

محاضرة رقم 7:

نظرية الاستخدامات والإشباع في البيئة الرقمية

الأهداف التدريسية:

- التذكير بالنموذج التقليدي لمدخل الاستخدامات والإشباع
- تلقين الطالب آليات إسقاط مبادئ النظرية في البيئة الرقمية
- تقييم مدى صلاحية نظرية الاستخدامات والإشباع في البيئة الرقمية.

المفاصل النظرية للاستخدامات والإشباع

كانت النظريات التي سبقت مدخل الاستخدامات والإشباع تنظر إلى الجمهور بشكل مختلف حول دوره في وسائل الإعلام، فنظرية الطلقة السحرية وغيرها من النظريات التي تبنت مفاهيم كلاسيكية في بحوث تأثير وسائل الإعلام كانت تنظر إلى الجمهور باعتباره جمهوراً متلقياً وسلبياً يسهل على الرسائل الإعلامية أن تؤثر عليه ويستسلم هو في تلقي هذه الرسائل.

ويرجع الفضل في تطوير مدخل الاستخدامات والإشباع إلى إيلياهو كاتز 1959 في تحويل الأبحاث من النظر إلى الجمهور بشكل سلبي إلى النظر له بشكل إيجابي، وزيادة الاهتمام بما يفعله الناس بوسائل الإعلام، ومنذ ذلك الحين تم إدراك جماهير وسائل الإعلام باعتبارهم نشطين ويختارون التعرض للوسائل التي تلبي احتياجاتهم والمضمون الذي يتفق مع توقعاتهم¹.

وصف إيلياهو كاتز نظرية الاستخدامات والإشباع بالقول بأنها "محاولة لشرح ظاهرة الإعلام بسؤال الفرد عن طريقة استعماله لوسائل الاتصال لإشباع حاجاته وبلوغ أهدافه بدل مصادر أخرى متوافرة في محيطه"²، تأسست نظرية الاستخدامات والإشباع على أنقاض نظريات التأثير، وحولت نظرة الباحثين من مجرد السؤال عن ماذا تفعل وسائل الإعلام بالجمهور إلى: ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام؟

تطور مفهوم الاستخدامات والإشباع في دراسة بلومر وكاتز Blumer & Katz سنة 1969 التي تم إجرائها على الانتخابات العامة البريطانية عام 1964، من خلالها تم التعرف على أسباب المشاهدة وأسباب عدمها للحملات الانتخابية، وبعدها في سنة 1984 تم تحديد من طرف كاتز وبلومر وقورفيتش Katz, Blumer & Gorvietch أن مدخل الاستخدامات والإشباع

¹ رايس علي إبتسام، نظرية الاستخدامات والإشباع وتطبيقاتها على الإعلام الجديد، مجلة دراسات، 2016، ص 206.

² نصر الدين لعباضي، التفكير في عُدّة التفكير: مراجعة نقدية لنظرية الاستخدامات والإشباع في البيئة الرقمية، مركز الجزيرة للدراسات، 2020، متاح على الرابط:

<https://studies.aljazeera.net/ar/article/4876> اطلع عليه يوم: 2025/02/05 على الساعة 21:08.

يقوم على دراسة الجوانب النفسية والاجتماعية للأفراد لتحديد الاحتياجات والتوقعات من وسائل الإعلام والمصادر الأخرى، كما أن الجمهور هو الذي يقيي المقرر والحاسم في مدى تأثيره بها، إذا يعتبر كلا من منطلقا الانتقائية والعلاقات الشخصية من بين المتغيرات المهمة التي من خلالها أسس لمدخل الاستخدامات والإشباع¹.

الفروض الأساسية لمدخل الاستخدامات والإشباع:

يعتمد مدخل الاستخدامات والإشباع على ستة فروض وهي²:

- إن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.
- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدرکها أعضاء الجمهور، ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية وعوامل التفاعل الاجتماعي، وتتنوع الحاجات باختلاف الأفراد.
- التأكيد على أن الجمهور يختار الرسائل 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 يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.
- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الوسائل فقط.
- تنافس وسائل الإعلام مع وسائل أخرى لإشباع حاجات الأفراد، مثل قنوات الاتصال الشخصي.

