

المحاضرة الرابعة: صفات وميزات أخصائي العلاقات العامة

ان نجاح ادارة العلاقات العامة في اداء وظائفها لا يتوقف على قدرة العاملين فيها و انتماءهم لها فقط و انما يتوقف على رضا العاملين و مدى شعورهم بالانتماء و قناعاتهم بسياساتها و أهدافها مما يعكس أداءهم و سلوكهم داخل المنظمة و خارجها و في نشر الانطباعات عن مؤسستهم خارجا المنظمة .

و من المؤكد أن أخصائي العلاقات العامة يمثل دوراً رئيسياً وهاماً في نجاح العلاقات

العامة بالمؤسسة فهو كما يقول الدكتور إبراهيم إمام يشبه الوتر الحساس الذي ينقل الأنغام

الصادقة من الرأي العام إلى المؤسسة ومن المؤسسة إلى الرأي العام ، وهو المحور الأساسي الذي يدور حوله كل نشاط اتصالي أو إعلامي ، لذلك فمن الواجب أن تتوفر فيه خصائص شخصية ومهارات اتصالية معينة تمكنه من القيام بمهامه الأساسية على وجه مرضي ، فأخصائي العلاقات العامة يجب أن يكون حساساً ويقظاً لاتجاهات الرأي العام وآراء الجماهير لينقلها بصدق وأمانة إلى مؤسسته ، وكما يتوجب عليه أن يكون ذا مهارة اتصالية كي يستطيع أن يتعامل بالكلمة الواضحة المعبرة وبالأسلوب الصادق والمؤثر مع الجماهير .

- لا بد من توفر مجموعة من المواصفات و الشروط للعاملين بالعلاقات العامة ، و التي تضمن لهم نجاحا و فعالية أكثر في أعمالهم مستعملين المهارات ، و الأساليب و الوسائل الملائمة لتحسين العلاقات داخل تلك المؤسسات و خارجها و عموما يمكن ابراز الصفات فيمايلي :

1. توافر الأخلاقيات التي تكفل بممارسة العلاقات على أسس سلمية و تتسع الأخلاقيات لتشمل الصدق و الأمانة و السمعة الطيبة و غيرها من القيم و المعايير الأخلاقية التي تبعث على الاقناع و الأمان و الإطمئنان و الثقة و المصادقية في التعامل .
2. الموضوعية في الاقوال و الأفعال و الحكم على الأمور استناد الى الحقائق المدعمة بالبحوث و و الدراسات التجريبية التي تؤدي الى تفسيرات علمية ، و البعد عن التحيز الشخصي و كذلك البعد عن كافة صور الانحراف و التقصير لتحقيق منافع و أغراض ذاتية .
3. المرونة و القدرة على التصرف و التأقلم مع متطلبات التكيف و سرعة البديهة و الفطنة و القدرة على تحليل و تقدير المواقف .
4. قوة و تكامل الشخصية و يتضمن ذلك الاستقرار العاطفي و الاتزان العقلي و القدرة على الفهم حسن التعبير و القدرة على التأثير على الآخرين ، و الهدوء و عدم الإنفعال و القدرة على تكوين صداقات و الدبلوماسية في التصرف .
5. توافر الثقافة العامة الواسعة و الاحاطة التامة بما يجري داخل و خارج المؤسسة.
6. الإلمام بالأصول العلمية للعلاقات العامة عن طريق تحليل و قياس الرأي العام و اتجاهات و آراء المجموعات المختلفة التي يتعامل معها المشروع سواء كانوا عاملين أو عملاء أو مساهمين أو موردين أو منافسين أو المجتمع المحلي أو الاقليمي أو الدولي .
7. المظهر الحسن و التفاؤل و البشاشة حيث يساعد ذلك على جنب اهتمام و تقدير و ثقة الجماهير التي يتعامل معها ، و يتطلب أن يكون ممارس العلاقات العامة ذو شخصية اجتماعية جذابة .
8. الاتسام بالجدية و الانضباط في العمل ، بما يجعله قدوة لغيره من المتعاملين في المؤسسة و المتعاملين معها .

