

الدور الوظيفي للعلاقات العامة بالمؤسسات الحكومية

محمد الأمين علي محمد عثمان²

د. وداد عوض الكريم محمد سعيد¹

¹ أستاذ مشارك - كلية علوم الإتصال - جامعة الجزيرة

² طالب دكتوراه - كلية الدراسات العليا - جامعة الجزيرة

تاريخ النشر: 2021/01/01م

تاريخ القبول: 2020/12/21م

المستخلص

سعى هذا البحث إلى دراسة الوظيفة التي تؤديها إدارة العلاقات العامة التي تساهم في تحقيق أهداف المؤسسات الحكومية علماً بأن أهداف العلاقات العامة بالمؤسسة أو المنظمة دائماً ما تكون هي الأهداف الأساسية للمؤسسة بشكل عام.

سعى الباحثان لتحقيق أهداف يتمثل أهمها في: إبراز دور وظيفة العلاقات العامة وأهميتها في تحقيق أهداف المؤسسات الحكومية، والعمل على تحويل مفهوم العلاقات العامة في المؤسسات من الفكر إلى التطبيق الفعال. وخلصت الدراسة بمجموعة من التوصيات يتمثل أهمها في: بذل جهود أكبر للعاملين في العلاقات العامة والعمل على تطوير الوسائل والأساليب التي تساعد على أداء وظائفهم بنجاح، وإعتراف القيادات العليا في المؤسسات وإقناعهم بأهمية الدور الكبير الذي تقوم به إدارة العلاقات العامة، ومنحها الصلاحيات الخاصة التي تمكنها من العمل بنجاح.

RESEARCH ARTICLE**THE FUNCTIONAL ROLE OF PUBLIC RELATIONS IN GOVERNMENTAL INSTITUTIONS**Dr.. Widad Awad Al-Karim Mohammed Saeed ¹ Mohammed Al-Amin Ali Mohammed Othman ²¹ Associate Professor - College of Communication Sciences - University of Gezira² PhD students - Faculty of Graduate Studies - University of Gezira**Accepted at 21/12/2020****Published at 01/01/2021****Abstract**

This study is titled: The Functional Role of Public Relations in Governmental Institutions, and it examines the job performed by the Public Relations Department that contributes to achieving the objectives of government institutions, noting that the objectives of public relations in the institution or organization are always the basic objectives of the institution in general.

The importance of the study stems from the definition of public relations in government institutions. Activating the functional role of public relations in the activities and programs of institutions.

Researchers sought to achieve goals, the most important of which are: Highlighting the role of the public relations function and its importance in achieving the goals of government institutions, and working to transform the concept of public relations in institutions from thought to effective implementation

the study concluded and recommended that, public relations workers diligence and work to develop the means and methods that help them perform their jobs successfully.

Where senior leaders in institutions recognize and convince the importance of the great role that the Public Relations Department plays, and grant it the special powers that enable it to operate successfully.

مقدمة :

تعد العلاقات العامة حلقة الوصل بين كافة المؤسسات ، وجمهورها الداخلي والخارجي الذي يحيط بها وتعمل علي إعلامهم وإقناعهم بالخدمات التي تقدمها لهم وتسنأس بأرائهم واقتراحاتهم وتأييدهم ودعمهم لها ، وتسعي هذه المؤسسات لكي تكون العلاقة قوية وملتصدة وقائمة علي الثقة المتبادلة .

وبما أن العلاقات العامة تمثل أهمية بالغة في كل المؤسسات فأنها تلعب دور كبير في إدارة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية، وذلك لأن العمل في هذه المؤسسات يستند علي مبدأ هام وهو مبدأ الانتقال من الجهد الفردي إلي الجهد الجماعي وهنا تبرز وظيفة العلاقات العامة في تحقيق أهداف المؤسسات الحكومية.

لذلك فلأبد أن تهتم المؤسسات الحكومية والوزارات ببيت روح التكافل والتعاون بينها وبين جمهورها الداخلي والخارجي علي أساس من الاحترام المتبادل لأن في ذلك إعتراف بأهمية الجمهور واقتراحاته وأدائه فالعلاقات العامة هي الرابط الأساسي بين الإدارة العامة والعاملين داخل المؤسسات لذلك لابد من كسب رضاء العاملين والتعاون المشترك النابع عن صدق وإيمان بقيمة الإنسان وحسن المعاملة حتى تتحقق أهداف المؤسسة .

وبذلك فإن للعلاقات العامة دور كبير في تحقيق أهداف المؤسسات الحكومية من خلال التعاون والتفاهم بين المؤسسة وجمهورها المحيط بها هذا مع العلم بأن التطور الذي صاحب نظريات الإدارة العلمية منذ أواخر القرن التاسع عشر أنعكس أثره علي وظيفة العلاقات العامة، وأن الإعتراف المتزايد بدور وأهمية العلاقات العامة في المؤسسات إنما هو في الواقع ثمرة لتطور الفكر الإداري ولحركة التحديث التي تشهدها الدراسات الإدارية.

وبذلك يمكن أن تكون العلاقات العامة هي الدينامو المحرك للمؤسسات بصفة عامة والمؤسسات الحكومية بصفة خاصة وذلك من خلال التنسيق الإداري والتخطيط لإدارة المؤسسات الحكومية وتحقيق أهدافها، ووضع معايير أخلاقية لممارسة المهنة والظهور بالشكل الأمثل.

وبالتالي فإن أخلاقيات ممارسة مهنة العلاقات العامة أصبحت أمراً مهماً خاصة في ظل وعي الرأي العام ومدى اهتمامه وتفاعله مع المؤسسات.

ولذلك أصبحت العلاقات العامة ذات أهمية قصوى في تحقيق أهداف المؤسسات الحكومية وهذا ما تستطرق إليه الدراسة إن شاء الله.

وبذلك فإن العلاقات العامة تمثل ضمير المؤسسة الواعي الذي يهدف إلى التعامل بين الأفراد والجماعات داخل المؤسسة وخارجها بطريقة مثالية ومتبادلة لتحقيق الأهداف المرجوة من قبل إدارة المؤسسة.

مشكلة البحث:

بما أن العلاقات العامة هي واحدة من الروابط التي تساعد على عملية التنسيق والتعاون المتبادل بين الإدارة العليا وجمهورها الداخلية والخارجية وذلك في كافة المؤسسات (الحكومية والخاصة) التي تمثل حلقة الوصل بين الجهاز الحكومي والمجتمع بمختلف أنواعه خاصة العاملين في الدولة ، ويعد الجمهور هو الهدف الأساسي والرابط الحقيقي بين الحكومات والعاملين بالمؤسسات .وبذلك تكمن مشكلة البحث في الآتي :-

- معرفة وظيفة العلاقات العامة في تحقيق أهداف المؤسسات الحكومية بالإجابة عن السؤال:

كيف يمكن أن تساهم العلاقات العامة في تحقيق أهداف المؤسسات الحكومية؟

أهمية البحث :

تكمن أهمية البحث في الحاجة الماسة للمؤسسات الحكومية للعلاقات العامة ،وقد برزت أهمية العلاقات العامة في العقود الأخيرة من القرن التاسع عشر والعقدين الأول والثاني من القرن العشرين كنتيجة حتمية للتغيرات التي حدثت في تلك الحقبة لتزايد المنظمات الاجتماعية ، والاتجاه نحو التخصص ونتيجة للتغيرات الاقتصادية ، كما برزت نتيجة التقدم في النظريات العلمية في مجالات التسويق والمراقبة والإدارة .

وبذلك يمكن أن نلخص أهمية هذا البحث في النقاط التالية :-

- 1- التعريف بوظيفة العلاقات العامة في إدارة المؤسسات الحكومية . .
- 2- تفعيل إدارة العلاقات العامة في أنشطة المؤسسات الحكومية .
- 3- إيجاد الحلول التي تساعد علي بث روح الرضي الوظيفي بالمؤسسات .
- 4- التنسيق بين الإدارات العليا والعاملين في المؤسسات الحكومية .
- 5- عكس الأنشطة النقابية والاجتماعية والاقتصادية للعاملين بالمؤسسات الحكومية ..

أهداف البحث :

يهدف البحث إلي تحقيق النقاط التالية :-

- 1- إبراز دور ووظيفة العلاقات العامة وأهميتها في تحقيق أهداف المؤسسات الحكومية والنهوض بها .
- 2- الوقوف علي المعوقات التي تؤثر علي وظيفة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية ووضع الحلول للتخلص من هذه المعوقات ومعالجتها .
- 3- وضع توصيات علمية لتفعيل العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية ..
- 4- تحويل مفهوم العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية من الفكر إلي التطبيق الفعال ، وذلك للاستفادة من وظيفتها في تمكين الأعمال الحكومية وذلك من خلال التنسيق الإداري والتخطيط لإدارة المؤسسات الحكومية بطريقة مثالية تهدف إلي تحقيق أهدافه.
- 5- معرفة مدى فاعلية العلاقات العامة في تحقيق أهداف المؤسسات الحكومية .
- 6- الخروج بنتائج وتوصيات تسهم في تطوير الدور الوظيفي للعلاقات العامة في القطاع الحكومي. .

منهج البحث :

المنهج الوصفي والتحليلي الذي يسعى إلي تصوير الوقائع والأحداث الجارية كما يقوم برصد ووصف ظاهرة معينة قد تكون نشاط إنساني أو مؤسسة أو خصائص مادية للأفراد أو حتى نمط من أنماط التفاعل بين البشر¹.

