

قادة الرأي في المجتمع الجزائري

دراسة ميدانية على عينة من الأفراد المؤثرين

أ.د. جمال العيفة - جامعة عنابة

أ. زينب سعيدي، جامعة قسنطينة 3

ملخص باللغة العربية

من خلال هذه الدراسة بحثنا القضايا التالية:

- مفهوم قادة الرأي، و ملامح هذا المفهوم وتحليلاته داخل المجتمع الجزائري الذي يُعتبر مجتمعا تقليديا على الرغم من بعض مظاهر التمدن البادية عليه.

1- من هم قادة الرأي في المجتمع الجزائري؟

2- كيف يتوزعون في النسيج الاجتماعي الجزائري؟

3- ما هي أدوارهم ووظائفهم؟

4- ما هي أنواع التأثير التي يمارسونها؟

5- كيف يمكن الاستفادة من موقع قادة الرأي للمساعدة في القيام بحملات سياسية واجتماعية وإعلامية لفائدة المجتمع الجزائري خاصة فيما يتعلق بميادين السياحة والتوعية والتوجيه والشباب؟

Résumé:

Grâce à cette étude, nous avons discuté des questions suivantes:

- Le concept de leaders d'opinion, et les caractéristiques de ce concept et ses manifestations dans la société algérienne est une société qui, traditionnellement Bien que certains aspects de l'urbanisation l'abandonnent.

1. Qui sont les leaders d'opinion dans la société algérienne?

2. Comment sont distribués dans le tissu social de l'Algérie?

3. Quels sont les rôles et les fonctions?

4. Quels sont les types d'influence qu'ils exercent?

5. Comment bénéficier de l'emplacement des leaders d'opinion pour aider à la conduite des campagnes politiques, des médias et de la société au profit de la société algérienne, en particulier en ce qui concerne les domaines du tourisme, de l'éducation et de l'orientation?

Mots Clés:

- Leaders d'opinion - Influence - Communication Interpersonnelle.

مقدمة:

منذ أربعينيات القرن العشرين؛ وبعد الدراسة التي قام بها لازارسفيلد وزملاؤه الذين اكتشفوا فيها دور العلاقات الاجتماعية والفردية في التأثير على آراء الأفراد وبناء مواقف اتصالية بناءً على ذلك، حيث اكتشفوا دور العلاقات الشخصية من خلال قادة الرأي في التأثير على القرار الانتخابي للناخبين الأمريكيين، وهي الدراسة التي فتحت المجال واسعا لمزيد من الدراسات اللاحقة حول الاتصال الشخصي ومن مداخل متعددة، أبرزها مداخل علم النفس وعلم الاجتماع وعلوم الإعلام والاتصال منذ بداية الخمسينيات من القرن الماضي إلى يومنا هذا.

وقد استمرت هذه الدراسات إلى يومنا آخذة في الاتساع والتخصص، مستفيدة من التطور المتزايد في المناهج العلمية من جهة، ومن المشاكل الاجتماعية المطروحة من جهة ثانية.

كما اتبعت المجتمعات النامية الخطوات نفسها حيث بدأت بعد تحررها من قيود الاستعمار في الاهتمام بوسائل الاتصال الجماهيري ودراساتها، كما أجريت العديد من الدراسات حول الاتصال الشخصي وذلك في إطار المنظور الإعلامي المتعلق بنظريات التحديث والتنمية.

لكن هذا الاهتمام لم يكن بالشكل المطلوب والكافي، بالنظر إلى خصوصية هذه المجتمعات التي لا يزال أغلبها تقليديا يعتمد على الاتصال الشفهي، وتكثر فيه الأمية والجهل وينخفض فيه مستوى التحصيل والتعليم.

في وقت ما زال للعائلة والقبيلة والطائفة دورها المحسوس في حياتنا وسلوكنا إذ تعتبر في بلدان كثيرة واحدا من أهم مصادر التجنيد النخبوي على المستوى المركزي المحلي وقد يتقدم الولاء لها على الولاء للدولة ومنها تنبثق شرعية النظم التقليدية⁽¹⁾.

كما تتميز البنى الاتصالية في وطننا العربي الذي نحن جزء منه بظاهرتين متميزتين:

أ - ضعف الاتصال المكتوب ب- نمو متزايد في الوسائل السمعية البصرية⁽²⁾.

أما عن الجزائر فإن مثل هذه الدراسات لا تزال قليلة جدا، وقد يعود ذلك إلى الطابع العام الذي يتميز به المجتمع الجزائري، والذي ينتمي - على حد قول جاك بيرك- إلى المجتمعات غير المدروسة⁽³⁾.

ويرى عزى عبد الرحمان أنه في عملية الاتصال تم استثناء أو تجاهل المؤسسات الوسيطة في عالم الريف كالعائلة والمسجد والمدرسة وتاجماعت (هيئة اجتماعية تعنى بدراسة انشغالات أهل القرية بالمناطق الجبلية بالمغرب العربي) في تحقيق السياسات التنموية المحددة⁽⁴⁾.

من خلال العرض السابق نقطع بوجود أكثر من قضية تعيشها مجتمعاتنا، وخاصة المجتمعات العربية، وتؤكد على ضرورة دراسة الاتصال الشخصي دراسة سوسيولوجية لحصر دوره الخاص في تلك الدول وموقفه من تلك القضايا المتعددة.

إن مهمتنا في ضوء العرض السابق تنحصر في هدفين يشكّلان مراكز ونقاط الانطلاق في البحث والتحليل:

أولاً: حصر طبيعة عملية الاتصال الشخصي داخل الجماعات وبين الأفراد في الجزائر، تلك النقطة أو هذا الهدف لن يتحقق إلا بدراسة عاملين:

1- دراسة طبيعة مادة الاتصال الشخصي.

2- دراسة دينامية الفرد والجماعة في المجتمع الجزائري.

ثانياً: حصر طبيعة المناهج الاجتماعية والتأكيد على أهميتها في رسم إطار نظري يقوم بتحليل وتفسير القضايا التي يمكن أن تُثار حول عملية الاتصال الشخصي في دول العالم النامي عموماً وفي الجزائر على وجه الخصوص، نظراً لاختلاف هذه المجتمعات عن المجتمعات الغربية.

نحاول في هذا الموضوع الذي يعالج أبرز محاور الاتصال المجتمعي تحليل قادة الرأي، من ناحيتين:

الأولى: نظرية تتعلق بالمفاهيم المختلفة لهذا المصطلح.

الثانية: أمبريقية تتعلق بالمنهجية المناسبة لمعالجة وتوظيف هذا المصطلح، في مجتمعات العالم الثالث ومن بينها الجزائر، خاصة أن أول إشارة لهذا المفهوم كانت غربية.

سنتناول ذلك من خلال التعرض للعناصر التالية:

دور الجماعات الاجتماعية ومميزات الاتصال الشخصي داخل هذه الجماعات المختلفة، ثم التطرق للمفاهيم المختلفة لمصطلح قادة الرأي، ثم إلى الدراسات الأولى حوله، واستعراض بعض الملامح الأولية حول قادة الرأي بالجزائر، في ظل غياب الدراسات النظرية والأمبريقية التي تحيط بهذا الموضوع المهم.

ثم القيام بدراسة مسحية ميدانية تستهدف ما يلي:

- استعراض التراث النظري والخلفية الفكرية للموضوع، من خلال تحديد المفاهيم، والتطرق لمختلف الدراسات الغربية والعربية التي تناولته.

- إجراء مسح ميداني استهدف عينة من المجتمع الجزائري، للوقوف على الحقيقة الميدانية للمفهوم في مجتمعنا الذي الرغم من التحولات العميقة التي شهدتها، إلا أن الطابع التقليدي لا يزال أبرز سماته.

الإشكالية:

يعتمد التنظيم الاجتماعي لأغلب الجماعات على وجود القادة الرسميين أو غير الرسميين، هؤلاء القادة يمارسون بشكل أو بآخر أنواعا من التأثير سواء على الأفراد المحيطين بهم، أو على باقي أفراد المجتمع بدرجات متفاوتة، ويزخر المجتمع الجزائري كغيره من المجتمعات بالعديد من هؤلاء القادة، المتوزعون في النسيج الاجتماعي الجزائري، ولا شك أنهم يمارسون أنواعا من الاتصال والتأثير الرسمي وغير الرسمي.

فماذا عن مفهوم قادة الرأي؟ وما هي ملامح هذا المفهوم وتجلياته داخل المجتمع الجزائري الذي يُعتبر مجتمعا تقليديا على الرغم من بعض مظاهر التمدن البادية عليه؟

يمكننا سبر أغوار هذا الموضوع من خلال التساؤلات الفرعية التالية:

- 1- من هم قادة الرأي في المجتمع الجزائري؟
 - 2- كيف يتوزعون في النسيج الاجتماعي الجزائري؟
 - 3- ما هي أدوارهم ووظائفهم؟
 - 4- ما هي أنواع التأثير التي يمارسونها؟
 - 5- كيف يمكن الاستفادة من موقع قادة الرأي للمساعدة في القيام بحملات سياسية واجتماعية وإعلامية لفائدة المجتمع الجزائري خاصة فيما يتعلق بميادين السياحة والتوعية والتوجيه؟
- أهداف الموضوع:

يستهدف البحث مجموعة من الأهداف الاجتماعية والثقافية أبرزها:

* من حيث التركيبة الاجتماعية لبحث المجتمعات العربية ومنها المجتمع الجزائري، وعلى الرغم من بعض التحولات تؤدي فيه العائلة والقبيلة.. دورا محسوسا في حياة الأفراد وسلوكهم، إذ تعتبر في بلدان عربية كثيرة واحدا من أهم مصادر التجنيد النخبوي مركزيا ومحليا.

* منذ اكتشاف لازارسفيلد لأهمية الجماعات في أربعينيات القرن الماضي - عند قيامه بدراسة أثر وسائل الاتصال على النوايا الانتخابية - والدراسات لا تقطع عن الجماعات والاتصال المباشر وقادة الرأي وكيفية انتشار المعلومات في المجتمع، لذلك فمن أهداف هذه الدراسة النظر في كيفية سريان المعلومات وانتشارها في المجتمع الجزائري.

* من الناحية الرسمية، فإن الحكومة الجزائرية ركزت غداة الاستقلال مباشرة على تقوية وسائل الإعلام السمعية البصرية التي لا تزال تحتكرها إلى يومنا هذا؛ وبدرجة أقل الصحافة المكتوبة، مانحة لها الدعم الكافي مقابل مردود ضعيف في عمومها على مستوى الرسالة والأداء معا، وفي المقابل لم يكن هناك اهتمام كاف بالعديد من مظاهر الاتصال الأخرى.

