

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

الجامعة المستنصرية / كلية الآداب

قسم الاعلام

مبادئ العلاقات العامة

المحاضرة الثامنة

المرحلة الأولى / الدراسات الصباحية والمسائية

العام الدراسي ٢٠٢٢ - ٢٠٢٣

أهمية التخطيط في عملية العلاقات العامة

يعتبر التخطيط من أبرز الجوانب العملية في إدارة العلاقات العامة ويعرف (بأنه النشاط العقلي الإداري الذي يوجه لاختيار أمثل استخدام ممكن لمجموعة الطاقات المتاحة لتحقيق أغراض معينة في فترة زمنية محددة) .

وهناك تعريف إجرائي للتخطيط يقول أنه (عبارة عن مجموعة من المراحل والخطوات التي تتخذها الإدارة لمواجهة ظروف المؤسسة خلال فترة زمنية مستقبلية ، حيث يبدأ التخطيط بالتفكير ومحاولة التنبؤ بما يمكن أن تكون عليه ظروف المؤسسة مع الأخذ في الاعتبار المتغيرات والظواهر التي يمكن أن تلعب دوراً أساسياً في التحكم في صورة المؤسسة أو الإدارة مستقبلاً ودراسة كل الإمكانيات والمواد المتاحة لتأتي بعد ذلك مرحلة تحديد الأهداف ورسم السياسات التي يجب إتباعها في الفترة الزمنية المقبلة) .

ويعد التخطيط أسلوباً علمياً يهدف إلى تحقيق تغيرات مقصودة عن طريق تعبئة جميع الموارد ، والطاقات المادية ، البشرية والتنظيمية لتحقيق أهداف مرغوب فيها بأقل تكلفة وأسرع وقت ، ويقوم التخطيط السليم في العلاقات العامة على دراسة بناء المؤسسة وأهدافها الوظيفية والسياسية التي تنتجها وتحقيق ذلك ، يوجب خبراء العلاقات العامة ، لابد من دراسة الجماهير المتعاملة مع المؤسسة والتعرف إلى الخصائص النوعية لتلك الجماهير، ومن ثم " فإن دراسة الجمهور والتعرف إلى القيم ، والأهداف المشتركة التي يتقاسمونها خاصة على المستوى الداخلي ، وكذلك باتجاهاتهم نحو المؤسسة سواء كانت مؤيدة أم معارضة ، أما بالنسبة للجمهور الخارجي فإن إجراءات البحوث والقياسات يعد مطلباً ضرورياً لنجاح الخطط والبرامج".

ومن أهم مزايا التخطيط للعلاقات العامة ما يلي :

أ- تخطيط نشاط العلاقات العامة يؤدي إلى تبني برنامج متكامل مع إستراتيجية المنظمة ومرتبطة بأهدافها، مما يؤكد قدرة إدارة العلاقات العامة على المساهمة الإيجابية في أداء المنظمة ويؤدي من جهة أخرى إلى كسب تأييد إدارة المنظمة وثقتها في وظيفة العلاقات العامة.

ب- التحديد الدقيق للموارد المادية والبشرية اللازمة لتنفيذ الخطة وحسن استخدامها وتوجيهها.

ج- يؤدي تخطيط أنشطة العلاقات العامة إلى إمكانية التنبؤ بالمشكلات والمتغيرات البيئية التي يتوقع حدوثها ، ومن ثم تخطيطها وتقليل أو تجنب أثرها إلى أدنى حد ممكن.

د- يبرز التخطيط أهداف العلاقات العامة بوضوح مما يساعد موظفي الإدارة على تفهمها ويسعون إلى تحقيقها، وتنفيذها عن قناعة، وفي التوقيت الزمني المحدد لها.

هـ- يسهل التخطيط مهمة مدير العلاقات العامة في اتخاذ القرارات والتوجيه والرقابة والتقييم.

و- تفعيل عملية الاتصال الداخلي حيث تناسب المعلومات عن الأهداف والأنشطة والوسائل من خلال كافة قنوات الاتصال، وفي كل الاتجاهات بين القيادات والمرووسين في إدارة العلاقات العامة وبين الإدارات الأخرى في المنظمة.

