

IV. نظام الاتصال أهميته:

تمهيد:

إن الحديث عن نظام الاتصال وأهميته داخل المؤسسة يعبر بشكل واضح عن شبكة العلاقات الاتصالية في المؤسسة والتي من شأنها أن تدعم تحقيق أهدافها على المدى القريب والبعيد، حيث تتم العمليات الإدارية التي تتضمن اتخاذ القرارات، وكذا الرقابة، والتخطيط، والتقييم بناءً على نظام الاتصال الذي يسمح بتبادل المعلومات المتعلقة بكافة العمليات الإدارية التي تضمن السير الحسن للمؤسسة، وعليه فقد كان من الضروري الإشارة إلى المهام الإدارية المرتبطة بنظام الاتصال داخل المؤسسة.

1) عناصر العملية الاتصالية في المؤسسة:

يتضمن الاتصال خمسة مكونات أساسية تسمح بتحديد مسار المعلومة والفاعلين المعنيين بها، وكذا الإستجابة المرتبطة بها، لذلك يعتبر أداة ضرورية وأساسية لتنظيم وتسيير العلاقات داخل المؤسسة بغية التوصل إلى تحقيق درجه من التفاهم والحوار بين الفاعلين داخل المؤسسة، وذلك من أجل اتخاذ القرارات السليمة وتكوين علاقات ودية بينهم وبين ومسؤوليهم في المؤسسة، كما يسمح الاتصال أيضاً بتبادل الأفكار والمعلومات ومنه تحقيق التفاعل في مختلف الأدوار الوظيفية للفاعلين في المؤسسة ولهذا أصبحت المؤسسات تسعى بشكل كبير إلى الاهتمام بمسار العملية الاتصالية وعناصرها داخل التنظيم.

✓ المرسل أو القائم بالاتصال:

يمثل المرسل أحد الفاعلين أو مجموعة الفاعلين في المؤسسة والذين يؤثرون على باقي الفاعلين من أجل مشاركتهم في أفكار واتجاهات معينة، حيث يمثل المرسل أو القائم بالاتصال في المؤسسة الفاعل الذي لديه القدرة على القيام بوظيفتين أساسيتين أولهما تحديد الفكرة وذلك عن طريق جمع المعلومات المناسبة عنها وتنظيمها، وتبويبها وتحديدتها، وإختيار الأسلوب أو الشكل و الوسيلة التي يمكن إرسالها عبرها¹.

كما يقوم بتحديد اللغة الموظفة في إرسال الرسالة بالإضافة إلى تحديد الوقت الخاص بإرسال الرسالة، ولكي تتحقق هاتين الوظيفتين الأساسيتين على المرسل أن يأخذ بعين الاعتبار مجموعة من الشروط والتي نذكر منها:

- أن يعرف الفاعل المرسل ما يريد حقا إيصاله للمتلقي.
- يجب تأكد الفاعل المرسل من معرفته للمعنى الذي يريد إرساله للفاعل المتلقي.
- ينبغي على الفاعل المرسل تحديد الطريقة المناسبة لإيصال الرسالة وفق احتياجات المتلقي، وطبيعة ثقافته الاتصالية سواء كانت شفوية كتابية أو إلكترونية.

1- هناء حافظ بدوي، الاتصال بين النظرية والتطبيق، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2002، ص 62.

- من المهم أيضا بالنسبة للمرسل إختيار الكلمات والعبارات التي تمكن الفاعل المتلقي من فهم الرسالة.
- من المستحسن أن يكون الفاعل المرسل على علم بشخصية الفاعل المتلقي حتى يكون الاتصال فعال.
- على الفاعل المرسل تشجيع إستجابة الفاعل المتلقي حتى يحصل الفهم المشترك للرسالة الاتصالية².
- كما يجب على الفاعل المرسل مراعاة عوائق الاتصال عند القيام بإرسال الرسالة الاتصالية².

✓ الفاعل المتلقي:

- ويقصد به الفاعل الذي يتلقى الرسالة الاتصالية من المرسل أو القائم بالاتصال فيقوم بحل رموزها للوصول إلى تفسير محتوياتها وفهم معانيها، وهو بذلك يتلقى محاولات التأثير الصادرة من المرسل. و يختص المتلقي بنوعان من الخصائص التي تؤثر في عملية الاستجابة وهي:
- خصائص متعلقة بالجوانب الديموغرافية والتي نذكر منها: (المستوى التعليمي، الدخل، الجنس...).

