

الاتصال الاستراتيجي نهج متكامل للمنظمات: قراءة في المفهوم
**Strategic Communication an Integrated Approach for Organizations:
Reading in the concept**

شريفة رزيوق¹

¹ جامعة الجزائر 3 (الجزائر)، reziouk.charifa@univ-alger3.dz

تاريخ الاستلام: 2025/02/25 تاريخ القبول: 2025/05/21 تاريخ النشر: 2025/09/01

ملخص:

يهدف البحث إلى الكشف عن مفهوم الاتصال الاستراتيجي ومحاولة إزالة الغموض الذي يكتنف هذا المفهوم وعلاقته بالأنواع الاتصالية الأخرى.

بحيث توصلنا إلى أنه مفهوم جديد استمد معناه من تكامل جزئيتين أساسيتين وهما الاتصال والاستراتيجية، كما امتد مجال الاهتمام به من قضايا الأمن القومي والحروب إلى الجانب المدني على مستوى المنظمات بمختلف أنواعها ومجالات نشاطها، بحيث يعبر عن رغبة وسعي المنظمات من خلال الجهود الاتصالية الهادفة والمخططة والموجهة للتأثير في جمهور مستهدف، فهو لا يعني الاستراتيجية الاتصالية ولكن هذه الأخيرة تعبر عن الكيفية التي يمكن من خلالها تحقيق أهدافه وأهداف الاستراتيجية الشاملة للمنظمة، كما أنه لا يندرج بصفة مباشرة ضمن نشاط واحد محدد (تسويق، علاقات عامة، اتصال سياسي وغيرها) وإنما هو تكامل بين كل هذه المقاربات من خلال توفير كل الموارد المادية والقيادة المتمكنة في التخطيط الجيد وموارد بشرية أيضا قادرة على تنفيذ ذلك، لمواجهة التهديدات واستغلال الفرص المتاحة واتخاذ القرارات الصائبة، بهدف تحقيق مساعي المنظمة واستراتيجيتها الشاملة.

كلمات مفتاحية: الاتصال، الاستراتيجية، الاتصال الاستراتيجي، المنظمة.

Abstract:

The research aims to reveal the concept of strategic communication and attempt to remove the ambiguity surrounding this concept and its relationship with the other types of communication.

We concluded that this concept derives its meaning from the integration of communication and strategy. The field of interest about this communication has also extended from issues of national security and wars to civil aspect at organizations, so that expresses the desire of organizations through the purposeful, planned and directed communication efforts to influence audience. Its does not mean the communication

strategy, but the latter expresses a way to achieve the organizational's overall strategy, its also not directly included in one specific activity (marketing, public relations...), but its an integration between all of these approaches by providing all the material resources and leadership of good planning and implementing that, to confront exploit available opportunities and make the right decisions.

Keywords: communication, strategy, strategic communication, organisation.

***المؤلف المرسل: شريفة رزيوق**

1. مقدمة

يقول (Paul, Robert, Karen, 2015, p61) أن: "المؤسسات التي تستمر في اتباع النهج التكتيكي قصير المدى للاتصال مع الفئات المستهدفة الأساسية ستجد حتما صعوبة متزايدة في التنافس، وعليه سيكون من الضروري تطوير نهج استراتيجي متكامل للاتصال لتحقيق النجاح"، ويقصد بالنهج المتكامل في هذه الصدد الاتصال الاستراتيجي، بحيث يعتبر من بين المفاهيم الحديثة التي ظهرت خلال السنوات الأخيرة، والذي يعرف اليوم اهتماما من قبل بعض الباحثين والدارسين، ففي الوقت الذي كان سابقا مرتبط بالأمن وقضايا الدفاع الوطني، أصبحت اليوم هناك مساعي لتوظيفه في ميادين أخرى أبرزها ميدان علوم الاتصال والعلوم الإدارية وغيرها، غير أن هذا المفهوم الحديث لم ينل بعد القدر الكافي من البحث والدراسة التي من شأنها أن تجعل منه مفهوما واضحا من حيث التعريف في حد ذاته أو من حيث المبادئ والاستعمالات، والفرق بينه وبين بعض المفاهيم الاتصالية الأخرى التي تتشابه معه وترتبط به، وعليه نحن اليوم كدارسين في حقل علوم الاتصال سنحاول أن نضع قدر المستطاع تصور واضح لهذا المفهوم، وهذا من خلال هذه القراءة في مفهوم الاتصال الاستراتيجي التي تقوم بالأساس على وصف وتحليل ما قدمته بعض الأدبيات الأكاديمية المتخصصة، وانطلاقا مما سبق نطرح سؤال الإشكالية التالي: ماذا يقصد بالاتصال الاستراتيجي التي باتت تتبناه المنظمات كنهج متكامل؟

وللإجابة على هذا السؤال الجوهرى نطرح التساؤلات التالية:

1. ما هي الخلفية التي تأسس عليها مفهوم الاتصال الاستراتيجي من حيث النشأة وتركيبه المفهوم؟
2. ما هي القراءات المقدمة في مفهوم الاتصال الاستراتيجي في الأدبيات العلمية؟

3. ما هي أهم المقاربات الاتصالية المرتبطة بالاتصال الاستراتيجي؟ فيما تتكامل وتختلف عن الاتصال الاستراتيجي؟
أهداف البحث:

