

حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية

فصلية علمية محكمة - تصدر عن مجلس النشر العلمي - جامعة الكويت

ANNALS of ARTS and SOCIAL SCIENCES

A Refereed Academic Quarterly, Published by the Academic Publication Council - University of Kuwait

دوافع استخدامات الوافدين في سلطنة عمان لوسائل الاتصال المختلفة والإشباعات المتحققة دراسة ميدانية

د. عبيد بن سعيد الشقصي

قسم الإعلام - كلية الآداب والعلوم الاجتماعية
جامعة السلطان قابوس
سلطنة عمان

جامعة
الكويت

مجلس
النشر العلمي



University
of Kuwait

Academic
Publication Council



الرسالة ٣٧٦ - ٢٠١٣ م (مارس)

ISSN: 1560 - 5248

ISSN: 1560 - 5248

الرسالة ٣٧٦ - الحولية ٣٣



Monograph 376 - Volume 33

١٤٣٤ هـ / ٢٠١٣ م (مارس)

1434 A.H/2013 (March)

The Uses and Gratifications Resulting from the Exposure to Different Media by Expatriates In Oman

Dr. Obaid Said Salim Al-Shaqsi

Mass Communication Department
College of Arts and Social Seinces
Sultan Qaboos University
Oman

ثمن العدد

- الكويت: ٥٠٠ فلس  البحرين: دينار واحد  قطر: ١٠ ريالات 
الإمارات: ١٠ دراهم  السعودية: ١٠ ريالات  عمان: ريال واحد 
ثمن النسخة في دول الوطن العربي ما يعادل دولاراً واحداً 
ثمن النسخة في الدول الأجنبية ما يعادل ثلاثة دولارات 

الاشتراك السنوي لعدد (١٢) رسالة

سنوات الاشتراك	نوع الاشتراك	الكويت	الدول العربية	الدول الأجنبية
سنة واحدة	أفراد	٤ دنانير	٦ دنانير	٢٢ دولاراً
	مؤسسات	٢٢ ديناراً	٢٢ ديناراً	٩٠ دولاراً
سنتان	أفراد	٧ دنانير	١٠ دنانير	٣٧ دولاراً
	مؤسسات	٣٧ ديناراً	٣٧ ديناراً	١٥٠ دولاراً
٣ سنوات	أفراد	١٠ دنانير	١٤ ديناراً	٥٢ دولاراً
	مؤسسات	٥٣ ديناراً	٥٢ ديناراً	٢١٠ دولارات
٤ سنوات	أفراد	١٣ ديناراً	١٨ ديناراً	٦٧ دولاراً
	مؤسسات	٦٧ ديناراً	٦٧ ديناراً	٢٧٠ دولاراً

جميع المراسلات الخاصة بشروط النشر أو أية استفسارات أخرى

توجه إلى رئيس تحرير حوثيات الآداب والعلوم الاجتماعية

ص. ب: ١٧٣٧٠ الخالدية - الكويت: 72454 - ت: ٢٤٨١٠٣١٩ - فاكس ٢٤٨١٠٣١٩

ISSN 1560-5248 Key title: Hawliyyat Kulliyyat al-Adab

E-mail: aass@ku.edu.kw

<http://pubcouncil.kuniv.edu.kw/AASS/>

إصدارات مجلس النشر العلمي

مجلة العلوم الاجتماعية ١٩٧٣، مجلة الكويت للعلوم والهندسة ١٩٧٤، مجلة دراسات الخليج والجزيرة	العربية ١٩٧٥، لجنة التأليف والتعريب والنشر ١٩٧٦، مجلة الحقوق ١٩٧٧، حوثيات الآداب والعلوم الاجتماعية ١٩٨٠، المجلة العربية للعلوم	الإنسانية ١٩٨١، مجلة الشريعة والدراسات الإسلامية ١٩٨٣، المجلة التربوية ١٩٨٣، المجلة العربية للعلوم الإدارية ١٩٩١.
--	---	---

حواصت الآداب والعلوم الاجتماعية

ANNALS of ARTS and SOCIAL SCIENCES

تصدر عن مجلس النشر العلمى - جامعة الكويت

فصلية علمية محكمة تتضمن مجموعة من الرسائل
وتعنى بنشر الموضوعات التى تدخل فى مجالات
اهتمام الأقسام العلمية لكليتى الآداب والعلوم
الاجتماعية:

الآداب:

اللغة العربية وآدابها، اللغة الإنجليزية وآدابها،
التاريخ، الفلسفة، الإعلام.

العلوم الاجتماعية:

الاجتماع والخدمة الاجتماعية، الجغرافيا، علم
النفس، العلوم السياسية.

الحولية الثالثة والثلاثون

الرسالة السادسة والسبعون بعد المئة الثالثة

١٤٣٤هـ / ٢٠١٣م

هيئة التحرير

د. فاطمة إبراهيم آل خليفة

رئيسة هيئة التحرير

أ.د. بدر محمد الأنصاري

قسم علم النفس

أ.د. شفيق الفبرا

قسم العلوم السياسية

أ.د. جمال بدر القناعي

قسم اللغة الإنجليزية وآدابها

د. حسين أحمد بوعباس

قسم اللغة العربية وآدابها

د. جاسم سليمان الفهيد

قسم اللغة العربية وآدابها

د. علي زيد الزعبي

قسم الاجتماع والخدمة الاجتماعية

د. أحمد الشربيني

قسم التاريخ

مها إبراهيم المسعد

مديرة التحرير

الهيئة الاستشارية

أ. د. إبراهيم السعافين

قسم اللغة العربية - الجامعة الأردنية

أ. د. حياة ناصر الحجي

قسم التاريخ - جامعة الكويت

أ. د. أحمد عتمان

قسم الدراسات اليونانية واللاتينية

جامعة القاهرة

أ. د. عبدالقادر الفاسي الفهري

قسم اللغة العربية - جامعة محمد الخامس

أ. د. إسماعيل صبري مقلد

قسم العلوم السياسية - جامعة أسيوط

أ. د. ماري تريز عبدالمسيح

قسم اللغة الإنجليزية - جامعة الكويت

أ. د. إمام عبدالفتاح إمام

قسم الفلسفة - جامعة عين شمس

أ. د. محمد غانم الرميحي

قسم الاجتماع - جامعة الكويت

أ. د. حمدي حسن أبو العينين

عميد كلية الإعلام - جامعة مصر الدولية

أ. د. محمد محمود إبراهيم الديب

قسم الجغرافيا - جامعة عين شمس

أ. د. محمود السيد أبو النيل

قسم علم النفس - جامعة عين شمس

قواعد النشر في

حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية

- ١ - حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية، مجلة فصلية علمية محكمة، تصدر عن مجلس النشر العلمي بجامعة الكويت، تنشر البحوث من الجامعات والمؤسسات العلمية العربية والأجنبية في الموضوعات الأدبية والاجتماعية والإنسانية.
- ٢ - تنشر الحوليات البحوث والدراسات الأصلية، باللغتين العربية والإنجليزية، على ألا تتجاوز صفحات متن أي بحث ٢٠٠ صفحة، ولا تقل عن ٥٠ صفحة (في المتن دون الهوامش والمراجع).
- ٣ - قواعد تسليم البحوث:

- أ - يقدم البحث مطبوعاً من ثلاث نسخ، على ورق (A4)، وعلى مسافة واحدة، وبنط (١٤)، مع القرص المرن الخاص به.
- ب - يرفق الباحث ملخصاً للبحث مطبوعاً باللغتين العربية والإنجليزية؛ في حدود ١٥٠ كلمة للغة العربية، و ٢٠٠ كلمة للغة الإنجليزية.
- ج - يرفق الباحث مع البحث سيرة علمية مختصرة، مطبوعة باللغتين العربية والإنجليزية، تشمل أهم مؤلفاته وأبحاثه.
- د - يقدم الباحث إقراراً كتابياً بأن البحث المقدم لم يسبق نشره في أي مجلة علمية أو غيرها.
- هـ - تقدم الخرائط، والأشكال، والرسوم بأصولها الصالحة للطباعة، أما الصور الفوتوغرافية فتطبع على ورق لامع، مع ضرورة تقديم الشريحة الأصلية للصور الملونة.
- و - في حال رغبة الباحث نشر الصور، أو الخرائط، أو الأشكال البيانية ملونة، يلتزم دفع تكاليفها.

- ٤ - يراعي الباحث عند كتابة هوامش البحث ومصادره ومراجعته ما يلي:
أولاً - الهوامش:

- أ - توضع الهوامش في نهاية كل فصل، أو في نهاية البحث في حالة عدم وجود فصول.
- ب - ترتب أرقام التوثيق بطريقة متسلسلة حتى نهاية كل فصل، أو حتى نهاية البحث في حالة عدم وجود فصول.
- ج - تثبت الهوامش عند ذكرها لأول مرة كاملة على النحو التالي:
اسم المؤلف، عنوان الكتاب (بالبنط الأسود)، رقم الطبعة / رقم الجزء، مكان النشر، اسم الناشر، سنة النشر / رقم الصفحة.

مثال:

- أحمد محمد عبدالخالق، معجم الألفاظ الشخصية، الطبعة الأولى - دولة الكويت، مجلس النشر العلمي - جامعة الكويت، ٢٠٠٠م/ ص ١٥.
* المرجع السابق، ص ٢٦.

- وفي حالة وجود فاصل هامش مختلف يذكر على النحو التالي:
* أحمد عبدالخالق، معجم الألفاظ الشخصية - ص ٣٥.

ثانياً - المصادر والمراجع:

يرتب ثبت المصادر والمراجع ترتيباً ألفبائياً، بحسب الأسماء المشهورة للمؤلفين.

ويتبع في إثباتها ما يلي:

اسم المؤلف، عنوان الكتاب (بالبنط الأسود)، اسم المحقق أو الشارح أو المترجم، رقم الطبعة، اسم الناشر، مكان النشر، السنة.

مثال:

الجاحظ، أبو عثمان عمرو بن بحر، كتاب «الحيوان»، تحقيق: عبدالسلام محمد هارون، ط ٢، مطبعة مصطفى البابي الحلبي وأولاده - مصر، ١٩٦٥م.

٥ - شروط قبول الأبحاث في الحوليات:

- أ - لا تقبل الحوليات البحوث التي سبق نشرها في أي مجلة علمية أو غيرها.
- ب - أصول البحوث المقدمة للنشر لا ترد ولا تسترجع، سواء أنشرت أم لم تنشر.
- ج - لا يجوز نشر البحوث في جهات أخرى بعد موافقة الحوليات على نشرها، وإذا ثبت ذلك، فستتخذ إدارة الحوليات الإجراءات القانونية المتبعة بهذا الشأن.
- د - يمكن للباحث نشر بحثه في جهات أخرى، بعد الحصول على إذن كتابي مسبق من رئيس التحرير، وبعد انقضاء ثلاث سنوات - على الأقل - على نشره في الحوليات.

هـ - تمنح المجلة للباحث خمسين نسخة من بحثه المنشور إهداء.

٦ - ترسل البحوث وجميع المراسلات الخاصة بالحوليات إلى:

رئيسة تحرير حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية

ص.ب: ١٧٣٧٠ الخالدية

رمز بريدي: 72454

الكويت

ISSN 1560 Key title: Hawliyyat Kulliyyat al-Adab

<http://pubcouncil.kuniv.edu.kw/AASS>

E-mail: aass@ku.edu.kw

الرسالة ٣٧٦

**دوافع استخدامات الوافدين في سلطنة
عمان لوسائل الاتصال المختلفة
والإشاعات المتحققة
دراسة ميدانية**

د. عبيد بن سعيد الشقصي

قسم الإعلام - كلية الآداب والعلوم الاجتماعية
جامعة السلطان قابوس
سلطنة عمان

المؤلف:

د. عبيد بن سعيد بن سالم الشقصي

- دكتوراه في الاتصال الجماهيري من جامعة ويلز - كاردف، المملكة المتحدة.
- أستاذ مساعد في تخصص الإذاعة والتلفزيون والاتصال الجماهيري بقسم الإعلام.
- رئيس قسم الإعلام، كلية الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة السلطان قابوس.

الإنتاج العلمي:

أولاً - الكتب:

- ١ - المشروع الثقافي والهوية الخليجية (٢٠١٠). فصل في المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب. أعمال ندوة خطة التنمية الثقافية لدول الخليج العربي. الكويت، ص ص ٥١١-٥٤٨.
- ٢ - ثورة الاتصال والمجتمع الخليجي: الواقع والطموح. (٢٠٠٢). كتاب محرر من مجلدين، مطبعة جامعة السلطان قابوس.

ثانياً - البحوث:

- ١ - اتجاهات الجمهور نحو أداء الإعلام العماني أثناء أزمة إعصار جونو. (٢٠١٣). مقبول للنشر في مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة السلطان قابوس.
- ٢ - استخدامات الشباب للهاتف المحمول والإشباع المتحققة. (٢٠١٢). مقبول للنشر في المجلة المصرية لبحوث الرأي العام.
- ٣ - دور وسائل الاتصال في تشكيل اتجاهات العمانيين نحو القطاع الخاص. (٢٠٠٨). مجلة شؤون اجتماعية، الشارقة، الإمارات. عدد ٩٩، مجلد ٢٥، ص ٣٦-٩٢.
- ٤ - اتجاهات القراء نحو الصحافة العمانية. ورقة مقبولة للنشر في المجلة الدولية للاتصال، جامعة بورديو، إنديانا، الولايات المتحدة الأمريكية.
- ٥ - نظرية الغرس الثقافي من منظور شرق أوسطي. (٢٠٠٢). ورقة منشورة ضمن أعمال مؤتمر الاتحاد الدولي للإعلام وبحوث الاتصال IAMCR، برشلونة، أسبانيا.

المحتوى

١١	ملخص
١٣	مقدمة
١٤	مشكلة الدراسة
١٥	أهمية الدراسة
١٦	أهداف الدراسة
١٧	حدود الدراسة
١٧	الدراسات السابقة
١٧	* أنماط ودوافع التعرض
٢١	* الهوية والتكيف الاجتماعي
٢٦	الإطار النظري
٢٧	* أصول الحاجات ودوافع التعرض
٣٥	الإطار المنهجي
٣٦	* أسئلة الدراسة
٣٦	* فرضيات الدراسة
٣٧	* مجتمع البحث
٣٨	* عينة الدراسة
٣٩	* خصائص العينة المبحوثة
٤٠	اختبارات الصدق والثبات
٤٤	نتائج الدراسة
٤٤	* النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة
٦٥	* نتائج اختبارات صحة فرضيات الدراسة
٧٣	المناقشة والتوصيات
٧٧	المصادر

ملخص

أجريت هذه الدراسة المسحية على عينة مكونة من ٥١٧ وافداً من العرب والآسيويين والأوروبيين يعملون في سلطنة عمان بهدف التعرف أنماط ودوافع استخدام الوافدين لعشر وسائل اتصالية مختلفة إلكترونية ومطبوعة، شخصية وجماهيرية، ونوعية الدوافع التي تشبعها كل وسيلة. وتم تفسير نتائج الدراسة في إطار نظرية الاستخدامات والإشباع، وأجريت تحليلات إحصائية مختلفة شملت تحليل التباين الأحادي ANOVA، وعلاقات الارتباط إضافة إلى التكرارات والنسب. أشارت النتائج إلى أن الوافدين يركزون على التعرض واستخدام الوسائل التي تشبع رغباتهم واهتماماتهم، وهو ما يدعم فكرة الجمهور النشط القادر على تحديد الإشباع التي تحققها كل وسيلة. ويستخدم الوافدون التلفزيون أكثر من بقية الوسائل بينما جاءت الإنترنت ثم الراديو ثم السينما على التوالي من أقل الوسائل استخداماً. ويرى الوافدون أن التلفزيون أقدر من غيره على إشباع دوافع نفعية وطقوسية، وأن الاتصال الشخصي عبر الأصدقاء يشبع حاجة الهروب من المشاكل، والتسلية وإشباع الرغبات العاطفية. وتجسدت أهم دوافع تعرض الوافدين لوسائل الاتصال المختلفة بالترتيب في متابعة أخبار العالم، وتعلم مهارات وأشياء جديدة، والتواصل مع الوطن الأم وإبعاد الشعور بالغربة. ووجد أن وسائل الاتصال الجماهيرية التي تتبع الوطن الأم تشبع حاجات الوافدين أكثر من وسائل الاتصال الجماهيرية العمانية والعربية والدولية.

وكشفت الدراسة عن أهمية متغيرات مدة الإقامة، وعرق المبحوث، وعدد الأفراد الذين يسكن معهم الوافد، في تحديد دوافع تعرض واستخدام الوافدين لوسائل الاتصال. وارتبطت طبيعة الشخصية "انطوائية أو اجتماعية" بنوعية الدوافع "طقوسية أو نفعية" التي يحرص الوافد على إشباعها من خلال تعرضه لوسائل الاتصال.

مقدمة

توجد في معظم دول الخليج العربي وبنسب متفاوتة مجموعات كبيرة من الوافدين من جنسيات مختلفة. في سلطنة عمان، إحدى دول الخليج العربي، يشكل الوافدون في عام ٢٠٠٦ حوالي ٢٤٪ من إجمالي السكان البالغ عددهم (٢,٣٤٠,٨١٥ نسمة). ومعظم الوافدين من شبه القارة الهندية (الهند، باكستان، بنغلاديش إضافة إلى سريلانكا) بنسبة ٨٥٪ تقريباً من إجمالي الوافدين في سلطنة عمان (وزارة الاقتصاد الوطني، ٢٠٠٣: ٦). وفي عام ٢٠٠٨، ارتفعت نسبة الوافدين إلى ٣١,٤٪ (٩٠٠ ألف) من إجمالي السكان (٢,٨٦٧,٠٠٠)، وذلك حسب تقديرات وزارة الاقتصاد الوطني (وزارة الاقتصاد الوطني، ٢٠٠٩: ٥٦). ومعظم الوافدين ينتمون إلى الطبقة العاملة التي تعمل في قطاع المقاولات والبناء وتحظى بمستوى تعليمي أقل. ويوجد بالسلطنة أيضاً مجموعة من الوافدين العرب والأوروبيين الذين يعملون بقطاعات مختلفة خاصة قطاع التعليم بمستوياته العام والعالي. ويتركز وجود معظم الوافدين في مؤسسات القطاع الخاص إذ يبلغ إجمالي الوافدين الذين يعملون في سلطنة عمان في هذا القطاع حوالي ٩٦٤,٢٤١ مع نهاية عام ٢٠٠٨ (وزارة القوى العاملة، ٢٠٠٩: ٧٥).

اهتمت بعض الدراسات على مستوى عمان والخليج العربي بالبحث في تأثير الوافدين على التركيبة السكانية المحلية والخليجية بصفة عامة، وعلى الهوية وعلى الجانب الاقتصادي بما في ذلك فرص العمل للمواطنين وحجم التحويلات المالية التي يقوم بها الوافدون إلى بلدانهم. إلا أن الدراسات المتعلقة باستخدامات الوافدين لوسائل الاتصال في هذه الدول نادرة، وغير موجودة بالنسبة لسلطنة عمان على الرغم من أهمية هذا الموضوع على مستويات اقتصادية وأمنية واجتماعية. فقد مكنت تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة مثل القنوات الفضائية والإنترنت والهاتف المحمول الوافدين من التواصل والارتباط بأوطانهم الأم على الرغم من بقائهم

خارجها. وأصبح تعرض الوافدين لوسائل الاتصال المحلية أو الدولية أو تلك التي تتبع أوطانهم الأم أمراً متاحاً بشكل أكثر من ذي قبل، وأصبحت جملة الدوافع والاحتياجات التي يسعى الوافد إلى تحقيقها هي المحدد الأساس لعملية التعرض من عدمها. فبقاء الوافد خارج وطنه الأم لا يعني بالضرورة في ظل التقدم التكنولوجي الراهن انفصاله فكرياً وثقافياً وإعلامياً عنه، وقد يعيش الوافد حالة اغتراب ثقافي فيما لو قرر عدم التعرض لوسائل الاتصال المحلية والاندماج في المجتمع الجديد.

وتتوافر للوافدين في سلطنة عمان كما هو الحال في كثير من الدول مجالات واسعة من القنوات الفضائية التي لا يعترض طريق اقتنائها أية قوانين أو عراقيل. ومع دخول خدمة الإنترنت إلى السلطنة في عام ١٩٩٧، وتوافر خدمة الهاتف المحمول وسهولة الاشتراك في هذه الخدمات لم يعد الوافد بحاجة إلى الاعتماد الكلي على الجريدة المطبوعة لبلده كي يتعرف أخبار وطنه الأم، أو ضبط مؤشر الراديو إلى الموجة القصيرة كي يتلقى البث الإذاعي لبلده. وأصبحت تتوافر لدى الوافد فرص تكاد تكون متساوية مع المواطن من حيث إمكانية التعرض لوسائل الاتصال الوطنية والدولية، وتلك الصادرة من وطنه الأم. ولذلك تبحث هذه الدراسة في دوافع استخدامات الوافدين في سلطنة عمان لوسائل الاتصال المختلفة، المطبوعة منها والإلكترونية، والشخصية منها والجماعية. كما أنها تفند نوعية الاحتياجات التي تشبعها كل وسيلة بشكل أكثر من غيرها.

مشكلة الدراسة:

يشكل الوافدون في سلطنة عمان حوالي ٢٤٪ من إجمالي السكان البالغ ٢,٣٤٠,٨١٥ حسب تعداد عام ٢٠٠٣. وتتوافر لهؤلاء الوافدين كما هو الحال للمواطنين العمانيين وسائل اتصال مختلفة تتوزع ما بين مستوى الاتصال الشخصي كالأصدقاء والمحادثات الهاتفية، ووسائل الاتصال الجماهيرية مثل (الإنترنت) والإذاعة والصحف والقنوات الفضائية. وقد بحثت دراسات سابقة (انظر مثلاً Al-Shaqsi 1995, Al-Shaqsi 2000, Al-Mashekshi 1996) في دوافع تعرض

المواطنين للقنوات الفضائية، ولكن لا توجد دراسة واحدة عن استخدامات الوافدين لوسائل الاتصال المتوافرة في المجتمع العماني. ولذلك لا توجد بيانات خاصة بنوعية الوسائل التي يتعرض لها الوافدون خلال فترة بقائهم في سلطنة عمان من أجل العمل، وحجم تعرضهم لهذه الوسائل، ودوافع تعرضهم لها، ونوعية الوسائل التي تشبع حاجاتهم أكثر من غيرها. كما مكنت تكنولوجيا الاتصال الحديثة من سهولة وسرعة التواصل عبر الحدود الجغرافية والسياسية للدول. وأصبح بمقدور الوافدين أن يتواصلوا مع أوطانهم بشكل لا يقتصر على ما تقدمه وسائل الإعلام الوطنية في المجتمع الذي يقيمون فيه. ولذلك فإن دراسة منشأ وسائل الاتصال التي يتعرض لها الوافدون أكثر من غيرها يساهم في توفير بيانات حول الدور الذي تلعبه هذه الوسائل في قضية التطبيع الثقافي وتعرف عادات وثقافة المجتمع العماني فضلاً عن توفير بيانات مهمة حول نوعية الوسائل التي يستخدمها الوافدون بشكل أكثر من غيرها.

لذا تتلخص مشكلة الدراسة في مدى تعرض الوافدين لوسائل الاتصال المختلفة التقليدية منها والحديثة، ودوافع تعرضهم لها، والإشباع التي تحققها كل وسيلة، والعلاقة بين المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية للوافدين بدوافع التعرض. ونظراً لأن مجتمع الدراسة يتكون من الوافدين المغتربين، فإن معرفة الدور الذي تقوم به وسائل الاتصال المختلفة العمانية منها وغير العمانية في عملية التكيف الاجتماعي مع مجتمع الإقامة الجديد ضروري أيضاً.

أهمية الدراسة:

تنبع أهمية هذه الدراسة الاستطلاعية في المقام الأول من أنها الدراسة الأولى في سلطنة عمان، وربما في منطقة الخليج العربي، التي تدرس استخدامات الوافدين لجميع وسائل الاتصال المتوافرة لديهم ودوافع استخدامهم لها حيث ركزت الدراسات السابقة على دراسة استخدامات الوافدين لوسيلة أو وسيلتين في الغالب. كما تنبع أهمية هذه الدراسات من الاعتبارات التالية:

— تعد هذه الدراسة من الدراسات العربية القليلة التي تدرس استخدامات أكثر من

وسيلة اتصال وتسعى إلى تعرف العلاقة بين نوعية الوسيلة والإشباع التي تحققها.

- تمكن هذه الدراسة من تعرف دوافع تعرض الوافدين لوسائل الاتصال المختلفة، ومعرفة العوامل النفسية والاجتماعية التي تدفعهم إلى ذلك.
- تمكن نتائج هذه الدراسة من معرفة حجم تعرض الوافدين لوسائل الاتصال المحلية مقارنة بوسائل الاتصال التي تتبع الوطن الأم ووسائل الاتصال الدولية.
- تسهم نتائج هذه الدراسة في تقديم معلومات عن نوعية الوسائل التي يستخدمها الوافدون أكثر من غيرها، بشكل يسهل من خلاله التوجه إليهم في حالة الأزمات أو الكوارث كما حصل في أزمة إعصار جونو الذي ضرب سلطنة عمان مطلع يونيو ٢٠٠٧.
- تشكل هذه الدراسة قاعدة معرفية أولية للمعلنين وصناع القرار عن عادات وأنماط تعرض الوافدين لوسائل الاتصال في سلطنة عمان.

