إشكالية التواصل التنظيمي: من التصور التقني إلى التصور السوسيولوجي

Organizational communication: from technical perception to sociological perception.

أ. مروان لمدبر، شعبة علم الإجتماع- جامعة القاضي عياض مراكش- المغرب

ملخص:إن الباحث في موضوع التواصل عامة، والتواصل التنظيمي خاصة، يجد نفسه أمام تراكم نظري وامبريقي هائل، فسؤال التواصل التنظيمي طرح للنقاش بين مختلف التخصصات والحقول المعرفية والأكاديمية كعلم الاجتماع والنفس والاقتصاد والعلوم التقنية، وهذا الاهتمام المشترك بين مختلف هذه التخصصات يوضح قيمة وأهمية إشكالية التواصل التنظيمي، إلا أن الوقوف على هذا الموضوع يجعل المهتم يكون أمام مستوين أساسيين في المقاربة: الأول تمثله المقاربات النظرية الكلاسيكية والتي تختزل التواصل في آلية نقل المعلومة أو الخبر وفق نماذج معينة تم تطويرها، والمستوى الثاني تتبناه مقاربات العلوم الاجتماعية كالسوسيولوجيا عامة، وسوسيولوجيا التنظيمات والمقاولات خاصة، والتي حسب A.Mucchielli استطاعت تجاوز اختزالية الفهم للمقاربات التقنية.

Abstract: The researcher in the subject of communication in general and organizational communication in particular, finds itself in a huge theoretical and empirical accumulation; where the question of organizational communication was brought up for discussion among various disciplines and cognitive and academic fields such as sociology, psychology, economy and technical sciences.

This common interest among different disciplines illustrates the value and the importance of the problem of organizational communication Even though, contemplation in this subject makes the researcher on front of two basic aspects of the approach; The first one is represented by the classical theoretical approaches which reduces communication in the mechanism of transferring information or news, according to certain models developed. The second one is adopted by the approaches of social sciences such as sociology in general; sociology of organizations and enterprise, which according to A.Mucchielli has been able to overcome the lack of understanding of technical approaches.

مقدمة

لقد أدى اختلاف وتعدد الحقول الأكاديمية والمعرفية إلى صعوبة تحديد وتقديم تعريف جامع ومانع لمفهوم التواصل على إعتبار أنه موضوع تجاذبته مختلف التخصصات المرتبطة بالحياة الاجتماعية والاقتصادية والتنظيمية والسياسية.

فقد ارتبط التواصل كما سبق الذكر بعدة حقول معرفية، منها علم الاجتماع الذي قارب التواصل من خلال تبادل القيم وغيرها بين الأفراد والجماعات، والتفاعل فيما بينهم لخلق دينامية المجتمع بأسره، خلق اندماج الأفراد في ثقافة وهوية المجتمع وتمثلاته للعالم والأشياء، مما يسهم في توحيد الوعي الجمعي والمشاركة الفاعلة في بناء المجتمعين السياسي والمدني، إن التواصل الاجتماعي قائم على رهانات متعددة إذن، كما أشار P.Bourdieu، قد تكون رهان الهوية الفردية، ورهان الهوية الجماعية أو رهان الهوية الوطنية (العابد عبد المجيد، 2011).

وقد ركز H.Mintzberg من خلال أعماله على الدور الأساسي للتواصل في حياة التنظيمات: فأغلب المسيرين يقضون 90% من أوقاتهم في عملية التواصل، ففي دراسات أنجزت في الولايات المتحدة الأمريكية وأوربا، تم التأكيد على أن 90% من الأعمال المتضمنة في مهام المستخدمين تتضمن البحث والحصول على المعلومات، مما يوضح قيمة التواصل ودوره في التنظيم.

إن توفر المقاولة على نسق فعال في التواصل يعطيها نوعا من التنسيق والتكامل في الأداء، إضافة إلى ذلك، فهو يقلل من سوء الفهم، سواء بين الأفراد والمجموعات لتبادل المعلومات، ومن تم إمكانية تحقيق التقارب بينهما وهذا يجعلهم ينظرون إلى أهداف المقاولة وأهدافهم بفعالية"(George R. Terry, 1983, p105).

وقد عرف C. Bussenailt التواصل بأنه: "سيرورة بين شخصين أو عدة أشخاص مستعملين رمزا يتضمن حركات، تغييرات، كلمات تجعل من المعلومات المنقولة مفهومة من المرسل إلى المستقبل"(C Bussenait et M. Pretet, 1990, p190).

وعرفه Pierre G. Bergeron بأنه: "سيرورة نقل الرسالة من المرسل إلى المستقبل بهدف إفهامه الرسالة والتأثير على سلوكه"(Pierre G. Bergeron, 1989, p 369).

ويعتبر Dr. Murphy: "التواصل هو أساس التنظيم الناجح، حيث أن التحكم فيه يساعد كافة أعضاء المقاولة في مهامهم، وكل مسئول يفشل في تقديم المعلومات المناسبة أو استقبالها هو مسئول فاشل(Ch. Runenault, M. Pretet, 1996, p25).

ويرى ميتشال "أن التواصل في المقاولة بمثابة كل أفعال التواصل التي تهدف إلى تطوير سمعة المقاولة وإلى تحسين صورتها كمقاولة"(B. Denis, 1994, p202).

وقد ركز علم الاجتماع على التواصل باعتباره يخضع للنسق الاجتماعي داخل أي تنظيم. فالمقاولة باعتبارها فضاء اجتماعيا تنتج وتؤسس أنماطا مختلفة من العلاقات الاجتماعية التي تبنى انطلاقا من عمليات التعاون والصراع والتفاعل بين مختلف الفاعلين، فنسق التواصل بالمقاولة يمارس تأثيرات مختلفة تسهم في نجاح أو فشل العمليات التنظيمية.

لقد تناولت السوسيولوجيا هذا المفهوم من خلال أعمال مجموعة من السوسيولوجيين كشالرز كولي T.Caly وديوي G.Deui الذين ركزوا على أن نسق التواصل عملية اجتماعية عبرها يتم نقل ونشر مجموعة من الأفكار بهدف تحقيق التكامل الاجتماعي. فالتواصل لا يمكن فهمه، إلا من خلال ما يعتمده الفاعلون من ميكانيزمات اجتماعية وآليات للتواصل كالثقافة واللغة والتفاعلات والرموز.

وقد تناول فيليب بيرنو Ph. Bernoux التواصل من خلال التركيز على العلاقات التفاعلية، حيث اعتبر أن سلوك الأفراد والوضعية التي يتواجد فيها هي المحددة لطبيعة علاقات التواصل، كما أن ثقافة المقاولة لها تأثير في تحديد معايير العلاقات، إضافة إلى تأثير التحليل الاستراتيجي في التواصل، أي قدرة الفاعل على التواصل تمنحه نوعا من السلطة في التنظيم.

كما تناول مانتزبرغ التواصل من خلال تحديد الأهداف الإستراتيجية للتواصل داخل المقاولة وقد جمعها في:

- العمل على تطوير وتنمية المقاولة.
- العمل على الحفاظ على المناخ الاجتماعي الإيجابي داخل المقاولة.
- العمل على خلق وبناء الهوية المتجانسة.
- العمل على بناء وتقديم صورة نموذجية للمقاولة وعلاقة ذلك بالزبائن.

إن التواصل داخل التنظيم يشكل أساس البناء الاجتماعي والعلاقات التي تبنى بين مختلف الفاعلين، فإذا كان التماسك الاجتماعي يعبر عن قوة الروابط التي تقوم بين أفراد الجماعة، وكان النزاع يمثل التهديد الذي يصيب هذه الروابط نتيجة التناقض بين سلوك ومواقف الأفراد أو الجماعات، فإن هناك بعدا ثالثا لدراسة التفاعلات الاجتماعية غير البعدين السالفين، وهذا البعد يتمثل في عملية انتقال المعلومات التي تتم خلال التفاعلات الإجتماعية، أو ما اصطلح على تسميته بعملية الاتصال. ففي أي عملية تفاعل اجتماعي يتم انتقال معلومات بين أطراف التفاعل يكون لها تأثير على مدركات هذه الأطراف وعلى سلوكهم(أحمد صقر عاشور، 1989، ص264)، فالتواصل كما أكد كل منR. Arcond و Bourbeau N. هو نظام ديناميكي، من خلاله يستطيع الإنسان تكوين علاقات مع إنسان آخر بغية نقل وتبادل الأفكار والمعلومات والعواطف والأحاسيس، وذلك عن طريق اللغة الشفوية أو المكتوبة، عن طريق نظام من الرموز والإشارات كالحركات والإيماءات أو الموسيقى وغيرها. فالتواصل إذن من شأنه تكوين علاقات عن طريقها توجد المقاولات وتواصل أداء وظائفها"(R. Arcond, N. Bourbeau, 1998, p13)، وكما أكد Alexis de Tocqueville بدون أفكار مشتركة لا يمكن الحديث عن أفعال مشتركة، وبدون أفعال مشتركة، يوجد أفراد وليس جسم اجتماع(Michel-Louis Roquette, 1998, p79) فالتواصل هو أفعال مشتركة بين أفراد لتأسيس بناء اجتماعي.

