المحاضرة الثالثة: وظائف العلاقات العامة.

إن الحديث عن وظائف العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة تجرنا إلى نذكر مجموعة من التقسيمات أو الآراء التي تختلف بين الباحثين والمتخصصين حول تحديد وظائف العلاقات العامة أهمها:

3-1- الوظيفة البنائية والوظيفة العلاجية: حيث لكل وظيفة منهما مبررات نشأتها ومن المنطقي أن تكون الوظيفة العلاجية تطورا وامتدادا طبيعيا للوظيفة البنائية الذي يبدأ عادة من البحث وجمع المعلومات ثم يتطور إلى ايجاد الطرق والأساليب المطلوبة للعلاج والتصحيح.

أ- الوظيفة البنائية (الوقائية): تتحدد هذه الوظيفة من خلال بناء الأنشطة والبرامج التي من شأنها أن تنمو وترتقي بالمؤسسة، إضافة إلى التنبؤ بالأحداث واستشراف المواقف المستقبلية وذلك لوقاية المؤسسة من الآثار السلبية للأزمات والمخاطر التي يحتمل أن تتعرض لها ويمارس المختصون في العلاقات العامة هذه الوظيفة من خلال تخطيط وتنسيق جميع الأنشطة البنائية مثل تلك التي تهدف إلى بناء السمعة وتحقيق الصورة الإيجابية للمؤسسة مثل القيام بالأنشطة البحثية، قياس اتجاهات الرأي العام، إعداد وإنتاج المواد الإعلامية، إعداد وتنظيم الأحداث الخاصة وأنشطة التدريب.

ب- الوظيفية العلاجية (التصحيحية): من المعروف أن أي مؤسسة مهما كان حجمها وكفاءتها في التسيير فإنها معرضة في أي لحظة وتحت أي ظرف للمشاكل والأزمات التي تميزها الصراعات والنزاعات العميقة ولذلك تكون الحاجة إلى توظيف أسلوب التصحيح لمعالجة مثل هذه المشكلات والأزمات التي تهدد وجود المؤسسة فمهمة العلاقات العامة هنا هي إعادة الأوضاع إلى ما كانت عليه بل على العكس من ذلك ضرورة الاستفادة القصوى من تلك الأوضاع والتجارب الصعبة في تحقيق الوظيفة البنائية.

3-2- وظائف العلاقات العامة عند فيليب ليزلي Philip Lesley: الذي يرى أن هناك أربع وظائف رئيسية تقوم بها العلاقات العامة في المؤسسة تتمثل في:

أ- تقديم النصائح والاستشارات إلى الإدارة العليا والإدارات الفرعية الأخرى فمن مهام العلاقات العامة توصية المسؤولين باتخاذ القرارات والسياسات المناسبة التي تخدم برامجها واستراتيجياتها الداخلية والخارجية.

ب- بناء علاقات الثقة الدائمة والمتبادلة مع جمهور المؤسسة ومع كل العناصر الفاعلة في محيطها وذلك من خلال التخطيط الجيد للبرامج والخطط والحملات الإعلامية التي تحقق المصالح المشتركة وتدافع عن آراء وتوجهات المؤسسة داخليا وخارجيا.

ت- وظيفة الإعلام التي تشمل تقديم المعلومات والأخبار والإفصاح عن القرارات والتوجيهات والأرقام والنسب والإحصائيات التي تهم كل من له علاقة ومصلحة بالمؤسسة خاصة العلاقة مع الصحافة

وفي المقابل استخدام وسائل الاتصال المناسبة والمؤثرة نظرا لطبيعة الرسالة والجمهور وحجم المادية والبشرية والفنية.

ث- وظيفة البحث ودراسة الجمهور: لا يمكن للإدارة العليا في المؤسسة أن تتخذ القرارات الاستراتيجية من دون أن تملك المعرفة الجيدة والاطلاع المستمر على التطورات والتغيرات التي تطرأ على بيئة العمل والجماهير المختلفة ولتتحقق هذه المعرفة يجب تسند الإدارة هذه الوظيفة للعلاقات العامة من خلال قياسها لاتجاهات الجماهير باستخدام استقصاءات الرأي تستطيع أن تتنبأ بالاتجاهات الجديدة والمتغيرة ذات التأثير الكبير على عمليات المؤسسة **(محمود يوسف مصطفى عبده، 2004، ص 87).**

3-3- وظائف العلاقات العامة حسب كاتليبCutlip وسنترCenter وبروومBroom: يرى هؤلاء الباحثين أن العلاقات العامة كوظيفة إدارية تقوم بأداء الوظائف التالية:

أ- دراسة اتجاهات الجمهور وتحليلها وتفسيرها لتحقيق حاجاتهم وأولوياتهم والاهتمام بمعرفة العوامل الايجابية والسلبية التي تؤثر في نشاط المؤسسة.

ب- تقديم الاستشارة لإدارة المؤسسة عبر مختلف المستويات فيما يتعلق باتخاذ القرارات والسياسات المناسبة التي تخدم برامجها ومسؤوليتها الاجتماعية.

ج- انتهاج أسلوب البحث وإجراء الدراسات التي تساهم في إعداد البرامج الاتصالية وتنفيذها وتقويمها قصد تحقيق أهداف المؤسسة مثل البرامج التي تعدها المؤسسة الجامعية الموجهة لجمهور الطلبة والمجتمع المحلي والمتعاملين الاقتصاديين والإدارات العمومية.

3-4- تصنيف الباحث علي عجوة: يحدد وظائف العلاقات العامة على النحو التالي **(علي عجوة، 1995، ص50):**

أ-الوظيفة الإعلامية: من خلال إعلام وإخبار الجمهور بكل ما يحتاجه من معلومات وبرامج وخطط المؤسسة حيث يساهم ذلك في توعيته أكثر بحاجته للمؤسسة وحاجة المؤسسة إليه.

ب-**الوظيفة البحثية والاستشرافية**: من خلال الاهتمام بإجراء البحوث المسحية والاستطلاعية للرأي العام وجمهور المؤسسة، وتحليل مواقفهم وذلك لدعم عوامل النجاح ومعالجة عوامل الفشل.

ح- **وظيفة التنسيق**: وهي العمل على ربط علاقة متكاملة بين التخطيط الجزئي لنشاط العلاقات العامة مع التخطيط الكلي والشامل لأنشطة الإدارات الأخرى، حيث يتحقق ذلك من خلال تنسيق وبرمجة أنشطة العلاقات العامة مع الأنشطة الأخرى لمنع التداخل والتعارض إضافة إلى تنسيق أساليب المتابعة والتقييم والتقويم في إطار مراقبة شاملة لمختلف الفعاليات والبرامج الأخرى.

3-5- تصنيف ريموند سيمونRaymond Simon: يعتبر وظائف العلاقات العامة على أنها العمليات أو المراحل التي يختص بها نشاط العلاقات العامة وتتمثل هذه الوظائف في أربعة عمليات أساسية هي:

1-البحث وجمع المعلومات: يعتبر أسلوب البحث التقنية الأساسية التي تؤمن المعلومات والبيانات المطلوبة ويتمثل في تلك الدراسات المتعلقة بقياس اتجاهات الرأي العام لجماهير المؤسسة داخليا وخارجيا.

2-التخطيط والتنسيق: ويقصد به تخطيط ورسم استراتيجية العلاقات العامة وذلك بتحديد الهدف والجماهير المستهدفة وتصميم البرامج الإعلامية وتوزيع الاختصاصات وتحديد الميزانية وتوزيعها على الأنشطة، كما تعمل إدارة العلاقات العامة على التنسيق بين مختلف أقسامها والتنسيق بين الإدارات الأخرى في المنظمة لتحقيق الانسجام بين هذه الإدارات من ناحية وبين المنظمة وجمهورها الداخلي والخارجي من ناحية أخرى.

3-الاتصال: ونعني به الاتصال بالجماهير المستهدفة وتحديد الوسائل الاعلامية المختلفة والمناسبة لتنفيذ خطة العلاقات العامة وتوصيلها للجمهور.

4-التقييم والتقويم: ويقصد به قياس النتائج الفعلية والقيام بالإجراءات التصحيحية لبرامج العلاقات العامة لضمان فعاليتها وتحقيقها لأهدافها.

بناءا على كل التقسيمات والتصنيفات السالفة الذكر ومن بين وظائف العلاقات العامة الأخرى نجد مايلي:

- إقامة علاقات جيدة ومستمرة مع وسائل الاتصال ومع المنظمات التي تعمل في نفس مجال عمل المنظمة أو تتعامل مع المنظمة سواء كانت صناعية، تجارية أو مالية.
- تقديم الاستشارات والنصائح للإدارة العليا في المنظمة فيما يخص السياسات الموجهة للجماهير وإخبارها برد فعل الجماهير حول هذه السياسات.
- تعريف الجمهور بالمنظمة ومنتجاتها بلغة مبسطة مع شرح سياسة المنظمة للجمهور وإبلاغه بالتعديلات أو التغيرات التي تطرأ عليها.
- تزويد المنظمة بكافة التطورات التي تحدث في الرأي العام وحمايتها من أي هجوم يقع عليها نتيجة نشر أخبار كاذبة أو غير صحيحة عنها.
- طبع الكتيبات والنشرات الدورية وعقد الندوات والمؤتمرات وإعداد الأفلام التسجيلية.

- المساهمة في إقامة علاقات جيدة مع العاملين وأعضاء المنظمة من خلال الاستجابة لاهتماماتهم ومصالحهم وإعلامهم عن كل مايخص المنظمة وسياستها وانجازاتها، والمعوقات التي تعترضها وحثهم على الاستمرار في دعم المنظمة.
- متابعة ما ينشر في وسائل الاعلام المتخلفة عن المنظمة وعرضه على الادارة العليا.
- مواجهة الأزمات الداخلية والخارجية التي قد تطرأ على المنظمة ومحاربة الشائعات الضارة بها.

في الأخير يمكن استخلاص نتيجة حول الاتجاه الذي يمكن اعتماده في صياغة أدوار ووظائف العلاقات العامة الحديثة والمعاصرة التي ترتبط أساسا بمفهوم الإدارة الاستراتيجية للعلاقات الذي يمثل الاتجاه السائد في الإدارة الحديثة للعلاقات والاتصال المؤسساتي.