أهمية الأتيكيت في تعزيز العلاقات العامة

العلاقات العامة.. المفهوم والمهام الوظيفية:

العلاقات العامة تعني الآلية التي من خلالها يتم الوصول إلى الجهات الرسمية والهيئات والفعاليات وأفراد المجتمع والتفاعل معها وتحقيق الانسجام اللازم، وأفضل السُبل للوصول إلى النتائج الإيجابية عبر هذه العملية الاتصالية، تلك التي تتناول أسلوب تعامل لطيف يتسم بالحيوية والألفة والأتيكيت والمجاملة اللطيفة وتبادل الشعور الإنساني لكسب عاطفة الأطراف الأخرى وتحقيق مستوى انسجام تام. والعلاقات العامة بحكم وظائفها ومهامها التي يؤديها هي ظاهرة اجتماعية لكنّها تبدلت من حيث طبيعة التعامل بآلياتها السابقة التي كانت تقتصر على إنجاز المعاملات وتحقيق الإجراءات الثانوية التي يحتاجها العمل الروتيني في الشركات والمؤسسات الحكومية وقطاعات العمل الخاص وغيرها، وتحولت بفعل الأهمية والوظيفة الفاعلة التي أخذت تؤديها في المفهوم الحديث إلى فن رفيع للاتصال الإنساني وأداة فاعلة لخلق علاقات متميزة بين المؤسسات وجمهورها الخارجي. وتوصف العلاقات العامة بحكم وظيفتها المتعاظمة بـ(هندسة العلاقات الإنسانية) لدورها في خلق علاقات عصرية حضارية لها كلّ التأثير بين المؤسسات. وأضحت علماً يدرّس وفناً يمارس ويتوقع أن يخلق هذا الاتّجاه فهماً جديداً للعلاقات العامة أكثر بياناً وأكثر تأصيلاً. وتشكل العلاقات العامة Relations Public أو ما يعرف اختصاراً بـ(PR) بفعل التجارب العملية في الحياة العصرية عاملاً مهماً في نجاح أي مشروع سواء كان سياسياً أو اقتصادياً أو ثقافياً أو اجتماعياً وامتد الاهتمام بالعلاقات العامة إلى تحسين صورة دول العالم من خلال حملات علاقات عامة مدروسة ومنظمة ولم يعد دورها قاصراً على مجرد ترويج سلعة معينة أو تقديم خدمة بذاتها. وهناك اعتقاداً سائداً بأنّ العلاقات العامة أشبه بالديكور يضع فيها صاحب الشركة مَن يريد أن يجامله من الموظفين لأنّها لا تعدو عن كونها عملاً بلا مهام، هي الصورة الذهنية التي كانت مطبوعة إلى وقت قريب في الأذهان. ومن حيث البناء اللفظي فإنّ كلمة (علاقات) تعني عملية الصلة والاتصالات والارتباطات التي تتوفر بين هيئة أو مؤسسة والجماهير المتعاملة معها. أما كلمة (عامة) فتعني كلّ جماعة أو شريحة من المجتمع تكون المنظمة على علاقة بها، وكلّ جمهور العاملين أو العملاء، أو الموردين، أو حملة الأسهم أو الممولين، أو الهيئات الحكومية. ويرمز البعض للعلاقات العامة بالمعادلة الآتية:

"الأداء + الأخبار الصادقة = علاقات عامة"

تعريف العلاقات العامة:

إنّ أدق تعريف للعلاقات العامة بتعبير موجز ومفيد هو ما عبّر عنه ميلتون بقوله: "العلاقات العامة هي الأداء الصادق والإعلام عنه". لكن دورمان إيتون يعد أوّل متخصص استخدم عبارة (العلاقات العامة) عام 1882م في محاضرة ألقاها في جامعة ييل ثمّ ظهر إيفي ليد بيتر والذي يطلق عليه بـ"أبي العلاقات العامة" إذ ركّز على إعلام الجمهور بصدق وأمانة ووضوح حتى لو كان ثمن ذلك الاعتراف بالخطأ. وأمام هذه التعريفات لفن العلاقات العامة فإنّ الجمعية الدولية للعلاقات العامة قدمت تعريفاً لهذه المهنة بأنّها وظيفة إدارية ذات طابع مخطط ومستمر تهدف من خلالها المنظمات والهيئات العامة والخاصة إلى كسب تعاطف وتأييد أولئك الذين تعتز بهم والحفاظ على ثقتهم عن طريق تقييم الرأي العام المتعلق بها من أجل ربط سياستها وإجراءاتها قدر الإمكان، وتحقيق تعاون مستمر أكثر ومن أجل مقابلة المصالح العامة بدرجة أكثر كفاية عن طريق تخطيط المعلومات ونشرها. وتعرف العلاقات العامة أيضاً بأنّها مجموعة من الأنشطة والأعمال المخططة المدروسة التي يقوم بها موظفو الإدارات الخاصة بالعلاقات العامة بغية نشر الحقائق الموضوعية والمعلومات الصادقة عن المنظمات الحكومية للجمهور والتعرف على آرائه ورغباته والتأثير فيها بما يساعد على تدعيم الثقة والتعاون بين الجمهور والمنظمات الحكومية ويضمن الأداء المتكامل للخدمات التي تقدّم للجمهور.

وفي سياق التعريفات التي اجتهدت بها المؤسسات المعنية فإنّ معهد العلاقات العامة عرفها بأنّها الجهود المخططة والمقصودة والمدعمة لإيجاد التفاهم والثقة والمحافظة على التفاهم المتبادل بين المنظمة وجمهورها.

ومن وجهة نظر الباحث في تعريف العلاقات العامة بأنّها فن إدارة التعامل ما بين المؤسسة والجمهور وكذلك هي الجهد العملي السليم والترويج له بصورته الحقيقية.

كما يعرّفها أيضاً بأنّها الجهد الوسيط الذي يمارسه رجال العلاقات العامة ما بين الجمهور والمؤسسة لتحقيق الانسجام والتواصل البناء.

وفضلاً عن ذلك هنالك العديد من الاجتهادات التي تقدم بها باحثون ومختصون في العلاقات العامة التي أخذت تتميز بأدائها من وقت لآخر خاصة في الظروف التي شهدت تنافساً بين المؤسسات الحكومية والقطاع الخاص وكذلك في المجتمعات والدول، فأصبح اللجوء لفن العلاقات العامة من ضرورات الحياة العصرية المعقدة.

وحسب الموسوعة الإعلامية المتخصصة في فنون الاتصال والإعلام فإنّ العلاقات العامة Relation Public مصطلح ظهر في نهاية القرن التاسع عشر وشاع استخدامه في منتصف القرن العشرين، ولكن ما يؤشر عليه الاختلاف في بعض ألفاظه وتعريفاته بحسب نوع التخصص الذي تجري ممارسته، ففي حقل الإعلام والاتصال له تعريفه الخاص به الذي يميزه عن ما هو عليه في الحقل الإداري والاقتصادي. وفي قاموس (وبستر Webster’s New Collegiate Dictionary) فإنّ تعرّفها بأنّها مجموعة تقوم النشاطات من بها هيئة أو اتحاد أو حكومة أو أي تنظيم في البناء الاجتماعي، 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 رضاه.

