فممكّن لبعض الحالات أن تحضر وتحديدًا التي استنفذت الغياب لأسباب خارجة عن إرادتها".

وأكدت ولية الأمر رقم (5) أن مجموعات واتساب أولياء الأمور تقلل من نسبة الغياب: "فعلًا كثير من أولياء الأمور يرفضون الغياب، ويكون هناك نقاش من البعض بسبب أن الغياب يؤثر على تحصيل الطالب عندما يفوت عليه كثير من الدروس وفعلًا تقل نسبة الغياب".

وكذلك ذكرت ولية الأمر رقم (6) أن تلك المجموعات ممكن أن تقلل من حالات الغياب الجماعي بطريقة نسبية: "طبعًا مجموعات واتساب تقلل من حالات الغياب على حسب الوضع الذي يتم فيه التصويت يتم مناقشة الوقت والجدول الدراسي وبعدها يوضع التصويت".

وترى ولية الأمر رقم (7) أنه يمكن لمجموعات واتساب أولياء الأمور أن تقلل حالات الغياب باتباع إجراءات معينة: "توعية أولياء الأمور توعية مكثفة بخطورة الغياب، وضع مشرف من المدرسة داخل كل مجموعة" في حين ربطت ولية الأمر رقم (9) إمكانية أن تقلل مجموعات واتساب أولياء الأمور بوعي الأهالي وقناعاتهم.

ويمكن أن نستنتج من الردود السابقة الدور المزدوج لهذه المجموعات؛ فقد تسهم إيجابيًا أو سلبيًا حسب الوعي العام وتفاعل الأعضاء.

الجماعي؛ إذ نفت ولية الأمر رقم (1) أنها تساعد في تقليل حالات الغياب الجماعي، وعلقت أنهم على العكس يزيدوا حالات الغياب:

"من ناحية الغياب الجماعي يقنع بعض أولياء الأمور البعض الآخر بالغياب، برغم أنني أقرر إرسال ابنتي إلى المدرسة تعمل الأغلبية على إقناع البقية بعدم إرسال أبنائهم، فهم لا يقللون أبدًا، ولا يوجد مجموعات تقلل حالات الغياب الجماعي بل تزيدها بسبب تداول النقاشات، فإذا قرروا من خلال التداول يغيبوا فالغياب يغلب إذا كان العدد كبير، في النهاية على ولية الأمر أن تقرر ترسل ابنتها لوحدها أو تغييها مع المجموعة يعني التأثير على حالات الغياب موجود"، ووافقتها في ذلك ولية الأمر رقم (8) قائلة: "على النقيض، تزيد من جرعة الحماس للتفاعل مع المتغييبين".

فيما أكدت ولية الأمر رقم (2) أنها تقلل من حالات الغياب الجماعي وبالتالي تساعد على مواظبة الطلاب: "تساعد على الانضباط إذا اتفقوا الأمهات معًا على دوام ثلاثة أيام، ثم الغياب في اليوم الذي يليه ففي الثلاثة أيام سيكون انضباط في الحضور، واليوم المتفق عليه سيكون يكون فيه غياب".

ووافقتها ولية الأمر رقم (3) في ذلك: "نعم يوجد، مثلًا إذا كان هنالك إجازة مطولة نتفق أن يوم الأحد بعد الإجازة يكون دوام، ومثلًا إذا فيه توقعات أمطار خفيفة تبين أن ما في خطورة والجو ليس سيء فنتفق الكل يحضر".

استبانة (التصويت للغياب) وردة الفعل عليها:

من ناحية تلقى استبانة للتصويت بخصوص الغياب، فقد أجمعت عينة أولياء الأمور على تلقي هذه الاستبانة في تلك المجموعات وأجمعت أغلب العينات على موقفها المعارض من التصويت، فقد أكدت ولية الأمر رقم (1) تلقي هذه الاستبانة في المجموعة وموقفها المعارض لاتفاقات الغياب الجماعي: "نعم الاستبانة الصغيرة، هي أول شي يفعلونه".

"أنا دائماً مع الدوام بغض النظر عن حالات الغياب" وهو ما وافقتها فيه ولية الأمر رقم (9)، ورقم (5) حيث ذكرت: "يصير فيه تصويت بعض الأوقات، ولم ألق له بالا".

في حين ذكرت ولية الأمر رقم (2) أن التصويت صار أمراً معتاداً وأكدت موقفها المؤيد للحضور:

"التصويت هذا شيء أسبوعي"، "من ناحية ردت فعلي على الاستبانة وأن أصوت بنعم أم لا، بصراحة أنا أقيم على حسب وضعي هل أنا في الغالب سأدوم، إذاً أجعل ابنتي تدوم، فأصوت أن ابنتي ستدوم بغض النظر هل هم سيداومون أم لا؟ وبصراحة ليس دائماً أعتمد على استبيانهم مثل ما قلت لك خاصة الصفوف الأولية".

في حين أكدت ولية الأمر رقم (3) تلقي استبانة تصويت الغياب وذكرت موقفها منه:

"نعم مرة أجاب بنعم ومره بلا"، "لأن جدا أكره الغياب، أؤيد الالتزام لأن إذا غابوا يستخدمون الأجهزة والآيباد أتمنى السنة كلها يداومون، حتى لو السنة طويلة أنا مع الحضور يومياً لكن بسبب هذه المجموعات

صرت على دراية بوجود غياب جماعي، فأرحم أولادي أن يداوموا وحدهم فأغيبهم".

كذلك أكدت المبحوث رقم (4) تلقيها الاستبانة: "دائماً وأصبح الموضوع طبيعي لكثرة مؤيديه" وكذلك ولية الأمر رقم (7): "نعم، قمت بتعبئته".

وأكدت ولية الأمر رقم (6) تلقيها استبانة كثيرة من هذا القبيل وموقفها المتوافق مع نتيجة التصويت: "نعم تلقيت نماذج استبانة كثيرة من أعضاء المجموعة كانت ردت فعلي مع الأغلبية، أن كان الأغلبية حضور نحضر وإن كان العكس نكون من ضمن المجموعة".

في حين أبدت ولية الأمر رقم (8) تلقيها وتأييدها لأمر الاستبانة ووصفتها بالمبادرة الممتازة: "نعم، مبادرة ممتازة وتستحق الدراسة بالتأكيد".

بذلك تشير الردود أعلاه أن الاستبانة وسيلة فعالة للتأثير على القرار الجماعي في هذه المجموعات لكنها قد تؤدي إلى تغييب غير مبرر.

محور أثر وجود المعلم:

من ناحية وجهة نظر عينة أولياء الأمور في تأثير وجود المعلم أو أعضاء من الإدارة، تباينت وجهات النظر بين من لا يحبذ وجودهم وشمل على رأي وحيد من عينة أولياء الأمور، وبين من يرى لوجود المعلم أو أحد أعضاء الإدارة تأثير إيجابي لصالح المواظبة، وشمل (6) من عينة أولياء الأمور، ومن يرى تأثير سلبي تضمن رأي وحيد، ومن اتخذ رأي محايد تضمن رأي وحيد أيضاً؛ حيث رأت ولية الأمر رقم (1) عدم تأييدها لذلك وأعربت: "من وجهة نظري لن يكون فيها الأريحية في مجموعات واتساب بوجود المعلم".

في حين أن ولاية الأمر رقم (6) اتخذت موقفًا محايدًا من وجود أي تأثير: "ليس لها تأثير في مواظبة الطلاب؛ لأنهم يرسلون رسائل تحفيزية للمجموعة وهدايا وتكريمات للحضور لكي يتحفز باقي المجموعة وأيضًا تهديد بحسم الدرجات وبعض المعلمين يساعدون على الغياب بطريقة غير مباشرة يفهمها أولياء الأمور لكن بالأخير أولياء الأمور هم الحلقة الأقوى في المواظبة بسليبي أو الإيجابي"، وبذلك يمكن أن نستنتج بناءً على ما ورد من الآراء أعلاه، أن وجود المعلم أو الإدارة يمكن أن يعزز الانضباط، بشرط ألا يُستخدم لتبرير الغياب أو تقليل أهمية الحضور.

تحليل تكاملي للنتائج في ضوء نظرية التأثير الاجتماعي:

• "الضغط الاجتماعي":

طبق الضغط الاجتماعي داخل مجموعات الواتساب بشكل كبير في ظاهرة الغياب الجماعي رغم التفاعل المحدود والمتوسط الذي أظهرته (٨) من أوليات الأمر مقابل واحدة متفاعلة ونشطة داخل المجموعات، حيث أظهرت العينة التأثير السلبي والضغط الممارس الذي يجبرهم على إبقاء أطفالهم في المنزل رغم عدم رغبتهم في ذلك، إذ قالت ولاية أمر: "هم ممكن يغيروا آراءنا، يدفعونا نعمل أشياء، مثلا نغيب...".

وأخرى تدعم نفس الفكرة، قالت: "إذا كان أغلبية الأمهات على نفس الرأي فلا جدوى من النقاش وإقناعهم بعكس ذلك، فيصبح لدي خيارين إما أن أفعل مثل الأغلبية أو أدع صغیرتي تلتزم بالذهاب للمدرسة دون أي فائدة."

في حين أكدت ولاية الأمر رقم (2) اختلاف التأثير في ظل وجود المعلم لصالح المواظبة: "طبعًا، المجموعة التي يكون فيه معلم تختلف، في المجموعة الذي يكون معنا المعلم أو أحد أعضاء الإدارة، يكون فيه التزام. لكن بالتأكيد يوجد مجموعة أخرى خلف الكواليس التي تدير موضوع الغياب".

وافقتها في ذلك ولاية الأمر رقم (4): "أكد وجود المعلم والتأكد من المزيد من العطاء للمادة التعليمية يحثنا كولاية أمر أن نلتزم نحن أيضًا بالمواظبة والالتزام".

وأيضًا ولاية الأمر رقم (5): "لا بالعكس وجود أحد من ضمن الكادر التعليمي يشجع ويحث على الحضور ويتم إرسال بوسترات نصح وتشجيع للحضور ومدى تأثير الغياب على الطالب"، وكذلك ولاية الأمر رقم (8): "فعلا يوجد بعض من المعلمين في مجموعة الواتساب ويقومون مشكورين بالتأكد دوماً على ضرورة الالتزام والحضور مع التنويه بأن الحضور لو كان طالب واحد فذلك لا يعني بأن عجلة التعليم ستتأثر بعدد الحضور".

وعبرت ولاية الأمر رقم (7) موافقتها للتأثير الإيجابي بقولها: "نعم من الممكن أن يكون رادع لهم".

ووافقتهم ولاية الأمر رقم (9): "يوجد تأثير جيد من بعض المعلمات وليس من الكل"، إلا أن ولاية الأمر رقم (3) رأت وجود تأثير سلبي لوجود المعلم أو أحد أعضاء الإدارة على المواظبة: "صراحة أنا أشوفه سلبي، لأن ترسل المعلمة أحيانا أنا غائبة بكرة فتفتح الباب لاتفاقيات الغياب".

الغياب الجماعي، بينما كانت نسبة 9.4% غير موافقة بشدة على ما ذكر أعلاه.

• الإقناع الاجتماعي:

اتضح هذا المفهوم من خلال آليات الإقناع المتبعة في تلك المجموعات من أولياء الأمور لإقناع بعضهم بعضًا بوجهة نظرهم وتوجههم وتبني ذلك؛ إذ قالت إحدى وليات الأمر عن محاولات الإقناع السلبي: "مثلًا إحدى الأمهات ليس لديها اقتناع ببرنامج موهبة، وعند طرح النقاشات حول المشاركة في البرنامج، تعبر عن رأيها السلبي الذي قد يؤثر على قرارات البعض... الرسائل السلبية من البعض تُقنع بالعدول عن فكرة مشاركة بناتهن في الأنشطة..."

كذلك تدعم ولية أمر أخرى فكرة الإقناع السلبي نفسها في ظاهرة الغياب الجماعي، قائلة: "سيكون غياب جماعي إذا كان الجميع ما راح يذهبوا للمدرسة أو مسافرين، ومن ترسل ابنتها سيتم التواصل معها من قبل المدرسة، ويطلبون منها الحضور لأخذ ابنتها، فالأفضل يا أمهات لا ترسلون أبناءكم للمدرسة، مع [سرد] مبررات كالسنة طويلة وثلاثة أترام، دعوهم يرتاحون، ما يفوتهم شيء، ومحاولات مستمرة للإقناع، حتى الأم اللي كانت تنوي إرسال أبنائها، تلغي الفكرة."

ومن ناحية الإقناع الإيجابي من النقاشات بين أولياء الأمور، قالت إحدى وليات الأمر: "يكون هناك نقاش من البعض بسبب أن الغياب يؤثر على تحصيل الطالب لما يفوته كثير من الدروس، وفعلاً تقل نسبة الغياب."

يظهر مما سبق أن هناك ضغوطًا اجتماعية تمارس بين أولياء الأمور في مجموعات الواتساب تؤثر تأثيرًا كبيرًا على الغياب الجماعي، الذي أظهر ما يفوق نسبة 50% من أولياء الأمور على هذا التأثير الذي لا بد أن يوجد له طول جذرية؛ حيث أشادت نسبة 54.4% على أهمية وجود عضو في المجموعة لضبط ظاهرة الغياب الجماعي في المدارس الابتدائية.

• الامتثال الاجتماعي:

يؤدي الضغط الاجتماعي إلى الامتثال للمجموعة، فيظهر الامتثال الاجتماعي من خلال رأي الغالبية المؤيدة أو المعارضة؛ مما يؤثر إيجابًا أو سلبيًا على حالات الغياب الجماعي، فقد أكدت ولية الأمر رقم (4) أنه من رأي الأغلبية المؤيدة للغياب يتم تطبيقه، وأكدت ولية الأمر رقم (2) أن تلك المجموعات تقلل -أيضًا- من حالات الغياب الجماعي وبالتالي تساعد على مواظبة الطلاب؛ حيث قالت: "إذا اتفقوا الأمهات معًا على دوام ثلاثة أيام، ثم الغياب في اليوم الذي يليه ففي المتفق عليه سيكون فيه غياب"، وافقتها في ذلك ولية أمر رقم (3) بقولها: "إذا كان هنالك إجازة مطولة نتفق أن يوم الأحد بعد الإجازة يكون دوام، ومثلًا إذا فيه توقعات أمطار خفيفة تبين أن ما في خطورة والجو ليس سيء فننتفق الكل يحضر"، ويتمثل ذلك في نتائج السؤال الاستطلاعي (هل تسهم مجموعات واتساب أولياء الأمور في حالات الغياب الجماعي؟)، فأجاب 27% بالموافقة بشدة، 28.1% بالموافقة، والترم 20.5% بالرأي المحايد، و15% غير موافقين على تأثير الواتساب في حالات

• التقليد الاجتماعي:

ظهر مفهوم التقليد الاجتماعي في قرارات الغياب التي غالبًا ما تتخذ بناءً على توجه الغالبية داخل المجموعات؛ حيث أكدت 7 من أصل 9 من وليات الأمر أن قرارات الغياب تبنى على ذلك، فعلى سبيل المثال، عبّرت إحدى وليات الأمر عن شعورها بأنها: "مضطرة لاتباع رأي الأغلبية"؛ لأن إرسال ابنتها وحدها للمدرسة في وقت تغيب فيه الأخريات لا يعود عليها بفائدة، خاصةً مع غياب الشرح وتفريغ الجدول، وأن استخدام التصويت داخل المجموعات لتقرير الغياب، الذي وثقته الغالبية، يُعد تمثيلًا مباشرًا لسلوك التقليد الاجتماعي المدفوع بضغط الجماعة والرغبة في عدم مخالفة السائد؛ إذ عبّرت إحدى وليات الأمر عن هذا التقليد الصريح: "نعم تلقيت نماذج استبانة كثيرة من أعضاء المجموعة، وكانت ردة فعلي مع الأغلبية، إن كان الأغلبية حضور نحضر وإن كان العكس نكون من ضمن المجموعة".

وبالمثل، في حالات التأثير الإيجابي، برز التقليد الاجتماعي في تحفيز الحضور عبر رسائل الدعم والتشجيع من بعض الأمهات أو عند مشاركة صور للأنشطة المدرسية؛ مما يدفع الأخريات للمشاركة والحرص على الحضور، وأظهرت النتائج الكمية أن أكثر من 55% من أولياء الأمور يرون أن مجموعات واتساب تسهم في الغياب الجماعي، بينما أكد 58.3% أنه تتم مناقشة الغياب داخل هذه المجموعات، وهو ما يُعد مؤشرًا على تأثير الضغط الجماعي أو المحاكاة الجماعية في اتخاذ قرارات تتعلق بالغياب، وأن تلك المناقشات لا تعمل فقط بوصفها قناة سلبية لتعزيز الغياب، بل

وافقتها ولية أمر أخرى، بقولها: "مثلًا عند محاولة إحدى الأمهات وخصوصًا في مجموعة واتساب أولياء الأمور (صفوف التأسيس) إقناع الأمهات بأنه من ضروري الذهاب للمدرسة وعدم الغياب لأنهم تأسيس، وهي محاولة للتحفيز لمصلحة الصغار".

هنا محاولة الإقناع من بعض بأهمية الحضور في المراحل التأسيسية تمثل عملية إقناع اجتماعي تهدف إلى تعزيز المواظبة.

يتبين مما سبق أن نقاشات الإقناع الاجتماعي التي تدار بين أولياء الأمور في مجموعات الواتساب تؤثر على مواظبة الطلاب سلبيًا على الحضور للمدرسة، حضور الأنشطة الصفية، وحضور الأنشطة اللامنهجية التي أظهرتها نسب التأثير التالية على التوالي 37.5% - 24.1% - 24.6%، من جانب آخر يظهر التأثير الإيجابي أيضًا لتلك النقاشات، على الحضور للمدرسة، حضور الأنشطة الصفية، وحضور الأنشطة اللامنهجية من خلال النسب التالية على التوالي 49.4% - 71.9% - 70%.

وهذا يظهر أن نقاشات الإقناع الاجتماعي في الجانب الإيجابي يفوق الجانب السلبي، وهو ما يدعم رأي إحدى وليات الأمر؛ إذ قالت: "مجموعات ولي الأمر لها إيجابيات أكثر من السلبيات".

في حين أظهر 71.9% من أولياء الأمر أن مجموعات واتساب أولياء الأمور توفر معلومات مهمة حول المواظبة تعمل على إقناع أولياء الأمور ومن ثم تؤثر على مواظبة أبنائهم، وأبدى حوالي 24% من المبحوثين أن تلك المجموعات تشجع أولياء الأمور على غياب أبنائهم وهو ما يبين الدور الكبير لنقاشات أولياء الأمور في عملية الإقناع الاجتماعي التي بدورها تؤثر على المواظبة.

وبناء على ما سبق يُتضح من التحليل للبيانات الكمية والنوعية أن مفهومات التأثير الاجتماعي - كالضغط الاجتماعي، والامتثال، والإقناع، والتقليد الاجتماعي، والشرعية- لا تعمل بوصفها عوامل منفصلة، بل تتداخل وتتقاطع فيما بينها؛ مما يُظهر تعقيد الظاهرة المدروسة، فقد ظهر الضغط الاجتماعي والإقناع السلبي، على سبيل المثال، في نفس المواقف التي تحدث فيها الامتثال الجماعي أو تم منح السلوك نوعًا من "الشرعية الاجتماعية"؛ مما يدل على أن اتخاذ قرار الغياب لا يتأثر بعامل واحد فقط، بل هو نتاج شبكة من التأثيرات المتداخلة، وأن بعض المفهومات ظهرت ظهورًا مزدوجًا في تأثيرها، مثل: الإقناع الاجتماعي الذي تجلّى بوضوح في جانبه الإيجابي والسلبي؛ مما يبين ديناميكية التفاعل داخل مجموعات أولياء الأمور على واتساب، ومن ثمّ، فإن فهم تأثير هذه المجموعات على مواظبة الطلاب يتطلب نظرة تكاملية لا تفصل بين المفهومات، بل تنظر إليها بوصفها عناصر مترابطة تشكل معًا بنية التأثير الاجتماعي الفعّال في السياقات المدرسية.

المناقشة

هدفت هذه الدراسة إلى استقصاء أثر مجموعات "واتساب" الخاصة بأولياء الأمور على المواظبة المدرسية لدى طلاب المرحلة الابتدائية في المملكة العربية السعودية، من خلال منهجية مختلطة جمعت بين التحليل الكمي والنوعي، ومقارنة النتائج في ضوء مجموعة من الدراسات العالمية والعربية الحديثة، وقد أظهرت النتائج أن لمجموعات "واتساب" دورًا مركّبًا؛ يتراوح بين التأثيرات الإيجابية التي تدعم الحضور والانضباط،

يمكن تسخيرها أيضًا لتعزيز المواظبة، حسب طبيعة الخطاب السائد داخل المجموعة.

• الشرعية الاجتماعية (القبول الاجتماعي):

في مجموعة واتساب أولياء الأمور قد يكتسب قرار الغياب الجماعي شرعية عندما يتم تبنيه من عدد كبير من أولياء الأمور؛ إذ ذكرت إحدى وليات الأمر قائلة: "... دائمًا، وأصبح الموضوع طبيعي لكثرة مؤيديه"، ودعمتها الرأي أخرى قائلة: "التصويت هذا شيء أسبوعي"، وأخرى أشادت به ووصفته بالمبادرة الممتازة في قولها: "نعم، مبادرة ممتازة وتستحق الدراسة بالتأكيد"، فعندما يصبح التصويت على الغياب أمرًا متكررًا (وهو ما أجمعت عليه كل العينة في المقابلات على تلقيها لنموذج التصويت بخصوص الغياب وأجمعت أغلب العينة على موقفها المعارض من التصويت)، لكنه عندما يحظى بتأييد الكثيرين، قد يشعر أولياء الأمور بأن هذا السلوك أصبح "طبيعيًا" أو "شرعيًا" ضمن المجموعة؛ مما يقلل من مقاومتهم له.

كذلك عندما يبدو أنه يحظى بتأييد ضمني من بعض المعلمين أو الإدارة، ولو كان التأييد غير مباشر كما ذكرت إحدى وليات الأمر؛ إذ قالت: "ترسل المعلمة أحيانًا أنا غائبة غدًا فتفتح الباب لاتفاقيات الغياب"، ويفسره أولياء الأمور على أنه ضوء أخضر ضمني للغياب الجماعي ومن ثمّ يكتسب هذا الغياب نوعًا من "الشرعية" في نظرهم، وهو ما أكد عليه نحو 60,6% من العينة على دور وجود المعلم أو أحد أعضاء الإدارة في مجموعة واتساب أولياء الأمور وتأثير ذلك على مواظبة الطلاب.

توصل إليه Mukhasin & Andriani (2021) عن دور التفاعل الرقمي الإيجابي في تعزيز السلوك التشاركي والدافعية لدى الطلبة، مع التأكيد على أهمية التنظيم والتوجيه التربوي في تحقيق الأثر الإيجابي.

وعلى الرغم من وجود هذه الجوانب الإيجابية، لكن الدراسة كشفت عن بعض الآثار السلبية لاستخدام مجموعات "واتساب"، أبرزها: إسهامها في تسهيل ظاهرة "الغياب الجماعي"؛ حيث أشار 55% من أولياء الأمور إلى استخدام هذه المجموعات لتنسيق الغياب بين الطلبة، وأظهرت البيانات النوعية أن بعض النقاشات داخل هذه المجموعات قد تتجه نحو تداول رسائل سلبية تُضعف من الانضباط، وهو ما يتفق مع ما طرحته دراسات، مثل: Dávila et al. (2023)، وCox (2023) التي نهت إلى خطوة الاستخدام غير المنضبط لوسائل التواصل، وإمكانية تأثيره السلبي على انتظام الطلاب، وتأتي هذه النتائج أيضاً متوافقة مع ما أشار إليه Githinji & Margaret (2019) من وجود علاقة بين الاستخدام غير الواعي لمنصات التواصل والانحدار في مستوى انضباط الطلبة.

وفي ضوء هذه التحديات، أظهرت النتائج وجود حاجة واضحة لتنظيم الاستخدام في مجموعات "واتساب"؛ حيث اتفق (63.8%) من المشاركين على ضرورة وجود سياسات واضحة وآليات لضبط النقاشات، وهي دعوة تتسق مع توصيات Cox (2023) بضرورة تطوير مدونات سلوك رقمية لتوجيه استخدام وسائل التواصل بما يخدم الأهداف التعليمية.

ومن أبرز النتائج الإحصائية التي كشفت عنها الدراسة وجود علاقة سلبية ضعيفة، ولكن ذات

والتأثيرات السلبية التي قد تسهم في تكريس الغياب الجماعي، وذلك وفق طبيعة الاستخدام وسياق التفاعل داخل المجموعة؛ إذ تبين نتائج هذه الدراسة مدى شيوع استخدام مجموعات "واتساب" وانتشارها في البيئة التعليمية؛ حيث أشار غالبية أولياء الأمور بنسبة (88.7%) إلى مشاركتهم النشطة في هذه المجموعات؛ مما يدل على اعتمادها وسيلة تواصل رئيسة بين البيت والمدرسة، وتتسق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسات حديثة، مثل: Salgado (2023) وCino et al. (2021) التي أكدت أن "واتساب" أصبح جزءاً لا يتجزأ من البنية التحتية للتواصل في التعليم الحديث.

وقد أظهرت النتائج أن لتلك المجموعات أثراً إيجابياً ملحوظاً على المواظبة والانضباط، حيث أشار (63%) من أولياء الأمور إلى دورها في تحسين المتابعة والاتصال مع المدرسة؛ مما يعزز الشراكة التربوية كما ورد في دراسة Badshah et al. (2021) وفي ذات السياق، أشار (49%) إلى تحسن في الحضور المدرسي، وهي نتيجة تدعمها دراسات عديدة، مثل: Nedungadi et al. (2018)، و(2021) Mukhasin & Andriani التي ربطت استخدام المنصات الرقمية بانخفاض نسب الغياب وارتفاع معدلات الالتزام المدرسي.

أما على صعيد مشاركة الطلبة، فقد لاحظ أولياء الأمور تحسناً كبيراً في التفاعل الصفي (80%) والمشاركة في الأنشطة اللامنهجية (79%)، وهو ما أكدته كذلك النتائج النوعية التي أظهرت أن هذه المجموعات تسهم في رفع وعي أولياء الأمور وتحفيزهم على دعم أبنائهم، ولا سيما في الفعاليات اللامنهجية، ويتفق هذا الطرح مع ما

تختلف هذه الدراسة عن العديد من الدراسات السابقة التي تناولت أثر وسائل التواصل على طلاب المرحلة الثانوية أو الجامعية، مثل: (Githinji & Margaret, 2019)؛ إذ تسلط الضوء على طلاب المرحلة الابتدائية في السعودية، وهي فئة غالبًا ما يتم إغفالها في هذا السياق رغم أهمية هذه المرحلة في تكوين السلوك المدرسي ودور أولياء الأمور الحيوي فيها، واعتمدت الدراسة على منهجية مختلطة تجمع بين التحليل الكمي والنوعي؛ مما أتاح لها تقديم رؤية أكثر شمولاً وعمقاً لأثر مجموعات واتساب على المواظبة المدرسية، وهو ما عزز من مصداقية النتائج وأضفى بُعدًا تفسيريًا للسياقات والدوافع السلوكية.

ومن أبرز ما انفردت به الدراسة هو رصدتها لظاهرة (الغياب الجماعي المنسق رقميًا) عبر استخدام مجموعات أولياء الأمور على واتساب لتنسيق الغياب الجماعي، وهي ممارسة لم تحظ بتوثيق كافٍ في الأدبيات السابقة؛ مما يفتح المجال أمام دراسات جديدة لفهم (العدوى السلوكية الرقمية) في البيئات التعليمية، وأبرزت الدراسة العلاقة السلبية بين كثافة التفاعل الرقمي وغياب الطلاب، بخلاف ما تفترضه بعض الأدبيات من أن كثافة التفاعل الرقمي مؤشر إيجابي دائمًا؛ حيث توصلت الدراسة إلى وجود علاقة سلبية بين كثافة التفاعل داخل المجموعات وانتظام الحضور؛ مما يقدم رؤية ناقدة لفكرة "التواصل الفعّال"، ويدعو إلى إعادة النظر في معايير هذا التواصل من منظور تربوي.

وقدمت الدراسة توصيات تنظيمية تنطلق من الواقع المحلي للمدارس السعودية، منها وضع

دلالة إحصائية بين كثافة التفاعل في المجموعات وانتشار الغياب الجماعي ($r = -0.19, p = 0.006$)؛ مما يشير إلى أن التفاعل المكثف لا يُعد دائمًا مؤشرًا إيجابيًا، وقد يُظهر في بعض الحالات عدوى سلوكية أو تأثيرات جماعية سلبية عند غياب التوجيه التربوي، وتتسق هذه النتيجة مع ما ورد في دراسة (Githinji & Margaret, 2019).

وأخيرًا، كشفت الدراسة عن وجود فروق في معدلات استخدام مجموعات "واتساب" بين المدارس الحكومية والخاصة، ومع ذلك لم تُسجّل فروقًا ذات دلالة في تأثير هذه المجموعات على المواظبة؛ مما يدل على أن فعالية هذه الوسائل تعتمد بدرجة أكبر على طبيعة الاستخدام ومستوى التوجيه داخل المجموعة، أكثر من ارتباطها بنوع المدرسة، وهذا ما أكدته دراسة شريف والدوسري (2019) التي ربطت بين الانضباط المدرسي ومدى فاعلية تفاعل القادة التربويين عبر وسائل التواصل.

وبناءً على ما سبق توضح هذه الدراسة أن مجموعات "واتساب" تمثل أداة مزدوجة الأثر في البيئة التعليمية، فهي قادرة على تعزيز الانضباط والمشاركة عندما تُدار إدارة إيجابية ومنضبطة، لكنها قد تتحول إلى أداة ضارة عند غياب التنظيم والتوجيه التربوي.

الإضافة المعرفية للدراسة:

تتميز هذه الدراسة بالعديد من الجوانب تجعلها إضافة نوعية في ميدان البحث التربوي المرتبط باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في البيئة التعليمية، وذلك من جوانب عديدة تفردت بها مقارنة بالدراسات السابقة، ومن أبرزها تركيزها على المرحلة الابتدائية في السياق السعودي، حيث

3. إعادة النظر في هيكل العام الدراسي، وتقليص مدته أو العودة لنظام فصلين دراسيين لتقليل ظاهرة الغياب المتكرر
4. توسيع العينة لتشمل مراحل دراسية مختلفة، حيث يُقترح توسيع نطاق البحث ليشمل طلاب المرحلة المتوسطة والثانوية، لتحليل الفروقات السلوكية حسب الفئة العمرية.
5. تحليل العلاقة بين أنماط التفاعل وتكرار الغياب، يُوصى بتحليل دقيق لأنماط التفاعل داخل المجموعات، وعلاقتها بتواتر الغياب، لتحديد المؤشرات المبكرة لسلوكيات غير منضبطة.

الخاتمة

مع تسارع التحول الرقمي في البيئات التعليمية، باتت أدوات التواصل الاجتماعي، وفي مقدمتها تطبيق "واتساب"، جزءاً محورياً من منظومة التفاعل بين أولياء الأمور والمدارس، وقد سعت هذه الدراسة إلى استكشاف أثر مجموعات واتساب الخاصة بأولياء الأمور على المواظبة المدرسية لدى طلاب المرحلة الابتدائية في المملكة العربية السعودية، بالاستناد إلى منهج يجمع بين التحليل الكمي والنوعي.

أظهرت نتائج الدراسة أن مجموعات واتساب تشكل أداة فعالة لتعزيز التواصل، وتسهم في رفع مستوى المواظبة والمشاركة الصفية واللامنهجية، غير أن هذا الأثر الإيجابي يظل مشروطاً بطبيعة التفاعل داخل المجموعة، فقد تبين أن التفاعل المنضبط والموجه يسهم في تحسين الانضباط المدرسي، بينما يؤدي التفاعل العشوائي وغير المنظم إلى نتائج عكسية، مثل

مدونات سلوك رقمية، وتنظيم النقاشات في مجموعات أولياء الأمور، والنظر في بعض السياسات التعليمية بما يخدم أهداف التعليم والانضباط المدرسي ويراعي السياق الثقافي والتربوي المحلي، وبذلك، تُعد هذه الدراسة إضافة معرفية تسهم في إثراء النقاش عن الاستخدام التربوي لوسائل التواصل الاجتماعي، مع التركيز على أهمية الضبط التربوي والوعي الرقمي بوصفها أدوات داعمة للمواظبة والانضباط.

محددات الدراسة:

القيود المنهجية:

- عينة الدراسة عينة قصدية اقتصرت على أولياء أمور طلاب المرحلة الابتدائية في السعودية فقط؛ مما قد يحد من تعميم النتائج.
- عينة أولياء الأمور تميل إلى الأبناء في المدارس الحكومية؛ مما يحد من شمولية النتائج لمختلف أنواع المدارس.
- الطبيعة المتغيرة والديناميكية للتفاعل في مجموعات واتساب؛ مما يصعب توثيق كل جوانب الأثر بدقة.
- ضيق الوقت كان أحد أبرز التحديات التي واجهت تنفيذ البحث.
- عدم التوازن جغرافياً في استجابات المبحوثين حيث كانت أغلب الاستجابات من المنطقة الغربية في المملكة العربية السعودية.

توصيات مُستقبلية:

1. الدمج بين التعليم الحضوري والتعليم المدمج؛ لتقليل الاعتماد السلبي على المجموعات.
2. وضع مدونات سلوك رقمية واضحة لتنظيم المجموعات.

المراجع:

أولاً: المراجع العربية:

- أحمد، أسماء (2023). مخاطر وسائل التواصل الاجتماعي على الشباب وآليات مقترحة للحد منها من منظور الممارسة العامة للخدمة الاجتماعية. *مجلة القاهرة للخدمة الاجتماعية*، 38(2)، 440-515.
- إسماعيل، عفاف عبدالله أحمد (2021). دور الواتس آب في تعزيز العلاقات الاجتماعية خلال جائحة كورونا (دراسة ميدانية على عينة من مواطني الدول العربية). *المجلة الجزائرية للاتصال*، 23(2)، 116-150.
- السعدية، فخرية بنت سالم بن حمدان وأبو خطوة، بثينة فضيل (2020). أهمية التواصل الفردي باستخدام الواتساب في تواصل أولياء أمور طالبات الصف السادس في مادة الرياضيات بمدينة البريمي بسلطنة عمان. *المجلة العربية للنشر العلمي*، 18، 137-163.
- السقاف، رانية محمد (2021). الفائدة والسهولة المتصورة لفهم مدى قبول الجامعيات استخدام تطبيق المراسلة الفورية (واتساب) وتأثيره في الأداء الدراسي. *مجلة البحوث الإعلامية*، 59(4)، 1951-1984.
- الشрман، علي عبدالله والشناق، مأمون محمد وجوارنة، طارق يوسف (2020). فاعلية توظيف وسائل التواصل الاجتماعي بين معلم الرياضيات وأولياء الأمور في تنمية التحصيل لدى تلاميذ الصف الرابع الأساسي في الرياضيات. *مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية*، 28(6)، 925-940.
- العدوان، أسماء تيسير محمد (2020). أسباب تغيب طلاب المرحلة الأساسية العليا عن المدرسة من وجهة نظر الآباء في الأردن. *مجلة العلوم التربوية والنفسية*، 4(7)، 164 - 184.
- المدني، أسامة بن غازي زين (2019). استخدام الشباب السعودي لتطبيق الواتساب والإشباع المتحققة منها. *مجلة جامعة أم القرى للعلوم الاجتماعية*، 21(2)، 77-133.
- حميدي، حياة وبن عمروش، فريدة (2024). تأثير الإنترنت على الاتصال الأسري -العلاقة بين الوالدين والأبناء- دراسة ميدانية في أنماط الاستخدام على عينة من الأسر الجزائرية بالعاصمة. جامعة الجزائر 3، كلية علوم الإعلام والاتصال.
- شركة راجح للتسويق والبرمجة (2024). *تقرير وسائل التواصل الاجتماعي في السعودية لعام 2024*. <https://rageh.net/%D8%AA%D9%82%D8%B1%D9%8A%D8%B1-%D9%88%D8%B3%D8%A7%D8%A6%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%88%D8%A7%D8%B5%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%A7%D8%B9%D9%8A-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D8%B9/>
- شريف، محمد شريف والدوسري، محمد إبراهيم مبارك (2019). درجة توظيف قادة مدارس محافظة وادي الدواسر لوسائل الاتصال الإلكتروني وعلاقتها بتحقيق الانضباط المدرسي من وجهة نظر المعلمين. *مجلة كلية التربية*، 35(2)، 610-639.

الغياب الجماعي وتداول الرسائل السلبية، وهو ما أكدته العلاقة السالبة ذات الدلالة الإحصائية بين كثافة التفاعل وانتشار الغياب الجماعي.

وكشفت الدراسة عن وعي تربوي ملحوظ لدى أولياء الأمور تجاه أهمية هذه المجموعات، واستعدادهم للإسهام الإيجابي شريطة وجود إطار تنظيمي واضح يضبط طبيعة استخدامها، وبرز من خلال النتائج أهمية وجود مدونة سلوك رقمية وآليات إرشادية تنظم الحوار الرقمي داخل هذه المجموعات، وتعزز الأهداف التربوية، بما يحد من التوجهات السلوكية الرقمية غير المرغوبة في العملية التعليمية، مثل: الضغط الاجتماعي، والإقناع وما يترتب عليه من التقليد والامتثال الاجتماعي.

ومن بين الاستنتاجات المهمة التي توصلت إليها الدراسة أن التفاعل الكثيف لا يعني بالضرورة تحقيق نتائج إيجابية، بل قد يؤدي إلى ما يمكن وصفه بـ "عدوى الغياب الجماعي"، في حال غياب الضبط والرقابة، ولم تُظهر الدراسة فروقاً ذات دلالة بين المدارس الحكومية والخاصة فيما يخص تأثير هذه المجموعات على المواظبة؛ مما يشير إلى أن الاستخدام الواعي والمنظم هو العامل الحاسم، وليس نوع المؤسسة التعليمية بحد ذاته.

وعليه، تفتح الدراسة المجال أمام المزيد من البحوث المعمقة والموسعة حول تأثير مجموعات واتساب أولياء الأمور على المواظبة في المراحل الدراسية المختلفة.