أهداف الدراسة:

- تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف نجملها في الآتي:
- تعرف عادات وأنماط تعرض الوافدين لوسائل الاتصال المختلفة.
- تعرف دوافع التعرض بصفة عامة، والبحث في العلاقة بين المتغيرات النفسية والاجتماعية والاقتصادية ودوافع التعرض المرتبطة بها.
- تعرف الإشباع التي تحققها كل وسيلة.
- تعرف الوسائل التي تشبع حاجات الوافدين أكثر من غيرها.
- دراسة العلاقة بين عرق الوافد، ومدة إقامته بدوافع التعرض، ومنشأ وسائل الاتصال التي يتعرض لها.
- تحديد الدور الذي تلعبه وسائل الاتصال الوطنية "العمانية" أو غير العمانية في مسألة التطبيع الثقافي أو التكيف الاجتماعي لدى مجتمع الوافدين.

حدود الدراسة:

أجريت هذه الدراسة على عينة من مجتمع الوافدين غير المتجانس الموجودين في سلطنة عمان. ونظرا لأن هذه الدراسة استخدمت عينة المصادفة Accidental Sample وهي من العينات غير الاحتمالية التي لا تتيح فرصا متكافئة ومتساوية لتمثيل جميع فئات الوافدين تمثيلا جيدا، فإنه يصعب تعميم النتائج على مجتمع الوافدين في سلطنة عمان. كما أن الدراسة اعتمدت في جمع البيانات على استمارة الاستبانة التي كتبت باللغتين العربية والإنجليزية، ومن ثم اقتصر توزيعها على الوافدين الذين يجيدون هاتين اللغتين، ويتمكنون من تعبئة الاستمارة، مع أن السواد الأعظم من الوافدين هم من الطبقة العاملة التي لا تجيد أياً من اللغتين. ولكن بصورة عامة، تقدم هذه الدراسة نتائج تمثل قاعدة بيانات أولية يمكن الاستناد إليها في الدراسات القادمة.

الدراسات السابقة:

يقدم هذا القسم مجموعة الدراسات السابقة التي تناولت استخدامات الوافدين أو المهاجرين لوسائل الاتصال. ويرجع التركيز على هذه الدراسات بالتحديد إلى اتصالها المباشر بموضوع وهدف هذه الدراسة، وحتى يسهل عقد المقارنات بين النتائج لاحقاً. وتم تقسيم الدراسات المتعلقة باستخدامات وسائل الاتصال من قبل الوافدين والمهاجرين إلى محورين هما:

١ - أنماط ودوافع التعرض:

ركزت بعض الدراسات على دوافع تعرض المهاجرين لوسائل الاتصال، ومن بينها تلك التي اهتمت بدراسة أنماط الاستخدام، ودوافع تعرض المهاجرين العرب لوسائل الاتصال. حيث أجرى نجم، طه عبدالعليم (٢٠٠٥) دراسة مسحية على ٢٠٠ وافد مصري يعملون بسلطنة عمان تم اختيارهم بصورة عمدية بهدف تعرف عادات وأنماط تعرضهم إلى الصحف والمجلات المصرية والإشباع التي تحققها لهم. وأشارت نتائج الدراسة التي تبنت نظرية الاستخدامات والإشباع إلى أن

معظم المصريين الموجودين في سلطنة عمان يتابعون الصحف خاصة القومية منها أكثر من المجلات. وأن النسبة الأكبر تتابع الصحف عبر الإنترنت. ووجدت الدراسة أن المبحوثين يتابعون الموضوعات السياسية والثقافية والرياضية على التتابع أكثر من غيرها، بينما جاءت الأخبار فالأعمدة فالتحقيقات على التتابع كأكثر فنون الكتابة الصحفية التي يحرص المبحوثون على قراءتها. ووجدت أيضاً أن الحصول على الأخبار والمعلومات عن الأحداث الجارية وتعرف الأوضاع السياسية في مصر تصدر قائمة الدوافع النفعية، بينما تصدرت حاجة الانتماء "التواصل مع الوطن" ثم التسلية والهروب من مشاكل العمل والحياة قائمة الدوافع الروتينية أو الطوقسية. وأشارت الدراسة إلى وجود فروق دالة إحصائية على أساس الجنس والتعليم والحالة الوظيفية في دوافع التعرض للصحف والمجلات المصرية والإشباع التي تحققها.

وبحثت العلي، فوزية (٢٠٠٥) عادات وأنماط تعرض الجالية الإماراتية للقنوات الفضائية بالملكة المتحدة. حيث أجرت الباحثة دراسة استطلاعية مسحية على ٦٥ طالباً إماراتياً كانوا يشكلون حينها كل الإماراتيين الدارسين في المملكة المتحدة. أشارت النتائج إلى أن الإناث أكثر مداومة على مشاهدة الفضائيات من الذكور، وأن الارتباط بالوطن الأم من أكثر الإشباع التي تحققها القنوات الفضائية للمبحوثين تلاها متابعة الأحداث الجارية والاطلاع على الحضارات العربية. وأشارت النتائج إلى أن القنوات الفضائية قللت من وقت قراءة الصحف والمجلات والاستماع للمذياع خاصة عند الطلبة الإماراتيين الذكور.

وهدفَت الدراسة الاستطلاعية الأولية "pilot study" التي قامت بها عطيفة، عيبر (2004) Etefa, Abeer إلى تعرف عادات وأنماط مشاهدة المهاجرين العرب في بورتلاند بأمريكا للقنوات الفضائية العربية والآثار المترتبة على مشاهدتهم لها. وتم جمع بيانات الدراسة بواسطة مقابلات هاتفية أجريت على عينة عشوائية مكونة من ٥٠ عائلة عربية تقيم هناك. وذكر معظم المبحوثين أن رغبتهم في التواصل مع ما يجري في أوطانهم الأصلية، والتقليل من الشعور بالحنين والغربة، والحصول على

أخبار من منظور مختلف عن ما تقدمه وسائل الاتصال الأمريكية كانت من أهم دوافع تركيب الأطباق اللاقطة ومشاهدة القنوات الفضائية العربية. وجدت الدراسة أن المهاجرين العرب يقضون ٨-٩ ساعات يومياً في مشاهدة القنوات الفضائية العربية بينما لا تتجاوز مشاهدتهم لبرامج التلفزيون الأمريكي ٣ ساعات، وأن الجيل الأول من المهاجرين هم أكثر من يشاهد القنوات الفضائية العربية. وهذه النتيجة تناقض ما توصلت إليه بعض الدراسات السابقة الذكر من أن مدة الإقامة ترتبط بعلاقة طردية مع التعرض لوسائل الاتصال الجماهيرية لبلد المهجر أو الإقامة الجديد، وبالعلاقة عكسية مع التعرض لوسائل الاتصال التي تتبع الوطن الأم للمهاجر أو الوافد. وربما يفسر ذلك بشدة الحنين وطول مدة الغربة وعدم قدرة بعض المهاجرين من زيارة أوطانهم الأم لأسباب سياسية أو غيرها. وعلى الرغم من أن هذه الدراسة أولية، فإن نتائجها أعطت مؤشرات عن مدى تعلق المهاجرين العرب بالقنوات العربية أكثر من التلفزيون الأمريكي، واستخدامهم لها من أجل تعرف ما يجري في الوطن أكثر من الأحداث والأخبار الأمريكية.

وأجرى المقاطي، سفران بن سفر (٢٠٠٢) دراسة عن مدى تعرض الطلاب الوافدين من الدول الإسلامية، والذين يدرسون بجامعة أم القرى، لوسائل الاتصال المتاحة السعودية منها والأجنبية، وعلاقة تعرضهم لوسائل الاتصال بالعزلة أو التفاعل الثقافي. أجريت الدراسة على عينة من ٧٠ طالباً يمثلون ٢٣٪ من إجمالي الطلاب الوافدين في الجامعة تم اختيارهم وفقاً لمبادئ العينة العشوائية المنتظمة. وأشارت النتائج إلى أن غالبية العينة (٥٣٪) لا يشاهدون التلفزيون السعودي، ولكن معظمهم (٧٠٪) يستمعون للإذاعة السعودية، ويقرأون الصحف السعودية (٨١٪) أكثر من صحف أوطانهم الأصلية (٤٦٪). ولكن لم تشر الدراسة إلى مدى توافر الصحف الوطنية للبلدان التي ينتمي إليها هؤلاء الطلبة في المملكة العربية السعودية نظراً للرقابة المفروضة على المطبوعات. كما أشارت النتائج إلى أن ٢٣٪ يشاهدون أشرطة الفيديو، وحوالي ٨٣٪ يقرأون الكتب غير الدراسية. وتبين أن نشرات الأخبار

فالبرامج الرياضية فالمسلسلات والتمثيلات على التوالي تصدرت قائمة البرامج التي تشاهدها العينة من التلفزيون السعودي، وأن الفضائيات لا تحظى بمشاهدة واسعة، إذ ذكر ١٦٪ فقط من العينة أنهم يشاهدونها، وربما يعود ذلك لطبيعة الطلبة ونوعية الدراسة، ومدى توافر الأطباق اللاقطة في السكن من عدمها. وأشارت النتائج أيضاً إلى أن متغيرات التعرض للتلفزيون السعودي والفضائيات، وكيفية التعرض ونوع المضمون لا يوجد لها تأثير على العزلة الشخصية والعزلة الاجتماعية والعزلة الثقافية عند الطلبة الوافدين، ولكن الباحث يشير إلى أن طبيعة المجتمع السعودي تساهم في تحقيق العزلة بأنواعها الثلاثة. وبرزت الإذاعة باعتبارها الوسيلة التي ترتبط بشكل سلبي ودال إحصائياً بالعزلة الشخصية والثقافية والاجتماعية.

وأجرت الحاجة، مي (١٩٩٧) دراسة حول دوافع التعرض والإشباع التي تحققها الإذاعات المحلية لأعضاء الهيئة التدريسية بجامعة الإمارات خلال العام الأكاديمي ١٩٩٢-١٩٩٣. وبلغ حجم العينة ٢٧٥ مفردة شملت ٢٠٠ وافد عربي و٧٥ مواطناً. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن الوافدين العرب يستمعون إلى الإذاعات العربية أكثر من الإذاعات الخاصة بدولة الإمارات العربية المتحدة، بينما يتساوى أعضاء هيئة التدريس من الوافدين والمواطنين في مدى استماعهم للإذاعات الأجنبية. ووجدت الدراسة أن السيارة هي أكثر الأماكن التي يتم فيها الاستماع للراديو، وأن النسبة الأكبر (٥٣٪) من العينة لا تزيد فترة استماعها اليومي للراديو عن ساعة واحدة. وكشفت الدراسة أن دوافع الاستماع للإذاعات العربية تكمن في متابعة أخبار الوطن الأم، وتقليل الشعور بالغربة، ومتابعة الأخبار والأحداث العالمية مرتبة على التوالي. وعلى الرغم من أهمية هذه الدراسة، فإنها لم تأخذ في الاعتبار تأثير المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية على التعرض للراديو، ولم تعقد مقارنة بين التعرض للراديو والتعرض لوسائل الاتصال الأخرى.

وكشفت دراسة إبراهيم، بكر محمد (١٩٩٨) التي أجريت على ٩٩٨ مهاجر عربي في كل من المملكة المتحدة والولايات المتحدة الأمريكية أن المهاجرين العرب في

أمريكا يتعرضون للقنوات الفضائية العربية أكثر من المهاجرين العرب في بريطانيا. وربما يعود السبب في ذلك إلى قرب بريطانيا من المنطقة العربية وكثرة الجاليات العربية بها مما يعوض ذلك عن الاعتماد الكبير على وسائل الاتصال كما هو الحال بأمريكا المترامية الأطراف. ووجدت الدراسة أن مدة الإقامة تتناسب عكسياً مع ساعات التعرض، أي أنه كلما زادت مدة الإقامة قلت ساعات التعرض للفضائيات العربية، وهذه النتيجة تناقض ما توصلت إليه دراسة (Etefa, Abeer (2004. وتصدرت الأخبار ثم المسلسلات العربية على التوالي قائمة البرامج المفضلة لدى المهاجرين العرب في بريطانيا، بينما تصدرت المسلسلات العربية ثم الأخبار على التوالي قائمة البرامج المفضلة لدى المهاجرين العرب في أمريكا.

١ - الهوية والتكيف الاجتماعي:

اهتمت بعض الدراسات بتعرف دور وسائل الاتصال التي تتبع الوطن الأم للمهاجر، وتلك التابعة لبلد المهجر في عملية التكيف الاجتماعي وتعزيز الهوية عند المهاجرين. وتعد دراسة زانج (Zhang (2007 واحدة من أحدث الدراسات التي لم تقتصر على دراسة أنماط ودوافع تعرض المهاجرين في الولايات المتحدة الأمريكية لوسائل الاتصال الأمريكية، وتلك التي تتبع وطن المهاجر، بل تعدتها إلى دراسة دورها في عملية التكيف الاجتماعي وتعزيز الهوية. وقد أجريت الدراسة على ٢٠٨ مهاجر من آسيا، وأوروبا، وأمريكا اللاتينية، وأفريقيا والدول العربية، ممن يعيشون في ولاية لويزيانا الأمريكية. وهدفت إلى التحقق من تأثير عدد من المتغيرات مثل اللغة، ومدة الإقامة، وعمر المبحوث، والعوامل النفسية المتمثلة في درجة الانفتاح عند الفرد، والاستعداد نحو التكيف الاجتماعي، على دوافع التعرض. وأشارت النتائج إلى أن الإنترنت باللغة الإنجليزية ثم القنوات التلفزيونية الأمريكية ثم الإنترنت بلغة المهاجرين الأم تنصدر على التوالي قائمة الوسائل التي يتعرض لها المهاجرون. وتبين أن حاجة الحصول على الأخبار تنصدر قائمة دوافع التعرض لوسائل الاتصال عموماً. ولكن وجدت الدراسة أن وسائل الاتصال التابعة للوطن الأصلي للمهاجر

تشبع حاجة التواصل مع الوطن الأم أكثر من وسائل الاتصال الأمريكية، وأن مدة الإقامة ليست لها علاقة دالة إحصائية بتعرض المهاجرين لوسائل الاتصال الأمريكية، أو تلك التابعة للوطن الأم، بينما ترتبط دافعية التكيف مع الوضع الثقافي الأمريكي إيجابياً باستخدام وسائل الاتصال الأمريكية خاصة الصحف والمجلات. ووجدت الدراسة أن عرق المبحوث أو جنسيته تؤثر على نوعية الوسيلة التي يتعرض لها ودوافع التعرض أيضاً، ولكن لم تجد الدراسة فروقاً دالة إحصائية في دوافع التعرض لوسائل الاتصال على أساس الجنس والعمر ومدة الإقامة، بينما تأثرت بعض دوافع التعرض بالمستوى التعليمي للمهاجر. وتنبع أهمية هذه الدراسة من أنها استخدمت عرقيات مختلفة من الوافدين، ومجموعة من وسائل الاتصال الجماهيرية (الصحف، المجلات، التلفزيون والإنترنت).

وأجرى سونج كيلوو (Song Kilwoo) (2005) دراسة كيفية على ٩ عائلات كورية تعيش في مدينة نيويورك بالولايات المتحدة الأمريكية. هدفت الدراسة إلى تعرف مدى تعرض الكوريين المهاجرين لوسائل الاتصال الكورية ودورها في مسألة الهوية الثقافية. ووجدت الدراسة أن الإنترنت هي وسيلة الاتصال الأولى التي تشبع رغبات المهاجرين الكوريين في التواصل مع الوطن الأم، والحصول على المعلومات والحصول على التسلية والترفيه. ونظراً لأهمية هذه الوسيلة للمهاجرين الكوريين، سعى الجيل القديم منهم إلى تعلم كيفية استخدام الإنترنت ومجاراة جيل الشباب. وتتفق نتائج هذه الدراسة مع دراسة (Zhang (2007 من حيث تصدر الإنترنت قائمة الوسائل التي يتعرض لها المهاجرون الكوريون.

وأجرى شيامنغ ورنبنج (Xiaoming & Runping) دراسة في نهاية ديسمبر ٢٠٠١ على ٦٦٧ من المهاجرين الصينيين الجدد إلى سنغافورة، واستخدم الباحثان فيها ثلاث أدوات لجمع البيانات أهمها المقابلات الهاتفية. وهدفت الدراسة في المقام الأول إلى تعرف دور وسائل الاتصال في عملية التكيف الثقافي في سنغافورة، وقد تم تفسير النتائج في إطار نموذج استخدامات وسائل الاتصال في الحالات الانتقالية

(الهجرة) كامتداد لنموذج الاستخدامات والإشباع. ووجدت الدراسة أن المهاجرين الصينيين الذين بدأوا يوطنون أنفسهم في سنغافورة يهتمون بأخبار سنغافورة، والتعرض لوسائل الاتصال السنغافورية بشكل أكثر من غيرهم والعكس صحيح. وأشارت النتائج إلى أن مستوى التكيف والاندماج في المجتمع السنغافوري كان ضعيفاً عند المهاجرين الذين يهتمون بالأخبار والأحداث المتعلقة بالصين فقط، وقوياً عند الذين يهتمون بأخبار سنغافورة والصين معاً. ولكن هذه الدراسة لم تتطرق إلى دراسة الوسائل التي تحقق أعلى أو أقل مستوى اندماج وتكيف اجتماعي، واهتمت فقط بدراسة تأثير الاهتمام بمضمون معين على عملية التكيف الثقافي.

وناقش هوانج بي وهي (Hwang, B & He (1999) استخدامات وسائل الاتصال في عملية التحول الثقافي لدى المهاجرين الصينيين في الولايات المتحدة الأمريكية، وكشفت النتائج عن حرص أفراد العينة على التعرض لوسائل الاتصال التي تبث باللغة الصينية من أجل الحصول على المعلومات والتسلية، بينما يتعرضون لوسائل الاتصال التي تبث باللغة الإنجليزية للتسلية وتعلم اللغة الإنجليزية. وأشارت نتائج الدراسة أيضاً إلى أن أبرز الإشباعات التي تحققت للمبحوثين تمثلت في تعلم اللغة الإنجليزية، وتعرف المجتمع الأمريكي، والعادات والتقاليد السائدة في البلد المضيف.

ودرس سامبدرو (Sampedro, Victor (1998) دوافع تعرض الطلبة الأجانب الذين يدرسون بجامعة نورثوسترن الأمريكية للجرائد الصادرة من أوطانهم الأصلية والموجودة في مكتبة الجامعة. وتوصل من هذه الدراسة الكيفية التي أجراها على ٢٧ طالباً أجنبياً إلى أن تعرضهم لجرائد أوطانهم الأصلية يعد ممارسة ثقافية روتينية من أجل تأكيد الهوية الشخصية، وتحقيق التواصل مع الوطن الأم. وتشترك هذه الدراسة مع دراسة نجم (٢٠٠٥) في أنها تهتم بدوافع تعرض الوافدين لوسائل الاتصال التي تصدر من بلدانهم إلا أن كليهما لم تتطرقا إلى مدى تعرض الوافدين لوسائل الاتصال الوطنية للبلد الذي يقيمون فيه أو وسائل الاتصال الأخرى.

وبعد هذا الاستعراض للدراسات السابقة، يمكن استخلاص ما يلي:

- ١ - أكدت معظمها على وجود علاقة طردية بين مدة الإقامة التي يقضيها الوافد وحجم التعرض للوسائل المحلية لبلد المهجر أو الإقامة والاهتمام بأخبار المجتمع الجديد، ما عدا دراسة (Zhang 2007) التي لم تجد مدة الإقامة عاملاً مؤثراً في هذا الإطار، ودراسة عطيفة، عير (٢٠٠٤) التي وجدت علاقة عكسية بين المتغيرين.
 - ٢ - أشارت إلى أن معظم الوافدين أو المغتربين يستخدمون وسائل الاتصال من أجل الحصول على الأخبار والتواصل مع الوطن الأم وإبعاد الشعور بالغربة أكثر من بقية الدوافع. ووجدت أن وسائل الاتصال التي تتبع الوطن الأم تشبع حاجة المهاجرين والوافدين للتواصل مع أوطانهم أكثر من وسائل اتصال الدولة المضيفة.
 - ٣ - بينت بعض الدراسات أن الوافدين يقبلون على وسائل الاتصال التي تستخدم لغتهم أو تلك الصادرة من أوطانهم الأصلية أكثر من استخدامهم لوسائل الاتصال الصادرة من البلد الذي يقيمون فيه. إلا أن جميعها تؤكد على أن الدوافع التي تشبعها وسائل الاتصال التي تتبع الوطن الأصلي للمهاجر أو الوافد تختلف عن الدوافع التي تشبعها وسائل اتصال الدولة المضيفة.
 - ٤ - وجدت بعض الدراسات أن دوافع التعرض تتأثر بمجموعة من المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية مثل الجنس، والتعليم، والدخل والحالة الاجتماعية، والعمر.
 - ٥ - أشارت معظم الدراسات الواردة إلى وجود علاقة ارتباط موجبة بين التعرض لوسائل الاتصال الوطنية لبلد الإقامة أو المهجر ومسألة التكيف الثقافي والاجتماعي في ذلك المجتمع، بما في ذلك تعلم اللغة السائدة فيه.
- ومن حيث المنهجية نجد أن هذه الدراسات:

- ١ - ركزت معظمها على دراسة استخدام الوافدين أو الجاليات لوسيلة واحدة وتطرق بعضها بشكل ثانوي إلى وسيلتين أو ثلاث ما عدا دراسة Zhang

(2007) التي بحثت في تعرض المهاجرين لأربع وسائل اتصال جماهيرية عرقية وأمريكية هي الصحف والمجلات والتلفزيون والإنترنت.

٢ - استخدمت معظم الدراسات الواردة نظرية الاستخدامات والإشباعات، ولكنها اعتمدت على التحليل الفردي لعبارات الدوافع، ولم تأخذ بالتحليل الكلي لمجموعة العبارات التي تقع تحت الفكرة الواحدة. وهنا يرى أوستين بابر (Babrow, 1988: 480) أنه ليس من الحكمة أن يتم استخدام عبارة واحدة كمقياس لدوافع التعرض. كما أنه من المستحيل تقدير الثبات عندما يتم قياس دافع التعرض بعبارة واحدة فقط، ولذلك يصبح من الضروري استخدام أكثر من عبارة لقياس كل دافع من دوافع التعرض على أن يتم تحليلها إحصائياً كرزمة واحدة تحت الفكرة نفسها، بعد قياس مستوى الثبات فيها.

٣ - ترتبط دوافع استخدام وسائل الاتصال بمجموعة من الحاجات النفسية والاجتماعية إلا أن بعض الدراسات السابقة أغفلت دراسة تأثير المتغيرات الاجتماعية ونسبة كبيرة منها لم تدرس علاقة الحاجات النفسية بدوافع التعرض. فالظروف الاجتماعية للمغترب مثل مدة الإقامة، ونوعية الإقامة (أعزب، مع العائلة، مع الأصدقاء)، وطبيعة الشخصية (انطوائية أو اجتماعية)، والعرق الذي ينتمي إليه المبحوث (عربي، آسيوي، أوروبي) كلها متغيرات من شأنها أن تؤثر على دوافع تعرض الوافدين لوسائل الاتصال.

وتبعاً لهذه المراجعة، فإن هذه الدراسة استفادت من الدراسات السابقة في وضع الأسئلة والفروض، وتضمنين بعض المتغيرات المهمة عند دراسة استخدامات الوافدين لوسائل الاتصال في سلطنة عمان ومن بينها متغيرات مدة الإقامة، والعرق، ونوعية الوسيلة، وعلاقة هذه المتغيرات بدوافع التعرض والتكيف الاجتماعي. وبينت بعضها أهمية متغير منشأ وسائل الاتصال (وطنية أم تابعة للدولة المضيفة) التي يتعرض لها المهاجرون أو الوافدون في عملية التكيف الثقافي. في المقابل تسعى هذه الدراسة أيضاً إلى دراسة تأثير متغيرات جديدة اجتماعية مثل عرق المبحوث، ونفسيته مثل طبيعة الشخصية على أنماط الاستخدام ودوافع التعرض. كما أنها تدرس دوافع التعرض أو الاستخدام لعشر وسائل اتصال تجمع بين المستوى

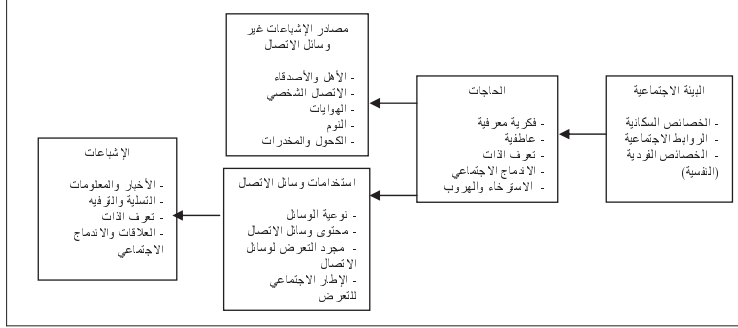
الشخصي والمستوى الجماهيري وبين وسائل الاتصال الجماهيري، والمباشر والثقافي، معتمدة في ذلك على أكثر من عبارة في قياس كل دافع لضمان أكبر قدر من الاتساق الداخلي بين العبارات.

الإطار النظري:

تأخذ هذه الدراسة من الاستخدامات والإشباعات أساساً نظرياً لتفسير دوافع استخدام الوافدين في سلطنة عمان لوسائل الاتصال المختلفة، والإشباعات التي تحققها كل وسيلة. وتقوم هذه النظرية على افتراض وجود عوامل نفسية واجتماعية، تولد احتياجات عند الجمهور، وتجعله يبني توقعات، عن قدرة وسائل الاتصال ومصادر أخرى على إشباعها، مما يدفعه إلى التعرض إلى وسائل الاتصال أو القيام بأنشطة أخرى، لإشباع تلك الاحتياجات، وربما ينتج عن هذا التعرض إشباع حاجات أخرى غير متوقعة (Katz, Blumler & Gurevitch, 1974: 20). وترى النظرية أن الجمهور نشط Active ويستطيع توظيف استخدامه لوسائل الاتصال لخدمة حاجاته.

