

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة 20 أوت 1955 - سكيكدة -

كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية

قسم العلوم الاجتماعية

المطبوعة الجامعية

الاتصال و آليات التغيير

لفائدة طلبة علم الاجتماع الاتصال

إعداد الأستاذ:

فوزي بومنجل

فهرس المحتويات:

مقدمة.....أ

الفصل الأول: ماهية الاتصال

1.1_ مفهوم الاتصال.....04

1.1.1 التعريف الفني للاتصال.....04

2.1.1 التعريف اللغوي للاتصال.....05

3.1.1 التعريف الاتصال الاداري.....05

2.1_ مفهوم الاتصال التنظيمي.....07

3.1_ وظائف الاتصال التنظيمي.....09

1.3.1 وظيفة الانتاج.....09

2.3.1 وظيفة الابداع.....10

3.3.1 وظيفة الصيانة.....10

4.1_ أنواع الاتصال.....12

1.4.1 الاتصال الرسمي.....12

2.4.1 الاتصال غير الرسمي.....13

5.1- مستويات الاتصال الرسمي.....15

1.5.1 الاتصال الصاعد.....15

2.5.1 الاتصال النازل أو الهابط.....17

3.5.1 الاتصال الافقي.....19

الفصل الثاني: التغير الاجتماعي

- 1.2 _ الدلالات الابستمولوجية لمفهوم التغير الاجتماعي.....23
- 2.2_ عوامل التغير الاجتماعي.....26
- 3.2_ اتجاهات و نظريات التغير الاجتماعي.....28
- 4.2_ وسائل الاتصال التنظيمي و التغير الاجتماعي.....31
- 1.4.2 الاتصال الشفوي.....31
- 2.4.2 الاتصال الكتابي.....36

الفصل الثالث: وسائل الاتصال و التغير الاجتماعي

- 1.3 _ التلفزيون و التغير الاجتماعي.....42
- 2.3 _ الصحافة و التغير الاجتماعي.....44
- 3.3 _ الاذاعة و التغير الاجتماعي.....49
- 4.3 _ الدعاية و التغير الاجتماعي.....52
- 5.3 _ الانترنت و التغيير الاجتماعي.....55
- 6.3 _ الرأي العام و التغير الاجتماعي.....60
- خاتمة62
- قائمة المراجع63

مقدمة

يتعرض الانسان يوميا الى كم هائل من المعلومات يصعب عليه في الكثير من الاحيان التعامل معها . فقد حاصرته و مازالت تحاصره بواسطة وسائل عدة إبتداءا بالآلة الطابعة و مروراً بالمذياع و التلفاز ، و انتهاءا بالحاسب الآلي و الانترنت. فقد ازداد الاعتماد على نظم المعلومات و الاتصالات حيث اصبحت عاملا رئيسيا في ادارة جميع القطاعات و شكلت ما يعرف بالمجتمعات المعلوماتية.

إن الاتصال ليس فقط قطاع ديناميكي (حركي) له علاقة بنفسه فقط، ولكنه يعتبر الآن مفتاحا " تقنيا" له الأولوية في جميع المعلومات العالمية الاقتصادية والاجتماعية مع مشاركة هامة بالتطورات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والحضارية. كما أن أهمية الاتصالات في الفعاليات الاقتصادية والمنافسة تقود إلى تضمينها لاتفاقيات تجارية ثنائية وإقليمية متعددة الأطراف خاصة و أن العالم حاليا" خاضع لتغير كبير وهام على جميع المستويات.

ومما يزيد الأمور سوءا، أن سرعة العملية تزداد وتتسارع بشكل متواصل. فالمفكرين والمدرسين يتكلمون بفخر عن " التعليم من أجل التغيير " أو عن " تهيئة الناس من اجل المستقبل " ولكن الدول النامية على علم بان صاعقة التقنيات الحديثة تكاد تسقط فوق رؤوسهم جالبة معها تغيرات اجتماعية عنيفة مع اتجاهات جديدة لإدارة الاعمال لإبقائها في حالة منافسة متزايدة ولخلق اقتصاد السوق ذي المنشأ الاستهلاكي.

و من خلال هذه المطبوعة حاولنا تقديم مدى امكانية وسائط الاتصال في تغيير الانماط التقليدية في التواصل داخل المؤسسات من خلال فرض طرائق حديثة تمكن من تفعيل الاتصال التنظيمي مكانيا وزمانيا حتى يكون هناك أداءا فعالا داخل المؤسسة و خارجها حسب طبيعة العلاقات مع كل الشركاء الاجتماعيين و الاقتصاديين وفقا لاستراتيجيات مدروسة مسبقا.

و قد جاءت المطبوعة في ثلاثة فصول حيث تحدثنا في الفصل الاول بإسهاب لتحديد مفهوم الاتصال والاتصال التنظيمي . أما الفصل الثاني فقد تضمن مدلول التغير الاجتماعي و علاقته بوسائط الاتصال التنظيمي. فيما ركزنا في الفصل الثالث على علاقة وسائل الاتصال الجماهيرية بالتغير الاجتماعي.

الفصل الأول: ماهية الاتصال

1.1_ مفهوم الاتصال:

يعرف الاتصال على انه " نقل للمعارف و إعطائها، تقاسم، إقامة علاقة ارتباط". وذلك حسب قاموس لاروس الصغير فهو يشمل إذن مجموعة من النشاطات " النقل، التقاسم، العطاء" أما من الناحية الاصطلاحية فهو " تبادل و انتقال الأفكار و المعلومات بين العاملين داخل نسق اجتماعي معين و يختلف من حيث الحجم و المحتوى و التأثير."

- كما يعرف كذلك على انه: " نشاط تبادل غير متوقف و غير محتمل أحيانا، يكون بين اثنين أو مجموعة وحدات فردية، تنظيمية، اجتماعية، و يبحث عن تغيير سلوكات العاملين و الفاعلين للتقليص من الشك الناتج عن خلاف الوحدات عن بعضها البعض.

- وهناك تعريفات أخرى كثيرة للاتصال حيث نجد التعريفات: الفنية، اللغوية، والإدارية نوجزها فيمايلي:

1.1.1.1. التعريف الفني للاتصال:

يعرف على أنه عملية " يقصد مصدر نوعي " أي بواسطتها يمكن إثارة استجابة نوعية لدى مستقبل نوعي.

التأكيد يركز حول الحاجة إلى إثارة رد فعل لدى الطرف الذي يتم التوجه إليه، رد الفعل هذا قد يتخذ شكل سلوك أو موقف يتماشى مع مخططات أو رغبات الطرف الذي حاول إثارته، هناك إذن طرفان محددان " نوعيان" يحاول أحدهما تحريك سلوك من نوع ما عند الآخر، ويتم هذا التحريك بواسطة عملية لها أشكال و محتويات قابلة بدورها للتحديد، تبعا لهذا التعريف فإن عملية لا تهدف إلى إثارة رد فعل مقصود لدى الطرف الآخر ليست اتصالا بل تتحول إلى ضوضاء فلا بد أن يكون للاتصال وظيفة و

الواقع أن للاتصال دوما وظيفة قد تكون مقصودة واعية و مخطط لها ولكن في أغلب الحالات يكون للاتصال وظائف ضمنية غير مخطط لها ولا واعية.¹

2.1.1. التعريف اللغوي للاتصال: هي كلمة مشتقة من مصدر " وصل " و الذي يحمل معنيين رئيسيين:

الربط بين كائنين أو شخصين وذلك على عكس الانفصال و القطع و البعد، و الربط يعني إيجاد علاقة من نوع معين تربط الطرفين فوصل الشيء بالشيء وصلا وجمعه ضد فصله.

أما المعنى الآخر فهو البلوغ أو الانتهاء إلى غاية ما، وصل إلى شيء فبلغه وصلني الخبر بلغني فالاتصال في اللغة أساسا الصلة و العلاقة وبلوغ غاية معينة من تلك الصلة، فالاشتقاق اللغوي يبين لنا كم هي معبرة اللغة العربية عن المعنى الحقيقي للاتصال وظيفيا وإنسانيا كما نلمس كم تتقارب المعاني و الدلالات لكلمتي إنسان " من أنس ألف " و اتصال وصل جمع ، ربط".

3.1.1. تعريف الاتصال الإداري:²

- الاتصالات الإدارية تعني إنتاج توفير، أو تجميع البيانات و المعلومات الضرورية لاستمرار العملية الإدارية و نقلها أو تبادلها أو إذاعتها بحيث يمكن للفرد أو الجماعة إحاطة الغير بأمر أو أخبار أو معلومات جديدة أو التأثير في سلوك الأفراد و الجماعات أو التغيير و التعديل في هذا السلوك أو توجيهه و جهة معينة و بذلك تكون وظيفة الاتصالات الإدارية:

- تجميع المعلومات
- وسيلة التأثير في الآخرين أي عمليات التوجيه و التحفيز
- الحفاظ على العلاقات الاجتماعية و تعزيزها.

¹ عبد الله أسعد، الاتصالات الإدارية، المركز العربي للتطوير الإداري القاهرة بدون سنة نشر، ص 18.

² محمد بهجت جاد الله كشك، المنظمات وأسس إدارتها المعهد العالي للخدمة الاجتماعية ط1 1999 الإسكندرية ص 264.

كما يعرف على أن الاتصال تعليمية إدارية وهو تلك العملية الهادفة إلى نقل و تبادل المعلومات التي على أساسها يتوحد الفكر و تتفق المفاهيم و تتخذ القرارات ومن ذلك يمكن أن نشير إلى أن الاتصال هو العملية التي يتم بمقتضاها تبادل المعلومات والبيانات و الخبرات بما يحقق أهداف المنظمة الإدارية.

2.1_ مفهوم الاتصال التنظيمي:

الاتصال من أهم المواضيع التي أصبح الباحثون يهتمون بها عند دراسة السلوك البشري في المنظمات، ذلك لأنه لا يمكن لصور أي سلوك بشري منظم، دون اتصال لفظي أو غير لفظي، ويعرفه أغلب الباحثين على أنه عملية نقل أو تحويل فكرة ما من شخص إلى آخر وذلك لنية تغيير سلوكه فالالاتصال التنظيمي أي الاتصال الذي يحدث في إطار منظمة ما، عملية هادفة تتم بين طرفين أو أكثر وذلك لتبادل المعلومات والآراء وللتأثير في المواقف والاتجاهات، ويلم الكثير من الباحثين بأن الاتصال التنظيمي مفهوم مستقل عن بقية المفاهيم السلوكية الأخرى وذلك لاعتقادهم وقناعتهم بضرورة استعمال مفهوم الاتصال كأداة تحليلية وتفسيرية للسلوك البشري داخل المنظمات وإذا كان رواد مدرسة العلاقات الإنسانية قد أولوا موضوع الاتصال وخاصة الاتصال غير الرسمي عناية خاصة لم يسبقهم إليها أحد من الباحثين المعاصرين فإن موضوع الاتصال التنظيمي لم يصبح مفهوما مستقلا عن بقية المفاهيم الأخرى، إلا في إطار مدرسة الأنساق المفتوحة التي أولته اهتماما كبيرا على مستوى مختلف المستويات التنظيمية واهتمت بتفاعل المنظمة بيئتها الخارجية وخاصة في مجال تبادل الطاقة بأشكالها المختلفة والحصول على المعلومات وإنطلاقا من المنظور الوظيفي فإن كانز و كاهن، باعتبارهما من أشهر الباحثين في هذه المدرسة يلحان على عدم اعتبار الاتصال عملية تحدث بين مرسل و مستقبل فقط بل ينبغي النظر إلى علاقة الاتصال بالنسق الاجتماعي الذي يحدث فيه و الوظيفة الخاصة التي يؤديها في إطار ذلك النسق، علاوة على هذا التأكيد فإن الاتصال تتغير قد يتخذ شكل متغيرا مستقلا قد يؤثر في متغيرات تابعة، كما أنه قد يكون هو نفسه متغير تابع.³

يتأثر بمتغيرات مستقلة أخرى وذلك كتأثره بنمط القيادة أو السلطة التنظيمية أو أنماط القوة السائدة في المنظمة، ويرى باحثون آخرون بأن البحوث الميدانية قد بينت إمكانية إسهام الاتصال التنظيمي في حل مشاكل التنسيق والتخطيط والعلاقات الإنسانية إلى جانب تنمية المصادر البشرية للمنظم هذا فضلا عن أن الاتصال التنظيمي يمكن الإدارة من معرفة مشاعر واتجاهات الأفراد العاملين في مختلف المستويات التنظيمية بالإضافة إلى اهتمامات الإدارة بالاتصالات الخارجية مع المستهلكين و المساهمين.

إضافة لدوره في تزويد التنظيم و العاملين بجميع المعلومات التي تسمح لهم بالانقاف حول مشروع موحد، فهو يسمح كذلك لهم بالكشف عن شخصيتهم و معرفة مهامهم داخل التنظيم، و الاستعداد لأي تغيير بالبيئة و في هذا المجال يرى أحمد بدوي أن " الاتصال التنظيمي يدل على مجمل النشاطات و الأعمال

³ مصطفى عشوي، أسس علم النفس التنظيمي، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1992، ص141

المنخدة لإقامة علاقة بين الأفراد ويهدف إلى إنجاز مشروع موحد وبلوغ أهداف مشتركة كما يسمح لكل فرد داخل المنظمة أن يكون معروفًا بشخصه ومهمته فيها، ويعمل على ازدهارها و بالتالي ضمان حياته وفعاليتها في المنظمة، و يتم هذا النوع من الاتصال وفقا للهيكل التنظيمي الذي يحدد السلطات و المسؤوليات وتقسيم العمل، و العلاقات الوظيفية داخل المنظمة.⁴

لكن هذا لا يعني أن الاتصال التنظيمي يتم وفقا للهيكل التنظيمي فقط الذي يعتبر كإطار رسمي بل يمكن أن يكون خارج ذلك الإطار نوع من الاتصالات لا تحمل صفة الرسمية لكنها في هذا الصدد تخص حياة المنشأة ويرى BARNARD أن الاتصال التنظيمي من الوظائف الهامة لأي منشأة، و الذي يتطلب التنسيق بين الإطار الرسمي وتقبل الجانب الغير رسمي مع إختيار الأشخاص.

إن فالمنظمة اليوم بحاجة إلى كل مكوناتها للتعريف بنفسها، ومجمع كل ما تحتاجه من معلومات من البيئة لتستطيع بعد ذلك التكيف مع جميع تقلباتها و هذا لن يحدث إلا بواسطة الاتصال التنظيمي الذي يساهم بقدر كبير في التأثير على العلاقات بين الأفراد من حيث تغيير سلوكياتهم وإدراكاتهم وتجعل من تحقيق أهدافها شيئًا ممكنا و في هذا الصدد يرى: محمد فهمي العطروزي في تعريفه للاتصال التنظيمي: " هو عملية يتم عن طريقها إيصال معلومات من أي نوع ومن أي عضو في الهيكل التنظيمي للمنظمة إلى عضو آخر قصد إحداث التغيير، فهو أداة أولية من أدوات التأثير على الأفراد و وسيلة فعالة لإحداث التغيير في سلوكياتهم⁵

⁴ أحمد بدوي، معجم المصطلحات للإعلام، دار الكتاب المصري، القاهرة، 1985، ص44.

⁵ محمد فهمي العطروزي، العلاقات الإدارية في المؤسسات العامة و الشركات، عالم الكتب، مصر، 1989، ص35

3.1_ وظائف الاتصال التنظيمي:

يلعب الاتصال داخل المنشأة دوراً هاماً و أساسياً، حيث يرى كاتز و كاهن وهما من رواد مدرسة الأنساق المفتوحة انه لا يجب اعتبار الاتصال مجرد عملية تحدث بين مرسل و مستقبل فقط بل ينبغي النظر إلى علاقته بالنسق الاجتماعي الذي يحدث فيه، وبوظيفته الخاصة التي يؤديها داخله، وقد اثبت كل من **قولد هيبير و بوتر و غيرهم** " أن البحوث الميدانية أكدت إمكانية إسهام الاتصال في حل المشاكل الخاصة بالتخطيط، التنسيق، العلاقات الإنسانية إلى جانب تنمية المصادر البشرية للتنظيم و قد اعتبر كل من **فراس و مونج و راسل** 1977 الوظيفة على أنها مدى إستعمال الاتصال في مختلف الظروف والوضعيات لتحقيق أهداف معينة، لما يلعبه من دور في التأثير على التنظيم ككل و الذي يمكن ملاحظته في عدة جوانب تنظيمية و سلوكية في مختلف المستويات " حسب الهيكل التنظيمي أو الإداري " وكيف تقسيم وظائف الاتصال داخل المنشأة إلى ثلاث رئيسية:⁶

1.3.1 وظيفة الإنتاج:

إن مساهمة الاتصال في الإنتاج حقيقة لا مفر منها داخل المنظمات (خاصة المنشآت الاقتصادية)، و**نرى كيث ديفيز** في هذا المجال أن " الاتصال الجيد يؤدي إلى إنجاز أفضل مع وجود الإشباع المهني اللازم، فهو يعمل على الإمداد بالمعلومات الضرورية لإنجاز العمل و التعاون الفعال و المهارة، والرغبة في العمل. ومن هنا يتضح لنا أن تواجهه داخل المنشأة أكثر من ضروري فهو يحدد سير الإنتاج من حيث كميته و نوعيته، كما يحدد التوجيهات المرتبطة بالأداء و التنفيذ: كتوجيه الإنذارات بسبب التفاعس و التغيب عن العمل، وإبداء الإعجاب أو الإعلان عن مكافأة مقابل أداء جيد، إضافة لإرسال المذكرات وعقد إجتماعات خاصة لمناقشة المشاكل، و رفع الإنتاجية و تحسين ظروف العمل أو النوعية و قد بينت بحوث كثيرة ابتداء بدراسات **هاوثورن** مدى تأثير الاتصال الرسمي الذي ينتج عن التنظيم الرسمي لجماعات العمل في تقنين الإنتاج و تقييده، و وضع معايير سلوكية.

