



ادارة علاقات عاممة

المرحلة الثالثة



استاذة المادة
د.زينة محمود

ادارة علاقات عامة

مدخل: الإدارة

تكمن أهمية الإدارة في مضمونها الذي يتمثل في الوظائف المستمرة والمتكاملة التي تقوم بها بهدف التطوير والتغيير الذي تحدثه في المؤسسات والمنظمات والافراد عن طريق التأثير في ادائهم ومهاراتهم وسلوكهم بشكل يؤدي الى خلق اداء وعمل جيد .

ويعزى نجاح كثير من المؤسسات والشركات الكبرى بأنواعها المختلفة الى ادارتها التي اعتمدت اساليب التطوير والتنمية واستطاعت ان تواكب التطورات التي اكتسبتها الادارة وان تعتمد على افضل الأساليب والطرق الادارية التي تتلائم مع الأهداف الرئيسية التي تسعى اليها هذه المؤسسات والشركات .

ومثلما تحددت أهمية الإدارة فيما يتعلق باي مشروع او مؤسسة او منظمة مهما كانت كبيرة او صغيرة اقتصادية او تجارية او صناعية او غيرها فان الضرورة اقتضت تحديد اهميتها فيما يخص المؤسسات الاعلامية ، لاسيما بعد ان تأكدت سلطة الاعلام ، فبات الجميع يسعى للسيطرة عليه واصبح صناعة تديرها كبريات الشركات الاستثمارية .

فالمؤسسات الاعلامية كغيرها من المؤسسات تشكل الادارة فيما يتعلق بها مسالة لايمكن اغفالها او تجاهلها لاسيما بعد ان استخدمت الادارة التكنولوجية وافرزت تجارب تستحق الاشارة اليها . فظهور تقنيات الادارة او مايسمى ب (ادوات) الادارة في تطبيقات هذه الادوات نتيجة الفروق في الممارسة الادارية التي تشكل بمجملها انعكاسا للخبرات والامكانات والقدرات المتنوعة للقامين على هذه التكنولوجية.

ولكي نستطيع تحديد نوع الادارة التي تحتاج اليها المؤسسات الاعلامية اقتضت ضرورة البحث في جانبه النظري ان نقدم شيئا عن تاريخ الادارة ومفهومها العام .

ادارة علاقات عامة

أولا : الإدارة .تاريخها

ارتبط ظهور الادارة بظهور المجالس الحكومية وبالتنظيمات الادارية التي شهدتها مدن (اثينا) و (اسبارطه) للتدليل على ارائهم . كما ارتبطت بظهور المناوشات العسكرية وقيام الحروب بين الامم والامبراطوريات القديمة وبتنظيم الجيوش واقامة المعسكرات الذي يتطلب هذا التنظيم اللجوء الى فنون التوجيه المختلفة والضبط والرقابة وظهر الادارة من الناحية التطبيقية شكل بداية تكوين المجموعات الانسانية الا ان تطور النظرية في مجال الادارة جاء متأخرا بعض الشيء فهذا التطور في العلوم الطبيعية سبق التطور في العلوم الاجتماعية بسنوات كثيرة وتأخر تبعا لذلك ظهور الادارة وتبلورها كحقل اكاديمي ومهني وتطبيقي لانها تستمد جذورها من العلوم الاجتماعية التي تعود ظهورها وتكاملها مع مطلع القرن العشرين .

فالملاحظ والمتتبع لبدايات الادارة في مراحلها التاريخية المبكرة يجدها تتسم بالبساطة وعدم التعقيد لان المؤسسات نفسها كانت تتسم بهاتين الصفتين ، فلم تكن الممارسات الادارية تنطلق من نظريات او مبادئ علمية راسخة بل كانت مهام انجاز الاعمال وادارة الافراد تعتمدان على التجربة والخطأ.

وقد حال تأخر وعدم تكامل الادارة بالمقارنة مع العلوم الاجتماعية الاخرى الى عدم احداث تراكمات معرفية مبكرة لهذا العلم كما حال دون توفير الدراسات الكافية للوقوف على ابعاد مفهوم الادارة واسسها النظرية والعلمية في حينها فضلا عن عدم امكانية تحديد ظاهرة الادارة بصورة دقيقة وواضحة ومتكاملة عند المختصين والباحثين في هذا المجال .

وهناك العديد من العلوم الاجتماعية التي اسهمت في تطور الادارة وتنمية المعارف العلمية فيها مثل العلوم الاقتصادية والسياسية والقانون وعلم النفس الاجتماعي وعلم الاجتماع التنظيمي والسلوك الاداري وعلم الانسان وقد غدت هذه العلوم الاجتماعية شديدة الارتباط بعضها ببعض ولا يرب في ان الادارة تأثرت بهذا الارتباط والتداخل فغدت تستمد البعض من نظرياتها ومبادئها من هذه العلوم وتقدم لها العديد من المبادئ والنظريات

ومع عصر النهضة الاوربية والثورة الصناعية شهدت اولى محاولات وضع الاسس العلمية للادارة وتنظيماتها على اسس علمية وقد شكلت هذه المرحلة تحولا كبيرا في مهام الادارة التي اخذت تنتقل شيئا فشيئا الى المتخصصين في الادارة الى اكسابها مضمونا انسانيا بفعل وعي الادارة وبفعل التطور التكنولوجي والتقدم العلمي .

ادارة علاقات عامة

ويمكن القول ان قيام الثورة الصناعية كان الحد الفاصل في بروز وتطور الادارة واكتسابها بعد ذلك القواعد والقوانين التي مهدت لها كعلم وذلك عندما نشر الصناعي الاسكتلندي روبرت واير في سنة 1813م كتابه (نظرة جديدة للمجتمع) الذي اكد فيه الحاجة التي تحسین ظروف العمل والعلاقات في اماكن العمل ، فقيام الثورة الصناعية ادى الى ظهور العمل الالي وضمور العمل اليدوي ومن ثم قيام المصانع والمؤسسات الكبيرة وظهور الشركات المتنافسة على تحقيق اعلى الارباح بالوسائل والسبل كلها كما عقب قيامها ظهور العديد من المشاكل الاجتماعية والانسانية والاقتصادية نتيجة الهجرة الواسعة من الريف الى المدن وظهور البطالة وانخفاض اجور العمال وتردي احوالهم المعاشية وتشغيل الاطفال والنساء وكثرة الوفيات لسوء ظروف العمل الصحية .. وغيرها من المشكلات .

ومن ثم ادى ذلك الى حدوث ردود فعل قوية لدى المفكرين والكتاب والعلماء في مختلف الاختصاصات المختلفة ، واصحاب المهارات التكنولوجية ومجالا واسعا وخصبا لاطهار قابلياتهم واستثمارها فبدأوا يتبارون في تصميم المكائن والالات ذات الانتاجية العالية والكلفة الزهيدة وقد نمت بسبب ذلك حركة قوية للبحث العلمي والتجارب فكان من نتاجها ظهور مايسمى بحركة الادارة العلمية (scientific management) التي قد قادها فردريك تايلور

(F.Taylor) ومن اسباب اتساع النشاط الاداري في العالم فضلا عن الثورة الصناعية الذي بدأت في اوربا في القرن التاسع عشر الاخذ بالمذاهب الاشتراكية وتطور الحياة الاجتماعية والاقتصادية وحصول العمال والموظفين على حقوق ومزايا جديدة فيما يخص الاجور والمرتبات والخدمات بل حصولهم احيانا على نسبة معينة من الارباح واشتراكهم في مجالس الادارت والمؤسسات والازمات الاقتصادية العالمية والمحلية التي حدثت لاسيما الازمة العالمية التي حدثت في عام ١٩٢٩م واستمرت سنوات عدة فهذه الازمات فرضت على الادارة مزيدا من المسؤولية في تنظيم الاعمال وتدبير الامور لمواجهة تلك الازمات وعمل كل ما هو مستطاع في سبيل تخطيها وتحقيق الانتعاش الاقتصادي والرخاء. ومن هنا لم يعد الامر يحتمل ان تظل الادارة تمارس كما كانت تمارس من قبل في ظل

المشروعات الفردية الصغيرة طبقاً لمبدأ التجربة والخطأ بل اصبح من الضروري وجود مبادئ واصول مستقرة للادارة يمكن الاسترشاد بها في ممارسة هذه الوظيفة المهمة وتعك الادارة العلمية بمثابة مدخل لمعالجة المواقف والمشكلات الادارية بالاسلوب العلمي الذي يستخدم وسائل التعريف والتحليل والقياس والتجربة والبرهان وهكذا حل البحث العلمي في الادارة محل عشوائية التصرف. وباختصار وعن طريق مراجعتنا لتطور الادارة نجد انها مرت بثلاث مراحل:

ادارة علاقات عامة

١-مرحلة استعادة الادارة(الصناعية) من المعرفة الجاهزة المنتجة من قبل ادارت اخرى اكايدمية أو بحثية أو تطبيقية أو صناعية بحثية متخصصة وهي مرحلة بدائية تجعل المنتج مقيدا بفعالية المنتج المعرفي وتدعى هذه المرحلة باسم (الادارة المعرفة).

٢- مرحلة تطويع المعرفة المنتجة في جهات اخرى لظروف العمل سواء كان ذلك في مجالات التصميم أو التكنولوجيا أو تطبيق أنظمة النوعية والبيئة وتحديث الادارة أو ماندعوه باسم (ادارة المعرفة).

٣- مرحلة انتاج المعرفة واستثمارها وادارتها بكفاءة عالية تعود بالمرودوات الاقتصادية والتطور المستمر أو ماندعوه باسم (صناعة المعرفة).

ثانياً: مفهوم الادارة

اعتماد تعريف محدد وشامل للادارة كغيرها من المصطلحات في العلوم الاجتماعية يحمل الكثير من الصعوبة لان بناء تعاريف محددة لهذه المصطلحات من الامور الشائكة، فضلاً عن الاهتمام بعلم الإدارة وبنائها النظري وتعدد العلوم التي درست الادارة من ازويتها

الخاصة أنتج ذلك تعدد التعريفات التي تختص بالادارة. حمل التعريف الذي قدمه (فريدريك تايلور) للادارة مضمونا سلطويا فهو يعرفها:

بانها "المعرفة الدقيقة بما تريد من الرجال ان يعملوه ثم التأكيد على انهم يقومون بعملها باحسن طريقة واقلها تكاليفاً"

وفي تعريف (هنري فايول) : "الادارة معناها تتنبأ وان تخطط وان تنظم وان تصدر الأوامر وان تنسق وان تراقب"

اما (غلوفر) فقد وصف الادارة بأنها: "القوة المفكرة التي تملك وتصنف وتخطط وتحفز وتقييم وتراقب الاستخدام الامثل للموارد البشرية والمادية اللازمة لهدف محدد ومعروف".

كما عرفت الادارة بانها "الاستخدام الفعال والكفاء للموارد البشرية والمادية والمالية والمعلومات والافكار والوقت عن طريق العمليات الادارية المتمثلة في التخطيط والتنظيم والتوجيه والرقابة بغرض تحقيق الاهداف".

ادارة علاقات عامة

وعرفت الادارة ايضا بانها "عملية توجيه للجهود البشرية لتنفيذ عدة اهداف مرسومة باقصى كفاءة ممكنة في اطار مؤسسة من المؤسسات.

وجد ان التعاريف المذكورة في اعلاه تضمنت العناصر الاتية:

- 1- الإدارة نشاط هادف اي انها فعل هادف يسعى الوصول اليه.
- 2- الإدارة عملية مستمرة: تستمد الادارة استمراريتها من الحاجة المستمرة لدى الافراد ولان هذه الحاجات في تغير مستمر لذلك عمل الادارة مستمر لاشباع هذه الحاجات.
- 3- الإدارة عملية اجتماعية: يعني ان هناك عدداً من الناس يشتركون في تحقيق الهدف المطلوب والادارة تنظم علاقات هؤلاء الافراد وتوجه جهودهم، فالادارة عملية اجتماعية تستند الى وجود اعداد من الناس يختلفون فيما بينهم في كثير من الامور لكنهم يشتركون في تحقيق اهداف واحدة.

ثالثاً: عناصر العمل الاداري

يتكون العمل الاداري من عناصر مهمة تتحدد عن طريقها العملية الادارية وهذه العناصر هي:

- 1- الأهداف: الاغراض التي تسعى الادارة الى تحقيقها وتمثل عنصر مهما في عمل الادارة.
- 2- الموارد: وتمثل الادوات المهمة التي تعتمد عليها الادارة للوصول الى اهدافها مثل العنصر البشري و رأس المال والتنظيم وهو حصيلة الخبرة المهنية والعلمية.
- 3- السياسات: وهي مجموع القواعد التي تحدها الادارة العليا لتكون مرشداً للاعمال التنفيذية والمواجهة للمنفذين عندما تواجههم مشكلات تحتاج الى اتخاذ قرار.
- 4- الخطط والبرامج: تعبر عن العمل الاداري الذي ينسق بين الاجزاء ويحقق التناسق فيما بينها ليجمعها في خط واحد متكامل ويسير في اتجاه واحد.
- 5- القيود: وهي مجموعة القيود الداخلية او الخارجية التي تضطر الادارة للتعامل معها ولا يستطيع السيطرة عليها أو التأثير فيها بشكل مباشر.

ادارة علاقات عامة

رابعاً: مستويات الإدارة

تنقسم مستويات الإدارة على ثلاثة اقسام:

١- الإدارة العليا: وهي الجهة المسؤولة عن صياغة ومتابعة وتنفيذ الاهداف واتخاذ القرارات.

٢- الإدارة الوسطى: وهي المسؤولة عن متابعة وتنفيذ الاهداف التنفيذية أي تلك الاهداف التي تتعلق بسياسات عمل المؤسسات وتقوم بحل المشاكل ومناقشة القرارات.

