

# مجلة

## بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط



دورية علمية محكمة تصدرها الجمعية المصرية للعلاقات العامة - العدد الرابع - يوليو / سبتمبر ٢٠١٤

### ملخصات بحوث بلغات أجنبية:

- الثقة كأداة لتحليل وفهم العلاقات العامة  
أ.د. سعيد لوصيف (جامعة الجزائر ٣) ... ص ٩
- مشكلات الحجاج وأنماط الاتصال في حج عام ١٤٣٤ هـ: دراسة في البيئة الاتصالية لحجاج مجموعة جمهورية مصر العربية  
د. عثمان بن بكر قزاز (جامعة أم القرى) ... ص ١٣

### البحوث العربية:

- شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تفعيل الحراك السياسي: دراسة ميدانية على عينة من جمهور سعيد مصر  
د. محمد زين عبد الرحمن (جامعة بني سويف) ... ص ١٧
- فاعلية العلاقات العامة الإلكترونية لجمعية الفجيرة الخيرية في دولة الإمارات العربية المتحدة  
د. شعبان حسن حمادة الناصري (جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا) ... ص ٥٣
- دور أجهزة العلاقات العامة في إدارة الأزمات الداخلية بالوزارات المصرية: دراسة ميدانية  
د. ماجدة عبد المنعم مخلوف (المعهد العالي للإعلام وفنون الاتصال ب ٦ أكتوبر) ... ص ١٠١
- العلاقة بين ملكية وسائل الإعلام ومعالجتها لقضايا التحول الديمقراطي  
السيد عبد الرحمن علي (مجمع اللغة العربية بالقاهرة) ... ص ١٣٣
- سوسيولوجيا الاستخدامات وأطر مقاربتها في علوم الإعلام والاتصال قراءة في التمثلات والاستخدام والتملك  
إسماعيل بن ديبلي (جامعة الجزائر ٣) ... ص ١٧١

### ملخصات الرسائل العلمية:

- معالجة مفهوم الوطنية في الدراما السياسية في التلفزيون المصري  
دعاء أحمد محمد البنا (الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات) ... ص ١٨٧

(ISSN 2314-8721)  
الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية  
(ENSTINET)  
جميع الحقوق محفوظة ٢٠١٤ @ EPRA  
[www.cpra.org.eg](http://www.cpra.org.eg)



# هيئة التحكيم العلمية للبحوث

## أ.د/ علي السيد عجوة

أستاذ العلاقات العامة المتفرغ والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

### Prof. Dr. Thomas A. Bauer

Professor of Mass Communication - University of Vienna

## أ.د/ منى سعيد الحديدي

أستاذ الإذاعة والتلفزيون المتفرغ بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

## أ.د/ ياس خضير البياتي

أستاذ الإعلام بجامعة بغداد ووكيل عميد كلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية  
جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا

## أ.د/ انشراح الشال

أستاذ الإعلام المتفرغ بكلية الإعلام جامعة القاهرة (دكتوراه الدولة فى الآداب والعلوم الإنسانية من فرنسا)

## أ.د/ حسن عماد مكايي

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - عميد كلية الإعلام جامعة القاهرة

## أ.د/ نسمة يونس

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - كلية الإعلام جامعة القاهرة

## أ.د/ محمد معوض إبراهيم

أستاذ الإعلام المتفرغ بجامعة عين شمس والعميد الأسبق لكلية الإعلام بجامعة سيناء

## أ.د/ سامي السيد عبد العزيز

أستاذ العلاقات العامة والاتصالات التسويقية المتفرغ - العميد السابق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

## أ.د/ عبد الرحمن بن حمود العناد

أستاذ العلاقات العامة والإعلام بقسم الإعلام كلية الآداب - جامعة الملك سعود

## أ.د/ محمود يوسف مصطفى عبده

أستاذ العلاقات العامة ووكيل كلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

## أ.د/ سامي عبد الرؤوف محمد طايح

أستاذ ورئيس قسم العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

## أ.د/ بسيوني إبراهيم حمادة

أستاذ الإعلام السياسي والرأي العام بكلية الإعلام - جامعة القاهرة  
عميد شعبة الإعلام بالأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام ٦ أكتوبر

## أ.د/ شريف درويش مصطفى اللبان

أستاذ الصحافة - كلية الإعلام جامعة القاهرة

## أ.د/ حسن علي محمد علي

أستاذ الإذاعة والتلفزيون ورئيس قسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة المنيا

## أ.د/ عابدين الدردير الشريف

أستاذ الإعلام وعميد كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الزيتونة - ليبيا

## أ.د/ محمود حسن إسماعيل

أستاذ ورئيس قسم الإعلام وثقافة الأطفال - معهد الدراسات العليا للطفولة - جامعة عين شمس

## أ.د/ حمدي حسن أبو العينين

أستاذ الإعلام وعميد كلية الإعلام والألسن نائب رئيس جامعة مصر الدولية

## أ.د/ عثمان بن محمد العربي

أستاذ العلاقات العامة والرئيس السابق لقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة الملك سعود

## أ.د/ وليد فتح الله مصطفى بركات

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - كلية الإعلام جامعة القاهرة

## أ.د/ تحسين منصور رشيد منصور

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام جامعة اليرموك - الأردن

## أ.د/ محمد عبد الستار البخاري

بروفيسور متفرغ بقسم العلاقات العامة والدعاية، كلية الصحافة، جامعة ميرزة أولوغ بيك القومية الأوزبكية

## أ.د/ علي قسايسية

أستاذ دراسات الجمهور والتشريعات الإعلامية بكلية علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر ٣

## أ.د/ رضوان بو جمعة

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر



مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

(JPRR.ME)

دورية علمية محكمة

العدد الرابع - يوليو / سبتمبر ٢٠١٤

مؤسسها

ورئيس مجلس الإدارة

د/ حاتم محمد عاطف

رئيس EPRA

رئيس التحرير

أ.د/ علي السيد عجوة

أستاذ العلاقات العامة المتفرغ والعميد

الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

رئيس اللجنة العلمية بـ EPRA

مدير التحرير

أ.د/ سامي طايح

أستاذ العلاقات العامة

كلية الإعلام - جامعة القاهرة

مساعدو التحرير

أ.د/ رزق سعد عبد المعطي

أستاذ العلاقات العامة

جامعة مصر الدولية

أ.م.د/ الصادق راجح

أستاذ الإعلام المشارك بالكلية الإماراتية الكندية  
بالإمارات العربية المتحدة العميد الأسبق لكلية المعلومات  
والعلاقات العامة بجامعة عجمان

د/ السيد عبد الرحمن علي

باحث (مدرس) بمجمع اللغة العربية بالقاهرة

### المراسلات

الجمعية المصرية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية

الجيزة - الدقي

بين السرايات - ٢ شارع أحمد الزيات

Mobile: +201141514157

Tel : +2237620818

Www.epra.org.eg

Jpr@epra.org.eg

جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة  
للجمعية المصرية للعلاقات العامة

لا يجوز، دون الحصول على إذن خطي من الناشر، استخدام أي من المواد التي تتضمنها هذه المجلة، أو استنساخها أو نقلها، كلياً أو جزئياً، في أي شكل وبأي وسيلة، سواءً بطريقة إلكترونية أو آلية، بما في ذلك الاستنساخ الفوتوغرافي، أو التسجيل أو استخدام أي نظام من نظم تخزين المعلومات واسترجاعها، وتطبق جميع الشروط والأحكام والقوانين الدولية فيما يتعلق بانتهاك حقوق النشر والطبع للنسخة المطبوعة أو الإلكترونية.

الترقيم الدولي للنسخة المطبوعة  
(ISSN 2314-8721)

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية  
(ISSN 2314-8723X)

ولتقديم طلب الحصول على هذا الإذن والمزيد من الاستفسارات، يرجى الاتصال برئيس مجلس إدارة الجمعية المصرية للعلاقات العامة على العنوان التالي:

**EPRA Publications**

Egyptian Public Relations Association, Giza, Egypt  
Dokki, Ben Elsarayat -2 Ahmed Elzayat St.

بريد إلكتروني: [jpr@epra.org.eg](mailto:jpr@epra.org.eg) - [chairman@epra.org.eg](mailto:chairman@epra.org.eg)

موقع ويب: [www.epra.org.eg](http://www.epra.org.eg)

الهاتف : 818 - 02-376-20 (+2) - 151 - 14 - 15 - 0114 (+2) - 157 - 14 - 15 - 0114 (+2)

**التعريف بالمجلة :**

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط دورية علمية تنشر أبحاثاً متخصصة في العلاقات العامة وعلوم الإعلام والاتصال، بعد أن تقوم بتحكيم هذه الأبحاث من قبل عدد من الأساتذة المتخصصين في نفس المجال، وهي تابعة للجمعية المصرية للعلاقات العامة أول جمعية علمية مصرية متخصصة في العلاقات العامة.

- المجلة معتمدة ولها ترقيم دولي ومصنفة دولياً لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، ومصنفة من لجنة الترفقيات العلمية تخصص الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر.
- المجلة فصلية تصدر كل ثلاثة أشهر خلال العام.
- تُقبل المجلة نشر عروض الكتب والمؤتمرات وورش العمل والأحداث العلمية العربية والدولية.
- تُقبل المجلة نشر إعلانات عن محركات بحث علمية أو دور نشر عربية أو أجنبية وفقاً لشروط خاصة يلتزم بها المعلن.
- يُقبل نشر البحوث الخاصة بالترفقيات العلمية – وللباحثين المتقدمين لمناقشة رسائل الماجستير والدكتوراه.
- يُقبل نشر ملخصات الرسائل العلمية التي نوقشت، ويُقبل نشر عروض الكتب العلمية المتخصصة في العلاقات العامة والإعلام كذلك المقالات العلمية المتخصصة من أساتذة التخصص من أعضاء هيئة التدريس.

