

نظرية "الاستخدامات و الاشباعات" و تطبيقاتها على الإعلام الجديد

(مدخل نظري)

أ.رايس علي ابتسام، جامعة وهران 1 ، الجزائر

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 وهي 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 السوسيولوجية و الفردية التي تحدث عند الاستخدام في ظل الميديا الجديدة .

الكلمات المفتاحية:

شبكات التواصل الاجتماعي، الاعلام الجديد، المجتمعات استخدامات، اشباعات، 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 that uses those sites especially Facebook.

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

مقدمة:

غير تواجد الانترنت في حياة البشر من طبيعة اتصاهم 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 الواب 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) ¹.

التغير الذي طرأ على البنيات الاتصالية للمجتمعات نتج عنه بروز عدة رؤى و تيارات بحثية عاجلت الظاهرة من عدة جوانب: المضمون، التمثلات، الاستخدامات، الأدوار و غيرها . سنحاول من خلال هذه الورقة العلمية معالجة الموضوع من الجانب النظري الذي ستتطرق 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 وادراج المحاولات لتطبيقات النظرية (من خلال أمثلة لدراسات تم استقاءها) في ظل استخدام الأفراد للإعلام البديل .

و بالتالي يجزنا 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 الآليات النفسية و الاجتماعية التي تخضع لها عملية استخدام تكنولوجيا الإعلام و الاتصال ؟
- كيف أثرت تكنولوجيا المعلومات و الاتصال على ميكانيزمات الفضاء العام ؟
- ما الأسس التي تبني 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 القدم² 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 السلوكات و العادات و الاتجاهات³ . كما تعرف كلمة استخدام عدة تضاربات في المفهوم كونها تعرف نوع من الغموض و الملبسات ، خاصة عند دمج كلمة الاستخدام مع مفهوم التكنولوجيا ، ذلك لأن دخول تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في الحياة الاجتماعية للفرد ، فرض نوع من السلوكات و العادات الجديدة ، حولت المستخدم إلى مستهلك يحكمه قانون العرض و الطلب عن طريق العولة 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 الخاص⁴ الذي سيتم مناقشته لاحقاً .

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

• الاشباكات :

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 المبتغى⁵ كما أن مفهوم الاشباع يرتبط ارتباطا وثيقا بمفهوم الدافع و الحاجة .
فهناك عدة اشباعات تتحقق لدى الجمهور المستخدم للانترنت و إسقاطا على شبكات التواصل الاجتماعي ، يمكن درجها كالتالي :⁶

- استكشاف كل ما هو جديد من معلومات ، موسيقى ، ترفيه...⁷
- اشباعات معرفية تتعلق بالبحث عن المعلومات المتعلقة بمختلف مجالات الحياة .
- الترفيه و التسلية⁸
- 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 ..⁹
- تحقيق الوجود الافتراضي : و هو نوع من الإشباع يتحقق من خلال شعور المستخدم بالتواجد في بيئة افتراضية تختلف عن البيئة المادية الفعلية التي يتواجد فيه¹⁰
- الإشباع في بحثنا نعني به مجموع الرغبات التي يتوصل مستخدم شبكات التواصل الاجتماعي و الأنترنت الى تحقيقها .
- شبكات التواصل الاجتماعي:

حسب (دانا بويد) Danah Boyd و (نيكول ايليسون) Nicole

EllisonK ، تعني الشبكات الاجتماعية مجموع الخدمات التي تقدم من خلال الانترنت و التي تسمح للأفراد ب :¹¹

- تقديم لمحة عن حياتهم العامة.

● وضع قائمة للمستخدمين وتحديد مع من سيشارك ويتبادل المستخدم معلوماته ومنشوراته وصدقاته.

● 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 ،¹²) ، و التواصل 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**¹³ ، ووصفها أنها تلك : المجتمعات المتفاعلة عن طريق تكنولوجيا الاتصال التي تبقىها على تواصل دائم داخل بيئة تكنولوجية ديناميكية¹⁴ 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 ، استش

ارات و نصائح ..).¹⁵ (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 .¹⁶ (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 أشكالاً مختلفة للتفاعل، عن طريق المنتديات ، المدونات و على شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة " .¹⁷ (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 مجالا لحياة افتراضية موازيا لحياة موجودة في الواقع تشارك من خلاله بطرق الاتصال الإنساني المباشر (وجه لوجه)¹⁸ (بالتصرف) لمناقشة مصالحها المشتركة¹⁹ 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 أفتار²⁰ 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 :²¹

✓ مجتمعات مفتوحة : مفتوحة كلياً على الشبكة و هي افتراضية مئة 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** أو تقانة في القرن السابع عشر ميلادية ، من كلمة مركبة من كلمتين يونانيتين الأصل **techné** و **logo**: الاولى نعني بها " الفنون العملية " ²² ، الأداة أو 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 ²³ . أما الشق الثاني للكلمة **logo** فهي للاشارة الى العلم الذي يعني بالدراسة ²⁴

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 ²⁵ .

