

أشكال الاتصال من حيث وجوده في المؤسسة:

ويقسم إلى اتصال داخلي واتصال خارجي

أولاً: الاتصال الداخلي:

1- مفهومه: هو الاتصال الذي يتم داخل المؤسسة، ويستخدم قنواتها التنظيمية لتبادل المعلومات بين الأجزاء المكونة لها. كما يعرف بأنه همزة الوصل بين هيئات المؤسسة المختلفة وبين السلطة المركزية.

2- أنواع الاتصال الداخلي: ويأخذ شكلين الاتصال الرسمي والاتصال غير الرسمي:

❖ الاتصال الرسمي:

وهو نظام من الاتصال تخضع لقواعد وإجراءات محددة رسمياً ومبينة بصورة مكتوبة، وفيه تدفق المعلومات في المؤسسة، بما تتماشى والتوزيع الرسمي للسلطات والاختصاصات الوظيفية.

يعرف كذلك الاتصال الرسمي أنه الاتصال الذي يكون في إطار الأسس والقواعد التي تحكم المؤسسة، فهو الذي يتم في إطار التنظيم أي له إجراءات وقواعد رسمية يسير وفقها، وتكون واضحة ومبينة لجميع أفراد المؤسسة، لأنها غالباً ما تكون موثقة بصورة مكتوبة ورسمية.

وتضم المذكرات أو التقارير أو الاجتماعات الرسمية أو الخطابات أو ما شابه ذلك، ويتم عبر التسلسل التنظيمي للمؤسسة.

كل الاتصالات سواء كانت نازلة أو صاعدة أو أفقية أو محورية تكون بشكل رسمي:

• الاتصال النازل (من الأعلى الى الأسفل):

وهو الاتصال الذي يأتي من قمة الهرم التدريجي الى قاعدته، وهو اشبه بالآراء والأفكار والقرارات التي تنزل من الإدارة الى العمال.

يأخذ الاتصال شكلاً نازلاً ويعرف بالاتصال النازل يتدفق هذا الاتصال من أعلى أو قمة التنظيم الى أدنى المستويات الإدارية، ويكن تلخيص أغراض هذا النوع من الاتصال فيما يلي:

- الأوامر والتعليمات الخاصة، والمرتبطة بالعمل.

- معلومات حول العمل، وعلاقته بالأعمال الأخرى في المؤسسة.

- معلومات حول الإجراءات، والقوانين الداخلية.

- التغذية العكسية المتعلقة بأداء المرؤوسين.

يظهر من هذه الأغراض، أنه كلما كانت المعلومات المتبادلة وفقا لهذا النوع من الاتصال واضحة ودقيقة، كلما أنجزت الاعمال بدقة وسرعة أكثر.

الشكل رقم (1) يمثل الاتصال الرسمي النازل



• الاتصال الصاعد (من الأسفل الى الأعلى): ويقصد به الرسائل القادمة من مستويات التنظيم الدنيا الى المستويات العليا، ويعد هذا الاتصال حاسما ومهما لنمو وتطوير لتنظيم.

- ويعرف كذلك هو الاتصال الذي ينتقل من قاعدة الهرم الى قمته، ويمكن تلخيص محتوى هذا النوع من الاتصال:

- معلومات حول أداء المرؤوسين ومدى تقدمه وخطط المستقبلية.

- مشكلات العمل التي تحتاج وقفة من المدير والتي تتضمن جملة الشكاوى والمشاكل التي يعاني منها.

- أفكار حول تحسين سبل العمل لطلب توضيحات واستفسارات عن بعض النقاط الغامضة في سياسة التنظيم او في أداء عملها.

- معلومات حول مشاعر العاملين نحو جوانب العمل المختلفة. (بوعط، 2008-2009، ص43)

الشكل رقم (2) يمثل الاتصال الصاعد

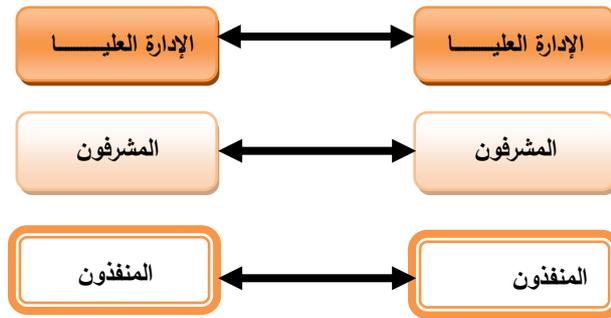


- الاتصال الأفقي:

وهو الاتصال الذي يتم بين الافراد من نفس المستوى الهرمي والذي يسمح عادة بالحصول على المعلومات، لا يكمن الحصول عليها عن طريق الاتصال العمودي، كما يسمح بالتنسيق بين مختلف المصالح والفروع من اجل فاعلية أكبر.

