

مقتربات مفاهيمية:

1- الجمهور:

استخدم لفظ جمهور كترجمة للمصطلحين audience/public رغم ما بينهما من اختلاف فمصطلح public يشير إلى المجموع العام للأفراد أو الشعب في مجتمع ما، بينما يشير مصطلح audience إلى مجموع الأفراد الذين يقرؤون أو يستمعون أو يشاهدون أيا من وسائل الإعلام أو وحداته، فالفرد من حيث هو يعتبر جزءا من public، بينما يلزم كي يكون جزءا من audience أن يقوم بعمل ما كأن يقرأ أو يشاهد أو يستمع.¹

يقابل كلمتي audience وpublic باللغة الفرنسية كلمة جمهور باللغة العربية، ولكن الفرق بين المفردتين في المدرسة الغربية واسع. تتمثل أهم النقاشات التي طرحت على مستوى دراسات الجماهير في الأدوات المستعملة في دراستها. كما يعتبر مفهوم **Public** الباحث **Gabriel Tarde** الذي أرجعه بالأساس إلى الفضاء العام، في حالة النقاش والمشاركة الشعبية في ساحة عمومية. كما يقصد بالجمهور مجموع الأشخاص الذين يتلقون رسالة إعلامية أو يفترض أنهم يشتركون في التعرض للوسيلة الإعلامية. ويوجد من تفسر كلمة جمهور من خلال مراحل تشكل المفهوم، أي قبل وبعد ظهور وسائل الإعلام الكلاسيكية.

¹ باديس لونيس، جمهور الطلبة الجزائريين والانترنت: دراسة في الاستخدامات والإشبعات، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة منتوري قسنطينة 2007-2008، ص 10.

2- مقاربات الاستخدام - الاستعمال - التملك:

الاستخدام في اللغة العربية، مأخوذ من استخدم (الرجل غيره) استخدمه استخداما فهو مستخدم أي اتخذته خادما، طلب منه أن يخدمه. واستخدم الانسان الآلة أو السيارة استعمالها في خدمة نفسه⁽¹⁾. فكلمة Usage في اللغة الفرنسية يقابلها في اللغة العربية كلمة استخدام، وقد عرفها قاموس علم الاجتماع بنمط سلوكي يقبله المجتمع⁽²⁾.

أما في الاصطلاح، فيبدو مفهوم الاستخدام من خلال النظرة العامة مفهوما واضحا بسيط المعنى غير ذي حاجة إلى جهد أو نشاط يتوخى ضبطه، غير أن أية محاولة تستهدف ضبط المعاني، والدلالات النظرية، والتطبيقية له تصطدم بمفهوم ومعنى غامض، ومتنوع يحمل الكثير من الدلالات المختلفة باختلاف ما هو اجتماعي وما هو تقني داخل تركيبة هذا المهجين الاتصالي الانترناتي في حد ذاته، فالغموض الذي يحيط باللفظ مرده إلى استعماله في تعيين، وتقرير، وتحليل مجموعة من السلوكيات، والمظاهر المرتبطة بتكنولوجيا الاتصال⁽³⁾.

يشير مفهوم الاستخدام الذي ظهر في اللغة الفرنسية في القرن الـ17 إلى يومنا هذا، إلى نشاط اجتماعي يتم ملاحظته بسبب تواتره ويتمثل في استخدام شيء ما والاستفادة منه لغاية محددة أو تطبيقه لتلبية حاجة ما في دراسة الاستخدامات، فإن موضوع الاستخدام يحيل إلى ممارسة كما يحيل أيضا إلى تصرفات، أو عادات، أو اتجاهات. فهو جملة من العادات القائمة، أو المكرسة، أو طرق ملموسة في الفعل، حيث أن

(1) سوهيلة بضياف، المدونات الالكترونية في الجزائر، دراسة في الاستخدامات الاشباعات، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، كلية الحقوق، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2009-2010، ص ص 16-20.