نسعى من خلال بحثنا إلى التعرف على الخلفية التي تأسس عليها مفهوم الاتصال الاستراتيجي من حيث النشأة وتركيبه المفهوم، وكذا الكشف عن مختلف القراءات النظرية لمفهوم الاتصال الاستراتيجي وتحليلها، لنصل في الأخير إلى تسليط الضوء على أهم المقاربات الاتصالية المرتبطة بالاتصال الاستراتيجي من جهة والتعرف على نقاط الاختلاف والتكامل بينها وبين الاتصال الاستراتيجي.
منهجية البحث:

يندرج البحث ضمن الدراسات الوصفية التي تسعى إلى وصف الظاهرة وتحليلها تحليلًا دقيقًا والوقوف على قضية محددة، وبناء عليه تتضمن الدراسة الكشف عن مفهوم الاتصال الاستراتيجي كنهج حديث للمنظمات، وهذا من خلال الكشف عن نشأة المفهوم وتركيبته من جهة، وتحليل مختلف التعاريف المقدمة من قبل الباحثين من جهة، وكذا تحليل وإيجاد الاختلافات ونقاط التكامل بين هذا المفهوم وبقية المفاهيم الأخرى من جهة أخرى، وهذا من خلال جمع وتحليل المعلومات الصحيحة حول هذا المفهوم من مختلف الأدبيات العلمية.

2. نشأة وتركيبه مفهوم الاتصال الاستراتيجي

ارتبط ظهور "الاتصال الاستراتيجي" كمفهوم حديث- بجملة من الأحداث والدراسات في مجال الدفاع والأمن، بالضبط بالمرحلة التي تلت هجومات 11 سبتمبر 2001 في الولايات المتحدة الأمريكية، أين بدأت ثلاثة مفاهيم في الظهور والتطور وهذا خلال عهدة الرئيس الأمريكي "جورج والكر بوش"، الأول هو مفهوم "عملية المعلومات والعملية النفسية"، الثاني هو: الشؤون العامة"، الثالث هو دعم الدفاع للدبلوماسية العامة، وهذا قد تم من خلال تكريس تكنولوجيا الاتصالات واستخدامها في متابعة وتنفيذ بعض التكتيكات والعمليات وعناصر أخرى خاصة بالاستراتيجية الوطنية. وهو ما سمي "بحرب التصورات" التي كانت بهدف تحقيق المصادقية وبالتالي حرية العمل. في هذه الفترة بدأ مفهوم الاتصال الاستراتيجي في الظهور في مفردات العديد من الناس وكان دائما مربوطا بالأمن وقضايا الدفاع الوطني.

ولكن بعد العديد من التقارير والدراسات ومسودات لتعريف الاتصال الاستراتيجي في مجال الدفاع والأمن، اتسع المفهوم ليشمل مجالات أخرى وكان هذا ما بين سنة 2001 و2004 وأصبح يستعمل في إدارة الأعمال، العلاقات العامة، الاتصال الاجتماعي. Guerrero Castro, 2013, pp 27- (28)، وهو ما سنحاول الكشف عنه في العناصر القادمة من البحث.

1.2 تركيبة المفهوم:

تقودنا القراءة في مفهوم الاتصال الاستراتيجي في بداية الأمر إلى ضرورة التعرف على المفاهيم الأساسية التي تشكل هذا المفهوم، الذي يتكون من كلمتين رئيسيتين أساسيتين وهما "الاتصال" و"الاستراتيجية".

أولاً. الاتصال والذي يعتبر "تلك العملية التي تنتقل بها الأفكار والمعلومات بين الناس داخل نسق اجتماعي معين". (منال، 2001، ص 19)

ثانياً. الاستراتيجية والتي تعني 'الفنون العسكرية ويُقصدُ بها التَّخْطِيطُ وَتَحْدِيدُ الْوَسَائِلِ الَّتِي يَجِبُ الْأَخْذُ بِهَا فِي الْقِمَّةِ وَالْقَاعِدَةِ لِتَحْقِيقِ الْأَهْدَافِ الْبَعِيدَةِ، وَتُسْتَعْمَلُ أَيْضاً فِي الْخِطَابِ السِّيَاسِيِّ. وهي فن وعلم وضع خطط الحرب وإدارة العمليات الحربية، حُطَّة شاملة في أي مجال من المجالات. (www.almaany.com)

وبعيداً عن البعد العسكري للاستراتيجية فقد انتقل هذا المصطلح إلى الجانب المدني تدريجياً، بحيث استُخدم لأول مرة في نظرية التنظيم في الخمسينيات (هاتش، 1997)، وكان الغرض منه وصف كيفية تنافس المنظمات في السوق، والحصول على ميزة تنافسية واكتساب حصة في السوق. والواقع أن الوصف أعلاه للنهج الحدائي للتخطيط الاستراتيجي دقيق بالفعل عندما ننظر إلى الأهداف الأصلية للتخطيط الاستراتيجي باعتبارها أهدافاً تتلخص في السيطرة على البيئة والحفاظ على استقلالية المنظمة. (Hallahan & others, 2007, p12)

يتضح مما سبق أن مفهوم الاستراتيجية يعود بالأصل إلى الميدان العسكري الذي يستعمل المصطلح للتعبير عن الأنشطة المخططة والمقصودة لتحقيق أهدافه البعيدة، وبالتالي فكلمة الاستراتيجية أو الاستراتيجي بعيدة كل البعد عن كل ما هو عشوائي غير مقصود. انتقل بعدها المفهوم تدريجياً إلى المجال المدني للتعبير عن كل ما هو مهم عامة ولكل ما هو مرتبط بالتخطيط الاستراتيجي بالنسبة للمنظمات باختلاف أنواعها ومجالات نشاطها.

