Dirasat: Human and Social Sciences, Volume 52, No. 3, Supplement 1, 2025, 6628

Deanship of Scientific Research

The reality of going to cafes and its relationship to some societal values in Saudi society An applied field study of café patrons in the city of Riyadh

Jwaher Saleh Alkhumashi *

Department of Sociology and Social Work, Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University (IMSIU), Riyadh City, Saudi Arabia

Received: 9/1/2024
Revised: 12/3/2024
Accepted: 18/4/2024
Published online: 20/2/2025

* *Corresponding author:*
jsalkhamshi@imamu.edu.sa

Citation: Alkhumashi, J. S. . (2025). The reality of going to cafes and its relationship to some societal values in Saudi society An applied field study of café patrons in the city of Riyadh. *Dirasat: Human and Social Sciences*, *52*(3), 6628. https://doi.org/10.35516/hum.v52i3.6628

© 2025 DSR Publishers/ The University of Jordan.

This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY-NC) license https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/

Abstract

Objectives: Cafés have been linked to changes that influenced local societal values. They aid in fulfilling social interaction and belonging needs. Current study was initiated to understand reality of café attendance and its relationship with societal values among Saudi youth.

Methodology: Social survey method was employed, with study population encompassing Saudi youth who frequent cafés in Riyadh. An electronic questionnaire was utilized as the study tool, considering distribution of cafés across different neighborhoods of Riyadh and their operation at various times. A barcode was affixed to facilitate respondents. Convenience sampling was utilized due to the lack of statistics on number of youths who frequent cafés in Riyadh, with a sample size of 380 male and female youth.

Results: Study results revealed diversity within the sample between males and females. Half of the sample spend around two hours in the café, preferring international beverages, particularly coffee. They visit cafés to meet friends, pass leisure time, and accomplish tasks. Study found no statistically significant correlation between café attendance and dimensions of behavioral and religious values. However, it observe a significant negative correlation between café attendance and dimensions of cultural identity and national belonging.

Conclusion: The increase in the number of cafés, and their relationship with cultural identity and national belonging, constitute a reason for interest in further studying. Conducting sociological studies focusing on their spread and attendance among youth is warranted. Leveraging the role cafés play in enhancing cultural activities associated with youth values should be explored.

Keywords: cafes, youth, values.

و اقع ارتياد المقاهي وعلاقته ببعض القيم المجتمعية في المجتمع السعودي دراسة ميدانية مُطبّقة لمرتادي المقاهي في مدينة الرياض

جواهر الخمشي*

قسم الاجتماع والخدمة الاجتماعية، كلية العلوم الاجتماعيه، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية الجامعة، الرياض، المملكة العربية السعودية

ملخّص

الأهداف: ارتبطت المقاهي بتغيرات أثرت في العادات والقيم المجتمعية المحلية؛ ومن ثمّ فإنها تساعد على تلبية الحاجات الإنسانية فيما يتعلّق بالتفاعل الاجتماعي والانتماء؛ ومن هنا انطلقت الدراسة الحالية لتحقّق أهدافها بمعرفة واقع ارتياد المقاهي وعلاقتها ببعض القيم المجتمعية لدى الشباب السعودي.

المنهجية: أُستخدم منهج المسح الاجتماعي، وتمثّل مجتمع الدراسة في كافة الشباب السعودي مرتادي المقاهي بمدينة الرياض، وباستخدام (الاستبانة الإلكترونية) أداة للدراسة، مع الأخذ في الحسبان توزيع المقاهي على أحياء مدينة الرياض، وتوزيعها في أوقات مختلفة، وقد وُضع (باركود) للاستبانة، تسهيلاً للمبحوثين. وقد أُعتمد على العينة المتاحة (العرضية)؛ لعدم توافر إحصاءات دقيقة حول عدد الشباب مرتادي المقاهي بمدينة الرياض، وبلغ عدد أفراد العينة (380) من الشباب ذكورًا وإناثًا.

النتائج: أظهرت نتائج الدراسة تنوّع العينة بين الذكور والإناث، وأن نصف العينة من الشباب يقضون تقريبًا ساعتين في المقهى، ويُفضّلون المشروبات العالمية المتنوّعة من القهوة، وأنهم يرتادون المقاهي لمقابلة الأصدقاء، وقضاء وقت الفراغ، وإنجاز بعض الأعمال، كما توصّلت الدراسة إلى عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين ارتياد المقاهي وبُعدي: (القيم السلوكية والقيم الدينية)، ووجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائيًّا بين ارتياد المقاهي وبُعدي (الهوية الثقافية، والانتماء الوطني).

الخلاصة: الزيادة في المقاهي وارتيادها وحضورها في الحياة الاجتماعية، وعلاقتها بالهوية الثقافية والانتماء الوطني؛ يعدّ سببًا للاهتمام بدراستها؛ وبإجراء المزيد من الدراسات السسيولوجية التي تركّز على انتشارها وارتيادها بين الشباب بشكل مستمر، واستغلال الدور الذي تؤديه المقاهي في تعزيز النشاطات والتفاعلات الاجتماعية والثقافية المرتبطة بقيم الشباب السعودي

الكلمات الدالة: المقاهي، الشباب، القيم.

المقدمة:

أصبحت محلات القهوة (المقاهي) ظاهرة عالمية، مع أنها موجودة منذ حوالي 500 عام؛ لكنها شهدت في العقود القليلة الماضية توسعًا مفاجئًا، وأسهمت عوامل كثيرة في هذا التوسّع، منها: عولمة ثقافة الاستهلاك، والتقدير المتزايد للقهوة العالية الجودة، وإقبال الناس عليها للدراسة أو الراحة أو الاجتماع (تاكر، 2019)، وغالبًا يعجب الشباب بشكل عام بالتحوّلات في أنواع الأنشطة اليومية وسلوكات الاستهلاك (Al-Ghanim et al., 2017).

ويُجسّد شرب القهوة على مرّ التاريخ وعبر الثقافات معاني الحياة الاجتماعية، ويرتبط بشكل كبير بثقافة المجتمع وقيمه، فالمقهى بوصفه مكانًا عامًا ضمن المشهد الحضاري يصوغ العديد من تجارب الحياة اليومية ضمن الواقع المعيش (بدران، 2017)، وطريقة شرب القهوة بأشكال متعددة في المقاهي وبطقوس معينة؛ يقود إلى البحث في السياق الاجتماعي (إبراهيم، 2014)، وكثيرًا ما ترتبط القهوة بالتواصل الاجتماعي، حيث يجتمع المزيد والمزيد من الأشخاص لتناول فنجان من القهوة عندما يرغبون في التواصل أو الدردشة (Corina et al., 2021)؛ لكونها بدأت ترتبط مع مرور الوقت بتغيرات أثرت في العادات والقيم المجتمعية بالمجتمع المحلي، ويعدّ الشباب من أكثر الفئات ارتيادًا للمقاهي، حيث يمكن الوصول إليها بسهولة لانتشارها؛ ومن ثمّ فإنها تساعد على تلبية الحاجات الإنسانية فيما يتعلّق بالتفاعل الاجتماعي والانتماء.

مشكلة الدراسة:

القهوة مشروب عالمي بامتياز، ومع اختلاف المجتمعات في طرائق إعدادها وتحضيرها والطقوس المُتبعة في تقديمها وشربها؛ لكنها مشروب شعبي رائج بين مختلف الشرائح والطبقات الاجتماعية (الحمامصي،2021)؛ وهذا ما دعا إلى تأسيس أماكن خاصة لتناولها أخذت منها الاسم والهوية. وأصبحت المقاهي نقطة تجمّع اجتماعية مهمة في أوروبا، وقد شجّع ظهورها العديد من التحوّلات الثقافية والسياسية خلال القرنين السابع عشر والثامن عشر (Ellis ,2006).

وفي بدايات القرن الثامن عشر تحوّل شكل المقهى إلى ممارسة اجتماعية ثقافية عالمية ملازمة للمدينة، وتشهد مقاهي المركز الحضرية في وقتنا الحالي تحوّلًا في طبيعتها، فالفردانية، وتضاؤل مساحات الشقق، والتغيير - إلى حدٍّ ما- في التركيبة السكانية أدّى إلى ازدهار مقاهٍ جديدة معاصرة (دجيان،2023). وأكّد عبد الرحمن (2016) الرؤية السسيولوجية لانتشار المقاهي، بوصفها نسقًا اجتماعيًا كما تذهب إليه النظرية الوظيفية، وأن ظاهرة انتشار المقاهي من وجهة نظر المادية التاريخية تعدّ نتاجًا لكافة التحوّلات الاقتصادية والاجتماعية، وقد تطوّر المقهى ليصبح وسيلة للتعبير عن نمط الحياة والهوية الطبقية، وأصبحت المقاهي كيانًا اجتماعيًا وثقافيًا، واُستخدمت وسيلة للمناقشة السياسية وصورة الذات - بشكل رسمي وغير رسمي- وإضفاء الطابع الاجتماعي على برامج العمل مع الشخصيات أو السلطات السياسية، واستخراج المعلومات بشكل فعّال من الزوّار (Hakim & Amir, 2022).

وساعدت المقاهي – بوصفها أماكن للاجتماعات- على تسهيل نشر المعلومات، ويحدث هذا بشكل غير رسمي نتيجة للتواصل الاجتماعي، من خلال توافر لوحات الإعلانات، فعندما تمرّ المعلومات عبر شبكة اجتماعية؛ فإن هذا يؤثر في الأفراد داخل المجتمع، فالسلوكات والمعايير التي ستُعتمد إنما هي انعكاس لهذا التفاعل المستمر والإدراك الجماعي (Stafford,2003)، وأكّدت دراسة فيريرا وآخرين (Ferreira et al., 2021) الأدوار التي تؤديها المقاهي في مدن إنجلترا، وإمكانية عدّها (مساحات مجتمعية)، وأنها سعت إلى المشاركة لتدمج نفسها في المجتمعات. وأصبحت المقاهي لدى بعضهم أكثر من مجرد أماكن لتناول الطعام والشراب؛ ولكنها أصبحت مساحات مهمة للترفيه والعمل والتواصل؛ لذا فإنها قادرة على التأثير في الحياة الحضرية الحديثة.

وهذا ما أثبتته أيضا دراسة بوروادي ومانروق (Purwadi & Manurung,2020) بظهور ثقافة جديدة، وهي أن طلاب جيل الألفية يفضّلون اختيار المقاهي أو المطاعم مكانًا للدراسة بعيدًا عن الحرم الجامعي أو المكتبة، فالمقهى يُلبي احتياجات الشباب المثقفين، كما يوجد فيه المُقوّمات الجذّابة، حيث تجاوز المقهى المتواضع فكرته السابقة، وأصبح تعبيرًا عن الحياة الأكاديمية؛ إذ يجمع بين إنتاج المعرفة والمرح؛ لذا فإنه المساحة المفضّلة لعلماء الألفية مستقبلًا.

وأثبتت دراسة عبد المنعم (2020) أن ارتياد المقاهي الترفيهية للشباب من الجنسين؛ تؤدي إلى إكسابهم العديد من السلوكات والمهارات التي تؤهلهم لتحقيق الاتصال وإقامة العلاقات الاجتماعية، وأن ممارسة الأنشطة في المقاهي يكسبهم العديد من الصفات، كالتعاون والتفاهم والولاء، والمشاركة الاجتماعية في العديد من المجالات المختلفة.

وتسعى المجتمعات إلى تبني قيم إنسانية ومجتمعية معينة وتنميتها وتعزيزها؛ لبناء جيل مجتمعي منتج وإيجابي، ويمكن الاستدلال على درجة تبني الشباب لتلك القيم الإنسانية والمجتمعية من خلال الفكر والسلوك في مجالات محددة (مؤسسة محمد بن سلمان الخيرية مسك الخيرية، 2020، ص. 11).

وأكّدت دراسة الكندري وشودري (Kandari & Chaudry,2023) أن معظم المقاهي في الكويت بدأت تدرك مسؤوليتها الاجتماعية من خلال السماح للطلاب بالعمل في المقهى (كباريستا)، والمساهمة في المجتمع بالمشاركة في الأحداث العالمية والمجتمعية، مثل: اليوم الوطني للكويت، حيث كانت فناجين القهوة الورقية

عليها أعلام الكويت، وفي يوم المرأة وُزّعوا زهرة مع كل طلب، كما شاركوا في الأحداث الرياضية من خلال وجود كشك لتوزيع المشروبات المجانية على الرياضيين.

