المطلب الأول

بناء إدارة العلاقات العامة وتخصص العاملين بإدارات العلاقات العامة وأهدافها وأهميتها فى الإدارة الحكومية

المطلب الأول

بناء إدارة العلاقات العامة وتخصص العاملين بإدارات العلاقات العامة وأهدافها وأهميتها فى الإدارة الحكومية

أولا ـ بناء إدارة العلاقات العامة:

من الصعب رسم نظام معين لإدارة العلاقات العامة فى منشأة من المنشآت، فهذه تختلف من منشأة لأخ حسب حجم المنشأة وطبيعة تعاملها ففى حال صغر حجم المؤسسة ـ مثلا ـ يقوم المدير بنفسه أو بواسطة معاون له ضمن العاملين فى المؤسسة بأعمال العلاقات العامة، كما يختلف جهاز العلاقات العامة حسب مدى فهم القائمين بدارة فيها لأعمال العلاقات العامة، ومن ثم يختلف البناء التنظيمى لإدارة العلاقات العامة من جهة إلى أخرى، فالوحدات التنظيمية التى تدخل فى بناء إدارة علاقات عامة للقوات المسلحة قد تختلف عنها فى وزارة الزراعة. والاختلاف هنا قد يكون ضرورة يستدعيها اختلاف الأهداف واختلاف الخطط واختلاف البرامج والجماهير، كذلك الأمر بالنسبة لتبعية العلاقات العامة، فقد تسند هذه المهمة إلى احد مديرى الإدارات كإدارة الأفراد أو المبيعات أو إدارة الإعلانات، أوقد توزع المسئولية بينهم وفى بعض المنشآت الأخرى نجد أن هناك إدارة كاملة للعلاقات العامة يرأسها مدير يتبع عضو ومجلس الإدارة المنتدب مباشرة، وتشمل عدة أقسام من بحوث وتخطيط إلى تنسيق وإنتاج.

وتتصل أعمال العلاقات العامة اتصالا مباشرا بالأهداف والسياسة العامة التى تنتهجها الإدارة، وعلى ذلك فان أعمال العلاقات العامة يجب أن توضح فى التنظيم العام للمنشأة على مقربة من الإدارة العليا وتحت إشرافها المباشر، فيكون مدير العلاقات العامة مسئولا أمام رئيس مجلس الإدارة، وان يكون بالقرب من الأفراد الذين يشغلون المراكز ذات المسئولية الكبيرة فى المؤسسة، حتى يمكنه أن يحقق أحسن نتائج، وان يكون على مستوى مديرى الإدارات الأخرى.

ومن ناحية أخرى، فان تخصيص مدير أو قسم لإدارة أعمال العلاقات العامة لا يعنى أن هذا الشخص أو هذا القسم هو الجهة الوحيدة التى تقوم بأعمال العلاقات العامة فحسب، ذلك أن العلاقات العامة عملية مستمرة يشترك فيها الجميع من المدير العام حتى عامل النظافة، ومن ثم فان على مدير العلاقات

العامة أن يشجع ذوى المهارات الأدبية والفنية من غير العاملين بإدارة العلاقات العامة على المشاركة فى بعض البرامج الخاصة بالعلاقات العامة. وما نقصده من تخصيص مدير أو قسم لإدارة أعمال العلاقات العامة هو وضع هذه الأعمال تحت إشراف الخبراء المتخصصين، لمساعدة بقية رؤساء الأقسام بالمنشأة فى تحسين صلاتها مع فئات الجمهور المختلفة، أى أن قسم العلاقات العامة يعتبر من الأقسام الاستشارية.

وفى أغلب النماذج المقترحة لمكان العلاقات العامة فى الخريطة التنظيمية، روعى أن يكون مديرها بالقرب من الأفراد الذين يشغلون المراكز ذات المسئولية الكبيرة فى المؤسسة، حتى يمكن أن يحقق أحسن نتائج.

