

Dirassat & Abhath
The Arabic Journal of Human
and Social Sciences



مجلة دراسات وأبحاث
المجلة العربية في العلوم الإنسانية
والاجتماعية

ISSN: 1112-9751

عنوان المقال:

نظرية "الاستخدامات و الأشباكات" و تطبيقاتها على الإعلام الجديد
(مدخل نظري)

١. رايس علي ابتسام ، جامعة وهران 1

نظرية "الاستخدامات و الاشباعات" و تطبيقاتها على الإعلام الجديد (مدخل نظري)

١. راييس علي ابتسام

الملخص:

طرحت التطورات الجديدة التي شملت البنية الاتصالية للمجتمع عدة اتجاهات ومجالات بحثية، إما باستخدام نظريات الإعلام التقليدية على الإعلام الجديد أو باستحداث نظريات جديدة تلائم سمات استخدام الإعلام الجديد.

بالتالي سعت هذه الدراسة النظرية، الى تسليط الضوء على نظرية "الاستخدام و الاشباع" لفهم طبيعة استخدام المجتمعات الافتراضية لإحدى مظاهر الإعلام الجديد ألا و هي شبكات التواصل الاجتماعي و دور تلك النظرية المطبقة لدراسة الإعلام التقليدي لمحاولة فهم سلوكيات الأفراد المستخدمين لتلك المواقع مستبعدة التطرق لتفاصيل المدخل انما تناول الدور الذي تلعبه نظرية الاستخدامات و الاشباعات في حقل علوم الاتصال لتجلي الآليات السوسولوجية و الفردية التي تحدث عند الاستخدام في ظل الميديا الجديدة.

الكلمات المفتاحية: استخدامات، اشباعات، شبكات التواصل الاجتماعي، الاعلام الجديد، المجتمعات الافتراضية، تكنولوجيا الإعلام و الاتصال.

Abstract:

The new developments in the communicative structure of the society introduce many ways of research. Some have used the classical media theories on new media, other tried to create theories that suit the nature of the subject.

So, this study tries to elaborate the use of Use and Satiated theory into the virtual society, to trace and analyze its role towards the individual's behaviors who uses those sites especially Facebook.

Key words: Use, Satiated, Social Networks, New Media, Virtual Society, Information and Communication Technologies.

مقدمة:

غير توجد الانترنت في حياة البشر من طبيعة اتصالاتهم و تواصلهم ، مس ذلك شكل النماذج الاتصالية التقليدية القائمة بينهم . ففي وسائل الاتصال الجماهيرية التقليدية ، كان نموذج الاتصال يقوم على نقل المعلومات (من مصدر واحد إلى متلقين كثيرين) بعدها و بعد ظهور شبكة الوب العالمية ، أفرزت نماذج جديدة إضافية على تلك التقليدية : نموذج الاتصال (مصادر كثيرة إلى متلقي واحد) : كتفاعل مستخدمين كثيرين مع أحد مواقع الانترنت . و نموذج البث أو النشر (من مصادر كثيرة إلى متلقين كثيرين) إلى نموذج الاتصال الشخصي (الاتصال على شبكات التواصل الاجتماعي) أ .

التغير الذي طرأ على البنيات الاتصالية للمجتمعات نتج عنه بروز عدة رؤى و تيارات بحثية عالجت الظاهرة من عدة جوانب: المضمون، التمثيلات، الاستخدامات، الأدوار و غيرها . سنحاول من خلال هذه الورقة العلمية معالجة ا لموضوع من الجانب النظري الذي سنتطرق من خلاله لنظرية الاستخدامات و الاشباعات " لاليهو كاتز" من خلال البعد التاريخي للمدخل و مرجعيته النظرية ضف لعلاقته في تفسير الدوافع الرامية للاستخدام على شبكة الانترنت و ادراج المحاولات لتطبيقات النظرية (من خلال أمثلة لدراسات تم استقاءها) في ظل استخدام الأفراد للإعلام البديل .

و بالتالي يجرننا النقاش اللاحق للإجابة على الإشكالية التالية :

- ما الخلفية النظرية لتأسيس مدخل " الاستخدامات و الاشباعات " و ما مدى فعاليته لدراسة الإعلام الجديد ؟

- تنبثق عن التساؤل الرئيسي مجموعة من التساؤلات الفرعية :

- ما هي اللاليات النفسية و الاجتماعية التي تخضع لها عملية استخدام تكنولوجيا الإعلام و الاتصال ؟

- كيف أثرت تكنولوجيا المعلومات و الاتصال على ميكانزمات الفضاء العام ؟

- ما الأسس التي تبنى عليها نظرية " الاستخدام و الاشباع " التي أسست لدراسة الإعلام التقليدي و ما كينونة درجتها في بحوث الإعلام الجديد ؟

1- دراسة في المفاهيم :

- الاستخدام:

يعرف الاستخدام على انه نشاط اجتماعي يتحول إلى نشاط عادي في المجتمع ذلك بفضل التكرار و القدم ⁱⁱ كما يجب التفريق بين الاستخدام و الاستعمال : كون الاستعمال قد يتحول إلى استخدام في حال إذا تكرر الفعل . وقد يشير الاستخدام إلى الممارسات و إلى السلوكيات و العادات و الاتجاهات ⁱⁱⁱ . كما تعرف كلمة استخدام عدة تضاربات في المفهوم كونها تعرف نوع من الغموض و الملابسات ، خاصة عند دمج كلمة الاستخدام مع مفهوم التكنولوجيا ، ذلك لأن دخول تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في الحياة الاجتماعية للفرد ، فرض نوع من السلوكيات و العادات الجديدة ، حولت المستخدم إلى مستهلك يحكمه قانون العرض و الطلب عن طريق العولمة التي شملت كل المجالات بما فيها الهوية الشخصية و الاجتماعية للأفراد . من جهة أخرى أتاحت- تكنولوجيا الإعلام و الاتصال- للفرد إمكانية تخصيصه لحيزه المهني و الخاص ^{iv} الذي سيتم مناقشته لاحقاً .

فحسب هذه الدراسة ، الاستخدام هنا يعني به عملية و طبيعة التصفح التي يقوم بها الأفراد من خلال الشبكات الاجتماعية و المواقع الالكترونية التفاعلية .

• الاشباعات :

يعتبر الاشباع نوع من الرضى الذي يحقق عند بلوغ هدف ما أو خفض دافع ما . و في نظرية التحليل النفسي يعني الاشباع : خفض التنبيه و التخلص من التوتر بعد الوصول و تحقيق المبتغى ^v كما أن مفهوم الاشباع يرتبط ارتباطاً وثيقاً بمفهوم الدافع و الحاجة .

فهناك عدة اشباعات تتحقق لدى الجمهور المستخدم للانترنت و إسقاطاً على شبكات التواصل الاجتماعي ، يمكن درجتها كالتالي : ^{vi}

يتم من خلال تبادل رسائل أو الإطلاع على الأخبار من خلال صفحات الويب .

• المجتمعات الافتراضية:

يعتبر Haward Rhingold أول باحث يتناول مفهوم المجتمعات الافتراضية في كتابه The Virtual Community^{xiii} ، ووصفها أنها تلك : المجتمعات المتفاعلة عن طريق تكنولوجيا الاتصال التي تبقىها على تواصل دائم داخل بيئة تكنولوجية ديناميكية^{xv} باستخدام أجهزة كالهواتف الذكية ، و الحواسيب الالكترونية و غيرها .

