

|                                 |                               |
|---------------------------------|-------------------------------|
| مجلة: سوسيولوجيا- الجزائر       | ردمدا: issn: 2602-5647        |
| تاريخ استلام المقال: 2020/05/08 | تاريخ قبول المقال: 2020/06/12 |

سوسيولوجيا الاستخدامات: نحو مقاربات سوسيو-تقنية لتفسير انتشار واستخدام وتملك  
تكنولوجيات الاعلام والاتصال

**Sociology of uses: towards socio-technical approaches to  
interpretation the diffusion, use, and appropriation of ICT**

المؤلف: عبدالقادر ضيف

جامعة الجزائر 3

البريد الإلكتروني: dif.abdelkader@univ-alger3.dz

#### الملخص

بداية، يجب أن نعترف بتعقيد تكنولوجيا الاعلام والاتصال وما تثيره من إشكالات استومولوجية ومنهجية، ويظهر هذا التعقيد في أن استخداماتها متنوعة تماما ومختلفة من مستخدم لآخر، بسبب عوامل تلعب دورها في هذا الاستخدام، مثل تمثلات الأفراد للتكنولوجيا السياق الاجتماعي والاقتصادي، وعامل الجنس... إلخ. في هذا السياق تحاول هذه الورقة البحثية ان تتطرق إلى تيار الاستخدامات من خلال إبراز أهم مقارباته النظرية التي تحاول أن تفسر العلاقة بين تكنولوجيات الاعلام والاتصال بصفة عامة والوسائط الجديدة بصفة خاصة بالمجتمع، وبين المستخدم/المستهلك والأداة التقنية، من حيث انتشارها واستخداماتها وكيفية تملكها.

**الكلمات المفتاحية:** سوسيولوجيا الاستخدامات، الانتشار، التملك، التمثل، تكنولوجيات الاعلام والاتصال.

#### Abstract:

Initially, we must confess the complexity of information and communication technology and what it raises from epistemological and methodological problems, and this complexity appears in that its uses are quite diverse and different from one user to another, due to factors that play their role in this use, such as individuals' representations of technology, the social and economic context, and the sex factor ... etc. In this context, this research paper attempts to address the current uses by highlighting its most important approaches that attempt to explain the relationship between media and communication technology and society, and between the user/consumer and the technical tool, in terms of its spread, uses and how to own it.

**Keywords :** Sociology of uses, diffusion, appropriation, representation, ICT.

## \*مقدمة:

انتبه علماء السوسولوجيا إلى تكنولوجيايات الاعلام والاتصال وتفاعلاتها، كحقل يُثير الكثير من التساؤلات، فقاموا بتجديد وإثراء التحليل الاجتماعي للتفاعلات بين الأفراد وطرق التواصل بينهم في هذه البيئة الجديدة لفهم ووصف سماكة الممارسات الاجتماعية والتفاعلات الدقيقة التي تحدث فيها وبواسطتها. إن التطور المتصاعد للخط التكنولوجي والتقني للابتكارات في شتى الميادين، خاصة تكنولوجيايات الاتصال، أثار إشكالات إستراتيجية حاولت عدة مقاربات علمية في ميدان علوم الاعلام والاتصال وغيرها، تفسير عناصرها الاتصالية وعلاقتها ببعضها البعض. فكانت البداية مع براديجم التأثير القوي والمحدود، حيث يكون لوسائل الإعلام تأثير على الجمهور سواء على المدى القصير أو البعيد. ثم جاءت دراسات التلقي في بداية الثمانينات لتهمم بالكيفية التي يؤول بها المتلقي الرسائل الإعلامية، أي التركيز على عملية التلقي في حد ذاتها باعتبارها ممارسة لها أسسها اجتماعيًا وثقافيًا، وباعتبارها عملية بناء اجتماعي للمعاني التي يضيفها المتلقي على الرسائل الإعلامية. (قسايسية، 2007، ص 122)، ووصولاً إلى مقاربات الاستخدام، هذه الأخيرة جاءت لتفسر العلاقة بين ما هو تقني وما هو اجتماعي في ظل مجتمعات أصبحت التكنولوجيا والوسائط الجديدة السمة البارزة لها.

إن الإضافة النظرية الأولى والهامة لسوسولوجيا الاستخدام الاجتماعي تتمثل في فكرة ان الاستخدام الاجتماعي يتميز بأنه نشط وذكي ولا يتماهى مع الغايات الأولى التي وضعها مبتكرو هذه التكنولوجيايات (الحمامي، 2005، ص 16). إذ تقوم بحوث السوسولوجية على رؤية تفاعلية بين المستخدم والتقانة تتداخل فيها خصوصيات التقنية والخصوصيات الاجتماعية والثقافية لعملية الاستخدام (الحمامي، 2005، ص 17).

فالأدوات الاتصالية TIC هي حاملة للخيال والتمثّلات والقيم التي تعطي البعد الرمزي (Jouet, 2000,

p501). هذه المواضيع البحثية المستجدة تتمحور حول تمثّل هذه الوسائل، استملاكها واستخدامها.

وعليه يمكن طرح الإشكالية التالية: ما هو الاستخدام وكيف يتشكّل؟ وماهي أهم المقاربات النظرية التي تفسر العلاقة بين المستخدم/المستهلك وتكنولوجيات الاعلام والاتصال؟

## 1- نشأة دراسات سوسيولوجيا الاستخدامات:

قام الباحثون والدارسون في حقل الاتصال بتحقيق منعرج معرفي في دراسات التأثير لوسائل الإعلام. فالتحقيقات الأميركية تخلت عن التوجه الذي يركّز على وسائل الاعلام بدل الجمهور (Breton & Proulx, 2002, p34) وأدى هذا إلى ظهور بُعد آخر لبحوث الإعلام، تمثل في مقترب الاستخدامات والإشباع، والذي عرف تطوراً كبيراً نتيجة تراكم البحوث الميدانية والدراسات الأميركية منذ أربعينيات القرن الماضي. هذا التوجه الوظيفي اهتم باستقلالية المستهلكين وعقلانية سلوكياتهم.