٣- الإدارة الدنيا: وتسمى عادة بادارة الخطوط الاولى من المديرين والموظفين والتي تهتم بالمعايير العائدة لتصرفات الافراد في انجاز الاعمال والنشاطات وتقوم بتنفيذ الخطط وتوجيهات الادارة العليا والوسطى.

خامساً: اهداف الادارة

١- اهمية الادارة للمشروع

ان الادارة لا تعني مجرد تسيير العمل اليومي وانما تعني الجهد الواعي للتطوير والاصلاح وهذا المفهوم في النظر الى الادارة يؤكد انه في مقدمة مهام الادارة ان تكون للتطوير والاصلاح بالمؤسسة، فاي خطوة للتطوير والاصلاح تتوقف على ماتشيعه الادارة من فكر وما توفره من امكانات وما يتحلى به المدير من جد ومثابرة واصرار على تحقيق اهداف الاصلاح والتطوير ومن المهام التي تواجهها الادارة في طريق التطوير والاصلاح مايتصل بالتخطيط واعادة التنظيم والتنسيق والتوجيه وشؤون العاملين والاعتمادات المالية وكلها تتطلب الفكر الواعي المستنير في اتخاذ القاررات المتصلة بهذه النواحي.

٢- اهمية الادارة للمجتمع

ان الاهداف الاجتماعية الاساسية من الصعب تحديدها والالمام بها فالانسان يرغب بالسعادة والصحة والتقدم المادي ورفع مستوى معيشته والاستقرار والسلام والحرية والضمان الاجتماعي والحقيقة انه في اغلب بقاع العالم نجد ان المهارة الفنية والمواد الاولية والقوى العاملة تتوافر بكميات كافية لتحقيق هذه الاهداف الاجتماعية وقد اوضح اصحاب النظريات الاقتصادية المبادئ والاصول العلمية لزيادة الانتاج ومضاعفة الموارد الانتاجية ومصادر الثروة.

ادارة علاقات عامة

٣- اهمية الادارة للتنمية

ان نجاح خطة التنمية مرتبط بمستوى الكفاية الادارية في المشروعات المختلفة عن طريق حسن استخدام الموارد المتاحة المادية والبشرية ودون اسراف او تقصير ونجاح الادارة في تخطيط سياستها الشرائية والانتاجية والتسويقية والمالية وعلى حسن تنفيذ السياسات ودقة متابعة النتائج في اطار تنظيمي سليم يضمن استفادة جميع الطاقات البشرية المتاحة بشكل تعاوني وباقل تكاليف ممكنة دون اسراف واذا كان كل مشروع في حاجة الى عناصر مادية بشرية كافية مناسبة لنجاحه فانه في حاجة اكبر الى العقلية المدبرة والمخططة والمحركة والمستخدمه لهذه العناصر وهي الادارة.

سادسا :هل الادارة علم ام فن

مارس الانسان الادارة مند نشأتها. وخلال مراحل تطورها وحتى هذا بالاعتماد على الموهبة الشخصية والخبرة. العملية والمهاره الفردية . وكذلك الاعتماد على الأسس والنظريات والمباني، المختلفة التي وضعها عدد من المهتمين بها، ينتمون الى مدارس مختلفة تنادي بارساء مبادئ علم الادارة . فهل الادارة فن من الفنون يعتمد نجاحها على ما يتمتع به القائمون بالعمل الاداري مهارات فنية ؟ ام انها علم من العلوم يعتمد نجاحها على درجة اتقان القائمين بها لأسسه مبادئه ؟ ام انها حالة تجمع بين علم الادارة وفن، ممارسته ؟

في الواقع ان الادارة تجمع بين الفن والعلم في الوقت نفسه ، فالمعرفة المتعلقة بالادارة تؤدي بالتأكيد الى القدرة على القيام بالعمل الاداري . وبالتالي فالادارة هي علم والمدير الناجح هو الذي يستخدم مبادئ واسس علم الادارة في اداء عمله . وفي الوقت نفسه نجد ان اجادة العمل الاداري واتقانه يتطلبان " بعض المهارات والقابليات التي تستخدم في تطبيق اسس علم الادارة ومبادئه المختلفة. . كمهارات الاقناع والتأثير في سلوك الافراد العاملين والتشخيص والخبرة والامعان وغير ذلك .

فالعلم والفن يكملان بعضهما البعض وان نجاح العمل الاداري يعتمد على علم الادارة الذي من خلاله نتعرف على الاسس العلمية الصحيحة ، والمبادئ التي يجب استخدامها في تحقيق الاهداف المحددة. وعلى فن اداء العمل وفق أسس ومبادئ ونظريات علم الادارة .

ادارة علاقات عامة

سابعا: الوظائف الادارية

تقديم :

تظهر المنظمات الى الوجود لتحقيق اهدافها من خلال القيام بنشاطات محددة تؤدي الى تحقيق تلك الاهداف ويتوسع حجم عمل هذه المنظمات يتم التخصص باداء نشاطاتها، وبأختلاف اهداف المنظمات وطبيعة عملها تختلف وظائفها ومهما اختلفت وظيفة المنظمة فان انجازها بكفاءة يتطلب القيام بمجموعة من النشاطات يطلق عليها الوظائف الادارية والتي هي التخطيط لفعاليتها . وتنظيم الافراد في وحدات تنظيمية وتحديد صلاحيات ومسؤوليات كل منهم .

الوظائف الادارية

هي مجموعة نشاطات تمارس من قبل المدراء أو المشرفين بهدف ضمان انجاز الاعمال وتحقيق الإهداف بكفاءة عالية فهي نشاطات متعددة تمارس سوية من قبل المدراء لأن ممارسة اي منها ينعكس على النشاطات الاخرى ويؤثر فيها ويتأثر بها .

وقد اختلفت وجهات نظر الكتاب والمهتمين بتصنيف النشاطات الادارية فمنهم من صنفها الى اربع وظائف هي (التخطيط والتنظيم والتوجيه والرقابة والاتصال القيادة وغيرها) وفي موضوع الوظائف الادارية سنعتمد على الوظائف الاتية هي (التخطيط والتنظيم والتحفيز والرقابة) ويتم تضمين جميع النشاطات الادارية وفق هذه المحاور .

تتصف الوظائف الادارية بصفة الشمول والعمومية . فهي تمارس في مختلف المستويات الادارية في المنظمة وفي مختلف المنظمات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية .

ويختلف الوقت لممارسة الوظائف الادارية من مدير لأخر تبعا لاختلاف مستواه التنظيمي كما يختلف من وظيفة لأخر فالوقت الذي يخصصه المدير في مستوى اداري متقدم هو اكثر من الوقت الذي يخصصه مدير في المستويات الادارية الدنيا لممارسة وظيفة التخطيط وهو اقل عند ممارسة وظيفة التحفيز .

ادارة علاقات عامة

وذلك لأن عمل المدراء يتجه الى القضايا التخطيطية كلما يزداد مستواهم التنظيمي تاركين للمدراء الاخرين في المستويات التالية ممارسة الوظائف الاخرى .

وسيتم توضيح الوظائف الادارية كالاتي :

1- التخطيط : Planning

وهي الوظيفة الادارية الرئيسة التي يمارسها المدير الى جانب الوظائف الادارية الاخرى فالحاجة الى التخطيط تبرز في اي عمل وذلك لتحديد الاهداف التي تسعى الى تحقيقها. ووضع السياسات والاجراءات والبرامج الكفيلة خلال وظيفة التخطيط التنبؤ بالمستقبل والاستعداد له بشكل خطط منسقة ومرسومة مسبقا ياخذ في الاعتبار الخطط السابقة ويتم اتخاذ القرارات اللازمة لتنفيذ العمل بموجبها .

2 - التنظيم : Organization

وهي الوظيفة التي يتم من خلالها تحديد الاطار العام الذي يتم بموجبه اداء العمل وتمارس خلال هذه الوظيفة عمليات جميع الانشطة اللازمة لإنجاز العمل في وحدات تنظيمية وتنظيم العلاقات بينها و كذلك علاقة العاملين مع بعضهم وتحديد الصلاحيات والمسؤوليات والتنسيق بين اعمال الافراد والوحدات التنظيمية بما يضمن تحقيق الاهداف .

3- التحفيز : MotiVation

وهي الوظيفة التي تتعلق بارشاد وتحفيز العاملين لاداء الاعمال المناطة بهم وتحقيق التعاون بينهم وقيادة العمل الجماعي من اجل تنفيذ الخطط وتحقيق الاهداف .

ادارة علاقات عامة

د . الرقابة : Control

وهي الوظيفة الادارية التي يتم من خلالها، ضمان اداء العمل من قبل الوحدات التنظيمية والعاملين فيها وفقا لما هو مخطط له واكتشاف الانحراف عن طريق مقارنة اداء العمل بالمعايير الرقابية المستخدمة ومعالجتها .

وظائف المنشأة : Enterprise Function

وهي وظائف متخصصة تضم النشاطات التي يتم القيام بها لتحقيق الاهداف التي ظهرت المنشأة من اجلها فهي بالتالي تختلف من منشأة الى اخرى باختلاف هذه الاهداف .

وتظهر وظائف المنشأة نتيجة لتجميع النشاطات وفق مبدأ التخصص ليضم كل منها النشاطات التخصصية لاحدى فعاليات المنشأة الرئيسية ففي المنشأة الصناعية نجد ان وظائف الانتاج والتسويق والمالية والافراد هي الوظائف الاساسية التخصصية للمنشأة بينما نجد وظائف اخرى تعتبر رئيسية في المنشآت ذات النشاطات التجارية كالبيع والشراء.

وتختلف عنها وظائف الادارات العامة التي هي وظائف الصيانة والطباعة والخدمات المختلفة

وسنعرض فيما يلي مفاهيم بعض هذه الوظائف .

أ - الانتاج : Production

تمثل وظيفة الانتاج ممارسة النشاطات التنفيذية اليومية التي تؤدي الى انتاج سلعة معينة بالجودة المطلوبة وبالكمية المحددة ويتوقف نجاح المنشأة في انجاز هذه الوظيفة على حسن ادارة عملياتها المتمثلة بالتخطيط للانتاج والاختيار السليم لموقع المصنع وتنظيمه "الداخلي ومراقبة جودته .

ادارة علاقات عامة

ب - التسويق marketing

وهي ممارسة النشاطات المتعلقة بايصال السلع المنتجة الى المستهلك والقيام بالنشاطات التي من شأنها ترويج البضاعة كالاعلان عنها وبيعها وتوزيعها من خلال منافذ السوق المختلفة .

ج- الشراء : Purchasing

يتمثل بتوفير احتياجات المنظمة من المواد الاولية والسلع الضرورية التي يتطلبها عمل المنظمة

د . المالية : Finance

وتتضمن القيام بالفعاليات التي من شأنها تنظيم موارد المنظمة اللازمة للقيام بنشاطات المنظمة المختلفة وحسب استثمارها ومراقبة استخدامها لتحقيق هدفي الربحية والسيولة .

هـ - الأفراد : personnel

وهي وظيفة المنشأة في التخطيط للقوى العاملة التي يتطلبها اداء عمل المنظمة وتتميتها وصيانتها والقيام بالتخطيط لسياسات الاختيار والتعيين والاجور والترفيه.

العلاقة بين الوظائف الادارية ووظائف المنشأة

هناك علاقة متينة بين الوظائف الادارية ووظائف المنشأة تتمثل باعتبار وظائف المنشأة مجالا او حقا لممارسة الوظائف الادارية حيث تمارس وظائف التخطيط والتنظيم والتحفيز والرقابة لانجاز كل وظائف المنظمة بكفاءة عالية فلو اخذنا وظيفة الانتاج على سبيل المثال لوجدنا ان عمليات الانتاج تحتاج الى خطط ليسترشدها العاملون للقيام بها كما تحتاج الى تنظيم العاملين بشكل منسق لضمان معرفة كل منهم دوره وحدود صلاحياته في العمل وتظهر الحاجة

ادارة علاقات عامة

الى ارشاد العاملين لكيفية القيام باعمالهم وتحفيزهم لزيادة الانتاج واخيرا لابد من رقابة اداء العمل لضمان تحقيق الخطط ومعالجة اي انحراف .

ثانيا- الوظائف الاساسية للعلاقات العامة

يمكن تحديد الوظائف الاساسية للعلاقات العامة والتأكيد على اهميتها وتأثيرها في نجاح نشاط العلاقات العامة .

أ . وظيفة البحث

تعد البحوث العلمية في مجال عمل العلاقات العامة من الامور الاساسية في نجاح او فشل خطط برامج العلاقات العامة . ويعود السبب في ذلك الى ان العلاقات العامة هي علم وفن تبغي الوصول الى الاهداف المحددة للتأثير في الجمهور واقتناعهم بأفضل الوسائل لهذا كان من الضروري لرجل العلاقات الاهتمام بشكل مباشر بالبحوث والدراسات لمعرفة جوانب حاجات الجمهور وردود فعلهم تجاه الظروف والحالات. حيث لا يتم ذلك الا عن طريق اعداد هذه البحوث وهناك عدة اهداف تحققها البحوث في هذا المجال هي:

١- التعرف الى الآراء والاتجاهات .

٢- التعرف الى الذات .

٣- منع الازمات والاضطرابات

٤- زيادة فاعلية الاتصال الخارجي.

٥- تحديد جماهير المنظمة.

٦- امداد الادارة بالمعلومات.

٧- التعرف على المتغيرات الدولية .

ادارة علاقات عامة

وتتضمن وظيفة البحث القيام بعدة خطوات وهي كالآتي :

اولى خطوات البحث العلمي

١: **تحدد المشكلة** :-من اولى خطوات البحث العلمي تحديد المشكلة وينبغي ان يكون التحديد واضحا ودقيقا ومعبرا عن المشكلة المراد بحثها ويتصل بتحديد المشكلة تعريف مجتمع البحث وخصائصه العامة ومن بين المشاكل التي تواجهها المنظمة مثلا :

- انعدام ثقة الجماهير المستهلكة بالمنظمة .

