



جامعة الجيلالي بونعامة-خميس مليانة
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
قسم العلوم الإنسانية
شعبة علم المكتبات



السنة الأولى ماستر تخصص إدارة المؤسسات الوثائقية والمكتبات

السداسي الثاني

محاضرات في مقياس:

إتصال مؤسساتي

إعداد الأستاذ:

بوصحراء سعاد

السنة الجامعية 2021-2022

إن العملية الإتصالية ظاهرة ملازمة للبشر تنمي الروابط والعلاقات بينهم فيتبادلون التأثير كما تنظم حياتهم وتساعدهم في نقل معارفهم وتجاربهم من جيل إلى جيل ، فنشوء الحياة الاجتماعية واستمرارها كان نتيجة الاتصال الذي بدوره يأخذ أشكالا وأنواعا ؛ وله فعالية كبيرة من خلال إتاحتها لفرص التقارب ما بين أفراد المجتمع وفرص إدماجهم والمساهمة في الحد من التوتر أو حل النزاعات والصراعات التي يمكن أن تنشب بينهم، ولأن من مميزات مجتمعنا المعاصر قيامه على المؤسسات الضخمة في شتى المجالات الاقتصادية والثقافية .. إلخ و التي تزداد يوما بعد يوم تطورا وتعقيدا ، بسبب تعدد حاجات الإنسان المادية والمعنوية ، ثم إن هذا التطور الإقتصادي والثقافي أفرز أنواعا و أشكالاً من المؤسسات الإقتصادية والخدماتية ومن بين أبرز ما أفرزه هذا التطور تلك الأنظمة و الشبكات المعقدة من الإتصالات بشتى أساليبها و وسائلها المكتوبة منها والمرئية والمسموعة ، الجماهيرية منها و المؤسساتية ، وبذلك يبرز دور الإتصال الحقيقي في مجالات العمل وإدارة المؤسسات من أجل رفع مستوى أدائها ونجاحها، وهذا ما يطبق أيضا على مؤسسات تخصص علم المكتبات و المعلومات بمختلف أنواعها .

1. مدخل إلى الإتصال:

1.1. مفهوم الإتصال :

إن كلمة الإتصال مشتقة لغويا من كلمة تواصل والتواصل في اللغة العربية من الوصل والفعل وصل والذي يعني في كل من القاموس المحيط ولسان العرب الصلة وبلوغ الغاية فوصل الشيء إلى الشيء بمعنى ربط شيء بآخر ويعني أيضا أن الشخص قد ربط ماعنده بما عند آخر وحتى يتم التواصل لابد أن تكون هناك لغة مشتركة ، وكلمة (communication) مشتقة من الكلمة اللاتينية (communis) التي تعني في اللغة الإنجليزية (comman) أي عام ومشترك أو إشتراك فحينما نحاول أن نتصل أو نتواصل فإننا نحاول أن نؤسس إشتراكا مع شخص أو مع مجموعة من الأشخاص إشتراكا في المعلومات أو الأفكار أو الإتجاهات

يعرفه معجم مصطلحات المكتبات والمعلومات : ك"طريقة إرسال ونقل البيانات والمعلومات من خلال قناة الإتصال سواء بإستخدام الهاتف أو جهاز الحاسوب عبر أسلاك سلكية أو لا سلكية لمسافات بعيدة".

والإتصال في معناه الإصطلاحي: " هو عملية نقل المعلومات و الحقائق و الأفكار و الآراء و المشاعر أيضا عن طريق رسائل بين المرسل و المستقبل " ما يعني أنه أحد مظاهر السلوك الإجتماعي كونه نشاط إنساني حيوي (فالإنسان كائن إجتماعي فهو لا يعيش بمفرده ولكن بالتعاون مع الأشخاص الآخرين) و إن الحاجة إليه في إزدياد مستمر . وهذا ما يؤكده علماء التربية فيوردون أن الإتصال هو : " عملية يمكن بواسطتها نقل الأفكار والتعبير الذي يحدث في مكان معين إلى مكان آخر " .

ومن جهة أخرى نجد مارشال ماكلوهان يورد بهذا الشأن : " أن قدرة الإنسان محدودة في معرفة المعلومات التي يتلقاها خلال عملية الإتصال فهو يحيط بقدر محدد متفرق من هذه المعلومات ثم يقوم بصياغتها بطريقته الخاصة لكي توضح له الصورة أو الفكرة عن الموضوع " وهذا ما يؤكده كل من أنجل باركنسون بقوله أنه : " عملية منظمة وعفوية تنطوي على إرسال وتحويل معلومات وبيانات من جهة إلى جهة أخرى شريطة أن تكون البيانات و المعلومات المحولة مفهومة ومستساغة من قبل المستهدفين " و جمعية الإدارة الأمريكية في تعريفها للإتصال بأنه: " أي سلوك ينتج عنه تبادل المعنى " و الجمعية القومية لدراسة الإتصال بتعريفها له بأنه : " تبادل مشترك

للحقائق و الأفكار أو الآراء أو الأحاسيس مما يتطلب عرضاً وإستقبالا يؤدي إلى التفاهم " لأن الغاية من تبادل هذه المعلومات هي تحقيق الأهداف التالية الإبلاغ ، الإقناع والتأثير وذلك وفقاً لما أورده دفيد مورتنس : " الإتصال يحدث من اناس يحاولون إستخدام قوه الكلام المنطوقة أو المكتوبة للتأثير على الآخرين " .

