



### نموذج الاستخدام والاعتماد... والميديا الجديدة (بين حتمية البديل وامكانية التحيين)

#### The Uses and Dependency Model..and the New Medias

(Between the inevitability of the alternative and the possibility of updating)

واضح نوال مخبر بحوث ودراسات في الميديا الجديدة جامعة المسيلة Newel.ouadah@univ-msila.dz	بوعزيز بوبكر جامعة المسيلة ( الجزائر) Boubaker.bouaziz@univ-msila.dz
--	--

#### المخلص:

#### معلومات المقال

تناقش هذه الورقة البحثية إشكالية جديدة فرضتها التحولات التكنولوجية لمجال الإعلام والاتصال وظهور ما يعرف بالميديا الجديدة التي تغيرت في إطارها السياقات والأنساق العامة للظاهرة الاتصالية سواء من حيث الوسائل، الأساليب أو المضامين المعتمدة في الاتصال. هذه المستجدات مست أيضا الأطر البحثية النظرية للدراسات؛ أين انبرى للبيان نقاش بين الباحثين حول مدى فاعلية الأطر النظرية التقليدية في دراسات الميديا الجديدة؛ بين من يرى فيها إمكانية على التحيين واستيعاب متغيرات الدراسات الجديدة، وبين من يحكم بعجزها داعيا إلى ضرورة التأسيس لأطر نظرية بديلة، ومن خلال نموذج الاستخدام والاعتماد .

تاريخ الارسال:  
21 جويلية 2022  
تاريخ القبول:  
21 اوت 2022

#### الكلمات المفتاحية:

- ✓ الميديا الجديدة
- ✓ الأطر النظرية
- ✓ نموذج الاستخدام والاعتماد

#### Abstract :

#### Article info

This research paper studies the problematic of traditional media and communication theories and the extent to which they keep pace with the developments that resulted from the emergence of the new media and changed the general pattern of the communicative phenomenon; Concerning the means, methods and content adopted in communication. This topic has created quarrels in industrial opinions in obtaining this topic; Among those who see traditional media theories as possible to accommodate the variables of new studies, and among those who judge their inability to call for coordinating the establishment of alternative project framework

Received  
21 July 2022  
Accepted  
21 August 2022

#### Keywords:

- ✓ New media
- ✓ Theoretical frameworks
- ✓ Uses and dependency Model

## مقدمة:

متغيّرات وظواهر الميديا الجديدة من عدمه، والدّعوة إلى ضرورة إيجاد أطر نظرية بديلة، فإننا ومن خلال هذه الدّراسة سنحاول التّطرّق لمختلف هذه النّقاط بالتّحليل وذلك في سياق تناولنا لنموذج الاستخدام والاعتماد الذي لا يزال معتمداً في عديد الدّراسات الاعلامية في سياقها الميدياوية الجديدة، أين اعتمدنا هذه التّسمية المختصرة لكلّ من نظريّتي الاستخدام والاشباع وكذا نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام لما وجدناه من تقارب في الفحوى والافتراض العام للتّطريّين بما يسمح بتناولهما كنموذج موحد، وعليه يتأسّس لدينا الإشكال الرئيس التّالي:

ما هي أبرز الاتجاهات البحثية المستجدة حول التّطريّات الاعلامية في السّياقين التّقليدي والجديد؟ وإلى أيّ مدى يمكن تحيين واعتماد فروض ومرتكزات نموذج الاستخدام والاعتماد في دراسات الميديا الجديدة؟.

وللإجابة عن هذا الإشكال الرئيس فإننا نستهدف التّطرّق إلى النّقاط التّالية:

- مناقشة وتحليل التّوجّهات النّظرية الحالية حول التّطبيقات النّظرية الاعلامية في سياقات الميديا الجديدة.
- توصيف الإطار المفاهيمي العام لنموذج الاستخدام والاعتماد من خلال نظريّتي الاستخدام والاشباع وكذا الاعتماد على وسائل الإعلام، ثمّ توضيح أهمّ نقاط التّلاقي والتكامل التي تجعل منهما نموذجا متكاملًا قابلاً للتّحيين والتّطبيق عبر دراسات الميديا الجديدة.

وفيما يتعلّق بمنهجية الدّراسة فهي تركز على المنهج الوصفي التّحليلي المقارن المستند على الأسلوب المكتبي في جمع البيانات لتوضيح مرتكزات وحجج كلّ طرف في تبرير اتجاهه فيما يتعلّق بجدلية التّطريّات التّقليدية وتطبيقاتها في دراسات الميديا الجديدة، فضلا عن توصيف وتحليل المفاهيم والفروض النّظرية الخاصّة بنموذج الاستخدام والاعتماد، ومحاولة شرح إمكانيات وفرص تحيين هذا التّموذج ليتلاءم ودراسات الميديا.

يعرف مجال الإعلام والاتصال تحولات تكنولوجية متسارعة، أضحت -في إطارها- الظّاهرة الاتصالية محتواة ومتاحة ضمن فضاءات رقمية افتراضية غيرت من المنظومة العامّة لها؛ سواء فيما يتعلّق بالوسائل والأساليب والمضامين المعتمدة في هذا السّياق أو من حيث طبيعة الإشكاليات والمسائل البحثية المثارة حولها.

حيث نشهد اليوم عبر فضاءات الميديا الجديدة بمختلف تطبيقاتها وامتيازاتها استعمالات وممارسات اتصالية لم نعهدنا سابقا، ولم يتسنّ لنا بعد فهم طبيعتها أو تفسيرها من حيث التّحديد والضبط العلمي لمختلف تشعباتها المفاهيمية وأنواعها وأبعادها، أو حتّى حصر مختلف دوافعها ومصوغاتها، أو تقديم توصيف لآثارها النّفسية والتّقافية، الاقتصادية والاجتماعية سواء بالنّسبة للأفراد أو النّظم والتّركيبات العامّة للمجتمع.

وبالموازاة مع ذلك أيضا أصبح يشار للجمهور في إطار الميديا الجديدة باعتباره مستخدما وفاعلا نشطا يساهم في اختيار الوسيلة وإنتاج المحتوى الاتصالي المناسب لتطلّعاته واحتياجاته، على التّقيض ممّا كان عليه الحال ضمن سياقات الإعلام التّقليدي،

فضلا عن هذا فإنّ هذه المرحلة قد أسّست أيضا لعهد جديد من الإشكاليات والتّقاشات العلمية المتعلّقة بطبيعة ونوعية الأطر والمداخل والتّماذج النّظرية التي يمكن أن تكون مرجعية أدبية للتّفسير والتّحليل العلمي لمختلف الظّواهر الاتصالية التي ظهرت عبر الميديا الجديدة في ظلّ ما هو متوافر من ميراث نظريّ تقليدي مرتبط بسياقات الإعلام القديم، وما يطرحه عديد المنظرين والباحثين حول العجز الظّاهر في التّطريّات التّقليدية عن استيعاب الظّواهر الاتصالية في بيئتها الرّقمية الجديدة.

وبناء على كلّ هذه المعطيات وبين تباين الرّؤى حول قدرة التّطريّات الاعلامية في صيغتها التّقليدية على مواكبة

طرح ظهور الميديا الجديدة بوسائلها وتطبيقاتها المختلفة (صحافة إلكترونية، صحافة مواطن، مدونات، مواقع الشبكات الاجتماعية.. إلخ) انشغالات بحثية متعددة في أوساط الباحثين والمهتمين بالمجال حول طبيعة التوجهات والنماذج النظرية التي يمكن أن يتم الاستناد عليها في دراسة مختلف الظواهر الاتصالية المرتبطة بهذه البيئة الإعلامية الجديدة وتداعياتها على مختلف الأصعدة الاجتماعية الثقافية... إلخ

وفي سياق هذه الانشغالات برز للعيان تياران رئيسيان؛ حيث يتمسك الأول ببعض النماذج النظرية التقليدية داعيًا إلى ضرورة العمل على تحسينها وتحسينها حتى تتناسب وطبيعة المعطيات والمتغيرات وكذا الخصوصيات التي تحملها بيئة الميديا الجديدة من تمدد للإنترنت في الحياة الاجتماعية، وإخضاع تلك النظريات لأدوات وعمليات التجريب والتأويل الإمبريقي والمقارنة والوصول بها إلى مرحلة الاختيار والتبني من قبل الباحثين خلال دراساتهم (weaver., p. 521)،

ويعتبر المفكر والباحث الفرنسي دومنيك فولتون من أبرز المدافعين عن وجهة النظر هذه من خلال دعوته الباحثين والمنظرين لهذا المجال إلى ضرورة إدراج التنظير لآثار شبكة الانترنت - وما يرتبط بها من وسائل وتطبيقات - ضمن مختلف النظريات التقليدية لأنه لا يمكن بأي حال من الأحوال - حسب رأيه - أن تنفصل الميديا الجديدة عن مسيرة تطوّر ظاهرة التواصل الانساني في مختلف تجلياته (Wolton, 1999, p. 31).

وفي السياق ذاته يؤكد كل من كيم سونغ تاي ودافيد ويفر هذه الحاجة إلى تحين النظريات التقليدية بما يتلاءم مع بيئة الميديا الجديدة من معطيات بالقول "أنّ نظريات الميديا التقليدية يجب أن يعاد صياغتها لتتلاءم والمعطيات الجديدة لتمدّد شبكة الانترنت في الحياة الاجتماعية وإعادة الصياغة يجب أن تشمل كذلك أدوات البحث الإمبريقي والتأويلي وكذلك إجراء مقارنات بين النظريات لاختيار الأنسب منها لتفسير المتغيرات (هميسي ن.، 2014، صفحة 64)

وقبل الاسترسال في تفصيل عناصر هذه الدراسة وجب إخضاع أبرز مفاهيمها للضبط الإجرائي وفقا لما تقتضيه أهداف وسياقات الموضوع:

#### أ. الميديا الجديد: New Medias:

مصطلح النيوميديا بالرسم الحرفي الأجنبي والترجمة العربية يعبر عن مختلف الوسائل والوسائط الاعلامية والاتصالية الجديدة التي ظهرت كتحصيل للتزاوج الحاصل بين تكنولوجيات المعلومات وتقنيات الاتصالات الرقمية، ومثلها مختلف وسائل الإعلام الجديد وتطبيقاته المختلفة من؛ الصحافة الإلكترونية، صحافة المواطن، المدونات، ومواقع الشبكات الاجتماعية، وتميزها الآنية والتفاعلية والألمحدودية الزمكانية من حيث الممارسة الاعلامية الاتصالية.

ب. الأطر النظرية التقليدية: ونعني بها الموروث الفكري النظري لعلوم الإعلام والاتصال القائم على عين من الأفكار العامة المعتمدة في تحليل وتفسير الظواهر الاعلامية والاتصالية العلاقات بين مختلف مكوناتها ومتغيراتها في سياقاتها التقليدية المرتبطة بوسائل الإعلام التقليدية من صحف، إذاعة، تلفزة، وتعدّد وتنوّع تلك النظريات وفقا لتصنيفاتها إلى؛ نظريات على شاكلة نظم أو نظريات على شاكلة نماذج ومدخل للتأثيرات.

#### ت. نموذج الاستخدام والاعتماد: Uses and dependency Model

هو نموذج تكاملي مركّب من كلا نظريتي الاستخدامات والاشباع وكذا الاعتماد على وسائل الإعلام يركّز على جملة من المفاهيم والمتغيرات التي تشكّل محاور اهتمامه من نظم إعلامية واجتماعية جماهيرية يدرس طبيعة استخدامات الجمهور لوسائل الإعلام التي تشكّر مصدرا للمعلومات ويسعى لتفسير نتائج وتأثيرات علاقة الاعتماد بين الجمهور وتلك الوسائل.

