



د لوړو زدکړو وزارت
پکتیا پوهنتون
ژبو او ادبیاتو پوهنځی
د ژورنالیزم او ټولیزو اړیکو خانګه
(د لیسانس دورې پایلیک)

ستراتیژیکې اړیکې او رسنۍ

Ketabton.com

لارښود استاد: پوهنمل خالد احمد حبیب

ترتیب کوونکی: همایون ضیا

۱۴۰۱ هـ. ش

تقریظ

ستراتیژي او ستراتیژیکې اړیکې په نن وخت کې زښتې زیاتې مروجې کلیمې دي چې کله کله همدا کلیمې له پالیسي او مدیریت او پلان سره داسې مدغمې شي چې خپله اصلي مانا ورکه کړي او تر ډېره زموږ په پښتو اثارو کې دا ستونزه شته.

د دې ستونزې د اواړي لپاره گران همایون ضیا متې رابډوهلې او له ژورنالیزم سره په تړلې موضوع یې کار ته ملا وتړله چې تر ډېره یې دا موضوع چې ستراتیژیکې اړیکې او رسنۍ یې بولي داسې وڅېړله او مواد یې هسې منظم او راټول کړل چې په لومړیو کې یې زما همدومره تمه نه وه، الله ج دې د ترسره کړي کار اجر ورکړي او په دې برخه کې ورته د لا زیات توفیق غوښتونکی یم.

د لارښود استاد په حیث یې ترسره کړی کار د لیسانس دورې مونوگراف په حیث تاییدوم او هیله لرم چې دی به دا موضوع د نورو لوړو زده کړو لپاره د تخصص په حیث وټاکي او په دې برخه کې به لا زیاته خواري وکړي، ځکه نوموړې موضوع ډېره مهمه ده او اړتیا ده چې د ستراتیژیکو او اړیکو او د همدې اړیکو په مدیریت باندې زښت ډېر کار وشي خو هر ژورنالیست او د رسنۍ مسوول پوه شي چې دا برخه څنگه کنترول او مدیریت کړي.

ورور همایون ضیا ته په راتلونکي ژوند کې بریا او سر لوړي غواړم، هیله لرم چې یو وخت په یاده برخه کې تر ماستري او دوکتورا کچې پورې زده کړې وکړي او په داسې مهمو او اړینو موضوعاتو خپلو لیکنو او ژباړو ته دوام ورکړي.

درښت

پوهنمل خالد احمد حبیب

د ژورنالیزم او عامه اړیکو څانگې کتابتون

پکتیا پوهنتون، گردېز - افغانستان

۱۴۰۱ / ۷ / ۲۴

ڊالی

زه مې ډا خپله لیکنه زما ټولې کورنۍ، زما قدرمند مور او پلار او زما دروند استاد خالد
احمد حبیب ته ډالی کوم!

د پيل خبري

د الله سبحانه و تعالى په سپيڅلي نامه، درود او سلام دې وي د نړۍ په ستر لارښود سرور کائنات حضرت محمد مصطفی صلی الله عليه واله وسلم.

ما د خپل ذوق او علاقي په اساس چې د ستراتيژيکو اړيکو سره مې درلودله او مخکې ددې څخه چې زه په يادې موضوع خپل د ليسانس دوري پايلېک چمتو کړم، د ستراتيژيکو اړيکو په اړه مې ډير معلومات ولټول، ولوستل او ومې ليدل. خو دا چې د ستراتيژيکو اړيکو په اړه په پښتو ژبه کې چندان معلومات هم نه وو نو بيا هم له دې سره سره چې ما د ستراتيژيکو اړيکو موضوع سره علاقه وه او بله دا چې د ستراتيژيکو اړيکو په اړه د پښتو ژورناليزم لپاره معلوماتو ته اړتيا وه نو ښه مې وبلله چې په يادې موضوع خپل ليسانس دوري د پايلېک لپاره مونوگراف په همدې موضوع چمتو کړم.

دا چې اوسنی نړۍ د ټکنالوژي او ارتباطاتو نړۍ بلل کېږي، نو په کار ده چې د ستراتيژيکو اړيکو په شان په مهمو موضوعاتو کار وشي، ځکه په دغه ډول موضوعاتو پوهيدل تر بل هر چا د ژورنالستانو لپاره ډير مهم او اړين دي.

دغه پايلېک چې د ستراتيژيکو اړيکو او رسنۍ تر نامه لاندې ليکل شوی دی، د ستراتيژيکو اړيکو او رسنيو په تړاو په کې مهم او اساسي مسائل راغونډ شوي دي. په ياد پايلېک کې ژورناليزم او رسنۍ، اړيکې، ستراتيژي او ستراتيژيکې اړيکې په جلا او روښانه ډول بيان شوي دي.

د موضوع ارزښت، اړتيا او زما ذوق او علاقي ته په کتو مې د ستراتيژيکو اړيکو او رسنيو موضوع د ليسانس دوري پايلېک په موخه وټاکله چې خوشبختانه د ژورناليزم او ټوليزو اړيکو څانگې له لورې تاييد شوه او ياده موضوع مې د دروند استاد پوهنمل خالد احمد حبيب تر لارښوونې لاندې پيل کړه. الحمدلله موضوع مې د لارښود استاد، کتابتونونو او انټرنېټي سايټونو په مرسته بشپړه کړه دادی اوس يې تاسو ته په ليکنې ښه وړاندې کوم. د يادونې وړ ده چې د معلوماتو او موادو په راټولو او زما د ليسانس دوري د پايلېک په چمتو کولو کې زما سره زما لارښود استاد پوهنمل خالد احمد حبيب ډيره ډيره مرسته وکړه، چې زه ورته دداسې کلمو راوړل چې حبيب استاد پرې وستايم عاجز يم، خو بيا هم يو نړۍ مننه له استاد څخه چې د وطن د بچو په روزنه او هڅونه کې خپل ځان او وخت نه دی سپمولی او تل يې هيواد ته د خدمت په موخه ټولنې ته د ژورناليزم مسلک په برخه کې د وطن بچيان په وطني روحيه سمبال روزلي دي.

په پای کې بيا هم د خپلې ټولې کورنۍ گران مور او پلار مې، وروڼه او خويندې او ټولو هغو دوستانو نه چې په سختو ورځو کې زما لاس نيوی او مرسته کړي ډيره ډيره مننه کوم!

فهرست

منځ	عنوانونه
1.....	سريزه
3.....	په نړۍ کې د ژورناليزم پيدايښت ته لنډه کتنه
4.....	د ژورناليزم پيژندنه
5.....	ژورناليست څوک دی
6.....	د ژورناليزم موخې او اهداف
6.....	اطلاع رسونه يا خبرول
6.....	لارښونه
7.....	ښوونه او تعليم ورکول
7.....	فکري رهبري
7.....	امر بالمعروف او نهی عن المنکر
7.....	د حکومت، قضايه او مقننې څخه څارنه
8.....	سالمه تفريح او بوختونه
9.....	اړيکه
10.....	داريکو ارزښت او اهميت
13.....	داريکو ډولونه
14.....	ستراتيژي څه ته وايي؟

14.....	ستراتيژي تعريف
16.....	د ستراتيژي تاريخچه
18.....	د ستراتيژي ډولونه
18.....	پوځي يا نظامي ستراتيژي
18.....	سياسي ستراتيژي
18.....	اقتصادي ستراتيژي
19.....	کلتوري ستراتيژي
19.....	سازماني ستراتيژي
19.....	د ودي ستراتيژي
20.....	د تمرکز ستراتيژي
20.....	درسنيو ستراتيژي څه ته وايي؟
21.....	د رسنيو ستراتيژي ډولونه
21.....	د رسنيو د تمرکز ستراتيژي
21.....	د رسنيو د خپرېدو ستراتيژي
21.....	د ترلاسه شوي رسنيو ستراتيژي
22.....	د تاديه شويو رسنيو ستراتيژي
23.....	درسنيو ستراتيژي ملکيت
24.....	د رسنيو د ستراتيژي ارزښت
25.....	د ستراتيژي او پاليسي تر منځ توپير

25.....	د ستراتيژي ځانگړنې
26.....	د ستراتيژي فعاليتونه
26.....	پاليسي
26.....	د پاليسي ډولونه
27.....	د سياست جوړونې ځانگړنې
27.....	د پاليسي او ستراتيژي ترمخ توپير
29.....	ستراتيژيکي اړيکې
32.....	د ستراتيژيکو اړيکو تاريخچه
33.....	د ستراتيژيکو اړيکو ډولونه
35.....	د ستراتيژيکو اړيکو او رسنۍ ترمخ تړاو ته کتنه
36.....	د ستراتيژيکو اړيکو لارښود
41.....	پايله
42.....	وړاندیزونه
43.....	ماخذونه

سريزه

ستراتيژي، اړيکې او رسنۍ هغه پراخ بحثونه دي، چې په اوس وخت کې په نړۍ کې د لوړ اهميت او ارزښت څخه برخمن دي. ستراتيژي، اړيکې او رسنۍ هر يو په خپل ځای ځانگړي ارزښت او اهميت لري، چې له همدې امله په اوس وخت کې د نړۍ په معتبرو پوهنتونو د يو بيل مسلک په حيث په يادو برخو کې زدکړيالان روزل کيږي.

په نړۍ کې بيلابيل دولتونه د خپلو سياسي، اقتصادي، فرهنگي، ټولنيزو او... موخو د پلې کولو لپاره د بيلابيلو ستراتيژيو څخه گټه اخلي. په اوس وخت کې د نړۍ د زبرځواکو هيوادونو يوازنی لامل ستراتيژي ده، چې په نورو دولتونو جاج او حکومت کوي. حکومتونه او دولتونه په اوس وخت کې په نړۍ کې د جنگ د رهبري کولو لپاره د ډول ډول ستراتيژيو څخه گټه پورته کوي، همدا دليل او لامل دی، چې په کم وخت او کم لگښت کې خپلو موخو ته ځان رسوي.

دا چې پخوا ستراتيژي يوازې په نظامي برخه کې کاريدله، خو په اوس وخت کې د ستراتيژي څخه د دولتونو اوږد مهاله پلان په جوړولو، په رسنيو کې د رسنيو ستراتيژي، د سياستونو په پلې کولو کې، د تجارت او بازار موندنې په برخه کې او په نړۍ کې د ستراتيژيکو اړيکو د رامنځته کولو په موخه په کار وړل کيږي.

اړيکې په اوسنې عصر کې د خپلو پرمختللو وسائلو په وسيله، نړۍ ته د نړيوال کلي شکل يا بڼه ورکړي، نو په همدې اساس د نړۍ ټول هيوادونه د خپلو گټو او اهدافو له پاره د اړيکو د ساتلو له پاره له بيلابيلو تکتیکونو او ډولونو څخه گټه پورته کوي، چې د ستراتيژيکو اړيکو تر عنوان لاندې خپلې اوږدمهاله اړيکې جاري او دوامداره ساتي.

رسنۍ په نړۍ په خپل ځای له خپل ځانگړي ارزښت او اهميت څخه برخمنه ده، رسنۍ ته په غربي هيوادونو کې د دوهم خداي په نظر کتل کيږي. د رسنيو د ارزښت په اړه اتم جارج وايي: د لندن ټايمز ورځپاڼه د ټيمز له درياب څخه ډيره ځواکمنه ده. رسنۍ د خپل اهميت له مخې د نړۍ د ډيموکراتيکو نظامونو د څلورمې قوې حيثيت غوره کړی.

ستراتيژيکې اړيکې او رسنۍ هغه موضوع ده، چې تراوسه په پښتو ژبه او ژورناليزم کې پرې کوم اثر نه دی ليکل شوی او نه د يادې موضوع په تړاو کوم درسي مواد موجود وو، نو په دې اساس مې ښه وانگيرله چې په يادې موضوع سم او بنسټيز کار وکړم او له نورو ژبو څخه پښتو ژورناليزم ته د ستراتيژيکو اړيکو په تړاو مالومات را غونډ کړم.

ددې لپاره چې ستراتيژيکې اړيکې اوس په نړۍ کې خورا ارزښتمنې شوي دي، نو د اړيکو په برخه کې د ژورنالستانو لپاره اړینه ده چې په ياده برخه کې کافي مالومات او اطلاعات ولري، د ستراتيژيکو اړيکو په برخه کې د همدې برخې مالوماتو اسانه ترلاسه کولو لپاره مې دغه لیکنه ستاسو مخې ته ږدم.

ددې لیکنې لومړۍ برخه د ژورنالیزم او رسنیو پیژندنه ده، ځکه یاده لیکنه د ژورنالیزم مسلک اړونده ده او د یو ژورنالیست لپاره د مسلک اړوند اساساتو یادونه اړینه ده، ورپسې دوهمه برخه د اړيکو پیژندنه، د اړيکو ډولونو او د اړيکو په ارزښت او اهمیت باندې خبرې شوي دي، درېمه برخه د ستراتيژي پیژندنه، د ستراتيژي تاریخچه، د ستراتيژي ډولونه، رسنيزي ستراتيژۍ په اړه اړین بحث شوی دی، تر څو یو ژورنالیست د خپل کار په ساحه کې د ستراتيژۍ په مورد په هر څه پوه او خبر اوسې، د لیکنې په وروستی برخه کې د ستراتيژيکو اړيکو پیژندنه، د ستراتيژيکو اړيکو تاریخچې ته لنډه کتنه، د ستراتيژيکو اړيکو ډولونه، د رسنۍ او ستراتيژيکو اړيکو ترمنځ په تړاو خبرې او د ستراتيژيکو اړيکو یوه نمونه د بیلگې په ډول راوړل شوي ده.

په پای کې له خپلې کورنۍ او ټولو ملگرو، په ځانگړي ډول زما قدرمن استاد پوهنمل خالد احمد حبیب څخه نړۍ نړۍ مننه کوم چې په سختو شرایطو کې زما ډیره ډیره مرسته وکړه.

د یو آباد او سوکاله افغانستان په هیله!

همایون ضیاء

په نړۍ کې د ژورنالیزم پیدایښت ته لنډه کتنه

د ژورنالیزم اوسنی اصطلاح چې د اړیکو او پیغام رسولو له وسیلو څخه شمیرل کېږي، قدامت یې د انسان پیدایښت ته منسوبېږي، اما د ژورنالیزم د پیدایښت په تړاو هغه معلومات چې د نړۍ د هرې زمانې د وخت د مؤرخینو په وسیله په لیکلې او مستند ډول د ددې برخو د محققینو په واسطه تر مونږ را رسیدلي او د نړۍ د ټولو خلکو د باور او منلو وړ دي دلته ترې په لنډه توګه یادونه کوو.

د ژورنالیزم تاریخ ته په کتو د ژورنالیزم پیل په ختیځ کې په اوسنې چین کې شوی چې د تی پاو په نامه خپره شوي وه او داسې ویل کېږي چې له ټولو پخوانیو درباري جریده (Cournt Gazette) هم په چین کې راوتلي ده. که خبره داسې وي نو شرق د مطبوعاتو پیدایښت کې له غرب څخه ډیر وړاندې و، غرب د طباعت چل له چین څخه زده کړی دی خو پخپله چین د نهمو او لسمو پیړیو په موده کې خپل دغه فن ته وده ور نکړی شوه.

