

دور العلاقات العامة في الإدارة المحلية

الاستاذة بركان أسماء

الاستاذة لعفاقنة فضيلة

asmaberkane@yahoo.com

جامعة سعد دحلب البليدة

الملخص:

تعد المنظمات نتاجا مجتمعيًا، ولا تقوم لمجرد الوجود ذاته، بمعنى أن كل منظمة في المجتمع تعمل على تحقيق هدف أو تقديم خدمة أو منتج معين لأفراد المجتمع. على هذا الأساس أصبح لأفراد المجتمع أو جمهور المنظمة على وجه التحديد دور في الاعتراف بوجود المنظمة، فالجماهير هي التي تمنح الدعم والتأييد الذي تحتاجه أي منظمة، خاصة مع تنامي أهمية الرأي العام، وانتشار تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وأيضاً الحاجة إلى الإصلاح السياسي والاقتصادي والاجتماعي، وإطلاق الحريات العامة كنتيجة لما يحدث على الصعيد الدولي والإقليمي، وكإفراز طبيعي للعولمة وثورة المعرفة. وقد أدركت حل المنظمات أن نجاحها يرتبط بقدرتها على الاتصال بالجماهير، وتشكيل صورة إيجابية لنفسها، وتحسين سمعتها، و التأثير على الرأي العام. هذا الواقع جعل العلاقات العامة حاجة ماسة وجوهرية، لكل المنظمات بمختلف أنواعها، فلا يمكن تجنب العلاقات العامة أو حتى تجاهلها، فبدون اتصال لا يتم أي نشاط ولا يتحقق أي هدف، و هذا معناه أن العلاقات العامة ظاهرة اجتماعية جبرية وحتمية، فأينما يوجد تجمع إنساني فلا بد من قيام علاقات بين أفراد ومنظمات هذا المجتمع.

وتسلط هذه المداخلة الضوء بإيجاز على دور العلاقات العامة في الإدارة المحلية و ذلك من خلال

:

أولاً: ماهية العلاقات العامة

ثانياً: الإدارة المحلية

ثالثاً: دور و أهداف العلاقات العامة في الإدارة المحلية

تمهيد

تعتبر العلاقات العامة اليوم الركيزة الأساسية في العملية الإدارية والاستراتيجيات الكثيرة والمتنوعة للمؤسسة، والتي تُخدم تحقيق الأهداف المخططة و تكشف عنها بصورة واقعية، تُهدف من خلالها إلى تحسين صورة المؤسسة لدى الجماهير و خلق نوع من الثقة و التالف بينهما، عن طريق التعريف بهذه المؤسسة. ومن هذا المنطلق نجد أن الكثير من الدول قد أدركت مكانة و أهمية العلاقات العامة و من بينها الجزائر التي تقوم من خلال مؤسساتها و منظماتها، بمحاولة تجسيد العلاقات العامة و الاستفادة من تطبيق نشاطاتها على ارض الواقع. و من هذه المؤسسات تتواجد الإدارة المحلية كنموذج لما هو عليه حال العلاقات العامة، في المؤسسات الجزائرية خاصة الخدمائية منها.

أولاً: ماهية العلاقات العامة

1- تعريف العلاقات العامة : -عرف المعهد البريطاني للعلاقات العامة بأنها : " الترويج لا يجاد نوع من الصلات القوية بين الشخص و الشركة أو المؤسسة و الأشخاص الآخرين أو المجتمع بصفة عامة من خلال الاتصالات المستمرة ، و تغير الأحداث و التفاعل بين الأفراد و الجماعات ثم تقييم ردود الفعل الناتجة عن هذا الاتصال و التفاعل " ¹ و يتضح من هذا التعريف أن العلاقات العامة هي الجهود المخططة و المرسومة يقصد منها إقامة التفاهم المستمر بين المنظمة و جماهيرها .

- تعريف مارستون MARSTON : العلاقات العامة نشاط إداري يقوم على تقييم مواقف الجمهور و تحليل سلوكه و ربط سياساته المنشأة و إجراءاتها بمصلحة الجمهور و تنفيذ برامج عمل لكسب فهم الجمهور للمنشأة و قبوله لها .
لقد اغفل هذا التعريف تحديد صفة العلاقات العامة من كونها علم آخر وقد اعتبرها ضرب من ضروب النشاط الإنساني الذي تقوم به المؤسسة .

- الجمعية الفرنسية للعلاقات العامة : تعرف العلاقات العامة على أنها الجهود التي يبذلها فريق لإقامة علاقات الثقة و استمرارها بين أعداءه و بين الجماهير المختلفة التي تنتفع مباشرة من الخدمات الاقتصادية والاجتماعية التي تحققها المؤسسة .

¹ احمد محمد المصري , العلاقات العامة , مؤسسة شباب الجامعة, الإسكندرية , 2000 , ص 2 .

2- أسس ومبادئ العلاقات العامة :

