

"اتجاهات الترويج لدى الأسر السعودية وتأثيرها على جودة الحياة في ضوء رؤية 2030م"

دراسة جغرافية

د. جميلة أحمد الفوتاوي

استاذ مساعد الجغرافيا البشرية

قسم العلوم الاجتماعية

كلية الآداب والعلوم الانسانية

بجامعة طيبة

E-mail: jamofor4@gmail.com

المخلص

يهدف هذا البحث إلى التعرف على اتجاهات الترويج لدى الأسر السعودية، والكشف عن مدى تأثير هذه الاتجاهات على جودة الحياة في ضوء رؤية 2030م. وتمثلت أهمية البحث العلمية في كونه يتزامن مع اهتمام الدول المتزايد بمسألة الترويج عن المواطنين، واعتباره سببا رئيسيا في تحقيق جودة الحياة لهم، أما أهميته العملية تمثلت في أنه سيكون ذو فائدة للهيئات أو المؤسسات التي تهتم بالجانب الترفيهي وتسعى إلى تطويره، كما سيفتح هذا البحث المجال أمام الباحثين للقيام بدراسات أخرى حول المتغيرات التي يعيشها المجتمع السعودي وانعكاس ذلك على بيئة الترويج.

وقد خرج البحث بعدد من النتائج، من أبرزها: أنّ المملكة العربية السعودية قد مرت بمراحل تطويرية في مجال الترفيه / الترويج منذ عام 2016م إلى عام 2019م وحتى وقتنا الحاضر، وغدت دولة متميزة في هذا القطاع ومنافسة قوية على المستويين الإقليمي والدولي، كما أصبحت محط أنظار لكثير من الجنسيات بخلاف مواطنيها والمقيمين فيها، كما أظهرت النتائج أنّ جودة الحياة ترتبط ارتباطا وثيقا بالترويج عن النفس والرضا عن الذات وعن الحياة، لذا اهتمت رؤية 2030م بذلك من خلال إصدارها "لوثيقة برنامج جودة الحياة".

وجاءت توصيات البحث بتوجيه رسالة للدول العربية المجاورة بأن تستفيد من نجاح المملكة العربية السعودية في قطاع الترفيه، كما وتمثلت التوصيات بوجود استفادة المملكة من نجاحات الدول الأوروبية في هذا القطاع والتوسيع من مجالاته بما يتناسب مع طبيعة الأفراد في المجتمع السعودي.

الكلمات المفتاحية: الترويج، جودة الحياة، السعودية، رؤية 2030.

“Trends in recreation among Saudi families and their impact on the quality of life in light of the vision of 2030 AD”

Abstract

This research aims to identify the trends of recreation among Saudi families and to reveal the extent of the impact of these trends on the quality of life in light of Vision 2030. The importance of scientific research is the fact that it coincides with the increasing interest of countries in the issue of entertainment for citizens, considering it a major reason for achieving quality of life to them. Its practical importance is that it will be useful to bodies or institutions that are interested in the entertainment aspect and seek to develop it. This research will open the way for researchers to conduct further studies on the changes that Saudi society is experiencing and their reflection on the entertainment environment.

The research yielded a number of results, the most prominent of which are: The Kingdom of Saudi Arabia has gone through developmental stages in the field of entertainment/recreation from 2016 to 2019, and until the present time. It has become a distinct country in this sector and strong competition at the regional and international levels, and it has also become the focus of attention. For many nationalities other than citizens and residents. The results also showed that quality of life is closely related to recreation, self-satisfaction, and life. Therefore, Vision 2030 has taken care of that by issuing the "Quality of Life Program" document.

The recommendations of the research came to send a message to neighboring Arab countries to benefit from the success of the Kingdom of Saudi Arabia in the entertainment sector. The recommendations were that the Kingdom benefit from the successes of European countries in this sector and expand its fields in proportion to the nature of individuals in Saudi society.

Key words: recreation, quality of life, Saudi Arabia, Vision 2030.

المقدمة

يُعد "الترويح" من الأنشطة المجتمعية التي تتحكم فيها مجموعة من العوامل الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، وهي جزء لا يتجزأ من التراث الثقافي للمجتمع، فقد تكون مستمدة من الدين أو الثقافة الشعبية أو من ثقافات أخرى، وقد كان الترويح منتشرًا في الحضارة العربية والإسلامية تحت مسمى "اللهو"، والذي كان متمثلاً في (المسرحيات، والأهازيج، والألعاب الشعبية، وغيرها)، ولكن الأهم في ذلك هو أنّ الترويح أو اللهو يتغير مع مرور الزمن ويتشكل بعدة أشكال في مختلف الحضارات والمجتمعات، وذلك استناداً إلى مجموعة العوامل السالفة الذكر (الواصل، 1438هـ - 2017م).

والترويح Recreation في اللغة كما جاء في معجم مقاييس اللغة لابن فارس هو السعة والفسحة والانبساط والانتقال من حال إلى آخر أكثر تشويقاً منه (ابن فارس، 1999م، ص 454). ومما ذكرته خطاب أن الترويح له خواص ثلاث هي انه أي الترويح نشاط بناء، اختياري، ممتع سار (خطاب، 1990م، ص 29).

كما حددت ان زمن الترويح يشترط ان يكون في وقت الفراغ وليس في أوقات العمل المهني او الوظيفي الذي يمارسه الفرد (خطاب، 1990م، ص 30)

" فالترويح" مصطلح مرادف لمصطلح " الترفيه"، والذي يعني بدوره ذلك النشاط الذي يقوم الإنسان بممارسته في أوقات فراغه، ويقوم بذلك بشكل اختياري أو بدافع ذاتي. ويعرفه البعض على أنه نشاط يقوم به الإنسان إما عن طريق الحركة أو الاستماع أو النظر بالشكل الذي يعود عليه بالأنس، أو هو إدخال السعادة والسرور إلى النفس. فالترويح حاجة من الحاجات الأساسية المهمة لدى الإنسان، أو بالأحرى هو جزء لا يتجزأ من حاجاته الفسيولوجية، ويرجع السبب في ذلك إلى أنه دائماً ما يحتاج الفرد إلى الراحة العقلية والجسدية، وبالطبع لا ينفصل عن حاجاته الاجتماعية في ظل حياة مليئة بالضغوط النفسية والعملية، فهو يعتبر سبباً رئيسياً في وقاية الإنسان من الأمراض النفسية كالاكتئاب والإحباط النفسي وكذلك الأمراض الجسدية، وسبباً في إكسابه مجموعة من المهارات العقلية والجسدية، لذا يمكننا القول بأنّ الترفيه يعمل على نقل حياة الأشخاص من السلب إلى الإيجاب وكذلك يمنحه القدرة على التكيف مع التغيرات هذا العصر (أبو عرّاد، 2008م، صفحة 12، 14، 15).