وتوصّلت دراسة ماسبول (Maspul,2022) - التي أُجريت بمدينة حائل- إلى انتشار المقاهي، فالقهوة المتخصّصة أصبحت اتجاهًا رئيسًا في الوقت الحالي، وهي الخيار الشائع بين الشباب في جميع أنحاء العالم، والسعودية جزء من هذا العالم، وتأمل الدراسة أن تتضافر الجهود ليظهر إبداع مجتمع القهوة المحلي مع مجتمع القهوة العالمي.

وبالنظر إلى جهود برنامج الحكومة السعودية لإحياء القهوة السعودية 2022، فيجب تعزيزها في كل جزء من سلسلة قيمة القهوة؛ لتكون مستدامة وتؤدي دورًا نشطًا في جعل القهوة المتخصّصة مستدَامة في المجتمع، عبر تعزيز العناصر الأساسية للاستدامة والاقتصاد الاجتماعي والبيئي.

ويمكن لاستهلاك القهوة أن يؤكد الهوية، أو يُعبّر عن القيم، أو يؤكد الروابط الاجتماعية، وقد أثبت شرب القهوة سهولة تكيّفها مع السياقات الثقافية، حيث يمكن لثقافة القهوة أن توحّد الأفعال والعقائد لتمييز الأعضاء المنضمين لهذه الثقافة (تاكر)، وفي السعودية تعدّ القهوة النقطة المركزية في العديد من التجّمعات الاجتماعية ويتم تناولها حتى المساء، ويصف التراث الثقافي غير المادي التابع لليونسكو ثقافة القهوة في المملكة بأنها "عمل احتفالي من أعمال الكرم" (Allegra world coffee portal ,2023).

وبالاعتماد على تقاليد القهوة التي تعود إلى قرون مضت، وبدعم من أحد أكبر البرامج الاقتصادية المدعومة من الدولة، يشهد سوق المقاهي في المملكة ازدهارًا، ويرى بعض الذين يعملون بهذا القطاع تحوّل القهوة إلى الذهب الأسود الجديد في المملكة، فالقهوة تجارة رائجة مدعومة بواحدة من أسرع الاقتصادات المتقدمة نموًّا في العالم، وتظهر بيانات World Coffee Portal أن سوق المقاهي ذات العلامات التجارية السعودية نما بنسبة 18.5٪ على مدى الأثني عشر شهرًا الماضية ليتجاوز (3550) منفذًا؛ مما يجعله الأكبر على الإطلاق في الشرق الأوسط.

ولا يُعدّ هذا النمو مفاجئًا؛ نظرًا للموارد الكبيرة التي تُدفّقها شركات القهوة حول العالم إلى المملكة، حيث يوجد حاليًا أكثر من 40٪ من المقاهي ذات العلامات التجارية في الشرق الأوسط، والتي يزيد عددها عن (8800) مقهى. (Allegra world coffee portal ,2023).

وهذه الزيادة في المقاهي وارتيادها وحضورها في الحياة الاجتماعية، وعلاقتها بالعالمية والهويات الثقافية والقيم المجتمعية، وارتباطها بالبُعد الاقتصادي والسياسي؛ يعدّ سببًا للاهتمام بدراستها؛ ومن ثمّ تكمن مشكلة الدراسة في التساؤل الآتي: ما واقع ارتياد المقاهي وعلاقته ببعض القيم المجتمعية لدى شباب المجتمع السعودي.

أهداف الدراسة:

تمثّل هدف الدراسة الرئيس في معرفة واقع ارتياد المقاهي وعلاقته ببعض القيم المجتمعية لدى الشباب السعودي، وتفرّع منه الأهداف الفرعية الآتية: الكشف عن الخصائص الديمغرافية للشباب مرتادي المقاهي، وواقع ارتياد المقاهي من قِبل الشباب، ومستوى تمسُّك الشباب السعودي مرتادي المقاهي ببعض القيم المجتمعية، وتحديد العلاقة بين ارتياد المقاهي ومستوى تمسُّك الشباب ببعض القيم.

تساؤلات الدراسة:

تمثّل تساؤل الدراسة الرئيس في: ما واقع ارتياد المقاهي وعلاقتها ببعض القيم المجتمعية لدى الشباب السعودي؟ ويتفرّع منه التساؤلات الفرعية الآتية:

1. ما الخصائص الديمغرافية للشباب مرتادي المقاهي؟ وما واقع ارتياد المقاهي من قِبل الشباب؟
2. ما مستوى تمسُّك الشباب السعودي مرتادي المقاهي ببعض القيم المجتمعية؟
3. ما العلاقة بين ارتياد المقاهي ومستوى تمسُّك الشباب ببعض القيم المجتمعية؟

أهمية الدراسة:

1. محدودية الأبحاث في المجتمع المحلي لدراسات تأثير المقاهي بأبعادها: الاجتماعية والأيدولوجية والثقافية والنفسية في أفراد المجتمع كافة، والشباب بوجه خاص.
2. تتمثّل أهمية الدراسة بكونها تركّز على فئة مهمة في المجتمع (الشباب) وقيمهم الإنسانية والمجتمعية والسلوكية؛ لتعزيز الإيجابي منها وتقليل السلبي.
3. انتشار المقاهي - بوصفها جزءًا من المشهد الحضاري في المملكة العربية السعودية- مما يسترعي اهتمام الباحثين في المجال الاجتماعي برصد هذه التغيرات وآثارها اجتماعيًّا وثقافيًّا.
4. الاهتمام بدراسة القيم هدف من أهداف رؤية 2030، وهو أحد الأهداف العامة لتعزيز القيم الإسلامية والهوية الوطنية.

5.تساعد نتائج الدراسة المهتمين وصنّاع القرار على معرفة أثر نمط تغيّر وارتباط بعض التغيرات الثقافية والمجتمعية والسلوكية بمرتادي المقاهي، وهذه المتغيّرات لها تأثير كبير في الشباب.

6.لا تكمن أهمية مثل هذه الدراسات في ارتياد المقاهي فقط - بوصفها مظهرًا حضاريًّا- ولكن لتؤكد ارتباط القهوة وثقافتها بالهوية السعودية، انطلاقًا من خصوصية تعامل المجتمع السعودي معها ومع أجوائها المميزة.

مفاهيم الدراسة:

الْقيمَة:

قيمَة الشَّيْء قدره، وَقِيمَة الْمَتَاع ثمنه وَمن الْإِنْسَان طوله، (ج) قيم، وَيُقَال: مَا لفُلَان قيمَة: مَا له ثبات ودوام على الْأَمر (مجمع اللغة العربية بالقاهرة، 1972، ص.768).

المفهوم الإجرائي: أوردت العديد من الأدبيات والمؤشرات العالمية المختلفة عددًا من القيم المختلفة التي تتوافق مع ما ورد في الدراسة الحالية والمحددة بقيم: الهوية الثقافية- الانتماء الوطني- القيم السلوكية- القيم الدينية.

المقاهي:

مقهى: مؤسسة صغيرة لتناول الطعام والشراب، وعادةً ما تضمّ قائمة محدودة، وفي الأصل كانت هذه المؤسسات تقدّم القهوة فقط. والمصطلح الإنجليزي مقهى، مأخوذ من الفرنسية، ومشتق في النهاية من الكلمة التركية (kahve)، التي تعني القهوة (Britannica,2023).

المقاهي إجرائيًّا: الأماكن التي تُقدّم فيها المشروبات الحارة والباردة وبعض الوجبات الخفيفة، وتكون فيها أماكن للجلوس وقضاء أوقات مفتوحة بمدينة الرياض.

الموجّهات النظرية للدراسة:

النظرية البنائية الوظيفية:

تعتمد النظرية الوظيفية بالوقوف على الوظيفة التي يضطلع بها أي عنصر اجتماعي في الحياة الاجتماعية بشكل عام؛ لذلك فإنها تُركّز على فهم الدور وإبرازه (الغريب 2016)، ويعدّ تالكوت بارسونز من أكثر الباحثين الذين طوّروا الصياغات النظرية والمفاهيمية للحقل السسيولوجي - خصوصًا البنائية الوظيفة- من خلال نقله للكثير من المفاهيم من مختلف التخصّصات إلى علم الاجتماع؛ مما مكّنه من أصغر وحدة في التحليل السسيولوجي، ونعني بها الفعل الاجتماعي (غربي وقلواز، 2016، ص. 190).

وتتجلى محاولة بارسونز في تتويج الاتجاه الوظيفي عند تحليله للقيمة؛ ذلك أنه أعطاها معنى اجتماعيًّا عندما أشار إلى أنها من مكوّنات النسق، ومن الموضوعات الثقافية التي تتوحّد بها الشخصية؛ بوصف أنها عنصر مشترك في تكوين نسق الشخصية والبناء الاجتماعي، وأكّد التمسك بالقيم، ويرى أنها تؤدي وظيفة مهمة في المحافظة على استقرار البناء الاجتماعي من حيث التضامن والتماسك؛ إذ تُعبّر عن الجوانب المقبولة اجتماعيًّا، والمحدّدة في نسق رمزي مشترك يُستخدم معيارًا عند الاختيار بين البدائل المتاحة (حميد، 2003، ص. 77).

نظرية العالم بورديو (الهابتوس):

طرح عالم الاجتماع الفرنسي بيير بورديو منظومة مفهومية جديدة في علم الاجتماع ترتكز عليها رؤيته للواقع، وهي رؤية مغايرة في كثير من جوانبها للرؤية الكلاسيكية في علم الاجتماع، كما أنه صاغ مفاهيم جديدة أسهمت في إثراء المعجم السوسيولوجي (عبد العظيم، د.ت)، ويتخذ مصطلح الهابتوس دلالات فلسفية وسوسيولوجية مختلفة، ويعني طريقة في الوجود، أو المظهر العام، أو الزي، أو حالة ذهنية، أو عقلية؛ ويعني هذا أن الهابيتوس ثقافة عقلية، وأنه ثقافة وحضارة ونمط من أنماط الوجود في العالم.

وتقوم التجّمعات الأولية (الطفولة والمراهقة)، و(التجمعات الثانوية) سن الرشد بدور بارز في بناء الهابيتوس، ويستطيع الأفراد عبر هذا الرأسمال الاجتماعي المُتحصّل عليه بفعل التنشئة الاجتماعية أن يخلقوا هابيتوس الطبقة؛ بسبب تشاركهم في مجموعة من الأفعال والتصرّفات والسلوكات المشتركة؛ وبذلك يكون الهابيتوس مصدر أفعال الأفراد المجتمعيين، وهو الذي يتحكّم في توجّهاتهم القيمية والأخلاقية والمعيارية: أي أنه بمثابة الأنا الأعلى السيكولوجي لتجاربهم الحاضرة في العالم. والهابيتوس: قالب معياري وأخلاقي للشخصية الفردية؛ بل هو ضرورة أو حتمية تتحكّم في أفعال الإنسان فيما يخصّ هوايته، وثقافته، وتربيته، وعمله، وتغذيته، واستهلاكه (عالي، 2020، ص. 74). وقد ذهب إلى أن مختلف سلوكات الأفراد داخل المجتمع ترتكز على العواطف والأحاسيس (قاسيمي، د.ت).

والأشخاص إذا ما وُجدوا في ظروف اجتماعية مختلفة؛ فإنهم سيكتسبون تبعًا لذلك استعدادات مختلفة، حسب وضعهم التاريخي وموقعهم في نسق اجتماعي معين، حيث يؤكد بورديو في هذا السياق أن الأفراد الذين ينتمون إلى الطبقة نفسها تبقى أكثر تشابهًا من أفراد طبقة أخرى؛ لأن ممارسات

الأفراد تؤطرها مجموعة من الشروط الموضوعية الخارجة عن إرادتهم ووعيهم.

الدراسات السابقة:

يمكن تقسيم الدراسات السابقة المُتعلّقة بالدراسة الحالية إلى محورين رئيسين: دراسات تناولت القيم لدى الشباب في المحور الأول، ويتناول المحور الثاني الدراسات المرتبطة بالمقاهي وأثرها في الشباب والمُتغيّرات الاجتماعية والثقافية المصاحبة لها.