ساهم تيار الاستخدامات والإشباع Usages et gratifications في الولايات المتحدة الأمريكية، والذي طُور على يد كاتز وآخرون في سبعينيات القرن الماضي، في الانتقال من براديعم الآثار المباشرة " ماذا تفعل وسائل الاعلام بالجمهور؟" إلى التأثير المحدود " ماذا يفعل الأفراد بوسائل الاعلام؟" (Jouet, 2000, p493). فالفرد يتحاور مع الوسائط على ضوء حاجات يتم اعتبارها سابقة الوجود... حيث يتم مقابلتها مع الوسائط الجديدة بتلبيتها (مبيح، 2011، ص28). ولقد لخص إليهو كاتز Eliho Katz هذا المقترب في أن المتلقي عنصر فعّال وهذا يعني أنه جزء هام من استخدام وسائل الإعلام والاتصال إذ يفترض بأنه المستهدف. وهكذا فإن استخدام المتلقي لوسائل الإعلام والاتصال يمكن تفسيره كاستجابة منه للحاجة التي يستشعرها، ويتوقع المتلقي أن ينال من خلال سلوكه في استعمال وسائل الإعلام والاتصال بعضاً من أشكال إرضاء الحاجة لديه مثل الحاجة إلى الاسترخاء وإلى قضاء وقت الفراغ وإلى الترفيه (العبدالله، 2010، ص281). مع هذا التيار تطور مفهوم الجمهور النشط، ولكن الدراسات الثقافية ودراسات

التلقي، هي التي ستحدد العمق الاجتماعي للاستخدام، لأن التلقي يأتي كنشاط مُعقّد مُثقل بتراكمات ثقافية التي تؤدي إلى بناء شخصي للمعنى (Jouet, 2000, p494).

وفي ظلّ عقلنة الإنتاج المتزايد المعتمد على المعرفة، برزت ضرورة وجدوى معرفة الجانب الآخر من العملية وهو الاستهلاك والمستهلك، إذ يرى كل من أرمان وميشال ماتلار أن المستهلك أصبح موضوعاً للبحث من خلال أن الفعل-المعرفة الذي يتناول الفرد يبحث عن تفكيك حركاته بوصفه مستهلكاً أكثر من بحثه عن حاجياته ورغباته. وفي نفس الصدد يرى نفس الباحثان أنه إذا كانت الاستخدامات والإشباعات تركز على الجوانب النفسية لمستخدم وسائل الإعلام والاتصال لإشباع حاجاته ورغباته، فإن تيار سوسيولوجيا الاستخدامات في الحقل الفرنكفوني يركز على الطابع الاجتماعي الذي يُميّز استخدام أدوات الاتصال، ولقد اهتم الباحثون بدور الوسيط والتفاعل في البناء الاجتماعي للموضوع التقني (ماتلار و ماتلار، 2005، ص170)، هذا من جهة، ومن جهة أخرى لا تكفي المقاربات التقليدية مثل الاستخدامات والإشباعات بافتراضاتها، لفهم طبيعة الاستخدام الاجتماعي لتكنولوجيا الاعلام والاتصال، بل ظهرت مقاربات جديدة تحاول سبر أغوار فعل الاستخدام هذا، بدءاً من عملية تصوره الذهنية وهو ما يطلق عليه التمثلات، إلى التملك أي طبيعة ودرجة إدماج هذه التكنولوجيا ضمن أنشطة الحياة المختلفة (عبدلي، 2014، ص59). هنا تأتي الأفكار التي طرحها ميشال دوسارتو خاصة في كتابه "ابتكار الحياة اليومية/ فنون الأداء العملي" لتؤسس لإشكاليات سوسيولوجية تتمحور حول الابتكارات اليومية من خلال الاستخدامات الثقافية للناس البسطاء فهو ليسوا مستخدمين سلبيين، بل مبتكرون من خلال جملة من الحيل والتكتيكات في تعاملهم مع المنتجات المفروضة عليهم فهم يقومون بالتححرر من هذه القيود المفروضة عليهم. فالمستهلك عندما يستخدم هذه المنتجات فهو يبتكر الحياة اليومية الخاصة به. (Jouet, 2000, p496)

يعود تطور سوسيولوجيا الاستخدامات إلى الدراسات التي عُنيت بأدوات تكنولوجيايات الاعلام والاتصال، ولقد مكّنت الاستقلالية العلمية من تحليل النتائج ونشرها، والتي جاءت عكس توقعات التقنيين وبالتالي رفض وجهة نظر التقنية لصالح الدور النشط للمستخدم في تشكيل استخدامات التكنولوجيا. فقد اهتم علماء اجتماع الأسرة، وأنماط الحياة، والعمل، وعلماء السياسة بتنوع وتباين الابتكار الاجتماعي الذي يسبق وصول الحوسبة والتليماتيك، فإن الدراسات الأولى للاستخدامات تمت من قبل باحثين في المجالات المذكورة آنفاً والتي تبحث عن كيفية تناسب تكنولوجيايات الإعلام والاتصال مع ديناميكيات الممارسات الذاتية (Jouet, 2000, p493).

إن سوسيولوجيا الاستخدامات تأتي كحقل معرفي تتجاسر فيه العديد من التخصصات العلمية. في هذا الشأن يجمع الباحثون في هذا الاتجاه على أن تكنولوجيايات الاعلام والاتصال حقل بحثي مخصوص يتسم بتوظيفه لكل المكتسبات المعرفية للعلوم، ليمثل مزيجاً من عدّة استراتيجيات بحثية، ذلك أن الوسائط الجديدة متعددة الأبعاد تقتضي اختصاصات متنوعة من علوم الكمبيوتر مروراً بعلم الاجتماع والاقتصاد والأنثروبولوجيا (الحمامي، 2012، ص 27)، إذ يأتي مفهوم Domestication أي إدماج التكنولوجيا في الفضاء المنزلي للأسرة من الأنثروبولوجيا ودراسات ظاهرة الاستهلاك والدراسات الإعلامية التي تأخذ في الاعتبار السياقات التي تستخدم فيها تكنولوجيايات الاعلام والاتصال. ويأتي هذا المفهوم الذي ظهر في تسعينيات القرن الماضي لمحاولة تفسير تملك واستخدام التكنولوجيايات المنزلية من قبل مستخدميها وفهم كيف يمكن للتقنيات والابتكارات أن تُكوّن جمهوراً لها، أي رصد الاستخدامات وفهم ما تمثله التكنولوجيا للفاعلين في حياتهم (Lewkowicz, 2017). وهذا ما أكد عليه Pierre Chambat: أن سوسيولوجيا الاستخدام هي ليست تخصص فرعي من علم الاجتماع، بمعنى يندرج تحت تخصص علم الاجتماع، بل هو حقل معرفي علمي ناتج عن التقاء أو تقاطع ثلاثة تخصصات هي: علم اجتماع التقنية، علم اجتماع الاتصال وعلم اجتماع أنماط الحياة. هذه التخصصات في تقاطعها تشكل سوسيولوجيا الاستخدامات (Biochini & Lohento, 2002, p2).