¹ محمد عبد الحميد البحث العلمي في الدراسات الإعلامية عالم الكتب ط1 2000م ص 159

المبحث الأول

مفهوم العلاقات العامة

المطلب الأول: المفهوم العام لمصطلح العلاقات العامة

على الرغم من ان مصطلح العلاقات العامة أصبح شائعاً في ميدان العلوم الإدارية و الإجتماعية والسياسية بل و في كل نواحي الحياة اليومية إلا أن ذلك لا يدل على وضوح مفهومه أو بساطة مضمونه فهناك إشكاليه في وضوح مفهوم هذا المصطلح بين تخصص وآخر , و فئه وأخرى , حتى أن خبراء العلاقات العامة بأنفسهم لم يتوصلوا إلى تعريف محدد يتفقوا عليه , فالعلاقات العامة تمارس كمنشآت علمي تحت أسماء عديده منها (الشؤون العامة , المعلومات العامة , الإعلام , النشر , الدعاية , الإستعلامات , وغيرها من المسميات) وهذا لا يقلل من اهمية العلاقات العامة بل يعتبر نتيجة طبيعية لكون العلاقات العامة ظاهره حديثه بدأت تتبلور في مطلع القرن العشرين إضافة إلى أنها فرعا من العلوم الإجتماعية التطبيقية التي يصعب أن يوضع لها تعريف يصلح لكل مكان وزمان , وذلك نظرا لتعلق تطبيقها بالفرد والجماعة والمجتمع بمايسود فيه من أوضاع.²

ويمكن جوهر العلاقات العامة في كونها تقوم على التفاهم الإنساني وإقامة الصلات الحسنه والعلاقات الطيبة بين أطراف لها مصالح مشتركة بين أي مؤسسه سواء أن كانت تجاربه أو صناعية أو خدمية أو إجتماعيه أو سياسية, و بين جمهور تلك المؤسسة كعلاقة شركات الخطوط الجوية مع جمهور المسافرين على طائراتها ومن ذلك يتضح لنا أن العلاقات العامة هي تلك الجوانب من سلوك المؤسسة التي يكون لها آثار إجتماعية.³

ويمكن القول بأن نشاط العلاقات العامة هو ذلك النشاط الذي يهتم بالكشف عن الأسس والمبادئ التي تساعد على إقامة الروابط الودية السليمه بين فئات الجماهير من ناحيه , وبين تلك المؤسسات من ناحيه أخرى.⁴

وما ذكر أعلاه يؤكد وجود اختلاف في ماهية العلاقات العامة وتعريفها حسب المهمه الوظيفية للعلاقات العامة وحسب رأي القائم بالتعريف ونظرته لمهمه العلاقات العامة الوظيفية , لذلك نجد بعض تعاريف العلاقات العامة تركز على الجانب الإتصالي بينما يركز بعضها على الجانب الإداري , والبعض الآخر يركز على الجانب الإتصالي الإداري , وتتفق معظم تعريفات العلاقات العامة على أن العلاقات العامة وظيفة إدارية وإتصالية في آن واحد , كما أن وضع تعريف للعلاقات العامة أمر يكتنفه العديد من الصعاب وذلك للأسباب الآتية:⁵

1. لأن العلاقات العامة علم وفن حديث التكوين .
2. عدم القدرة على تحديد مضمون الألفاظ حيث يشير مصطلح العلاقات العامة إلى ثلاث معاني مختلفة تستخدم كبديل له وهذه المعاني هي (الإعلام , و الإتصال , والأمر العامة).

² فخري جاسم و عبدالرازق الشبخلي, وفضيله زلزله_العلاقات العامه_المكتبه الوطنيه_بغداد ط1_1981 ص12

³ محمد منير حجاب ,سحر محمودهي_ألمداخل الأساسية للعلاقات العامه_دار الفجر للنشر والتوزيع القايره ط1_1992_ص35

⁴ محمد عبده حافظ_العلاقات العامه _دار الفجر للنشر والتوزيع القايره ط1_2009م_ص5.

⁵ محمد عبدالله عبد الرحيم_العلاقات العامه_دار التاليف _الإسكندريه_ط1_1982م_ص7.

3. أن مصطلح العلاقات العامة يتضمن ركنين أساسيين هما⁶:

أ. المفهوم النظري: وهو كون العلاقات العامة فلسفة الإدارة .

ب. المفهوم التطبيقي: ويعنى بها الوسائل المتبعة لتحقيق هذه الفلسفة.

4. أن المفهوم التطبيقي للعلاقات العامة يتضمن أكثر من معنى:

أ. فقد يعنى السياسات والإجراءات التي تحافظ عن طريقها المؤسسة على رضا وتأييد جماهيرها.

ب. وقد يعنى أيضا النشاط الإعلامي الموجه بغية كسب تأييد جماهير المؤسسة عن طريق شرح وتوضيح أعمالها.

لذلك كان من الضروري وجود تعريف محدد ومقبول للعلاقات العامة وذلك للأسباب الآتية⁷:

1. للمساهمة في الحد من تداخل الإختصاصات وتضاربها بين إدارة العلاقات العامة , و الإدارات الوظيفية الأخرى.

2. إمكانية تحديد أهداف وإمكانات الإدارة بوضوح وبالتالي وضع تنظيم عملي لها.

3. إمكانية وضع الخطط والبرامج التي يسير وفقا لها النشاط الإداري.

ولذا فقد تناول كثير من الكتاب تعريف العلاقات العامة وتباينت تلك التعاريف حسب إهتمامات الكتاب ووجهات نظرهم فمنهم من إهتم بالنواحي القانونية ومنهم من إهتم بالنواحي الإجتماعية, ومنهم من إهتم بالنواحي الإقتصادية, والإدارية وهكذا تولد لدينا العديد من التعاريف توضح مفهوم العلاقات العامة حيث انه بالنظر للفظين المكونين للمفهوم فإن لفظ علاقات يعنى⁸ محصلة الصلات والإتصالات التي تقوم بين مؤسسه معينه وجمهورها فالعلاقات هنا قائمه بين طرفين , لذلك فإن هذه الصلات والإتصالات تسير في إتجاهين (من المؤسسة لجمهورها , والعكس) فالصلات والإتصالات في هذه الحالة تأخذ شكل العلاقة الدائرية التفاعلية التي تقوم على أساس علاقة التأثير والتأثر أما كلمة عامه فيقصد بها الجمهور , وللنظر بشكل متعمق في معنى كلمة عامه لابد من التمييز بين اربعة مفاهيم متقاربه وهي (الجماعة , الحشد , العامة , الجماهير).

أ. الجماعة: تعني مجموعه صغيره من الأفراد يعرفون بعضهم وهم على وعي كامل بأهداف العضوية التي تجمعهم , ويشتركون في محصلة قيم مشتركة وبناء علاقات مستقرة عبر الزمن , ويعملون على تحقيق أهداف المشتركة.

ب. الحشد: قطاع اكبر من الجماعة لكنه محدد في مساحة جغرافية يمكن ملاحظتها , وتشكيله نادر ومؤقت.

ج. العامة: قطاع اكبر من الحشد, مشتت وغير متجانس يتكون حول قضيه اوحدث معين هدفه تقديم رأي اوالدفاع عن مصلحه , وغالبا ما يتكون هذا القطاع من شريحة المتعلمين وترتبط أصوله بالفكر الليبرالي.

د. الجماهير: قطاع أكبر من العامة بدرجة كبيره جدا , أعضاؤه لا يعرفون بعضهم البعض , وليس له درجة وعي بنفسه, وهو غير قادر على العمل المنظم , أي انه غير قادر على الفعل ولكن يمكن الفعل من خلاله.

هنالك إتفاق من الناحية النظرية بين معظم المشتغلين بالعلاقات العامة على أن مهنتهم تنحصر في بناء صورة ذهنية محببة

⁶ فخري جاسم وآخرون_العلاقات العامة _ مرجع سابق_ص1

⁷ إحسان عسكر _المدخل في العلاقات العامة_ دار النهضة العربية القاهر_ط1_1980م_ص24

⁸ محمد نجيب_العلاقات العامة_مكتبة الرائد العلمي_عمان ط1_2001م_ص109

للجماهير عن مؤسساتهم، وذلك عن طريق الأعمال الصادقة التي تقوم بها هذه المؤسسات، وحرصها على وجود إتصال متبادل ومستمر بينها وبين جماهيرها بحيث يمكن من خلاله الوصول إلى التوافق والتفاهم المشترك بين المؤسسات والجماهير، والملاحظ أنه في الحياة العملية كثيرا ما يطلق لفظ العلاقات العامة على أنواع مختلفة من النشاطات، فهناك من ينظر للعلاقات العامة على أنها مجرد عملية إتصالات تتم في صورة تصريحات تنشر بالصحف والمطبوعات وهناك من يعتقد أن العلاقات العامة مجرد ضرب من ضروب الدعاية والإعلان والترويج، وهناك من يعتبر العلاقات العامة مرادفه للعلاقات الإنسانية⁹.

وكثير ما يدور الجدل حول مفهوم العلاقات العامة في الدول ذات الأنظمة السياسية المختلفة فقد يتصور البعض أن مفهوم العلاقات العامة في النظام الرأسمالي يختلف عن مفهومها في النظام الاشتراكي، وأن مفهومها في الدول النامية يختلف عن مفهومها في الدول المتقدمة، والحقيقة هو أن مفهوم العلاقات العامة ثابت لا يتغير ولا يختلف باختلاف الأنظمة السياسية والإقتصادية والإجتماعية، وأن طبيعة العلاقات العامة كعملية مستمرة تتكون من أربعة مراحل أساسية هي (البحوث، التخطيط، التنظيم، التقويم) ولا تتحمل الاختلاف باختلاف الأنظمة والسياسات¹⁰.

و يمكن القول أن مفهوم العلاقات العامة يعني الجمهور المتباين الذي يتصل عمله أو ترتبط مصالحه بمؤسسه معينه، وهذا الجمهور يتكون عبر ثلاث مراحل هي¹¹:

1. الجمهور الكامن: ويتسم بدونية معرفته للحقائق وما يدور حوله، غير متابع للأخبار وإن تعرض لها بالصدفة فلا يبدي إهتماما بمعالجة الأمور أو فهم الموضوعات المطروحة.

2. الجمهور الواعي: يتسم بأنه يمتلك معرفة ما يدور حوله، يسعى إلى الحصول على المعلومات لكنه يبقيها في إطاره المعرفي دون أن يحولها إلى أفعال.

3. الجمهور النشط: نسبته غالبا ما تكون قليلة، أفراد هذا الجمهور يسعون إلى متابعة المعلومات ويعملون على تفعيلها بمحاولة التعامل مع المشكلات وتغيير الواقع.

ويفيد التعرف على منهج المراحل الثلاث في تشكيل مفهوم كلمة (العامة) للممارسين في مجال العلاقات العامة عند تصميم إستراتيجيات الإتصال بحيث يمكن التوجه إلى كل مستوى من مستويات الجمهور بما يناسبه من خطاب يتضمن مستويات متباينة للإستماله والإقناع.

ورغم التعريفات التي قدمها العديد من الباحثين والممارسين والمهتمين بالعلاقات العامة إلا أن هناك سمات مشتركة بين التعريفات رغم إختلاف الطرق والأساليب بين تعريف وآخر، وتحدد هذه السمات على النحو التالي¹²:

1. أن العلاقات العامة عملية طويلة المدى ومستمرة تهدف إلى تزويد الجماهير بالمعلومات الصحيحة حول موضوع معين أو قضية.

2. تهدف العلاقات العامة لإقناع الجماهير النوعية بتغيير سلوكها تجاه موضوع معين أو قضية.