وقد لخص كاتز ورفاقه (Katz, Gurevitch & Hass 1973) النظرية في الرسم التالي الذي يبدأ بالبيئة الاجتماعية باعتبارها منشأ الاحتياجات المختلفة العاطفية والفكرية والشخصية والاجتماعية، والتي يمكن إشباعها من خلال استخدام نوع معين من وسائل الاتصال أو من محتوى هذه الوسائل، أو بمجرد التعرض لها، أو من الوضع الاجتماعي المصاحب لعملية التعرض. كما يمكن إشباع هذه الحاجات من خلال استخدام مصادر غير مرتبطة بوسائل الاتصال الجماهيري كالأهل والأصدقاء، والاتصال الشخصي وحتى من الوضع المصاحب لعملية التعرض مثل تعاطي الكحول. وتستطيع وسائل الاتصال أن تشبع هذه الاحتياجات من خلال قدرتها على تقديم معلومات وأخبار، وتوفير التسلية والهروب من المشاكل، وتقديم نماذج تساهم في تدعيم الذات أو تعرف المرء بشكل أفضل على ذاته فضلاً عن إمكانية تحقيق الصحة وتدعيم التفاعل والعلاقات الاجتماعية.

رسم يلخص افتراضات نظرية الاستخدامات والإشبعات



المصدر: Tan, 1985: 234

وعلى الرغم من النقد الذي وجه لهذه النظرية ابتداء من جواز تسميتها "نظرية" Theory أو أنها "مقاربة أو نموذج" Approach، وعن قدرتها في تفسير الآثار المترتبة على الإشبعات التي تحققها وسائل الاتصال (عبدالحמיד، ١٩٩٧: ٢٢٦)، فإنها تعد من أكثر النظريات استخداماً في بحوث الإعلام منذ أن طورها إيليو كاتز ورفاقه في سبعينيات القرن الماضي. لذا دمج بعض الباحثين نظرية الاستخدامات والإشبعات مع نظريات التأثير للحصول على نتائج أكثر دقة، وربما للتغلب على غياب جانب التأثير في نظرية الاستخدامات. فقد دمج (Al-Shaqsi 2000) الاستخدامات مع نظرية الغرس الثقافي، وأوجد بعض المنظرين مقاربة كبيرة بين نظرية الاستخدامات ونظرية الاعتماد على وسائل الاتصال Dependency Theory ونظرية انتشار المبتكرات Diffusion of Innovation (انظر مثلاً Tan 1985, Littlejohn 1992).

أصول الحاجات ودوافع التعرض:

ترتبط نظرية الاستخدامات والإشبعات بمفهومين متلازمين يفسران أسباب استخدام الأفراد لوسائل الاتصال هما الحاجة والدافع. ويرى الدكتور حامد زهران (١٩٨٤: ١٠٣) أن الحاجة تعني الافتقار إلى شيء ما يحقق وجوده أو الحصول عليه الإشباع أو الرضا، وأن كل الحاجات تتوحد في توليد سلوك ما سعياً إلى

إشباعها. والدافع عبارة عن حالة جسمية أو نفسية داخلية يؤدي إلى توجيه الكائن الحي نحو تبني استجابات أو سلوك معينة، ولكن لا يمكن إخضاع الدوافع للملاحظة، وإنما يستدل عليها من خلال السلوك أو الاستجابات الناتجة عنها (المصدر نفسه: ١٠٥). ويؤكد زهران (١٩٨٤) أن الحاجة والدافع يحملان المعنى نفسه، وأنهما يرتبطان بأصول أو حاجات نفسية ذاتية وأخرى اجتماعية، وهو الأساس الذي تقوم عليه نظرية الاستخدامات والإشباع في تفسير استخدام الجمهور لوسائل الاتصال.

يعاب على نظرية الاستخدامات والإشباع أنها ركزت في مرحلة الستينيات من القرن الماضي على الحاجات والدوافع النفسية للتعرض لوسائل الاتصال أكثر من الدوافع الاجتماعية وما تولده البيئات المختلفة من حاجات (انظر مثلاً Severin & Tankard 1992, Morley 1992). ونتيجة لذلك كانت النظرية عرضة للنقد، ووصفها البعض بأنها مقارنة وليست نظرية. (McQuail, 1979: 7, Rubin, 1994: 423) يعود تركيز النظرية في السابق على الحاجات النفسية وعدم التفاتها للحاجات الاجتماعية في تفسير دوافع التعرض لوسائل الاتصال إلى ثلاثة أسباب: السبب الأول يتمثل في سطوة فكرة الجمهور النشط Active Audience - أي القادر على تحديد دوافع استخدامه لوسائل الاتصال - على البناء الفكري للنظرية. ويجسد هذا التوجه مقولة كاتز نفسه "ما يهمنا هو ليس ما يأخذه الجمهور من التلفزيون، ولكن ما يفعله الجمهور في التلفزيون" (Katz, 1996: 11). وتبنت وفقاً لذلك فكرة الجمهور النشط active audience في تفسير دوافع الاستخدام هذا على الرغم من أن بعض الدوافع ترتبط بعوامل اجتماعية وأخرى بنوعية الوسيلة المتاحة للجمهور. كما يمكن أن يكون الاستخدام أو التعرض عادة اجتماعية habit كما أشارت إلى ذلك دراسة باريوس عن المجتمع الفنزويلي (Barrios, 1988)، أو شيئاً روتينياً وعادة سارية فيما لو وجد الجمهور أن تلك الوسيلة أو محتواها تحقق له الإشباع المطلوبة في كل مرة يستخدمها أو يتعرض لها (Edelstein et al, 1989: 133). وعندها يصبح الجمهور غير نشط passive.

وبينت بعض الدراسات أن مفهوم الجمهور النشط Active Audience غير واضح بشكل دقيق (عبدالحميد، ١٩٩٧: ٢٢٧) ، وغالباً ما يوضع المفهوم في وجه المقارنة مع نقيضه وهو الجمهور السلبي Audience Passive. ويرى ديفد مورلي (David Morley 88: 1992) وأنج (Ang, 42: 1996) أنه لا يمكن النظر إلى نشاط أو سلبية الجمهور في استخدامه لوسائل الاتصال بمعزل عن الإطار الثقافي والاجتماعي الذي يعيش فيه. كما أن صفة النشاط ليست حالة ملازمة للجمهور في تحديد الهدف من التعرض أو الاختيار. لذلك طرح بعض الباحثين خمسة جوانب مختلفة لمفهوم الجمهور النشط (انظر مثلاً Gunter 1988; Kim & Rubin 1997; Rubin & Perse 1987; Perse 1998). أولاً - الجمهور النشط بمعنى القادر على اختيار الوسيلة أو المحتوى Selectivity. ثانياً - القادر على تحديد المنفعة Utility وتوظيف هذا الاستخدام نحو تحقيق هذه المنفعة. ثالثاً - القادر على تحديد النية والقصد من استخدام وسائل الاتصال Intentionality. رابعاً - الذي يغمس ويتفاعل مع الوسيلة أو المحتوى Involvement، وقد يتمثل ذلك في صور مختلفة مثل الحرص على الحضور قبل بدء البرنامج، والتحدث مع الشخصيات التلفزيونية والتعليق على الأحداث. واختلف الباحثون في الجزء الخامس المتعلق بمعصومية الجمهور النشط من التأثير بوسائل الاتصال. إذ يرى بعضهم أن الجمهور النشط لا يعني بالضرورة الجمهور الذي لا يتأثر بوسائل الاتصال على اعتبار أن الإنسان معرض للتأثر ولكن بدرجات متفاوتة.

بصورة عامة، ترتبط فكرة الجمهور النشط بقدرة الفرد على اختيار وتحديد الوسيلة والمحتوى الذي يتعرض له من أجل إشباع دوافع وحاجات معينة سواء كانت هذه الدوافع مرتبطة بجوانب نفسية أو جوانب اجتماعية. وفي المقابل فإن الجمهور السلبي هو الذي لا يرتبط تعرضه لوسائل الاتصال بإشباعات محددة سلفاً وباختيارات واضحة لوسيلة اتصال أو محتوى معين.

السبب الثاني وراء تجاهل نظرية الاستخدامات والإشباعات للعوامل الاجتماعية والثقافية ودورها في تشكيل الحاجات والدوافع يعود إلى أن التطبيقات

الأولى للنظرية لم تتجاوز المجتمع الأمريكي أو المجتمعات القريبة منه ثقافياً ودينياً. ومن ثم لم يكن واضحاً تأثير الاختلافات الثقافية والاجتماعية للمجتمعات في تشكيل الدوافع والحاجات، كما أن الدوافع الاجتماعية تختلف من مجتمع لآخر. وتجدر الإشارة إلى الاعتراف المبكر لكاتز ورفاقه بأهمية العوامل الاجتماعية في توليد حاجات ودوافع لاستخدام وسائل الاتصال (katz, Blumler & Gurevitch, 1974: 27). إذ إنها تساهم في:

- خلق صراع وتوتر يدفع إلى استخدام وسائل الاتصال من أجل الاسترخاء والتسلية.
- خلق وعي بقضايا تحتاج إلى معلومات أكثر يمكن الحصول عليها من وسائل الاتصال.
- تقديم قيم جديدة يكون المرء بحاجة إلى تعزيزها وتأكيد لها من خلال التعرض لوسائل الاتصال.
- تقديم مجموعة من التوقعات التي تتطلب مراقبة دائمة لها عن طريق وسائل الاتصال.

وقد ساهمت بحوث الاستخدامات والإشباعات اللاحقة التي أجريت في مجتمعات مختلفة مثل المجتمعات العربية والآسيوية ودول أمريكا اللاتينية، في الربط بين الخصوصية الاجتماعية والثقافية لتلك المجتمعات والحاجات أو الدوافع التي يمكن أن تتولد عنها. على سبيل المثال، وجدت دراسة (Marghalani, Palmgreen & Boyd 1998) مؤشرات تؤكد وجود مجموعة من العوامل أو الدوافع التقنية والسياسية والاقتصادية والدينية وراء شراء الأطباق اللاقطة ومشاهدة القنوات الفضائية في المملكة العربية السعودية. كما كان الاتجاه الديني عند البعض سبباً في عدم اقتناء الأطباق اللاقطة فضلاً عن مشاهدة القنوات الفضائية. وأكدت هذه الدراسة على قابلية تطبيق الدوافع التقليدية "النفسية" مثل التسلية والترفيه على مجتمعات أخرى كالمجتمع السعودي، وارتباط الحاجات أيضاً بنوعية الوسيلة التي يرغب الفرد في التعرض لها.

ووجد الشقصي (Al-Shaqsi, 1995) أن أهم دوافع اقتناء الأطباق اللاقطة لدى العمانيين تعود لأسباب اجتماعية وأخرى تتعلق بطبيعة الوضع الإعلامي في البلد. وكانت إمكانية الحصول على قنوات وبرامج متنوعة على مدار الساعة عبر الأطباق اللاقطة، والتغلب على صعوبة استقبال البث الأرضي، وعلى الرقابة المفروضة على برامج التلفزيون الوطني من بين هذه الدوافع. بينما برز التشدد في الجانب الديني كسبب رئيسي وراء عدم اقتناء الأطباق اللاقطة للقنوات الفضائية عند عينة المشاهدين للبث الأرضي فقط. وتؤكد بحوث الاستخدامات والإشباع الحديثة التي أجريت في الدول الغربية على دور العوامل الاجتماعية والثقافية جنباً إلى جنب مع العوامل النفسية في تشكيل الاحتياجات. حيث وجد هنج وفوردر (٢٠٠١) Henning & Vorderer أن تفسير دافع تعرض الألمان للتلفزيون من أجل الهروب من المشاكل لا يمكن أن يفهم إلا بالنظر إلى العوامل النفسية والاجتماعية على حد سواء.

وبحثت بعض الدراسات في تحديد مجالات الحاجات الاجتماعية التي يمكن أن تؤثر على دوافع التعرض لوسائل الاتصال وبينت أربعة جوانب هي التكافل الاجتماعي، وروابط المجتمع، والشعور بالوحدة، والتفاعل الاجتماعي (فهومي، ١٩٩٧: ١٢٣). ومن ناحية نفسية، وجد ماكجوير (McGuire 1974) أن الأفراد المنعزلين اجتماعياً يستخدمون وسائل الاتصال للحصول على الصحبة وإبعاد الشعور بالوحدة أكثر من الأفراد الذين لديهم علاقات اجتماعية جيدة. وأكدت دراسة كوبي ١٩٨٧ على أن اعتماد الجمهور على وسائل الاتصال يزيد مع زيادة الشعور بالوحدة ووجود تفكك أسري (في فهومي، ١٩٩٧: ١٢٤). بينما ركز فن وجر (Finn & Gorr, 1988: 139) بدراسة تأثير العوامل النفسية والاجتماعية على دوافع التعرض. حيث درس تأثير عاملين من عوامل العزلة الاجتماعية social isolation هي الشعور بالوحدة، والخجل مع أربعة عوامل للتعزيز الاجتماعي social support هي وجود أشخاص يمكن التحدث إليهم appraisal، وإمكانية الحصول على دعم مادي tangible، ونظرة الإنسان إلى نفسه مقارنة بالآخرين self-esteem، والإحساس

بالانتماء، على دوافع التعرض. وقاما بتقسيم دوافع التعرض إلى قسمين أساسيين هما: التعويض الاجتماعي social compensation وشملت ٤ دوافع هي (إبعاد الشعور بالوحدة، وقتل الوقت، والتعرض للتلفزيون كعادة، والهروب من المشاكل) وضبط النفس mood management وشملت ٤ دوافع للتعرض أيضا هي (التسلية، والاسترخاء، والإثارة، والحصول على الأخبار والمعلومات). ووجد الباحثان أن عوامل التعزيز الاجتماعي ترتبط إيجابياً بدوافع التعرض من أجل ضبط النفس بينما ترتبط سلبياً بدوافع التعرض للتعويض الاجتماعي. ووجدا أن الشعور بالوحدة والخلل يرتبطان إيجابياً بدوافع التعرض من أجل التعويض الاجتماعي.

ونظراً لأن العوامل الاجتماعية تختلف نوعيتها وحدتها من مجتمع لآخر، فإنه ينبغي الحذر عند استخدام الحاجات أو الدوافع الاجتماعية لاستخدامات وسائل الاتصال التي أفرزتها الدراسات السابقة. حيث تشكل الخصوصية الاجتماعية والثقافية للمجتمعات، ونوعية الوسيلة، ووفرته، وإمكانية الحصول عليها، والتغير في الأنظمة والقوانين عوامل مهمة من شأنها أن تفرز احتياجات اجتماعية ودوافع جديدة لاستخدام الجمهور لوسائل الاتصال. فمن حيث الإشباع التي تحققها كل وسيلة، وجد كاتز وجيورفتش وهاس في دراستهما التي استخدمت عينة مكونة من ١٥٠٠ شخص في إسرائيل أن الأصدقاء، والإجازات، والمحاضرات، والعمل، من المصادر التي اعتبرها الباحثون أنها تشبع حاجاتهم أكثر من وسائل الاتصال الجماهيرية (katz, Gurevitch & Hass, 1973). ووجدوا أن كل وسيلة لها قدرة على إشباع حاجات أكثر من غيرها. فالكتب تشبع حاجة الفرد لتعرف نفسه، والتسلية والاستمتاع ترتبط بالتعرض للأفلام "السينما" والتلفزيون والكتب، والصحف تشبع رغبة الفرد في تحقيق الثقة بالنفس.

وأكدت دراسة بيرس وكورترايت (Perse & Courtright, 1993) أن وسائل الاتصال التي تتميز بحضور شخصي واتصال مواجهي مثل الحوارات المباشرة والمحادثات الهاتفية تشبع حاجات الجمهور أكثر من غيرها من وسائل الاتصال

الجماهيرية. وتبين أن الجمهور يعتمد كثيرا على وسائل الاتصال الجماهيرية في إشباع حاجات الحصول على الأخبار والمعلومات والهروب من المشاكل. ووجد أن الصحف والراديو والتلفزيون على التوالي من أكثر الوسائل التي تشبع حاجة الحصول على أخبار الدولة والمجتمع. ووجد أوكيفي وسبتناجل (O'Keefe & Spetnagel, 1973) أن طلاب المرحلة الجامعية في أمريكا يتعرضون للتلفزيون والمجلات والصحف من أجل الحصول على المعلومات أكثر من بقية أفراد المجتمع، وأن الطلبة الذكور يستخدمون التلفزيون والصحف أكثر من الإناث كما توجد علاقة إيجابية بين عمر المبحوث وساعات التعرض للتلفزيون والصحف (في Al-Shaqsi, 111: 2000). أي أنه يزيد استخدام وسائل الاتصال مع زيادة العمر.

وعليه فإن هذه الدراسة ستعتمد الدوافع التقليدية لاستخدام وسائل الاتصال علاوة على تلك التي تفرضها الظروف الاجتماعية الخاصة بالوافدين في المجتمع العماني. إذ إن الوضع الاجتماعي الجديد الذي يعيش فيه الوافدون يختلف عن الوضع الاجتماعي والثقافي الموجود في بلدانهم الأصلية حتى بالنسبة للوافدين العرب. هذا من شأنه أن يولد دوافع وحاجات تختلف عن تلك الموجودة عند الوافدين فيما لو كانوا في مجتمعاتهم الأصلية. فالغربة والبعد عن الأهل، وطبيعة الإقامة والوضع الاجتماعي والثقافي الجديد قد ينتج عنها دوافع ينبغي التنبيه إليها. ويلاحظ أن معظم دراسات الاستخدامات والإشباعات اعتمدت مجموعة الدوافع التي حددها (Katz, Gurevitch & Hass, 1973) والتي صنفوها في خمس فئات هي:

أ - دوافع فكرية معرفية cognitive needs مثل الحصول على الأخبار، والمعلومات، والمعارف، وتعلم أشياء جديدة. ويندرج تحت هذه الفئة كل ما من شأنه أن يساهم في فهم الفرد للبيئة التي يعيش فيها وما يجري حولها من قضايا.

ب - دوافع عاطفية affective needs على اعتبار أن الإنسان يحمل رغبات وميولاً وغرائز تحتاج إلى إشباعات معينة يمكن لوسائل الاتصال أو غيرها أن تحققها.

ج - دوافع ذاتية personal integrative needs وتسمى أيضا بدوافع الاندماج الشخصي التي تتصل بحاجة الفرد لتعزيز الشخصية والشعور بالثبات وتقوية الثقة بالنفس. ويتم ذلك من خلال التوجه لوسائل الاتصال أو لمحتواها الذي يشبع هذه الحاجة.

د - دوافع ترتبط بالاندماج الاجتماعي social integrative needs مثل توفير فرص التكيف الاجتماعي في المجتمعات الجديدة وتعرف ثقافة وعادات الشعوب وتعزيز الاتصال بالأهل والأصدقاء والعالم المحيط بالفرد. ويمكن أن تحقق وسائل الاتصال سواء من خلال الإمكانيات التقنية التي تتميز بها، والتي تساهم في عملية التواصل، أو من خلال المضمون الذي تقدمه، أن تتيح فرصة للمناقشة والتواصل مع الآخرين.

هـ - دوافع التسلية والاسترخاء tension release needs مثل الهروب من المشاكل، والتسلية والترفيه وقتل وقت الفراغ.

وقام آلن روبن ١٩٨٤ بتقسيم الدوافع إلى قسمين أساسين هما:

- دوافع نفعية instrumental وتشمل الحصول على الأخبار والمعلومات وتعلم مهارات جديدة. والدوافع النفعية ترتبط بكل ما من شأنه أن يمكن الفرد من تقوية معلوماته، وفهمه للبيئة المحيطة به، والقضايا التي تدور فيه وتنمي من مهاراته. وقد وجدت بعض الدراسات علاقة ارتباط موجبة بين التعرض للنشاط أي القائم على إشباع أهداف محددة وبين الدوافع النفعية.

- دوافع طقوسية ritualistic وتشمل تضيئة الوقت والتسلية والهروب.

أما عن الإشباع المتوقعة من التعرض لوسائل الاتصال، فقد أشار "وينر" إلى أنه نظرا لكون دوافع تعرض الجمهور لوسائل الاتصال ترتبط بمؤثرات نفسية واجتماعية بغية الحصول على إشباع لهذه الدوافع، فإنه يمكن تقسيم هذه الإشباع إلى نوعين هما (في العادلي، مرزوق، ٢٠٠٤: ١١٠-١١٣):

١ - إشباع المحتوى، وتنتج عن التعرض لمحتوى وسائل الاتصال، وينتج عنها نوعان من الإشباع هما:

أ - إشباعات توجيهية، وتتضمن الحصول على المعلومات، وتأكيد الذات، وهي ترتبط بكثافة التعرض والاهتمام والاعتماد على وسائل الاتصال.

ب - إشباعات اجتماعية، ويقصد بها الربط بين المعلومات التي يحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته.

٢ - إشباعات عملية، وتنتج عن عملية الاتصال والارتباط بوسيلة محددة، ولا ترتبط مباشرة بخصائص المحتوى، وتنقسم إلى نوعين هما :

أ - إشباعات شبه توجيهية، وتتحقق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر والدفاع عن الذات، وتنعكس في برامج التسلية والترفيه والإثارة.

ب - إشباعات شبه اجتماعية، وتتحقق من خلال التوحد مع شخصيات وسائل الإعلام، وتزيد هذه الإشباعات مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية، وزيادة إحساسه بالعزلة.

وحسب مراجعة روبن (Rubin, 1994: 425)، للدراسات القائمة على نظرية الاستخدامات والإشباعات، فإن هذه الدراسة تبحث في العلاقة بين وسائل الاتصال ونوعية الدوافع والحاجات التي تشبعها كل وسيلة يتعرض الوافدون لها، وتبحث في مستوى رضا الوافدين من خلال تحليل الإشباعات المتوقعة gratifications sought والإشباعات المتحققة gratifications obtained من استخدام وسائل الاتصال والمحتوى الذي تقدمه، إضافة إلى دراسة علاقة العوامل الاجتماعية والنفسية عند الوافدين بدوافع التعرض. إذ تحاول دراسة تأثير متغيرات الجنس والعمر ومكان السكن، ونوعية الأفراد الذين يسكن الوافد معهم إضافة إلى العوامل النفسية مثل الانطوائية أو العزلة والتفاعل الاجتماعي على دوافع التعرض.

الإطار المنهجي:

تقع هذه الدراسة المسحية ضمن الدراسات الوصفية الكمية التي تعتمد على التحليل الإحصائي الكمي في معالجة البيانات. كما تسعى هذه الدراسة إلى كشف العلاقة السببية بين متغيرات مستقلة بأخرى تابعة. حيث تبحث في العلاقة بين ٩

متغيرات اجتماعية واقتصادية ونفسية مستقلة بدوافع استخدام الوافدين لوسائل الاتصال. وشملت هذه المتغيرات المستقلة الجنس، والعرق، والحالة الاجتماعية، ومع من تقيم، ومكان الإقامة، ومدة الإقامة، والعمر، والمستوى التعليمي، والدخل، وطبيعة الشخصية. واستخدمت الدراسة نوعين أساسيين من الاختبارات الإحصائية هما تحليل التباين الأحادي ANOVA ومعامل الارتباط "بيرسون" لتحليل النتائج. واعتمدت على الاستبانة كأداة لجمع البيانات من العينة المبحوثة المتمثلة في الوافدين الموجودين في عمان (انظر اختبارات الصدق والثبات لتفاصيل إعداد استمارة الاستبانة). ويتيح هذا المنهج وأداة الاستبانة فرصة كبيرة لدراسة شريحة كبيرة من مجتمع البحث.

أسئلة الدراسة:

- س١: ما الوسائل التي يستخدمها الوافدون بشكل أكثر من غيرها؟
- س٢: ما مبررات كثرة استخدام الوافدين لوسائل اتصال بعينها؟
- س٣: هل تفرز المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية حاجات ودوافع استخدام مختلفة لوسائل الاتصال عند الوافدين؟
- س٤: هل يختلف الوافدون بسبب عرقهم في نوعية الوسائل التي يستخدمونها بكثرة؟
- س٥: هل يختلف الوافدون بسبب عرقهم في هوية منشأ وسائل الاتصال التي يتعرضون لها بكثرة؟
- س٦: ما الإشباعات التي تحققها كل وسيلة بشكل أفضل من غيرها؟

فرضيات الدراسة:

- ف١: ترتبط مدة الإقامة طردياً بحجم التعرض لوسائل الاتصال المحلية، وعكسياً بحجم التعرض لوسائل الاتصال التي تتبع الوطن الأم. أشارت نظرية الاستخدامات والإشباعات ونتائج الدراسات السابقة إلى دور الجوانب النفسية والاجتماعية في إفراز دوافع معينة. وجاءت مدة الإقامة باعتبارها أحد

المتغيرات المهمة نظرا لأنها ترتبط بفترة فراق الوافد لموطنه الأصلي، وبمدى قدرة وسائل الاتصال المختلفة على إشباع بعض الحاجات الناجمة عن ذلك.

ف٢: توجد علاقة ارتباط موجبة بين التعرض لوسائل الاتصال الجماهيرية العمانية ودافع التعرض من أجل التكيف مع الوضع الاجتماعي والثقافي في سلطنة عمان. أشارت الدراسات السابقة إلى وجود علاقة بين حاجة التكيف مع المجتمع الجديد وبين تعرض الوافدين لوسائل الاتصال الخاصة بذلك المجتمع. حيث تفترض هذه الدراسة أن وسائل الاتصال العمانية أقدر على إشباع حاجة التكيف الاجتماعي من حيث تعلم عادات وثقافة المجتمع ولغته من غيرها من الوسائل.