- العلاقات العامة تبدأ من داخل المؤسسة :أي يجب إيجاد التفاهم المتبادل الداخلي كذاك تقدير عمل الأفراد و العاملين بكافة المعلومات التي يحتاجونها وكذلك توسيع الأنشطة الثقافية وحل المشكلات الخاصة بالعاملين , أيضا توفير ظروف عمل تناسب صحتهم وتقدير أجور عمل عادلة من خلال ذلك يظهر العامل حبه واعتزازه بالانتماء لمؤسسته ومخلصا ووفيا ومتفانيا في العمل فيها.¹
- مراعاة الصدق والأمانة وإتباع الأسلوب العلمي : يجب ان تتسم الأعمال بالصدق والأمانة وان تفيد بالعدالة والإنصاف والإخلاص في تصرفاتها لان الحقيقة غير إعلام عن مؤسسة ويجب أن تنفق أعمال المؤسسة مع أفعالها وإلا فقدت الثقة بين الجمهور الداخلي والخارجي كما يجب أن يلتزم العاملون في العلاقات العامة بالقيم و الأسلوب العلمي في جميع تصرفاتهم والواقع أنهما مظهران متكاملان.
- إتباع سياسة عدم إخفاء الحقائق : إن الأساس السليم في العلاقات العامة هو نشر الحقائق التي تهم الجماهير وسياسة عدم إخفاء الحقائق كفييلة بان تقضي على الشائعات الضارة التي تولد عدم الثقة وتبني جسرا من التفاهم والتعاون المشترك .²
- نشر الوعي بين الجماهير : يقع على عاتق العلاقات العامة شرح سياسة الدولة و خططها للتنمية و دور المؤسسة أو الوظيفة أو هيئة و عليها تقع المسؤولية توجيه الرأي العام و دفع الجماهير على تأييد السياسة العامة لمؤسسات الدولة و توظف المؤسسات الحكومية اختصاصين في العلاقات العامة لشرح أنشطتها للمواطنين و تساعد وسائل الإعلام في التغطية و يقوم هؤلاء المختصون بتوصيل آراء الجمهور إلى المؤسسات .³
- مساهمة الهيئة في رفاهية المجتمع :إن رفاهية المجتمع هدف عام تسعى جميع هيئات المجتمع على تحقيقه و تشترك المؤسسات مع بعضها البعض على انجازه ، لذلك يجب أن تضع كل هيئة أهدافها في ضوء الأهداف العامة للمجتمع و بذلك تصبح عضوا نافعا فيه فتقدم المؤسسة و تطورها يساعد على تحقيق أهداف المجتمع ، و كذلك أن تقدم المجتمع و تطوره ينعكس على المؤسسات القائمة به لذلك يجب إلا تعارض أهداف المؤسسات مع أهداف المجتمع .
- كسب ثقة الجماهير :تهدف العلاقات العامة في أي منظمة من المنظمات إلى العمل على كسب الثقة الجماهير حتى تتمكن من تحقيق أهدافها و معنى هذا أن أنشطة الهيئة أو المنظمة لا يمكن أن تنجح

¹ عبدالرزاق محمد الدليمي ، العلاقات العامة و العيلة ، الأردن ، دار جرير للنشر والتوزيع ، ط1 ، 2005 ، ص35.

² نفس المرجع ، ص 42 .

صالح خليل أبو إصبع ، العلاقات العامة و الإتصال الإنساني ، دار الشروق،عمان،الطبعة الأولى،1998، ص 104 .³

إلا إذا رضي جماهيرها عنها ، وعلى ذلك يجب أن يدري العاملون بالهيئة حتى يتمكنوا من القيام بواجبهم لكسب ثقة الجماهير على الوجه الأكمل بحسن أدائهم لعملهم و احترامهم لجماهيرهم .

- تعاون الهيئة مع الهيئات الأخرى : يعتبر التعاون احد أسس النجاح في أي عمل ، لذلك لا يمكن أن تمارس هيئة نشاطها و توطد علاقاتها بجماهيرها و تحمل تعاونها مع الهيئات الأخرى ومن هنا نشأت الحاجة إلى تنظيم الاتصال بين الهيئات و بعضها للاتفاق على أسس التعاون بينها لاسيما في برامج العلاقات العامة ، ومن الملاحظ أن صور التعاون بين الهيئات المختلفة تنعكس على اتجاهات الجماهير نحو الهيئات كما أن تحقيق الأمن و الاستقرار الداخلي في كل هيئة من الهيئات و تبعد بهم عن الصراعات و المنافسات غير مشروعة .

3- أهمية العلاقات العامة

- أهمية العلاقات العامة في المنشآت الصناعية : تظهر أهميتها من خلال أن للمنشأة الصناعية سلع أو العديد منها التي تصل إلى العديد من المشترين أو المستهلكين ، في قيامها بذلك ترتبط بالعديد من الموردين و منشآت أخرى تتعامل و تتعاون معها و تمدها باحتياجاتها المختلفة كذلك لديها جمهورها الداخلي التي يتمثل في الموظفين و العمال و هؤلاء يحتاجون لمن يربطهم بالمنشأة و أهدافها و تحببهم فيها و يزيد من ولائهم و إخلاصهم لها ، إذا العلاقات العامة تحتاج دائما إلى التنمية في الاتصالات و تكوين الآراء نحو سلعها و خدماتها و ضمان وجود ولاء بين أفرادها ، لذلك يجب أن تكون إدارة العلاقات العامة على مستوى عال من الخبرة ، خاصة و أن في المجال المنافسة قد يلجأ المنافسون على التشويش و إقامة الشائعات ضد المنشأة .¹

و بالتالي ضرورة تحقيق الكفاءة التي تعني تحقيق العلاقة المثلى بين المدخلات والمخرجات و ترتبط فاعلية الأداء بالعلاقة بين المخرجات والأهداف المحددة مسبقا .²

- أهمية العلاقات العامة للمشاة الخدمية : إن دور وأهمية العلاقات العامة للمنشأة الخدمية يكون أكثر صعوبة من غيره و يفرض عليها مسؤوليات أكبر فهي تعمل على حصول المعلومات إلى الجمهور في أحسن شكل ممكن وبكيفية ترفع من شأنها و تبرز دورها عامل و نافع للمجتمع .³ فإذا كانت العلاقات

1 احمد محمد المصري ، العلاقات العامة ، مؤسسة شباب الجامعة،الإسكندرية ص ص 7-8 .

2 أميرة ابراهيم عثمان ، احمد محمد كامل سالم ، محاسبة التكاليف لأغراض التخطيط والرقابة واتخاذ القرارات ، الإسكندرية ، المكتب الجامعي الحديث ، 2006 ، ص 85 .

3 محمد عبد الفتاح محمد عبد الله ، الأسس النظرية لإدارة المؤسسات الاجتماعية نماذج تطبيقية ، الإسكندرية ، المكتب الجامعي الحديث ، 2004 ، ص 316 .

