

الاتصال الجمعي في الجزائر: قراءة في المؤشرات والدلالات

ASSOCIATIVE COMMUNICATION IN ALGERIA : READING IN INDICATORS AND SIGNIFICATIONS

COMMUNICATION ASSOCIATIVE EN ALGERIE : LECTURE EN INDICATEURS ET SIGNIFICATIONS

د. فاطمة بخوش، أ. كريمة عثمان.

جامعة صالح بوبنيدر: قسنطينة 03، الجزائر.

جامعة محمد الشريف مساعدي: سوق أهراس، الجزائر.

تاريخ النشر: 2018/07/01

تاريخ القبول: 2018/06/21

تاريخ الإرسال: 2018/06/21

ملخص: يهدف هذا المقال للتعرف على الإتصال الجمعي من خلال مقارنة الجمعية كبنية تواصلية في مختلف أبعادها المؤسساتية والعمومية والوظيفية والعلائقية والتسويقية، والوقوف على جانب الالتقاء والاختلاف بين النموذج الاتصالي الجمعي والمؤسسي والعمومي والتسويقي، ثم التطرق لرصد أم المعالم الاتصالية التي عرفها تطور الحركة الجمعية في الجزائر منذ الاستقلال إلى يومنا هذا، من أجل فهم مفارقة الحضور الكمي والغياب النوعي للجمعيات في الفضاء العمومي، ثم التوصل لأهم العوائق التواصلية التي ساهمت بشكل أو بآخر في تعميق الفجوة بين زيادة عدد الجمعيات وتناقص فاعليتها.

الكلمات المفتاحية: الاتصال الجمعي، الحركة الجمعية بالجزائر، الجمعية.

Abstract: This article aims at intended to recognize the associative communication through by approach to the associations in its various institutional dimensions, general, functional, relational and marketing dimensions and to identify the aspects of convergence and difference between the communication model associative, institutional, public and marketing. Since then, it has dealt with the main communication benchmarks known for the development of the associative movement in Algeria since independence to date, in order to understand the paradox of the qualitative quantitative presence and absence of associations in the public space, the most important communication barriers that have contributed in one way or another to deepen the gap between the increase in the number of collection and their effectiveness decreases.

Keywords : Associative Communication ; Association Movement in Algeria ; Association.

Résumé: Cet article vise à identifier la communication associative à travers approcher l'association en tant que structure de communication dans ses différentes dimensions institutionnelles, générales, fonctionnelles, relationnelles et marketing, et d'identifier les aspects de convergence et de différence entre le modèle de communication associatif, institutionnel, public et marketing. Depuis en traitant les principaux repères de communication connus pour le développement du mouvement associatifs en Algérie depuis l'indépendance à ce jour, afin de comprendre le paradoxe de la présence quantitative et l'absence qualitatives des associations dans l'espace public, puis atteindre les barrières de communication les plus importantes qui ont contribué d'une manière ou d'une autre pour approfondir l'écart entre l'augmentation du nombre de collecte Et leur efficacité diminue.

Mots clés : Communication associative ; Mouvement associatif en Algérie ; Association.

مقدمة:

يظل مفهوم الاتصال الجماعي مفهوما غربيا حديثا، صنعته و أوجدته التحولات التي عرفتتها المجتمعات الغربية، نتيجة أزمة المؤسسات المجتمعية التقليدية وإعادة تشكّل مفهوم المواطن، ضعف وتراجع شرعية الدولة، هيمنة الايدولوجيا الليبرالية وغياب القطاع الخاص، بالإضافة إلى التحولات العميقة في المجال الإعلامي وظهور أشكال إعلامية وتواصلية تتيح للمواطنين المشاركة في المشروع المجتمعي، حيث اكتسب (الاتصال الجماعي) أدواته واتجه أكثر نحو المهنية والمأسسة، متخطي بذلك معنى الإحسان، مستمدا قوته من سياسات اتصالية تهدف إلى المشاركة في عمليات التنمية ومحاربة الفقر ومساندة الفئات الهشة في المجتمع، والضغط على المؤسسات العالمية لإعادة النظر في طرق وأساليب عملها.