اروپایانو په پنځلسمه پیړۍ کې دغه فن ته د وخت د شرایطو سره سمه وده ورکړه او ژورنالیزم تر نن مهاله بیلابیل پړاونه په وهلو سره اوسنی شکل غوره کړ او د وخت په تیریدو سره یې په نړۍ کې د خپل ځانګړي ارزښت ترلاسه کړ، چې دادی اوس یې په نړۍ کې د څلورمې قوې حیثیت غوره کړی دی.

زمونږ په ګران هیواد افغانستان کې د ژورنالیزم تاریخ د شمس النهار ورځپاڼې رامنځته کیدو سره پیل کېږي، چې د امیر شیر علي خان د دوهمې دورې په وخت کې خپره شوه او د وخت په تیریدو سره ژورنالیزم په افغانستان کې بیلابیل پړاونه طی کړه چې دادی اوسني شکل یې سترګې نشو پټولی.

همدارنګه په ۲۰ پیړۍ کې ژورنالیزم د یو بیل مسلک په ډول وپیژندل شو او د نړۍ په ګوډ ګوډ کې د ژورنالیزم په برخه کې بې شمیره ژورنالیستان وروزل شول، د ژورنالیزم په برخه د ځانګړو زدکړو زمینه برابره شوه ان تر دې چې د نړۍ په هره برخه کې د ژورنالیستانو لپاره په بیلابیلو برخو کې د نړۍ په کچه منظمې اداري رامنځته شوي.

دلته مو د ژورنالیزم د لنډ تاریخ په اړه بحث وکړ او دا معلومات لږ تر لږه په دې برخه کې بسنه کوي، د ژورنالیزم د بشپړ تاریخ په اړه بیلابیل ماخذونه شتون لري چې د اړتیا په صورت کې ورته مراجعه کولای شئ.

د ژورناليزم پيژندنه

دا چې ژورناليزم د ټولنيزو علومو له ډلې څخه شميرل کيږي، نو په هر وخت او هر ځای کې بيلابيلو پوهانو ورته بيلابيل تعريفونه کړي، چې هر يو په خپل ځای د ارزښت او اهميت وړ دي.

نو په همدې اساس دلته د ژورناليزم د پيژندلو په موخه له څو منل شويو تعريفونو څخه يادونه کوو. په عموم کې ژورناليزم د خبرولو او پيښو ليکلو په معنی ده، چې موخه يې په ټولنه کې د مهمو مسائلو څخه د خلکو خبرول دي. د اړيکو ډيری پوهان په دې اند دي، چې ژورناليزم د ډله ايزو اړيکو له لارې د معلوماتو تبادلي ته هم ويل کيږي.

د ويستر نړيواله لغت نامه ژورناليزم داسې تعريفوي: ژورناليزم عبارت دی، د خلکو د علاقې وړ ورځنيو تازه او مهمو موادو راټولو او خپرولو څخه.

د چمبر لغت نامه د ۲۰ پيړۍ مطابق ژورناليزم داسې تعريفوي: ژورناليزم عبارت دی، د خلکو لپاره د ورځپاڼو او جريدو، ليکنو چمتو کولو ته وايي.

ددې تعريفونو سربيره په اوس وخت کې چې ژورناليزم ته کوم تعريف ډير معمول او جامع ده، د ويکيپيډيا پوهنغونډه ژورناليزم داسې تعريفوي: ژورناليزم ددو فرانسوي کلمو څخه (ژورنال او ايزم) اخستل شوي ده، چې ژورنال په فرانسوي ژبه کې د يادښت، کتابچي او د ورځنيو معلوماتو ثبتولو او يادداشت کولو ته وايي او ايزم مانا بيا د مکتب، تقليد، عقیده، مذهب او د پيروي کولو په مانا هم ورکوي.

ژورناليزم په اصطلاح کې د مهمو تازه پيښو، حقايقو او د خلکو متقابل عمل او نظرونو انعکاس ته ژورناليزم وايي. او يا هم د پيښو او مسائلو په برخه کې مخاطبينو ته د رپوټونو او څيړنو د وړاندې کولو کړنې ته وايي.

ددې ټولو تعريفونو سربيره زما به اند ژورناليزم په علم او هنر هغه ولاړ مسلک دی، چې د هغه ورځنيو مهمو پيښو او حقايقو بيانول او رپوټ کول دي، چې د خبري ارزښت درلودلو سربيره د خلکو لپاره مهم او د ارزښت وړ وي.

ژورنالیست څوک دی

د ژورنالیست کلمه چې د ورځنیو مهمو پېښو رپوټ کوونکي شخص ته کارول کېږي، د نړۍ په مختلفو ژبو کې ورته بیلابیل کلمې په کار وړل کېږي لکه په فارسي ژبه کې ژورنالیست ته د روزنامه نگار او یا خبرنگار کلمه په عربي ژبه کې ورته صحافي، په پښتو ژبه کې د خبريال کلمه ډیر معمول ده، خو د خبريال د کلمې د کارونې په تړاو د پکتیا پوهنتون د ژورنالیزم څانگې استاد پوهنمل خالد احمد حبيب داسې وايي: «...داکلمه د رسنيزو ژانرونو د يوې کورنۍ (خبري ژانرونو) لیکوالانو ته سمه راځي او په رسنيو کې د نورو مروجو ژانرونو لکه کالم، سرليک، طنزنو... لیکوالانو ته بیا دا خبره پوره مانا نه ورکوي.» نو د استاد ددې څرگندونو په اساس غوره خبره ده، چې د ژورنالیست لپاره د خبريال د کلمې پرځای د ژورنالیست کلمه وکارول شي. (۴، مخ ۷)

د ژورنالیست د تعریف او پیژندنې په تړاو مختلف نظرونه شتون لري، چې دلته یې د مفهوم د روښانه کولو په تړاو څو تعریفونه د نمونې په ډول راوړو.

ژورنالیست هغه څوک دی، چې د خپل شخصي ذوق او علاقي په بنسټ د ژورنالیزم په برخه کې د تخصصي زدکړو وروسته د ټولنیز مسؤلیت سربیره د ورځنیو پېښو او حقایقو راټول او وروسته د سمون او ایډیټ څخه د ټولیزو اړیکو وساتلو له لارې یې خلکو ته رسول او خپرولو ته ژورنالیست وايي. (۱۶:۳)

د پکتیا پوهنتون استاد خالد احمد حبيب د ژورنالیست پیژندنه داسې کوي «ژورنالیست هغه څوک دی چې د ژورنالیزم له څانگرو زدکړو وروسته د رسنيو ډگر په خپرنیزه برخه کې د ټولو رسنیزو اصولو او معیارونو په پام کې نیولو سره د موادو برابرولو او وړاندې کولو کار او فعالیت کوي.»

ژورنالیست هغه کس دی چې د ژورنالیزم په برخه کې عملي او تیوري زدکړي کړي وي او د ژورنالیزم اسناد په درلودلو سره د ژورنالیزم او اطلاع رسونې په سنگر کې خپله مقدسه دنده مخته یوسي.

پورتني ټول تعریفونه په خپل ځای سم دي، خو زما په نظر ژورنالیست هغه حرفوي او مسلکي شخص دی، چې د ځانگړي مسلکي اسناد په درلودوسره د ټولو عقیدوي، فرهنګي، ملي او ځمکنۍ بشپړتیا، نړیوال او ملي قوانینو او اصولو په پام کې نیولو سره د ورځنیو مهمو مسائلو او واقعیتونو راټولولو او خپرولو دنده په غاړه لري. ددې ټولو تعریفونو سره سره د ژورنالیست پیژندلو او تعریف په تړاو د بیلابیلو پوهانو له خوا ډیر زیات تعریفونه شوي دي، چې مونږ یې دلته د ټولو تعریفونو له راوړلو څخه ښه غواړو.

د ژورناليزم موخې او اهداف

دا چې رسنۍ د اړيکو له اغيزمنو وسائلو څخه شميرل کيږي او دا وسيله په ټولنه کې د مالوماتو، اطلاعاتو، پيغامونو، خلکو ته د سمې لارښوونې، تفريح برابرولو او داسې نورو مسائلو په موخه فعاليت کوي. د عامه اړيکو کارپوهان په دې اند دي چې په ورځپاڼو کې رسمي خبرتيا، لارښوونې او د خلکو د تفريح او هوسا ژوند په اړه ليکنې وشي او پر خپل وخت خپرې شي. هره ورځپاڼه د خپلو ارزښتونو او موخو د سر ته رسولو لپاره خپلې طريقې او لارې چارې لري، يو شمېر ورځپاڼې سپورتي او تفريحي خبرونو ته زياته پاملرنه کوي، ډېرې نورې يې بيا مقالو، سرليکونو او نورو خبرونو په خپرولو تاکيد کوي. دا چې رسنۍ په اوس وخت کې د بيلابيلو موخو او اهدافو لرونکي وي لکه په ټولنه کې د خپلمنځي تعصبونو له منځه وړل، ټولنه د فلاح لور ته سوق کول او د نړيوالي سولي لپاره کار کول او داسې نورې موخې... چې دلته يې يوازې په اساسي موخو لنډه رڼا اچوو.

۱- اطلاع رسونه يا خبرول:

د ژورناليزم لومړۍ او اساسي موخه چې په اوس وخت کې يې رسنيو ته لوړ اهميت او ارزښت وربښلی اطلاع رسول او خبرونه ده، په دغه برخه کې ژورناليستان د ټولنې ټول مهم مسائل او حقايق چې د خلکو لپاره اړين راټول او د رسنيو له لارې يې تر خلکو رسوي. که په ورځپاڼه کې خبرونه خپاره نه شي، ورځپاڼه خپل ارزښت له لاسه ورکوي، خو دا هم ضرور نه ده چې ولس دې يوازې د خبر له لارې خبر شي، بلکې کېدای شي د مقالې، خبرتيا، اشتهار او فيچر په بڼه کې خلک له يوې ځانگړې موضوع څخه خبر شي. دا د ژورناليزم مهمه برخه ده، چې په دې برخه کې ډير دقت او توازن ته بايد پاملرنه وشي، ترڅو د رسنۍ اعتبار او باور زيانمن نه شي.

۲- لارښوونه:

د ژورناليزم موخه نه يوازې خلکو ته معلومات ورکول دي، بلکې د مختلفو موضوعاتو په اړه د لوستونکيو لارښوونه کوي.

د سرمقالو او مقالو په مرسته ورځپاڼې خپل نظر او همدارنگه د لوستونکيو نظر څرگندوي او د مختلفو موضوعاتو په اړه حکومت او د ټولنې ټولو افرادو ته لارښوونه کوي او همدا لامل دی چې حکومتونه او دولتونه په ډېرو موضوعاتو کې د ورځپاڼو سرمقالو ته ارزښت ورکوي.

۳- ښوونه او تعلیم ورکول:

ورځپاڼې، راډیوگانې او ټلويزیونونه د خپلو پروگرامونو له لارې ولس ته اطلاعات او معلومات وړاندې کوي چې په دغه کار سره د لوستونکیو او اورېدونکیو علمي سويې پرمختګ کوي. اقتصادي، ټولنیز، سیاسي، مذهبي او نورو موضوعاتو په اړه پروگرامونه جوړېږي او خپرېږي چې موخه یې د لوستونکیو او د اورېدونکیو د علمي کچې پرمختګ دی.

۴- فکري رهبري:

د رسنیو مدیران پر دې مکلف دي چې د ژورنالیزم نور موخو سربیره باید په خپل مهال ویش کې فکري رهبري ته هم پاملرنه وکړي، یعنې رښه باید داسې څه خپاره نه کړي چې د ټولنې اذهان منفي لور ته را وکاږي. دا چې رښه په ټولنه کې د یو باوري بنسټ په توګه منل شوي ده نو له رښه چې هر څه خپرېږي، اغیز یې په ټولنه کې له وایه ښکاري، نو د رښه ټول کار کونکي دې خبري ته په کتو باید له رښه داسې څه خپاره کړي چې د ټولنې عامه اذهان سمې، مثبتې او پرمختګ په لوري سوق کړي.

۵- امر بالمعروف او نهی عن المنکر

د رسنیو بله مهمه او اساسي دنده امر بالمعروف او نهی عن المنکر ده، رښه په اسلامي ټولنه کې دا مکلفیت او دنده لري، چې له بدو منع او سمو لارو ته د ټولنې خلک رهنمایې کړي. رښه باید داسې خپرونې چمتو کړي، چې خلکو ته ناوړه کړنې په ټوله کې په ګوته او د له منځه وړلو لپاره حل لار ورته وښیې، او ښو کړنو ته په هڅونکي بڼه خلک را جلب کړي.

۶- د حکومت، قضایه او مقننې قوې څخه څارنه

د پکتیا پوهنتون د ژورنالیزم څانګې استاد پوهنمل خالد احمد حبیب وايي: «رښه باید د حکومت، قضایې او مقننې قوې له هره ورځ اجراتو، قضایې پریکړو او د قوانینو له تصویب څخه څارنه، په اړه یې د اړوندو برخو له متخصصینو کارپوهانو سره خبرې اترې، په اړه یې ګردي میزونه جوړول او لیکنې خپرول څو خلک اسانه خپله لاره وټاکي شي.» (۲۳، ۴)

۷- سالمه تفریح او بوختونه

تفریح د ژوند د مهمو برخو څخه گڼل کیږي، لکه څنگه چې انسان خوب او استراحت ته اړتیا لري، همدارنگه د ذهني ارامتیا لپاره انسان سالمې تفریح ته اړتیا لري. په همدې تړاو استاد پوهنمل خالد احمد حبیب وايي:

«مونږ په ژورنالیزم کې یوه اړینه موخه سالمه تفریح یادوو، نه تفریح، ددې سالمې کلمې په واسطه مونږ د تفریح لفظ قیدوو او مانا یې داده چې موږ باید خلکو ته داسې تفریح وړاندې کړو، چې د خلکو لپاره روزنه او لارښوونه وي، نه د خلکو بې لارې کول. زمونږ په گران هېواد افغانستان کې رسنۍ باید خپله ډیره کمه برخه خپرونې تفریح ځانگړې کړي او ډیر فشار یې باید په ښوونه او روزنه وي. د رسنیو مسوولین باید خپلې خپرونې داسې چمتو کړي چې له ۵ نه تر ۸ سلنه پوري سالمه تفریح ولري او تفریح ته له دې څخه زیات وخت ورکول زمونږ په هیواد کې ظلم دی نه خدمت؛ ځکه موږ اوس یوازې سالمې لارښوونې او روزنې ته اړتیا لرو او بس.»

استاد د هغه څه چې رسنۍ یې د تفریح په نوم خپروي او هغه څه چې واقعا سالمه تفریح ده، ښه او واضح توپیر کړی چې په دې برخه کې د رسنیو کارکونکي ډیر متوجه او پام وکړي. (۲۳، ۴)

اړیکه

د اړیکې یا ارتباط د تعریف په تړاو د اړیکو کارپوهان سره په یوه خوله نه دي او په بیلابیلو وختونو کې ورته بیلابیل تعریفونو شوي دي نو په همدې اساس دلته د اړیکو د تعریف د ښه وضاحت له پاره د بیلابیلو پوهانو نظرونه را نقلوو.

د شیخ زاید پوهنتون د ژورنالیزم پوهنځي استاد پوهندوی محمد خان نیازی اړیکه داسې تعریفوي: «اړیکه ارتباط د افتعال په وزن عربي کلمه ده مصدر یې ربط دی، چې په پښتو ژبه کې د اړیکه، اړیکه نیول، په دري ژبه کې د پیوند دادن، پیوستن، پیوستګي، بستګي او بیان مانا ورکوي.