رافق انتقال استخدام مفهوم الاستراتيجية إلى الميدان المدني المؤسسي دالتين: الأولى تلك التي ترافق مفهوم الفعل الاستراتيجي أو المفهوم الذي يرتبط به هو "التوافق أو التلاؤم"، فالاستراتيجية ليست شكلا بسيطا أو سهلا نتحدث عنه أو ننظر له بل يجب أن تترافق مع الممارسة من قبل أشخاص مسؤولين وأكفاء، فبالنسبة لرجل السياسة أو لمدراء الشركات الاستراتيجية يعني المهم.

أما الدلالة الثانية فهي "المستقبل"، حيث أن الاستراتيجية تنتقل نظريا إلى أبعد من اللحظة التي نعيشها أو الحضارة، إذا أنها وكما يقول بعض الاستراتيجيين، "كل يمنعنا من الخضوع إلى دكتاتورية اللحظة ولكن الاستراتيجية لا تختزل إلى فعل أو مخطط للتطبيق، فالمخطط هو توقع أو عمل مسبق يجعل من الممكن القيام به مستقبلا، اما الاستراتيجية فهي شكل من أشكال تخيل المستقبل بأكمله، إذا وبالعكس العمل الذي يقوم به الإداريون فالاستراتيجي هو من يملك رؤية كاملة وبعيدة. (صلاح، د.س، ص 4)، وهو المعنى الذي اتفق عليه مختلف المؤلفين في مجال الاتصال، فحسب (ماري نيكون وفيراس، 1998) بأنها: "فن الجمع بين الأفعال والوسائل لتحقيق غاية، بحيث تتكون الاستراتيجية من تخطيط الوسائل التي سيتم تنفيذها لتحقيق الأهداف المحددة مسبقا وبالتالي فهي مزيج بين الغايات والوسائل. (Marie-Nicol, Michel, 1998, p2)

ومنه يمكن القول أن مفهوم الاستراتيجية نشأ في رحاب الادب العسكري وارتبط بالخطط العسكرية وفن إدارة الحروب سواء بهدف الدفاع أو الهجوم، ولكن سرعان ما توسع هذا المفهوم ليشمل الجانب المدني عامة والمؤسسي بصفة خاصة، وهذا انطلاقا من الحاجة الملحة للمنظمات إلى إيجاد طرق كفيلة بتوضيح نظرتها ورؤيتها وأهدافها المستقبلية بما تتوافق مع الظروف التي تفرضها التغيرات الحاصلة في بيئة هذه المنظمات، وبالتالي القدرة على البقاء والاستمرارية ومواجهة مختلف المشاكل والمواقف التي قد تتعرض لها خلال ممارسة نشاطها، وبالتالي فقد أصبحت الاستراتيجية مفهوم إداري تنظيمي أساسي في التخطيط لمستقبل المنظمات القريب والبعيد.

وبالتالي فإن الاتصال الاستراتيجي مصطلح مركب جمع بين كل من خصائص الاتصال والاستراتيجية معا: بحيث أخذ من الاتصال العملية التواصلية الهادفة والمستمرة بين طرفين وهما المنظمة وجمهورها، وهنا يؤكد الاتصال الاستراتيجي على الأهمية البالغة للاتصال وضرورة أن يكون ضمن اهتمامات الدارسين في مجال الاتصال على اعتبار انه نشاط تأسيسي للإدارة، وأخذ من مفهوم الاستراتيجية العلم الذي يتضح من خلال التخطيط للأنشطة الاتصالية الاستراتيجية

المقصودة لضمان تحقيق الهدف المرجو، هذ بالإضافة إلى التكتيك أي الطريقة التي يمكن من خلالها تحقيق الهدف الاستراتيجي، بصرف النظر عن النتائج غير المقصودة التي قد تنجر عن تلك الاتصالات والتي يمكن أن تؤثر سلبا على المنظمة، في الوقت الذي تبقى محاولة تغيير مواقف ومعارف الجمهور الأساسي حول المنتجات أو الخدمات أو التوجهات المرتبطة بالأهداف الاستراتيجية للمنظمة أو الحفاظ عليها، من الأهداف والنتائج التي يسعى إليها الاتصال الاستراتيجي.

3. مفهوم الاتصال الاستراتيجي في مجال الأمن القومي

إطار دراستنا هذه سنحاول التطرق إلى موضوع الاتصال الاستراتيجي دراسة مفاهيمية، بحيث ذهب (بول كورنيس) إلى ان البحث عن تعريف مشترك أو واحد للاتصال الاستراتيجي يعتبر أحيانا سببا في إعاقة الاتصال الاستراتيجي بدلا من مساعدته، وهذا انطلاقا من الطبيعة المرنة والمتكيفة للاتصال الاستراتيجي وبالتالي تعريف واحد غير كاف. (Paul, Julian, Claire, 2011, p4)، وعليه سنخصص هذه الجزئية من البحث للتعريف التي قدمت في مجال الدفاع والأمن الأمريكي نظرا لاهتمامها باستعمال هذا المفهوم وتطويره منذ بداية القرن الحادي والعشرين وكذا كثرة المضامين والهيئات التابعة لهذا المجال.