هناك من يعرف المجتمعات الافتراضية أنها عبارة عن جماهير تكونت نتيجة استعمالها لخدمات الكترونية توفرها مواقع على شبكة الانترنت والتي غالبا ما تكون مجانية (كخدمات البريد الالكتروني ، التواصل و التعارف ، معلومات ، استشارات و نصائح ..)^{xv} (بتصرف) . كما يتم التجمع على مستوى الفضاءات الالكترونية المختلفة لمشاركة الأذواق و الميولات ، القيم ، الاهتمامات و الأهداف التي يتشاركها الأفراد في إطار مشروع جماعي على الخط .^{xvi} (بالتصرف)

كما يضع " بورتر " تعريف يضيف فيه أشكال التفاعل لتلك المجتمعات يقول : " المجتمعات الافتراضية هي مجموعة من الأفراد تجمعهم علاقات اجتماعية تفاعلية على شبكة الانترنت ، أين يتشاركون الألعاب الالكترونية و يتخذون أشكالا مختلفة للتحاور ، عن طريق المنتديات ، المدونات و على شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة " .^{xvii} (بالتصرف)

يذهب كل من " لي " و " آل " إلى تناول كلية أو جزئية الجانب الافتراضي للعملية الاتصالية التفاعلية : والتي تعتبر الإشارة الوحيدة المعاكسة لجل التعريفات التي تناولت المجتمعات الافتراضية حسب " بورتر " و التي تعتبر المجتمعات هذه ذات صبغة الكترونية خالصة . أين يتكلمان عن مجتمعات تتفاعل عن طريق دعائم تكنولوجية بصفة جزئية أو كلية (حاسوب ...) : فالمجتمعات الافتراضية الجزئية تملك مجالاً لحياة

• استكشاف كل ما هو جديد من معلومات ، موسيقى ، ترفيه...^{vii}

• اشباكات معرفية تتعلق بالبحث عن المعلومات المتعلقة بمختلف مجالات الحياة .

• الترفيه و التسلية^{viii}

• الحفاظ على الاتصال مع الآخرين ، فالانترنت يحقق أشكالا عديدة من الاتصال (واحد لمجموعة ، واحد لواحد ، مجموعة لمجموعة ..) كاستعمال البريد الالكتروني ، جماعات المناقشة ، غرف الحوار و الدردشة ..^{ix}

• تحقيق الوجود الافتراضي : و هو نوع من الإشباع يتحقق من خلال شعور المستخدم بالتواجد في بيئة افتراضية تختلف عن البيئة المادية الفعلية التي يتواجد فيه^x

• الإشباع في بحثنا نعني به مجموع الرغبات التي يتوصل مستخدم شبكات التواصل الاجتماعي و الانترنت الى تحقيقها .

• شبكات التواصل الاجتماعي:

حسب (دانا بويد) Danah Boyd و (نيكول ايليسون) Nicole Ellison^x ، تعني الشبكات الاجتماعية مجموع الخدمات التي تقدم من خلال الانترنت و التي تسمح للأفراد ب :^x

• تقديم لمحة عن حياتهم العامة.

• وضع قائمة للمستخدمين وتحديد مع من سيشارك و يتبادل المستخدم معلوماته و منشوراته و صداقاته.

• رؤية قائمة أصدقاء مستخدمين آخرين ، يتم الولوج إليها من خلال النظام الآلي.

كما تضيف " صفاء زمان " أن الشبكات الاجتماعية هي : مواقع تشكلت من خلال شبكة الانترنت ، ظهرت مع الجيل الثاني للويب ، كما تتيح التواصل بين الأفراد في بنية مجتمع افتراضي يجمع بين أفرادها اهتمام مشترك أو شبه انتماء (بلد ، مدرسة ، جامعة ..)^{xi} ، و التواصل

تمثل تكنولوجيا الاعلام و الاتصال أو " المعلومات " : " ذلك التزاوج الذي حدث بين تكنولوجيا الحاسبات الالكترونية و التكنولوجيا السلوكية و اللاسلوكية و الالكترونيات الدقيقة و الوسائط المتعددة .. " ^{xxi} . فصي جملة التعريف نلاحظ تزاوج بين جانب المعلوماتية (الحاسبات) و الاتصالات : ما ينتج عنه " التفاعلية " في الأداء و تبادل المعلومات . هذا ما حدث للصحافة كقناة إعلامية عندما أصبحت متاحة على الخط اتسمت بخصائص عديدة ، أهمها : التحديث ، التفاعلية ، السرعة و المرونة ، كلها أمور تعد احدى الأشكال الجديدة التي تميز " المرحلة الثانية من التزاوج " ^{xxii} الحادث لوسائل الإعلام و الاتصال و التكنولوجيا الحديثة ، و ما كان لذلك الأثر في إحداث مجموعة التغييرات التي شهدتها وسائل الاتصال الجماهيرية الأخرى كالاداعة و التلفزيون و السينما . ^{xxiii}

• الاعلام الجديد:

الاعلام الجديد يظل مفهوما لحد اليوم غامضا ، يعرف عدة تضاربات في تحديده لكن عموما يضع " عباس مصطفى الصادق " تعريفا بسيطا يصف بطريقة مجملية ما يعن به المفهوم و هو " اعلام تولد من تزاوج ما بين تكنولوجيا الاتصال و البث الجديدة و التقليدية مع الكمبيوتر و شبكاته " ^{xxiv} .

2- الدراسات السابقة :

• الدراسات الأجنبية:

اسم و لقب الباحث : Dany Therrin

عنوان البحث : : Le phénomène Facebook usage et gratification^{xxx}

يدور موضوع الدراسة حول الاستخدام و الاشباع المحققة من استعمال موقع الفايس بوك من طرف سكان أمريكا الشمالية بتطبيق فرضيات مدخل الاستخدامات و الاشباع ، فالتساؤلات الرئيسية للدراسة كانت كالتالي :

افتراضية موازيا لحياة موجودة في الواقع تشارك من خلاله بطرق الاتصال الإنساني المباشر (وجه لوجه) ^{xiii} (بالتصرف) لمناقشة مصالحها المشتركة ^{xix} كتلك الموجودة على شبكات التواصل الاجتماعي أو على بعض المواقع الخدمائية . أما المجتمعات الافتراضية الكلية فهي المجتمعات التي تملك حياة ثانية في المجال الالكتروني ، هوية و أفتار ^{xx} و مسكن و تجارة ، و حتى عملة خاصة بها و غيرها كتلك المواقع : second life K .deuxieme vie . كما يضع Francis Balle ثلاثة تقسيمات للمجتمعات الافتراضية : ^{xxi}

- مجتمعات مفتوحة : مفتوحة كلياً على الشبكة و هي افتراضية منة بالمئة .
- مجتمعات موضوعاتية متخصصة : تحمل سمات مشتركة معينة و تهتم بمناقشة موضوعات معينة .
- مجتمعات ذات طابع مهني : كالفرق و المجموعات المؤسسية على الخط .

- تكنولوجيا الاعلام و الاتصال:

• تكنولوجيا :

ظهر مفهوم التكنولوجيا Technologie او تقانة في القرن السابع عشر ميلادية ، من كلمة مركبة من كلمتين يونانيتين الأصل techné و logo : الاولى تعني بها " الفنون العملية " ^{xxii} ، الأداة او الآلة التي لا علاقة لها بالوسيلة التقنية المستعملة لتحقيقها . بمعنى تلك الأشكال التطبيقية التي توظف لصناعة أمور قد تفيد صانعها في حياته العملية . و قد تشير نفس الكلمة بمفهومها الانجليزي حسب قاموس أوكسفورد الى : التقنية و تطبيق المعرفة العلمية لتحقيق اغراض عملية ^{xxiii} . أما الشق الثاني للكلمة logo فهي للإشارة الى العلم الذي يعنى بالدراسة ^{xxiv}

ان دخول عالم التكنولوجيا على المجالات الاتصالية كالحواسيب ، الاتصال الكابلي ، الأقمار الصناعية ، الميكروويف ، الألياف الضوئية ، الاتصالات الرقمية نتج عنه ما يسمى تكنولوجيا الاعلام و الاتصال ^{xxv} .