ثانيًا ـ تخصص العاملين بإدارات العلاقات العامة وتدريبهم:

جهاز العلاقات العامة هو جهاز متخصص فى المقام الأول ولكى يتمكن من القيام بواجباته على الوجه المطلوب فلا بد من توفير الموظفين المؤهلين لذلك، فسياسة وضع الرجل المناسب فى المكان المناسب مهمة جدا هنا حيث إن اختيار وتعيين الموظفين المتخصصين سيؤثر حتمًا على مستوى أداء إدارة العلاقات العامة بصفة خاصة وأداء الجهاز بصفة عامة.

وغنى عن الذكر الإشارة إلى أن اغلب موظفى إدارات العلاقات العامة فى بعض ـ إن لم يكن كل ـ الأجهزة ليسوا من المتخصصين فى مجال العلاقات العامة وهنا تبرز الحاجة الملحة لتدريب هؤلاء الموظفين للارتقاء بمستواهم وتنمية معارفهم ومهاراتهم وتغيير اتجاهاتهم بهدف تمكينهم من أداء أعمالهم بكفاءة وفاعلية.

وتدريب العاملين فى العلاقات العامة ليس قاصرا على الموظفين غير المختصين فقط وإنما يمتد ليشمل كل موظفى الإدارة حيث إن تنمية المهارات والقدرات أمر مطلوب خاصة وأننا الآن فى عصر الانفجار المعلوماتى الذى تتجدد معه المعرفة دوما وبالتالى وجب اللحاق بالركب وإلا أصبح التخلف سمة الإدارة والعاملين بها.

وفى دراسة أجريت فى المملكة العربية السعودية توضح أهمية التحاق العاملين فى العلاقات العامة ببرامج تدريبية متخصصة توصل الباحثون إلى النتائج الآتية:

أسباب ضرورة التحاق العاملين فى العلاقات العامة ببرامج تخصصية فى مجال العلاقات العامة:

الأسباب	النسبة المئوية
أهمية التدريب فى رفع كفاءة الأداء وتطوير القدرات وتنمية المهارات، وأهمية تنمية روح الاستجابة واتخاذ القرارات لدى العاملين فى مجال العلاقات العامة.	٣٩,٤
رفع مستواهم وإيجاد رجل العلاقات العامة المتخصص.	١٤,٣
وجود الجديد فى أعمال العلاقات العامة وأساليبها بصفة مستمرة، مما يتيح لإدارة العلاقات العامة أن تقوم بدور فعال مدروس.	١٠,٧
بعض العاملين فى الإدارة غير متخصصين علميا فى مجال العلاقات العامة.	٧,١
إكسابهم مهارة التخطيط فى تطبيق أعمال العلاقات العامة.	٧,١
لم تسمح الفرصة قبل ذلك بالتدريب فى مجال العلاقات العامة.	٧,١
تنمية المهارات لدى مسئولى وموظفى العلاقات العامة السعوديين وخصوصا أن الحاجة ماسة إلى سعودة الوظائف وهو ما يتطلب أن تكون اليد السعودية مدربة تدريبا عاليا حتى يمكن دعم سنوات الخبرة بالتدريب.	٧,١
قلة خبرة سنوات الخبرة للمشرفين على إدارات العلاقات العامة، مما يتطلب وجود برامج تدريبية متطورة لهم.	٣,٦
احتياج العلاقات العامة إلى المتابعة والتجديد واكتساب الخبرة من الآخرين، وهوما يتيحه التدريب.	

ثالثاً ـ أهداف العلاقات العامة فى المؤسسات الحكومية:

يمكن تلخيص أهداف العلاقات العامة فى الأجهزة الحكومية بما يلى:

ـ الحصول على تأييد الرأى العام ومد جسور الثقة والتواصل بينه وبين الحكومة من خلال إمداده بالمعلومات الصحيحة والاعتماد على الصدق والأمانة فى إيصال المعلومات إليه.

ـ القيام بشرح أهداف النظام السياسى والاقتصادى والاجتماعى السائد فى الدولة.

