

الاتصالات التنظيمية

إعداد: د. هالة الألفي فوزي

PRL 615
Public Relations

Lecture 08



Chapter

08

المحاضرة الثامنة



Chapter
08

محتويات المحاضرة

- ❖ نتناول خلال المحاضرة:
- ❖ أنواع الاتصال والفرق بينها :
- ❖ أولاً: الاتصال وفقاً للغة المستخدمة.
- ❖ ثانياً: الاتصال وفقاً للاتجاه.
- ❖ ثالثاً: الاتصال وفقاً لدرجة التأثير.
- ❖ رابعاً: الاتصال وفقاً لمصدر الاتصال.
- ❖ خامساً: الاتصال وفقاً لنطاق الاتصال.
- ❖ سادساً: الاتصال وفقاً لمدى السيطرة على عملية سريان المعلومات.
- ❖ أساليب الاتصال بالجمهور.
- ❖ الاتصال الشفهي.
- ❖ الاتصال غير الشفهي.

رابعًا: أنواع الاتصال وفقًا لطبيعة مصدر الاتصال

يمكن تقسيم الاتصال في ضوء هذا التقسيم إلى **الاتصال الرسمي وغير الرسمي**. ويمكن بيان الفرق بينهما كما يلي:

أ-الاتصال الرسمي

الاتصال الرسمي (Formal Communication) هو نوع من الاتصال داخل المؤسسات والمنظمات يتم بشكل رسمي وهيكل ووفقًا لقواعد وإجراءات محددة. كما يشير الاتصال الرسمي إلى الاتصال الذي يتم بشكل رسمي وفقًا للإجراءات والقواعد الموجودة في المنظمة أو الشركة. يمكن أن يشمل هذا الاتصال الرسائل الرسمية المكتوبة مثل الخطابات والإعلانات الرسمية الصادرة عن المنظمة أو الشركة. ويهدف الاتصال الرسمي إلى توثيق الرسائل والإشعارات بشكل صحيح، وتأكيد المسؤوليات، والحقوق بشكل واضح.

رابعًا: أنواع الاتصال وفقًا لطبيعة مصدر الاتصال

مميزات الاتصال الرسمي:

- ✓ الاتصال الرسمي يتم وفقًا لهيكلية محددة وقواعد واضحة، ما يجعله سهل الفهم والمتابعة.
- ✓ يسهم الاتصال الرسمي في استدامة العمليات التنظيمية وتنظيم العمليات اليومية.
- ✓ يعزز الاتصال الرسمي من مصداقية المعلومات والقرارات المرتبطة بالمؤسسة.
- ✓ يسهل الاتصال الرسمي تتبع المسؤوليات وتوثيق القرارات والمعلومات.
- ✓ يمكن استخدام الاتصال الرسمي لنشر السياسات والإجراءات الداخلية والتأكد من وصولها إلى جميع الموظفين.

عيوب الاتصال الرسمي:

- ✓ يمكن أن يكون الاتصال الرسمي بيروقراطيًا وبطيئًا في بعض الأحيان، إذ يتطلب العديد من المراحل والتصديقات.
- ✓ يمكن أن تكون الاتصالات الرسمية مقيدة وتخضع لقيود وإجراءات صارمة، ما قد يقيد الإبداع وحرية التعبير.
- ✓ في بعض الحالات، قد تكون الاتصالات الرسمية غير فعّالة في نقل المعلومات أو تحفيز التواصل بشكل جيد.
- ✓ يمكن أن يتسبب الاتصال الرسمي في تأخير اتخاذ القرارات نظرًا إلى الإجراءات المطلوبة.
- ✓ في بعض الأحيان، يمكن أن يؤدي التركيز على الاتصال الرسمي إلى نقص التواصل الشخصي بين الموظفين.

رابعًا: أنواع الاتصال وفقًا لطبيعة مصدر الاتصال

Chapter

08

ب- الاتصال غير الرسمي

الاتصال غير الرسمي (Informal Communication) هو نوع من الاتصال يحدث داخل المؤسسات والمنظمات خارج الهياكل والقواعد الرسمية. كما يشير إلى الاتصال الذي يتم دون توثيق رسمي وفقًا للإجراءات والقواعد الموجودة في المنظمة أو الشركة. ويشمل هذا الاتصال العديد من التفاعلات الشخصية التي يتم فيها إيصال الرسائل والإشعارات بشكل غير رسمي، مثل الاجتماعات والمناسبات الاجتماعية والتواصل مع الزملاء عبر الهاتف أو البريد الإلكتروني. ويشمل الاتصال غير الرسمي التفاعل بين الموظفين والأعضاء في المنظمة دون الالتزام بالإجراءات والبروتوكولات الرسمية المحددة. يمكن أن يكون هذا النوع من الاتصال غير هيكلي وأقل تنظيمًا. ويهدف الاتصال غير الرسمي إلى إيصال الرسالة بصورة أكثر إخلاصًا وإنسانية وتطوير العلاقات الشخصية بين الأفراد.

رابعًا: أنواع الاتصال وفقًا لطبيعة مصدر الاتصال

مميزات الاتصال غير الرسمي:

- ✓ يمكن أن يكون الاتصال غير الرسمي أسرع وأكثر فاعلية في نقل المعلومات والأخبار بشكل سريع.
- ✓ يمكن للموظفين تبادل الأفكار والآراء بحرية دون قيود، ما يمكن أحيانًا من إيجاد حل أو فكرة جديدة.
- ✓ يعزز الاتصال غير الرسمي التواصل الشخصي بين الموظفين ويبني العلاقات الاجتماعية.
- ✓ يمكن أن يساهم الاتصال غير الرسمي في تعزيز روح الفريق وتحفيز الموظفين.

عيوب الاتصال غير الرسمي:

- ✓ قد يكون الاتصال غير الرسمي أقل دقة من الاتصال الرسمي وقد يحتوي على معلومات غير دقيقة.
- ✓ يمكن أن يؤدي الاتصال غير الرسمي إلى فقدان الوثائق وصعوبة تتبع المعلومات.
- ✓ قد لا يتم الاعتراف بالاتصال غير الرسمي كمصدر رسمي للمعلومات في المنظمة.
- ✓ قد يؤدي الاتصال غير الرسمي إلى تداخل المعلومات والإشاعات.
- ✓ لا يتم توجيه الاتصال غير الرسمي وفقًا لأهداف أو استراتيجيات محددة.
- ✓ قد تنشأ مشكلات في السيطرة على الاتصال غير الرسمي وتوجيهه.

رابعًا: أنواع الاتصال وفقًا لطبيعة مصدر الاتصال

Chapter

08

الفرق بين الاتصال الرسمي وغير الرسمي

الاتصال غير الرسمي	الاتصال الرسمي
غموض قنوات الاتصال	وضوح قنوات الاتصال
صعوبة التحكم فيه	سهولة التحكم فيه
تتغير مسارات الاتصال باستمرار	مسارات الاتصال تتسم بقدر من الثبات
لا يمكن الاعتماد على البيانات الصادرة عنه	يمكن الاعتماد على البيانات الصادرة عنه
تعتمد قوة تأثيره على ديناميكية التنظيم غير الرسمي	يتمتع بتأثير قوي لدى المرؤوسين

خامسًا: أنواع الاتصال وفقًا للمنطقة

Chapter

08

يمكن تقسيم الاتصال في ضوء هذا التقسيم إلى **الاتصالات الداخلية والاتصالات الخارجية**. ويمكن بيان الفرق بينهما كما يلي:

أ-الاتصالات الداخلية

الاتصالات الداخلية تشير إلى تبادل المعلومات والرسائل بين أفراد وأقسام داخل منظمة أو شركة. هذه الاتصالات تتم بين الموظفين والإدارة وبين مختلف الأقسام والوحدات داخل المؤسسة. وهي الاتصالات التي تؤخذ داخل المؤسسة أو الشركة، من أجل تبادل المعلومات والأفكار بين الموظفين، وتكوين فريق عمل متماسك وفعال. يتمثل هذا النوع من الاتصالات في إرسال الإعلانات والرسائل الإلكترونية والمذكرات الداخلية وورش العمل والاجتماعات والندوات. وتعتبر الاتصالات الداخلية عنصرًا أساسيًا في تحسين بيئة العمل داخل المؤسسة، وتعزيز دور الموظفين في تحقيق أهداف المؤسسة، وإيجاد بيئة عمل إيجابية ومتعاونة.

