

6. المقاربة النظرية للدراسة:

نظرية الاستخدامات والإشباع :

مفهوم نظرية الاستخدامات والإشباع :

الاستخدام في اللغة : مصدر الفعل استخدم وأصله من الجذر (خدم) خدمه أي قام بحاجته مثل خدم نفسه: قام بحاجته ، واستخدم أي استعمله وانتفع به .

الإشباع في اللغة : مشتقة من الفعل اشبع وأصله من الجذر (شبع) أي تحقيق الكفاية والامتلاء مثل سعى إلى إشباع الجائعين: إطعمهم حتى يشبعوا .

ونظرية الاستخدامات والإشباع في الاصطلاح الاعلامي مثار اختلاف بين الباحثين وتعني النظرية باختصار: تعرض الجمهور لمواد اعلامية لإشباع رغبات كامنة معينة استجابة لدوافع الحاجات الفردية. وأورد مساعد المحيا تعريفا اصطلاحيا لمفهوم النظرية على انه ما تحققه المادة المقدمة عبر وسيلة معينة من استجابة جزئية او كلية لمتطلبات حاجات ودوافع الفرد الذي يستخدم هذه الوسيلة ويتعرض لتلك المادة " وذكر محمد عبد الحميد استاذ الاعلام بجامعة حلوان ان الحاجة هي: " افتقار الفرد او شعوره بنقص في شيء ما يحقق تواجده، حالة من الرضا والإشباع، والحاجة قد تكون فسيولوجية او نفسية " وذكر ان الدافع هو " حالة فسيولوجية او نفسية توجه الفرد الى الاتزان النفسي الذي يساعد على استمرار التواصل مع الغير والتكيف مع البيئة".

نشأة النظرية :

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 (Bertson) التي أجراها عندما توقفت ثمانى صحف عن الصدور لمدة أسبوعين بسبب إضراب عمال شركة التوزيع في نيويورك، فكان سؤاله عما افتقده 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 (إليهو كاتز Elihu Katz) و (بلمر Blumler) 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.

المعاني. (د.ت.). إشباع. استخدام في معجم المعاني. استرجع في 25 يونيو 2026، من معجم المعاني - عبد الحميد، ص. م. (2023، 2 مارس). مفهوم نظرية الاستخدامات والإشباع. المرجع الإلكتروني للمعلوماتية. المرجع الإلكتروني للمعلوماتية
مقرر نظريات الاتصال الإعلامي (DGM 122) [عرض تقديمي]. المحاضرة الرابعة (نظريات التأثير الانتقائي الإعلامي د/شيرين فاروق ربيع . جامعة ميدأوشن 2023

أهداف النظرية :

1. محاولة التعرف على استخدام الأفراد لوسائل الاتصال، على اعتبار أن الجمهور نشيط ويستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.
2. الكشف عن العلاقات المتبادلة بين دوافع الاستخدام وأنماط التعرض، والإشباع.
3. تحديد دوافع تعرض الأفراد لوسائل الاتصال، والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.
4. التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.
5. معرفة دور العوامل الوسيطة وتأثيرها في الاستخدامات والإشباع.

فروض النظرية :

1. جمهور المتلقين هو جمهور نشيط، واستخدامه لوسائل الإعلام هو استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة.
2. يمتلك أعضاء الجمهور القدرة على تحديد احتياجاتهم وتحديد الوسائل المناسبة لتلبية هذه الاحتياجات، ويتحكم في ذلك عوامل الفروض الفردية وعوامل التفاعل الاجتماعي وتنوع الحاجات.
3. 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.
4. يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال محتوى الرسائل فقط.

