جامعة الجزائر 3
كلية علوم الإعلام والاتصال
التخصص: الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة
مقياس علم اجتماع الجمهور والمستخدمين

السداسي الثالث ماستر

أ/ م. بوكروح

ملخص المحورالأول: (علم اجتماع الجمهور)

مفهوم الجمهور: يواجه الدارسون في سوسيولوجية الإعلام إشكالية التحكم في مفهوم الجمهور، بسبب صعوبة حصر التجمعات التي تشكله، علما أن التباين هو السمة البارزة للجمهور. إذ لا يكفي رصد الجمهور المرتبط بفضاءات خاصة لتقديم معلومات دقيقة عن هذا الجمهور. يمكن أن نستثني جمهور بعض الأشكال الفنية الخاصة (الموسيقى الكلاسيكية، المسرح الكلاسيكي، الأوبرا..) التي يتسم جمهور ها بحد أدنى من التجانس. صعوبة من نوع آخر تتصل بتطور الحياة العصرية وتعقيدها، أثرت بدورها على مواقف وسلوك الناس. وتطرح أيضا طريقة تدخل الفضاء العمومي في تشكيل الجمهور. قد يتخلى الفرد . في فترة زمنية معينة . عن فرديته من أجل الانخراط في مجموعة تمكنه من إقامة علاقة مع الآخرين. (الأفراد يلتقون ولكنهم يختلفون). عندما يجتمع الأفراد في فضاء معين، فإنهم يعيشون تجربة مشتركة. فالجمهور بهذا المعنى يتكون من أفراد ينخرطون في نظام عمومي، فهم يشكلون الأفراد بالمفهوم المدني. ويمكن أن يتشكّل الجمهور بشكل عفوي من خلال وجود نقاط التقاء تجمع بين أفراده تلقائيا، أو نتيجة لاهتمام مقصود بحدث معين. وتبقى شروط تكوّن الجمهور الرغبة في متابعة حدث محدد، الاستمرارية والتكرار، ووجود إطار اجتماعي ثقافي محدد (المدينة/القرية...)[1]

هذه الحقيقة تدفعنا إلى الإقرار بأن مفهوم الجمهور غير مستقر وغير ثابت وغير متجانس. فالجمهور ليس مجموعة مشكّلة ثابتة صالحة لكل زمان ومكان، بل هو جسم حي يتشكّل ويُفسخ. ويظل مفهوم الجمهور من الموضوعات الأكثر جدلا في علوم الإعلام والاتصال. [2]

إن فهم سلوك الجمهور يتطلب الملاحظة الدقيقة للعلاقة التي يقيمها الناس في حياتهم اليومية مع وسائل الإعلام، على أن الأمر لا يتوقف عند حد إحصاء وتقييم حجم الإقبال على برنامج معين، بل السعي إلى معرفة دوافع اختياراته، والكشف عن أثر الرسائل التي يتلقاها . على المدى القريب والبعيد . على معتقداته الخاصة، وآرائه، وإبراز ما يمثله المحيط في التفاعل مع هذه الرسائل، وكذا أشكال المشاركة أو المقاومة لما تبثه وسائل الإعلام. وبالرغم من التطور الحاصل في طرق

[1] - Jean-Pierre Esquenazi, Sociologie des Publics, Paris, La Découverte, 2003, p20
[2] - Remy Rieffel, Sociologie des Médias, Paris, Ellipses, 2005, pp 163 -185

وأساليب قياس الجمهور، إلا أنها تظل غير كافية، ومن ثم تأتي أهمية تطوير مقاربات تكون قادرة على تحليل التفسيرات التي يقدمها الجمهور في تفاعلها مع الحياة اليومية، حيث تتحول التجارب الفردية إلى التزامات جماعية.

أبدى الممارسون والمهنيون العاملون في حقل الإعلام . منذ البداية . اهتماما بالجمهور، حاولوا معرفة حجمه وسماته، من أجل تحسين مضامين وأشكال الخطاب وتكييفها لحاجيات الجمهور. وعبّر المعلنون الذين يستثمرون المال في وسائل الإعلام أيضا عن رغبتهم لمعرفة الخصائص السيوسيو ديمغرافية للجمهور وتحديد الفئات التي يستهدفها الإعلان من أجل المردود المالي. وقد أدى هذا الاهتمام إلى تطور دراسات جمهور وسائل الإعلام. وعمل الدارسون على تحليل تأثير وسائل الإعلام في الجمهور، وحاولوا معرفة طريقة ردود أفعاله، ونقلوا اهتمامهم من الرغبة في معرفة تأثير وسائل الإعلام على الجمهور، إلى ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام. وقد ساعد هذا الاهتمام ظهور تيارات بحثية تنتمي إلى حقول معرفية مختلفة، أسهم في وضع أسسها باحثون في السوسيولوجيا، والأنثروبولوجيا، والسيميولوجيا.

والحال أن الاهتمام بالجمهور ليس جديدا، فقد كان محل انشغال الممارسين والباحثين. ويمكن الإشارة إلى بعض المفكرين الذين أولوا عناية خاصة لظاهرة الجمهور، نذكر منهم غوستاف لوبون Gustave Le Bon بمؤلفه "سيكولوجيا الجماهير" (1895)، غابرييل تارد "Gabriel Tarde الرأي والحشد" (1901)، سيرج تشاخوتين Serge Tchakhotine "اغتصاب الجماهير" (1939).

يعد كتاب "سيكولوجية الجماهير" (1895) [3] للمؤلف غوتساف لوبون من أهم المراجع التي عالجت موضوع سيكولوجية الجماهير. ويعزو لوبون أسباب اهتمام المفكرين بظاهرة الجماهير إلى التهديد الذي باتت تشكله على النظام الاجتماعي القائم. إذ أصبح صوت الجماهير أساسي، يملي على الملوك تصرفاتهم، فلم تعد شؤون الأمم تحسم في مجالس الحكام، وإنما في روح الجماهير. ومن هنا فإن معرفة نفسية الجماهير تشكل المصدر الأساسي لرجل الدولة الذي يريد ألا يُحكم كليا من قبل هذه الجماهير. وقد جاءت طروحات لوبون في هذا الكتاب مخالفة للرأي السائد الذي يرى أن الناس يتحركون بشكل عقلاني ومنطقي عندما ينخرطون في العمل السياسي مبرزا العوامل اللاعقلانية في تحريك الجماهير، ومؤكدا الصفة المحافظة للجماهير. فالجماهير عبارة عن تراكم من الأفراد المتجمعين بشكل مؤقت على هامش المؤسسات الاجتماعية، وهم رجال ونساء بدون عمل محدد ومستبعدون من ساحة المجتمع الفعلية.

