





تنويه: تم تحرير النشرة بالكامل عن طريق الذكاء الاصطناعي، مع تدقيقها لغويًا، دون التدخل في المحتوى.

الاتصال المؤسسي.. أداة فعّالة للتغيير الإداري

والأفقي والقائم على الفرق. يشير غالاجر (٢٠١٥) إلى أن اعتماد نهج تواصلية متعددة المستويات يمكن أن يزيد من فعالية الاتصال ويحقق أهداف التغيير بشكل أكثر نجاحًا. في الختام، يعتبر الاتصال المؤسسي أداة قوية لإدارة التغيير وتحسين الأداء العام

المؤسسي كأداة لتحفيز الموظفين وتعزيز التزامهم التنظيمي. فمن خلال تقديم الرسائل المناسبة والتفاعل المباشر مع الموظفين يمكن أن يزيد من الولاء للمنظمة ويؤدي إلى تحسين الأداء العام. ثالثًا، يمكن أن يساهم الاتصال المؤسسي الفعّال في تعزيز

في عالم الأعمال المتسارع والمتغير بشكل مستمر، يعتبر الاتصال المؤسسي الجيد أحد العوامل الرئيسية لإدارة التغيير بنجاح. تشير العديد من الأبحاث العلمية والأكاديمية إلى أن استخدام استراتيجيات الاتصال المؤسسي الفعّالة يمكن أن يساعد في تحسين مستوى



للمنظمات. ويتطلب ذلك تعزيز الشفافية، وتحفيز الموظفين، وتعزيز التعلم التنظيمي، وتبادل المعرفة من خلال استراتيجيات تواصل متكاملة ومتعددة المستويات. ومن الضروري أن تستثمر المؤسسات في تطوير قدرات الاتصال لديها وتعزيز ثقافة التواصل الفعّالة: إذ يمكن أن يساهم ذلك في تحقيق التغيير الإيجابي وتعزيز نجاح المؤسسة على المدى الطويل.

التعلم التنظيمي وتبادل المعرفة. وتبين دراسة كيم ولي (٢٠١٥) أن تبادل المعرفة والتعلم المشترك يمكن أن يؤدي إلى تطبيق أفضل للتغييرات وتحسين قدرة المنظمة على التكيف مع متغيرات البيئة الخارجية. لتحقيق فوائد الاتصال المؤسسي في إدارة التغيير، يجب أن تتبنى المؤسسات استراتيجيات تواصل متكاملة تشمل الاتصال العمودي

التفاعل بين الموظفين والإدارة وفهم أهداف التغيير الإداري بشكل أفضل. أولاً، يعزز الاتصال المؤسسي الجيد ثقة الموظفين في الإدارة، ويساعد في تقديم رؤية واضحة وشفافة للتغييرات المرتقبة. توضح أبحاث كلارك وفولمر (٢٠١٦) أن الشفافية والوضوح في العملية الاتصالية تساهم في تقليل المقاومة وزيادة القبول للتغييرات الجديدة. ثانيًا، يمكن استخدام الاتصال





لماذا العلاقات العامة أصعب اليوم؟ وكيف تتعامل مع التغيير؟

يجعل الإنترنت خصمًا خطيرًا لصناعة العلاقات العامة. ويمكن أن تنتشر التقييمات السيئة والانتقادات القاسية أو التقارير الملفقة بشكل أسرع من القصص المحفزة الحقيقية. ولتحقيق النجاح في وقت لا يمكن السيطرة على تدفق الإعلام، يجب على وكلاء العلاقات العامة أن يأخذوا زمام المبادرة في السرد، واستخدام التكنولوجيا الحديثة، ومكافحة الأخبار الكاذبة، ونشر الإيجابية الصادقة.