تمثل تكنولوجيا الاعلام و الاتصال أو " المعلومات " : " ذلك التزاوج الذي حدث بين تكنولوجيا الحاسبات الالكترونية و التكنولوجيا السلكية و اللاسلكية و الالكترونيات الدقيقة و الوسائط المتعددة .." ²⁶ . ففي 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" ²⁷ الحادث لوسائل الإعلام و الاتصال و التكنولوجيا الحديثة ، و ما كان لذلك الأثر في إحداث مجموعة التغيرات التي شهدتها وسائل الاتصال الجماهيرية الأخرى كالاداعة و التلفزيون و السينما . ²⁸

• الاعلام الجديد:

الاعلام الجديد يظل مفهوما لحد اليوم غامضا ، يعرف عدة تضاربات في تحديده لكن عموما يضع "عباس مصطفى الصادق" تعريفا بسيطا يصف بطريقة مجمل ما يعنيه المفهوم و هو " اعلام تولد من تزاوج ما بين تكنولوجيا الاتصال و البث الجديدة و التقليدية مع الكمبيوتر و شبكاته "29 .

2- الدراسات السابقة :

• الدراسات الأجنبية:

اسم و لقب الباحث : Dany Therrin

عنوان البحث : Le phénomène Facebook : usage et gratification³⁰

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

لماذا يتجه سكان أمريكا الشمالية لاستهلاك الفايسبوك ؟ و ماهي الاستخدامات و الاشباع من جراء ذلك ؟

قام الباحث بدراسة تحليلية من المستوى الثاني (Méta-analyse qualitative)

مستفيدا من ذلك من خيرة وكثرة الدراسات التي قدمها الباحثون حول استخدام الفايسبوك و حاول بالتالي أن يقارن بين جل النتائج معتمدا على عينة من الدراسات (48 دراسة³¹ أكاديمية) ، و خلصت النتائج الى أن ، استخدام الفايسبوك :

✓ 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 .³²
- 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 طلبي 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 تليتها من خلال استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي ؟
- ✓ هل هناك علاقة للمتغيرات (الجنس / المرحلة الدراسية / العمر / التخصص) بالاستخدامات و الاشباعات ؟

انطلاقاً 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 للشباب التي يسعى الشباب في الجامعات الأردنية إلى تليتها 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 الاشباع التي تلي الحاجات النفسية و الاجتماعية للمستخدم (النشاط) .

اد نجد في كتاب (ريمي ريفل) ³³ Remy Rieffel حديثه عن أهمية "إطار الاستخدام" ، أثناء الاستخدام ذاته ، يضيف فيقول : " هو نشاط المستخدم و الذي يشمل كيفية استخدامه للأجهزة التكنولوجية في واقع الحياة اليومية " ³⁴ . فقد نستخدم الكمبيوتر

في عملية البحث عن معلومة ، و قد يأتي مستخدم اخر يملك نفس الوسيلة لكن يستخدمه للرسم أو الاستماع للموسيقى و غيرها .

فاطار الاستخدام هنا حدد مسبقا من طرف المستخدم وفقا لتمكانياته 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 :³⁵

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

✓ 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

فالجانِب النفسي و الاجتماعي لتفاعلية الفرد مع المحتوى الاعلامي **négociation**

يحدث وفق ميكانيزمات كلاسيكية : التقمص ، التفاعل الشبه اجتماعي **para- social** و تبنيه أدوار نقدية³⁶ .

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 تكنولوجياها : 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 : ³⁷.