يقترح لوبون رؤية جديدة في تفسير ظاهرة الجماهير، حيث يرى أن الميزة الأساسية للجمهور هي انصهاره في روح واحدة، تحكمها عاطفة مشتركة تقضي على التمايزات الشخصية وتُخفِّض من مستوى الملكات العقلية. ويفسر ذلك بالتغيرات التي تطرأ على الفرد المنخرط في الجمهور والمشابهة لتلك التي يتعرض لها الإنسان أثناء التنويم المغناطيسي. فالجماهير مهما كانت طبيعتها (ثقافتها، عقيدتها، مكانتها الاجتماعية) بحاجة لقائد ولمحرّك لا يقنعها بالحجج العقلانية والمنطقية، وإنما يفرض نفسه عليها بواسطة القوة. ويجذبها ويسحرها بواسطة هيبته الشخصية.

[3]- غوستاف لوبون، سيكولوجية الجماهير، ترجمة هاشم صالح، بيروت، دار الساقي، 1991،

المحور الثاني: علم اجتماع المستخدمين

1 . الثقافة والميديا: بين الهيمنة والمقاومة

شهدت دراسات الجمهور تطورا ملحوظا في العقود الأخيرة، فبعد التركيز على قياس أثر سلطة وسائل الإعلام على المجتمع، حدث تحول في الرؤى والمقاربات البحثية ابتداء من الستينيات والسبعينيات من القرن الماضي. بدأ الاهتمام يتوجه تدريجيا نحو ممارسات الجمهور. ويعد التيار الوظيفي والاستخدامات والإشباعات أول من أعاد النظر في مسألة أثر وسائل تقنيات الاتصال الجماهيري. فتساءل عن الوظائف الاجتماعية التي تقوم بها وسائل الإعلام وعن الاحتياجات التي تلبيها للجمهور. تكمن أصالة هذه الرؤية في أنها اعتبرت منذ الوهلة الأولى بأن وسائل الإعلام تستطيع أن تحدث ممارسات متنوعة، ويكمن تفسيرها بطرق مغايرة، سواء أكان ذلك على مستوى الدور الذي تقوم به، أو على مستوى المحتوى الذي تقترحه بحسب المتلقين. بعبارة أخرى، وبخلاف التيارات الأخرى، لا يركز الوظيفيون فقط على مقاصد المرسلين، ولكنهم يعتبرون أن وسائل الإعلام يمكن أن تكون موضوع الاستعمال والتفسير المختلف حسب الأفراد والمجموعات، والسياق.

وقد تغيرت النظرة إلى وسائل الإعلام، ولم تعد مسألة البحث لمعرفة ماذا تفعل وسائل الإعلام في الجمهور (إشكالية الأثر) تثير انشغال الباحثين، وأصبح الهاجس الأساسي الكشف عن ماذا يفعل الناس/الجمهور بوسائل الإعلام (إشكالية الاستخدامات). بالنسبة للباحثين الذين تبنوا هذا الطرح فالمتلقي لا يختار عن طريق الصدفة وسائل الإعلام للاطلاع على الأخبار أو الترفيه، ولكنه يختار ويفسر البرامج الإعلامية بطريقة عقلانية. يظهر الاهتمام بالجمهور كذلك في المنهجية المتبعة في التحقيقات والمقابلات: فالمستخدمون مدعوون للتعبير عن حاجاتهم ودوافعهم، ومقاربة ما تقدمه لهم وسائل الإعلام من إشباعات. وفي هذا المجال يشير إيليو كاتز Elihu Katz إن الدراسات الأولى حول الإشباعات كانت تركز كثيرا على انطباعات المبحوثين، ولم تكشف عن طبيعة المحددات الاجتماعية لتوقعات الجمهور أو ما ينتظره من وسائل الإعلام، ذلك أن التيار الامبريقي الوظيفي ركز على دراسة وفهم عملية التلقي ذاتها قبل أن ينظر إلى ما يمكن أن تحدثه الاستخدامات، وكذا تأثير المحتوى الإعلامي.

يفترض تيار الاستخدامات والإشباعات أن الفرد قادر على القيام باختيارات بحسب الإشباعات التي يبحث عنها، إذ يتعرض لوسائل الإعلام وهو ينتظر شيئا مختلفا. من هنا فإن استهلاك وسائل الإعلام لا يتم انطلاقا من فكرة التأثير، ولكن انطلاقا من الاختيار. من هذا المنظور يولي تيار الاستخدامات والإشباعات عناية لاحتياجات المستخدمين ولدوافعهم، بعبارة أخرى "إشكالية: مرسل . رسالة . متلق" تنتقل من وسائل الإعلام كعامل إقناع إلى وسائل الإعلام كعامل إشباعات.

أسهم في هذا التحول مجموعة من الدارسين وعلى رأسهم إيليو كاتز الذي طور نموذجا بحثيا مركزا في نفس الوقت على الجماهير وتفسير محتوى الوسائل. يهتم هذا التيار بشكل خاص بمسألة المشاركة النشطة للجمهور بوصفه عنصرا فاعلا وناقدا وقادرا على تقديم تفسيرات متنوعة بحسب جماعات الانتماء، وذلك في إطار البحث عن إشباع رغباته من

خلال المحتوى والوسيلة معا، عبر مشاركة إيجابية لهذا الجمهور ووفق معاني خاصة بالرسائل التي يستقبلها في سياق مقاربة نفسية اجتماعية تتجاوب مع الديناميكية الثقافية للمحيط الاجتماعي الذي ينتمي إليه هذا الجمهور.[4]

وقد عمل بعض الدارسين على توسيع مجال الدراسة بحيث شملت المادة الثقافية التي تبثها وسائل الإعلام، وحظيت المسلسلات الدرامية بموقع خاص في هذه الدراسات. من هنا تأتي أهمية الدراسة التي أعدها الباحثان تمار اليابس Tamar Liebes وإيليو كاتز حول المسلسل الأمريكي "دالاس". وحاولا أن يختبرا الجماعات التفسيرية لهذا المسلسل. إن الهدف من هذه الدراسة كان تحليل المناقشات الدائرة حول المسلسل وتحديد النشاط النقدي أو عدمه للمتفرجين. تمت الدراسة الميدانية على مجموعات مشاركة تنتمي إلى جماعات إثنية وثقافية مختلفة.

