

V. أنواع الاتصال المؤسساتي وخصائصه:

تمهيد:

يشير مصطلح الاتصال المؤسساتي إلى العلاقة الوطيدة بين المؤسسة والاتصال والتي لا يمكن الفصل بينها في أي حال من الأحوال، حيث يعتبر الاتصال عملية مهمة في تسيير مختلف المهام الإدارية والتنظيمية في أي نوع من المؤسسات مهما كان حجمها، وطبيعة نشاطها، لذلك فإن أهمية الاتصال تكمن في أهمية الأدوار التي يقوم بها على مستوى المؤسسة في عدة جوانب رسمية وغير رسمية، داخلية وخارجية ومن هنا فقد أصبحت المؤسسات تولي أهمية كبيرة للاتصال المؤسساتي من حيث توفير الوسائل والموارد اللازمة لتحقيقه رغبة في الاستفادة القصوى من مخرجاته والتي تنعكس بشكل كبير على تجسيد أهداف المؤسسة.

1. التطور التاريخي لاتصال المؤسسة:

بعد الحرب العالمية الأولى أخذ اتصال المؤسسة في التطور وفقا لأسس فنية ومنهجية علمية، وذلك بفضل جهود المفكرين في هذا المجال، خاصة في أمريكا وأوروبا. ويعتبر "إيفيلي" رائد العلاقات العامة الحديثة، وهو صحفي أمريكي بدأ حياته الصحفية عام 1903 حيث يرجع إليه الفضل في حث مؤسسات الأعمال التجارية والصناعية على نشر سياستها وإعلام الجمهور بأهدافها وأغراضها والعمل على إكساب ثقة الجمهور فيها، وتأييده، ومساندته لها، وقد ألقى المختصون الأضواء آنذاك على أهمية الإعلام والنشر كميدان جديد في عالم التجارة، ونادوا بأن دور الاتصال في المؤسسة ينحصر في نقل اتجاهات الرأي العام حول المؤسسة ونقل سياسات المؤسسات إلى الرأي العام¹. واستمر اتصال المؤسسة في التطور تحت تأثير وبرعاية الهيئات العسكرية حيث وردت الإشارة في مذكرات الجنرال الفرنسي "فوش" إلى دور المكلف بالصحافة الذي قام به أحد ضباطه بصفة مؤقتة وبالموازاة مع مهام أخرى، وفي نفس فترات بداية القرن 20 العشرين أنشأ "بيجو" أول صحيفة مؤسساتية، كما وظهر في الولايات المتحدة الأمريكية أول اتصال منظم عند شركة "سانجو" حوالي عام 1926.

وفي فرنسا كانت الشركة الوطنية للسكك الحديدية "SNCF" عند إنشائها عام 1937 أول مؤسسة تزود بمصلحة صحافية خاصة، ولم يشهد مجال الاتصال انتعاشا إلا خلال فترة الثمانينات، فقد وصف الإسباني "كارسكوسا" التطور التاريخي للمجال التطبيقي لاتصال المؤسسة تبعا للنظرية الرباعية (الأحرف الأربعة) *quartes Les c/e* التي تفسر أنه: "وفي الستينيات كان عصر الإشهار مرتبط بالتكاليف *Costes* وفي السبعينيات عصر

¹ - محمد العزاري وأحمد إدريس، العلاقات المعاصرة وفعالية الإدارة، المكتبة العلمية، مصر، 2004، ص 10.

التسويق التجاري Commercial وفي الثمانينات الاتصال الداخلي من أجل النوعية Calidad، أما في التسعينات الاتصال الشامل global Communication². أما على المستوى العربي فقد أعلن في 06 ماي 1965 عن تأسيس جمعية العلاقات العامة التي تهدف إلى بحث وتدعيم الطرق التي تجعل من وسائل الإعلام دعامة للتوجيه القومي ودعوة إلى الإصلاح والبناء، وذلك من خلال عقد العديد من الندوات والمؤتمرات المتخصصة، أما فيما يخص الاتصال المؤسسي في الجزائر فقد عانى من أنظمة إعلامية غير مناسبة ومن قلة المتخصصين، وأيضا من تأخر واضح في تطوير التقنيات الحديثة لاتصال المؤسسة وهذا بالرغم من إعادة هيكلة المؤسسات والتدرج في تحرير السوق والعمل بالمنافسة الاقتصادية، وذلك يعود لعدة عوامل منها:

- عدم تخصص مختلف إطرارات المؤسسات في مجال الاتصال.