الحكم سريع

يجب على وكلاء العلاقات العامة أن يكسبوا تأييد الجمهور في عصر رقمي يحكم فيه الجمهور سريعًا على الشخصيات العامة والعلامات التجارية دون أدلة. وعندما يتعلق الأمر بالحكم، فإن نهج الجمهور اليوم هو عكس المحاكم: مذب حتى تثبت براءته. وتعتبر هذه العقلية غير العادلة تحديًا أكبر للعلاقات العامة عندما يكون من السهل الوصول إلى المعلومات الخاطئة والأفكار السلبية. وفي معظم الأحيان، يغذي الإنترنت الافتراضات الخاطئة، مما يترك وكلاء العلاقات العامة لمواجهة المفاهيم المسبقة غير الصحيحة. ولا يلتزم الأفراد ومصادر الإعلام دائمًا بمسؤوليتهم في تزويد الناس

بشكل أسرع وأسهل من أي وقت مضى، ويمكنك الوصول إلى المزيد من الصحفيين وتحليل البيانات بطرق لم يكن ممكنًا من قبل. ومع ذلك، ليست مقالات العلاقات العامة كل ما يمكن قراءته بسرعة وسهولة.

المعلومات في كل مكان

لدى الجماهير إمكانية الوصول الأوسع إلى الأخبار العاجلة والنقد والآراء، مما يتيح نشر

مع تغير العصور، تحولت العلاقات العامة، إذ لا تزال إلى اليوم ذات أهمية كبيرة كما كانت دائمًا، ولكن الخدمة أصبحت صعبة بقدر ما هي ضرورية. نحن نعيش في عصر رقمي ليس بكون جميع الأخبار في العالم متاحة للجميع، بل هي على بعد بضع نقرات فقط. إن تأثير التقدم التكنولوجي على العلاقات العامة لا يمكن إنكاره. يبقى السؤال: هل الإنترنت ساعد أم أضر الصناعة؟ لقد



التقارير الكاذبة والضارة وكذلك تلك المنتجة. وتظهر الدراسات أن الناس أكثر اهتمامًا بالأخبار السلبية من الإيجابية، مما

فتحت التكنولوجيا بالفعل أبوابًا للعديد من الأدوات الجديدة. إذ يمكن للجمهور الآن الوصول إلى وسائل الإعلام التي اكتسبها



بالأخبار السلبية إذا شاركتها بشكل صحيح. ابحث عن زوايا جديدة، واستخدم الإبداع للتغلب على الأحداث الجارية والوصول إلى العناوين الرئيسية، واربط قصتك بالأوقات الحديثة والموضوعات ذات الصلة، أو بالقصص التي تُحدث ضجة. مع استمرار جذب العناوين الرئيسية لوسائل الإعلام والجمهور على حد سواء، يجب على محترفي العلاقات العامة بذل مزيد من الجهد للتنافس وتحقيق النجاح. لهذا السبب، ليست التحديات اليوم عقبات مزعجة فحسب، بل فرص جديدة لمحترفي العلاقات العامة والشخصيات العامة والمؤسسات للنمو والازدهار.

ترجمة: **elleven** COMMUNICATION MANAGEMENT Co.
المصدر: **Forbes**

العديد من الطرق للتغلب عليها. حتى في هذه الأيام، هناك الكثير الذي يمكن لمحترفي العلاقات العامة القيام به لتحقيق النجاح. إذا استطعت العثور على التوازن المناسب بين الرقمي والشخصي، فإن التكنولوجيا يمكن أن تمكّنك من الوصول إلى المزيد من الأشخاص بشكل أسرع.

لتعزيز صورتك العامة اليوم، يجب عليك المبادرة في التعامل مع وسائل الإعلام، وأن تكون سريعًا في إصدار بيانات مدروسة وقصص جذابة. استخدم حكم الجمهور السريع لصالحك، وكن صادقًا ومنفتحًا مع الناس لكسب ثقتهم؛ وبذلك سيكون لديك أقل ما تخشاه وأكثر ما تكسبه. ويمكن أن تبرز أخبارك الجيدة في عالم مليء

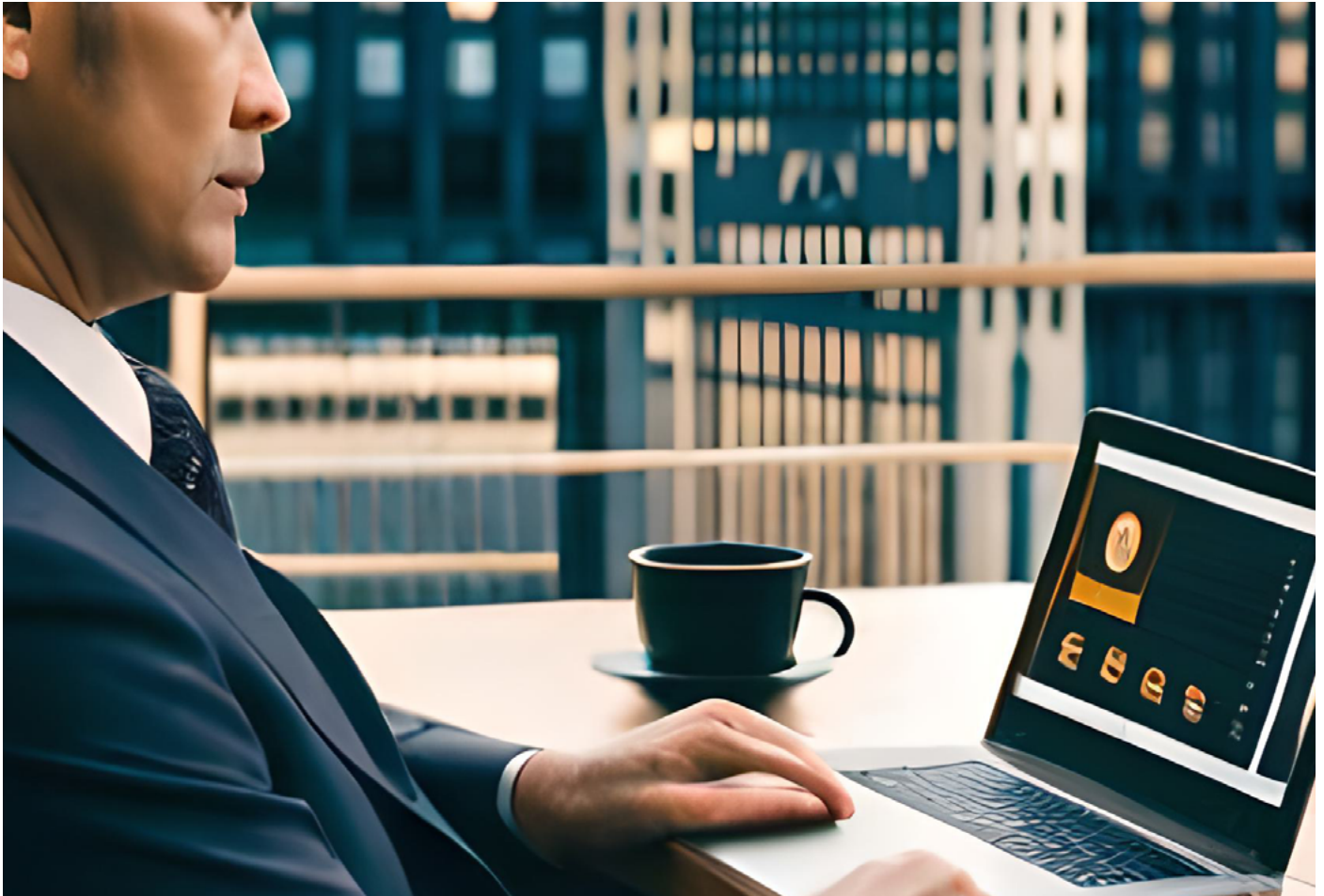
بالحقائق ومكافحة الشائعات الكاذبة والضارة. وللنجاح في هذا العصر الجديد، يحتاج محترفو العلاقات العامة إلى التفوق على الأزمات قبل حدوثها وتحويل الحكم السريع لصالح عملائهم.

الثقة منخفضة

يحتاج محترفو العلاقات العامة إلى بناء الثقة في وقت تظهر فيه التقارير المبنية على البيانات أن الثقة في أدنى مستوى لها، مع زيادة اتجاهات مشاركة البيانات غير الأخلاقية أكثر من أي وقت مضى.