ف٣: تستخدم الشخصية الانطوائية وسائل الاتصال لإشباع دوافع طقوسية بينما تستخدم الشخصية الاجتماعية وسائل الاتصال لإشباع دوافع نفعية. ترتبط هذه الفرضية بالدوافع النفسية عند الوافدين وتستند إلى نتائج سابقة. حيث وجد ماكجوير (1974) McGuire أن الأفراد المنعزلين اجتماعيا يستخدمون وسائل الاتصال للحصول على الصحة وإبعاد الشعور بالوحدة أكثر من الأفراد الذين لديهم علاقات اجتماعية جيدة. وأكدت دراسة كوبي ١٩٨٧ على أن اعتماد الجمهور على وسائل الاتصال يزداد مع زيادة الشعور بالوحدة ووجود تفكك أسري (في فهمي، ١٩٩٧: ١٢٤).

مجتمع البحث:

بناء على تقديرات السكان الصادرة من وزارة الاقتصاد الوطني في عام ٢٠٠٩، قُدرت نسبة الوافدين في سلطنة عمان مع نهاية عام ٢٠٠٨ بحوالي ٣١,٤٪ (ن = ٩٠٠,٠٠٠) من إجمالي تقديرات السكان ٢,٨٦٧,٠٠٠ (وزارة الاقتصاد الوطني، ٢٠٠٩: ٥٦). ولكن الأرقام الواردة من وزارة القوى العاملة تشير إلى أن عدد الوافدين المقيدين لديها والذين يعملون بالقطاع الخاص حتى نهاية عام ٢٠٠٨ وصل إلى ٩٦٤,٢٤١، وارتفع إلى ١,٠٥٢,٦٤٦ في عام ٢٠٠٩ (وزارة القوى العاملة، ٢٠٠٩: ٥١). وهذه الأرقام تتجاوز تقديرات السكان الصادرة من وزارة الاقتصاد الوطني. وبحسب التقرير السنوي لعام ٢٠٠٩ الصادر من وزارة القوى

العاملة، فإن أكثر القطاعات التي يعمل بها الوافدون هي قطاع المقاولات (٨,٣٥٪) ثم قطاع الخدمات (٧,١٥٪) ثم قطاع التجارة (٧,١٤٪) (المصدر نفسه: ٥٣). ويلاحظ من خلال توزيع الوافدين على قطاعات العمل أن معظمهم يعملون بقطاعات وظيفية لا تتطلب مستويات مهارية وتعليمية مرتفعة. وعليه، فإن العاملين من الوافدين خاصة أولئك القادمين من شبه القارة الهندية لا يعرفون القراءة والكتابة بلغات أخرى غير لغتهم الأصلية. كما أن اللغة التي تستخدمها هذه الشريحة للتخاطب مع سكان المجتمعات الخليجية تكون أقرب للعامة منها إلى الفصحى، ومن ثم فإن معرفتهم باللغة العربية الفصحى تحدثا وكتابة وفهما تبقى ضئيلة. ويقتصر استخدام اللغة الإنجليزية على المتحدثين الأصليين بها وعلى الوافدين من غير المتحدثين بها من أصحاب المستويات التعليمية العالية.

عينة الدراسة:

تم الوصول إلى مفردات هذه الدراسة من مجتمع الوافدين عن طريق شبكة المعارف والأصدقاء الذين يعملون في مجالات مختلفة، وفي أكثر من منطقة في سلطنة عمان مع ضمان توزيعها على الوافدين من عرقيات مختلفة، لذا يمكن تصنيف هذه العينة ضمن عينات المصادفة غير الاحتمالية التي لا يخضع اختيار مفرداتها لأي معيار سوى اختيار المكان والتعرض العابر، أو تصادف وجود الأفراد في مكان ما (عبد الحميد، ٢٠٠٤: ١٤١). وتبقى ضرورة أن تكون المفردة من الوافدين ضمن خصائص العينة فقط. ولا تتيح هذه العينة فرصا متكافئة ومتساوية لجميع الوافدين كي تشملهم الدراسة. كما أنها لا تعتمد على إطار للعينة الذي يتم عادة من خلاله اختيار مفردات العينات الاحتمالية. ويعود السبب في استخدام هذه العينة إلى صعوبة اختيار مفردات الدراسة بطرق العينات الاحتمالية إلى التشتت الجغرافي وعدم تجانس مفردات مجتمع الدراسة. ويعود أيضاً إلى أن هذه الدراسة استخدمت استمارة الاستبانة لجمع البيانات، والتي يتطلب تعبئتها إجادة المبحوث للغة العربية أو الإنجليزية، وهو الأمر الذي لا يتحقق لو تم توزيعها بصورة عشوائية نظرا لأن نسبة كبيرة من الوافدين لا تجيد هاتين اللغتين.

تم توزيع أغلب الاستثمارات على وافدين من جنسيات مختلفة يعملون في مؤسسات تعليمية وصحية ودوائر حكومية أخرى، يعمل بها غالباً وافدون يجيدون العربية أو الإنجليزية. وانعكس ذلك على توزيع مفردات العينة على ثلاث عرقيات، وعلى مجالات عمل مختلفة كما ستوضح النتائج لاحقاً. وقد خرجت الاستثمارات باللغتين العربية والإنجليزية لضمان الوصول إلى الوافدين العرب والأجانب. وبلغ إجمالي النسخ الموزعة ٧٠٠ استثماراً عاد منها ٦٠٠ استثماراً بنسبة ٨٦٪. وتبين بعد الفرز صلاحية ٥١٧ استثماراً فقط؛ نظراً لأن الباحثين لم يجيبوا عن عدد كبير من الأسئلة، خاصة تلك المتعلقة بالبيانات الشخصية. ومن ثم فإن نسبة المرتجعات من الاستثمارات الصالحة من إجمالي الاستثمارات التي تم توزيعها هي ٧٤٪، وهي نسبة معقولة بالنسبة لمجتمع الوافدين المشتت جغرافياً وغير المتجانس.

خصائص العينة المبحوثة:

بلغ إجمالي حجم العينة التي شملتها نتائج هذه الدراسة ٥١٧ مبحوثاً من الوافدين موزعين على ثلاث مجموعات عرقية هي العرب (٤٩٪)، والآسيويون، وأغلبهم من دول شبه القارة الهندية (٣٧٪) والأوروبيون بمن فيهم الوافدون من أمريكا الشمالية (١٤٪). يمثل الذكور ٥٤,٢٪ والإناث ٤٥,٨٪. أغلب الوافدين متزوجون (٨١,٨٪) بينما يشكل غير المتزوجين ١٤,٧٪ فقط. والنسبة الأكبر (٣٨,٣٪) من المبحوثين تبلغ أعمارهم ٤١ سنة فأكثر، تليها الفئة العمرية من ٣١-٣٥ سنة بنسبة (٢٢,٨٪). أغلب المبحوثين (٥٦٪) حاصلين على شهادة جامعية بينما (٢٥٪) منهم حاصلون على شهادات عليا، ماجستير ودكتوراه، ومعظمهم (٧٣٪) يعملون في قطاع التعليم مدرسين، وحوالي ١٥٪ منهم يعملون في مجال الصحة أطباء وممرضين. كما أن النسبة الأكبر (٤٨,٤٪) من المبحوثين أقاموا في عمان مدة تتراوح ما بين ٦ - ٨ سنوات. ومعظمهم (٧٦٪) يقيمون مع عوائلهم بينما ٢٤,٧٪ يقيمون بمفردهم والبقية مع الأصدقاء. ويسكن معظم المبحوثين (٦٦,٧٪) في المناطق الريفية.

اختبارات الصدق والثبات:

تعود معظم العبارات المتعلقة بدوافع استخدام وسائل الاتصال إلى الإطار النظري لنظرية الاستخدامات والإشباعات وإلى الدراسات السابقة التي قامت بتطبيق هذه النظرية مما ساهم في تحقيق صدق المحتوى. وقبل توزيع الاستمارات على المبحوثين، طلب من ثلاثة أعضاء هيئة تدريس من قسم الإعلام بجامعة السلطان قابوس تحكيم الاستثمار في إطار دوافع التعرض والإشباعات التي تحققها الوسائل المختلفة. جميع المحكمين يحملون شهادة الدكتوراه في الإعلام، وكان من بين المحكمين الثلاثة أستاذان في الصحافة، وآخر في الإذاعة والتلفزيون. وأبدى المحكمون اتفاقاً كبيراً على محتوى الاستثمار في قياس دوافع استخدام الوافدين في عمان لوسائل الاتصال المختلفة مما ساعد في التحقق من الصدق الظاهري للأداة. وأخذ الباحث بالملاحظات الأخرى التي أبدوها المحكمون والتي كان أهمها ضرورة عدم إقحام مقياس ساعات التعرض على السينما باعتبار التعرض لها يختلف عن بقية الوسائل، وضرورة إعطاء نموذج للإجابة على سؤال الإشباعات التي تحققها الوسائل المختلفة نظراً لتعدد الوسائل. ثم تم اختبار الاستثمار على ٣٠ مفردة من الوافدين الذين يعملون بكلية التربية بولاية الرستاق "تغير اسمها إلى كلية العلوم التطبيقية" (١٠٠ كم شمال مسقط) ومعهد التمريض التابع لمستشفى الرستاق لضمان صلاحية الاستثمار، ووضوح الأسئلة الواردة فيها. وتعمل بهاتين المؤسستين مجموعة من الوافدين من عرقيات مختلفة تشمل العرب والآسيويين والغربيين وهو ما دفع إلى اختيارهما لاختبار استثمار الاستبانة. ولم تكن لدى العينة التجريبية ملاحظات جوهرية ترتبط بدوافع التعرض أو إشباعات الوسائل المختلفة، ولكن أبدى بعض الأجانب ملاحظات طباعية على النسخة الإنجليزية من الاستثمار، وقد تم تعديلها.

خرجت النسخة النهائية لاستثمار الاستبانة في ٧ ورقات شاملة ورقة الغلاف، متضمنة ١٤ سؤالاً رئيسياً تغطي ٤ مجالات هي: عادات وأنماط استخدام وسائل الاتصال المختلفة، ودوافع التعرض لوسائل الاتصال، والإشباعات التي تحققها الوسائل المختلفة، والمتغيرات الاجتماعية والاقتصادية.

وبالنسبة للثبات، فقد استخدمت هذه الدراسة عبارات دوافع التعرض لوسائل الاتصال الواردة في عدد من الدراسات العربية (مثل Marghalani, Palmgreen & Boyd 1998، مي ١٩٩٧، Al-Shaqsi 2000، نجم ٢٠٠٥) إضافة إلى ما أقرزته البحوث والدراسات العامة التي استخدمت نظرية الاستخدامات والإشباع. وقد ساعد ذلك في تحقيق اختبارات الصدق خاصة صدق المحتوى الذي يهتم بمدى صلاحية العبارات وارتباطها بهدف الدراسة أو البحث. وللتأكد من ثبات المقياس المستخدم على عينة هذه الدراسة ومعرفة مستوى الارتباط الداخلي لعبارات دوافع التعرض والتي وصل عددها ٢٦ عبارة التي استخدم فيها مقياس ليكرت الخماسي، تم إجراء سلسلة من التحليلات العاملية Factor Analysis. ووجد أن طريقة تحليل العناصر الأساسية Principle Component Analysis لاستخلاص العوامل وطريقة بروماكس Promax Rotation لتدوير العبارات على العوامل تعطي نتائج أفضل من حيث ارتباط العبارات في العوامل. واستخدمت المعايير التالية في التحليل العاملي الذي نتج عنه ٨ عوامل: (١) أن لا تقل قيمة الإيجن Eigenvalue عن ١ في كل عامل، (٢) أن لا تقل قيمة ارتباط كل عبارة في العامل عن ٥٠. وذلك لضمان قوة ارتباط العبارات في العامل الواحد.

وبينت نتيجة التحليل العاملي ارتباط معظم العبارات تحت نفس تصنيفات دوافع استخدام وسائل الاتصال التي أشارت إليها الدراسات السابقة. ولكن تجدر الإشارة إلى أن بعض عبارات دوافع الاستخدام ارتبطت مع أكثر من عامل، حيث ارتبط دافع الاستخدام من أجل "التسلية والترفيه" مع عامل الهروب ونسيان المشاكل، إضافة إلى عامل التسلية وإبعاد الشعور بالوحدة. وارتبطت عبارات "معرفة أخبار الوطن الأم" و "أخبار الإقليم الذي أنتمي إليه" مع عامل التعويض عن فراق الأهل والحنين للوطن بدلا من الارتباط مع عامل الحصول على الأخبار والمعلومات. واستبعدت عبارة واحدة فقط وهي "لمعرفة مناطق وأقاليم عمان" التي ارتبطت مبدئيا مع عامل "التكيف الاجتماعي" إلا أن وجودها في العامل نفسه يقلل من قيمة الثبات معامل ألفا كرنباخ، ولذلك استبعدت هذه العبارة من التحليل الكلي للعبارات الداخلة في هذا العامل.

جدول رقم (١)
نتيجة التحليل العاملي لدوافع استخدام الوافدين لوسائل الاتصال المختلفة

رقم العبارة / اسم العامل	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة التحميل	% التباين	ألفا كرنباخ
عامل ١ / الهروب من ونسيان المشاكل (قيمة إيجن = ٥,٨٥)					
١٦- نسيان مشاكل الحياة والهروب منها	٢,٥٠	١,٣٢	,٨٧		
١٧- نسيان هموم ومشاكل العمل	٢,٧٤	١,٢٩	,٨٩	٢٢,٥٨	,٨٤
١٨- للهروب من التفكير بالأهل والأقارب	٢,٦٩	١,٤٧	,٧١		
الإجمالي	٢,٦٤	١,١٠			
عامل ٢ / تعلم مهارات وتعرف ثقافات (قيمة إيجن = ٣,٠٥)					
٢٢- معرفة عادات وثقافات الشعوب الأخرى	٣,٦٠	,٨٦	,٦٩		
٢٣- لتعلم أفكار جديدة	٤,١٤	,٨١	,٨٣	١١,٧٢	,٧٥
٢٤- لاكتساب مهارات جديدة	٤,٠٨	,٩٩	,٧٦		
الإجمالي	٣,٩٤	,٧٣			
عامل ٣ / التسلية وإبعاد الشعور بالوحدة (قيمة إيجن = ٢,٨٦)					
١٠- لقتل الوقت عندما أشعر بالملل ولا أجد ما أعمله	٣,٣٥	١,٢١	,٨٦		
١١- لإبعاد الشعور بالوحدة	٣,٢٢	١,١٤	,٨٤	١٠,٩٩	,٧١
١٢- للتسلية والترفيه	٣,٥٥	١,١٤	,٧٠		
الإجمالي	٣,٣٧	,٩٣			
عامل ٤ / متابعة أخبار العالم (قيمة إيجن = ١,٤٧)					
٣- لمعرفة أخبار العالم بصورة عامة	٤,٣٤	,٦١	,٧٨	٥,٦٥	,٦٧
٤- متابعة القضايا العالمية وشؤون الساعة	٤,٢٣	,٨٣	,٨٥		
الإجمالي	٤,٢٨	,٦٣			

تابع / جدول رقم (١)
نتيجة التحليل العاملي لدوافع استخدام الوافدين لوسائل الاتصال المختلفة

رقم العبارة / اسم العامل	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة التحميل	% التباين	ألفا كرنباخ
عامل ٥ / للتواصل مع الوطن وتعويض الغربة (قيمة إيجن = ١,٤٤)					
١- لمعرفة أخبار الوطن الأم	٤,٠٦	٩١,	٧٠,		
٥- للتقليل من الحنين للوطن بسبب الغربة	٣,٢٥	١,٠٩	٨٥,		
٧- متابعة أخبار المدينة أو الإقليم الذي أنتمي إليه	٣,٧٦	١,٠٤	٧٩,	٥,٥٤	٧٠,
٨- لأكون على اتصال بالأهل والأصدقاء	٣,٩٩	٩٩,	٧٠,		
٩- للتعويض عن فراق الأهل والأقارب	٣,٦٢	١,٢٠	٧٨,		
الإجمالي	٣,٧٥	٧١,			
عامل ٦ / التكيف الاجتماعي (قيمة إيجن = ١,٣١)					
٢- لمعرفة أخبار عمان	٣,٨٨	٨٩,	٨٤,		
٦- للتكيف مع الوضع الاجتماعي والثقافي العماني	٣,٦٨	١,٠١	٨٠,		
١٩- تعرف ثقافة وعادات عمان بشكل أفضل	٣,٤٧	٩٥,	٦٥,	٥,٠٥	٧٣,
٢١- للتعود على لغة أهل عمان واكتسابها	٣,٠٦	١,١٦	٧٠,		
الإجمالي	٣,٥٢	٧٤,			
عامل ٧ / إشباع الرغبات العاطفية والغريزية (قيمة إيجن = ١,١٨)					
١٣- لتعرف الجنس الآخر بشكل أفضل	٢,٣٨	١,٣٠	٦٥,		
١٤- لإشباع رغباتي العاطفية	٢,٤٩	١,٣٣	٧٣,	٤,٥٢	٦٤,
١٥- لإشباع رغباتي الغريزية	١,٦٨	٩٢,			
الإجمالي	٢,١٨	٩١,			
عامل ٨ / الاستخدام كعادة (قيمة إيجن = ١,٠٣)					
٢٥- تعودت على استخدامها	٣,٥١	١,٢٤	٥٥,	٣,٩٥	٥٠,
٢٦- كل الناس تستخدم وسائل الاتصال	٣,٤٢	١,٢٣	٥٠,		
الإجمالي	٣,٤٧	٩٩,			

يوضح الجدول رقم (١) العبارات التي تضمنها كل عامل من العوامل الثمانية، وقيمة تحميل أو ارتباط كل عبارة في العامل. كما يوضح الجدول قيمة الإيجن ونسبة التباين التي يشرحها كل عامل إضافة إلى إجمالي المتوسطات (Mean) للعبارات الداخلة في كل عامل وإنحرافها المعياري (SD) وقيمة الثبات (Alpha) ألفا كرنباخ للاتساق الداخلي بين هذه العبارات Internal Consistency Reliability. وقد بلغ إجمالي التباين الذي تشرحه العوامل الثمانية ٧٠٪. ويشرح العامل الأول "الهروب من ونسيان مشاكل الحياة" حوالي ٢٣٪ من إجمالي التباين على الرغم من إجمالي متوسطات العبارات الداخلة في تكوينه ٢,٦٤ فقط. وقياساً إلى إجمالي المتوسطات للعوامل المشكلة لدوافع التعرض لوسائل الاتصال في جدول رقم (١)، تصدرت دوافع "متابعة أخبار العالم" (س = ٤,٢٨)، ثم "تعلم مهارات وتعرف ثقافات الشعوب الأخرى" (س = ٣,٩٤)، ثم "التواصل مع الوطن الأم والتعويض عن الغربة" (س = ٣,٧٥) المراتب الثلاث الأولى على التوالي. ويلاحظ أن دافعي الهروب من المشاكل (س = ٢,٦٤) وإشباع الرغبات العاطفية والغريزية (س = ٢,١٨) كانت من أقل الدوافع التي يحرص الوافدون على إشباعها من خلال التعرض لوسائل الاتصال.

نتائج الدراسة:

تقع نتائج هذه الدراسة في قسمين رئيسيين: يقدم القسم الأول النتائج الخاصة بأسئلة الدراسة، ويقدم القسم الثاني النتائج الخاصة باختبارات فرضيات الدراسة.

أولاً - النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة:

كثافة التعرض ومدى استخدام الوافدين لوسائل الاتصال المختلفة:

تمت الإجابة عن هذه الوسائل من خلال النظر إلى ساعات التعرض اليومية ومدى استخدام الوافدين لكل وسيلة من وسائل الاتصال المختلفة. وحددت أربع فئات للتعرض هي لا تتعرض، قليل التعرض (> ساعة - > ساعتين)، متوسط التعرض (ساعتين - > ٤ ساعات) وكثير التعرض (٤ ساعات فأكثر).

جدول رقم (٢)
كثافة التعرض اليومي لوسائل الاتصال المختلفة

الوسيلة / ساعات التعرض		لا أتعرض يومياً		قليل التعرض		متوسط التعرض		كثير التعرض	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
التلفزيون، ن = ٥١٧		٢٢	٤,٣	٢٨٠	٥٤,٣	١٧٨	٣٤,٦	٣٥	٦,٨
الإنترنت، ن = ٥١٧		٢١٦	٤١,٨	٢٢٣	٤٣,١	٦٣	١٢,٢	١٥	٢,٩
الراديو، ن = ٥١٧		١٤٠	٢٧,١	٣١٧	٦١,٣	٤٨	٩,٣	١١	٢,٣
الصحف، ن = ٥١٧		٧٠	١٣,٥	٤٠٥	٧٨,٣	٣٧	٧,٢	٥	١
المجلات، ن = ٥١٧		٩٣	١٨	٣٧٣	٧٢,١	٤٤	٨,٥	٧	١,٤
الهاتف، ن = ٥١٧		٣١	٦	٤٢٣	٨١,٨	٥٠	٩,٧	١٣	٢,٥
الأصدقاء، ن = ٥١٧		١٨	٣,٥	٣٠٠	٥٨	١٤٢	٢٧,٥	٥٧	١١
الكتب، ن = ٥١٧		٢٦	٥	٣١٨	٦١,٦	١٤٠	٢٧	٣٣	٦,٤
أشرطة سمعية بصرية، ن = ٥١٧		١٠٦	٢٠,٥	٢٩١	٥٦,٣	٦٧	١٣	٥٣	١٠,٢

يمكن تقسيم وسائل الاتصال الواردة في الجدول رقم (٢) إلى ثلاث فئات هي: وسائل اتصال جماهيرية وتشمل (التلفزيون، والإنترنت، والراديو، والصحف، والمجلات) ووسائل اتصال مباشرة، وتشمل (الهاتف والأصدقاء) ووسائل اتصال ثقافية وتشمل (الكتب والسينما والأشرطة السمعية البصرية). ويوضح الجدول رقم (٢) أن معظم المبحوثين يقعون ضمن فئة قلبي التعرض لوسائل الاتصال المختلفة، ولكن قياساً إلى متوسطي التعرض، يأتي التلفزيون فالأصدقاء فالكتب على التوالي باعتبارها من أكثر الوسائل التي تحظى بتعرض متوسط. ومن حيث الوسائل التي يتعرض لها الوافدون بكثرة (٤ ساعات فأكثر) جاء الأصدقاء، فالأشرطة السمعية والبصرية، فالتلفزيون ثم الكتب على التوالي في المراتب الأولى. أما من حيث الوسائل التي لا يتعرض لها الوافدون بشكل يومي جاءت الإنترنت، ثم الراديو ثم الأشرطة السمعية البصرية ثم المجلات على التوالي في المراتب الأولى. ويرجع عدم تعرض المبحوثين يومياً إلى الإنترنت إلى أن عدداً كبيراً من الوافدين غير مشتركين في خدمة الإنترنت نظراً لما يتطلبه ذلك من توافر حاسب آلي ودفع رسوم خاصة بالخدمة.

تقيس كثافة التعرض المدة الزمنية خلال اليوم الواحد التي يقضيها المبحوث في التعرض لأي وسيلة من وسائل الاتصال المختلفة، أما مدى الاستخدام فيركز على قياس درجة اعتماد المبحوث على هذه الوسائل بصورة عامة. الجدول رقم (٤) يوضح مدى الاستخدام.

جدول رقم (٣)
مدى استخدام الجمهور لوسائل الاتصال المختلفة

الوسيلة / ساعات التعرض		لا استخدمها		استخدمها أحياناً		استخدمها بكثرة	
		ك	%	ك	%	ك	%
التلفزيون، ن = ٥١٧		١٩	٣,٧	١٦٠	٣٠,٩	٣٣٨	٦٥,٤
الكتب، ن = ٥١٧		٤١	٧,٩	١٦٧	٣٢,٣	٣٠٩	٥٩,٨
الأصدقاء، ن = ٥١٧		١١	٢,١	٢١٧	٤٢	٢٨٩	٥٥,٩
الصحف، ن = ٥١٢		٥١	١٠	٢٥٣	٤٩,٤	٢٠٨	٤٠,٦
الهاتف، ن = ٥١٧		١٥	٢,٩	٣١٨	٦١,٥	١٨٤	٣٥,٦
المجلات، ن = ٥١٠		٦١	١٢	٣٠١	٥٩	١٤٨	٢٩
الإنترنت، ن = ٥٠٤		١٧٧	٣٥,١	١٨٣	٣٦,٣	١٤٤	٢٩
أشرطة سمعية بصرية، ن = ٥٠٠		٩٥	١٩	٢٧١	٥٤,٢	١٣٤	٢٦,٨
الراديو، ن = ٥٠٠		١١٠	٢٢	٣٢٣	٦٤,٦	٦٧	١٣,٤
السينما، ن = ٤٨٨		٣٢٤	٦٦,٤	١٣٩	٢٨,٥	٢٥	٥,١

تشير نتائج الدراسة الواردة في الجدول رقم (٣) إلى أن الوافدين يستخدمون بكثرة التلفزيون، ثم الكتب، ثم الأصدقاء ثم الصحف، ثم الهاتف، على التوالي. ومعنى ذلك أن وسائل الاتصال الشخصية أو المباشرة مثل الأصدقاء والهاتف لا تزال تلقى اهتماماً من المبحوثين ولا تزال قادرة على منافسة وسائل الاتصال الجماهيرية مثل التلفزيون. ولا يزال الكتاب كوسيلة اتصال ثقافي قادراً على استحواذ اهتمام الوافدين على الرغم من وجود وسائل اتصال حديثة. وأقل الوسائل استخداماً من وجهة نظر الوافدين هي السينما، فالإنترنت ثم الراديو على التوالي. وربما كان لقلة وجود وانتشار

دور للسينما في عُمان إضافة إلى ضعف ثقافة ارتياد السينما في المنطقة الخليجية عموماً وانشغال الوافدين في أعمالهم عوامل أساسية وراء ضعف استخدام السينما.

