

وظيفة العلاقات العامة وأثرها على مؤسسات الدولة

مازن عامر الحمامي

طالب دكتوراه، قسم الإعلام والعلاقات العامة، جامعة الأديان والمذاهب، قم، إيران

mazina.alhamami@uokufa.edu.iq

الدكتور حامد حسينيان (الكاتب المسؤول)

أستاذ، قسم إدارة الإعلام، جامعة الأديان والمذاهب، إيران، قم

الدكتور علي محمد رضوي

أستاذ مساعد، قسم الإعلام والعلاقات العامة، جامعة الأديان والمذاهب، قم، إيران

Azarbakhsh2005@gmail.com

The function of public relations and its impact on state institutions

Mazen Amer Al-Hamami

Doctoral student Department of Media and Public Relations , University
of Religions and Sects , Qam , Iran

Dr. Hamid Hosseinian (Responsible Author)

Professor , Department of Media Management , University of Religions
and Sects , Iran , Qom

Dr. Ali Muhammad Rizvi (responsible writer)

Assistant Professor , Department of Media and Public Relations ,
University of Religions and Sects , Qam , Iran

Abstract:-

Public relations in any institution seeks to improve the formal and actual image of the institution at the internal and external levels, in addition to achieving loyalty and belonging to the institution in the first way that relates to the job. Public relations also employs means of communication to reflect its activities, especially through new media. Despite the guidelines that have been written about public relations and the brochures, workshops, and scientific papers that have been held and published for it however, the need remains for research and investigation to reach the preparation of the optimal model for knowing and clarifying the function of public relations and its impact on building the institution. Therefore, the problem of the study is mainly focused on identifying the function of public relations within institutions, and the extent of its historical depth in the emergence of public relations since ancient times, and clarifying the structure of relations. Public awareness and its effectiveness in changing the course of the institution for the better.

Keywords: job, public relations, government institutions.

المخلص:-

تسعى وظيفة العلاقات العامة في أي مؤسسة إلى تحسين الصورة الشكلية والفعلية للمؤسسة على المستوى الداخلي والخارجي، إلى جانب تحقيق الولاء والانتماء للمؤسسة بالشكل الذي يولأم الوظيفة، كما تقوم العلاقات العامة بتوظيف وسائل الإتصال لعكس أنشطتها سيما مم خلال وسائل الإعلام الجدي، وعلى الرغم مما كُتب عن العلاقات العامة من موجهات وما عُقد ونُشر لها من نشرات وورش عمل وأوراق علمية، إلا أن الحاجة تبقى قائمة للبحث والتقصي للوصول إلى إعداد النموذج الأمثل لمعرفة وتوضيح وظيفة العلاقات العامة وأثرها على بناء المؤسسة، لذا تتركز مشكلة الدراسة أساسا في التعرف على وظيفة العلاقات العامة داخل المؤسسات، ومدى عمقها التاريخي في نشوء العلاقات العامة منذ الزمن البعيد وتوضيح البنية الخاصة بالعلاقات العامة ومدى فعاليتها في تغيير مسار المؤسسة نحو الأحسن.

الكلمات المفتاحية: الوظيفة، العلاقات العامة، المؤسسات الحكومية.

المقدمة:

تتمثل وظيفة العلاقات العامة في المؤسسات في الدور الحيوي الذي تلعبه هذه العلاقات في تحقيق الاتصال الفعال مع المواطنين والجمهور. تُعدّ العلاقات العامة جزءاً أساسياً من استراتيجيات الإدارة الحكومية، حيث تهدف إلى بناء جسور التواصل وتعزيز التفاهم بين المؤسسة والمجتمع. وذلك من خلال مكانة العلاقات العامة في المؤسسات حيث أن تعزيز الشفافية العلاقات العامة تلعب دوراً كبيراً في تعزيز مفهوم الشفافية في العمل الحكومي. من خلال توفير المعلومات بشكل شفاف وفتح قنوات الاتصال مع الجمهور، يتم تعزيز الثقة والتفاهم. وبناء الصورة الإيجابية حيث تعمل وظيفة العلاقات العامة على بناء صورة إيجابية للمؤسسة في أذهان المواطنين.

١- مشكلة الدراسة

تأتي أهمية وظيفة العلاقات العامة في كونها وظيفة إدارية أساسية ضمن الهيكليّة الإدارية للمؤسسة. وتسعى هذه الوظيفة في أي مؤسسة إلى تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة على المستوى الداخلي والخارجي، إلى جانب تحقيق الولاء والانتماء للمؤسسة، لكن يلاحظ بأنّ وظيفة العلاقات العامة في المؤسسات تعاني من ضعف في الفهم والأداء معاً لهذه الوظيفة الإدارية الفاعلة (أي العلاقات العامة) لذا وعلى الرغم مما كُتب عن وظيفة العلاقات العامة من توجهات نظر مختلفة سوف نبين مدى تفاعل وظيفة العلاقات العامة مع المؤسسات.

٢- أهداف الدراسة

١. التعرف على مكانة وظيفة العلاقات في المؤسسات ودورها في أداء المؤسسة.
٢. معرفة الهيكليّة الخاصة بوظيفة العلاقات العامة ومدى تأثيرها بإدارة المؤسسة.
٣. معرفة تاريخ العلاقات العامة وتخصصاتها ضمن الهيكل التنظيمي للمؤسسة.

٣- تساؤلات الدراسة

١. ما هي مكانة وظيفة العلاقات العامة في المؤسسات في أداء المؤسسة؟
٢. ما هو تاريخ العلاقات العامة وما دورها في نشوء علاقات بين الدول في الزمن القديم؟
٣. ما هي التخصصات الوظيفية للعلاقات العامة في المؤسسة؟

٤- أهمية الدراسة

تأتي أهمية هذه الدراسة من أهمية وظيفة العلاقات العامة ودورها الإيجابي في تحسين صورة المؤسسة، وتحديد شكلها ومسارها داخل المحيط الاجتماعي، وعلاقتها مع المؤسسات الأخرى، وتعتبر وظيفة العلاقات العامة عامل رئيسي في خلق مناصب الشغل، بالإضافة إلى إضفاء شيء من الأهمية لأهم عنصر يمكنه أن ينسجم مع وظيفة العلاقات العامة في تأدية مهام الاتصال والتواصل مع الجمهور.

