

علاقة المتغيرات النفسية والاجتماعية بمحفزات استخدام الانترنت

The relationship of psychological and social variables
to the stimuli for using the Internetتكلال سميرة¹

جامعة مولود معمري تيزي وزو

steklal@hotmail.fr

تاريخ الوصول 2020/12/12 القبول 2021/06/18 النشر على الخط 2021/10/30

Received 01/06/2020 Accepted 19/04/2021 Published online 30/10/2021

ملخص:

يهدف المقال الى البحث في محفزات استخدام الانترنت واكتشاف الاسس النفسية والاجتماعية للاشباع التي تقدمها شبكة الانترنت لمستخدميها ، من خلال العلاقة التي تربط الافراد بهذه الوسيلة ، ودورها في تشكيل الحقائق الاجتماعية وبناء الواقع الاجتماعي. إضافة إلى التفاعلات التي يبنها المستخدم التي و تساعد على التنبؤ بعوامل الاستخدام لدى المبحوثين ، وكيف يؤثر هذا الاستخدام في تفسير المتغيرات النفسية والاجتماعية لدى مستخدمي الانترنت .

الكلمات المفتاحية: الاستخدام ، محفزات استخدام الانترنت، المتغيرات النفسية و الاجتماعية، التفاعل الاجتماعي

Abstract:

The article aims to research the motivations for using the Internet and discover the psychological and social foundations for the enjoyments that the Internet provides to its users, through the relationship that binds Individuals to this medium, and its role in shaping social realities and building social reality. In addition to the interactions that the user builds that help predict the factors of use of the respondents, and how this use affects the interpretation of psychological and social variables among Internet users Keywords: Uses, Motives, for using the internet, psychological and social variable, social interaction .

Keywords: Uses, Motives, for using the internet, psychological and social variable, social interaction

1. مقدمة:

أحدث الانترنت تغيرا غير مسبوق في مجال التواصل والتفاعل البشري، و نتائجه كانت سريعة ونلاحظها في أكثر من مجال . ولم تنل وسيلة من وسائل نقل ونشر المعلومات ما نالته الإنترنت من سرعة في الانتشار والقبول بين الناس، وعمق في التأثير في حياتهم على مختلف أجناسهم وتوجهاتهم ومستوياتهم ، مما أضفى للانترنت سمة خاصة ،وهي ميزة التفاعلية التي تتيح التفاعل بين الفرد والوسيلة من جهة، وبين الفرد وأفراد البيئة المحيطة من جهة أخرى. قمنا بربط علاقة كل من المتغيرات النفسية والاجتماعية بمحفزات استخدام الانترنت وارتأينا الى فهم مختلف التفاعلات التي يبينها الافراد في العالم الافتراضي الرمزي.

وتعيش المجتمعات الحالية عصر الاتصال الجماهيري والتطور السريع التي تشهدها تكنولوجياات الاتصال الحديثة وبرز الاعلام الجديد الذي أثر على الأفراد ، بحيث صارت وسائل الاعلام الجديدة ضرورة اجتماعية من ضروريات الحياة اليومية ، وزاد اعتماد الافراد عليها لتلبية حاجياتهم وإشباع رغباتهم وتضاعف الوقت الذي يخصصه الفرد للتعامل مع هذه الوسائل حتى صارت جزءا لا يتجزأ من حياة المواطن

2. الانترنت كوسيلة اتصال مهيمنة:

اكتملت دائرة التحول من فضاء حياتنا التقليدية الى الفضاء الافتراضي المتخيل وعاصرنا انتقال على مستوى التركيبة الاجتماعية ، من المجتمع التقليدي الى المجتمع الافتراضي المعلوماتي ولا يكاد يقارن بالحقب الزمنية التي استغرقتها الانسانية في التحول من مجتمع الزراعة الى مجتمع الصناعة ، ان بروز هذا العالم الرمزي في فترة وجيزة من الزمن ودخوله الى بيئة اجتماعية يكاد يكون جزءا لا يتجزأ من حياة الافراد سواء في المعاملات الاجتماعية او الاقتصادية وغيرها، ويمكن القول انها اوضحت ضرورة ملحة الى جانب ضروريات الحياة ، وكان لظهور منصات التواصل الاجتماعي دور مهم في جذب المستخدمين الى بيئة جديدة، اسهمت في تشكيل جماعات متخيلة « virtual communication »

ويرى الباحث « walther » أن الانترنت اوجد شكلا جديدا من العلاقات تنشأ بين الافراد تتخطى كل الحدود المكانية والزمانية، وتسمح بتحقيق تفاعل وتواصل اجتماعي رمزي يحقق التفاعلية ، ويشير « william gibson » الى ان الانترنت كوسيط اتصالي يطلق عليه « cyber space » ، الى القدرة الفائقة للفرد على الانضمام الى جماعات نقاشية متعددة افتراضية سواء اكانت ندوات او مؤتمرات علمية أو محادثات شخصية مباشرة

فالعصر الذي نحياه حاليا يطلق عليه البعض بعصر المجتمعات المرئية وهو مصطلح اقترن ظهوره بإمكانية التواصل الاجتماعي عبر الانترنت والتي أصبح يطلق عليها مفهوم الوسيط الاتصالي والتي تعتبر أداة للتفاعل الاجتماعي والاتصال بالآخرين سواء باستخدام البريد الالكتروني أو مواقع الدردشة، كما أنها غيرت من أشكال الاتصال التقليدية الموجودة.