خامسًا: أنواع الاتصال وفقًا للمنطاق

مميزات الاتصالات الداخلية:

- ✓ تعزيز التنسيق والتعاون: تمكّن الاتصالات الداخلية الموظفين من التنسيق والتعاون بشكل أفضل داخل المؤسسة، ما يزيد من كفاءة العمل والإنتاجية.
- ✓ تبسيط اتخاذ القرارات: يمكن للاتصالات الداخلية تبسيط عملية اتخاذ القرارات عن طريق تبادل المعلومات والآراء بين الأقسام المختلفة.
- ✓ نقل المعرفة: تمكّن الاتصالات الداخلية من نقل المعرفة والخبرات من موظفين ذوي خبرة إلى آخرين، ما يساعد في تطوير مهارات الفريق.
- ✓ تعزيز الروح الجماعية: تساهم الاتصالات الجيدة في بناء روح الفريق والانتماء إلى المؤسسة، ما يؤدي إلى رفاهية أكبر للموظفين.

عيوب الاتصالات الداخلية:

- ✓ تكلفة: يمكن أن تكون بعض وسائل الاتصال الداخلية مكلفة، مثل إقامة أنظمة تقنية متقدمة.
- ✓ انقطاع التواصل: قد يحدث انقطاع في التواصل بين الأقسام، ما يؤدي إلى عدم فهم الأهداف المشتركة بشكل صحيح.
- ✓ التسريبات: قد تحدث تسريبات للمعلومات الداخلية إلى الجهات الخارجية بسبب الأخطاء البشرية أو الهجمات السيبرانية.
- ✓ ارتباك الرسائل: في المنظمات الكبيرة، يمكن أن تزداد صعوبة إدارة كميات كبيرة من الرسائل والمعلومات.

خامسًا: أنواع الاتصال وفقًا للمنطاق

Chapter

08

ب- الاتصالات الخارجية:

الاتصالات الخارجية تشير إلى التفاعل والتواصل بين منظمة أو شركة والعالم الخارجي، وهي تتضمن التواصل مع العملاء والموردين والشركاء والجمهور العام والحكومات ووسائل الإعلام والمجتمع بشكل عام. فهي الاتصالات التي تستهدف الجمهور الخارجي للمؤسسة، سواء كان ذلك على المستوى المحلي أو الإقليمي أو الدولي، وتكون هذه الاتصالات في شكل حملات إعلانية، أو من خلال الوجود في المعارض والمؤتمرات والندوات والفعاليات الأخرى. والاتصالات الخارجية تلعب دورًا رئيسيًا في تحقيق الأهداف التسويقية والتجارية للمؤسسة، وزيادة حجم المبيعات، وتوسيع شبكة العملاء والمستهلكين، وتحسين وتعزيز سمعتها ومكانتها في السوق.

خامسًا: أنواع الاتصال وفقًا للمنطاق

مميزات الاتصالات الخارجية:

- ✓ بناء العلاقات: تساعد الاتصالات الخارجية في بناء وتعزيز العلاقات مع العملاء والشركاء والموردين، ما يمكن من تحقيق التعاون والتفاهم المستدام.
- ✓ تعزيز العلامة التجارية: تسهم الاتصالات الخارجية في بناء وتعزيز العلامة التجارية للمنظمة وزيادة مستوى الوعي بمنتجاتها وخدماتها.
- ✓ تحقيق أهداف الأعمال: تمكن الاتصالات الجيدة من تحقيق أهداف الأعمال وزيادة المبيعات وتوسيع الفرص التجارية.
- ✓ التفاعل مع الجمهور: تمكن الاتصالات الخارجية المنظمة من التفاعل مع الجمهور العام والاستماع إلى ملاحظاتهم واحتياجاتهم.

عيوب الاتصالات الخارجية:

- ✓ تنوع الجمهور: يمكن أن يكون هناك تنوع كبير في الجمهور، ما يتطلب استراتيجيات مختلفة للتواصل مع مجموعات مختلفة.
- ✓ تحديات الترجمة: عند التواصل مع أشخاص يتحدثون لغات مختلفة، يمكن أن تظهر تحديات في الترجمة وفهم المعاني الثقافية.
- ✓ ضغط الوقت: تحتاج الاتصالات الخارجية إلى الاستجابة السريعة لمتغيرات السوق والأحداث العالمية.
- ✓ مخاطر السمعة: في حالة حدوث أزمات أو مشكلات، يمكن أن تؤثر الاتصالات الخارجية سلبًا في سمعة المنظمة إذا لم يتم التعامل معها بحذر.

سادسًا: أنواع الاتصال وفقًا لنظام السيطرة على المعلومات

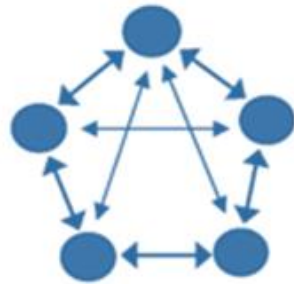
Chapter

08

تتنوع الاتصالات بين اتصال **مركزي وآخر غير مركزي**، ووفقًا لدراسة ليفييت في عام (1951)، التي حاول فيها دراسة بنية الشبكات الرئيسية للاتصال في المنشآت وأساليب الاتصال والفاعلية في كل منها، فقد انتهى إلى طرق خمس يتم عبرها تحديد طرق ترحيل الوسائل وأسلوب التعامل معها في حالة الاستقبال أو الإرسال داخل المنشآت. وهي كما يلي



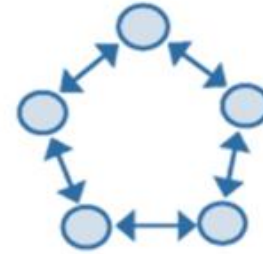
الوأي



النجمة



السلسلة



الدائرة



العجلة

سادسًا: أنواع الاتصال وفقًا لنظام السيطرة على المعلومات

Chapter

08

أ-الاتصال المركزي:

1. **العجلة:** تمتاز شبكة العجلة بروتوكول مركزي للاتصال، إذ يتم توجيه الرسائل الاتصالية من خلال شخص مركزي يتحكم في إرسالها واستلامها وتوجيهها إلى باقي المستلمين في الشبكة.



2. **الواي:** فهي أقل مركزية من العجلة، إذ يتم تحديد شخصيات في الشبكة يتميزون بموقعهم الاستراتيجي الذي يسمح لهم بتوجيه الرسائل إلى عدة أفراد في وقت واحد، وتكون لديهم قدرة على التحكم في توجيه الرسائل بين أفراد الشبكة.