مبررات كثرة استخدام الوافدين لوسائل ومصادر اتصالية بعينها:

أشارت النتائج إلى أن التلفزيون، ثم الكتب، ثم الأصدقاء ثم الصحف، ثم الهاتف على التوالي من أكثر الوسائل التي يستخدمها الوافدون في سلطنة عمان. وتعرض النتائج الواردة في الجدول رقم ٤، متوسطات المبحوثين (تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي) في مجموعة العبارات التي تبرر أسباب كثرة استخدام الوافدين لهذه الوسائل.

جدول رقم (٤)

متوسطات مبررات التركيز على استخدام وسائل اتصال بعينها

الانحراف المعياري	المتوسط	الدوافع
٩٧،	٤،٢٨	١- لأنها تشبع اهتماماتي ورغباتي أكثر من غيرها.
٩٨،	٤،١٧	٢- لأنني أتحكم في وقت ومكان استخدامها والتعرض لها.
١٠٠،	٤،٠٣	٣- لأنها متوافرة ويسهل الحصول عليها.
٩٥،	٣،٦٩	٤- لأنها تناسب طبيعة وظروف عملي أكثر من غيرها.
١٠٥،	٣،٦٢	٥- لأنني تعودت عليها أو على استخدامها.
١٢٦،	٣،٠٦	٦- لأنها الوسيلة أو الوسائل الوحيدة المتوفرة لدي.
١٣١،	٢،٦٩	٧- لرخص ثمنها.

يرى الوافدون أنهم يستخدمون هذه الوسائل بكثرة لأنها "تشبع اهتماماتهم ورغباتهم (٤،٢٨)، "ويتحكمون في وقت ومكان التعرض لها (٤،١٧)، "متوافرة ويسهل الحصول عليها" (٤،٠٣) مرتبة على التوالي. وهذه النتيجة تقود إلى المناقشة السابقة المتعلقة بالجمهور النشط أي القادر على تحديد واختيار الوسيلة التي تحقق له المنفعة وتشبع رغباته. أي أن تركيز استخدام الوافدين لوسائل معينة من بين قائمة كبيرة من الوسائل يقوم على أساس قدرتهم على تحديد الحاجات التي يمكن أن تشبعها تلك الوسائل في المقام الأول وإلى اعتقادهم بقدرة تلك الوسيلة على إشباع احتياجاتهم.

علاقة المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية بحاجات ودوافع استخدام الوافدين لوسائل الاتصال المختلفة:

تم استخدام تحليل التبيان الأحادي ANOVA (جدول رقم ٥) ومعامل الارتباط "بيرسون" لتحليل العلاقة بين ٩ متغيرات اجتماعية واقتصادية على دوافع استخدام الوافدين لوسائل الاتصال.

جدول رقم (٥)

الفروق بين المتوسطات (أنوفا) لدوافع استخدام وسائل الاتصال
على أساس المتغيرات الاجتماعية الرموز (١ ٢ ٣) للدلالة على الفروق
بين المتوسطات وفقا لاختبار Scheffe.
المتوسطات التي تحمل نفس الرمز تشير إلى عدم وجود فروق ذات دلالة
إحصائية بينها.

متوسطات العوامل								المتغيرات
الأول	الثاني	الثالث	الرابع	الخامس	السادس	السابع	الثامن	
هروب	تعلم	تسلية	أخبار	تواصل	تأقلم	عاطفة	عادة	
٢,٦٣	٣,٩٤	٣,٢٢	٤,١٧ ^١	٣,٥٣	٣,٤٠	٢,٢٣	٣,٤٢	الجنس: ذكر
٢,٦١	٣,٩٦	٣,٤٨ ^١	٣,٣٥	٣,٩٤ ^١	٣,٦١ ^١	٢,١٤	٣,٥٦	أنثى
٣,٠٩ ^١	٤,٠٩ ^١	٣,٤١ ^١	٤,٣١ ^١	٣,٧٩	٣,٦٤ ^١	٢,٢٩	٣,٤٧	المجموعة العربية
٢,٢٥ ^٢	٣,٨٩ ^٢	٣,٧٤ ^١	٤,٣٨ ^١	٣,٦٨	٣,٤٩ ^١	٢,١٢	٣,٤٣	آسيوي
١,٩٩ ^٢	٣,٦٣ ^٢	٢,٧٥ ^٢	٣,٧٥ ^٢	٣,٦٤	٢,٩٩ ^٢	٢,٠٠	٣,٦٧	أوروبي
٣,٠١ ^١	٤,٠٤ ^٢	٣,٥٠	٤,١٨	٣,٩٤ ^١	٣,٣٨ ^٢	٢,٣٢ ^٢	٤,٠٣ ^٢	الحالة الاجتماعية
٢,٥٢ ^٢	٣,٩٠ ^٢	٣,٣٠	٤,٢٧	٣,٦٥ ^٢	٣,٤٨ ^٢	٢,١١ ^٢	٣,٣٣ ^٢	عزب
٣,٥٠ ^١	٤,٦٣ ^١	٣,٤٨	٤,٢٥	٤,٤٥ ^١	٤,٣١ ^١	٣,٣٣ ^١	٤,٦٦ ^١	الاجتماعية متزوج
٢,٣٣	٤,٠٠	٣,٦٧	٤,٢٠	٤,٢٠	٣,٧٥	٢,٦٧	٣,٥٠	مطلق
٣,١٤ ^١	٤,٠٤	٣,٩٤ ^١	٤,٤٩	٤,٠٩ ^١	٣,٥٦	٢,٥٣ ^٢	٣,٧٣	أرمل
٢,٣٩ ^٢	٣,٩١	٣,٤٣ ^٢	٤,٢٦	٣,٨٧ ^١	٣,٣٣ ^٢	٢,١٦	٣,٤٩	مع من
٢,٦٣ ^٢	٣,٩٥	٣,٢٣ ^٢	٤,٢٣	٣,٦١ ^٢	٣,٥٤ ^١	٢,١٥ ^١	٣,٤٤	تقيم: مع الأصدقاء
								مع عائلتي
٢,٦٣	٣,٩٦	٣,٣٠	٤,٢٤	٣,٧٣	٣,٥٢	٢,١٩	٣,٥٣ ^١	مكانة
٢,٤٧	٣,٨٨	٣,٦١ ^١	٤,٣٦	٣,٦١	٣,٣٣	٢,١٣	٣,١١	حضر
								الإقامة ريف

تشير النتائج الواردة في الجدول رقم (٥) إلى أن الإناث تستخدم وسائل الاتصال بدافع التسلية، والتواصل مع الوطن الأم وإبعاد الشعور بالغربة، والتكيف مع الأوضاع في عمان أكثر من الذكور الذين يستخدمون وسائل الاتصال بدافع الحصول على الأخبار. وربما كان لبقاء الوافدات في منازلهن أثناء خروج أزواجهن للعمل، أو نظراً لقلّة خروجهن لأسباب اجتماعية تتعلق بثقافتهن خاصة المرأة العربية والآسيوية سبباً يدفعهن لاستخدام وسائل الاتصال من أجل إشباع حاجات طقوسية أكثر من الذكور. إذ إن معظم الدوافع التي تتوجه المرأة إلى إشباعها هي دوافع طقوسية تتعلق بتقضية الوقت والتسلية وإبعاد الشعور بالغربة.

وتشير نتائج الدراسة أيضاً إلى وجود فروق دالة إحصائية بين عرق الوافد ودوافع التعرض لوسائل الاتصال المختلفة. وتبين اختبارات شيفي Scheffe أن الوافدين العرب يستخدمون وسائل الاتصال من أجل الهروب من المشاكل (س=٣,٠٩، ب > ٠,١)، وتعلم مهارات جديدة (س=٤,٠٩، ب > ٠,٥)، أكثر من الآسيويين والأوروبيين. بينما يستخدم العرب والآسيويون معاً وسائل الاتصال من أجل الحصول على الأخبار والمعلومات، والتسلية والترفيه، والتأقلم مع الأوضاع في عمان أكثر من الأوروبيين (ب > ٠,١).

وبالنسبة للحالة الاجتماعية، تشير النتائج إلى أن المطلقين أكثر استخداماً لوسائل الاتصال من غيرهم من أجل الهروب من المشاكل، وتعلم مهارات وثقافات جديدة، والتواصل مع الوطن الأم وإبعاد الشعور بالغربة، والتأقلم مع الأوضاع في عمان، والتعرض للوسائل كعادة. والفروق بين متوسطات المطلقين وغيرهم في هذه الدوافع دالة إحصائية عند مستوى ٩٩٪. وقد يفسر كثرة الدوافع خاصة الطقوسية منها التي يسعى المطلقون إلى تحقيقها من خلال التعرض لوسائل الاتصال بحالة الانفصال التي يعيشونها ويحاولون تعويضها باستخدامهم لوسائل الاتصال.

وتمثل نوعية الإقامة عاملاً مهماً في تفسير دوافع تعرض الوافدين لوسائل الاتصال. فالنتائج تشير إلى فروق دالة إحصائية بين من يقيمون بمفردهم، أو مع

ويلاحظ أن مكان الإقامة لا يمثل عاملاً مؤثراً في دوافع استخدام الوافدين لوسائل الاتصال. فالوافدون الذين يقيمون في المناطق الريفية لا تختلف دوافع تعرضهم لوسائل الاتصال عن الوافدين الذين يقيمون في المدن. وقد يعود ذلك إلى توافر وسائل الاتصال نفسها في الحالتين خاصة مع تطور تكنولوجيا الاتصال، وإلى سهولة حركة النقل والمواصلات في مناطق عمان المختلفة.

ويوضح الجدول رقم (٦) نتائج علاقات الارتباط (بيرسون) بين مجموعة من المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية ودوافع التعرض لوسائل الاتصال.

جدول رقم (٦)
علاقات الارتباط بين المتغيرات الاجتماعية - الاقتصادية
ودوافع استخدام وسائل الاتصال

علاقات الارتباط الأحادية لسيرمان رو								المتغيرات
الأول	الثاني	الثالث	الرابع	الخامس	السادس	السابع	الثامن	
هروب	تعلم	تسلية	أخبار	تواصل	تأقلم	عاطفة	عادة	
**،٤٥-	**،١٣-	**،٢٤-	،٣-	*،١١-	**،١٤-	**،٣٨-	**،١٨-	العمر
**،٢٧-	،٠٧-	،٠٧-	،٠٤	،٠٦-	،٠٧-	**،١٣-	،٠٦-	التعليم
**،٢٣-	**،١٣-	**،٢٠-	*،٠٨-	**،٢١-	*،١٠-	**،١٤-	**،١٢-	مدة الإقامة
**،١٧-	،٠٧	**،٢٢-	**،٢٤	،٠٧-	*،١٠-	،٠٥-	**،١٥	الدخل

(١) * دالة إحصائية عند ٩٥٪ (ب > ٠,٥) ** دالة إحصائية عند ٩٩٪ (ب > ٠,٠١)

حيث تشير النتائج إلى وجود علاقة سالبة ودالة إحصائياً بين العمر، والتعليم، ومدة الإقامة، والدخل من جهة، ودوافع التعرض لوسائل الاتصال المختلفة، من جهة أخرى. فكلما قل عمر الوافد زاد استخدامه لوسائل الاتصال من أجل إشباع دوافع طقوسية في الغالب. حيث وجدت أعلى قيمة ارتباط في دوافع الهروب ونسيان المشاكل (ر=٤٥)، وإشباع الرغبات العاطفية (ر=٣٨)، والتسلية وإبعاد الشعور بالوحدة (ر=٢٤). كما يرتبط المستوى التعليمي بعلاقات سالبة مع استخدامات الوافدين لوسائل الاتصال لإشباع دوافع طقوسية خاصة الهروب ونسيان المشاكل، وإشباع الرغبات العاطفية.

وتؤيد نتائج هذه الدراسة ما توصلت إليه الدراسات السابقة من وجود علاقة ارتباط سالبة ودالة إحصائياً بين مدة الإقامة ودوافع الاستخدام. حيث كلما طالت مدة الإقامة قل استخدام وسائل الاتصال لإشباع دوافع مختلفة. ويلاحظ أن مدة الإقامة ترتبط سلباً بجميع دوافع التعرض وبشكل أكثر بالدوافع الطقوسية المتمثلة في الهروب ونسيان المشاكل (ر=٢٣)، والتواصل مع الوطن الأم، وتعويض الغربة (ر=٣٢)، والتسلية وإبعاد الشعور بالوحدة (ر=٢٠). ويمكن القول إن حديثي الإقامة يستخدمون وسائل الاتصال لإشباع دوافع مختلفة أكثر من الذين أقاموا فترة طويلة بعمان.

ويرتبط الدخل أيضاً بعلاقات ارتباط سالبة ودالة إحصائياً مع كل دوافع التعرض لوسائل الاتصال المختلفة ما عدا الحصول على الأخبار (ر=٢٤)، والتعرض للوسائل أو المصادر الاتصالية كعادة (ر=١٥). ومعنى ذلك أن الوافدين الذين يتقاضون أجوراً مرتفعة يستخدمون وسائل الاتصال لإشباع حاجة الحصول على الأخبار والمعلومات أكثر من الذين يتقاضون أجوراً أقل. بينما يتعرض ذوو الدخل الأقل لوسائل الاتصال لإشباع دوافع طقوسية مثل التسلية وإبعاد الشعور بالوحدة (ر=٢٢)، والهروب ونسيان المشاكل (ر=١٧). وربما يفسر اختلاف دوافع الوافدين حسب الدخل باختلاف الاهتمامات والوظائف التي يشغلها أصحاب الأجور المرتفعة.

ويمكن من خلال هذه النتائج القول إن الحالة الاجتماعية للفرد، ونوعية الإقامة، وجنس الوافد، وعرقه تولد احتياجات ودوافع مختلفة لاستخدامات وسائل

الاتصال. حيث أشارت النتائج إلى أن الوافدين الموجودين في عمان من الإناث والعرب والمطلقين والذين يعيشون بمفردهم يستخدمون وسائل الاتصال لإشباع دوافع طقوسية أكثر من غيرهم. كما أشارت النتائج إلى أن عمر الوافد، ومدة إقامته في عمان، ومستواه التعليمي ترتبط سلباً بالدوافع الطقوسية من استخدامات وسائل الاتصال. حيث كلما قل عمر الوافد، وقلت مدة إقامته ومستواه التعليمي زاد تعرضه لوسائل الاتصال لإشباع هذه الدوافع. من جهة أخرى، ارتبطت زيادة الدخل بإشباع دوافع نفعية مثل الحصول على الأخبار، بينما يتعرض ذوو الدخل الأقل لوسائل الاتصال لإشباع دوافع طقوسية.

العلاقة بين عرق الوافدين ونوعية الوسائل التي يستخدمونها بكثرة:

يوضح الجدول رقم (٧) نتائج اختبارات تحليل التباين الأحادي ANOVA واختبارات شيفي للفروق بين متوسطات المجموعات العرقية الثلاث، علماً بأنه تم استخدام مقياس من ثلاث نقاط عن مدى استخدام وسائل الاتصال (٣ = دائماً، ٢ = أحياناً، ١ = نادراً).

جدول رقم (٧)

الفروق بين متوسطات الوافدين حسب العرق في مدى استخدامهم لوسائل الاتصال المختلفة الرموز (١ ٢ ٣) للدلالة على الفروق بين المتوسطات وفقاً لاختبار Scheffe. المتوسطات التي تحمل نفس الرمز تشير إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بينها.

الوسائل	متوسطات العينات			مجموع متوسطات	الانحراف المعياري	قيمة F	الدلالة P
	عربي	آسيوي	أوروبي				
استخدام التلفزيون	٢,٧٢ ^١	٢,٦٤ ^١	٢,٢١ ^١	٢,٦٢	,٥٨	٢٥,٩٥	,٠٠٠
استخدام الإنترنت	١,٥٩ ^٣	٢,١٣ ^٢	٢,٥٧ ^١	١,٩٣	,٨٠	٦٣,٩٣	,٠٠٠
استخدام السينما	١,١١ ^٣	١,٥٨ ^٢	١,٧٩ ^١	١,٣٩	,٥٨	٦٩,٢٨	,٠٠٠
استخدام الهاتف المحمول	٢,٢٨ ^٢	٢,٤٥ ^١	٢,١٨ ^٢	٢,٣٣	,٥٣	٩,٠١	,٠٠٠
استخدام المجلات	٢,١٤	٢,٢٧ ^١	٢,٠٠ ^٢	٢,١٧	,٦٢	٥,٧١	,٠٠٤
استخدام الصحف	٢,٢٧	٢,٤١ ^١	٢,١٧ ^٢	٢,٣١	,٦٤	٤,٩٥	,٠٠٧

جدول رقم (٧)

الفروق بين متوسطات الوافدين حسب العرق في مدى استخدامهم لوسائل الاتصال المختلفة الرموز (^{١ ٢ ٣}) للدلالة على الفروق بين المتوسطات وفقاً لاختبار Scheffe. المتوسطات التي تحمل نفس الرمز تشير إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بينها.

الوسائل	متوسطات العينات			مجموع متوسطات	الانحراف المعياري	قيمة F ف	الدلالة P
	عربي	آسيوي	أوروبي				
استخدام الراديو	١,٩٨	١,٨٦	١,٨٢	١,٩١	,٥٩	٢,٩٣	,٠٦
استخدام الكتب	٢,٤٥	٢,٥٧	٢,٦١	٢,٥٢	,٦٤	٢,٧٤	,٠٧
استخدام الأشرطة السمعية والبصرية	٢,٠٦	٢,١٣	٢,٠٠	٢,٠٨	,٦٧	١,٠٦	,٣٤٧
التواصل مع الأصدقاء	٢,٥٨	٢,٥٤	٢,٤٤	٢,٥٤	,٥٥	١,٦٠	,٢٠٣

تشير النتائج في الجدول رقم (٧) إلى عدم وجود فروق دالة إحصائية (ب < ٠,٥) بين متوسطات العرب والآسيويين والأوروبيين في مدى استخدامهم للراديو، والكتب، والأشرطة السمعية والبصرية، والتواصل مع الأصدقاء. ومعنى ذلك، أن العرب والآسيويين والأوروبيين يستخدمون هذه الوسائل أو المصادر بدرجات متقاربة تقريباً. ويمكن تفسير ذلك بأن هذه الوسائل متوافرة بشكل أيسر من غيرها ولا يتطلب الحصول عليها ترتيبات إضافية.

ولكن توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات استخدام هذه العرقيات للتلفزيون، والإنترنت، والسينما، والهاتف المحمول، والمجلات، والصحف. وتوضح الدلالات الرمزية المبينة أمام متوسط كل مجموعة هذه الفروق حسب اختبارات شيفي للفروق بين متوسطات المجموعات الثلاث. فالعرب (س = ٢,٧٢) والآسيويون (س = ٢,٦٤) يستخدمون التلفزيون أكثر من الأوروبيين (س = ٢,٢١)، بينما يستخدم الأوروبيون الإنترنت أكثر من العرب والآسيويين. ويبين الجدول أيضاً، أن الآسيويين (س = ٢,٤٥) أكثر استخداماً للهاتف من العرب (س = ٢,٢٨) والأوروبيين

(س = ١٨, ٢). والآسيويين أيضاً أكثر استخداماً للصحف والمجلات من الأوروبيين، بينما لا توجد فروق دالة إحصائية في مدى استخدامات العرب والآسيويين لهاتين الوسيطتين على الرغم من أن متوسطات العرب فيهما أقل من نظرائهم الآسيويين. وتبين هذه النتيجة أهمية ثقافة المجتمع التي ينتمي إليها الوافد. فالأوروبيون أقدم في استخدام الإنترنت من نظرائهم العرب والآسيويين؛ ولذا كانوا أكثر استخداماً لهذه الوسيلة. على عكس العرب الذين أشارت دراسات سابقة إلى أنهم يستخدمون التلفزيون أكثر من الوسائل الأخرى (انظر مثلاً 1998 AbdelRahman & 1990 Al-Tamimi).

وبهذه النتيجة يمكن القول إن العرب يعتمدون على التلفزيون أكثر من غيرهم، بينما يعتمد الأوروبيون على الإنترنت أكثر من غيرهم. في المقابل، يعتمد الآسيويون بشكل أكثر من نظرائهم العرب والأوروبيين على ثلاث وسائل اتصالية هي الهاتف والصحف والمجلات.

العلاقة بين عرق الوافدين وهوية وسائل الاتصال التي يتعرضون لها بكثرة:

قدمت الدراسة أربعة خيارات لوسائل اتصال جماهيرية ذوات منشأ أو هويات مختلفة شملت وسائل اتصال جماهيرية عمانية، وخليجية، ودولية، وتلك التي تتبع الوطن الأم للوافد. وطلب من المبحوثين تحديد مدى متابعتهم لهذه الأنواع الأربعة على مقياس من ٣ نقاط (دائماً، أحياناً، لا أتابع). علماً بأنه وقت تنفيذ الدراسة كان توجد في عمان ثلاث صحف عربية يومية، وثلاث صحف إنجليزية يومية وتوجد قناتان فضائيتان عربيتان إحداهما تقدم نشرة أخبار مسائية بالإنجليزية. كما توجد عدد من محطات الأف أم الناطقة باللغتين العربية والإنجليزية.

جدول رقم (٨)
عرق الوافدين ومنشأ وسائل الاتصال التي يتعرضون لها

منشأ وسائل الاتصال الجماهيرية / العرق		دائماً		أحياناً		لا أتابع		الإجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
عربي	٦٧	٣٣,٣	١٢٢	٦٠,٧	١٢	٦	٢٠,١	١٠٠	
	٤٨	٢٤,٩	١١٥	٥٩,٦	٣٠	١٥,٥	١٩٣	١٠٠	
	١٤	١٩,٤	٥٨	٨٠,٦			٧٢	١٠٠	
	١٢٩	٢٧,٧	٢٩٥	٦٣,٣	٤٢	٩	٤٦٦	١٠٠	
عربي	٣٤	١٦,٩	١٤٢	٧٠,٦	٢٥	١٢,٤	٢٠١	١٠٠	
	٢	١,١	١٠٥	٥٧,٧	٧٥	٤١,٢	١٨٢	١٠٠	
	١٥	٢٠,٨	٣١	٤٣,١	٢٦	٣٦,١	٧٢	١٠٠	
	٥١	١١,٢	٢٧٨	٦١,١	١٢٦	٢٧,٧	٤٥٥	١٠٠	
عربي	٩٩	٤٩,٣	٩٠	٤٤,٧	١٢	٦	٢٠,١	١٠٠	
	١٢٨	٦٦,٧	٥٠	٢٦	١٤	٧,٣	١٩٢	١٠٠	
	٢٥	٣٤,٧	٢٠	٢٧,٨	٢٧	٣٧,٥	٧١	١٠٠	
	٢٥٢	٥٤,٢	١٦٠	٣٤,٤	٥٣	١١,٤	٤٦٥	١٠٠	
عربي	٥٤	٢٦,٩	١١٣	٥٦,٢	٣٤	١٦,٩	٢٠١	١٠٠	
	١١٦	٦٢,٧	٦٢	٣٣,٥	٧	٣,٨	١٨٥	١٠٠	
	٤٠	٥٥,٦	٣٢	٤٤,٤			٧٢	١٠٠	
	٢١٠	٤٥,٩	٢٠٧	٤٥,٢	٤١	٩	٤٥٨	١٠٠	

تشير النتائج الواردة في الجدول رقم (٨) إلى وجود فروق دالة إحصائية في استخدامات العرب والآسيويين والأوروبيين لوسائل الاتصال العمانية، والخليجية والدولية، وتلك التي تتبع الوطن الأم. ويلاحظ أن العرب (٣٣,٣٪) يداومون أكثر من غيرهم على التعرض لوسائل الاتصال العمانية، بينما كان الأوروبيون أكثر من يتعرضون أحياناً (٨١٪) لوسائل الاتصال العمانية، بينما يداوم الآسيويون

(٦٦,٧٪) على التعرض لوسائل الاتصال التي تتبع وطنهم الأم، ووسائل الاتصال الدولية (٦٢,٧٪). ويمكن تفسير ذلك بسبب عامل اللغة إذ إن أغلب وسائل الاتصال العربية والعمانية تستخدم العربية، وهو الأمر الذي يفسر أيضا أسباب مداومة الأوروبيين على التعرض لوسائل الاتصال الدولية.

وبصورة عامة توضح النتائج في الجدول السابق أن الوافدين يتعرضون بشكل دائم لوسائل الاتصال الجماهيرية التي تتبع وطنهم الأم (٥٤,٢٪) أكثر من تعرضهم لوسائل الاتصال الجماهيرية العمانية (٢٧,٧٪). ومن حيث الترتيب يأتي التعرض لوسائل الاتصال التي تتبع الوطن الأصلي للوافدين في المرتبة الأولى، ثم وسائل الاتصال الجماهيرية الدولية (٤٥,٩٪) ثم وسائل الاتصال العمانية، ثم وسائل الاتصال الجماهيرية العربية (١١,٢٪).

