

آليات تنظيم إدارة العلاقات العامة في صناعة الجمهور

Mechanisms of organizing public relations management

in the public industry

محمد بشير محمودي *

جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي (الجزائر)، Mohamed.bachir32@yahoo.com

تاريخ الاستقبال: 2021/08/08؛ تاريخ القبول: 2022/04/26؛ تاريخ النشر: 2022/06/16

ملخص: تُعد وظيفة الإدارة والتنظيم إحدى وظائف العلاقات العامة شأنها شأن الوظائف الأخرى (الوظيفة الإعلامية الاتصالية - الوظيفة التفسيرية الاجتماعية والوظيفة التنظيمية الإدارية)، فالوظيفة الإدارية التنظيمية للعلاقات العامة تقوم أساساً على إنجاز أهداف تنظيمية من منطلق الإستغلال الأمثل للإمكانات والموارد المتاحة للمنظمة، وهذه الأخيرة لا تتحقق إلا بـ"التنظيم"، قصد اجتذاب واستقطاب أكبر عدد ممكن من جماهير المنظمة سواء كان ذلك على المستوى الجمهور الداخلي (جمهور العاملين)، أو على مستوى الجمهور الخارجي (جمهور المتعاملين) على أساس أنّ العلاقات العامة تعد حلقة وصل بين المنظمة "الإدارة العليا" وجماهيرها "الداخلي والخارجي" قصد كسب ثقة وتأييد الجمهور لها من جهة، وإعطاء صورة حسنة وطيبة عن شخصية المنظمة وهويتها من جهة أخرى، وهذا ما سيتم تناوله في هذه الورقة البحثية.

الكلمات المفتاح: تنظيم؛ إدارة؛ اتصال؛ علاقات عامة؛ جمهور.

Abstract: The function of management and organization is one of the functions of public relations, like other functions (the communicative media function - the psychosocial function and the administrative organizational function). By "organization", in order to attract and attract the largest possible number of audiences for the organization, whether it is at the internal audience (the working audience), or at the external audience (the communicative audience) on the basis that public relations are a link between the organization, the "senior management" and its audiences. The "internal and external" aim to gain the public's trust and support on the one hand, and give a good image of the organization's personality and identity on the other hand, and this is what will be addressed in this research paper.

Keywords: to organize ; Administration ; Contact ; Public relations ; The audience

I- تمهيد :

تعتبر العلاقات العامة جسر تواصل بين المنظمة وجمهورها، أي بين الإدارة العليا الممثلة للمنظمة وبين جمهورها الداخلي "جمهور العاملين" وجمهورها الخارجي "جمهور المتعاملين"، فهي حلقة ربط بين الإدارة العليا (المدير، نواب المدير..) وبين الإدارة الدنيا (الإدارة التشغيلية والتنفيذية)، من خلال تنظيم وإدارة شؤون المنظمة في سبيل تحقيق أهداف إدارية وتنظيمية، هذه الأخيرة التي تسعى دوماً في صناعة الجمهور من خلال كسب ثقة وتأييد مختلف شرائح المجتمع سواء كان عام أو متخصص، لذا تعمل إدارة العلاقات العامة من خلال العديد من الوظائف والخصائص والمبادئ الأساسية في صناعة هذا الجمهور داخل أي منظمة على اختلاف أنشطتها، من هذا المنطلق نطرح الإشكال الآتي: كيف يتم صناعة الجمهور في العلاقات العامة. ولإجابة على هذا الإشكال تم إعداد الورقة البحثية التالية.

1. مفاهيم أساسية:**1.1 مفهوم الاتصال:****التعريف اللغوي:**

تعود لفظة الاتصال إلى الجذر وصل ويأتي بمعنى وصل الشيء بالشيء يصله وصلاً أي أبلغه إيّاه ووصل الشيء بالشيء يعني ربطه وعليه، فهناك ربط وضم جمع (بلخيري، جابري، 2013، ص 11). ومصطلح "الاتصال" في اللغة العربية، كما تشير المعاجم يعني الوصول إلى الشيء أو بلوغه والانتهاؤ إليه (عليان، الطرباسي، 2001، ص 27). وجاءت كلمة اتصال من الأصل اللاتيني (Commun) بمعنى عمومي أو شائع أو مشترك، ويُقابله في اللغة الإنجليزية مُصطلح (Communisme) بمعنى الشيوعية أو الملكية العامة أو المشترك (صبطي، مسعودي، 2010، ص 73).