- خصائص متعلقة بالجوانب السيكولوجية والاجتماعية والتي نذكر منها: (التوجه نحو الأفكار المستحدثة والكفاءة، والشعور بالسيادة... إلخ)³.

✓ المحتوى الاتصالي أو الرسالة:

- يشير جون ادير إلى أن محتوى الاتصال أو الرسالة تعبر عن الموضوعات والأفكار والحقائق ذات الأهداف المحددة والموجهة التي تحمل المعاني التي يرغب الفاعل المرسل في إيصالها إلى الفاعل المتلقي داخل المؤسسة⁴.
- وهي تعبر بذلك عن الموضوع المراد إيصاله إلى المتلقي بغرض التأثير في سلوكه سواء كان هذا المتلقي فاعل أو مجموعة من الفاعلين، فالرسالة الاتصالية تنقسم إلى أربعة أنواع نذكرها فيما يلي:

أ- الرسالة الوظيفية:

- وهي الرسالة التي تنقل المعلومات العقلانية، أو الفنية، أو العملية، أو القانونية، وحتى الاجتماعية والاقتصادية أي الرسائل الوظيفية هي التي تنقل الجانب الموضوعي الخارجي من المعلومات وترتكز أساسا حول العمل.

ب- الرسالة الواقعية:

²- إبراهيم عبد العزيز شيحا، أصول الإدارة العامة، منشأة المعارف، الإسكندرية، 1993، ص 383.

³- مصطفى حجازي، مرجع سبق ذكره، ص 21.

⁴- هناء حافظ بدوي، مرجع سبق ذكره، ص 64.

ونعني بها مجموع الأخبار والمعلومات، والتعليمات التي تدور حول الأحداث وتنتشرها الصحف، وتذيعها الإذاعات المسموعة والمرئية.

ج- الرسائل العاطفية:

وهي الرسالة التي تعبر عن المشاعر، والانفعالات وتتجه إلى تحسين العلاقات أساساً.

د- الرسائل الخيالية:

يقصد بها القصص والمسرحيات، والتمثيلات، والأغاني، والأساليب الفنية التي تعتمد على الواقع. والملاحظ أن الرسائل الوظيفية، والواقعية غالباً ما تكون وظيفتها إنتاجية بينما الرسائل العاطفية، والخيالية غالباً ما تكون وظيفتها استهلاكية⁵.

✓ وسائل أو قنوات الاتصال:

يمثل الاتصال عملية تفاعل بين طرفين يتم من خلالها نقل الرسالة من المرسل إلى المتلقي عن طريق قناة اتصالية إذ تقوم بدور أساسي ومحوري في عملية الاتصال والمتمثل في إيصال الرسالة بين المرسل والمتلقي سواء كان كل منهما فرد فاعل في المؤسسة، أو كان المرسل فاعل والمتلقي جماعة أو جماعتين من الفاعلين وذلك في إطار سلوك ينظم العملية الاتصالية وما يترتب عليها من ردود فعل، واستخدام لهذه الرسالة كما قد تعني مختلف الطرق التي تنقل بها الأفكار والرموز بين فاعلين في المؤسسة⁶.

✓ رجع الصدى والتغذية العكسية:

هي عملية إرجاع الأثر الذي يقوم به المتلقي عندما يستجيب للرسالة الاتصالية حيث يتحول إلى مرسل، وهذه العملية تضبط سلوك المرسل وتوجهه في المرحلة اللاحقة لاستكمال رسالته من خلال التعديل من المحتوى أو اللهجة أو يغير من الوسائل المستخدمة تبعاً لردة الفعل الصادرة من المتلقي⁷.