ونخلص في الأخير إلى أن الإتصال عبارة عن عملية إرسال وإستقبال رموز أو رسائل ، قد تكون هذه الرموز شفوية أو كتابية (لفظية أو غير لفظية) ويعتبر الإتصال تفاعل إجتماعي يؤدي إلى نشوء علاقات متنوعة ومتعددة في مختلف المواقف سواء كان ذلك بين شخصين أو أكثر .

1.2. عناصر العملية الإتصالية :

لتتم عملية الإتصال لابد من توافر خمسة(5)عناصر أساسية وهي :

- أ. المرسل :هو من ينشئ الرسالة (يبدأ عملية الإتصال)ويسعى لتوصيلها إلى الجمهور (المستقبل) بصورة جيدة .
- ب. المستقبل : هو من يستقبل الرسالة ومن خلاله يتحدد مدى نجاح أو فشل العملية الإتصالية لأنه يقع على عاتقه فك رموز الرسالة وفهم معناها ويمكن ان يتحول المرسل غلى مستقبل بحكم ديناميكية افتصال وإستمرارية التي تجعل المصدر متلقي والمتلقي مصدر .
- ج. الرسالة : محتوى العملية الإتصالية عبارة عن رموز قابلة للفهم (رموز لفظية هجائية ، إشارات ، صمت ...إلخ)
- د. الوسيلة أو الوسيط : يتم من خلالها نقل الرسالة من المرسل إلى المستقبل وهي متعددة بتعدد أنواع الإتصال .

هـ.رجع الصدى (التغذية العكسية) : هو عنصر هام جدا في العملية الإتصالية من خلاله يستطيع المرسل معرفة ماإذا كانت رسالته قد حققت أهدافها أم لا .

ومن هذا نلاحظ أن الإتصال قد تطورت وسائله وتعقدت أساليبه وانتقلت من الإتصال الشخصي إلى الجماهيري إلى الإتصال في المؤسسة، هذا الأخير الذي سنتناوله في النقاط الموالية .

2. تطور مفهوم الإتصال في المؤسسة :

قبل التطرق لمفهوم الإتصال المؤسسي وجب التعرّيج على مفهوم المؤسسة وبعض خصائصها أولاً :

2.1. المؤسسة :

أ. لغة : مشتقة من الفعل أسس والذي يعني بنى حدود الدار ورفع قواعدها إذاً المؤسسة لغة مشتقة من فعل يعني البناء وهي بذلك معنى يشير إلى هيكل مبنى ، وحسب القاموس العربي الشامل فإن المؤسسة جمعها مؤسسات وتعني جمعية أو شركة أسست لغاية إجتماعية أو إقتصادية ، أما أصلها فهو مترجم من الكلمة اللاتنية (entreprise) .

ب. إصطلاحاً :

تعتبر المؤسسة مجالاً خصبا للبحث ، إستقطب إهتمام الباحثين في عدة ميادين إقتصادية ، إجتماعية ، قانونية وثقافية... إلخ ، وبذلك ظهرت عدة مفاهيم للمؤسسة تعكس الإختلاف الواضح بين العلماء والباحثين كنتيجة حتمية لإختلاف ميادينهم ، وقد أطلقت عدة تسميات على المؤسسة منها : التنظيمات الإجتماعية ، و المنظمات و المنشآت و المرافق... إلخ ومن مجمل ما عرفت به مايلي : " المؤسسة تعني منظمة عامة أو خاصة تسمح لمجموعة من الوسائل البشرية و المادية من تحقيق أهدافها المرسومة كإنتاج منتجات أو خدمات وهي تختلف حسب طبيعتها فقد تكون إدارية ، تجارية ، إقتصادية ، صناعية أو خدماتية... إلخ"

وقد عرفها ماركس قيبر على أنها " تركيب بيروقراطي وظيفي يحتوي على مجموعة من القواعد والإجراءات التي تحدد شكل المؤسسة في كل مكتب وفي كل منظمة بالإضافة إلى وجود هيكل تركيبي معين يحدد العلاقات وتدفقات السلطة وحدود كل قسم " ، ويشاطره الرأي بارسونز إذ يرى أن " المؤسسات وحدات تقام وفقاً لنموذج بنائي معين لتحقيق أهداف مادية ومعنوية محددة " .

ومن جهة أخرى يرى شيلستر بارناد أن : "المؤسسة أساق فرعية تدخل في نطاق يعرف بالنسق التعاوني ، ويتكون النسق التعاوني من عناصر مركبة ، فيزيقية ، بيولوجية ، شخصية واجتماعية ، تنشأ بين أعضائها ووحداتها علاقات منظمة من نوع خاص كنتيجة للتعاون الحاصل بين الأفراد بغية تحقيق هدف واحد على الأقل " .

وبناء على هذه التعاريف نخلص إلى أن العلماء ينظرون إلى المؤسسة على أنها أنساق اجتماعية تحتوي على أنساق فرعية منها نسق السلطة ، الإدارة و المكانة ، وهي من جهة أخرى أنساق جزئية بالنسبة للنسق الاجتماعي العام ، الذي يشمل النسق الإقتصادي و التنظيمي و الثقافي و السياسي وغيره ، ومنه فإن المؤسسة بإحتوائها على أنساق فرعية تعيش تفاعلا مستمرا بين هذه الأنساق ، من أجل تحقيق أهداف محددة.