- عدم التحكم في الأدوات الحديثة للاتصال .

- معظم المؤسسات الجزائرية لا تصدر جريدة إعلامية، ولا تملك موقع الكتروني إلا أنه وفي العشرية الأخيرة بدأت الأمور تتحسن بعد دخولها اقتصاد السوق والمنافسة المحلية والدولية، وتطوير تقنيات الاتصال في المؤسسات على المستوى الداخلي والخارجي وكذا مواكبة التطورات الدولية الحاصلة في العالم³.

2. أنواع الاتصال المؤسسي:

يتعلق الاتصال المؤسسي بالنشاطات الاتصالية التي تقوم بها المؤسسة في سبيل تحقيق أهدافها المسطرة سواء كانت هذه النشاطات داخلية ينسق بها الفاعلون جهودهم داخل المؤسسة من خلال تبادل المعلومات ذات الصلة بشؤون العمل، أو خارجية تعمل من خلالها المؤسسة على ربط مصالحها وأهدافها بالمحيط الخارجي من ممولين وموردين وكذا مستهلكين. ويتم الاتصال المؤسسي الداخلي في شقه الرسمي وفقا للهيكل التنظيمي الذي يحدد السلطات والمسؤوليات من خلال تقسيم العمل والعلاقات الوظيفية داخل المؤسسة، أما الاتصال المؤسسي غير الرسمي فيتعلق بالتفاعلات الاجتماعية والشخصية في التنظيم دون الحاجة إلى ضوابط ومسارات تنظيمية لنقل المعلومة.

1.2. الاتصال الداخلي:

يشمل الاتصال الداخلي في المؤسسة نوعين من الاتصالات الرسمية وغير الرسمية، وفيما يلي توضيح لهذا النوع من الاتصال وقواعد ممارسته من طرف الفاعلين داخل المؤسسة.

1.1.2. الاتصال الرسمي:

² - فضيل دليو، الاتصال: مفاهيمه، نظرياته، وسائله، الطبعة الأولى، دار الفجر للنشر، القاهرة، 2013، ص 77.

³ - مازن سليمان الحوش، الاتصال وتأثيره على تنظيم المؤسسة الإعلامية، مذكرة ماجستير في علم الاجتماع، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر 2006، 39.

وهو الاتصال الذي يحدث من خلال قوانين المؤسسة وبموجب اللوائح والقرارات المكتوبة، وقد تكون داخلية (داخل المؤسسة) أو خارجية (مع الجمهور أو مؤسسة أخرى)، وتنقسم الاتصالات الرسمية إلى أربعة أنواع تتمثل في الاتصال النازل، الاتصال الصاعد، والاتصال أفقي، وكذا الاتصال المحوري وفيما يلي توضيح لهذه الأنواع.

✓ **الاتصال النازل:** يشير إلى الاتصال الذي يكون من المستويات العليا تجاه المستويات الدنيا في التسلسل الهرمي⁴، وتصنف هذه الاتصالات ضمن إطار الاتصالات الرأسية أو (العمودية) وتعد الأكثر شيوعاً حيث تناسب المعاني والرسائل المرتبطة بالأوامر والتعليمات والتوجيهات والملاحظات، وكذا القرارات... من المستويات الإدارية العليا إلى المستويات الإدارية الدنيا، وهذا النوع من الاتصال يحمل في طياته استراتيجيات جديدة لتنفيذ الأعمال ومبادرات الإدارة لتطوير وتوضيح الأهداف وغيرها، ويستطيع المسؤولون الاتصال بالفاعلين بطرق ووسائل عديدة كالحديث المباشر، أو عبر البريد الإلكتروني، والاجتماعات وغيرها من وسائل الاتصال .