⁶ مصطفى عشوي، مرجع سابق، ص 142.

يعزز بعضها بالشائعات و الأقوال و يعزز بعضها بما يسمى بالاتصال الغير لفظي كاستعمال الإشارات و الإيحاءات و النظريات و مختلف الحركات التي تدل على معنى سلوكي - اجتماعي معين كالرضى و الاشتمزاز، فالفاعلين داخل المنظمة بحاجة ماسة إلى كل المعلومات التي تخص عملهم كنعوية الإنتاج و قواعد و ضوابط العمل ، الأرباح و المكافآت و غير ذلك من المعلومات التي تجعل من معرفة المنظمة قاسما مشتركا فيما بينهم لكن الأهم في كل هذا أن تكون هذه المعلومات في وقتها المناسب فتلقى الفاعل المعلومات في وقتها المحدد يمكنه من توظيفها الجيد.

2.3.1 وظيفة الإبداع:

عرف (فراس و آخرون 1977) الإبداع على أنه إنشاء ووضع أفكار و أنماط سلوكية جديدة لتحسين السلوك التنظيمي و تطوير التنظيم.⁽²⁾ و تعتبر هذه الوظيفة أقل ممارسة داخل المنظمات، نظرا للمقاومة التي تبدلها جميع الأطراف للتغيير لأن السلوكيات التنظيمية المكتسبة طيلة فترة من الزمن "كالروتين" و التقنيين و النمطية كميزات لأداء العمل

" ستقف أمام الأفكار الجديدة و المبادرات المبدعة، خاصة إذا كانت تتطلب بذل مجهودا إضافي و كبير لتبني الأفكار و الأنماط السلوكية الجديدة بحيث كلما كان المجهود و المطلوب بذله أكبر كلما كانت المقاومة للتغيير أكبر و أقوى و ترتبط وظيفة الإبداع بمبدئين رئيسيين:

✚ تقديم الأفكار و الاقتراحات و المشاريع و المخططات الجديدة.

✚ عملية تطبيق هذه الأفكار و المشاريع و الاقتراحات و المخططات.

و من هنا يتضح أن الاتصال التنظيمي داخل المنشأة أو المنظمة يسمح بالإبداع من خلال توفيره لفضاءات طرح الأفكار الجديدة و الإبداعات التي تتطلب انخراطا وفاقا حولها

3.3.1 وظيفة الصيانة:

يلعب الاتصال التنظيمي داخل المنظمة دورا كبيرا في الحفاظ على الجو الملائم للعمل المتقن و ذلك من خلال مساهمته في تدعيم التفاعلات بين الأفراد و تقوية بعض القيم التنظيمية عندهم و التي تؤثر كثيرا على سير المنظمة و تكيفها مع البيئة، و يبرز في ثلاث مهام:

_ حفظ الذات و ما يتعلق بها من مشاعر و أحاسيس:

إن تواجد نسق إتصالي فعال ومحكم داخل المنظمة تساهم بقدر كبير في تزويد الأفراد بالأمن، روح الانتماء، التقدير، وهذا من خلال السلوكيات الاتصالية المتعددة التي تقوم بها الإدارة اتجاههم كرسائل الشكر و المدح، أو (الزيارات الميدانية أو لوحات التقدير)

_ تغيير موقف الأفراد للتفاعل الذي يحدث فيما بينهم

يرى كورت لوين أن سلوك الفرد هو محصلة لتفاعله " أي خصائصه " مع البيئة المتواجد فيها، أما في التنظيمات فإن سلوك الفرد أو العامل هو محصلة لتفاعل خصائصه مع خصائص وظروف بيئة العمل في المنظمة .

لهذا فإن غياب الاتصال داخل التنظيم، يؤدي إلى أن العامل لاستطيع نقل أفكاره الخاصة بتحسين العمل، ولا يمكنه التدقيق مع مسؤوله المباشر في إطار مهمته و أهدافه و آفاقه في غياب إطار رسمي للاتصال كما انه لا يستفيد من التفكير الجماعي لزملائه مما يجعله ينظر إلى التنظيم " المنظمة " نظرة سلبية لأنه يرى نفسه معزولا فيها، فالاتصال التنظيمي إذن سيساهم في تغيير نظرة العامل للتفاعلات داخل المنظمة.

_ ضمان استمرارية الوظيفة الإنتاجية و الإبداعية:

باعتبار التنظيم نسق متكون من أجزاء متفاعلة فيما بينها، فإن وظائفها مرتبطة كذلك، و على هذا الأساس فمن المهام الرئيسية لوظيفة الصيانة عند الاتصال، هو المحافظة على استمرارية الوظيفيتين السابقتين " الإنتاجية الإبداعية " و الإنجاز الجيد للعمل، كما يحافظ على مناخ ملائم و مستقر للتجديد و الإبداع داخل المنظمة.

باختصار فإن الاتصال التنظيمي يساهم بإعطاء مميزات للمنشأة تسمح لها بالسير الحسن و التكيف مع البيئة الموجودة فيها، هذه المميزات هي: الانفتاح " الاتصال بالبيئة " التطور " القضاء على الروتين و الإجراءات البيروقراطية المرنة التكامل بيت الاتصال الرسمي و اللارسمي.

الغائبة وضوح الهدف ودقته هذه المميزات تتحقق بواسطة الوظائف التي سبق ذكرها و التي لا تنفصل عن الهيكل التنظيمي " هيكل الاتصال " مما يسمح بتكوين شبكات وقنوات الاتصال، لهذا فمن الضروري التعرض إلى هيكل الاتصال داخل التنظيم لمعرفة كيفية حركة المعلومات داخله.

4.1_ أنواع الاتصال:

هناك نوعان من الاتصال الرسمي و غير الرسمي.

1.4.1 الاتصال الرسمي: هو اتصال مباشر بين مرسل الرسالة و المستقبل كما أن الاتصالات الرسمية

تتم من خلال منافذ الاتصال الذي يقره التنظيم و يتطلبه، سواء نص عليها في لائحة التنظيم أو في نظامه الأساسي.⁷ كما أن الاتصال الرسمي هو ذلك الاتصال الذي يتم بين العاملين في هيئات و مؤسسات حكومية أو خاصة أو بين تلك المؤسسات بالطرق الرسمية المنفق عليها في نظمها و تقاليدها كأن يعتمد الاتصال على الخطابات و المذكرات أو المراسلات أو التقارير... إلخ.⁸

وهذا النوع من الاتصالات قد حظي باهتمام أنصار المدرسة التقليدية حيث كانوا يعتبرون أن هذا النوع هو الوحيد الذي يجب الاعتراف به و إقراره وساعدا ذلك من الاتصالات لا يجب الاعتراف بها على اعتبار أن الاتصال الرسمي هو الوحيد الذي يحقق أهداف المؤسسة، لأنه يتضمن التعليمات و الأوامر التي يصدرها المديرون إلى العاملين لانجاز أعمالهم و لتحقيق أهداف المؤسسة.

ورغم أهمية هذا النوع من الاتصال و الذي مازال يمثل الشكل الرسمي في كافة المؤسسات إلا أن أنصار مدرسة العلاقات الإنسانية قد أضافوا إليه نوعا آخر من الاتصالات وهو الاتصال غير الرسمي.

⁷ محمد رفعت عبد الوهاب وإبراهيم عبد العزيز شبحجا: أصول الإدارة العامة، دار المطبوعات الجامعية مصر، 1998، ص 169.

⁸ ربحي مصطفى عليان ومحمد العيد الدبس: وسائل الاتصال و تكنولوجيا التعليم: دار الصفاء للنشر و التوزيع عمان، 1999، ص

و الاتصال الرسمي نجده يسير وفق أساليب و إجراءات و قواعد رسمية محددة و معروفة كما انه غالبا ما يكون موثقا بصورة مكتوبة ورسمية و عادة ما تتدفق المعلومات في الاتصال الرسمي من أعلى إلى أسفل أو من أسفل إلى أعلى أو بشكل أفقي و تتصف الاتصالات الرسمية بأنها قانونية مكتوبة تتعلق بالعمل مباشرة، تتم داخل المؤسسة.⁹

2.4.1 الاتصال غير الرسمي: هو عبارة عن الاتصالات التي تحدث أو تجري خارج المسارات الرسمية المحددة للاتصال أو تتم بأسلوب غير رسمي و قد برزت أهمية الاتصالات غير الرسمية على إثر تجارب هاوثورن و الأفكار التي قدمها أنصار مدرسة العلاقات الإنسانية و الذين يؤكدون بأن الاتصالات غير الرسمية ليست جميعها تتعارض مع أهداف المنظمة، بل أنهم يؤكدون أن هذه الاتصالات يمكن أن يكون لها دور هام في انجاز أهداف المنظمة.

ومن أمثلة الاتصالات الرسمية:

ما يدور بين زملاء العمل من أحاديث عن مشكلاتهم الخاصة أو عن آمالهم أو عن الأحوال العامة التي تسترعى اهتمامهم وتستحوذ على تفكيرهم.

الشكاوي و التظلمات التي تصل من صغار العاملين إلى الرئيس الأعلى للمنظمة مباشرة متخطية بذلك المستويات الرئاسية التي تقع بين صغار العاملين و بين الرئيس الأعلى.

و الجدير بالذكر أن الاتصالات غير الرسمية تنشأ نتيجة لعدة عوامل منها العلاقات الشخصية بين العاملين الذين ينتمون إلى نفس المجموعات الرسمية أو غير الرسمية، ومن هذه العوامل أيضا وجود اختلافات في مسارات الاتصال الرسمية بما يكس الراسل ويجعلها تنسم بالبطء و الجمود و يعطل هذه الاتصالات.

⁹ محمد بهجت جاب الله كشك، مرجع سابق، ص 260.

لذلك يجب عدم كبت الاتصالات غير الرسمية بين العاملين بالمنظمة إلا إذا كان وجودها يؤدي إلى تعطيل الاتصالات الرسمية أو تعويق العمل و انجاز الأهداف في المنظمة.¹⁰

ويتصف هذا النمط من الاتصالات بعدم الثبات أو الاستقرار لارتباطه بالميول و الاتجاهات القابلة للتغيير السريع و المستمر، فهي غير مقيدة بالمسارات الرسمية المحددة بقنوات الاتصال الرسمية.

و في حالات أخرى قد تحدث فجوة بين الاتصالات الرسمية الاتصالات غير الرسمية مما يعوق مصالح العمل و يؤخر الوصول إلى الأهداف و يصيب الأفراد بالإحباط، ومن هنا كان الاهتمام البالغ من قبل الإدارة الحديثة بنمط الاتصال غير الرسمي، في محاولة توظيفه و الاستفادة منه في خدمة أهداف المؤسسة، من خلال القدرة على التأثير في سلوك العاملين، و كذلك عن طريق رفع الروح المعنوية لديهم، و محاولة تحقيق قدر من التوافق و التناغم داخل منظومة العمل بشكل عام.

مما ينعكس على قدرة المنظمة على انجاز أهدافها و يتم ذلك من خلال العلاقات العامة، و الاهتمام بالبعد النفسي و الاجتماعي للعاملين داخل المنظمة.¹¹

¹⁰ محمد بهجت جاب الله كشك، مرجع سابق، ص 267-268.

¹¹ هالة منصور، الاتصال الفعال، مفاهيمه أساليبه و مهاراته، المكتبة الجامعية، الإسكندرية، 2000، ص 54.

5.1- مستويات الاتصال الرسمي:

1.5.1 الاتصال الصاعد: يكون هذا الاتصال من أسفل إلى أعلى، أي من المرؤوسين إلى الرؤساء، أو من مستوى إداري أدنى إلى مستوى إداري أعلى في الهيكل التنظيمي. وينهض على حقيقة مؤداها أن العمال ليست لهم القدرة على استقبال الرسائل فقط، بل يفترض أن تكون لديهم قدرة على إرسال المعلومات إلى المستوى الأعلى. وعن طريق الاتصال الصاعد يمكن نقل آراء العمال و اتجاهاتهم ومقترحاتهم و شكواهم إلى الإدارة العليا من خلال رؤسائهم المباشرين، أو عن طريق قنوات محددة للاتصال.¹²

و للاتصالات الصاعدة أهمية تكمن فيما يلي:

1- تساعد الإدارة على إدراك مدى تقبل المرؤوسين لمضمون الرسائل التي حملتها قنوات الاتصال الهابط .

2- يضاف إلى ذلك أن الاتصال الصاعد يجعل من اليسير الكشف عن بعض الظواهر الاجتماعية النفسية، فمن خلاله تتعرف الإدارة على مدى حاجات المرؤوسين و درجة إشباعها، كما انه الوسيلة التي تمكن المستويات الدنيا في المنظمة من المشاركة في اتخاذ القرارات، و يتيح لهم فرصة إظهار إمكانياتهم وقدراتهم، إذ تعطي فرصة ظهور الديمقراطية الصناعية ستمنح للإدارة المستويات الدنيا بالتعبير عن احتياجاتها النفسية و الاجتماعية مما يخفف من حدة التوتر و الصراعات الداخلية.

3- طلب توضيحات و استفسارات عن بعض النقاط الغامضة في سياسة المنظمة في أداء عمل ما.

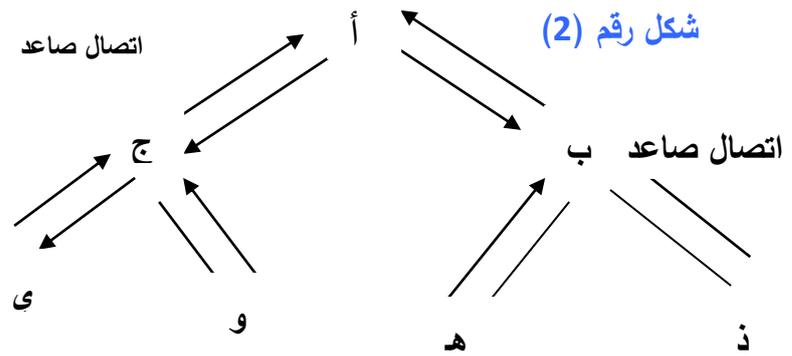
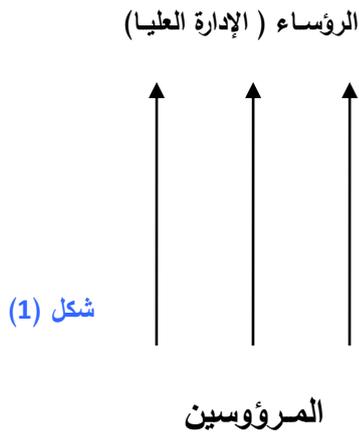
4- تقديم تقارير إيجابية أو سلبية عن الآخرين.

¹² رجي مصطفى عليان وعدنان محمود الطوباسي، الاتصال و العلاقات العامة، دار صفاء للنشر و التوزيع، عمان، ص 103 ب س ن .

5- الإجابة عن الأسئلة الواردة من اعلى.

كما للاتصال الصاعد معوقات تتمثل فيما يلي:

- بعد المسافة بين الإدارة العليا و المستويات التنظيمية الدنيا.
- تحريف المعلومات أو تشويهها أثناء نقلها إلى أعلى.
- اتجاهات و قيم الرؤساء و المشرفين نحو المرؤوسين
- عزلة الرؤساء وابتعادهم عن كل ما يخص المرؤوسين.¹³



شکل (1)، (2) يمثل الاتصال الصاعد في المؤسسة

¹³ ربحي مصطفى عليان و آخرون، مرجع سابق ، ص 104.

2.5.1 الاتصال النازل أو الهابط:

يتم الاتصال بين الرؤساء و المرؤوسين بصفة رسمية من الأعلى إلى الأسفل و ذلك حسب تسلسل السلم الإداري، ويرى جون ماري بريتي أن الاتصالات النازلة هي التي من أعلى إلى أسفل السلم الهرمي فهي تمتد وتنشط جماعة العمل، و تخلق الانسجام في أداء الأدوار و يتم إرسال التعليمات و المعلومات الفنية التي تسمح لكل عامل في المؤسسة بالتنفيذ الجيد المهام، فالاتصالات النازلة تخلق ما يسمى بجو الثقة و لكن في محيط من الصرامة و الضبط الاجتماعي بناء على قواعد وقوانين وتعليمات رسمية، هذا ما يسمح للعامل بالإطلاع على ما تنوي الإدارة القيام به، ومختلف استراتيجياتها في تنظيم و تسيير العمل، كما يعمل الاتصال في هذه الحالة على خلق جو من الثقة و التفاهم بين الرؤساء و المرؤوسين.

و يلخص كانزو كوهن أنواع هذا الاتصال كما يلي:

- 1- الأوامر و التعليمات الخاصة و المرتبطة بالعمل.
- 2- المعلومات المتعلقة بفهم و ارتباط هذا العمل بالأعمال الأخرى في المؤسسة.
- 3- المعلومات المرتبطة بالإجراءات و التطبيقات التنظيمية المرتبطة بالجزاء و العقاب مثلا.
- 4- التغذية العكسية المتعلقة بأداء المرؤوسين.
- 5- المعلومات ذات الطابع العقائدي، و التي تهدف أساسا إلى إعطاء طابع عقائدي

للأهداف التي تسطرها المؤسسة.¹⁴

¹⁴ مصطفى عشوي: مرجع سابق ، ص 145.