الإشباع التي تحققها كل وسيلة بشكل أفضل من غيرها:

كشفت دراسات سابقة أن وسائل الاتصال تختلف في قدرتها على إشباع حاجات الجمهور، وأن هذا الاختلاف يعود إلى ثلاثة أمور هي نوعية الوسيلة، ونوعية المحتوى، ومستوى الشخصية "الإحساس بالقرب" الذي يرتبط باستخدام تلك الوسيلة (انظر مثلاً 1973; Perse & Courtright, Katz, Gurevitch, Hass 1993; الصرايرة ٢٠٠٣). وتقسم الوسائل حسب النوع إلى قسمين رئيسيين هما: وسائل مطبوعة ووسائل إلكترونية، علاوة على الوسائل المرتبطة بالاتصال الشخصي مثل الأصدقاء. ويندرج تحت كل نوع مجموعة فرعية من الوسائل تشمل الصحف والمجلات والكتب والنشرات والصحف النصفية المسماة بالتبليد بالنسبة للإعلام المطبوع. ويندرج تحت الوسائل الإلكترونية قائمة أخرى تشمل الإذاعة والتلفزيون، والإنترنت، والهاتف بشقيه المحمول والثابت والأشرطة السمعية البصرية. ولكل وسيلة من هذه الوسائل خصائص محددة تجعلها تتميز عن غيرها، وهي التي تمكنها من إشباع حاجات معينة بشكل أفضل من غيرها. فالأريحية التي تتيحها الوسائل المطبوعة للجمهور من حيث وقت ومكان قراءتها وسهولة الرجوع إليها قد لا تتيحها وسيلة إلكترونية مثل التلفزيون. وفي المقابل، نجد أن من بين ما يميز

وسيلة مثل التلفزيون هو عدم وجود جهد مبذول من المشاهد غير الجلوس أمامه والمشاركة. كما يحقق المحتوى إشباعاً معينة وهو الأمر الذي ساهم في المقابل بتقسيم جمهور وسائل الإعلام. فهناك وسائل تهتم بتقديم محتوى إخباري، وآخر فني، وثالث رياضي، ورابع ترفيهي. ويدخل في هذا الإطار جودة وسرعة تقديم هذا المحتوى بشكل يحقق رضا الجمهور وإشباع حاجاته. ويقصد بالشخصانية درجة إحساس الفرد بقرب تلك الوسيلة منه وتحقيقها للخصوصية. فالتلفزيون مثلاً وسيلة عامة تخاطب جميع الجماهير، بينما يحقق البريد الإلكتروني عبر شبكة الإنترنت والهاتف المحمول مستوى عالياً من الشخصية.

ولمعرفة العلاقة بين نوعية الوسيلة والإشباع التي تحققها بشكل أكثر من غيرها، طلب من الباحثين تحديد اتجاهاتهم على مقياس ليكرت الخماسي حول مدى إشباع سبع وسائل لثمانية دوافع طقوسية ونفعية. ومن ثم تم الاعتماد على قيم متوسطات الإشباع لكل وسيلة في كل دافع لترتيب مستوى الإشباع الذي تحققه كل وسيلة في كل دافع من دوافع تعرض الوافدين لوسائل الاتصال، كما يوضح ذلك الجدول رقم (٩).

جدول رقم (٩)

ترتيب الوسائل حسب الإشباع التي تحققها من وجهة نظر الوافدين

الإشباع / الوسائل		التلفزيون	الإنترنت	الراديو	الصحف والمجلات	الكتب	الهاتف	الأصدقاء
للتسلية والترفيه وإبعاد الشعور بالوحدة	متوسط	٣,٨٠	٢,٩٧	٢,٥٩	٣,١٤	٣,٣٩	٢,٩٠	٣,٦٠
	انحراف	,٩٩	١,١١	١,١٠	,٩٢	١,٠٠	١,١١	١,٠١
	الترتيب	١	٥	٧	٤	٣	٦	٢
للتواصل مع الوطن الأم	متوسط	٣,٨١	٣,٧٩	٢,٧١	٣,٢٢	٢,٦٣	٣,٩٦	٣,٤٣
	انحراف	١,٢٤	٢٤١٠	١,٣٠	١,٢٢	١,٢١	١,١٢	١,٢٤
	الترتيب	٢	٣	٦	٥	٧	١	٤

تابع / جدول رقم (٩)
ترتيب الوسائل حسب الإشباع التي تحققها من وجهة نظر الوافدين

الإشباع / الوسائل	التلفزيون	الإنترنت	الراديو	الصحف والمجلات	الكتب	الهاتف	الأصدقاء
للهرب من مشاكل الحياة ونسيانها	متوسط	٢,٩٩	٢,٤٢	٢,١٣	٢,٨٠	٢,٧٢	٢,٥٨
	انحراف	١,٤٧	١,٤١	١,٠٦	١,٣٥	١,٣١	١,٤٨
	الترتيب	٢	٦	٧	٣	٤	٥
لإشباع الرغبات والميول العاطفية والجنسية	متوسط	٣٩-٢	٢,٠٥	١,٧٩	١,٩٩	٢,١٦	٢,٢٨
	انحراف	١,٢٨	١,١٢	١,٠٠	١,٠١	١,٠٨	١,٣٦
	الترتيب	١	٥	٧	٦	٤	٣
للحصول على الأخبار والمعلومات	متوسط	٤,١٩	٣,٧٦	٣,٥٣	٣,٨٠	٣,٢١	٢,٨٨
	انحراف	٩٣	١,٢٢	١,٠٨	٩٨	١,١١	١,٢٦
	الترتيب	١	٣	٤	٢	٦	٧
لتعلم مهارات وأشياء جديدة	متوسط	٣,٧٨	٣,٨٩	٢,٨٢	٣,٦٦	٣,٨٧	٢,٤٢
	انحراف	١,١٨	١,٣٢	١,٣١	١,١٢	١,٠٥	١,٢٠
	الترتيب	٣	١	٦	٤	٢	٧
لتعرف ثقافات الشعوب الأخرى	متوسط	٣,٩٩	٣,٤٥	٢,٩٥	٣,٥١	٣,٥٤	٢,٥٤
	انحراف	١,٠٦	١,٣٤	١,٣١	١,١٠	١,٠٨	١,١٥
	الترتيب	١	٤	٦	٣	٢	٧
لاستخدامها في الحديث والتواصل مع الآخرين	متوسط	٣,٣٣	٣,٥٢	٢,٧٥	٣,٠٨	٣,٢٠	٣,٠٢
	انحراف	٢,٨٣	١,٣٠	١,٢١	١,٢٩	١,١٢	١,٣٨
	الترتيب	٢	١	٧	٥	٤	٦

الوسائل التي تشبع حاجة التسلية والترفيه:

تشير النتائج الواردة في الجدول رقم (٩) إلى أن التلفزيون (س = ٣,٨٠) جاء في المرتبة الأولى من حيث قدرته على إشباع حاجة الوافدين للتسلية والترفيه، يليه

الأصدقاء (س= ٣,٦٠) فالكتب (س= ٣,٣٩). بينما جاء الهاتف والراديو على التوالي في المراتب الأخيرة في إشباع حاجة التسلية والترفيه. وربما كان لتعدد القنوات الفضائية، وتعدد البرامج الترفيهية التي تقدمها، فضلاً عن الخصائص المرتبطة بالتلفزيون وتوافره في كل البيوت، سبب في تصدر التلفزيون قائمة المصادر التي تشبع حاجة التسلية والترفيه عند الوافدين.

الوسائل التي تشبع حاجة التواصل مع الوطن الأم:

يأتي الهاتف المحمول في المرتبة الأولى (س= ٣,٩٦) من حيث قدرته على إشباع حاجة التواصل مع الوطن الأم. وربما كان للمزايا التي يحملها الهاتف المحمول مثل التفاعلية والآنية والقدرة على التواصل النصي واللفظي، وتوافر هذه الوسيلة فضلاً عن مستوى الشخصانية المرتفع الذي تتمتع به هذه الوسيلة السبب وراء تصدره قائمة الوسائل التي تشبع حاجة التواصل مع الوطن الأم. ويأتي التلفزيون في المرتبة الثانية (س= ٣,٨١) والإنترنت في المرتبة الثالثة (س= ٣,٧٩) كوسائل تشبع حاجة التواصل مع الوطن الأم. ويعود السبب في ذلك إلى قدرة الوافد على التواصل مع وطنه الأم عبر القنوات الفضائية لبلده والدخول في المواقع المرتبطة بوطنه الأم أو تلك التي تتحدث عنها. وجاء الراديو والكتاب في المرتبتين السادسة والسابعة على التوالي في قدرتهما على تحقيق التواصل مع الوطن الأم. ويمكن التفريق في هذه الحالة بين الوسائل التي تشبع حاجة الاتصال والتواصل الفعلي مع الوطن الأم، وتتميز بمستوى أعلى من التفاعلية مثل الهاتف المحمول وشبكة الإنترنت وبين الاتصال الافتراضي الذي يعكسه التلفزيون الوطني لبلد الوافد من خلال ما يقدمه من برامج وأخبار عن الوطن الأم. حيث تمكن الإنترنت والهاتف المحمول الوافد من التواصل مع الوطن فعلياً عبر الصوت والصورة والكلمة.

الوسائل التي تشبع حاجة الهروب من مشاكل العمل والحياة:

يرى الوافدون أن الأصدقاء (س= ٣,٠٧) ثم التلفزيون (س= ٢,٩٩) من أكثر الوسائل التي تمكنهم من الهروب من مشاكل الحياة والعمل. وربما كان للشخصانية

والتفاعلية التي يتمتع بها الاتصال الشخصي مع الأصدقاء دور مهم في إشباع رغبة الهروب من المشاكل ونسيانها. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة سابقة حول أهمية وفعالية الاتصال الشخصي في تحقيق مجموعة كبيرة من الإشباعات بما في ذلك حاجة الهروب من المشاكل. حيث وجد (Katz, Gurevitch & Hass 1973) أن الأصدقاء والإجازات والمحاضرات أكثر إشباعاً لحاجات الجمهور في إسرائيل من غيرها من الوسائل. وأكدت دراسة (Perse & Courtright 1993) فاعلية المصادر والوسائل التي تتميز بالحضور الشخصي والاتصال المواجهي في إشباع حاجات الجمهور نظراً للشخصانية التي تتميز بها وسرعة الحصول على ردود الأفعال.

الوسائل التي تشبع الدوافع العاطفية:

تصدر التلفزيون (س= ٢,٣٩) قائمة الوسائل التي تشبع الدوافع العاطفية عند الوافدين. واحتل الأصدقاء (س= ٢,٤٣) المرتبة الثانية، والهاتف (س= ٢,٢٨) المرتبة الثالثة. ويلاحظ أن متوسطات هذه الدافع عموماً ضعيفة بالنسبة لمقياس مكون من خمس نقاط، ولكن يمكن تفسير ذلك بعدم رغبة بعض المبحوثين، وخصوصاً العرب، في الإفصاح عن مشاعرهم العاطفية حتى وإن لم يطلب الكشف عن الهوية.

الوسائل التي تشبع حاجة الحصول على الأخبار والمعلومات:

جاء التلفزيون بما يمثله من قنوات فضائية كثيرة ومتنوعة باعتباره الوسيلة الأولى (س= ٤,٩٠) التي تشبع حاجة الوافدين في الحصول على الأخبار والمعلومات. واحتلت الصحف والمجلات المرتبة الثانية (س= ٣,٨٠)، والإنترنت في المرتبة الثالثة (س= ٣,٧٦). وهذه النتيجة تتوافق مع ما أشارت إليه نتائج الدراسات المتعلقة بنظرية ترتيب الأولويات التي تتبادل فيها هذه الوسائل الثلاث أنوار تقديم الأخبار والمعلومات (انظر الصرايرة، ٢٠٠٣ لمراجعة شاملة عن وسائل الاتصال ودورها في ترتيب أولويات الجمهور). يذكر أن حاجة الحصول على الأخبار عن طريق القنوات الفضائية كانت سبباً وراء اقتناء الأطباق اللاقطة في عدد من الدول العربية بما فيها سلطنة عمان خاصة في مرحلة التسعينيات من القرن الماضي. ومع تطور أساليب

التغطية الإخبارية في المحطات الفضائية العربية والأجنبية وتوافرها استمر التلفزيون في تصدره قائمة الوسائل التي تشبع حاجة الجمهور للحصول على الأخبار والمعلومات. ويلاحظ أن أقل وسيلة اتصال تشبع حاجة الحصول على الأخبار والمعلومات هي الهاتف (س= ٢,٨٨) ثم الكتب (س= ٣,٢١) لأنها وسائل ليست إخبارية أصلاً.

الوسائل التي تشبع حاجة تعلم مهارات جديدة:

تشكل الإنترنت (س= ٣,٨٩) الوسيلة الأولى من وجهة نظر الوافدين في إشباع حاجة تعلم مهارات وأشياء جديدة، ثم الكتب (س= ٣,٨٧) في المرتبة الثانية والتلفزيون (س= ٣,٧٨) في المرتبة الثالثة. ويلاحظ أن الراديو والهاتف احتلا المرتبتين الأخيرتين (السادسة والسابعة على التوالي) ربما لأنهما وسائل سماعية بالدرجة الأولى. ويلاحظ من خلال هذه النتيجة ارتباط إشباع حاجة تعلم مهارات جديدة بالوسائل التي تتطلب الحاسة البصرية للقراءة أو المشاهدة نظراً لما توفره من إمكانية التعلم من خلال الملاحظة.

الوسائل التي تشبع حاجة تعرف ثقافات الشعوب الأخرى:

تصدر التلفزيون (س= ٣,٩٩) الوسائل المختلفة في إشباع حاجة تعرف ثقافات الشعوب الأخرى. وجاء الكتاب (س= ٣,٥٤) ثم الصحف والمجلات (س= ٣,٥١) في المرتبتين الثانية والثالثة على التوالي. وجاء الأصدقاء في المرتبة الرابعة (س= ٣,١٩) ربما لأن معظم الصداقات بين الوافدين تكون من أبناء المجموعة العرقية نفسها. واحتل الراديو والهاتف المرتبتين الأخيرتين من حيث قدرتهما على إشباع حاجة تعرف ثقافات الشعوب الأخرى.

الوسائل التي تشبع حاجة التواصل الاجتماعي والتحدث مع الآخرين:

السرعة والتفاعلية التي تتميز بها الإنترنت جعلتها تصدر (س= ٣,٥٢) وسائل الاتصال في إشباع حاجة الوافدين للتواصل مع الآخرين. وجاء التلفزيون (س= ٣,٣٣) والأصدقاء (س= ٣,٣٢) في المرتبتين الثانية والثالثة على التوالي. وتستطيع وسائل الاتصال أن تشبع حاجة التواصل مع الآخرين من زاويتين رئيسيتين هما توفير مادة

يمكن أن تكون مثار جدل أو نقاش أو نقطة للتواصل مع بقية أفراد المجتمع، أو أن تعمل هذه الوسائل كنقطة التقاء Meeting Point بين مجموعة من الأفراد في المجتمع. وتستطيع الإنترنت بما توفره من معلومات مختلفة والقنوات الفضائية والاتصال الشخصي عبر الأصدقاء من تحقيق ذلك.

بصورة عامة، يلخص الجدول رقم (١٠) الوسائل التي احتلت المراتب الثلاثة الأولى في إشباع كل حاجة من الحاجات الثمانية السابقة الذكر، وذلك من وجهة نظر الوافدين في سلطنة عمان. بينما يقدم الجدول رقم (١١) الإشباع التي تحققها وسائل الاتصال بعد تصنيفها إلى وسائل اتصال جماهيري، وثقافي، ومباشر.

جدول رقم (١٠) الوسائل التي حققت المراتب الثلاثة الأولى في إشباع كل دافع من وجهة نظر الوافدين

نوعية الدوافع / ترتيب الوسائل التي تشبعها	الأولى	الثانية	الثالثة
دوافع طقوسية وتشمل:			
الهروب من مشاكل الحياة والعمل	الأصدقاء	التلفزيون	الصحف
التسلية والترفيه وإبعاد الشعور بالوحدة	التلفزيون	الأصدقاء	الكتب
عاطفية وغريزية	التلفزيون	الأصدقاء	الهاتف
دوافع نفعية وتشمل:			
الحصول على الأخبار والمعلومات	التلفزيون	الصحف	الإنترنت
تعرف ثقافات وعادات الشعوب	التلفزيون	الكتب	الصحف
تعلم مهارات وأشياء جديدة	الإنترنت	الكتب	التلفزيون
للتواصل والحديث مع الآخرين	الإنترنت	التلفزيون	الأصدقاء
التواصل مع الوطن الأم	الهاتف	التلفزيون	الإنترنت

يوضح الجدول رقم (١٠) أن التلفزيون هو الوسيلة الأكثر قدرة على إشباع دوافع طقوسية ونفعية معاً، إذ احتل المرتبة الأولى في إشباع دافعين طقوسيين ودافعين

نفعيين وجاء في المرتبة الثانية في معظم الدوافع المتبقية كما هو مبين في الجدول رقم (١٠). وربما كان للثورة التقنية التي أحدثتها القنوات الفضائية وساهمت في تعدد القنوات، وتعدد البرامج، واستمرارية البث على مدار الساعة، ووجود قنوات من مختلف دول العالم السبب الرئيس في قدرة التلفزيون على إشباع دوافع كثيرة عند المشاهدين. وتصدر الاتصال الشخصي المتمثل في الأصدقاء الوسائل التي تشبع حاجة الهروب من مشاكل الحياة والعمل، وجاء الأصدقاء أيضاً في المرتبة الثانية من حيث تحقيق التسلية والترفية وإشباع الرغبات العاطفية. ويرى الوافدون أن الإنترنت تشبع أكثر من غيرها من الوسائل حاجة التعلم لمهارات وأشياء جديدة وحاجة التواصل والحديث مع الآخرين. ولا يحظى الراديو بقدرة كبيرة على إشباع حاجات ودوافع الوافدين من التعرض إليه؛ ولذلك احتل مراتب متأخرة في قائمة الوسائل والإشباع التي تحققها. وعلى الرغم من أن الكتاب لم يتصدر المرتبة الأولى في قائمة الإشباع، فإنه لا يزال قادراً على منافسة الوسائل الجماهيرية الأخرى خصوصاً الإلكترونية منها في إشباع حاجة تعرف ثقافة الشعوب وتعلم مهارات جديدة.

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسات سابقة من حيث اختلاف الإشباع التي تحققها كل وسيلة. وتؤكد هذه النتائج أن الجمهور يعتمد على وسائل الاتصال الجماهيرية في إشباع حاجة الحصول على المعلومات والتسلية والترفيه، ولكن تشير النتائج أيضاً إلى أن حاجة الهروب من المشاكل والتواصل مع الوطن الأم تشبع عن طريق الحضور الشخصي والاتصال المواجهي عبر الأصدقاء، أو عبر الهاتف بشكل أفضل من غيرها من الوسائل نظراً لما تتطلبه هذه الدوافع من حميمية وشخصانية يصعب تحقيقها بوساطة وسائل أخرى. وهذه النتيجة تتفق مع نتائج دراسة بيرس وكورترايت (1993) Perse and Courtright التي أجريت على ٦٤٩ أمريكي وشملت ١١ وسيلة إعلامية تجمع بين وسائل الاتصال الشخصي والجماهيري. حيث وجدت الدراسة أن الاتصال الشخصي المتمثل في الحديث المباشر مع الآخرين أو عبر الهاتف من أكثر الوسائل التي تتميز بالشخصانية وتستطيع إشباع حاجات مختلفة.

جدول رقم (١١)
الإشباعات التي تحققها وسائل الاتصال حسب تصنيفها
إلى وسائل اتصال جماهيري، مباشر وثقافي

وسائط اتصال ثقافية	وسائط اتصال مباشرة	وسائط اتصال جماهيرية	نوعية الدوافع / الوسائط التي تشبعها
دوافع طقوسية وتشمل:			
	الأصدقاء	التلفزيون - الصحف	الهروب من مشاكل الحياة والعمل
الكتب	الأصدقاء	التلفزيون	التسلية والترفيه وإبعاد الشعور بالوحدة
	الأصدقاء - الهاتف	التلفزيون	عاطفية وغريزية
دوافع نفعية وتشمل:			
		التلفزيون - الصحف - الإنترنت	الحصول على الأخبار والمعلومات
الكتب		التلفزيون - الصحف	تعرف ثقافات وعادات الشعوب
الكتب		التلفزيون - الإنترنت	تعلم مهارات وأشياء جديدة
	الأصدقاء	التلفزيون - الإنترنت	للتواصل والحديث مع الآخرين
	الهاتف	التلفزيون - الإنترنت	التواصل مع الوطن الأم

بعد تقسيم وسائل الاتصال المدرجة في هذه الدراسة إلى وسائل اتصال جماهيري، ومباشر، وثقافي، يتبين من الجدول رقم (١١) أن وسائل الاتصال الجماهيري تشبع معظم حاجات الوافدين بشكل أكثر من وسائل الاتصال المباشر والثقافي. ويلاحظ أن الأصدقاء من أكثر وسائل الاتصال المباشر إشباعاً للدوافع الطقوسية للوافدين، وذلك للأريحية والآنية والتفاعلية والشخصانية التي يحققها الاتصال بالأصدقاء. أما الكتاب، باعتباره وسيلة اتصال ثقافي، فتبين أنه يشبع حاجات الوافدين النفعية أكثر من الطقوسية خاصة حاجة تعرف ثقافات الشعوب، وتعلم مهارات جديدة.

ثانياً - نتائج اختبارات صحة فرضيات الدراسة:

النتائج الواردة في هذا القسم تبين مدى صحة الفرضيات الثلاث التي تبنتها هذه الدراسة.

ف ١ - ترتبط مدة الإقامة طردياً بحجم التعرض لوسائل الاتصال المحلية وعكسياً بحجم التعرض لوسائل الاتصال التي تتبع الوطن الأم:

أشارت دراسة شيامنغ ورنبنج Xiaoming & Runping ودراسة Etefa, Abeer (2004) إلى أن الوافدين الجدد يكونون أكثر ارتباطاً بوطنهم الأم وأكثر رغبة في التعرض لوسائل الاتصال التي تتبع أوطانهم الأصلية مقارنة بوسائل الاتصال التي تتبع المجتمع الجديد. وتفترض الفرضية ١ في هذه الدراسة وجود علاقة طردية بين مدة الإقامة ومدى التعرض لوسائل الاتصال الجماهيرية العمانية ووجود علاقة عكسية بين مدة الإقامة والتعرض لوسائل الاتصال التي تتبع الوطن الأم. واستخدم مقياس من ثلاث نقاط (٣= دائماً، ٢= أحياناً، ١= لا أستخدم) لقياس مدى التعرض لوسائل الاتصال حسب المنشأ.

جدول رقم (١٢)

علاقة الارتباط بين مدة إقامة الوافدين ومنشأ وسائل الاتصال التي يتعرضون لها

قيمة الارتباط	منشأ وسائل الاتصال الجماهيرية
١٨, **	وسائل الاتصال الجماهيرية العمانية
٠٧- ,	وسائل الاتصال الجماهيرية الخليجية والعربية
١٦- , **	وسائل الاتصال الجماهيرية من الوطن الأم
٠٦- ,	وسائل الاتصال الجماهيرية الدولية

** ب > ٠,١ .

تؤكد النتائج الواردة في جدول رقم (١٢) صحة الفرضية ١ حيث توجد علاقة ارتباط طردية أو موجبة دالة إحصائياً (ر = ١٨, ، ب > ٠,١) بين مدة الإقامة ومدى التعرض لوسائل الاتصال العمانية. ويعني ذلك أنه كلما طالت مدة إقامة الوافد

زاد تعرضه لوسائل الاتصال الجماهيرية العمانية. كما توجد علاقة ارتباط سلبية ودالة إحصائياً ($r = -0.16$ ، $b > 0.01$) بين مدة الإقامة والتعرض لوسائل الاتصال التي تتبع الوطن الأم، أي أن حديثي الإقامة من الوافدين يتعرضون لوسائل الاتصال التي تتبع وطنهم الأصلي أكثر من الذين أقاموا في عمان لفترة أطول. واتساقاً مع النتائج التي توصلت إليها الدراسات السابقة، يمكن تفسير أسباب تعلق الوافدين بوسائل الاتصال المرتبطة بأوطانهم الأصلية في الفترة الأولى من الغربة بالشعور بالحنين إلى الوطن الأم والأهل والأصدقاء.

ف٢ - توجد علاقة ارتباط موجبة بين التعرض لوسائل الاتصال الجماهيرية العمانية ودافع التعرض من أجل التكيف مع الوضع الاجتماعي والثقافي في سلطنة عمان:

أشارت الدراسات السابقة إلى وجود علاقة موجبة بين مدى التعرض لوسائل الاتصال الوطنية لبلد المهجر أو الإقامة وبين إشباع حاجة التكيف مع الوضع الاجتماعي والثقافي بما في ذلك تعلم لغة بلد المهجر. إذ تلعب وسائل اتصال البلد الذي يقيم فيه الوافد أو المهاجر دوراً مهماً في إشباع حاجة التكيف الاجتماعي عند الوافدين أو المهاجرين خاصة الجدد.

جدول رقم (١٣)

العلاقة بين مدى التعرض لوسائل الاتصال الجماهيرية حسب منشئها وبين دوافع التعرض

علاقات الارتباط الأحادية (بيرسون)							المتغيرات
الأول	الثاني	الثالث	الرابع	الخامس	السادس	السابع	
هروب	تعلم	تسلية	أخبار	تواصل	تأقلم	عاطفة	الثامن عادة
وسائل الاتصال الجماهيرية العمانية	**، ٢٠	**، ٢٦	، ٠٥	**، ١٣	، ٠٣	**، ١٥	، ٠٦
وسائل الاتصال الجماهيرية العربية	**، ٣٣	**، ٢١	، ٠٩	، ٠٢	**، ١٢	**، ٢١	**، ١٤
وسائل الاتصال الجماهيرية للوطن الأم	**، ١١	، ١٠	**، ٣١	**، ١٤	**، ٣٢	**، ٣٤	، ٠٤
وسائل الاتصال الجماهيرية الدولية	**، ١٧	، ٠٥	، ٠٢	، ٠٧	، ٠٦	، ٠١	**، ١٣

* $b > 0.05$ ، ** $b > 0.01$

توضح النتائج في الجدول رقم (١٣) أن وسائل الاتصال التي تتبع الوطن الأم للوافد تشبع معظم دوافع الاستخدام مقارنة بوسائل الاتصال العمانية والعربية والدولية. كما كشفت عن عدم وجود علاقة ارتباط دالة إحصائية بين عامل التكيف الاجتماعي ككل وبين التعرض لوسائل الاتصال العمانية ($r = 0.3$ ، $b < 0.05$)، وعلى النقيض من ذلك وجد أن التعرض لوسائل الاتصال التي تتبع الوطن الأم للوافد يرتبط بعلاقة موجبة ودالة إحصائية بدافع التكيف الاجتماعي ككل. والتفسير الذي يمكن أن يؤخذ في الاعتبار لهذه النتيجة هو أن توافر إمكانية التعرض لوسائل الاتصال التي تتبع الوطن الأم للوافد بسبب تطور تكنولوجيا النقل والبث خففت من شعور الوافد بالغربة أو الاختلاف الثقافي والاجتماعي، أو أن الوافد نفسه لا يشعر بأن المجتمع العماني مختلف عنه كثيراً من الناحية الثقافية والاجتماعية.

