

جامعة حمه لخضر-الوادي-

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم العلوم الإنسانية

الأستاذ عبدالكريم شين

الإجابة النموذجية لاختبار مقياس نظريات الإعلام والاتصال

السنة الثالثة /السداسي الخامس

السؤال الأول: ماهي الفروض التي جاءت بها نظرية الاستخدامات والاشباع؟

الإجابة:

وتقدم نظرية الاستخدامات والإشباع مجموعة من المفاهيم والشواهد التي تؤكد على أن أسلوب الأفراد أمام وسائل الإعلام أكثر قوة من المتغيرات الاجتماعية والديمغرافية والشخصية.

فروض النظرية:

أ. جمهور المتلقين هو جمهور نشيط، يستخدم وسائل الإعلام لتحقيق أهداف معينة.

ب. يمتلك أعضاء الجمهور القدرة على تحديد احتياجاتهم وتحديد الوسائل المناسبة لتلبية هذه الاحتياجات. ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية، وعوامل التفاعل الاجتماعي وتنوع الحاجات.

ج. تنافس وسائل الإعلام مصادر أخرى لإشباع الحاجات مثل الاتصال الشخصي أو المؤسسات الأكاديمية أو غيرها من المؤسسات، فالعلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام تتأثر بعوامل بيئية عديدة.

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

السؤال الثاني: اشرح الدوافع والإشباع التي قدمتها نظرية الاستخدامات والإشباع؟

الإجابة

الدوافع والحاجات:

الدافع هو حالة داخلية تحرك الكائن الحي، وتوجه سلوكه نحو تحقيق أهداف محددة. ويختلف تصنيف الدوافع حسب الرؤية التي ننظر إليها، فبالرغم من هذه التصنيفات المتعددة للدوافع إلا أن المهتمين بنظرية الاستخدامات والإشباع صنفوا الدوافع إلى نوعين رئيسيين:

أ. دوافع نفعية:

وهي دوافع تهدف للتعرف على الذات، واكتساب المعرفة والمعلومات، والخبرات وجميع أشكال التعلم. وهناك أنواع برامجية معينة تلبي هذه الدوافع مثل الأخبار، الأفلام، الوثائق، البرامج الثقافية... إلخ.

ب. دوافع طقوسية:

وهي الدوافع التي تهدف إلى تمضية الوقت، والاسترخاء، والصدقة، والألفة مع الوسيلة، والهروب من المشكلات. وهناك أنواع إعلامية تلبي هذه الدوافع مثل برامج الترفيه والمنوعات والأفلام والمسلسلات والبرامج الرياضية... إلخ.

1. الإشباعات Gratifications:

وفق نظرية الاستخدامات والإشباع يتم وصف أفراد الجمهور باعتبارهم مدفوعين بمؤثرات نفسية واجتماعية لاستخدام وسائل الإعلام بهدف الحصول على نتائج خاصة هي الإشباعات.

وقد صبت نظرية الاستخدامات والإشباعات اهتمامها للتمييز بين الإشباعات التي يبحث عنها الجمهور والإشباعات المتحققة، فالإشباع الذي يبحث عنه الفرد ليس بالضرورة هو الإشباع الذي يتحقق بالفعل، كما أن هذين النوعين من الإشباعات يؤثران في بعضهما.

ويفرق لورانس وينر 1985، بين نوعين من الإشباعات هما:

أ. إشباعات المحتوى: وتنتج عن التعرض لمحتوى وسائل الإعلام.

ب. إشباعات العملية: وتنتج عن عملية الاتصال والارتباط بوسيلة محددة، ولا ترتبط مباشرة بخصائص الرسالة.