ولأجل أهمية وفوائد الترويح لكل من الأفراد والمجتمعات عملت (المملكة العربية السعودية) على تبني العديد من التوجهات التي تعمل على نشر ثقافة الترويح وذلك في ضوء رؤية 2030م، حيث اعتبرت المملكة أنّ الترفيه جزء لا يتجزأ من مؤشرات ومرتكزات جودة الحياة لدى أفراد المجتمع، وأدركت أنّ من وسائل الترفيه القائمة مالا يتناسب مع جميع فئات المجتمع، نظراً للاختلافات

الاقتصادية والثقافية فيما بينهم، لذا أسست الهيئة العامة للترفيه عام 2016م، تزامنا مع تأسيس الهيئة العامة للثقافة، وإطلاق رزنامة ترفيهية تسمى (بعيشها)، أما في عام 2017م سمحت بالترخيص لدور السينما، والإعلان عن "برنامج جودة الحياة"، و في عام 2018م تم الإعلان عن وضع حجر الأساس "المشروع القدية" الذي يضم أكثر من (300) مرفق ترفيهي وتعليمي، وتزامن مع ذلك إطلاق برنامج جودة الحياة، وأبرز ما تمّ إطلاقه في عام 2019م هو "برنامج مواسم السعودية"، وهو برنامج ترفيهي يضم (11موسم) ويتكون من مجموعة من الفعاليات الترفيهية والثقافية وفعاليات الأعمال والرياضة (الثقافة والترفيه في المملكة العربية السعودية: أرقام وتجارب، 2019م، صفحة 5 ، 9)

يعتبر الترويح عاملا مهما في مواجهة ضغوط الحياة، وأداة فعالة في تسليّة الإنسان والتخفيف عنه عبئ الحياة، ويقوم بذلك من خلال تخفيض معدل القلق والتوتر النفسي، ومن ثمّ تضي على الإنسان شعورا بالسرور والرضا عن الذات (أبو عرّاد ، 2008م، صفحة 22، 21). فهو يرتبط بشكل وثيق بجودة الحياة لدى الفرد، حيث عرفته رؤية المملكة العربية السعودية 2030م على أنه: قدرة الفرد على العيش، ومدى تمتعه بالأمن والبيئة الاجتماعية، والرعاية الصحية، بالإضافة إلى مدى تمتعه بالفرص التعليمية والاقتصادية، كما وقد رأت المملكة أنه ليطمئن الإنسان بنمط حياة سعيد ومتزن (جودة الحياة) يجب أن يحظى بالترفيه أو الترويح عن النفس، كما وقد رأت المملكة أنه إذا تمتع الإنسان بالسعادة والرضا عن الذات فإن ذلك سيؤدي إلى انتشار جودة الحياة على المستويات الاجتماعية، والاقتصادية، والثقافية للدولة (الواصل ، 1438هـ - 2017م، ص 1).

مشكلة البحث

تدور قضية هذه البحث ومحوره الرئيسي حول اتجاهات الترويح لدى الأسر السعودية ومدى تأثيرها على جودة الحياة في ضوء رؤية 2030م، وذلك لحاجة الإنسان الفطرية لهذا الترويح، إذ أنه لا يستطيع إكمال أعماله بشكل متتالي ومترابط بدون فترة من الراحة والفكاهة، حيث يتفرع الترويح في جوانب عدة (منها النفسية، والجسدية، والعقلية، والاجتماعية، وغيرها) (أبو دف و أبو مصطفى ، 2010م، صفحة 8، 7).

وقد رأت المملكة العربية السعودية أنّ الأسر السعودية تحتاج إلى الترفيه أو الترويح عن نفسها، ورأت أنّ وجود هيئة ترفيهية سيعمل على تنمية الاقتصاد الوطني، والجانب الاجتماعي والثقافي، بالإضافة إلى أنه وجوده سيعمل على توفير فرص عمل للمواطنين، وإعطاء المملكة قدرة تنافسية بين الدول. (وكالة الأنباء السعودية ، 2018م)

وجاء البحث الحالي ليبين مدى قدرة الترفيه أو الترويج في المملكة العربية السعودية على تحقيق جودة الحياة للمواطن السعودي ولأسرته في ظل رؤية 2030م وكذلك التعرف على اتجاهاتهم في هذا القطاع من خلال ما جاءت به الرؤية.

أسئلة البحث

السؤال الرئيسي: ما هي اتجاهات الترويج لدى الأسر السعودية، وما هو تأثيرها على جودة الحياة في ضوء رؤية 2030م؟

ويتفرع من السؤال الرئيسي الأسئلة الفرعية التالية:

1. ما هو الترويج وما هي اتجاهاته؟
2. ما هي اتجاهات الترويج المتاحة لدى الأسر السعودية؟
3. ما هي جودة الحياة وما علاقتها بالترويج؟
4. ما هي أبرز المبادرات والبرامج التي دُشنت في المملكة العربية السعودية بمجالات الترفيه في ضوء رؤية 2030م؟
5. كيف أثر الترويج على جودة الحياة في السعودية في ضوء رؤية 2030م؟

أهداف البحث

1. التعرف على الاتجاهات الترويجية المتاحة للأسر السعودية.
2. البحث في العلاقة الكامنة ما بين جودة الحياة والترويج.
3. التعرف على أبرز المبادرات والبرامج التي دُشنت في المملكة العربية السعودية في مجالات الترفيه في ضوء رؤية 2030م.
4. الكشف عن أثر الترويج على جودة الحياة في السعودية في ضوء هدف "ندعم الثقافة والترفيه لرؤية 2030م".

أهمية البحث

يكتسب البحث الحالي أهميته من كونه يتزامن مع اهتمام الدول المتزايد بمسألة الترويج عن المواطنين، واعتباره سببا رئيسيا في تحقيق جودة الحياة لهم وكذلك اعتباره سببا هاما في التأثير على الجوانب المختلفة في الدولة، بالإشارة إلى فتوة المجتمع السعودي حيث بلغت نسبة فئة السكان من 15-64 سنة 65.5%، أما فئة السكان دون 15 سنة فقد بلغت نسبتهم 30.3% من إجمالي

السكان (مسح الخصائص السكانية، 2017م). ولا شك أن هذه الفئة العمرية هي أكثر قابلية للمشاركة في الأنشطة الترويحية.

وتكمن أهميته العملية في أنه سيكون ذو فائدة للهيئات أو المؤسسات التي تهتم بالجانب الترفيهي والجذب السياحي وتسعى إلى تطويرهما أو الاستثمار فيهما، كما سيفتح هذا البحث المجال أمام الباحثين للقيام بدراسات أخرى حول الترويج في المجتمع السعودي.