ارتباط د عربي ژبې د ربط له کلمې څخه اخستل شوې چې د تړلو، پیوند کولو مانا ورکوي، په دري ژبه کې هم راځي دا کلمه په پښتو کې هم معمول ده.

په پښتو کې مترادفه کلمه اړیکه، په انګلیسي ژبه کې مترادفه کلمه یې (Communication) ده، په پښتو ژبه کې د اړیکه کلمه د تړاو، پیوستون، نښتون او پیوند په مانا کارول کېږي.

ډاکټر مهدي حسن لیکي: هغه عمل چې د هغه په واسطه احساسات، خیالات له یو شخص څخه بل شخص ته انتقال شي ارتباط یا اړیکه وایي. (۹:۱)

پورتني ټول تعریفونه په خپل ځای سم دي، دا چې د ټولنیزو علومو لپاره د طبیعي علومو په څیر یوشان قاعده موجوده نه ده، نو په مختلفو حالتونو کې ورته تعریفونه شوي دي. دا چې د اړیکو لپاره زرګونه کاله مخکې یو ډول تعریفونه شوي وو او اوس چې اړیکې د اړیکو وسائل په ډیر شدت سره پرمختګ ته په کتو، بل ډول تعریفونه شوي دي. نو زه وایم چې اړیکې د اړیکو بیلابیلو وسیلو پر مټ (رسنۍ، تیلیفون، انټرنټ او داسې...) له یو شخص څخه بل شخص ته پیغام لیږل او یا فیدېک (عکس العمل) اخستلو ته اړیکي وایي.

د اړیکو د پیژندنې لپاره پورتني تعریفونه کافي ګڼم د اړیکو د لازياتي پیژندنې لپاره کولای شئ د اړیکو د بیلابیلو کتابونو او ماخذونو څخه ګټه اخستلی شئ.

داریکو ارزښت او اهمیت

اوسنی نړۍ ته په کتو که د اړیکو په ارزښت باندې وغږیږو نوممکن ډیر معالوماتو له امله چې د اړیکو د ارزښت په تړاو موجود دي ښایې دلته یې په دا کوچنی لیکنه کې یې گنجایش و نه شي. په اوس وخت کې د علم پرمختګ، دنړۍ پرمختګ، د فرهنګونو پرمختګ، د دینو پرمختګ، په نړۍ کې د دهیوادونو ترمنځ د اقتصاد او تجارت پرمختګ او داسې نور... دا ټول د اړیکو له برکته دي.

دلته په لنډو کې د اړیکو د ارزښت په تړاو د پوهندوی محمد خان نیازی لیکنه، چې د اړیکو اساسات په اثر کې یې کړي ده را اخلو: «انسان د الله ج یو ټولنیز مخلوق دی، چې تل اجتماعي ژوند خوښوي او همېش د ځان ښېگړه د بل د ژوند په بقا کې گوري او کله کله داسې هم پېښیږي، چې یو انسان د انسان د ژوند د بقا لپاره ځان قرار کړي، مختلف کړاوونه گالي، څو وکولای شي خپل بل ملگري ته خیر ورسېږي تو د پیغمبر(ص) ددې قول منونکي شي، چې (خیرالناس من یفع الناس) بهتر د خلکو هغه څوک دی، چې خلکو ته یې نفع ورسېږي.

الله ج په دې هکله فرمایي: یاایهاالذین امنواالصبروا صابروا و رابطو والتقواالله لعلکم تفلحون.

اې مؤمنانو! پخپله صبر وکړی نورو ته په صبر توصیه وکړی او یوله بل سره رابطې وساتی له خدایه ویره وکړی شاید چې کامیاب شي.

د ذکر شوي ایت شریف څخه داسې معلومیږي چې انساني ژوند په اړیکو پوري تړاو لري له رابطو پرته ژوند نیمگړی او له ناکامیو سره مخ دی، نو لنډه دا چې پرته له ټولنې او اړیکو ژوند ناممکن دی تل باید په ټولنه کې ژوند وکړي، له خپلو خپلوانو، ملگرو، همزولو، هم فکره او دټولنې له ټولو قشرونو سره علاوه له ټولو ژونديو موجوداتو او کائناتو سره اړیکې ولري او باید په خپل ځان کې داسې ځانگړتیاوي پیدا کړي، چې د ټولنې نور وگړي او موجودات په ځان راټول او تر منځ یې رابطه ډیره قوي او عالي وي. لوی څښتن ج په دې هکله فرمایي: (ومن احسن قولا ممن دعا الی الله و عمل صالحا و قال اننی من المسلمین)

ژباړه: او له هغه بنده څخه ښه خبر د چا کېدای شي، چې خدای تعالی لور ته بلنه کوي او وایي، چې زه خدای ته تسلیم یم. همدارنگه الله ج فرمایي: (ادع الی سبیل ربک بالحکمة والموعظة الحسنة وجادلهم بالتی هی احسن).

ژباړه: رابوله خلک د خدای تعالی لاري ته په حکمت، نېکه موعظه او بهتره طریقه سره (النحل ۱۴۴)

په یاد ولری چې دا ذکر شوي صفتونه فقط مسلمان ته الله ج ور په برخه کړي چې د خدای ج قانون او اصول غواړي او عمل هم پرې کوي. انسان د خپل تجسس او پلټنې او د نورو د خیر لپاره دځمکې، سر ټول قدم په قدم ولیده، مگر بیا یې هم زړه صبر ونه کړ او دا دی نن یې فضاء د ځان لپاره تسخیر کړي، چې خپلې غوښتنې پوره او مرام ته ورسېږي.

پورتني ټول کارونه د ارتباط په وسیله سرته رسېږي، له زیار او اړیکو پرته هیڅ امکان نه لري، چې انسان دې خپل اهداف لاسه ته راوړي. نولازمه ده، چې د ارتباط په ارزښت باندې په تفصیل سره وغږېږو، چې وکولای شو په دې هکله په زړه پورې مالومات حاصل کړو.»

د اړیکو د پیل په باره کې پوهندوی محمد خان نیازی داسې تحقیق کړی: «ارتباط د پیل په اړوند مهم اسناد د الله تعالی کتاب (قران عظیم الشان) دی، چې تر ټولو اسنادو مهم او د اعتبار وړ دی، چې باید هر انسان خصوصاً مسلمان یې پرته له کوم شک او شهبې څخه ومنی.

پاک الله ج په خپل کتاب (قران عظیم الشان) کې فرمایي: (و اذ قال ربک للملائکة انی جاعل فی الارض خلیفة) ژباړه: او هغه وخت (خپل امت ته وریاد کړه) چې کله ستا رب ملایکو ته وویل چې یقیناً زه په ځمکه کې د یوه خلیفه پیدا کوونکی یم. (سورة بقره)

وروسته ملایکو څخه الله ج د لومړي انسان (ابا ادم ع) سره د خپلو استازو (ملایکو) په وسیله ارتباط په اړه فرمایي: (وعلم ادم الاسماء) او بیا ادم الله ج ادم ع ته ټول نومونه وښودل.

بیا یې د نومونو والا شیان پښتو ته (په بلاکیفه توگه) وړاندې کړل.

نو الله ج ورته وویل، چې ددغو شیانو په نومونو باندې مونږ ته خبر راکړئ که چېرته تاسو (په خپل تعجب کولو کې) رښتینې یاست. (بقره ۳۱)

د پورتنیو ایاتونو خلاصه: دغه تعلیم او ښوونه تکویني وه، چې خاصو لغاتو او کلماتو ته ضرورت نه درلود، بلکې الله ج په حضرت ادم ع کې داسې استعداد کښود، چې د قیامت تر ورځې پورې به هغه ضرورتونه او غوښتنې چې انسانان یې د ضرورت په بنا پیدا کوي او یابې لري پوره اوله نورو انسانانو سره خبرې پرې کوي او مختلفو کلماتو او الفاظو به یې څرگندولي شي. همدې مضمون ته الله ج اشاره کړي ده، (علمه البیان) (سورة رحمن ۴)

ژباړه: الله انسان ته (په ليک لوست سره) بيان ښودلی دی چې د مافی الضمير څرگندونه وکړي، همدارنگه الله ج دغه تکويني زده کړه هر ژوندي شي ته ښېلې ده، الله ج فرمايې: (قال ربنا الذي اعطى كل شيء خلقه هدى) (سورة طه ۵۰)

ژباړه: زمونږ رب هغه ذات دی چې شي ته يې مناسب شکل ورکړی دی او بيا يې ورته ښودنه کړې ده.

او هغه ژبه چې په دغه وخت کې له ملايکو سره پرې ارتباط نيولی، يوازې الله ج ته معلومه ده او بس او که چيرته يې مونږ ته گټه لرلی، نو الله ج به حتما انسانانو ته په صراحت سره ويلی وو. «(۱۴، ۱۵)

د ژوند مهم دليل اړيکه ده. د ادم ع د پيدايښت سره سم اړيکه د ژوند د يو مهم دليل په توگه محسوس شوه، دا خبره هغه وخت واضح شوه کله چې ادم ع خپل ځان يوازې احساس کړ او وروسته ددې يوازيتوب د رفع په خاطر الله ج په خپل قدرت سره د ادم ع د چپې پښتۍ څخه بي بي حوا ع پيدا کړه.

انسان د خدای ج اشرف، بهتره او ټولنيز مخلوق دی، چې پرته له اجتماع او په اجتماع کې له اړيکې پرته ژوند نه شي کولای.

اړيکه د افکارو او نظرياتو تبادلې يوه وسيله د اړيکې په وسيله انسان خپل سوچ، فکر، ذهني غوښتنې او تميلات نورو انسانانو ته انتقالوي

اړيکه د اطلاعاتو يوه وسيله ده: انسان له ماشومتوبه تر مرگه پورې د خپلو غوښتنو د پوره کولو لپاره په دې بوخت وي چې نوي څه لاسته راوړي، له خپل چاپيريال د مالوماتو د راټولو لپاره هم زيار باسي تل په دې لټه کې وي، چې د ځان او دپوهې لپاره نوي شيان زده کړي، نورو ته يې وښي او همدارنگه د مختلفو پروگرامونو د سرته رسولو او د مالوماتو راغونډولو لپاره له نورو انسانانو سره راز شريک کړي، چې خپله پوهه يې زياته شي او هم د بل چا د پوهې سبب وگرځي همدغه سبب دی چې د لرغونې زمانې د انسانانو له کړنو خبريږو د هغو نیک کارونه ستايو او له بدو يې کرکه لرو او د ښو کارونو د ترلاسه کولو لپاره د پوهې لار خپلوو. (۸، ۱۶، ۱۸)

اړيکه د تجربو او مشاهدو د تبادلې يوه وسيله مونږ د اړيکو په اساس خپلې تجربې له يو نسل څخه بل نسل ته انتقالوو، د نړۍ ټول کسبونه او مهارتونه چې نن سبا ليدل کيږي د اړيکو په اساس تر مونږ رسيدلي دي.

نړيوال کلی يا Global village د انټرنیټ په رامنځته کیدو سره اړیکو په نړيواله کچه پراختیا ومونده، پخوا به له یو ځای څخه بل ځای ته معلومات په ورځو، میاشتو او کلونو وخت نیوه، خو د اړیکو په منځته راتگ سره نړۍ د نړيوال کلي حیثیت غوره کړ.

اوس چې د نړۍ په یوه برخه کې پېښه رامنځته کیږي، نو په څو دقیقو کې د نړۍ ټولو برخو ته معلومات او اطلاعات رسېږي، چې دا د اړیکو د پرمختللو وسائلو برکت دي چې په وسیله یې نړيوال کلي رامنځته شوی دی.

د همدې پرمختللو وسائلو له برکته نن په کم وخت، کم مصرف او واټن سره د نړۍ له هر ډول حالاتو خبر شو.

داخلي او بهرني اړیکې نن سبا داخلي او بهرني اړیکو د پرمختللو وسائلو له اړخه بې نهایت پرمختگ کړی او اوس د پخوا په پرتله داخلي او بهرني اړیکې په ټوله نړۍ کې یو ضرورت او اړتیا یې ډیره اهمه گڼل کیږي.

د اړیکو ډولونه

د اړیکو ډولونه پوهندوی محمد خان نیازی د اړیکو اساساتو په کتاب کې داسې بیانوي، چې دلته یې یوازې په ډول نومونه اخلو او بس.

اړیکې په اصلي توگه په درېو برخو طبقه بندي شوي ده: ۱- شفاهي ۲- غیر شفاهي ۳- کتبي یا لیکنیز

په بنسټیز ډول اړیکې په لاندې شپږو ډولونو ویشل کیږي.

۱- داخلي خپل منځي اړیکې یا ځاني اړیکې.

۲- خپل منځي اړیکې.

۳- د ډلې یا گروپ اړیکې.

۴- اضافي خپل منځي اړیکې.

۵- ټولیزې اړیکې.

۶- رسنیزې اړیکې.

ستراتیژي څه ته وايي؟

مخکې له دې چې د ستراتیژي تعریف ته وکړو لازمه ده چې د ستراتیژي په مفهوم رڼا واچوو، ستراتیژي په خپله پراخه مانا کې هغه وسیله ده، چې افراد او سازمان د هغه په وسیله خپلو اهدافو ته ځان رسوي. ډیری کتابونه او مقالې په دې برخه کې له یادې کلمې څخه مختلف تعریفونه وړاندې کوي. د ستراتیژي مفهوم د جنگ له زړه څخه خپه بڼه غوره کړي او د دښمن پروړاندې د غلبې او په جنگ کې د مقابل لورې را پرزولو ته وايي.

د ستراتیژي تعریف

ستراتیژي د یوناني کلمې له استراتگوس (Strategos) څخه اخستل شوي چې د نظامي مدیریت، قوماندې ورکولو او رهبري کولو په مانا ده، داسې گمان کېږي چې د ستراتیژي کلمه د لمړي ځل لپاره یو پخواني یوناني جنرال چې استراگوس نومېده وکاروله، یاده کلمه د کلستن د حکومت پرمهال د ۵۰۸ یا ۵۰۷ مخکې له میلاده کلونو کې دود درلود. (لطفيان ۱۳۸۱، ۱، Bailey, 2:2007)

په ځینې یوناني ماخذونو کې داسې راغلي چې د ستراتیژي کلمه د لاتني ژبې د استراتیوم کلمې څخه اخستل شوې چې مانا یې لاره او مسیر دی. په ځینې یوناني ماخذونو او کتابونو کې داسې راغلي چې د ستراتیژي کلمه له یوناني کلمې څخه نه ده اخستل شوې، ځکه د جنگ هنر کتاب د سان تزو د ۵۰۰ کاله مخکې له میلاده د ستراتیژي د مفهوم او تعریف د وړاندې کولو لپاره کتاب گڼل کیږي. د ستراتیژي د تعریف پروړاندې کولو پوهان په یوه خوله نه دي، د چنډلر په نوم یو عالم ستراتیژي داسې تعریفوي: د یو سازمان لوړ مهاله اساسي اهدافو ټاکل او د یادو اهدافو لپاره له مختلفو منابعو څخه گټه اخستل ترڅو نوموړي اهداف ترلاسه شي ستراتیژي بلل کېږي.