9. توافر روح المبادرة للمواقف و الأحداث الحالية و المستقبلية و عدم الانتظار و الترقب لأدوار يفرضها عليه الآخرين بل التنبؤ بالأحداث و المواقف و الاستعداد لها .
10. توفر مهارات الاتصال الفعال مثل القدرة على التحدث و حسن التنظيم و ادارة الوقت و القدرة على التفكير المنظم و معرفة تقنيات الاعلام .
11. اتقان اللغات حيث تهتم جل المؤسسات لاختيار اخصائي العلاقات العامة ، ممن يتقنون اللغات الاجنبية و هذا بما يتوافق مع طبيعة عمل المؤسسة .
12. معرفة كافية لمختلف وسائل الاعلام و الاتصال و اتقان استخدامها و خبرة في ممارستها للتعبير عن الاراء و تأمين ايصالها للجمهور في احسن ظروف و بأفضل الطرق .
13. المعرفة الكافية لاستخدام الاسلوب العلمي، و يتضح ذلك بصورة خاصة في عملية التعرف على الرأي العام وفي بحوث قياس فعالية النشاط الإعلامي . و كذا في جمع المعلومات اذا لا يتمكن أي باحث اليوم من جمع المعلومات وتبويبها وتحليلها واستخلاص النتائج دون الإلمام بالأساليب الإحصائية، ويعتمد ذلك في المؤسسات الكبيرة إلى معرفة استخدام الكمبيوتر في إجراء البحوث .

مجالات العلاقات العامة :

هنالك عدة مجالات رئيسية لتطبيق العلاقات العامة سنأتي على ذكر أهمها فيما يلي :

1-المجال السياسي:

في الدول التي تأخذ بالديمقراطية البرلمانية وتعدد الأحزاب السياسية، يكون للعلاقات العامة دور كبير في استقطاب الجماهير والتأثير عليهم لصالح سياسي معين أو حزب من الأحزاب السياسية المتنافسة على كراسي الحكم، سواء كان ذلك في الانتخابات العامة على الصعيد القومي أو الإقليمي أو المحلي، و تعتبر العلاقات العامة هنا بنشاطها و خبراءها حلقة وصل بين السياسيين و بين الجماهير .

2- مجال الوزارات و الدوائر الحكومية :ففي هذا المجال تسعى العلاقات العامة الى توعية الجماهير و ارشادها عن طريق شرح و تفسير القوانين و الانظمة بهدف مصلحة الجمهور و من أجل كسب تأييده للسياسات و القوانين و الانظمة بهدف مصلحة الجمهور و من أجل كسب تأييده للسياسات و القوانين الحكومية . و قد تتصدى العلاقات العامة لدحض بعض الشائعات أو تبرير موقف معين عن طريق ابراز الحقائق المتعلقة بهذا الموقف .

3- مجال الادارة المحلية : و تمارس العلاقات العامة هنا دوراً هاماً في كل ما يتعلق بالشؤون البلدية و التي تديرها مجالس بلدية أو محلي .

و مجمل النقاط التي تتلخص فيها العلاقات العامة في مجال الحكومي كالتالي :

1- التوعية والإرشاد والإعلام : تهدف العلاقات العامة على مستوى الحكومات السياسية إلى إعلام المواطن بوجه النشاط والحكومة في كافة الميادين السياسية والاجتماعية والثقافية والدبلوماسية والعالمية وذلك بغرض خلق المواطن الواعي والمشارك والمساهم برأيه وتأييده

ورضاه عن نشاط حكومته لا سيما في البرامج التنموية التي تحتاج فيها الدول إلى عون المواطنين ومشاركتهم ومساهماتهم المادية والمعنوية.

كما تقوم بشرح وتفسير القوانين ونظم وإجراءات العمل الجديدة في المجالات الاجتماعية والخدمية والاقتصادية حتى يكون مدركاً وملماً بالتغييرات والتي تحدث في نظم العمل والخدمات، فيسهل عليه إنجاز أغراضه وحاجاته دون عناء .

2- كسب رضى الجمهور وتأييده للسياسات الحكومية : لا تستطيع حكومة ما من القيام بأي سياسات قومية كبرى ما لم تهئ أذهان المواطنين لها وما لم تعمل على كسب رضى الجمهور وثقته في تلك السياسات ، وذلك لشرحها له ومناقشتها معه في اجتماعات سياسية كانت أو إقليمية وفي إذاعية وتلفزيونية وقد تأخذ هذه السياسات شكل مشاريع اقتصادية أو اتفاقيات دولية أو قوانين ولوائح عمل جديدة أو دستور عام للبلاد، هذه النشاطات تحتاج إلى حملات إعلانية توضيحية للشرح والاستئناف بآراء الجماهير قبل إقرار السياسة أو الخطة، وهكذا يتهيأ قبول الجمهور لتلك السياسات عند صدورها أو تطبيقها.