1. التواصل والعلاقات الإنسانية:

إن ماضي الصناعة وحاضرها يؤكد أهمية العنصر الإنساني، والفهم الحقيقي للصناعة لن يكون إلا بفهم آراء الذين يعملون فيها، ومن يرتبط معاشهم بدوران آلاتها، ولقد ركز

"شلدون" Sheldon أن الصناعة ليست مجرد آلات بل هي مجموعة من المجهودات البشرية، واهتمام الأعمال الإنسانية، في الوقت الحاضر، يؤكد أن هذا العصر هو عصر العلاقات الإنسانية (محمود عبد المولى، 1984، ص163)، فالتواصل بين مختلف الفاعلين هو تواصل إنساني بالدرجة الأولى، فميكانيزمات التواصل تعمل على تكوين علاقات إنسانية ملائمة داخل المقاولة، مما ينعكس إيجابا على الثقافة السائدة أو تسهم سلبا في ذلك.

فالعمل وقيمة العمل بالنسبة للفاعل داخل أي تنظيم مرتبط أساسا بمدى قدرته على تحمل المسؤولية وتلقي الاحترام والتقدير من قبل عناصر السياق المختلفة، فالفعالية التنظيمية ترتبط بمجموعة أنساق داخل المقاولة وخارجها، ونسق التواصل هو الذي يتأسس ويؤسس لعلاقات إنسانية إما أنها تمكن من بلورة روح التعاون والانتماء للمقاولة أو عكس ذلك، هذا يقتضي من المقاولة بناء وتأسيس نسق تواصلي مشترك يتمحور حول إمكانية اضطلاع مختلف الفاعلين على القرارات والمساهمة وكذلك الوقوف على حاجياتهم المختلفة، خاصة وأن نسق التواصل المعتمد داخل أي تنظيم هو المسئول أيضا عن تماسك المجموعات الفرعية المكونة للمقاولة. فالتواصل والعلاقات الإنسانية تدخل ضمن ما يسمى بنسق التواصل غير الرسمي، فجاءت نظرية شستر برنارد معترفة بهذا الشكل من أشكال التنظيم وقدمت نظريته أفكارا واضحة، حول علاقته بالتنظيم الرسمي وأنواع الوظائف التي يقوم بها، والتنظيم غير الرسمي عند برنارد هو مجموعة التفاعلات والاتصالات بين أعضاء التنظيم وبالتالي فإن التنظيم غير الرسمي شيء غير محدد وليس له تركيب معين، كما ليس له أقسام فرعية محددة(صباح أمير الدين عبد الله الحوثي، 2007، ص 130)، فالتواصل هو صيرورة اجتماعية لا تنتهي عند حد بعينه، بل تشمل عددا هائلا من السلوكات الإنسانية، فالتواصل فعل كلي (C. Bussenailet et M. Péret, 1996, p190)، فالعلاقات الإنسانية في التنظيم هي من محددات التواصل وأشكال التواصل في المقاولة، فالتفاعلات واللقاءات والاجتماعات المستمرة بين مختلف الفئات السوسيومهنية تسهم في سير ونقل المعلومات، إضافة إلى مأسسة مجموعة من العلاقات التي تدفع تحسين سير أعمال التنظيم، فالتواصل داخل المقاولة من زاوية العلاقات الإنسانية لا يتم إلا في إطار العلاقات التفاعلية بين مختلف مكونات التنظيم وقدراتهم على تحقيق الاندماج وقدرة المقاولة أيضا على الإسهام في بناء نسق تواصلي فعال ويسهم في بناء شبكة علاقات مهنية بين مختلف الفئات السوسيومهنية.

إن التواصل داخل المقاولة هو تواصل ذو ارتباط بمجموع القضايا والمشاكل الاجتماعية التي تتم داخل إطار اجتماعي معين، أي أن عملية التواصل تتم ببنيات اجتماعية تؤثر وتتأثر بقرارات مختلف الفاعلين داخل المقاولة. كما أن الأنساق الاجتماعية والثقافية تعكس طبيعة وأنماط المعتقدات والقيم والمعايير السائدة بالمقاولة وأيضا المكانة الاجتماعية وأنماط السلوك والفعل أثناء عملية التواصل، كما أن أي تنظيم باعتباره فضاء اجتماعيا يشمل موارد بشرية، هذه الموارد تسعى إلى توسيع قدراتها سواء المعرفية أو المهنية، وذلك عن طريق عملية التواصل، الذي بواسطته يتم نقل وتلقين مجموعة من التجارب والخبرات بين مختلف الفئات

السوسيومهنية، وذلك بهدف التحكم في مجموعة من مناطق الظل وتحسين الوضعيات المهنية والاجتماعية.

إن الأفراد داخل المقاولة مطالبون بالتكيف والتأقلم داخل البنية الداخلية، وهنا يأتي التواصل كنسق مساعد على عملية الاندماج داخل هذه البنية التي تتميز بالتغير المستمر نتيجة التفاعلات الداخلية والتأثيرات الخارجية، فالفرد داخل المقاولة مطالب بالبحث عن مصادر للمعلومات لمواجهة غموض البنية وتعزيز مكانته الاجتماعية داخل المقاولة وعلاقته بباقي الفاعلين، هذا من جهة، ومن جهة ثانية، فالمقاولة تعيش مجموعة من التغيرات في سياقها الخارجي مما يجعلها مرغمة على مواكبة هذه التطورات سواء التقنية أو التكنولوجية.

ويبقى الهدف من الاعتماد على التواصل ببعده الاجتماعي الإنساني هو تحقيق الانتماء للمقاولة، فالتواصل الداخلي يهدف إلى تأسيس التحام فكري ومعنوي على مستوى القيم والأهداف المشتركة، إذ يستحوذ على ديناميكية تكوين صورة المقاولة، مثله مثل التواصل الخارجي(Marie Hélène Westphalen, 2001, p396).

2. أشكال وأنماط التواصل بالمقاولة:

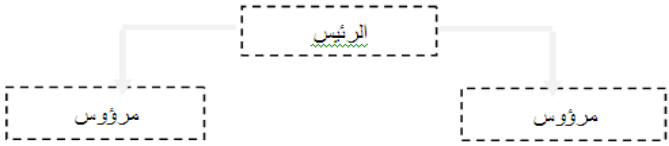
إن الوقوف على نسق التواصل الداخلي بالمقاولة كيفما كان حجمها يؤدي إلى التأكيد على وجود أبعاد رئيسية لهذا التواصل، فداخل كل التنظيمات يمكن التمييز بين نسقين تواصليين مرتبطين بشكلين متميزين: نسق التواصل الرسمي ونسق التواصل غير الرسمي.

1.2 نسق التواصل الرسمي: جاء في نظرية شستر برنارد تحليلا يوضح العلاقة بين التنظيم الرسمي والتنظيم غير الرسمي، أوضح فيها أن كل تنظيم رسمي ينشأ بالضرورة عن تنظيم غير رسمي، ثم عندما يشرع التنظيم الرسمي في العمل، فإن تنظيما غير رسميا ينبع داخله، أي أن العلاقة بين التنظيمين علاقة الأصل فيها هو التنظيم غير الرسمي(صباح أمير الدين عبد الله الحوثي، 2007، ص113)، فالتواصل الرسمي بالجانب المتعلق بقوانين وقواعد المقاولة، وما يرتبط بذلك من قرارات مكتوبة وإعلانات، قد تكون موجهة للفاعلين داخل المقاولة أو الفاعلين خارجها أو مع باقي المقاولات، وبدوره ينقسم التواصل الرسمي إلى ثلاثة أشكال فرعية:

التواصل التنازلي: يشمل التواصل التنازلي كل القرارات الصادرة عن قمة التنظيم إلى باقي الفاعلين به، ويتمثل في مجموع الأوامر والقرارات والتعليمات، وتشمل مجموعة من الآليات كالمذكرات الدورية والتفسيرية، والمذكرات والرسائل الشفهية والكتابية والإلكترونية، والتوجيهات الصادرة من رؤساء المصالح أو الورشات إلى باقي الفاعلين.