اتجاهات طلبة الإعلام نحو الإبداع في
التعليم الإعلامي وعلاقته بتحفيز قدراتهم
وفق نظرية الذكاء الناجح "دراسة مسحية على
عينة من طلبة الإعلام والاتصال بجامعة الملك فيصل
بالمملكة العربية السعودية"

Media Students' Attitudes Towards Creativity in
Media Education and Its Relationship to Motivating
Their Abilities According to the Theory of Successful
Intelligence "A Survey Study on a Sample of Media and Communication
Students at King Faisal University in the Kingdom of Saudi Arabia"

د. وفاء محمد العطيوي

أستاذ مساعد بقسم الإعلام والاتصال، كلية الآداب، جامعة الملك فيصل، الأحساء، المملكة العربية السعودية

Dr. Wafa Muhammed Attyaoui

Associate professor, Department of Communication and Media, Faculty of Arts, King Faisal
University, El-Ahssa, Saudi Arabia



Abstract:

The study aimed to identify the role of creativity in media education and the extent to which it stimulates the educational process in enhancing students' creative, analytical, and practical abilities, in light of Sternberg's successful intelligence theory. The study adopted a descriptive approach and used a survey method based on a questionnaire applied to a sample of 350 media and communication students at King Faisal University in the Kingdom of Saudi Arabia. The study reached several findings, the most important of which is that the majority of the sample members (67.15%) believe that creativity plays an important role in the educational process, indicating that the study sample of media students places significant importance on creativity in education and prefers integrating creativity into teaching rather than traditional methods based on rote learning and memorization. The study concluded that there is consistency between the student's interest in creativity and their efforts to strengthen their strengths and correct their weaknesses, which are the foundations and principles outlined in the successful intelligence theory.

The study confirmed that there are no statistically significant differences at the significance level (0.05) between the average attitudes of students towards the importance of integrating the term creativity in the educational media process to stimulate the student's creative, analytical, and practical abilities, attributed to the variables of gender and academic major.

The study also affirmed that there are no statistically significant differences at the significance level (0.05) between the average attitudes of students towards a role in stimulating the creative, analytical, and practical abilities of media students in achieving successful intelligence, attributed to the variables of gender and academic major.

The study recommended integrating the theory of successful intelligence into media education. It called for the development of media teaching methods by incorporating the term creativity to make media education more suitable for encouraging students to engage in deep Critical thinking and balancing theory and practice.

Keywords: creativity, media education, successful intelligence, stimulating the student's abilities.

المخلص:

هدفت الدراسة إلى التعرف على مكانة الإبداع في التعليم الإعلامي وعلاقته بتحفيز قدرات الطالب الإبداعية والتحليلية والعملية وذلك في ضوء نظرية الذكاء الناجح لسستيرنبرغ، واتبعت الدراسة المنهج الوصفي واستخدمت أسلوب المسح القائم على الاستبانة بالتطبيق على عينة قوامها 350 مفردة من طلبة الإعلام والاتصال بجامعة الملك فيصل بالمملكة العربية السعودية.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج عديدة، أهمها أن أغلبية أفراد العينة (67.15%) يعدون أن للإبداع دورا مهما في العملية التعليمية؛ مما يدل على أن عينة الدراسة من طلبة الإعلام تفضل دمج الإبداع في التدريس بدل الطرق التقليدية القائمة على التلقين والحفظ. وخلصت الدراسة إلى الاتساق بين اهتمام الطالب بالإبداع وسعيه لتدعيم جوانب القوة لديه وتصحيح جوانب الضعف وهي الأسس والفروض التي تنص عليها نظرية الذكاء الناجح.

وأكدت الدراسة أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0,05) بين متوسط اتجاهات الطلبة نحو أهمية إدماج مصطلح الإبداع في العملية التعليمية الإعلامية في تحفيز قدرات الطالب الإبداعية والتحليلية والعملية، تعزى إلى متغير النوع والتخصص الدراسي، وبينت أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0,05) بين متوسط اتجاهات الطلبة نحو دور تحفيز قدرات طالب الإعلام الإبداعية والتحليلية والعملية في تحقيق الذكاء الناجح، تعزى إلى متغير النوع والتخصص الدراسي.

أوصت الدراسة بدمج نظرية الذكاء الناجح في التعليم الإعلامي، ودعت إلى تطوير طرق تدريس الإعلام من خلال دمج مصطلح الإبداع ليكون التعليم الإعلامي أكثر ملائمة لدفع الطلبة إلى التفكير النقدي العميق والموازنة بين النظري والتطبيقي.

الكلمات المفتاحية: الإبداع، التعليم الإعلامي، الذكاء الناجح، تحفيز قدرات الطالب.

المقدمة

المشهود، بما يجعلها أكثر مرونة لمواكبة المتغيرات المتسارعة في مجال الإعلام. وهذا ما تسعى إليه وزارة التربية والتعليم العالي بالمملكة العربية السعودية من خلال سياق التنظيم بالعمل الأكاديمي، فجودة التعليم تعد إحدى المسائل الحيوية في نظام التعليم الحديث والمعاصر، وهو ما يستلزم وضع مؤشرات ومعايير وخطط وفق هذا التوجه.

ولكي يواكب التعليم الإعلامي تطورات الإعلام، ويتمكن من كسب الرهانات عليه أن يكون قادراً على تطوير مهارات وقدرات الطالب وتنشئة جيل قادر على الابتكار والإبداع؛ إذ أثبتت جل التجارب والدراسات أن مفهوم الإبداع يكتسي أهمية بالغة في التعليم وكلما اقترن التعليم بالإبداع أصبح التدريس فعالاً أكثر وذا جدوى وأمكنه صنع الفارق وتحقيق التميز. وتعود الحاجة إلى الإبداع في المؤسسات التربوية إلى كونه من المتغيرات المهمة في بناء الانسان؛ مما يفرض عليها أن تستوعب معطيات التغيير والتطوير. لذا فإن مستقبل الأمم لا يعتمد على العدد الرقمي للقوى العاملة فيها، وإنما على أفراد مبدعين في المجالات المختلفة وبخاصة في المجال التربوي.²

ذلك ما حثنا في إطار الدراسة الحالية إلى الاهتمام بمكانة الإبداع في العملية التعليمية الإعلامية، بالرجوع إلى نظريات تربوية حديثة تشرع لأهمية اتباع طرق تدريس تنمي المهارات والقدرات الإبداعية لدى الطلاب مثل نظرية الذكاء الناجح لستيرنبرغ؛ فهي نظرية حديثة يمكن الاستفادة منها في مجال التدريس ولها ميزات في تحقيق نواتج التعلم المنشودة ومساعدة الطالب على تحقيق النجاح على الصعيد المهني والأكاديمي

يمثل التعليم أحد أهم ركائز تطور المجتمعات وعاملاً مهماً من عوامل استمرارها وتحقيق التنمية والنهضة المنشودة؛ حيث تسعى جل الأمم إلى تطوير العنصر البشري بالاعتماد على جملة من المجالات يعد التعليم أبرزها، فللتعليم العالي دور في تكوين الفرد وتطويره بجعله عنصراً فاعلاً قادراً على الرقي بمجتمعه.

ومن منطلق الوعي بهذا الدور المتنامي للتعليم في النهوض بالأمة، أصبح الاهتمام بالتعليم ذي الجودة العالية وبالمعرفة العميقة ضرورة ملحة في الوطن العربي، وعدّ هدفاً وطنياً في المملكة العربية السعودية، التي تسعى إلى تطوير التعليم باستمرار ليواكب التحولات المتسارعة للمجتمع السعودي ويدعم نموه.

من هنا جاءت أهمية العناية بالتعليم الإعلامي في المملكة العربية السعودية الذي يشهد اليوم تحولات كبيرة ومتسارعة على كافة الأصعدة والعملية التعليمية الإعلامية التي تواجه تحديات جمة، تتطلب إعادة النظر في ركائزها ومكوناتها المختلفة؛ لتمكين من التكيف مع المجتمع ومتطلبات سوق العمل، حيث يمر تدريس الإعلام بمرحلة محورية انتقالية؛ نظراً لظهور عوامل جديدة ورهانات عديدة وتحديات تجعل من تحيين التعليم الإعلامي وتطويره المستمر أمراً ضرورياً.

وقد أشارت العديد من الدراسات إلى أهمية هذا الموضوع مثل دراسة (زقزوق، 2021)¹ التي عدت أن أقسام الإعلام في المملكة العربية السعودية مطالبة بمواكبة حاجة السوق الإعلامي السعودي في مجال التقنيات والمعلومات الاتصالية والتدريبية الحديثة وفق رؤية المملكة 2030؛ حيث تتطلب مناهجها وبرامجها مواكبة التطور

المنشود للتعليم الإعلامي ضرورة التفكير في تبني رؤى استراتيجية جديدة فعالة للتقليل من الاعتماد على المنهج التقليدي في التدريس ومحاولة توظيف المنهج الإبداعي واعتماد خلفية نظرية حديثة؛ حيث يبدو من الضروري أن تولي الجامعات أهمية أكبر لحدّ المدرسين على اتباع نمط تعليم منفتح على التطورات المستمرة، يجمع بين النظري والتطبيقي وطرق تدريس تصب في تمكين الطالب من اكتشاف نقاط قوته لتدعيمها ونقاط ضعفه لتصحيحها.

وبناء على ذلك، تتبلور مشكلة الدراسة الحالية في الكشف عن مدى أهمية إدماج مصطلح الإبداع في العملية التعليمية الإعلامية في تحفيز قدرات الطالب الإبداعية والتحليلية والعملية ودور ذلك في تحقيق الذكاء الناجح.

أهمية الدراسة

الأهمية النظرية

تستمد الدراسة الحالية أهميتها من عمق الطرح وأهمية الموضوع المتمثل في مكانة الإبداع في التعليم الإعلامي نظراً لما له من تأثير مباشر على تحسين جودة العملية التعليمية الإعلامية، بالإضافة إلى شمولية الموضوع الذي يتناول زوايا مختلفة من العملية التعليمية الإعلامية. وتستند الدراسة إلى مرجعية نظرية تربوية حديثة وهي نظرية الذكاء الناجح التي أثبتت نتائجها الإيجابية في مجال التعليم ودورها في تحسين نواتج التعلم.

ويعد هذا البحث من البحوث القليلة التي اهتمت بإدماج نظرية "الذكاء الناجح" في التعليم الإعلامي، فهو من البحوث النادرة التي جمعت بين التعليم الإعلامي ومصطلح الإبداع ونظرية الذكاء الناجح؛ إذ اهتمت العديد من البحوث بالتعليم الإعلامي،

بافتراض ثلاث قدرات موجودة لديه، وهي القدرات التحليلية والإبداعية والعملية.³ لذلك جاءت الدراسة الحالية للبحث في موضوع أهمية الإبداع في التعليم الإعلامي وتحفيز قدرات الطالب الإبداعية والتحليلية والعملية وفق نظرية الذكاء الناجح.

مشكلة الدراسة

تواجه العملية التعليمية الإعلامية تحديات كبرى خارجية وداخلية، ففي ضوء التطورات المتسارعة التي يشهدها الإعلام لم تعد الطرق التقليدية في التدريس القائمة على التلقين كافية لتحقيق مخرجات التعلم وإعداد طلبة مؤهلين للاندماج في سوق العمل وتقديم الإضافة في مجال الإعلام. وقد أثبتت العديد من الدراسات فشل الطرق التقليدية وعجزها عن تطوير مهارات وقدرات الطلاب وتلبية الاحتياجات التعليمية؛ لذلك أصبح لزاماً تحديث أساليب التدريس لتطوير مهارات وقدرات طالب الإعلام.

وانطلاقاً من التحديات التي يواجهها التعليم الإعلامي اليوم، يبدو استكشاف طرق ورؤى في العملية التعليمية مسألة بحثية ملحة وفي غاية الأهمية. واستناداً إلى العديد من التجارب والدراسات السابقة، يعد الإبداع أحد أهم الاستراتيجيات المتبعة لمواجهة هذه التحديات.

وظهرت الحاجة الماسة إلى تعليم يركز على تنمية مهارات الطالب وقدراته على التفكير العميق والإبداع والتحليل، والربط بين الجانبين النظري والتطبيقي؛ فهي الطرق التي تشرع لها نظرية الذكاء الناجح التي تؤسس لهذه المهارات وتدعم تطوير القدرات الإبداعية والتحليلية والعملية للطالب. وبناءً على ذلك يتطلب هذا التطوير

ونظرية "الذكاء الناجح" في العملية التعليمية الإعلامية.

أهداف الدراسة

يتمثل الهدف الرئيس في:

دراسة أهمية إدماج مصطلح الإبداع في العملية التعليمية الإعلامية في تحفيز قدرات طالب الإعلام الإبداعية والتحليلية والعملية ودور ذلك في تحقيق الذكاء الناجح.

وتفرعت عنه جملة من الأهداف الفرعية:

1. معرفة اتجاهات طلبة الإعلام نحو مكانة الإبداع في التعليم الإعلامي ودوره في تحفيز قدرات الطالب.

2. الكشف عن دور العملية التعليمية الإعلامية بعناصرها المختلفة: أساتذة، وطرق تدريس، ومناهج وأنشطة، في تحفيز قدرات طالب الإعلام الإبداعية والتحليلية والعملية.

3. الكشف عن أهمية تحفيز القدرات الإبداعية والتحليلية والعملية في تحقيق الذكاء الناجح لطالب الإعلام.

تساؤلات الدراسة

السؤال الرئيس:

ما مدى أهمية إدماج مصطلح الإبداع في العملية التعليمية الإعلامية في تحفيز قدرات طالب الإعلام الإبداعية والتحليلية والعملية وتحقيق الذكاء الناجح؟

الأسئلة الفرعية:

1. ما اتجاهات طلبة الإعلام نحو أهمية الإبداع في التعليم الإعلامي ودوره في تحفيز قدرات الطالب؟

لكن القليل منها اهتم بطرح موضوع تدريس الإعلام ومعالجته في ضوء نظريات حديثة ورؤى مختلفة للعملية التعليمية الإعلامية. وعلى هذا النحو، تطمح الدراسة الحالية إلى الإسهام في إثراء الأدبيات الموجودة عن التعليم الإعلامي، من خلال محاولة تعزيز فهم الأسس والنظريات التي تدعم دمج الإبداع في التعليم الإعلامي.

الأهمية التطبيقية

يمكن أن تسهم الدراسة الحالية في تطوير طرق تدريس الإعلام وتحسين نواتج التعلم واكتشاف مواهب الطلبة ودفعهم إلى أقصى طاقتهم الإبداعية، وتحقيق الأهداف التعليمية المنشودة؛ وذلك بتطوير قدرات الطالب التحليلية والعملية والحث على تعليم يجمع بين النظري والتطبيقي.

ويمكن للدراسة أن تقدم إضافة لمجال الإعلام بالدعوة إلى تعليم يسهم في تكوين إعلاميين مبدعين قادرين على التميز وتقديم الإضافة والنهوض بمجال الإعلام، وجعله مواكبًا للمتغيرات وقادرًا على خدمة المجتمع داخليًا والمنافسة خارجيًا.

وتقدم الدراسة توصيات تطمح أن تسترشد بها المؤسسات التعليمية وتطور بها برامجها التعليمية وطرق التدريس فيها، من خلال تناول العملية التعليمية من زاوية مختلفة أكثر شمولية تنضوي ضمن نظرية تربوية حديثة، يمكن الإفادة منها وإقرانها بمتغيرات مهمة ترقى بمخرجات التعليم الإعلامي وجودته.

ويمكن الاستفادة من نتائج الدراسة واعتمادها في برامج التطوير التربوية حيث يمكن أن تفيد متخذي القرار في الشأن التربوي والتعليم الإعلامي بتوجيههم إلى أهمية إدماج مصطلح الإبداع

علوم الإعلام والاتصال، وتم التوصل إلى أن المهن الإعلامية الجديدة ظهرت نتيجة العديد من الأسباب، وعملية التكوين فيها تقتضي العديد من المتطلبات مثل وضع المقررات، وبرامج التكوين والمناهج الدراسية التي تتناسب مع الإعلام الرقمي والمهن التي ظهرت بانتشاره. وأوصت الدراسة بضرورة تطوير برامج التكوين وفق متطلبات السوق الإعلامية وتزويد الأقسام التي تشرف على التكوين الإعلامي الأكاديمي بالتجهيزات التكنولوجية والتقنيات الرقمية اللازمة، إضافة إلى الموازنة بين المعرفة في جانبها النظري وجانبها التطبيقي.

وسلّطت دراسة (حمادي، 2024)⁵ الضوء على عملية التكوين الأكاديمي في مجال الإعلام والاتصال من خلال طرح إشكالية مدى جدوى هذا التكوين والفائدة التي يحصلها الطالب، وقد اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي من خلال تحليل محتوى بعض مقررات الإعلام وتقديم قراءة تمحيصية نقدية لها. وقد خلصت الدراسة إلى أهمية إعادة النظر في برامج تدريس المقررات في تخصص الإعلام والاتصال بما يتماشى وسوق العمل واحتياجاته عبر مدّة بطاقات بشرية مؤهلة للالتحاق بمهن الإعلام والاتصال، وهذا لا يتأتى إلا بتلقي تكوين نظري وتطبيقي يستجيب للتطورات التكنولوجية التي يشهدها هذا القطاع خاصة في ظل التحولات الرقمية التي غيرت أشكال الممارسة المهنية في حقل الإعلام والاتصال.

في حين حاولت دراسة (قشبي، 2024)⁶ إبراز دور التدريب والتكوين في تعزيز قدرات الأساتذة والباحثين والطلبة في مجال الإعلام والاتصال، وقد اعتمد الباحث المنهج الوصفي التحليلي وقدم قراءة لأنواع التكوين والتدريب التي يتلقاها طلبة

2. أي دور لعناصر العملية التعليمية الإعلامية (أساتذة وطرق تدريس ومناهج وأنشطة) في تحفيز قدرات طالب الإعلام الإبداعية والتحليلية والعملية؟

3. ما أهمية تحفيز القدرات الإبداعية والتحليلية والعملية في تحقيق الذكاء الناجح لطالب الإعلام؟

فروض الدراسة

1. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات طلبة الإعلام تعزى إلى متغير النوع والتخصص الدراسي نحو أهمية إدماج مصطلح الإبداع في العملية التعليمية الإعلامية في تحفيز قدرات الطالب الإبداعية والتحليلية والعملية.

2. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات طلبة الإعلام تعزى إلى متغير النوع والتخصص الدراسي نحو دور تحفيز قدرات طالب الإعلام الإبداعية والتحليلية والعملية في تحقيق الذكاء الناجح.

الدراسات السابقة

وُزعت الدراسات السابقة إلى ثلاثة محاور وتقديمها في كل محور باتباع التدرج الزمني من الأحدث إلى الأقدم.

المحور الأول: دراسات عن موضوع التعليم الإعلامي

هدفت دراسة (حيمر وخنثي، 2025)⁴ إلى تحليل واقع المهن الإعلامية الجديدة في التكوين الإعلامي والأكاديمي ومتطلباته، وتم اعتماد المنهج الوصفي باستخدام أدوات جمع البيانات المتمثلة في أداة الملاحظة والمقابلة واعتماد العينة القصدية التي أجريت على 18 أستاذاً في

إلى وضع ترتيب لأولويات تطوير التعليم الإعلامي باستخدام التحليل الهرمي، حيث جاءت أولوية تطوير التدريب العملي والاهتمام بالجانب التطبيقي بوصفه أحد أهم الأولويات وأولها التي يجب العمل عليها لتطوير التعليم الإعلامي وتحسين مخرجاته، يليها تدريب أعضاء هيئة التدريس ورفع قدراتهم في مؤسسات التعليم الإعلامي بالاستعانة بالخبراء والمختصين.

وسعت دراسة (زقزوق، 2021) إلى تسليط الضوء على واقع تدريس مقررات الصحافة بأقسام وكليات الإعلام بالجامعات السعودية ومدى تنوع البرامج الدراسية في أقسام الإعلام، مبينة التحديات أمام تطوير وجودة التعليم الإعلامي. وقد تم استخدام منهج المسح الإعلامي، باستخدام استبانة على عينة من طلاب جامعة جازان مكونة من 400 مفردة، وتوصلت الدراسة إلى ضرورة تطوير التعليم الإعلامي؛ ليوكب مستجدات الإعلام والاتصال.

المحور الثاني: دراسات تناولت التعليم القائم على نظرية "الذكاء الناجح"

هدفت دراسة (عابد، 2024)¹⁰ إلى معرفة فاعلية استخدام نظرية "الذكاء الناجح" في تدريس الفلسفة لتنمية مهارات التفكير الأخلاقي لدى طلاب المرحلة الثانوية، وتم تطبيق البحث على مجموعة تجريبية واحدة من الطالبات في الصف الثاني الثانوي وبلغ عددهن (26) طالبة، وقدم البحث مجموعة من الأدوات والمواد التي تم التطبيق من خلالها، وتمثلت في: قائمة بمهارات التفكير الأخلاقي، وكتاب الطالب المعد في ضوء نظرية "الذكاء الناجح"، ودليل المعلم لتدريس الوحدة باستخدام نظرية "الذكاء الناجح"، واختبار

الإعلام والاتصال والكفاءات المطلوبة للرفع من جودة التكوين ومدى ملاءمة البرامج لذلك. وخلصت الدراسة إلى أهمية تطوير البرامج التعليمية والتدريبية لعلوم الإعلام والاتصال وتحسينها، موصية بالاستفادة من التكنولوجيا الحديثة واستعمالها بوصفها أدوات معاصرة في مجال التعليم والتعلم. ونادت بتعزيز مهارات الإبداع والابتكار لدى الطلبة في مجالات مثل الإنتاج الإعلامي وتطوير المحتوى الإعلامي.

وتناولت دراسة (حوالة، 2024)⁷ موضوع التكوين الأكاديمي لدى طلبة الجامعة الجزائرية في تخصص علوم الإعلام والاتصال، حيث نجد اليوم اهتمامًا كبيرًا بميدان علوم الإعلام والاتصال من الكليات والمعاهد المختلفة قصد وضع مناهج دراسية ومقاربة تتماشى والتغيرات التي تطرأ على المجال الإعلامي، وقد اعتمدت الدراسة على أداة المقابلة العلمية. وخلصت الدراسة إلى ضرورة تحيين مناهج التكوين بما يتماشى مع التطور الذي تعرفه مهنة الصحافة، إضافة إلى اعتماد مناهج تدريس تساوي بين الجانبين النظري والتطبيقي وتكثيف التدريب والتربصات لدى مؤسسات إعلامية.

وتناولت دراسة (العطا، 2023)⁸ ترتيب أولويات تطوير التعليم الإعلامي في الجامعات المصرية من وجهة نظر الخبراء والمختصين وفق أسلوب التحليل الهرمي للقرارات، واستخدم الباحث المنهج الوصفي بتطبيق صحيفة استبانة مكونة من سبع أولويات وعناصرها الفرعية، وتم التطبيق على عينة عشوائية بسيطة مكونة من 74 من الخبراء والمختصين في الإعلام بمصر، واستخدم أسلوب التحليل الهرمي للأولويات لوضع تصور يرتب أولويات التطوير وإجراءاتها. وخلصت نتائج البحث

الدافعية العقلية بعد تطبيق البرنامج الإثرائي القائم على نظرية "الذكاء الناجح" وفق متغيري الحالة الاجتماعية وبيئة الميلاد، وكذلك الكشف عن مدى استمرارية فعالية البرنامج الإثرائي القائم على نظرية "الذكاء الناجح" في تنمية الدافعية العقلية لدى الطالبات المعلمات بكلية التربية للطفولة المبكرة في جامعة مطروح. وتكونت عينة الدراسة من 34 طالبة من الطالبات المعلمات تراوحت أعمارهن بين 21 و22 سنة. واستخدمت الدراسة أدوات: مقياس الدافعية العقلية لدى الطالبات، وبرنامج إثرائي قائم على نظرية "الذكاء الناجح" من إعداد البحث. وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0,01) بين القياسين القبلي والبعدي لكل من مقياس الدافعية العقلية، لصالح القياس البعدي؛ مما يدل على فاعلية البرنامج الإثرائي في تنمية كل من الدافعية العقلية لدى المشاركات في الدراسة، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في القياس البعدي لكل من مقياس الدافعية العقلية كدرجة كلية وأبعاده الفرعية باختلاف الحالة الاجتماعية: (متزوجات، أنسات)؛ مما يدل على استمرار فعالية البرنامج الإثرائي في تنمية الدافعية العقلية، ومهارات اتخاذ القرار، ومستويات عمق المعرفة لدى المشاركات في الدراسة.

وهدفت دراسة (عبد الراضي، 2023)¹³ عن تدريس الدراسات الاجتماعية باستخدام نظرية "الذكاء الناجح"؛ لتنمية مهارات الفهم العميق والوعي السياسي لدى تلاميذ المرحلة الإعدادية، إلى تقصي فاعلية تدريس الدراسات الاجتماعية باستخدام نظرية "الذكاء الناجح" لتنمية مهارات الفهم العميق والوعي السياسي لدى تلاميذ المرحلة

مهارات التفكير الأخلاقي، وأسفرت النتائج عن تنمية مهارات التفكير الأخلاقي لدى الطلاب؛ مما يؤكد فاعلية التدريس باستخدام نظرية "الذكاء الناجح" في تنمية مهارات التفكير الأخلاقي لدى طلاب المرحلة الثانوية.

واقترحت دراسة (خواجي، 2024)¹¹ أنموذجا لتدريس العلوم قائم على نظرية "الذكاء الناجح"، وأثره في تنمية عمق المعرفة ومهارات التفكير التخيلي لدى طلاب المرحلة المتوسطة بإدارة تعليم صبيا، وقد اعتمدت على المنهج شبه التجريبي حيث تمثلت أدوات جمع البيانات في: اختبار مستويات عمق المعرفة، واختبار مهارات التفكير التخيلي، وطبقا على عينة عشوائية من طلاب الصف الأول المتوسط بإدارة تعليم صبيا بلغ عددها (60) طالبا، قُسموا إلى مجموعتين: ضابطة وتجريبية. وأسفرت نتائج البحث عن وجود فرق ذي دلالة إحصائية بين متوسطات درجات طلاب المجموعتين الضابطة والتجريبية في التطبيق البعدي لاختباري عمق المعرفة ومهارات التفكير التخيلي لصالح المجموعة التجريبية. وقد أوصت الدراسة بضرورة توجيه مسؤولي التعليم في إدارة تعليم صبيا إلى عقد دورات تدريبية لتدريب معلمي العلوم على توظيف نماذج تدريسية حديثة في ضوء نظرية "الذكاء الناجح"؛ لتنمية مستويات عمق المعرفة ومهارات التفكير التخيلي لدى طلاب المراحل التعليمية المختلفة.

هدفت دراسة (البناء، 2023)¹² عن استخدام تطبيقات نظرية الذكاء الناجح في تنمية الدافعية العقلية لدى الطالبات المعلمات بكلية التربية للطفولة المبكرة بمطروح إلى فهم طبيعة الفروق والاختلافات بين الطالبات المعلمات بكلية التربية للطفولة المبكرة (جامعة مطروح) في

المجموعة التجريبية اللاتي درسن باستخدام الاستراتيجية المقترحة القائمة على نظرية "الذكاء الناجح" ومتوسط درجات طالبات المجموعة الضابطة اللاتي درسن باستخدام الطريقة التقليدية في اختبار مهارات التفكير الناقد لصالح المجموعة التجريبية، وأوصت الدراسة بتعليم التفكير الناقد وتنمية مهاراته لدى الطالبات، والاهتمام بتدريب المعلمات على استخدام نظرية "الذكاء الناجح" في عملية التدريس.

وهدفنا دراسة (آل كاسي وآخرين، 2020)¹⁵ إلى تطوير برنامج تدريبي قائم على عملية "الذكاء الناجح" لتنمية الإبداع في التدريس واختبار فاعليته، وتكونت عينة الدراسة من 34 عنصراً، وخضع أفراد الدراسة لتطبيق البرنامج التدريبي لمدة أربعة أيام بمعدل أربع ساعات يومياً، وبذلك أصبح عدد الساعات التدريبية التي تلقاها كل عضو 16 ساعة، يحتوي البرنامج التدريبي على ثمانية أبعاد رئيسية: التدريس الإبداعي، واستراتيجيات التدريس، وتنمية الإبداع في التعليم الجامعي، واستراتيجيات العصف الذهني، واستراتيجيات الاستقصاء في التدريس الجامعي، والذكاء المتعدد، وشبكات التفكير البصري، وأساليب تنظيم البيئة الصفية لتنمية الإبداع ومهارات التدريس الإبداعي. وقد أظهرت نتائج الدراسة أن مستوى التدريس المعتمد على نظرية "الذكاء الناجح" لدى أعضاء هيئة التدريس في جامعة الملك خالد جاء بمستوى متوسط. وأظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في أي من مجالات تنمية الإبداع في التدريس لدى أعضاء هيئة التدريس في جامعة الملك

الإعدادية، وتكونت مجموعة البحث من (64) تلميذاً من تلاميذ الصف الثالث الإعدادي تم تقسيمهم إلى مجموعتين: إحداهن تجريبية، والأخرى ضابطة، وتم اختيارهم من إحدى المدارس التابعة لإدارة أسوان التعليمية، وتم استخدام المنهج الوصفي والمنهج التجريبي. وتوصلت الدراسة إلى نتائج مفادها وجود فرق دال إحصائياً عند مستوى (0.01) بين متوسطي درجات تلاميذ المجموعة التجريبية والمجموعة الضابطة في التطبيق البعدي لاختبار مهارات الفهم العميق، ومقياس الوعي السياسي لصالح تلاميذ المجموعة التجريبية. وكان حجم تأثير النظرية مرتفعاً في مهارات الفهم العميق وأبعاد الوعي السياسي. وقد أوصى الباحث بضرورة استخدام نظرية "الذكاء الناجح" في تدريس الدراسات الاجتماعية، والاهتمام بتنمية مهارات الفهم العميق وأبعاد الوعي السياسي لدى المتعلمين بالمرحلة التعليمية المختلفة.

وسعت دراسة (الدوسري والقرني، 2022)¹⁴ عن فاعلية استراتيجية مقترحة قائمة على نظرية الذكاء الناجح في تدريس مقرر التربية الأسرية لتنمية مهارات التفكير الناقد لدى طالبات الصف الثالث المتوسط، إلى التعرف على فاعلية استراتيجية مقترحة قائمة على نظرية الذكاء الناجح في تدريس مقرر التربية الأسرية لتنمية مهارات التفكير الناقد لدى طالبات الصف الثالث المتوسط، ولتحقيق أهداف الدراسة تم استخدام المنهج التجريبي بالتصميم شبه التجريبي، وقد تكون مجتمع الدراسة من جميع طالبات الصف الثالث المتوسط في مدارس محافظة بيشة في الفصل الدراسي الأول من العام 1443، وكشفت الدراسة عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) بين متوسط درجات طالبات

إلى محدودية الطرق التقليدية في قياس الأداء العلمي للدول وأن قياس الإبداعية العامة للاقتصاد يستدعي تطوير مؤشرات أكثر تعقيداً، تجسدت في مفهوم النظام الوطني للإبداع.

وسعت دراسة (الفضلي والعبد اللطيف، 2021)¹⁸ إلى معرفة مستوى الإبداع لدى الطلبة الموهوبين في المراحل المتوسطة والثانوية والجامعية بالمنطقة الشرقية، والكشف عن الفروق في مستوى العمليات المعرفية المرتبطة بالإبداع لديهم وفق المرحلة والنوع والتفاعل بينهما. وقد اتبعت الباحثان المنهج الوصفي، وتكونت عينة الدراسة من 375 طالباً وطالبة من المراحل المتوسطة والثانوية والجامعية، منهم 303 طالبات و72 طالباً. وجميعهم من الذين اجتازوا اختبار المشروع الوطني؛ للكشف عن الموهوبين بالمملكة العربية السعودية، وقد تم اختيار بالطريقة العشوائية. وتوصلت النتائج إلى أن مستوى العمليات المعرفية المرتبطة بالإبداع كان مرتفعاً لدى الطلبة الموهوبين في عينة الدراسة، وأنه لا توجد فروق دالة إحصائية بين الطلبة الموهوبين في عينة الدراسة تعزى إلى متغير المرحلة الدراسية أو التفاعل بين المرحلة الدراسية والنوع، في حين توجد فروق دالة إحصائية تعزى إلى متغير النوع لصالح الذكور على الإناث في المرحلة الثانوية.

وهدفت دراسة (باطة وآخرين، 2021)¹⁹ عن الريادة عن بعد: ريادة التعليم وثقافة الإبداع في المملكة العربية السعودية إلى بيان المكونات الأساسية للتعليم الإلكتروني التي يمكن للجامعات السعودية أن تتبناها كمدخل للعملية التعليمية والتطبيقية الإلكترونية وتحليل عناصر ومعوقات الإبداع لدى الطلبة وأهمية العمل الجماعي في

خالد تعزى لأي من المتغيرات الرتبة أو الخبرة أو الجنس.

المحور الثالث: دراسات عن الإبداع في التعليم

قدمت دراسة (الأحمدي، 2023)¹⁶ تصوراً مقترحاً لدور الجامعات السعودية في تنمية ثقافة الإبداع في ضوء تجارب بعض الدول المتقدمة والنامية في مجالي التعليم والبحث العلمي، وقد استندت الدراسة في ذلك على المنهج المقارن التحليلي الوثائقي، ووصفت تجارب ثلاث جامعات: جامعة عالمية (Harvard) وجامعتين عربيتين (جامعة الملك عبد العزيز، وجامعة الإمارات العربية المتحدة). ومن أهم نتائج الدراسة: أبدت الجامعات المقارنة اهتماماً بالغاً بتنمية ثقافة الإبداع في مجال التعليم والبحث العلمي حيث اتفقت في تضمين ثقافة الإبداع في البحث العلمي بخطتها الاستراتيجية وتنميته من خلال المشاريع، البيئة، والمناهج، والأساليب والحوافز، وقد اختلفت في الإجراءات والتطبيق، واتضح -أيضاً- غياب معظم عناصر ثقافة الإبداع في بعض الخطط الاستراتيجية المحفزة على الإبداع في جامعة الملك عبد العزيز؛ مما استدعى ضرورة النظر في تضمين هذه العناصر، وقد وُضع تصور مقترح لدور الجامعات السعودية في تنمية ثقافة الإبداع.

وحاولت دراسة (مسيحي، 2022)¹⁷ تقديم نظرة حديثة للإبداع لا بوصفه عملية خطية تنشأ من طرف واحد، بل شبكة متصلة ومستمرة من التفاعلات بين مختلف المعنيين بالنشاط الإبداعي داخل الدولة، بالإضافة إلى وصف أهم أشكال تدفق المعرفة داخل هذه الشبكة مع الإشارة لحالة المنظومة الجزائرية. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي. وأشارت نتائج الدراسة

يمكن ملاحظة ندرة الدراسات التي تناولت موضوع التعليم الإعلامي من زاوية شمولية تمزج بين التعليم الإعلامي والإبداع وتتبع مرجعية نظرية حديثة في تدريس الإعلام مثل نظرية "الذكاء الناجح".

أوجه التشابه بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة

تتفق الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في الإشارة إلى فاعلية استراتيجيات تعليمية قائمة على نظرية "الذكاء الناجح" في التدريس وعلى أهمية الإبداع، ومن هذه الدراسات: دراسة (الدوسري والقرني، 2022) عن فاعلية استراتيجية مقترحة قائمة على نظرية "الذكاء الناجح" في تدريس مقرر التربية الأسرية، ودراسة (آل كاسي وآخرين، 2020) عن برنامج تدريبي قائم على عملية "الذكاء الناجح" لتنمية الإبداع في التدريس.

وكذلك سجلت اتفاقاً مع الدراسات السابقة في أهمية الإبداع في التدريس مثل دراسة (الأحمدي، 2023) التي قدمت تصورًا مقترحًا لدور الجامعات السعودية في تنمية ثقافة الإبداع في مجالي التعليم والبحث العلمي ودراسة (باطة وآخرين، 2021) عن زيادة التعليم وثقافة الإبداع في المملكة العربية السعودية.

أوجه الاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة

اختلفت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في جوانب عديدة، منها: موضوع الدراسة حيث انفردت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في دمج مصطلح الإبداع مع التعليم الإعلامي وتناوله بالرجوع إلى عناصر نظرية "الذكاء الناجح" القائمة

تحفيز ذلك وبناء التصور الإيجابي لبرامج التعليم الإلكتروني في الجامعات السعودية. وقد اتبع الباحثون المنهج الوصفي لوصف مجتمع الدراسة وتحديد معالمه الرئيسة، من حيث الإعداد والجنس والتفاعل في البرامج وإعداد المجتازين وإعداد خطط العمل المتخرجة منه. واعتمدت الدراسة على المنهج التحليلي المتعلق بتحليل البيانات التي تم جمعها من أداة الدراسة الاستبانة؛ للتوصل إلى استنتاجات عن افتراضات عناصر تعليم الإبداع والابتكار والبيئة التفاعلية داخل البرنامج. وتوصلت نتائج الدراسة إلى تأثير الطلاب الإيجابي بالبرنامج وأصبح لديهم شغف الإبداع ونشر ثقافة ريادة الأعمال.

التعليق على الدراسات السابقة:

يمكن من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة ملاحظة ما يلي:

اتفقت جل الدراسات السابقة على أهمية إدماج الإبداع في التعليم ودوره في تحسين نواتج التعلم، واتفقت على الإضافة التي يمكن أن تقدمها نظرية "الذكاء الناجح" للتدريس من خلال تطوير طرق التدريس والعملية التعليمية لتكون قادرة على تحفيز قدرات الطالب الإبداعية والتحليلية والعملية.

وركزت كثير من الدراسات السابقة على تحليل واقع التعليم الإعلامي ومتطلباته ورهانات تحيين التكوين في الإعلام مركزة على أهمية الإبداع والموازنة بين الجانبين النظري والتطبيقي، ونوّعت في المناهج المعتمدة، مثل: المنهج الوصفي المسحي، والتحليلي، والمنهج شبه التجريبي، والتجريبي.

أبسط صورته إلى تحويل الأفكار الجديدة والأفكار الخيالية إلى واقع،²⁴ ويتعلق الإبداع بوضع فكرة مميزة موضع التنفيذ.²⁵

التعريف الإجرائي:

قدرة طالب الإعلام على التفكير العميق والمختلف وتقديمه لحلول للمشكلات الشائكة وتقديم قراءة نقدية للموضوعات.

