

دوافع قراءة الصحف اليومية لدى الشباب السعودي - دراسة مسحية

نايف بن ثنيان بن محمد آل سعود

أستاذ مشارك، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة الملك سعود،
الرياض، المملكة العربية السعودية

(قدم للنشر في ١٨ / ٨ / ١٤٣٢هـ؛ وقبل للنشر في ٢٠ / ٣ / ١٤٣٣هـ)

ملخص البحث. جاءت هذه الدراسة لتحاول قياس دوافع قراءة الصحف اليومية لدى الشباب السعودي من جانب نظري وميداني وقام الباحث باستخدام أداء الاستبانة في الإطار الميداني للحصول على المعلومات الميدانية لأنها الأداة الأنسب لهذه الدراسة وتم توزيع ٢٠٠ استمارة على طلاب من المدارس الثانوية و٢٠٠ استمارة على طلاب من جامعة الملك سعود وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها:
مما سبق نستطيع استخلاص النتائج التالية:

١- أن أغلبية أفراد العينة يفضلون قراءة الصحف اليومية في الفترة الصباحية وذلك بنسبة مئوية مقدارها (٥٥٪).
٢- أن اهتمام الشباب للإقبال على قراءة الصحف السعودية قليل إذا ما قورن بوسائل الإعلام الأخرى مثل التلفزيون.

٣- أن أكثر الموضوعات الصحفية تفضيلاً لدى الشباب السعودي هي الموضوعات الرياضية؟

٤- أن دوافع القراءة لدى الشباب السعودي هو لمعرفة ما يحدث في المجتمع.

توصي الدراسة بما يلي:

١- ضرورة أن تتبنى الصحف قضايا الشباب وتطرحها للمناقشة، وكتابة آراء المتخصصين وذلك لكي تكون أكثر جذبا للشباب.

٢- يجب أن يفرد في الصحف المحلية أجزاء خاصة للشباب يعبرون من خلال الكتابة فيها عن مشاكلهم التي يشعرون بها، ووسائل الحل التي يريدونها.

٣- الاهتمام بالموضوعات الاجتماعية المحلية لما لهذه الموضوعات من أهمية لدى الشباب في المجتمع السعودي، حيث إن الموضوعات الاجتماعية تمثل أهم الموضوعات التي تدفع القراء السعوديين من الشباب لقراءة الصحف السعودية.

إشباعها لحاجات الجمهور، فالإعلام بوجه عام والصحافة بوجه خاص هي مرآة المجتمع التي تنعكس من خلالها آمال وآلام المجتمع والتي تعبر عما يدور في ذهن القارئ من مشاعر وأحاسيس وأفكار، واقتراحات وهموم ومشكلات وتنبؤات للمستقبل. (ليب، ٢٠٠١ م: ٦٤)

ولذلك فإن الصحافة تحاول البحث عن حاجات الجمهور وتلبيتها من خلال المضمون الإعلامي، وتحقيق إشباعها، ويعتبر الشباب من الفئات الكبرى في المجتمع التي تعاني من كثير من المشاكل وقد تحاول وسائل الإعلام المساهمة في حل تلك المشاكل، وهذا بالتالي يساعد على جذب الشباب إلى قراءة الصحف اليومية لمتابعة تلك القضايا التي تهتمه سواء الاجتماعية، أو النفسية، أو الفكرية...الخ. (رشتي، ١٩٩٩ م: ٧٥)

ونظراً لما للصحف من أهمية كبرى في معالجة قضايا الشباب ومشكلاتهم فسوف نتناول في هذه الدراسة مدى إقبال الشباب على الصحف حيث إن مدى هذا الإقبال يعكس دور الصحافة في تناول قضايا الشباب والمساهمة في حلها.

مشكلة الدراسة

الصناعة الصحفية في المملكة السعودية أصبحت صناعة قوية وقاربت مثيلاتها في دول العالم الأخرى، بل أنها أصبحت متقدمة من الناحية التقنية والإعلانية على بقية وسائل الإعلام الأخرى المتوفرة للمواطنين

مقدمة الدراسة

تعتبر الصحافة أحد الوسائل التي يقاس بها تطور المجتمعات ويرى "لينر" صاحب نظرية "انحسار المجتمع التقليدي" أن الصحافة من أبرز الوسائل الإعلامية التي يقاس بها تطور أي مجتمع. فنسبة عدد الصحف المطبوعة لكل ألف من السكان كانت أحد معايير هذا القياس. ومع التطورات التقنية في الوقت الراهن في مجال الصناعة الصحفية انحسرت الصحف العامة التي كانت توجه لقطاع كبير من الجمهور، وظهرت التخصصية في مجال الصحافة كأحد سبل نجاح الصحيفة، فالصحفية كوسيلة إعلامية تحرص على مخاطبة جمهور معين، كما أن تصنيف الصحيفة لدورها وأهدافها هي السمة البارزة تحت اسم معظم الصحف، إلا أن هذا التصنيف لا ينعكس بالضرورة لدى جمهور تلك الصحف، لذا نجد لدى القراء بعض الأوصاف مثل أن هذه الصحيفة موجهة للصفوة، وتلك موجهة لرجل الشارع أو العامة عند تصنيفهم للصحف أو مقارنتها مع بعض. لقد فرض هذا التوجه العديد من الأمور التنافسية بين المؤسسات الصحفية لعل من أهمها تكلفة الإنتاج وطبيعة الجمهور المستهدف من قبل الصحيفة من حيث العمر والمستوى التعليمي والجنس...الخ. (خليل، ١٩٩٩ م: ٤٣)

ولذلك تشكل قضية المقروئية وتفضيلات القراء إحدى أهم أنواع قياس العلاقة بين القراء والصحف، ويعتمد عليها في تقويم الرسالة الصحفية ومدى

على رأي الشباب السعودي في تناول الصحف السعودية لقضايا القطاعات العامة والخاصة. كما تأتي أهمية الدراسة في التعرف على رأي الشباب السعودي في أسلوب معالجة الصحف السعودية للقضايا التي تطرحها..

أهداف الدراسة

تهدف الدراسة إلى معرفة مدى اهتمام الشباب السعودي بقراءة الصحف اليومية والخروج بنتائج ملموسة بشأن دوافع قراءة الصحف اليومية لدى الشباب السعودي، وتوصيات قابله للتطبيق العملي تناسب في مصلحة الشباب السعودي. من خلال:

- ١- التعرف على معدل الوقت الذي يقضيه الشباب السعودي في الاطلاع على الصحف اليومية.
- ٢- التعرف على مدى اهتمام الشباب للإقبال على قراءة الصحف السعودية.
- ٣- التعرف على الموضوعات الصحفية الأكثر تفضيلاً لدى الشباب السعودي.
- ٤- التعرف على رأي الشباب السعودي في مستوى تغطية الصحف للمواضيع المختلفة.
- ٥- التعرف على رأي الشباب السعودي في أسلوب معالجة الصحف للقضايا التي تطرحها.

تساؤلات الدراسة

تجيب الدراسة على التساؤلات التالية:

- ١- ما هي الموضوعات الصحفية الأكثر تفضيلاً لدى الشباب السعودي؟

في العالم العربي ومنها التلفزيون، وأصبح هناك أنواع من الصحافة منها الصحف العامة وهناك الصحف المتخصصة.

ومن الملاحظ أن الشباب الآن أصبح منصرف عن الاهتمام بقراءة الصحف اليومية حيث أن هناك قنوات إعلامية أخرى أصبحت أكثر جذباً من الصحف اليومية، مثل وسائل الإعلام المرئية، بالرغم مما تقدمه الصحف من وسائل جذب وتناول العديد من مشاكل الشباب سواء بصورة يومية أو أسبوعية إلا أنه من الملاحظ أن الإقبال على قراءة الصحف أصبح قليل. (بدر، ٢٠٠٠ م: ٧٥)

ومن هنا جاءت مشكلة الدراسة التي تحاول قياس دوافع قراءة الصحف اليومية لدى الشباب السعودي.

أهمية الدراسة

تأتي أهمية هذه الدراسة للكشف عن دوافع اهتمام الشباب السعودي لقراءة الصحف اليومية، و رأي واتجاهات أفراد عينة الدراسة من الشباب في اتجاهاتهم نحو الصحف وطبيعة العمل الصحفي في هذه الصحف. كما تأتي أهمية هذه الدراسة في التعرف على معدل الوقت الذي يقضيه الشباب السعودي في الاطلاع على الصحف اليومية، ومدى اهتمام الشباب للإقبال على قراءة الصحف السعودية، والتعرف على الموضوعات الصحفية الأكثر تفضيلاً لدى الشباب السعودي..

كما تأتي أهمية الدراسة في التعرف على رأي الشباب السعودي في مستوى تغطية الصحف السعودية للمواضيع المختلفة (محلية - عربية - دولية)، والتعرف

الإعلامي برز تاريخياً على يد الباحث الإعلامي المرموق بول لازار فيلده عام ١٩٤١م. فالبحث الإعلامي المؤسسي كما يراه هو ذلك "البحث الذي يتعلق بكيفية بناء المؤسسة الإعلامية وقيامها بمهامها، ووظائفها من أجل خدمة ذوي المصالح المتضاربة من مساهمين ومهنيين وجمهور وسياسيين".

فهو يرى بأن هذا النوع من الأبحاث يستطيع أن يساهم في تحقيق؛ مصالح هذه الفئات، ولنمو ونجاح المؤسسة الإعلامية، وهذا يختلف بالطبع عن طبيعة البحث الإعلامي النقدي Critical Research والذي يهتم بتقييم دور المؤسسات الإعلامية في خدمة المجتمع وتأثيرها على حياة أفرادها، وهذا النوع من الأبحاث يسعى لمعرفة كنه الحياة الإنسانية ودور الإعلام فيها، ولذلك فالمؤسسة الصحافية تسعى لتطوير الوضع الحالي لمنتجها حتى يصل إلى القارئ وبالتالي إعادة بيع هذا القارئ إلى المعلن، وكلما زادت المنافسة بين الوسائل الإعلامية كلما زادت حاجة تلك المؤسسات ووسائل الإعلام إلى البحث العلمي المؤسسي الذي يحلل لها السوق والقارئ معاً وبالتالي يثبت موقفها ومكانتها. (إمام، ٢٠٠٥ م: ٧٤)

دوافع الجماهير

تعتبر الدوافع البشرية موضوعاً ذا أهمية بالغة لان معرفتها وفهمها بدقة، يساعد القائمين على مصالح المجتمع في كل المجالات، وخاصة المجال الإعلامي على تحديد أنماط السلوك والاحتياجات الحقيقية للجماهير،

- ٢- ما معدل الوقت الذي يقضيه الشباب السعودي في الاطلاع على الصحف المحلية؟
- ٣- ما هي دوافع القراءة لدى الشباب السعودي؟
- ٤- ما هي إشباعات القراءة لدى الشباب السعودي؟
- ٥- ما مدى الإقبال على قراءة الصحف اليومية لدى الشباب السعودي؟

حدود الدراسة

الحدود البحثية:

تقتصر حدود الدراسة البحثية في تناول موضوع دوافع اهتمام الشباب السعودي بقراءة الصحف اليومية.

الحدود المكانية:

تقتصر الدراسة على شباب تم اختيارهم من أحد المدارس الثانوية العامة وجامعة الملك سعود في مدينة الرياض وهي عينة ممثلة لجميع الشباب في هذه المرحلة من ١٦-٢٤ سنة.

الحدود الزمانية:

تم إجراء الدراسة في النصف الثاني من العام الدراسي ١٤٣٠ / ١٤٣١هـ.

الإطار النظري

تمهيد

تعتبر أبحاث قراءة جمهور الصحف Readership Research من أبرز الأبحاث الإعلامية المؤسسية Administrative Research. وهذا النوع من البحث

تعريف الدافعية

هناك من الباحثين من يرى أن الدافعية قوة داخلية تنبع من داخل الفرد ذاته، وهناك من يرى بأنها كامنة وموجودة في البيئة التي يعيش أو يعمل فيها الفرد، وفريق ثالث من الباحثين يرى بأنها حاجات نابذة من داخل الفرد وخارجه.

ويمكن تعريف كلمة الدافعية بأنها: "الحث والتحرك أو الدفع الذي لا يقتصر فقط على النواحي الجسمية بل يمتد إلى النواحي النفسية والاجتماعية، فالدافع عبارة عن باعث أو محرك، يعطي الطاقة للفعل الإنساني خلال هدف إدراكي وسلوكي تجاه إشباع الاحتياجات، وليس ضرورياً أن يدرك الدافع بوعي انه عبارة عن حالة من الإحساس. (التابعي، ٢٠٠٣ م: ٩٤)

وفيما يلي عرض موجز لهذه المدخل المختلفة لمفهوم الدافعية:

١- مدخل النشأة الذاتية

ويفترض هذا المدخل أن الدافعية قوة داخلية تنبع من داخل الفرد وتسعى إلى إشباع حاجاته ورغباته وأهدافه عن طريق إثارة السلوك، وان قوة الدافعية تتوقف على شعور الفرد وإدراكه مدى النقص في إشباع هذه الحاجات، وعندما يتم إشباع الحاجات الناقصة تنخفض القوة الدافعة، وينطفئ السلوك".

وقد تعددت التعريفات التي تناولت مفهوم الدافعية وفقاً لهذا المدخل ومنها التعريف التالي:

الدافعية: "قوة أو حالة داخلية دائمة أو مؤقتة تثير السلوك الظاهر أو الباطن في ظروف معينة وتواصله

وبالتالي العمل على إرضائها وتوجيهها التوجيه الصحيح، وهذا ما يجب أن يكون خاصة في المجتمعات التي لم ترتق من الناحية التعليمية والفكرية إلى المستوى الذي يجعل أفرادها يتحكمون في دوافعهم حتى تتجنب الانعكاسات السلبية التي قد تنجم عن انطلاق الدوافع دون ضوابط تنظيمها.

ومن الواضح أن الجمهور هو أهم متغير في عملية الاتصال وإذا لم يكن لدى القائم بالاتصال فكرة جيدة عن طبيعة الجمهور ودوافعه وخصائصه الأولية فسوف يجد ذلك من مقدرته على التأثير فيه وإقناعه مهما كانت الرسالة معدة إعداداً جيداً ومهما أحسن القائم بالاتصال اختيار الوسيلة. (حسين، ٢٠٠٣ م: ٨٦)

وهناك مجموعة من المحددات الفكرية والاجتماعية التي تلعب دوراً هاماً في تحديد السلوك الجماهيري، والتي يجب أن يتعرف عليها القائم بالاتصال، تلك المحددات التي تؤدي إلى اختلاف دوافع الجماهير عند التعرض لوسائل الإعلام ومحتوياته، وهي المتصلة بالسن والجنس والتعليم ومستوى الدخل... وغيره والتي تعتبر محدداتاً هاماً من محددات السلوك والدوافع.