وتعتبر الانترنت كوسيط اتصالي أداة للاتصال بالآخرين، وتكنولوجيا وسطية هدفها التواصل وتحسين العلاقات الاجتماعية للمراهق والفرد بصفة عامة. فشبكة الانترنت هي المكان الذي تنشأ منه العلاقات الاجتماعية الجديدة عن طريق الشبكات الاجتماعية المتاحة، وعليه يري الباحث "والتر" "Walther" "1992" أنها أوجدت شكلا جديدا من العلاقات تنشأ بين الأفراد تتخطى الحدود المكانية والزمانية وتسمح بتحقيق تفاعل وتواصل اجتماعي من خلال استخدام الرسائل المكتوبة بين شخصين أو

أكثر والتي تصبح أساس التواصل فيما بينهم. فهي إذن الوسيلة المستخدمة في نقل المعنى المراد توصيله بين طرفين دون أن يرى أحدهما الآخر عن طريق استخدام كل الإمكانيات المتاحة في الانترنت من أجل نقل وتفسير الرسالة بالمعنى المقصود، وبهذا ظهر ما يسمى بجمهور الواب*.

ويشير بعض الباحثين إلى أن الانترنت كوسيط اتصالي يطلق عليه أيضا مصطلح « Cyber Space » فالفرد يستطيع أن ينظم إلى جماعات نقاشية متعددة مثل المؤتمرات التي تتم عن بعد والجماعات الإخبارية وغيرها... ومصطلح « Cyber Space » يشير أيضا إلى المكان الذي يتقاسم فيه الأفراد الآراء والمعارف والتوقعات ويتبادلون فيه وجهات النظر المختلفة ويعبرون عن أنفسهم دون خوف. فهو المكان الذي يتواصل فيه الأفراد معا بعقولهم بدون تواجد مادي.

وعليه فوسيلة الانترنت تؤدي إلى تطوير مجتمعات وثقافات جديدة لم تكن موجودة من قبل وهي مجتمعات الانترنت¹. وقد تعددت وظائف الانترنت التي كانت تؤديها إلى نشر المعلومات و الترفيه والإعلان و التعلم عن بعد، وزاد بذلك حجم الجمهور الذي يستغلها كل وحسب احتياجاته ورغباته، وهذا الجمهور وإن كان غير معروف للقائم بالاتصال إلا أن المستهدف هو اهتماماته التي تعكس السمة الأكبر من سمات التعرض إلى وسائل الاتصال الجماهيري كلها، بالإضافة إلى ذلك فإن جمهور وسائل الاتصال الجماهيري ومستخدمي الشبكة مازال غير معروف للجمهور سوى أنه مصدر للمعلومات، وكذا تنوع المحتوى أو الرسائل الاتصالية في الموقع الواحد أو في مجموع المواقع الموجودة على الشبكة بتنوع الوظائف وتنوع جمهورها.

وبناء على ذلك لا يمكن تجاهل الانتشار الضخم لاستخدام شبكة الانترنت بين كل فئات الجماهير تقريبا مع ظهور الفجوة الرقمية واتساعها بين المجتمعات. كما لا يمكن تجاهل تنامي المواقع الإعلامية المتعددة التي أصبحت الشركات الكبرى والمؤسسات الإعلامية تستكمل بها منظومة وسائل الإعلام أو الاتصال بالجماهير لتحقيق أهدافها وتلبية حاجات المستفيدين منها. هذا ونستطيع القول أن الانترنت وسيط اتصالي بين وسائل الإعلام والجمهور². فنجد أن المواقع الإعلامية على شبكة الانترنت أصبحت تقوم بأحد الدورين، دور الوسيلة الجماهيرية أو الوسيط بين الوسائل والجمهور أو الدورين معا للوصول إلى فئات المستهدفين من جمهور مستخدمي الشبكة كما يلي:

- الإنتاج الجماهيري للمعلومات والمواد الإعلامية ونشرها من خلال الوسائل الجماهيرية "صحف مطبوعة، مواد إذاعية والتلفزيون المتاحة في الانترنت"

- إنتاج المعلومات والمواد الإعلامية بالنظم الرقمية بغرض النشر من خلال مواقع هذه الهيئات والمؤسسات على شبكة الانترنت.

- تتيح عملية المعالجة الرقمية نشر المعلومات والمواد الإعلامية في الوسائل التقليدية بغرض وصولها إلى جمهور وسائل الإعلام مع إمكانية نشر نفس النسخ المطبوعة أو البرامج الإذاعية والتلفزيونية على مواقع الشبكة في نفس الوقت بنفس المحتوى الذي تكون عليه في الوسائل التقليدية، أما في حالة إنتاج المعلومات والمواد الإعلامية بغرض النشر على مواقع الشبكة مباشرة، فإن عملية

* - جمهور الواب أو جمهور على الخط أو الجمهور الإلكتروني هو الجمهور ذو القدرة على التواجد الكلي في كل مكان وزمان.

- علياء سامي عبد الفتاح، الانترنت والشباب، دراسة في آليات التفاعل الاجتماعي، ط1، دار العالم العربي، مصر، 2009، ص22. ¹

² - محمد عبد الحميد، الاتصال الرقمي، دار الفكر العربي للطبع و النشر، ط1، مصر، 2009، ص38.

الإنتاج والمعالجة والنشر تتم وفق متطلبات النشر الرقمي في التصميم والإنتاج الذي يتفق وخصائص مستحدثات التكنولوجيا الرقمية وبصفة خاصة تصميم واجهات التفاعل والإبحار وتوظيف النص الفائق وكلها تحقق مزايا التفاعلية والمرونة وتوفر في نفس الوقت مزايا التحديث المستمر للمعلومات والمواد الإعلامية على الشبكة طوال فترة وجودها على الموقع.

