

استخدامات رجال الأعمال السعوديين للصفحات الاقتصادية في الصحف السعودية اليومية: دراسة مسحية على رجال الأعمال في مدينة الرياض

عبدالمالك بن عبدالعزيز الشلهوب

قسم الإعلام جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية،

الرياض، المملكة العربية السعودية

(قدم للنشر في ١٤٢٩/٨/٤هـ، وقبل للنشر في ١٤٣٠/٢/١٢هـ)

ملخص البحث. هدفت هذه الدراسة إلى تعرف استخدامات رجال الأعمال للصفحات الاقتصادية في الصحف السعودية ومدى الإشباع الذي تحققه المادة الصحفية الاقتصادية من استجابة لتطلعات رجال الأعمال المستخدمين للصفحات الاقتصادية وحاجاتهم ودوافعهم ، وإلى التعرف على ما ذا يقرأ هؤلاء الأشخاص والقضايا التي يهتمون بها ، أداء الصحف السعودية في المجال الاقتصادي من وجه نظر رجال الأعمال ، وهل استطاعت الصحف أن تقدم لرجال الأعمال المعلومات والتحليلات والقضايا الاقتصادية التي تشبع حاجاتهم ؟

واعتمدت الدراسة ، في إطارها النظري وفي صياغة تساؤلاتها ، على الأسس النظرية لنظرية الاستخدامات والإشباع ، واستخدم الباحث المنهج المسحي ، وفي إطار هذا المنهج استخدم الباحث الاستبانة أداة للحصول على المعلومات الرئيسة للدراسة من أفراد العينة البالغ عددهم ١٦٤ من رجال الأعمال المنتسبين للغرفة التجارية الصناعية في مدينة الرياض . وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج ، من أهمها : ارتفاع في عدد قراء الصفحات الاقتصادية المنشورة في الصحف السعودية ، وتركز استخدامات رجال الأعمال للصفحات الاقتصادية على الاستخدامات النفعية والتوجيهية ، كذلك كشفت الدراسة عن محدودية الإشباع المتحقق لرجال الأعمال من قراءة الصفحات الاقتصادية ، وتركز الموضوعات الصحفية الاقتصادية التي يحرص رجال الأعمال على قراءتها في ثلاثة موضوعات هي : الأسهم ، والدخل ، ومستوى المعيشة .

المقدمة

أصبح الاقتصاد اليوم عصب الحياة؛ فهو مصدر قوة الأمم، فبقدر القوة الاقتصادية للأمم تكون قوتها السياسية وتأثيرها في غيرها من الدول، وأصبح لرجال الاقتصاد والأعمال، في ظل النظام العالمي الجديد، دور كبير في مجتمعاتنا المعاصر من خلال إسهامهم في دفع عجلة التطوير والتنمية في بلدانهم؛ فالإقتصاد يعدّ المحرك الأساسي للعلاقات بين الدول، فالعالم يشهد اليوم قيام تكتلات اقتصادية عملاقة ومنافسة دولية لاستقطاب رؤوس الأموال والاستثمارات الأجنبية وتعدد مناطق الجذب العالمية، واكتسب موضوع الاستثمار أهمية بالغة في ظل تنافس قوي تشهده الساحة الاقتصادية الدولية لحشد المدخرات المحلية وتوطينها واستقطاب الرساميل الأجنبية بمختلف وسائل الجذب، وأصبح التنافس في هذا المضمار يمثل هدفاً إستراتيجياً لجميع الدول المتقدمة والنامية^(١).

وقد أدركت المملكة العربية السعودية أهمية ذلك، وضرورة مساهمة القطاع الخاص في التنمية ولاسيما بعد تدني العوائد البترولية في الأسواق العالمية خلال فترة الثمانينيات والتسعينيات الميلادية، حيث وضعت خطط التنمية المتعاقبة ذلك في أولوياتها بترشيد

(١) انظر أسامة بن جعفر فقيه، دور القطاع الخاص في التنمية الاقتصادية، بحث مقدم لمؤتمر المملكة العربية السعودية في مائة عام، ٧-

الإنفاق الحكومي، وزيادة اعتماد الاقتصاد الحكومي على مساهمات القطاع الخاص، وتشجيع مساهمته في عمليات التنمية الاقتصادية والاجتماعية، بالإضافة إلى ذلك ركزت المبادرات الإصلاحية التي طرحها خطاب خادم الحرمين الشريفين الملك فهد - رحمه الله - في مجلس الشورى (١٤٢٤هـ)، وأكد عليها خادم الحرمين الشريفين الملك عبدالله بن عبدالعزيز في خطابه أمام مجلس الشورى (١٤٢٧هـ) في الجانب الاقتصادي على تحرير الاقتصاد السعودي من العوائق الروتينية، وعلى تشجيع المستثمرين من الداخل والخارج، وعلى تخصيص المرافق الاقتصادية، كل ذلك تشجيعاً للقطاع الخاص للقيام بدوره في تنمية البلاد، وهكذا نرى أن المملكة عملت بقوة على تشجيع رؤوس الأموال الخاصة على المشاركة في الاستثمار الوطني في الداخل ليكون بذلك المحرك الجوهري للاقتصاد السعودي ليؤدي دوراً رئيساً، وليكن مؤثراً في الحياة الاقتصادية والاجتماعية في المجتمع السعودي.

وقد طغى العامل الاقتصادي على كل أوساط المجتمع وتحكم في العلاقات الدولية، فالإمكانيات الاقتصادية تؤثر اليوم في السياسة الدولية، وصار نقل وسائل الإعلام للأحداث والقضايا الاقتصادية ضرورة لتعرف الناس على ما فيها من انعكاسات على حياتهم اليومية، إذ إن كثيراً من مشكلات الناس وهمومهم الاجتماعية والإدارية والصحية والتعليمية أسبابها وحلولها اقتصادية.

الاقتصادية يأتي من أمرين: الأول "وجود نشاط اقتصادي متنوع ومتربط، وأسواق مالية واستثمارات مشتركة، ومشروعات تطرح للمشاركة أو المساهمة العامة، وتنافس مجموعة كبيرة من البنوك على اجتذاب المدخرات وعلى الإقراض، وكل هذا النشاط تقوم به طبقة واسعة من رجال الأعمال والمسؤولين عن المؤسسات الحكومية العامة؛ الأمر الذي جعلهم بحاجة إلى متابعة ما يتعلق بمصالحهم من تطورات، ومعرفة ما يجري حولهم، كما أنهم بحاجة إلى الاطلاع على تحليلات موضوعية لكل ما يدور حولهم من تطورات؛ مما يساعدهم على تفهمها، واستيعاب تأثيرها، والعمل على استثمار ما توفره من فرص أو توضحه لهم من اتجاهات" (٣)، أما الأمر الثاني فهو الدور الذي تمارسه الصحافة في التأثير على جمهور المتلقين، وعلى معرفتهم وقناعاتهم ومواقفهم، من خلال السمات والخصائص التي يتميز بها مضمونها من حيث العمق والتوسع في عرض الموضوعات، إضافة إلى قوتها في التأثير في الرأي العام؛ نتيجة اهتمامها أكثر من غيرها بالقضايا التي تمس حياة المجتمع وأفراده،

(٣) عبدالله محمد آل تويم، العوامل المؤثرة في ترتيب أولويات القضايا الاقتصادية في الصحف السعودية: دراسة تحليلية، رسالة دكتوراه غير منشورة (كلية الدعوة والإعلام، قسم الإعلام: جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ١٤٢١هـ) ص ٧.

ولهذه الأهمية خصصت الصحف السعودية ملاحق وصفحات يومية للموضوعات الاقتصادية تصل إلى (٥٤) صفحة يومية*، بالإضافة إلى جريدة اقتصادية يومية متخصصة تعمل من خلالها على نشر الأحداث الاقتصادية وتغطيتها، ومعالجة المشكلات والقضايا الاقتصادية، إضافة إلى متابعة نشاط رجال الأعمال السعوديين وبرامجهم الاستثمارية والتسويقية، بعد أن كان نشر الأخبار والقضايا الاقتصادية في الصحف لا يتعدى صفحة أو صفحتين وكانت تقدم بشكل غير جذاب مقارنة بالصفحات الأخرى الرياضية والفنية، أما الآن فقد أصبح رجال الأعمال، على اختلاف مستوياتهم، يحظون بشهرة بالغة، وأصبحت أعمالهم وصفقاتهم التجارية معروفة لأكثر عدد من الناس بعد نشر الصحف لها^(٢)، وهذا يشير إلى الأهمية التي يحظى بها القطاع الاقتصادي ورجال الأعمال فيه.

إن اهتمام الصحف بالقضايا والموضوعات

(❖) يبلغ عدد صفحات الاقتصاد في جريدة الرياض (١٦) صفحة يومية، وفي جريدة الجزيرة (٨) صفحات يومية، وفي جريدة عكاظ (٨) صفحات يومية، وفي جريدة الوطن (٥) صفحات يومية، وفي جريدة المدينة (٥) صفحات يومية، وفي جريدة اليوم (٨) صفحات يومية وصفحتين في جريدة الندوة والبلاد.

(٢) انظر جون كلير، كيف تتعامل مع وسائل الإعلام، ترجمة خالد العامري (القاهرة: دار الفاروق للنشر والتوزيع، ٢٠٠٦م) ص ١٥٩.

التي يسعون إلى تحقيقها^(٦)، إضافة إلى مساعدتهم على فهم ما يقدم في الصحف من موضوعات اقتصادية واستيعابها من خلال التحليل والشرح والتفسير، وعلى تكوين اتجاهاتهم نحو ما يطرح من قضايا اقتصادية.

فالجريدة من خلال المعلومات المقدمة عبر صفحاتها الاقتصادية تُسهم في صنع القرارات ووضع السياسات الاقتصادية، إما بصفتها صاحبة مصلحة خاصة بالقرار، أو بصفتها وسيطاً نشطاً يسهم في التدفق العام للمعلومات، وذلك من خلال تغذية عملية صنع القرار الاقتصادي "بتيار مستمر من المعلومات تمثل المدخلات الأساسية لعملية الاتصال، وذلك عن طريق توجيه الاهتمام بشكل انتقائي إلى جوانب اقتصادية معينة، وحينما تؤدي وسائل الاتصال هذه الوظيفة فهي لا تعمل قناة لعرض المطالب على صانعي القرار الاقتصادي فحسب، بل تستشير وترشح وتبني مدخلات عملية صنع القرار."^(٧)

ومن خلال ما سبق يتبين لنا دور رجال الأعمال وتأثيرهم الكبير على الحياة الاقتصادية في المملكة،

وبعرضها لوجهات النظر المختلفة وشرحها لخلفيات الأنباء والأحداث بالإحصاءات والإثباتات، الأمر الذي جعل المجتمعات والحكومات تمنحها أولوية الاهتمام لتكون مرآة صافية تعكس آمال الأفراد وأحلامهم وتطلعاتهم وآلامهم ومشكلاتهم، فهي من أقوى الوسائل وأقدرها على تكوين رأي الجماهير ووجدانهم، سواء العام أو الخاص وهم هنا رجال الأعمال، وهو ما أكدته دراسة التويم التي أشار فيها إلى أن (٨٢٪) من رجال الأعمال يحتاجون للمعلومات الاقتصادية المنشورة في الصحف السعودية^(٤)؛ فالمعلومات تعدّ الركن الذي يستند عليها رجال الأعمال في صياغة قراراتهم ومواقفهم^(٥)، فالصحف، بما تبثه من معلومات اقتصادية، تعد مورداً أساسياً من موارد المعرفة بالنسبة لرجال الأعمال، تسهم إلى حد كبير في ترشيد القرارات التي يتخذونها في حياتهم، ويجعل هذه القرارات أكثر كفاءة في تحقيق الأهداف

(٤) عبدالله محمد آل تويم، العوامل المؤثرة في ترتيب أولويات القضايا الاقتصادية مرجع سابق، ص ٢٥٦.

(٥) انظر سليمان صالح، مقدمة في علم الصحافة (القاهرة: دار النشر للجامعات، ١٩٩٤م) ص ٦٨، وانظر مصطفى الدميري، الصحافة في ضوء الإسلام (مكة المكرمة: مكتبة الطالب الجامعي، ١٤٠٨هـ/١٩٨٨م) ص ٦٨.

(٦) سليمان صالح، مقدمة في علم الصحافة، مرجع سابق، ص ٦٤.

(٧) بسيوني إبراهيم حمادة، دور وسائل الاتصال في صنع القرارات في الوطن العربي، ط ١ (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، ١٩٩٣م) ص ١٢٨.

٣- التعرف على أداء الصحف السعودية في المجال الاقتصادي ، من وجه نظر رجال الأعمال ، وهل استطاعت الصحف أن تقدم لرجال الأعمال المعلومات والتحليلات والقضايا الاقتصادية التي تشبع حاجاتهم.

الإطار النظري للدراسة

تعتمد هذه الدراسة ، في إطارها النظري ، وفي صياغة تساؤلاتها ، على الأسس النظرية لنظرية الاستخدامات والإشباع ، وتتخذها المدخل المناسب لهذه الدراسة ، وتهتم هذه النظرية بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة ؛ فقد أدى إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام خلال الأربعينيات من القرن العشرين الميلادي إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام ، تحولت بموجبه الرؤية لجمهور وسائل الإعلام من أنها عنصر سلبي غير فعال إلى رؤيتها على أنها فعالة في انتقاء أفرادها للرسائل والمضامين المفضلة من وسائل الإعلام ،^(٨) فهذه النظرية تقول " إن جمهور الوسيلة الإعلامية يتميز بخصائص عديدة من أهمها ؛ القدرة على اختيار الرسائل الإعلامية التي تلي رغباته وتشبع حاجاته الكامنة في ذاته ، ومعنى ذلك أن الجمهور ليس سلبياً يقبل كل ما

وحاجتهم للمعلومات الاقتصادية وللإطلاع على التطورات والأحداث والتحليلات الاقتصادية المنشورة في الصحف ، ومن هنا كان اهتمام الباحث بدراسة استخدامات رجال الأعمال للصفحات الاقتصادية ، فالمعلومات المتاحة حول طبيعة هذا الجمهور المتخصص ودوافعه تعاني نقصاً كبيراً ، في مجال التعرض للصحف عامة والصفحات الاقتصادية خاصة ، وعلى ضوء ذلك تستمد هذه الدراسة أهميتها من الاعتبارات التالية :

١- الحاجة الماسة إلى إجراء دراسة علمية لتعرف استخدامات هذه الفئة المتخصصة وهم رجال الأعمال للصفحات الاقتصادية في الصحف السعودية ومدى الإشباع الذي تحققه المادة الصحفية الاقتصادية من استجابة لتطلعات رجال الأعمال المستخدمين للصفحات الاقتصادية وحاجاتهم ودوافعهم ، إذ إن هذه الدراسة - حسب اطلاع الباحث - من الدراسات الأولية التي استهدفت دراسة استخدامات رجال الأعمال للصفحات الاقتصادية وكيفية استخدامها.

٢- الدور المميز لرجال الأعمال وقوة تأثيرهم في الشأن الاقتصادي في المملكة العربية السعودية ولذلك فهم هدف من أهداف وسائل الإعلام المحلية والأجنبية ، لذلك فمن الضروري التعرف على ماذا يقرأ هؤلاء الأشخاص والقضايا التي يهتمون بها ؟

(٨) عماد حسن مكاوي ، وليلى حسين السيد ، الاتصال ونظرياته المعاصرة ، ط ١ (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية ، ١٩٩٨م) ص ٢٣٩.