2.2. خصائص المؤسسة : تميز المؤسسة خصائص أساسية أهمها :

أ تتكون المؤسسة من مجموعة أشخاص وأدوار وجماعات عمل رسمية وغير رسمية .

ب: التوجيه : تعمل المؤسسة على تحقيق هدف او أهداف معينة تخدم مصالح الأفراد و الجماعات.

ج: الأساليب : تتبنى المؤسسة أسلوبا تنظيميا معيناً لتحقيق التسيير الفعال ويتم ذلك بواسطة تمييز الوظائف وتقسيم العمل وتوزيع الأدوار و المراكز و التنظيم الهرمي .

د. التنسيق : للنشاط الذي يقوم به الأفراد ، وذلك بالإعتماد على العمليات المنطقية في التخطيط والتنفيذ و التقويم.

2.3. جمهور المؤسسة :

يعتبر جمهور المؤسسة أهم متغير في العملية الإتصالية فإذا لم تكن لدى الخبير الإتصالي خبرة جيدة عن طبيعة جمهور المؤسسة فسوف يحد ذلك من قدرته على الإتصال مهما أحسن إختيار الوسيلة و الإعداد الإعلامي وهمو مجموعة أعضاء الجمهور الذين تربطهم وسيلة إعلامية معينة ، أما المتخصصين في العلاقات العامة فيربطونه بمجموعة الأفراد التي تقع في محيط نشاط المؤسسة أو التنظيم ، تؤثر فيه وتتأثر به ، مع الإشارة إلى أن هناك مصلحة مشتركة بين هؤلاء .

3. الإتصال المؤسسي :

3.1. المفهوم :

لقد تعددت المفاهيم المتعلقة بالإتصال المؤسسي فهو عملية هادفة تتم بين طرفين أو أكثر لتبادل المعلومات ، الآراء ووسيلة للتأثير في المواقف و الإتجاهات و التنظيم المحكم للمؤسسة فهو يقتضي تبليغ المعلومات والأوامر والتعليمات التي تشكل هيكل المؤسسة أو النظام الإداري الذي يحدد بصفة رسمية مكانة ودور كل فرد في المؤسسة .

ويقصد به عملية نقل وتبادل المعلومات الخاصة بالمنظمة داخلها وخارجها ، وهو وسيلة تبادل الأفكار والاتجاهات والرغبات والآراء بين أعضاء التنظيم بحيث يحقق التعاون الذهني والعاطفي بينهم وبذلك يساعد على الارتباط و التماسك ومن خلاله يحقق الرئيس الأعلى أو معاونوه التأثير المطلوب في تحريك الجماعة نحو الهدف وكما أنه أداة هامة لإحداث التغيير في السلوك البشري" ، هذا ويتوقف الاتصال الناجح داخل تنظيمات العمل على الاعتراف بالتباين في أسلوب التفكير بين المستويات الإدارية العليا وبين أولئك الذين يشتغلون في أدنى مستوى . ولأن الإتصال في أي مؤسسة يعتبر همزة وصل وربط بين وحداتها ، فالاتصالات الإدارية أساسية في أي مؤسسة مهما كان حجمها ونوعها ، لأن قرارات المؤسسة وأهدافها وتوجيهاتها تتعلق وترتبط ارتباطا وثيقا بعملية الإتصال ، وذلك كونها الجسر الواصل بينها وبين العاملين بها ، وبينهم وبين العالم الخارجي.

ويمكن القول أن أغلب المشاكل في المؤسسات تعود إلى سوء الممارسة للاتصالات الإدارية بين العمال و الإدارة .

3.2. أنواع الإتصال المؤسساتي :

3.2.1. الإتصال الداخلي للمؤسسة :

3.2.1.1. مفهومه:

يعد الإتصال الداخلي في المؤسسة من أبرز المقومات التي تركز عليها في دفع سيرورة العمل والإنتاج أو الخدمات ، وبالتالي المساهمة في تحديد نجاح أو فشل هذه المؤسسة ، وكذلك نرى ان أي مؤسسة مهما كان نشاطها تحتاج دائما إلى إتصال داخلي فعال حيث يتم من خلاله نقل المعلومات و الرسائل بين مختلف الأفراد الناشطين في المؤسسة ، وقد تطور الإتصال الداخلي مع التطور التكنولوجي الهائل الذي شهده عصرنا الحالي ، فوجت هناك تعاريف مختلفة له باختلاف وجهات النظر .

ومن أبرز التعاريف له نجد أنه هو جملة الإجراءات المتخذة بهدف تسجيل إستجابة بين القائمين على العمل في المؤسسة عن طريق التواصل (نقل المعلومات والوقائع و الأفكار و المشاعر من شخص لآخر ومن مستوى معين إلى مستوى آخر داخل كل المؤسسات و التنظيمات) بغرض تحقيق أهداف العمل الإداري لها .

3.2.2. أهداف الإتصال الداخلي للمؤسسة :

أهداف خاصة بالعاملين : التعريف بما يجري داخل المؤسسة مما يؤدي إلى التفاهم وربط الثقة ، كما يهدف إلى خلق الرضا و الإرتياح في المؤسسة وبين العاملين بعضهم ببعض ودعم هذا الرضا بصورة مستمرة ، وكذا الإرتقاء بمعنويات العاملين من خلال إشراكهم في عملية تسيير الإدارة من خلال إبداء آرائهم إزاء المواضيع المطروحة .