✓ **الاتصال الصاعد:** وهذا النوع من الاتصال معاكس لسابقه فبينما الاتصال النازل يكون من أعلى الهيكل التنظيمي للمؤسسة إلى أسفله، فإن الاتصال الصاعد يبدأ من المستويات الإدارية الدنيا، وينتهي بالمستويات الإدارية العليا، فمن خلال الاتصالات الصاعدة يقوم الفاعلين بنقل ملاحظاتهم واقتراحاتهم، وكذا مطالبهم لمختلف رؤسائهم الموجودين في مصالح المؤسسة العليا⁵، مما يؤدي بالفاعلين إلى الحصول على التغذية العكسية من مسؤوليهم تجاه ما يرفع أليهم من رسائل اتصالية حيث تتم الاتصالات الصاعدة إما على شكل تقارير ترفع من المستويات الإدارية الدنيا إلى الإدارة العليا، أو عن طريق الطلبات والشكاوي والتظلمات التي يرفعها الفاعلين لرؤسائهم وقد تتم أيضاً من خلال صناديق الاقتراحات، إضافة إلى سياسة الباب المفتوح أو عن طريق اللقاءات المباشرة، بين الفاعلين ورؤسائهم في العمل.

كما يركز هذا النوع من الاتصال على فكرة أن الفاعلين لا يملكون فقط القدرة على استقبال المعلومات والرسائل الاتصالية وإنما لديهم القدرة أيضاً على إرسال الرسائل والمعلومات، ويمثل هذا النوع من الاتصال الاتصال الوحيد الذي يتمكن من خلاله الفاعلين من إبلاغ مسؤوليهم بشؤون عملهم ومواقفهم وكذا رأيهم حول مختلف المواضيع التي تهمهم⁶.

✓ **الاتصال الأفقي:** يندرج هذا النوع من الاتصال ضمن مستوى إداري واحد، حيث يبرز حالة التفاعل وتبادل المعاني والمعلومات، والآراء ووجهات النظر بين الفاعلين في المؤسسة، أو الأقسام التي تقع في نفس المستوى الإداري للهيكل التنظيمي الخاص

4- حميد الطائي وبشير العلق، أساسيات الاتصال (مهارات ونماذج)، دار اليازوري، عمان، الأردن، 2009، ص 58.

5- حميد الطائي وبشير العلق، المرجع نفسه، ص 59.

6 - Halvor Nordby, op. cit, p 78.

بالمؤسسة، وغالبا ما تستخدم المؤسسة هذا النوع من الاتصال الأفقي لفتحها بأنه يسهم بشكل كبير في تنسيق الأعمال وحل المشكلات وتعزيز الفهم المشترك للمهام والواجبات المطلوب تنفيذها⁷. ويذهب "هنري فايول" إلى أنه من الضروري تشجيع الاتصال الأفقي المباشر كوسيلة لتحقيق الفعالية الإدارية، والاتصالات الإنسانية السليمة مع مراعاة شرطين أساسيين هما:

- وجوب حصول الفاعلين على إذن مع رئيسهم قبل إعطاء أي معلومة لجهة أخرى.

- ضرورة إعلام الفاعلين لرئيسهم بأهم نتائج الاتصالات الأفقي.

✓ **الاتصال المحوري:** وهو الاتصال الذي يأخذ الشكلين الصاعد والنازل في نقل المعلومة دون الأخذ بعين الاعتبار التدرج الهرمي للوظائف، حيث يمكن أن يكون متجه من الإدارة العليا إلى الفاعلين في المستويات التنظيمية الدنيا، كما يمكن أن يأخذ المسار العكسي أي من المستويات التنظيمية الدنيا إلى الإدارة العليا، ويكون الهدف من هذا النوع من الاتصال غالبا الرغبة في ربح الوقت والجهد، وتقليل تكلفة الاتصال⁸. مما يعني تحقيق الممارسات الاتصالية الفعالة من خلال هذا النوع من الاتصال.