3. تستهدف العلاقات العامة إحداث قدر من التكيف بين مواقف وإتجاهات هيئه معينه، ومواقف وإتجاهات الجماهير.

⁹ محمد منير حجاب_العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة_ الفجر للنشر والتوزيع_القاهرة_ط1_2007 ص28.

¹⁰ المرجع نفسه ص29

¹¹ محمد عبده حافظ_العلاقات العامة_ مرجع سابق ص17

¹² محمد منير حجاب_ العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة_ مرجع سابق ص31.

وهذه السمات الثلاثة هي الأركان العلمية للمفهوم العلمي للعلاقات العامة (إعلام_إقناع_تكيف) وهي بمثابة الإطار العام الذي يمكن أن يحكم التعريفات التي اطلقت على العلاقات العامة كعلم تطبيقي مما يكسبها قدر من الثبات والدقة والوضوح.

المطلب الثاني:تعريف الرواد الأوائل للعلاقات العامة

ونبدأ بتعريف بول جاريت Pool Garait أحد الرواد الأوائل للعلاقات العامة الذي عرفها بأنها: (نقل وتفسير المعلومات والآراء من المؤسسة إلى جماهيرها , ومن هذه الجماهير للمؤسسة ,مع بذل جهود صادقة لجعل الجماهير تهتم بالمؤسسة وتتسجم معها)¹³.

ويرى فيليب ليزلي Philip Leslie وهو مستشار في العلاقات العامة أن اخصائي العلاقات العامة يقومون بدور الوسيط بين المؤسسة وجماهيرها فهم يقفون على أفكار وحاجات المؤسسة, وكذلك على حاجات الجماهير , ويمكنهم أن يفسروا (الجمهور للمؤسسة , والمؤسسة للجمهور)¹⁴

أما الجمعيه الفرنسيه للعلاقات العامة فقد عرفتها بأنها الجهود الإدارية التي يبذلها فريقا ما لإقامة علاقات الثقة والإستمرار بين أعضائه وبين الفريق وبين الجماهير المختلفة التي تستتفع بصورة مباشرة او غير مباشرة من الخدمات الإقتصادية أو الإجتماعية التي تحققها المؤسسة¹⁵.

وعرف سيدال العلاقات العامة بأنها عملية مستمرة تقوم بها إدارة المؤسسة للفوز بثقة المستفيدين والمستهلكين والجمهور عموما للتفاهم معهم جميعا , وتتم هذه العملية عن طريق النشاط الداخلي القائم على النقد الذاتي لتصحيح الأوضاع, والنشاط الخارجي الذي يستقل كل وسائل التغيير الممكنة¹⁶.

وهذا التعريف قد ركز على الناحية الإدارية للعلاقات العامة وإعتبر ان العلاقات العامة وظيفه من وظائف الإدارة , وأكد على ضرورة إستخدامها لمواجهة التغيرات التي تطرأ على الجماهير حسب رغباتها وتقاليدها وعاداتها وآمالها , كما أنه يوضح الهدف من العلاقات العامة وانها مطالبه بإستمرار الإهتمام بالجمهور الداخلي والخارجي على السواء ويؤكد على أهمية وسائل الإتصال في تحقيق التكيف بين الجمهور والمؤسسات.

وعرف معهد العلاقات العامة البريطاني العلاقات العامة بأنها (الجهود الإدارية المرسومة والمستمرة التي تهدف إلى إقامة وتدعيم تفاهم متبادل بين هيئته وجمهورها)¹⁷

وهذا التعريف يعني ان العلاقات العامة عمل مخطط له وغير مرتجل , أي انه عمل جاد ومقصود ومستمر يهدف لإقامة علاقه جيده وخلق جو مناسب للتفاهم وتبادل الحاجات والرغبات بين المؤسسة وجمهورها الداخلي والخارجي .

ويعرف ركس هارلو Rex Harlow العلاقات العامة بأنها فن وعلم يستند على أسس علم الإجتماع الإنساني ,ويسعى إلى تحسين العلاقات الإنسانية بين الناس في حياتهم الإجتماعية¹⁸.

وهذا التعريف يؤكد ان العلاقات العامة لها قواعد علميه ثابتة يجب العمل بها وصلها بالمهارات التي تساعد على تحقيق الاهداف

¹³ عادل حسن _العلاقات العامه_ دار النهضة العربيه_ القاهره_ غير مبينه سنة النشر_ص1.

¹⁴ محمد عبده حافظ_مرجع سابق_ص21.

¹⁵ حسن الحلبي _مبادئ العلاقات العامه _منشورات عويدات _بيروت_ط1_1980م_ص12.

¹⁶ محمد منير وسحر محمد وهيي _مرجع سابق_ص32.

¹⁷ المرجع نفسه ص33.

¹⁸ محمد طلعت عيسى _العلاقات العامه والإعلام_ مكتبة القاهره الحديثه_ القاهره _ط1_1995 _ص5

المرجوة منها داخل المؤسسة.

وهناك تعريف آخر للدكتور إبراهيم إمام للعلاقات العامة بأنها: (العلم الذي يدرس سلوك الأفراد والجماعة دراسة علمية موضوعية بغية تنظيم العلاقات الإنسانية على أسس من التعاون والمحبة والوعي¹⁹).

ويرى الباحث أن الدكتور إبراهيم إمام ركز في تعريفه هذا على النواحي الاجتماعية والإنسانية للعلاقات العامة، ونستنتج من هذا التعريف أن هدف العلاقات العامة ربط العلاقات الإنسانية، وكسب الثقة المشتركة بين المؤسسات وجماعيتها.

كما عرفت جمعية العلاقات العامة الأمريكية العلاقات العامة بأنها (نشاط أي صناعه أو إتحاد أو هيئة أو مهنة أو حكومة أو أي منشأة أخرى في بناء وتدعيم علاقات سليمة منتجة بينها وبين فئة من الجمهور بوجه عام لكي تحور من سياستها حسب الظروف المحيطة بها وشرح هذه السياسة للمجتمع²⁰)

وهنا يؤكد لنا ان العلاقات العامة لا تقوم بمجرد بناء علاقات سليمة بين الجمهور والمؤسسة فقط وإنما بتدعيم هذه العلاقات وضمان إستمرارها.

أما كانفيلد Canfield فقد عرف العلاقات العامة بأنها الفلسفة الاجتماعية للإدارة والتي تعبر عنها من خلال أنشطتها وسياساتها المعلنة للجمهور لكسب ثقته وتفاهمه ويؤكد كانفيلد ومور في شرحهما لهذا التعريف على أهمية الإتصال المزدوج، وتحقيق التفاهم بين أي مؤسسة وجمهورها، وان الثقة بين الطرفين لا تتحقق بسهولة وإنما تحتاج إلى جهود مستمره، وهكذا فإن العلاقات العامة ليست بديلا عن الإدارة الجيدة أو علاجا للسياسات القاصره أو المنتجات السيئة والخدمات الرديئة، والإنفاق على العلاقات العامة في هذه الاحوال يضيع سدى ولا يحقق أي نتائج طيبة للمؤسسة²¹.

وهناك تعريف آخر لجرير ويلد Grays يؤكد على أهمية البحوث والتخطيط والإتصال في تحقيق التفاهم بين المؤسسه وجماعيتها، كما يؤكد الحرص على مراعاة تحقيق التفاهم بين المؤسسه وجماعيتها، فيقول: (إنها الوظيفة التي تقوم بها الإدارة لتقديم الإتجاهات وتحديد سياسات الفرد أو المؤسسة بما يتفق مع مصلحة الجمهور، وتنفيذ برامج تهدف إلى كسب رضا الجمهور وتفاهمه²²)

ويرى الباحث من خلال التعريفات السابقة ان إبراز الوجه المشرق وتحقيق السمعة الطيبة، والمشارع الودية للمؤسسة هي غاية العلاقات العامة، وهذه السمعة الطيبة لا تكون إلا بالتخطيط الجيد لبرامج العلاقات العامة، شريطة أن تكون هذه البرامج قائمة على الصدق والأمانة والإخلاص والسلوك القويم، والأداء المميز، والإنسجام و التفاهم والود والإحترام المتبادل بين المؤسسة وجماعيتها. وتكون هذه السمعة الطيبة بمثابة معين ورافد للمؤسسه في اوقات الأزمات والشدائد حيث أنها ستجد تعاطف وتأييد ومؤازرة الجمهور للمؤسسة في محنتها.

ويجب التأكيد على ان إهتمام العلاقات العامة بالمؤشرات والظواهر السيكولوجية مثل الإتجاهات والمعتقدات والدوافع والعادات والتوقعات وغيرها إنما هو مسار إستراتيجي لتحسين وتطوير الأداء الإقتصادي للمؤسسة، ووضع حمدي شعبان في كتابه (وظيفة

¹⁹ محمد منير حجاب، سحر محمد وهبي - مرجع سابق ص32.

²⁰ محمد منير حجاب - سحر محمد وهبي - مرجع سابق ص33.

²¹ 2، محمد منير حجاب - سحر محمد وهبي مرجع سابق ص34-35.

العلاقات العامة تعريف للعلاقات العامة يتصف بالشمولية حيث عرفها بأنها:

(وظيفة إدارية مستمرة تعتمد على التخطيط وتعمل بين طرفين هما : المنظمة و جماهيرها عن طريق الإستخدام الملائم للإتصال ووسائل الإعلام بهدف تحقيق الأهداف بكفاءة وفاعلية²³)

ومن هذا التعريف نستطيع أن نخرج بمفهوم بسيط وواضح , وهو أن العلاقات العامة تعتمد في عملها على محورين أساسيين يحددان ما يجب أن تكون عليه وظائفها وأهدافها , وهما:

-المحور الاول: حيث تعمل العلاقات العامة على إتاحة وإستمرار علاقه فعاله وإيجابيه بين الإدارة العليا والمؤسسة وجميع العاملين بها , بما يحقق على الدوام رضا وقناعه بقدرات الإدارة وتوجهاتها , وينقل آراء وأفكار وتطلعات هؤلاء العاملين إلى الإدارة العليا التي يجب أن تصدر تجاوبا نحوها.

- أما المحور الثاني: فيتمثل في خلق صورة ذهنية إيجابية لدى الجماهير الخارجية تجاه المؤسسة, وأهمية هذا الدور من أجل رفاهية هذه الجماهير , ومدى مايعود به هذا النشاط من نفع على المجتمع المحلي, والمجتمع الكلي .

ويرى ساليانان Salivan الأستاذ بمعهد العلاقات العامة الامريكى أنها (وظيفة الإدارة التي تقيس وتقوم وتتنبأ بالآراء والإتجاهات و ردود الأفعال المتوقعة من جمهور المؤسسة , والجمهور الخارجي , وهي التي تتحكم في عملية الإتصال بين المؤسسة وجمهورها تحقيقا للمنفعة المتبادلة لهما والمجتمع.

ومن أبرز البحوث العلمية للعلاقات العامة محاولة إدوار روبيرسون Robirson رئيس قسم البحوث بمعهد العلاقات العامة الأمريكية الذي قام بدراسة تحليلية لبعض الحالات العلمية التي صادفت رجال العلاقات العامة في عدد من المؤسسات ذات الأنشطة المختلفة ومن هذه الدراسة توصل روبيرسون إلى حاجة العلاقات العامة للعناصر الستة الآتية²⁴:

1. فهم عملية الإتصال من الناحيتين النظرية والتطبيقية فالإتصال هو الوظيفة الاولى لرجال العلاقات العامة في المؤسسات المختلفه, والمقصود بالإتصال هنا الإعلام الصاعد من الجماهير للإدارة العليا عن طريق البحوث الموجهه من المؤسسه إلى الجماهير بهدف كسب التأييد والتفاهم.

2. معرفة الأساليب النظرية والعلمية لتشكيل الإتجاهات وتفسيرها , وهذا يتطلب فهم السلوك البشري الذي يعتبر الموضوع الرئيسي للدراسات الإجتماعية والنفسية.

3. القدرة على التخطيط والتدريب على المهارات الإدارية والتنسيق مع الآخرين.

4. ضرورة رفع العلاقات العامة إلى مستوى الإدارة العليا.

5. أهمية العنصر الأخلاقي في ممارسة أنشطة العلاقات العامة , وهذا يتضمن الفلسفة العامة للمؤسسه , وإحساسها بمسؤوليتها الإجتماعية والتزامها بالصدق مما يصدر عنها من معلومات .

6. ضرورة التعرف على رجع الصدى لأنشطة العلاقات العامة لتقييم مدى فاعليتها في تحقيق الأهداف والتغلب على المشكلات التي تتعامل معها.

²³ حمدي شعبان_وظيفة العلاقات العامة_الشركة العربية المتحدة_ القاهرة_ غير مبينه سنة النشر_ص15.

²⁴ علي عجه_العلاقات العامة والصورة الذهنية - القاهرة -عالم الكتب ط3-2003-ص25

المطلب الثالث: أهم التعريفات المعاصرة للعلاقات العامة:

إن الوظيفة الإعلامية للعلاقات العامة قد تطورت بسرعة كبيرة في الآونة الأخيرة ومازالت تتطور كل يوم بإكتشاف المشكلات الجديدة وإيجاد حلول مناسبة لها , حيث إرتبط بهذا المفهوم ما يسمى بالمفهوم الوظيفي او المهني للعلاقات العامة وهو المفهوم الذي يتعامل مع العلاقات العامة كمهنة متخصصة ذات مسؤوليات معينة , ويقوم بها متخصصون في مجال العلاقات العامة سواء ان وجدت إدارة للعلاقات العامة في المؤسسة او لم توجد وتتمثل ابعاد هذا المفهوم الوظيفي في ثلاث مهمات رئيسة تقوم بها إدارة العلاقات العامة وهي²⁵:

1. العمل على تسهيل وضمان إنسياب الآراء المعبرة عن موقف فئات الجماهير المتنوعة للمنشأة لكي تظل سياستها وعملياتها متوافقة مع رغبات هذه الجماهير وآرائها.
2. تقديم المشورة للإدارة بشأن الطرق والوسائل التي تساعد على وضع سياسات الإتصال لتحقيق أقصى درجة من القبول العام للمنشأة.
3. إيجاد وتنفيذ البرامج التي تؤدي إلى شرح وتفسير سياسات المنشأة وإنجازاتها على نطاق واسع وبصورة إيجابية.

كما أدى التطور في ممارسة العلاقات العامة والنجاح الذي احرزته على مستوى التطبيق إلى بذل المزيد من الجهد لصياغة تعريفات حديثة للعلاقات العامة تركز على المفاهيم المعاصرة لها وأهدافها ومسؤولياتها , ووظائفها في ضوء الفكر الإداري و الإعلامي المعاصر , ونعرض فيما يلي أهم التعريفات التي تؤكد المفهوم المعاصر الشامل لها²⁶:

يذهب ويبستر Webster إلى تعريف العلاقات العامة بأنها تنشيط العمليات الإتصالية وإيجاد الثقة بين شخص او مؤسسة او مشروع و أشخاص آخرين او جماهير معينه او المجتمع كله من خلال نشر المعلومات التي تفسر وتشرح العلاقات المتبادله , ودراسة ردود الأفعال وتقويمها.

أما بيرنز فقد تناول مفهوم حديث للعلاقات العامة على أساس:

- معلومات يتم تغذية الجمهور بها.

- عمليات إقناعيه موجهه للجمهور بهدف تعديل إتجاهاته وسلوكه.

- جهود تستهدف إيجاد التكامل بين إتجاهات المنشأة وسلوكها.

- جهود تستهدف إيجاد التكامل بين إتجاهات المنشأة وسلوكها نحو جماهيرها , وإتجاهات هذه الجماهير وسلوكها نحو المنشأة.

وعلى ضوء التعريفات السابقة للعلاقات العامة فقد عرف الباحث العلاقات العامة بأنها (الأعمال الإداريه المدروسة , المخطط لها بهدف خلق صوره إيجابية للمؤسسة , وبناء علاقات سليمة ومجدية بين المؤسسة وجمهورها بشكل عام (الداخلي والخارجي) قائمة على أساس التفاعل والإقناع والإتصال المتبادل لتحقيق مصالح وأهداف كل الأطراف المشتركة , وتحقيق الإنسجام الإجتماعي والبيئي بينهما, عن طريق النشاط الداخلي القائم على أساس النقد الذاتي لتصحيح الاوضاع , والنشاط الخارجي الذي يستغل جميع وسائل النشر المتاحة لنشر الحقائق والمعلومات والآراء والافكار , وشرحها وتفسيرها , وتطبيق كافة الأساليب المؤدية لذلك بواسطة

²⁵ سمير محمد حسين_دراسات في العلاقات العامة_عالم الكتب_القاهره_ط1_1992_ص36.

²⁶ المرجع نفسه - ص37

أفراد مؤهلين لممارسة أنشطتها المختلفة.

وظائف العلاقات العامة

يرتبط علم العلاقات العامة بمجموعة من العلوم الإجتماعية الحديثة , فقد إستعان في تطوره بعلم النفس وعلم الإجتماع , وعلم الإقتصاد وعلم الإدارة وعلم الإتصال, وغيرها من العلوم التي تتعرض لفهم دراسة السلوك البشري أفرادا وجماعات , فقد أتاحت هذه العلوم للعلاقات العامة فرصه للتأثير على السلوك الإنساني وتعديله وتعديل إتجاهاته من خلال الإستمالة والترغيب والإقناع وكافة الوسائل المشروعة , فهناك إتفاق بين الباحثين والأكاديميين والخبراء والممارسين على الإطار العام للعلاقات العامة وهدفها المتمثل في بناء سمعة المؤسسة وحرصها على تحقيق التفاهم بين المؤسسة وجمهورها , ووظائفها التي حصرها البعض في البحوث والتخطيط والتنفيذ والإتصال والتنسيق والمتابعة, هذا غير أن هناك وظيفتان أساسيتان للعلاقات العامة هما البناء (الوقائية) والتصحيح (العلاج) وتحديد وظيفة العلاقات العامة في أي مؤسسة أمر في غاية الأهمية خاصة وأن الخلط بين وظائف العلاقات العامة وصل إلى أن العلاقات العامة هي وظيفة كل فرد في المؤسسة المعنية²⁷.

ويرى الباحث أن أي فرد من أفراد المؤسسة يتعامل مع جمهورها عليه أن يمارس العلاقات العامة , وذلك لا يكون من خلال ممارسة وظائف العلاقات العامة , ولكن من خلال تعاونه مع إدارة العلاقات العامة لتحقيق أهدافها , ولكن إذا تعلق الأمر بوظائف العلاقات العامة فلا بد من تحديدها , وتحديد القائمين بها فالقول بأن العلاقات العامة هي وظيفة كل فرد في المؤسسة فهو مفهوم غير صحيح.

ليس العبرة ان تجد تنظيمًا دقيقًا للعلاقات العامة بل العبرة بنتائج عملها ومدى قيامها بمسؤولياتها في إطار ذلك التنظيم⁽¹⁾

ويرى الباحث ان اهمية دراسة وظائف العلاقات العامة في هذا البحث تتبع من كونها تعرض كيفية تأدية قسم العلاقات العامة او تنظيم إدارة العلاقات العامة عمله والكيفية التي يحقق بها أهدافه المتمحوره حول إيجاد , وخلق علاقات متينه بين المؤسسة وجمهورها .

وتختلف وظائف العلاقات العامه باختلاف تناول الباحثين لها لذلك نجد أن بعض الباحثين إتجهوا إلى توسيع وظائف العلاقات العامه وتنوعها والبعض اتجه الى تبسيطها وإختصارها , ومن امثلة الفريق الاول بتراند كانفيلد الذي يرى ان استخدامات العلاقات العامه في المصانع والمنشات والبنوك يشير الى سبع وظائف اساسيه وهي (البحث والتخطيط و التنسيق والخدمة الاداريه وخدمة المجتمع المحلي والانتاج والتوجيه الإداري من امثلة الفريق الثاني فليب ليزلي الذي يرى ان أنشطة العلاقات العامة تدور حول اربع وظائف رئيسه وهي (النصح والمشوره- الاتصال - بناء الثقه - الابحاث والتحليل .⁽²⁾

ويرى الباحث من خلال اطلاعه ان وظائف العلاقات العامه هي الأنشطة العملية التي تمارسها العلاقات العامة في سبيل تحقيق اهدافها المرسومه حسب الخطة.