إن التواصل التنازلي بشكل عام مرتبط بالمستويات العليا نحو المستويات الدنيا (Besseyre des Horts, Charles-Henri, 1998, p177)، ويمكن تبيان التواصل التنازلي في الشكل التالي:

الشكل رقم (1): يبين التواصل التنازلي

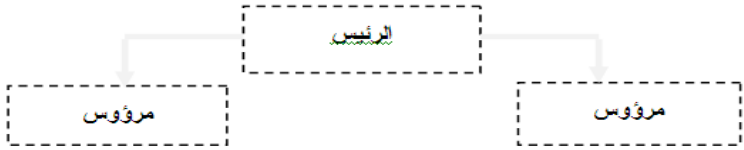


إن التواصل التنازلي بشكل عام، هو التواصل انتشارا بمختلف التنظيمات ذات التوجه التدبيري الكلاسيكي المعتمد على فكرة إدارة/ تصور، عمال/ تنفيذ، وقد بينت مجموعة من الدراسات سلبية البعد التواصلي التنازلي الصلب.

التواصل التصاعدي: إذا كان التواصل التنازلي ينطلق من القمة الإستراتيجية في اتجاه باقي المستويات التراتبية الدنيا، فإن التواصل التصاعدي يتم عكس ذلك، فقد تناول Demitri Weiss من خلال عمله Communication presse d'entreprise التواصل التصاعدي بتأكيده على أن الفاعلين داخل المقاولة، إضافة إلى امتلاكهم لكفاءة استقبال الوسائل من أعلى مستوى التنظيم، فإنه في مقابل ذلك يمتلكون الكفاءة على إرسال المعلومات والأخبار، وقد اعتبر ويس التواصل التصاعدي النمط التواصلي الوحيد الذي يمنح الفاعلين الأخبار والتواصل مع المسؤولين بخصوص عملهم ومشاكلهم ومواقفهم بخصوص مجموعة من إشكالات التنظيم.

إن التواصل التصاعدي هي عملية تفاعلية بين الفاعلين ومرؤوسيهم، بخصوص إشكالات ومواضيع معينة تتدخل المستويات العليا لحلها مع عدم إغفال الفاعلين في كل مستوياتهم داخل التنظيم بحلها (Dimitri Weiss, 1971, p91)، ويمكن توضيح التواصل التصاعدي في الشكل التالي:

الشكل رقم (2): يبين طبيعة التواصل التصاعدي



ويشمل التواصل التصاعدي كل ما يرتبط بتقارير الأداء وظروف العمل والمشاكل المرتبطة بالفاعلين في المقاولة وطلب الاستفسارات بخصوص غموض بعض استراتيجيات التنظيم.

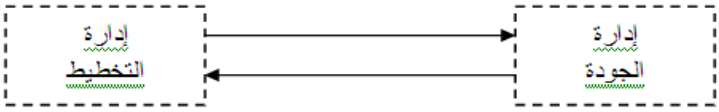
إن التهميش الذي يعرفه التواصل الصاعد لا ينفي أهميته –على الرغم من كل ذلك- فهو يشتمل كل مزايا ووظائف مختلفة وهو ما أكده بعض الباحثين والمهتمين بدراسة التنظيم كشستر برنارد، وماري بادكفوليت، حيث اعتبروا أن القيادة الفعلية تتمثل أساسا في مدى

تفعيل المستويات التراتبية الدنيا داخل التنظيم في تقبل التعليمات الصادرة منه تجاه المسؤولين في إصدار القرارات والتوجيهات الملزمة للمستويات التنفيذية، مما يجعل مسار توجه القيادة ينطلق من أسفل إلى أعلى وليس عكس ذلك(Chester Bernard, 1982, p83).

إن التواصل التصاعدي وبشكل مركز هو بمثابة انعكاس لطبيعة نمط التسيير داخل المقاولة، أي مدى قدرة المقاولة على تأسيس نسق تواصلي يساعد على تحفيز الفاعلين عبر إعطائهم الإمكانية في اتخاذ القرار والمشاركة في المسؤولية ومن تم تطوير قدراتهم ومكانتهم الاجتماعية وتعزيز هويتهم التنظيمية. وهذا ما أكده Shein حين اعتبر أن التواصل ضرورة أساسية بالنسبة للمسؤول عن التنظيم بحيث أن المدراء لا يستطيعون الاختيار في التواصل أو عدم التواصل، أي أن اختيارهم الوحيد مرتبط أساسا بمستوى يمكنهم من التواصل (E.H. Shein, 1995, p 243).

التواصل الأفقي: الاتصال الأفقي شكل مكمل لأشكال الاتصالات الإدارية بحسب الاتجاه، يسميه البعض بالاتصال الجانبي الذي يتم بين المدراء العاملين في مستوى إداري أو إشرافي واحد، أو بين رؤساء الوحدات أو المصالح من نفس المستوى الرئاسي، وأيضا التي تتم بين العاملين في المستوى الإشرافي الواحد والتي لا تربطهم ببعض علاقات سلطة رئاسية تنفيذية، كما هو الحال –مثلا- عند اتصال العاملين في إدارة الجودة مع العاملين في إدارة التخطيط، أو إدارة الإنتاج أو إدارة المتابعة أو إدارة الموارد البشرية(صباح أمير الدين عبد الله الحوثي، 2007-2008، ص 149). ويمكن التمثيل للتواصل الأفقي في الشكل التالي:

الشكل رقم (3): يوضح التواصل الأفقي



المصدر: صباح أمير الدين عبد الله الحوثي،2007، ص149.

إن التواصل الأفقي هو تلك العملية التي من خلالها يتم التواصل بين فاعلين من نفس الهرم الإداري، بهدف التنسيق بين مختلف المصالح والأقسام الإدارية وغيرها، وقد أكدت الدراسات الخاصة بأشكال التواصل، أن التواصل الأفقي هو الشكل المفضل عند الفاعلين داخل أي تنظيم لأنه يمكنهم من الحصول على المعلومات التي لم يوفرها لهم التواصل التنازلي. ومن مميزات التواصل الأفقي أنه يخلق علاقات اجتماعية غير رسمية تتجاوز المستوى الداخلي للمقاولة.

وقد أكد H. Fayol على أهميته في تحقيق الفعالية التنظيمية، وهو ما أكده Bernoux : "بلا جدال، الأجراء يفضلون التواصل الأفقي" (Philipe Bernoux, 1995, p377)، إن التواصل الرسمي عبر آلياته المختلفة سواء التواصل التنازلي أو التصاعدي وكذلك الأفقي

يخضع للقواعد والإجراءات التي يتم وضعها من قبل التنظيم الرسمي أي عبر مجموعة القواعد والقوانين التنظيمية والتي يبقى هدفها الأساسي محاولة ضمان التوازن والسير العادي لوظائف المقاولة.

2.2 التواصل غير الرسمي: ارتبط ظهور الحديث عن التواصل غير الرسمي من خلال تجارب هاوثورن التي أنجزتها ما يسمى مدرسة العلاقات الإنسانية والتي كان لها الفضل في توضيح أهمية التوصل غير الرسمي في إنجاز أهداف المقاولة.

إن التواصل الرسمي هو أحد أشكال التواصل الذي يتواجد في أي تنظيم كيفما كان نوعه وحجمه، وهو قائم على عدم وجود قواعد تنظيمية رسمية واضحة، إضافة إلى تميزه بسلاسته مقارنة مع التواصل الرسمي، فنسق التواصل غير الرسمي يتم بناؤه انطلاقا من العلاقات الاجتماعية للفاعلين بالتنظيم. فالصداقة تخلق ترددات للحوار: لقاءات، تبادلات، اتصالات هاتفية، حوارات، داخل الممرات، كلها ممارسات تشكل العناصر الأساسية لعملية التواصل.