المحور الأول: محور القيم:

دراسة الحربي (2020)، التي هدفت إلى الكشف عن القيم التربوية الواردة في رؤية المملكة العربية السعودية 2030، وتقديم تصوُّر مُقترح لتعزيز تلك القيم لدى طلبة الجامعات السعودية، ولتحقيق ذلك اعتمدت الدراسة المنهج النوعي، وتوصّلت إلى أن القيم التربوية التي وردت في وثيقة رؤية المملكة 2030؛ بلغت (44) قيمة، حيث حقّقت قيمة (الشفافية) الترتيب الأول، وجاءت قيم (الوسطية، والتعاون، والاعتزاز، والمُساءلة، والمسؤولية، والإنتاجية، والحوكمة) في الترتيب الثالث، واحتلت قيم (الكرم والفخر والانضباط) الترتيب الرابع، وجاء في الترتيب الخامس (تقبّل الآخر والتسامح والمساعدة والتعاطف).

دراسة مؤسسة محمد بن سلمان الخيرية مسك الخيرية (2020)، التي أُجريت في المملكة العربية السعودية، وتم مقابلة (400) فرد من الفئة العمرية من (15-34) عامًا، وكانت العينة متناسبة ديموغرافيًّا مع التوزيع السكاني الفعلي؛ لقياس خمس قيم رئيسة بين الشباب، وهي: (العزم والمثابرة والإيجابية والمسؤولية والتسامح والوطنية والانتماء الوطني). وبشكل عام، حصلت جميع القيم الخمس على درجات عالية، كما أوضحت الدراسة قوة إيمان الشباب بالذات، فعند التخيير بين الأعراف الاجتماعية أو القناعات الشخصية يختار الشباب ما يؤمنون به.

دراسة أبي ساق وعين (2023)، تناولت الدراسة أثر التغيرات الاجتماعية في بعض القيم عند الشباب الجامعي، وهدفت إلى التّعرّف على التغيرات الاجتماعية في المجتمع السعودي على أربع قيم، وهي: قيمة العمل، وقيمة الوقت، وقيمة الزواج، وقيمة قبول الآخر عند الشباب الجامعي، وقد اتبعت الدراسة منهج المسح الاجتماعي، وتمثّل مجتمع العينة في طلبة جامعة الملك سعود، وأكدت نتائج الدراسة أن الشباب الجامعي لديه القدرة على اتخاذ القرار عندما يكون الأمر متعلقًا بالاختيارات المهنية، وقدرة الشباب الجامعي على التزام قيمة الوقت واحترامها، وقيمة قبول الآخر واحترامه.

الدراسات التي تناولت المقاهي:

دراسة عبد الرحمن (2016)، التي هدفت إلى التّعرّف على ثقافة المقهى بين التقليدية والحداثة مصر (نموذجًا رؤية سوسيولوجية تحليلية. فظاهرة المقهى في مصر موضوع مهم؛ إذ أصبحت تُشكّل انتشارًا واسعًا في المجتمع المصري، وأكدت الدراسة أنه لا يستطيع أحد أن ينكر الإيجابيات والمزايا التي يمكن أن تُجنى وتنعكس على أقرانهم وأسرهم ومجتمعهم من خلال تلك المقاهي (القديم والحديث)، مثل: الترابط الاجتماعي وتدعيم العلاقات الاجتماعية، والتفاعل الاجتماعي، والتوازن النفسي والانضباط العاطفي الانفعالي.

دراسة برادي وآخرين (Brady et al., 2018)، التي هدفت إلى معرفة وجهات نظر الشباب حول دور المقاهي الشبابية في حياتهم، والمرتبطة بـ(6) من المجالات: الشعور بالدعم والانتماء، والاتصال، والشخصية، وتطوير الهوية والسلامة من الكحول والمخدرات، والتعليم، واعتمدت الدراسة في منهجها على المنهج النوعي من خلال عينة قصدية (10) مقاهٍ في إيرلندا، وعدد (102) من الشباب (55 ذكرًا و47 أنثى)، وأشارت النتائج إلى أن نموذج المقهى أصبح شكلًا بارزًا من أشكال توفير السياسات للشباب في إيرلندا؛ لما يوفّره من الطابع غير الرسمي، وأنه مساحة للاسترخاء، وطبيعة العلاقات الاجتماعية والشعور بالمجتمع، كما تساعد المقاهي على تطوير إحساسهم بالهوية وبناء الثقة وتطوير المهارات الحياتية القيمة، وأكّدت النتائج دور المقهى في مساعدتهم على الحدّ من تناول المشروبات الكحولية والمخدرات، وأفاد عدد من الشباب أن مقهى الشباب تدعمهم من خلال المساعدة في الدراسة والتحضير للامتحانات، ودعمهم في التعامل مع الضغوط المرتبطة بالامتحانات والمدرسة والتحدّث عن المشاكل التي يواجهونها في المدرسة.

دراسة فيروز (2020)، التي أُجريت في المجتمع العراقي، وهدفت إلى معرفة مدى تردد الشباب المراهقين على الكوفي شوب وأسباب ترددهم، وأكثر المجالات والأنشطة التي يستخدمونها، وما المشكلات التي تواجههم عند ترددهم على الكوفي شوب وترتيبها من حيث الأهمية، وتُعدّ من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح الاجتماعي، وتوصّلت إلى تنوّع عينة الشباب من الجنسين (50٪) للذكور، و(50٪) للإناث، وأن أكثر من 80٪ أكدوا أن سبب ترددهم وقت الفراغ، ويرى (80٪) أنها لا تُمثّل خطرًا حقيقيًّا على الشباب، ويؤيد نصف أفراد العينة انتشارها، ويرى أكثر من 70٪ أنها المُتنفّس الوحيد للشباب.

دراسة شهاب (2020)، التي هدفت إلى معرفة العوامل والآثار المترتبة على انتشار الكافيات (المقاهي) في مدينة دمياط الجديدة، وتُعدّ من الدراسات الوصفية، واعتمدت المنهج الأنثروبولوجي، وتوصّلت إلى أن الزيادة السكانية هي السبب الرئيس الدافع لانتشار الكافيهات، والتوسّع في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وأن المدن الجديدة ما زالت في حاجة إلى خدمات لها دور كبير وفعّال في انتشار الكافيهات، وأن أهم أسباب تردد الأفراد على الكافيهات: قضاء وقت الفراغ وتصفّح الإنترنت، وقضاء المصالح، ومشاهدة مباريات كرة القدم. ومن إيجابياتها: تعمل على تكوين علاقة وتفاعل بين

العاملين والمترددين، كما أن وجود مكتبة يعدّ من أهم الأدوار الثقافية. ومن السلبيات: زيادة انتشار ظاهرة التدخين بين الذكور والإناث.

وهدفت **دراسة فيارتاسيوي وتريهارتونو** (Viartasiwi & Trihartono, 2020) التّعرّف إلى مستهلكي القهوة على أساس الدخل والعمر، ووصف السلوكات المتغيّرة للقهوة من رواد التسوّق من المقهى التقليدي إلى الحديث (café)، وقد أُجريت في منطقة جاوة الشرقية بإندونيسيا، واستخدمت الطريقة الكمية عن طريق العينة العشوائية متعددة المراحل المختارة عشوائيًّا، وأوضحت نتائج الدراسة أن رواد المقهى غالبًا أشخاص تتراوح أعمارهم بين (25 إلى 40) عامًا، ولديهم دخل شهري شخصي يزيد عن (69) دولارًا أمريكيًّا، وأن هناك علاقة بين الوضع المادي وارتياد المقاهي. وأوضحت الدراسة التغير الشاسع في عادات الذهاب للمقهى عما سبق، وأن أوقات زيارة المقهى تكون مرة إلى مرتين في الأسبوع، وأنهم يقضون ما يقرب من ساعة إلى ساعتين في الدردشة مع الأصدقاء، والقراءة وتصفّح الإنترنت.

ويؤكد أصحاب المقاهي بتفاعل المرتادين بعد التغيير في المقاهي من الناحية الجمالية، كترتيب الطاولات والخدمة والأسعار والأجواء العامة، ويرون أن التغيير في سلوكات التفاعل ضرورة في المقهى الحديث. وتظهر الدراسة أن التحوّل من المقاهي القديمة إلى الحديثة يحدث بسبب التحوّل في احتياجات رواد المقاهي؛ لإيجاد الرفقة وتجربة تناول القهوة والجانب الترفيهي.

دراسة فيريرا وآخرين (Ferreira et al., 2021)، التي هدفت إلى الكشف عن الأدوار التي تؤديها المقاهي في مدن إنجلترا، بوصفها مساحات مجتمعية، واعتمدت الدراسة على الأبحاث التي تناولت توسّع صناعة المقاهي، ودرست كيف سعت المقاهي إلى المشاركة ودمج نفسها في المجتمعات، ولاستكشاف أدوار المقاهي في المجتمعات المختلفة، فقد تُحقّق من خمس مدن في إنجلترا، وبيّنت نتائج الدراسة الدور المحتمل الذي يمكن أن تؤديه المقاهي في المجتمعات. ومع أن العديد من المقاهي تبدو وكأنها نسخ متقنة لعلامة تجارية موجودة في الشارع الرئيس، وأصبحت المقاهي أكثر من مجرد أماكن لتناول الطعام والشراب، وإنما أصبحت مساحات مهمة للترفيه والعمل والتواصل، وصار لها القدرة على التأثير في الحياة الحضرية الحديثة؛ لكن هناك احتمال أن يكون لهذه المساحات تأثير أكبر في مجتمعهم المحلي.

دراسة الكندري وتشودري (kandari & Chaudry, 2023)، حيث تناولت الدراسة دور المقاهي بوصفها مكانًا ثالثًا في بناء المجتمعات ورأس المال الاجتماعي بالكويت، وأُستخدم منهج مختلط الأسلوب لإجراء الدراسة، وأشارت النتائج إلى أن الأهمية التي توليها المقاهي لتوفير المرافق تعكس أن أصحابها ينظرون إليها على أنها أماكن ثالثة، واجتذبت المرافق العملاء إلى المقاهي حيث حدثت تفاعلات ساعدت على بناء المجتمعات، وأظهر نمط زيارات العملاء أنهم غالبًا يأتون لعقد الاجتماعات، حيث سهّلت التفاعلات وشجعتها، وأنها تعدّ مكانًا لجمع الأصدقاء وإنجاز العمل والدراسة وما إلى ذلك، ويقوم العملاء المنتظمون بزيارة المقاهي المفضّلة لديهم يوميًا، ويشاركون في إقامة الفعاليات، وتغيير موضوع المقهى وفقًا للمناسبات العالمية مثل: يوم المرأة، ودعوة الطلاب لاكتساب الخبرة العملية منهم. ويبدو أن معظم المقاهي تدرك مسؤوليتها الاجتماعية، من خلال السماح للطلاب بالعمل في المقهى (كباريستا)، وتتضمّن مسؤوليتهم تقديم القهوة، والمساهمة في خدمة المجتمع عبر تغيير التغليف وفقًا للحدث، مثل: مناسبة اليوم الوطني للكويت، حيث كانت فناجين القهوة الورقية عليها أعلام الكويت، كما شاركوا في الأحداث الرياضية كتوزيع المشروبات المجانية على المشجعين.

التعليق على الدراسات السابقة:

بالاطلاع على الدراسات السابقة؛ يتبيّن أن بعضها تناولت القيم لدى الشباب في المجتمع السعودي، وتناولت بعضها موضوع المقاهي باختلاف المُتغيّر الجغرافي والبُعد السسيولوجي، أما الدراسة الحالية فتركّز على بعض القيم المجتمعية، والدراسة الحالية مختلفة عن الدراسات السابقة لتناولها موضوع ارتياد المقاهي وعلاقته بالقيم المجتمعية، وحسب علم الباحثة فلا يوجد دراسة تناولت هذا الموضوع.

أدبيات الدراسة:

القيم:

تعرض الباحثة لأهم التعريفات التي تناولت مفهوم القيم عبر ثلاثة اتجاهات رئيسة، وهي: النظر إلى القيم بوصفها مجموعة من المعايير التي نحكم بها على الأشياء بالحسن والقبيح، والنظر إلى القيم بوصفها تفضيلات يختارها الفرد، والنظر إلى القيم بوصفها حاجات ودوافع واهتمامات واتجاهات ومعتقدات ترتبط بالفرد (يحيى وأوهايبية، 2018).

