

كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة: علوم الاعلام والاتصال

تخصص: اتصال جماهيري والوسائط الجديدة

يوم: 2023/05/22

السنة أولى ماستر

سؤال امتحان مقياس مدخل لمقاربات الوسائط الجديدة

لقد أدى ظهور وانتشار وسائل الاتصال الجماهيري الجديدة كالانترنت إلى بعث نظرية الاستخدامات والإشاعات من جديد، حيث تنقسم النظرية بطبيعة نفسية اجتماعية، و تتخذ من الجمهور محورا لها، كما تبحث في التأثيرات الاجتماعية غير المباشرة، ونفترض أن الجمهور نشيط وإيجابي في تعامله مع وسائل الاتصال، وقد بنيت معظم الدراسات الحديثة للاستخدامات والإشاعات التصور نفسه الذي قامت عليه البحوث منذ ثلاثين عاما تقريبا، إلا أنها اتسعت لتشمل وسائل الاتصال الجديدة مثل القنوات الفضائية والكمبيوتر والانترنت

- نشأة و تطور النظرية :

يعود الاهتمام بالبحث عن الإشباع الذي توفره وسائل الإعلام والاتصال لجمهورها إلى بداية البحث التجريبي في ميدان علم الاتصال، فهي تهتم بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، فخلال عقد أربعينيات القرن العشرين، أدى إدراك عواقب الفروق الفردية، والتباين الاجتماعي على السلوك المرتبط بوسائل الإعلام إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام، وكان ذلك تحولا من رؤية الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعال، إلى رؤيتها على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل ومضمون مفصل من وسائل الإعلام

هذا وقد تواصلت الجهود البحثية في استخدام الجمهور لوسائل الإعلام، والإشاعات المتحققة منه، حتى وصلت إلى حالة من النضج وتبلورت من خلالها عناصر هذه النظرية وأهدافها، وفروضها، ليصبح لها فيما بعد تأثير في أولويات بحوث الإعلام في العالم لسنوات عدة

- فروض نظرية الاستخدامات والإشاعات :

يرى "كاتز" و زملاؤه أن منظور الاستخدامات والإشباعات يعتمد على خمس فروض أساسية هي:

أن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.

- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور، ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية، وعوامل التفاعل الاجتماعي، وتتنوع الحاجات باختلاف الأفراد.
- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الوسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال، وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد .
- يستطيع أفراد الجمهور دائما تحديد حاجاتهم ودوافعهم، وبالتالي يحتاجون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.
- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال محتوى الرسائل فقط.

- عناصر نظرية الاستخدامات و الإشباعات:

- افتراض الجمهور النشط: ذلك أن الجمهور في نظرية الاستخدامات والإشباعات هو جمهور إيجابي، ويتحكم في اختيار ما يريد، فهو يبحث عن المضمون الإعلامي المناسب له، ويتحكم في اختيار الوسيلة التي تناسب هذا المحتوى.
- الأصول الاجتماعية والنفسية للإشباعات: وفقا لنظرية الاستخدامات والإشباعات فإن العديد من الاحتياجات المرتبطة باستخدام وسائل الاتصال ترتبط بوجود الفرد في بيئة اجتماعية وتفاعله مع هذه البيئة. فالعوامل الخاصة بحالة الفرد وميوله تقوم بخلق توقعات لإشباع حاجاته التي تلبّيها وسائل الإعلام أو رسائلها.
- دوافع الجمهور وحاجاته من وسائل الإعلام: تعرف الدوافع حسب "عبد الرزاق الدليمي" بأنها حالة نفسية أو فسيولوجية توجه الفرد إلى القيام بسلوك معين يقوي استجابته إلى مثيها ويتفق معظم الباحثين في مجال الاتصال أن الدوافع تنقسم إلى نوعين:
 - دوافع منفعية: ونستهدف التعرف على الذات واكتساب المعرفة والمعلومات والخبرات.
 - دوافع طقوسية: وهي التي تشبع رغبات الفرد في تمضية الوقت والاسترخاء، والصداقة، والألفة مع الوسيلة والهروب من المشكلات.

