

الباب الرابع

وظائف العلاقات العامة

أدى التطور الكبير في مجال العلاقات العامة إلى بعض الخلط في تحديد مجالات عملها والوظائف التي يمكن أن تقوم بها داخل المؤسسة. فلم تعد العلاقات موضع الاهتمام في النشاط الترويجي فقط، بل سعت المؤسسات، خاصة الاقتصادية منها، إلى تعزيز دور هذه الإدارات في خدمة المؤسسة وتحقيق أهدافها واستراتيجياتها العامة.

وفي الواقع فإن نجاح إدارة العلاقات العامة في أعمالها ووظائفها يستلزم الإلمام بالواجبات الأساسية التي تلقى على كاهلها. وفي الواقع تختلف مسؤوليات ووظائف هذه الإدارة من منظمة إلى أخرى، وذلك حسب طبيعة وحجم المنظمة والظروف المحيطة بها.

من هذا المنطلق تبدو أهمية ضرورة تحديد وظائف وأنشطة العلاقات العامة؛ لأن عدم تحديدها قد يترتب عليه النظر إلى نشاط العلاقات العامة على أنه عمل فرد في المنظمة، ولا يحتاج إلى أفراد متخصصين لأداء هذه الوظيفة، وإن كل من ينتمي إلى المنظمة يستطيع القيام بهذا العمل^(١).

ويذهب العديد من المختصين إلى أن هناك خمس وظائف أساسية للعلاقات العامة وهي:

١. وظيفة الاتصال:

يعد الاتصال هو أهم وظيفة تقوم بها إدارة العلاقات العامة. وتشمل

(١) محمد جاسم فلحي، مرجع سابق.

هذه الوظيفة مهمة الاتصال بال جماهير المستهدفة للمؤسسة، وتحديد الوسائل الإعلامية المناسبة لكل جمهور، وعقد المؤتمرات، وإنتاج الصور والشرائح، والاحتفاظ ب مكتبة تضم البيانات التاريخية وإقامة الحفلات، وإعداد المهرجانات والمعارض والمباريات المختلفة، وتنظيم الندوات والمحاضرات، والأحاديث، والمناظرات.

وتقوم العلاقات العامة بالاتصال المستمر ب جماهيرها للتعريف بالمنشأة وسياستها لتهيئة الجو الصالح بين المنشأة وبين العاملين وكذا بين العاملين بعضهم بعضاً، كذلك الاتصال بالأفراد والهيئات الخارجية بوسائل الاتصال والرد على استفساراتهم وتزويدهم بجميع الوثائق لاكتساب تعاونهم^(١).

وتعمل العلاقات العامة على تنمية العلاقات مع المؤسسات والجماعات الأخرى الموجودة في المجتمع، وذلك عن طريق النشاطات ذات الفائدة المشتركة، كما تقوم العلاقات العامة بتعريف الجمهور بالمنشأة وتشرح السلعة أو الخدمة التي تنتجها، بلغة سهلة بغية اهتمام الجمهور بها. وتسعى العلاقات العامة إلى إقامة علاقات طيبة مع قادة الرأي في المجتمع بوضع الحقائق أمامهم^(٢).

ويعتبر الإتصال وسيلة رئيسة من الوسائل التي تستخدم لتحقيق أهداف المنظمة حيث يتم من خلالها نقل المعلومات والبيانات والآراء والأفكار بين الأفراد وبين الجماعات داخل وخارج المؤسسة لغرض تحقيق الأداء

(١) سيكولوجية العلاقات العامة والإعلان، زهير ياسين الطاهات، الأردن: عمان، دار يافا العلمية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى ٢٠١١م، ص ٣٠.

(٢) معاذ أحمد عصفور، العلاقات العامة: النشأة - التعريف - المفهوم، المنهل، ٢٠١٤م.

المستهدف للمؤسسة وقد أشارت الدراسات والأبحاث إلى أن عمليات الاتصال تشكل ما يقارب ٧٥% من نشاط المنظمة؛ ولذلك يمكن اعتبار الإتصال بمثابة الدم الدافق عبر شرايين المنظمة حيث أنه بدون الاتصال تموت أو تضمحل الحركة الدائرية للمنظمة، وتتوقف جميع أنشطتها الأخرى.

٢. وظيفة التخطيط:

تقوم إدارة العلاقات العامة بالمؤسسة غالباً برسم السياسة العامة للمؤسسة، ووضع البرامج الخاصة بالعلاقات العامة في إطار السياسة العامة للمؤسسة وخططها. وعادة ما يتم رسم هذه السياسات انطلاقاً من البحوث والدراسات التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة، وذلك بتحديد الأهداف والجمهور المستهدف، وتصميم البرامج الإعلامية، من حيث التوقيت وتوزيع الاختصاصات على الخبراء وتحديد الميزانية تحديداً دقيقاً، مما يساعد على تطوير الأداء بالمؤسسة. بالإضافة إلى ذلك، تقوم العلاقات العامة بشرح سياسات المنشأة للجمهور. كما تقوم بوضع السياسات التي تكفل حماية المؤسسة من أي تشويهات لصورتها نتيجة أخبار كاذبة أو غير صحيحة قد تطالها.

٣. وظيفة البحث:

تقوم العلاقات العامة بجمع وتحليل وبحث ودراسة اتجاهات الرأي العام للجمهور المؤسسة، ومعرفة آرائهم واتجاهاتهم، حتى يمكن الحصول على حقائق صحيحة، فبالنسبة للشركات مثلاً تدرس اتجاهات الرأي العام بين الموظفين والعمال، وبالإضافة إلى ذلك تقاس اتجاهات الرأي بين الجمهور الخارجية كالمساهمين والمستهلكين وبين التجار والمستفيدين.