یو بل عالم چې پیرس و رایینسون ستراتیژي داسې تعریفوي: د اندازې لوړې موخې او برنامې او د راتلونکي په فکر د رقابتي محیط سره د تعامل په موخه او د سازمان د موخو د ترلاسه راوړلو لپاره اوږدمهاله پریکړې ته ستراتیژي وايي. ځینې بیا په دې اند دي چې ستراتیژي په عامه اصطلاح د لرید، پلان او راتلونکي موخې دي، چې د موجوده لوریو په اساس خپل اهداف د هماغه ستراتیژي په وسیله تدوین او تر بحث لاندې نیسي.

ستراتیژي په اصل کې د لوړو ستراتیژیکو یا کوچنیو اهدافو ته د رسیدو په موخه له مختلفو طریقو او روشونو څخه گټه اخستلو ته وايي، د بېلگې په ډول کله چې مونږ خپله موخه په پام کې ونیسو د یادې موخې لپاره هر ډول ضروري

تجهيزات په پام کې نيسو لکه کاري ځواک او نور... د يادې موخې ته د رسيدو لارې او مسير ته ستراتيژي وايو، يعني ستراتيژي مونږ ته دا معلوموي څه ډول خپلو موخو ته ورسېږو او يادې موخې ترڅينې لاندې ونيسو.

په ځينو ماخذونو کې بيا ستراتيژي په اصطلاحي ډول داسې تعريف شوي، په پخوانۍ مانا او مفهوم سره ستراتيژي د ټولو موجوده منابعو او امکاناتو څخه په گټې اخستې سره د يو هېواد د نظامي موخو د لاسته راوړلو ته ستراتيژي وايي، اما په اوس وخت کې نوموړي پخوانۍ نظامي اصطلاح د يو هېواد ټولو ملي اهدافو او موخو ته کارول کيږي. په ځينو روايتونو کې راځي چې د ستراتيژي مفهوم د جنگ له مديريت څخه سرچينه اخلي، چې د يادې اصطلاح لږني آثارو قدامت ۲۵۰۰ کاله مخکې له ميلاده ته رسيږي. په دې برخه کې پخوانۍ کتاب د جنگ هنر په نوم کتاب دی چې قدامت يې ۵۰۰ کاله مخکې له ميلاده ته رسيږي. (۱۳۸۷، ۷، ۱۰ او ۱۹)

ستراتيژي، د پلان يا يوې برنامې يو ډول دی، چې د يو سازمان بنسټيزه، د پريکړو کړۍ او سياسي موخې په يو قالب يا چوکاټ کې منسجم او منظم کړي. (۱۳۸۷، ۷، ۶۱)

ستراتيژي هغه کامل او جامع پلان يا برنامه ده، چې يو شرکت يا يو سازمان له کومه ځايه شروع وکړي او څنگه د خپل ماموريت او موخو په لور حرکت وکړي. (۲۰۰۷، ۲، ۲۶)

اوس که وغواړو چې لنډ او يو جامع تعريف وړاندې کړو ويلى شو چې: ستراتيژي هغه جامع او کامله برنامه يا پلان دی چې د يو سازمان لوړ مهاله موخې ټاکي او د يو سازمان پر وړاندې فرصتونه، تهديدات او خنډونه، د ضعف او قوت ټکي معلوموي او په نتيجه کې د شته منابعو په اساس پريکړه نيول کيږي.

د ستراتيژي تاريخچه

د ستراتيژي د مخينې په تړاو مختلف روايتونه شتون لري نو په دې اساس مؤرخين د ستراتيژي د تاريخ په اړه سره يوه خوله نه دي.

لکه څرنگه چې مو په تيرو لوستونو کې د ستراتيژي د مفهوم د روښانه کولو يادونه وکړه اوس په دې لوست کې د ستراتيژي د سير په تړاو بحث کوو.

د ستراتيژي مخينه له ميلاد څخه دمخه زرگونه کالونو ته رسيږي، د ستراتيژي په اړه لمړني اثار په مکتوبي ډول موندل شوي چې قدامت يې ۲۵۰۰ کاله د مخه د ميلاد ته رسيږي، په دې برخه کې لمړنۍ کتاب يا اثر په چين کې د سان تزو دی چې شاوخوا ۵۰۰ کاله مخکي د ميلاد څخه د جنگ هنر په نوم ليکل شوی دی.

سان تزو د ستراتيژي په برخه کې شاوخوا ديارلس مقالې ليکي دي. (کالينز، ۱۳۷۳: ۹)

په ياد کتاب کې د جنگ ټول فنون او د بېلابيلو ستراتيژيو يادونه په کې شوي ده، چې په اوس وخت کې يې سياستمداران هم په کار وړي. (Sun Tzu 1994)

د جنگ هنر کتاب ليکوال سان تزو رهبر هغه څوک گڼي چې خپل هوښ او ځيرکتيا د خپلو اوږد مهالو هيلو لپاره په کار وړي. (sun tzu 1994)

په ځينو روايتونو کې راځي چې د ستراتيژي په برخه کې ترټولو پخوانۍ اثر (The Princ) په نوم د نیکولو ماکياولي دی، چې څه د پاسه ۱۵۰۰ کاله مخکي د ميلاد څخه ليکل شوی دی، د ياد کتاب په يوه برخه کې راځي، چې د کاميابي ترټولو غوره طرز او طريقه هغه ده چې جنگ پرته له مبارزي وگټل شي، ياده اصطلاح په څرگند ډول د ستراتيژي ښکارندوی کوي، په نوموړي کتاب کې د حکومتدارۍ لپاره داسې توصيې او سپارښتنې شوي چې اغيز يې په اوسني نظامي برخو کې ليدل کيږي. په ځينې يوناني ماخذونو راځي، چې د ستراتيژي کلمه د لمړي ځل لپاره يو پخواني يوناني جنرال چې استراگوس نومېده وکاروله. د ستراتيژي کلمه چې د ستراتگوس څخه اخستل شوي چې، د سرلښکر په مانا ده او استراتژ بيا د لښکر مانا ورکوي، د ستراتگوس اصطلاح د پخوانۍ يونان لښکر لپاره په کار وړل کېدله. د استراتگوس کلمه چې د قومندان رول د لښکر د سمبالولو په برخه کې په کار وړل کېدله وروسته په کال ۴۵۰ کال مخکي له ميلاده، ياده کلمه د نظامي قومندان د هنر په نوم ونومول شوه. علاوه په دي د ستراتيژي لپاره نوري ماناوې هم مطرح شوي دي چې عبارت دي له: د جنگ د اداره کولو فن، د جنگ فن او د

جنگ لپاره طرحه او نقشه. په علمي لحاظ د ستراتيژي مفهوم کارول د لمړي ځل لپاره په اتلسمه ميلادي پيړۍ کې په کار وپورل شوه، هنري لويديز (اووه کاله د جنگ تاريخ) په سريزه کې د يادې پيړۍ د قومندانانو ټول جنگي تجربې په ياد کتاب کې راټول کړل او په دې اساس ستراتيژي په اتلسمه پيړۍ کې يو نوی په توگه را پرانستل شو. (Sholovski, 1983: 7-8)

او وروسته د کلازويټس له خوا د تاکيد وړ وگرځيد. (افتخاري، ۲۲: ۱۳۸۴)

د هنري لويديز نه مخکې او د هغه څخه وروسته د ستراتيژي مفهوم د هماغه جنگ هنر په چوکاټ کې مخته تلله، خو د کلازويټس په خپل کتاب (د جنگ په باره) (Clauswitz, 1976) د ستراتيژي او د تکتیک په توپير سره وکولای شو چې د ستراتيژي د لپاره دقيق او واضح مفهوم وړاندې کړ، چې دې کار سره ستراتيژي ارتقاع او پرمختگ وکړ، کلازويټس د جنگ هنر اصطلاح پخوانۍ ياده کړه او وويلې چې په نظامي برخه کې محدوده وه. له هغه تحولونو څخه چې د ستراتيژي په برخه کې رامنځته شو، ستراتيژي د نظامي ابعادو څخه پرته نورو بعدونو ته هم مشتمله شوه لکه: سياسي، اقتصادي برخو ته هم لار پيدا کړه. (Gray < 1999: 19-45)

ستراتيژي د وخت په تيرو يديو سره له نظامي اړخ سره سره نورو اړخونو ته هم شامله شوله چې لمړي د نظامي برخې له لارې اقتصادي او سوداگري برخې ته لار پيدا کړه، ويل کېږي چې يو ورځ سقراط د يو، يوناني پوځي عسکر د زړه ډاډۍ لپاره، چې نیکوماخوس نومېده ورغی. نیکوماخوس هغه پوځي عسکر وو چې څه موده وروسته د يوه لښکر مشر کيده، اما هغه دا چانس له لاسه ورکړی وو او ناهيلي شوی وو، سقراط هغه وهڅاوه چې يو سوداگر شي، سقراط هغه ته ډاډ ورکړ چې د يو لښکر مشر او سوداگر تر منځ هيڅ توپير نشته، هغوی دواړه يو ستراتيژيک پلان رامنځته کړ او

د لاس لاندې کسانو څخه په گټې اخيستنې سره يې خپلو موخو او اهدافو ته ځان ورساوه. (۷، ۱۳۸۷، ۱۰ او ۱۹)

اوسنۍ د ستراتيژي کلمه د لمړي ځل لپاره د آلفرد چنډلر له خوا په کال ۱۹۶۲م کال د (ستراتيژي او د استراتيژي جوړښت) په نوم کتاب کې په کار وپورل شوه.

دستراټیژي ډولونه

ستراټیژي بیلایل اړخونه او ډولونه لري چې په اقتصادي، نظامي، سیاسي، کلتوري، ودې، سازماني، بازارموندنې او رقابتي برخو کې ستراټیژۍ په اصولو او اکاډمیک ډول تعریف شوي او موږ به یې هر یو بیل بیل تر څیړنې لاندې ونیسو

۱- پوځي (نظامي) ستراټیژي

دا ستراټیژي له اوږدې مودې راهیسې نظامي غوښتنلیکونه لري. په حقیقت کې، د یونان د وخت راهیسې، د لښکر د ډسپلین او تنظیم لپاره مختلف ستراټیژۍ کارول شوي. حتی د ستراټیژۍ کلمه د یوناني ریښې "ستراټیژیو" څخه اخیستل شوې چې معنی یې په ۱۸ میلادي پېړۍ کې "د جنگ هنر" یا "د واحدونو تنظیم کولو هنر" دی. د سرتیرو ځای پرځای کول، د اردو رهبري کول او دښمن ته دوکه ورکول په تیرو وختونو کې عادي نظامي ستراټیژياني وې. د تاریخ په اوږدو کې د جگړې د ماهیت د بدلون له امله مختلفې پوځي ستراټیژۍ رامنځته شوې. دلته به درې جنګي ستراټیژیو ته په لنډ ډول اشاره وکړو لکه ۱- د توازن ستراټیژي ۲- د قوماندې او کنټرول ستراټیژي ۳- د حملې ضد ستراټیژي

۲- سیاسي ستراټیژي

په نظامي برخه کې د کامیابو ستراټیژیو بیلګې کارول ددې سبب شو، چې ستراټیژي سیاست ته هم لار پیدا کړي. سیاسي ستراټیژي عبارت له هغه ستراټیژي څخه ده، چې د یو هېواد ډپلوماتیکي اړیکې، د نرمې جگړې د سم مدیریت په موخه د یو هیواد او قدرت د کنټرول په موخه اوږد مهاله سیاسي ستراټیژیک پلان ته سیاسي ستراټیژي وايي. څه موده وروسته د آبرځواکو هیوادونو له خوا د سیاسي ستراټیژیو مختلفې ډولونه رامنځته شوي، چې دلته یې هم د درېو ډولونو څخه یوازې یادونه کوو. ۱- Carrot and stick strategy ۲- د تیز آس تلونکي او ماشي ستراټیژي ۳- د شک ستراټیژي

۳- اقتصادي ستراټیژي:

د نړۍ مختلف هېوادونه د خپلې اقتصادي ودې لپاره بېلابېلې اقتصادي ستراټیژي غوره کوي. بې له شکه چې هېڅ هېواد په روښانه او مشخص ډول کومه مشخصه ستراټیژي نه غوره کوي او نه د یادې ستراټیژي په تړاو کوم

مالومات او اطلاعات وړاندې کوي. معمولاً مختلف هېوادونه په ګډه بېلې اقتصادي ستراتيژي کاروي. د دغو اقتصادي ستراتيژيو څخه دلته د درېو اقتصادي ستراتيژيو نومونه يادولی شو. ۱- د پيسو ستراتيژي ۲- خلاصه اقتصادي ستراتيژي ۳- شنه اقتصادي ستراتيژي

۴- کلتوري ستراتيژي:

تعريف: د يوې ټولنې کلتور يا فرهنگ په بلې ټولنې باندې د پلې کولو په موخه د يو سازمان د يادو مخو د پلې کولو په خاطر اوږد مهاله ستراتيژيک پلان ته کلتوري ستراتيژي وايي.

دا ستراتيژي ډير ناوخته کلتور ته ننوتله. په حقيقت کې نن سبا د ستراتيژيو ډيری ډولونه د نورو واحدونو لکه ملي او سوداګريزو برخو لپاره کارول کېږي خو په کلتور کې د ستراتيژيو پلي کولو علم خورا لږ ليدل کېږي دی. په تيرو وختونو کې، د سياسي ستراتيژي ډولونه چې د يوې ټولنې کلتور په نښه کوي کلتوري ستراتيژي ته ويل کيده، چې البته، په بشپړه توګه غلطه اصطلاح وه؛ ځکه چې کلتوري ستراتيژي بايد د يوې ټولنې د کلتور په پراختيا ټينګار وکړي، نه د بهرنيو ځواکونو لخوا د هغې په ويجاړولو. البته سازماني کلتور هم يوه بله ستراتيژي ده چې د سازمانونو د نورو ډولونو، د مديريت ستراتيژيو په فرعي برخه کې شامله ده او د هغه ستراتيژيو سره هيڅ تړاو نلري چې د ټولنې کلتور اغيزمن کوي

۵- سازماني ستراتيژي:

سازمانونه په مختلفو شرايطو کې مختلف ډوله ستراتيژياني لري. سازمان کوچني او لوی شرکتونو ته اشاره کوي چې د محصولاتو توليد يا خدماتو چمتو کولو په برخه کې کار کوي او د دوی سوداګری او سازمانونو پراخولو لپاره مختلف سوداګريزې ستراتيژيو څخه ګټه پورته کوي، البته د سوداګری ستراتيژيو څخه د مرستې ترلاسه کول د نن ورځې رقابتي بازار کې خورا مهم دي.

۶- د ودې ستراتيژي:

د ودې ستراتيژي ډولونه اکثراً د ودې ستراتيژيو او په سوداګری کې څيړنې او پراختيا پورې اړه لري. يعنې په داسې يو حالت کې چې بازار دواړه وده کوي او اداره لازمه سرمايه او ظرفيت لري، نو غوره ده چې د منابعو او پانګې په سمه توګه کارولو لپاره د ودې له هر ډول تګلارو څخه مرسته واخلو. د ودې دوه اصلي ستراتيژي شتون لري چې موږ به يې دلته په لنډه توګه واضح کړو.