وقد يلجأ أعضاء التنظيم أحيانا لنسق التواصل غير الرسمي لتحقيق أهدافهم الشخصية، ومن هنا تنسج شبكات غير رسمية للتواصل بهدف تأكيد سلطتهم داخل التنظيم، إن الأفراد والمجموعات يطورون التنظيم غير الرسمي، أي مجموعة من السلوكات غير المتوقعة من التنظيم الرسمي، فقنوات التواصل غير الرسمية تنقل كل المعلومات غير الرسمية المرتبطة بحياة المجموعة في المقاولة، وتتمثل في مؤشرات العمل، معلومات حول حياة المجموعة، العلاقة العاطفية بين المستخدمين ولكن أيضا شائعات، معتقدات وأساطير (France St. Hilairs, 2005, pp 22-32).

إن التواصل غير الرسمي، كما سبقت الإشارة، يتم بناءه عن طريق التفاعلات اليومية بين الفاعلين، سواء في نفس المستوى التراتبي أو العكس. فقد أكد كل من Morton وBrookes وSmart وBackhouse وBurns (2003) أهمية التفاعلات غير الرسمية، أي غير التراتبية، وحسب Morton (2003) فإن التواصل غير الرسمي يسمح بفهم البنية الحقيقية للتنظيم.

3. تشكل النماذج التقنية للتواصل:

اختلفت وتعددت نظريات التواصل التي حاولت تقديم مقاربات لنسق التواصل وكيفيات اشتغاله وتأثيراته، ومن هذا المنطلق سنحاول التركيز على بعض الأطر النظرية المرتبطة بالموضوع وذلك نظرا لصعوبة استقراء كل النظريات التي عالجت التواصل من جهة، وكذلك محاولة التركيز على أهم النظريات من جهة أخرى، وذلك بهدف الوقوف على أهم مواقفها والتطورات التي حققتها هذه النظريات

1.3 النموذج الوضعي: يعتبر Mucchielli[*] واضع التصنيف الجديد للتواصل المعروف بالنماذج الوضعية modèles positivismes، ومن أهم ممثلي هذا النموذج نجد C. Shamon و W.Weaver

1.1.3 نموذج C. E. Shannon: اقترح المهندس الأمريكي في الاتصالات [(*)] C. Shannon نظرية المعلومة théorie de l'information القائمة على دراسة أسئلة مرتبطة بانتشار المعلومة، فنموذج Shannon يقترح خطاطة/ترسيمة خطية ترتكز على سلسلة معلومات: مصدر المعلومة، المرسل الذي يحول الإشارة إلى شفرة رمز (يتم تحويل صوت الإنسان إلى نبضات كهربائية في الهاتف)، قناة الإرسال، المتلقي الذي يفك رمز الإشارات يجب أن يكون مسلم الرسالة (Frédérique Alexandre-Bailly, Denis Bourgeois, Jean-Piere Gruère, Nathalie Raulet-Croest, Christine Roland-Lévy, 2009 , 23). وقد وضع شانون تمثيلا ليوضح مقاربته في الشكل التالي:

الشكل رقم (4): رسم بياني يوضح نسق التواصل حسب C. Shannon

Source : Frédérique Alexandre-Bailly et , 2009, p : 111

إن نموذج Shannon يبقى من أكثر النماذج التواصلية تداولا حيث تم اعتماده من قبل مجموعة من الباحثين في مختلف الحقول المعرفية كنقطة انطلاق بحوثهم بخصوص نسق التواصل، رغم أن هذه المقاربة الرياضية للتواصل عند شانون قامت بدراسة مختلف نظم التواصل الكهربائي في محاولة لفهم فعالية التواصل عن طريق الرموز.

2.1.3 نموذج W. Weaver: شكل النموذج الذي قدمه [(*)] (Edgar W. Weaver Morin, 2005, p 35) لعملية التواصل من خلال ما سماه عملية المفعول الارتجاعي/الارتدادي، أهم النماذج التواصلية التي عرفت انتشارا عبر مختلف العلوم التي اعتمدت مفهوم التواصل في دراساتها.

ويتأسس نموذج Weawer في التواصل على فكرة مفادها أن المعلومات كيفما كانت تنطلق من مدخلات Imput قبلية وذلك من خلال مرورها بنسق لتستقر في مخرجات out put تشكل هدف المعلومات، لكن العملية لا تتوقف في نقطة المخرجات، بل تتعدى هذا المستوى

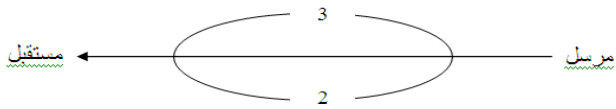
(*)- Alex Mucchielli : دكتور في الفلسفة وفي علم الاجتماع، إثنلوجي ودكتور في التواصل، له مجموعة من الأعمال المرتبطة بموضوع التواصل أهمها: Méthodes empiriques de recherche en communication.

(*) – كلود إلوود شانون، من مواليد 30 أبريل 1916 بولاية ميشيغن الأمريكية، مهندس كهربائي ورياضي أمريكي، يرتبط اسمه بالتصميم شانون المتداول في العلوم الإنسانية.

(*) – وفارن وفير عالم أميريكي (1894-1978) ورياضي ومدير أبحاث، من أبرز المفكرين في الترجمة الأوتوماتيكية.

مشكلة سيرورة الارتجاع rétraction، أي للعودة إلى نقطة الانطلاق، وقد وضح Weawer ذلك في الشكل التالي:

الشكل رقم (5): نموذج W. Weawer للتواصل



Source : Frédérique Alexandre-Bailly et, 2009, p : 112

وقد كان لهذا النموذج الذي قدمه Weawer الفضل في تطوير التواصل في بعده التفاعلي، أي علاقات التأثير والتأثر، ومن ثم ظهور أبحاث جديدة في نفس الاتجاه، كأعمال L.Von Bertumffy من خلال نظريته العامة للأنساق. تجدر الإشارة إلى أن كل من C.E.Shannon وW.Weawer قدما نموذجا للتواصل من خلال عملهما The mathematical theory of communication (1949).

الشكل رقم (6): نموذج Shannon وWeaver لنسق التواصل

Source : Thill Eugene,2005, p : 88.

يحمل التواصل حسب هذا النموذج دلالات ظاهرة ومركبة عبر سياقات تساعد على بناء وتحديد اتجاه التبادل كما أن اتجاه وسياق التواصل يتم بناءهما انطلاقا من التبادل، فالمعنى النهائي للتواصل بهذا الشكل هو تركيب لمختلف الدلالات المرتبطة بالسياقات التي تساعد على بناء معنى التبادل، ينطلق الباحث داخل هذا النموذج من التساؤلات التالية: كيف يمكن للفاعلين أن يستحضر والعناصر التي تحدد السياق الزمني؟ وكيف تتدخل مختلف الإكراهات الظرفية في وضعية التواصل؟ وكيف تبنى المعايير التي تشكل إحدى مرجعيات التواصل (حسن امغليف، 2010، ص10).

2.3 النموذج النسقي: تزايد الاهتمام بدراسة التواصل، وذلك من خلال مجموعة من الدراسات والأبحاث التي أنجزها باحثون ينتمون لمختلف التخصصات العلمية مثل باتسون وانر لاويك، هالي دون جاكسون وهم ينتمون إلى مدرسة Palo Alto(Virgine (Duraud, 1999, p3.

ويعتبر باحثو مدرسة Palo-Alt*مؤسسي المقاربة النسقيةl'approche systémique للتواصل، وقد انطلقت أعمال هذه المدرسة استنادا إلى مجموعة من القواعد المرتبطة بالتواصل كنسق، ومن بين هذه القواعد نجد (Fréderique Alexandre-Bailly et, 2009, p113-114):

- لا يمكن أن لا تواصل.
- السياق هو الذي يوضح العلاقة بين شخصين.
- التواصل يمكن التنبؤ به في حالة معرفة البنيات الشكلية للتنظيم وأشكاله الملموسة في الاشتغال.
- الأشخاص هم المنتجون للمعاني وليس الكلمات نفسها.
- التواصل هو عملية مستمرة غير واضحة الهدف وغير محددة لنهاية الهدف.
- إن الطريقة التي نقرر أن نتفاعل بها هي مرتبطة بإدراكنا لعلاقاتنا مع الآخرين. لقد شكلت هذه المستويات فقط انطلاق دراسات المقاربة النسقية للتواصل، وهنا يمكن عرض بعض أهم النماذج النسقية في هذا الموضوع.