الواي

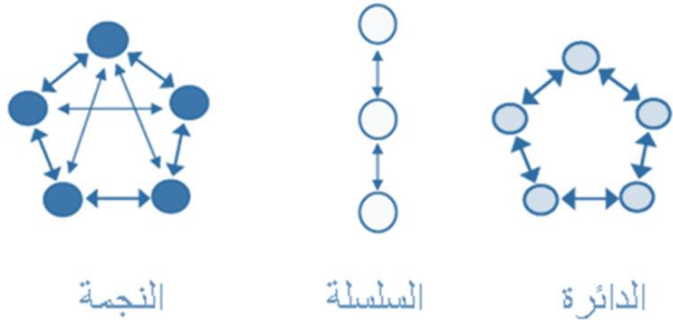
سادسًا: أنواع الاتصال وفقًا لنظام السيطرة على المعلومات

ب- الاتصال غير المركزي:

3.الدائرة: تتميز شبكة الدائرة بعدم وجود قيادة مركزية، إذ يتم التواصل بين جميع أفراد الشبكة دون تحديد شخص مركزي للتوجيه والمراقبة.

4.السلسلة: أما شبكة السلسلة، فتتشابه في بنيتها مع الدائرة، ولكن يمكن للشخص الموجود في المنتصف التواصل مع أي من أفراد المؤسسة في نفس الوقت، في حين يكون البقية على قدم المساواة في الأدوار الاتصالية، حيث يمكن لأي فرد التواصل مع الجار المجاور له.

5.النجمة: أما شبكة النجمة، فتشبه الدائرة في بنيتها ومساواة أفرادها في الأدوار التفاعلية، ولكنها تتميز عن الدائرة بإمكانية اختيار أي فرد في الشبكة للتواصل معه، دون تحديد شخص معين للتوجيه والمراقبة، ما يتيح فرصة التواصل لجميع أفراد المؤسسة.



أساليب الاتصال بالجمهور

يتم الاتصال بالجمهور من خلال ثلاثة أساليب رئيسة وهي: **الاتصال الشفهي، والاتصال الكتابي، والاتصال المصور.** وفيما يلي شرح وتفصيل لها:

أ-الاتصال الشفهي:

ويشمل المحادثات الشخصية والاجتماعات والمكالمات الهاتفية. يتميز بالتفاعل والتغذية الراجعة الفورية. ويقصد بالاتصال الشفهي الاتصالات اللفظية التي تتم من خلال تبادل الحديث والكلمات والمعلومات بين مصدر الرسالة ومستقبلها بطريقة مباشرة، ويتيح الفرصة لوجود اتصال ذي اتجاهين يحقق فهم مضمون الرسالة. إن الاتصال الشفوي هو نوع من الاتصال يتم ويحدث عندما يتبادل الحديث أطراف عملية الاتصال، أي من يقوم بالاتصال والذي يستقبل الاتصال، وهذا من الممكن أن يحدث إما في وضع يجتمع فيه الطرفان، وإما من دون أن يرى المتصل المتصل به، إذ يكفي سماع الصوت كما يحدث في المحادثات التليفونية.

أساليب الاتصال بالجمهور

أنواع الاتصال الشفهي

1) المقابلة الشخصية:

هي إحدى الأساليب والوسائل الفعالة المتبعة في عمليات الاتصال وجوانبها المختلفة، وفي ميادين الحياة اليومية العملية، وتعتبر المقابلة وسيلة ناجحة ومفيدة لمن يقوم بها ويتقن استعمالها، لأن من مهارات الإداري الناجح المقدرة على القيام بعمل مقابلات مجدية مع الأفراد الذين يعملون في إطار منظمة أو مؤسسة معينة، وحتى تكون المقابلة منجزة ومثمرة وتصل إلى تحقيق الغاية منها، يجب أن تكون منظمة ومرتبطة على تحضير وتهيئة الظروف التي تعمل على نجاحها. والمقابلة الشخصية هي عملية تفاعلية تجمع بين مقابليْن. تهدف المقابلة الشخصية إلى تقييم المهارات والخبرات والشخصية للمتقدم للوظيفة أو الفرصة الأكاديمية.

أساليب الاتصال بالجمهور

أنواع الاتصال الشفهي

(1) المقابلة الشخصية:

أساليب الاستعداد للمقابلة الشخصية:

يجب على الخريجين التجهيز جيدًا للمقابلة من خلال البحث عن الشركة أو الجامعة التي يرغبون في الالتحاق بها كموظفين أو أعضاء هيئة تدريس وفهمها جيدًا، حيث يعدّ الاستعداد للمقابلة الشخصية أمرًا حاسمًا لزيادة فرص نجاحك في الحصول على وظيفة أو فرصة أكاديمية. وفيما يلي عدد من النصائح التي ينبغي لك القيام بها للاستعداد للمقابلة:

✓ دراسة الشركة أو الجامعة: إذ يجب عليك القيام ببحث شامل عن الشركة أو الجامعة التي ستجري فيها المقابلة. فهم ما تقوم به الشركة أو البرنامج وتاريخها وقيمها. كذلك ينبغي لك القيام باكتشاف أهدافها ومبادئها وأخبارها الأخيرة. هذا سيساعدك على تقديم إجابات مرتبطة بالشركة أو الجامعة خلال المقابلة.

أساليب الاتصال بالجمهور

أنواع الاتصال الشفهي

(1) المقابلة الشخصية:

تابع أساليب الاستعداد للمقابلة الشخصية:

- ✓ تحليل الوظيفة أو البرنامج: اطلع على وصف الوظيفة بعناية إذا كنت تتقدم لوظيفة، أو استفد من معلومات البرنامج إذا كنت تتقدم للدراسات العليا. قارن مهاراتك وخبراتك بمتطلبات الوظيفة أو البرنامج وحدد كيف يمكن أن تساهم في تحقيق أهدافهم.
- ✓ تمارين الأسئلة الشائعة: قم بممارسة الإجابة على أسئلة مقابلة شائعة مثل "قدم نفسك" و"ما نقاط قوتك وضعفك؟" و"لماذا ترغب في هذه الوظيفة أو البرنامج؟". واحرص على تقديم إجابات صريحة وموجزة وتوجيهها لتعكس ملاءمتك للوظيفة أو البرنامج.
- ✓ تصميم قصة شخصية: قدم قصة شخصية تبرز إنجازاتك وتجاربك السابقة. استخدم أمثلة واقعية لتوضيح كيف قدمت قيمة مضافة في مشاريعك السابقة. اجعل قصتك تظهر مهاراتك وقدراتك بشكل جذاب.
- ✓ تجهيز الأسئلة الخاصة بك: قم بإعداد أسئلة ترغب في طرحها عند نهاية المقابلة. هذا يساعد في إظهار اهتمامك واستعدادك للفرصة. وتأكد من أن الأسئلة ترتبط بالوظيفة أو البرنامج وتساعدك في فهم البيئة والثقافة المحيطة بالشركة أو الجامعة.