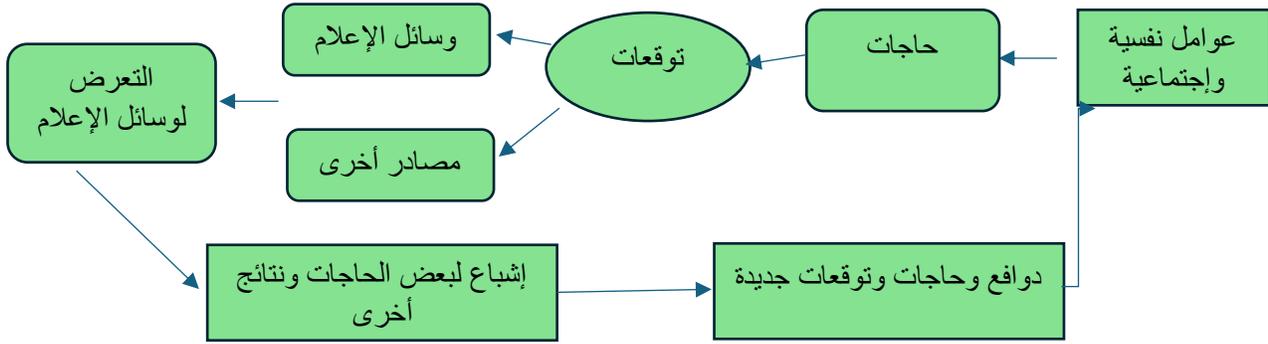
كما تسعى النظرية إلى تحقيق ثلاث أهداف أساسية هي³:

1. تفسير وتحليل كيفية استخدامات الجمهور لوسائل الإعلام المختلفة لإشباع حاجاتهم وتوقعاتهم.
2. التعرف على دوافع وأنماط وخصائص تعرض الجمهور لوسائل الإعلام.
3. التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال الجماهيرية بهدف فهم العملية الاتصالية.

¹ رايس علي إبتسام، المرجع السابق، ص 206.

² حسن عماد مكاوي وليلي حين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2001، ص 241.

³ ميرفت طرايشي وعبد العزيز السيد، نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، القاهرة، 2006، 242.



عناصر النظرية:

تتكون النظرية من العناصر التالية:

- افتراض الجمهور النشط.
- الأصول النفسية والاجتماعية لاستخدام وسائل الاستخدام وسائل الإعلام.
- دوافع الجمهور وحاجاته من وسائل الإعلام.
- التوقعات من وسائل الإعلام.
- التعرض من وسائل الإعلام.
- إشباع وسائل الإعلام

المدخل الحديثة لتطبيق نظرية الاستخدامات والإشباع في البيئة الرقمية.

تعتبر نظرية الاستخدامات والإشباع نظرية استدلالية مما يعني أنها حفزت الكثير من الأبحاث حول وسائل الإعلام التقليدية والجديدة، حيث تعتبر وسائل الإعلام الجديدة بيئة إعلامية فردية ولكنها متعددة المستخدمين ومتعددة المراكز على النقيض من وسائل الإعلام التقليدية التي تعتبر ضخمة وجماعية، وتوفر نظرية الاستخدامات والإشباع الأسس العلمية لفهم حوافز مستخدمي فضاءات التواصل الاجتماعي والرضا الذي يأملون في تحقيقه والحصول عليه جراء هذا الاستخدام، ومن المرجح أن تختلف أسباب الأفراد لتبني وسائل التواصل الاجتماعي بناء على الوسيلة المختارة وخصائص تلك الوسيلة.

يرى الباحث والتون دومنيك Wolton Dominique أن الدراسات المرتبطة بالإنترنت لا تتطلب إعادة النظر في النظريات الكلاسيكية، غير أنها قدمت ظواهر بحثية جديدة، وحسب رايس ووليامز فإن دراسة الإنترنت أو الإعلام الجديد يعتبر حقلاً

دراسيا ومعرفيا جديد ومتاح لاختبار العديد من النظريات والنماذج التي يجب تكيفها مع الظاهرة الاتصالية المتغيرة باستمرار ومع واقع مجتمعاتنا¹.

يرى ماكويل McQuail أن الاستخدامات والإشباعات نظرية مناسبة لدراسة الوسائط الجديدة، وخاصة من حيث المقارنة والتعريف، وأن الدراسات في هذا الاتجاه تتبع اتجاهها متزايدا لذلك، تؤدي هذه الدراسات إلى إضافة إشباعات جديدة لشرح كيفية استخدام الأفراد لوسائل التواصل الاجتماعي على سبيل المثال، المجتمع الافتراضي هو إشباعات جديدة تمت إضافتها لشرح كيفية استخدام الأفراد لمواقع التواصل الاجتماعي².

