

## إستراتيجيات الاتصال:

انتبهت العديد من المنظمات لدور العملية الاتصالية في بقائها واستمراريتها في بيئة يكثر فيها منافسيها، وجمهور ينتظر اداء ايجابيا ومقنعا منها، لهذا فكرت بجدية في استثمار هذه العملية لصالحها من أجل تحقيق مصالحها وأهدافها بالدرجة الأولى، حيث أصبحت تخطط للعملية الاتصالية وتركز على البعد الاتصالي في عملية وتسيير والإدارة.

تعد الاستراتيجية الاتصالية فلسفة وطريقة خطاب المنظمة مع محيطها الداخلي وبيئتها الخارجية، وهي بذلك تركز على البعد الاتصالي في التعامل مع بيئتها.

فهذا النشاط كوظيفة إدارية يقع مسؤولية مشرف عليها في المنظمة والذي قد يوكل ذلك القائم بالاتصال أو المكلف بالعلاقات العامة او من الممكن حتى مدير المؤسسة.

والعملية الاتصالية في حالة استراتيجية تحتاج الى تخطيط يؤخذ فيها بعين الاعتبار الهدف من العملية وفي إطار أي نشاط يعتمد الاتصال وهو جزئ من الاستراتيجية العامة في المنظمة، تقوم على تحديد نوع الاتصال مع تحديد الجمهور والوسيلة وغيرها، وتوظيفه يرتبط بأهداف المنظمة بالدرجة الأولى.

والإستراتيجية الاتصالية هي " فن للتسيير ووضع مختلف أشكال الاتصال في المنظمة في انسجام من أجل تلبية الاهداف ذات المصلحة العامة، وتحقيقها يمر عبر تطوير أو تنمية علاقات إنسانية واجتماعية بين المؤسسة والجمهور الخارجي"<sup>1</sup>

والاتصال في هذه الحالة لا يخرج عن المفهوم الموجود في الادبيات النظرية التي تخص علوم الاعلام والاتصال وهو انتقال وتبادل للأفكار والآراء بين طرفين، وهو المشاركة للمعلومات بين طرفي العملية الاتصالية.

يتحقق في استراتيجية الاتصال وجود عناصر العملية الاتصالية أي كل من:

- المرسل: وهو مصدر الرسالة والمتمثل في المنظمة.
- الرسالة: وهو المحتوى الذي يحاول الطرف الاول إيصاله لجمهور المنظمة.
- الوسيلة: وهي الحامل والناقل لهذا المحتوى.
- المتلقي ( الجمهور): وهم جماهير المنظمة في بيئتها الداخلية والخارجية
- رجع الصدى: وهو ما تنظره المنظمة من جمهورها.

ويمكن القول ان استراتيجية الاتصال تعني " إنها مجموع القواعد التي توضع على أساسها صيغة الاتصال وتتضمن الهدف منه وخواصه والجمهور الموجه إليه" <sup>2</sup>

عند التطبيق الفعلي للعملية الاتصالية لا بد من الاخذ بعين الاعتبار ما يلي:

- أن تكون الوسيلة الاتصالية المستخدمة ملائمة حسب الطرف الاتصالي.

- وضوح الرسالة الاتصالية وسهولة فهمها.

- ان تكون اللغة المستخدمة لغة مشتركة بين الطرف الاول أي المصدر والمتلقي

- أن يتميز القائم بالاتصال بالمهارات الاتصالية كالاقتناع.

هناك العديد من الاسباب التي تدعو الى وضع استراتيجيات اتصالية في مختلف المنظمات، قد يصعب تحديدها لأنها تتعلق بنوع الاتصال المعتمد الطرف الاتصالي، أو الغرض والهدف من الاتصال حسب النشاط الذي وظيف فيه الاتصال.

هناك عدة أنواع للعملية الاتصالية وهو ما يفرض استراتيجية اتصالية في كل منها، منها ما هو دائم مستمر استمرارية المنظمة، ومنها ما هو آني وطارئ مرتبط بوضع غير اعتيادي بالنسبة للمنظمة.

ومن الأنواع المعروفة: الاتصال الداخلي ( الرسمي وغير الرسمي، صاعد، نازل، افقي.

الاتصال الخارجي: والذي يتم مع البيئة الخارجية للمنظمة حيث تعمل على خلق القبول والتفاهم المشترك والانسجام معه.

الاتصال التسويقي: والمرتبط بوظيفة تسويق السلع المنتجات والخدمات، والقائم على الاقتناع والتأثير والحث على فعل الشراء.

الاتصال الازماتي: والذي يرتبط بالأوضاع غير الاعتيادية لحظة حدوث الازمات في المنظمة والذي يهدد بقائها واستمراريتها والذي يتطلب استراتيجية اتصالية في التعامل مع هذا الوضع مع العمل من اجل العودة الى الحالة العادية والسيطرة على الازمة.

وهناك العديد من انواع الاتصال والتي أخذت تسميتها من طبيعة النشاط أو المجال.

الوسائل الاتصالية الموظفة هنا تكون مكتوبة أو سمعية أو سمعية بصرية، مثل الكتيبات والملصقات والصحف اضافة الاجتماعات واللقاءات والإذاعة والتلفزيون وشبكة الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي وغيرها.

### مراحل الخطة الاتصالية:

تمر العملية الاتصالية بمراحل وهذا في اطار الاستراتيجية الاتصالية وهي تمر بما يلي:<sup>3</sup>

**تحديد الاهداف الاتصالية:** تتعلق العملية الاتصالية بالأهداف التي تسعى المنظمة الى تحقيقها، وهي تتعلق بالمنظمة وتدخل ضمن وظائفها.

**تحديد الجمهور المستهدف:** يضع مخطوط الاتصال الجمهور ضمن اهتمامهم.

**تصميم الرسالة:** الرسالة هي نقطة الوصل بين الجمهور والمنظمة وهي ما تريد المنظمة ان توصيله من افكار ومعلومات.

**اختيار القناة الاتصالية:** لا تصل الرسالة إلا من خلال الحامل المناسب لها أي الوسيلة المناسبة لذلك، والاختيار الخاطئ لها يؤدي الى عدم نجاح وصول الرسالة الامر الذي يؤثر على العملية ككل.

**تنفيذ الاستراتيجية الاتصالية:** يتم تطبيق الخطوات السابقة وتنفيذها.

**المتابعة والتقييم والمراجعة:** متابعة تطبيق العملية مع تقييم الاداء ومراجعة وتصحيح الاخطاء.

يتم توظيف كل من الاعلام والعلاقات العامة في التخطيط و في تطبيق الاستراتيجية الاتصالية، وهي أنشطة لا بد منها من اجل اكتمال العملية الاتصالية.