۷- د تمرکز ستراتیژي:

په دې ډول ستراتیژۍ کې سازمان د ځانگړي محصول تولید یا د تولید په لمریو کړنو تمرکز کوي. که چیرې یو سازمان اراده ولري چې د لاندې یا پورته جریان تولید یا توزیع واحدونه له ځان سره مدغم کړي، نو په سازمان کې عمودی یا افقی ادغام تگلاره ترسره کیږي.

۸- د رسنیو ستراتیژۍ څه ته وايي؟

تعریف: په رسنیز سازمان کې د کره پیغام، د مخاطبینو جذب، د سمو تولیدي خپرونو چمتو کول، د کاري ځواک کنټرول او په رسنیو کې د موجوده منابعو څخه د سمې گټې اخستې په موخه اوږدمهاله رسنیز ستراتیژیک پلان ته د رسنیو ستراتیژي وايي.

د رسنیو ستراتیژي د ستراتیژیو یو له مهمو ډولونو څخه شمیرل کیږي، چې د رسنیو د اوږد مهاله موخو د ترلاسه کولو لپاره، د مخاطبینو د جذب په خاطر د غوره خپرونو رامنځته کولو لپاره او په رسنیو کې د شته منابعو او کاري ځواک څخه په سمه توګه گټه اخستلو لپاره په کار اچول کیږي.

همدارنګه ډیر کله د رسنیو ستراتیژي په رسنیو کې دغوره بازار موندنې په خاطر هم په کار وړل کیږي، چې د رسنیو ستراتیژۍ په مکرر ډول د اعلاناتو کمپاینونو کې کارول کیږي ترڅو د شرکت محصولاتو یا خدماتو کې د برانډ پوهاوی او علاقه زیاته کړي. په هرصورت د رسنیو ستراتیژۍ یوازې د محصولاتو یا خدماتو د ودې لپاره نه رامنځته کیږي، بلکې د رسنیو د بیلابیلو مخاطبینو پروړاندې د سمو او کره اطلاعاتو او پیغام ترلاسه کولو لپاره یو رسنیز ستراتیژیک پلان رامنځته کوي، ترڅو رسنۍ په لنډمهاله او اوږد مهاله وخت کې د ډیر هدف لرونکي مخاطبین راجلب کړي.

د رښو ستراتيژيو ډولونه

۱- د رښو د تمرکز ستراتيژي

د رښو د تمرکز ستراتيژي يوه داسې طريقه ده چې يوازې په څو انتخابي رښو تمرکز کوي ترڅو يو مشخص هدف لرونکي ليدونکو ته ورسېږي. پداسې حال کې چې ځينې نورې رښې بيا د ملتې مډيا ستراتيژيانې کارول ټاکي، د رښو د تمرکز طريقه د رښو ډولونه محدودوي چې د ځانگړو هدف ليدونکو د غوښتنې پر بنسټ کارول کېږي. د مثال په توگه، يو شرکت کولی شي يوازې په يو ځانگړي

ټولنيز مډيا پليټ فارم کې اعلان يا بازار موندنه غوره کړي د دې پرځای چې خپلې سرچينې په ډيرې ټولنيزو رښو پليټ فارمونو کې بازار ته وړاندې کړي.

دا ډول ستراتيژي د شرکتونو لپاره غوره ده چې يوازې د پراخه پيږودونکي د غوښتنو پرځای، ځانگړي ليدونکي راجلب کول غواړي. د مثال په توگه، يو شرکت چې د حوض ميزونه جوړوي احتمال نه غواړي پراخ ليدونکو ته بازار ومومي ځکه چې ډيری خلک د حوض ميز اخيستلو لپاره په بازار کې ندي. نو، شرکت ډير احتمال لري چې د رښو د تمرکز ستراتيژي وکاروي ترڅو د پيږودونکو غوره ډلې ته ورسېږي چې شرکت پوهيږي د دې ډول محصول پيږودلو کې ليوالتيا لري.

۲- د رښو د خپريدو ستراتيژي:

د رښو د خپريدو ستراتيژي يوه داسې تگلاره ده چې پراخو ليدونکو ته د رسيدو لپاره د رښو ډول ډول، ډولونه کاروي. دا طريقه په مکرر ډول کارول کېږي، يو شرکت چې د رښو د خپريدو طريقه کاروي کيدای شي اعلانونه په مختلفو رښو کټگوريو لکه راډيو، ټولنيزو رښو، ټلويزيون او د لټون انجنونو کې ځای په ځای کړي. د دې ستراتيژۍ کارول سوداگرۍ ته اجازه ورکوي چې ډله ايز ليدونکو ته ورسېږي چې ممکن د دې توکو يا خدماتو سره علاقه ولري.

۳- د ترلاسه شوي رښو ستراتيژي:

د ترلاسه شوي رښو ستراتيژي مفهوم د بازار موندنې او اعلاناتو طريقې ته اشاره کوي چې موخه يې په منظم ډول رښو لپاره د تبليغات ترلاسه کول دي. دا د رښو ستراتيژيو يو له غوره ډولونو څخه شميرل کېږي ځکه چې دا هيڅ

تادیه یا کمیسیون ته اړتیا نه لري او د دریمې ډلې لخوا رامنځته کیږي. ترلاسه شوي میډیا ستراتیژۍ کار کوي ځکه چې دوی د نورو یا دریمې ډلې اعتبار لخوا د دې برانډ یا شرکت د ودې له لارې په یوه برانډ یا شرکت باور زیاتوي. د مثال په توګه، یو پیروډونکی ډیر احتمال لري چې یو محصول واخلي چې د دوی د خوښې ټولنیزو رسنیو نفوذ لرونکي گوري د هغه محصول په پرتله چې دوی یې د پیسو ورکولو اعلان گوري.

د ترلاسه شویو رسنیو مثالونه عبارت دي له:

بلاگ پوستونه

د ټولنیزو رسنیو شریکول

د پیروډونکي تعریفونه او بیاکتني

د ټولنیزو رسنیو یادونه

ورځپاڼې او مجلې مقالې

په ټولنیزو رسنیو کې بیا پوستونه

۴- د تادیه شوي رسنیو ستراتیژي:

د تادیه شوي میډیا ستراتیژي د رسنیو هغه تګلارې ته اشاره کوي په کوم کې چې شرکت د تادیه شوي اعلاناتو له لارې خپل منځپانګې ، خدماتو او توکو ته هڅوي. دا تادیه شوي اعلانونه په مختلف پلټ فارمونو کې کیدی شي ، په شمول د ټولنیزو رسنیو ، تلویزیون او راډیو. د مثال په توګه، د تادیې-فی-کلک اعلانونه یو ډول تادیه شوي رسنۍ دي چې هرکله چې یو کاروونکي په خپل اعلان باندې کلیک کوي شرکت لږ فیس اخلي.

د تادیه شوي رسنیو نورې بیلګې په لاندې ډول دي:

تادیه شوي اعلان ځایونه

برانډ شوي مواد

اعلانونه ښکاره کول

د نفوذ کونکو همکاري

تادیه شوې رسنۍ اکثراً د نورو ډولونو میډیا ستراتیژیو سره په ګډه کار کوي لکه د عاید میډیا. دا د احتمالي پیروونکو راجلبولو لپاره یوه ښه لار ده مګر عموماً د میډیا یوازینۍ تګلارې په توګه نه کارول کېږي. ډیر تادیه شوي رسنۍ کولی شي په ښه کونکو مصرف کونکو باندې د مثبت تاثیر څخه ډیر منفي اغیزه ولري ځکه چې دا د زور یا جبري په توګه راځي.

۵- د رسنیو ستراتیژي ملکیت:

د رسنیو ستراتیژي ملکیت هغه تګلارې ته اشاره کوي چې په هغه کې یو رسنیز بنسټ د خپل ملکیت اړوند د خپلو رسنیو خپرونو، نشراتو، خپلو اوږد مهاله موخو او اهدافو د تبلیغاتي خدماتو او اعلاناتو یا بازار موندنې لپاره درسنیو ستراتیژي کاروي.

په اوس وخت کې د رسنیو ستراتیژي د رسنیو د تداوم او بقا لپاره ډیره اړینه ده، په نړۍ کې چې څومره کامیابه رسنۍ دي یوازینی دلیل یې د رسنیو ستراتیژي ده.

د رسنیو لپاره ستراتیژي هغه وخت اړینه وګڼل شوه، کله چې په نړۍ کې د رسنیو ترمنځ رقابت او سیالي خپل اوج ته ورسیده، په دغه وخت کې هرې رسنۍ دا هڅه پیل کړه چې د بیلابیلو تکتیکونو څخه په ګټه اخیستنې داسې یوه ستراتیژي رامنځته کړي چې په وسیله یې وکولای شي خپل مخاطبین او خپله رسنۍ د تل په څیر مستحکم او دوامداره وساتي.

هره رسنۍ د خپلو اوږد مهاله موخو ته د رسیدو لپاره بېلابیلې ستراتیژیو څخه ګټه اخلي تر څو په کم وخت او کمو امکاناتو سره خپلو اوږدمهاله موخو ته ځان ورسوي.

(<https://www.indeed.com/career-advice/career-development/media-strategies>)

د رسنيو ستراتيژي ارزښت

په اوس وخت کې په نړۍ کې د کاميابو رسنيو يوازنی لامل او دليل د هغو ستراتيژي ده، چې د کلونه کلونه يې د خپلو مخاطبانو توجه ساتلي او تل يې خپلې خپروني ورباندې اوريدلي، ليدلي او لوستلي دي.

نو همدا د رسنيو د ستراتيژي برکت دی، چې يو سازمان په کمو وختونو کې د نړۍ لوړو څوکو ته رسوي. د رسنيو ستراتيژي يو له ډيرو مهمو ارزښتونو څخه داده، چې په رسنيو کې د پاليسي د تطبيق لپاره په کم وخت، په کمو امکاناتو سره په ډيره چټکۍ سره خپل هدف ترلاسه کيږي، په رسنيز سازمان کې د مخاطبينو لپاره د جذب لپاره د رسنيو لوړ رتبه مامورين داسې ستراتيژي رامنځته کوي، چې په وسيله يې و کولای شي خپل مخاطب د تل لپاره له ځان سره ولري او د خپرونو د ليدو سره سره ورباندې د رسنۍ خپل هدف داسې تطبيق کوي، چې مخاطب د هيڅ ډول عکس العمل نبودلو احساس نه کوي. ستراتيژي ده، چې د رسنيو له لاري د نويو محصولاتو لپاره تر ټولو غوره بازارموندنه کوي، په همدې اساس په نړۍ او په پرمختللو هيوادونو کې د Marketing Strategie په نوم مضمون څخه په رسنيز مسلک کې د محصولاتو د بازار موندنې لپاره گټه پورته کيږي.

که د رسنيو د ملکيت له اړخه د رسنيو ډولونو ته وگورو نو خصوصي، دولتي او ملي رسنۍ دي، چې فعاليت کوي، اما دا رسنۍ د خپلو پاليسيو مطابق ستراتيژي مخته وړي، نو دا چې د رسنيو پاليسي په خپلو کې سره توپير کوي، دا شان ستراتيژي هم خپله بڼه بدلوي. دولتي رسنۍ د حکومت د باور د ساتلو لپاره هڅه کوي ترڅو د خلکو اعتماد او باور لاسته راوړي داسې څه خپروي ترڅو د دولت پر وړاندې د خلکو افکار مثبت کړي او همدارنگه خصوصي رسنۍ د بيلابيلو لارو څخه په گټې اخستنې سره داسې څه خپروي ترڅو د نورو رسنيو په پرتله خپل مخاطبان زيات او يو څه زيات امتياز ترلاسه کړي. نو ددې موخو د ترلاسه کولو لپاره رسنۍ تل د رسنيو د ستراتيژي په مرسته په ډيرې اسانۍ سره خپله موخه ترلاسه کوي.

په رسنيو کې د رسنيو د ستراتيژي څخه د رسنيو په اداره کې د کنټرول، هماهنگي، اوږد مهاله پلانونو ترسره کولو لپاره او د خپلو نشراتو د لا ښه کولو لپاره گټه پورته کوي.

ددې ته ورته نور موارد دي، چې د رسنيو د ستراتيژيو څخه په رسنيو ورڅخه گټه پورته کوي لکه سياسي موخي، فرهنگي او کلتوري موخي، ټولنيزي موخي او داسې نور....

د استراتژی او پالیسي (سياست جوړونې) ترمنځ توپير

ستراتیژي او پالیسي د سازمان او مدیریت ډیر مهم مفاهیم دي چې تازه د سازمان او مدیریت انگر ته داخل شوي دي. په اوسني وخت کې سازمانونه ، شرکتونه او دولتونه د سیاست جوړونې او واقعي ستراتیژیو په جوړولو مکلف دي. په اوسني شرایطو کې چې مایکروسافت ، سامسونگ ، اپل د سافتویر او هارډویر او تیوتا د موټر جوړونې ، بوینگ او ایربس په الوتکه جوړونې کې د خپلو رقیبانو او نورو څخه مخکې دي یواځنی لامل یې ددوي د پالیسي او ستراتیژي جوړونې په نوعیت او شکل پورې اړه لري.

که چیرې د هیوادونو په سطحه وگورئ هیوادونه اوس په لومړۍ نړۍ او دریمې نړۍ وېشل شوي دي، همدارنګه په پرمختللي او پرمختیایي هیوادونو ویشل شوي دي، چې ددې تقسیماتو یواځنی لامل د دې هیوادونو پالیسي او ستراتیژۍ دي. که چیرې اوس روسیې ، امریکا ، چین ، المان ... هیوادونو ته وگورئ د نړۍ په سطحه لومړۍ خبرې کوي او که چیرې افغانستان ، سوریه ، سومالیې هیوادونو ته وگورئ په فقر او بدبختي کې قرار لري دا تفاوتونه او خلاوې د دوی د پالیسيو او ستراتیژیو نه پرته بل هېڅ شی منځ ته ندی راوړي. اوس نو چې دا پالیسي او ستراتیژي دومره مهمې دي چې د شرکتونو او دولتونو بریالیتوب او پرمختګ پکې نغښتی دي رځی ویې پیژنو:

لکه څنګه چې مو مخکې د ستراتیژي په اړه په مفصل ډول مالومات وړاندې کړل، دلته یوازي ددې لپاره چې د ستراتیژي او پالیسي ترمنځ توپير روښانه او اسانه شي نو د ستراتیژي په پیژندلو بیا یوه لنډه رڼا اچوو.

د ستراتیژي ځانګړنې

۱- هر اړخیزه : ستراتیژي د یو سازمان ټول ابعاد په نظر کې نیسي.

انعطاف لرونکي : ستراتیژي تغیر کونکي ده ځکه محیطي شرایطو ته په کتو سره تغیر کوي. ۲-

۳- اوږدمهاله : ستراتیژي د اوږد مهال لپاره وي او اوږدمهاله اهداف تعقیبوي.

۴- مزیت منځ ته راوړل : چې همدا رقابتي مزیت د یو سازمان د پرمختګ لامل ګرځي.

د ستراتیژی فعالیتونه

د ستراتیژی فعالیتونه دادې چې ددې څخه په استفادې یو سازمان کولی شي د اجناسو او خدماتو ارایه اعظمي حد ته ورسوي. یعنی دا رانېسي چې تولید څنگه او کوم اجناسو او خدمات د پېرودونکو رضایت جلب کولې شي.