الدراسات السابقة

1. أجرى (شداد ، 1441هـ - 2019م) دراسة بعنوان: "جودة الحياة في السعودية: أهداف ذكية ومبادرات طموحة". والتي هدفت إلى البحث في جودة الحياة في المملكة العربية السعودية، وتضمنت خلالها الحديث عن الترويج كجزء مهم من جودة الحياة. وقد خرجت الدراسة بعدد من النتائج، منها: أن برنامج جودة الحياة في المملكة العربية السعودية يعتمد على ركيزة نمط الحياة، ويشمل المشاريع الترويحية سريعة التنفيذ، مثل إعادة افتتاح صالات السينما، واستضافة فعاليات الترفيه بأشكالها المتنوعة (الرياضية، والثقافية، والعالمية)، مع القيام بإعداد الملاعب لتحسين تجربة الجمهور، وتطوير المطاعم والمقاهي، ويشمل ذلك كل من (الرياضة، والتراث والثقافة، والترفيه، والترويج بالإضافة على المشاركة الاجتماعية). كما أظهرت نتائج الدراسة أن جودة الحياة لا تشمل فقط قطاع الترفيه أو الترويج، بل تشمل كذلك القطاع الصحي، والمخطط الحضري، وقطاع النقل، والصحة الذهنية والنفسية، والقطاع الخاص وغير ذلك الكثير.
2. أجرى (ganec, Merkas, & verko, 2011) دراسة بعنوان: "نوعية الحياة والأنشطة الترفيهية: كيف تساهم الأنشطة الترفيهية في تحقيق الرفاهية الذاتية؟". والتي هدفت إلى بيان نوعية الحياة وأنشطة الترفيهية وكيفية مساهمتها في تحقيق الرفاهية الذاتية للناس، كما هدفت إلى التمييز بين أنواع الأنشطة الترفيهية المختلفة، مع العثور على تلك الأنشطة. وكانت عينة الدراسة متمثلة في (4000 مواطن كرواتي)، واعتمدت على متغيرات الجنس والعمر، وكانت المقاييس المتعلقة بذلك هي مقياس الرضا عن الحياة، ومقياس السعادة بالإضافة على مؤشر الرفاه الشخصي. وقد خرجت الدراسة بعدد من النتائج، من أبرزها: أن المشاركة الأنشطة الترفيهية تسهم بشكل كبير في رفاهية المواطنين الكرواتيين. كما أظهرت نتائج الدراسة أن الرفاهية تتأثر بالحالة الاجتماعية والاقتصادية، وأن متغير الدخل ليس عاملاً محددًا في التنبؤ بجودة الحياة.

3. أجرى (الدويكات و الشيخ ، 2009م) دراسة بعنوان: "مرافق الترويج وأنشطته المتاحة للمرأة السعودية في مدينة جدة (دراسة في جغرافية الترويج)". والتي هدفت إلى التعرف على أنواع الأنشطة الترويحية التي تمارسها المرأة السعودية في جدة، كما هدفت إلى تحديد المرافق الترويحية التي تختارها المرأة السعودية، بالإضافة على التعرف على أبرز العوامل الاجتماعية والتعليمية والاقتصادية والديمغرافية التي تؤثر في قرارات المرأة حول الترفيه. ولأجل تحقيق أهداف الدراسة اعتمدت على المنهج الوصفي والمنهج التحليلي للكشف عن العلاقات بين المتغير المستقل والمتغير التابع. وتكون مجتمع الدراسة من مرافق الترويج التي توفر الأنشطة الترويحية في مدينة جدة لعام 1425هـ. وقد خرجت الدراسة بعدد من النتائج، من أهمها: أن هناك إقبال كبير من السيدات السعوديات على الأسواق التجارية باعتبارها مرافقا ترويحية، كما أظهرت نتائج الدراسة أن هناك تأثير للمتغيرات المستقلة المرتبطة (بالعمر، والحالة الاجتماعية، والمؤهل العلمي، ونوع العمل، ومعدل الدخل، وعدد الأطفال على بعض المتغيرات المرتبطة بقيام المرأة بالأنشطة الروحية. وأوصت الدراسة بالحفاظ على الحماية والأمان في الفرص الترويحية الحالية، كما وقد أوصت بتوفير الخصوصية للعائلة في الأماكن الترويحية، على وجه الخصوص في (المطاعم، والمقاهي، وشاطئ البحر).

4. دراسة أبوداود & زعزوع 1428هـ بعنوان السياحة والترويج في جدة المفاهيم والسياسات والموارد، من أوائل المؤلفات الجغرافية محلياً التي سلطت الضوء على جغرافية الترويج مفاهيمها والسياسات الترويحية في مدينة جدة إحدى مقاصد الترويج المزدهرة في المملكة العربية السعودية

5. أجرى (Leung & Lee, 2004 – 2005) دراسة بعنوان: "محددات متعددة لنوعية الحياة: أدوار أنشطة الإنترنت، واستخدام الوسائط الجديدة، والدعم الاجتماعي ، والأنشطة الترفيهية". والتي هدفت إلى البحث في نوعية الحياة في عالم الصناعة والتكنولوجيا، مع البحث في آثار شبكة الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي والأنشطة الترفيهية على نوعية الحياة. وتمثلت أداة الدراسة في الاستبيان المنظم وجها لوجه، وكانت عينة الدراسة متمثلة في (1192) مشاركاً. وقد خرجت الدراسة بعدد من النتائج، منها: أن الأشخاص الذين لديهم دعم اجتماعي قوي يحصلون على جودة حياة أعلى، كما أظهرت نتائج الدراسة أن شبكة الانترنت ووسائل التواصل تعتبر وسائل ترويحية للناس.

التعقيب على الدراسات السابقة

تميز البحث الحالي عن الدراسات السابقة في أنه قد تطرق إلى موضوع اتجاهات الترويج لدى الأسر السعودية وتأثيرها على جودة الحياة في ضوء رؤية 2030م، والتركيز فيه على انتقال الترويج من أدوار فردية قد يضطلع بها القطاع الخاص إلى عمل مؤسسي حكومي، وتشابهت معه إلى حد ما دراسة (شداد ، 1441هـ - 2019م) التي تضمنت الحديث عن الترويج كجزء مهم

من جودة الحياة في السعودية، بينما دراسة (الدويكات و الشيخ ، 2009م) اختلفت عن البحث الحالي في تركيزها على الترفيه في السعودية، وكان محور الدراسة هو المرأة السعودية، ولم تتطرق إلى الحديث عن العلاقة الجامعة بن جودة الحياة والترفيه، أما دراسة (Leung & Lee, 2005 - 2004) تشابهت مع البحث الحالي في التطرق إلى تأثير أساليب الترفيه المختلفة على جودة الحياة، ولكنها اختلفت عنه في تناولها له من ناحية عصرية. أما دراسة أبو داود وزعزوع فيميزها انها قدمت دراسة تأصيلية وتاريخية لتطور السياسة الترويحية السعودية. وجاءت دراسة (ganec, Merkas, verko, 2011) متشابهة مع البحث الحالي من ناحية التطرق إلى تأثير الأساليب الترفيهية على نوعية الحياة لدى الأفراد، ولكنها اختلفت عنها من حيث اعتمادها على مجموعة من المتغيرات المختلفة في تحديدها.

ماهية الترويح واتجاهاته

يرمي مصطلح "الترويح" إلى قيام الفرد بممارسة أشكال متنوعة من النشاطات في أوقات فراغه، مما يؤدي إلى شعوره بالسعادة، والرضا (أبو دف و أبو مصطفى ، 2010م، ص 5).

وقد تمّت الإشارة إليه على أنه ميل النفس والبدن إلى الراحة، أو هو عبارة عن " اللهو مروح للقلب، ومخفف عنه أعباء الفكر والقلوب إذا أكرهت عميت، وترويحها إعانة لها على الجد واللهو دواء من داء الإعياء والملل" (الغزالي ، 1980م ، ص 284).