1. الاتجاهات البحثية الخاصة بنظريات الدراسات الإعلامية في السياق التقليدي والرقمي:

الأدبي حول موضوع الدراسة فقد لاحظ الباحثان أن عديد الدراسات التي أجريت في سياقات إعلام الميديا الجديدة سواء الغربية منها أو العربية قد تعاملت مع الجوانب التوجّهات النظرية للدراسات وفقا للمنوال التالي:

- ✓ نظريات تمّ تجاوزها والتسليم بأنّ استخدامها لا يتعدى مجال الإعلام التقليدي وظواهره مثل نظرية حارس البوابة.
- ✓ نظريات لا يزال يُستعان بها في سياق دراسات الميديا الجديدة قصد تفسير ظواهرها رغم ارتباطها بالإعلام التقليدي مثل: نظرية الأجندة سيّتي، نظرية الاستخدامات والاشباع، نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.
- ✓ نظريات جديدة تمّ استحداثها بالموازاة مع ظهور الميديا الجديدة والفضاء العمومي.

## 2. مدخل إلى نموذج الاستخدام والاعتماد: Uses and Dependency Model

تمهيد:

بعد إطلاعنا على الموروث الفكري الخاصّ بنظريتي الاستخدامات والاشباع وكذا الاعتماد على وسائل الإعلام سمح لنا ذلك باستكشاف جملة من التقاط التي تُؤسّس للتداخل والترابط بين النظريتين خاصة عند الاستخدام الثنائي لهما من قبل الدارسين في مختلف البحوث والدراسات الإعلامية المرتبطة ببيئة الميديا الجديدة.

وكما سبقت الإشارة إليه يتأسّس نموذج الاستخدام والاعتماد نتيجة امتزاج كلّ من نظريتي الاستخدامات والاشباع وكذا نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، ويظمّ جملة من العناصر والمفردات المفاهيمية كالنظام والنسق الاجتماعي، وسائل الإعلام ووظائفها، البدائل، الاشباع... إلخ.

وينتمي نموذج الاستخدام والاعتماد بشكل عامّ إلى المدخل الوظيفي الذي يعتبر وسائل الإعلام جزءا لا يتجزأ من منظومة اجتماعية متكاملة تؤثر وتتأثر فيما بينها؛ حيث تبني تفسيراته لتأثيرات وسائل الإعلام في حدود وسياقات

في حين يؤكّد التيّار الثّاني على ضرورة التسليم بعجز النظريات التقليديّة عن احتواء وتفسير الظواهر الاتصالية الجديدة ومختلف التحوّلات المفاهيمية والعلائقية الخاصّة بها، وذلك بالنظر إلى صعوبة التعامل مع المحتويات الإلكترونية أو تحديد التركيبة الجماهيرية المستخدمة للوسائط الرّقمية (Jenkins, 2006, p. 38)، فضلا عن أنّ ظهور النظريات التقليديّة - كما يعتبره الكثير من الباحثين - إنّما كان محصّلة لجملة من الشّروط والظّروف الخاصّة المرتبطة بمختلف مراحل التّطوّر التي عرفتها وسائل الإعلام التقليديّة ضمن سياقات تاريخية اجتماعية صاحبها (الحربين العالميّين الأولى والثّانية ونشاطات الدّعاية والدّور الفعّال لوسائل الإعلام في هذه الفترة وما تلاها من أحداث سياسية).

وفي هذا الإطار كذلك أكّد المعهد الأمريكي للسلام عام 2010 أنّ وسائط الميديا الجديدة لها تأثيرات واضحة على الحياة الاجتماعية والسياسية للمجتمعات المعاصرة، غير أنّ هناك اتفاق على أنّ لظاهرة لا تزال غامضة بما يستدعي العمل على تطوير المزيد من الأطر النظرية والمنهجية لفهم ما طرأ على الإعلام بنمطه التقليدي في حين استنفذت الميديا الجديدة في تحليلها الأدوات والأطر المنهجية التي كانت متوافرة سابقا (al, 2010, p. 2).

وعليه فدراسة الميديا الجديدة والظواهر الاتصالية في إطارها إنّما تستدعي التأسيس لنظريات جديدة يمكنها استيعاب مختلف الخصائص والمؤهلات التي تتفرّد بها البيئة الرّقمية للميديا الجديدة من؛ تفاعلية، ولا تزامنية، والتحديث المستمر لمضامينها... إلخ

ومن خلال ما أدلى به الباحث جورج لانوا "George P.Landow" من أنّ التكنولوجيات والنظريات الحديثة تأخذ وقتا للاعتراف بما كم أنّ التكنولوجيات والنظريات الحديثة تأخذ وقتا طويلا للتحوّل من التكنولوجيات الغالية إلى التكنولوجيات الرخيصة، وهو ما يترتب عنه تأخّر الجمهور في تبنيها بالإضافة إلى مقاومة دارسي الانسانيّات لتأثير التكنولوجيات " (السيد ع، 2012، صفحة 474) ومن خلال البحث والتقصّي

الجمهور بوسائل الإعلام؟" (السّيد، 2004، صفحة 286)؛ حيث تُركّز هذه النّظرية على دراسة عادات وأنماط ودوافع استخدام الجمهور لوسائل الإعلام وتوصيف طبيعة النّائج (الإشباع) المحقّقة من ذلك الاستخدام، وتتخذ النّظرية من الجمهور محورا لها وتبحث في التّأثيرات الاجتماعية غير المباشرة مُفترضة أنّ الجمهور نشط وإيجابي عند تعامله مع وسائل الاتصال بهدف إشباع الحاجيات النّفسية والاجتماعية التي على ضوئها يتمّ استخدام تلك الوسائل.

ومن جانب آخر يمكن الإشارة إلى أنّ نظرية الاستخدامات والإشباع تستهدف تحقيق ثلاثة أهداف رئيسية حدّدها كاتر وزملاءه في النّقاط التّالية:

- تحديد الشّروط والظّروف وتوصيف الكيفية التي يستخدم فيها الجمهور الوسائل الإعلامية لإشباع حاجياته تأسيسا على مسلّمة الدور الإرادي والايجابي له في الاختيار والاستخدام.
- فهم وشرح دوافع تعرّض الجمهور لوسائل الإعلام وطبيعة الإشباع المحقّقة من التّعرّض.
- معرفة طبيعة النّائج والتّأثيرات التي تترتّب عن استخدام وسائل الإعلام وانعكاساتها على العملية الاتصالية (العادلي، 2004، صفحة 54).

