

## المحاضرة الأولى: مدخل للاتصال واتصال المؤسسة

### تمهيد

يعتبر الاتصال من أبرز العوامل التي أنشأت علاقات اجتماعية بين الأفراد والجماعات وأن الحاجة إليه جعلته يمر بعدة مراحل نحو التطور المستمر لتمكين الأفراد والجماعات من تنسيق وتنظيم الأعمال والنشاطات فيما بينهم من خلال تبادل المعلومات والأفكار التي تكون أولاً وأخيراً مضمون الاتصال.

و من أجل التأثير على عادات و سلوك مختلف الشرائح المستهدفة تلجأ المؤسسة إلى اعتماد التفاعل وتبادل المعلومات و الأفكار مع هؤلاء باستعمال وسائل محددة بغرض تحقيق أهدافها المسطرة وفقاً لطبيعة كل شريحة.

### 1- مفهوم الاتصال

إن كلمة الاتصال واسعة الانتشار والاستخدام في حياتنا اليومية وهي ذات معاني عديدة، لدى يجب أن يحدد مفهومها من خلال تبيان أصلها، فكلمة "اتصال" مشتقة من الأصل اللاتيني للفعل "communicate" وهي تعني التشييع عن طريق المشاركة.

وقد استخدم الاتصال في علم النفس باعتباره نسقا اجتماعيا يؤثر بطريقة أو بأخرى في العلاقات المتبادلة بين أعضاء الجماعة و آرائهم و اتجاهاتهم. كما اهتم المختصون في إدارة الأعمال بالاتصال باعتباره أداة لمخاطبة المستهلك أو المستخدم وتوصيل الرسالة الإعلانية.

و يعرف الاتصال على أنه " فن استخدام المعلومة من قبل المرسل لغرض إيصالها إلى عقل الطرف الآخر وهو المستلم و لإحداث استجابة"

يعرف أيضا على أنه "تعامل مع طرفين أو أكثر في موقف معين لتبادل المعلومات بهدف تحقيق تأثير معين لدى أي أو كل من الطرفين أو هو تبادل لرسائل بين أطراف مختلفة باستخدام قنوات التوصيل"

كما يعرفه شانون و ويفر على أنه "كافة الأساليب و الطرق التي يؤثر بها عقل في عقل آخر باستعمال رموز" من خلال التعاريف الثلاثة السابقة يمكن أن نستنتج أن الاتصال هو: عملية تتم بين طرفين تتضمن انتقال رسالة معبر عنها برموز من المرسل إلى المتلقي وهذا حسب الغرض المنتظر من الرسالة فالإتصال هو جوهر التفاعل المباشر بين الناس. سواء باستعمال وسائط تقنية تقليدية، حديثة أو شخصية.

### 2- وظائف الاتصال

للإتصال وظائف عدة في أي نظام اجتماعي و التي يمكن اختصارها فيما يلي:

- وظيفة إعلامية: تتمثل في جمع، تخزين، معالجة ونشر المعلومات، الصور، الحقائق، الرسائل، الآراء و التصرف اتجاهها بحكمة للوصول إلى وضع يمكن من اتخاذ القرارات السليمة.
- النشأة الاجتماعية: الإتصال يساهم في تحديث المجتمع حيث يسهل انتشار المعرفة و تنمية القواعد و القوانين الجديدة التي تتوافق معه.

- خلق الدوافع: دعم الأنشطة الخاصة بالأفراد و الجماعات و المؤسسات المتجهة صوب تحقيق الأهداف المتفق عليها.
- وظيفة تفسيرية: فلا يقتصر دور الاتصال على تقديم المعلومات بل تمتد مهمته إلى الشرح و التفسير بحيث يقوم بتسليط الضوء على حوادث معينة من أجل استخلاص معانيها و أسبابها و ظروف حدوثها ويمكن ملاحظة ذلك في الكتب و المقالات
- الحوار و النقاش: العمل على توفير الحقائق اللازمة و تبادلها لتسيير الاتفاق و توفير مختلف وجهات النظر.
- الاتصال وسيلة للنجاح و تطوير الإدارة و المؤسسات و كذلك وسيلة للعلاقات بين الأفراد ، الجماعات، المؤسسات و المجتمع
- نقل الرسائل إلى الطرف الآخر و استقبال البيانات و الاحتفاظ بها.