وتتصدّر القيم الإنسانية حيزًا مهمًّا في حياة الإنسان، بوصفها مفهومًا يدلّ على مجموعة من التصوّرات والمفاهيم، التي تُكوّن إطارًا للمعايير والأحكام والمُثل والمعتقدات والتفضيلات، وتتكوّن لدى الفرد من خلال تفاعله مع المواقف والخبرات الفردية والاجتماعية، بحيث تُمكّنه من اختيار أهداف وتوجّهات لحياته، يراها جديرة بتوظيف إمكاناته، وتتجسّد من خلال الاهتمامات، أو الاتجاهات، أو السلوك العملي، أو اللفظي، بطريقة مباشرة وغير مباشرة (مصطفى، 1988).

وقد أدرك مهندسو رؤية المملكة العربية السعودية 2030 مبكرًا دور القيم في التنمية بكافة أشكالها، وأن الافتقار إلى منظومة القيم سيُعطّل الخطط الطموحة للوطن؛ لذلك سعت الرؤية إلى ترسيخ القيم الإيجابية في شخصيات أبناء الوطن، وإكسابهم مزيدًا من القيم والسلوكات المرغوبة إلى

جانب المعارف والمهارات؛ لتُمثّل الرؤية ترجمة واقعية للقيم الإسلامية والوطنية، وجاءت في محاورها الثلاثة متضمّنة منظومة قيمية متكاملة يمكن من خلالها وضع تصوّر شامل لدور القيم في التماسك الاجتماعي والتنمية الاجتماعية الاقتصادية والاجتماعية، منطلقة من مصادر أصيلة نابعة من قيم الدين الإسلامي الخالد والثقافة الوطنية العريقة، وقد استندت الرؤية في بناء الإنسان على وجود الإرث الثقافي، والاعتزاز بالهوية الوطنية واللغة العربية، إضافة إلى منظومة متنوّعة من القيم كقيم الالتزام والإتقان والانضباط والعدالة والشفافية، التي تُمثّل دعائم أساسية لتحقيق التنمية في شتى المجالات (وثيقة رؤية المملكة العربية السعودية 2030، 2016، كما ورد في الحربي، 2020، ص. 215).

المقاهي بوصفها أحد التغيرات الاجتماعية والثقافية:

المقاهي أماكن للاجتماع تُحقّق إمكانية لحرية التعبير وبناء العلاقات الاجتماعية على المستوى الإنساني، وقد أدت دورًا حاسمًا في تشكيل الأيديولوجيات السياسية النهضوية بأوروبا منذ القرن السابع عشر، وقد سبقت العاصمة البريطانية في ذلك أوروبا، ويرى العديد من الباحثين أن هذه الظاهرة أدّت إلى الثورات الفكرية والصناعية الأوروبية، حيث ظهرت المقاهي وكانت مسرحًا للحوار في السياسة والمشاكل الاجتماعية والقضايا العقائدية؛ مما شجّع ذوي الآراء السياسية الاجتماعية المثيرة للجدل على التعبير عن أنفسهم بحرية. وفي وقت لاحق، أصبح للمقاهي الفرنسية مكان بارز جمع بين الناشطين السياسيين المعارضين للحكومة الفرنسية والمثقفين عامة (والي، 2013). وأُعترف بأهمية المقاهي في تحقيق بعض الوظائف السياسية والثقافية والاجتماعية منذ فترة طويلة في العلوم الاجتماعية (Warner et al. , 2013).

وقد توجّهت الدراسات الاجتماعية الثقافية نحو دراسة القهوة وتأثيراتها في البنى الثقافية والسلوكية للأفراد والجماعات؛ بوصفها طقوسًا خاصة دخلت في المنظومة الاجتماعية وما يرافقها؛ لكن النظر إليها منعزلة عن المكان الذي تعيش فيه، جعل الدراسات حولها ناقصة؛ ومن هنا ظهر السؤال الأهم عن السر بين القهوة المشروب والمقهى المكان، ويرى كثير من المفكّرين أن القهوة وكل ما يتصل بها من طقوس وعادات كانت من عناصر التنوير في العالم العربي، كما أن تلمّس وقراءة علامات فارقة في التاريخ الثقافي الحديث؛ يجعل من تاريخ القهوة والمقهى حقلًا ثقافيًّا يمكن من خلاله معرفة التطوّر الذي حدث على كافة المستويات.

وفي هذا الصدد، يرى هابرماس أن سر تأثير القهوة والمقهى في الحياة الثقافية يكمن في الخصائص المكانية للمقهى - بوصفه فضاء اجتماعيًّا جديدًا- ففيه يستطيع الأفراد الالتقاء والاجتماع وفق نمط علاقات متحررة من ضوابط المؤسسات الاجتماعية التقليدية - خصوصًا العائلة والدولة والمجتمع المدني- ويتشكّل الفضاء بأشمل معانيه؛ لأن المقهى يتحوّل في هذا الوضع إلى موقع لجماعة لا تتحدّد العلاقة بين أفرادها بقوانين التبعية والسلطة، ولا بالمصالح الاقتصادية؛ بل بحالة من التشارك والإجماع على تجربة واحدة (الربابعة، 2010).

وقد ظلت المقاهي في القرن العشرين تواكب تغيرات العالم السريعة؛ حتى صارت بمثابة مرآة وانعكاس لها، فبعد هيمنة العولمة الاقتصادية والاقتصاد الأمريكي على العالم، وجدت سلاسل المقاهي الأمريكية طريقها لكل بقعة على وجه الأرض، وصارت تنافس المقاهي الشعبية والتقليدية. وفي أوائل القرن الحادي والعشرين - بعد دخول الإنترنت- جاءت المقاهي السيبرانية (Cyber Cafe) لتوفّر الدخول على الشبكة مع كوب قهوة في آن معًا. واليوم باتت المقاهي تؤدي دورًا جديدًا، فأمام الأعداد المتزايدة من الموظفين الذين يعملون عن بُعد، وذوي الوظائف المستقلة ممن يشعرون بالسأم من قضاء الوقت كله في المنزل؛ توفّر المقاهي فرصة ممتازة للعمل من أجواء مغايرة أقل رتابة خارج نطاق البيت؛ لتثبت المقاهي يومًا بعد آخر أنها مساحة واسعة وفضاء رحب، وهي على استعداد دائم أن تتكيّف مع كافة التغيرات التي يجرها اختلاف الثقافة من بلد لبلد، ومن زمن لزم (فجال، د.ت).

منهجية الدراسة وإجراءاتها:

أولًا: منهج الدراسة أُستخدم منهج المسح الاجتماعي؛ لوصف مجتمع الدراسة وبحث العلاقة بين ارتياد المقاهي وتمسُّك الشباب في المجتمع السعودي ببعض القيم المجتمعية.

ثانيًا: مجتمع الدراسة: تمثّل مجتمع الدراسة الحالية في كافة الشباب السعودي مرتادي المقاهي بمدينة الرياض، وأُختيرت مدينة الرياض لعدة اعتبارات:

1. تُمثّل الرياض العاصمة الرسمية للمملكة العربية السعودية.
2. أظهرت النتائج أن منطقة الرياض هي الأكثر كثافة سكانية (الهيئة العامة للإحصاء، 2022).
3. أشارت إحصائية صادرة من وزارة التجارة إلى أن إجمالي السّجلات التجارية القائمة لنشاط المقاهي بلغ (126.497) سجلًا تجاريًّا، وتصدّرت منطقة الرياض قائمة المناطق في إصدار تلك السِّجلات، بواقع (42.082) سجلًا (رواد الأعمال،2022).

ثالثًا: عينة الدراسة: اعتمدت الدراسة الحالية على العينة المتاحة (العرضية)، وهي من أنواع العينات غير الاحتمالية. ولعدم توافر إحصاءات دقيقة حول عدد الشباب مرتادي المقاهي بمدينة الرياض؛ فإن الدراسة حدّدت العينة معتمدة على الحدّ الأدنى للعينات الكبيرة، حيث بلغ حجم العينة (380) مفردة.

رابعًا: أداة الدراسة: استخدمت الاستبانة الإلكترونية (نماذج قوقل فورم) لجمع المعلومات واستجابات أفراد عينة الدراسة حول أهداف الدراسة؛ كونها الأداة المناسبة لأهداف الدراسة الحالية، حيث أُستعين بجامعي بيانات بعد تدريبهم، مع الأخذ في الحسبان توزيع المقاهي على أحياء مدينة الرياض، وتوزيعها في أوقات مختلفة، وأخذ موافقة العاملين في المقهى، وقد وُضع (باركود) للاستبانة ليسهل على أفراد العينة فتحها وتعبئتها من قِبل المبحوثين الموزّعين في المقاهي.

صدق أداة الدراسة وثباتها:

تُحقّق من الصدق الظاهري لأداة الدراسة بعرضها على مجموعة من المحكّمين (4) من ذوي الاختصاص في مجال العلوم الاجتماعية؛ لأخذ رأيهم في مناسبة العبارات وصياغتها، وقد عدّلت الباحثة وفق ملاحظاتهم.

صدق الاتساق الداخلي للأداة:

للتحقّق من صدق الاتساق الداخلي للاستبانة، حُسبَ مُعَامِل ارتباط (بيرسون)؛ للتّعرّف على درجة ارتباط كل عبارة من عبارات الاستبانة بالدرجة الكلية للمحور.

الجدول رقم (1): مُعامِلات ارتباط بيرسون للمحاور مع الدرجة الكلية للاستبانة.

المحور	مُعَامِل الارتباط بالاستبانة
واقع ارتياد المقاهي من قِبل الشباب.	0.772**
البُعد الأول: الهوية الثقافية.	0.736**
البُعد الثاني: الانتماء الوطني.	0.732**
البُعد الثالث: القيم السلوكية.	0.711**
البُعد الرابع: القيم الدينية.	0.708**
واقع تمسُّك الشباب السعودي مرتادي المقاهي ببعض القيم.	0.896**

** دال عند مستوى الدلالة (0.01) فأقل.

يتضح من الجدول رقم (1)، أن قيم مُعَامِل ارتباط كل محور مع الاستبانة موجبة، ودالة إحصائيًا عند مستوى الدلالة (0.01) فأقل؛ مما يُشير إلى صدق الاتساق الداخلي بين المحاور، ومناسبتها لقياس ما أُعدّت لقياسه.

ثبات أداة الدراسة:

تُؤكّد من ثبات أداة الدراسة من خلال استخدام مُعَامِل الثبات ألفاكرونباخ ومعادلة التجزئة النصفية، ويوضّح الجدول رقم (2) قيم مُعامِلات الثبات ألفاكرونباخ لكل محور من محاور الاستبانة.

جدول رقم (2): مُعَامِل ألفا كرونباخ والتجزئة النصفية لقياس ثبات أداة الدراسة.

الاستبانة	المحور/ البُعد	عدد العبارات	ألفاكرونباخ	التجزئة النصفية
واقع ارتياد المقاهي من قبل الشباب		11	0.792	0.736
واقع تمسُّك الشباب السعودي مرتادي المقاهي ببعض القيم	البُعد الأول: الهوية الثقافية.	6	0.893	0.801
	البُعد الثاني: الانتماء الوطني.	5	0.759	0.715
	البُعد الثالث: القيم السلوكية.	8	0.777	0.839
	البُعد الرابع: القيم الدينية	5	0.821	0.853
الثبات العام		35	0.858	0.722

يتبيّن من الجدول رقم (2)، أن مُعَامِل الثبات العام عالٍ، حيث بلغ (0.858)، بينما بلغت التجزئة النصفية (0.722)؛ ويدلّ هذا على أن الاستبانة تتمتّع بدرجة ثبات مرتفعة يمكن الاعتماد عليها في التطبيق الميداني للدراسة.

خامسًا: أساليب المعالجة الإحصائية:

لتحقيق أهداف الدراسة، وتحليل البيانات التي جُمعت؛ أُستخدم العديد من الأساليب الإحصائية المناسبة باستخدام الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية التي يرمز إليها بـ(SPSS)، وقد أُستخدمت المقاييس الإحصائية الآتية: التكرارات، والنسب المئوية، والمتوسط الحسابي الموزون، والانحراف المعياري، وأُستخدم مُعَامِل ارتباط بيرسون للتحقّق من صدق الاتساق الداخلي لأداة الدراسة، كما أُستخدم مُعَامِل كرونباخ ألفا ومعادلة التجزئة التصفية؛ للتحقّق من ثبات أداة الدراسة، وأُستخدم تحليل التباين للانحدار لأثر ارتياد المقاهي وعلاقتها ببعض القيم المجتمعية لدى الشباب السعودي.

