

المقاربة النظرية:

نظرية الاستخدامات الإشباع (Uses and Gratifications Theory) :

مفهوم النظرية: الاستخدام في اللغة من استخدم استخداماً، أي اتخذ الشخص خادماً. ومنه يخدمه خدمة فهو خادم وخدام. وأما الإشباع في اللغة فهي مأخوذة من الشبع بفتح الشين وفتح الباء والشبع (بكسر الشين) مثل عنب ضد الجوع، وتدل على امتلاء في أكل وغيره، وامرأة شبعى الذراع من النساء هي ضخمتها، وثوب شبيع الغزل أي كثيره، وشبيع العقل أي وافره، والتشبع من يرى أنه شبعان وليس كذلك.

ونظرية الاستخدامات والإشباع في الاصطلاح الإعلامي مثار اختلاف بين الباحثين. وتعني النظرية باختصار: تعرض الجمهور لمواد إعلامية لإشباع رغبات كامنة معينة استجابة لدوافع الحاجات الفردية. وأورد مساعد المحيا تعريفاً اصطلاحياً لمفهوم النظرية على أنه ما تحققه المادة المقدمة عبر وسيلة معينة من استجابة جزئية أو كلية لمتطلبات حاجات ودوافع الفرد الذي يستخدم هذه الوسيلة ويتعرض لتلك المادة. وذكر الباحث محمد عبد الحميد أن الحاجة حالة من الرضا والإشباع هي: افتقار الفرد أو شعوره بنقص في شيء ما يحقق تواجده والحاجة قد تكون فسيولوجية أو نفسية، وذكر أن الدافع هو حالة فسيولوجية أو نفسية توجه الفرد إلى الاتزان النفسي الذي يساعد على استمرار التواصل مع الغير والتكيف مع البيئة.

نشأتها واورادها:

خلال أربعينيات القرن العشرين أدى إدراك عواقب الفروق الفردية والتباين الاجتماعي، وإدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجمهور، ووسائل الإعلام، وكان ذلك تحولاً من رأي الجمهور على أنه عنصر سلبي إلى أنه عنصر فاعل في انتقاء الرسائل والمضامين المفضلة من وسائل الإعلام. وكان ذلك ردة فعل لمفهوم قوة وسائل الإعلام كما في نظرية الرصاصة، ونظرية انتقال المعلومات على مرحلتين. ونظرية الاستخدامات الإشباع القائمة على افتراض الجمهور النشط تركز على كيفية استجابة وسائل الإعلام لدوافع احتياجات الجمهور.

وذكر حسن مكاي وليلى السيد أن (وبرنر و تانكرد Tankard & Warner) أشارا إلى أن البحث في أنواع الاحتياجات التي يحققها استخدام وسائل الإعلام قد بدأ في الثلاثينيات من القرن الماضي، عندما أجريت دراسات عديدة من هذا المنظور للتعرف على أسباب استخدام الجمهور لوسيلة معينة، وبدأت أبحاث النظرية منذ عام 1944م في دراسة (هيرتا و (هير زج) التي استهدفت الكشف عن إشباع مستمع المسلسلات اليومية، وتوصلت إلى أنها تهتم بإشباع الحاجات العاطفية، وفي عام 1945م جاءت دراسة (بيرلسون Belson) التي أجراها عندما توقفت ثماني صحف عن الصدور لمدة أسبوعين بسبب إضراب عمال شركة التوزيع في نيويورك، فكان سؤاله عما افقده الجمهور خلال هذه المدة، وتوصل إلى أن الصحف تقوم بعدة أدوار تعد السبب في ارتباط الجمهور بها مثل دور نقل المعلومات والأخبار، والهروب من العالم اليومي. وكان أول ظهور لهذه النظرية بصورة كاملة في كتاب استخدام وسائل الاتصال الجماهيري" من تأليف (إليه كاتز Elihu Katz) و (بلمر Blumer) عام 1974م ودار هذا الكتاب حول تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام من جانب، ودوافع استخدام الفرد من جانب آخر. وتعد هذه النظرية بمثابة نقلة فكرية في مجال دراسات تأثير وسائل الإعلام حيث يرى المنظرون لهذه النظرية أن للجمهور إرادة من خلالها يحدد أي الوسائل والمضامين يختار واستمر الاهتمام بهذه النظرية عند الباحثين أمثال الازر (سفيد Lazars Field) و(ريفيز Reeves) و بيلور رام Wilbur Schramm في القرن العشرين، ولكنها لم تكن مصممة لدراسة إشباع وسائل الإعلام للفرد بقدر ما هي استهداف العلاقة بين متغيرات اجتماعية معينة، واستخدام وسائل الاتصال ومع تزايد الاهتمام بالإشباع التي تزود بها وسائل الإعلام جمهورها، أصبح واضحاً أن هذه الدراسات لم تستطع الوصول إلى تحديد للإشباع التي توضح عناصر هذه النظرية، ذلك أن أصحابها لم يحاولوا الكشف عن مدى الارتباط بين ما انتهوا إليه من إشباع، وبين الأصول الاجتماعية والنفسية للحاجات التي يتم إشباعها، إضافة إلى عجزهم في البحث عن العلاقة بين وظائف الاتصال الجماهيري المتنوعة التي تعود إلى تحدي البناء الكامل للإشباع وسائل الاتصال.