ركزت الدراسة على ملاحظة وتسجيل المناقشات بين أفراد المجموعات الصغيرة التي كانت تتم أثناء وبعد بث حلقات المسلسل. تلتها في مرحلة لاحقة مساءلة المشاهدين حول ما شاهدوه. وقد ميزت الدراسة بين نمطين من القراءة: قراءة مرجعية التي تهدف إلى إحالة البرنامج إلى الحياة الحقيقية، وقراءة نقدية (لغة شارحة) التي تعالج البرنامج بوصفه عرضا وخيالا. وكشفت عن التفسير المرتبط بجماعات الانتماء للمشاهد، وتباين التلقي الناتج عن مفاوضة المعنى باعتماد المصادر الثقافية الخاصة لكل فرد.[5]

2. استخدامات تكنولوجيات الإعلام والاتصال:

مفهوم الاستخدامات: يشير قاموس Le Robert de Sociologie إلى معنيين: يحيل الأول إلى الممارسة الاجتماعية التي تصبح بفعل التكرار والألفة ممارسة طبيعية في ظل ثقافة معينة. الممارسة هنا تصبح تجربة معاشة. أما المعنى الثاني فيشير إلى استعمال أداة/مادة طبيعية أو رمزية، لأغراض خاصة. التفكير في الممارسات الاجتماعية للسلع والأدوات والمواد قصد إبراز الدلالات المركبة لسلوكات الحياة اليومية. هذا المفهوم الثاني شائع في سياق دراسات استخدامات تكنولوجيا الإعلام والاتصال.[6]

يميز سيرج برولكس Serge Proulx بين مفهومي الاستخدام usage والاستعمال utilisation. عندما نستخدم مصطلح "الاستعمال" فإننا نصف أولا المحيط المرتبط بالتفاعل بين الإنسان والآلة. إن اختيار مصطلحي "الاستعمال" utilisation و"المستعمل" utilisateur يندرج ضمن بحوث التفاعلات des interactions les études الإنسان . الآلة Homme – machine. تشمل هذه البحوث الدراسات السيكولوجية الإدراكية التي تعنى بدراسة تنظيم العمل تنظيما منطقيا، وتصميم جهاز تبادل المعلومات الإنسان . الآلة، Design des interfaces humain – machine. أما عندما نستخدم مصطلح "استخدام" usage فمن أجل وصف علاقة الفرد الإنسان مع التكنولوجيا، فإننا نحاول فهم السياق الاجتماعي العام الذي يشمل التفاعل بين الإنسان والآلة، ويأخذ بعدا سوسيولوجيا.

---

[4] - Valérie Sacriste, Communication et Médias, Sociologie de l'analyse médiatique, France, 2007, pp 324-329

[5] - Tamar Liebes, Elihu Katz, Six interprétations de la série Dallas , traduit de l'anglais par Eric Maigret et Daniel Dayan, Hermès, 11-12, 1992

[6] - Serge Proulx, Penser les usages des TIC aujourd'hui : enjeux, modèles, tendances, http://www.sergeproulx.info

ويميز سيرج برولكس أيضا بين مصطلحي: إمكانية الوصول Accessibilité والتملّك Appropriation . يستخدم الأول عندما نريد أن نضع التكنولوجيا في متناول الناس. لكن الاستخدام الحقيقي l'usage effectif للتكنولوجيا يتطلب أن يبذل المستخدم جهدا إضافيا، أن يتبنى هذه التكنولوجيا ويجعلها جزءا من مساره. ومن هنا فإن لحظة التملك تشكل إذن الهدف المنشود للعملية. إن التملك الفعلي من قبل الفرد يفترض توفر ثلاثة شروط: . التحكم التقني والإدراكي/المعرفي في الأداة المصنعة artefact. . إدراج الموضوع التقني objet technique في الممارسة اليومية للمستخدم. مع الإشارة أن الاستخدام المتكرر لهذه التكنولوجيا يفضي إلى إمكانية الابتكار، ويقدم قيمة مضافة للحياة اليومية للمستخدم. أما على المستوى الجماعي فإن التملك الاجتماعي يفترض بأن المستخدمين يكونون ممثّلِين عند وضع السياسات العمومية، ويؤخذون بعين الاعتبار في الإنتاج الصناعي والتوزيع التجاري. إذن نستخدم "التملك" عندما نحاول وصف عملية الاستبطان processus d'intériorisation التدريجي للمهارات التقنية والمعرفية لدى الأفراد والجماعات الذين يستخدمون هذه التكنولوجيا.[7]

شكّل مصطلح "الاستخدام" . منذ ما يقارب ثلاثة عقود . اهتمام عدد هائل من الباحثين المنشغلين بحقل سوسيولوجيا تكنولوجيا الإعلام والاتصال. ازداد هذا الاهتمام في السنوات الأخيرة، واصبح مفهوم الاستخدام موضع رهان نظري منذ الستينيات من القرن الماضي مع تيار "الاستخدامات والإشباعات" الذي تبنته المدرسة الانجلوسكسونية التي قلبت نموذج الأثر لصالح نموذج "ماذا يفعل الأفراد بوسائل الإعلام". انطلاقا من هذه الإشكالية تصبح مسألة التملك الاجتماعي لتكونلوجيا الإعلام والاتصال تتعلق بمعرفة "ماذا يفعل الأفراد بتكنولوجيا الإعلام والاتصال" بدل "ماذا تفعل تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الأفراد".

3. إطار الاستخدام:

أسهم التطور التكنولوجي (الإعلام والاتصال): في ظهور دراسات عديدة تناولت الاستخدامات اليومية للتقنيات (الهاتف، المنيتيل، الفيديو، الحاسوب، الانترنت...) حاولت أن تفحص الطريقة التي تتغلغل بها التكنولوجيا في المجتمع، وفهم قدرتها على هيكلة الممارسات، وركزت هذه الدراسات على اختبار درجة استقلالية المستخدم وقدرته على المقاومة. وكشفت عن أهمية المحددات السيوسيو ثقافية التي تتحكم في نشاط المستخدم، بوصفه مبتكرا.

اتجهت الدراسات منذ الثمانينات من القرن الماضي إلى إبراز أهمية البعد التقني لاستخدام وسائل الاتصال الحديثة، وطرحت مسألة علاقة الإنسان/الفرد بالآلة. وقالت بأن الآلة ليست محايدة، بل تفرز بعض السلوكيات والتصرفات. ويمكن حصر الفكرة الأساسية التي استقطبت اهتمام الدارسين في مسألتين: . التركيز على الدينامية الاجتماعية، والعناية بأثر التكنولوجية (الآلة). بعبارة أخرى دراسة استخدام التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال تتمحور حول العلاقة القائمة بين المنطق الاجتماعي والمنطق التقني. في هذا المجال ترى جوزيان جوّي Josiane Jouet أن هذه الوساطة مركبة

[7] - Serge Proulx, les formes d'appropriation d'une culture numérique comme enjeu d'une société du savoir, proulx@uqam.ca

ومزدوجة: فهي تقنية لأن الأداة المستخدمة تنظم وتتحكم في الممارسة، كما أن هذه الوساطة هي كذلك اجتماعية لأن أشكال الاستخدام والمعاني المستنبطة من هذه الممارسة مستمدة من الجسم الاجتماعي.[8]