### 3- شروط الاتصال

إن أي عملية اتصال تستدعي ستة شروط أساسية ملخصة فيما يلي:

- ✓ **الشرط الأول: وجود طرفين المرسل و المستقبل،** حيث يقوم الطرف الأول بإرسال المعلومة أو الرسالة و يحاول التأثير على الآخر. و المستقبل هو الذي يتلقى هذه المعلومات ثم يبدي ردة فعله بقبول المعلومة أو رفضها أو الوقوف محايدا اتجاهها.
- ✓ **الشرط الثاني: وجود موضوع** ينشأ العلاقة بين الطرفين، فالموضوع هنا يقصد به الفكرة التي يريد المرسل نقلها إلى الطرف الآخر.
- ✓ **الشرط الثالث: توصيل الرسالة عن طريق قناة ملائمة مع الأطراف و البيئة و مضمون الرسالة،** و هذه القناة متعددة الأشكال و الأنواع، فمنها الشخصية التي تعتمد على الأفراد و منها التقنية التي تعتمد على وسائل الاتصال الأخرى.
- ✓ **الشرط الرابع: ضرورة وجود بيئة اتصال ملائمة،** و هي كل العناصر المحيطة بالعملية مثل العوامل الخاصة بتصميم الرسالة، ظروف العمل،... الخ
- ✓ **الشرط الخامس: يجب أن تكون هذه البيئة خالية من التشويش** الذي يحول دون حدوث عملية الاتصال أو التشويش على المعاني و الأفكار، و نقل المعلومات.
- ✓ **الشرط السادس: كذلك يجب أن تكون بيئة الاتصال خالية من المعوقات** التي تعوق عملية الاتصال.

### 4- أشكال الاتصال في المؤسسة

تقوم المؤسسة بالاتصال مع الجمهور و المنظمات التي تساهم في تحقيق أهدافها، و الاتصال يكون على عدة أشكال منها:

- الاتصال الداخلي:** موجه نحو موظفي المؤسسة، وهو يهدف عموما إلى التعريف بأهداف المؤسسة و تعبئة و تحفيز موظفيها على المشاركة في تحقيق هذه الأهداف، و المحافظة عليهم و التعامل معهم ضمن مناخ جيد.
- اتصال التوظيف:** موجه إلى الجمهور الذي تريد المؤسسة أن تختار منه موظفيها، و هنا نجد بالخصوص اتصال المؤسسة بالجامعات و المدارس قصد استقطاب الكفاءات التي تحتاجها.

اتصال سياسي: تستعمله المؤسسة مع الجماعات المحلية و الإدارات العمومية التي تريد من خلاله المحافظة على علاقتها الجيدة معها.

اتصال محلي: هذا الاتصال يكون مع السكان الذين يقطنون بجوار المؤسسة و الذين تنجز من ورائه المؤسسة علاقة حميمية مع هؤلاء الأشخاص و إمكانية تحويلهم إلى زبائن أوفياء في المستقبل.

اتصال مالي: موجه نحو المؤسسات المالية و البنكية و الأسواق المالية لتسهيل الحصول إلى الموارد المالية التي هي بحاجة إليها.

الاتصال التسويقي: هو إعلام و إقناع المستخدم بالسلعة التي تنتجها المؤسسة قصد التأثير على قراراتهم لقبولها و استخدامها، و سنتطرق إلى هذا النوع من الاتصال بنوع من التفصيل في المطلب التالي.

## حالة دراسية تطبيقية ( 1 )

### استعمال لغة الجسد في الاتصالات

لغة الجسد فن ليس حديثاً، وله تطبيقات لا تعد ولا تحصى، لكن استخدامه في التسويق والعلاقات العامة والانتخابات أصبح عاملاً لا مفر منه، وهو ما أكدته الانتخابات الأمريكية الأخيرة. من دراسة معظم خطابات أوباما وماكين حيث سجل لأول أنه نجح بشكل كبير في إدراك أهمية لغة الجسد والتعامل معها كوسيلة توصيل للرسائل للأفراد مباشرة، خاصة في إطار بناء الثقة. لاحظوا حركة اليدين، ووضعيات الوقوف والحديث، وطريقة الإلقاء وكل هذه العوامل التي جعلت باراك أوباما يبدو للكثيرين أقرب لهم وأكثر موثوقية من جون ماكين. وحين أقول استخدام لغة الجسد فإنني أذكر بأن كثير من المؤسسات الأمريكية تدرب موظفيها على اتقان لغة الجسد كجزء من منظومة التواصل التسويقي سواء لإرسال الإشارات التواصلية أو استقبالها.

وأشير هنا إلى واقعة مهمة ففي انتخابات عام 1984، طلب الرئيس الراحل ريغان من مستشاريه دراسة لغة جسد المرشحين الديمقراطيين الثلاثة الذين كانوا يتنافسون لنيل ترشيح الحزب الديمقراطي ضده، وكانت نتيجة الدراسة أن أيا منهم لا يبدو ولا يتصرف "رئاسياً بما يكفي"، وهي النقطة التي ارتكز إليها ريغان في حملته الانتخابية ضد المرشح الديمقراطي والتر مونديل، وهزمه بها.

تري، هل حان الوقت لشركاتنا أن تدرس طريقة تفاعل عملائها مع منتجاتها وماذا توحى به لغة أيديهم وتعبيرات وجوههم ؟