لماذا يتجه سكان أمريكا الشمالية لاستهلاك الفيسبوك؟ وماهي الاستخدامات و الاشباعات من جراء ذلك؟

(Méta-analyse qualitative) قام الباحث بدراسة تحليلية من المستوى الثاني مستفيدا من ذلك من خيرة و كثرة الدراسات التي قدمها الباحثون حول استخدام الفيسبوك و حاول بالتالي أن يقارن بين جل النتائج معتمدا على عينة من الدراسات (48 دراسة أكاديمية) ، و خلصت النتائج الى أن ، استخدام الفيسبوك: ^{xxi}

● يسمح بالاندماج الاجتماعي (بناء علاقات ، التعارف ، الحفاظ على العلاقات مع الأصدقاء و العائلة) .
● يتم لغرض الترفيه : تشارك الموسيقى و مقاطع الكليبات.

● للهروب من مشاكل الحياة اليومية و تمضية الوقت .

● للتجسس على الأصدقاء (voyeurisme) من خلال رؤية ما كتب على الصفحة و التعليقات التي كتبت في حق الصور ...

● لأغراض شخصية و نفسية : تحقيق الذات من خلال رسم هوية رقمية تساعده في تحديد وضعيته الشخصية ، تحقيق الشهرة ، الترقية المهنية ، المصداقية ، الثقة بالنفس ..

● الدراسة العربية:

اسم الباحث : عبد الرزاق الدليمي

عنوان البحث : استخدامات الشباب الجامعي الأردني لمواقع التواصل الاجتماعي و اشباعاتها . ^{xxii}

سعت الدراسة للتعرف على دوافع استخدام الشباب في الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي و الاشباعات المحققة لديهم ، ذلك باستخدام المنهج الوصفي التحليلي.

انطلقت الدراسة من الاشكالية التالية :

ماهي دوافع استخدامات طلبتي جامعتي اليرموك و البترا لمواقع التواصل الاجتماعي و اشباعاتها لرغباتهم؟
اندرجت تحتها التساؤلات التالية :

✓ ما دوافع استخدامات الشباب في الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي؟

✓ ما الاشباعات المطلوبة التي يسعى الشباب في الجامعات الأردنية الى تلبيتها من خلال استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي؟

✓ هل هناك علاقة للمتغيرات (الجنس / المرحلة الدراسية /العمر / التخصص) بالاستخدامات و الاشباعات ؟

انطلاقا من الاشكالية و مجموع التساؤلات المطروحة ، خلص الباحث الى أهم النتائج التالية :

● أهم أربعة دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ، من مجموع ثلاث عشرة وضعها الباحث :

● الترفيه و التسلية %87

● الدراسة %79

● البحث عن أصدقاء الطفولة %78

● لمتابعة الأخبار السياسية %74

أما بالنسبة للاشباعات التي يسعى الشباب في الجامعات الأردنية الى تلبيتها من خلال استعمالهم لمواقع التواصل الاجتماعي ، توصل الباحث الى أهم النتائج التالية :

✓ اشباع اجتماعي : من خلال خلق جو اجتماعي و تواصل بين الزملاء %86

✓ اشباع معرفي : من خلال طرح أفكار جديدة بين الطلبة ، التزود بالمعلومات عن العالم ، الاستطلاع و اكتشاف مواضيع خارج التخصص %77 .

3- سوسيولوجيا استخدام تكنولوجيا الاعلام و

الاتصال :

لقد تم استعمال مفهوم " الاستخدام " usage ، لأول مرة في مجال علم الاجتماع من طرف التيار الوظيفي (1960-1970) . للتوصل إلى تحديد

الأشباع التي تلبى الحاجات النفسية والاجتماعية للمستخدم (النشط) .

اد نجد في كتاب (ريمي ريفل) Remy Rieffel^{xxxiii} حديثه عن أهمية "إطار الاستخدام" ، أثناء الاستخدام ذاته ، يضيف فيقول : " هو نشاط المستخدم و الذي يشمل كيفية استخدامه للأجهزة التكنولوجية في واقع الحياة اليومية"^{xxxiv} . فقد نستخدم الكمبيوتر في عملية البحث عن معلومة ، و قد يأتي مستخدم آخر يملك نفس الوسيلة لكن يستخدمه للرسم أو الاستماع للموسيقى وغيرها .

فاطار الاستخدام هنا حدد مسبقا من طرف المستخدم وفقا لتمكياته التقنية عند لحظة تشغيل الجهاز الالكتروني او خلال الاستخدام حين تم اكتشاف وظائف جديدة لم يكن يعرفها من قبل . فاستخدام وسيلة معينة في بداية الامر يطرح تحدي أولي للتحكم في تشغيلها وبعدها يتطور الاستخدام الى مرحلة أكثر نضجا تشمل التشغيل للجهاز و استخدامه وفقا لمعايير أخرى (نفسية ، اجتماعية ، تكنولوجية ، معرفية ،...) و هذا ما اختص في دراسته مجال علم النفس الاجتماعي .

لقد تم ربط مفهوم الاستخدام بعدة إطارات تتم من خلاله العملية : التفاعلية ، النشاط ، الوظيفة و السياق . يتم التفصيل في النقاط المذكورة ، كالتالي :^{xxxv}

● التفاعلية : و نعني بها تفاعلية الفرد مع محتوى الوسيلة الإعلامية أو مع الآلة و تكنولوجياتها وتطبيقاتها .

● التفاعلية من منظور تفاعل الفرد مع المحتوى الاتصالي : فقد تحدث العملية التفاعلية من خلال تفسير المحتوى و ترجمته أو فك رموزه *décodage* وفق اعتبارين هامين :

- الاعتبار الأول : التفاعلية هي عملية اجتماعية و نفسية
- الاعتبار الثاني : التفاعلية هي عملية تفاعلية شخصية

فالجانب النفسي و الاجتماعي لتفاعلية الفرد مع المحتوى الاعلامي *negociation* يحدث وفق ميكانيزمات كلاسيكية : التقمص ، التفاعل الشبه اجتماعي *para-social* و تبنيه أدوار نقدية^{xxxvi} .

أما الجانب الشخصي للتفاعل مع وسائل الاعلام ، فهو يمثل مجموع الخلفيات و المعايير التي تدفعه الى الاستخدام و التعرض حسب الحاجات و توقعات كل فرد ، و هي تشمل : القيم ، الجانب النفعي من الاستخدام (الاهتمامات) ، و الأدوار الاجتماعية للأفراد ، كلها تعتبر عوامل حاسمة في اختيار الأفراد للوسيلة الاتصالية و لمضمونها .

● التفاعلية من منظور تفاعل الفرد مع الآلة و تكنولوجياتها : لتوضيح هذه النقطة سنسلط الضوء على نموذج "التدفق" ودوره في شرح عملية التفاعل التي تتم بين الإنسان و الآلة خلال عملية الاتصال التي تشمل كل الأجهزة التفاعلية (حاسوب آلي ، هاتف دكي ...) وفقا لعدة مستويات كالتالي :^{xxxvii}

● التحكم : اذ يحدث للأفراد أن يحددوا طرق تفاعلهم على الانترنت مثلا ذلك إذا تم تحديد "إطارا للاستخدام" و "إطارا و وظيفيا" للوسيلة ، الذي قال عنه "فليشي" في دراسته حول "Flichy" نشر الابتكار " أن التزاوج بين الوظيفتين يعطينا ما يسمى " الإطار السوسيولوجي و التكنولوجي للاستخدام " .^{xxxviii}

فالتحكم يتم على مستوى التدفق و السيطرة : حال كتابة نص رقمي مثلا ، نستطيع إدارة النص بالحذف و الرجوع للسطر ، إضافة علامات معينة ، استعمال ألوان و بنوط الكتابة بأحجام مختلفة ،... و في هذه الحالة :

● إطار الاستخدام : يكون جانبه الاجتماعي محدد بنشر المعرفة (مثلا)

● الإطار الوظيفي : يكون هو الجانب المتعلق بالتقنية أو بتكنولوجية تقديم تلك المعرفة ، بإعطاء جمالية للنص ، و إخراج معين له

التعليم عن بعد أو التعليم الإلكتروني و الذكي في إطار اجتماعي محدد و لأهداف معينة (لبناء مجتمع الكتروني ، حكومة الكترونية ..)^{xli}

فالتكنولوجيا أثرت على تقنية استخدام وسائل الاعلام التقليدية و أكثر من ذلك فهي غيرت من ملامح المجتمعات بطريقة لم تكن متوقعة . فتحوّلت المجتمعات المعاصرة إلى مجتمعات شبكية^{xlii} و هو مصطلح

استخدم من طرف (مانويل كاستل) Manuelle Castells. لادلاء أن المجتمع لم يعد باستطاعته التنازل عن استخدام التكنولوجيا . فحتى المجالات الحساسة للبلدان المتطورة كالسياسة و الاقتصاد لم تعد سرية بفضل الاعلام الشبكي . الكل أصبح مسائرا للمستجدات و ذلك بفضل النظام التفاعلي المتاح على شبكة الانترنت .