عناصر النظرية :

حدد كل من كاتز، وبلومر وجورفيتش Katz & Blumler & Gurvitch عناصر الاستخدامات والإشباع كما يلي:

- أصول نفسية واجتماعية للحاجات التي تولد
- توقعات من وسائل الاتصال ومصادر أخرى تؤدي
- نماذج مختلفة من التعرض ينتج عنها
- نتائج أخرى غير مرغوبة أو إشباع حاجات
- 1. الأصول الاجتماعية والنفسية لاحتياجات الجمهور:

يرى كاتز وزملاؤه أن الاحتياجات في الأصل تعود إلى أصول اجتماعية ونفسية للأفراد مما يولد توقعات معينة من وسائل الإعلام وأنماط مختلفة من التعرض، ينتج عنها إشباع احتياجات معينة ونتائج أخرى.

المعاني. (د.ت.). إشباع. استخدام في معجم المعاني. استرجع في 25 يونيو 2026، من معجم المعاني - عبد الحميد، ص. م. (2023، 2 مارس). مفهوم نظرية الاستخدامات والإشباع. المرجع الإلكتروني للمعلوماتية. المرجع الإلكتروني للمعلوماتية

مقرر نظريات الاتصال الإعلامي (DGM 122) [عرض تقديمي]. المحاضرة الرابعة (نظريات التأثير الانتقائي الإعلامي) (د/شيرين فاروق ربيع . جامعة ميدأوشن 2023)

أ. الأصول الاجتماعية:

يرى الباحثون أن سمات وخصائص البيئة تلعب دوراً مؤثراً في حياة الفرد، وبالتالي تؤثر في تشكيل احتياجاته وأساليب إشباع هذه الاحتياجات. ويذهب بلومر Blumler إلى أن مكانة الفرد داخل مجتمعه وتفاعله داخل بيئته الاجتماعية تحدد كثيراً من احتياجاته الاتصالية، وقد انتهى جونستون Jonoston في دراسته عن التكامل الاجتماعي إلى أن الجمهور يتعاملون مع وسائل الاتصال باعتبارهم أعضاء في جماعات اجتماعية وليسوا أفراد منفصلين.

ب. الأصول النفسية:

يعد الباحثون أن العوامل النفسية بين الأفراد يمكن أن ينتج عنها وجود حوافز مختلفة لاستخدام وسائل الإعلام، فالعوامل النفسية تسهم في دفع الفرد إلى القيام بعملية الاتصال، كما أنها تلعب دوراً وسيطاً بين التعرض للمضمون الإعلامي واستجابات الفرد، ولا شك أن فهم العوامل النفسية يساعد في شرح أسباب ودوافع استخدام الأفراد للوسائل الإعلامية.

2. افتراض الجمهور النشط :

يرجع الفضل إلى كاتز Katz في تحويل نظريات الاتصال من جانب تقليل الاهتمام بما تفعله وسائل الإعلام بالناس، وزيادة الاهتمام بما يفعله الناس بتلك الوسائل، ومنذ ذلك الوقت أصبح ينظر لجمهور وسائل الاتصال الجماهيري باعتبارهم إيجابيين نشيطين وليسوا سلبيين. فالنشاط عند جمهور وسائل الإعلام حسب ما يذهب بلومر Blumer يشير إلى توفر الدافع والانتقائية، الأنواق والاهتمامات التي تحدث في حالة التعرض لوسائل الإعلام.

3. الحاجات:

صنف ماسلو A.maslow الحاجات الإنسانية إلى خمسة مستويات:

المستوى الأول: الحاجات الفسيولوجية / الجسمية: وهي الحاجات التي يشترك فيها البشر جميعاً مثل الحاجة للغذاء، والهواء، والجنس، والنوم

* المستوى الثاني: الحاجات الأمنية مثل الحاجة للحماية والنظام والاستقرار.

المستوى الثالث: الحاجات الاجتماعية وهي حاجات مكتسبة من البيئة تنبع من رغبة الفرد في الشعور بالعاطفة والصداقة والانتماء!

