

المحاضرة التاسعة

نظرية الاستخدامات والإشباعات

نظرية الاستخدامات والإشباعات هي مفهوم في علم اجتماع الاتصال الجماهيري الذي يدرس دور الجمهور في اتخاذ القرارات وتحديد الأهداف عندما يستهلك منتجات الوسائط 3. تشير هذه النظرية إلى أن الأفراد ليسوا متلقين سلبيين للرسائل الإعلامية ولكنهم مستهلكين نشطين الذين تعمد اختيار وسائل الإعلام لتلبية احتياجاتهم ورغباتهم .

تفترض النظرية أن وسائل الإعلام هي منتج متاح للغاية، ويختار الجمهور وسائل الإعلام لتلبية احتياجات معينة والسماح لهم بتعزيز المعرفة، والاسترخاء، والتفاعلات الاجتماعية / الرفقة، والتحويل، أو الهروب 2. وتركز على الدوافع الكامنة وراء سلوك مستهلكي وسائل الإعلام وليس على التأثير المباشر لوسائل الإعلام على المستهلك. تتم دراسة هذه النظرية في إطار علم النفس الاجتماعي باستخدام المنهج الوصفي.

1- المفاهيم الأساسية للنظرية:

تتمحور نظرية الاستخدامات والإشباعات حول مفهوم أن الأفراد هم وكلاء نشطون يختارون وسائل الإعلام ويستخدمونها عمدًا لتلبية احتياجاتهم ورغباتهم المحددة. تقترح النظرية أن الناس يستخدمون الوسائط لأسباب محددة، وأنهم يميلون إلى اختيار مصادر الوسائط التي تلي هذه الاحتياجات على أفضل وجه.

تحدد النظرية عدة أسباب رئيسية وراء تفاعل الجمهور مع النصوص الإعلامية المختلفة. وتشمل هذه الأسباب الحصول على المعلومات والتعليم، والتعرف على الهوية الشخصية، والاندماج والتفاعل الاجتماعي، والهروب من الواقع.

على سبيل المثال، قد يختار الفرد مشاهدة برنامج إخباري للبقاء على اطلاع (المعلومات والتعليم)، أو متابعة برنامج واقعي للتعرف على المشاركين (الهوية الشخصية)، أو مناقشة البرامج التلفزيونية الشهيرة مع الأصدقاء (الاندماج والتفاعل الاجتماعي)، أو اللعب ألعاب الفيديو للهروب من الواقع (الهروب).

من المهم ملاحظة أن هذه الاحتياجات والرغبات يمكن أن تختلف اختلافًا كبيرًا بين الأفراد المختلفين، وقد يكون لدى نفس الفرد احتياجات مختلفة في أوقات مختلفة. ولذلك، تؤكد نظرية الاستخدامات والإشباعات على الطبيعة النشطة والموجهة نحو الهدف لاستخدام وسائل الإعلام، فضلًا عن تنوع الاحتياجات التي يمكن أن تلبيها وسائل الإعلام.

وتفترض النظرية أيضًا أن الجماهير ليست نشطة فحسب، بل أيضًا على دراية باحتياجاتها الإعلامية ويمكنها التعبير عنها. وهذا يعني أن الأفراد ليسوا متلقين سلبيين للرسائل الإعلامية، بل مستهلكين نشطين يتخذون خيارات واعية بشأن استخدامهم لوسائل الإعلام.

بشكل عام، توفر نظرية الاستخدامات والإشباعات إطارًا لفهم سبب استخدام الأشخاص لوسائل الإعلام، وكيفية اختيارهم لوسائل الإعلام الخاصة بهم، والغرض الذي يستخدمونها من أجله. فهو يحول التركيز من ما تفعله وسائل الإعلام للناس (تأثيرات وسائل الإعلام) إلى ما يفعله الناس مع وسائل الإعلام (استخدامات وسائل الإعلام)، مع تسليط الضوء على الدور النشط للجمهور في عملية الاتصال.