أساليب الاتصال بالجمهور

أنواع الاتصال الشفهي

(1) المقابلة الشخصية:

تابع أساليب الاستعداد للمقابلة الشخصية:

- ✓ التنظيم والإعداد الجسدي: قم بتجهيز المستندات والمواد المطلوبة للمقابلة مسبقًا، مثل السيرة الذاتية وأوراق العمل السابقة. كذلك تأكد من وصولك في الوقت المناسب إلى مكان المقابلة، واحرص على الاستعداد المادي والجسدي للمقابلة.
- ✓ التدريب على المهارات الشخصية: تحدث أمام المرآة أو قم بتسجيل فيديو لتقييم لغة الجسد وتوجيهاتك الصوتية. حاول تحسين مهارات الاتصال والثقة بالنفس خلال المقابلة.
- ✓ المتابعة بعد المقابلة: بعد انتهاء المقابلة، أرسل رسالة شكر للمقابلين عبر البريد الإلكتروني للتعبير عن امتنانك واهتمامك بالوظيفة أو البرنامج. قم بالمتابعة مع الشركة أو الجامعة لمعرفة نتيجة المقابلة والاستفسار عن أي تفاصيل إضافية إذا لزم الأمر.

أساليب الاتصال بالجمهور

أنواع الاتصال الشفهي

(2) المحادثة الشفوية:

هذا النوع من الاتصال من الممكن أن يحدث أو يتم مباشرةً، أي وجهًا لوجه، أو من الممكن أن يحدث بصورة سريعة ودون احتمال التأجيل لأهميتها، وتحدث عن بعد، وذلك بواسطة استعمال الأجهزة الخاصة بالاتصال مثل التليفون أو الأجهزة اللا سلكية. بالإضافة إلى ما ذكر نقول إن هذا النوع من الاتصال يحدث بصورة رسمية ومنظمة، أو من الممكن أن يتم بطريقة غير رسمية، والاتصال غير الرسمي هنا يكون في العادة مناسبًا أكثر، وقريبًا إلى التفاهم والوصول إلى النتائج من عملية الاتصال أكثر من حالة الاتصال الرسمية.

وما يجب التأكيد عليه هو أن المحادثة الشفوية مهارة حيوية في مجموعة متنوعة من السياقات الاجتماعية والمهنية. إليك أهمية المحادثة الشفوية وبعض الأساليب التي يمكن أن تساعد في تحسين هذه المهارة:

أساليب الاتصال بالجمهور

أنواع الاتصال الشفهي

(2) المحادثة الشفوية:

أهمية المحادثة الشفوية:

- ✓ التواصل الفعال: المحادثة الشفوية تمثل وسيلة رئيسية للتواصل مع الآخرين. من خلالها، يمكنك تبادل الأفكار والمعلومات والمشاعر بشكل فعال.
- ✓ بناء العلاقات: تساهم المحادثات الشفوية في بناء علاقات قوية مع الأصدقاء والعائلة والزملاء والزملاء. إنها فرصة لتطوير تواصل صحي وممتع.
- ✓ التعلم والتطوير: من خلال المحادثات، يمكنك أن تتعلم من الآخرين وتطور مهاراتك ومعرفتك. يتيح لك الاستماع والتحدث بشكل فعال الاستفادة من خبرات الآخرين.
- ✓ نجاح العمل: في البيئة العملية، تساهم المحادثات الشفوية في التفاهم والتنسيق بين الزملاء والرؤساء، وبالتالي تعزز من فرص النجاح في مشروعاتك ومهامك.
- ✓ حل المشكلات: يمكن استخدام المحادثات الشفوية لمناقشة المشكلات والتحدث حول الحلول المحتملة. إنها وسيلة لتفعيل التفكير النقدي واتخاذ قرارات مناسبة.

أساليب الاتصال بالجمهور

أنواع الاتصال الشفهي

(2) المحادثة الشفوية:

أساليب تحسين مهارات المحادثة الشفوية:

- ✓ الاستماع الفعّال: تعلم كيفية الاستماع بعناية للآخرين. تجنب التفكير فيما ستقوله بعد واستمع بانتباه إلى محتوى ما يقوله الشخص الآخر.
- ✓ التحدث بوضوح: حافظ على وضوح وصوت قوي في أثناء المحادثة. تجنب الانغماس في اللغة العامية أو استخدام مصطلحات غير مفهومة.
- ✓ استخدام لغة الجسم: قم بمراعاة لغة الجسم خلال المحادثة. النظر في الأعين والابتسامة والملامح الجسدية الإيجابية تعزز من فهمك وتواصلك.
- ✓ التحضير المسبق: إذا كنت تعرف أنك ستشارك في محادثة مهمة، قم بالتحضير المسبق بالبحث وجمع المعلومات المفيدة حول الموضوع.
- ✓ التدريب: قم بممارسة المحادثة مع الأصدقاء أو الزملاء لتحسين مهاراتك. العمل على الثقة والاسترخاء خلال المحادثات.
- ✓ الاحترام والاهتمام بالآخرين: كن مهتمًا بآراء ومشاعر الآخرين واحترم وجهات نظرهم حتى لو لم تتفق معهم.

أساليب الاتصال بالجمهور

أنواع الاتصال الشفهي

(3) مجموعات النقاش:

يمكن تعريف مجموعات النقاش على أنها: لقاءات يجتمع خلالها أعضاء المنظمة في مجموعة نقاش واحدة لتبادل الآراء والأفكار والمشاركة في موضوع معين. كذلك مجموعات النقاش تعدّ أداة قيمة لتبادل الأفكار والآراء والمعلومات بين أفراد متعددين. إليك أهميتها، وأساليب إدارتها، وكيفية المشاركة بها بفاعلية:

أهمية مجموعات النقاش:

- ✓ تبادل المعلومات والخبرات: تمكّن مجموعات النقاش الأفراد من مشاركة المعلومات والتجارب الشخصية، ما يسهم في زيادة المعرفة وتعميق الفهم.
- ✓ تطوير الفهم: من خلال المناقشة والاستماع لآراء الآخرين، يمكن للأفراد تطوير فهمهم للقضايا والمواضيع المختلفة.
- ✓ تطوير مهارات التفكير: تحفز مجموعات النقاش على ممارسة مهارات التفكير النقدي والتحليل واتخاذ قرارات مستنيرة.
- ✓ بناء العلاقات: تساهم المجموعات في بناء علاقات اجتماعية ومهنية قوية بين الأفراد الذين يشاركون فيها.
- ✓ التفاعل الاجتماعي: تقدم مجموعات النقاش فرصة للتواصل الاجتماعي والتفاعل مع أشخاص ذوي اهتمامات مشتركة.

أساليب الاتصال بالجمهور

أنواع الاتصال الشفهي

(3) مجموعات النقاش:

أساليب إدارة مجموعات النقاش:

- ✓ تحديد أهداف وقواعد واضحة: تحديد الأهداف المرجوة من المجموعة وقواعد النقاش والسلوكيات المقبولة.
- ✓ اختيار موضوع محدد: تحديد موضوع محدد للنقاش يجعله أكثر فاعلية وتركيزًا.
- ✓ تشجيع التفاعل: قم بتشجيع جميع الأعضاء على المشاركة والتعبير عن آرائهم بحرية.
- ✓ الاحترام والاحتفاظ بالمستوى اللائق: تعزيز الاحترام المتبادل وضمان أن تظل المناقشة محترمة وغير مهاجمة.
- ✓ إدارة الوقت: ضبط الوقت المخصص للنقاش والتأكد من أنه يتم الالتزام به.

كيفية المشاركة بفاعلية في مجموعات النقاش:

- ✓ الاستماع بعناية: قبل الرد على أي مشاركة، استمع جيدًا لما يقوله الآخرون وحاول فهم وجهات نظرهم.
- ✓ المشاركة بوضوح: قدم آرائك بوضوح وبشكل منطقي، ودعمها بالأدلة والمعلومات إذا كان ذلك مناسبًا.
- ✓ الاحترام والاحتفاظ بالهدوء: تجنب التجاوزات والانتقادات اللاحقة وحافظ على اللباقة والاحترام في التعبير عن آرائك.
- ✓ الاستفسار وطرح الأسئلة: لا تتردد في طرح الأسئلة والاستفسارات إذا كنت بحاجة إلى مزيد من التوضيح أو المعلومات.