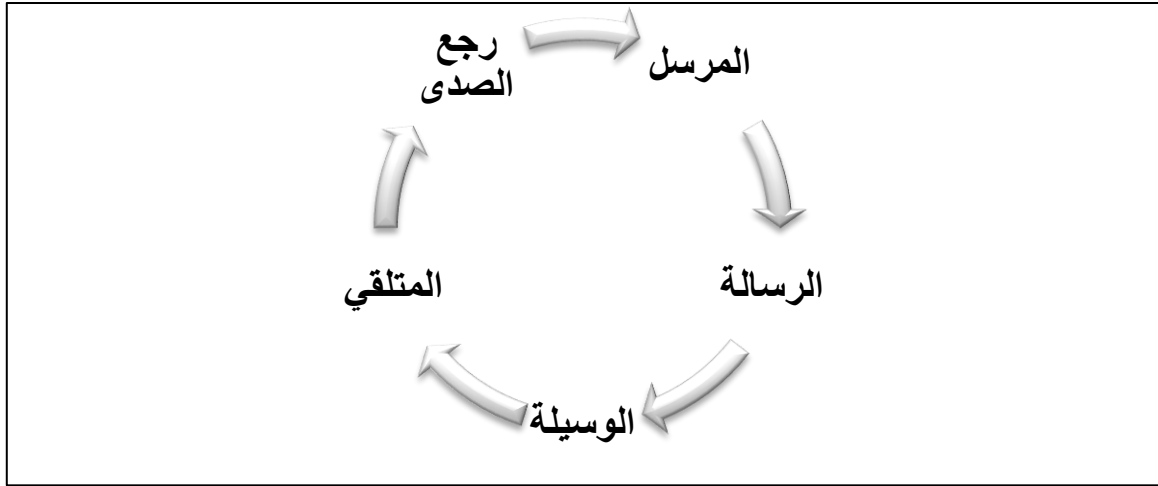
وعليه يمكن تلخيص عناصر العملية الاتصالية الخمسة داخل المؤسسة في المخطط التالي:

الشكل رقم 5: يوضح عناصر العملية الاتصالية داخل المؤسسة

⁵- محمد العمري أبو النجا، الاتصال في الخدمة الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية، 1996، ص 26.

⁶- هناء حافظ بدوي، مرجع سبق ذكره، ص 66.

⁷- محمد العمري أبو النجا، مرجع سبق ذكره، ص 38.



المصدر: محمد عبد الحميد، الاتصال في مجالات الإبداع الفني الجماهيري، ص 24⁸.

2) وظائف الاتصال داخل المؤسسة:

يقوم الاتصال بمجموعة من الوظائف التي تسمح بتحقيق أهداف المؤسسة ونذكر منها:

أ- وظيفة الإدارة:

تعمل هذه الوظيفة على ضمان السير الحسن للعمل، وتوزيع المسؤوليات ودعم التعامل بين الفاعلين في المؤسسة.

ب- الوظيفة الاجتماعية:

وتتحقق حينما يتيح الاتصال فرصه لزيادة احتكاك الفاعلين فيما بينهم داخل المؤسسة من خلال علاقات الاتصال غير الرسمية وبذلك تتوطد العلاقات الاجتماعية بين الفاعلين داخل المؤسسة⁹.

ج- وظيفة الإعلان:

حيث يقوم الاتصال بوظيفة الإعلان أو الإشهار باعتبارها وظيفة مدفوعة الأجر من خلال تقديم معلومات حول خدمات ومنتجات المؤسسة الاقتصادية بشكل يسمح بإظهار خصائص المنتج أو الخدمة في شكل ترفيهي مقبول

لدى المتلقي¹⁰.

د- وظيفة الدعاية:

⁸ - محمد عبد الحميد، الاتصال في مجالات الإبداع الفني الجماهيري، عالم الكتب، القاهرة، 1993 ، ص 24.

⁹ - ابراهيم أبو عرقوب، الاتصال الإنساني ودوره في التفاعل الاجتماعي، المكتبة الانجلو المصرية، القاهرة، 1999 ص 44.

¹⁰ - محمد عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص 28.

تلعب الدعاية دوراً هاماً في المؤسسة من خلال ما يقوم به فاعل معين أو جماعة من الفاعلين قصد تشكيل اتجاهات فاعلين آخرين في المؤسسة والتحكم في سلوكهم وتوجيهه وفق مصالحهم ورغباتهم عن طريق استخدام وسائل الاتصال بمختلف أنواعها.