ـ شرح القوانين الجديدة وأى تغيرات أو تعديلات فى القوانين بالإضافة إلى شرح مبررات اتخاذ هذه القوانين أو التعديلات التى تجرى عليها.

ـ تنمية الإحساس بالمسئولية لدى المواطنين من خلال وسائل الاتصال المعروفة كالصحف والمجلات والتليفزيون مثل التوجيهات المتعلقة بتوفير المياه والكهرباء ومصادر الطاقة.

ـ إرشاد المواطنين لما فيه مصلحتهم والمصلحة العامة كالإرشادات التى تقوم بها وزارة الزراعة فيما يتعلق باستخدام المبيدات الفطرية والحشرية للنباتات وتعليمات جنى المحصول.

ـ تحسين العلاقات سواء مع الجمهور الداخلى أو الخارجى .

ـ ضرورة توجيه المواطنين بالخدمات والوظائف التى تزاولها الحكومة حتى يمكن أن يسهموا فيها ويفيدوا منها بالكامل.

ـ تدعيم العلاقات مع وسائل الاتصال المعروفة من صحف ومجلات وتليفزيون وغيرها.

ـ الدفاع عن موقف الدائرة الحكومية إذا تعرضت إلى أى انتقاد من قبل الآخرين.

وبصفة عامة فإن أهداف العلاقات العامة فى الأجهزة الحكومية هى:

- التوعية والإرشاد والإعلام: أى إعلام المواطن بأوجه النشاط الحكومى بغرض خلق المواطن الواعى والمشارك والمساهم برأيه ورضاه عن نشاط حكومته.
- كسب رضا الجمهور وتأييد سياسته: وهذا يحتاج إلى حملات إعلامية توضيحية للشرح والاستئناس بآراء الجمهور قبل إقرار الخطة أو السياسة والتى تسهم فى قبولها عند وضعها.
- معرفة الرأى العام فيما يختص بتقييمه لمستوى الأداء العام للخدمات والعمل على تلبية طلباته قدر الإمكان على ألا تتعارض تلك الطلبات مع المصالح العامة للدولة.
- دحض الشائعات والحملات المغرضة بإبراز الحقائق والمكاشفة.
- الاهتمام بشئون موظفيها وتهيئة الظروف المناسبة والصحية للعمل لهم ومراعاة العلاقات الإنسانية والاجتماعية.

أهمية العلاقات العامة فى الإدارة الحكومية:

تمثل العلاقات العامة جانبا هاما من جوانب الإدارة سواء فى منظمات الأعمال أوفى المؤسسات الحكومية كونها نشاطا يسعى لكسب ثقة وتأييد الجماهير المختلفة بالأهداف وسياسات وإنجازات المؤسسة وخلق جومن الألفة والتعاون بينها وبين جماهيرها المختلفة وهذا كله يعتمد على وجود سياسات سليمة وإعلام صادق على نطاق واسع.

والعلاقات العامة فى مجال الإدارة العامة ـ أى فى مجال المنظمات الحكومية ـ لها أهمية بارزة حيث تمارس الحكومة أعباء ضخمة وعليها مسئوليات عديدة تجاه أفراد المجتمع وهذا ما استدعى كبر الجهاز الحكومى.

ومن هنا كانت أهمية العلاقات الطيبة بين المؤسسة الحكومية وبين الجمهور والمواطنين بما يكفل دعم ثقة الجمهور فى المنظمة وسياساتها وبرامجها وخططها وانجازاتها وإقناع الجمهور بأهمية الجهود التى تبذلها المنظمة لخدمة المواطنين

والدور الهام الذى يقوم به الموظفون العاملون فى هذا المجال وإعلام الجمهور بصراحة بالمشكلات التى تواجهها المنظمة فى نهوضها برسالتها وشرح ما يصدر من تشريعات وقوانين وقرارات وزيادة وعى الجمهور فى المجال المالى والاقتصادى من خلال تبسيط المعلومات المالية والاقتصادية، وشرح بنود الموازنة العامة للدولة، وتشجيع الجمهور على الاهتمام بأمور الإدارة العامة وتتبع أعمالها والوقوف على تقدمها، وحشد الدعم والمساندة للتصرفات والسياسات الحكومية وذلك بجعل الجمهور يدرك ويفهم هذه التصرفات والسياسات والتى قد يكون بعضها معقدًا ومن ثم يحتاج إلى الشرح والتوضيح.