الانطلاق، فهو يعد متلقياً نشطاً يختار الوسيلة الإعلامية التي يريد ونوع المحتوى الإعلامي الذي يلبي حاجاته النفسية والاجتماعية،^(١١) ومن هنا فإن مدخل الاستخدامات والإشباعات يركز على تحقيق الأهداف التالية:^(١٢)

- ١- اكتشاف الكيفية التي يستخدمها الأفراد ووسائل الإعلام التي تشبع حاجاتهم وتوقعاتهم.
 - ٢- تعرف دوافع التعرض لوسائل الإعلام وأنماطه وخصائصه والتفاعل الذي يحدث نتيجة لهذا التعرض.
 - ٣- معرفة حقيقة الوظائف التي تؤديها وسائل الإعلام المختلفة من خلال قياس النتائج المترتبة على التعرض لتلك الوسائل.
- وتقوم نظرية الاستخدامات والإشباعات على

تعرضه عليه وسائل الإعلام فللجمهور له غاية محددة من تعرضه لوسائل الإعلام يسعى إلى تحقيقها من خلال هذا التعرض الاختياري الذي تمليه عليه حاجاته ورغباته"^(٩)

وقد ركزت دراسات استخدام وسائل الإعلام والتعرض لها من مختلف الفئات على الأسباب الخاصة بهذا التعرض في محاولة للربط بين هذه الأسباب والاستخدام، "وقد صيغت هذه الأسباب في أطر عدة من أهمها، إطار الدوافع النفسية التي تحرك الفرد لتلبية حاجات معينة في وقت معين، وأصبحت رغبة الفرد في إشباع حاجات معينة من التعرض لوسائل الإعلام هي الإطار العام للعلاقة بين تعرض الفرد لوسائل الإعلام ومحتواها، ومدى ما يحققه هذا التعرض من إشباع للحاجات المتعددة وتلبيتها."^(١٠)

وعلى ضوء ذلك تحول اهتمام الباحثين من التركيز على الرسالة والقائم بالاتصال إلى التركيز على الجمهور النشط المستهلك لوسائل الإعلام الذي يستخدم تلك الوسائل عن عمد لتحقيق أهداف معينة، ومن هنا فإن هذا المدخل يجعل الجمهور نقطة

(١١) سهام نصار، استخدامات المرأة المصرية للمجلات النسائية والإشباعات المتحققة منها، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد ٣ العدد: ١ (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، يناير، مارس ٢٠٠٢) ص ٢٣٦، عماد مكاوي، وليلى السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص ٢٤٠.

(١٢) عماد مكاوي، وليلى السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص ٢٤١، مرفت الطرايشي، وعبدالعزیز السيد، نظريات الاتصال (القاهرة: دار النهضة العربية، ٢٠٠٦م) ص ٢٤٢.

(٩) محمد بن سعود البشر، مقدمة في الاتصال السياسي (الرياض: مكتبة العبيكان، ١٤١٨هـ) ص ٤٧

(١٠) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط ١ (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٧م) ص ٢٠٩.

مجموعة من الفروض^(١٣) هي :

كبيراً في عملية الاتصال يتجاوز مقاومة تأثير وسائل الإعلام، فهو يستخدم هذه الوسائل من أجل الحصول على نتائج معينة تتفق وتوقعاته وهذه النتائج هي التي تلبى حاجاته ورغباته، وهو ما يسمى بالإشاعات، وهناك مجموعة إشباع تتحقق بالفعل من خلال التعرض لوسائل الإعلام، ومجموعة أخرى يبحث عنها الجمهور من خلال التعرض لوسائل الإعلام^(١٤)، وبوجه عام يقسم كثير من الباحثين دوافع استخدام الجمهور لوسائل الإعلام إلى فئتين هما^(١٥):

- ١- دوافع نفعية: وتستهدف تعرف الذات واكتساب المعرفة والمعلومات والخبرات، وفهم الواقع والتعامل مع المشكلات.
- ٢- دوافع طقوسية: وهي التي تستهدف التسلية وتمضية الوقت والهروب من الملل والروتين اليومي.

وحيث إن الدوافع السابقة تنبع من حاجات وهي تعني افتقار الفرد أو شعوره بنقص ما يحقق وجوده حالة من الرضا والإشباع، يسعى الأفراد إلى

(١٤) محمود حسن إسماعيل، استخدامات المراهقين للقبسات الفضائية الدينية والإشباع المتحققة منها، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد ٥ العدد: ٢ (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، يونيو، ديسمبر ٢٠٠٤)، ص ٢٨٩.

(١٥) عماد مكاوي، وليلى السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص ٢٤٦، ٢٤٧.

١- إن أعضاء الجمهور مشاركون فاعلون في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبى توقعاتهم.

٢- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور، وتتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية، وعوامل التفاعل الاجتماعي، وتنوع الحاجات باختلاف الأفراد.

٣- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، أي أن الجمهور المتلقي هو صاحب المبادرة في التعرض للوسيلة الإعلامية بما يتوافق مع حاجاته ودوافعه.

٤- يستطيع أفراد الجمهور دائماً تحديد حاجاتهم ودوافعهم النفسية والاجتماعية وبذلك يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.

٥- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال محتوى الرسائل فقط.

٦- تعد رغبات الجمهور المتلقي للوسائل الإعلامية، والإعلام لا يلبي إلا بعضاً منها.

ومن خلال ما سبق يتبين لنا أن للجمهور دوراً

(١٣) عماد مكاوي، وليلى السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص ٢٤١، نظريات التأثير الإعلامي، تحرير: محمد بن سعود البشر (غيناء للنشر، ١٤٢٤هـ) ص ٧٨.

القسم الأول: إشباعات المحتوى: وهي الإشباعات الناتجة عن التعرض لمضمون وسائل الإعلام، وتنقسم إلى نوعين:

١- اشباعات توجيهية: وتتمثل في مراقبة البيئة والحصول على المعلومات.

٢- اشباعات اجتماعية: ويقصد بها الربط بين المعلومات التي يحصل عليها الفرد من خلال علاقاته الاجتماعية، مثل التحدث مع الآخرين، والإحساس بالتميز عنهم، وإدراك الواقع الاجتماعي، والقدرة على حل المشكلات.

القسم الثاني: إشباعات عملية الاتصال: وهي الإشباعات الناتجة عن عملية الاتصال، وارتباط الفرد بوسيلة إعلامية محددة، ولا ترتبط مباشرة بخصائص الرسالة، وتنقسم إلى نوعين:

١- إشباعات شبه توجيهية: وتتحقق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر وتجديد النشاط والدفاع عن الذات.

٢- اشباعات شبه اجتماعية: وتتحقق من خلال التوحد مع الشخصيات التي تقدمها وسائل الإعلام، وهذه الاشباعات تزيد فاعليتها مع ضعف علاقة الفرد الاجتماعية وزيادة إحساسه بالعزلة.

وستركز هذه الدراسة على الإشباعات من النوع الأول.

إشباعها عن طريق التعرض لوسائل الإعلام فقد قام (كاتز) بإعادة تصنيف^(٣٥) حاجة استقهاها من البحوث والدراسات الاجتماعية والنفسية لوسائل الإعلام ووضعها في خمس فئات وهي التي سيستخدمها الباحث في هذه الدراسة، وذلك على النحو الآتي^(١٦):

١- الحاجات المعرفية: وتتمثل في الحصول على المعلومات عن مختلف الموضوعات، وفهم البيئة.

٢- الحاجات الوجدانية: وهي المتعلقة بتحقيق المتعة وإشباع الحاجات الجمالية والعاطفية مثل؛ الحاجة إلى الحب والصدقة والتسلية.

٣- الحاجات الشخصية المتكاملة: وهي المتعلقة بتعزيز المصداقية والثقة في النفس.

٤- الحاجات الاجتماعية: وهي المتعلقة بتحقيق انتماء الفرد إلى الجماعة، وتعزيز علاقاته مع أسرته وأصدقائه.

٥- الحاجة إلى إزالة التوتر: وتتمثل في الحاجة إلى التخلص من التوتر والهروب من المشكلات ونسيانها.

أما الإشباعات الناتجة عن التعرض لوسائل الإعلام فتتقسم إلى قسمين على النحو الآتي^(١٧):

(١٦) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام، مرجع سابق، ص ٢١٩.

(١٧) عماد مكاي، وليلى السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص ٢٤٩، وسهام نصار، =

=استخدامات المرأة المصرية للمجلات النسائية، مرجع سابق، ص ٢٤١.

الدراسات السابقة

الدراسات التي تناولت نظرية الاستخدامات والإشباعات كثيرة ومتنوعة، ومعظم الدراسات الحديثة التي أطلع عليها الباحث اقتصر على دراسة استخدامات التلفزيون المحلي، واستخدامات القنوات الفضائية إضافة إلى استخدامات الإنترنت، أما الدراسات المتعلقة بالصحافة في المجتمع السعودي وفقاً لنظرية الاستخدامات والإشباعات فلم يطلع الباحث على دراسات تتصل اتصالاً مباشراً بموضوع هذه الدراسة، وهذا يؤكد جدة دراسة استخدامات رجال الأعمال للصفحات الاقتصادية في الصحف السعودية، وسوف يقوم الباحث بمراجعة الدراسات الحديثة المختصة باستخدامات الوسائل الاتصالية بشكل عام، والدراسات التي تناولت جمهور الصحافة، ويمكن حصرها في الدراسات التالية:

دراسة سلام محمد عبده (٢٠٠٤م) عن استخدامات أعضاء النقابات المهنية للمجلات النقابية والإشباعات المتحققة منها^(١٨)، وقد سعت الدراسة إلى تعرّف دوافع تعرض أعضاء النقابات المهنية المصرية للمجلات التي تصدرها هذه النقابات وأنماط التعرض

المختلفة، والإشباعات التي يحققونها من هذا الاستخدام، إضافة إلى الكشف عن نوع العلاقة بين دوافع التعرض للمجلات النقابية، وبين الإشباعات المتحققة منها، والكشف أيضاً عما إذا كانت دوافع استخدام القراء للمجلات النقابية تختلف باختلاف المهنة التي ينتمي إليها العضو، أو باختلاف المستوى التعليمي، والدخل والحالة الاجتماعية، والنوع؟ وعما إذا كانت الإشباعات التي يحققها قراء المجلات النقابية تختلف باختلاف المتغيرات السابقة؟ وطبق الباحث دراسته على (٢٠٠) مفردة من أعضاء النقابية المهنية بنقابة الأطباء ونقابة الصيادلة ونقابة التجاريين. وخلصت الدراسة إلى أن الاتصال الشخصي يعد الوسيلة الأولى التي يعتمد عليها أعضاء النقابات المهنية في متابعة الأنشطة النقابية، وجاءت المجلات النقابية في المرتبة الثانية بين الوسائل التي يعتمد عليها أعضاء النقابات، كما أن أعضاء النقابة لا يقرؤون للمجلات النقابية بانتظام وقرؤنها أحياناً، وأوضحت الدراسة أن دوافع قراءة المجلات النقابية لدى عينة الدراسة تركز على الدوافع النفعية والمعرفية، ودوافع التعرف على ما يدور داخل النقابات وما تؤديه من أنشطة، وبينت الدراسة أن الإشباعات التي يحققها أفراد العينة من وراء استخدامهم للمجلات النقابية تركزت في تحقيق الإشباع للاحتياجات النفعية المعرفية، وفي تحقيق الإشباع التوجيهية المرتبطة بالمضمون الذي تقدمه المجلات النقابية.

(١٨) سلام محمد عبده، استخدامات أعضاء النقابات المهنية للمجلات النقابية والإشباعات المتحققة منها، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد: ٢٢ (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، يناير - يونيو ٢٠٠٤م) ص ٢٠٩.

وإلى أن عدد قراء الصحف السعودية اليومية يزداد في منطقة صدور الصحيفة لتركيز كل صحيفة على النطاق المحلي الذي تصدر فيه ، كما بينت النتائج المتعلقة باتجاه أفراد العينة نحو أسلوب معالجة القضايا والموضوعات المطروحة من خلال المصادقية في معالجة الموضوعات ، وتحري الدقة في المعلومات ، والجرأة في الطرح ، ارتفاع متوسطات هذه العبارات في صحف الشرق الأوسط وعكاظ والوطن والاقتصادية والمنخفضها في الصحف الأخرى ، وهذه الدراسة ركزت على عدد القراء فقط وعلى الجمهور العام.

وفي بعد آخر تناولت دراسة (James C Tsao, Stanley D Sibley) (٢٠٠٤) (٢٠) قراءة الصحف المجانية بوصفها مصدراً للمعلومات الإعلانية من منظور الاستخدامات والإشباعات ، وأظهرت الدراسة أن الصحيفة المجانية تعد مصدراً ملائماً للمعلومات الإعلانية ، كما أنها تؤدي بوظيفة مراقبة البيئة ، وتوفير المعلومات عنها وعن أسعار المنتجات للمستهلكين ، وكشفت الدراسة أن شرائح معينة من السوق لها خصائص تسويقية محدد هي أكثر الجماهير قراءة للصحف المجانية ، وتوصلت الدراسة إلى إطار نظري مبني على منظور الاستخدامات والإشباعات يفسر قراءة الجمهور للصحف المجانية ، وكشفت نتائج

وسعى حمزة بيت المال وفهد الطياش (٢٠٠٣م) إلى تعرف عدد قراء الصحف السعودية اليومية،^(١٩) وسعت هذه الدراسة إلى الكشف عن عدد قراء الصحف السعودية ورؤية أفراد العينة لطبيعة العمل الصحفي فيها ، من خلال التعرف على دورية إطلاع الجمهور على الصحف السعودية ، وطريقة حصولهم عليها ، وعدد الأفراد الذين يشتركون في قراءة الصحيفة الواحدة ، إضافة إلى رأي أفراد العينة في النطاق الجغرافي لتغطية الصحف ، وفي الموضوعات والقضايا التي تغطيها ، وفي طبيعة معالجتها للقضايا والموضوعات التي تطرحها ، بالإضافة إلى اتجاه أفراد العينة نحو أسلوب معالجة الصحف للموضوعات والقضايا التي تطرحها ، وقد استخدم الباحثان أسلوب المسح بالتطبيق على عينة من أفراد المجتمع السعودي باستخدام طريقة الشبكة الاجتماعية للوصول إلى أكبر شريحة من أفراد المجتمع ، وقد بلغ عدد أفراد العينة (٤٥٢) مفردة موزعين على مناطق المملكة باستثناء مناطق الباحة والحدود الشمالية ونجران ، وخلصت الدراسة إلى أن نصف أفراد العينة يطلعون على الصحف السعودية مرة واحدة على الأقل في الأسبوع ،

(١٩) حمزة أحمد بيت المال وفهد بن عبدالله الطياش ، مقروئية الصحف السعودية ، بحث مقدم للمتدى الإعلامى السنوي الأول (الرياض : الجمعية السعودية للإعلام والاتصال ، ٢٦ - ٢٨ / ١ / ٤٢٤هـ).

(٢٠) James C Tsao, Stanley D Sibley, Readership Of Cpmunity Papers As A Source Of Advertising Information: A Uses and Gratifications Persective, Quartely. Journalism and Mass Communication Columbia: Winter 2004, Vol. 18,Iss. 4; pg. 766,22 pgs.

معقدة فكلتا الوسيطتين (الصحف الورقية والرقمية) تسهمان في توسيع أجندة الجمهور، حيث ينحصر هذا الأثر في الصحف الإلكترونية على الأشخاص الأكثر تعليماً في المجتمع، أما الصحف الورقية فتوسع أفق عموم الناس ذوي الاهتمامات العادية.