من جهته ينطلق باتريس فليشي Patrice Flichy من الإطار السيوسيو تقني القائم على الفهم الجيد للعلاقة التي تقام بين التقنية ومختلف الفاعلين الذين يتدخلون في تصميمها وتوزيعها واستخدامها. أطلق عليها "المقاربة السيوسيو تقنية"، ويرى أنها تجيب عن أربعة انشغالات: أولها إدراج البعدين التقني والاجتماعي في تحليل سيرورة التقنية، أي فحص كيف يتداخل ويلتقي عالم المهندسين الصناعيين، التجار والمستخدمين . الوقوف ثانيا عند الدراسة المتزامنة لمرحلة التصور ومرحلة استخدام المادة التقنية objet technique في المخابر، وكذلك لدى المستخدمين في البيوت أو في أماكن العمل . الاهتمام ثالثا ليس بالحقيقة التقنية Fait technique ولكن بالفعل التقني L'action technique ، أي المقاصد والمشاريع التي تسبق الفعل، والتفاعلات التي تحدث بين المتدخلين . وأخيرا القدرة على فهم الظواهر المتوقعة ذات الصلة بالفعل التقني.[9]

انطلاقا من أن كل نشاط تقني يندرج ضمن إطار مرجعي سيوسيو ثقافي، أي في إطار يمكّن من فهم الظواهر التي نعيشها، ومن تنظيم أفعالنا الخاصة. يرى باتريس فليشي ضرورة التمييز بين مكوّنين للمادة التقنية: التشغيل والاستخدام اللذين يشكلان وجهين لحقيقة واحدة. يحدد إطار التشغيل مجموع المعارف والمهارات المستخدمة أو التي يمكن استخدامها في النشاط التقني. أما إطار الاستخدام فيتعلق بالنشاط الفعلي للمستخدم، ويتلاءم مع الطريقة التي تستخدم فيها المادة التقنية في الواقع الاجتماعي. وبخصوص انخراط الفاعلين المشاركين في سيرورة التقنية يحيلنا باتريس فليشي إلى أفكا ر إرفين غوفمان، ويشير أن الإطار المرجعي هو مكوّن إدراكي يساهم في النشاط الاجتماعي. بمعنى أن الإطار حسب غوفمان لا يتوقف عند حد إضفاء معنى على النشاطات، بل يساهم في بناء المعنى أثناء حدوث التفاعلات الاجتماعية وينظم أيضا عملية انخراط الأفراد والجماعات في سيرورة المجتمع.

ضمن هذه الرؤية يقترح باتريس فليشي الانطلاق من هذه المفاهيم التي وضعها غوفمان، وتوسيع مجالها إلى أفق أرحب من أجل تحديد العالم المشترك لمختلف الفاعلين المشتركين في سيرورة التقنية، فيعمد إلى تحديد إطار الاستخدام باعتباره يصف أنماط النشاطات الاجتماعية المقترحة ويضعها في سياق اجتماعي، في روتين الحياة اليومية، ويحدد الجمهور المستهدف، الأماكن والوضعيات التي تتموقع فيها هذه التقنية، ويحدد كذلك المعنى الاجتماعي لهذه التكنولوجيا التي لها بعدا رمزيا. أي أن إطار الاستخدام له وظيفة مزدوجة، من جهة يؤدي وظيفة إدراكية ورمزية. ومن جهة أخرى يمكّن من تنظيم تفاعلات الفاعلين مع الموضوعات التقنية وفيما بينهم (بين الفاعلين).

إن الدلالات المرتبطة بالموضوعات التقنية تفصح عن التفاعلات الحقيقية، لكنها في ذات الوقت وبشكل متواز تندرج ضمن رمزية أوسع مستقلة نسبيا عن السياق (الحدث الآني) وتنتمي إلى خطاب المجموعة الاجتماعية. إن هذه العناصر الإدراكية الرمزية هي التي تشكل إطار الاستخدام. وعلى عكس الفكرة الشائعة التي تميز بين المهندسين الذين يضعون تصورات وينظمون الإنتاج من جهة، والمستخدمين الذين يتملكون ويستعملون المادة التقنية من جهة أخرى. علما أن إطار الاستخدام هو خلاصة الفعل المشترك لكل الفاعلين المساهمين في النشاط التقني: المصمم ومختلف الوسطاء:

[8] - Josiane jouet, retour critique sue la sociologie des usages, revue Réseaux, n° 100, 2000

[9] - Patrice Flichy, Technique, usage et représentation, Réseaux, 2008/2-n0148- 149

المنتِج، المصنّع، المهندس، وسائل الإعلام، وواضع المعايير prescripteur، الزبون، القائم على تركيب الأجهزة l'installateur وكذلك المستخدم. وهكذا فإن إطار الاستخدام يتم بناؤه في الزمن، يأخذ في البداية شكل خطاب، مخيال تقني، ثم يعقبه الاستخدام القائم على التجربة.[10]

أما بخصوص التعاون بين المستخدم والمصمم: يقترح الباحث Ericvan Hippel قلب الطريقة الكلاسيكية للابتكار، حيث تبدأ السيرورة من المبتكر للوصول في النهاية إلى المستخدم. في "الابتكار التصاعدي" Innovation ascendante ، أو "الابتكار بواسطة الاستعمال" على العكس، المستخدم هو الأصل، المتسبب في الابتكار. وفي هذا المجال يمكن التمييز بين ثلاثة أساليب مختلفة تحكم العلاقة القائمة المحتملة بين المصمم والمستخدم: 1 المصمم المستخدم – Concepteur usager وهو الذي يستعمل التكنولوجيا التي ابتكرها. 2 . المستخدم المبتكِر L'usager innovant التمكن من تحديد واستخدام وظائف fonctionnalité غير مستعملة. 3 . المستخدم المصمم L'usager concepteur هو مستخدم له مهارات تقنية، يستطيع أن يعدّل إطار التشغيل وإطار الاستخدام. (إطار التشغيل مجموع المعارف والمهارات المستخدمة أو التي يمكن استخدامها في النشاط التقني. إطار الاستخدام النشاط الفعلي للمستخدم).[11]

يتبين مما سبق أن دراسة استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال لا يمكن أن تحقق تقدما إلا في ظل تقاطعها مع مختلف الحقول: سوسيولوجية التقنية، سسيولوجية الاتصال، سوسيولوجية الاستخدامات المنزلية، سيولوجية التنظيمات.

تتباين آراء ووجهات النظر المنشغلين بدراسة إشكالية تكنولوجيا الإعلام والاتصال. القراءة المتفحصة لمختلف التيارات البحثية تكشف عن ثلاثة أسس أطّرت البحث في استخدامات تكنولوجيا الإعلام والاتصال. تحديدا حول دراسة الاستخدامات والموضوعات التقنية، فبينت هذه الدراسات أن استخدام تقنية يأخذ أبعاد متعددة. فقد يحيل إلى واجهات الحاسوب الذي يتبادل عبره المعلومات، وإلى التمثّلات الاجتماعية للتقنية، وكذلك إلى التموضع positionnement في الفضاء الزمكاني للحياة اليومية. ويحيل أيضا إلى قواعد الاستخدام، وإلى الممارسات الاجتماعية التي تؤطر هذه العلاقة (المستخدم .الآلة). وكشفت الدراسات أن الاستخدام لا يتم بمعزل عن الموضوع التقني: العلاقة بين المستخدم والتقنية لا تنحصر في التشفير encodage الذي يقوم به المهندس، بل يترك استقلالية كبيرة للمستخدم حتى يتمكن من بناء هويته. وبينت أخيرا أن الاستخدام ليس عملية فردية، بل يأخذ أيضا بعدا اجتماعيا، وذلك اعتبارا من أن المستخدم عضو في مجموعة حقيقية أو خيالية، يتعاون مع الفاعلين الآخرين، ويساهم في السيرورة التقنية.