التعريف الإصطلاحي:

تشير لفظة الاتصال في معناها الإصطلاحي العام إلى إنتقال وتبادل المعلومات التي تتم بين الأفراد من خلال تعاملاتهم وتفاعلاتهم المشتركة بما يؤثر على مدركاتهم واستجاباتهم السلوكية (عيشوش، 2001، ص 12). وهو العملية الرئيسية التي يمكن أن ينطوي فيها كافة أوجه النشاط الإعلامي والدعائي والتوعوي بالإضافة إلى أنشطة العلاقات العامة (حجاب، 2007، ص 22). أي أنّ الاتصال هنا يعني الإشتراك في المعلومات أو تبادل المعلومات والمشاعر والاتجاهات (حافظ، 2009، ص 140). فالإتصال إذن عملية ديناميكية يقوم بها شخص ما أو أشخاص أو مؤسسة ما، بنقل رسالة تحمل المعلومات أو الآراء أو الاتجاهات أو المشاعر إلى الآخرين، لتحقيق هدف ما عن طريق الرموز، لتحقيق استجابة ما، في ظرف ما (أو سياق/ بيئة اتصالية) بغض النظر عمّا قد يعترضها من تشويش (أبو إصبع، 2009، ص 27).

التعريف الإجرائي:

هو عملية تفاعلية يتم بين طرفي عملية الاتصال (المرسل - المستقبل "المتلقي") يتم بمقتضاها نقل المعلومات، الأفكار، الآراء والاتجاهات داخل نسق اجتماعي معين (مدرسة، مسجد، أسرة، مؤسسة جامعية..). قصد الوصول إلى تحقيق الهدف المرجو والمحدد.

2.1 مفهوم العلاقات العامة:

• **التعريف اللغوي:** في البداية يُبين أنّ المصطلح "Les Relations Publiques" باللغة الفرنسية و "Public Relations" باللغة الإنجليزية له إشكالية في اللغة العربية عند ترجمته الدقيقة التي تعني العلاقات العامة مع الجماهير، فكلمة (Public) أو (Publiques) لا تعني عامة (Général) ولكن "جمهور"، مما يجعل من المصطلح باللغة العربية مجالا للظن السيء بهذه المهنة ويجعلها موطناً للطعن والتفسير على نحو يجعلها "علاقات خاصة" و"غير مشروعة (فرج، 2010، ص 05).

فكلمة "العلاقات" تعني: "الرّوابط والآثار المتبادلة التي تنشأ استجابة لنشاط أو سلوك مقابل، والاستجابة شرط أساسي لتكوين علاقة اجتماعية، وفي الواقع الاجتماعي قد تكون بين فرد وفرد أو بين الفرد وجماعة، وقد تكون هناك علاقات متبادلة بين الظواهر والنظم، وقد تكون العلاقات خارجية بين جماعات وجماعات أخرى" (حجاب، 2007، ص 168). أما كلمة "عامة" فيقصد بها: "الجماهير أو مجموعة الجماهير المختلفة التي يتصل عملها أو ترتبط مصالحها ونشاطها بالهيئة أو المؤسسة أو الشركة وفي معظم الأحيان يمكن القول أنّ هناك جمهور خاص لكل هيئة خدمات أو إنتاج ويتكوّن من مجموعة المتعاملين أو المستفيدين أو المهنيين بنشاط المؤسسة أو الهيئة أو الشركة" (سمير، 2005، ص 13).

• **التعريف الإصطلاحي:** وظيفة إدارية ذات طابع مخطّط تهدف المنشأة من خلالها إلى كسب تفهم وتعاطف وتأييد أولئك الذين لهم علاقة بها والمحافظة عليها عن طريق تقييم الرأي العام المتعلّق بها من أجل ربط سياستها وإجراءاتها قدر الإمكان بالمصلحة العامة (عليان، الطوباسي، 2005، ص 232).

• **التعريف الإجرائي:** هي عملية مستمرة تعتمد على نشاط اتصالي مخطّط يهدف إلى تنمية وإقامة علاقات ثقة ووفاء مع جماهير المنظمة سواء كان ذلك على مستوى الجمهور الداخلي (جمهور العاملين) أو مستوى الجمهور الخارجي (جمهور المتعاملين) بغية تحقيق برامج معينة - سياسة محدّدة - استراتيجية مرجّوة - تعديل اتجاهات - تغيير سلوكيات... .

3.1 مفهوم الوظيفة:

• **التعريف اللّغوي:** هو المعنى المباشر الظاهر لوظيفة الأخلاق هي إقامة معيار السلوك في إطار الجماعة للمحافظة على توازن العلاقة واستمرارها (أبو مصطفى، موسى، 2016، ص 04).