(2) محمد عاطف غيث، قاموس علم الاجتماع، مطابع الهيئة المصرية العامة للكتاب، الإسكندرية، 1989، ص 28.

(3) أحمد عبدلي، مستخدمو الانترنت، مذكرة ماجستير غير منشورة، قسم الدعوة والإعلام، جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة، 2002 - 2003، ص 6.

السلوك أو التصرف يغطي جزئيا الممارسة لأنه يتشكل من كل ردود أفعال الفرد التي يمكن ملاحظتها بصورة موضوعية (1).

ويعرف لاكروا **Lacroix** الاستخدامات الاجتماعية، على أنها أنماط استخدام تظهر وتبرز بصورة منتظمة على نحو كاف، بحيث تشكل عادات مندمجة في يوميات المستخدم تفرض نفسها في قائمة الممارسات الثقافية القائمة مسبقا، وتعيد إنتاج وربما مقاومة الممارسات الأخرى المنافسة لها أو المرتبطة بها (2).

-**الاستخدام والاستعمال** : إن مفهوم الاستخدام كما نحتة **Jacques Perriault** في كتابه منطق الاستخدام يعاني من بعض اللبس عندما يستعمل كمترادف للاستعمال أو التملك أو الممارسة، واللبس ناتج من استعماله لاكتشاف ووصف وتحليل سلوكيات وتمثيلات اتجاه كل غامض الذي هو تكنولوجيا الإعلام والاتصال. فمفهوم الاستخدام الذي ظهر في اللغة الفرنسية في القرن السابع عشر يشير على نشاط اجتماعي تتم ملاحظته بسبب تواتره، ويتمثل في استخدام شيء ما والاستفادة منه لسد حاجة معينة، وفي الدراسات الإعلامية يشير مفهوم الاستخدام إلى الممارسات كم يشير أيضا إلى السلوكيات والعادات والاتجاهات (3).

كما ينتمي صنف الاستخدام إلى تيار **سوسيولوجيا الاستخدام**، ويأخذ بعين الاعتبار سياق مجمل الحركات اليومية، كما يمكن إدراجه ضمن نظام العلاقات الاجتماعية بما فيها العلاقات بين النوعين

(1) جينيفر دهلاس، المراهق والهاتف النقال التمثل والاستخدامات دراسة على عينة من المراهقين في ولاية الجزائر العاصمة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والاعلام، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2009-2010، ص42. ص42.

(2) نوي إيمان، استخدام الأنترنت وعلاقته بالاعترا ب الثقافي عند الطلبة الجامعيين، دراسة ميدانية بجامعة محمد خيضر، مذكرة ماجستير غير منشورة، بسكرة، 2012، ص22، 23.

(3) فضيلة تومي، التفاعلية ووسائلها في التلفزيون الجزائري، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر، ص25.

والعلاقات بين الأجيال، تعتبر دراسة علم الاجتماع الفرنسي بيار بورديو حول الاستخدامات العادية للفوتوغرافيا في السياق العائلي أحد الأعمال الرائدة التي سمحت بتأسيس سوسولوجيا الاستخدام. ويمتد الاستخدام في الأصل إلى الماضي، بحيث يعني بالتقنيات والممارسات السابقة، ويوجد ارتباط وتزاوج داخلي لوسائل الاتصال، كما يكون من الضروري في هذا السياق التمييز بين مفهومي الاستخدام **usage**

والاستعمال **utilisation**

- فالاستخدام يندرج ضمن إطار تساؤل سوسولوجي يأخذ بعين الاعتبار سياق فعل الاستخدام، بالإضافة إلى التاريخ الشخصي للمستخدم في تعامله مع الأجهزة التقنية وتصوراته اتجاهها.
- أما الاستعمال فيشير إلى إشكالية يتم فيها فهم فعل الاستخدام في وضعية ضيقة وجها لوجه تجمع المستخدم بالجهاز التقني، وتقييمه تبعاً لمطابقته لكيفية استعمال محددة، وعليه فإن مصطلح استعمال يشير إلى فعل توظيف الجهاز التقني، بينما يشير مصطلح الاستخدام إلى الروابط النفسية والاجتماعية التي تربط المستخدم بالجهاز التقني.¹

(1) نصيرة هواري، السياق الاتصالي لجمهور الانترنت: محاولة تحليل بمقاربة البناءات الذهنية الفردية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر، 2010-2011، ص28.