لقد حاولت الكثير من المداخل تقديم تفسيرات للظواهر الاتصالية المرتبطة بالإعلام الرقمي في مدخل الاستخدامات والإشباعات مع طبيعة الإعلام الجديد ووسائله وبالتأكيد على تعمد المستخدم البحث عن محتوى محدد لإشباع حاجات محددة، وهذا على النقيض من المستهلكين مضامين الوسائل التقليدية الذين يستخدمونها من باب الروتين والتعود بدون وجود دوافع محددة، ترتب على ذلك اعتماد فرضيات نظرية الاستخدامات والإشباعات استحسانا الباحثين في مجال الإعلام والاتصال³.

في ظل التحول الذي طرأ على البيئة الإعلامية فإن توظيف نظرية الاستخدامات والإشباعات مناسب لفهم بيئة الإعلام الجديد، حيث لقي اعتماد فرضيات نظرية الاستخدامات والإشباعات استحسانا من جانب الباحثين في مجال الإعلام الجديد، فالتفاعلية على الانترنت أكثر قوة وارتفاعا مما هي عليه في وسائل الإعلام التقليدية، وكون الفرد قصد في تعرضه وتصفح مواقع معينة لإشباع حاجاته، فهي تعتبر مناسبة للدراسات الحالية حول شبكات التواصل الاجتماعي والإعلام الجديد عامة.

تتصدر نظريات الاستخدامات والإشباعات الكثير من البحوث التي تدرس استخدام الانترنت، باعتبار الدخول الانترنت أحد بدائل الاستخدام التي يختارها الفرد لتلبية حاجاته ورغباته، وذلك لسهولة تطبيق الفروض الخاصة بنظرية الاستخدامات والإشباعات في هذه البحوث والدراسات فحسب Renita Coleman فإن أشكال التفاعلية على مستوى شبكة الانترنت تتمتع بمستوى أكثر قوة وارتفاعا من تلك المتعلقة بالإعلام التقليدي، ولكن بما أن الجمهور قصدي في تعرضه وتصفح مواقع معينة لإشباع حاجاته فإن هذا المدخل يعتبر مناسباً لدراسة استخدامات الجمهور للإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي خاصة.

¹ جمال الدين مدفوني، نظرية الاستخدامات والإشباعات؛ من الاتصال الجماهيري إلى الاتصال الرقمي، مجلة الرسالة الإعلامية، المجلد 3، العدد 3، 2019، ص 80.

² Flora Hajdarmataj & Alaaddin F Paksoy, Uses And Gratifications Theory in Social Media Applications: Today's Active Users, Characteristics and Obtained Gratifications, Current Studies in Communication Sciences- 1, Aralık 2022, p 28.

³ مصطفى علي سيد عبد النبي، الاتجاهات الحديثة لنظرية الاستخدامات والإشباعات، المجلة المصرية للدراسات المتخصصة العدد 23، 2019، ص 53.

من الدراسات المبكرة في هذا المجال، دراسة بيرس ودان حول استخدام الحواسيب المنزلية ومقارنتها مع وسائل الإعلام الأخرى في تلبية مجموعة متنوعة من الحاجات معتمدة على نظرية الاستخدامات والإشباع، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- القليل من المبحوثين من يملكون أجهزة الكمبيوتر آنذاك.
- الكمبيوتر يعتبر بالنسبة لهم كمصدر للترفيه، والتسلية، والاسترخاء، والمتعة.
- يساعدهم استخدام الكمبيوتر على نسيان مشكلات الحياة اليومية ويقلل الشعور بالوحدة ويملأ الفراغ كما يعتبر كطريقة يتم من خلالها فعل أمور مع الأصدقاء والعائلة.

وحسب Serge Proulx أن جل الدراسات الحالية حول استخدام الأفراد للإنترنت تتوصل بطريقة متتالية إلى أن استخدامه:

- يحافظ على العلاقات الاجتماعية
- يتيح طرق عديدة للاتصال ويغير من شكل استهلاك المواد الثقافية والترفيهية.
- يشهد تداخل العلاقات الشخصية والعلاقات المهنية تحت ضغط ضيق الوقت ومرونة تنقل الأفراد وسهولة استعمالهم لوسائل الاتصال.