والملاحظ على هذا التعريف أنّه لم يقصر العلاقات العامة على نوع معيّن من المؤسسات أو الأجهزة أو على نوع معيّن من المهن، بل أنّه تبنى رأياً بشمولية هذا التعريف كونه يشير إلى أنّ العلاقات العامة تمارس في كافة المؤسسات والأجهزة المختلفة، سواء كانت حكومية أو غير حكومية، صناعية أو تجارية أو خدمية أو غيرها، كما أنّ هذا التعريف اهتم بتوضيح الهدف من العلاقات العامة، وهو تكوين علاقات طيبة بين تلك المؤسسات وبين الجماهير التي تتعامل معها أو تتصل بها، حتى تكتسب تلك المؤسسات في النهاية رضى المجتمع الذي تعيش فيه. كما أنّ هذا التعريف لم يغفل نوعية الجماهير، سواء كانت الجماهير الخارجية (ممولين أو مستهلكين) أو الجماهير الداخلية، أي أولئك العاملين في هذه المؤسسات. وبرغم كلّ هذه الميزات التي اتسم بها التعريف فإنّ ما يؤخذ عليه، اعتباره العلاقات العامة نشاط من جانب المؤسسات، واستخدام كلمة نشاط فيه خلط بين مفهوم العلاقات العامة واستخدامها كمرادف لبعض وظائفها مثل الإعلام والدعاية والإعلان عن المنظمة، ولكن مفهوم العلاقات العامة أوسع وأشمل من مفهوم هذه المصطلحات، كما أنّ هذا التعريف اعتبر العلاقات العامة نوعاً من النشاط الإنساني دون أن يضفى عليها طابع الفن أو التعلم، فهو لم يحدد الأسس العلمية التي تقوم عليها العلاقات العامة، باعتبار أنّ العلاقات العامة لا تقوم على الارتجال، بل أنّها تقيس وتحلل وتخطط وتنفذ وتتابع وتقيم، ويتطلب القيام بها أخصائيين مدربين على عملياتها.

أنشطة وأهداف العلاقات العامة:

تبوأ حقل العلاقات العامة في الوقت الحالي دوراً فاعلاً في إدارة التعامل ما بين الشركات والمؤسسات الحكومية وغيرها والجمهور، ومن الواضح فإنّه كلما تتطور الحياة فإنّها تتعقد في تفاصيلها اليومية وبالنتيجة تزداد المنافسة ما بين الشركات والمؤسسات سواء في منتوجها أو تعاملاتها مع الجمهور ومحاولة كسب الرأي العام، ما أصبح لزاماً على الجميع ايلاء أقسام العلاقات العامة تبني مسؤولية التعاطي مع الناس وبما يحقق فرص نجاح جيدة تسهم والأهداف المرسومة للخطط الإستراتيجية وكذلك توفير فرص تعامل أنجح للمواطن المستهلك. ولم يعد وفق هذه المعطيات التنافسية أن يكون مدير المؤسسة يقرر تعيين هذا وذاك من الموظفين أو العاملين في أقسام العلاقات العامة حسب الميول الشخصية والتعاطف الشخصي، وبحكم صعوبة المواجهة والتحديات فإنّ هذه الأقسام أصبح يديرها أشخاص مؤهلين بأفكار علاقات عامة ناجحين ومدربين على فن التعامل بهذه المهنة الشاقة كونها تعد العين السحرية للمؤسسة والمرآة العاكسة لمستوى الأداء. وتطورت في الآونة الأخيرة التعامل بفن العلاقات العامة حتى إنّ الدول الغربية أصبحت تتميز بإنشاء كبريات الشركات في هذا المجال لدراسة أي مجتمع أو دولة لمعرفة طبيعة التعامل معها سواء سياسياً أو اقتصادياً أو اجتماعياً. وتبعاً لهذه الأهمية المتعاظمة للعلاقات العامة فإنّ هنالك بعض الأنشطة التي تتجلى في النقاط الآتية:

1- محددة وواضحة وصريحة ومفهومة.

2- واقعية وعملية من حيث قابليتها للتحقيق وإمكانية التنفيذ.

3- مرتبطة بأهداف المؤسسة ككلّ.

أهداف العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية:

1- كسب رضا الجمهور وتأييد سياسة المؤسسة: وهذا يحتاج إلى حملات إعلامية توضيحية للشرح والاستئناس بآراء الجمهور قبل إقرار الخطة التي تساهم في قبولها عند وضعها.

2- التوعية والإرشاد والإعلام: وتعني مسؤولية إعلام الموظف بوجه النشاط الحكومي بغية خلق المواطن الواعي والمشارك والمساهمة برأيه ورضاه عن النشاط.

3- الوقوف بدقة عند توجهات الرأي بشأن تقييمه لمستوى الأداء العام للخدمات والعمل على تلبية احتياجاته قدر الإمكان بشرط عدم تعارض تلك الاحتياجات والطلبات مع المصلحة العامة.

4- التصدي للشائعات وتفنيدها ودحض الحملات المغرضة من خلال التعامل بلغة الأرقام والحقائق ومكاشفة الجمهور بها.