إلا أن التحليل الإحصائي الفردي لعبارات عامل التكيف الاجتماعي كشف عن وجود علاقة ارتباط دالة إحصائية بين التعرض لوسائل الاتصال العمانية وعبرة "التعود على لغة أهل عمان واكتسابها" ($r = 0.17$ ، $b > 0.01$) وعبرة "لتعرف مناطق وأقاليم عمان" ($r = 0.31$ ، $b > 0.01$) كما هو موضح في الجدول رقم (١٤). ولكن لا توجد علاقة ارتباط دالة إحصائية مع بقية عبارات العامل المتمثلة في تعرف ثقافة وعادات أهل عمان، والتأقلم مع الجانب الاجتماعي والثقافي والاهتمام بأخبار عمان. ويمكن تفسير ذلك بأن الوافدين في عمان وربما في معظم دول الخليج العربية يدركون أن فترة بقائهم في هذه الدول مؤقتة، وتنتهي بانتهاء العقود التي جاءوا عليها ولم يأتوا كمهاجرين أو للإقامة كما هو الحال بالنسبة للمهاجرين الصينيين في سنغافورة أو بقية المهاجرين إلى الولايات المتحدة الأمريكية. وعليه فإن دافع التكيف الاجتماعي جاء مقتصرًا على الجوانب التي تسهل التعايش المؤقت مع الوضع المجتمعي الجديد مثل تعرف مناطق وأقاليم عمان والتعود على لغة أهل هذه البلد. وبهذه النتيجة يمكن القول إن الفرضية ٢ ثبتت صحتها بصورة جزئية. إذ توجد علاقة ارتباط موجبة ودالة إحصائية بين التعرض لوسائل الاتصال العمانية وحاجة التعود على لغة أهل عمان واكتسابها، ومعرفة مناطق وأقاليم عمان.

جدول رقم (١٤)

علاقة الارتباط بين التعرض لوسائل الاتصال العمانية والعبارات المكونة
لعامل التكيف الاجتماعي

المتغيرات	علاقات الارتباط الأحادية (بيرسون)
١- لمعرفة أخبار عمان.	-٣,٠٣
٢- للتكيف مع الوضع الاجتماعي والثقافي في عمان.	-١٣,٠٠**
٣- لتعرف ثقافات وعادات أهل عمان بشكل أفضل.	-٠٥,٠٠
٤- للتعود على لغة أهل عمان واكتسابها.	-١٧,٠٠**
٥- لتعرف مناطق وأقاليم عمان.	-٣١,٠٠**

* ب > ٠,٠٥ ، ** ب > ٠,٠١ .

ف٣ - تستخدم الشخصية الانطوائية وسائل الاتصال لإشباع دوافع طقوسية
بينما تستخدم الشخصية الاجتماعية وسائل الاتصال لإشباع دوافع
نفعية:

تؤكد نظرية الاستخدامات والإشباع على أهمية العوامل النفسية التي يتمثل بعضها في الخصائص الفردية في تحديد الحاجات التي تدفع الإنسان إلى استخدام وسائل الاتصال. وأشارت مجموعة من الدراسات السابقة إلى ضرورة اختبار علاقة العوامل النفسية والشخصية بدوافع التعرض لوسائل الاتصال. وتعتبر دراسة فن وجر (Finn & Gorr 1988) من الدراسات التي اهتمت بهذا الجانب والتي وجدت علاقة بين العزلة الاجتماعية (الخجل والوحدة) كعوامل نفسية ودوافع التعرض لوسائل الاتصال من أجل التعويض الاجتماعي (الصحة، الهروب، تضييع الوقت، التعرض كعادة).

هذه الدراسة تبحث أيضاً في العلاقة بين طبيعة الشخصية الانطوائية والاجتماعية بدوافع التعرض لوسائل الاتصال، وتفترض أن الشخصية الانطوائية تتعرض لوسائل الاتصال لإشباع دوافع طقوسية بينما تتعرض الشخصية الاجتماعية لإشباع دوافع نفعية. وعلى الرغم من أن الالتزام الديني لم يكن أحد

موجهات أسئلة أو فرضيات هذه الدراسة، فإن الكشف عن علاقة هذا المتغير بدوافع تعرض الوافدين لوسائل الاتصال يساهم في إثراء نتائج هذه الدراسة؛ لذا تم إدراجه ضمن اختبارات العلاقة بين طبيعة الشخصية ودوافع التعرض.

ويمكن تعريف الشخصية بأنها مجموعة الخصائص النفسية والجسمانية والعقلية التي تكوّن الفرد. كما تعرف أيضا بأنها مجموعة من أساليب التفكير والتصرف واتخاذ القرارات والمشاعر المتأصلة والفريدة لشخص معين. ويفرق علماء النفس بين قائمة كبيرة من الأنواع المتصلة بطبائع الشخصية، ولكن ما يهمننا في هذا المقام هو الشخصية الانطوائية Introvert والشخصية الاجتماعية Extravert والتي تسميها بعض المصادر العربية بالشخصية الانبساطية. وتتميز الشخصية الانطوائية بالانكفاء على النفس، وعدم المشاركة في الأنشطة الاجتماعية، وقلة عدد الأصدقاء، ورؤية العالم من منظور العقل الداخلي للفرد. بينما تتصف الشخصية الاجتماعية بالحيوية والحركة، ومخالطة الآخرين، وكثرة العلاقات، والمشاركة في الأنشطة الاجتماعية. وقد تم التعبير عن هذه الطبائع الشخصية الثلاث بمجموعة من العبارات وردت في (Al-Shaqsi, 2000) واستخدم فيها مقياس ليكرت الخماسي. ولضمان ثبات هذا المقياس تم إجراء تحليل العوامل على كل العبارات التسع التي تعبر عن تلك الشخصيات كما هو موضح في الجدول رقم (١٥).

جدول رقم (١٥)

نتيجة التحليل العاملي للعبارات المحددة للشخصية

رقم العبارة / اسم العامل	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة التحميل	% التباين	ألفا كرنباخ
عامل ١ / الشخصية الانطوائية (قيمة إيجن = ٥,٨٥)					
١- أفضل أن أكون لوحد	٢,٦٦	١,٢٧	,٨٨		
٣- أفضل البقاء في السكن بدلا عن الخروج	٣,٠٥	١,١٣	,٦٧	٣١,٤٩	,٨٧
٥- أفضل أن أنجز عملي لوحد	٣,٦٥	١,٠٦	,٥٥		
الإجمالي	٣,١٢	,٨٦			

جدول رقم (١٥)
نتيجة التحليل العاملي للعبارة المحددة للشخصية

رقم العبارة / اسم العامل	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة التحميل	% التباين	ألفا كرنباخ
عامل ٢ / الالتزام الديني (قيمة إيجن = ٣,٠٥)					
٧- أحرص على تأدية واجباتي الدينية مثل الصلاة	٤,٤٩	,٧٨	,٨٥		
٨- أنصرف بالطريقة التي تروق لي دون قيود	٤,١١	,٩٠	,٦٦	١٩,٥٢	,٧٤
٩- أتقيد بالعادات والقيم الدينية في مذهري وملابسي	٤,١٦	,٩٨	,٨٧		
الإجمالي	٤,٢٧	,٧٢			
عامل ٣ / الشخصية الاجتماعية (قيمة إيجن = ٢,٨٦)					
٢- أحب مخالطة الآخرين	٣,٦٣	١,٠٨	,٨٣		
٤- أحب أن يشاركني الآخرون في حل مشاكلي	٣,١٢	١,١١	,٦٣	١٢,١٦	,٦٥
٦- أستخدم الهاتف كثيراً	٣,٠٩	١,١٠	,٨٣		
الإجمالي	٣,٢٨	,٧٧			

يتضح من خلال الجدول رقم (١٥)، أن إجمالي التباين الذي تشرحه العوامل الثلاثة مجتمعة هو ٦٣,١٧٪ من متغير الخصائص المتعلقة بطبيعة الشخصية. ويشرح العامل الأول المرتبط بالشخصية الانطوائية حوالي ٣١,٥٠٪ من إجمالي التباين في خصائص المبحوثين، بينما يشرح العامل الثاني والمرتبط بالالتزام الديني ١٩,٥٢٪، ويشرح العامل الثالث المرتبط بالشخصية الاجتماعية ١٢,١٦٪. وحظي عامل الالتزام الديني بأعلى متوسط (٤,٢٧). الجدول رقم (١٦) يوضح نتائج علاقة الارتباط بين طبيعة الشخصية (انطوائية، اجتماعية، ملتزمة دينياً) ودوافع التعرض لوسائل الاتصال.

جدول رقم (١٦)

علاقة الارتباط بين نوعية الشخصية ودوافع التعرض لوسائل الاتصال

علاقات الارتباط الأحادية لسيرمان رو							المتغيرات
الأول	الثاني	الثالث	الرابع	الخامس	السادس	السابع	
هروب	تعلم	تسلية	أخبار	تواصل	تأقلم	عاطفة	الثامن عادة
**، ١٨	، ٠٧	**، ١٦	، ٠٥-	*، ٠٩	**، ١٢	، ٠٦	، ٠٤-
، ٠٣	**، ١٤	، ٠١	**، ١٦	*، ٠٩	، ٠١	، ٠١	**، ١٢
**، ٢٧	**، ١٦	**، ٢٩	، ٠٧	**، ٢٧	**، ٢٤	**، ١٢-	، ٠٧.

* ب > ٠٥ ، ** ب > ٠١

تشير النتائج الواردة في جدول (١٦) إلى أن الشخصية الانطوائية ترتبط كثيراً باستخدام وسائل الاتصال من أجل إشباع دوافع طقوسية تتمثل في الهروب من المشاكل (ر= ١٨)، والتسلية (ر= ١٦)، وبدرجة بدافع التأقلم والتكيف الاجتماعي (ر= ١٢). بينما ترتبط الشخصية الاجتماعية بدوافع نفعية تتمثل في تعلم مهارات وثقافات جديدة (ر= ١٤)، والحصول على الأخبار (ر= ١٦)، كما ترتبط أيضاً بالتعرض لهذه الوسائل كعادة (ر= ١٢). وترتبط الشخصية الملتزمة دينياً بعلاقة موجبة ودالة إحصائياً بدوافع استخدام وسائل الاتصال من أجل الهروب ونسيان المشاكل (ر= ٢٧)، وتعلم مهارات (ر= ١٦)، والتسلية (ر= ٢٩)، والتعويض عن فراق الأهل والبعد عن الوطن (ر= ٢٧)، والتأقلم والتكيف الاجتماعي (ر= ٢٤). بينما ترتبط سلبياً بإشباع النواحي العاطفية والغريزية (ر= ١٢-). وبهذه النتيجة تثبت صحة الفرضية ٣ من أن الشخصية الانطوائية تستخدم وسائل الاتصال لإشباع دوافع طقوسية، بينما تستخدم الشخصية الاجتماعية وسائل الاتصال لإشباع دوافع نفعية.

كما أشارت نتائج اختبار سيرمان رو إلى وجود علاقات ارتباط دالة إحصائياً بين الصفات الشخصية الثلاث. حيث توجد علاقة ارتباط سالبة (ر= -٤٤، ب= ٠٠٠) بين الشخصية الاجتماعية والشخصية الانطوائية. وتوجد علاقة ارتباط طردية دالة

إحصائياً بين درجة الالتزام الديني والشخصية الانطوائية (ر = ٠.٢٨، ب = ٠.٠٠٠).
 ويعني ذلك أن الشخصية الانطوائية ترتبط بارتفاع مستوى الالتزام الديني عند
 الشخص.

المناقشة والتوصيات

سعت هذه الدراسة إلى تعرف عادات وأنماط استخدام الوافدين في سلطنة عمان لوسائل الاتصال المختلفة. ومن بين عشر وسائل اتصال جماهيرية وشخصية، تبين أن التلفزيون والكتب والصحف والأصدقاء والهاتف من الوسائل التي يحرص الوافدون في سلطنة عمان على التعرض لها. بينما لا تحظى السينما والراديو وبدرجة أقل الإنترنت بتعرض واستخدام متكرر. وقد بين الوافدون أن السبب الرئيس لاعتمادهم على وسائل محددة ينبع من كونها تشبع اهتماماتهم ورغباتهم، وهو ما يدعم فكرة الجمهور النشط القادر على تحديد الوسيلة التي يتوقع أنها تشبع احتياجاته أكثر من غيرها. وبينت النتائج أيضا أن الوافدين يستخدمون وسائل الاتصال الجماهيرية التي تتبع أوطانهم الأم، ثم وسائل الاتصال الدولية، ثم العمانية ثم العربية على التوالي. وتبين أن الوافدين العرب يتعرضون لوسائل الاتصال العمانية أكثر من الآسيويين والأوروبيين، بينما يتوجه الآسيويون أكثر من غيرهم لوسائل الاتصال التي تتبع أوطانهم الأم. ويمكن تفسير ذلك بسبب عامل اللغة خاصة أن الأوروبيين يستخدمون وسائل الاتصال الدولية أكثر من غيرهم أيضا. وأشارت النتائج إلى أن العرب يعتمدون على التلفزيون أكثر من غيرهم، بينما يعتمد الأوروبيون على الإنترنت أكثر من غيرهم. في المقابل، يعتمد الآسيويون بشكل أكثر من نظرائهم العرب والأوروبيين على ثلاث وسائل اتصالية هي الهاتف والصحف والمجلات. ووجدت الدراسة أيضا عدم وجود علاقة ارتباط بين مدى التعرض لوسائل الاتصال العمانية وعملية التأقلم أو التكيف الاجتماعي والثقافي إلا فيما يتعلق "بالتعود على لغة أهل عمان واكتسابها" "وتعرف مناطق وأقاليم عمان".

وبالنسبة لدوافع التعرض لوسائل الاتصال المختلفة، تبين قياسا إلى المتوسطات أن متابعة أخبار العالم، وتعلم مهارات وأشياء جديدة، والتواصل مع الوطن الأم وإبعاد الشعور بالغربة، والتكيف مع الوضع الاجتماعي في عمان تتصدر عوامل الدوافع

الأخرى. وبينت النتائج أيضا وجود فروق دالة إحصائية في دوافع التعرض لوسائل الاتصال على أساس جنس المبحوث، وعرقه، والمجموعة التي يقيم معها وحالته الاجتماعية. حيث وجد أن الإناث والعرب، والمطلقين، والذين يقيمون بمفردهم يستخدمون وسائل الاتصال لإشباع دوافع طقوسية "مثل الهروب من المشاكل، والتسلية والترفيه" أكثر من غيرهم. ووجدت الدراسة أيضا أن مدة إقامة الوافد ترتبط سلبا بالتعرض للوسائل التي تتبع الوطن الأم للوافد، وترتبط إيجابا بالتعرض لوسائل الاتصال الجماهيرية العمانية. أي أنه كلما طالت مدة إقامة الوافد قل تعرضه لوسائل الاتصال التي تتبع وطنه الأم، وزاد تعرضه واستخدامه لوسائل الاتصال الجماهيرية العمانية. وبصورة عامة وجد أن حديثي الإقامة أكثر استخداما لوسائل الاتصال من أجل إشباع دوافع مختلفة مقارنة بمن أقاموا في عمان لفترة طويلة. وأشارت النتائج إلى أن مدة الإقامة والعمر والدخل من العوامل المهمة التي تفسر دوافع تعرض الوافدين لوسائل الاتصال. كما أكدت الدراسة أهمية الطبيعة الشخصية كعامل نفسي يؤثر على دوافع التعرض. حيث ارتبطت الشخصية الانطوائية بدوافع التعرض لإشباع حاجات طقوسية، بينما ارتبطت الشخصية الاجتماعية بدوافع التعرض لإشباع حاجات نفسية مثل تعلم مهارات جديدة والحصول على الأخبار.

وبالنظر إلى الدوافع التي تشبعها كل وسيلة، تبين أن وسائل الاتصال تختلف قدرتها في إشباع الحاجات. ولكن بشكل عام يرى الوافدون أن التلفزيون أكثر قدرة على إشباع دوافع طقوسية ونفسية معا. وتصدر الاتصال الشخصي عبر الأصدقاء قائمة الوسائل التي تشبع حاجة الهروب من المشاكل ونسيانها. وتشبع الإنترنت من وجهة نظر الوافدين حاجة التواصل مع الآخرين وتعلم مهارات جديدة أكثر من غيرها من الوسائل. ولا يحظى الراديو بقدرة كبيرة على إشباع حاجات ودوافع الوافدين من التعرض إليه. وتشير النتائج أيضا إلى تراجع وسائل الإعلام المطبوعة مثل الكتب والصحف لصالح وسائل الاتصال الإلكترونية مثل التلفزيون والإنترنت والهاتف، على الرغم من بقاء الكتاب مصدراً مهماً لتعرف ثقافات الشعوب وتعلم مهارات جديدة. ونخلص من هذه الدراسة إلى أن وسائل الاتصال الجماهيرية خاصة الإنترنت

والقنوات الفضائية والهاتف المحمول بما تمتلكه من خصائص ومميزات اتصالية متقدمة ساهمت في إبقاء الوافد على اتصال مع ثقافته ومجتمعه الأصلي الذي ينتمي إليه. وهذا يفسر سبب اعتماد كثير من الوافدين على الوسائل التي تتبع وطنهم الأم. ولكن في المقابل، تشكل هذه النتيجة هاجساً كبيراً وتحدياً آخر أمام المجتمعات التي يوجد فيها أعداد كبيرة من الوافدين مثل بعض الدول الخليجية. إذ إن الرسالة المحلية الموجهة للوافدين قد لا تصل إليهم أو تصل إليهم بشكل متأخر فيما لو تم استخدام وسائل الاتصال الوطنية للبلد التي يعمل فيها الوافد. وفي هذه الحالة تبدو الحاجة ماسة إما للتنسيق مع وسائل الاتصال التي تتبع الوطن الأم للوافد من أجل تمرير الرسالة المحلية الضرورية، وإما إلى فتح منافذ اتصالية بلغة الوافدين داخل المجتمعات التي يقيمون فيها. أي أن تسمح الدول بإنشاء مؤسسات إذاعية وتلفزيونية خاصة أو عامة ترتبط اللغة المستخدمة فيها بالنسبة الأكبر من الوافدين الموجودين فيها. فعلى سبيل المثال بذل الإعلام العماني العام والخاص منه، وباستخدام مختلف الوسائل مثل الإذاعة والتلفزيون والهاتف المحمول والإنترنت والإعلام المطبوع، جهوداً كبيرة من أجل التحذير من مخاطر إعصار جونو الذي ضرب سلطنة عمان في الفترة من ٥-٧ يونيو ٢٠٠٦. إلا أن هذه الرسالة لم تصل للشريحة غير المتعلمة من الوافدين، وهي كثيرة؛ نظراً لأن اللغة المستخدمة كانت العربية والإنجليزية فقط. فضلاً عن أن الوسيلة الأكثر فاعلية في تلك الأزمنة كانت الراديو والرسائل القصيرة عبر الهاتف المحمول.

التوصيات:

توصي هذه الدراسة بإجراء المزيد من البحوث والدراسات على مستوى منطقة الخليج العربي عن عادات وأنماط استخدامات الوافدين لوسائل الاتصال؛ لما تشكله هذه الدراسات من أهمية على الجوانب الأمنية والثقافية، خاصة أن نسبة الوافدين في بعض دول الخليج العربي تفوق نسبة السكان الأصليين. وقد تركز الدراسات القادمة على دراسة تأثير كل وسيلة في عملية التكيف الثقافي والاجتماعي في دول الخليج العربي. ويمكن لدراسات أخرى أن تبحث في تأثير وسائل الاتصال الوطنية والخليجية والدولية على الصورة الذهنية للوافدين عن سكان ودول الخليج العربي.

المصادر

- إبراهيم، بكر محمد، الإعلام العربي عبر الأقمار الصناعية، دراسة استكشافية لدى تعرض المهاجرين العرب للقنوات الفضائية. مركز البحوث، جامعة الملك سعود، الرياض، ١٩٩٨.
- الخاجة، مي، "استخدامات الإذاعات المحلية بين أعضاء الهيئة التدريسية بجامعة الإمارات". مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، عدد ١، مجلد ١٣، ١٩٩٧، ص ص ١٣١-١٨٦.
- العادلي، مرزوق عبد الحكيم، الإعلانات الصحفية - دراسة في الاستخدامات والإشباع. دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠٠٤.
- العلي، فوزية، (٢٠٠٥)، "عادات وأنماط تعرض الجالية الإماراتية للقنوات الفضائية بالمملكة المتحدة" في الشقصي، عبيد، ثورة الاتصال والمجتمع الخليجي، الواقع والطموح، المجلد الأول. مطبعة جامعة السلطان قابوس، مسقط-عمان، ٢٠٠٥.
- المقاطي، سفران بن سفر، "الاتصال الثقافي: التعرض لوسائل الإعلام وأثره على مشاعر العزلة لدى الطلاب الوافدين بجامعة القرى"، مجلة التعاون، عدد ٥٦، ٢٠٠٢، ص ص ٢٣٠-٢٦٤.
- زهران، حامد عبدالسلام، علم النفس الاجتماعي. عالم الكتب، القاهرة، ١٩٨٤.
- عبدالحميد، محمد. البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. طبعة ٢، عالم الكتب، القاهرة، ٢٠٠٤.
- عبدالحميد، محمد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، ١٩٩٧.
- فهمي، أماني، "دوافع استخدام المرأة المصرية لقنوات التلفزيون الدولية

وإشباعاتها". المجلة المصرية لبحوث الإعلام. عدد ٢، ١٩٩٧، ص ص: ١١٩-

١٤٨

- نجم، طه عبدالعليم، "دوافع التعرض للصحف والمجلات المصرية والإشباعات المتحققة، دراسة ميدانية على عينة من الجالية المصرية في سلطنة عمان". المجلة المصرية لبحوث الرأي العام. مج ٦، عدد ٢، يونيو-ديسمبر ٢٠٠٥. ٦٢-١.
- وزارة الاقتصاد الوطني، سلطنة عمان، تقرير التنمية البشرية، وزارة الاقتصاد الوطني، سلطنة عمان، ٢٠٠٣.
- وزارة الاقتصاد الوطني، سلطنة عمان. الكتاب الإحصائي السنوي، إصدار ٣٧. موقع الوزارة الرسمي، ٢٠٠٩.
- وزارة القوى العاملة، سلطنة عمان.. التقرير السنوي لعام ٢٠٠٩. وزارة القوى العاملة، سلطنة عمان، ٢٠٠٩.
- وزارة القوى العاملة، سلطنة عمان.. كتاب التقرير السنوي لعام ٢٠٠٥. وزارة القوى العاملة، سلطنة عمان، ٢٠٠٦.
- Abdel Rahman, Hala. (Fall 1998). "Uses and Gratifications of Satellite TV in Egypt," **Transnational Broadcasting Studies**, No. 1. E-Journal http://www.tbsjournal.com/html/uses_and_gratifications.html.
- Al-Shaqsi, Obaid, **Diffusion of Satellite Dishes in Oman and the Satisfaction Levels Resulting from Watching Satellite Channels**. Masters Thesis, Marquette University, Milwaukee, WI: USA, 1995.
- Al-Shaqsi, Obaid, **The Influence Of Satellite And Terrestrial Television Viewing On Young Adults In Oman: Uses, Gratifications And Cultivation**. A Ph.D. Thesis, University Of Wales, Cardiff, 2000.
- Al-Tamimi, Q. M, **United Arab Emirates Mass Media and UAE University Students Mass Media Information Seeking Behavior**. Master Thesis, Iowa State University, U.S.A, 1990.
- Ang, Ien. **Living Room Wars: Rethinking Media Audiences for a Postmodern World**. Routledge, London, 1996.
- Babrow, Austin. "Theory and Method in Research on Audience Motives", **Journal of Broadcasting and Electronic Media**, No.4, Vol. 32, 1988, pp. 471-487.