- مقاربات الاستخدام:

يرى الباحث عبد الوهاب بوخنوفة أن للاستخدام مقاربتين أساسيتين هما: (1)

مقاربة الانتشار:

اهتمت الأبحاث التي تندرج ضمن هذه المقاربة بتحليل عملية تبني اختراع تكنولوجي لحظة انتشاره، أي دون الاهتمام بمرحلة تصور المنتج الذي تدرسه، إن أسئلة هذه الأبحاث تمحورت من جهة حول معرفة كيف تنتشر اختراعات تكنولوجية معينة؟ ومن هم الذين يتبنونها من خلال بلورة نماذج سلوكية؟ ومن جهة أخرى؛ محاولة قياس تأثير تبنيهم لهذه الاختراعات عبر التغيرات التي تطرأ على ممارساتهم.

ولقد نشأت مقاربة الانتشار من نظرية الابتكارات التي طورها أفرت روجرز **Evertt Rogers** وقد كانت أعمال هذا الأخير تندرج ضمن تقليد أنثروبولوجي عرف باسم النزعة الانتشارية، إذ ساهمت أبحاثه، في تغذية المعارف حول الطريقة التي يتم من خلالها تداول اختراع تكنولوجي في الشبكات الاجتماعية، وقد أكد على أن مميزات الاختراع كما يتم إدراكها من قبل الأفراد هي التي تحدد نسبة تبني هذا الاختراع، وقد حدد خمس مميزات تميز الاختراع وهي:

- أهميته وفائدته النسبية.

- تماشيه مع قيم جماعة الانتماء.

- تعقده وإمكانية اختباره.

- وضوحه.

(1) عبد الوهاب بوخنوفة، التلميذ، المدرسة، المعلمين، وتكنولوجيا الاعلام والاتصال، التمثل والاستخدامات، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، الجزائر، 2007، ص ص 39-52.

غير أن هذه المقاربة (الانتشار) تعرضت لانتقادات شديدة، خصوصا من جانب مكانة التقنية، وقد أشار دومينيك بوييه **Dominique Boulier**، بأن روجرز ساهم في ترويج تصور خاطئ لمفهوم الانتشار، مفاده أن انتشار اختراع ما لا يتم إلا بعد أن يكون هذا الاختراع جاهزا للتبني حيث يبرز هنا الطابع السلبي للمستخدم الذي يقبل بالاختراع أو يرفضه.

مقاربة التملك:

يرى الباحثان بروتون وبرولكس **Serge Proulex, Philipe Breten** أن الاستخدام يحيل إلى جملة من التعريفات تتراوح بين التبني والتملك مروراً بالاستخدام، حيث أن التبني يتم دراسته من قبل سوسيولوجيا الانتشار والاستهلاك ويجري اعتباره الزمن الأول للاستخدام وفي مصب التملك، ويتلخص غالبا في فعل الشراء والاستهلاك، أما الاستعمال فيحيل إلى مجرد الاستعمال البسيط لتقنية في وضعية وجه لوجه مع الأداة، ويتم دراسته من قبل علم النفس الإدراكي⁽¹⁾.

تتميز مقاربة التملك باهتمامها بتحليل استخدام الأشياء التقنية في الحياة الاجتماعية للأفراد، وخلافا لمقاربة الانتشار التي تهتم بدراسة سيروية نشر التكنولوجيات عبر تطور نسبة تبني هذه التكنولوجيات، فإن دراسة الاستخدامات ومن خلال مفهوم التملك الاجتماعي للتكنولوجيات تحيل إلى تحليل تكون للاستخدام والتملك من وجهة نظر المستخدمين، حيث أن الأبحاث النظرية والإمريكية العديدة التي تمت في إطار هذه المقاربة تنتظم حول اهتمامات ومساائل بحث متنوعة. إن إحدى أهم مسائل البحث التي تناولتها هذه المقاربة هي تحليل كيفية تشكل استخدامات متباينة وفق الجماعات الاجتماعية، خصوصا عبر فحص دلالات الاستخدام وظواهر بناء الهوية، وأيضا إضفاء الطابع الاجتماعي على التقنية.