5- دعم العلاقات الإنسانية بين جمهور العاملين بالمؤسسة وربطهم بعلاقات طيبة ودعم العلاقات مع المؤسسات والأجهزة الأخرى.

6- الاهتمام بشؤون العاملين وتهيئة الظروف المناسبة والصحية للعمل لهم من أجل وقوفهم على قناعة وإرادة قوية.

7- تقوية صلات التعامل والتواصل ما بين الجمهور وإدارة المؤسسة فضلاً عن متابعة اقتراحات الجمهور ومساعدته بتكوين رأيه من خلال تزويده بكافة المعلومات الصحيحة.

8- ايلاء أسلوب البحث العلمي أهمية وإجراء الدراسات والبحوث في حلّ مشاكل العلاقات العامة وأيضاً الاعتماد على التخمين والحدس والتقييم.

9- القيام بدور المركز الإعلامي وتكون العلاقات العامة قناة الاتصال الرسمية بين المؤسسة وجمهورها.

10- جمع المعلومات عن مدى التغيير في اتّجاهات الجمهور نحو سياسات وأعمال المؤسسة وهذا يحصل عبر قناة البحوث والدراسات المتواصلة للجمهور.

11- تخطيط وإدارة البرامج الإعلامية بالمؤسسة والتعريف بمشروعاتها وإنجازاتها وخططها الهادفة.

أوجه الأنشطة التي تمارسها العلاقات العامة:

- النشاط الرئيسي
- النشاط الفرعي
- أنشطة اتصالية عامة – استقبال الوفود وتنظيم الزيارات
- تنظيم الاتصال بالهيئات والمؤسسات والأجهزة الأخرى
- الردّ على الاستفسارات
- المشاركة في الاحتفالات العامة
- أعمال التسهيلات (جوازات – تأشيرات – حجز – تخليص – خدمات)
- تقديم الهدايا

الأنشطة الإعلامية:

- داخلية وخارجية – إصدار المجلات والمطبوعات والنشرات الداخلية.
- إصدار المجلات والمطبوعات والنشرات الخارجية.
- تنظيم المؤتمرات الصحفية والندوات.
- الاشتراك في المعارض الداخلية والخارجية.
- القيام بالحملات الإعلامية.
- الردّ على ما ينشر في وسائل الإعلام

الأنشطة الاجتماعية:

- القيام بنشاط اجتماعي عام.
- إقامة الحفلات والرحلات.
- تقديم الإعانات المالية.
- إقامة الأنشطة الرياضية.

صفات المختصين بالعلاقات العامة:

البعض أعطى وصفاً لموظف العلاقات العامة بـ"الفنان الماهر" أو "الإداري الديناميكي الذكي" انطلاقاً من مهمة الدور الذي يلعبه ويمارسه مع قطاعات الحياة المتعددة وتفاعله من الجمهور. وفي النهاية فإنّ جهاز العلاقات العامة يحتاج إلى الكفاية في الأداء والممارسة المهنية للعاملين من الموظفين والمديرين المختصين عند إدارة شؤون العمل في المؤسسات الحكومية والقطاع الخاص، ومن أولويات احتياجاته التخصص والمهارة والممارسة لأنّه يعتمد على فن الإدارة والتعامل، وبحكم تطور شؤون الحياة لم يعد العمل العشوائي فيه مقبول، لأنّه العاملين من غير المتخصصين هم بحاجة لتدريب بهدف الارتقاء بمستواهم وتنمية معارفهم ومهاراتهم وتغيير اتّجاهاتهم بهدف تمكينهم من أداء أعمالهم بكفاءة وفاعلية.

