

الفصل الثانى
أبعاد المهمة

تعرفنا فى الفصل الأول على مواصفات الرجل ونقصد بالطبع رجل العلاقات العامة ، ونود أن نلفت النظر هنا بأن قولنا رجل العلاقات العامة لا يعنى تحيزاً للنوع أو الجنس ، بل نطلقها مجازاً وكما جرت العادة على مسمى الشخصية ليس إلا ، فكم من نساء قد تصدت لتلك المهمة وأبدعت فيها وتفوقت أحياناً على أداء الرجال فالعبرة أولاً وأخيراً بالعطاء وليس بالجنس أو النوع .

على أية حال ، فإنه بعد التعريف بالسمات الشخصية للشخص المطلوب للعلاقات العامة فإنه ينبغى علينا أن نتعرف على مهمته ، إذ ليس هناك وظيفة بدون مهام وليس هناك مهام بدون وظيفة ، الإثنان متلازمان .

والمهمة التى توكل لرجل العلاقات العامة ليست بالسهلة وليست محصورة فى المعنى الضيق لعبارة " توطيد العلاقات " .
علينا أن نسأل أنفسنا جيداً عن أبعاد ودلالات هذا المعنى ، إذ مع من توطد العلاقات ، وكيف توطد تلك العلاقات ؟ وماهى الأساليب الفعالة لتوطيدها ؟ وهل بدون خبرة يمكن أن نوطدها ؟ .

أسئلة كثيرة تطرح نفسها حول تلك الكلمتين الذهبيتين واللاتى يعتبرن فى الواقع هما مفتاح الدخول إلى هذا العالم المكتظ بالأسرار .

هل سأل أحد منا نفسه كيف أنشئ العلاقة قبل أن يسأل نفسه كيف أوطدها ؟ هل سأل أحد منا نفسه من هو الشخص الذى يجب أن أنشئ معه علاقة لأوطدها مستقبلاً ؟

هل سأل أحد منا نفسه هل العلاقات تصنع أم أنها تأتى أم أنها مسعى دؤوب صعب المنال .. ؟

كل هذا وغيره سنتناوله فى موضع آخر من هذا الكتاب وبالتحديد فى الفصل القادم منه وسنحاول أن نجيب على تساؤلاتك حتى التى قد لا تكون حاضرة معك الآن .

غير أن مهمة رجل العلاقات العامة مهمة متشعبة وإن كان شكل التحرك فيها يعتمد على ثلاثة أبعاد رئيسية . الأولى متطلبات المنظمة والثانية متطلبات العمل والثالثة متطلبات الاستمرار .

لكن هذه الأبعاد الثلاث كيف تتحقق ؟ وكيف تتلاقى فى

تناغم دون نشاز أو إخفاق ؟ وكيف نخرج فى النهاية بها إلى أبعد النجاحات .

قال سقراط : (إعرف نفسك) ونحن نرى أنه لمعرفة النفس لابد وأن نعرف أيضاً الآخرين ، نعرف نقاط قوتهم ونقاط ضعفهم ، نقاط ما يقدمونه من عطاء ونقاط تعثرهم فى الأداء ، نقاط ما يسعدهم ونقاط ما يحبطهم ، نقاط عديدة تشكل لنا من حولنا معرفة أنفسنا ، معرفة ما ينقصنا فنستزيد منه ، ومعرفة ما يتلاقى مع أفكارنا فنفخر بأننا متقاربون .

ليس كل منا موسوعة كاملة تمشى على الأرض ، وليس كل منا بدون مكتسبات للخبرة والمهارات من الغير ، يستطيع أن يتقدم ولو بخطوة للأمام ، وعليه فإن أبعاد المهمة التى نتحدث عنها لابد وأن تدعم بالمعرفة أولاً ، ثم بتعظيم قدراتنا المهنية ثانياً ، ثم بالممارسة العملية وتجربة الخطأ والصواب ثالثاً وكما ألمحنا وهذا ليس محظور أو مرفوض ، فقط علينا أن نعرف ، وأن نبحث فى قواميس العلم عما يعيننا على حسن الأداء .