إن كان الفكر الجماعي كفلسفة تطوعية تضامنية ليس بغريب عن الثقافة العربية، فإن أساليبه قد استمد من التفاعل الشخصي والتلقائي المحدود في الانتماءات العائلية والقبلية، مما جعل نقله إلى رحاب الاحترافية والمهنية، يتطلب استحداث أدوات ونماذج اتصالية فاعلة ليكون مجالا مفتوحا للمسائلة وللإشراك والمشاركة والمكاشفة، غير أن التسرع باستعارة أدوات وتقنيات اتصالية جاهزة من الفكر الغربي والاعتماد على عدة تسويقية ونظريات ومقاربات غربية، جعل من توظيف الاتصال الجماعي كممارسة اتصالية علمية ممنهجة تفتقر نوعا ما للتكييف وإضفاء المحلية الذي توجبه فكرة الإسترداد، خاصة أن مسألة الاتصال الجماعي تتسم بطابعها المركب كظاهرة تتداخل في بنائها وتشكلها الجوانب السياسية والإعلامية والمؤسسية والاجتماعية والثقافية، مما يجعل اختزالها في أبعادها التقنية والمهنية والإجرائية الصرفة بعيدا عن الإطار المجتمعي والثقافي الذي ينشأ فيه الاتصال ويتشرب قيمه، أمرا غير ناجح.

من هذا المنطلق سنحاول في هذه الورقة مقارنة الاتصال الجماعي من خلال التركيز على المحاور التالية:

- إثارة النقاش حول الاتصال الجماعي كمفهوم يتداخل مع مفاهيم ومصطلحات أخرى.
- استخراج خصائص الاتصال الجماعي.
- قراءة في واقع الاتصال في الوسط الجماعي الجزائري ورصد أهم التحولات التي عرفها.

1- الاتصال الجماعي: توصيف المصطلح:

الاتصال الجماعي مفهوم مركب يحتاج إلى تفكيك من أجل فهمه بصورة أوضح:

- **الاتصال:** لو بحثنا في الأدبيات المتخصصة، العربية والفرنسية والإنجليزية عن معنى الاتصال اصطلاحا لما عثرنا على تعريف موحد لمصطلح الاتصال، فالتعريفات كثيرة تعكس تعدد المقاربات التي ساهمت في بناء المفهوم، إلا أنها متقاربة في المعنى الأساسي والعام، لكونها تحمل معنى التفاعل والعلاقة والمشاركة، ويمكن القول أن الاتصال هو تبادل إشارات ومعلومات بين مصدر بث ومتلقي (العزوي م.، 2007، 60).
- **الجمعية:** جاء في موسوعة Universalise تعريف الجمعية "على أنها مجموعة من الأفراد المتطوعين والقادرين، يتعاقدون فيما بينهم على توظيف مهاراتهم وأنشطتهم لأهداف غير تجارية" (رحايل، 2010، 19).

ولمزيد من التدقيق في فهم البناء الجماعي، حصرنا أهم الملامح الأساسية للجمعية التي وضعها الباحثون من 12 دولة في مشروع بحث دولي لجامعة جونز هوبكنز الأمريكية في ما يلي (بوصنوبر، 2011: 18):

- الجمعيات منظمات تطوعية إلى حد ما، أي أنها إرادية واختيارية.
- لا توزع الأرباح على مجلس الإدارة أو أعضائها.
- لا تسعى للربح المادي، فهدفها اجتماعي وإنساني وليس تجاري.
- لها استقلاليتها وإدارتها الذاتية.
- لها هيكل رسمي معترف به قانوناً ومنظماً تنظيمياً إدارياً محكماً.
- غير سياسية، حيث لا يتحكم في برامجها أحزاب أو مرشحين لمناصب سياسية.

من خلال التعريفات السابقة توصلنا إلى مجموعة من الاستنتاجات يمكن إدراجها في التالي:

- أن الجمعية هي مؤسسة وذلك لوجود خاصية التنظيم القائم على التعاقد، وتحمل رسالة أو مشروعاً، تستخدم تقنيات وأدوات، وهو ما يعني وجود خاصية الإدارة أو التسيير والمأسسة من خلال تحويل مدخلاتها (التبرعات، المهارات والأنشطة) إلى مخرجات (تحقيق أهداف غير ربحية).
- وجود خاصية الطوعية وعدم الربحية في تحديد مفهوم الجمعية، يقودنا للحديث عن نوع خاص من المؤسسات، وهو المؤسسات الغير ربحية، والتي تختلف عن المؤسسات الربحية كون الجمعيات مموله من [ر]ف المساهمين كما تحصل على تعويضات من خلال ميكانزمات السوق، في حين أن الجمعيات تحصل على التمويل من [ر]ف السلطات العمومية أو من خلال الواهبين بالمال أو الوقت (المتطوعون في العمل).
- تهدف الجمعيات لخدمة الصالح العام مما يجعلها تشترك مع المؤسسات العمومية في نفس الوظيفة، إلا أنّ استقلال الجمعية عن الدولة وعن الأحزاب السياسية هو الحد الفاصل بين الجمعية والمؤسسة العمومية.
- الجمعية بما هي تعاقد وتنظيم وتوظيف مهارات فهي إذا بنية تواصلية، وبالتالي لا يمكن الحديث عن جمعيات بعيد عن الاتصال والبعد العلائقي، وإن كان تعريف الجمعية قد ركز فقط على التفاعل أو الاتصال الداخلي باعتبارها تنظيم مغلق متناسياً علاقة الجمعية بعموم الجماهير.

من هذا المنطلق يمكن القول أن الاتصال الجماعي يعني كافة الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها الجمعية في إدارة علاقتها مع جمهورها الداخلي والخارجي لخدمة الصالح العام، بطريقة طوعية ومستقلة داخل إطار قانوني معترف به.

2- خصائص الاتصال الجماعي:

من خلال ما سبق يمكن رصد أهم خصائص الاتصال الجماعي في النقاط التالية:

2-1 الاتصال الجماعي اتصال مؤسسي:

إذا كانت الجمعية نوع من المؤسسات الغير ربحية، فإن الاتصال الجماعي هو أيضاً اتصال مؤسسي وبالتالي يحمل نفس أبعاده وخصائصه، الذي حددها الباحثين في بعدين (العزوي، 2007: 17):

- بعد تسويقي يتعلق موضوع الاتصال بالمنتج أو الخدمة، ويتوجه بالأساس صوب جماهير المؤسسة في بيئتها الخارجية.

- بعد مؤسسي تكون المؤسسة هي موضوع الاتصال وان يكون الاتصال ذو علاقة بهوية الجمعية وصورتها، سواء كانت موجهة لجمهور داخلي أو خارجي.
- الاتصال الجمعي اتصال تسويقي:** يتعلق بالرسالة أو الخدمة التي تقدمها الجمعية ويتوجه بالأساس صوب جماهير الجمعية في بيئتها الخارجية.
- الاتصال الجمعي اتصال مؤسسي:** تكون المؤسسة هي موضوع الاتصال وأن يكون الاتصال ذو علاقة بهوية الجمعية وصورتها سواء كانت موجهة لجمهور داخلي أو خارجي.

وعموما تتعامل الجمعية مع الجماهير الداخلية والخارجية التالية (وهايبي، 2006: 45):

- **المتعاطفون Sympathisants:** هم يعرفون الجمعية يشاركون بطريقة ثانوية، لكنهم غير ملزمين بشكل دلالي. هدف الجمعية هو الحفاظ عليهم مع دراسة الأفراد الأكثر قابلية للالتحاق بالحركة، وإعطائهم فرصة لتوليد التزاماتهم (مثال يصبحوا أعضاء). وتعتمد في ذلك على جملة من التقنيات كتنظيم التظاهرات أو تنظيم أبواب مفتوحة.
- **الأعضاء Adherants:** درجة اشتراكهم معتدلة هدف الجمعية هو جعلهم أوفياء لها، بإعطائهم فرص تطوير معارفهم حول قضية الجمعية، ومنحهم فرصة تولي مسؤوليات الجمعية بطريقة منتظمة، والوسائل الأكثر اعتمادا من قبل الجمعيات: الاشتراكات في جريدة الجمعية، المشاركة في تنظيم الأحداث، دعوتهم لحضور اجتماعات اللجان المحلية، المشاركة في انتخاب الممثلين الجهويين.
- **المتطوعون:** هم المتطوعون الذين يشهد لهم بالمستوى العالي من الالتزام، هم يقدمون وقتهم وأموالهم للجمعية، ويتحملون المسؤولية، ويشاركون في تسيير الجمعية. إذ لا بد من تجنيد وسائل من أجل الحفاظ على تحفيزهم، وإحساسهم بالانتماء للجمعية أكثر من إحساسهم بمشروع الجمعية. هدف الجمعية هو الاحتفاظ بالعناصر الجيدة وتحسين فعاليتهم. وقصد بلوغ هذه الأهداف، هناك وسيلتين هامتين: اقتراح مشروع محرك ومحفز وسماع ملاحظاتهم قصد فعالية التنظيم.