• **التعريف الإصطلاحي:** أما في الدلالة الاصطلاحية فالوظيفة: هي وحدة من وحدات العمل تتكون من عدّة أنشطة، مُجمّعة مع بعضها في الموضوع والشكل، ويُمكن أن يقوم بها فرد واحد أو أكثر (موقع "المنتدى العربي لإدارة الموارد البشرية" قاموس المصطلحات الإدارية <http://hrduscussion.com>). في المقابل نجد أنّ الوظيفة في المفهوم الإعلامي تعني: الأداء الذي تقوم به وسيلة من وسائل الإعلام بالنسبة لجمهور في مجال معيّن (التعليم، الأخبار، الإرشاد، التوجيه والوظيفة الظاهرة والوظيفة الكامنة) (شلي، 1989، ص 522).

وقد لجأ قسم من الباحثين الإعلاميين إلى تبني هذه المفاهيم في تحليلهم لنظم الإعلام والأنساق الاتصالية ومن أبرزهم (لاسويل - وروجيز كلاوس وجارلس رايت...). وعلى فإنّ الوظيفة المركزية لأية عملية اتصالية تتضح في إطارها العام من خلال التّمط الاتصالي الذي تتخذه (العقابي، 2005، ص 244).

4.1 مفهوم الوظيفة الإدارية:

• **التعريف الإصطلاحي:** هي عملية إدارية تهتم بجميع المهام والأنشطة المراد القيام بها في وظائف أو أقسام وتحديد السلطات والصلاحيات والتنسيق بين الأنشطة والأقسام من أجل تحقيق الأهداف مع حل المشاكل والخلافات التي تواجه كافة الأنشطة والأقسام (عبوي، حريز، 2005، ص 244). كما يمكن تعريفها بأنّها: الإطار الذي تتم بموجبه ترتيب جهود جماعة من الأفراد وتنسيقها في سبيل تحقيق أهداف محدّدة، ويتطلب هذا تحديد النشاطات المطلوبة لتحقيق تلك الأهداف وتحديد الأفراد المسؤولين عن القيام بهذه النشاطات وكذلك تحديد الإمكانيات والموارد التي يستخدمها هؤلاء الأفراد مع توضيح العلاقات الإدارية بينهم من حيث السلطة والمسؤولية (فليه، 2005، ص 71).

من هذا المنطلق وعلى ضوء ما تقدّم نجد أنّ مفهوم الوظيفة الإدارية "إجرائياً" يمكن تعريفه على النحو الآتي:

هي النمط التنظيمي الممارس بالمنظمة من خلال عملية تحديد الواجبات والصلاحيات المرتبطة بتلك المهام الموكلة للجمهور الداخلي، وذلك لتحقيق أهداف إدارة العلاقات العامة.

5.1 مفهوم الجمهور:

هو مجموعة من الناس لا يعرفون بعضهم البعض ولا يوجد تفاعل بينهم، وهم بهذه الصفات يشبه الحشد، لكن يختلف عنه في أن أفراد الحشد يجتمعون في مكان جغرافي مُحدّد، أما أفراد الجمهور لا يجتمعون في مكان جغرافي واحد بالضرورة، وإنما اجتماعهم يكون على أساس اختيارات محدّدة. (عساف، صالح، 2004، ص11)، كما يُعرّف الجمهور كذلك على أنه "مصطلح يتم الإشارة من خلاله إلى جماعات التي تشارك بفاعلية في مناقشة القضايا العامة، أو أنه جماعة يواجهون مشكلة واحدة، ويدركون أن المشكلة موجودة، ويحاولون القيام بعمل ما يُجَاه هذه المشكلة". (صبطي، مسعودي، 2010، ص 118).

أما في مجال العلاقات العامة فإنّ مصطلح الجمهور يشير إلى الجماهير الفعلية أو المحتملة المستهدفة من الرسائل الاتصالية. (الجمال، عباد، 2005، ص248).

2. مبادئ الوظيفة الإدارية التنظيمية للعلاقات العامة:

تكمن المبادئ الأساسية لوظائف الإدارة والتنظيم في مجال العلاقات العامة في النقاط التالية (بن صغير وآخرون، 2018، ص 95-96):

- أ- تقسيم العمل والأدوار
- ب- المرونة والوضوح
- ت- وحدة الهدف
- ث- وحدة الرئاسة والسلطة
- ج- تخصيص الوظيفة
- ح- تساوي المسؤولية مع السلطة

3. مكانة إدارة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للمؤسسة

يتوقّف وجود العلاقات العامة ونجاحها في أي مؤسسة على مدى اقتناع الإدارة العليا بأهمية هذه الوظيفة، وإقتناعها بضرورة تهيئة ظروف الممارسة الفعلية لها من خلال جميع العاملين بها من ناحية، وعن طريق إدارة متخصصة لقيادة هذا العمل من ناحية أخرى. وتنبع أهمية رفع مكانة إدارة العلاقات العامة في أي مؤسسة من المؤسسات من ثلاثة إعتبارات وهي (جنيد، 2000، ص 24):

√ أنّها الإدارة المتخصصة في الاتصال والمسؤولة عن مساعدة الإدارات الأخرى على التعامل بروح الود والألفة مع الجماهير التي تتعامل معها.

