

المحاضرة رقم 08 تنظيم للعلاقات العامة

هو عملية تحديد لأوجه النشاط المطلوبة لتحقيق أهداف المنظمة وتجميعها في هيكل تنظيمي متكامل وشغل هذا الهيكل بأفراد أكثر كفاءة وتخصيص مدير أو رئيس لكل مجموعة من هذه المجموعات وإمداد أفراد التنظيم بالإمكانات اللازمة لأداء وظائفهم وتنسيق الجهود البشرية لتنفيذ السياسات المرسومة بأقل تكلفة ممكنة للوصول إلى الأهداف المرجوة (ثالث (2012) وتنظيم جهاز العلاقات العامة يقصد به ذلك التنظيم الإداري لمجموعة الأفعال والأنشطة التي تهدف إلى تحقيق فهم متبادل ومشارك يؤدي إلى التوافق بين منظمة ما وجمهورها، وينظم العمل بتوزيعه إلى وحدات بنائية أصغر تتكون كل واحدة من مجموعة الإمكانيات التي يشغلها متخصصون في العلاقات العامة ولهم مجموعة من الأدوار ويربطهم هدف مشترك واحد، ويقوم كل جزء من هذا البناء بأداء المهام التي تتطلبها مسؤوليات العلاقات العامة (الهواري، 1990).

وتستخدم البرامج كوسيلة في ترجمة أهداف إدارة العلاقات العامة إلى واقع ملموس لذلك ينبغي أن تكون برامج العلاقات العامة محددة ومستندة على أساليب التخطيط العلمي الهادف إلى إحداث تغييرات مرغوبة اجتماعيا واقتصادياً وغيرهما. (أبو سليم ، 2006)

وتمثل الجوانب التنظيمية في العلاقات العامة ركنا أساسيا للتفاهم مع الجمهور والقيام بنشاطات التي تقوم بها العلاقات العامة ومالم يتوفر لهذا المجهود البناء التنظيمي المناسب فإن ذلك يؤدي إلى عجز العلاقات العامة عن القيام بمسئولياتها. والتنظيم يؤدي إلى تحديد الاختصاصات، ومهما اتسعت خبرة رجل العلاقات العامة فإنه لن يستطيع القيام بكافة الأعمال بنفس المهارة حيث توجد مجالات تحتاج إلى كفاءة و مواهب أكثر من غيرها. والغرض من تنظيم العلاقات العامة بوجه عام هو الإشراف والوصول إلى الهدف بأسرع طريق ممكن دون إخلال بالمبادئ والقيم وروحالتعاون ووحدة الهدف بين العاملين في العلاقات العامة في أي منشأة. وهدف التنظيم هو تجميع المسؤوليات المتنوعة في إدارة موحدة متناسقة النشاط يسهل الربط بين أفرادها وتأدية الواجبات المنوط بها واقتصاد الوقت والجهد وتفيد الدراسات أن إدارة العلاقات العامة قد تمثل إدارة عامة أو قد تقع في مستوى قسم خاص في الجهات الحكومية والهيئات العامة، أو قد تقع في مستوى إداري بسيط تمثل وحدة أو مكتبا يتبع إدارة أخرى (عبد الرحيم، 1987).

1 أهمية تنظيم العلاقات العامة

وتمثل أهمية التنظيم في العلاقات العامة في مجموعة عوامل أهمها:

1. تجنب الإسراف وذلك بالإستغلال الجيد للإمكانات المتاحة .

2 الوصول إلى الهدف بأقصر الطرق الممكنة.

3 إيجاد روح التعاون ووحدة الهدف بين العاملين في ميدان العلاقات العامة وتحقيق الانسجام والتنسيق والتكامل بين تخصصاتهم (حجاب 1994 وهي

من خلال الواقع التطبيقي لأنشطة العلاقات العامة يتبين أن هناك ثلاثة أنماط لإدارة العلاقات العامة وهي النمط الاستشاري باعتبارها إدارة استشارية والنمط التنفيذي وهنا ينظر لها باعتبارها إدارة مستقلة لا تقوم بمسئولياتها على كافة الأنشطة وهذا فضلا عن النمط المختلط بين الاستشاري والتنفيذي (زين 2011). ويشير العلماء إلى أن هناك مجموعة من القواعد التنظيمية التي يمكن الاسترشاد بها في مجال تنظيم العلاقات العامة وتتمثل في الآتي :

1. إن الممارسة الرشيدة للعلاقات العامة تعد مسؤولية كل فرد يعمل في المنظمة أو المنشأة بغض النظر عن الإدارة التي ينتمي إليها.

2. إن تنظيم العلاقات العامة ليس هدفا أو غاية في حد ذاته، وإنما هو وسيلة لتحقيق الأهداف المنشودة .

3. إن التنظيم الدقيق والفعال يسهم في التحديد الدقيق للاختصاصات والسلطات والمسئوليات.

4. إن التنظيم الفعال للعلاقات العامة يسهم في التغلب على الصراعات داخل جهاز العلاقات العامة، بل داخل المؤسسة أو المنشأة نفسها.