ما يمكنك القيام به اليوم

تواجه مهنة العلاقات العامة في الآونة الأخيرة العديد من التحديات، ولكن هناك أيضًا





تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال العلاقات العامة.. آفاق جديدة وتحديات

في عالم اليوم الذي يتسم بالتغير المستمر والتطور السريع، يؤدي الذكاء الاصطناعي (AI) دورًا محوريًا في تحسين العديد من الصناعات والمجالات. من بين هذه المجالات العلاقات العامة (PR)، إذ تعمل التكنولوجيا والتطورات المستندة إلى الذكاء الاصطناعي على توسيع آفاق العلاقات العامة ومواجهة التحديات الجديدة. في هذا المقال، سنستعرض بعض تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال العلاقات العامة والتحديات المرتبطة بها.

آفاق جديدة

١- تحليل البيانات: يتيح الذكاء الاصطناعي إمكانية تحليل كميات ضخمة من البيانات واستخراج المعلومات القيمة منها بسرعة ودقة عالية. ويمكن لمحترفي العلاقات العامة استغلال هذه الميزة لفهم آراء وتفضيلات جمهورهم المستهدف وتحسين استراتيجياتهم بناءً على ذلك.

٢- الاستماع الاجتماعي: يمكن للذكاء الاصطناعي تحديد الاتجاهات والمواضيع الشائعة على مواقع التواصل الاجتماعي وتحليل النغمة العاطفية للمستخدمين. وتساعد هذه المعلومات لمحترفي العلاقات العامة على فهم ما يتحدث عنه جمهورهم وتوجيه الاتصالات ليكون أكثر فعالية.

٣- تحسين الإنتاجية: يمكن للذكاء الاصطناعي مساعدة محترفي العلاقات العامة في تنظيم مهامهم وجدولة أوقات عملهم، مما يحسن كفاءتهم ويمكنهم من التركيز على المهام الأكثر أهمية.

٤- التفاعل مع الجمهور: تتيح تكنولوجيا الدردشة الذكية (chatbots) لمحترفي العلاقات العامة إمكانية التفاعل بشكل فعال ومباشر مع جمهورهم. ويمكن لهذه الدردشة الذكية الإجابة عن الأسئلة المتكررة وتقديم المعلومات عن الشركة أو المنتجات بسرعة عالية.

تحديات

١- الأمان والخصوصية: مع تزايد استخدام الذكاء الاصطناعي في مجال العلاقات العامة، تزداد أيضًا المخاوف المتعلقة بالأمان والخصوصية. لذا يجب على محترفي العلاقات العامة أن يضمنوا توافق تطبيقاتهم مع التشريعات والقوانين المحلية والدولية المتعلقة بحماية البيانات والخصوصية.

٢- مخاوف أخلاقية: قد تثير استخدامات الذكاء الاصطناعي في مجال العلاقات العامة مخاوف أخلاقية، مثل التحكم بالآراء واستغلال الناس من خلال التلاعب بالمعلومات. وعلى ذلك يتعين على محترفي العلاقات العامة أن يتبنوا ممارسات مسؤولة وشفافة

للتعامل مع هذه المشاكل. ٣- تكامل التكنولوجيا: قد يكون تكامل الذكاء الاصطناعي مع الأدوات والنظم الحالية في مجال العلاقات العامة تحديًا؛ ما يتطلب توفير التدريب المناسب للموظفين وضمان سلامة وتناسق البيانات عبر المنصات المتعددة.

٤- توقعات غير واقعية: قد يتوقع بعض الأفراد أن يحل الذكاء الاصطناعي جميع مشكلاتهم في مجال العلاقات العامة سريعًا ودون أي جهد. لذا يجب على محترفي العلاقات العامة توضيح الحدود والقدرات الفعلية للتكنولوجيا وضمان استخدامها بشكل متوازن ومكمل للجهود البشرية.

في الختام، يقدم الذكاء الاصطناعي آفاقًا جديدة ومثيرة لمجال العلاقات العامة، مما يساهم في تحسين الإنتاجية وتوجيه الاتصالات بشكل أكثر فعالية. ومع ذلك، يتعين على محترفي العلاقات العامة التعامل مع التحديات المرتبطة بالأمان والخصوصية والأخلاقيات وغيرها من المشكلات الناشئة عن استخدام هذه التكنولوجيا. ومن خلال التوازن بين الفرص التي يقدمها الذكاء الاصطناعي والتحديات التي يواجهها، يمكن لمحترفي العلاقات العامة تحقيق نتائج إيجابية ومستدامة في عملهم.