**قواعد النشر:**

- أن يكون البحث أصيلاً ولم يسبق نشره.
- تقبل البحوث باللغات: (العربية – الإنجليزية – الفرنسية) على أن يكتب ملخص باللغة الإنجليزية للبحث في حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوب باللغة العربية.
- أن يكون البحث في إطار الموضوعات التي تهتم بها المجلة في العلاقات العامة والإعلام والاتصالات التسويقية المتكاملة.
- تخضع البحوث العلمية المقدمة للمجلة للتحكيم ما لم تكون البحوث قد تم تقييمها من قبل اللجان والمجالس العلمية بالجهات الأكاديمية المعترف بها أو كانت جزءاً من رسالة أكاديمية نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يراعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة في كتابة البحث العلمي ومراجعته ويراعى الكتابة ببنط Simplified Arabic (١٤) والعناوين الرئيسية والفرعية Bold.
- يتم رصد المراجع في نهاية البحث وفقاً للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل وفقاً للإشارة إلى المرجع في متن البحث وفقاً لطريقة APA الأمريكية.

- يقدم الباحث عدد (٢) نسخ مطبوعة من البحث ونسخة إلكترونية على CD مكتوبة بصيغة Word مصحوبة بسيرة ذاتية مختصره عنه.
- فى حالة قبول البحث للنشر بالمجلة يتم إخطار الباحث بخطاب رسمى بقبول البحث للنشر. أما فى حالة عدم قبول البحث للنشر فيتم إخطار الباحث بخطاب رسمى وإرسال جزء من رسوم نشر البحث له فى أسرع وقت.
- إذا تطلب البحث إجراء تعديلاً بسيطاً فيلتزم الباحث بإعادة إرسال البحث معدلاً خلال أسبوع من استلام ملاحظات التعديل وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالى أما إذا كان التعديل جذرياً فيرسله الباحث بعد ١٥ يوم من إرسال الملاحظات له.
- قيمة نشر البحث ٨٥٠ جنيه مصرى للمصريين من داخل مصر وللمصريين المقيمين بالخارج والأجانب ٤٥٠ \$ .
- يتم رد مبلغ ٢٥٠ جنيه للباحثين من داخل مصر ورد مبلغ ١٣٠ \$ للباحثين المصريين المقيمين بالخارج والأجانب فى حالة رفض هيئة التحكيم البحث وإقرارهم بعدم صلاحيته للنشر بالمجلة.
- لا يزيد عدد صفحات البحث عن (٣٥) صفحة A4- فى حالة الزيادة تحتسب الصفحة بـ ٢٠ جنيه مصرى للمصريين داخل مصر وللمقيمين بالخارج والأجانب ٥ \$.
- يتم تقديم خصم خاص من قيمة النشر العلمى لعضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة من المصريين والجنسيات الأخرى بنسبة ١٠٪ ولأى عدد من المرات خلال العام.
- يُرسل للباحث عدد (٣) نسخة من المجلة بعد نشر بحثه، وعدد (٣) مستلة من البحث الخاص به.
- ملخص رسالة علمية (ماجستير) ٢٥٠ للمصريين ولغير المصريين ١٥٠ \$.
- ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٣٥٠ جنيه للمصريين ولغير المصريين ١٨٠ \$.
- على أن لا يزيد ملخص الرسالة عن ٨ صفحات. ويتم تقديم خصم ١٠٪ لمن يشترك فى عضوية الجمعية المصرية للعلاقات العامة . ويتم إرسال عدد (٣) نسخ من المجلة بعد النشر للباحث على عنوانه بالبريد الدولى.
- نشر عرض كتاب للمصريين ٧٠٠ جنيه ولغير المصريين ٣٠٠ \$.
- يتم إرسال عدد (٣) نسخ من المجلة بعد النشر لصاحب الكتاب على عنوانه بالبريد الدولى السريع. ويتم تقديم خصم ١٠٪ لمن يشترك فى عضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة .
- بالنسبة لنشر عروض تنظيم ورش العمل والندوات من داخل مصر ٦٠٠ جنيه ومن خارج مصر ٣٥٠ \$ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- بالنسبة لنشر عروض المؤتمرات الدولية من داخل مصر ٨٥٠ جنيه ومن خارج مصر ٤٥٠ \$ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- جميع الآراء والنتائج البحثية تعبر عن أصحاب البحوث المقدمة وليس للجمعية المصرية للعلاقات العامة أى دخل بها.
- ترسل المشاركات باسم رئيس مجلس إدارة المجلة على عنوان الجمعية المصرية للعلاقات العامة- جمهورية مصر العربية - الجيزة - الدقى - بين السرايات - ٢ شارع أحمد الزيات، والإمیل المعتمد من الجمعية [jpr@epra.org.eg](mailto:jpr@epra.org.eg) بعد تسديد قيمة النشر وإرسال صورة الإيصال التى تفيد ذلك.

## الافتتاحية

تتواصل صدور أعداد المجلة بانتظام منذ بداية إصدارها في ديسمبر من العام ٢٠١٣م - ليصدر ثلاثة أعداد تضم أبحاثاً ورؤى علمية متعددة لأساتذة ومتخصصين وباحثين من مختلف دول العالم. والآن نقدم للباحثين في الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال العدد الرابع من المجلة وهو يتضمن بحوثاً ورؤى علمية للأساتذة والأساتذة المساعدين والمدرسين وكذلك لطلبة مرحلة الدكتوراه.

وباعتراف اللجنة العلمية (تخصص الإعلام) لترقية أعضاء هيئة التدريس إلى أساتذة وأساتذة مساعدين بالمجلة بعد أن اطلعت على العدد الأول وتم تقييمها بنفس درجة المجالات العلمية لأقسام الإعلام في الجامعات المصرية؛ أتاحت مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط الفرصة للنشر العلمي بها كنافذة جديدة لنشر بحوث طلبة وطالبات مرحلة الدكتوراه - ولبحوث أعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدم للترقي لدرجتي أستاذ مساعد وأستاذ. ولكونها أول دورية علمية محكمة في بحوث العلاقات العامة بالوطن العربي والشرق الأوسط. وجد الأساتذة الراغبون في تقديم انتاجهم للمجتمع العلمي بكافة مستوياته الفرصة للنشر على نطاق العالم العربي وبعض الدول الأجنبية التي تصل إليها المجلة من خلال مندوبيها في هذه الدول، وأيضاً من خلال موقعها الإلكتروني.

ففي البداية نجد دراسة باللغة الفرنسية قدمها الدكتور سعيد لوصيف أستاذ الإعلام بجامعة الجزائر ٣ عن: "الثقة كأداة لتحليل وفهم العلاقات العامة" حيث يوضح الباحث دور الثقة كأداة لتحليل وفهم العلاقات العامة باعتبارها مكوناً من مكونات رأس المال الاجتماعي، وفي توطيد وتقوية علاقات الثقة بين المؤسسة وأطرافها المعنية.

كما يتضمن العدد بحوثاً مقدمة للنشر العلمي بهدف تكوين رصيد للباحثين من شباب أعضاء هيئة التدريس للتقدم للترقية من عدة دول مختلفة وهم: د. عثمان بن بكر قزاز من (المملكة العربية السعودية) الذي تقدم بورقة علمية باللغة الإنجليزية تناولت: "مشكلات الحجاج وأنماط الاتصال في حج عام ١٤٣٤هـ دراسة في البيئة الاتصالية لحجاج مجموعة جمهورية مصر العربية"، د. محمد زين عبد الرحمن من (مصر) في موضوع: "شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تفعيل الحراك السياسي: دراسة ميدانية علي عينة من جمهور صعيد مصر"، د. شعبان حسن حمادة الناصري من (العراق) حول: "فاعلية العلاقات العامة الإلكترونية لجمعية الفجيرة الخيرية في دولة الإمارات العربية المتحدة"، أما د. ماجدة عبد المنعم مخلوف من (مصر) فقدمت ورقة علمية حول: "دور أجهزة العلاقات العامة في إدارة الأزمات الداخلية بالوزارات المصرية: دراسة ميدانية".

وأخيراً تأتي البحوث المقدمة من الطلبة المسجلين لدرجة الدكتوراه لاستيفاء شرط النشر لبحثين من الرسالة قبل مناقشتها. والبحوث المقدمة للنشر في هذا العدد هي: "أثر الشائعات في الرأي العام في ضوء نظرية الفوضى الخلاقة" قدمها د. حاتم محمد عاطف من (مصر)، "سوسيولوجيا الاستخدامات وأطر مقاربتها في علوم الإعلام والاتصال قراءة في التمثلات والاستخدام والتملك"، للباحث إسماعيل بن ديبلي من دولة (الجزائر).

ومن (مصر) تقدم الباحث السيد عبد الرحمن علي بورقة علمية بعنوان: "العلاقة بين ملكية وسائل الإعلام ومعالجتها لقضايا التحول الديمقراطي".

وللاستفادة من الرسائل العلمية تقدمت الباحثة دعاء أحمد محمد البنا من (مصر) لنشر ملخص دراستها للدكتوراه بعنوان: "معالجة مفهوم الوطنية في الدراما السياسية في التلفزيون المصري".

وهكذا فإن المجلة ترحب بالنشر فيها لمختلف الأجيال العلمية من جميع الدول جيل الأساتذة وبحوثهم لا تخضع للتحكيم طبقاً للقواعد المتبعة للنشر العلمي في المجالات العلمية. أما البحوث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدم للترقية للدرجة الأعلى والطلاب المسجلين لدرجة الدكتوراه فتخضع جميعها للتحكيم من قبل الأساتذة المتخصصين.

وجميع هذه البحوث والأوراق العلمية تعبر عن أصحابها دون تدخل من هيئة تحرير المجلة التي تحدد المحكمين وتقدم ملاحظاتهم إلى أصحاب البحوث الخاضعة للتحكيم لمراجعة التعديلات العلمية قبل النشر.