- توفر الجوانب الشخصية والأوعية المستخدمة معها إمكانية قيام المستخدم بتخزين معلوماته ومواده الإعلامية المتوفرة على مواقع الشبكة وإعادة التعرض لها في أوقات لاحقة. وما يمكن قوله أن هذه الوسيلة جمعت بين ما هو تقليدي وجديد، وأصبحت قوة تكنولوجيا عالمية فرضت نفسها على المجتمع ودخلت بذلك جذورها في جميع الميادين سواء اقتصادية، سياسية، اجتماعية، نفسية وغدا المستخدم والمستقبل للمحتويات والمضامين المتوفرة على الانترنت لا يستطيع الاستغناء عنه وفي كل الظروف بل وزاد التأثير أكثر فأكثر على الجمهور المستخدم لهذه الوسيلة¹.

وأضاف « Merrill Morris & Organ » في دراستهم لمفهوم الانترنت كوسيلة اتصال أن الانترنت وسيلة اتصال جماهيري متعددة، فهي تحتوى على الاتصال الشخصي والجماهيري كما توصل إلى أن الاتصال عبر الانترنت يحقق ثلاثة عناصر تتمثل في:

الاتصال من شخص لآخر

الاتصال من شخص إلى مجموعة

الاتصال من مجموعة إلى مجموعة

ولقد أضافت الانترنت وظائف أخرى للاتصال الجماهيري منها تقديم الخدمة المباشرة للجمهور المستقبل وتحقيق الربح للشركات والمعلنين عن السلع والخدمات ، وقللت من أهمية الرقابة، وبفضل الانترنت يمكن لأي فرد أن يصبح صحفياً أو ناشراً أو قائماً بالاتصال، وبهذا نجد أن الانترنت فرضت نفسها إعلامياً ، فهي بجانب كونها شبكة الشبكات فهي بالقدر ذاته وسيط الوسائط الاتصالية بلا منازع².

وبذلك أصبح مستخدم الانترنت يستطيع أن ينشأ مدونة خاصة به في الانترنت وينشر فيها مقالات علمية أو إخبارية وصور مختلفة سواء عن الأحداث السياسية الاجتماعية، العالمية أو الأخبار الإعلامية ، فالمدونة أو « Blogs » باللغة الفرنسية وهي صفحة الكترونية مكتوبة بترتيب زمني من الأحداث إلى الأقدم ومعروضة من الأقدم إلى الأحدث، أما التدوين فهو مصطلح يستخدم لإضافة المحتوى إلى المدونات، وتحتوى المدونات على تعليقات وأخبار حول موضوع معين يختاره المدون، وتشمل المدونة الشخصية نصوصاً وصوراً وربطاً لمدونات أخرى وصفحات الكترونية وأموراً أخرى مرتبطة بالموضوع، ويكون للقارئ قدرة على كتابة تعليقاتهم بشكل تفاعلي وهذه من أهم مميزات المدونات الشخصية¹.

¹ - المرجع نفسه ، ص ص 42، 40.

² - ماجد سالم ترابان، مرجع سبق ذكره، ص 81- 82.

¹ - محمد سيد محمد، وسائل الإعلام من المنادي إلى الانترنت، دار الفكر العربي، ط1، مصر، 2009، ص 280.

ويضيف الدكتور "جمعة بن حامد العنزي" في مقاله الانترنت كوسيلة إعلامية أنه من المستحيل تجاهل دور الانترنت كوسيلة إعلامية حتى الأفراد الذين لا يملكون حاسبات آلية والذين لم يتصفحوا الانترنت يدركون أهميته، فالانترنت خرجت كجزئيات بسيطة ولم تظهر كوسيلة متكاملة إلا في بداية العقد الماضي ومع اعتبار الانترنت كوسيلة اتصال جماهيري، فإن إعادة تعريف الاتصال الجماهيري أصبحت ضرورة، فالانترنت هي وسيلة اتصال جماهيرية من حيث القدرة على نشر الصحيفة أو المجلة أو أي وسيلة إعلامية تقليدية لمحتواها جماهيرياً²

ويعود انتشار الانترنت بشكل كبير وواسع في الواقع إلى تلك الخصائص والمزايا التي يتمتع بها دون سواه من وسائل الاتصال الوسيط الإلكتروني الأخرى، فهو يجمع بشكل تكاملي بين خصائص الاتصال الجماهيري ووسائل الاتصال الجمعي وكذلك الشخصي في آن واحد، كغرف الدردشة مثلاً أو المحادثة الإلكترونية وبالإضافة إلى كل هذا فإنه قادر على مدهم بصورة بصرية وسمعية متنوعة مثلما تفعل وسائل الاتصال الجماهيرية، وهناك بعض الدراسات أيضاً التي تناولت الانترنت كوسيلة اتصال ذات خصائص فريدة من نوعها³. إذ تعتبر محاولة الباحث "ثومبسون" « Thompson, j » 1990 في فهم هذه الخصائص إذ يستند « Thompson, j » في توضيحه لخصائص الانترنت ويرى بان وسائل الاتصال الجماهيرية هي في الواقع مؤسسات ضخمة تستند إلى قاعدة اقتصادية متينة وتكنولوجيا معقدة تتيح أشكالاً متنوعة ومختلفة من السلع الثقافية "كالأخبار، الأفلام، معلومات، أغاني، ترفيه... الخ" لتقوم بتوزيعها ونشرها على ملايين الأفراد المستهلكين لها والذين هم مجهولوا الهوية الثقافية والمعرفية والسياسية والإثنية والعرقية والطبقية لدى منتجي هذه السلع في المؤسسات الاتصالية⁴، ويضيف بعض الباحثين خصائص أخرى تجعل من الانترنت وسيلة اتصالية تروق لمستخدميها وتجعلهم يفضلونها عن غيرها من الوسائل الأخرى تتمثل في:

- مرونة استخدامه وسهولة الدخول إلى أي موقع من المواقع المتنوعة التي يريدها مستخدموها.
- يعمل الاتصال عبر الانترنت على توسيع شبكة علاقات الأفراد الاجتماعية مع الآخرين على المستوى المحلي والإقليمي وحتى الدولي بصرف النظر عن خلفياتهم السياسية والاقتصادية والاجتماعية والعرقية.
- تتيح الانترنت للأفراد فرصة تقديم أنفسهم للآخرين بحرية كبيرة من دون قيود وتعطيهم مجالاً أوسع لتقديم أنفسهم للآخرين بأكثر من طريقة ، ويلعبوا أكثر من دور، وليقوموا بعرض أكثر من جوانب ذواتهم، وعليه فإن الاتصال الإلكتروني عبر الانترنت يحسن بشكل كبير بعض الخصائص والصفات غير المرغوبة لدى بعض الأفراد والتي لا يرغبون أن يعرفها الآخرون عنهم، كالسن، المهنة، الجنس والطبقة الاجتماعية... الخ"، إذ قد تعمل هذه الصفات على إحراج الفرد وخشيته من عدم تقبل الآخرين له في حالة تفاعله المباشر معهم، وأما في اتصاله عن طريق الانترنت فيإمكانه إخفاء هذه الصفات، لذا نجده لا يشعر بالخجل والحرج وهذا

² - جمعة بن حامد العنزي، الانترنت كوسيلة إعلامية واستخداماتها في المملكة العربية السعودية، انظر الموقع:

- [Http://www.Startimes2.com/f.aspx?t=16279709](http://www.Startimes2.com/f.aspx?t=16279709), Afficher Le: 22/02/2010.

³ - حلمي خضر ساري، مرجع سبق ذكره، ص 24.

⁴ - Thompson. J , **Ideology and Modern Culture: Critical Theory In The era of mass Communication**, Cambridje, Polity Press, 1990.p 172.

يعني أنه شبه مجهول الهوية للآخر مما يدفعه لإبراز جوانب كثيرة من شخصيته لا يبرزها في المواقف الاتصالية المباشرة والوجاهية وهذا حفاظا على ماء وجهه.

- السماح للأفراد بتجاوز الحدود الجغرافية التي تفصل بينهم مما تتيح الفرصة أمام من يشتركون بأفكار متشابهة ومصالح مشتركة وهويات معينة وخلفيات اقتصادية وسياسية وفنية متشابهة من الالتقاء والتواصل فيما بينهم، فالانترنت وسيلة اتصال فريدة ، فهو من جهة يشترك مع وسائل اتصالية أخرى في خصائص معينة ، ومن جهة ثانية يتفرد بخصائص تجعل آلاف الأفراد يفضلونه على أي نوع آخر من أنواع الاتصال الأخرى، وعليه فإن اقبال الناس على استخدامه واستعماله يتزايد يوما بعد يوم، مما يشترك فيه العديد من التأثيرات النفسية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية على مستخدميه يصعب التنبؤ بشكل دقيق بمدى قوتها عليهم¹.

3- الانترنت وبناء التفاعل الاجتماعي الافتراضي:

يشكل الأفراد في المجتمع منظومة اجتماعية، تتشابك بينهم العلاقات الاجتماعية التي تعزز تواجدهم مع بعضهم البعض، وتنطلق العلاقة الاجتماعية من علاقة ثنائية بين فردين وتمتد حتى تشمل غالبية أفراد المجتمع، وكلما ازداد عدد أفراد المجتمع تشابكت وتعددت العلاقات الاجتماعية، ويتجلى التفاعل الاجتماعي القائم على التأثير في سلوك الأفراد ويسعى الفرد جاهدا لأن يكون سلوكه موافقا لقيم ومعتقدات المجتمع، ونتيجة نشوء التفاعلات الاجتماعية تنشأ العمليات بين الأفراد مما ينعكس إيجابيا على تماسك الجماعات.

ولقد بدأ الاهتمام بالتفاعلية في مجال الاتصال الجماهيري منذ أكد "وينر" « **weinner** » 1948 أهمية رجوع الصدى كعنصر رئيسي من عناصر العملية الاتصالية، كما أكدت نماذج الاتصال التقليدية المختلفة بداية من نموذج "شانون وويفر" مروراً بنظرية القذيفة السحرية ونموذج تدفق المعلومات على مرحلتين، ونموذج الانتباه والإدراك الانتقائي « **Sélection** » « **Attention and Perception** » وصولاً إلى نموذج "ويستلي وماكلين" ومفهومهما عن حراس البوابة ورجع الصدى على أن وسائل الإعلام التقليدية ووسائل اتصالية ذات اتجاه واحد، وتفتقر إلى رجوع الصدى في حين أن التفاعل الحقيقي يتطلب نمودجا اتصاليا ذا اتجاهين أو اتجاهات متعددة، وهذا ما نجده حتما في وسائل الإعلام الحديثة ذوا التقنيات التكنولوجية المتطورة كالانترنت ، وقبل التطرق إلى التفاعلية في الانترنت نسلط الضوء على عوامل عدم قدرة وسائل الإعلام التقليدية على التفاعل مع جماهيرها، ويمكن أن نحدد في أن وسائل الإعلام التقليدية ليس لديها القدرة التكنولوجية الكبيرة التي تتيح الفرصة لمشاركة الجمهور وتبادل الرسائل والمضامين الإعلامية¹.