أهداف خاصة بالقيادات الإدارية : تدور في مجملها حول تمكين القائد من التعرف على ما يحدث داخل المؤسسة بصورة صادقة وكل ما من شأنه إتخاذ القرارات السليمة و الهامة القائمة على الحقائق و المعلومات الصحيحة ، مما يسهل عليه عملية التوجيه و الإشراف و التأثير على العاملين ، وبالتالي التنسيق الكامل بين الأنشطة الإدارية المختلفة داخل المؤسسة .

3.2.2.3. أنواع الإتصال الداخلي للمؤسسة : هناك نوعان وهما الإتصال الرسمي و الإتصال غير الرسمي .

أ. الإتصال الرسمي : هو الإتصال الذي يتم في إطار الأسس و القوانين التي تحكم المؤسسة ، ويقوم على الهيكل التنظيمي للمؤسسة ، وهذا النوع من الإتصالات يسير في الإتجاهات التالية :

إتصال عمودي (صعد ، نازل) وإتصال أفقي

- الإتصال النازل :

من أعلى إلى أسفل : يتم من خلاله نقل المادة المرسلة من أوامر وتعليمات وبلاغات وقرارات عبر تسلسل هرمي من القيادة إلى القاعدة وتتطلب بعض الأعمال هذا النوع من الإتصال وهو إتصال يحدث بين مدير المؤسسة ومروسيه يحتوي على جملة من الأوامر والتوجيهات وإعطاء التعليمات خاصة بالعمل تتخللها شرح طريقة أداء الأعمال للمروسين وعلاقاتهم بباقي الأعمال في المؤسسة من خلال الإجتماعات الرسمية، وبإختصار يمكن تقديم بعض الوظائف التي يقوم بها .

- تحديد أهداف وسياسات العمل للمروسين وتوزيع الأدوار والمسؤوليات عليهم

- توجيه المروسين بتقديم لهم المعلومات وتسخير الإمكانيات اللازمة للعمل داخل المؤسسة

- إصدار التعليمات حول مختلف العمليات الإدارية ب المؤسسة كإحترام نظامي الدوام والإجازات

- تقديم نصائح وإرشادات في كيفية مواجهة العراقيل وحل مشاكل العمال المهنية .

- الإتصال الصاعد :

من الأسفل إلى الأعلى يكون من مستوى إداري أدنى إلى مستوى إداري أعلى في الهيكل التنظيمي (من الموظفين والعمال إلى الرئيس أو القائد)؛ يرى "جيفلي" أن الإتصالات الصاعدة تنطوي على نقل الرسائل والمعاني بأشكالها وأنواعها المختلفة من قاعدة الهرم أو السلم الإداري إلى القمة ضمن الهيكل التنظيمي المفتوح والمرن الذي يتيح للمستويات الإدارية الأدنى حرية الإتصال والتواصل مع المستويات الإدارية العليا ضمن الهرم التنظيمي ، وتصنف الإتصالات الصاعدة ضمن الإتصال الرأسي (العمودي) .

والواقع أنه لا غنى عن الإتصالات الصاعدة خصوصا في منظمات العمل حيث أن التدفق الحر للمعلومات والبيانات والتغذية العكسية من قاعدة الهيكل التنظيمي إلى قمته يؤثر حالة طيبة جدا من التفاعل والتفاهم بين المستويات الإدارية المختلفة ، كما انه يؤثر ويدل على فعالية عملية

الإتصال بهذا الأسلوب علاوة على ذلك تعد الإتصالات الصاعدة من وجهة نظر العاملين الإداريين مثلا نوعا من التحفيز ، حيث تشجع العاملين على نقل وجهات نظرهم وربما شكاوتهم إلى المستويات الأعلى للنظر فيها أو إيجاد حلول ناجعة لها .

وتسلك الإتصالات الصاعدة سبل عديدة مثل الإجتماعات الدورية والتقارير المكتوبة وتقارير الأداء ، الشكاوي ، المنازعات ، إذ لا يمكن تخيل الفرد لمنظمة لا توجد فيها مساحات للإتصالات الصاعدة ، ما يعني أن سريان هذا النوع من الإتصال بطريقة سلسلة ومستمرة من قاعدة المكتبة المتمثلة في الطبقة العاملة إلى هرم المكتبة المتمثل في مديرها بإستعمال مختلف الوسائل والقنوات لسير المعلومات بطريقة إيجابية بينهم تضمن بشكل ما وصولها في نفس صورتها الأولى و تمثل بهذا مؤشر إيجابي عن حقيقة وفعالية العملية الإتصالية داخل المكتبة الوطنية بالإضافة إلى :

- تقديم معلومات حول الأداء وظروف العمل والمتمثلة في التقارير سواء كانت يومية أو أسبوعية أو شهرية

- تقديم مقترحات المرؤوسين لصالح العمل

- الرد على الإستفسارات وطلب توضيحات حول العقوبات الإدارية

الإتصال الأفقي :

ويكون بين المستويات الإدارية و الإجتماعية أو السياسية أو الإقتصادية التي تقع في نفس المستوى غالبا ما يكون شفهي ويمكن إعتبار الإتصال الأفقي بأنه هام ويزيد من فعالية المنشأة في المجالات التالية :

- يشكل الإتصال الأفقي دائرة مغلقة، حيث أنها تلبي حاجات الأفراد عن طريق الإستماع إليهم ونقل المعلومات لهم من زملائهم دون الإعتبار بالمستويات الأخرى.