هـ- وظيفة التوجيه:

وتتحقق حينما يتجه الإتصال إلى إكساب الفاعل المتلقي اتجاهات جديدة، أو اتجاهات قديمة أو يثبت اتجاهات قديمة مرغوب فيها داخل المؤسسة¹¹.

و- وظيفة العلاقات العامة:

تعد وظيفة العلاقات العامة من الوظائف التي تتحقق من خلالها أهداف عملية الاتصال داخل المؤسسة إذ أنها تمثل هندسة وتحقيق التفاهم والرضا باعتبارها الوسيط بين المؤسسة وجمهورها وذلك لأن رجل العلاقات العامة في المؤسسة يعد ممثلاً للرأي العام وداعية في نفس الوقت إذ أنه يفسر ويحلل أذواق الناس، واتجاهاتهم وردود أفعالهم التي تتصل بالمؤسسة التي يعمل لديها رجل العلاقات العامة.

ي- وظيفة التسويق:

يهدف الاتصال إلى تزويد الأفراد بالمعلومات النافعة في جميع مناحي حياتهم عن طريق تقديم معلومات خاصة بالمنتج أو الخدمة محاولة منه توعية المتلقين وتعريفهم بأمور قد تساعدهم على معرفة كل ما له علاقة بالمؤسسة وما تقدمه من خدمات تخصهم بهدف مخاطبة العقل ونقل صورة عما هو موجود في الواقع حيث يهدف الاتصال إلى إكساب المتلقي خبرات جديدة ومهارات ومفاهيم جديدة¹².

3) أهمية الاتصال في المؤسسة:

يلعب الاتصال دوراً هاماً في مختلف أنشطة المؤسسة حيث يتوقف عليه إنجاز جملة من المهام داخل المؤسسة والتي نذكر منها:

- الاتصال هو عملية أساسية وحيوية في نقل البيانات والمعلومات بين جميع وحدات المؤسسة الخاصة بالهيكل التنظيمي، كما له دور في تسيير مختلف العمليات الإدارية الرامية إلى تحقيق أهداف المؤسسة كالتخطيط، والتنظيم واتخاذ القرار، والتنسيق، وكذا الإشراف، والمتابعة، والرقابة، والتقييم حيث أن كل هذه العمليات تتم عن طريق عملية الاتصال¹³.

- يتوقف نجاح العملية الاتصالية داخل المؤسسة على نجاح باقي الأدوار الوظيفية المرتبطة بالحصول على المعلومة.

- تسمح عملية الاتصال الفعالة بتوطيد علاقة المؤسسة مع محيطها الخارجي من خلال زيادة معدلات المشاركة من جانب الأفراد في مشروعات التنمية وزيادة إحساسهم بانتمائهم

¹¹ - محمد العمري أبو النجا، مرجع سبق ذكره، ص 33.

¹² - إبراهيم عبد العزيز شبحا، مرجع سبق ذكره، ص 83.

¹³ - صالح ليري، مدخل إلى العلاقات العامة، الطبعة الأولى، دار حنين للنشر والتوزيع، الكويت، 2005، ص 129.

لمجتمعهم وذلك لأن المعلومات التي يحصلون عليها تتسم بالصدق، والوضوح تجاه مختلف الأنشطة التي تقوم بها المؤسسة.

- يكتسب الأفراد من خلال عملية الاتصال معلومات جديدة تسمح بزيادة فرص التفاعل الاجتماعي بين المؤسسة ومحيطها الخارجي من خلال ما يتم نشره عبر الصحف، والمجلات، والإذاعات والتلفزيونات وكذا مواقع التواصل الاجتماعي.

- يعتبر الاتصال أداة هامة لربط كافة المكونات الداخلية للمؤسسة مع بعضها البعض بمختلف وحداتها، وأقسامها ومكاتبها¹⁴.

- يساهم الاتصال بشكل كبير في مواجهة أي شائعات أو مشاكل تواجه سير المؤسسة نحو تحقيق أهدافها خاصة لما يتعلق الأمر بمواجهة الصراعات الداخلية بين الفاعلين في المؤسسة أو بالمحيط الخارجي وما يتعلق بعلاقة المؤسسة بمحيطها.