ويشير العديد من الباحثين أمثال « **Shultz** » 1999 و « **Jenseaan** » 2000 و « **Deuz** » أن سمة التفاعلية هي سمة أساسية للانترنت تميزها عن وسائل الاتصال التقليدية ، كونها وسيلة اتصال جماهيرية تمتلك أدوات تتيح للفرد التفاعل مع محتوى الوسيلة ، وبين الفرد وأفراد البيئة المحيطة به من جهة أخرى

¹ - المرجع نفسه ، ص 30 - 31.

¹ - علياء سامي عبد الفتاح، مرجع سبق ذكره، ص 72.

عرّف 2001 « **Kiousis** » التفاعل بأنه "الدرجة التي يمكن أن تخلق بها تقنية الاتصال بيئة وسيطة يمكن للمشاركين فيها التواصل (واحد لواحد ، واحد لكثير ، متعدد إلى متعدد) ، بشكل متزامن وغير متزامن ، والمشاركة في تبادل الرسائل المتبادلة"².

وخلق الانترنت وسائل ربط بعيدة للأنشطة الشخصية إذ يستطيع الأفراد أن يعملوا من البيت ويتعلموا ويتسوقوا من المنزل ويحصلوا على الترفيه من مناطق بعيدة وهم على شاشة الانترنت .

يستخدم الملايين من الأفراد شبكة الانترنت كل يوم، وهي الشبكة التي ترتبط بأكثر من خمسين ألف شبكة حكومية وجامعية واقتصادية وخاصة، وتقوم ببث المعلومات إلى أكثر من مائتي دولة وذلك للوصول إلى قواعد المعلومات، وبث الرسائل الالكترونية أو الدردشة مع المستخدمين. ولكل فرد يستطيع أن يدخر وقتا في الانترنت، كالمطالعة مثلا على الجرائد الالكترونية على الواب، التحوار والدردشة الالكترونية وكذا خلق علاقات عاطفية غرامية والتي تصبح فيما بعد حقيقة عند البعض، وما يجعل الشباب المراهق يبني واقعا اجتماعيا من خلال هذه الشبكة الصغيرة التي ربما حتما تسعده أو تفيده فيما يبحث. وأصبحت حاليا الانترنت التي كانت يوما مملكة العلماء وخبراء الكمبيوتر شبكة يمكن أن يصل إليها أي فرد دون التمييز في السن، العرق، الجنس³. رغم وجود اتصال إنساني أو تفاعل مباشر وجها لوجه إلا أن بعض مستخدمي الانترنت قد وجدوا ما يبحثون عنه، والمحادثات التي بدأت بأسماء مستعارة قد تؤدي بعد إلى تبادل الصور الفوتوغرافية عبر البريد الالكتروني إلى لقاءات حقيقية ويتحول الخيال عبر الشبكة إلى حقيقة واقعية.

وقد تؤدي خطوط الدردشة بصفة خاصة إلى الإدمان ، فبعض المستخدمين لها أصبحوا لا يستطيعون أن ينتزعوا أنفسهم بعيدا عن أجهزة الكمبيوتر حتى مضي 12 ساعة متواصلة ، حتى أن عددا منهم قد واصل الجلوس إلى الانترنت دون طعام أو حتى الذهاب إلى الحمام حتى لا يخاطر بفقدان بعض الدردشات والنقاشات الجادة¹ .

تمتد عملية الاتصال في الانترنت إلى التأثير في بناء المحتوى وتوجيهه سواء كان هذا التأثير تزامنيا مع عرض البرامج أو المحتوى ، أو لا تزامنيا عند التعرض إلى البرامج طبقا لخيارات زمن التعرض للمتلقي. وتمثل شبكة الانترنت مظلة اتصالية تجمع بين نظم الاتصال وأشكالها والوسائل الرقمية المختلفة والمحتوى بأشكاله ووظائفه في منظومة واحدة توفر للمتلقي الخيارات المتعددة في إطار متكامل « **Integrated** » ، فالفرد أثناء تعرضه لمواد إعلامية يمكن أن يختار ما يراه مطلوبا للتخزين أو الطباعة أو التسجيل على الأقراص المدمجة أو إعادة إرسالها إلى البريد الالكتروني.

² - Mi Rosie Jahng , Jeremy Littau, **Interacting is believing: Interactivity, social Cue and perceptions of journalistic Credibility on Twitte** .Journalism &Mass Communication Quarterly, Vol. 93, 2016, p 44.

³ - شريف درويش اللبان، الصحافة الالكترونية، دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع، ط1، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 2005، ص 67 .

¹ - المرجع نفسه، ص 80.

يؤدي استخدام الانترنت إلى الرفع من قيمة الفرد وتميزه عندما توفر برامجه المتعددة قدرا كبيرا من الخيارات التي تمنحه حرية أوسع في التحول والاختيار والاستخدام ، وهو ما يعلى من شأن الفرد.