√ أنّ إدارة العلاقات العامة لا يقف دورها عند المساعدة فقط، ولكنّه يمتد إلى مراقبة الإدارات الأخرى حتى لا يحدث ما يتناقض مع أنشطة العلاقات العامة أو يقلل من فاعليتها.

√ إنّ تقارير إدارة العلاقات العامة حول علاقات المؤسسة بجماهيرها التوعوية واتجاهاتها، لا بد وأن تؤخذ في الإعتبار عند وضع السياسات أو تعديلها بما يتفق وتحقيق التوازن بين مصلحة المؤسسة ومصالح الجماهير التي تتعامل معها.

ويتأثر موقع إدارة العلاقات العامة بعدة متغيرات من أهمها (فرج، 2010، ص 24):

- أ. درجة ملائمة الجهة الإدارية التي تتبعها إدارة العلاقات العامة
- ب. درجة استقلالية أو تبعية إدارة العلاقات العامة.
- ت. درجة اقتراب إدارة العلاقات العامة إداريا وتنظيميا من الإدارة العليا في المنشأة.

وتأكد قوة ونفوذ جهاز العلاقات العامة بالمنظمة باقتراب هذا الجهاز تنظيمياً من الإدارة العليا التي تستخدم نصيح وتوصيات هذا الجهاز في صياغة ورسم سياسات المنظمة، فالدور الذي تقوم به إدارة العلاقات العامة يقتضي أن تحتل هذه الإدارة موقعا بارزا في التنظيم الإداري، وذلك بأن تتبع مباشرة الإدارة العليا وتعمل تحت إشرافها المباشر وترفع إليها التقارير والتوصيات بشأن الموضوعات التي تؤثر على المنظمة ككل.

وذلك حتى يتم تعظيم المنفعة من المهام التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة من حيث:

* استطلاع المعلومات عن البيئتين الداخليّة والخارجيّة للمنظمة ونقلها لمتخذي القرارات العليا.

* شرح وتفسير القرارات الصادرة من الإدارة العليا والتي تمم جماهير المنظمة.

وتتمثل الإستراتيجية التنظيمية لتبعية إدارة العلاقات العامة للإدارة العليا في الإستناد على إعتبرات أساسية أهمها (حسين، 1995، ص 19):

• تؤثر السياسات التي ترسمها الإدارات المختلفة للمنشأة في علاقتها بالفئات الجماهيرية المستهدفة لهذه السياسات مما يستتبع أن تكون وظيفة العلاقات العامة من وظائف الإدارة العليا

• شغل مدير العلاقات العامة لمستوى إداري مماثل للإدارات الأخرى يمكنه من طرح وجهة نظر العلاقات العامة في كل ما يتعلق بسياسات وأهداف وبرامج عمل المنشأة والتنسيق مع الإدارات المختلفة. ومن مزايا وجود إدارة للعلاقات العامة بالمنشأة (فرج، 2010، ص 24):

√ تحديد مسؤوليات تخطيط أنشطة العلاقات العامة وتنفيذها ورسم سياساتها.

√ تنسيق أنشطة العلاقات العامة الموجهة إلى جماهير المنشأة ومنع ازدواجية ممارسة هذه الأنشطة من خلال إدارات أخرى.

√ تنمية الكفاءات والموارد البشرية في كافة مجالات العلاقات العامة وأنشطتها وتوفير هذه المهارات لممارسة الأنشطة الاتصالية بأنواعها وإنتاج المواد الإعلامية اللازمة.

4. دور العلاقات العامة في نجاح الإدارة لتحقيق أهدافها:

في ضوء ظهور الاتجاهات الحديثة في الإدارة وتزايد الاهتمام بالعلاقات العامة يبرز دورها في نجاح الإدارة من خلال (فرج، 2010، ص ص 10-

11):

* إن كفاءة الإدارة لا تتوقف على خبرتها وطبيعة الموارد المتاحة لها سواء كانت بشرية أو مادية فحسب بل أنّ هناك مؤثرات خارجية تُؤثر فيها وهي: التّظم والظّروف الإقتصاديّة العامّة- التّظم والظّروف السياسيّة العامّة- التّنظيمات والعلاقات الاجتماعيّة الساندة- التّظم التّقافيّة والقانونيّة- المستوى العلمي والتّكنولوجي السائد في المجتمع. فنجاح الإدارة يتوقّف على قدرتها في الإنتاج وتحقيق الأهداف وعلى مدى توافر الموارد التي يضعها المجتمع تحت تصرفها وعلى قبول المجتمع لما تقدمه من إنتاج كما تستمد الإدارة أهدافها وسياساتها من الأهداف والسياسات العامّة للمجتمع الذي تعمل في إطاره ممّا يبرز أهمية التّرابط بين الإدارة والبيئة.