في سنة 2004 حدد الاتصال الاستراتيجي على أنه: " التسيير السياسي والاستراتيجي للاتصال من أجل الأمن والدفاع الوطني للوم.أ للبحث والتحليل والتخطيط والتنسيق وتشغيل الموارد المتاحة والربط بين الأعمال المنطقية مع الرسائل المبنية والتي لها علاقة بمضامين مستهدفة بقاعدة وأرضية من وسائل الإعلام من أجل تحقيق أهداف حيوية كحل اتصالي للمشاكل بسيناريوهات معينة ومحددة (حرب، أزمة، سلام) والتوسط بين أطراف الأزمة أو الحرب بأهداف دائمة واهتمامات وطنية لأمة واحدة. (Guerrero-Castro, 2013, p42)

في سنة 2010 أصبح مصطلح الاتصالات الاستراتيجية شائع بشكل متزايد وأدت استخداماته المختلفة إلى حدوث ارتباك وبالتالي كان من الضروري تقديم فهم واضح لما يقصد بالاتصال الاستراتيجي، والذي يشير إلى: مزامنة الأقوال والأفعال وكيف سينظر إليها من قبل الجماهير المختارة، وكذا البرامج والأنشطة التي تهدف عمدا إلى التواصل والتفاعل مع الجماهير المستهدفة. بعدها في سنة 2012 غير قانون تفويض الدفاع الوطني مفهوم الاتصال الاستراتيجي إلى الاتصالات الاستراتيجية، وبات ينظر إليها على أنها أداة مهمة لدعم المصالح الوطنية. (CASTRO, 2013, P29) ن أصبح بعدها الاتصال الاستراتيجي يشكل أهمية حيوية للأمن القومي والسياسة

الخارجية الأمريكية، بحيث وصف بأنه "مجموعة متنوعة من الأدوات التي تستخدمها الحكومات منذ أجيال لفهم المواقف والثقافات العالمية، الانخراط في حوار الأفكار بين الناس والمؤسسات، وتقديم المشورة لصناع السياسات والدبلوماسيين والقادة العسكريين بشأن الآثار المترتبة على الرأي العام لخيارات السياسة، والتأثير على المواقف والسلوك من خلال استراتيجيات الاتصال". (Cheryl, 2012, p09)

يتضح على ضوء ما تقدم أن الاتصال الاستراتيجي كمفهوم حديث قد تجلت أهميته الحيوية في ميدان الأمن والدفاع الوطني كأداة أساسية لدعم المصالح الوطنية، وكان ذلك من خلال استعماله في التعبير عن التسيير السياسي والاستراتيجي لشؤون الأمن القومي سواء أثناء الأزمات والحروب أو في حالة السلام، من خلال دعم عملية صنع القرارات السياسية، كما يستعمل في بناء العلاقات وحشد الجماهير المستهدفة لتحقيق الأهداف السياسية والعسكرية والاقتصادية، وضرورة ان يتم في إطار الاتصال الاستراتيجي استخدام أحدث التكنولوجيات المتاحة والمهارات الشخصية الاتصالية والاستراتيجية وتبني المصادقية في تقديم المعلومات لتحقيق الاقناع والتأثير، وبالتالي توافق الأفعال مع الأقوال.

4. مفهوم الاتصال الاستراتيجي في مجال الدراسات الأكاديمية

سنسعى من خلال هذه الجزئية استنادا إلى مجموعة من الأدبيات العلمية الأجنبية إلى عرض وتحليل هذا المفهوم مع مراعاة التسلسل الزمني لهذه التعاريف المقدمة من قبل العديد من الباحثين والدارسين في مختلف المجالات المهمة بدراسته واستخدامه، وهذا للوقوف على أهم التطورات والتحسينات التي حصلت عليه، لنصل في الأخير كمحاولة لتقديم مفهوم أكثر وضوحا، دقة وشمولا للاتصال الاستراتيجي، خاصة وأن هذا المفهوم قد استعمل في العديد من الميادين والتخصصات والمهن.

عرف الاتصال الاستراتيجي سنة 1998 في مجلة "الاتصال والمنظمة" على أنه وسيلة للإقناع وفرض المنطق واحتلال أكبر مساحة رمزية ممكنة وتحديد المستقبل وفقا لأهدافه، ويهدف إلى تحقيق النصر في المنافسة واستخدام الحيل والعمليات المحسوبة بذكاء. (Marie-Nicole, Michel, 1998, p5)

يعتبر هذا التعريف من الاجتهادات الاولى في مجال البحث في مفهوم الاتصال الاستراتيجي في ميدان الدراسات الأكاديمية المرتبطة بالاتصال والمنظمة، بحيث أكد كل من (Cassette & Verhas) في تعريفهما هذا على فكرة الاقناع كمطلب أساسي في الاتصال الاستراتيجي المستعمل وهذا في إطار سعي المنظمة الربحية بالدرجة الأولى لتحقيق مكاسب في سوق المنافسة.

بعدها بسنوات قليلة طرح (هالاهاان وزملاؤه) في مقال لهم في أول عدد "للمجلة الدولية للاتصال الاستراتيجي" التي تأسست في عام 2001، فكرة "الاستخدام الهادف للاتصال من قبل منظمة ما لتحقيق رسالتها، وتشارك ستة تخصصات ذات صلة في تطوير الاتصالات وتنفيذها وتقييمها من قبل المنظمات: الإدارة، التسويق، العلاقات العامة، الاتصالات الفنية والاتصالات السياسية، وحملات التسويق الإعلامي الاجتماعي. (Hallahan & others, 2007, p3)

كما يتضح من خلال هذا أن الاتصال الاستراتيجي موجه لكل المنظمات بصرف النظر عن طبيعة هذه المنظمات المستخدمة له سواء كانت ربحية أو غير ربحية، واعتباره نشاط تشترك وتتداخل في تنفيذه وتطويره وتقييمه نشاطات إدارية واتصالية.