4- الانترنت من الاستخدام إلى الاشباع النفسي:

أدى الاتصال وتفاعل الافراد داخل جماعات متعددة عبر شبكة الانترنت الى اندماجهم داخلها واكوينهم علاقات اجتماعية جديدة، خلقت مجمعا افتراضيا له اسس وقواعد مختلفة تماما من أسس وقواعد النسق الاجتماعي الذي يتعايشون عبره في المجتمع التقليدي ، وذلك باختلاف عدة هويات يتعايشون فيها داخل الجماعات الافتراضية المختلفة، بما يخلق مفهوما جديدا لمعاني الزمان والمكان ويمنحهم قدرا كبيرا من التحرر من الضبط الاجتماعي ويجعلهم يفتحون على الثقافات المختلفة وهو ما يؤدي للتأثير على رؤيتهم للواقع وإدراكهم لذواتهم ومجتمعاتهم وللعالم

الانترنت تقدم بصورة دقيقة ذلك النوع من المحفزات الشعورية والإدراكية التكرارية والمكثفة والتفاعلية ، والتي ثبت انها تؤدي الى تغيرات سريعة في الدوائر والوظائف العقلية ، ومن بين مفارقات الانترنت المتعددة، وهم التصفح السريع، حيث اننا ننقل من موقع الى اخر دون أن نتصفح اي موقع، ولا نكلف انفسنا عناء القراءة، بل نلقى نظرات سريعة دون صبر لا نتصفح ان لم نرى ما نريده فيه، ونخطى ما نتصفحه بسرعة كلما استدعى انتباهنا رابط موقع مثير، فالشبكة الافتراضية تغوينا بكل ما تحويه من مواقع وروابط عديدة ومثيرة وتعطى اشارة للمثيرات الداخلية للفرد وتثير رغباتنا وتنشط محفزاتنا، ما يجعلنا نشعر بوجود وفرة من المعلومات يمكننا الوصول اليها ².

ذكرت « Sherry Turkle » في كتابها « Alone Together » " تقدم الاجهزة المتصلة بالانترنت مفهوما جديدا عن الوقت لأنها تعد الشخص بأنه سيتمكن من القيام بأنشطة مختلفة في الوقت نفسه ¹ وعليه فان معظم استخدامات الانترنت انما هي شخصية ، ويشمل الاستخدام الشخصي للانترنت مناقشة الامور الشخصية وتبادل الخبرات الذاتية، سواء عبر مواقع التواصل الاجتماعي او المشاركة في مجموعات او مدونات الكترونية للإدلاء بآراء مختلفة وتقديم وجهات نظرية بكل حرية، فالشبكة جعلت من المستخدم مشارك، متفاعل نشط ، مساهم، ويؤثر في فئات معينة من المجتمع ، ما يجعله ينمي القيمة الذاتية « Self-Worth » والحفاظ عليها وتعزيز مفهوم الاندماج لدى الاقارب ، الزملاء، رؤساء العمل و اصحاب الاهتمامات المشتركة ، فالانترنت يركز كثيرا على الحوار الودي الشخصي ، فالمستخدم يقول ما لا يمكن قوله وجها لوجه ويفرغ شحناته الداخلية في فضاء تواصل رمزي حر ، ويفرض حضوره على شبكات التواصل الاجتماعي ويشارك في طرح قضايا مختلفة لكسب ثقته الداخلية ، فالتركيز على الدوافع النفسية والاقتصادية تجعل المستخدمين يشاركون في تبادل وجمع المعلومات والتعبير بحرية ما خلق نوع من الديمقراطية الافتراضية والمشاركة في خلق الرأي العام، ويمثل العالم الافتراضي الملاذ الآمن للإشباع غير المتناهي بعيدا عن رقابة الضوابط والقيم ما يجعل الفرد المستخدم يعيش حريته باعتباره كائن مدني بالطبع، فبرزت عنه

² - فرانسيس بوث، مصيدة التشتت، كيف تركز في عالم الفوضى الرقمي، مكتبة جرير، لندن، 2014، ص 45.

¹ - sherry turkle, alone together why we expect more from technology and less from each other, Basic books, USA, p08.

الفردانية والذاتية « **Cyber solipsisme** » ، ما جعل العلاقات الاجتماعية التقليدية تتلاشي لتحل محلها علاقات قائمة على أساس المصلحة النفسية والحينية ، وبرزت بذلك ثقافة المتعة واللذة والشعور بتقدير الذات وتنمية القيمة الذاتية يمكن تحفيز السلوكيات الفردية من خلال العديد من الدوافع المختلفة، كما لاحظ « Mannino » وزملاؤه ان قرار التطوع يمكن أن يعكس العديد من الدوافع. ويمكن تحفيزه من خلال الرغبة في الإيثار ، أو مقابلة أشخاص جدد ، أو التعبير عن القيم الشخصية و من بين العديد من الاحتمالات الأخرى. وقد يختلف الناس في الدافع المحدد الذي ينتج هذا السلوك بدلا من ذلك ، قد يكون لفرد واحد دوافع متعددة تحفز قراره. أو قد يقرر الشخص التطوع بسبب دافع واحد للتعبير عن القيم الشخصية، ولكن مع مرور الوقت يتم الالتزام بالقرار بسبب آخر، تعزيز الصداقات

والحفاظ عليها. ، وعندما يتعلق الأمر بتأثير الدوافع على السلوك الاجتماعي ، يجب على الفرد أن يضع في اعتباره مبدأ الاستمرارية ، وهو مفهوم أنه يمكن دفع نفس السلوك عبر العديد من الوسائل النفسية المختلفة² حظي الانترنت بمكانة مهمة لدى مستخدميها، واكتسبت مواقع التواصل الاجتماعي قوة دفع هائلة، يتدفق الناس إليهم للتواصل الاجتماعي مع أصدقائهم ومعارفهم ، ولتبادل المعلومات والمعارف ، والمشاهدة والإطلاع عليها. في حين أن الربط الشبكي هو في الأساس ممارسة فهناك من يستخدم هذه المواقع مع الأصدقاء ، ويجعل معارفه مع رجال الأعمال ، وفي بعض الأحيان يحشد الآخرين في قضايا سياسية.²

