الفصل الأول: العلاقات العامة احتلت العلاقات العامة مكانتها داخل الهيكل التنظيمي في إدارات العديد من المنظمات والمؤسسات الحديثة، حيث اتجهت العديد من المؤسسات الحكومية إلى تأسيس دوائر مستقلة للعلاقات العامة، وذلك إدراكا من الإدارة في تلك المؤسسات بأهمية الدور الذي يمكن أن تلعبه وتقوم به دائرة العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية فأصبحت واجهة أي مؤسسة وعنوانها مهما كان نشاط هذه المؤسسة التي تعمل من خلاله وخاصة المؤسسات التي تقدم الخدمات للجمهور، والعلاقات العامة لها من الأهداف والمؤهلات والمتطلبات التي تبنى عليها حتى تأتي بثمارها المرجوة كواجهة مؤسسية، وبين المؤسسة وعملائها وبين المؤسسة والمجتمع المحلي الذي تتواجد فيه لها دور ملموس ومهم في توطيد العلاقة بين جميع الاطراف الذي تتعامل معهم، وتقتضي أهمية بناء العلاقة بين المنظمة وجماهيرها على توفير الخدمات بطرق وأساليب متنوعة تواكب متغيرات العصر، مما مكن ممارسي العلاقات العامة من تقوية العلاقات والاتصالات لبناء وتصحيح صورة المنظمة وتعزيزها، وتحويل الأساليب القديمة للعلاقات العامة إلى أساليب متطورة معاصرة تخدم المنظمة وجمهورها الداخلي والخارجي. أولا: مفهوم العلاقات العامة فتركز بعض تعاريف العلاقات العامة على الجانب الاتصالي، وبعضها يركز على الجانبين الإداري والاتصالي بغض النظر عن الاختلاف في التعريف إلا أن المتخصصين أكدوا على أن العلاقات العامة هي نشاط يهدف إلى تحقيق التعاون والتفاهم بين المنظمة وجماهيرها. فتعرف العلاقات العامة بأنها العلم الذي يدرس سلوك الأفراد والجماعات دراسة علمية موضوعية تهدف إلى تنميط العلاقات الانسانية على أسس من التعاون والمحبة والوعي . وتعرفها جمعية العلاقات العامة الدولية على أنها وظيفة إدارية ذات طابع مخطط ومستمر تهدف من خلالها المنظمات باختلاف أنواعها وأوجه نشاطها إلى كسب تفاهم وتأييد الجماهير الداخلية والخارجية، والحفاظ على استمراره وذلك من خلال دراسة الرأي العام وقياسه للتأكد من توافقه مع سياسات المؤسسة وأنشطتها وتحقيق المزيد من التعاون الخلاق والأداء الفعال للمصالح المشتركة بين المؤسسات وجماهيرها باستخدام المعلومات المخططة. ويعرفها معهد العلاقات العامة البريطانية بأنها الجهود المخططة والمستمرة لإقامة علاقات طيبة والمحافظة على التفاهم المتبادل بين المنظمة وجماهيرها . أما جمعية العلاقات العامة الأمريكية عرفتها بأنها نشاط أي صناعة، في بناء وتدعيم علاقات سليمة منتجة بينها وبين فئة من الجمهور كالعملاء والموظفين والمساهمين والجمهور بوجه عام لكي تعدل من سياستها حسب الظروف المحيطة بها وشرح هذه السياسات للمجتمع. والقاموس العالمي الجديد Webster للعلاقات العامة عرفها على أنها ترويج الاتصال والثقة بين شخص أو مشروع أو هيئة وأشخاص آخرين، أو جمهور خاص أو المجتمع بأكمله، وهي بالأساس عملية علاقات مع الجماهير الداخلية والخارجية للمؤسسة، والأنشطة الاتصالية تبعا لتخطيط مدروس مما يؤدي إلى تحقيق أكبر قدر ممكن من المعرفة المشتركة بين الإدارة والعاملين داخل المؤسسة والجمهور الخارجي بشكل تبادلي، لزيادة الأداء الاقتصادي للمؤسسة بشكل فعال