

العلاقات العامة: مدخل لتحسين البيئة الداخلية للمنظمة

Public relations: an introduction to improving the internal environment of the organization

معمري بن عيسى *

كلية الحقوق والعلوم السياسية/ قسم العلوم السياسية/ جامعة عمار ثلجي - الأغواط -

benaimaa65@gmail.com

تاريخ إرسال المقال: 2022/07/16 تاريخ قبول المقال: 2022/08/14 تاريخ نشر المقال: 2022/09/15

الملخص:

حاولنا من خلال هذه الدراسة معرفة العلاقات العامة والدور الحيوي الذي يلعبه خبير العلاقات العامة في المنظمة من خلال النشاطات المختلفة التي يقوم بها على مستوى بيئة المنظمة الداخلية الخارجية، وأهمية وجودها الدائم في المنظمة، وكذا معرفة الدور المحوري الذي يلعبه المورد البشري في المنظمة وأهمية الاستثمار فيه، من أجل الوصول بهذا المورد البشري إلى الإيمان بفلسفة وسياسات المنظمة وجعله مدافعا ومؤيدا لها، مع ضرورة إيمان قيادة المنظمة بأهمية العلاقات العامة. وتوصلنا في النهاية إلى ضرورة وجود إدارة فعالة للعلاقات العامة تعمل على الاستثمار في المورد البشري للمنظمة، باعتباره أهم مورد لبناء واستقرار واستمرار ونجاح المنظمة. الكلمات المفتاحية: العلاقات العامة، المورد البشري، المنظمة، بيئة المنظمة الداخلية، الجمهور.

Abstract: Through this study, we tried to know the public relations and the vital role that the public relations expert plays in the organization through the various activities that he performs at the level of the organization's internal and external environment, and the importance of its permanent presence in the organization, as well as knowing the pivotal role played by the human resource in the organization and the importance of investing in it, in order to reach this human resource to believe in the philosophy and policies of the organization and make it a defender and supporter of it, with the need for the organization's leadership to believe in the importance of public relations.

In the end, we came to the need for an effective public relations department that works to invest in the human resource of the organization, as it is the most important resource for building, stability, continuity and success of the organization.

Keywords: Public relations, human resource, organization, internal organization environment, public.

مقدمة.

تلعب العلاقات العامة دورا محوريا في حياة المنظمات، حيث ساعد التطور التقني والتنافس بين المنظمات في بروز أهمية العلاقات العامة، وأصبحت قيادة المنظمات الحديثة تضع العلاقات العامة

العلاقات العامة: مدخل لتحسين البيئة الداخلية للمنظمة

بالمنظمة من أولوياتها الاستراتيجية باعتبارها تساعد في اكتشاف بيئة المنظمة الداخلية والخارجية ومعرفة مكان الخل التي تؤثر على السير الحسن للمنظمة، وعليه فهي تعمل على فهم حقيقة البيئة الداخلية والعوامل المؤثرة فيها وإرشاد قيادة المنظمة وتزويدها بالمعلومات اللازمة من أجل التعامل مع هذه العوامل وتحسين الظروف البيئية، حتى يحدث الانسجام والتكامل والتعاون والأداء الفعال من طرف المورد البشري للمنظمة، وبقدر ما تكون معرفة البيئة الداخلية دقيقة بقدر ما يساعد القيادة على اتخاذ قرارات دقيقة ومنطقية ومناسبة.

إن هذه الدراسة تهدف إلى معرفة القيمة الحقيقية للعلاقات العامة في المنظمة ومحاولة للتأكيد بأن المنظمة لا يمكنها أن تحقق أهدافها الداخلية والخارجية مالم يكن لديها إدارة للعلاقات العامة تسييرها كفاءات بشرية مؤهلة علميا ونفسيا واجتماعيا وفنيا، وبذلك تكتشف أخطاء التسيير والتجاوزات التي قد تحدث بين مستويات وأفراد المنظمة وتعمل على معالجتها حتى تبقى بيئة المنظمة الداخلية مستقرة يتكامل أفرادها ويتعاونون فيما بينهم ويتجاوزون صراعاتهم التنظيمية والشخصية، وبالتالي يكثر الولاء للمنظمة.

وعليه فإن السؤال الرئيسي لهذه الدراسة هو: كيف تؤثر العلاقات العامة في البيئة الداخلية للمنظمة؟ ولهذه الإشكالية مجموعة من الأسئلة الفرعية تتمثل في:

ما هي العلاقات العامة؟ وما هي أهميتها ودورها في المنظمة؟ ما هو المورد البشري؟ وما هي أهميته؟ تتمثل الفرضية الرئيسية للدراسة في:

عندما تتوفر الكفاءة والقدرة العلمية والعملية في قيادة المنظمة وفي القائم بالعلاقات العامة بالمنظمة فإن البيئة الداخلية للمنظمة تتأثر إيجابا وتستقر وتحسن وتخدم أهداف المنظمة.

وقد استعنا بالمنهج الوصفي والمقاربة البنوية في فهم وتحليل متغيرات هذه الدراسة من خلال إبراز الدور المحوري للعلاقات العامة وتأثيرها على الأفراد في المنظمة. وقسمنا هذه الدراسة إلى ثلاثة مباحث:

المبحث الأول: العلاقات العامة: المفهوم والأهمية والوظائف والأهداف.

المبحث الثاني: المورد البشري وأهميته في المنظمة.

المبحث الثالث: مواصفات القائم بالعلاقات العامة وأثره على البيئة الداخلية للمنظمة.

المبحث: العلاقات العامة: المفهوم والأهمية والوظائف والأهداف.

حظيت العلاقات العامة باهتمام كبير من المفكرين وقادة المنظمات المختلفة، ويكاد يجمع القائمون على شأن المنظمات الحديثة على ضرورة تواجد مصلحة للعلاقات العامة على مستوى كل منظمة

العلاقات العامة: مدخل لتحسين البيئة الداخلية للمنظمة

ولتوضيح ذلك أكثر نتناول في هذا المبحث المتغير الأول من الدراسة، محاولين التطرق إليه من خلال المطالبين التاليين:

المطلب الأول: مفهوم العلاقات العامة وتطورها.

المطلب الثانى: العلاقات العامة: الأهمية والوظائف والأهداف.

المطلب الأول: مفهوم العلاقات العامة وتطورها.

تشعب مفهوم العلاقات العامة وتنوع الباحثون في بحثه والاجتهاد فيه، ونتناول في هذا المطلب النقاط التالية:

أولاً: مفهوم العلاقات العامة:

يذهب الباحثون في العلاقات العامة إلى وجود صعوبة كبيرة لوضع تعريف دقيق ومتفق عليه للعلاقات العامة نظراً للديناميكية الكبيرة التي يعرفها هذا الحقل المعرفي الهام، ولتعدد الخلفيات الفكرية وتنوعها واختلاف تخصصات الباحثين العلمية واهتماماتهم البحثية.

لقد فرض تطور الحياة الاقتصادية والاجتماعية والفكرية على القائمين على إدارة المنظمات العمومية أو الخاصة ضرورة التعامل مع الجمهور الداخلي والخارجي للمنظمة من أجل فهم بيئتها والتعامل مع مستجداتها، وهذا هو صميم نشاط العلاقات العامة في المنظمة، وكذلك الوصول بالعلاقة بين المنظمة و جماهيرها إلى الثقة المتبادلة والتعاون والتأييد من أجل تحقيق الأهداف المشتركة، وبذلك تتأكد المسؤولية الاجتماعية للمنظمة وواجباتها تجاه جمهورها الداخلي والخارجي.

لقد ازداد الاهتمام بالعلاقات العامة بسبب كبر حجم المنظمات وازيد حدة المنافسة بينها، وبذلك سعت قيادة المنظمات إلى العمل على فهم وتحسين العلاقة مع العاملين ومع الجمهور الخارجي من أجل تحقيق مصالحهم المشتركة جميعاً¹، ولذلك وجب البحث في تعريف العلاقات العامة، وذلك من خلال استعراض مجموعة من التعريفات حسب الآتي:

هناك من عرف العلاقات العامة بأنها: وظيفة إدارية تساعد على إقامة خطوط الاتصال والمحافظة عليها وعلى الفهم والقبول والتعاون بين المنظمات و جماهيرها، وتساعد الإدارة على معرفة جمهورها والاستجابة له وتؤكد على ضرورة تقديم المنظمة لخدماتها لصالح الجمهور، وتساعد الإدارة على معرفة

التغيير الحاصل بالمنظمة، وتستثمره في توقعات المستقبل، وتستخدم العلاقات العامة أساليب البحث الممكنة والاتصال الأخلاقي² للقيام بمهامها.