ويجمع الخبراء أنه ليس هناك تنظيم مثالي للعلاقات العامة بحيث يمكن تعميمه على كافة أنواع المنشآت أو المؤسسات بل يختلف من مؤسسة أو منشأة إلى أخرى ، وذلك وفقا لطبيعة النشاط والحجم والإمكانات المادية والكوادر البشرية المتاحة، ومدى اهتمام الإدارة العليا بجهود العلاقات العامة، وتتحكم هذه العوامل وغيرها في شكل وحجم التنظيم الإدارية أو جهاز العلاقات العامة داخل المؤسسات.

ويشار أن أنسب التنظيمات التي تناسب العلاقات العامة هو التنظيم الهرمي الوظيفي الذي يجمع بين التنظيم الهرمي القائم على تدرج السلطة من قمة الهرم إلى قاعدته وأسلوب التنظيم الوظيفي الذي تعطي فيه السلطة حسب مستويات العمل أو الخدمات الخاصة وبحيث يكون لكل وظيفة سلطتها النهائية الخاصة بها. وهذا النوع من التنظيم هو الأنسب للمؤسسات لأنه يتيح الرقابة على الأقسام وفي نفس الوقت يسمح بحرية العمل داخل كل قسم (عبد الغني، 2006).

2 خطوات تنظيم العلاقات العامة

هناك مجموعة من الخطوات التي يجب اتباعها في عملية التنظيم وذلك كما يلي:

1. حصر وتحديد كافة الأنشطة والأعمال التي يتوجب على جهاز العلاقات العامة القيام بها، وذلك من منطلق الفهم الواعي لدور هذا الجهاز ومسئولياته الاجتماعية.

2 تجميع الأنشطة والأعمال ذات الطبيعة المتجانسة في مجموعة واحدة ومتخصصة ضمن إطار النشاط العام للعلاقات العامة، بما يصلح أن يكون أساسا لإنشاء الأقسام الوظيفية المتخصصة.

. تحديد وتسمية الوحدات الإدارية الفرعية التي يشتمل عليها كل قسم بما يتفق مع طبيعة مهام وواجبات القسم، مع مراعاة عدم التكرار والازدواجية في تنفيذ الأعمال، ولا بد أن تكون مسئولية كل وحدة إدارية واضحة ولا تتضارب مع الوحدات الأخرى.

تحديد المؤهلات العلمية والخبرات والمهارات التي يجب توافرها في الأفراد الذين سيتم اختيارهم لشغل الوظائف الإدارية في كل وحدة إدارية.

تحديد السلطات الوظيفية وتوزيعها على الأقسام والوحدات الأدنى.

تحديد السلطات الوظيفية وخطوط الاتصال الرأسية والأفقية بين إدارات العلاقات العامة والإدارات الأخرى داخل المؤسسة أو المنظمة، وكذلك بين الأقسام والوحدات المختلفة لإدارة العلاقات العامة (جودة، 2006).

3 هياكل تنظيم إدارة العلاقات العامة :

وهناك مجموعة من الأساليب التي تتبع في تنظيم أقسام أو إدارات العلاقات العامة وذلك على النحو الآتي : (جودة، 2006)

1. أسلوب هيكل التنظيم الداخلي طبقاً للوظائف الأساسية في العلاقات العام، هذا الأسلوب يتم إحداث الأقسام المتخصصة في الوظائف الأساسية التي تمارسها

إدارة العلاقات العامة والتي تتمثل في البحوث والتطوير والتخطيط للعلاقات العامة والاتصال والتقييم -

2 أسلوب هيكل التنظيم الداخلي طبقاً لفئات الجمهور الأسلوب الاتصالي النوعي) وفي هذا الأسلوب يتم تقسيم إدارة العلاقات العامة إلى أقسام طبقاً لنوع الجمهور الذي له علاقة بالمؤسسة مثل الجمهور الداخلي والجمهور الخارجي

3-أسلوب هيكل التنظيم الداخلي طبقاً لنوع السلعة أو الخدمة المقدمة إلى الجمهور،

4. أسلوب هيكل التنظيم الداخلي وفقاً لوسائل الاتصال للعلاقات العامة ويتم من خلال هذا الأسلوب تقسيم إدارة العلاقات العامة .

5-أسلوب هيكل التنظيم الداخلي وفق التوزيع الجغرافي لنشاطات المنظمة، ويعتمد هذا الأسلوب في التنظيم عند ما تكون جماهير المؤسسة منتشرة في مناطق جغرافية متعددة، وهنا يتم اعتماد عدد من الفروع لها في مناطق تشمل السوق الداخلية والخارجية بحيث تضمن تلك الفروع قسماً للاتصال بالفروع الخارجية مثلاً ضمن أقسام العلاقات العامة .

6 أسلوب التنظيم الداخلي المركب ويتم اعتماد هذا الأسلوب في حالة المنظمات أو المؤسسات الكبيرة بحيث تتبع في عملية التنظيم مزيج من التصنيفات السابقة بما يتناسب مع نوعية اهتمامها، واتساع أنشطتها وحجم جمهورها وغيرها من المحددات (زين ، 1997) تنظيم إدارة العلاقات العامة حسب حجم المؤسسة (عليوه، 2002)