و يمكن حصر معوقات الاتصال الهابط (النازل) فيما يلي :

1- كثرة عدد المستويات الإدارية التي تمر بها الرسالة.

2- البعد الجغرافي بين المرسل و المستقبل أحيانا.

3- الفروق في الدافعية بين المرسل " الرئيس " و المستقبل " المرؤوس ".

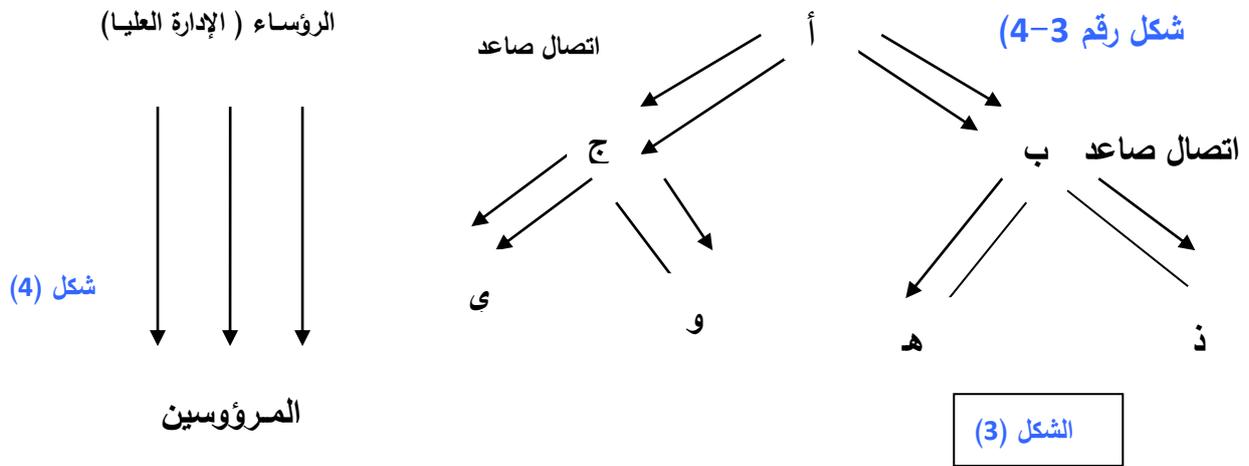
4- يمكن للمدراء زيادة فعالية الاتصال الصاعد و تشجيعها من خلال تدليل العقبات و الحواجز

الموجودة في طريقها ، و إظهار المزيد من الاهتمام و الاستعدادات لتقبل هذه الاتصالات و

التعامل معها، و وجود الرغبة الأكيدة و الواضحة للتعامل مع المرؤوسين و الاستماع لهم وتفهم

مشكلاتهم و أدائهم و اقتراحاتهم ، و توفي العناية في اختيار الأفراد الذين ينقلون الرؤساء من

أسفل إلى أعلى.¹⁵



شكل (3)،(4) يبين الاتصال النازل في المؤسسة

¹⁵ ربحي مصطفى عليان و آخرون، مرجع سابق ص 104 ، 105.

3.5.1 الاتصال الأفقي:

يتم الاتصال الأفقي في إطار جماعات العمال بإرسال معلومات و تبادلها بين مختلف زملاء العمل، الذين يشتغلون لنفس المناصب، و غالبا ما يتم الاتصال الأفقي في إطار التعاون و التنسيق، ويؤدي إلى نشوء علاقات صداقة قوية إلى جانب الحصول على معلومات لا يمكن الحصول عليها عن طريق الاتصال الصاعد، وهذا النوع من الاتصال يقوي تماسك الجماعات المهنية المختلفة التي تتبنى قواعد و أساليب للتعاون و التضامن من أجل توسيع نطاق امتيازاتها في المؤسسة.

كما أن الاتصال الأفقي يعبر عن التفاعل الاجتماعي التلقائي بين العمال، و يتمركز هذا الاتصال حول المشاورة بين العمال و مشكلاتهم الخاصة داخل العمل و خارج نطاقه و هذا الاتصال هو الذي يحقق التنسيق بين الوحدات المختلفة، التي يتولى كل منها انجاز بعض الأهداف التنظيمية كالإنتاج، التمويل، التوزيع، و التدريب، و يرتبط الاتصال الأفقي بتقسيم العمل و التخصص و التكوين الإداري بالمؤسسة. ويهدف الاتصال الأفقي إلى التعاون و التنسيق، حل المشكلات تبادل الأخبار و الأفكار و المشاعر ووجهات النظر و المعلومات و الخبرات بين الأفراد، أو زملاء من نفس المستوى الإداري أو الوظيفة أو المهنة.

ويرى هنري فايول ضرورة تشجيع الاتصال الأفقي المباشر كوسيلة لتحقيق الإدارة الفعالة، و الاتصالات الإنسانية السليمة، مع مراعاة شرطين هما:

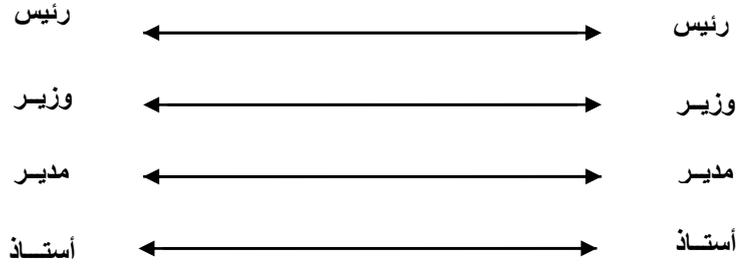
✚ وجوب حصول الموظف على إذن رئيسه قبل إعطاء أية معلومات لجهة أخرى

ويمكن لضبط هذه العملية وضع سياسة لتحديد أنواع الاتصالات الممكن

تبادلها مباشرة على المستوى الأفقي.

✚ ضرورة إعلام الموظف لرئيسه بأهم نتائج الاتصالات الأفقية.¹⁶

شكل (5) : يوضح الاتصال الأفقي



كما أن الاتصال الرسمي يمكن تقسيمه إلى اتصال لغوي و اتصال غير لغوي، لفظي و غير لفظي.

الاتصال اللغوي:

يكون الاتصال لغويًا إذا تم تبادل المعلومات بين الطرفين إما شفويًا، أو كتابيًا، وتعتبر المحادثات أهم أشكاله، والاتصال الكتابي يأتي في المرتبة الثانية كالمذكرات و التقارير و يستعمل في المواقف التي تكون فيها المعلومات المكتوبة تتعلق بإجراء أو تصرف مستقبلي، أو إذا كانت المعلومات لها صفة العمومية أما الاتصال الشفوي فهو أسلوب أكثر فاعلية في حالة لفت النظر أو التأييد كالإجراء العقابي مثلًا، أو لحزم الأمور بين العاملين، فيما يتعلق الأمر بمشاكل العمل.

الاتصال الغير لغوي:

يأخذ مركز الوسط بين الاتصال الشفوي و الكتابي و هو أنواع: كالسكوت و الإنصات، و الذي يعتبر أسلوب فعال للاتصال، و هناك الحركات و إنحنائه الرأس، هز الرأس هز الكتفين، غمز العينين التعبير

¹⁶ مصطفى عشوي، مرجع سابق، ص 149.

الخاطئ، كالدموع أو الغضب التي تسمى بلغة الجسد أو البدن و التي تستعمل كدليل لنقل الرسائل ،و هناك التدريب العلمي و هو وسيلة من وسائل الاتصال فالمدبر أو المدرب هو موجه ومرشد يراقب ما يقوم به، كما أن هناك المعلومات المرتدة وتكون على شكل رجوع صدى، أو رد فعل، وقد تأخذ الشكل الرسمي أحيانا.¹⁷

الاتصال اللفظي:

ويدخل ضمن هذه المجموعة كل أنواع الاتصال الذي يستخدم فيها (اللفظ) كوسيلة لنقل رسالة من المصدر إلى المستقبل، هذا اللفظ في الأصل منطوقا يصل إلى المستقبل فيدركه بحاسة السمع، تكون اللغة مكتوبة ومن الأمثلة على استخدام اللغة اللفظية استخدامها في المحاضرات، الندوات، المناقشات المناظرات، و المؤتمرات و المقابلات الاجتماعية ... إلخ. و من امثلة الوسائل التي تستخدم فيها اللغة اللفظية المكتوبة، الكتب، المجلات، الصحف اليومية، التقارير ... إلخ.

الاتصال غير اللفظي:

وتشمل هذه المجموعة كل أنواع الاتصال التي تعتمد على اللغة اللفظية، بل تعتمد على اللغة الغير لفظية، ويقسم بعض العلماء اللغة اللفظية التي يستخدمها الإنسان في التعبير عما يجول في ذهنه من معاني إلى ثلاث لغات هي:

(أ) لغة الإشارة: signe language: و هي تتكون من الإشارات البسيطة، أو المعقدة التي يستخدمها الإنسان في الاتصال بغيره.

¹⁷ مصطفى عشوي، مرجع سابق، ص 141.

(ب) لغة الحركة أو الأفعال: action langage وتتضمن هذه اللغة جميع الحركات التي يأتيها الإنسان لينقل إلى الغير ما يريده من معاني أو أحاسيس، ومن أمثلة ذلك ما يؤديه الممثل من حركات على المسرح دون أن يصاحبها ألفاظ ورغم ذلك تستطيع أن تفهم ما يعنيه.

(ت) لغة الأشياء: objecte langage ويقصد بالأشياء ما يستخدمه مصدر الاتصال غير الإشارة و الحركة للتعبير عن معاني أو أحاسيس يريد نقلها إلى المستقبل.

الاتصال الشخصي المباشر:

ويقصد بها العملية التي بمقتضاها تبادل المعلومات، و الأفكار و الاتجاهات بين الأشخاص بطريقة مباشرة وجها لوجه و في اتجاهين، حيث يصبح المستقبل على اتصال ببعضهما وجها لوجه في مكان محدد، فبينما يرسل المرسل رسالة معينة إلى المستقبل، سرعان ما يتلقى استجابة عليها وبذلك يصبح المرسل مستقبل مرسل، وهكذا يصبح التفاعل من جانبيين و ليس من جانب واحد.

الاتصال الجماهيري:

ويقصد به العملية التي يتم بمقتضاها نقل المعلومات و الأفكار و الاتجاهات إلى كبير من الجماهيرية وهذا النوع من الاتصال يتم بطريقة غير مباشرة حيث يكون المستقبلين في مكان محدود، و غالبا ما يكون هذا الاتصال في اتجاه واحد و في حالة وجود استجابة لا تظهر مباشرة في أثناء الاتصال ولكن يمكن أن تظهر بعد ذلك بفترة.

ويختلف خبراء الاتصال حول مدى تأثير وسائل الاتصال المختلفة على الناس فمنهم من يؤكد على أهمية الاتصال الشخصي، و الذي على وجود أفعال ردود أفعال بطريقة مباشرة مما يجعل تأثير أقوى إلا أن البعض الآخر يؤكد على أهمية الاتصال الجماهيري ودوره في التأثير.

الفصل الثاني: التغير الاجتماعي

1.2 _ الدلالات الاستمولوجية لمفهوم التغير الاجتماعي:

لقد اهتم المفكرون و الفلاسفة في مختلف العهود برصد التحولات التي تطرأ في مجال الحياة الاجتماعية ، فكتب عن هذا فلاسفة اليونان و بعدهم فلاسفة العرب المسلمين ، ثم جاء دور مفكري عصر التنوير و من أتى من بعدهم و مثلت أعمال هؤلاء العلماء رصيذا للمتخصصين في مجال العلوم الاجتماعية المعاصرين و تطور النظر لأسباب و حجم الظاهرة و نتائجها عبر الزمان ، و يظهر هذا بوضوح في استخداما المفاهيم التي تعبر عن الظاهرة في محاولة لدراستها مثل التقدم و التطور و الارتقاء ، و تجدر الإشارة إلى أن إصطلاح التغير الاجتماعي قد استخدم أول مرة في كتابات آدم سميث و على الأخص في كتابه المشهور " ثورة الأمم" الذي نشر في القرن الثامن عشر لكن لم ينتشر و يصبح واسع التداول إلا بعد نشر العالم الاجتماعي الأمريكي "أوجبرن" كتابا يحمل هذا العنوان في عام 1922 . رأى عالم الاجتماع هذا أن التغير ظاهرة عامة و مستمرة و متنوعة و لا لزوم لربطها بصفة معينة.

لذلك وجد في إصطلاح التغير الاجتماعي مفهوما متحررا من التقييم ، و يمكن القول بأن التغير الاجتماعي بمعناه العام يشمل التغيرات البنائية أي التغيرات في جميع أنواع العلاقات الاجتماعية و أطرافها و التغيرات الثقافية ككل، وما يشتمله معنى الثقافة من معاني و أفكار و قيم و أدوات و مواضيع¹ لقد استخدم علماء الاجتماع مصطلح التغير الاجتماعي للتعبير عن ظاهرة التحول و النمو و التكامل و التكيف و الملائمة، مما دفع هؤلاء العلماء إلى استخدام مفهوم التغير الاجتماعي على أنه لا يوحي بأحكام تقويمية بين ما هو أفضل و ما هو سيئ ، و ما هو خير و ما هو شر، ولكن يقرر الواقع المجرد كما هو فعلا في المجتمع.

و يشير مفهوم التغير الاجتماعي إلى التحولات التي تطرأ على بناء أي مجتمع من خلال مدى زمني معين ، ما يعني وجود قوى اجتماعية تسهم في حدوث التغير في اتجاه معين ، و بدرجات متفاوتة الشدة

¹ - <http://www.rojavaart.com>

و هو قد يطال بناء المجتمع بأسره كما هو الحال في الثورات ، كما قد ينحصر في نظام اجتماعي معين كالأسرة و السياسة و الدين.

و يمكن تحديد معنى التغيير من خلال تحديد سكون المعايير المتمثلة في المكانة الاجتماعية و التدرج الاجتماعي بواسطة تشخيص القوى الحيوية التي تمتلك قدرة في إعادة تشكيل و صياغة المشاعر الوجدانية و السلوك الاجتماعي، عندئذ يتضح لدينا درجة التحول الثقافي و النمو البيروقراطي و المؤسسات التنظيمية عبر الزمن ، فالتغير الاجتماعي أمر طبيعي أكثر من الأمور الأخرى ، و بعض التغيرات الاجتماعية تمثل تغييراً جوهرياً ، و البعض الآخر ما هو سوى دويماً للتغيير أو صدى له مثل موضة الملابس...²

و قد عرف اصطلاح التغير الاجتماعي مفاهيم عدة تباينت بتباين مرجعيات أصحابها ، فقد عرفه " حسين الخولي " بأنه تلك العملية المستمرة و التي تمتد على فترات زمنية متعاقبة يتم خلالها حدوث اختلافات أو تعديلات معينة في العلاقات الإنسانية أو في المؤسسات أو التنظيمات أو في الأدوار الاجتماعية.

كما عرف " رفعت بشير " التغير الاجتماعي بأنه تغيير بنائي يصيب المجتمع في تركيب سكانه و علاقات أفراده في نظمه و مؤسساته و ظواهره الاجتماعية ، كذلك يؤدي إلى تغيرات في القيم الاجتماعية و المعايير و الاتجاهات و أنماط السلوك المختلفة و التي اتفق على تسميتها بثقافة المجتمع.

و يفسر " زكي محمود " التغيير بأنه إرادة معينة تعني بدورها فعلاً، سواء أكان الفعل ضئيلاً أو جسيماً فهو تغيير.

فيما يرى " محمد الدقس " بأنه التغيير الذي يطرأ داخل المجتمع أو التحول و التبدل الذي يطرأ على جوانب المجتمع.

و تطرق بعض المفكرين الأجانب في تحديدهم لمفهوم التغير الاجتماعي لجملة من التعاريف منها تعريف " سامويل كوينج " الذي يرى أن التغير الاجتماعي هو التحولات التي تحدث في أنماط الحياة الإنسانية، و أن هذه التحولات ترجع لعدة عوامل داخلية و خارجية، والتغيير طابع مميز لجميع المجتمعات.

²- معن خليل العمر، التغير الاجتماعي، الطبعة العربية الأولى، الإصدار الأول ، 2004، ص27.

و يرى " ميلز " أن التغير الاجتماعي هو التحول الذي يطرأ على الأدوار الاجتماعية التي يقوم بها الأفراد، و كل ما يطرأ على النظم الاجتماعية و قواعد الضبط الاجتماعي الذي يتضمنها البناء الاجتماعي في مدة معينة من الزمن.

أما " جيمس بيرج " يرى أن التغير الاجتماعي هو كل تغيير يطرأ على البناء الاجتماعي في الكل و الجزء، و في شكل البناء الاجتماعي.

و يتجلى التغير في كل مظاهر الحياة الاجتماعية، مما دفع ببعض المفكرين للقول أنه لا توجد مجتمعات، و إنما الموجود تفاعلات و عمليات اجتماعية في تغير و تفاعل دائمين.

و قد حدد "ولبرت موور" أهم سمات التغير فيما يلي:³

- يطرأ التغير في أي مجتمع أو ثقافة ، و يتسم بالاستمرارية و الدوام.
- يطال التغير كل مكان، حيث تكون نتائجه بالغة الأهمية.
- يكون التغير مخططا مقصودا، أو نتيجة للآثار المترتبة على الابتكارات و المستحدثات المقصودة.
- تزداد قنوات الاتصال في حضارة ما بغيرها من الحضارات بازدياد إمكانية حدوث مستحدثات جديدة.
- يكون سلسلة التغيرات التكنولوجية المادية و الجوانب الاجتماعية المخططة منتشرة على نطاق واسع.