- ضعف ولاء العاملين للمنظمة .

- تردي سمعة المنظمة.

٢ - **وضع الفرضيات**: الفرضية هي تقرير مبدئي عن ابعاد، المشكلة موضوع البحث وتظل صحة هذا التقرير وصلاحيته بوضع اختبار، حتى يتم الوصول الى النتائج جمع البيانات وتحليلها واختبار الفرضية وتفسير نتائجها وليس من الضروري ان تأتي النتائج متفقة تماما مع الفرضيات التي سبق وضعها. وليست وظيفة البحث ترجيح او رفض فرض معين . وقد تكون النتائج السلبية التي يصل اليها اقوى من النتائج الايجابية التي تتفق مع الفرضيات المبدئية .

وتساعد الفرضية على تحديد مجال البحث. ووضعه في اطار، مناسب لطبيعة الموضوع بالاضافة الى تحديد البيانات المراد جمعها، لتفسير المشكلة للفروض الموضوعية .

٣-اختيار العينات

من الصعوبات التي تجابه العاملين في مجالات العلاقات العامة عند القيام ببحث المشاكل التي تتعلق بالجمهور (خصوصا الجمهور الخارجي) كثرة عدد افراد الجمهور موضوع البحث اذ تنقسم الجماهير الى شرائح مختلفة مثل

ادارة علاقات عامة

جمهور الطلبة وجمهور الامهات وجمهور العاملين في احدى المنظمات ويصل عدد افراد كل جمهور من هذه الجماهير في بعض الاحيان الى ملايين لذلك فأن جمع المعلومات من جميع افراد المجتمع عملية صعبة جدا وتحتاج الى جهود كبيرة ولذلك يلجأ الباحثون في مثل هذه الحالات الى اختيار عينة تمثل الجمهور موضوع البحث مما يسهل الاستقصاء الدقيق والسريع ويقلل المصاريف ويؤدي الى اقتصاد في الجهد والوقت .

4- جمع المعلومات والبيانات

لكي يستطيع الباحث جمع المعلومات والبيانات بشكل سريع ودقيق وكفوء لابد ان يكون هناك تخطيط لهذه الخطوة وان تهيأ مجموعة كافية من الافراد المدربين على اساليب جمع المعلومات والبيانات وان تكون تحت تصرفهم كل الامكانيات الضرورية لتسهيل مهمتهم . كما ينبغي ضمان وجود اكبر عدد من الافراد المختارين في العينة بحيث تسمح ظروف هؤلاء الافراد بالاستجابة وتقديم المعلومات والبيانات ومن الوسائل المعتمدة في جمع المعلومات والبيانات الاستقصاء وهو عبارة عن سلسلة من الاسئلة يصممها الباحثون لغرض الحصول على معلومات و بيانات من الجمهور موضوع البحث يشكل سريع ودقيق وفعال .

وتستخدم اكثر من طريقة لجمع المعلومات والبيانات الحقائق من افراد العينة ومن بين هذه الطرق:

أ - طريقة المقابلة الشخصية

-طريقة الهاتف

- طريقة البريد

ادارة علاقات عامة

٥_المراجعة والتبويب :

بعد جمع المعلومات والبيانات من مصادرها المختلفة يقوم الباحثون بمراجعتها واستبعاد الاجابات التي يظهر عدم صلاحيتها. ومن ثم يأتي دور التبويب ، حيث تتضمن هذه المرحلة تقسيم البيانات الى مجموعات او فئات متجانسة ثم توضع في جداول منظمة تنظما خاصا حسب طبيعة البحث لتسهيل دراستها وتحليلها واستخلاص النتائج منها .

٦ . التحليل: -

ويعد من الخطوات الاساسية في وظيفة البحث. ولكي يؤدي التحليل بشكل سليم وعلمي. فمن الضروري ان يمتلك المحلل خبرة في مجالات العلاقات العامة . وذهنية متفتحة ومعرفة في كيفية استخدام اسلوب البحث العلمي ومن بين ما تتضمنه هذه الخطوة ، نقد الحقائق التي تم جمعها وعقد المقارنات وتفسير المشاكل في ضوء البيانات المتوفرة باسلوب كمي او باسلوب وصفي ويساعد التحليل في التعرف الى العوامل المباشرة وغير المباشرة المسببة للمشكلة وتحديد مواطن الضعف والقوة وبالتالي المساهمة في وضع الحلول المناسبة للمشكلة موضوعة البحث .

٧ - التوصيات والمقترحات:

تمثل التوصيات والمقترحات الخطوط الاخيرة في البحث، حيث يقدم الباحث مايراه من توصيات ومقترحات وذلك في ضوء الحقائق المناسبة للمشكلة موضوعة البحث .

ادارة علاقات عامة

ب التخطيط للعلاقات العامة :

يعد التخطيط الوظيفية الاساسية الثانية لنشاط العلاقات العامة ويعتمد اساسا على وظيفة البحث ويتضمن تحديد الاهداف التي تسعى وحدة العلاقات العامة الى تحقيقها واختار افضل الوسائل والامكانات المتاحة لوصول الى تلك الاهداف خلال فترة زمنية معينة . ويرى احد خبراء العلاقات العامة (د. جورج هاموند) ان العوامل التي تساعد على نجاح التخطيط لنشاط العلاقات العامة هي :

1- دراسة دقيقة لجميع عناصر المشكلة بحيث تتوضح العوامل المسببة للمشكلة.

2- تجديد الموارد والامكانات المتاحة وحجمها ومصادرها لمواجهه متطلبات الخطة .

3- تقبل المسؤولية والالتزام بالوقت والمصاريف التي يتطلبها العمل

4- توفير عدد من الاختصاصيين الكفاء لتنفيذ الخطة .

5- الموضوعية والواقعية في تحديد المواعيد.

6- توفر الرغبة والاندفاع لدى جميع المشتركين في الخطة لتنفيذها على الوجه المطلوب .

7- التعلم من الاخطاء والاستفادة من الاخفاقات في تحقيق النجاح .

وتختلف خطط العلاقات العامة لدى منظمة واخرى حسب الظروف المحيطة بكل منظمة ومن هذه الظروف حجم وعدد فئات الجماهير التي لها صلة بالمنظمة وطبيعة نشاطها وسياساتها وعملياتها ومركزها المالي وموقف الجمهور اتجاهها ومن الامور التي يجب ان يقوم بها المخطط قبل البدء بوضع الخطة دراسة المنظمة دراسة كاملة ووافية من

ادارة علاقات عامة

جميع الجوانب لكي يستطيع التعرف الى مشاكلها والظروف التي تمر بها وسياسات الادارة وامكاناتها المالية واساليب العمل ومواطن الضعف والقوة كما يجب ان يقوم بتحديد الجماهير التي لها علاقة وصلة بالمنظمة لكي يضع اهدافه بشكل ينسجم مع ظروف المنظمة وحاجات ورغبات جماهيرها وفيما يلي الخطوات التي يمكن اتباعها في التخطيط للعلاقات العامة :

1-تحديد الاهداف :

لكي تستطيع وحدة العلاقات العامة تأدية نشاطاتها بكفاءة وفاعلية ، وبما يحقق الاغراض المرجوه من انشائها ينبغي ان تقوم بتحديد الاهداف بدقة ووضوح وواقعية وبشكل تفصيلي ، وتتنوع الاهداف بسبب تنوع المنشات وسياساتها وجماهيرها والظروف المحيطة بها وفيما يأتي امثلة عن عدد من الاهداف التي تسعى العلاقات العامة الى تحقيقها

- كسب ثقة وتعاون عملاء المنظمة وتنمية اسباب التفاهم المتبادل مع هذا الجمهور .
- العمل على تدعيم وتوطيد العلاقات بين المنظمة والمنظمات الاخرى .
- تكوين صورة واضحة او جلية ومركز ممتاز للمنظمة في اذهان جمهور المتعاملين معها من خلال شرح اهدافها ونشاطاتها وسياساتها وتقديم المعلومات والحقائق الدقيقة عما تقدمه من خدمات .

2-وضع الخطة :

بعد تحديد الاهداف بشكل موضوعي ومفصل لابد من اختيار وتحديد الطاقات والسبل المناسبة للوصول الى الاهداف المرجوة وتتضمن هذه الخطوة ما يأتي :

أ-وضع الموازنة

ب-تنظيم هيئة فعالة للتنفيذ

ادارة علاقات عامة

ج-وضع الخطوط العريضة للحملة الاعلامية واختيار موضوعاتها .

د-توقيت البرنامج

ومن العوامل التي تساعد على نجاح تنفيذ الخطة مرونة الخطة واستخدام الاساليب والمقاييس والوسائل الرقابية المناسبة في متابعة تنفيذها ويساعد ذلك في التعرف الى الاخطاء والهفوات والانحرافات في مسار الخطة وما استجد من ظروف طارئة او غير محسوبة والتي قد يكون لها تأثير سلبي يعيق تحقيق الاهداف كما هو مخطط لها والعمل على تعديلها او معالجتها في الوقت المناسب .

ج - وظيفة الاتصال (الاعلام) :

بعد الانتهاء من وضع الخطة تبدأ مرحلة التنفيذ اي الاتصال بالجمهور اعلامهم أولاً بأول عن كل ما يدور في المنظمة واهدافها وسياساتها ونشاطاتها ونشر وتفصيل كل ما يهم المنظمة وجمهورها من اجل كسب وتأييد هذه الجماهير وتعاطفها مع المنظمة ، وللإعلام - هنا - أهمية كبيرة اذ يتوقف عليه الى حد كبير مدى نجاح او فشل برامج العلاقات العامة فاذا تم اعلام الجماهير المقصودة بشكل فعال وكفوء وحسب ما هو مخطط له فإن العلاقات العامة حققت ما تصبو اليه من اهداف اما اذا لم يتم الاعلام بكفاءة وفاعلية اي لم يتحقق الاتصال او تحقق ولكن بصورة محدودة وقاصرة فإن هذا يعني فشل العلاقات العامة في تأدية نشاطاتها ويمكن القول بأن الاعلام عبارة عن عملية تتكون من العناصر الآتية:

1-المرسل: ويمثل صاحب الرسالة الاعلامية او تلك الجهة التي تصدر عنها الرسالة سواء اكانت جهة عامة ام خاصة ام فردية او جماعية .

2-المستقبل : وهو الجهة التي توجه اليها الرسالة الاعلامية سواء اكان فردا ام جماعة .

3-الرسالة الاعلامية: وهي المعلومات والحقائق او الافكار والمفاهيم التي يرسلها المرسل الى المستقبل .

ادارة علاقات عامة

4-الوسيلة الاعلامية : وهي الوسطة التي تؤدي بها الرسالة الاعلامية وهناك اكثر وسيلة اعلامية للاتصال والتفاهم

تستخدم لتبادل الرسائل بين المرسل والمستقبل ويمكن تقسيمها الى ثلاث مجموعات وهي كالآتي:

أ-وسائل سمعية : وتشمل الراديو ومكبرات الصوت والهاتف وجميع وسائل النشر الصوتي .

ب-وسال بصرية : وتشمل الصحف والمجلات والكتب والنشرات والتقارير والمذكرات والصور والملصقات والتصاميم

وما الى ذلك.

ج-وسائل سمعية وبصرية: ومن بين هذه الوسائل التلفزيون والسينما والمسرح والندوات والاجتماعات .

ويعتمد اختيار الوسيلة الاعلامية على عوامل عديدة من بينها مدى تأثير الوسيلة الاعلامية في الجمهور وكلفتها

وسرعتها ونوعية وحجم الجمهور وطبيعة الرسالة الاعلامية ومدى توفر الخبرات لكل وسيلة من وسائل الاعلام المختلفة

د-وظيفة التقييم:

ويتم من خلال هذه الوظيفة بحث صحة النتائج التي تم التوصل اليها من تنفيذ الخطة او البرنامج المرسوم ودرجة

تأثير الرسائل والوسائل الاعلامية المختلفة التي استخدمت للتأثير في نفوس وتصرفات الجماهير وهناك طرق عديدة

تتبع في تقويم أنشطة العلاقات العامة من بينها :

1- التقييم الذي يسبق تنفيذ الخطة او البرنامج : وتستخدم هذه الطريقة لغرض التعرف الى مدى كفاءة الاتصال

في تأثيره في الجماهير قبل البدء بالتنفيذ وتساعد هذه الطريقة على تجنب الخسائر التي قد تتعرض لها

المنظمة نتيجة بعض الأخطاء التي قد تحدث في شكل البرنامج او مضمونه أو اختيار الوسيلة لموضوع

معين او توقيت اذاعته او نشره .

ادارة علاقات عامة

2- التقييم الجزئي او المرحلي : هو التقييم الذي يواكب تنفيذ برنامج برامج العلاقات العامة للتعرف على نواحي

القصور والضعف في التخطيط والتنفيذ والعمل على معالجتها في الوقت المناسب .

3- التقييم النهائي الذي يعقب التنفيذ : ويتم بعد الانتهاء من تنفيذ البرنامج أو الخطة المرسومه للتعرف إلى

النتائج التي حققتها في ضوء الأهداف الموضوعه وتتم عملية التقييم عن طريق إجراء المقارنة بين وضع

الجمهور قبل تنفيذ البرنامج ووضع الجمهور بعد الانتهاء من تنفيذه وقياس التغيرات التي حققتها البرنامج

نستطيع معرفة مدى كفاءة أداء البرنامج في تأثيره في الجمهور حسب ما هو مخطط له.