● التحكم : اذ يحدث للأفراد أن يحددوا طرق تفاعلهم على الانترنت مثلا ذلك إذا تم تحديد "إطارا للاستخدام" و "إطارا وظيفيا" للوسيلة ، الذي قال عنه "فليشي" في دراسته حول "Flichy" نشر الابتكار " أن التزاوج بين الوظيفتين يعطينا ما يسمى " الإطار السوسيولوجي و التكنولوجي للاستخدام " . ³⁸

فالتحكم يتم على مستوى التدفق و السيطرة : حال كتابة نص رقمي مثلا ، نستطيع إدارة النص بالحدف 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 تقدم تلك المعرفة ، بإعطاء جمالية للنص ، و إخراج معين له

✓ 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 السييرية التي تصبح تربط المستخدم بالآلة .³⁹ 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).⁴⁰

✓ الفضول : إثارة الفضول عند المستخدم (للأنترنت 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 الالكروني) ، مخدرات ، و غيرها . فأحيانا لا بد من توفر حصانة الكترونية لتحدي الجرائم الالكرونية التي قد تضرر 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 ...و غيرها

✓ 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 التعليم عن بعد أو التعليم الالكروني و الذكي في إطار اجتماعي محدد و لأهداف معينة (لبناء مجتمع الكتروني ، حكومة الكترونية ..)⁴¹

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 شبكية⁴² و هو مصطلح استخدم من طرف (مانويل كاستل) **Manuelle Castells**، للدلالة 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 وذلك 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 الباحثين غالبا في هذا المجال بتطبيق نظرية "الاستخدامات والاشباع" .⁴³ كون تطبيقها يتيح نتائج وأرقاما تستطيع تقديم قراءات و جمع ملاحظات لتفسير سلوكيات الفرد الناجمة عن استعماله للتكنولوجيا داخل حيزه الشخصي و الاجتماعي⁴⁴ .

"اد" عرف استخدام تكنولوجيا الإعلام و الاتصال نتائج انعكست على طبيعة عمل عدة مجالات ، غيرت من مورفولوجياتها الأصلية (شكلها) . شمل هذا التغيير سبع مجالات كالتالي :⁴⁵

- 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 الفعالة على الخط . يتم من خلالها إتاحة التبادل و النقاش داخل هذه الفضاءات بأكثر ديمقراطية لعدة اعتبارات (التنكر ، فراغ قانوني ، عدم قدرة التحكم في المضامين ...) ما يطرح عدة 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 يتسهيل 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 الاشهار 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 الخدماتي⁴⁶ 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 : يخلق مناصب مستحدثة تتعلق بمجال تكنولوجيا الاعلام و الاتصال ، و ظهور موظفين و نوع من التوظيف الافتراضي ، ومؤسسات على الخط ..

● المجال الشخصي و الاجتماعي : ذلك باتاحة طرق جديدة لتقديم الشخص لذاته (الهوية) ، من خلال معلومات البروفايل على الشبكات الاجتماعية و تقديم نظرة جديدة عن المجتمعات و العالم بصفة عامة (كالتسويق السياحي عبر الانترنت و شبكات التواصل الاجتماعي ...) ⁴⁷.

4- المرجعية النظرية لدراسة الاستخدامات و الاشباكات :

إن بداية التنظير في مجال الإعلام عرف مرحلة تمهيدية بفتح مجالا لفهم العلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام .أولها كانت مع نظرية " الرصاصة 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 ⁴⁸ .

بعدها سرعان ما تم التحلي عن الافتراض الذي يعتبر أن الجمهور يتأثر بالرسالة بطريقة فورية ، متساوية ، و يعود السبب الى حدثين هامين ، هما : ⁴⁹

● ظهور الأبحاث الامريكية على نطاق واسع ، إلى جانب تلك النتائج المتعارضة مع نظرية "الرصاصة السحرية" .

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

بالتالي فمن خلال النتائج المتوصل إليها و خلاصة الاستنتاجات المتعلقة بالأبحاث الامريكية 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 اليها كل من مجال علم الاجتماع و علم النفس بإدخال السمات الفردية و الاجتماعية و علاقته بعملية التأثير بمحتوى وسائل الاعلام ، ظهرت نظريات التأثير الاصطفائي (الاختياري) على صيغة نظريات متفرقة : نظرية الفروق الفردية / نظرية التباين الاجتماعي / نظرية العلاقات الاجتماعية .

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

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

نظرية الاستخدامات و الاشباكات جاءت على أنقاض 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 الاجتماعي⁵⁰

الاتجاه الثاني : الاتجاه الامبريقي

يطلق على هذا الاتجاه بالامبريقي او المدرسة الادارية⁵¹ ، و يعتبر لازارسفيلد مؤسس هذا الاتجاه الذي اهتم بتكميم الدراسات الاتصالية⁵² التي تسعى الى قياس الأثر -على المدى الطويل و القصير- الذي تحدثه وسائل الإعلام على الجمهور خاصة جمهور الإذاعة و الصحافة المكتوبة⁵³ أنداك .