١- متطلبات العمل

قد تختلف كل منظمة عن الأخرى فى طبيعة عملها بين خدمية أو سلعية ، وقد تختلف فى حجمها بين مشروعات صغيرة وأخرى كبيرة يتعدى نطاقها إلى خارج الحدود ، وقد تختلف أيضاً فى نوعيتها بين مؤسسات حكومية أو عامة أو مملوكة لمجموعة من المساهمين أو الأفراد .

لكن تلك المنظمات مهما اختلفت أشكالها إلا أنها تتلاقى جميعها فى ارتباطها بعلاقة مباشرة أو غير مباشرة مع جمهور المتعاملين ، كما أنها تتلاقى أيضاً فى أن من يقوم بتحقيق أنشطتها هم من ينتمون إليها من جمع العاملين .

ولأن كل منظمة إنما تتشكل لتحقيق عائد ما ، سواء كان هذا العائد مادي أو معنوي ، إلا أن هناك عائد محدد ومعروف تعمل من أجله .

ولا يمكن ونحن فى عصر العولمة ، وتضارب المصالح ، وتطاحن الشعوب من أجل الحياة ، لا يمكن أن ننكر أبداً أن العائد المستهدف لأى منظمة كانت ومن الآن

وصاعداً ، إنما هو عائد مادي يصب في مجمل الدخل القومي العام لأي بلد من البلاد ، وإن كانت بعض الدول ومنها مصر على سبيل المثال ما زالت تنظر للبعد الإجتماعى وتموله بطريقة أو بأخرى ، إلا أن ذلك يعتبر متماشياً مع فترة إنتقالية ، تسعى فيها كل دولة لتفعيل قدرتها الإقتصادية ، حتى تستطيع أن تواجه ما ينتظرها من تحديات .

هنا ، فإن أى منظمة تدفع بكل طاقاتها وقواها لتجد لنفسها مكان تحت الشمس كما يقولون وإلا اختفت من الوجود كإسم وككيان .

ومن الآليات التى تدفع بها المنظمات للوصول إلى أهدافها الرئيسية أو الفرعية ، تلك الأجهزة النشطة والتى من الممكن أن تحدث الآثار الإيجابية لتحقيق تلك الأهداف ، ومن أهم تلك الأجهزة بالطبع ، أجهزة العلاقات العامة أداة الوصل بين المنظمة والآخرين ، سواء كانوا بداخلها ويحتاجون إلى من يدعم جهودهم ويشحنهم مهمهم أو من خارجها ويحتاجون إلى التعريف بها وبما يمكن أن تقدمه لهم من إمكانيات .

غير أن أداة الوصل هذه - العلاقات العامة - يمكن أن تلعب دوراً آخر في تحقيق أهداف المنظمات وذلك جنباً إلى جنب مع أجهزتها الأخرى كأجهزة المبيعات أو المشتريات وذلك بوضع الدعاية السابقة والكافية لعمل كل منهم ، ففرق كبير بين أن يعرض رجل مبيعات منتجات شركته المجهولة لدى الآخرين وآخر يعرض منتجات شركته المعروفة بالأسواق .

أيضاً ، فإن أجهزة المشتريات هي الأخرى في حاجة إلى دعم من العلاقات العامة ، فالعلاقات العامة هنا هي التي في مقدورها إعطاء الضمانات المعنوية للمنظمة وذلك بتعريف الآخرين بها وبحجم تعاملاتها ، وبحجم مبيعاتها وبحجم قدرتها على الوفاء ، وذلك بالدعاية أيضاً وبالتواصل مع الموردين .

ولا يتوقف عمل رجال العلاقات العامة عند تلك الحدود بل يتبعها في تفاصيل أخرى وأخرى بتحقيق أهداف المنظمة بما يعود عليها بالنفع والإزدهار .