وتدرس العلاقات العامة كذلك التطورات المستمرة التي تحدث في الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، وتقوم كذلك ببحث وتحليل وتلخيص جميع المسائل التي تهم الإدارة العليا ورفعها إليها، وتشمل الأبحاث -أيضاً- المبادئ الفنية للعلاقات العامة، وتحليل وسائل النشر كالصحافة والإذاعة والتلفزيون والسينما، وتقدير مدى نجاح الحملات الإعلامية التي تقدمها، وتحديد أي الوسائل الإعلامية أكثر فعالية، فضلاً عن البحوث التي تتناول التطور الذي يطرأ على العلاقات العامة^(١).

٤. وظيفة التنسيق:

يتمثل التنسيق في تنظيم الجهود الجماعية وجملة من العمليات والاتصالات التي تسمح لأفراد المنظمة ووحداتها الإدارية بالتكامل والتوافق على المستوى الأفقي والرأسي لخدمة أهداف المنظمة ويمكن من خلالها تحديد كمية ونوعية العمل المطلوب أدائه من كل قسم أو عنصر بشري وتحديد الوقت المطلوب لإنجاز العمل وتحديد الشكل الذي يسير على نهجه العمل.

وتسعى إدارة العلاقات العامة في عملها اليومي إلى التنسيق بين الإدارات المختلفة لتحقيق التفاهم، كما تعمل كحلقة اتصال وأداة تنسيق بين الموظفين وبين الشخصيات المختلفة، وبين المستويات الدنيا وبين المستويات العليا، كما تنسق بين إدارة التسويق وبين المستهلكين، وإدارة المشتريات والموردين والمأخزين والمستفيدين ...

(١) محمد جاسم فلحي، مرجع سابق.

وفي ذات الإطار تقوم العلاقات العامة بتقديم الخدمات لسائر الإدارات ومساعدتها على أداء وظائفها خاصة المتصلة بالجمهور، فهي -مثلاً- تساعد إدارة شؤون العاملين في اختيار الموظفين والعمال وتدريبهم، والنظر في وسائل تشجيعهم وترقيتهم وحل مشاكلهم، وإعداد ما يلزم للعناية بصحتهم ورياضتهم وثقافتهم.

كما تسهل العلاقات العامة لقسم المبيعات مهمة إقامة علاقات طيبة بالموزعين والمستهلكين، من خلال تعرفها على اتجاهات الجمهور نحو السلع، أو الخدمات التي تنتجها أو تقدمها المؤسسة أو الهيئة إلى عملائها، وهي تسهل مهمة الإدارة القانونية، في عرض الحقائق المتصلة بالقضايا المختلفة على الرأي العام، وتشترك إدارة العلاقات العامة في إعداد التقارير السنوية عن المركز المالي للمؤسسة، وإخراجها في صورة جذابة، يفهمها المساهمون والمستهلكون وغيرهم، وكذلك تساعد إدارة المشتريات في إقامة علاقات طيبة بالمتعهدين، وغيرهم من مصادر الإنتاج^(١).

٥. وظيفة التقييم:

كانت هناك ممارسات في الماضي تتجاهل عملية التقييم وتقتصر فعاليات العلاقات العامة على البحث والتخطيط والاتصال وتنفيذ الخطة دون إجراء أية مراجعات لآثارها ونتائجها، ولقد أثبتت التجارب خطأ هذا الاتجاه وأكدت على أن مرحلة التقييم لا غنى عنها ليس في مجال العلاقات العامة فحسب، وإنما في جميع النشاطات التي تعتمد على تنفيذ الخطط

(١) المرجع السابق.

المتعلقة بالبرامج التنفيذية، وزاد في أهمية التقويم ظهور الوسائل والطرق الحديثة الآلية في الإحصاء وجمع المعلومات والتخطيط وقياس النتائج والرقابة ... الخ^(١).

ويقصد بالتقويم قياس النتائج الفعلية لبرامج العلاقات العامة، والقيام بالإجراءات الصحيحة لضمان فعالية البرامج وتحقيقها لأهدافها، وتأتي مرحلة التقويم لتوافق عملية تنفيذ خطة العلاقات العامة منذ بداياتها وتستمر حتى بعد انتهاء عملية التنفيذ وذلك لقياس نتائج وآثار النشاطات المنجزة.

وتواجه عملية التقويم بالعلاقات العامة صعوبة ملموسة من حيث قابليتها للتقويم؛ نظراً لأنها تتعلق بردود الفعل الذهنية والنفسية للجمهور الذي يكون هدفاً لعملية الاتصال، ولما كانت معرفة ما في أذهان أو نفوس الأفراد غاية في الصعوبة والتعقيد، لأسباب كثيرة؛ فإن عملية التقويم تبقى من العمليات المعقدة والتي يتوقف نجاحها - إلى درجة كبيرة - على مهارة مسؤول العلاقات العامة وقابليته لجمع المعلومات وتحليلها وقدرته الفائقة على التنبؤ ودقة الملاحظة، وهو ما يجعلنا نتعرض في الفقرة التالية إلى الخصائص والمهارات التي يجب أن تتوفر في الممارسين للعلاقات العامة حتى تنجح في أداء مهمتها بالشكل المطلوب.

(١) جمعة عبدالفتاح حسين أبو العينين، درس العلاقات العامة، جامعة غزة، محتوى الدرس متاح على الرابط التالي: