**-وظائف العلاقات العامة:**

تتمحور مهمة العلاقات العامة حول التواصل والإقناع بمد صلة التواصل والتعاون بين أفراد المؤسسة من جهة، ومن جهة أخرى الجمهور والعملاء. بحيث يهدف التواصل لإثبات جدارة واحترافية المؤسسة وأهداف الإقناع والترويج لمنتجات وخدمات المؤسسة. ويكون بعدة وسائل مدفوعة أو غير مدفوعة بغرض تحقيق المنافع المتبادلة بين طرفي عملية الاتصال سواء كانت أفراداً أو مؤسسات أو دول.

وتشمل وظائف العلاقات العامة العلاقات العامة ما يلي:

* توقع وتحليل وتفسير الرأي العام ومواقف الجمهور تجاه العلامة التجارية وصياغة الاستراتيجيات التي تستخدم وسائل الإعلام المجانية أو المكتسبة للتأثير عليها.
* صياغة استراتيجيات لدعم العلامة التجارية في كل حملة وخطوة جديدة من خلال المحتوى التحريري.
* كتابة النشرات الصحفية وتوزيعها.
* كتابة الخطب.
* تخطيط وتنفيذ فعاليات خاصة للتواصل مع الجمهور والعلاقات الإعلامية.
* كتابة المحتوى للويب (مواقع داخلية وخارجية).
* تطوير إستراتيجية العلاقات العامة للأزمة.
* التعامل مع التواجد على وسائل التواصل الاجتماعي للعلامة التجارية والرد على المراجعات العامة على مواقع التواصل الاجتماعي.
* تقديم المشورة لموظفي المنظمة فيما يتعلق بالسياسات ومسار العمل ومسؤولية المنظمة ومسؤوليتها.
* التعامل مع الجهات الحكومية والتشريعية نيابة عن المنظمة.
* وكذلك التعامل مع المجموعات العامة والمنظمات الأخرى فيما يتعلق بالسياسات الاجتماعية وغيرها من سياسات التنظيم والتشريعات الحكومية.
* التعامل مع علاقات المستثمرين.  
  ويرى الكثير من الباحثين في مجال العلاقات العامة إن هذه الأخيرة لها(05) وظائف قاعدية وهي:

**1- البحث :**

تقوم العلاقات العامة بجمع وتحليل وبحث ودراسة اتجاهات الرأي العام لجماهير المؤسسة أو الهيئة، ومعرفة آرائهم واتجاهاتهم، حتى يمكن الحصول على حقائق صحيحة، فبالنسبة للجامعة مثلاً، يمكن معرفة اتجاهات الرأي بين الأساتذة والطلبة وأولياء الأمور. وفى الجيش يمكن معرفة الرأي بين الجنود والضباط وغيرهم من الفنيين. وفي الشركات والوزارات تدرس اتجاهات الرأي العام بين الموظفين والعمال. وبالإضافة إلى ذلك تقاس اتجاهات الرأي بين الجماهير الخارجية كالمساهمين والمستهلكين والتجار.

 وتدرس العلاقات العامة كذلك التطورات المستمرة التي تحدث في الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، وتقوم كذلك ببحث وتحليل وتلخيص جميع المسائل التي تهم الإدارة العليا ورفعها إليها. وتشمل الأبحاث أيضاً المبادئ الفنية للعلاقات العامة، وتحليل وسائل النشر كالصحافة والإذاعة والتلفزيون والسينما، وتقدير مدى نجاح الحملات الإعلامية التي تقدمها، وتحديد أي الوسائل الإعلامية أكثر فعالية، فضلاً عن البحوث التي تتناول التطور الذي يطرأ على العلاقات العامة، وتدرس كذلك آراء واتجاهات قادة الرأي في المناهج، كالمعلمين ورؤساء النقابات ورجال الأعمال وغيرهم.

**2- التخطيط :**

يقوم جهاز العلاقات العامة بالمساهمة في رسم السياسة العامة للمؤسسة، ورسم السياسة والبرامج الخاصة بالعلاقات العامة في إطار السياسة العامة للمؤسسة وخططها، في ضوء البحوث والدراسات التي يقوم بها الجهاز، وذلك بتحديد الأهداف والجماهير المستهدفة، وتصميم البرامج الإعلامية، من حيث التوقيت وتوزيع الاختصاصات على الخبراء وتحديد الميزانية تحديدا دقيقا، مما يعاون في إدخال تعديلات على السياسة العامة للمؤسسة. بالإضافة إلى ذلك، فهي تقوم بشرح سياسات المنشأة للجمهور، أو أي تعديل أو تغيير بغية قبوله إياها، والتعاون معها.