إن إقامة الحفلات السنوية مثلاً ، أو المعارض ، أو اللقاءات ، كلها في حاجة إلى هذا الجهاز ، فهو أداة الربط بين

عالمه المعروف لديه وهذا العالم الضخم المجهول هناك فبقدر اكتشافه له ، بقدر ما يحققه للمنظمة من نجاحات .

وإذا كنا قد أشرنا في عجالة إلى العلاقات العامة ودورها في تحقيق أهداف المنظمات مع العاملين ، فإن أول ما يمكن عمله هنا هو وضع العلاقات الإنسانية لهم موضع التنفيذ فمن الجانب الأدبي والمعنوي نرى أن تواصل العاملين مع رئاستهم مثلاً يعتبر هو الركيزة الأساسية للنشاط والعتاء ، وإن أى تقدير يقدم لهم ولو بالكلمة يشعروهم بأنهم مشاركون لا أتباع وهنا يأتي دور العلاقات العامة التى تنظم مثل تلك اللقاءات وتقترح نوع التقدير وتنتقى أشكاله وتحدد مستواه .

أيضاً وفى نفس السياق ، وفى نفس اللقاءات ، فإن عرض السياسات والبرامج والخطط من جانب الرئاسة للعاملين ، يزيدهم فهماً لدورهم ونوع الأداء المطلوب وفى المقابل فإن العاملين من جانبهم ويعرض مشاكلهم بصورة علنية إنما يأتى مطهراً لما بأنفسهم بل ويساعدهم على زيادة الشعور بالتقارب والإنتماء ، كذلك فإن العلاقات العامة ومن جانب

أنشطتها بالداخل لا يمكن أن تغفل أثر الوقع التضامنى مع العاملين ، فهى لو كانت غير منوطة بما يقدم للعاملين من رعاية صحية مثلاً فعليها دور المعاونة ودور التوجيه ، وعليها دور آخر فى صناديق الخدمات الإجتماعية إن وجدت وذلك بتقديم أمثل الطرق لتنميتها والدعوة إلى ترشيد الإنفاق ثم عليها أخيراً أن تشيع جواً من الألفة والتعارف بين العاملين وذلك يأتى فى صورة الرحلات الترفيهية والسياحية حتى ولو لليوم الواحد فهذا أمر مرغوب ومفيد .

٢- متطلبات المهنة

لا يمكن لأى عمل جيد أن يبنى إلا على قاعدة من الأكفاء المهرة ، ولأن عمل العلاقات العامة هو من الأعمال البشرية المختبرة غيرها فى عصرنا الحديث ، عصر التكنولوجيا والثورة المعلوماتية وتوحد العالم من خلال شبكة واحدة للتعرف والإتصالات - الإنترنت - فإن ذلك يلقى بتبعاته وتحدياته عليها وعلى الكثير من مثلها من الأعمال ، فالعنصر البشرى فى العمل الآن يراه البعض أنه فى حالة تقهقر أمام ما تحدثه الآلات ، ويراه البعض الآخر أيضاً ضرورة لا غنى عنها إذ أنه العقل المفكر الذى يدير تلك المخترعات .

غير أن العلاقات العامة وهى شريك بشرى لهذا التقدم فمازال أمامها الكثير والذى قد يتأثر بعض الشيء ممن حوله إن لم تسارع هى باللاحق .

ذلك إن متطلبات العمل اليوم تختلف كلية عن متطلبات عمل الأمس الذى عرفناه ، فعلى سبيل المثال كان هناك خطاب يأتيك يحمل لك رسالة بأن هناك وقد قادم لزيارة منطمتك ، ثم

تحول هذا الخطاب إلى مكالمة تليفونية ، ثم تحولت هذه المكالمة التليفونية إلى صورة بالفاكس ، ثم تحولت صورة الفاكس هذه بعد ذلك إلى بريد الكترونى سرعان ما تتلقاه وهكذا .