التنظيم في العلاقات العامة

أن ترجمة الأفكار إلى تصرفات فعلية في الواقع الميداني يحتاج إلى تنظيم هيكلي يتم بموجبه تحديد الصيغ التي تنفذ

فيها الفعاليات أي الأطر التي بموجبها توزع الفعاليات كما ونوعا بما ينسجم ويتوافق مع الطاقة البشرية العادية وفي

مستويين أساسيين هما:

1 - **الجماعي:** بصيغة اختصاصات وظيفية تنفذ في إطار مجموعة أو فريق عمل الوحدة التنظيمية أو التشكيل

الإداري.

2 - **الفردية:** بصياغة واجبات ومسؤولياتها وظيفية تنفذ في إطار الأدوار الوظيفية أو المهنية.

وهكذا يمكن تصميم هيكل تنظيمي باعتماد فكري التقسيم الأفقي للاختصاصات(تجميع الاختصاصات المتقاربة

والمتكاملة في وحدات تنظيمية متخصصة) أو للواجبات (تقسيم العمل أو المهمات الوظيفية على الأفراد في أدوار

وظيفية). والتوزيع العمودي للاختصاصات(بما يحقق التنسيق والتكامل بين الوحدات المتخصصة ذات العلاقة). أو

الواجبات(توزيع المسؤوليات والصلاحيات بما يحقق الإشراف والرقابة بهدف التنسيق بين الأدوار الوظيفية).

ادارة علاقات عامة

وهكذا نجد أن وظيفة التنظيم تحقق التكامل بين الطاقات البشرية المتاحة للمنظمة باعتماد فكرة تقسيم الأعمال وتجميع التخصصات في إطار الأدوار الوظيفية و الوحدات التنظيمية كما تحقق التنسيق بين جهود الأفراد وقدراتهم باعتماد فكرة تحديد المسؤوليات و تفويض الصلاحيات في إطار المستويات الإدارية والمناصب الوظيفية وبتعبير أيسر فإنه وظيفة التنظيم تمهد لتطبيق مبدأ الشخص المناسب في المكان المناسب بتوصيفها للمسؤوليات و اختصاصات الوحدات الإدارية و صلاحياتها وكذلك الواجبات وكذلك واجبات الأدوار الوظيفية و صلاحياتها ثم تحديد المهارات المطلوبة لتلك في الوحدات الإدارية (الملاكات) وكذلك المهارات المطلوبة للأدوار الوظيفية (المؤهلات) بما يضمن المطابقة بين الوظيفة وشاغلها لها وبين هيكل الوظائف في الوحدة الإدارية وملاكاتها ..

بناء على ما تقدم سيتم تحديد فقرات أساسية للوصول إلى المستوى المطلوب في الكفاءة والفاعلية لتنظيم العلاقات العامة :

1 - الهيكل التنظيمي لوحده العلاقات العامة .

2 - موقع اداره العلاقات العامة .

3 - هيكل الوظائف في وحده العلاقات العامة.

1 - الهيكل التنظيمي لوحدة العلاقات العامة :

يرتبط مفهوم الهيكل التنظيمي بوظيفته التنظيم عبر مسأله تصميم صيغ العلاقات التفاعليه بين البنى الأساسية (المادية والبشرية)؛ (الاليه والعضوية) التي يتحقق من خلالها النشاط التنظيمي فوظيفته التنظيم تتعكس نتائجها في درجه نجاح الهيكل التنظيمي اي كفاءته في توظيف الموارد المتاحة وصولا الى الفاعلية في تحقيق الاهداف وبما ان وحده العلاقات العامة تسعى عادة الى هدف رئيس او غرض عام هو تحسين العلاقات التفاعلية بين المنظمة بين المنظمة وبين

ادارة علاقات عامة

بيئتها ويكون ذلك بمحاولة خلق حالة التكيف والتجاوب بينهما (اي بين المنظمة وجمهورها) لذا فان الهدف المذكور يعتمد على ثلاثة اهداف رئيسيه هي:

١_ فهم حاجات الجمهور واستيعاب متطلباته اذ يجب على ادارة العلاقات العامة ادراك رغبات الجمهور والبحث عن وسائل اشباع (استعلام)

٢_ التنسيق في كيفية اشباع رغبات الجمهور حيث تتولى ادارة العلاقات العامة بالتنسيق مع الادارات الاخرى في المنظمة ومع اداراتها العليا لتحديد كيفية الوصول الى انسب حالات الاشباع (التنسيق)

٣_ توعية الجمهور بإسهامات المنظمة اذ تتابع ادارة العلاقات العامة التواصل مع الجمهور لأشعاره بإمكانات المنظمة في سد حاجاته وبأفضل اساليب الانتفاع منها (الاعلام).

من هذه الاهداف تتضح لنا خصوصية وظيفه العلاقات العامة وصعوبة انجازها دون اداره او تنظيم متخصص في فعالياته ثم في هيكلية فلا بد من القيام بالأنشطة الأساسية الثلاثة (الاستعلام والتنسيق والاعلام) لتحقيق الاهداف الرئيسة لوظيفة العلاقات العامة وبدونها لم يكتمل الهدف العام لهذه الوظيفة كما انه تحقيق الهدف العام هذا يفرض توفير المستلزمات الأساسية لتنفيذ تلك الأنشطة التخصصية الثلاثة و هي عادة المستلزمات فنيه متعددة ومتنوعة فضلا عن خصوصيتها وما تتطلبه من مهارات عالية لذا تواجه وظيفه العلاقات العامة باستمرار الحاجة الى هيكلية متخصصة لا يمكن تغطيتها الا في اطار وحدة تنظيمية تتمتع بالاستقلالية المناسبة لحجم اهدافها وتنوع انشطتها وتعدد مستلزماته.

ادارة علاقات عامة

سيتم توضيح فترتين اساسيتين لطبيعة الهيكل التنظيمي هي :

أ- طرق تقسيم العمل في وحدة العلاقات العامة :

من الصعب على المصمم التنظيمي او على الإدارة ان تعتمد طريقة واحدة لتقسيم العمل وخاصة عندما يكون حجم الوحدة التنظيمية كبير وانشطتها متنوعة وعديدة وهذا الامر تخضع له العلاقات العامة حيث يخضع تقسيم العمل لفعاليات العلاقات العامة لاختلافات كبيره في تحديد التشكيلات الداخلية لوحده العلاقات العامة لذلك من النادر ان نجد طريقه واحده لتقسيم العمل فيها فهناك ست طرق اساسيه لتقسيم العمل وتجميع التخصصات هي:

١_ حسب طبيعة العمل (نوع النشاط): حيث تتجه تقسيم اعمال العلاقات العامة الى بناء تخصصات وظيفيه اساسيه تتفق مع انواع الأنشطة في هذه الوظيفة وهي كما سبق توضيحه ثلاث انواع (الاستعلام والتنسيق والاعلام).

٢_ حسب تقنيات العمل (وسائل الاتصال):

اذ يتجه تقسيم اعمال العلاقات العامة الى بناء تخصصات وظيفيا اساسيه تجمع في اطارها مهارات متخصصه في طريق بناء العلاقات العامة وتحسينها وتكون عادة هذه التخصصات مرتبطة بوسائل الاتصال المعتمدة حيث يتم تصميم هيكل وحده العلاقات العامة في جانب اساسي منه على اساس وسائل الاتصال المستخدمة .

٣- حسب نوع المنتج (نوع الخدمات او السلع): فقد يفرض تنوع المنتجات التي تقدمها المنظمة تنوعا في الفعاليات المعتمدة في وظيفة العلاقات العامة لذا يتم تقسيم اعمالها في اطار تخصصات وظيفية تتفق مع انواع الخدمات او السلع .

4- حسب الزبائن (فئات الجمهور): حيث يفرض تنوع فئات الجمهور المتغير او المتعامل مع المنظمة الى بناء تخصصات وظيفيه موجهه لخدمه تلك الفئات وذلك لاختلاف او تباين مستلزمات بناء العلاقات مع تلك الفئات على

ادارة علاقات عامة

سبيل المثال تتعامل اداره العلاقات العامة في الجامعة مع فئات متعددة ومختلفة في طبيعة علاقاتها مع الجامعة لذا

تضم هذه الادارة عاده الوحدات الأتية :

-العلاقات العامة: العلاقات مع الراي العام واجهزه الاعلام

- العلاقات الثقافية: العلاقات مع الجامعات الاخرى والمؤسسات العلمية.

- العلاقات الطلابية العلاقات مع الطلبة ومنظماتهم وذويهم

- العلاقات الإنسانية: العلاقات مع العاملين في الجامعة التدريسيين وموظفين

٥- التوزيع المكاني (المناطق الجغرافية): فقد تكون العلاقات العامة في منظمه معينه واسعه جدا ومنتشرة على رقعته

جغرافية كبيره و تحتاج الي اداراتها الي اعطاء الاستقلالية لوحدها المنتشره ولذلك يتم توزيع اعمالها على اساس

المواقع او الاقاليم او الاقطار.

٦-حسب الزمن(المنابوية): حيث يتطلب زخم العمل وخاصة في مواسم معينه او في انشطه معينه للعلاقات العامة

ان يكون العمل مستمرا من غير توقف مثل العمل في الإذاعة والتلفزيون والصحافة وكذلك العمل اثناء انعقاد

المؤتمرات او تنظيم المهرجانات اذ يستمر العمل ليل نهار سواء في اداره الفعاليات الأساسية لهذه الاعمال او في

توفير الخدمات المشاركين وكذلك في تغطيه الفعاليات لذا يتم تقسيم العمل في مثل هذه الحالات حسب الزمن ويكون

في العلاقات العامة عادة على اساس وجبات العمل او ما تسمى (المنابوية)

- الوجبة الصباحية

- الوجبة النهارية

- والوجبة الليلية

ادارة علاقات عامة

ب- تفويض الصلاحيات (المركزية والاستقلالية)

ان التكامل والتنسيق في العمل لا يتحقق من غير قدر من التوجيه المركزي حسب ظروف العمل وتنوع المهام يضمن الالتزام المتوازن بين التشكيلات الفرعية في تعاونهم لتحقيق الهدف الاجمالي فمن غير سلطه مركزيه يصعب توجيه الاهداف الفرعية نحو تحقيق الهدف الرئيس او الاجمالي كما يصعب الاشراف على تنفيذ الفعاليات واستمرار التكامل والتنسيق بينها حيث تحتاج عملية التنسيق الى المتابعة المستمرة والتعديل الانبي للخطط بما يتفق مع التغيرات والمستجدات اثناء التنفيذ .

في هذا الاطار يمكن القول بان وظيفه العلاقات العامة تقع تحت تأثير عاملين او خاصيتين متقاطعتين في مسألة تفويض الصلاحيات و تحديد درجه المركزية او الاستقلالية وهما:

1 - تنوع انشطه العلاقات العامة وتعدد تقنياتها وتطورها المستمر وهذه الخاصية تفرض تمتع تشكيلاتها الفرعية بالاستقلالية خاصه في الظروف الاستثنائية بما يوفر الفرص الكافية للمستويات التنفيذية لمواجهه المواقف المختلفة مباشره من غير تأخير .

2 - الاحتمالات العاليه لتغيير المواقف البيئية في علاقاتها مع المنظمة تفرض الحاجه المستمرة لتغيير خطط العلاقات العامة الفرعية وهذا يتطلب قدرا مناسباً من المركزية التي تضمن تحقيق استمرار التكامل والتنسيق بين الأنشطة المختلفة داخل وحده العلاقات العامة اولا ثم التكامل والتنسيق بين وحده العلاقات العامة و بين الوحدات الإدارية الأخرى في المنظمة ثانياً .

تأسيساً على ما تقدم يتجه الخبير التنظيمي على تصميم الهيكل التنظيمي لوحدته العلاقات العامة بصيغ تضمن المرونة في تقسيم الاعمال وتجميع التخصصات من جهة وتضمن التوجيه المركزي والمتابعة التقويمية من جهة أخرى .

ادارة علاقات عامة

ولا بد من الإشارة الى ان مساله تفويض الصلاحيات و درجه الاستقلالية في تصميم الهيكل التنظيمي تبدأ على مستوى الوحدة ذاتها (ادارة العلاقات العامة) لأنها القاعدة التي تستند عليها عملية التفويض الى التشكيلات الفرعية داخل وحده العلاقات العامة.

ان اهمية النشاط ودرجه الاعتماد عليه في تحقيق اهداف العلاقات العامة و فلسفه ادارتها و طريقه تحديد اهدافها ومدى توافر المستلزمات و مستوى المهارات كلها عوامل جوهريه في تقدير كيفيه تفويض الصلاحيات و كيفيه تحديد درجه الاستقلالية او المركزية المطلوبة لكل نشاط من انشطه العلاقات العامة ولذلك نجد باستمرار تباينا في حجم التفويض داخل وحده العلاقات العامة فقد يكون قسم الاعلام الاكثر تمتعا بالصلاحيات من قسم المنظمات والمؤتمرات او العلاقات الثقافية في مديريه العلاقات العامة بوزارة النفط غير ان قسم العلاقات الثقافية في مديريه العلاقات العامة يكون اكثر تمتعا بالصلاحيات من غيره في وزاره التعليم العالي او في الجامعة كما ان مساله التفويض لا تتسم بالثبات في ادارة العلاقات العامة في الظروف الاستثنائية وبعض الاحداث احيانا تدخل مدير العلاقات العامة في توجيه النشاط الاعلامي للمنظمة وهذا يعني سحباً مؤقتاً لصلاحيات رئيس قسم الاعلام.