2.1.2. الاتصال غير الرسمي:

إن الاتصالات غير الرسمية هي تلك الاتصالات التي تقوم على أسس العلاقات الشخصية والاجتماعية بين الموظفين داخل المؤسسة⁹. وتمثل هذه الاتصالات غير الرسمية أحد أكثر أنواع الاتصال شيوعا في العالم فهذه

الاتصالات لا تخضع للتنظيم الرسمي، ما ينجم عن ذلك تميزها بسرعة ومرونة عاليتين في نقل البيانات والمعلومات وتبادلها بين أكبر عدد من الموظفين، وتعد قنوات الاتصال غير الرسمية الأقصر بين جميع الاتصالات الأخرى، مما يتيح قدرأً عاليا من التغذية العكسية التي تكون أشبه بالفورية، الأمر الذي من شأنه أن يضفي قيمة على هذا النوع من الاتصال وغالبا ما تعتمد هذه الاتصالات على الوسائل الشفوية في الاتصال¹⁰.

2.2. الاتصال الخارجي:

ويشمل ثلاثة أنواع من الاتصال تتعلق بالاتصال الخارجي العملياتي، والاتصال الخارجي الاستراتيجي، والاتصال الخارجي حول الصورة، وفيما يلي شرح مفصل لكل نوع من هذه الأنواع وكذا دوره في المؤسسة.

1.2.2. الاتصال الخارجي العملياتي: إن مجموعة كبيرة من الفاعلين في المؤسسة تتواجد في اتصال مباشر مع محيطها الخارجي، في إطار نشاطاتهم المهنية اليومية، حيث أن كل منهم يقوم بالاتصال باعتباره ممثلا للمؤسسة مع شركاء خارجيين من زبائن، وموردين،

7- مازن سليمان الحوش، مرجع سبق ذكره، ص 41 .

8- فضيل دليو، مرجع سبق ذكره، ص 121 .

9- حميد الطائي وبشير العلق، مرجع سبق ذكره، ص 60.

10- مصطفى حجازي، مرجع سبق ذكره، ص 43.

ومساهمين، وسلطات عمومية، ومنافسين، ووسائل الإعلام، وممولين وعلى هذا الأساس فكل منهم يمرر صورة عن المؤسسة ورسائل عنها وباسمها ينلقى بالمقابل ردود أو معلومات يدمجها داخل المؤسسة وهذه التبادلات تعد ضرورية للنشاط قصير المدى للمؤسسة وبدونها لا يمكنها الإستمرارية في محيطها¹¹.

2.2.2. الاتصال الخارجي الاستراتيجي: وفي هذا النوع هناك دوران للاتصال الخارجي الاستراتيجي، أولها أنه يعمل على تسريع إنشاء وتكوين صداقات وشبكات اتصال في المحيط الخارجي، إذ أن المؤسسة تبحث عن التواجد وتحقيق الذات في محيطها وتطوير وتنمية علاقات إيجابية مع الفاعلين في هذا المحيط، هذه الاتصالات والتبادلات ليست إجبارية وضرورية، ولكن المؤسسة تعتبرها وسيلة للدفاع يمكن لها أن تخدم المؤسسة في حال وجود صعوبات أو مشاكل أو حدث خاص متعلق بوجودها.

أما الدور الثاني فيتمثل في الاستماع الخارجي، إذ تنشئ المؤسسة قنوات استقبال المعلومات الإستراتيجية في محيطها، وهي تبحث عن التعرف بأسرع وقت ممكن على معطيات تنافسية، وهو ما يعرف باليقظة الإستراتيجية، التي قد ترتبط بالتطور التكنولوجي والتقنيات الحديثة، والإمكانيات المتاحة، والقوانين الجديدة، وكذا الحركات الاجتماعية التي يمكن أن تحدث في المحيط والتي تمكن المؤسسة من الإستفادة منها في تحقيق أهدافها، هذه المعطيات والمعلومات التي تجمعها المؤسسة حول محيطها تشكل عوامل مساعدة في اتخاذ القرارات على المدى المتوسط والبعيد¹².