أنواع الاتصال الشفهي

(4) المؤتمرات الحضورية وعبر الإنترنت:

• المؤتمرات الحضورية: هي اجتماعات دورية تعقد بحضور الموظفين والمديرين في مكان واحد لمناقشة موضوعات وقضايا تهم المنظمة.

• المؤتمرات عبر الإنترنت: هي اجتماعات تعقد عن بعد عبر شبكة الإنترنت باستخدام تقنيات الاتصال المرئي والصوتي.
ومن أهميتها:

- ✓ تبادل المعلومات والأفكار وخلق تفاهم مشترك.
- ✓ إطلاع الموظفين على التطورات والخطط المستقبلية.
- ✓ تعزيز العلاقات والتواصل بين موظفي الإدارات والفروع المختلفة.
- ✓ تطوير مهارات الموظفين ورفع كفاءتهم.
- ✓ توفير الوقت والجهد في المؤتمرات الإلكترونية.

أساليب الاتصال بالجمهور

أنواع الاتصال الشفهي

(5) المحاضرات:

هي إحدى طرق الاتصال الشفوي المهمة داخل المنظمات، ويمكن تعريفها بأنها: عرض شفوي يلقيه شخص متحدث أمام جمهور من الموظفين بهدف نقل المعلومات والمعارف والأفكار المتعلقة بموضوع محدد.

ومن أهمية المحاضرات في الاتصال التنظيمي:

- ✓ توصيل المعلومات لعدد كبير من الموظفين في وقت واحد.
- ✓ شرح الأفكار والمفاهيم المعقدة بطريقة مبسطة.
- ✓ تحفيز الموظفين وإثارة اهتمامهم نحو موضوع معين.
- ✓ تعزيز فهم التعليمات والسياسات الجديدة للمنظمة.
- ✓ تنمية مهارات وقدرات الموظفين من خلال التدريب الجماعي.
- ✓ إتاحة الفرصة للحوار والنقاش والتفاعل مع المتحدث.
- ✓ ترسيخ القيم والثقافة التنظيمية من خلال المحاضرات الدورية.

أساليب الاتصال بالجمهور

أنواع الاتصال الشفهي

(6) البيان الصحفي:

هو أحد أشكال الاتصالات الخارجية للمنظمات، وهو نوع من أنواع النصوص الصحفية التي تُعدّ خصيصًا لوسائل الإعلام المختلفة بهدف الإعلان عن معلومات مهمة تستحق النشر. يتم إعداد البيان الصحفي بواسطة متخصصين في العلاقات العامة أو الاتصال، ويتضمن عادةً تفاصيل حول أحداث، منتجات جديدة، أو أخبار مهمة تتعلق بالمؤسسة أو الجهة التي تصدر البيان. يتم إرسال هذه البيانات إلى وسائل الإعلام بهدف تحقيق الظهور الفوري والتغطية الإخبارية. ويعتبر البيان الصحفي وسيلة فعّالة لإثارة ضجة حول المنتجات أو المزايا الجديدة أو أي أخبار جديرة بالانتباه.

أهمية البيان الصحفي في الاتصالات التنظيمية:

- ✓ يعلن عن أخبار وإنجازات ومشاريع المنظمة للرأي العام.
- ✓ يوضح موقف المنظمة تجاه قضايا وأحداث معينة.
- ✓ يروج لخدمات ومنتجات جديدة تقدمها المنظمة.
- ✓ يعزز سمعة المنظمة وصورتها لدى الجمهور ووسائل الإعلام.
- ✓ يوضح موقف المنظمة في الأزمات والحوادث الطارئة.
- ✓ ينشر التحذيرات والتنبيهات الصادرة عن المنظمة للجمهور.
- ✓ يعكس القيم والثقافة التنظيمية للمنظمة.
- ✓ يظهر المنظمة كمصدر موثوق للمعلومات في مجال عملها.

أساليب الاتصال بالجمهور

أنواع الاتصال الشفهي

(7) المناظرات:

تعد وسيلة مهمة للاتصال الشفوي داخل المنظمات، والمناظرة هي نوع من أنواع الخطاب العام تُستخدم لمناقشة قضية معينة بشكل منظم ومؤطر ضمن وقت محدد. يُشارك فيها متحدثان أو أكثر، حيث يُقدم كل طرف حججه وبراهينه للدفاع عن وجهة نظره أو لدحض وجهة نظر الطرف الآخر. في المناظرات، يكون هناك عادة طرف مؤيد وطرف معارض، ويهدف كل منهما إلى إقناع الجمهور أو الحكم بوجهة نظره من خلال الحجج المنطقية والأدلة. والمناظرة هي أيضاً وسيلة فعّالة لتطوير مهارات التفكير النقدي والقدرة على الحوار والإقناع، حيث يتعلم المشاركون كيفية تقديم حججهم بشكل واضح ومنظم والتعامل مع الحجج المعارضة بمرونة.

أهمية المناظرات:

- ✓ تُسهم في حل بعض الخلافات وتقريب وجهات النظر.
- ✓ تساعد المديرين على اتخاذ قرارات أكثر دقة وموضوعية.
- ✓ تعزز مهارات الإلقاء والخطابة والتأثير لدى المشاركين.
- ✓ تنمي روح الفريق الواحد وتقبل وجهات النظر المختلفة.

- ✓ توفر منصة لتبادل وجهات النظر حول قضية أو موضوع ما.
- ✓ تساعد على استكشاف جوانب وحلول مختلفة لمشكلة معينة.
- ✓ تُنمي مهارات التفكير النقدي والحوار البناء لدى الموظفين.
- ✓ تزيد من مشاركة وتفاعل الموظفين في صنع واتخاذ القرارات.

أساليب الاتصال بالجمهور

أنواع الاتصال الشفهي

(8) المعارض:

المعارض هي أحداث منظمة تُعقد في مواقع محددة، تُعرض فيها السلع والخدمات بهدف الترويج والبيع للجمهور المستهدف. تتميز هذه الفعاليات بوجود منصات لعرض المنتجات بشكل منظم ومنسق، مما يتيح للشركات الفرصة للتفاعل المباشر مع العملاء المحتملين والشركاء التجاريين.

أهمية المعارض

- ✓ عرض وتسويق منتجات وخدمات المنظمة أمام جمهور واسع.
- ✓ جذب انتباه وسائل الإعلام والحصول على التغطية الإعلامية.
- ✓ مقارنة منتجات وخدمات المنظمة بمنافسيها في السوق.
- ✓ الإعلان عن المنتجات الجديدة وأحدث التطورات التقنية.
- ✓ التواصل المباشر مع العملاء الحاليين والمرتقبين والرد على استفساراتهم.
- ✓ بناء علاقات مع شركاء وموردين وموزعين جدد.
- ✓ جمع بيانات ومعلومات عن احتياجات ورغبات العملاء.
- ✓ رفع مستوى الوعي بالمنظمة وتعزيز صورتها الذهنية لدى الجمهور.
- ✓ فرصة للقاء المنافسين ومعرفة استراتيجياتهم التسويقية.

أساليب الاتصال بالجمهور

ب-الاتصال الكتابي:

ويشمل التقارير والمذكرات والرسائل الإلكترونية المطويات، الأدلة الإرشادية والتوجيهات، الكتيبات، مجلة المنشأة، صف الحائط، الاستثمارات، والخطابات والرسائل. يتميز بالتوثيق والتفصيل. هذه الوسائل تعتمد على الكلمة المكتوبة، ويكثر استخدامها في المنظمات الكبيرة وفي حالة اتصال الرئيس بالمرؤوسين. ويمتاز أسلوب الاتصال الكتابي بإمكانية الاحتفاظ بالمكاتيب والرجوع إليها عند الحاجة.

هذا النوع من الاتصال يحدث بين جميع الأفراد، على اختلاف درجاتهم وأماكنهم في العمل أو في الإدارة، والاتصال هنا يكون عن طريق استعمال الكتاب، وتوثيق وإثبات المعلومات والمطالب والتعليمات، بهدف نقلها وسهولة الرجوع إليها وقت الحاجة. إن هذا النوع من وسائل الاتصال يعطي الطرف الذي يستقبل الرسالة الفرصة الكافية والمناسبة للقراءة، دون أن يقاطعه في ذلك أحد، كما أن هذه الرسائل تعطي الفرصة الكافية للمرسل للتفكير في موضوع الرسالة وهل صاغها بصورة مناسبة ومقبولة. ويتضمن الاتصال الكتابي عددًا من الأنماط. وفيما يلي شرح لبعض منها..

أساليب الاتصال بالجمهور

أنواع الاتصال الكتابي

1) التقارير

تُكتب فيها المعلومات التي ترسل من أسفل إلى أعلى، بهدف تسهيل مهمة الإدارة في متابعة ومراقبة أعمال العاملين، لزيادة معرفتها بالأحداث التي تحدث في أثناء القيام بالأعمال المطلوبة من كل فرد، وهذه التقارير التي نتحدث عنها من الممكن أن تكون بصورة محددة، أي أنها ترسل في أوقات محددة ومعينة من قبل، أو أنها ترسل حسب الوضع القائم والحاجة إليها.

أهمية التقارير للمنظمات:

- ✓ توثيق المعلومات: التقارير تمثل وسيلة لتوثيق المعلومات والبيانات المهمة. يمكن استخدام التقارير لتسجيل الأحداث والتطورات في مجال الأعمال والاقتصاد.
- ✓ تحليل البيانات: يمكن استخدام التقارير لتحليل البيانات والمعلومات واستخدامها في اتخاذ قرارات مستنيرة في الأعمال وإدارة المشاريع.

أساليب الاتصال بالجمهور

1) التقارير

أنواع الاتصال الكتابي

تابع أهمية التقارير للمنظمات:

- ✓ التواصل الفعّال: التقارير تسهم في التواصل الفعال داخل الشركات وبين الشركات المختلفة. يمكن استخدام التقارير للإبلاغ عن أداء الشركة ومشاركتها مع الجهات الخارجية.
- ✓ اتخاذ القرارات الاستراتيجية: التقارير توفر المعلومات اللازمة لاتخاذ القرارات الاستراتيجية في مجال الأعمال. تساعد على تقدير الأوضاع الحالية وتحديد الاتجاهات المستقبلية.
- ✓ مراقبة الأداء: من خلال إعداد تقارير منتظمة، يمكن مراقبة أداء الشركة أو المشروع على مر الزمن والكشف عن أي مشكلات أو تحسينات محتملة.
- ✓ دعم اتخاذ القرارات الشخصية: قد يحتاج الأفراد إلى إعداد تقارير شخصية لأغراض مثل إدارة الميزانية الشخصية أو تقييم أداء الاستثمارات.

أساليب الاتصال بالجمهور

(2) المذكرات والاقتراحات:

أنواع الاتصال الكتابي

وهي عبارة عن نوع من الاتصالات الكتابية في معظم الأحيان، التي يقوم بإعدادها وكتابتها العاملون أو المرؤوسون إلى المسؤولين عنهم وعن إدارة المؤسسة أو المنظمة، بهدف القيام بتوضيح وتفسير بعض الجوانب والمشكلات التي تصادق العمل والتطبيق، أو لكي تثبت حدوث أمر معين داخل المؤسسة أو القيام بتقديم اقتراحات تخص العمل والمؤسسة، وفي نفس الوقت من الممكن أن يقوم بتقديم هذه المذكرات المسؤولون إلى العاملين، بهدف شرح وتأكيد بعض الجوانب أو لمجرد التذكير ببعض الواجبات التي يجب أن يقوم بها كل فرد.

أهمية المذكرات والاقتراحات:

- ✓ التواصل الداخلي في المؤسسات: تُستخدم المذكرات الداخلية للتواصل بين مختلف الأقسام والموظفين داخل المؤسسة. تساهم في تنظيم الأعمال وضمان تنفيذ المهام والتعليمات بفاعلية.
- ✓ الاتصال مع العملاء والشركاء: يمكن استخدام المذكرات للتواصل مع العملاء والشركاء التجاريين وتقديم عروض تجارية أو اقتراحات تعاون. تساعد في بناء وتعزيز العلاقات التجارية وزيادة فرص الأعمال.

أساليب الاتصال بالجمهور

(2) المذكرات والاقتراحات:

تابع أهمية المذكرات والاقتراحات:

- ✓ الالتزام بالمهل الزمنية: يمكن استخدام المذكرات لتحديد المهل الزمنية لمهام معينة وضمان الالتزام بها. تسهم في تنظيم العمل وتحسين إدارة الوقت.
- ✓ توجيه السياسات والإجراءات: تُستخدم المذكرات لإرشاد السياسات والإجراءات الداخلية في المؤسسة. تساعد في تحديد الأولويات وضمان التنفيذ السليم للإجراءات.
- ✓ الاستجابة للاقتراحات والشكاوى: يمكن استخدام المذكرات للرد على اقتراحات العاملين أو لمعالجة الشكاوى والمشكلات. تعزز من رضا العاملين والعملاء.
- ✓ تعزيز الشفافية والتواصل الدائم: تسهم المذكرات في تعزيز الشفافية في العمليات التنظيمية وتمكين الجميع من الوصول إلى المعلومات الهامة. تعزز من التواصل الدائم والفعال بين الأقسام والأفراد.

أساليب الاتصال بالجمهور

(3) الأوامر والتعليمات:

أنواع الاتصال الكتابي

تكون في معظم الحالات بصورة إصدار القرارات، أو إعطاء الأوامر أو الإرشاد والتوجيه للعاملين، وجميعها تصدر مكتوبة من أعلى إلى أسفل، لكي تنفذ على أيدي المستويات الأدنى، وفي هذا النوع من الاتصال يشترط أن يكون واضحًا ومفهومًا منذ اللحظة الأولى لوصوله إلى العاملين، وألا يكون فيه التباس في المعاني أو يفهم على عدة جوانب، بالإضافة إلى كونه يضم جوانب مشوقة لمن يقوم بتنفيذه، ومهم جدًا الأسلوب الذي يكتب فيه بحيث يتفق مع استعدادات العاملين الذين يرسل إليهم.

أهمية الأوامر والتعليمات:

- ✓ تنفيذ المهام والعمليات: الأوامر والتعليمات تعمل كوسيلة لتوجيه العاملين في المؤسسات لأداء مهام محددة بشكل صحيح وفعال. تساهم في تنظيم العمليات وتحقيق الأهداف المؤسسية.
- ✓ ضمان الجودة والاتساق: من خلال توجيه العمليات وتحديد الإجراءات القياسية، يمكن الحفاظ على الجودة والاتساق في أداء الأعمال وتقديم المنتجات والخدمات.

أساليب الاتصال بالجمهور

(3) الأوامر والتعليمات:

أنواع الاتصال الكتابي

تابع أهمية الأوامر والتعليمات:

- ✓ التنظيم وترتيب الأعمال: تساعد الأوامر والتعليمات في تنظيم الأعمال وترتيبها بحيث يتم تنفيذها وفقًا لتسلسل منطقي وجدول زمني محدد.
- ✓ الوقاية من الأخطاء: يمكن استخدام التعليمات للتأكد من أن العمليات تتم بشكل صحيح وبدقة، مما يقلل من احتمالية حدوث أخطاء أو تفاوتات.
- ✓ تنظيم الفرق العاملة: عندما تكون هناك فرق عمل كبيرة، تساعد الأوامر والتعليمات في توجيه الجميع نحو أهداف مشتركة وضمان التعاون الفعال.
- ✓ المسؤولية والمتابعة: من خلال توجيه العمليات وتعيين مسؤوليات واضحة، يصبح من السهل تتبع تقدم الأعمال وتحديد المسائل التي تحتاج إلى تصحيح.
- ✓ الامتثال القانوني: في بعض الصناعات والقطاعات، تكون الأوامر والتعليمات ضرورية للامتثال للمعايير والقوانين الصارمة.

أساليب الاتصال بالجمهور

(4) البريد الإلكتروني

أنواع الاتصال الكتابي

هو أحد أشكال الاتصال الكتابي الإلكتروني، ويتم من خلاله إرسال واستقبال الرسائل عبر شبكة الإنترنت أو الشبكة الداخلية للمؤسسة. والبريد الإلكتروني هو واحد من أهم أدوات الاتصال في مجال العلاقات العامة، والبريد الإلكتروني يعتبر وسيلة حديثة وفعالة للتواصل والتفاعل في مجال العلاقات العامة، ويعزز من فاعلية العمليات وتبادل المعلومات وتحقيق الأهداف الشخصية والمهنية

أهمية البريد الإلكتروني:

- ✓ توثيق الاتصال: يمكن استخدام البريد الإلكتروني لتوثيق جميع أشكال الاتصال والمراسلات. هذا مهم للإثبات وحل النزاعات إذا لزم الأمر.
- ✓ إمكانية الوصول الشامل: يمكن للبريد الإلكتروني الوصول إلى شرائح واسعة من الجمهور بسهولة، سواء كانوا في نفس البلد أو دول أخرى.
- ✓ توفير التكاليف: يقلل البريد الإلكتروني من تكاليف الاتصال مقارنة بالبريد التقليدي أو الاتصالات الهاتفية.

أساليب الاتصال بالجمهور

(4) البريد الإلكتروني

أنواع الاتصال الكتابي

تابع أهمية البريد الإلكتروني:

- ✓ تسهيل الإدارة والتنظيم: يمكن للبريد الإلكتروني تنظيم المراسلات وإدارتها بسهولة من خلال مجموعات البريد والمجلدات والعلامات.
- ✓ التواصل الاحترافي: يسمح البريد الإلكتروني للمحترفين بالتواصل بشكل احترافي مع الزملاء والعملاء وتبادل المعلومات الضرورية.
- ✓ التواصل الدولي: يمكن للبريد الإلكتروني التواصل مع أشخاص من مختلف أنحاء العالم دون تحديات الزمن والمكان.
- ✓ التواصل مع الجماهير المستهدفة: يمكن استخدام البريد الإلكتروني في التسويق والإعلان للتواصل مع الجماهير المستهدفة وزيادة الوعي بالعلامة التجارية.

أساليب الاتصال بالجمهور

ج - الاتصال المصور

هي الوسائل التي تعتمد على الصور والرسومات والرموز البصرية لنقل المعلومات والرسائل داخل المنظمة. مثل الصور والرسوم البيانية والعروض التقديمية. تساعد على توضيح المعلومات.

أهمية الاتصال المصور:

- ✓ توضيح المعلومات المعقدة وتبسيطها.
- ✓ جذب انتباه المتلقي وسهولة فهم الرسالة.
- ✓ التأثير في مشاعر وانفعالات الموظفين.
- ✓ ترسيخ المعلومات والأفكار في ذهن المتلقي بشكل أفضل.
- ✓ تجسيد الرؤية والرسالة والأهداف التنظيمية.
- ✓ تعزيز قبول وتطبيق السياسات والتعليمات.

(1) الملاحظات:

أنواع الاتصال المصور

- تعد وسيلة مهمة من وسائل الاتصال المرئية، وتتمثل أهميتها في:
- ✓ تنشر المعلومات والرسائل والشعارات بصورة مختصرة وواضحة.
- ✓ تستخدم الصور والرسومات لجذب الانتباه والتأثير في الجمهور.
- ✓ يمكن عرضها في أماكن عامة ذات إقبال كبير.
- ✓ تساعد على نشر الوعي بقضايا معينة تهتم بها المنظمة.
- ✓ تروج لفعاليات وأنشطة تنظمها المنظمة.
- ✓ تعزز حملات الصحة والسلامة لدى الموظفين والجمهور.
- ✓ سريعة وسهلة الإنتاج ومنخفضة التكلفة.
- ✓ تبقى معروضة لفترة زمنية طويلة نسبياً.
- ✓ تدعم الاتصالات التنظيمية بشكل بصري مؤثر.

(2) الرسوم التوضيحية:

أنواع الاتصال المصور

هي إحدى وسائل الاتصال المرئية المهمة، ويمكن تعريفها بأنها: رسوم وصور وأشكال تستخدم لشرح وتوضيح فكرة أو معلومات معينة بطريقة بصرية.

ومن أهمية الرسوم التوضيحية في الاتصالات التنظيمية:

- ✓ تسهل شرح الأفكار والمفاهيم المجردة والمعقدة.
- ✓ تجعل عملية الاتصال أكثر تأثيرًا من خلال التأثير البصري.
- ✓ تساعد على فهم التعليمات الخاصة بإجراءات العمل.
- ✓ توضح العلاقات التنظيمية بين الإدارات والأقسام بشكل بصري.
- ✓ تستخدم في إعداد المخططات والجداول الزمنية وخرائط سير العمليات.
- ✓ تستخدم لتصميم الكتيبات والمطويات والملصقات التوعوية والإرشادية.
- ✓ ترسخ المعلومات في ذهن المتلقي وتزيد من استيعابه للمضمون.

أساليب الاتصال بالجمهور

(3) الصور والكاريكاتور:

أنواع الاتصال المصور

- هي أحد أشكال الاتصال المرئي المعتمد على الرسوم الساخرة والصور الإيضاحية، وأهميتها للمنظمة تتمثل في:
- ✓ توضح المعاني والأفكار المجردة بطريقة بسيطة وسهلة الفهم.
 - ✓ تجذب انتباه المتلقي وتحفزه على التفاعل مع الرسالة.
 - ✓ تؤثر في مشاعر وانفعالات المتلقي من خلال التعبيرات والرموز.
 - ✓ تستخدم لنقد بعض السلوكيات والممارسات السلبية بطريقة ساخرة.
 - ✓ توضح المواقف وردود الأفعال تجاه بعض القرارات أو القضايا.
 - ✓ تستخدم في الملصقات والمطويات للتوعية بقضايا معينة.
 - ✓ تعزز الاتصالات غير الرسمية من خلال الرسائل المرحلة والترفيهية.
 - ✓ تنقل رسائل ومعاني معقدة بأسلوب بسيط وسهل الاستيعاب.

(4) أفلام الفيديو:

أنواع الاتصال المصور

هي إحدى الوسائل الحديثة والمؤثرة في الاتصالات التنظيمية، ويمكن تعريفها بأنها: عروض مرئية تجمع الصوت والصورة والحركة باستخدام تقنيات الفيديو، لعرض محتوى تعليمي أو تثقيفي أو دعائي. ومن أهمية أفلام الفيديو في الاتصالات التنظيمية:

- ✓ القدرة على شرح الأفكار ونقل المعلومات بطريقة مشوقة.
- ✓ إمكانية وصول الرسالة إلى عدد كبير من الموظفين في نفس الوقت.
- ✓ ترسيخ المعلومات والأفكار في ذهن المشاهد بشكل أفضل.
- ✓ سهولة نقل المهارات وإجراءات العمل من خلال العرض التوضيحي.
- ✓ إثارة اهتمام وانتباه الموظفين بدرجة أكبر من الوسائل التقليدية.
- ✓ إمكانية إعادة عرضها أكثر من مرة دون تكاليف إضافية.
- ✓ توثيق الأحداث والمناسبات المهمة في تاريخ المنظمة.

(5) العروض التقديمية:

أنواع الاتصال المصور

- تعد أسلوبًا مهمًا للتواصل في الاتصالات التنظيمية، إذ يمكن استخدامها لنقل المعلومات والأفكار والرؤى بصورة واضحة ومنظمة. وتعتمد أهميتها على عدة عوامل، منها:
- ✓ توضيح المعلومات بصورة أفضل: حيث يمكن استخدام العروض التقديمية لتوضيح المعلومات بصورة بصرية وأكثر جاذبية للمستمعين، وهذا يسهل عليهم الفهم والاستيعاب بشكل أفضل.
 - ✓ توحيد الرؤى والأفكار: يمكن استخدام العروض التقديمية لتوحيد الرؤى والأفكار بين المشاركين في الاتصالات التنظيمية، ما يساهم في زيادة فاعلية العمل وتحقيق الأهداف المشتركة.
 - ✓ تقليل الوقت والتكاليف: يمكن استخدام العروض التقديمية لتقليل الوقت والتكاليف المرتبطة بتوضيح المعلومات والأفكار والرؤى، إذ يمكن عرض المعلومات بصورة واضحة ومنظمة في وقت قصير دون الحاجة إلى العديد من الاجتماعات والمناقشات.
 - ✓ تسهيل الحوار والتفاعل: يمكن استخدام العروض التقديمية لتسهيل الحوار والتفاعل بين المشاركين.

أساليب الاتصال بالجمهور

(6) الإعلان المصور:

أنواع الاتصال المصور

- يمثل الإعلان أحد الأساليب المهمة للتواصل في الاتصالات التنظيمية، إذ يتم استخدامه لترويج نشاطات المؤسسة أو المنتجات والخدمات المقدمة للعملاء. وتعتمد أهمية الإعلانات في الاتصالات التنظيمية على العديد من العوامل، منها:
- ✓ يساهم الإعلان في زيادة الوعي والمعرفة بشأن المؤسسة أو المنتج أو الخدمة المقدمة، ويسهل على الجمهور الاطلاع على المزايا والخصائص التي تميز المنتج أو الخدمة.
 - ✓ الوصول إلى الجمهور المستهدف بصورة فعالة، والتي تشمل زبائن حاليين ومحتملين، ويساعد على جذب العملاء الجدد إلى المؤسسة.
 - ✓ يمكن استخدام الإعلانات لزيادة الإيرادات والأرباح من خلال تحفيز عملاء حاليين ومحتملين على شراء المنتجات أو الخدمات المقدمة، وتشجيعهم على الاستفادة من العروض والتخفيضات المتاحة.
 - ✓ يمكن استخدام الإعلانات لبناء العلامة التجارية وتعزيز المكانة المؤسسية في السوق، وذلك من خلال إيصال الرسائل الإيجابية والمتميزة التي تساهم في تعزيز رؤية المؤسسة وسياسة الجودة.

المرجع العربية

- ✓ بشار حزي، الاتصال التنظيمي، (سوريا: منشورات الجامعة الافتراضية السورية، 2020).
- ✓ بشير العلق، الاتصال في المنظمات العامة بين النظرية والممارسة، (عمان: دار اليازوري، 2014).
- ✓ حسن حسين زيتون وكمال عبد الحميد زيتون، البنائية من منظور ابستمولوجي وتربوي، ط1، (الإسكندرية، 1992).
- ✓ حسن عماد مكاوي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 1993).
- ✓ غريب عبد السميع غريب، الاتصال والعلاقات العام في المجتمع المعاصر، (الإسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة، 1996).
- ✓ كاظم محمود خضير، الاتصال الفعال في إدارة الأعمال، ط1، (القاهرة: دار صفا للنشر، 2010).
- ✓ محمد منير حجاب، الاتصال الفعال للعلاقات العامة، ط1، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2007).
- ✓ محمود عودة، أساليب الاتصال والتغيير الاجتماعي، (بيروت: دار النهضة العربية، 1988).
- ✓ مصطفى حجازي، الاتصال الفعال في العلاقات الإنسانية والإدارة، (بيروت: دار الطليعة، 1982).

- 1) Coffelt, Tina A. And Frances L. M. Smith. “Exemplary and Unacceptable Workplace Communication Skills.” Business and Professional Communication Quarterly 83 (2020): 365 - 384.
- 2) Coffelt, Tina A., D. W. Grauman And Frances L. M. Smith. “Employers’ Perspectives on Workplace Communication Skills: The Meaning of Communication Skills.” Business and Professional Communication Quarterly 82 (2019): 418 - 439.
- 3) Coffelt, Tina A., Samantha Jo Cosgrove And Bremen Vance. “Measuring Business and Professional Communication Skills.” Business and Professional Communication Quarterly 85 (2022): 169 - 191.
- 4) Čuić Tanković, Ana, Jelena Kapeš And Valentina Kraljić. “IMPORTANCE OF SOFT SKILLS AND COMMUNICATION SKILLS IN TOURISM: VIEWPOINT FROM TOURISTS AND FUTURE TOURISM EMPLOYEES.” Tourism In Southern And Eastern Europe (2021).
- 5) Demirdağ, Seyithan. “Communication Skills and Time Management as The Predictors of Student Motivation.” (2021).
- 6) Fahmi, Idham And Hapzi Ali. “Determination of Career Planning And Decision Making: Analysis Of Communication Skills, Motivation And Experience (Literature Review Human Resource Management).” Dinasti International Journal of Management Science (2022).
- 7) Frederick P. Morgeson And David A. Hofmann, The Structure and Function of Collective Constructs: Implications for Multilevel Research and Theory Development, Academy of Management Review, (1999). Vol. 24, No. 2, P.249-256.
- 8) Harold D. Lasswell (2007) The Structure and Function of Communication in Society, İletişim Kuram Ve Araştırma Dergisi ,P.215-228.
- 9) Ismat Abdal-Haqq, Constructivism in Teacher Education Considerations For Those Who Would Link Practice To Theory, (1998).
- 10) Kleckner, Mary Jae And Nikolaus T. Butz. “Developing Entry-Level Communication Skills: A Comparison Of Student And Employer Perceptions.” Business And Professional Communication Quarterly 85 (2022): 192 - 221.



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