يُكسِبُ الترويح الفرد مجموعة من المهارات الشخصية والقيم والخبرات المختلفة من خلال النشاطات التي يمارسها، وتظهر فوائده في (الجانب الصحي) المتمثلة في إكسابه الصحة البدنية لكافة أعضاء جسمه كالسرعة، والمرونة، والتحمل، والرشاقة وغيرها، (خطاب ، 1990م، ص 34)، وله كذلك فائدة في (الجانب النفسي)، متمثلاً ذلك في مساعده الفرد على الاسترخاء وخفض القلق والتوتر، وإحلال مشاعر الفرح والسعادة مكان مشاعر الجزع والتعب والإرهاق (العودة ، 1994م، ص 39)، وهو ذو فائدة أيضاً في (الجانب العلمي والمعرفي)، ويتمثل ذلك في الأنشطة الترفيهية التي تقدمها المؤسسات أو الهيئات الثقافية والفنية (خطاب ، 1990م، ص 139)، بالإضافة إلى فائدته في (الجانب الفكري) الذي يعمل فيه على تدريب الأفراد على التفكير العلمي السليم (عبد الحميد ، 1998م، ص 79)، أما في (الجانب الاجتماعي) فإنه يعمل على تقريب الصلات الاجتماعية بين الأفراد ويخفف من الممارسات الاجتماعية السيئة مثل السخرية والإيذاء، ويحل الممارسات الاجتماعية الإيجابية مكانها، مثل: الأخوة والعدل والتسامح، عبر الأنشطة التعاونية ذات المنافسة الشريفة. بالإضافة إلى فائدته في كل من (الجانب الإبداعي ، والاقتصادي ، والتعليمي، وغيره) (أبو دف و أبو مصطفى ، 2010م، ص 12، 13، 14).

وينقسم الترويج إلى العديد من المجالات أو الاتجاهات (من حيث درجة مشاركة الفرد أو تفاعله) والتي تتمثل فيما يلي:

1. **الاتجاه الابتكاري:** ويندمج الفرد هنا بالنشاط الممارس ويتفاعل معه بشكل كبير مثل (العالم، والمبتكر واللاعب الذي يعمل على تطوير مهاراته من خلال الرياضة التي يلعبها).
2. **الاتجاه الإيجابي:** يشترك هنا الفرد في الأنشطة التي تساعد على تنميته جسدياً وعقلياً واجتماعياً ونفسياً، مثل الأنشطة المتعلقة (بالرسم، أو الشطرنج أو مختلف أنواع الرياضة وغيرها الكثير).
3. **الاتجاه السلبي:** وهنا يتمتع الفرد عن الاشتراك بأي نشاط من النشاطات التي تجعله سعيداً كفاية، فقد يحب هنا الذهاب إلى السينما أو أن يشاهد التلفاز أو غير ذلك (أبو دف و أبو مصطفى ، 2010م، ص 8)

ويمكن تقسيم الترويج إلى عدد من الاتجاهات طبقاً لأهدافه أو أنواعه، وهي على النحو التالي:

1. **الترويج الثقافي:** ويستمتع الفرد هنا بوقته من خلال القراءة لكل من (القصص والحكايات، أو الروايات، أو الصحف والمجلات)، وقد يستمتع بوقت فراغه من خلال الكتابة، أو قد يقوم بعقد المناظرات والمسابقات وما شابه ذلك.
2. **الترويج الفني:** وهنا يتجه الفرد إلى الأنشطة التي تتمتع بطابع الجمال والإبداع والتذوق الفني، إذ يستطيع من خلاله اكتساب مجموعة من المهارات الفنية، مثل: فن الرسم، والتصوير، والغناء والتمثيل وغير ذلك الكثير.
3. **الترويج الاجتماعي:** ويتفاعل الفرد هنا مع الأفراد الآخرين، فقد يكون بينهم جو من المرح بسبب ممارسة الأنشطة الترفيهية المتنوعة (كالأنشيد، والسهرات الليلية، والغناء أو الحفلات وغيرها).
4. **الترويج الخلوي:** والمقصود هنا خلو الشخص بنفسه في الأماكن الطبيعية من خلال الرحلات أو المغامرات والمعسكرات، وغيرها.
5. **الترويج الرياضي:** ويعمل هذا الاتجاه من الترويج على تنمية مهارات الفرد الشخصية، وتحسين النواحي (البدنية، والنفسية، والعلمية، والاجتماعية، والصحية لديه)، مثل: الألعاب الرياضية، وكرة القدم والسباحة، وغيرها (خطاب ، 1990م، ص 79).

اتجاهات الترويج لدى الأسر السعودية:

اتجهت المملكة العربية السعودية في رؤية 2030م إلى إطلاق هدف " ندعم الثقافة والترفيه"، وتمت الموافقة عليه في عام 2016م، فقد رأت أن الثقافة والترفيه جزء لا يتجزأ من الركائز الأساسية لجودة الحياة، واعتبرت الوسائل الثقافية والترفيهية الموجودة في الوقت الراهن ليست على قدر كافي من الترويج على نفس المواطنين السعوديين، ولا تتناسب مع الوضع الاقتصادي في البلاد، لذا سعت إقامة المهرجانات والفعاليات الترويجية، وتأسيس وتطوير المراكز الترفيهية، وعملت على استثمار ما لديهم من مواهب وطاقات، وعقد الشراكات مع مؤسسات الترفيه العالمية، ودعمت الأشخاص الموهوبين من الكتاب والمؤلفين، وقبل توضيح اتجاهات الترويج لدى الأسر السعودية علينا أن نتتبع مراحل تطور الترفيه والثقافة في المملكة، على النحو التالي:

المرحلة الأولى (عام 2016م): قامت المملكة العربية السعودية بتأسيس " الهيئة العامة للثقافة " ، وتأسيس " الهيئة العامة للترفيه" ، وإطلاق رزنامة الترفيه "عيشها" ، بالإضافة على أنها صرحت عن إطلاق (six flags) .

المرحلة الثانية (عام 2017م): والتي قامت فيها بإنشاء " الهيئة الملكية لمحافظة العلا" ، وأصدرت فيها دورا للسينما ، وأعلنت فيها عن "برنامج تعزيز الشخصية السعودية" ، وأعلنت كذلك عن برنامج جودة الحياة "، وطورت من "مهرجان الإبل" بالإضافة إلى إعلانها عن تفعيل "مدينة الثقافة السعودية".

المرحلة الثالثة (عام 2018م): التي أعلنت فيها عن تأسيس "مشروع القدية"، وهو مشروع يضم أكثر من (300) مرفق تعليمي وترفيهي رائد، من خلال خمسة قطاعات فريدة تغطي مساحة ما يقارب (334كم)، كما وأنشأت "وزارة الثقافة"، وأطلقت "برنامج جودة الحياة"، وأقامت واستضافت العديد من بطولات الألعاب الإلكترونية، مثل (بطولة WWE, Formula E)، وأنشأت "شركة مشاريع الترفيه" المملوكة لصندوق الاستثمارات العامة، وأعلنت عن مشروعين ترفيهيين في الرياض وعن ثلاثة مراكز في المنطقة الشرقية منها، كما وحظيت شركة AMC العالمية على أول رخصة تشغيل للسينما، وأعلنت عن مبادرة لتطوير المكتبات العامة، وأطلقت "معرض الفن السعودي المعاصر"، بالإضافة إلى أنها أعلنت عن " مركز موحد للخدمات والتراخيص الثقافية"، وأقامت عروضاً "للفرقة الوطنية للموسيقى".

