

## دمج نظرية القيم والتوقعات ونموذج الاستخدامات والإشباع للتنبؤ باستخدام الحاسوب في المجتمع السعودي

خالد أحمد العامودي

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

(ورد بتاريخ ٢٢/٣/١٤١٤هـ، وقبل للنشر بتاريخ ٩/١١/١٤١٤هـ)

ملخص البحث . تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أنماط استخدام الحاسوب في المجتمع السعودي من خلال ربط نظرية القيم والتوقعات بنموذج الاستخدامات والإشباع . وقدم الباحث نموذجاً نظرياً ضم متغيرات نظرية القيم والتوقعات ومتغيرات نموذج الاستخدامات والإشباع . حيث أمكن التنبؤ بالحاجات المطلوب إشباعها من خلال معرفة الاعتقادات المعيارية للأفراد . كما أمكن التنبؤ بطبيعة استخدام الوسيلة من خلال الحاجات المشبعة فعلياً . وقد تم إثبات صحة فرضيات الدراسة .

### مقدمة

يعد الحاسوب إحدى وسائل الاتصال الحديثة التي غزت المجتمعات النامية ومنها المجتمع السعودي الذي يعد من أكثر المجتمعات قدرة على اقتناء المنتجات التكنولوجية نتيجة لارتفاع القدرة الشرائية لدى الأفراد .

فقدرة الحاسوب على القيام بمهام الحفظ، والاسترجاع، ومعالجة الكلمات والاتصال بمراكز المعلومات، بالإضافة إلى قدرة الأفراد الشرائية، جعل من المملكة العربية السعودية سوقاً رئيسة لأجهزة الحاسوب . فالتقارير المالية تؤكد أن سوق الحاسوب في الخليج الأكثر

نمواً في العالم وقد قدرت قيمة مبيعات الحاسوب بحوالي بليون دولار سنوياً ومن المتوقع أن تصل إلى بليونين عام ٢٠٠٠م. كما بلغت مبيعات شركتين فقط من شركات الحاسبات في السعودية عام ١٩٩٢م، حوالي ٣٠٠ مليون دولار.<sup>(١)</sup>

ونظراً لإقبال أفراد المجتمع السعودي على اقتناء الحاسوب واستخدامه، فقد تم التوسع في نشر معرفة الحاسوب وذلك باعتماد تخصص الحاسوب كأحد التخصصات الجامعية في المملكة العربية السعودية، حيث تم افتتاح كليات وأقسام أكاديمية لدراسة علوم الحاسبات دراسة منهجية، كما تم افتتاح العديد من مراكز التدريب على استخدام الحاسوب في مختلف مناطق المملكة.

ومن الملاحظ ندرة الدراسات الإعلامية التي تتعلق بأسباب ودوافع استخدام الحاسوب كوسيلة اتصال مقارنة بالدراسات المتعلقة بوسائل الاتصال التقليدية كالصحافة والتلفزيون. من هنا رأى الباحث ضرورة وأهمية دراسة الحاسوب كإحدى وسائل الاتصال الحديثة التي غزت المجتمع السعودي كإحدى ثمرات التقدم العلمي والتقني الذي يعيشه مجتمع نام كالمجتمع السعودي، وتوظيف أبرز النظريات التي تحاول تفسير سلوكيات مستخدمي الحاسوب. لذلك قام الباحث في هذه الدراسة بربط نموذج الاستخدامات والإشباع بنظرية القيم والتوقعات للخروج بتصوير واضح حول العلاقة بين إمكانيات الوسيلة ودور الأفراد والجماعات المرجعية في تحديد طبيعة الاستخدام وأسبابه.

إن الدراسات الإعلامية الحديثة تؤكد أن استخدام المتلقي لوسيلة اتصال معينة إنما هو نتيجة لعدة متغيرات منها رغبات المتلقي، وتوقعات الأفراد المحيطين به كالأُسرة وجماعات الأصدقاء، ومنها اعتقاد الفرد بتوافر صفات معينة في تلك الوسيلة، ومدى تقويم الفرد لتلك المتغيرات بالإضافة إلى الرغبات المشبعة من استخدام الوسيلة.

بعبارة أخرى إن تفسير أسباب استخدام الأفراد لوسيلة اتصالية معينة إنما هي عملية معقدة ومتداخلة، وإن التفسير القديم الذي مؤداه أن الأفراد يقبلون على وسيلة معينة لإشباع رغباتهم، لم يعد يشبع رغبات دراسي الإعلام.

(١) ملحق الكمبيوتر وتقنية المعلومات، جريدة الحياة، ع ١٠٩٦١، الأحد ١٤ فبراير ١٩٩٣م، ص ١٦.

وتكمن أهمية هذه الدراسة في: أولاً أنها تسهم نظرياً في تفسير أسباب استخدام الأفراد لوسيلة اتصالية من خلال ربط نموذج الاستخدامات والإشباع بنظرية القيم والتوقعات. ثانياً أن الدراسات الإعلامية المنفذة في المجتمع السعودي لم تتطرق بعد إلى دراسة أسباب ودوافع استخدام الحاسوب كوسيلة اتصال، حيث تعد هذه الدراسة هي الأولى التي يتم فيها توظيف الربط النظري. ولعلها تكون دافعاً للباحثين لمعرفة المزيد حول ظاهرة أنماط استخدام الحاسوب وآثاره على المجتمع السعودي.

### نموذج الاستخدامات والإشباع

يعتبر نموذج الاستخدامات والإشباع *uses and gratification* من أكثر النماذج النظرية توظيفاً في مجال الدراسات التي تبحث في دوافع استخدام وسائل الإعلام. وبالرغم من ذلك إلا أن الافتراضات النظرية للنموذج أضحت محل بحث وتساؤل من جانب العديد من المنظرين في مجال الاتصال، حيث أكد العديد منهم أن هذا النموذج يعاني من غموض في المفهوم كما يشير سوانسون Swanson<sup>(٢)</sup>. أما كاري كريلينج Carey and Kreiling<sup>(٣)</sup>، فقد انتقدا النموذج لانبثاقه من المدخل الوظيفي. فالمدخل الوظيفي يواجه عدداً من المشكلات لعل من أهمها عدم وضوح المعنى المقصود لكلمة وظيفة. فهذا دينيس ماكويل يقول: «إن هذا المصطلح يمكن أن يستخدم بمعنى هدف *purpose* أو بمعنى نتيجة *consequence* أو بمعنى مطلب أساسي *requirement* أو بمعنى التوقع *expectation*»<sup>(٤)</sup>.

إن الجدل النظري الذي يدور حول غموض مفاهيم نموذج الاستخدامات والإشباع دعى العديد من الباحثين إلى محاولة معالجة هذا القصور من خلال ربطه بنظريات أخرى

(٢) David L. Swanson, "The Uses and Misuses of Uses and Gratifications," *Communication Research*, 3 (1971), 214-21.

(٣) James Carey and Albert Kreiling, "Popular Culture and Uses Gratifications Notes toward Accommodation," in *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research*, ed. J.G. Blumler and E. Katz (Beverly Hills, CA: Sage, 1974), pp.225-48.

(٤) حمدي حسن، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام (القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٩١م)، ص ٣٣.