5- تطور نظرية الاستخدامات و الاشباكات:

تعتبر نظرية الاستخدامات و الاشباكات من بين المرجعيات النظرية التي تتخذ لفهم استخدام الجمهور لوسائل الإعلام إلى جانب مختلف النظريات المفسرة لذلك .

تأسست نظرية الاستخدامات و الاشباكات على أنقاض 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 Berlsen" الذي حكم على أبحاث حقل الاعلام بالموت في حين رد عليه "كاتز" بأن حقل الأبحاث المرتبطة بالاقناع هو الذي مات⁵⁴. كون تلك الفترة عرفت الاهتمام ببحوث الإقناع ، و كيفية تمكن وسائل الإعلام التأثير على الجمهور. في حين أظهرت النتائج آنذاك 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 الانتخابية⁵⁵. 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 الأخرى⁵⁶.

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 الاشباعات⁵⁷.

تعرضت الدراسات الأولى (لهذه النظرية) الى النقد ، اذ غلب على مواضيعها مجرد جمع الانطباعات المتوصل اليها من خلال المقابلات ، و التي يقول الكثير أنها كانت (غير مؤسسة) فيما يتعلق بتحديدتها لتوقعات و حاجات الجمهور من وسائل الاعلام⁵⁸. ضف إلى انتقادات تخص تحديدها لطبيعة بعض الاشباعات المتوقعة من وسائل الإعلام و تفسيرها

الجانب الوظيفي الذي تحققه للفرد و المجتمع⁵⁹ . 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 التمثلات⁶⁰ .

هذا الأمر جر النقاش حول ميكانيزمات التفاعلية التي يطرحها استخدام وسائل الإعلام : بمعرفة طبيعة الجمهور ان كان (سلبى / نشط)⁶¹ 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 الاشباعات في النقاط التالية :⁶²

- 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 و 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 تتنافس وسائل الإعلام مصادر أخرى لإشباع حاجات الفرد مثل الاتصال الشخصي ، المؤسسات الأكاديمية ... وغيرها

كما تسعى نظرية الاستخدامات و الاشباعات 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 بمهدف فهم العملية الاتصالية .⁶³

6- تطبيق نظرية "الاستخدامات و الاشباعات" على الاعلام الجديد (بعض

الامثلة من الدراسات):

لجأنا 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 الاشباعات 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 وسائل الإعلام التقليدية ، وكون الفرد قصدي في تعرضه و تصفحه لمواقع معينة لاشباع حاجاته⁶⁴ ، فهي تعتبر مناسبة الدراسات الحالية حول شبكات التواصل الاجتماعي و الإعلام الجديد عامة ..

فظهر الواب في بداية التسعينات من القرن الماضي طرح انشغالات بحثية أدت لتسليط اهتمام الدراسات حول استخدام الناس للشبكة العنكبوتية و الاشباعات التي تتحقق من ذلك ، استنادا على مدخل الاستخدامات و الاشباعات 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" ⁶⁵ ، حول استخدام الحواسيب المنزلية و مقارنتها مع وسائل الاعلام الأخرى في تلبية مجموعة متنوعة من الحاجات

معتمدة على "نظرية الاستخدامات و الاشباعات ، و توصلت الدراسة على مجموعة من النتائج أهمها ، أن : ⁶⁶

- القليل من المبحوثين من يملكون أجهزة الكمبيوتر أنداك .
- الكمبيوتر يعتبر بالنسبة لهم كمصدر للترفيه و التسلية ، الاسترخاء و المتعة .
- يساعدهم 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 .
- حول استخدام الجمهور لمواقع الانترنت الإخبارية ، ⁶⁷ و في دراسة أخرى ل : " تشانج " توصلت النتائج إلى أن أسباب الاستخدام لتلك المواقع تنقسم إلى ثلاثة مجموعات : الأولى بمواقف التعرض (التعلم ، متعلقة بسمات الوسيلة (الفورية ، الاتاحة ، التفاعلية) ، الثانية 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) ⁶⁸ 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 للفرد ⁶⁹ .