وعرفه Paul Cristopher سنة 2011 بأنه "تنظيم الأنشطة، الكلمات والصور من أجل تحقيق الأهداف المرجوة، والاتصال الاستراتيجي الفعال والناجح هو دمج أو إعادة دمج الأنشطة والرسائل من طرف قيادة متمكنة وواضحة. وهو التنسيق بين الأفعال والرسائل والصور والأشكال الأخرى من الرموز المتشابكة والمقصودة من أجل إعلام والتأثير في جمهور محدد بدعم أهداف موحدة". (Paul, 2011, p3)، أشار (كريستوفر بول) في هذا التعريف إلى ثلاثة جزئيات مهمة: أولاً فعالية الاتصال الاستراتيجي تتوقف بالأساس على عملية تنظيم ودمج النشاطات الاتصالية وتنسيقها، الثانية هي توفر قيادة متمكنة، ثالثاً: ضرورة تحديد جمهور المؤسسة الأساسي الذي نوجه إليه اتصالنا الاستراتيجي والتأثير فيه، في الوقت الذي كانت فيه إشارة ضعيفة في هذا التعريف إلى علاقة أهداف الاتصال الاستراتيجي بأهداف المؤسسة العامة، وهو ما أكدته باحثين آخرون بعده.

أما فيما يخص الجزئية الثانية المتعلقة بأهمية العنصر البشري في إعداد وتصميم وتوجيه الاتصالات الاستراتيجية – التي حصرها (بول كريستوفر) بالمستوى القيادي، توجه (بول غورنريش وزملاؤه) في مجال المنظمات الحكومية إلى أن الاتصالات الاستراتيجية هي علاقة بين عدة مستويات مختلفة:

- القادة أو الجهات الفاعلة في الحكومة الذين يصممون السياسة والاستراتيجية.
- القائمون على الاتصالات الذين يستغلون وسائل الاعلام المختلفة للتواصل والتعبير عن هذه الاستراتيجية.

- الوكلاء الذين تعمل أفعالهم على تمكين وتنفيذ الاستراتيجية والاتصالات الاستراتيجية.
- المدافعون وأصحاب المصلحة خارج الحكومة الذين على الرغم من عدم تطويرهم المباشر للاستراتيجية الوطنية والسرد المصاحب لها، يشكلون جزءاً لا يتجزأ من تحقيقها سواء بوعي أو بغير وعي. (Paul, Julian, Claire, 2011, p17)

أي أن أنشطة الاتصال الاستراتيجي لا تتوقف على المستوى القيادي الاستراتيجي فقط وإنما يمتد إلى المستويات الأخرى في شكل "سلسلة منهجية من الأنشطة المستدامة والمتناسكة التي يتم إجراؤها عبر المستويات الاستراتيجية والعملياتية والتكتيكية والتي من شأنها تمكين القدرة على فهم الجمهور المستهدف، وتحديد القنوات الفعالة لتعزيز ودعم أنواع معينة من السلوك. (Paul, Julian, Claire, 2011, p4)

وفي إطار عملية تحقيق مهمة المؤسسة أشارت التعاريف السابقة إلى أهمية الاتصال الاستراتيجي في تحقيق ذلك بالخصوص ما قدمه (هالاهاان وزملاؤه) إلا أن أغلبها لم تحدد الكيفية التي يمكن من خلالها دعم عملية تحقيق مهمة وأهداف المنظمة، إلى أن اتجه بعض الباحثين طوال العقد الأول من البحث في مجال الاتصال الاستراتيجي إلى الاعتراف بشكل واسع بأهمية مفهوم الموائمة (Alignment) كمفهوم أساسي والذي يقصد به تماشي الاتصال مع الأهداف التنظيمية أو بين الرؤية، العلامة التجارية، الهوية وأنشطة الاتصال. (Sophia, Zerfass, 2018, p434)

ويعني ذلك ضرورة أن يتماشى الاتصال الاستراتيجي مع الأهداف العامة للمؤسسة واستراتيجيتها الشاملة، ويتجلى ذلك من خلال التعريف الذي قدمه كل من (أرجنتي، هاويل، وبيك) على أن "الاتصال الاستراتيجي هو الاتصال الذي يتماشى مع الاستراتيجية العامة للمؤسسة لتحسين تموقعها الاستراتيجي".

بحيث أكدوا ذلك من خلال دراسة لسنة كاملة من البحث في مفهوم الاتصال الاستراتيجي وارتباطه الوثيق باستراتيجية المنظمة، من خلال إجراء خمسون (50) مقابلة من اثني عشرة (12) شركة تمثل صناعات مختلفة، بحيث توصل البحث إلى أن هذه الشركات عندما تتبنى نهجا

استراتيجيا في الاتصال، يصبح الاتصال جزء لا يتجزأ من صياغة الاستراتيجية وتنفيذها، كما أن الشركات الأكثر إدراكا لأهمية وضرورة الاتصال الاستراتيجي هي التي يتمتع فيها الرئيس التنفيذي بفهم متأصل لأهمية الاتصال كعامل مميز للأعمال وبالتالي قدرته على دفع الاستراتيجية الحالية أو دفع استراتيجية جديدة. (Paul, Robert, Karen, 2015, pp 61-62)

ودعما لأهمية الاتصال الاستراتيجي اقترح (Zerfass & others, 2018, p2) بأنه "يشمل كل الاتصالات التي تعتبر ضرورية لبقاء الكيان ونجاحه المستدام، وهو الاستخدام الهادف للاتصال من قبل كيان ما للمشاركة في محادثات ذات أهمية استراتيجية لأهدافه، ويشمل الكيان جميع أنواع المنظمات (على سبيل المثال الشركات والحكومات أو المنظمات غير الربحية) فضلا عن الحركات الاجتماعية والأفراد المعروفين في المجال العام، ويمكن للاتصال أن يلعب دورا مميزا في صياغة الاستراتيجيات ومراجعتها وتقديمها وتنفيذها وتشغيلها".