* لا يمكن لأي مشروع أن يعيش أو يعمل منفصلاً أو مُعزلاً عن غيره من المشروعات بل إنّ هناك درجة كبيرة من الاعتماد المتبادل بين المشروعات المختلفة مما يبرز أهمية الأنظمة الخاصة بتدعيم الاتصال بين المنظّمة والبيئة والمنظّمات المماثلة.

5. أنواع الوظيفة الإدارية التنظيمية للعلاقات العامة:

1.5 الوظيفة الإدارية: إنّ الإدارة نشاط إنساني هادف فهي تتعامل عند تطبيقها مع الجماعة وبما ينطوي عليه هذا التعامل من علاقات، وتسعى في نفس الوقت إلى تحقيق أهداف المنظّمة من خلال إنجاز عدد من الوظائف أو المهام والأدوار في ضوء قواعد وأعراف معينة، حيث تأخذ الوظيفة الإدارة للعلاقات العامة ثلاثة مستويات أساسية، لا بدّ على خبير العلاقات العامة أن يراعيها في ظلّ دراسة الوضع الزاھن للمؤسسة وتقويمه وهذا من خلال المستوى الإداري والفني والاجتماعي (بن صغير وآخرون، 2018، ص 76). فهي الهدف العملي الذي يتعلّق بإنجاز المشروعات العامة، بما يتفق مع رغبات التّاس، وحاجاتهم فعن طريق إدارة العلاقات العامة تُوفّر المؤسسات حاجات المجتمع التي يعجز النشاط الفردي عن الوفاء بها (قطيش، 2013، ص 23).

2.5 الوظيفة التنظيمية: يرى "دروكر" أنّ الوظيفة التنظيمية عملية تحليل النشاط والقرارات والعلاقات من أجل تصنيف العمل وتقسيمه إلى أنشطة يُمكن إدارتها، ثمّ تقسيم هذه الأنشطة إلى وظائف، ثمّ تجميع هذه الوظائف في هيكل تنظيمي ثمّ اختيار الأشخاص لإدارة هذه الوظائف أو الوحدات (العتيبي، 2004، ص 17).

6. أهداف الوظيفة الإدارية التنظيمية للعلاقات العامة:

الوظيفة الإدارية التنظيمية وظيفه هامة من وظائف إدارة العلاقات العامة، وهي وسيلة تُساعد في تحقيق أهداف إدارة العلاقات العامة وبالتالي تتحقّق أهداف المؤسسة ككل، والتنظيم الجيد يُحقّق الأهداف والمزايا التالية:

√ تحديد حُطوط السّلطة: إنّ إعطاء الأوامر والصّلاحيات للمنطقة الصّحيحة في الهيكل التنظيمي للمؤسسة هي جوهر السّلطة. والسّلطة مُتأصلة في الأشخاص والمناصب فلا يُمكن تصورها كجزء من المسؤولية، كما أنّ وحدة مصدر الأوامر تُساهم في تقليل الاضطرابات الوظيفية أو التداخل في العمل.

√ تجنّب الصّراع التنظيمي: يُمكن تعريف الصّراع من وجهة نظر إدارية بأنّه "إرباك للعمل أو تعطيل له ولوسائل اتّخاذ صفة مميزة للسلوك الإداري في كثير من التّنظيمات، ومن الأمثلة عن ذلك العلاقات بين الجهات صاحبة الحق في اتّخاذ القرار، وبين أعضاء الهيئة الاستشارية، فهذه التناقضات يمكن أن تبدأ، وتتطور لتكون صحيحة، وتتمخض عن التّعرف إلى الآراء، والاتجاهات المختلفة والاستفادة منها إيجابياً بدل من أن تنفجر، وتقضي على الهدف الذي من أجله قامت المؤسسة.

√ تحقيق التّنسيق الجيد: ويكون التّنسيق الجيد بين الوحدات الإدارية التي تتكون منها إدارة العلاقات العامة وبين الموظفين العاملين فيها، بحيث يعمل جميع الموظفين كفريق عمل واحد، وليس كمجموعة أو كوحدات منفصلة عن بعضها البعض.

