

جامعة 8 ماي 1945 قالمة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات

السنة الثالثة/ اتصال

السادسي:السادس

عنوان الوحدة: وحدة تعليم اساسية

المادة:الاتصال التنظيمي

الأستاذ مسؤول المادة: زيايتة يونس

zyieita@yahoo.fr

الرصيد: 5- المعامل : 3

المحاضرة 8: السياسة الاتصالية داخل التنظيم

1. الغايات الاستراتيجية للاتصال التنظيمي

إن الاتصال التنظيمي الناجح لا يتم بطريقة عشوائية، أي اننا لا تصل فقط لمجرد الاتصال، وإنما نتصل في إطار معين يوجه كل الاتصالات الداخلية نحو تحقيق غايات معينة منبثقة عن استراتيجية اتصالية.

لا يمكن لأي تنظيم أن يمتلك سياسة اتصالية إلا إذا كانت مرتبطة بغايات واستراتيجية اتصالية. كما لا يمكن أن تتم أي مهنا في غياب العنصرين الآخرين، ولا يمكن الحديث عن سياسة اتصالية أو أي من المكونات الآخرين.

تعتبر الاستراتيجية الاتصالية لمؤسسة ما التجسيد الواقعي للسياسة الاتصالية، التي لا تتعدى كونها الرؤية أو التوجه الاتصالي العام الذي تنتهجه المؤسسة. حيث يتم تنسيق كل الجهود الفردية والجماعية ذات الأهداف المختلفة، بغية ضمان الكل (السياسة العامة).

تجيب الاستراتيجية الاتصالية الناجحة عن التساؤلات التالية:

- ما هو الغرض من الاتصال؟ ما هي أهدافه؟
- ما هي الجماهير الأساسية المستهدفة بالرسائل التنظيمية؟ كيف يتم الوصول إليها؟ ما هي فئات هذه الجماهير؟
- ما هي الفائدة المرجوة من الاتصال التنظيمي؟
- ما هي الوسائل الاتصالية المناسبة؟
- ما هي الاستجابة المرغوبة؟ ما هي الاستجابة المتوقعة؟

وتجدر الإشارة هنا إلى وجوب عدم الخلط بين الاستراتيجية الاتصالية للمؤسسة والاستراتيجية التسييرية العامة. حيث تشتمل هذه الأخيرة على مجموعة من المخططات (أو الاستراتيجيات) المالية، الإدارية، الاجتماعية، الاتصالية وغيرها؛ التي تحرض الاستراتيجية العامة على ضمان انسجامها والتناسق بين أهداف ونتائج كل منها باقي المخططات (أو الاستراتيجيات). إذا كانت المؤسسة ضخمة، قد يكون نجاح استراتيجيتها العامة شبه مستحيل في ظل غياب استراتيجية اتصالية سواء على الصعيد الداخلي أو الخارجي. لأن كبر حجمها يدل على تشعب وتعقد العلاقات الاجتماعية الداخلية، مما يستدعي تأطير العمليات الاتصالية وتوجيهها لما يخدم الغايات التنظيمية التي تسعى المؤسسة إلى

تحقيقها. فضلا عن أهمية هذه الاستراتيجية الاتصالية على الصعيد الخارجي بالنسبة للمؤسسة من خلال تسيير علاقاتها مع مختلف أصحاب المصالح الخارجيين.

2. رهانات الاستراتيجية الاتصالية

أ. تحفيز العمال

يعتبر تحفيز المستخدمين من دواعي لجوء الإدارة العامة للمؤسسة ما إلى وضع استراتيجية اتصالية، أين تسعى إلى زيادة عطائهم، فاعليتهم وأدائهم لتأدية المهام الموكلة إليهم على احسن وجه. كما أن هنالك مؤسسات تهتم كثيرا بتعزيز انتماء جمهورها الداخلي عبر تكريس العديد من النشاطات الاتصالية التي من شأنه أن تخلق روابط عاطفية ومهنية بين الجمهور الداخلي والمؤسسة.

ب. تماسك الأنشطة

تحرص المؤسسة عبر استراتيجيتها الاتصالية إلى:

- تعزيز تجانس وتماسك مختلف النشاطات والمبادرات التي تتم على الصعيد الداخلي؛
- تعزيز التنسيق بين مختلف الأقسام والمصالح؛
- ضمان التنسيق في سبل وطرق تحقيق الأهداف، لا سيما التشغيلية (العملية)

ج. التأثير الإيجابي على السلوكيات

يتكون كل تنظيم من مجموعة من الأفراد الذي يجتمعون للقيام بمجموعة من النشاطات التي تحقق الغاية (أو الغايات) التي بتحقيقها يضمن التنظيم استمراريته وتواجهه على مستوى السوق فالمجتمع محل النشاط. يتمثل التأثير على السلوكيات في تأطيرها باستخدام مخطط اتصالي يمكن من توجيه السلوكيات الفردية وجماعية لما يخدم الغايات الاستراتيجية. كاستخدام الاتصال لتشجيع المستخدمين على احترام الوقت، اتقان العمل، الاقتصاد في الطاقة إلخ...

د. تحسين الإنتاجية

تساعد الاستراتيجية الاتصالية مؤسسة ما على التبادل السلس والانسياي للمعلومات على كافة المستويات. مما يمكن المستخدمين من الحصول على القدر الكافي من المعلومات التي تساعدهم على تأدية مهامهم واتقان عملهم.

ج. استثمار اجتماعي

فضلا عن طابعها التسييري والإداري، تستثمر الاستراتيجية الاتصالية الفعالة في الرأسمال البشري. مما قد يعود عليها بالفائدة من خلال تحقيق سلام اجتماعي داخلي؛ عبر تحسين اندماج المستخدمين في جو العمل وتعزيز التغيير الإيجابي.