مقياس نظريات الاتصال الاجتماعي ————— السنة الأولى ماستر علم اجتماع الاتصال

2- الافتراضات الأساسية للنظرية:

تقوم نظرية الاستخدامات والإشباع على خمس فرضيات أساسية:

الجمهور النشط: يشارك الجمهور بنشاط في اختيار الوسائط، مدفوعًا بالأهداف المتصورة ويسعى إلى تحقيقها من خلال خيارات الوسائط.

معرفة الجمهور: يأخذ الأفراد زمام المبادرة في ربط إشباع الاحتياجات باختيار وسائل الإعلام، وإظهار الوعي بالفوائد المحتملة لوسائل الإعلام التي يختارونها ويكونون أقل تأثرًا بوسائل الإعلام نفسها. ويؤكد على أهمية الرأي الشخصي حول تصوير وسائل الإعلام.

التنافس على الاهتمام: يتنافس الإعلام مع مصادر الإشباع الأخرى لجذب انتباه الجمهور، فالأفراد لديهم اهتمامات ورغبات متعددة تتطلب تحقيقها.

يؤثر الجمهور على منتجي الوسائط: يتم تحديد أهداف استخدام الوسائط من قبل الجمهور نفسه، الذي يكون واعيًا ومنتجًا لدوافعه لاختيار محتوى إعلامي معين.

الجمهور يخلق قيمة إعلامية: يتم تأجيل أحكام القيمة الثقافية لمحتوى الوسائط إلى إجراءات الجمهور، حيث يمكن للجمهور فقط تحديد القيمة الفعلية لمحتوى الوسائط الذي يستهلكه بناءً على تقييماته وقراراته.

وعلى الرغم من الأفكار العديدة التي قدمتها هذه النظرية، فقد كانت هناك انتقادات لها أيضًا. يجادل النقاد بأنها تفتقر إلى إطار مفاهيمي واضح، مما يجعل من الصعب تفعيل النظرية واختبار فرضياتها. كما تم انتقادها لتركيزها على الوكالات الفردية والدور النشط للمستخدمين في اختيار واستخدام وسائل الإعلام، وإهمال الجوانب الاجتماعية والثقافية الأوسع. سياقات استخدام الوسائط .

ومع ذلك، تظل نظرية الاستخدامات والإشباع مفهومًا مهمًا في دراسات الاتصال، حيث توفر رؤى قيمة حول دور وسائل الإعلام في تلبية احتياجات الأفراد.

3- أمثلة عن الافتراضات الأساسية:

الأمثلة الأكاديمية لكل من الافتراضات الرئيسية لنظرية الاستخدامات والإشباع:

الجمهور النشط: يمكن رؤية مثال على سلوك الجمهور النشط في استخدام منصات التواصل الاجتماعي مثل Facebook أو Instagram. يختار المستخدمون بنشاط المحتوى الذي يريدون استهلاكه، ومع من يتفاعلون، والمعلومات التي يريدون مشاركتها. إنهم ليسوا مجرد متلقين سلبيين للمحتوى، بل يتفاعلون معه بشكل نشط، مما يعكس تفضيلاتهم واهتماماتهم الشخصية.

معرفة الجمهور: وجدت دراسة أجراها لين (2022)، والتي تناولت استخدامات Instagram Stories وإشباعها بين الجيل Z وجيل الألفية، أن المستخدمين كانوا على دراية بدوافعهم للتعامل مع المنصة. وشملت هذه الدوافع الترفيه،

مقياس نظريات الاتصال الاجتماعي ————— السنة الأولى ماستر علم اجتماع الاتصال

والاستكشاف، والوظائف الملموسة، وبناء العلاقات، والمشاركة الاجتماعية، وتعزيز الذات، والجدة. وهذا يدل على أن الجمهور يدرك احتياجاته ويختار بوعي الوسائط التي يمكنها تلبية هذه الاحتياجات.

المنافسة على جذب الانتباه: يجسّد ظهور منصات البث المباشر مثل Netflix و Hulu و Amazon Prime Video المنافسة على جذب انتباه الجمهور. تقدم كل منصة محتوى وميزات مختلفة لجذب المستخدمين والاحتفاظ بهم. يختار الجمهور بشكل فعال النظام الأساسي الذي سيشارك فيه بناءً على تفضيلاتهم للمحتوى والتكلفة والراحة وعوامل أخرى.

يؤثر الجمهور على منتجي الوسائط: توضح منصات المحتوى التي ينشئها المستخدمون مثل YouTube كيف يمكن أن يؤثر سلوك الجمهور على منتجي الوسائط. غالبًا ما يقوم منشئو المحتوى بتكييف المحتوى الخاص بهم بناءً على تعليقات الجمهور وتفضيلاتهم وأنماط العرض. على سبيل المثال، إذا حصل نوع معين من الفيديو على المزيد من المشاهدات والإعجابات، فقد ينتج منشئ المحتوى المزيد من هذا المحتوى لتلبية احتياجات جمهوره.

الجمهور يخلق قيمة إعلامية: توضح منصات المراجعة عبر الإنترنت مثل Yelp أو TripAdvisor هذه النقطة. يساهم المستخدمون بمراجعات بناءً على تجاربهم، وبالتالي خلق قيمة للمنصة والتأثير على قرارات المستخدمين الآخرين. يتم تحديد قيمة هذه المنصات إلى حد كبير من خلال المشاركة والمساهمات النشطة لمستخدميها.

توضح هذه الأمثلة كيف تلعب افتراضات نظرية الاستخدامات والإشباع في سياقات العالم الحقيقي، وتسلط الضوء على الدور النشط للجمهور في اختيار الوسائط واستخدامها.

4- الانتقادات الموجبة للنظرية:

تعرضت نظرية الاستخدامات والإشباع لانتقادات مختلفة من الأكاديميين:

الافتقار إلى الوضوح: انتقد ماكويل (1984) النظرية لكونها واسعة للغاية وتحاول أن تفعل الكثير. وقال إن النظرية يجب أن تركز على جوانب محددة من سلوك الجمهور بدلاً من محاولة تفسير كل سلوكيات الجمهور في وقت واحد.

الإفراط في التركيز على الجمهور النشط: تم انتقاد النظرية لافتراضها وجود جمهور نشط. يجادل النقاد بأنه ليس كل أفراد الجمهور مستهلكين نشطين لوسائل الإعلام. قد يكون البعض أكثر سلبية، ويقبلون رسائل ووسائل الإعلام دون الكثير من التفكير أو التفسير.

إهمال محتوى الوسائط: تركز النظرية على استخدامات وإشباع الجمهور ولكنها تميل إلى إهمال تحليل محتوى الوسائط. يرى النقاد أن محتوى الوسائط يمكن أن يؤثر بشكل كبير على سلوك الجمهور ولا ينبغي إغفاله.

الاعتماد على بيانات التقرير الذاتي: تعتمد النظرية غالبًا على بيانات التقرير الذاتي، والتي قد تكون غير موثوقة. يجادل النقاد بأن الأفراد قد لا يقومون بالإبلاغ بدقة عن استخدامهم لوسائل الإعلام وإشباعهم. علاوة على ذلك، فإن تركيز النظرية على الوكالات الفردية يهمل السياقات الاجتماعية الأوسع لاستخدام وسائل الإعلام.

مقياس نظريات الاتصال الاجتماعي _____ السنة الأولى ماستر علم اجتماع الاتصال

الافتقار إلى القدرة التنبؤية: تعرضت النظرية لانتقادات بسبب افتقارها إلى القدرة التنبؤية. فهو يصف سبب استخدام الأشخاص للوسائط ولكنه لا يتنبأ بشكل فعال بسلوك استخدام الوسائط. وهذا يحد من فائدة النظرية في التنبؤ بالظواهر الاجتماعية وتفسيرها.

على الرغم من هذه الانتقادات، تظل نظرية الاستخدامات والإشباع مفهوماً مهمًا في دراسات الاتصال، حيث توفر رؤى قيمة حول دور وسائل الإعلام في تلبية احتياجات الأفراد. ويستمر استخدامه وتطويره، خاصة في سياق تقنيات الوسائط الجديدة.