نتائج الدراسة ومناقشتها:

إجابة السؤال: ما الخصائص الديمغرافية للشباب مرتادي المقاهي؟

للتّعرّف على الخصائص الديمغرافية للشباب مرتادي المقاهي لاستجابات أفراد الدراسة، جاءت النتائج كما يأتي:

جدول رقم (3): توزيع أفراد الدراسة وفق مُتغيّراتهم.

المُتَغَيّر	الفئة	التكرار	النسبة ٪
الجنس	ذكر	184	48.4
	أنثى	196	51.6
	المجموع	380	٪100
العمر	أقل من 15 إلى 20 سنة	52	13.7
	من 20 إلى أقل من 25 سنة	170	44.7
	25 إلى 30 سنة	74	19.5
	30 إلى 34 سنة	84	22.1
	المجموع	380	٪100
الحالة المهنية	طالب	190	50.0
	موظف	134	35.3
	باحث عن عمل	52	13.7
	متطوّع	4	1.1
	المجموع	380	٪100
الحالة الاجتماعية	أعزب	258	67.9
	متزوج	106	27.9
	منفصل	16	4.2
	المجموع	380	٪100
الدخل الشهري الخاص	أقل من 500 ريال	40	10.5
	من 500 إلى أقل من1000 ريال	124	32.6
	من 1000 إلى أقل من 1500 ريال	166	43.7
	1500 ريال فأكثر	50	13.2
	المجموع	380	٪100
نوع السكن الخاص بك	شقة	130	34.2
	دور	48	12.6
	فيلا	178	46.8
	أخرى تُذكر	24	6.3
	المجموع	380	٪100
أكثر الفترات التي تحضر/ين فيها إلى المقهى خلال اليوم	الفئة (المبحوث اختار أكثر إجابة)	التكرار	الترتيب

المُتَغَيِّر	الفئة	التكرار	النسبة ٪
	الصباح	96	3
	الظهيرة	50	4
	بعد الظهيرة	50	5
	المساء	178	1
	ليس هناك فترة محددة	146	2
كم مرة تقريبًا في الأسبوع تحضر/ين إلى المقهى؟	يوميًّا	36	9.5
	عدة أيام في وسط الأسبوع	202	53.1
	نهاية الأسبوع (الجمعة والسبت)	142	37.4
	المجموع	380	٪100
عدد الساعات اليومية التي تقضيها في المقهى	أقل من ساعتين	208	54.7
	من ساعتين إلى أقل من 4 ساعات	134	35.3
	من 4 إلى أقل من 6 ساعات	32	8.4
	6 ساعات فأكثر	6	1.6
	المجموع	380	٪100
نوع القهوة التي تشربها بشكل يومي	قهوة سعودية	34	8.9
	قهوة مختصة	99	26
	قهوة اليوم	95	25
	أخرى تُذكر	152	40
	المجموع	380	٪100

يتضح من الجدول رقم (3) النتائج الآتية:

من حيث النوع: بلغت نسبة الإناث (51.6٪)، بينما بلغ الذكور (48.4٪).

من حيث العمر: نسبة من كانت أعمارهم من (20 إلى أقل من 25) سنة (44.7٪)، ومن كانت أعمارهم من (30 إلى 34) سنة (22,1٪)، ويليهم من كانت أعمارهم من (25 إلى 30) سنة بنسبة (19.5٪)، وبلغت نسبة من كانت أعمارهم أقل من (15 إلى 20) سنة (13.7٪).

من حيث الحالة المهنية: (50٪) منهم طالب، يليه الموظف (35.3٪)، ثم الباحث عن عمل (13,7٪)، وبنسبة (1.1٪) متطوع.

من حيث الحالة الاجتماعية: أعزب (67.9٪)، ثم متزوج (27.9٪)، ويليهما منفصل 4.2٪.

من حيث دخلهم الشهري الخاص: يتبيّن أن (43.7٪) دخلهم الشهري من (1000 إلى أقل من 1500) ريال، يليه من كان دخلهم الشهري من (500 إلى أقل من 1000) ريال بنسبة 32.6٪، ثم من كان دخلهم الشهري أكثر من (1500) ريال بنسبة (13.3٪)، بينما 10.5٪؛ كان دخلهم الشهري الخاص أقل من (500) ريال.

من حيث نوع السكن: يتضح أن (46.8٪) كان نوع السكن الخاص بهم فيلا، ويليه (34.2٪) سكنهم شقة، ثم من سكنهم دور بنسبة (12.6٪)، وهناك نسبة أخرى (بينت هاوس- دبلكس- شقة دورين- داخل مجمع- سكن جامعي) بلغت (6,3٪).

ومن حيث الفترات التي يحضرون فيها إلى المقهى: فيتبيّن من النتائج وفق الترتيب أن أكثر الفترات التي يحضرون فيها إلى المقهى تكون بالمساء، يليها (عدم وجود فترة محددة)، ثم فترة الصباح، فالظهيرة وبعد الظهيرة.

ومن حيث مرات الحضور إلى المقهى في الأسبوع: فيتضح أن من يحضرون إلى المقهى نهاية الأسبوع (الجمعة والسبت) بلغوا (37.4٪)، بينما من يحضرون عدة أيام وسط الأسبوع فنسبتهم (53.1٪)، وأقل نسبة لمن يوجدون يوميًّا بنسبة (9.5٪).

ومن حيث عدد الساعات اليومية: فإن من يقضون عدد ساعات أقل من ساعتين بلغوا (54.7٪)، يليهم من يقضون من ساعتين إلى أقل من (4) ساعات بنسبة (53.3٪)، ومن يقضون (4) ساعات إلى أقل من (6) ساعات بلغوا (8.4٪)، بينما يقضي (1.6٪) في المقهى (6) ساعات فأكثر.

ومن حيث نوع القهوة التي يشربها أفراد العينة بشكل يومي: فيتضح أن الأنواع الأخرى (كابتشينو- لاتيه- سبانيش- كورتدوا) هي المفضّلة بنسبة

40٪، يليها (القهوة المختصة) بنسبة 26٪، و(قهوة اليوم) بنسبة 25٪، وتأتي القهوة السعودية بنسبة (8.9٪).

ويتضح أن نتائج عينة الدراسة الأولية تتفق مع بعض نتائج الدراسات السابقة في تنوّع العينة ما بين ذكور وإناث، كدراسة فيروز (2020)، التي تنوّعت عينتها بين 50٪ للذكور و50٪ للإناث، وكذلك دراسة فيارتاسيوي وتريهارتونو (Viartasiwi & Trihartono, 2020)، التي أكدت نتائجها أن مرتادي المقاهي غالبًا أشخاص تتراوح أعمارهم بين (25 إلى 40) عامًا، كما تتضح من ناحية أوقات زيارة المقهى، وأن الأنواع المفضّلة من القهوة هي الأنواع العالمية المنتشرة في كافة المقاهي، وأن المقاهي الحديثة تُشجّع على تقديم القهوة العالمية بتوحيد طريقة تقديمها وتحضيرها، وهذا ما أكدته دراسة فيريرا وآخرين Ferreira et al. (2021)، أنه بالرغم من وجود العديد من المقاهي؛ لكنها تبدو وكأنها نسخ متقنة لعلامة تجارية.

إجابة السؤال: ما و اقع ارتياد المقاهي من قِبل الشباب؟

للتّعرّف على واقع ارتياد المقاهي من قِبل الشباب، فقد جاءت النتائج بناء على استجابات أفراد الدراسة كما يأتي:

جدول رقم (4): الاستجابات حول و اقع ارتياد المقاهي من قِبل الشباب، مُرتبة تنازليًا.

م	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الفئة	الرتبة
2	مقابلة أصدقائي.	2.48	0.632	كبيرة	1
1	قضاء وقت الفراغ.	2.28	0.713	متوسطة	2
4	أفضّل إنجاز بعض أعمالي في المقهى.	2.24	0.723	متوسطة	3
11	تتناسب ميزانيتي مع أسعار المقاهي.	2.03	0.741	متوسطة	4
9	تعمل المقاهي على توفير الخدمات التي أحتاجها	1.98	0.738	متوسطة	5
10	أفضّل المقاهي القريبة من منطقة سكني.	1.88	0.840	متوسطة	6
6	اجتماعات مع فريق عملي.	1.84	0.774	متوسطة	7
3	مستمر/ة في ارتياد المقهى بشكل يومي.	1.76	0.800	متوسطة	8
5	الدراسة (أفّضل المذاكرة وحلّ الواجبات في المقهى).	1.73	0.776	متوسطة	9
8	ذهابي للمقهى جزء من روتيني اليومي.	1.65	0.760	ضعيفة	10
7	صغر مساحة المنزل.	1.63	0.728	ضعيفة	11
المتوسط العام		1.96	0.400	متوسطة	

يتبيّن من النتائج في الجدول (4)؛ أن أبرز ملامح ارتياد للمقاهي من قِبل الشباب مرتبة تنازليًا، وبمتوسطات حسابية تراوحت بين (2,48 و1,63)، كالآتي: جاءت "مقابلة أصدقائي" أولًا، بمتوسط حسابي (2.48)، ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن أجواء المقاهي تمثّل أماكن عامة وفرصة لمقابلة الأصدقاء بعيدًا عن أجواء المنزل. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة برادي وآخرين (Brady et al., 2018)، التي تؤكد أن المقاهي ذات طابع غير رسمي، كما أنها مكان مريح لاجتماع الشباب مع بعضهم، وتتفق كذلك مع دراسة عبد الرحمن (2016)، التي أكّدت أن من إيجابيات المقاهي: تدعيم العلاقات الاجتماعية والتوازن النفسي.

ويليها: "قضاء وقت الفراغ" بمتوسط حسابي (2.28)، ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن الشباب السعودي من مرتادي المقاهي لديهم وقت فراغ يفضّلون قضاءه في المقاهي؛ لوجود عوامل جذب عديدة تجذب الشباب. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة الكندري وتشودري (kandari & Chaudry, 2023)، التي بيّنت أن المقاهي يُنظر إليها على أنها أماكن ثالثة للترويح، كما تتفق مع دراسة شهاب (2020)، التي بيّنت أن قضاء وقت الفراغ من أسباب ارتياد المقاهي.

واحتلت: "أفضّل إنجاز بعض أعمالي في المقهى" المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (2.24)، حيث لم تعد المقاهي بالشكل التقليدي في كونها مجرد مكان لاحتساء القهوة أو تناول المأكولات الخفيفة، إنما تجاوزت ذلك وأصبحت أماكن للعمل، فضلًا عن أنها أماكن للترفيه، وهذا ما أكدته دراسة فيريرا وآخرين (Ferreira et al., 2021)؛ إذ أصبحت المقاهي لدى بعضهم أكثر من مجرد أماكن لتناول الطعام والشراب، وإنما أصبحت مساحات مهمة للترفيه والعمل والتواصل.

وأتت عبارة "تتناسب ميزانيتي مع أسعار المقاهي" في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (2.03)، ثم عبارة "تعمل المقاهي على توفير الخدمات التي احتاجها" في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي (1.98)، ويرجع هذا إلى كون غالبية المقاهي تهتم بالجوانب التفصيلية من إنترنت وكهرباء وجلسات مريحة ونحو ذلك، وجاءت عبارة "أفضّل المقاهي القريبة من منطقة سكني" المرتبة السادسة بمتوسط حسابي (1.88)، ثم أتت عبارة "اجتماعات مع فريق عملي" سابعًا، بمتوسط (1.84)، وتُفسّر هذه النتيجة بأن بعض المقاهي في المدن الحديثة توفّر مساحات عمل وأماكن مخصصة للاجتماعات مع الفريق، وتتفق الدراسة مع دراسة فيارتاسيوي

وتريهارتونو (Viartasiwi & Trihartono, 2020)، التي أكّدت أن المقاهي الحديثة وفّرت أجواء خاصة للمناقشة والاجتماع داخل المقهى، كما اتفقت مع دراسة الكندري وشودري (Kandari & Chaudry,2023)، التي أكّدت أن المقاهي أماكن لعقد الاجتماعات، وسهّلت التفاعلات وشجعتها.