٥- الدراسات السابقة

١- دراسة سنة (٢٠١٢) بعنوان: فاعلية العلاقات العامة في تطوير مؤسسات الدولة دراسة تطبيقية على وزارة العمل، إعداد بلال ضوء النور ماهر مجدين، رسالة ماجستير، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.

٢- دراسة سنة (٢٠١٦) بعنوان: فاعلية العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية بالتطبيق على وزارة النفط والغاز (في الفترة من أكتوبر ٢٠١٥م إلى يوليو ٢٠١٦م)، أعداد بدور عثمان أبوزيد وآخرون، بحث منشور في كلية علوم الاتصال، قسم العلاقات العامة والإعلان، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.

٣- دراسة سنة (٢٠١٤) بعنوان: دور العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية دراسة تطبيقية على وزارة الرعاية والضمان الاجتماعي، إعداد مصعب زين العابدين يمد الحسن، رسالة ماجستير، جامعة الرباط الوطني.

المبحث الأول

تعريف مصطلحات البحث لغةً واصطلاحاً

المطلب الأول: في اللغة

١- الوظيفة: وهي من أصل (وظف) الواو والطاء والفاء: كلمة تدل على تقدير شيء. يقال: وظفت له إذا قدرت له كل حين شيئاً من رزق أو طعام. ثم استعير ذلك في عظم الساق كأنه شيء مقدر وهو ما فوق الرسغ من قائمة الدابة إلى الساق. ويقال وظفت البعير إذا قصرت له القيد^(١).

ويقال: مر يظفهم أي يتبعهم كأنه يجعل وظيفة بإزاء أووظفتهم.

٢- العلاقات العامة: العلاقات من أصل علق أي وعلق بالشيء: نشب به. وعلقت فلانة: أي أحببتها. وعلق فلان يفعل كذا: أي طنق وصار. وتقول: علقت بقلبي علاقة جني، والمعلق: ما علق من العنب ونحوه^(٢).

٣- المؤسسات الحكومية: المؤسسات جمع لفردة مؤسس من أصل أسس: الاس: أصل البناء، وكذلك الأساس، والأسس مقصور منه. وجمع الاس أساس مثل عس وعساس، وجمع الأساس أسس مثل قذال وقذل، وجمع الأسس أساس مثل سيب وأسباب. وقد أسست البناء تأسيساً. وقولهم: كان ذلك على أس الدهر، وأس الدهر وإس الدهر، ثلاث لغات، أي على قدم الدهر ووجه الدهر^(٣).

المطلب الثاني: في الاصطلاح

١- الوظيفة: يمكن تعريف الوظيفة بأنها العمل الذي يقوم به الشخص بانتظام لكسب دخل منتظم. الوظيفة هي شكل من أشكال التوظيف قصير الأجل. كما تستدعي الوظيفة أنواعاً متفاوتة من الخبرات للحصول على الدخل. إن الوظائف التي قمت بها خلال حياتك تُضيف إلى قائمة خبراتك ليتسنى لك بدء المسيرة المهنية التي تحلم بها.

٢- العلاقات العامة: وهي إحدى الوظائف الإدارية التي تساعد على تحسين التواصل مع العملاء ومواءمة طبيعة عمل المؤسسة مع الرأي العام. ويشار إليه أيضاً على أنه نشاط تقوم به إدارة المؤسسة لتمثيل طبيعة أنشطتها. والعمل لصالح الناس باستخدام جميع وسائل الإعلام والإعلان المتاحة لتنفيذ رؤية الفرد.

٣- المؤسسات الحكومية: هي المؤسسات التي تخدم المجتمع ولا يمتلكها أفراد وتشرف عليها الدولة وتتكفل برواتب موظفيها.

المبحث الأول

نشأة وتطور العلاقات العامة عبر مختلف العصور

المطلب الأول: العلاقات العامة عند البدائيين

إذا نظرنا إلى القبائل البدائية وجدنا أنها تحاول دائماً أن تتماسك وتتعاون عن طريق التفاهم المشترك، وتهتم بإقامة علاقات بينها وبين القبائل الأخرى تفادياً للحروب، وتقوم

بالاتصالات الودية لإقامة الصلح، والمعروف أن رئيس القبيلة كان ينتهز مناسبات معينة لإعلام الأفراد بما يريد إبلاغهم به من أخبار وتوجيهات ومبادئ ويحرص دائما على تدعيم العلاقات الداخلية بين أعضاء القبيلة ويفصل في منازعاتهم حتى يسود الوئام بين فئات المجتمع أو القبيلة، وقد يستعين رئيس القبيلة في ذلك، في بعض الأحيان بالطبيب أو الساحر أو إلى رجل سلس اللسان مهمته الإعلام والشرح والتفسير، وهكذا يمكن القول بأن وظيفة العلاقات العامة قد وجدت منذ وجد البشر، وأنها بدأت في نشاط رؤساء القبائل في بادئ الأمر ثم اتخذت أشكالاً أخرى كالاستعانة بالسحرة والأطباء ومن يجيدون فنون التعبير البدائية^(٤).

وعليه فإن العلاقات العامة وجدت أيضا في القبيلة البدائية والفرق فقط بينها وبين العلاقات العامة اليوم هو في طريقة استعمال أدوات العلاقات العامة، وفيما يستشعر البدائي اتجاهات الرأي بالإحساس، نجد أن خبير العلاقات العامة اليوم يستعمل طرق قياس الرأي والاستفتاء والإحصاء، وإذا كان البدائي يستعمل السحر والرقص وقرع الطبول كوسائل للنشر والإعلام؛ فإن الخبير الحديث يستعمل الصحف والمجلات والأفلام والإذاعات وغيرها... الخ^(٥).