وبعامة تكون مساله تفويض الصلاحيات ودرجه الاستقلالية لتشكيل وحده العلاقات العامة رهينة مجموعه كبيره من المتغيرات تجعل من تصميم الهيكل التنظيمي لوحده العلاقات العامة قضيه حساسة تفرض اهتمام الإدارة العليا بها والعناية باسنادها الى متخصصين مؤهلين لمثل هذه المهمات وذلك بما يضمن تحقق الوضوح الكامل في الخصائص التنظيمية لوحده العلاقات العامة وهي :

-مدى التخصص في اهداف العلاقات العامة وانشطتها (تقسيم العمل وتجميع التخصصات)

-درجه المركزية او الاستقلالية لتشكيلاتها (تفويض الصلاحيات).

- مستوى المعيارية في تنميط اداء العاملين فيها (تعليمات العمل قواعده)

ادارة علاقات عامة

- حجم التوثيق المطلوب لاداء الوحدة خططا وتنفيذا (تسجيل المعلومات وحفظها واسترجاعها)

-درجه الشكلية في تصميم الوحدات التنظيمية الفرعية وعلاقتها الرسمية (العلاقات الوظيفية الرسمية وغير الرسمية).

توصيف وظائف العلاقات العامة :

يعد توصيف الوظائف واحده من الشروط الجوهرية لتحقيق مبدا وضع الشخص المناسب في المكان المناسب ثم الاستخدام الامثل للموارد البشرية لان التوصيل يوفر تصورا سليما عن الادوار الوظيفية المطلوبة فعلا، فبطاقات التوصيف (او دليل وصف الوظائف) تسهل التعريف بطبيعة العمل في التخصص المهني لكل دون وظيفي (وظيفة) وكذلك التعرف بالمؤهلات المطلوبة لاشغال الوظيفة ثم متابعه اداء شاغلها وتقويمه لذا تكون اداره العلاقات العامة بأمس الحاجه لتوصيف وظائفها بسبب خصوصيه هذا النشاط في تنوع مهماته وتطور تقنياته ويمكن اعطاء توصيف عام لهيكل وظائف العلاقات العامة ضمن اطار العناصر الأساسية للتوظيف وهي كالآتي:-

اولا-الواجبات(المسؤوليات):

يعتمد تحديد الواجبات والمسؤوليات لكل وظيفه من وظائف العلاقات العامة على مكانها في التخصصات المهنية وعلى موقعها في المستويات الإدارية من جهة ثم على حجم العمل و طريقه تقسيم العمل من جهة اخرى ،ويمكن القول بان اهميه تحديد الواجبات تكون في اقرار المهمات المطلوب انجازها ضمن الدور الوظيفي وتتحدد الواجبات عاده في اطارها العام ضمن المحاور الأساسية للتخصصات ثلاث نواحي على النحو الاتي :

أ_الوظائف الإعلامية:

1-توعيه جمهور المنظمة بمخرجاتها (سلع وخدمات) وكيفية الانتفاع منها او الاسهام في تطويرها

2-تطوير تقنيات الأنشطة الإعلامية بما يحقق مرونة التفاعل الايجابي مع جمهور المنظمة.

ادارة علاقات عامة

3-رفع كفاءه استخدام وسائل الاتصال المتاحة بما يحسن من العلاقات مع الجمهور ويدفعها بأتجاهات ايجابية.

ب-وظائف الاستعلام:

1 - اجراء البحوث المسحية للفئات جمهور المنظمة او للراي العام وصولا الى مؤشرات دقيقه عن مواقفها من المنظمة.

2 - تحليل مواقف الجمهور والراي العام لتحديد الاثار المترتبة عليها وسبل معالجه الجوانب السلبية منها ودعم الإيجابية منها.

3 - تطوير تقنيات استيعاب متغيرات مواقف الجمهور (حاجاته ورغباته) و كيفية التحكم بها.

ج-وظائف التنسيق :

1 - ربط خطه العلاقات العامة مع خطط الادارات الاخرى في اطار الخطة الشاملة للمنظمة.

2 - تصميم الهيكل التنظيمي للعلاقات العامة بما يتفق مع موقعها في الهيكل التنظيمي للمنظمة وينسجم مع بناء العلاقات التنظيمية بين الوحدات المختلفة في الهيكل.

3 - برمجه انشطه العلاقات العامة مع الأنشطة الاخرى في المنظمة بما يمنع التداخل او الازدواجية وكذلك التعارض والتقاطع بينها.

4 - تنسيق فعاليات المتابعة ومراقبه برامج العلاقات العامة في اطار مراقبه البرامج الاخرى في المنظمة ومتابعتها.

ثانيا: مؤهلات العمل في العلاقات العامة

لا يكتمل الحديث عن هيكل وظائف العلاقات العامة دون الإشارة الى مؤهلات شاغليها حيث تفرض خصوصيه هذه الوظائف في جوانبها المهنية والفنية والإدارية تميزها واضحا في تحديد شروط اشغالها اذ تقترن كل واحدة من الخصائص الثلاث بمجموعه مؤهلات يمكن تلخيصها في الاتي :

ادارة علاقات عامة

١- **المؤهلات المهنية:** وهي المؤهلات الخاصة بمهارات فن العلاقات الإنسانية و تعتمد على مجموعه (التقنيات السلوكية) التي تساعد على كسب الاخرين والحصول على رضاهم وتأييدهم للمنظمة وتقترن هذه المهارات (فن العلاقات الانسانية) بمؤهلات شخصية تتحقق عن طريق السمات الفردية الموروثة والخصائص الشخصية المكتسبة بالتنشئة الاجتماعية (التطبيع الاجتماعي) ومن اهم هذه المؤهلات:

أ- **الشخصية الايجابية (قوة الشخصية):**

وهي قدره التأثير في الاخرين وتوجيه مواقفهم وادراك اهدافهم (ورغباتهم وحاجاتهم) حيث يستطيع فهم الاخرين بسهولة ومن ثم التأثير المباشر في سلوكهم نحو اهداف المنظمة.

ب- **سعة الاطلاع (الثقافة العامة)** وهي قدره التمييز الميداني وفهم مجريات الاحداث بسهولة بما ييسر لموظف العلاقات العامة التعامل السليم مع المستجدات البيئية ويعتمد في ذلك على امتلاكه مجموعه واسعه من المعلومات مع رغبته زيادتها (حب الاستطلاع).

ج- **قابليه التغيير عن الافكار (اللباقة)** : وهي قدرة ايصال الافكار والاراء (المعلومات) الى الاخرين في الصيغه المناسبة لأهدافه و بالاسلوب الذي يحفزهم نحو الغايه المطلوبه وتعتمد اللباقة على امتلاكه لمجموعه مصطلحات ومفردات تسهل بناء لغه مشتركه مع الاخرين وكذلك على قابليه الاستماع اليهم وقدرته على ادراك مقاصدهم و اهدافهم بما يسهل له تحقيق الفهم المشترك والثقافه المشتركه معهم.

٢- **المؤهلات الفنيه:** وهي الخاصة بمهارات الاتصال اي استخدام (تقنيات الاتصال) بكفاءه سواء في اعلام الجمهور او في استعلام رغباته وحاجاته، وتعتمد هذه المهارات على خبرات رجل العلاقات العامه في التعامل مع وسائل الاتصال وادواته بدءا بالمباشره منها وانتهاء بغير المباشره منها، وتقترن هذه المهارات (مهارات الاتصال) بمؤهلات شخصية يتم اكتسابها عن طريق التعليم والتدريب و اهم هذه المؤهلات:-

ادارة علاقات عامة

أ-القدرة البحثية،(قابلية الملاحظة والاستقراء) حيث يحتاج رجل العلاقات العامة الى الالمام بأصول البحث العلمي بدءا بتحسس المشكلات الميدانية والقدرة على ملاحظتها بدقة امكانيه جمع البيانات عنها ومعالجتها واستقراء المتغيرات المتصلة بها (تشخيص اسبابها) واقتراح العلاج لها.

ب-الشخصيه الموضوعيه، (قابليه التجرد والابتعاد عن المواقف الذاتيه) اذ يحتاج الى فهم مواقف الاخرين واسبابها ادراك رجل العلاقات العامة للمضامين الفعلية لمواقفهم واستيعاب مشاعرهم وبذلك يستطيع الامتناع عن التحيز في التعامل معهم(سلبا او ايجابا) فتصبح قراراته اكثر موضوعيه ومن الطبيعي ان يعتمد كل ذلك على اختيارات ادوات الاتصال المناسبه واستخدامها استخداما سليما والالتزام الدقيق بمردوداتها

ج- كفاءه التواصل،(قابليه استخدام وسائل الاتصال المتخصصه) اذ يحتاج رجل العلاقات العامه الى خبره في استخدام وسائل الاتصال المتاحه او المطلوبه لعمله سواء كان يستخدمها مباشرة او يستخدمها العاملون معه. فالخبرة الجيده في الكتابه (المحرر الصحفي) لا تكفي لوحدها دون خبره مناسبه في اختيار الصور المناسبه للموضوع او في الخط او في الترجمة فكل رجال العلاقات العامه بحاجة الى قدرات المناسبه في التعامل مع وسائل الاتصال المختلفه وعلى نحو خاص الادوات المتطورة تقنيا مثل الحاسبات.

د-الشخصيه الفنيه او الابداعيه (سعة الخيال والحسن الفني): اذ يحتاج موظف العلاقات العامة الى امتلاك التصور الجمالي للظواهر القائمة او المستقبلية، ويعتمد ذلك على خصوبه خياله في استقراء الواقع ومعالجه متغيراته خارج الاطر الروتينية القائمة مقترنا بذوق سليم ينسجم مع الثقافة السائدة بما يضمن القبول العام لمعالجاته (بدائله العلاجية)

٣- المؤهلات الإدارية او الوظيفية : تفرض وظيفه العلاقات العامة خصوصية اداريه لانشطه العلاقات العامة و للقائمين بها تتمثل في المهارات الإدارية (صنع القرارات واتخاذها) فالقرارات الخاصه برسم اهداف العلاقات العامة وبرمجته سياساتها وخطتها ومتابعه تنفيذها تتطلب مستويات متميزه في اتخاذ القرارات في وقتها وصحتها وسرعتها

ادارة علاقات عامة

وتفتقر هذه المهارات بالخبرة الوظيفية الطويلة وبخاصه في المواقع القيادية او الاشرافيه او الاستشاريه التي تسهم في صناعه القرارات واهم هذه المؤهلات:

1 - **المطاولة(القدرة على مواجهه المواقف الصعبة)** تحتاج مهمات العلاقات العامه الى الصبر ورباطه الجاش في

مواجهه الاخرين وكذلك الى قبول التعارض في المواقف والاستجابه المناسبه والمرنه لمواقفهم ومحاولة ايجاد الايجابية لبناء جسور الثقة وخلق القناعه او تجديدها فالمطلوب من رجل العلاقات المتابره على استماله الاخرين دون ضعف مهما كانت المواقف متقاطعه ويعد مؤهل المطاولة والمتابره في العمل من الصفات الاداريه المطلوبه لدى القاده العلاقات العامه وصانعي قراراتها لانها الصفه المطلوبه لتوظيف جهود العاملين في العلاقات العامه وطاقاتهم لتحقيق الاهداف المحدده لهم .

2 - **التنظيم (القدره على هيكله العمل)**: وصف الوظائف واختيار المهارات المناسبه لها يحتاج رجل العلاقات العامه

الى سرعه البديئه والصيغ التنظيميه المرنه لمعالجه الخلل في اداء الادوار الوظيفيه ، اذ يفترض في رجل العلاقات ان يحمل مهارات رجل التنظيم في تصميم التشكيلات الاداريه وتوزيع المهمات الوظيفيه بصيغ عضويه مرنة قادرة على تحريك العاملين من مكان لآخر من غير ان يحدث خلل بآليه العمل ونسقه العام وتفتقر بصفه التنظيم عادة القدره على التوثيق وتحديث المعلومات

3 - **صنع القرارات واتخاذها (القدره على تحديد البدائل واختيار المناسب منها)** :اذ تتطلب وظائف العلاقات العامه

مهارات اداريه مناسبه وبخاصه في صنع القرارات واتخاذها وذلك لسبب يسير هو الحاجه المستمره والمتناميه لاختيار البدائل في وظيفه العلاقات العامه و على الرغم من كون هذا المؤهل عاما غير انه يعد من المؤهلات الضروريه والحاسمه في اداره العلاقات العامه وبخاصه ان رجل العلاقات العامه يشارك في صنع القرارات في المستويات الاداريه العليا.

ادارة علاقات عامة

4 - الثقافة والمعرفة الاداريه (القدره على التعامل مع المفاهيم الاداريه والاقتصادييه): يتطلب العمل في العلاقات العامه تواملا يوميا مع الشؤون الاداريه وكذلك مع المعنيين بالبحوث الاداريه والتطوير الاداري واقتصادياد الاداره لان بناء لغة مشتركة معهم يفرض ادراكا جيدا لكل المفاهيم الاداريه والاقتصادييه بما يضمن لرجل العلاقات العامه مرونة عالية في التعامل الايجابي والفاعل مع الزبائن او مع اداره المنظمه .

واخيرا لا بد من التاكيد على ان كل المؤهلات المتقدمه تعتمد او تقتزن باهميه المؤهل التعليمي حيث يتعذر اكتساب المؤهلات الوظيفيه والفنيه دون تعليم تخصصي او المشاركة في برامج تدريبية متخصصة، فضلا عن حاجه رجل العلاقات الى تجديد مهاراته معلوماته باستمرار وما يقتضيه ذلك من حاجه مستمرة الى التدريب .

لذا لا بد من اعطاء اهميه خاصه بالمؤهل التعليمي سواء كان من مؤسسه تعليميه متخصصه ام في مراكز تدريبيه متخصصه.