لدراسة استخدامات تكنولوجيا الاعلام و الاتصال و و صف ما يفعل الجمهور فعليا بمختلف وسائل الإعلام الرقمية كالانترنت يؤدي بالباحثين غالبا في هذا المجال بتطبيق نظرية "الاستخدامات والاشباع" ^{xliii} . كون تطبيقها يتيح نتائج و أرقاما تستطيع تقديم قراءات و جمع ملاحظات لتفسير سلوكيات الفرد الناجمة عن استعماله للتكنولوجيا داخل حيزه الشخصي و الاجتماعي ^{xliv}

"اد" عرف استخدام تكنولوجيا الاعلام و الاتصال نتائج انعكست على طبيعة عمل عدة مجالات ، غيرت من مورفولوجياتها الأصلية (شكلها) . شمل هذا التغيير سبع مجالات كالتالي :^{xlv}

- مجال الاتصال : باختلاف أشكال التعبير الاتصالي ، من خلال النشر البث و التوزيع .
- مجال السياسة : بظهور الممارسات الحزبية و السياسية للحكومات على شبكات التواصل الاجتماعي و تفعيل المواطنة الرقمية و الضعالة على الخط . يتم من خلالها اتاحة التبادل و النقاش داخل هذه الفضاءات بأكثر ديموقراطية لعدة اعتبارات (التنكر ، فراغ قانوني ، عدم قدرة التحكم في المضامين ...) ما يطرح عدة

• تركيز الانتباه : ذلك عن طريق الميكانيزم الذي يحدث لحظة تركيز المستخدم على الآلة ، و في وقت استغراق معين يحدث الانفصال من العالم الواقعي و الانتقال للعالم الآخر الافتراضي ، اذ يصبح المستخدم في هذه الحالة في حالة اللاوعي ما يفسر به بعض أشكال " الادمان " على الأنترنت و العلاقة السيبرية التي تصبح تربط المستخدم بالآلة .^{xxix} كما أن هناك نوع آخر من التفاعل الذي بات يربط الآلة بالإنسان يعتبر تهديدا لإنسانية التفاعلات الشخصية و هو اللمس أو الإدراك عن بعد (tléception)^{xl} .

• الفضول : إثارة الفضول عند المستخدم (للانترنت مثلا) ذلك يتم عن طريق المفاجآت الرقمية التي قد تصادفه أثناء التشغيل و التعرض للتقنية . و غالبا يكون للفضول شق سلبي قد يتعارض مع توقعات الفرد فيأخذ به إلى مواقع الكترونية : إباحية ، متطرفة (كأشكال الإرهاب الإلكتروني) ، مخدرات ، وغيرها . فأحيانا لا بد من توفر حصانة الكترونية لتحدي الجرائم الالكترونية التي قد تضر بالمستخدم أثناء رحلته الشبكية .

• الاهتمام الفاعل : هو ذلك الاهتمام الذي يوليه المستخدم لأي جهاز تفاعلي و الذي يكون الغرض منه ايجابي محدد ، يتوصل إليه من خلال نشاطه . ما يؤدي ذلك الى خلق نوع من المتعة و التسلية لديه .

• النشاط : و نعني به الاستخدام الذي يتم و فق "إطار نشاط" محدد ، كاستخدام الوسيلة في العمل ، المنزل ، السيارة ، للترفيه ... وغيرها

• الوظيفة : و هي مجموع الأدوار و الوظائف التي يضعها المستخدم للوسيلة التي يستعملها وفقا لقدراته العقلية ، وفقا للمكانة التي تحتلها الوسيلة داخل المجتمع و خصائصها التكنولوجية (ذلك حسب مرونتها و جانبها العملي في الاستخدام مثلا)

• السياق : و نعني به الحيز الاجتماعي و الثقافي و السياسي لعملية الاستخدام ، كتوظيف التكنولوجيا في

تحديات على الحكومات من جهة و من جهة أخرى يقرب ذلك العلاقة بين الحكومة و المواطن من خلال تقريب باب الانشغالات يدفع بتلك الأخيرة إلى الاهتمام بمشاغل المواطن و تسهيل أمور عيشه والعمل من أجل رفاهيته .

• مجال الاقتصاد : من خلال انعكاس التكنولوجيا على الجانب التنظيمي للمؤسسات بتسهيل تعاملاتها التجارية (كالترويج و البيع الالكترونيين)، إلى جانب ظهور أشكال جديدة للتعاملات الخدمائية و الترويجية الاقتصادية من ناحية نشر البيانات و المعلومات و ظهور أشكال جديدة للترويج من خلال الأشهار الالكتروني عبر المواقع الالكترونية و شبكات التواصل الاجتماعي و غيرها.

• مجال الابداع و الانتاج الثقافي : اد تؤكد العديد من الدراسات الدور الذي تلعبه التكنولوجيا في مجال الإبداع بالنسبة للقطاع التجاري و الخدماتي^{xvi} للمؤسسات وأهمية درجه ضمن استراتيجيتها التطويرية وخططها التنموية لمضاعفة العائدات . خاصة و أن الأسواق المحلية تشهد منافسة شديدة في ظل العولمة التي باتت تحاصر جميع المجالات بما فيه الابداع و الثقافة .

• مجال العمل و التوظيف : بخلق مناصب مستحدثة تتعلق بمجال تكنولوجيا الاعلام و الاتصال ، و ظهور موظفين و نوع من التوظيف الافتراضي ، و مؤسسات على الخط ..

• المجال الشخصي و الاجتماعي : ذلك باتاحة طرق جديدة لتقديم الشخص لذاته (الهوية) ، من خلال معلومات البروفيل على الشبكات الاجتماعية و تقديم نظرة جديدة عن المجتمعات و العالم بصفة عامة (كالتسويق السياحي عبر الانترنت و شبكات التواصل الاجتماعي ...) ^{xvii} .

4- المرجعية النظرية لدراسة الاستخدامات و

الاشباعات :

إن بداية التنظير في مجال الإعلام عرف مرحلة تمهيدية بفتح مجالاً لفهم العلاقة بين الجمهور ووسائل

الإعلام .أولها كانت مع نظرية " الرضاة السحرية" و التي ظهرت مع الحرب العالمية الأولى متأثرة بالدور الذي لعبته الدعاية على الجانب النفسي للمتلقين ، معتقدة بذلك أن رسائل الدعاية تصل إلى كل أفراد الجمهور و أن القوة الاقناعية لتلك الرسائل تتحقق أهدافها بسهولة^{xviii}

بعدها سرعان ما تم التخلي عن الافتراض الذي يعتبر أن الجمهور يتأثر بالرسالة بطريقة فورية ، متساوية ، و يعود السبب الى حدثين هامين هما :^{xix}

• ظهور الأبحاث الأمريكية على نطاق واسع ، إلى جانب تلك النتائج المتعارضة مع نظرية " الرضاة السحرية " .

• توصل علماء الاجتماع و علماء النفس إلى تحديد أهمية الخصائص الشخصية و الاجتماعية للفرد ذلك من خلال نتائج دراساتهم حول جمهور و وسائل الإعلام.

بالتالي فمن خلال النتائج المتوصل إليها و خلاصة الاستنتاجات المتعلقة بالأبحاث الأمريكية التي غيرت من اعتبار التأثير: فوري و متساوي بالنسبة لكل الأفراد المتلقين للرسائل الاعلامية .