وحوّل البعد نفسه تطرقت دراسة (Carlos Flavian, Raquel Gurrera) (٢٠٠٦)^(٢٢) إلى اختيار الجماهير للصحف الرقمية وتأثير أهداف القراءة والخبرة المتولدة من الاستخدام، وهدفت الدراسة إلى تحليل سلوك قارئ الصحف في الوسط الرقمي، وتحديد الأهداف الرئيسة التي تدفع القراء لقراءة الصحف، بالإضافة إلى تحليل أثرها على اختيار الصحف الرقمية، وعلى التأثير الوسيط لخبرة المستخدم، والتصميم، وعلى المنهج والتوجه، ولتحقيق ذلك أجرى الباحثان الدراسات النوعية أولاً لتحديد أهداف القراء ولبناء الفرضيات، صمما استبانة طبقت على عينة ممثلة من المستخدمين، وعندما ثبتت صحة المقاييس وتم صقلها اختبرت الفرضيات من خلال طريقة نموذج المعادلة البنوية وتحليل عينات متعددة، وأظهرت النتائج أن أهداف البحث عن الأخبار الخاصة وآخر المستجدات كان إيجابياً على قراءة الصحف عبر الإنترنت، وعلى النقيض من ذلك لم

الدراسة أن قراءة الصحف المجانية تزداد تبعاً للتقدم في السن، وذلك نتيجة تزايد أوقات الفراغ التي تتيح أوقات كافية للتسلية، ومن جراء ذلك تزايد التوجهات الإيجابية لديهم حيال الصحف المجانية، ويتزايد تثمينهم للمعلومات عن المنازل والمعدات وأنواع الأطعمة والمستلزمات الأخرى المرتبطة بها.

وتناولت دراسة (Klaus Schoenbach, Ester de Waal, Edmund Lauf) (٢٠٠٥)^(٢١) الصحف الإلكترونية والورقية وتأثير الصحف بنوعها على توسيع نطاق الأجندة العامة للجماهير، وخلصت الدراسة إلى أن الصحف الورقية تعمل على توسيع نطاق الموضوعات العامة والأحداث والقضايا التي يعيها جمهورها، ودرس الباحثون افتراض أن الصحف الرقمية تسهم في أداء هذه الوظيفة لجماهيرها بشكل أقل من الورقية؛ وذلك لأن الطريقة التي تخرج بها الصحف الورقية تشكل عاملاً يجذب القراء إلى قراءة موضوعات لم تكن محط اهتمامهم في السابق، ولأن قراء الصحف الإلكترونية يقرأونها بشكل انتقائي، الأمر الذي يجعل نطاق موضوعاتهم الصحفية أقل تنوعاً، فقراء الصحف الإلكترونية يختارون ما يقرؤونه بناءً على اهتمامهم الشخصية، وأظهرت الاستبانة التي شملت (١٠٠٠) مفردة أن الظاهرة

(٢٢) Carlos Flavian, Raquel Gurrera, Th Choice of digital newspapers: influence of reader goals and user experience, Internet Research. Bradford: 2006. Vol. 16, Iss. 3; pg.231.

(٢١) Klaus Schoenbach, Ester de Waal, Edmund Lauf ,Online and Print Newspapers: Their Impact On The Extent Of The Perceived Public Agenda, European Journal Of communication. London: Jun 2005. Vol. 20, Iss. 2, Pg. 245.

النخب السعودية أن العوامل ذات الصلة باستخدام هذه التقنيات في المجتمع السعودي ستكون ذات تأثير إيجابي يسهل عمليات انتشار الاعتماد على هذه التقنيات بين أفراد المجتمع مستقبلاً، كما أظهرت نتائج الدراسة تقدير النخب السعودية المرتفع للسمات الشكلية التي تقدم بها المصادر الإخبارية الإلكترونية لخدماتها؛ حيث جاءت سهولة الاستخدام، وسهولة الحفظ والاسترجاع، في المرتبتين الأوليين بين العوامل التي تدفع النخب إلى الاعتماد على مصدر إخباري إلكتروني دون آخر.

وفي بعد آخر أجرى (Diddi, Arvind , LaRose,) (Robert) (٢٠٠٦) (٢٤) دراسة الإدمان على الأخبار تناولاً فيها استخدام طلاب الجامعة للإنترنت، وإشباعاتهم، ونشأة عادات استخدامهم للأخبار، واعتمدت الدراسة على نظرية الاستخدامات والإشباع لمعرفة الطرق المستخدمة للأخبار من قبل طلاب الجامعة، وطبق الباحثان الدراسة على الطرق الحالية لاستهلاك الأخبار بين طلبة الجامعة، وتوصلاً إلى وجود خمس طرق مختلفة لاستهلاك الأخبار هي: الأخبار المحلية، والأخبار الكوميديّة، والأخبار المركزية، وأخبار الإنترنت، وإذاعة الأخبار، وتشمل الطريقة السادسة للاستهلاك مصادر متنوعة

(٢٤) Diddi, Arvind , LaRose, Robert, Getting Hooked On news: Uses and Gratifications and the Formation Of News Habits Among College Students in an Internet Environment. Journal of Broadcasting & Electronic media, Jun 2006, vol.50 Issue, p193-210, 18p, 3 diagrams.

يتبين أثر للقراءة بحثاً عن الترفيه، وقد كشفت الدراسة أن هدف البحث عن الترفيه يمكن أن يؤثر في القراءة تبعاً لنوعية خبرة المستخدم، ونتيجة لذلك لفتت الدراسة الانتباه إلى تطور سلوك القراءة الذي قد يعتمد على مستوى تجربة المستخدم لصحافة الإنترنت.

وفي الإطار نفسه درس فهد العسكر وعبدالله الحمود (٢٠٠٤) اعتماد النخب على المصادر الإخبارية الإلكترونية الحديثة، واتجاهاتهم نحو مستقبل انتشارها في المجتمع السعودي،^(٢٣) وهدفت الدراسة إلى تعرّف واقع اعتماد النخب السياسية والأكاديمية والإعلامية على المصادر الإخبارية الإلكترونية الحديثة، إضافة إلى استطلاع وجهات نظر هذه النخب نحو طبيعة تأثيرات العوامل ذات العلاقة بمستقبل انتشار الاعتماد على هذه المصادر في المجتمع السعودي، وقد طبق الباحثان دراستهم على (١٥٠) مبحوثاً يمثلون النخب السياسية والأكاديمية والإعلامية، وانتهت الدراسة إلى أن مستقبل انتشار الاعتماد على المصادر الإخبارية الإلكترونية في المجتمع السعودي يبدو إيجابياً، وذلك استناداً إلى عدد من المؤشرات التي من أهمها اعتقاد

(٢٣) فهد بن عبدالعزيز العسكر وعبدالله بن ناصر الحمود، اعتماد النخب على المصادر الإخبارية الإلكترونية الحديثة واتجاهاتهم نحو مستقبل انتشارها في المجتمع السعودي، مجلة العلوم الإنسانية، العدد: ٩ (البحرين: كلية الآداب، جامعة البحرين، شتاء ٢٠٠٤م) ص ٢١٠.

استخدامات (Peters, Sung- Hee Park) (٢٠٠٦)^(٢٦) شبكة الإنترنت العالمية وإشباعاتها: قياس الأثر الاجتماعي للمشاركة في "مجتمعات افتراضية" على الإنترنت، وتطرقت الدراسة إلى الأسباب التي تدفع الجمهور لاستخدام شبكة الإنترنت؛ حيث شملت أنواعاً مختلفة من المجتمعات المستخدمة للإنترنت، وطبقت الدراسة على (٤٠٠) مفردة في كل دولة عن طريق الإنترنت في كل من الولايات المتحدة وكوريا وهولندا، وأظهرت نتائج الدراسة أن السمات الديموغرافية، والقيم الثقافية، ونوع علاقة الإنترنت، نشأت بوصفها عوامل نقد تفسر كيف أن التقنية نفسها تستخدم بشكل مختلف من مجتمع لآخر؟

وفي دراسة تطبيقية في ضوء نظرية الاستخدامات والإشباعات أجرى خالد الفرم (٢٠٠١م) دراسة شبكة الإنترنت وجمهورها في مدينة الرياض،^(٢٧) وهدفت الدراسة إلى تعرف حاجات المستخدمين والإشباعات التي توفرها شبكة الإنترنت، ومعرفة

(٢٦) Patricia Grace- Farfagila, Ad Dekkers, Binod Sundararajan, Lois Peters, Sung- Hee Park Multinational Web Uses and gratifications: Measuring the social impact of online community participation across national boundaries, Electronic Commerce Research. Boston: Jan 2006. vol. 6; Iss. 1; pg. 75.

(٢٧) خالد بن فيصل الفرم، شبكة الإنترنت وجمهورها في مدينة الرياض: دراسة تطبيقية في ضوء نظرية الاستخدامات والإشباعات، رسالة مكملة للماجستير (كلية الآداب، قسم الإعلام: جامعة الملك سعود، ١٤٢٢هـ).

ومتخصصة في التغطية الإخبارية المفصلة، وأن إشباعات المراقبة تعد الأكثر انسجاماً لسلوك استهلاك الأخبار بين هذه الطرق، وبالرغم من ذلك كشفت الدراسة أن قوة العادة تعد عموماً العامل الأقوى لاستهلاك الأخبار.

أما دراسة (Thomas F Stafford, Maria Royne) (٢٠٠٤)^(٢٥) فعملت على تحديد استخدامات الإنترنت، وإشباعاتها، وبينت الدراسة أبعاد استخدام المستهلك للإنترنت وإشباعات الاستخدام بين عملاء مزودي خدمة الإنترنت، وقدمت نتائج الدراسة وصفاً لثلاثة أبعاد رئيسة تتعلق باستخدام المستهلك للإنترنت شاملة العملية، ومحتوى الإشباعات، كما ظهرت مسبقاً في الدراسات المتعلقة بالتلفاز وكذلك الإشباع الاجتماعي الجديد الذي يعد فريداً على استخدام الإنترنت، وخلصت النتائج إلى أن أبعاد الإشباع الثلاثة جميعها على صلة وثيقة بإدارة الإنترنت بوصفها وسيطاً تجارياً كما أن المقاييس المشتقة من أوضاع الإشباع المعرفة هنا قد تكون مقياساً لصحة السمة في مستقبل الإنترنت والأبحاث المتعلقة بالتجارة الإلكترونية.

وفي إطار آخر تناولت دراسة (Patricia Grace- Farfagila, Ad Dekkers, Binod Sundararajan, Lois

(٢٥) Thomas F Stafford, Maria Royne Stafford, Determining Uses and Gratifications for the Internet, Decision Sciences. Atlanta: Spring 2004. Vol. 35, Iss. 2; pg. 259, 30 pgs.

الإنترنت،^(٢٨) والاهتمامات الإخبارية لهؤلاء الطلبة، ودوافع استخداماتهم للخدمات الإخبارية المتاحة عبر الشبكة ومجالاتها، ومدى الإشباع المتحقق من الاستخدامات، ومدى ثقتهم في مضامين الشبكة الإخبارية، واستخدم البحث دليل المقابلة أداة لجمع المعلومات حيث قام بمقابلة (١٢٨) طالباً يمثلون أربع جامعات سعودية هي: جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، وجامعة الملك عبد العزيز، وجامعة الملك فيصل، وجامعة الملك خالد، وبينت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباطية بين متغيرات الدراسة واستخدام شبكة الإنترنت للحصول على المواد الإخبارية، حيث إنه كلما زاد الدخل المادي لأفراد عينة الدراسة زاد استخدام شبكة الإنترنت، وكلما زادت قدرات أفراد عينة الدراسة في اللغة الإنجليزية زاد استخدامهم لشبكة الإنترنت، كما أظهرت الدراسة ثقة نسبة كبيرة من أفراد عينة الدراسة في المضامين الإخبارية التي تبثها المواقع الرسمية وذات المصدقية على شبكة الإنترنت، وأن شبكة الإنترنت أشبعت حاجات مستخدميها المعرفية والترفيهية والدراسية، وتعد هذه أهم الحاجات لأفراد عينة الدراسة، كما بينت نتائج الدراسة أن أخبار

مدى استخدام الجمهور لهذه التقنية من حيث زمن المشاهدة والمواضيع المفضلة وعادات الاستخدام، إضافة إلى معرفة تأثير هذه الشبكة على استخدام وسائل الإعلام التقليدية (الصحف والإذاعة والتلفزيون)، كما هدفت الدراسة إلى تعرف الحقائق الديموغرافية والمؤسسات والأشخاص الذين يستخدمون شبكة الإنترنت، وتعرف عوائق استخدام شبكة الإنترنت، وقد استخدم الباحث أداة الاستبانة والمقابلة الشخصية، حيث أجرى الدراسة على (٣٤٠) مستخدماً للإنترنت تم اختيارهم عشوائياً من مجتمع البحث يمثلون المؤسسات الحكومية والخاصة والأكاديمية، إضافة إلى مقاهي الإنترنت، وأظهرت نتائج الدراسة أن الإشباع التي تحققها شبكة الإنترنت لدى الجمهور المستخدم هي على التوالي إشباعات معرفية ثم عاطفية ثم ترفيهية، وأن الإشباعات المختلفة تتنوع وتختلف وفق السمات الديموغرافية، كما بينت الدراسة أن استخدام شبكة الإنترنت يؤثر سلباً في قراءة الصحف، وأن الفئة العمرية من (٢١-٢٤) تعد الأكثر ارتباطاً بشبكة الإنترنت، كما بينت النتائج أن الذكور هم أكثر استخداماً لشبكة الإنترنت من الإناث.

(٢٨) محمد بن فهد الجبير، استخدام طلبة الجامعات السعودية لشبكة الإنترنت للحصول على المواد الإخبارية، رسالة ماجستير غير منشورة (كلية الدعوة والإعلام، قسم الإعلام: جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ١٤٢٦هـ).

أما دراسة محمد الجبير (٢٠٠٥) فتناولت جمهوراً متخصصاً، حيث تعرف في دراسته على حجم استخدام طلبة الجامعات السعودية لشبكة

للدراما هو معرفة ما يحدث بين الناس في المجتمع، ومعرفة مشكلات وقضايا المرأة والاستفادة من المعلومات التي تدور حولها الموضوعات، أما أهم الإشباعات المتحققة من متابعة الدراما العربية فتمثلت في زيادة معرفة المرأة المصرية بمشكلات المرأة وقضاياها، وشغل وقت الفراغ وتخليصها من الملل، وتسليتها، وإشعارها بالسعادة، كما أظهرت النتائج أن (٨١٪) من عينة الدراسة يؤكدون وجود تأثير لمشاهدة الدراما العربية على قيم المجتمع المصري وسلوكه.