- الإتصال الأفقي من العمليات الهامة التي تشجع مبدأ المشاركة في التنظيمات الحديثة ، خاصة إذا كانت الإدارة العليا ترغب في مشاركة العاملين في رسم السياسات وتحديد الأهداف العامة للمنظمة

كما أنه مفيد لها وللتنظيم من أجل تشجيع المرؤوسين على التعبير الحر عن آرائهم والمشاركة في اتخاذ القرارات والتعاون مع الإدارة في حل المشكلات مع بعضهم البعض عن طريق الإتصال الأفقي" وهذا ما يتضمن الإتصال بين الزملاء أو بين الوحدات التنظيمية على نفس المستوى الهرمي في المكتبة حيث يسمح عادة بالحصول على معلومات لا يمكن الحصول عليها عن طريق الإتصال العمودي (الهابط) كما يسمح بالتنسيق بين مختلف مصالح المؤسسة وتتمثل أهم وسائله في المقابلات الخاصة ، الإجتماعات على مستوى الإدارة أو القسم ، ومن وظائفه :

- تشجيع التعاون بين الزملاء على العمل الجماعي والتشارك في تبادل الخبرات وتفعيل النشاطات
- نقل ونشر المعلومات عبر وسائل إتصالية حديثة بين العاملين تمس مختلف المستجدات عن المسار المهني

- التنسيق بين العاملين عند تقديم الوظائف والخدمات والعمل سويا على حل المشاكل بينهم
الإتصال غير الرسمي : لا يخضع هذا الإتصال لقواعد وإجراءات وقوانين إدارية مثبتة ومكتوبة ورسمية ومتفق عليها كما هو الحال في الإتصال الرسمي ، ويتم غالبا خارج القنوات الرسمية داخل التنظيم وخارجه بين مستويات إدارية مختلفة متخطيا خطوط السلطة الرسمية ، وذلك في اللقاءات غير الرسمية في أي مناسبة من المناسبات (حفلات ، رحلات ، إجتماعات) التي تسمح بنقل المعلومات بين الأشخاص ، وعليه فالإتصال غير الرسمي هو إتصال عفوي تلقائي ويعبر عن إنشغالات و إهتمامات الأفراد وهو ناتج عن العلاقات الإجتماعية وعلاقات الصداقة ، وباعتباره عملية معقدة يجب أن نجعل منه وسيلة إيجابية داخل المؤسسة .

3. 1. 2. مستويات الإتصال الداخلي للمؤسسة :

أ. الإتصال الشخصي :

يقصد به العملية التي يتم بمقتضاها تبادل المعلومات والأفكار والاتجاهات بين الأفراد بالطريقة المباشرة وجهًا لوجه ، وفي اتجاهين دون عوامل أو قنوات وسيطة أو وسائل نقل صناعية ، وهذا النوع من ويتميز الإتصال الشخصي بما يلي :

- إنخفاض تكلفة الإتصال بالقياس إلى الوسائل الأخرى ويتطلب ذلك افراد معروفين و محدودين وغير مشتتين.

- إمكانية إستخدام اللغة المناسبة لمستوى الأفراد الذين نتحدث إليهم .

- تلقائية الإتصال التي تظهر بوضوح في المحادثات الغير رسمية.

ب. الإتصال الجماعي:

هو ذلك النوع من الإتصال الذي يقوم فيه المرسل بمواجهة أكثر من شخص قد يكون شخصان ، ثلاثة أشخاص أو مجموعة من الأشخاص ، ويحدث بين مجموعة من الأفراد مثل أفراد الأسرة ، زملاء العمل أو الدراسة ، جماعات الأصدقاء لقضاء وقت الفراغ أو التحادث ، إتخاذ قرار أو حل مشكلة حيث تتاح فرصة المشاركة للجميع في الموقف الإتصالي . دون وجود قنوات ووسائل محيطة ويتمثل الإتصال الجمعي بالطرق التالية : الدروس – المحاضرات – الخطب – الندوات و المؤتمرات –الاجتماعات.

ج. الإتصال الجماهيري:

يقصد به العملية التي يتم بمقتضاها نقل المعلومات ، الأفكار والإتجاهات إلى عدد كبير نسبيا من الأفراد باستخدام وسيلة أو أكثر من وسائل الإتصال الجماهيرية ، ويشير أيضا إلى تلك العمليات التي تقوم بها الهيئات ومؤسسات مستخدمة في ذلك الأجهزة والآلات التي يمكن بواسطتها إنتاج الرسائل العامة ، ونقلها إلى جماهير غفيرة متعددة تتميز بالضخامة وعدم التجانس والإنتشار لذا يطلق عليه جماهيري.

3.1.3. وسائل الإتصال الداخلي للمؤسسة :

وسائل الإتصال المكتوبة : التقارير ، دفتر الإستقبال ، منشورات بيانية ، لوحة الإعلانات ، الرسائل الخاصة ، الأدلة والكتيبات ، المراسلات ،

وسائل الإتصال الشفوي : الهاتف ، الإجتماعات ، المقابلات ، المحاضرات والخطب ، سبر الآراء و الأسئلة المفتوحة .