²⁷ عبدالحكيم خليل مصطفى - العلاقات العامة بين المفهوم النظري والتطبيق العملي-الدار العلمية للنشر والتوزيع -القاهرة1-2009-ص65

⁽¹⁾ عبد الرزاق الشخيلي وآخرون - العلاقات العامة - وزارة التعليم العالي والبحث العلمي - بغداد- 1980 م، ص 109

⁽²⁾ فؤاد البكري -العلاقات العامة بين التخطيط والاتصال - دار النهضة الشرق للنشر والتوزيع- القاهرة -2001م ص(19)

وتثبتت البحوث العلمية حقيقتين هامتين هما: (3)

- 1- اختلاف وظائف العلاقات العامة من منظمة لأخرى حتى ولو كانت المنظمات متماثلتان في الحجم والنشاط.
 - 2- ان هناك عادة اختلاف بين الوظائف المحددة رسميا لافراد العلاقات العامة في وصف الوظائف وبين الوظائف التي يمارسونها بالفعل .
- والخلاصه هي أن مدير العلاقات العامة مسؤول عن ترجمة الاهداف التي حددها لوحدته (إدارته) الى انشطه تمارس يوميا بكفاءة وفاعلية وهذه الانشطة والوظائف لاتخرج كثيرا عما يلي:(1)
- *1 تعريف الجمهور بالمنظمة وشرح السلعة او الخدمة التي تنتجها بلغه سهله .
 - *2 شرح سياسة المنظمة للجمهور وشرح أي تعديل او تغيير فيها او التبرير له .
 - *3 مساعدة الجمهور على تكوين رأيه وذلك بمده بكافة المعلومات ليكون رأيه مبنيا على اساس من الواقع واساس من الحقائق.
 - *4 التأكد من ان جميع الأخبار التي تنشر على الجمهور صحيحة وسليمة من حيث الشكل والموضوع .
 - *5 مد المنشأة بكافة التطورات التي تحدث في الراي العام حتى تتمكن المؤسسة من التعامل بصورة إيجابية تجاه هذا الراي.
 - *6 حماية المنشأة ضد أي هجوم قد يقع عليها نتيجته نشر اخبار كاذبة اوغير صحيحة عنها وذلك عن طريق نشر الحقائق وتوضيح بعض النقاط الهامة التي قد تكون غائبة عن الجماهير .
 - *7 تهيئة جو صالح بين المنشأة والأفراد , وبين الأفراد وبعضهم البعض داخل المنشأة, وذلك لا يتحقق إلا بخلق نسيج إجتماعي قوي بين العاملين في المؤسسة وبينهم وبين الجمهور الخارجي للمؤسسة لتحقيق الأهداف التي تضمن تحقيق رغبات الجمهور الداخلي والخارجي للمؤسسة.
 - *8 إخبار الإدارة العليا للمنشأة برد فعل سياستها بين فئات الجمهور المختلفة .
 - *9 بحث وتحليل وتلخيص جميع المسائل التي تهم الإدارة العليا ورفعها إليها .
 - *10 مساعدة وتشجيع الإتصال بين المستويات الإدارية العليا والمستويات الدنيا والعكس.
 - *11 التأكد من أهداف المنشأة واغراضها .
 - *12 التنسيق بين الإدارات المختلفة داخل المنشأة.
 - *13 تعمل كمستشار شخصي لأعضاء مجلس الإدارة ولجميع الافراد في المستويات الاداريه العليا
- ويرى الباحث ان المستويات المنوطه بالعلاقات العامه كثيره ومتعدده وتختلف من منشأة إلى أخرى حسب الحجم والنشاط والاهداف إلا أن أغلب الباحثين قد أجمعوا على أن هنالك وظائف أساسية لابد ان تتخذها العلاقات العامه مرتكزا وهي :
- اولاً: البحث عن الحقائق :-

(3) طاهر مرسي عطية فن العلاقات العامة -عين شمس -القاهرة بدون تاريخ ، ص(37-38)

(4) عادل حسن - العلاقات العامة - دار النهضة العربية - بيروت - 1984م - ص(41)

وهي أن يلقي نظرة فاحصة متأملة إلى الماضي لتحديد جذور الموقف وأن يتدارس الظروف التي تحيط بالمؤسسة الاقتصادية منها والإجتماعية والثقافية والسياسية ويؤطرها بنظرة متأملة إلى المستقبل ليتعرف على المشكلة (1).

ومرحلة البحث عن الحقائق هي مرحلة تساعد الجمهور والمؤسس على تحقيق تفاهما متبادلا بينهما والهدف منها تحقيق مصالح مشتركة ولن يتم ذلك إلا عن طريق تبادل الحقائق والآراء ووجهات النظر وهي مرحلة تخيف بعض الناس فيترددون في اعطاء المعلومات ويعرف البحث بأنه استقصاء دقيقا منظما يهدف إلى اكتشاف الحقائق والقواعد التي يمكن التحقق منها مستقبلاً (2).

وتم تقسيم الأبحاث إلى ثلاث تصنيفات :-

التصنيف الاول 28 :

1/ بحوث إيجاد الحقائق وهي تبحث عن الحقائق دون الوصول إلى التصميم مثلها مثل كتابة سيرة ذاتية ل احد الشخصيات .

2/ بحوث التقسيم الإنتقادي وهذه النوعية تعتمد على التسبب المنطقي لحل مشكلة معينة حيث يحلل الباحث ويصنف الآراء ويكون تحليله لتلك الآراء تحليلا انتقاديا مستخدما المنطق.

3/ بحوث متكاملة وهي تلك البحوث التي تضم المسلكين إيجاد الحقائق و التقسيم الانتقادي معا.

التصنيف الثاني 29 :

1/ البحوث الإستطلاعية: وهي بحوث تستخدم في مجالات العلاقات العامه عند الإستعانة بالمستشار الخارجي او عندما تعين خبيرا جديدا للعلاقات العامه في المؤسسه ومهمتها أن تتعرف من خلالها على جوانب الموقف وصياغته بأسلوب علمي تمهيدا لتصميم بحث دقيق يتصدى لدراسته.

2/ البحوث الموضوعية : وهي بحوث يستعين بها رجل العلاقات العامه وتهدف إلى التعرف على خصائص الجمهور لكسب ثقته وتأثيره إذ بالتعرف على خصائص الجمهور تتمكن العلاقات العامه من توصيل رسالتها اليه بصورة أسهل .

3/ البحوث التفسيرية: وتسمى التجريبية ومحتوى هذه البحوث هو عزل بعض المتغيرات لمعرفة تأثير متغير مستقل على متغير تابع حيث يبدأ الباحث عادة بإفترض عدة علاقات سببية ممكنة بين المتغير التابع والمتغيرات المستقلة بحيث يمكن التنبؤ بدقة بأثر التغيير في المتغيرات المستقلة وتمثل هذه البحوث ركناً أساسياً في دراسات العلاقات العامه حيث تساعدها على معرفة برامجها لمواجهة مواقف معينة ومدى تأثيرها على جمهور المؤسسه.³⁰

4/ البحوث التاريخيه: وهذه تستند على تجميع المواقف والاحداث والاتجاهات السابقه وتحليلها للتعرف على ظروفها في زمن محدد وجمهور محدد وذلك للتصدي لمواقف مستقبلية .³¹

(1) عادل حسن - العلاقات العامة - مرجع سابق - ص(41)

(2) محيي محمود حسن - العلاقات العامة والاعلام في الدول النامية - المكتب الجامعي الحديث - الإسكندرية- 1985م-ص(155)

²⁸ عبد الرازق الشبخلي وآخرون- مرجع سابق-ص110

²⁹ محمد فريد الصحن -العلاقات العامةالمبادئ والتطبيق-الدار الجامعية للنشر والتوزيع- الإسكندرية-1988م - ص146

³⁰ مهدي حسن زويلف- إدارة الأفراد والعلاقات العامة الصناعية-مطبعة الجامعة-بغداد-1975م-ص32

³¹المرجع نفسه - ص33

التصنيف الثالث: (2)

1/ البحوث الميدانية وهي البحوث التي تجري في ميدان العمل والاتصال بالجمهور إتصالاً مباشراً وتتعرف على آرائه وذلك لتكون هذه الآراء ووجهات النظر موضوع دراسة وتحليل ومن أمثلة ذلك إجراء بحث ميداني داخل المنظمة لمعرفة آراء العاملين ومشاكلهم وافكارهم واقتراحاتهم تمهيدا لصياغة البرامج التي تعالج تلك المشاكل وتعطي الجواب الشافي لمقترحاتهم وتصحيح آرائهم السلبية إن وجدت وهي كلها من مواضيع العلاقات العامة وهمومها.

2/ البحوث المكتبية وهي الدراسة التي تعتمد على المصادر والاحصائيات والمجالات والصحف والتقارير وقد تكون البحوث المكتبية جزءاً مكملًا للبحوث الميدانية وركناً من أركانها وركيزه للأدبيات التي يحتاجها البحث الميداني .

اهداف بحوث العلاقات العامة³² :

البحث جزء من الوسائل التي يستعان بها في حل المشكلات ولهذا يعرف البحث بأنه جزء من فن اتخاذ القرارات او من زيادة احتمالات سلامة تلك القرارات فإن البحث يوفر لنا المعلومات والحقائق والأسباب التي تغدو آخر الأمر أساساً للإتفاق وعلى وجه الخصوص فإن البحوث في العلاقات العامة توفر المعلومات التي تساعد الاداره على مايلي :-

1/ تحديد الجمهور واستراتيجيات العلاقات العامة .

2/ تقويم الأثر الفعلي لبرامجها .

3/ التعرف على المتغيرات الدولية ودراسة أثارها المحتملة على المؤسسة .

4/ دراسة المتغيرات البيئية المؤثرة علي المنشأة وعلى إدارة العلاقات العامة .

5/ تحليل المؤسسة ودراستها من الداخل .

6/ دراسة الرأي العام وتحليله وقياسه ودراسة إتجاهات الجماهير إزاء المؤسسة وسياستها وبرامجها وموظفيها.

7/ دراسة وسائل الاعلام وتقدير أهميتها وتقويم مدى نجاحها.

8/ زيادة فعالية الإتصال الخارجي وتقويم وتقرير مدى نجاح الماده الإعلاميه وأفضل السبل لإختيار الوسيلة المناسبة وصياغة الرسالة الواضحة والعوامل المؤثره على مدى إستجابة الجماهير للرسالة الإعلامية .

9/ تحديد الجماهير النوعيه تحديداً دقيقاً ومعرفة خصائصها ومقوماتها.

10/ امداد الإدارة بالمعلومات بصفه عامه وبالمعلومات الخاصه بتوقعات عن حدوث ازمات او إضطرابات لتتلافها المنشأة او تستعد لمواجهتها .

مجالات بحوث العلاقات العامة:

1/ بحوث تتعلق بالرأي العام وهي بحوث استطلاع آراء الجمهور وانطباعاته عن المؤسسة وسياستها وماتنتجه من السلع وتقدمه

³² رضا وهيب و آخرون -العلاقات العامة في المؤسسات الصحية-وزارةالتعليم العالي - بغداد- 1992م ، ص(169)

من خدمات ويمكن تلخيص تلك البحوث كما يلي: ³³

أ/ بحوث الصورة الذهنية وهي دراسة الصورة التي هي في أذهان الجمهور في وقت معين وهي بحوث محدودة في عالمنا العربي ونعني بالصورة إسترجاع لما اختارته الذاكرة وتخيل ما دركته حواس الرؤية والسمع واللمس او الشم او التذوق فهي إذن الصورة الفعلية التي تتكون في أذهان الناس عن المؤسسة .