ومن جانب آخر يُمكن إيجاز أبرز الفروض والمرتكزات التي تقوم عليها النّظرية وفقا لما حدّده كاتر وزملاؤه على الشّاكلة التّالية:

- اعتبار الجمهور نقطة البدء ومحور التّركيز في العملية الاتصالية والتّأكيد على فعاليّته في استخدام وسائل الإعلام استجابة لحاجياته ورغبة في إشباعها.
- تُقلّل النّظرية من الاعتقاد السّائد حول قوّة تأثير وسائل الإعلام، حيث تُؤكّد على ارادة وإيجابية الجمهور في اختياره للوسائل والمضامين التي تلبي احتياجاته. (خليل، 2005، صفحة 5).

الأدوار والوظائف التي تؤدّيها تلك الوسائل داخل المجتمع، ومدى مساهمتها في الحفاظ على توازن وانسجام نسقه العامّ عن طريق اشباع وتلبية جملة من الحاجيات والدوافع والرّغبات النّفسية والاجتماعية لمكوّناته المختلفة من أفراد أو جماعات.

ويعود الفضل في الإرساء النّظري للمدخل الوظيفي للباحث هارولد لازويل من خلال مقاله المنشور سنة 1948، الذي حدّد فيه جملة من الوظائف والمهام التي يُفترض أن تُؤدّيها وسائل الإعلام داخل المجتمع الموجودة فيه (محمّد ع.، 2011، صفحة 43)، وتمثّل تلك الوظائف حسب لازويل في: مراقبة البيئة عن طريق تقديم المعلومات والأخبار، تحقيق التّرابط والانسجام داخل المجتمع، نقل التّراث الاجتماعي بين الأجيال (محمّد، 2006، صفحة 148).

وتأسيسا على هذا الطّرح العام حول المدخل الوظيفي فقد قدّم لنا هذا الأخير نماذج متنوّعة من النّظريات التي حاولت تفسير أدوار وسائل الإعلام والاتصال داخل النّسق العام للمجتمعات، وتأتي في مقدّمتها نظريّتنا الاستخدامات والإشباع وكذا الاعتماد على وسائل الإعلام.

## 1.2. نظريّة الاستخدامات والإشباع:

يعود الفضل في تأسيس نظرية الاستخدامات والإشباع للباحثين بلومر وكاتر من خلال مؤلّفهما "استخدام وسائل الاتصال الجماهيري" الصّادر سنة 1974 (اسماعيل، الصفحات 225-253)، والتي أسّست لمرحلة جديدة في بحوث تأثيرات وسائل الإعلام والاتصال أين قلّت من مطلّقة قوّة تأثير هذه الوسائل وألغت فكرة سلبية الجمهور الذي تخضع سلوكياته تجاه وسائل الإعلام ومضامينها لدافعية وتحفيز جملة من الحاجيات والرّغبات ومدى قدرة تلك الوسائل على تلبّيها وإشباعها لتكون له حرّية الاختيار والاستخدام.

وبذلك تكون نظرية الاستخدامات والإشباع قد انتقلت بالسؤال الجوهرى للبحث في هذا المجال من منظوره التّقليدي "ماذا تفعل وسائل الإعلام بالجمهور؟" إلى "ماذا يفعل

معدّل الارتكاز على نظرية الاستخدامات والاشباعات كمدخل نظري تقليدي تمّ تحيينه لفهم وتفسير الظواهر المرتبطة بها؛ تمّ اعتماد نظرية الاستخدامات والاشباعات في ما نسبته 64.2% من مجموع البحوث والدراسات الخاصة بفضاءات الميديا الجديدة، بحيث تتميز النظرية بالقدرة على التكيّف مع خصائص ومؤهلات هذه البيئة من خلال تأكيدها على تعمد مستخدميها البحث عن مضامين محدّدة لإشباع رغباتهم خارج فروض التلقّي السّلي أو الرّوتين (ثريا، 2019، صفحة 122).

ويتأسّس الدّافع لتحيين واعتماد هذه النظرية في دراسات الميديا الجديدة عند عديد الباحثين وفقا لما يتوقّعونه بخصوص طبيعة الاستخدامات الجديدة المرتبطة بالميديا؛ حيث يعتقدون أنّ استخدام هذه الوسائل ومختلف التطبيقات المتعلّقة بها هو استخدام لا ينفكّ إلّا أن يكون مشابهاً لأنماط الاستخدام التقليديّة من؛ ترفيه تمضية الوقت الاسترخاء والتّقليل من الضّغط اليومي. إلخ (الحمامي، أفريل 2012، صفحة 36)

ويعتبر الافتراض الأهم الذي أسّست له النظرية والمتعلّق بفاعلية ونشاط الجمهور في استخدامه لوسائل الإعلام من أبرز العوامل التي مكّنت حضور هذه النظرية في دراسات الميديا كمدخل نظري باعتبار أنّ مستخدمي هذه الوسائل يظهر نشاطهم بفاعلية مرتفعة عبر خاصية التّفاعلية التي تعتبر هي الأخرى من التّقاط الفارقة في استخدام وسائل الإعلام في إطارها التقليدي والحالي عبر الميديا الجديدة، فحسب الباحث "Ray Burn" نجد أنّ التّفاعلية على مستوى شبكة الانترنت تتمتع بمستوى أكثر قوّة وارتفاعاً من تلك على مستوى وسائل الإعلام التقليديّة، فضلا عن أنّ الفرد قصدي في تعرّضه وتصفّحه لمواقع معيّنة لإشباع حاجاته (إتسام، 2016، صفحة 208).

## 2.2. نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

يعود الفضل في التّأسيس النظري لهذه النظرية للباحثين ميلفين ديفلر وساندر روكيتش سنة 1974، حيث تستهدف النظرية دراسة مختلف التّأثيرات النّاتجة عن وسائل الإعلام بالنّسبة للفرد والمجتمع، مؤكّدة على أنّ لجوء واعتماد الجمهور

- افتراض الجمهور النّشط؛ من خلال اعتبارها أنّ جمهور وسائل الإعلام يتّسم بالإيجابية واستخدامه لتلك الوسائل تحركه أهداف وحاجاته يسعى لتحقيقها وإشباعها.