فقد كشفت دراسة "نشانج و زملاؤه" (2010) أن مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي يلجئون للفايسبوك تحت وقع دوافع تتعلق بالضغوط الخارجية و أخرى داخلية ⁷⁰ : فالضغوط الخارجية مرتبطة بالجانب "التشجيعي" الذي تتيحه الوسيلة لدفع المستخدم إلى

الاستعمال المتكرر و المستمر لها و هي تشمل الخدمات التي يوفرها الموقع على الشبكة (مثلا الفاييسبوك) 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 للفرد 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 ⁷¹ . و نغني به الجانب النفعي 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 للتقدم عبر المواقع الاجتماعية و هذا ما أطلقت عليه "توفيكي زينب" (2008) بالتبرج الاجتماعي ⁷² .

● خلاصة :

من خلال الرحلة التي تمت على وقع نظرية الاستخدامات و الاشباعات 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 ، اد تعتبر من بين الأكثر

استعمالا في دراسات الجمهور الالكتروني . و ما يستحسن عند بعض الباحثين هو استعمال نظريات أخرى الى جانب نظرية " كاتز " حتى تسد النقص الذي قد يجتاحها.

الهوامش:

¹ 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

² 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

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

⁴ 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

⁵ عبد الرزاق الدليمي ، ، مرجع سابق ، ص: 123

⁶ رضا عبد الواحد أمين ، النظريات العلمية في مجال الاعلام الالكتروني ،منتدى سور الأرنكية ، 2008، ص: 70

⁷ 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

⁸ رضا عبد الواحد أمين ، نفس المرجع السابق ، ص : 81

هناك دراسة أكاديمية توصلت الى ان 58 بالمئة من مستخدمي الانترنت يتناولون المواد الهزلية و الحقة للترويح عن النفس و التسلية للاطلاع أكثر 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

⁹ 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

¹⁰ Lombard,M,fditton,T,At the heart of it all :The concept of presence ,journal of computer Mediated communication ,1997,available 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

¹¹ Alain Lefebvre,Les réseaux sociaux,M21 ,2iem ed ,2008,p : 29

¹² صفاء زمان ، الشبكات الاجتماعية : تعريفها تأثيرها .. وأنواعها ، مجلة المهندسون ، العدد 113 أكتوبر – ديسمبر 2011، ص : 56

تم الاطلاع عليها يوم :

الاثنين 5-10-2015 www.kse.org على الساعة : 16:00

¹³ للاستزادة انظر الى :

- Ringohld ,H .(1993) . The virtual community :homesteading on the electronic frontier .Cambridge,Ma :Mit press.

¹⁴ Porter ,E.(2004) . A typologi of virtual communities : Amulti – disciplinary foundation for)future reseach .journal of computer mediated communication , 10(1

ثم 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>

¹⁵ Francis Balle , Dictionnaire du Web , Dalloz, Paris , 2001 , p : 54

¹⁶ Serge Proulx, (2006) .Communautés virtuelles :ce qui fait lien .in .S.proulx, L.Poissant,M. Sénécals,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

¹⁷ Idem

لاستزادة أنظر الى:

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

Porter, op.cit .¹⁸

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

idem¹⁹

²⁰ الأفاتار : هي عبارة عن صورة ممثلة للشخص الذي يمارس نشاطاته الالكترونية على الانترنت قد تكون مشاهدة للمظهر الفيزيولوجي للمستخدم كما قد تكون مختلفة ذلك حسب الالارادة .

²¹ Francis Balle ,op/cit . p :54

²² داران بارني ترجمة أنور الجمعاوي ، المجتمع الشبكي ، المركز العربي للأبحاث و دراسة الياسات ، سلسلة ترجمان ، الطبعة الأولى ، بيروت ، فبراير 2015 ، ص : 44

²³ تم الاطلاع على قاموس أوكسفورد على الرابط التالي :

<http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/technology>

يوم : 2015-12-27 على الساعة : 19:15

²⁴ نفس المرجع السابق و نفس البيانات

²⁵ 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 2015-12-28

2015: 22:05

²⁶ سميرة شيخاوي ، نفس المرجع و نفس الصفحة السابقتي الذكر

²⁷ «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

²⁸ للاستزادة في الموضوع ، انظر الى :

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

²⁹ 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

³⁰ Dany Therrien , Le phénomène Facebook : usage et gratification ,mémoire 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