ز- تأكيد ثقة الجمهور بالمنظمة من خلال الاتصال الخارجي حيث تعد خطة العلاقات بمثابة وعد للجمهور بالتزام إدارة العلاقات العامة بكسب رضاه ومراعاة وجهة نظره.

كما هناك مزايا أخرى للتخطيط

١- يساعد التخطيط على إمكانية التنبؤ بالمشكلات والمتغيرات البيئية التي يتوقع حدوثها وبالتالي اتخاذ الاحتياطات اللازمة لمواجهتها والتصدي لها .

٢- يساعد على التحقيق الدقيق للموارد المادية والبشرية اللازمة لتنفيذ الخطة وحسن استخدامها وتوجيهها .

٣- يبرز التخطيط أهداف العلاقات العامة بوضوح مما يساعد موظفي الإدارة على تفهمها والسعي إلى تحقيقها وتنفيذها عن قناعة وفي التوقيت الزمني المحدد لها.

٤- يسهل التخطيط مهم مدير العلاقات العامة في اتخاذ القرارات والتوجيه والرقابة والتقييم.

٥- يؤدي التخطيط إلى تبني برنامج متكامل مع استراتيجية المنظمة ومرتبطة بأهدافها مما يؤكد قدرة إدارة العلاقات العامة على المساهمة الايجابية في أداء المنظمة وكسب تأييد الإدارة وثقتها في وظيفة العلاقات العامة .

٦- يساعد التخطيط على تفعيل عملية الاتصال الداخلي حيث تناسب المعلومات عن الأهداف والأنشطة والوسائل من خلال كافة قنوات الاتصال وفي كل الاتجاهات بين القيادات والمرووسين في إدارة العلاقات العامة وبين الإدارات الأخرى في المنظمة .

٧- تأكيد ثقة الجمهور بالمنظمة من خلال الاتصال الخارجي حيث تعد خطة العلاقات بمثابة وعد للجمهور بالتزام إدارة العلاقات العامة بكسب رضاه ومراعاة وجهة نظره.

أنواع التخطيط في العلاقات العامة :

يوجد نوعين رئيسيين للتخطيط في مجال العلاقات العامة وهي التخطيط الوقائي ، والتخطيط العلاجي ، ويرى (ويد ينج) أن التخطيط الوقائي هو التخطيط الذي يبنى على دراسات مستفيضة وبحوث رشيدة ويستهدف غايات بعيدة تدور في محيط إقامة علاقات ودية بين المؤسسة وجماهيرها ، والتخطيط الوقائي

قد يكون طويل أو قصير المدى وهو بمثابة الاستراتيجية ، و التكنيك الذي تعتمد عليه المؤسسة في هذا النوع من التخطيط ، أما التخطيط العلاجي ، يهدف إلى مواجهة الأزمات والمواقف المفاجئة . وعلى مستوى الممارسة تتجه بعض المؤسسات إلى الأخذ بنمط التخطيط الوقائي ، وخاصة التي تعترف بالتخطيط كوظيفة أساسية في وظائف العلاقات العامة وتحدد الإدارة الإطار العام لسياساتها وأهدافها العريضة في الخطة طويلة المدى والتي قد تمتد إلى خمس سنوات وتنعكس تلك السياسات على الخطة المتوسطة الأجل والتي تمتد إلى سنة.

وعلى الرغم من أهمية التخطيط الطويل المدى إلا أن بعض المؤسسات الحكومية في العالم العربي والتي توجد في أغلبها إدارات للعلاقات العامة لا تهتم بهذا النوع من التخطيط مما يؤثر على صلاحية الخطة بأكملها ويدخلها في التضارب والتناقض.

وقد كشفت دراسة للمؤسسات والوزارات الحكومية في الأردن، أنها تعتمد فقط وبشكل كبير على خطط متوسطة الأجل، حيث وصل نسبة الإدارات التي تقوم بوضع خطة لممارسة نشاطها ٦٨,٦% وان ما نسبته ٣١% من الإدارات لا يقوم بوضع خطة لنشاطاتها، وأن الخطط متوسطة الجمل وصلت نسبته ٥٤,٣% أو التخطيط طويل الأجل فلا تتبعه أي إدارة من إدارات العلاقات العامة بالأجهزة الحكومية التي طبقت عليها الدراسة ، وهذا يعكس النظرة السلبية وسوء الفهم الذي تشهده العلاقات العامة في الوطن العربي.