وبعدها النتائج التي غيرت من مجرى البحوث الإعلامية ، و هي تلك التي توصل إليها كل من مجال علم الاجتماع و علم النفس بإدخال السمات الفردية و الاجتماعية و علاقته بعملية التأثير بمحتوى و وسائل الاعلام ، ظهرت نظريات التأثير الاصطفائي (الاختياري) على صيغة نظريات متفرقة : نظرية الفروق الفردية / نظرية التباين الاجتماعي / نظرية العلاقات الاجتماعية .

كل هذه المستجدات و المراحل التي شهدتها مجال التنظير الإعلامي ، مهد بروز نظرية " الاستخدامات و الاشباعات" و التي بدورها طورت مبدأ النظريات "الاصطفائية" و جعلت بعض عناصرها كقاط قوة ، تم استعمال ذلك لفهم العلاقة الجديدة التي باتت تربط الجمهور بوسائل الإعلام من التساؤل حول ماذا تفعل ووسائل الإعلام بالجمهور إلى ماذا يفعل الجمهور بوسائل

الإعلام؟ بقلب المعادلة و استبدال قوة المضمون الاتصالي بقوة الفرد و الجمهور عامة .

نظرية الاستخدامات و الاشباعات جاءت على انقاض نظرية التأثير القوي والمباشر لوسائل الإعلام كما تم الإشارة إليه سابقا ، و التي تعكس الدراسات الأولى التي ظهرت على إثرها اتجاهات وتيارات فكرية اختصت في البحث عن طبيعة تأثير وسائل الإعلام على الجمهور . من بين هذه الاتجاهات :

أولا : الاتجاه النقدي: هو اتجاه يضم عدة مدارس تعمل في حقل عدة نظريات نقدية من أهمها: مدرسة فرانكفورت ، كونها الأكثر تأثيرا على مستوى حقل النظريات الاجتماعية و بالخصوص ، جهودها حول التفكير الاجتماعيⁱ

الاتجاه الثاني : الاتجاه الامبريقي

يطلق على هذا الاتجاه بالامبريقي او المدرسة الاداريةⁱⁱ ، و يعتبر لازارسفيلد مؤسس هذا الاتجاه الذي اهتم بتكميم الدراسات الاتصاليةⁱⁱⁱ التي تسعى الى قياس الأثر -على المدى الطويل و القصير- الذي تحدثه وسائل الإعلام على الجمهور خاصة جمهور الإذاعة و الصحافة المكتوبةⁱⁱⁱⁱ أنداك .

5- تطور نظرية الاستخدامات و الاشباعات:

تعتبر نظرية الاستخدامات و الاشباعات من بين المرجعيات النظرية التي تتخذ لفهم استخدام الجمهور لوسائل الإعلام إلى جانب مختلف النظريات المفسرة لذلك . تأسست نظرية الاستخدامات و الاشباعات على انقاض نظريات التأثير ، و حولت نظرة الباحثين من مجرد البحث فيما تفعل وسائل الإعلام بالجمهور ، إلى تحويل السؤال إلى ماذا يفعل الجمهور بوسائل الاعلام؟

"طرح (الهو كاتز) Elihu Katz مدخل الاستخدامات و الاشباعات عام 1959 في مقال رد فيه على رؤية "برنار برلسون Bernard Berelson" الذي حكم على أبحاث حقل الاعلام بالموت في حين رد عليه "كاتز" بأن حقل الأبحاث المرتبطة بالأقناع هو الذي مات

^{liv} . كون تلك الفترة عرفت الاهتمام ببحوث الإقناع ، و كيفية تمكن وسائل الإعلام التأثير على الجمهور . في حين أظهرت النتائج أنذاك ضعف تأثير الاتصال الجماهيري في إقناع الجمهور .

تطور مفهوم الاستخدامات و الاشباعات في دراسة بلومر و كاتز Blumer et katz سنة 1969 التي تمت على لدراسة الانتخابات العامة البريطانية عام 1964 من خلالها تم التعرف على أسباب المشاهدة و أسباب عدمها للحملات الانتخابية^{lv} . بعدها سنة 1984 تم تحديد من طرف كاتز ، بلومر و قورفيتش Katz Blumer et Gorvietch أن مدخل الاستخدامات و الاشباعات يقوم على دراسة الجوانب النفسية و الاجتماعية للأفراد لتحديد الاحتياجات و التوقعات من وسائل الإعلام و المصادر الأخرى^{lvi} .

كما يذهب الباحث "الهو كاتز" إلى التأكيد بأن مهما بلغت قوة تأثير الوسيلة الإعلامية ، إلا أن الجمهور هو الذي يبقى المقرر و الحاسم في مدى تأثره بها . اد يعتبر كلا من منطلقا الانتقائية و العلاقات الشخصية من بين المتغيرات المهمة التي من خلالها أسس لمدخل الاستخدامات و الاشباعات^{lvi} .

تعرضت الدراسات الأولى (لهذه النظرية) إلى النقد ، اذ غلب على مواضيعها مجرد جمع الانطباعات المتوصل إليها من خلال المقابلات ، و التي يقول الكثير أنها كانت (غير مؤسسة) فيما يتعلق بتحديدتها لتوقعات و حاجات الجمهور من وسائل الاعلام^{lviii} . ضف إلى انتقادات تخص تحديدها لطبيعة بعض الاشباعات المتوقعة من وسائل الإعلام و تفسيرها الجانب الوظيفي الذي تحققه للفرد و المجتمع^{lix} . إضافة إلى عدم تحكمها في تحديد ملامح الاستخدامات المتجددة لوسائل الإعلام - كون الاستخدام غير ثابت - أدى هذا إلى توجه النظرية إلى الاهتمام بالتحديات المطروحة على مستوى التمثلات^{lx} .

هذا الأمر جر النقاش حول ميكانيزمات التفاعلية التي يطرحها استخدام وسائل الإعلام : بمعرفة طبيعة

6- تطبيق نظرية "الاستخدامات و الأشباغات"

على الاعلام الجديد (بعض الامثلة من الدراسات):

لجاننا من خلال الدراسة الحالية إلى عدة قراءات لمختلف النظريات الاعلامية محاولين إسقاط الفرضيات الموضوعية لدراسة الإعلام القديم على الإعلام الجديد . لقد لقي اعتماد فرضيات نظرية الاستخدامات و الأشباغات الذي نظر لوسائل الاتصال التقليدية استحسانا من طرف الباحثين في مجال الإعلام و الاتصال و اعتبروها مناسبة لتطبيقها على الإعلام الجديد . فحسب "راي بيرن " Ray Burn شكل التفاعلية على مستوى شبكة الانترنت يتمتع بمستوى أكثر قوة و ارتفاعا من تلك على مستوى و سائل الإعلام التقليدية ، وكون الفرد قصدي في تعرضه و تصفحه لمواقع معينة لأشباع حاجاته^{lxv} ، فهي تعتبر مناسبة الدراسات الحالية حول شبكات التواصل الاجتماعي و الإعلام الجديد عامة ..

فظهور الواب في بداية التسعينات من القرن الماضي طرح انشغالات بحثية أدت لتسليط اهتمام الدراسات حول استخدام الناس للشبكة العنكبوتية و الأشباغات التي تتحقق من ذلك ، استنادا على مدخل الاستخدامات و الأشباغات الذي استعمل قبل ذلك على وسائل الاعلام التقليدية على نطاق واسع . ظهرت جراء ذلك عدة محاولات في تطبيق النظرية القديمة على الاعلام الجديد و توصلت لنتائج مهمة .

من الدراسات المبكرة في هذا المجال :دراسة "بيرس و دان " lxv ، حول استخدام الحواسيب المنزلية و مقارنتها مع وسائل الاعلام الأخرى في تلبية مجموعة متنوعة من الحاجات معتمدة على "نظرية الاستخدامات و الأشباغات ، و توصلت الدراسة على مجموعة من النتائج أهمها ، أن : lxvi

- القليل من المبحوثين من يملكون أجهزة الكمبيوتر أنداك .
- الكمبيوتر يعتبر بالنسبة لهم كمصدر للترفيه و التسلية ، الاسترخاء و المتعة .

