

المحاضرة الخامسة: المدخل الوظيفي والنظريات المنبثقة عنه

• المدخل الوظيفي

• نظرية الاستخدامات والإشباع

المدخل الوظيفي:

ترجع الاصول النظرية لهذا المدخل الى النظرية البنائية الوظيفية التي تفترض ان وسائل الاعلام بناء يقوم بأنشطة متكررة ومتماثلة في النظام الاجتماعي، وتساهم في تحقيق التوازن لهذا المجتمع. فهي حسب النظرية تمثل نسقا من الاجزاء المترابطة تكمن وظيفتها الاساسية في ربط اجزاء المجتمع وضمان وجود تكامل داخلي بين اعضائه، والقدرة على خلق استجابة لدى الافراد، فضلا عن مسؤولية ضبط السلوك وتوجيه الاراء. وقد تترتب عنها نتائج سلبية في حال مارست التحريض وشجعت على العنف وأشاعت اللامبالاة والجمود، وتؤدي بذلك إلى حدوث اختلال وظيفي.

وتجدر الاشارة الى أن المدخل الوظيفي انبثقت عنه العديد من النظريات الاعلامية أبرزها نظرية الاستخدامات والاشباع ونظرية الاعتماد على وسائل الاعلام ونظرية انتشار المبتكرات ونظرية ترتيب الأولويات. والفهم الصحيح لهذه النظريات يبدأ بفهمنا للمرجعية الفكرية لهذه النظرية ألا وهي المدخل الوظيفي.

نظرية الاستخدامات والإشباع : Uses & Gratification

لقد حاول الباحثون الإجابة عن السؤال: «ماذا يفعل الجمهور بالوسائل؟ أي استعمال وسائل الإعلام بدلا من "ماذا تفعل الوسائل بالجمهور؟» من خلال نظرية "الاستخدامات والإشباع" التي انتشرت في السبعينيات. وتحدد الاهتمام بنظرية "الاستخدامات والإشباع" في الوقت الراهن نظرا لتطور تكنولوجيا الاتصال، هذه الأخيرة وقرت العديد من الخيارات التي تزيد من فرص الجمهور في إشباع حاجياته كما عززت من فاعليته ومشاركته في العملية الاتصالية، إلى جانب أنها ساهمت في خلق حاجات جديدة.

وجاءت هذه النظرية كرد فعل لمفهوم "قوة وسائل الإعلام الطاغية" ولنفي فكرة سلبية الجمهور، إذ يرى أصحاب هذه النظرية أن الجمهور فعال حيث يختار وسائل الإعلام التي يرغب في مشاهدتها وكذلك نوع المضمون

الذي يُلبي حاجاته النفسية والاجتماعية. وتسعى هذه النظرية إلى اكتشاف كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام وكذلك التوصل إلى دوافع التعرض لهذه الوسائل إلى جانب التأكيد على نتائج استخدام وسائل الإعلام -ويطلق على نتائج هذا الاستخدام مصطلح "الإشباعات"- وتحقق برامج الترفيه مثلا إشباع التنفيس من خلال الاستشارة والتخلص من القلق والتوتر والهروب من مشكلات الواقع، في حين أن البرامج الإخبارية والشؤون الجارية تحقق إشباع مراقبة البيئة والحصول على المعلومات.

أي إن نظرية الاستخدامات والإشباعات «تتسم بطبيعة نفسية اجتماعية، وتتخذ من الجمهور محورا لها، كما تبحث في التأثيرات الاجتماعية غير المباشرة، وتفترض أن الجمهور نشيط وإيجابي في تعامله مع وسائل الاتصال بهدف إشباع الاحتياجات النفسية والاجتماعية له».

وتفترض النظرية كذلك أن إشباع الحاجات لا يكون فقط من خلال التعرض المستقل للوسيلة الإعلامية، بل يكون ضمن السياق الاجتماعي الذي تستخدم فيه الوسيلة، كأن يشاهد الشخص التلفزيون رفقة أفراد الأسرة أو مع الأصدقاء، وفي بعض الظروف يختار تصفح الجريدة، ويفضل في أحيان أخرى قراءة قصة. وهكذا يختلف اختيار الوسيلة باختلاف الظروف المحيط. وتتمثل أهمية هذه النظرية في التعرف على احتياجات الجمهور ومن ثمّ يسهل على وسائل الإعلام إشباع تلك الاحتياجات والرغبات. ويمكن تلخيص أفكار هذه النظرية فيما يلي:

- يُعتبر الجمهور نقطة البدء ومحور التركيز في العملية الاتصالية، وهو عنصر فعال يستخدم وسائل الإعلام استجابة لحاجاته.

- تقلّل هذه النظرية من التأثير المباشر لمضمون وسائل الإعلام وتعتبر استخدام الجمهور لهذه الوسائل إشباعا للحاجات أكثر من كونه عامل تأثير عليهم.

- الربط بين الرغبة في إشباع حاجات معينة واختيار وسيلة إعلام محددة يرجع إلى الجمهور نفسه وتحدده

- يدرك الجمهور فائدة استخدامه لوسائل الإعلام ودوافع التعرض لها واهتماماته بها وبالتالي يمكن أن يزود الباحثين بصورة فعلية لاستخداماته لوسائل الإعلام.
- الجمهور نشيط وفعال ويختار ما يحتاجه بوسائل مختلفة.
- الجمهور يختار بانتقائية وطبقا لاهتماماته واذواقه الخاصة
- الجمهور ليس سلبيا يتلقى ما يقوله الاعلام فقط بل هو مشارك فعال ونشيط وعنيد حسب هويته
- Howitt ولديه القدرة على الفعل ولديه (مناعة) ضد تأثير الاعلام احيانا.
- الجمهور يختار ويتخذ قراراته في عملية التعرض والفهم.
- الانشغال: حيث يدرك الفرد وجود صلة بينه وبين الاعلام ومحتواه فينشغل ويتفاعل نفسيا معه.
- هذه العمليات تتم في ثلاث مواقف : قبل التعرض ، أثناء التعرض، بعد التعرض حسب ما هو موضح في الجدول :

توجه الجمهور	قبل التعرض	أثناء التعرض	بعد التعرض
الانتقائية	البحث عن التعرض الانتقائي	الادراك الانتقائي	التذكر الانتقائي
الانشغال	ترقب التعرض	الانتباه - التفاعل الاجتماعي	تقمص ادوار الشخصيات
المنفعة	الاتصال الاجتماعي	استخدام الاشباع التي تحققت	قيادة الراي العام والاستخدام للقضية

وُجّهت العديد من الانتقادات للنظرية من بينها أن افتراض استخدام الفرد لوسائل الإعلام هادف ومقصود ليس صحيحا دائما إذ هناك استخدامات غير هادفة. كما أن فكرة استخدام وسائل الإعلام يؤدي وظائف معينة ليست محققة دوما، إذ يمكن أن يحقق اختلالا وظيفيا للفرد.