2-2 الاتصال الجمعي اتصال عمومي:

تشارك الجمعية مع المؤسسة العمومية في فكرة خدمة الصالح العام، مما يجعل الاتصال الجمعي يحمل بعض خصائص الاتصال العمومي، لكون الباحثين يجمعون أن خدمة القضايا ذات الصالح العام يمثل المقياس الرئيس لتحديد ماهية الاتصال العمومي، كما أنّ الدولة هي المفعل الأساسي لآليات التواصل العمومي (الحمامي، 2007: 21) وهو مبدأ مناف لعمل الجمعية الذي يقتضي الاستقلالية عن الدولة ومرافقتها، بل والسعي لجعلها محل بحث ومسائلة.

2-3 الاتصال الجمعي اتصال وظيفي وعلائقي:

حاولت التنظيمات الجموعية الناشطة في المجال الاجتماعي والإنساني تنويع رسائلها، تطوير بعض الأشكال المهنية الذي يتطلبها أي عمل مؤسس من خلال إدارة مشاريعها وتكوين سياساتها الاتصالية، هذه الأفعال الاتصالية أثارت جدلا بين الباحثين أمام تنوع أهداف ورؤى الجمعيات: الإعلام، التواصل مع الجمهور، بناء وتشكيل صورتها إثارة الجمهور للتطوع وتلبية حاجاتها المالية... من أجل ذلك تلجأ للاتصال وتقنياته بطريقة مستوحاة من عالم السلع وتكييفها مع رسائلها الإنسانية وقيمها التضامنية، وبالتالي تنقسم النظرة للسياسة الاتصالية للجمعية إلى جانبين: جانب اتصال وظيفي ومبني على مبادئ التسويق، واتصال علائقي قائم على المشاركة والتوعية، وقد ناقش هذا النوعين من الاتصال الباحث **Eric Dacheux** تحت مسمى التسويق الجموعي في الإستراتيجية الاتصالية للمنظمة الجموعية كمقاربة بديلة للاتصال الوظيفي الاختزالي والمحدود في أبعاده الإقناعية، من أجل إضفاء القيمة العلائقية للاتصال التي هي لبُّ وجوهر العمل الجموعي التطوعي التضامني ((carion, 118.2010).

- **الاتصال الجموعي اتصال وظيفي**: حسب **دومنيك وولتون Dominique Wolton** هو اتصال يلي حاجات اقتصادية ويكون في المجتمعات المفتوحة من أجل تبادل السلع والخدمات ومن أجل المحافظة على التدفقات الاقتصادية والمالية أو الإدارية وتلعب القواعد دورا مهما من أجل تحقيق الفعالية المرتبطة بضرورات ومنافع، غير أن هذا النوع من الاتصال لم يعد قادرا على تلبية تطلعات المؤسسات الغير ربحية حيث ظهر في السبعينات مصطلح التسويق الاجتماعي **P. Kotler et G.Zaltman** والذي ضم أيضا الإشهار الاجتماعي حيث تم تطبيق مفاهيم التسويق وأفكاره المطبقة على المؤسسات الخاصة والتجارية للترويج لأفكار ورسالة الخدمة العمومية، وقد قدم بذلك التسويق بمنهجياته المعتمدة وتطبيقه على مختلف المؤسسات التي تنتمي للحقل الاقتصادي السياسي الإداري والاجتماعي، من أجل خلق السلوك المرغوب لدى المتلقي، وهو ما جعل تقنياته أحد وسائل الجمعيات حيث استخدمت بدورها الاتصال الوظيفي، ويشجع هذا الموقف **Jean-Paul Flipo** مؤكدا أن الجمعيات كغيرها من المؤسسات تعمل ضمن منطق تسويقي من أجل إحداث التأثير المطلوب في السلوكيات والاتجاهات، بالاعتماد على تقنيات التسويق التي تسمح بالترويج للأفكار وبناء صورة أكثر إقناعا، والحصول على دعم وتمويل وكسب ثقة الجمهور، ويعمل التسويق على محورين متكاملين دراسة احتياجات جمهورها وتحليل الوسائل التي تسمح بتحريك الموارد الضرورية لتلبية الحاجات.