التراث النظري:

إن موضوع قادة الرأي يندرج ضمن مواضيع علوم الإعلام والاتصال التي تتوفر على قدر غير محدود من الإنتاجات النظرية والأكاديمية والأمبيريقية التي ساهم من خلالها العديد من الباحثين الغربيين، حيث يتوفر الموضوع ببعديه، الاتصال الشخصي وقادة الرأي على معرفة نظرية كافية بتوجيهنا ومساعدتنا على إنجاز دراسة ميدانية متميزة.

وما يزيد الموضوع ثراء هو أن العديد من الدراسات العلمية الميدانية التي أجريت في هذا الميدان، كانت العديد من دول العالم الثالث التي تتشابه مع الجزائر في عدة اختصاصات مسرحا لها، كمصر ونيجيريا، والأرجنتين، والهند وغيرها...

أهمية الدراسة وأسبابها : تتجلى أهمية هذه الدراسة من خلال العناصر التالية:

* أن الاتصال الشخصي له الغلبة في صياغة مجمل اتجاهات ومعارف البشر، حيث تشكل من خلاله الاتجاهات الأساسية للأفراد في طفولتهم في إطار الأسرة، ثم إطار المدرسة.

* إن الإنسان بطبيعته أميل إلى تبني ما يعتقد أنه شارك شخصا في إنجاز.

* تتميز جماعات الاتصال الشخصي الموجودة تلقائيا بأنها تقوم - تلقائيا - بتصفية مضمون رسائل الاتصال الجماهيري وتنقيتها، بمعنى تقييمها والحكم عليها، ثم تصديقها والتأثر بها إيجابيا أو تكذيبها والتأثر بها سلبيا.

1- أهداف الدراسة:

تستهدف هذه الدراسة مجموعة من المبتغيات أبرزها:

* كان من الممكن الاستفادة من تجارب بعض البلدان الإفريقية والآسيوية والأمريكية الجنوبية؛ كمصر ونيجيريا والهند والبرازيل التي استخدمت في الحملات الإعلامية الاتصال المباشر بواسطة قادة الرأي.

* يُعتبر المجتمع الجزائري من المجتمعات غير المدروسة بشكل كاف، لذلك فإن محاولة معرفة من هم قادة الرأي داخل المجتمع الجزائري وتصنيفهم مبدئيا، والتعرف على سلوكهم الاتصالي ومدى تجذره يحتاج إلى دراسات ميدانية لتأكيد.

6- المداخل النظرية للدراسة:

يمكن رصد مدخلين نظريين كبيرين كفيلا باعتبارهما أبرز المداخل النظرية التي برزت في دراسة الاتصال الشخصي وقادة الرأي بشكل عام وهما:

- نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين.

- نظرية نشر الأفكار المستحدثة.

7- مجال الدراسة:

تشمل الدراسة من حيث المجال المكاني القطر الجزائري، أما المجال الزماني فقد امتد على مدار سنتي 2011 و 2013 .

8- الدراسات السابقة: من أشهر هذه الدراسات نجد:

* دراسة (بيرلسون، لازارسفيلد و غودت) سنة 1940:

وهي من الدراسات التي ركزت على الاتصال الشخصي وتأثيره على القرار الانتخابي.

* دور الاتصال الشخصي في تنمية المجتمع المحلي: دراسة ميدانية مقارنة من إعداد علي حسن أحمد من قسم الاجتماع بجامعة المنيا سنة 1993.

يتلخص موضوع الدراسة في إلقاء الضوء على قضية الاتصال الشخصي و تأثيرها على الأهالي في المجتمع الريفي والحضري، لمشاركته في المشروعات التنموية المختلفة التي تقام بالمجتمع الذي يعيشون فيه سواء كانت تلك المشروعات حكومية أو أهلية.

* دور الاتصال الشخصي في تنمية الوعي الاجتماعي: دراسة ميدانية للنشاط الاتصالي للجمعيات الثقافية والعلمية في مصر، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال بجامعة القاهرة، من إعداد فؤاد عبد المنعم البكري نوقشت سنة 2000.

تناولت هذه الدراسة موضوع " دور وسائل الاتصال المباشر في تنمية الوعي الاجتماعي " من خلال دراسة ميدانية للنشاط الاتصالي للجمعيات الثقافية والعلمية في المجتمع المصري.

* دور الاتصال الشخصي والتلفزيون في تنشيط السياحة الداخلية: دراسة ميدانية لرسالة ماجستير أعدتها الباحثة شيماء السيد سلم بقسم الإعلام والاتصال بجامعة عين شمس سنة 2002.

من أهداف الدراسة التعرف على الدور الشخصي الذي تقوم به أجهزة السياحة الرسمية في إطار تنشيط السياحة الداخلية.
*دراسات أخرى حديثة:

دراسة بحث فيها العلاقة بين متغيري المعرفة السياسية لدى الناحيين (Myers, R, Kelly, (1994) و في هذا الصدد أجرى مايرز والتعرض لمتطمين من أنماط الاتصال هما الاتصال الجماهيري والاتصال الشخصي أثناء انتخابات الرئاسة الأمريكية وفي ولاية نيو هامشير وكان من نتائج هذه الدراسة ما يلي:

- أن تعرض الناحيين لوسائل الإعلام من أجل البحث عن معلومات سياسية هو نتيجة لباعث سابق تعزز أثناء الاتصالات والمناقشات التي تدور بينهم وبين الآخرين على المستوى الشخصي.

- يكتسب الناحيون معلومات سياسية عن بيئتهم من الاتصال الشخصي أكثر مما تقدمه لهم وسائل الاتصال.
البعد الاجتماعي لعملية الاتصال:

لا يمكن تصور مجتمع إنساني يقوم دون اتصال، فعن طريق هذا الأخير تتكون وتنمو المعايير والقيم والمضامين الثقافية وعمليات التعليم الاجتماعية والصراعات وغيرها...

و تتميز عملية الاتصال بطابعها الاجتماعي المؤثر، حيث يعد تشارلز كولي Charles H. Cooley من الأوائل الذين أبرزوا الأهمية الاجتماعية لعملية الاتصال في كتابه: "التنظيم الاجتماعي Social Organisation" المنشور سنة 1909، حيث عرف الاتصال بأنه: "الأسلوب الذي تتكون من خلاله العلاقات الإنسانية وتستمر في الوجود، وهو يتكون من جميع الرموز الروحية، بما فيها الوسائل التي تنتقل عبر المكان، ويتم الحفاظ على استمرارها عبر الزمان، وتشمل تلك الوسائل تعبيرات الوجه، ووضع الجسم والحركات الجسمية ونغمة الصوت، والكلمات، والطباعة والسكك الحديدية والتلغراف والهاتف وكل ما يستحدث من وسائل لعبور المكان وتخطي الزمان"⁽⁵⁾.

مفهوم الاتصال الشخصي:

يعرف ميرتون Mertoun الاتصال الشخصي بأنه: "اتصال يتضمن مواجهة مباشرة بين القائم بالاتصال والمتلقي تؤدي إلى التغيير في سلوك المستقبل واتجاهاته"⁽⁶⁾.

ويرى دين بارنلاند BarnlandDean أن الاتصال الشخصي هو: "تفاعل الأفراد وجهًا لوجه من خلال التبادل اللفظي وغير اللفظي للرموز في المواقف الاجتماعية غير الرسمية"⁽⁷⁾.

يؤكد هذا التعريف فقط على الاتصال الشخصي في المواقف واللقاءات غير الرسمية في الوقت الذي نجد فيه العديد من مظاهر الاتصال الشخصي في المواقف الاجتماعية الرسمية.

أما بيتر هارتلي Peter Hartley فيرى من جهته أن الاتصال الشخصي هو: "لقاء يتضمن مشاركة اتصالية بين اثنين وجهًا لوجه"⁽⁸⁾.

أما بورمان أرنست Ernest .G. Bormann وبورمان نانسي Nancy Bormann فيوسعان من نظرتهما لمفهوم الاتصال الشخصي ليشمل مجموعة من الأشخاص يكون عددهم قليلا، حيث يعرفانه بأنه: "حوار بين عدد صغير من الأشخاص المتصلين مباشرة ببعضهم لتحقيق أهداف معينة"⁽⁹⁾.

ويعتقد باحثون آخرون أن الاتصال الشخصي هو: "اتصال الجماعات أو الفئات الصغيرة وهو على عكس الاتصال الجماهيري الذي تتم فيه عملية نقل الأفكار والمعلومات - بطريقة غير مباشرة- من خلال وسيلة الاتصال الجماهيري إلى جمهور عريض تتربع رفقته على مسافات بعيدة قد تتعدى الحدود القومية للدولة وفقا لدرجة التطور التكنولوجي والعلمي"⁽¹⁰⁾.

ولا شك أن هذا التعريف يعتمد على مقارنة تقارن بين الاتصال الشخصي من جهة، وخصائص الاتصال الجماهيري من جهة ثانية.

أما محمد عودة فيعرف الاتصال الشخصي في شكله بأنه: "عملية تبادل المعلومات والأفكار التي تتم بين الأشخاص دون عوامل أو قنوات وسيطة، وفي هذه العملية يمثل أحد الشخصين دور المرسل، بينما يمثل الآخر المستقبل" (11).

ومن جهتها تشير جاكين كار .J. Caar إلى أن الاتصال الشخصي يتكون من عناصر ثلاثة هي:

أ/ الأفراد (مرسلون ومستقبلون): بما لديهم من اتجاهات ومعتقدات وقيم ومدرجات وتقديرات لذاتهم.

ب/ وسائل هؤلاء الأفراد: وتكون لفظية وغير لفظية.

ج/ البيئة: وتشمل كل المؤسسات والمواقف الاجتماعية، مما تنطوي عليه من ثقافة تؤثر في المواقف الاتصالية الشخصية (12).

ويذهب بعض الباحثين إلى تقسيم الاتصال الشخصي حسب درجة رسميته إلى:

- اتصال شخصي رسمي منتظم: ويتطلب هذا النوع تخطيطا مسبقا وتحديد أهداف معينة يسعى لتحقيقها وكذا تحديد ميعاد محدد.

- اتصال شخصي غير مباشر: يتم بالصدفة ودون تخطيط أو تحديد ميعاد معين.

كما يُقسم الاتصال الشخصي حسب درجة تجانسه إلى اتصال شخصي متجانس وغير متجانس:

- الاتصال الشخصي المتجانس: وهو الاتصال الذي يقع بين شخصين متماثلين اجتماعيا وثقافيا، مما يساعد على تحقيق التفاعل الكامل والفهم المشترك.

- الاتصال الشخصي غير المتجانس: وهو ما يقع بين شخصين يتسع نطاق الفجوة الاجتماعية والثقافية بينهما (13).