ب/ بحوث الدوافع والاتجاهات وهي بحوث تتعلق بمعرفة ما وراء إتجاهات الجمهور والدوافع التي تتحكم بسلوكه تجاه المؤسسة .

ج/ بحوث الفاعلية وهي بحوث ترينا اثر البرامج الخاصة بالعلاقات العامة على آراء الافراد ومدى تحقيقها لأهدافها .

2/ بحوث تتعلق بأنشطة العلاقات العامة ومشاكلها وطموحاتها والمجال الذي تعمل فيه وبادائها الحالي .

3/ بحوث تتعلق بأثر التغيرات الاجتماعية والإقتصادية على الرأي العام إذ لا بد ان تتدارس العلاقات العامة كافة هذه التغيرات ومدى أثرها على الرأي العام حيث ان بحث تلك المتغيرات يمثل الدعامه لكل برنامج من برامج العلاقات العامة كأثر سياسة الدوله على الرأي العام وكذلك الإهتمامات الجديده من قبل المجتمع مثل التلوث اوحماية المستهلك وحتي حقوق الانسان كلها مواضيع واهتمامات جديده لبحوث العلاقات العامة .

ثانياً : التخطيط :

وبعد إيجاد الحقائق يأتي دور إيجاد الخطة التي ستتصدى للمشكلة ولا بد ان تكون تلك الخطة متناغمة مع خطة المؤسسة ويتم تحديد الأهداف بخطواتها العريضة ورسم خطوات التنفيذ وتوزيع المسؤوليات على القائمين بالتنفيذ فالتخطيط هو عملية التفكير المنطقي المنظم لتحليل الإمكانيات المتاحة المادية والبشرية والمعنوية بأفضل اسلوب لتحقيق الاهداف المرسومة.³⁴

ويعرف التخطيط على انه الطريق المرسوم مسبقاً والذي تسلكه المؤسسة اثناء عملية صناعة القرار ويعتبر التخطيط أساساً لبناء الأنشطة المختلفة للعلاقات العامة للمؤسسة حيث أنه الأسلوب الذي يعينها على الإستخدام الأمثل للموارد المتاحة لتحقيق أهدافها في فترة زمنية محددة.³⁵

مزايا التخطيط للعلاقات العامة:

يختص التخطيط بمجموعه من المزايا ذات الأبعاد الهامه التي تسهل عمل المؤسسة ,وهي:³⁶

1/ تقديم برامج مكتملة تبرر الإستمرار ما دامت تحقق الأهداف .

2/ الإبتعاد عن الإرتجال في إتخاذ القرارات والإسراف في المال والجهد .

3/ الإستقلال الأمثل لوسائل الاتصال المتاحة للوصول الى جمهور المؤسسة .

4/ مساعدة المؤسسة على مواجهة الأحداث المفاجئة ، وغير المتوقعة التي تصادفها ، سواء داخلها أو خارجها ، لأن التخطيط يقوم على التنبؤ والتحوط للأحداث المستقبلية والتعامل معها ، ولكن هذا لا يعني أن التخطيط ومبرراته هو مواجهة المواقف المفاجئة فقط

³³ علي عوجة - العلاقات العامة والصورة الذهنية - عالم الكتب - القاهرة 1983م ص(39)

³⁴ عبد الرازق الشبخلي وآخرون-العلاقات - مرجع سابق-ص133

³⁵ محمد قاسم القريوني و مهدي زويلف - المفاهيم الإدارية الحديثة- الجامعة الأردنية- عمان- 1993-ص199

³⁶ مهدي زويلف و أحمد القطامين - العلاقات العامة النظرية والأساليب - دار جنيف للنشر-1994-ص49

كما تظن بعض المؤسسات والتي تعتبر التخطيط الذي تمارسه العلاقات العامة يغير تلك المواقف ما هو إلا ترفاً لا مبرر له والحقيقة أنه تخطيط لكل الأجل .

5/ كما أن التخطيط يحمل في طياته مهمة التنسيق إذ لا يدع للفروع أن تمارس إجهاداتها في حقل العلاقات العامة وإتخاذها القرارات الخاطئة بل العمل وفي إطار الخطة العامة.

ومن الصعوبات التي يواجهها مخطط العلاقات العامة : 37

- 1- صعوبة التنبؤ بدقة عن المستقبل وخاصة التخطيط طويل المدى لأن التخطيط محوره الإنسان الذي يسلك أحياناً سلوك يصعب التنبؤ به ، وهو أحياناً لا يعرف ما يريد ، وخاصة إن العلاقات العامة تتعامل مع عناصر غير ملموسة فهي تلمس إتجاهات الأفراد ومعرفة أذواقهم وميولهم ورغباتهم لتتصدى لها بقصد التأثير عليها .
- 2- إن طبيعة عمل العلاقات العامة هي طبيعة ديناميكية تعيش في بيئة متحركة ، ولذا لابد من ملاحقة الأحداث والتكيف معها ، وقد تبرز مواقف مفاجئة وتغيرات لا يمكن ملاحقتها بالصورة المطلوبة .
- 3- يساهم الفهم الخاطئ للعلاقات العامة ومجالات عملها من قبل بعض الإدارات في تعقيد عملية التخطيط لها ، إذ يصفها البعض بأنها وسائل علاجية تحتاج إليها المؤسسة عند الطوارئ ، وعند بروز أزمة طارئة ولذا فهم يعتقدون أن لا حاجة للتخطيط للعلاقات العامة مادامت المؤسسة لا تحتاج إليها .

ثالثاً : إيصال المعلومة : communication

الإتصال هو وسيلة لتنفيذ الخطة وهذا يتطلب إبتكار الإدارة وسائل نقل الخطة للواقع ، والإتصال هو عملية يتم من خلالها نقل المعلومات والبيانات، وقد تكون في شكل رسالة شفوية أو مكتوبة أو مصورة ، أو حتى إشارة معبرة ، والإتصالات ليست ذات إتجاه واحد ، أي أن العملية لا تقتصر على إرسال الرسالة وإستلامها بل إدراك مستلمها مدلولها وفحواها . 38

وتمر عادة الفكرة من رجل العلاقات العامة إلى جمهوره بعدة خطوات وهي : 39

- 1- تحديد هدف الرسالة ، ماذا نريد منها ، أي فكرة تحملها ، ما الذي نريد ان نتعرف عليه ، ما هي المعلومات التي نريد إيصالها ، وأي غرض تحققه .
- 2- تحديد الجمهور هل هو المجتمع أم المستهلك أم الموزع أم المورد أم الدولة.
- 3- إختيار الرسالة وصياغة مضمونها بشكل متوازن، يتلائم مع طبيعة الجمهور وحساسية الموضوع وتفاصيله حتى لا يتخلف عنها أثر سلبي .
- 4- إختيار أسلوب إيصالها ، فهل هي صورة تعرضها ، أم رسالة مكتوبة أو شفوية بإتصال مباشر .
- 5- إختيار الوقت الملائم للإرسال ، فالتوقيت المناسب من عوامل نجاح الرسالة.

37 مهدي زويلف وأحمد القطامين - العلاقات العامة النظرية والأساليب - مرجع سابق - ص 50

38 مهدي زويلف وأحمد القطامين - العلاقات العامة النظرية والأساليب - مرجع سابق - ص 50

39 عبد الرازق الشبخلي وآخرون - العلاقات العامة - مرجع سابق ، ص 143

6- مراقبة ردود الفعل لدى المرسل إليه ، وهذا الجانب مهم جدا خلال العملية الإتصالية ففي حال ملاحظة ردود أفعال سلبية يتطلب من المرسل تغيير أسلوبه أو رسالته بحيث يرضي الجمهور ويحقق نتائج إيجابية.

7- تقييم النتائج التي يتم الحصول عليها،

8- صياغة الخطة الملائمة لمعالجة الموقف وفقا لنواحي القصور التي تم رصدها من خلال تقييم العملية الإتصالية.

أنواع الإتصالات :-

لقد قسم البعض الإتصالات إلى : 40

أ- وسائل شخصية : ويتم الإتصال فيها عن طريق رجال البيع والعلاقات العامة وقد يؤدي الإتصال المستشارون والأصدقاء أو موظفو المؤسسة ويعتقد البعض أن الإتصال الشخصي هو أكثر الإتصالات فاعلية حيث يتم وجهاً لوجه ويدعم هذا التوجه الدراسات الميدانية وذلك بالحصول على رجع الصدى Feed back.

ب- وسائل غير شخصية: وهي واسعة الإنتشار ومنها الصحف والمجلات والراديو والتلفزيون والمعارض وحفلات الإستقبال .

ومنهم من قسمها إلى: 41

أ- وسائل إعلام عامة كما في الوسائل غير الشخصية (كالصحف والمجلات والراديو والتلفزيون)

ب- وسائل إعلام خاصة وهي التي تستخدمها العلاقات العامة داخل المؤسسة كمجلة المؤسسة والنشرات والكتيبات .

وأخرون يقسمونها إلى : 42

أ- وسائل إتصال سمعية وهي التي تعتمد على المخاطبة كالإذاعة.

ب- وسائل إتصال بصرية كالصحف والمنشورات.

ج- وسائل إتصال سمعية بصرية كالتلفزيون .

عناصر الإتصال : 43

للإتصال عناصر مكتملة متداخلة ومتكاملة مع بعضها البعض ولا يتم الإتصال إلا بوجودها وشرط أن يكون بينهم التفاعل وهذه

العناصر هي: (المرسل - الرسالة - المستقبل - الوسيلة - رجع الصدى) 44

1- المرسل : وهو القائم بالإتصال وقد يكون فرداً كما في الإتصال الذاتي أو الشخصي ، كما قد يكون أكثر من فرد كما في الإتصال الجماعي أو الجماهيري)

والمرسل هو أول أطراف العملية الإتصالية ، وهو صاحب الفكرة يقوم بوضع أفكاره في رموز معينة (كود) ولا بد أن تكون

40 محمد فريد صحن - العلاقات العامة الاسكندرية الدار الجامعية للنشر 1985م - ص(283)

41 عبد الرازق الشبخلي وآخرون - العلاقات العامة - مرجع سابق ، ص(143)

42 رضا وهيب وآخرون العلاقات العامة في المؤسسات- مرجع سابق ، ص(119)

43 محمد حسن إسماعيل - مبادئ الاتصال ونظريات التأثير - الدار العالمية للنشر والتوزيع ط1 2003م ص(94)

44 مهدي حسن زويلف وأحمد الغمامين - العلاقات العامة والأساليب - مرجع سابق - ص(64)

الفكرة واضحة في ذهنه أولاً ، وإن يحسن التعبير عن هذه الوسيلة التي يستخدمها ، وأهم من هذا كله أو قبله مراعاة ظروف وخبرات المستقبل فالمرسل الناجح هو القادر على التعاطف بمعنى أن يضع نفسه مكان الآخرين حتى يتفهم مشاعرهم ، و إجاباتهم .