أما عبارة "مستم/ة في ارتياد المقهى بشكل يومي"؛ فجاءت في المرتبة الثامنة بمتوسط حسابي (1.76)، واحتلت "الدراسة (أفضّل المذاكرة وحلّ الواجبات في المقهى)" المرتبة التاسعة، بمتوسط حسابي (1.73)، وجاءت عبارة "ذهابي للمقهى جزء من روتيني اليومي" في المرتبة العاشرة، بمتوسط حسابي (1.65)، وبدرجة منخفضة. وجاءت عبارة "صغر مساحة المنزل" بالمرتبة الحادية عشرة، بمتوسط حسابي (1.63)، وبدرجة منخفضة. وتُفسّر هذه النتيجة أن هناك نسبة كبيرة من عينة الشباب السعودي من مرتادي المقاهي بلغت (46.8٪)، وأن من خصائصهم: أنهم يسكنون في فيلا؛ ولذلك لم يكن من أسباب ارتياد الشباب السعودي للمقاهي صغر مساحة منازلهم.

إجابة السؤال: ما مستوى تمسُّك الشباب السعودي مرتادي المقاهي ببعض القيم المجتمعية؟

للتّعرّف إلى مستوى تمسُّك الشباب السعودي مرتادي المقاهي ببعض القيم المجتمعية لاستجابات أفراد الدراسة على عبارات أبعاد: **الهوية الثقافية، والانتماء الوطني، والقيم السلوكية، والقيم الدينية**؛ فقد جاءت النتائج كما يأتي:

البُعد الأول: الهوية الثقافية:

جدول رقم (5): الاستجابات حول مستوى تمسُّك الشباب السعودي مرتادي المقاهي ببعض القيم المجتمعية فيما يتعلّق ببُعد الهوية الثقافية

م	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الفئة	الرتبة
2	أتحدّث اللغة العربية مع المرتادين.	2.55	0.587	كبيرة	1
5	أشعر بالفخر عندما تقدّم لي القهوة السعودية في المقاهي.	2.44	0.708	كبيرة	2
1	أرتدي الزي السعودي عند ارتيادي للمقهى.	2.36	0.696	كبيرة	3
6	أحرص على ارتياد المقاهي التي تحمل هوية ثقافية سعودية.	2.19	0.762	متوسطة	4
3	أتحدّث اللغة العربية بشكل مستمر مع العاملين.	2.17	0.685	متوسطة	5
4	أحرص على تناول المشروبات والمأكولات الشعبية (الوطنية).	1.79	0.665	متوسطة	6
المتوسط العام		2.25	0.426	متوسطة	

يتبيّن من النتائج في الجدول رقم (5)؛ أن أبرز ملامح تمسُّك الشباب السعودي مرتادي المقاهي ببعض القيم المجتمعية فيما يتعلّق ببُعد الهوية الثقافية؛ جاءت مرتبة على التوالي، وبمتوسطات حسابية تراوحت بين (2,55 و1,79)، وقد احتلت عبارة "أتحدّث اللغة العربية مع المرتادين" المرتبة الأولى، بمتوسط حسابي (2.55)، يليها عبارة "أشعر بالفخر عندما تُقدّم لي القهوة السعودية في المقاهي" بالمرتبة الثانية، بمتوسط حسابي (2.44)، وتُفسّر هذه النتيجة بأن الشباب السعودي يتمتّعون بانتماء ثقافي لمجتمعهم؛ ولذلك يشعرون بالفخر عندما تُقدّم إليهم القهوة السعودية في جميع المقاهي، وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة الحربي (2020)، التي بيّنت بروز قيمة الفخر لدى الشباب، ثم أتت عبارة "أرتدي الزي السعودي عند ارتيادي للمقهى" في المرتبة الثالثة، بمتوسط حسابي (2.36)، وجاءت عبارة "أحرص على ارتياد المقاهي التي تحمل هوية ثقافية سعودية" في المرتبة الرابعة، بمتوسط حسابي (2.19)، ثم جاءت عبارة: "أتحدّث اللغة العربية بشكل مستمر مع العاملين" في المرتبة الخامسة، بمتوسط حسابي (2.17)، أما عبارة: "أحرص على تناول المشروبات والمأكولات الشعبية (الوطنية)"، فجاءت بالمرتبة السادسة، بمتوسط حسابي (1.79).

البُعد الثاني: الانتماء الوطني:

جدول رقم (6): الاستجابات حول مستوى تمسُّك الشباب السعودي مرتادي المقاهي ببعض القيم المجتمعية فيما يتعلَّق ببعد الانتماء الوطني.

م	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الفئة	الرتبة
1	أحرص على الاحتفاء باليوم الوطني حال صادف وجودي بالمقهى.	2.49	0.725	كبيرة	1
5	أدافع عن موقف وطني تجاه القضايا المختلفة في أثناء النقاش بالمقهى.	2.46	0.767	كبيرة	2
3	أهتم بتشجيع منتخب السعودية في الألعاب الرياضية المختلفة حال وجودي بالمقهى.	2.32	0.781	متوسطة	3
4	أهتم بالمشاركة في النقاشات التي تتعلّق بالقضايا الوطنية.	2.01	0.851	متوسطة	4
2	أستثمر وجودي بالمقهى في مشاركة الآخرين البحث عن حلول لبعض المشكلات الوطنية.	1.99	0.861	متوسطة	5
المتوسط العام		2.25	0.594	متوسطة	

يتضح من النتائج في الجدول رقم (6)؛ أن أبرز ملامح تمسُّك الشباب السعودي مرتادي المقاهي ببعض القيم المجتمعية فيما يتعلّق ببُعد الانتماء الوطني؛ جاءت بمتوسطات حسابية تراوحت ما بين (2,49 و1,99)، وقد جاءت عبارة "أحرص على الاحتفاء باليوم الوطني حال صادف وجودي بالمقهى" بالمرتبة الأولى، بمتوسط حسابي (2.49). وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة مؤسسة محمد بن سلمان الخيرية مسك الخيرية (2020)، التي بيّنت بروز الانتماء الوطني في المرتبة الأولى، ويليها عبارة "أدافع عن موقف وطني تجاه القضايا المختلفة في أثناء النقاش بالمقهى" في المرتبة الثانية، بمتوسط حسابي (2.46)، وتُفسَّر هذه النتيجة بأن الشباب السعودي من مرتادي المقاهي تشبّعوا بثقافات وطنهم وبالأنشطة الوطنية التي يتشاركونها في المقاهي؛ لذلك يدافعون عن موقف وطني تجاه القضايا المختلفة أثناء النقاش بالمقهى، وتتسق هذه النتيجة مع مفهوم نظرية العالم بورديو، التي تُبيّن قيام التجمعات الأولية (الطفولة والمراهقة)، و(التجمعات الثانوية) سن الرشد بدور بارز في بناء الهابيتوس، ويستطيع الأفراد عبر هذا الرأسمال الاجتماعي المتحصّل عليه بفعل التنشئة الاجتماعية؛ أن يخلقوا هابيتوس الطبقة؛ بسبب تشاركهم في مجموعة من الأفعال والتصرّفات والسلوكات المشتركة.

ويليها عبارة "أهتم بتشجيع منتخب السعودية في الألعاب الرياضية المختلفة حال وجدوي بالمقهى"، التي جاءت بالمرتبة الثالثة، بمتوسط حسابي (2.32)، ثم جاءت عبارة: "أهتم بالمشاركة في النقاشات التي تتعلّق بالقضايا الوطنية" بالمرتبة الرابعة، بمتوسط حسابي (2.01)، وتُفسّر هذه النتيجة بأن الشباب السعودي من مرتادي المقاهي يتفاعلون مع الفعاليات والأنشطة التي تجمع أصدقائهم بالمقهى؛ مما قلّل من اهتمامهم بالمشاركة في النقاشات التي تتعلّق بالقضايا الوطنية، كما جاءت عبارة: "أستثمر وجودي بالمقهى في مشاركة الآخرين البحث عن حلول لبعض المشكلات الوطنية" بالمرتبة الخامسة، بمتوسط حسابي (1.99).

البُعد الثالث: القيم السلوكية:

جدول رقم (7): الاستجابات حول مستوى تمسُّك الشباب السعودي مرتادي المقاهي ببعض القيم المجتمعية فيما يتعلق ببُعد القيم السلوكية.

م	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الفئة	الرتبة
4	أُظهر الاحترام لجميع الأفراد بالمقهى ذكورًا أو إناثًا.	2.88	0.386	كبيرة	1
2	أحترم جميع الجنسيات في المقهى.	2.85	0.415	كبيرة	2
3	ألتزم بقوانين المكان كالتدخين ونحوه.	2.84	0.398	كبيرة	3
7	أحرص على الالتزام بلائحة الذوق العام في المقاهي.	2.80	0.225	كبيرة	4
1	ألتزم بآداب التعامل مع الآخرين حتى في المواقف الصعبة.	2.79	0.248	كبيرة	5
5	أحاول دعوة أصدقائي إلى شرب القهوة؛ تعبيرًا عن الكرم.	2.72	0.536	كبيرة	6
6	أحاول عدم رفع صوتي مهما صدر من موقف.	2.71	0.550	كبيرة	7
8	أحرص على تنظيف مكاني قبل المغادرة.	2.69	0.576	كبيرة	8
المتوسط العام		2.80	0.333	كبيرة	

يتبيّن من النتائج في الجدول رقم (7)؛ أن أبرز ملامح تمسُّك الشباب السعودي مرتادي المقاهي ببعض القيم المجتمعية فيما يتعلّق ببُعد القيم السلوكية؛ أتت بمتوسطات حسابية تراوحت ما بين (2,88 و2,69)، مرتبة كالآتي:

احتلت عبارة: "أظهر الاحترام لجميع الأفراد بالمقهى ذكورًا أو إناثًا" بالمرتبة الأولى، بمتوسط حسابي (2.88). وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة أبي ساق وعين (2023)، التي بيّنت أن الشباب الجامعي يمتلك قيمة قبول واحترام للآخر، ويليها عبارة "أحترم جميع الجنسيات في المقهى" بالمرتبة الثانية، بمتوسط حسابي (2.85)، ثم عبارة: "ألتزم بقوانين المكان كالتدخين ونحوه" في المرتبة الثالثة، بمتوسط حسابي (2.84)، ويليها عبارة: "أحرص على الالتزام بلائحة الذوق العام في المقاهي" بالمرتبة الرابعة، بمتوسط حسابي (2.80)، ثم عبارة: "ألتزم بآداب التعامل مع الآخرين حتى في المواقف الصعبة" بالمرتبة الخامسة، بمتوسط حسابي (2.79)، ويليها عبارة: أحاول دعوة أصدقائي إلى شرب القهوة؛ تعبيرًا عن الكرم، بالمرتبة السادسة بمتوسط حسابي (2.72)، وجاءت عبارة: "أحاول عدم رفع صوتي مهما صدر من موقف" بالمرتبة السابعة، بمتوسط حسابي (2.71)، كما جاءت عبارة: "أحرص على تنظيف مكاني قبل المغادرة" بالمرتبة الثامنة، بمتوسط حسابي (2.69). ويتضح من نتائج بُعد القيم السلوكية بشكل عام؛ أنها جاءت مرتفعة ويدلّ هذا على تحلي شباب المجتمع السعودي بالقيم السلوكية المُثلى.

البُعد الرابع: القيم الدينية:

جدول رقم (8): الاستجابات حول مستوى تمسُّك الشباب السعودي مرتادي المقاهي ببعض القيم المجتمعية فيما يتعلّق ببُعد القيم الدينية.