ومن خلال استعراض الدراسات السابقة يتضح أن جميعها لم تتطرق لموضوع دراسة الباحث، وإن كانت دراسة سلام عبده قد تناولت دراسة أفراد للنقابات المهنية ومن ضمنهم نقابة التجاريين، وركزت على قراءة المجالات النقابية التي تصدرها النقابات ومدى الإشباعات المتحققة من قراءة هذه المجالات، في حين أن دراسة الباحث أشمل، حيث سعت إلى تعرف استخدامات رجال الأعمال السعوديين للصفحات الاقتصادية في الصحف السعودية اليومية، أما الدراسات الأخرى فهي بعيدة عن مجال دراسة الباحث فأغلبها ركز على القراءة بصورة عامة كدراسة بيت المال والطياش، أو على اعتماد النخب على المصادر الإلكترونية كدراسة الحمود والعسكر، والبعض الآخر ركز على الفروق بين استخدام الصحافة الورقية والإلكترونية، كما أن بعض الدراسات اقتصر على استخدامات الإنترنت، كدراسة محمد الجبير ودايد

المجتمع ثم الأخبار السياسية ثم أخبار المسلمين ثم متطلبات التخصص، تعد أهم دوافع عينة الدراسة من استخدام شبكة الإنترنت للحصول على المواد الإخبارية لدى طلبة الجامعات السعودية، وكشفت النتائج أن إيراد تفاصيل وتقارير إخبارية عن الحدث، وروايات شهود العيان عن الأحداث، وتعرف على أحوال المسلمين تعد الإشباعات الإخبارية المتحققة لأفراد عينة الدراسة من خلال استخدام شبكة الإنترنت.

وفي مجال آخر وفي دراسة وصفية سعى حازم البنا (٢٠٠٦م) إلى تعرف دوافع استخدامات المرأة المصرية للدراما العربية التي تعرضها القنوات الفضائية والإشباعات المتحققة منها،^(٢٩) وقد أجرى الباحث دراسته الميدانية على عينة عمدية من الإناث البالغين ١٨ سنة فأكثر في ريف محافظة الدقهلية وحضرها، ومن أهم النتائج التي توصلت إليه الدراسة أن أهم أسباب متابعة المرأة المصرية للدراما التي تعرضها القنوات الفضائية العربية هو إمكانية متابعتها بسهولة، كما بينت النتائج أن أهم دوافع مشاهدة المرأة المصرية

(٢٩) حازم أنور البنا، استخدامات المرأة المصرية للدراما العربية التي تعرضها القنوات الفضائية والإشباعات المتحققة منها: دراسة في الاستخدامات والإشباعات، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مج ٧، العدد: ٢ (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، يونيو- ديسمبر ٢٠٠٦م) ص ١٢٧.

- ٤- ما الدوافع التي تدفع رجال الأعمال لقراءة الصفحات الاقتصادية في الصحف السعودية؟
- ٥- ما الإشباعات المتحققة لرجال الأعمال من قراءة الصفحات الاقتصادية في الصحف السعودية؟

نوع الدراسة

هذه الدراسة دراسة وصفية تسعى من خلال دراسة استخدامات رجال الأعمال السعوديين للصفحات الاقتصادية في الصحف السعودية اليومية لتعرف الدوافع التي تدفع رجال الأعمال لقراءة الصفحات الاقتصادية في الصحف السعودية، والإشباعات المتحققة لهم من هذه القراءة، إضافة إلى تعرف أهم الموضوعات الاقتصادية التي يحرص رجال الأعمال على متابعتها.

منهج الدراسة وأدائها

اقتضت طبيعة هذه الدراسة استخدام المنهج المسحي لمناسبته لموضوع الدراسة وذلك لتمييزه "بإستهداف الحقائق التفصيلية عن واقع الظاهرة المدروسة مما يمكن الباحث من تقديم وصف شامل ودقيق لذلك الواقع"^(٣٠) وفي إطار هذا المنهج استخدم الباحث الاستبانة أداة ضرورية للحصول على

(٣٠) صالح بن حمد العساف، المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية، ط ١ (الرياض: العبيكان، ١٩٨٩م) ص ١٩٣.

أفرد، والآخر عن استخدامات التلفزيون المحلي واستخدامات القنوات الفضائية كدراسة البناء، وركزت بعض الدراسات على الأثر الاجتماعي لاستخدام شبكة الإنترنت وهي دراسة لويس بيتر، ورغم ذلك فقد ساعدت تلك الدراسات الباحث على التأكد من حداثة دراسته وأهميتها، وفي التعرف على أنماط الاستخدام المختلفة بصفة عامة، وفي صياغة استمارة الدراسة.

مشكلة الدراسة

تحدد مشكلة الدراسة في تعرف دوافع استخدامات رجال الأعمال في المملكة العربية السعودية للصفحات الاقتصادية في الصحف السعودية والإشباعات المتحققة من هذا الاستخدام.

تساؤلات الدراسة

- تسعى هذه الدراسة للإجابة عن التساؤلات التالية:
- ١- ما مدى متابعة رجال الأعمال للصفحات الاقتصادية في الصحف السعودية؟
- ٢- ما المواد الصحفية التي يحرص رجال الأعمال على قراءتها في الصفحات الاقتصادية في الصحف السعودية؟
- ٣- ما الموضوعات الاقتصادية التي يحرص رجال الأعمال على قراءتها في الصفحات الاقتصادية في الصحف السعودية؟

ولعدم القدرة على دراسة مجتمع هذه الدراسة لكبر حجمه حيث بلغ عدد رجال الأعمال المصنفين في الفئة (أ) (١٦٠٠) والمصنفين في الدرجة الممتازة (٦٩٦)، فقد اختار الباحث عينة تمثل هاتين الفئتين بطريقة العينة العشوائية المنتظمة، التي تختار العينة فيها وفقاً لتكرار معين يحدده الباحث، حيث اختار الباحث (٢٠٪) من كل فئة، حيث بلغ عدد أفراد العينة من الفئة الأولى (٣٢٠) مفردة ومن الفئة الممتازة (١٣٩،٢) مفردة، وبذلك بلغ حجم العينة (٤٥٩) مفردة، بعد ذلك حدد الباحث المجال الذي سيقوم من خلاله بسحب العينة وفقاً لما يلي:

$$٥ = ٣٢٠ \div ١٦٠٠$$

$$٥ = ١٣٩,٢ \div ٦٩٦$$

وقد تمكن الباحث من استرجاع (١٦٤) استبانة من جميع الاستبانات الموزعة، ومراجعتها حيث استبعد عدداً من الاستمارات لعدم إجابة أفراد العينة على بعض أسئلتها^(٥).

تحليل المعلومات

استخدام الباحث برنامج (SPSS) لتحليل البيانات الكمية وفق المعايير الإحصائية المتعددة، كما استخدم عدداً من الأساليب الإحصائية لوصف نتائج

المعلومات الرئيسة للدراسة من أفراد العينة من رجال الأعمال، وقد قسم الباحث الاستبانة إلى ثلاثة أقسام على النحو الآتي:

القسم الأول: وقد خصص لقياس حجم التعرض للصحف وللصفحات الاقتصادية وطبيعته في الصحف السعودية.

القسم الثاني: وخصص لقياس استخدامات الصفحات الاقتصادية والإشباع المتحققة.

القسم الثالث: وقد خصص للسماح الديموغرافية لأفراد العينة (الحالة الاجتماعية، السن، المؤهل العلمي، طبيعة العمل التجاري).

مجتمع الدراسة وعينته

مجتمع الدراسة هم رجال الأعمال المنتسبين للغرفة التجارية الصناعية في مدينة الرياض، وقد اختار الباحث رجال الأعمال المصنفين فئة (أ) والفئة الممتازة، وقد تم تحديد أفراد العينة في هاتين الفئتين للأسباب التالية:

١- هاتان الفئتان تضمان أكبر رجال الأعمال في مدينة الرياض وفق تصنيف الغرفة التجارية^(٣١).

٢- معظم رجال الأعمال المصنفين في هاتين الفئتين يتعدى نشاطهم الاقتصادي مجال مدينة الرياض إلى باقي مدن المملكة.

(٥) استغرق توزيع الاستمارات على العينة أكثر من ستة أشهر وقد عانى الباحث كثيراً من ذلك لانشغال كثير من رجال الأعمال وسفرهم.

(٣١) دليل تصنيف رجال الأعمال الصادر عن إدارة المعلومات بالغرفة التجارية بمدينة الرياض، م٢٠٠٧.

الدراسة، وهي:

- ١- التوزيعات التكرارية والنسب المتوية لتعرف تكرارات الإجابات لدى المبحوثين.
- ٢- المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.
- ٣- معامل الارتباط (Pearson Correlation) للكشف عن مدى وجود علاقات دالة إحصائية بين إجابات المبحوثين وعدد من المتغيرات.
- ٤- تحليل التباين الأحادي (On Way Anova) لبيان مدى وجود فروق دالة إحصائية بين إجابات المبحوثين على بعض جوانب الدراسة المختلفة.
- ٥- اختبار مربع كاي.
- ٦- اختبار التحليل العاملي.

وقد اقتصر الدلالة المعتمدة في هذه الدراسة على مستوى (٠,٠٥)، واقتصر الباحث في هذه الدراسة على النتائج التي تتوافر على هذا المستوى من الدلالة.

إجراءات الصدق والثبات

الصدق الظاهري

- ١- للتأكد من صدق الاستبانة المستخدمة في هذه الدراسة صاغ الباحث أسئلة الاستبانة المتعلقة بمتغيرات الدراسة صياغة واضحة، بحيث يمكن للمبحوثين فهم محتواها.
- ٢- عرضت الاستبانة ومشكلة الدراسة

وتساؤلاتها على عدد من المحكمين لتحكيمها^(*)، للحكم على مدى صلاحيتها للقياس، وقد أخذ الباحث بملاحظات المحكمين وتعديلاتهم حيث أفاد منها في إعادة صياغة بعض الأسئلة حتى أصبحت الاستبانة جاهزة للتوزيع.

- جرب الباحث الاستبانة على عينة بلغ عددها (٥٠) مفردة من عينة الدراسة بهدف تعرف مدى وضوح أسئلة الاستبانة للمبحوثين، ومعدل استجابة المبحوثين، وبعد التحقق من ذلك صيغت الاستبانة صياغة نهائية قابلة للتطبيق.

الصدق الداخلي

للتحقق من صدق الاستبانة قام الباحث بحساب

(*) المحكمون هم: أ.د. سعيد بن علي بن ثابت الأستاذ بقسم الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، وأ.د. عثمان بن محمد العربي الأستاذ بقسم الإعلام بجامعة الملك سعود، ود. علي بن شويل القرني الأستاذ المشارك بقسم الإعلام بجامعة الملك سعود، ود. عبدالله بن محمد آل تويم الأستاذ المشارك بقسم الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ود. فهد بن عبدالله الطياش الأستاذ المشارك بقسم الإعلام بجامعة الملك سعود، ود. حمزة بن أحمد بيت المال الأستاذ المشارك بقسم الإعلام بجامعة الملك سعود، د. مساعد بن عبدالله الحيا الأستاذ المشارك بقسم الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.

توضح الجداول الآتية السمات الديموغرافية لأفراد العينة التي بلغت أربعة متغيرات هي: الحالة الاجتماعية، السن، المؤهل العلمي، وطبيعة نشاط قطاع الأعمال.

١- الحالة الاجتماعية

جدول رقم (٢). توزيع أفراد العينة وفقاً للحالة الاجتماعية.

الحالة الاجتماعية	التكرار	النسبة
متزوج	١٢٢	٧٤,٤
غير متزوج	٤٢	٢٥,٦
الإجمالي	١٦٤	١٠٠٪

يوضح الجدول رقم (٢) أن (٧٤,٤٪) من الباحثين متزوجين، مقابل (٢٥,٦٪) غير متزوجين.

٢- السن

جدول رقم (٣) توزيع أفراد العينة وفقاً للسن

السن	التكرار	النسبة
من ٣١ إلى ٤٠ سنة	٤٥	٢٧,٤
من ٤١ إلى ٥٠ سنة	٤٤	٢٦,٨
أقل من ٣٠ سنة	٣٨	٢٣,٢
من ٥١ إلى ٦٠ سنة	٢٢	١٣,٤
أكثر من ٦٠ سنة	١٥	٩,١
الإجمالي	١٦٤	١٠٠٪

صدق الاتساق الداخلي (معاملات ارتباط بنود المتغيرات الأساسية وهي دوافع قراءة الصفحات الاقتصادية، والإشباع المتحققة من قراءة الصفحات الاقتصادية، ومتابعة الموضوعات الاقتصادية) بالدرجة الكلية لتلك المتغيرات وقد أظهرت النتائج أن جميع معاملات الارتباط كانت مرتفعة جميعها عند مستوى دلالة (٠,٠١).

الثبات

للتأكد من ثبات استبانة دراسة رجال الأعمال استخدام الباحث معامل (ألفا كرومباخ) ويبين الجدول التالي تتمتع الاستبانة بدرجة عالية من الثبات.

نتائج الدراسة

أولاً: السمات الديموغرافية لأفراد عينة

الدراسة

جدول رقم (١). يبين معاملات ثبات ألفا كرونباخ لمتغيرات الدراسة

المتغير	عدد معامل ثبات المتغيرات	ألفا كرونباخ
دوافع قراءة الصفحات الاقتصادية	١٥	٠,٨٩
الإشباع المتحققة من قراءة الصفحات الاقتصادية	١٥	٠,٩١
متابعة الموضوعات الصحفية الاقتصادية	٢٩	٠,٩٣

في قطاع البنوك والأسهم بنسبة واحدة (١٢,٨٪) يليهم

٤- طبيعة نشاط قطاع الأعمال

الجدول رقم (٥). توزيع أفراد العينة وفقاً لطبيعة النشاط التجاري.

قطاع الأعمال	التكرار	النسبة
تجارة	٥٩	٣٦,٠
صناعة	٢٤	١٤,٦
عقار	٢١	١٢,٨
البنوك والأسهم	٢١	١٢,٨
مقاولات	١٨	١١,٠
سياحة	١٠	٦,١
أخرى	١١	٦,٧
الإجمالي	١٦٤	٪١٠٠

فئة العاملين في قطاع المقاولات بنسبة (١١٪)، أما العاملين في قطاع السياحة فبلغت نسبتهم (٦,١٪) وجاءت نسبة الفئات الأخرى وهم فئة العاملين في قطاع الصحة والنقل والزراعة بنسبة (٦,٧٪) من إجمالي المبحوثين.

ثانياً: مصادر حصول عينة الدراسة على المعلومات الاقتصادية

١- مدى قراءة رجال الأعمال للصحف

السعودية

يشير الجدول رقم (٦) إلى أن الصحف السعودية تحظى بمتابعة عالية لدى أفراد العينة من رجال

يبين الجدول رقم (٣) تقارب نسبة أفراد العينة من المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم بين ٣١ و ٤٠ وبين ٤١ و ٥٠ بواقع (٢٧,٤٪) للفئة الأولى و(٢٦,٨٪) للثانية في حين بلغت نسبة أفراد العينة ممن تقل أعمارهم عن ٣٠ سنة (٣٢,٢٪)، وبلغت نسبة الذين تتراوح أعمارهم بين ٥١ و ٦٠ (١٣,٤٪)، أما الفئات العمرية الأكثر من ٦٠ سنة فلا تزيد نسبتهم على (٩,١٪) من إجمالي المبحوثين.

٣- المؤهل العلمي

الجدول رقم (٤). توزيع أفراد العينة وفقاً للمؤهل العلمي .

المؤهل العلمي	التكرار	النسبة
جامعي	٨٣	٥٠,٦
ثانوي فأقل	٥٧	٣٤,٨
فوق الجامعي	٢٤	١٤,٦
الإجمالي	١٦٤	٪١٠٠

يشير الجدول رقم (٤) إلى أن (٥٠,٦٪) من المبحوثين يحملون شهادة البكالوريوس، في حين بلغت نسبة الذين لم يحصلوا على التعليم الجامعي (٣٤,٨٪) من إجمالي المبحوثين، أما الحاصلين على تعليم عال فوق الجامعي من عينة الدراسة فبلغت نسبتهم (١٤,٦٪).