سوليڤوود[©]
SOLLYWOOD





تحسين الاتصال بين الشركات والمجتمعات المحلية

٤- الاستماع للمجتمعات المحلية يجب أن تستمع الشركات بانتباه لمخاوف المجتمعات المحلية والتفاعل معها بشكل فوري وفعال. ويمكن أن تجري الشركات الاستطلاعات والاستبيانات والاجتماعات العامة لتحديد القضايا الرئيسية التي تهم المجتمعات المحلية والعمل على حلها.

خلاصة:

تحسين الاتصال بين الشركات والمجتمعات المحلية يعتبر أمراً حيويًا لنجاح العلاقات العامة لأي شركة. ويتطلب ذلك التفاعل النشط مع المجتمعات المحلية، والشفافية والتواصل الفعال، والاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية والاستماع للمجتمعات المحلية. عندما تنجح الشركات في تحسين الاتصال بينها وبين المجتمعات المحلية، يمكنها تحقيق العديد من الفوائد، منها: تحسين العلاقات مع العملاء المحليين، وزيادة الولاء العملي، وتحسين سمعة الشركة، وزيادة فرص الأعمال والاستثمار في المنطقة المحلية.

على احتياجاتهم ومخاوفهم. ويمكن أن تنظم الشركات أيضًا فعاليات مجتمعية مثل: الأحداث الرياضية، والمهرجانات، والمعارض لتعزيز الروابط والتواصل مع المجتمعات المحلية.

٢- الشفافية والتواصل الفعال يجب على الشركات العمل على تحسين شفافية سياساتها وتواصلها مع المجتمعات المحلية. ويمكن أن تنظم جلسات حوارية واجتماعية مع المجتمعات المحلية لتوضيح القضايا والمخاوف وشرح أهدافها وخطتها. ويجب على الشركات أيضًا توفير المعلومات اللازمة حول أنشطتها والتغييرات التي تجريها لضمان تواصل فعال مع المجتمعات المحلية.

٣- الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية

يجب على الشركات الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية وتطوير البرامج التي تخدم المجتمعات المحلية، وتقديم الدعم المالي والعيني للمشاريع المجتمعية والمنظمات الخيرية والمراكز الصحية والتعليمية المحلية. ويمكن للشركات أيضًا توظيف سكان المنطقة المحلية، وتعزيز فرص العمل المحلية لتحسين الاقتصاد المحلي وتوثيق الروابط مع المجتمعات المحلية.

يعتبر تحسين الاتصال بين الشركات والمجتمعات المحلية أمراً حيويًا لنجاح العلاقات العامة لأي شركة. فعندما تنجح الشركات في بناء علاقة جيدة مع المجتمعات المحلية، يمكنها تحقيق العديد من الفوائد، منها:

١- تحسين العلاقات مع العملاء المحليين وزيادة الولاء العملي.

٢- تحسين سمعة الشركة والتأثير الإيجابي على الجمهور المحلي.

٣- زيادة فرص الأعمال والاستثمار في المنطقة المحلية.

٤- التأثير على قرارات السياسة المحلية والحصول على الدعم اللازم للشركة.

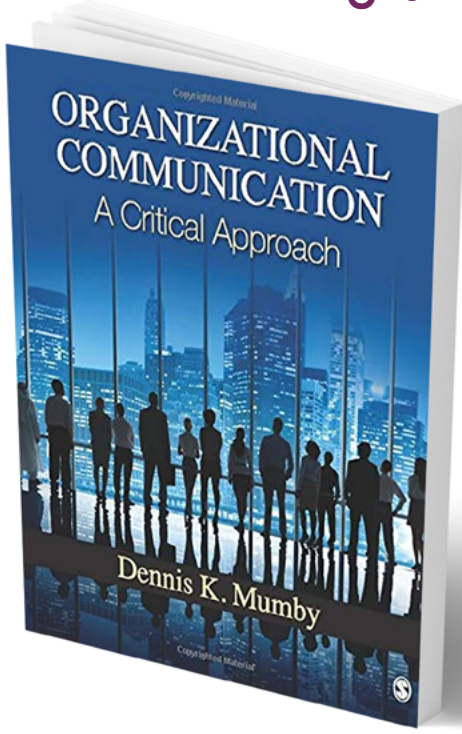
ومع ذلك، فإن تحسين الاتصال بين الشركات والمجتمعات المحلية ليس مهمة سهلة، ويتطلب بعض التحديات والجهود. لذلك، في هذا المقال، سنناقش بعض الإجراءات الفعالة التي يمكن للشركات القيام بها لتحسين الاتصال بينها وبين المجتمعات المحلية.