ودوافع الجماهير كثيرة ومتنوعة بتنوع الباحثين الذين تناولوها، وكذلك النظريات المفسرة للدوافع، تم تناولها من زوايا مختلفة لتعدد التوجهات النظرية التي قامت بدراستها، وقد قامت نظرية الاستخدامات والإشباع على أساس أن الجمهور مدفوع إلى التعرض لوسائل الإعلام ومحتوياتها لتحقيق إشباع معين وعلى أساس انه مدرك لدوافعه من التعرض. (لطفی، ٢٠٠٤ م: ٧٤)

وقد صنف (عبد الحميد، ١٩٩٧م) دوافع التعرض لوسائل الإعلام بصفة عامة والصحافة بصفة خاصة، وذلك وفقاً للوظائف التي تؤديها هذه الوسائل كما يأتي:

١- الإعلام: بالتعرف على الوقائع والأحداث المحيطة بالفرد في المجتمع التي تعكس مراقبة الفرد للبيئة.

٢- الشرح والتفسير: الإلمام بتفاصيل هذه الوقائع والأحداث والتعرف على أبعادها ودلالاتها ومغزاها والعوامل المؤثرة فيها. (لاوي، ٢٠٠٥ : ٥٢)

٣- التوجيه: بتكوين الآراء حول الوقائع والأحداث والأفكار والقضايا وأوجه النشاط المختلفة في المجتمع.

٤- التعليم والتنشئة الاجتماعية: باكتساب المعلومات والمعارف والمهارات التي يمكن أن تساعد الفرد على اتخاذ قراراته في العمل أو الدراسة.

٥- التسلية: ترتبط بالحاجة إلى قضاء الوقت والترفيه والهروب من نظام الحياة اليومي.

٦- الإعلان والتسويق: تساعد الفرد على اتخاذ القرارات المرتبطة بتوفير حاجات المعيشة الأساسية والكمالية. (معوض، ٢٠٠٢ : ٧٤)

دوافع قراءة الصحف

من الدراسات المبكرة في معرفة دوافع قراءة الصحف دراسة (بيرلسون، ١٩٤٥م) وذلك حينما توقفت ثمانني صحف كبرى في نيويورك عن الصدور لمدة تزيد عن أسبوعين بسبب إضراب رجال التوزيع. واستغل بيرلسون هذه الفرصة وقام بإجراء دراسة بهدف الكشف عما يعنيه اختفاء الصحف بالنسبة للأفراد.

حتى تنتهي إلى غاية أو غايات معينة. (عبد الحميد، ٢٠٠٤م : ٤٣).

٢- مدخل النشأة البيئية

هذا المدخل يرى أن الدافعية تنشأ عن البيئة المحيطة بالفرد ومن داخل الفرد، ومن التعريفات التي تعبر عن هذا المدخل:

الدافعية تعرف بأنها: "عناصر البيئة التي يتواجد فيها الفرد والتي تعتبر المصدر الرئيس لإشباع دوافعه".

٣- المدخل المتكامل في تعريف الدافعية

ويتناول هذا المدخل المدخلين السابقين في تعريف الدافعية ويفترض أن الدافعية عبارة عن محصلة التفاعل بين الفرد من ناحية حيث حاجاته ورغباته والبيئة التي يعيش أو يعمل فيها من ناحية أخرى، ويعتبر هذا المدخل نظاماً متكاملًا يصلح لشرح مفهوم الدافعية في الخصائص الذاتية والبيئية للفرد من ناحية ويوضح طبيعة التفاعل بينهما من ناحية أخرى. (السلمي، ٢٠٠٧ : ٣٩).

دوافع التعرض لوسائل الإعلام

أن الجمهور عند تعرضه للمنبهات المختلفة يكون مدفوعاً لتحقيق أهداف وغايات محددة، وهكذا عند تعرضه لوسائل الإعلام الجماهيري، فهو يبتغي تحقيق أهداف، قد تكون نفعية، كالحصول على المعلومات لمراقبة البيئة أو التسلية والهروب من الواقع، وهو عند تعرضه هذا يفاضل بين الوسائل والمضامين التي يتعرض لها وفق ما يتفق مع ثقافته واتجاهاته ودوافعه وقيمه واحتياجاته.

إشباعاً معيناً ويترك الفنون الأخرى لأنها لا تحقق له الإشباع الذي يريده فيختار قراءة الخبر والتقارير الإخباري لأنهما يحققان له مراقبة البيئة والاطلاع على آخر الأحداث واستقاء المعلومات ومعرفة خلفية الحدث من التقرير الإخباري. (لظفي، ٢٠٠٤ : ٥٣)

إما التحقيق الصحفي فيحقق إشباع التفسير والإمام بتفاصيل الوقائع والأحداث والتعرف على أبعادها، كما أن بعض التحقيقات تحقق للقارئ إشباع التسلية والهروب من مشاكل الحياة اليومية.

وترتبط قراءة المقال بإشباع معرفة آراء كبار الكتاب والتي يدعم بها الشخص آراؤه واتجاهاته في المسائل المختلفة.

بينما يشبع الحديث الصحفي لدى القارئ الحاجة إلى معرفة الأسرار والإطلاع على ما هو خلف الكواليس وبخاصة الشخصيات المشهورة، والاطلاع على الأخبار من مصدرها الحقيقي. (قاسمي، ٢٠٠١م : ٥٣)

اختلاف اشباعات الشباب باختلاف خصائصهم تختلف الاشباعات التي يريدها القراء من الصحف تبعاً لاختلاف خصائصهم الديموجرافية والنفسية، والهدف الذي يريدون تحقيقه من قراءة الصحف، إذ يختلف ترتيب اشباعات الرجل عن ترتيب اشباعات المرأة نظراً لطبيعتها الأنثوية، فبينما يهتم الرجل بتحقيق إشباع مراقبة البيئة أولاً، تهتم المرأة بالنصائح والإرشادات الأسرية والتحقيقات التي تتناول الحياة الأسرية والاجتماعية.

وقد وجد أن الصحف تقوم بعدة ادوار رئيسية هي :

١- تقديم المعلومات أو التغيرات حول الشؤون العامة.
٢- أداة ضرورية في الحياة اليومية. (الوطن، ١٤٢٩هـ : ٣).

٣- تمدهم بالاسترخاء النفسي المناسب على الهروب من متاعب الحياة اليومية.

٤- تحقيق المظهر الاجتماعي من خلال استخدام التفسيرات والآراء للمناقشة مع الآخرين حول شؤون المجتمع.

٥- تحقيق التواصل الاجتماعي.

وفي عام ١٩٧٧م قام "بوك" بعمل دراسة عن قراءة الصحف في هولاندا، وتوصل الباحث إلى أن أهم الدوافع والاشباعات التي يشعر بها جمهور القراء هي : الحاجة للمعلومات، والتعود على القراءة في وقت معين.

العلاقة بين الدوافع وقراءة الشباب

الفنون الصحفية

أوضحت دراسة جارمون، ١٩٨٥م أن هناك علاقة قوية بين دوافع الجمهور واختيار الأشكال التحريرية التي تشبع هذه الدوافع.

فقد توصلت الدراسة إلى وجود علاقة قوية بين دوافع مراقبة البيئة أثناء الحملات الانتخابية والانتباه الانتقائي للتغطية الحية والتقارير الإخبارية، بينما وجدت ارتباطاً أقل بين دوافع مراقبة البيئة والانتباه لفن المقال أو آراء الصحفيين، ووجد الباحث أن الجمهور يختار قراءة الفن الصحفي الذي يحقق له

وتوصلت دراسة وادي النيل، ٢٠٠٠م إلى أن أهم دوافع الشباب من قراءة الصحف هي:

(أ) معرفة أخبار العالم.

(ب) تكوين الآراء بشأن الموضوعات المثارة. (عبد الحميد، ٢٠٠٤ : ١٣٧)

(ج) زيادة المعلومات العامة.

(د) التسلية وشغل وقت الفراغ.

(هـ) مشاركة زملاء في الحديث.

(و) التعرف على أخبار الوطن.

٢- دوافع المرأة

وجد صادق، ١٩٩٩ أن الدافع الرئيسي لقراءة أبواب المرأة في الصحف هو الحصول على المعلومات والنصائح والإرشادات، يليه دافع تدعيم الآراء، ثم دافع مراقبة البيئة، ثم دافع تأكيد المكانة الاجتماعية، والشعور بالأهمية، وأخيراً دافع التسلية. (معوض، ٢٠٠٢ : ٩٦).

اهتمامات الشباب ودوافعهم نحو الخبر الصحفي

بفضل جمهور القراء من الشباب القصص الإخبارية لأنها تشبع لديهم الحاجات المعرفية، ومراقبة البيئة والتعرف عليها، كما تشبع لديهم الحاجة إلى الأمن والاستقرار حيث يسعى الفرد إلى اكتساب المعرفة التي تجعله على علم بما يجري حوله من وقائع وإحداث لها تأثير مباشر أو غير مباشر عليه.

ويهتم غالبية القراء على اختلاف خصائصهم بالأخبار المحلية أكثر من غيرها، لأنها تشبع لديهم الحاجة إلى الانتماء، إما بقية الأخبار فيختلف اهتمام القراء بها تبعاً لخصائصهم المختلفة.

وبينما يهتم غير المتعلمين بتحقيق دوافع التسلية والاستمتاع بالصور، يهتم المتعلمون بتدعيم الآراء ومعرفة خلفيات الأحداث...وهكذا. بل يختلف ترتيب الاشباعات بين كل فئة من هذه الفئات من شخص إلى آخر، ويمكن التذليل على ذلك بالدراسات التالية:

١- دوافع المراهقين والشباب

ميزت " هيرنت، ١٩٩١م بين أربع فئات من المراهقين والشباب لقراءة الصحف:

الفئة الأولى

الشباب الباحثون عن المعلومات العامة وهؤلاء الطلاب تستهويهم الصحف التي تعالج الموضوعات الجادة، ويفضلون أن تغطي الجريدة مجالات كثيرة من الموضوعات، ولديهم استعداد بتقبل فكرة إلغاء الموضوعات الهزيلة في مقابل موضوعات أكثر جدية.

الفئة الثانية

الشباب الباحثون عن المعلومات الاستهلاكية وهي المعلومات ذات الفائدة في ترشيد الاستهلاك لتحقيق أعلى مصلحة مادية وتقليل النفقات.

الفئة الثالثة

الشباب الباحثون عن المتعة والإثارة وهم أكثر قراءة للموضوعات التي تتعلق بالشخصيات ويتمنون من الصحف أن تحقق لهم التسلية، ويفضلون قراءة القصص الشيقة والمكتوبة بطريقة جيدة عن حياة المشاهير.

الفئة الرابعة

الشباب الباحثين عن الرأي وهؤلاء يفضلون قراءة الصحف على مقالات الرأي، وتعد صفحة الافتتاحيات مثار بهجة دائم بالنسبة لهم.

يومية لا يستطيعون تركها، لأنها تحقق لهم المشاركة وعدم العزلة.

إما الشباب فيفضلون الأخبار الخفيفة، بينما يفضل الكبار الناضجين الأخبار الجادة، وتؤثر مساحة العنوان والصورة ورقم الصفحة على اهتمام الجمهور بالخبر.

(ليب، ٢٠٠١ : ٨٤)

اهتمامات الشباب ودوافعهم نحو التحقيق الصحفي يميل المراهقون والشباب إلى قراءة التحقيقات المصورة أكثر من غيرها، بينما تميل المرأة إلى قراءة التحقيقات المصورة أيضاً وتحقيقات المعالم والتسلية والتحقيقات التي تناول المرأة وحياتها الأسرية.

واقل التحقيقات قراءة لدى المرأة هي التحقيقات الرياضية والاقتصادية، وتؤثر الحالة الاقتصادية في الاهتمام بالتحقيقات، حيث تهتم كل طبقة بالتحقيقات التي تعالج مشاكلها، وتتمثل دوافع التحقيقات في:

❖ التسلية والهروب من مشاكل الحياة اليومية (تحقيقات المعالم).

❖ الشرح والتفسير والوقوف على إبعاد الأحداث الاجتماعية.

❖ دعم إحساس الفرد بعمق القراءة بين الصحيفة والمجتمع، من خلال التحقيقات التي تحاول تقديم حلول للمشاكل المجتمعية والتي يقابلها المواطن يومياً. (السلمي، ٢٠٠٧ : ٧٣)

❖ يرتبط التحقيق غير المصور بالفعل بالفئة الأكثر تعليماً.

ويختلف اهتمام الذكور بالأخبار السياسية والدولية عن الإناث، حيث يهتم الذكور بمراقبة البيئة والتعرف عليها أكثر من الإناث، أما الإناث فتفضل أخبار الاهتمامات الإنسانية لأنها تشبع لديهم الحاجات العاطفية والوجدانية وذلك أكثر من الذكور، ويميل جمهور القراء إلى الخبر المصور لكن صغار الشباب يهتمون بالصورة أكثر من غيرهم.

ويؤثر الاهتمام والدوافع والحاجات في اختلاف قراءة الأخبار من مكان إلى مكان ومن وقت إلى آخر، كما تختلف قراءة الأخبار طبقاً للصفحة والمكان على الصفحة، والموضوع والمحتوى، وتختلف عادة القراءة لدى الشباب، فمنهم من يقرأ العناوين، ومنهم من يقرأ العناوين والصورة، ومنهم من يقرأ العناوين والصور والنص وذلك تبعاً للحاجة والاهتمام والوقت المتاح للقراءة، ويهتم الرجال بأخبار الرياضة أكثر من الإناث بينما تهتم المرأة بالاهتمامات الإنسانية أكثر. (خليل، ١٩٩٩ : ٦٣)

وتؤثر الوظيفة على انتقاء الأخبار، فعلى سبيل المثال يميل الاقتصاديون إلى قراءة الصفحات الاقتصادية، ويميل السياسيون إلى قراءة الصفحات السياسية لأنها تشبع لديهم حاجات اكتمال الشخصية، وهي الحاجات المرتبطة بتدعيم المصداقية والتقدير الذاتي.