وتضيف جوي أنه تم الاستعانة تخصصات أخرى لدراسة صيرورات الاستخدام من قبيل الإثنوميتودولوجيا، السوسولوجيا النفسية و سوسولوجيا اللسانيات (Jouet, 2000, p497)

ولقد قام باحثو سوسولوجيا الاستخدامات في فرنسا في الثمانينات من القرن الماضي إلى دراسة العلاقة التبادلية ما بين الابتكار التقني والابتكار الاجتماعي، والذي يُعدّ أحد المحاور الرئيسة لسوسولوجيا الاستخدامات، إذ أن دراسة التفاعل بين الفرد والتقنية يكتسي أهمية بالغة. ولقد كانت الدراسات الأولى للتليماتيك كوسيط تهدف إلى بناء مصفوفة Matrice تحليلية للروابط الفردية والاجتماعية جراء الاستخدام الاجتماعي للتليماتيك وتملكه (Jouet, 2011, p52). هذه الدراسات جاءت في سياق تحولات شهدتها المجتمع الفرنسي في نهاية ستينيات القرن الماضي، على مستوى الأسرة والعمل وعالم الترفيه، وبرز للنزعة الفردية والإرادة الحرة وبالتالي التحرر من الأشكال المختلفة للهيمنة الاجتماعية، المؤسسة الدينية، النقابات العمالية، المؤسسات التربوية، وفي مجال الصحة والأسرة. بالإضافة إلى تآكل الأيديولوجيا، كلها عوامل أدت إلى تغيير مصحوب بممارسات اجتماعية غير مسبقة (Jouet, 2000, p494). وهذا ما يُؤكّده بيار مبيج إلى أن الأعمال التي وُجّهت الأنظار نحو المستعملين-المستهلكين تسعى إلى توضيح تعقيد الاندماج الاجتماعي للتقنيات وعلاقتها الوثيقة مع مجموع الممارسات الاجتماعية والثقافية (مبيج، 2011، ص59).

### 1-1- مفهوم استخدام التكنولوجيا:

إنّ مفهوم الاستخدام الذي ظهر في اللغة الفرنسية في القرن السابع عشر يشير منذ ذلك الحين إلى يومنا هذا إلى نشاط اجتماعي تتم ملاحظته بسبب تواتره ويتمثل في استخدام شيء ما، و الاستفادة منه لغاية محدّدة أو تطبيقية لتلبية حاجة ما، و في دراسات الاستخدامات فإن موضوع الاستخدام يحيل إلى الممارسة، كما يحول أيضا إلى تصرفات أو عادات أو اتجاهات (بوخنوقة، 2012).

وعرّف قاموس Robert de sociologie (1999) الاستخدام " L'utilisation d'un objet naturel ou symbolique, à des fins particulieres" هو استخدام شيء م، مادي أو رمزي لأغراض خاصة. وبالتالي فالاستخدام الاجتماعي لأداة أو شيء ما، يميل إلى تسليط الضوء على المعاني الثقافية المعقدة التي تنشأ جراء هذا الاستخدام فيما هو يومي.

يُعدّ Jaques Perriault أول من تحدث عن هذا المفهوم، من خلال كتابه الذي أصدره بداية الثمانينيات والمعنون بـ منطق الاستخدام La logique d'usage، ومن ثم شكّل هذا المفهوم هاجساً بحثياً للعديد من الباحثين في تلك الفترة، وتم إقحامه في بحوث الاعلام والاتصال على مدار الثلاث عقود الماضية تحت ما يُطلق عليها دراسات الاستخدام، الذي اهتمت به العديد من التيارات البحثية، الفكرية والنظرية مثل تيار سوسيولوجيا الاستخدامات وبحوث الانتشار لتكنولوجيايات الاعلام والاتصال واستخداماتها الاجتماعية (قسايسية و بن دييلي، التمثلات، الاستخدام والتملك: قراءة في المفاهيم والمقاربات، 2015، ص134). إن مفهوم الاستخدام يشمل معانٍ متعددة، يمكن توزيع هذه المعاني على طول السلسلة المتواصلة من الاستعمال البسيط إلى التملك مروراً بالاستخدام والممارسة (Chambat, 1994, p249). ووفقاً لسياق التحليل والأطر النظرية المعتمدة فإن مفهوم الاستخدام يتراوح ما بين قطبين، قطب التبيني ( الشراء، الاستهلاك، الطلب الاجتماعي للعرض الصناعي) وقطب التملك (Breton وProulx، 2002، ص255). فمنذ الدراسات الأولى للاستخدامات التكنولوجية، فإن مفهوم الاستخدام لا يقتصر على الاستعمال البسيط للتكنولوجيا، بل يشير إلى سيرورة تأخذ في الاعتبار السياق الشخصي والاجتماعي يرى Chambat أنه لا يمكن اختزال الاستخدام فقط في مستخدم يواجه آلة (Chambat, 1994, p261). فالعلاقة بالتقنية ليست علاقة آلية محضة، بل هناك بعد إجتماعي.

بل إن مفهوم الاستخدام ينطوي على التفاعل، الحوار بين الانسان والآلة، المواجهة ، كلها تؤدي إلى مشاركة نشطة ومنتجة للمستخدم، هذا ما تؤكده جوي، أن التقنيات الجديدة تدشن لطرائق جديدة للاستهلاك والتي تدور حول الخصائص التقنية لهذه الآلات، و أن هذا الاستهلاك يعتمد على وساطة الآلة (Jouët, 1989, p18) . هذه الوساطة تسمح بتنفيذ مشاريع ذات استقلالية شخصية مُدعمة بنزعة فردانية.