۲- پالیسي (سیاست جوړونه)

سیاست جوړونه چې د هغې انگلیسي کلمه (پالیسي) ده، د مدیریت په برخه کې یوه غوره اصطلاح ده په ځانګړي توګه د دولتي مدیریت په برخه کې، دغه اصطلاح د لومړي ځل لپاره په شمالي امریکا کې پکار وړل شوي ده.

په لومړي ځل ددې اصطلاح استعمال د لاسوون په اټرونو کې لیدلی شو په (۱۹۴۰م - ۱۹۵۰م) کلونو کې چې هغه د (نباریانو ته د ښه ژوند سطحه برابرول) په معنی کارولي وه.

پالیسي په پښتو ژبه کې د سیاست جوړونې په معنی راځي مګر د اصطلاح له اړخه داسې ډیر تعریفونه شتون لري چې په لاندې ډول یې څو تعریفونو ته اشاره کوو.

۱- پالیسي د یو سلسله هدف لرونکو ګروونو څخه دی، چې د یوه او یا هم ډله د خلکو چې د پالیسي عمومي واک یې په لاس کې وي د عمومي ستونزو سره د مبارزې لپاره منځ ته راځي. (انډرسون، ۱۹۷۵ : ۵)

۲- پالیسي عبارت له هغه وسیلې څخه دی، چې په ټولنه کې د فعالیتونو لومړیتوبونه ټاکي

د سیاست جوړونې (پالیسي) ډولونه

د سیاست جوړونې (پالیسي) تقسیم بندي د مختلفو اړخونو څخه شوی مګر معمول ډول سره دلته سیاست جوړونه په درېو برخو تقسیم شوي ده.

۱- واقعي بینانه پالیسي جوړونه : دغه ډول سیاست جوړونه د خاصو مشکلاتو د حل لپاره ترتیب کیږي چې او دومره شتون نلري.

۲- موخه لرونکي سیاست جوړونه : دا هغه ډول پالیسي جوړونه ده چې د ستونزې په نه موجودیت کې د یوهدف د لاسته راوړلو لپاره ترتیب کیږي.

۳- ذهني سياست جوړونه : دا هغه ډول پاليسي يا هم سياست جوړونه ده چې په شاهي نظامونو کې ۳- شتون درلود ، او د يوه ارمني او خيالي هدف لپاره طرحه کيده چې نه به يې هدف په روښانه توگه ښکاره وه او نه هم منافع.

د سياست جوړونې ځانگړتياوې

سياست جوړونه کيدای شي د مختلفو ليدونکو له نظره مختلفي ځانگړتيا ولري مگر دلته په مختصر ډول يې څو مواردو ته اشاره کوو.

۱- د پاليسي پيدارۍ : دا په دې معنی ده چې يوه عامه پاليسي د اوږدمهال لپاره طرحه کيږي، ترڅو په اوږد مهال کې د تطبيق وړ وي او د خلکو غوښتنو ته ځواب ووايي.

۲- آينده ليدونکي : يوه پاليسي راتلونکي ډير ښه پلټې او برسي کوي يې او يو پاليسي جوړونکی بايد د راتلونکي د وړاندوينې کولو ښه وړتيا ولري، ترڅو واقعيتونه د وخت او ځای سره سم ښه وړاندوينه کړي.

۳- د هدف لرل : پاليسي د يوه خاص هدف د لاسته راوړلو لپاره وي او د يو برنامه پر اساس ولاړه وي او تصادفي او اتفاقي نه وي.

۴- عموميت : پاليسي د يوې ټولنې د ټولو وگړو لپاره وي او د يوه خاصي ډلې لپاره نه ترتيب کيږي

د سياست جوړونې (پاليسۍ) او ستراتيژۍ تر منځ توپير

دا دواړه اصلاحات تقريباً سره يوشان دي خو بعضې تفاوتونه او توپيرونه شته چې دوی سره بيلوي، چې عبارت دې له:

۱- پاليسي تر ډېره حده پورې دولتونو پورې اړه لري ترڅو عامه گټې پرې تامين کړي، او همداشان ستراتيژي دې حکومت او خصوصي سکتور په برخه کې د استفادې وړ دی.

۲- پاليسي د باصلاحيته مقاماتو له خوا تعين کيږي مگر ستراتيژي کيدای شي د مدیریت په هره برخه کې ترسره شي.

۳- پالیسي تر ډیره حده د پریکړې کولو جنبه لري تر فعالیتي او عملي جنبې همدا پالیسي گانې د ستراتیژي په وسیله تطبیقي جنبه خپلوي او ویلی شو چی ستراتیژي د یوې پالیسی د تطبیق کی پکار وړل کیږی.

ستراتيژيکي اړيکي

د ستراتيژيکو اړيکو په تړاو تر اوسه داسې يو څرگند او روښانه تعريف نشته چې مونږ يې دلته مفهوم اسانه روښانه کړو.

د ستراتيژيکو اړيکو په برخه کې په انگليسي او فارسي ژبو کې بې شميره کتابونه ليکل شوي دي، اما د ستراتيژيکو اړيکو د تعريف او مفهوم په اړه يې داسې څه نه دي وړاندې کړي، چې گواکي ستراتيژيکي اړيکي دې په مشخص ډول څرگند او تعريف شوي وي. ممکن د ستراتيژيکو اړيکو په اړه مو ډير څه اوريدلې وي، اما په دې به نه وو پوه چې ستراتيژيکي اړيکي څه ته وايي؟

که چيرته ستراتيژي بيل او اړيکي بيل تعريف او بيان کړو، نو امکان نه لري چې د ستراتيژيکو اړيکو مفهوم دې تر ډيره روښانه شي، خو کيدای شي چې د ستراتيژيکو اړيکو د مفهوم د روښانتيا له پاره لار هواره کړي. د ستراتيژيکو اړيکو مفهوم ډير وسيع او پراخ دی، چې مونږ نشو کولای په کم وخت او په کوچنۍ ليکنې کې هغه ځای کړو، ځکه په نړۍ کې اوس مهال د ستراتيژيکو اړيکو تر عنوان لاندې د پوهنځيو او پوهنتونو په کچه په يادې برخه کې تدريس کيږي او هر کال په ستراتيژيکو اړيکو کې په زرگونه محصلين فارغوي. ما هڅه وکړه چې په کم وخت او کوچنۍ ليکنه کې د ستراتيژيکو اړيکو په برخه کې د ضرورت وړ مالومات له نورو ژبو څخه راټول کړم او دا دی اوس يې ستاسو مخې ته په ليکلي بڼه ږدم.

هغه تعريفونه چې د ستراتيژيکو اړيکو په برخه کې شتون درلودل په لاندې ډول تر بحث لاندې نيول کيږي.

ستراتيژيکي اړيکي: د ستراتيژيکو اړيکو په اړه وکپيډيا داسې تعريف وړاندې کوي، ستراتيژيکي اړيکي ديو سازمان يا اداري دننه د دوامداره معاملواتو فعاليت لپاره د پاليسي جوړونې لارښود ته ستراتيژيکي اړيکي وايي.

د ستراتيژيکو اړيکو په اړه د ستراتيژيکو اړيکو کارپوه شينا انگلين وايي: ستراتيژيکي اړيکي په دې مانا دي چې د سمو چينلونو له لارې د غوره پيغام رسولو لپاره او د خپلو اوږدمهاله اهدافو د ترلاسه کولو لپاره د بيلابيلو تکتیکونو څخه گټه اخستنې ته ستراتيژيکي اړيکي وايي، انگلين وايي د ستراتيژيکو اړيکو او ارتباط ترمنځ توپير په همدې ځای کې دی، چې ارتباط يوازې د پيغام رسولو چاره ترسره کوي مگر ستراتيژيکي اړيکي د مؤثرو لارو او بيلابيلو تکتیکونو په وسيله د سمو چينلونو لارې د پيغام او اوږدمهاله موخو ته رسونې چارې ترسره کولو ته بيا ستراتيژيکي اړيکي وايي.

شینا انگلین د ستراتیژیکو اړیکو د مفهوم د روښانه کولو ترڅنگ د ستراتیژیکو اړیکو او ارتباط ترمنځ توپیر هم روښانه کړی دی.

د نیو هیمیشایر، د پلیموټ ایالت پوهنتون کې د سوداګرۍ او اړیکو برخو پروفیسور وارین میسن بیا ستراتیژیکو اړیکو ته د اقتصادي اړخه داسې تعریف کوي: ستراتیژیکې اړیکې د هغه موضوعاتو اړخونه څیړي چې ممکن د ادارې بقا له خطر سره مخامخ کړي او دا خطرونه په بازار موندنې اړوند هیڅ تړاو ونه لري.

میسن وایي چې ستراتیژیکې اړیکې د یو سازمان یا یو اداري په وړاندې د راتلونکو احتمالي خطرونو په نښه کول، اټکلول او د یادو خطرونو اټکلول دي. میسن بیا په سیاسي لحاظ ستراتیژیکې اړیکې داسې تعریفوي: ستراتیژیکې اړیکې هغه تګلاره ده چې د یوهیواد، سازمان یا اداري ټولې ډیپلوماتیکي چارې، اطلاعات او معاملات، د ډیپلوماسۍ اړوند چارې او ټولې اوږد مهاله موخي تنظیم او کنټرولوي.

ستراتیژیکې اړیکې هغه اصطلاح ده، چې د اړیکو اړوند مختلفو مسلکونو کې په کار وړل کېږي، لکه سازماني اړیکې، نړیوالو او ډیپلوماتیکو اړیکې، داخلي او بهرنیو اړیکو او عامه اړیکو د تنظیم لپاره په کار وړل کېږي.

ستراتیژیکې اړیکې د یوې مفکورې، پروسې، مالوماتو او ډیټا په مانا ده، چې د یو اداري یا سازمان اوږدمهاله موخې، د پرمختللي پلان جوړولو اسانتیا، د نړیوالو اړیکو همغږي کول او د عملیاتي پلوه د پام وړ سوداګریز، غیر سوداګریز، د نظامي یا جنګي او لوژیستیکي فرعي واحدونو فعالیتونو کنټرول او تنظیم ته ستراتیژیکې اړیکې وایي.

ستراتیژیکې اړیکې هغه کړنلاره ده، چې دخلکو، دولتونه او حکومتونه ترمنځ اړیکې کنټرول او همغږي کوي.

د حکومتونو او خلکو ترمنځ اړیکه او همغږي ډیره زیاته مهمه ده، ځکه چې د نړۍ اکثره هیوادونو کې دولتونه او حکومتونه د خلکو په خوښه او سلا مشورې سره رامنځته کېږي، نو هغه واکمنان او د ګوندونو مشران چې په خلکو حکومت کوي د خپل واک او حکومت ساتلو لپاره نه غواړي چې خلک یې پر وړاندې بد ګمانه شي او یا یې د ملتونو سره اړیکې خرابې شي، نو په همدې اساس د ستراتیژیکو اړیکو په وسیله حکومتونه خپلې اړیکې د خلکو سره کنټرول او همغږي کوي. د متحده ایالاتو د حکومتونو د شرایطو سره سم ستراتیژیکې اړیکې داسې تعریف شوي دي:

د متحده ایالاتو د حکومت هغه متمرکزې هڅې چې د کلیدي لیدونکو(خلکو) د پوهیدو او ښکیلتیا لپاره د متحده ایالاتو د حکومت د ګټو، پالیسیو او اهدافو د پرمختګ لپاره د مناسبو شرایطو رامنځته کولو، پیاوړتیا یا ساتلو لپاره د

کارولو له لارې همغږي شوي پروگرامونه، پلانونه، موضوعات، پیغامونه او د ملي ځواک د ټولو وسایلو له کړنو سره همغږي وي، د متحده ایالاتو د حکومت د شرایطو سره سم ستراتیژیکې اړیکې بلل کیږي.

ستراتیژیکې اړیکې په عمومي توګه د سازمانې اړیکو ماهیت او د یوې اداري لخوا د خپل ماموریت د ترسره کولو لپاره د اړیکو هدفمندي کارونې ته ستراتیژیکې اړیکې وایي. ستراتیژیکې اړیکې د سوداګرۍ او بازارموندنې وسیله ده چې له سازمانونو سره مرسته کوي ترڅو دوی اړیکې تنظیم کړي او معنا لرونکي یا همغږي پیغامونه رامنځته کړي، دا ستراتیژیکې اړیکې ممکن په داخلي یا بهرنیو اړیکو تمرکز و کړي، یا د یو ځانګړي پروژې لپاره د اړیکو ستراتیژي مشخص کړي. ستراتیژیکې اړیکې عبارت له هغو اصولو څخه دي، چې د هغه په وسیله عامه اړیکې کنټرول او تنظیمیږي.

د ستراتیژیکو اړیکو لنډه تاریخچه

تر اوسه په ډیرو کتابونو کې د ستراتیژیکو اړیکو د تاریخ په تړاو هیڅ داسې بنسټیز مالومات نه دي موندل شوي چې د ستراتیژیکو اړیکو تاریخ دې له اوله تر اخره په دقیق ډول خپرلی وي، په ډیرو ماخذونو کې چې ما وکتل د سوداګریزې یا بازار موندنې علاوه نور یې نه د ستراتیژیکو اړیکو تاریخ او نه هم د ستراتیژیکو اړیکو د مفهوم د روښانه کولو کومه خبره کړې ده، خو بیا هم ما د خپلو هڅو په پایله کې د ستراتیژیکو اړیکو د تاریخ په تړاو لږ تر لږه اړین او اهم مالومات را پیدا کړل ترڅو په دې برخه کې د یادې اصطلاح د رامنځته کیدو په تړاو مو مالومات بشپړ وي. د ستراتیژیکو اړیکو اصطلاح د لومړي لپاره په ۱۹۷۲ میلادي کال د سیلینګر لخوا معرفي شوه، سیلینګر لومړی شخص وو چې یاده اصطلاح وکاروله خو په دغه وخت کې د ستراتیژیکو اړیکو اصطلاح خلکو ته دومره د ارزښت وړ خبره نه وو.

د ستراتیژیکو اړیکو لومړی سیستماتیک تحلیل په ۱۹۷۳ میلادي کال کې د ورادي لخوا رامنځته شو، د ورادي ددې سیستم په رامنځته کولو سره ستراتیژیکو اړیکو یو څه د خلکو په منځ کې اشنایي پیدا کړه، خو بیا هم ستراتیژیکو اړیکو دومره پرمختګ نه وو کړی لکه څنګه چې اوس لیدل کېږي.

د ستراتیژیکو اړیکو په برخه اصلي وده په ۱۹۸۰ میلادي کلونو کې ترسترګو شوه، په دې لسیزې کې ستراتیژیکو اړیکو د پخوا په پرتله ډیره وده وکړه او د پام وړ پرمختګ یې وکړ.

په ۱۹۹۰ میلادي کلونو کې د کاسپراو کیلرمن لخوا د ستراتیژیکو اړیکو په تړاو را ټولې شوي مقالې او د ډورني او سکات لخوا د یادو مقالو تحلیل د دې ارزونه کوي چې د تیرو کلونو په پرتله په ۱۹۹۰ م لسیزې کې د ستراتیژیکو اړیکو په تړاو ډیرې څیړنې شوي دي. د ځینو څیړونکو په باور ستراتیژیکې اړیکې په ۱۹۸۰ میلادي لسیزې کې خپل اوج ته ورسیده، ځکه دا هغه وخت وو چې د ټکنالوژي ارتباطي وسائو سره سره انټرنټ هم رامنځته شو او د ستراتیژیکې اړیکې په اصطلاح کې رغنده رول ولوبوه، له دې سره سره په ۲۰۰۰ میلادي کلونو کې د ستراتیژیکو اړیکو له اصطلاح څخه په زیاته پیمانه ګټه اخستل شوي وه. په اوس وخت کې ستراتیژیکې اړیکې څخه د نړۍ مختلف سازمانونه، ادارې او حکومتونه د بیلابیلو موخو د پلي کولو لپاره ګټه اخلي.