قياده انشطه العلاقات العامه

اذا كان التخطيط لانشطه العلاقات العامه وهيكلتها مدخل تنسيقها فان قياده هذه الانشطه هو المدخل العملي لتنفيذها ميدانيا فمن غير الاتصال بالعاملين وتوجيههم للقيام باعمالهم لا يمكن تنفيذ البرامج المخططه ومن غير تدريبهم على مهارات المهنة وتحفيزهم على القيام بأدوارهم لا ولن تتحقق الاهداف المطلوبه بكفاءه فالعمل الميداني القادر على ترجمه الخطط المؤطره في الهيكل التنظيمي ويحتاج ذلك الى ثلاث فعاليات مترابطه هي (الاتصال والتدريب والتحفيز).

1 - الاتصالات في اداره العلاقات العامه

تعد عمليه الاتصال في اداره العلاقات العامه القاعده الجوهرية لقيادة الافراد او الاشخاص المعنيين بهذه العمليات سواء كانوا منفيين مباشرين لها ام مستفيدين منها مساهمين فيها فالاتصالات لا تقف عند حدود المنفيين وبخاصه في وظيفه العلاقات العامه حيث تقوم فعاليتها اساسا على التواصل بين المنظمه وبين جمهورها بفئاته المختلفه ، لذا فان

ادارة علاقات عامة

عمليات الاتصال في اداره العلاقات العامه التي تتطلب تجاوز عمليات التفاعل مع العاملين مع الجمهور المنظمه وتنوع وسائل الاتصال والتعلق وتقنياته في التنوع اهداف العلاقات العامه وتعدد فئات الجمهور وكل ذلك يعطي خصوصية مميزه للاتصالات في اداره العلاقات العامه يمكن تحديد سماتها في المحاور الاتيه

اولا: التفاعل الاجتماعي و الاتصالات في العلاقات العامة

عملية الاتصال هي تفاعل اجتماعي بين فردين او اكثر واستمراره و يحقق التواصل بين الافراد وظهور العلاقات الاجتماعي، فالتفاعل الاجتماعي هو القاعده الجوهرية للظاهرة الاجتماعي و بدايه نشاه المجتمع البشري وتطوره. وذلك لأن استمرار التفاعل هو الاطار الضروري للتواصل وبناء العلاقات وظهور الجماعات البشرية . يبدأ التفاعل الاجتماعي عادة بفعل او حدث معين (سلوك او تصرف) يثير هذا الفعل استجابته معينه لدى الطرف الاخر (الافراد الذين لاحظوا الفعل) ، فهذه الاستجابته تمثل ايضا فعلا مقابلا يثير عاده استجابته معينه وهكذا يتواصل الفعل ورد الفعل (الحدث والاستجابته) ليتحقق ماندعوه (التفاعل الاجتماعي) والذي يتطور لدى اطرافه عن طريق بناء توقعات لاستجابته الاخرين (ردود فعلهم) فتأخذ الافعال (التصرفات) طابعا متوافقا او هادفا لاثارة ردود فعل ايجابية (استجابة مرضية او نافعة) فيستمر التواصل ويحقق التوافق والتكامل بين الاطراف المتفاعلة بظهور قيم وتقاليد اجتماعية تنظم التوقعات وتقود الى التعاون البناء بينهم فتظهر الجماعة البشرية وتستمر مادامت عملية التفاعل متواصلة .

مما تقدم يمكن ان الاتصال في جوهره تفاعل اجتماعي متطور يحدث بين فردين او اكثر لانه يقوم على اساس نقل مجموعه افكار او اراء بطريقه مقصوده او منظمه (رساله لها اهداف محدده يقصد منها تغيير مواقف او اتجاهات الاخرين نحو مساله معينه) ولا يقتصر الاتصال في العلاقات العامه على هذا الهدف (توجيه الرساله) بل يستقصي اولا المواقف عند الجمهور وعوامل واسباب ايجابيتها وسلبيتها فالاتصالات في العلاقات العامه تمثل تفاعلا ايجابيا لانها لا تهدف الى التأثير المباشر في مواقف الجمهور بل تستقصي قبل كل شيء اتجاهاته (رغباته ومصالحه)

ادارة علاقات عامة

يهدف توجيه اهداف المنظمة لصالح الجمهور ومن ثم تبدا باعلام هذا الجمهور بالتغييرات المطلوبه في مواقفه ثم تتأكد من مدى تحقق التغييرات والنتائج المترتبة عليها .

ويعرف الاتصال في العلاقات العامه بانه عمليه نقل الاراء والمعلومات بين المنظمه وبين جمهورها بغية احداث تفاعل ايجابي يرسى قواعد الثقة والتفاعل معهم التعاون بينهما واذا ما استلمنا بان الاتصال هو تفاعل اجتماعي مقصود هادف ومتطور التقنيات فلا بد من التاكيد على انه يقوم على خمس عناصر رئيسيه هي المرسل الرساله قناه الاتصال المستقبل والاستجابة وبناء على هذا التصور لعناصر الاتصال يتضح لنا ان عمليات الاتصال في العلاقات العامه لا تقف عند حدود مسؤوليات اداره العلاقات العامه بل تمتد الى كل الادارات الاخرى في المنظمه ، فاداره الانتاج بما تقدمه من سلع او خدمات تتفق مع رغبات الجمهور تسهم في تحسين كفاءه الاتصالات مع الجمهور واداره التسويق بما تنجزه من فعاليات الاعلان او الاستقصاء لرغبات الجمهور او عمليات بيع مريحة تسهم في تحسين كفاءه الاتصالات معه، وادارة الافراد بما توفره من خدمات وامتيازات للعاملين تسهم في تحسين الاتصالات مع العاملين في المنظمة ، وهكذا تتأثر كفاءه الاتصالات في العلاقات العامه في مدى نجاح الادارات الاخرى في المنظمه ومن الجانب الاخر تخضع كفاءة الاتصالات في العلاقات العامه لمدى تقبل فئات الجمهور المستهدف من عمليات الاتصال واستعداده للاستجابة وقدرته على استيعاب الرساله.. وهكذا يعتمد على كفاءه اداره العلاقات في العامه في اختيار مضمون الرساله وصيغتها ولغتها وكذلك في اختيار قنوات الاتصال المناسبه لفئات الجمهور المختلفه.. وبذا تصبح مسؤوليه اداره العلاقات العامه مسؤوليه ريادية في عمليات الاتصال بفئات الجمهور اذ تتولى اداره العلاقات العامه تنسيق خطوط الاتصالات وتنظيمها ومتابعتها ومن ثم تطويرها وذلك بحكم المهارات التخصصية الموجودة عادة في هذه الادارة وعلى نحو خاص مهارات استخدام تقنيات الاتصال ومهارات الاستعلام والاعلام .

واخيرا لا بد من القول بان الاتصالات في العلاقات العامه هي المحور الرئيسي والاطار العملي لفعاليتي الانتاج الاساسيتين في العلاقات العامه (الاستعلام الاعلام) فبغير الاتصال المستمر لن ولا يمكن تنفيذ هاتين الفعالتين.

ادارة علاقات عامة

اما نجاح عمليات الاتصال واستمرارها (التواصل) مع جمهور المنظمة فلا بد من مجموعه مقومات تدعم حاله التفاعل وترفع من درجه الاستجابة المتبادله بين المنظمة وجمهورها ومن اهم هذه المقومات ما ياتي :-

- 1 . تقديم معلومات سليمة تعزز ثقة الجمهور بالمنظمة.
- 2 . الدقة في استعلام مواقف الجمهور في التعريف برغباته ومصالحه.
- 3 . تضمين الرسالة الترابط بين اهداف المنظمة ومصالح الجمهور .
- 4 . التزام الرسالة بالقيم والتقاليد الاجتماعية السائدة بين فئات الجمهور .
- 5 . صياغة الرسالة بلغه مفهومه و برموز سهله الادراك للجمهور .
- 6 . اعتماد التقنيات ووسائل الاتصال المناسبه و الكفيله بتحقيق المقومات الانفه الذكر .

ولكي تكامل الصورة عن موضوع الاتصالات و كيفية تامين مقوماتها لابد من التعرض لانواع الاتصالات في العلاقات العامه ثم لتقنيات الاتصال

ثانياً: انواع الاتصالات في العلاقات العامه

يتطلب توفير مقومات الاتصالات على الفهم الجيد لانواع الاتصالات التي تمارسها ادارة العلاقات العامه وهذا يعتمد بدوره على التحديد الواضح لانواع العلاقات العامه ويعد تصنيف انواع العلاقات العامه حسب فئات الجمهور اكثر التصنيفات شيوعاً لانه يسهل تصنيفها حسب الاهداف المطلوبه منها ثم تصنيفها حسب الفعاليات المحققه لتلك الاهداف وحسب المستلزمات المطلوبه لكل فعاليه او نشاط وفيما ياتي اهم انواع العلاقات العامه مصنفة حسب فئات جمهورها (المجتمع المحلي ، المستهلكون ، الموردون ، الافراد)

1 . العلاقات العامه مع المجتمع

تمارس درجه قوه وعمق العلاقات التي تربط المنظمة بالمجتمع المحلي الذي توجد فيه وتعمل على خدمته دوراً اساسياً في تحقيق نجاح وفشل المنظمة وذلك للمصالح المشتركة القائم بينهما والمتمثله بالتزامات كل طرف تجاه الاخر اذ

ادارة علاقات عامة

يمكن اعتبار المجتمع المحلي بمثابة الرئة التي تتنفس من خلالها المنظمة وبالمقابل فان المنظمة تعمل على اشباع حاجات المجتمع وتلبية رغباته من خلال تقديم السلع والخدمات والمساهمة في تنمية المجتمع من هنا يبرز دور العلاقات العامة في خلق الموازنة في المصالح وفي ضمان وفاء كل طرف بالتزاماته تجاه الطرف الاخر.

أ.التزامات المجتمع المحلي تجاه المنظمة

يمكن للمجتمع ان يوفر للمنظمة المقومات الاساسيه لبنائها واستمراريتها وهذه المقومات يمكن ايجازها بالاتي:

_ تمويل عمليات المنظمة في صورته اسهم وسندات وقروض ، فالمجتمع المحلي يمكن ان يساهم بالنصيب الاكبر من رؤس الاموال الضرورية لتسيير عمليات المنظمة.

_ توفير الايدي العاملة الضرورية ، اذ لا يقتصر دور المجتمع المحلي على توفير رؤس الاموال فقط وانما يتعداها الى توفير الافراد الذين تحتاجهم المنظمة اذ تصل نسبة مساهمة المجتمع المحلي احيانا الى ٩٠% من اجمالي الافراد العاملين في بعض المنظمات.

_ توفير الخدمات الضرورية لتسيير عمليات المنظمة مثل وسائل النقل والمواصلات والمدارس والمستشفيات وخدمات الترفيه والراحة والسكن...الخ من الخدمات التي قد تعجز المنظمة بامكاناتها المحدوده عن توفيرها بدون مساعده المجتمع المحلي.

_ تصريف السلع والانتفاع من الخدمات التي تتعامل فيها او تقدمها المنظمة ، اذ ينهض المجتمع المحلي بدور حاسم في تسهيل تسويق السلع والخدمات وفي الاقتصاد بتكاليف التوزيع والترويج وتطوير المنتج.

ادارة علاقات عامة

ب. التزامات المنظمة تجاه المجتمع

اما عن التزامات المنظمة تجاه المجتمع فأن الافكار التي نادى بها انصار المسؤولية الاجتماعيه وسعت من دائره هذه الالتزامات بحيث لم تعد قاصره على مجرد دفع الضرائب فحسب وانما تعدتها الى تلبية حاجات ورغبات المجتمع والعمل على تنميته والمحافظة على سلامه البيئه والمساهمه في رفاهيه المجتمع وتقدمه وغيرها من الاهداف...وفيما يأتي نوجز بعضا منها:

_ توفير السلع والخدمات التي يحتاجها المجتمع على النحو الذي ينسجم مع حاجات افراده ورغباتهم واذواقهم ويؤدي الى اشباعها.

_ توفير فرص العمل لابناء المجتمع ، اذ توفر المنظمة وحسب طبيعه نشاطها وحجم هذا النشاط ودرجه التقنيه المستخدمه فيه فرص العمل لافراد المجتمع.

_ المساهمه في ميدان التعليم من خلال تقديم المساعدات الماديه لاجراء البحوث والدراسات وفي تقديم المكافآت والمحفزات للطلبة المتفوقين والمساهمه في بناء المدارس ورياض الاطفال او في توفير مقاعد لتدريب طلبه المعاهد والجامعات.

_ المساهمه في المحافظه على سلامه البيئه من مخاطر التلوث.

_ تنميه المجتمع من خلال المساهمه في مجالات التنميه المختلفه الزراعيه والصناعيه والثقافيه...الخ.

ان السبيل الى تعزيز العلاقات العامه مع المجتمع يكون من خلال دراسته المجتمع والتعرف على طبيعته من حيث عدد السكان والجنس والمهنه والمستويات الاقتصاديه والاجتماعيه والحاجات والرغبات ونظام الحياه بشكل عام والهيئات

ادارة علاقات عامة

الثقافيه والاجتماعيه والرياضيه...الخ اذ تقوم اغلب المنظمات بهذه الدراسه من خلال اعداد استمارات الاستقصاء او الحصول على البيانات من خلال المكاتب والوكالات وغرف التجاره والصناعه مقابل عموله معينه.