و يمكن أن نخلص إلى أن التغير الاجتماعي هو كل ما يطرأ على البناء الاجتماعي في فترة زمنية معينة ، محدثا تغييرات سواء إيجابية أو سلبية في الاتجاهات و النظم و الأعراف و القيم و العادات و العلاقات الاجتماعية داخل المجتمع ، و ذلك بهدف مواكبة التغير و إيجاد الوسائل و البدائل المناسبة و المقبولة داخل المجتمع للتكيف معه.

³ - محمد سيد فهمي، نورهان منير حسن فهمي، الرعاية الاجتماعية للمسنين، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، 1999، ص70.

2.2_ عوامل التغير الاجتماعي :⁴

يمكن حصر أهم العوامل المسببة للتغير الاجتماعي فيما يلي:

العامل الديمغرافي:

و يقصد به الآثار المترتبة عن الوضع السكاني في اختلاف حجمه من خلال عدد السكان المتواجدين بمنطقة ما ، و كثافته و معدلات المواليد و الوفيات بالزيادة أو النقصان، و هجرته الداخلية و الخارجية، و من ثم فقد تسبب هذه العوامل تفككا في الحياة الاجتماعية ، و تسبب حراكا اجتماعيا في مجتمعات أخرى.

العامل الايديولوجي (الفكري):

تعد الايديولوجيا حركة فكرة هادفة تؤثر على سلوكيات و علاقات و أنماط سلوك و حياة البشر، و لها دور كبير في التغير الاجتماعي، كما أن للظروف دورا في تشكيل إيديولوجيات الناس، فالإيديولوجية الاشتراكية كانت تهدف مثلا للخلاص من النظام الرأسمالي و تسعى لتحقيق العدالة و المساواة.

العامل التكنولوجي (التقني):

إن للابتكارات العلمية تأثيرا مباشرا على الحياة الاجتماعية و على سلوك الأفراد و علاقاتهم الاجتماعية، فقد أدى استخدام التكنولوجيا في الصناعة مثلا إلى ضخامة الإنتاج و التخصص في العمل و تركيز القوة في المدن و زيادة الهجرة إليها، و ظهور علاقات اجتماعية و قيم فرضتها الحياة الجديدة ساعدت في إيجاد تغير اجتماعي سريع. كما أن التقدم التكنولوجي في المجالات الطبية ساعد في تخفيض معدل الوفيات، مما يؤثر على التركيب السكاني الذي بدوره يؤثر على الحياة الاجتماعية.

العامل الاقتصادي:

إن طبيعة النشاط الاقتصادي للسكان يؤثر على العلاقات الاجتماعية التي تنشأ بين الأفراد و الجماعات لأن العامل الاقتصادي هو المحور الأساسي لبناء المجتمع وتطوره، و إن أسلوب الإنتاج هو الذي يحدد الطابع العام للعمليات الاجتماعية و السياسية و الروحية في حياة الأفراد، و من الأمثلة على التغير دخول

⁴ -<http://ar.wikipedia.org/w/index.php>

المرأة إلى سوق العمل في أوروبا على الخصوص حيث لعبت أدوارا مهمة في الوظائف الحكومية و الأعمال المهنية الأخرى.

العامل السياسي:

إن الأحداث السياسية كانهيار الاتحاد السوفياتي عام 1990 ، و الحرب العراقية مع أمريكا و حلفائها، أو أية حروب أو ثورات أو هجرات أثر اقتصاديا و فكريا على الأفراد في المجتمع، و هذا بدوره يؤثر اجتماعيا على الأفراد و المجتمعات.

العامل الثقافي:

تنتشر بعض السمات الثقافية من منطقة إلى أخرى أو من مجتمع إلى آخر سواء أكانت أفكارا أو معتقدات أو فنونا أو أية معرفة تنتشر عن طريق وسائل الاتصال، و تحدث تغييرات في نظم المجتمع و أفكار أفرادها فيما يعرف بالانتشار الثقافي ، فانتشار فكرة الحرية و الديمقراطية في مجتمعات كثيرة ساعد على تغير شامل في حياة هذه المجتمعات و نظمها السياسية و الاقتصادية و التعليمية...

العامل الإيكولوجي (البيئي):

إن الظروف المناخية و البيئية التي يتعايش فيها الأفراد تتطلب أشكال اجتماعية معينة تختلف من محيط إلى محيط ، مما يحدث تفاوتا كبيرا في سرعة التغيرات الاجتماعية من مجتمع إلى آخر، فمثلا سكان حوض البحر الأبيض المتوسط يختلفون في نظمهم القيمية و الثقافية عن سكان المناطق الاستوائية.

3.2_ اتجاهات و نظريات التغير الاجتماعي:

نظر علماء الاجتماع إلى التغير الاجتماعي من زوايا مختلفة، و لذا أسفرت دراساتهم عن ظهور لآراء مختلفة متعلقة باتجاهات التغير يمكن حصرها فيما يلي:⁵

1- الرأي القائل بأن التغير يكون تغيرا تراجيعيا:

يرى بعض دعاة هذا الرأي أن المجتمعات الإنسانية مرت بمرحلتين، المرحلة الأولى يطلق عليها اسم " العصر الذهبي" و فيها عاش الناس متمتعين بكل مظاهر السعادة ثم انتهت هذه المرحلة بكل ما تحمل في طياتها من سعادة و خير للبشرية، ثم بدأ عصر جديد تخلف فيه المجتمع و أصابه التأخر و الانحلال. و قد اعتمد دعاة هذا الرأي على ما جاء في الديانة اليهودية، إذ ورد في التوراة عن أصل الخليقة أن أصل الإنسان الأول كان صالحا ، و كان يعيش في جنة عرضها السموات و الأرض، لكنه تجاوز حدود الله فأغراه الشيطان، و من ثم زالت سعادته و اضطرب تفكيره و ضعفت إرادته مما أدى إلى مرضه و موته ، و أخرج من مجتمع الفردوس إلى مجتمع الأرض.

و يرى فريق من المفكرين أن المجتمع يتغير، و لكن في تغيره يخرج من العصر الذهبي إلى العصر الفضي ثم إلى العصر البرونزي، و ينتهي به التغير إلى العصر الحديدي. و يزداد عدد المعتنقين لفكرة التغير التراجعي حينما تحدث الأزمات السياسية و الاقتصادية ، و الاضطرابات الداخلية ، و يستدل دعاة هذا الرأي على صحة رأيهم بما يصيب المجتمعات في بعض الأوقات من قلة عدد المواليد و زيادة عدد الوفيات، و قلة الدخل القومي و كثرة الهجرات الخارجية، و تأخر الإنتاج الأدبي و الفني.

2- الرأي القائل بأن التغير يكون تقدما ارتقائيا:

يأخذ أصحاب هذا الرأي بفكرة التقدم ، و يربطون بين التغير و التقدم، فكلما كان هناك تغير فهو تقدمي، و أساس نظرياتهم أن المجتمعات تبدأ بسيطة ثم تأخذ في النمو إلى أن تستكمل جميع عناصرها و مقوماتها، و قد اعتنق كثيرون مبدأ التقدم منذ زمن الكشوف الجغرافية و الثورة الصناعية، إذ اتسعت الآفاق و توفرت ميادين العمل، و زادت قوة الإنتاج زيادة مطردة. و قد كان لاكتشاف مناجم الذهب و منابع البترول و إقامة المصانع الضخمة و انتشار الجرائد و اتساع شبكة المواصلات في أمريكا خلال القرنين 18م و 19م أثر كبير في اعتناق كثير من المفكرين الاجتماعيين مبدأ التقدم. و الواقع أن مبدأ

⁵ - عبد الباسط محمد حسن، علم الاجتماع- مدخل-، دار غريب للطباعة و النشر، القاهرة، د س، ص 493.

التقدم ينطبق إلى حد كبير على الجوانب التكنولوجية ، فكل اختراع يبدأ بسيطاً ، ثم يتحسن تدريجياً بما يضاف إليه من تعديلات تجعله في صورته الجديدة أكمل و أدق من صورته القديمة، مثال ذلك السيارات و الطائرات و غيرها فإنها في تقدم مطرد منذ اختراعها.

3- الرأي القائل بأن التغير يسير في اتجاه دائري:

يرى أصحاب هذا الرأي أن المجتمع الإنساني يمر بنفس المراحل التي يمر بها الإنسان من الميلاد إلى الطفولة إلى البلوغ إلى النضج و الاكتمال إلى الشيخوخة، و ينتهي به الأمر إلى الموت، أي يعود المجتمع من حيث بدأ في دورة معينة. و يؤكد أصحاب هذا الرأي وجهة نظرهم بما حدث للإمبراطوريات المصرية و اليونانية و الرومانية، فبعد أن وصلت تلك الإمبراطوريات إلى درجة من التقدم و الرقي أصابها عوامل التأخر و الانحلال ، و انتهى بها الأمر إلى التدهور و الاضمحلال.

4- الرأي القائل بأن التغير يسير في اتجاه تذبذبي:

يرى أصحاب هذا الرأي أن المجتمع يتقدم ثم ينتكس ثم يعود فيتقدم أو ينتكس في غير نظام، و نلاحظ هذا النوع من التغير في بعض الظواهر الاقتصادية و السكانية، فالرخاء الاقتصادي يعقبه كساد في حالات كثيرة و السكان يزدادون بسرعة ثم يأخذ عددهم في التناقص جراء بعض الأزمات كالمجاعة أو الأوبئة أو الهجرة.

و وفقاً لهذه الاتجاهات يمكن رصد أهم النظريات المفسرة للتغير الاجتماعي:⁶

النظرية النفسية:

إن المجتمع يتغير و يتقدم نتيجة للطاقة العقلية الكبيرة للإنسان و تقدمه العقلي و نمو قدراته و استطلاع و تطلعه إلى مزيد من التقدم، فهو الذي طور أساليب الحياة و مكن التقدم التكنولوجي، و إن الحاجات النفسية الاجتماعية للإنسان هي التي مكنت المجتمع و الحياة الاجتماعية أن تكون ما كانت عليه في الماضي و ماهي عليه في الحاضر ، و ما ستكون عليه في المستقبل.

⁶ - معن خليل عمر، مرجع سابق، ص 154.

نظرية التغير الاجتماعي الدائري:

إن التغير ظاهرة تسير في دورات حتمية لا مفر منها، فالدول تنشأ و تنمو ثم تتحل ، و في كل دور يطرأ على المجتمع تغير في نظمه و أخلاقه و عاداته...

نظرية التوازن و التعادل:

و هي تحدث بين الجوانب المادية و المعنوية في المركب الحضاري، و التغير فيها منطلق من مجموعة الاختراعات و الاكتشافات العلمية التي تكون لها استخدامات تكنولوجية في ميادين الحياة و المؤسسات الاجتماعية المختلفة.

نظرية التغير نحو التقدم و الكمال:

تعتبر التقدم في حقيقته و جوهره تغير المجتمع من حالة إلى حالة أفضل بغض النظر عن معايير الأفضلية.

4.2_ وسائل الاتصال التنظيمي و التغير الاجتماعي:

إن التقنيات المعاصرة أحدثت ثورة في وسائل الاتصال، ولكن لا يجب أن تختزل الاتصالات في وسائل و تقنيات، فهي ظاهرة أساسية و أكثر تعقيدا.

فوسائل الاتصال عديدة، متباينة، واختيار أي منها يتوقف على الظروف المتاحة بالمؤسسة، أو هي نمط التعاملات و العلاقات السائد فيها، ونوع المادة المراد نقلها. ونستطيع القول بأن وسائل الاتصال الناجحة هي التي تستعمل فيها أكثر من حاسة بحيث إذا صاحب الكلام عوض الصورة تكون الرسالة مفهومة لدى المستقبل، و من ثم فأفضل الأسلوب لإتمام الاتصال هو تبادل المعلومات وجها لوجه، المناقشة وتبادل الرأي.

وبالتالي تعد المقابلات و الاجتماعات من أنجع وسائل الاتصال فهي تقوم بإيصال المعلومات بطريقة مفهومة، فتؤدي إلى تقوية أواصر الصداقة بين العاملين و تنمي فيهم الشعور بالمشاركة ووحدة الهدف. و يمكن رصد وسائل الاتصال فيما يلي :

1.4.2 الاتصال الشفوي:

يتمثل في المحادثات الشخصية، المناقشات الجماعية، الاتصالات التليفونية وغيرها من أشكال الاتصال التي تعتمد على الكلمة المنطوقة في التعبير عن المعاني أو نقل الرسائل إلى الأطراف المستهدفة بها⁷ وتستند الاتصالات الشفهية أهميتها من حقيقة أن المدير يقضي ما بين 50%-90% من وقت العمل اليومي في الحديث مع الآخرين، وترجع سيطرة الاتصالات الشفهية على عملية الاتصال في المنظمات إلى اعتبارين أساسيين هما:

- أنها تمكن من حصول معلومات مرتدة فورية والتي قد تأخذ شكل الأسئلة أو الاستفسارات أو تعبيرات الوجه أو الإيماءات أو الموافقات...الخ.

- الاتصال الشفهي يتسم بالسهولة، كل ما تحتاجه هو أن تتكلم دون بذل جهود ملموسة في عملية الإعداد أو التحضير فالمرسل لا يحتاج إلى استخدام القلم أو الأوراق.

⁷ - جميل احمد توفيق: إدارة الأعمال، دار النهضة العربية للطباعة و النشر، بيروت، 1984، د ط، ص 346.

ورغم هذه المزايا إلا أن الاتصال الشفهي قد يعاني من عدم الدقة إذا ما استخدم المتحدث الكلمات غير الملائمة للمعنى المقصود أو عندما يغرق في تفاصيل أو عندما ينسى المتلقي مضمون الرسالة.⁸

و يمكن حصر أنواع الاتصال الشفوي فيما يلي:

أ- الاتصال الهاتفي:

يعتبر الهاتف من أهم وسائل الاتصال داخل التنظيم، يستعمل كوسيلة لإيصال المعلومات الداخلية النازلة أو الصاعدة، هذه الأخير يأخذ شكل خط مفتوح لأسئلة الموظفين حيث يمنح فرصة لطرح الأسئلة حول المسائل العلمية و المسائل الاجتماعية دون اللجوء إلى اخذ موعد مع المسؤولين أو كتابة أو تحضير مذكرة.⁹

ب- المقابلة:

عبارة عن مواجهة بين شخصين أو أكثر يقوم بينهم حديث أو نقاش أو تبادل أفكار حول موضوع معين يخص احد شؤون المؤسسة أو أفرادها لتحقيق غرض معين. وبشكل مختصر هي لقاء مهني مرتبط بالمؤسسة وظيفتها وشروطها.¹⁰ وهي وسيلة مميزة للاتصالات، و المقابلة الناجحة وسيلة مجدية لنجاح من يتقنها، ولكي تحقق غاياتها فلا يجب أن تتم بطريقة عشوائية، قبل إجراء أي مقابلة ، يجب أن يخطط مسبقا للموضوع ، والمشكلات و الأمور الأخرى التي يحتمل أن تثار فيها أثناء إجراء المقابلة ، فلا بد من توفير جو مريح للشخص الآخر ، كما يجب توضيح الهدف منها المقابلة أو الطلب من المرؤوسين إعداد انشغالاتهم قبل عقد المقابلة ، كما أنه يجب على المسؤول أن يواجه الأسئلة، ويستمع إلى الإجابات، ويحافظ على التابع المنطقي للأمور من تحليل المشكلة ، ثم طرح الحلول الممكنة ، والبحث عن أفضلها و الوصول إلى قرار أمثل.

⁸ - جمال الدين محمد المرسي، ثابت عبد الرحمن ادرس ، السلوك التنظيمي " نظريات و نماذج تطبيق عملي لإدارة السلوك في المنظمة " ، الدار الجامعية ، دون مكان النشر ، 2000-2001 ، د ط ، ص 611.

⁹ - محمد منير حجاب ، سحرة محمد وهبي ، المداخل العامة للعلاقات العامة و المدخل الاتصالي ، دار الفجر للنشر و التوزيع ، القاهرة ، 1995، د ط ، ص 178.

¹⁰ - منال طلعت محمود ، مدخل إلى علم الاتصال ، دار النشر ، الإسكندرية ، 2002 ، ص 248.

ج- الاجتماعات:

هي وسيلة لفظية تستخدم فيها المناقشات وتعد على فترات أو بصورة دورية أو كلما استدعى الأمر انعقادها. وتختلف الاجتماعات عن المحاضرات والندوات في أن العبء الأكبر من حيث الإعداد والدراسة والمناقشات تقع على عاتق الأعضاء. وتختلف الاجتماعات من حيث عدد المشاركين فيها فقد تكون محدودة العدد كاجتماعات مجالس الإدارة و اجتماعات اللجان المتخصصة وقد تكون اجتماعات غير محدودة العدد كالاجتماعات العامة للعاملين في المؤسسة.

و غالبا ما تدعو الحاجة إلى عقد الاجتماعات بهدف تبادل الآراء وتوصيل معلومات، فقد تكون لمناقشة الأعمال اليومية الجارية في المؤسسة، أو لمناقشة سياسة جديدة للمنظمة أو الهيئة و إشراك كل الفاعلين في التنظيم في وضع هذه السياسة.