التعليم الإعلامي:

اصطلاحاً

التعليم الإعلامي هو تعليم يهتم بتدريس الإعلام وتدريب الإعلاميين لممارسة مهنة الإعلام بوصفها مهنة مستقلة تتوفر لها جميع شروط المهنة الاحترافية مثل الكفايات المتعلقة بالمهارات والخبرات والبصيرة النظرية المعرفية التي تساعد على احتراف المهنة لأداء وظيفتهم المستقبلية. ومن ثمَّ فإنَّ التعليم الإعلامي هو تعليم يهتم بتدريس الإعلام داخل النظام التعليمي وخارجه، وارتبط مفهوم التكوين الإعلامي بصفة خاصة بالمجال الجامعي في الوطن العربي، وكان تجسيدا لمتطلبات آنية فرضها تطور الصحافة والإعلام، وما كانت تعرفه الصحافة من ازدهار.²⁶

التعريف الإجرائي

تدريس الطلبة محتوى الإعلام والاتصال واكسابهم مهارات إعلامية واتصالية.

قدرات الطالب

اصطلاحاً

القدرات هي القوة التي تمكن من أداء فعل جسمي أو عقلي.²⁷ وهي نشاط ذهني مستقر وقابل للتطبيق في مجالات مختلفة، ويستعمل لفظ القدرة بوصفه مرادفًا للمهارة، وأنَّ جل القدرات التي تُنمَّى في التعليم هي قدرات عقلية.²⁸

على تحفيز قدرات الطالب الإبداعية والتحليلية والعملية في التدريس.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة

تمت الاستفادة من الدراسات السابقة في تحديد مشكلة الدراسة، وتحديد منهجها وأداتها، وأسهمت في تقديم الإطار المعرفي للدراسة ومصطلحاتها، وأسهمت في إثراء الإطار النظري والتطبيقي والإجراءات المنهجية، بالإضافة إلى تحديد الخلفية النظرية للدراسة الحالية وتحديد العينة المناسبة لها والتعمق في تفسير النتائج التي توصلت إليها، بمقارنتها بالدراسات السابقة ومن ثمَّ التأكد بحسب المتاح من الأدبيات عدم وجود دراسة سابقة تناولت موضوع الإبداع في التعليم الإعلامي بالرجوع إلى نظرية "الذكاء الناجح".

مصطلحات الدراسة

الإبداع:

لغة:

الإبداع: مصدر أبداع، وأبداع الشيء، أي: استخرجه، وابتدع الشيء بدعة أو ابتداعاً، والابتداع هو الخروج عن الأساليب القديمة باستحداث أساليب جديدة.²⁰

اصطلاحاً:

الإبداع سلوك إنساني خلاّق يكمن في داخل كل فرد، يسهم في تحفيز المدارك والأحاسيس، من خلال وسائل عديدة. وهو عملية معينة يحاول فيها الإنسان، عن طريق استخدام تفكيره وقدراته العقلية وما يحيط به من مشيرات مختلفة وأفراد مختلفين، أن ينتج إنتاجاً جديداً بالنسبة له أو بالنسبة لبيئته.²¹ ويتسم التفكير الإبداعي بأنه تفكير ليس تقليدياً.²²

وهو عبارة عن عملية ذات مراحل متعددة ينتج عنها فكرة أو عمل جديد.²³ ويشير الإبداع - في

التعريف الإجرائي

جملة المهارات والنشاط الفكري والتحليلي والإبداعي الذي يمتلكه طالب الإعلام ويبرزه في أثناء دراسته.

تحفيز القدرات

اصطلاحاً

هي عملية ذهنية ونشاط عقلي مركب يتم فيها توليد الأفكار من خبرة سابقة وهادفة يتم توجيهها لرغبة قوية في البحث عن حلول، وهي إمكانية تنمية القدرات الفنية والإبداعية لدى المتعلمين وملاحظة نتائجها في الشخصية والسلوك والنتائج الفني.²⁹

التعريف الإجرائي

تنمية الأستاذ لقدرات طالب الإعلام الإبداعية والتحليلية والعملية

الذكاء الناجح

اصطلاحاً

الذكاء في اللغة "القدرة على سرعة الفهم"، ويعرف علماء النفس وعلماء التربية "الذكاء" بأنه: القدرة على مواجهة الصعاب، ومهارة التكيف مع الظروف الطارئة، ومن ثمّ حل المشكلات التي تعترض طريق الفرد.³⁰

يعرف الذكاء الناجح بأنه: "مجموعة من المهارات التحليلية والإبداعية والعملية التي يستطيع الطالب من خلالها تحقيق النجاح في الحياة".³¹

التعريف الإجرائي

يعني الذكاء الناجح لدى طالب الإعلام: التفوق الدراسي، والقدرة على التحليل والإبداع والتطبيق وحل المشكلات.

الإطار المعرفي

الإبداع في التعليم الإعلامي

إن تحديث الخلفية النظرية للتعليم والتنشئة الاجتماعية للمجتمع وتحديثها باستمرار أصبح من

الضروريات خاصة في ظل الزخم المعرفي والمعلوماتي الذي يعيشه الفرد الذي أصبح بدوره محاطاً بقوة الصورة والكلمة والصوت؛ مما يستدعي تبني استراتيجيات وأساليب ذات فعالية لتجهيزه وعوامل ذات أبعاد مهمة لتتويع النظام التعليمي الذي مركزه الطالب والتلميذ الذي يستلزم تزويده بالمهارات والمعارف الكفيلة ببنائه بناءً سليماً.³²

إن التكوين الجامعي في الإعلام والاتصال يحتاج على الدوام إلى ركائز نظرية وأكاديمية بحثية ولمسارات مهنية محترمة للأستاذ المكون الذي لا يمكنه أن يتحدث إلى الطلبة من فراغ، وقد أبانت تجارب عديدة في كليات الصحافة في المشرق العربي أن اعتماد جل الجامعات وكليات الإعلام المعروفة والعريقة على الطاقات المهنية والصحفية التي تمتلك مستوى علمي وجامعي محترم. ويتمثل دور تدريس الإعلام في تزويد الطلاب بالمعرفة والمهارات اللازمة لفهم التقنيات الحديثة واستخدامها بفعالية وإبداع.³³

أصبح تعليم الإعلام في العصر الحديث مطالباً بإعداد نوعية مميزة من الخريجين الذين تتوافر فيهم القدرة على التعلم والتدريب مدى الحياة؛ حيث أصبحت هناك فجوة بين أقسام الإعلام والمؤسسات الإعلامية، فهناك فجوة لعدم وجود آليات استراتيجية تحكم التعاون بين جميع الأطراف المشاركة في العمل الإعلامي؛ لذا فأقسام الإعلام مطالبة بمواكبة حاجة السوق الإعلامي السعودي في مجال التقنيات والمعلومات الاتصالية والتدريبية الحديثة وفق رؤية المملكة 2030، حيث تتطلب مناهجها وبرامجها مواكبة التطور المشهود بما يجعلها أكثر مرونة لمواكبة المتغيرات المتسارعة في

للعالم الأمريكي روبرت ستيرنبرغ، التي جاءت امتدادًا لنظريته الثلاثية في الذكاء الإنساني؛³⁷ حيث أثبتت هذه النظرية فاعليتها في المساعدة على التعلم وتنمية مستويات المعرفة بفضل طرقها الكثيرة. وطور ستيرنبرغ نظرية "الذكاء الناجح" من أجل الوصول إلى تطوير منظومة من طرائق الكشف والتدريس والتقييم لمساعدة جميع الطلبة في الوصول إلى أقصى طاقاتهم، ثم النجاح في الحياة.³⁸

وأشار ستيرنبرغ إلى أن نظرية الذكاء الناجح نشأت نتيجة ما توصل إليه من بيانات جمعها من دراسات عديدة أثبتت أن التدريس بواسطة هذه النظرية يتناسب مع العديد من الطلاب من مستويات مختلفة وفي مواد دراسية مختلفة. وأكد أن كل شخص يتميز بقدرات معينة تختلف عن الآخرين، وأن المتعلمين يمكن أن يتعلموا بطريقة أكثر فاعلية من الطرق المعتادة، إذا درسوا بطريقة تناسب أنماط قدراتهم التحليلية والإبداعية والعملية. وبين ستيرنبرغ أن جميع الأفراد لديهم مزيج من القدرات التحليلية والإبداعية والعملية بنسب متفاوتة، ولكن ما يصنع الموهبة هو وجود هذه القدرات الثلاث بنسب عالية لدى الفرد مع القدرة على استخدام أي منها في الوقت المناسب، وتعالج نظرية الذكاء الناجح الفجوة بين النظرية والتطبيق، حيث أهم ما يميزها تطبيقاتها المباشرة في العملية التعليمية التدريسية.³⁹

وتعد نظرية الذكاء الناجح من النظريات الحديثة نسبيًا في ميدان الذكاء، التي أظهرت دورها الفعال في العملية التعليمية، وقد عرفت على نطاق واسع في العقود الثلاثة الأخيرة من جهود روبرت ستيرنبرغ صاحب هذه النظرية، الذي لاحظ

مجال الإعلام، وهذا ما تحاول أن تسعى إليه وزارة التربية والتعليم العالي بالمملكة من خلال سياق التنظيم بالعمل الأكاديمي، فجودة التعليم تعد إحدى المسائل الحيوية في نظام التعليم الحديث والمعاصر، وهو ما يستلزم وضع مؤشرات ومعايير وخطط وفق هذا المنطلق.³⁴

يعيش المشهد الأكاديمي على وقع نقاشات علمية حادة مشفوعة بتساؤلات عن جدوى تدريس بعض المواد التعليمية في تخصص الإعلام والاتصال؛ حيث اتكأت هذه النقاشات على جملة من المعطيات وفي مقدمتها التحصيل العلمي للطلاب ومستويات استيعابهم للمقررات الدراسية وعلاقة هذا التكوين بما يطرحه سوق العمل في ميدان الإعلام والاتصال من متطلبات وما يفرضه من تحديات، وقد تعالت في السنوات الأخيرة الأصوات التي تدعو إلى خلق انسجام بين التكوين الذي تؤمنه الجامعة للطالب في حجرات التدريس وما يحتاجه سوق الإعلام من معارف قبلية ومهارات توفر له بيئة مناسبة تسهل له الاندماج في ميدان الصحافة.³⁵ فالجودة الشاملة في التعليم الإعلامي هي فلسفة شاملة للحياة، والعمل في مؤسسات التعليم الإعلامي يحدد أسلوبًا في الممارسة الإدارية مبنياً على مجموعة من المبادئ التي ترمي إلى تقديم خدمات تعليمية متميزة للمستفيدين وتشجيعهم على الإبداع والابتكار.³⁶

الإطار النظري

نظرية الذكاء الناجح

ظهور النظرية:

ظهرت العديد من النظريات في مجال التعليم، ومن أهم هذه النظريات نظرية "الذكاء الناجح"

ويساعد استخدام نظرية "الذكاء الناجح" في التدريس على تحقيق التعلم بفعالية، من خلال الاعتماد على أداء الطلاب وجهدهم بطريقة جيدة مما يسهم بشكل كبير في الوصول إلى طاقات كامنة وإمكانيات كاملة وتصحيح العديد من المهارات وتنمية مهارات تفكير عليا كالتفكير فوق المعرفي والتفكير الناقد، ومهارات معالجة المعلومات وتنظيمها من أجل استخدامها في مواقف حياتية ورفع مستوى الأداء الأكاديمي⁴³

وبين ستيرنبرغ وجريجنيك وأن استخدام نظرية الذكاء الناجح في التدريس تتم من خلال عرض المحتوى التعليمي بواسطة ثلاث طرق تراعى فيها: الجوانب التحليلية، والإبداعية، والعملية؛ حيث إن تركيز المدرس على هذه الجوانب يمكن الطلاب من استرجاع المعلومات وبقائها فترة طويلة، وذلك عكس النظريات التقليدية التي تركز على الحفظ والتلقين، ففي ظل نظرية الذكاء الناجح يمكن المتعلم من التدرب على القدرات التحليلية والإبداعية والعملية؛ مما يضفي حيوية على المحتوى ويزيد من الدافعية والإنجاز والتعلم بشكل فعال.

ويشير ستيرنبرغ إلى أن المعلم في ظل التدريس باستخدام نظرية "الذكاء الناجح" يقدم أنشطة تعليمية تأخذ بعين الاعتبار الجوانب التحليلية والإبداعية والعملية.⁴⁴

ويرى ميومثاس أن نظرية الذكاء الناجح بقدراتها الثلاثة جاءت للخروج من وجهة النظر التقليدية للتدريس التي تركز على مهارات الحفظ والتحليل فقط لدى المتعلمين إلى تمكين المتعلمين من استخدام مهاراتهم الإبداعية والعملية جنبًا إلى جنب مع مهارات الحفظ والتحليل، ومن مبررات

أن بعض التلاميذ يستفيدون من التعليم المدرسي، في حين لا يستفيد بعضهم الآخر بالطريقة نفسها؛ مما جعل المعلمون والمربون أمام تحدٍ كبير للوصول بالطلاب إلى المستوى المطلوب. وتعمل نظرية "الذكاء الناجح" على توفير برنامج موحد لتصنيف التلاميذ وتعليمهم، أما نظريات الذكاء الأخرى فتعمل على توفير التصنيف دون وجود توجيه للمتعلم بشأن ما يجب القيام به بعد ذلك⁴⁰

ويعرف ستيرنبرغ الذكاء الناجح بأنه نظام متكامل من القدرات اللازمة للنجاح في الحياة كما يعرفه الشخص ضمن سياقه الثقافي والاجتماعي، والشخص الذي يتميز بالذكاء الناجح يميز نقاط القوة لديه ويستفيد منها قدر الإمكان، وفي الوقت نفسه يميز نقاط الضعف ويجد الطرق لتصحيحها والتعويض عنها، ويتميز الأفراد الذين يتمتعون بالذكاء الناجح بأنهم يتكيفون ويشكلون ويختارون البيئات من خلال التوازن في استخدامهم للقدرات التحليلية والإبداعية والعملية.⁴¹

-التدريس القائم على نظرية الذكاء الناجح:

يحقق استخدام نظرية "الذكاء الناجح" في التدريس العديد من المميزات ومنها توفير خبرات مختلفة ومتنوعة لدى الطلاب، وذلك من خلال تنظيمها وإضفاء المرونة عليها لتسهيل عملية تعلمها، وتطرح النظرية ثلاثة أنواع من التفكير تتفق مع خصائص الطلاب والتفكير الصادر منهم سواء أكان تحليلاً أم إبداعياً أم عملياً، وتضع الفروق الفردية بين الطلاب في الاعتبار، وتحقق الدافعية للتعلم لديهم.⁴²

الأحداث من خلال جمع الحقائق الدقيقة عنها بهدف تحديد الظاهرة أو الموقف أو الحدث تحديداً دقيقاً ورسم صورة متكاملة عنها تتسم بالواقعية والدقة؛⁴⁷ حيث استخدمت المنهج الوصفي المسحي الذي يعد من أنسب مناهج البحث لطبيعة هذه الدراسة؛ لأنه لا يقف عند وصف الظاهرة المراد دراستها، بل يتعداه إلى تفسير الظاهرة وتحليلها ووصف الواقع في ضوء متغيرات الدراسة وأهدافها من أجل الوصول إلى الاستنتاجات. وقد استخدمت الدراسة منهج المسح لمعرفة مكانة الإبداع في التعليم الإعلامي ومدى تحفيز القدرات الإبداعية والتحليلية والعملية لطلبة الإعلام في جامعة الملك فيصل. وتقوم دراسة المسح "بالتقاط العديد من اللقطات الخاصة بالممارسات أو المعتقدات أو المواقف المأخوذة من العينة العشوائية للأفراد الموجودين في البيئة الميدانية من خلال الاستبانة المسحية"،⁴⁸ وتطبق على عينة تمثيلية لمجتمع الدراسة.

2-مجتمع الدراسة الميدانية:

يعرف مجتمع الدراسة بأنه: "جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث، وبذلك فإن مجتمع البحث هو جميع الأفراد أو الأشياء الذين يكونون موضوع مشكلة البحث".⁴⁹

يشكل مجتمع الدراسة من جميع مفردات الظاهرة التي يتم دراستها وفي الدراسة الحالية يتمثل مجتمع الدراسة في طلاب وطالبات الإعلام بالملكة العربية السعودية؛ ونظراً لصعوبة الوصول إلى هذا المجتمع المستهدف الكبير، فإنه سيتم اللجوء إلى أسلوب العينة.

3-عينة الدراسة وكيفية اختيارها:

تم استخدام العينة العشوائية في الدراسة وقد تم اختيارها من المجتمع الأصلي ويشترط في العينة

التدريس القائم على هذه النظرية أنه يشجع على الترميز بشكل أعمق وأكثر تفصيلاً للمواد الدراسية ويمنح تحفيزاً أكبر للمعلمين والتلاميذ ليجعل المعلمين يؤدون بشكل أكثر فاعلية والتلاميذ يحصلون على المعرفة واسعة.⁴⁵

وتعد نظرية "الذكاء الناجح" من بين النظريات التي تراعي الفروق الفردية في أنماط التعلم والتفكير لدى الطلاب وأكد ذلك القطاعي والركيبات للذات عدداً أن هذه النظرية إطار عام لتزويد الطالبات بالطرق المناسبة للتعامل مع متطلبات الحياة اليومية من خلال تنمية مقدرتهم على التحليل والتقييم والمقارنة والتمييز وتوظيف ما تم تعلمه في الحياة اليومية وتدريبهم على مهارات توليد الأفكار والتخيل وطرح الأسئلة وصولاً إلى تنمية مقدرتهم التحليلية والإبداعية والعملية.⁴⁶

أوجه الاستفادة من نظرية الذكاء الناجح في الدراسة الحالية:

استفادت الدراسة من نظرية "الذكاء الناجح" في تحديد فروض الدراسة من خلال اختبار مدى مراعاة تدريس الإعلام للجوانب الثلاثة التي نصت عليها النظرية، وهي: الجوانب الإبداعية، والتحليلية، والعملية، ومكنت من فهم العلاقة بين المتغيرات كالعلاقة بين دور تحفيز قدرات الطالب في تحقيق الذكاء الناجح، كذلك استخراج محاور الاستبانة بالتركيز على اتجاهات الطلبة نحو أهمية مراعاة الجوانب الثلاثة التي نصت عليها النظرية في العملية التعليمية الإعلامية.

الإجراءات المنهجية:

1-نوع الدراسة ومنهجها:

تندرج الدراسة الحالية ضمن الدراسات الوصفية التي تستهدف وصف المواقف أو الظواهر أو

4. أداة الدراسة

تتمثل أداة الدراسة في الاستبانة الإلكترونية التي أعدت لقياس اتجاهات طلبة الإعلام نحو مكانة الإبداع في العملية التعليمية ومدى تحفيز القدرات الإبداعية والتحليلية والعملية لطالب الإعلام.

اختبار الصدق والثبات

تم اختبار صلاحية الاستبانة بجمع البيانات، وإجراء اختبار الصدق والثبات لها، وذلك على النحو التالي: اختبار الصدق الظاهري: للتحقق من صدق المقياس، تم عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين من (أساتذة متخصصين في الاتصال والإعلام وفي مناهج البحث) وقد تم تعديل بعض فقراتها

اختبار الثبات: تم تطبيق اختبار الثبات على عينة جزئية تمثل 30 طالبا وطالبة من العينة الأصلية؛ مما مكن من التأكد من ثبات الاستبانة وصلاحياتها للتطبيق وتعميم نتائجها.

التحليل الإحصائي للبيانات:

تم اعتماد المقياس الخماسي، حيث اعتمد المقياس على خمس درجات: موافق بشدة (5)، موافق (4)، محايد (3)، غير موافق (2)، غير موافق بشدة (1).

جدول رقم (2): يبين الأوزان النسبية لعبارات الاستبانة.

| الاستجابة | غير موافق بشدة | غير موافق | محايد | موافق | موافق بشدة |
|--------------|----------------|------------------|------------------|------------------|---------------|
| الوزن النسبي | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| مستوى التحقق | من 1 إلى 1,79 | من 1,80 إلى 2,59 | من 2,60 إلى 3,39 | من 3,40 إلى 4,19 | من 4,20 إلى 5 |

وجاءت الاستبانة في صورتها النهائية مكونة من قسمين، كالتالي:

الجيدة أن تمثل جميع صفات المجتمع الأصلي الذي اشتقت منه حتى يصبح الاستنتاج صحيحا. تم استخدام العينة العشوائية في الدراسة الحالية؛ لأن مجتمع الدراسة مجتمع كبير واسع، ويصعب تطبيق الدراسة على المجتمع الكلي. وللحصول على إجابات المستجوبين تم توزيع استبانات إلكترونية على طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة الملك فيصل (إناث وذكور) بواسطة رابط إلكتروني، وتمت الإجابة على 350 استبانة.

جدول رقم (1): عينة الدراسة

| النوع | طلاب | طالبات |
|---------------|------|--------|
| طلاب / طالبات | 150 | 200 |

يتضح من الجدول السابق أن حجم عينة الدراسة تمثل 350 طالبا وطالبة إعلام (150 طالبا و200 طالبة)، وهم من طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة الملك فيصل المسجلين بالفصل الثاني من العام الجامعي 1446 هـ - 2025 م، ويتراوح سنهم بين 18 و25 سنة، مستوى بكالوريوس من التخصصات المختلفة (الاتصال الاستراتيجي، والصحافة والنشر، والإعلام واللغة)، ومن المعدلات المختلفة (جيد، وجيد جدا وممتاز).

حدود الدراسة:

تقتصر الدراسة الحالية على الحدود التالية:

- الحد البشري: أجريت الدراسة الحالية على عينة من طلاب وطالبات الإعلام، بجامعة الملك فيصل، وعددهم (350) طالبا وطالبة.
- الحد الجغرافي: أجريت الدراسة على عينة مختارة من قسم الاتصال والإعلام، جامعة الملك فيصل في الأحساء بالمملكة العربية السعودية.
- الحد الزمني: تم التطبيق في الفصل الثاني من العام الجامعي 1446 هـ الموافق 2025 م.

جدول رقم (3): مصفوفة معاملات الارتباط بين درجة كل محور من محاور الاستبانة والمحاور الأخرى وكذلك كل محور بالدرجة الكلية للاستبانة

| مستوي الدلالة | قيمة ارتباط بيرسون | مجالات الاستبانة |
|---------------|--------------------|---|
| 0.01 | 0.920 | المحور الأول: اتجاهات طلبة الإعلام نحو مدى أهمية الإبداع في العملية التعليمية ودوره في تحفيز قدرات الطالب |
| 0.01 | 0.922 | المحور الثاني: اتجاهات طلبة الإعلام نحو مدى تحفيز القدرات الإبداعية لطالب الإعلام |
| 0.01 | 0.919 | المحور الثالث: اتجاهات طلبة الإعلام نحو مدى تنمية القدرات التحليلية لطالب الإعلام |
| 0.01 | 0.912 | المحور الرابع: اتجاهات طلبة الإعلام نحو مدى تنمية المهارات العملية لديهم |

يتضح من الجدول السابق ارتباط معنوي عال بين درجة كل محور من محاور قياس الرضا لدى الطلبة عن أهمية الإبداع في العملية التعليمية الإعلامية ودوره في تنمية مهارات طالب الإعلام والدرجة الكلية للاستبانة؛ فجاء معامل الارتباط لجميع المحاور دالاً إحصائياً؛ أي أن الاستبانة تتمتع بدرجة صدق داخلي وقادر على قياس ما صُممت من أجله.

صدق محاور الاستبانة:

جدول (4): معامل الارتباط بين المحاور والمجموع الكلي للاستبانة قيد البحث (ن=350)

| م | الأهداف | قيمة "ر" | معامل ألفا كرونباخ |
|---|---|----------|--------------------|
| 1 | المحور الأول: اتجاهات طلبة الإعلام نحو مدى أهمية الإبداع في العملية التعليمية ودوره في تحفيز قدرات الطالب | 0.92 | 0.93 |

القسم الأول: يحتوي على الخصائص العامة لمجتمع الدراسة.

القسم الثاني: يتكون من (30) عبارة موزعة على أربعة محاور، كالتالي:

- **المحور الأول:** المحور الأول: اتجاهات طلبة الإعلام نحو مدى أهمية الإبداع في العملية التعليمية ودوره في تحفيز قدرات الطالب، ويتكون من (7) عبارات.

- **المحور الثاني:** اتجاهات طلبة الإعلام نحو مدى تحفيز القدرات الإبداعية لدى طالب الإعلام، ويتكون من (8) عبارات.

- **المحور الثالث:** اتجاهات طلبة الإعلام نحو مدى تنمية القدرات التحليلية لطالب الإعلام في العملية التعليمية، ويتكون من (7) عبارات.

- **المحور الرابع:** اتجاهات طلبة الإعلام نحو مدى تنمية المهارات العملية لديهم، ويتكون من (8) عبارات.

وتم الاهتمام عند صياغة عبارات الاستبانة بما يلي:

- أن تكون موضوعية واضحة في لغتها لا يفهم منها إلا المعنى المقصود من أجله.
- وضع عبارات الاستبانة في تسلسل وتتابع منطقي لمساعدة أفراد العينة على الإجابة وشد انتباههم للاستجابة السليمة.
- كان عدد العبارات مناسباً بصورة تبعد الملل عن المستجيبين، وبحديث يُغطي مجموع العبارات كافة الجوانب المطلوب معرفتها من الاستبانة.

تشير نتائج الجدول (5) أن معامل الثبات بطريقة ألفا - كرونباخ انحصر بين (0.88-0.99)، وبطريقة التجزئة النصفية انحصر بين (0.87 - 0.98)، وهي قيمة دالة إحصائياً، ومقبولة لإجراء الدراسة، ويتضح أن قيمة معامل ثبات الاستبانة بطريقة ألفا - كرونباخ هي (0.93) وبطريقة التجزئة النصفية، هي: (0.91) وهي قيمة مرتفعة ودالة إحصائياً؛ مما يدل على ثبات الاستبانة.

الأساليب الإحصائية المستخدمة:

تم معالجة بيانات الدراسة وفق برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (Statistical Package for Social Science) الذي يعبر عنه باختصار (SPSS) حيث استخدم الباحث أساليب المعالجات الإحصائية التالية:

- 1- النسب المئوية والتكرارات (Frequencies & Percentages): لوصف عينة الدراسة.
- 2- المتوسط الحسابي (Mean) والوزن النسبي والانحراف المعياري (Standard Deviation).
- 3- اختبار ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) وكذلك طريقة التجزئة النصفية، لمعرفة ثبات عبارات الاستبانة.
- 4- اختبار T في حالة عینتين (Independent Samples T-Test) لمعرفة ما إذا كان هناك فروقات ذات دلالة إحصائية بين مجموعتين من البيانات المستقلة.
- 5- اختبار (One way ANOVA T-Test) لمعرفة ما إذا كان هناك فروقات ذات دلالة إحصائية بين ثلاث مجموعات أو أكثر من البيانات المستقلة.

نتائج الدراسة الميدانية ومناقشتها:

تنقسم الدراسة الميدانية إلى جزأين، هما:

الجزء الأول: نتائج الإجابة عن تساؤلات الدراسة

| | | | |
|-----------------|--|------|------|
| 2 | المحور الثاني: اتجاهات طلبة الإعلام نحو مدى تحفيز القدرات الإبداعية لدى طالب الإعلام | 0.96 | 0.94 |
| 2 | المحور الثالث: اتجاهات طلبة الإعلام نحو مدى تنمية القدرات التحليلية لطالب الإعلام في العملية التعليمية | 0.96 | 0.92 |
| 4 | المحور الرابع: اتجاهات طلبة الإعلام نحو مدى تنمية المهارات العملية لديهم | 0.95 | 0.95 |
| مجموع الاستبانة | | 0.94 | |

قيمة (ر) الجدولية عند مستوى 0.05 = 0.51

يتضح من جدول (4) وجود ارتباط دال إحصائياً بين المحاور والمجموع الكلي للاستبانة قيد البحث حيث تراوحت معاملات الارتباط ما بين (0.92:0.98)؛ مما يشير إلى صدق الاستبانة، ويشير جدول (4) إلى أن معاملات الثبات باستخدام ألفا كرونباخ قد تراوحت ما بين (0.77:0.82) وهو أكبر من 0.70 وهذا يدل على قوة ثبات التكوين الداخلي للاستبانة.

جدول رقم (5): يبين معاملات الثبات.

| مستوى الدلالة | كرونباخ ألفا - | التجزئة النصفية | محاور الاستبانة |
|---------------|----------------|-----------------|---|
| 0.01 | 0.97 | 0.96 | المحور الأول: اتجاهات طلبة الإعلام نحو مدى أهمية الإبداع في العملية التعليمية ودوره في تحفيز قدرات الطالب |
| 0.01 | 0.95 | 0.92 | المحور الثاني: اتجاهات طلبة الإعلام نحو مدى تحفيز القدرات الإبداعية لدى طالب الإعلام |
| 0.01 | 0.89 | 0.88 | المحور الثالث: اتجاهات طلبة الإعلام نحو مدى تنمية القدرات التحليلية لطالب الإعلام |
| 0.01 | 0.91 | 0.89 | المحور الرابع: اتجاهات طلبة الإعلام نحو مدى تنمية المهارات العملية لديهم |
| 0.01 | 0.93 | 0.91 | الاستبانة كلها |

السؤال الفرعي الأول: ما اتجاهات طلبة الإعلام نحو أهمية الإبداع في التعليم الإعلامي ودوره في تحفيز قدرات الطالب؟

المحور الأول: اتجاهات طلبة الإعلام نحو مدى أهمية الإبداع في العملية التعليمية ودوره في تحفيز قدرات الطالب

الجزء الثاني: نتائج فروض الدراسة أولاً الإجابة عن تساؤلات الدراسة: للإجابة عن السؤال الرئيس للدراسة الذي ينص على "ما مدى أهمية إدماج مصطلح الإبداع في العملية التعليمية الإعلامية في تحفيز قدرات طالب الإعلام الإبداعية والتحليلية والعملية وتحقيق الذكاء الناجح؟" فقد تم استخراج الوزن النسبي لمعرفة نتائج العينة لمحاو الدراسة كلها، ويوضح جدول (6) التكرارات والنسب المئوية والأوزان النسبية والتقدير المئوي لاستجابات العينة.

جدول رقم (6): نتائج مجالات الدراسة كلها.

| م | محاور الاستبانة | متوسط الوزن النسبي | درجة التحقق |
|---|--|--------------------|-------------|
| 1 | المحور الأول: اتجاهات طلبة الإعلام نحو مدى أهمية الإبداع في العملية التعليمية ودوره في تحفيز قدرات الطالب. | 4.31 | موافقة بشدة |
| 2 | المحور الثاني: تحفيز القدرات الإبداعية لدى طالب الإعلام. | 3.95 | موافقة |
| 3 | المحور الثالث: تنمية القدرات التحليلية لطالب الإعلام في العملية التعليمية. | 3.86 | موافقة |
| 4 | المحور الرابع: تنمية المهارات العملية لطالب الإعلام. | 3.56 | موافقة |
| | الاستبانة كلها | 3.92 | موافقة |

يبين الجدول السابق أن متوسط الوزن النسبي لجميع مجالات الاستبانة يساوي (3.92)، وهذا يعني أنها درجة تحقق تدل على الموافقة. وللإجابة التفصيلية على السؤال الرئيس للدراسة، استخرجت أسئلة فرعية وأجابت عنها محاور الاستبانة، وهي كما يلي:

جدول رقم (7): يبين المتوسط لمحور: أهمية الإبداع في العملية التعليمية لطالب الإعلام، ن = 350.

| الترتيب | الانحراف المعياري | المتوسط الموزون | مستوى الاستجابة | | | | | التكرار | العبارة | م |
|---|-------------------|-----------------|-----------------|-------|-------|-----------|----------------|---------|--|---|
| | | | موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق بشدة | | | |
| 1 | 0.58 | 4.62 | 235 | 96 | 19 | 0 | 0 | التكرار | الإبداع عنصر أساس يجب أن يحظى بأهمية خاصة في العملية التعليمية | 1 |
| | | | 67.1 | 27.5 | 5.4 | 0 | 0 | % | | |
| 2 | 0.68 | 4.51 | 209 | 115 | 21 | 4 | 1 | التكرار | أحرص دائماً على تدعيم جوانب القوة لدي من خلال تنمية مهاراتي | 2 |
| | | | 59.7 | 32.9 | 6 | 1.1 | 0.3 | % | | |
| 4 | 0.67 | 4.50 | 204 | 122 | 18 | 6 | 0 | التكرار | أسعى دائماً لتصحيح جوانب الضعف لدي في مجال الدراسة | 3 |
| | | | 58.3 | 34.9 | 5.1 | 1.7 | 0 | % | | |
| 3 | 0.70 | 4.51 | 216 | 99 | 31 | 4 | 0 | التكرار | أفضل التدريس المهتم بالإبداع أكثر من التدريس التقليدي لأنه أكثر فاعلية | 4 |
| | | | 61.7 | 28.3 | 8.9 | 1.1 | 0 | % | | |
| 5 | 1.23 | 3.41 | 90 | 68 | 19 | 43 | 30 | التكرار | أفضل التدريس القائم على التلقين وتجميع المعلومات وحفظها | 5 |
| | | | 25.7 | 19.4 | 34 | 12.3 | 8.6 | % | | |
| المتوسط الموزون للمحور (4.31) والانحراف المعياري (0.77) | | | | | | | | | للمحور كله المتوسط | |

كبيرة، وتشير إلى أن أغلبية أفراد العينة (67.15%) يعدون أن للإبداع دوراً مهماً في العملية التعليمية، وتعطي هذه النتائج انطباعاً عاماً بأن عينة الدراسة من طلبة الإعلام تولي اهتماماً كبيراً للإبداع في العملية التعليمية. ويظهر هذا الاهتمام بالإبداع في العملية التعليمية لدى أفراد العينة اهتماماً بتدعيم جوانب القوة لديهم، حيث حصلت عبارة "أحرص دائماً على تدعيم جوانب القوة لدي من خلال تنمية مهاراتي" على متوسط وزن نسبي (4.51) وهي درجة تحقق كبيرة، وتشير إلى حرص الطلاب والطالبات على تنمية مهاراتهم من خلال تدعيم نقاط القوة

يتضح من الجدول السابق أن متوسط الوزن النسبي للمحور الأول عن أهمية الإبداع في العملية التعليمية بالنسبة لطالب الإعلام (4.31) وهي درجة موافقة بشدة. وتراوحت درجة المتوسط النسبي بين (5-4.20) وهذا يدل على أن عبارات المحور تتوافق مع أغلب آراء الطلبة بدرجة تحقق عالية؛ مما يدل على موقف الطلبة الواضح والجلي المساند بشدة لإعطاء أهمية كبرى للإبداع في العملية التعليمية؛ حيث حصلت عبارة "الإبداع عنصر أساس يجب أن يحظى بأهمية خاصة في العملية التعليمية" على الترتيب الأول في المحور بمتوسط وزن نسبي (4.62) وهي درجة تحقق

المعلومات وحفظها. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (علاء الدين، 2023) عن تدريس الدراسات الاجتماعية التي عدت أن أسلوب تعلم الطلاب له انعكاس واضح على نوعية وجودة التعلم وعملية الفهم، فالتعلم السطحي يؤدي بالمتعلمين إلى فهم سطحي للمحتوى العلمي ومعلومات مفككة وغير مترابطة، ونواتج تعلم غير مرضية للقائمين على العملية التعليمية، وذلك من خلال الاعتماد على حفظ المعلومات وتذكرها دون محاولة فهمها أو تطبيقها في الحياة العملية، أما التعلم المتعمق الذي يعتمد على الكيف وليس على الكم فيؤدي إلى فهم عميق للمحتوى العلمي. بالرجوع إلى تحليل نتائج عبارات المحور الأول، مكنت النسب المختلفة من تقديم إجابة عن السؤال الفرعي الأول عن أهمية الإبداع في التعليم الإعلامي ودوره في تحفيز قدرات الطالب؛ إذ تبين من استخراج الوزن النسبي أن أغلبية العينة تؤيد بشدة "أهمية الإبداع في العملية التعليمية بالنسبة لطالب الإعلام"، وضرورة دمج الإبداع في التدريس عوضاً عن الطرق التقليدية القائمة على التلقين والحفظ.

ويمكن أن نخلص إلى اتساق بين اهتمام الطالب بالإبداع وسعيه لتدعيم جوانب القوة لديه وتصحيح جوانب الضعف.

وللإجابة على السؤال الفرعي الثاني من الدراسة الذي ينص على "أي دور لعناصر العملية التعليمية الإعلامية (أساتذة وطرق تدريس ومناهج وأنشطة) في تحفيز قدرات طالب الإعلام الإبداعية والتحليلية والعملية؟ فقد استخرجت الأوزان النسبية لمعرفة نتائج العينة لمحور الاستبانة الثاني

لديهم. حيث نجد نسبة (59.7%) توافق بشدة على هذه العبارة.

وتتسق النتائج السابقة مع النسبة التي تحصلت عليها عبارة "أفضل التدريس المهتم بالإبداع أكثر من التدريس التقليدي؛ لأنه أكثر فاعلية" التي جاءت بمتوسط وزن نسبي قدره (4.51) وهي درجة تحقق كبيرة، وتشير إلى أن الطلبة يفضلون أسلوب وطريقة التدريس المهتمة بالإبداع على طرق التدريس التقليدية؛ حيث إن أفراد العينة الذين يعدون الإبداع مهماً في العملية التعليمية الإعلامية لا يميلون إلى طرق التدريس التقليدية.

ومن البديهي أن الطلبة الذين يسعون الي تدعيم جوانب القوة لديهم سيسعون إلى تصحيح جوانب الضعف حيث يكشف الجدول السابق أن نسبة 58.3% من عينة الدراسة أكدوا موافقتهم بشدة على أنهم يسعون "دائماً لتصحيح جوانب الضعف لديهم في مجال الدراسة"، وهو ما يشير إلى سلوك الطلبة الإيجابي؛ للسعي نحو تدعيم جوانب القوة وتدارك وتصحيح جوانب الضعف لديهم في مجال الدراسة، وهي أحد الجوانب التي نصت عليها نظرية الذكاء الناجح، وما تم تأكيده في أغلب الدراسات السابقة، ومنها دراسة (البنا، 2023).