الوسائل السمعية البصرية : البريد الإلكتروني ، المحاضرات عن طريق الشاشة .

3.2.1. الإتصال الخارجي للمؤسسة :

3.2.1. مفهومه :

يعرف على أنه : كل ما يرمز للإتصال والعلاقات الخارجية للمؤسسة ما .

كما يعرف أنه : حلقة وصل بين المؤسسة و المجتمع المحيط بها(عملية إجتماعية ذات أهداف محددة) ، ففي كل مجتمع لابد من وجود مؤسسات وهيئات مختلفة قائمة لتحقيق غايات و وظائف معينة ولها صلات مع أفراد ذلك المجتمع ، لا تتمكن هذه المؤسسات من القيام بأعمالها مالم تكن ثقة متبادلة بينها وبين جماهيرها ، وعليه فالإتصال الخارجي هو بناء ثقة الجمهور بالمؤسسة والمحافظة على رضاه وتأييده عن طريق النشاط الإعلامي المتخصص .

والإتصال الخارجي هو نتاج الإتصال الداخلي المرتبط بالتنسيق بين الوحدات الإدارية داخل المؤسسة ، فكلما كان التنسيق جيدا حقق الإتصال الخارجي الأهداف العامة للمؤسسة .

3.2.1. أنواع الإتصال الخارجي للمؤسسة :

أ. الإتصال الإجتماعي :

هو وسيلة لتحقيق أهداف وغايات مجتمعية عبر التأثير في سلوك الفرد وتغييره بما يتوافق مع هذه الأهداف ، وهو بذلك يسعى إلى مساعدة كل من المجتمع والتنظيم على تنمية الوعي بالإهتمامات المتبادلة و المصالح الخاصة

بكليهما ومساعدة الجمهور الداخلي للمؤسسة على التغلب على كافة مظاهر الإغتراب أو سوء التكيف أو عدم

الرضى الوظيفي في العمل .

ب. الإتصال التجاري :

يقصد به مجموع التعاملات التي تقوم بها المؤسسة مع محيطها الخارجي المرتبطة بتسويق السلع و الخدمات

، لهذا يجب أن يكون الإتصال التجاري راقى ، بحيث تقدر إحتياجات جمهورها وتتعرف على آرائهم فيما يخص

منتجاتها وخدماتها ، مما يسمح لها بتلبية رغباتهم وأذواقهم ويشجعها على تقديم أحسن خدمة.

ج. الإتصال الخارجي للمؤسسات :

هو كل ما يتم بواسطة المؤسسة سواء تعلق الأمر بتقديم الأخبار عن نفسها وعن نشاطاتها ، أداة تأكيد حضورها

او التعريف بموقفها حول موضوع أو حدث ، ويقصد به أيضا العلاقات الشاملة لكل مجالات التفاعل التنظيمي

والتي تتم في شكل تعبير رسمي ومقصود للمؤسسة بصفتها القائمة بعملية الإتصال ، وذلك بإدماج كل الوسائل التي

بحوزتها بغية تسهيل عملها الداخلي وتكوين صورة عمومية معينة تنسجم مع واقعها وأهدافها و أحاسيس

أعضائها وطلبات محيطها .

3. 1. 2. 3. وظائف الإتصال الخارجي للمؤسسة :

كل إتصال خارجي في المؤسسة له وظائف يؤديها متعلقة أولا بالمؤسسة وثانيا بالجمهور الخارجي الذي تسعى

المؤسسة من خلاله إلى تكوين سمعة وصورة إيجابية عنها نذكر جملها فيمايلي :

1. إحاطة المنظمة بكل ما يطرأ من تغير بالرأي العام عن طريق البحوث من خلال تحليل الآراء وتقديم التقارير بهدف

رسم سياسة تهتدي بها المؤسسة .

2. الإعلام عن الأنشطة التي تزاولها المؤسسة وأهدافها ومحاربة الشائعات الضارة بها وشرح سياستها للجمهور

الخارجي من خلال تزويد وسائل الإعلام بالبيانات و المعلومات عنها سواء كانت مقروءة أو مسموعة أو مرئية.

3. تأسيس هوية وصورة قيادية للمؤسسة في محيطها.

4. الإهتمام والتأكيد على الإتصال مع المؤسسات الأخرى سواء تلك التي تتشابه معها في الإنتاج و الخدمات أو التي تختلف عنها في ذلك بواسطة المطبوعات و الإتصالات الهاتفية وغيرها من وسائل الإتصال .

3.2.2. الوظيفة التنسيقية للإتصال المؤسسي :

3.2.2.1. التنسيق وأنواعه :

يقصد بالتنسيق العملية التي تتم بين الفروع والأقسام المختلفة التابعة لمنظمة واحدة ، إذ عرف بأنه تحقيق العمل وحدة العمل الجماعي و التصرف في إتجاه هدف معين ومتفق عليه (تحقيق وظائف الإدارة العامة وأداء دورها) كما عرفه محمد سعيد عبد الفتاح بأنه والوظيفة التي بمقتضاها يستطيع الإداري (غالبا رؤساء الوحدات) أن ينمي هيكلًا من الجهود الجماعية و المشتركة (بين العاملين) وإحداث الترابط والانسجام بين مختلف التنظيمات الإدارية في الجهاز الإداري من أجل تكامل نشاطه وتحقيق هدف معين .

قد يمون التنسيق داخليا وقد يكون خارجيا ، قد يكون رأسيا وقد يكون أفقيا:

أ.التنسيق الداخلي والتنسيق الخارجي :

يقصد بالتنسيق الداخلي التنسيق الذي يتم بين الفروع والأقسام المختلفة التابعة لمنظمة واحدة ، ويهدف إلى إيجاد نوع من التوافق و افسجام بين نشاط الأفراد داخل كل فرع أو قسم ، اما التنسيق الخارجي فيقصد به إيجاد نوع من التوافق الذي تقوم به المؤسسة مع غيرها من المنظمات سواء كانت هذه المنظمات في نفس المستوى أو في مستوى أدنى أو في مستوى أعلى .

ب. التنسيق الرأسي والتنسيق الأفقي :

يقصد بالتنسيق الرأسي التنسيق الذي يتم من الأعلى إلى أسفل أو من أسفل إلى أعلى داخل المنظمة الواحدة ، أيا كان حجم هذه المنظمة كبيرة أو صغيرة ، وبمعنى آخر أنه التنسيق الذي يربط أعلى التنظيم بأسفله كالتوفيق بين أعمال المدير العام والمدير المساعد ورئيس القسم ورئيس الفرع وهكذا ، ويقصد بالتنسيق الأفقي التنسيق الذي يتم بين المستويات المتماثلة في المنظمة .

3.2.2.2. أهداف وأهمية التنسيق :

يتفق علماء الإدارة على أن التنسيق الجيد الفعال من شأنه تحقيق الغايات الموجودة من التنظيم الإداري بفعالية تامة وعلى أكمل وجه وفي أقصر وقت ممكن وبأقل جهد ونفقة ، علاوة على الإرتقاء بمعنويات العاملين في المنظمات الإدارية وتحقيق الرضى الوظيفي بينهم وضمان ولائهم للمنظمة ولأهدافها ، كما يهدف إلى :

- ضمان توافق العمل الإداري بصورة جماعية مترابطة ومتناغمة تحقيقا للأهداف من هذا العمل.
- تجنب الإزدواج و التداخل في الأنشطة و الاختصاصات الإدارية وتحقيق الكفاية الإدارية في أداء المهام .
- التنافس بين الوحدات الإدارية وضمان التعاون بينها والترابط بين أعمالها .
- إزالة التفاوت في المعاملة بين العاملين في المنظمات الإدارية .

ومنه نخلص إلى قول أن الإتصال المؤسسي يستعمل التنسيق كوسيلة ضرورية لتحقيق أهداف العملية التي تسعى المؤسسة للوصول إليها من خلال التوفيق بين الجهود بين مختلف التنظيمات الإدارية وتوحيد الجهود البشرية داخلها .

4. مؤسسات تخصص علم المكتبات والمعلومات :

تنقسم مؤسسات تخصص علم المكتبات و المعلومات إلى أربع فئات وهي :

المؤسسات الإختزانية ، المؤسسات الأكاديمية ، المؤسسات المهنية و المؤسسات التجارية .

4.1. المؤسسات الإختزانية :

تعتبر المؤسسات الإختزانية العمود الفقري لنشاط تخصص علم المكتبات والمعلومات ، وأقدم مؤسساته وأكثرها عددا وأوسعها نشاطا و إن كل مؤسسة من هذه المؤسسات هي بمثابة نظام متكامل مكون من عدد من الأجزاء ويعمل بها عدد من المتخصصين وعلى ضوء عدد من التقنيات كما أنه يرتبط بمجموعة من العلاقات الداخلية و الخارجية ليحقق الأهداف التي وضعها لنفسه .

4.1.1. أنواع المؤسسات الإختزانية :

تتمثل في : المكتبات بكل أنواعها ، مراكز التوثيق ، مراكز المعلومات ، مراكز الأرشيف ، بالإضافة إلى بنوك المعلومات .

4.1.2. وظائف المؤسسات الإختزانية :

إن كل المؤسسات الإختزانية تمارس ثلاثة وظائف أساسية بصرف النظر عن حجمها أو نوعها أو شكل أوعية

المعلومات التي تختزنها ، وهي تتمثل فيمايلي :

أ. إختيار و إقتناء الأوعية طبقا لسياسة واضحة تضعها كل مؤسسة بعد دراسة متطلبات المستخدمين وعلى ضوء الإمكانيات المتاحة لها .

ب. تنظيم أوعية المعلومات وتحليلها وحفظها طبقا لمجموعة من القواعد و المعايير و التقنيات لكي يسهل إسترجاعها لما تتضمنه من معلومات بعد ذلك .

ج. إسترجاع الأوعية وبث المعلومات الموجودة طبقا لمتطلبات المستخدمين التي ترد في شكل إستفسارات وطلبات للمعلومات وتقديمها إليهم في صورة عدد من الخدمات.

إن جميع هذه الوظائف تهدف إلى نقل الرسائل الموجودة في أوعية المعلومات (و هي الوسائط المكونة لذاكرة الإنسان الخارجية من إنسان إلى إنسان ومن عصر إلى عصر ومن مكان إلى آخر) وبذلك يتحقق الإتصال بالمعرفة من خلال هدف أساسي للمؤسسات الإختزانية وهو ضبط أوعية المعلومات .