العامة في المنشآت الصناعية تتعلق بالسلع والخدمات التي تقدمها المنشأة فهي في المنشأة الخدمية تقوم بدور أكثر صعوبة و بمسؤولية أكبر نظرا لطبيعة نوعية المؤسسة أو الهيئة فمثلا في شركة الطيران لا تهتم بعملائها و لا تقدم لهم الخدمات على الوجه المرضي فأمام الجمهور بدائل كثيرة ، أيضا عدم أهمية الخدمة وعدم ضرورتها بالنسبة للفرد ، كل ذلك أدى إلى زيادة الاهتمام بالعلاقات العامة في هذه الفروع و بالتالي سيتحقق لها استرداد الثقة في معاملاتها و سمعتها التي فقدتها نتيجة لإهمالها بالجمهور .¹

- أهمية العلاقات العامة للمنشأة الحكومية : لقد نمت العلاقات العامة كمفهوم إداري و كوظيفة حيوية داخل العديد من المنظمات الحكومية حيث لمست أن العلاقات العامة هي السبيل لإيجاد التعاون الكامل بين المنظمة و البيئة المحيطة بها من ناحية وبين الأفراد و الجماعات داخل المنظمة نفسها و لقد تم إنشاء مكاتب العلاقات العامة في مختلف الوزارات و الهيئات و يلعب المدير دورا خطيرا في المنظمات الحكومية لأنه باقتناعه بمفهوم العلاقات العامة يستطيع أن يمارس هذا الدور بفاعلية أكثر . من خلال إقناع الجمهور أي إيصال الأفكار و الاتجاهات و القيم و المعلومات أما إيجاء أو تصريحا ، عبر مراحل معينة و في ظل ظروف و شروط موضوعية و ذاتية و عن طريق عملية الاتصال و بالتالي التأثير .²

إن للعلاقات العامة أهمية كبرى في المنشأة الحكومية من خلال كونها عملية يتحقق بواسطتها إقامة علاقات مدعمة بالثقة و الفهم المتبادل بين المنظمة و الجمهور و يعتمد هذا الفهم على الحقائق و المعلومات الكاملة الموضوعية ، و لقد اتسع مفهوم الجمهور ليشمل الجمهور الداخلي العاملين بالمنظمة وكذا الجمهور الخارجي .³

4- العلاقات العامة و المفاهيم المرتبطة بها :

احمد محمد المصري ، مرجع سابق ، ص 8، 9.¹

عامر مصباح ، الاقتناع الاجتماعي خلفيته النظرية والياته العملية ، الجزائر ، ديوان المطبوعات الجامعية ، 2005 ، ص 17.²

حيري خليل الجميلي ، الاتصال ووسائله في المجتمع الحديث ، الإسكندرية ، المكتب العلمي للكمبيوتر والنشر والتوزيع ، 1998 ، ص 113 .³

الدعاية : هناك من عرفها على أنها عملية يتم من خلالها عرض معلومات و نشر أفكار معينة بعد إعلانها و تحريفها من المضمون و الشكل بطريقة تحدم الأهداف الدعائية كما تعتمد بعض ألوان الدعاية إلى ذكر أكاذيب و معلومات مضلة و غير صحيحة .¹ وعرفها ليوناردو دوت على أنها هي المحاولة المنظمة التي يقوم بها أو أفراد ذو مصلحة لضبط موافق مجموعات من الأفراد يستخدمون الإيحاء و بالتالي ضبط أفعالهم .²

أما في يتعلق بعلاقة العلاقات العامة و الدعاية فهناك من يخلط بين هذين المفهومين و يرجح هذا الخلط إلى اتحادها أهدافها وهو الاتصال بالرأي العام و محاولة بلورته و تعديله و التأثير فيه ، فالدعاية هي احد أنواع الاتصالات نستخدم كقوة للسيطرة على الأفراد المجتمع من خلال أفكارهم توجيههم الوجهة التي حددت لهم عن استغلال عواطفهم و غرائزهم و يتم من خلال وسائل الاتصال العامة مثل ذلك عند تنظيم إحدى الشركات حملة لتغيير مفهوم الناس عن طبيعة السلعة التي تنتجها .

الإعلان : تستخدم العلاقات العامة الإعلان للتحكم في المعاملات المنشورة على الجماهير لتحقيق أهدافها و يعرف الإعلان بأنه عملية اتصال غير شخصي من خلال وسائل الاتصال العامة بواسطة معلنين يدفعون ثمن التوصيل معلومات معنية إلى فئات من المستهلكين حيث يفصح المعلن عن عرضه في الإعلان.³

ويعتبر الإعلان جهود غير شخصية ومدفوعة لغرض الأفكار و الآراء و تفسيرها بجانب استخدامه بشكل واضح في الجهود الترويجية للسلع و المنتجات من خلال وسائل الاتصال المختلفة معتمدة في ذلك على استمالة العواطف و الغرائز بالدرجة الأولى لتوجيه الأفراد إلى السلوك المؤيد و المحابي للفكر أو المنتج أو السلعة .

- التسويق : تعتبر وظيفة التسويق من أهم الوظائف الإدارية لأي مشروع و محددة لنجاحه فقدره اي مشروع على إنتاج و تقديم الخدمات تكون محددة ما لم يصاحبها جهد تسويقي ناجح يساعد على تحقيق مبيعات لذا الإنتاج و بالتالي زيادة ربحية المشروع .

وهناك من عرف التسويق انه تخطيط و تنفيذ عمليات تطوير و تسعير و ترويج و توزيع السلع و الخدمات بغية خلق عمليات تبادل التي تحقق أهداف الأفراد و المنشآت كما أن هدف التسويق و غايته

عاطف عدلي العيد عبيد ، مدخل إلى الاتصال والرأي العام النظرية والإسهامات العربية ، القاهرة ، دار الفكر العربي، ط 3 ، 1999 ¹ ، ص 21

اسماعيل علي سعد ، الري العام بين القوة الإيديولوجية ، بيروت ، دار النهضة العربية ، 1988 ، ص 136 .²

حمدي عبد الحارس البخشونجي ، العلاقات العامة من منظور الخدمة الاجتماعية، الإسكندرية ، المكتب الجامعي الحديث، 2001، ص 27.³

الأساليب هي إشباع حاجات المستهلكين وتلبية رغبتهم من خلال ما تنتجه الشركات من سلع وخدمات.¹