المعاني. (د.ت.). إشباع. استخدام في معجم المعاني. استرجع في 25 يونيو 2026، من معجم المعاني - عبد الحميد، ص. م. (2023، 2 مارس). مفهوم نظرية الاستخدامات والإشباع. المرجع الإلكتروني للمعلوماتية. المرجع الإلكتروني للمعلوماتية

مقرر نظريات الاتصال الإعلامي (DGM 122) [عرض تقديمي]. المحاضرة الرابعة (نظريات التأثير الانتقائي الإعلامي د/شيرين فاروق ربيع . جامعة ميدأوشن 2023

المستوى الرابع: الحاجات الذاتية ولا يستطيع الفرد الوصول إلى هذه الحاجة إلا بإشباع المستويات السابقة ويشمل الحاجة إلى المكانة، والنجاح، واحترام الذات.

* المستوى الخامس: تحقيق الذات وهو أرقى الحاجات ولم يصل إلى هذا المستوى إلا عدد قليل جداً من البشر.

4. دوافع وحاجات التعرض لوسائل الإعلام :

- وقد انقسمت آراء الباحثين عند حديثهم عن الدوافع إلى ما يلي:
- الحصول على المعلومات والنصيحة ومعرفة المجتمع والعالم.
 - دعم الهوية الفردية وتقليل التوتر الشخصي وإيجاد الدعم للقيم الفردية.
 - الهروب من المشاكل والدخول إلى عالم من المتعة والخيال.
 - التعود، إيجاد بناء للروتين اليومي، شغل الفراغ النفسي
 - التعايش مع الآخرين والاتصال وإيجاد قاعدة من الانتماء الاجتماعي.

* أنواع الدوافع :

- يختلف تصنيف الدوافع حسب الرؤية التي ننظر إليها:
1. الدوافع المنطقية والدوافع العاطفية: فالدوافع المنطقية تتأثر بالتفكير العقلاني، أما الدوافع العاطفية فتتأثر بالأهواء والعواطف
 2. الدوافع السلبية والدوافع الإيجابية: الدوافع الإيجابية هي الإقدام على سلوك معين بغض النظر عن إيجابية هذا السلوك
 3. دوافع مسيطر عليها ودوافع غير مسيطر عليها
 4. دوافع غريزية، ودوافع مكتسبة ودوافع مركبة، فدوافع الطعام والشراب والنوم هي دوافع غريزية، أما دوافع حب الظهور، والصداقة هي دوافع مكتسبة.
- ج. دوافع أساسية ودوافع ثانوية: فالدوافع الأساسية هي الغريزية أما الدوافع الثانوية فهي مكتسبة... لكن بالرغم من هذه التصنيفات المتعددة للدوافع؛ إلا أن المهتمين بنظرية الاستخدامات والإشباع صنفوا الدوافع إلى نوعين رئيسيين:

1. دوافع نفعية:

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

المعاني. (د.ت.). إشباع. استخدام في معجم المعاني. استرجع في 25 يونيو 2026، من معجم المعاني - عبد الحميد، ص. م. (2023، 2 مارس). مفهوم نظرية الاستخدامات والإشباع. المرجع الإلكتروني للمعلوماتية. المرجع الإلكتروني للمعلوماتية

مقرر نظريات الاتصال الإعلامي (DGM 122) [عرض تقديمي]. المحاضرة الرابعة (نظريات التأثير الانتقائي الإعلامي (د/شيرين فاروق ربيع . جامعة ميدأوشن 2023

2. دوافع طقوسية:

وهي الدوافع التي تهدف إلى تمضية الوقت، والاسترخاء، والصداقة والألفة مع الوسيلة، والهروب من المشكلات. وهناك أنواع إعلامية تلبي هذه الدوافع مثل برامج الترفيه والمنوعات والأفلام والمسلسلات والبرامج الرياضية... الخ. وتقاس الدوافع بأسلوب كمي (الاستبيان) أو أسلوب كيفي من خلال المقابلات المتعمقة، والأسئلة الإسقاطية وغير المباشرة.