- **الاتصال الجموعي اتصال علائقي**: حسب **Eric Dacheux** فإن الاتصال الجموعي قائم على أسس التقاسم، وهو ناتج عن تداخل جانبين **اتصال تشاركي** قائم على متعة التبادل واكتشاف الآخر والتقاسم والتفاهم والتفاعل الذي يسمح بتشكيل هوية الجمعية، و**اتصال معياري** فإنه مؤسس على فكرة أن علاقة الفرد بالآخر تتشكل من خلال شعائر وقواعد، ومعايير اجتماعية وثقافية تضبط هذه العلاقة وتديرها.

وبالتالي فإن الاتصال الجموعي هو بناء وإدارة للعلاقات وتقاسم للمعاني تؤلفها أبعاد معيارية وقواعد أخلاقية تتمثل في الالتزام والطوعية والتشاركية من خلال الالتزام بمبادئ الثقة في الذات وفي الآخر وفي رسالة الجمعية. ((carion, 2010.198).

إن التفرقة بين الاتصال الوظيفي والاتصال العلائقي شبيهة بتلك التي قدمها **هابرماس** في تفرقة بين العقلانية الأداتية والعقلانية التواصلية، حيث انطلق من فكرة نقدية اعتبر فيها أن العقلانية الأداتية وقعت في براثن اللاعقلانية فضلا عن

تراجع الإنسان المؤنس وميلاد الإنسان ذي البعد الواحد، لذا عمل هابرماس على نقد العقلانية الأداتية التي غالت في التقنية والتقدم الصناعي على حساب إنسانية الإنسان وبالمقابل أحلَّ العقلانية التواصلية مشروعاً بديلاً في مزاجية عقلانية متبصرة تروم الحوار والتواصل بين الدوات وتعيد للإنسان إنسانيته الضائعة، محوراً الاتفاق وهدفها بلورة إجماع يعبر عن المساواة داخل فضاء عام ينتزع فيه الفرد جانباً من ذاتيته ويدمجها في المجهود الجماعي الذي يقوم على التفاهم والتواصل، وإن كانت الجمعية مطالبة بالجمع بين المقاربتين ما دام الاتصال هو الوسيلة وهو الغاية.

➤ **تقنيات الاتصال العلائقي:** ويمكن حصر أهم تقنيات الاتصال العلائقي في ما يلي (libaert, 2014.12):

- **الشهادات الحية:** تقديم شهادات حية لأشخاص استفادوا من الجمعية ونقل خبراتهم وتجاربهم موثقة من خلال صور أو على شكل فيديو... ويمكن إضافتها لموقع الجمعية، وهو ما يمنح مصداقية وشفافية أكثر للجمعية ويحفز على إظهار الجانب الانفعالي وكسب تعاطف الجمهور، وذلك بالاعتماد على الشهادات الحية التي تقدم. وفي هذا الجانب يفيد أيضاً ما يعرف في وسط الاتصالي LE STORYTELLING أي تقديم الرسائل في شكل قصص سردية ويستخدم هذا النوع من التقنيات لإضفاء البعد الإنساني على صورة المؤسسة، ويمكن أن توظف الجمعيات هذه التقنية بسرد قصة مثلاً حول طفل يتيم استطاعت الجمعية إنقاذه من الانحراف وضمان التعليم....إلخ.
- **الرعاية/الإحتضان:** إن الجمعية حريصة على أن تنتقي الأشخاص الذين يتمتعون بالنزاهة وإنسانية لتقبل بهم كمتطوعين، لأن اختيار متطوعين وحاضنين مشكوك في سمعتهم قد يشوش على سمعة الجمعية ويؤثر على مسيرتها وأهدافها ويجعلها فريسة سهلة للإشاعات، ويجعل منها محل مساءلة وتشكيك لذلك ويجب أن يكون الراعي مدرك لرسالة الجمعية ومؤمن بأهدافها.
- **التركيز على البعد الرمزي:** تسعى الجمعية بإضفاء البعد الرمزي على هويتها بالتأكيد على مشاعر الانتماء والتلاحم الذي يطبع اتصالها الداخلي والذي يظهر الجانب العلائقي بين الأعضاء في مختلف التظاهرات والمناسبات وهو ما يمنحها هوية ثابتة وشخصية متماسكة بإظهار اللطف التودد تبادل الابتسامات كلها اتصالات غير لفظية تمنح مصداقية أكبر للجمعية وتكثف من بعدها الرمزي.
- **معايشة الوضعية:** وذلك بتجريب الجمعية للخبرات التي يعيشها الأشخاص كدخول عالم الصم البكم، دخول الأحياء الفقيرة وتقاسم معاناة الأشخاص والإحساس أكثر بالأمهم من خلال القرب والجوارية التي تمنح الجمعية الإنسانية التي تتطلبها أي عمل تطوعي.