نطاق الاتصال الشخصي:

إن فعالية الاتصال الشخصي بحكم طبيعته ترتبط بصغر حجم الجماعة التي يتم في إطارها الاتصال، وإذا ما تجاوز حجم جماعة الاتصال حدا معيناً تحول نمط الاتصال إلى الشكل الأقرب إلى الجماهيري، أو تفتت الجماعة إلى جماعات اتصالية أصغر تمارس الاتصال الشخصي، وهذا ما أكدته تجارب علم النفس الاجتماعي، التي تشير أيضا إلى أنه يصعب جدا إقامة تفاعل شخصي مباشر بين أفراد جماعة يزيد عدد أفرادها عن خمسة عشر فردا، وكلما قل العدد عن ذلك كان التفاعل أفضل.

وإذا زاد حجم الجماعة حدا معيناً لاحظنا أحد أمرين:

- إما أن تنقسم الجماعة إلى أصغر "شُلل" أفراد كل شلة مع بعضهم في موضوع أو آخر.

- أما إذا كان ثمة موضوع هام يجذب اهتمام أفراد الجماعة جميعا، وقد يكون هذا الموضوع هو السبب المعلن لاجتماعهم، فإنهم عند بلوغ الجماعة حدا معيناً يكفون عن الحديث معا ويبدؤون في الانتظام وفقا لقواعد اتصالية معينة، كالاستماع إلى محاضرة أو لموسيقى أو غير ذلك، لأن الاتصال الشخصي بحكم طبيعته يقتضي أن يتواجد أفراد جماعة الاتصال معا بحيث يتبادلون التأثير الاتصالي عن قرب (14).

أما سمير محمد حسين فيقسم الاتصال الشخصي إلى ثلاثة أنواع حسب القناة الاتصالية وهذه الأنواع هي:

* النوع الأول: وهي القنوات الدفاعية والتي تتمثل في الدعاة ورجال الإعلام الذي يستهدفون التأثير في الجمهور.

* النوع الثاني: وهم الخبراء الذين هم عادة قادة الرأي الذين تتوافر لديهم خبرات عن الفكرة أو الموضوع تتيح لهم القدرة على التأثير في الجمهور.

* النوع الثالث: القنوات الاجتماعية التي تتكون من الزملاء والأصدقاء والأقارب والجيران وأفراد العائلة الذين يمارسون تأثيرهم على الجمهور (15).

مميزات الاتصال الشخصي:

يتميز الاتصال الشخصي بمجموعة من المميزات زادت من أهميته، وجعلت منه وسيلة ضرورية يستخدمها الأفراد عند الحاجة في عدد من المواقف الاجتماعية، وعلى مستوى هذه الميزات نجد ميزتي المرونة، والتلقائية، فضلا عن مزايا أخرى ثانوية سنتطرق إليها فيما سيأتي:

1- المرونة: تتجلى المرونة في الاتصال الشخصي كون التأثير المرتد، أو رجع الصدى فيه كبير⁽¹⁶⁾، ذلك أن رجع الصدى له دور بالغ الأهمية حيث يحيط المرسل علما بأن رسالته قد لاقت تفسيرا، كما أنه يحقق الانسجام بين المرسل والمستقبل، ويترك للمرسل فرصة لتعديل رسالته، مما يزيد من كفاءة هذا النمط من الاتصال في تحقيق درجة عالية من الإقناع.

2- التلقائية: حيث يتم الاتصال الشخصي عفويا، غير مقصود وغير رسمي أي لا تنظمه قواعد أو تقاليد أو سلطة.

3- قدرته على تغيير الاتجاهات والسلوك: لا يُماري أحد بأن التغييرات في الاتجاهات والأفعال مسألة في غاية الأهمية ويؤدي الاتصال الشخصي دورا في هذا المجال، حيث يؤكد ويلبور شرام أن الاتصال المباشر من شخص إلى شخص حتى في أكثر الدول رقيا يحظى بالأولوية على الوسائل الجماهيرية.

4- تحقيق مبدأ المشاركة الجماهيرية: يتميز الاتصال الشخصي بوجود درجة عالية من التفاعل ورجع الصدى وهو ما يزيد من درجة فاعليته، خاصة عندما يكون الهدف هو الإقناع⁽¹⁷⁾.

ويقوم الاتصال الشخصي بدور مباشر في تحقيق المشاركة الجماهيرية من خلال المؤتمرات والندوات والاجتماعات والخطب، وغيرها من اللقاءات الجماهيرية المباشرة التي تتم بين الجماهير وقادة الرأي والفكر والقادة السياسيين حيث تكون الفرصة كبيرة للمناقشة الجادة والهادفة.

مفهوم قادة الرأي:

القيادة لغة: القيادة مصدر قاد، يقال: قاد الجيش قيادة إذا رأسه وذبره، والقود نقيض السوق، القود من أمام والسوق من خلف، وجمع قائد: قادة وقواد، وأعطاه مقادته: انقاد له.

والانقياد الخضوع. تقول: قدته فانقاد واستقاد لي إذا أعطاك مقادته.

واصطلاحا: وردت تعريفات معاصرة للقيادة بناء على الزاوية التي ينظر منها إلى القيادة منها:

1: " القيادة هي ذلك الموقع الذي يتحمل فيه امرؤ مشقة ومؤونة تصريف الأمور لمجموعة من الناس، ويتحمل مسؤولية ذلك، بمنتهى الإخلاص والأمانة، للوصول بهم والتفاعل معهم إلى الغايات المنشودة".

2: "القيادة هي فن التأثير على سلوك الآخرين وأفكارهم واتجاهاتهم لجعلهم يرغبون في تنفيذ ما يحدده القائد طواعية.

يرى القريوتي⁽¹⁸⁾ بأن القيادة هي القدرة على التأثير في الآخرين لتحقيق أهداف معينة، والقيادة ليست ميزة شخصية في شخص القائد، ولكنها دور يقوم به الفرد، وهو محصلة عوامل تشمل الفرد والمجموعة وظروف التنظيم، لذا فإن القائد الناجح هو الذي يستطيع كسب تعاون جماعته وإقناعهم بأن تحقيق أهداف المنظمة هو تحقيق لأهدافهم.

وبميز القريوتي بين القيادة والرئاسة باعتبار القيادة تأثير شخص ما على الآخرين بحيث يجعلهم يقبلون قيادته طواعية دونما إلزام قانوني، وذلك لاعترافيهم التلقائي بقيمة القائد في تحقيق أهدافهم، وكونه معبرا عن آمالهم وطموحاتهم. أما الرئاسة فالشخص يستمد منها قدرته القانونية التي يخوله إياها مركزه القانوني والوظيفي مثل حق إصدار الأوامر والتعليمات للآخرين الذين عليهم واجب الامتثال لتلك الأوامر تحت طائلة توقيع العقوبات، فدافع المرؤوسين للطاعة هنا ليس القناعة بصحة أو قوة الأسباب التي تستند إليها التعليمات بل الخوف من العقوبات والجزاءات⁽¹⁹⁾.

ولقد تعددت تعريفات ومفاهيم القيادة، إذ يعرفها أوردي تيد (Ordy Tead) بأنها: "النشاط الذي يمارسه شخص للتأثير في الناس وجعلهم يتعاونون لتحقيق هدف يرغبون في تحقيقه"⁽²⁰⁾.

ويتضح من خلال التعريفات والمفاهيم السابقة أن القيادة هي:

- السلوك الذي يمارسه الإداري لبلوغ الأهداف المنشودة.
- القيادة عملية تفاعل اجتماعي بين الأفراد في المؤسسة.
- تسعى القيادة لخلق التعاون بين الأفراد.
- ألها عملي ديمقراطية إنسانية تقوم على التعاون، والمحبة، والعدل.
- أن القيادة هي عملية فهم الآخرين، والتعامل معهم في ضوء قدراتهم وإمكاناتهم وطاقاتهم⁽²¹⁾.

قادة الرأي؛ المصطلح والمعاني المختلفة:

يأتي ذكر كلمة "قادة الرأي" في مقام الإشارة إلى الأشخاص من ذوي النفوذ في مجال استحسان الأفكار الجديدة أو استهجانها. وقائد الرأي مصطلح يقابله بالإنجليزية "*Leader Opinon*" وبالفرنسية *Guided'opinion* حسب خبراء وباحثي الاتصال هو: "الفرد الذي يؤثر في المحيطين به بحكم وظيفته ومكانته الاجتماعية، ويتميز قائد الرأي باهتمامه بوسائل الإعلام ومتابعته لمختلف موضوعاتها"⁽²²⁾.

كما عرف أفريت روجرز *Everett Rogers* قائد الرأي بأنه: "ذلك الفرد الذي يبذل جهدا للتأثير على الآخرين، و الذي يتلقى منها آخرون المعلومة و النصيحة"⁽²³⁾.

وتتعدد الأوصاف التي تُطلق على قادة الرأي، والقائمة التالية تزودنا بدليل نستدل به على مجموعة الكلمات التي استخدمها الكثير من الكتاب بدلا من كلمة قادة الفكر:

- * مفاتيح الاتصال (استخدمها "ليونيرجر" عام 1960).
 - * الزعماء (استخدمها "مارش وكولمان" عام 1954).
 - * الزعماء غير الرسميين (استخدمها "ويكلنج" عام 1952).
 - * زعماء الاستعلامات (استخدمها "شيرد" عام 1960).
 - * زعماء تبني الأفكار (استخدمها "روجرز وسافيليوس" عام 1960).
 - * أصحاب النفوذ المحليون (استخدمها "ليونيرجر" عام 1953).
 - * أصحاب النفوذ (استخدمها "ميرتون" عام 1957).
 - * أصحاب التأثير (استخدمها "أمري" و"أوزر" عام 1958).
 - * صناعة الذوق (استخدمتها جماعة الرأي العام عام 1959).
 - * مهندسو الأسلوب (استخدمها "كولمان").
 - * شموع الاحتراق (استخدمها "روس" عام 1958).
 - * حراس الأبواب (استخدمها "كوين" عام 1952).
- وجميع هذه الأسماء تشير إلى نفس الموضوع وهو قيادة الرأي.

وقبل أن تظهر هذه التعبيرات إلى الوجود، استخدم "لازار سفيلد" وآخرون عام 1944 كلمة "رائد الفكر"، ومما لاشك فيه أنه يوجد من أنماط قادة الفكر بقدر ما يوجد من أفكار، وبالرغم من ذلك، ثمة حاجة شديدة إلى تقنين مدلولات الكلمة وتحديد المقياس الذي يستخدم في اختيار قادة الفكر⁽²⁴⁾.