مؤهلات موظف العلاقات العامة

الصفات الشخصية :

وهي المواهب أو الصفات الطبيعية التي تولد مع الفرد وتصلقها التجارب ولا يمكن قياسها بالامتحان وهي:

قوة الشخصية :

يمكن التعرف على هذه الصفة الموهوبة أثناء التعامل مع الشخص ومن أهم عناصرها : حسن المظهر والقوام، الأناقة ورقة الحديث، إذ أن الشخصية القوية توحى بالاحترام والجاذبية والتأثير القوي على الآخرين.

اللياقة :

وهي القدرة على التحدث مع الآخرين والتأثير في آرائهم، وكذلك القدرة على الاستماع إلى الآخرين والاهتمام بحديثهم.

الموضوعية :
وهي قدرة الحكم على الأمور بنزاهة وتجرد وحيادية من دون أدنى تحيز.

حب الاستطلاع :
إن موظف العلاقات العامة هو بحاجة دائمة إلى المعلومات، وهذا يتطلب منه السعي الدائم وبرغبة قوية لاستطلاع الأخبار والمعلومات المتعلقة بعمله من أجل كشف الحقائق وتفسيرها.

الخيال الخصب :
من الصفات المطلوبة لرجل العلاقات العامة أن يكون ذا مخيلة واسعة خصبة تجعل بمقدوره تخيل وتصور مدى تأثير القرارات التي ينوي اتخاذها على الآخرين قبل اتخاذها.
فالعلاقات العامة نشاط دائم وإبداع وقدرة على التخیل.

قابلية التنظيم :
كرجل إداري، يحتاج موظف العلاقات العامة إلى قدرة على تنظيم أعماله بشكل مرتب، وإلى تبويب موارده المتوفرة وتوقيت أعماله ومواعيده وجدولتها بدقة حسب الأولويات.

الشجاعة :
قد يواجه رجل العلاقات العامة أموراً محرّجة في علاقة مؤسسته بالجمهور، ويحتاج إلى اتخاذ قرارات حاسمة وحازمة، وسريعة أحياناً، لذا يحتاج إلى شجاعة وسرعة بديهية.

الحس الغني :
لا بد لمن يعمل في نشاط إعلامي أن يتحلى بالذوق المرفه، والحس الغني، حتى يستطيع التأثير في المحيط الذي يعمل به.

قدرة المثابرة والاحتمال :
إن غالبية أهداف العلاقات العامة بعيدة المدى، وتتطلب الصبر، لذا فعلى العامل فيها أن يتحلى بالجلد والصبر والمثابرة.

الإعداد العلمي :
إن رجل العلاقات العامة هو رجل إداري وإعلامي في آن واحد حيث أن عمله يمتد باتجاهين فحتى يساهم في تحقيق أهداف مؤسسته، لا بد أن يشمل إعدادة الدراسي المواضيع التي تساعد في أداء وظيفته الإدارية الإعلامية ومن المهم أن يكون ملماً بالآتي:

اللغة :
ينبغي على العامل في مجال العلاقات العامة أن يكون متمكناً من لغة أجنبية شائعة الاستعمال إضافة إلى لغته الأم.

الخبرة الصحفية والكتابة :

لا بد لرجل العلاقات العامة أن يكون ملماً بفن الكتابة والصحافة، لأنها أقرب الخبرات لرجل العلاقات.

علم النفس :

يحتاج موظف العلاقات العامة إلى مقدار من الإلمام بعلم النفس لمعرفة دوافع النفس البشرية، حتى يستطيع التأثير في الأفكار وشخصيات الجماهير التي يقابلها.

علم الاجتماع :

يعيش الفرد ضمن جماعة أو حتى جماعات متعددة ذات تأثير على سلوكه ونمط تفكيره، وعليه لا بد لرجل العلاقات العامة أن يتفهم طبيعة هذه الجماعات وأساليب اتصالها وقوة ارتباطها.

الإحصاء وأصول البحث :

يعتمد نجاح العلاقات العامة على أسلوب البحث العلمي والإحصاء، وجمع المعلومات والمعالجة بالحاسوب وتقنياته، وصولاً إلى تحليل الظواهر وإدخال المعطيات وتبويب النتائج ومعرفة اتجاهات الرأي العام.