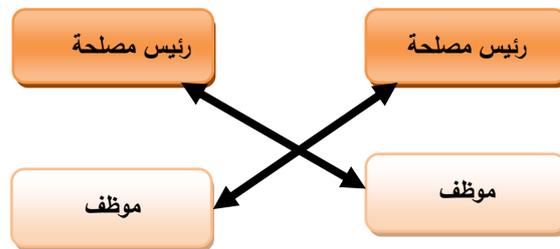
ومن الوسائل التي يعتمد عليها هذا النوع الاتصال، اللقاءات، تبادل الزيارات، الاجتماعات على مستوى الإدارة او القسم او الاجتماعات العامة، المؤتمرات، التقرير السنوية للموظفين الخطابات البريدية المباشرة، الصور والأفلام السينمائية، المكالمات الهاتفية، الملصقات على الحائط، المجلات والصحف الداخلية التي تصدرها المؤسسة، اللجان والسلوكيات المختلفة اثناء العمل.

### الشكل رقم (3) يمثل الاتصال الأفقي



الاتصال المحوري: ويشمل الاتصال بين الرئيس والمرؤوسين في الإدارات المحورية أو المتقابلة غير التابعة لها تنظيمياً، كالاتصال بين رئيس مصلحة الميزانية والوسائل وموظف في مصلحة المستخدمين.

### الشكل رقم (4) يمثل الاتصال المحوري



❖ **الاتصال غير الرسمي:** هو ذلك الاتصال الذي يحدث في المنظمات والذي لا يتقيد بمراكز الافراد وعلاقاتهم ورتبهم ويقوم على أساس العلاقات الشخصية ويرتكز حول الأهداف المسطرة.

ينشأ الاتصال غير الرسمي في المؤسسة، وهذا غالبا ما يكون اختلال راجع في الاتصال الرسمي، كجمود الاتصال الصاعد، مما يخلق فراغا يستغله الفاعلون الاجتماعيون، الذين يتميزون بطموحهم، كما ينشأ نتيجة لوجود صلات شخصية، وعلاقات اجتماعية بين العاملين في المؤسسة.

من الملاحظ ان الاتصال الرسمي يمكن ان يكون صالح في المؤسسة، كما يكون ضد أهدافها والفصل يعود الى الإدارة الحكيمة هي التي تسعى الى التعرف الى مصادر الاتصالات غير الرسمية، ومساراتها، وتحليل محتواها والتعرف على أهدافها، وتحول ان تغذيها بالحقائق والمعلومات، التي تهئ الأفراد للتعاون نحو تحقيق الأهداف المرغوب بفعالية.

**ثانيا: الاتصال الخارجي:** هو حلقة وصل بين المؤسسة والبيئة المحيطة بها هدفه بناء ثقة الجمهور بالمؤسسة وتحسين صورتها لديه.

**ثالثا: الاتصال المالي:** عرفه فرانسوا دوتيسيبي بأنه نشاط يساهم في خلق ديناميكية للعلاقات التي تربط المؤسسة بمختلف جماهيرها ويحافظ على ديمومتها.

ويعرفه سابولي بأنه ذلك الاتصال الذي يسعى إلى نشر الصورة المثلى أي الأنموذج اقتصاديا وماليا للمؤسسة تجاه جماهيرها بالأخص الجمهور المتخصص.

ويتضح لنا أن الاتصال المالي ليس عرضا لمعلومات مالية وأرقام حققته المؤسسة، بل تتعداه إلى شرح استراتيجية المؤسسة والترويج لصورتها ويهدف إلى تكوين وتقديم صورة مالية متينة مترابطة وصحيحة تعمل على خلق الثقة بين المؤسسة وجمهورها المالي.

**رابعا: الاتصال التجاري:** هو نظام يؤثر على التغيير داخل المنظمة بأكملها، وهي عملية تبادل المعلومات والأفكار والآراء المتعلقة بالأنشطة التجارية مع أفراد آخرين لإنشاء فهم مشترك للرسائل وتحقيق أهداف العمل، له علاقة بالمفهوم التسويقي ويمثل جوهر لشبكة من المعلومات المتناقلة بين طرفي عملية التبادل الهادفة في أساسها إلى إشباع وإرضاء حاجات ورغبات المستهلك.

وهو ذلك الاتصال الصادر عم المؤسسة اتجاه مختلف الأطراف المشكلة للسوق (مستهلكون، موزعون.....) سعيا منها إلى تحقيق أهدافها.