- يختار جمهور وسائل الإعلام الوسيلة والمضمون الذي يتوقّع منه تحقيق إشباع ورغباته وحاجاته.

- تتنافس وسائل الإعلام مع مصادر أخرى لإشباع حاجات الجمهور.

- الجمهور يتميّز بالقدرة على التّحديد الواعي والإرادي لمختلف احتياجات ودوافع تعرّضه للوسائل الإعلامية (السّيد م.، 2006، صفحة 260).

بالرّغم من الإضافات التي قدّمها هذه النظرية فيمل يتعلّق بتقليلها من تأثيرات وسائل الإعلام وتناولها لعلاقة تلك الوسائل بالجمهور من زاوية وظيفية مغايرة لما سبقها من نظريات خاصّة ومحاولتها التّركيز على فهم ما يفعله الجمهور بوسائل الإعلام إلّا أنّ هذه النظرية وُجّهت لها انتقادات كثيرة نذكر منها:

- ما تؤكّد عليه النظرية حول فكرة الاستخدام الهادف لوسائل ومضامين الاتصال من قبل الجمهور هي فكرة لا يمكن أخذها بصورة المطلقة حيث يرى العديد من الباحثين وفقا لما قاموا به من بحوث أنّ هناك استخدامات لا تكون هادفة أحيانا.

- كما أنّ الفكرة المتعلّقة بأنّ استخدام وسائل الإعلام يمكن أن يحقّق وظيفة معيّنة ليس صحيحا دائما أيضا فقد يؤدّي ذلك الاستخدام لإحداث خلل ما لدى المستخدم أيضا.

- ينظر عديد النّاقدين إلى أنّ مفاهيم النظرية هي مفاهيم غير مضبوطة وتتّسم بالمرونة مثل مفهوم الاشباع الذي لا يوجد تحديد مفاهيمي مرجعي حوله، وعليه فالباحث يجد صعوبة بالغة في اسقاطه على نتائج البحث التي يتوصّل إليها.

(إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريّات التّأثير، 1998، صفحة 254، 262).

## ■ الاستخدامات والاشباعات في سياقات الميديا الجديدة:

إنّ الاطلاع على جملة من بحوث ودراسات الإعلام المرتبطة بالميديا الجديدة يسمح لنا بتكوين رؤية أولية حول كثافة

أ. **التأثيرات المعرفية:** تتضمن العديد من الآثار يتقدمها كشف الغموض الذي يحدث نتيجة ما تعرضه وسائل الإعلام من معلومات تفسيرات وتحليلات حول قضايا وأحداث معينة يزول بها الغموض والالتباس ثم يلي ذلك ترتيب الأولويات؛ الذي يعتبر تحصيلاً لما تنتهجه وسائل الإعلام في معالجتها للقضايا عن طريق التركيز على قضية معينة ولفت الانتباه حولها في مقابل إخفاء قضية أخرى من خلال تجنب الحديث عنها، لتكون محصلة هذه كل تلك التأثيرات تكوين الاتجاهات حيث تعتبر وسائل الإعلام هنا إحدى أبرز الفاعلين في تكوين اتجاهات الأفراد من خلال تعرضهم لمضامينها وتفسيراتها للقضايا دون أن يلغي ذلك الإرادة والانتقائية للمتلقي فيما يتعلق باختيار الوسيلة المضمون (الدليمي، 2012، صفحة 241).

ب. **التأثيرات الوجدانية:** حيث تؤثر وسائل الإعلام على الجوانب العاطفية الوجدانية للجمهور من خلال تحريك وبناء مشاعره تجاه ما يحيط به من قضايا.. عن طريق تقديم مضامين معينة تثير الخوف أو الطمأنينة أو محبة والكراهية..

ت. **التأثيرات السلوكية:** التأثيرات السلوكية تكون كترجمة إمبريقية لفاعلية التأثيرات المعرفية والوجدانية لوسائل الإعلام ومضامينها؛ فما يتعرض له المتلقي من مضامين تزيح الغموض وتزوده بالمعلومات وتسهم في بناء وتشديد اتجاهاته يكون لها أثر واضح على مستوى سلوكياته، ويتجلى ذلك وفق وجهين اثنين إما (التشيط) وهو أن يقوم الفرد المتلقي بنشاط معين نتيجة تعرضه لمضمون وسيلة إعلامية معينة مثل حملة نظافة أو تشجير، ويكون كذلك ب(الحمول)؛ الذي يعبر عنه عزوف وامتناع الفرد عن القيام بفعل معين وفقاً لما تلقاه من مضمون اعلامي في هذا السياق (حجاب، 2010، صفحة 306).

■ **الاعتماد على وسائل الإعلام في سياقات الميديا الجديدة:**

تعتبر فرضيات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام خلفية مرجعية مناسبة لتفسير اعتمادية الجمهور المستخدم على وسائل

على وسائل الإعلام يكون بهدف تلبية حاجياته المعرفية وتشكيل اتجاهاته ومواقفه السلوكية تجاه ما يحيط به من أحداث داخل المجتمع، حيث أنّ استخدام الجمهور لوسائل الإعلام لا يتم بمعزل عن تأثيرات المجتمع الذي ينتمي إليه (روكتش، 1993، صفحة 414).

وتؤكد النظرية كذلك على أنّ قدرة وسائل الإعلام في تحقيق قدر أكبر من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي أمر مشروط بمدى قيامها بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز ومكتفٍ. وقد ظهرت هذه النظرية كرد فعل على نظرية الاستخدامات والاشباع التي أهملت تأثير وسائل الإعلام وركزت على الجمهور واستعماله لوسائل الإعلام ومؤكدة في ذلك على أنّ الجمهور إنّما يعتمد على وسائل الإعلام لتحقيق حاجاته ويحصل على أهداف معينة (إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، 1998، صفحة 245)،

وبالتالي ترتكز نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في تفسيرها لعلاقة الأفراد والجماعات بوسائل الإعلام على ركيزتين هما أساسيتين هما :

■ **الأهداف:** لكي يحقق الأفراد والجماعات والمنظمات المختلفة أهدافهم الشخصية والاجتماعية يستوجب ذلك منهم الاعتماد على مواد يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو منظمات أخرى..