المرحلة الرابعة (عام 2019م): أطلقت فيها "برنامج مواسم السعودية"، وأعلنت عن دار نشر حكومية، وأسست صندوقاً للنمو الثقافي، وأعلنت كذلك عن إقامة السوبر الإيطالي لأول مرة في المملكة، وأسست الأرشيف الوطني للأفلام، كما وقد أقامت مسرح السعودية، وأطلقت "برنامج الابتعاث الثقافي"، بالإضافة إلى إعلانها عما يلي:

- مهرجان البحر الأحمر السينمائي الدولي.

- مبادرة الكتاب للجميع.

- المتاحف المتخصصة.
- الإعلان عن الفن في الأماكن العامة.
- برنامج ترجم
- بيوت الثقافة
- مهرجان الطهي الوطني. (الثقافة والترفيه في المملكة العربية السعودية: أرقام وتجارب، 2019م، ص 5)

وقد يتساءل البعض عن الجهة المسؤولة عن الترويج (الترفيه) في المملكة العربية السعودية؟

ويمكننا الإجابة بأنَّ الجهة المسؤولة عن ذلك هي " الهيئة العامة للترفيه"، التي تأسست في عام 2016م بهدف تنظيم وتنمية قطاع الترفيه في المملكة ودعم الاقتصاد الوطني، ويهدف الرفع من نسبة الاستثمارات الأجنبية وتزويد المواطنين بوظائف متنوعة في قطاع الترفيه (الثقافة والترفيه في المملكة العربية السعودية: أرقام وتجارب، 2019م، ص 20)، حيث جاء في أحكامها العامة أنَّها تتبع نظام الترفيه ويكون مجلس إدارة الهيئة هو المسؤول عنها، ويتم إعطاء التراخيص للجهات الترويجية في المملكة من خلالها، وحددت نشاطها في النشاطات الترفيهية التي تهدف إلى تسلية الجمهور إما بمقابل أو بدون مقابل. كما وحددت الهيئة في (المادة الثانية) من أحكامها أنَّ "هذا النظام يرمي إلى تحديد الأنشطة الترفيهية واختصاص الهيئة بتنظيمها والإشراف عليها وترخيصها، وتنظيم العلاقة فيما بين المرافق الترفيهية والخدمات المتعلقة بالنشاط الترفيهي بشكل عام (مشروع نظام الترفيه ، 2018م، ص 3،4)

أما بالنسبة لاتجاهات الأسر السعودية في المملكة نحو الفعاليات الترفيهية، فقد تمثلت اتجاهات المرأة السعودية في استخدامها الأسواق التجارية المغلقة كمرافق ترويجية، ولكنها عزفت وبنسبة كبيرة عن الترويج عن نفسها في شاطئ البحر، أما الشباب فقد اتجهن إلى ممارسة أنشطتهن الترويجية خارج المنزل، بينما النساء المتزوجات فضّلن ممارستها داخل المنازل وفي الحدائق العامة مع أطفالهن (الدويكات و الشيخ ، 2009م، ص 357).

تمخّص عن هدف " ندعم الثقافة والترفيه" عددا من النتائج الإيجابية، والتي كان من أبرزها:

1. غدو قطاع الترفيه والثقافة في المملكة العربية السعودية من أهم وأبرز محركات التنمية البشرية في عام 2018م.
2. أظهرت الأنشطة الثقافية والترويجية لدى الأسر السعودية في المملكة مدى الوعي لديهم في هذا القطاع في عام 2018م.

3. بيّنت التقارير أنّ الأفراد السعوديين الذين كانت أعمارهم من 15 سنة فأكثر قاموا بقراءة الصحف أو المجلات، وزاروا الأماكن الثقافية أو الترويحية في مقر إقامتهم، واستمعوا إلى المحطات الإذاعية ، وزاروا مدن الملاهي والتسلية، وكان ذلك كله خلال 12 شهر فقط. (الثقافة والترفيه في المملكة العربية السعودية: أرقام وتجارب، 2019م، ص 10)

تأثير الترويج على جودة الحياة في السعودية في ضوء رؤية 2030م:

ارتكزت رؤية المملكة العربية السعودية 2030م على رفع جودة الحياة لدى المواطن السعودي، ووضعت محددات لاستدامتها، وغطت الرؤية جميع جوانب جودة الحياة، مثل: (الأمن ، الصحة ، التعليم ، العمل ، الترابط الاجتماعي وغيرها)، والتزمت بتوفير مقومات هذه الجودة للسعوديين والمقيمين، وقد اهتمت المملكة (بالترويج/الترفيه) باعتباره أحد أبرز مقومات جودة الحياة، وتمثل هذا الاهتمام في تحقيق التوازن ما بين ساعات العمل اليومية وبين أوقات الترويج من خلال ما يعرف (بالعمل اللائق)، باعتبار الأخير أحد الضمانات الاجتماعية للمواطن التي تسمح بالموافاة ما بين وقت الموظف/العامل و متطلبات حياته الاجتماعية والأسرية، حيث تلتزم المملكة هنا بقواعد العمل التي جاءت بها "منظمة العمل الدولية"، حيث رأت الأخيرة أنّ قواعد العمل التي وضعتها تفسح المجال للفرد) للنوم ، والترويج عن نفسه ، وقضاء أوقاتا ممتعة مع عائلته وأصدقائه (لتتحقق لديه في النهاية جودة الحياة (مؤسسة الملك خالد ، 2019م ، صفحة 4 ، 6 ، 24)

عرّف "برنامج وثيقة جودة الحياة" جودة الحياة على أنها: "استمتاع أفراد المجتمع بمستوى عالٍ من الأمان والصحة وجودة التعليم وفرص العمل، والتوازن بين الحياة والعمل والثقافة وجودة البيئة والترابط الاجتماعي، والمشاركة المجتمعية والمسكن اللائق، والدخل والإنفاق والثروة والأجور مع وجود رضا ذاتي عن الحياة" (مؤسسة الملك خالد ، 2019م ، ص 77)

واعتمدت "وثيقة البرنامج 2020م" (والتي يعتبر جزءا لا يتجزأ من رؤية 2030م) في تعريف "جودة الحياة" على ستة من المؤشرات العالمية التي عرّفت وقيست جودة الحياة من مختلف الجوانب، وهي على النحو التالي:

1. التصنيف العالمي لقابلية العيش: يقوم هذا المؤشر بتصنيف المدن في(140دولة) وفق جودة الحياة الحضرية، بالاستناد إلى تقييم (الاستقرار والرعاية الصحية والثقافة والبيئة والتعليم والرياضة والبنية التحتية).