لقد اقترح الباحثون أن نظرية الاستخدامات والإشباع قد تكون مفيدة بشكل خاص للإنترنت بسبب قابليتها للتحويل أو ما يطلق عليه "شخصية الخبراء" المشابهة لطبيعة الإنترنت. بالنسبة للوظائف والأدوار فإن وظيفة تقديم المعلومات تنصدر كافة الوظائف الأخرى لدى فئات الجماهير والعاملين في مجالات الإعلام لتصل إلى نسبة 75-90% من أسباب استخدام الحاسوب وشبكة الإنترنت في البحوث الأجنبية والعربية التي درست أسباب ودوافع استخدام الاتصال الرقمي، ومن ثم فإن هناك العديد من أوجه الاستفادة من تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباع على الإنترنت وهي تطوير وظائف الإنترنت مما يساهم في تطوير المجتمع. وتوسيع درجة المصادقية للإنترنت من خلال نتائج الاستقصاءات حول حاجات ودوافع مستخدمي الإنترنت واستغلالها في تطبيق ميزات محددة للإنترنت لتحفيزهم.

فالمعرفة الدقيقة لرغبات وتوقعات المستخدمين من استخدام شبكة الإنترنت سوف تساعد الشركات والمؤسسات على تقديم أفضل خدمة لعملائها وتحقيق أكبر ربح بالنسبة للمؤسسات التجارية مما يساهم في دفع عجلة التنمية والتطوير، ومن هنا يكتسب الإنترنت قيمة كبيرة من خلال نظرية الاستخدامات والإشباع، من خلال توفير الاستخدامات والإشباع الإطار النظري الملائم لفهم الأسباب المحددة لاستخدام الإنترنت.

ومع مراعاة ما يلي في دراسات الأنترنت:

- أن جمهور مستخدمي شبكة الأنترنت أكثر نشاطا وأكثر تفاعلية.
- تتمثل اتجاهات الاستخدام في: الاتصال بالغير سواء كان المستخدم مرسلًا أو مستقبلًا، والتجول بين المواقع المتعددة لتلبية الحاجات المستهدفة والتي يتصدرها الحاجات المعرفية.
- تتصدر وظيفة المعلومات كافة الوظائف في الاختيار حيث تراوحت نسبتها بين 75-90%.
- لا تعتبر شدة الاستخدام دليلا على إشباع الحاجات.
- يفرض استخدام الأنترنت والتجول بين مواقعها دراسة مشكلات الاستخدام وقدرة المستخدم على تجاوزها وذلك للدلالة على قوة الاستخدام، والارتباط بالمواقع، ومحتواها، ووظائفها.
- يجب أن يوضع في الاعتبار أن هناك تباين في شدة الاستخدام وعاداته وأنماطه السلوكية نظرا لأن هناك فجوة بين الفئات الاجتماعية المختلفة في استخدامه للأنترنت.
- يجب أن يتم التفريق بين الاستغراق في المحتوى والاستغراق في التجول في مجال قيس شدة الاستخدام، فالاستغراق في التجول قد لا يكون مدفوعا بتلبية الحاجات بقدر الرغبة في اكتشاف الجديد في الوظائف أو المحتوى أو الاتجاهات.
- يجب أن يوضع في الاعتبار الحاجات المتجددة التي تظهر أثناء التجول والأخرى الدافعة إلى الدخول على المواقع واستخدامها.
- يجب الأخذ بعين الاعتبار أن الإشباع الذي يبحث عنه الفرد من خلال استخدامه للأنترنت ليس بالضرورة هو نفسه الإشباع الذي سوف يحصل عليه.

أهم الإشباعات المتحققة لدى الجمهور المستخدم للأنترنت:

تتمثل هذه الإشباعات فيما يلي¹:

- اكتشاف كل ما هو جديد في العالم الخارجي.
- البحث عن المعلومات.
- التسلية
- الاتصال بالآخرين.

¹ بوخاري محمد وقاسمي إبراهيم، مرجع سابق، ص 40.

تحقيق الوجود الافتراضي

ويمكن تقسيم الإشباع التي تقدمها شبكة الانترنت لمستخدميها على النحو التالي:

- إشباع المحتوى: وينقسم إلى قسمين:
 - أ. إشباع المحتوى التوجيهي: ويهدف إلى الحصول على المعلومات والمواد الإخبارية بسرعة.
 - ب. إشباع المحتوى الاجتماعي: يقصد بها الربط بين المعلومات التي يحصل عليها الفرد من الشبكة وعلاقاتها الاجتماعية.
 - إشباع الاتصال: وهي الإشباع الناتجة عن استخدام شبكة نفسها واختيار الوسيلة قصداً، ولا يرتبط هذا النوع من الإشباع بما تقدمه الأنترنت من محتوى، وينقسم إلى قسمين:
 - إشباع الاتصال شبه اجتماعي: ويقصد بها العلاقة بين الوسيلة والفرد، حيث يشعر الفرد أن شبكة الانترنت جزء منه لا يمكنه التخلي عنها.
 - إشباع الاتصال شبه التوجيهية: ويتحقق هذا النوع من الإشباع من خلال تخفيف التوتر، مثل إشباع دعم الذات، ولاحظ ذلك في مواقع التسلية والترفيه أو الارتباط الدائم بالأنترنت، ويزيد هذا في انزغال الأفراد عن المجتمع.
- حسب الباحث ليعاضي فإنه يمكن فهم الحدود العلمية لنظرية الاستخدامات والإشباع في بيئة الويب من زاوية التيار البحثي الذي ظهر في فرنسا خلال ثمانينات القرن الماضي تحت اسم "سوسيولوجيا الاستخدام"، والذي يستند إلى براديجم البنائي والتفهمي. ويرى هذا التيار أن الاستخدام الذي يُعد مفهوماً مركزياً حيث تميز **جوسلين جوي Josiane Jouët**، بين استخدام التكنولوجيا المعاصرة وممارستها؛ فالاستخدام، في نظرها، اختزالي يحيل إلى مجرد الاستعمال، بينما تمثل الممارسة مفهوماً أكثر صياغة، ولا تقتصر على الاستعمال التقني، بل تشمل السلوك والمواقف وتمثّلات الأشخاص ذوي الصلة بالأداة التقنية¹.
- ويعتقد الباحث **جون غي لacroix Jean Guy** أن هناك خلطاً في المفهومين: الاستخدام والممارسة، ويقترح بدلها مفهوم الاستخدامات الاجتماعية ويعني به "أنماطاً من الاستعمال التي تتجلى عبر تواترها في صيغة العادات المندمجة في الحياة اليومية. وفي ضوء هذا الجدل فإن نظرية الاستخدامات والإشباع سطّحت مفهوم الاستخدام وأفرغته من ثراء محتواه الاجتماعي، فالاستخدام يبدو فقيراً ولا يملك السُّمك الذي منحته له مدرسة الدراسات الثقافية. يوضح ستوارت هال **Stuart Hall** هذا الأمر من خلال تأكيد بعض المفاهيم، مثل: "التأثير" و"الاستخدامات" والإشباع" هي ذاتها مؤطرة ببني الفهم والاستيعاب، وبني

¹ نصر الدين ليعاضي، التفكير في عُدّة التفكير: مراجعة نقدية لنظرية الاستخدامات والإشباع في البيئة الرقمية، مركز الجزيرة للدراسات، 2020. متاح على الرابط:

<https://studies.aljazeera.net/ar/article/4876>

اجتماعية واقتصادية تصقل العملية التي تتجسد عبرها هذه المفاهيم في آخر حلقة في عملية التلقي، وهي التي تسمح بتحويل المعاني الدالة في اللغة إلى سلوك ووعي¹.

لقد حاول تيار "سوسولوجيا الاستخدامات أن يعطي شُموًكاً أمتن للاستخدام من خلال تبني مفهوم التملك Appropriation، أي إن كل مستخدم يبتكر وظائف خاصة به في استخدامه للوسيلة التقنية -الميديا- غير تلك التي صُمِّمت من أجلها هذه الوسيلة أو يضيف إليها وظائف أخرى، فممارسة الاتصال عبر مواقع الشبكات الاجتماعية أفرزت بعض المفارقات، نذكر منها أن المستخدمين يسعون جاهدين إلى إبراز ذواتهم ويشتكون في الوقت ذاته من سطوة هذه المواقع التي "نتهك" خصوصيتهم، ويستلزم استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية إدارة الهوية الرقمية، ولكل مستخدم استراتيجيته، حيث إنه يتفاوض على الحدود الفاصلة بين ما هو عام في حياته اليومية وما هو خاص، ونظرية الاستخدامات والإشباع لا تستطيع الأخذ بيد الباحثين للكشف عن هذه الاستراتيجية².

أسئلة للمناقشة:

حدد التحديات النظرية والمنهجية التي تواجه الباحث عند تطبيقه لنظرية الاستخدامات والإشباع في البيئة الرقمية.

¹ نصر الدين لعياضي، مرجع سابق.

² المرجع نفسه