كما يمكن أن تعقد الاجتماعات لمناقشة بعض الموضوعات المتعلقة بالقرارات الجديدة وإمكانية تنفيذها والمعوقات التي تحول دون ذلك، أو لمناقشة مشاكل فنية أو إدارية مرتبطة بنظام العمل في المؤسسة أو المنظمة¹¹.

و للاجتماعات جملة من المزايا و الفوائد يمكن حصرها فيما يلي:

- تساعد على تبادل الآراء و المعلومات بين الأعضاء، مما يؤدي إلى الاستفادة من الجهد المشترك و التفكير الجماعي.

- تساعد على بث الروح الجماعية و الدافعية لخدمة الهيئة أو المنظمة.

-تساعد في الوصول إلى القرارات.

-تهيئ الفرص لتكوين وتدعيم العلاقات الاجتماعية بين الأعضاء.

-توفر الفرص لإشعار الأعضاء بقيمتهم وأهميتهم، وكذلك بمسئوليتهم الفردية و الجماعية فيما يتخذونه من قرارات¹².

¹¹ - غريب محمد سيد احمد : الجماعات الاجتماعية ، دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية ، د ط ، 1989 ، ص ص 221 - 225.

د - الندوة: 13

هي عبارة عن مناقشة متكاملة بين مجموعة من المختصين تتناول موضوع معين و جمهور معين في جوانب مختلفة وفقا لرؤية كل واحد منهم اتجاه الموضوع المحدد. و لذلك تعد الندوة من وسائل الاتصال التي تتيح التواصل بين المرسل(وهم المختصون) و بين المستقبل(الجمهور) حول موضوع معين. فهي تتيح الفرصة للجمهور للاستماع لآراء أكثر من خبير أو متخصص واحد، و تنوع هذه الآراء وتعدد المتحدثين يزيد من تشويق وانتباه واهتمام الجمهور بموضوع الندوة و حسن تفهمه لزواياها المختلفة. كما تسمح المناقشة بين الخبراء و الجمهور، مما يجعل الاتصال يسير في اتجاهين بعكس المحاضرة التي تسير في اتجاه واحد. و تصبح الندوة على درجة عالية من الأهمية إذا كان الموضوع غير مفهوم لأغلب الحاضرين.

وتمر الندوة بالمراحل التالية:

- **مرحلة الإعداد:** وتتطلب هذه المرحلة القيام بجملة من الإجراءات منها:

كأن يكون للندوة موضوع محدد تحديدا واضحا، ويحقق أغراض الجماعة أو الجمهور. كما تتطلب هذه المرحلة اختيار الخبراء اللازمين للندوة الذين يمثلون زوايا الموضوع المختلفة. بالإضافة إلى تحديد المكان المناسب لإقامة الندوة حيث يمكن استيعاب الجمهور. و إعداد اللجان و الدعوات.

- **مرحلة التنفيذ:** في هذه المرحلة يبدأ المنظم للندوة بالتمهيد للموضوع بكلمة مختصرة، ثم يقدم الخبراء للجمهور، حيث يقوم كل واحد من هؤلاء الخبراء بإلقاء كلمة عن الجانب الذي يهمله من الموضوع، ثم يسمح للجمهور بالاستفسارات والمناقشات حتى يمكنهم الإمام بجوانب المشكلة.

- **مرحلة التقييم:** و فيها يقوم المنظم بدراسة مدى نجاح هذه الوسيلة من خلال ترقب و ملاحظة سلوك الجمهور و مدى ما حدث من تعديل، أو يطلب منه كتابة تقرير عن رأيهم و استقاداتهم كل منهم من هذه الوسيلة.

¹² - محمود عودة ، السيد محمد خيرى : أساليب الاتصال و التغير الاجتماعي ، دار النهضة العربية ، بيروت ، د ط ، 1988 ، ص 79.

¹³ - بهجت كشك ، سلمى جمعة : الاتصال ووسائله في الخدمة الاجتماعية ، دد ، دون مكان النشر، د ط ، 1988 ، ص 151-153.

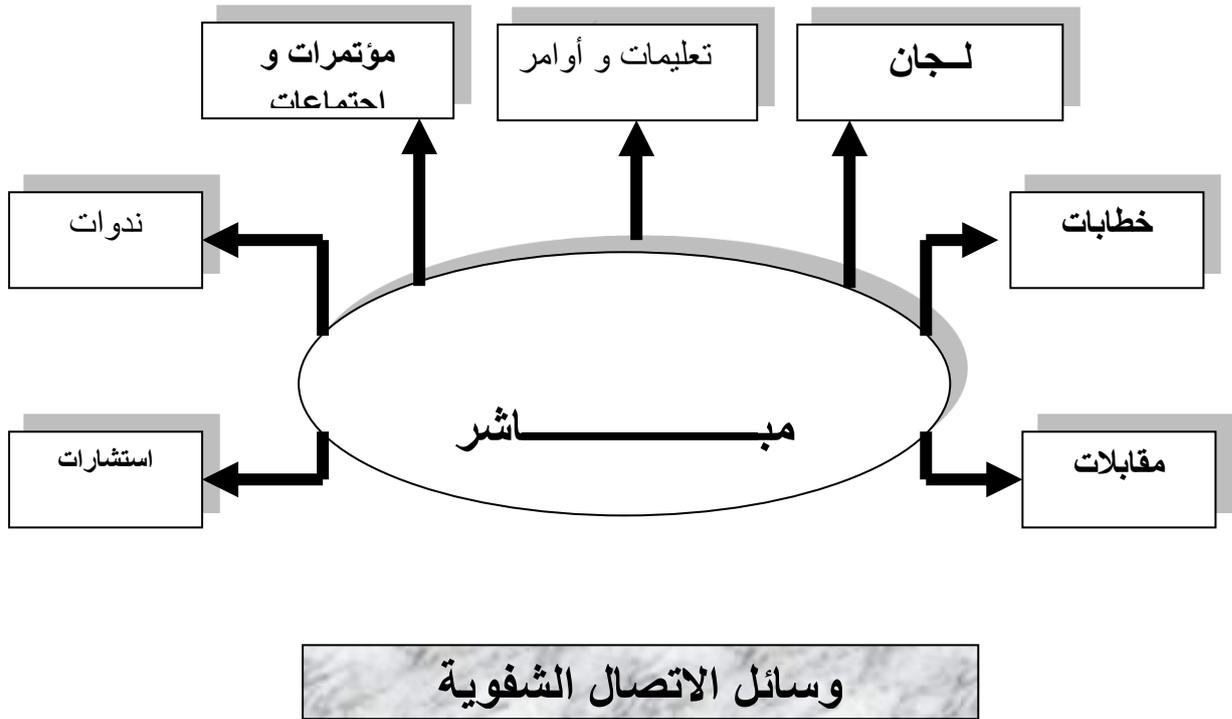
هـ- المؤتمر:

وهي وسيلة يجتمع فيها الأفراد وجها لوجه لتبادل وجهات النظر بينهم و كثير من رجال العلاقات العامة يرى أن هذه الوسيلة أهم من الكلمات المكتوبة لذلك تعقد مؤتمرات لعينة من أفراد الجمهور من وقت لآخر و قد تعقد مؤتمرا للباحثين في السياسة التي تدير عليها الشركة و قد تعقد مؤتمرات للباحثين في موضوع معين كان تعقد مؤتمرات للعاملين بالعلاقات الصناعية في إقليم معين و لا شك في أن عقد مثل هذه المؤتمرات يكون مكلفا للشركة خاصة و أن المؤتمر الواحد قد يضم مئات من الأفراد.

تعتبر المؤتمرات إحدى صور الاتصال الديمقراطية حيث يتاح للجميع فرصة المشاركة و التعبير عما يجول بداخلهم و خاصة إذا تم تنظيم هذه اللقاءات بكفاية من حيث اعتبار عوامل الوقت و الجهد و التكلفة مع مقارنتها بالمزايا المتوقع الحصول عليها من هذه المؤتمرات و في جميع الأحوال يجب تحديد الهدف من المؤتمر و التخطيط المسبق لتحديد هذا الهدف بكفاية.

للمؤتمرات مزايا تتمثل في احتمال التوصل إلى نوعية أفضل في القرار المتخذ نظرا للمشاركة في الآراء و الاستفادة من الأفكار المتبادلة هذا إلى جانب أن القرارات المتخذة من خلال المؤتمرات تحظى بمقاومة و معارضة اقل من الأفراد إلا انه توجد بعض مساوئ للمؤتمرات و منها اعتبار التكاليف و الأعباء المالية في الإعداد للمؤتمر و الأدوات المستخدمة في تنفيذه بالإضافة إلى ذلك يؤخذ على المؤتمر أن قرار المجموعة يأخذ وقتا طويلا في التنفيذ عن القرار الإداري الصادر من السلطة العليا¹⁴.

¹⁴ - سعيد يس عامر : الاتصالات الإدارية و المدخل السلوكي ، القاهرة ، ط2 ، 2000 ، ص ص 76-77



2.4.2 الاتصال الكتابي:

يتم الاتصال الكتابي عن طريق الكتابة ، يتم استعمال هذا الأسلوب من الاتصال في المنظمات كبيرة الحجم بكثرة، ولكي يتحقق الاتصال الكتابي يجب أن تكون الكتابة بسيطو وواضحة ودقيقة، ويمكن تحسين معظم العمل الإداري عن طريق تحسين الاتصال الكتابي ويعتمد الكثير من الموظفين على الكلمات المكتوبة لغرض معرفة كيفية انجازا عمالهم يضاف إلى ذلك أن التقارير والتعليمات والمذكرات المكتوبة والمنشورات المطبوعة وغيرها تعتبر من الأمور الحيوية للقيام بالعمل الإداري.

والاتصال الكتابي هو الذي يجعل من المستطاع نقل نفس المعلومات بالضبط إلى عدد كبير من الأفراد هذا مع إمكان الرجوع إليها في المستقبل، وينبغي أن يتوفر في الاتصال الكتابي بعض الاعتبارات

الأساسية حتى يكون فعالا فالكتابة يجب أن تكون كاملة بحيث يتم تقديم كل المعلومات الضرورية أما الاعتبار الثاني فهو الوضوح فالاتصال الغامض لا قيمة له لأنه سينقل معلومات غير مفهومة¹⁵.

أ- الأوامر والتعليمات: 16

تلعب الأوامر و التعليمات دورا هاما في توجيه المرؤوسين. والأمر هو الذي يحرك النشاط أو يوقفه، ويجب على المديرين أن يفهموا جيدا معنى الأمر واستخداماته وقيوده، فهو أداة توجيهية من رئيس إلى مرؤوس بقصد القيام بعمل أو الامتناع عنه في ظرف معين ، وينبغي أن يراعي فيها:

* أن يكون موضوع الأمر أو التعليمات واضحا لا لبس فيه ولا غموض لئلا يؤدي التنفيذ إلى أخطاء تضر بسير العمل.

* أن تتسم صياغة الأمر أو التعليمات وفق نظام يتيح للعاملين الرجوع إليها مباشرة وبسرعة لتوفير إجراء عمليات اتصال لا جدوى منها.

* أن تكون واجبات العاملين ومسؤولياتهم واختصاصاتهم محددة بدقة مما يوفر عليهم بدوره إجراء اتصالات.

ب - التقارير:

تعتبر من الوسائل الأساسية في العمل الإداري، حيث تعمل على تنسيق الأعمال الخاصة بالأفراد العاملين داخل المؤسسة، إلى جانب تحديد الأدوار المنوطة بكل فرد.

وتصنف التقارير إلى تقارير إدارية متعلقة بالوظائف التي يتطلب القيام بها داخل المؤسسة، وتقارير تشغيلية حول معرفة مدى التقدم والسير في أداء الأعمال. كما يمكن تصنيف التقارير تبعا للمصدر الوظيفي الذي تصدر عنه كأن تكون استشارية ، تنفيذية أو قانونية .

15 - أحمد محمد غنيم ، إدارة الأعمال ، المكتبة العصرية ، المنصورة ، د ط ، 2001 ، ص 270.

16 - - كمال الغالي ، الإدارة العامة ، مطبعة الدودي ، دمشق ، د ط ، 1978- 1979 ، ص 327.

ج- المذكرات:

يركز كثير من المسؤولين على إتباع أسلوب المذكرات كوسيلة للاتصال داخل المؤسسة فهم يعتمدون على إرسال المذكرات لا يصلح أفكار الرئيس إلى المرؤوسين، و هذا ما يساعد على تسهيل طريقة العمل داخل المؤسسة.

د- الشكاوي:

تشجع المنظمات المتقدمة عمالها على التعبير عن شكاويهم و تساؤلاتهم و مشاكل عملهم، إضافة إلى أنها تضمن إعطائهم فرص كاملة و عادلة للاستماع و المناقشة و أيضا إعطائهم ردودا على كل التساؤلات خلال وقت محدد في نظام الشكاوي وكثيرا ما تكشف الشكاوي عن خلل في التنظيم أو سوء توزيع الأعمال أو خطأ في فهم الأوامر أو مخالفات قانونية...و من ثم القضاء على أسبابها من خلال خلق مناخ صالح لحسن سير الأعمال داخل الإدارة بشكل عام.

هـ- النشرات: 17

عبارة عن ملصقات و تعتبر أدوات اتصال كلاسيكية، فهي تظهر بصورة تقليدية كورق أو لوحات ضوئية عادة ما تستعمل في الاتصال الداخلي، و تحتوي على معلومات و تقارير تصدر عن المؤسسة سواء كانت بخصوص إضرابات ،حقوق و واجبات العمال، و كذا معلومات عامة كبرنامج الجمعيات العامة و تتمثل في الأشكال التالية :

* **البيانات:** و تعتبر الوسيلة الأكثر استعمالا من قبل المؤسسة الهدف منها تغطية الفراغ في المعلومات و إزالة المعلومات و إزالة الشائعات بعد توضيحها و التحقيق منها و تكون موجهة أما للعمال أو للإدارة أو الحكومة إذا تعلق الأمر بقضايا ذات أهمية كبرى تكتب البيانات باللغة العربية و الفرنسية حتى تصل إلى كافة شرائح العمال زيادة على شرحها من قبل الممثلين.

¹⁷ - fanelly nguyen : la communication "une stratégie au service de l'entreprise" ,Economica ,paris ,p 104.

* التعليمات التوجيهية :

وهو عبارة عن جملة الملاحظات التي تنشرها المؤسسة للعمال و التي تخص التذكير بالنشاطات التنظيمية كانتخاب ممثلي العمال و التوجيهات التي يجب على العامل احترامها أثناء أدائه لمهامه و تختم عادة بالشعار التالي:

- Ne rien faire sans les travailleurs

- La décision finale aux travailleurs

إن هذا الشعار إلى جانب شعارات أخرى يعطي دلالة واضحة على اهتمام المؤسسة برأي العامل باعتباره القوة المادية و المعنوية لتأدية مهامها على أكمل وجه.

و- الاتصال المصور:

هو الاتصال الذي يستخدم فيه الكلمات المصورة أو صور فوتوغرافية أو رسوم بيانية أو رسوم تشكيلية أو خرائط أو بعض أنواع النشاط الإنتاجي. أي أن هذا الأسلوب للاتصال يكون التعبير فيه عن مضمون الاتصال بالتصوير أو المرئيات، و هو الاتصال الذي يتم نتيجة ما تنقله الصور المرئية من معاني محددة إلى ذهن من يشاهدها. و غالبا ما تتمثل وسائله في الصور الفوتوغرافية الملصقات الأفلام السينمائية الشرائط ...

و قد ساد الاتجاه الأخير في استعمال الألوان في الاتصالات المرئية بهدف تقوية تأثيرها على الرأي و جذب انتباهه إليها، و حصر جل اهتمامه في موضوع الرسالة¹⁸

و لهذا تولي المؤسسات هذا النوع من الاتصال أهمية كبيرة، ويتضح ذلك من خلال استعماله في مختلف ميادين أعمالها.

¹⁸ - زيدان عبد الباقي، وسائل و أساليب الاتصال، مكتبة الأنجلو مصرية، الإسكندرية، د ط، 1974، ص 214.

ي- لوحة الإعلانات:

تستخدم لوحة الإعلانات كوسيلة اتصال لتبليغ العاملين بتعليمات أو سياسات أو أخبار أو معلومات تتعلق بالحياة الوظيفية للعاملين.

و يكثر استعمال لوح الإعلانات بالمؤسسة لغرض توضيح الانجازات البارزة و الأخبار، و يمكن الاستفادة منها في العملية الاتصالية إذا ما أحسن اختيار المكان المناسب لوضعها.

ن- البريد الإلكتروني: ¹⁹

يتمثل في إرسال و استقبال الرسائل الكترونيا، و يجنب المستفيدين التأخيرات التي تحدث جراء استخداما لهاتف، فالخط مفتوح دائما. و يتم الاعتماد على خدمة البريد الإلكتروني في المؤسسات بتخصيص عنوان الكتروني و علبة رسائل لكل شخص يملك جهاز كمبيوتر لتحقيق اتصال فعال و ناجح.

ك- مجلة المنظمة:

و التي من خلالها يمكن رصد الموضوعات الاعلامية و الاجتماعية التي تهم العاملين بالمؤسسة، كما يمكن أن تخلق فضاءا لسياسات التشغيل من خلال طلب الوظائف و أصحاب التخصص. كما يمكن للمجلة أيضا أن تنشر كل المستجدات الخاصة بالسياسة الداخلية للمؤسسة، و الاستراتيجيات التي تنتهج من طرف مجلس إدارة المؤسسة.