2- الرسالة : هي المضمون أو الفكرة المراد توصيلها إلى المتلقي وهي جوهر عملية الإتصال ويجب أن تصاغ الرسالة بطريقة يفهمها المتلقي ويستطيع فك رموزها بسهولة ، ويتطلب ذلك دراسة الجمهور دراسة واعية للتعرف على خبراته و إحتياجاته وأيضاً دراسة الجوانب السيكولوجية للجمهور ، ويجب أن تجيب الرسالة على كل أسئلة المتلقي او معظمها.

2- الوسيلة :- يحتاج أي إتصال إلى وسيلة لتوصيل الرسالة من المرسل إلى المستقبل فقد تكون الوسيلة طبيعية كما في الإتصال الشخصي والجمعي ، وقد تكون صناعية كما في الإتصال الجماهيري الذي يعتمد على وسائل تكنولوجية .

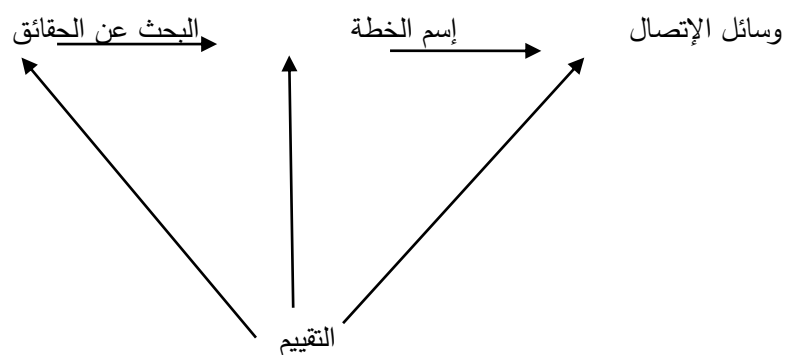
4- المستقبل او المتلقي :- ويعتبر عنصراً مهماً من عناصر الإتصال وهو الذي يتلقى الرسالة ويقوم بفك رموزها ويحللها ويتفاعل معها ويتأثر بمضمونها ، والمتلقي قد يكون فرداً كما في الإتصال الشخصي ، والإتصال الذاتي يكون الفرد فيه مرسلًا ومستقبلًا في آن واحد ، كما أن المتلقي قد يكون أكثر من فرد كما في الإتصال الجماعي والإتصال الجماهيري .

5- رجع الصدى : وهو من أهم عناصر الإتصال فهو الذي يحقق دائرة الإتصال حيث يصبح المتلقي مرسلًا ، ولذا يسميه بعض الأفراد رد الفعل وأياً كانت التسمية فالمقصود برجع الصدى أي شيء يصدر عن المتلقي نتيجة لتعرضه للرسالة ، وقد يكون هذا الشيء معلومات أو تعبيرات حركية.

رابعاً : التقويم :

لقد وضحتنا آلية عمل العلاقات العامة إبتداء من مرحلة البحث عن الحقائق فرسم الخطة ووسائل الإتصال التي تستخدمها المؤسسة للوصول إلى جماهيرها والتقويم يمثل المحطة النهائية في آلية عمل العلاقات العامة كما أن هنالك علاقات عفوية بين هذه المرحلة وكافة المراحل الأخرى متمثلة بالشكل التالي⁴⁵.

شكل رقم(1)



والتقييم يدلنا على جدوى المعلومات التي أفرزتها عملية البحث عن الحقائق فقد يقضي إلى تعديل المعلومات إذا ما تبين أن مرحلة البحث عن الحقائق قد أهملت بعض العناصر ، كما سيكشف عن مدى جدية الخطة ذاتها ، وقد يفرض تعديلها خاصة عندما نستخدم التقويم الجزئي أو المرحلي أو المتابعة عند التنفيذ ، وقد يبين التقويم عجز وسائل الإتصال التي أتبعنا للوصول إلى الجمهور و تبليغ رسالة المؤسسة أو نقل وجهات نظرها أو أفكارها .

⁴⁵ مهدي حسن زويلف وأحمد الغطامين - العلاقات العامة والأساليب - مرجع سابق - ص(65)

مجالات تقييم العلاقات العامة : 46

1/ إستجابة الجمهور: وهذا يعني التأكد من فهم الجمهور للرسالة ومدى إستجابته لها وتفاعله معها ، وهل تركت أثراً طيباً وما هو الاثر الذي حققته في حالة نجاحها.

2/ فاعلية وسيلة الإتصال - ويقاس ذلك بملائمتها كوسيلة إتصالية ومدى قدرتها على تغيير الإتجاهات وتوصيل المعلومات التي تهم المؤسسة .

3/ مدى إيصال المعلومة لجمهور المؤسسة : إذ لا بد أن تقوم المؤسسة بتحديد جمهورها المستهدف ، ومن ثم التأكد من وصول الرسالة إليه ، ومن الوسيلة التي أختيرت لذلك حيث يحتوي الجمهور فئات متنوعة وتتعدد وسائل الوصول إلى كل فئة منه .

4/ الإنتاج : والمقصود بذلك عدد البرامج والمواد الإعلامية التي أنتجها جهاز العلاقات العامة خلال فترة معينة من نشرات ومجلات ولقاءات صحفية ومؤتمرات وأفلام .

5/ التوزيع : ويدخل ضمن الإنتاج أو مرتبطاً بمدى توزيع ذلك الإنتاج فكيف تؤثر الرسالة إن لم تصل إلى من أرسلت إليهم .

وتتحدد وظيفة العلاقات العامة داخل المؤسسة في العمل على توسيع نطاق التأثير الذي تمارسه المؤسسة أو الهيئة ، وذلك عن طريق إستخدام وسائل وأدوات الإتصال المباشر والإعلام الجماهيري المختلفة ، والعمل المستمر من أجل إكتشاف مصادر سوء الفهم الذي يوجد لدى الجماهير نحو المؤسسة. 47

وتتبين وظيفة العلاقات العامة أكثر في تعاملها مع نوعين من الجماهير بحيث تتعامل مع أعضاء الجمهور الداخلي للمؤسسة كما تتعامل مع الجمهور الخارجي لنفس المؤسسة ، وعليه فإن تنظيم العلاقات العامة يجب أن يضع في إعتباره عند تشكيل جهاز العلاقات العامة هذه الوظائف الأساسية . 48

ويرى الباحث أن وظائف العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية تتجاوز حدود تقديم المعلومات للمواطنين ، والإستشارات للمسؤولين الحكوميين ، ويمكن رصد الوظائف التالية التي تقوم بها أجهزة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية وهي كالآتي 49:

1-الوظيفة الإعلامية للمعلوماتية:

وتهدف هذه الوظيفة إلى إعلام المواطنين بالقوانين والأنظمة الحكومية ، والمشاريع التي تنفذها أو تسعى لتنفيذها ، والنشاطات الروتينية التي يقوم بها المسؤولون الحكوميون، إلى جانب قرارات الحكومة في المجالات المختلفة ، ومن الجانب الآخر إعلام صانعي السياسات والقرارات بما يتوفر من معلومات حول ردود الأفعال السريعة للرأي العام ، ووسائل الإتصال حول نشاطات الحكومة وسياساتها وقراراتها ومشاريعها المختلفة ، وترتكز هذه الوظيفة على الأخبار وجمع المعلومات الأولية عن مجريات الأحداث اليومية والأحداث الروتينية ، من خلال إستطلاعات الرأي العام السريعة التي تبحث في تحديد إتجاه الجمهور من قضايا مختلفة إلى جانب متابعة ما ينشر أو يبحث عبر وسائل الإتصال المختلفة .

46 مهدي حسن زويلف وأحمد الغطامين - العلاقات العامة والأساليب - مرجع سابق - ص(65)

47 صالح ليري - مدخل إلي العلاقات العامة - مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع - ط1 2005م ، ص62

48 المرجع نفسه-ص63

49 مختار التهامي ، إبراهيم النسوقي- مبادئ العلاقات العامة في البلدان النامية - ط1-القااهرة-دار المعرفة-1980-ص32

2-الوظيفة التفسيرية:

وتذهب هذه الوظيفة إلى أبعد من عملية الأخبار وجمع المعلومات فهي تقدم تفسيراً للسياسات والقرارات المختلفة أي بمعنى أن تقدم الحكومة رؤيتها ومبرراتها لإنتهاج سياسة معينة ، لإتخاذ قرار معين بما في ذلك البحث في الأسباب والنتائج المتوقعة ويشمل ذلك سياسات وقرارات الحكومة على الصعيدين الوطني والدولي .

3-الوظيفة الإقناعية:

تهدف هذه الوظيفة إلى إقناع الرأي العام بضرورة إتخاذ إجراءات معينة ، أو اعتماد سياسات محددة ، أو اللجوء إلى قرارات ذات طبيعة خاصة ، فحين تقوم الحكومة بتبني سياسات أو قرارات مصيرية يجري بها إقناع مواطنيها بهذه السياسات أو القرارات ، وتوضيح موقفها ، وتقديم براهينها في مجريات حياته ومعيشته اليومية ، والتمهيد لإتخاذ مثل هذه القرارات يساعد في تجنب عنصر الصدمة الذي قد تحدثه مثل هذه القرارات لدى الجمهور والتي قد تقود إلى حالة من الإضطراب والفوضى.

4-الوظيفة التقييمية :

وتضم هذه الوظيفة النشاطات المتصلة بإعداد التقارير المرجعية ، والتحليلات والدراسات التي تبحث بعمق في نتائج السياسات والخطط الحكومية ، والظواهر السياسية والإقتصادية و الإجتماعية داخل المجتمع ، وقياس إتجاهات الرأي العام حولها . وتعتبر هذه الوظيفة من أهم الوظائف التي تقوم بها العلاقات العامة نظراً لإهتمامات المخططين في مجال السياسات العامة ، حيث توفر لهم معرفة مسبقه بإحتياجات المواطنين وتطلعاتهم، وتستند هذه الوظيفة لدراسات وبحوث الرأي العام في حين تقدم دراسات وبحوث الرأي العام معلومات حول إتجاهات الرأي العام وذلك من حيث عمقها وإتساعها وشدتها إلى جانب الأسباب والدوافع التي تقف وراء تشكيلها.