2. مسح (ميرسر) لجودة الحياة: ويعمل هذا المؤشر على تصنيف (231 مدينة) بالاعتماد على الجوانب التالية (النقل والبيئة السياسية والاجتماعية والثقافية والخدمات العامة والصحة

- والبيئة الاقتصادية والمدارس والتعليم والبيئة الطبيعية والسكن وتوفير الوسائل الإعلامية والمسارح ودور السينما والرياضات والسلع الاستهلاكية والمطاعم والاستجمام).
3. **قائمة مجلة (مونوكل) لنمط الحياة:** تضم هذه القائمة (25) مدينة من أفضل المدن في المعيشة، وتقوم بتقييم ذلك بناء على (الاتصال العالمي والقضايا البيئية، وإمكانية الوصول للأماكن الطبيعية والجودة المعمارية والتصميم الحضري والرعاية الصحية وبيئة الأعمال والجريمة والأمن والثقافة والمطاعم والتسامح وتطوير السياسات المبادرة).
4. **مؤشر السعادة العالمي لعام 2017:** ويقوم هذا المؤشر بتصنيف (155 دولة) وفقاً لمستويات السعادة وبالاعتماد على الأمور التالية (الفساد وحرية الاختيار ومتوسط العمر المتوقع وإجمالي الناتج المحلي للفرد والدعم الاجتماعي والعطاء).
5. **مؤشر منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية لجودة الحياة:** ويعقد هذا المؤشر مقارنة ما بين الدول من حيث جودة الحياة من 11 جانب متمثلاً في (الأمن والصحة والدخل والوظائف والتوازن بين الحياة والعمل والتعليم ومستوى الرضا والسكن والبيئة والمجتمع والمشاركة المدنية).
6. **مؤشر ARRPP لجودة المعيشة:** وهو عبارة عن مبادرة جاء بها "معهد السياسات العامة"، بغية قياس جودة الحياة في المجتمعات الأمريكية بالاعتماد على الأمور الآتية (النقل والصحة والاقتصاد والتعليم والإسكان والأحياء السكنية والبيئة والمشاركة المجتمعية والتساوي في الفرص) (جريدة الرياض، 1439هـ - 2018م، ص 11).
- وقد حددت الوثيقة مفهومين مرتبطين بشكل مباشر بجودة الحياة، وهما: مفهوم (قابلية العيش) الذي يشير إلى تهيئة الظروف المعيشية بغية الوصول لحياة راضية، والمفهوم الآخر هو (نمط الحياة) الذي يشير إلى توفر العديد من الخيارات للأفراد لبغية التمتع بحياة رغيدة، حيث ربطت قابلية العيش بخمسة فئات مهمة متمثلة في (البنية التحتية والنقل، والإسكان والتصميم الحضري والبيئة، والرعاية الصحية، والفرص الاقتصادية والتعليمية بالإضافة على الأمن والبيئة الاجتماعية)، بينما ربطت نمط الحياة بالفئات التالية: الترفيه، والتراث والثقافة والفنون، والرياضة بالإضافة إلى الترويج والمشاركة الاجتماعية (رؤية 2030 م : وثيقة برنامج جودة الحياة 2020م، 1439هـ - 2018 م، ص 10، 11).
- ولأجل الأهمية التي يحظى بها الترويج/الترفيه في المملكة باعتباره أحد أهم ركائز جودة الحياة، خصصت رؤية المملكة ضمن برامجها التنفيذية هذا البرنامج بغية "تحسين نمط حياة الفرد من خلال تطوير المنظومة البيئية اللازمة لدعم واستحداث خيارات جديدة تعزز مشاركة المواطن والمقيم في الأنشطة الثقافية والترفيهية والرياضية، هذا إضافة إلى الأنشطة الأخرى الملائمة التي تساهم في تعزيز جودة حياة الفرد والأسرة وتوليد الوظائف وتنويع النشاط الاقتصادي وتعزيز مكانة المدن السعودية في ترتيب أفضل المدن العالمية".

ويسعى كذلك إلى تحقيق الأهداف التالية:

1. التعزيز من ممارسة الأنشطة الرياضية في المجتمع السعودي.
2. الوصول إلى التميز في الرياضات الإقليمية والعالمية.
3. العمل على تطوير وتنمية مساهمة المملكة في مجالي الفنون والثقافة.

ولكن يؤخذ على هذه الأهداف أنها تتقاطع بشكل كبير مع الأهداف التي جاءت بها البرامج التنفيذية الأخرى في المملكة، لذا برزت الحاجة إلى إعداد برنامج تنفيذي مستقل لجودة الحياة مع النظر في إمكانية تطوير المؤشرات ذات العلاقة به ومن ثم تعميمها على جميع برامج المملكة (مؤسسة الملك خالد ، 2019م ، ص 71).

وتعتبر الثقافة جزء لا يتجزأ من منظومة الترويج، كذلك هي جزء متأصل في النفس البشرية، وتعمل على تعزيز أساليب التعايش والترابط الاجتماعي ما بين الجماعات والثقافات المختلفة، حيث تحظى المملكة بتراث ثقافي كبير يستحق الأمن والحماية، وقد نصت رؤية 2030م على استهداف رفع إنفاق الأسر السعودية على الثقافة والترفيه من (2.9%) إلى (6%)، مع رفع عدد المواقع الأثرية التي تم تسجيلها في اليونسكو إلى الضعف، وقد بقيت مستويات إنفاق الأسر السعودية على الثقافة والترفيه منذ عام 2007م وحتى عام 2017م ضعيفة بنسبة (3%) فقط، وهي نسبة قليلة جداً مقارنة بمتوسط إنفاق الأسر في الاتحاد الأوروبي والتي وصلت إلى (85%) (مؤسسة الملك خالد ، 2019م ، ص 43، 42، 24، 6، 4).

وقسمت وثيقة البرنامج مؤشرات الأداء الرئيسية المتعلقة بنمط الحياة لثلاثة أنواع، وهي:

- المؤشرات ذات العلاقة بالعروض المتاحة.
- المؤشرات ذات العلاقة بالمشاركة بالترفيه.
- المؤشرات ذات العلاقة بجودة الأماكن الترويحية، وتندرج فئات الرياضة والثقافة والفنون والترفيه والترويج ضمن هذه المؤشرات الثلاثة.

كما وضمت الوثيقة تقييم كل واحدة من المؤشرات سألقة الذكر، ولكننا سنسلط الضوء هنا على تقييمها للترويج والذي تمثل في تنوع خيارات الأطعمة والمشروبات أو خدمات الضيافة، وكان هناك نمواً في أداء المطاعم المتوسطة والراقية وكذلك ذات التصنيف المنخفض، وأشارت خدمات مبادرات الترفيه إلى الأنشطة التالية: وسائل الإعلام (التلفزيون والصحف والمجلات والإذاعة)، والمسلسلات، والألعاب وأشرطة الفيديو، والفعاليات، والمهرجانات والعروض. أما الأماكن التي سيتم فيها عرض الأنشطة خارج المنزل فهي: دور السينما، والحدائق العامة، وحدائق الحيوان، ومراكز الترفيه العائلي، وقاعات المناسبات، ومراكز الألعاب، وغير ذلك الكثير.. (رؤية 2030م وثيقة برنامج جودة الحياة 2020م، 1439هـ - 2018م ، ص 143، 34 ، 72) .