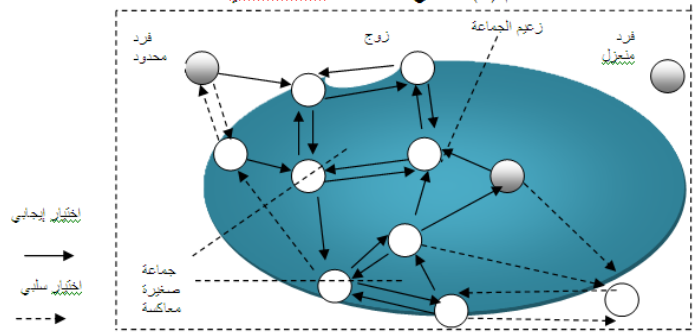
1.2.3 النموذج السوسيومتري Moreno: يعتبرJacob L. Moreno أول من حدد المناهج السوسيومترية، وقد حددها كدراسة رياضية للخصائص السيكولوجية للساكنة، والتقنية التجريبية للنتائج المحصل عليها بواسطة المناهج الكمية-p15, (Moreno,199516)، ولقد تأسست دراسة مورينو حول أطروحة أساسية تتمثل في كون أن الأفراد يتم جلبهم للقيام باختيارات في علاقاتهم البينفردية، وهذه السلسلة من الإختيارات هي من تحدد إنتماء أو رفض الفرد من مجموعة معينة، وحسب مورينو فالإختيار هو بمثابة فعل أساسي في كل العلاقات الانسانية.

وقد إنطلق مورينو في دراسته لموضوع التواصل من فكرة العلاقات اللاشكلية ونظام العلاقات الاجتماعية داخل الجماعات، أي العلاقات العاطفية ممثلة في ثنائية الحب/الكراهية، وقد ضمن مورينو مجمل أفكاره في مؤلفه "أسس السوسيومترية" سنة 1954.

ولقد شكل هذا النموذج محاولة نسقية إرتكزت على تصور جديد مفاده أهمية التواصل كعلاقة تجاذب وليس فقط وسيلة لنقل مضمون الرسائل والمعلومات، إن محاولة مورينو شكلت إسهاما جديدا تمثل في إحداث قطيعة مع تصورات تقنية إلى محاولة التركيز على أبعاد جديدة مثل البنية كمعطى للعلاقات التي ينتجها الفاعل عبر التفاعل والتواصل مع باقي الفاعلين، كما أن مقاربة مورينو تقوم على المبدأ التالي: كل فرد في المجموعة يختار أفراد المجموعة التي يود أن يرافقهم، فالاختيار السوسيومتري يطبق على كل الأفراد الذين لهم علاقة بالآخرين، وهو بالتالي يسمح بدراسة البنية الاجتماعية على ضوء الانجذابات والتنافرات، وكذلك تحديد موقع كل فرد في المجموعة، إن الاختيار السوسيومتري يوضح "البنية

السيكولوجية" الكامنة وراء المجموعة كما يتيح معرفة ما إذا كانت هذه البنية تتطابق أو لا تتطابق مع المناسبات الاجتماعية. وقد وضح مورينو نموذجه التواصلي في الشكل أسفله.

الشكل رقم (7): نموذج Moreno السوسيومتري للتواصل



المصدر: حسن امغليف، 2010، ص: 24

2.2.3 النموذج العلائقي E. Berne: بخصوص التحليل العلائقي لنسق التواصل فيعود الفضل في ذلك إلىEric Berne الذي قدم مقاربة براغماتية وبسيطة للعلاقات الإنسانية، وقد فسر ونشر مقاربته من خلال عملين مرجعين هما Des jeux et des hommes 1966 و1977 ? Que dites-vous après avoir dit bonjour.

وقد تمثل هدف بورن في تحديد رهانات العلاقات البينية بين الأفراد وتحديد أنواع هذه العلاقات الضمنية التي تبنى عبر هذه العلاقات، يتم عبر التحليل التعاقدي، هذا الأخير يوفر إمكانية تحديد أنساق التفاعلات في إطار حلقات التسيير، ذلك أن مقاربة بيرن تسعى إلى الوقوف والتعرف على الشخصية وكذلك تقديم تحليل للعلاقات بين الأشخاص والقواعد والقوانين التي يتم تثبيتها خلال عمليات التواصل، وقد أكد بيرن أن خلال عملية التواصل هي نتيجة حالات سيكولوجية، أي أن هناك علاقة بين الأنا وطبيعة الكلام، وقد قدم هذا النموذج تحليلا يعطي إمكانية مقاربة التواصل انطلاقا من عدة مستويات وهي كالتالي:

-المستوى المعياري.
-المستوى العقلاني.
-المستوى العاطفي.

إن بيرن حاول تقديم هذا النموذج لدراسة المواقف والتصرفات وردود الأفعال الحسية والجسدية معتمدا في ذلك ميكانيزمات مثل الأنا، كما أن بيرن حاول إحداث قطيعة ابستمولوجية ممثلة في محاولة تقديم تحليل لنسق التواصل الذي لا يركز على مضمون الرسالة بل على شكلها الشامل.

3.2.3 المقاربة التفاعلية Palo Alto: يعود الفضل في بروز هذا النموذج التفاعلي إلى مدرسة Palo Alto على إعتبار أنها اهتمت بصيرورة تفاعل الفرد داخل النسق وما يشمله هذا الأخير من تفاعلات وتجاذبات مختلفة، وكذلك من مستويات للتبادلات والتناقضات، وقد

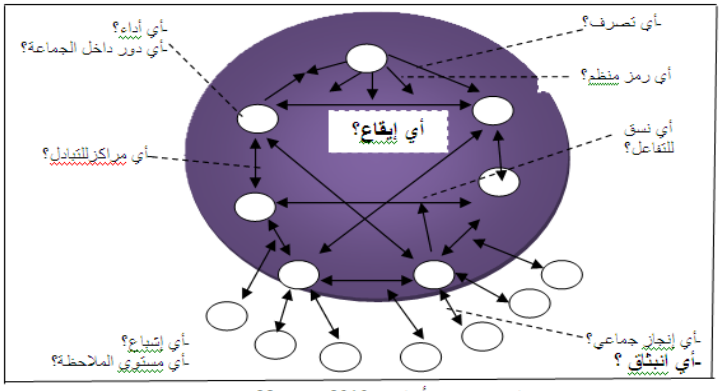
حددت المقاربة التفاعلية للتواصل مجموعة من النقط المركزية في علاقتها بعملية التواصل، يمكن تلخيصها في الشكل التالي:

إن النموذج التفاعلي لمدرسة Palo Alto أو ما أطلق عليها Winkin بـ le collège invisible للتواصل يقوم أساسا على ضرورة مشاركة الفرد في إطار نسق من التفاعلات، هذه الأخيرة هي ذات ارتباط بباقي أفراد ذلك السياق بما يحمله النسق من قيم وقواعد ونماذج ورهانات وتناقضات.

4.2.3 نموذج الجوقة Winkin (modèle orchéstral): جاء هذا النموذج كرد فعل على ما يعرف بـ le modèle télégraphique de la communication، وهو عبارة عن بديل جديد لنمذجة التواصل ويعرف نموذج الجوقة orchéstral بمسميات أخرى أهمها: le modèle circulaire، le modèle systémique، de la nouvelle communication.

ويركز Yves Winkin في نموذجه للتواصل على أنه جوقة، أي نسق يجب اعتباره في شموليته وتعقيده، وحسب ذلك فالمعلومة هي منقولة وتمر من المرسل إلى المستقبل بطريقة خطية linéaire، ويتم التواصل بالمعلومة بطريقة موضوعية ومحايدة وبشخصية، كما أن هذا النموذج يرى أن المعلومة هي بناء un construit يتم تهيئته بواسطة المتواصلين ونسق التواصل، فالتواصل وفق هذه المقاربة هو نشاط إنساني يفرض الأخذ بعين الإعتبار التعقيد الإنساني، أي مجموعة من المعطيات كالمعنى الذي يعطى إلى المعلومة في المصدر، فهم المعلومة من المتلقي، السياق العام الذي يتم فيه التواصل، ويمكن توضيح هذا النموذج في الشكل التالي:

الشكل رقم (8): نموذج الأركستر وفق Winkin



المصدر: حسن أمغليف، 2010 ، ص: 28.