كما أن تطور الاستخدامات الاجتماعية لا يكون بين عشية وضحاها وفقاً للاكروا وآخرين، لأن التكنولوجيا تأخذ وقتاً لاستقرارها وهذا ينعكس على تَكُون الاستخدامات. وعليه يمكن اعتبار استعمالات التكنولوجيا Utilisations مساهمات في عملية تكوين الاستخدامات، فالاستعمال سابق على الاستخدام .

في حين يذهب كل من بروتون وبرولكس إلى وجوب التفريق بين الاستخدام Usage والممارسة Pratique فمفهوم الممارسة أوسع من الاستخدام، ويشمل مختلف مجالات نشاط الأفراد (العمل، الترفيه، الاستهلاك) على سبيل المثال قد يكون الاستهلاك ممارسة، مثلاً يمكن للشخص أن يستخدم جهازاً فنياً معيناً لشراء منتج عن بعد، في هذه الحالة يتم تحقيق الاستخدام في إطار ممارسة الاستهلاك (Reyes Garcia, 2010، ص92). هذا ما يؤكده Chambat عندما يربط بين الاستخدام والاستهلاك، إذ يرى أن المستخدم ليس مجرد مستهلك سلبى للمنتجات والخدمات التي تعرض عليه بل هو فاعل Acteur (Chambat, 1994, p47). بمعنى أن الاستهلاك يأتي كجزء من الاستخدام.

إن إعادة تأهيل الدور النشط للجمهور في البحوث -بداية من الثمانينات- يدين بالتأكيد لدو سارتو في عمله ابتكار الحياة اليومية، رغم أنه لا يستخدم مصطلح مستخدم للشخص الذي يستخدم وسائل الاعلام، لكنه يستخدم مصطلح الاستخدامات الذي يُشير إلى طرق الأداء العملي، وهذا المستهلك/المستخدم الذي قبض عليه دو سارتو ليس سلبياً بل نشط ويصنع Fabrique معنى. صحيح أن السياق السوسيو- اقتصادي أعطى للمستخدم فرصاً كبيرة

لاستغلال تكنولوجيايات الاعلام والاتصال، لكن وفي الوقت نفسه أتاح للمصنعين من حصر هذه الممارسات للاستخدام بغرض دمجها في استراتيجيات التسويق وبهدف هيكلية مجموعات المستخدمين (Paquienséguy, 2010)، وبالتالي فإن المنطق الصناعي والاقتصادي يفرض نفسه على من يستخدم تكنولوجيايات الإعلام والاتصال. ويُبهننا كل من بروتون وبرولكس أن دراسة هذه العلاقة، بين ما هو تكنولوجي وما هو اجتماعي عادة ما يتم في إطار الحتمية التكنولوجية والحتمية الاجتماعية. ويقترح الباحثان تجنب هذه الحتمية المزدوجة عند النظر إلى العلاقة بين التكنولوجيا والمجتمع من خلال إطار معرفي جديد يمكن وصفه بأنه " ملاحظة أكثر دقة ممكنة للفعل الواقعي للتقنية داخل المجتمع من خلال وصف دقيق لاستخدامات الأدوات التقنية من طرف الأشخاص، وبالتالي التوقف عن الحديث عن العواقب المحتملة للتكنولوجيا والاطلاع بدقة على ما يفعله الناس فعلياً بهذه التكنولوجيا (Breton و Proulx، 2002، ص254).

مما تقدم، أن مفهوم الاستخدام تطور في مجتمع استهلاكي مشبع بالنزعة الفردية ضمن إطار أوسع يتمثل في الاستقلالية الاجتماعية L'Autonomie sociale خاصة في فرنسا، ضمن سياق اجتماعي، اقتصادي، ثقافي وحتى سياسي، والذي لعب دوراً في تشكيل هذا المفهوم بالإضافة إلى استراتيجيات تصنيع وابتكار تكنولوجيايات الاعلام والاتصال والتي يجب أن تُؤخذ بعين الاعتبار إذا أردنا الإحاطة بمفهوم الاستخدام.

## 1-2- بناء وتشكل الاستخدام:

وفقاً لجوي Jouët، بناء الاستخدام يتم تدريجياً وعبر مراحل تتمثل في: التبنى، الاكتشاف، التعلم، الاعتياد أو التعود لاندماج اجتماعي لتكنولوجيايات الاعلام والاتصال، إن تكون الاستخدام يحدث وفق مراحل مُلاحظة، من خلال تقليص الاستخدامات مقارنة بالتوقعات الأولية لوظائف التقنية خلال مرحلة الاكتشاف وصولاً إلى الوضعية العادية عبر دمج التقنية في الممارسات الاجتماعية. إن تشكل الاستخدام يكون ضمن سياق تكنولوجيايات موجودة من قبل، والأبحاث تُظهر أنه لا يوجد استخدام فذّ sui generis أي فريد من نوعه يظهر فجأة، بل أن تبني تكنولوجيايات المعلومات

والاتصالات يستند إلى أساليب وممارسات سابقة (Jouet, 2000, p501). بسبب عدم وجود تكنولوجيا تحل محل أخرى فوراً وفي اللحظة. هناك اعتراف متزايد بأن تكنولوجيا المعلومات والاتصال تكاملية أكثر منها إستعاضية ( أي تكنولوجيا تُزيح أخرى) لدى المستهلك، فالاستخدامات موجودة بالفعل في الممارسات الاجتماعية (Bernier & Laflamme, 2005, p302). فجميع النشاطات التي نقوم بها، سواء عمل، خدمة أو ترفيه كلها تمرّ في وقتنا الراهن عبر التفاعل مع الأدوات الاتصالية، جمعياً من خلال المدونات، المنتديات، مواقع التواصل الاجتماعي، أو بين الأفراد مثل البريد الإلكتروني، الهاتف المحمول، غرف الدردشة...إلخ.

