

هناك أربعة مجالات هامة تلعب العلاقات العامة فيها دوراً إعلامياً خارج المنظمة وهي:

أولاً : المجال الإقتصادي:

يمكن أن تطرح العلاقات العامة خارج المنظمة العديد من الموضوعات والأفكار في هذا المجال والتي تنعكس بالتالي على المجتمع الذي تمارس فيه نشاطاتها وترتبط معه بعلاقات متبادلة ومن أهم هذه الأفكار:

- 1- تنمية الوعي الإدخاري كضرورة لتوفير الاستثمارات اللازمة لمشروعات المنظمة.
- 2- ترشيد الإنفاق الحكومي ولا سيما إذا كانت المنظمة تتعامل خارجياً مع العديد من المصالح والهيئات الحكومية.
- 3- تنمية وتقوية الوعي الضريبي كأساس لبناء إقتصاد قوي.
- 4- نشر الوعي التأميني باعتباره أحد أوعية الإدخار اللازمة لتمويل المشروعات.
- 5- يمكن أن تؤدي العلاقات العامة دوراً إعلامياً خارج المنظمة فعالاً في مجالي الإرشاد الزراعي والأمن الصناعي .
- 6- تبصير الجماهير على مختلف إنتماءاتها بحقيقة الأوضاع والتحديات التي تواجه التنمية داخل الدولة.
- 7- تهيئة الجو المناسب لإدارة حوار فعال بين المنظمة والجماهير عن طريق وسائل الإعلام لضمان مشاركتهم الإيجابية في شكل النشاطات الهامة المتعلقة ببلدهم.

ثانياً : المجال السياسي:

ويبرز الدور الإعلامي للعلامات العامة خارج المنظمة في المجال السياسي إذا تدبرنا الفوائد التالية:

- 1- غرس الشعور بالانتماء الوطني والقومي لدى الموظفين لمؤسساتهم ومنظماتهم المختلفة ، فشعور المواطن بالولاء لمنظمته أو شركته أو منشأته يدفعه إلى بذل التضحيات التي تتطلبها المصلحة العامة لتلك المنظمة أو المنشأة.
- 2- تشجيع الجماهير على المشاركة السياسية في اتخاذ القرارات وتدعيم الديمقراطية.
- 3- التنبيه إلى محاولات التشكيك التي تستهدف النيل من النظام السياسي.
- 4- إتاحة الفرصة لكافة الآراء الوطنية لكي تعبر عن نفسها من خلال هذه الوسائل الإعلامية وبالتالي تكتمل دائرة الاتصال منها وإليها.
- 5- كشف الانحرافات من جانب المسؤولية في مختلف القطاعات التي لها صلة بالجماهير والتنبيه إليها لمعالجتها.
- 6- تهيئة الجماهير للتغيرات التي ستحدث وتفسير هذه التغيرات ومساعدة الجماهير على فهمها والتكيف معها.

ثالثاً المجال الإداري:

وعلى اعتبار أن الجهاز الإداري لأي منظمة أو هيئة أو مؤسسة يلعب دوراً فعالاً في تنمية المجتمعات فإن الدور الإعلامي الذي يمكن أن تقوم به العلاقات العامة خارج المنظمة في هذا المجال يتمثل في:

- 1- علاج مشكلات الإدارة والتغلب على التحديات التي تواجهها التغيرات الجذرية لمواجهة التطورات الحديثة.

- 2- إبراز مظاهر التخلف في القوانين واللوائح التي تعجز عن توفير المرونة والحرية لمواجهة التطورات الحديثة.
- 3- تشجيع الحلول الذاتية والمبادرات التي تهدف إلى التغلب على كل ما يعرقل سير العمل.
- 4- إستشارة وتعميق روح الابتكار والمخاطرة والتصرف السليم بين الإداريين.
- 5- كشف الإداريين الذين يعتمدون عرقلة الإجراءات المتطورة في الإدارة وتعريف الرأي العام بهم.
- 6- تنشيط وإبراز المناقشات الموضوعية الهادفة إلى تطوير الجهاز الإداري.
- 7- تشجيع إجراءات تطبيق المركزية في الإدارة لتخفيف الأعباء عن الإدارة المركزية.
- 8- إعادة توزيع القوى العاملة بما يتفق وحسن سير العمل في الإدارات المختلفة.

رابعاً : المجال الإجتماعى:

- يتمثل الدور الإعلامى للعلاقات العامة خارج المنظمة في المجال الإجتماعى فيما يلي:
- 1- إثارة الاهتمام بتعليم القراءة والكتابة بين الجماهير غير المتعلمين وذلك بالطبع يكون أكثر أهمية في البلاد النامية التي تزداد فيها نسبة الأمية.
 - 2- حث المتعلمين على المشاركة في الجهود المبذولة لمحو الأمية وخلق الحوافز للتعليم.
 - 3- أداء دور مساعد المعلم في خطط برامج محو الأمية بالإذاعة والتلفزيون.
 - 4- تغيير العادات والسلوكيات السيئة لدى بعض قطاعات الجماهير.
 - 5- تنمية الوعي الصحى عند فئات كثيرة من الجماهير خارج المنظمة.
 - 6- تنشيط ودعم الجهود الشعبية لمحاربة الأمراض المتوطنة والتوعية بالمشكلات الصحية الناتجة عن التلوث الصناعى.
 - 7- كسب التأيد للقضايا الصحية الهامة كتنظيم الأسرة ، وتعليم الأبناء والبنات.
 - 8- ترشيد الأنماط السلوكية السيئة السائدة في الأفراح والمآتم والأعياد الدينية .

9- تشجيع المناقشات والحوارات الرامية للتغلب على بعض المشكلات الاجتماعية الملحة مثل الإسكان ، التوظيف ، التشرّد ولا سيما بين الأطفال .

10- بث القيم والمبادئ والأخلاق الفاضلة بين المواطنين ولا سيما الشباب باعتبارهم عصب التنمية.

11- تبني وسائل الإعلام الدعوة إلى ترشيد البرامج التربوية والتعليمية في المدارس والجماعات بما يتفق وتعاليم الدين الحنيف ملئء الفراغ الديني عند الشباب وعدم ترك الفرصة للجماعات المضللة للسيطرة على عقولهم.

أخيراً فإن الدور الإعلامي التي تلعبه العلاقات العامة خارج المنظمة دوراً هاماً لأن الاتصال المزدوج بين المنظمة و جماهيرها الخارجية يعتبر من أهم مميزات أجهزة العلاقات العامة التي تسعى إلى تحقيق التكيف والانسجام بين المنظمة والأفراد الذين يتعاملون معها... يؤثر فيها وتؤثر فيه.