إن مقاربة وينكين أكثر واقعية وبنائية أي أن التواصل يبني الواقع، كما أن هذا النموذج ركز على أبعاد جديدة مقارنة مع المقاربات السيكولوجية التقليدية لموضوع التواصل معتبرا أن عملية التواصل هي نتاج جماعي بما أن الكل يتفاعل في هذه العملية (على غرار تفاعل

مختلف عازفي الاركسترا في تقديم سمفونية معينة)، فالتواصل وفق هذا التصور اعتبر براديجما جديدا للتواصل والذي يظهر تصور آخر (مقارنة مع النموذج التلغرافي) كالفاعلين الاجتماعيين، سواء على المستوى الفردي أو الجماعي، وهو بالتالي يقترح أسلوبا علميا متعدد التداخلات.

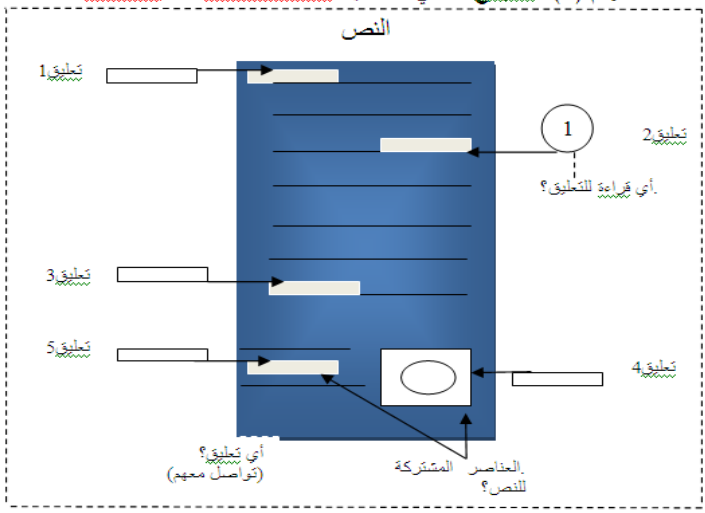
إن بيرن حاول تقديم هذا النموذج لدراسة المواقف والتصرفات وردود الأفعال الحسية والجسدية معتمدا في ذلك ميكانيزمات مثل الأنا، كما أن بيرن حاول إحداث قطيعة ابستمولوجية ممثلة في محاولة تقديم تحليل لنسق التواصل الذي لا يركز على مضمون الرسالة بل على شكلها الشامل.

3.3 النماذج البنائية:

1.3.3 نموذج التضخم النصي hyper texte: إن النماذج البنائية مرتبطة ببناء المعنى المشترك من طرف الفاعلين، ونموذج التضخم النصي من بين تلك النماذج التي تعتبر التواصل بمثابة نقاش خفي بين الفاعلين المرتبطين في بنية إجتماعية من قبل الفاعلين.

وبخصوص اتجاه الحوار أو النقاش في نموذج التضخم النصي، فهو لا يتم تحديده في البداية، فالحوار ينشأ انطلاقا من تقديم قراءة للتأويلات والتفسيرات فيما يرتبط بالنص، ويمكن تقديم ترسيمة لهذا النموذج في الشكل التالي:

الشكل رقم (9): النموذج النصي المتشابك le modèle de l'hypertexte



Source : Thill Eugence, 2005, p :99.

2.3.3 النموذج الموضعي Modèle situationnel: النموذج الموقعي أو الموضعي يعتبر التواصل كسيرورة processus، فالتركيز هنا يكون على إظهار مختلف السياقات أو أبعاد مختلف الوضعيات التي فيها تشتغل عملية التواصل، فالتبادل l'échange لكي يصبح

ذو معنى، يجب أن يوضع في علاقة مع السياقات التي يتم من خلالها، وهذه السياقات مختلفة ومنها:

- السياق القصدي contexte d'intentionnalité
- سياق المعيقات الوضعية contexte des contraintes situationnelle
- سياق التموضعات النسبية contexte des positionnements relatifs
- السياق الزمني contexte temporel

إن المعنى النهائي للتواصل هو خلاصة لمختلف المعاني التي ظهرت من خلال سياقها، فكما أن السياق يساعد في بناء معنى التبادل، فإن المعنى والسياق بدورهما يبنيان انطلاقا من التبادل.

ويعمل التواصل من وجهة نظر هذا الاتجاه على إبراز الصيرورة والسياقات المتعددة التي يكون فيها التواصل ضروريا(السياق الثقافي مثلا)، فلكي يكون للتواصل معنى، لابد أن يكون في إطار علاقة تبادل داخل سياقات متعددة مثل سياقات: التموضع النسبي، الأفعال المبنينة، الإكراهات والضغوطات التي تفرضها الوضعية، السياق الزمني، رهانات الفاعلين، ولقد استندت علوم التواصل في بناء نماذجها التواصلية على مرجعيات محددة، وما يميز هذه المرجعيات هو تعددها وتداخلها الفكري والأكاديمي المتعدد التخصصات كالسوسيولوجيا وعلم النفس الاجتماعي والرياضيات.

4. المقاربة السوسيولوجية للتواصل التنظيمي:

لقد اهتمت المقاربات الكلاسيكية لعلم الاجتماع بموضوع التواصل، إما بشكل مباشر أو من خلال توظيف هذه المقاربات في تحليل وتفسير ظاهرة التواصل وذلك بالاعتماد على مبادئها الأساسية، فقد تناول اميل دوركايم التواصل بطريقة غير مباشرة، وذلك من خلال التركيز على الضمير الجمعي باعتباره نتاج اجتماعي للتفاعل الاجتماعي، فدور كايم يؤكد على أن التفاعل الاجتماعي هو محور الحياة الاجتماعية داخل أي مجتمع، وهو بذلك بمثابة تواصل بين الفرد والمجتمع، ومن تم يمثل عملية اجتماعية نفسية يشارك فيها الفرد والمجتمع على حد سواء.

وقد قدم علم الاجتماع الفينومونولوجي تصورا بخصوص عملية التفاعل الاجتماعي مؤكدا أن التفاعل رغم كونه نتاجا للواقع الاجتماعي، إلا أنه يسهم في بنائه في نفس الوقت، وهو الطرح الذي ذهب إليه جورج زيمل، كما أن تالكوت بارسونز صاحب نظرية النسق الاجتماعي والأنساق الفرعية لم يقارب موضوع التواصل بشكل مباشر ورئيسي في أعماله، لكنه وانطلاقا من دراساته يمكن استخلاص أبعاد مرتبطة بذلك. فأنساق التواصل تنتج عن عمليات التفاعل مع الأهداف الاجتماعية، كما أن الأنماط المتطورة للسلوك الاجتماعي هي بمثابة عمليات للتواصل، إضافة إلى الأنساق الرمزية للمعاني والمواقف.

كما أن أنصار التفاعلية الرمزية قاربوا موضوع التواصل من خلال التأكيد على أن جميع صور التفاعل بين الأفراد تتضمن تبادلا للرموز، فعندما تتفاعل مع الآخرين تبحث دوما عن مفاتيح حول أنسب أنماط السلوك في السياق الذي يحدث فيه التفاعل، وعن مفاتيح حول كيفية تفسير ما يقصده الآخرون، وتلفت التفاعلية الرمزية انتباهنا إلى تفاصيل التفاعل بين

الأشخاص وكيفية استخدام هذه التفاصيل في فهم ما يقوله الآخرون ويفعلونه(مصطفى خلف عبد الجواد، 2011، ص484).

إضافة إلى ذلك، إهتمت المقاربة النسقية بموضوع التواصل، من خلال اعتبارها أن التنظيم هو بمثابة نسق اجتماعي يشمل أفرادا وأهدافا وإتجاهات نفسية، وكذلك دوافع مشتركة، وبالتالي فإن النسق الاجتماعي يتطلب توافر نسق للتواصل ليضمن استمراريته من خلال العمل على الربط بين أجزاءه وكذلك تفاعله مع السياق الخارجي.

ومن بين المقاربات الحديثة لدراسة ظاهرة التواصل، نجد الإتجاه الماركسي في دراسات وأعمال مدرسة فرانكفورت، هذه الأخيرة ومن خلال مجموعة من أعمال روادها تؤكد على أن التواصل هو آلية من آليات التلاعب، وبالتالي فالتواصل يصبح هنا بمثابة إيديولوجية هذا العصر، وقد إنتقدت هذه المدرسة التواصل داخل التنظيمات الاقتصادية معبرة أن الهم الأساسي للمقاولة هو الربح في مقابل تغييب المستويات الاجتماعية والعلائقية للتواصل في التنظيم.