حسب لأكروا فإن الاستخدامات الاجتماعية هي طرق الاستعمال المتجلية في التكرار بالقدر الكافي، في شكل عادات كافية للاندماج في ما هو يومي، لتلائم وتثبت في نطاق الممارسات الثقافية الموجودة سابقاً، أو التي تتوالد وربما تقاوم كممارسة خاصة (Lacroix, Miège, Moeglin, Pajon, & Tremblay, 1992, p101).

## 2- اهم مقاربات سوسيولوجيا الاستخدامات لتكنولوجيايات الاعلام والاتصال

عرف تطور المقاربات النظرية والمنهجية التي تعالج استخدام وسائل الاعلام والتكنولوجيا بتحول مفاهيمي مماثل للذي وُجد في علم اجتماع وسائل الاعلام، من خلال الانتقال من تحليل الآثار إلى التلقي (Chambat, 1994, p249). فبعد أن كانت الميول تجاه تحليل انتشار وسائل الاعلام والتكنولوجيا من خلال تبني وتقبّل التكنولوجيا من طرف المستخدم وبالتالي أولية التكنولوجيا التي نجمت عنها الاستخدامات، البحوث كانت مهتمة بتحليل الابتكارات التقنية كبناءات اجتماعية ودراسة تملكها من وجهة نظر المستخدمين. وبالتالي تم تحويل التركيز من التكنولوجيا الى المستخدم هذا التحول صاحبه أيضا تحول في المقاربات النظرية والمنهجية المستخدمة. هنا تأتي مقارنة الانتشار والتمثلات، والتملك الاجتماعي لتفسير العلاقة بين المستخدم والتكنولوجيا، بين ما هو اجتماعي وما هو تقني.

## 1-2- مقارنة انتشار المبتكرات

البحوث في هذه المقاربة قائمة على تحليل التبني لابتكار تكنولوجياي ما في لحظة انتشاره دون الالتفات إلى مرحلة انتاجه فالإشكالات البحثية مرتبطة من جهة بكيفية انتشار المبتكرات ومن يعتمدها من خلال تطوير نماذج سلوكية، ومن جهة أخرى، قياس الأثر لهذا التبني عبر التغير في الممارسات (les Usages des NTIC : Millerand, approches de la diffusion, de l'innovation et de l'appropriation, 2008).

مقاربة الانتشار انبثقت من نظرية انتشار المبتكرات لصاحبها Rogers 1962، فأعماله ألهمت العديد من البحوث والتي انطلقت من تقليد أنثروبولوجي يُعرف باسم Diffusionism وهي بدورها كانت مهتمة بتغلغل الابتكارات التكنولوجية في النسيج الثقافي وعلى الرغم من انتقادها وتعديلها، فقد كانت أعمال Rogers مفيدة في تأجيج المعرفة حول كيفية انتشار الابتكارات من خلال الشبكات الاجتماعية (les Usages des NTIC : Millerand, approches de la diffusion, de l'innovation et de l'appropriation, 2008). ويقدم هذا النموذج إلاماً كبيراً لفهمنا لانتشار وسائل الاعلام والاتصال وتأثيرها، ويتم انتشار المبتكرات حينما تنتشر فكرة معينة من نقطة الأصل إلى المناطق الجغرافية المحيطة بها أو من شخص إلى شخص في منطقة واحدة (العبدالله، 2010، ص272).

تقوم نظرية انتشار المبتكرات على أربعة عناصر أساسية، أولها الابتكار Innovation وهو فكرة أو ممارسة أو شيء يُنظر على أنه جديد من قبل الفرد أو أية وحدة أخرى للتبني، وسواء كانت الفكرة الجديدة موضوعية أم لا، المهم أن تكون الفكرة جديدة على الفرد حتى تُعتبر ابتكاراً (Rogers، 1983، ص 11). هذا الابتكار ينتقل عبر قنوات اتصالية Communication channels، يرى روجر أن الانتشار في الواقع هو نوع من الاتصال الذي يتم فيه تبادل المعلومات التي تتعلق بالأفكار الجديدة، وأن جوهر عملية الانتشار هو تبادل المعلومات بين الفرد أو جماعة التبني التي لها معرفة أو خبرة باستخدام الابتكار، وبين أولئك الذين ليس لهم بعد معرفة بهذا الابتكار، عندها تقوم القنوات

الاتصالية للربط بين الطرفين (Rogers، 1983، ص11). فوسائل الاعلام الجماهيرية هي الوسيلة الأكثر سرعة وكفاءة لإعلام الجمهور من المتبنين المحتملين بوجود ابتكار، أي خلق الوعي المعرفي.

إن انتشار الابتكار عبر القنوات الاتصالية يستغرق وقتاً، وهنا يأتي العنصر الثالث: الوقت Time، فالوقت عامل أساسي ومهم لانتشار المبتكرات، خاصة وأنه جزء مهم من عملية اتخاذ القرار حول الابتكار والابتكارية وتبني الابتكار في حد ذاته (العبدالله، 2010، ص273). ويرى روجر أن عملية اتخاذ قرار تبني ابتكار ما أو رفضه يخضع لعامل الوقت، حيث يتعرض الفرد إلى الابتكار ويتعرف عليه، ويُسمى هذا العنصر بعنصر المعرفة، ثم يقوم الفرد بتطوير موقف تجاه هذا الابتكار إما بالرفض أو القبول، وهنا نتحدث عن الإقناع ثم يأتي اتخاذ القرار باستخدام الابتكار، وعندئذ يقوم الفرد باختيار الاستخدام أي وضعه موضع التنفيذ واستخدام الفكرة الجديدة تنتهي العملية بتأكيد قرار استخدام الابتكار (Reyes Garcia، 2010، ص98).

العنصر الرابع، يتمثل في النظام الاجتماعي الذي تتم فيه عملية الانتشار، وهو مجموعة وحدات مترابطة تساهم في حل مشكلة مشتركة للوصول لهدف مشترك. ويمكن أن تكون هذه الوحدات عبارة عن أفراد أو منظمات رسمية أو غير رسمية (Rogers، 1983، ص24).