5-الوظيفة التوثيقية:

وتشمل هذه الوظيفة حفظ وتصنيف الوثائق الرسمية ، والقوانين والقرارات الحكومية والخطب الرسمية ، والتصريحات التي تتعلق بمواقف الحكومة محلياً ودولياً ومواقف الحكومة من الإتفاقيات الدولية إلى جانب القوانين الخاصة في مجال الإتصال ، والإحتفاظ بقوائم المؤسسات الإعلامية والصحفية وأسماء العاملين فيها ، ويتوقف دور أجهزة العلاقات العامة في مجال التوثيق على المجال الذي تخدمه بالإضافة إلى مستواه ، فالأجهزة الوطنية تخدم الحكومة بكافة مؤسساتها ، أما الأجهزة المؤسسية فتخدم القطاع الذي تعمل فيه.

6-الوظيفة التشريعية:

وتعمل هذه الوظيفة على تقديم الخدمات وتنظيمها مثل إستقبال الوفود الرسمية ومرافقتها ، وتسهيل إجراءات إقامتها في البلد ، وكذلك مهمات الصحفيين والإعلاميين ، وتنظيم الإجتماعات والندوات والمؤتمرات ، وتعمل على تهيئة الأجواء المناسبة لها ، وتنظيم لقاءات الصحفيين والإعلاميين بمسؤولي الحكومة، وتسهيل مهام إدارة المؤسسة التي ينتمي إليها جهاز العلاقات العامة.⁵⁰

وعلى ضوء ما سبق يمكن تحديد وظائف العلاقات العامة الأساسية على النحو التالي⁵¹:

⁵⁰ مختار التهامي - إبراهيم الدسوقي - مرجع سابق ص33

⁵¹ محمد منير حجاب-العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة - مرجع سابق ص60

- 1* تعريف الجمهور بالمنشأة وشرح الخدمة أو السلعة التي تنتجها بلغة سهلة وبسيطة بغية إهتمام الجمهور بها.
- 2* شرح سياسة المنشأة للجمهور أو أي تعديل أو تغيير فيها بغية قبوله إياها والتعاون معها.
- 3* مساعدة الجمهور على تكوين رأيه وذلك بمدد بكافة المعلومات ليكون رأيه مبنيا على أساس من الواقع وأساس من الحقائق.
- 4* التأكد من أن جميع الأخبار التي تنشر على الجمهور صحيحة وسليمة من حيث الشكل والموضوع.
- 5* مد المنشأة بكافة التطورات التي تحدث الرأي العام.
- 6* حماية المنشأة ضد أي هجوم قد يقع عليها نتيجة نشر أخبار كاذبة أو صحيحة عنها.
- 7* تهيئة جو صالح بين المنشأة والأفراد وبين الأفراد وبعضهم البعض داخل المنشأة.
- 8* إخبار الإدارة العليا للمنشأة برد فعل سياستها بين فئات الجمهور المختلفة .
- 9* بحث وتحليل وتخليص جميع المسائل التي تهم الإدارة العليا ورفعها إليها.
- 10* مساعدة وتشجيع الإتصال بين المستويات الإدارية العليا والمستويات الدنيا , والعكس.
- 11* التأكد من أهداف المنشأة وأغراضها وأعمالها تلقى الإهتمام الكافي من فئات الجمهور.
- 12* تعمل العلاقات العامة كمنسق بين الإدارات المختلفة في المنشأة لتحقيق الإنسجام بين بعضها البعض , وبينها وبين الجمهور الداخلي والخارجي.
- 13* تعمل العلاقات العامة كمستشار شخصي لأعضاء مجلس الإدارة ولجميع الأفراد في المستويات الإدارية العليا وإسداء النصح للمسؤولين عند إصدار القرارات وتعديل السياسات.

الخاتمة:

المفهوم التطبيقي للعلاقات العامة يحمل أكثر من معنى, فقد يعني السياسات والإجراءات التي تحافظ عن طريقها المؤسسة على رضا وتأييد جماهيرها, و قد يعني أيضا النشاط الإعلامي الموجه بغية كسب تأييد جماهير المؤسسة عن طريق شرح وتوضيح أعمالها , فقد أكدت تعريفات الباحثين أن العلاقات العامة لها ثلاثة أركان رئيسية:(الجمهور – الثقة-المنظمة) , وأن علم العلاقات العامة يرتبط إلى حد كبير بالعلوم الإجتماعية الحديثة كعلم النفس وعلم الاجتماع , وعلم الإقتصاد وعلم الإدارة وعلم الإتصال, فكل هذه العلوم وغيرها من العلوم الأخرى تتعرض لفهم دراسة السلوك البشري أفرادا وجماعات .

وتختلف وظائف العلاقات العامة من منظمة لأخرى , حتى إذا كانت هذه المنظمات متشابهة في الحجم والنشاط , أما عن مهام ووظائف رجل العلاقات العامة المحددة رسميا في وصف الوظائف فهي تختلف عن الوظائف والمهام التي يمارسونها , ويبقى التخطيط هو أكثر وظائف العلاقات العامة أهمية , ويتوقف على نجاحه تحقيق أهداف المؤسسة , و التقييم هو الوظيفة التي تكشف وتقيس مدى جدية الخطة , وتفرض إستمرارها أو تعديلها.

وأخيرا تتعامل العلاقات العامة مع جمهورين : (داخلي ومعني بهم من داخل المؤسسة من موظفين وعمال) – (خارجي , ومعني بهم من خارج المؤسسة من مستفيدين ومستهلكين) وإستنادا على ماسبق يوصي الباحثين بضرورة الآتي:

التوصيات:

- إتباع الأسس العلمية للممارسة العملية لوظائف العلاقات العامة.
- تأهيل وتدريب العاملين بإدارات العلاقات العامة , وضرورة أن يكونوا من أهل التخصص في هذا المجال لضمان جودة العمل في الإدارة.
- الإهتمام بالجماهير فهي القاعدة الأساسية التي تستطيع ان تحقق عبرها أهداف المؤسسة.
- بذل مجهود اكبر للعاملين في العلاقات العامة في العمل على تطوير الوسائل والأساليب التي تساعد على أداء وظائفهم بنجاح.
- إعتراف القيادات العليا في المؤسسات وإقناعهم بأهمية الدور الكبير الذي تقوم به إدارة العلاقات العامة , ومنحها الصلاحيات الخاصة التي تمكنها من العمل بنجاح.

قائمة المراجع:

- 1.إحسان عسكر_ المدخل في العلاقات العامة_ دار النهضة العربية_ القاهرة_ ط1_1980م.
- 2.حسن الحلبي_ مبادئ العلاقات العامة_ منشورات عويدات_ بيروت_ ط1_1980م.
- 3.حمدي شعبان_ وظيفة العلاقات العامة_ الشركة العربية المتحدة_ القاهرة_ غير مبينه سنة النشر
- 4.سمير محمد حسين_ دراسات في العلاقات العامة_ عالم الكتب_ القاهرة_ ط1_1992.
- 5.صالح ليري - مدخل إلي العلاقات العامة - مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع القاهرة - ط1 2005 م .
- 6.رضا وهيب و آخرون -العلاقات العامة في المؤسسات الصحية-وزارةالتعليم العالي - بغداد- 1992م .
7. طاهر مرسي عطية فن العلاقات العامة -عين شمس -القاهرة بدون تاريخ.
- 8.عادل حسن - العلاقات العامة - دار النهضة العربية - بيروت - 1984م.
- 9.عبدالحكيم خليل مصطفى - العلاقات العامة بين المفهوم النظري والتطبيق العملي-الدار العلمية للنشر والتوزيع -القاهرةط1- 2009م.
- 10.عبد الرازق الشخيلي وآخرون - العلاقات العامة - وزارة التعليم العالي والبحث العلمي - بغداد- 1980 م .
11. علي عوجة - العلاقات العامة والصورة الذهنية -عالم الكتب - القاهرة 1983 م .
- 12.فخري جاسم و عبدالرازق الشخيلي,فضيله زلزله_العلاقات العامة_المكتبة الوطنيهِ_بغداد ط1_1981م.
- 13.فؤاد البكري -العلاقات العامة بين التخطيط والاتصال - دار النهضة الشرق للنشر والتوزيع- القاهرة -2001م
- 14.محمد حسن إسماعيل - مبادئ الاتصال ونظريات التأثير - الدار العالمية للنشر والتوزيع القاهرة ط1 2003م.
- 15.محمد طلعت عيسى_ العلاقات العامة والإعلام_مكتبة القاهرة الحديثهِ_ القاهرة_ ط1_1995م.
- 16.محمد عبد الحميد البحث العلمي في الدراسات الإعلامية عالم الكتب-القاهرة ط1-2000م.
- 17.محمد عبدالله عبد الرحيم_العلاقات العامة_ دار التأليف_الإسكندريهِ_ط1_1982م.

18. محمد عبده حافظ_العلاقات العامة_ دار الفجر للنشر والتوزيع_القاهرة ط1_2009م.
19. محمد فريد الصحن -العلاقات العامة, المبادئ والتطبيق-الدار الجامعية للنشر والتوزيع- الإسكندرية-1988م .
20. محمد فريد صحن - العلاقات العامة الاسكندرية الدار الجامعية للنشر-القاهرة- 1985م .
21. محمد قاسم القريوني و مهدي زويلف - المفاهيم الإدارية الحديثة- الجامعة الأردنية- عمان- 1993م
22. محمد منير حجاب ,سحر محمدوهبي_ألمدخل الأساسي للعلاقات العامة_ دار الفجر للنشر والتوزيع القاهرة ط1_1992م.
23. محمد منير حجاب_العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة _ الفجر للنشر والتوزيع_القاهرة ط1_2007 .
24. محمد نجيب_العلاقات العامة_مكتبة الرائد العلمي_عمان ط1_2001م
25. محيي محمود حسن - العلاقات العامة والاعلام في الدول النامية - المكتب الجامعي الحديث -الإسكندرية- 1985م.
26. مختار النهامي , إبراهيم الدسوقي- مبادئ العلاقات العامة في البلدان النامية ط1-القاهرة-دار المعرفة -1980م.
27. مهدي حسن زويلف- إدارة الأفراد والعلاقات العامة الصناعية-مطبعة الجامعة-بغداد-1975م.
28. مهدي زويلف و أحمد القطامين - العلاقات العامة النظرية والأساليب - دار جنيف للنشر-1994م.