- الإعلام : يعتبر من بين الوظائف الأساليب التي تشكل العلاقات العامة وهي الإعلام التنسيق و الاستعلام و يعتبر العنصر رئيسي لان الوسيلة التي عن طريقها يتم إثارة انتباه الجمهور و تحقيق الأهداف المرسومة وهو يعتبر من بين التقنيات الرئيسية لوظيفة العلاقات العامة ، فالإعلام يضع تحت تصرفها وسائل الاتصال المناسبة لجذب انتباه الجمهور و التأثير على سلوكه بشكل ايجابي نحو المنظمة و منتجاتها سلعا أو خدمات و أدى ذلك إلى تدخل المفاهيم لذلك يجب الكشف و التوضيح لهذا التداخل حيث أن نشاطها وظيفة العلاقات العامة أوسع بكثير من فعاليات رئيسية أولها الإعلام ثم الاستعلام أي تفهم ردود الجمهور في النشاطات المنظمة و بعد ذلك توجه كل النشاطات نحو التنسيق أي تنسيق ثلاث أقسام المنظمة نحو تحقيق الأهداف و هي تلبية حاجات و رغبات الجمهور .

5- وسائل الاتصال في العلاقات العامة :

-الوسائل المباشرة : هي أكثر الوسائل فاعلية و تأثير في الجمهور لان المرسل و المستقبل يكون عادة مباشرة كما أنها تحتاج إلى مهارة خاصة و قدرات من القائمين بالاتصال المباشر حتى يكسبوا احترام و تقدير من يتم الاتصال لهم وتأخذ هذه الوسائل عدة أشكال منها تنظيم الحفلات و الدعوات الخاصة كذلك الاشتراك في المسابقات العامة.

الوسائل المقروءة و المكتوبة : إن الإنتاج الفكري من خلال الكلمات لم يفق أهميته بل على العكس ذلك تماما لقد أصبحت الكلمة المقروءة و المكتوبة عن المجتمع و الإنسان ذخيرة فكرية و علمية و معرفية يمكن أن تمتلكها الشعوب و الأهمية الكلمة في التحقيق أهداف تكنولوجيا الاتصال و الإعلام و الثقافة الجماهيرية أصبح قياس تفوق وكالات الأنباء العالمية و قدرتها على تغطية الأحداث و المواقف المتعددة من خلال عدد ما يمكن أن ينتجه الفريق العلمي و البحث الثقافي و الإعلامي في كل وكالة دولية .²

الوسائل المسموعة : الخبر الإذاعي هو وصف موضوعي دقيق لحدث أو رأي أو موقف أو فكرة أو قضية تتوافر قيم إخبارية تجعل الإذاعة تقدمه إلى جمهورها و الخبر الإذاعي هو أساس كافة الأشكال الإخبارية الأخرى في الإذاعة فعلية تقوم ومنه تستمد مضمونها و به يمكنها الاستمرار .³

1 محمد صالح المؤذن ، مبادئ التسويق ، عمان ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، ط1 ، 2002 ، ص 30 .

نسمة احمد البطريق ، الإعلام والمجتمع في عصر العولمة دراسة في المداخل الاجتماعية ، القاهرة، دار غريب للطباعة و النشر ، 2004 ص30 .

محمد معوض ، بركات عبد العزيز ، الخبر الإذاعي والتلفزيوني ، القاهرة ، الكويت ،³

الوسائل المرئية : وهي التي تتمثل في الصوت و الصورة معا و التي يمكن أن تظهر على شاشة التلفزيون أو شاشة سينما أو بواسطة أجهزة الفيديو كما تستخدم الأقمار الصناعية في نقل البيانات و المعلومات و الأحداث العالمية التي لها تأثير على الأسواق التجارة و المال .¹

الاتصالات الداخلية و الخارجية : نجد في بعض الكتابات أن العلاقات العامة بصفة عامة تنقسم لي الاتصالات الخارجية و الاتصالات الداخلية و الفرق بين الاثنين أن الاتصالات الخارجية تعني خارج المنشأة و في المجال الدولي أي خارج حدود الدولة أما الاتصالات الداخلية فهي لا تخرج عن حدود المنشأة و العاملين فيها فبالنسبة للاتصالات الخارجية تبرز أهميتها مثلا للمنشآت الكبيرة التي لها معاملات واسعة تمتد إلى السوق العالمي كان تصدر سلعها و خدماتها إلى بلاد أخرى ، أما الاتصالات الداخلية فيقصد بها إقامة الروح المعنوية العالية للعاملين داخل المنشأة بشتى الطرق و الوسائل .²

ثانيا : الإدارة المحلية

1- تعريف الإدارة المحلية : جمع الدكتور عبد المغيث مروان مجموعة من التعاريف للإدارة المحلية في مقال له نذكر منها:¹⁹ "الإدارة المحلية هي الجهات والعمالات والأقاليم والجماعات الحضرية والقروية." - "الإدارة المحلية هي وحدات ترابية داخلية في حكم القانون العام تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي وتنقسم إدارات محلية حضرية وإدارات محلية قروية...."

2- مقومات الإدارة المحلية

- تتمتع الإدارة المحلية بالشخصية المعنوية: قبل البدء بالحديث عن هذا العنصر لا بد من تعريف معنى الشخصية المعنوية أو الاعتبارية كما يطلق عليها البعض، فالشخصية المعنوية تعرف على أنها "مجموعة من الأشخاص أو الأموال تتمتع بالشخصية القانونية تماما كتلك المقررة للأشخاص الطبيعيين، وينظر إليها وتعامل كما لو كانت شخصا حقيقيا، فهي لها حقوق وعليها التزامات، وهي شخصية مستقلة من الأشخاص والعناصر المادية المكونة لها". إن ما يميز الإدارة المحلية عن الإدارة المركزية هو تمتعها بالشخصية المعنوية لأن الشخصية المعنوية هي النتيجة الطبيعية لقيام اللامركزية ، فإذا ما أغفلت الشخصية المعنوية فإن ذلك يعني أنها ما زالت مرتبطة بالإدارة المركزية لذا فإن هذا الطابع هو الذي يميزها ويمنحها الصفة القانونية، وما الاعتراف بالشخصية المعنوية للإدارة المحلية إلا نتيجة منطقية للاعتراف باستقلالها وبوجود مصالح محلية خاصة بها. وهذه الوحدات تعتبر مستقلة عن أشخاص منسئبها وممثلبها، وإبرازها بهذا الشكل القانوني الموحد، هو حل للإشكالات الناجمة لقيامها بنشاطاتها فاعتبرت تلك

¹ احمد محمد المصري , مرجع سابق ، ص ص 58 . 60 .

