

جامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة
كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية
قسم العلوم الإنسانية
شعبة الإعلام

محاضرات في مقياس نظريات الاتصال الجماهيري

السادسي الثاني 2019/2020

نظرية الاستعمالات وتلبية الحاجات
أو الاستخدامات و الاشباعات

تقديم الدكتور / تيطاوني الحاج

العام الجامعي 2019/2020

نظرية الاستعمالات وتلبية الحاجات أو الاستخدامات والاشباع

هذه النظرية تنظر إلى الجمهور على أنه سلبي الأول له ولا قوة أما قوة الرسالة وتأثيرها الفعال، حتى ظهر مفهوم الجمهور العنيد اعترافاً بدوره النشاط الفعال باعتباره يبحث عن الأشياء التي يري أن يتعرض لها، فيختار عن طوعه وانتقائية ما يريد أن يتلقاه، وهو جمهور لا يستلم تماماً لوسائل الاعلام، وإنما يقوم بالتغير أو تحويل أو السيطرة كما يشاء.

نظرية الاستخدامات الاشباع تأخذ تلبية حاجات المتلقي كنقطة بدء، وتشرح سلوك المتلقي الاتصال فيما يتصل بتجربته مباشرة مع وسائل الاعلام، لأن الأفراد يوظفون مضافين الوسائل بدلا من التصرف سلبياً بحالها.

الجمهور وفقا لهذه النظرية هو أساس عملية الاتصال أو يقوم المتلقي باستمرار باختيار الوسائل الاعلامية من بين فيض الرسائل الكثيرة التي يديره هو نفسه أو يتلقاها، وبشكل التعرض لوسائل الاعلام جانبا من بدائل وظيفية الإشباع للحاجات التي يمكن مقارنتها بوظيفتها كفاء وقت الفراغ لدى الإنسان، ويفترض أن إشباع الحاجات يتم من خلال التعرض إلى وسيلة اعلام محددة وليست إلى التعرض لأي وسيلة بالإضافة إلى سياق التي تستخدم فيه الوسيلة.

خلاصة: تؤكد هذه النظرية على فاعلية الجمهور المتلقي أذانه دائم التغير ودائم التقرير كما يريد أن يأخذ من الاعلام، فالجمهور يعتمد على معلومات وسائل الاعلام ليبي حاجاته ويحصل على ما يحتاجه وتصبح استعمالات الإنسان للإعلام المحك الرئيسي الذي يمكن أن يقاس بموجبه تأثير وسائل الاعلام.

أهم افكار هذه النظرية

1. أن الجمهور نشيط وفعال ويختار من وسائل الاعلام ما يناسب احتياجاته ورغباته.
 2. الجمهور هو صاحب المبادرة في تقرير الوسائل و الأساليب التي يتلقى بها الاعلام وما يتفق وحاجاته ورغباته.
 3. رغبات الجمهور عديدة ولا يلبي الاعلام إلا بعضها لان الحاجات التي تخدمها وسائل الاعلام تشكل جزء عالم حاجات الإنسانية.
 4. يقوم الاعلام بتحقيق ثلاث تأثيرات من خلال اعتماد الناس عليه وهو (التأثيرات المعرفية- التأثيرات العاطفية- التأثيرات السلوكية)
- يرى كاتز أننا كنا في الماضي نسأل ماذا تفعل وسائل الاعلام للناس بدلا من القول ماذا يفعل الناس بوسائل الاعلام, ويرى الكثير من الباحثين أن الإجابة عن ذلك يتم من خلال التعقيد في أجزاء الدراسات التي تفسر الاشباعات والرغبات والحاجات للجمهور.

بالتوفيق والسداد لكل الطلبة والطالبات
تقديم الدكتور/ تيطاوني الحاج