3- واقع البنية التواصلية في الوسط الجماعي بالجزائر:

من منطلق كون الجمعية هي بناء اتصالي يتدخل في أبسط مكونات التنظيم، فهو ليس مجرد عنصر مستقل في الجمعية وإنما هو صيرورة حتمية، فقد حاولنا تتبع تطور الحركة الجمعوية في الجزائر انطلاقاً من التحولات السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية التي عرفت وأثرت بشكل أو بآخر في هيكلية الجمعيات والنظرة لوظائفها وللقرب وأساليب عملها وتسييرها محاولين استخراج بعض المؤشرات الاتصالية التي رافقت هذه التحولات.

وقد حدد الباحثون أربعة مراحل لتطور الحركة الجموعية بالجزائر: الفترة الاستعمارية، ما بعد الاستقلال، مرحلة التعددية، مرحلة الشراكة (هامل، 2014، 12).

3-1 النموذج الاتصالي للحركة الجموعية خلال الفترة الاستعمارية:

ساهمت الجمعيات إبّان الفترة الاستعمارية، بفعالية في تشكيل الشخصية الوطنية والمحافظة على مقوماتها، وقد ساد في تلك المرحلة الاتصال الشخصي وفق مفهوم (دوركايم) القائم على الروابط العائلية والقبلية والعشائرية أو المجاورة، من خلال توزيع المساعدات على المحتاجين في الأعياد والمناسبات العائلية للمؤازرة و التعاون (دارس، 2005، 25). بالإضافة إلى اعتماد الاتصال الشفوي خاصة أن غالبية السكان كانوا أميين، أما الاتصال الرسمي فكان مرتبط بإنشاء جمعيات وتطوير المنشآت من أجل إقحام الجمعيات في العمل السياسي، وقد كان الاتصال الرسمي الذي يتم من خلال خطوات ومنافذ اتصال تميزها قواعد تتسم بالثبات والاستقرار هو السائد في تلك الفترة، مجسدا في الاتصال العمودي النازل والصاعد، فالاتصال النازل متميز بتدفق المعلومات من أعلى مستوى في القمة الهرمية إلى أدنى المستويات الإدارية في صيغة أوامر وتعليمات خاصة، أما الصاعد فهو على النقيض يمتاز بتدفق المعلومات من أسفل المستويات الإدارية إلى المستويات الأعلى في صيغة اقتراحات أو تقارير حول الأداء، وكإسقاط لذلك فإن الجمعيات بدورها تخضع لتنفيذ الأوامر من أعلى منها درجة في السلم الهرمي وتخضع بدورها من هم أقل منها سلطة وتطالبهم برفع التقارير، ومن البديهي أن يسود أيضا الاتصال ذو اتجاه واحد من الجمعيات نحو جمهورها نظرا لغياب ذهنية الإشراف وتكفل الجمعية بتحديد احتياجات المواطنين خاصة وأن الهدف هو تعبئة الجماهير وتجنيد لها للانخراط في التوجه السياسي.

ويمكن توصيف هذه الفترة التي تميزت بافتقار المعالم الاتصالية المقننة لتحريك الأفراد والجماعات والتعامل معهم كقوة منتجة تتجاوز مختلف أشكال الاستعلاء والتسلط.

3-2 النموذج الاتصالي للحركة الجموعية خلال مرحلة ما بعد الاستقلال:

اعتمدت الدولة الجزائرية بعد الاستقلال نظام المركزية في التخطيط وتحديد أهداف مسطرة مسبقا، مما أدى إلى تراجع دور الجمعيات وانتكاس الحركة الجموعية إلى هذه الفترة، لكونها منافسا لعمل الدولة ولم تعتبرها شريكا تنمويا، وبالتالي كان وجودها ظرفي يخدم مصالح سياسية فئوية ونخبوية (هامل، 2014، 12)، هذا الوضع المشجع للجمعيات ووجودها المهمش أثر على بنيتها التواصلية والتي اتسمت بدورها بالانتهازية والنفعية والظرفية وغياب سياسات اتصالية فعالة، وإن كان هناك جمعيات نجحت في الحفاظ على تواجدتها فكان عليها بناء قواعد تنظيمية اتصالية قادرة على توجيه الفعل التنموي في إطار المسعى المراد تحقيقه. ولذلك كان خيار الدولة اعتماد نظام المركزية كنموذج يتطابق من حيث ميكانزماته الاتصالية مع الفلسفة الاشتراكية. وبهذا اتخذ دور الواسطة وحلقة الوصل بين مختلف درجات السلم الهرمي البيروقراطي، ومنه يمكن القول أن ذلك الدور الذي اضطلعت به الجمعيات كان بمثابة فعل تسييري وتنفيذي في حدود اختصاصها الإقليمي المغلق.