■ **المصادر:** يسعى الأفراد والمنظمات إلى المصادر التي تحقق أهدافهم، وتعدّ وسائل الإعلام نظام معلومات يسعى إليه الأفراد والمنظمات من أجل بلوغ أهدافهم، وتحكّم وسائل الإعلام في ثلاثة أنواع من المصادر (السيد، 2001، صفحة 314).

وقد حدّد كلٌّ من ساندرابول Sandra Ball وملفين ديفلر Melvin Defleur 1982 ثلاثة مستويات أساسية للتأثيرات التي يمكن أن تحدثها وسائل الإعلام على الأفراد والجماعات عند تعرضهم لها:

نموذج الاستخدام والاعتماد هو نموذج تكاملي مكون من نظريتي الاستخدامات والاشباع والاعتماد على وسائل الإعلام؛ حيث يتأسس التصور العام لهذا النموذج وفق جملة من المفاهيم والأطر الوظيفية التي تطرحها النظريتان بخصوص تكاملية العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور، تلك التكاملية التي تتمظهر من خلال إيجابية وإرادة ونشاط الجمهور في استخدامه واعتماده على الوسائل الإعلامية كمصدر للمعلومات وتلبية حاجياته بمختلف مستوياتها.

ويتصدر نموذج الاستخدام والاعتماد قائمة النماذج التقليدية التي أُسند عليها في فهم وتفسير علاقة الجمهور المستخدم ووسائل الميديا الجديدة، فعندما نأخذ في الاعتبار مسألة الحدائة والجدة اللتان تتسم بهما الظاهرة الاتصالية في بيئتها الجديدة نلاحظ أنّ غالبية الباحثين في بدايات تعاملهم معها وجدوا في هذا النموذج ملاذا لدراستها وفهمها وتفسيرها، وذلك بالنظر إلى سهولة وليونة تكيفه مع طبيعة الفضاءات الرقمية من خلال تأكيده على تعدد مستخدمي وسائل الميديا الجديدة البحث عن مضامين محدّدة تشبع حاجياتهم وتحقق أهدافهم خارج اعتبارات الروتين والتعود مثلما كان عليه الحال في الإعلام التقليدي، فضلا عن أنّه يعالج وبشكل ملمّ مختلف أشكال الاتصال التي تنشأ عبر هذه الوسائل (اتصال جماهيري، اتصال فردي)

فالتداخل والتكامل القائم بين نظريتي النموذج في فكرة أنّ الجمهور يعتمد على وسائل الإعلام لتحقيق حاجاته والحصول على أهداف معيّنة هو ما يُتيح إمكانية اعتمادها ضمن نموذج أو إطار علمي موحد تحت تسمية "Uses and Dependency Model" (القّعاري، 2020، صفحة 18)، ويتم في إطار ذلك التعامل مع الشّعف والسعي والحاجة لاكتشاف المعلومة كهدف وعلّة للاستخدام والاعتماد.

وبناء على ذلك فإنّ الحقل الدلالي والمفاهيمي لمصطلح الحاجة في إطار الميديا الجديدة إنّما يأخذ سياقات ودلالات مغايرة كالابتدال، وتقمّص الشخصيات (اللاهوية) المغامرة، الجريمة، الإغواء، التعلّم ومعرفة الأحداث، وكمثال حول هذا

الميديا الجديدة حيث أنّ علاقة الاعتماد تلك لها مبررين رئيسيين؛ حاجة الجمهور للمعلومات التي تلبّي شغفه وتحقق أهدافه، وكذلك اعتبار الإعلام بوسائله المختلفة نظام معلومات يتمّ توظيفه لتلبية تلك الحاجات وتحقيق تلك الأهداف وفقا للمنظور الوظيفي.

وبما أنّ درجة اعتماد الأفراد على وسائل أو مضامين إعلامية معيّنة مردها إلى قدرة تلك الوسائل أو المضامين على تلبية الحاجيات والأهداف التي يتوقّع المستخدم تحقيقها والوصول إليها، فإنّ الحاجة للمعلومة في إطار الميديا الجديدة تأخذ نطاقات واسعة مقارنة بتلك في الإعلام التقليدي بحيث يمكن أن تشمل الجانب المعرفي والجانب المرتبط بالترفيه والتسلية على حدّ سواء وكلّها حاجيات وخدمات وامتيازات متوافرة عبر هذه الوسائل بشكل متعدّد ومتنوّع.

والاعتماد على الميديا الجديدة في تلبية كل تلك الحاجيات تزداد بازدياد حاجته لتلك المعلومات وبدرجة توافرها كمّا وكيفا، مع الاستفادة من امتيازات وخصوصيات هذه البيئة الجديدة طبعاً، ثمّ إنّّه ووفقا للفرض الخاص بأنّ نسبة الاعتماد على وسائل الإعلام يزداد بازدياد معدّلات اللااستقرار داخل المجتمعات فوسائل الميديا الجديدة حاليا تعرف معدّلات اعتماد مرتفعة كمصدر للمعلومات في ظلّ ما تعيشه عديد الشّعوب من فوضى ولا استقرار؛ وما التجربة العربية الموسومة بالربيع العربي إلاّ دليل عمليّ على ذلك، أين كان لوسائل وتطبيقات الميديا الجديدة حضور فعّال في هذه الأحداث كأبرز وأهمّ مصدر للمعلومة (التجربة التونسية، السورية، المصرية،..)، وقد أنجزت العديد من الدراسات في هذا الإطار التي أيدت نتائجها هذا الطرح، وبالتالي فنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام لا تزال صالحة للتّحيين والاعتماد في دراسات الميديا الجديدة أيضا.