إسقاط النظرية على الدراسة :

اخترنا نظرية الاستخدامات والإشاعات في دراستنا لمعرفة كيفية استخدام الشباب للمنصات الرقمية في قضاء وقت الفراغ، واستخدمنا هذه النظرية لعلاقتها بدوافع استخدام الشباب للمنصات الرقمية سواء دوافع نفعية مرتبطة بالحصول على المعلومات والمعرفة أو دوافع طقوسية مرتبطة بالترفيه وتمضية الوقت، وباعتبار ان الشباب هم جمهور ايجابي و نشيط لديه القدرة على تحديد احتياجاته واختيار المحتوى والوسائل التي يحقق منها تلك الاحتياجات والرغبات، مثل إشباعات ترفيهيه ، تعليمية ، اجتماعية . لذلك تعد نظرية الاستخدامات والإشاعات من أكثر المداخل النظرية ملائمة لدراسة طبيعة استخدام الشباب في مدينة جدة للمنصات الرقمية خلال أوقات الفراغ، والكشف عن الإشباعات المتحققة من هذا الاستخدام.

المعاني. (د.ت.). إشباع. استخدام في معجم المعاني. استرجع في 25 يونيو 2026، من معجم المعاني - عبد الحميد، ص. م. (2023، 2 مارس). مفهوم نظرية الاستخدامات والإشباع. المرجع الإلكتروني للمعلوماتية. المرجع الإلكتروني للمعلوماتية
مقرر نظريات الاتصال الإعلامي (DGM 122) [عرض تقديمي]. المحاضرة الرابعة (نظريات التأثير الانتقائي الإعلامي (د/شيرين فاروق ربيع . جامعة ميدأوشن 2023 .

7. منهج ونوع الدراسة :

اعتمدنا في هذه الدراسة على "المنهج الوصفي التحليلي" ويعرف بأنه أسلوب من أساليب التحليل المرتكز على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد عبر فترة أو فترات زمنية معلومة وذلك من أجل الحصول على نتائج عملية تم تفسيرها بطريقة موضوعية تتسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة، وهناك من يعرفه بأنه "طريقة لوصف الموضوع المراد دراسته من خلال منهجية علمية صحيحة وتصوير النتائج التي يتم التوصل إليها على أشكال رقمية معبرة يمكن تفسيرها". وهناك تعريف آخر للمنهج الوصفي وهو "محاولة الوصول إلى المعرفة الدقيقة والتفصيلية لعناصر مشكلة أو ظاهرة قائمة، للوصول إلى فهم أفضل وأدق أو وضع السياسات والإجراءات المستقبلية الخاصة بها"¹.

وقد اعتمدت هذه الدراسة على "المنهج الوصفي التحليلي" الذي يهدف من خلاله إلى جمع الحقائق والمعلومات، وهو المنهج الملائم مع طبيعة ومتطلبات البحث وأهدافه وبما أن هذه الدراسة تتمحور حول استخدام الشباب للمنصات الرقمية في قضاء وقت الفراغ، فإنها تندرج ضمن الدراسات الوصفية التي تعتمد على وصف الظاهرة أي وصف واقع استخدام الشباب للمنصات الرقمية وتحليل أنماط هذا الاستخدام ودوافعه وتوضيح خصائصه وعلاقته بالوضع الحالي، وصولاً إلى نتائج تساهم في فهم الظاهرة وتفسيرها بصورة علمية.

8. عينة الدراسة :

في هذا البحث تم استخدام العينة العشوائية وتعتبر تقنية العينة العشوائية نوعاً من تقنيات أخذ العينة المحتملة، حيث إن جميع أفراد المجتمع لديها فرصة متساوية للاختيار في العينة. وهذا يضمن الحصول على نتائج موثوقة وقابلة للتعميم على مجتمع الدراسة.