(1) جينيفر دهلاس، مرجع سبق ذكره، ص45.

إن سوسيولوجيا الاستخدامات تفضل أطروحة استقلالية المستخدمين، حيث أن هؤلاء يطورون منطقاً خاصاً بهم يمكن أن يفسر التحويل التكنولوجي منه فإن هذا التيار لا يدرس الاستخدام من جانب التأثير وإنما يسعى إلى تحليل ماذا يفعل المستخدمون بالتقنيات مع الأخذ بعين الاعتبار بيئة الاستخدام واتجاهات وممارسات المستخدمين.

✓ كذلك للإستخدام مقاربتين، **المقاربة المفاهيمية**، والتي تلخصها جوزيان جوي أن الاستخدام الاجتماعي لتكنولوجيا الاتصال يستوجب فهمه على أنه بناء اجتماعي يرتبط بتطور طرق العيش والعائلة والمؤسسة، فلهواتف النقال وأشكال الاستخدام والمعنى الذي يتم إضافؤه على الممارسة ينبع من الجسد الاجتماعي. ويتم التسجيل الاجتماعي لتكنولوجيا الإعلام والاتصال في أربع مراحل: تبني، اكتشاف، تعلّم، ثم جعلها مألوفاً (أو رفضها)، ويعد في هذا الصدد الممارس النشط أهم نموذج أوجدته سوسيولوجيا الاستخدام.¹ أما **المقاربة المعرفية**، تهتم الابحاث بهذه الظاهرة عادة بتحليلها مفاهيمياً بتحديد الخصائص والصفات والسمات العامة والخاصة لهذا المفهوم، ومحاولة استخلاص المعنى الاجتماعي والثقافي من المعطى التقني، وكذا وضع أطر عامة لاتجاهات البحث فيها، وأخيراً تحليل الإطار الكلي الذي تتم فيه هذه العملية.²

3- الأثر:

يعرف **الأثر لغة**، هو ما يستدل به على الشيء، وأثر الشيء ما يدل على وجوده، وأثر الشيء بقيته⁽³⁾.

¹ نصيرة هواري، مرجع سابق، ص 10.

² أحمد عبدلي، الاستخدام الاجتماعي لتكنولوجيا الإعلام والاتصال: الانترنت نموذجاً، مجلة العلوم الاجتماعية، جامعة عمار تليجي الأغواط، العدد السادس جانفي 2014، ص 61.

⁽³⁾ ابادي الفيروز، القاموس المحيط، ط 1، مجلد 1، مؤسسة الرسالة، بيروت، 1982، ص 56.

والأثر علامة في الشيء، ويدل الأثر على بقية ما يرى من كل شيء وما لا يرى بعد أن تبقى فيه أي علامة، تسمى آثاره، وقال الخليل "الأثر الاستقفاء والاتباع" وفيه لغتان أثر وإثر⁽¹⁾.

أما في الاصطلاح، يرى د. السعيد بومعيرة أن الأثر هو ذلك الفعل الناتج عن تلاقي أنظمة ثقافية متباينة، وما يتركه هذا التلاقي من عواقب وردود أفعال تتوقف في مجملها على مدى قوة وفاعلية كل نظام ثقافي، كما يرى أن الأثر هو تلك العلاقة التفاعلية بين أفراد الجمهور ووسائل الإعلام وتتميز هذه العلاقة من جانب وسائل الإعلام بمحاولة تكييف رسائلها مع خصائص الجمهور الذي تتوجه إليه هدف استمالتهم لكي يتعرضوا لمحتوياتها، وليس بالضرورة التأثير عليهم لكي يغيروا شيئا ما على المستوى المعرفي أو الوجداني أو السلوكي⁽²⁾.