2016-2-11 12:59

³¹ Dany Therrien , meme , p : 66-67

- 32 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
- Remy Rieffel , ibid , p :188³³
- Remy Rieffel ,op.cit , p : 192³⁴
- Serge Proulx et Josiane Millette , média et transnationalité , , Copibec, Quebec , Fevrier 2013 , p : 28³⁵
- Elhu Katz , la recherche en communication depuis Larsfeld,traduit par : Gilles Achache³⁶
- ,Dorine Bregman et Daniel Dauan , Hermes : revue de l institut des sciences de la communication du CNRS (iscc), n : 4 ; cooloction : le nouvel espace public , pp : 77-197
- تم استرجاع الدراسة علمالرباط التالي : <http://documents.irevues.inist.fr/handle/2042/15360>
- يوم : 18-11-2015 على الساعة : 10:19
- 37 رضا عبد الواحد أمين ، النظريات العلمية في مجال الاعلام الالكتروني ، منتدى سور الأزيكية ، 2007 ، ص: 114
- www. Book4all.net
- 38 للاستزادة ، أنظر الى : Flichy, patrice ,1995 , « 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-foi :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 .
- Derrick de Kerckhove , L'intelligence des Réseaux , ed :odile jacob, Paris , 2000, p :70³⁹
- Idem⁴⁰
- , p : 29 Serge Proulx et Josiane Millette , média et transnationalité⁴¹
- Judith Lazard ,100mots pour introduire aux théories de la communication , op/cit , p :205⁴²
- Par : M .Castells,La societe en réseau,Fayard ,Paris ,1998
- Serge Proulx et Josiane Millette , ibid , p : 27⁴³
- Idem⁴⁴
- Serge Proulx , penser les usages des technologies de l'information et de la communication⁴⁵
- 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
- 5 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
- 47Proulx , 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 :
 et www.sergeproulx.info sergeproulx.uquam.ca يوم 10-11-2015 على
 الساعة : 19:13

48 فريال مهنا ، علوم الاتصال و المجتمعات الرقمية ، ط 1 ، دار الفكر ، دمشق - سوريا ، 2002 ، ص : 140

49 ميلفين ديفلير و ساندرا بول روكيتش ، نظريات وسائل الاعلام ، ترجمة كمال عبد الرؤوف ، الدار الدولية للنشر و التوزيع ، القاهرة - مصر ،
 1993 ، ص : 241

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

51 المدرسة الادارية ،تسمية أخرى للاتجاه الاميرقي للاستزادة أنظر الى :

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

52 كون لازار سفيدل كان متأثراً بالأرقام لدراسته لليلضيات بالنمسا و بعدها تحول سريعا لدراسة المجتمعات في حقل الدراسة السوسولوجية

53 كون التلفزيون لم يعرف الوجود بعد -نخاية الثلاثينات

54 رضا عبد الواحد أمين ،مرجع سابق ذكره ،ص: 67

55 نفس المرجع ، ص: 68

57 Elihu Katz ,La recherche en communication depuis Lazarsfeld , op cit , pp : 86

58 Ibid , p : 87

59 Idem

60 Elihu Katz , op cit , p :87

61 كون هذا العامل هو الشرط المساعد على اختبار الاشباع و فق لطبيعة الجمهور المتلقي .

62 باديس لونيس ، جمهور الطلبة الجزائريين و الانترنت : دراسة في استخدامات و اشباعات طلبة جامعة منتوري ن مذكره 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

63 . 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 مكاي ، 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

64 عزام العنانة 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 ، اردن - الأردن ، 2009 م ، ص ص :

682-710 ، ص : 687

الدراسة متاحة على الرابط التالي :

⁶⁵ حسني محمد نصر ، اتجاهات البحث و التنظير في وسائل الاعلام الجديدة ، مرجع سابق ذكره ، ص : 24 للاستزادة أنظر الى الدراسة الأصلية :

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

⁶⁶ نفس المرجع السابق و نفس الصفحة

⁶⁷ 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

- ⁶⁸Serge 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 : نقلا عن : laboratoire SUSI , France telecom, Rand D , 2005

⁶⁹ حسني محمد نصر ، اتجاهات البحث و التنظير في وسائل الاعلام الجديدة ، مرجع سابق ذكره ، ص : 24

⁷⁰ Viswanath,B.,Mislove,A.,Cha,M,&K.P.Gummadi(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_=1454962727_70bfb0904a2f95deea70ca37068dc8bc

21 :21 2016-2-8

⁷¹ حسني محمد نصر الله ، نفس المرجع السابق ، ص 24

⁷² e learn about Tufekci,Z.(2008) .Grooming gossip ,Facebook and my space : what can w vol : these sites from those who won't assimilate ?information, communication and society , pp : 544-564 , n : 4 , 11 تم استرجاع الدراسة على الرابط التالي :

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