- يمثل الاتصال أداة أساسية في رفع مستوى الأداء والتبادل الفكري بين الفاعلين في المؤسسة على اختلاف مستوياتهم التنظيمية.

- يعمل الاتصال على خلق فرص الاحتكاك والتقارب بين الفاعلين داخل المؤسسة مما يسمح بتوفير جو من التعاون والتفاهم داخل المؤسسة حيث يتم من خلاله احترام قيم الفاعلين ومشاعرهم تجاه بعضهم البعض من أجل تحقيق احتياجاتهم الأساسية¹⁵.

(4) الاتصال وعلاقته بالوظائف الإدارية للمؤسسة:

يؤثر الاتصال بشكل كبير على مختلف الأنشطة الإدارية الأساسية المرتبطة بتسيير المؤسسة التي يمكن تحديدها فيما يلي:

أ- الاتصال وعملية اتخاذ القرارات داخل المؤسسة:

يقوم الاتصال بوظيفة حيوية في مجال توفير المعلومات بالنسبة لعملية اتخاذ القرارات وعلى جانبي المشاعر والتأثير في الاتصال، حيث ركز البحث التجريبي في مجال الاتصال على العمليات الخاصة بمعالجة المعلومات وسبل تحسين دقة القنوات في نقل المعلومات المطلوبة والقرارات من قبل الأفراد والجماعات¹⁶.

وبالتالي فإن صناعة وإتخاذ القرارات هو عصب العملية الإدارية كلها، ويتوقف ذلك على كمية وسلامة المعلومات التي تتاح أمام صانعي القرارات في أي مستوى من المستويات الإدارية، بحيث إذا توقف تدفق تلك المعلومات لسبب أو لآخر، فإن صانع القرار يقف عاجزا أمام المواقف الإدارية التي تتطلب تصرف سريع وفق معلومات معينة. والاتصال ضروري لبقاء المؤسسة وإستمراريتها، كما أن له الأثر في الحكم على القرارات التي تم اتخاذها،

¹⁴ - مصطفى حجازي، مرجع سبق ذكره، ص 54.

¹⁵ - منال طلعت محمود، مدخل إلى علم الاتصال، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2001، ص 28.

¹⁶ - ابراهيم أبو عرقوب، مرجع سبق ذكره، ص 27.

فعندما يكون الاتصال ضعيفاً أو لا يتم في الوقت المناسب قد يكون القرار المتخذ غير مناسب إلى جانب ذلك يتوقف نجاح عملية اتخاذ القرارات كذلك على مدى القدرة على إيصال القرار المتخذ إلى المعنيين بتنفيذه.

ب- الاتصال والتخطيط:

يعتبر التخطيط أحد وظائف إدارة الموارد البشرية، ويتطلب التخطيط وضع برامج معينة، ويعتمد في ذلك على توافر المعلومات والبيانات سواء كانت بيانات كمية أو وصفية، وبعد توفير هذه المعلومات عن طريق عملية الاتصال، فإن الاتصال الجيد ينعكس على عملية وضع وإعداد الخطط كما يمكن الفاعلين من معرفة حقيقة الثروة البشرية و المادية الموجودة في المؤسسة، وكذلك المؤشرات الإحصائية التي تتوقف عليها صحة التنبؤ، وبالتالي الوصول إلى صحة التخطيط¹⁷.

ج- الاتصال والرقابة:

الرقابة هي وظيفة لا تقل أهمية عن الوظائف السابقة، حيث تتمثل في معرفة رد الفعل أو الأثر الرجعي الناتج عن عملية تنفيذ القرارات، وتظهر الحاجة إلى الاتصال في الرقابة من خلال التقارير التي يتم استلامها من الجهات المنفذة في المؤسسة، وهو ما يسمح بتغذية التوقعات، والإجراءات وحتى القرارات التي سيتم اتخاذها في مستوى تنظيمي معين، وبالتالي فإن الاتصال يعتبر ضرورة ماسة لإحكام الرقابة على سير العمل في المؤسسة، فعن طريق التقارير وما تحويه من معلومات وبيانات يتسنى للإدارة تقييم النتائج في ضوء معايير، ومستويات الأداء المحددة من قبل مراحل التخطيط المختلفة، أي مقارنة النتائج الفعلية بالنتائج المرتقبة، بما يوضح الاختلافات أو الانحرافات في الأداء تمهيداً لعلاجها¹⁸. بمعنى هناك ارتباط وثيق بين الاتصال والبنية التنظيمية للمؤسسة، ففي الواقع تحاول المؤسسات دائماً التحكم في نشاطات الأفراد من خلال الرقابة والتنظيم باستخدام قنوات الاتصال الرسمية، وقد أشار مارش وسيمون إلى أن أغلب أنواع البرامج أو إجراءات التشغيل المقررة تشمل عنصر الاتصال، أي أنها تتطلب أن يتم أداء الأعمال عن طريق الاتصالات الرسمية وأن يتم نقل النتائج عن طريق قنوات الاتصال الرسمية . وعلى هذا الأساس تمثل قنوات الاتصال الرسمية وسيلة تنظيمية أساسية للرقابة الإدارية داخل المؤسسة¹⁹.

ت- الاتصال والتنظيم:

يقوم التنظيم على أساس تقسيم العمل داخل المؤسسة و توزيعه على الوحدات المختلفة التي تتكون منها المؤسسة، بحيث تراعى عند توزيع هذه المسؤوليات أن تكون واضحة ومحددة، حتى لا يحدث نوع من التداخل وبحيث تكفل نوعاً من التعاون بين هذه الوحدات لانجاز

17 - منال طلعت محمود، مرجع سبق ذكره، ص 46.

18 - خضير كاضم، حمود فريجات وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 87.

19 - ابراهيم عبد العزيز شيخا، مرجع سبق ذكره، ص 43.

الأهداف، على أن يكون هذا التعاون تعاوناً منسقاً لمنع التضارب أو الازدواج، وهذه الوظيفة من الوظائف الإدارية تحتاج إلى شبكة من الاتصال بين الوحدات المختلفة حتى تتعرف كل منها على مسؤوليات أخرى، وحتى يسهل تبادل المعلومات وتحقيق التعاون بين تلك الوحدات.

ث- الاتصال وتدريب الموارد البشرية:

يرتكز هذا النشاط الإداري على إعادة التأهيل المستمر للقدرات الفكرية والوظيفية للموارد البشرية أو الفاعلين في المؤسسة عن طريق التدريب الذي يقصد به " العملية التي بمقتضاها يمكن تكوين أو تعديل سلوك الفرد وخبراته ومهاراته من الناحية المهنية أو الوظيفية"²⁰ وهو ما يساهم في رفع مستوى كفاءة الفاعلين في الأداء وزيادة إنتاجيتهم، وتقوم عملية التدريب أساساً على الاتصال بين المدرب الذي لديه المعرفة العلمية والعملية، والمتدرب الذي يريد اكتسابها.

ج- الحاجة إلى الاتصال كعامل للاستمرارية :

من أهم مجالات اتصال المؤسسة التي يكثر عليها الطلب حالياً هي تلك المتعلقة بهوية المؤسسة وصورتها العمومية وخاصة منها عناصرها الشعار، حيث تقوم المؤسسة بإظهار صورتها الحقيقية في أعين جمهورها، إذ أنها تمارس اتصالاً قائماً على بث وتمير المعلومات الحقيقية حول جوانب نشاطها وشخصيتها، إذ لم يعد ينظر إليها ككيان مادي فحسب، بل ككيان اجتماعي أيضاً له ثقافته وقيمه ومبادئه، وهو ما يترجم العلامة التجارية لأي مؤسسة²¹.

ح- الحاجة إلى الاتصال كعامل لتحقيق برنامج الجودة في المؤسسة :

على القائم بتطبيق برنامج الجودة أن يوفر المعلومات والتوضيحات الوافية للفاعلين في المؤسسة بخصوص أهمية الجودة، واعتبارها إحدى الركائز التي يقوم عليها إنتاج السلع والخدمات في جميع مراحلها²².