وتماشياً مع النتائج السابقة، تبرز النسب أن أقل ما يهتم به الطلبة هو التلقين؛ إذ جاءت العبارة "أفضل التدريس القائم على التلقين وتجميع المعلومات وحفظها" على الترتيب الخامس والأخير في المحور بمتوسط وزن نسبي (3.41) وهي درجة التحقق الأقل مقارنة بالعبارات السابقة، ويمكن اعتبار ذلك أمراً بديهاً؛ لأن الطلبة الذين يفضلون طرق التدريس المهتمة بالإبداع في مجال الدراسة، لن يميلوا لطرق التدريس التقليدية، التي تعتمد على التلقين وجمع

جدول رقم (8): يبين المتوسط المحور الثاني عن تحفيز القدرات الإبداعية لدى طالب الإعلام، ن = 350.

| الترتيب | المعيار الانحراف | المتوسط الموزون | مستوى الاستجابة | | | | | التكرار | العبارة | م |
|---|------------------|-----------------|-----------------|-------|-------|-----------|----------------|---------|--|---|
| | | | موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق بشدة | | | |
| 3 | 1.03 | 4 | 134 | 121 | 66 | 18 | 11 | التكرار | طرق التدريس في قسم الإعلام تقوم على التفاعلية وتشريك الطالب من خلال الحوار البناء | 1 |
| | | | 38.3 | 34.6 | 18.9 | 5.1 | 3.1 | % | | |
| 6 | 0.89 | 3.87 | 87 | 154 | 92 | 9 | 8 | التكرار | يقوم التدريس على العصف الذهني | 2 |
| | | | 24.9 | 44 | 26.2 | 2.6 | 2.3 | % | | |
| 4 | 0.91 | 3.98 | 115 | 139 | 71 | 24 | 1 | التكرار | يسعى الأساتذة لتشجيع الطالب على طرح افكار جديدة تتسم بالجدية والأصالة | 3 |
| | | | 32.9 | 39.7 | 20.3 | 6.8 | 0.3 | % | | |
| 8 | 1.07 | 3.81 | 114 | 108 | 88 | 29 | 11 | التكرار | يسعى الأساتذة إلى التعرف على الطلبة الموهوبين والعناية بهم | 4 |
| | | | 32.6 | 30.9 | 25.1 | 8.3 | 3.1 | % | | |
| 1 | 0.84 | 4.10 | 128 | 141 | 70 | 9 | 2 | التكرار | يعمل أساتذة الإعلام على ترك المجال للطلبة لتبادل الأفكار | 5 |
| | | | 36.6 | 40.2 | 20 | 2.6 | 0.6 | % | | |
| 2 | 0.84 | 4.05 | 117 | 147 | 71 | 15 | 0 | التكرار | يعمل أساتذة الإعلام على تشجيع الأعمال الإبداعية لدى الطلبة وعرضها ومناقشتها | 6 |
| | | | 33.4 | 42 | 20.3 | 4.3 | 0 | % | | |
| 5 | 0.92 | 3.98 | 116 | 140 | 66 | 27 | 1 | التكرار | يعمل أساتذة الإعلام على تحفيز الطالب على التخيل واقتراح أفكار وطول استشرافية | 7 |
| | | | 33.1 | 40 | 18.9 | 7.7 | 0.3 | % | | |
| 7 | 0.98 | 3.84 | 103 | 125 | 89 | 28 | 5 | التكرار | يعمل أساتذة الإعلام على تنمية قدرات الطالب وربط وإعادة تنظيم العناصر باعتماد طرق جديدة تتسم بالمرونة | 8 |
| | | | 29.4 | 35.8 | 25.4 | 8 | 1.4 | % | | |
| المتوسط الموزون للمحور (3.95) والانحراف المعياري (0.93) | | | | | | | | | المتوسط للمحور كله | |

عينة الدراسة المؤيد لدور عناصر العملية التعليمية الإعلامية في "تحفيز القدرات الإبداعية لدى طالب الإعلام؛" حيث حصلت عبارة "يعمل أساتذة الإعلام على ترك المجال للطلبة لتبادل الأفكار" على الترتيب الأول في المحور بمتوسط وزن نسبي

تظهر بيانات الجدول السابق أن متوسط الوزن النسبي للمحور (3.95) وهو مستوى كبير وتراوحت درجة المتوسط النسبي بين (3.40 - 4.19) وهذا يدل على أن عبارات المحور تتوافق مع أغلب آراء الطلبة بدرجة تحقق موافقة؛ مما يدل على موقف

بمتوسط وزن نسبي (3.87)، ثم جاءت العبارة "يعمل أساتذة الإعلام على تنمية قدرات الطالب وربط وإعادة تنظيم العناصر باعتماد طرق جديدة تتسم بالمرونة" على الترتيب السابع في المحور بمتوسط وزن نسبي (3.84).

وتبرز هذه النتائج توظيفاً لطرق تدريس تقوم على تحفيز الذكاء الناجح لدى الطالب؛ حيث تتسق مع ما أشارت إليه أميمة إبراهيم في دراستها عن فاعلية استخدام نظرية الذكاء الناجح بأن توظيف نظرية "الذكاء الناجح" في التدريس، تمكن من مساعدة الطالب على فهم المفردات فهماً عميقاً وليس سطحياً، وذلك بتنمية العديد من المهارات لدى الطالب، مثل: الشرح والتفسير والتنبؤ والتوضيح والتحليل والابتكار والإبداع وغير ذلك من المهارات التي تمكنه من طرح التساؤلات العميقة.

أما العبارة الأقل درجة من العبارات السابقة فتتمثل في "يسعى الأساتذة إلى التعرف على الطلبة الموهوبين والعناية بهم" حيث جاءت في الترتيب الثامن والأخير في المحور بمتوسط وزن نسبي (3.81)، ويمكن أن يعزى ذلك إلى أن التعامل مع الطلبة الموهوبين، يتطلب دراسة برامج متخصصة وقدرات خاصة لدى الأساتذة، قد تكون غير متوفرة في كثير من الجامعات.

بالرجوع إلى تحليل نتائج عبارات المحور الثاني، حيث أستخرج الوزن النسبي لمعرفة نتائج العينة من وجهة نظر المستجوبين، وكذلك المتوسط الموزون للمحور كله، وكانت الاستجابات في اتجاه الموافقة بشدة (كبيرة)، نحو الموافقة على دور أساتذة الإعلام في (تحفيز القدرات الإبداعية لدى طالب الإعلام)، من خلال توافر عناصر وطرق عديدة نصت عليها نظرية "الذكاء الناجح"، وأكدت

(4.10) وهي درجة تحقق كبيرة تشير إلى دور الأساتذة المهم، حسب رأي عينة الدراسة، في تحفيز الطلبة بترك مجال لتبادل الأفكار بينهم. ويمثل تحفيز الطلبة على تبادل الأفكار مجالاً مهماً من مجالات تحفيز القدرات الإبداعية لدى الطالب. وتتسق مع هذه النتيجة، تأكيد أفراد العينة على أنه "يعمل أساتذة الإعلام على تشجيع الأعمال الإبداعية لدى الطلبة وعرضها ومناقشتها" وهي العبارة التي جاءت في المرتبة الثانية بمتوسط وزن نسبي (4.05) وهي درجة تحقق كبيرة؛ مما يبين موقف أفراد العينة المؤيد لدور الأساتذة في تشجيع الأعمال الإبداعية لدى الطلبة.

في حين جاءت العبارة "طرق التدريس في قسم الإعلام تقوم على التفاعلية ومشاركة الطالب من خلال الحوار البناء" على الترتيب الثالث في المحور بمتوسط وزن نسبي (4) وهي درجة تحقق كبيرة تشير إلى أن الطلبة يرون أن طرق التدريس المتبعة في قسم الإعلام تقوم على أسس تفاعلية من خلال الحوار البناء، وتعني التفاعلية المشاركة النشطة للطلبة في العملية التعليمية، وهي ناتجة عن إدراك الطالب للعلاقات بين الأفكار والمتغيرات.

بينما حصلت العبارة "يسعى الأساتذة لتشجيع الطالب على طرح أفكار جديدة تتسم بالجدية والأصالة" على الترتيب الرابع في المحور بمتوسط وزن نسبي (3.98) وهي درجة تحقق كبيرة، وجاءت العبارة "يعمل أساتذة الإعلام على تحفيز الطالب على التخيل واقتراح أفكار وطول استشرافية" على الترتيب الخامس في المحور بمتوسط وزن نسبي (3.98) وهي درجة تحقق كبيرة.

ثم جاءت العبارة "يقوم التدريس على العصف الذهني" على الترتيب السادس في المحور

دراسة: (آل كاسي وآخرين، 2020) عن برنامج تدريبي قائم على نظرية "الذكاء الناجح" لتنمية الإبداع في التدريس لدى أعضاء هيئة التدريس في جامعة الملك خالد، التي أكدت على فاعلية نظرية الذكاء الناجح في تنمية الإبداع في التدريس.

وللإجابة عن السؤال الفرعي الثالث: "ما أهمية تحفيز القدرات الإبداعية والتحليلية والعملية في تحقيق الذكاء الناجح لطالب الإعلام؟" فقد أُستخرجت الأوزان النسبية لمعرفة نتائج العينة لمحاول الاستبانة الثالث والرابع.

عليها العديد من الدراسات السابقة، مثل ترك مساحات لتبادل الأفكار، وتنمية قدراتهم، وتشجيع الطلبة على الابتكار من خلال طرح أفكار جديدة، وتحفيز التخيل، وبدرجة أقل طرق التدريس القائمة على العصف الذهني واكتشاف الطلبة الموهوبين والعناية بهم.

وتظهر النتائج دور الأساتذة وطرق التدريس في تحفيز القدرات الإبداعية لدى الطالب، وهي طرق نصت عليها نظرية "الذكاء الناجح"، مثلما أكدت على ذلك العديد من الدراسات السابقة مثل

جدول رقم (9): يوضح المحور الثالث عن: تنمية القدرات التحليلية لطالب الإعلام في العملية التعليمية

| م | العبارة | التكرار | مستوى الاستجابة | | | | | المتوسط | الانحراف المعياري | الترتيب |
|--------------------|---|--------------|-----------------|-------------|-------------|-----------|----------------|---|-------------------|---------|
| | | | بشدة موافق | موافق | محايد | غير موافق | بشدة غير موافق | | | |
| 1 | يهتم أساتذة الإعلام بتنمية القدرات التحليلية للطلاب من خلال تحفيزه على تحليل المعطيات | التكرار % | 104 29.7 | 144 41.1 | 79 22.6 | 20 5.7 | 3 0.9 | 3.93 | 0.90 | 2 |
| 2 | يعمل أساتذة الإعلام على دفع الطالب لاكتشاف العلاقات بين المتغيرات والظواهر وتحليل الأسباب | التكرار % | 96 27.4 | 138 39.4 | 87 24.9 | 27 7.7 | 2 0.6 | 3.85 | 0.93 | 4 |
| 3 | تقوم طرق التدريس على تحفيز التفكير لدى الطالب وحثه على تحليل الموضوعات | التكرار % | 119 34 | 122 34.9 | 74 21.1 | 27 7.7 | 8 2.3 | 3.91 | 1.02 | 3 |
| 4 | الأنشطة التعليمية توفر للطلاب فرصة تطوير مهاراته التحليلية | التكرار % | 129 36.9 | 152 43.4 | 48 13.7 | 15 4.3 | 6 1.7 | 4.09 | 0.90 | 1 |
| 5 | تقوم المناهج الدراسية على تقديم محتوى تحليلي | التكرار % | 71 20.4 | 138 39.4 | 119 34 | 18 5.1 | 4 1.1 | 3.73 | 0.88 | 6 |
| 6 | يحث الأساتذة الطالب على مقارنة الموضوعات وتفسيرها | التكرار % | 83 23.7 | 149 42.6 | 91 26 | 25 7.1 | 2 0.6 | 3.82 | 0.89 | 5 |
| 7 | تحتوي الاختبارات على أسئلة تحليلية | التكرار % | 73 0.9 | 132 37.7 | 123 35.2 | 18 5.1 | 4 1.1 | 3.72 | 0.89 | 7 |
| المتوسط للمحور كله | | | | | | | | المتوسط الموزون للمحور كله (3.86) والانحراف المعياري (0.93) | | |

المرتبة الخامسة "الأساتذة يثون الطالب على مقارنة الموضوعات وتفسيرها" بمتوسط موزون قدرة (3.82). تظهر هذه النتائج المتقاربة بعض الإشارات عن الاهتمام الذي يوليه الأساتذة لتنمية قدرات طالب الإعلام التحليلية وذلك بأساليب متنوعة ومختلفة سواء أكان ذلك من خلال تحفيزه على تحليل المعطيات أم دفعه إلى التفكير أم حثه على تحليل الموضوعات وبدرجة أقل دفعه لاكتشاف العلاقات بين المتغيرات وتحليل الأسباب وحثه على مقارنة الموضوعات.

في حين جاءت بدرجة أقل، نسبة أفراد العينة الذين يؤيدون دور المناهج والاختبارات في تنمية القدرات التحليلية للطالب، حيث جاء في المرتبة السادسة العبارة "تقوم المناهج الدراسية على تقديم محتوى تحليلي" بمتوسط موزون قدره (3.73)، وفي المرتبة السابعة والأخيرة العبارة "تحتوي الاختبارات على أسئلة تحليلية" بمتوسط موزون قدره (3.72).

بالرجوع إلى معطيات الدراسة الميدانية، تم استخراج الوزن النسبي لمعرفة نتائج العينة من وجهة نظر المستجوبين، وكذلك المتوسط الموزون للمحور كله، حيث كانت الاستجابات في اتجاه الموافقة تجاه المحور الثالث (تنمية القدرات التحليلية لطالب الإعلام في العملية التعليمية).

يظهر تحليل النتائج أن أفراد عينة الدراسة من طلبة الإعلام يعدون أن أكثر عناصر العملية التعليمية التي توفر فرصة لتطوير مهارات الطلبة التحليلية هي الأنشطة الدراسية والأساتذة، وبدرجة أقل المناهج والاختبارات.

وتبين النتائج الأساليب المتنوعة المعتمدة في العملية التعليمية لتنمية القدرات التحليلية لطالب

يظهر الجدول اتجاهات أفراد عينة الدراسة من طلبة الإعلام نحو دور مختلف عناصر العملية التعليمية في تنمية القدرات التحليلية لطالب الإعلام، حيث مثل متوسط الوزن النسبي للمحور (3.86) وهو مستوى كبير وتراوحت درجة المتوسط النسبي بين (3.40 - 4.19) وهذا يدل على أن عبارات المحور تتوافق مع أغلب آراء المستجوبين بدرجة تحقق موافقة؛ مما يدل على أن الطلبة محل الدراسة يؤكدون دور عناصر العملية التعليمية في تنمية القدرات التحليلية لطالب الإعلام، ولكن بدرجات متفاوتة؛ حيث تبين نتائج الجدول السابق ارتفاع نسبة الذين يعدون أن "الأنشطة التعليمية توفر للطالب فرصة تطوير مهاراته التحليلية"، وقد حصلت العبارة على الترتيب الأول في المحور بمتوسط وزن نسبي (4.09) وهي درجة تحقق كبيرة وتشير إلى دور الأنشطة المهم في توفير فرص لتطوير المهارات التحليلية للطلبة، وقد يعكس ذلك اهتماما من طلبة الإعلام بالأنشطة.

أما العبارات التي عن الدور الذي يقوم به الأساتذة، فقد حصلت العبارة "يهتم أساتذة الإعلام بتنمية القدرات التحليلية للطالب من خلال تحفيزه على تحليل المعطيات" على الترتيب الثاني في المحور بمتوسط وزن نسبي (3.93) وبدرجة متقاربة، وجاء في الترتيب الثالث من المحور العبارة القائلة "تقوم طرق التدريس على تحفيز التفكير لدى الطالب وحثه على تحليل الموضوعات" بمتوسط وزن نسبي (3.91)، وجاء في المرتبة الرابعة العبارة "يعمل أساتذة الإعلام على دفع الطالب لاكتشاف العلاقات بين المتغيرات والظواهر وتحليل الأسباب" بمتوسط موزون قدرة (3.85)، ثم في

الإعلام، فمنها ما يستهدف تنمية قدرة المتعلم هذه الطرق والأساليب، ممارسات تعليمية نصت على فهم أسباب الظواهر، ومنها ما يدفع للتفكير من خلال تحليل المعطيات والموضوعات، وتمثل

جدول رقم (10): بين المحور الرابع عن تنمية العملية التعليمية للمهارات العملية لطالب الإعلام

| م | العبارة | التكرار | مستوى الاستجابة | | | | | المتوسط الموزون | الانحراف المعياري | الترتيب |
|--------------------|--|---|-----------------|-----------|-------|-------|------------|-----------------|-------------------|---------|
| | | | غير موافق بشدة | غير موافق | محايد | موافق | موافق بشدة | | | |
| 1 | تقوم طرق التدريس على تحفيز الطالب على توظيف الجانب النظري لحل مشكلات عملية | التكرار | 12 | 19 | 73 | 154 | 92 | 3.84 | 0.98 | 2 |
| | | % | 3.4 | 5.4 | 20.9 | 44 | 26.3 | | | |
| 2 | تقوم طرق التدريس على تحفيز الطالب على التجريب العملي لما تم دراسته نظريا | التكرار | 28 | 34 | 66 | 119 | 103 | 3.67 | 1.22 | 4 |
| | | % | 8 | 9.7 | 18.9 | 34 | 29.4 | | | |
| 3 | يسعى الأساتذة إلى توسيع أنواع النشاطات العملية والتقييمات | التكرار | 18 | 31 | 80 | 132 | 89 | 3.69 | 1.10 | 3 |
| | | % | 5.1 | 8.9 | 22.9 | 37.7 | 25.4 | | | |
| 4 | تقوم المقررات على تكثيف الجانب التطبيقي أكثر من النظري | التكرار | 43 | 58 | 72 | 94 | 83 | 3.33 | 1.33 | 8 |
| | | % | 12.3 | 16.6 | 20.6 | 26.8 | 23.7 | | | |
| 5 | يقوم الطالب بالعمل الميداني في المقررات المختلفة | التكرار | 31 | 45 | 93 | 94 | 87 | 3.46 | 1.24 | 6 |
| | | % | 8.9 | 12.9 | 26.4 | 26.9 | 24.9 | | | |
| 6 | تتوافر للطالب الفرصة في أثناء المحاضرات للقيام بتمارين تطبيقية | التكرار | 27 | 52 | 83 | 100 | 88 | 3.49 | 1.23 | 5 |
| | | % | 7.7 | 14.9 | 23.7 | 28.6 | 25.1 | | | |
| 7 | يقوم الطالب بدراسة موضوعات ذات صلة بواقعه وبيئته واقتراح حلول للمشكلات | التكرار | 15 | 23 | 62 | 141 | 109 | 3.87 | 1.06 | 1 |
| | | % | 4.3 | 6.6 | 17.7 | 40.3 | 31.1 | | | |
| 8 | تتاح لطالب الإعلام فرص الزيارات الميدانية لمؤسسات إعلامية | التكرار | 56 | 40 | 68 | 90 | 96 | 3.37 | 1.40 | 7 |
| | | % | 16 | 11.4 | 19.4 | 25.8 | 27.4 | | | |
| المتوسط للمحور كله | | المتوسط الموزون للمحور كله (3.59) والانحراف المعياري (1.19) | | | | | | | | |

يتضح من الجدول السابق اتجاهات الطلبة نحو دور العملية التعليمية في تنمية المهارات العملية لطالب الإعلام؛ حيث مثل متوسط الوزن النسبي للمحور (3.59).

ويبرز موقف أفراد عينة الدراسة جلياً من النسبة الأقل من الطلبة الذين يؤيدون تكثيفاً للجانب التطبيقي أكثر من النظري في العملية التعليمية، وهو ما يفسر حصول هذه العبارة "تقوم المقررات على تكثيف الجانب التطبيقي أكثر من النظري" على المرتبة الثامنة والأخيرة بمتوسط موزون (3.33)؛ مما يفسر أن أغلبية أفراد العينة من طلبة الإعلام يؤكدون أن الجانب التطبيقي أقل من الجانب النظري في العملية التعليمية الإعلامية.

ثانياً: نتائج اختبار فروض الدراسة.

الفرضية الأولى: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات طلبة الإعلام تعزى إلى متغير النوع والتخصص الدراسي نحو أهمية إدماج مصطلح الإبداع في العملية التعليمية الإعلامية في تحفيز قدرات الطالب الإبداعية والتحليلية والعملية

للتحقق من هذه الفرضية قمنا بإجراء اختبار (ت) للعينات المستقلة - Independent samples T-test وبعد التأكد من فرضيات الاختبار وشروطه، كانت النتائج كالتالي:

أولاً: اختبارات (ت) للفروق بين اتجاهات الطلبة نحو أهمية الإبداع في العملية التعليمية الإعلامية في تحفيز قدرات الطالب الإبداعية والتحليلية والعملية، تعزى إلى متغير النوع (طلاب - طالبات).

جاءت في المقدمة الاتجاهات الإيجابية المرتفعة عن عبارة "يقوم الطالب بدراسة موضوعات ذات صلة بواقعه وبيئته واقتراح حلول للمشكلات"؛ حيث حصلت على الترتيب الأول في المحور بمتوسط وزن نسبي (3.87)، وهي درجة تحقق تشير إلى الموافقة على أن الطالب يدرس موضوعات متصلة ببيئته، ويساعد في اقتراح حلول للمشكلات، في حين حصلت العبارة "تقوم طرق التدريس على تحفيز الطالب على توظيف الجانب النظري لحل مشكلات عملية" على الترتيب الثاني في المحور بمتوسط وزن نسبي (3.84)، وهي درجة تحقق موافقة كبيرة، وجاء بدرجة أقل في الترتيب الثالث من المحور العبارة القائلة: "يسعى الأساتذة إلى توسيع أنواع النشاطات العملية والتقييمات" بمتوسط وزن نسبي (3.69)، ويبين تفاوت النسب، أن أفراد عينة الدراسة يعدون أن هناك اهتماماً بتوظيف الجانب النظري في العملية التعليمية أكثر من التطبيقي والعملية، وهو ما يفسر أن بقية العبارات ذات الصلة بالجانب التطبيقي نجدها في المراتب الأخيرة من المحور. حيث جاء في المرتبة الرابعة العبارة "تقوم طرق التدريس على تحفيز الطالب على التجريب العملي لما تم دراسته نظرياً" بمتوسط موزون قدره (3.67)، وفي المرتبة الخامسة العبارة "تتوافر للطالب الفرصة في أثناء المحاضرات للقيام بتمارين تطبيقية" بمتوسط موزون قدره (3.49)، وجاء في المرتبة السادسة العبارة "يقوم الطالب بالعمل الميداني في المقررات المختلفة" بمتوسط موزون (3.46)، وفي المرتبة السابعة العبارة "تتاح لطالب الإعلام فرص الزيارات الميدانية لمؤسسات إعلامية" بمتوسط موزون يساوي (3.37).

جدول رقم (11): اتجاهات الطلبة نحو أهمية الإبداع في العملية التعليمية الإعلامية في تحفيز قدرات الطالب الإبداعية والتحليلية والعملية تعزى إلى متغير النوع (طلاب - طالبات).

| الدلالة الإحصائية | القيمة الاحتمالية | قيمة T | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | العدد | |
|-------------------|-------------------|--------|-------------------|-----------------|-------|--------|
| غير دالة إحصائياً | 0.368 | 0.901 | 0.46 | 4.33 | 150 | طلاب |
| | | | 0.44 | 4.28 | 200 | طالبات |

الإبداع في العملية التعليمية الإعلامية في تحفيز قدرات الطالب الإبداعية والتحليلية والعملية نستنتج مما سبق من النتائج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين موقف العينة نحو أهمية الإبداع في العملية التعليمية الإعلامية في تحفيز قدرات الطالب الإبداعية والتحليلية والعملية، تعزى لمتغير النوع (طلاب - طالبات).

يتضح من بيانات الجدول السابق أن المتوسط الموزون للطلاب هو (4.33) وانحراف معياري قدره (0.46)، وهو يقترب جداً من المتوسط الحسابي لموقف الطالبات؛ حيث إن المتوسط الموزون (4.28) وانحراف معياري قدره (0.44)، وجاءت نتيجة اختبار ت (0.901) بقيمة احتمالية (0.368) أكبر من مستوى الدلالة (0.05)؛ لذلك لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بين متوسط اتجاهات الطلاب والطالبات نحو أهمية

ثانياً: جدول (12) يوضح نتائج اختبارات (ANOVA one way) للفروق بين اتجاهات الطلبة نحو أهمية الإبداع في العملية التعليمية الإعلامية في تحفيز قدرات الطالب الإبداعية والتحليلية والعملية تعزى لمتغير التخصص: (الاتصال الاستراتيجي، والصحافة والنشر، والإعلام واللغة).

| الدلالة الإحصائية | القيمة الاحتمالية | قيمة F | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | العدد | المتغير |
|-------------------|-------------------|--------|-------------------|-----------------|-------|---------------------|
| غير دالة إحصائياً | 0.786 | 0.241 | 0.45 | 4.30 | 237 | الاتصال الاستراتيجي |
| | | | 0.44 | 4.31 | 105 | الصحافة والنشر |
| | | | 0.58 | 4.20 | 8 | الإعلام واللغة |

احتمالية (0.786) أكبر من مستوى الدلالة (0.05)؛ لذلك لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بين اتجاهات الطلبة من تخصصات (الاتصال الاستراتيجي، والصحافة والنشر، والإعلام واللغة) نحو أهمية الإبداع في العملية التعليمية الإعلامية في تحفيز قدرات الطالب الإبداعية والتحليلية والعملية.

يتضح من بيانات الجدول السابق أن المتوسط الموزون لطالبة تخصص الاتصال الاستراتيجي هو (4.30) وانحراف معياري قدره (0.45)، في حين أن المتوسط الحسابي لموقف طلبة تخصص الصحافة والنشر هو (4.31) وانحراف معياري قدره (0.44)، بينما المتوسط الحسابي لموقف طلبة تخصص الإعلام واللغة هو (4.20) وانحراف معياري قدره (0.58)، وجاءت نتيجة اختبار F (0.241) بقيمة

للتحقق من هذه الفرضية قمنا بأجراء اختبار (ت) للعينات المستقلة - Independent samples T test وبعد التأكد من فرضيات الاختبار وشروطه، كانت النتائج كالتالي:

أولاً: نتائج اختبارات (ت) للفروق بين اتجاهات الطلبة نحو دور تحفيز قدرات طالب الإعلام الإبداعية والتحليلية والعملية في تحقيق الذكاء الناجح للطالب تعزى لمتغير النوع (طلاب - طالبات).

نستنتج مما سبق من نتائج اختبار الفرضية الأولى أنه: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات الطلبة نحو أهمية الإبداع في العملية التعليمية الإعلامية في تحفيز قدرات الطالب الإبداعية والتحليلية والعملية تعزى لمتغير التخصص، وبذلك فقد مكنت النتائج من نفي الفرضية الأولى.

الفرضية الثانية: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات طلبة الإعلام تعزى إلى متغير النوع والتخصص الدراسي نحو دور تحفيز قدرات طالب الإعلام الإبداعية والتحليلية والعملية في تحقيق الذكاء الناجح

جدول رقم (13): اتجاهات الطلبة نحو دور تحفيز قدرات طالب الإعلام الإبداعية والتحليلية والعملية في تحقيق "الذكاء الناجح"، تعزى لمتغير النوع (طلاب - طالبات).

| الدلالة الإحصائية | القيمة الاحتمالية | قيمة ت | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | العدد | |
|-------------------|-------------------|--------|-------------------|-----------------|-------|--------|
| غير دالة إحصائياً | 0.211 | 1.57 | 0.71 | 4.01 | 150 | طلاب |
| | | | 0.76 | 3.90 | 200 | طالبات |

تحقيق "الذكاء الناجح" للطالب، تعزى لمتغير النوع (طلاب - طالبات).

ثانياً: نتائج اختبارات ANOVA one way للفروق بين اتجاهات الطلبة نحو دور تحفيز قدرات طالب الإعلام الإبداعية والتحليلية والعملية في تحقيق "الذكاء الناجح" للطالب تعزى لمتغير التخصص (الاتصال الاستراتيجي، والصحافة والنشر، والإعلام واللغة).

يتضح من بيانات الجدول السابق المتوسط الحسابي لاتجاهات الطلبة نحو دور تحفيز قدرات طالب الإعلام الإبداعية والتحليلية والعملية في تحقيق "الذكاء الناجح" للطالب؛ حيث المتوسط الموزون للطلاب هو (4.01) وانحراف معياري قدره (0.71)، وجاء متوسط اتجاه الطالبات (3.90) وانحراف معياري قدره (0.76)، وجاءت نتيجة اختبار (ت) (1.57) بقيمة احتمالية (0.211) أكبر من مستوى الدلالة (0.05)؛ لذلك لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بين اتجاهات الطلبة نحو دور تحفيز قدرات طالب الإعلام الإبداعية والتحليلية والعملية في

جدول (14) اتجاهات الطلبة نحو دور تحفيز قدرات طالب الإعلام الإبداعية والتحليلية والعملية في تحقيق "الذكاء الناجح" للطلاب تعزى لمتغير التخصص

| المتغير | العدد | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | قيمة F | القيمة الاحتمالية | الدلالة الإحصائية |
|-----------------|-------|-----------------|-------------------|--------|-------------------|-------------------|
| اتصال استراتيجي | 237 | 3.94 | 0.75 | 0.032 | 0.968 | غير دالة إحصائياً |
| الصحافة والنشر | 105 | 3.96 | 0.75 | | | |
| الإعلام واللغة | 8 | 3.92 | 0.65 | | | |

النتائج العامة للدراسة:

بينت نتائج الدراسة:

أن أغلبية أفراد العينة (67.15%) يعدون أن للإبداع دورًا مهمًا في العملية التعليمية؛ مما يدل على أن عينة الدراسة من طلبة الإعلام تولي اهتمامًا كبيرًا للإبداع في العملية التعليمية وتفضل دمج الإبداع في التدريس بدل الطرق التقليدية القائمة على التلقين والحفظ.

موقف عينة الدراسة المؤيد لدور عناصر العملية التعليمية الإعلامية في "تحفيز القدرات الإبداعية لدى طالب الإعلام"، وذلك بمتوسط وزن نسبي (3.95) وهو مستوى كبير، من خلال استخدام طرق عديدة نصت عليها نظرية "الذكاء الناجح"، مثل: ترك مساحة للطلبة لتبادل الأفكار، وتشجيع الطلبة على الابتكار من خلال طرح أفكار جديدة وتحفيز التخيل.

في حين جاءت النسب منخفضة فيما يخص اتجاهات عينة الدراسة نحو مدى اعتماد طرق التدريس على العصف الذهني وأقل نسبة موافقة كانت لدور الأساتذة في اكتشاف الطلبة الموهوبين والعناية بهم، (المراتب الأخيرة من المحور).

يتضح من بيانات الجدول أن المتوسط الموزون لطلبة تخصص الاتصال الاستراتيجي هو (3.94) وانحراف معياري قدره (0.75)، في حين أن المتوسط الحسابي لموقف طلبة تخصص الصحافة والنشر هو (3.96) وانحراف معياري قدره (0.75)، بينما المتوسط الحسابي لموقف طلبة تخصص الإعلام واللغة هو (3.92) وانحراف معياري قدره (0.65) وجاءت نتيجة اختبار F (0.032) بقيمة احتمالية (0.968) أكبر من مستوى الدلالة (0.05)؛ لذلك لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بين اتجاهات الطلبة من تخصصات الاتصال الاستراتيجي، والصحافة والنشر، والإعلام واللغة) نحو دور تحفيز قدرات طالب الإعلام الإبداعية والتحليلية والعملية في تحقيق "الذكاء الناجح".

مما سبق من النتائج نستنتج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين موقف العينة نحو دور تحفيز قدرات طالب الإعلام الإبداعية والتحليلية والعملية في تحقيق الذكاء الناجح للطلاب، تعزى لمتغير النوع والتخصص، وبذلك فقد مكنت النتائج من نفي الفرضية الثانية.

النظري والتطبيقي في العملية التعليمية الإعلامية.

يبرز موقف أفراد عينة الدراسة جليا من خلال النسبة الأقل من الطلبة الذين يؤيدون أن العملية التعليمية الإعلامية قائمة على تكثيف الجانب التطبيقي أكثر من النظري في العملية التعليمية، وهو ما يفسر حصول هذه العبارة "تقوم المقررات على تكثيف الجانب التطبيقي أكثر من النظري" على المرتبة الثامنة والأخيرة من المدور بمتوسط موزون (3.33)؛ مما يفسر أن أغلبية أفراد العينة من طلبة الإعلام يؤكدون أن الجانب التطبيقي أقل من الجانب النظري في العملية التعليمية الإعلامية.

جاءت النسب الأقل عن مدى قيام التدريس على تحفيز طالب الإعلام على التجريب العملي لما تم دراسته نظريًا ودفعه للعمل الميداني، وأن تتاح له فرص الزيارات الميدانية لمؤسسات إعلامية.

وكشفت الدراسة عن نتائج اختبارات الفروض على النحو التالي:

- مكنت نتائج الدراسة من نفي الفرضيتين الأولى والثانية، حيث أثبتت أنه:

- لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات طلبة الإعلام نحو أهمية إدماج مصطلح الإبداع في العملية التعليمية الإعلامية في تحفيز قدرات الطالب الإبداعية والتحليلية والعملية، تعزى إلى متغير النوع والتخصص الدراسي

- لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات طلبة الإعلام نحو دور تحفيز قدرات طالب الإعلام الإبداعية والتحليلية والعملية في تحقيق "الذكاء الناجح"، تعزى إلى متغير النوع والتخصص الدراسي

- اتجاهات أفراد عينة الدراسة من طلبة الإعلام نحو دور عناصر العملية التعليمية المختلفة في تنمية القدرات التحليلية لطالب الإعلام، جاءت بمتوسط وزن نسبي (3.86)؛ مما يدل على أن الطلبة محل الدراسة يؤكدون دور عناصر العملية التعليمية في تنمية القدرات التحليلية لطالب الإعلام، ولكن بدرجات متفاوتة.

- يظهر تحليل النتائج أن أفراد عينة الدراسة من طلبة الإعلام يعدون أن أكثر عناصر العملية التعليمية التي توفر فرصة لتطوير المهارات التحليلية للطالب هي الأنشطة الدراسية والأساتذة، وبدرجة أقل المناهج والاختبارات.

- أفراد العينة تعد أن تنمية القدرات التحليلية لطالب الإعلام تقوم على أساليب متنوعة وذلك بدرجة أولى من خلال تحفيز الطالب على تحليل المعطيات ثم بدفع التفكير لديه وحته على تحليل الموضوعات.

- تتمثل الأساليب الأقل استخدامًا حسب عينة الدراسة في دفع الطالب لاكتشاف العلاقات بين المتغيرات والظواهر وتحليل الأسباب ودور الأساتذة في حث الطالب على مقارنة الموضوعات وتفسيرها؛ حيث صنف الأسلوبان حسب عينة الدراسة في المرتبتين الأخيرتين أي من بين أقل الأساليب التي يعتمدها الأساتذة في التدريس.

- اتجاهات الطلبة نحو دور العملية التعليمية في تنمية المهارات العملية لطالب الإعلام مثلت متوسط الوزن النسبي للمحور (3.59)، وهي أقل نسبة مقارنة ببقية المحاور؛ مما يبرز نقصًا على مستوى التوازن بين الجانب

مناقشة النتائج

أوضحت نتائج الدراسة أهمية إدماج الإبداع في التعليم الإعلامي في تحفيز القدرات الإبداعية والتحليلية والعملية للطلاب، وتبين من النتائج دور تحفيز هذه القدرات المختلفة في تحقيق الذكاء الناجح لطلاب الإعلام وهي فروض نظرية الذكاء الناجح لستيرنبرغ نفسها.

ويمكن أن نستخلص من النتائج، فاعلية التدريس عندما تولي العملية التعليمية اهتماماً بإدماج الإبداع في التعليم وتحفيز قدرات الطالب التحليلية والعملية. ونستنتج أنه كلما كانت طرق التدريس قائمة على الإبداع، كلما تمكن الطلبة من الوصول إلى أقصى طاقاتهم الإبداعية، وأمكن صقل مهاراتهم واكتشاف قدراتهم.

ويتضح من خلال مناقشة نتائج التحليل المسحي، الاتساق بين اهتمام الطالب بالإبداع وسعيه إلى تدعيم جوانب القوة لديه وتصحيح جوانب الضعف، وهي الأسس والمبادئ التي تنص عليها نظرية "الذكاء الناجح".

وبالاطلاع على الأدبيات السابقة، نرى أن العديد من الدراسات دعت إلى توظيف نظرية "الذكاء الناجح" في العملية التعليمية، وهذا الاتجاه يتفق مع نتائج الدراسة الحالية، ومن هذه الدراسات دراسة: (الدوسري والقرني، 2022) عن فاعلية استراتيجية مقترحة قائمة على نظرية الذكاء الناجح في تدريس مقرر التربية الأسرية لتنمية مهارات التفكير الناقد لدى طالبات الصف الثالث المتوسط التي أوصت بتوظيف هذه النظرية في التدريس والاهتمام بتدريب المدرسين على استخدامها، وكذلك دراسة (عابد، 2024) عن معرفة فاعلية استخدام نظرية الذكاء الناجح في تدريس

الفلسفة لتنمية مهارات التفكير الأخلاقي لدى طلاب المرحلة الثانوية التي عالجت النظرية المحدودة للذكاء المنحصر في الاختبارات التقليدية للذكاء.

وأفضت نتائج الدراسة -أيضاً- إلى ضرورة الاهتمام بالجانب التطبيقي في تدريس الإعلام، وهي توصية نادت بها أغلب الدراسات السابقة، مثل: دراسة (دوالة وشيتور، 2024) عن التكوين الأكاديمي في علوم الإعلام والاتصال بين النظري والتطبيقي؛ حيث أوصت بضرورة اعتماد مناهج تدريس تساوي بين الجانب النظري والتطبيقي.

يتضح مما سبق مدى اتساق نتائج الدراسة الحالية مع الأسس النظرية لنظرية "الذكاء الناجح"، وكذلك اتساقها مع نتائج الدراسات السابقة التي تطرقت إلى أهمية توظيف نظرية "الذكاء الناجح" في التدريس؛ لأنها تحقق العديد من المميزات وتطرح ثلاثة أنواع من التفكير تتفق مع خصائص الطلاب، والتفكير الصادر منهم سواء أكان تحليلياً أم إبداعياً أم عملياً؛ حيث لا تهتم بالتحصيل وإنما بالقدرات التحليلية والإبداعية والعملية.

وفي الوقت ذاته تتضح خصوصية الدراسة الحالية في الجمع بين الإبداع في التعليم الإعلامي والذكاء الناجح.