كما نجد مفهوم "الآخرون المهمون": "*Others Significant*" المستمد من نظرية جورج ميد عن النفس أو الذات، ويدل على قدرة الفاعلين الاجتماعيين على تبني أدوار الآخرين، فهناك آخرون عديدون، سواء من الغرباء أو من داخل المجتمع، ممن يتم تبني أدوارهم فالآخرون المهمون هم أولئك الذين يكون لهم تأثير مهم أو يؤدون دورا أساسيا في تشكيل سلوكيات غيرهم.

و منذ أن طرح ميد هذا المفهوم لقي استخداما عاما وشعبيا، حتى استخدمه أرميستد ماوپين *Armisted Maupin* عنوانا لروايته "الآخرون المهمون" (25).

يتصف قادة الرأي في المجال العلمي بمجموعة من الصفات تتلخص في كونهم يمارسون دورهم بكفاءة، وأن لهم القدرة على الاتصال أكثر من غيرهم، فهم عادة القادة في المجال، وأغزر الأعضاء إنتاجا، وأكثرهم تأثيرا في الآخرين، بل هم أكثر الأعضاء حرصا على القراءة، وأعمالهم يتم الاستشهاد بها عادة في أعمال الآخرين (26).

أنواع وسمات قادة الرأي: قبل التعرض لأنواع قادة الرأي، يتعين علينا التوقف عند أساليب اكتشاف قادة الرأي، من خلال التركيز على القياس السوسيو مترى.

أساليب اكتشاف قادة الرأي:

القياس السوسيو مترى: تقوم هذه الطريقة على سؤال للمبحوثين عن الشخص الذي سيلجأ إليه للحصول على معلومة معينة أو طلب نصيحة حول موضوع قد يكون فكرة جديدة أو حدثا معيناً.

شروط إجراء القياس السوسيو مترى:

- 1- أن تكون الجماعة محددة المعالم وواضحة الحدود.
 - 2- أن يسمح للأشخاص باختيار عدد معين من الأفراد وأسباب تفضيلهم هؤلاء الأفراد.
 - 3- أن تتوفر السرية التامة في الاختيار.
 - 4- إن تكون الأسئلة المستخدمة ملائمة لأعضاء الجماعة ومتشعبة مع مستوى فهمهم:
 - سؤال المتخصصين أو الخاصيات البارزة في المجتمع: من لديهم معرفة بالنماذج المؤثرة في المجتمع ولما لهم من قدرة على تحديد الأشخاص ذوي التأثير على المستوي المحلي.
 - أسلوب تقييم الفرد لذاته: هل تعتقد الناس تأتيك لطلب النصيحة أكثر من الآخرين (27).
- خصائص أو سمات قادة الرأي:

يتسم قادة الرأي بمجموعة من الخصائص أبرزها:

- 1- التوافق والاتساق مع المعايير الاجتماعية السائدة.
 - 2- أنهم أكثر من غيرهم تعرضا لوسائل الاتصال، وأكثر انفتاحا على العالم الخارجي.
 - 3- أنهم أكثر تقبلا للأفكار المستحدثة.
 - 4- أنهم عادة أكبر سنا، وأهم أكثر من غيرهم مشاركة في المجالات الاجتماعية المختلفة.
 - 5- الثقة بالنفس.
- أنواع قادة الرأي:

- 1- قادة الرأي الرسميين: يكون لهم تأثير بحكم وظائفهم الرسمية في النظام الاجتماعي.
 - 2- قادة الرأي غير الرسميين: أولئك القرويين الذين يحضون بثقة واحترام الآخرين من حولهم ولديهم قدر عال من المصداقية والقبول الاجتماعي.
- إن قيادة الرأي ليست علامة ظاهرة يعرف بها أصحابها لكنها إدراك لدور معين في عملية الاتصال، إذ يتبين أثرهم في التفاعل الاتصالي داخل المجتمع، وإن ذهب بعض الباحثين إلى القول بأن قادة الرأي يمارسون تأثيرهم في الآخرين هم أو تمتعهم بمصداقية عالية.

الثقافة السياسية والاتصالية في المجتمع الجزائري:

من أجل معرفة أدق لقادة الرأي داخل المجتمع الجزائري، لا بد من استعراض الثقافة السياسية والاتصالية في المجتمع الجزائري.

فقد تعرضت المدن الجزائرية بعد الاستقلال لهجرة واسعة من سكان الريف وتضخم حجمها، وأصبحت عاجزة عن استيعاب هذه الزيادة السكانية المفرطة، فظهرت الأحياء العشوائية في ضواحي المدن⁽²⁸⁾، وتشير إحصائيات حديثة أن نسبة سكان الحضر في الجزائر 49 %⁽²⁹⁾.

وإذا حاولنا تكييف المجتمع الجزائري منذ الاستقلال إلى الآن والنظر ما إذا كان مجتمعا زراعيا أم صناعيا أم إعلاميا؟ فإننا سوف نستفيد من عدة دراسات حول مجتمع المعلومات، قام بها باحثون أمريكيون ويابانيون وأوروبيون استخلص وليم مارتين خمسة معايير لتمييز أي مجتمع (هل هو إعلامي أم غير ذلك) وهذه المعايير هي:

المعيار التكنولوجي: حيث تصبح تكنولوجيا المعلومات بفضلها مصدر القوة الأساسية، ويحدث انتشار واسع لتطبيقات المعلومات في المكاتب والمصانع والتعليم والمنزل.

المعيار الاجتماعي: ومن خلاله يتأكد دور المعلومات كوسيلة للارتقاء بمستوى المعيشة، وينتشر الوعي بالكمبيوتر والمعلومات، ويتاح للعامة والخاصة معلومات على مستوى عال من الجودة.

المعيار الاقتصادي: حيث تبرز المعلومات كعامل اقتصادي أساسي، سواء كمورد اقتصادي أو كخدمة أو سلعة، أو كمصدر للقيمة المضافة وكمصدر لخلق فرص جديدة للعمالة.

المعيار السياسي: تؤدي حرية المعلومات إلى تطوير وبلورة العملية السياسية، وذلك من خلال مشاركة أكبر من قبل الجماهير وزيادة معدل إجماع الرأي.

المعيار الثقافي: ويتجسد من خلال الاعتراف بالقيم الثقافية للمعلومات (كاحترام الملكية الفكرية والحرص على حرمة البنيات الشخصية والصدق الإعلامي والأمانة العلمية)، وذلك من خلال ترويج هذه القيم من أجل الصالح القومي وصالح الأفراد على السواء⁽³⁰⁾.

انطلاقا من المعايير السالفة يمكننا التساؤل: كيف يمكن تصنيف المجتمع الجزائري؟

فيما يتعلق بالمعيار التكنولوجي؛ نجد أن المعلومات ليست مصدر القوة الأساسية في مجتمعنا، ولا يوجد هناك انتشار واسع لتطبيقات المعلومات في المكاتب والمصانع والتعليم والمنازل إلا قليلا في المجتمع يعتمد العديد من الأساليب التقليدية القائمة على مختلف الوسائل البدائية في جمع المعلومات وإنتاجها ومعالجتها وتخزينها واسترجاعها، أما من زاوية المعيار الاجتماعي، فلم يتأكد في مجتمعنا بعد دور المعلومات كوسيلة للارتقاء بمستوى المعيشة، حيث لا يزال استخدام الكمبيوتر والإنترنت ضئيلا في مجتمعنا من حيث الاستخدام المنتج والفعال.

إذا طبقنا المعيار الاقتصادي نجد أنه لم تبرز المعلومات في مجتمعنا كعامل اقتصادي يتم إنتاجه أو صناعته وتداوله على نطاق واسع سواء كمورد اقتصادي أو كخدمة أو كسلعة أو حتى كمصدر لخلق فرص جديدة للعمل، حيث لا تشكل المعلومات في دخلنا القومي شيئا يذكر.

بخصوص المعيار السياسي فإننا لا نكاد نجد حرية المعلومات الكفيلة بتطوير العملية السياسية وتحقيق الحد المطلوب من التوافق وإجماع الرأي دون الحديث عن الحياة السياسية برمتها والتي تشهد ركودا تاما ورتابة كاملة.

ولا يختلف المعيار الثقافي عن المعايير السابقة، حيث لم نصل بعد إلى مرحلة الاعتراف بالقيم الثقافية كاحترام الملكية الفكرية، والحرص على حرية البنيات الشخصية والصدق الإعلامي والأمانة العلمية، والتي تعتبر محددات أساسية لكل مجتمع يتوق إلى تجاوز المرحلة التقليدية.

وعليه، فإنه يمكن تكييف المجتمع الجزائري على أنه مجتمع انتقالي (لا هو بالزراعي ولا هو بالصناعي) لم تتحدد لديه بعد خصائص المجتمع الصناعي فما بالك بالإعلامي.

حيث أن المجتمع الانتقالي هو الذي لا يزال يعتمد في الكثير من علاقاته الشخصية والمؤسسية على الروابط التقليدية، كما سبق توضيحه من وجهة نظر دانيال ليرنر.

كما تُعتبر المحددات الاجتماعية والثقافية أحد المؤثرات في عملية الاتصال، فالفرد يسعى إلى التكيف مع جماعته، ويستقبل الرسالة التي بينها الاتصال وتكون متماشية مع قيمه ومدر كاته وعاداته⁽³¹⁾.

كما تؤدي قدرات الأفراد والفرص الاتصالية السانحة أمامهم دورا في تحديد فاعلية الاتصال بسبب العديد من المشاكل، فقد بلغ عدد الذين تجاوزوا دخول المدارس والعاجزين عن القراءة والكتابة مستويات عالية⁽³²⁾.

أما المحددات السياسية والقانونية فترتبط عموما بالنظام السياسي والجانب الاجتماعي القائم حيث تتباين نظرة الدولة إلى عملية الاتصال لعوامل عديدة منها:

أ- طبيعة القيم الوطنية.

ب- طبيعة النظام السياسي القائم.

ج- المستوى الاقتصادي والاجتماعي والثقافي للأفراد⁽³³⁾.

في السياق ذاته، فإن عملية اتخاذ القرار الفردي تتحكم فيها سمات الفرد الشخصية وقدراته المعرفية ومحيطه البيئي، كما أن النظامين السياسي والاقتصادي السائدين يؤثران تأثيرا لا يستهان به في رسم شخصية الفرد و في إظهار قدراته الخاصة.