المثال لا يقف عند هذا الحد ، بل تعداه إلى كل مفردات عملك وأنشطتك حتى فى وضعك لخطتك وبرامجك ، فالبيانات التى كنت تبحث عنها فى الأضايير قد نقلت إلى الميكروفيلم ثم تم نقلها بعد ذلك إلى الكمبيوتر ، واستفسارك عن معلومة بدلاً من أن تفتح له ملفاً أو كتاباً أصبحت تجده داخل الحاسبات التى تذخر بملايين المعلومات ، أصبحت محاصراً بالعلم والعلم لا يعرف طريقاً للجهلاء وهم أيضاً لا يعرفون له طريق .

لذا ، فإن متطلبات العمل بالعلاقات العامة اليوم تدفع بالقائمين عليها أن يواكبوا تلك الطفرة الهائلة التى إن قيست بعصر النهضة فسوف تقفز متقدمة وبفارق لا يقارن وللأمام .

هذا من ناحية ، ومن ناحية أخرى فإن متطلبات العمل اليوم كذلك أصبحت أكثر تحركاً وأبعد اتجاهاً وذلك ما يعكسه الوضع الإقتصادى العالمى من إندماجات وتكتلات وتخصصات

تنفرد بها بعض الدول لتأتى وتتجمع فى مكان ما - مثل ما يحدث فى السلع التجميعية كالسيارات -

من هنا ، فإن على رجل العلاقات العامة الآن أن يكون أكثر قدرة على جمع المعلومات وتحليلها وعليه أيضاً إعادة النظر فيما كان يعرفه فى السابق من معارف أو على الأقل تطويرها لتناسب ما يحدث فى عالمنا الجديد .

إن احتكار المستوردين للخامات فى زمننا هذا ومع اتساع حجم الأعمال بالمؤسسات الصناعية أصبحاً نراه فى حالة من التراجع وذلك لظهور دور المؤسسات الصناعية الكبرى فى استيرادها للخامات بمعرفتها وذلك فى بحثها عن أفضل المصادر وأوفر الأسعار ، وهاهو دور العلاقات العامة يتعاضم فى أداؤه يوماً بعد يوم وذلك إما فى اتصالاته مع كبرى المؤسسات العالمية المنتجة للخامات أو فى استقباله ومرافقته لرجال المال والأعمال القادمون لعرض ما لديهم من مشاركات ومشروعات .

كذلك فإن من متطلبات عمل رجل العلاقات العامة اليوم تلزمه بأن يكون مطلعاً على كل التطورات الدولية فى مجال

التعاون التجارى وما تشكله بالنسبة لمنظّمته من آفاق جديدة لتطويرها أو لتصريف منتجاتها ودخولها القوى إلى الأسواق .

كما وأن من أهم متطلبات العمل الآن بالنسبة لرجل العلاقات العامة أن يكون متعدد المواهب والمهارات ، وذلك فى تفهم واستيعاب المفردات الخاصة بعمله ، مثل قواعد المراسم وتنظيم البيروتوكولات وكيفية فهمه للأتيكيت وغيرها من المفردات المهنية التى تخرجه من النموذج النمطى القديم إلى النموذج المتطور الحديث ، وهذا ما سنعرض له فى فصول قادمة من هذا الكتاب .

٣- متطلبات الإستمرار

تعرضنا فى الجزء الثانى لأبعاد المهمة لضرورة أن يواكب رجل العلاقات العامة تلك الثورة التكنولوجية الهائلة فى العالم ، التى أصبحت فى حياتنا اليوم بمثابة الماء والهواء كما يقال ، فإن كان التعامل مع مستجدات العصر هو محدد لا نستطيع الإفلات منه ، فإن ما هو قادم مع الإنفتاح العالمى كما بينا يمكن أن يكون أخطر بكثير إذ كيف نستمر ؟ ، وبماذا نستعد، وما هى الإمكانيات المطلوبة لمسايرتنا للأحداث .