ويتضح من خلال هذه التعريف أن مفهوم الاتصال الاستراتيجي قد انتقل من كونه شكل من أشكال الاتصال التي يمكن أن تعتمد عليه المنظمة في لتحقيق مهمتها، إلى اعتباره ضرورة لبقاء واستمرارية المنظمات بشتى أنواعها الشركات والحكومات أو منظمات غير ربحية.

5. علاقة الاتصال الاستراتيجي بالمفاهيم المشابهة والمرتبطة به

شخص (جيريرو كاسترو) الاتصال الاستراتيجي على أنه اتصال فريد وبأنه ليس تسويق ولا علاقات عامة ولا إدارة أعمال ولا إشهار ولا صحافة لا علم نفس ولا علم اجتماع ولا اتصال اجتماعي، ولكن الاتصال الاستراتيجي هو اختيار، قيادة، ربط وتشغيل وتنفيذ الموارد الخاصة بهذا الاتصال وهو تكامل بين علم الاستراتيجية وجمهور الاتصال". وهو ما سنحاول الكشف عنه من خلال أيجاد الاختلافات ونقاط التكامل بين الاتصال الاستراتيجي وبعض الأنواع الأخرى من النشاطات الاتصالية وهي الاتصال التسويقي، العلاقات العامة، الاتصال السياسي، الاستراتيجية الاتصالية، وهذا بهدف إزالة الغموض والخلط القائم بين هذه المفاهيم.

بداية فيما يخص الاتصال التسويقي ذهب (هالاهان وزملاؤه) إلى أنه اتصال يتولاه كل من موظفو التسويق والاعلان من أجل خلق الوعي وتعزيز مبيعات المنتجات والخدمات، كما يهدف إلى جذب المستخدمين والعملاء والاحتفاظ بهم، بما في ذلك الوسطاء في قنوات التوزيع. والمنظمات غير الحكومية والمنظمات غير الربحية الأخرى، تتضمن الاتصالات التسويقية الاتصالات الخاصة بجمع التبرعات والتنمية. (Hallahan & others, 2007, p6)

هناك علاقة تكامل بين هذا النوع والاتصال الاستراتيجي بحيث يعتمد كل منهما على الآخر، بالخصوص إذا ارتبط الأمر بتحقيق الأهداف التسويقية، بحيث يعتمد على الاتصال الاستراتيجي في تصميم الرسائل المناسبة للجمهور المناسب من خلال الرسائل المناسبة أيضا.

العلاقات العامة يتولاها موظفو العلاقات العامة أو الدعاية، الموارد البشرية أو المالية، أو العلاقات الحكومية، بغرض إقامة علاقات مفيدة للطرفين والحفاظ عليها مع الجهات والجماهير المستهدفة من مستهلكين وعملاء فضلا عن المستثمرين والموظفين والمتطوعين وقادة المجتمع والمسؤولين الحكوميين. (Hallahan & others, 2007, p6)

العلاقة بين المفهومين هي أن فالاتصال الاستراتيجي من شأنه أن يقلص الفجوة بين المؤسسة وجمهورها نتيجة للتفاعلات التي تحدث بينهما وينبغي أن يقود هذه العلاقة إلى مستوى آخر.

يتولى الاتصال السياسي موظفو الشؤون الحكومية والسياسيين وجماعة المناصرة، بغرض بناء توافق سياسي أو موافقة على قضايا مهمة تتعلق بممارسة السلطة السياسية وتخصيص الموارد في المجتمع، ويشمل الجهود المبذولة للتأثير على التصويت في الانتخابات وكذلك قرارات السياسة العامة من قبل المشرعين أو الإداريين، أما على المستوى الدولي يشمل الاتصالات الداعمة للدبلوماسية العامة والاستقرار العسكري. (Hallahan & others, 2007, p6).

وفي علاقته بالاتصال الاستراتيجي نرى أن الاتصال السياسي يعتبر جزء من الاتصال الاستراتيجي، بحيث يمكن مثلا لمرشحين سياسيين في حملة انتخابية معينة التركيز على الاتصال الاستراتيجي في إنجاح هذه الحملة وتحقيق التأثير في الناخبين، غير أن الاتصال السياسي لا يمكن استعماله خارج المجال السياسي.