أما بخصوص أشكال الإنتاج الاجتماعي فتبيّن الدراسات أن المبتكرات الجديدة، رغم تعقيداتها، إلا أنها مكّنت من دراسة البناء الاجتماعي للاستخدام وساعدت على إدراك دينامية العلاقة بين الابتكارات التقنية والابتكارات الاجتماعية. وفي هذا المجال نشير إلى مقاربة جوزيان جوّي التي درست أشكال الإنتاج الاجتماعي La production sociale انطلاقا من الممارسات التي تمت في أوساط الجمهور الواسع. واستخلصت أن التحليلات الكلاسيكية لوسائل الإعلام مفيدة، لكنها غير كافية لدراسة الاستخدام الاجتماعي لتكنولوجيا الإعلام والاتصال التي تتطلب ضرورة بلورة إشكاليات خاصة تجيب عن تعقيد هذه الظاهرة. إن الفرضية المقدمة تنطلق من أن خصوصية هذه التقنيات التي تتمركز حول الطابع التقني، ليست محايدة، بل هناك تفاعل بين المكونات التقنية وأشكال الإنتاج الاجتماعي. واستخلصت أن تكنولوجيات الإعلام

[10] - Ibid
[11] - Ibid

والاتصال تتموقع . في الحقيقة . في قلب تشكل من نوع خاص، يلتقي فيه البعدان: التقني والاجتماعي ويؤديان إلى بروز ظواهر تفاعلية جديدة.

حاولت جوزيان جوّي أن تفحص البناء الاجتماعي انطلاقا من ثلاث مقاربات: (الاستهلاك، الاستقلالية، التفاعل)

المقاربة القائمة على الاستهلاك La consommation: القراءة الأولى تمكننا من القول إن استخدام التكنولوجيات الجديدة شمل مختلف المجالات، ولاسيما الفضاء المنزلي والمهني. إذ ساهمت التقنيات الجديدة في توسيع الاستخدام وامتد إلى حقل الإعلام والاتصال، وطوّر "طرق الحياة" في اتجاه خوصصة النشاطات. ويمكن ملاحظة تنوع الاستخدامات، والفروق بين استخدام التقنيات الكلاسيكية (الإذاعة والتلفزيون) التي كان استهلاكها يتم جماعيا، والتقنيات الجديدة (الحاسوب، الهاتف الجوال...) التي أضفت الطابع الفردي لاستهلاك الأدوات التقنية. وكشفت أن استهلاك التقنيات الجديدة يتمحور حول نموذجين مهيمنين ومتعارضين: العقلاني واللعبي. تتجلى فعالية النموذج الأول (العقلاني) في سرعة معالجة المعلومة. أما النموذج الثاني فيفصح عن مهارة أداء التقنيات الجديدة التي فرضت أيضا أشكالا جديدة من الممارسات اليومية،(أوقات الفراغ...) وكشفت أن منطق التطبيقات ذات الطابع اللعبي يختلف ويلبّي حاجيات أخرى غير تلك التي يتطلبها الطابع العقلاني. بعبارة أوضح إن التقنيات الجديدة تقترح نماذج استهلاك جديدة. وتبين أن القدرات التقنية لهذه الأدوات هي التي تثير الاستخدام. وإذا كان الاستخدام في النموذج الكلاسيكي يتمحور حول المُنتَج النهائي (مضمون البرامج التلفزيونية مثلا). فإنه يركز في التقنيات الجديدة على قدرتها وأدائها، أي أن التركيز لا يتم على المُنتَج بقدر اهتمامه على الوساطة التي توفرها الآلة. أي أن التقنية هي التي يتم إدراكها.

المقاربة القائمة على الاستقلالية L'autonomie: بيّنت مقاربة الاستهلاك أن التقنية هي التي تحدد الاستخدام. أما مقاربة الاستقلالية فعلى العكس، المستخدم هو الذي يصبح العنصر الفاعل/ الرئيسي. إن مستوى الاستقلالية المدرجة في الشكل الهندسي لهذه الأدوات يتسرب من التقنية إلى المستخدم. إن استقلالية الآلة تسير في اتجاه تلتقي فيه مع الاستقلالية الاجتماعية. (التقنية تمتزج مع الاجتماعي). تشدّد هذه المقاربة على أن المستخدمين يتسمون بصفات ومهارات خاصة. وهكذا تقطع التقنيات الجديدة الصلة مع نماذج الاتصال العمودية لوسائل الإعلام حيث يتموقع الجمهور بوصفه مجرد متلق بسيط للرسائل. لكن ابتداء من الستينيات من القرن الماضي ومع التيار الوظيفي بيّن أن المتلقي الذي كان يوصف بالسلبية، أصبح ينظر إليه بوصفه منتجا لتفسيراته الخاصة للرسائل. وهذا ما يؤكده أيضا ميشال دوسرتو Michel de Certeau كما سنرى لاحقا. من جهة أخرى فإن وسائل الإعلام السمعية البصرية تظهر سلوكات متنوعة وانتقائية تفصح عن رغبة أكبر في اتجاه الاستقلالية (استقلالية المتلقي). ومن ثم فإن الجمهور ينمي استراتيجيات تقوم على إيجاد مسافة تمكنه من مقاومة تأثير وسائل الإعلام. والحال أن الاستقلالية لا تُقاس كنشاط حر يتعلق بانتقاء وتحليل décodage وتفسير الرسائل، فلم تعد التقنيات الجديدة تحيل إلى مرجع خارجي. وبهذا فهي تفلت من نموذج التلقي لأنها لا تفصح عن شيء. فهي تُعبّر من خلال القدرات التقنية التي تحمل سنن codes العقلانية والمهارة والأداء.

إن البرامج المعلوماتية logiciels لا تفصح عن شيء، فهي تتحاور. إن التفاعل بين الفرد والآلة يتم في شكل ذهاب وإياب مستمر، من الإرسال وردود الأفعال. إن مظاهر الاستقلالية التي تتيحها التقنيات الجديدة متنوعة. لكنها تتقاطع مع مقاربتين للمنطق التقني فهي مطابقة conformité ومخالفة transgression. في الحالة الأولى (التطابق) تقوم الاستقلالية

على اقتباس/استعارة مزايا الآلة من أجل الرفع من الاستقلالية والفعالية. في الحالة الثانية (المخالفة) الاستقلالية. يبتكر المستخدم وظائف جديدة أثناء الممارسة.