في مجال الدراسات الإعلامية، فقد قام كل من روبين وواندال (٥) Rubin and Windahl بمحاولة ربط نموذج الاستخدامات والإشباع بنظرية الاعتماد dependency theory . وحاول كل من ماك كومبس وويفر McCombs and Weaver (٦) ربط النموذج بنموذج جدولة الاهتمامات agenda-setting . أما جالوي وميك Galloway and Meek (٧) فقد قاما بدراسة لربط النموذج بنظرية القيم والتوقعات أو ما يعرف بـ expectancy-value theory . ومن الدراسات التي نهجت المنهج نفسه دراسة فان ليفين (٨) Van Leuven ، ودراسة ريبيرن وبالمجرين Palmgreen and Rayburen (٩) .

والملاحظ على الدراسات التي حاولت توظيف نظرية القيم والتوقعات أنها:

أولاً: ركزت على استخدام وسائل الاتصال التقليدية كالصحافة والتلفزيون .

ثانياً: أنها حاولت التنبؤ باعتقاد المتلقين وتقويمهم فيما يتعلق بنشرات الأخبار التلفزيونية والمسلسلات الدرامية دون الاهتمام بأنواع البرامج الأخرى .

ثالثاً: أن بعض الدراسات السابقة مثل دراسة شبرد، وهارتويك، ووارشو Shep-

pard, Hartwick and Warshaw (١٠) لم تدرج متغير التوقعات المعيارية normative expect-

Alan M. Rubin and Sven Windahl, "The Uses and Dependency Model of Mass Communication," (٥) *Critical Studies in Mass Communication*, 13 (1986), 184-99.

Maxwell McCombs and David Weaver, "Toward a Merger of Gratifications and Agenda-setting (٦) Researched," in *Media Gratification Research: Current Perspectives*, ed. K. Rosengren, L. Wenner, and P. Palmgreen (Beverly Hills, CA: Sage., 1985), pp. 95-108.

John Galloway and F. Louise Meek, "Audience Uses and Gratifications: An Expectancy Model," (٧) *Communication Research* 8 (1981), 425-34.

Jim Van leuven, "Expectancy Theory in Media and Message Selection," *Communication Research*, (٨) 8 (1981), 425-34.

J.D Rayburn II and Philip Palmgreen, "Merging Uses and Gratifications and Expectancy Value (٩) Theory," *Communication Research*, 11 (1984), 537-62.

Blair Sheppard, Jon Hartwick and Paul R. Warshaw, "The Theory of Reasoned Action: (١٠) Ameta-analysis of Past Research with Recommendations for Modifications and Future Research," *Journal of Consumer Research*, 15 (1988), 325-43.

tations ، وهو أحد المتغيرات المهمة في نظرية القيم والتوقعات . وذلك بالرغم من أن الدور الذي تلعبه التوقعات المعيارية مهم جداً خصوصاً في المجتمعات النامية التي يقوم النظام القيمي فيها بدور مهم جداً في تحديد الكثير من اهتمامات الأفراد .

إذاً يمكن القول إن الأفراد يكونون أفكارهم ثم سلوكياتهم وتقويمهم لمضمون وسائل الاتصال بناءً على النظام القيمي الذي هو من معطيات البيئة الاجتماعية . فهذا ديفيدسون Davidson (١١) يؤكد أن البيئة الاجتماعية تلعب الدور الرئيس والأهم في تحديد حاجات الأفراد ورغباتهم ، بل إن البيئة الاجتماعية تؤثر أيضاً في كيفية إشباع هذه الحاجات والرغبات .

رابعاً: أن جميع الدراسات السابقة نفذت في الولايات المتحدة الأمريكية ، وهناك حاجة ماسة للتعرف على مدى نجاح الربط بين النظرية والنموذج في الثقافات الأخرى كالثقافة السعودية التي تختلف كثيراً عن الثقافة الغربية . ففي المجتمع السعودي تلعب العادات والتقاليد المستمدة من الإسلام الدور الأكبر في صياغة توجهات الأفراد وسلوكياتهم .

لذا فإن هذه الدراسة هي محاولة لربط نموذج الاستخدامات والإشباع بنظرية القيم والتوقعات من أجل التنبؤ باستخدامات الحاسوب ، وأساليب إشباع رغبات وتلبية حاجات الأفراد المستخدمين لهذه الوسيلة الاتصالية الحديثة في المجتمع السعودي .

### أساسيات نموذج الاستخدامات والإشباع

تقوم فكرة نموذج الاستخدامات والإشباع على أن المتلقي نشط مدرك لحاجاته ورغباته ، لذلك فهو يبحث عن تلك الوسيلة التي يرى أنها تلبى حاجاته وتشبع رغباته . وقد لخص كل من كاتز Katz ، بلوملر Blumler وجريفيتش Gurevitch (١٢) منطلقات النموذج الأساسية فيما يلي :

(١١) Lary A. Dexter and David White, eds., *People, Society and Mass Communication* (New York: New York Press, 1964), p. 122.

(١٢) Elihu Katz, Jay Blumler and Michael Gurevitch, "Utilization of Mass Communication by the Individual," in *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research*, ed. J.G. Blumler and E. Katz (Beverly Hills, CA: Sage, 1974), pp. 19-31.

(١) المصادر الاجتماعية والنفسية (٢) الاحتياجات التي تولد (٣) توقعات من (٤) وسائل الاتصال الجماهيرية ومصادر أخرى والتي تؤدي إلى (٥) اختلافات في طبيعة التعرض لوسائل الاتصال أو الارتباط بأنشطة أخرى والتي تحقق (٦) إشباعاً للاحتياجات أو (٧) نتائج أخرى ربما تكون في الغالب غير مقصودة. (١٣)

وبالرغم من تأكيد الباحثين على أن احتياجات الأفراد تولد مجموعة من التوقعات من استخدام وسائل الاتصال، إلا أن الدراسات التي وظفت نموذج الاستخدامات والإشباع لم تعر هذه التوقعات أي اهتمام.

إن هناك فرقاً نظرياً ومنهجياً بين ما يفعله المتلقي بوسائل الاتصال وما يمكن أن تفعله وسائل الاتصال بالمتلقي. بمعنى أن هناك فرقاً بين أنماط الاستخدام وطبيعته وبين التأثير الناتج عن الاستخدام.

من هنا أكد كاتز وزملاؤه<sup>(١٤)</sup> على أن هناك خمسة عناصر نظرية لنموذج الاستخدامات والإشباع وهي:

- ١ - يتميز جمهور وسائل الاتصال بأنه جمهور نشط.
- ٢ - في العملية الاتصالية تمتلك الجماهير دور المبادرة في اتخاذ قرار الربط بين الرغبات والحاجات وبين اختيار الوسيلة المناسبة لإشباع هذه الرغبات.
- ٣ - إن وسائل الاتصال تتنافس مع المصادر الأخرى من أجل تلبية وإشباع حاجات الأفراد.

- ٤ - من ناحية منهجية يمكن للباحثين التعرف على العديد من أسباب استخدام وسائل الاتصال عن طريق جمع معلومات من الأفراد أنفسهم، لأن النموذج يفترض أن الأفراد قادرون على إدراك حاجاتهم ورغباتهم.
- ٥ - الأحكام المسبقة حول الأهمية الثقافية للاتصال الجماهيري يجب أن تؤجل أثناء التوجه للمتلقين حيث يجب أن يكون المضمون وفق الحاجات الخاصة بهم.