ويرى (دينس ما كويل Macquial) .. أنه لابد من دراسة العلاقة بين الدوافع النفسية التي تحرك الفرد لتلبية حاجاته في وقت معين والتعرض لوسائل الإعلام، وهو بهذا قدم المدخل الرئيس لدراسة العلاقة بين المتلقين، ووسائل الإعلام ذلك لأن هذا المدخل يقوم أساساً على تصور الوظائف التي تقوم بها الوسائل ومحتواها من جهة ودوافع الفرد المستخدم من جهة أخرى. وفي السبعينيات من القرن الماضي بدأ الباحثون يستهدفون عبر البحوث المنظمة بناء الأسس النظرية لمدخل الاستخدام والإشباع، وذلك عبر طرح، وصياغة الكثير من التساؤلات العديدة التي ظهرت في الدراسات التقليدية المقدمة في الأربعينيات من القرن نفسه، وأدى ذلك بدوره إلى قيام عدد من البحوث التطبيقية في مجال الاستخدام والإشباع وكانت كل دراسة تسعى إلى الإسهام في بلورة ما انتهت إليه الدراسات السابقة في هذا المجال، فجعلوا كثيراً من الخطوات المنطقية التي كانت غير ظاهرة في تلك الدراسات السابقة خطوات علمية.

لذا كان (إلهيو كاتز Elihu Katz) وبلمر (Blumer) يميزان أن هذه المرحلة بأنها تحاول استخدام العملية المتاحة حول الإشباع لشرح وتوضيح الجوانب الأخرى من عملية الاتصال، التي يمكن أن ترتبط بها دوافع الجمهور وتوقعاته.(مصدر الدعاية وحروب الاعلام، المؤلف الدكتور/محمد صاحب سلطان، نشر بتاريخ 2025/8/10، ص49)

اهداف النظرية:

- 1-السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال باعتبار أن الجمهور نشط.
- 2- شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة والتفاعل الذي يحدث نتيجة للتعرض.
- 3- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.

الفروض الأساسية للنظرية:

- 1-أن أعضاء الجمهور مشاركون فاعلون في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.
- 2- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية وعوامل التفاعل الاجتماعي وتنوع الحاجات.
- 3- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته فالأفراد هم الذين يستخدمون الوسائل وليس الوسائل هي التي تستخدمهم.
- 4- يستطيع أفراد الجمهور دائما تحديد احتياجاتهم ودوافعهم وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الاحتياجات.
- 5- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسائل فقط.

(نظريات التأثير الاعلام الرقمي جمع وتنسيق /أسامة بن محمد المحيا، نشر بتاريخ 1433/6/25)

اسقاط النظرية على الدراسة:

اخترنا نظرية الاستخدامات الاشباعيات في دراستنا لمعرفة كيفية استخدام تطبيقات الاعلام الرقمي التفاعلية في مجال النطق والتخاطب اذ نفترض ان الاخصائيين واوليا الأمور يستخدمون هذي التطبيقات بصورة واعية لتحقيق اهداف تعليمية وعلاجية للأطفال ذوي اضطرابات النطق والتخاطب.

كما تفسر النظرية اقبالهم على هذه التطبيقات لما توفره من خصائص تفاعلية وإشاعات تعليمية مثل تعزيز التواصل وزيادة الدافعية وتحسين جودة التعليم والتدريب.

أوجه الاستفادة من النظرية:

- 1-الاستناد الى نظرية الاستخدامات الاشباعيات لتفسير دوافع استخدام اخصائي النطق والتخاطب بتطبيقات الاعلام الرقمي التفاعلية في الجلسات العلاجية والتعليمية.
- 2-الاسهام في بناء أسئلة الاستبانة فقراتها بما يتوافق مع مفاهيم النظرية واهداف الدراسة
- 3-تفسير العلاقة بين استخدام تطبيقات الاعلام الرقمي التفاعلية ودورها في تنمية المهارات اللغوية والاجتماعية لدى أطفال ذوي اضطرابات النطق والتخاطب.
- 4 -توفير اطار نظري يساعد في تحليل نتائج الدراسة ومناقشتها في ضوء الاشباعيات والفوائد التي يحققها استخدام تطبيقات الاعلام الرقمي التفاعلية في مجال النطق والتخاطب

المنهج المستخدم وادواته:

منهجية الدراسة:

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي؛ وذلك ملائمة لطبيعة أهداف وتساؤلات الدراسة، وتم تصميم استبانة كأداة لجمع البيانات. شملت الاستبانة عدة محاور رئيسة تشمل البيانات الأولية للمشاركين، ومدى استخدامهم لتطبيقات الاعلام الرقمي، وتقييم فعالية هذه التطبيقات، والتحديات التي يواجهونها، واحتياجاتهم التدريبية. تم تحليل البيانات باستخدام الإحصاء الوصفي (التكرارات، النسب المئوية، المتوسطات، والانحرافات المعيارية)؛ مما يعزز من فهم الظواهر المدروسة، ويدعم تحليل البيانات بدقة وشمولية.

تعريف المنهج الوصفي: أسلوب من أساليب التحليل المركزي على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد، أو فترة أو فترات زمنية معلومة، وذلك من أجل الحصول على نتائج علمية، ثم تفسيرها بطريقة موضوعية، بما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة". (كتاب البحث العلمي اساسياته النظرية وممارسته العلمية، المؤلف /رجاء وحيد دويدري، ص183)

مجتمع البحث والعينة:

مجتمع الدراسة: تكون مجتمع الدراسة من اخصائيي النطق والتخاطب العاملين في مراكز تأهيل الأطفال ذوي اضطرابات النطق والتخاطب في محافظة جدة.

عينة الدراسة: تكونت عينة الدراسة من عينة قصدية من اخصائيي النطق والتخاطب في مراكز تأهيل أطفال ذوي اضطرابات النطق والتخاطب بمحافظة جدة وذلك بهدف التعرف على آرائهم حول دور تطبيقات الاعلام الرقمي التفاعلية في تنمية المهارات اللغوية والاجتماعية لدى أطفال ذوي اضطرابات النطق والتخاطب.

تعريف العينة القصدية: تعرف العينة القصدية بأنها العينة التي يتم اختيارها بالاعتماد على اشتراطات البحث؛ أي أنه لا يمكن اختيار عينة أخرى غير العينة المختارة (القصدية) ليتم الإجابة عن أسئلة الدراسة بالشكل المناسب. (أكاديمية بوابة النجاح للبحث والدراسات الأكاديمية).

أدوات جمع البيانات:

المصادر الثانوية من خلال مراجعة الكتب والدراسات السابقة والمقالات العلمية لتأصيل مفاهيم الدراسة نظريا.

لقد اعتمدنا في جمع بيانات الدراسة على الاستبانة بوصفها الأداء الرئيسة لجمع البيانات لطبيعة الدراسة وأهدافها ولقدرتها على جمع البيانات من أفراد مجتمع الدراسة بطريقة منظمة

ولقد صممت الاستبانة بشكلها الإلكتروني وبلغ عدد الاستمارات الموزعة على المبحوثين () وتم استرجاع () منها فقط نظرا لعدم التزام المبحوثين بالإجابة .

تعريف الاستبانة: لغة: ("كلمة مشتقة من الفعل استبان الأمر، بمعنى أوضحه وعرفه، والاستبيان بذلك هو التوضيح والتعريف لهذا الأمر، وهو ترجمة للكلمة الإنجليزية Questionnaire "). اصطلاحا: يمكن تعريف الاستبيان على أنه " عبارة عن مجموعة من الأسئلة تتوافق مع محاور الظاهرة قيد الدراسة وتكون ملمة بها والتي يمكن التوصل من خلالها إلى حقائق تلامس الواقع، ويعرف أيضا على أنه "مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين، يتم وضعها في استمارة ترسل للأشخاص المعنيين بالبريد أو يجرى تسليمها باليد تمهيدا للحصول على أجوبة الأسئلة الواردة فيها. أيضا هو عبارة عن " نموذج يضم مجموعة من الأسئلة التي تدور حول موضوع ما يتم إرساله إلى المبحوثين بطريقة أو بأخرى ليجيبوا على هذه الأسئلة ثم إعادته ثانية إلى الهيئة المشرفة على البحث. (المجلة الجزائرية للأمن والتنمية، أحمد الحمزة والبار امين/ نشر بتاريخ 2023/7/1 ص 304)

مجالات الدراسة:

المجال المكاني: أجريت الدراسة في المملكة العربية السعودية بمحافظة جدة.

المجال الزمني: طبقت الدراسة خلال العام الدراسي 2026م وتوزعت مراحلها بين جمع الماد العلمية واعداد الجانب النظري ثم العمل الميداني في توزيع الاستبيان على عينة مجتمع الدراسة يلي ذلك تحليل البيانات واستخلاص النتائج.

المجال البشري: اقتصرت الدراسة على اخصائي النطق والتخاطب العاملين في مراكز تأهيل النطق والتخاطب في مدينة جدة.