فالانترنت يعزز من تواصل وتوحد وولاء الجمهور لبعض ، وتدفعهم أهداف ويرغبون في نتائج مختلفة ويمكن معرفة تأثير استخدام الانترنت على الحياة الاجتماعية في دراسته للأهداف والنتائج المتوقعة ، فالأشخاص الذين يستخدمون الانترنت لتبادل المعلومات يكون لديهم فرص أكثر للمشاركة في الحياة الاجتماعية ، أما الذين يستخدمونه لأغراض ترفيهية أو سياسية تكون انشطتهم مختلفة ، فالبيئة الافتراضية منحت فرص عديدة لمشاركة الفرد المستخدم في إنتاج المحتويات الرقمية، فشأ عنه حصيلة معرفية واجتماعية تثري حياتهم اليومية³

يفترض « **Coley** » أن هناك ثلاثة أنواع من المجتمعات الافتراضية :

النوع الأول ينغمس في مواقع الشبكات الاجتماعية مثل **Facebook** و **MySpace** ، ويكون ملفاته الشخصية ويستخدمها للتفاعل مع الاصدقاء ، الأقارب اكتشاف وخلق علاقات جديدة ، خلق علاقات عاطفية ، التعبير بكل حرية عبر

² – David dunning,, **social motivation psychology**, Press Taylor & Francis Group, new York, p 06.

²– zizi papacharissi, A networked Self,Identity, **Community, and culture on social network site**, New York: Routledge,Taylor & Francis, 2011,P48.

³ – ستيفن كولمان، كارين روس، تر صباح حسن عبد القادر، **الاعلام والجمهور**. الدار الجزائرية للنشر والتوزيع، دار الفجر للنشر والتوزيع القاهرة، 2015، ص 170.

الشبكات الاجتماعية على الإنترنت. ويستخدم هذه المواقع في المقام الأول لتطوير والحفاظ على أنواع مختلفة من العلاقات الافتراضية مثل العلاقات

المهنية والأكاديمية على موقع « **Linkedin** »، « **The communication space.com** »، ينخرط النوع الثاني من مجتمع الإنترنت في الدردشة الالكترونية. ويستخدم مواقع مختلفة مثل « **Yahoo, Messenger ...** ». ويتعلق النوع الثالث من مجتمع الإنترنت باستخدام المدونات، المواقع الشخصية، المواقع الإخبارية والروابط الأخرى الموصى بها¹.

4 - محفزات استخدام الانترنت:

تعيش المجتمعات الحالية نوع من التباين في العلاقات الجديدة التي أوجدتها الوسائط الاتصالية الجديدة، وفرضتها على الافراد في الحياة الواقعية بايجابياتها وسلبياتها، وساهم (الانترنت) بشكل كبير في تغيير وتشكيل انماط وسلوكيات جديدة على مستخدميها، فبعدما كانت تصوراتها منحصرة في بيئة واحدة، فتح له الانترنت مجالات عديدة وخلقت له تشبيك مكثف عن العالم، فالانترنت اوجد شكلا جديدا من العلاقات تنشأ بين الافراد تتخطى الحدود المكانية والزمانية ويسمح بتحقيق تفاعل وتواصل اجتماعي من خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، فهو وسيلة لتقدير الذات والتعويض، والرضا عن الحياة، والذي يشكل انماطا معينة من التصورات والتفاعلات في العالم الافتراضي، حيث كوّن مجتمع افتراضي من حيث نشأته، وحقيقي وواقعي من حيث أبعاده وآثاره على الاطراف المشاركة فيه، فالشباب هم أكثر فئات المجتمع استخداما للانترنت كوسيط اتصالي. وهذا المجتمع بالنسبة لهم يمثل حياة واقعية لا يستطيعون الاستغناء عنها، وهو جزء من نمط حياتهم اليومي.

فكما يمكن لشبكة الإنترنت أن تجمع الناس وتوصف بأنها "اجتماعية"، فإنها يمكن أن تفصل بين الناس وتوصف بأنها معزولة ومجهولة» Nie, 2001; Morahan-Martin & Schumacher, 2003; Kraut, et al., 1998. وتوصلت بعض الدراسات « Nie & Erbring, 2002 » أنه كلما زاد الوقت الذي يقضيه الناس على الإنترنت، قل الوقت الذي يقضونه وجها لوجه¹

وإن تفرد شبكة الانترنت يظهر في فاعليتها الداخلية وفي قدرتها على إتاحة الفرص لتبادل وإنتاج المحتويات الاتصالية الرقمية ونشرها في مواقع الشبكات الاجتماعية، والتي تكتسب طابع التفاعل، تحويل وتبادل الرسائل والمعلومات، وتشكيل مجموعات افتراضية التي تساهم بدورها في تكوين آراء معينة حول مواضيع متنوعة اجتماعية كانت ام سياسية سعيا في انتاج مواد رقمية تتسم بالتفاعلية وتكوين اما رأي مشترك، ام آراء متناقضة فوضوية ومتعارضة للرأي الاخر.

¹ - Mica, Pradeep Krishnatray, Johns Hopkins Rahul Gadeka, **Gratifications of Facebook: A Literature Review**. *Journal of Communication and Media Technologies*, January, volume 07, 2017, p 89.