3- معرفة الرأي العام فيما يختص بتقييمه لمستوى الأداء العام للخدمات والعمل على تلبية رغباته :

فالحكومة يهملها أن تعرف رأي الناس عن أداء مؤسساتها السياسية كالجهاز التنفيذي المكون من مجلس الوزراء تماماً كما يهملها أن تعرف مدى رضى الناس عن الخدمات الضرورية التي تقدمها لهم الوزارات والمصالح الحكومية كخدمة الكهرباء ومياه الشرب والبريد والبرق والمواصلات والضمان الاجتماعي إلى غير ذلك من الخدمات الضرورية المتعددة .

4- العمل على دحض الشائعات والحملات والمفرضة بإبراز الحقائق والمكاشفة :

وتتصدى نشاطات العلاقات العامة القومية للحكومة إلى الحملات الدعائية الجائرة الواردة في الإعلام الخارجي أو الشائعات من بعض الجماعات الداخلية، وذلك بذكر الحقائق المجردة

والصادقة بغرض توعية المواطنين وإعلامهم بالموقف الصحيح والأخبار الصادقة حتى لا يصبح المواطن مطية لتلك الشائعات والحملات الكيدية .

5- اهتمام الحكومة بشؤون موظفيها وعمالها : بأن تهئ لهم الظروف الطبيعية والصحية للعمل ، وان تدفع لهم أجورهم ورواتبهم التي تتلاءم مع الظروف الاقتصادية والمعيشية والاجتماعية .

ثانياً : أهداف العلاقات العامة على مستوى المنظمات الحكومية :

تهدف العلاقات العامة في أية منظمة من المنظمات الحكومية على وجه الخصوص على تحقيق ما يلي :

1- إعلام المواطنين بالسياسة العامة : التي تبغي الوصول إليه، كي يكونوا على بيئة من هذه السياسة ليسهل توثيق التعاون المثمر بين المنظمة والمواطنين .

2- إيصال رغبات وطلبات المواطنين إلى الإدارة العليا: بحيث يساعد وصول هذه الرغبات والطلبات إلى تلبيتها قدر الإمكان .

3- الاهتمام برغبات وحاجات العاملين (الموظفين والعمال) في المنظمة و من الناحية الثقافية والصحية والترويجية، وذلك بدفع الأجور المناسبة ووضع أنظمة الترقية موضع التنفيذ و المساواة بين الجميع، بحيث تساعد هذه الأنظمة على توثيق الصلات الطيبة بين الإدارة والعاملين.

4- الاهتمام والتأكيد على الاتصال بين المنظمة والمنظمات الأخرى : سواء تلك التي تتشابه معها في الانتاج والخدمات الأخرى أو التي تختلف عنها في ذلك بواسطة المطبوعات والنشرات والكراسات والاتصالات التلفزيونية وغيرها من وسائل الاتصال الأخرى، لأن توثيق هذه الاتصالات يؤدي إلى تقوية العلاقة بين هذه المنظمة والمنظمات الأخرى سواء كانت في البلد الواحد أو في البلدان المختلفة.

ثانيا / العلاقات العامة على مستوى المنظمات الخاصة و العامة :

مجال القطاع الخاص: يشمل كافة المؤسسات الخاصة و شركات الاشخاص و شركات الاموال المنتشرة في كافة انحاء الدولة و دور العلاقات العامة يتمثل في اقامة علاقات جيدة مع المستهلكين و الموظفين و الموردين و المؤسسات المالية و المجتمع و يجب استعمال الامانة و الصدق للحصول على رضا الجمهور و ثقته

تتولى وظيفة العلاقات العامة في المنظمة دعم الاستجابة المتبادلة بين المنظمة وبيئتها (المجتمع) ، وكذلك بين إدارتها وبين العاملين فيها، ولذا تتجه هذه الوظيفة إلى الآتي :

أولاً : كسب ثقة البيئة الداخلية ودعمها : ممثلة بالوحدات التنظيمية وجمهورها أي الأفراد العاملين فيها ومنظماتهم (نقاباتهم) وكذلك جمهور المتعاملين (الزبائن والموردين أو المجهزين والوكلاء أو الموزعين) ويتحقق هذا الهدف بوساطة الأهداف الفرعية الآتية :

1- تحفيز الثقافة المشتركة للمنظمة نحو خلق القناعة بالترابط بين أهداف المنظمة وأهداف جمهورها .

2- توعية الإدارات المختلفة في المنظمة بأهمية كسب ثقة الجمهور .

3- تعريف الجمهور بفئاته المختلفة بأهمية أهداف المنظمة ودورها في تنمية المجتمع .

4- الاستيعاب الجيد لحاجات جمهورها ورغباته ومواقفه من المنظمة ومخرجاتها .

5- مساعدة جمهورها على الانتفاع الجيد من مخرجاتها وعلى الإسهام الجيد في توفير مستلزماتها.

6- الإسهام في معالجة المصاعب والمعوقات التي تواجهها في علاقاتها بجمهورها .

ثانياً : كسب ثقة البيئة المحيطة بها ودعمها : ممثلة بسلطات المجتمع ومنظمات الأعمال، وكذلك بجمهور المواطنين أو الرأي العام ويتحقق هذا الهدف بواسطة الأهداف والفرعية الآتية :

- 1- التوضيح الجيد لإمكانيات المنظمة وإسهاماتها في تنمية المجتمع وتقديمه .
- 2- إقامة علاقات إيجابية مع المنظمات والأجهزة الحكومية والمعنية بمدخلاتها أو مخرجاتها لضمان الإنسانية في عملها .
- 3- استشارة ودعم بيئتها فضلاً عن جمهورها لسياساتها والتغييرات لسياساتها والتغييرات المستخدمة فيه .
- 4- التحديد الواضح لاحتياجاتها (متطلبات عملها ومستلزمات نجاحها) وتحفيز مصادر توفيرها لتزويد المنظمة بها .

ثالثاً / العلاقات العامة في المجال الاجتماعي التطوعي أو التعاوني :

و يشمل مجال الجمعيات التعاونية بكافة أشكالها و التي تسعى لتقديم الخدمات لأعضائها بسعر التكلفة و بدون ربح ، و يتضمن دور العلاقات في هذا المجال الحصول على تأييد و دعم اعضاء هذه الجمعيات و معرفة متطلباتها فيما يتعلق بنوعية الخدمة المقدمة لهم و جودتها .

فعلى سبيل المثال قد تريد المؤسسة أن تعرف نفسها للجمهور بأنها تعمل في قضية الرعاية الاجتماعية للمعوقين أو رعاية الصم والبكم في المجتمع، ولذلك فهي تريد أن تثير اهتمامهم بقضيتها وتكسب تعاطفهم معها وتحفزهم للمساهمة الفعلية بالمال والجهد والوقت في مشاريعها .

مثل هذه المؤسسة تحتاج فيما تحتاج إليه إلى حملات توعية وبرامج متنوعة في

العلاقات العامة لتحقيق أهدافها نذكر منها على سبيل المثال لا الحصر الآتي :

1- غرس الشعور بالمشاركة والمسئولية: وهذا من الأمور التي ينبغي الاهتمام بها في برامج العلاقات العامة وهذا الأمر لا يتطلب إعلام المواطن به فحسب ولكن لابد من توليد الشعور فيه بالمشاركة والمساهمة الإيجابية، وربما تحتاج الحملة إلى تكثيف الإعلام وشرح القضية من خلال الكتيبات المصورة واللوحات والأفلام والتمثيلات والاجتماعات والندوات.

2- أسلوب تنظيم الزيارات : وذلك لأن الرؤية بالعين هي أكثر إقناعاً من السماع، فتأثير رؤية النشاط الاجتماعي المقدم فعلياً أقوى بكثير من محاضرة أو خطبة عصماء في موضوع الرعاية الاجتماعية، ومن المفيد دعوة قادة الرأي العام، والشخصيات ذات الأثر التي تؤمن بالخدمة الاجتماعية وبالمسئولية الاجتماعية وبمساعدة الضعيف والمنكوب في المجتمع المحلي حيث أنه من المفيد دعوتهم لمشاهدة النشاطات الاجتماعية وإشعارهم بضرورة مشاركتهم فيها، بل وجعلهم أعضاء دائمين في لجان ومجالس إدارتها .

أسلوب تنظيم حملات التبرعات: أن من أهم نشاطات العلاقات العامة في المؤسسات الاجتماعية أن تجمع التبرعات من المؤسسات الاقتصادية والأفراد الأثرياء والجمعيات والحكومة وأن أسلوب جمع التبرعات يعتبر في حد ذاته أسلوباً لربط الجماهير بأهداف المؤسسة والتعاطف معها، ويمكن أن يتم جمع التبرعات من خلال النداءات بالبريد وإقامة الحفلات الترفيهية والأسواق الخيرية، ويمكن استخدام الشخصيات البارزة في المجتمع والمؤثرة فيه في حملات التبرعات لأنها أقدر من غيرها على إقناع الناس بوجاهة المشروع والمساهمة الإيجابية فيه بالمال والمواد .