- التوقعات من وسائل الإعلام: فالأفراد عند تعرضهم إلى وسائل الإعلام يتوقعون إشباعا لحاجاتهم، ذلك أن التوقع هو الإشباع الذي يبحث عنه الجمهور، وتقوم هذه التوقعات على الأصول النفسية والاجتماعية لهؤلاء الأفراد، فأفراد الجمهور لديهم العديد من التوقعات التي تبرز من خلال قدرة هؤلاء على إدراك البدائل المختلفة في إطار مساحة كبيرة من حرية الاختيار بين عدد وافر من مختلف الوسائل، والانتقاء من بين كم هائل من محتوى الرسائل، أو حتى بين البدائل والمصادر غير الإعلامية، والتي تتسجم مع توقعاتهم وتحقق أكبر قدر ممكن من الإشباع لمختلف احتياجاتهم ودوافعهم. (الجبور، 2010، 164)، فالتوقعات تنتج عن دوافع الجمهور للتعرض لوسائل الإعلام حسب الأصول النفسية والاجتماعية للأفراد، وتعد التوقعات سببا في عملية التعرض لوسائل الإعلام، وتختلف توقعات الأفراد من وسائل الإعلام وفقا للفروق الفردية، وكذلك وفقا لاختلاف الثقافات. (مكاوي، 2009، 164)

- التعرض لوسائل الإعلام: توجد علاقة ارتباط بين بحث الجمهور عن إشباع معين، وتنتج التوقعات عن دوافع الجمهور للتعرض إلى وسائل الاتصال حسب حالة الفرد الداخلية، وميوله النفسية بخلق توقعات لإشباع حاجاته، والتي تلبيها وسائل الاتصال، وتعد التوقعات خطوة هامة في عملية التعرض إلى وسائل الاتصال (العبد، العبد، 2008، 309)، حيث يتوقع الأفراد من وسائل الإعلام -حال التعرض إليها- إشباعا لحاجاتهم، وتقوم هذه التوقعات على الأصول النفسية والاجتماعية لهؤلاء الأفراد.

- إشباعات وسائل الإعلام: وفقا لنظرية الاستخدامات والإشباعات، الجمهور يختار من بين الوسائل الإعلامية المتاحة أمامه من مضامينها ما يمكن أن يشبع حاجاته، ويلبي رغباته بغية الحصول على نتائج خاصة يطلق عليها الإشباعات، ويمكن ربط محتوى ومضمون الرسالة والتعرض إلى وسيلة إعلامية معينة، وقد اهتمت دراسات الاستخدامات والإشباعات منذ سبعينيات القرن الماضي بضرورة التمييز بين الإشباعات التي يبحث عنها الجمهور من خلال التعرض إلى وسائل الإعلام، والإشباعات التي تتحقق بالفعل، وهنا نصف الجمهور بأنه مدفوع بمؤثرات نفسية واجتماعية للحصول على نتائج معينة يطلق عليها الإشباعات ومن هنا يمكننا التمييز بين نوعين من الإشباعات:

- الاستخدامات الحديثة لنظرية الاستخدامات الإشباعية:

وجب على النظرية أن تتكيف مع المتغيرات الحاصلة على مستوى التطبيقات الحديثة للإنترنت، حيث أصبحت هناك حاجة ماسة لتطوير المفاهيم النظرية والأدوات المنهجية التي تتفق مع هذه الوسائل الجديدة، فالنماذج المعاصرة يجب أن تستوعب مفاهيم مثل التفاعلية، وتجزئة الجمهور، والمضامين الاتصالية عبر الإنترنت، واللاتزامنية، وعلى الباحثين أيضا أن يكونوا قادرين على بحث الجوانب الكيفية والشخصية للاتصال عبر الإنترنت، وفقا لمنهج عام وشامل(عزي، بومعيزة، ، 2010، 91).

بالتوفيق للجميع

د/حنون. ن