التوصيات:

في ضوء نتائج الدراسة يمكن تحديد التوصيات التالية:

- دمج نظرية الذكاء الناجح في التعليم الإعلامي والاعتماد على أسسها ومبادئها؛ لتنمية القدرات الإبداعية والتحليلية والعملية للطلبة، وتحفيز الذكاء الناجح لديهم قصد مساعدتهم على الفهم العميق عوضاً عن السطحي،

المراجع:

- ¹ عبد الخالق إبراهيم زقزوق، "واقع تدريس مقررات الصحافة بأقسام وكليات الإعلام بالجامعات السعودية وفقاً لرؤية المملكة 2030 (دراسة ميدانية)"، المجلة الدولية لبحوث الإعلام والاتصالات، المجلد الأول، العدد الثاني، (2021): 39-62.
- ² نوف خلف محمد الحضرمي وبسمة إبراهيم الشوامين، "معوقات الإبداع الإداري لدى مديرات المدارس الثانوية في مدينة تبوك"، مجلة العلوم التربوية والنفسية، مجلد1، عدد12، (2017): 76-94.
- ³ إيمان عليمان، "أثر برنامج تعليمي قائم على نظرية الذكاء الناجح في تحسين مهارات التحدث والقراءة الناقدة لدى طلبة الصف السادس أساسي"، رسالة دكتوراه منشورة، جامعة اليرموك، قاعدة بيانات دار المنظومة، (2011): ص24.
- ⁴ سعيدة حيمر ومروى خنتي، "المهن الإعلامية الجديدة: تحليل الواقع ومتطلبات التكوين الأكاديمي، دراسة ميدانية على عينة من أساتذة علوم الإعلام والاتصال بالجامعات الجزائرية"، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، مجلد15، العدد الأول، (2025): 540-566.
- ⁵ محمد حمادي، "طرائق تدريس مواد الإعلام بين النزعة النظرية والرؤية المهنية، قراءة في المقررات الدراسية وتطبيقاتها الميدانية"، مجلة الزهير للدراسات والبحوث الاتصالية والإعلامية، مجلد4، العدد الأول، (2024): 80-98.
- ⁶ لطفي علي قشبي، "رهانات تحيين التكوين والتدريب في علوم الإعلام والاتصال: نحو نموذج للكفاءة في مجال الإعلام والاتصال"، مجلة الزهير للدراسات والبحوث الاتصالية والإعلامية، مجلد4، العدد الأول (2024): 11-30.
- ⁷ عز الدين دواله وهشام شيتور، "التكوين الأكاديمي في علوم الإعلام والاتصال بين النظري والتطبيقي، دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم الإعلام بجامعة الجزائر2"، مجلة الزهير للدراسات والبحوث الاتصالية والإعلامية، مجلد4، العدد الأول، (2024): 99-111.
- ⁸ أشرف رجب العطا، "أولويات تطوير التعليم الإعلامي في الجامعات المصرية من وجهة نظر الخبراء والمختصين وفقاً لأسلوب التحليل الهرمي للقرارات"، مجلة البحث في التربية وعلم النفس، مج38، ع1، (2023): 819-868.
- ⁹ عبد الخالق إبراهيم زقزوق، "واقع تدريس مقررات الصحافة بأقسام وكليات الإعلام بالجامعات السعودية وفقاً لرؤية المملكة 2030 (دراسة ميدانية)"، المجلة الدولية

وتنمية مهارات التحليل والتفسير والتنبؤ والتفكير الإبداعي وتقويم الذات.

- تطوير طرق تدريس الإعلام من خلال التركيز على دمج مصطلح الإبداع؛ ليكون التعليم الإعلامي أكثر ملائمة لدفع الطلبة إلى اكتشاف طاقاتهم الإبداعية وذلك بالابتعاد عن الطرق التقليدية في التدريس القائمة على الحفظ والتلقين والتركيز، واستبدال ذلك بتدريس يتطور باستمرار، ويقوم على تنويع الأساليب كالعصف الذهني ودفع الطالب للتفكير العميق بفهم أسباب الظواهر والربط بين المتغيرات والنقد البناء ومقارنة الموضوعات وتفسيرها وتحفيز الطالب على التخيل واقتراح أفكار وحلول استشرافية.
- الاهتمام بالجانب التطبيقي في تدريس الإعلام وأن يوازن التعليم الإعلامي بين الجانب النظري والعملية من خلال تحفيز الطالب على التجريب العملي لما تم دراسته نظرياً وأن تتوافر للطالب الفرصة في أثناء المحاضرات للقيام بتمارين تطبيقية، وتمكينه من أن يقوم بالعمل الميداني في المقررات المختلفة مع تكثيف فرص الزيارات الميدانية لمؤسسات إعلامية
- تكثيف التدريب والبرامج المتخصصة الموجهة لأساتذة الإعلام؛ لتمكينهم من التعرف على الطلبة الموهوبين، والعناية بهم وصقل مواهبهم ودفعهم؛ لاكتشاف نقاط القوة لديهم لتدعيمها ونقاط الضعف، لتصحيحها مع مراعاة الفروق بين الطلبة وحسن التكيف معها من خلال التعليم المتخصص.

- ¹⁸ ردينة الفضلي وملاك العبد اللطيف، "العمليات المعرفية المرتبطة بالإبداع لدى الطلبة الموهوبين بالمنطقة الشرقية في ضوء بعض المتغيرات" المجلة السعودية للعلوم النفسية، عدد6، (2021): 127-145.
- ¹⁹ إسماعيل بن إبراهيم باطة وإبراهيم بن محمد الحركان وسلطان بن الأسود العنزي، "الريادة عن بعد: ريادة التعليم وثقافة الإبداع في المملكة العربية السعودية"، المجلة العربية للإدارة، مجلد41، عدد3، (2021): 359-384.
- ²⁰ ابن منظور، لسان العرب، (بيروت: دار الكتب العالمية، 1993)، ص63.
- ²¹ سناء محمد فائق الخضانة، "دور الإدارة المدرسية في تنمية الإبداع لدى طلبة المدارس من وجهة نظر المديرين ومقترحات التطوير، مجلة الثقافة والتنمية، عدد80، (2014): 131-164.
- ²² سليم بطرس جلدة وزيد منير عبوي، إدارة الإبداع والابتكار، (عمان: دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، 2006)، ص20.
- ²³ أحمد إسماعيل أحمد حجي، "الإبداع: أصوله وتنميته"، مجلة الطفولة والتنمية، مجلد7، عدد25، (2016): 113-125.
- ²⁴ الحضرمي، ص ص 76-94.
- ²⁵ حسين محمد نيفين، "دور الابتكار والإبداع المستمر في ضمان المركز التنافسي للمؤسسات الاقتصادية والدول. دراسة حالة دولة الإمارات"، إدارة التخطيط ودم القرار، (2016): ص4.
- ²⁶ حميدي زقاي، "نموذج معوقات الابتكار في قطاع التعليم العالي من منظور طلاب الماستر"، مجلة الأبحاث الاقتصادية جامعة البليدة2، العدد14، (2016)، ص128.
- ²⁷ عبد الله العلايلي، الصحاح في اللغة، (بيروت: دار الحضارة العربية، 1985)، ص293.
- ²⁸ حسن عبد الرحيم فضل محمد وآخرون، "العلاقة بين القدرات التعليمية والأداء الريادي"، المجلة الاقتصادية والإدارية"، عدد13، (2023)، ص15.
- ²⁹ فهمي محمد رامز فهمي، "دور الوسائل التعليمية في تنمية القدرات الفنية والإبداعية لدى طلبة المرحلة المتوسطة"، مجلة كلية التربية الأساسية، مجلد21، عدد89، (2015): 745-772.
- ³⁰ منة حسن، "الذكاء الاجتماعي"، مجلة العلوم الاجتماعية والتطبيقية. العدد الثاني، (2024): ص166.
- ³¹ نوار الحربي، "فاعلية برنامج إثرائي قائم على نظرية الذكاء الناجح لتنمية المهارات التحليلية والإبداعية والعلمية لدى طالبات المرحلة المتوسطة"، مجلة الجامعة الإسلامية للعلوم التربوية والاجتماعية، (2021): ص256.
- لبحوث الإعلام والاتصالات، المجلد الأول، العدد الثاني، (2021): 39-62
- ¹⁰ أمل سعيد عابد، "استخدام نظرية الذكاء الناجح في تدريس الفلسفة لتنمية مهارات التفكير الأخلاقي لدى طلاب المرحلة الثانوية"، مجلة كلية التربية، جامعة العريش، عدد32، (2024): 72-119.
- ¹¹ محمد خواجي، "نموذج مقترح لتدريس العلوم قائم على نظرية الذكاء الناجح وأثره في تنمية عمق المعرفة ومهارات التفكير التحليلي لدى طلاب المرحلة المتوسطة بإدارة تعليم صيبا"، المجلة السعودية للعلوم التربوية، عدد14، (2024): 65-83.
- ¹² عادل السعيد إبراهيم البنا، "استخدام تطبيقات نظرية الذكاء الناجح في تنمية الدافعية العقلية لدى الطالبات المعلمات بكلية التربية للطفولة المبكرة بمطروح"، مجلة جامعة مطروح للعلوم التربوية والنفسية، المجلد3، العدد5، (2023): 29-43.
- ¹³ أحمد علاء الدين أحمد عبد الرازي، "تدريس الدراسات الاجتماعية باستخدام نظرية الذكاء الناجح لتنمية مهارات الفهم العميق والوعي السياسي لدى تلاميذ المرحلة الإعدادية"، المجلة التربوية بجامعة سوهاج، عدد109، (2023): 538-588.
- ¹⁴ الجوهرة محمد ناصر الدوسري وخلود علي سعد القرني، "فاعلية استراتيجية مقترحة قائمة على نظرية الذكاء الناجح في تدريس مقرر التربية الأسرية لتنمية مهارات التفكير الناقد لدى طالبات الصف الثالث المتوسط"، مجلة العلوم التربوية والدراسات الإنسانية، عدد23، (2022): 136-157.
- ¹⁵ عبد الله علي آل كاسي، محمد أحمد خصالوة، عماد عبده علوان، "برنامج تدريبي قائم على نظرية الذكاء الناجح لتنمية الإبداع في التدريس لدى أعضاء هيئة التدريس في جامعة الملك خالد"، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية، مجلد28، عدد2، (2020): 382-399.
- ¹⁶ تغريد جابر موسى الأحمد، "تصور مقترح لدور الجامعات السعودية في تنمية ثقافة الإبداع الفكري في مجال التعليم والبحث العلمي في ضوء تجارب بعض الدول (دراسة مقارنة)"، مجلة التربية جامعة الأزهر، عدد197، (2023): 478-528.
- ¹⁷ سمير مسعي، "الإبداع: من الخطية إلى التأسيس: إشارة إلى المنظومة الجزائرية"، مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية، مجلد6، عدد2، (2022): 149-164.

⁴³ أمل سعيد عابد محمد، "استخدام نظرية الذكاء الناجح في تدريس الفلسفة لتنمية مهارات التفكير الأخلاقي لدى طلاب المرحلة الثانوية"، مجلة كلية التربية، جامعة العريش، عدد 32، (2024): 119-72.

⁴⁴ Sternberg,R and Grigoinko,E, "The theory of Successful Intelligence as abasis for gifted Education", gifted Child Quarterly,46, (4), (2002): 277-265.

⁴⁵ Mumthas, "Taking Triarchic Teaching to Classroom: Giving Everybody A Fiir Chance", International Journal of Advanced Research, Volume 2, issue 5, (2014): 455-458.

⁴⁶ يوسف القطامي وأمجد الركيبات. أثر برنامج تدريبي للذكاء الناجح المستند إلى نموذج ستيرنبرغ ومهارات التفكير فوق المعرفي في درجة ممارسة التفكير الناقد لدى طلبة الصف السادس أساسي في الأردن، مجلة دراسات العلوم التربوية، الجامعة الأردنية، 43 (2)، (2016): 635-619.

⁴⁷ سوسن حمادة، مناهج وأساسيات الكتابة في البحث العلمي (عمان: دار أمجد للنشر والتوزيع، 2023)، ص 99.

⁴⁸ أنول باتشيري، بحوث العلوم الاجتماعية: المبادئ والمناهج والممارسات، ترجمة: خالد بن ناصر آل حيان، (عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2015)، ص 115.

⁴⁹ ذوقان عبيدات، وكايد عبد الحق، وعبد الرحمن عدس، البحث العلمي: مفهومه وأدواته وأساليبه، (الأردن: دار الفكر، 2006)، ص 45.

³² مصطفى كشايري، "تدريس التربية الإعلامية ضمن المقررات الجامعية في الجزائر: دراسة مسحية لآراء عينة من أساتذة كلية علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر"، المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، مجلد9، العدد الأول، (2021): 1010-988.

³³ عبد الله دراع، "تحديات التعليم البيداغوجي في علوم الإعلام والاتصال بين الكفاءة المطلوبة وإكراهات الأزمة"، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، مجلد9، عدد3، (2022): 222-209.

³⁴ علي أشرف رجب عطا، "تحديات تدريس الإعلام في الجامعات المصرية في ضوء متطلبات الثورة الصناعية الرابعة والذكاء الاصطناعي"، مجلة بحوث التربية النوعية، عدد81، (2024): 386-338.

³⁵ أحمد أبو سعيد، "واقع تعليم الإعلام في الجامعات الفلسطينية في ضوء تطبيق مبادئ الجودة الشاملة بالتطبيق على أقسام الإعلام في جامعات قطاع غزة"، المجلة العربية لضمان جودة التعليم الجامعي، مجلد2، عدد3، (2009): 88-37.

³⁶ محمد حمادي، "طرائق تدريس مواد الإعلام بين النزعة النظرية والرؤية المهنية، قراءة في المقررات الدراسية وتطبيقاتها الميدانية"، مجلة الزهير للدراسات والبحوث الاتصالية والإعلامية، مجلد4، العدد الأول، (2024): 98-80.

³⁷ أحمد علاء الدين أحمد عبد الرازي، "تدريس الدراسات الاجتماعية باستخدام نظرية الذكاء الناجح لتنمية مهارات الفهم العميق والوعي السياسي لدى تلاميذ المرحلة الإعدادية"، المجلة التربوية بجامعة سوهاج، عدد109، (2023): 588-538.

³⁸ البنا، ص ص 29 43.

³⁹ Sternberg, R. J. "The theory of successful intelligence", Interamerican Journal of Psychology, vol 39. No 2, (2005): 189-202.

⁴⁰ Hunt, E, "Applying the theory of successful intelligence to Education-the good, the bad, and the ogre. Commentary on Sternberg et al Perspectives on Psychological Science, vol 3 No 6, (2008): 509-515.

⁴¹ Sternberg, R. & Grigorenko, E, "Successful Intelligence in the Classroom. Theory into practice, College of Education, The Ohio State University, Vol. 43, No. 4, (2004): PP. 274-280.

⁴² فاطمة أحمد الجاسم، الذكاء الناجح والقدرات التحليلية الإبداعية، (الأردن: دار ديون ولتنشر، 2010)، 251-239.

تأثير الأخبار الزائفة عبر منصات التواصل
الاجتماعي على سلوك طلبة المرحلة
الثانوية "دراسة ميدانية"

The Impact of Fake News Through Social
Media Platforms on The Behavior of High
School Students

أ. منى صالح الصبي

قسم الاتصال والإعلام بكلية الآداب جامعة الملك فيصل

د. محمد أحمد هاشم الشريف

أستاذ الصحافة والإعلام المشارك في قسم الاتصال والإعلام بكلية الآداب - جامعة الملك فيصل

Mona Saleh Al-Sabi

Master Department of Communication and Media, College of Arts
King Faisal University

Dr. Muhammad Ahmad Hashim Al-Sharif

Associate Professor of Journalism and Media, Department of Communication and
Media, College of Arts King Faisal University



Abstract:

The study aimed to assess the impact of fake news through social media platforms on the behavior of high school students in Saudi Arabia. A field study was conducted using a specially designed electronic questionnaire distributed via WhatsApp to a random sample of 136 students from various schools in the Eastern Province. The results showed that a significant portion of students were aware of fake news, with some able to identify it easily. Most students believed fake news has become more widespread, and the majority relied on official sources as their primary source of new.

Keywords: Impact, Fake News, Social Media Platforms, Behavior, High School Students

المخلص:

هدفت الدراسة إلى قياس تأثير الأخبار الزائفة في منصات التواصل الاجتماعي على سلوك طلاب المرحلة الثانوية في السعودية، باستخدام استبانة إلكترونية وُزعت على عينة عشوائية من 136 طالبًا وطالبة بالمنطقة الشرقية، وأظهرت النتائج أن نسبة جيدة من الطلاب على دراية بالأخبار الزائفة، وبعضهم قادر على تمييزها، ورأى معظمهم أن هذه الأخبار أصبحت أكثر شيوعًا، مع اعتماد غالبية الطلبة على المصادر الرسمية للحصول على الأخبار.

الكلمات المفتاحية: تأثير، الأخبار الزائفة، منصات التواصل الاجتماعي، سلوك، طلبة المرحلة الثانوية

المقدمة:

ومن هذا المنطلق، تتناول دراستنا الحالية تأثير الأخبار الزائفة عبر منصات التواصل الاجتماعي على سلوك طلبة المرحلة الثانوية في المملكة العربية السعودية، وتهدف الدراسة إلى قياس مدى تعرض هؤلاء الطلبة للأخبار الزائفة، ومدى تأثير هذه الأخبار على سلوكهم، وكيفية تعاملهم معها، ونسعى من هذه الدراسة إلى تقديم بعض الحلول والتوصيات التي قد تسهم في زيادة الوعي الإعلامي والنقدي لدى الطلبة، الأمر الذي سيساعدهم على التعامل الأمثل مع الأخبار الزائفة التي يواجهونها في حياتهم اليومية

الدراسات السابقة:

من المسح ترتبط الدراسات السابقة ارتباطاً مباشراً أو غير مباشر بمشكلة دراستنا الحالية التي تدرس "تأثير الأخبار الزائفة عبر منصات التواصل الاجتماعي على سلوك طلاب المرحلة الثانوية"، بينما يتجسد الارتباط في المتغير المستقل (تأثير الأخبار الزائفة) والتابع (سلوك الطلاب)، فضلاً عن تشابه المنهج والأدوات والأهداف والإطار النظري، فيما يسهم هذا الارتباط في تقديم إضافات جديدة لإثراء المعرفة العلمية في هذا المجال، وسيتم عرض الدراسات السابقة من الأحدث إلى الأقدم لتوضيح الإطار المرجعي لهذه الدراسة.

أحدثت التكنولوجيا في السنوات الأخيرة تحولاً جذرياً في طريقة نشر المعلومات وتداولها؛ إذ باتت وسائل التواصل الاجتماعي المحور الرئيس لتبادل الأخبار في عصرنا الحالي، فقد وفرت هذه المنصات بيئة مثالية لانتشار الأخبار والمعلومات انتشاراً سريعاً، لكنها أيضاً مكنت الأخبار الزائفة من الانتشار على نطاق واسع؛ مما أدى إلى ظهور تحديات جديدة في التعامل مع المعلومات المغلوطة، لقد أصبحت الأخبار الزائفة أداة للتضليل، ولا سيما بين فئات الشباب والمراهقين الذين هم أكثر تفاعلاً مع هذه المنصات.

وتعد منصات التواصل الاجتماعي، مثل: (فيسبوك، منصة إكس، إنستغرام، وواتساب) من أكثر الوسائل التي يعتمد عليها المستخدمون للحصول على الأخبار والمعلومات اليومية، وعلى الرغم من أنها توفر منصة واسعة وسريعة لتبادل الأخبار، لكن بعضها أصبح مصدرًا رئيسًا لنشر المعلومات المضللة؛ إذ إن الأخبار الزائفة على هذه المنصات تكون في كثير من الأحيان متقنة الصياغة؛ ما يصعب على المستخدمين التمييز بينها وبين الأخبار الموثوقة.

ومن الفئات الأكثر تعرضاً لهذه الأخبار الزائفة طلبة المرحلة الثانوية، الذين يُعَدُّون في مرحلة تطور فكري وعقلي، بينما يتأثر هؤلاء الطلبة تأثيراً كبيراً بما يتلقونه من أخبار على هذه المنصات؛ مما يؤثر على سلوكهم الاجتماعي، والنفسي، والأكاديمي، والصحي، وأن فهم هذه المرحلة العمرية بحاجة ماسة إلى الوعي الكافي بطرق التحقق من صحة الأخبار، والتمييز بين الأخبار الزائفة والحقيقية.

1- دراسة عبد الجبار بوطمين، عادل جربوعة (2023): الأخبار الزائفة عبر الفايسبوك أثناء الحراك الشعبي في الجزائر "دراسة تحليلية ميدانية"⁽⁶⁾؛

هدفت الدراسة إلى التعرف على شكل الأخبار الزائفة ومضمونها أثناء الحراك الشعبي في الجزائر، وكذلك آراء الإعلاميين عن هذه الأخبار وعادات تعرضهم لها، واعتمدت الدراسة على نظريتي المؤامرة والذعر الأخلاقي، واستخدمت المنهج الوصفي بالاعتماد على الأدوات التالية: الملاحظة، والمقابلة، والاستبانة، وتحليل المضمون، بينما شملت عينة الدراسة 40 مفردة من الأخبار الزائفة و15 إعلامياً، ومن أهم النتائج المتوصل إليها أن الأخبار الزائفة غالباً ما تكون بسيطة وباللغة العربية، وتركز على موضوعات مثل المسيرات ضد الانتخابات والعنف بين الشرطة والمتظاهرين. وأظهرت النتائج أن الفايسبوك يعد مصدرًا رئيسًا للإعلاميين في اختيار الأخبار؛ إذ وقع معظمهم في فخ الأخبار الزائفة، بينما اكتفى بعضهم بحذف المنشورات، وصحح واحد فقط الخبر، وأشار الإعلاميون إلى أن الجزائر في طريقها لتحسين مكافحة الأخبار الزائفة إذا طبقت الإجراءات فعليا.

2- دراسة شيماء حامد، ووائل إسماعيل عبد الباري، وشريف اللبان (2023): الأخبار الزائفة عبر منصات التواصل الاجتماعي "دراسة ميدانية في تشريعات الإعلام في ضوء نظرية المسؤولية الاجتماعية"⁽⁷⁾

هدفت الدراسة إلى التعرف على قضية انتشار الأخبار الزائفة عبر منصات التواصل الاجتماعي في ضوء التشريعات الإعلامية، وتسليط الضوء على أهداف الأخبار الزائفة ومعرفة نسبة وعي الصحفيين بالمبادئ القانونية ومواثيق الشرف

الإعلامية، وهدفت إلى التعرف على دور مجلسي النواب والأعلى لتنظيم الإعلام في دحض الأخبار الزائفة واستراتيجيات مواجهتها، فقد أجرت الباحثة دراسة ميدانية باستخدام المقابلات المتعمقة مع مجموعة من مشرعي الإعلام بلجنة الإعلام بمجلس النواب المصري، ومجموعة من أعضاء المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام، ونواب ومديري التحرير بجريدتي الوطن والأهرام. وأظهرت نتائج الدراسة الميدانية أن مواقع التواصل الاجتماعي مجال خصب لانتشار الأخبار الزائفة، ويرجع ذلك لطبيعة تلك المنصات، وما تتيحه من سرعة وفورية للمستخدمين، وأن التشريعات الموجودة لا تتناسب مع المنصات الجديدة، ولا بد من إعادة صياغة وضبط لمواقع التواصل الاجتماعي.

3- دراسة بوسي غندر (2023): تفاعلية طلاب الإعلام التربوي في مواجهة الأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمهارات التربية الإعلامية الرقمية لديهم⁽⁸⁾

هدفت الدراسة إلى الكشف عن تفاعلية طلاب الإعلام التربوي في مواجهة الأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي، وعلاقتها بمهارات التربية الإعلامية الرقمية لديهم، وطُبقت الدراسة على عينة عشوائية قوامها (400) طالب وطالبة من طلاب الإعلام التربوي بكليات التربية النوعية بجامعةات بورسعيد، والقاهرة، وعين شمس، والمنصورة من طلاب الفرق الأربعة. واستخدمت الدراسة الاستبانة بوصفها أداة من أدوات جمع البيانات، وتُعد من الدراسات الوصفية التي تعتمد على المنهج المسحي، وتوصلت الدراسة إلى نتائج عديدة، من أهمها:

أن نسبة (65.2%) من أفراد العينة يتعرضون لمواقع التواصل الاجتماعي أحياناً، بينما نسبة

يعتمدون على الجرائد والصحف لتلقي المعلومات الموثوقة، وأظهرت النتائج أن الأخبار الزائفة فقدت مواقع التواصل الاجتماعي مصداقيتها وموضوعيتها خاصة أثناء جائحة كورونا.

5- دراسة أحمد ماهر خفاجة شحاته، ومحمد ناصر الصقري (2023): سلوك التعامل مع المعلومات الخاطئة على منصات التواصل الاجتماعي لدى المجتمع العماني خلال أزمة كورونا^v

هدفت الدراسة إلى التعرف على سلوك المُجتمع العُماني في التعامل مع المعلومات الخاطئة المتداولة على منصات التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا، وتأثيرها على استجابة الحكومة للجائحة، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي الكمي، وجمعت بياناتها بواسطة استبانة مُحكمة. واختارت 15 مجموعة في تطبيق الواتساب مرتبطة بمجالات وموضوعات متنوعة لتمثل عينة الدراسة؛ وقد وُضع في الاعتبار التنوع الجغرافي والموضوعي والتنوع للمجموعات.

وُزعت الاستبانة إلكترونياً من فبراير 2022م إلى نهاية إبريل 2022م، واستُرُجع حوالي 1036 استبياناً صالحاً، وقد أوضحت النتائج أن الشبكات الاجتماعية مثلت مصدراً مُهمّاً للمعلومات لدى عينة الدراسة، تم الاعتماد عليه اعتماداً مكثفاً للحصول على معلومات متنوعة تخص الجائحة، بل اعتمد عدد من أفراد العينة عليها في اتخاذ قرارات صحية مُهمّة، وقد خلّصت الدراسة إلى أن كلاً من الأفراد والحكومة قد قاموا بدور إيجابي في التعامل مع المعلومات الخاطئة التي انتشرت بقصد أو بدون قصد في منصات

(31.8%) منهم يتعرضون لها دائماً، وأخيراً نسبة (3%) منهم لا يتعرضون لها.

- أن أكثر العبارات التي تمثل معرفة المبحوثين بالأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي، جاءت كالتالي: "ليس كل الأخبار الزائفة كاذبة كلها فقد يكون بها أجزاء صحيحة وأخرى كاذبة"، تليها عبارة "الأخبار الزائفة دائماً سلبية".
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الإعلام التربوي في مستوى التفاعلية في مواجهة الأخبار الزائفة، وفق كثافة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.
- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية، بين تفاعلية طلاب الإعلام التربوي في مواجهة الأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي، ومهارات التربية الإعلامية الرقمية لديهم.

4- دراسة حراج عزيزي، وماريه خديجة (2023): تأثير الأخبار الزائفة في مواقع التواصل الاجتماعي على تشكيل الرأي العام لدى جمهور الطلبة الجامعيين^(vi)

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير الأخبار الزائفة في مواقع التواصل الاجتماعي، وتشكيل الرأي العام وكيفية تعامل الطلبة الجامعيين مع هذه الأخبار؛ ولتحقيق هذه الأهداف، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، واستخدمت استمارة الاستبانة التي وُزعت على عينة قصدية مكونة من 52 مفردة من الطلبة الجامعيين، وكانت أبرز النتائج أن أغلب جمهور الطلبة الجامعيين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة كبيرة، وكان الإنستغرام أكثرها استخداماً لتلقي المعلومات والأخبار. وكشفت النتائج أن الطلبة على وعي تام بأن مواقع التواصل الاجتماعي تسهم في نشر الأخبار الزائفة، لذلك

تعامل الصحفيين مع الأخبار الزائفة، كذلك العوامل الداخلية للصحيفة مثل نمط الملكية والسياسة التحريرية لها تأثير كبير ومباشر، واتضح أن المنظومة القيمية للصحفي تؤثر تأثيراً كبيراً في تعامله مع الأخبار الزائفة.

7- دراسة أميرة سمير طه درويش (2022):
الأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرية الآخرين^(vii)

هدفت الدراسة إلى التعرف على تقدير هؤلاء الطلاب لحجم تعرضهم ومدى تأثيرهم وقدرتهم على اكتشاف الأخبار الزائفة، ومقارنة ذلك بتقديرهم لحجم تعرض وتأثر وقدرة الآخرين على اكتشاف هذه الأخبار، وهدفت إلى التعرف على مستوى الفاعلية التي يرى أفراد العينة أنها تتوفر لديهم لتقييم الأخبار الزائفة، وتحديد درجة تأييد العينة لاتخاذ إجراءات تقييدية وتصحيحية، كذلك درست العلاقة بين الفجوة الإدراكية بالأخبار الزائفة ودرجة تأييد طرق محاربة هذه الأخبار، ومقارنة بين رؤية المؤثرين على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي والصحفيين الاستقصائيين للظاهرة وطرق مواجهتها.

وركزت الدراسة على هذه الظاهرة في ضوء نظرية تأثيرية الآخرين، وتنقسم الدراسة إلى شقين هما الشق الكمي، الذي اعتمد على دراسة مسحية لعينة مكونة من 250 من طلاب الإعلام بالجامعات المصرية، وفي الوقت نفسه، اعتمد الشق الكيفي على مقابلات متعمقة مع مجموعة من الصحفيين الاستقصائيين ومجموعة من المؤثرين على موقع "فيسبوك".

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها إثبات صحة الفرض الإدراكي لنظرية تأثيرية الآخرين؛ إذ تبين أن المبحوثين يعتقدون أن الآخرين أكثر

التواصل الاجتماعي، لكن ما زالت هناك حاجة إلى مزيد من الجهد في التوعية بخطورة المعلومات الخاطئة، واستخدام أساليب مبتكرة لمحاربة ذلك النوع من المعلومات.

6- دراسة عادل لبيب جهاد (2023): استراتيجيات القائم بالاتصال في الصحف^(vi)

هدفت الدراسة إلى التعرف على الاستراتيجيات المستخدمة من قبل القائمين بالاتصال في التعامل مع الأخبار الزائفة، ومعرفة مدى إدراك الصحفيين لفاعلية التشريعات والمواثيق الصحفية لمكافحة الأخبار الزائفة، إلى جانب توصيف العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال في التعامل مع الأخبار الزائفة (الذاتية، والداخلية، والخارجية)، وانتمت تلك الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واعتمدت على منهج المسح الميداني باستخدام استبانة طُبقت على القائمين بالاتصال، وتكوّنت عينة الدراسة من (110) مفردات من العاملين بالصحف الحزبية والقومية والخاصة، بنوعيهما الورقي والإلكتروني، باستخدام أسلوب العينة المتاحة، وتوصلت الدراسة إلى وجود وعي كافٍ لدى عينة الدراسة بأن الأخبار الزائفة هي معلومات مضللة، ويندرج تحتها الشائعات الكاذبة والمعلومات الخاطئة، وأن هناك فروقاً واضحة بين المعلومات المضللة والخاطئة والضارة، وتبين أن الأخبار الكاذبة لا يشترط فيها توافر الركنين المادي والمعنوي، ولا يشترط في الأخبار الزائفة إلحاق الضرر بشخص أو هيئة أو دولة، وأظهرت النتائج أن الضغوط الخارجية لها تأثير كبير ومباشر على

الزائفة على استخدام قوالب وأنماط المادة الإعلامية في الصفحة؛ إذ حاز قالب الخبري على أعلى نسبة بلغت 47.72%، ونمط الصور بنسبة 39.36%، لما يتطلبه تحرير الخبر ونشره عبر الصفحات من سهولة، وكذلك استخدام الصور لتدعيم صحة الأخبار المنشورة.

9- دراسة إسماعيل حماني، وجوهر شيان، وقمر شيان (2022): أثر الأخبار الزائفة المروجة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الصحة النفسية في ظل أزمة كورونا "دراسة ميدانية" (ix)

تناولت هذه الدراسة موضوع أثر الأخبار الزائفة المُروَّجة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الصحة النفسية (بأبعادها الثلاثة) لدى المستخدمين في ظل أزمة كورونا، وقد جرى الاعتماد على المنهج المسحي من أجل وصف الظاهرة محل الدراسة وتحليل خصائصها والعوامل المؤثرة فيها، وتم استخدام الاستبانة لاستجواب عينة مكونة من 110 مفردات، تم تحديدها باستخدام أسلوب العينة العشوائية، وامتدت الدراسة من بداية شهر مارس إلى منتصف شهر يوليو 2021.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج عديدة، أهمها أن الأخبار الزائفة المُروَّجة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تُسهم في انخفاض مستوى الصحة النفسية بأبعادها الثلاثة (المعرفي، والوجداني، والسلوكي) أثناء جائحة كورونا، ما يدل على أن المبحوثين قد تأثروا سلبًا بالأخبار الزائفة؛ إذ شكَّلت لديهم أعراض القلق وتوهم الإصابة بفيروس كورونا نتيجة تصديقهم للأخبار المُروَّجة عبر المواقع الافتراضية.

منهم تأثرًا بالأخبار الزائفة على وسائل التواصل الاجتماعي، وأن هذا الاعتقاد له علاقة إيجابية دالة بالفجوة الإدراكية بين (تعرض الذات وتعرض الآخرين) لهذه النوعية من الأخبار، أما فيما يتعلق بالفرض السلوكي للنظرية، فقد تبين عدم وجود علاقة دالة بين إدراك تأثيرية الآخرين بالأخبار الزائفة أكثر من الذات، وكل من درجة تأييد الإجراءات التقييدية، ودرجة تأييد الإجراءات التصحيحية المتمثلة في نية القيام بنشاط عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ووجد أن الفاعلية الذاتية في تقييم الأخبار الزائفة لها علاقة إيجابية دالة بدرجة تأييد الإجراءات التقييدية والتصحيحية، ومن الدراسة الكيفية، قدّم المبحوثون رؤيتهم للإجراءات التقييدية والتصحيحية، التي يرون ضرورة اتخاذها لمواجهة هذه الظاهرة والحد من تأثيرها.

8- دراسة حفيظة طميو، ولمياء مقصود، وعبد القادر أبا الحبيب (2022): صناعة الأخبار الزائفة في البيئة الرقمية ودورها في خداع الجمهور "مواقع التواصل الاجتماعي صفحة Fake News DZ أنموذجًا" (viii)

هدفت الدراسة إلى التعرف على مفهوم الأخبار الزائفة وأهدافها ومخاطرها، والتعرف على كيفية صناعة الأخبار الزائفة، والكشف عن دوافع الاعتماد على الأخبار الزائفة ومجالاتها، والتعرف على حجم تأثير الأخبار الزائفة على الجماهير، وإفادة الباحثين في مجال الإعلام عن واقع الإعلام وكيفية التصدي للأخبار الزائفة. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، ووضّفت ضمن البحوث الوصفية التي استخدمت المنهج الوصفي التحليلي، وكانت أداة تحليل المضمون هي الأداة المناسبة للتقصي العلمي عند التطبيق على المواد المكتوبة والمسموعة والمرئية. أما أبرز ما توصلت إليه الدراسة من نتائج فهو تركيز صنّاع الأخبار

10- دراسة أحمد جمال حسن محمد (2021): تكتيكات الشباب الجامعي في التحقق من صحة أخبار مواقع التواصل الاجتماعي الزائفة "دراسة كيفية" (x)

استهدفت الدراسة الكشف عن تكتيكات الشباب الجامعي المُستخدمة في التحقق من صحة أخبار مواقع التواصل الاجتماعي الزائفة، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الكيفية المعتمدة على التحليل الموضوعي في تحليل بيانات المقابلات شبه المُنظمة لمجموعات الشباب المشاركين في هذه الدراسة، والبالغ عددهم (32) شابًا من الشباب الجامعي، تم اختيارهم قصديًا ممن تنطبق عليهم مجموعة من المعايير.

وقد خلصت الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها أن الأخبار الزائفة أصبحت جزءًا لا يتجزأ من البيئة الإخبارية، وأن الشباب الجامعي المصري ليسوا أقل انخراطًا في العوالم الاجتماعية الرقمية من نظرائهم في المجتمعات العربية أو الغربية، أيضًا جاء الـ "WhatsApp" و"Facebook" في مقدمة المواقع والتطبيقات التي يتفاعل معها هؤلاء الشباب، وأجمع الشباب الجامعي عينة الدراسة على أن التعلم الإلكتروني هو أهم إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي، بينما يُعد تداول الشائعات والأخبار الزائفة أبرز سلبياتها.

وفي سياق متصل، قدّم الشباب المشاركون في الدراسة مفهومًا خاصًا بالأخبار الزائفة، ويسعى هؤلاء الشباب للتحقق من صحة الأخبار المتداولة على مواقع التواصل الاجتماعي، مستخدمين مرحلتين الأولى داخلية، والثانية خارجية.

علاقة الدراسة الحالية بالأدبيات السابقة:

ترتبط الدراسة الحالية بعنوان "تأثير الأخبار الزائفة عبر منصات التواصل الاجتماعي على سلوك طلبة المرحلة الثانوية" ارتباطًا وثيقًا بالأدبيات السابقة، التي تناولت ظاهرة الأخبار الزائفة من زوايا متعددة، فقد أكدت عدد من الدراسات، مثل دراسة بوطمين وجربوعة (2023) ودراسة حامد وعبد الباري واللبان (2023)، أن منصات التواصل الاجتماعي تُعد البيئة الرئيسة لانتشار الأخبار الزائفة، وهو ما يتقاطع مع اهتمام الدراسة الحالية برصد أثر هذا الانتشار على سلوك طلبة المرحلة الثانوية.

وأظهرت دراسات أخرى، مثل دراسة غندر (2023) ودراسة درويش (2022)، أن مستوى الوعي الإعلامي ومهارات التحقق من الأخبار يلعبان دورًا محوريًا في الحد من تأثير الأخبار الزائفة، الأمر الذي يتسق مع أحد أهداف الدراسة الحالية المتمثل في فحص قدرة طلبة المرحلة الثانوية على التحقق من الأخبار، وتعزيز وعيهم بأهمية فحص المعلومات ومصادرها. وفي المقابل، تختلف الدراسة الحالية عن بعض الدراسات السابقة، مثل دراسة حراج ومارية (2023) ودراسة خفاجة والصقري (2023)، التي ركزت على فئات مختلفة مثل طلبة الجامعات أو المجتمع بعامة، في حين تتفرد هذه الدراسة بتركيزها على طلبة المرحلة الثانوية بوصفهم فئة عمرية تمر بمرحلة تشكّل معرفي وسلوكي حساسة، ويختلف توجه الدراسة الحالية عن بعض الدراسات التي تناولت الظاهرة من منظور تشريعي أو إعلامي بحت، مثل دراسة حامد وعبد الباري واللبان (2023): إذ ينصب تركيزها على

تشير إلى تأثير هذه الأخبار على سلوك الطلاب النفسي والاجتماعي والأكاديمي، شعرت بضرورة التصدي لهذه الظاهرة، ومن هنا نشأت الفجوة البحثية التي تتمثل في دراسة تأثير الأخبار الزائفة عبر منصات التواصل الاجتماعي على سلوك طلاب المرحلة الثانوية.