العلاقات العامة: مدخل لتحسين البيئة الداخلية للمنظمة

وقد عرفت فى الاجتماع الدولى لجمعيةات العلاقات العامة لسنة 1978، العلاقات العامة بأنها فن وعلم الاجتماع لتحليل الاتجاهات، توقع نتائجها، نصح وإرشاد قادة المنظمات، وتطبيق برامج تنفيذية مخططة والتي سوف تخدم كلا من المنظمة والمصلحة العامة³.

عرف قاموس وبستر الدولى العلاقات العامة بأنها: مجموعة من النشاطات تقوم بها هيئة أو اتحاد أو حكومة أو أي تنظيم فى البناء الاجتماعى، من أجل خلق علاقات جيدة وطيبة وسليمة مع الجماهير المختلفة، التي تتعامل معها، كجمهور المستهلكين والمستخدمين وحملة الأسهم، وكذلك الجمهور بوجه عام، وذلك لتفسير نفسها للمجتمع حتى تكتسب رضاه⁴.

حسب هذا التعريف فإن العلاقات العامة تهم كل تنظيم اجتماعى سواء كان رسمياً أو غير رسمى على اعتبار أن كل تنظيم يحتاج إلى صناعة علاقات قوية وجيدة وصادقة مع جمهوره و تقديم نفسه بصورة صادقة من أجل كسب رضا الجمهور، والمحافظة على التنظيم فى المنافسة الشديدة بين مختلف التنظيمات.

وعرفها قاموس أكسفورد بأن: العلاقات العامة هي الفن القائم على أسس علمية لبحث أنسب طرق التعامل الناجحة المتبادلة بين المنظمة وجمهورها الداخلى والخارجى لتحقيق أهدافها مع مراعاة القيم والمعايير الاجتماعية والقوانين والأخلاق العامة بالمجتمع⁵.

حسب هذا التعريف فإن العلاقات العامة هي ذلك الفن الذي يمارس بناء على العلم من أجل التعامل مع جمهور المنظمة داخليا وخارجيا من أجل تحقيق الأهداف المحددة فى ظل احترام القيم والمعايير وأخلاق المجتمع.

وقد عرفت العلاقات العامة كذلك بأنها: " الوظيفة التي تقوم بها الإدارة لتعديل الاتجاهات وتحديد خطط وسياسات المؤسسة بما يتفق ومصلحة الجمهور وتنفيذ البرامج الهادفة إلى توطيد ثقة الجمهور مع المؤسسة وكسب رضاه وتفاهمه⁶.

يؤكد هذا التعريف على أن العلاقات العامة وظيفية محورية من وظائف إدارة المنظمة، من أجل معرفة اتجاهات الجماهير وتوجيه مساراتها ووضع سياسات وتجسيد برامج تكسب ثقة الجمهور، وبذلك يتحقق الرضا والتفاهم بين الطرفين.

إذن العلاقات العامة هي علم وفن، وهي تعبير عن العلاقات التبادلية بين المنظمة وجماهيرها وتعكس المجهود المخطط والمستمر للإدارة، وتتكون من المنظمة ومن الاتصال ومن الجمهور، وتعمل على التحسين الدائم لعلاقات المنظمة مع جماهيرها وعلى معرفة حاجات الجماهير وتلبيتها.

ثانيا: تطور العلاقات العامة.

العلاقات العامة: مدخل لتحسين البيئة الداخلية للمنظمة

عرف الإنسان منذ القدم بالبحث عن إيجاد علاقات مع أقرانه من بني البشر من أجل التعاون وتحقيق مصالح مشتركة، وعرف ذلك مع تكون الأسرة، وتطور ذلك بتطور المصالح والمجتمعات ووسائل الاتصال وبداية من القرن العشرين ظهر المفهوم الحديث للعلاقات العامة، ويمكن أن يقسم تطور العلاقات العامة إلى قسمين:

أ — **العلاقات العامة القديمة:** وتبدأ منذ البدايات الأولى للإنسان إلى بداية القرن التاسع عشر، فقد كانت الأسرة والقبيلة تشكّلان اللبنة الأساسية للعلاقات العامة بمفهومها القديم، حيث كانت القبيلة تعين من يترصد محيط القبيلة ويكتشف كل ما يحيط بها، وبالتالي تستعد لكل طارئ وتتعامل معه بما يحافظ على بقائها.

وعلى المستوى الداخلي فإن كبراء القبيلة كانوا يمارسون وظيفة القائم على العلاقات العامة في وقتنا الحالي، وذلك من أجل شحذ همم أفرادها وجعلهم متعاونين ومتضامنين من أجل تحقيق أهداف قبيلتهم لقد كان المفهوم التقليدي للعلاقات العامة يوظف العاطفة والطقوس المختلفة من أجل كسب تأييد أفراد العائلة لما تتخذه قيادة القبيلة من قرارات وما تصدره من أوامر، أما المفهوم الحديث فإنه يخاطب عقل الفرد ووعيه، وأن قياس اتجاه الأفراد يعتمد على أسس علمية⁷

ب — **العلاقات العامة الحديثة:** وتبدأ منذ بداية القرن العشرين إلى وقتنا الحالي: مع بداية القرن العشرين ظهر المفهوم الحديث للعلاقات العامة نتيجة للحركة الكبيرة التي عرفتها المجتمعات الغربية في مجال الصناعة والثقافة وما صاحب ذلك من الحاجة الملحة إلى التواصل مع جماهير المنظمات من أجل إقناع عمال المنظمات بتكثيف الإنتاج وتحقيق الأرباح وإقناع المستهلكين بشراء هذا الإنتاج، وذلك باستخدام وسائل الاتصال المختلفة والتأثير فيهم وفي المجتمع عامة وفي زمن محسوب⁸.

لقد عملت وسائل الإعلام بشكل واسع في نشر احتجاجات العاملين وازدهرت الحركة النقابية في المؤسسات الغربية وبدأ التصدي لأرباب الأعمال بشكل قوي، ونتيجة لذلك بدأ هؤلاء ببعض الإصلاحات الاجتماعية والاقتصادية، لكن قوة الحركة الاحتجاجية ومواكبة التغطية الإعلامية لها أبرز مفهوم العلاقات العامة الحديث، وبدأ أرباب الأعمال يلجؤون إلى الصحافيين المتمرسين من أجل شرح آرائهم للعمال وإقناعهم بها، وكان على رأس هؤلاء مؤسس العلاقات العامة (أيفي لي)⁹.

لقد طلب أيفي لي من المؤسسات الكبيرة إخبار الجمهور بأعمال الشركة ماعدا تلك المتعلقة بالأسرار

العلاقات العامة: مدخل لتحسين البيئة الداخلية للمنظمة

الصناعية، ونتيجة لنجاحه في عمله فقد تمكن من تحسين العلاقات بين هذه المؤسسات وجماهيرها، ومن إسهاماته الأساسية، أن الدعاية للمؤسسة لا تجدي نفعا ما لم تدعمها الأعمال، ودعا المؤسسات إلى الاهتمام بالجانب الإنساني في تعاملاتها، كما استطاع أن يحسن صورة الرأسمالي المتغطرس (جون روكفلر)، وإظهاره كمواطن محسن عطوف¹⁰.

ومن أهم ما جاء به، ما يلي:

_____ الاهتمام بالجمهور ودراسة آرائه وتوجهاته.

_____ يجب على المنظمات أن تعلم الجمهور بما تفعله، وأن تكون الأخبار صادقة ومصادرها واضحة، وأن تخاطب عقول الناس لا عواطفهم.

_____ استخدام الإعلان كأداة للإعلام.

_____ أكد على الوضوح والصراحة ونقل الصورة الحقيقية للمنظمة إلى الجمهور.

_____ ضرورة إسهام العلاقات العامة في حل المشكلات الواقعية بين المنظمة وجماهيرها.

_____ أكد على ضرورة الاتصال من الاتجاهين، حيث تقدم المنظمة معلومات وحقائق للجماهير، والسماح

بوجود قنوات اتصال لنقل آراء الجماهير للمنظمات¹¹.