ندعو الله أن يوفقنا لإثراء النشر العلمي في تخصص العلاقات العامة بشكل خاص والدراسات الإعلامية بشكل عام.

**رئيس تحرير المجلة**

أ.د/ علي عجوة



**سوسولوجيا الاستخدامات وأطر مقاربتها في علوم الإعلام والاتصال  
قراءة في التمثلات، الاستخدام، والتمكّن**

إعداد

إسماعيل بن ديبلي (\*)

---

(\*) باحث دكتوراه بجامعة الجزائر ٣.



## سوسيولوجيا الاستخدامات وأطر مقاربتها في علوم الإعلام والاتصال قراءة في التمثلات، الاستخدام، والتملك\*

إسماعيل بن دبيلي  
ismailb57@gmail.com  
جامعة الجزائر ٣

### ملخص:

نسعى من خلال هذه المساهمة إلى تقديم قراءة نظرية لمحتوى كلاً من مفهوم التمثلات، الاستخدام والتملك، والمقاربات النظرية والفكرية التي قامت على ضوئها، والهاجس وراء ذلك هو محاولة تفسير وتعميم مفاهيم تتعلق بحقل الاستخدامات الاجتماعية لتكنولوجيات الاعلام والاتصال من حيث التراث النظري لموضوع الاستخدام، وذلك من خلال محاولة تقديم فهم لمضمون هذه المفاهيم والمقاربات التي تركز عليها، ونسعى في النهاية إلى محاولة وضع خارطة طريق بين أيدي الباحثين والمهتمين، علها تسهم في إثارة مزيداً من النقاش للإجابة على الرهانات التي تطرحها تكنولوجيات الاعلام والاتصال في الوقت الراهن.

### مقدمة:

عرفت بحوث الاتصال خلال الأربع عقود الماضية، مراجعة شاملة لدراسة وتفسير ظواهر الاتصال وهذا، على صعيد المفاهيم، المناهج، والمقاربات، نظراً للتغير الذي طرأ على نمط العلاقة التي تُوصف بالتقليدية للاتصال، حيث شكل هذا التغير تحدياً جديداً أمام الباحثين لإثارة مختلف الاشكاليات التي أفرزتها تكنولوجيات الاعلام والاتصال.

وعليه، فإن الاطار الوظيفي الذي كان يمثل ولفترة من الزمن، إطاراً تحليلياً كفيلاً بدراسة وتحليل ظواهر الاتصال إلا أنه، وبالموازاة مع ذلك أو تبعاً له، قد تبلورت تيارات فكرية، نظرية ومنهجية أخرى ساهمت بدورها في دراسة إشكاليات الاتصال، وهذا نتيجة للتطور الحاصل في مجال تكنولوجيات الاعلام والاتصال من جهة ومن جهة أخرى، نظراً إلى درجة تعقد الظاهرة الاتصالية، من خلال تطور نمط الاستخدامات الاجتماعية لهذه التكنولوجيات.

وفي هذا السياق، فإنه قد نشأ خطاب يُقر بصعوبة الامساك بمختلف الممارسات، والأنماط الاتصالية التي أفرزتها تكنولوجيات الاعلام والاتصال، حيث أعيد النظر تماماً في نمط العلاقة التفاعلية بين

الانسان والآلات (إنسان/آلة) وأصبح الانشغال، منصب على الدور الذي يلعبه الأفراد - المستخدمون - بمختلف الأدوات التكنولوجية، بدل الاهتمام بالآثار التي تحدثها هذه الأخيرة في حياتهم الاجتماعية. أي التركيز على "نشاط" المستخدم بإعتباره عنصراً نشطاً، مبتكراً، وماهراً في علاقته بأدوات الاتصال. وعليه، أصبح موضوع الاستخدام وما يُف به من إشكاليات - في الوقت الراهن-، يشكل الرهان وبالدرجة الأولى للمقاربات التي أسست لتيار سوسيولوجية الاستخدامات، لدراسة وتحليل مختلف الظواهر السوسيو- تقنية، المترتبة عن التطور المتسارع لتكنولوجيات الاعلام والاتصال. وإن من أهم هذه المقاربات النظرية والمنهجية التي سعت إلى إحتواء مختلف الظواهر الاتصالية المعقدة في مسار سيرورة الاستخدامات الاجتماعية للأدوات التقنية هي: مقاربتى التملك والتمثلات الاجتماعية.

وعلى ضوء هذه المقاربات المشار إليها، تساءل الكثير من الباحثين على الكيفية التي يبني بها المستخدم علاقته بأداة الاتصال؟ حتى يصبح عنصراً مبدعاً ومتمكناً لهذه الأخيرة، وهل للتمثلات الاجتماعية دور أساسي في هذه العلاقة من زاوية المستخدم؟.

من هذا المنظور، فإن التمثل، الاستخدام، والتملك، أصبحت مفاهيم قارة في الاطار التحليلي لسوسيولوجية الاستخدامات، حيث تراكم في نطاقها العديد من البحوث الأمبريقية والكيفية، التي تهتم بدراسة وتحليل سياق إستخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال في النسيج الاجتماعي.

وعلى هذا الأساس، فإن الاشكال الذي يتناوله هذا البحث، يتعلق بتقديم قراءة نظرية لمحتوى هذه المفاهيم والمقاربات النظرية والفكرية، التي قامت على ضوئها. ونهدف من وراء ذلك إلى محاولة وضع القارئ المهتم بالاستخدامات الاجتماعية لتكنولوجيات الاعلام والاتصال، على محك التراث النظري لموضوع الاستخدام، من خلال محاولة تقديم فهم شامل لمضمون هذه المفاهيم والمقاربات التي ترتكز عليها، ونسعى أيضاً، إلى وضع خارطة طريق بين أيدي الباحثين والمهتمين، علها تسهم في إثارة مزيداً من النقاش للاجابة على الرهانات التي تطرحها تكنولوجيات الاعلام والاتصال في الوقت الراهن.

### محتوى مفهوم التمثلات representations :

إن الحديث عن موضوع التمثلات الاجتماعية، يعود بنا تاريخياً إلى الباحث سارج موسكوفيتشي Serge Moscovici، حيث أعاد هذا الأخير صياغة موضوع التمثلات على محك البحوث النظرية في سنتيات القرن الماضي والذي يرى<sup>1</sup> "بأن الأفراد أو الجماعات يدركون الحقيقة إنطلاقاً من تمثلاتهم، وبينون تمثلاتهم إنطلاقاً من مسار التفاعلات التي تحدث فيما بينهم".\*

\* نص تعريف Moscovici بلغته الأصلية:

« les individus ou les groupe d'individus vont percevoir la réalité à partir des représentations qu'ils ont, construite elles-mêmes à partir des interactions entre ces groupes.»

\*\* النص بلغته الأصلية:

"une forme de connaissance, socialement élaborée et partagée, ayant une visée pratique et concourant à la construction d'une réalité commune à un ensemble social."

أما من ناحية إبتكار مفهوم التمثلات، فهو مفهوم قديم نسبياً؛ حيث يُعد عالم الاجتماع الفرنسي إيميل دوركايم Durkheim أول من نحت هذا المفهوم في العلوم الاجتماعية، محاولاً بذلك فهم كيفية إنتاج الأفكار الجمعية ودورها في الممارسات الاجتماعية.<sup>٢</sup>

وقد إهتم أيضاً بموضوع التمثلات، العديد من الباحثين على غرار Moscovici أمثال Jodelet, Herzlich, Abric، وأصبحت بذلك تشكل إنشغالاً نظرياً وفكرياً للعديد من الباحثين، وتم إقحامها في مختلف العلوم الانسانية والاجتماعية (علم النفس، الاجتماع، الاتصال،...).  
فالتمثلات حسب Jodelet؛\*\*

"تعني نمط من المعرفة التي تشترك فيها وتتقاسمها جماعة معينة، من خلال ممارسات إجتماعية، تسهم في بناء حقيقة مشتركة لهذه الجماعة."<sup>٣</sup>

كما يعرفها Jodelet في موضع آخر بأنها: الطريقة التي يفهم من خلالها الفاعلون أحداث الحياة اليومية أي تلك المعرفة الساذجة التي أصبحت محل إهتمام العلوم الاجتماعية، والتي إعتدنا على تسميتها بمعرفة الحس المشترك، أو التفكير الطبيعي في مقابل التفكير العلمي. إن هذه المعرفة تتشكل إنطلاقاً من تجاربنا وأيضاً من المعلومات والمعارف ونماذج التفكير التي نلتقها ونرسلها عن طريق التقليد والتربية والاتصال وهي من جانب آخر معلومات يتم بلورتها وتقاسمها اجتماعياً.\*

وعلى صعيد آخر، فإن التعريف الأشمل للتمثلات الإجتماعية لـ Jodelet، - والذي يُعد مرجعاً أساسياً للعديد من الأدبيات التي تناولت موضوع التمثلات-، جاء على النحو التالي؛<sup>٤</sup>

" التمثلات الاجتماعية، هي نمط من المعرفة الخاصة، معرفة تعبر عن معنى مشترك، من خلال المحتويات التي تظهر في مسار السيرورة العملية والوظيفية المنتجة إجتماعياً، بل وأكثر من ذلك، فالتمثلات تعني نمط من التفكير الاجتماعي تعبر عن أنماط من التفكير، والممارسات الموجهة نحو الاتصال، تسمح بفهم والتحكم في البيئة الاجتماعية، والمادية، والمعنوية."<sup>٥</sup>

\* النص بلغته الأصلية:

« Le concept de représentations sociales désigne une forme de connaissance spécifique, le savoir de sens commun, dont les contenus manifestent l'opération de processus génératifs et fonctionnels socialement marqués. Plus largement, il désigne une forme de pensée sociale. Les représentations sociales sont des modalités de pensée pratique orientées vers la communication, la compréhension et la maîtrise de l'environnement social, matériel et idéal ».