ويدخل فى مجال العلاقات العامة فى الحكومة إعلام الجمهور بحقيقة الموقف الداخلى للحكومة ووجهات نظرها إزاء الأوضاع والأحداث المحلية والعالمية .. كذلك يدخل فى مجال العلاقات العامة فى الحكومة النشاط الذى تقوم به الإدارة الحكومية لوضع وتوجيه سياساتها بما يتفق مع مصالح الجماهير باعتبار ما للرأى العام من تأثير قوى على الحكومة، حيث يسهم الرأى العام فى رسم السياسة العامة للدولة، فالقوانين والتشريعات تصدر وفقًا لآراء جماهير الشعب، بل أن الحكومة تستمد سلطتها من الرأى العام، ولهذا تبدو أهمية الوقوف على آراء الجماهير ووجهات نظرها لأخذها فى الحسبان عند إصدار التشريعات والقوانين.

إن هناك حقيقة هامة تقضى أنه بدون تأييد الجمهور للمنظمة الحكومية وتعاونه معها لن يمكنها من تحقيق أهدافها بكفاءة وفاعلية، بل ولن يمكنها من الاستقرار. كما أن مساندة وتأييد الرأى العام لسياسات المنظمة عامل قوى فى نجاحها وتحقيق أهدافها.

وهكذا تبدو أهمية توفير اتصال ذى طريقين أو اتجاهين Communication tow-way بين المنظمة وجماهيرها، وهذا بدوره يساعد المنظمة على التصرف بما يتفق واتجاهات الرأى العام.

وهناك وسائل عديدة لاتصال المنظمة الحكومية بجماهيرها ومنها الاستقصاءات أو الاستبيانات للوقوف على آراء ورغبات الجماهير بشأن مسائل معينة، وكذلك المطبوعات والنشرات الإعلامية فى الصحف والمجلات والإذاعة

والتليفزيون وغيرها من وسائل الإعلام، وجلسات الاستماع Sessions Hearing واتباع سياسة الباب المفتوح Open Door Policy ? وكفالة حق الجمهور فى تقديم الشكاوى والتظلمات إلى المسئولين بالجهاز الحكومى، وغير ذلك من أساليب.

ويؤكد ما سبق أهمية إعداد بحوث الرأى العام وتخطيط برامج العلاقات العامة فى المنظمات الحكومية والتى بدونها تكون اتصالات المنظمة الحكومية غير الواقعية وغير فعالة حيث لن تعرف المنظمة حينئذ ما يرغب الجمهور معرفته من معلومات وحقائق، فضلاً عن الوقوف على آرائه ومقترحاته ورد فعله لسياسات وقرارات وإنجازات المنظمة الحكومية. وبديهى أنه فى ظل هذه الظروف لن تحقق الاتصالات من طرف واحد أهدافها، ولنا أن نتصور كيف سيكون الوضع فى منظمة عامة تنفق أموالاً كثيرة فى مجالات الاتصال بدون أن تتوافر لها معلومات عن النتائج، أى عن رد فعل الجماهير لإنجازاتها وسياساتها وقراراتها. زد على ذلك الأثر النفسى السيئ لدى الجماهير التى ستشعر أن آراءها ومقترحاتها ليست محل اهتمام وليس هناك من يبحث عنها ويهتم بها، وهوأمر قد يدفع الجماهير لتكون أكثر انتقاداً لسياسات وأوضاع وإنجازات المنظمة الحكومية.