² احمد محمد المصري , مرجع سابق ، ص ص 63 . 65 .

، 2010/04/22، 11:00 <http://www.tinjah.org> ¹⁹ عبد المغيث مروان، الجماعات المحلية - المفهوم والاختصاص - ،

النشاطات وكأنها صادرة عن هذا الشخص الذي اعتبر أهلاً للإلزام والالتزام، وأصبح قادراً على مباشرة التصرفات القانونية بما تمنحه من حقوق وما تفرضه من التزامات وهذا الأمر يتبعه ذمة مالية مستقلة لعدد الأشخاص المعنوية بما يسمح لها القيام باختصاصاتها.²⁰

-قيام مجالس محلية منتخبة لإدارة المصالح المحلية: إن الاعتراف بالشخصية المعنوية للمجالس المحلية لا تعتبر كافية، فلا بد من وجود هيئات محلية منتخبة تنوب عن السكان المحليين في إدارة شؤونهم التي اعترف المشرع بها "ولما كان من المستحيل على جميع أبناء الأقاليم أو البلاد أن يقوموا بهذه المهمة بأنفسهم مباشرة فإنه من المتعين أن يقوم بذلك من ينتخبونه نيابة عنهم، ومن ثم كان الانتخاب هو الطريقة الأساسية التي يتم عن طريقها تكوين المجالس المعبرة عن إرادة الشخص المعنوي العام الإقليمي".²¹

فجوهر الإدارة المحلية هو أن يعهد إلى أبناء الوحدة الإدارية بأن يشبعوا حاجاتهم المحلية بأنفسهم من خلال هيئة يتم انتخابها. لاشك أن الفقهاء قد انقسموا في آرائهم إلى فريقين، الفريق الأول يدعم فكرة قيام المجالس المحلية على أساس الانتخاب، وحجتهم بذلك هو تكريس معنى استقلال المجالس المحلية، والأمر الآخر هو تلاءم نظام الانتخاب مع مبدأ الديمقراطية الذي يؤيد الأخذ بنظام الانتخاب. وهناك فريق آخر يرى أن مسألة الانتخاب في حالة تطبيق نظام اللامركزية المحلية لا يعتبر شرطاً لازماً ويمكن أن يتم ذلك من خلال التعيين. ونحن نرى أن هذا الرأي بكل مبرراته قد يمثل خرقاً للهدف السياسي للإدارة المحلية بشكل عام، حيث يسلب الجانب الاستقلالي وحرية اختيار المجتمعات المحلية ويقيها في دائرة القاصر غير القادر على إفرار قيادات محلية تمثله وتنوب عنه كحالة أساسية من حالات الديمقراطية الواجب تعزيزها في نهج الإدارة المحلية.

- تمنع المجالس المحلية بالاستقلال في ممارسة اختصاصاتها مع خضوعها لرقابة السلطة المركزية: صحيح أن السلطة المركزية تخلت عن سلطتها ذات الطابع المحلي لصالح الوحدات الإدارية المحلية، ولكنها احتفظت بحق الرقابة والإشراف عليها حتى تضمن أنها تسير بالشكل الذي يتناسب مع السياسة العامة والمصلحة العامة للدولة، ومن المعروف أنه عادة ما يوجد نص قانوني يبين به اختصاصات وصلاحيات الإدارة المحلية ومن خلال ذلك النص يتم تحديد النوعية والكيفية التي يتم فيها رقابة السلطة المركزية.

²⁰ محمد نور عبد الرازق، استقلال الإدارة المحلية في مصر، رسالة ماجستير، جامعة الإسكندرية، 1994، ص 25.

²¹ سليمان الطماوي، الوجيز في القانون الإداري، دراسة مقارنة، دار الفكر العربي، القاهرة، 1982، ص ص 28-29.

ويرى حسن عواضة "أنه لا يمكن للإدارة المركزية أن تصل في رقابتها على الإدارة المحلية إلى حد إصدار الأوامر كما هو الحال في الرقابة الرئاسية ذلك أن ممارسة سلطة إصدار الأوامر تصطدم باستقلال الإدارة المحلية وتمس جوهر اللامركزية نفسه".²²

فالرقابة إذا تكون ضمن الفلسفة الأساسية التي ينص عليه مبدأ اللامركزية الإدارية وأن لا يخرج عن ذلك المفهوم حتى تبقى الإدارة المحلية متمتعة باستقلاليتها.

وإذا كانت الرقابة والإشراف والتعاون ركنًا من أركان وجود نظام للإدارة المحلية ومقوماتها حسبما اتفق عليه الباحثين ، فإن هناك مجموعة من الأهداف تتوخاها الحكومة المركزية لمنفعة وخدمة المواطنين وتحقيق هذا الركن من أهمها:

- تأكيد الوحدة السياسية والإدارية للدولة باعتبار أن الإدارة المحلية ما هي إلا نظام فرعي من النظام العام للدولة وأجهزتها.

- التأكيد على أن الإدارة المحلية تعمل وفق القوانين والأنظمة التي تصدرها الحكومة المركزية، إضافة إلى أن قرارات المجالس المحلية تكون موافقة ومطابقة لهذه القوانين والأنظمة، وذلك حماية للجميع، الحكومة المركزية والإدارة المحلية والمواطنين.

- التأكيد على أن الإدارة المحلية تقوم بواجباتها ووظائفها في نطاق الحد الأدنى المطلوب وبدرجة من الكفاءة والفاعلية، وذلك من خلال اطلاع الحكومة المركزية على موازنة الإدارة المحلية التي تعتبر مؤشرًا أساسيًا من مؤشرات أدائها العام .