\*\* النص بلغته الأصلية:

« Analyser une représentation sociale, c'est tenter de comprendre d'expliquer la nature des liens sociaux qui unissent les individus, des pratiques sociales qu'ils développent, de même que les relations intra-et intergroupes. »

\*\*\* عرف Guimelli الإرساء على النحو التالي؛

« L'ancrage permet d'accrocher quelque chose qui est nouveau à quelque chose qui est ancien, et donc qui est partagé par les individus appartenant à un même groupe ».

\* Voir Guimelli, , Structures et transformation des représentations sociales, Neuchâtel, Delachaux et Niestlé, Ch. (Ed), 1994,p :14.

أما Abric، فيرى بأن التمثلات الاجتماعية رؤية وظيفية لعالم حياة الأفراد، حيث تسمح للفرد أو الجماعة على حد سواء بأن يضيفوا معنى لسلوكياتهم، وفهم واقعهم عبر أنساقها المرجعية.<sup>٦</sup> ومن منظور آخر، يشير التمثل في علم النفس إلى الإدراك، أي تلك الصورة الذهنية حيث محتواها يتعلق بموضوع أو وضعية أو مشهد من العالم الذي يعيش فيه الفرد، إن التمثل إذن فعل جعل شيئاً ما محسوساً بواسطة شكل أو رمز أو علامة أو إشارة.\*  
ومن جهة أخرى، ركز علماء النفس الاجتماعي على ثلاث جوانب مترابطة تتميز بها التمثلات وهي:\*\*\*

✓ أن تتشكل في/أو عن طريق الاتصال.

✓ أن تركز على بناء وإعادة بناء حقائق.

✓ معايشة الفرد للواقع وفقاً للتنظيم الاجتماعي.

وللإمساك بتمثلات اجتماعية ما حسب Bonardi & Roussiau؛<sup>٧</sup>

" ينبغي فهم طبيعة العلاقات الاجتماعية التي تجمع الأفراد، ومختلف الممارسات الاجتماعية الناجمة عنها، وأيضاً علاقات الجماعات الاجتماعية فيما بينها".<sup>٨</sup>

أما وظيفياً، فالتمثلات حسب Moscovici تتكون في سياق سيرورتين:<sup>٩</sup>

أولها تدعى التشيئ Objectivation، ويقصد بذلك الأسلوب الذي يسلكه الفرد لاختيار بعض المعلومات الأكثر تعبيراً بالنسبة له، فيقوم بترجمتها في صورة ذهنية تكون قليلة المعلومات، لكنها في المقابل تشكل أرضية أكثر إنتاجاً للفهم والإدراك.

والثانية تدعى الإرساء Ancrage، وهذه الأخيرة تسمح -حسبه- بتبني وإدماج العناصر الأقل إعتياداً في الوسط الأسري، لتصبح ضمن الأصناف الأسرية والوظيفية.\*

وعلى ضوء ما سبق، فإن إقحام موضوع التمثلات الاجتماعية في إشكاليات تكنولوجيات الإعلام والاتصال راجع، لقوة هاجس الباحثين - المهتمين بسياق تطور هذه الأخيرة وتغلغلها في مختلف الأوساط الاجتماعية-، إلى محاولة تحليل مختلف التفاعلات الحاصلة، جراء العلاقة التي نسجها الإنسان مع هذه الآلات والوسائل التكنولوجية، والتي أصبحت جزءاً من النظام الاجتماعي، وأيضاً من عالم الحياة اليومية الذي يعيشه الأفراد مع تكنولوجيات الإعلام والاتصال.

وعليه، فإن هذه العلاقة التفاعلية (إنسان/آلة)، تستدعي وبقوة من الباحثين مقارنة وتحليل مجمل العوامل النفسية والاجتماعية والثقافية، التي تتحكم في هذه العلاقة التفاعلية، ومن بين هذه التفاعلات

\* النص بلغته الأصلية:

« les usages sociaux sont des modes d'utilisation se manifestant avec suffisamment de récurrence et sous la forme d'habitudes suffisamment intégrées dans la quotidienneté pour s'insérer et s'imposer dans l'éventail des pratiques culturelles préexistantes, se reproduire et éventuellement résister en tant que pratiques spécifiques à d'autres pratiques concurrentes ou connexes ».

التي يمكن للباحثين رصدها ومقاربتها بالبحث والدراسة، هي دراسة التمثلات التي يكونها الأفراد لتفسير واقعهم الاجتماعي الذي يعيشونه مع تكنولوجيات الإعلام والاتصال، أي الإحاطة بمختلف الاستخدامات الفعلية كانت أم المفترضة لتكنولوجيات الإعلام والاتصال في سياق اجتماعي معين.

وبالتالي، يبدو أن التطورات الحاصلة في ميدان تكنولوجيات الإعلام والاتصال، وانتشارها اللامتناهي في مختلف الأنظمة الاجتماعية، قد أثار جدلاً واسعاً في ضرورة الإهتمام بمختلف الاشكاليات التي تطرحها هذه التكنولوجيات، حيث عكف فريق من الباحثين الغربيين بالدرجة الأولى، إلى محاولة دراسة وتحليل تمثلات وإستخدامات تكنولوجيات الإعلام والاتصال وممارستها في سياقات إجتماعية متعددة، وهذا إنطلاقاً من أن التمثلات تتحكم بطريقة أو بأخرى في علاقة الأفراد بمختلف تكنولوجيات الاتصال.

### عن مفهوم الاستخدام Usage :

تجدر الإشارة في المستهل، إلى أن الأدبيات التي تناولت مفهوم الاستخدام - في حدود إطلاعنا-، قد أشارت إلى الغموض الذي حمله هذا الأخير أثناء ظهوره في ثمانينات القرن الماضي، حيث أنه يحمل في طياته دلالات مختلفة، فمفهوم الاستخدام أحياناً يأتي بمعنى الاستعمال، وأحياناً يكون مرادفاً لمعنى الممارسة، وفي مواطن أخرى يأتي مرادفاً لمفهوم التملك.

إن هذا الغموض الذي يلف بمفهوم الاستخدام، يعود كما يلاحظ ذلك Pierre Chambat، إلى كونه يستعمل في آنٍ واحد لاكتشاف ووصف وتحليل سلوكيات وتمثلات إزاء كلٍ غامض، وهو التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال.<sup>١٠</sup>

وفي سياق هذا الغموض، يمكن اعتبار الباحثة الفرنسية Josiane Jouët أول من حاولت التفريق بين مفهوم الاستخدام والممارسة، حيث يشير الأول إلى استعمال بسيط للتقنية، أما الثانية فلا تشمل على الاستعمال التقني للأداة التقنية فحسب، بل هي جملة من السلوكيات، الاتجاهات، والتمثلات، التي تربط الأفراد بطريقة مباشرة أو غير مباشرة بالأداة التقنية.<sup>١١</sup>

يُعد Jaques Perriault أول من تحدث عن هذا المفهوم، من خلاله كتابه الذي أصدره بداية الثمانينات والمعنون بـ: منطق الاستخدام La logique d'usage، ومن ثم شكل هذا المفهوم هاجساً بحثياً للعديد من الباحثين في تلك الفترة، وتم إقحامه في بحوث الإعلام والاتصال على مدار الثلاث عقود الماضية تحت ما يطلق عليها بدراسات الاستخدام، الذي إهتمت به العديد من التيارات البحثية، الفكرية والنظرية مثل تيار سوسيولوجية الاستخدامات La sociologie des usages، وبحوث الإنتشار لتكنولوجيات الإعلام والاتصال وإستخداماتها الاجتماعية.

لكن، تناول هذا المفهوم في تقليد بحوث علوم الاعلام والاتصال لم يكن حديثاً حسب ما أشارت إلى ذلك Jouet، بل يعود إلى سنتين القرن الماضي مع تقليد البحوث الانجلوساكسونية، تحت ما يسمى بـ "الاستخدامات والاشباعات"، والتي أعادت النظر في نموذج التأثير من زاوية معاكسة لتحليل ماذا يفعل الأفراد بوسائل الإعلام؟، بدل ماذا تفعل وسائل الإعلام بالأفراد؟، ومن ثم أعيد الاعتبار للنشاط الايجابي للمستخدم في البحوث بدل النشاط السلبي في بداية التحريات العلمية لظواهر الاعلام والاتصال.<sup>١٢</sup>

وبالرغم، من الغموض الذي يحيط بالمفهوم - والذي أشرنا إليه في البداية-، إلا أن أغلب البحوث التي تحدثت عنه سواءً بإعتباره إستعمالاً، أو ممارسة لم تختلف في كون مفهوم الاستخدام يحيل إلى إستخدامات إجتماعية usages sociaux للأدوات التقنية، وهو ما أكده الباحث La Croix في التعريف الذي قدمه للاستخدام\*:

فيرى بأن الاستخدامات الاجتماعية " أنماط استخدام تظهر أساساً بصورة منتظمة، حيث تشكل عادات مندمجة في يوميات المستخدم، وتفرض نفسها في سياق الممارسات الثقافية مسبقاً، وتعيد إنتاج نفسها، بل وقد تقوم بمقاومة الممارسات الأخرى المنافسة لها أو ذات الصلة بها".<sup>١٣</sup>

من هذا المنظور، فإن الحديث عن مفهوم الاستخدام، يشير إلى العلاقة بين التكنولوجيا والمجتمع وتحدث هذه العلاقة من خلال الفعل الذي تحدثه التقنية في البيئة الاجتماعية والثقافية، ولذلك يلاحظ أن معظم البحوث اليوم، أصبحت جديرة الاهتمام بمسار هذه العلاقة التفاعلية (التكنولوجيا/المجتمع) على إعتبار أن الأدوات والوسائل التقنية لا تقاس بمعناها المادي في المجتمع فحسب، بل هي إنعكاس لممارسات إجتماعية وثقافية تفرزها هذه الأخيرة في المجتمع.