و تنقسم إلى ثلاثة أنواع: ²⁰

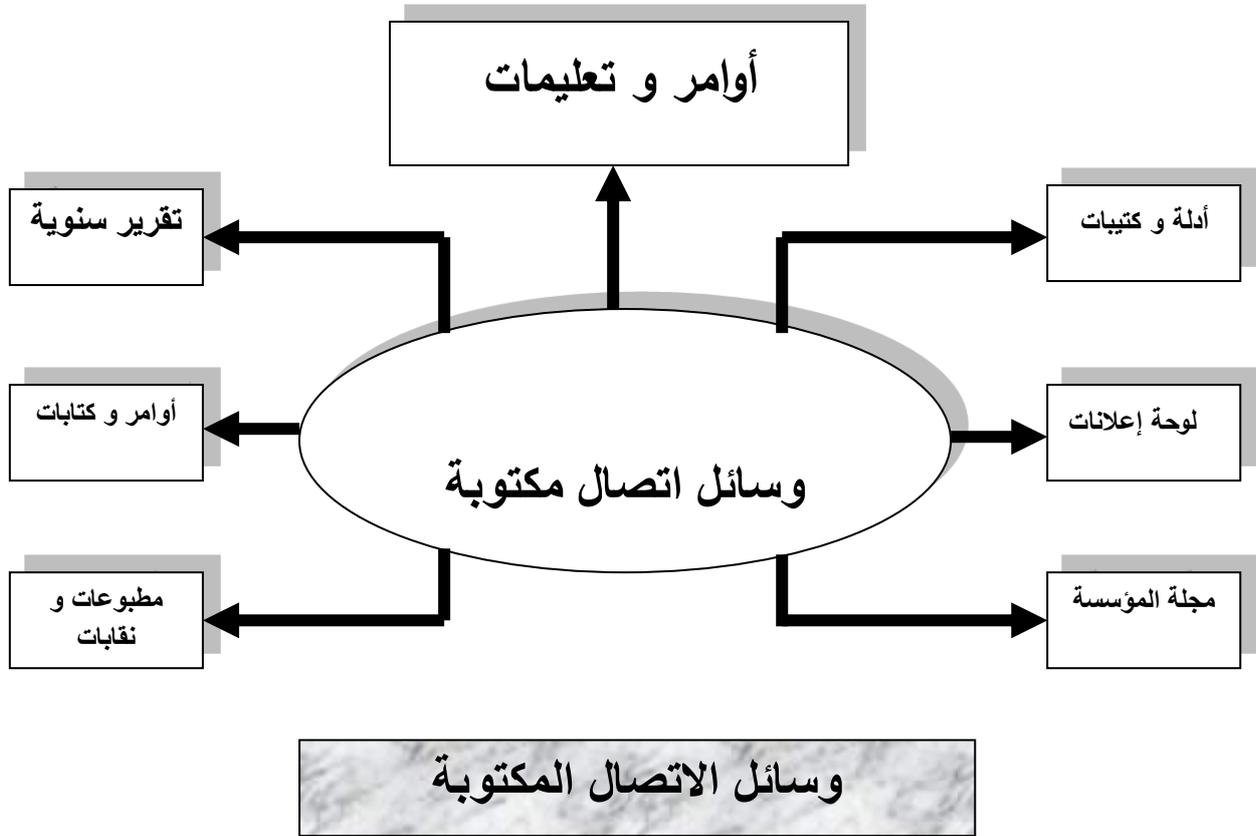
* مجلة تصدر عن القطاع الذي تنتمي إليه المنظمة و يعطي هذا النوع الكثير من الموضوعات الإعلامية و الاجتماعية التي تهم العاملين بالمؤسسة مثل أحاديث رئيس المنظمة.

* النوع الثاني من المجالات هو الأكثر تخصصا حيث يركز على أخبار المنظمة بالذات و بعض الموضوعات الخاصة بالعاملين مثل: طلب وظائف جديدة.

¹⁹ - Jean Claude corbon et silver Tagan : " Groupe ware et Internet vers le partage de connaissances», paris ,2eme édition dunod, 1999,p 47.

²⁰ - سعيد يس عامر : مرجع سابق ، ص ص 86 - 88.

* أما النوع الثالث من المجلات اليومية التي تغطي موضوعات عامة من مجلس إدارة المنظمة و الأخبار اليومية الهامة التي يتعين إبلاغها إلى العاملين بصورة يومية.



الفصل الثالث: وسائل الاتصال و التغيير الاجتماعي

1.3_ التلفزيون و التغيير الاجتماعي:¹

يكثُر الحديث عن تأثير التلفزيون بالمجتمع في المجال السياسي و الاجتماعي و الثقافي و الاقتصادي و اصبح واضحاً أنه من غير الممكن ترك الاعلام بلا تخطيط أو سياسة واضحة لأن هذا يؤدي الى عرقلة قضايا التنمية و التحول و يضع عقبات في طريقها.

كما أن التغيير ينعكس على مجموعة من القيم و التطلعات و أنماط السلوك مما يقضي بالضرورة أن تتشكل السياسات و الممارسات الاعلامية لتلبي متطلبات التغيير و تساعد على ترشيده حفاظاً على التوازن الاجتماعي من خلال التعبير عن طموحات و اهتمامات المجتمع باعتباره مصدر أساسي للانفتاح على مختلف المواضيع التي تهتم الفرد ، خاصة تلك التي ترتبط بواقعه المعيشي و تراثه الثقافي و الفكري ، و بحاضره و بمستقبله ، و التعامل معه انساتاً راشداً يمكن أن ينتج و يسهم في بناء المجتمع القادر على الباء و التغيير . أن التلفزيون هو أداة التحديث في المجتمعات النامية و الرؤية النقدية المقابلة التي تعمل على مواجهة الاعلام الغربي الذي يعد نوعاً من الاستعمار الثقافي الذي يفرض القيم الغربية.

كما يمكن أن يكون التلفزيون مواكبا للتحويلات التي تعيشها المجتمعات من خلال:

- الارتباط بأهداف التنمية الشاملة و خططها بشكل رشيد.

- أن تستهدف سياسات الاتصال إصلاح التربية بما يتطلبه من تنمية ملكات التعلم الذاتي ، التفكير العلمي التكيف و الابداع و فهم المشكلات و مواجهتها و الانتقال من التربية الاستهلاكية الى التربية الانتاجية .

¹ زكرياء عبد العزيز محمد، التلفزيون و القيم الاجتماعية للشباب و المراهقين ، مركز الاسكندرية للكتاب، مصر، 2002، صص 145،146).

- تدعيم الاحساس بالمواطنة والانتماء و الرغبة في المشاركة في بناء الوطن، والاسهام في تشكيل الهوية الوطنية و محاولة خلق وعي عام لدى الجماهير بأهمية الاكتفاء الذاتي و الاعتماد على النفس.

- الحفاظ على القيم الذاتية و الثقافية الوطنية و تعزيزها و الحيلولة دون الغزو الثقافي و فرض اتجاهات اجتماعية و نماذج سلوكية قد تعيق التنمية و تستمر معها أوضاع الظلم الاجتماعي و التبعية و إن كان هذا لا يمنع من الانفتاح على الثقافات الاخرى.

- بناء نموذج اتصالي يقوم على المشاركة لا على فرض الاعتقادات و توفير فرص المشاركة الشعبية في الاتصال و تحقيق الديمقراطية .

- تدعيم القيم الروحية و خاصة مع انعكاس أثار الثورة التقنية على الانسان و فشل تجارب الانغماس في الحضارة الغربية.

- إعتقاد اللغة العربية الفصحى التي يفهمها أفراد المجتمع .

هذا و يعد التلفزيون من أهم وسائل الاتصال الحديثة التي تؤثر في حياة الافراد تأثيرا واضحا من خلال تنمية المهارات في التعامل بين الناس، كما أن له تأثيرات عظيمة على العلاقات الانسانية بما تعرضه القنوات التعليمية من برامج تساعد على التحصيل العلمي . و يساعد الاسرة على تربية الابناء تربية صحيحة و سليمة . هذا و يعمل على حل الكثير من المشاكل الاجتماعية اليومية من خلال البرامج الدينية التي تسعى للقضاء على الآفات الاجتماعية من مخدرات و عقوق الوالدين...و تبين كيفية ادماج الفرد وسط مجتمعه بطرق سلسة و بسيطة.

2.3_ الصحافة و التغيير الاجتماعي

من منطلق "ابن خلدون" الذي يتعامل مع التغيير الاجتماعي من منظور "الدولة" و من خلال نظريات الاعلام نجد النظرية الحاكمة و فيها تكون الصحافة المكتوبة و الاعلام فنجد الحكومات و السلطات الرسمية في جميع بلدان العالم تستعملها كسلاح قوي للدفاع عن افكارها السياسية خاصة و خصوصيتها الثقافية التي تميزها عن غيرها و في هذا الصدد يقول "خروتشوف": "الصحافة هي سلاحنا الفكري الأيديولوجي الرئيس و نحن نوجب عليها ان تتكل بخصوم الطبقة العاملة و اعداء العاملين جميعا في المجتمع الشيوعي ". وهذا ما يقره "هارولد لاسويل" حينما يقول: "بأنه لا وجود لأي حكومة في العالم لا تعمل على توجيه الأنباء الوجهة التي تخدم مصالحها".

ومن ثم تبقى الصحافة منبرا مهما للرأي العام و من اقدر الوسائل على بلورته و التأثير فيه، فمن الحقائق التي نؤمن بها تلك التي تقول بأن لكل مجتمع حكامه الذين يستحقهم و صحافته التي يستحقها قياسا على القول المأثور: "كما تكونوا يولى عليكم".

فالثقافة اذن تبقى جزءا هاما في الجهاز السياسي لكل دولة و هي في الوقت نفسه أداة هامة في بناء المجتمعات اذ احسن استعمالها . كما ان لها أهميتها في توجيه الراي العام و هيبته في جميع المجتمعات تلك الهيبة التي عبر عنها قديما " نابليون " بقوله: " انني ارهب صرير الأقلام اكثر مما ارهب دوي المدافع".²

ان للصحافة المكتوبة تأثير كبير على المجتمع فهذه الأخيرة تساهم في احداث التغيير في جميع النواحي التي تمس حياة الانسان الثقافية منها و الاقتصادية و السياسية ، فمن خلال استقراءنا للتاريخ

² فضيل دليو، مدخل للاتصال الجماهيري، منشورات جامعة قسنطينة، 2002

فالملاحظة الأساسية التي يمكن ابدؤها هي أن الصحافة في معظم دول العالم العربي وليدة التواجد "الاستعماري" الذي عمل على التحكم في الرأي العام المحلي .

ومنه نأخذ المرحلة الخامسة لتطور الصحافة المكتوبة في الجزائر و التغيير الذي أحدثته كنموذج :

« ان معاناة الممارسة الإعلامية في هذه المرحلة (1992-1997) من فراغ هيكل و تمثيلي أدى الى اختفاء شبه كلي للصحافة المعارضة للعلمانية مما دعم هذا التوجه عودة استرداد بعض صحف فرنسا الى الجزائر و صدور العديد من الصحف "الصفراء" (عيون ، نصف الدنيا ،مشوار TV ، Détective) المثيرة للعواطف و الغرائز و العبارات التي لا تحترم القيم و الاخلاق و التي تعالج مواضيع شاذة- بعضها من نسيج صحافيها و بعضها الاخر مترجم من صحف أوروبية مثل الأمهات العازبات، الجرائم العاطفية ... الخ معالجة تسويقية و بدون رسائل تربية و وقائية. و رغم خرقها لقانون الإعلام الجزائري

(المواد: 19،23،26...) كما اعترف بذلك وزير الاتصال فإنها لازالت سارية المفعول . ان هذا الوضع الاغترابي و الشاذ لا يعكس تركيبة المجتمع الجزائري الثقافية ، بحيث بلغ فيه عدم التكافؤ بين الصحف العربية و المتفرنسة أوجه و بلغت فيه السيطرة "العلمانية " و الانحلال الإعلامي حدا لم تشهد الجزائر منذ مطلع استقلالها عام 1962 و هو وضع كان للإرث "الاستعماري" باندماجيه " الجدد - القدماء " ³.

فنعتبر عن هذا بتغيير ثقافة مجتمع معين و الهيمنة على الرأي العام بمحاولة نشر اخلاق و قيم مخالفة لقيمه و عاداته.

" اما من الجانب السياسي فللأزمة الحالية الدور الأكبر في استحداثه و تعميقه و بذلك تكريس هيمنته الثقافية إغترابية مكشوفة تقودها قلة يصفها بعض المتعاطفين معها (علي الكنز، عبد الناصر جابي) بأنها فئات مسيطرة إقتصادية و سياسيا و تتحكم بقوة في الوسائل الإعلامية فهي التي تحتل المواقع القيادية في

³ فوضيل دليو، مرجع سابق، ص ص 195،196.

قطاع الدولة كما تحتل مواقع مماثلة في القطاع الخاص ، و سياسيا سيطرة هذه الفئات المفرنسة ثقافيا على الإدارة و هياكل الدولة الأخرى(الجيش و الشرطة)، فهو من زاوية ما مجتمع تنويري مع نزعة نخبوية و تغريبية، و نحن نعتبر ان هذا الوضع الإعلامي الإغترابي يعكس احد الأوجه الهامة في الأزمنة التي تعرفها الجزائر و ان استمراره سيطيل لا محال من عمر الازمة بل قد يساعد على تطور ممارسات إجتماعية اكثر عنفا ... "

ومن هنا نستنتج ان الصحافة المكتوبة عامل مهيم في توجيه الرأي العام و مصدر هيمنته بفصل سعة انتشارها و قوة تأثيرها .

- تأثير الصحافة على ثقافة المجتمع :

تعد الصحافة ثقافة مهمة في عصرنا الحاضر اذا التزمت بأمانة المهمة و ضبط كل جهودها حتى تستطيع ان تحرك ثقافة المجتمع باتجاهاتها الصحيحة و ان تتخطى الروتين ، لان مهمة الصحافة هي امانة يحملها أصحاب المبادئ و الحقيقة و تكون منارا في الطريق الذي يفعل ثقافة المجتمع بكل توجهاتها حتى يستطيع من خلال ذلك بناء مجتمع متحضر خالي من الشوائب ، و ان تسعى الصحف و خاصة المحلية منها في حث المجتمع على التفاعل الصادق لتنشيط ركائز هذه الثقافة و ان تنتزع من العقول و الضمائر مسألة الاتكالية و ان يكون السعي تضامني حتى تصل الى الهدف المنشود في قيام مجتمع يحتضن ثقافة بكل جدية، و لهذا فان مسؤولية الصحف مسؤولية جسيمة ، و لكونها الطريق السليم في نقد المجتمع بكل ما تحمله صفاتها من مواضيع هادفة بعيدة عن كل ما يناقض طريقنا الإسلامي الملتزم ، لان الثقافة بحد ذاتها ان لم تكن إسلامية فإنها ثقافة دخيلة على مجتمعنا فمجتمعاتنا بحاجة الى ثقافة ملتزمة بعيدة عن مداخلات ثقافات أخرى التي لم نكسب منها الا قشورها ، والتي أصبحت حالة مؤثرة على واقع الشباب بصورة خاصة ، و لهذا فعلينا ان نكتف

الجهود وان تطور هذه الصحف ونزيد من عددها حتى يكون التنافس شريف و هادف في بلورة كل الجهود باتجاه إشاعة ثقافة المجتمع بكل مضامينها و أهدافها. و بهذا نكون قد حققنا قفزة نوعية في مجتمعنا الذي جعلنا من الصحافة ان تلعب دورا رئيسيا في هذا التغيير. و من هنا يتضح لنا بان الصحف تؤثر بشكل او بأخر من خلال المتابعة و هذه دلالة على القدرة على التغيير بالاتجاه الصحيح اذا سارت وفق معطيات ثابتة و تجردت من التداخل على ثقافات أخرى و جعلت لنفسها خط واضح من خلال تفعيل الثقافة الإسلامية و العربية بكل مفاهيمها من اجل خلق مجتمع متطور ناهض يستطيع ان يكون له تواجد فعال على ارض الواقع وان ننسوخ عن الثقافات التي تداخلت مع ثقافتنا و نتجرد عنها حتى يصبح التأثير واضح الهدف و الغاية.

ـ تأثير الصحافة على الرأي العام: ⁴

ان الصحافة رسالة مشرفة في المجتمع و هذا الامر يتطلب ان يكون الالتزام الاجتماعي والأخلاقي ركن أساسي من الأركان التي تقوم عليها الامر الذي يعني انها وسيط بين عدة تشكيلات سواء كانت اجتماعية او سياسية. من المعروف ان أي مجتمع متحضر تكون هناك عدة مؤسسات تشرف على تسيير الشؤون السياسية و الاقتصادية و الثقافية و غيرها وهذا الامر يتطلب ان يكون هناك من يستطيع ان ينقل للمجتمع النشاطات التي تقوم بها مؤسسات هامة جدا مثل الحكومة و من رؤية واقعية للأمر يحدث ان تكون هناك في بعض الأحيان ما يستدعي ان يطلع الشعب و المجتمع على بعض الإجراءات التي تقدم عليها الحكومة او بعض من ينتسبون اليها. هنا يأتي دور الصحافة في تزويد الشعب بالحقائق و المعلومات لتكوين رأي عام ضاغط و فاعل على أي سيميائيات استبداد يمكن ان تبدر من البعض ان حصلت. ان هذا الكلام لا يعني ان تكون العلاقة بين الحكومة و الصحافة

⁴ محمود منصور هبية، علوم الاتصال بالجماهير، مركز الاسكندرية، مصر، 2005، ص ص 128

عدائية بل على العكس هي علاقة مستقلة و لكنها رقابية لان الصحافة جزء من الإعلام و هو السلطة الرابعة كما ينبغي ان يكون، لذلك ان متطلبات خلق رأي عام فاعل يتمثل في وجود صحافة حرة تستطيع ان تقوم بواجب تنوير المجتمع بشأن الاحداث التي تحصل او تجري في المجتمع ، و تزويده بكل الحقائق التي توصلت لها و هذا هو أساس الشرف الذي يجب ان تعمل بموجبه الصحافة ،وان تبتعد عن أجواء المحاباة، او التبعية لأي سلطة كانت لأنها ان دخلت في هذه الزاوية و تفقد استقلاليتها الذي هو أساس عملها الذي تقوم عليه. ان الصحافة الحرة عمود او حجر زاوية في أي رأي عام ينتظر منه ان يكون فاعلا و الصحافة تستطيع عبر تبنيها سياسة شفافة و حضارية تكون قادرة على خلق اتجاهات في المجتمع بشأن قضايا هامة، و من هنا تكون الصحافة مستقلة و فاعلة و حرة عبر الالمام بكل التقنيات التي توصل اليها العلم الحديث .

3.3_ الأذاعة و التغيير الاجتماعي⁵:

تقدم الإذاعة برامج ثقافية في صورة احاديث او محاضرات او ندوات حيث تتسم هذه البرامج بالبساطة و التبسيط لتصل الى عدد كبير من المستمعين و كما يقول الدكتور « مندور: " ان تبسيط المعرفة لا يعني اختزالها حيث ان المعرفة المختزلة المبسترة قد تكون اكثر ضررا من الجهل ". و لذلك يجب ان تستفيد الإذاعة من احداث وسائل و فنون تبسيط العلوم ، فتوصيل الثقافة للجماهير ، كما يقول الدكتور حسين فوزي « ليس ابدا ان نهبط بمستواها و لذلك يفضل الفصل بين البرامج الإعلامية و البرامج الثقافية و البرامج الترويجية » وكذلك الأداء الإذاعي يبعث الروح و إشاعة الحياة في نص مكتوب مع اقتران هذا كله بموهبة فطرية لان الانسان المؤدي هو الذي يحول الالفاظ الجافة الجامدة الى الالفاظ المتحركة المليئة بالحياة و الادائية اكثر من جانب واحد تختلف في كل مادة عن الأخرى فهو يقوم على أساس مبدأ مخاطبة المستمعين كأفراد و ليس كجماعات وبذلك فمن ابرز شروط النجاح في أداء نشرات الاخبار مثلا هو الحياد في القراءة و البعد عن الانفعال او رفع نبرات الصوت دون مبرر وقد ثبت بالإحصاء ان الجمهور يحصل على 60% من الاخبار عن طريق الإذاعة و في هذا ما يدل دلالة قاطعة على انه قد اصبح الكلمة المسموعة من الأثر ما لا يقل في خطورته عن الكلمة المقروءة .

⁵ (طارق سيد احمد الخليفي، فن الكتابة الإذاعية و التلفزيونية، دار المعرفة الجامعية، دط، مصر ، 2005، ص 55،56).

و يمكن حصر دور الإذاعة في أحداث الحراك الاجتماعي فيما يلي:

1- الراديو سمة من سمات العصر :

فان كانت آراؤنا و اتجاهاتنا تجاه ما يقوم به الراديو او مختلف وسائل الاعلام من مهام هناك اتفاق على ان الراديو شكل سمة أساسية من سمات العصر وذلك لسعة انتشاره في مختلف أوجه الحياة ، نجد الراديو في السيارات ، او المحلات او البيوت ...

2- الراديو شكل عادة يومية :

يتضح ذلك في ان الانسان لا يستطيع ان ينعزل عما تبثه وسائل الاعلام خاصة الراديو، فالإنسان اليوم أيا كان موقعه لديه الفرصة ليرى و يسمع ما يجري من أحداث و ما يدور في العالم من تطورات.

3- التعرض للراديو يشبع حاجات إنسانية متنوعة :

يقوم الراديو بإشباع حاجات كثيرة للجمهور سواء الحاجة للمعلومات او الترفيه او التثقيف ، و في ذلك تشير الدراسات الى قدرة الإذاعة كوسيلة للأخبار و الإعلام حيث تعرض الأحداث الكبرى التي تقع في العالم الخارجي، كما تعرض أحداث تتصل بحياة الفرد و قد تنبئ بحالة الطقس او تشير بإرتداء ملابس معينة.

4- التعرض للراديو يحدد الحالة المزاجية :

يرى « مندلسون » ان قابلية الإذاعة للتعديل ،وفقا لمزاج المستمع و إطاره السيكولوجي من اهم وضايف الإذاعة و مميزاتها .

5- الإذاعة لها دور هام في محو الامية :

في بعض المجتمعات المختلفة لا تزال الامية تسود نسبة عالية نتيجة عجز المؤسسات التعليمية عن إستيعاب من هم في سن القبول و بالتالي تراكم الاعداد التي تحرم من حقها في التعليم سنة بعد أخرى ومن هنا تقوم الإذاعة بدور هام في محو الامية و ذلك عن طريق القرآن و الكتابة ، و تحويل الكثير من أبناء المجتمع الذين حرموا من التعليم الى مواطنين موالين لثقافة العصر . أي مواكبة التطورات الحاصلة كما لها دور (الإذاعة) في حل مشكلات المجتمع و العالم مثلا عن طريق:

- البرنامج الديني يشمل آيات من القرآن الكريم و السنة الشريفة و اخبار السلف الصالح من المسلمين، لخلق القيم بين الناس و تهذيب العلاقات .
- اما البرامج الثقافية تلتزم خطا واضحا منذ بداية ارسالها وهو تقديم الثقافة الرفيعة لمستوى معين من الناس.

6- الإذاعة لها دور هام في التعليم :

هذا ما أكده «مارشال ماكلهون» من ان التلفزيون اخذ على عاتقه المهمة الترفيهية أساسية و ترك الإذاعة المهمة الإخبارية حيث توجد اذاعتان مستقلتان إذاعة القرآن الكريم و إذاعة البرامج الثقافية و هذه الأخيرة تخلق جو من التعارف الاجتماعي الذي نقصد به الاحتكاك بين الجماهير حيث تعمل على تقوية الصلات الاجتماعية بحملها اخبار المجتمع من سراء و ضراء و تعرض كل هذا بطريقة شيقة يتقبلها المستمع و بهدف تثبيت قيم مرغوبة او تعديل قيم غير مرغوبة .

4.3_ الدعاية و التغيير الاجتماعي:

حسب قاموس أكسفورد: propaganda هي جماعة او خطة او منظمة لنشر معتقد او ممارسة او انها التعاليم او المعلومات التي تنشر على هذا النحو او انها جهود و خطط و مبادئ هذا النشر .
و يشير القاموس الى ان كلمة propaganda لفظة إيطالية مأخوذة عن اللاتينية الحديثة في التسمية congration de propaganda أي مجمع او لجنة نشر العقيدة و هي اللجنة التي انشأها البابا ايربان(urban)الثامن في عام 1633 م لتتولى مهمة التبشير الخارجي و التي أصبحت كلمة الدعاية المقرونة بأداة التعريف the propaganda. كما يتبين من التعريف الأول للكلمة و ترجع هذه اللفظة الإيطالية الى الفعل اللاتيني propagare الذي يعني إعادة غرس العسلوج ليعطي نباتا جديدا في مكان جديد ولا تزال هذه اللجنة تقوم بعملها في الفاتيكان حتى اليوم ، و ينظر الى مهمة التبشير على انها عمل نافع يتيح الفرصة لغير المسيحيين ليتعرفوا على تعاليم المسيحية .⁶

تعريف آخر:

الدعاية هي التأثير المعتمد على الأفكار و سلوك أناس آخرين فيما يتعلق بالقيم و المعتقدات و السلوك عن طريق الرموز و الكلمات و الإشارات و الصور و الموسيقى و تركز على عامل التعمد في التأثير على الآخرين حتى يمكن تمييزها عن الاتصال او التبادل المتحرر للأفكار و عن التعليم أيضا، فرجل الدعاية يعرض وجهة نظر معينة ،بينما المعلم يعرض كافة و جهات النظر ويترك للآخرين حرية اختيار ما يراه أصدق.⁷

⁶ إسماعيل علي سعد، الاتصال و الرأي العام، دار المعرفة الجامعية، دط، 1999، ص 119.

⁷ (سلوى عثمان الصديق، هناء محافظ بدوي، ابعاد العملية الاتصالية، رؤية نظرية و عملية و واقعية، المكتب الجامعي الحديث للنشر، دط، مصر ، 1999، ص286).

«فالدعاية تهتم بتغيير الآراء و الاتجاهات بالمعالجة المباشرة للإيحاء الاجتماعي اكثر من اهتمامها بتغيير الظروف الأخرى في الوسط أو الكائن الحي .فالدعاية تتبنى وجهة نظر معينة و تدافع عنها الا ان بعض المفكرين يرون انه لا فارق بين الدعاية و التعليم مثل **أوجل و كوتش و كرتشفيلد**. حيث ان الوظيفة واحدة في كل من التعليم و الدعاية .

ووجهة نظر **"ديفيد ماكلان و ويليام ولسن"** في الدعاية انها استخدام الرموز و الحقائق للتأثير على جمهور معين و يرى ان الخط الفاصل بين الدعاية و الحرب النفسية شكلي و يرى **لنين** ان الروح المعنوية يمكن التأثير عليها بسهولة عن طريق الدعاية و استخدام وسائل الاعلام المختلفة و لكن الأهم و الذي يجب التركيز عليه من الدعاية هو السلوك.

اما الدعاية في تعريف **د. حامد ربيع** انها صورة من صور الاتصال التي تفتقر عن الاتصال العادي الذي يقتصر على نقل الحقيقة الإخبارية فهي تخلق جوا مشحونا من العواطف و الانفعالات فيسيطر نوع من الضبط على المنطق الذاتي دون وعي من جانبه يخفي الرؤية الحقيقية و يقود الى نتائج غير صحيحة هذا التطور المنطقي لابد ان يوحي الى استجابة مختلفة عن تلك القائمة من قبل ⁸.

و ارتبط مفهوم الدعاية مع الاعلام من خلال مفهوم الاعلام الدعائي و تأثيره على الجانب السياسي و صار يتداخل مع العديد من انشطته و أليته ،فالدعاية هدفها تغيير استجابة المستقبل بالشكل الذي ابتغته الرسالة الدعائية و التي حاول المرسل من خلالها ان يصل للاستجابة التي توخاها من خلال ممارسة الضغط العاطفي و النفسي بوسائل متعددة و متباينة بعضها يخرج من نطاق الاخلاق مستهدفة من ذلك خلق جمعي سلبي او إيجابي إزاء القضية المطروحة ،بمعنى ان الدعاية هي (فن) لأنها تعتمد على المواهب الشخصية للقيام بالعملية الدعائية وعلى النوازع و الخصائص السيكولوجية لتلقى الرسالة

⁸ سلوى عثمان الصديق، هناء محافظ بدوي،مرجع سابق، ص286.

الدعائية و الأجواء النفسية التي تحيط به و بالتالي فهي تعتمد على قدرة القائم بالعملية الدعائية على التلاعب بهذه العناصر النفسية للتأثير على منطق المستقبل و الضغط معنويا عليه و بهذا الخصوص يذكر معهد تحليل الدعاية الامريكية (ان الدعاية الإعلامية تعبير عن رأي او فعل يقوم بإعداده بصورة متعمدة و واعية افراد او مجموعة من الناس، بقصد التأثير على اراء و أفعال او مجموعات أخرى لأغراض و اهداف ثم تحديدها مسبقا. وتساعد تكنولوجيا الاتصالات الدولية ووسائل الاعلام الجماهيرية على تغلغل العمل الدعائي الى عقول الملايين من البشر على امتداد الكون و التأثير بذلك في ميولهم ومعتقداتهم و الضغط من خلالها على الأجهزة المسؤولة عل اتخاذ القرارات السياسية في العديد من دول العالم. حيث تخاطب الدولة مباشرة المجتمع السياسي الذي ينتمي الى المجتمع الاخر بحيث تحمله على ان يضغط او يكون قوة ضاغطة على الطبقة الحاكمة في ذلك المجتمع و هذا النموذج يسمى الاعلام الدعائي و يمكننا ان نشير الى هذا النموذج حول الأساليب الدعائية التي يعتمدها الاعلام الغربي و الذي يحدد في النقاط التالية:⁹

- **الاثارة :** و هي المبالغة في استخدام التكتيك الدعائي عن طريق تعبئة أجهزة الدعاية تعبئة حماسية عالية ذات طابع عاطفي .
- **الحرب النفسية :** و هي شكل من اشكال الدعاية هدفه اقناع الجمهور او الخصم بان الخير كل الخير في التسليم و الاستسلام .
- **الحملة :** وهي عملية اقناع منظمة من خلال وسائل الاعلام توجه نحو الراي العام .
- **غسيل الدماغ :** ويقوم على توجيه العمل الإنساني ضد رغبة الفرد او عقله.
- **الدعوة :** وتستند هذه الى نشر فكرة معينة باستخدام الحجة و المنطق و التفكير العلمي .

⁹ محمد هاشم الهاشمي، الاعلام المعاصر و تقنياته الحديثة، دار المناهج للنشر و التوزيع، ط1، الاردن، ص ص

5.3_ الانترنت و التغيير الاجتماعي:

يمكن حصر دور الانترنت في التغيير الاجتماعي فيما يلي:¹⁰

❖ ان للانترنت دور كبير في فئات و افراد المجتمع كتغيير الاتجاهات و الفئات ، تقييم الأدوار التي تقوم بها الجماعات و الافراد و ذلك من خلال الوسائل و المعلومات و البرامج التي يحتوي عليها .

❖ ان للانترنت دورا هاما في التغيير الاجتماعي و تسهيل التواصل بين افراد المجتمع اذ ان له ثلاث اشكال للتفاعل تتمثل في :

أ- الاتصال الواجهي المباشر .

ب-شبه التفاعل الوسيطي وهنا يكون التفاعل موجها من المرسلين الى كبير عدد جدا من الافراد لا يعرفون المرسلين .

ج- التفاعل الوسيطي يتم في فرد و مجموعة من الافراد و كالتحدث عقد الندوات و المؤتمرات.

❖ كما يعمل الانترنت على توسيع شبكة علاقات الفرد الاجتماعية مع الاخرين على

المستوى المحلي و الدولي و العالمي و يمكن الافراد من القفز من فوق الحدود الجغرافية و يتيح الفرص امام من يشتركون بأفكار متشابهة و مصالح مشتركة من الالتقاء و التواصل فيما بينهم

❖ الانترنت كإحدى وسائل الاتصال اصبح كمحور لإقامة و تنظيم و ضبط العناصر

الاجتماعية و يمكن ان نوجز العلاقة الاتصالية من خلال هذه الوسيلة (الانترنت)بينها و بين

مكونات البناء الاجتماعي :العلاقات ، التفاعل ،أنماط السلوك كالتالي:

¹⁰ حميد جاعد محسن الدليمي ،علم اجتماع الاعلام، رؤية سوسيولوجية مستقبلية، دار المعرفة الشروق ، 2006،ص

- انه كأحد الظواهر الاجتماعية في حياة الناس و القائمة أساسا على التأثير في المواقف، الاتجاهات، القيم و المعايير ، أنماط السلوك ، أنماط التفكير و بناء تصور اجتماعي على الحياة الاجتماعية .

- انه صيغة من صيغ اجراء و تنظيم العمليات الاجتماعية التي تتيح بين افراد، جماعات ، مؤسسات و تمدها كذلك بالقوة و الاستمرارية و يمنح الانسان التحضر و التقدم الاجتماعي .

❖ لقد قادت المعلوماتية لشبكات الانترنت التي تبني فرضيات جديدة عن الطبيعة و التقدم و التطور و الزمان و المكان و السببية و المادة و الفكر و مفاهيم الانسان و قيمة الاجتماعية و الثقافية و كذلك الاخلاقيات التي يتعامل بها و التشكيل الهيكلي لمؤسساته التي تعنى به.

❖ كما اتاحت القدرة على فهم البيئة التي تحيط بنا ومن ثم القيام بالعمل الضروري للتكيف مع الظروف المتغيرة ، و قد ربطت المعلوماتية بين قيمته على دعم عملية اتخاذ القرارات و القيام بأعمال تستجيب للمحيط المتغير كما ساعد الانترنت بما قدمه من معلومات في تغيير أسلوب الاتصال ما بين افراد المجتمع و طريقة التوصل الى القرارات التي تهتم حياتهم اليومية.

❖ لقد زادت قدرة الانسان الذهنية بفضل المعلوماتية و ذلك ليس فقط على جمع المعلومات و تداولها و نقلها بسرعة هائلة و جعلها ايسر و في متناول اليد بل و سهلت معالجة هذه المعلومات و تحليلها و إعطائها معان و ابعاد جديدة على قدرة التحليل و ذلك من خلال البيئة التي خلقتها المعلوماتية اذ انه لم يعد الفرد كما كان سابقا محدود العلاقات مع الافراد الاخرين و معرفته بالعالم الخارجي لم تعد مقصورة على مدى جغرافي محدود انما أصبحت على صلة بالعالم الخارجي الاجتماعي.