وتمكين مكانتها الاجتماعية. ورغم تعدد رؤى الباحثيين في تضيق وتوسيع مفهوم العلاقات العامة؛ والعمل على تحقيق التوافق والانسجام بين المنظمة وجماهيرها. يمكن استخلاص تعريف إجرائي للعلاقات العامة بأنها عملية مستمرة ومخططة ومدروسة تقوم بها المنظمة من أجل كسب تأييد الجماهير، ويرى الباحثان أن التعريفات الكثيرة والمتنوعة التي تلاحظها على صفحات الكتب والمجلات المتخصصة والتي تحدثت عن هذه التعريفات وضعت من قبل الأكاديميين والخبراء أو الهيئات التي تعنى بالعلاقات العامة وأضافت بأشكال مختلفة إلى مفهوم العلاقات العامة وأثرت فيه بشكل كبير ودفعت به كعلم ومهنة ويمكن الإشارة هنا إلى أن معظم التعريفات التي وضعت لمفهوم العلاقات العامة اشتركت في سمات معينة ولاقت قبولا من قبل مجموع المهتمين في العلاقات العامة كما حددها الفريق العلمي الذي أصدر الدليل العلمي للعلاقات العامة في المنظمات غير الربحية وهي على النحو التالي: ـ1- وضحت الغايات التي تهدف إليها العلاقات العامة في تطوير نظام إدارة وبناء السمعة في المؤسسة الأمر الذي يساعدها على النجاح. ـ3- يعتبر الاتصال والإدارة أساسان لعمل العلاقات العامة. 4- التأكيد على أهمية الجمهور بشقيه الداخلي والخارجي واعتبارهما أساسا العمل العلاقات العامة. 5-ـ اعتبار الاتصالات التي تجريها العلاقات العامة اتصالات إقناعية للتأثير على سلوك الجمهور بشكل إيجابي. ـ6- محاولات العلاقات العامة وسعيها الدائم لتحقيق التكيف والموازنة بين مصالح الجمهور والمؤسسة. 1- العلاقات العامة علم يستعين بالأسلوب العلمي، 3- تحتاج العلاقات العامة إلى متخصصين على مستويات مختلفة. 4- تعد العلاقات العامة وسيلة لتدريب الجماهير وإعدادها لنقل أفكار وآراء جديدة. 5- تتضمن العلاقات العامة التفاهم بين المؤسسات وجماهيرها، وتعمل على الترابط وتحقيق التعاون بينها. 6- تستخدم العلاقات العامة أدوات الاتصال والإعلام والبحوث العلمية لتحقيق أغراضها. 7- أصبحت العلاقات العامة ضرورة ملحة لجميع المؤسسات في جميع المستويات. ثانيا: مبادئ العلاقات العامة أجمع جمهور الباحثين والمختصين في العلاقات العامة على المبادئ التالية

lakhasly.com © تم تلخيص النص بواسطة موقع لخصلي

التي يجب أن تحكم عمل ووظيفة العلاقات العامة توجزها على النحو التالي: فالعلاقات العامة لا تخدع الجمهور ولا تغشه بل تسعى إلى كسب ثقته بالقدوة الحسنة من خلال الأعمال وليس فقط من خلال الأقوال. بحيث يجب على موظفي العلاقات العامة اتباع الأسلوب العلمي في أعمالهم وأنشطتهم، حيث إنه يجب على العلاقات العامة والعاملين بها الإيمان المطلق بقيمة الفرد واحترام حقوقه الأساسية المنصوص عليها في القانون. يجب على العلاقات العامة أن تضع أمامها مسؤولية أفراد المجتمع والاهتمام بها جيدا. ثالثا: أهداف العلاقات العامة وتظهر أهداف إدارة العلاقات العامة من الدور الذي تقوم به العلاقات في المجال الإداري، أي إن العلاقات العامة تهدف إلى إيجاد وخلق التفاهم المتبادل بين المنظمة وجمهورها وكذلك خلق سمعة طيبة وجيدة والمحافظة على الاتصال بينها وبين جماهيرها وبالتالي تحقيق سمعة جيدة للشركة. فتتمثل أهداف العلاقات العامة فيما يلي : ـ كسب