**3- الاتصال:**

الاتصال يعني القيام بتنفيذ الخطط والاتصال بالجماهير المستهدفة، وتحديد الوسائل الإعلامية المناسبة لكل جمهور، وعقد المؤتمرات، وإنتاج الأفلام السينمائية والصور والشرائح، والاحتفاظ بمكتبة تضم البيانات التاريخية وإقامة الحفلات، وإعداد المهرجانات والمعارض والمباريات المختلفة، وتنظيم الندوات والمحاضرات، والأحاديث، والمناظرات.

ولجهاز العلاقات العامة وظيفة إدارية، فهو يقدم الخدمات لسائر الإدارات ومساعدتها على أداء وظائفها المتصلة بالجمهور، فهي مثلاً تساعد إدارة شئون العاملين في اختيار الموظفين والعمال وتدريبهم، والنظر في وسائل تشجيعهم وترقيتهم وحل مشاكلهم، وإعداد ما يلزم للعناية بصحتهم ورياضتهم وثقافتهم.

 كما تسهل العلاقات العامة لقسم المبيعات مهمة إقامة علاقات طيبة بالموزعين والمستهلكين، من خلال تعرفها على اتجاهات الجمهور نحو السلع أو الخدمات التي تنتجها أو تقدمها المؤسسة أو الهيئة إلى عملائها، وهي تسهل مهمة الإدارة القضائية، في عرض الحقائق المتصلة بالقضايا المختلفة على الرأي العام، وتشترك إدارة العلاقات العامة في إعداد التقارير السنوية عن المركز المالي للمؤسسة، وإخراجها في صورة جذابة، يفهمها المساهمون والمستهلكون وغيرهم، وكذلك تساعد إدارة المشتريات في إقامة علاقات طيبة بالمتعهدين، وغيرهم من مصادر الإنتاج.

وتعمل العلاقات العامة على تنمية العلاقات مع المؤسسات والجماعات الأخرى الموجودة في المجتمع، وذلك عن طريق النشاطات ذات الفائدة المشتركة، فإذا أريد أن يقام معرض ناجح للكتاب، فان المعرض ينظم بحيث يتلاقى مع رغبات أمناء المكتبات وأصحابها. كما تقوم العلاقات العامة بتعريف الجمهور بالمنشاة وتشرح السلعة أو الخدمة التي تنتجها، بلغة سهلة بغية اهتمام الجمهور بها.

وتسعى العلاقات العامة إلى إقامة علاقات طيبة مع قادة الرأي في المجتمع بوضع الحقائق أمامهم، سواء في مكتبة المنظمة أو مكتب الإعلام، أو الدوريات السنوية. كما تعمل على إقامة علاقات طيبة مع معاهد التدريب، حتى يتسنى تدريب موظفيها وعمالها في هذه المعاهد، وكذلك مد هذه المعاهد بمساعدات التعليم، والسماح لطلاب المعاهد بزيادة المنظمة.

وتساعد العلاقات العامة الجمهور على تكوين رأيه، وذلك بمده بكافة المعلومات ليكون رأيه مبنيا على أساس من الحقائق الصحيحة. كما تعمل على إحداث تغيير مقصود في اتجاهات الرأي العام وتحويله إلى صالح المؤسسة، وهى تمد المنشاة كذلك بكافة التطورات التي تحدث في الرأي العام.

**4- التنسيق:**

تعمل العلاقات العامة على التنسيق بين الإدارات المختلفة لتحقيق التفاهم بينها، كما تعمل كحلقة اتصال وأداة تنسيق بين الموظفين والشخصيات المختلفة، وبين المستويات الدنيا والمستويات للعليا، كما تنسق بين إدارة التسويق والمستهلكين، وإدارة المشتريات والموردين والمؤسسة وحملة أسهمها.

5**- التقويم:**

ويقصد به قياس النتائج الفعلية لبرامج العلاقات العامة، والقيام بالإجراءات الصحيحة لضمان فعالية البرامج وتحقيقها لأهدافها، من خلال معرفة نقاط القوة ونقاط الضعف فيها قصد الاستفادة منها مستقبلا في تطوير ورفع كفاءة الأداء العام.