❖ دمج قطاع الإنتاج بصورة متزايدة في المستجدات و عمليات التطوير التي تعتمد التطور المعرفي و التطور التقني المعاصر .

اذ يمكننا القول ان المستجدات الالكترونية الدقيقة و تطبيقها قد شكلت أساس ثورة تقنية معاصرة، و التي قادت بدورها عبر عملية الدمج بين المستجدات التقنية و تطبيقات الحاسوب ومن ثم الاتصالات الى تشكيل و انتاج ثورة تقنيات المعلومات المتسارعة و العميقة و التأثير على مجمل الفعليات الاجتماعية المختلفة ذلك التأثير الذي ساهم بدوره في إعادة تشكيل أنماط العمل و الإنتاج و طريقة تفتير الانسان و أنماط علاقاته ، و كيفية تنظيم حياته العامة و الخاصة في اطار النسق الاجتماعي وفق أسس جديدة تختلف جذريا عن النمطية التقليدية السائدة سابقا.

و للانترنت أهمية في الحياة الاجتماعية يمكن حصرها فيما يلي:¹¹

❖ للانترنت أهمية في سلسلة من المتغيرات الاجتماعية التي أدت الى تغيير الأدوار السياسية للمواطن العادي مثلا .عبر التركيز على الديمقراطية ، نمو النظرة التجارية عبر التركيز على حرية السوق و ظهور الطبقة المتوسطة كقوة اجتماعية مؤثرة .

❖ اهتم الانترنت بما تحويه برامجه و تطبيقاته في خدمة المجال الاقتصادي في المجتمع من خلال عمليات الإنتاج و التوزيع و الاستهلاك و لم يستثنى خدمته للبيئة السياسية و الأدوار الاجتماعية من خلال توضيح و تفسير و تحليل اشكال و طبيعة عمل المؤسسات التنظيمية في المجتمع .

¹¹ حميد جاعد محسن الدليمي ، مرجع سابق، ص ص99،98

- ❖ كم ساهمت شبكة الانترنت المعلوماتية من ابراز ضرورة دراسة و تتبع للظاهرة الإعلامية و النتائج المترتبة عليها اجتماعيا و ثقافيا و قوميا لغرض الوثوق على مدىات الظاهرة المعنية (الإعلامية) و تأثيراتها السلبية و الإيجابية على هيكل التركيب و التصور الاجتماعي.
- ❖ بفضل الانترنت لم تعد مجرد المعلومات مجرد كلمات و رموز يتم تبادلها بين شخصين وجها لوجه و بصورة مباشرة و لم تعد مصادر المعلومات محصورة في المعلم و رجل الدين و الموظف و الاسرة و الصورة التي كونها الانسان في السابق بدء منذ طفولته عن العالم و عن بيئته التي يعيش فيها. وعن حركة الناس و النشاط الاجتماعي، كانت محدودة و ضيقة الى ابعد الحدود فنماذج الخطابات التي كان يلقاها تكاد تكون واحدة، وصيغ الأوامر التي تحملها اليه من المرجع الديني او المدرسة متشابهة و كلاهما يحمل نفس مضامين الخطابات التي تمارس ضغوطا اجتماعية و نفسية (سيكولوجية) كبيرة جدا لإجبار الفرد على قبول فكرة الانسجام مع الكل الاجتماعي و التعبير عن ذلك بواسطة قبول السلوك الجمعي و التصورات الجمعية للمجتمع . وعلى الأخص فيما يتعلق بالعادات الاجتماعية الضيقة و عليه فان المعلومات الحديثة تعمل على توفير الانسجام التام بين البيئة و تكنولوجيا المعلوماتية المتطورة أولا بين البيئة و نظام المعلومات ثانيا . ومن هنا تبرز أهمية تحليل المعلومة وتنقيتها في اطار بيئة اجتماعية لها قدرة الاستجابة لشروط تداول المعلومة و استخدامها. كما ان التوافق بين الشرط الموضوعي و عمليات التغيير تمثل مسألة حاسمة لإحداث التغيير ذاته. فقد أصبحت المعلومات التي يقدمها الانترنت معيارا مهما للتقدم و مؤشرا على مدى مواكبة التطور الحضاري و الانساني و محور الفعالية و العلاقات الاجتماعية و اصبح من الممكن تنقية التراث الاجتماعي(الثقافي و الفكري) من الخرافات و الاساطير التي لا وجود لها في حياة الانسان الحقيقية .

❖ تعتبر الانترنت الان الوسيط بين الانسان و العالم الذي يعيش فيه و النافذة التي يرى منها و يتابع عبرها جميع أنشطة الافراد و الجماعات و المؤسسات و الانتاجات الثقافية و غير الثقافية ميدانيا . فقد هيأت له قدرة استرجاع المعلومات (يعلم و يتعلم) يتفاوض و يجري عملياته، كل ذلك يتم عن بعد، إضافة الى انها تمكنه من عقد الصفقات و إقامة الصداقات و فض النزاعات و حشد تحالفات الوفاق و العداة. كما اصبح باستطاعة الانسان الحضور دون السفر او الترحال لمشاركة الاخرين ابحاثهم و أعمالهم متحررا من قيود المكان و مطالب التواجد المعلق في الزمن المحدد.

و تظهر جليا تأثيرات الانترنت على التغيير الاجتماعي فيما يلي:

❖ كغيره الانترنت من وسائل الاتصال اقام علاقات مع مؤسسات اجتماعية متباينة بدء من الحكومات و انتهاء بالافراد وقد كان بمثابة اختراع جديد لتأدية وظائف اجتماعية او في المشكلات التي افرزتها ممارسة المؤسسات الاجتماعية ،حيث كان الانترنت اكثر عمقا و ابلغ تأثيرا من بقية التقنيات الأخرى على المعطيات الاجتماعية كأنماط السلوك و التفكير ،العلاقات ،التفاعل الاجتماعي شكل و طبيعة الفعاليات الاجتماعية ،إضافة الى المؤسسات و التنظيمات الاجتماعية .

❖ كما ساهم الانترنت في احداث تأثير عميق و بالغ الأهمية في العلاقات و التفاعل و أنماط السلوك الاجتماعي و اسهم في تطوير البنية المعرفية و الثقافية و العلمية للمجتمع من خلال ضرورة الانترنت في عملية التعليم مثلا في عصرنا الحالي.

6.3_ الرأي العام و التغيير الاجتماعي

لقد ظهرت ملامح التغيير الاجتماعي في العديد من مقومات الحياة الاجتماعية و النظم و العلاقات ، فحرية الرأي و الرأي الآخر هي أحد هذه الملامح، و من التحولات الايجابية التي حدثت في المجتمع من الواجب رصد و متابعة مسيرتها.

فمن المعروف أن الرأي العام هو تعبير جماعة أو مجتمع أو جمهور عن رأيه و مشاعره و أفكاره و معتقداته و اتجاهاته في وقت معين بالنسبة لموضوع يخصه أو قضية تهمة أو مشكلة تؤرقه . و من الملاحظ أن هناك رأياً عاماً يغلب سواء كان كامناً أو صريحاً حول العديد من قضايا المجتمع السياسية منها و الاجتماعية و الثقافية و الاقتصادية...

فالرأي العام وجود معنوي يرفع أو يخفض مكانة شخص أو نظام أو هيئة أو سلعة أو واقعة، و هو القوة التي تنبئ المجتمع إلى موضوع الداء، و غالباً ما يحدد معالم اتجاهات السياسة و الحكم داخل الدولة و بين الدول الأخرى.

و تعد معرفة الرأي العام الحر للشعب الخطوة الديمقراطية الأولى في رسم سياسة الحكم و اتخاذ القرارات المعبرة عن إرادة الشعب المتفقة مع حاجاته و ظروفه المادية و المعنوية و مصلحته في حاضره و مستقبله.

و من ثم فعلى كل الجهات المعنية أن تعمل جاهدة على كسب الرأي العام و التيقن من أن إشراك القاعدة كحق في إستراتيجية التنمية في مراحلها المختلفة هو صمام بقائها. فالرأي العام إما يمنحها الحياة إن أرضته، و إما أن يحكم عليها بالإعدام إذا أغضبته. لذلك فعلى الهيئات الحكومية و التشكيلات السياسية

و المؤسسات الاجتماعية أن تقوم بتنظيم الجمهور و تعبئة طاقاته بهدف تحقيق غايات المجتمع، و تحقيق التنمية الاجتماعية المطلوبة.

ومعرفة الرأي العام من شأنها أن تساعد في عملية التخطيط الاستراتيجي، و حل المشكلات الاجتماعية منها و التربوية و الاقتصادية و السياسية عن طريق ممارسة المشاركة في عملية التنمية التي تعمل على إنكفاء الروح المعنوية و رفعها و تحميسها نحو القضايا العامة، لأن المواطن حين يحس بأنه هو صانع القرار و منفذه فهو ملتزم بالعمل لكي يجعله واقعا، فوظيفة المشاركة هي جعل الأفراد يثبتون الإستراتيجية و الأهداف التي يمثلونها. و من ثم تظهر الحاجة لدراسة الرأي العام بهدف تخطيط برامج ناجحة للعلاقات العامة بين الحكومة و الشعب، و العمل على حشد قوة الرأي العام و تركيزها في توحيد الجماعة نحو هدف عام ، و هذا الوضع يحدث برفع مستوى الوعي عند أفراد المجتمع من خلال التعليم و غرس الديمقراطية الثقافة ، و إكساب الجماهير مهارة المطالبة بحقوقهم بصورة لا تتنافى مع وسائل الضبط الاجتماعي . و تزويد الفرد بالمعارف و التوجهات التي تصون سلوكه من الانحراف عن المعايير و القيم السائدة ، و إكسابه مناعة اجتماعية ، فمن حق الجماهير أن تشرح لها الجهات العليا و تفسر لها الظواهر و الأحداث عن طريق المناقشة الجماعية من خلال البرامج الجوارية كالندوات و الحلقات النقاشية للكشف عن تفكير الأفراد تجاه مواضيع مختلفة ، و بهدف الوصول إلى توحيد الحاجات الجماعية و تبادل الأفكار بين جميع أعضاء الجماعة مما يساعد على تبلور رأي عام حول ظاهرة أو أحداث معينة.¹²

¹² -nasiriyah.org /nar,fm.php ?recordid :17.12.2010

خاتمة

تكتسي هذه المطبوعة أهمية بالغة كونها تتناول موضوعا يعد مركزيا في قضايا الاتصال و الاقتصاد وأثرهما على الحركية داخل المجتمع، حيث انتهى مجموعة من الاقتصاديين إلى أن أهم ما يسهم به الإنفاق في التسيير العقلاني لنظم المعلومات هو القدرة على إشاعة الحركة وخلق النمو في الحياة الاقتصادية، و من ثمة فالاتصال الجيد غالبا ما تكون آثاره حميدة على المجتمع كونه قوة تعليمية تؤثر في أفكار الناس وثقافتهم، كما يعد وسيلة لترويج و تمرير الرسائل داخل التنظيمات بالكمية و الكيفية التي يريدها المرسل لتحقيق الأهداف المسطرة.

كما أن غياب احترافية في هذا المضمار يشمل بذاته الكثير من المؤسسات الاقتصادية في بلادنا و على العكس نرى أنه في الدول المتطورة يعد الاتصال فنا و علما قائما بذاته كثيرا ما كان وراء بقاء و نجاح أكبر المؤسسات العالمية التي تفرض اليوم نفسها على الساحة بينما تقتقر سياساتنا الاتصالية إلى أدنى أبعديات العمل الاحترافي في ظل المنافسة الشرسة التي يفرضها الاقتصاد المفتوح.

و من ثم أصبح لزاما البحث عن المعايير و الآليات التي تتحكم في الاتصال كونه نظاما متكاملا يستهدف إحداث آثار سلوكية واقتصادية محدودة في إطار نظام تسويقي أعم وأشمل، مما يستدعي الاستفادة من الخبرات و التجارب الأجنبية لتبني خطط وبرامج و استراتيجيات تمكن المؤسسات في الدول النامية من إحداث قفزة نوعية على جميع المستويات في سياستها الاتصالية و تحكمتها في المنظومة المعلوماتية حتى تضمن البقاء.

المراجع باللغة العربية:

- 1- أحمد محمد غنيم، إدارة الأعمال ، المكتبة العصرية ، المنصورة ، د ط ، 2001.
- 2- أحمد بدوي، معجم المصطلحات للإعلام، دار الكتاب المصري، القاهرة، 1985.
- 3- إسماعيل علي سعد، الاتصال و الرأي العام، دار المعرفة الجامعية، دط، 1999.
- 4- بهجت كشك ، سلمى جمعة : الاتصال ووسائله في الخدمة الاجتماعية ، دد ، دون مكان النشر، د ط ، 1988.
- 5- جميل احمد توفيق، إدارة الأعمال، دار النهضة العربية للطباعة و النشر، بيروت، د ط، 1984.
- 6- جمال الدين محمد المرسي، ثابت عبد الرحمن ادرس : السلوك التنظيمي " نظريات و نماذج تطبيق عملي لإدارة السلوك في المنظمة " ، الدار الجامعية ،، د ط ، 2000-2001 .
- 7- هالة منصور، الاتصال الفعال، مفاهيمه أساليبه و مهاراته ، المكتبة الجامعية ، الإسكندرية، 2000.
- 8- زيدان عبد الباقي ، وسائل و أساليب الاتصال ، مكتبة الأنجلو مصرية ، الإسكندرية، د ط ، 1974 .
- 9- زكرياء عبد العزيز محمد، التلفزيون و القيم الاجتماعية للشباب و المراهقين ، مركز الاسكندرية للكتاب، مصر، 2002.
- 10_ حميد جاعد محسن الدليمي، خلم اجتماع الاعلام، رؤية سوسيولوجية مستقبلية، دار المعرفة ، الشروق، 2006.
- 11_ طارق سيد احمد الخلفي، فن الكتابة الاذاعية و التلفزيونية، دار المعرفة الجامعية، دط، مصر ، 2005.
- 12_ كمال الغالي، الإدارة العامة ، مطبعة الدودي ، دمشق ، د ط ، 1978- 1979 .
- 13_ محمد بهجت جاد الله كشك، المنظمات وأسس إدارتها المعهد العالي للخدمة الاجتماعية ،ط1 ، الإسكندرية. 1999.

- 14_ معن خليل عمر، التغيير الاجتماعي، الطبعة العربية الأولى، الاصدار الأول ، 2004.
- 15_ محمد سيد فهمي، نورهان منير حسن فهمي، الرعاية الاجتماعية للمسنين، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، 1999.
- 16_ محمد منير حجاب ، سحره محمد وهبي، المداخل العامة للعلاقات العامة و المدخل الاتصالي، دار الفجر للنشر و التوزيع، د ط ، القاهرة ، 1995 .
- 17_ منال طلعت محمود : مدخل إلى علم الاتصال ، دار النشر ، الإسكندرية ، 2002.
- 18_ محمود عودة، السيد محمد خيرى، أساليب الاتصال و التغيير الاجتماعي، دارالنهضة العربية بيروت، 1988.
- 19_ محمد رفعت عبد الوهاب وإبراهيم عبد العزيز شيخجا: أصول الإدارة العامة، دار المطبوعات الجامعية مصر ، 1998.
- 20_ محمد فهمي العطروري، العلاقات الإدارية في المؤسسات العامة و الشركات، عالم الكتب، مصر، 1989.
- 21_ محمد هاشم الهاشمي، الاعلام المعاصر و تقنياته الحديثة، دار المناهج للنشر و التوزيع، ط1، الاردن.
- 22_ محمود منصور هيبية، علوم الاتصال بالجماهير، مركز الاسكندرية، مصر، 2005.
- 23_ مصطفى عشوي، أسس علم النفس التنظيمي، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1992.
- 24_ سعيد يس عامر ، الاتصالات الإدارية و المدخل السلوكي ، ط2 ، القاهرة ، 2000.
- 25_ سلوى عثمان الصديق، هناء محافظ بدوي، ابعاد العملية الاتصالية، رؤية نظرية و عملية و واقعية، المكتب الجامعي الحديث للنشر، دط، مصر ، 1999.
- 26_ عبد الله أسعد ، الاتصالات الإدارية، المركز العربي للتطوير الإداري القاهرة ،دون سنة .
- 27_ عبد الباسط محمد حسن، علم الاجتماع- مدخل-، دار غريب للطباعة و النشر، القاهرة، دس.

- 28_ فضيل دليو، مدخل للاتصال الجماهيري، منشورات جامعة قسنطينة، 2002.
- 29_ غريب محمد سيد احمد ، الجماعات الاجتماعية ، دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية ، د ط ، 1989.
- 30_ ربحي مصطفى عليان ومحمد العيد الدبس، وسائل الاتصال و تكنولوجيا التعليم: دار الصفاء للنشر و التوزيع عمان، 1999.
- 31_ ربحي مصطفى عليان وعدنان محمود الطوباسي، الاتصال و العلاقات العامة، دار صفاء للنشر و التوزيع، عمان، دون سنة.

المراجع باللغة الأجنبية:

- 1 -fanelly nguyen : la communication "une stratégie au service de l'entreprise" ,Economica ,paris.
- 2 –Jean Claude corbon et silver Tagan ." Groupe ware et Internet vers le partage des connaissances», 2eme édition dunod, paris, 1999 .

المواقع الالكترونية:

- 1- <http://www.rojavaart.com>
- 2-<http://ar.wikipedia.org/w/index/php>
- 3-[naciriah.org /nar,fm,php ?recordid](http://naciriah.org/nar,fm,php?recordid)