(١٣) زامل أبو زنادة وحمزة بيت المال، «الفيديو: استخداماته وآثاره على الأطفال في المملكة العربية السعودية». بحث مقدم لندوة وسائل الإعلام والطفل، الرياض، جامعة الملك سعود، ١٩٩٢م، ص ٨.

(١٤) Katz, Blumler and Gurevitch, p. 22.

لقد أوضحت الأدبيات الأولية أن نموذج الاستخدام والإشباع ركز على عدد من العوامل المهمة التي تؤثر على كثافة الوسيلة المستخدمة ونوعها، ومن بين هذه العوامل: التأثير الفردي، والتأثير الشخصي على سلوك الأفراد، وتأثيرات اتصالية أخرى. فمفهوم المتلقي النشط مثلاً يعبر عن أن المتلقي لديه العديد من الدوافع لاختيار وسيلة اتصالية معينة من أجل إشباع رغبات محددة.

هذه الدوافع والحاجات تعتبر سابقة لعملية استخدام الوسيلة. بمعنى أن المتلقي لم يعد ذلك الإنسان السالب الجامد الذي ينتظر من الوسيلة أن تقدم له ما يشاء القائمون عليها، بل هو نشط وفعال في تحديد احتياجاته أولاً ثم تلبية هذه الاحتياجات عن طريق الاستخدام المقنن لوسيلة معينة من أجل مضمون معين حدد سلفاً.

وقد خلصت الدراسات الإعلامية التي وظفت نموذج الاستخدامات والإشباع إلى قائمة بالحاجات التي تشكل حافزاً للفرد لاستخدام وسيلة اتصالية معينة، حيث صنفتها كاتز Katz، وجريفيتش Gurevitch وهاس Hass (١٥) في خمس مجموعات هي:

- ١ - حاجات معرفية: تهدف إلى زيادة المستوي المعرفي.
  - ٢ - حاجات عاطفية: تهدف إلى زيادة التجارب العاطفية.
  - ٣ - حاجات مدججة: تجمع بين الحاجات المعرفية والحاجات العاطفية.
  - ٤ - حاجات تكاملية: تهدف إلى تدعيم علاقات الفرد الأسرية.
  - ٥ - حاجات ترفيهية: تهدف إلى الاسترخاء، والتمتع، والهروب من الواقع المعاش.
- ولم تقتصر دراسات الاستخدامات والإشباع على تحديد الحاجات الدافعة لاستخدام وسيلة اتصالية معينة، بل قامت الدراسات الحديثة بمحاولة الفصل بين الحاجات المطلوب إشباعها gratifications sought والحاجات المشبعة فعلياً نتيجة الاستخدام gratifications . obtained

(١٥) Elihu Katz, Michael Gurevitch and Hadassah Haas, "On the Use of Media of Important Things,"

*American Sociological Review*, 38 (1973), 164-81.

### مفهوم الحاجات المطلوب إشباعها والحاجات المشبعة

يرى عدد من الباحثين من أمثال كاتز، وبالمجرين، وريبيرن، ومكليود، وبيكر، وليفي، وويندال أن هناك فرقاً مفاهيمياً بين الحاجات المطلوب إشباعها، والحاجات المشبعة. فكاتز وزملاؤه<sup>(١٦)</sup> مثلاً يرون أنه يمكن التفريق بين التوقعات التي يتبناها الفرد قبل تعرضه لوسيلة إعلامية معينة، وبين مدى رضائه عن المضمون المقدم من تلك الوسيلة بعد التعرض إليها. وبالمجرين<sup>(١٧)</sup> يبدي أسباباً عديدة لإبقاء هذين المتغيرين منفصلين، فيقول إن المتغيرين قد يتبادلان التأثير لكن لا يحدد أحدهما الآخر. كما أن المتوسط الإحصائي لمتغير الحاجات المطلوب إشباعها وجد مختلفاً عن المتوسط الإحصائي لمتغير الحاجات المشبعة. وبناءً على ذلك فقد قام عدد من الباحثين بدراسة العلاقة بين المتغيرين، ووجد بالمجرين على سبيل المثال علاقة إحصائية تتراوح بين ٤,٠ إلى ٦,٠. أما في هذه الدراسة فقد وجد الباحث علاقة إحصائية بلغت ٧٧,٠ بين الحاجات المطلوب إشباعها من استخدام الحاسوب. والحاجات المشبعة فعلياً نتيجة هذا الاستخدام وهي علاقة إحصائية قوية إذا ما قورنت بما ذكرته دراسة بالمجرين.

### نظرية القيم والتوقعات Expectancy-Value Theory

تفسر نظرية القيم والتوقعات السلوك behavior على أنه وظيفة أو منتج لكل من الاعتقادات والتي تعرف بأنها التصورات التي يحملها فرد من الأفراد بأن شيئاً ما يمتلك صفات معينة، أو أن سلوكاً ما يحمل نتائج معينة، و (ب) التقويم ويعرف بدرجة الإيجابية أو السلبية التي يحملها فرد عن صفات معينة يمثلها ذلك الشيء أو عن نتائج معينة لسلوك معين. ويبنى الأفراد اعتقاداتهم وتقويمهم تجاه وسيلة اتصالية معينة بناءً على خبراتهم المباشرة وغير المباشرة.

(١٦) Katz, Gurevitch and Haas, p. 174.

(١٧) Philip Palmgreen, "Uses and Gratifications: A Theoretical Perspective," in R.N. Bostrom, ed.,

Communication Year Book 8 (Beverly Hills, CA: Sage, 1984), pp. 451-58.



ويعتبر فشبين وأجزن Fishbein and Ajzein<sup>(١٨)</sup> من أبرز الباحثين في مجال نظرية القيم والتوقعات . فقد قام الباحثان بتقديم نظرية الفعل المسبب theory of reasoned action كمحاولة لتطوير نظرية القيم والتوقعات . وبناءً على هذه النظرية فإن السلوك يفسر كنتيجة لقصده أو نية الفرد behavioral intention المبنية على اتجاهه نحو مثير أو سلوك ما ، بالإضافة إلى متغير مهم هو قيم الفرد الشخصية subjective norms التي قد تشجع الفرد على القيام بذلك السلوك .

ويرى الباحثان أن اتجاه الفرد attitude يتشكل من عنصرين هما (١) مدى تصديق أو اعتقاد الفرد belief بنتائج سلوك معين ، و (٢) مدى تقويم الفرد evaluations لنتائج هذا السلوك .

أما أهمية المعايير الشخصية subjective norms ، فإنها تنبع كنتيجة للمعايير الاعتقادية normative beliefs ، ففي نظر فيشبين وأجزن يبني الأفراد معاييرهم الاعتقادية بناءً على تصورهم عن توقعات الأفراد الآخرين عنهم . بمعنى أن هناك جماعات معينة لديها توقعات محددة من سلوك الأفراد حيث يحاول الأفراد التعرف عليها وإدراكها ومن ثم مراعاتها عند القيام بالسلوك المرغوب فيه . فأهمية قيام الفرد بتلبية هذه التوقعات عند القيام بسلوك ما motivations to comply تؤثر في أهمية معايير الفرد الشخصية كمتغير مهم في معادلة تفسير سلوك الفرد .

ويمكن تلخيص نظرية الفعل المسبب في النموذج التالي :

$$B \sim BI = (A \text{ beh}) w1 + (SN)$$

$$\text{Where } \{A \text{ beh}\} = (bi \text{ ei}) (\Sigma bi \text{ ei})$$

$$SN = \{ \Sigma nbi \text{ mci} \}$$

(١٨) Martin Fishbein and Icek Ajzen, *Belief, Attitude, Intention and Behavior: Introduction to Theory and Research* (London: Addison-Wesley, 1975), pp. 30-32.