والواقع أن الاستثمار في الحاسوب من أجل العمل في البيت يستجيب في الحقيقة لمسار الاستقلالية. ويشكل بالنسبة للمستخدمين المحترفين وسيلة للإدارة الذاتية للنشاط المهني، فالحاسوب يجعل الأفراد أكثر حرية، وبالتالي فهو ليس غاية في ذاته. بل هو وسيلة من اجل إنجاز العمل بطريقة أفضل وأسرع، معالجة وإدارة المعطيات بواسطة أدواته التقنية (الحاسوب) والاعتماد على مهاراته هو عامل أساسي، فضلا عن أن استخدام الحاسوب يمكنه (المستخدم) من البرمجة الشخصية القائمة على الممارسة المنعزلة تساعده على اكتساب معارف وحسن الأداء savoir-faire قصد محاورة الآلة. إن التفاعل مع الآلة (الحاسوب) يجعل منها المرجع الوحيد ويحوّلها إلى مرآة تنعكس من خلالها صورة النشاط الذهني للمستخدم. إن الإحساس بالتحكم الذي تتيحه له مراقبة الآلة يعيد الاعتبار لتشكل الهويات القائمة على تعزيز الأنا، وكذلك تقوية الصورة الاجتماعية للفرد. ولا يتوقف الاستخدام عند هذا الحد، بل يسمح التواصل الافتراضي الذي يقيمه مع الآخرين بناء فضاء لعبي واستعارة هويات غير حقيقية تحت أسماء مستعارة. علاوة أن هذه الوساطة التقنية تتيح متعة حب الظهور والتعبير عن الذات.

المقاربة القائمة على التفاعل السوسيو تقني L'interaction sociotechnique: تركز المقاربة القائمة على الاستقلالية على تحرير البعد الذاتي عند إعداد المشاريع الشخصية. إلا أن ذلك لا يعني عزل الخصوصية التي تتميز بها الوساطة التقنية. ولا يمكن إغفال التفاعل الحاصل بين الممارسات الاجتماعية والهندسة المنطقية architecture logique للتقنيات المستخدمة، بل هناك تداخل بين التقني والاجتماعي. ويتجلى تفاعل التقني والاجتماعي عبر التمثّلات الاجتماعية حول التقنيات الجديدة.

إن بناء الاستخدام الاجتماعي هو ظاهرة معقدة تستند إلى سيرورة التفاوض processus de négociation بين الأداة التقنية والفعل الاجتماعي. يتموقع الإنتاج الاجتماعي في قلب هذه العلاقة، حيث يصعب عزل التقنية عن الممارسة، فهي تتبلور حول قطب عملياتي، إبداعي/ دينامي.[12]

إن النتيجة التي استخلصها الدارسون من هذه البحوث، مكنتهم من تجاوز القول بالاستخدام السريع والسطحي للتكنولوجيا. فعند ملاحظة المسافة بين الاستخدام الفعلي للتقنيات الجديدة والاستخدام المرافق الذي اقترحه المصممون، يؤكد أن هذه الممارسات لم تكن مجرد ردود أفعال أو طرق عمل عابرة، بل إقرار بالدور الإيجابي للمستخدم.

انطلاقا من هذه المعاينة طرح الدارسون أسئلة متعلقة بالتغير الاجتماعي. وقالوا بضرورة تجاوز مقولة الحتمية التكنولوجية كمحدد رئيسي في التغير الاجتماعي. لكن هذه الدراسات طرحت بعض المشكلات. ذلك أن اعتبار سوسيولوجية الاستخدامات الموضوع التقني مُنتجا produit خارجا ومستقلا عن المجتمع exogène جعلها تغفل أن الابتكارات التقنية هي ذاتها موضوعات اجتماعية. كما أن النظر إلى المستخدم في بعده الذاتي، والوقوف عند ملاحظة سلوكه بمعزل عن المحددات الاجتماعية للاستخدامات يعد مبالغة في تقدير استقلالية المستخدم.

شهدت دراسات استخدامات تكنولوجيا الإعلام والاتصال تطورا ملحوظا في مطلع الألفية الجديدة، وركزت بشكل خاص على تحليل سيرورة تملّك الأدوات التقنية، أي الطريقة التي يسلكها كل فرد في بناء علاقته مع أداة الاتصال في السياق

[12] - Josiane Jouet, Nouvelles Techniques : formes de la production sociale, (T.I.S) vol 1. No° 3 ; 1989

المنزلي والمهني. تلتقي هذه الدراسات في الدعوة إلى التخلي عن النموذج الذي ينظر إلى المستخدم بوصفه مستهلكا سلبيا، وتنظر (الدراسات) إلى فعل التملك بوصفه شكلا للبناء الخاص لعملية الاستخدام. يمكن التمييز بين ثلاثة أبعاد في عملية تملك تكنولوجيا الإعلام والاتصال: البعد الذاتي، البعد الإدراكي، والبعد المرتبط بالهوية.

يركز البعد الذاتي Dimension subjective على خاصية التملك (فعل التشكّل الذاتي)، فيكشف عن اهتمامات المستخدمين، والدلالات الذاتية الناجمة عن استخدام مادة تقنية، من منطلق أن كل فرد يتخيل طرقه الخاصة في استخدام التكنولوجيا. يجب التذكير أن البعد الذاتي غير منفصل تماما عن المحيط الذي يستخدم فيه الفرد هذه الأدوات، والتي تحمل أيضا بعدا اجتماعيا . ويمكن ملاحظة ذلك في استخدام الهاتف الجوال، الذي يبيّن أن كل فرد في لحظة التواصل المتزامن يبدي استعدادات سيكولوجية وانفعالات خاصة، تحيل إلى شئ مشترك مع آخرين، تبنى وفق منطق اجتماعي.

يحيل البعد الإدراكي: Dimension cognitive إلى الطرق الخاصة لاكتساب المعارف (اكتشاف طرق تشغيل الأداة التقنية)، ومهارة الاستخدام (التدريب على الطرق العملية للاستخدام). ويظهر ذلك بصورة جلية في الألعاب الإلكترونية، حيث يكتشف مستخدمو هذه الألعاب شيئا فشيئا قواعد اللعبة ووظائف جديدة، تمكّن المستخدم من بناء ممارسته الخاصة.

أما البعد المرتبط بالهوية : Dimension identitaire فيكشف أن استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال يبيّن أن الهوية الشخصية والهوية الاجتماعية متلازمتان، اعتبارا من أن أدوات الاتصال هي مصدر للبناء الذاتي، وفي ذات الوقت تحيل إلى بعد اجتماعي، وهذا ما تكشفه الدراسات حول إنشاء الصفحات الشخصية على الشبكة التي تؤكد أهمية مسألة الهوية. وتبين كيف يعمد المستخدم إلى تنظيم تفاعلاته في فضاء النقاش. رغم أنها تتم افتراضيا يغيب فيها الحضور المواجهي، لكنها تتيح إمكانية تبادل متنوع، وتفصح عن هوية المستخدم.