4.2. المؤسسات المهنية :

يعد وجود المؤسسات المهنية –الجمعيات و الإتحادات و المنظمات – أحد الركائز الهامة في تكوين البنية الأساسية لأي تخصص أو مهنة ، خاصة إذا كان عدد العاملين و المتخصصين فيها كثير ومختلف من حيث نوعية و تباين الخلفيات العلمية أو الوظائف التي تؤديها ، وأهداف هذه المؤسسات أربعة وهي :

أ. جمع شمل مؤسسات التخصص و متخصصيه و المهتمين بمجال عمل الجمعية وتوحيد جهودهم وأرائهم وتعريف بعضهم ببعض و الدفاع عن تخصصاتهم.

ب. تنمية قدرات ومهارات الأعضاء بإستمرار و تعريفهم بالتطورات الحديثة في التخصص ، من خلال دورات تدريبية وبرامج التعليم المستمر .

ج. إجراء البحوث وتطوير الممارسات في التخصص و عادة ما يكون هذا في مجال تقييم وإعداد و تطوير التقييمات و المعايير و إقناع المتخصصين و المؤسسات بإستخدامها .

د. تقديم الإستشارات لمؤسسات التخصص أو المؤسسات الخرى التي تحتاج إلى مشورة في مجال عمل الجمعية .

يعتبر التعاون الدولي في إعداد و تطوير ونشر المعايير الموحدة وعقد المؤتمرات العالمية وتسهيل حركة تبادل المعلومات بين المتخصصين في النظم التعاونية أبرز وظائف و أهداف الجمعيات والإتحادات و المنظمات الدولية ومن أبرزها في مجال المكتبات و المعلومات نجد : الإتحاد الدولي للتوثيق ، الإتحاد الدولي لجمعيات المكتبات ومعاهداها ، بالإضافة إلى الجمعيات المهنية في دول بعينها (سواءا كانت متقدمة أو نامية)مثل : الجمعية الأمريكية لعلم المعلومات ، جمعية المكتبات البريطانية ، جمعية المكتبات المتخصصة ومكاتب المعلومات البريطانية ، الجمعية الصينية للمكتبات ، جمعية المكتبين النيجيريين .

4.3. المؤسسات التجارية :

هي المؤسسات التي تأخذ أي فكرة أو قضية أو سلعة موجودة وتطورها وتعمل على إستغلالها وتسويقها لسد حاجة موجودة بالفعل ومن اجل الكسب (الربح المادي) ، وهناك عدد كبير منها في تخصص علم المكتبات والمعلومات ، ويعتبر هذا القطاع من القطاعات المشاركة في الهيكل الإقتصادي لأي دولة

4.3.1. أنواع المؤسسات التجارية :

أ. مؤسسات تجارية تقدم المعلومات مباشرة إلى المستفيدين :

حيث تعمل هذه الشركات التجارية على بناء مراصد و بنوك المعلومات الببليوجرافية و إمتلاكها وإدارتها وهي الأقوى و الأكثر نفوذا وتأثيرا وأرباحا مثل : مركز التحسيب المباشر للمكتبات .

ب. مؤسسات خدمات الحاسوب الإلكتروني والمصغرات الفيلمية :

لا تقدم معلومات مباشرة للمستخدمين ولكنها تقوم ببناء النظم المحسبة و الميكروفيلمية وتوريد الأجهزة الخاصة بها وصيانتها ، وإعداد مجموعة برامج ونظم لهذه الأجهزة تناسب مؤسسات المعلومات أشهرها مجموعة تكنولوجيا المعلومات بأوهايو.

ج. مؤسسات تجارية جزئية :

تعمل كحلقة وصل بين شركات المجموعة الأولى التي تقدم المعلومات مباشرة للمستخدمين وبين المستخدمين الذين لا يملكون إمكانيات الأجهزة او العاملين المدربين على الإتصال أو الحصول على المعلومات من مخزنها بطريقة مباشرة.

د. المؤسسات الإستشارية الصغيرة:

تحليل وتقييم نظم المعلومات أو تدريب العاملين بها .

هـ. موردي أوعية المعلومات :

وهم الناشرين ووكلاء دور النشر الدولية ن لهم نشاط واسع بين مصادر الإنتاج الفكري الدولي وبين المؤسسات الإختزانية التي قد تعاني البعد المكاني ، صعوبة الإتصال ، صعوبة تدبير العملة و النقل و الجمارك .

4.4. المؤسسات الأكاديمية:

تقع عليها المسؤولية الأولى في إعداد المهارات البشرية المؤهلة للعمل في مؤسسات التخصص ، حيث تقوم بـ:
-تقديم الإستشارات الفنية لنظم ومؤسسات ومشروعات المعلومات وتقييمها باستمرار .

-أن تكون المؤسسة الأكاديمية مركزا للبحث و التطوير وحل المشاكل الموجودة في التخصص و ان تعمل على التخطيط لماساراته في المستقبل ن والقيام بمشروعات تجريبية تطبق فيها نتائج البحوث .

-تنظيم لقاءات مستمرة بين المتخصصين في الدولة وبين المتخصصين في الدول الأخرى التبادل الخبرات وتفاعلمها.

ملاحظة :

ماتم التطرق إليه سابقا حول الاتصال يمكن إسقاطه على مؤسسات تخصص علم المكتبات والمعلومات.