ويشار إليها بأنها العينة العشوائية (Random Sampling) هي طريقة لأخذ العينات بشكل عشوائي من المجتمع، ويكون لكل عنصر من عناصر المجتمع نفس احتمالية الظهور فتكون هذه الطريقة بمثابة تمثيل للمجتمع بأكمله متعددة عن التحيز، وتعتبر العينة العشوائية أكثر طرق جمع البيانات شيوعاً، لأنها بسيطة وتتوصل لاستنتاجات غير متحيزة". وايضاً تعرف العينات العشوائية في البحث العلمي بكونها عينات يتم اختيارها بشكل عشوائي، بحيث تمثل كافة عناصر المجتمع، إذ يكون لكل عنصر فرصة احتمالية الظهور في العينة دون أن يؤثر في عملية الاختيار".

اعتمدت الدراسة على عينة من الجمهور الشباب مستخدمي المنصات الرقمية في مدينة جدة، والبالغ عددهم (20) شاب وزعت عليهم استمارة الاستبيان .

واخترت العينة بناءً على عدة خصائص منها اعتماد فئة الشباب على المنصات الرقمية بشكل كبير، وتعدد دوافع استخدامهم للمنصات سواء ترفيه أو تواصل أو تعلم... الخ، وانتشار ظاهرة قضاء وقت الفراغ عبر هذه المنصات بينهم بصورة ملحوظة، ولأنهم الأكثر تفاعلاً مع التقنيات الحديثة، إضافة إلى أنهم يمثلون شريحة أساسية في المجتمع لما لهم من دور في التنمية وبناء المستقبل، وهذا يجعلهم الفئة الأنسب لتحقيق أهداف الدراسة والوصول إلى نتائج يمكن الاستفادة منها في تعزيز الاستخدام الإيجابي للمنصات الرقمية.

كلاب، ر. (2022، 7 نوفمبر). تعريف العينة العشوائية. موضوع

موقع مكتبتك. (2022، 12 يونيو). العينات العشوائية في البحث العلمي | أنواعها وطرق اختيارها.

9. أدوات جمع البيانات :

إستعنا في جمع بيانات الدراسة بإستمارة الاستبيان وكانت في شكلها الالكتروني، وبلغ عدد الاستمارات الموزعة على المبحوثين (20) . وتعرف الاستبانة :

* يعرف البعض الاستبيان على أنه: "قائمة من الأسئلة تعبر عما يرغب الباحث العلمي في معرفته عن طريق عينة الدراسة، حيث يقوم بعرض قائمة الاستبيان على المفحوصين للإجابة عنها، وتوفير المادة العلمية الخام للباحث العلمي، وبعد ذلك يتم تبويبها وتصنيفها، ومن ثم استخدام الوسائل الإحصائية لتحليلها بدقة، والوصول إلى النتائج النهائية للبحث العلمي".

* وعرف البعض الآخر الاستبيان على أنه: "الأسئلة النصية التي يدونها الباحث العلمي، للتعرف على معتقدات أو آراء أو توجهات مجموعة من الأفراد، والاستفادة منها في تنفيذ البحث العلمي بشكل إيجابي".

* وعرف آخرون الاستبيان على أنه: "المؤشرات التي تسهم في التعرف على أبعاد المشكلة العلمية؛ من خلال عملية استقصاء ميداني على مجموعة من الأفراد".

تعتبر الملاحظة من الوسائل الأساسية في جمع البيانات لاكتشاف المتغيرات الظاهرة والتي تمثلت في الاستخدام للمنصات الرقمية لدى الشباب في واقعنا المعاش . وتعرف الملاحظة : هي عملية يقوم فيها الباحث بمشاهدة ومراقبة إحدى الإشكاليات؛ من خلال اتباع النسق العلمي الصحيح، ووفقاً لأهداف وخطط وُضعت بشكل مُسبق، وَمِنْ ثَمَّ بلوغ المعرفة أو التوصل لحلول عن مشكلة علمية من الناحية التطبيقية.

الملاحظة :بعد توزيع إستمارة الاستبيان.....

مبتعث. (د.ت.). الملاحظة في البحث العلمي. تم الاسترجاع في 27 يونيو 2026، من مبتعث.

مبتعث. (د.ت.). الاستبيان وأنواعه في البحث العلمي. تم الاسترجاع في 27 يونيو 2026، من مبتعث.