

## - مقاربات الاستخدام:

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

### مقاربة الانتشار:

اهتمت الأبحاث التي تدرج 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 تدرج 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.

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.

(1) عبد الوهاب بوخوافة، 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.