إن الدراسات التي أجريت حول تشكيل المواقع الشخصية تبين تنوع وتعقيد استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال، فعلاوة على التباين المسجل بين الأجيال التي بيّنت أن الصغار يبدون مهارة في ترويض التكنولوجيا أكثر من الكبار. فإن وسائل الإعلام وتكنولوجيا الإعلام والاتصال هي عامل أساسي في بناء الهوية المرتبطة بالجنس. فكشفت أن استخدام الإناث يبنى على تعزيز العلاقة/الرابط le lien ، في حين يتميز استخدام الذكور بالاستقلالية. وتبين الدراسات التي أجريت في السياق الأوروبي على الهاتف النقال ميول المرأة إلى استخدام هذه الوسيلة أكثر من الرجال. وكشفت أن الهاتف أداة مفضلة لدى الإناث، وهي أقل تملّك appropriation للحاسوب من الذكور. وفسرت هذه الميول بالطابع العلائقي والتشاركي الذي يميز الهاتف.[13] le mobil plus relationnel plus participatif. .

وقد تباينت الخلفيات النظرية والمقاربات المنهجية في تناول استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال. ويمكن الإشارة إلى الدراسة التي عملت على كشف تصرفات التلاميذ مع الحاسوب في مختلف المدارس الأوروبية[14]. وتأتي أهمية هذه الدراسة في أنها أحدثت قطيعة مع التصور السائد لتقنيات التواصل في الوسط المدرسي كوسيلة لنقل المعرفة، وجعلت

[13] - Remy Rieffel, opcit, pp 187-193

[14]- إيف وينكين، أنثروبولوجية التواصل من النظرية إلى ميدان البحث، ترجمة خالد عمراني، المنامة، هيئة البحرين للثقافة والآثار، 2018 ، ص ص 245 - 255

العلاقات الجماعية التي ينسجها المستخدمون هدفا مركزيا للدراسة، بحثت فيها التفاعلات الجماعية وليس الفردية، أي محاولة رؤية التلاميذ وهم يتعلمون الاشتغال جماعيا، وليس دراسة كيفية فهم التلاميذ للحاسوب. ولم يكن الهدف تقديم قياس درجة ملاءمة الاستخدامات مع المبادئ التعليمية للمدرسة، أو لنظامها التعليمي، بل كانت تسعى إلى معاينة السلوكات وليس نتائجها.

وتوصلت الدراسة أن المراسلات الإلكترونية بين تلاميذ مختلف الدول المشاركة لا تخلق تبادلا عميقا، فقد كان التلاميذ يفضلون الحديث عن أنفسهم ومحيطهم المباشر. ولاحظت الدراسة أن التلاميذ يجدون صعوبة في الكتابة، أي أن المراسلات الإلكترونية لم تقدم عونا للتلاميذ لتحسين أدائهم في الكتابة والإملاء، فاكتفوا بالحد الأدنى من الجمل والكلمات. ولم يكونوا يشعرون براحة في التعبير بلغة أجنبية. لكنهم يشعرون بسعادة عند إرسال واستقبال رسائل بغض النظر عما تحمله من مضامين. وأظهرت الدراسة أهمية البعد الطقوسي للعلاقة مع تقنيات التواصل في الوسط المدرسي، شبيهة بالمحاورات التي تتم في نظام "الكولا" Kula وهو نظام تبادل تجاري تمارس فيه طقوس تبادل الهدايا في مناسبات خاصة لدى شعوب جزر "تروبرياندّ Trobriand في جنوب شرقي ميلانزيا . وخلصت أن كل الأنشطة التي تتم ضمن سياق تقنيات التواصل الحديثة، تساهم في تقوية الشعور بالانتماء إلى مجموعة صغيرة.

ومن هنا تأتي الدعوة بعدم حصر مجال الدراسة في إبراز خصائص تكنولوجيا الإعلام والاتصال، بل توجيه الجهود بشكل خاص نحو الممارسات الثقافية التي يفرزها استخدام التكنولوجيا، وفهم منطقها الذي يشكّل اللحظة الانتقالية التي تعيشها وسائل الاعلام والاتصال. وهذا ما يؤكده ستيفان فيال بقوله: "إن أهمية الثورة الرقمية ليست في مظاهرها وفي ما يُرى منها بقدر ما هي في قدرة منظومتها على توجيه إدراكنا للأشياء، وعلى توجيه فكرنا وعلاقاتنا. إنها ليست حدثا تقنيا فحسب، بل هي كذلك حدث فلسفي كبير يعيد تشكيل بناء معنى الواقع".[15]

4. ميشال دوسرتو (رمزية اليومي):

إن إعادة الاعتبار للدور النشط للمستخدم في الدراسات حول سوسيولوجية الاستخدامات في الثمانينيات من القرن الماضي مستمدة من أعمال ميشال دوسرتو Michel de Certeau بمؤلفه L'invention du quotidien Arts de faire [16]. يعد المؤلف سباقا، فهو الذي أعاد الاعتبار للاستهلاك الذي ظل لفترة طويلة يشير إلى مجرد المستهلك بالمفهوم الاقتصادي الذي يحكمه قانون العرض والطلب، حيث أن المستخدم لا يبدي أي مقاومة، ولكنه يستجيب للعرض. إن هذا النموذج لا يصلح لتحليل تكنولوجيا الإعلام والاتصال. إن المستهلك حسب دو سرتو ليس كائنا سلبيا ولكنه إيجابي، فهو الذي يصنع المعنى. إن مفهوم الاستهلاك المتداول من قبل المؤلف يأخذ معنى مغايرا للمعنى الكلاسيكي الذي يستخدم في اقتصاد السوق. فمقابل الإنتاج الذي يحكمه منطق السوق، هناك أيضا إنتاج هو بمثابة استهلاك مشتت يتسرب في كل

[15] ـ ستيفان فيال، الكينونة والشاشة كيف يغيّر الرقمي الإدراك، ترجمة إدريس كثير، المنامة، هيئة البحرين للثقافة والآثار/ 2018، ص 25

[16] ـ ميشال دوسرتو، ابتكار الحياة اليومية فنون الأداء العملي، ترجمة محمد شوقي الزين، دار الأمان (الرباط)، منشورات الاختلاف (الجزائر)، الدار العربية للعلوم ناشرون بيروت)، 2011

الجهات بشكل خفي، لا يعلن عن نفسه عن طريق المنتوجات، بل عن طريق استعمال هذه المنتوجات المفروضة من طرف نظام اقتصادي مهيمن.