م	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الفئة	الرتبة
1	يجذبني المكان الذي يسمح بالتشجيع على أداء الصلاة.	2.79	0.469	كبيرة	1
3	أحرص على الالتزام بالتعاليم الإسلامية في ممارسة أي نشاط داخل المقهى.	2.72	0.555	كبيرة	2
5	إذا وجدت بالمقهى ما يخالف قيمي الدينية؛ أغادر المكان فورًا.	2.57	0.669	كبيرة	3
4	أعدّ وجودي في المقهى فرصة لتقديم العون والمساعدة للآخرين.	2.24	0.766	متوسطة	4
2	أهتم بمناقشة القضايا الدينية أثناء وجودي بالمقهى.	2.06	0.833	متوسطة	5
المتوسط العام		2.48	0.436	كبيرة	

يتضح من النتائج في الجدول (8)؛ أن أبرز ملامح تمسُّك الشباب السعودي مرتادي المقاهي ببعض القيم المجتمعية فيما يتعلّق ببُعد القيم الدينية؛ أتت بمتوسطات حسابية تراوحت ما بين (2,79 و2,06)، وهي مرتبة كالآتي: جاءت عبارة: "يجذبني المكان الذي يسمح بالتشجيع لإداء الصلاة" بالمرتبة الأولى، بمتوسط حسابي (2.79). وتُفسّر هذه النتيجة بأن الشباب السعودي من مرتادي المقاهي ينتمون إلى مجتمع متمسُّك بالقيم والرواسخ والثوابت الدينية الإسلامية؛ لذلك ينجذبون إلى المكان الذي يسمح بالتشجيع لأداء الصلاة، ويليها عبارة: "أحرص على الالتزام بالتعاليم الإسلامية في ممارسة أي نشاط داخل المقهى" بالمرتبة الثانية، بمتوسط حسابي (2.72)، ثم عبارة: "إذا وجدت بالمقهى ما يخالف قيمي الدينية؛ أغادر المكان فورًا" بالمرتبة الثالثة، بمتوسط حسابي (2.57).

وجاءت عبارة: "أعدّ وجودي في المقهى فرصة لتقديم العون والمساعدة للآخرين" بالمرتبة الرابعة، بمتوسط حسابي (2.24)، وتُفسَّر هذه النتيجة بأن الشباب السعودي يرتادون المقاهي بدافع قضاء وقت الفراغ ولقاء أصدقائهم ونحو ذلك؛ لهذا لا يعدّون وجودهم في المقهى فرصة لتقديم العون والمساعدة للآخرين، وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة الحربي (2020)، التي بيّنت أن قيمة المساعدة احتلت الترتيب الخامس.

ويليها عبارة: "أهتم بمناقشة القضايا الدينية أثناء وجودي بالمقهى" في المرتبة الخامسة، بمتوسط حسابي (2.06)، ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن الموضوعات التي يتداولها الشباب السعودي من مرتادي المقاهي متنوّعة وفق القضايا الاجتماعية والاقتصادية التي تتمحور حول رؤية 2030، كما لا تتعارض هذه التنجية مع العبارة الأولى: "يجذبني المكان الذي يسمح بالتشجيع على أداء الصلاة"، فالقيم الدينية تبرز بالممارسات الفعلية للشعائر الدينية.

إجابة السؤال: ما العلاقة بين ارتياد المقاهي ومستوى تمسُّك الشباب ببعض القيم؟

يسعى هذا الجزء إلى معرفة أثر ارتياد المقاهي وعلاقتها ببعض القيم المجتمعية لدى الشباب السعودي، وللتّعرّف إلى ما إذا كانت هناك علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين ارتياد المقاهي وتمسُّك الشباب ببعض القيم؛ حُسب مُعَامِل ارتباط بيرسون، وجاءت النتائج كما يوضّحها الجدول الآتي:

جدول رقم (9): نتائج مُعَامِل ارتباط بيرسون لتحديد العلاقة بين ارتياد المقاهي وتمسُّك الشباب ببعض القيم.

البُعد		واقع ارتياد المقاهي من قبل الشباب
البُعد الأول: الهوية الثقافية	مُعَامِل الارتباط	0.166
	الدلالة الإحصائية	0.022*
البُعد الثاني: الانتماء الوطني	مُعَامِل الارتباط	0.303
	الدلالة الإحصائية	0.000**
البُعد الثالث: القيم السلوكية	مُعَامِل الارتباط	0.071-
	الدلالة الإحصائية	0.330
البُعد الرابع: القيم الدينية	مُعَامِل الارتباط	0.059
	الدلالة الإحصائية	0.417
واقع تمسُّك الشباب السعودي مرتادي المقاهي بالرياض ببعض القيم	مُعَامِل الارتباط	0.173
	الدلالة الإحصائية	0.017*

** دال عند مستوى الدلالة (0.01) فأقل. * دال عند مستوى الدلالة (0.05) فأقل.

من خلال النتائج الموضحة أعلاه؛ يتبيّن عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا عند مستوى (0.05)، بين ارتياد المقاهي وبُعدي (القيم السلوكية والقيم الدينية)، ووجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائيًّا عند مستوى (0.05)، بين ارتياد المقاهي وبُعدي (الهوية الثقافية، وواقع تمسُّك الشباب السعودي مرتادي المقاهي ببعض القيم)، ووجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائيًّا عند مستوى (0.01) بين ارتياد المقاهي وبُعد (الانتماء الوطني)، ووجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا عند مستوى (0.05)، بين ارتياد المقاهي وتمسُّك الشباب ببعض القيم. ولتحديد واقع تمسُّك الشباب السعودي مرتادي المقاهي ببعض القيم المجتمعية؛ حُسِبَ المتوسط الحسابي لهذه الأبعاد، وصولًا إلى تحديد واقع تمسُّك الشباب السعودي مرتادي المقاهي ببعض القيم المجتمعية، ويبيّن الجدول (10) النتائج العامة لهذا المحور.

جدول رقم (10): نتائج تحليل التباين للانحدار (Analysis Of variance) للتنبؤ بأثر ارتياد المقاهي في القيم المجتمعية لدى الشباب السعودي.

المُتَغَيِّر المستقل	المصدر	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف) المحسوبة	مستوى دلالة (ف)
ارتياد المقاهي	الانحدار	3.729	4	0.932	6.512	**0.000
	الخطأ	26.482	185	0.143		
	المجموع	30.211	189	-		

** فروق دالة عند مستوى (0.01) فأقل.

يتبيّن من الجدول رقم (10) صلاحية النموذج للتنبؤ بأثر ارتياد المقاهي في القيم المجتمعية لدى الشباب السعودي؛ نظرًا لمعنوية قيمة (ف) عند مستوى شك منخفض جدًّا، وهو (0.000) للمُتغيّرات المستقلة في المُتَغَيِّر التابع؛ مما يبيّن إمكانية بناء معادلة خطية يمكن من خلالها التنبؤ بقيم المُتَغَيِّر التابع عبر المُتَغَيِّر المستقل، ويبيّن الجدول الآتي ملامح هذه المعادلة.

جدول رقم (11): نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط للتنبؤ بأثر ارتياد المقاهي في القيم المجتمعية (الهوية الثقافية والانتماء الوطني) لدى الشباب السعودي.

المتغيرات التابعة	B	الخطأ المعياري	Beta	قيمة (ت)	الدلالة الإحصائية
الثابت	1.866	0.259		7.209	**0.000
البُعد الأول: الهوية الثقافية.	0.097	0.072	0.103	1.352	0.178
البُعد الثاني: الانتماء الوطني.	0.229	0.054	0.340	4.227	**0.000

** فروق دالة عند مستوى (0.01) فأقل.

من النتائج السابقة في الجدول رقم (11)؛ يتضح أن أبرز القيم التي تأثرت بارتياد الشباب للمقاهي، تمثّلت في بُعد: الانتماء الوطني الذي احتل المرتبة الأولى، حيث بلغت قيمة (ت) (4.227)، وكانت قيم (ت) دالة إحصائيًّا؛ مما يبين إمكانية التنبؤ بالانتماء الوطني لدى الشباب عبر ارتياد المقاهي، ويتبيّن من قيم الميل للمعادلة الخطية (B) أن ميل متغيّر الانتماء الوطني إيجابي؛ مما يعني أنه كلما زاد ارتياد الشباب السعودية للمقاهي؛ زادت قيمة الانتماء الوطني لديهم، ويمكن أن تُفسّر هذه النتيجة بأن الشباب السعودي - ومن خلال ارتياده للمقاهي- يُشارك أصدقاءه في حضور الفعاليات الوطنية المختلفة؛ الأمر الذي يُسهم في زيادة شعوره بالانتماء الوطني. وتتسق هذه النتيجة مع مفهوم النظرية البنائية الوظيفية، حيث تؤكد التمسّك بالقيم وأنها تؤدي وظيفة مهمة في المحافظة على استقرار البناء الاجتماعي فيما يتعلّق بالتضامن والتماسك.

كما جاء بُعد (الهوية الثقافية) في المرتبة الثانية من حيث التأثير بارتياد الشباب للمقاهي؛ إذ بلغت قيمة (ت) (1.352)، وكانت قيم (ت) دالة إحصائيًّا؛ مما يبيّن إمكانية التنبؤ بالهوية الثقافية لدى الشباب عبر ارتياد المقاهي. ويتضح من قيم الميل للمعادلة الخطية (B) أن ميل متغيّر الهوية الثقافية إيجابي؛ مما يعني أنه كلما زاد ارتياد الشباب السعودية للمقاهي؛ زادت الهوية الثقافية لهم، وتتسق هذه النتيجة مع مفهوم نظرية العالم بورديو، التي تُبيّن قيام التجمعات الأولية (الطفولة والمراهقة)، و(التجمعات الثانوية) سنّ الرشد بدور بارز في بناء الهابيتوس، ويستطيع الأفراد عبر هذا الرأسمال الاجتماعي المُتحصّل عليه بفعل التنشئة الاجتماعية؛ أن يخلقوا هابيتوس الطبقة بسبب تشاركهم في مجموعة من الأفعال والتصرّفات والسلوكات المشتركة.

أبرز النتائج:

1. أهم الخصائص الديمغرافية للشباب مرتادي المقاهي: تنوعت عينة الدراسة بين الإناث بنسبة (51.6٪)، بينما بلغ الذكور (48.4٪).أما حالتهم المهنية نصف العينة منهم طلاب. ومعظم افراد العينة غير متزوجين بنسبة (67.9٪) ومن حيث الفترات التي يحضرون فيها إلى المقهى: فيتبيّن من النتائج وفق الترتيب أن أكثر الفترات التي يحضرون فيها إلى المقهى تكون بالمساء.
2. بما يتعلق واقع ارتياد المقاهي من قِبل الشباب: مقابلة الأصدقاء وقضاء وقت الفراغ وإنجاز الاعمال في المقهى من أبرز نتائج هذا المحور.
3. مستوى تمسُّك الشباب السعودي مرتادي المقاهي ببعض القيم المجتمعية: فيما يتعلّق ببُعد الهوية الثقافية: التحدث باللغة العربية والشعور بالفخر عندما تُقدّم القهوة السعودية في المقاهي". أما فيما يتعلّق ببُعد الانتماء الوطني: الحرص على الاحتفاء باليوم الوطني حال التواجد بالمقهى. أما فيما يتعلّق ببُعد القيم السلوكية: اظهار الاحترام لجميع الأفراد بالمقهى ذكورًا أو إناثًا، والالتزام بقوانين المكان كالتدخين ونحوه. وفيما يتعلّق ببُعد القيم الدينية: ينجذب الشباب للمكان الذي يسمح بالتشجيع لإداء الصلاة.
4. العلاقة بين ارتياد المقاهي ومستوى تمسُّك الشباب ببعض القيم؛ يتبيّن عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا، بين ارتياد المقاهي وبُعدي (القيم السلوكية والقيم الدينية)، ووجود علاقة ارتباطية طردية، بين ارتياد المقاهي وبُعدي (الهوية الثقافية، الانتماء الوطني) وواقع تمسُّك الشباب السعودي مرتادي المقاهي ببعض القيم.

التوصيات:

1. إجراء المزيد من الدراسات السسيولوجية التي تركّز على انتشار المقاهي وارتيادها بين الشباب بشكل مستمر وارتباطها بالحياة الاجتماعية والثقافية.
2. استغلال الدور الذي تؤديه المقاهي في تعزيز النشاطات والتفاعلات الاجتماعية والثقافية المرتبطة بقيم الشباب السعودي.
3. تعزيز انتشار القهوة السعودية بين أوساط الشباب في المقاهي؛ تأكيدًا للهوية الثقافية.

المصادر والمراجع

إبراهيم، ن. (2014). آداب وطقوس شرب القهوة في القاهرة العثمانية. مُسترجع من: https://journals.openedition.org/anisl/2019?lang=ar#quotation

أبو ساق، م.، وعين، ح. (2023). أثر التغير الاجتماعي على بعض القيم الاجتماعية لدى الشباب السعودي دراسة ميدانية مطبقة مدينة الرياض. *مجلة الخدمة الاجتماعية*، 64-85.

