

## المحاضرة الثامنة: نظرية الاستخدامات والاشباع

1. مفهوم النظرية ونشأتها .
2. افتراضات نظرية الاستخدامات والإشباع.
3. ماهي وظائف وسائل الإعلام الأربعة حسب "هارولد لاسويل"؟
4. أسباب اختيار الجمهور ما يشاهده عبر وسائل الإعلام.
5. نقد النظرية.

### 1. مفهومها ونشأتها:

👉 تناقش نظرية الاستخدامات والإشباع آثار وسائل الإعلام على الناس. تشرح كيف يستخدم الناس وسائل الإعلام لاحتياجاتهم الخاصة وكيف يرضون عندما يتم تلبية احتياجاتهم. بعبارة أخرى، يمكن القول أن النظرية تناقش ما يفعله الناس بوسائل الإعلام وليس ما يفعله الإعلام بالناس.

👉 تعتبر نظرية الاستخدامات والإشباع (UGT) طريقة لفهم لماذا وكيف يبحث الناس بنشاط عن وسائل معينة لتلبية احتياجات معينة. UGT نهج يركز على الجمهور لفهم الاتصال الجماهيري.

👉 تُنسب النظرية إلى الباحثين "جاي جي بلوملر" و"إليهو كاتز" Jay G. Blumler and Elihu Katz. في عام 1974، نشر كتابهما "The uses of mass communication: Current perspectives on gratifications research"، والذي رسم صورة كاملة لنظرية الاستخدامات والإشباع.

### 2. افتراضات نظرية الاستخدامات والإشباع.

- استخدام وسائل الإعلام هو الدافع والموجه نحو الهدف. دائمًا ما يكون لدى الأشخاص سبب لاستخدام وسائل الاعلام، حتى لو كانت مجرد عادة أو ترفيه.
- يختار الناس وسائل الإعلام بناءً على توقعاتهم بأنها ستلبي رغبات واحتياجات محددة.
- استخدام وسائل الإعلام مدفوع بعوامل اجتماعية ونفسية فردية.
- تتنافس وسائل الإعلام مع أشكال الاتصال الأخرى، وخاصة التواصل الشخصي، للاختيار والاستخدام لتلبية الاحتياجات والرغبات. اليوم، نظرًا لأن الكثير من الوسائط التي نستهلكها هي أجهزة محمولة، فإن هذه المنافسة أصبحت أكثر إلحاحًا من أي وقت مضى حتى عند الانخراط في التواصل الشخصي،

فإن وسائل الإعلام التي يتم الوصول إليها من خلال الأجهزة المحمولة، مثل الرسائل النصية والشبكات الاجتماعية والتطبيقات تتنافس أيضًا على جلب انتباهنا.

- نظرًا لأن الأشخاص مستخدمون نشطون للوسائط، فإن رسائل الوسائط لا تمارس تأثيرات قوية بشكل خاص على الأشخاص.

### 3. ما هي وظائف وسائل الإعلام الأربعة حسب "هارولد لاسويل"؟

- المراقبة Surveillance
  - ربط أجزاء المجتمع Correlation
  - الترفيه Entertainment
  - نقل التراث الثقافي. Cultural Transmission
- حوّل هذا تركيز البحث التقليدي من تأثيرات وسائل الإعلام إلى وظائفها، وتم اعتماده من قبل المدرسة الوظيفية لعلماء الاجتماع في ذلك الوقت.
- وفقًا لوجهة النظر الوظيفية ، يتكون المجتمع من أجزاء صغيرة. لكل حزب وظيفة محددة داخل الأنظمة الفرعية التي يتكون منها المجتمع. تعمل هذه الأنظمة الفرعية على تلبية الاحتياجات الأساسية للمجتمع.

### 3. أسباب اختيار الجمهور ما يشاهده عبر وسائل الإعلام:

- تفترض نظرية الاستخدامات والإشباع أن الجمهور يختار ما يريد مشاهدته لخمس أسباب مختلفة:
- المعلومات والتعليم Information and Education : يرغب المشاهد في اكتساب المعلومات والمعرفة والفهم من خلال مشاهدة برامج مثل الأخبار أو الأفلام الوثائقية.
  - الترفيه Entertainment : يشاهد الجمهور البرامج من أجل الاستمتاع.
  - الهوية الشخصية Personal Identity : يمكن للمشاهدين التعرف على شخص أو منتج، وقدوة تعكس قيمًا مماثلة لأنفسهم وتقليد بعض خصائصهم أو نسخها.
  - التكامل والتفاعل الاجتماعي Integration and social interaction : قدرة المنتجات الإعلامية على إحداث موضوع محادثة بين الناس.
  - الهروب Escapism : تتيح ألعاب الكمبيوتر وأفلام الحركة للمشاهدين الهروب من حياتهم الحقيقية وتخيل أنفسهم في تلك المواقف.