ثقة الجمهور الخارجي المتعامل مع المنظمة. ويمكن إجمال أهداف العلاقات العامة حسب علي فرجاني، يعتمد نجاح أو فشل العلاقات العامة على كيفية أداء وظائف التسويق، حيث إن العلاقة بين التسويق والعلاقات العامة هي علاقة تكاملية طردية يعتبر التسويق جزء من مهام العلاقات العامة حيث تلعب العلاقات العامة دورًا رئيسيًا ومساعدًا ومكملا في التسويق والترويج عن منتجات وخدمات المنظمة، كما أن هناك حالات كثيرة تمكن نشاطات العلاقات العامة من إكمال الأهداف التسويقية للمؤسسة والطرق التي تكمل بها العلاقات العامة التسويق كثيرة ومنها على سبيل المثال: إسهام العلاقات العامة في الترويج للعلامة التجارية والمنتجات وخدمات الشركة أو الترويج النوعيتها؛ وقد تسهم العلاقات العامة في إحداث بعض التغيرات داخل المؤسسة، ولا يمكن للتسويق أن ينجح أن لم يعمل بشكل متواز مع العلاقات العامة؛ كما أن الرقابة الحكومية المتزايدة على منتجات الشركة وتزايد اهتمام الناس بمحتويات المواد المشتراة وما يدخل في صنعها أو تركيبها أصبحت أكثر حدة من قبل مما أجبر المعنيون بالإعلانات إلى تبرير كل ما يقولونه في الإعلان وفق احتياجات الجمهور. بما أن العلاقات العامة تبدأ من داخل المنظمة، وذلك من خلال تواصل العلاقات العامة مع العاملين وإبراز شعورهم بالانتماء للمنظمة، وتقدير المنظمة لعمل الأفراد ولتحقيق ذلك تستعين العلاقات العامة بوسائل الاتصال الداخلي، وعمل الأنشطة الترفيهية والمسماهمة في حل المشكلات الخاصة بالعاملين. بالإضافة إلى ظروف العمل المناسبة. إن هدف العلاقات العامة هو خلق تفاهم متبادل ومشترك بين المنظمة وجماهيرها المتصلة بها؛ لذلك يُعتبر كسب تقة الجمهور الخارجي من أهم أهداف أنشطة العلاقات العامة، ومن أهداف العلاقات العامة في المنظمات التي تسعى لتحقيقها: دعم العلاقات الانسانية مع الجمهور الداخلي في المؤسسة وتقوية الترابط الاجتماعي بينهم والمساهمة في برامج الرعاية المناسبة لهم وتحقيق التفاهم والتعاون المشترك بين العاملين في المؤسسة، وتوفير المعلومات والحقائق أولا بأول وتأمينها لأصحاب القرار في المؤسسة بحيث تكون هذه المعلومات لها علاقة بآراء الجماهير واتجاهاتهم ورغباتهم، وكذلك مواجهة كل ما تتعرض له المؤسسة من هجوم أو شائعات قد يؤثر على ثقة الجمهور بها وذلك عن طريق مواجهة هذا الهجوم والشائعات بالحقائق والبيانات الصادقة. وقد نشر حسين عام 2018 على موقع جامعة بابل بعض الأهداف للعلاقات العامة، حيث يجد أنها تنحصر في إقامة العلاقات الطيبة والثقة المتبادلة بين المؤسسة وبين العاملين فيها، وبينها وبين الجمهور المتعامل أو من المحتمل إن يتعامل مع هذه المؤسسة، ويعد الهدف الأسمى للعلاقات العامة هو تحقيق الانسجام والتوافق بين المنظمة وجماهيرها وهذا ما يتحقق عن طريق ثلاث محاور رئيسية أو أساسية هي : وحدد عدد من العلماء أهداف العلاقات العامة وتمكن الأهداف بنظرهم في تكوين صورة ذهنية لائقة عن المؤسسة وتحقيق التوافق بين مصالح المؤسسة والجمهور والعلاقات الطيبة بين العاملين بالمؤسسة والإدارة العليا، والعمل على جذب أفضل المهارات والكفاءات للعمل بالمؤسسة، والاهتمام بدراسة الرأي العام الداخلي والخارجي