### 3. نموذج الاستخدام والاعتماد (Uses and

Dependency Model).. الربط بين الاستخدام

والاعتماد في دراسات الميديا الجديدة:



التاريخي فإنّ هذا النموذج يعتبره كثيرون الأصلح لتفسير الظواهر الاتصالية الجديدة كون أنّ بيئتها لا تختلف عن التقليدية من حيث الغايات والمنتديات داخل الحياة الاجتماعية على الرغم من الاختلاف في الممارسات (هميسي ن.، 2014، صفحة 66)، فإن كان الشقّ المتعلق بفروض الاستخدام قد أُعتمد عليه في بداية الظاهرة لوصف وحصر مختلف الدوافع والحاجيات خلف استخدام تلك الوسائل فإنّ الضّورة فرضت فيما بعد الاستناد على الشقّ المتعلق بفروض وتفسيرات الاعتماد بُغية تفسير وتحليل تلك الاستخدامات، وفي سياق هذا الطرح نجد الباحث محمّد عبد الحميد يؤكّد على أنّ بحوث ودراسات الاستخدام والإشباع ونتائجها في الاتصال الرقمي - الذي أتاحته الميديا الجديدة بوسائلها وتطبيقاتها المختلفة- تُعتبر مجالا خصبا لتطبيق فروض الاعتماد على وسائل الإعلام وذلك حسب رأيه راجع للاهتمام الذي توليه بحوث الاستخدام والإشباع بالوظائف والحاجات والأهداف التي يسعى الفرد إلى تحقيقها من الاتصال، ويدعم وجودها أو غيابها مستويات الاعتماد على النمط من الاتصال وبالتالي تأثيراته على فئات المستخدمين أو عملية الاتصال. (محمّد ع.، 2004، صفحة 310)، فإذا كانت النظرية الأولى للنموذج(الاستخدام والإشباع) تُعنى بالإجابة عن الاستفسارات المتعلقة بدوافع وأنماط وعادات استخدام الأفراد لمختلف وسائل الميديا الجديدة فإنّ النظرية الثانية تُقدّم لنا تفسيرات لتلك الاستخدامات وتكشف لنا الأهداف من ورائها وتصف لنا طبيعة الآثار المعرفية، الوجدانية، والسلوكية التي يُمكن أن تنتج عن العملية الاتصالية في هذه البيئة، وبالتالي فالنظريّتان معا تصنعان التّكامل والتّناسق كنموذج مفيد للدراسات الحالية وقابل للتّحيين وفق خصائص وميزات الظاهرة الاتصالية الرقمية للميديا الجديدة.

#### 4. الخاتمة:

في الأخير وبعد كلّ ما تمّ مناقشته أعلاه يمكن أن نخلص إلى القول بأنّ من تقاليد الممارسات البحثية على مستوى مجال الإعلام والاتصال في إطار معالجة الظواهر المرتبطة به هي طرح

الطرح وفي حالة ما إذ ارتأى الباحث التعامل مع مدلولات الحاجة في مواقع الشبكات الاجتماعية - التي تتصدّر قائمة أهمّ أشكال وتطبيقات الميديا الجديدة- فسيلاحظ أنّ تلك الشبكات قد غيرت من منظومة الدوافع التقليدية(كالتسلية، تمضية الوقت، الرّوتين)، وأضفت عليها أبعادا جديدة تفرضها الحياة الاجتماعية المعاصرة وتتعلّق بدوافع اجتماعية ملحة؛ مثل الحاجة للتواصل والتفاعل الاجتماعي مع الآخرين وكسب الصّداقات خارج الحدود والمجالات الرّمكانية، دوافع لا تتوقّف عند حدود التّعريض السّليبي؛ دوافع تعويضية تقوم بمعالجة حالات التّقص وتحيق الاسترخاء، والمراقبة الاعلامية، والإثارة والهروبية الاعلامية والاجتماعية (حماد،، 2013، صفحة 50).

وبما أنّ الجمهور هو محور مختلف الظواهر والعمليّات الاتصالية واستخدامه لوسائل الإعلام إنّما يُعزى لجملة من المحفّزات والأهداف التي يسعى لإشباعها وتحقيقها فإنّ هذه التّصوّرات التي يؤكّد عليها هذا النموذج إنّما تتوافق لحدّ بعيد والأنساق العامة التي تنبني عليها الظواهر الاتصالية في إطار بيئتها الرقمية عبر وسائل وتطبيقات الميديا الجديدة: " حيث أنّ التعددية والتنوّع اللّتان تتيحهما هذه الأخيرة تُضفي من زاوية أخرى تعددية وتنوّعا في الخيارات والاستخدامات المتوافرة أمام المستخدم الذي يتعامل هنا مع هذا التنوّع والتّعدّد بإرادة واستقلالية في الاستخدام والاعتماد خارج حتميّات وارتباطات الأجنداث الاعلامية أو التّحكّم الرّمكاني في العملية الاتصالية، مع اكتساب عادات وأشكال وأهداف جديدة تعمل كمحفّزات للاستخدام والاعتماد، فالمستخدم هنا يستخدم الوسيلة انطلاقا ممّا تتيحه من معلومات يعتمد عليها، وكلّها متغيّرات ومؤشّرات تسمح للباحثين في هذا المجال من اختبار الافتراضات التي يقوم عليها النموذج بشكل عامّ خاصّة فيما يتعلّق بثنائية "دافعية الحاجة واعتمادية الاشباع".

وبالاستناد إلى الخلفية الوظيفية للنموذج وانطلاقا من أنّ وسائل الميديا الجديدة ما هي إلاّ امتداد للتّطوّرات التي عرفتها البشرية في وسائل وأساليب الاتصال في سياق التّطوّر

تطرقنا إليه خلال هذه الدراسة يمكن القول أن الاستخدام في فضاءات الميديا الجديدة حتى وإن تظاهر في غائية التجوّل فإنّه ينبري كميزة وخاصية وخدمة تتميز بها هذه البيئة والتجوّل هنا يدخل في مدلولات عادات وأنماط استخدام الميديا الجديدة بمعنى أنّه جزء من الحقل والدلالي لمؤشرات الاستخدام الرقمي.

## 5. مراجع

### • المؤلفات:

أبو اصبع، صالح خليل، (2005)، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، ط5، الأردن، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.

أحمد سمير، حمّاد وآخرون، (2013)، مناهج البحث في الاعلام الجديد، القاهرة، شركة الوابل الطيب للانتاج والتوزيع والنشر.