إن الوقوف بمفترق الطرق هو بمثابة الموت الطوعى أو بمعنى أدق قرار بالانتحار ، لذا فإنه ينبغى دائماً التجديد والتطوير ، تجديد الدم وتطوير الفكر والأسلوب ، فلا يعقل أن يستمر جهاز فى العمل وبشكل ديناميكى دون تجديد شبابه بتغذيته بجيل جديد ومتحمس يثرى أداؤه ويساهم فى التحديث .

أيضاً فإن طرح الأفكار الجديدة المبتكرة قد تكون محوراً للتواصل بين جيل أمس صاحب الخبرة وجيل اليوم الواعد من هؤلاء .

كذلك فإنه ولعملية الإستمرار فإن على قيادة المؤسسات أو المنظمات أن تولى هذا الجهاز كل الرعاية والإمكانات وذلك فى تلبية متطلبات عمله المتجدد بقدر ما فى استطاعتهم دون إسراف أو مغالاة .

ذلك أنه ليس ثمة خطر على العلاقات العامة أكبر من خطورة عدم دعمها أو السماع لمقترحاتها من قبل الإدارات العليا للمنظمات لأن هذا الجهاز وكما بينا فى المقدمة ، جهاز حيوى بطبعه ومكمل لعملية التخطيط ورسم السياسات ، وسؤال محدد نظرته أمام المسئولين جميعاً سواء فى أى مؤسسة خاصة أو عامة حكومية أو جماعية ، هل أنتم بحاجة إلى العلاقات العامة ؟ أم أن التفاوض عن دورها سيوفر لكم الكثير؟ وهل أنتم مستعدون لتولى تلك المسئولية كما اتفق؟ أم أنتم فى حاجة لوجود هذه النخبة من المتخصصين ؟ .

إذا كانت الإجابة بالنفى ، فعلى القيادات هنا عدم التوانى فى دفع هذا العمل بكل ما لها من قدرة وإمكانات ، أما إذا كانت الإجابة بالإيجاب بعدم وجود ضرورة لمثل تلك

الإدارات ، فعلى الأقل نريد معرفة السبب لتفهمه أو ليذهب هذا الجهاز ويكل ما قيل فى شأنه إلى الجحيم .

فى إعتقادنا أن الجميع متفق على ضرورة وجود تلك الأجهزة ، ومتفق أيضاً على أنهم بدونها سوف يخسرون الكثير ، يخسرون الوقت والجهد والمال ، فكم من صفقة تعثرت لغياب المرشد والدليل ، وكم من علاقات قطعت لعدم وجود من يجيد التفاوض والتصدى للأخطاء . وكم من وفود قد عانت لغياب معد محترف فى تنظيم المراسم والبروتوكولات وكم من بضائع قد بقيت فى مخازنها لعدم وجود من يقدمها ويعلن عنها للجماهير ، وكم وكم .

ان الدور المتنامى للعلاقات العامة أصبح يطال اليوم حتى السياسة وصناع القرار ، ذلك أننا نرى مؤخراً العديد من الدول والمتقدمة منها على وجه الخصوص ، يتولى قاداتها أحياناً دور رجل العلاقات ، وذلك لشرح وجهة نظرهم فى بعض الأمور العالمية التى لا تلقى قبولاً لدى زعماء غيرهم أو لا تلقى ترحيباً من الرأى العام .

أليس هذا بدليل على ثبوت وفاعلية هذا الجهاز ، أليس هذا مؤشراً على أهمية وضرورة التطوع إلى كيفية دعمه اليوم كي نضمن له في الغد مقومات الإستمرار .

المسألة ليست تساؤلات بقدر ما هي حاجة لتفعيل الجانب العملى من وراء هذا الجهاز المثمر كي نعلن كعلاقات عامة أننا مستمرين وباقون للتعاون والعطاء .