المطلب الثاني: العلاقات العامة في بابل وآشور (العراق القديمة)

لقد اهتم ملوك وحكام بابل وآشور في هذه الفترة بالتأثير في عواطف الناس وأفكارهم ومعتقداتهم واتجاهاتهم في كثير من الأوقات وخاصة أثناء الانقلابات السياسية والعسكرية والاقتصادية وأثناء الثورات وكان الملوك بابل صحف تسجل فيها الأحداث اليومية، كما توجه عن طريقها التعليمات، بحيث كان الملك يستدعي جميع عماله وموظفيه في الأقاليم للحضور إلى بابل في الأعياد والمناسبات وخاصة في عيد "جز القمح" بحيث يتسنى له النهي وإصدار الأوامر والتعليمات؛ وهذا دليل على اختيار الوقت المناسب للحملة الإعلامية وهذا ما نعتبره أساس من أسس العلاقات العامة الحديثة وهو اختيار الوقت المناسب لشن الحملات الإعلامية وكل ما هو حديث ومهم^(٦).

المطلب الثالث: العلاقات العامة عند الرومان واليونان

توسع الرومان واليونان أكثر من الآشوريين والبابليين في الأنشطة المتعلقة بالعلاقات العامة، بحيث كانت حضارتا الرومان واليونان تعتمدان على ثقة الجمهور وتأييد الرأي العام لأعمالهما، فاليونان عرفت أهمية الإعلام والشر وطرق التأثير في الجماهير، بحيث كان

للشعب اليوناني حرية تامة في توضيح آرائه وأفكاره للمسؤولين وذلك لإنشاء علاقات من المودة والثقة بينه وبينهم، كما كانت حكومة المدينة اليونانية تستمد سلطتها من رضا المحكومين حيث كانت تفسح المجال لتبادل الآراء والمناقشة الحرة التي يندفع للمساهمة فيها جميع المواطنين، واستخدام اليونان السوفسطائيين، وهم عبارة عن أشخاص، يحترفون الإقناع، ويدرسون فنون الكتابة والخطابة ويتقنونها، وكان لهؤلاء السوفسطائيين مركزا هاما في المجتمع يستخدمهم كل من الزعماء والقادة والعسكريين والسياسيين للدفاع عن قضايا معينة أمام الجمهور وإقناعه بقوة الحجة والمنطق كما يفعل اليوم رجال العلاقات العامة في المؤسسة^(٧).

كما اعتمدت الحضارة الرومانية القديمة على كسب ثقة الناس وتأيدهم بنفس الطريقة التي اتبعها اليونان في مناقشاتهم ومحاوراتهم المشهورة، وعرف الرومان الكثير عن إرادة العامة أي إرادة الشعب واهتموا بذلك اهتماما بالغا بالرأي العام ويتجلى ذلك في مقولتهم المشهورة صوت الشعب هو صوت الله^(٨).

المطلب الرابع: العلاقات العامة في العصور الفرعونية (مصر القديمة)

لقد أتقن الفراعنة سياسة اختيار الوقت المناسب للقيام بالاتصال بالجمهور، إذ اتخذوا المواسم والأعياد فرصة لنشر الأنباء والتعليمات وكانت مواسم الري من أحسن المناسبات في نشر التعليمات الشفوية على الناس، كما أنهم وصفوا البعثات التجارية والمشروعات الكبرى التي تتولاها الحكومة كتعبيد الطرق وإقامة الجسور التي تحمي القرى من الفيضانات وغير ذلك من الأعمال، وقد بذل المصريون القدامى مجهودات لإعلام الشعب بقوانين الدولة أو لاكتساب تأييد الرأي العام للملوك والكهنة والحكام تخدمين في ذلك المحاضرات والخطب؛ وقد نجحت كل هذه الجهود البدائية في تعبئة المشاعر وخلق طبقة من المواليين والأنصار^(٩).

وقد استخدمت مصر الفرعونية أوراق البردي في النشرات التي كان يصدرها فرعون مصر وأمراؤه لمحاربة أشياء ضارة أو لإظهار محاسن مواقف وأشياء أخرى، كما كانوا يستخدمون واجهات المعابد والنقوش الموجودة على الأحجار والتمائيل لإثارة المشاعر ورفع الروح المعنوية بين الشعوب إلى جانب الأغراض الدينية والسياسية، كما حدث عندما اعتلى الملك "ميناء" العرش تم توحيد الوجهين القبلي والبحري حيث أعلنت هذه المناسبة في لوحة تذكارية تبين ذلك، واستخدموا في ذلك الرموز التي تشير إلى توحيد الوجهين بأن وضعوا

تحت العرش نبات البردي المجلوب من الجنوب مع زهر الزنبق المجلوب من الشمال، كما حدث عندما قام "أخناتون" بنشر دعوته إلى دينه الجديد واتخذ من عبادة "آتون" (قرص الشمس) والتي حلت محل ديانة آمون- محورا لديانته واختيار وسيلة للإعلام تعبر عن جوهر الدين الجديد بأن صورة قرص الشمس تخرج منه الأشعة، ونقشت تعاليم دينه الجديد على واجهات المعابد وذاع صيت الدين الجديد بفضل مجهودات الكهنة في الشرح والتفسير^(١٠).

المطلب الخامس: العلاقات العامة في الحضارة الإسلامية

استطاعت الحضارة الإسلامية تطوير العلاقات العامة بفضل الشعراء والكتاب والخطباء، إذ عادة ما يصحب الإرشاد الديني في المسجد توجيه اجتماعي وسياسي وكان الفاطميون والشيعة من أشد الناس إتقاناً لفنون الدعوة لمذهبهم، وابتدع بذلك الفاطميون إقامة الموالد والحفلات للدعوة لحكمهم، ثم بدأت تظهر العلاقات العامة الدينية، وكانت المساجد من أفضل الأماكن التي ظهرت فيها العلاقات والاتصالات الطيبة بالناس والدعوة إلى الدين الإسلامي^(١١)، وفي هذا الجو الاجتماعي المقعم بتكريم الإنسان واحترام الفرد، عرف المجتمع الإسلامي العلاقات العامة كفلسفة تحكم سلوك أفراد المجتمع، وكنشاط إعلامي متخصص يهدف إلى ربط الدولة بالفرد والجماعة بشتى الوسائل وأساليب اتصال الفرد الجماعي^(١٢).