3.2.2. الاتصال الخارجي حول الصورة: يعتبر هذا النوع من الاتصال هو الاتصال الخارجي في حد ذاته، وهذا نظراً لانتشاره الواسع واستعمالاته المتعددة في المؤسسة. في هذا النوع من الاتصال لا يقوم الفاعلون في التنظيم بالإعلام والاتصال، لكن المؤسسة هي التي تعلم قصد التعريف بمنتجاتها وتحسين صورتها. ويتكون هذا النوع من الاتصال من عناصر كثيرة أهمها الإعلان الذي يحاول توصيل رسالة معينة ونقلها ونشرها على أوسع نطاق بهدف لفت الانتباه إليها، حيث يستخدم الإعلان جميع الأساليب التعبيرية المتاحة لتحقيق أهداف الاتصال الخارجي حول الصورة، هذا بالإضافة إلى عنصر آخر غير الإعلان وهو ما يعرف بالرعاية والتمويل والتي تكون عبارة عن مساعدات مالية وتبرعات للجمعيات الخيرية التي تقوم بها المؤسسة قصد إعطاء لمسة إنسانية للاتصال الخارجي حول الصورة لدى الجمهور¹³.

والاتصال المؤسسي بشقيه الداخلي والخارجي كلاهما مكملان لبعضهما البعض فإن كان الاتصال الداخلي يعمل على ظهور التعاون وتجميع وجهات النظر والمعتقدات قصد إقناع

¹¹- Andrew D, Brown Ken Starkey, op. cit, p 176.

¹² - Andrew D, Brown Ken Starkey, ibid, p 177.

¹³ - فضيل دليو، مرجع سبق ذكره، ص 126 .

الفاعلين والتأثير في سلوكهم داخل المؤسسة، فإن الاتصال الخارجي يهدف إلى تحسين صورة المؤسسة لدى جمهورها ومتابعيها على المستوى الخارجي.

3. أهمية وأهداف الاتصال المؤسساتي :

1.3. أهمية الاتصال المؤسساتي:

يتواجد الفاعلون في المؤسسة في اتصال دائم مع غيرهم فهناك الاتصال بين الفاعلين الرؤساء والمرؤوسين، والاتصال مع الزملاء وبالتالي فإن الاتصال يعتبر عملية رئيسية وضرورة حيوية في بناء علاقات إنسانية طيبة داخل المؤسسة نظراً لأنه يعمل على إيصال المعلومات والبيانات بين طرفي العملية الاتصالية¹⁴. وما يؤكد أهمية عملية الاتصال داخل المؤسسة هو ما ذهب إليه "التون مايو" "مؤسس مدرسة العلاقات الإنسانية حيث أقر أن الدراسة الاجتماعية يجب أن تبدأ بملاحظة دقيقة لما يسمى بالاتصال¹⁵، وهنا يشير "مايو" إلى أهمية الاتصال باعتباره أحد العوامل الرئيسية لقيام العلاقات الإنسانية داخل المؤسسة، وعادة ما ينظر إلى عمليات الاتصال بوصفها تجيب على التساؤلات الخاصة بالمؤسسة. وبالتالي هناك أهمية نظرية محورية لنظام الاتصال داخل المؤسسات فالاتصال هو الوسيلة التي بموجبها يتم نقل المعلومات كما أنه يؤثر على العلاقات بين الفاعلين فبنشأ التعاون والتكامل بينهم داخل الجماعة وفيما بين المؤسسة والفاعلين.

كذلك أن أهمية الاتصال داخل المؤسسة تكون في إطار إقامة علاقات إيجابية وسلمية بين العاملين وقد وجدت المؤسسة أفضل طريقة لتحقيق أهدافها وهي تدعيم الاتصال الصاعد لتحقيق مزيد من الترابط بين الفاعلين ورؤسائهم على أساس من الثقة المتبادلة بينهم ويعتبر الاتصال مهم طالما يقوم بربط وظائف المؤسسة ببعضها البعض، وفي الحياة العملية يستخدم الاتصال لتوجيه الفاعلين نحو تحقيق أهدافهم¹⁶.