يبين الجدول رقم (٥) أن فئة التجار يمثلون أكبر فئات العينة بنسبة (٣٦٪)، يليهم في المرتبة الثانية فئة الصناعيين بنسبة (١٤,٦٪) ثم فئة العقارين والعاملين

تابع الجدول رقم (٧).

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الصحيفة
١,٠٥	٢,٢٦	عكاظ
٠,٩٤	١,٩٠	اليوم
٠,٨٥	١,٦٢	المدينة
٠,٨٦	١,٥٢	البلاد
٠,٥٤	١,٢٦	الندوة

استهدفت الدراسة تعرّف الصحف السعودية المفضلة لدى رجال الأعمال في الحصول على معلوماتهم الاقتصادية ، ويظهر الجدول رقم (٧) أن جريدة الرياض كانت الأولى من حيث القراءة لدى أفراد العينة من رجال الأعمال للحصول على المعلومات الاقتصادية وذلك بمتوسط حسابي قدره (٣,٣٨) من المقياس الرباعي الذي يتراوح بين دائماً إلى لا أقرأها) وانحراف معياري قدره (٠,٨٩)، ويعود ذلك من ، وجهة نظر الباحث ، إلى عاملين ؛ الأول: الاهتمام الذي تبديه جريدة الرياض للاقتصاد وارتفاع عدد صفحاتها الاقتصادية ثم إصدار ملحق يومي يعنى بالشؤون الاقتصادية ، أما العامل الثاني فهو : أن الدراسة مطبقة على رجال الأعمال في مدينة الرياض وطبيعي أن تكون الجريدة هي الأولى في عدد القراء لأنها تصدر في المدينة التي ينتمي إليها رجال الأعمال ، وتأتي جريدة الجزيرة في المرتبة الثانية إذ بلغ المتوسط الحسابي لمدي متابعة أفراد العينة لها (٢,٩٩) وانحراف معياري قدره (١,٠٤) ، وتأتي جريدة الوطن في المرتبة

الجدول رقم (٦). مدى قراءة الصحف السعودية لدى أفراد العينة.

درجة المداومة	التكرار	النسبة
دائماً	٩٤	٥٧,٣
غالباً	٥١	٣١,١
نادراً	١٦	٩,٨
لا أقرأها	٣	١,٨
الإجمالي	١٦٤	٪١٠٠
المتوسط الحسابي	٣,٤٤	
الانحراف المعياري	٠,٧٤	

الأعمال إذ بلغت نسبة من يقرؤها بصفة دائمة (٥٧,٣٪) ، ونسبة من يقرؤها غالباً (٣١,١٪) في حين بلغت نسبة من يقرؤها بشكل نادر (٩,٨٪) أما الذين لا يقرؤها نهائياً فلم تتجاوز نسبتهم (١,٨٪) من أفراد العينة.

٢- الصحف السعودية المفضلة لدى رجال الأعمال في الحصول على المعلومات الاقتصادية

الجدول رقم (٧). الصحف السعودية المفضلة لدى رجال الأعمال في الحصول على المعلومات الاقتصادية.

الصحيفة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الرياض	٣,٣٨	٠,٨٩
الجزيرة	٢,٩٩	١,٠٤
الوطن	٢,٥٩	١,٠٨

الجدول رقم (٨). العلاقة بين مستوى متابعة الصحف السعودية ومدى الحرص على قراءة الصفحات الاقتصادية.

الصحيفة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
الرياض	**٠,٥٣٦٩	٠,٠١
الجزيرة	**٠,٤٦٢٦	٠,٠١
الوطن	**٠,٢٠٦٩	٠,٠١
عكاظ	*٠,١٧٣٥	٠,٠٥
المدينة	٠,١٠٤٨	غير دالة
اليوم	٠,٠٤٩٨	غير دالة
الندوة	- ٠,٠٢٨٥	غير دالة
البلاد	- ٠,٠٤٢٩	غير دالة

❖ دالة عند مستوى ٠,٠١

❖ دالة عند مستوى ٠,٠٥

عملت الدراسة على تعرّف أهم المصادر التي يعتمد عليها رجال الأعمال في الحصول على المعلومات حول مختلف القضايا والموضوعات الاقتصادية، وبين الجدول رقم (٩) أن أفراد العينة يعتمدون، بالدرجة الأولى على القنوات الفضائية في الحصول على معلوماتهم الاقتصادية المختلفة، وجاءت الصحف في المرتبة الثانية؛ وهذا يؤكد أن الصحف لا تزال مصدراً مهماً لرجال الأعمال في الحصول على المعلومات الاقتصادية، في حين جاءت شبكة الإنترنت في المرتبة الثالثة، ثم المناقشات وتبادل الرأي مع الآخرين في المرتبة الرابعة، واحتلت المحطات الإذاعية المرتبة الأخيرة.

الثالثة إذ بلغ المتوسط الحسابي لمدى متابعة القراء لها (٢,٥٩) وبانحراف معياري قدره (١,٠٨)، ثم جريدة عكاظ في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي بلغ (٢,٢٦) وبانحراف معياري قدره (١,٠٥) وجاءت صحيفة اليوم في المرتبة الخامسة وذلك بمتوسط حسابي قدره (١,٩٠) وبانحراف معياري قدره (٠,٩٤)، واحتلت صحيفة المدينة المرتبة السادسة بمتوسط حسابي قدره (١,٦٢) وبانحراف معياري (٠,٨٥)، تليها صحيفة البلاد في المرتبة السابعة بمتوسط حسابي بلغ (١,٥٢) وبانحراف معياري قدره (٠,٨٦)، واحتلت صحيفة الندوة المرتبة الأخيرة في مدى متابعة رجال الأعمال لها، حيث لا يزيد المتوسط الحسابي لمدى قراءتها عن (١,٢٦) وبانحراف معياري قدره (٠,٥٤).

ويكشف معامل الارتباط بيرسون كما يبين الجدول رقم (٨) أن العلاقة بين مدى الحرص على قراءة الصفحات الاقتصادية في الصحف السعودية وقراءة كل من صحف (الرياض والجزيرة والوطن وعكاظ) كانت علاقة إيجابية (طردية)؛ أي كلما زاد الحرص على متابعة الصفحات الاقتصادية زاد مستوى قراءة تلك الصحف، وكانت تلك العلاقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى أقل من (٠,٠٥) وكان ترتيب هذه العلاقات من حيث القوة على النحو التالي: الرياض وبلغ معامل الارتباط (٠,٥٣٦٩)❖❖، ثم الجزيرة (٠,٤٦٢٦)❖❖، فالوطن (٠,٢٠٦٩)❖❖ ثم عكاظ (٠,١٧٣٥)❖.

٤- مدى قراءة الصفحات الاقتصادية:

الجدول رقم (١٠). قراءة أفراد عينة الدراسة للصفحات الاقتصادية المنشورة في الصحف السعودية.

النسبة	التكرار	درجة قراءة الصفحات الاقتصادية
٤٣,٣	٧١	دائماً
٣٧,٨	٦٢	غالباً
١٧,٧	٢٩	نادراً
١,٢	٢	لا أقرأها
٪١٠٠	١٦٤	الإجمالي
	٣,٢٣	المتوسط الحسابي
	٠,٧٨	الانحراف المعياري

وتعرّف على مدى وجود فروق بين أفراد العينة من رجال الأعمال في مدى الحرص على قراءة الصفحات الاقتصادية المنشورة في الصحف السعودية وفقاً للمؤهل العلمي يشير الجدول رقم (١١) ووفقاً لاختبار مربع كاي عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين رجال الأعمال وفقاً للمؤهل العلمي عند مستوى أقل من (٠,٠٥) بين أفراد العينة في قراءة الصفحات الاقتصادية، وهذا يدل على أن المتغيرين غير مستقلين، بمعنى أنه كلما ارتفع المؤهل العلمي لرجال الأعمال زاد حرصهم على قراءة الصفحات الاقتصادية.

ولم تشر نتائج الدراسة إلى وجود فروق دالة إحصائية بين أفراد العينة فيما يتعلق بطبيعة نشاط رجال الأعمال ومدى الحرص على قراءة الصفحات الاقتصادية المنشورة في الصحف السعودية.

٣- مصادر حصول رجال الأعمال على

المعلومات الاقتصادية

الجدول رقم (٩). ترتيب* المصادر التي يعتمد عليها الجمهور في الحصول على المعلومات المحلية.

مصادر الحصول على المعلومات الاقتصادية	الترتيب
القنوات التلفزيونية الفضائية	الأول
الصحف	الثاني
الإنترنت	الثالث
المناقشات وتبادل الآراء مع الآخرين.	الرابع
المحطات الإذاعية	الخامس

عملت الدراسة تعرّف إلى مدى قراءة أفراد العينة من رجال الأعمال للصفحات الاقتصادية المنشورة في الصحف السعودية ويشير الجدول رقم (١٠) إلى ارتفاع نسبة قراءة الصفحات الاقتصادية لدى رجال الأعمال حيث بلغت نسبة من يقرؤها دائماً (٤٣,٣٪)، ونسبة من يقرؤها غالباً (٣٧,٨٪) في حين بلغت نسبة من يقرؤها بشكل نادر (١٧,٧٪) أما الذين لا يقرؤها فبلغت نسبتهم (١,٢٪) من أفراد العينة.

(❖) تم احتساب الترتيب من خلال التعويض بالنقاط، عن طريق إعطاء قيمة لكل مصدر؛ فالمصدر الذي أعطاه أفراد العينة المرتبة الأولى في درجة الأهمية تم تعويضه بخمس نقاط تلاه المصدر الذي احتل المرتبة الثانية عوض بأربع نقاط وهكذا، وبعد ذلك تم تجميع النقاط الممنوحة لكل مصدر من قبل جميع مفردات عينة الدراسة لاستخراج الترتيب النهائي.

الجدول رقم (١٢). المواد الصحفية المفضلة لدى رجال الأعمال في الحصول على المعلومات الاقتصادية.

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المواد الصحفية
٠,٧٦	٣,٥٤	الأخبار الاقتصادية
١,٠٠	٢,٨٥	المقالات الاقتصادية
٠,٩٢	٢,٨٠	التقارير الاقتصادية
٠,٩٧	٢,٦٨	التحقيقات الاقتصادية
٠,٩٩	٢,٦٨	الحوارات الاقتصادية

الاقتصادية وذلك بمتوسط حسابي (٣,٥٤) المقياس الرباعي الذي يتراوح بين (دائماً إلى لا أقرؤها) وبانحراف معياري قدره (٠,٧٦) وجاءت المقالات الاقتصادية في المرتبة الثانية إذ بلغ المتوسط الحسابي لمدى قراءتها (٢,٨٥) وبانحراف معياري قدره (١,٠) وأتت التقارير الاقتصادية في المرتبة الثالثة إذ بلغ المتوسط الحسابي لمدى قراءة أفراد العينة لها (٢,٨٠) وبانحراف معياري قدره (٠,٩٢)، أما التحقيقات والحوارات الاقتصادية فجاءت في مرتبة واحدة من حيث قراءة أفراد العينة من رجال الأعمال لها بمتوسط حسابي (٢,٦٨) وبانحراف معياري قدره (٠,٩٧) للأولى و(٠,٩٩) للثانية.

استهدفت الدراسة تعرّف رؤية الباحثين حول مدى اهتمام الصفحات الاقتصادية في الصحف السعودية بالقضايا والموضوعات الاقتصادية، ويشير الجدول رقم

الجدول رقم (١١). الفرق بين رجال الأعمال في مدى الحرص على قراءة الصفحات الاقتصادية وفقاً للمؤهل العلمي.

المؤهل العلمي	الحرص على القراءة	الفرق بين رجال الأعمال في مدى الحرص على قراءة الصفحات الاقتصادية وفقاً للمؤهل العلمي.		
		ثانوي فأقل	جامعي	فوق الجامعي
لا	عدد	١	١	٢
يقراها	نسبة	١,٨	٤,٢	١,٢
نادراً	عدد	١٦	١٢	٢٩
نسبة	نسبة	٢٨,١	١٤,٥	١٧,٧
غالباً	عدد	٢١	٣٥	٦٢
نسبة	نسبة	٣٦,٨	٤٢,٢	٣٧,٨
دائماً	عدد	١٩	٣٦	٧١
نسبة	نسبة	٣٣,٣	٤٣,٤	٤٣,٣
المجموع	عدد	٥٧	٨٣	١٦٤
قيمة مربع	نسبة	٣٤,٨	٥٠,٦	١٠٠,٠
(٢كا)		١٥,١٠٩		
مستوى الدلالة		٠,٠١٩		

٥- المواد الصحفية الاقتصادية المفضلة لدى رجال الأعمال في الحصول على المعلومات الاقتصادية:

يظهر الجدول رقم (١٢) أن أكثر المواد الصحفية الاقتصادية قراءة لدى رجال الأعمال هي الأخبار

جدول رقم (١٤). رؤية رجال الأعمال لمستوى تحرير الصفحات الاقتصادية في الصحف السعودية .

النسبة	التكرار	مستوى التحرير
٤١.٥	٦٨	جيد
٣٧.٨	٦٢	ممتاز
١٧.١	٢٨	مقبول
٣.٧	٦	ضعيف
٪١٠٠	١٦٤	الإجمالي
	٣.١٣	المتوسط الحسابي
	٠.٨٣	الانحراف المعياري

٧- رؤية رجال الأعمال لمستوى تحرير الصفحات الاقتصادية في الصحف السعودية:

عملت الدراسة إلى تعرّف وجهة نظر الباحثين من رجال الأعمال حول مستوى تحرير الصفحات الاقتصادية في الصحف السعودية ويبين الجدول رقم (١٤) إلى أن الباحثين ينظرون بإيجابية إلى تحرير الصفحات الاقتصادية ، إذ بلغ المتوسط الحسابي لأراء الباحثين حول تحرير الصفحات الاقتصادية (٣،١٣) من المقياس الرباعي الذي يتراوح بين (ممتاز وضعيف) وبانحراف معياري قدره (٠.٨٣).

٨- ارتباط الموضوعات الاقتصادية بالقضايا التي تهم رجال الأعمال:

استهدفت الدراسة تعرّف رأي الباحثين من رجال الأعمال حول مدى ارتباط الموضوعات الاقتصادية المنشورة في الصحف بالقضايا التي تهم

٦- رؤية رجال الأعمال لاهتمام الصفحات الاقتصادية في الصحف السعودية بالقضايا والموضوعات الاقتصادية:

جدول رقم (١٣). رؤية رجال الأعمال لاهتمام الصفحات الاقتصادية بالقضايا والموضوعات الاقتصادية.

الاهتمام بالقضايا الاقتصادية	التكرار	النسبة
مهمة إلى حد ما	٧٢	٤٣.٩
مهمة جداً	٤٨	٢٩.٣
مهمة	٣٩	٢٣.٨
غير مهمة	٥	٣.٠
الإجمالي	١٦٤	٪١٠٠
المتوسط الحسابي	٢.٩٩	
الانحراف المعياري	٠.٨١	

يشير جدول رقم (١٣) إلى أن الباحثين يرون أن الصفحات الاقتصادية مهمة بشكل متوسط بالقضايا والموضوعات الاقتصادية ، حيث بلغ متوسط آراء الباحثين حول مدى اهتمام الصفحات الاقتصادية بالقضايا والموضوعات الاقتصادية (٢.٩٩) من المقياس الرباعي الذي يتراوح بين (مهمة جداً وغير مهمة) وبانحراف معياري قدره (٠.٨١).