- Barrios, Leoncio. "Television, Telenovelas, and Family Life in Venezuela," In Lull, J. (1988). **World Family Watch Television**. Sage, CA, U.S.A, 1988.
- Edelstein, A; Ito, Y & Kepplinger, H. **Communication and Culture**. Longman, N.Y, USA, 1989.
- Etefa, Abeer. "Transnational Television and the Arab Diaspora in the United States", **Transnational Broadcasting Studies**, No. 12, 2004, E-Journal. http://www.tbsjournal.com/html/uses_and_gratifications.html.
- Finn, S. and Gorr, M. B. "Social Isolation and Social Support as Correlates of Television Motivations." **Communication Research**, Vol.15, No.2, 1988, pp.135-158.
- Gunter, Barry, "Finding the Limits of Audience Activity." In Anderson, J. A. **Communication Yearbook**, Vol.11, Sage, London, 1988, pp. 108-126.
- Henning B & Vorderer P, "Psychological Escapism: Predicting the Amount of Television Viewing by Need for Cognition". **Journal Of Communication**, Vol. 51, No. 1, 2001, pp. 110-120
- Hwang, B. and He. Zhou, "Media Uses and Acculturation Among Chinese Immigrants in the USA", **International Communication Gazette**, Vol. 61, No. 1, 1999, pp. 5-22.
- Katz, E. (1996). "Viewers Work" In Hay, J.; Grossberg, L. & Wartella, E., **The Audience and its Landscape**. Westview Press, Colorado, U.S.A, 1996.
- Katz, E.; Blumler, J. G. & Gurevitch, M. (1974). "Utilisation of Mass Communication by the Individual". In Blumler, J. M. & Katz, E, **The Uses of Mass Communication**. Sage, CA, USA, 1974.
- Katz, E.; Gurevitch, M; & Hass, H, "On the Uses of Media for Important Things," **American Social Review**, No. 38, 1973, pp.164-181.
- Kim, J. and Rubin, A. M, "The Variable Influence of Audience Activity on Media Effects." **Communication Research**, Vol. 24, No. 2, 1997, pp. 107-135.
- Littlejohn, S, **Theories of Human Communication**, 4th ed. Wadsworth Publishing Company, California, USA, 1992.
- Livingstone, S, **Making Sense of Television: The Psychology of**

- Audience Interpretation**, 2nd ed, Routledge, London, 1998.
- Marghalani, Palmgreen & Boyd. (1998). "The Utilization of Direct Satellite Broadcast (DBS) in Saudi Arabia". **Journal of Broadcasting & Electronic Media**, Vol. 42, No. 3. pp. 297-314.
 - McGuire. W. (1974). "Psychological Motives and Communication gratification", in Blumler, J. & Katz, E. **The Uses of Mass Communication: Current Perspective on Gratification Research**, Sage, Newbury Park, CA, USA, 1974, pp. 167-196.
 - McQuail, D, **Sociology of Mass Communications**. Penguin, Harmondsworth, 1979.
 - Morley, D, **Television, Audiences and Cultural Studies**. Routledge, London, 1992.
 - O'Keefe, G.H. & Spetnagel, H. T, "Patterns Of College Students' Use Of A Selected News Media." **Journalism Quarterly**, Vol. 50, No. 3, 1973, pp. 543-548.
 - Perse, E. M and Courtright, J. A, "Normative Images of Communication Media: Mass and Interpersonal Channels in the New Media Environment." **Human Communication Research**, Vol. 19, No. 4, 1993, pp. 485-503.
 - Perse, Elizabeth M, "Implication of Cognitive and Affective Involvement For Channel Changing". **Journal of Communication**, Vol. 48, No. 3, 1998, pp. 49-68
 - Rubin, A. M. (1994). "Media Uses and Effects: A Uses-and-Gratifications Perspective", In Bryant, J. & Zillmann, D, **Media Effects**, Lawrence Erlbaun, New Jersey, USA, 1994.
 - Rubin, Alan M & Perse, Elizabeth M, "Audience Activity and Television News Gratifications". **Communication Research**, Vol. 14, No. 1, 1987, pp. 58-84
 - Sampedro, Victor, "Grounding the Displaced: Local Media Reception in a Transnational Context" **Journal of Communication**, Issue 2, Vol. 48, 1998, pp. 125-143. www.blackwell-snergy.com < <http://www.blackwell-snergy.com>
 - Severin, W. & Tankard, J, **Communication Theories: Origins, Methods and Uses in the Mass Media**, Longman, N.Y., USA, 1992.
 - Song, Kilwoo, **The Consumption of Korean Media and Cultural Identity of Korean-American Immigrants**. A Master Degree Thesis,

- Department of Communication, Central Connecticut State University, New Britain, Connecticut, USA, 2005.
- Tan, A, **Mass Communication Theories and Research**, 2nd ed, Macmillan N.Y, USA, 1985.
 - Xiaoming, Hao & Runping, Zhu, (2002), “Media Use by Immigrants in the Process of Cultural Adaptation”, Asian Communication Research. E-Journal,
< <http://asiancommunicationresearch.com/1st/3html> > . Downloaded on 8/10/2007.
 - Zhang, Suping, (2007), **The Effect of Psychological Factors on Media Usage: An Examination of Immigrants Media Use, Motives and Acculturation in the United States.** A Master Degree Thesis. Louisiana State University. Downloaded from the Internet from. <http://etd.lsu.edu/docs.available.etd-07122007-153118/unrestricted/Thesis.pdf>

The Uses and Gratifications Resulting from the Exposure to Different Media by Expatriates In Oman

Abstract

This survey study was conducted on a random sample of 517 expatriates from three different ethnic groups, namely Arabs, Asians and Europeans working in Oman. The aims were to investigate their using habits of 10 different electronic, print and personal media in conjunction with their using motives. Results were theoretically explained in light of the Uses and Gratifications approach. Different statistical analyses, including ANOVA, correlations and frequencies were used.

Results have shown that expatriates were able to identify certain expectations and hence use the media that most satisfy these expectations. This gives evidence to the active audience argument where respondents have prior conception to why they use certain media. In retrospect, television was found to be the most widely used medium, while the Internet, Radio and the Cinema were the least used, respectively. Television was found to satisfy instrumental and ritualistic needs or motives, while personal communication through friends was found to satisfy the needs for escapism, entertainment and affection. The results also showed that the salient motives for expatriates' use of different media were surveillance (news and information) learning new things, getting in touch with their home-country and companionship (feeling less lonely). The results also showed that home-country mass media satisfy expatriates' needs more than Omani, Arabic or international mass media.

A number of socio-economic factors were found to predict expatriates' uses of media. Length of stay, ethnicity and number of people the expatriate is living with, influence his/her motives of using media. Respondent personality (introvert or extravert) was also associated with using media to satisfy instrumental or ritualistic motives.

Author:**Dr. Obaid Said Salim Al-Shaqsi**

- Ph.D. in mass communication and broadcasting, Wales University, Cardiff.
- Assistant professor in broadcasting and mass communication.
- College of Arts & Social Sciences, Sultan Qaboos University.

Publications:**A. Books:**

- 1 - The GCC Countries Cultural Project & their Identity. (2010). In National Council for Culture, Arts and Literature. (2010). The Proceeding of the Symposium of the GCC Countries Cultural Development Plan. Kuwait, pp. 511-548.
- 2 - Information Revolution and The Arab Gulf Society: The Reality & the Future (2 volumes edited books). Sultan Qaboos University Press. Oman.

B. Research:

- 1 - Public Attitudes Towards Omani Media Coverage of the 2007 Gono Cyclone. (2013). Accepted for publication in the Journal of Arts and Social Sciences. Sultan Qaboos University, Oman.
- 2 - Youth Uses of Mobile Phones and Resulting Gratifications. (2012). Accepted for publication in the Egyptian Journal of Public Opinion.
- 3 - Media Role in shaping Omanis' Attitudes Towards the Private sector. (2008). Journal of Social Affairs. Sharjah, UAE. vol. 25, No. 99. 36-92.
- 4 - Omani Newspaper Readership & Readers' Perception. Accepted for publication in the Global Media Journal, Purdue University, Indiana, Calumet, USA.
- 5 - Cultivation Analysis, A Middle Eastern Perspective. (2002). A paper published in the proceeding of the IAMCR Conference website.

Monograph 376

The Uses and Gratifications Resulting from the Exposure to Different Media by Expatriates In Oman

Dr. Obaid Said Salim Al-Shaqsi

Mass Communication Department

College of Arts and Social Sciences

Sultan Qaboos University

Oman

عزيزي القارئ:

يسر أسرة تحرير حويات الآداب والعلوم الاجتماعية أن ترحب بكم وتتقدم لكم بأطيب التحيات، شاكرين لكم سلفاً تعاونكم من أجل تطوير الحويات؛ وذلك من خلال إجاباتكم عن هذه الأسئلة:

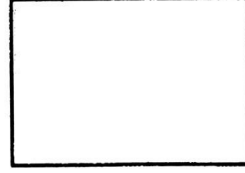
- ١ - العمر: سنة
- ٢ - الجنس: ☐ ذكر ☐ أنثى
- ٣ - بلد الإقامة: ☐ الكويت ☐ خارج الكويت (اذكر)
- ٤ - التعليم: ☐ ثانوي ☐ جامعي ☐ ماجستير ☐ دكتوراه
- ٥ - طبيعة المهنة: ☐ أكاديمي ☐ إداري ☐ مهني ☐ أخرى (واذكرها) ...
- ٦ - مواضيعك المفضلة: ☐ أدبية ولغوية ☐ سياسية ☐ اجتماعية ونفسية ☐ تاريخية ☐ ثقافية ☐ أخرى (واذكرها) ...
- ٧ - كيف تحصل على الحويات؟ ☐ شراء ☐ اشتراكاً ☐ استعارة ☐ لا
- ٨ - هل تصلك الحويات في الوقت المناسب؟ ☐ نعم ☐ لا
- ٩ - رأيك في حجم الحويات؟ ☐ كبير ☐ متوسط ☐ صغير
- ١٠ - كيف ترى موضوعات الحويات؟ ☐ متنوعة ☐ غير متنوعة
- ١١ - ما الطابع العام للحويات من وجهة نظرك؟ ☐ لغوي ☐ اجتماعي ☐ تاريخي ☐ جغرافي ☐ متنوع
- ١٢ - هل تقرأ الحويات بانتظام؟ ☐ نعم ☐ لا
- ١٣ - هل تقرأ الحويات فقط إذا كان موضوعها له علاقة بتخصصك؟ ☐ نعم ☐ لا
- ١٤ - هل تقرأ الحويات فقط إذا كنت ستستعين بمادتها كمرجع لبحث؟ ☐ نعم ☐ لا
- ١٥ - هل تحتفظ بالحويات بعد قراءتها؟ ☐ نعم ☐ لا
- ١٦ - اقتراحاتك لتطوير الحويات وتطوير خدماتها للقارئ:

.....

.....

.....





حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية
مجلس النشر العلمي - جامعة الكويت
ص.ب: 17370 الخالدية
الكويت 72454
دولة الكويت

البريد الجوي
BY AIR MAIL
PAR AVION

مجلة فصلية أكاديمية

محكمة تعنى بنشر البحوث

والدراسات القانونية والشرعية

مجلة الحقوق



تصدر عن مجلس النشر العلمي - جامعة الكويت

رئيس التحرير

الأستاذ الدكتور/ أحمد عبد الرحمن المحم



صدر العدد الأول في

يناير ١٩٧٧

الاشتراكات

في الكويت	في الدول العربية	في الدول الأجنبية	
٣ دنانير	٤ دنانير	١٥ دولاراً	الأفراد
١٥ ديناراً	١٥ ديناراً	٦٠ دولاراً	المؤسسات

المراسلات

توجه جميع المراسلات إلى رئيس التحرير على العنوان الآتي:

مجلة الحقوق - جامعة الكويت ص.ب: ٦٤٩٨٥ الشويخ - ب 70460 الكويت

تلفون: ٢٤٨٣٥٧٨٩ - ٢٤٨٤٧٨١٤ فاكس: ٢٤٨٣١١٤٣

E.mail: jol@ku.edu.kw

عنوان المجلة في شبكة الإنترنت <http://www.pubcouncil.kuniv.edu.kw/jol>

ISSN 1029 - 6069

مَجَلَّةُ الشَّرِيعَةِ وَالْأَدَبِ الْإِسْلَامِيِّ

فَصْلِيَّةٌ عِلْمِيَّةٌ مَحْكَمَةٌ تَصْدُرُ عَنْ مَجْلِسِ النُّشْرِ الْعِلْمِيِّ بِجَامِعَةِ الْكُوَيْتِ
تُعْنَى بِالْبَحْثِ وَالدراسَاتِ الْإِسْلَامِيَّةِ

رئيس التحرير الأستاذ الدكتور: محمد العزيز خليفة الفصاح

صدر العدد الأول في رجب ١٤٠٤ هـ - أبريل ١٩٨٤ م

- * تهدف إلى معالجة المشكلات المعاصرة والقضايا المستجدة من وجهة نظر الشريعة الإسلامية.
- * تشمل موضوعاتها معظم علوم الشريعة الإسلامية: من تفسير، وحديث، وفقه، واقتصاد وتربية إسلامية، إلى غير ذلك من تقارير عن المؤتمرات، ومراجعة كتب شرعية معاصرة، وفتاوى شرعية، وتعليقات على قضايا علمية.
- * تنوع الباحثون فيها، فكانوا من أعضاء هيئة التدريس في مختلف الجامعات والكليات الإسلامية على رقعة العالمين: العربي والإسلامي.
- * تخضع البحوث المقدمة للمجلة إلى عملية فحص وتحكيم حسب الضوابط التي التزمت بها المجلة، ويقوم بها كبار العلماء والمختصين في الشريعة الإسلامية، بهدف الارتقاء بالبحث العلمي الإسلامي الذي يخدم الأمة، ويعمل على رفعة شأنها، نسأل المولى عز وجل مزيداً من التقدم والازدهار.

جميع المراسلات توجه باسم رئيس التحرير

ص ب ١٧٤٣٣ - الرمز البريدي: 72455 الخالدية - الكويت هاتف: ٢٤٨١٢٥٠٤ - ٢٤٩٨٤٧٢٣ - ٢٤٩٨٨٠٩٥

فاكس: ٢٤٨١٠٤٣٤

العنوان الإلكتروني: E-mail - jsis@ku.edu.kw

issn: 1029 - 8908

عنوان المجلة على شبكة الإنترنت: <http://pubcouncil.kuniv.edu.kw/JSIS>

اعتماد المجلة في قاعدة بيانات اليونسكو Social and Human Sciences Documentation Center

في شبكة الإنترنت تحت الموقع www.unesco.org/general/eng/infoserv/db/dare.html

مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية



مجلة علمية فصلية محكمة تصدر عن مجلس النشر العلمي - جامعة الكويت
صدر العدد الأول منها في يناير عام 1975م

رئيس التحرير

أ. د. بدر عمر العمر

ترحب المجلة بنشر البحوث والدراسات العلمية المتعلقة بشؤون
منطقة الخليج والجزيرة العربية في مختلف علوم البحث والدراسة .

ومن أبوابها

- البحوث العربية.
- البحوث الإنجليزية.
- ملخصات الرسائل الجامعية.
- ماجستير - دكتوراه.
- عرض الكتب ومراجعتها .
- التقارير : مؤتمرات - ندوات
- البيبلوجرافيا العربية.

الاشتراكات

ترسل قيمة الاشتراك مقدماً بشيك لأمر - جامعة الكويت
مسحوب على أحد المصارف الكويتية

داخل دولة الكويت : للأفراد : 3 دنانير - للمؤسسات : 15 ديناراً
الدول العربية : للأفراد : 4 دنانير - للمؤسسات : 15 ديناراً
الدول الغير عربية : للأفراد : 4 دنانير - للمؤسسات : 15 ديناراً

توجه جميع المراسلات باسم رئيس تحرير مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية

Tel.: (+965) 24833215 - 24984066 - 24984067
www.pubcouncil.kuniv.edu.kw/jgaps

Fax: (+965) 24833705

P.O. Box 17073 Al-Khaldiah, 72451 Kuwait
E - mail : jgaps@ku.edu.kw

www.ku.edu.kw

المجلة العربية للمعلوم الإنسانية

أكاديمية - فصلية - محكمة تصدر عن مجلس النشر العلمي - جامعة الكويت

بحوث باللغة العربية

بحوث باللغة الإنجليزية

مناقشات وندوات

عروض الكتب الجديدة

تقارير ومؤتمرات

مجلس
النشر
العلمي

رئيسة التحرير

أ.د. سعد عبد الوهاب العبد الرحمن



P.o.Box: 26585 - Safat. 13126 kuwait

Tel: (+965) 4817689 - 4815453 Fax: (+965) 4812514

E-mail: ajh@kuniv.edu.kw <http://www.pubcouncil.kuniv.edu.kw/ajh/>

المجلة العربية للعلوم الإدارية



Arab Journal of Administrative Sciences

رئيس التحرير: أ. د. آدم غازي العتيبي

- صدر العدد الأول في نوفمبر ١٩٩٣ .
- First issue, November 1993.
- علمية محكمة تعنى بنشر البحوث الأصلية في مجال العلوم الإدارية.
- Refereed journal publishing original research in Administrative Sciences.
- تصدر عن مجلس النشر العلمي في جامعة الكويت ثلاثة إصدارات سنوياً (يناير - مايو - سبتمبر).
- Published by Academic Publication Council, Kuwait University, 3 issues a year (January, May, September).
- تساهم في تطوير الفكر الإداري واختبار الممارسات الإدارية وإثرائها.
- Contributes to developing and enriching administrative thinking and practices.
- مسجلة في قواعد البيانات العالمية.
- Listed in several international databases.
- تخضع للتقييم الأكاديمي الخارجي.
- Reviewed periodically by international referees for high academic standards.

الاشتراكات

الكويت: 3 دنانير للأفراد - 15 ديناراً للمؤسسات - الدول العربية: 4 دنانير للأفراد - 15 ديناراً للمؤسسات
الدول الأجنبية: 15 دولاراً للأفراد - 60 دولاراً للمؤسسات

توجه المراسلات إلى رئيس التحرير على العنوان الآتي:

المجلة العربية للعلوم الإدارية - جامعة الكويت ص.ب: 28558 الصفاة 13146 - دولة الكويت
هاتف: (965)24827317 - أو 4734 / 4416 (965)24984415 - فاكس: (965)24817028
E-mail: ajas@ku.edu.kw - Web Site: <http://www.pubcouncil.kuniv.edu.kw/ajas>

مجلة الطفولة العربية
Journal of Arab Children (JAC)

مجلة فصلية محكمة تصدرها



الجمعية الكويتية لتقديم الطفولة العربية

إن مجلة الطفولة العربية مجلة علمية محكمة في أبحاثها الميدانية تقدم للقارئ المهتم بمجال الطفولة غزواً معرفياً لكل ما يخص الطفولة من دراسات وبحوث ومقالات وقراءات عامة يستفيد منها المختصون والمهتمون . وتقبل للنشر باللغتين العربية والإنجليزية المواد الآتية :

- الأبحاث الميدانية والتجريبية.
- الأبحاث والدراسات العلمية النظرية.
- عرض أو مراجعة الكتب الجديدة.
- التقارير العلمية عن المؤتمرات المعنية بدراسات الطفولة.
- المقالات العامة المتخصصة.

تدار المجلة من خلال مجلس أمناء ، وهيئة استشارية ، وهيئة تحرير.

رئيس هيئة التحرير الدكتور حسن علي إبراهيم

مدير التحرير الدكتور بدر عمر العمر

الإشتراكات

البيان	داخل الكويت	دول مجلس التعاون	الدول الأخرى
ثمن العدد للفرد	1 د.ك	1 د.ك	2 دولار أمريكي
الاشتراك السنوي للفرد	3 د.ك	4 د.ك	15 دولار أمريكي
الاشتراك السنوي للمؤسسات	15 د.ك	15 د.ك	60 دولار أمريكي

العنوان

أبرق خيطان- شارع فيصل بن عبد العزيز- فيلا رقم 9279
ص. ب. : 23928 الصفاة 13100 الكويت
تليفون : 4748479 - 4748387 - 4748250 - فاكس : 4749381
E-mail : haa49@qualitynet.net

إصدار شهري

« تصدر مؤقتاً كل ثلاثة أشهر »

نعنوا بشؤون الأنظمة والمحاماة



أهداف المجلة :

- * طرح ومعالجة شتى قضايا العصر ذات الطابع الشرعي والقانوني مع التركيز على إبراز الفقه الإسلامي وتبيين تميزه وشموليته في معالجة تلك القضايا .
- * أن تكون ساحة إعلامية للنوي الإختصاص الشرعي والقانوني يقدمون من خلالها البحوث والدراسات ، فضلاً عن التحقيقات الصحفية المتميزة ذات العلاقة .
- * نشر الوعي بأهمية المحاماة ، وحاجة الناس إليها والتأكيد على أن المحاماة علم ، وفن ، ورسالة .

دعوة للمشاركة :

- * يسر « المحامي » دعوتكم للمساهمة عبر صفحاتها في كل الشؤون الشرعية والقانونية من بحوث ودراسات ومقالات أو تحقيقات .
- * تقدم المجلة مكافأة عن المقالات والمواضيع التي تقبلها للنشر .

رئيس التحرير :

المحامي / طارق المزني

سكرتير التحرير :

حسين العسكر

مسؤول إشتراكات :

خالد يسر

الهيئة الاستشارية :

فضيلة الشيخ / عبد الله البسام

فضيلة الشيخ / مصطفى الزرقا

فضيلة الشيخ / سعد البريك

سعادة الدكتور / سعود الدرب

سعادة الأستاذ / عبدالله السبهان

سعادة الدكتور / عبدالفتاح خضر

سعادة المستشار / أحمد منير فهمي

الإشتراكات : المملكة العربية السعودية : ١٠٠ ريال في السنة (للأفراد والمؤسسات)

البلد الأخرى : ٢٧ دولار أمريكي (للأفراد والمؤسسات)

تدفع الاشتراكات باسم المجلة ، بشيك مسحوب على أحد المصارف السعودية أو بتحويل مصرفي باسم رئيس التحرير : حساب رقم ٥٦٤٩/١ - شركة الراجحي المصرفية للاستثمار - الرياض - فرع الروضة .

توجه جميع المراسلات إلى رئيس التحرير : ص . ب ٦٨٧٤ الرياض (١١٤٥٢)

هاتف : ٤٦٥٢٧٢٥ (٩٦٦١) / فاكس : ٤٦١٣١٥٢ (٩٦٦١)

Advisory Board

Prof. Ibrahim Al-Sa'afin

Department of Arabic Language and
Literature - University of Jordan

Prof. Hayat N. Al-Hajji

Department of History
University of Kuwait

Prof. Ahmed Etman

Department of Greek and Latin
Studies - University of Cairo

Prof. Abdul Qader Al-Fasi Al-Fehri

Department of Arabic Language and
Literature - University of Mohamed V

Prof. Ismail S. Muqlad

Department of Political Science -
University of Assiout

**Prof. Marie-Therese Abdul
Messieh**

Department of English Language and
Literature - University of Kuwait

Prof. Imam Abdul Fattah Imam

Department of Philosophy
University of Ain-Shams

**Prof. Mohammed Ghanem
Al-Rumeihi**

Department of Sociology
University of Kuwait

Prof. Hamdi Hasan Abul-Enein

Dean, Faculty of Mass Communication
Misr International University

Prof. Mohammed M. I. Al-Dib

Department of Geography
University of Ain-Shams

Prof. Mahmoud Al-Sayed Abul-Nil

Department of Psychology - University of Ain Shams

Editorial Board

Dr. Fatima Ibrahim AL - Khalifa

Editor-in-chief

Pfor. Bader M. Al-Ansari

Department of Psychology

Prof. Shafeeq Al-Ghabra

Department of Political Science

Prof. Gamal B. Al-Qenae

Department of English Language and
Literature

Dr. Husain A. Bo-Abbass

Department of Arabic Language
and Literature

Dr. Gassem S. Al-Fehaid

Department of Arabic Language
and Literature

Dr. Aly Z. Alzuabi

Department of Sociology and
Social Work

Dr. Ahmed EL-Sherbini

Department of History

Maha Ibrahim Al-Mes'ad

Acting Editor

ANNALS of ARTS and SOCIAL SCIENCES

ISSUED by the Academic Publication Council - UNIVERSITY of KUWAIT

A REFEREED ACADEMIC QUARTERLY THAT
PUBLISHES MONOGRAPHS ON TOPICS RELE-
VANT TO THE SCHOLARLY CONCERNS OF THE
VARIOUS DEPARTMENTS IN THE FACULTIES OF
ARTS AND SOCIAL SCIENCES:

FACULTY OF ARTS & HUMANITIES:

- Department of Arabic Language and Literature.
- Department of English Language and Literature.
- Department of History.
- Department of Philosophy.
- Department of Mass Communication

FACULTY OF SOCIAL SCIENCES.

- Department of Sociology and Social Work
- Department of Geography
- Department of Psychology
- Department of Political Science

Volume 33, 2013

RATES

-  **Kuwait:** K.D 0.500
  **Bahrain:** BD 1
  **Qatar:** RQ 10
 **Emirates:** DH 10
  **Saudi Arabia:** RS 10
  **Oman:** RO 1
 **Cost per issue in Arab Countries:** Equivalent to one US dollar
 **Cost per issue in other Countries:** Equivalent to three US dollars

Subscription for 12 Monographs

Subscription Period	Subscription Type	Kuwait	Arab Countries	Foreign Countries
1 Year	Individuals	4 K.D	6 K.D	22 \$
	Institutions	22 K.D	22 K.D	90 \$
2 Years	Individuals	7 K.D	10 K.D	37 \$
	Institutions	37 K.D	37 K.D	150 \$
3 Years	Individuals	10 K.D	14 K.D	52 \$
	Institutions	52 K.D	52 K.D	210 \$
4 Years	Individuals	13 K.D	18 K.D	67 \$
	Institutions	67 K.D	67 K.D	270 \$

All correspondence and enquiries must be addressed to:

Editor

ANNALS OF THE ARTS AND SOCIAL SCIENCES

P.O Box 17370 El-Khaldiah - KUWAIT 72454

Tel: 24810319 - Fax: 24810319

ISSN 1560-5248 Key title: Hawliyyat Kulliyyat al-Adab

E-mail: aass@ku.edu.kw

<http://Pubcouncil.kuniv.edu.kw/AASS/>

The Publications of The Academic Publication Council

Journal of the Social Sciences 1975, Authorship Translation and Publication Committee 1976, Journal of Law 1977, Annals of the Arts and Social Sciences 1980, Arab Journal of the Humanities 1981, The Educational Journal 1983, Journal of Sharia and Islamic Studies 1983, Arab Journal of Administrative Sciences 1991.
--