كذلك تتلخص أهمية الاتصال في المؤسسة في النقاط الآتية:

- يمكن للاتصال فتح المجال للاحتكاك البشري، وفتح الفرصة للتفكير والاطلاع والحوار وتبادل المعلومات في شتى المجالات والميادين، كما أنه لا يجعل الفاعلين يشعرون بالعزلة.

- يتيح الاتصال الفرصة للتعرف على آراء الفاعلين الآخرين وأفكارهم عن طريق الحركة التي يحدثها على شكل حوار أو نقاش، كما أن الاتصال يفسح لكل فاعل المجال للمشاركة.

14- صلاح الدين محمد عبد الباقي، السلوك الإنساني في المنظمات، الدار الجامعية، القاهرة، 2000 ص 275 .

15- طلعت ابراهيم لطفي، مدخل إلى علم الاجتماع، مكتبة غريب، القاهرة، 1993 ص 69.

16- صبرينة رماش، الفعالية الاتصالية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، رسالة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه، جامعة منتوري، قسنطينة، 2008، ص 139.

-يساعد الاتصال على نقل الثقافات والعادات والتقاليد واللغات بين الفاعلين مما يؤدي إلى تشكيل الثقافة الاتصالية داخل المؤسسة¹⁷.

كما يمكن النظر إلى أهمية الاتصال في المؤسسة حيث تتمثل في:
الإعلام: أي نقل المعلومات والأفكار إلى المتلقي وإعلامه عما يدور من حوله من أحداث ومعلومات جديدة.

التعليم: أي تدريب وتطوير الفاعلين عن طريق تزويدهم بالمعلومات والمهارات التي تؤهلهم للقيام بوظائفهم وتطوير إمكاناتهم العلمية وفق ما تتطلبه ظروفهم الوظيفية.

الترفيه: وذلك بالترويج عن النفس والتسلية من خلال علاقات الاتصال غير الرسمية التي تسمح للفاعلين بالإنفتاح على بعضهم البعض وخلق بيئة عمل اجتماعية.

الإقناع: أي إحداث تحولات في وجهات النظر من خلال الحجج والبراهين التي يقدمها الفاعلون لبعضهم البعض حول شؤون عملهم مما يسمح بتبني بعض الأفكار وإلغاء بعضها الآخر وفق مخرجات عملية الحوار¹⁸.

2.3. أهداف الاتصال المؤسسي:

إن "عملية الاتصال المؤسسي تسعى لتحقيق هدف عام وهو التأثير في الفاعلين حتى تتحقق المشاركة في الخبرة مع المرسل وقد ينصب هذا التأثير على أفكارهم لتعديلها، وتغييرها أو على اتجاهاتهم أو على مهاراتهم " لذا نجد أن "الاتصال المؤسسي الداخلي يهدف إلى خلق التهام فكري ومعنوي في قيم وأهداف مشتركة بين الفاعلين إذ يستحوذ على ديناميكية تشكيل صورة المؤسسة، مثله مثل الاتصال المؤسسي الخارجي¹⁹.

ونجد أن تحقيق أهداف المؤسسة يتوقف على سلامة الاتصالات الداخلية ووضوح قنواتها، إذ أن هذه الأخيرة تساعد في القيام بالآتي:

- توجيه الفاعلين ونصحهم وإرشادهم، وذلك من خلال إكسابهم اتجاهات جديدة أو تعديل أو تثبيت اتجاهات قديمة مرغوب فيها.

- تصحيح الأفكار الخاطئة لدى الفاعلين عن أهداف وسياسات الإدارة خاصة تلك التي تتصل بهم، إضافة إلى توزيع المسؤوليات وتحسين سير العمل، ودعم التفاهم بين الفاعلين والمؤسسة.

- التنسيق بين المهام والوحدات المختلفة بما يحقق هدف الاتصال الاجتماعي.

- تحديد معايير ومؤشرات الأداء .

- إصدار الأوامر والتعليمات.

- تقييم الأداء وإنتاجية العمل.

- تعريف المشكلات وسبل إنتاجها .