حيث B = سلوك فرد معين

BI = نية الفرد القيام بسلوك معين .

~ = وتعبر عن سلوك يمكن التنبؤ به بناءً على مقاييس محددة، ومتغيرات خارجية، والأحداث غير المتحكم فيها .

A beh = attitude اتجاه الفرد نحو سلوك معين .

SN = subjective norms المعايير الذاتية، وهي إدراك الفرد أن مجموعة من الناس المهمين له يعتقدون أن عليه القيام أو عدم القيام بسلوك معين .

bi = belief الاعتقاد أن سلوكاً معيناً يرتبط أو يقود إلى نتائج محددة .

ei = evaluation تقويم الفرد لنتائج سلوك معين .

nbi = normative belief المعايير الاعتقادية التي يحملها الفرد عن رغبة مجموعة من الأفراد في قيامه أو عدم قيامه بسلوك ما .

mc i = motivation to comply مدى موافقة الفرد على تلبية توقعات الآخرين في قيامه بسلوك معين .

n = مجموع الاعتقادات، والمعايير الاعتقادية التي يحملها الفرد .

نظرية القيم والتوقعات، ونموذج الاستخدامات والإشباع

الدراسات السابقة

نظراً لحداثة ظاهرة استخدام الحاسوب في المجتمع السعودي، فإن الملاحظ هو قلة الدراسات العلمية المتعلقة بأنماط استخدامه وآثاره. إلا أن هناك مؤشرات تدل على بداية الاهتمام بالحاسوب كوسيلة اتصال إلكترونية حديثة ذات خصائص وسهات متميزة .

فمن الدراسات في هذا المجال دراسة السامرائي وبعاشان<sup>(١٩)</sup> عن تأثير الحاسوب على المجتمع السعودي. وقد خلص الباحثان إلى أن للحاسوب دوراً في تحسين أنماط الحياة في

(١٩) حافظ السامرائي وفاطمة باعشان، «تأثير المعلوماتية والحساب على المجتمع السعودي»، ندوة بعنوان: التخطيط لمجتمع المعلوماتية المؤتمر الثاني عشر للحاسب الآلي. جامعة الملك سعود (الرياض: جمعية الحاسبات السعودية، ٣-٦ جمادى الآخرة ١٤١١ هـ الموافق ٢١-٢٤ أكتوبر ١٩٩٠م)، ج١، ص ٢١٠-٢٢٢ .

المجتمع السعودي ، وأن له أيضا بعض الآثار السلبية مثل إضاعة الوقت ، وتقليل فرص الإبداع . كما أن له بعض الآثار الصحية على المستخدمين كالإرهاق الجسدي مثلاً .

وفي إطار النظر للحاسوب كوسيلة اتصال قام العامودي<sup>(٢٠)</sup> بدراسة للتعرف على طبيعة استخدام الحاسوب ودوره من وجهة نظر أفراد في المجتمع السعودي ، وعلاقة استخدام الحاسوب بوسائل الاتصال الأخرى . وقد خلص الباحث إلى أن المبحوثين يستخدمون الحاسوب بطريقة تقليدية كمعالج للكلمات ، أو كمصدر للبرامج التعليمية . وعن علاقة الحاسوب بوسائل الاتصال الأخرى اتضح أن المبحوثين يقضون وقتاً أطول في استخدام الحاسوب مقارنة بوسائل الاتصال الأخرى . كما أن الحاسوب قد قلل من استخدامهم لكل من التلفزيون ، والإذاعة والفيديو لكنه لم يؤثر على أنماط الاتصال الشخصي مثل الاتصال بالأصدقاء وحضور المناسبات العائلية . وعن دور الحاسوب في المجتمع السعودي وجد الباحث نوعاً من التطابق مع دراسة السامرائي وبعثمان حيث تعتقد غالبية المبحوثين أن للحاسوب دوراً في تطوير المجتمع تكنولوجياً ، وأنه يسهم في تطوير البحث العلمي وهو وسيلة جيدة لتمضية الوقت .

وفي إطار المحاولات العلمية لربط نموذج الاستخدام والإشباع بنظرية القيم والتوقعات ، قام عدد من الباحثين بدراسات متعددة للخروج بنتائج علمية محددة لتفسير سلوك الأفراد عند تعاملهم مع وسائل الاتصال . فقد قام ميك وجلروي<sup>(٢١)</sup> بمحاولة إيجاد معادلة توضح علاقة نظرية القيم والتوقعات بحاجات الفرد الإعلامية ، وبمدى تعرضه لوسائل اتصال معينة وقد نصت المعادلة على ما يلي :

إن نزعة الفرد للتعرض لوسيلة اتصال معينة أو لمضمون معين يساوي :  $E_i \cdot V_i$

حيث إن  $E$  = قوة التوقعات المرتبطة بإشباع معين .

$V$  = قيمة أو مدى جاذبية إشباع معين .

$i$  = عدد الإشباع .

(٢٠) خالد أحمد العامودي ، «الحاسوب كوسيلة اتصال ، دوره واستخدامه في المجتمع السعودي» ، تحت الطبع .

(٢١) Galloway and Meek, p. 430 .

وقام بالمجرين وريبيرن<sup>(٢٢)</sup> بدراسة حول الحاجات المطلوب إشباعها gratifications sought وعلاقتها بالتعرض لوسائل الاتصال . وقد خلصت نتائج دراستها لأخبار التلفزيون في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أن حاجات الفرد المشبعة من وسيلة اتصالية معينة هي نتيجة (١) لمدى اعتقاد الفرد بأن تلك الوسيلة تملك صفات معينة و (٢) تقويم الفرد الذاتي لتلك الصفات .

وقد علل الباحثان لتبنيهم نظرية القيم والتوقعات في هذه الدراسة بأن افتراضات النظرية متسقة مع افتراضات نموذج الاستخدامات والإشباع . فالنظرية تفترض أن اتجاه فرد نحو شيء ما هو نتيجة اعتقاد الفرد بما يملكه ذلك الشيء من الصفات، ومدى تقويمه الذاتي لقيمة تلك الصفات . وقد قام الباحثان بقياس كل من : الحاجات المطلوب إشباعها، والاعتقادات، والأهمية، والتقويم . وقد عززت نتائج هذه الدراسة منطقية ربط كل من نظرية القيم والتوقعات، ونموذج الاستخدامات والإشباع .

أما ريبيرن وبالمجرين Rayburn and Palmgreen ، فقد اقترحا في دراسة لهما<sup>(٢٣)</sup> نموذجاً لنظرية القيم والتوقعات من شأنه أن يقدم توضيحاً مفاهيمياً نتيجة لربط النظرية بنموذج الاستخدامات والإشباع . يقول الباحثان : «إن النموذج المقترح ينص على أن الاعتقادات والتقويم الذاتي يؤثران على عملية طلب الإشباع التي بدورها تؤثر على استخدام الوسيلة، وهذا الاستخدام الذي هو نتيجة لإدراك الفرد للحاجات المشبعة يدعم أو يغير إدراك الفرد لنوعية الحاجات المطلوب إشباعها من وسيلة معينة أو مضمون معين .»<sup>(٢٤)</sup>

أما التداخل في العلاقات بين كل من الاعتقادات، والتقويم، والحاجات المطلوب إشباعها، والتعرض لوسيلة الاتصال، فقد أوضح الباحثان على النحو التالي : الحاجات

(٢٢) Philip Plamgreen and J.D. Rayburn II, "Gratifications Sought and Media Exposure: An Expectancy Value Model," *Communication Research*, 9 (1982), 561-80.