وبعد تحليل نتائج هذه الدراسات يتم اعداد برنامج للعلاقات العامه مع المجتمع يتضمن ما يأتي:

١_ **تحديد اهداف البرنامج** ، كأن تكون توضيح اهداف المنظمه ونشاطاتها ومساهماتها في خدمه المجتمع ونشر

الوعي بين افراد المجتمع والتعاون مع الادارات المحليه في تحسين الخدمات المقدمه الى المجتمع..الخ

٢_ **تحديد الاساليب الضروريه** لترجمه هذا البرنامج الى واقع فعلي من خلال الاتصال بالشخصيات المهمه والقياديه

في المجتمع والتشاور معهم في مايتصل بتحديد الاساليب الممكنه لتحقيق التعاون بين المنظمه والمجتمع او السماح

لافراد المجتمع بزياره المنظمه والاطلاع على اهدافها ونشاطاتها وتقسيماتها التنظيميه او اقامه المعارض وعرض

الافلام او اصدار النشرات الدوريه وتوزيعها على افراد المجتمع..الخ

٢_ العلاقات العامه مع المستهلكين

لا يعني ايصال السلعه او تقديم الخدمه انتهاء دور المنظمه تجاه المستهلك/المستعمل وانما يجب مساعده المستهلك

في التعرف على طريقه الاستخدام او الانتقال من السلعه/ الخدمه لكي يحصل منها على اقصى اشباع ممكن لحاجاته

مما يعني تقديم الكثير من البيانات والارشادات والتوجيهات له لاستخدام السلعه ومن هنا يبرز دور العلاقات العامه

في تقديم مثل هذه المساعده وفي زياده الثقه والعلاقه التجاريه بين المنتج والمستهلك وتؤدي اداءً غير مباشر الى

زياده المبيعات والى نجاح المنظمه في زياده الارباح.

لقد تضاعف دور العلاقات العامه مع المستهلك بعد التغيير الجذري الذي حصل في السوق فبعد ان كان المستهلكون

يتزاحمون حول المنتجين اصبح المنتجون يتنافسون على كسب ود المستهلكين وجذبهم اذ اصبح المستهلك سيد السوق

ادارة علاقات عامة

كما اصبح الهدف الاول لاداره التسويق هو ارضاء المستهلك ، فالخطه التسويقيه يجب ان تبدأ من وجهة نظر المستهلك وبناءا عليها ويبرز هذا الدور بروزاً اساسياً بالنسبه للمنظمات التي لا تعتمد منافذ التوزيع المباشر الى المستهلكين على النحو الذي يفقد الصله الشخصيه بين المنتج والمستهلك وعليه يبرز دور العلاقات العامه في ايجاد مثل هذه الصله من خلال ترويج اسم المنتج وسمعته وايجاد علاقات ايجابيه مع المستهلكين وقد اجاد الكاتب ابراهيم امام في وصف هذا الدور بقوله (ان مهمه العلاقات العامه هي تحويل شخصيه المنظمه المعنويه المجرده الى شخصيه انسانيه تنبض بالحياه من خلال اضاء الدفاء الانساني الى العمليات الآليه القائمه بين المنظمه والمستهلكين والتي تتميز بالبروده وتفتقر الى الدفاء الانساني).

سبل تعزيز العلاقات العامه مع المستهلكين

تتمثل الخطوه الاولى في تعزيز العلاقات العامه مع المستهلكين بالتعرف على كل مايخص السوق الاستهلاكيه وعن حجم السكان وتوزيعاتهم الجغرافيه وعدد الاسر ومستواهم الثقافي والعلمي ومقدار دخل الفرد..الخ وتتمثل الخطوه الثانيه بمعرفه دوافع الشراء لدى المستهلك والعوامل التي تؤثر في قرارات الشراء فلأجل ارضاء المستهلكين لابد من معرفه ارائهم وافكارهم عن المنشأ والسلع التي تتعامل فيها مع الاشاره الى صعوبه مثل هذه المهمه ذلك لان ارضاء جميع المستهلكين وفي آن واحد قد يتعذر تحقيقه بسبب اختلاف هؤلاء المستهلكين من حيث الجنس والعمر والدخل والادواق والميول والمستوى الثقافي وغيرها من الاعتبارات التي تؤثر في دوافع الشراء لديهم فضلا عن ان العوامل التي تؤثر في قرارات الشراء تتميز بالحركيه.

تتمثل الخطوه الثالثه بتحديد اهداف برنامج العلاقات العامه مع المستهلكين وتتوقف هذه الاهداف على نوع نشاط المنظمه وطبيعتها اي على نوع السلع والخدمات التي تتعامل فيها وكذلك على نوع وعدد المستهلكين الذين يتعاملون مع المنظمه وعلى المركز المالي للمنظمه فقد يكون الهدف تعريف المستهلك بالمنظمه وسياساتها او بالسلع التي

ادارة علاقات عامة

تتعامل بها او الاجابه عن استفسارات المستهلكين وتطوير السلعه استجابته لرغبات المستهلكين او عمل الابحاث الخاصه بالمستهلك..الخ

والخطوه الرابعه تتضمن تحديد مايريد المستهلك معرفته عن المنظمه انسجاما مع الاهداف المحدده لبرنامج العلاقات العامه ومثال ذلك المعلومات عن المنظمه وسياساتها وادارتها ومركزها بين منافساتها والخدمات التي تقدمها ومزايا السلع وطريقه صنع السلعه والمواد الخام المستخدمه فيها والاسعار والامتيازات الاخرى المقدمه...الخ

والخطوه الاخيريه تشتمل على اختيار طرق الاتصال بالمستهلكين ومثال ذلك الاتصال الشخصي بين اداره المنظمه والمستهلكين او بين الموظفين وهؤلاء المستهلكين سواءاً تم ذلك من خلال التقاء الاداره بالموظفين ام من خلال وسائل الاذاعه والتلفزيون وكذلك طرق الاتصال غير الشخصيه مثل اصدار النشريات ونتاج الافلام السيميه والنشر في الجرائد والمجلات والمشاركه في المعارض التجاربه او المساهمه في اقامتها وتشجيع المراسلات مع العملاء وتوزيع الهدايا.

٣_ العلاقات العامه مع الموردين

يستلزم انجاز نشاط المنظمات (الصناعيه والتجاربه والخدميه) وصولا الى اهدافها المنشوده توفير جمله من الموارد كالمواد الخام والاجزاء والتجهيزات والمعدات من مصادر التوريد اذ تتوقف طبيعه هذه الموارد وحجمها على طبيعه عمل المنظمه وحجمها وخصائصها وخصائص العناصر التي يتم شراؤها ومصادر الشراء...الخ

ولأجل ضمان توفير هذه الموارد وتجاوز ازمه الثقه التي قد تحصل بين المنظمه والموردين للملابسات التي تشوب العلاقات القائمه بين الطرفين وتحقيق التفاهم معهم الى جانب تعريف الموردين بمزايا التعامل مع المنظمه واقامه مصالح مشتركه فأن الضروره تقتضي تعزيز دور العلاقات العامه التي تمثل الجسر الموصل بين الطرفين.

ادارة علاقات عامه

لقد اتضح دور العلاقات العامه في تحسين العلاقه بين المنظمه ومورديها على نحو جلي في اثناء الحرب العالميه الثانيه والفترة التي اعقبها والتي اتسمت بشحه المواد الخام والتجهيزات الضروريه لاداره وتشغيل المنظمات اذا استطاعت ادارات المنظمات التي لها علاقته طيبه مع الموردين من تجاوز هذه الازمه او التخفيف من حدتها بفضل تلك العلاقه.

وفي عصرنا الحاضر الذي يتسم بظاهرة المنافسه الشديده في تسويق السلع والخدمات ازدادت اهميه العلاقات العامه حده وبروزا وذلك بسبب انتقال عدوى المنافسه الى العلاقه بين المنظمات والموردين اذ اصبحت المنظمات تتنافس فيما بينها للتعامل مع الموردين المتميزين كما ان الموردين اصبحوا يدققون كثيراً في اختيار المنشآت التي يتعاملون معها وتبنى تلك المتنافسه كمل ويعتمد هذا التدقيق على العلاقات العامه الجيده السائده بين الطرفين.

مما سبق يمكن ان نجمل اهميه تحسين العلاقات العامه بين المنظمه والموردين في النقاط الاتيه:

_ السرعة في تنفيذ الطلبات (توريد الكميّه المطلوبه في الفتره المحدده بشكل يتناسب واحتياجات جدول الانتاج).

_ الالتزام بمواعيد التسليم المتفق عليها.

_ الاعتناء بالمواد المجهزه وضمان خلوها من العيوب والتلف.

_ ضمان الحصول على المواد في حالات الشحه والازمات.

_ منح خصم بمختلف انواعه (كتجهيز المواد بالسعر المناسب عند المستوى المطلوب من الجوده وعند الكميّه المناسبه).

_ تزويد المنشأه بالبيانات الضروريه عن مختلف جوانب السوق وخاصه مايتعلق بالموارد التي تشكل محور العلاقه بين الطرفين.

ادارة علاقات عامة

خطوات تعزيز العلاقات العامه مع الموردين

تتمثل الخطوه الاولى في تعزيز العلاقات العامه مع الموردين في دراسه اجراءات الشراء وترتيباته بهدف اكتشاف نقاط الضعف والقوه في هذه العلاقه ولقيام قسم اداره المشتريات في اغلب المنظمات بصياغه مثل هذه الاجراءات نجد ان هذا القسم والعاملين فيه يمثلون حلقة الوصل بين المنظمه والموردين وفي هذا الاعتبار يتحمل قسم المشتريات العبء الاكبر في تعزيز علاقه المنظمه بالموردين لانه يمثل نقطه التماس بين الطرفين وتتمثل الخطوه الثانيه بأعداد موظفي الشراء على نحو يمكن معه معامله الموردين و مندوبيهم والتأكيد على تطبيق السياسات الخاصه بذلك الى جانب توفير المستلزمات الخاصه بأستقبال الموردين او مندوبيهم والترحيب بهم ترحيباً يعكس اهتمام اداره المنظمه بهذه العلاقه وسعيها نحو تعزيزها والخطوه الاخيريه بهذا الخصوص هي اختيار طرق الاتصال بالموردين اذ يمكن اعتماد طرق مختلفه تجملها في ادناه:

أ-المقابله الشخصيه للموردين او مندوبيهم من اجل معرفه ارائهم عن المنظمه وطبيعته العلاقه القائمه والصعوبات التي تعترض هذه العلاقه الى جانب الحصول على المعلومات الخاصه بالسلع التي يتعاملون فيها والعروض السعريه التي يقدمونها وشروط الدفع...الخ.

ب-زياره مكاتب الموردين تساعد في التعرف على الكثير من الجوانب التي تقوم بدور حاسم في رسم اطر العلاقه بين المنظمه والموردين ومثال ذلك التسهيلات الماديه والبشريه والفنيه التي يمتلكها المورد والموقع الجغرافي له والذي يعد عاملا مهما في توفير الخدمات له.

ج-الاطلاع على ادله الموردين مما يعد من الامور المألوفه في مجال الشراء والتوريد اذ يتولى الموردين ارسال هذه الكتالوجات الى العملاء المحتملين.

ادارة علاقات عامة

د-الدليل التجاري: تقوم بعض الجهات المتخصصة بأصدار الدليل التجاري الذي يضم معلومات مهمه عن المنظمه الصناعيه التجاريه والجهات المورده السلع والخامات والتجهيزات.

هـ-المعارض التجاريه والصناعيه فضلا عن الاعلان في الصحف والمجلات المتخصصة.

4_ العلاقات العامه مع العاملين في المنظمه

كما اكدنا سابقا تبني العلاقات العامه على فهم الانسان وتفاعلاته مع الافراد والجماعات ورغباته واتجاهاته وعلاقته بالآخرين وعليه يتعذر على اداره المنظمه الوصول الى اهدافها مالم تضع نصب عينيها وتؤمن بأهميه المرؤسين العاملين في المنظمه وخاصه بعد ان اتضح من خلال الدراسات الحديثه ان للاهتمام بالفرد العامل والعنايه به دوراً اساسياً في نجاح المنظمه في زياده الانتاج وفي تحسين نوعيته وتتضاعف الحاجه الى العلاقات العامه في فهم الافراد العاملين كلما زاد التعقيد في حجم نشاطات المنظمه وطبيعتها وبهدف المزيد من التوضيح لدور العلاقات العامه مع العاملين في المنظمه ندرج الاتي:

١_ تساعد العلاقات العامه في خلق التقدير لتقاليد المنظمه وتاريخها واهدافها وسياساتها في نفوس الافراد العاملين على نحو يولد الشعور بالانتماء للمنظمه.

٢_ تساعد العلاقات العامه في خلق الرابطه القويه بين الفرد العامل والمنظمه والتي تظهر في سلوك الفرد وتكيفه لمتطلبات المنظمه على النحو الذي يخلق التوازن بين حاجات الفرد وحاجات المنظمه.

٣_ كما تساعد العلاقات العامه وعلى نحو مشترك مع وظيفه التوجيه في جعل الافراد العاملين يعملون فريقاً واحداً في انجاز اهداف المنظمه.

ادارة علاقات عامة

٤_ تساعد العلاقات العامه في تطبيق اجراءات التحفيز على النحو الذي يخلق باعثاً ذاتياً لدى الافراد نحو العمل فالبرامج الجيده للعلاقات الانسانيه في العمل تدعم علاقه الرئيس بالمرؤوسين كمل تلزم الاداره باعطاء اهميه اكبر لنظم الحفز والبرامج التدريبيه وكل ذلك يساعد على تنميه عوامل الثقه بين الافراد وبين الاداره ويدفعهم نحو العطاء الاكثر في العمل.

٥_ يعد الافراد العاملين في المنظمه بذات الوقت افراداً في المجتمع الذي تعمل فيه هذه السائده داخل المنظمه الى المجتمع الذي ينتمون اليه اذ تساعد العلاقات العامه في دفع الافراد العاملين للقيام بدور ايجابي في علاقات المنظمه بالمجتمع او بأجهزه الصحافه والاعلام والجمهور والجهات الحكوميه.

٦_ تساهم العلاقات العامه في تجنب اثاره الاشاعات والاقاويل والقضاء عليها او التخفيف من اثارها السلبيه.