والوقوف على أحدث طرق قياسه، كما حدد قسم من الباحثين أهداف العلاقات العامة وفق المجالات التالية: 1- المجال الاقتصادي: والذي يركز على تنمية الوعي الادخاري، وبيانها لدور نشاط العلاقات العامة بشكل فعال في المؤسسة وهذه الأهداف هي تحسين الصورة الذهنية للمنظمة كسب ثقة الجماهير داخل المؤسسة وخارجها كسب ثقة وتأييد الجمهور الداخلي والخارجي". كسب ود الجماهير تجاه المنظمة وإحداث تأثير في الرأي العام، رابعا: أهمية العلاقات العامة تمثل العلاقات العامة مجالا من مجالات العمل في الإدارة، وبظهور العلاقات العامة كمفهوم إداري وكوظيفة، ويرجع ذلك إلى أهمية الرأي العام، وهذا التطور الذي يظهر اليوم إنما يكون فيما تنطوي عليه العلاقات العامة على مجموعة متنوعة من أوجه النشاطات المتعددة، ـ عمل علاقات جيدة مع الأجهزة الإدارية الحكومية. ـ عمل علاقات جيدة مع وسائل الاعلام المختلفة. ـ العمل على ترويج سلع وخدمات المنظمة. وبما أن دور العلاقات العامة لا يقتصر على التعريف بالأنشطة، وبالتالي تكمن أهمية العلاقات العامة في : ـ تهيئة الرأي العام لتقبل أفكار وآراء جديدة وإيجاد جمهور يؤيد ويساند المؤسسات بما يقوي الروابط بينها وبين جماهيرها. ـ توضح بحوث

lakhasly.com © تم تلخيص النص بواسطة موقع لخصلي

العلاقات العامة للمؤسسات الاتجاهات الحقيقية للجماهير وكذلك رغباتهم واحتياجاتهم، ـ تنجز العلاقات العامة التفاهم المتبادل بين المؤسسة وجماهيرها. ـ تحقيق خدمات إنسانية ورعاية اجتماعية وصحية وحياة كريمة للعاملين ونشر الولاء بين العاملين ومساندتهم لسياسات المنظمة وبرامجها. ـ تعمل العلاقات العامة على غرس المسؤولية الاجتماعية للمنظمة ودعمها تجاه الجماهير. ووجد العتوم أن العلاقات العامة تبرز أهميتها في الدور الذي تلعبه في تهيئة الرأي العام لاستقبال الأفكار والآراء الجديدة، كما وتقوم العلاقات العامة بتحقيق التكيف بين المؤسسات والمنظمات والجماهير وتقوم بتوضيح اتجاهات ورغبات واحتياجات الجمهور نحو المنظمة مما يساعد على إحداث تعديلات في سياسة المؤسسة، إضافة إلى غرس ودعم قيم المسؤولية الاجتماعية بين الجمهورين الداخلي والخارجي. وقد فرضت العلاقات العامة نفسها بقوة خلال السنوات الأخيرة الماضية، وتزايدت أهميتها نتيجة التنافس الشديد في السوق من جهة ومن جهة أخرى سرعة التطور في الخدمات والسلع والمنتجات، خامسا: وظائف العلاقات العامة 7- التأكد أن أهداف المنظمة وأعمالها والخدمات المناسبة تناسب احتياجات الجمهور. 8- تنسيق العمل بين الإدارات المختلفة داخل المنظمة لتحقيق الانسجام فيما بينها والذي ينعكس إيجابا على الجمهور الخارجي. التي تمارسها دائرة العلاقات العامة، أولا: البحث: ويقصد به الدراسات التي تتعلق بمعرفة توجهات الرأي العام بين جماهير المؤسسة، ثانيا: التخطيط: ويقصد به تخطيط ورسم سياسة العلاقات العامة بالنسبة للمؤسسة، ومراكز المعلومات بجميع انواعها المختلفة. رابعا: التنسيق: تقوم إدارة العلاقات العامة بالتنسيق بين أقسامها، وذلك بما يختص بالأنشطة التي تقوم وتعمل بها، خامسا: التقويم ويقصد به قياس نتائج برامج العلاقات العامة المتبعة،

lakhasly.com © تم تلخيص النص بواسطة موقع لخصلي