ولقد ارتكزت استراتيجيته الترفيه في المملكة حسب ما جاء في الوثيقة على ما يلي:

- تطوير المرافق الترفيهية.
- تطوير الأماكن الثقافية والترفيهية.
- تطوير العروض وبنيتها التحتية خارج المنازل، والتي تشمل الحدائق والمنتزهات ومراكز الترفيه العائلي ومراكز الألعاب وغيرها.
- تطوير حملات التواصل لترويج الخيارات الترفيهية داخليا وخارجيا، ولتعزيز القبول الاجتماعي وجذب المستثمرين في قطاع الترفيه. وغير ذلك الكثير.

كما وقد عملت على إعداد قائمة من المبادرات المتعلقة بالترويج ، والتي تمثلت في:

- تعزيز العروض الترويجية في كافة أرجاء المملكة.
- تقديم المناهج التعليمية للمواطنين.
- إطلاق مبادرات المشاركة المحلية العامة، ومبادرة التسويق لزيادة استهلاك الترويج وتشجيعه.
- وضع إطار شامل للتنظيم والحوكمة يتعلق بالقطاع الترويجي.
- جذب المستثمرين الأجانب وتقديم عروض الترويج التحفيزية (رؤية 2030 م: وثيقة برنامج جودة الحياة 2020م، 1439هـ - 2018م).

جاذبية الأنشطة والفعاليات الترفيهية بين 2016- 2019م:-

ما تجدر الإشارة إليه فإن حادثة عهد العمل المؤسسي لقطاع الترفيه يعتبر سببا رئيسياً لعدم وفرة الأرقام والإحصائيات التي تبرز الأعداد واتجاهات النمو في فئات المنخرطين في الفعاليات الترفيهية في مختلف مناطق المملكة. سوى من خلال ما ورد في الكتاب الإحصائي

السنوي الصادر من الهيئة العامة للإحصاء في 2018م وجاءت على النحو التالي: فيما يتعلق بتطور إعداد الفعاليات والحضور خلال عامي 2018/2017م يلاحظ تضاعف عدد الحضور خلال عام واحد قفزت أعداد الحضور من 8مليون إلى أكثر من 20 مليون نتيجة لتنوع الفعاليات وتوزعها مكانيا لتشمل كافة المناطق الإدارية.

جدول (1): إجمالي الفعاليات الترفيهية والحضور في المملكة لأعوام 2017/ 2018م.

2018	2017	
------	------	--

547	438	عدد الفعاليات
20.394.910	8.167.858	إجمالي الحضور

المصدر: الكتاب الإحصائي السنوي، العدد 17، الهيئة العامة للإحصاء.

أما فيما يتعلق بالتوزيع المكاني فالجدول 2 يبين أن كل من مكة والرياض والشرقية تستأثر بالكم الأكبر من الفعاليات وأعداد الحضور، وهذه الأرقام تبدو منطقية إذا ما علمنا أن إجمالي سكان المناطق الإدارية الثلاث قد بلغ 21,674,375 نسمة حسب نتائج مسح السكان لعام 2017م.

جدول (2): ترتيب المناطق الإدارية من حيث عدد الفعاليات والحضور 2018/2017م.

2018م		2017م	
عدد الحضور	المنطقة الإدارية (عدد الفعاليات)	عدد الحضور	المنطقة الإدارية (عدد الفعاليات)
8,050,484	مكة (174)	<u>2,570,586</u>	<u>الرياض (171)</u>
3,126,704	الشرقية (140)	2,157,917	<u>مكة (104)</u>
3,506,102	الرياض (124)	2,257,005	الشرقية (80)

وهنا يجدر بنا الإشارة إلى نصيب الأسر أو العوائل السعودية من هذه الأنشطة الترفيهية، فعند الرجوع لإحصاءات الهيئة وجدت أن البيانات تقسم الحضور لفئات (الرجال، النساء، العائلات، الجميع ومن ثم إجمالي دون الإشارة إذا ما كانت الأسر سعودية أو مقسمة أو زائرة، إلا إن نسبة العوائل بلغت 26,3% من إجمالي الحضور وهم 20,394,910 حاضراً. فيما كانت أكثر الأنشطة جاذبية المهرجانات ثم الرياضة الترفيهية فالمعارض وهذه يوضحها الجدول رقم (3)

جدول (3): الأنشطة والفعاليات حسب الفئة المستهدفة 2018.

النشاط الترفيهي	الحضور من العائلات	الإجمالي
الفعاليات الحية	391824	1,386265
المهرجانات	4,623,66	16,996385

67195	5580	المسارح
1,019345	147,669	الرياضة الترفيهية
895696	196948	المعارض
30024	صفر	الألعاب الإلكترونية
20,394,910	5,365,287	

الخاتمة (النتائج والتوصيات):

رأت المملكة العربية السعودية أنّ الأسر السعودية تحتاج إلى الترفيه أو الترويح عن نفسها، ورأت أنّ وجود هيئة ترفيهية سيعمل على تنمية الاقتصاد الوطني، والجانب الاجتماعي والثقافي، بالإضافة إلى أنّ وجوده سيعمل على توفير فرص عمل للمواطنين، وإعطاء المملكة قدرة تنافسية بين الدول المختلفة.

فالترويح يمتلك العديد من الفوائد في مختلف المجالات، منها (الصحية والنفسية والاجتماعية، والفكرية والإبداعية، والاقتصادية والتعليمية وغيرها)، واعتبرت رؤية المملكة 2030م أنّ الثقافة والترفيه جزء لا يتجزأ من الركائز الأساسية لجودة الحياة، واعتبرت الوسائل الثقافية والترفيهية الموجودة في الوقت الراهن ليست على قدر كافي من الترويح على نفس المواطنين السعوديين، ولا تتناسب مع الوضع الاقتصادي في البلاد، وعملت على الاهتمام بالترفيه من خلال أربعة مراحل، بدأت من عام (2016 وحتى عام 2019م) ، وتميزت كل مرحلة من هذه المراحل بإنجازات عديدة ومختلفة عن الأخرى.

وتعتبر " الهيئة العامة للترفيه"، التي تأسست في عام 2016م هي الجهة المسؤولة عن الترويح في المملكة، حيث جاء سبب تأسيسها ممثلاً في تنظيم وتنمية قطاع الترفيه في المملكة ودعم الاقتصاد الوطني، وكان هدف " ندعم الثقافة والترفيه" هو أحد أبرز أهداف رؤية 2030م والذي تعمل الهيئة العامة للترفيه على تحقيقه.

ترتبط جودة الحياة ارتباطاً وثيقاً بالترويح عن النفس والرضا عن الذات وعن الحياة، لذا اهتمت رؤية 2030م بذلك من خلال إصدارها "الوثيقة برنامج جودة الحياة"، والذي أشار إلى أنّ جودة الحياة عبارة عن: "استمتاع أفراد المجتمع بمستوى عالٍ من الأمان والصحة وجودة التعليم وفرص العمل، والتوازن بين الحياة والعمل والثقافة وجودة البيئة والترابط الاجتماعي، والمشاركة المجتمعية والسكن اللائق، والدخل والإنفاق والثروة والأجور مع وجود رضا ذاتي عن الحياة"، واعتمد برنامج الوثيقة على ستة مؤشرات عالمية في تحديد ماهية جودة الحياة، والتي تمثلت في(مسح ميرسر لجودة الحياة، و قائمة مجلة (مونوكل) لنمط الحياة ، ومؤشر ARRPA لجودة المعيشة

، و مؤشر منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية لجودة الحياة بالإضافة على مؤشر السعادة العالمي لعام 2017م)، فهذا البرنامج يرمي إلى "تحسين نمط حياة الفرد من خلال تطوير المنظومة البيئية اللازمة لدعم واستحداث خيارات جديدة تعزز مشاركة المواطن والمقيم في الأنشطة الثقافية والترفيهية والرياضية..."

