

## ثانياً: دور العلاقات العامة خارج المنظمة (الدور الإعلامي).

تلعب العلاقات العامة وأجهزتها العاملة في المنشآت دوراً إعلامياً هائلاً خارج إطار المنظمة أو المنشأة ، لأن العلاقات العامة ليست جزءاً منعزلاً عن المجتمع الذي نعيش فيه ، بل إنها تؤثر وتتأثر أنشطتها والعاملين بها بما يحدث داخل هذا المجتمع بصورة مباشرة أو غير مباشرة.

وكثير من الدول والمنظمات تحرص على إيجاد هيئة أو أكثر تكون مسؤولة عن رعاية العلاقات العامة بين الحكومات والمنظمات والجمهور حتى يمكن أن يحدث التجاوب المنشود بين قراراتها ونشاطاتها والمواطنين.

بل إن هناك دولاً تسيطر على أجهزة الإتصال الجماهيرية وتوجهها في إطار سياستها العامة لتقوم بوظيفة العلاقات العامة في المنظمة وهي تقوم بدورها الإعلامي خارج إطار المنظمة وكتفاعل بينها وبين المجتمع الخارجي إلى:

- 1- تعريف المواطنين بالأحداث الجارية وتزويدهم بالبيانات الدقيقة عنها.
  - 2- توضيح وشرح النشاطات المختلفة لأي منظمة أو منشأة سواء كانت حكومية أو قطاع عام أو خارجي.
  - 3- إجراء الاستفتاءات والإحصاءات للتعرف على رغبات الجمهور وحاجتها ولا شك في أن حسن استخدام إمكانات العلاقات العامة وأجهزتها في المنظمة التي تعمل بها يؤدي بها إلى فوائد متعددة ومتبادلة بين المنظمة والجمهور.
- ولكي يتم استخدام العلاقات العامة خارج المنظمة في دور إعلامي مرسوم لها جيداً فإن على إدارة العلاقات العامة أن تضع خطة قوامها المتغيرات الهامة التالية:

- 1- الأهداف الرئيسية التي تسعى إدارة العلاقات العامة إلى تحقيقها.
- 2- الجماهير المستهدفة وخصائصها.

- 3- خصائص وسائل الإتصال المختلفة (صحافة - إذاعة - تلفزيون - إعلان - كتب) ومدى ملائمتها للجمهور المستهدف ودرجة إنتشارها وقوة تأثيرها بين هذا الجمهور.
  - 4- معرفة الإتجاهات والآراء السائدة داخل المجتمع الذي ستوجه إليه الرسائل الإعلامية.
  - 5- تحديد وسائل التقويم التي تكفل متابعة هذه الخطة الإعلانية.
- والفوائد التي ستجنيها إدارة العلاقات العامة خارج المنظمة تكمن في الحقائق التالية:**

- 1- إن استخدام وسائل الإعلام الجماهيرية يزيد من سرعة انتشار الدعوة بين الجمهور وإثارة المناقشات حولها.
- 2- إن الاتصال الجماهيري لكسر ما يسمى بحاجز المنع أو التحريم أو إيذاء الموضوعات التي ينظر إليها على أنها محرمات **taboos**
- 3- إمداد قادة الرأي في تلك المجتمعات بالمعلومات التي يحتاجون إليها في نشر الدعوة التي تطلقها العلاقات العامة.
- 4- إن وسائل الاتصال الجماهيري (وسائل الإعلام) تساعد الأفراد على الانتقال النفسي من الواقع الذي يعيشونه وتخيل واقع جديد لم يجربوه من قبل وهو ما يعرف بنظرية التقمص الوجداني **Empathy**
- 5- إن النشر من خلال المطبوعات يسعد الجمهور القارئ على فهم بعض الأفكار التي تحتاج إلى تفاصيل دقيقة أو رسوم توضيحية أو بيانات إحصائية.
- 6- إن الكلمة المذاعة يمكن تسجيلها وإعادة أكثر من مرة فتكسب في كل مرة قوة إضافية.
- 7- ويمكن تحديد أربع مجالات هامة تلعب العلاقات العامة فيها دوراً إعلامياً خارج المنظمة وهي:

● المجال الاقتصادي

● المجال السياسي

● المجال الإداري

● المجال الاجتماعي