- ضمان حسن سير الخدمات المحلية وقيام الإدارة المحلية بتأديتها بكفاءة وفاعلية، ووضع معيار لنوع ومستوى الخدمات المطلوب تقديمها للسكان وبتعاون وثيق بين الإدارة المركزية والإدارة المحلية، بما يكفل لهما اكتشاف نقاط الضعف وتعديلها للأحسن.

3-أهداف الإدارة المحلية.

الأهداف السياسية:

أ- الديمقراطية والمشاركة:

²² حسن عواضة، الإدارة المحلية وتطبيقاتها في الدول العربية، المؤسسة الجامعية للدراسات و النشر والتوزيع، بيروت، 1983، ص115.

تعتبر الديمقراطية والمشاركة أحد الأهداف الأساسية التي يسعى لتحقيقها نظام الإدارة المحلية. وهي تقوم على قاعدة المشاركة في اتخاذ القرارات في إدارة الشؤون المحلية تأسيساً على مبدأ حكم الناس لأنفسهم بأنفسهم في إدارة الخدمات وتوزيع المشاريع الإنمائية. وغنى عن القول بأن الإدارة المحلية هي المدرسة النموذجية للديمقراطية، وأساساً وقاعدة لنظام الحكم الديمقراطي بالدولة أهما. إن إشراك المواطنين في إدارة وحداتهم المحلية يدرهم على أصول العمل السياسي بما يعزز لديهم مهارات إدارة شؤون الدولة والحكم.

ب- دعم الوحدة الوطنية وتحقيق التكامل القومي: إن نظم الإدارة المحلية تسهم في القضاء على استثثار القوى السياسية وتسلسطها داخل الدولة، مما يجهض ويضعف مراكز القوى منها والقضاء عليها نهائياً.

ج- تقوية البناء السياسي والاقتصادي والاجتماعي للدولة: وذلك بتوزيع الاختصاصات بدلاً من تركيزها في العاصمة. ويمكن أن يظهر أثر ذلك عند تعرض الدولة إلى أزمات ومصاعب قد تضعف البناء التنظيمي المركزي للدولة، وعندها تبقى الوحدات المحلية (اللامركزية) التي اعتادت على حرية التصرف والاستقلال قادرة على الوقوف على قدميها والتصدي لمسئولياتها دون شعور بالحاجة أو الاعتماد المطلق على المركز. الأهداف الإدارية: يعتبر نظام الإدارة المحلية وسيلة ملائمة لتقديم الخدمات المحلية والإشراف على إدارتها، وتتلخص تلك الأهداف بما يلي:

- تحقيق الكفاءة الإدارية: لقد أشار براونج من أن أهم حسنات النظام اللامركزية هو ما يتعلق بالنواحي الاقتصادية، حيث أن هذا النظام من وجهة نظره أثار جدوى اقتصادية من تبنى النظام المركزي عند تقديم السلع والخدمات المحلية. حيث يمكن النظام اللامركزي تزويد المواطنين بالكمية المطلوبة (المفضلة) والتي تختلف من محلية لأخرى، وبهذا فهي أكثر قدرة على الاستجابة للطلبات المتباينة مقارنة للنظام المركزي.

- القضاء على البيروقراطية التي تتصف بها الإدارة الحكومية، وتنتقل صلاحية تقديم الخدمات المحلية إلى هيئات وأشخاص يدركون طبيعة الحاجات المحلية ويستجيبون لها بدون عوائق أو روتين ومن خلال رقابة وراف المستفيدين من تلك الخدمات.

- خلق روح التنافس بين وحدات الإدارة المحلية، ومنح فرصة للمحليات للتجريب والإبداع والاستفادة من أداء بعضها البعض نتيجة لذلك.

- تقريب المستهلك من المنتج، حيث يقرر ممثلي الهيئات المحلية المنتجة عادة الخدمات المطلوبة ويشرفون على إدارتها ويقيمونها ويمثلون جهود المستفيدين منها ويشتركون معهم في تمويلها.

الأهداف الاجتماعية، وتتركز الأهداف الاجتماعية فيما يلي:

- تسهم الإدارة المحلية بربط الإدارة الحكومية بالقاعدة الشعبية، بما يضمن تفهم الطرفين لاحتياجات وأولويات المجتمعات المحلية ووسائل تنميتها اقتصادياً واجتماعياً.
- دعم وترسيخ الثقة بالمواطن واحترام حريته وإدارته ورغبته في المشاركة في إدارة الشؤون المحلية ضمن سياق الإطار العام للتنمية الشاملة للوطن.
- إحساس الأفراد بانتمائهم الإقليمية والقومية، وتخفيف آثار العزلة التي تفرضها المدينة الحديثة عليهم بعد توسيع نطاقها التنظيمات الحديثة.
- الإدارة المحلية وسيلة لحصول الأفراد على احتياجاتهم واتساع رغباتهم وميولهم.

ثالثاً: دور وأهداف العلاقات العامة في الإدارة المحلية

1- دور العلاقات العامة في الإدارة المحلية

يعتبر الحكم المحلي وسيلة فعالة من وسائل التنمية شأنه في ذلك شأن الوكالات العامة.. وكذلك فإن أنواع الخدمات التي تقدمها السلطات المحلية متنوعة وتختلف من دولة إلى أخرى.. إن الهدف الأساسي الذي من أجله أنشئت الإدارات المحلية بمختلف أشكالها وأنماطها منذ العصور الوسطى هو تقديم الخدمات للمواطنين، والراحة في السكن، والتعليم العام، وإنشاء شبكات الصرف الصحي، والإمداد بالمياه العذبة، وشق الطرقات.... الخ....

ثالثاً: دور العلاقات العامة في الإدارة المحلية:

- حدد سام بلاك للعلاقات العامة في مجال الإدارة المحلية وظيفتين أساسيتين:²³
- تقديم معلومات مستمرة ومنتظمة عن السياسات والخطط والانشازات للجماهير وإعلامها بالتشريعات والتنظيمات والإجراءات التي تمس الحياة اليومية للمواطنين.
- تقديم النصح لكبار المسؤولين فيما يتعلق بردود الفعل الحالية والمتوقعة للسياسات القائمة أو المرتقبة.