كما تقترح النظرية عدة احتياجات للاستهلاك الإعلامي مصنفة إلى خمس فئات:

- ✓ **الاحتياجات المعرفية Cognitive needs** : يستخدم الناس وسائل الإعلام لاكتساب المعلومات والمعرفة. كما يتم استخدامه لتطوير فهم أفضل للمفاهيم والقضايا المختلفة، على سبيل المثال الأشخاص الذين يشاهدون الأفلام الوثائقية وتقارير تحليل الأخبار حول الشؤون الجارية وما إلى ذلك.
- ✓ **الاحتياجات العاطفية Affective needs** : يستخدم الأشخاص وسائل الإعلام للبحث عن المتعة أو لتلبية الاحتياجات العاطفية، على سبيل المثال، مشاهدة مقاطع الفيديو والأفلام والدراما وما إلى ذلك.
- ✓ **الاحتياجات التكامل الشخصي Personal integrative needs** : في بعض الأحيان نستخدم وسائل الإعلام لاكتساب المصداقية وطمأنة مكانتنا. هذه هي الحاجة إلى احترام الذات، على سبيل المثال، يتمكن الأشخاص من تحسين حالتهم من خلال مشاهدة الإعلانات وشراء المنتجات لتغيير أسلوب حياتهم ووسائل الإعلام تساعد على القيام بذلك.
- ✓ **احتياجات التكامل الاجتماعي Social integrative needs** : تُستخدم الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي عادةً لتلبية هذه الحاجة وهي الاندماج والتواصل مع العائلة أو الأصدقاء، على سبيل المثال، باستخدام البريد الإلكتروني أو غرف الدردشة أو مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى للربط والتواصل الاجتماعي.
- ✓ **احتياجات تخفيف التوتر Tension release needs** : يتم استخدام وسائل الإعلام للتنفيس، أي للتخلص من المشاعر المكبوتة حيث يوفر ذلك بعض الراحة والاسترخاء. كما أنها تستخدم كوسيلة للتحول من الحياة الروتينية والهروب من الواقع، على سبيل المثال، مشاهدة الأفلام الكوميدية وقراءة الروايات والكوميديا وما إلى ذلك.

## 5. نقد النظرية:

كانت الانتقادات الأولية لنظرية الاستخدامات والإشباع:

- ✍ جيمس لول (2002) - انتقد الافتراض الرئيس بأن الناس يبحثون عن وسائل الإعلام لتلبية احتياجات شخصية، وخاصة للترفيه عن أنفسهم - حيث لا يقبل الجمهور دائمًا محتوى وسائل الإعلام. علاوة على ذلك، لا يُقصد من جميع وسائل الإعلام توفير الإشباع أو تلبية الحاجة إلى الترفيه، ولا يستفيد الجمهور دائمًا من استخدامها، ولا يتعاملون مع استهلاك الوسائط طواعية وباستقلالية.
- ✍ يجلال Ang بأن النظرية تميل إلى التركيز على الاحتياجات الفردية، متجاهلة السياق الاجتماعي. يتم أيضًا تجاهل محتوى الوسائط وخاصة جودة الرسالة التي يتم تسليمها، بينما لا توجد أدلة حول كيفية إدراك المستخدمين لهذه الرسالة وما الذي يحصلون عليه منها.
- ✍ لاحظ إيليو كاتز (1987) أن النظرية تعتمد حصريًا على التقارير الذاتية لمستخدمي وسائل الإعلام، والتي قد يتم تشويهها بسبب عدم دقة الأشخاص أو التأثيرات الخارجية.
- ✍ فكرة أن الناس يختارون بحرية وسائل الإعلام التي يستهلكونها محدودة بوسائل الإعلام المتاحة لهم. قد يكون هذا انتقادًا أكثر بروزًا اليوم عندما يكون هناك المزيد من الخيارات الإعلامية أكثر من أي وقت مضى، ولكن لا يمكن للجميع الوصول إلى كل خيار.
- ✍ إنها دراسات أكثر توجهًا للجمهور.
- ✍ لا تأخذ نظرية الاستخدامات والإشباع في الاعتبار قوة الإعلام.
- ✍ من المحتمل أن يكون لدى الجماهير من مختلف الأعمار دوافع مختلفة لاستخدام وسائط متطابقة، ومن المحتمل أيضًا أن يكون لديهم إشباعات مختلفة.