الجدول رقم (١٦). دوافع قراءة الصفحات الاقتصادية.	
الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي
٠,٨٨	٣,٢٨
٠,٩٨	٣,١٢
٠,٩٧	٣,١٠
٠,٩٧	٣,٠٧
١,٠٥	٣,٠٣
١,٠٢	٢,٨٧
١,٠١	٢,٨٦
١,١٠	٢,٨٠
١,٠١	٢,٧٩
١,٠٧	٢,٧٦

رجال الأعمال ، ويكشف الجدول رقم (١٥) أن ارتباط الموضوعات باهتمامات رجال الأعمال لم يكن قوياً ؛ حيث بلغ المتوسط الحسابي لآراء المبحوثين (٢,٧٩) من المقياس الرباعي الذي يتراوح بين (مرتبطة جداً وغير مرتبطة على الإطلاق) وبانحراف معياري قدره (٠,٨٣).

الجدول رقم (١٥). مدى ارتباط الموضوعات الاقتصادية المنشورة في الصحف بالقضايا التي تهم رجال الأعمال.

مدى الارتباط	التكرار	النسبة
مرتبطة إلى حد ما	٦٩	٤٢,١
مرتبطة	٥٣	٣٢,٣
مرتبطة جداً	٣٤	٢٠,٧
غير مرتبطة على الإطلاق	٨	٤,٩
الإجمالي	١٦٤	٪١٠٠
المتوسط الحسابي	٢,٧٩	
الانحراف المعياري	٠,٨٣	

٩- دوافع قراءة رجال الأعمال للصفحات

الاقتصادية

استهدفت الدراسة تعرف الدوافع التي تدفع رجال الأعمال لقراءة الصفحات الاقتصادية المنشورة في الصحف السعودية ، وأظهرت النتائج كما يبين الجدول رقم (١٦) أن "البحث عن المعلومات

و(٣،١٠) و(٣،٠٧) و(٣،٠٣) لكل دافع على التوالي وهذه النظرة الإيجابية للدوافع السابقة تؤكد أن إقبال رجال الأعمال واهتمامهم على قراءة الصفحات الاقتصادية في الصحف السعودية منصب على تلك الصفحات التي تقدم لهم المعلومات الدقيقة والشاملة حول مختلف القضايا والمشكلات وتناقش همومهم ومشكلاتهم الاقتصادية.

وجاءت نظرة رجال الأعمال لسته من الدوافع بصورة إيجابية وهي دافع "قراءة الصفحات الاقتصادية لتوسيع المدارك"، ودافع "قراءة الصفحات الاقتصادية لمناقشة ما تطرحه من موضوعات اقتصادية مع الآخرين"، ودافع "قراءة الصفحات الاقتصادية للمساعدة في اتخاذ القرار"، ودافع "قراءة الصفحات الاقتصادية للمساعدة على توقع مسارات الأحداث الاقتصادية في المستقبل"، ودافع "قراءة الصفحات الاقتصادية للمساعدة على تكوين الرأي الصائب"، ودافع "قراءة الصفحات الاقتصادية للاسترشاد بما فيها من آراء" بمتوسط حسابي قدره (٢،٨٧)، و(٢،٨٦)، و(٢،٨٠)، و(٢،٧٩)، و(٢،٧١) لكل دافع على التوالي، في حين جاء اثنان من الدوافع وهما دافع "قراءة الصفحات الاقتصادية لأنها تعبر عن المواقف تجاه القضايا الاقتصادية المطروحة" ودافع "قراءة الصفحات الاقتصادية للتعود على قراءتها" إيجابية إلى حد ما وذلك بمتوسط حسابي قدره (٢،١٠)، و(٢،٠٤) لكل دافع على التوالي، أما قراءة

تابع الجدول رقم (١٦).

الدوافع	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
أقرأ الصفحات الاقتصادية لأسترشد بما فيها من آراء	٢،٧١	١،٠٧
أقرأ الصفحات الاقتصادية لأنها تعبر عن موقفي تجاه القضايا الاقتصادية المطروحة	٢،١٠	١،٠٥
أقرأ الصفحات الاقتصادية لتعودي على قراءتها	٢،٠٤	١،٠٥
أقرأ الصفحات الاقتصادية لتزيد ثقفتي في نفسي	١،٩٨	١،٠٩
أقرأ الصفحات الاقتصادية لتمضية وقت الفراغ	١،٧٠	٠،٩٩

الاقتصادية الجديدة وخلفياتها السابقة" كان أكثر الدوافع إيجابية من بين الدوافع التي تدفع رجال الأعمال لقراءة الصفحات الاقتصادية المنشورة في الصحف السعودية وذلك بمتوسط حسابي قدره (٣،٢٨) من المقياس الرباعي الذي يتراوح بين (موافق بشدة إلى غير موافق)، وجاءت أربعة من الدوافع بمرتبة تالية وهي: "البحث عن المعلومات الاقتصادية الجديدة وخلفياتها السابقة" و"التفاعل مع القضايا والمشكلات الاقتصادية" و"التعرف على المشكلات الاقتصادية التي تواجه المجتمع" و"الاستفادة من شرح الصفحات الاقتصادية وتحليلها للموضوعات والقضايا الاقتصادية" و"الحصول على الحقائق المدعمة بالأرقام والإحصائيات" وذلك بمتوسط حسابي قدره و(٣،١٢)

الصفحات الاقتصادية لزيادة الثقة بالنفس ولتمضية وقت الفراغ فكما يبين الجدول السابق لم تكن دوافع قوية تدفع رجال الأعمال لقراءة الصفحات الاقتصادية المنشورة في الصحف السعودية، إذ بلغ المتوسط الحسابي لدافع الثقة بالنفس (١,٩٨) وبانحراف معياري (١,٠٩)، ولدافع تمضية وقت الفراغ (١,٧٠) بانحراف معياري قدره (٠,٩٩).

ويكشف اختبار معامل التحليل العاملي كما يبين الجدول رقم (١٧) أن الدوافع التي تدفع رجال الأعمال لاستخدام الصفحات الاقتصادية انقسمت إلى

ثلاثة عوامل أساسية هي:

العامل الأول: ويحتوي على عشر عبارات وهو ما يمكن أن نطلق عليه "العامل النفعي التوجيهي".

العامل الثاني: ويحتوي على ثلاث عبارات وهو ما يمكن أن نطلق عليه "العامل الشخصي" (التعبير عن الذات).

العامل الثالث: ويحتوي على عبارتين وهو ما يمكن أن نطلق عليه "العامل الطقوسي" (العادة).

الجدول رقم (١٧). التحليل العاملي لبنود لدوافع قراءة الصفحات الاقتصادية.

التشبعات على العوامل بعد التدوير	قيم الشبوع	الدوافع	قيم الشبوع		
			١	٢	٣
	٠,٧٧٨	٠,٦٦١	أقرأ الصفحات الاقتصادية لتساعدني على تكوين الرأي الصائب		
	٠,٧٤٢	٠,٦٦٨	أقرأ الصفحات الاقتصادية لمناقشة ما طرحه من موضوعات اقتصادية مع الآخرين		
	٠,٧٣٣	٠,٥٧٥	أقرأ الصفحات الاقتصادية لتساعدني في اتخاذ القرار		
	٠,٧٢٥	٠,٥٨٦	أقرأ الصفحات الاقتصادية لاسترشد بما فيها من آراء		
	٠,٦٧٦	٠,٤٦٣	أقرأ الصفحات الاقتصادية للبحث عن المعلومات الاقتصادية الجديدة		
	٠,٦٦٣	٠,٥٢١	أقرأ الصفحات الاقتصادية لأنها تساعدني على توقع مسارات الأحداث الاقتصادية في المستقبل		
	٠,٦٥٠	٠,٤٤٥	أقرأ الصفحات الاقتصادية للحصول على الحقائق المدعمة بالأرقام والإحصائيات		
	٠,٣٥٣	٠,٦٤٦	٠,٥٥٥	أقرأ الصفحات الاقتصادية للاستفادة من شرحها وتحليلها للموضوعات والقضايا الاقتصادية	
	٠,٥٩٤	٠,٤٣٤	أقرأ الصفحات الاقتصادية لتوسيع مداركي		

تابع الجدول رقم (١٧).

التشبعات على العوامل بعد التدوير	قيم الشبوع	الدوافع			
			١	٢	٣
	٠,٤٤١	أقرأ الصفحات الاقتصادية للتفاعل مع القضايا والمشكلات الاقتصادية	٠,٥٩٤		
	٠,٧٠٦	أقرأ الصفحات الاقتصادية لتزيد ثقتي في نفسي	٠,٨٠١		
	٠,٦٤٣	أقرأ الصفحات الاقتصادية لأنها تعبر عن موقفي تجاه القضايا الاقتصادية المطروحة	٠,٧٥٥		
	٠,٥٣٠	أقرأ الصفحات الاقتصادية للتعرف على المشكلات الاقتصادية التي تواجه المجتمع	٠,٣٧٠	٠,٥٧٥	
	٠,٧٩٣	أقرأ الصفحات الاقتصادية لتمضية وقت الفراغ			٠,٨٨٩
	٠,٦٢٥	أقرأ الصفحات الاقتصادية لتعودي على قراءتها		٠,٤٩٦	٠,٦٠٧
		الجذر الكامن	٤,٩٠٥	٢,٣٢٥	١,٤١٦
		نسبة التباين	٣٢,٧٠٣	١٥,٥٠٢	٩,٤٤٣
		مجموع نسب التباين المفسرة (الصدق العاملي)	٥٧,٦٤٨		

(٠,٢٤٥٦) ❖❖، ثم أخيراً التقارير (٠,١٩٧٤) ❖.

جدول رقم (١٨). العلاقة بين مدى الحرص على قراءة المواد الصحفية الاقتصادية ودوافع قراءة تلك الصفحات.

المواد الصحفية	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
الحوارات الاقتصادية	❖❖ ٠,٣٠٢٥	٠,٠١
التحقيقات الاقتصادية	❖❖ ٠,٢٨٦٤	٠,٠١
الأخبار الاقتصادية	❖❖ ٠,٢٨٢٩	٠,٠١
المقالات الاقتصادية	❖❖ ٠,٢٤٥٦	٠,٠١
التقارير الاقتصادية	❖ ٠,١٩٧٤	٠,٠٥

❖❖ دالة عند مستوى ٠,٠١.

❖ دالة عند مستوى ٠,٠٥.

يكشف معامل الارتباط بيرسون كما يبين الجدول رقم (١٨) أن العلاقة بين قراءة المواد الاقتصادية المنشورة في الصحف السعودية ودوافع قراءة الصفحات الاقتصادية كانت علاقة إيجابية (طردية)؛ أي كلما زادت دوافع قراءة الصفحات الاقتصادية زاد مستوى قراءة المواد الصحفية الاقتصادية، وكانت تلك العلاقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى أقل من (٠,٠٥) وكان ترتيب هذه العلاقات من حيث القوة على النحو التالي: الحوارات الاقتصادية وبلغ معامل الارتباط (٠,٣٠٢٥) ❖❖، ثم التحقيقات (٠,٢٨٦٤) ❖❖، فالأخبار (٠,٢٨٢٩) ❖❖ ثم المقالات

ولم تشر نتائج الدراسة إلى وجود فروق دالة إحصائياً بين أفراد العينة فيما يتعلق بدوافع قراءة الصفحات الاقتصادية المنشورة في الصحف السعودية والمؤهل العلمي وطبيعة نشاط رجال الأعمال.

١٠ - الإشباعات التي تحققها الصفحات الاقتصادية لرجال الأعمال:

الجدول رقم (١٩). مدى تلبية الصفحات الاقتصادية لدوافع رجال الأعمال.

الإشباعات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الصفحات الاقتصادية أسهمت في تعرفي على المشكلات الاقتصادية التي تواجه المجتمع	٢,٧٩	٠,٩٨
الصفحات الاقتصادية قدمت لي معلومات جديدة مدعمة بالخلفيات	٢,٧٧	٠,٩٠
الصفحات الاقتصادية مكنتني من الحصول على الحقائق المدعمة بالأرقام والإحصائيات	٢,٧٥	١,٠٤
الصفحات الاقتصادية مكنتني من التفاعل مع القضايا والمشكلات الاقتصادية	٢,٧٣	١,٠٠
الصفحات الاقتصادية شرحت وحللت الموضوعات والقضايا الاقتصادية	٢,٦٧	٠,٩٥
الصفحات الاقتصادية مكنتني من مناقشة موضوعاتها مع الآخرين	٢,٦٥	٠,٩٥
الصفحات الاقتصادية أسهمت في توسيع مداركي	٢,٥٤	٠,٩٧
الصفحات الاقتصادية ساعدتني على تكوين الرأي الصائب	٢,٤١	١,٠٥
الصفحات الاقتصادية أسهمت في توقع مسارات الأحداث الاقتصادية في المستقبل	٢,٣٥	١,٠٠
الصفحات الاقتصادية قدمت لي النصح والإرشاد	٢,٣٣	١,٠٦
الصفحات الاقتصادية ساعدتني في اتخاذ القرارات	٢,٣٠	١,٠٦
الصفحات الاقتصادية أسهمت في تعودي على قراءتها	٢,١٢	١,٠٨
الصفحات الاقتصادية عبرت عن موقفي تجاه القضايا الاقتصادية المطروحة	٢,٠٧	١,٠٢
الصفحات الاقتصادية أسهمت في زيادة ثقتي في نفسي	١,٨٤	١,٠٤
الصفحات الاقتصادية أسهمت في تمضية وقت فراغي	١,٧٦	١,٠٦

الموضوعات الاقتصادية مع الآخرين"، وإشباع "الإسهام في توسيع المدارك"، وإشباع "المساعدة على تكوين الرأي الصائب"، وإشباع الإسهام في توقع مسارات الأحداث الاقتصادية في المستقبل "وإشباع "تقديم النصح والإرشاد"، وإشباع "المساعدة في اتخاذ القرارات" وإشباع "الإسهام في التعود على قراءة الصفحات الاقتصادية"، وإشباع "التعبير عن المواقف تجاه القضايا الاقتصادية المطروحة" حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه الدوافع (٢,٦٧)، و(٢,٦٥)، و(٢,٥٤)، و(٢,٤١)، و(٢,٣٥)، و(٢,٣٣)، و(٢,٣٠)، و(٢,١٢)، و(٢,٠٧) لهذه الإشباعات على التوالي، كما يبين الجدول السابق أيضاً أن إشباع "زيادة الثقة بالنفس"، و"تمضية وقت الفراغ" لم تلب دوافع رجال الأعمال من قراءة الصفحات الاقتصادية حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذين الإشباعين من (١,٨ - ١,٧).

استهدفت الدراسة تعرف مدى تلبية الصفحات الاقتصادية المنشورة في الصحف السعودية لدوافع رجال الأعمال المختلفة من قراءة الصفحات الاقتصادية، وبيّن الجدول رقم (١٩) عن وجود أربعة إشباعات تحققت لرجال الأعمال من خلال قراءة ومتابعة الصفحات الاقتصادية وهي: إشباع "تعرف المشكلات التي تواجه المجتمع"، وإشباع "تقديم المعلومات الجديدة المدعمة بالخلفيات"، وإشباع "التمكين من الحصول على الحقائق المدعمة بالأرقام والإحصائيات"، وإشباع "التمكين من التفاعل مع القضايا والمشكلات الاقتصادية" وذلك بمتوسط حسابي قدره (٢,٧٩)، و(٢,٧٧)، و(٢,٧٥)، و(٢,٧٣) لكل إشباع على التوالي من المقياس الرباعي الذي يتراوح بين (موافق بشدة إلى غير موافق)، يلي هذه الإشباعات في التحقق من قراءة الصفحات الاقتصادية، إشباع "شرح الموضوعات والقضايا الاقتصادية وتحليلها"، وإشباع التمكين من مناقشة

الجدول رقم (٢٠). التحليل العاملي لبنود محور الإشباعات المتحققة.

