

المحاضرة ٠٢ :

_أهمية استراتيجية الاتصال:

يمكن الحديث على أهمية استراتيجية الاتصال على مستويين:

_أولاً: على مستوى الاتصال الداخلي: لنجاح العملية الاتصالية داخل المؤسسة لابد من وضع استراتيجية أو خطة اتصالية مناسبة، رغم أهمية هذه الخطوة إلا أنها لم تحض بالانتشار اللازم، إذ قليلة هي المؤسسات التي تأخذها ضمن برنامج تسييرها، وتنبه الباحثون في حقل الاتصال الداخلي إلى ضرورة رسم سياسة اتصالية لضمان السير الحسن لمهامها ووظائفها، وتوفير الجو المناسب لجموع الفاعلين داخل المنظمة للوصول إلى أحسن النتائج وبلوغ الأهداف المسطرة من قبل مسيرها، وهو ما يطلق عليه بالثقافة التنظيمية.

وتعمد المؤسسة إلى تحقيق مجموعة من الرهانات من خلال وضع استراتيجية للاتصال الداخلي :

_تحفيز المستخدمين: اتضح اليوم لمعظم مسيري المؤسسات أنه من دون تحفيز المستخدمين، ولا يمكن تطوير مؤسساتهم، ولأن التحفيز لا يمكن فرضه على الأشخاص فلا بد للمؤسسة أن توجد الظروف المواتية لظهوره وتطوره، وذلك من خلال إجابة تساؤلاته المتعلقة بأهداف المؤسسة ورؤيتها المستقبلية.

_تنسيق الأفعال: لا يمكن لأي مؤسسة أن تحقق أهدافها الاستراتيجية إذا لم تتمكن من تنسيق مجمل أفعالها ومبادراتها، وقد يؤدي غياب المعلومات على المستوى العام إلى عدم التجانس أو ظهور انقسامات بين مجموع أطراف العملية الاتصالية داخل المؤسسة، ولتحقيق التنسيق الكافي لابد على المسيرين أن يوفروا الشروط التالية:

على المسير أن يكون على علم بأهداف الاستراتيجية وخطط العمل .

على المسير أن يكون قادراً على بث المعلومات لمساعدته .

على المسير أن يكون قادراً على إتاحة صعود المعلومة رجوع الصدى.

تمكنت بعض المؤسسات من تحقيق هذا الغرض بفضل إعطاء إطاراتها الأدوات الاتصالية اللازمة لإيصال وشرح أهداف واستراتيجية المؤسسة، ومن بين هذه الأدوات الاجتماعات الشهرية التي تتبع اجتماع الإدارة العليا، أو التقارير

_ تغيير التصرفات والعقليات: تواجه المؤسسات اليوم مجموعة من المتغيرات الداخلية والخارجية، تستدعي ضرورة التأقلم معها لأجل البقاء، ومن هذه المتغيرات تغيير مجال النشاط أو ظهور المنافسة الحادة، بالإضافة إلى تطور التكنولوجيا والاستثمار، وقد تتوفر الأدوات اللازمة للتطور ومواجهة مجمل هذه التغيرات، لكن رغم ذلك قد تشهد الكثير من المؤسسات فشلاً ذريعاً ويرجع السبب الرئيس لذلك رفض أو مقاومة التغيير بسبب تحجر بعض الذهنيات، وتكمن الاستراتيجية الاتصالية هنا في مواجهة هذه التصلب في المواقف وتقديم الاجابات الضرورية للاستفسارات المطروحة دون إهمال أهم جانب في العملية وهو التقليل من وحدة المعارضة الناتجة غالباً عن الرغبة في التمسك بما اعتدنا عليه، لأن كل ما هو جديد مجهول وغامض ويصعب التفاعل معه.

_ تحسين الانتاجية: الرهان الرابع الذي تعمد المؤسسة إلى كسبه هو تحسين الانتاجية بالمنافسة داخل المؤسسة، وقد تصل المؤسسة إلى تحقيق هذا الهدف إذا نجحت في تحقيق الاهداف السابقة، ويساعد الاتصال على بلوغ هذه الغاية من خلال بث هذه المعلومات والتعريف بمجمل الخطوات.

_ ثانياً: على مستوى الاتصال الخارجي: مصطلح الاتصال الاستراتيجي يعني صب الجهود الاتصالية عبر جدولة زمنية محددة وخطة أساسية تتضمن هذه الخطة نموذجين هما الترويج للمنظمة بدفع الناس لاتخاذ أفعال معينة، أو الدفاع عن المنظمة في سياية معينة تنتهجها، وفي هذا السياق نجد العلاقات العامة هي التي تتولى هذه الاستراتيجية، وذلك على اعتبار أن نشاط العلاقات العامة يظهر أكثر حين تقع المؤسسة في أزمة مع جمهور نوعي من جماهيرها وينتهي بانتهاء هذه الأزمة، وذلك لأن أنشطتها طويلة المدى ونتائجها بعيدة الأثر، ولا ينبغي أن ننتظر نتيجة سريعة من برنامج العلاقات العامة، بل إن النتيجة تحدث تدريجياً وعلى مدى طويل، لأن العلاقات العامة تتعامل مع الانسان وارااء الانسان، زمواقفه واتجاهاته، وليس من السهل تغييرها أو تعديلها في ظرف زمني قصير .

وهناك نوعان من برامج العلاقات العامة أحدهما يطلق عليه البرامج الوقائية والآخر يطلق عليه البرامج العلاجية، فالبرامج الوقائية برامج طويلة الأجل تستهدف تحقيق الفهم المشترك والمشاركة في المسؤوليات اللاحقة والمحافظة على علاقات الود، والتكامل المستمرة مع الجمهور أو الجماهير النوعية بالقضاء على أي مصدر من مصادر سوء الفهم، فهي تتسم بالاستمرار وتتصل بالسياسة العامة لكل مؤسسة، أما البرامج العلاجية فهي تلك البرامج التي تستخدم عندما يحتاج الأمر إلى بذل جهد لمواجهة أزمة طارئة، ومعنى ذلك أن هذا النوع من البرامج يتسم بالحالية والمواجهة السريعة، كما أنها تتسم بقصر الأجل لارتباطها بمعالجة المشكلة أو الأزمة التي دعت إليها.

يمكن اعتبار العلاقات العامة الموقع الاستراتيجي لمواجهة أي أزمة تعترض المؤسسة لذلك برزت أهمية التخطيط.

تحدد الأهداف والاستراتيجيات الخاصة بالمنظمة الفرص والأساليب التنافسية التي تميزها عن غيرها من المنظمات، وغالبا ما تتم صياغة الأهداف بأساليب تبين توجهات المنظمة المستقبلية، أما الاستراتيجية فهي خطة العمل التي تصف موقع الموارد والأنشطة للتعامل مع البيئة بأسلوب يحقق الأهداف الخاصة بالمنظمة، وتحدد كل من الأهداف والاستراتيجيات مجال العمليات والعلاقات الخاصة بكل من العاملين والعملاء والمنافسين..... سمير عباس، الثقافة التنظيمية واستراتيجيات التغيير في المنظمات.