وفي هذا السياق، ترى الباحثة Pierre Chambat، الاستخدام بأنه "يتمثل في تحديد ووصف، وتحليل السلوكيات والتمثيلات المتعلقة بغموض جماعة ما، في استخدامها لتكنولوجيات الاعلام والاتصال".<sup>١٤</sup>

ومن جهة أخرى، يعتبر Serge Broulx et Philippe Breton الاستخدام بأنه: يحيل إلى جملة من التعاريف تتراوح بين التبني والتملك مروراً بالاستخدام، حيث أن التبني يتم دراسته من قبل سوسيولوجيا الانتشار والاستهلاك، ويجري إعتباره الزمن الأول في مصب التملك ويتلخص غالباً في فعل الشراء والاستهلاك أما الاستعمال، فيحيل إلى مجرد الإستعمال البسيط لتقنية في وضعية وجهاً لوجه مع الأداة، ويتم دراسته من قبل علم النفس الإدراكي. أما تملك التقنية فيتم تحليله من قبل سوسيولوجيا الاستخدامات.<sup>١٥</sup>

\* نص Broulx بلغته الأصلية:

«L'appropriation serait : la maîtrise cognitive et technique, d'un minimum de savoirs et de savoir-faire permettant éventuellement une intégration significative et créatrice de cette technologie dans la vie quotidienne de l'individu ou de la collectivité.».



وعلى أيّة حال، فإن مفهوم الاستخدام في بحوث الاتصال، يعكس مجمل الاستخدامات لتكنولوجيات الاعلام والاتصال من قبل الأفراد، وتتحكم في هذه الاستخدامات مجموعة من العوامل النفسية والاجتماعية والثقافية إنطلاقاً من ممارسات، تمثلات، وقيم خاصة، تربط الأفراد بمختلف الوسائل التقنية للاتصال، وعليه فإن سيرورة الاستخدام لهذه الأدوات التقنية - حسب ما أشارت إليه بعض الأدبيات-، لا يمكن فصلها عن الجسد الاجتماعي، وهو ما يقتضي دراسة وتحليل هذه العلاقة السوسيو-تقنية، في سياقات سوسيو-ثقافية مختلفة.

## التملك Appropriation :

يمثل هذا المفهوم المرحلة الأخيرة في سيرورة الاستخدام، ويشير حسب Rieffel إلى الطريقة التي يبني بها المستخدم علاقته بأداة الاتصال. فضمن هذه العلاقة ومن خلالها يظهر المستخدم كفاعل يصقل استخدامه ويشخصه وبينيه ذاتياً، من خلال ثقافته وممارساته التقنية والاجتماعية الأخرى المختلفة.<sup>١٦</sup>

وعلى ضوء هذا التعريف، فإن العلاقة التي بينها المستخدم مع أداة الاتصال، تجعل منه -حسب دراسات الاستخدام-، عنصراً نشطاً وليس سلبياً في استخدامه للأدوات التقنية، وذلك من خلال الأبعاد الذاتية والجمعية، والمعرفية، التي يجسدها المستخدم في علاقته مع الأداة التقنية.

ووفقاً لذلك، حدد Proulx شرطين أساسيين يتحقق فيها التملك وهما<sup>١٧</sup>:

✓ التحكم التقني والمعرفي في الأداة التقنية.

✓ إمتلاك حد أدنى من المعرفة التي تؤهل الفرد لادماج الأداة التقنية بصورة معبرة ومبدعة في حياته اليومية.<sup>١٨</sup>

وفي موضع آخر يضيف Proulx شرطين آخرين وهما\*:

✓ أن يفتح الاستخدام المتكرر لهذه التكنولوجيات إمكانيات للإبداع (أفعالاً تولّد الجديد في الممارسة الاجتماعية).

✓ على المستوى الجماعي، فإن التملك الاجتماعي يفترض أن يكون المستخدمون ممثلين بشكل ملائم في عملية رسم السياسات العمومية، وفي الوقت ذاته، أن يؤخذوا بعين الاعتبار في سيرورات الابداع (الانتاج الصناعي والتوزيع التجاري).

\* ويعرف Flichy هذا النموذج بأنه:

« un engagement personnel plus fort. C'est l'usager qui suppose les incertitudes. Il doit être plus autonome et réactif. Il doit gérer plus d'information, construire seul ou avec d'autre son réseau de coopération. Apparaît ainsi des articulations entre autonomie et réseau.».

ويهدف تملك تكنولوجيا الاعلام والاتصال حسب Cardon إلى إعطاء الأشخاص سلطة الفعل وسلطة التكيف والابداع تجاه التكنولوجيات، التي يفترض أنها تحدد طرائق عمل وتنفيذ، وهو الأمر الذي يؤكد أن التملك يحتوي على بعد معرفي (Dimension cognitive): إكتساب معارف خالصة ومعارف علمية في آن واحد.<sup>١٩</sup>

وعليه، فإنه لا يمكن الفصل بين البعد الابداعي ومفهوم التملك، إذن فالتملك بهذا المعنى هو القيمة المضافة التي تكون محصلة لسيرورة الاستخدام ونتيجة لها. حيث أنه لا ينصب تناول مفهوم التملك على تصميم الأجهزة التقنية، وإنما ينصب على تطبيقاتها في الحياة الاجتماعية ووصف سيرورة تكون الاستخدامات وتشكلها.<sup>٢٠</sup>

لأن، المستخدم المتملك، بهذه الصورة، يشخص إستخداماته وتطبيقاته الاتصالية والافتراضية إنطلاقاً من الاستقلالية التي تسمح بها الوسائل التقنية، وكذا عنصر الابداع الذي يسعى المستخدم إلى ممارسته من خلال علاقات المحادثة والمساهمة التشاركية، وأيضاً في حدود ما تسمح به العدة التكنولوجية.<sup>٢١</sup>

ومن جهة أخرى يرى Flichy، أن المستخدم المتملك، ينظم ممارسته الشخصية مع الأداة التقنية التي تسمح له بأن يختار مختلف الامكانيات المتاحة للاستخدام، وبذلك تكون له إمكانية إعادة بعض الوظائف والتخلي عن أخرى.<sup>٢٢</sup>

وعليه فإن هذا الاستخدام الذاتي usage subjectif يطلق عليه Flichy بـ modèle de l'individualisme connecté\*.

وعلى صعيد آخر، ترى Jouet أن تملك تكنولوجيا الاعلام والاتصال، يقتضي الربط بين الوسيط التقني والوسيط الاجتماعي، حيث أن التملك يُبنى إنطلاقاً من مرجعيتين: فالأولى تتعلق بقيم الأنموذج التقني، والثانية تتعلق بالإطار المرجعي والرمزي للمجتمع.<sup>٢٣</sup>

وفي ضوء مفهوم التملك، حضي هذا الأخير باهتمام العديد من الابحاث التي راهنت على دراسة وتحليل إستخدام الأدوات التقنية في عالم حياة الأفراد، على إعتبار أن الاستخدام والتملك يتكونا أساساً من المستخدم الذي يفترض أنه ناشط إيجابي في علاقته بالهياكل التكنولوجية الاتصالية، كما إنصب إهتمام البحوث وفق هذا المفهوم، إلى محاولة فهم الدور الذي تلعبه التمثلات الاجتماعية، في تشكيل مختلف ممارسات الاستخدام والتملك لدى الأفراد والجماعات الاجتماعية، والتي تضفي بدورها الطابع الاجتماعي الذي يجسده هؤلاء الأفراد أو الجماعات على الوسائل والأدوات التقنية.

## قراءة في مقاربات الاستخدام والتمثل:

\* عن المميزات في النص بلغته الأصلية:

«Selon Rogers, Cinq attributs caractérisent une innovation : son avantage relatif, sa compatibilité avec les valeurs du groupe d'appartenance, sa complexité, la possibilité de la tester, et sa visibilité.»

أسهمت العديد من الأبحاث النظرية منذ أكثر من ثلاثة عقود من الزمن، في معالجة موضوع الإستخدام لتكنولوجيات الاعلام والاتصال، وإرتكز تحليل الباحثين حول ما يصنعه المستخدم بهذه التقنيات؟، ومن ثم أُعيد النظر تماماً في العلاقة -التي توصف بالتقليدية-، التي تربط المستخدم بأداة الاتصال، وأصبح بذلك التركيز قائماً على نشاط المستخدم، بإعتباره عنصراً فاعلاً ومبتكراً وماهراً في تملكه لمختلف الأدوات التقنية للاتصال وهذا إنطلاقاً من نمط تماثله وقيمه الخاصة، التي تُبنى في سياق سوسيو - ثقافي.

على هذا الأساس، حضي موضوع الاستخدام لتكنولوجيات الاعلام والاتصال بعدة مقاربات نظرية ومنهجية لدراسة وتحليل هذا الانشغال، التقني - الاجتماعي، ومختلف الاشكاليات الناجمة عنه لكننا - وفي حدود هذا البحث-، سوف لن نتناول كل هذه المقاربات، لكننا سنركز وبصفة مختصرة في هذا المقام على أهم هذه المقاربات، التي أسست لظهور تيار سوسيولوجية الاستخدام ومقاربة التمثل حيث تشكل هذه الأخيرة مرجعية أساسية للباحثين في الوقت الراهن لدراسة إستخدام وتملك الأدوات التقنية technique Dispositif.

#### ١- مقاربات سوسيولوجية الاستخدامات:

تجدر الإشارة في المستهل، إلى أن تيار دراسات إستخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال، قد تشكل في البداية مع فريق من الباحثين الوظيفيين في ستينيات القرن الماضي، حيث أن مفهوم الاستخدام ظهر في سياق بحوث سوسيولوجية وسائل الاعلام، في إطار المقاربة الوظيفية التي تعنى بدراسة الاستخدامات وإشباع الرغبات، إذ أن الأفراد حسب هذه الأخيرة يستخدمون "إيجابياً"، مختلف وسائل الاعلام من أجل تحقيق إشباعات محددة تعبر عن حاجاتهم النفسية، أو النفس-إجتماعية.