الاستراتيجية الاتصالية هي صياغة الأفكار الاتصالية التي سوف نطرحها في حملة الاتصال أو العلاقات العامة لتحقيق أو إنجاز هدف إجرائي محدد، وهي بذلك تمثل الخطوط الأساسية التي تربط معا كل الإجراءات والممارسات التي سوف نقوم بها أثناء تنفيذ الحملة. (راسم، خيرت، 2004، ص 208)

أما فيما يتعلق بالاختلافات الموجودة بين كل من الاستراتيجية الاتصالية والاتصال الاستراتيجي فإنه يكمن في أن الاتصال الاستراتيجي أعم وأشمل من الاستراتيجية الاتصالية كما يتوقف التطبيق الصحيح لأهداف الاتصال الاستراتيجي وجود استراتيجية اتصالية تنزل به إلى الممارسة لكي يأتي بالنتائج المرغوبة وتحقيق الأهداف المسطرة. وبالتالي فهي الأداة بامتياز التي

تستخدمها المؤسسة لتحقيق أهدافها الاتصالية، ومنه فإن الاتصال الاستراتيجي هو بمثابة الإجابة عن السؤال ماذا نريد؟ والاستراتيجية الاتصال هي الإجابة على السؤال كيف نحقق ذلك؟ وتأسيسا على ما تقدم يمكن القول أن الاتصال الاستراتيجي مختلف عن النشاطات الاتصالية الأخرى فكل واحد منها لها خصوصيته ظاهريا -من حيث تركيبة المفهوم ومن حيث مجال الاستخدام-، غير أن هذا لا ينف وجود تكامل بين هذه المقاربات والاتصال الاستراتيجي، فهذا الأخير يتم على المستوى الاستراتيجي والذي يندرج ضمن الاتصالات الهادفة، بحيث يسعى إلى الاعلام والاقناع والتأثير على الجماهير المستهدفة لدعم أهداف محددة تتوافق مع اهداف الاستراتيجية العامة للمؤسسات والشركات في القطاع العام أو الخاص والمنظمات الحكومية وغير الحكومية وكذا الحركات الاجتماعية.

في الوقت التي تتولى الجانب التكتيكي (العملياتي) منه أقسام متخصصة في الاتصال أو الشؤون العامة، "والتي تعمل بدورها بالتنسيق مع الأقسام الأخرى (مثل التسويق) لتطوير استراتيجية الاتصال تعكس الخطة التنظيمية الشاملة". (Melanie et al, 2014, p4)

ويتأكد هذا التداخل والتكامل من خلال ما أشار إليه كل من (Holtzhausen & Zerfass) بأن مصطلح الاتصال الاستراتيجي قد أصبح الآن شائعا بشكل متزايد كمفهوم شامل يضم أنشطة اتصال موجهة نحو الهدف تغطيها عادةً العلاقات العامة، والتسويق والاتصالات المالية، والاتصالات الصحية، والدبلوماسية العامة، والحملات، في الولايات المتحدة قامت العديد من الجامعات بدمج برامج العلاقات العامة والإعلان في مناهج الاتصال الاستراتيجي، وفي أوروبا غالبًا ما يستخدم الاتصال الاستراتيجي للإشارة إلى نهج إداري في مجال الاتصالات المتكاملة لجميع أنواع المنظمات، في آسيا وأستراليا يعد الاتصال الاستراتيجي مفهومًا مستخدمًا في المجال المهني، في التعليم وفي الأدب على حد سواء، ومع ذلك فإن الاتصال الاستراتيجي ليس مجرد مصطلح يستخدم كبديل للمفاهيم غير المرغوبة أو سيئة السمعة. بل نهج متميز يركز على عملية الاتصال التي تقدم رؤى تكميلية وتفتح مجالات جديدة للبحث متعدد التخصصات. (Derina, Zerfass, 2015, p3)

في نفس السياق نشير من جهتنا أن الاتصال الاستراتيجي في المنطقة العربية عامة والجزائرية مرتبط ارتباطا كبيرا بإدارة الأزمات، بحيث تم على مستوى الجامعة الجزائرية -على سبيل المثال لا الحصر- استحداث تخصص على مستوى دراسات ما بعد التدرج (الدكتوراه) تخصص

الاتصال الاستراتيجي والأزمات في إطار أقسام لعلوم الإعلام والاتصال، في حين تتوجه الكثير من الدراسات العربية الأخرى نحو ربط المفهوم بالدراسات الاستراتيجية والسياسية وكذا بمتغيرات متعلقة بتخصص الإدارة والتسيير المؤسسي.

6. خاتمة

في الختام وتأسيسا على ما تم عرضه وتحليلا لمفهوم الاتصال الاستراتيجي فقد توصلنا إلى الاستنتاجات التالية:

1. يعد مفهوم الاتصال والاستراتيجية هما حجر الأساس في الاتصال الاستراتيجي من خلال الدور الذي يلعبه الاتصال كعملية هادفة ومستمرة وما تقدمه الاستراتيجية كمفهوم إداري تنظيمي أساسي وإيجابي في التخطيط لمستقبل المنظمات على المدى القريب والبعيد.
2. توصلنا إلى أن الاتصال الاستراتيجي: " يعبر عن رغبة وسعي المنظمات من خلال الجهود الاتصالية الهادفة والمخططة والموجهة للتأثير في جمهور مستهدف، فهو لا يعني الاستراتيجية الاتصالية ولكن هذه الأخيرة تعبر عن الكيفية التي يمكن من خلالها تحقيق أهدافه وأهداف الاستراتيجية الشاملة للمنظمة، كما أنه لا يندرج بصفة مباشرة ضمن نشاط واحد محدد (تسويق، علاقات عامة، اتصال سياسي وغيرها) وإنما هو تكامل بين كل هذه المقاربات من خلال توفير كل الموارد المادية والقيادة المتمكنة في التخطيط الجيد وتنفيذ ذلك، لمواجهة التهديدات واستغلال الفرص المتاحة واتخاذ القرارات الصائبة، بهدف تحقيق مساعي المنظمة واستراتيجيتها الشاملة. "
3. توصلنا كذلك إلى أن كل أنواع المنظمات الناشطة في القطاعين العام والخاص وكذا المنظمات الحكومية وغير الحكومية تحتاج إلى الاتصال بشكل استراتيجي مع جمهورها لاتخاذ القرارات الاستراتيجية ويهدف تشكيل السمعة الطيبة لها، في الوقت الذي ساد فيه الاعتقاد أن القطاع الخاص فقط من يحتاج للاتصال الاستراتيجي لتحقيق مكاسب مادية وتنافسية.
4. خلصنا إلى أن الاتصال الاستراتيجي يختلف عن الأنشطة والمقاربات الاتصالية الأخرى (الاتصال التسويقي، العلاقات العامة، الاتصال السياسي، الاستراتيجية الاتصالية) ظاهريا من حيث التعريف والتسمية والاستخدام الدقيق له تكتيكيا، إلا أنها تتكامل فيما بينها إذا نظرنا إليها نظرة بعيدة عن الاختلافات التخصصية، بل نشاطات اتصالية يتم دمجها وإشراكها في أهداف واستراتيجيات واحدة مثل تلك التي ينطلق منها الاتصال الاستراتيجي، فهذا الأخير ينظر إلى ما هو أبعد من الاختلافات التخصصية.