وبذلك تبدو لنا جليا أهمية وضرورة تحديد وظائف وأنشطة العلاقات العامة في أن عدم تحديد هذه الوظائف يترتب عليه النظر إلى نشاط العلاقات العامة على انه عمل فرد في المنظمة، ولا يحتاج إلى أفراد متخصصين لأداء هذه الوظيفة، وإن كل من ينتمي إلى المنظمة يستطيع القيام بهذا العمل، ويمكن القول بأن المنشاة كلها يجب أن تكون موجهة بالعلاقات العامة، ولكن هذا لا يعني عدم وجود إدارة متخصصة تكون مسئولة عن تخطيط وتنفيذ أنشطة العلاقات العامة، كما يؤدى عدم تحديد نشاط العلاقات العامة إلى الخلط بينها وبين غيرها من الأنشطة الأخرى، مثل الإعلان والدعاية، مما يترتب عليه زيادة الصراعات بين إدارة العلاقات العامة والإدارات الأخرى مثل ( إدارة التسويق ) حول مدى أحقية كل إدارة في ممارسة النفوذ والرقابة على هذه الأنشطة.

**- محددات نجاح العلاقات العامة:**

عمليا يقاس نجاح العلاقات العامة بمدى قدرتها على إعطاء صورة جيدة للمؤسسة أو المنظمة، وهناك محددات أساسية لنجاح العلاقات العامة هي:

\*المعنى الذي تعطيه الإدارة العليا للعلاقات العامة، فإن كانت رأيتها لها صائبة سهل على القائمين على برامج العلاقات العامة تحقيق الأهداف المسطرة، وإن كانت النظرة قاصرة كان الأمر صعبا بما كان، وهذا لا يعني أنه لا يكون هناك نجاح للمؤسسة، ولكن إن كان فسيكون نجاح مؤقتا محفوفا بالمخاطر لأنه أصلا نجاحا وليد الصدفة وتوفر ظروف مساعدة.

\*مدى فاعلية وكفاءة المنظمة في تحقيق الأهداف المسطرة، ويتوقف ذلك بالدرجة الأولى على كفاءة القيادات الإدارية في حسن إدارة الموارد المتاحة للمنظمة .

\*مدى قدرة جهاز العلاقات العامة مهما كان أسلوب تنظيمه في شرح إنجازات المنظمة، وتوصيل الحقائق، وشرح وجهات النظر المختلفة للجماهير المتفاعلة مع المؤسسة.

\*وجود رأي عام مؤيد للمؤسسة وفلسفتها، وراض عن علاقته بها.

**6-دعائم العلاقات العامة:**

ترتكز العلاقات العامة في عملها على دعائم رئيسية يمكن إرادها كالآتي:

\*تقوم العلاقات العامة بين طرفين كلاهما مؤثر ومتأثر في الوقت نفسه(المؤسسة/ جماهيرها).

\*ترتكز العلاقات العامة على مبادئ أخلاقية تؤهلها لتقديم معلومات صحيحة تضمن استمرارية العملية الاتصالية، وتؤسس لعلاقات طيبة.

\*العلاقات العامة تعترف بالقيم الإنسانية وبقوة الرأي العام، وهذا يعني أنها تتعامل مع إنسان عاقل، حر، يتكيف مع الظروف المتغيرة المحيطة به ، ويتمنى من الخدمات أحسنها و أجودها. وأن الرأي العام له قوة رهيبة في التأثير على تحديد رغبات الأفراد ومنتظراتهم.

\*ترتكز العلاقات العامة على دعائم اجتماعية تهدف إلى تدعيم التماسك في المجتمعات، وهو ما يساعدها على تحقيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية وبالتالي تحقيق الرضا الاجتماعي عن المؤسسة.

وحتى تستفيد العلاقات العامة من هذه الدعائم وجب عليها الالتزام بالضوابط أو القواعد التالية:

\* الإخبار الصادق - الحقائق.

**\***تنوع وشمول العلاقات.

**\***التكامل مع الوظائف الأخرى للمنظمة.

**\***الاستمرارية أو الدوام في ممارسة النشاط.

**\***تعدد وتنوع وسائل الاتصال الممكن استخدامها.

**\***التوازن في تخصيص الوقت والجهود والموارد الموجهة للجماهير الداخلية والخارجية للمنظم