الإشباعات	قيم		
	١	٢	٣
الصفحات الاقتصادية مكنتني من الحصول على الحقائق المدعمة بالأرقام والإحصائيات	٠,٧٧٤		٠,٦٣٢
الصفحات الاقتصادية ساعدتني في اتخاذ القرارات	٠,٦٨٩	٠,٣٦٦	٠,٦٥٩
الصفحات الاقتصادية مكنتني من التفاعل مع قضايا ومشكلات الاقتصادية	٠,٦٨٧	٠,٣٧٥	٠,٦١٣
الصفحات الاقتصادية ساعدتني على تكوين الرأي الصائب	٠,٦٣٣	٠,٤٤٥	٠,٦٧٢

تابع الجدول رقم (٢٠) .

الإشباعات	قيم		
	التشبعات على العوامل بعد التدوير	١	٢
الصفحات الاقتصادية قدمت لي معلومات جديدة	٠,٦١٢	٠,٦٠٣	٠,٤٩٦
الصفحات الاقتصادية أسهمت في توقع مسارات الأحداث الاقتصادية في المستقبل	٠,٥٠٦	٠,٥٨٩	٠,٣٠٣
الصفحات الاقتصادية عبرت عن موقفني تجاه القضايا المطروحة	٠,٥٧٨	٠,٥٣٨	٠,٥٣٧
الصفحات الاقتصادية مكنتني من مناقشة موضوعاتها مع الآخرين	٠,٦٤٧	٠,٧٦٢	٠,٧٣٥
الصفحات الاقتصادية أسهمت في توسيع مداركي	٠,٦٠٦	٠,٤٠٠	٠,٦٤٤
الصفحات الاقتصادية أسهمت في تعرفي على المشكلات التي تواجه المجتمع	٠,٥٨٥	٠,٤٣٢	٠,٦٣١
الصفحات الاقتصادية شرحت وحللت الموضوعات والقضايا الاقتصادية	٠,٥٩٤	٠,٣٤٤	٠,٥٢٨
الصفحات الاقتصادية قدمت لي النصيح والإرشاد	٠,٥٦٦	٠,٤١٢	٠,٧٩٦
الصفحات الاقتصادية أسهمت في توعدي على قراءتها	٠,٦٧٩	٠,٧٠١	٠,٦٤٩
الصفحات الاقتصادية أسهمت في تمضية وقت فراغي	٠,٥٩٨	٠,٦٤٩	٢,٢٩٠
الصفحات الاقتصادية أسهمت في زيادة ثقفتي في نفسي	٠,٧١٨	٠,٥٣٤	١٥,٢٦٨
الجذر الكامن	٣,٨١٣	٣,١٦١	٢,٢٩٠
نسبة التباين	٢٥,٤٢٣	٢١,٠٧٣	١٥,٢٦٨
مجموع نسب التباين المفسرة (الصدق العاملي)	٦١,٧٦٤		

العامل الثالث: ويحتوي على ثلاث عبارات وهو ما يمكن أن نطلق عليه "العامل الطقوسي" (العادة).

ويكشف معامل الارتباط بيرسون كما يبين الجدول رقم (٢١) أن العلاقة بين قراءة المواد الاقتصادية المنشورة في الصحف السعودية والإشباعات المتحققة من قراءة الصفحات الاقتصادية كانت علاقة إيجابية (طردية)؛ أي كلما زادت الإشباعات المتحققة من قراءة الصفحات الاقتصادية زاد مستوى قراءة

ويكشف اختبار معامل التحليل العاملي كما يبين الجدول رقم (٢٠) أن الإشباعات المتحققة لرجال الأعمال من قراءة الصفحات الاقتصادية المنشورة في الصحف السعودية انقسمت إلى ثلاثة عوامل أساسية هي:

العامل الأول: ويحتوي على سبع عبارات وهو ما يمكن أن نطلق عليه "العامل النفعي التوجيهي".
العامل الثاني: ويحتوي على خمس عبارات وهو ما يمكن أن نطلق عليه "العامل الاجتماعي".

١١- المواضيع التي يهتم رجال الأعمال

بقراءتها:

الجدول رقم (٢٢). الموضوعات الصحفية الاقتصادية التي يحرص رجال الأعمال على قراءتها.

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الموضوعات
٠,٩٨	٣,٣٢	أسعار الأسهم
٠,٩٩	٣,٠٤	الدخل ومستوى المعيشة
١,٠٢	٣,٠٠	البترو
١,٠٦	٢,٩٧	ميزانية الدولة
١,٠٤	٢,٩٦	الإصلاح الاقتصادي
١,٠٩	٢,٩٢	البنوك
١,٠٤	٢,٩١	السعودة والتوظيف
١,٠٦	٢,٨٦	الغش والاحتيال التجاري
١,٠٧	٢,٨٤	التضخم
١,١٣	٢,٨١	حماية المستهلك
١,٠٦	٢,٨٠	الفقر
١,١٤	٢,٧٩	صناديق الاستثمار
١,١٠	٢,٧٩	البطالة
١,٠٦	٢,٧٧	الخصخصة
١,١٠	٢,٧٣	العلاقات الاقتصادية الدولية والعربية والخليجية
١,٠٩	٢,٧٠	أسعار العملات
١,٠٧	٢,٦٤	التستر
١,٠٧	٢,٦٢	الرسوم الجمركية
١,٠٥	٢,٦٢	التأمين
١,١٣	٢,٦٢	الأمن الغذائي
١,٠٨	٢,٥٤	التسيط والتمويل

المواد الصحفية الاقتصادية، وكانت تلك العلاقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى أقل من (٠,٠٥) وكان ترتيب هذه العلاقات من حيث القوة على النحو التالي: التحقيقات الاقتصادية وبلغ معامل الارتباط (٠,٢٥٩٠)، ثم الأخبار (٠,٢٠٩٩)، فالحوارات (٠,١٩٦٤) ثم التقارير (٠,١٦٧٩).

جدول رقم (٢١). العلاقة بين مدى الحرص على قراءة المواد الصحفية الاقتصادية والإشباع المتحققة من قرائتها.

المواد الصحفية	الإشباع المتحققة	
	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
التحقيقات الاقتصادية	٠,٢٥٩٠**	٠,٠١
الأخبار الاقتصادية	٠,٢٠٩٩**	٠,٠١
الحوارات الاقتصادية	٠,١٩٦٤*	٠,٠٥
التقارير الاقتصادية	٠,١٦٧٩*	٠,٠٥
❖❖ دالة عند مستوى ٠,٠١		
❖ دالة عند مستوى ٠,٠٥		

ولم تشر نتائج الدراسة إلى وجود فروق دالة إحصائية بين أفراد العينة فيما يتعلق بالإشباع المتحققة من قراءة الصفحات الاقتصادية المنشورة في الصحف السعودية والمؤهل العلمي وطبيعة نشاط رجال الأعمال.

تابع الجدول رقم (٢٢).

الموضوعات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
التسويق والمعارض التجارية	٢,٥١	١,٠٦
الصناعات البتروكيماوية	٢,٣٩	١,٠٥
خدمات النقل	٢,٣٨	١,٠٢
الذهب والمجوهرات	٢,٣٤	١,٠٩
الاحتكار	٢,٣٠	١,٠٥
الإنتاج الزراعي والحيواني	٢,٣٠	١,٠٦
الكهرباء	٢,٢٤	١,٠١
الغاز	٢,١٨	١,٠٠

الجدول رقم (٢٣) أن العلاقة بين حرص أفراد العينة من رجال الأعمال على قراءة الصفحات الاقتصادية المنشورة في الصحف السعودية وقراءة الموضوعات الاقتصادية فيها جاءت بمجملة إيجابية (طردية)؛ أي كلما زاد الحرص على متابعة الموضوعات الاقتصادية التالية: العلاقات الاقتصادية الدولية والعربية والخليجية، والبنوك، والبتترول، والخصخصة، والسعودة والتوظيف، والتضخم، والبطالة، والإصلاح الاقتصادي، وميزانية الدولة، والتقسيم والتمويل، والدخل ومستوى المعيشة، وصناديق الاستثمار، والتأمين، وأسعار الأسهم، والفقر، والاحتكار، وحماية المستهلك، والغش والاحتيال التجاري، زاد الحرص على قراءة الصفحات الاقتصادية، وكانت تلك العلاقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى أقل من (٠,٠٥).

الجدول رقم (٢٣). العلاقة بين مدى الحرص على متابعة الموضوعات في الصفحات الاقتصادية في الصحف السعودية ومدى الحرص على قراءة الصفحات الاقتصادية في تلك الصحف.

الموضوعات	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
العلاقات الاقتصادية الدولية والعربية والخليجية	٠,٣٨٧٧ ❖❖	٠,٠١
البنوك	٠,٣٦٢٤ ❖❖	٠,٠١
البتترول	٠,٣٦١٩ ❖❖	٠,٠١

عملت الدراسة على تعرّف الموضوعات الاقتصادية التي يحرص رجال الأعمال على متابعتها في الصفحات الاقتصادية المنشورة في الصحف السعودية ويكشف الجدول رقم (٢٢) أن ثلاثة من الموضوعات وهي "أسعار الأسهم"، و"الدخل ومستوى المعيشة"، و"البتترول" كانت أكثر الموضوعات متابعة من قبل رجال الأعمال وذلك بمتوسط حسابي قدره (٣,٣٣)، و(٣,٠٤)، و(٣,٠) لكل موضوع اقتصادي على التوالي من المقياس الرباعي الذي يتراوح بين (دائماً ولا أقرأها نهائياً)، وكانت أقل الموضوعات متابعة من قبل رجال الأعمال موضوع الصناعات البتروكيماوية وخدمات النقل والذهب والمجوهرات والاحتكار والإنتاج الزراعي والحيواني والكهرباء والغاز بمتوسط من (٢,٣٩ - ٢,١٨).

ويكشف معامل الارتباط (بيرسون) كما يبين

تابع الجدول رقم (٢٣).

السعودية اليومية والإشباع المتحققة من هذا الاستخدام، ويعرض الباحث خلاصة النتائج التي خلصت إليها الدراسة مع مناقشتها ومن أهمها:

أولاً: ارتفاع عدد قراء الصفحات الاقتصادية في الصحف السعودية:

كشفت نتائج الدراسة عن ارتفاع في عدد قراء الصفحات الاقتصادية المنشورة في الصحف السعودية وهذا يدل على وعي رجال الأعمال واستشعارهم لأهمية المعلومات ولاسيما الاقتصادية منها ودورها وانعكاساتها عليهم، ويؤكد ذلك ارتفاع درجة المداومة على قراءة الصحف بشكل عام (٥٧,٣٪) والعلاقة الإيجابية التي أظهرها الاختبار الإحصائي الذي أكد وجود علاقة بين الحرص على قراءة الصفحات الاقتصادية وقراءة الصحف بشكل عام بمعنى أنه كلما زاد الحرص على قراءة الصفحات الاقتصادية زاد الحرص على قراءة الصحف.

الموضوعات	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
الخصخصة	٠,٣٥٤٦ ❖❖	٠,٠١
السعودة والتوظيف	٠,٣٢٠٨ ❖❖	٠,٠١
التضخم	٠,٣١٠٦ ❖❖	٠,٠١
البطالة	٠,٣٠٠٨ ❖❖	٠,٠١
الإصلاح الاقتصادي	٠,٢٩٦٦ ❖❖	٠,٠١
ميزانية الدولة	٠,٢٩٠٨ ❖❖	٠,٠١
التقسيط والتمويل	٠,٢٨٧٨ ❖❖	٠,٠١
الدخل ومستوى المعيشة	٠,٢٨٢٩ ❖❖	٠,٠١
صناديق الاستثمار	٠,٢٦٨٧ ❖❖	٠,٠١
التأمين	٠,٢٦٥٧ ❖❖	٠,٠١
أسعار الأسهم	٠,٢٥٥٦ ❖❖	٠,٠١
الفقر	٠,٢٥٠٢ ❖❖	٠,٠١
الاحتكار	٠,٢٢٧١ ❖❖	٠,٠١
حماية المستهلك	٠,٢١٧٥ ❖❖	٠,٠١
الغش والاحتيال التجاري	٠,٢١٧٢ ❖❖	٠,٠١

❖❖ دالة عند مستوى ٠,٠١

ثانياً: تركيز استخدامات رجال الأعمال للصفحات الاقتصادية على الاستخدامات النفعية والتوجيهية:

كشفت نتائج الدراسة أن استخدامات رجال الأعمال للصفحات الاقتصادية تركزت على الاستخدامات النفعية والتوجيهية، لتشمل "البحث عن المعلومات الاقتصادية الجديدة وخلفياتها السابقة" و"التفاعل مع القضايا والمشكلات الاقتصادية" و"تعرف

خلاصة النتائج

هدفت هذه الدراسة إلى تعرف استخدامات رجال الأعمال السعوديين للصفحات الاقتصادية في الصحف السعودية اليومية من خلال استطلاع آراء رجال الأعمال حول قراءتهم للصفحات الاقتصادية المنشورة في الصحف السعودية، وأهم الموضوعات التي يحرص رجال الأعمال على قراءتها، والدوافع التي تدفعهم لقراءة الصفحات الاقتصادية في الصحف

الصحف السعودية لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم، ويختارون الرسائل والمضامين التي تشبع حاجاتهم، كما تؤكد على ذلك دراسات الاستخدامات والإشباع، ولذلك لم يكن غريباً ارتفاع متوسط عدد قراء الصفحات الاقتصادية، وأن تكون الأخبار هي الشكل الصحفي الأول في القراءة حيث بلغ متوسط قراءة أفراد العينة لهذا الشكل (٣٠٥٤) (٣٤).

ثالثاً: محدودية الإشباع المتحققة لرجال الأعمال من قراءة الصفحات الاقتصادية:

رغم ارتفاع الدوافع التي تدفع رجال الأعمال لقراءة الصفحات الاقتصادية المنشورة في الصحف السعودية فقد كشفت الدراسة أن الإشباع المتحققة لرجال الأعمال من قراءة الصفحات الاقتصادية كانت محدودة، ويؤكد ذلك أن رؤية رجال الأعمال لاهتمام الصفحات الاقتصادية في الصحف السعودية بالقضايا والموضوعات الاقتصادية كان اهتماماً متوسطاً بمتوسط حسابي قدره (٢,٩٩)، بالإضافة إلى أن ارتباط الموضوعات الاقتصادية المنشورة في الصفحات الاقتصادية بالقضايا التي تهتم رجال الأعمال كما جاء في نتائج هذه الدراسة لم يكن ارتباطاً قوياً إذ بلغ المتوسط الحسابي لمدى الارتباط (٢,٧٩)، (٣٥) وهذا يعني أن الصفحات الاقتصادية في الصحف السعودية،

المشكلات الاقتصادية التي تواجه المجتمع" و"الاستفادة من شرح الصفحات الاقتصادية وتحليلها للموضوعات والقضايا الاقتصادية" و"الحصول على الحقائق المدعمة بالأرقام والإحصاءات و"المساعدة في اتخاذ القرار" و"الاسترشاد بما في الصفحات الاقتصادية من آراء" و"المساعدة على تكوين الرأي الصائب" وهذه النتيجة تتفق مع دراسة سلام عبده في تركيز دوافع قراءة أعضاء النقابات المهنية في مصر للمجلات النقابية على الدوافع النفعية والمعرفية، (٣٢) وكذلك ما جاء في دراسة عبدالله التويم من أن (٨٢٪) من رجال الأعمال يحتاجون للمعلومات الاقتصادية المنشورة في الصحف السعودية، (٣٣) ويرى الباحث أن تركيز دوافع رجال الأعمال على الدوافع النفعية يعني أن رجال الأعمال يستهدفون من تعرضهم للصفحات الاقتصادية إلى اكتساب المعرفة والمعلومات عن الموضوعات الاقتصادية واستخدامها في توجيه أعمالهم الاقتصادية، وإلى الحصول على دلالات عن كيفية التعامل مع المواقف الجديدة أو الصعبة ويؤكد أيضاً أن رجال الأعمال يستخدمون الصفحات الاقتصادية في

(٣٢) سلام محمد عبده، استخدامات أعضاء النقابات المهنية للمجلات النقابية والإشباع المتحققة منها، مرجع سابق، ص ٢٠٩.

(٣٣) عبدالله محمد آل تويم، العوامل المؤثرة في ترتيب أولويات القضايا الاقتصادية مرجع سابق، ص ٢٥٦.

(٣٤) انظر جدول رقم ١٢.

(٣٥) انظر جدول رقم ١٥، ١٣.

رابعاً: تركز الموضوعات الصحفية الاقتصادية التي يحرص رجال الأعمال على قراءتها في الأسهم والدخل ومستوى المعيشة والبترو:

أوضحت نتائج الدراسة أن أكثر الموضوعات الاقتصادية التي يحرص رجال الأعمال على قراءتها في الصفحات الاقتصادية في الصحف السعودية تركزت في ثلاثة موضوعات هي: أسعار الأسهم، والدخل ومستوى المعيشة، والبترو؛ إن تركيز رجال الأعمال اليوم على هذه القضايا أمر منطقي في هذه الفترة فمعظم رجال الأعمال هم من المستثمرين في الأسهم، ومن أعضاء مجالس إدارات شركات مساهمة، كذلك أسعار البترو فهم بحاجة إلى الاطلاع على تحليلات موضوعية لكل ما يدور حولهم من تطورات حول هذه الموضوعات؛ مما يساعدهم على تفهمها واستيعاب تأثيرها عليهم؛ فالمعلومات تعدّ الركيزة التي يستند إليها رجال الأعمال في صياغة قراراتهم ومواقفهم، وما سبق يؤكد أن الجمهور يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، ومما يؤكد ذلك أن دوافع قراءة الصفحات الاقتصادية لدى رجال الأعمال تركزت في المقام الأول على الدوافع النفعية والتوجيهية، وأن الأخبار هي المادة الصحفية الأولى المفضلة لدى رجال الأعمال في الحصول على المعلومات الاقتصادية.

رغم الملاحق والصفحات اليومية المخصصة للموضوعات الاقتصادية والبالغة (٥٤) صفحة يومية، لم تعمل على تلمس حاجات رجال الأعمال وقد يعود السبب في ذلك إلى العمليات الانتقائية للموضوعات الاقتصادية التي يمارسها القارئ بالاتصال في الصحف السعودية، وإلى غياب الصحفي الاقتصادي المتخصص القادر على إعداد موضوعات اقتصادية على مستوى عال من الكفاءة التحريرية يحقق، من خلالها، تطلعات رجال الأعمال، ولذلك كانت القنوات الفضائية المصدر الأول الذي يعتمد عليه رجال الأعمال في الحصول على المعلومات حول مختلف القضايا والموضوعات الاقتصادية المختلفة،^(٣٦) ومن هنا فإن عدم ارتباط ما يقدم في الصفحات الاقتصادية في الصحف السعودية من مضامين اقتصادية بحاجات رجال الأعمال، سيجعل هذه الصفحات غير فاعلة أو غير مؤثرة، لذلك على الصحف السعودية أن تدرك أن التغيرات الاتصالية اليوم أتاحت للقراء، على اختلاف فئاتهم، ومنهم رجال الأعمال، خيارات متعددة تجعلهم قادرين على اختيار الوسائل القادرة على تلبية تطلعاتهم، وإشباع حاجاتهم، لذلك فهم سيستخدمون الوسيلة الإعلامية لتحقيق أهداف مقصوده تلبية توقعاتهم وتطلعاتهم.^(٣٧)

= تقويمية على عينة من الصحف السعودية اليومية، رسالة دكتوراه غير منشورة (كلية الدعوة والإعلام، قسم الإعلام: جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ١٤٢٥هـ) ص ٣٨١.

(٣٦) انظر جدول رقم ٩.

(٣٧) عبد الملك بن عبدالعزيز الشلهوب، فن التحقيق الصحفي في الصحف السعودية: دراسة تحليلية=

التوصيات

١- كشفت الدراسة عن محدودية الإشباع المتحقق لرجال الأعمال من قراءة الصفحات الاقتصادية، وعن ضعف ارتباط الموضوعات الاقتصادية المنشورة في الصفحات الاقتصادية بالقضايا التي تهتم رجال الأعمال، لذلك فمن المهم أن يسعى القائمون على تحرير الصفحات الاقتصادية إلى تلبية الحاجات الخاصة بقراء هذه الصفحات من رجال الأعمال في مختلف اهتماماتهم الاقتصادية.

٢- نظراً لما كشفته هذه الدراسة من محدودية الإشباع المتحقق لرجال الأعمال من قراءة الصفحات الاقتصادية، فإن الباحث يوصي بضرورة عمل دراسات للتعرف على أسباب ودواعي هذه المحدودية لدى رجال الأعمال.

٣- تطرقت هذه الدراسة إلى استخدامات رجال الأعمال للصفحات الاقتصادية في الصحف السعودية والإشباع المتحقق من التعرض لهذه الصفحات، لذلك فإن الحاجة ماسة إلى إجراء دراسات تتعلق بمضمون الصفحات الاقتصادية في الصحف السعودية ولاسيما بعد الكم الكبير لهذه الصفحات في الصحف السعودية.

٤- أجريت هذه الدراسة على الدوافع والإشباع لدى جمهور متخصص هم رجال الأعمال وهو جمهور نخبوي؛ لذلك فإن الحاجة ماسة إلى إجراء دراسات حول استخدامات جمهور القراء

بصفة عامة للصفحات الاقتصادية في الصحف السعودية، ومدى الإشباع المتحقق لهم من هذا الاستخدام.

٥- كشفت الدراسة أن القنوات الفضائية احتلت المرتبة الأولى في المصادر التي يعتمد عليها رجال الأعمال في الحصول على المعلومات الاقتصادية، ولذلك يوصي الباحث بأهمية عمل دراسات حول مضمون البرامج الاقتصادية المقدمة في هذه القنوات، وأسباب جاذبيتها للمتلقين.

٦- يوصي الباحث بإجراء دراسات متعلقة بالقوائم بالاتصال في الصفحات الاقتصادية في الصحف السعودية تعرف العوامل المؤثرة في انتقائه للموضوعات والقضايا الاقتصادية.

المراجع العربية

أسامة بن جعفر فقيه، دور القطاع الخاص في التنمية الاقتصادية، بحث مقدم لمؤتمر المملكة العربية السعودية في مائة عام، ٧-١١/١٠/١٤١٩هـ.

بسيوني إبراهيم حمادة، دور وسائل الاتصال في صنع القرارات في الوطن العربي، ط ١ (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، ١٩٩٣م).

جون كلير، كيف تتعامل مع وسائل الإعلام، ترجمة خالد العامري (القاهرة: دار الفاروق للنشر والتوزيع، ٢٠٠٦م).

حازم أنور البنا، استخدامات المرأة المصرية للدراما العربية

كلية الإعلام ، جامعة القاهرة، يناير، مارس
٢٠٠٢).

صالح بن حمد العساف، المدخل إلى البحث في العلوم
السلوكية، ط ١ (الرياض: العبيكان، ١٩٨٩م)
عبدالله محمد آل تويم، العوامل المؤثرة في ترتيب أولويات
القضايا الاقتصادية في الصحف السعودية: دراسة
تحليلية، رسالة دكتوراه غير منشورة (كلية الدعوة
والإعلام، قسم الإعلام: جامعة الإمام محمد بن
سعود الإسلامية، ١٤٢١هـ).

عبدالمالك بن عبدالعزيز الشلهوب، فن التحقيق
الصحفي في الصحف السعودية: دراسة تحليلية
تقويمية على عينة من الصحف السعودية اليومية،
رسالة دكتوراه غير منشورة (كلية الدعوة
والإعلام، قسم الإعلام: جامعة الإمام محمد بن
سعود الإسلامية، ١٤٢٥هـ).

عماد حسن مكايوي، وليلى حسين السيد، الاتصال
ونظرياته المعاصرة، ط ١ (القاهرة: الدار المصرية
البنانية، ١٩٩٨م).

فهد بن عبدالعزيز العسكر وعبدالله بن ناصر الحمود،
اعتماد النخب على المصادر الإخبارية الإلكترونية
الحديثة واتجاهاتهم نحو مستقبل انتشارها في المجتمع
السعودي، مجلة العلوم الإنسانية، العدد: ٩
(البحرين: كلية الآداب، جامعة البحرين، شتاء
٢٠٠٤م).

مصطفى السدميري، الصحافة في ضوء الإسلام (مكة

التي تعرضها القنوات الفضائية والإشباعات
المتحققة منها: دراسة في الاستخدامات
والإشباعات، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام،
مج ٧، العدد: ٢ (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة
القاهرة، يونيو - ديسمبر ٢٠٠٦م).

همزة أحمد بيت المال وفهد بن عبدالله الطياش، مقروئية
الصحف السعودية، بحث مقدم للمتدى
الإعلامي السنوي الأول (الرياض: الجمعية
السعودية للإعلام والاتصال، ٢٦ -
١/٢٨/١٤٢٤هـ).

خالد بن فيصل الفرهم، شبكة الإنترنت وجمهورها في
مدينة الرياض: دراسة تطبيقية في ضوء نظرية
الاستخدامات والإشباعات، رسالة مكملة
للماستير (كلية الآداب، قسم الإعلام: جامعة
الملك سعود، ١٤٢٢هـ).

سلام محمد عبده، استخدامات أعضاء النقابات المهنية
للمجلات النقابية والإشباعات المتحققة منها،
المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد:
٢٢ (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة،
يناير - يونيو ٢٠٠٤م).

سليمان صالح، مقدمة في علم الصحافة (القاهرة: دار
النشر للجامعات، ١٩٩٤م)

سهام نصار، استخدامات المرأة المصرية للمجلات
النسائية والإشباعات المتحققة منها، المجلة المصرية
الرأي العام، المجلد ٣ العدد لبحوث: ١ (القاهرة:

Klaus Schoenbach, Ester de Waal, Edmund Lauf ,Online and Print Newspapers: Their Impact On The Extet Of The Perceived Public Agenda, *European Journal Of communication*. London: Jun 2005. Vol. 20, Iss. 2,.

Carlos Flavian, Raquel Gurrera, Th Choice of digital newspapers: influence of reader goals and user experience, *Internet Research*. Bradford: 2006. Vol. 16, Iss. 3,.

Didi, Arvind , LaRose, Robert, Getting Hooked On news: Uses and Gratifications and the Formation Of News Habits Among College Students in an Internet Environment. *Journal of Broadcasting& Electronic media*, Jun 2006, vol.50,.

Thomas F Stafford, Maria Royne Stafford, Lawrence L Schkade, Determinig Uses and Gratifications for the Internet, *Decision Sciences*. Atlanta: Spring 2004. Vol. 35, Iss. 2,.

Patricia Grace- Farfagila, Ad Dekkers, Binod Sundararajan, Lois Peters, Sung- Hee Park Multinational Web Uses and gratifications: Measuring the social impact of online community participation across national boundaries, *Electronic Commerce Research*. Boston: Jan 2006. vol .6; Iss.

1; *The uses of Saudi business men of economic pages in Saudi Dailies : A survey study on business men in Riyadh .*

Dr. Abdulmalik A. Al-shalhoob
Mass communication department , Imam Mohammed Ibn Saud Islamic university
Riyadh-Kingdom of Saudi Arabia
Abstract

This study aimed to reveal the uses of Saudi businessmen economic pages in Saudi Dailies, and the gratifications' they get from these uses. Also the study aimed to know the various topics and issues that attracted the attention of this audience .

To reach these aims, the researcher surveyed a sample of 164 businessmen who are members of Riyadh chamber of commerce .

The study reached to several important conclusions. It uncovered a high degree of readership of economic pages in Saudi dailies. It also revealed that the main uses of this audience are : personal utility and orientation . Also the study revealed that Saudi business men reading interests are the issues of news of Saudi common stocks, the GDP, and the general level of life expenses

المكرمة : مكتبة الطالب الجامعي ،
١٤٠٨هـ / ١٩٨٨م).

محمد بن سعود البشر ، مقدمة في الاتصال السياسي
(الرياض : مكتبة العبيكان ، ١٤١٨هـ)

محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير،
ط ١ (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٧م).

محمد بن فهد الجبير ، استخدام طلبة الجامعات السعودية
لشبكة الإنترنت للحصول على المواد الإخبارية ،
رسالة ماجستير غير منشورة (كلية الدعوة
والإعلام ، قسم الإعلام : جامعة الإمام محمد بن
سعود الإسلامية ، ١٤٢٦هـ).

محمود حسن إسماعيل ، استخدامات المراهقين للتقنيات
الفضائية الدينية والإشباع المتحققة منها ، المجلة
المصرية لبحوث الرأي العام ، المجلد ٥
العدد : ٢ (القاهرة : كلية الإعلام ، جامعة
القاهرة ، يونيو ، ديسمبر ٢٠٠٤).

مرفت الطرابيشي ، وعبدالعزیز السيد ، نظريات الاتصال
(القاهرة : دار النهضة العربية ، ٢٠٠٦م).

نظريات التأثير الإعلامي ، تحرير : محمد بن سعود البشر
(غيناء للنشر ، ١٤٢٤هـ).

دليل تصنيف رجال الأعمال الصادر عن إدارة المعلومات
بالغرفة التجارية بمدينة الرياض ، ٢٠٠٧م.

المراجع الأجنبية

James C Tsao, Stanley D Sibley, Readership Of Community Papers As A Source Of Advertising Information: A Uses and Gratifications Perspective, *Journalism and Mass Communication Quarterly*. Columbia: Winter 2004, Vol. 18, Iss. 4.

The uses of Saudi business men of economic pages in Saudi Dailies : A survey study on business men in Riyadh

Abdulmalik A. Al-shalhoob

*Mass communication department , Imam Mohammed Ibn Saud Islamic university
Riyadh-Kingdom of Saudi Arabi*

(Received 4/8/1429H; accepted for publication 12/2/1430H.)

Abstract. This study aimed to reveal the uses of Saudi businessmen economic pages in Saudi Dailies, and the gratifications' they get from these uses. Also the study aimed to know the various topics and issues that attracted the attention of this audience .

To reach these aims, the researcher surveyed a sample of 164 businessmen who are members of Riyadh chamber of commerce .

The study reached to several important conclusions. It uncovered a high degree of readership of economic pages in Saudi dailies. It also revealed that the main uses of this audience are : personal utility and orientation . Also the study revealed that Saudi business men reading interests are the issues of news of Saudi common stocks, the GDP, and the general level of life expenses