لكن يُؤخذ على هذا النموذج كونه ذا اتجاه أحادي؛ هذا النموذج يرى أن الذين يتبنون التكنولوجيا ساكنون إزاء العرض التكنولوجي شأنهم في ذلك شأن مستهلكي وسائل الإعلام. إنهم يقبلون المبتكرات التكنولوجية أو يرفضونها. فالتكنولوجية تعتبر، في نظرهم، علبة سوداء لا يمكن أن تُعدل أو تتغير. والوسط الاجتماعي الذي يستقبل المبتكر التكنولوجي هو وحده الذي يمكن أن يتغير حتى يتقبل المبتكر التكنولوجي ويتبناه. وإذا كان التفاوت بين القيم الثقافية التي يحملها المبتكر التكنولوجي وقيم المجموعة التي تستقبله كبيراً، فإنها ترفضه بالجملة. من الواضح إذن أن مقارنة الانتشار، لا تهتم بالبحث فيما يسبق، أو فيما هو سابق على عملية الانتشار. فهي تتجاهل عند التحليل تاريخ التقنية

أو التقنيات، والتجديد التكنولوجي، مركزة اهتمامها على لحظة الانتشار وما تحدثه من آثار، أو تلاقيه من معوقات. وهي بذلك تنفي ولو ضمنيا، حق وقدرة المستخدم على تقبل، أو تبني تقنية أو تكنولوجيا معينة، أو رفضها، كما أنها مقارنة تركز بشكل أكبر على عملية العرض. عرض المواد والأدوات في سوق التكنولوجيا. مما يعني أن مقارنة الانتشار تعتقد في أن التكنولوجيا سلعة مثلها مثل بقية السلع التي يمكن بيعها وشراؤها في السوق، وهو ما يدعو إلى القلق، لأن التكنولوجيا ذات طبيعة خاصة، يجتمع فيها الاجتماعي، بالثقافي، بالاقتصادي، بالسياسي أو هي سلعة من نوع خاص (سياسوي، 2011، ص ص 21 22).

## 2-2- مقارنة التمثلات

يتميز مفهوم التمثل بطبيعته المعقدة على غرار باقي المفاهيم الأخرى، باعتبار تعدده الدلالي وكذا تداخله مع مفاهيم أخرى كالتصوير و التفكير و طريقة التفكير ،ولذا غالبا ما تعرف بأنها مجموع العناصر المعلوماتية والمعرفية والإيدولوجية والمعيارية والمعتقدات والقيم الآراء والاتجاهات والتصورات ، التي يبنها الفرد حول شيء أو موقف ما ، حيث تترابط هذه العناصر فيما بينها ،وتعرف في علم النفس الاجتماعي (موسكوفسكي Moskovsky ، جودليت Jodley ،.. ) بأنها: «بناءات سوسيو معرفية ، معرفية لأنها محصل النشاط العقلي للفرد ، سوسيولوجية لأنها نتاج التفاعل الاجتماعي داخل الجماعة أو المجتمع» (ruges،نقلا عن عبدلي، ص60).

إن دمج التكنولوجيا في الحياة اليومية للمستخدم لا يتوقف فقط على خصائص الأداة التكنولوجية وتعقيدها بل كذلك على التصورات والتمثلات التي يبنها المستخدم حول تلك التكنولوجيا والناجحة عن المجتمع والتجربة الشخصية للمستخدم (عزي و بومعيزة، 2010). فالمستخدم يقوم ببناء علاقة مع الأداة التقنية عبر تمثّلها، إن كانت التمثّلات الاجتماعية إيجابية فهي تساعد على تملك التكنولوجيا على عكس تلك التمثّلات السلبية التي تُقاوم صيرورات التملك الاجتماعي ومن بين هذه التصورات السلبية على سبيل المثال لا الحصر: الخوف من الآثار السلبية للمعلومات، الخوف من إضاعة

الوقت، الخوف من عدم القدرة على الفهم جراء تعقيدات التكنولوجيا... الخ، وبالتالي فهي عوامل مرتبطة بفويا التكنولوجيا، بالإضافة إلى عوامل أخرى سوسيو ديموغرافية مثل عامل السن والتعليم.

إن مفهوم التمثل أصبح اليوم أداة أساسية لفهم الصورة الذهنية التي يبلورها [ مستخدمو تكنولوجيا الاتصال ] انطلاقاً من تجربتهم مع الأدوات والتجهيزات التكنولوجية والتفاعل بين هذه التمثلات للتكنولوجيايات الجديدة والممارسات الفعلية لهم (بوخنوقة، 2012).

### 2-3- مقارنة التملك الاجتماعي

التملك هو أحد المحاور التي تُثير إشكاليات في الاستخدام ويجد تحليله في البعد الفردي والجماعي، فالتملك هو إجراء أو فعل بناء الذات، ودحضاً لبراديجم الحتمية التقنية لم يعد المستخدم مجرد مستهلك سلبي للمنتجات والخدمات المقدمة له، بل يأتي كفاعل يعتمد الاستخدام الاجتماعي لوسائل الاتصال، سواء الجماهيرية أو الوسائط الجديدة، كشكل من أشكال التملك حيث يقوم المستخدم ببناء استخداماته وفقاً لمصادر اهتماماته (وظيفية، ترفيهية...) فالمستخدم يستعين بتكتيكات لبناء نماذج استخدام محددة وخاصة به، تستند إلى تنظيم ذاتي لوظائف الجهاز وتطبيقاته. (Jouet, 2000, p502). وفي نفس السياق تجد فكرة التملك دعماً في أعمال ميشال دوسارتو المؤرخ والمفكر

الفرنسي (1925-1986) خاصة كتابه ابتكار الحياة اليومية: فنون الأداء العملي L'invention du quotidien. ، حيث يعتبر هذا الكتاب من أهم المصنفات العلمية التي عاجلت إشكاليات الاستخدامات من خلال

ثنائية الاستراتيجية والتكتيك، حيث ينطلق دوسارتو من هذه الثنائية (الاستراتيجية- التكتيك) لقراءة المجتمع، فهو يرى أن الاستراتيجية عقلانية تعتمد على الحساب والتصنيف، أساسها العقل الذي له القدرة على إدارة العمليات المعقدة واستنباط النتائج، كما يقوم هذا العقل بعملية التصنيف من خلال انشاء الجداول والشبكات، هذه العمليات تمثل إرادة وقوة وسلطة تتجسد في المؤسسة أو المنظومة، هذه الأخيرة هي محل التداول وصناعة القرارات، ويرى دوسارتو أن

الاستراتيجية هي انتصار المكان على الزمان (دو سارتو، 2011، ص93). فالمؤسسة أو المنظومة عبارة عن مكان يتم فيه توزيع القوى والحفاظ عليها، فالاستراتيجية هي نوعا ما "نخبوية" لأنها تتطلب المشاورة والتفكير والمداولة وغيرها من الممارسات الفكرية التي تتطلب الرؤية المعمقة ومعالجة كل السيناريوهات الممكنة (الزين، 2013).