فالإدارة الناجحة لا تفرض القرارات من أعلى وإنما تستلهم قراراتها من واقع الجماهير ومشكلاتهم وهذا يتطلب تهيئة قنوات الاتصال التي تناسب من خلالها المعلومات إلى الإدارة لكي تتعرف على الآراء والاتجاهات السائدة، ولكي تقف على المشكلات التي تعاني منها الجماهير قبل أن يستفحل أثرها ويصعب تداركها. وهذا ما عاناه *zechariah chafee* حين قال أن الإعلام يستطيع يلعب دوراً حيوياً في إنجاح الإدارة لاكتشاف أثر القوة الاجتماعية الجديدة، والتعرف على مواطن القلق والتوتر قبل أن تزداد حدتها، وتقوية الشعور بالانتماء المحلي. وفي عام 1940 كتب هارولد تشيلد

²³ على عجوى، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، عالم الكتب، القاهرة، 2001، ص 150

hawood l. childs أستاذ العلوم السياسية الأمريكية يقول "إن مسؤولية العلاقات العامة أن تحدد للإدارة الأعمال والسياسات التي تؤثر على المجتمع، وعليها أن تستبعد من هذه الأعمال والسياسات ما يتعارض مع مصلحة الجمهور أو تعد لها بما يحقق التوافق بين مصلحة الفرد أو المنظمة ومصلحة الجماهير، ولكي يتحقق ذلك على الوجه الأكمل فليد أن يفهم رجال العلاقات العامة المبادئ الأساسية للعوامل الاجتماعية والسياسية والثقافية والاقتصادية التي تحرك المجتمع في الوقت الحاضر".²⁴

ويرى روبنسون robinson أن هذه الوظيفة تتضمن:

- قياس وتقييم وتفسير اتجاهات الجماهير المختلفة التي لها صلة بالمنظمة.
- مساعدة الإدارة في تحديد الأهداف الرامية إلى زيادة التفاهم و الوفاق بين المنظمة وجماهيرها وقبول هذه الجماهير لخطط المنظمة وسياساتها والأفراد العاملين بها.
- تحقيق التوازن بين أهداف المنظمة وأهداف ومصالح واحتياجات الجماهير المختلفة التي لها صلة بها.

- تخطيط وتنفيذ وتقييم البرامج الرامية لكسب رضا الجماهير وتفهمها.
ولا تختلف هذه الوظائف من حيث المبدأ باختلاف المؤسسات التي تسعى لكسب تأييد الجماهير والفوز بثقتها - فسواء كانت هذه المؤسسات صناعية أو تجارية - أولا تخضع لعامل الربح، أو يناط بها إدارة شؤون البلاد فلا بد أن تمارس هذه الوظائف لتحقيق أهداف العلاقات العامة.

2- مبادئ العلاقات العامة في الإدارة المحلية:

يوجد مبدئين للعلاقات العامة في مجال الإدارة المحلية:²⁵

- إن أي منظمة تتعامل مع الجماهير تتعرض كثيرا لحمولات كيدية من جانب المنظمات المنافسة بهدف إضعافها واجتذاب جماهيرها إلى جانب المنافسين أو حتى تحطيمها نهائيا، وإزالتها من سوق المنافسة. كما يحدث هذا في المنظمات التي تسعى إلى الربح أيا كان نوعها فهو يحدث أيضا في المجال السياسي بين الأحزاب و الحكومات لاختلاف الاتجاهات السياسية والرغبة في الوصول إلى الحكم أو تحطيم النظام القائم لتعارضه مع مصالح فئة معينة من فئات المجتمع، وكما ينبغي أن تسعى المنظمات التجارية إلى التعرف على اتجاهات الجماهير، ودراسة أوضاع المنظمات المنافسة وما تحاول أن تثبته هذه المنظمات من شائعات وحملات همس ضدها يلزم أن تقوم الإدارات المحلية أيضا بدراسات الشائعات وحملات همس التي توجه ضدها. ويتم ذلك في اغلب الأحيان عن طريق أجهزة تحمل أسماء مختلفة.

²⁴ المرجع نفسه، ص151

²⁵ المرجع نفسه، ص152-153

وهذا يقودنا إلى المبدأ الأول في العلاقات العامة وهو التعرف على الاتجاهات السائدة إزاء المنظمة، وأيضاً دراسة المحاولات المعادية التي ترمي إلى النيل منها أو التشكيك فيها. -إن أي إدارة لابد و أن تراعي عند اتخاذ قرار معين أو إتباع سياسة جديد تأثر الجماهير التي تتعامل معها. فإذا كان من المحتم إتباع سياسة معينة لأنه لا بديل عنها، وهذه السياسة تفرض تضحيات على الجماهير فلا بد من تهيئة الجماهير لتقبل هذه التضحيات من خلال الإقناع بمبررات السياسة الجديد وتقديم القدوة في المشاركة في تحمل ما يطلب إلى الجماهير تحملها من أعباء. وهذا هو المبدأ الثاني، تهيئة الجماهير للتغييرات المرتقبة و تقديم القدوة من جانب القيادات الداعية إلى التغيير لتحمل آثاره ونتائجه.

4- أهداف العلاقات العامة في الإدارة المحلية:

من العرض السابق لدور العلاقات العامة في الإدارة المحلية وما يمكن أن تلعبه في تحقيق التفاهم بين جهاز الإدارة المحلية والمواطنين، نستطيع أن نبلور أهداف العلاقات العامة فيما يلي:²⁷

- إقناع المواطنين بالإصلاحات الجديدة التي تملها احتياجات المجتمع المحلي.
- إعلام المواطنين بالخدمات والمشروعات التي يمكن أن يشارك فيها ويستفيد منها.
- إمداد المواطنين بمعلومات وافية عن الابتكارات الجديدة والإنجازات التي تحقّقها الإدارة.
- نقل صورة صادقة للرأي العام للمسؤولين التنفيذيين في الإقليم المحلي.
- بلورة الإحساس العام وتهيئة الجماهير لتقبل بعض التضحيات الضرورية، وهذا يتطلب إقناعهم بالحاجة إلى سن بعض القوانين ومساعدتهم على فهمها.
- التوقع بالمشكلات التي يمكن حدوثها ورسم الخطط والبرامج التي تؤدي إلى مواجهتها وتلافها أو العمل على إزالة أسباب حدوثها. وهذا يجعل الأجهزة القائمة باتخاذ القرار السياسي أو التنفيذي على بينة من كل الخطوات المقبلة وتفادي أي أخطاء أو مشكلات مرتقبة.