مما سبق ولجل تحقيق الاهداف الاتفه الذكر فأن برنامج العلاقات العامه الخاص بالافراد العاملين في المنظمه يجب ان يتكامل في جانبين اساسيين هما: معرفه رغبات الافراد العاملين وميولهم واراتهم تجاه المنظمه وتعريف الفرد بأهداف المنظمه وسياساتها وانشطتها.

أ. معرفه رغبات الافراد العاملين

يمكن اعتماد طرق مختلفه للتعرف على رغبات الافراد العاملين واتجاهاتهم تأتي في مقدمتها مشاركته الافراد في اتخاذ القرارات وفي الارياح وفي البرامج الاجتماعيه التي تنمي روح التعاون والموده اذ تهدف المشاركه في جميع الحالات المذكوره الى ربط العاملين بالمنظمه على النحو الذي يزيل التعارض ما بين اهدافهم الخاصه واهداف المنظمه ومن ثم يحقق حاله التحفيز الذاتي عند العاملين خاصه اذا ادى الى تنميه الشعور بالمسؤوليه وبذل الجهد في سبيل تحقيق اهداف المنظمه بوازع داخلي ومن الطرق الاخرى انشاء صندوق الشكاوي والمقترحات لتحسين ظروف العمل والانتاج والعلاقه بين الاداره والمرؤوسين وتعتمد ادارات اخرى سياسه الباب المفتوح لمعرفة رغبات العاملين من خلال تخصيص

ادارة علاقات عامة

وقت معين يتم فيه مقابلة الراغبين من الافراد لطرح ارائهم وحها لوجه ومن الطرق الاخرى ايضاً طلب استشارات من الافراد العاملين بخصوص مسائل معينه لها مساس مباشر بحياه افراد العاملين ومستقبلهم واخيراً يمكن التعرف على آراء العاملين من خلال اجراء دراسات شامله لاستقصاء آراء اكبر عدد ممكن من الافراد العاملين في المنظمه.

ب_ تعريف الفرد العامل بالمنطقه

يستلزم التطبيق السليم لبرنامج العلاقات العامه مع الافراد العاملين تزويدها بمعلومات توضيحيه عديده منها:

١_ معلومات توضح لهم دواعي الانجاز الجيد والكفاء للاعمال الموكوله لهم حيث ان عدم ادراك العاملين لاهميه اعمالهم ونتائجها وجهلهم بعلاقه تلك النتائج والاعمال بأهداف المنظمه وفعاليتها يقلل من اندفاعهم في العمل.

٢_ المعلومات التي توضح اسباب التغير الحاصل في سياسه المنظمه واجراءاتها فالاداره عندما تضع بين ايدي المرؤوسين الخارطه التنظيميه والقائمه التي تبين الواجبات المنوطه للافراد العاملين في المنظمه والصلاحيات المخوله لهم يأتي دور العلاقات العامه في تفسير كل مايتصل بذلك وتوضيح مداها بشكل يجنب الازدواجيه ويحقق التوافق في الایجاز.

ويستلزم تحقيق اهداف العلاقات العامه مع الافراد العاملين في المنظمه بشقيها (معرفه رغبات الافراد العاملين ورائهم وتعريف هؤلاء الافراد بأهداف المنظمه ونشاطاتها وتقسيماتها التنظيميه) اعتماد احدى او مجموعه وسائل الاتصالات المباشره وغير المباشره ومثال ذلك الاجتماعات الدوريه مع الافراد العاملين والمقابلات الفرديه واقامه الحفلات والمناسبات الثقافيه والرياضيه والفنيه وتكريم المبدعين والمتميزين بحضور عوائلهم في مناسبات معينه. واصدار دليل عمل للمنظمه واصدار مجله دوريه لنشر اخبار المنظمه والتطورات الحاصله فيها فضلا عن اخبار الافراد العاملين وتعليق عدد من اللوحات بهدف استخدامها لنشر اللوائح والتعليمات المختلفه بخصوص الافراد العاملين كما يفضل

ادارة علاقات عامة

اطلاع الافراد العاملين على التقارير السنويه والفصليه والتي تصدر عن الادارات المختلفه والتي تجمل طبيعه مسيره المنظمه خلال الفتره المنصرمه التي اعدت عنها التقارير .

ثالثاً: تقنيات الاتصالات في العلاقات العامه

تعد كفاءه وسائل الاتصال والاختيار الجيد لمعداته واحداً من المقومات الاساسيه لنجاحه بل المدخل السليم لتحقيق المقومات الاخرى ويمكن القول بأن هذه المسأله هي في مقدمه المصاعب والمحددات التي تواجه ادارات العلاقات العامه وذلك بسبب التنوع الكبير في وسائل الاتصال والتطور السريع والمستمر في اجهزه الاتصال ومعداته فضلاً عما اسلفنا القول فيه من تنوع الاتصالات وتعدد اهدافها ونتيجه تعدد قنات الجمهور وتعارض مصالحه وتناقض اهدافه ويعتمد الاختيار الجيد لوسائل الاتصال ومعداته على التصنيف الجيد لتقنياته الهادف الى تحديد مزايا وعيوب كل وسيله من وسائل الاتصال وتحديد المعدات الاكثر جدوى وفاعليه في بناء العلاقات العامه وتصنيف وسائل الاتصال عاده بطريقتين هما:

أ_ **الطريقه الشكلية:** حيث تقسم وسائل الاتصال حسب المستوى الرسمي للاستخدام لذا تصنف الى ثلاثه انواع.

1 . **الوسائل الشخصية:** وهي التي تستخدم على مستوى الافراد مثل الاجتماعات والمقابلات الشخصيه والرسائل

الشخصيه ويعتمد استخدامها على الافراد ولا يستطيع رجل العلاقات العامه التدخل فيها غالباً .

2 . **الوسائل الخاصه:** وهي التي تستخدم على مستوى المنظمه مثل المراسلات والمجلات والكتيبات والادله ولوحات

الاعلانات والملصقات والمؤتمرات والاجتماعات والندوات وصناديق المقترحات...الخ ويكون لرجل العلاقات العامه

دور في اختيارها واستخدامها عاده.

ادارة علاقات عامة

3 . **الوسائل العامه:** وهي التي تستخدم على مستوى المجتمع ولا يملك رجل العلاقات العامه حريه اختيار او تحديد تقنياتها فهو ملزم بقبول شروط الاجهزه الاعلاميه ومن هذه الوسائل الاذاعه والتلفزيون والصحافه والاقمار الصناعيه والاتصالات البرقيه.

ب_ **الطريقه النوعيه:** حيث تصنف وسائل الاتصال حسب انواع التقنيه المستخدمه في تصميم الرساله وصياغتها ونقلها ومن اهم انواع وسائل الاتصال حسب مضمونها ماياتي:

1 . **الاتصالات السمعيه:** اي المعتمده على الرموز اللفظيه المسموعه وتعتمد اساساً على اجهزه متخصصه منها التلفون ومكبرات الصوت والمذياع واشروطه التسجيل...المخ.

2 . **الاتصالات الكتابيه:** اي المعتمده على الرموز الكتابيه المقروءه وتعتمد على معدات متخصصه مثل الرسائل والمجلات والصحف والنشرات ولوحات الاعلانات وصناديق المقترحات.

3 . **الاتصالات المرئيه:** اي المعتمده معاً على الرموز اللفظيه المسموعه وكذلك الصور المرئيه وقد تقترن ايضاً بالرموز الكتابيه المقروءه ومنها التلفزيون وافلام الفيديو والسينما والاعلانات الضوئيه والحاسوب الشخصي...الخ.

ومن الطبيعي ان يتمتع كل نوع من وسائل الاتصال ومن تقنياته بمزايا وعيوب تتحقق في ظل شروط استخدامها السليم سواء اكانت هذه الشروط ذات صلح بفئات الجمهور او بالجدوى الاقتصاديه لتقنيه الاتصال ام بالمهارات المتاحه والقادره على استخدامها وسنحاول في الفقرات القادمه التعرض لانواع تقنيات الاتصال مصنفة بالطريقه الشكليه لانها تقدم لنا تصوراً افضل لمعدات الاتصال وتقنياته وكما هي مفصله في المخطط وفيما يأتي عرض موجز لاهم هذه الوسائل.

ادارة علاقات عامة

_ **الهاتف العادي:** يعد الهاتف العادي احدى وسائل الاتصال السريع استخداماً خاصه بعد تطوير استخدامه بأعتماد اسلوب التسلم الالي للرسائل والرد المباشر عليها من خلال جهاز تسجيل يربط الهاتف وايضاً اعتماد اسلوب الهاتف التلفزيوني ويساعد استخدام هاتف في مجال العلاقات العامه في احداث الاثر النفسي المطلوب من خلال التحكم بالصوت والنغمه وفي تسهيل تبادل الاراء وازاله سوء الفهم وفي وقت قصير وبتكاليف قليله.

_ **المراسلات:** هي الرسائل المكتوبه الموجهة للطرف الاخر والتي تأخذ صيغاً مختلفه قد تكون رسميه او وسائل شخصيه موجهة لفرد او عدد من الافراد او استمارات بحث لجمع بيانات عن مسأله معينه تخص الجمهور اذ تساهم هذه المراسلات في تحقيق التواصل مع العاملين في المنظمه وكذلك مع فئات الجمهور كالموردين والموزعين والمساهمين والمنظمات الاخرى في المجتمع.

_ **المطبوعات الخاصه بالمنظمه:** تعد المطبوعات الخاصه بالمنظمه سواء اكانت بشكل ادله ام ملصقات ام مجلات خاصه اك كتيبات ونشرات من ادوات الاعلام الاكثر ثباتاً ودواماً واستقراراً اذ يمكن الرجوع اليها عند الحاجه وقد تكون هذه المطبوعات دوريه تصدر بشكل ملحق اسبوعي بالمجلات او تصدر حسب الحاجه والظروف المتغيره للمنظمه وحجم ذات جمهورها وامكاناتها وضرورات استخدامها لهذه الوسيله في الاتصال.

_ **المقابلات الشخصيه:** تختلف المقابله الشخصيه في مجال العلاقات العامه عن المقابلات في اي مجال اخر لانها تتسم بالحساسيه الشديده وتمثل محاوله للاستقطاب الهادي والمريح اذ يتوقف على هذه المقابله تكوين رأي من الطرفين تجاه الطرف الاخر وفي اقامه العلاقات الطيبه او الانصراف تماماً عن وجود العلاقه.

_ **الزيارات الميدانيه:** تعد من المجالات المهمه التي تعمل فيها اداره العلاقات العامه من خلال تنظيم زيارات لفئات الجمهور لمواقع العمل في المنظمه وخاصه تلك التي تتميز بالانتقان والاجاده على النحو يلفت نظر الجمهور ونحفزه باتجاه احترام المنظمه والمبادره الى التعامل معها وضمن هذا الاطار نجد ان اغلب المنظمات تبادر الى تنظيم زيارات

ادارة علاقات عامة

لطلبه المدارس والجامعات او اعضاء الجمعيات والنوادي وتعد لهذا الغرض برامج زياره حافله لاقسام ومواقع العمل فيها.

_ **الدعوات والاحتفالات:** يدخل تنظيم الدعوات والاحتفالات ضمن اختصاص اداره العلاقات العامه ويمثل نوعاً من الاتصال الخاص مع الجمهور سواء كانت للعاملين داخل المنظمه ام الجمهور المتعامل معها ام زبائن المنظمه وتساعد الدعوات والاحتفالات في تحقيق فرص التعارف بين المسؤولين في المنظمه والمدعويين وفي تبادل الاحاديث والاراء.

_ **المسابقات:** تساهم المنظمات في تنظيم المسابقات من خلال تقديم الهدايا للمشاركين وعلى الرغم من اعتبار المسابقات احد اساليب الاعلام والاعلان فإنه عندما يطبق في مجال العلاقات العامه يساعد في تعزيز الاتصال مع الجمهور وفي زياده الاقبال على منتجات وخدمات المنظمه.

_ **الاجتماعات والندوات والمؤتمرات:** تستهدف الاجتماعات والندوات والمؤتمرات بعامه وتأسيس الفهم المتبادل بين الاطراف والمشاركه حول فكره معينه كأسلوب انتاج او تسويق سلعه / خدمه معينه او الاعلان عنها وتعد وسيله اتصال مهمه في تنفيذ برامج العلاقات العامه.

_ **الصحف والمجلات:** اثبتت التجارب التي اجراها لازا سفليد وزملائه علي عجوة ان وسائل الاعلام المطبوعه كالصحف والمجلات والكتب تفوق في اهميتها الوسائل الاخرى عند الجمهور القارئ وذلك لما تتميز به من مقدره على عرض التفاصيل الدقيقه والموضوعات الطويله التي تساعد على توضيح الامور للقراء وتهيئه فرصه الدراسه المتأنيه فضلاً عن امكان قراءتها في الوقت والمكان المناسبين مما يضيف عليها صفة الخصوصيه.

_ **الاذاعه:** تعد الوسيله الاعلاميه الاولى التي استطاعت ان تصل الى جمهورها في اي مكان متخطيه بذلك حواجز الاميه وعقبات الانتقال والحدود السياسيه التي قد تحد من وصول بعض الوسائل الى مجتمعاتها فضلاً عن انها وسيله

ادارة علاقات عامة

سريعه للنشر وفي تجميع الجماهير على رأي معين الى جانب خلق الاحساس الجماعي وتعزيز روح الاهتمام بالمسائل العامه.

_ **التلفزيون:** لقد اصبح التلفزيون في السنوات الاخيره من اوسع وسائل الاتصال وربما اكثرها جاذبيه لدى الجمهور لجمعها بين الرؤيه والصوت والحركه والالوان فضلاً عن تقديمه للماده الاعلاميه في نفس زمن حدوثها وتوفير الاحساس الجماعي لمشاهديه وعدم حاجته الى توفير استعدادات خاصه ومواعيد محدد.