كما أنه يميز بين الأثر والتأثير، معتبرا الأثر هو العلاقة التفاعلية بين وسائل الإعلام والجمهور، أي التأثير المتبادل بين الرسائل الإعلامية، كمنبهات، والسلوك الذي يأتيه أفراد الجمهور كاستجابات لتلك الرسائل، في شكل تبادلي وليس في شكل خطي، كما هو الشأن بالنسبة للتأثير. والواقع أن كلا المصطلحين يعبر عن تلك العلاقة في سياق تاريخي وثقافي وتكنولوجي، لذا فإن التمييز بين المفهومين نسبي وليس مطلقا³.

وتعرفه موسوعة علوم الإعلام والاتصال بأنه، نتيجة الفعل الذي ظهر جراء مؤثر ما، فالأثر هو نتيجة الاتصال، وهو يقع على المرسل والمتلقي على السواء، وقد يكون الأثر نفسي أو اجتماعي ويتحقق أثر

(1) أبي الحسن أحمد بن فارس، معجم مقاييس اللغة، تحقيق وضبط عبد السلام محمد هارون، دار الكتب العلمية، الجزائر، 1982، ص 90.

(2) بومعيرة السعيد، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2006، ص 196.

³ علي قسايسية، المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي، أطروحة دكتوراه دولة، تخصص علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2007، ص 42.

وسائل الإعلام من خلال تقديم الأخبار والمعلومات والترفيه والإقناع وتحسين الصورة الذهنية، كما أن كلمة أثر في الإعلام ترجع إلى أية نتائج يمكن أن تنجم عن عمل وسائل الاتصال الجماهيري سواء في ذلك النتائج المقصودة أو غير المقصودة (1).

(1) سليمان بورحلة، أثر استخدام الانترنت على اتجاهات الطلبة الجامعيين وسلوكياتهم، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والاعلام، جامعة الجزائر 3، 2007-2008، ص 24.

التأثير والتلقي في بحوث الإعلام:

1-مقرب التأثير:

تعتبر مسألة تأثير وسائل الإعلام معقدة، وذلك راجع إلى عدم ملائمة بعض التقنيات البحثية فيه، ونذكر على سبيل المثال إشكالية البحث في التأثير، والعوامل المساهمة في إحداثه، وتعدد الوسائل المساهمة في التأثير، إضافة إلى اختلاف المجتمعات والفروقات الفردية وتعدد الظاهرة الإنسانية والاجتماعية)، فإن تعدد دعائم الاتصال واندماجها المتنوع في الممارسات الاجتماعية قد عقد المنهجية وأدوات التحليل.¹

كما يشمل مقرب التأثير مجموعة النظريات والمقاربات التي تناولت التأثير البالغ والمباشر والتأثير المحدود الفوري والطويل المدى، وهي تهتم بالتغيير أو التحول الذي قد يلاحظ في سلوكيات الجمهور ومواقفه وحالاته الانفعالية والذهنية والإدراكية والمعرفية أثناء وبعد التعرض لوسائل الإعلام وعلاقة هذا التغيير، مقارنة بالوضع السابق للتعرض، بالقدرة المفترضة التي أسندت لهذه الوسائل في مختلف مراحل تاريخ أبحاث الجمهور.²

2-مقرب التلقي:

يقصد بنموذج التلقي، النظرية العامة والنظريات الفرعية والمقاربات التي حوّلت محور الدراسة من محتوى الرسالة وعلاقته بالتأثير الذي قد يحدث في الجمهور، إلى التركيز على مصير الرسالة بعدما يتلقاها الجمهور الانتقائي القوي والنشط الذي أعيد له الاعتبار نتيجة تغيير استراتيجية البحث إلى ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام. فقد أحدثت مقارنة الإشكالية الجديدة بنموذج الاستخدامات

¹ عبد الرحمان عزي، السعيد بومعيزة، الإعلام والمجتمع: رؤية سوسيولوجية مع تطبيقات على المنطقة العربية والإسلامية، دار الورسم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2010، ص325.