البدوي، ثريا، (2019)، نظريات الإعلام والاتصال في العصر الحديث، الرياض، مكتبة الرشد

حسن عماد، مكاي، حسين السيد، ليلي، (2004)، الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.

حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، (2001)، الاتصال ونظرياته المعاصرة.

ديفيلير، ميلفين، ساندرابول، روكتش، (1993)، نظريات وسائل الإعلام، تر: كمال عبد الرؤوف، القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع.

عبد الحميد صلاح، محمّد، (2011)، الإعلام الجديد، ط1، القاهرة، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع.

عبد الحميد، محمّد، (2004)، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3، القاهرة، عالم الكتاب للنشر والتوزيع والطباعة.

الدلمي، عبد الرزاق، (2012)، وسائل الإعلام والطفل، دار المسيرة.

عبد الله، عبد الرحمان محمّد، (2006)، سوسيولوجيا الإعلام والاتصال، الاسكندرية، دار المعرفة الجامعة.

محمّد منير، حجّاب، (2010)، نظريات الاتصال، دار الفجر للتوزيع.

إشكاليات بحثية بصورة طردية مع مختلف التحوّلات والتطوّرات التي يمكن أن تمسّ المشهد الإعلامي الاتصالي من أساليب ووسائل وتقنيات، وبالتالي فإنّ الإشكاليات النظرية التي فرضها ظهور إعلام الميديا الجديدة هي إشكاليات واسعة ومرنة يمكن أن تُناقش عبر زوايا ونقاط مختلفة وبناء على متغيّرات متنوّعة يمكن أن تمسّ الاطر النظرية والمنهجية لها، أو طبيعة الظواهر النفسية والاجتماعية والاقتصادية عبرها.

ومن خلال دراستنا هذه وبما أننا حاولنا مناقشة موضوع نموذج الاستخدام والاعتماد كمدخل نظري يترجّح بين إمكانية التّحيين ومسايرة ظواهر الميديا الجديدة وبين فرضية الاستغناء عنه والتأسيس للمداخل النظرية البديلة وفقا لما يُنادي به عديد الباحثين، فإنّه ومن خلال أبرز ما توصلنا إليه من نتائج يمكن القول أنّ نموذج الاستخدام والاعتماد نموذج متكامل على اعتبار أنّه يقوم على نظريتين تصنعان التّكامل معا في حال اعتمادها في دراسات الميديا، بحيث يخصّص الشقّ المتعلّق باستخدام إلى الحصول على المعلومات الكمية والتّوعية بخصوص الحاجات والعادات والأنماط والدوافع التي تقف كمحفّز لاستخدام وسائل الميديا الجديدة بمختلف تطبيقاتها وامتيازاتها في حين يمكن تخصيص الشقّ المتعلّق بافتراضات الاعتماد في تفسير تلك الاستخدامات والاعتمادات بحيث يتمّ التّعامل مع وسائل الميديا هنا كمصدر كذلك للمعلومات شأنها شأن وسائل الإعلام التقليدي.

وعليه فإنّ نموذج الاستخدام والاعتماد من النماذج التقليديّة التي استطاعت أن تتكيف مع متغيّرات البيئة الرقمية لوسائل الميديا الجديدة وتمّ تحيينه عبر عديد الدّراسات والبحوث العلمية، ويمكن اعتبار نتائجه قاعدة وخلفية معلوماتية أدبية وبيانية لاتخاذ مختلف السّياسات والاستراتيجيات الخاصّة بفضاءات الميديا الجديدة تسييرا وتنظيما.

وإذا كانت هناك آراء تقرّر بأنّ التّسق العام الذي يبنى عليه فعل الاستخدام في إطار الميديا الجديدة لا يعبر بالضرورة عن الاشباع وتحقيق الهدف كونه يمكن أن ينحصر في غائية التجوّل عبر مختلف المواقع والشبكات والتّطبيقات، فإنّنا واستنادا إلى ما

Seam, Aday et al, (2010) , *Advancing New Research: Special report of the United States Institute of peace, Washington.*

الصّادق الحمّامي. (أفريل 2012). التفكير في الشبكات الاجتماعية. ندوة الشبكات الاجتماعية والشباب الاماراتي (صفحة 36). جامعة الشارقة.

رايس علي ابتسام. (جوان, 2016). نظرية الاستخدام والاشباع وتطبيقاتها على الإعلام الجديد . مدخل نظري. مجلة دراسات ، صفحة 208.

عبد العزيز السيد. (2012). التوجهات والمقاربات النظرية في بحوث الإعلام الجديد. دراسة تحليلية. مجلة كلية الآداب (39)، صفحة 474.

محمد علي القعاري. (ديسمبر, 2020). المداخل النظرية في دراسة الإعلام الرقمي. دراسة نقدية. مجلة علوم الاتصال (6)، صفحة 18.

نور الدين هميسي. (نوفمبر, 2014). الأطر النظرية والمنهجية لدراسة الميديا الجديدة قراءات نقدية. مجلة علوم الإنسان والمجتمع (12)، صفحة 64.

محمود حسن، اسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، القاهرة، الدار العالمية للنشر والتوزيع.

محمود حسني، إسماعيل، (1998)، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ط1، القاهرة، الدار العالمية للنشر والتوزيع.

محمود حسني، إسماعيل، (1998)، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ط1، مصر، الدار العالمية للنشر والتوزيع.

مرزوق عبد الحكم، العادلي، (2004)، الإعلانات الصحفية دراسة في الاستخدامات والاشباع، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع.

ميرفت، الطرايشي، عبد العزيز، السيد، (2006)، نظريات الاتصال، القاهرة، دار الفكر العربي.

#### المقالات:

Dominique, Wolton, (1999), *Internet et après? une théorie critique de nouveaux media, paris.*

Henry, Jenkins,(2006) , *Convergence Culture, Where old and new media collide, New york, New york Univercity Press.*

Kim Sung, tea et David, weaver, *Communication Research About The Internet .A. Thematic Meta -analysis- News Media et Society , (4)p 521.*