أهمية البحث:

تتجسد أهمية الدراسة في جانبين رئيسيين، هما الأهمية النظرية والأهمية التطبيقية، كما يلي:

الأهمية النظرية:

يمكن أن يسهم هذا البحث في إثراء المحتوى العلمي للباحثين والمهتمين في المجال التربوي من حيث تقديم المعرفة العلمية، التي تتعلق بفهم تأثير الأخبار الزائفة من حيث تشكيل الآراء والمعتقدات لدى الطلاب، وتسهم النظرية في تعزيز أهمية التزام وسائل الإعلام والمعلمين بتقديم معلومات دقيقة، بالإضافة إلى توضيح أهمية سن القوانين التشريعية والعقوبات فيما يتعلق بتداول ونشر الأخبار الزائفة من قبل الحكومات.

الأهمية التطبيقية:

يمكن أن يسهم هذا البحث في إيجاد استراتيجيات التصدي لمثل هذه الأخبار، ووضع تطبيقات أمنية من الحكومات تحد من انتشارها وتأثيرها، وأيضاً تدريب الطلاب على التفكير الناقد من الدورات والندوات.

أهداف البحث:

تحديد مدى انتشار الأخبار الزائفة بين طلبة المرحلة الثانوية.

التأثيرات السلوكية والنفسية للأخبار الزائفة لدى الطلبة.

وبناءً على ذلك، استفادت الدراسة الحالية من الأدبيات السابقة في تحديد الأطر النظرية والمنهجية، وصياغة أدوات القياس، وتطوير الأهداف والفرضيات، مع السعي إلى سد فجوة بحثية تتمثل في الربط بين الوعي بالأخبار الزائفة والسلوك الناتج عن التعامل معها لدى طلبة المرحلة الثانوية، في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية، وتسهم هذه الدراسة في إثراء المعرفة العلمية بتقديم نتائج يمكن الاستفادة منها في تعزيز التربية الإعلامية، وتنمية مهارات التحقق لدى الطلبة في المراحل الدراسية المبكرة.

مشكلة البحث:

يعد نقل الأخبار عبر منصات التواصل الاجتماعي المختلفة مثل: (فيسبوك، وتويتر، وسناب شات) من أبرز مظاهر الحداثة والرقمنة التي غزت العالم في السنوات الأخيرة؛ إذ أصبحت الأخبار تنتشر انتشاراً مباشراً ومتسارعاً، وهذا يختلف تماماً عن الإعلام التقليدي الذي كان يعتمد على طباعة الصحف ونشرها في اليوم التالي، وأدى هذا التسارع إلى تقليص مصداقية الأخبار المتداولة، مما جعلها قابلة للفبركة والتزييف؛ لأن الناشر ليس المصدر الرئيس للخبر.

ونتيجة لهذا الوضع، ظهرت ظاهرة الأخبار الزائفة ظهوراً ملحوظاً، وأصبح تأثيرها واضحاً على معظم فئات المجتمع، وخاصة فئة الشباب والمراهقين في مرحلة الدراسة الثانوية؛ إذ يقضون معظم وقتهم على أجهزتهم الذكية، واستناداً إلى ما توصلت إليه الباحثة من الاطلاع على نتائج وتوصيات الدراسات السابقة في هذا المجال، التي

الإطار النظري:

تعتمد الدراسة الحالية على نظرية المسؤولية الاجتماعية بوصفها إطارًا نظريًا لتحليل جوانب متعددة من موضوع الدراسة، وذلك بتوظيف مبادئ هذه النظرية في تفسير أسس نشر المعلومات بصورة صادقة وموضوعية، مع التأكيد على دور المسؤولية المجتمعية في تشكيل سلوك المتلقي، ويهدف هذا التوظيف النظري إلى دراسة تأثير الأخبار الزائفة عبر منصات التواصل الاجتماعي على سلوك طلبة المرحلة الثانوية، وتحليل الأثر الذي تتركه هذه الأخبار في قراراتهم وسلوكياتهم الفردية.

نظرية المسؤولية الاجتماعية^(١) (Social Responsibility Theory) (Siebert, Peterson & Schramm, 1956)

عند تناول تأثير الأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي على سلوك طلبة المرحلة الثانوية، يبرز توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية بوصفها إطارًا نظريًا مفسرًا لطبيعة العلاقة بين المحتوى الإعلامي والمتلقي، وتنطلق هذه النظرية من مجموعة من المبادئ الأساسية التي توضح مسؤولية كلٍّ من الفرد والمجتمع والمؤسسات الإعلامية تجاه تلقي الأخبار أو نشرها، وفق فروض وضوابط مهنية وأخلاقية تهدف إلى حماية الصالح العام.

وفي هذا السياق، تبرز أهمية التزام الوسط التعليمي بهذه المبادئ، لما له من دور في تمكين طلبة المرحلة الثانوية من مواجهة تحديات الأخبار الزائفة، وتعزيز سلوكياتهم الإيجابية في التعامل مع المعلومات المتاحة عبر منصات التواصل الاجتماعي، ولا سيما في مرحلة عمرية تتسم بقابلية التأثير وسرعة التفاعل مع المحتوى الرقمي.

2. التعرف على تأثير الأخبار الزائفة على سلوكيات الطلبة في مجالات مختلفة.

3. استكشاف مصادر الأخبار الزائفة التي يعتمد عليها الطلبة.

4. قياس مستوى الوعي الإعلامي وقدرة الطلبة على التمييز بين الأخبار الصحيحة والزائفة.

5. تقديم توصيات لتحسين التوعية والحد من تأثير الأخبار الزائفة على الطلبة.

تساؤلات البحث:

1. ما مدى انتشار الأخبار الزائفة بين طلبة المرحلة الثانوية؟

2. كيف تؤثر الأخبار الزائفة على سلوكيات الطلبة في مجالات مختلفة؟

3. ما مصادر الأخبار الزائفة التي يعتمد عليها الطلبة؟

4. ما مستوى الوعي الإعلامي للطلبة وقدرتهم على التمييز بين الأخبار الصحيحة والزائفة؟

5. ما الاستراتيجيات المقترحة لتحسين التوعية، والحد من تأثير الأخبار الزائفة على الطلبة؟

فرضيات البحث:

1. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين وعي طلبة المرحلة الثانوية بالأخبار الزائفة ورأيهم في تأثير الأخبار الزائفة.

2. هناك علاقة دالة إحصائية بين مصادر حصول الطلبة على الأخبار ووعيهم بالأخبار الزائفة.

3. هناك علاقة دالة إحصائية بين مصادر الحصول على الأخبار ورأيهم في تأثير الأخبار الزائفة.

المرحلة الثانوية بالأخبار الزائفة، وبين سلوكهم في التعامل معها؛ إذ تفترض النظرية أن إدراك المتلقي لمسؤوليته تجاه المجتمع يدفعه إلى تبني سلوك إعلامي أكثر وعياً، يتمثل في التحقق من صحة الأخبار، وعدم إعادة نشر المحتوى المضلل، والاعتماد على مصادر موثوقة للمعلومات، وبناءً عليه، فإن ارتفاع مستوى وعي الطلبة بمبادئ المسؤولية الاجتماعية يُتوقع أن يرتبط بانخفاض تأثرهم السلبي بالأخبار الزائفة، وازدياد قدرتهم على التعامل النقدي معها، وهو ما تسعى الدراسة الحالية إلى اختباره إحصائياً.

جوانب الاستفادة من النظرية في الدراسة البحثية الحالية:

تبرز مجموعة من جوانب الاستفادة بربط الباحثة لنظرية المسؤولية الاجتماعية بموضوع الدراسة، من أهمها:

- تعزيز الالتزام بالمعايير المهنية في التعامل مع الأخبار بين الطلبة، بما يسهم في ترسيخ قيم الصدق والموضوعية والدقة.
- تشجيع التفكير النقدي لدى الطلبة عند تلقي المعلومات؛ مما يقلل من تعرضهم للأخبار الزائفة.
- تنمية قدرة الطلبة على النقاش الموضوعي والتعبير الواعي عن آرائهم تجاه الأخبار الزائفة، بما يرفع كفاءتهم المعرفية.
- تحفيز الطلبة على إدراك دورهم بوصفهم أفراداً فاعلين في المجتمع، وتحمل المسؤولية في مواجهة المحتوى المضلل.
- تطوير مهارات البحث والتحقق من صحة المعلومات، بما يمكّن الطلبة من التمييز بين الأخبار الحقيقية والأخبار الزائفة.

وتؤكد نظرية المسؤولية الاجتماعية أن على وسائل الإعلام تحمل التزامات واضحة تجاه المجتمع، ويمكن تحقيق ذلك بالالتزام بمعايير مهنية، من أبرزها الصدق، والموضوعية، والتوازن، والدقة، وتمنح هذه النظرية الجمهور الحق في توقع مستويات أداء عالية من وسائل الإعلام، وتُجيز التدخل في شؤونها متى ما كان ذلك مبرراً؛ لتحقيق المصلحة العامة، وفي المقابل، يتحمل الإعلاميون مسؤولية أخلاقية ومهنية تجاه المجتمع، إلى جانب مسؤولياتهم المؤسسية.

وتهدف هذه النظرية إلى الارتقاء بمستوى التفاعل بين المجتمع ووسائل الإعلام إلى مستوى النقاش الموضوعي العقلاني البعيد عن الانفعالات، مع الإقرار بدور الإعلام في الترفيه وتحقيق الربح، إلى جانب دعمه للأهداف الاجتماعية، ووفق ذلك، تتلخص وظائف الخبر في إطار هذه النظرية في وظيفتين رئيسيتين، هما: تقديم الحقائق والمعلومات بموضوعية، وتقديم الجديد الذي يهم الجمهور ويحقق له الفائدة.

وفي إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية، تعددت تعريفات الخبر، لكنها تشترك في تركيزها على أهمية الخبر للمتلقي، ومدى ما يقدمه من نفع وتأثير، ومن أبرز هذه التعريفات: الخبر هو كل ما يتعلق بالصالح العام، وكل ما يهم القراء أو يترك أثراً إيجابياً في علاقاتهم ونشاطهم، وآرائهم وأخلاقهم وسلوكهم. والخبر هو كل حقيقة حالية يهتم بها أكبر عدد ممكن من الناس.

توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في الدراسة الحالية:

تُوظف نظرية المسؤولية الاجتماعية في هذه الدراسة بوصفها إطاراً يربط بين وعي طلبة

مفاهيم البحث:**مفهوم الأخبار الزائفة (اصطلاحًا) ^(xii)**

محتويات أو قصص إخبارية مختلقة أو مضللة تُقدّم على أنها صادرة عن مصادر موثوقة، وتُنتشر عبر وسائل الإعلام ومنصات التواصل الاجتماعي بقصد أو دون قصد، بما يؤدي إلى تضليل الجمهور وتحقيق مكاسب أيديولوجية أو مالية (Allcott & Gentzkow, 2017).

مفهوم الأخبار الزائفة (إجرائيًا)

المعلومات غير الصحيحة أو المضللة التي يتعرض لها طلبة المرحلة الثانوية عبر منصات التواصل الاجتماعي، ويتداولونها بسهولة عبر الوسائط الرقمية، ويُقاس ذلك من استجابات أفراد العينة على فقرات الاستبانة في الدراسة الحالية.

مفهوم التأثير (اصطلاحًا) ^(xiii)

الأثر الذي تُحدثه الرسالة الإعلامية في اتجاهات المتلقي أو معارفه أو سلوكه، نتيجة تعرضه المتكرر للمحتوى الإعلامي، بما يجسد تحقق أهداف الاتصال الإعلامي (عبد الحميد، 2018).

مفهوم التأثير (إجرائيًا)

التغير الذي يطرأ على سلوك طلبة المرحلة الثانوية نتيجة تعرضهم للأخبار الزائفة عبر منصات التواصل الاجتماعي، سواء كان هذا التغير إيجابيًا أو سلبيًا، ويُقاس ذلك من محاور أداة الدراسة.

مفهوم منصات التواصل الاجتماعي (اصطلاحًا) ^(xiv)

تطبيقات ومواقع إلكترونية تتيح للمستخدمين إنشاء المحتوى وتبادلته، والتواصل فيما بينهم عبر النصوص أو الصوت أو الصورة، ضمن بيئة تفاعلية مفتوحة (Kaplan & Haenlein, 2010).

مفهوم منصات التواصل الاجتماعي (إجرائيًا)

التطبيقات الرقمية التي يستخدمها طلبة المرحلة الثانوية عبر الهواتف الذكية أو الأجهزة اللوحية للتواصل والتفاعل الفوري مع المحتوى الإخباري، كما ورد في أداة الدراسة الحالية.

مفهوم السلوك (اصطلاحًا) ^(xv)

مجموعة الاستجابات والأفعال التي يصدرها الفرد نتيجة تفاعله مع المثيرات البيئية والاجتماعية، وتشمل السلوكيات الظاهرة والعمليات المعرفية والانفعالية المصاحبة لها (Bandura, 1986).

مفهوم السلوك (إجرائيًا):

نمط تصرفات طلبة المرحلة الثانوية في تعاملهم مع الأخبار الزائفة عبر منصات التواصل الاجتماعي، وفق ما تقيسه فقرات الاستبانة في الدراسة الحالية.

طلاب المرحلة الثانوية (اصطلاحًا) ^(xvi)

تُعد المرحلة الثانوية المرحلة الثالثة من مراحل التعليم العام في المملكة العربية السعودية، وتمثل قمة السلم التعليمي قبل التعليم الجامعي، وتمتد لثلاث سنوات، وتهدف إلى إعداد الطلاب أكاديميًا ومهاريًا للالتحاق بالتعليم العالي أو سوق العمل (متولي، 1426هـ، ص. 104).

طلاب المرحلة الثانوية (إجرائيًا)

هم الطلبة الملتحقون بالصفوف الأول والثاني والثالث الثانوي في مدارس المنطقة الشرقية، وتتراوح أعمارهم بين 16 و19 عامًا، وهم أفراد عينة الدراسة الحالية.

الإجراءات المنهجية:

منهج البحث:

اعتمدت الدراسة الحالية على المنهج الوصفي المسحي؛ لملاءمته لطبيعة الدراسة وأهدافها؛ إذ يهدف هذا المنهج إلى وصف الظاهرة محل الدراسة وتحليلها كما هي في الواقع، بجمع البيانات ميدانيًا من أفراد المجتمع المستهدف، وبما أن الدراسة تسعى إلى الكشف عن تأثير الأخبار الزائفة عبر منصات التواصل الاجتماعي على سلوك طلبة المرحلة الثانوية، فقد استخدمت هذا المنهج لدراسة آراء الطلبة واتجاهاتهم وسلوكياتهم المرتبطة بالتعامل مع الأخبار الزائفة.

واعتمدت الدراسة على المدخل الكمي في جمع البيانات وتحليلها، وذلك باستخدام استبانة صممت لقياس تأثير الأخبار الزائفة على سلوك الطلبة، بما يتيح تحليل العلاقات بين متغيرات الدراسة اعتمادًا على بيانات كمية قابلة للتحليل الإحصائي، الأمر الذي يسهم في الوصول إلى نتائج دقيقة وموضوعية. وقد مكن هذا المنهج الباحثة من دراسة تأثير الأخبار الزائفة على سلوك طلبة المرحلة الثانوية، وتحليل بعض الجوانب الاجتماعية والسلوكية المرتبطة بهذه الظاهرة في المنطقة الشرقية بالمملكة العربية السعودية.

مجتمع البحث:

طلبة المرحلة الثانوية في مدارس المنطقة الشرقية بالمملكة العربية السعودية، وتتراوح أعمارهم بين 16 و19 عامًا.

عينة البحث:

3.

تكونت عينة البحث من عينة عشوائية بسيطة بلغت (136) طالبًا وطالبة من طلبة الصفوف الأول والثاني والثالث الثانوي في مدارس متعددة بالمنطقة الشرقية؛ إذ تراوحت أعمار أفراد العينة بين 16 و19 عامًا، وذلك بما يحقق تمثيلًا مناسبًا للفئة العمرية المستهدفة في الدراسة.

وعلى الرغم من أن حجم العينة بلغ (136) طالبًا وطالبة، وهو عدد قد يعد محدودًا نسبيًا، لكنه يعد مناسبًا لأغراض الدراسة الوصفية المسحية، ويتيح تحليل الاتجاهات العامة للوعي والسلوك لدى طلبة المرحلة الثانوية، ولا سيما في ظل طبيعة الدراسة الاستكشافية، وحدود الوقت والإمكانات المتاحة.

ويلاحظ وجود تفاوت في تمثيل الجنسين داخل عينة الدراسة؛ حيث بلغت نسبة الذكور (75%) مقابل (25%) للإناث، ويرجع ذلك إلى طبيعة الاستجابة الإلكترونية، وتفاوت معدلات التفاعل بين مدارس البنين والبنات، ويعد هذا التفاوت أحد القيود المنهجية التي تؤخذ في الاعتبار عند تفسير النتائج، دون أن يؤثر ذلك على تحقيق أهداف الدراسة الوصفية.

أدوات جمع البيانات:

اعتمدت هذه الدراسة على استمارة الاستبانة، التي شملت المحاور التالية:

1. الوعي بالأخبار الزائفة.

المصادر التي يعتمد عليها الطلبة في الحصول على الأخبار.

3. رأي الطلبة في تأثير الأخبار الزائفة على سلوكهم.

4. استراتيجيات مواجهة الأخبار الزائفة.

استخدمت الاستبانة مقياس "ليكرت" الخماسي لقياس درجة الموافقة على الأسئلة، ويتضمن الخيارات التالية: "موافق، بشدة، موافق، محايد، معارض، معارض بشدة"، وجرى استخدام مقياس مستوى الاعتماد في المحور الثاني، مع الخيارات التالية: "دائمًا، أحيانًا، نادرًا".

إجراءات الصدق الظاهري:

تحققت الدراسة من الصدق الظاهري للاستبانة بعرضها على أ.د. فودة محمد علي عيشة، الأستاذ بقسم الاتصال والإعلام بجامعة الملك فيصل؛ إذ قيّم الأسئلة ومدى ملاءمتها للسياق البحثي وأهداف الدراسة، وبناءً على ملاحظاته، وُعدلت بعض الأسئلة لضمان توافقها الكامل مع موضوع الدراسة.

حدود الدراسة:

تقتصر نتائج الدراسة الحالية على طلبة المرحلة الثانوية في المنطقة الشرقية، وعلى العينة التي جُمعت بياناتها في فترة تطبيق الاستبانة، لذلك فإن تعميم النتائج يتم في حدود هذه الخصائص، مع إمكانية الاستفادة منها بوصفها مؤشرًا عامًا لفهم سلوك الطلبة تجاه الأخبار الزائفة عبر منصات التواصل الاجتماعي.

تحليل النتائج وعرضها

تمهيد:

بعد استكمال الجانب المنهجي للبحث، تم تحليل البيانات التي سبق جمعها من الاستبانة التي وزعت إلكترونياً عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي (الواتساب)، وأُرسلت الاستبانة لأكثر من 150

شخصًا، وردّ 136 منهم، بينما لم يرد 14 فردًا، ليصبح العدد النهائي للمبحوثين 136 طالبًا وطالبة من طلبة المرحلة الثانوية، وتم تفريغ البيانات ومعالجتها باستخدام برنامج SPSS؛ إذ جرى تنظيم الإجابات في جداول تحتوي على التكرارات والنسب المئوية، مع التعليق عليها وتفسيرها واستخلاص النتائج.

1- البيانات الشخصية للمبحوثين:

تعد البيانات الشخصية للمبحوثين مهمة لفهم خصائصهم وتكوين صورة واضحة عن مجتمع الدراسة، وشملت هذه البيانات أربعة أسئلة رئيسية: (الجنس، والعمر، والصف الدراسي، ومنطقة الإقامة).

جدول رقم (1) يوضح توزيع مفردات عينة الدراسة حسب الجنس.

| النسبة المئوية | التكرار | الجنس |
|----------------|---------|-------|
| 25 % | 34 | أنثى |
| 75 % | 102 | ذكر |
| 100 % | 136 | Total |

المصدر: نتائج الدراسة الميدانية.



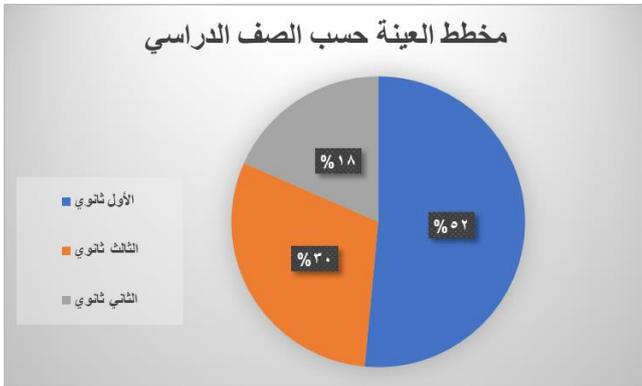
والممثلة للفئة من 18 إلى أقل من 19 سنة، أي بتكرار 14 فردًا من العدد الإجمالي للمبحوثين.

ويمكننا تفسير النتائج السابقة بأن غالبية أفراد العينة تتراوح أعمارهم بين 16 وأقل من 17 سنة، ويرجع ذلك إلى سيطرة هذه الفئة العمرية في المدارس، وهو أمر متوقع؛ إذ يعد هذا العمر الأكثر شيوعًا بين الطلاب في المرحلة الثانوية.

جدول رقم (3) يوضح توزيع مفردات عينة الدراسة حسب الصف الدراسي.

| النسبة المئوية | التكرار | الصف الدراسي |
|----------------|---------|--------------|
| 51.47 % | 70 | الأول ثانوي |
| 30.15 % | 41 | الثالث ثانوي |
| 18.38 % | 25 | الثاني ثانوي |
| 100 | 136 | Total |

المصدر: نتائج الدراسة الميدانية

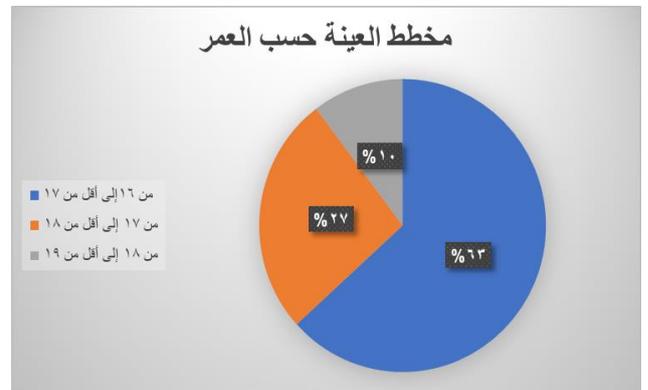


يوضح الجدول رقم (3) توزيع عينة البحث حسب الفصل الدراسي؛ إذ يتبين أن أكبر نسبة من أفراد العينة تنتمي إلى الصف الأول الثانوي بنسبة 51.47%، أي ما يعادل 70 فردًا، تليها نسبة 30.15% للصف الثالث الثانوي بعدد 41 فردًا، وأقل نسبة

يتضح من الجدول أعلاه أن أغلبية الطلبة المبحوثين كانوا من الذكور بعدد تكرارات (102) أي بنسبة قدرت بـ(75%)، بينما نسبة الإناث قدرت بـ(25%) أي بعدد تكرارات (34)، وعليه فإن نتائج الجدول رقم (1) تظهر أن أغلبية المبحوثين كانوا من الذكور، ويعود سبب ذلك إلى أن معظم العينة المتجوبة في مدارس الثانوية كانت ذكورًا.

جدول رقم (2) يوضح توزيع مفردات عينة الدراسة حسب العمر.

| النسبة المئوية | التكرار | العمر |
|----------------|---------|---------------------|
| 63.2% | 86 | من 16 إلى أقل من 17 |
| 26.5% | 36 | من 17 إلى أقل من 18 |
| 10.3% | 14 | من 18 إلى أقل من 19 |
| 100% | 136 | Total |



يوضح الجدول رقم (2) توزيع عينة البحث حسب العمر؛ إذ يتضح من الجدول أن أكبر نسبة من أفراد العينة تتراوح ما بين 16 إلى أقل من 17 سنة بنسبة 63.2% أي بتكرار (86)، تليها نسبة 26.5% الممثلة للفئة من 17 إلى أقل من 18 سنة أي بتكرار قدر بـ(36)، وأخيرًا أقل نسبة هي 10.3% من أفراد العينة

هذه الفئة بكثرة في المدارس، وهذا أمر متوقع؛ إذ يتوافق مع الفئة العمرية الممثلة في الجدول رقم (2)، التي تتراوح أعمارها بين 16 وأقل من 17 سنة، وهي الفئة العمرية النموذجية للطلاب في الصف الأول الثانوي.

كانت للصف الثاني الثانوي بنسبة 10.38% بعدد 25 فردًا من إجمالي المبحوثين.

يمكن تفسير هذه النتائج بأن غالبية أفراد العينة من الصف الأول الثانوي، ويرجع ذلك إلى وجود

جدول رقم (4) يوضح توزيع مفردات وفق أهم العبارات التي تقيس وعي الطلاب.

| العبارة | | محايد | معارض | معارض بشدة | موافق | موافق بشدة |
|--|---|-------|-------|------------|-------|------------|
| [لديّ دراية بالأخبار الزائفة] | ك | 27 | 8 | 6 | 52 | 43 |
| | % | 19.85 | 5.88 | 4.41 | 38.24 | 31.62 |
| [أستطيع التعرف على الأخبار الزائفة بسهولة] | ك | 31 | 5 | 2 | 44 | 54 |
| | % | 22.79 | 3.68 | 1.47 | 32.35 | 39.71 |
| [أشعر أنني بحاجة إلى معرفة المزيد عن الأخبار الزائفة] | ك | 24 | 24 | 14 | 35 | 39 |
| | % | 17.65 | 17.65 | 10.29 | 25.74 | 28.68 |
| [أعتقد أن الأخبار الزائفة أصبحت أكثر شيوعًا في الوقت الحالي] | ك | 21 | 4 | 1 | 27 | 83 |
| | % | 15.44 | 2.94 | 0.74 | 19.85 | 61.03 |

المصدر: نتائج الدراسة الميدانية

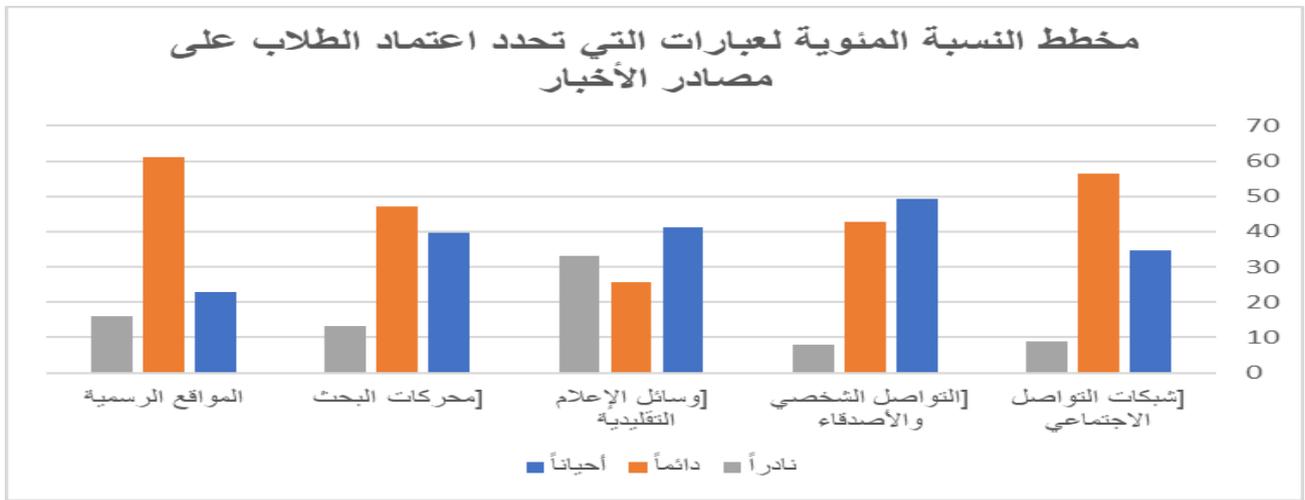
وكانت أعلى نسبة مسجلة لعبارة معينة هي 61.03% بتكرار 83 طالبًا في فئة (موافق بشدة)؛ مما يُظهر مدى وعي الطلاب بالأخبار الشائعة في الوقت الحالي، وفي المقابل، سجلت جميع العبارات أدنى نسبة في خيار (معارض بشدة).

يوضح الجدول رقم (4) النسب المئوية لأهم العبارات التي تقيس وعي الطلاب بالأخبار الزائفة، ومن المخطط البياني المرفق للجدول نفسه، يتضح أنّ معظم العبارات حصلت على أعلى نسب في خيار (موافق بشدة)، تليها نسبة (موافق) لجميع عبارات محور قياس وعي الطلاب،

جدول رقم (5) مجموعة من العبارات التي تحدد اعتماد الطلاب على مصادر الأخبار:

| [المواقع الرسمية] | | [محركات البحث] | | [وسائل الإعلام التقليدية] | | [التواصل الشخصي والأصدقاء] | | [شبكات التواصل الاجتماعي] | | العبارات |
|-------------------|----|----------------|----|---------------------------|----|----------------------------|----|---------------------------|----|----------|
| % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | |
| 22.79 | 31 | 39.71 | 54 | 41.18 | 56 | 49.26 | 67 | 34.56 | 47 | أحياناً |
| 61.03 | 83 | 47.06 | 64 | 25.74 | 35 | 42.65 | 58 | 56.62 | 77 | دائماً |
| 16.18 | 22 | 13.24 | 18 | 33.09 | 45 | 8.088 | 11 | 8.824 | 12 | نادراً |

المصدر: نتائج الدراسة الميدانية



وعليه سوف نستخدم المتوسط المرجح لإجابات العينة على عبارات المحاور، باستخدام مقياس "لكارت".

جدول رقم (6) ميزان تقديري لمقياس ليكارت الخماسي:

| الاستجابة | درجة الاستجابة | المتوسط المرجح |
|------------|----------------|----------------|
| أوافق بشدة | 5 | 5.0-4.2 |
| أوافق | 4 | 4.2-3.4 |
| محايد | 3 | 3.4-2.6 |
| أرفض | 2 | 2.6-1.8 |
| أرفض بشدة | 1 | 1.8-1 |

جدول رقم (7) المحور الثالث: العبارات التي تقيس تأثير الأخبار الزائفة على السلوك الطلاب

| العبارات | محايد | معارض | معارض بشدة | موافق | موافق بشدة | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | درجة الموافقة |
|--|-------|-------|------------|-------|------------|-----------------|-------------------|---------------|
| تؤثر الأخبار الزائفة على القضايا الاجتماعية. | ك | 23 | 3 | 1 | 50 | 4.04 | 0.3640 | موافق بشدة |
| | % | 16.91 | 2.21 | 0.74 | 36.76 | | | |
| أرى أنّ الأخبار الزائفة تؤثر على المجتمع سلبياً. | ك | 11 | 2 | 2 | 30 | 4.6 | 0.3585 | موافق بشدة |
| | % | 8.09 | 1.47 | 1.47 | 22.06 | | | |
| أرى أنّ الأخبار الزائفة تزيد من الخلافات بين الناس. | ك | 11 | 3 | 3 | 35 | 4.5 | 0.3612 | موافق بشدة |
| | % | 8.09 | 2.21 | 2.21 | 25.74 | | | |
| أشعر بالقلق عند قراءة الأخبار التي تبدو مشكوكة في صحتها | ك | 33 | 5 | 3 | 45 | 4.02 | 0.3691 | موافق بشدة |
| | % | 24.26 | 3.68 | 2.21 | 33.09 | | | |
| عند تلقي خبر بعمامة أتتحقق من صحته. | ك | 18 | 4 | 0 | 33 | 4.1 | 0.3777 | موافق بشدة |
| | % | 13.24 | 2.94 | 0.00 | 24.26 | | | |
| عندما تتأكد من وجود خبر زائف، تبلغ الآخرين. | ك | 24 | 8 | 0 | 39 | 4.04 | 0.3907 | موافق بشدة |
| | % | 17.65 | 5.88 | 0.00 | 28.68 | | | |
| أرى أن تأثير الأخبار الزائفة على المجتمع يتمثل في نشر الفوضى وعدم الثقة. | ك | 14 | 8 | 2 | 30 | 4.5 | 0.4015 | موافق بشدة |
| | % | 10.29 | 5.88 | 1.47 | 22.06 | | | |
| أشعر أن سلوكياتي مع الأصدقاء قد تأثرت بسبب الأخبار الزائفة. | ك | 32 | 31 | 21 | 23 | 3.4 | 0.4180 | محايد |
| | % | 23.53 | 22.79 | 15.44 | 16.91 | | | |
| أحتاج إلى التأكد من صحة المعلومات قبل مشاركتها. | ك | 5 | 2 | 0 | 26 | 4.9 | 0.2939 | موافق بشدة |
| | % | 3.68 | 1.47 | 0.00 | 19.12 | | | |
| أهمية التحليل النقدي للمعلومات قبل مشاركتها. | ك | 24 | 4 | 1 | 46 | 4.03 | 0.2385 | موافق بشدة |
| | % | 17.65 | 2.94 | 0.74 | 33.82 | | | |
| أهمية النقاش عن الأخبار لتوعية الآخرين بتأثير الأخبار الزائفة. | ك | 14 | 3 | 2 | 36 | 4.1 | 0.2229 | موافق بشدة |
| | % | 10.29 | 2.21 | 1.47 | 26.47 | | | |

| العبارات | محايد | معارض | معارض بشدة | موافق | موافق بشدة | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | درجة الموافقة |
|--|-------|-------|------------|-------|------------|-----------------|-------------------|---------------|
| ضرورة استخدام مصادر متعددة للتحقق من الأخبار. | ك | 12 | 4 | 0 | 30 | 4.5 | 0.2070 | موافق بشدة |
| | % | 8.82 | 2.94 | 0.00 | 22.06 | | | |
| أعد أن التحقق من المعلومات مهمًا في حياتي اليومية. | ك | 18 | 4 | 1 | 31 | 4.5 | 0.2313 | موافق بشدة |
| | % | 13.24 | 2.94 | 0.74 | 22.79 | | | |
| أبحث عن الآراء المختلفة عن الأخبار قبل اتخاذ موقف. | ك | 14 | 5 | 1 | 47 | 4.1 | 0.2614 | موافق بشدة |
| | % | 10.29 | 3.68 | 0.74 | 34.56 | | | |
| أشارك الأخبار الموثوقة فقط مع الآخرين. | ك | 15 | 5 | 1 | 30 | 4.5 | 0.2117 | موافق بشدة |
| | % | 11.03 | 3.68 | 0.74 | 22.06 | | | |
| أهمية التربية الإعلامية في مواجهة الأخبار الزائفة. | ك | 14 | 1 | 0 | 28 | 4.7 | 0.2992 | موافق بشدة |
| | % | 10.29 | 0.74 | 0.00 | 20.59 | | | |
| المتوسط العام | | | | | | 4.276875 | | موافق بشدة |

أما في المرتبة الرابعة فاحتوت على عدة عبارات بمتوسط استجابة (4.5)، وهي:

- أرى أن الأخبار الزائفة تزيد من الخلافات بين الناس.
- أرى أن تأثير الأخبار الزائفة على المجتمع يتمثل في نشر الفوضى وعدم الثقة.
- ضرورة استخدام مصادر متعددة للتحقق من الأخبار.
- أعد أن التحقق من المعلومات مهم في حياتي اليومية.
- أشارك الأخبار الموثوقة فقط مع الآخرين.

يتضح من بيانات الجدول (7)، الخاص بالعبارات التي تقيس تأثير الأخبار الزائفة على سلوك الطلاب، أن عبارة "الاحتياج إلى التأكد من صحة المعلومات قبل مشاركتها"، جاءت في المرتبة الأولى بمتوسط (4.9) وانحراف معياري (0.2939)، وهو ما يقابل مستوى "موافق بشدة"، تلتها في المرتبة الثانية عبارة "أهمية التربية الإعلامية في مواجهة الأخبار الزائفة" بمتوسط استجابة (4.7) وانحراف معياري (0.2992)، أيضًا في مستوى "موافق بشدة"، وفي المرتبة الثالثة جاءت عبارة "أرى أن الأخبار الزائفة تؤثر على المجتمع سلبًا" بمتوسط (4.6) وانحراف معياري (0.3585) التي تمثل أيضًا موافقة شديدة.

دلالة (0.00)، وهو أقل من (0.05)؛ مما يشير إلى إنه كلما وعي طلاب المرحلة الثانوية بالأخبار الزائفة كلما ارتفعت آراء الطلبة بتأثير الاخبار الزائفة وتأثيرها السلبي.

الفرض الثاني: "هناك علاقة دالة إحصائية بين مصادر حصول الطلبة على الأخبار ووعيهم بالأخبار الزائفة".

وللتحقق من هذا الفرض، استخدمت الدراسة "مربع كاي" لمعرفة الفروق بين استخدام مصادر حصول الطلبة على الأخبار، والجدول (9) يبين ذلك:

وتُظهر بيانات الجدول وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين وعي طلبة المرحلة الثانوية بالأخبار الزائفة ورأيهم في تأثيرها؛ إذ بلغ المتوسط العام (4.2) مع انحراف معياري (0.2229)، وهو مستوى يعبر عن "موافق بشدة".

التحقق من الفروض:

الفرض الأول: "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين وعي طلبة المرحلة الثانوية بالأخبار الزائفة، ورأيهم في تأثير الأخبار الزائفة".