17- يسرى عامر، الاتصالات الإدارية والمدخل السلوكي لها، دار المدينة المنورة، الرياض، 1986، ص 24.

18- محمد السيد فهمي، تكنولوجيا الاتصال في الخدمة الاجتماعية، دار المعرفة، الإسكندرية، ص 33.

19- صبرينة رماش، مرجع سبق ذكره، ص 143.

- تحديد الأهداف الواجب تنفيذها²⁰.
- تكوين الفاعلين وتنمية قدراتهم، وذلك بإكسابهم خبرات جديدة أو مهارات، أو مفاهيم جديدة، مما يترجم الهدف التعليمي للاتصال.
- تحفيز العاملين، وذلك بتوعيتهم ومساعدتهم المادية والمعرفية.
- كذلك يهدف الاتصال المؤسسي إلى تماسك الفاعلين في التنظيم وحل النزاعات بين الفاعلين وإعطائهم قيمة، والعمل على بناء روح الجماعة.
- تحسين إنتاجية وفعالية العمل، فالحصول على المعلومات يخلق الدافعية والرضا عند العاملين الأمر الذي يدفعهم إلى تقديم مردودية جيدة²¹.
- تعريف أفراد الجمهور بحقيقة الجهود المبذولة في سبيل إرضاء تطلعاتهم ورغباتهم المعبر عنها تجاه المؤسسة.
- شرح سياسة المؤسسة وأهدافها.
- تزويد الجمهور بكافة المعلومات والبيانات التي يحتاجونها عن المؤسسة ونشاطها.
- الحصول على دعم من الجمهور.
- الرد على كل الأخبار الكاذبة أو غير صحيحة التي تنشر عن المؤسسة أو مواقفها.

- التعرف على آراء الجمهور بفئاته المختلفة بشأن مختلف الوسائل والأمر التي تهمة فيما يتصل بعلاقته مع المؤسسة²².

كما يهدف الاتصال المؤسسي أيضا إلى إحداث تفاعل بين الفاعل المرسل والفاعل المتلقي من حيث الاشتراك في الفكرة والمفهوم أو العمل، كما يهدف إلى التأثير في الطرف الآخر، حيث يؤدي هذا التأثير إلى تغيير في سلوك الآخر.

كما يهدف إلى فهم نظام العمل في المؤسسة وخلق قاعدة من المعلومات لمستويات الفاعلين في المؤسسة، وتسيير العلاقات الاجتماعية في المؤسسة في إطار الممارسات الاتصال غير الرسمية²³.

خلاصة:

نستخلص مما سبق أن الاتصال المؤسسي يأخذ عدة تسميات وأشكال، وعموماً يمكن القول أن الاتصال المؤسسي هو ذلك الاتصال الذي تكون فيه المؤسسة طرفاً مرسلًا في العملية الاتصالية من خلال الفاعلين فيها، حيث يمثل كل من الاتصال الداخلي والخارجي

²⁰ - يسرى عامر، مرجع سبق ذكره، ص 29.

²¹ - جمال الدين بوغيط، الاتصال التنظيمي وعلاقته بالأداء الوظيفي، مذكرة ماجستير، جامعة منتوري، قسنطينة، 2009، ص 52.

²² - رضوان بلخيري وسارة جبّاري، مدخل للاتصال والعلاقات العامة، الطبعة الأولى، دار جسور للنشر والتوزيع، المحمدية، الجزائر، 2014، ص 49.

²³ - جمال الدين بوغيط، مرجع سبق ذكره، ص 54.

محورين أساسيين في تصنيف الاتصال المؤسساتي، في حين يرتبط كل من الاتصال الرسمي وغير الرسمي بأشكال الاتصال الداخلي بين الفاعلين في المؤسسة، وفي جزئية أخرى مرتبطة بالهيكل التنظيمي تتمظهر اتجاهات الاتصال الرسمي والتي تنقسم بدورها إلى أربعة اتجاهات أو مسارات يمكن أن تتبعها المعلومة في التنظيم ممثلة في الاتصال الصاعد، والاتصال النازل، وكذا الاتصال الأفقي وأخيراً الاتصال المحوري.