الجمهور ان كان (سلبى / نشط) lxix و علاقة ذلك بعملية إدراكه و تفسيره للمحتوى الاتصالي تى يسمح لفهم طبيعة الاستخدامات و التأثيرات التي ينتجها تعرضه لوسائل الاعلام .

تتلخص فروض نظرية الاستخدامات و الأشباغات في النقاط التالية : lxix

- جمهور وسائل الاعلام هو جمهور نشط له دوافع و حاجات و أهداف تتركه يتوجه إلى استعمال وسيلة معينة (إعلامية كانت أو مصادر أخرى) .
- الجمهور انتقائي في استخدامه لوسائل الإعلام وفقا لحاجاته المتوقعة منها.

- العوامل النفسية و الاجتماعية تسعى لتحديد كيفية نوعية استخدامات الجمهور لوسائل الإعلام و الاتصال المختلفة .

- قد تؤثر وسائل الإعلام في الفرد و في البنية الاجتماعية و السياسية و الثقافية و الاقتصادية للمجتمع . و هذا التأثير يعرف اختلافا من مجتمع لآخر حسب اختلاف الخلفيات و المرجعيات السائدة.

- اختلاف خصائص كل وسيلة اتصالية قد يكون عاملا تنافسيا لجلب انتباه المستخدم و حثه على استخدام وسيلة على حساب أخرى ، و هذا باختلاف الظروف النفسية و الاجتماعية المحيطة بكل فرد فقد تنافس وسائل الإعلام مصادر أخرى لإشباع حاجات الفرد مثل الاتصال الشخصي ، المؤسسات الأكاديمية ... وغيرها

كما تسعى نظرية الاستخدامات و الأشباغات إلى تحقيق ثلاث أهداف رئيسية :

- التعرف على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام بحكم أن الفرد النشط هو الذي يقوم قصديا بانتقاء و اختيار مواد تعرضه و وفقا لحاجاته و توقعاته .
- شرح دوافع الاستخدام و التفاعل الناتج عن ذلك .
- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال الجماهيرية بهدف فهم العملية الاتصالية . lxix

التي يوفرها الموقع على الشبكة (مثلا الفايبروك) من الحصول على معلومات متجددة من خلال الاشتراكات على صفحات معينة و متابعة أشخاص أو مجموعات تم الانضمام إليها من خلال التذكير بتواريخ أحداث معينة كأعياد الميلاد ، نشاط ثقافي ، أما الضغوطات الداخلية فهي مرتبطة بالجانب الذاتي و النفسي للفرء من أجل تحقيق الذات و اندماجه الاجتماعي و غيرها .

كما وسع الباحثون زاوية الدراسات للبحث في تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على رأس المال الاجتماعي Ixii . و نعني به الجانب النفسي الذي يتحقق من خلال التعامل على مستوى تلك المواقع ، و النفعية هنا قد تكون مادية أو معنوية . فبالنسبة للطلبة الجامعيين ، مثلا قد يتمثل رأس المال الاجتماعي في الحصول على صداقات قد تؤثر بشكل ايجابي على حياتهم الأكاديمية أو الشخصية .

كما تؤكد البحوث في ذات المجال في أن تعزيز "رأس المال الاجتماعي" يتم من خلال الحفاظ على العلاقات القديمة القائمة و المرور إلى قيام علاقات جديدة مع أشخاص غير معروفين و هذا لتحقيق إشباع معين من خلال عرض الشخص لذاته من خلال "البروفيل" و الصور و غيرها من الوسائل المتاحة للتقديم عبر المواقع الاجتماعية و هذا ما أطلقت عليه "توفيكي زينب" (2008) بالتبرج الاجتماعي Ixiii .

• خلاصة :

من خلال الرحلة التي تمت على وقع نظرية الاستخدامات و الأشباعات تبين أنه رغم قدم المدخل و رغم كل الانتقادات الموجه له من اعتماده الجانب الوظيفي و من صعوبة قياس الحاجات و الفردية الطاغية على المنهج كون نتائجه لا تصلح للتعميم و غيرها ، إلا أن مجال البحث في الإعلام الجديد لا زال يعتمد النظرية القديمة.

• يساعد استخدام الكمبيوتر على نسيان مشكلات الحياة اليومية و يقلل الشعور بالوحدة و يملأ الفراغ . كما يعتبر كطريقة يتم من خلالها فعل أمور مع الأصدقاء أو العائلة .

و في دراسة أخرى ل : " تشانج " Ixii حول استخدام الجمهور لمواقع الانترنت الإخبارية ، توصلت النتائج إلى أن أسباب الاستخدام لتلك المواقع تنقسم إلى ثلاثة مجموعات : الأولى متعلقة بسمات الوسيلة (الفورية ، الاتاحة ، التفاعلية) ، الثانية بمواقف التعرض (التعلم ، الصداقة) و الثالثة بإمكانية الوصول إلى الوسيلة (اقتصادية و ملائمة) .

فحسب Serge Proulx إن جل الدراسات الحالية حول استخدام الأفراد للانترنت تتوصل بطريقة متتالية إلى أن استخدامه :

- يحافظ على العلاقات الاجتماعية
- يتيح طرق عديدة للاتصال و يغير من شكل استهلاك المواد الثقافية والترفيهية
- يشهد تداخل العلاقات الشخصية و العلاقات المهنية تحت ضغط ضيق الوقت و مرونة تنقل الأفراد و سهولة استعمالهم لوسائل الاتصال (ذلك نظرا لجانبها العملي) Ixiii

أما على مستوى تطبيق النظرية على الواب 2.0 ظهرت عدة دراسات منذ ظهور شبكات التواصل الاجتماعي . فالدراسات الأولى ركزت على قضايا كشف الهوية و سلوكيات الصداقة الالكترونية و الخصوصية . أما في السنوات الأخيرة تحول الباحثون إلى التركيز على استخدام الواب 2.0 و ربطه بالسمات الشخصية للفرء Ixix .

فقد كشفت دراسة " تشانج و زملاؤه " (2010) أن مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي يلجئون للفايبروك تحت وقع دوافع تتعلق بالضغوط الخارجية و أخرى داخلية Ixx : فالضغوط الخارجية مرتبطة بالجانب "التشجيعي" الذي تتيحه الوسيلة لدفع المستخدم إلى الاستعمال المتكرر و المستمر لها و هي تشمل الخدمات

ⁱ حسني محمد نصر ، اتجاهات البحث و التنظير في وسائل الاعلام الجديدة : دراسة تحليلية للانتاج العلمي المنشور في دوريات محكمة . بحث مقدمالى مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي : التطبيقات و الاشكالات المنهجية ، جامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية ، الرياض 10-11 مارس 2015، ص ص 1-45 ، ص : 3

متاح على الرابط التالي :

http://researchservices74.blogspot.be/2015/06/blog-post_51.html

13:43 2016-2-11

ⁱⁱ عبد الرزاق الدليمي ، استخدامات الشباب الجامعي الأرنى لمواقع التواصل الاجتماعي واشباعاتها ، مجلة علوم الإنسان و المجتمع ، العدد 12 ، نوفمبر 2014، بسكرة،ص: 123

نقلا عن :

Le Codic , 2001, Yves François ;use and users of information ,ABS,Paris,p :65

ⁱⁱⁱ انظر الى : فاطمة الزهراء عماري ، استخدام القنوات التلفزيونية الاخبارية لتفاعلية شبكات التواصل الاجتماعي " حالة الفايس بوك".مذكرة ماستر ، تخصص : إذاعة و تلفزيون ، جامعة الجزائر (3) ، 2012، ص 24
للاستزادة انظر الى : محمد الأمين موسى أحمد ، توظيف الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني العربي . أطروحة دكتوراه،قسم الإعلام و العلاقات العامة ، جامعة عجمان ، 2005، ص 3

