

جمهورية العراق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

كلية المستقبل الجامعة / قسم الاعلام

كلية
المستقبل الجامعة

قسم الإعلام



مبادئ العلاقات العامة

المرحلة الاولى

ا.د. هدى هاشم محمد الربيعي

2023-2022

الفصل الاول

- مفهوم العلاقات العامة:
- نشأة العلاقات العامة وتطويرها:
- اهداف العلاقات العامة:
- وظائف العلاقات العامة:
- اهمية العلاقات العامة:
- العلاقات العامة وعلاقتها بانماط الاتصال الاخرى:
- العلاقات العامة وعلاقة بالاعلام:
- العلاقات العامة وعلاقتها بالدعاية:
- العلاقات العامة وعلاقتها بالاعلان:
- جمهور العلاقات العامة:
- وسائل الاتصال بالعلاقات العامة:
- اساليب الاتصال في العلاقات العامة:
- اخلاقيات العمل في العلاقات العامة:
- رواد العلاقات العامة:

مفهوم العلاقات العامة:-

لقد ظهرت مفهوم العلاقات العامة كوظيفة مستقلة يتم توظيف بعض الموظفين بها. لكي يقوم فيها الفرد بالتواصل مع العملاء من داخل المؤسسة التي هو فيها. وينقل فيها الفكرة الرئيسيه التي يقوم عليها العمل ويعرض السلع التي يقوم بتسويقها المصنع او الشركة وكذلك المؤسسة التي يعمل من خلالها لا تجد مؤسسة مهما كانت صغيرة او كبيرة لا تحتوي على وظيفة العلاقات العامة. التي هي بدورها الاساس التي تقوم عليه المنظمة. فماذا ان تم تأسيس شركة على اعلى مستوى وتصميم اهم منتج ذات جودة عالية وتقنية متميزة وبعد كل هذه الامور يفشل العمل داخل المؤسسة.

ان السبب في فشل العمل في مؤسسة العلاقات سنجد بالضرورة ان السبب هو عدم توافر النظام الجيد للعلاقات العامة والتي تعتبر وجهة هذه المؤسسة هم بدورها يقوموا بالتعامل مع العملاء ويقوموا بالوصول الى ما يدور داخل عقولهم وتوفير ذلك من خلال الشركة الخاصة بهم.

من اهم العناصر في مؤسسة العلاقات العامة هو **عنصر الاقناع** لدى موظفي العلاقات العامة.

العلاقات العامة هم من يدعمون الشركة من خلال الافكار التي تواكب التقدم الذي نعيشه وتكوين الفكرة الجيدة من خلال العنوان الجيد الذي يجعل العميل هو من يبحث عن ما تقدمه المؤسسة لا المؤسسة هي من تبحث عنه.

هنا نجد شركة كانت تحقق نجاحاً هائلاً في فترة ما من الفترات وكانت تعتبر في اعلى مستوى من بين الشركات المنافسة، لتأتي على راسهم وفي احد الفترات تصل الشركة الى الركود الذي يسقط من اسهم ونتاج الشركة تماماً حتى تنتهي في فتره كما انها لم تكن موجودة في مقابل هذا قد نجد شركة اخرى لن يمر على ظهورها سوى بضع سنوات الا انها استطاعت ان تحقق اسم كبير يعرفه الجميع ويبحث عنه ويحصل عليه، واستطاعت ان تصل الى القمة في اعجاب من شركات اخرى منافسة ظهرت منذ سنوات طويلة ولم تصل الى هذه النقطة.

السبب وراء كل هاتين الشركتين هو توظيف العلاقات العامة الجيدة التي تدرك الخطوات الصحيحة التي ترتقي بها لتصل الي القمة في فترة قصيرة في مقابل شركات اخرى متفوقة جداً ولم تصل الى هذا.

تعتبر العلاقات العامة بوصفها علماً وفناً وتطورت ونمت كمفهوم اداري وكوظيفة ادارية مهمة في المؤسسة بتطور النسق الاقتصادي والاجتماعي والاداري والساسي والثقافي التي تعمل فية، وقد حدث هذا التطور نتيجة زيادة فهم دوافع وحاجات البيئة الداخلية والخارجية للمؤسسة، واصبح كسب رضا المستهلك وتعاونه جزء من العمل اليومي للمؤسسة، ومع بلوغ هذه العلاقات درجة كبيرة من التعقيد والترابط في المجتمعات المعاصرة تطلب الامر دراسة علمية موضوعية، حيث اصبحت العلاقات العامة تعبيراً شائعاً في الفكر الاداري.

ومع استمرار هذه التغيرات والتطورات الجديدة والمتنامية، انصب اهتمام المؤسسة على تبنيتها لاساليب التسيير الحديث، والوظائف الادارية المستحدثة في اطار البحث عن الاستراتيجيات التنافسية لتحقيق احسن الاداء، وبالتالي تحقيق اهداف المؤسسة والتي من اهمها، تكوين ميزة تنافسية تمتاز بالديمومة والاستمرار فكانت وظيفة العلاقات العامة احدى هذه الوظائف الحيوية والمهمة من الوجة التنظيمية، ومن هنا ادركت المؤسسة مدى اهمية وفائدة العلاقات العامة من خلال ما تؤديه من رسم وتكوين الصورة ذهنية جيدة عن المؤسسة وذلك لضمان تحقيق الاهداف واشباع الحاجات المشتركة.