المطلب السادس: العلاقات العامة في العصور الحديثة

ظهرت العلاقات العامة باعتبارها نشاطاً مستقلاً مع بداية الثورة الصناعية وما صاحبها من توسع ضخيم في العمل والتجارة، ولكن لم تعرف العلاقات العامة بمفهومها الحديث إلا في أواخر القرن ١٩ وأوائل القرن ٢٠، فقد نتج عن التقدم الصناعي في المجتمعات الغربية ظهور المؤسسات الصناعية الضخمة التي تعتمد على الإنتاج الوفير باستخدام آلاف العمال، وكان أصحاب الشركات المبتكرين ينظرون إلى العمال على أنهم آلات تعمل للإنتاج دون توقف، أما المستهلكون فلم ينظر إليهم من طرف هؤلاء المبتكرين إلا على أنهم مكسب للعيش وضحايا للاستغلال، ولا يهم نوعية الإنتاج المقدم لهم، وكانوا يتطلعون دائماً إلى البحث عن أسلوب جديد لكسب ثقة الجماهير والحصول على رضاها وتأييدها فاستخدمت بذلك أخصائيين للقيام بهذه المهمة وذلك عن طريق استخدام وسائل الاتصال والإعلام المختلفة التي تؤثر بطريقة إيجابية وفعالة في المجتمع وفي الرأي العام، والتأثير على عقولهم في وقت قصير^(١٣).

المبحث الثاني

وظيفة العلاقات العامة

المطلب الأول: أسباب ظهور وظيفة العلاقات العامة

من العوامل التي أثارت الحاجة إلى العلاقات العامة وأدت إلى نموها وازدياد أهميتها في حياة الجماعات والشعوب هي كالاتي:

١- ازدياد أهمية الفرد وقوة مكانته داخل المجتمع، حيث أدى التقدم الاجتماعي إلى تركيز العناية بالإنسان ذلك لأنه الهدف الأساسي في المجتمع وبدون قدراته وإبداعاته لن يتحقق النمو والاستمرار، وتعتبر حاجاته ورغباته بمثابة المحور الجوهري، لحدوث التقدم، كما كانت النتيجة في إدراك مدى أهمية الإنسان في المجتمع ظهور مفهوم الرأي العام ودوره في تحديد خصائص بناء السلطة والاتصال في المجتمع وعلاقات القوة والصراع فيه، مما فرض اهتماما بتوضيح بناء العلاقات عن طريق تحسين كفاءة نظم الاتصال، وهذا يعني الحاجة إلى توجيه عمليات التفاعل الاجتماعي وصياغته في بناء علاقات إيجابية بين الأفراد وبين المجتمعات.

٢- زيادة النمو السكاني، حيث أصبح التزايد السكاني في القرن ٢٠ من أهم المصاعب في المجتمع بحيث تؤكد مؤشرات علمية، أن معدل الكثافة السكانية ينمو بسرعة فائقة وبالتالي الزيادة في حاجات ورغبات السكان، مما يحتم ضبط العلاقات بين الأفراد والمجتمعات وإيجاد الحلول والسبل في توفير مستلزمات وحاجيات السكان، حيث يعتبر النمو السكاني السريع بمثابة خلق لحالات من التنافس والصراع التي تخر بناء العلاقات الاجتماعية، ازدياد الحاجة إلى إعادة توجيه عمليات التفاعل الاجتماعي بواسطة وظيفة العلاقات العامة.

٣- ارتفاع المستوى التعليمي وتقلص المسافات الثقافية والحدود الجغرافية بين المجتمعات حيث أدى ارتفاع معدل الاحتكاك بمجالات التقدم والتطور في العالم إلى تنشيط الرغبات الفردية نتيجة زيادة الوعي وكذلك اتساع مساحة العلاقات الاجتماعية، مما أسهم في زيادة الحاجة إلى العلاقات العامة وهذا ما يسهل الفهم الجيد لمواقف الأفراد واتجاهاتهم في إشباع حاجاتهم وتلبية رغباتهم، كما أدت

الرغبة في محاولة التقليد والتمتع بكل الخدمات والامتيازات لدى الأفراد، وهذا يعني بالضرورة الحاجة إلى خلق أنشطة مماثلة للدول الغربية واستيراد التقنيات في إطار مؤسسات متخصصة ومن ثم نمو الحاجة إلى وظيفة العلاقات العامة.

٤- النمو الاقتصادي وارتفاع درجة المنافسة في المجتمع، حيث أدى التقدم في أساليب الإنتاج وتطوره إلى زيادة فرص العمل وتحسن المستوى المعيشي، والتوسع في مجمل الخدمات العامة (الصحية والتعليمية والإسكان والنقل... الخ) وأدى ذلك إلى زيادة وعي الفرد ومشاركته في الحياة الاجتماعية والسياسية والثقافية خاصة بعد التقدم الكبير في وسائل الاتصال وتقنياته وهذا ما زاد في حاجة الفرد إلى المعلومات وبالتالي حاجة المجتمع على العلاقات العامة كإطار في توفير تلك المعلومات.

٥- اتساع حالات الصراع وتعارض المصالح والأهداف، حيث كان من نتائج الثورة الصناعية والتقدم التكنولوجي الهائل حدوث تطور كبير في أنظمة الإنتاج وظهور ما يسمى بالنزوح الريفي واكتظاظ المدن بالسكان وبالتالي الصراع من أجل العمل أي التحكم في مصالح الأفراد واستغلالهم، وكانت النتيجة تبلور معاناة العمال في علاقات نقابية وظهور اتحادات النقابات التي واجهت أرباب العمل مما أدى إلى ظهور ما يسمى بالمفاوضات بين العمال وأصحاب العمل، وعليه ظهرت العلاقات الصناعية وهي وجه من أوجه وظيفة العلاقات العامة في تحسين العلاقات^(١٤).

المطلب الثاني: تخصصات في العلاقات العامة

إن العلاقات العامة تلعب دوراً هاماً في كافة القطاعات وتقوم بإدارة القضايا وكسب التأييد ومن الإجراءات التي تشكل شرعية كامنة في تحديد المجتمع والقيام بها من خلال البحث عن الحلفاء وتحديد المنافسين والبغضاء وهو أمر مهم لدى إدارة العلاقات العامة وكذلك لفت انتباه الجانب السلبي من النشاط لأن هذه الإجراءات تحدد الأهداف الخاصة بالعلاقات العامة وتحديد الجمهور الداخلي والخارجي والموظفين والسياسيين وجماهير أصحاب المصلحة^(١٥)، وهذا التقسيم يبدو وفق نظرية الإقناع مهم جداً لتطبيقها ولكن يواجه هذا التقسيم نشاط وسائل التواصل الاجتماعي الذين يحاولون دائماً تقديم النقد المباشر والانخراط في إدارة القضايا وفق توجهاتهم ولا بد على إدارة العلاقات العامة تحديد ساحة لهؤلاء لمعرفة أهدافهم وطريقة أقناعهم ويمكن لنا التوصل إلى أن العلاقات

العامة تعمل على تطبيق كافة النظريات دون التقيد بحدود أو اللوائح كونها من المفاهيم المرنة والتي يمكن لنا التوصل الى عملية التنبؤ للمستقبل.

ويمكن تلخيص تخصصات العلاقات العامة^(١٦):

١- فعالية التنظيم المجتمعي والمؤسساتي

تشرح العلاقات العامة تطبيقها لكافة النظريات لتحديد نوعية الإجراءات والأحداث ويأخذ ممارسو العلاقات العامة الأخذ بنظر الاعتبار بنوعية وكيفية القرارات الناجعة في أقطار كافة الفئات، البحث عن حلفاء بين القوى العاملة ووسائل الإعلام السائدة وعبر الإنترنت من أجل الضغط على الحكومات لدعم احتجاجاتهم. في كثير من الأحيان يفعل ذلك عن طريق الضغط أو محاولة التأثير على الحكومات والموظفين والسياسيين وجماهير أصحاب المصلحة^(١٧).

كما ان هذا الانخراط في إدارة القضايا لمواجهة ما يروونه كتهديدات لاستقلاليتهم وتنشأ التنظيم الحكومي المحتمل أو الفعلي لممارسي العلاقات العامة ويشاركون على مستويات مختلفة من إدارة هذه القضية، ويمثلون في الغالب جوانب مختلفة من النقاش، تكتشف المؤسسات الاستباقية الاتجاهات الناشئة وتكييف ممارساتها قبل ذلك أصبحت الاتجاهات قضايا رئيسية للنشطاء الساعين إلى التنظيم الحكومي^(١٨).

٢- الشؤون العامة

تتداخل الأحداث العامة مع جماعات الضغط ولكنها تركز بشكل أكبر على الإنشاء والحفاظ على علاقات جيدة بين المنظمات والحكومات ذات الصلة فالمرشعون والموظفون والأحزاب السياسية والسياسيون وغيرهم من الخدمات العامة المهمة وصناع القرار ووسطاء النفوذ وعلى الرغم من إدراجه سابقاً كجزء من الجمهور العلاقات^(١٩).

وينظر لها على انها (التأثير العلني للسياسة العامة أكثر في الأنظمة السياسية التعددية) وتفضل الحكومات فيها أعلى، مستويات تنظيم المشاريع الخاصة وتشير الأحداث العامة أيضاً إلى أنشطة المؤسسات الحكومية التي يقوم بها المواطنون الجيدون من المؤسسات من خلال المساعدة في أشياء مثل المجتمع أو برامج البناء وعادة ما تستخدم الوكالات الحكومية مصطلح "الشؤون العامة"^(٢٠)، بدلاً عن مصطلح "العلاقات العامة" بسبب دلالات ازدراء المرتبطة بهذا الأخير، والتي غالباً ما يُنظر إليها على أنها دعاية^(٢١).

٢- العلاقات الإعلامية

يعد استخدام وسائل الإعلام لأغراض العلاقات العامة قديماً، وتعد ممارسة العلاقات العامة، مجرد ذاتها في أجزاء كثيرة من العالم، توجد أعداد كبيرة من المديرين التنظيميين، وممارسي العلاقات العامة يربطون بشكل خاطئ العلاقات العامة بالعلاقات الاعلامية ويقضي الممارسون معظم وقتهم في تطوير العلاقات مع أعضاء ووسائل الإعلام بهدف الحصول على دعاية إيجابية ويشير مصطلح "دعم المعلومات" إلى استخدام المعلومات التي يقدمها موظفو العلاقات العامة إلى وسائل الإعلام في غاية السهولة القليل، أو لا، نفقة لهم^(٢٢).

٤- علاقات المستثمرين والعلاقات المالية

تساعد علاقات المستثمرين على إضافة قيمة إلى أسهم الشركة أو المؤسسة من خلال إبقاء المفتاح العام للمساهمون، أو المساهمون المحتملون، واغلب ممارسي العلاقات على دراية كافية "بالنظام المالية" للمؤسسة ومن خلال اكتساب الثقة والحفاظ عليها^(٢٣).

وان الغاية الاساسية للمستثمرين هو بناء الثقة للحفاظ على العلاقات العامة من خلال أنشطة العلاقات الإعلامية خاصة وسائل الإعلام متخصصون في الشؤون المالية لذلك وهنا الاعتماد بشكل كامل على نظرية الاقناع وتكون هذه النظرية بيد قادة الرأي مثل المحللين الماليين أو الصحافة المالية^(٢٤).

٥- علاقات الموظفين

يوجد تصور خاطئ عام بأن ممارسي العلاقات العامة يتواصلون فقط، مع الجماهير الخارجية فيما تقع علاقات الموظفين أو اتصالات الموظف ضمن مجال العلاقات العامة في العديد من البلدان، ويرى ممارسي الاعلام بان الاتصال هو (الكيفية في تحسين الثقافة التنظيمية لأن الموظفون المرتبطون يكونوا أكثر إنتاجية ويولدون سياقات عملية أكبر^(٢٥).

وكشف الخبير الاعلامي كامل القيم (٢٠١٠) بأن الثقافة التنظيمية "ذاتية" غير ملموسة، لكنها قوية بما فيه الكفاية أن يشعر و "موضوعي" واضح في القطع الأثرية الملموسة، المنظمات الفعالة لديها ثقافات قوية. تولد الثقافات التنظيمية القوية مثل هذه المشاعر الإيجابية للموظفين الثقة والانفتاح والدعم والولاء^(٢٦) كما ان الاتصال هو (الركيزة لكل من هذه الخصائص وغيرها وتتمتع هذه المؤسسات بالإنتاجية العالية وتواصل قوي مع

الموظف جيد يساعد التواصل مع الموظف أيضاً على مواءمة الأهداف التنظيمية مع أهداف الفرد الموظفين، وبالتالي خلق الانسجام في الغرض التنظيمي والعملية^(٢٧).

٦- علاقات المجتمع

في هذا العصر الذي يتساءل فيه الجمهور عن حق العديد من المؤسسات في الوجود، وخاصة تلك المؤسسات الخدمية والاستثمارية وتعتبر من المؤسسات المهمة في تعميق وظيفة العلاقات العامة التقليدية للحفاظ على العلاقات الجيدة مع المجتمع أكثر حيوية من أي وقت مضى ويمثل تحدياً كبيراً كما هو الحال دائماً لجميع المؤسسات بسبب القيم والتوقعات المتنافسة التي تفرزها الأقسام المختلفة من لدى المجتمع فيما يتعلق بوجود المؤسسة وأدائها^(٢٨).

في العقد الماضي، أدت الحاجة إلى إظهار "المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات" وإبراز أهمية "شراكة المواطنة" الجيدة، مما يؤكد أهمية أن تكون مواطناً صالحاً في المجتمع. في حين أن المؤسسات تساعد المجتمع من خلال توفير الوظائف وقاعدة الضرائب والسلع والخدمات^(٢٩)، وتتحدى المؤسسات الأنشطة "غير المسؤولة" في السياق المعاصر والحفاظ على مجتمع جيد لتحقيق العلاقات العامة (داخلياً وخارجياً) وهي مواءمة الاتصال التنظيمي ولا تنطوي فقط على دفع الدعاية الدعائية ولكن أيضاً "الاستماع" والاستجابة لمطالب المجتمع الحقيقية وبغض النظر عن الفلسفة السياسية للمجتمع^(٣٠).

فإن الوكالات الحكومية ملزمة بأن تكون متقبلة لمطالب المواطنين التي تحدث من خلال العلاقات المجتمعية الطيبة. فالعلاقات العامة تساعد في العملية وبالتالي يؤدي لوظيفة حيوية للمؤسسات من خلال كونها "عيون وآذان" وربما من خلال التصرف على أنها "ضمير" المؤسسة، ومن خلال سد الفجوة بين المؤسسة والمجتمع^(٣١).

المطلب الثالث: هيكلية العلاقات العامة ومستقبل تميزها واتصالاتها

إن الهدف من العلاقات العامة استخدام النظرية البنائية والتفاعلية وفق نظم الاتصال الجماهيرية والمؤسسية، وتحفيز هيكلية الإدارة العامة بمهارات الاتصال الاستراتيجية ومهارات الاتصال الإداري وادخال التقنيات الحديثة لتحقيق التواصل وتطبيق نظرية التبادل الاجتماعي ويعطي لصناع القرار بتحليل البيانات والخيارات للتوصل الى الاستجابات الواقعية وفق متغيرات المجتمع وبمشاركة عالية بهدف تحقيق البيئة المناسبة للمنظومة التنظيمية^(٣٢).

كما تبنت نظريات العلاقات العامة الدور الاستراتيجي لمدير العلاقات العامة كونه هو من يحدد طبيعة الأنشطة وتناول نقص المهارات والتصورات لصياغة نموذج الاستراتيجي وتركز الادارة العليا على دراسة التوقعات المشتركة بين الإدارة العليا ومدير العلاقات العامة والتحقيق في تصورات مديري العلاقات العامة لتوقعات الإدارة العليا مع فيما يتعلق بالتواصل الممتاز في منظمات والمجتمع والمؤسسات، ومساهمة استراتيجية في صنع القرار التنظيمي التسلسل الإداري للرئيس المدير التنفيذي أو مدير كبير آخر ليس مؤشرا جيدا لاستراتيجيتهم و المساهمة في صنع القرار^(٣٣). ويمكنهم تقديم مساهمة استراتيجية أكبر في العلاقات العامة الكبيرة من خلال الإدارات حيث يمكن تفويض المهام الفنية وهذه الملامسة لابد ان تحقق الشرطين الاساسين للتواصل الممتاز^(٣٤):

أولاً: توفر قاعدة معرفية للممارسة تصور دور العلاقات العامة الاستراتيجي وإعادة تحديد أدوار مدير العلاقات العامة وفني العلاقات العامة^(٣٥).

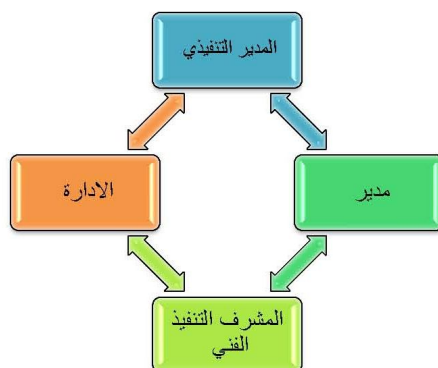
ثانياً: التوقعات المشتركة من قبل قياس أدوار العلاقات العامة والتحقق منها بشكل تجريبي وفقاً لمعيار الرئيس التنفيذي، وتوقعات الدور لممارس يتأسس وظيفة العلاقات العامة، بالإضافة إلى تصورات الرؤساء التنفيذيين لأداء دور أعلى العلاقات العامة في مؤسستهم ممارس المهنة كما أن الإدارة العليا وتدرك نفس الدور ممارس العلاقات العامة كما يفعل الممارس متلقي الدور أساسي ولكنه مهم في منظور دراسة أدوار العلاقات العامة جنباً إلى جنب مع التميز في إدارة الاتصالات^(٣٦).

يلاحظ بأن إدارة الاتصالات الحديثة وشكلت دورا استراتيجيا وتطوير عمليات التأثير في إدارة العلاقات الاستراتيجية التي تمثل العمود الفقري فالجمهور الاستراتيجي يفرض إدارة العلاقات وينتج عن ذلك (إدارة الاتصالات الاستراتيجية) تكون العلاقات العامة وظيفة إدارة إستراتيجية مع تفويض للعمل على المستوى الاستراتيجي (الكلي أو المستوى المجتمعي) وتعتبر "المشاركة الكاملة" وفق نهج للعلاقات العامة الاستراتيجية^(٣٧).

كما يمكن لممارسي الاعلام "تمكين" وظيفة العلاقات العامة أي المشاركة قبل اتخاذ القرارات الاستراتيجية ويعتمد هذا النهج على وجهة نظر ما بعد الحداثة ولإدارة الاستراتيجية باعتبارها "عملية ذاتية يتم فيها المشاركون من مختلف التخصصات الإدارية تأكيد هوياتهم الانضباطية"^(٣٨).

ويلاحظ الباحث (بأن التوسع البشري والموارد والمؤسسات زاد من دور العلاقات العامة خصوصاً في العراق وقد شمل كافة المحافظات العراقية، فالأدوار التي تقوم بها العلاقات العامة تمثل الدبلوماسية العامة وهي محاولة جذب دولارات الاستثمار تسمى التنمية العلاقات العامة وهنا قد تتضح لنا هيكلية العلاقات العامة وارتباطها بالاتصالات التنظيمية وأصحاب المصلحة الداخليين والخارجيين / ومجموعات المصالح المجتمعية الأخرى ويتم إجراؤها على المستوى الوظيفي للمؤسسة ويمكن توضيح الهيئة الإدارية في الشكل رقم (١-١) في عملية إدارة العلاقات العامة بالإضافة إلى دورها على مستوى الإدارة العليا، وظيفة مخرولة بتفويض استراتيجي تدير جميع الأنشطة على النحو المبين في النقاط وليس لوظيفة العلاقات العامة بدون تفويض إستراتيجية دورها في صنع القرار على مستوى الإدارة العليا، لا يصوغ إستراتيجية العلاقات العامة ويديرها وفق الاطر السياقات)^(٣٩).

شكل رقم (١) الاطر السياقية للعلاقات العامة



المصدر: عمل الباحث هيكل تقديمي لممارسي العلاقات العامة من خلال الأدوار والمسؤوليات ومستوياتها

ومن خلال ما تقدم يتضح لنا هيكلية الإدارات التي تتعامل بالعلاقات العامة وتنتج الاتصال المنظم مع إظهار المستوى العالي للكفاءة داخل المؤسسات والمؤسسات الخارجية،^(٤٠) ويمكن تلخيص المسؤوليات الوظيفية للعلاقات العامة كوظيفة ذات تفويضات إستراتيجية تشمل:

أ. تطوير إستراتيجية العلاقات العامة التي تتناول الأهداف الإستراتيجية الرئيسية للمؤسسة التي تنتهج أهداف العلاقات العامة والمواضيع التي تتماشى معها الأهداف والمواقف التنظيمية^(٤١).

ب. تطوير استراتيجية العلاقات العامة التي تتعامل مع المجتمع وقضايا أصحاب المصلحة التي تم تحديدها في قضايا التنظيمية وأصحاب المصلحة وعمليات إدارية يمكن تصنيف استراتيجية العلاقات العامة في هذه الحالة على أنها الإستراتيجية الناشئة، وهو مفهوم تم تطويره في مجال الإدارة الإستراتيجية بغية التوصل الى أهداف العلاقات العامة لتنفيذ استراتيجية العلاقات العامة الناشئة يشار إليها باسم أهداف العلاقات العامة الناشئة من قبل الإدارة الرقمية.

ج. صياغة خطة علاقات عامة استراتيجية لتحقيق أهداف العلاقات العامة^(٤٢).

د. تطوير وتنفيذ وتقييم خطط الاتصال لدعم الاستراتيجيات المتعمدة والناشئة لوظيفة العلاقات العامة وإرشاد القادة التنظيميين / المديرين / المشرفين على اتصالاتهم المسؤولية تجاه موظفيهم^(٤٣).

الخاتمة:

بعد إتمام بحثنا توصلنا إلى مجموعة من النتائج والتوصيات أهمها:

أولاً: النتائج

١. تبين لنا مفهوم وظيفة العلاقات العامة وبقية المفردات في اللغة والاصطلاح من خلال معاجم اللغة العربية، حيث وجدنا إن المفهوم اللغوي لا يختلف عن المفهوم الاصطلاحي من حيث الأصل في التعبير والمفهوم.
٢. من المستحيل أن يعيش الأفراد بمعزل عن الآخرين دون بناء علاقات بين أفراد المجتمع وذلك من خلال السيرة التاريخية للعلاقات العامة، ومن هنا تأتي أهمية التفاهم والتعاون بين الأفراد، وبالتالي بين الجماعات على مر العصور.
٣. ان وظيفة العلاقات العامة هي هياكل تنظيمية وتعمل وفقاً للسياسات والتشريعات التي وضعتها المؤسسة المعنية للموظف، حيث تلعب هذه الوظيفة دوراً حيوياً في تنفيذ السياسات العامة وتقديم الخدمات للمواطنين.
٤. ان دور وظيفة العلاقات العامة حيوي في المؤسسات الحكومية، حيث تسهم في تعزيز الشفافية وبناء الثقة بين الحكومة والمواطنين من خلال مجالات متعددة.

ثانياً: التوصيات

١. حث الباحثين والمهتمين بهذا الشأن من توضيح دور وظيفة العلاقات العامة في مؤسسات الدولة من خلال البحوث المكثفة.
٢. نوصي بعقد دورات وورش في الجامعات والمؤسسات الحكومية بتوضيح وظيفة العلاقات العامة ودورها في المؤسسات الحكومية.
٣. نحث على تفعيل الأقسام المرتبطة بوظيفة العلاقات العامة في جميع الوزارات الحكومية بشكل اوسع للعمل على نشر ثقافة العلاقات العامة مع المواطن وأثره على المؤسسات الحكومية.

هوامش البحث ومصادره

- (١) أحمد بن فارس بن زكريا (ابن فارس)، معجم مقاييس اللغة، تحقيق: عبد السلام محمد هارون، المطبعة: مكتبة الإعلام الإسلامي، ١٤٠٤هـ، ج٦، ص١٢٢.
- (٢) الخليل الفراهيدي، العين، تحقيق: الدكتور مهدي المخزومي - الدكتور إبراهيم السامرائي، ط٢، مؤسسة دار الهجرة - ايران - قم، ١٤٠٩هـ، ج١، ص١٦٣.
- (٣) الجوهري، الصحاح، تحقيق: أحمد عبد الغفور العطار، ط٤، دار العلم للملايين - بيروت - لبنان، ١٤٠٧هـ، ج٣، ص٩٠٣.
- (٤) صالح، عبد المحي محمود، العلاقات العامة والإعلام في الخدمة الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية، ط١، ٢٠٠٤، ص: ١٣.
- (٥) خضر، جميل احمد، العلاقات العامة، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط١، ١٩٩٨، ص: ٣٧.
- (٦) سالم، إسماعيل مصطفى، العلاقات العامة في الخدمة الاجتماعية، مطبعة هشام بكفر الشيخ، ط١، ١٩٩٩، ص: ١١.
- (٧) خضر، جميل احمد، مصدر سابق، ص: ٣٩.
- (٨) احمد، محمد مصطفى، الخدمة الاجتماعية في مجال العربية العامة، دار المعرفة الجامعة، ط١، ١٩٩٩، ص١٠.
- (٩) سالم، إسماعيل مصطفى، مصدر سابق، ص: ٩.
- (١٠) خضر، جميل احمد، مصدر سابق، ص: ٤٠.
- (١١) سالم، إسماعيل مصطفى، مصدر سابق، ص: ١٣.
- (١٢) احمد، محمد مصطفى، مصدر سابق، ص: ٤٨.
- (١٣) سالم، إسماعيل مصطفى، مصدر سابق، ص: ١٨-١٩.
- (١٤) حسن، محمد حربي، العلاقات العامة المفاهيم والتطبيقات، دار الحكمة للطباعة والنشر، ط١، العراق، ١٩٩١، ص: ٤٠-٤١.

- (١٥) يوسف، محمود، مقدمة في العلاقات العامة: دار العربية للنشر والتوزيع، بيروت، ص ١٣.
- (١٦) حجاب، العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة: محمد منير، نظريات الاتصال، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط١، القاهرة، ٢٠١٠، ص ٢٧.
- (١٧). الدليمي، العلاقات العامة والعولمة: ص ٣١
- (١٨). جودة، العلاقات العامة مفاهيم وممارسات: ص ١٩
- (١٩). العوضي، العلاقات العامة مفاهيم نظرية ومجالات تطبيقه: ص ٤٤
- (٢٠). أبو أصعب، العلاقات العامة والاتصال الإنساني: ص ٨٢
- (٢١). الجوهر، وسائل الاتصال في العلاقات العامة: ص ٢٢
- (٢٢). صالح، العلاقات العامة والإعلام في الخدمة الاجتماعية: ص ٤٣
- (٢٣). العوضي، العلاقات العامة مفاهيم نظرية ومجالات تطبيقه: ص ٢٧٦
- (٢٤). غريب، الإتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر: ص ٦٥
- (٢٥). عبد الخالق، العلاقات العامة والإعلام في الخدمة الاجتماعية: ص ٣٥
- (٢٦). القيم، ممارسي العلاقات العامة واسلوب التصور الاعلامي للبعد المعاصر: صص ٦-١
- (٢٧). جودة، العلاقات العامة: ص ٣٦٩
- (٢٨). المركز حمورابي للدراسات الاستراتيجية، «إدارة علاقات المتعاملين مع المؤسسات الحكومية»: ص ١٢.
- (٢٩). أحمد، الخدمة الاجتماعية في مجال العلاقات العامة: ص ١١٧
- (٣٠). إسحاق، «العوامل الثقافية المؤثرة على بالاتصال في العلاقات العامة الدولية مجلة الباحث الإعلامي»: صص ٢٧-٤٦
- (٣١). رولير، «نظرة أولى على معايير العلاقات العامة في أوروبا»: ص ٣٥-٦٣
- (٣٢). العويني، العلوم السياسية: دراسة في الأصول والنظريات والتطبيق: ص ١٢٠
- (٣٣). فهمي، النظريات الجزئية والكلية في العلاقات الدولية: ص ٤٥
- (٣٤). وليد، «دور العلاقات العامة في العلاقات العامة الدبلوماسية: دراسة تطبيقية على مكاتب السفارات العربية والأجنبية في مصر»: صص ٤٥-٤٦
- (٣٥). فرج، التجارية الواقعية في العلاقات الدولية: ص ١٧١
- (٣٦). أحمد، دراسات في النظرية السياسية: ص ٣٢٣
- (٣٧). منذر، مبادئ في العلاقات الدولية من النظريات إلى العولمة: ص ٢٠
- (٣٨). حداد، العلاقات الدولية: ص ٢٣
- (٣٩). الحسين، بحوث الاعلام: ص ١٨
- (٤٠). التركي، «العلاقات العامة الدولية»: ص ١٥٢
- (٤١). صالح، «نماذج العلاقات العامة بين التأطير والتوظيف»: ص ٢٦٣-٢٨٩
- (٤٢). حميد، الإدارة العامة: ص ٤١٤
- (٤٣). سيكينزي، العلاقات العامة الدولية والاتصال والدبلوماسية العامة والمشاركة ببيت لانتج للنشر: ص ٥١٣