وبعد (أيفي لي) جاء (إدوارد بيرنيز)، وقد ساهم في وضع قواعد لمهنة العلاقات العامة، وتمثلت إسهاماته في:

_____ وضع وظيفة مستشار العلاقات العامة.

_____ ألف مراجع مهمة في العلاقات العامة تهتم بالرأي العام وبالדعاية وهندسة الإقناع.

_____ أكد على ضرورة تدريس العلاقات العامة في الجامعة واعتبارها مادة أساسية في البرامج الجامعية.

_____ اعتبار العلاقات العامة مهنة، يتكفل بها صانع القرار الإداري في المنظمة¹².

لقد نشأت العلاقات العامة الحديثة في ظل المؤسسات الصناعية بداية من ثلاثينات القرن العشرين حيث كانت هذه المؤسسات بحاجة ماسة إلى إقناع جماهيرها الداخلية والخارجية، حيث ترسخت لديها ضرورة إرضاء الجماهير من أجل الحفاظ على بقائها، وأصبح نشاط العلاقات العامة جزءا رئيسيا من أنشطة المؤسسة من أجل كسب ثقة الجمهور ومؤازرته لها، وبذلك لجأت الشركات إلى توظيف أخصائي العلاقات العامة واستخدام وسائل الإعلام المختلفة من أجل التأثير على الجماهير وإقناعها¹³.

العلاقات العامة: مدخل لتحسين البيئة الداخلية للمنظمة

لقد انتشرت العلاقات العامة بشكل كبير بعد نهاية الحرب العالمية الأولى، وانتشر البحث العلمي في حقل العلاقات العامة، وأصبح له أصول وقيم، وظهرت جمعيات للعلاقات العامة في أمريكا وبريطانيا وغيرهما¹⁴

إن العلاقات العامة وانطلاقاً من مفهومها تعد من المواضيع المهمة في علم الإدارة كونها تعمل على إيجاد أفضل السبل لجعل العلاقات بين المنظمة وجماهيرها طيبة ومتعاونة ومستمرة دوماً على أسس متينة مبنية على الصراحة والصدق ومخاطبة العقل، ومع تطور المجتمعات والمنظمات المختلفة أصبحت العلاقات العامة من أهم العناصر الاستراتيجية في إنشاء المنظمات وإدارتها وديمومتها.

المطلب الثانى: العلاقات العامة: الأهمية والوظائف والأهداف.

نتناول هذا المطلب من خلال النقاط التالية:

أولاً: أهمية العلاقات العامة.

تبرز أهمية العلاقات العامة بشكل جلي من خلال الأدوار الاتصالية والترويجية التي تقوم بها مصلحة

العلاقات العامة بالمنظمة على مستوى جماهيرها، حيث تقوم بكسب الجماهير الداخلية وحثها وتحفيزها على القيام بمهامها خدمة لفلسفة وأهداف المنظمة، وتعمل على جذب الجماهير الخارجية لطلب سلعها وخدماتها.

وعموماً فإن أهمية العلاقات العامة في المنظمات تتجلى من خلال الآتى:

_____ التأثير في الجماهير من أجل قبول سلع وخدمات المنظمة.

_____ تحسين صورة المنظمة والحفاظ عليها باستمرار على مستوى الجمهور الداخلى والخارجى.

_____ الحكمة في التعامل مع المنافسين والمعرضين المروجين للشائعات بهدف إضعاف المنظمة والقضاء عليها.

_____ الاهتمام بالعملاء وتقديم الخدمات التي يرضون بها.

_____ تحسين العلاقة بين الحكومة والمواطنين.

_____ تساعد العلاقات العامة قيادة المنظمة في معرفة آراء الجماهير بشأن السياسات قبل أن تضع المنظمات الحكومية هذه السياسات¹⁵.

لقد ازدادت أهمية العلاقات العامة مع كثرة التغيرات التي عرفتتها المجتمعات الحديثة، ومن هذه التغيرات نذكر ما يلي:

_____ بروز التأثير الكبير للرأي العام في المجتمعات الديمقراطية.

العلاقات العامة: مدخل لتحسين البيئة الداخلية للمنظمة

_____ توسع المؤسسات المختلفة وكثرة وحدة المنافسة بينها.

_____ بروز قوة الحركة النقابية في هذه المؤسسات، مما أدى بهذه المؤسسات إلى توظيف العلاقات العامة وكسب ود المنظمات النقابية.

_____ تحول المجتمعات من بدائية وزراعية تقليدية إلى مجتمعات صناعية حديثة وارتفعت نسبة التحضر، مما جعل المنظمات تحتاج إلى العلاقات العامة من أجل التواصل مع هذا المجتمع متعدد التركيبة الاجتماعية من أجل الحفاظ على استقراره وانسجامه.

_____ ساهم تطور وسائل الإعلام والطباعة في تفعيل نشاط العلاقات العامة من خلال توظيف ما يلائم من أجل التأثير وكسب ود الجماهير¹⁶.

كما أن الأهمية الحديثة للعلاقات العامة تبرز من خلال:

_____ تحسين سلوك العاملين في المنظمة من أجل تقديم السلع والخدمات للجمهور.

_____ تعتبر العلاقات العامة وظيفة أساسية في المنظمة يتوقف عليها نشر فلسفة المنظمة ونجاحها.

_____ تساعد العلاقات العامة المؤسسة في تحديد مسؤوليات الأنشطة المختلفة، وتجعل الجمهور متعاوناً مع المؤسسة¹⁷.

_____ تساعد العلاقات العامة صناع القرار بالمؤسسات الحكومية في مراجعة قراراتهم، والتأكد من مدى قبولها من جمهور المؤسسة، من خلال دراسة اتجاهات وميول الجماهير وجعل سياسات وأهداف المؤسسة تتلاقى مع هذه الميول والاتجاهات.

_____ مساعدة القيادة العليا للمؤسسة في التعرف على البيئة الداخلية للمنظمة، واكتشاف أسباب الخطر والتأزم التي تعرفها أو قد تعرفها مستقبلاً من أجل معالجتها.

_____ تحسين علاقة الجمهور بالمؤسسة وتوطيد الثقة بينهما.

_____ تساعد على ربط علاقات دائمة مع المؤسسة وجماهيرها، وتقديم الصورة المحترمة عن نشاطات المؤسسة، وإبرازها كعامل فعال في خدمة المجتمع¹⁸.

من خلال ما تقدم يبدو أن للعلاقات العامة أهمية كبيرة بالنسبة للمنظمة وبالنسبة للأفراد العاملين فيها وبالنسبة للمجتمع الذي تنشط فيه، حيث أن المنظمة لا يمكن أن تعرف جمهورها الداخلي والخارجي حق المعرفة ما لم تكن تملك علاقات عامة تجيد عملية التواصل مع الجمهور من أجل معرفة مطالبه والعمل على تلبيتها، واكتشاف اتجاهاته وميوله من أجل توجيهها بما يخدم الأهداف المشتركة للطرفين.

العلاقات العامة: مدخل لتحسين البيئة الداخلية للمنظمة

أما أهميتها بالنسبة لأفراد المنظمة فإنها تمكن القيادة من معرفة أماكن الخلل والقصور وضعف الأداء وتساعد في علاج كل مشاكل الأفراد وتحسين بيئة العمل وإشراكهم في صنع قرارات المنظمة، وبالتالي فهي عقل المنظمة وعينها الملاحظة لسلوك العاملين والساخر الدائم لتكييف هذا السلوك مع أهداف المنظمة.

أما أهمية العلاقات العامة على مستوى المجتمع فإنها تمكن المنظمة من معرفة رغبات وحاجات الجماهير والعمل على تلبيتها، وتمكن كذلك من معرفة الخصوم والاستعداد لمواجهةهم من أجل الحفاظ على بقاء المنظمة.

ثانيا: وظائف العلاقات العامة:

تتعدد وظائف العلاقات العامة بتعدد المنظمات واختلاف فلسفاتها وأهدافها، ويمكن إبراز أهم الوظائف حسب الآتي¹⁹:

- _____ تقديم التفسيرات اللازمة لسياسات المنظمة وأنشطتها إلى الجمهور.
- _____ الدراسة والتفسير لردود أفعال الجماهير حاليا ومستقبلا تجاه المنظمة.
- _____ هناك من وضع أربع وظائف للعلاقات العامة، هي:
- _____ تقديم النصح والاستشارة.
- _____ إعلام المعنيين بأهداف وفلسفة المنظمة وأنشطتها.
- _____ إجراء الأبحاث والتحليل واكتشاف بيئة المنظمة.
- _____ بناء الثقة بين المنظمة وجماهيرها وتدعيمها والحفاظ على ديمومتها.