إنه من الأهمية بمكان الاهتمام بالتخطيط السليم والفعال لبرامج العلاقات العامة فى الجهاز الحكومى وتوفير المعلومات والحقائق التى تركز عليها خطط وبرامج العلاقات العامة والالتزام بالتخطيط كجزء هام وضرورى لأى برنامج إعلامى ناجح.

وبصفة عامة تبدو أهمية قياس توقعات الجماهير المتعاملة مع المنظمة الحكومية واكتساب تفهم وموافقة ومؤازرة هذه الجماهير لأهداف وسياسات المنظمة. وعلى المنظمة أن تتصرف طبقاً لما فيه صالح الجماهير وأن تكتسب تأييدها من خلال إعلام هذه الجماهير بتصرفات المنظمة وقراراتها.

الفهم المتبادل أساس العلاقات العامة فى الإدارة الحكومية:

إن برنامج العلاقات العامة فى المنظمات الحكومية هو بمثابة مجهودات أو محاولات مخططة لخلق وتنمية نوع الصلات تسهم فى دعم الفهم والاحترام والود المتبادل بين المنظمة وبين جمهورها. إن جمهور المنظمة فى حاجة إلى

خدماتها وفى ذات الوقت ينشد احترامها له. ويقع على عاتق كافة العاملين بالمنظمة أيًا كانت وظائفهم وأيًا كانت مستوياتهم توفير هذه المشاعر والأحاسيس لدى الجماهير المتعاملة مع المنظمة. فالموظف البسيط الذى يعمل فى مكتب الاستعلامات بالمنظمة يمكنه أن يسهم إلى حد كبير فى دعم سمعة المنظمة لدى الجماهير المتعاملة معها واكتساب تأييدها من خلال حسن استقباله إنه من الأهمية بمكان أن يكون واضحًا ماذا تتوقع المنظمة من العاملين وماذا يتوقع العاملون من المنظمة.

العلاقات العامة تبدأ من الداخل:

إن العلاقات العامة السليمة تبدأ من داخل المنظمة، أى من خلال تطوير مفاهيم ومدركات ومعارف ومعنويات القوى العاملة. وفى هذا المجال يجب أن تدرك الإدارة الحقائق التالية:

إن تحقيق المنظمة لأهدافها مرهون بدرجة أساسية بمعرفة أعضاء المنظمة وموظفيها بهذه الأهداف وبفهمهم للدور الذى يجب أن يؤدوه للإسهام فى تحقيق تلك الأهداف.

إن كافة العاملين لديهم مهارات وخبرات ومعلومات وأفكار يمكن أن تسهم فى تحقيق فاعلية المنظمة.

إن تولد الشعور بالمسئولية لدى العاملين يعتمد على مدى توافر الفرصة لديهم للمشاركة فى القرارات التى تؤثر عليهم وفى وضع الأهداف ورسم السياسات ووضع خطط ونظم العمل.

إن المنظمة تعمل بنجاح وفاعلية وكفاءة أكبر إذا كان جميع العاملين بها على علم بما يحدث فى المنظمة سواء فى ذلك الإنجازات الجيدة والأخبار السارة أو المشاكل والصعوبات التى تبذل لحلها.

إن العلاقات العامة السليمة والفعالة يتجه مسارها من الداخل ـ حيث العاملين ـ إلى الخارج حيث الجماهير الخارجية، وهو أمر يقتضى الاهتمام بدعم الصلة مع الجمهور الداخلى وتوثيق الروابط معه وتوحيد قدراته وإمكانياته لتعزيز مكانة المنظمة وازدهار صورتها.

إن العاملين ينتظرون من الإدارة أفعالاً وتصرفات وليس وعودًا، فصوت الأفعال يعلو فوق صوت الكلمات.

إن العاملين لهم مصادر عديدة للمعلومات وتمثل الإدارة أحد هذه المصادر على أن أكثر مصدر يثقوا فيه هو تجاربهم وخبراتهم الخاصة.

●●●●●●●