- عقل مدبر للعلاقات العامة والعمل الدؤوب لجني ثمارها.
- التواضع وهو تاج العلاقات العامة.
- القوّة والقدرة على تحمل "لماذا نخسر كعرب في التفاوض والمؤتمرات؟" والأداء الوظيفي.
- علم بالأصول والأعراف وهو مفتاح العلاقات العامة.
- لباقة في الحديث وحسن المظهر – كيس جميل أنيق جذاب طويل مبتسم.
- ألفة مع الجميع وحسن المعاملة.
- العلاقات الشخصية الواسعة والقدرة على التعامل مع كافة فئات المجتمع.
- الوعي بالمنظمات العاملة في المجتمع والقدرة على تحويل الخطط والمقترحات.
- إلى واقع عمل ملموس.
- سمات موظف العلاقات العامة الناجح:

يتطلب من العاملين في أقسام وشُعب العلاقات العامة أن يمتازوا بسمات نوعية مؤثرة تميزهم عن غيرهم، والتي يمكن أن نطلق عليها "سمة النجاح" التي يتناولها العنوان، وهنالك الكثير ممن يعمل في أقسام العلاقات العامة والإعلام بالمؤسسات الحكومية والقطاع الخاص أو في منظمات المجتمع المدني لكن ربما لا يتسم عمله بالنجاح، بل يتسم بالحالة التقليدية أو الركود الوظيفي بلا فاعلية تذكر بقدر ما هي اعتبرت وظيفة يتقاضى منها راتباً شهرياً متناسياً مَن يلجأ إلى هذا الركود النشاطي سواء كان موظف العلاقات أو المؤسسة التي تحتضنه بأنّ هذه المهنة هي ليست كباقي المهن الأخرى يقضي فيها وقتاً

زمنياً محدداً بشكل روتيني كبقية الموظفين الكتابيين، إنّ هذا ليس صحيحاً، فالصحيح هو العمل والنشاط الدؤوب من أجل رسم صورة طيبة لدى الآخرين ربما البعض يسميها الدبلوماسية الإعلامية أو الاجتماعية بإطارها المهني، وهذه الواقعية المتواضعة بالأداء العلاقاتي بالحقيقة لا يمكن أن تنهض بمستوى الأداء العملي للمؤسسة إن بقيت عند مستوى هذا الركود، فالحياة أخذت تتطور من لحظة لأخرى وأصبحنا نعيش عصر السرعة في كلّ شيء، ومن هذا يحتاج أن يكون نشاط العلاقات العامة فاعلاً وبارزاً وشمساً ساطعة أمام الآخرين، وإذا ما توفّرت هذه الشمس الجميلة في ربيع جميل فإنّ الأداء حتماً سيكون مثابراً، عند ذاك يمكن أن نقول بأنّ النجاح قد توفر وإنّ مهام الشركة أو الوزارة أو الرئاسة أصبحت في أيادٍ أمينة من موظفين مهنيين يؤدون وظيفة العلاقات العامة بأحسن حال إذا ما تمكنوا بنشاطهم المهني أن يقلصوا الفجوة بين المجتمع والمؤسسة وسيكون عند ذاك للأخيرة رأي عام مهم.

ولأجل تسليط الضوء بشكل أدق على سمات النجاح يمكن متابعة النقاط الآتية:

1- إمكانية التمتع بالمرونة في حل المشكلات وإحساس دقيق عند حدوثها.

2- دائم البحث والاستقصاء عن الجديد وذو خيال واسع.

3- لديه اهتمام بالمعاني دون الدخول في التفاصيل قليلة الأهمية.

4- صاحب عقل متفتح للتعامل مع الخبرات الأخرى للاستفادة من مخرجاتها.

5- أن يكون على وعي بأهدافه ومثابر على تحقيقها وشخص صاحب طموحات بعيدة.

6- أن يكون واثقاً من نفسه ومؤمناً بقدراته ومتحمس لأفكاره وأعماله بعيداً عن الغرور.

7- أن يكون على درجة عالية من إدراك العيوب في المواقف والنظم والأشياء.

8- صاحب قدرة مميزة على تنظيم أفكاره والتعبير عنها باستقلالية بعيداً عن تبعية الأطراف الأخرى.

9- أن يتميز بأصالة الفكر وعدم التقليد غير الواعي وأن يبتعد عن السطحية.

10- أن يكون قادر على التعامل الحرّ مع المفاهيم والعناصر.

11- أن يقبل التحدي ويقبل على الأعمال التي تفوق قدراته ويحاول تجاوز الصعوبات ويراهن على الزمن.

الكاتب: د. فاضل البدراني

المصدر: كتاب فن الأتيكيت في بناء العلاقات الاجتماعية والدبلوماسية