(٢٣) Rayburn and Palmgreen .

(٢٤) Ibid., p. 540.

المطلوب إشباعها gratifications sought هي نتيجة لكل من الاعتقادات belief والتقويم evaluation .

$$GS = bi ei$$

حيث GS = الحاجات المطلوب إشباعها من وسيلة اتصال معينة، أو برنامج معين .  
 b belief = احتمالات أن وسيلة ما تملك صفات معينة، وأن سلوكاً معيناً له علاقة  
 بتلك الوسيلة يمكن أن يؤدي إلى نتائج معينة .  
 e = التقويم الذاتي لصفات وسيلة اتصالية معينة .

وقد أكد الباحثان أن أي تغيير لعناصر متغير الحاجات المشبعة - gratifications obtained من خلال ما يسمى بالتغذية الراجعة feedback سوف يؤثر على عناصر متغير الاعتقادات belief فقط دون أي تغيير يذكر على متغير التقويم evaluation . حيث إن متغير التقويم ينظر إليه على أنه نتاج احتياجات الفرد الأساسية ونظام القيم الذي يؤمن به الفرد ويفترض أن يكون في حالة استقرار مستمرة خلال هذه العملية .  
 وانطلاقاً من هذا البناء النظري قام الباحثان باختبار عدة فرضيات لتعرض الأفراد لنشرات الأخبار ومنها:

١ - وجود علاقة إيجابية بين الحاجات المشبعة (GO) ، والاعتقادات (b) ، بينما لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الحاجات المطلوب إشباعها (GS) ، والتقويم (evaluation) .

٢ - عندما يتم التحكم إحصائياً في متغير الحاجات المطلوب إشباعها فإن قيمة العلاقة الارتباطية بين الاعتقادات ، والتقويم ، والحاجات المشبعة ينبغي أن تقل لأن متغير الحاجات المطلوب إشباعها ينظر إليه على أنه متغير وسيط أو intervening variable .

٣ - ناتج دمج متغير الاعتقاد في متغير التقويم ينبغي أن ينظر إليه كمتنبئ لمتغير الحاجات المطلوب إشباعها .

٤ - لأن منتج دمج متغير الاعتقاد في متغير التقويم متصل مباشرة بمتغير الحاجات المشبعة ، ومتصل بطريق غير مباشر بالحاجات المطلوب إشباعها ، ومتغير التعرض للوسيلة ، فلا بد من وجود علاقة بين منتج الدمج ومتغير الحاجات المشبعة .

وقد أسهمت هذه الدراسة في دعم نموذج الباحثين المقترح، وفيها يلي تلخيص لنتائج دراستها:

١- إن متغير الحاجات المطلوب إشباعها gratifications sought ، ومتغير الاعتقادات beliefs ، ومتغير التقويم evaluation ، هي ثلاثة متغيرات منفصلة من الناحية الإحصائية والمفاهيمية، إذ يمكن قياسها منفصلة عن بعضها البعض .

٢- إن متغير الحاجات المطلوب إشباعها (GS) هو فعلاً متغير وسيط بين منتج الاعتقادات والتقويم (b\* e) ومتغير الحاجات المشبعة (GO) .

ومن أجل تطوير نموذج ريبيرن وبالمجرين خطوة إضافية، فإن هذه الدراسة ستضمن متغيرات نظرية القيم والتوقعات إضافة إلى متغير مهم هو الاعتقادات المعيارية normative beliefs ، وهو أحد متغيرات نظرية الفعل المسبب theory for reasoned action ، وأخذاً في الاعتبار ثقافة المجتمع السعودي فقد تم اختيار مجموعتين ينظر إليهما كجماعات مرجعية هما الأسرة والأصدقاء . فالأسرة السعودية هي السلطة المرجعية الأساسية التي يمكن من خلالها اتخاذ القرارات المهمة في حياة الأفراد .

والأسرة في رأي لول Lull<sup>(٢٥)</sup> هي المؤسسة الأكثر استقراراً في حياة الأفراد وهي قادرة على التعامل مع المتغيرات التكنولوجية والبيئية في الوقت الذي تحافظ فيه على وظائفها البيولوجية والتنشئة الاجتماعية ووظيفة الدعم العاطفي للأفراد . أما جماعة الأصدقاء، فأهميتها تكمن في أن الفرد يميل إلى تكوين عدد من العلاقات مع أفراد معينين يشاركونه الآمال والأهداف، ففي جماعة الأصدقاء يقوم الفرد بممارسة دور يختلف عن دوره في الأسرة، وهي عادة لا تملك سلطة قوية كالتى تمارسها الأسرة . إن دور الفرد وموقفه يتأثران أحياناً بتوجهات الجماعة المرجعية التي ينتمي إليها .

James Lull, "The Family and Television in World Culture," in J. Lull, ed., *World Families Watch* (٢٥)

*Television* (Beverly Hills, Ca: Sage, 1988), p. 13.

### فرضيات الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى تطوير نموذج نظري لربط نموذج الاستخدامات والإشباع بنظرية القيم والتوقعات وتطبيقه على استخدامات الأفراد للحاسوب في المجتمع السعودي . وانطلاقاً من الأدبيات السابقة ستحاول هذه الدراسة اختبار الفرضيات التالية :

#### الفرضية الأولى

إن الحاجات المطلوب إشباعها (GS) من وسيلة اتصالية معينة (الحاسوب) هي نتيجة للاعتقاد belief أن تلك الوسيلة تقوم بوظائف معينة ، وتقويم الفرد الذاتي evaluation لتلك الحاجات . كلما زاد اعتقاد الفرد بأن وسيلة اتصالية معينة توفر حاجات مرغوبة ، وزاد تقويم الفرد لتلك الحاجات ، زادت احتمالات الطلب على تلك الحاجات التي تقدمها تلك الوسيلة .

#### الفرضية الثانية

إن الحاجات المطلوب إشباعها (GS) من وسيلة اتصال هي نتيجة المعايير المرجعية normative beliefs (معايير الجماعات المرجعية في أن على الأفراد الحصول على حاجات معينة من وسيلة معينة) ، ومدى دافعية الفرد لتلبية توقعات الجماعات المرجعية motivation to comply .

#### الفرضية الثالثة

استخدام الوسيلة media usage هو نتيجة الحاجات المطلوب إشباعها . فالمتلقون يميلون عادة إلى استخدام الوسيلة التي يعتقدون أنها تلبى أو تشبع حاجات معينة .