ويؤثر الريف والحضر في الاهتمام بالأخبار، فبينما يقبل سكان المدن على الأخبار التي تؤثر عليهم نجد انه لا يلتفت إليها عند سكان الريف، ويقرأ البعض الأخبار خصوصاً، والصحف عموماً على أنها عادة

الأحاديث الرياضية والفنية دافع التسلية والهروب لدى القارئ، ويهتم بها الشباب أكثر من غيرهم. وتميل كل فئة من فئات الجمهور إلى قراءة الأحاديث الصحفية التي تستضيف شخصية تنتمي إليهم، فالمرأة تحب قراءة الحديث الصحفي الذي يضم شخصية نسائية، والمراهقون يحبون الشخصية التي تتوافق مع مرحلتهم العمرية لأنها تعتبر بمثابة النموذج والقُدوة والمثال وخاصة إذا كانت حياتها تمثل رحلة كفاه ونجاح عبر مشوار طويل من الصعوبات والتي تم التغلب عليها. (لاوي، ٢٠٠٥ : ٧٣)

التنافس بين الصحف

لقد شهدت فترة الستينيات الميلادية منافسة حادة بين مؤسسات الإعلام المطبوع من صحف ومجلات، ومؤسسات الإعلام الإلكتروني من إذاعة وتلفزيون حول كسب الجمهور، هذا التنافس أوجد مؤسسات بحثية لتتحقق من السوق والجمهور بشكل حيادي مثل المكتب الإعلامي التابع لرابطة الناشرين الأميركيين، كما واكب ذلك التأسيس الإعلامي مكاتب إعداد الأبحاث الإعلامية دخول الجامعات ميدان المنافسة في مجال التأسيس الأكاديمي الدراسات الإعلامية وأبحاثها، وذلك لتلبية احتياجات تلك المؤسسات الإعلامية للكوادر المؤهلة، ولم يقتصر تطور البحث العلمي على مسألة التأسيس وإنما دخل حيز المنافسة الإعلانية بين الوسائل، كما حدث في عام (١٩٨٨م) عندما خصصت رابطة الصحف الأميركية حملة إعلانية مقدارها (١٩) مليون دولار لزيادة قراءة

اهتمامات الشباب ودوافعهم نحو المقال والتقرير غالباً ما يكون قارئ المقال والتقرير أكثر تعليماً وثقافة من قراء الفنون الصحفية الأخرى إذ يهتم كل منهما بمخاطبة عقل القارئ أكثر من غرائزه، وفي العادة فإن المراهقين من الشباب الصغير لا يميلون إلى قراءة المقال أو التقرير، وتتمثل دوافع قراءة المقال في التعرف على آراء كبار الكتاب في المسائل المهمة والتي تساعد الفرد على تدعيم آراؤه واتجاهاته نحو القضايا والمشاكل المختلفة، كما تتمثل دوافع قراءة التقرير في اكتساب المعلومات التي تميز الفرد عن الآخرين وتعطيه تقديراً ذاتياً، وتجعله يكتسب إعجاب الآخرين واحترامهم ويكون قادراً على النصح والإرشاد.

ويؤثر متغير التعليم على قراءة المقال والتقرير أكثر من الفنون الصحفية الأخرى، وفي العادة يميل الرجال والبالغون لقراءة المقال والتقرير أكثر من غيرهم لأن التقرير غالباً ما يهتم بالشئون السياسية والرجال يفضلون الشئون السياسية عن الإناث، كما تؤثر الاهتمامات السياسية على قراءة المقال والتقرير، حيث يميل ذوو المشاركة السياسية إلى قراءة المقالات والتقارير أكثر من غيرهم. (رشتي، ١٩٩٩ : ٧٥)

اهتمامات ودوافع الشباب نحو الحديث الصحفي

يفضل الشباب الأحاديث الصحفية لأنها تشبع لديهم حب الاستطلاع على حياة الغير، ومعرفة الحياة الشخصية للمشاهير، كما أنها تساعد القارئ على معرفة الأخبار من مصدرها الحقيقي، كما تشبع

قراء الصحف وبالتالي التشجيع على القراءة والثقافة العامة، وأبرز هذه النماذج الارتباط الحاصل بين صحيفة يو أس تودي USA Today الأمريكية وعدد من الجامعات الأمريكية لزيادة عدد القراء لها، بدأت الفكرة من القطاع الأكاديمي وبالتحديد من غراهام سبانير Spanier رئيس جامعة بنسلفانيا الحكومية عندما أرادت الجامعة إعطاء طلابها رؤية أوسع للعالم والإقليم والدولة وزيادة ارتباط الطلاب بحياتهم العام فأطلقت البرنامج عام ١٩٩٧م، وليس الأمر قائم الآن على صحيفة بعينها بل على عدد كبير من الصحف الأمريكية. (السلمي، ٢٠٠٧ : ٧٣)

الدراسات السابقة

قام الباحث بالاطلاع على ما توفر من دراسات واستطلاعات سابقة عن موضوع الدراسة رغبة في الاستفادة من هذه الجهود بأكثر قدر ممكن، حيث ساهمت الدراسات السابقة التي تم الإطلاع عليها في تحديد الإطار المنهجي لهذه الدراسة. وفيما يلي استعراض لأهم تلك الدراسات.

أولاً: الدراسات العربية

قام (الجردي، وإبراهيم، ١٩٩٦م) بدراسة حول موقف الشباب من قراءة الصحف اليومية في دولة الكويت، وسعت الدراسة للإجابة على العديد من التساؤلات التي تدور حول حجم تعرض الشباب من طلاب المرحلتين الجامعية والثانوية للصحف الكويتية، ومعدل الوقت الذي يقضونه في الاطلاع عليها، ومعرفة دوافع الشباب للإقبال على قراءة الصحف أو

الصحف ولتشجيع القراءة. وبناء على هذه الخلفية التاريخية قسم ويمير Wimmer ودومينيك Dominik أنواع الأبحاث الخاصة بالإعلام المطبوع إلى خمسة أنواع هي:

(أ) أبحاث القرائية والقراء Readership.

(ب) التوزيع Circulation.

(ج) الإدارة Management.

(د) الإخراج والتصميم والتنفيذ Design & Layout.

(هـ) المقروئية Readability.

ولذا نجد أن أبحاث القراء قد احتلت المرتبة الأولى في التصنيف. بل إن هذا التصنيف يقود إلى تصنيفات أخرى لقراء المطبوعات مثل تصنيف روتولو Ruotolo (١٩٨٨م) والذي صنف فيه القراء إلى قراء الوسيلة، وقراء صياغة الرأي، وقراء الترفيه، وقراء الزهو الذاتي، والقارئ العابر، وارتبطت تلك الأبحاث أيضاً بمعايير القياس الخاصة بالأوجه النفسية وطريقة المعيشة للقراء. (عبد الحميد، ٢٠٠٤ : ٤٢).

وهناك وجه آخر من أبحاث القراء تتعلق باختيار المواضيع للقراءة بحيث يتم تحديد مقاييس جديدة لمعرفة قراءة العناوين أو الصورة أو الموضوعات، وهناك وجه آخر لأبحاث القراء يتعلق بمعرفة؛ القراء من غيرهم من بين السكان، أو العينات أو الأحياء.

كما أن نظرية الاستخدام والإشباع المعروفة في الإعلام Uses and Gratification والدراسات القائمة عليها من أهم الأسس النظرية لأبحاث القراء.

ولو نظرنا للواقع الحالي لوجدنا الارتباط الفعلي بين المؤسسة الصحافية والمؤسسة الأكاديمية قوي لزيادة

قراءة الصحف اليومية في الكويت، وما هي صحف القراءة المفضلة، وما أسلوب قراءتها.

وقد اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح الميداني بالعينة العشوائية، وقد بلغ إجمالي الأشخاص الذين تمت مقابلتهم ١٩٣ مبحوثاً، تم استبعاد ٢٣ حالة منهم لتناقض المعلومات وبهذا بلغ إجمالي لأفراد العينة ١٧٠ مبحوثاً بينهم ٩٩ ذكراً يمثلون ٥٨.٢٪ و ٧١ أنثى يمثلن ٤١.٨٪.

وباستعراض نتائج الدراسة لموقف القراء من ظاهرة احتجاب الصحف اليومية في الكويت تبين أن معظم المبحوثين يرفضونها حيث ذكر ١٠٦ من المبحوثين يمثلون ٦٧.٩٪ من القراء أنهم لا يوافقون على توقف الصحف الكويتية، ومنهم ٧٠ قارئاً نسبتهم ٤٤.٨٪ لا يوافقون على ذلك، و ٣٦ قارئاً يمثلون ٢٣.٧٪ من القراء لا يوافقون بشدة على ذلك.

ومن جهة أخرى أشار ١٣٩ مبحوثاً يمثلون ٨٩.١٪ من العينة أنهم يفتقدون الصحف المحتجبة في الإجازات والمناسبات، وأشاروا إلى المواد والموضوعات التي يفتقدونها وتعد حقاً من حقوقهم التي يجب احترامها ومنها الأخبار المحلية والقضايا ذات الطابع الوطني بنسبة ٤٨٪ والأخبار العالمية بنسبة ٤١.٣٪.

دراسة (الغامدي، عام ٢٠٠١م) عن مدى اهتمام المجتمع بالصحافة الشبابية، توصل الباحث إلى أن هناك عدد متزايد من المجالات الموجهة للشباب وأصبح عددها أكثر من عشرة منها نسائية اجتماعية تعالج قضايا المرأة بأسلوب تقليدي لصورة المرأة وقضايا الأسرة والبيت، كونها متخصصة، وقد توصل الباحث إلى أن هذه

الامتناع عن ذلك، والتعرف على عادات وأنماط الشباب في المرحلتين الجامعية والثانوية للصحف الكويتية، وما أكثر الصحف التي يقبل عليها شباب المرحلتين الثانوية والجامعية، وكذلك التعرف على أكثر أشكال الفنون الصحفية قراءة.

واستخدم الباحث منهج المسح الميداني بالعينة لعدد من الشباب في جامعة الكويت والمدارس الثانوية وحجمها ٥٠٠ شاب تتراوح أعمارهم ما بين ١٥-٢٤ سنة، وكان منهم مائتين وخمسون طالب وطالبة من الجامعة، ومائتين وخمسون مفردة من طلاب وطالبات المدارس الثانوية بالكويت، واستخدم الباحث استمارة استقصاء تتكون من ١٤ سؤالاً لتحقيق الهدف منها.

وكانت أهم نتائج الدراسة أن ٦٥.٥٪ من أفراد عينة الجامعة يقرءون الصحف اليومية الكويتية بانتظام و ٢٩٪ يقرءونها من حين لآخر وذكر ٦٢٪ منهم أنهم يحصلون على الصحف عن طريق الاشتراك و ٣٨٪ بالشراء و ٣.٥٪ يقرءونها في الديوانيات، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن الذين يقرءون الصحف بانتظام بلغ ٤٨ طالب وطالبة فقط تبلغ نسبتهم حوالي ١٠٪ من إجمالي أفراد العينة من طلاب المرحلة الثانوية حيث كان عدد الذكور منهم ٢٥ طالب والإناث ٢٣ طالبة. (معوض، ٢٠٠٢ : ٦٣)

وأجرى (عبد الجليل، معوض، ٢٠٠٢م) دراسة حول موقف القراء من احتجاب الصحف اليومية، وهدفت هذه الدراسة إلى التعرف على موقف القراء في دولة الكويت من ظاهرة احتجاب الصحف اليومية خلال الأعياد والمناسبات، وكذلك التعرف على معدل

الصحافة واطر استخدامها من قبل الشباب السعودي، ومدى علاقة الشباب السعودي بقراءة الصحف والمجلات المحلية، والوافدة ودوافعه للقراءة، ومدى مصداقية الصحف المحلية.

وقد أجريت الدراسة على عينة قوامها ٢٠٠٠ شاب وشابة سعودية من مناطق المملكة المختلفة ممن تتراوح أعمارهم بين ١٨-٢٤ سنة، وكان من أهم نتائج الدراسة:

- أن الشباب السعودي كثير الاستخدام للصحافة المطبوعة المحلية منها والوافدة.
- أن موضوعات الرياضة وتقاريرها ليست أهم دوافع القراءة للشباب السعودي.
- أن الصحف العربية غير السعودية تلقي إقبالاً من الشباب السعودي.

- عدم ثقة الشباب السعودي في مصداقية صحفه المحلية، مما يضعف الإقبال عليها ويتيح الفرصة لاعتماده على مصادر إعلامية خارجية أكثر.

أيضاً دراسة: بعنوان (الدوافع الاجتماعية للتعرض للصحف السعودية مع تصور مقترح للمضامين الاجتماعية) كريم (٢٠٠٧م)، دراسة ميدانية على عينة من أفراد المجتمع السعودي، استخدم الباحث لتطبيقها المنهجين الوصفي والتاريخي، وكانت عينة هذه الدراسة ١٢٠٠ فرد من المواطنين السعوديين من بلغوا أو تجاوزوا الخامسة عشرة سنة، ومن نتائجها ما يلي:

- ١- أن القراء السعوديين أبدوا اهتماماً مناسباً بالتعرض للصحف السعودية، حيث أظهرت النتائج

المجلات لا تعالج القضايا السياسية وتتناول القضايا السطحية التي لا تهم الشباب وتبحث عن المشكلات الاجتماعية وتعرضها بدون إبداء رأي المتخصصين في طريقة حلها.

وفي دراسة حول قراءة الشباب الجامعي للصحف اليومية، أجراها (عبد الله، عام ٢٠٠٢م)، تشير النتائج للعينة التي أجريت عليها الدراسة بان هناك ٢٣٪ من الشباب يقرؤون الصحف اليومية المحلية فقط بينما باقي أفراد العينة من الشباب يتوجه اهتمامهم ما بين القنوات الفضائية، وقراءة على الشبكات والمواقع الالكترونية، وتعتبر هذه النسبة منخفضة وأقل من المعدل، أما عدد الصحف في المملكة فهي ٨ صحف فقط تغطي مختلف أرجاء المملكة وهذا العدد من الصحف منخفض جداً بالمقارنة بالعدد الذي وضعته اليونسكو وهو ١٠٠ نسخة لكل ١٠٠٠ شخص.

وهناك دراسة أخرى قامت بها لجنة الوسائل الإعلامية السعودية المشتركة وبالمشاركة مع آ. سي. نيلسون وبمراجعة ايرنست يونج عام (٢٠٠١م) وبحجم عينة بلغت (٣٦٧٥). وهذه هي الدراسة الأولى للإعلام المطبوع والإعلام المرئي وبقية الوسائل الإعلانية. وأظهرت هذه الدراسة بروز مطبوعات الشركة السعودية للأبحاث والنشر على مستوى السوق السعودية بينما برزت الصحف السعودية في مناطق صدورها وبشكل جيد.

قام (الحارثي، العاصي، ٢٠٠٢م) بدراسة بعنوان: اطر استفادة الشباب السعودي من الجرائد والمجلات، وهو بحث ميداني، يهدف إلى معرفة حقيقة انتشار

تساعد على قراءة الصحف. وبذلك يكون الهدف هو إغراء القارئ على إعطاء الصحيفة وقتاً كافياً من ساعات يومه ويقرأ أكثر من باب أو زاوية الصحيفة. وبذلك خطط المعهد إلى استحداث جانب قياسي سماه "سجل الفرص" Opportunity Scores وبعد ذلك التعرف على نقاط هذا السجل مع محاولة الكشف عن الفرص المواتية فيها لتشجيع قراءة الصحف.

وجد المعهد أن سجل الفرص هذا ثابت على معظم الصحف بغض النظر عن حجمها التوزيعي أو ظروف سوقها وميزات الترتيب التنازلي في سجل الفرص. وسجل الفرص هذا لا يحمل معاني وإنما ثلاث جوانب أساسية تتعلق بالمنتج نفسه وهو؛ الصحيفة Brand، وثانياً بالخدمة التي يقدمها المنتج Service كنوع الورق والحبر وسعر التوصيل إلى المنزل، وثالثاً بالمحتوى Content كالصحة والسياسة والاقتصاد.

كما تشير الأرقام المتدنية لقراءة الصحف أن الوقت المخصص لا يعكس فقط مخاوف الشركات أو المؤسسات القائمة عليها فقط لأغراض تجارية وإنما مؤسسات المجتمع المدني أيضاً. فعلي سبيل المثال عندما بدأت مؤشرات القراءة في النزول في دول اعتادت على الأرقام التوزيعية العالية والتي تصل بملايين النسخ نجد أن هذه الدول بدأت تدفع المؤسسات الإعلامية إلى القيام بواجبها التوعوي أو القيام بحملات إعلامية تدعم عملية القراءة و إعطاء قيمة Value لما تقدم الصحف من أخبار ومعلومات وخدمات للقراءة والمجتمع. كما أن نمط الحياة التي يعيشها القراء Life Style يؤثر على سلوك القراء أو سلوك المجتمع. ففي

أن حوالي نصف المبحوثين (٤٥,٧٪) تعرضوا لهذه الصحف خمسة أيام فأكثر خلال الأسبوع، في حين لم تزد نسبة الذين لم يتعرضوا للصحف السعودية مطلقاً عن (٣,١٪) فقط.

٢- أن الدوافع الاجتماعية الرئيسة التي دفعت القراء للإقبال على التعرض للصحف (الإخبار والشرح، والتنشئة الاجتماعية، والترويج الاجتماعي) ليست قوية لدى القراء السعوديين، إذ لم يزد المتوسط الحسابي لمدى قوة هذه الدوافع لدى المبحوثين الذين تمت دراستهم عن (٢,٩٢) بانحراف معياري قدره (٠,٧٤) من المدى الكامل لقوة الدافع البالغ خمس درجات.

ثانياً: الدراسات الأجنبية

في دراستين قام بهما معهد دراسات القراء التابع لمركز دراسات الإدارة الإعلامية في جامعة نورث ويسترن الأمريكية، تكشف الدراسة الأولى؛ عن محاولة للتعامل مع المنهجية ووسيلة جمع البيانات من القراء. وفي هذه الدراسة محاولة للضبط المنهجي لجمع البيانات من خلال عينة ممثلة متعددة المراحل ممثلة للصحف الأمريكية وسكان الولايات. وكذلك تطبيق جمع البيانات من هذه العينة عن طريق الاستبيان الذاتي وعن طريق الاستبيان الهاتفي للمتابعة.

أما الدراسة الثانية فكانت عن الفرص العالية في استقطاب القراء ومبنية على الدراسة السابقة. فالدراسة الأولى كانت قد طبقت على (٣٧٠٠٠) قارئ في الولايات المتحدة ولذا قرر المعهد تطوير دراسة مبنية عليها لتحديد الأولويات على جدول القراء التي

الإعلامية أظهرت بأن الجمهور يقرأ الصحف اليومية في كل أسبوع. وكذلك دراسة معهد السياسة العامة الكندي عندما حاول أن يجيب على سؤال مفاده هل المجتمع الكندي مجتمع ضعيف في قراءة الصحف؟ ففي افتراض القائم على هذه الدراسة بأنه "كلما زادت قراءة الصحف كلما زادت مشاركة القراء في الحياة العامة وسياستها". بل إن قراءة الصحف تزيد من فاعلية مؤسسات المجتمع المدني.

وتشير دراسة بالي أن الفقر المعرفي هو نتاج الاستهلاك الزائد للتلفزيون الترفيهي أكثر من التعرض للصحافة المكتوبة. ولذلك فإن الدراسة المميزة التي قام بها معهد دراسات الإدارة الإعلامية بجامعة نورث ويسترن الأمريكية (٢٠٠١م) تعتبر من أبرز الدراسات لعوامل ومؤشرات التأثير على قراءة الصحف. وكان من أهمها المحتوى وجودة الخدمة واسم المطبوعة ونشرها. وجميع هذه المؤشرات تأتي من قوة المطبوعة في سوقها المحلي ولدى قراءها الأساسيين. وسعت هذه الدراسة إلى تطوير وسيلة جمع البيانات بحيث أدخلت مفاهيم الاستهلاك الصحفي للمطبوعة بدلاً من الاعتماد على النسخ المباعة فقط.

أشار نايجل فوستر (١٩٩١م) في مرشده إلى الصحافة وبتوجيه خاص للصحفيين الجدد إلى أن القراءُ الناس الذين يجب أن تتعلم كيف تخدعهم أكثر من غيرهم.... ولكن تذكر دائماً أنك تحتاج القراء أكثر بكثير مما يحتاجونك. كما أن هناك بعض الصحف يجب أن تعرف عنها النيويورك تايمز فتخبر أنها جريدة أمريكا القومية.

عصر "المدخنة الصناعية" Smokestack Industry نجد التبيرير في عدم قراءة العمال للصحف أما في "عصر صناعة المعلومات" و"الفضاء المعلوماتي" نجد أن الوقت قد أصبح في صالح الإنسان حيث لم يعد يعيش مرحلة الحرمان الزمني، بمعنى عدم كفاية الوقت المخصص لأنشطته اليومية. ولذا بدأت دراسات تبحث عن تأثير قراءة "جيل الشباب" على توزيع الصحف وبالتالي الحرص على قراءتها.

ومن بين هذه الدراسات دراسة فيرجينا ودوج من رابطة محرري الصحف الأمريكية ونائب رئيس قسم الأبحاث في مؤسسة نايت رايدر (١٩٩٧م). أوضحت دراسة قراءة الصحف هذه أن هناك تسعة من كل عشرة أشخاص يقرؤون الصحف ولكن على الصحف اجتذابهم.

وعلى الرغم من أن الصحافة هي أول من تحدث عن الانفجار السكاني وجيل الشباب إلا أنها لم تعمل على اجتذابهم. بل إن هذه الفئة الشبابية أكدت أنها تقرأ الصحف لذات الأسباب التي يقرأها الجيل الذي سبقهم. وهو الرغبة في معرفة ما يدور في محيطه محلياً وإقليمياً وعالمياً. ولكن مع التأكيد على رغبتهم على الاطلاع على ما يهمهم وينعكس على حياتهم. والملفت للانتباه في هذه الدراسة أن الجيل الجديد (٥٣٪) يقرؤون الصحف بالتساوي من أجل الأخبار ومن أجل الإعلانات. وهذه النتائج تؤكد دراسات أخرى بأن معدل القراءة يتراوح بالصعود والنزول لأكثر من سبب ولكن ليس لاختلاف الأجيال أو المنافسة الإعلامية فقط. فمثلاً في دراسة نيلسون للأبحاث

وتعتمد معظم المؤسسات الصحافية على دراسات بارك Pan Arab Research Center في دبي كجزء من غالوب الدولية لقياس الرأي العام ومع Target group Index وتقوم بإعداد دراسات وصفية مسحية لعدد من الشركات والأسماء التجارية والخدمات تعرف بـ Bus Services وتقدم خدمات فرعية Bus إضافية للشركات أو للأسماء التجارية لتحديد أسئلة خاصة بها أو إبراز صور وشعارات في البحث. وتعتمد في الغالب على المقابلات المباشرة ويمكن تفعيلها بالمقابلات الهاتفية Tele Bus ومعظم الدراسات قائمة في خمس دول خليجية ومصر ولبنان. وكانت معظم الدراسات تلاقي بعض التحفظات في الأوساط المهنية والأكاديمية نظراً للمنهجية المستخدمة واعتمادها على الدعم والتمويل الإعلاني المباشر. (عبد الحميد، ٢٠٠٤ : ٦٤) كما قام الطالب الباحث كلايد بنتلي (Bently, C. H.) من جامعة ميشيجان - الولايات المتحدة في عام ٢٠٠٠م، بدراسة بعنوان: طقوس وعادات قراءة الصحف؛ وتأثيراته على قراءة الصحف. وقد اتبع الباحث أسلوب الاستطلاع الميداني لاستخلاص النتائج. حيث قام بمسح لرأي القراء في مناسبتين منفصلتين في كل من عام ١٩٩٨م وعام ١٩٩٩م، وذلك في مدينة أوريجان الأمريكية. حيث طرح على المستفتين في المسح الأول أسئلة تدور حول كثافة وحيثيات قراءة الصحف لدى هؤلاء القراء، ولتي جعلت عادة "القراءة اليومية" تتكون لديهم.

أما في الثانية فطرح الباحث على القراء أسئلة تبحث في ميول القراء إلى أقسام معينة من الصحف دون

التايمز تود أن تكون أفضل جريده في العالم ولكنها قررت بدلا من ذلك أن تباع نسخا أكثر. الغارديان صوت ضمير بريطانيا الليبرالي وتستطيع خسارة القراء بسرعة.

اوبزيرفاتور رومانو صوت الفاتيكان وصحيفة راهبات الدير الايرلندي الفايينشال تايمز صحيفة المراجعات الممتازة للأفلام وليست رديئة في شؤون الأعمال ولون ورقها اختير لكي يتماشى مع وجوه المصرفيين.

وول ستريت جورنال تطمح أن تكون الصحيفة المالية الأولى عالميا، لذا قد يساعدها لون سابقته ومراجعاتها المميزة للأفلام. فانكفورتر الغيماني أكثر صحيفة عالميا مثيرة للضجر.

برافدا تعني الحقيقة وازفيستا تعني الأخبار وليس في أي منهما الكثير مما يعنيه الاسم. ذي اوستريليان الصحيفة التي توزع مجانا على السيا اليابانيين.

ولم تغب مثل هذه التصنيفات عن الصحافة العربية بل اقترنت التصنيفات لبعض الصحف بالتبعية للدولة أو في الجانب الاخر مع المعارضة. (لطفي، ٢٠٠٤ م : ٨٤)

كما أن عالمنا العربي يعتبر في مجال دراسات القراء فقير جداً. فقد أشار إلى ذلك عبد الحميد (١٩٩٧) إلى دراستين وصفيتين للبحوث المقدمة في الصحافة في جامعة القاهرة منذ السبعينيات الميلادية وحتى تاريخ دراسته إلى عدم وجود أي دراسات تهتم بالجمهور.

(للباحثين بين ودوييز ونوماي ويغيد)، (G.A.payne, Dozier, A. Nomai, and A. Yagade) وهي منشورة في مجلة الدراسات الإعلامية الإفريقية (African Journalism studies)، العدد ٢٤، ٢٠٠٣م قارنت بين وسيلتين إعلاميتين، الصحافة والإنترنت، من زاوية قدرتهما على إشباع رغبات طلبة جامعيين. وكانت على عينة من الطلبة الجامعيين تتألف من ١٢٨ طالباً، في إحدى الجامعات على بالولايات المتحدة الأمريكية. وقام الباحثون بمقارنة قدرة كل من الصحافة والإنترنت، على إشباع رغبات معينة لدى هؤلاء الطلبة مثل: الرغبة في التفاعل مع الآخرين، الرغبة في مراقبة (الأحداث الراهنة)، والرغبة في الانصراف (عن المحيط) والانغماس في محيط آخر.

ومن نتائجها ما يلي:

- ١- بالنسبة لإشباع رغبة مراقبة (الأحداث الراهنة) فقد حققت الصحافة فيها تفوقاً مميّزاً (إحصائياً) على الإنترنت.
- ٢- بالنسبة لإشباع رغبة الانصراف (عن المحيط) والانغماس في محيط آخر، فقد حققت "الإنترنت" تفوقاً مميّزاً (إحصائياً) على الصحافة.
- ٣- بالنسبة لإشباع رغبة التفاعل مع الآخرين فقد حققت "الإنترنت" بعض التفوق على الصحافة، ولكنه لم يكن تفوقاً مميّزاً (إحصائياً).

وأيضاً دراسة بعنوان: طبيعة الإشباع من خلال المجلات المطبوعة وكذلك من خلال "الإنترنت"، بين مجموعة من المشتركين في المجلات المتخصصة (Gratification Niches of Monthly Print Magazines and the World Wide Web Among a group of Special-

غيرها، وكذلك العوامل العاطفية التي تلعب دورها في هذا الاختيار.

ومن نتائجها ما يلي:

- ١- أن "العادة المحضة" هي عامل يؤثر فعلاً على عدد قراء صحيفة معينة، وهو عامل مستقل تماماً عن العوامل الديموجرافيا المعتادة التي تلعب دورها أيضاً في تحديد عدد القراء الذين يقرءون صحيفة معينة.
- ٢- أن "العادة المحضة" تلعب دوراً صغيراً نسبياً مقارنة بغيرها من العوامل، في إقناع القارئ بأن صحيفة معينة مهمة للغاية أو في عدد مرات قراءته لتلك الصحيفة. إلا أن هذا الدور رغم صغره فإنه مميّز إحصائياً، ومحدد للغاية، وكذلك شرس التأثير.
- ٣- القراء من ذوي المستويات "المرتفعة" من العادة المحضة، كانوا أقل اهتماماً بالفائدة الفعلية المستقاة من قراءة الصحف، مقارنة بأصحاب العادة "المنخفضة". وكانوا أكثر عرضة لأن يراودهم القلق ويحسون "بعدم الراحة" إذا تأخر الموزع عن إيصال الصحيفة اليومية إليهم، مقارنة بأصحابهم من ذوي المستويات "المنخفضة" من العادة المحضة.

٤- بالنسبة للأقسام المختلفة من الصحف، فإنه بالنسبة للقراء ذوي المستويات العالية من العادة، فإن أكثر ما يجذبهم من الصحف هو مواد الترفيه، مثل الكاريكاتير والكلمات المتقاطعة. أما مواضيع مثل الإعلانات المبوبة، فلم تكن ذات أهمية عندهم.

وأيضاً دراسة بعنوان: الإنترنت والصحف: مقارنة في الاستخدامات والإشباع Newspapers and (the Internet: uses and gratifications perspective)،

سنوات ٣٨٪، أما الذين يستعملونها لمدة تزيد عن ست سنوات، فلم تزد نسبتهم عن ١٦٪. مقارنة بهذه الأرقام، ذكروا أنهم مشتركون في حوالي ثلاث مجلات شهرية، أو أسبوعية بالمتوسط، وكلك اشترى ما بين مجلة واحدة أو مجلتين بالمتوسط (١.٣٦) خلال الشهر الذي تم في استبيانهم.

٤- ذكر ١٦٪ منهم أن استعمالهم للمجلات قلّ منذ استعمالهم الانترنت، بينما ذكر ١٣٪ منهم أن استعمالهم للمجلات زاد. أما معظمهم (حوالي ٧٠٪) فقالوا إنه لم يطرأ أي تغيير.

٥- بالنسبة لعدد ساعات تصفح الانترنت في الأسبوع، فهذه لم يطرأ عليها أي تغيير (حوالي ٣٠٥ ساعات في الأسبوع) بالمعدل، سواء بين صفوف الذين زاد استعمالهم للمجلات أو الذين قل استعمالهم للمجلات.

نتائج الدراسة

إجراءات البحث

سوف يتم توضيح إجراءات البحث، وهي تشمل: منهج البحث، ومجتمعه، وعينته، وأداته، والأساليب الإحصائية المستخدمة للإجابة عن أسئلة البحث وتحقيق أهدافه.

أولاً: منهج البحث

للإجابة على أسئلة البحث، وتحقيق أهدافه استخدم الباحث منهج البحث الوصفي التحليلي نظراً لأهميته في معرفة دوافع إهتمام الشباب السعودي بقراءة الصحف اليومية، مما يمكن الباحث من تقديم الوصف الشامل، والتشخيص الدقيق لذلك الواقع.

(Interest Magazine Subscribers) للباحث كوينت راندل (Quint Randle) من جامعة بريغام يانغ، منشورة في مجلة الاتصالات (Journal of Computer-Mediated Communication) وهي مجلة علمية، وذلك في عددها الصادر في شهر يوليو ٢٠٠٦م، قارنت بين توجهات إشباع رغبة تصفح "الإنترنت"، عند مجموعات من الناس يكثر فيها الاشتراك في المجلات الأسبوعية أو الشهرية. استخدم الباحث أداة الاستبانة لجمع المعلومات حيث وزع استبانة على ٣٧١ مشتركاً من المشتركين في مجلات متخصصة. الاستبانة طرحت ثلاثة أنواع من الأسئلة، أولاً: أسئلة تقارن بين مستوى استخدام "الانترنت" والمجلات ومنافذ إعلامية أخرى، وثانياً: أسئلة تهدف إلى تقييم عدد من المجلات والمواقع بعينها، من خلال تصنيف هذه المجلات والمواقع حسب (الإشباع المتحقق)، وثالثاً: أسئلة ديموجرافيا (كيف تتوزع ساعات تصفح "الانترنت" بين المشتركين).

ومن نتائجها ما يلي:

١- الشبكة العنكبوتية تقدم مدى أوسع من الاختيارات، مقارنة بالمجلات التي هم مشتركون فيها.

٢- يرتفع استعمال الشبكة العنكبوتية بين المستخدمين المائلين إلى المعرفة (عن طريق تنشيط المنطق والتفكير) إلى تنفيذ المهمات الخاصة. أما المجلات فيميل إليها من يريدون إشباع رغبات ذاتية، أو لهم رغبة في التنفيس عن عواطفهم وذواتهم.

٣- نسبة الذين استعملوا "الانترنت" لمدة تتراوح ما بين سنة إلى ثلاث سنوات بلغت ٤١٪، بينما بلغت نسبة الذين يستعملونها مدة تتراوح ما بين ٤ إلى ٦

رابعاً: أداة البحث

استخدم الباحث أداة الاستبانة للحصول على المعلومات الميدانية، وذلك لأنها الأداة الأنسب لهذه الدراسة، حيث بدأ بتصميمها بعد أن قام باستقراء ومسح الدراسات السابقة، والتي تناولت موضوع هذه الدراسة، حيث قاده هذا الاستقراء إلى تحديد موضوع دراسته، وصياغة مشكلة بحثه، ومن ثم صياغة أهداف الدراسة، وفروضها، وعلى ضوء الأهداف والفروض، قام الباحث بإعداد وتصميم الاستبانة، التي حرص أن تشمل على جميع الأسئلة التي تجيب على أهداف البحث وفروضه، ومرت عملية إعداد هذه الاستبانة بمراحل متعددة بدأت بمرحلة تحويل أهداف البحث وفروضه إلى تساؤلات رئيسية ومن ثم تحويل هذه التساؤلات الرئيسية إلى أسئلة فرعية تمثل في مجموعها الأسئلة التي تشمل السمات العامة لأفراد العينة. ثم قام الباحث بفصل أسئلة كل محور على حده، وبعد أن انتهى الباحث من صياغة هذه الأسئلة بشكلها الأولي قام بترتيبها وترميزها ثم قام بعرضها على عدد من المختصين الأكاديميين والإحصائيين وذلك للتأكد من الصدق والثبات، وقد استفاد الباحث من جميع ملاحظات هؤلاء المختصين.

بعد الانتهاء من المرحلة السابقة جاءت مرحلة اختبار مدى وضوح جميع الأسئلة في الاستبانة وسهولة فهمها من قبل أفراد عينة الدراسة وتحديد جوانب الغموض وتعديلها.

خامساً: قياس صدق الاستبانة

بعد مراجعة الاستبانة لغوياً ولفظياً، تم التحقيق من صدقها بطريقتين، هما:

[العساف، ١٤١٣هـ: ١٩٣]، [عودة، ومكاوي ١٤١٣هـ: ١١٤].

والباحث يتبع هذا المنهج باعتباره المنهج العلمي الذي يتلاءم مع طبيعة البحث، باستخدام المسح لجمع البيانات، مع تحليل المعلومات للتوصل إلى استنتاجات تُبنى عليها، وهذا المنهج يحقق ذلك بجمعه بين وصف الواقع وفهمه وتطويره (عبيدات، ١٩٩٦م: ٢٢٤). وقد لقي هذا المنهج انتشاراً واسعاً في البحوث التي تهدف إلى التعرف على الجمهور، حيث يمكن توظيفه في جمع معلومات قيمة، واستطلاع الباحثون- عبر أدوات ومقاييس جيدة. كما يعتبر المنهج الوصفي التحليلي نموذجاً معيارياً لخطوات جمع البيانات في المفردات البشرية، وهو أحد الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن حالة الأفراد وسلوكهم وإدراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم. (عبد الحميد، ٢٠٠٠م، ص ١٥٨).

ثانياً: مجتمع الدراسة

يشمل مجتمع الدراسة جميع الشباب السعودي من الذكور في الفئة العمرية من ١٦-٢٤ سنة من الطلاب في المرحلة الثانوية والجامعية

ثالثاً: عينة البحث

استخدم الباحث أسلوب العينة العشوائية ذات المرحلة الواحدة ويعتمد هذا النوع من العينات اختيار عينة عشوائية بسيطة من الوحدات الأولية. وتم إجراء الدراسة على عينة من الطلاب في إحدى المدارس الثانوية قوامها ٢٠٠ طالب ومجموعة أخرى من الطلاب بجامعة الملك سعود قوامها ٢٠٠ طالب أيضاً ليصل المجموع الكلي لأفراد العينة ٤٠٠ طالب.

واتضح من أن نتائج حساب معامل ارتباط كل عبارة مع الدرجة الكلية للمجال الذي تنتمي إليه كانت دالة وعالية إحصائياً عند مستوى الدلالة أقل من (٠,٠١) في أغلب عبارات المحور، وهذا يدل على أن هذا المحور يتمتع بقدر كبير من الاتساق الداخلي.

الجدول رقم (٢). ارتباط كل عبارة بإجمالي العبارات الخاصة بالمحور.

المحور	العبارة	معامل الارتباط
المحور الثاني	لمعرفة ما يحدث في مجتمعي.	❖❖٠,١١٦
	بحكم العادة.	❖❖❖٠,٦٢٩
	لمعرفة ما يحدث في العالم من مستجدات	❖❖❖٠,٢٥٩
	للحصول على حلول للمشكلات التي تواجهني	٠,٠٣٥
	لأجل التّعلم.	❖❖❖٠,٤٣٥
	لدعم ما لدي من قيم شخصية	❖❖❖٠,١٦٥
	لأجل الاقتداء بنماذج سلوكية محدّدة	٠,٠٤
	التعاطف مع شخصيات صحفية محدّدة	❖❖❖٠,١٢٨
	للتعرّف على قيم ذاتية جديدة	٠,٠٣٦
	لأجل التّعرّف على أحوال الآخرين في المجتمع	٠,٠٦١
	لأشعر بالانتماء الاجتماعي	❖❖❖٠,٣٥٣
	للحصول على مواضيع صالحة للحوار	❖❖❖٠,١٧٨
	للعمل على تحقيق نوع من التّواصل على المستوى الاجتماعي	❖❖❖٠,٤٣٧
	للابتعاد عن المشكلات اليومية	❖❖❖٠,٠٦٤
	لهدف الاسترخاء	❖❖❖٠,٠٧٩
لتمضية أوقات الفراغ	❖❖❖٠,١٩٨	
لسهولة الحصول عليها في مقر إقامتي	❖❖❖٠,٣٨٢	
لاحتوائها على مضامين الصحفية المختلفة	❖❖❖٠,٢٤٤	
للبحث عن فرص عمل جديدة	❖❖❖٠,٢٣٦	

١- الصدق الظاهري: أعتد الباحث على الصدق الظاهري، حيث تم عرض الاستبانة على مجموعة من المتخصصين، وذلك للتأكد من صدقها ومناسبتها للغرض الذي صممت من أجله، من حيث الملائمة، والوضوح، والتنظيم، وارتباط كل محور من محاور الاستبانة بالعبارات التي وضعت له، وفي ضوء ما أبداه المحكمون من آراء، ثم تعديل بعض العبارات، وإعادة صياغة عبارات أخرى، مما ساعد على زيادة تمثيل المجال الذي يقيسه، وخرجت الاستبانة بصورتها النهائية.

٢- صدق الاتساق الداخلي: قام الباحث بحساب معامل الارتباط (بيرسون) بين كل عبارة من عبارات الأداة والدرجة الكلية لجميع العبارات، ثم قام بحساب معامل الارتباط (بيرسون) لحساب قيمة الارتباط بين كل عبارة من عبارات الاستبانة مع الدرجة الكلية للعبارات ككل، للتأكد من صدق الاستبانة، وأنها تقيس ما صممت لقياسه.

الجدول رقم (١). ارتباط كل عبارة بإجمالي العبارات الخاصة بالمحور.

المحور	الصفحات المفضلة	معامل الارتباط
الصفحات المفضلة	الصفحات الثقافية	❖❖❖٠,٣٢١
	الصفحات الرياضية	❖❖❖٠,١٤٦
	صفحات الرأي	❖❖❖٠,٥٤٦
	صفحات الأخبار المحليّة	❖❖❖٠,٤٢٢
	صفحات الأخبار الدولية	٠,٠٤٨
	صفحات الطّب	❖❖❖٠,٠٢١
	صفحات الإعلانات التجارية	❖❖❖٠,٣٧٧
	الكاريكاتير	❖❖❖٠,٤١١

واتضح من أن نتائج حساب معامل ارتباط كل عبارة مع الدرجة الكلية للمجال الذي تنتمي إليه كانت دالة وعالية إحصائياً عند مستوى الدلالة أقل من (٠,٠١) في أغلب عبارات المحور، وهذا يدل على أن هذا المحور يتمتع بقدر كبير من الاتساق الداخلي.

الجدول رقم (٤). ارتباط كل إجمالي محور مع إجمالي المحاور ككل.

معامل الارتباط	العبارة	المحور
❖٠,٦٧٩	المفضلة	ب
❖❖٠,٦١١	الدوافع	ب
❖❖٠,٧١٢	الإشباع	ب

واتضح من أن نتائج حساب معامل ارتباط كل محور مع الدرجة الكلية للمحاور كانت دالة وعالية إحصائياً عند مستوى الدلالة أقل من (٠,٠١) في أغلب عبارات المحور، وهذا يدل على أن هذا المحور يتمتع بقدر كبير من الاتساق الداخلي.

سادساً: قياس ثبات الاستبانة

تم حساب ثبات الأداة عن طريق استخدام ألفا كرونباخ لكل مجال، وللمقياس ككل.

الجدول رقم (٥). معامل الثبات للمحاور.

معامل الثبات	المحاور
٠,٨٧	الصفحات المفضلة
٠,٦٤	الدوافع
٠,٦٦	الإشباع
٠,٨٣	الإجمالي

واتضح من أن نتائج حساب معامل ارتباط كل عبارة مع الدرجة الكلية للمجال الذي تنتمي إليه كانت دالة وعالية إحصائياً عند مستوى الدلالة أقل من (٠,٠١) في أغلب عبارات المحور، وهذا يدل على أن هذا المحور يتمتع بقدر كبير من الاتساق الداخلي.

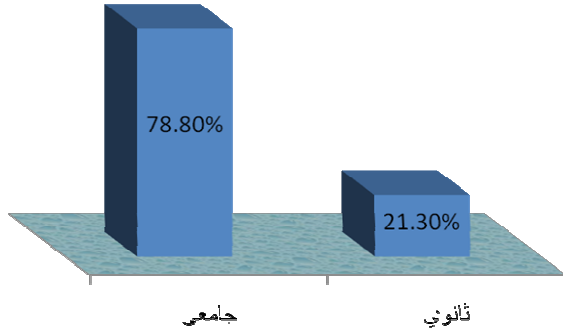
الجدول رقم (٣). ارتباط كل عبارة بإجمالي العبارات الخاصة بالمحور.

معامل الارتباط	العبارة	المحور
❖٠,٥٤٦	تحقق لي الحصول على المعلومات	ب
❖❖٠,٣٨٠	تحقق لي القدرة على مناقشة الآخرين في قضايا الساعة	
❖❖٠,٣٧٦	تحقق لي الشعور بالانتماء للمجتمع	
٠,٠٦٤	تحقق لي التعرف على مشكلات مجتمعي	
❖❖٠,٣٩٩	تحقق لي تنمية ثقافتي	
❖❖٠,٥٥٨	تحقق لي شغل وقت فراغي	
❖❖٠,٢٩٨	تحقق لي متعة التسلية والترفيه	
٠,٠٥٣	تحقق لي معرفة الأخبار	
❖❖٠,٢٧٥	تحقق لي التفاعل مع المجتمع	
❖❖٠,٤١١	تحقق لي تلبية اهتماماتي الشخصية	
❖❖٠,٤٠٩	تحقق لي دعم قيمي الشخصية	
❖❖٠,٢٣١	تحقق في التعاطف مع شخصيات صحفية محددة	
٠,٠٢٣	تحقق لي الاسترخاء	
٠,٠٦٩	تحقق لي نوع من التواصل على مستوى الأصدقاء والمستوى الاجتماعي	

إن الشكل رقم (١) الإحصائي السابق يوضح أن النسبة الكبرى من أفراد العينة كانوا من الذكور بنسبة مئوية مقدارها (٦٥٪)، والباقي كانوا من الإناث (٣٥٪).

الجدول رقم (٧). وصف عينة البحث حسب المؤهل العلمي.

المؤهل العلمي	التكرار	النسبة
ثانوي	٨٥	٢١,٣٪
جامعي	٣١٥	٧٨,٨٪
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠,٠٪



الشكل رقم (٢). وصف عينة البحث حسب المؤهل العلمي.

كما يتضح من بيانات الجدول، والشكل أعلاه أن أغلبية أفراد العينة من الجامعيين بنسبة مئوية مقدارها (٧٩٪)، والباقي حاصلين على الثانوي بنسبة مئوية مقدارها (٢١٪).

الجدول رقم (٨). وصف عينة البحث حسب التخصص.

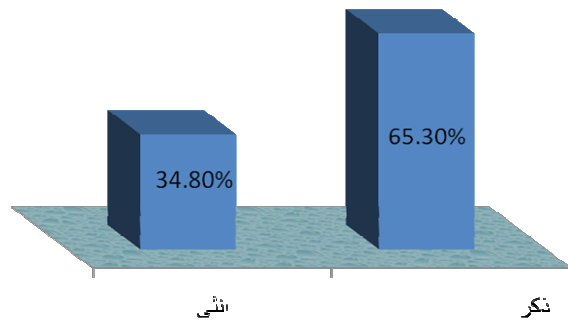
التخصص	التكرار	النسبة
علمي	١٩٥	٤٨,٨٪
أدبي	٢٠٥	٥١,٣٪
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠,٠٪

واتضح أن قيم معامل الثبات عالية، مما يدل على صلاحية الاستبانة للتطبيق، والثقة بنتائجها. حيث كان قيمة معامل الثبات (ألفا كرونباخ) للمقياس ككل فكانت عالية مما يثبت مدى قوة وثبات المقياس، حيث كان معامل الثبات (ألفا كرومباخ) لدور الصفحات المفضلة كانت (٠,٨٧)، في حين كانت الدوافع هي (٠,٦٤)، أما الإشباع فكان معامل الثبات (٠,٦٦)، وأخيراً معامل الثبات لإجمالي العبارات فكانت (٠,٨٣) وهي قريبة من الواحد الصحيح مما يدل على الثبات العالي لتلك العبارات مما يثبت مدى قوتها وثبات تلك العبارات.

وصف العينة المختارة

الجدول رقم (٦). وصف عينة البحث حسب الجنس.

الجنس	التكرار	النسبة
ذكر	٢٦١	٦٥,٣٪
أنثى	١٣٩	٣٤,٨٪
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠,٠٪

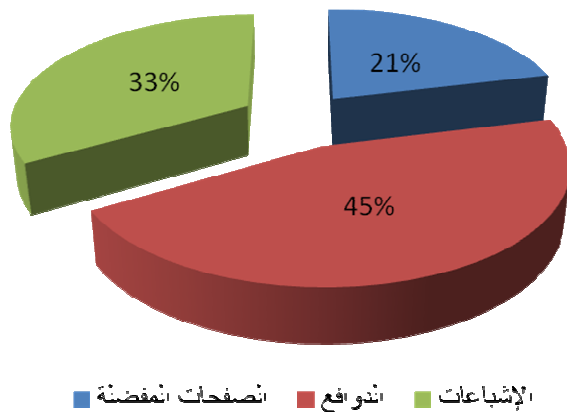


الشكل رقم (١). وصف عينة البحث حسب الجنس.

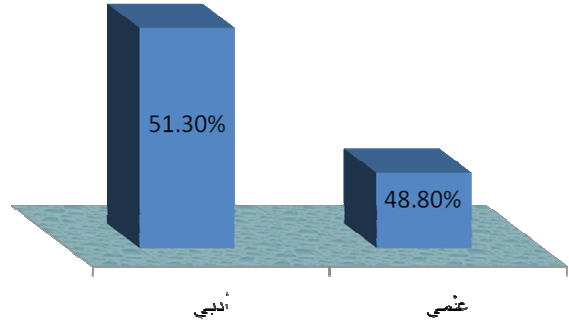
الذين يفضلون قرائتها في فترة الظهيرة فكانت نسبتهم (٣٣٪)، وأخيراً الذين يفضلون قرائتها في الفترة المسائية فكانت نسبتهم (١٢٪).

الجدول رقم (١٠). محاور الاستبانة.

المحاور	عدد الفقرات	النسبة إلى إجمالي الفقرات
الصفحات المفضلة	٩	٢١٪
الدوافع	١٩	٤٥٪
الإشباع	١٤	٣٣٪
الإجمالي	٤٢	١٠٠٪



الشكل رقم (٤). محاور الاستبانة.



الشكل رقم (٣). وصف عينة البحث حسب التخصص.

من جراء البحث الميداني الذي قام به الباحث اتضح أن معظم أفراد عينة البحث كان تخصصهم الأدبي بنسبة مئوية مقدارها (٥١٪)، والباقي (٤٩٪) كان تخصصهم علمي.

الجدول رقم (٩). وصف عينة البحث حسب الفترة الزمنية التي تقرأ فيها الصحف.

النسبة المئوية	التكرارات	الفترة الزمنية
٥٥٪	٢٢١	الفترة الصباحية
٣٣٪	١٣٣	فترة الظهيرة
١٢٪	٤٦	الفترة المسائية
١٠٠٪	٤٠٠	الإجمالي

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية أفراد العينة يفضلون قراءة الصحف اليومية في الفترة الصباحية وذلك بنسبة مئوية مقدارها (٥٥٪)، أما

ويمكن إبراز خصائص العينة على النحو الآتي:

١- التوزيع الطبيعي للعينة حسب متغيرات البحث، مما يعطي الباحث القدرة على الحكم بأن العينة أقرب إلى تمثيل مجتمع البحث.

٢- الجنس: أغلب أفراد العينة كانوا من الذكور بنسبة مئوية مقدارها (٦٥٪).

٣- المؤهل العلمي: أغلبية أفراد العينة من الجامعيين بنسبة مئوية مقدارها (٧٩٪).

٤- طبيعة الوظيفة: أغلبية أفراد العينة كان تخصصهم الأدبي بنسبة مئوية مقدارها (٥١٪).

النتائج والمناقشة

يستعرض الباحث في هذا الفصل نتائج الاستبانة الموزعة على العينات، ويناقشها ويفسرها في ضوء أسئلة البحث وحسب ترتيبها على النحو التالي:

في الصفحة الأولى وضعت بعض البيانات الشخصية، ثم أفضلية إهتمام الشباب السعودي بقراءة الصحف اليومي، وأخيراً دوافع إهتمام الشباب السعودي بقراءة الصحف اليومي.

وللإجابة على فقرات الاستبانة، وضعت خمس خيارات هي: مفضلة جداً، موافق بشدة وتأخذ (٥) درجات، مفضلة، موافق وتأخذ (٤) درجات، مفضلة إلى حد ما، لا أدري وتأخذ (٣) درجات، غير مفضلة، غير موافق وتأخذ (٢) درجات، غير مفضلة إطلاقاً، غير موافق بشدة وتأخذ (١) درجة.

وبناءً على هذا المعيار أعطي كل خيار وزناً متدرجاً حسب متوسطه الحسابي، يتدرج وفق التصنيف التالي: غير مفضلة إطلاقاً، غير موافق بشدة تتراوح بين (١-١,٨)، غير مفضلة، غير موافق تتراوح بين (١,٨-٢,٦)، مفضلة إلى حد ما، لا أدري تتراوح بين (٢,٦-٣,٤)، مفضلة، موافق تتراوح بين (٣,٤-٤,٢)، مفضلة جداً، موافق بشدة تتراوح بين (٤,٢-٥,٠).

المحور الأول: مدى تفضيلك للصفحات

الجدول رقم (١١). التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات والانحراف المعياري لعبارات المحور الأول: مدى تفضيلك للصفحات.

العبارة	مفضلة جدا	مفضلة	مفضلة إلى حد ما	غير مفضلة	غير مفضلة إطلاقاً	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
الصفحات الرياضية	ك	١٧٠	١٧٦	٥٤	-	٤.٢٩	٠.٦٩	مفضلة جدا
	%	٤٢.٥	٤٤.٠	١٣.٥	-			
الكاريكاتير	ك	١٣١	١٦٨	٤٠	٥٤	٣.٩١	١.٠٥	مفضلة
	%	٣٢.٨	٤٢.٠	١٠.٠	١٣.٥			
الصفحات الثقافية	ك	٥٥	٢٢٨	٨٨	١١	٣.٧٤	٠.٨٥	مفضلة
	%	١٣.٨	٥٧.٠	٢٢.٠	٤.٥			
صفحات الأخبار المحليّة	ك	١٧	٧٨	٧٥	١٧٣	٢.٥٦	١.٠٨	غير مفضلة
	%	٤.٣	١٩.٥	١٨.٨	٤٣.٣			
صفحات الرأي	ك	٢٤	٧١	٨٦	١٢٧	٢.٥٢	١.١٩	غير مفضلة
	%	٦.٠	١٧.٨	٢١.٥	٣١.٨			
صفحات الأخبار الدولية	ك	-	٦١	٤٨	٢٩١	٢.٤٢	٠.٧٤	غير مفضلة
	%	-	١٥.٣	١٢.٠	٧٢.٨			
الصفحات الطّبيّة	ك	-	٢٠	٢٩	٢٥٧	١.٩٤	٠.٧١	غير مفضلة
	%	-	٥.٠	٧.٣	٦٤.٣			
صفحات الإعلانات التجاريّة	ك	١٤	٢٨	١٤	١٤٤	١.٧٨	١.٠٤	غير مفضلة إطلاقاً
	%	٣.٥	٧.٠	٣.٥	٣٦.٠			
المتوسط العام						٢.٩١ (مفضلة إلى حد ما)		

من بيانات الجدول رقم (١١) ما يلي: - حصلت (الصفحات الرياضية) على المرتبة الأولى في المحور الأول وبمتوسط حسابي (٤.٢٩). وتوزعت إجابات العينة المبحوثة للصفحات (٣.٩١) وبدرجة موافقة (مفضلة إلى حد ما). وتراوحت المتوسطات الحسابية للعبارات ما بين (٤.٢٩) و (١.٧٨).

كما يلي: ○ (٤٢.٥٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (مفضلة جدا).

- (١٧,٨٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (مفضلة).
- (٢١,٥٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (مفضلة إلى حد ما).
- (٣١,٨٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (غير مفضلة).
- (٢٣,٠٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (غير مفضلة جداً).
- وبلغ المتوسط الحسابي (صفحات الأخبار الدولية) (٢,٤٢).
- وتوزعت إجابات العينة المبحوثة على النحو الآتي :
- (١٥,٣٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (مفضلة).
- (١٢,٠٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (مفضلة إلى حد ما).
- (٧٢,٨٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (غير مفضلة).
- (١٥,٣٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (غير مفضلة جداً).
- وكما بلغ المتوسط الحسابي (الصفحات الطيبة) (٢,٤٢).
- وتوزعت إجابات العينة المبحوثة على النحو الآتي :
- (٥٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (مفضلة).
- (٧,٣٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (مفضلة إلى حد ما).
- (٦٤,٣٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (غير مفضلة).
- (٢٣,٥٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (غير مفضلة جداً).
- وبلغ المتوسط الحسابي (صفحات الإعلانات التجارية) (١,٧٨).
- وتوزعت إجابات العينة المبحوثة على النحو الآتي :
- (٣,٥٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (مفضلة جداً).
- (٧,٠٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (مفضلة).
- (٣,٥٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (مفضلة إلى حد ما).
- (٣٦,٠٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (غير مفضلة).
- (٥٠,٠٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (غير مفضلة جداً).
- (٤٤٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (مفضلة).
- (١٣,٥٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (مفضلة إلى حد ما).
- وحصلت (صفحة الكاريكاتير) على متوسط حسابي مقداره (٣,٩١). وتوزعت إجابات المبحوثين على النحو الآتي :
- (٣٢,٨٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (مفضلة جداً).
- (٤٢٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (مفضلة).
- (١٠٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (مفضلة إلى حد ما).
- (١٣,٥٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (غير مفضلة).
- (١,٨٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (غير مفضلة جداً).
- بلغ المتوسط الحسابي (الصفحات الثقافية) (٣,٧٤).
- وتوزعت إجابات العينة المبحوثة على النحو الآتي :
- (١٣,٨٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (مفضلة جداً).
- (٥٧٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (مفضلة).
- (٢٢٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (مفضلة إلى حد ما).
- (٤,٥٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (غير مفضلة).
- (٢,٨٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (غير مفضلة جداً).
- وبلغ المتوسط الحسابي (صفحات الأخبار المحليّة) (٢,٥٦).
- وتوزعت إجابات العينة المبحوثة على النحو الآتي :
- (٤,٣٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (مفضلة جداً).
- (١٩,٥٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (مفضلة).
- (١٨,٨٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (مفضلة إلى حد ما).
- (٤٣,٣٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (غير مفضلة).
- (١٤,٣,٥٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (غير مفضلة جداً).
- وفيما بلغ المتوسط الحسابي (صفحات الرأي) (٢,٥٢).
- وتوزعت إجابات العينة المبحوثة على النحو الآتي :
- (٦,٠٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (مفضلة جداً).

الجدول رقم (١٢). التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات والانحراف المعياري لعبارات اخور الثاني: دوافع القراءة.

العبارة	موافق بشدة	موافق	لا أدري	غير موافق	غير موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
لمعرفة ما يحدث في مجتمعي.	ك	١٠	٣٠	٢٩٤	٦٦	-	٤,٠٤	موافق بشدة
	%	٢,٥	٧,٥	٧٣,٥	١٦,٥	-		
لمعرفة ما يحدث في العالم من مستجدات	ك	١٧	٥٢	٣١٧	١٤	-	٣,٨٢	موافق
	%	٤,٣	١٣,٠	٧٩,٣	٣,٥	-		
لسهولة الحصول عليها في مقر إقامتي	ك		٢٧٠	١٢٠	١٠	-	٣,٦٥	موافق
	%		٦٧,٥	٣٠,٠	٢,٥	-		
للبحث عن فرص عمل جديدة	ك	٧	٢٥٢	١١٤	٢٧	-	٣,٦٠	موافق
	%	١,٨	٦٣,٠	٢٨,٥	٦,٨	-		
لأجل التعرف على أحوال الآخرين في المجتمع	ك	٨٢	٧٠	٢٣٤	١٤	-	٣,٤٥	موافق
	%	٢٠,٥	١٧,٥	٥٨,٥	٣,٥	-		
لأجل الاقتداء بنماذج سلوكية محدّدة	ك	١١٢	٤٩	١٩٩	٤٠	-	٣,٤٢	موافق
	%	٢٨,٠	١٢,٣	٤٩,٨	١٠,٠	-		
للحصول على مواضيع صالحة للحوار	ك	٢٧	٢١١	٥٨	٩٤	١٠	٣,٣٨	لا أدري
	%	٦,٨	٥٢,٨	١٤,٥	٢٣,٥	٢,٥		
لأشعر بالانتماء الاجتماعي	ك	-	٢٠٩	٦٢	١٢٩	-	٣,٢٠	لا أدري
	%	-	٥٢,٣	١٥,٥	٣٢,٣	-		
للحصول على حلول للمشكلات التي تواجهني	ك	٧	٦٩	١٨٨	١٢٥	١١	٣,١٦	لا أدري
	%	١,٨	١٧,٣	٤٧,٠	٣١,٣	٢,٨		
لهدف الاسترخاء	ك	-	٨٥	٢٢٢	٨٣	١٠	٢,٩٥	لا أدري
	%	-	٢١,٣	٥٥,٥	٢٠,٨	٢,٥		
لأجل التّعلم.	ك	١٨٨	٦٩	١٣٣	١٠	-	٢,٩١	لا أدري
	%	٤٧,٠	١٧,٣	٣٣,٣	٢,٥	-		
التعاطف مع شخصيات صحفية محدّدة	ك		١٤٤	٢١٥	٤١	-	٢,٧٤	لا أدري
	%		٣٦,٠	٥٣,٨	١٠,٣	-		
للعمل على تحقيق نوع من التّواصل على المستوى الاجتماعي	ك		٧١	١٤٨	١٨١	-	٢,٧٣	لا أدري
	%		١٧,٨	٣٧,٠	٤٥,٣	-		

درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق بشدة	غير موافق	لا أدري	موافق	موافق بشدة	العبارة
لا أدري	٠,٨٦	٢,٦٤	-	١٠٢	٥١	٢٤٧		ك
			-	٢٥,٥	١٢,٨	٦١,٨		%
غير موافق	٠,٥٦	٢,٥٦	٧	١٦٩	٢١٧	٧		ك
			١,٨	٤٢,٣	٥٤,٣	١,٨		%
غير موافق	١,٠٨	٢,٥٥	١٧	٨٥	٤٧	٢٠٣	٤٨	ك
			٤,٣	٢١,٣	١١,٨	٥٠,٨	١٢,٠	%
غير موافق	٠,٥٧	٢,٤٩	-	١٧	١٦٠	٢٢٣	-	ك
			-	٤,٣	٤٠,٠	٥٥,٨	-	%
غير موافق	٠,٦٥	٢,١٤	٥١	٢٥٣	٨٦	١٠	-	ك
			١٢,٨	٦٣,٣	٢١,٥	٢,٥	-	%
غير موافق	٠,٨٥	١,٩٨	١١٦	٢٠٩	٤١	٣٤	-	ك
			٢٩,٠	٥٢,٣	١٠,٣	٨,٥	-	%
٣,٠٢ (لا أدري)								المتوسط العام

المرتبة الثانية وبمتوسط حسابي بلغ (٣,٨٢). وتوزعت درجة الموافقة

على النحو الآتي:

- (٤,٣٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (موافق بشدة).
- (١٣,٥٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (موافق).
- (٧٩,٣٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (لا أدري).
- (٣,٥٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (غير موافق).

- بلغ المتوسط الحسابي لعبارة (لسهولة الحصول عليها في مقر إقامتي) (٣,٦٥). توزعت نسبة درجة الموافقة عليها على النحو الآتي:

- (٦٧,٥٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (موافق).
- (٣٠,٠٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (لا أدري).
- (٢,٥٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (غير موافق).

يتبين لنا من الجدول رقم (١٢) ما يلي:

- أن عبارات دوافع القراءة في المحور الثاني تتراوح درجة متوسطاتها بين (٤,٠٤) و (١,٩٨)، وهو ما يعني أن آراء العينة المبحوثة تميل إلى درجة الموافقة بـ (لا أدري) وبمتوسط عام يبلغ (٣,٠٢).

- جاءت عبارة (لمعرفة ما يحدث في مجتمعي) في مقدمة العبارات وبلغ المتوسط الحسابي لها (٤,٠٤)، وقد توزعت درجة الموافقة من قبل العينة المبحوثة على النحو الآتي:

- (٢,٥٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (موافق بشدة).
- (٧,٥٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (موافق).
- (٧٣,٥٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (لا أدري).
- (١٦,٥٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (غير موافق).

- وجاءت عبارة (لمعرفة ما يحدث في العالم من مستجدات) في

- النحو الآتي :
- (٥٢,٣٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (موافق).
○ (١٥,٥٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (لا أدري).
○ (٣٢,٣٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (غير موافق).
- وبلغ المتوسط الحسابي لعبارة (للحصول على حلول للمشكلات التي تواجهني) (٣,١٦). وتوزعت نسبة موافقة العينة المبحوثة على النحو الآتي :
- (١,٨٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (موافق بشدة).
○ (١٧,٣٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (موافق).
○ (٤٧,٠٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (لا أدري).
○ (٣١,٣٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (غير موافق).
○ (٢,٨٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (غير موافق بشدة).
- كما بلغ المتوسط الحسابي لعبارة (لهدف الاسترخاء) (٢,٩٥). وتوزعت نسبة موافقة العينة المبحوثة على النحو الآتي :
- (٢١,٣٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (موافق).
○ (٥٥,٥٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (لا أدري).
○ (٢٠,٨٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (غير موافق).
○ (٢,٥٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (غير موافق بشدة).
- وبلغ المتوسط الحسابي لعبارة (لأجل التّعلم) (٢,٩١). وتوزعت نسبة موافقة العينة المبحوثة على النحو الآتي :
- (٤٧,٠٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (موافق بشدة).
○ (١٧,٣٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (موافق).
○ (٣٣,٣٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (لا أدري).
○ (٢,٥٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (غير موافق).
- كما بلغ المتوسط الحسابي لعبارة (التعاطف مع شخصيات صحفية محدّدة) (٢,٧٤). وتوزعت نسبة موافقة العينة المبحوثة على النحو الآتي :
- (٣٦,٠٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (موافق).
○ (٥٣,٨٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (لا أدري).
○ (١٠,٣٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (غير موافق).
- وبلغ المتوسط الحسابي لعبارة (للعمل على تحقيق نوع
- أما عبارة (للبحث عن فرص عمل جديدة). فقد بلغ المتوسط الحسابي لها (٣,٦٠). وتوزعت إجابات العينة المبحوثة على النحو الآتي :
- (١,٨٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (موافق بشدة).
○ (٦٣,٠٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (موافق).
○ (٢٨,٥٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (لا أدري).
○ (٦,٨٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (غير موافق).
- وأما عبارة (لأجل التعرّف على أحوال الآخرين في المجتمع) فقد بلغ المتوسط الحسابي لها (٣,٤٥). وتوزعت درجة الموافقة من قبل العينة المبحوثة على النحو الآتي :
- (٢٠,٥٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (موافق بشدة).
○ (١٧,٥٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (موافق).
○ (٥٨,٥٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (لا أدري).
○ (٣,٥٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (غير موافق).
- وبلغ المتوسط الحسابي لعبارة (لأجل الاقتداء بنماذج سلوكية محدّدة) (٣,٤٢). وتوزعت نسبة موافقة العينة المبحوثة على النحو الآتي :
- (٢٨,٠٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (موافق بشدة).
○ (١٢,٣٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (موافق).
○ (٤٩,٨٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (لا أدري).
○ (١٠,٠٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (غير موافق).
- وبلغ المتوسط الحسابي لعبارة (للحصول على مواضيع صالحة للحوار) (٣,٣٨). وتوزعت نسبة موافقة العينة المبحوثة على النحو الآتي :
- (٦,٨٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (موافق بشدة).
○ (٥٢,٨٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (موافق).
○ (١٤,٥٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (لا أدري).
○ (٢٣,٥٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (غير موافق).
○ (٢,٥٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (غير موافق بشدة).
- كما بلغ المتوسط الحسابي لعبارة (لأشعر بالانتماء الاجتماعي) (٣,٢٠). وتوزعت نسبة موافقة العينة المبحوثة على

- من التّواصل على المستوى الاجتماعي (٢,٧٣). وتوزعت نسبة موافقة العينة المبحوثة على النحو الآتي:
- (١٧,٨٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (موافق بشدة).
- (٣٧,٠٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (موافق).
- (٤٥,٣٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (لا أدري).
- كما بلغ المتوسط الحسابي لعبارة (لدعم ما لدي من قيم شخصية) (٢,٦٤). وتوزعت نسبة موافقة العينة المبحوثة على النحو الآتي:
- (٦١,٨٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (موافق).
- (١٢,٨٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (لا أدري).
- (٢٥,٥٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (غير موافق).
- وبلغ المتوسط الحسابي لعبارة (لاحتوائها على مضامين الصحفية المختلفة) (٢,٥٦). وتوزعت نسبة موافقة العينة المبحوثة على النحو الآتي:
- (١,٨٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (موافق).
- (٥٤,٣٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (لا أدري).
- (٤٢,٣٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (غير موافق).
- (١,٨٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (غير موافق بشدة).
- كما بلغ المتوسط الحسابي لعبارة (بحكم العادة) (٢,٥٥). وتوزعت نسبة موافقة العينة المبحوثة على النحو الآتي:
- (١٢٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (موافق بشدة).
- (٥٠,٨٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (موافق).
- (١١,٨٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (لا أدري).
- (٢١,٣٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (غير موافق).
- (٤,٣٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (غير موافق بشدة).
- كما بلغ المتوسط الحسابي لعبارة (للتعرّف على قيم ذاتية جديدة) (٢,٤٩). وتوزعت نسبة موافقة العينة المبحوثة على النحو الآتي:
- (٥٥,٨٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (موافق).
- (٤٠,٠٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (لا أدري).
- (٤,٣٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (غير موافق).
- كما بلغ المتوسط الحسابي لعبارة (لتمضية أوقات الفراغ) (٢,١٤). وتوزعت نسبة موافقة العينة المبحوثة على النحو الآتي:
- (٢,٥٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (موافق).
- (٢١,٥٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (لا أدري).
- (٦٣,٣٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (غير موافق).
- (١٢,٨٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (غير موافق بشدة).
- كما بلغ المتوسط الحسابي لعبارة (للابتعاد عن المشكلات اليومية) (١,٩٨). وتوزعت نسبة موافقة العينة المبحوثة على النحو الآتي:
- (٨,٥٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (موافق).
- (١٠,٣٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (لا أدري).
- (٥٢,٣٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (غير موافق).
- (٢٩,٠٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (غير موافق بشدة).

الجدول رقم (١٣). التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات والانحراف المعياري لعبارات احوار الثاني: إشباع القراءة.

العبارة		موافق بشدة	موافق	لا أدري	غير موافق	غير موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
تحقق لي معرفة الأخبار	ك	٨٤	٢٩٩	١٧	-	-	٤,١٧	٠,٤٧	موافق
	%	٢١,٠	٧٤,٨	٤,٣	-	-			
تحقق لي التفاعل مع المجتمع	ك	٦٨	٢٨٢	٢٨	٢٢	-	٣,٩٩	٠,٦٧	موافق
	%	١٧,٠	٧٠,٥	٧,٠	٥,٥	-			
حقق لي الحصول على المعلومات	ك	٣٥	٢٩٤	٥٠	٢١	-	٣,٨٦	٠,٦٣	موافق
	%	٨,٨	٧٣,٥	١٢,٥	٥,٣	-			
تحقق لي نوع من التواصل على مستوى الأصدقاء والمستوى الاجتماعي	ك	٧	٣٤٢	٢٤	٢٧	-	٣,٨٢	٠,٥٦	موافق
	%	١,٨	٨٥,٥	٦,٠	٦,٨	-			
تحقق لي القدرة على مناقشة الآخرين في قضايا الساعة	ك	٤١	٢٥٠	٨١	٢٨	-	٣,٧٦	٠,٧٢	موافق
	%	١٠,٣	٦٢,٥	٢٠,٣	٧,٠	-			
تحقق لي تنمية ثقافة	ك	٣٤	٢٤٧	٩٩	٢٠	-	٣,٧٤	٠,٦٨	موافق
	%	٨,٥	٦١,٨	٢٤,٨	٥,٠	-			
تحقق لي الاسترخاء	ك	-	٢٦٧	٨٥	٤٨	-	٣,٥٥	٠,٦٩	موافق
	%	-	٦٦,٨	٢١,٣	١٢,٠	-			
تحقق لي الشعور بالانتماء للمجتمع	ك	٢٧	٢١١	٥٨	٩٤	١٠	٣,٣٨	٠,٩٩	لا أدري
	%	٦,٨	٥٢,٨	١٤,٥	٢٣,٥	٢,٥			
تحقق لي التعرف على مشكلات مجتمعي	ك	١١	١٢٥	١٨٨	٦٩	٧	٣,١٦	٠,٨٠	لا أدري
	%	٢,٨	٣١,٣	٤٧,٠	١٧,٣	١,٨			
تحقق لي تلبية اهتماماتي الشخصي	ك	-	١٠٩	٢١٥	٧٦	-	٣,٠٨	٠,٦٧	لا أدري
	%	-	٢٧,٣	٥٣,٨	١٩,٠	-			
تحقق في التعاطف مع شخصيات صحفية محددة	ك	-	٧٢	١٤٥	١٤٣	٤٠	٢,٦٢	٠,٨٩	لا أدري
	%	-	١٨,٠	٣٦,٣	٣٥,٨	١٠,٠			
تحقق لي شغل وقت فراغي	ك	-	٣٧	٥٤	٢٤٥	٦٤	٢,٣٥	١,٥١	غير موافق
	%	-	٩,٣	١٣,٥	٦١,٣	١٦,١			
تحقق لي متعة التسلية والترفيه	ك	-	٢١	٥١	٢٧٧	٥١	٢,١١	٠,٦٧	غير موافق
	%	-	٥,٣	١٢,٨	٦٩,٣	١٢,٨			
تحقق لي دعم قيمتي الشخصية	ك	-	٢٠	٦١	١٩٠	١٢٩	١,٩٣	٠,٨٢	غير موافق
	%	-	٥,٠	١٥,٣	٤٧,٥	٣٢,٣			
المتوسط العام ٣,٢٥ (لا أدري)									

يتبين لنا من الجدول رقم (١٣) ما يلي:

- أن عبارات إشباع القراءة في المحور الثالث تتراوح درجة متوسطاتها بين (٤,١٧) و(١,٩٣)، وهو ما يعني أن آراء العينة المبحوثة تميل إلى درجة الموافقة — (لا أدري) وبمتوسط عام يبلغ (٣,٢٥).
- جاءت عبارة (تحقق لي معرفة الأخبار) في مقدمة العبارات وبلغ المتوسط الحسابي لها (٤,١٧)، وقد توزعت درجة الموافقة من قبل العينة المبحوثة على النحو الآتي:
- (٢١٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (موافق بشدة).
- (٧٤,٨٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (موافق).
- (٤,٣٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (لا أدري).
- وجاءت عبارة (تحقق لي التفاعل مع المجتمع في المرتبة الثانية وبمتوسط حسابي بلغ (٣,٩٩)). وتوزعت درجة الموافقة على النحو الآتي:
- (١٧٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (موافق بشدة).
- (٧٠,٥٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (موافق).
- (٧٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (لا أدري).
- (٥,٥٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (غير موافق).
- بلغ المتوسط الحسابي لعبارة (حقق لي الحصول على المعلومات) (٣,٨٦). وتوزعت نسبة درجة الموافقة عليها على النحو الآتي:
- (٨,٨٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (موافق بشدة).
- (٧٣,٥٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (موافق).
- (١٢,٥٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (لا أدري).
- (٥,٣٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (غير موافق).
- أما عبارة (تحقق لي نوع من التواصل على مستوى الأصدقاء والمستوى الاجتماعي). فقد بلغ المتوسط الحسابي لها (٣,٨٢). وتوزعت إجابات العينة المبحوثة على النحو الآتي:
- (١,٨٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (موافق بشدة).
- (٨٥,٥٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (موافق).
- (٦٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (لا أدري).
- (٦,٨٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (غير موافق).
- وأما عبارة (تحقق لي القدرة على مناقشة الآخرين في قضايا السّاعة) فقد بلغ المتوسط الحسابي لها (٣,٤٥). وتوزعت درجة
- الموافقة من قبل العينة المبحوثة على النحو الآتي:
- (١٠,٣٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (موافق بشدة).
- (٦٢,٥٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (موافق).
- (٢٠,٣٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (لا أدري).
- (٧٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (غير موافق).
- وبلغ المتوسط الحسابي لعبارة (تحقق لي تنمية ثقافة) (٣,٧٤). وتوزعت نسبة موافقة العينة المبحوثة على النحو الآتي:
- (٨,٥٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (موافق بشدة).
- (٦١,٨٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (موافق).
- (٢٤,٨٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (لا أدري).
- (٥٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (غير موافق).
- وبلغ المتوسط الحسابي لعبارة (تحقق لي الاسترخاء) (٣,٥٥). وتوزعت نسبة موافقة العينة المبحوثة على النحو الآتي:
- (٦٦,٨٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (موافق).
- (٢١,٣٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (لا أدري).
- (١٢٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (غير موافق).
- كما بلغ المتوسط الحسابي لعبارة (تحقق لي الشعور بالانتماء للمجتمع) (٣,٣٨). وتوزعت نسبة موافقة العينة المبحوثة على النحو الآتي:
- (٦,٨٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (موافق بشدة).
- (٥٢,٨٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (موافق).
- (١٤,٥٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (لا أدري).
- (٢٣,٥٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (غير موافق).
- (٢,٥٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (غير موافق بشدة).
- وبلغ المتوسط الحسابي لعبارة (تحقق لي التعرف على مشكلات مجتمعي) (٣,١٦). وتوزعت نسبة موافقة العينة المبحوثة على النحو الآتي:
- (٢,٨٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (موافق بشدة).
- (١٣١,٣٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (موافق).
- (٤٧,٠٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (لا أدري).
- (١٧,٣٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (غير موافق).
- (١,٨٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (غير موافق بشدة).
- كما بلغ المتوسط الحسابي لعبارة (تحقق لي تلبية اهتماماتي الشخصية) (٣,٠٨). وتوزعت نسبة موافقة العينة المبحوثة على النحو الآتي:

- (٢٧,٣٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (موافق).
- (٥٣,٨٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (لا أدري).
- (١٩,٠٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (غير موافق).
- وبلغ المتوسط الحسابي لعبارة (تحقق في التعاطف مع شخصيات صحفية محددة) (٢,٦٢). وتوزعت نسبة موافقة العينة المبحوثة على النحو الآتي:
- (١٨٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (موافق).
- (٣٦,٣٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (لا أدري).
- (٣٥,٨٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (غير موافق).
- (١٠,٠٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (غير موافق بشدة).
- كما بلغ المتوسط الحسابي لعبارة (تحقق لي شغل وقت فراغي) (٢,٣٥). وتوزعت نسبة موافقة العينة المبحوثة على النحو الآتي:
- (٩,٣٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (موافق).
- (١٣,٥٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (لا أدري).
- (٦١,٣٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (غير موافق).
- (١٦,١٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (غير موافق).
- وبلغ المتوسط الحسابي لعبارة (تحقق لي متعة التسلية والترفيه) (٢,١١). وتوزعت نسبة موافقة العينة المبحوثة على النحو الآتي:
- (٥,٣٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (موافق).
- (١٢,٨٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (لا أدري).
- (٦٩,٣٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (غير موافق).
- (١٢,٨٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (غير موافق بشدة).
- كما بلغ المتوسط الحسابي لعبارة (تحقق لي دعم قيمي الشخصية) (١,٩٣). وتوزعت نسبة موافقة العينة المبحوثة على النحو الآتي:
- (٥,٠٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (موافق).
- (١٥,٣٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (لا أدري).
- (٤٧,٥٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (غير موافق).
- (٣٢,٣٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (غير موافق بشدة).
- وبلغ المتوسط الحسابي لعبارة (لاحتوائها على مضامين الصحفية المختلفة) (٢,٥٦). وتوزعت نسبة موافقة العينة المبحوثة على النحو الآتي:
- (١,٨٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (موافق).
- (٥٤,٣٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (لا أدري).
- (٤٢,٣٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (غير موافق).
- (١,٨٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (غير موافق بشدة).
- كما بلغ المتوسط الحسابي لعبارة (بمحكم العادة) (٢,٥٥).
- وتوزعت نسبة موافقة العينة المبحوثة على النحو الآتي:
- (١٢٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (موافق بشدة).
- (٥٠,٨٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (موافق).
- (١١,٨٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (لا أدري).
- (٢١,٣٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (غير موافق).
- (٤,٣٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (غير موافق بشدة).
- كما بلغ المتوسط الحسابي لعبارة (للتعريف على قيم ذاتية جديدة) (٢,٤٩). وتوزعت نسبة موافقة العينة المبحوثة على النحو الآتي:
- (٥٥,٨٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (موافق).
- (٤٠,٠٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (لا أدري).
- (٤,٣٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (غير موافق).
- كما بلغ المتوسط الحسابي لعبارة (لتنمضية أوقات الفراغ) (٢,١٤). وتوزعت نسبة موافقة العينة المبحوثة على النحو الآتي:
- (٢,٥٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (موافق).
- (٢١,٥٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (لا أدري).
- (٦٣,٣٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (غير موافق).
- (١٢,٨٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (غير موافق بشدة).
- كما بلغ المتوسط الحسابي لعبارة (للابتعاد عن المشكلات اليومية) (١,٩٨). وتوزعت نسبة موافقة العينة المبحوثة على النحو الآتي:
- (٨,٥٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (موافق).
- (١٠,٣٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (لا أدري).
- (٥٢,٣٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (غير موافق).
- (٢٩,٠٪) من العينة المبحوثة أجابت بـ (غير موافق بشدة).

كدافع قوي لقراءة الصحيفة، وجاء بنسبة ٥٪، وتفسير ذلك أن الإعلانات الصحفية غالباً غير موجهة لشريحة الشباب واهتماماته، ويضاف إلى ذلك أيضاً أن الإعلانات التلفزيونية الفضائية أخذت الحصة الأكبر من الجذب الإعلاني.

ومن حيث متغير الجنس لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث من أفراد العينة في أسباب دوافعهم للقراءة، وتفسير هذا أن الصحف موجهة لعموم الشباب والكبار ذكوراً أو إناث ولا تفرد مساحة تحريرية يمكن أن تميز جنس عن آخر، إضافة إلى أن هناك صحف ومجلات منافسة صرفة يمكن أن يطلق عليها ذكورية أو أنثوية.

النتائج

مما سبق نستطيع استخلاص النتائج التالية :

١- أن أغلبية أفراد العينة يفضلون قراءة الصحف اليومية في الفترة الصباحية، وذلك بنسبة مئوية مقدارها (٥٥٪).

٢- أن اهتمام الشباب للإقبال على قراءة الصحف السعودية قليل إذا ما قورن بوسائل الإعلام الأخرى مثل التلفزيون.

٣- أن أكثر الموضوعات الصحفية تفضيلاً لدى الشباب السعودي هي الموضوعات الرياضية؟

٤- أن دوافع القراء لدى الشباب السعودي هو لمعرفة ما يحدث في المجتمع.

مناقشة النتائج

في هذا الفصل قام الباحث بمناقشة النتائج التي جاءت إجابات لتساؤلات الدراسة :

الوقت المخصص للقراءة

جاءت إجابات الباحثين دالة على أن الوقت المخصص للقراءة هو الفترة الصباحية بنسبة مئوية مقدارها (٥٥٪)، والذين يفضلون قرائتها في فترة الظهيرة فكانت نسبتهم (٣٣٪)، وأخيراً الذين يفضلون قرائتها في الفترة المسائية فكانت نسبتهم (١٢٪).

مدى أفضلية الصفحات

جاءت إجابة الباحثين أن أفضل الصفحات التي يفضلونها هي الصفحات الرياضية، ثم الكاريكاتير، ثم الصفحات الثقافية، أما صفحات الأخبار المحليّة فكانت غير مفضلة، هي و صفحات الرأي، و صفحات الأخبار الدولية، و صفحات الطّب، أما صفحات الإعلانات التجاريّة فكانت غير مفضلة على الاطلاق.

دوافع قراءة الصحف

أجاب الباحثين إلى أن أهم دافع لقراءة الصحف هو معرفة ما يحدث في مجتمعي، وهذه الدراسة تتفق مع دراسة بيرلسون، والتي توصلت إلى أن أهم دوافع قراءة الصحف هو أن الصحف تقدم المعلومات أو التغييرات حول الشؤون العامة الوطنية، والجديد في نتائج هذه الدراسة أن الباحثين لم يصنفوا الإعلانات

٦- إنشاء مراكز بحثية في الصحف تعني بالدراسات الخاصة بالجمهور وتأثير الوسيلة لتمكينها من وضع خطط عملية علمية تتماشى مع اهتمامات الشباب.

٧- تحسين الصورة الذهنية عن الصحيفة لدى الشباب وتنميتها بمختلف الوسائل التي تساعد على زيادة الثقة في الصحيفة وزيادة درجة مصداقيتها.

٨- زيادة مساحة الأخبار التي تهتم الشباب ومشكلاتهم وكيفية مواجهتها وتدريب القائمين بالاتصال في مجال الصحافة على مثل هذه التوعية من أعمال التحرير الصحفي المتخصص.

٩- قيام الصحف باستطلاع رأي الشباب في المواد التي تنشر ومعرفة إلى أي مدى تحقق الموضوعات الصحفية ميولهم ورغباتهم.

المراجع

أولاً: المراجع العربية

إمام، إبراهيم، الإعلام والاتصال بالجماهير، مكتبة الأنجلو المصرية، الطبعة الثانية، ٢٠٠٥م.

بدر، أحمد خليل، الاتصال بالجماهير بين الإعلام والتطوير والتنمية، مكتبة القاهرة الكبرى، ٢٠٠٠م.

التابعي، كمال، الاتجاهات المعاصرة في دراسة القيم والتنمية، دار المعارف، الطبعة الأولى، ٢٠٠٣م.

جريدة الوطن، ١٧/٧/١٤٢٩هـ.

حسين، سمير محمد، الإعلام والاتصال بالجماهير والرأي العام، عالم الكتب، القاهرة، الطبعة الثالثة، ٢٠٠٣م.

٥- أن الشباب السعودي يرى في تناول الصحف السعودية لقضايا القطاعات العامة والخاصة أنها معقولة عموماً ولا تصل إلى حد الجراءة.

٦- أن الشباب السعودي يرى في أسلوب معالجة الصحف السعودية للقضايا التي تطرحها نوع من الإيجابية.

٧- أن إشباعات القراءة لدى الشباب السعودي هو معرفة الأخبار.

التوصيات

توصي الدراسة بما يلي:

١- ضرورة أن تتبنى الصحف قضايا الشباب وتطرحها للمناقشة، لكي تكون الصحافة أكثر جذباً للشباب.

٢- يجب أن يفرد في الصحف المحلية أجزاء خاصة للشباب يعبرون من خلال الكتابة فيها عن مشاكلهم التي يشعرون بها، ووسائل الحل التي يريدونها.

٣- تفعيل دور الصحف السعودية في معالجة قضايا المجتمع وفقاً لما تمليه الوظيفة المجتمعية لوسائل الإعلام.

٤- الاهتمام بالموضوعات الاجتماعية المحلية لما تبوءه هذه الموضوعات من أهمية لدى الشباب في المجتمع السعودي، حيث أن الموضوعات الاجتماعية تمثل أهم الموضوعات التي تدفع القراء السعوديين من الشباب لقراءة الصحف السعودية.

٥- العمل على ضمان التزام الموضوعات الاجتماعية المشورة في الصحف السعودية بقيم المجتمع السعودي.

- خليل صابات، وسائل الاتصال، نشأتها وتطورها، مكتبة الأنجلو المصرية، ط ٥، ١٩٩٩م.
- رشتي، جيهان أحمد، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، القاهرة، دار اللقاء العربي، ١٩٩٩م
- زامل، يحيى الشيخ، مفهوم الإعلام الحديث وصناعة الخبر، مجلة الحوار المتمدن، العدد: ٢٠٠١.
- السلمي، إبراهيم عبد الله، الإعلام والمجتمع، دار الفكر العربي، ط ١، ٢٠٠٧م
- صحيفة الجزيرة السعودية اليومية - ١٣/٣/٢٠٠٧م.
- عبد المجيد، ليلي، الصحافة في الوطن العربي، العربي للنشر، والتوزيع، الطبعة الثانية، ٢٠٠٤م.
- قاسمي، إسماعيل، القيم الإخبارية والعوامل المؤثرة فيها، دراسة مقارنة بين نشرات الأخبار في التلفزيون الجزائري وقناة الجزيرة والفرنسية، ٢٠٠١م.
- كريم، بدر بن أحمد (٢٠٠٧م) الدوافع الاجتماعية للتعرض للصحف السعودية مع تصور مقترح للمضامين الاجتماعية، رسالة دكتوراه منشورة في المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد الثاني، ربيع ثاني ١٤٢٨هـ، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال.
- لاوي، عبد العبد، عصام الدين محمد حسن، ومحمد قطيشات. الإعلام في العالم العربي بين التحرير وإعادة إنتاج الهيمنة - سلسلة قضايا الإصلاح - ٢٠٠٥م.
- لييب، سعد، الإعلام وتكنولوجيا المعلومات والاتصال، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد ٢٧٤، مارس، ٢٠٠١م.
- لطفي، محمود متولي، الإعلام وحرية المجتمع في موكب التاريخ، نهضة الشرق بالقاهرة، الطبعة الثالثة، ٢٠٠٤م.
- معوض، محمد. دراسات في الإعلام الخليجي. دار الكتاب الحديث، ٢٠٠٢م.
- ثانياً: المراجع الأجنبية
- Bentley, C,H (2000) Ritual dependency and the habit of newspaper reading, PHD thesis, University of Michigan.
- Payne, G.A., Dozier D., Nomai A., and yagade A. (2003), Newspapers and the Internet: A uses and graffications perspective, African Journalism studies, 24 (1), 115-126, 2003.
- Randle, Q. (2006), Gratification Niches of Monthly print Magazines and the world wide web Among a Group of Special- Interest Magazine Subscribers, Journal of Computer- Mediated Communication, July, 2006.

THE MOTIVES OF READING DAILY NEWSPAPER FOR SAUDI YOUTH (Survey study)

Nayef Thunayyan Al-Saud

Riyadh-KSU-Faculty of Arts-Info. Media Dept

(Received 18/8/1432h Accepted for publication 20/3/1433h)

Abstract. This study aims to try measuring the motives of reading daily newspaper for Saudi youth from theoretical and field levels, the researcher using questionnaire tool for 400 secondary and academic students (King Saud University) in the field side to get the field information because it is the most appropriate tool for this study.

The study found a number of results as follow:

1. The most students prefer reading the daily newspaper in the morning period with a rate of (55%).
2. The interesting of youth for reading Saudi newspaper were small numbers if they compared with other media like T.V.
3. The Sports Topics are the most important newspaper topics for Saudi youth.
4. The motives for Saudi youth readers are to know what happening in the society.
5. The standards of reading for Saudi youth are to knowing the news.

The study found a number of recommendations, including:

1. Newspapers should have concerned youth issues and put it to discuss, also writing the opinion of specialists in order to be more attractive for youth.
2. Newspapers should put special papers for youth where they can put their problems; their feelings and styles for solve it.
3. The importance of local social issues because its importance for youth in the Saudi Society as the social issues are the most important topics that make youth to read Saudi Arabia newspapers.