أما في بداية الثمانينات (١٩٨٠)، قدم الباحث Michel de Certeau، طرحاً مغايراً لمفهوم الاستخدام غير به نمط البحث في مسار سيرورة إستخدام الأدوات التقنية، من خلاله عمله الشهير حول **إبتكار اليومي** L'invention du quotidien، والذي يُعتبر مساهمة حقيقية لفهم ومقاربة الاستخدامات الاجتماعية، حيث ميز de Certeau بين الاستخدامات المبتكرة les usages inventés، والاستخدامات الحقيقية، ووضع بذلك مفارقة بين مستوى الانتاج والاستهلاك للأدوات التقنية، فيعتبر de Certeau أن إستهلاك الوسائل التقنية هو صناعة معني في حد ذاته من قبل المستخدم، أي أن الاستهلاك هو عبارة عن ممارسة إبداعية محصلة لعمليات الاستخدام، والذي يقر بمستوى نشاط المستخدم وبراعته ومدى تملكه لمختلف الأدوات التقنية.<sup>٢٤</sup>

ومن زاوية أخرى، وفي ظل غياب مرجعية ونظرية موحدة في مقاربة موضوع الاستخدام تعتبر Jouet أن سوسيولوجية الاستخدامات، ليست حقل معرفي متعلق بالسوسيولوجيا لوحدها وإنما هي انشغال يصب في محل اهتمام ثلاثة تيارات بحثية وهي: سوسيولوجية التقنية

، la sociologie de la communication الاتصال ، la sociologie de la technique ، la sociologie des modes de vie العيش .sociologie des modes de vie\*.

وعلى أيّ حال، تهتم الأبحاث التي تندرج ضمن سوسيولوجية الاستخدامات بتحليل دلالات الاستخدام التي تحيل إلى التمثلات، والقيم التي توظف في استخدام تقنية معينة، كما تحاول هذه الأبحاث أن تبين الولوج الاجتماعي للتكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال، وإنماجها في الحياة اليومية للمستخدم وتتوقف على دلالات الاستخدام التي يبورها المستخدم أكثر منها على الكفاءات التقنية لهذه التكنولوجيات.<sup>٢٥</sup>

وفي هذا السياق، هناك ثلاثة مقاربات بحثية تستعيرها سوسيولوجية الاستخدامات للجابة على الرهانات التي تطرحها تكنولوجيات الإعلام والاتصال وهي: مقارنة الانتشار، ومقاربة التجديد والابتكار ومقاربة التملك، إلا أننا وفي حدود هذا البحث سنتعرض إلى مقارنتي الانتشار والتملك، حيث ساهمت هذه الأخيرة وبشكل كبير في تقديم تبصيرات علمية للباحثين المنشغلين بتحليل العلاقة بين الإنسان والأدوات التقنية (إنسان/آلة)، على مدار الأربعة عقود الماضية.

#### - مقارنة الانتشار *approches de la diffusion*

لقد إهتمت الأبحاث التي تندرج ضمن هذه المقاربة، بتحليل عملية تبني مبتكر تكنولوجي لحظة إنتشاره وتمحور تساؤل الباحثين في ظل هذه المقاربة، حول معرفة كيف تنتشر المبتكرات التكنولوجية، ومن هم المتبنون لها؟، من خلال بلورة أنماط سلوكية معينة، وأيضاً محاولة فهم وقياس تأثير تبنيهم لهذه المبتكرات التكنولوجية جراء التغيرات التي تظهر على ممارستهم.<sup>٢٦</sup>

ولقد ظهرت هذه المقاربة، في ستينيات القرن الماضي (١٩٦٢)، ضمن منظور إنتشار المبتكرات والأفكار الاستثنائية لـ Everett M. Rogers، والتي تندرج ضمن تقليد إنثربولوجي عرف بإسم النزعة الانتشارية "diffusionnisme"، إلا أن (Kroeber 1923)، يعتبر الأب الروحي لهذا التقليد، والذي إهتم بكيفية ولوج المخترعات أو المبتكرات في النسيج الثقافي.<sup>٢٧</sup>

وضمن منظور هذه المقاربة، يعتبر التبني *adoption* متغير أساسي ترتكز عليه سيرورة إنتشار المبتكرات التكنولوجية، إنطلاقاً من مرحلة عرض المبتكر على المستخدم، إلى غاية قبول/ أو رفض تبني المبتكر التكنولوجي، وعليه فإن تبني مبتكر أو اختراع ما، يقتضي أن يتميز بمميزات تجعله قابلاً للتبني من قبل المتبني (المستخدم)، وقدد Rogers هذه المميزات في العناصر الخمسة الآتية:<sup>٢٨</sup>

\* النص بلغته الأصلية:

«l'utilisation des technologies au croisement de quatre logiques. D'une part, une logique technique et une logique sociale qu'il est possible d'articuler en recourant au concept de configuration socio-technique. D'autre part, une logique d'offre et une logique d'usage dont l'interaction complexe peut notamment - mais non exclusivement - être approchée par une analyse en termes de représentation.»

- ✓ أهميته.
- ✓ فائدته النسبية.
- ✓ مدى إنسجامه مع قيم الجماعة.
- ✓ درجة تعقده.
- ✓ وضوحه.<sup>٢٩</sup>

ولقد أسهمت هذه المقاربة - حسب العديد من الباحثين-، وإلى حد كبير في وصف سيرورة إنتشار المبتكرات التكنولوجية ضمن سياق النسيج الإجتماعي، ومن ثم أعطيت الأهمية لتحديد العوامل المحددة لقرار التبني، ودور الاتصال الشخصي المؤثر في قرار تبني المبتكر، حيث أن هذه العناصر أو المميزات تعتبر بمثابة حجر الزاوية في مقاربة الانتشار لـ Rogers. غير أن، مقاربة الانتشار قد تعرضت لانتقادات شديدة، خصوصاً من جانب مكانة التقنية، وقد أشار D. Boullier، بأن Rogers ساهم في ترويج تصور خاطئ لمفهوم الانتشار، مفاده أن انتشار اختراع ما لا يتم إلا بعد أن يكون هذا الاختراع جاهزاً للتبني، حيث يبرز الطابع السلبي للمستخدم الذي يقبل بالاختراع أو يرفضه.<sup>٣٠</sup>

#### - مقاربة التملك *approche de l'appropriation*

تهتم هذه المقاربة، بالدور الذي يلعبه المستخدم في علاقته بالأداة التقنية، وذلك على إعتبار أن المستخدم يملك القدرة على تملك الأدوات التقنية، إنطلاقاً من كفاءاته ومهاراته وممارساته الخاصة والتي يُضيفها على أداة الاتصال، أي أن هذه المقاربة تهتم بتحليل استخدام الأدوات التقنية في المجتمع من زاوية المستخدمين.

وتتعلق هذه المقاربة، من أطروحة ماذا يفعل الأفراد بهذه التقنيات؟، وهنا ليس من زاوية قياس تأثير التقنية في حياة الأفراد، إنما من ناحية تحليل ما يتمثله الأفراد إزاء العلاقة التي ينسجونها مع مختلف الأدوات التقنية وذلك بالأخذ في الاعتبار سياق بيئة الاستخدام، والشروط الواقعية التي تعبر عن إتجاهات وممارسات المستخدمين أنفسهم.

من هذا المنظور، فإن الأفراد وفق هذه المقاربة يبنون منطقاً خاصاً بهم في عملية الاستخدام يختلف تماماً عن منطق التقنية، على اعتبار أن إشكالية سوسيولوجية الاستخدامات تتمحور حول وساطتين مزدوجتين: الوساطة التقنية *médiation technique*، والوساطة الاجتماعية *la médiation sociale*.<sup>٣١</sup>

ومن هذه الزاوية، يرى (Vedel 1994) أن استخدام الأدوات التقنية يتم عبر تقاطع منطق الأرع عناصر الآتية:<sup>٣٢</sup>

- ✓ منطق التقنية *logique technique*

✓ المنطق الاجتماعي logique sociale

✓ منطق العرض logique d'offre

✓ منطق الاستخدام logique d'usage<sup>33</sup>

أما من الناحية المنهجية، فإن هذه المقاربة تعتمد على المناهج الأمبريقية في تحليل ظواهر الاستخدام وتستعير أيضاً في تحليلها من المقاربة الإثنوغرافية، التي تعتمد أساساً على الملاحظة بالمشاركة، والمقابلات الإثنوغرافية المعمقة.<sup>34</sup>

وإن من أهم المسائل التي تناولتها هذه المقاربة، هي تحليل كيفية تشكل استخدامات متباينة وفق الجماعات الاجتماعية، خصوصاً عبر فحص دلالات الاستخدام وظواهر بناء الهوية، وأيضاً إضفاء الطابع الاجتماعي على التقنية. وقد بينت الدراسات المختلفة الدور الكبير الذي تلعبه التمثلات في تكوين أو تشكيل الممارسات.<sup>35</sup>

## ٢- مقارنة التمثلات الاجتماعية approche de représentation social

تجدر الإشارة، إلى أن مقارنة التمثلات الاجتماعية، تشكل عنصر تقاطع بين العديد من الفروع العلمية والاجتماعية، لذلك سوف نركز في هذا المقام -وباختصار-، على مقارنة التمثلات من منظور سوسيولوجية الاستخدامات دون التعرض إلى محتوى المقاربة بشكل عام، خصوصاً وأنه سبق وأن أشرنا إلى ذلك في الجزء الأول المتعلق بشرح محتوى المفاهيم.

لقد، أثبتت أبحاث سوسيولوجية الاستخدامات على دور التمثلات الاجتماعية في البناء الاجتماعي للأدوات التقنية، وأهمية التمثلات في تشكل الممارسات الاجتماعية نحو التكنولوجيات، حيث تتجسد هذه التمثلات في الصور التي يبنها الأفراد في أذهانهم حول ما يحيط بهم من أشياء في عالم حياتهم اليومية، أي أن التمثلات الاجتماعية هي الدافع الرئيس لاستخدام/أو عدم استخدام الأدوات التقنية ويتوقف ذلك على طبيعة البيئة السوسيو-ثقافية التي تتعدى منها هذه التمثلات (سياق الاستخدام) ومدى إنسجام هذه الأخيرة مع منطق الأدوات التقنية.

ومن هذه الزاوية، عبر بوخنوفه على تأثير التمثلات في حياتنا بقوله:<sup>36</sup>

" إن للتمثلات إذن تأثير على أفعالنا، ويمكن أن يكون تأثيرها حاسماً في تموضع كل فرد إزاء تكنولوجيات الاعلام والاتصال، والتأثير في قراره باستخدام أو عدم استخدام هذه التكنولوجيات من جانب آخر فإن تجارب الفرد بمعنى استخدامه لتقنيات مشابهة، يمكن أن تؤثر في إدراكه لهذه التكنولوجيات. إن التجارب السابقة السلبية أو إنعدام تجارب في مجال تكنولوجيات الاعلام والاتصال يمكن أن تدفع الفرد إلى رفض هذه التكنولوجيات، كما أن الاتجاهات السلبية يمكنها أن تحدد عدم الاستخدام."

وفي الواقع، يبدو أن مقارنة التمثلات الاجتماعية ساهمت وبشكل كبير في تطور بحوث سوسيولوجية الاستخدامات، حيث تراهن العديد من الأبحاث اليوم على دراسة موضوع استخدام

تكنولوجيات الاعلام والاتصال من زاوية التمثلات الاجتماعية، وتوظيف دورها التحليلي في فهم دلالات الاستخدام، التي بلورتها العلاقة التفاعلية بين المستخدم والأداة التقنية. وعلى أية حال، فإن التطورات التكنولوجية المتسارعة التي تشهدها تكنولوجيات الاعلام والاتصال والتغيرات التي تحدثها في المجتمع، لازالت تستدعي مزيداً من النقاش حول مختلف التحديات والرهانات التي تطرحها هذه التكنولوجيات بخصوص المناهج والمقاربات الكفيلة بفهم الظواهر الاتصالية المعاصرة، لذلك فإن ما سبق وتناولناه من مفاهيم ومقاربات بخصوص دراسة وتحليل إشكاليات الاستخدام، لا يعتبر بديلاً عن مقاربات الاتصال الأخرى، يُسلم بها، أو عدم إخضاعها محل شك علمي، أو أنها دعوة منا إلى تبني هذه المقاربات بل تعرضنا لها في هذا المقام، باعتبارها مساهمات علمية راهنة، تبلورت في إطار الجدل الدائر على مدار الخمسة عقود الماضية حول مختلف الاشكاليات التي أفروتها تكنولوجيات الاعلام والاتصال، حيث قدمت هذه المقاربات بمبرراتها العلمية تبصيرات للباحثين في إعادة تقديم قراءة واعية لمختلف الظواهر الاتصالية المعاصرة.

### مراجع وهوامش:

- 1- Michèle Jouet Le Pors, *La théorie des représentations sociales*, CEFIEC, cadredesante, 2006, p : 01.
- 2- Véronique C et Danièle M, *Représentation sociales des langues et enseignement*, DGIV, Conseil de l'Europe, Strasbourg 2002, p : 08.
- 3- Loc\_cit.
- ٤- عبد الوهاب بوخنوفة، المدرسة، التلميذ، المعلم، وتكنولوجيات الاعلام والاتصال، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر ٣، ٢٠٠٧، ص: ٤٣.
- 5- Michel Boutanquoi, *Pratiques, représentations sociales, évaluation :logiques individuelles et collectives autour de la relation d'aide*, UFR des Sciences du Langage, de l'Homme et de la Société, Volume 2, 2009, p : 30.
- 6- Jean-Claude ABRIC, *pratiques sociales et représentations*, PUF, 2eme édition, 1997, France, p : 19.
- ٧- عبد الوهاب بوخنوفة، مرجع سابق، ص: ٤٢.
- 8- Véronique C et Danièle M, *Op-Cit*, p : 08.
- 9- Jean-Claude ABRIC, *Op\_cit*, p : 20.
- 10- Véronique C et Danièle M, *Op-Cit*, p : 08
- ١١- عبد الوهاب بوخنوفة، مرجع سابق، ص: ٤٩.
- 12- Florence Millerand, *Usages des NTIC- les approches de la diffusion, de l'innovation et de l'appropriation (1ère partie)*, Composite, Université de Montréal, 1998, p : 03.
- 13- Josiane JOUËT, - *Retour critique sur la sociologie des usages.* - In : *Réseaux n°100*, Hermès Science Publications, Paris, 2000, p : 493.
- 14- LACROIX, Jean-Guy, « *Entrez dans l'univers merveilleux de Vidéoway* », dans *De la télématique aux autoroutes électroniques. Le grand projet reconduit*, Presses Universitaires de Grenoble, 1994, p : 137.
- 15- Florence Millerand, *Op-Cit*, p : 03.
- ١٦- عبد الوهاب بوخنوفة، مرجع سابق، ص: ٥٠.

١٧- سعيد لوصيف، عن مفهوم اللاستحواذ (اللاتمك)، وبعض محادثته النفسية والاجتماعية - مراجعة نقدية في تناول المجتمع الجزائري للابداعات التقنية، محاضرة أقيمت بالملتقى الدولي حول الاعلام الجزائري من ثورة التحرير الى ثورة المعلومات، المنعقد بقسم الاعلام والاتصال بجامعة وهران المنعقد يومي ١٥ و١٦ جانفي ٢٠١٣، ص: ٠٤.

18- Synda BEN AFFANA, *COMMUNICATION ET INTERNET, Une étude de cas de l'appropriation sociale d'une technologie, Thèse de Doctorat, Université Laval, Québec, 2008, p :39.*

١٩- سعيد لوصيف، مرجع سابق، ص: ٠٣.

٢٠- نفس المرجع، ص: ٠٥.

٢١- نفس المكان، ص: ٠٥.

22- Synda BEN AFFANA, *Op\_cit, p :36.*

23- Patrice, FLICHY. « L'action dans un cadre sociotechnique. Comment articuler technique et usage dans une même analyse?, Presses de l'Université du Québec, 1995.p :26.

24- *Loc\_cit.*

25- Josiane JOUËT, *Op\_cit, p : 502.*

26- Serge Proulx *Penser les usages des technologies de l'information et de la communication aujourd'hui : enjeux – modèles – tendances, Enjeux et usages des TIC : aspects sociaux et culturels, t. 1, Presses universitaires de Bordeaux, Bordeaux,2005, p : 11.*

*Josiane JOUËT, Op-Cit, p :493.*

٢٧- عبد الوهاب بوخنوفة، مرجع سابق، ص: ٦٥.

28- Florence Millerand, *Op\_cit, p : 10.*

29- *Ibid, p :10.*

30- *Loc-cit.*

٣١- عبد الوهاب بوخنوفة، مرجع سابق، ص: ٦٧.

32- Synda BEN AFFANA, *Op\_cit, p :3٣.*

33- Vedel T. (1994) « Sociologie des innovations technologiques des usagers : introduction à une sociopolitique des usages » in André Vitalis, éd., *Médias et nouvelles technologies. Pour une sociopolitique des usages, Rennes: Apogée, p :28.*

34- Florence Millerand, *Usages des NTIC :les approches de la diffusion,de l'innovation et de l'appropriation(2e partie), COMMposite, Université de Montréal,1999, p : 03.*

٣٥- عبد الوهاب بوخنوفة، مرجع سابق، ص: ٦٧.

٣٦- نفس المرجع، ص: ٧٨.





# **Sociology uses frames its approach in Information and Communication Sciences**

## **Read the representations and use and ownership**

**Ismail Bin Debeli**

Researcher at the Faculty of Media Sciences  
University of Algiers 3  
[ismailb57@gmail.com](mailto:ismailb57@gmail.com)

### **Abstract**

The purpose of this contribution is to present a theoretical reading concerning the concepts of representation, usage, and appropriation, also the theoretical and intellectual approaches which were in these origins. Our main aim is also to put the interested reader by the social uses of information and communication technologies on the context of the theoretical heritage of the usage issue. It is our objectives to try providing an understanding of the content of these concepts and approaches, to put a road map in the hands of researchers who may contribute to further debate and in order to meet challenges imposed by information and communication technologies at the present time.

## Copyright © EPRA 2014

---

All rights reserved.

None of the materials provided on this Journal or the web site may be used, reproduced or transmitted, in whole or in part, in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or the use of any information storage and retrieval system, except as provided for in the Terms and Conditions of Use of Egyptian public Relations Association, without permission in writing from the publisher.

And all applicable terms and conditions and international laws with regard to the violation of the copyrights of the electronic or printed copy.

ISSN for the printed copy

(ISSN 2314-8721)

ISSN of the electronic version

(ISSN 2314-8723X)

To request such permission or for further enquires, please contact:

### **EPRA Publications**

Egyptian Public Relations Association, Gizza, Egypt  
Dokki, Ben Elsarayat -2 Ahmed Elzayat St.