3-3 النموذج الاتصالي للحركة الجموعية خلال مرحلة التعددية:

تأثر النشاط الجموعي بالتوجه السياسي للجزائر فمع التحول نحو اقتصاد السوق وتكريس النظام الديمقراطي وحماية حقوق الإنسانية وتحلي الدولة عن نظام التخطيط المركزي وتحللت هذه المرحلة محاولات عديدة رسمية وغير رسمية لفتح نقاش وتقييم شامل لدور الجمعيات تفعيل دور الحركة الجموعية للمشاركة الفعلية في النقاش حول المواطنة والمساهمة إلى جانب

الدولة في ترقية المشاريع الاجتماعية (دارس، 2005: 25) فشل نموذج المركزي اتضح لدى النخبة السياسية انه لم يعد بالإمكان الإبقاء على مفهوم الدولة الوصية واستحالة مسيطرة الفعل التنموي في ظل النظام المركزي الإداري، مما يعني أن خيار اللامركزية قد فرض نفسه كخيار تنظيمي في عملية التنمية بقدر ما يتوافق مع رهانات المجتمع الجزائري، وهو الأمر الذي يعني أيضا استحالة تبني آليات اتصالية في إطار رؤية أحادية تنزل من القمة إلى القاعدة وهو اعتراف رسمي بان خصوصيات المجتمعات المحلية لها علاقة وظيفية مع مشروع التنمية ومنه فان نجاح مشروع التنمية يتطلب ضرورة العمل والتركيز على المجتمع المحلي بمكوناته وخصوصياته وإمكانياته. والسعي لبناء نسيج علائقي (سعيد، 2014: 338).

3-4 النموذج الاتصالي للحركة الجمعوية خلال مرحلة الشراكة:

إذا كان زيادة عدد الجمعيات في السنوات الأخيرة قد حمل دلالات إيجابية من الناحية الكمية، فانه قد جلب معه عدة تساؤلات وإشكالات حول الكيف (النوع)، وحول ما رافق هذه التجربة الجمعوية من تغيرات جذرية باعتبارها سلطة خامسة تُفعل دور المواطنة وقيم الشفافية والانفتاح والقرب والنقد المساءلة، تسعى إلى بناء نسيج مؤسسي للتضامن لا سيما التضامن المستديم، أمام هذه التجربة (إنشاء جمعيات) لم تكن سوى استجابة شكلية لخطابات العولمة واندماج ظاهري لمبادئ التنمية المحلية وإعادة إدارة علاقة الدولة بالمجتمع التي تنادي بها المنظمات العالمية وتعايش انتهازي مع الوسط الجمعوي لجره نحو خدمة مصالح فئوية ونخبوية تحت رداء الخدمة العمومية.

4- النتائج ومناقشتها: من خلال إطلاعنا على آراء العديد من الباحثين حول واقع الحركة الجمعوية خلال السنوات الأخيرة

توصلنا لتسجيل أهم الخصائص الاتصالية التي يتميز بها العمل الجمعوي:

- ✓ تعاني الجمعيات في السنوات الأخيرة من الحضور الباهت والضبابية في الأهداف والرؤى نظرا لغياب سياسة اتصالية قادرة على تفعيل حضورها ورسم ملامح هويتها
- ✓ التشنج العلائقي بينها وبين السلطات العمومية نتيجة الفراغ القانوني وغياب التمويل الذي جعل الحذر وتبادل الاهتمامات بالسمعة البارزة، وتعود احد أسبابه لغياب فلسفة الحوار ومهارات التفاوض كفعل أو سلوك اتصالي لإدارة العلاقات بنجاعة والحفاظ على المصالح.
- ✓ ضعف الاستراتيجيات الاتصالية للجمعيات في بيئتها الخارجية (ممولين، شركاء، سلطات عمومية، جمعيات أخرى، المستفيدين...) وفي بيئتها الداخلية (الأعضاء، المتطوعين، المتعاقبين...)
- ✓ عدم التنسيق والتكامل بين الجمعيات وسيادة الفلسفة التنافسية بعيد عن مبدأ الشراكة والتعاون.
- ✓ غياب الوعي بأهمية الاتصال كعصب للعمل الجمعوي واعتباره فعلا تلقائيا ببيعيا، ومن ثم فان تكوين الأعضاء في الجانب الاتصالي هو ترف ومكون كمالي لن يفيد الجمعيات من الناحية العملية.
- ✓ هشاشة العلاقة مع وسائل الإعلام نظرا لانجذاب الإعلام نحو الإثارة والاستعراض والأدومة والخروج عن المألوف، والذي لا يجعل من رسالة العمل الجمعوي مادة دسمة للعمل الإعلامي المثير، ومقابلة الجمعيات لهذه اللامبالاة بالانكفاء بعيدا عن مكاشفات الإعلام وإنزلاقاته، وعدم سعيها لاقتحام رسالتها وجعلها جزءا من الأجندة الإعلامية.

خاتمة: إن جعل الاتصال الجماعي ذا فعالية، يستلزم توجيه بؤرة الاهتمام نحو السياسة الاتصالية، المستندة إلى إستراتيجية محكمة تعمل على بلورة وصياغة العمل الاتصالي الجماعي بنجاحة، لتفعيل حضور الجمعيات في بيئتها، وإرساء ثقافة الحوار والتواصل مؤلفة بالبعد العلائقي، وتحقيق مبدأ التشاركية في العمل الجماعي فحواء التنسيق والتكامل واللاتناحر، ولا يتأتى ذلك إلا بإنماء الوعي الاتصالي الجماعي وتبني الاتصال كفعل تلقائي [بيعي حتمي وترجمته في الجانب العملي] لأنشطة الجمعية من أجل ضمان استقرارها وتفعيل أدائها في بيئة تواجهها، بغية تحقيق أهدافها.

قائمة المراجع:

1. أوهابية فتحة/نوازي آمال، مارس (2006)، **الاتصال الجماعي: أشكاله وأجياله، وسائله، تقنياته وأهدافه**، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد التاسع.
2. الصادق الحماي، (2007)، **الاتصال العمومي منظورا إليه في سياقاته**، ورقة عمل مقدمة لأشغال الملتقى الدولي للاتصال العمومي: المقاربات والتحويلات والرهانات، معهد الصحافة والعلوم والأخبار، تونس.
3. توفيق سعيد، (2014)، **النخبة في المجتمع وإشكالية التنمية المحلية المستدامة**، فكر ومجتمع، [لاكسج كوم للدراسات والنشر و التوزيع، العدد 22].
4. عبد الله بو صنوبر، (2010/2011)، **الحركة الجمعوية في الجزائر ودورها في ترقية طرقا لخدمة الاجتماعية في مجال رعاية الشباب**، رسالة دكتوراه غير منشورة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه، علم اجتماع، الجزائر.
5. عمر دارس، (2005)، **الظاهرة الجمعوية في ظل الإصلاحات الجارية في الجزائر: واقع وآفاق**، إنسانيات، العدد 28.
6. ميلودي العزوي، (2007)، **الاتصال المؤسسي: أساسياته-تطبيقاته-إدارته**، ط1، الدار البيضاء، مطبعة النجاح الجديدة.
7. هامل مهيدي (2014)، **علاقة تطور أشكال التضامن الاجتماعي بالحركات الجمعوية الجزائرية**، مجلة الإنسان والمجتمع، العدد الثامن، تلمسان.
8. بيمين رحايل، (2009/2010)، **الأبعاد الأنثروبولوجية للحركة الجمعوية ذات الطابع الثقافي بمنطقة عين قشرة**، رسالة ماجستير غير منشورة مقدمة لنيل درجة الماجستير، أنثروبولوجيا، قسنطينة، الجزائر.
9. Florence Carion, (2010), **La communication associative. À la recherche d'un équilibre entre logique fonctionnelle et logique relationnelle?** "Communication, Information médias théories pratiques, vol. 28, no 1, p. 193-206
10. Libaert, Thierry, and Jean-Marie Pierlot, (2014), **Communication des associations-2e éd paris, Dunod.**