يتحدث دوسارتو عن فن استعمال المنتجات المفروضة. هذه العبارة تحوي تناقضا مجازيا، فهي تجمع بين فن الاستعمال وبين المنتجات المفروضة، كيف ذلك؟ الفن يعنى الحرية، الابداع، الرحابة، التجاوز للزمان والمكان، أما المنتجات المفروضة فهي القوانين، الأنظمة، التنميط، القيود والرقابة. فالإبداع يكمن في قدرة المستخدم في الجمع بين ما هو فن وبين ما هو مفروض. اعتمد ميشال دوسارتو على تحليل المنتجات الثقافية، وتساءل حول ما يصنع المستهلك بالصور المنشورة في التلفاز خلال هذا الزمن. ونفس الشيء لمستهلكي مجلة إعلامية أو مستخدمي المتجر المركزي أو ممارسي المكان الحضري أو مستهلكي الروايات والأساطير الصحفية، وتوصل إلى أن هناك إعادة انتاج من خلال نسق التكرار للتبضع والاستهلاك. وبالتالي فهناك مجموعة من الأحكام يُقدم بموجبها المستخدمون على عمليات خاصة بهم (دو سارتو، 2011، ص86). باستخدام فن استعمال المنتجات المفروضة -المشار إليه سابقا- وبالتالي فن الاستخدام لمقارعة عقلانية الإنتاج.

فالتملك هو صيرورة فردية والذي يتجلى التعبير عنه على مستوى المجتمع. فالفرد أو الجماعة تملك وسيلة ما من أجل تحقيق نتيجة معينة والتي تُعبّر عن حاجة ما، هذه الحاجة قد تكون اجتماعية، وبالتالي فمن الممكن أن تتغير وتتحول من خلال بناء العلاقات داخل جماعة الانتماء، فالثقافة ومعتقدات المحيط تمثل مكوناً اجتماعياً للحاجات الفردية (بوعيفي، 2017، ص33). إن مفهوم التملك ليس مجرد الحيازة المادية والفيزيقية للأدوات التقنية، بل هو بناء رموز انطلاقاً من مرجعية المستخدم في صيرورة معقدة (Reyes Garcia، 2010، ص103). أما Serge

Proulx فيشرحه على أنه التحكم في الأداة أو الوسيلة وهو الغاية النهائية لعملية الاستخدام، وكذا الادماج الابتكاري لعناصر الثقافة الرقمية في الحياة اليومية للمستخدمين سواء أفراداً أو جماعات (Proulx, 2002, p183).

والتملك له جانب معرفي يتمثل في منطق ووظائف الأداة، هذا الجانب المعرفي يتطلب التدريب على القوانين والطرئق العملية لاستخدام الآلة وصولاً إلى مهارة اكتساب مهارة الممارسة، وبالتالي فإن الجانب المعرفي التجريبي حاضر في صيرورة التملك، ووفقاً لجوي Jouët أن الاستخدام الاجتماعي لوسائل الاتصال يستند دائماً إلى شكل من أشكال التملك فالمستخدم يبني استخداماته وفق مصادره الذاتية رغم الطابع التعددي لتطبيقات وأشكال تكنولوجيات الاعلام والاتصال (ترفيهية، مهنية، وظائفية...). هذا ما توصلت إليه Nelly Massard (Massard, 2009):

أ- الصيرورة الإدراكية: المنحدرة من أعمال في علوم اللغة، علوم التربية وبيئة العمل، في هذا المستوى التملك هو صيرورة تسمح للفرد بإعادة التوازن لبنائه المعرفي بعد الاضطرابات التي تحدث في بيئته. عملية الإدراك تتجلى في تكرار شروط الاستخدام ومميزاته عن طريق الحد الأدنى من التمكن المعرفي للمنظومة التقنية لإعادة الاستقرار لبيئة الاستخدام.

ب- عملية بناء المعنى: انطلاقاً من أعمال سوسيولوجيا الاستخدامات وعلوم الاعلام والاتصال، وعلم الاجتماع وعلم النفس. التملك هنا هو عملية بواسطتها يستثمر الفرد المعاني والقيم في استخدام الأداة، فالمستخدم يعطي معنى للأداة، فهو يختار بين مجموعة من الإمكانيات ويبنى الاستخدام الخاص به، ويختلف بناء المعنى من مستخدم إلى آخر وإن كان في نفس السياق.

ت- عملية تكوين الممارسات: التي جاءت في أعمال علوم التسيير، خاصة مقارنة Structurationnist، والتي تشرح التغييرات التي تشهدها منظومة تكنولوجيات الاعلام والاتصال، فالتملك للتكنولوجيات يؤدي إلى بروز وانتاج منظومات وهياكل جديدة ومستقرة.

## 3- خاتمة

من خلال ما تقدم، يمكن ان نقول، أن تيار سوسيولوجيا الاستخدامات حقل تتقاطع فيه عدة تخصصات، فالتجاسر المعرفي أصبح السمة البارزة والظاهرة التي تطبع التفكير العلمي والمنهجي الحديث، فهذا التيار ينطلق من تصور معرفي متعدد التوجهات لمقاربة بيئة اتصالية جديدة ظهرت بسبب تكنولوجيايات الاعلام والاتصال، والتي لم تكن موجودة مع وسائل الاعلام القديمة، أدى إلى ظهور ممارسات وأنماط جديدة من الاستهلاك والاستخدام، دفعت هذه البيئة الجديدة إلى بروز مقاربات سوسيولوجيا الاستخدامات. هذا الحقل المعرفي كان نتيجة البحث عن مقاربات تستطيع أن تفسر العلاقة بين ما هو اجتماعي وما هو تقني، بين ما هو متوقع من الاستخدام للأدوات التكنولوجية وبين ما هو مرصود وملاحظ في الواقع فعلا، خاصة بعد الانتقادات التي وجهت إلى النظريات والمناهج التي كانت تعتمد في مقارباتها على قياس الجمهور بالاعتماد على الاحصائيات والأرقام (المنهج الكمي) وقصور هذا الأخير ومحدوديته في سير أغور الظاهرة الاتصالية في بيئتها الجديدة.