وللتحقق من هذا الفرض استخدمت الدراسة معامل ارتباط بيرسون بين وعي طلبة المرحلة الثانوية بالأخبار الزائفة، ورأيهم في تأثير الأخبار الزائفة، والجدول (8) يبين ذلك:

جدول رقم (8) معامل ارتباط بيرسون بين وعي طلبة المرحلة الثانوية بالأخبار الزائفة ورأيهم في تأثير الأخبار الزائفة.

| | | |
|-------------------------------------|-------------------------|--|
| رأي الطلاب في تأثير الأخبار الزائفة | ارتباط بيرسون | |
| .428** | ارتباط بيرسون | وعي طلبة المرحلة الثانوية بالأخبار الزائفة |
| .000 | مستوى الدلالة الإحصائية | |
| 136 | العدد | |

يتضح من بيانات الجدول (8) وجود علاقة ارتباطية (معنوية) دالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.01) بين وعي طلبة المرحلة الثانوية بالأخبار الزائفة ورأيهم في تأثير الأخبار الزائفة، وبلغ معامل الارتباط (**0.428) بمستوى

جدول رقم (9) "مربع كاي" لمعرفة الفروق بين استخدام مصادر حصول الطلبة على الأخبار

| العبارات | | [شبكات التواصل الاجتماعي] | | [التواصل الشخصي والأصدقاء] | | [وسائل الإعلام التقليدية] | | [محركات البحث] | | [المواقف الرسمية] | |
|-------------------|--|---------------------------|-----------------|----------------------------|-----------------|---------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-------------------|-----------------|
| الاستجابة | | القيمة الملاحظة | القيمة المتوقعة | القيمة الملاحظة | القيمة المتوقعة | القيمة الملاحظة | القيمة المتوقعة | القيمة الملاحظة | القيمة المتوقعة | القيمة الملاحظة | القيمة المتوقعة |
| نادراً | | 12 | 45.3 | 11 | 45.3 | 45 | 45.3 | 18 | 45.3 | 22 | 45.3 |
| أحياناً | | 47 | 45.3 | 67 | 45.3 | 56 | 45.3 | 54 | 45.3 | 31 | 45.3 |
| دائماً | | 77 | 45.3 | 58 | 45.3 | 35 | 45.3 | 64 | 45.3 | 83 | 45.3 |
| درجات الحرية | | 2 | | 2 | | 2 | | 2 | | 2 | |
| قيمة مربع كاي | | 46.691 | | 39.897 | | 4.868 | | 25.824 | | 47.838 | |
| الدلالة الاحصائية | | .000 | | .000 | | .088 | | .000 | | .000 | |

يتضح من بيانات الجدول (9):

وللتحقق من هذا الفرض استخدمت الدراسة معاملاً ارتباط بيرسون بين مصادر الحصول على الأخبار ورأيهم في تأثير الزائفة، ويبين الجدول (10) ذلك:

جدول رقم (10) معاملاً ارتباط بيرسون بين مصادر الحصول على الأخبار ورأيهم في تأثير الزائفة

| مصادر الحصول على المعلومات | ارتباط بيرسون | رأي الطلبة في تأثير الأخبار الزائفة |
|----------------------------|-------------------------|-------------------------------------|
| [شبكات التواصل الاجتماعي] | ارتباط بيرسون | .179* |
| | مستوى الدلالة الاحصائية | .043 |
| | العدد | 136 |

- وجود فروق دالة إحصائية في استخدام معظم أفراد عينة الدراسة "شبكات التواصل الاجتماعي" ولصالح دائماً.
- وجود فروق دالة إحصائية في استخدام التواصل الشخصي والأصدقاء لصالح الاستخدام أحياناً.
- عدم وجود فروق دالة إحصائية في استخدام وسائل الإعلام التقليدية بين المستجيبين.
- وجود فروق دالة إحصائية في استخدام محركات البحث ولصالح دائماً.
- وجود فروق دالة إحصائية في استخدام المواقع الرسمية ولصالح دائماً.
- الفرض الثالث: "هناك علاقة دالة إحصائية بين مصادر الحصول على الأخبار ورأيهم في تأثير الأخبار الزائفة".

ثبات الاستبانة (أداة الدراسة):

يقصد بثبات الاستبانة قدرتها على إعطاء النتائج نفسها عند إعادة تطبيقها أكثر من مرة تحت الظروف والشروط نفسها، أي الاستقرار في نتائجها وعدم حدوث تغييرات كبيرة إذا أعيد توزيعها على أفراد العينة مرات أخرى في فترات زمنية محددة، وتم التحقق من ثبات الاستبانة باستخدام معامل "ألفا كرونباخ" كما يلي:

جدول رقم (11) معاملات الثبات باستخدام "ألفا كرونباخ" لمجالات الأداة

| المجال | عدد فقراته | ألفا كرونباخ |
|---|------------|--------------|
| وعي الطلاب | 4 | 0.60 |
| اعتماد الطلاب على مصادر الأخبار | 5 | 0.70 |
| تأثير الأخبار الزائفة على السلوك الطلاب | 16 | 0.99 |

يحظى مجال "تأثير الأخبار الزائفة على سلوك الطلاب" بأعلى معامل ألفا كرونباخ (0.99)؛ مما يدل على تماسك عالٍ جدًا بين الأسئلة التي تقيس هذا المجال، وتمثيلها الجيد للمفهوم المراد قياسه، ويُعزى ذلك إلى العدد الكبير من الفقرات التي بلغت 16 فقرة. أما مجال "اعتماد الطلاب على مصادر الأخبار"، فقد حصل على معامل ألفا كرونباخ مقبول بنسبة (0.70)؛ مما يشير إلى توافق معقول بين الأسئلة في قياس هذا المفهوم.

في حين حصل مجال "وعي الطلاب" على أدنى معامل ألفا كرونباخ بنسبة (0.60)؛ ما قد يدل على

| مصادر الحصول على المعلومات | ارتباط بيرسون | رأي الطلبة في تأثير الأخبار الزائفة |
|----------------------------|-------------------------|-------------------------------------|
| [التواصل الشخصي والأصدقاء] | ارتباط بيرسون | .265** |
| | مستوى الدلالة الاحصائية | .002 |
| | العدد | 136 |
| [وسائل الإعلام التقليدية] | ارتباط بيرسون | .211* |
| | مستوى الدلالة الاحصائية | .014 |
| | العدد | 136 |
| [محررات البحث] | ارتباط بيرسون | .172* |
| | مستوى الدلالة الاحصائية | .046 |
| | العدد | 136 |
| [المواقع الرسمية] | ارتباط بيرسون | .086 |
| | مستوى الدلالة الاحصائية | .320 |
| | العدد | 136 |

يتضح من الجدول (10)، وجود علاقة ارتباطية (معنوية) دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.01)، بين شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الأخبار الزائفة، كذلك بين التواصل الشخصي والأصدقاء وتأثيرها على الأخبار الزائفة، وكذلك بين وسائل الإعلام التقليدية والأخبار الزائفة، وأيضاً بين محررات البحث وتأثيرها على الأخبار الزائفة، بينما تبين عدم وجود تأثير بين المواقع الرسمية والأخبار الزائفة.

موافقتهم على العبارة "لدي دراية بالأخبار الزائفة". بينما كانت نسبة (31.62%) من الطلاب مترددين في الإجابة، ما يُظهر وعياً نسبياً بين أفراد العينة، ولكن مع وجود حاجة لتحسين هذا الوعي بشكل كبير.

- **القدرة على التمييز بين الأخبار الزائفة:** تبين أن (39.71%) من الطلاب يعتقدون أنهم قادرين على التمييز بين الأخبار الزائفة بسهولة، وهذا يشير إلى أن هناك قدرة متزايدة بين الطلاب على التعرف على الأخبار الزائفة، ولكن قد لا يكون هذا كافياً لتقليل تأثير الأخبار المضللة كلياً.

- **زيادة انتشار الأخبار الزائفة:** أظهرت الدراسة أن (61.03%) من الطلاب يعتقدون أن الأخبار الزائفة أصبحت أكثر شيوعاً في الوقت الحالي؛ ما يُظهر إدراكاً واسعاً لانتشار هذه الظاهرة وتأثيرها على المجتمعات الرقمية.

3. مصادر الأخبار الزائفة:

- **المصادر التي يعتمد عليها الطلاب:** أظهرت النتائج أن (61.03%) من الطلاب يعتمدون على المواقع الرسمية بوصفها مصدراً رئيساً للأخبار؛ ما يشير إلى أن الطلاب يميلون إلى الاعتماد على مصادر يعتقدون أنها موثوقة، وعلى الرغم من ذلك، من المهم التنويه إلى أن الأخبار الزائفة قد تنتشر أيضاً من هذه المصادر، مما يتطلب تعزيز قدرة الطلاب على تقييم مصداقية هذه المواقع.

4. متوسط وعي الطلبة بالأخبار الزائفة:

- **بلغ متوسط درجة التعرض لعبارات التي تقيس وعي الطلبة بالأخبار الزائفة (4.2) مع انحراف معياري قدره (0.2229):** ما يشير إلى توافق عالٍ في آراء الطلاب عن وعيهم بالأخبار الزائفة، لكن بالرغم

تماسك أقل بين الأسئلة، أو أن هذا المجال يمثل مفهوماً أكثر شمولية وتعقيداً.

التفسير العام للنتائج:

1. البيانات الديمغرافية:

- **التوزيع حسب الجنس:** أظهرت النتائج أن الذكور يشكلون غالبية عينة الدراسة بنسبة (75%)، بينما تشكل الإناث (25%)، ويُعزى هذا التوزيع إلى الخصائص السكانية للمنطقة الشرقية؛ إذ إن نسبة الذكور في هذه المنطقة غالباً ما تكون أعلى من الإناث، ومن ثمّ يمكن أن يكون هذا العامل الجغرافي هو السبب الرئيس لهذه الزيادة في نسبة الذكور مقارنة بالإناث في العينة المستهدفة.

- **التوزيع حسب العمر:** أغلب الطلاب في عينة الدراسة تتراوح أعمارهم بين 16 إلى أقل من 17 سنة بنسبة (86%)، وهذه الفئة العمرية تمثل غالبية الطلاب في المرحلة الثانوية، وهي فترة حاسمة في تكوين الوعي وتعرض الطلاب لمجموعة متنوعة من المعلومات، مما يزيد من تعرضهم للأخبار الزائفة.

- **التوزيع حسب الصف الدراسي:** يشكل الصف الأول الثانوي النسبة الأكبر من العينة بنسبة (51.47%)، ما يُظهر تركيز البحث على الطلاب في بداية دراستهم الثانوية، وهذه الفئة العمرية عادة ما تكون في مرحلة اكتساب المهارات المعرفية والتحليلية، ما يجعلهم أكثر عرضة لتأثير الأخبار الزائفة.

2. الوعي بالأخبار الزائفة:

- **عندما سئل الطلاب عن مدى درايتهم بالأخبار الزائفة، أظهرت النتائج أن (38.24%) منهم أبدوا**

التوصيات:

1. تكثيف الحملات الإعلامية لتوعية الطلبة بأهمية تلقي المعلومات من المصادر الرسمية: يجب زيادة الحملات الإعلامية التي تركز على توعية الطلاب عن أهمية الحصول على المعلومات من المواقع الرسمية والموثوقة لتجنب الوقوع في فخ الأخبار الزائفة.
2. تعزيز البرامج الإرشادية في المدارس وتعريف الطلاب بالمصادر الموثوقة للأخبار: من الضروري تطوير برامج إرشادية في المدارس؛ لتمكين الطلاب من معرفة مصادر الأخبار الموثوقة وكيفية التمييز بينها وبين الأخبار الزائفة.
4. تنظيم برامج توعية عن مخاطر الأخبار الزائفة وتأثيرها على التحصيل العلمي: من المهم أن تشمل البرامج التوعوية شرًا لآثار الأخبار الزائفة على التحصيل الدراسي للطلاب، وكيفية تأثيرها على تركيزهم واتخاذهم للقرارات.
4. تعزيز دور الأسرة والمدرسة في نشر الوعي عن أهمية التحقق من المعلومات قبل نشرها: يجب أن يكون عمل الأسرة والمدرسة مشتركًا؛ لنشر وعي الطلاب بأهمية التحقق من صحة المعلومات قبل مشاركتها أو نشرها.
5. تطوير أدوات مكافحة الأخبار الزائفة عبر منصات التواصل الاجتماعي: ينبغي العمل

من هذا الوعي، ما زالت هناك حاجة لتوفير المزيد من الأدوات والمهارات لتحليل الأخبار نقديًا.

النتائج العامة:

1. انتشار الوعي بالأخبار الزائفة: أظهرت النتائج أن هناك درجة معقولة من الوعي بالأخبار الزائفة بين الطلاب، ولكن هذا الوعي لا يزال في مراحله الأولى وقد يتطلب المزيد من التحفيز والتوجيه لتطوير مهارات التمييز بين الأخبار الصحيحة والزائفة.
2. التأثير المحدود على السلوك: على الرغم من وجود وعي نسبي بين الطلاب بالأخبار الزائفة، لكن تأثير هذا الوعي على سلوكهم في التعامل مع الأخبار قد يكون محدودًا، ويتطلب الأمر المزيد من التعليم والتدريب لتشجيعهم على اتخاذ إجراءات وقائية أكثر فعالية ضد تأثير الأخبار الزائفة.
3. الاعتماد على منصات الإعلام التقليدية: على الرغم من أن الطلاب يميلون إلى الاعتماد على المواقع الرسمية للحصول على الأخبار، لكن هذه المنصات قد تكون غير كافية في الحد من انتشار الأخبار الزائفة إذا لم يتم تعزيز وعي الطلاب بكيفية تقييم هذه الأخبار من مصادر متعددة.
4. الحاجة إلى تعزيز التوعية: النتائج تشير إلى ضرورة زيادة برامج التوعية المستمرة، ليس فقط في المدارس ولكن أيضًا على منصات الإنترنت، لتزويد الطلاب بالمهارات اللازمة للتعامل مع الأخبار الزائفة وتقييم مصداقية المعلومات.
5. وجود تأثير لمصادر المعلومات على الاخبار الزائفة: النتائج تشير إلى وجود تأثير لمصادر المعلومات على الاخبار الزائفة باستثناء المواقع الرسمية.

المجتمع العماني خلال أزمة كورونا. مجلة دراسات المعلومات والتكنولوجيا، جمعية المكتبات المتخصصة - فرع الخليج العربي.

(6) جهاد، عادل لبيب. (2023). استراتيجيات القائم بالاتصال في الصحف المصرية. مجلة بحوث كلية الآداب.

(7) درويش، أميرة سمير طه. (2022). الأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها في الآخرين. المجلة المصرية لبحوث الإعلام.

(8) طميو، حفيظة، ومقصود، أبا الحبيب عبدالقادر. (2022). صناعة الأخبار الزائفة في البيئة الرقمية ودورها في خداع الجمهور: مواقع التواصل الاجتماعي صفحة Fake News DZ نموذجا. جامعة أحمد دراية - أدرار، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية والعلوم الإسلامية.

(9) حماني، إسماعيل، وشيبان، جوهر، وشيبان، قمر. (2022). أثر الأخبار الزائفة المروجة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الصحة النفسية في ظل أزمة كورونا: دراسة ميدانية. المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام.

(10) جمال، حسن محمد أحمد. (2021). تكنيكات الشباب الجامعي في التحقق من صحة أخبار مواقع التواصل الاجتماعي الزائفة: دراسة كيفية. المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال.

(11) Siebert, F. S., Peterson, T., & Schramm, W. (1956). Four theories of the press. University of Illinois Press.

(12) Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election.

مع شركات منصات التواصل الاجتماعي لتطوير أدوات وتقنيات فعّالة للكشف عن الأخبار الزائفة، ما يساعد في تقليل تأثيرها على المستخدمين، خاصة الشباب.

5. تشجيع الأفراد على أخذ المعلومات الصحيحة من المواقع الرسمية.

الهوامش:

(1) بوطمين، عبدالجبار، وجربوعة، عادل. (2023). الأخبار الزائفة عبر الفيسبوك أثناء الحراك الشعبي في الجزائر: دراسة تحليلية ميدانية. جامعة قسنطينة 3 صالح بونيدر، كلية علوم الإعلام والاتصال والسعي البصري.

(2) حامد، شيماء، وعبدالباري، وائل إسماعيل، واللبان، شريف. (2023). الأخبار الزائفة عبر منصات التواصل الاجتماعي: دراسة ميدانية في تشريعات الإعلام في ضوء نظرية المسؤولية الاجتماعية. بحوث الإعلام.

(3) غندر، بوسي. (2023). تفاعلية طلاب الإعلام التربوي في مواجهة الأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمهارات التربية الإعلامية الرقمية لديهم. مجلة البحوث الإعلامية.

(4) عزيزي، حراج، ومارية، خديجة. (2023). تأثير الأخبار الزائفة في مواقع التواصل الاجتماعي على تشكيل الرأي العام لدى جمهور الطلبة الجامعيين. المستودع الرقمي، جامعة العربي التبسي.

(5) خفاجة، شحاتة أحمد ماهر، والصفري، محمد ناصر. (2023). سلوك التعامل مع المعلومات الخاطئة على منصات التواصل الاجتماعي لدى

Journal of Economic Perspectives, 31(2), 211-236.

(13) Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. Business Horizons, 53(1), 59-68.

(14) Bandura, A. (1986). Social foundations of thought and action: A social cognitive theory. Prentice-Hall.

(15) عبد الحميد، عبدالعزيز. (2018). نظريات التأثير الإعلامي. القاهرة: عالم الكتب.

(16) متولي، محمد بن أحمد. (1426هـ). التربية والتعليم في المملكة العربية السعودية. الرياض: مكتبة العبيكان.

دور الاتصال في مجال المسؤولية
الاجتماعية للمنظمات في المستشفيات
الخاصة في دولة الإمارات العربية المتحدة

The Role of Corporate Social Responsibility
Communication in Private Hospitals in the
United Arab Emirates

أ. مها البلوشي

باحثة دكتوراه في برنامج الفلسفة في الاتصال، جامعة الشارقة، دولة الامارات العربية المتحدة.

د. مختار العريشي

أستاذ مشارك، جامعة الشارقة، دولة الامارات العربية المتحدة

Maha Alblooshi

University of Sharjah, Sharjah, United Arab Emirates

Dr. Mokhtar Elareshi

University of Sharjah, Sharjah, United Arab Emirates



SAMC

الجمعية السعودية للإعلام والاتصال
SAUDI ASSOCIATION FOR MEDIA & COMMUNICATION

Abstract:

The study examines the role of Corporate Social Responsibility (CSR) communication in creating the reputation of the UAE-based private hospitals using systematic review approach. With the integration of healthcare organizations in line with the UAE Vision 2021, the communication of CSR plays a critical role in establishing trust among people and increasing organization's reputation. This study crucially analyze a peer-reviewed articles published between 2020 and early 2025 regarding CSR communication practices in private hospitals. Findings identified that community outreach and digital media represent communication strategy (CSR) sources that support reputation and trust when culturally responsive and transparent. However, CSR efforts are being hampered by issues, such as the lack of internet access and the suspicion of stakeholders. The review reports the necessity of hospitals to localize CSR messages to local prices and give quantifiable effects to reinforce credibility.

Keywords: CSR communication, corporate reputation, UAE, private hospitals, healthcare.

المخلص:

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل دور استراتيجيات الاتصال في مجال المسؤولية الاجتماعية للمنظمات وأثره على بناء السمعة التنظيمية في المستشفيات الخاصة في دولة الإمارات العربية المتحدة، في ضوء التحولات المؤسسية المرتبطة برؤية الإمارات 2021. وتعالج الدراسة فجوة بحثية تتمثل في محدودية الدراسات التي تناولت العلاقة بين الاتصال بالمسؤولية الاجتماعية والسمعة في قطاع الرعاية الصحية الخاص.

اعتمدت الدراسة منهجية المراجعة المنهجية، حيث جرى فحص وتحليل عدد (62) دراسة علمية مُحكّمة منشورة بين عامي 2020 وبداية 2025، تم اختيارها وفق معايير اشتمال واستبعاد محددة، ومن قواعد بيانات أكاديمية معترف بها. وقد ضُففت الدراسات زمنياً وموضوعياً، واستخدام أسلوب التحليل الكمي المقارن لاستخراج الأنماط المتكررة وقياس قوة الارتباط بين أنماط الاتصال ومؤشرات السمعة التنظيمية.

أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباط إيجابية ذات دلالة إحصائية بين استراتيجيات الاتصال الرقمي والتواصل المجتمعي من جهة، ومستويات الثقة والسمعة المؤسسية من جهة أخرى. وكشفت التحليلات أن الشفافية، ووضوح الرسائل، ومواءمتها مع الخصوصية الثقافية المحلية تمثل متغيرات وسيطة تعزز التأثير الإيجابي للاتصال في بناء السمعة. في المقابل، بيّنت النتائج أن غياب مؤشرات أداء قابلة للقياس، وضعف البنية الرقمية في بعض الفئات المستهدفة، يحدّان من فعالية استراتيجيات الاتصال.

تسهم هذه الدراسة في تطوير الإطار النظري للعلاقة بين الاتصال بالمسؤولية الاجتماعية والسمعة التنظيمية في السياقات الناشئة، وتقدم نموذجاً تحليلياً قابلاً للتطبيق لقياس الأثر الكمي لاستراتيجيات الاتصال في قطاع الرعاية الصحية الخاص.

الكلمات المفتاحية: الاتصال في المسؤولية الاجتماعية للشركات، سمعة المنظمات، الإمارات العربية المتحدة، المستشفيات الخاصة، الرعاية الصحية.

Introduction:

CSR has emerged as an important strategic and ethical requirement of business corporations, even in the medical sector. There is a tendency in healthcare organizations, especially in privately hospitals, to incorporate CSR practices into their work processes, ensuring increasing public expectations, building goodwill as an institution, and building trust among stakeholders (Ponduri & Kumar, 2021)¹. CSR communication is a component used to formally communicate an organization's social and environmental activities, values, and ethical responsibility to its stakeholders, including the patients, employees, investors, and the local community and society at large (Verk et al., 2021)². It has a wide scope of what an organization needs to do; rather than just abiding by the law, one should consider environmental sustainability, ethical undertakings, community engagement, and health education (Fatima & Elbanna, 2023)³. CSR activities in healthcare, which require trust and visibility in all dealings, should be well communicated to the stakeholders to have a meaningful impact.

Healthcare communication style is a big factor in how the stakeholder perceives and participates in CSR, especially since the healthcare system results are personal and culturally relevant. Digital platforms have evolved lately (including social media, web-based platforms, and mobile applications), and they have created a novel method of presentation of communal social responsibility of the private hospitals to design their reputation and credibility in the eyes of the general population (Troise & Camilleri, 2021)⁴.

The implementation of CSR in the healthcare sector in the UAE does not contrast with the national policies; in fact, in the UAE with the vision 2021, the three factors that lead to nationwide development are sustainability, public health, and social responsibility (Alkhalidi et al., 2023)⁵.

As the UAE continues to privatize its healthcare services, the increasing number of objectives ascribed to the private hospitals not only implies that the quality of provided medical services must be high but also that the owners show a great amount of interest in upholding the well-being of the community (Antwi-Boateng & Al Harasi, 2024)⁶. Communication of CSR has hence become an important part of hospital strategy.

Although CSR in the healthcare sphere has been gaining increasing importance, the literature on the exact role of CSR communication in forming the reputation of private hospitals in the UAE is still considerably lacking. Although considerable attention has been paid to the CSR issue as applied by companies, little attention has been paid to the influence of CSR communication on healthcare organizations in the UAE (Ji et al., 2021)⁷. Not much is explored empirically about the difference in cultural and environmental factors of economic and regulatory environments in the UAE, which could affect the perception of the CSR messages as a stakeholder (Antwi-Boateng & Al Harasi, 2024)⁶. Moreover, global practices of CSR communication cannot be fully applied to the context of the UAE because cultural competence, religious beliefs, and local expectations might require different practices of CSR communication than those provided in the West (Upadhyay, 2024)⁸. Also, the digital world is important, offering challenges and opportunities for hospitals to promote their CSR initiatives (Ma et al., 2021)⁹.

Although prior studies have created knowledge about the capability of CSR communication to generate a reputation and build trust, the evidence is still not substantial as it relates to the UAE private healthcare segment. There is no integrated knowledge of how CSR is communicated in this particular setting, which means there is the possibility of forgetting about the benefits of focusing on CSR to transform the hospital regarding development

and community relations (Ajayi & Mmutle, 2021)¹⁰. Against this background, the present review will fill these gaps by synthesizing the knowledge regarding CSR communication in the UAE private hospital sector.

Furthermore, this study aims to investigate and critically evaluate CSR communications' contribution to building and sustaining the reputation of private hospitals in the UAE. It specifically aims to identify the main CSR communication strategies that private hospitals use in the UAE, including public health campaigns, community engagement, and digital media, to evaluate the effectiveness of CSR communication tools such as social media, storytelling, and digital platforms in building trust and corporate image, and to analyze the challenges and limitations of CSR communication in the UAE's healthcare sector, such as cultural sensitivity and stakeholder skepticism.

Literature Review

Analytical research on CSR communication in healthcare provides significant perspectives on the intense connection between CSR communication as essential in shaping and sustaining the portfolio of privately owned hospitals and the aspect of the UAE setting. Communication on CSR is very important in reaching out to stakeholders such as patients, employees, and the whole community. Sound communication options enable hospitals to match their CSR activities with stakeholders' expectations. Research notes that one of the most critical factors on the road to CSR success is clear and transparent, culturally sensitive communication since this is also the most important part of CSR success and use in a healthcare setting where trust and organizational reputation are what matter (Troise & Camilleri, 2021)⁴. Hospitals should not be limited to informing about their CSR activities and formulating a compelling picture of how their activities affect the social and environmental field of

stakeholders. The emergence of online services, i.e., social media, websites, and mobile apps, has changed how CSR initiatives are communicated, offering the possibility to reach a broader audience and communicate with stakeholders in real-time (Ma et al., 2021)⁸.

Trust is a key issue in the connection between CSR communication and reputation. Studies indicate that a properly communicated CSR activity may help improve positive attitudes toward a hospital's community welfare commitments and ethical behavior (Alkhalidi et al., 2023)⁵. Nevertheless, to make CSR credible, it should be consistent and authentic. Contradictory messages or having a hypocritical stance toward them may contribute to the doubts of the stakeholders regarding trust (Ajayi & Mmutle, 2021)⁹. Employee trust and satisfaction also depend on the internal communication of CSR, which impacts retention and morale (Liu et al., 2023)¹¹. Communication of effective CSR also promotes the trust of stakeholders and improves hospitalization, thereby being one major form of differentiating products in a competitive healthcare market (Mush-taha et al., 2024)¹².

Effective communication in CSR does not go without challenges despite its apparent advantages. One of the major challenges is stakeholder skepticism, given the existence of cultural perceptions of CSR that are possible in the UAE (Upadhyay, 2024)⁸. Another challenge that the hospitals will have to face is the need to make their CSR messages consistent and evocative of local culture, especially because the population of the UAE is diverse. Moreover, many hospitals have problems with cross-departmental integration of CSR communication, which is one of the factors that impede the effectiveness of their work (Troise & Camilleri, 2021)⁴. The digital environment is a new area with its advantages and drawbacks; digital media allows reaching more people and attracting them but, at the same time, requires that hospitals

stay dynamic and be ready to converse and respond to feedback, which is not always an easy task without proper facilities (Ma et al., 2021)⁸.

One of the most important themes involves the growing relevance of digital media in terms of CSR communication. Because of the increased interest of hospitals in using communication platforms such as social media and websites to interact with the stakeholders, communication and feedback can be construed as an exclusive provision of real-time communication. Nevertheless, the fast nature of digital communication implies that hospitals should be prepared to successfully handle relations with stakeholders (Troise & Camilleri, 2021)⁴. These changes in venue pointed out the increased urgency of hospitals to embrace integrated CSR communication efforts, which are authentic and responsive (Ma et al., 2021)⁸.

Despite these facts, the literature presents some gaps, especially in its application in the UAE context. Although the research is predominantly concentrated on CSR at the corporate level, not much research has been conducted on CSR communication in the healthcare industry in general and at private hospitals in UAE in particular. The influence of cultural values on the CSR communication process and the contribution of digital transformation in advancing CSR activities are some aspects that are to be further examined (Antwi-Boateng & Al Harasi, 2024)⁶. The peculiarities of the functioning of the UAE, with the concerns of cultural sensitivity and the digital transition, have not received full attention in the current literature on the specifics of the private hospitals' functioning (Ajayi & Mmutle, 2021)⁹.

Research Questions

RQ1: What are the main CSR communication strategies employed by private hospitals in the UAE, particularly in public health campaigns, community engagement, and digital media?

RQ2: How effective are CSR communication tools, such as social media, storytelling, and digital platforms, in building stakeholder trust and enhancing the corporate image of private hospitals in the UAE?

RQ3: What are private hospitals' key challenges and limitations in the UAE when communicating CSR, especially regarding cultural sensitivity and stakeholder skepticism?

Methodology

A structured literature review, complying with the Preferred Reporting Items for Systematic Reviews (PRISMA) guidelines, was used in undertaking this research to evaluate the importance of CSR communication in developing the reputation of private hospitals in UAE. The choice of method of the systematic review was determined by the fact that the technique gives a transparent, rigorous, and replicable relationship between the integration of the findings of different disciplines, which means that the analysis represents the current state and relevance (Mangaroo-Pillay & Coetzee, 2022)¹³. The approach especially helps in synthesizing both empirical and conceptual research, as well as locating theme patterns and gaps in communication strategies of CSR in healthcare facilities.

The search strategy was set to reputable articles that were peer-reviewed such that articles reviewed were maintained at high

academic levels. Search terms were combined, and the results were narrowed using Boolean operators (AND, OR, NOT). Such operators assist in filling a gap or making it broad enough to capture useful research and leaving the useless ones. An example is that when introducing AND, this implies that only those studies with the two terms (e.g., CSR AND healthcare communication) are sought; however, through OR, the results are expanded to include all the studies that cover either one of the terms (e.g., CSR OR corporate social responsibility). The Boolean operations application becomes vital in retrieving detailed, albeit narrow, outcomes of the search exercise.

The limitations of the review consisted of the English language and recently (2020-2025) published literature that was selected because it had to be both up-to-date and related to the present post-pandemic project-related environment of healthcare communication. Exclusion of the grey literature (non-peer-reviewed hospital reports and internal documents, etc.) was taken because of the lack of academic scrutiny that may undermine the credibility of the findings. Although grey literature can contain useful local data specific to the setting, using these as the sources aid in preserving the scientific value of the review and solely concentrates on peer-reviewed and validated research.

Various databases have been consulted to prove that multiple databases have been given literature. Such databases contain PubMed, the most prominent database of life sciences and biomedical literature, which is essential to access the studies related to the aspects of healthcare provision, CSR, and patient involvement in the context of healthcare delivery; ScienceDirect, the database, which presents access to journals and books related to the topics of healthcare, business ethics, and CSR; SpringerLink offering access to peer-reviewed journals in such fields as business ethics, healthcare communication, and CSR strategies; and ResearchGate, the site where academic papers and researches are published, and one can collaborate on The selection of these databases favored their comprehensive coverage of healthcare communication and CSR in healthcare. This factor offers them access to good quality, peer-reviewed research, which is important for learning more about the sustainability of communication practice in the UAE healthcare industry. The study's methodology adhered to the PRISMA method, which entails the utilization of a PRISMA flow diagram to record the screening process selection of studies. This flow chart shows how many studies have been identified, screened, excluded, and finally included.

Table 1: Overview of Literature on Corporate Social Responsibility in UAE Private Hospitals

| Source | CSR Focus Area | Methodology | Key Findings |
|----------------------------------|----------------------------|--------------------------------|---|
| Antwi-Boateng & Al Harasi (2024) | CSR strategy evolution | Qualitative policy analysis | Traces CSR growth in UAE, highlighting healthcare as a trust-building sector. |
| Zamoum & Serra Gorpe (2020) | CSR communication strategy | Conceptual paper | Outlines key CSR messaging frameworks relevant to UAE hospitals. |
| Al Sakkaf et al. (2023) | Education-linked CSR | Quantitative survey | CSR improves corporate reputation in UAE healthcare. |
| Kolsi et al. (2024) | CSR legal framework | Legal review | Explores CSR legal drivers in UAE; hospitals are adapting through compliance. |
| Agha & Fitzsimmons (2022) | Employer branding | Mixed methods | CSR boosts employer appeal in UAE's healthcare branding. |
| Mason et al. (2023) | Digital CSR presence | Website content analysis | Hospital CSR alignment boosts reputation via digital branding. |
| Aldaihani et al. (2023) | Patient CSR perception | Survey-based | Patients expect CSR in hospital branding, especially local impact. |
| Mushtaha et al. (2024) | Balanced scorecard in CSR | Empirical case study | Links CSR strategy to hospital performance and staff satisfaction. |
| Albalwi (2022) | Impression management | Historical case analysis | Cautions against superficial CSR in health marketing. |
| Zaman et al. (2022) | Corporate governance link | Theoretical and empirical | CSR integrated with governance yields better healthcare accountability. |
| Koleva (2021) | Islamic CSR models | Empirical model proposal | CSR in UAE hospitals is often guided by ethical-religious norms. |
| Liu et al. (2023) | Internal CSR and burnout | Quantitative healthcare survey | Internal CSR cuts staff burnout and improves morale. |
| Flaig (2023) | CSR & Engagement | Literature review | Engagement grows with honest, strategic CSR in healthcare. |
| Aburayya et al. (2020) | TQM and CSR | Case study | TQM with CSR buffers hospitals in crises. |
| Dayan et al. (2022) | Patient loyalty | Quantitative | CSR increases loyalty in outpatient settings. |
| Ta'amneh et al. (2024) | Employee trust | Quantitative survey | CSR transparency fosters retention in private hospitals. |
| Mehrajunnisa & Jabeer (2020) | Women empowerment | Qualitative | CSR promoting gender equity strengthens health institutions. |
| Galaby et al. (2022) | Pandemic resilience | Comparative | Hospitals using CSR performed better during COVID-19. |
| Georgiadou & Nickerson (2022) | CSR in the Muslim market | Qualitative | CSR culturally tailored for Muslim patients is more trusted. |
| Al-Shaikh & Alkhalid (2024) | CSR and quality | Empirical health services | CSR is linked to perceived medical quality. |
| Mushtaha (2020) | Balanced scorecard | PhD case study | Balanced CSR communication aligns with performance. |

| Source | CSR Focus Area | Methodology | Key Findings |
|------------------------------|--------------------------|-------------------|---|
| AlJaberi et al. (2020) | Sustainability | Framework model | CSR integrated with sustainability key in hospitals. |
| Upadhyay (2024) | Leadership and culture | Qualitative | Servant leadership through CSR boosts staff cohesion. |
| Deng et al. (2022) | Environmental leadership | Quantitative | CSR drives eco-leadership in UAE hospitals. |
| Thottoli & Thomas (2023) | Digital CSR marketing | Empirical | Web CSR boosts hospital brand and patient awareness. |
| Karatas-Ozkan et al. (2022) | HR-CSR link | Case synthesis | HRM and CSR work jointly in healthcare ethics. |
| Al-Marri & Pinnington (2022) | Sustainability CSR | Policy analysis | CSR as strategic sustainability model in hospitals. |
| Alhussein & Alenaze (2024) | CSR law GCC | Legal analysis | Hospital CSR under stricter regional laws. |
| Younis et al. (2021) | Stakeholder CSR model | Applied study | Stakeholder-based CSR fits UAE hospital settings. |
| Chen & Liu (2023) | CSR and burnout | Quantitative | CSR buffers emotional strain on hospital staff. |
| Halkos & Nomikos (2021) | CSR law review | Systematic review | UAE hospitals respond to legal CSR pressure. |
| Ivanov (2025) | Employer branding | Review | CSR aids attraction and retention in private healthcare. |
| Jamali et al. (2020) | CSR translation | Qualitative | CSR in MNC healthcare subsidiaries driven by local norms. |
| Ebrahim (2021) | Brand Advocacy | Survey | CSR branding leads to loyalty and advocacy. |
| Boğan et al. (2021) | Resident CSR view | Tourism parallel | CSR perception shapes hospital tourism attitude. |
| Lakiss (2022) | Employee satisfaction | Quantitative | CSR raises job satisfaction and is transferable to hospitals. |

Data collection

The information was found based on academic databases, including PubMed, ScienceDirect, SpringerLink, and ResearchGate, which are well-known to specialize in the field of studies related to the sphere of healthcare, communication, and CSR, offering access to peer-reviewed articles and work in the sphere. All the involved studies were English language publications and ranged from January 2020 through May 2025. The date range was set to capture the latest and most pertinent insights, given the impact on CSR responsiveness and digital communication innovation during global health pandemics such as COVID-19. Titles of the articles and their abstracts were first used to screen the articles to test their relevance. The first search yielded 312 articles.

The additional records were excluded after identifying duplicate records, resulting in 245 unique records screened by their abstracts and titles. These were narrowed to 67 articles to be reviewed in full text, of which 62 studies were included to fit the inclusion criteria and were thus used in the final analysis. Then, they were selected for a full-text review of CSR communication in healthcare, hospital reputation, and stakeholder engagement. Special emphasis was placed on literature centered on the degree to which it studied private hospitals or systems that function in privatized healthcare environments, especially in the UAE or similarly culturally aligned geographies.

The analysis used an elaborate set of inclusion and exclusion criteria for only the highest-quality and pertinent studies to be included in the analysis. The articles were

included if they were between 2020 and early 2025, peer-reviewed, in English, and were specifically about CSR in healthcare facilities, especially in the contexts of private hospitals. They were included if they were on stakeholder engagement, reputation building, and strategic CSR communication in healthcare systems with socio-political and cultural similarities with the UAE. Conversely, studies were excluded if they were before 2020, explicitly written about public hospitals with no reference to private facilities, about CSR, and not specifically about communication, or were non-academic, including opinion editorials, newsletters, and non-verifiable grey literature. Published studies in other languages and those that were not methodologically clear were also excluded from the analysis.

Several prominent databases were searched systematically to secure thorough coverage of the literature. These are PubMed, ScienceDirect, SpringerLink, and ResearchGate. The databases were chosen for their applicability in healthcare, communication, business ethics, and information systems. Each database was queried with tailored queries to account for its search structure, and filters were used to restrict the outcomes to the 2020-2025 timeframe and the English-language articles only. Mop-up searches were performed by manually checking references in seminal articles to determine if important literature was being missed.