وهناك من حدد لها الوظائف التالية:

- _____ البحث.
- _____ التخطيط.
- _____ الإنتاج.
- _____ التنسيق.
- _____ الخدمة الإدارية.
- _____ خدمة المجتمع المحلي.
- _____ التوجيه الإداري.

العلاقات العامة: مدخل لتحسين البيئة الداخلية للمنظمة

وهناك من قسم وظائف العلاقات العامة على أساس الجمهور وعلى أساس المنظمة وعلى أساس إدارة المنظمة، فمن حيث الجمهور فإن مصلحة العلاقات العامة تقوم بالتعريف بالمنظمة وفلسفتها وأهدافها وتشرح سياسات المنظمة من أجل تهيئة الجمهور لقبولها، وصناعة رأي عام داعم للمنظمة من خلال تزويده بالمعلومات الصحيحة والدقيقة، من أجل تحقيق التفاهم بين المنظمة وجماهيرها. أما من حيث المنظمة، فإن العلاقات العامة تعرف المنظمة بالمستجدات التي تطرأ على الجمهور ومواجهة الشائعات التي تهددها، والتأكد من أن أهداف المنظمة ومخرجاتها تقبلها الجماهير وتساندها وتدعمها.

أما من حيث إدارة المنظمة، فإن العلاقات العامة تطلع قيادة المنظمة بمدى تجاوب الجماهير مع أهدافها، وتعمل على التواصل الدائم بين مختلف مستويات المنظمة، والتنسيق بينها من أجل تجاوز كل الصعوبات التي تعترض أنشطتها المختلفة، وتقديم النصح والمشورة لقيادة المنظمة عند رسم السياسة العامة للمنظمة²⁰

إن العلاقات العامة لم تعد تمارس حسب هذه الوظائف فقط، بل أصبحت أنشطتها تحمل أوجها من المسؤولية الاجتماعية، ومن حماية المستهلك وإدارة علاقات المنظمة مع بيئتها المختلفة والمتغيرة. ما يلاحظ من خلال هذه الوظائف فإن العلاقات العامة أصبحت حجر الأساس في المنظمات الحديثة وأن نجاح المنظمة على مستوى بيئتها الداخلية والخارجية مرتبط إلى درجة كبيرة بهذه النشاطات التي تؤديها العلاقات العامة، حيث لا يمكن تسيير منظمة عامة أو خاصة دون علاقات عامة لأنها تجسد التخصص العملي لعملية الاتصال بالجماهير وتبحث باستمرار على توطيد وديمومة العلاقات الطيبة مع المنظمة وجماهيرها، وصناعة رأي عام داعم للمنظمة ويشاركها في فلسفتها وأهدافها ويلتف حولها.

كما أن أهم وظائف العلاقات العامة هي تلك التي تمارس على مستوى الجمهور الداخلي حيث تساعد القيادة على المتابعة المستمرة لأوضاع الأفراد العاملين ومدى قدرتهم على المرونة والتكيف مع كل جديد يحدث على مستوى المنظمة، ومعرفة مدى إيمانهم بفلسفة وأهداف ورسالة المنظمة ومن ثمة المساهمة في تحقيقها، ويعد هذا الأمر بمثابة التحسين الداخلي من أجل مواجهة التحديات المختلفة التي تعرفها المنظمة على مستوى بيئتها الخارجية.

ثالثا: أهداف العلاقات العامة:

من خلال الوظائف المذكورة أعلاه فإن إدارة العلاقات العامة تسعى بصفة عامة إلى تحقيق التوافق والانسجام داخل المجتمع من خلال العمل على التوفيق بين أفراد المجتمع ومؤسساته، ويقع على عاتق

العلاقات العامة: مدخل لتحسين البيئة الداخلية للمنظمة

العلاقات العامة مسؤولية فك الخصومة وتحسين العلاقات داخل المجتمع، وعند التفصيل في أهداف العلاقات العامة، فإننا نجدها تتمثل في:

_____ إبراز اسم المنظمة وإعطائها صورة تجعل الجمهور يلتف حولها ويستحسن أعمالها.

_____ العمل على جلب واستقطاب وتوظيف أفضل مورد بشري للمنظمة.

_____ تقديم المشورة لقيادة المنظمة عند رسم السياسة العامة للمنظمة، حتى تتوافق مع اتجاهات الرأي العام لجماهير المنظمة.

_____ التواصل مع المؤسسات المالية ورجال الأعمال من أجل جلب الأموال والتأييد لنشاطات المنظمة.

_____ استخدام الأساليب العلمية في تطوير أنشطة العلاقات العامة.

_____ العمل على إدامة وتطوير علاقات المنظمة مع بيئتها الداخلية والخارجية.

_____ العمل على كسب ود وتأييد ودعم الرأي العامة للمنظمة ولأنشطتها.

_____ الدفع بالمنظمة إلى العمل من أجل تحسين خدماتها وزيادة بيع منتجاتها.

_____ الإعداد الجيد للمنظمة من أجل مواجهة الأزمات، وتحديد آليات للتنبؤ بها والحد منها²¹.

كما تهدف العلاقات العامة إلى:

_____ مساعدة الإدارات والمستويات الإدارية المختلفة من أجل إنجاز أعمالها.

_____ تقديم التحفيزات المادية والمعنوية من أجل رفع الكفاية الإنتاجية في المنظمة.

_____ تحسين وإدامة العلاقات مع المساهمين في استثمارات المنظمة.

_____ الاهتمام بآراء وملاحظات الموزعين من أجل علاقة المنظمة بالزبائن.

_____ العمل بشكل جدي على أن تكون علاقة المنظمة بالمستهلك في حالة ممتازة.

_____ العمل على دفع المواطنين إلى تحمل مسؤولياتهم من أجل المساهمة في رسم السياسة العامة للمنظمة ومساعدتها في نجاحها وتحقيق أهدافها.

_____ مشاركة أقسام المنظمة في توثيق وطبع ونشر أعمال المنظمة وتقديمها للمعنيين والاستعانة بها عند الحاجة²².

من خلال هذه الأهداف يظهر أن أهداف العلاقات العامة هي أهداف استراتيجية بالنسبة للمنظمة لأنها دائمة وتتعلق بالمنظمة وبيئتها الداخلية والخارجية، وتبدأ مع رسم السياسة العامة للمنظمة، وأن تحقيق المنظمة لأهدافها مرهون بمدى نجاح إدارة العلاقات العامة في تحقيق الأهداف المذكورة أعلاه لذلك أصبحت العلاقات العامة في المنظمة الأداة التي تعرف من خلالها المنظمة عناصر القوة

العلاقات العامة: مدخل لتحسين البيئة الداخلية للمنظمة

والضعف فى أفرادها وعناصر القوة والضعف لدى المنظمات المنافسة لها، كما تعرف ميول ورغبات الجماهير الخارجية تجاهها ومدى ولائهم ورضاهم عنها من عدمه، وبعد ذلك تتحرك المنظمة من أجل معالجة الخلل وتطور وتدعم الأعمال التي نالت الاهتمام والقبول من قبل الرأي العام الداخلي والخارجي، وتسعى بذلك نحو تحقيق أهدافها المعلنة.

المبحث الثاني: المورد البشري وأهميته فى المنظمة.

نتناول فى هذا المبحث مطلبين، وهما:

المطلب الأول: مفهوم المورد البشري وأهميته.

المطلب الثانى: إدارة المورد البشري.

المطلب الأول: مفهوم المورد البشري وأهميته.

نتناول هذا المطلب من خلال العنصرين التاليين:

أولاً: مفهوم المورد البشري:

يعتبر المورد البشري الركيزة الأساسية التي تبنى عليها المنظمات، ويشمل المورد البشري كل العاملين بالمنظمة سواء كانوا رؤساء أو مروضين، وذلك وفق ثقافة تنظيمية محددة وسياسات وخطط وإجراءات من أجل تنظيم المهام التنفيذية وتحقيق أهدافها المرسومة سلفاً.

ويأخذ المورد البشري رواتب وأجور وتحفيزات تنظيمية لقاء ما يقدمه للمنظمة من علم وخبرة وجهد

وعلى ذلك فإن المورد البشري هو أهم عنصر عمل فى المنظمة وأن كل الأنشطة لن تؤدي إلا به ومن خلاله²³.