¹ - Lowenthal, P. R., **The Evolution and Influence of Social Presence Theory on Online Learning**, Hershey., University of Colorado Denver, USA, 2009, p03.

والتعبير عن الذات يشكل أنماطاً معينة من التصورات والممارسات والتفاعلات التي تعزز رغبة الأفراد مع المضامين الاعلامية. وتبرز الاستخدام الفردي لديهم والتعبير على أنفسهم عن طريق مشاعرهم وأحاسيسهم . ويتخذ الجمهور النشط قرارات واعية متعلقة بالمحتوى الاعلامي ، فالعملية الادراكية هي سمة من سمات الجمهور الالكتروني النشط ، فهو عملية تنظيمية مهيكلية، وهو بمثابة العنصر الرئيسي في الاستخدامات والاشباع، ويعتقد البعض ان تصورات الجماهير المتوقعة من مصادر الاشباع هي التي تحددها النماذج المتميزة في استهلاك المضامين الاعلامية والالكترونية² . فالمستخدم تحكمه دوافع داخلية واجتماعية في تعامله مع المضامين الالكترونية

خاتمة:

يمثل العالم الافتراضي لكثيرين الملاذ الآمن للإشباع غير المتناهي بعيداً عن رقابة الضوابط والقيم، ويمكن تحفيز السلوكيات الفردية عبر الانترنت من خلال العديد من الدوافع المختلفة ويحدث التحفيز عندما تكون هناك رغبة في سلوك معين، ويرى الباحث « **Max weber** » أن المجتمع الحديث الذي اطلق عليه المجتمع الشرعي العقلاني يُحول المطالب الى احتياجات، فان المجتمع نفسه يصبح بنية منظمة على افتراض ان كل شخص سوف يحصل على المطالب التي يبحث عنها، وعندما يصل الامر الى هذا الحد نجد ان هذه المطالب لا تصبح مجرد رغبات فقط بل تنقلب الى احتياجات وضروريا ، وعليه ساهم الانترنت او العالم الرمزي في وبناء تصورات مختلفة لدى مستخدميه وتشكيل حقائق معينة عن واقعه المعاش من خلال مجموعة من التفاعلات المستمرة الافتراضية

فالانترنت اوجد شكلا جديدا من العلاقات تنشأ بين الافراد تتخطى الحدود المكانية والزمانية ويسمح بتحقيق تفاعل وتواصل اجتماعي من خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي فهو وسيلة لتقدير الذات والتعويض، والرضا عن الحياة، والذي يشكل أنماطاً معينة من التصورات والتفاعلات في العالم الافتراضي، فالشباب هم الاكثر فئات المجتمع استخداما للانترنت كوسيط اتصالي. وهذا المجتمع بالنسبة لهم يمثل حياة واقعية لا يستطيعون الاستغناء عنها ، وهو جزء من نمط حياتهم اليومي

² – abd el-basit ahmed hashem mahmoud abdullah Shaheen., **uses and gratifications of online Advertisment**. Egypte: Technische universitat, 2010, p 17.

قائمة المراجع:

1. قائمة المراجع باللغة العربية:

1. علياء سامي عبد الفتاح، الانترنت والشباب ، دراسة في آليات التفاعل الاجتماعي، ط1، دار العالم العربي ، مصر، 2009 .
2. محمد عبد الحميد، الاتصال الرقمي، دار الفكر العربي للطبع و النشر، ط1، مصر، 2009 .
3. محمد سيد محمد، وسائل الإعلام من المنادي إلى الانترنت، دار الفكر العربي، ط1، مصر، 2009 .
4. شريف درويش اللبان، الصحافة الالكترونية، دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع، ط1، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 2005 .
5. فرانسيس بوث، مصيدة التشتت، كيف تركز في عالم الفوضى الرقمي، مكتبة جرير، لندن، 2014 .
6. ستيفن كولمان، كارين روس، تر صباح حسن عبد القادر، الاعلام والجمهور. الدار الجزائرية للنشر والتوزيع، دار الفجر للنشر والتوزيع القاهرة، 2015 .
7. جمعة بن حامد العنزي، الانترنت كوسيلة إعلامية واستخداماتها في المملكة العربية السعودية، انظر الموقع:

[Http://www.Startimes2.com/f.aspx?t=16279709](http://www.Startimes2.com/f.aspx?t=16279709), Afficher Le: 22/02/2010.

2. قائمة المراجع باللغة الاجنبية:

- 1- Thompson. J , Ideology and Modern Culture: Critical Theory In The era of mass Communication, Cambridje, Polity Press, 1990 .
- 2- Mi Rosie Jahng ,Jeremy Littau, Interacting Is Believing: Interactivity, Social Cue and Perceptions of Journalistic Credibility on Twitter .Journalism & Mass Communication Quarterly, Vol. 93, 2016 .
- 3- sherry turkle, alone together why we expect more from technology and less from each other, Basic books, USA .
- 4- David dunning,, social motivation psychology, Press Taylor & Francis Group, new York .
- 5- zizi papacharissi, A networked Self, Identity, Community, and culture on social network site, New York: Routledge, Taylor & Francis, 2011.
- 6- MICA, Pradeep Krishnatray, Johns Hopkins Rahul Gadeka, Gratifications of facebook: A Literature Review .Journal of communication and Media Technologies, January, volume 07, 2017.
- 7- Abd el-basit ahmed hashem mahmoud abdullah Shahee, uses and gratifications of online advertissen . Egypte: Technische universitat, 2010 .