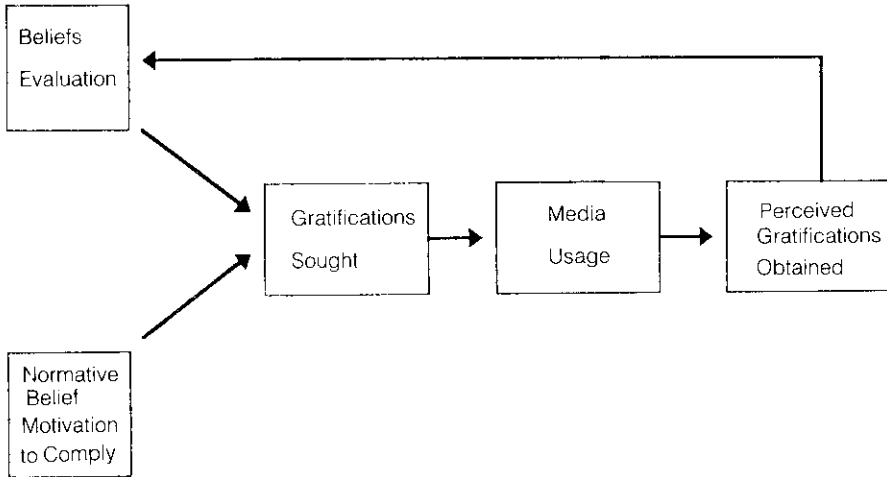
#### الفرضية الرابعة

إن الحاجات المشبعة gratifications obtained هي نتيجة لاستخدام الوسيلة .

### الفرضية الخامسة

الاعتقاد أن صفات معينة يمكن أن تطلب من وسيلة اتصالية معينة ، والتقويم الذاتي لتلك الصفات هما نتيجة للحاجات التي أشبعت من وسيلة الاتصال . فكلما زاد مقدار الحاجات المشبعة من الوسيلة ، زاد اعتقاد الفرد بامتلاك الوسيلة قدرة تلبية تلك الحاجات ، وزاد تقويم الفرد لتلك الصفات .

يوضح نموذج رقم ١ فرضيات الدراسة .



نموذج رقم (١)

### إجراءات الدراسة

نظراً لطبيعة هذه الدراسة التي تتطلب معرفة آراء المبحوثين واتجاهاتهم حول الحاسوب ، فقد استخدم الباحث المنهج المسحي الذي يحقق أهداف الدراسة . لذا فقد قام الباحث بإعداد استبانة استخدمت أداة لجمع المعلومات وتضمنت متغيرات الدراسة . وقد قام أفراد عينة الدراسة بتعبئة الاستبانة بأنفسهم ، حيث وزعت عليهم في مراكز تدريب الحاسوب بمدينة الرياض .



### عينة الدراسة

قام الباحث بالحصول على قائمة بأسماء مراكز تدريب الحاسوب المعتمدة والمرخص لها من قبل المؤسسة العامة للتعليم الفني والتدريب المهني بالمملكة العربية السعودية . وقد استخدم الباحث العينة العمدية purposive sampling ، نظراً لصعوبة استخدام العينة العشوائية التي تتطلب وجود قائمة لجميع أفراد مجتمع الدراسة وهم أفراد المجتمع السعودي الذين يمتلكون حاسوباً. وقد جمعت معلومات هذه الدراسة من المتدربين السعوديين والمتدربات السعوديات بمراكز تدريب الحاسوب .

### مكونات الاستبانة

انطلاقاً من التصور النظري لهذه الدراسة فقد تم إعداد استبانة خاصة لقياس المتغيرات المنبثقة من فرضيات الدراسة، وقد تمت الاستعانة بدراسات سابقة حاولت قياس هذه المتغيرات في المجتمع السعودي مثل دراسة العامودي<sup>(٢٦)</sup> الذي حاول دراسة استخدام التلفزيون والصحافة في المجتمع السعودي من خلال نظرية القيم والتوقعات .

وقد قسمت الاستبانة إلى عدة أقسام هي :

القسم الأول من الاستبانة خصص للمعلومات الديموغرافية الأساسية لأفراد الدراسة .

أما القسم الثاني، فقد احتوى على متغير استخدام الوسيلة media usage ، حيث تم حصر مجموعة من أنواع استخدامات الحاسوب مثل معالجة الكلمات ، والتسلية ، والتعليم ، وتم وضعها على مقياس خماسي يبدأ بدائماً، وينتهي بنادراً . كما أن هذا القسم احتوى على قياس معدل الوقت الذي يقضيه الفرد في استخدام الحاسوب .

القسم الثالث تضمن عبارات مؤشر index متغير مدى اعتقاد الأفراد بالصفات التي يمتلكها الحاسوب . وقد تم قياس هذا المتغير بحصر مجموعة شاملة لصفات الحاسوب

(٢٦) Khaled Al-Amoudi, "Expectations, Values, and Norms as Predictors of Usages and Gratifications of Mass Media in Saudi Arabia," unpublished Ph. D. dissertation, Tallahassee Fl.: Florida State University, 1990.

وصياغتها في عبارات مثل «من صفات الحاسوب أنه وسيلة للتعليم» ووضعها على مقياس خماسي حيث (١) تعني بالتأكيد نعم إن الحاسوب يمتلك هذه الصفة، و (٥) قطعاً لا أي أن الحاسوب لا يمتلك هذه الصفة.

القسم الرابع من الاستبانة خصص لقياس متغير التقويم evaluation : تقويم الأفراد لصفات الحاسوب وقد تم قياسه بمقياس خماسي حيث (١) جيدة جداً، و (٥) سيئة جداً. أما الحاجات المطلوب إشباعها gratifications sought من استخدام الحاسوب، فقد جاءت في القسم الخامس من الاستبانة حيث وزعت الحاجات على أربعة محاور رئيسة بناءً على نموذج الاستخدامات والإشباع هي: (١) المعلومات، (٢) الترفيه، (٣) الاستخدامات الشخصية، (٤) التفاعل الاجتماعي.

القسم السادس خصص لقياس توقعات كل من الأسرة والأصدقاء لطبيعة استخدام الحاسوب، واستخدم لذلك مقياس خماسي حيث (١) تعني بالتأكيد نعم، و (٥) تعني قطعاً لا.

أما أهمية تلبية توقعات كل من الأسرة والأصدقاء فقد جاءت في القسم السابع من الاستبانة وبمقياس خماسي حيث (١) تعني مهم جداً، بينما (٥) تعني غير مهم إطلاقاً. القسم الثامن والأخير خصص لقياس الحاجات المشبعة gratifications obtained ، وقد استخدم المقياس السابق لمتغير الحاجات المطلوب إشباعها.

### النتائج

بلغت عينة الدراسة ٣٦٦ فرداً منهم ٥٣٪ ذكور، ٤٧٪ أنثى، و ٣٥٪ منهم متزوجون، بينما ٦٠٪ غير متزوجين، تتراوح أعمارهم بين ٢٠ وأكثر من ٥٠ عاماً، ٥٦٪ منهم تقع أعمارهم بين ٢٠ و ٢٩ عاماً.

المستوى الدراسي للعينة يتضمن ما يلي: (١٩٪) حاصلون على أقل من الثانوية العامة، و (٥٧٪) حاصلون على الثانوية، (٢٢٪) حاصلون على درجة البكالوريوس، و (١، ١) حاصلون على شهادات عليا.

أما توزيع المبحوثين بالنسبة للحالة الوظيفية فقد جاء كالتالي: (٦، ٣٩٪) موظفون، (٦، ٤٪) تجار، (٩، ٥١٪) طلاب، و (٩، ٣٪) رجال أعمال. كما أن ٥١٪ من أفراد العينة يملكون حاسوباً.

من أجل التحقق من فرضيات الدراسة استخدم الباحث تحليل الانحدار الإحصائي regression analysis ، وقد جاءت نتائج التحليل على النحو التالي :

الفرضية الأولى تنبأ بوجود علاقة بين حاصل دمج متغيري (الاعتقاد \* والتقييم) ، و متغير الحاجات المطلوب إشباعها . جدول رقم ١ يوضح أن معامل الانحدار Beta بلغ ٠,٦٠٤ ونسبة تباين ٣,٣٦٪ بين المتغيرين . بمعنى أن مستخدم الحاسوب الذين يعتقدون أن لاستخدام الحاسوب نتائج معينة ، وأنهم يقومون هذه النتائج إيجابياً ، سوف يستخدمون الحاسوب طلباً للحصول على هذه النتائج . وهذا يؤكد صحة الفرضية الأولى .

جدول رقم ١ . تحليل الانحدار لفرضيات الدراسة .

المتغير المستقل	المتغير التابع	معامل الانحدار	مربع قيمة الارتباط	مستوى الدلالة
Independent Var.	Dependent Var.	Beta	ADJR2	Sig
(١) الحاجات المطلوب إشباعها	الاعتقادات × التقييم	٠,٦٠٤	٠,٣٦٣	٠,٠٠٠
(٢) الحاجات المطلوب إشباعها	الاعتقادات المعيارية × تلبية التوقعات	٠,٤٢١	٠,١٧٥	٠,٠٠٠
(٣) استخدام الحاسوب	الحاجات المطلوب إشباعها	٠,١١٩	٠,٥١١	٠,٠٢٢
(٤) الاعتقادات × التقييم	الحاجات المشبعة	٠,١٣٠	٠,٥١٤	٠,٠١٢
(٥) الاعتقادات المعيارية × تلبية التوقعات	الحاجات المشبعة	٠,٤٠٠	٠,١٥٧	٠,٠٠٠

**الفرضية الثانية** تتعلق بالعلاقة بين كل من حاصل دمج متغير الاعتقادات المرجعية\* ومدى موافقة الفرد على تلبية توقعات الآخرين ومتغير الحاجات المطلوب إشباعها . وقد أوضح تحليل الانحدار أن هناك علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية حيث بلغ معامل الانحدار Beta ٠,٤٢١ ونسبة تباين ١٧,٥٪ . وتعني العلاقة الإيجابية أنه كلما زاد اعتقاد المستخدم برغبة مجموعة من الأفراد في قيامه باستخدام الحاسوب ، وزادت رغبة المستخدم في تلبية توقعات تلك المجموعة ، زادت بالتالي الحاجات المطلوب إشباعها . وهذا يؤكد صحة الفرضية الثانية .

ولمقارنة كل من مؤشر منتج الاعتقادات والتقويم ( $b * e$ ) ، ومؤشر منتج المعايير الاعتقادية وتلبية توقعات الآخرين ( $nbi * mci$ ) ، كمتنبئات لتغير الحاجات المطلوب إشباعها *gratifications sought* ، تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد *multiple regression analysis* . وقد جاءت النتائج كما هو موضح في جدول رقم ٢ ، وهي تؤكد وجود علاقة إيجابية بين مؤشر الاعتقادات والتقويم ( $b * e$ ) ، ومتغير الحاجات المطلوب إشباعها، حيث بلغ معامل الانحدار (Beta) (٥٨١ ، ) ومستوى تباين مقداره (٣ ، ٣٦٪) . وهي علاقة تبدو أكثر أهمية من علاقة مؤشر منتج المعايير الاعتقادية وتلبية توقعات الآخرين ( $nbi * mci$ ) بمتغير الحاجات المطلوب إشباعها حيث بلغ معامل الانحدار Beta ٢٠٩ ، ٠ .

جدول رقم ٢ . تحليل الانحدار المتعدد للتنبؤ بالحاجات المطلوب إشباعها من استخدام الحاسوب .

المتغير المستقل	المتغير التابع	معامل الانحدار مربع قيمة الارتباط	مستوى الدلالة
Independent Var.	Dependent Var.	Beta	Sig
الاعتقادات × التقويم	الحاجات المطلوب إشباعها	٠,٥١٨	٠,٠٠٠
الاعتقادات المعيارية ×			
تلبية التوقعات		٠,٢٠٩	٠,٠٠٠

**الفرضية الثالثة** تبحث في العلاقة بين استخدام المبحوثين للحاسوب كنتيجة لحاجات مطلوب إشباعها من هذا الاستخدام . ونتيجة تحليل الانحدار تبين صحة الفرضية إذ أن هناك علاقة إيجابية بين المتغيرين لكنها ضعيفة حيث بلغ معامل الانحدار Beta ١١٩ ، ٠ ، وتباين قدره ١١٪ . ورغم ضعف العلاقة إحصائياً إلا أننا نستطيع القول إن مستخدمي الحاسوب يدركون أسباب استخدامهم للحاسوب ويبحثون عنه لإشباع رغباتهم وتلبية حاجاتهم .

أما الفرضية الرابعة ، فتدور حول العلاقة بين استخدام الحاسوب كوسيلة اتصال *media usage* ، والحاجات المشبعة فعلياً *gratifications obtained* . أوضح تحليل الانحدار

أن هناك علاقة إيجابية ضعيفة بين المتغيرين إذ بلغ معامل الانحدار Beta ١٣٠,٠ ، وتباينا قدره ١٤٪. ويمكن أن يعود ضعف هذه العلاقة إلى وجود متغيرات وسيطة من شأنها أن تؤثر على العلاقة بين هذين المتغيرين. فقد يكون استخدام الحاسوب عادة يومية يمارسها الفرد، أو يكون الاستخدام جزءاً من النمط المعيشي للمستخدم، الأمر الذي يتطلب بحثه في دراسات مستقبلية.

الفرضية الخامسة اختبار العلاقة بين متغيري الحاجات المشبعة - gratifications ob- tained ، ومؤشر الاعتقاد والتقويم (b \* e) . ونتائج التحليل تدعم صحة الفرضية إذ إن هناك علاقة إيجابية بين المتغيرين بمعامل انحدار Beta ٥٧٤,٠ ، ونسبة تباين ٨,٣٢٪. إن هذه النتيجة تختلف عن نتائج دراسة ريبيرن وبالمجرين،<sup>(٢٧)</sup> حيث وجد الباحثان علاقة بين متغير الحاجات المشبعة ومتغير الاعتقادات belief فقط. أما هذه الدراسة فتتوافق مع نتائج دراسات سابقة مثل دراسة العامودي<sup>(٢٨)</sup> التي وجدت علاقة إحصائية بين متغير الحاجات المشبعة ومنتج الاعتقادات والتقويم.

### الشرح

تعرض نموذج الاستخدامات والإشباع للعديد من الانتقادات بالرغم من كثرة توظيفه من قبل الباحثين لتفسير العلاقة بين وسائل الاتصال ودوافع الأفراد لاستخدام تلك الوسائل.

في هذه الدراسة حاول الباحث تقديم طرح نظري بديل لنموذج الاستخدامات والإشباع وذلك بربطه بنظرية القيم والتوقعات، وهي الدراسة الأولى من نوعها التي تبحث في أسباب استخدام الحاسوب كوسيلة اتصال في المجتمع السعودي. وقد اتضح من هذه الدراسة وغيرها من الدراسات التي نفذت في المجتمع السعودي، احتمالية نجاح هذا البناء النظري في الربط بين النظرية والنموذج. هذا الربط الذي يتيح

(٢٧) Rayburn and Palmgreen, p. 560.

(٢٨) Al-Amoudi, "Expectations," p. 190.

فرصة لفهم كيفية تعامل المتلقين مع وسائل الاتصال من خلال مفاهيم الاعتقاد وتقويم صفات الوسيلة، والبحث عن توقعات الآخرين من استخدام الوسيلة، ومدى تلبية المتلقي لتوقعات المجموعات التي تشكل إطاراً مرجعياً للفرد.

فمن القضايا التي تثيرها هذه الدراسة العلاقة القوية بين كل من متغير الحاجات المطلوب إشباعها ومتغير استخدام الوسيلة ومتغير الحاجات المشبعة. فالدراسات التي نفذت في الولايات المتحدة الأمريكية أكدت وجود علاقة إحصائية بين الحاجات المطلوب إشباعها والحاجات المشبعة. حيث وجد بالمجرين<sup>(٢٩)</sup> علاقة إحصائية تتراوح بين ٤,٠ و ٦,٠ بين المتغيرين. أما هذه الدراسة فقد وجدت علاقة إحصائية قوية بلغت ٧٧,٠ بين المتغيرين نفسيهما.

إن هذه العلاقة تثير تساؤلاً مفاهيمياً حول ما إذا كان من المفروض أن يدمج المتغيران في متغير واحد، أو ببقيان كمتغيرين منفصلين. من الملاحظ أن بعض الأفراد يحصلون من استخدامهم للوسيلة على أكثر مما يطلبون. فإذا حاول المتلقي استخدام الحاسوب كوسيلة تعليمية فإنه ربما يحصل على قدر من الترفيه لم يكن يطلبه من الوسيلة من قبل. من هنا فإن الباحث يري أهمية بقاء المتغيرين منفصلين لأنها يعبران عن مفهومين مختلفين يمكن قياسهما كميًا. إن فصل المتغيرين يبدو مفيداً عند التعامل مع وسائل اتصالية يتغير مضمونها سريعاً. ويرى كل من ريبيرن وبالمجرين أنه على الرغم من العلاقة الإحصائية بين المتغيرين، إلا أنها منفصلان وذلك بسبب أن هناك تبايناً يتراوح بين ٦٥٪ و ٨٥٪ لا يشتركان في توضيحه.<sup>(٣٠)</sup>

أما القضية الثانية التي تثيرها هذه الدراسة فتتعلق بمتغير استخدام الوسيلة media usage كمتغير وسيط بين متغيرين intervening variable. ففي دراسة قام بها كل من

(٢٩) Mark Levy and Seven Windahl, "Audience Activity and Gratifications: Conceptual Clarification and Explorations," *Communication Research*, 11 (1984), 51-78.

(٣٠) Rayburn and Palmgreen, p. 544.

العامودي، وهيلد، وريبيرن،<sup>(٣١)</sup> اتضح أن متغير استخدام الوسيلة ربما ليس بالمتغير الوسيط بين الحاجات المطلوب إشباعها والحاجات المشبعة كما هو متوقع. وقد يكون أحد الأسباب أن هناك متغيراً آخر يؤثر في العلاقة بين المتغيرات الثلاثة لم يدرج ضمن النموذج الذي اقترحته هذه الدراسة. فالتحليل الإحصائي للعلاقة بين المتغيرات الثلاثة ينبىء عن علاقة إحصائية ضعيفة الأمر الذي يدعو إلى البحث عن إمكانية وجود متغيرات وسيطة أخرى قد تؤثر على طبيعة هذه العلاقة وقوتها. فمن الاحتمالات التي تحتاج إلى دراسة أيضاً معرفة ما إذا كان متغير استخدام الوسيلة media usage هو متغير موازٍ لمتغير الحاجات المطلوب إشباعها، وأن هناك علاقة مباشرة وأخرى غير مباشرة بين المتغيرين. بل يمكن النظر إلى احتمالية أن كلا من المتغيرين يشكلان مؤشراً عاملاً غير معروف.

القضية الثالثة التي تحتاج إلى مزيد من الدراسة مستقبلاً تتعلق بمفهومي أسلوب الحياة life style والعادة habit إذ أن كثيراً من الأفراد يستخدمون وسيلة إعلامية معينة إما بحكم أنها أصبحت جزءاً من أسلوب حياتهم المعيشية، وإما بحكم التعود على الاستناد. وهنا يعتقد كل من لينداس، وترينداس، وأدموبولس Landis, Triandis and Adamopolus<sup>(٣٢)</sup> أن العادة يمكن أن توظف كمتنبئ محتمل للسلوك. فالسؤال الذي نطرحه هنا هو مادور كل من العادة وأسلوب الحياة في الإسهام في التنبؤ باستخدام الأفراد لوسائل الاتصال، وهل يمكن أن يكونا بديلين لمتغيرات نموذج الاستخدامات والإشباع؟ إن وسائل الاتصال أصبحت تحتل جزءاً مهماً من نشاطات الأفراد اليومية، الأمر الذي يزيد من مسؤولية الدارسين في مجال الاتصال الجماهيري للبحث عن تفسيرات علمية للظواهر الاتصالية انطلاقاً من المعايير والقيم التي تتحكم في توجهات المتلقين. إن نجاح الربط النظري بين نموذج الاستخدامات والإشباع ونظرية التوقعات والقيم من شأنه أن

Khaled Al-Amoudi, Gary Heald and J.D. Rayburn II, "Predicting Saudi Arabian Newspaper Readership Based on Expectancy-Value and UsCs and Gratifications Theory," presented at the meeting of the International Communication Association, 1991, Chicago, USA.

Dan Landis, Harry Triandis and John Adamopolous, "Habit and Behavioral Intentions as Predictions of Social Behavior," *Journal of Social Psychology*, 106 (1978), 227-37.

يشجع الدارسين على محاولة تطبيقه لفهم الظواهر الاتصالية الجديدة كظاهرة البث المباشر مثلاً. لقد بشر العديد من العلماء بنجاح نظرية القيم والتوقعات في سد الخلل الواضح لنموذج الاستخدامات والإشباع، وأكدوا على أهمية إجراء المزيد من الدراسات باستخدام النظرية من أجل التوصل إلى تفسيرات علمية مقننة ومقنعة عن أسباب وأنهاط استخدام الأفراد لوسائل اتصالية معينة. (٣٣) كما أنه من المهم أيضاً معرفة المتغيرات الأساسية في عملية الاستخدام من أجل توظيفها للتنبؤ بنوعية وطريقة الاستخدام.

---

Jay G. Blumler, Michael Gurevitch and Elihu Katz, "Reaching Out: A Future for Gratifications Research," in *Media Gratification Research: Current Perspectives*, ed. K. Rosengren, L. Wenner and P. Palmgreen (Beverly Hills, Ca: Sage., 1985), pp. 225-84.



## **Combining Expectancy-Value and Uses and Gratifications Theory to Predict the Usage of Personal Computers in Saudi Arabian Society**

**Khaled A. Al-Amoudi**

*Assistant Professor, Department of Mass Communication, College of Arts,  
King Saud University, Riyadh, Saudi Arabia*

**Abstract.** The aim of this study is to predict the usage patterns of personal computers of Saudi Arabian individuals by combining the uses and gratifications theory with expectancy value model. A theoretical model has been developed using individual normative beliefs as predictors of gratifications sought. The model also predicts media usage and gratifications obtained. The results of the study indicate that all five hypothesized relationships are supported.