١- التفاعل النشط مع المجتمعات المحلية

يجب أن تتفاعل الشركات بنشاط مع المجتمعات المحلية والمشاركة في الأنشطة والفعاليات. ويمكنها تبادل المعلومات والأفكار مع سكان المنطقة المحليين والتعرف



«Organizational Communication: A Critical Approach» - تحليل نقدي للاتصال المؤسسي في عالم الأعمال



في عالم الأعمال الحديث، يعتبر الاتصال المؤسسي عاملاً حاسماً لنجاح أي مؤسسة. يتناول كتاب «Organizational Communication: A Critical Approach» للمؤلف دينيس ك. مامبي، الذي صدر عام ٢٠١٧، هذا الموضوع بشكل معمق ويقدم نظرة نقدية حول مفهوم الاتصال المؤسسي وأهميته. يبدأ المؤلف كتابه بالتركيز على أهمية الاتصال المؤسسي في العالم الحديث، إذ يعتبر الاتصال الفعّال بين جميع أعضاء المنظمة أساساً لتحقيق النجاح والتقدم. ويناقش تطور الاتصال المؤسسي على مر العصور، وكيف أثرت العوامل المختلفة، مثل التقدم التكنولوجي والتغيرات الاقتصادية والاجتماعية، على نماذج وأساليب الاتصال داخل المؤسسات.

يقدم مامبي نظرة نقدية للاتصال المؤسسي من خلال التركيز على قضايا السلطة والهيمنة والمقاومة. ويتناول الكتاب أيضاً مواضيع مثل الثقافة المؤسسية والتنظيم والقيادة، ويوضح كيف يمكن

مجال الاتصال داخل المؤسسة. في المجمل، يعتبر كتاب «Organizational Communication: A Critical Approach» مرجعاً هاماً للباحثين والمتخصصين في مجال الاتصال المؤسسي والعلاقات الإنسانية داخل المؤسسات. ويقدم المؤلف رؤية نقدية وشاملة للاتصال المؤسسي، ويسلط الضوء على التحديات والفرص الرئيسية في هذا المجال، مما يجعله قراءة ملهمة ومفيدة للجميع.

للفهم العميق لهذه المفاهيم أن يؤدي إلى تحسين الاتصال المؤسسي وبالتالي تعزيز الأداء العام للمؤسسة. يستند الكتاب إلى الأبحاث الأكاديمية وتجارب المؤلف العملية، مما يجعله مصدراً ثرياً للمعرفة والتطبيق في الميدان. إن كتاب «Organizational Communication: A Critical Approach» لدينيس مامبي يقدم للقراء نظرة جديدة ومفصلة للاتصال المؤسسي، مع التركيز على التحديات والفرص التي يواجهها القادة والمديرون في

بيانات الكتاب

سنة النشر
2017

الناشر
SAGE
Publications

المؤلف
دينيس ك.
مامبي

العنوان
Organizational
Communication: A
Critical Approach



للاطلاع على الأعداد السابقة



elleven

COMMUNICATION
MANAGEMENT
Co.

الإعلام الرقمي

إدارة الأزمات

الاتصال الدولي

رصد وسائل
الإعلام

أبحاث الاتصال
والتسويق

النشر
المتخصصة

إدارة السمعة

العلاقات
الإعلامية

إدارة المحتوى

الاستشارات
الاتصالية

إدارة السمعة
الإلكترونية

elleven

نشرة شهرية تصدر عن شركة elleven للاتصال والعلاقات العامة