وانطلاقاً من الأهمية الكبيرة للاتصال الاستراتيجي اليوم، نوصي في الأخير بضرورة الاهتمام أكثر بدراسة هذا المفهوم من جانب الدراسات العربية المتخصصة التي تعد قليلة نوعاً ما، بالمقارنة مع الدراسات الأجنبية التي تواصل تقدمها في سبيل تطوير هذا المفهوم، فمثل هذه المساعي من شأنها أن تصل لما لا إلى إيجاد مداخل نظرية ومقاربات مفسرة للاتصال الاستراتيجي وكيفية تفعيل استخدامه أكثر في المؤسسات والهيئات العامة والخاصة، وكذا إيجاد الآليات والوسائل الاتصالية المناسبة لطبيعته ومبادئه.

7. قائمة المراجع:

- طلعت محمود، منال. (2001). *مدخل إلى علم الاتصال*. الإسكندرية: كتب الجامعي الحديث الأثرية.
- محمد جمال، راسم. معوض، عياد خيرت. (2004). *إدارة العلاقات العامة المدخل الاستراتيجي*. مصر: الدار المصرية اللبنانية.
- معجم المعاني، كلمة الإستراتيجية، <http://www.almaany.com> consulté le 12/02/2025 à 14:29
- نيوف، صلاح. (د-س). *مدخل إلى الفكر الاستراتيجي*، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدانكارك. كلية العلوم السياسية-ao-<https://ao-academy.org/2008/05/1630.html>
- Ansgar Zerfass, Dejan Verčič, Howard Nothhaft & Kelly Page Werder (2018) Strategic Communication: Defining the Field and its Contribution to Research and Practice, International Journal of Strategic Communication, 12:4, 487-505, DOI: 10.1080/1553118X.2018.1493485
- Argenti Paul A., Robert A. Howell and Karen A. Beck. (2015). *The Strategic Communication Imperative*, SPECIAL COLLECTION • “TOP 10 LESSONS ON STRATEGY” • MIT SLOAN MANAGEMENT REVIEW. <https://www.effectusresearch.com/wp-content/uploads/MIT-Top-10-Strategy.pdf>
- Barwick, Melanie, et al. (2014). Knowledge Translation and Strategic Communications: Unpacking Differences and Similarities for Scholarly and Research Communications. Scholarly and Research Communication, 5(3): 0305175, <https://www.researchgate.net/publication/315503298>
- Cassette, Marie-Nicole et Michel Verhas. (1998). La communication stratégique aux prises avec ses images», *Communication et organisation*

[En ligne], 14 |, p02.
<https://journals.openedition.org/communicationorganisation/2119>
 - Cornish Paul, Julian Lindley-French and Claire Yorke. (2011). *Strategic Communications and National Strategy*. UK: A Chatham House Report. <https://www.chathamhouse.org/sites/default/files/r0911stratcomms.pdf>
 - Cristopher, Paul. (2011). *Strategic Communication : Origins, Concept, and Current Debates*. USA. Greenwood PUBLISHING GROUP. <https://www.researchgate.net/publication/265784991>
 - Guerrero-Castro, C. E. (2013). Strategic Communication for Security & National Defense. Proposal for an Interdisciplinary Approach. *Connections*. Vol 12(NO 2). pp 27-52. <https://connections-qj.org/article/strategic-communication-security-national-defense-proposal-interdisciplinary-approach>
 - Halahan, Kirk , Holtzhausen, Derina , van Ruler, Betteke , Verčič, Dejan and Sriramesh , Krishnamurthy (2007) 'Defining Strategic Communication', *International Journal of Strategic Communication*, 1: 1, 3-35. <https://www.researchgate.net/publication/241730557>
 - Holtzhausen, Derina and Ansgar Zerfass. (2015). *Strategic Communication Opportunities and Challenges of the Research Area*, (First published). The Routledge Handbook of Strategic Communication. <https://www.researchgate.net/publication/303163475>
 - Philips, Cheryl. (2012). Toward a theory of strategic communication a relationship management approach, strategy research project. *united states army war college*, consulte le 6/02/2025, <https://www.researchgate.net/publication/277766925>
 - Volk Sophia Charlotte & Ansgar Zerfass . (2018) Alignment: Explicating a Key Concept in Strategic Communication, *International Journal of Strategic Communication*, 12:4 ,451-433 ,DOI: 10.1080/1553118X.2018.1452742
[http://adresse complète \(consulté le jour/mois/année\)](http://adresse complète (consulté le jour/mois/année))