## 4. قائمة المراجع:

## باللغة العربية

1. احمد عبدلي. (2014). الاستخدام الاجتماعي لتكنولوجيايات الاتصال الانترنت نموذجاً: مقارنة نظرية. مجلة العلوم

الاجتماعية، 3(6)، 51-64.

2. أرمان ماتلار، و ميشال ماتلار. (2005). تاريخ نظريات الاتصال (المجلد 1). (نصرالدين لعباضي، و

الصادق رابح، المترجمون) بيروت: المنظمة العربية للترجمة.

3. الصادق الحمامي. (2005). المساءلة النظرية لمفهوم مجتمع المعلومات. (إتحاد إذاعات الدول العربية، المحرر)

مجلة الإذاعات العربية(3)، الصفحات 9-19.

4. الصادق الحمامي. (2012). الميديا الجديدة: الإستيمولوجيا والإشكاليات والسياقات. منوبة: المنشورات

الجامعية بمنوبة.

5. بيزنار مبيج. (2011). الفكر الاتصالي. (أحمد القصور، المترجمون) الدار البيضاء: دار توبقال للنشر.

6. سارة بوعيفي. (2017). علاقة التصورات الاجتماعية باستخدامات المرأة للإنترنت. جامعة الجزائر 3: رسالة

دكتوراه ل م د.

7. عبدالرحمن عزي، و السعيد بومعيزة. (2010). الإعلام والمجتمع، رؤية سوسيوولوجية مع تطبيقات على المنطقة

العربية. الجزائر: دار الورسم.

8. عبدالوهاب بوخنوقة. (2012, 05 20). الأطفال و الثورة المعلوماتية، التمثل و الاستخدامات. مجلة اتحاد

إذاعات الدول العربية، العدد 2. تم الاسترداد من <http://www.asbu.net/>

revue.2/form.htm

9. علي قسايسية. (2007). المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه

دولة في علوم الإعلام والاتصال. قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر.

10. علي قسايسية، و إسماعيل بن ديبلي. (2015). التمثلات، الاستخدام والتملك: قراءة في المفاهيم

والمقاربات. وسائط الاتصال بين الاستعمال والاستخدام.

11. فضيلة سيساوي. (ديسمبر, 2011). قراءة في المقاربات النظرية المفسرة لاستخدام وامتلاك التكنولوجيا. مجلة العلوم الإنسانية، جامعة منتوري، قسنطينة(36)، الصفحات 19-34.
12. مُجّد شوقي الزين. (20 أكتوبر, 2013). المجتمع بوصفه حقلا للصراع عند ميشال دوسارتو. تاريخ الاسترداد 02 25, 2017, من anfasse.org
13. مي عبدالله. (2010). نظريات الإتصال. بيروت: دار النهضة العربية.
14. ميشال دو سارتو. (2011). ابتكار الحياة اليومية، فنون الأداء العملي (المجلد 1). (مُجّد شوقي الزين، المترجمون) بيروت: الدار العربية للعلوم ناشرون.

باللغة الأجنبية

15. Bernier, C., & Laflamme, S. (2005). Usages d'internet selon le genre et l'âge : une double différenciation. *CRSA*, 42(3), 301 – 323.
16. Biochini, E., & Lohento, K. (2002). *De la recherche sur les usages des TIC à la communauté virtuelle: réflexions à partir d'un texte de Josaine JOUET*. Paris: Séminaire GPB.
17. Breton, P., & Proulx, S. (2002). *L'explosion de la communication à l'aube du xxie siècle*. Montréal: Les Éditions du Boréal.
18. CHAMBAT, P. (1994). Usages des technologies de l'information et de la communication (TIC): évolution des problématiques. *TIS*, 6(3), 249-270.
19. Jouët, J. (1989). Nouvelles techniques: des formes de la production sociale. *Technologies de l'information et société*(1), pp. 13-34.
20. Jouët, J. (2000). Retour critique sur la sociologie des usages. *Réseaux*(18), pp. 487-521.

21. Jouët, J. (2011). Des usages de la télématique aux Internet Studies. Dans J. Denouël, & F. Granjon, *Des usages sociaux des technologies numériques d'information et de communication* (pp. 45-90). Paris: Presses des mines.
22. Lacroix, J., Miège, B., Moeglin, P., Pajon, P., & Tremblay, G. (1992). La convergence des télécommunications et de l'audiovisuel : un renouvellement de perspective s'impose. *TIS*, 5(1), 81 – 105.
23. Lewkowicz, M. (2017). Récupéré sur <https://www.cairn.info/revue-realites-industrielles-2017-2-page-33.htm>
24. Massard, N. (2009). *Revisiter la notion d'appropriation : Pour une application au cas des ERP*. Lyon: Université Claude Bernard.
25. Millerand, F. (2008, 05 28). *Usages des NTIC : les approches de la diffusion, de l'innovation et de l'appropriation*. Consulté le 04 01, 2017, sur COMPOSITE: <http://www.composite.org/index.php/revue/article/view/21/21>
26. Paquien-séguy, F. (2010). La notion d'usage est-elle stratégique pour les industries créatives ? *tic&société*, 4. Consulté le 01 consulté le 02, 2019, sur <http://journals.openedition.org/ticetsociete/895>
27. Proulx, s. (2002). Trajectoires d'usages des technologies de communication : les formes d'appropriation d'une culture numérique comme enjeu d'une société du savoir. *Annales des télécommunications*, 57( 3-4), pp. 180-189.
28. REYES GARCIA, P. (2010). *L'appropriation d'Internet chez les visiteurs des télécentres au Chili*. Montréal, Département de communication: Université de Montréal.
29. Rogers, E. (1983). *Diffusion of Innovation*. New York: The Free Press.