[chairman@epra.org.eg](mailto:chairman@epra.org.eg) Email: - [jpr@epra.org.eg](mailto:jpr@epra.org.eg)

Web: [www.epra.org.eg](http://www.epra.org.eg)

Phone: (+2) 0114 -15 -14 -157 - (+2) 0114 -15 -14 -151 - (+2) 02-376-20 -818

- The publication fees of the manuscript for the Egyptians are: 850 L.E. and for the Expatriate Egyptians and the Foreigners are: 450 \$.
- If the referring committee refused and approved the disqualification of publishing the manuscript, an amount of 250 L.E. will be reimbursed for the Egyptian authors and 130 \$ for the Expatriate Egyptians and the Foreigners.
- The manuscript does not exceed 35 pages of A4 size. 20 L.E. will be paid for an extra page for the Egyptians and 5 \$ for Expatriate Egyptians and the Foreigners authors.
- A special 10 % discount of the publication fees will be offered to the Egyptians and the Foreign members of the Fellowship of the Egyptian Public Relations Association for any number of times during the year.
- Three copies of the journal and three Extracted pieces from the author's manuscript after the publication.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Master's Degree) are: 250 L.E. for the Egyptians and 150 \$ for the Foreigners.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Doctorate Degree) are: 350 L.E. for the Egyptians and 180 \$ for the Foreigners. As the abstract do not exceed 8 pages and a 10 % discount is offered to the members of the Egyptian Society of Public Relations. Three copies of the journal will be sent to the author's address.
- Publishing a book offer costs LE 700 for the Egyptians and 300 \$US for foreigners.
- Three copies of the journal are sent to the author of the book after the publication to his/her address. And a 10% discount is offered to the members of the Egyptian Society of Public Relations.
- For publishing offers of workshops organization and seminars, inside Egypt LE 600 and outside Egypt U.S. \$ 350 without a limit to the number of pages.
- The fees of the presentation of the International Conferences inside Egypt: 850 L.E. and outside Egypt: 450 \$ without a limitation of the number of pages.
- All the research results and opinions express the opinions of the authors of the presented research papers not the opinions of the Egyptian Association for Public Relations.
- Submissions will be sent to the chairman of the Journal.

### **Address:**

Egyptian Public Relations Association,  
 Arab Republic of Egypt, Gizza, El-Dokki, Bein El-Saray, 2 Ahmed El-zayat Street.  
 And also to the Association email: [jpr@epra.org.eg](mailto:jpr@epra.org.eg), after paying the publishing fees and sending a copy of the receipt.

# Journal of public relations research Middle East

**I**t is a scientific journal that publishes specialized research papers in Public Relations, Mass Media and Communication ,after peer refereeing these papers by a number of specialized Professors.

The journal is affiliated to the Egyptian Public Relations Association, the first Egyptian specialized scientific association in public relations.

- The journal is accredited, Classified internationally for its printed and electronic version from the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo And classified by the Committee of Scientific Promotion Specialization media - Supreme Council of Universities.
- This journal is published quarterly.
- The journal accepts publishing books, conferences, workshops and scientific Arab and international events.
- The journal publishes advertisements on scientific search engines, Arabic and foreign publishing houses according to the special conditions adhered to by the advertiser.
- It also publishes special research papers of the scientific promotion and for researchers who are about to defend master and Doctoral theses.
- The publication of academic theses that have been discussed, scientific books specialized in public relations and media and teaching staff members specialized scientific essays.

## **Publishing rules:**

- It should be an original Manuscripts that has never been published.
- Arabic, English, French Manuscripts are accepted however a one page abstract in English should be submitted if the Manuscripts is written in Arabic.
- The submitted Manuscripts should be in the fields of public relations and integrated marketing communications.
- The submitted scientific Manuscripts are subject to refereeing unless they have been evaluated by scientific committees and boards at recognized authorities or they were part of an accepted academic thesis.
- The correct scientific bases of writing scientific research should be considered. It should be typed, in Simplified Arabic, 14 points font for the main text. The main and sub titles, in Bold letters. English Manuscripts should be written in Times New Roman.
- References are mentioned at the end of the Manuscripts in a sequential manner.
- References are monitored at the end of research, according to the methodology of scientific sequential manner and in accordance with the reference signal to the board in a way that APA Search of America.
- The author should present a printed copy and an electronic copy of his manuscript on a CD written in Word format with his/her CV.
- In case of accepting the publication of the manuscript in the journal, the author will be informed officially by a letter. But in case of refusing, the author will be informed officially by a letter and part of the research publication fees will be sent back to him soon.
- If the manuscript required simple modifications, the author should resent the manuscript with the new modifications during one week after the receipt the modification notes, and if the author is late, the manuscript will be delayed to the upcoming issue, but if there are thorough modifications in the manuscript, the author should send them after 15 days.



Journal of Public Relations Research Middle East  
(JPRR.ME)

Scientific Refereed Journal

**Fourth issue - July / September 2014**

### Founder & Chairman

**Dr. Hatem Saad**

Chair of EPRA

### Editor in Chief

**Prof. Dr. Aly Agwa**

Professor of Public Relations & former Dean of Faculty of Mass Communication - Cairo University  
Chairman of the Scientific Committee of EPRA

### Editorial Manager

**Prof. Dr. Samy Taya**

Professor of Public Relations  
Faculty of Mass Communication - Cairo University

### Editorial Assistants

**Prof. Dr. Rizk Abd Elmoaty**

Professor of Public Relations  
Misr International University

**Dr. Sadek Rabeh (Algeria)**

Associate Professor of mass communication - Emirati  
Canadian faculty - United Arab Emirates - the former dean  
of Faculty of information and Public Relations - Ajman  
University

**El-Sayed Abdel-Rahman Ali**

Senior editor - Academy of The Arabic Language  
Ph.D. candidate - Faculty of mass communication - Cairo University

### Address

**Egyptian Public Relations Association**

Arab Republic of Egypt  
Giza - Dokki

Ben Elsarayat - 2 Ahmed Zayat Street

Mobile: +201141514157

Tel : +2237620818

www.epra.org.eg

jpr@epra.org.eg

## Scientific Board \*\*

JPRR.ME

**Prof. Dr. Aly Agwa** (Egypt)

Professor of Public Relations and former Dean of the Faculty of Mass Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Thomas A. Bauer**

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

**Prof. Dr. Mona Al-Hadedy** (Egypt)

Professor of radio and television – Faculty of Mass Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Yas Elbaiaty** (Iraq)

Professor of Journalism at the University of Baghdad, Vice Dean of the Faculty of Media and Information and Humanities, Ajman University of Science

**Prof. Dr. Enshirah el SHAL** (Egypt)

Professor of Media at the Faculty of Mass Communication, Cairo University (State Doctorate in Arts and Humanities from France)

**Prof. Dr. Hassan Mekawy** (Egypt)

Professor of radio and television – Faculty of Mass Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Nesma Younes** (Egypt)

Professor of Radio & Television at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Adly Reda** (Egypt)

Professor of Radio & Television at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Mohamed Moawad** (Egypt)

Media professor at Ain Shams University and dean of the Institute of High Aljazeera Media Sheroq Academy

**Prof. Dr. Samy Abd Elaziz** (Egypt)

Professor of public relations and marketing communications for the former Dean of the Faculty of Information, Cairo University

**Prof. Dr. Abd Elrahman El Aned** (KSA)

Professor of Media and Public Relations Department of the Faculty of Media Arts - King Saud University

**Prof. Dr. Mahmoud Yousef** (Egypt)

Professor of Public Relations - Faculty of Mass Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Samy Taya** (Egypt)

Professor and Head of Public Relations Faculty of Mass Communication - Cairo University

**Prof. Dr. Basyouni Hamada** (Egypt)

Professor of media and public opinion, political - Faculty of Mass Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Sherif Darwesh Allaban** (Egypt)

Professor of printing press at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Hassan Aly** (Egypt)

Professor of Radio & Television and Head of Mass Communication Department – Faculty of Arts - Mina University

**Prof. Dr. Mahmoud Hassan Ismael** (Egypt)

Media professor & Head of Department of Culture Media and Children at Ain Shams University

**Prof. Dr. Hamdy Abo Alenen** (Egypt)

Media professor and dean of the Faculty of Al-Asun and Mass Communication, Vice President of the International University of Egypt

**Prof. Dr. Othman Al Arabi** (KSA)

Professor of Public Relations and the former head of the media department at the Faculty of Arts – King Saud University

**Prof. Dr. Abden Alsharif** (Libya)

Media professor and dean of the College of Arts and Humanities at the University of Zaytuna – Libya

**Prof. Dr. Waled Fathalha Barakat** (Egypt)

Professor of Radio & Television at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Tahseen Mansour** (Jordan)

Professor of Public Relations at the Faculty of Mass Communication, Yarmouk University

**Prof. Dr. Mohamed Elbokhary** (Syria)

Professor, Department of Public Relations and Publicity, School of Journalism, University of MF Uzbek national Ulugbek Beck

**Prof. Dr. Ali Kessaissia**, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

**Prof. Dr. Redouane BoudJema**, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.



# Journal



# of P R research

## Middle East

Journal of Public Relations Research Middle East

Scientific Refereed Journal - Published by Egyptian Public Relations Association – Fourth Issue – July / September 2014

### Researches in French:

- *Professeur Said LOUCIF - Université d'Alger3*  
La Confiance Comme Instrument d'analyse et de Compréhension des Relations Publiques 7

### Researches in English:

- *Dr. Osman B. Gazzaz - Umm al-Qura University*  
Pilgrim Problems and their Communication Patterns in the Hajj 1434 (H): A Study of the Communicative Ecology of the Pilgrim Community from Egypt 24

### Abstracts Researches in Arabic:

- *Dr. Mohamed Zen Abd Elrahman - Minia University*  
Social Networks and their Role in the Activation of the Political Movement: A Field Study on A Sample of Public Upper Egypt 62
- *Dr. Shaban Hasan Hamada - Ajman University*  
Effective Electronic Public Relations at Fujairah Charity Foundation in United Arab Emirates 64
- *Dr. Magda Abd El- Monem Makhlouf - Higher Institute for Media and Communication Arts*  
The Role of the Public Relations Department of Internal Crises Management in Egyptian Ministries: A field study 66
- *El-Sayed Abdel-Rahman Ali - Academy of the Arabic Language in Cairo*  
The Relationship between Media Ownership and their Manipulation of Democratic Transformation Issues 68
- *Ismail Bin Debeli - University of Algiers 3*  
Sociology uses frames its Approach in Information and Communication Sciences Read the Representations and Use and Ownership 69

(ISSN 2314-8721)

Egyptian National Scientific & Technical  
Information Network  
(ENSTINET)

Copyright ©2014 EPRA  
[www.epra.org.eg](http://www.epra.org.eg)