بدران، إ. (2017). *المقاهي كحقل اجتماعي في مدينة رام الله* . *أطروحة ماجستير غير منشورة*، جامعة بيرزيت.

تاكر، ك. (2019). *ثقافة القهوة*. فواصل للنشر والتوزيع.

الحربي، ع. (2020). تصور مقترح لتعزيز القيم التربوية الواردة في رؤية المملكة العربية السعودية 2030 لدى طلبة الجامعات السعودية. مجلة *التربية الأزهر*، 39(187)، 208-243.

الحمامصي، م. (2021، مايو20). تاريخ القهوة العربية يكشف عن سّر ارتباط القهوة بالثقافة. *صحيفة العرب*. مسترجع من: https://2u.pw/feiBUJ5

حميد، خ. (2003). القيم من منظور اجتماعي: مقاربة نظرية. *مجلة العلوم الإنسانية، 2*(14)، 69- 85.

دجيان، ج. (2023). زاوية كبرى: المقاهي، غليان ثقافي: أماكن الاختلاط والمواطنة. *رسالة اليونسكو*، (2)، 2-4. أُسترجع من: https://www.un-ilibrary.org/content/journals/22203559/2023/2/1

الربابعة، ي. (2010). *مقاهي المثقفين العرب*. متاح على الرابط: https://www.aleqt.com/2010/06/25/article_411137.html

رواد الأعمال. (2022). المقاهي في المملكة.. الواقع والفرص. *مجلة رواد الأعمال*. أُسترجع من: https://www.rowadalaamal.com/

عالي، ح. (2020). الطرح البورديوي وسؤال الفضاء العام. *المجلة العربية للآداب والدراسات الإنسانية، 4*(14)، 59-80. doi: 10.21608/ajahs.2020.103209

شهاب, ي. (2020). ظاهرة انتشار الكافيهات في المجتمع المصري. *مجلة القراءة والمعرفة، 20*(229)، 363-392. doi: 10.21608/mrk.2020.137556

عبد الرحمن، م. (2016). ثقافة المقهى بين التقليدية والحداثة: مصر (نموذجًا) رؤية سوسيولوجية تحليلية. *مجلة بحوث الشرق الأوسط، 4*(36)، 391-454. doi: 10.21608/mercj.2016.79013

عبد العظيم، ح. (د.ت). *مفاهيم سوسيولوجية حديثة: (2) الهابيتوس*. أُسترجع من: http://socio-logie.blogspot.com/2014/04/2.html

عبد المنعم، إ. (2020). واقع ارتياد المقاهي الترفيهية كإحدى طرق استغلال وقت الفراغ وآثارها الاجتماعية على الشباب بمدينة المنيا. *المجلة العلمية للتربية البدنية والرياضة، 15*(15)، 118-147.

غربي، م.، وقلواز، إ. (2016). النظرية البنائية الوظيفية: نحو رؤية جديدة لتفسير الظاهرة الاجتماعية. *مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، 4*(4)، 181-198.

الغريب، ع. (2016). *نظريات علم الاجتماع: تصنيفاتها- اتجاهاتها وبعض نماذجها التطبيقية من النظرية الوضعية إلى ما بعد الحداثة*. (ط2). دار الزهراء.

فجال، م. (د. ت). قصة المقهى.. اخترعه المسلمون واقتبسه الأوروبيون ونشره الأميركيون. *صحيفة الجزيرة*. أُسترجع من: https://2u.pw/B6J3Oo3

فيروز، س. (2020). تأثير الكوفي شوب على مستقبل الشباب المراهقين: دراسة ميدانية في مدينة بغداد- جانب الكرك. *مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية، 3*(38)، 74-105.

قاسيمي، ز. (د. ت). *النظرية الاجتماعية عند بيير بورديو: تغير أنماط الصراع. السوسيولوجيا للجميع*، أُسترجع من: http://socio-logie.blogspot.com/2013/07/blog-post_4696.html

مصطفى، ع. (1988). *القيم الإسلامية والتربية: دراسة في طبيعة القيم ومصادرها ودور التربية الإسلامية في تكوينها وتنميتها*. مكتبة إبراهيم حلبي.

معجم اللغة العربية. (1972). *المعجم الوسيط*. (ط2).

مؤسسة محمد بن سلمان الخيرية مسك الخيرية.(2020). *قيم الشباب السعودي2020. مؤسسة محمد بن سلمان الخيرية (مسك الخيرية)*. مُسترجع من: https://misk.org.sa/

الهيئة العامة للإحصاء. (2022). *تقرير السكان*. مُسترجع من: https://2u.pw/lik2zYX

والي، س. (2013). مقاهي القاهرة. منتديات اجتماعية وفكرية وسياسية. *جريدة مركز طارق والي العمارة والتراث، 3*(7)، 39-44.

يحيى، ت. ، وأوهايبية، ف. (2018). *القيم الثقافية المكتسبة من خلال استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي. رسالة دكتوراه غير منشورة*، جامعة قسنطينة.

Translated references:

Abdel Azim, H., I. (d.t.). *Modern sociological concepts*: (2) *Habitus*. Retrieved from: http://socio-logie.blogspot.com/2014/04/2.html

Abdul Al Rahman, M., A. (2016). Cafes culture between traditionalism and modernity: Egypt (as a model) an analytical sociological vision. *Middle East Research Journal*, *4*(36), 391-454. https://doi.org/10.21608/mercj.2016.79013

Abdul Moneim, I., M. (2020). The reality of going to entertainment cafes as one of the ways to exploit leisure time and its social effects on young people in the city of Minya. *Scientific Journal of Physical Education & Sports*, 15 (15), 118-147.

Abo Saq, M. H., Wain, H., I. (2023). The impact of social change on some social values among young Saudi afield study applied in the city of Riyadh. *Journal of social service*, 64-85.

Al-Gharib, A., A. (2016). *Sociology theories*: *its classifications- its trends and some applied models from positivist theory to postmodernism*. (2nd ed.). Dar Al-Zahra.

Alhamasi, M. (2021, May 20). The history of Arabic coffee reveals the secret of coffee's connection to culture. *Al Arab news*. Retrieved from:https://2u.pw/feiBUJ5

Ali, H. (2020). The Bourdieusian proposition and the question of public space. *The Arab Journal of Arts and Humanities*, 4(14), 59-80. https://doi.org/10.21608/ajahs.2020.103209

Al-Rababa, Y. (2010). *Intellectuals Arabs Cafes*. Available at the link:https://www.aleqt.com/2010/06/25/article_411137.html

Arabic language dictionary. (1972). *Intermediate dictionary*. (2nd ed.).

Badran, I. (2017). *Cafes as a social field in the city of Ramallah.Unpublished master's thesis*,Beirut University.

Djian, J., M. (2023). Wide angle: Cafés: A rich blend of cultures: Places for mixing and citizenship. *The UNESCO Courier*, (2), 2-4. Retrieved from:https://www.un-ilibrary.org/content/journals/22203559/2023/2/1

Entrepreneurs. (2022). Cafes in the Kingdom... Reality and Opportunities. *Entrepreneur Journal*. Retrieved from:

https://www.rowadalaamal.com/

Fajal, M. (D.T.). The story of the café... It was invented by Muslims, adapted by Europeans, and was spread by Americans. *Al-Jazirah Journal*. Retrieved from: https://2u.pw/B6J3Oo3

Fayrouz, S., R. (2020). The influence of the coffee shop on the future of adolescent youth: a field study in Baghdad-Al-Karkh side. *Lark Journal of Philosophy, Linguistics, and Social Sciences*, 3(38), 74-105.

General Authority for Statistics. (2022). *Population report*.

Gharbi, M., & Qalwaz, I. (2016). Functional theory Constructivism: Towards a new vision to interpret the social phenomenon. *Journal of social studies and research*, *4*(4), 181-198.

Hamid, K. (2003). Values from a social perspective: a theoretical approach. *The Journal of Human Sciences*, 2(14), 69-85. https://2u.pw/lik2zYX

Ibrahim, N., A. (2014). *Etiquette and ritual Coffee in Cairo During the Ottoman Era*. Retrieved from: https://journals.openedition.org/anisl/2019?lang=ar#quotation

Mustafa, A., K. (1988). *Islamic values and education*: *A study in the nature of values and its sources, and the role of Islamic education in its formation and development*. Ibrahim Halabi's Library.

Prince Mohammed bin Salman bin Abdulaziz Foundation the Misk Foundation. (2020). *Values of the Saudi Youth. Prince Mohammed bin Salman bin Abdulaziz Foundation (the Misk Foundation)*. Retrieved from: https://misk.org.sa /

Qasimi, Z. (D. T.). *Pierre Bourdieu's social theory*: *changing patterns of conflict*. *Sociology for everyone*, Retrieved from: http://socio-logie.blogspot.com/2013/07/blog-post_4696.html

Shehab, Y., N. (2020). The Phenomenon of the Spread of Cafes in Egyptian Society. *Journal of Reading and Knowledge*, 20(229),363-392. https://doi.org/10.21608/mrk.2020.137556

Tucker, C. (2019). *Coffee Culture*. (Wafiq Faiq Kreishat, translator), Spacers for publishing and distribution. Alharbi, A., H. (2020). A suggested perspective to enhance educational values contained in Saudi 2030 vision for Saudi university students. *Alazhar Education Journal*, 39(187), 208-243.

Wali, S. (2013). Cairo cafes. Social, intellectual, and political forums. *Tarek Waley Center Architecture and Heritage Journal*, 3(7), 39-44.

Yahya, T., &Uhaybiya, F. (2018). *Cultural Values Acquired Through Youth's Use of Social Networks*. *Unpublished doctoral dissertation*,Constantine University.

References

Al-Ghanim, K., Gardner, A., & El-Menshawy, S. (2017). The relation between spaces and cultural change: Supermalls and cultural change in Qatari society.

Allegra world coffee portal .(6 January 2023). *Inside Saudi Arabia's coffee shop boom*. Retrived from: https://2u.pw/sDOHBAx

Brady, B., Forkan, C., & Moran, L. (2018). Spaces of connection and belonging young people's perspectives on the role of youth cafés in their lives. *Childcare in Practice*, 24(4), 390-401.

Britannica, T. Editors of Encyclopaedia (2023, October 3). *café. Encyclopedia Britannica*. https://www.britannica.com/topic/cafe-eating-and-drinking-establishment.

Ellis, M. (2006). *Eighteenth-Century Coffee-House Culture*. Pickering & Chatto.

Ferreira, J., Ferreira, C., & Bos, E. (2021). Spaces of consumption, connection, and community: Exploring the role of the coffee shop in urban lives. *Geoforum*, 119, 21–29.

Hakim, M., & Amir, A. S. (2022). The Function of a Coffee Shop as a Social Cultural Entity. In *Trends and Innovations in Food Science*. IntechOpen. kandari, H., & Chaudry, A. (2023). Role of the Third Place in Building Communities and Social Capital: Contributions of Coffee Shops as Third Places in Kuwait. *International Journal of Knowledge Content Development & Technology*, *13*(1).

Maspul, K., A. (2022). Strengthening sustainability in the Coffee Value Chain: Maintaining Hail's Specialty Coffee as a Culinary Destination in Saudi Arabia. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK)*, *4*(5), 4537–4545. https://doi.org/10.31004/jpdk.v4i5.7352

Pelau, C., & Radulescu, L. (2021). Coffee consumption patterns in a Hurried society. *Collaborative Research for Excellence in Economics and Social Sciences*, 240-248.

Purwadi, Y., & Manurung, E. (2020). Cafes: New Learning and Knowledge Production Space for Millennial Students. *Journal of Economics and Business*, *3*(1), 247-253.

Stafford, T. (2003). Psychology in the coffee shop. *The Psychologist*, *16*(7), 358-359.

Viartasiwi, N., & Trihartono, A. (2020). *Café in small towns: A picture of the weakening social engagement*.

Warner, J., Talbot, D., & Bennison, G. (2013). The cafe as affective community space: Reconceptualizing care and emotional labour in everyday life. *Critical Social Policy*, 33(2), 305-324. https://doi.org/10.1177/0261018312449811