الخاتمة:

لكل إدارة من إدارات المؤسسات العمومية أهداف تسعى لتحقيقها، وتظهر أهداف إدارة العلاقات العامة من الدور الذي تقوم به في المجال الإداري، بمعنى أن إدارة العلاقات العامة تهدف إلى إيجاد وخلق

²⁷ المرجع نفسه، ص158-159.

التفاهم المتبادل بين المؤسسة وجمهورها وكذلك إقامة سمعة طيبة لها في أوساط العمل ، والمحافظة على استمرار الاتصالات فيما بينهم، مع التصدي لأي محاولة للنيل من هذه العلاقة أو السمعة أو الاتصالات.

و العلاقات العامة تبدأ من داخل المؤسسة في حد ذاتها فهي تلك الأنشطة المتعلقة بالاتصالات مع الجمهور الداخلي، وتقوم على أساس كسب ود وتعاطف الموظفين، ولذلك عليها أن تقاوم الأفكار المغلوطة... وأن تعمل على دفع وإشعار الموظفين بالانتماء والعمل بروح الفريق الواحد، وحتى يمكن الوصول إلى هذه النتيجة فإنها تستخدم الإعلام الصادق كما تستخدم وسائل أخرى كالتقاءات والاجتماعات والنشرات والعديد من المشاركات في المناسبات المختلفة.

من هنا يجب التأكيد على أن مهمة العلاقات العامة في الإدارة المحلية يجب أن تتركز على الجمهور الداخلي من حيث إعداد تقارير أسبوعية أو شهرية تشرح من خلالها دور الإدارة المحلية وإنجازاتها في المستقبل القريب و البعيد، و التوجه إلى الجمهور الخارجي لبناء علاقة ثقة بين المؤسسة الإدارية و المواطنين من خلال صدق و موضوعية المعلومات التي تشاطروهم بها.

المراجع :

- 1- احمد محمد المصري , العلاقات العامة , مؤسسة شباب الجامعة, الإسكندرية , 2000 .
- 2- عبدالرزاق محمد الدليمي ، العلاقات العامة و العولمة ، الأردن ، دار جرير للنشر والتوزيع ، ط1 ، 2005.
- 3- صالح خليل أبو إصبع ، العلاقات العامة و الإتصال الإنساني ، دار الشروق،عمان،الطبعة الأولى،1998.
- 4-عبدالرزاق محمد الدليمي ، العلاقات العامة و العولمة ، الأردن ، دار جرير للنشر والتوزيع ، ط1 ، 2005
- 5- صالح خليل أبو إصبع ، العلاقات العامة و الإتصال الإنساني ، دار الشروق،عمان،الطبعة الأولى،1998،
- 6- احمد محمد المصري ، العلاقات العامة ،مؤسسة شباب الجامعة،الإسكندرية .
- 7- أميرة ابراهيم عثمان ، احمد محمد كامل سالم ، محاسبة التكاليف لأغراض التخطيط والرقابة واتخاذ القرارات ، الإسكندرية ، المكتب الجامعي الحديث ، 2006 .
- 8- محمد عبد الفتاح محمد عبد الله ، الأسس النظرية لإدارة المؤسسات الاجتماعية نماذج تطبيقية ، الإسكندرية ، المكتب الجامعي الحديث ، 2004 .
- 9- عامر مصباح ، الاقتناع الاجتماعي خلفيته النظرية والبياته العملية ، الجزائر ، ديوان المطبوعات الجامعية ، 2005.
- 10 عامر مصباح ، الاقتناع الاجتماعي خلفيته النظرية والبياته العملية ، الجزائر ، ديوان المطبوعات الجامعية ، 2005.
- 11-حيري خليل الجميلي ، الاتصال ووسائله في المجتمع الحديث ، الإسكندرية ،المكتب العلمي للكمبيوتر والنشر والتوزيع ، 1998 .
- 12-عاطف عدلي العيد عبيد ، مدخل إلى الاتصال والرأي العام النظرية والإسهامات العربية ، القاهرة ، دار الفكر العربي،ط 3 ، 1999 .

- 13- اسماعيل علي سعد ، الري العام بين القوة الإيديولوجية ، بيروت ، دار النهضة العربية ، 1988 .
- 14- حمدي عبد الحارس البخشوانجي ، العلاقات العامة من منظور الخدمة الاجتماعية، الإسكندرية ، المكتب الجامعي الحديث، 2001.
- 15- محمد صالح المؤذن ، مبادئ التسويق ، عمان ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، ط1 ، 2002
- 16- نسمة احمد البطريق ، الإعلام والمجتمع في عصر العولمة دراسة في المداخل الاجتماعية ، القاهرة، دار غريب للطباعة و النشر ، 2004 .
- 17- عبد المغيث مروان، الجماعات المحلية -المفهوم والاختصاص- ، <http://www.tinjah.org> ، 2010/04/22 ، 11:00 .
- 18- محمد نور عبد الرازق، استقلال الإدارة المحلية في مصر ، رسالة ماجستير، جامعة الإسكندرية، 1994.
- 19- سليمان الطماوي، الوجيز في القانون الإداري، دراسة مقارنة ، دار الفكر العربي، القاهرة، 1982
- 20- حسن عوض، الإدارة المحلية وتطبيقاتها في الدول العربية، المؤسسة الجامعية للدراسات و النشر والتوزيع، بيروت، 1983.
- 21- على عجوى، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، عالم الكتب، القاهرة، 2001، ص150