√ تحقيق رقابة إدارية فعالة: وذلك بمراجعة المهام والتّحقق من تنفيذ أنشطة العلاقات العامة ومقارنتها بما يجب تنفيذه واتّخاذ اللازم في حالة اختلاف مسار الإثنين. كما أنّ الرّقابة تساهم في التّسيير الجيد لبقية وظائف العلاقات العامة ولا تقتصر فقط على الشّؤون الإدارية.

√ تحقيق الكفاءة العالية في تأدية المهام: وذلك باستغلال الموارد المتاحة لدى إدارة العلاقات العامة، وتحقيق انتظام سير العمل للوصول إلى الأهداف بقدر كبير من الكفاية والفعالية. ويمكن تحقيق الكفاءة العالية في تأدية المهام من خلال الفهم الذي يشمل الطاعة والتّطبيق والسلوك والعلامات الخارجيّة ذات الصّلة بين الإدارة العليا والموظفين.

✓ توفير بيئة عمل مناسبة في إدارة العلاقات العامة: إنّ البيئة الجيدة والملائمة لتحقيق أهداف المنظمة وبناء سمعة جيّدة عنها من خلال مؤشرات الصّورة الذهنية الحسنة عنها، ينمو فيها التعاون الاختياري بين الوحدات الإداريّة وبين الموظفين العاملين فيه.

✓ الموازنة بين تقليل وزيادة الاهتمامات الفرديّة: هنالك إجراءات من شأنها تقليل الاهتمامات الفرديّة لابد على إدارة العلاقات العامة مراعاتها بينما تقوم إجراءات أخرى بزيادتها، في كل الحالات يجب الموازنة بين هذين الأمرين.

7. أهمية الوظيفة الإداريّة التنظيميّة للعلاقات العامة:

إنّ للعلاقات العامة طبيعة إداريّة تنظيميّة تختلف في جوهرها عن الوظائف الأخرى للعلاقات العامة سواء كانت وظيفة إعلاميّة اتصاليّة أو نفسيّة اجتماعيّة أو وظيفة البحث والتّحري، حيث تتّضح أهميّة الوظيفة الإداريّة التنظيميّة للعلاقات العامة في مجملها في تحقيق أي نشاط من التّشاطات الجماعيّة الهادفة مهما كانت طبيعتها ومجالاتها وأهدافها من خلال توفير الظروف الملائمة لإنجاز التّشاط والعمل الموكل للعامل على الوجه الأكمل، وتكمن أهميّة الوظيفة فيما يلي:

◆ تجنّب الإسراف وذلك بالاستغلال الأمثل والجيد للإمكانات المتاحة والحصول على أقصى إنتاجيّة ممكنة (philip, hinslo,2007, p 14)

◆ تحقيق الإنسجام والتّسويق والتّكامل بين الموظفين وتخصّصاتهم وخبراتهم ومهاراتهم بما يزيد من احتمال الوصول إلى الأهداف المحدّدة بقدر كبير من الفعاليّة (Maisonneuve. Auyre 2000, p3)

◆ جمع المسؤوليات المتعدّدة ذات الطّبيعة الواحدة في إدارة مُتناسقة التّشاط بحيث يُسهّل الرّبط بين أجزائها بما يُحقّق انتظام العمل وانسيابه بسُهولة ويُسر.

◆ تحديد الاختصاصات والصّلاحيات والمسؤوليات بحيث يعرف كل فرد واجباته فتفسير العلاقات الوظيفيّة والاجتماعيّة بأقل قدر من التّنافر والاحتكاك.

◆ الحيلولة دون التّداخل بين الأعمال ومنع التّنازع في الاختصاصات والصّلاحيات فهي تحدد الأهداف والمسالك التي يمكن الوصول إليها وتعمل على توجيه الجهود لتحقيقها (بن صغير وآخرون، 2018، ص 71-72).

◆ الاستخدام الأمثل للطّاقات البشريّة وذلك من خلال تحقيق الإدارة للمبدأ الشّهير القائل بضرورة وضع الرّجل المناسب في المكان المناسب. إذا ما حققت الإدارة هذا المبدأ فإننا نتوقع زيادة الإنتاج كما وتحسين جودته كيفاً (العيسوي، دس، ص 111).