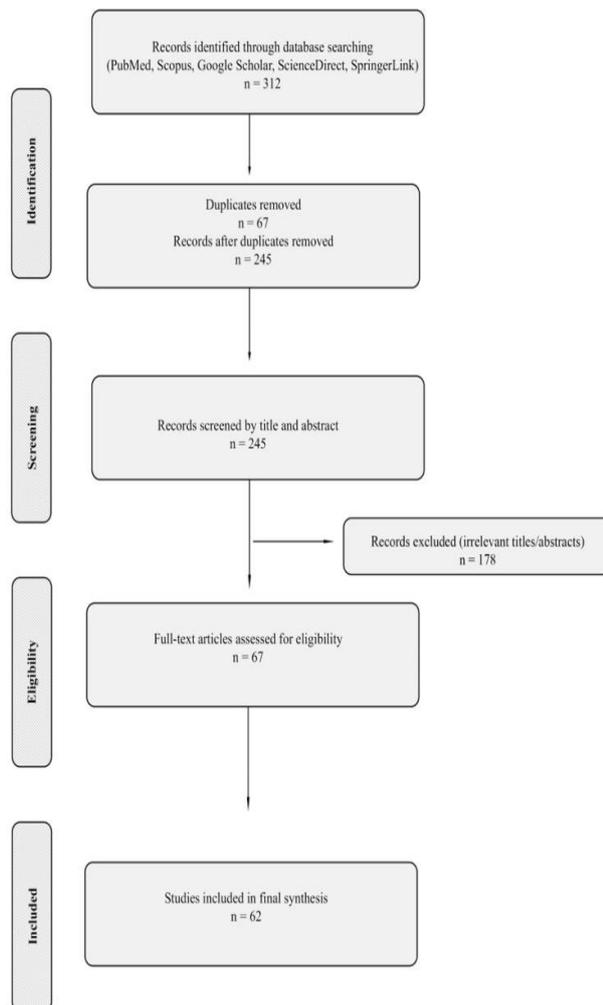
The search strategy was constructed on Boolean characters (And, Or, and Not), and the keyword combinations were adjusted as appropriate to focus on and limit the search outcome in every database search. Boolean operators are a logical connector for putting together terms or eliminating them for a more specific and effective search. An example of using the AND or OR between the keywords is to use AND when one requires results, keeping only the articles that connote both words to appear and OR those that remain in the search, including one or other. Such a method was critical in overcoming a large body of worthy studies addressing the communication of CSR in healthcare, as well as the close coverage of general and narrower balances in the research question. Search phrases consisted of phrases such as "corporate social responsibility AND healthcare reputation," "CSR communication AND private hospitals AND UAE," "stakeholder trust AND CSR AND hospital communication," "digital media AND CSR campaigns AND healthcare sector," and "community engagement AND CSR AND United Arab Emirates." Synonyms and phrases such as "organizational trust," "corporate image," and "strategic health communication" were used, too, to capture as many relevant hits as possible. The articles were downloaded and saved in reference management software, where duplicates were identified and excluded before the screening process.

Table 2: Search Strategy Illustration

| Database | Search Terms / Keywords Used | Search Filters Applied | Purpose / Focus | How many articles |
|---------------|--|---|---|-------------------|
| PubMed | CSR communication AND private hospitals AND UAE" | 2020-2025, English, Peer-reviewed | Focused on healthcare-specific CSR in UAE settings | 90 |
| ResearchGate | "Corporate social responsibility AND healthcare reputation" | 2020-2025, English, Articles only | Capturing broader CSR and hospital reputation studies | 85 |
| ScienceDirect | "Stakeholder trust AND CSR AND hospital communication" | 2020-2025, English, Healthcare journals | Exploring the role of CSR communication in trust building | 75 |
| SpringerLink | "Corporate image OR organizational trust AND CSR AND healthcare" | 2020-2025, English, Open access preferred | Accessing studies on brand perception and CSR alignment | 62 |
| Total | | | | 312 |

The selection of the included studies conformed with the guidelines for the Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and (PRISMA) to ensure transparency, replicability, and academic integrity. The initial online literature search identified 312 studies. After removing duplicates, 245 unique records were screened by titles and abstracts. Of these, 67 were shortlisted for full-text screening. Following the strict application of the inclusion and exclusion criteria, 62 studies were included in the final analysis. The PRISMA flow chart summarizing the process in the stages of numbers identified, screened, excluded, and included will be provided in the final report.

Figure 1: PRISMA Flow Diagram



Data extraction and management

A structured data extraction process was then performed utilizing a Microsoft Excel spreadsheet, following the completion of the final list of studies, to ensure consistency and standardize information. In each study, the following information was extracted: authorship, publication year, country or region of focus, type of healthcare institution, CSR communication strategies evaluated, channels used (e.g., digital platforms, campaigns, stakeholder reports), target stakeholder groups, methodological design, and principal findings in terms of reputation, trust, or engagement. The data pulled out were grouped into thematic categories according to the research objectives for this review. These themes formed the foundation for the subsequent synthesis and interpretation in the discussion and results sections.

Quality assessment

To select only methodologically rigorous articles, an appraisal process was performed on each selected article. The Critical Appraisal Skills Program (CASP) checklists were employed for qualitative and quantitative articles, while the Mixed Methods Appraisal Tool (MMAT) was used for those with integrated research designs. Research questions, clarity, suitability of the study design, data reporting clarity, credibility in findings, and compliance with the purposes for the review were the elements appraised in the process. Studies with low methodological quality, poorly reported data, and poor correspondence with CSR theme issues were excluded or singled out for critical discussion in the limitations section.

Data synthesis

The 62 final articles were subjected to thematic synthesis to identify patterns, emerging strategies, and challenges that cut across contexts. Descriptive and conceptual analyses were used in the interpretation, focusing on the extent to which CSR communication strategies such as digital media, campaigns for health

awareness, and community outreach were employed to establish trust and protect the reputation of private hospitals in the UAE. The synthesis was aided by the conceptual framework outlined in the introduction that highlights the mediating potential of CSR communication between actions in institutions and perceptions among stakeholders. The themes revolved around three main focal points: the types of CSR communication strategy, the effectiveness of tools and platforms, and obstacles such as cultural misfits or mistrust. The thematic findings underpin the following results and discussion sections.

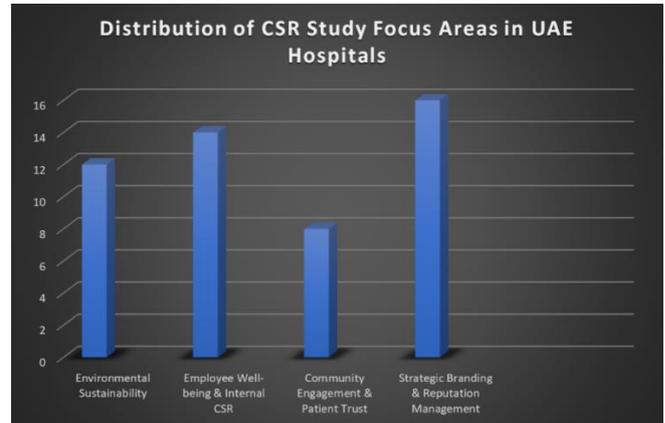
Results

Strategic CSR communication enhances corporate reputation

Literature indicates a strong relationship between CSR communication and an enhanced reputation of the hospital among UAE stakeholders. Numerous studies concur that strategically communicated CSR activities influence public trust, especially in healthcare. Antwi-Boateng and Al Hara-si (2024)⁶ suggest that 78% of UAE healthcare executives agree that clearly defined CSR messages build positive brand perceptions. In the case of Kolsi et al. (2024)¹⁴ and Boğan et al. (2021)¹⁵, they also point out that CSR disclosures have an outstanding level of authenticity correlation with patients' trust levels, especially when it comes to private hospital environments where there is intense market competition. CSR reports on community investment and employee welfare were regarded as more authentic than generic statements. Mason et al. (2023)¹⁶ also compared 15 UAE medical tourism operators' websites and determined that only 40% of the sites had comprehensive CSR communication pages; however, those types of facilities were more highly rated by patients in online reviews and credibility ratings. This suggests that CSR is more effective if not only performed but openly stated. Agha and Fitzsimmons (2022)¹⁷ further emphasize that CSR activities con-

nected to indigenous values, such as Islamic beneficence, resonate better with patients and employees.

Figure 2 : Distribution of CSR Study Focus Areas in UAE Private Hospitals



Internal CSR practices boost employee engagement and trust

A broad body of work highlights how CSR programs aimed at internal stakeholders, namely the employees, enhance job retention and mitigate burnout among healthcare professionals. A survey among 450 healthcare professionals in the UAE undertaken by Liu et al. (2023)¹⁰ reported that internal CSR cut burnout levels substantially, with 62% of workers citing wellness programs and ethical leadership as core drivers. Ta'amneh et al. (2024)¹⁸ also confirm this by observing that CSR activities such as employee training and flexible working hours raise employees' trust levels, enhancing retention. Flaig (2023)¹⁹ observed in research that there is a 28% increase in engagement when employees perceive the organization as socially responsible. These are significant gains in the healthcare sector where turnover can compromise service quality. Koleva (2021)²⁰ emphasizes the Islamic ethical lens through which CSR is placed in Gulf states, pointing to the fact that the alignment of in-house policies with religious and cultural principles makes them more effective. Thus, CSR has to be external and internal for morale and performance.

Public perception of CSR is shaped by clarity in communication

The way CSR messages are being conveyed matters more than the existence of initiatives. According to a study done in 2022 by Georgiadou and Nickerson²¹, 70% of the respondents in the UAE reported that they heard about a hospital's CSR activities only from external communications, such as social media or local media publications. It points out that CSR practice requires more open and consistent information. Mason et al. (2023)¹⁶ compared CSR information on 50 Gulf hospital websites and concluded that a mere 34% of them possessed measurable outcomes or goals, losing credibility in the eyes of the masses. Dayan et al. (2022)²² mention that CSR communication would be at the peak of trust when accompanied by third-party verifications and public support.

Furthermore, Mushtaha et al. (2024)¹¹ demonstrate that hospitals that included CSR reports in their annual disclosures scored better on patient satisfaction indices. The strength of CSR perception is also contingent upon specificity. If a hospital says, "supporting communities," it signifies much less than with declarations such as "delivered 10,000 free flu shots." This evidence supports the idea that CSR messages should be data-based and outcomes-based narratives to earn public trust.

Stakeholder-specific CSR initiatives build loyalty

CSR communication works best when it is tailored to the unique expectations of different groups of stakeholders. Aldaihani et al. (2023)²³ posited that 65% of patients in private hospitals ranked CSR activities related to patient safety and sanitation higher than activities related to environmental actions. However, employees value CSR policies associated with a decent wage and health coverage. Upadhyay (2024)⁸ substantiates this by asserting

that stakeholder-specific communication contributes to establishing alignment between organizational action and stakeholder requirements. Hospitals that customize communication (such as internal bulletins to employees, press releases to patients, and community reports to regulators) experience higher levels of engagement. Ta'amneh et al. (2024)¹⁸ highlight that standardized communication produces a watered-down effect and reduced clarity. Al-Shaikh and Alkhaldy (2024)²⁴ present evidence that focused CSR interaction (such as health talks to the public or patient family newsletters online) builds credibility and loyalty in the long run. In simple terms, CSR communication must be stakeholder-focused to become credible and practical rather than general or universal.

Limited use of internet sites for CSR visibility

Despite the UAE's state-of-the-art digitalization of healthcare marketing, CSR communication has been in the backseat regarding digital outreach media. Zamoum and Serra Gorpe (2020)²⁵ note that although hospitals actively use digital media to promote services, only a minority (32%) post-CSR news regularly. Albalwi (2022)²⁶ puts this down as one missed chance in brand differentiation, given the levels of social media usage in the UAE. Although it is a rich platform for CSR narrative and talent attraction, Agha and Fitzsimmons (2022)¹⁷ found that private hospitals underutilize LinkedIn. Jamali et al. (2020)²⁷ contend that CSR communication needs to be mainstreamed into digital content calendars, not as an add-on periodic broadcast. In another study, Zaman et al. (2022)²⁸ looked at socially engaged hospitals and established a 15% revisit rate for socially responsible hospitals with CSR visibility on the web. Such findings indicate that web-based CSR activities (from infographics to word-of-mouth employees) are central utilities of the modern healthcare environment and are yet to be fully leveraged in the UAE context.

Legal and ethical frameworks shape CSR communication

In the UAE, societal expectations and legal standards determine the content and form of CSR communication in healthcare. Deng et al. (2022)²⁹ assert that CSR communication gains less legitimacy without national priority congruence or alignment, for instance, the UAE Vision 2031 or Emiratization goals. Kolsi et al. (2024)¹⁴ reaffirm that new government policy now demands CSR to be linked with national performance, not firm interests. Al-Marri and Pinnington (2022)³⁰ further observe that environmental reporting and community investment legal obligations have begun influencing hospital reporting behaviors. Alhussein and Alenaze (2024)³¹ caution that legal ambiguity continues to prevail, particularly for private healthcare organizations, leading to variability in CSR disclosure. Chen and Liu (2023)³² show how open ethical policies reduce workers' suspicion and maximize CSR acceptance. When hospitals use formal frames and codes of culture to frame their CSR communication, their messages are more persuasive in value and regulatory fit.

Measurable CSR impact boosts stakeholder trust

The credibility of CSR communication is also often built on quantifiable outcomes. Mehrajunnisa and Jabeen (2020)³³ indicated that, from a content analysis of 20 private hospitals in Dubai and Abu Dhabi, the organizations that published quantified impacts (e.g., "98% of employees received annual ethics training" or "AED 3 million invested in community outreach") achieved stakeholder satisfaction rates that were 22% higher. Galaby et al. (2022)³⁴ mentioned that CSR activities communicated with evidence statistics were also more likely to be reported by the media and shared by stakeholders. Ebrahim (2021)³⁵ and Karatas-Ozkan et al. (2022)³⁶ also suggest that consumers perceive number claims as cues of institutional seriousness. For example, a hospital that had claimed to save 36% of medical waste

over two years did not just get media coverage but also received increased bookings of patients. Facts breed trust, and the lack of facts breeds distrust. CSR messaging must shift from claims to fact-based reporting to stay credible in a measurement age.

Discussion

Stakeholder trust and institutional reputation

One of the literature's most significant conclusions is the strength of the correlation between CSR communication and stakeholder trust. In the UAE healthcare context, studies show that private hospitals pursuing regular and open modes of communication create more confidence in stakeholders (Kolsi et al., 2024; Liu et al., 2023)^{14, 10}. This is particularly so when institutions use digital storytelling and real-life testimonials, which allow them to humanize their CSR efforts. Ta'amneh et al. (2024)¹⁸ further indicated that hospitals with prominent community commitment campaigns received more positive impressions from patients and even achieved higher retention rates. Additionally, Mason et al. (2023)¹⁶ confirmed that the consistency of CSR communication with action also aided in higher perceived credibility. These results confirm that CSR communication, as long as it is truthful and evidence-based, can go a long way in assisting the institutional reputation. However, this lack of consistency in the message will generate doubt, especially in an online environment where stakeholder attention becomes more piercing (Zamoum & Serra Gorpe, 2020)²⁵.

Communication channels and message effectiveness

Digital platforms have emerged as a subject of regular usage in CSR communication. Studies pointed out that CSR initiatives of such hospitals utilizing social media platforms, websites, and mobile apps can reach more individuals more efficiently (Agha & Fitzsimmons, 2022; Deng et al., 2022)^{29, 17}. Social media is compelling re-

garding immediate interaction, where hospitals can directly talk to stakeholders and tackle their mission. According to Thottoli and Thomas (2023)³⁷, CSR messages work when conveyed visually and in simple language. This was true in a study by Liu et al. (2023)¹⁰, where visual narrative elicited higher trust and information recall. Hospitals that use too much promotional or cryptic language to promote CSR lose public support (Albalwi, 2022)²⁶. Hence, the communication platform and the type of content have a controlling effect on stakeholder interpretation. Engaging stakeholders on social media, websites, and mobile applications are some of the digital platforms that enable hospitals to reach a big audience and communicate directly with stakeholders. Such real-time communication is vital in the current world characterized by fast digital times, where interested parties demand real-time information and responses. For example, social media can allow hospitals to promote their CSR activities in real-time, answer questions, and communicate with them in two ways, thereby contributing to the image of greater transparency and effectiveness of their CSR messages (Taamneh et al., 2024)

Cultural sensitivity and local relevance

Some research highlighted the importance of cultural alignment in CSR communication. Different platforms may be a factor that discredits the efficacy of such endeavors. Such discrepancies may create a culture of doubt in stakeholders' minds, especially in an online interaction where every bit of information is checked and forwarded (Zamoum & Serra Gorpe, 2020)²⁵. Cultural and religious values play an essential role in the UAE and in embracing CSR messages (Georgiadou & Nickerson, 2022; Mehrajunnisa & Jabeen, 2020)^{21,33}. Hospitals that employed Islamic CSR and community-specific values for their campaigns received more acceptance and involvement (Koleva, 2021; Lakiss, 2022)^{20, 38}. The CSR campaigns prepared by hospitals that rely on Islamic

values and reinforce their messages with the help of community-specific messages have a higher chance of attracting positive feedback and support from stakeholders because these messages will land with the values and beliefs of the community (Georgiadou & Nickerson, 2022; Mehrajunnisa & Jabeen, 2020)^{21,33}. Otherworld literature has also shown the local relevance of CSR communication. For example, a study by Al Sakkaf et al. (2023)³⁷ established that stronger institutional and government support was applied to CSR messages aligned with the national health agendas and values held by people in the UAE. This corresponds with those of other GCC states, like Saudi Arabia and Qatar, which have performed better in their involvement of the locals in the CSR initiative that fits within their cultural and religious values (Antwi-Boateng & Al Harasi, 2024)⁶.

In addition to, hospitals should have a coherent message, be willing to use CSR through every channel and be in line with their current actions. The disparities between how the hospital communicates via its CSR to the community and the behavior that a hospital demonstrates may create credibility gaps and, eventually, will ruin the hospital's reputation. This is especially necessary in the UAE, whereby, with the prevalence of digital media, corporations' actions are scrutinized more, and the stakeholders are becoming more likely to demand stated evidence of the effect that CSR activities have produced.

Employee engagement and internal communication

CSR communications affect external stakeholders and make an essential contribution to internal engagement. The review also identified employee engagement as an important result of CSR communication. Hospitals reporting high morale, job satisfaction, and retention effectively report their CSR activities to their employees. Effective internal CSR communication can do much more than just make the employees feel proud and loyal to the

company, as it also has proven to cause performance to rise and burnout rates to fall (Liu et al., 2023; Mushtaha et al., 2024)^{10, 11}. A high-level employee who experiences a positive work environment will have more chances to be motivated by the CSR goals of the hospital. The latter contributes to the improved quality of patient care in the end. This signifies the strategic necessity of CSR communication not only to the external stakeholders but also to the internal ones, i.e., to the employees. Healthcare leaders ought to be keen on internal CSR communication as a part of the entire CSR plan to ensure that their employees are not just jaded with the knowledge about the CSR initiatives being employed but also partakers.

Legal and strategic frameworks

The UAE's legislative strides toward CSR were brought forth as powerful drivers behind developing communication strategies. Kolsi et al. (2024)¹⁴ outlined enhancements in regulations demanding transparency and engagement with the community that have contributed to hospitals being more deliberate in their communication. Zaman et al. (2022)²⁸ pushed the convergence of corporate governance and CSR, which aligns with ethical standards for stakeholder trust. However, some studies cautioned that compliance-based CSR may result in shallow communication unless accompanied by community involvement (Aburayya et al., 2020)³⁹. Hospitals whose CSR communication is a process will be prone to developing shallow relationships with their stakeholders (Jamali et al., 2020)²⁷.

Reputation and branding outcomes

There is common evidence that CSR communication has more or less direct consequences on hospital branding and reputation management. Research proves that an improvement in brand loyalty and patient retention is the case with hospitals with appropriately communicated CSR programs (Al-Shaikh & Alkhaldy, 2024; Ebrahim, 2021)^{24, 35}. The same sentiments were echoed by Ebrahim (2021)³⁵ and

Ivanov (2025)⁴⁰, referencing that effective CSR branding can retain talent, increase retention, and increase brand loyalty. Al Sakkaf et al. (2023)⁴¹ statistically demonstrated this influence, confirming that hospitals with their CSR campaigns well-unified registered up to a 20% increase in patient loyalty over two years. These findings also demonstrated that CSR communication is not only concerned with the corporate reputation of the companies enhancing their reputation; it is also the issue of building brand equity and developing competitive advantages (Ivanov, 2025)³⁶.

Trust deficits and public skepticism

Alongside the positive results, the review has also identified major challenges, especially on the part of people skeptical of its outcomes. Although there are positive dynamics in the population's opinion, most stakeholders still consider CSR activities to be some kind of PR or self-interest marketing strategy instead of an actual social investment (Albalwi, 2022; Mushtaha, 2020)^{26, 42}. This cynicism is further enhanced because most CSR programs do not have a measurable effect. There is growing pressure from stakeholders to provide evidence of the effectiveness and results of CSR activities. Hospitals should counter this mistrust by promoting their CSR efforts well-promoted and supported by real outcomes and quantifiable effects. This observation shows that hospitals should use more data-based and responsible methods of CSR, which can reflect their worth to stakeholders. Aldaihani et al. (2023)²³ discovered that nearly 30% of surveyed stakeholders believed hospitals used CSR as a show, not a genuine social investment. Similarly, Flaig (2023)¹⁹ proposed that ambiguous CSR messaging or overstating the institution's advantages could erode trust. Institutions do not have to overstate, but they should be interested in measurable impact and openness.

Comparative insights and regional alignment

CSR communication in UAE private hospitals has similarities and differences from practices in other places. Comparative studies, for instance, by Younis et al. (2021)⁴³ and Galaby et al. (2022)³⁴ based on Lebanon and Egypt, respectively, show that the region's healthcare systems share common problems regarding stakeholder suspicion and cultural sensitivity. UAE hospitals, however, are usually at the forefront of digital uptake and policy integration (Al-Marri & Pinnington, 2022; Upadhyay, 2024)^{30,8}. This positions them as regional pacesetters and puts pressure on maintaining best practices regarding openness of communication and efficiency.

Technological integration and innovation

The review identified that although technology has widened the arena of CSR communication, not every hospital has the means and skills to maximize the potential of these tools. Hospitals that integrated AI chatbots, virtual CSR reports, and mobile engagement tools experienced greater engagement levels and broader reach (Chen & Liu, 2023; Karatas-Ozkan et al., 2022)^{32,10}. Halkos and Nomikos (2021)⁴⁴ believe that digital CSR strategies allowing stakeholder feedback and interactive content are more likely to generate engagement. Yet, not all hospitals have the infrastructure or know-how to make the most of such tools. Kolsi et al. (2024)¹⁴ state that collaboration between academia and the private sector in the healthcare field is one of the ways these gaps could be filled, and hospitals would be provided with the support and needed resources to use technology in their CSR communication successfully.

Interdisciplinary and academic contributions

The research results of this review have a great theoretical value. The paper confirms the usefulness of the stakeholder theory, especially when relating it to the communication of CSR in healthcare. According to this theory, all organizations should consider the interests and percep-

tions of different stakeholders in creating legitimacy and long-term success (Tayaksi et al., 2020)⁴⁵. Besides, the study's results support the strategic importance of CSR in reputation management, which is consistent with the organizational reputation theory (Mushtaha et al., 2024)¹¹. Some practical implications can be recommendations to direct hospitals to concentrate more on the consistency and culturally competent CSR communication and the use of digital platforms to engage stakeholders in the real-time environment with the help of the CSR activity likely to become accepted by the stakeholders because measurable results will support them. However, some empirical studies of stakeholder response to CSR campaigns in real time are behind (Liu et al., 2023; AlJaberi et al., 2020)^{10,46}. Future research needs to prioritize longitudinal analysis and mixed methods designs to better capture the complex effect of CSR communication among different stakeholder segments.

Conclusion

The subject of this systematic review is how CSR communication can help improve the reputation of the private hospitals of the UAE, with special attention paid to the strategies, effectiveness, and challenges of CSR communication in the healthcare industry. The results support that CSR communication is not optional but a strategic precursor of stakeholder retention, corporate reputation enhancement, and alignment of healthcare organizations to national health and development agendas. With the inclusion of digital media, community promotion, sustainability, and public health messages, efforts in communication through CSR have been gaining ground in the UAE private hospitals, where an ethically responsible and socially accountable organization is the goal.

Otherwise, as seen in the review, the success of CSR communication largely depends on how the message is projected in

the communication process. The new modes of media communication, particularly hospital websites, and social media, dominate CSR communications and are only effective when messages are real, culturally friendly, and consistent. The overall quantitative results of the reviewed studies indicate that open, culturally aware, and participatory communication can play a great role in stakeholders' perception and trust. Such results outline the significant role of real and open communication in establishing sustainable relationships with hospital stakeholders.

There are, however, several constraints notwithstanding such positive results. Disjointed communications, deficit in communication among stakeholders, and inconsistency in CSR values among various departments are still major issues confronted by many hospitals. The much-needed disconnect between CSR intention and stakeholder perception is not a minor and integrated issue. Strategic communication planning should be viewed as an essential component of the communication process. This is especially so in the UAE, where trust is incorporated into how real and moral actions are perceived. Consequently, CSR messages must be harmonized with the local religious and cultural context to keep CSR activities pertinent and appealing to the community.

Another observation to be made in this review is the deficiency of empirical studies conducted on CSR communication in the health sector of the UAE, which represents a great opportunity for future research in exploring the perceptions of the stakeholders, the longitudinal outcomes of CSR programs, and the possibility of a cross-national comparative study of various health care systems. This gap also forms the basis for more research on the topic (the role played by CSR communication in building reputation and trust in the long-term context) and between various stakeholder groups.

To sum up, it can be concluded that the results indicate that privately owned hospitals in the UAE need to invest in successful CSR communication channels to promote social responsibility, develop a long-term reputation, and develop certain stakeholder loyalty in a very competitive healthcare sector. It is advisable to have integrated CSR strategies that are genuine, culturally pertinent, and coherent in all hospital communication channels. This way, they can realize and balance their CSR operations per local principles and best global practices, which will eventually help them improve their organizational reputation and relationships with their stakeholders.

Limitations and Future Research

Although useful for trend identification and patterning, this research has been constrained by the exclusive use of secondary data sources, which may not fully capture the changing realities of CSR communication processes in UAE private hospitals. The adaptive and context-specificity of CSR efforts—especially in a culturally diverse and rapidly evolving region like the UAE—calls for using primary data to identify stakeholders' perceptions, responses in behavior, and communicative effectiveness in real-time. In addition, excluding non-English publications and grey literature sources like internal hospital documents, policy briefs, and press coverage may exclude locally and culturally sensitive and significant insights. The narrow focus on private hospitals in this study excludes expansion and generalizability of findings to public or mixed-mode healthcare institutions, where CSR responsibilities and communicative conduits might be otherwise. Even after applying strict eligibility criteria, some degree of variability in the method quality of reviewed studies may impact the reliability and consistency of synthesized findings. The lack of interviewing stakeholders or patient-centered surveys also limits the depth of analysis on how CSR information

is received and understood by a broad spectrum of audiences. Hence, it leaves a gap for empirical examinations in the future.

Though this review provides an extensive comprehension of CSR communication in UAE private hospitals, future research must investigate perceptions by stakeholders through empirical context-specific research. Quantitative questionnaires of patients, employees, and local communities might identify ways various CSR communication approaches shape reputation and trust. More research on the effectiveness of certain digital platforms—e.g., Instagram, LinkedIn, and hospital blogs—in conveying CSR narratives in the UAE's multicultural society is necessary. Comparative research between the UAE's private and public hospitals might also reveal differences in CSR communication maturity between institutions. Longitudinal research recommendations will also be used to determine how CSR communication impacts reputation over time and in times of crisis. Moreover, integrating theories such as legitimacy theory or dialogic communication theory in CSR research might offer a better comprehension of how stakeholders co-construct meaning on social responsibility in healthcare. This would enrich the theoretical framework and facilitate strategic planning for hospital communication managers.

References

- 1 Ponduri, S. B., & Kumar, P. P. (2021). Assessment of corporate social responsibility in private hospitals. *IOSR Journal of Business and Management*, 23(12), 52-62.
- 2 Verk, N., Golob, U., & Podnar, K. (2021). A dynamic review of the emergence of corporate social responsibility communication. *Journal of Business Ethics*, 168, 491-515.
- 3 Fatima, T., & Elbanna, S. (2023). Corporate social responsibility (CSR) implementation: A review and a research agenda towards an integrative framework. *Journal of Business Ethics*, 183(1), 105-121.
- 4 Troise, C., & Camilleri, M. A. (2021). Digital media is used for marketing, CSR communication, stakeholder engagement, and strategic corporate communication in the digital age (pp. 161-174). Emerald Publishing Limited. <http://dx.doi.org/10.1108/978-1-80071-264-520211010>
- 5 Alkhalidi, M., Moonesar, I. A., Issa, S. T., Ghach, W., Okasha, A., Albada, M., ... & Takshe, A. A. (2023). Analysis of the United Arab Emirates' contribution to the Sustainable Development Goals, focusing on global health and climate change. *International Journal of Health Governance*, 28(4), 357-367. <http://dx.doi.org/10.1108/IJHG-04-2023-0040>
- 6 Antwi-Boateng, O., & Al Harasi, N. E. S. (2024). The focus and evolution of corporate social responsibility in the United Arab Emirates. *Public Integrity*, 26(1), 1-19. <https://doi.org/10.1080/10999922.2024.2388297>
- 7 Ji, Y. G., Tao, W., & Rim, H. (2021). Theoretical insights of CSR research in communication from 1980 to 2018: A bibliometric network analysis. *Journal of Business Ethics*, 1-23.
- 8 Upadhyay, D. (2024). Excellence in healthcare: Nurturing servant leadership, fostering collaborative culture and promoting social sustainability in the UAE—strategies for transformation. *Leadership in Health Services*, 37(3), 394-407.
- 9 Ma, R., Cherian, J., Tsai, W. H., Sial, M. S., Hou, L., & Álvarez-Otero, S. (2021). The relationship of corporate social responsibility on digital platforms, electronic word-of-mouth, and consumer-company identification: An application of social identity theory. *Sustainability*, 13(9), 4700. <https://doi.org/10.3390/su13094700>
- 10 Ajayi, O. A., & Mmutle, T. (2021). Corporate reputation through strategic communication of corporate social responsibility. *Corporate Communications: An International Journal*, 26(5), 1-15.
- 11 Liu, Y., Cherian, J., Ahmad, N., Han, H., de Vicente-Lama, M., & Ariza-Montes, A. (2023). Internal corporate social responsibility and employee burnout: An employee management perspective from the healthcare sector. *Psychology Research and Behavior Management*, 16, 283-302.
- 12 Mushtaha, A., Aljifri, K., & Zoubeidi, T. (2024). Critical success factors of effective implementation of balanced scorecard and organizational performance: Case of UAE private hospitals. *Journal for International Business and Entrepreneurship Development*, 16(3), 425-446.
- 13 Mangaroo-Pillay, M., & Coetzee, R. (2022). Lean frameworks: A systematic literature review (SLR) investigating methods and design elements. *Journal of Industrial Engineering and Management*, 15(2), 202-214.
- 14 Kolsi, M. C., Al-Hiyari, A., & Hussainey, K. (2024). Corporate social responsibility and sustainable development in the United Arab Emirates: A survey of the legal framework and empirical evidence. In *The Emerald Handbook of Ethical Finance and Corporate Social Responsibility* (pp. 113-134). Emerald Publishing Limited.

- ¹⁵ Boğan, E., Dedeoğlu, B. B., & Balıkçioğlu Dedeoğlu, S. (2021). The effect of residents' perception of hotel social responsibility on overall attitude toward tourism. *Tourism Review*, 76(5), 1104-1122.
- ¹⁶ Mason, A., Spencer, E., Barnett, K., & Bouchie, J. (2023). Examining the prominence and congruence of organizational corporate social responsibility (CSR) communication in medical tourism provider websites. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 6(1), 1-17.
- ¹⁷ Agha, K., & Fitzsimmons, J. (2022). Examining the significance of corporate social responsibility in building employee value proposition and brand value in the United Arab Emirates. In F. M. Albadri (Ed.), *marketing communications and brand development in emerging markets volume II: Insights for a changing world* (pp. 183-210). Springer International Publishing. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-95581-6_8
- ¹⁸ Ta'amneh, M. M., Ta'amneh, A. M., & Eid, A. I. A. (2024). Corporate social responsibility programs and employee retention: The mediating effects of employee trust in the organization. *Journal of Public Affairs*, 24(4), e2964.
- ¹⁹ Flaig, H. (2023). *The Influence of Corporate Social Responsibility on Work Engagement: A Systematic Literature Review* (Master's thesis, Universidade NOVA de Lisboa (Portugal). ProQuest Dissertations and Theses Global.
- ²⁰ Koleva, P. (2021). Towards developing an empirical model for Islamic corporate social responsibility: Evidence from the Middle East. *Journal of Business Ethics*, 171, 789-813.
- ²¹ Georgiadou, E., & Nickerson, C. (2022). Marketing strategies in communicating CSR in the Muslim market of the United Arab Emirates: Insights from the banking sector. *Journal of Islamic Marketing*, 13(7), 1417-1435.
- ²² Dayan, M., Al Kuwaiti, I. A., Husain, Z., Ng, P. Y., & Dayan, A. (2022). Factors influencing patient loyalty to outpatient medical services: An empirical analysis of the UAE's government healthcare system. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 39(1), 176-203.
- ²³ Aldaihani, F. M. F., Mohammad, A. A. S., Al-Chahadat, H., Al-Hawary, S. I. S., Almaaitah, M. F., Al-Husban, N. A., & Mohammad, A. (2023). Customers' perception of the social responsibility in the private hospitals in Greater Amman. In A. A. Emran, A. Abu-Rumman, A. S. K. Hashim, & A. M. A. Barhoum (Eds.), *The effect of information technology on business and marketing intelligence systems* (pp. 2177-2191). Cham: Springer International Publishing.
- ²⁴ Al-Shaikh, M. S., & Alkhaldy, I. (2024). The impact of hospitals' commitment to social responsibility on perceived medical service quality in Amman, Jordan. In A. A. Emran, A. Abu-Rumman, A. M. Barhoum, & H. Al-Rabai (Eds.), *Business Analytical Capabilities and Artificial Intelligence-Enabled Analytics: Applications and challenges in the digital era* (Vol. 1, pp. 33-46). Springer Nature Switzerland.
- ²⁵ Zamoum, K., & Serra Gorpe, T. (2020, January). Corporate social responsibility in the United Arab Emirates: Principles and communication strategy. In A. A. Abdalla (Ed.), *Sustainable Development and Social Responsibility—Volume 2: Proceedings of the 2nd American University in the Emirates International Research Conference, AUEIRC'18—Dubai, UAE 2018* (pp. 33-40). Cham: Springer International Publishing.
- ²⁶ Albalwi, W. M. (2022). Corporate social responsibility and impression management: *The American Arabian Oil Company (Aramco), 1932-1974* (Unpublished Doctoral dissertation, Newcastle University).
- ²⁷ Jamali, D., Makarem, Y., & Willi, A. (2020). From diffusion to translation: Implementation of CSR practices in MNC subsidiaries. *Social Responsibility Journal*, 16(3), 309-327.
- ²⁸ Zaman, R., Jain, T., Samara, G., & Jamali, D. (2022). Corporate governance meets corporate social responsibility: Mapping the interface. *Business & Society Journal*, 61(3), 690-752.
- ²⁹ Deng, Y., Cherian, J., Ahmad, N., Scholz, M., & Samad, S. (2022). Conceptualizing the role of target-specific environmental transformational leadership between corporate social responsibility and pro-environmental behaviors of hospital employees. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(6), 3565.
- ³⁰ Al-Marri, M., & Pinnington, A. H. (2022). Managing sustainability projects for social impact from a corporate social responsibility perspective. *Sustainability*, 14(11), 6418.
- ³¹ Alhusssein, H. S., & Alenaze, M. S. A. (2024). Legal status of corporate social responsibility in GCC countries with special reference to Bahrain. *Journal of Ecohumanism*, 3(4), 1183-1191.
- ³² Chen, R., & Liu, W. (2023). Managing healthcare employees' burnout through micro aspects of corporate social responsibility: A public health perspective. *Frontiers in Public Health*, 10, 1050867.
- ³³ Mehrajunnisa, M., & Jabeen, F. (2020). Ranking the enablers promoting female empowerment in the UAE healthcare sector. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 12(2), 117-144.
- ³⁴ Galaby, A., & Salem, N. (2022). Social resilience and responses to the COVID-19 Pandemic in Egypt and the United Arab Emirates. In *Societal Resilience and response to contagious diseases and pandemics* (pp. 66-86). IGI Global.
- ³⁵ Ebrahim, R. S. (2021). The impact of perceived corporate social responsibility on brand advocacy: The mediating role of brand love. *Majallat al-Dirasat al-Tijariyah al-Mu'asirah [Journal of Contemporary Commercial Studies]*, 7(11), 139-174.
- ³⁶ Karatas-Ozkan, M., Özgören, Ç., Yamak, S., Ibrahim, S., Tunalioglu, M. N., Pinnington, A., ... & Baruch, Y. (2022). Dual nature of the relationship between corporate social responsibility and human resource management: A blessing or a curse? *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 29(5), 1578-1594.

- ³⁷ Thottoli, M. M., & Thomas, K. V. (2023). The impact of web marketing on corporate social responsibility (CSR) and firms' performance. *Rajagiri Management Journal*, 17(1), 37-51.
- ³⁸ Lakiss, N. (2022). The impact of corporate social responsibility on employees' satisfaction: Evidence from companies in Romania. *Management & Marketing Journal*, 20(2).
- ³⁹ Aburayya, A., Alshurideh, M., Al Marzouqi, A., Al Diabat, O., Alfarsi, A., Suson, R., ... & Alzarouni, A. (2020). Critical success factors affecting the implementation of TQM in public hospitals: A case study in UAE hospitals. *Systematic Reviews in Pharmacy*, 11(10), 1518-1528.
- ⁴⁰ Ivanov, A. (2025). Corporate social responsibility, employer branding, and employee attraction and retention: Review of literature and research agenda. *BRICS Journal of Economics*, 6(1), 53-71.
- ⁴¹ Al Sakkaf, S. Y., Farouk, S., & Abu Elanain, H. M. (2023). Corporate social responsibility towards education and corporation performance in the UAE: The mediating role of corporation reputation. *Social Responsibility Journal*, 19(2), 305-327.
- ⁴² Mushtaha, A. S. (2020). The effects of balanced scorecard implementation on organizational performance: The case of the healthcare sector in the UAE (Doctoral dissertation, United Arab Emirates University).
- ⁴³ Younis, J. A., Hejase, H. J., Brayhi, Z. H., Hejase, A. J., & Frimousse, S. (2021). Corporate social responsibility: A stakeholders' perspective applied to the Lebanese Heart Hospital. *Journal of Business Theory and Practice*, 9(3), 12-31
- ⁴⁴ Halkos, G. E., & Nomikos, S. N. (2021). Reviewing the status of the corporate social responsibility (CSR) legal framework. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 32(4), 700-716.
- ⁴⁵ Tayaksi, C., Sagnak, M., & Kazançoğlu, Y. (2020). A new holistic conceptual framework for leanness assessment. *International Journal of Mathematical, Engineering and Management Sciences*, 5(4). <https://doi.org/10.33889/ijmems.2020.5.4.047>
- ⁴⁶ AlJaberi, O. A., Hussain, M., & Drake, P. R. (2020). A framework for measuring sustainability in healthcare systems. *International Journal of Healthcare Management*, 13(2), 95-103.