^{iv} Remy Riffel ,Sociologie des media ,serie :infocom,2iem ed,EllipsesEdition Marketing S . A ,Paris,2005,p :188
منقول عن :

Dominique Bouillier ,construire le téléspectateur :récepteur consommateurou citoyen ?,in André vitalis (sous la direction de),Média et bouvelle technologie ,pour une sociopolitique des usages ,Renne ,Apogée, 1994 ,p : 61 à 74

^v عبد الرزاق الدليمي ، . مرجع سابق : ص: 123

^{vi} رضا عبد الواحد أمين ، النظريات العلمية في مجال الاعلام الإلكتروني .منتدى سور الأزبكية . 2008، ص: 70

^{vii} نفس المرجع ، نفس الصفحة

و هذا من خلال دراسة أجريت سنة 1995 توصلت إلى أن 90 بالمئة من المتصفحين لشبكة الانترنت يكتفون باكتشاف المواقع الجديدة
الدراسة عن :

(Hunter ,Christopher, uses and gratification of the world wide web(available on line at :www.bc.edu

^{viii} رضا عبد الواحد أمين ، نفس المرجع السابق ، ص : 81

هناك دراسة اكاديمية توصلت الى ان 58 بالمئة من مستخدمي الانترنت يتناولون المواد الهزلية و الخفة للترويح عن النفس و التسلية
للاطلاع اكثر على نتائج الدراسة :

مها عبد المجيد صالح ، استخدامات الجمهور المصري للصحف اليومية الالكترونية على شبكة الانترنت : دراسة تحليلية ميدانية ، ماجستير ، جامعة القاهرة ، 2004، ص: 117

^{ix} Decembre ,John,units of analysis for internet communication ,journal of communication ,winter 1996,vol 46,no .1,pp : 14-35

الدراسة متاحة على الرابط التالي :

<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1460-2466.1996.tb01459.x/abstract>

14:00 2016-2-11

^x Lombard,M,fditton,T,At the heart of it all :The concept of presence ,journal of computer Mediated communication ,1997,availaible at :www.jcmc-Huji .ac.il (5-2-2004)

للاستزادة انظر الى الدراسة على الرابط التالي :

<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.1997.tb00072.x/abstract>

10:00 2016-1-10

^{xi} Alain Lefebre,Les réseaux sociaux,M21 ,2iem ed ,2008,p : 29

^{xii} صفاء زمان ، الشبكات الاجتماعية : تعريفها تأثيرها ..و أنواعها ، مجلة المهندسون ، العدد 113 أكتوبر – ديسمبر 2011، ص : 56

تم الاطلاع عليها يوم :

الاثنين 5-10-2015 على الساعة : 16:00

للاستزادة انظر الى :

- Ringohld ,H .(1993) . The virtual community :homesteading on the electronic frontier .Cambridge, Ma :Mit press.
- ^{xiv} Porter ,E.(2004) . A typologi of virtual communities : Amulti – disciplinary foundation for future reseach .journal (of computer mediated communication , 10(1

تم استرجاع الدراسة يوم :2 جانفي 2016 على الساعة : 10:42 على الرابط التالي :

<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2004.tb00228.x/full>^{xv} Francis Balle , Dictionnaire du Web , Dalloz, Paris , 2001 , p :54^{xvi}Serge Proulx, (2006) .Communaités virtuelles :ce qui fait lien .in .S.proulx, L.Poissant,M. Sénécal,eds, Communautés virtuelles :penser et agir en réseau , Presses de l'université Laval , Québec, p :16

A consulter :

- Proulx, Serge (2004) ,La révolution internet en question , Quebec – Amérique , Montréal

^{xvii} Idem

لاستزادة أنظر الى :

- Kevin, y.Wang , Butler, mixing metaphors : Sociological and psychological perspectives on virtual communities , in , Honglei Li , virtual community : participation an motivation , information sciencereference,usa,2012,pp :1-17

^{xviii} Porter, op.cit .

للاستزادة انظر الى :

- Lee,F. et autres (2003). Virtual community informatics :a review and reseach agenda .journal of information technologie théoryand applications, 5(1), 47-61

^{xix} idem^{xx} الأفتار : هي عبارة عن صورة ممثلة للشخص الذي يمارس نشاطاته الالكترونية على الانترنت قد تكون مشابهة للمظهر الفيزيولوجي للمستخدم كما قد تكون مختلفة ذلك حسب الالراة .^{xxi} Francis Balle ,op/cit . p :54^{xxii} داران بارني ترجمة أنور الجمعاوي . المجتمع الشبكي . المركز العربي للأبحاث و دراسة الياسات . سلسلة ترجمان . الطبعة الأولى . بيروت .

فبراير 2015 . ص : 44

^{xxiii} تم الاطلاع على قاوموس اوكسفورد على الرابط التالي :<http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/technology>

يوم : 27-12-2015 على الساعة : 19:15

^{xxiv} نفس المرجع السابق و نفس البيانات^{xxv} سميرة شيخاوي . الاعلام الجديد في عصر المعلومات . مجلة جامعة دمشق . المجلد 26 . العدد الأول + الثاني . دمشق . 2010 . ص : 449

للاستزادة انظر الى :

الكاتب . سعود . الاعلام القديم و الاعلام الجديد . جدة : شركة المدينة المنورة للطباعة و النشر . 2002 . ص ص 1-20

تم الاطلاع على الدراسة من الرابط التالي www.damascusuniversity.edu.sy/.../images/.../435-48... يوم 28-12-2015 :

22:05

^{xxvi} سميرة شيخاوي . نفس المرجع و نفس الصفحة السابقتي الذكر^{xxvii} «La sociologie de la communication au prisme des etudes sure la science et la technologie » in S .proulx et A.klein ;dir., Connexions. Communication numérique et lien social , presse universitaires de namur, namur , 2012, pp : 17-35 , p/ 27^{xxviii} للاستزادة في الموضوع . انظر الى :

- سميرة شيخاوي . مرجع سابق ذكره . ص ص : 15-34

^{xxix} عباس مصطفى الصادق . الاعلام الجديد : دراسة في مداخله النظرية و خصائصه العامة . تم الاطلاع على الدراسة على الرابط التالي :<http://www.jadeedmedia.com/2012-04-22-10-44-52/44-2012-04-18-14-53-45/123-2012-04-21-15-22-27.html?start=4>

2015-12-20 . بتوقيت : 22:19

^{xxx} Dany Therrin , Le phénomène Facebook : usage et gratification ,mémoir de metrise , faculté des art ,
departement communication , université Ottawa , Canada , 2012.

متاحة على الرابط التالي :

https://www.ruor.uottawa.ca/bitstream/10393/23745/1/Therrien_Dany_2012_memoire.pdf

12:59 2016-2-11

^{xxxii} Dany Therrin , meme , p : 66-67

^{xxxiii} عبد الرزاق الدليمي ، استخدامات الشباب الجامعي الأردني لمواقع التواصل الاجتماعي و اشباعاتها . مجلة علوم الانسان و المجتمع ، العدد 12 .

نوفمبر 2014

تم الاطلاع على الدراسة على الموقع التالي :

Univ.Biskra.dz

يوم : 20-10-2015 على الساعة : 09:44

^{xxxiii} Remy Rieffel , ibid , p :188

^{xxxiv} Remy Rieffel ,op.cit , p : 192

^{xxxv} Serge Proulx et Josiane Millette , média et transnationalité , , Copibec, Quebec , Fevrier 2013 , p : 28

^{xxxvi} Elhu Katz , la recherche en communication depuis Larsfeld,traduit par : Gilles Achache ,Dorine Bregman et Daniel Dauan , Hermes : revue de l institut des sciences de la communication du CNRS (iscc) , n : 4 ; cooloction : le nouvel espace publicc , pp : 77-197

تم استرجاع الدراسة علىالرابط التالي : <http://documents.irevues.inist.fr/handle/2042/15360>

يوم : 18-11-2015 على الساعة : 10:19

^{xxxvii} رضا عبد الواحد أمين . النظريات العلمية في مجال الاعلام الالكتروني . منتدى سور الأزيكية . 2007 . ص : 114

www. Book4all.net

^{xxxviii} للاستزادة . انظر الى : « L’action dans un code sociotechnique, comment articuler technique et usage dans une meme analyse ?» , dans les autoroutes de l’information, un produit de la convergence sous la direction de J-G.Lacroix et G.Tremblay, saint- foy :presses de l’université du Québec , 405-433

- Flichy, Patrice .1995 . « L’innovation technique « . Récent développement en sciences social vers une nouvelle théorie de l’innovation , la découverte, paris .

^{xxxix} Derrick de Kerckhove , L’intelligence des Réseaux , ed :odile jacob, Paris , 2000, p :70

^{xl} Idem

, p : 29 ^{xli} Serge Proulx et Josiane Millette , média et transnationalité

Judith Lazard ,100mots pour introduire aux théories de la communication , op/cit , p :205 ^{xlii}

Par : M .Castells,La societe en réseau,Fayard ,Paris ,1998

^{xliiii} Serge Proulx et Josiane Millette , ibid , p : 27

^{xliv} Idem

^{xlv} Serge Proulx , penser les usages des technologies de l’information et de la communication aujourd’hui : enjeux –modeles- tendances , in lise Vieira et Nathalie Pénède , eds , enjeux et usages de TIC : aspects sociaux et culturels , T1, presses universitaire de Bordeau , 2005,p : 5

^{xlvi} صالح مهدي محسن العامري . العوامل التكنولوجية و التنظيمية المؤثرة في الابداع التكنولوجي :دراسة ميدانية على عينة من الشركات

الصناعية الأردنية . مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية و القانونية . المجلد 21 . العدد 2 . سوريا . 2005 . ص ص : 137-180

- ^{xlvii} Proulx , penser les usages des technologies de l’information et de la communication aujourd’hui : enjeux –modeles- tendances, p :5

- نقلا عن :

- Gensllen Michel , Economie non rival et communautés d’information , réseau , 22 :124, 2004 , pp :141-206

- كل المصادر المشار اليها و المتعلقة بالباحث : **Serge proulx** تم استرجاعها من الموقع التالي : www.sergeproulx.info

et www.sergeproulx.uquam.ca يوم : 10-11-2015 على الساعة : 19:13

^{xlviii} فريال مهنا . علوم الاتصال و المجتمعات الرقمية . ط 1 ، دار الفكر ، دمشق – سوريا . 2002 . ص : 140

^{xlix} ميلفين ديفلير و ساندرا بول روكيتش . نظريات وسائل الاعلام ، ترجمة كمال عبد الرؤوف . الدار الدولية للنشر و التوزيع ، القاهرة – مصر ،

1993 . ص : 241

^l Judith

Lazar ,100 mots pour introduire aux théories de la communication ,Les empecheurs de penser en rond ,Le Seuil,octobre ,2004,paris, p :85

^{li} المدرسة الادارية .تسمية أخرى للاتجاه الامبريقي للاستزادة أنظر الى :

Judith Lazard , 100 mots pour introduire aux théories de la communication , p :92

- ^{lii} كون لازار سفيلد كان متأثراً بالأرقام لدراسته للرياضيات بالنمسا و بعدها تحول سريعا لدراسة المجتمعات في حقل الدراسة السوسولوجية
- ^{liii} كون التلفزيون لم يعرف الوجود بعد -نهاية الثلاثينات
- ^{liv} رضا عبد الواحد أمين .مرجع سابق ذكره ، ص: 67
- ^{lv} نفس المرجع ، ص: 68

^{lvii} Elihu Katz ,La recherche en communication depuis Lazarsfeld , op cit , pp : 86

^{lviii} Ibid , p : 87

^{lix} Idem

, op cit , p :87 ^{lx} Elihu Katz

^{lxi} كون هذا العامل هو الشرط المساعد على اختبار الاشباعات و فق لطبيعة الجمهور المتلقي .

^{lxii} باديس لونيس ، جمهور الطلبة الجزائريين و الانترنت : دراسة في استخدامات و اشباعات طلبة جامعة منتوري ن مذكرة ماجستير ، جامعة منتوري ، قسنطينة ، 2008-2009 ، ص: 34

للاستزادة انظر الى :

محمد عبد الحميد ، نظريات الاعلام و اتجاهات التأثير ، ط:2 ، عالم الكتب ، القاهرة : مصر ، 2000 ، ص: 130-131

^{lxiii} . مرزوق عبد الحكيم العادلي ، الاعلانات الصحفية : دراسة في الاستخدامات و الاشباعات ، ط:1 ، دار الفجر ، القاهرة : مصر ، 2004 ، ص: 126

للاستزادة انظر الى : حسن عماد مكاوي ، استخدامات التلفزيون و اشباعاته في سلطنة عمان. دراسة مسحية مقارنة على عينة من طلاب الجامعة ، مجلة بحوث الاتصال ، العدد 8 (أوت - أكتوبر 200) ، ص ص : 1-57

^{lxiv} عزام العنانزة و آخرون ، أنماط و دوافع تعرض طلبة كلية الاعلام بجامعة اليرموك للصحف اليومية الأردنية المطبوعة باللغة العربية مقارنة بمواقعها على الأنترنت ، أبحاث اليرموك ، سلسلة العلوم الانسانية و الاجتماعية ، المجلد 25 ، العدد 4 ، اربد - الأردن ، 2009 م ، ص ص : 682-710 ، ص : 687

الدراسة متاحة على الرابط التالي :

^{lxv} حسني محمد نصر ، اتجاهات البحث و التنظير في وسائل الاعلام الجديدة ، مرجع سابق ذكره ، ص : 24

للاستزادة انظر الى الدراسة الأصلية :

paper Perse,E .M and D.GDunn(1995).The utility of home computers :implication of multimedia and connectivity. journal of broadcasting and mass communication , presented to the association for education in journalism and electronic media, volume 42 , issu 4 ; Waschingon,D.C. August.

^{lxvi} نفس المرجع السابق و نفس الصفحة

^{lxvii} حسني محمد نصر ، نفس المرجع السابق و نفس الصفحة

للاستزادة :

Change ,Y-M(1998) , Audiance analysis of online news ? :unpublished master's thesis,The university of Texas at Austin

- ^{lxviii} Serge Proulx ,Penser les usages des technologies des tic aujourd'hui :enjeux- modeles-tendances , pp , p : 5

Cardon , et autres , Sociabilité et entrelacement des medias ,texte inédit , paris : laboratoire SUSI , France : نضلا عن : telecom, Rand D , 2005

^{lxix} حسني محمد نصر ، اتجاهات البحث و التنظير في وسائل الاعلام الجديدة ، مرجع سابق ذكره ، ص : 24

^{lxx} Viswanath,B.,Mislove,A.,Cha,M,&K.P.Gummedi(2009) , on the evolution of user interaction in facebook in proceeding of the second ACM workshop on line Social networks,pp :37-42, New york , Ny.ACM

تم استرجاع الدراسة على الرابط التالي :

http://delivery.acm.org/10.1145/1600000/1592675/p37-viswanath.pdf?ip=149.154.255.242&id=1592675&acc=PUBLIC&key=4D4702B0C3E38B35.4D4702B0C3E38B35.63F30FF10B082D33.4D4702B0C3E38B35&CFID=581453566&CFTOKEN=35501069&acm_=145496272770bfb0904a2f95deea70ca37068dc8bc

21 :21 2016-2-8

^{lxxi} حسني محمد نصر الله ، نفس المرجع السابق ، ص 24

e learn about these sites from those^{lxxii} Tufekci,Z.(2008) .Grooming gossip ,Facebook and my space : what can w
تم استرجاع الدراسة على vol : 11 , n : 4 pp : 544-564 who won't assimilate ?information, communication and society ,
الرابط التالي :

<http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/13691180801999050>