أما بالنسبة لاتجاهات الأسر السعودية في المملكة نحو الفعاليات الترفيهية، فقد تمثلت اتجاهات المرأة السعودية في استخدامها الأسواق التجارية المغلقة كمرافق ترويحية، ولكنها عزفت وبنسبة كبيرة عن الترويح عن نفسها في شاطئ البحر، أما الشابات فإنهن اتجهن إلى ممارسة أنشطتهن الترويحية خارج المنزل، بينما النساء المتزوجات فضّلن ممارستها داخل المنازل وفي الحدائق العامة مع أطفالهن، كما و بيّنت التقارير أنّ الأفراد السعوديين الذين كانت أعمارهم من 15 سنة فأكثر قاموا بقراءة الصحف أو المجلات ، وزاروا الأماكن الثقافية أو الترويحية في مقر إقامتهم، واستمعوا إلى المحطات الإذاعية ، وزاروا مدن الملاهي والتسلية، وكان ذلك كله خلال 12 شهر فقط.

وفي النهاية يمكننا القول بأنّ المملكة العربية السعودية قج مرت بمراحل تطويرية في مجال الترفيه / الترويح منذ عام 2016م إلى عام 2019م وحتى وقتنا الحاضر، و غدت دولة متميزة في هذا القطاع ومنافسة لدول كثيرة على المستوى العربي والأوروبي، وأصبحت محط أنظار جنسيات كثيرة وليس فقط مواطنيها الأصليين أو المقيمين.

وجاءت توصيات البحث بتوجيه رسالة للدول العربية المجاورة بأن تستفيد من نجاح المملكة العربية السعودية في قطاع الترفيه، كما وتمثلت التوصيات بوجوب استفادة المملكة من نجاحات الدول الأوروبية في هذا القطاع والتوسيع من مجالاته بما يتناسب مع طبيعة الأفراد في المجتمع السعودي.

المراجع:

المراجع العربية

1. (2019م). الثقافة والترفيه في المملكة العربية السعودية: أرقام وتجارب. تقرير يسلط الضوء على أحد أهداف رؤية 2030م "ندعم الثقافة والترفيه"، المملكة العربية السعودية.
2. عبد الرزاق أبوداود؛ ليلي زعزوع. (2007م). السياحة والترويج في جدة المفاهيم والسياسات والموارد، الدار العربية للعلوم ناشرون، بيروت.
3. أحمد ربيع عبد الحميد. (1998م). التصور الإسلامي لدور الترويج التربوي في بناء الشخصية المسلمة. مجلة كلية التربية - جامعة الأزهر (71).
4. أحمد ابن فارس. (1999م). معجم مقاييس اللغة، دار الكتب العلمية، القاهرة.
5. خالد بن فهد العودة. (1994م). الترويج التربوي: رؤية إسلامية. الرياض: دار المسلم للنشر والتوزيع.
6. عنايات خطاب. (1990م). أوقات الفراغ والترويج. دار المعارف، القاهرة.
7. صالح بن علي أبو عزاد. (2008م). الترفيه والترويج في حياة الشباب المسلم (المفهوم والتطبيق). كلية التربية بجامعة أبها.
8. عطيات محمد خطاب. (1990م). أوقات الفراغ والترويج. القاهرة: دار المعارف.
9. قاسم محمد الدويكات، وآمال الشيخ. (2009م). مرافق الترويج وأنشطته المتاحة للمرأة السعودية في مدينة جدة (دراسة في جغرافية الترويج). دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، 36 (2).
10. محمد الغزالي. (1980م). خلق المسلم. دمشق: دار القلم.
11. محمود خليل أبو دف، ونظمي عودة أبو مصطفى. (2010م). اتجاهات الطالب الجامعي نحو الترويج. جامعة الأقصى - الجامعة الإسلامية، كلية العلوم النوعية، غزة.
12. ميمونة شداد. (2019م). جودة الحياة في السعودية. أهداف ذكية ومبادرات طموحة. العربية.

المراجع باللغة الأجنبية

13. ganec, A. B.-Z., Merkas, M., & verko, v. (2011). Quality of Life and Leisure Activities: How do Leisure Activities Contribute to Subjective Well-Being? Social Indicators Research.
14. Leung, L., & Lee, P. S. (2005). Multiple determinants of life quality: the roles of Internet activities use of new media, social support, and leisure activities. The Chinese University of Hong Kong, School of Journalism & Communication, Hong Kong.

المواقع الإلكترونية

15. أحمد الواصل. (2017م). الترفيه أو تطور مفاهيم الترويج. العربية. تم الاسترداد من <https://www.alarabiya.net/ar/saudi-today/2017/03/08/%D8%A7%D9%84%D9%81%D9%86-%D9%82%D9%84%D8%A8-%D8%A7%D9%84%D8%AD%D8%B6%D8%A7%D8%B1%D8%A9>
16. الهيئة العامة للإحصاء بالمملكة العربية السعودية. (2017). مسح الخصائص السكانية 2017م. تم الاسترداد من <https://www.stats.gov.sa/ar>
17. الهيئة العامة للإحصاء بالمملكة العربية السعودية. (2018). الكتاب الإحصائي السنوي. العدد 17.
18. جريدة الرياض. (2018م). برنامج جودة الحياة يحدد ستة مؤشرات عالمية كمراجع أساسية للقياس والتعريف. جريدة الرياض. تم الاسترداد من http://s.alriyadh.com/pdf_files/18212/files/18212.pdf
19. برنامج جودة الحياة. (2020م). رؤية 2030م: وثيقة برنامج جودة الحياة 2020م. تم الاسترداد من موقع رؤية 2030م : https://vision2030.gov.sa/sites/default/files/attachments/QoL%20Arabic_0.pdf
20. مشروع نظام الترفيه. (2018م). تم الاسترداد من الهيئة العامة للترفيه <https://www.gea.gov.sa/wp-content/uploads/2018/05/28-5-2018-Entertainment-Law.pdf>
21. مؤسسة الملك خالد. (2019م). العدالة عبر الأجيال: رؤية المملكة 2030م. تقرير بحثي. تم الاسترداد من <https://mcs.org.sa/ViewFile.aspx?fn=92&fm=%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%AF%D8%A7%D9%84%D8%A9%20%D8%B9%D8%A8%D8%B1%20%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%94%D8%AC%D9%8A%D8%A7%D9%84%202019>

22. وكالة الأنباء السعودية. (2018م). اليوم الوطني / هيئة الترفيه تسهم في صناعة

الترفيه في المملكة وتعزز دورها الاقتصادي والتنموي. الرياض. تم الاسترداد من

<https://www.spa.gov.sa/1816663>