تتمحور الإشكالية السوسيولوجية التي طرحها دوسرتو حول الابتكارات اليومية من خلال عمليات الاستخدامات. تندرج المسألة الأساسية ضمن إشكالية الابتكارات الثقافية للناس البسطاء، أو ما يطلق عليها عمليات الممارسين Les opérations des pratiquants. لا يركز دوسرتو على المنتجات الثقافية المتوفرة في سوق السلع، ولكن يهتم بالعمليات القائمة على الاستخدام. يقترح دراسة المنتجات الإعلامية والثقافية انطلاقا من البصمات التي تتركها ممارسات مستهلكي المادة الثقافية. ويرى أن البسطاء من الناس ليسوا مستهلكين سلبيين، بل هم مبتكرون. يبتكر كل فرد طريقته الخاصة التي يتعامل بها مع هذه المنتجات. بالرغم من أن هذا النشاط من الناحية الاجتماعية يبدو أنه غير واضح، إلا أن الأمر يتعلق بمعرفة حتى وإن اعتبرت غير ظاهرة، ويقلل من شأنها في الكثير من الحالات من قبل الخطاب العلمي الذي يعتمد في بناء نظرياته انطلاقا مما يمكن ملاحظته. وهكذا إن فن الأداء العملي art opératoire يمكّن المستخدمين من التعامل بطريقة أخرى مع المنتجات الثقافية والإعلامية.

ينطلق دوسرتو من موقف معرفي ونقدي يتخطى الحدود الوهمية المفروضة بين المعارف والفنون، متجاوزا بذلك المفاهيم النظرية الصورية نحو الممارسات العملية والأدائية، اعتبارا من أن الفكر هو أساسا ممارسة، أو نشاط نظري يقوم على البحث والقراءة والفهم والتفسير. تكمن الفكرة الجوهرية لفلسفته الاجتماعية والتاريخية، في أهمية الاستعمال وفي إزاحة الإنتاج وتعديل الاستهلاك. معارضا الطروحات التي تفضّل الإنتاج على الاستهلاك، والتي ترى في الإنتاج فاعلية ونشاط خلاّق، بينما الاستهلاك مجرد انفعال يخضع للإنتاج. أما الفكرة التي يثيرها دوسرتو الخاصة باستعمال/استهلاك هذه البضائع المفروضة على المستهلك، فتكمن في المقاومة التي يبديها المستخدم، إذ يلجأ إلى ابتكار مساحته الخاصة تمكّنه من الحركة والتعديل. ويرفض أيضا الفكرة التي تعتبر الفرد مغفّلا يسهل خداعه وتضليله إعلاميا واقتصاديا وايديولوجيا، ويستهلك المنتجات اليومية دون تخمين أو حذر أو يقظة. بل إن الفرد يسخّر مهارته الفكرية وبراعته الذهنية في إحباط المؤامرات التي تواجهه، فلا يكتفي بالاستهلاك وإنما يتجاوز ذلك نحو الامتلاك، فيتدبّر بحيلة ومهارة السلع أو المواد التي يتناولها، أي أن المُنتَج يصبح ملكية المستهلك يفعل به ما يشاء يعدّله أو يبتكر به شيئا آخر.

أما بخصوص العلاقة غير المتكافئة بين منتجي ومستخدمي المادة الثقافية، فقد كانت دائما تأخذ شكا صراع، ولا يوجد طرف منتصرا على طرف آخر. وقد شبّه منتجي المعنى بملاك الأرض (النصوص) حيث يحرصون على تنظيم دخول واستخدام هذه النصوص. أما المستهلكون فيشبهون الصيادين الذين يختلسون مقادير من الخدمات والسلع لسد حاجاتهم اليومية.

لإبراز التباعد بين هذين المستويين (الإنتاج والاستهلاك) وضع دوسرتو تمييزا بين الاستراتيجية والتكتيك، من منطلق أن مشاريعهما تخضع لقواعد مختلفة، وهو ما عبّر عنه بقوله: " أسمّي "استراتيجية" حساب علاقات القوى الذي يصبح ممكنا من الساعة التي تُعزل فيها "ذات لها إرادة وسلطة" عن "بيئة" معينة. فهي تسلّم بوجود محلّ من المرجّح أن يتقيد كمحلّ خاص وكأساس في إدارة علاقاتها مع خارجية متيسرة. تأسست العقلانية السياسية أو الاقتصادية أو العلمية على هذا النموذج الاستراتيجي". وأسمّي بالمقابل "تكتيكية" حساب لا يمكنه التعويل على أمر خاص، ولا على جوار يميّز الاخر

كشمولية مرئية. ليس للتكتيكية من محلّ سوى مكان آخر، فهي تنساب فيه بشكل مجزأ دون القبض عليه بأكمله، ودون إبقائه على مسافة بعيدة".[17]

وهكذا فإن التمييز بين الاستراتيجية والتكتيك يكشف أن أي نظام مهما كان منغلقا وجائرا يتضمن عدة ثغرات. فالتكتيك هو تلك المهارة التي تستغل ثغرات النظام، فيبتكر الفرد هوامش للتحرك تسمح له بالتحرر من القيود المفروضة. وقد مكنت هذه الثنائية "الإنتاج والاستهلاك" من مقاربة الوقائع الاجتماعية والسياسية من خلفية نقدية وبعُدَّة نظرية تمكّن من قراءة المجتمع من خلال حركاته وأفعاله وأذواقه وحكاياته وخيالاته.

[17] - المرجع نفسه، ص ص 32 - 33

المراجع:

أ. عربية:

ـ إيف وينكين، أنثروبولوجية التواصل من النظرية إلى ميدان البحث، ترجمة خالد عمراني، المنامة، هيئة البحرين للثقافة والآثار، 2018
ـ ستيفان فيال، الكينونة والشاشة كيف يغيّر الرقمي الإدراك، ترجمة إدريس كثير، المنامة، هيئة البحرين للثقافة والآثار/ 2018
ـ غوستاف لوبون، سيكولوجية الجماهير، ترجمة هاشم صالح، بيروت، دار الساقي، الطبعة الرابعة، 2013
ـ ميشال دوسرتو، ابتكار الحياة اليومية فنون الأداء العملي، ترجمة محمد شوقي الزين، دار الأمان (الرباط)، منشورات الاختلاف (الجزائر)، الدار العربية للعلوم ناشرون بيروت)، 2011

ب. أجنبية:

- Jean-Pierre Esquenazi, Sociologie des Publics, Paris, La Découverte, 2003
- Josiane jouet, retour critique sue la sociologie des usages, revue Réseaux, n° 100, 2000
- Josiane Jouet, Nouvelles Techniques : formes de la production sociale, (T.I.S) vol 1. No° 3 ; 1989
- Patrice Flichy, Technique, usage et représentation, Réseaux, 2008/2-n 0148- 149
- Remy Rieffel, Sociologie des Médias, Paris, Ellipses, 2005
- Serge Proulx, Penser les usages des TIC aujourd'hui : enjeux, modèles, tendances, http://www.sergeproulx.info
- Serge Proulx, les formes d'appropriation d'une culture numérique comme enjeu d'une société du savoir, proulx@uqam.ca
- Tamar Liebes, Elihu Katz, Six interprétations de la série Dallas, traduit de l'anglais par Eric Maigret et Daniel Dayan, Hermès, 11-12, 1992
- Valérie Sacriste, Communication et Médias, Sociologie de l'analyse médiatique, France, 2007