إن التواصل كموضوع للبحث كان حاضرا بشكل مباشر أو ضمني داخل الأعمال السوسيولوجيا الكلاسيكية، على إعتبار أنه بعد لتجلي التفاعل الاجتماعي داخل المقاولة أو المجتمع ككل، وهو ما شكل أرضية لانطلاق دراسات جديدة لهذا الموضوع، خصوصا فيما يرتبط بعلم اجتماع التنظيمات والمقاولات.

1.4 التواصل وسوسيولوجيا التنظيمات: اشتغلت سوسيولوجيا التنظيمات على موضوع التواصل، حيث اهتم H.Mintzberg بموضوع التواصل من خلال مجموعة أعمال، وأهمها كتابةLe management, voyage au centre des organisations، مؤكدا على أهميته في حياة التنظيمات، وقد حاول مانتزبرغ مقاربة إشكالية التواصل انطلاقا من تحديد ودراسة العلاقة الرابطة بين المكونات الخمس للتنظيم وهي:

- القمة الاستراتيجية stratégique sommet: وهي نظرة كلية، والقمة الإستراتيجية تمارس ثلاث مهمات أساسية:

أ. الإدارة المباشرة للتنظيم: أي توزيع الفاعلين في مناصبهم، وإعطاء الأوامر حول القرارات الأساسية وتدبير الصراعات.

ب. التدبير: أي تدبير حدود علاقات التنظيم مع المحيط الخارجي.

ت. قيادة التطور الاستراتيجي والمستقبلي.

- المركز الإجرائي le centre opérationnel: ومهمته التموين وتوزيع الخدمات أو المنتجات والوظائف اللوجستيكية ويعتبره مانتزبرغ قلب التنظيم.

- القمة الإستراتيجية stratégique sommet: وهي نظرة كلية، والقمة الإستراتيجية تمارس ثلاث مهمات أساسية:

أ. الخط التراتبي la ligne hiérarchique: يعتبر الخط الرابط بين القمة الإستراتيجية والمركز الإجرائي، والخط التراتبي يختلف من مقاولة لأخرى.

ب. البنية التقنية le techno-structurel: المهمة الأساسية للبنية التقنية هي وضع التصور والتخطيط، وبكل تعبير طارئ يقوم بتغيير المهام في المقاولة، إضافة إلى معيرة standarisation وتنظيم الوظائف وتكوين الفاعلين.
ت. الدعامة اللوجيستية le support technique: يرتبط بكل المهام ذات العلاقة بطريقة غير مباشرة بأنشطة المقاولة، أي المرافق ذات الصبغة الثقافية والاجتماعية.
إن هذه المكونات هي أساس إشتغال التنظيم حسب مانتزبرغ، حيث أن الخط التراتبي الذي يضم الأطر التي تعمل على الإشراف المباشر على عمليات الإنتاج والحلقة الرابطة بين القمة الإستراتيجية، أي الإدارة وأطرها والمركز الإجرائي الذي يقوم بعمليات الإنتاج والذي يشمل العمال والمستخدمين، هذا الترابط هو من يمد الإدارة بالمعلومات والمعطيات التي تمكنها من تدبير مواردها البشرية، والتحكم في الإنتاج وإمتلاك تصور شمولي للتنظيم وأجزاءه، إضافة إلى التنسيق بين الإدارة والأطر الفنية والتقنية التي يكون هدفها معيرة عمليات الشغل وصياغة المخططات والبرامج، فطبيعة التنظيم الهرمي والشغل الذي وضعه مانتزبرغ هو المسئول عن تحديد نمط وشكل التواصل بين الأفراد في مختلف مستويات التنظيم، وبهدف فهم العلاقات يجب تحديد الفاعلين المؤثرين، والحاجيات والأهداف المراد تحقيقها، وقدرة كل فاعل على التأثير بهدف تحقيق هدفه. وقد حدد مانتزبرغ في دراسته لعدد من المقاولات فيما يخص مهام الأطر داخل المقاولة في الآتي:
أ. إقامة علاقات التواصل الرسمية وغير الرسمية مع الإدارة، ومع العمال والمستخدمين.
ب. المهام ذات العلاقة بالأخبار والتزويد بالمعلومات.
ت. المهام ذات العلاقة بإتخاذ القرارات.
إن الإطار داخل المقاولة ذو وظائف مرتبطة بالأهداف والإستراتيجية العامة، وقد حددها مانتزبرغ في عشرة وظائف: التواصل والتنسيق، إعتباره رمزا للمقاولة، وقائدا ملاحظا نشيطا وناشرا ومتحدثا باسم المقاولة ومقاولا ومنظما*.
إن وضعية الأطر في المقاولة تمنحهم مزاولة مهام مرتبطة بتنظيم وتسيير وحل المشاكل وإدماج التصورات والنماذج المختلفة على مستوى وحدات العمل الإجرائية والإستفادة من الدعم الذي توفره علاقات التواصل على مستوى وحدات العمل الإجرائية والاستفادة من الدعم التي توفره علاقات التواصل على مستوى الإمتداد العمودي للمعلومات.
ويعتبر مانتزبرغ أن الصراعات داخل المقاولة ناتجة أساسا عن وجود مشاكل في التواصل والتنسيق، ويخص بالتحديد بنية الإدارة التي تكون غير متكيفة بشكل يتناسب مع المبادرات المشتركة والمتبادلة، وهذا يطرح بالتالي عائقا على التواصل غير الرسمي بين الأطر الإدارية والمستخدمين بالمقاولة.
إن التواصل غير الرسمي حسب مانتزبرغ هو الكفيل لتجاوز المشاكل الإنسانية المطروحة على مستوى المركز الإجرائي والتي تؤدي إلى مشاكل التنسيق، ومن ثم إلى مشاكل التكيف داخل القمة الإستراتيجية، وفي مقابل ذلك فالإعتماد على التواصل غير الرسمي رغم تمكنه

*- يمكن الرجوع لعمل هنري مانتزبرغ: Le Management, voyage au centre des organisations

من الاشتغال في المقاولة بطريقة مثالية، إلا أن ذلك يخترق مبادئ الضبط المعتمدة في البنية الرسمية وما يرافق ذلك من استنزاف للطاقات والجهد وهذا يتطلب من الإدارة إعادة مواجهة واستبدال إستراتيجياتها.

إن تصور مانتزبرغ للتواصل غير الرسمي في المقاولة يعتمد آليات تعمل على الملائمة والتسوية المتبادلة عن طريق التواصل غير الرسمي بين الأفراد داخل التنظيم، والمراقبة المباشرة للإدارة لمدى تطبيق الأوامر والتوصيات الناتجة عنها، إضافة إلى معيرة (وضع معايير) Standardisation أساليب العمل عبر معيرة طرق إنجازه، وكذلك معيرة النتائج بترجمة الاستراتيجيات إلى وقائع ملموسة، ثم معيرة المؤهلات باعتماد التكوين. وأخيرا معيرة القواعد والقوانين والقيم بالنسبة للفاعلين بالمقاولة.

ويميز مانتزبرغ، وبشكل عام، بين التواصل الرسمي المرتبط بالقواعد والنظام الهرمي وفق رسمية معينة هي المسئولة عن عمليات المراقبة وممارسة السلطة بهدف التدبير العقلاني للموارد البشرية وعمليات الإنتاج، والتواصل غير الرسمي كونه عنصرا إضافيا مكملا للجانب الرسمي وجوابا للحاجيات الحاضرة والمستقبلية للمقاولة إضافة إلى اعتباره آلية لخلق التوازن والتكيف.

2.4 التواصل وسوسيولوجيا المقاولات: قاربت سوسيولوجيا المقاولات إشكالية التواصل وفق تصور مخالف للمقاربات السابقة، فقد حاول Ph. Bernoux دراسة نسق التواصل في التنظيمات من خلال أعماله، خاصة la sociologie des entreprises، مركزا في دراسته تغيير سلوك الأفراد والجماعات داخل المقاولة والمعايير التي تتحكم في ذلك التغيير انطلاقا من سوسيولوجيا المقاولة.

وقد إعتبر بيرنو أن سلوك الفرد أو الجماعة داخل المقاولة هو نتاج الوضعية التي يتموضع فيها هؤلاء الأفراد والمرتبطة بعلاقات تفاعلية، هذه العلاقات تتأثر بدورها ببنية ومحيط المقاولة، ذلك أن العلاقات داخل التنظيم حسب بيرنو لا يمكن أن تفهم إلا في إطار الجماعة التي ينتمي إليها هؤلاء الأفراد والمعايير المتبناة من قبل الجماعة، إضافة إلى الثقافة السائدة، أي ثقافة المقاولة وأيضا الحوافز المقدمة للفاعلين.

إن هذه العلاقات تتطور وتتغير بسبب ضغوط المحيطين الداخلي والخارجي للمقاولة، فالضغوطات الداخلية تشتغل عندما تكون الإكراهات التي تواجه العوامل المجددة لعلاقات لا تدعم النسق العام للمقاولة، فبيرنو يعتبر أن المقاولة بناء اجتماعي ونسق من التفاعلات بين الأفراد(أطر، مستخدمين، عمال)، ونظاما إجتماعيا خاضعا لإكراهات البيئة الاجتماعية والاقتصادية والثقافية، وهذا يؤدي إلى تأثيرات على بنية ونمط اشتغال المقاولة، إن التفاعل بين الفرد والجماعة عند بيرنو يرتكز على التواصل بينهما، أي ضرورة تبني سوسيولوجيا تفاعلية يكون أساسها التوفيق بين المستوى السيكولوجي والسوسيولوجي في دراسة العلاقات في المقاولة.

إن انسجام المقاولة رهين بقدرة الفاعلين فيها على تبني تمظهرات تتصور هذا الفضاء كنسق من العلاقات الاجتماعية مؤسسة معايير الثقة، الهوية، الثقافة، التوافقات، وهي المفاهيم الجوهرية لفهم التواصل داخل المقاولة إلى جانب نظريات أخرى كنظرية الفاعل.

إن الفهم الأمثل لعلاقات التواصل بين الفاعلين، وفهم آليات اشتغال المقاولة والاختلالات الوظيفية يمر عبور فهم مسلمات التحليل الاستراتيجي، حيث يعبر بيرنو عن ذلك قائلا: "إن قدرة الفاعل على التواصل داخل المقاولة يكسبه سلطة من خلالها يحقق بعض الحاجيات والأهداف"، فالمقاولة تستمد قوة هويتها من التماسك والترابط بين مختلف مكوناتها وكذلك عن طريق نسق التواصل القائم على الروابط الاجتماعية المركزية، لأن المقاولة تبقى مجالا للعلاقات الاجتماعية وليست مجرد نصوص قانونية وأرقام ونماذج اقتصادية جاهزة أو امتداد لبناءات خارج المقاولة، فبيرنو يقارب التواصل انطلاقا من سوسيولوجيا الفعل التي تمكننا من فهم الفعل الفردي الذي يعتبره مصدر الأفعال الاجتماعية، كما يقارب التواصل بناء على السوسيولوجيا الرابط الاجتماعي والتي تمكن من إدراك الفعل الجماعي عبر الهوية، الثقافة والتوافقات.

ويرتبط التواصل عند بيرنو بالعلاقات التفاعلية في دراسة التواصل، فسلوك الأفراد والوضعية التي يتواجد بها الأفراد هي المحددة لطبيعة علاقات التواصل، كما أن ثقافة المقاولة لها تأثير على التواصل إضافة إلى تأثير التحليل الاستراتيجي في التواصل، وقد أكد بيرنو بخصوص التحليل الاستراتيجي وتأثيره على التواصل قائلا: "إن المعلومة الجيدة تصل في حالة توفر قناة جيدة، لكن حقيقة اشتغال المقاولات تثبت العكس: فالرسالة تصل ليس على أساس المزايا الجوهرية ولكن على أساس إستراتيجيات المستقبلين، فإذا كانت الرسالة غير مترجمة، فذلك يعني أنها لم تتحول بعد إلى رهان بالنسبة للمستقبلين، وبالتالي فليس لها أي فرصة للاستقبال" (Philipe Bernoux, 1999, p167).

لقد شكلت المقاربات التقنية ومقاربات العلوم الاجتماعية لظاهرة التواصل عامة، والتواصل التنظيمي خاصة، شكلت مكانا للباحثين والمسئولين على مختلف التنظيمات لفهم أعمق وأشمل لهذا المستوى الذي لا يمكن تجاهل قيمته بالنسبة لمختلف الفاعلين بهذه التنظيمات، فالتواصل كفعل وسلوك إنساني قائم على علاقات تفاعلية متبادلة بين الأفراد والجماعات والمجموعات السوسيومهنية، يتطلب ميكانيزمات لتفعيله وهذه الميكانيزمات لا يمكن أن توفرها سوى تصورات العلوم التقنية في تكامل مع العلوم الاجتماعية عامة وسوسيولوجيا التنظيمات والمقاولات خاصة.

قائمة المراجع:

1. أحمد صقر عاشور(1989)، السلوك الإنساني في المنظمات، الدار الجامعية.
2. محمود عبد المولى(1984)، علم الاجتماع في ميدان العمل الصناعي، الدار العربية للكتاب، طرابلس، ليبيا.
3. مصطفى خلف عبد الجواد(2011)، نظرية علم الاجتماع المعاصر، ط2، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
4. حسن امغليف(2011-2010)، أثر التواصل على علاقة الشغل داخل المقاولة، مجموعة الضحى للسكن بمراكش نموذجا، بحث لنيل شهادة الماستر في سوسيولوجيا المقاولات والتنمية، جامعة القاضي عياض، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، مراكش.

5. صباح أمير الدين عبد الله الحوثي(2007-2008)، قنوات الاتصال في المقاولة الصناعية: الأهمية والممارسة في إدارة الجودة، نموذج مجموعة هائل سعيد أنعم باليمن، أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع، جامعة سيدي محمد بن عبد الله، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، ظهر المهراز، فاس.
6. العابد عبد المجيد(2011)، التواصل، التجديد والرهان، المجلة الالكترونية أنفاس، عدد الجمعة 25 فبراير.
7. B. Denis(1994). Information, communication, Edition d'Organisation, Paris.
8. Besseyre des Horts, Charles-Henri(1998) , Gérer les ressources humaines dans l'entreprise, concepts et outils, Edition d'Organisation, Paris.
9. C. Bussenait et M. Pretet(1990), Organisation et gestion de l'entreprise, Edition Paris.
10. Chester Bernard, (1982), The function of the executive, 29th edition. Cambridge, Haward Univ Press.
11. Ch. Runenault et M. Pretet(1996), Economie et gestion d'entreprise, Edition Dunot.
12. Dimitri Weiss(1971), Communication et presse d'entreprise, Paris.
13. Edgar Morin(2005), Introduction à la pensée complexe, Edition du Seuil.
14. E.H. Shein(1995), Organisational culture and leadership, Adynamic view, Sanfransisco, Jossey-bass.
15. France St. Hilairs(2005), Les problèmes de communication en entreprise, infirmation relation, Mémoire pour l'obtention du grade maître arts, Faculté supérieurs de l'université, Laval.
16. Frédérique Alexandre-Bailly, Denis Bourgeois, Jean-Piere Gruère, Nathalie Raulet-Croest, Christine Roland-Lévy(2009), Comportement humaines et management, 3éme édition, PEARSON Education.
17. J.L.Moreno(1953), Who Shall Survive, Beaon, N.Y: Beacon House.
18. George R. Terry(1983), A Guide to management, Homewood, Illinois, Richard Irwin.
19. Marie Hélène Westphalen(2001), Le guide de la communication d'entreprise. 3ème édition, Paris, 2001.
20. Michel-Louis Roquette(1998), La communication sociale, Dunod, Paris.
21. Pierre G. Bergeron(1989), La gestion moderne, théories et cas, Geatan Movin, éditeur éberc, Québec.
22. Paris R. Arcond, N. Bourbeau(1998), La communication efficace, de Boeek, Université Belgique.
23. Philipe Bernoux(1995), La sociologie des entreprises, 2ème édition, Edition du Seuil.
24. Philipe Bernoux(1999), La sociologie des entreprises, 2ème édition, Edition du Seuil.

25.Thill Eugene(2/2005), Essai sur des modèles de communication dans les organisations, Revue technique luxembourgeoise.
26.Virgine Duraud(1999) , Les métiers de la communication d'entreprise, Edition Puf, Paris.