◆ تُسهّل الاتصال بين مُختلف الوحدات والأقسام داخل إدارة العلاقات العامة: وذلك يعتمد أوّلاً على فهم عمليّة الاتصال من التّاحيتين التّظرية والتّطبيقية فالاتصال هو الوظيفة الأولى لرجال العلاقات العامة في المؤسسات المختلفة والمقصود هنا الإعلام الصّاعد من الجماهير إلى الإدارة عن طريق البحوث، والرّسائل الموجهة من المؤسّسة إلى الجماهير بهدف كسب التأييد والتّفاهم. إذ أنّ السّلسلة الرّسميّة للمُدراء من المستوى الأعلى للأدبي تُسمّى الخطوط الرّسميّة للأوامر، والمُدراء هم حلقات الوصل في هذه السّلسلة. فعليهم الاتصال من خلال القنوات الموجودة فيها وبالإمكان تجاوز هذه القنوات فقط عندما توجد حاجة حقيقة للمشرفين لتجاوزها وتتم الموافقة بينهم على ذلك (بن صغير وآخرون، 2018، ص 73).

◆ سُهولة المحاسبة والمتابعة إذ يُحدّد التّنظيم مهام وواجبات الأفراد ويُحدّد معايير الأداء، وبذلك تسهل مهمّة الرّقابة وتشخيص الإنحراف والتّصحيح (عبوي، 2006، ص 21).

8. مُعيقات الوظيفة الإداريّة التنظيميّة للعلاقات العامة (بن صغير وآخرون، 2018، ص 107-108):

- تتضمّن الهياكل التنظيمية: أي أنّ عدد المستويات التنظيمية يزيد عما هو مطلوب، ويرجع السبب إما لعلبة الإعتبارات الشخصية، فرغبة إدارة العلاقات العامة في ترقية أحد موظفيها قد يؤدي إلى إنشاء قسم أو وحدة جديدة له، أو تفتتت قسم إلى قسمين. ويؤدي بالأمر إلى ضخامة الهيكل وعدم التوازن في التقسيمات الإدارية، وتضييق نطاق الإشراف بشكل غير مناسب. والحل يكمن في ضرورة وجود حاجة ملحة لتغيير الهيكل والاعتماد فقط على أسباب موضوعية (وليست شخصية) لتغيير الهيكل التنظيمي.

- عدم الإهتمام بوصف الاختصاصات التنظيمية: تحمل بعض إدارات العلاقات العامة وصف الاختصاصات الخاصة بالوحدات التنظيمية الموجودة بالهيكل التنظيمي، ويؤدي هذا الأمر إلى اجتهاد من قبل وحدة تنظيمية حول ما يجب أن تقوم به من اختصاصات، وقد يصيب هذا الاجتهاد وقد يخيب (وهو الأغلب). ويؤدي الأمر إلى تحبّط بين الوحدات في تحديد السلطات والمهام، بل قد يؤدي إلى صراع والحل يكمن في ضرورة وصف واضح لهذه الاختصاصات حتى ولو كان هذا الوصف عامًا ومختصرًا.

- المركزية الزائدة: تعاني بعض إدارات العلاقات العامة من عدم الأخذ بمبدأ تفويض السلطة وعدم الأخذ بأساليب التكامل والتعاون بين الوحدات التنظيمية، وذلك لأسباب منها رغبة الرؤساء في التمسك بكل السلطات وعدم ثققتهم في المرؤوسين، فيؤدي الأمر إلى انعزال الوحدات التنظيمية عن بعضها البعض، وبُطء الإجراءات، وعدم المبادرة والإبتكار من العاملين وضياح وقت المديرين في موضوعات قليلة الأهمية. ويكمن الحل في تدريب المديرين على تفويض السلطة وتدريب العاملين على ممارستها، واستخدام أساليب التكامل والتعاون بين الوحدات التنظيمية من خلال الاتصالات واللجان وبالاجتماعات وتوفير المعلومات.

- كثرة اللجان: تميل بعض إدارات العلاقات العامة إلى استخدام اللجان بكثرة بدعوى التنسيق بين الوحدات، وتجميع خبرات واسعة لحل المشاكل، وتدريب العاملين على اتخاذ القرارات، إلا أنّ اللجان لها عيوب مثل تشتت السلطة وطول فترة اتخاذ القرار، والميل إلى الحلول الوسط التي لا تُساعد على حل المشاكل. والحل يكمن في ضرورة استخدام اللجان عند الحاجة فقط مع ضرورة وصف اختصاصاتها وطريقة عملها وتدريب أعضائها على طريقة المشاركة، واختيارهم بشكل سليم ومتابعة أعمال اللجان ومحاضر اجتماعاتها.