² علي قسايسية، جمهور وسائط الاتصال ومستخدموها: من المتفرجين إلى المبحرين الافتراضيين، ط1، دار الورسم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2011، ص85.

والإشباعات ونموذج التأويل لدافيد مورلي نقلة نوعية في أبحاث الجمهور، حيث أصبح التركيز على العلاقة بين الرسالة والتلقي.

وفي السياق ذاته يرى هال أن مختلف رموز كل الأشكال التي يتم من خلالها بناء المعاني والرموز من خلال الرسائل الإعلامية يمكن أن يتنوع من موقع استقبال إلى آخر ويمكن أن يتغير من المرسل إلى المستقبل، أو بالأحرى من المرز إلى الذي يفك الرموز وفق ثلاث أطر هي:¹

- إطار الرموز المهيمنة: وفي هذه الحالة يتم فهم الرموز في الإطار الدلالي نفسه الذي تم وضعه من قبل المرسل، و يطلق على نموذج الاتصال في هذه الحالة اسم الاتصال الشفاف.
- إطار المفاوض: يقبل المشاهد في هذه الحالة بعض خصائص المعاني المهيمنة، إلا أنه يغير خصائص أخرى ليوافق معانيها وأهدافها.
- إطار المعارض: يقوم المستقبل في هذه الحالة بقراءة في الاتجاه المعارض للرموز المهيمنة، في إطار هذه الحالة يفهم المشاهد الخطاب الإعلامي - التلفزيوني - فهما جيدا في كل منعطفاته السطحية منها والعميقة، ولكنه يفسر الرسالة بطريقة مخالفة تماما.

3- سيولوجيا الاستخدام (تقليد بحوث الاستخدامات):

تنطلق من فكرة أولية مفادها التمييز بين الاستعمال والاستخدام، لأن التمييز بين المستعمل والمستخدم هو الذي يسمح بتحديد درجة تملك التقنية من قبل الأفراد. وقد يرجع أصل دراسة الاستخدامات في شكلها الحالي إلى الأعمال التأسيسية للباحث Michel De Certeau الخاصة بالتساؤلات التي طرحها بشأن الممارسات اليومية في مجال التكنولوجيا، وهكذا ارتبطت التساؤلات الأولى حول الاستخدامات بملاحظة عدم التطابق بين الاستخدامات المتوقعة، والاستخدامات الفعلية، فهل يُعتبر التحول عن الاستخدامات انحرافا أم إبداعا.² وهذا راجع لمدى

(¹) لعبان عزيز، فهم الخطاب التلفزيوني في السياق الثقافي عند هال، مجلة فكر ومجتمع، فصلية محكمة تصدر عن طاكسيج. كوم للدراسات والنشر، العدد الأول، 2008، ص32.

(²) عبد الرحمان عزي والسعيد بومعيزة، مرجع سابق، ص329.

تطور وانتشار مختلف الوسائط الجديدة. كما يمكن قياس مدى انتشار الوسيلة ومدى تبنيها وتملكها من طرف المستخدمين.

✓ من أوائل الدراسات التي بحثت سوسيولوجيا الاستخدام دراسة بيار بورديو عام 1965 حول استخدام الآلة الفوتوغرافية التي قارن فيها استخدام الآلة عند مزارعي بيرني من جهة، واستخدامها عند مصوري الصحافة من جهة أخرى، وبين أن نفس الجهاز المتمثل في آلة التصوير يختلف استخدامه حسب اختلاف البيئات، فقد تم تفضيل الأشياء في بعض المناطق وعد تفضيلها في مناطق أخرى، فإذا كان مصورو الصحافة يجعلون من أخذ صورة للأموات في مقدمة الصفحة الأولى، فإن المزارعين لا يقومون إطلاقاً بأخذ صور لموتاهم.¹

(1) نصيرة هواري، مرجع سابق، ص 59.