ويميز دانيال ليرنر *Daniel Lerner* في دراساته عن المجتمعات التقليدية بين ثلاثة أنواع من الأنساق الاجتماعية هي:

الأنساق التقليدية والحديثة والانتقالية، واعتبر أن المعيار الحاسم في تصنيف المجتمعات المختلفة هو وسائل الاتصال من حيث؛ مدى انتشارها ونوعية المضمون الذي تروجه بين الناس، وهي الوسائل التي توظف من أجل تحقيق التكامل الاجتماعي، فالمجتمع التقليدي لا يعرف سوى وسائل الاتصال الشفهية، ويتخذ صورة التعليمات (الأوامر والنواهي) أما النمط الحديث من المجتمعات فلديه من وسائل الاتصال الجماهيري، كالصحافة والسينما والإذاعة والتلفزيون التي تخاطب جمهورا كبيرا، والطابع العام لتلك الوسائل هو الطابع الإخباري وليس الإرشادي والتوجيهي، والمجتمعات الانتقالية كيان متصل *Continum* يربط هذين النمطين. ففي المجتمع الشعبي تسيطر المناقشة على وسائل الاتصال الجماهيري، بينما تكون السيطرة لوسائل الاتصال الرسمية في المجتمع الجماهيري، فالجماهير تتعرض للمضامين التي تغطيها وسائل الاتصال.

بين هذين النموذجين نجد كذلك العديد من المجتمعات تقترب أو تباعد عن أي منهما بنسب مختلفة⁽³⁴⁾، وتسيطر على العديد من الأقطار النامية في المجتمعات الشعبية التي يعود سبب انتشارها وتكريسها إلى مجموعة من العوامل أبرزها:

أ- أمية السكان الريفيين مما يجعلهم يعتمدون في الاتصال على حاسة السمع أكثر من الكلام وهذا ما يجعل الكلمة المنطوقة سواء المباشرة منها أو غير المباشرة، عن طريق الراديو مثلا لها تأثير كبير عليهم ويتقبلون مضامينها أكثر من الكلمة المكتوبة.

ب- النظم الاجتماعية التقليدية والصلات القائمة على القرابة والمواجهة الشخصية نتيجة للعزلة وعدم التغير والامية، تجعل أسلوب الاتصال الشخصي هو المحبب والمفضل لدى الريفيين.

ج- بسبب الظروف المناسبة لتأثير التقاليد والمجتمعات الصغيرة، فإن الوسيلة المفضلة للتعليم والإعلام هي الكلمة الشفهية⁽³⁵⁾.

يُعتبر نظام الاتصال في المجتمع عنصرا أساسيا في وحدته، فهو عملية اجتماعية تنطوي على عناصر ثقافية واجتماعية واقتصادية، لا يمكن معالجة عنصر وترك آخر، ولكي نتفهم هذه العملية لابد لنا أن نؤكد على أن الاتصال يث الرسائل بواسطة وسائل قادرة إلى جماعات كبيرة⁽³⁶⁾.

قبل التطرق إلى العناصر السابقة نتطرق لمفهوم السياسات الثقافية؛ التي تعني:

" مجموعة المبادئ والمعايير التي تحكم نشاط الدولة تجاه عمليات تنظيم وإدارة ورقابة وتقييم نظم وأشكال الاتصال المختلفة، على الأخص منها وسائل الاتصال الجماهيري، من أجل تحقيق أفضل النتائج الاجتماعية الممكنة، في إطار النموذج السياسي والاجتماعي والاقتصادي الذي تأخذ به الدولة" (37).

غير أن النتائج الثقافي في دول العالم الثالث يظل مرتبطا بسياسات محلية توجهه وتؤطره لخدمة مصالح الدولة الوطنية، وهو ما أشار إليه الباحث نصر الدين لعباضي بقوله: "إن النتائج الثقافي والإعلامي في الدول العربية شديد الارتباط بالخطاب السياسي السائد، فالثقافة تبدو أنها ميسسة كثيرا، والمضامين الإعلامية التي تقدمها وسائل الاتصال لا تبتعد كثيرا عن الخطاب السياسي السائد، تقتفي أثره، تبرره، أو تكبره" (38).

إذا كان عصرنا الحالي هو عصر الاتصال، بما أتاحه من تقدم في مجال التكنولوجيا والاتصال، وثانيا بما أتاحه من شيوع للمعرفة وانتشارها على نطاق واسع بفضل الاتصال الشخصي والاتصال الجماهيري أيضا، بل إن المجتمعات المتقدمة صارت تعرف باسم مجتمعات المعلومات تميزا لها عن غيرها، على أساس أن تكنولوجيا الاتصال هي سمة العصر الحالي، ومظهر من مظاهر تقدمه (39).

كما يمكن الربط كذلك بين البعد الديني وعملية الاتصال، حيث يعتبر الوعظ الديني هاما للاتصال الشخصي خاصة في الريف حيث مازال الإيمان قويا، وما زالت كلمات رجال الدين قوية الوقع ومقنعة لهؤلاء، لذلك فهم يؤثرون الواعظ الديني لمكانته المرموقة في قلوب المواطنين المحليين والثقافات السائدة والعادات والقيم التي تحظى بتقديس السكان (40).

ويمكن القول في هذا الإطار أن ملامح الثقافة غير الرسمية أو الثقافة الجانية والتي تظهر في صورة انعكاسات سلوكية تتحدد وفقا للعلاقات الجدلية بين الطبقة المروجة للفكر، أو قادة الرأي وبين الطبقات الاجتماعية وخاصة الفئات والجماعات الأمية التي لا تزال تتحرك من خلال منطلق سمعي، أي لا تزال تحت تأثير الشكل الشفوي لنقل المعرفة (41).

فضلا عن الأبعاد الاجتماعية والثقافية والدينية التي تطرقنا إليها، يمكن كذلك الإشارة إلى دور البعد السلطوي في تحديد نوع الاتصال، فمتغير السلطة سواء كانت سياسية أو اقتصادية أو روحية عادة ما تتدخل في تحديد بعض المسارات في البنيات الثقافية والاتصالية في المجتمع (42) فالثقافة السلطوية في المجتمع العربي مثلا تركت بصمات أساسية على بنية هذه الثقافة في المحتوى وأشكال التعبير، ذلك أن التسلط يعني فيما يعنيه الاتصال الأحادي الاتجاه، وإقصاء الفضاءات الثقافية التي لا تتسجم أو تتعارض مع التصورات المفاهيمية السلطوية (43).

من الصعب عند تحليل الاتصال داخل المجتمع الجزائري عزله عن بقية العناصر نظرا لـ:

- 1- ارتباط المسألة الثقافية في الجزائر بالمرحلة الاستعمارية ومشروع التحرر الوطني.
- 2- ارتباط الثقافة بمجمل التحولات (السياسية) والاجتماعية والاقتصادية التي عرفها المجتمع الجزائري منذ الاستقلال إلى الآن.
- 3- طبيعة التشابك الكلي بين الثقافة من جهة، والحاضر والماضي من جهة أخرى، وهو تشابك يجعل من الصعب استبعاد أي مستوى من هذه المستويات (44).

إذا أردنا إسقاط ما سبق ذكره بالنسبة للثقافة السياسية والاتصالية في المجتمع الجزائري، نجد أن هذا الأخير تأثر على المدى البعيد بأنواع عديدة من الاحتلال ساهمت في اضطباع الفرد الجزائري بصيغة خاصة تختلف فيها عن باقي الشعوب، آخرها الاحتلال الفرنسي الذي دام قرنا وربع قرن، خاصة فيما يتعلق بالحریات وأولها حرية الكلام والتعبير.

المنهجية المتبعة لمعالجة موضوع البحث:

تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث المسحية، التي تستهدف تصوير و تحليل و تقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد، أو دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الأحداث أو مجموعة من الأوضاع.

يُعتبر المنهج المسحي أنسب المناهج للقيام بمثل هذه الدراسات لأنه يهدف إلى الوصول إلى بيانات يمكن تصنيفها وتفسيرها وتعميمها، وذلك للاستفادة بها في المستقبل وخاصة في الأغراض العلمية⁽⁴⁵⁾.

ويمكن القول أن دراسة العلاقة بين الاتصال والمجتمع له مداخل متعددة، فقد نقوم بدراستها من خلال تأثيرها على المتلقي الفرد أو الجماعة، كما نقوم بدراسة علاقة الاتصال بالواقع الفكري والاجتماعي للمجتمع، وبالنسبة إلينا يتم التأكيد على أهمية المدخلين، فمن خلال العرض السابق يتضح أمامنا أهمية المنطلقات الاجتماعية لدراسة الاتصال الشخصي.

وهناك جانب منهجي مهم يمكن تطبيقه في فهم الظواهر الاجتماعية وهو المنهج ما بين الفرعي (Interdisciplinaire) ويُعزى استخدامه في بحثنا إلى المبررات التالية:

- 1- أن موضوع العلوم الإنسانية يمثل شبكة من العلاقات بين الفرعية، أي تشمل جميع العلوم ومن الضروري إظهار تقاطعها.
- 2- أن التوجه نحو استخدام مقارنة ما بين الفرعي يفرض نفسه أكثر في المشكلات والظواهر متعددة الوجود، وهو ما ينطبق على موضوع بحثنا الذي تتعدد مداخل دراسته بين علم الاتصال وعلم الاجتماع وعلم النفس وعلم السياسة...
- 3- إن التقارب بين إسهامات فروع مختلفة يقدم معرفة أكمل وأغنى لموضوع البحث، ومعرفة أوسع وأعمق للظاهرة المدروسة، وهذا ما لاحظناه من خلال بحثنا.
- 4- كلما كانت المشكلات المدروسة ذات طابع عام فإن معالجتها بفروع متعددة تصبح واجبا، فلا يمكن في موضوعنا مثلا فصل الجوانب الاتصالية في المجتمع عن الجوانب السياسية والاقتصادية والاجتماعية وحتى النفسية⁽⁴⁶⁾.
- 5- الاستتيان: وذلك بوضع استمارة تتضمن مجموعة من الأسئلة تتعلق بموضوع البحث وتخدم أغراضه الأساسية وتجيب على الإشكالية المطروحة.

تضمنت الاستمارة فضلا عن القسم الأول المتعلق بالبيانات الأولية وهي: السن، الجنس المستوى التعليمي، والمهنة، والذي تهدف أسئلته لمعرفة سمات عينة البحث وتضمنها الأسئلة من 1 إلى 4.

وبناء على إشكالية الدراسة وتساؤلاتها ارتأينا تقسيم الاستمارة إلى المحاور التالية:

المحور الأول: انتشار قادة الرأي داخل المجتمع الجزائري.

المحور الثاني: مظاهر وأشكال التأثير التي يمارسها قادة الرأي في المجتمع الجزائري.

المحور الثالث: أدوار قادة الرأي ووظائفهم.

المحور الرابع: استخدام قادة الرأي للوسائط المتعددة الحديثة.