إن الاهتمامات الحالية للمنظمات هي السعي لكسب رضا الزبون، ولن يتحقق هذا الرضا إلا من خلال ما تقدمه المنظمة من سلع وخدمات بجودة عالية، ولن تتحقق هذه الجودة إلا من خلال مورد بشري مؤهل علمياً ومدرّب إدارياً ومحفز معنوياً، وبذلك يتحقق مفهوم مثلث الجودة المتمثل فى: موظف كفاء وسعيد ومنتج عالي الجودة وخدمة عالية المستوى للزبون، وزبون راضى وسعيد وهذا ما يؤشر إلى نجاح واستمرار المنظمة²⁴.

إن مصطلح المورد البشري يدل على أن العاملين لهم قدرات تمكنهم من إنجاز الأداء التنظيمي، مع وجود الموارد الأخرى كرأس المال والمواد الأولية والمعلومات²⁵.

العلاقات العامة: مدخل لتحسين البيئة الداخلية للمنظمة

من خلال التعريفات المذكورة أعلاه، فإن المورد البشري هو ذلك الإنسان الذي ينشط في المنظمة بناء على أهداف واستراتيجيات يحددها الإنسان ووفق أنظمة ولوائح يضعها الإنسان ومن خلال أموال ومعلومات يجتهد في تدبيرها الإنسان، وعليه فإن المورد البشري هو القوة الرئيسية للمنظمة، لذلك يتطلب الاهتمام به من جميع الجوانب المادية والمعنوية والعلمية والتدريبية والشخصية والاجتماعية، وصيانتها من كل العناصر المهددة له ولنشاطه في المنظمة.

ثانياً: أهمية المورد البشري.

لا يختلف الباحثون حول الأهمية المؤكدة للمورد البشري في المنظمة، سواء كان رئيساً أو ممرضاً لأن أهميته تتأكد يوماً بعد يوم، فقيادة المنظمة تصل بالمنظمة إلى أهدافها عند تميزها وإبداعها في إيجاد الحلول ورسم الخطط واتخاذ القرار المناسب في حينه.

إن أهمية المورد البشري تبرز من خلال أهمية القيادة وأهمية الممرضين في المنظمة والتي نذكرها في الآتي:

أ — أهمية القيادة: لا يمكن اعتبار منظمة ناجحة دون وجود قيادة واعية ومتعلمة ومبتكرة ومرنة وشجاعة ولها من المهارات القيادية ما يجعلها تحقق التميز في منظماتها، ولذلك فإن القيادة هي بداية نجاح أو فشل المنظمة.

وقد اجتهد الباحثون في تعريفات القيادة، نذكر منها: القيادة "هي عملية تحريك مجموعة من الناس باتجاه محدد ومخطط، وذلك بتحفيزهم على العمل باختيارهم"²⁶.

إن كلمة قائد تعني: "الشخص الذي يوجه أو يرشد أو يهدي الآخرين...بمعنى أن هناك علاقة بين شخص يوجه وأشخاص يقبلون هذا التوجيه، والقيادة بهذا المفهوم عملية رشيدة، طرفاها شخص يوجه ويرشد، والطرف الآخر أشخاص يتلقون هذا التوجيه والإرشاد الذي يستهدف تحقيق أغراض معينة"²⁷.

كما تعني القيادة: "الوصول إلى الهدف بأحسن الوسائل وبأقل التكاليف وفي حدود الموارد والتسهيلات المتاحة، مع حسن استخدام هذه الموارد والتسهيلات"²⁸.

من خلال هذه التعريفات فإن القيادة هي رأس الأمر كله في العملية الإدارية في المنظمة، لأن سياسات واستراتيجية وأهداف وخطط المنظمة تكون بمبادرة وصناعة القيادة مع أفراد آخرين من المنظمة كما أن تحريك العاملين وتوجيههم نحو هذه السياسات والاستراتيجيات والأهداف والخطط وفق عمل منهجي لن يتحقق ما لم تكن قيادة المنظمة على دراية عالية بفنون القيادة وبمعرفة كافية بمنهجية تحفيز العاملين ودفعهم نحو تحقيق الأهداف بقوة وحماسة وعن رضا وقبول.

العلاقات العامة: مدخل لتحسين البيئة الداخلية للمنظمة

ويفترض فى أعمال وأقوال القادة الرشادة والحكمة لتحصل القدوة ويحسن الاتباع من أجل تحقيق الأهداف المطلوبة، إن رشادة القيادة وحكمتها تقتضى منها تحقيق الهدف بما يناسبه من وسائل وبأدنى التكاليف فى ظل الظروف والموارد المتاحة.

إذن لا حياة ولا استمرار ولا نجاح للمنظمة دون قيادة متميزة بموصفات محددة.

ب — أهمية المرؤوسين: لا بد من الاعتراف أن القيادة لا يمكن أن تمارس مهامها القيادية وتضيف إليها مهام التأطير والتنفيذ والإشراف فى الآن ذاته، لأن هنا عملية التكامل وتوزيع المهام تصبح ضرورية لنجاح المنظمة، لقد أصبح الاهتمام كبيراً بأفراد المنظمات لأن التنفيذ العملي لبرامج المنظمة يقع على عاتق المرؤوسين، لذلك كان للمرؤوسين أدوار رئيسية وحاسمة فى الاستراتيجية العامة للمنظمة، وأن إهمال هذه الأدوار والمهام للمرؤوسين وعدم الاهتمام بهم نفسياً ومادياً وتحفيزهم معنوياً سيأتى بنتائج سلبية جداً للمنظمة.

إن المرؤوسين هم الذين يشكلون البيئة الداخلية للمنظمة، وأن الإنسان هو أساس التنمية المستدامة ولذلك احتل الاهتمام بمناخ العمل فى المنظمات مكانة متقدمة فى المنظمات الحديثة بما يتوافق وأسس الإدارة البيئية السليمة، إن الإنسان هو محور عملية الإنتاج، ولذلك وجب الاستثمار فى تنمية المورد البشرى من أجل تحقيق التقدم والتطور للمنظمة²⁹.

إن الإنسان بإمكانه أن يكون مبدعاً فى المنظمة إذا توفرت له مجموعة من الظروف، منها:

_____ إسناد العمل المناسب للفرد حسب خبرته وتخصصه ومهارته.

_____ أن تمنح السلطة المناسبة لمسؤولية الفرد من أجل أداء مهامه.

_____ أن يحاط بدعم ومساعدة ومساندة من المسؤول المباشر.

_____ أن يعرف العامل مسبقاً المعايير والأسس التى سيتم تقييم أدائه على أساسها.

_____ ضرورة مراعاة انسجام العامل مع مجموعته.

_____ ضرورة تخطيط وتنمية الموارد البشرية.

_____ ضرورة إعطاء بعد استراتيجي للموارد البشرية.

_____ ضرورة إيجاد التوازن بين أهداف المنظمة وأهداف الأفراد.

_____ ضرورة التوازن بين التكلفة والعائد فى إدارة الأفراد³⁰.

إن الموارد البشرية الفعالة هى التى تحقق القدرة التنافسية للمنظمات اليوم، وإن هذه القدرة التنافسية تؤهل المنظمة إلى:

_____ التعامل مع المنظمات المنافسة باقتدار.

العلاقات العامة: مدخل لتحسين البيئة الداخلية للمنظمة

_____ تحقيق نتائج إيجابية وإرضاء الزبون وتجاوز المنافسين.

_____ إعطاء قدرات تنافسية للمنظمة من خلال التصميم والتخطيط والإعداد من أجل تحويل مواردها إلى منافع أعلى تنافس بها الخصوم وتحقق بها رضا الزبون.

_____ إن الجهد البشري لا يكفي لتحقيق النتائج المطلوبة، لكن لابد من عملية تخطيط وإعداد وتنمية مستمرة من خلال برامج متطورة لإدارة الموارد البشرية ومنسجمة مع استراتيجية المنظمة العامة³¹. من خلال ما تقدم فإن للفرد أهمية كبرى في المنظمات، وأن القوة الحقيقية والقيمة الاستراتيجية تبقى للإنسان في المنظمة، فكل الأنشطة في المنظمة ومهما كانت فإنها لن تتم دون الفرد فهو الرئيس وهو المرؤوس وهو كل المنظمة.

المطلب الثاني: إدارة المورد البشري.

لا يمكن للمنظمة الاستفادة من هذا الكنز (المورد البشري) حق الاستفادة، مالم تحسن وتجتهد في إدارته وسنبين ذلك من خلال العنصرين التاليين:

أولاً: مفهوم وأهمية إدارة المورد البشري.

ثانياً: دور العلاقات العامة في إدارة المورد البشري في المنظمة.

أولاً: مفهوم وأهمية إدارة المورد البشري:

شهدت نهاية القرن العشرين اهتماماً خاصاً بالموارد البشري في المنظمة من قبل الباحثين وقادة المنظمات وألا تمكين للمنظمة دون إعطاء أولوية قصوى لمواردها البشري، لقد كان الفكر الإداري في بدايات القرن العشرين يركز على إدارة الأفراد من خلال الاهتمام بالعلاقات الإنسانية في المنظمة ورفع

مهارات الأفراد وكان الاهتمام في إدارة الأفراد في الحصول على الكم والكيف من الأفراد من أجل إنجاز أهداف المنظمة إلى أن ظهر مصطلح الموارد البشرية مع نهاية القرن العشرين وبداية القرن الحادي والعشرين والذي يركز على المهارات الفردية والجماعية لدى الأفراد، والتمكين من إنجاز الأهداف بالفعالية والكفاية المطلوبتين³².

إن إدارة الموارد البشرية إذن تعني: "الحصول على القوى البشرية العاملة من حيث النوع والكم بما يتلاءم مع حاجة المنظمة المعنية لفرض تحقيق أهدافها وإنجاز استراتيجياتها المحددة"³³

يتبين من السابق أن إدارة الموارد البشرية لها مسؤوليات استشارية وأخرى تنفيذية، وذلك من خلال مساعدة القيادة العليا في استقطاب المورد البشري كما ونوعاً بما يحقق أهداف المنظمة وتساهم في

العلاقات العامة: مدخل لتحسين البيئة الداخلية للمنظمة

البرامج التدريبية والتطويرية بالمنظمة، كما تساهم في التنفيذ من خلال إنجازها لمهام إدارية تنظيمية تتعلق بالتخطيط والتنظيم والرقابة والتحفيز³⁴.

يتضح أن إدارة المورد البشري عملية محورية وحساسة في المنظمة، حيث من خلالها تتحكم المنظمة في المورد الاستراتيجي لها وتتمكن من خلال إدارته الجيدة من امتلاك القدرة التنافسية مع المنظمات ومن إمكانية الاستمرار مع الزمن وبقوة تنافسية عالية.

إن أهمية إدارة المورد البشري تتجلى من خلال ما يتيح هذا المورد للمنظمة من إمكانيات وفرص من

أجل مواجهة التحديات الحالية والمستقبلية، والمتمثلة أساساً في الندرة الموجودة في المورد البشري المبتكر والمبدع كما انها تساهم في تعظيم العائد على الاستثمار في المورد البشري، وفهم وتحليل ظروف الأداء واكتشاف حقيقة المورد البشري المتوفر، وتعمل على تحقيق التوازن بينها وبين أنشطة القطاعات الأخرى بالمنظمة، وبذلك تصبح جزءاً رئيسياً من استراتيجية المنظمة الكلية، كما تسمح للمورد البشري بالتحرر وإطلاق مهاراته الإبداعية، وتتم هذه العملية من خلال:

_____ التعرف على مهارات وطاقات المورد البشري المتوفر بالمنظمة.

_____ البحث عن الفجوة بين المورد البشري المستهدف والمورد البشري المتاح والعمل على سدّها.

_____ تخطيط الأداء وتوجيه المهارات بما يتوافق ومتطلبات العمل.

_____ تخطيط نظم التحفيز من أجل تحقيق العائد المرجو من الاستثمار في المورد البشري.

_____ وضع آليات تمكن المورد البشري من المشاركة الجماعية في إيجاد الحلول لمشاكل المنظمة والمساهمة في تطويرها³⁵.

المبحث الثالث: مواصفات مدير العلاقات العامة وأثره على أفراد المنظمة.

يلعب القائم بالعلاقات العامة دوراً مهماً في اكتشاف حالة بيئة المنظمة ومعرفة عناصر الضعف والقوة فيها، ويعمل على التأثير فيها حتى لا تتعارض مع فلسفة وأهداف واستراتيجية المنظمة، وسنتناول هذا المبحث في مطلبين:

المطلب الأول: مواصفات القائم بالعلاقات العامة.

المطلب الثاني: تأثير إدارة العلاقات العامة في أفراد المنظمة.

المطلب الأول: مواصفات مدير العلاقات العامة.

العلاقات العامة: مدخل لتحسين البيئة الداخلية للمنظمة

إن القائم بالعلاقات العامة لا يجب أن يكون شخصا عاديا، لأن مهامه تحتاج إلى قدرات خاصة ومهارات متنوعة من أجل تحقيق الغرض من العلاقات العامة في المنظمة، خاصة وأنه يسعى إلى التعرف على اتجاهات الجماهير وتخطيط وتنفيذ البرامج التي تساعد في كسب ثقة الجماهير ودعمها للمنظمة، وعلى ذلك فإن القائم بالعلاقات العامة يحتاج إلى كفاءة وخبرة عملية وتخصصية، وأن يتميز بالمهارات التالية:

_____ القدرة على الإقناع وقوة الشخصية في شرح السياسات والبرامج التي أعدها.
_____ القدرة على التحليل واكتشاف مشاكل العلاقات العامة ووضع الحلول المناسبة لها.
_____ القدرة على التخطيط وتوظيف المعلومات والبحوث من أجل وضع برنامج للعلاقات العامة ملائم وتحديد آليات تنفيذه³⁶.

وهناك من الباحثين العرب من قدم أهم المواصفات الواجب توفرها في مدير العلاقات العامة وهي:

1 _____ الشخصية المحبوبة: والتي تتطلب توفر في مدير العلاقات العامة ما يلي:

_____ الجاذبية الشخصية.

_____ الإحساس العام بالآخرين والتعامل معهم بما يليق.

_____ حب الاستطلاع ومتابعة الأحداث الداخلية والخارجية.

_____ الكياسة والتعامل بلين ورحمة مع الآخرين.

_____ التعامل مع بيئة المنظمة باتزان وهذوء من أجل تحقيق التوافقات الممكنة بين الأفراد.

_____ الموضوعية وإبعاد النزعة الشخصية في التعامل مع قضايا العلاقات العامة.

_____ الحماس في أداء مهام العلاقات العامة من أجل التأثير المتواصل.

_____ استمالة الآخرين وجلبهم لقيم وأفكار وأهداف المنظمة.

_____ الاستقامة في الأخلاق والسلوك من أجل اقتداء الآخرين به وكسب ثقتهم.

_____ سعة الخيال والقدرة على ابتكار الحلول لمواجهة المشاكل.

_____ الشجاعة في مواجهة الرؤساء بأخطائهم.

_____ النشاط الدائم من أجل مواكبة الأحداث ومراقبة بيئة العمل.

2 _____ القدرة على الاتصال بالجماهير: لكي يكون لمدير العلاقات العامة القدرة

الاتصالية، يجب أن يتميز بالمواصفات التالية:

_____ امتلاك مهارة القراءة، والاستفادة من العلوم المختلفة.

_____ مهارة الاستماع الجيد للآخرين من أجل معرفة اتجاهاتهم والتعامل معها.

العلاقات العامة: مءل لتءسفن البفة الءاءلفة للمنظمة

_____ إءاءة الكءابة والتعبفر من أءل الرسالة ءون تشوفش أو ءأوفل.

_____ إءاءة الءءء مع الآخرفن وإقناعهم والتأفر ففهم.

_____ امءلاك المهارة الصحفية من أءل الءعامل مع مءءلف وسائل الإعلام.

_____ امءلاك الءس الفنف من أءل امءلاك وسائل أكءر والتأفر فف الآخرفن.

_____ ءراففة بعلم النفس وءبافا السلوك الإنساني.

_____ ءراففة بعلم الاجتماع والءعامل مع المءءمع على أساس معافر علمفة ءففء المنظمة.

_____ القءرة على الإءارة والءنظفم لأن وظففة العلاقات العامة وظففة ءساسة وءءءاء إلى الءنظفم ءءقف والمءابعة المسءمرة³⁷.

ءى يؤءر مءفر العلاقات العامة وفكءشف بفة المنظمة ءق الاءكءشاف وءب علىه هو وفرفقه امءلاك كل هءه المهاراء ءى ءؤءف العلاقات العامة مهمافا فف المنظمة على أءسن وءه، وءساعد القفاءة فف الءعامل مع المشاكل الءف ءعرفها البفة الءاءلفة للمنظمة ومع الءهءفءاء الءف قء ءأءفها من ءصومها ومنافسفها من البفة الءارءفة.