د ستراتيژيکو اړیکو ډولونه

په تیرو درسونو کې مو د اړیکو د ډولو په اړه بحث وکړ او د اړیکو ډولونه مو په مفصل ډول بیان کړل.

په ستراتيژيکو اړیکو کې هم د اړیکو عام ډولونه په کار وړل کېږي، لکه - شفاهي ۲- غیر شفاهي ۳ کتبي یا لیکنیز. یا په بنسټیز ډول د اړیکې شپږو ډولونه دي

۱- داخلي خپل منځي اړیکې یا ځاني اړیکې. ۲ - خپل منځي اړیکې ۳- د ډلې یا گروپ اړیکې. ۴- اضافي خپل منځي اړیکې. ۵- ټوليزي اړیکې. ۶- رسنيزي اړیکې.

ددغو ډولونو علاوه ستراتيژيکې اړیکې په لاندې اساسي برخو ویشل شوي دي.

۱- رسمي اړیکې ۲- غیر رسمي اړیکې ۳- مخ په ځوړ اړیکې ۴- سعودي اړیکې ۵- افقي اړیکې ۶- مایل (کږې) اړیکې ۷- کلامي اړیکې ۸- غیر کلامي اړیکې.

رسمي اړیکې

رسمي اړیکې د اړیکو له ډولونو څخه شمیرل کېږي چې په مسلکي او اداري شرایطو کې په کار وړل کېږي. رسمي اړیکې یو ټاکل شوی میتود دی چې په کې آزادي او عادي خبرو اترو ته ځای نه ورکول کېږي، تل په کې کلتور او فرهنگ او ټولنیزو اصولو ته پابندي کېږي. په همدې ډول مونږ کولای شو رسمي اړیکو ته د معلوماتو جریان هم ووايو، چې د سازمان په درجه بندي کې د مختلفو کچو تر منځ واقع او رامنځته کېږي.

رسمي اړیکو جریان کیدای شي، په شفاهي یا لیکنې بڼه صورت ونيسي. په کلي ډول هغه تعاملات چې په خلاصه ډول حل کېږي په شفاهي ډول صورت مومي او هغه تعاملات چې په کې اطلاعات په پراخ ډول یا په پیچيلي ډول واقع کېږي معمولاً په لیکنې ډول او وړاندې کول یې مخاطبانو ته په شفاهي ډول ترسره کېږي. رسمي اړیکې بیا په څلور ډوله دي: ۱- سعودي رسمي اړیکې ۲- نښکته خواته رسمي اړیکې ۳- افقي رسمي اړیکې ۴- مورب یا کږی رسمي اړیکې

غیر رسمي اړیکې

غیر رسمي اړیکې هغو اړیکو ته ویل کیږي، چې د ددو یا څو کسانو یا ډلو ترمنځ په عادي او غیر رسمي ځایونو کې صورت مومي. دا ډول اړیکې د یو سازمان، اداري یا غړو تر منځ په یو صمیمانه فضا کې را منځته کیږي.

نزولي یا مخ په ځوړ اړیکې

دا هغه اړیکې دي چې د لوړ سازمان یا اداري څخه د ټیټ سازمان یا اداري په لور د اطلاعاتي اړیکو په موخه را منځته کیږي.

صعودي اړیکې

دا هغه اړیکې دي چې په یو سازمان یا اداره کې د ټیټ پورې کارونکي له خوا له لوړ رتبه مامور سره د اطلاعاتي اړیکو په موخه رامنځته کیږي، توپیر نه کوي کیدای شي د ټیټ سازمان او لوړ سازمان ترمنځ دا ډول اړیکې صورت اومومي.

افقي اړیکې

دا د اړیکو د هغو ډولونو څخه دی، چې د هم سویه سازمانو یا افرادو ترمنځ د اطلاعاتو حاصلولو په موخه تر سره کیږي.

مایل یا کږې اړیکې

دا هغه اړیکې دي چې د غیر هم سطحو سازمانو ترمنځ د اطلاعاتو د ارایه په موخه رامنځته کیږي، ښایي داسې موارد اوسې چې اړتیا یې رئیس ته د اطلاعاتو د ارایه په برخه کې نه وي اما رئیس لاس لاندې کسانو ته معلوماتو ورکوي چې دا یوه ښه بیلگه د مایل یا کږې اړیکې دی، چې په فارسي ژبه کې د مورب ارتباط په نوم یادېږي.

کلامي اړیکې

دا هغه اړیکې دي، چې د لویو سازمانونو یا ادارو ترمنځ په مخامخ ډول په حضوري ډول یا د رسنيزي وسیلې په واسطه په شفاهي ډول سره د معلومات یا اطلاعاتو شریکولو په موخه صورت نیسي.

غير کلامي اړيکې

دا هغه اړيکې دي، چې د لويو سازمانونو يا ادارو ترمنځ د يوې موضوع په تړاو د اطلاعاتو د تبادلې په موخه په ليکنې بڼه معلومات شريکوي.

د ستراتيژيکو اړيکو او رسنۍ ترمنځ تړاو ته لنډه کتنه

لومړۍ بحث د رسنيو ستراتيژيک مدیریت دی په تړاو اغلی لوسي کونگ په انگلیسي ژبه یو بشپړ اثر لیکلی چې د رسنيو ستراتيژيک مدیریت ټول اړخونه یې په کې څیړلې دي.

د رسنيو ستراتيژيک مدیریت عبارت له یو لړ اقداماتو او تصمیمونو څخه دي، چې د رسنيو د لوړ رتبه مدیر له خوا پلې کېږي، تر څو وکولای شي خپل سازمان یا اداره د یو لړ پارامترونو په وسیله راتلونکې وارزې او د راتلونکو وړاندیونو په اساس یې د خپلو هم نوعو په قطار کې خپل ځان بارز او مطرح کړي. د رسنيو ستراتيژيک مدیریت دننه په سازمان کې ټول راتلونکې احتمالي پلانونه په نظر کې نیسي او د ستراتيژيک مدیریت په اساس یې ارزوي تر څو وکولای شي په کم لگښت، کم وخت او مناسبو فزیکي منابعو په وسیله خپلو اوږدمهاله موخو ته ورسېږي.

د ستراتيژيکو اړيکو او رسنيو تر منځ تړاو ته لنډه کتنه: که څه هم اوسنۍ نړۍ د نړیوال کلي بڼه غوره کړې نو په همدې اساس ویلی شو چې د ټکنالوژي په اساس ستراتيژيکو اړيکو د ژوند ډیرو مهمو برخو ته لار پیدا کړې ده، په اوس وخت کې د ستراتيژيکو اړيکو څخه په بازارموندنه، سیاست، ډیپلماتیکي اړیکې، فرهنګي او ټولنیزو اړيکو او په رسنيو کې کار اخستل کېږي. د ستراتيژيکو اړيکو او رسنيو ترمنځ د تړاو، په اړه کولای شو ووايو چې ځینې وخت رسنۍ د ستراتيژيکو اړيکو د یوې اهمې او مهمې وسیلې په توګه په کار وړل کېږي، ځکه رسنۍ په نړۍ کې د اړيکو یوه غوره او اغیزمنه وسیلې په توګه پیژندل شوي ده. اما ځینې وخت رسنۍ د ستراتيژيکو اړيکو څخه د یوې اغیزمنې وسیلې په توګه ګټه اخلي.

دا په دې معنا چې د ستراتيژيکو اړيکو څخه په رسنيو کې د اغیزمنو اعلاناتو، د مخاطبینو د دوامداره جذب، د عامه اړيکو کنټرول او د رسنيو خپلو اهدافو ته د رسیدو په موخه له ستراتيژيکو اړيکو څخه ګټه پورته کوي. له پورتنې مواردو څخه د ستراتيژيکو اړيکو او رسنۍ ترمنځ تړاو له ورايه ښکاره او واضح مالومېږي. نو په همدې اساس رسنۍ او ستراتيژيکې اړیکې یو له بل سره د ډیر نږدې تړاو په ډول سره عمل کوي.

د ستراتيژيکو اړیکو لارښود

په ننني عصر کې، دا نور بسنه نه کوي چې تاسو د شيانو په ترسره کولو پوهیږئ، مگر مؤثره اړیکه هغه وخت احساس کیږي کله چې د اړیکو مسؤل شخص پوه شي چې لومړی باید څه وکړي. دوهم، هغه باید څنگه خپل فعالیت او د اړیکو اغیزمنتیا ارزونه وکړي. نن ورځ، د عامه اړیکو مسلک د څیړنې، پریکړې کولو، او د ستونزو حل کولو وړتیا ته اړتیا لري، او دا هغه ستراتيژیک ارتباط دی چې مشهور شوی. په بل عبارت، د عامه اړیکو متخصصین د عامه اړیکو، اړیکو او بازار موندنې په برخه کې ماهرین دي. ستراتيژیک ځانګړتیا پدې معنی ده چې د کلیدي فعالیت پایلو باندې بنسټیز نفوذ لري. د مثال په توګه، که ووايو چې د نن ورځې خبرې اترې یو ستراتيژیک مذاکرات دي، دا پدې مانا ده چې که دا خبرې اترې په ښه توګه پرمخ ولاړې شي او بريالۍ شي، دا به د کلیدي فعالیت پایلو باندې د پام وړ اغیزه ولري.

د تحلیل په هره کچه کې د کلیدي فعالیت پایلې د دې کچې لپاره ځانګړي دي. کله چې د سوداګریزو تصدیقو او اقتصادي سازمانونو په کچه خبرې کوئ، د فعالیت کلیدي پایلو کې پایښت، ګټه، او د ماموریت لاسته راوړنې شاملې دي. د دولتونو او ملتونو په کچه د مهمو کړنو پایلې د اتباعو پر بنسټ ټاکل کیږي. د اقتصادي هوساینې، ټولنیز عدالت، انساني کرامت او عامه امنیت په ګډون څلور برخې په دې کچه د فعالیت کلیدي پایلې ټاکي. د نن ورځې چاپیریال، او تر ټولو مهم د سبا چاپیریال، اړتیا لري چې د اړیکو په برخه کې د مدیریت مهارتونه پراخ شي. د سازمان د ستراتيژیکو اړیکو مدیریت دنده ترسره کول د څلورو مهارتونو ترلاسه کولو ته اړتیا لري:

۱- د څیړنې او پلان کولو ښه پوهه پوهیدل.

۲- څنگه ستراتيژیک انتخابونه وکړي.

۳- د تاکتیکي انتخابونو پراخه لړۍ څخه غوره کولو وړتیا.

۴- د پروګرام د اغیزمنتیا ارزولو له لارې د پروسې بشپړول.

ستراتيژیک ارتباط په حقیقت کې یو ډول مفهوم دی، چې د پلان شوي ارتباطي پلانونو تشریح کولو لپاره کارول کیږي. په واضحو شرایطو کې، ستراتيژیکي اړیکې هغه اړیکې دي چې په قصدي توګه د سوداګریز یا غیر انتفاعي سازمان، یا ځینې وختونه د هغې لږ جوړښت شوي ګروپونو لخوا رامنځته کیږي. دا اړیکې اهداف او پروګرامونه لري په کوم کې چې مختلف انتخابونه تحلیل کیږي او نیول شوي پریکړې په کې توجیه کیږي.

ستراتيژيکې اړيکې د څيړنې او مطالعې پر بنسټ ولاړي دي او د دوامداره ارزونې تابع دي. ستراتيژيک اړيکې په يو ځانگړي چاپيريال کې عمل کوي، يو چاپيريال چې دواړه پخپله سازمان او د خلکو هغه ډلې په کې شاملې دي، چې په سازمان اغيزه کوي په بر کې نيسي. ستراتيژيکې اړيکې معلوماتي يا هڅونکي دي. د دې اړيکو گډ هدف د نظرونو، فکتورونو، محصولاتو او خدماتو لپاره پيژندل او ملاتړ رامنځته کول دي. ستراتيژيکې اړيکې يو بنسټيز مفهوم دی او عامه اړيکې د دې مفهوم اصلي څرگندونه ده.

د دې په پيل کې، عامه اړيکو يو غير منظم او عکس العمل درلود؛ خو نن ورځ عامه اړيکې يو ستراتيژيک او منظم فعاليت گرځيدلی او د عامه اړيکو ډيری فعالين ځانونه د ستراتيژيکو اړيکو مسؤل گڼي. مگر نه يوازې د عامه اړيکو فعالين د ستراتيژيکو اړيکو په رول کې ښکاري بلکې د بازار موندنې اړيکې هم د ستراتيژيکو اړيکو د بل څرگندونکي په توگه راڅرگند شوی.

عامه اړيکې او د بازارموندنې مدغم ارتباطات دوه جلا خو متقابل ساحې دي. هر يو خپل تمرکز او وسايل لري، او هر يو په يوه سازمان کې د ځانگړو اهدافو د ترلاسه کولو لپاره کارول کيږي. نن ورځ، د پخوا په پرتله، دا روښانه ده چې د عامه اړيکو او بازار موندنې اړيکو ترمنځ همغږي کولی شي د سازمان اغيزمنتوب او موثريت ته وده ورکړي. دواړه سيمې د خلکو د کليدي ډلو د اړتياوو، غوښتنو او گټو په پيژندلو او د دې ډلو سره د اړيکو جوړښت په ټاکلو کې د نه منلو وړ رول لوبوي. د کار دواړه ساحې د ساينسي څيړنې او مطالعې پراساس دي، او د دوی ليوالتيا د سازمان په ماموريت او په هغه کې تعريف شوي کړنو کې ريښه لري.

په نهايت کې، هغه ټکي چې عامه اړيکې او د بازارموندنې اړيکې د سازمان لنډمهاله او اوږدمهاله گټې په پام کې نيسي، ځينې سازمانونه په شعوري ډول د عامه اړيکو او بازارموندنې مفکورې سره يوځای کوي او يو بشپړ ليد وړاندې کوي؛ خو برعکس د دې مفاهيمو له ادغام سره خپل مخالفت اعلان کړی او په دې باور دي چې دا ترکيب به په نهايت کې د بازارموندنې مخلوط بلې برخې ته د عامه اړيکو کچه راتپيټه کړي يا حتی د اعلاناتو فرعي سبب په توگه معرفي شي. د کارپوهانو بله ډله اساساً د ادغام بحث مني په هرصورت، دوی د دې مدغم چلند د غير متوازن تطبيق په اړه خبرداری ورکوي.

هغه شرکتونه چې په اغيزمنه توگه د خپلو ارتباطي ستراتيژيو په ادغام کې بريالي شوي دي دا ادغام يې په دريو کچو کې تنظيم کړی دی:

۱- مخابرات چې په پيږودونکو او راجع کولو تمرکز کوي

۲- د لوړ پوړو مدیرانو او کارمندانو ترمنځ داخلي عمودي اړیکه د مختلفو څانگو، سوداگریزو واحدونو او جغرافیائی سرحدونو ترمنځ افقی اړیکې.

