

# كلمة أخيرة - سوسن الطاهر

طلب وزير العمل من المسؤولين في وزارته ان يكتبوا التقارير السنوية بطريقة مختلفة عما درجت عليه جميع وزارات الدولة. وهذا ما نادينا به كثيرا ولنا أكثر من مرة إن أكثر ما يسيء للأناجيز هو تضخيمه والمبالغة في عرضه والتفاخي عن عيوبه. ولكن المسؤولين دأبوا على توصيل التقارير بهذا الاسلوب ظانين بانهم انما يساهمون أكثر بخدمة مجالات عملهم بذلك الاسلوب التقليدي في نقل الصورة.

لقد أدرك وزير العمل مؤخرا انصراف الناس عن قراءة هذه التقارير. وعندما يشيح الناس عن إنجازات موجودة في الواقع ذلك يعني مؤشرا غير حسن!!

لقد لنا ألف مرة ان الناس لا تنتظر لهذه التقارير لانها تكتب بعين واحدة فقط وهي عين الايجابيات، ولانها تكتب بطريقة تحصيل حاصل ورس لأرقام لا تفهم ولا تعني شيئا للقارئ العادي خصوصا وانها طويلة وتضطر الصحيفة لا اختيار بنظ صفر في كتابتها فتظهر على شكل أحرف صغيرة مرصوفة فوق بعضها البعض تعلا صالحة أو صليحتين يتعب موظف صف الحروف في كتابتها بملل أيضا وفي النهاية لا يقرأها احد!

لسنين طويلة مضت خسرت الحكومة كثيرا من صورتها وشاع الكثير من إنجازاتها في زحمة المطالبات بإكمال الناقص وذلك لان هذه الانجازات لم تظهر للعيان كما ينبغي.

لقد استهانت الحكومة طوال الفترة السابقة بأهمية ما يسمى بالعلاقات العامة وحصرت مهامها في استقبال وتوديع الضيوف ولي متابعة إلتامتهم في الفنادق، غير مدركة بان زماننا هذا هو زمن الصور، زمن الاعلان، زمن يتنافس فيه الانتاج العالي الجودة في كيفية اظهار الصورة النهائية للمنتج، وهنا يأتي دور العلاقات العامة بملءها العصري الجديد!

قد يبدو الامر وكأننا نتحدث عن تزييف للواقع أو صور خادعة و وهم، ولكن الحقيقة التي يتعامل بها المنتجون الآن - سواء كان المنتج سلعة أو خدمة استهلاكية - ان الجودة تكاد تتشابه في الكثير من المنتجات ولي الكثير من الخدمات، لكن الفرق في التسويق فقط. أي ان الجميع قد يكون بنفس الجودة ولكن الأكثر مبيعا هو (الاشنتر) تسويقيا! ليس هناك خداع و وهم في الصورة التي يراد تسويقها. ولكن هناك لن في اظهارها بالشكل الذي يقبل عليها المستهلك ويتقبلها دون سماجة ولجاجة، واعتقاد ان الانجازات الحكومية والخدمات التي تقدمها كان ينقصها دوما التسويق الجيد، بل استطيع ان ان اتول انها لم تعط بالا طوال السنين الماضية لأهمية دور التسويق في ابراز إنجازاتها، وتركه هكذا دون عناية فقط عندما يحين موسم العرض السنوي تلقي بكم من الاوراق جمعت من الدوائر والائسام والتي القتها بدورها على موظف العلاقات العامة تخلصا من مهمة ثقيلة يعرفون مسبقا ان احدنا لن يطلع عليها!

الانجازات الحكومية كثيرة ولكنها بحاجة لتعامل ذكي مع عقول المواطنين يحترم لمثلثهم ووعيهم ويعرضها عليهم بالشكل الذي يتناسب مع هذا الاحترام.

العرض، الآن هو لن من الفنون ويجب ان نوليها اهتمامنا الكبير لذلك تلعب إدارة العلاقات العامة دائما في الدول المتقدمة مباشرة ضمن مهام رأس الادارة في كل المؤسسات الرسمية والاهلية. وتعلم هذه الإدارة الاهتمام الكافي من موظفين متخصصين في الاعلان والتسويق... نعم... حتى لو كنا نتحدث عن دائرة حكومية، خصوصا في دول مثل دولنا تتولى فيها الحكومات توفير جميع الخدمات (تعليم وكهرباء، ماء وصحة، وبلديات و...) وتحاسب من قبل المواطنين على التصدير في اداء مهامها بل وتتهم صراحة حتى في الاعلام الخارجي بهذا التصدير!

كما ان هناك موظفين مختصين في فن التعامل مع الناس وشكواهم واقتراحاتهم ومقارلاتهم، وموظفين مختصين في التخطيط للحملات التوعوية التي تنوي الحكومة إنجازها بل وأكثر من ذلك. ولان هذه الدائرة عليها مسئولية عرض منجزات الوزارة العنيفة لان موظفيها على اطلاع دائم ومسبق بجمع تخططات الوزارة حتى تعرف كيف تخطط مستقبلا لعرضها وتشارك في تبني سياساتها المستقبلية.

دعونا لا ننس ان نجاح أي مشروع يعتمد على مدى امان العاملير والمستفيدين منه وهذا لن يتأتى إلا بجهودهم، حلقة الوصل بين كل هؤلاء وربط يعتمد على اساليب جديدة في فن التعامل. انه عالم كبير وجديد علينا كمؤسسات حكومية، واعتقد ان وزير العمل الحالي أدرك هذا النقص الفادح لطبيعة اهتماماته السابقة وعرفت بأهمية العلاقات العامة.

نشد على يد الوزير ونعشم أنفسنا بتقارير مميزة في السنة القادمة تحترم عقابا المواطن وتؤدي ما هو مطلوب منها بجدارة!



العدد العدد 2017 تشرين 11 ومختران 2017 20 يناير 1997 January 1997