المطلب الءافف: ءأفر إءارة العلاقات العامة فف أفراف المنظمة.

من ءلال ما فءمفز به ءبفر العلاقات العامة فف المنظمة من مهاراء وءصائف سبق ءكرها فأنه فكون من السهل علىه الءأفر فف أفراف المنظمة، ءسب الآءف:

فءم الءأفر فف العافلفن من ءلال اعءماء العلاقات العامة على مءموعة من المرنكزاء نءكر منها:

أ _____ انءلاق نشاط العلاقات العامة من ءاءل المنظمة: من أءل ءءسفن العلاقة مع الجمهور الءاءلف وءكون مبنفة على الءقءفر والاءءرام والءقة المءبالة والءماسة والعمل على ءءسفن صورة المنظمة.

ب _____ الاسءمرارفة: لا بء أن فبقف نشاط العلاقات العامة مسءمرا ما بقفء المنظمة، من أءل الءواصل ءائم مع جمهور المنظمة وءءبع ءفر اءماماءه واءاءاءه.

ء _____ شمولفة العلاقات العامة: فءب أن ءشمل العلاقات العامة كل أنواع المنظمات وكل أنواع الأنسطة وفف مءءلف المءءمعاء، ءى ءءءء المنظمة فف ءءقفم الءكامل والانساءم بفن مءءلف هفاكلها ومسءوففاءها وأفرافها، وءلك من أءل الءأفر ففهم.

ء _____ أءلاقفاء العلاقات العامة: إن من أهم عوافل ءأفر العلاقات العامة فف العافلفن هو الءزامها بالأءلاق ءون الءءفز لفرقة أو عنصر أو ءفن، والابءعاء عن الءضلفل وءءاء الأفراف، والءعامل بصدق وأمانة مع المءفع.

العلاقات العامة: مدخل لتحسين البيئة الداخلية للمنظمة

ه ————— دينامىكية العلاقات العامة: يجب أن تكون العلاقات العامة مرنة ومتفاعلة مع ردود الأفعال حول أعمالها والاستجابة لهذه الردود من خلال وسائل الإعلام المناسبة من أجل إيجاد رأي عام واعي من أجل تحقيق التفاعل الإيجابى بين الطرفين.

و ————— إنسانية العلاقات العامة: على إدارة العلاقات العامة أن تركز على الفرد كقيمة إنسانية لأنه أهم ركيزة لنجاح المنظمة، ولكي تحقق ذلك يجب الاهتمام بما يلي:

————— النظر إلى العاملين دون تمييز، والعمل على تحسين ظروف عملهم وتمكينهم من الرعاية الاجتماعية والترفيه الثقافى والرياضى، ليبدلوا كل طاقاتهم وأفكارهم وخبراتهم من أجل إنجاز المنظمة.

————— إتاحة الفرص للمبدعين والمبتكرين، وتشجيع العاملين على المساهمة فى اتخاذ قرارات المنظمة وتحمل مسؤولية ذلك.

————— تحقيق الإنصاف بين العاملين وتحسين ظروف عيشهم، والعمل على نشر روح المحبة والتعاون والتآخي بينهم.

ز ————— اجتماعية العلاقات العامة: يجب أن تلتزم العلاقات العامة الأسس الاجتماعية لتسهيل عملية اندماجها الاجتماعى ودعمها وتأييدها من الجمهور، وتعريف العاملين بأدوارهم تجاه المجتمع وتحسيسهم بتحمل المسؤولية مع المنظمة من أجل تحقيق الأهداف.

ح ————— تناسب العلاقات العامة مع الظروف والمستجدات: يجب أن تتعامل إدارة العلاقات العامة مع المستجدات التى تعرفها بيئة المنظمة بإيجابية، وأن تكون برامج العلاقات العامة متجددة ومتكيفة من أجل التمكن من استمالة الجماهير وإقناعهم.

ط ————— احترام العلاقات العامة لقيم ومعتقدات وآراء الجماهير: لا يمكن أن يتحقق النجاح للعلاقات العامة بالمنظمة ما لم تكن برامجها وأنشطتها منسجمة مع معتقدات وقيم الجماهير، وأن تكون هذه القيم والمعتقدات ضمن برامجها وسياساتها³⁸.

هذه أهم عناصر التأثير التى توظفها إدارة العلاقات العامة من أجل التأثير فى الأفراد العاملين بالمنظمة، من أجل استمالتهم وكسب ثقتهم وتأييدهم لأهداف وبرامج المنظمة والعمل على إنجازها، كما تبرز إلى أى حد يحتاج العامل فى المنظمة إلى هذه المرتكزات من أجل إحداث التأثير المرغوب فيه وجعله عنصرا فعالا يحمل ويتقمص صورة المنظمة ويدافع عنها أمام زملائه المترددين وأمام المنافسين المروجين للإشاعات المضللة والأخبار الكاذبة.

خاتمة.

العلاقات العامة: مدخل لتحسين البيئة الداخلية للمنظمة

عرفت البشرية العلاقات العامة منذ القدم وتطورت مع تطورها عبر الزمن، واستعمل الإنسان مجموعة من وسائل الاتصال لإنجاز عمليات العلاقات العامة بما يتوافق مع كل مرحلة من مراحل التطور الإنساني، وبما يحقق أهداف وسياسات وبرامج المنظمة.

إن للمورد البشري في المنظمة أدواراً رائدة وحاسمة في تأدية المهام المختلفة والتي يتحقق من خلالها نجاح المنظمة وبقاؤها قوية عبر الزمن، ولذلك تحرص المنظمات الحديثة على حسن إدارته والتكفل بانشغالاته وتطلعاته وتدريبه وتحفيزه وإدماجه في ثقافة المنظمة.

إن أفراد المنظمة بالإضافة إلى جهاز إدارة الموارد البشرية هم بحاجة ماسة إلى إدارة للعلاقات العامة تمتاز بمواصفات الكفاءة والنزاهة والموضوعية والقدرة العلمية والعملية في التعامل مع العاملين وحل مشاكلهم والتكفل بانشغالاتهم وتمكينهم من المساهمة في رسم السياسة العامة للمنظمة، وبذلك يمكنهم الدفاع عن منظماتهم وتدعيمها داخليا وخارجيا، وتستقر بيئة المنظمة وتتحسن العلاقات بين الأفراد مع بعضهم وبين المستويات الإدارية وبين القيادة والمرؤوسين.

ولذلك فإن العلاقات العامة تؤثر إيجاباً في البيئة الداخلية للمنظمة من خلال القائمين على العلاقات العامة والتميزين بالمواصفات التي تؤهلهم إلى ذلك، وخاصة إذا توفرت فيهم الكفاءة العلمية والخبرة العملية والمهارة الفنية ومهارات الاتصال.

وعلى ضوء هذه الدراسة يمكن تقديم بعض النتائج والتوصيات نجلها في الآتي:

أولاً: النتائج:

1 — إن العلاقات العامة تجمع بين العلم والفن، وأن القائم عليها يجب عليه أن ينهل من كثير من العلوم ومن التجارب العملية وفنون الاتصال.

2 — لا يمكن أن تؤدي العلاقات العامة مهامها في وجود قيادة للمنظمة لا تقدر قيمة العلاقات العامة ودورها في المنظمة.

3 — لا يمكن للعلاقات العامة أن تحقق الغرض من وجودها مالم تستثمر حقيقة في المورد البشري للمنظمة وتستميله فكراً وعاطفة وجهداً لصالح المنظمة وسياساتها وبرامجها.

4 — إن قوة القائم بالعلاقات العامة تتجلى فيما تعرفه البيئة الداخلية للمنظمة من استقرار وانسجام بين أفرادها.

5 — لا يمكن للمنظمة أن تعرف أفرادها ومشاكلهم والتعامل معها مالم تملك علاقات عامة قوية ومرنة وفاعلة.

ثانياً: التوصيات:

العلاقات العامة: مدخل لتحسين البيئة الداخلية للمنظمة

- 1 — على قيادة المنظمة الاهتمام الكامل بالعلاقات العامة واختيار أفرادها وتحسين برامجها.
 - 2 — ضرورة اعتماد المنهج العلمى فى إدارة العلاقات العامة.
 - 3 — ضرورة التزام قيادة المنظمة بإشراك القائم بالعلاقات العامة فى سياسات المنظمة وقراراتها المهمة.
 - 4 — ضرورة تمكين إدارة العلاقات العامة من الأموال والوسائل اللازمة من أجل أداء مهامها.
 - 5 — ضرورة التنسيق والتعاون بين إدارة الموارد البشرية وإدارة العلاقات العامة.
- الهوامش:**

¹ — أنعام حسن أيوب وآخرون، العلاقات العامة والاتصال فى الخدمة الاجتماعية، دار مكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان: 2016 ص 13.

² - Wilcox, D.L., Ault, P.H, and Agee, W.K. **Public Relations Strategies and Tactics**, Harper Collins, 1992.

(نقلا عن: أليسوم فيكر، دليل العلاقات العامة: مرجع عملى شامل، (ت: عبد الحكم الخزامى)، القاهرة: دار الفجر للنش

والتوزيع، 2004 ص 9 — 10).

³ — نفس المرجع، ص 10.

⁴ — فهمى، محمد العدوى، مفاهيم جديدة فى العلاقات العامة، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن (عمان): 2011، ص 17.

⁵ — نفس المرجع، ص 18.

⁶ — على، عجرة، الأسس العلمية للعلاقات العامة، عالم الكتب، القاهرة: 1988، ص 17.

⁷ — مريهان، منصور أبوسنة، محاضرات فى العلاقات العامة والإعلان، جامعة المنوفية، القاهرة: (د.ت)، ص 23 — 24.

⁸ — إسماعيل، مصطفى سالم، العلاقات العامة فى الخدمة الاجتماعية، مطبعة هشام، كفر الشيخ (مصر): 1999، ص 18 — 19.

⁹ - مريهان، منصور أبوسنة، المرجع الأنف الذكر، ص 28.

¹⁰ — نفس المرجع، ونفس الصفحة.

¹¹ — محمد، يوسف مصطفى عبده، مقدمة فى العلاقات العامة، كلية الإعلام، القاهرة: 2004، ص 44 — 45.

¹² — نفس المرجع، ص 45 — 46.

¹³ — عبد الناصر، أحمد جرادات، ولبنان، هاتف الشامى، أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، دار البازورى العلمية

للنشر والتوزيع، عمان (الأردن): 2009، ص 28.

¹⁴ — نفس المرجع، ونفس الصفحة.

¹⁵ — فهمى، محمد العدوى، مفاهيم جديدة فى العلاقات العامة، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان (الأردن): 2011، ص 30 — 31.

¹⁶ — نفس المرجع، ص 32 — 33.

¹⁷ — عبد الناصر، أحمد جرادات، ولبنان، هاتف الشامى، مرجع سابق، ص 46، نقلا عن (محمود، محمد الجوهري، دليل

العلاقات العامة للمؤسسات والشركات، الدار القومية للنشر، القاهرة: 1964، ص 7).

¹⁸ - نفس المرجع، ص ص 48 — 50.

العلاقات العامة: مدخل لتحسين البيئة الداخلية للمنظمة

- 19 — محمد، منير حجاب، وسحر، محمد وهبي، المداخل الأساسية للعلاقات العامة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة: 1992، ص 54 — 56.
- 20 — حسن، محمد خير الدين، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، جامعة عين شمس، مصر: 1978، ص 37.
- 21 — فهمي، محمد العدوي، مفاهيم جديدة في العلاقات العامة، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان(الأردن): 2011، ص 62 — 63.
- 22 — نفس المرجع، ص ص 66 — 68.
- 23 — عمر، وصفي عقيلي، إدارة الموارد البشرية المعاصرة: بعد استراتيجي، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان(الأردن): 2005، ص 11.
- 24 — نفس المرجع، ص 12.
- 25 — يوسف، حجيم الطائي، ومؤيد، عبد الحسين الفضل، وهاشم، فوزي العبادي، إدارة الموارد البشرية: مدخل استراتيجي متكامل مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان(الأردن): 2006، ص 37.
- 26 — هشام، الطالب، دليل التدريب القيادي: سلسلة التنمية الإدارية، المعهد العالمي للفكر الإسلامي، عمان(الأردن): 2003، ص 52.
- 27 — كنعان نواف، القيادة الإدارية، طع الأردن: دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2009، ص 87.
- 28 — عبد الرحمن هاني، "النظرية والنمذجة"، مجلة اتحاد الجامعات العربية، العدد 35، الصادرة في شهر يناير 1999 ص 171
- 29 — علي، السلمي، إدارة الموارد البشرية الاستراتيجية، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة: 2001، ص 29.
- 30 — نفس المرجع، ص 41 — 42.
- 31 — نفس المرجع، ص 42 — 43.
- 32 — خضير، كاظم حمود، وباسين، كاسب الخرشة، إدارة الموارد البشرية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والتباعة، عمان(الأردن): 2007، ص 19 — 20.
- 33 — نفس المرجع، ص 20.
- 34 — نفس المرجع، نفس الصفحة.
- 35 — على السلمي، مرجع سابق، ص 46 — 47.
- 36 - Bertrand R, Canfield, **Public Relations, Principles, Cases and Problems**, 6th ed, U.S.A: Illinois: Richard D. Irwin Inc., Homewood, 1973, p 59.
- 37 — علي، عوجة، الأسس العلمية للعلاقات العامة، طع عالم الكتب، القاهرة: 1985، ص ص 52 — 59.
- 38 — فهمي، محمد العدوي، مرجع سابق، ص ص 105 — 108.

قائمة المراجع.

أولاً: المراجع بالعربية:

- 1 — أبو ستة منصور، مريهان، محاضرات في العلاقات العامة والإعلان، جامعة المنوفية، القاهرة : (د.ت).
- 2 — أيوب، أنعام حسن وآخرون، العلاقات العامة والاتصال في الخدمة الاجتماعية، دار مكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان : 2016.

العلاقات العامة: مدخل لتحسين البيئة الداخلية للمنظمة

- ³ — جرادات أحمد، عبد الناصر، والشامي هاتف، لبنان، أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان (الأردن) : 2009.
- ⁴ — هاني، عبد الرحمن، "النظرية والنمذجة"، مجلة اتحاد الجامعات العربية، العدد 35، الصادرة في شهر يناير 1999.
- ⁵ — كاظم حمود، خضير، وكاسب الخرشة، ياسين، إدارة الموارد البشرية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والتباعة، عمان (الأردن) : 2007.
- ⁶ — الطالب، هشام، دليل التدريب القيادي : سلسلة التنمية الإدارية، المعهد العالمي للفكر الإسلامي، عمان (الأردن) : 2003.
- ⁷ — الطائي حليم، يوسف، والفضل عبد الحسين، مؤيد، والعبادي فوزي، إدارة الموارد البشرية : مدخل استراتيجي متكامل، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان (الأردن) : 2006.
- ⁸ — السلمي، علي، إدارة الموارد البشرية الاستراتيجية، القاهرة : دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، 2001.
- ⁹ — العدوي محمد، فهمي، مفاهيم جديدة في العلاقات العامة، دار أسامة للمشر والتوزيع، الأردن (عمان) : 2011.
- ¹⁰ — نواف، كنعان، القيادة الإدارية، طه الأردن : دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2009.
- ¹¹ — سالم مصطفى، إسماعيل، العلاقات العامة في الخدمة الاجتماعية، مطبعة هشام، كفر الشيخ (مصر) : 1999.
- ¹² — عبده مصطفى يوسف، محمد، مقدمة في العلاقات العامة، كلية الإعلام، القاهرة : 2004.
- ¹³ — عوجة، علي، الأسس العلمية للعلاقات العامة، ط.ع. عالم الكتب، القاهرة : 1985.
- ¹⁴ — عوجة، علي، الأسس العلمية للعلاقات العامة، عالم الكتب، القاهرة : 1988.
- ¹⁵ — عقيلي وصفي، عمر، إدارة الموارد البشرية المعاصرة : بعد استراتيجي، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان (الأردن) : 2005.
- ¹⁶ — خير الدين محمد، حسن، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، جامعة عين شمس، مصر : 1978.

ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية:

¹⁷ - Bertrand R, Canfield, **Public Relations, Principles, Cases and Problems**, 6th ed, U.S.A: Illinois: Richard D. Irwin Inc., Homewood, 1973, p 59