د ستراتیژیکو اړیکو ماډلونه

ډیری سرچینو د څلور مرحلې پروسې وړاندیز کړی، ځینې یې د RACE لنډیز کاروي (څپنه، عمل، اړیکه، ارزونه) چې دا ماډل د لومړۍ ځل له خوا د جان مارستین لخوا وړاندیز شوی. جیري هیندریکس د ROPE لنډیز وړاندیز کړی (څپنه، د پلان کولو اهداف، ارزونه او فورمول) RAISE څپنه، تطبیق، ستراتیژي پلي کول، ارزونه) د رابرت کنډل لخوا وړاندیز شوی، مگر په عموم کې، دا باید ومنل شي چې ډیری ځانګړي سرچینې پرته له محدودیت څخه پخپله د ځای پرځای کولو لنډیزونه د څلور مرحلې پروسې استازیتوب کوي (رونالد ډي)

د عامه اړیکو د ستراتیژیک پلان په کتاب کې، سمیت د FSTE ماډل وړاندې کوي، کوم چې د پلي کولو له پلوه خورا منطقي او ساده دی. دا پروسه د څلورو تشریحي پروسو په بڼه تنظیم شوې ده. د دې ګامونو پروسه خورا حساسه ده او ګامونه باید په ترتیب سره اجرا شي.

په لومړیو دریو مرحلو کې، پلان جوړونکی هڅه کوي چې په پیل کې موجود معلومات راټول او تحلیل کړي او په ورته وخت کې د پلان جوړونې پروسې په جریان کې د راتلونکي پریکړې کولو لپاره اړین نور معلومات راټولولو لپاره یو همغږي او هدف شوي څیړنیز پلان چمتو کوي.

۱- د وضعیت تحلیل: د پلان جوړولو په پروسه کې خورا مهم او حساس پیل ټکی د اوسني وضعیت سم تحلیل ترلاسه کول دي. (SWOT، د ګډون کونکو ډلو تحلیل او نور...)

۲- د سازمان عمومي پیژندنه (بڼه شهرت)

۳- بهرنی چاپیریال (سیالان، مخالفین او د سازمان ملاتړ کونکي) د عامه افکارو شننه: دا مرحله د ټولنې د مختلفو طبقو ترمنځ د سازمان پورې اړوند خورا مهم ګروپونه یا په بل عبارت، د څیړنې لاندې موضوع په اړه د خلکو مختلف ګروپونه څیړي او تحلیلوي چې د سازمان سره اړیکه لري.

د ستراتیژی پلان کولو پروسې دوهم پړاو چې په حقیقت کې د پلان کولو پروسې زړه دی، د ارتباطي فعالیتونو د متوقع اغیزو پورې اړوند پریکړې او اقدامات شامل دي، او همدارنگه د ارتباطي فعالیتونو نوعیت چې باید په اجندا کې شامل شي.

۴- د ستراتیژیکو او عملیاتي اهدافو رامینځته کول: دا گام د پلان شوي پلانونو پلي کولو وروسته د سازمان ، محصول یا خدماتو لپاره تمه شوي وروستي حالت باندې تمرکز کوي. دا گام د واضح، مشخصو او اندازه کولو اهدافو په ټاکلو کې مرسته کوي چې د ټولنې د مختلفو ډلو په پوهاوي، تمې او چلند باندې د ارتباطي فعالیتونو اغیزې څخه د سازمان متوقع پایلې استازیتوب کوي.

۵- د عمل او عکس العمل ستراتیژیو پراختیا: پدې مرحله کې، تاسو پریکړه کوئ چې کوم عمل په هر ځانگړي حالت کې ستاسو په اجندا کې واچوئ او د پلانونو او پلان شوي عکس العملونو ډولونه وړاندې کیږي.

۶- د مؤثره اړیکو کارول: د پیغام په اړه پریکړه کول، په شمول د هغه شخص په شمول چې پیغام عامه افکارو ته وړاندې کوي، د پیغام محتوا، د پیغام د بیان کولو طریقه، لفظي او غیر لفظي سمبولونه، او د پیغام پورې اړوند حاشیې .

د تاکتیک په مرحله کې، د ارتباط مختلف وسایل بیاکنته کیږي او د ستراتیژیک پلان ښکاره برخې رامینځته کیږي. تاکتیکونه باید په مستقیم ډول د ستراتیژۍ سره تړاو ولري.

۷- د ارتباطي تاکتیکونو انتخاب: پدې مرحله کې، د اړیکو مختلف انتخابونه څیړل کیږي، پلان جوړونکي د انتخابونو څلور گروپونه په پام کې نیسي: 1. مخامخ اړیکه او د شخصي ښکیلتیا احتمالي فرصتونه، 2. د سازمان رسنۍ (کنترول شوې رسنۍ)، ۳. خبري رسنۍ (د کنترول څخه بهر رسنۍ)، 4. د اعلاناتو رسنۍ.

۸- د ستراتیژیک پلان پلي کول: پدې مرحله کې به موږ بودیجه، مهال ویش او په عمومي ډول د جوړ شوي پلان د پلي کولو لپاره ټول اړین چمتووالی ټاکو.

۹- د ستراتیژیک پلان ارزونه: د مطلوبو اهدافو په ترلاسه کولو کې د هر وړاندیز شوي تاکتیک اغیزمنتوب اندازه کولو لپاره د ځانگړو میتودونو تعریف.

د مدغم ارتباطاتو اته فکتور ماډل (د ارتباطاتو مربوط ستراتیژي)

عامه چارې: ډیپلوماسۍ، بهرنۍ چارې، لابی او د فشار گروپونه، د حکومت اړیکې، نړیوال ثبات، حقوقي / تنظیمي چوکاټونه، د دریمې ډلې مداخلې.

د رسنیو اړیکې: د رسنیو اړیکې، مطبوعاتې راپور/برقی ډیټابیس، ورځپاڼه/مجلې، چیت روم/بلاگ، سي ډي/ویډیو/ټلوویزیون

د پېښو مدیریت: کنفرانس / نندارتون، تعلیم / غونډې، فیستیوال / جشن، میلمه پالنه / سفر / تفریح / سپانسرشپ
د انځور مدیریت: د کارپوریټ څارنه، د مشرتابه مخلوط، د باور ارزونه، د شریکانو غونډې، د شرکت پیژندنه او عکس، د اړیکو بیاکتنه څېړنه او پانگه اچونه: پوهه او استخبارات، د معلوماتو مدیریت، ارزونه او څارنه، د چاپیریال سپړنه، سروې / چلند اندازه کول، د شبکې ډیزاین او تحلیل.

بازارموندنه او خرڅلاو: د پیروونکو اړیکې، موقعیت، تشبث، مستقیم بازار موندنه،

اعلانونه او ترویج: بروشرونه، کتلاگونه، خپرونې، پوسترونه، اعلانونه، د چاپیریال اعلانونه، لاسي راپورونه، تخنیکي لیکنې، تخلیقي نظریات.

د بحران مدیریت: دوامداره پلان جوړونه، ټولنیز حساب ورکونه، د غربت کمول، د ناوړین پوښښ

پایله

په نړۍ کې د نفوسو گڼوالی، د ټکنالوژي پرمختګ او د اړیکو پیچلتیا په اوس وخت کې ددې سبب شو، چې په نړۍ ددې ټولو مواردو د کنټرول او مدیریت لپاره یو ډول تگلاره رامنځته کړي، تر څو په نړۍ د دې مواردو څخه د اغیزمنو وسیلې په توګه کار واخستل شي. ددې پایلو په نتیجه کې انسانان وتوانیدل د ستراتیژي څخه په ګټې اخیستنې سره د عامه اړیکو کنټرول، د ټکنالوژي څخه د اغیزمنې وسیلې په توګه کار اخستل او د خپلو موخو ترلاسه کول په اسانه توګه لاسته راوړي. په اوس وخت کې په نړۍ کې چې څومره پرمختګونه شوي، دا ټول د انسان د فکر محصول دی، چې الله ج انسان ته د نوموړي نعمت په ورکولو سره یې انسان د نړۍ پر مخ د اشرف مخلوقات درجه ورکړه.

اړیکې دې چې مونږ یې په وسیله یو له بل سره ستونزي شریکوو، اړیکې دې چې مونږ ته خپل او بل راپیژني، اړیکې دې چې مونږ یې په وسیله د خپل رب الله ج سره راز او نیاز کوو، دا او داسې نورې بیلګې درواخله چې د الله ج ستر نعمتونه شمیرل کېږي. رښۍ دې چې د خلکو غږ تر حکومتونو رسوي، خلکو ته سمه او نا سمه لار ورنښي او رښۍ دې چې د ټولنې پټ حقیقتونه برملا کوي، د رښیو دغو غوره ارزښتونو ته په کتو د هیواد هر وګړی مکلف دی چې له رښیو څخه رغنده او اغیزمنه ګټه پورته کړي. له رښیو څخه د هیواد د آبادۍ، د هیواد د ملي فرهنګي، ځمکنۍ بشپړتیا ثبات او ساتلو له پاره ترې ګټه پورته کړو.

ستراتیژي هغه تگلاره ده چې د ژوند په هره برخه کې ترې ګټه اخستلی شو، دا هغه تگلاره ده چې په وسیله یې په کم وخت، په کمو لګښتونو او کمو منابعو ډیر څه لاسته راوړلی شو. د خپل ژوند د عادي چارو د پرمخ وړلو لپاره کولای شو یوه ستراتیژي ولرو مثلاً د خپلو اوږد مهالو زدکړو لپاره، د دښمن د شمو پلانونو د دفع لپاره او داسې نور... .

ستراتیژیکې اړیکې دې چې نن سبا د نړۍ مختلف هیوادونه یو له بل سره اغیزمنې اړیکې لري. اوس چې نړۍ دومره پرمختللي نو اړینه ده چې په داسې اړینو مسائلو د هیواد هر پوه او په اړه یې مالومات ولري، تر څو هیواد مو د سیالو هیوادونو په قطار کې یو منل شوی هیواد اووسې. ما هم ددې لپاره چې داسې اهما مالوماتو ته په هیواد کې اړتیا لیدل کیده، نو ښه مې و انگیرله چې په ستراتیژیکو اړیکو او رښیو باندې کار وکړم، تر څو له یوې خوا خپلو هیوادوالو ته د خدمت جوګه او له بل اړخه پښتو ژبه په نوو مالوماتو غني کړم

وړاندیزونه

۱- د ستراتيژيکو اړیکو ارزښت ته په کتو په کار ده، چې په دې برخه کې اساسي کار وشي او د ستراتيژيکو اړیکو په تړاو له بیلابیلو ژبو څخه کتابونه را وژباړل شي، ترڅو په یاده برخه کې په پښتو ژبه کې هم په کافي اندازه مالومات پیدا او راټول شي.

۲- دا چې په اوس وخت کې په نړۍ کې د ژورنالیزم او ستراتيژيکو اړیکو په نوم ځانگې موجودي او شتون لري او په اوس وخت کې دا اصطلاح ډیره په کار وړل کیږي، نو د رسنیو کارکونکو او ژورنالیستانو لپاره د ستراتيژيکو اړیکو د کلمې د پیژندلو او مفهوم د روښانه کول اړین او مهم دي، چې باید د ژورنالیزم پوهنځي زدکړیالانو ته ورزدکړل شي.

۳- ستراتيژيکي اړیکې پراخه موضوع ده چې د یادې موضوع په هر اړخ باید کار وشي.

۴- زما د ټولنې هرې طبقې علمي قشر ته دا وړاندیز او پیغام دی، چې په اوس وخت کې د هیواد دواړو رسمي ژبو په برخه کې د نوو مالوماتو د غني کولو لپاره کار وکړو، ځکه چې زمونږ دواړه رسمي ژبې د مالوماتو د نشت سره مخامخ دي.

۵- هڅه وکړئ په خپلو ټولو لیکنو کې د هغه الفاظو څخه چې ژبه ورسره زیانمنه کیږي ډډه وکړئ.

۶- هڅه وکړئ هغه لیکنې چې په پښتو ژبو مو لیکلې وي په انټرنټي سایټونو کې د گټې اخستنې لپاره اېلوډ کړئ.

۷- داسې لیکنې چې په ټولنه کې خپلمنځي تعصبونه او شخړې رامنځته کوي باید ورڅخه ډډه وشي.

۸- له نورو ژبو څخه د مالوماتو په را ژباړلو کې له پوره دقت څخه کار واخلي، تر څو داسې څه له نورو ژبو څخه را ونه ژباړي چې ملي، عقیدوي او کلتوري مسائلو ته زیان ورسوي.

۹- تل باید هڅه وکړو ترڅو په داسې دلچسپو موضوعاتو کار او لیکنه وکړو، تر څو هیوادوال مو مطالعه کولو ته لیواله شي.

ماخذونه

- 1- الوانی، سیدمهدی (۱۳۹۲ ه. ش). تصمیم گیری و تعیین خط مشی دولتی، تهران. مرکز تحقیق و توسعه علوم انسانی. چاپ هجدهم.
- 2- ارمسترانگ، مایکل. مترجمان: اعرابی ومهدیه. مدیریت استراتژیک منابع انسانی. تهران. دفتر پژوهش های فرهنگی. چاپ پنجم (۱۳۹۴ ه. ش).
- 3- ال ویلن و هانگر. (۱۹۴۱ م). مترجمان: اعرابی و رضوانی. مبانی مدیریت استراتژیک. تهران. انتشارات دفتر پژوهشهای فرهنگی. چاپ سوم (۲۰۰۷ م).
- 4- حبیب، خالد احمد، ژورنالیزم بنسټونه، ۱۳۹۷ ه. ش، دوهم چاپ، مومند خپرندویه ټولنه جلال اباد، ننگرهار.
- 5- حلیم، صفیه، ژورنالیزم، چاپ کال ۲۰۱۳ م، مومند خپرندویه ټولنه، جلال اباد ننگرهار
- 6- رضائیان، علی. (۱۳۸۸ ه. ش). مبانی سازمان و مدیریت. دانشگاه تهران. انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی. چاپ سیزدهم.
- 7- فتح اله زاده خوئی، علی. (۱۳۸۷ ه. ش). استراتژی فوتبال. تهران. انتشارات روزهای زندگی.
- 8- نیازی. پوهندوی محمد خان، د اړیکو اساسات، د چاپ کال ۱۳۹۷
- 9- مرکز کشوری مدیریت سلامت، NPMC، مدیریت ستراتیژیک در روابط عمومی، سال ۱۳۹۹ ه. ش، پاییز، انتشارات N.P.M.C.
- 10- ارتباط رسمی چیست و در باره خصوصیات آن، ترجمه William Ramirez، ۲۰۲۱
- 11- جباریان، داکتر مهدی، استراتیژی ارتباطات چیست؟
- 12- استراتیژیک، نجفی زهرا ۱۴۰۰ ه. ش.
- 13- لطفیان ۱۳۸۱، ۱، Bailey, 2: 2007
- 14- روابط عمومی، از دیارتمان محتوا، سال ۱۴۰۰، ارتباطات استراتیژیک

15_ Jones, Phil, communication strategy, YEAR 2008, publisher GOWER e. BOOK.

16_ KUNG, LUCY, Strategic Management In The Media, 2nd edition, Publisher SAGE, YEAR 2017

17_ Internet sit: <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/media-strategies>

Get more e-books from www.ketabton.com
Ketabton.com: The Digital Library