خ- الحاجة إلى الاتصال كعامل لإرساء ثقافة المؤسسة:

بمعنى أن كل مورد بشري داخل المؤسسة يسعى إلى توسيع قدراته المعرفية، وقد يتسنى له ذلك من خلال الاتصال، إذ بواسطته تتم عملية نقل الخبرات بين الفاعلين لتمكينهم من التحكم في العمل، خاصة وأن هذه العملية (نقل الخبرات) تشكل إحدى الضروريات التي لا يمكن الاستغناء عنها في أي مؤسسة.

د- الحاجة إلى الاتصال كعامل لمواجهة و تأقلم:

²⁰ - ديجريت، السلوك الإنساني في العمل، ترجمة عبد الحميد ومحمد إسماعيل ، دار النهضة للطباعة والنشر، القاهرة، 1974، ص35.

²¹ - خير الدين جمعة، مرجع سبق ذكره، ص 49.

²² - Cardon Aloine, op. cit, p 71.

يحتاج كل من الفاعلين والمؤسسة على حد سواء، أن يقضوا وقتاً طويلاً في محاولة اكتساب المعرفة العلمية التي تقتضيها وظيفتهم في المؤسسة، وبالتالي فإن الحاجة إلى التأقلم مع الوضع الجديد وظروف العمل الجديدة بالنسبة إليهم تدفعهم إلى البحث عن المعلومات باعتبارها وسيلتهم الأساسية في مواجهة غموض البيئة الجديدة، وهو ما يمكنهم من معرفة مكانتهم ودورهم في المؤسسة وعلاقتهم بغيرهم من الفاعلين الآخرين²³.

أما على مستوى المؤسسة ككل، فنجد أنها تعيش حالة من التغيرات المفروضة من واقعها التنظيمي، والتطور التكنولوجي والوضع التنافسي، وهنا تظهر الحاجة الملحة والدائمة إلى مختلف المعلومات التي ينبغي وضعها في متناول الفاعلين حتى يتمكنوا من التحكم في وظائفهم، وتحديد ما يتعلق منها مثلاً بتنظيم المهام ومضمون العمل، والتي يمكن أن تتغير بصورة ملموسة، وهو ما يجعل المؤسسة قادرة على التأقلم ومواجهة مختلف التغيرات الناتجة عن إعادة التنظيم فيها. كما أنها بحاجة ماسة لمواكبة التطور التكنولوجي الذي يسمح لها بالتلاؤم مع الوضع التنافسي عن طريق حصولها المستمر على المعلومات المتعلقة بهذا التطور، والمؤسسة ليست مخيرة في هذا بل مجبرة على البحث عن المعلومة، حيث أن أي إغفال لأي تقنية أو وسيلة تكنولوجية جديدة من شأنه أن يضعها في وضع متأخر عن منافسيها ويؤثر على نصيبها في السوق.

ذ- الحاجة إلى الاتصال كعامل تقارب:

إن بروز ظاهرة التباعد بين الفروع هو ناتج عن ممارسة استقلالية التسيير التي أملت لها التغيرات الحاصلة في البيئة الخارجية التي تعيش فيها المؤسسة، وأن هذه الاستقلالية في التسيير هي إحدى الوسائل الفاعلة لتلبية حاجات الزبائن، من خلال رصد رغباتهم، وتبرز الحاجة إلى الاتصال من خلال عملية التنسيق بين القرارات الجزئية المتخذة على مستوى كل فرع وبالتالي جمع الوظائف بطريقة تتقارب فيها مختلف الفروع والعمل في إطار أهداف مشتركة. وتظهر هذه الحاجة جلياً في المعطيات الميدانية للدراسة انطلاقاً من طبيعة المؤسسة وتقرعاتها²⁴.

خلاصة:

يساهم الاتصال في التأثير على آليات وطرق تسيير المؤسسة في عدة مستويات إدارية وتنظيمية لذلك تولى الكثير من المؤسسات أهمية كبيرة للاتصال، حيث ينعكس دوره على صورة المؤسسة لدى جمهورها الداخلي والخارجي، وعلى أدائها الذي يتطلب التفاف الفاعلين نحو تحقيق أهدافها.

²³ - Halvor Nordby, op. cit, p 83.

²⁴ - عبد الغفار حنفي، السلوك التنظيمي وإدارة الأفراد، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر- ص 19.