- المبالغة في استخدام وظيفة نائب: لترقية أحد الأفراد في إدارة العلاقات العامة قد تستحدث له وظيفة نائب رئيس القسم أو المصلحة التي يعمل بها، أو للتخفيف على عمل مدير المصلحة تستحدث وظيفة نائب له والغريب أنّها تُوضع على خط السلطة بين الرئيس والمرؤوسين ودون تحديد سلطاتها ومسؤولياتها. والحل عدم استحداث هذه الوظيفة (إلا في حالة عدم تفرغ الرئيس لأسباب سياسية أو حربية).

- الخاتمة:

إنّ الحقيقة الأولى التي تنطلق منها الوظيفة الإدارية التنظيمية للعلاقات العامة في تحديد العلاقة بين الوحدات والمصالح المؤسساتية داخل التنظيم على اختلاف أنشطته، فضلاً عن ذلك تكمن دور الوظيفة التنظيمية في تحديد صلاحيات واختصاصات الوحدات الإدارية وذلك لتسهيل العملية التنظيمية، ناهيك عن توفير البيئة الملائمة والمناسبة لعمل تلك الوحدات والمصالح والأقسام لتحقيق أهداف المنظمة وبناء سمعة جيدة نحو جماهيرها بهدف كسب أكبر عدد ممكن منهم سواء كان ذلك على مستوى جمهورها الداخلي "جمهور العالمين" أو على مستوى جمهورها الخارجي "جمهور المتعاملين"، هذا ما يجعل الوظيفة الإدارية التنظيمية وظيفة متكاملة تعمل في صميمها على نجاح المنظمة ومنها تطور العملية الاتصالية واستمراريتها.

- قائمة المصادر والمراجع:

1- المصادر:

1. كرم شلي، (1989) معجم المصطلحات الإعلامية، لبنان: دار الشروق، لبنان.

II – المراجع:

باللغة العربية:

2. زكرياء بن صغير وآخرون(2018)، وظائف العلاقات العامة نحو رؤية جديدة، ط1، الجزائر: دار علي بن زيد للطباعة والنشر.
 3. محمد منير حجاب(2007)، الاتصال الفعال للعلاقات العامة، مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع،
 4. محمد حسين(1995)، العلاقات العامة، د ط، مصر: عالم الكتب.
 5. عبوي حريز(2005)، مدخل إلى الإدارة العامة بين النظرية والتطبيق، د ط، الأردن: دار الشروق للنشر والتوزيع.
 6. عبوي،(2006)، التنظيم الإداري مبادئه وأساسياته، د ط، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
 7. محمد عليان الطوباسي (2005)،الاتصال والعلاقات العامة، ط1، الأردن: دار صفاء للنشر والتوزيع.
 8. العيسوي. (د س). سيكولوجية الإدارة. (دط). مصر: الدار الجامعية الإسكندرية.
 9. عصام الدين فرج(2010)، إدارة العلاقات العامة، ط2، مصر: دار النهضة العربية.
 10. عبد المجيد فليح(2005)، السلوك التنظيمي في إدارة المؤسسات التعليمية، دط، الأردن: دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة.
 11. محمد قطيش(2013)، الإدارة العامة بين النظرية والتطبيق، دط، لبنان: منشورات الحلبي الحقوقية.
 12. يوسف جنيد(2000)، إدارة وتخطيط العلاقات العامة. القاهرة: مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح.
- * المذكرات والرسائل الجامعية:
13. محمد العتيبي، أثر التنظيم غير الرسمي على اتخاذ القرارات الإدارية بالمنظمات الأمنية، رسالة غير منشورة لنيل درجة الماجستير في العلوم الإدارية(2004)، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية. المملكة العربية السعودية.
 14. محمد جاسم العقابي، الوظيفة الاتصالية للعلاقات العامة في المؤسسات الاقتصادية في العراق.دراسة ميدانية في البنك المركزي العراقي والهيئة العامة للضرائب وشركة التأمين العراقي(2004)، رسالة غير منشورة لنيل درجة دكتوراه فلسفة في الإعلام اختصاص العلاقات العامة.جامعة بغداد. العراق،
 15. موسى أبو مصطفى، وظيفة العلاقات العامة الدبلوماسية في المنظمات الطوعية(2016)، رسالة غير منشورة لنيل درجة الدكتوراه الفلسفة في العلاقات العامة والإعلان، جامعة الخرطوم للعلوم والتكنولوجيا،السودان.
- * المواقع الإلكترونية:
- موقع "المنتدى العربي لإدارة الموارد البشرية" قاموس المصطلحات الإدارية:
<http://hrdiscussion.com>
 باللغة الأجنبية:

16. Maisonneuve. Auyres.(2000). Relations Publiques, 2^{eme} éditions. Canada : Presses de l'université du Québec.

17. Philip. Hinslo.(2007). Public Relations.I2.Canada: quojeje bidjet.