المحور الخامس: الاستفادة من موقع قادة الرأي للمساعدة في القيام بحملات سياسية واجتماعية وإعلامية لفائدة المجتمع

الجزائري فيما يتعلق بميادين السياحة والتوعية والتوجيه.

مجتمع البحث:

يقصد بمجتمع البحث "جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث"⁽⁴⁷⁾، لحصر عملية الاتصال والعوامل المتعددة التي تحدد

سلبيات وإيجابيات تلك العملية والتي هي في واقع الأمر عملية اجتماعية.

ويتكون مجتمع بحثنا من شرائح مختلفة من المجتمع الجزائري جرى تقسيمها على النحو الآتي:

أصناف قادة الرأي الذين شملهم الاستطلاع:

- 1- فئة الصحفيين.
- 2- البرلمانين ورؤساء المجالس الشعبية الولائية والبلدية: ويشمل أعضاء من مجلس الأمة وآخرين من المجلس الشعبي الوطني.
- 3- رؤساء الأحزاب السياسية والمنظمات الوطنية الكبرى وجمعيات المجتمع المدني.
- 4- رجال التربية والتعليم والثقافة والشؤون الدينية: (الأساتذة والمعلمون ومديرو المؤسسات التعليمية والأئمة...).

5- فئة الشباب: جامعي وغير جامعي، ويشمل أيضا المدونين ومستخدمي المواقع الاجتماعية. كيفية تم توزيع الاستثمارات على عينة البحث على النحو التالي:

1- فئة الصحفيين: 80 استمارة (- الصحافة الخاصة. (20)، - الصحافة العمومية (20).

- الإذاعة بمختلف قنواتها: (20) (القنوات الأولى والثانية والثالثة والرابعة والجهوية).

- التلفزيون بمختلف قنواته: (20) (القنوات الأولى والثانية والثالثة والرابعة والجهوية).

2- البرلمانين ورؤساء المجالس الشعبية الولائية والبلدية: ويشمل أعضاء من مجلس الأمة وآخرين من المجلس الشعبي الوطني.

- رؤساء مجالس ولائية (يمثلون عواصم الجهات: الجزائر، وهران، ورقلة، قسنطينة).

- 10 رؤساء مجالس بلدية.

- البرلمانين 10، - مجلس الأمة 10.

3- رؤساء الأحزاب السياسية والمنظمات الوطنية الكبرى وجمعيات المجتمع المدني. (05 أحزاب من البرلمان، 05 منظمات وطنية كبرى، 05 منظمات شبابية، 05 منظمات نسائية).

4- رجال التربية والتعليم والثقافة والشؤون الدينية: (الأساتذة والمعلمون ومديرو المؤسسات التعليمية والأئمة...). (مفتشون في قطاع التربية، مدراء مؤسسات تربوية، أئمة، شعراء وأدباء، مؤرخون، فنانون ومسرحيون 40.

5- فئة الشباب: جامعي وغير جامعي، ويشمل المدونين ومستخدمي المواقع الاجتماعية 20. عينة البحث:

تم توزيع 220 استمارة على المستوى الوطني شملت أربع جهات منه هي:

الشرق، الغرب، الوسط والجنوب، وتم التوزيع بالطريقة العادية عن طريق التسليم يدا بيد سواء بطريقة مباشرة من قبل فريق البحث أو من قبل المساعدين أو الوسطاء نظرا لطبيعة جزء من عينة البحث.

أما الطريقة الثانية فكانت من خلال إرسال الاستثمارات إلى المعنيين عبر البريد الإلكتروني.

وقد تم استرجاع 206 استمارة من أصل 220 تم توزيعها، أي أن هناك 14 استمارة لم يتم استرجاعها، وقد قام الباحث بإلغاء 12 استمارة للأسباب التالية:

- أن هناك بعض الاستثمارات التي لم يتم ملؤها بجدية؛ حيث تفتقر للبيانات المهمة.

- اعتمد مقياس أثناء التفرغ؛ أن الاستثمار التي لا تجيب على نصف الأسئلة لا يتم اعتمادها.

- هناك استمارات فيها تناقض على مستوى الإجابات، إذ لم تتم فيها الإجابات بشكل منطقي.

وكانت نسب الاسترجاع النهائية كما يلي: 88.18 بالمائة، أي اعتماد 194 استمارة في النهاية.

نتائج البحث:

من خلال إجرائنا لهذا البحث الميداني توصلنا إلى النتائج التالية:

1- من هم قادة الرأي في المجتمع الجزائري؟

النتيجة الأولى: أصناف قادة الرأي في المجتمع الجزائري:

يُعتبر المجتمع الجزائري من المجتمعات غير المدروسة، ولذلك فإن التصنيف الموالي لقادة الرأي داخل المجتمع الجزائري هو تصنيف مبدئي يحتاج إلى دراسات ميدانية لتأكيد، وعليه يمكن من الناحية المبدئية تصنيف قادة الرأي في المجتمع الجزائري من خلال الحراك الاجتماعي إلى الأصناف التالية:

* العاملون على صعيد المؤسسات التعليمية والتربوية، من أساتذة الجامعات والمعاهد والمعلمين في مختلف المراحل التعليمية: حيث يتجلى دورهم في عملية التنشئة الاجتماعية، وتلقين مختلف القيم والمبادئ التي تعتمد على إبداء الرأي، وتعتمد أساسا على الكلمة المؤثرة والقدوة الحسنة.

* العلماء والأئمة والخطباء وأهل الفتوى وشيوخ الزوايا: حيث لا يخفى على أحد دور الدين في حياة المجتمع الجزائري، الذي كان ولا يزال يضفي هالة كبيرة من القداسة على العلماء والأئمة والخطباء وأهل الفتوى وشيوخ الزوايا، عبر المساجد بواسطة الخطب المسجدية والفتاوى والنصائح والتوجيهات، ويُمكن للملاحظ في مساجد القرى والأرياف والمدن ذلك الاحترام الكبير الذي يحظى به الأئمة من قبل المصلين والسكان على حد سواء.

* الأدباء والشعراء والقصاصون وكتاب المسرحيات: يؤكد التاريخ العربي والإسلامي أن الشاعر والخطيب والقصاص زاولت تأثيرها على نفسية الفرد العربي منذ عدة قرون، ولا يُستثنى من ذلك المجتمع الجزائري الذي يزرع بعدد كبير من فحول الشعراء الشعبيين أو الفصحاء تعدى ذكرهم حدود الوطن، ولا تزال الأجيال المتعاقبة تردد إبداعاتهم ومآثرهم.

* قادة الأحزاب السياسية العاملة: يتكون المسرح السياسي الجزائري اليوم من عدد من الأحزاب السياسية النشطة من مختلف الاتجاهات، والتي توظف عددا معتبرا من المناضلين يظهر دورهم المؤثر أثناء المواعيد الانتخابية والسياسية الوطنية.

ففي نتائج إحدى الدراسات الميدانية حول الاتصال الشخصي داخل المجتمع الجزائري ذكرت عينة من مجتمع البحث أنها تأثرت برأي مسؤول حزبي أثناء النقاش الذي صاحب حملة الاستفتاء حول ميثاق السلم والمصالحة الوطنية بالجزائر خلال شهر سبتمبر 2005⁽⁴⁸⁾.

وهو ما أكده الباحثان جون ريلي *J. W Riley* وماتيلدا ريلي *M. w Riley* على تأثيرات الجماعات الأولية والبنات الاجتماعية الأخرى في المجتمع على كل من المرسل والمستقبل وكذلك تأثير السياق الاجتماعي العام على عملية الاتصال⁽⁴⁹⁾.

* أعضاء المجالس المنتخبة الوطنية والمحلية: إن الأفراد هم نتاج خبراتهم وتأثيرات بيئتهم، وبيئة الأفراد هي التي تفرض عليهم نمط الاتصال، وهي التي تقوم بتشكيل القيم والاتجاهات والمعتقدات، والفرد يتأثر بمن حوله مثل العائلة والأصدقاء والزملاء ووسائل الإعلام، ثم بالمجتمع ككل، فالعديد من أعضاء المجالس المحلية والوطنية أضحوا ذوي تأثير ونفوذ محلي وربما وطني، نظرا لاحتكاكهم المتواصل بال جماهير في مختلف المناسبات الانتخابية.

* قادة النقابات والاتحادات وجماعات المصالح الموجودة: فهؤلاء يترجمون جماهير عمالية ومهنية، كنقابات الموظفين والصحفيين والأساتذة والمهندسين وغيرهم...

* رؤساء الجمعيات و ناشطو المجتمع المدني وجمعيات الأحياء: فهؤلاء لديهم احتكاك يومي مباشر بمختلف أفراد المجتمع، بحكم طبيعة عملهم.

* المجاهدون وقادة وأبطال ثورة التحرير: لا يزال هؤلاء دورهم المؤثر والفعال في التأثير على قطاعات واسعة من المجتمع، بالنظر إلى الدور الذي أدوه في تحرير الوطن من الاستعمار.

* رجال المال والأعمال: لما يتمتع به هؤلاء من نفوذ وسمعة داخل المجتمع الجزائري، حيث أن العديد منهم اكتسب مكانته من خلال مجموع الخدمات والمساعدات التي يتم تقديمها.

* رجال الإعلام من مختلف الوسائل الإعلامية العمومية والخاصة: حيث يمارسون دورهم القيادي على المستوى الفكري بواسطة عرض آرائهم حول القضايا الوطنية والدولية، عبر أعمدة الصحف ومنابر الإذاعة، وشاشات التلفزيون، وبرز ضمن هؤلاء كتاب الأعمدة في الصحف، وكبار المحققين والمذيعين.

* رؤساء النوادي الرياضية والرياضيون: خاصة المشاهير والنجوم الذين يتوسل إليهم المعلنون لزيادة المصداقية الإعلانية، والسياسيون لزيادة شعبيتهم في الانتخابات، وإعجاب الشباب بهم وتقليدهم لهم في المأكل والملبس والسلوك، ولا يخفى في هذا الإطار الشعبية الواسعة لعديد الرياضات بين الشباب الجزائري، ومنها كرة القدم.

* الفنانون والممثلون والمشاهير: يظهر دورهم في المجتمع الجزائري من خلال الأدوار التي يؤديونها في مختلف المناسبات عن طريق الألبومات الغنائية، والأفلام والمسلسلات...

* فئة كبار السن وشيوخ العشائر الذين يتصفون بالحكمة وبُعد النظر والقدرة على التأثير: غالبا ما تظهر لدى هؤلاء المشاركة الاجتماعية، والرغبة في التعاون ومساعدة الغير، تلجأ إليهم السلطات في عديد الأحيان لفك بعض النزاعات المستعصية.

* الموظفون الرسميون ممن تتيح لهم وظائفهم تكوين شبكة علاقات اجتماعية واسعة: فهؤلاء يستطيعون مزاولة نوع من التأثير على الجماهير، كطبيب الوحدة الصحية، والطبيب البيطري، ومهندس الزراعة وغيرهم...

2- كيف يتوزعون في النسيج الاجتماعي الجزائري؟

النتيجة الثانية: يتوزع قادة الرأي في المجتمع الجزائري على كل الفئات، سواء كانت غنية أم فقيرة، متعلمة أم أمية، مدنية أو حضرية.

3- ما هي أدوارهم ووظائفهم؟

النتيجة الثالثة:

يضطلع قادة الرأي بالعديد من الأدوار والوظائف ذات الطابع الاجتماعي، منها العفوي ومنها المخطط له المدروس.

4- ما هي أنواع التأثير التي يمارسونها؟

النتيجة الرابعة:

يشير بيركو *Berko* إلى التأثيرات البيئية في عملية الاتصال، حيث يرى أن الأفراد هم نتاج خبراتهم وتأثيرات بيئتهم، وبيئة الأفراد هي التي تفرض عليهم نمط الاتصال، وهي التي تقوم بتشكيل القيم والاتجاهات والمعتقدات، والفرد يتأثر بمن حوله مثل العائلة والأصدقاء والزعماء ووسائل الإعلام، ثم بالمجتمع ككل.

تعتبر المقدرة على ممارسة الاتصال الشخصي شرطا في نجاح العمليات الإعلامية المختلفة، وقد أجرى كانتريل *Cantril* و ألبورت *Allport* عدة تجارب لقياس قوة التجاوب لكل وسيلة من وسائل الاتصال، فكانت النتيجة هي فوز الاتصال الشخصي بالمرتبة الأولى (50).

نستطيع القول بناء على هذه النتيجة أن الاتصال الشخصي يتمتع بقوة نفوذ وفعالية في توجيه الأفراد قد تفوق فاعلية ونفوذ وسائل الاتصال الأخرى، وإن كان هذا لا يعني بأي حال من الأحوال التقليل من أهمية وتأثير وسائل الاتصال العامة، لأنها تؤدي دورا مكملا لدور الاتصال الشخصي في توجيه الرأي العام، وقد أثبتت الدراسات أن 70% من اتصالاتنا اليومية تتم بالاتصال الشفوي المباشر وأن من بين كل (10) دقائق نقضيها في حالة يقظة هناك (7) دقائق نمارس فيها الاتصال الشخصي بشكل كبير (51).

كما خلصت الدراسات إلى أن أكثر أنواع الاتصال تأثيرا هو الاتصال الشخصي المتمثل في المحادثات الشخصية في المرتبة الأولى يليها المناقشات الجماعية ثم الاجتماعات غير الرسمية في المرتبة الثالثة، وفي المرتبة الرابعة التلفزيون يليه الاجتماعات الرسمية في المرتبة الخامسة، وكانت السينما والتلفزيون والإذاعة في المرتبة السادسة والسابعة والثامنة على التوالي، ومما يزيد من قدرة الاتصال الشخصي التأثيرية تتمعه بقدرة فريدة على تحريك كل حواس الإنسان بخلاف الوسائل الأخرى (52).

5- كيف يمكن الاستفادة من موقع قادة الرأي للمساعدة في القيام بحملات سياسية واجتماعية وإعلامية لفائدة المجتمع الجزائري خاصة فيما يتعلق بمبادئ السياحة والتوعية والتوجيه؟

النتيجة الخامسة: إن تحليل وضعية قادة الرأي في المجتمع الجزائري تستدعي معرفة السياق العام الذي يتحرك فيه هذا المجتمع، باعتباره ينتمي إلى مصاف مجتمعات العالم الثالث المتسمة بالتخلف في جميع مجالات الحياة.

فمن حيث التركيبة الاجتماعية نجد المجتمعات العربية ومنها المجتمع الجزائري، وعلى الرغم من بعض التحولات تؤدي فيه العائلة والقبيلة... دورا محسوسا في حياة الأفراد وسلوكهم، إذ تعتبر في بلدان عربية كثيرة واحدا من مصادر التجنيد النخبوي مركزيا ومحليا⁽⁵³⁾.

كما يفترض في العلاقات بين أعضاء الأسرة أن تقوم على التعاون والمودة والتضحيات أو الالتزام التام الشامل وغير المحدود في جميع المجالات ودون تحفظ⁽⁵⁴⁾.

ومن جهة أخرى يحتل الأب التقليدي قمة هرم السلطة في العائلة، فيتوجه إلى أفرادها بالأوامر والنصائح والتهديدات، بينما يتوجهون إليه بالاستجابة والتأكيد على الطاعة والاحترام.

ومما يلفت النظر أن صورة الأب تعممت في المجتمع، فينظر الناس بالمنظور نفسه إلى الأستاذ وصاحب العمل والقادة والحاكم وغيرهم، ويتصرف هؤلاء في مواقعهم وكأنهم الأب⁽⁵⁵⁾.

النتائج الاجتماعية الاقتصادية، الاجتماعية الثقافية:

ما دام قادة الرأي هم مجموعة من الأفراد الذين لهم تأثير على سلوك الآخرين، نتيجة لتمييزهم من نواح مختلفة مثل: شخصيتهم، مهاراتهم، وإطلاعهم على الشأن العام، وغالبا ما يكونون أكثر استخداما لوسائل الاتصال من غيرهم، يمكن الاعتماد عليهم في العديد من الحملات ذات الطابع الاجتماعي التحسيسي التي تلجأ إليها الدولة من أجل تمرير رسائل معينة لخدمة المجتمع.

* من حيث التركيبة الاجتماعية نجد المجتمعات العربية ومنها المجتمع الجزائري، وعلى الرغم من بعض التحولات تؤدي فيه العائلة والقبيلة... دورا في حياة الأفراد وسلوكهم، إذ تعتبر في بلدان عربية كثيرة واحدا من أهم مصادر التجنيد النخبوي على المستوى المركزي والمحلي.

* الاعتماد على قادة الرأي بعد التعرف على من هم قادة الرأي في المجتمع الجزائري؟ كيف يتوزعون في النسيج الاجتماعي الجزائري؟ ما هي أدوارهم ووظائفهم؟ ما هي أنواع التأثير التي يمارسونها؟ وكيف يمكن الاستفادة من مواقعهم؟

* استغلال وتجنيد بعض جمعيات المجتمع المدني للترويج لبعض المشاريع المجتمعية الظرفية كالتخابات وغيرها... وهو ما يتناسب مع طبيعة المجتمع الجزائري الذي يولي أهمية قصوى للروابط الاجتماعية والتقليدية، المبنية على الاتصال المباشر.

خاتمة:

إن دراسة الاتصال مهما كان نوعها لا يمكن فصلها عن سياقها الاجتماعي والحضاري الذي تحدث فيه.

ولا شك أن الاتصال الشخصي كما لاحظنا يرتبط بالسياق السياسي والاجتماعي للمجتمع الجزائري، فقد تم الاعتماد عليه سواء بصفة عفوية، أو بصفة مخطط لها، ولا يزال لهذا النوع من الاتصال حضوره القوي داخل المجتمع الجزائري، بمختلف فئاته وفي كل المناسبات وأبرزها المناسبات السياسية، فقد رأينا دوره الفعال في تقوية الإقناع بجدوى ميثاق السلم والمصالحة الوطنية بنسب معتبرة.

كما تم تفضيل جزء من عينة البحث لهذا النوع من الاتصال عبر تفضيلها للمناقشات الفردية.

لذلك يمكن الاعتماد على هذا النوع من الاتصال في مجالات أخرى كالعلاقات العامة والتنمية المحلية، والسياسة، وغيرها من القطاعات ذات الأهمية الإستراتيجية لمجتمعنا المتسم بطبيعته الانتقالية، التي تجمع بين العصري والتقليدي في مختلف العلاقات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية.

كما يمكن الاستنتاج أن الاتصال الشخصي له دور هام في حياة الأفراد، وترتبط تلك الخصوصية بازدواجية وتعدد وتشابك وتعقد السمات الاجتماعية داخل كل فئة أو جماعة ولتعدد تلك السمات تتعدد وتتفاوت الأفكار والقيم المتداولة داخل تلك الجماعات والفئات، وفي مقابلة تلك الأفكار والقيم تتفاوت السلوكيات والأنشطة والاتجاهات المختلفة داخل الجماعات والفئات، وتختلف أدوار الاتصال الشخصي باختلاف نوع وخصوصية الهدف.

وحق نوضح هذا الدور الخاص يجب أن نفرق بين الاتصال الشخصي الرسمي الذي يتحقق من خلال الأجهزة والقنوات الرسمية، وهو اتصال يقوم على أسس محددة ومبادئ معينة صيغت ووضعت وفقا لخطة تحكمها أهداف التنمية المختلفة الاجتماعية والثقافية والاقتصادية والتربوية والأيدولوجية السائدة في الدولة، وبين الاتصال الشخصي غير الرسمي، وهذا النوع الأخير من الاتصال لا ينقل بالضرورة فكر المجتمع ولا يتخذ المعلومات الصحيحة محورا لمادته، بل قد تكون تلك المادة بعيدة عن أهداف المجتمع الفكرية والثقافية والتنموية، هذا النوع من الاتصال قد يتم بطريقة عشوائية وغير واعية بين جماعات أمية غير قادرة على التحليل وإدراك واستنتاج الفكر الحديث وجوهره وموقفه من القيم والمعتقدات الأصيلة في المجتمع.

وإذا كانت الحكومة الجزائرية قد ركزت غداة الاستقلال مباشرة على تقوية وسائل الإعلام السمعية البصرية التي لا تزال تحتكرها إلى يومنا هذا؛ وبدرجة أقل الصحافة المكتوبة، مانحة لها الدعم الكافي مقابل مردود ضعيف في عمومها على مستوى الرسالة والأداء معا، حيث لم يكن هناك اهتمام كاف بالعديد من مظاهر الاتصال الأخرى وفي مقدمتها الاتصال الشخصي الذي كان بالإمكان الاستفادة منه في مجالات الاتصال الاجتماعي والتوعية والتوجيه، ماعدا بعض المحاولات المعزولة في السبعينيات من القرن الماضي، وهو ما يتناسب مع طبيعة المجتمع الجزائري الذي لا يزال يولي أهمية قصوى للصلوات والروابط الاجتماعية والتقليدية، المبنية في أغلبها على الاتصال المباشر بين أفراد المجتمع، فقد آن الأوان لتنوع مظاهر الاتصال في المجتمع لتؤدي أدوارا متكاملة.

إذ يمكن الجمع بين الاتصال بنوعيه الشخصي والجماعي من أجل تحقيق التكامل بينهما حيث لا يمكن الاعتماد على واحد منهما وإهمال النوع الآخر، فإذا كان الأول ضرورة اجتماعية وواقعية، فإن الثاني ضرورة عصرية تقتضيها ظروف التطور التكنولوجي المتسارع.

في هذا الإطار كان من الممكن الاستفادة من تجارب بعض البلدان الإفريقية والآسيوية والأمريكية الجنوبية؛ كمصر ونيجيريا والهند والبرازيل التي اعتمدت في الحملات الإعلامية التي باشرتها على الاتصال المباشر من أجل بلوغ أقصى الأهداف بأيسر السبل وأفضل النتائج، خاصة فيما يتعلق بتنظيم النسل والإقناع بضرورة استخدام المستحدثات التكنولوجية في الزراعة على وجه الخصوص.

الهوامش:

- 1- صفوت مصطفى العالم، وسائل وأساليب الدعاية الانتخابية في النظم السياسية المختلفة، دراسة حالة للإنتخابات النيابية في مصر 1984، رسالة دكتوراه، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1987.
- 2- عزى عبد الرحمان، وسائل الاتصال والمجتمع الريفي في العالم العربي: أزمة المنطلق و تمدن الرسالة، المجلة الجزائرية للاتصال، العددان 6 و 7 ربيع و خريف 1992، معهد علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر، ص ص 116-117.
- 3- عبد الرزاق جلالي، علم الاجتماع بين الالتزام والأدائية، المستقبل العربي، العدد 146، أبريل 1991.
- 4- عزى عبد الرحمان، وسائل الاتصال والمجتمع الريفي في العالم العربي: أزمة المنطلق و تمدن الرسالة، "دراسة ميدانية"، مجلة بحوث، جامعة الجزائر، 1992.
- 5 - Charles.H. Cooley, *Social Organisation*, (NewYork, 1909), p 61.
- 6- عاطف عدلي العبد، المداخل الأساسية لدراسة علم الاتصال، (القاهرة: دار الهاني للطباعة والنشر، 1988)، ص 83.
- 7- وليد وادي النيل مسعود حجازي، علاقة الاتصال الشخصي بين المراهقين بالمعرفة من الصحف: دراسة مسحية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام وثقافة الطفل، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس 2000، ص ص 50-51.
- 8- Peter Hartley, *Interpersonal Communication*, (London and, New York : Routledge, 1993),p 5.
- 9-Ernest.G. Bormann, Nancy Bormann « *Speech communication: A basic Approach* » 4th ed (New York: Harper and Row publishers, 1986, pp 114 – 115.
- 10- نسمة أحمد البطريق، سوسيولوجية الاتصال الشخصي والدور الخاص في دول العالم النامي، قسم البحوث بمركز النيل للإعلام والتعليم والتدريس، مجلة النيل، السنة العاشرة، العدد 39 أكتوبر 1989 ص ص 73-80.
- 11- محمد عودة، أساليب الاتصال والتعبير الاجتماعي، (الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 1998)، ص 111.
- 12-Carr.J.B, *Communication and Relating*, (New York: The Binyamin,Comming Publishing.INC 1979-m p 33.
- 13- عبد الفتاح عبد النبي، المؤثرون:دراسة نموذج أئمة المساجد في بناء الاتصال،(القاهرة:النهضة المصرية، 1995)، ص ص 37-39.
- 14- قدرى حفي، الاتصال الشخصي حاجة إنسانية، بحوث الاتصال ... مرجع سابق، ص ص 50-56.
- 15- سمير محمد حسين، الإعلام والاتصال بال جماهير والرأي العام، (القاهرة: عالم الكتب، 1984)، ص ص 96-106.
- 16- جيهان أحمد رشدي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، (القاهرة: دار الفكر العربي، 1975)، ص 345.
- 17- Everett .M. Rogers, *Modernization among peasants: the impact of communication*, (New York: Holt Rine Hart and Zinston INC 1969, p 125.
- 18- محمد القريوتي، السلوك التنظيمي، (عمان: مطبعة بنك البتراء، 2000)، ص 9.
- 19- المكان نفسه.
- 20- إيهاب زريق، الإدارة: الأسس والوظائف، (القاهرة: دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، 2001)، ص 151.
- 21- عبد الله حميس العجمي، أثر النمط القيادي لدى مديري المدارس الحكومية في منطقة مبارك الكبير في دولة الكويت على إبداعهم الإداري من وجهة نظر المعلمين، قسم الإدارة وأصول التربية، كلية التربية، جامعة اليرموك، 2006.
- 22- محمود إبراهيم، المبروق: قاموس موسوعي للإعلام والاتصال (فرنسي-عربي)، (الجزائر: منشورات المجلس الأعلى للغة العربية، 2004)، ص 337.

- 23- هويدا عدلي، قادة الرأي: المفهوم والمنهج، المجلة الاجتماعية القومية، المجلد 29، العدد 02، القاهرة، مايو 1992، ص 57.
- 24- أفريت.م. روجرز، الأفكار المستحدثة وكيف تنتشر، ترجمة سامي ناشد، (القاهرة: عالم الكتب، 1962)، ص 260.
- 25- جوردن مارشال، موسوعة علم الاجتماع، المجلد الأول، ترجمة محمد الجوهري (وآخرون)، (القاهرة: المجلس الأعلى للثقافة، 2006)، ص 122.
- 26- ولفرد لانكستر: نظم استرجاع المعلومات، ترجمة: حشمت قاسم، (القاهرة: مكتبة غريب، د.س.ن)، ص ص 413-418.
- 27- <http://www.jusf.net/vb/archive/index.php/t-5697.html>
- تاريخ التصفح: 03 ماي 2012.
- 28- مجموعة من المؤلفين، الموسوعة العربية العالمية، الجزء (08)، (الرياض: مؤسسة أعمال الموسوعة للنشر والتوزيع، 1996)، ص ص 286-309.
- 29- محمد أحمد درويش، سكان العالم العربي: الواقع والمستقبل، دراسة ديمغرافية، الجزء الثاني، (القسم الإفريقي)، (الرياض: مكتبة العبيكان، 2003)، ص 737.
- 30- محمود علم الدين وأميرة العباسي، إدارة المؤسسات الصحفية في الوطن العربي: المبادئ الأساسية وحالات تطبيقه، (القاهرة: د.د.ن، 2002)، ص ص 62-63.
- 31- إبراهيم إمام، الإعلام والاتصال بالجماهير، الطبعة الثانية، (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 1975)، ص 64.
- 32- مختار التهامي، الرأي العام والحرب النفسية، (القاهرة: دار المعارف، 1967)، ص ص 27-42.
- 33- أنظر موقع اليونسكو على الانترنت (إحصائيات) www.Unesco.com
- 34- William Corn Houser, *the politics of society*, (New York: the free press 1959), p 67.
- 35- عبد الله بوجللال، استخدام وسائل الاتصال في التنمية بالبلدان النامية في عزى عبد الرحمان (وآخرون)، عالم الاتصال، (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1992)، ص 278.
- 36- حمدي قنديل، وسائل الاتصال والتكامل العربي، المستقبل العربي، السنة العاشرة، العدد 107، بيروت، 1988، ص 43.
- 37- المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، الثقافة ووسائل نشرها في الوطن العربي، (تونس: إدارة الثقافة، 1994)، ص 150.
- 38- المكان نفسه.
- 39- عصام سليمان موسى، الثقافة الإعلامية العربية، مجلة العلوم الاجتماعية، المجلد السادس عشر، العدد الرابع، الكويت، يناير، 1988، ص 257.
- 40- محمد عبد القادر أحمد، دور الإعلام في التنمية، (بغداد: دار الرشيد للنشر 1982)، ص 272.
- 41- نسمة أحمد البطريق، سوسيولوجية الاتصال الشخصي والدور الخاص في دول العالم النامي، قسم البحوث بمركز النيل للإعلام والتعليم والتدريس، مجلة النيل، السنة العاشرة، العدد 39 أكتوبر 1989 ص ص 73-80.
- 42- عزى عبد الرحمان، الفكر الاجتماعي المعاصر والظاهرة الإعلامية الاتصالية: بعض الأبعاد الحضارية، (الجزائر: شركة دار الأمة للطباعة والترجمة والنشر والتوزيع، 1995)، ص 115.
- 43- المرجع نفسه، ص 147.
- 44- المنصف وناس، الدولة والمسألة الثقافية في الجزائر، (تونس: المطبعة العربية، د.ت.ن)، ص 8.
- 45- عبد الباسط محمد، أصول البحث الاجتماعي، الطبعة 11، (القاهرة: مكتبة وهبة، 1990)، ص ص 221-222.
- 46- شوية سيف الإسلام، السوسيولوجيا في المجتمعات العربية المعاصرة بين الطروحات الغربية ومحاولات تشكيل خصوصيات فكرية واجتماعية في عبد القادر لقجع (محرر)، علم الاجتماع والمجتمع في الجزائر؛ أعمال الملتقى الوطني حول علم الاجتماع "علم

الاجتماع والمجتمع في الجزائر: أية علاقات؟" وهران أيام: 4، 5 و6 ماي 2002، منشورات دار القصبة، الجزائر 2004، ص 51-52.

47- ذوقان عبيدات (وآخرون)، البحث العلمي: مفهومه وأدواته وأساليبه، الطبعة الخامسة، (عمان: دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، 1996)، ص 113.

48- جمال العيفة، الاتصال الشخصي ودوره في العمل السياسي: دراسة ميدانية حول استفتاء ميثاق السلم والمصالحة الوطنية بالجزائر (29 سبتمبر 2005)، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر-بن يوسف بن خدة-، جانفي 2008، ص 252.

49- M. w Riley and J. w Riley, « Mass Communication and Social System » Jm R.K Morton and al, Sociology Today, Basic Book, New york, 1959, pp 531-578.

50- w. Schramm (Ed), the process Effects of Mass communication, (Urbana: university of Illinois press, 1961), pp3-6.¹

51- سامي عبد العزيز، مهارات الاتصال الشخصي، مجلة النيل، قسم البحوث بمركز النيل للإعلام والتعليم والتدريب، القاهرة، السنة العاشرة، أكتوبر، 1989، ص 67.

52- محمد كامل الكردي، العلاقات العامة: عالم الإعلام وفن الاتصال، (القاهرة: مكتبة عين شمس، 1997)، ص 114.

53- حليم بركات، المجتمع العربي المعاصر: بحث استطلاعي اجتماعي، (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 1984)، ص 220-280.

54- المرجع السابق، ص 176.

55- المرجع نفسه، ص 180.