تعريف الدكتور هادي نعمان الهيتي

حيث يرى ان العلاقات العامة هي(نشاط اداري يستعين بالاتصال بقصد بالورة انطباعات ايجابية عن الهيئة التي تتولي القيام به بين العاملين وبين المتعاملين او الذي يحتمل ان يتعاملون مع الهيئة اعتمادا على تنظيم تفاعل اتصالي مع الجمهور والمعلومات التي تصف اغراضا اجتماعية او اقتصادية او سياسية)

تعريف الجمعية الدولية للعلاقات العامة

حيث عرفت العلاقات العامة كوظيفة تخطيطية: بانها وظيفة ادارية ذات طابع مخطط ومستمر تهدف من خلالها المنظمات والهيئات العامة والخاصة الى كسب تعاطف وتأييد اولئك الذين تهتم بهم وتحافظ على ثقتهم، اولئك الذين تهتم بهم وتحافظ على ثقتهم، عن طريق الرأى العام المتعلق بها من اجل ربط سياستها واجراءاتها قدر الامكان، ومن اجل تحقيق تعاون مشترك مثمر اكثر، ومن اجل مقابلة المصالح العامة بدرجة اكثر كفاءة عن طريق تخطيط المعلومات ونشرها.

العلاقات العامة " صناعة القرن "

اصبحت العلاقات العامة مهمة في نجاح اي مشروع سواء كان سياسيا او اقتصاديا او اجتماعيا او ثقافيا ولم يعد الاهتمام منصبا في الاهتمام بالعلاقات العامة في تسويق السلع او توسع رقعة الانتاج بل امتد الاهتمام بالعلاقات الي ابعد من هذا بكثير اصبحت العلاقات العامة وحملاتها تستخدم من قبل العديد من دول العالم لتحسين صورتها من خلال حملات مدرسية ومنظمة للعلاقات العامة فالعلاقات العامة تمارس دورها، داخل المؤسسة او المنشأة او تحسين من صورتها لدى جمهورها الخارجي.

لقد تطور مفهوم العلاقات العامة في الكثير من دول العالم وبرز دورها في الكثير من الشركات والمنشآت الحكومية، الا ان دور العلاقات ما زال في العديد من الاجهزة الحكومية والمنشآت الخاصة محدوداً فما زال العديد من المسؤولين واصحاب الاعمال لا يعطون العلاقات العامة الاهتمام المطلوب لعدم المامهم بالاهمية القائمة على انشطة العلاقات العامة وحملاتها التي اضحت تستخدم في العديد من دول العالم، فاصبحت العلاقات العامة صناعة القرن من خلال الاستفادة من كافة وسائل الاعلام المتعددة والمتطورة لتبصير الشعوب بسياسات الدول واهدافها ومدى مساهمات تلك الدول في الاستقرار والازدهار العالمي اي ان هناك الكثير من المفاهيم في مجال العلاقات العامة.

فلسفة العلاقات العامة

العلاقات العامة متعددة بتعدد اوجه النشاط الانساني، وتعدد الجماهير او الجماعات الصغيرة في المجتمع الانساني، فهناك العلاقات العامة الحكومية، والتجارية، والعسكرية، والسياسية.

فالوسائل التي تتبع في العلاقات العامة واحدة، والادوات واخدة، كوسائل الاتصال بالجماهير، وهي وكالات الانباء والصحافة والاذاعة والتلفزيون والسينما، او غير ذلك من الوسائل الاخرى كالاتصالات الشخصية، وهي جميعا على بلورة الافكار وتقريب الاذهان.

والعلاقات العامة بجميع اقسامها تقف على اتجاهات الجمهور وتدرس نفسية التأثير فيه، وقيادة الراى العام وطرق التعامل معه، وكسب ثقته، اما ما هو اختلاف، فهو الجمهور الذي تتجه اليه العلاقات العامة.

تستند فلسفة العلاقات العامة على مجموعة من المبادئ والحقائق هي:

1. ترتكز فلسفة العلاقات العامة على حقيقة علمية مؤداها ان الانسان كائن اجتماعي بطبيعته، لا يمكن العيش بمعزل عن الاخرين.
2. ان الانسان كائن اجتماعي متفرد ومتغير من وقت لآخر، ورغم انه يتشابه مع غيره من البشر الا انه توجد اختلافات في جميع الاتصالات مع الانسان.
3. ان الانسان كائن اجتماعي يتعامل مع غيره ومع المواقف الاجتماعية، بمعنى انه يؤثر ويتأثر بالمواقف الاجتماعية.
4. ان الانسان يتميز بالعقل والتعقل، ومعنى هذا ان الاقتناع يرتفع به الى مستوى الانسان ومحاولة اقناعه.
5. تركز العلاقات العامة على الجانب الانساني فالانسان هو الذي يرتكز عليه برنامج العلاقات العامة وخطة الاعلام، سواء كان عضواً في جماعة او مواطناً في المجتمع ككل.
6. تركز العلاقات العامة على ركائز اجتماعية، ولذلك يجب ان تضع كل هيئة اهدافها بحيث تتوافق مع الظروف المجتمع واهدافه العامة، واحترام راي الجماهير.
7. يكون الناس اتجاهاتهم واراتهم بصدد مختلف الامور، وقد يتبني الناس اتجاهات خاطئة، او يكون لهم ميول متعارضة، ولذلك فمن الضروري ان تحاول المؤسسات والهيئات العمل على تكوين رأي عام سليم.
8. تبدو اهمية الجانب السياسي للعلاقات العامة في الحكومة، وتظهر هذه الصفة السياسية في سعي العلاقات العامة الى اثاره اهتمام المواطنين بشؤون بلدهم عن طريق شرح الاهداف والاتجاهات العامة للدولة وخططها التنموية.
9. تستند العلاقات العامة الي الجانب الاخلاقي، فهي تسعى الي تنمية ايمان الجمهور برسالة الهيئة او المؤسسة، وتهدف الي تنمية الثقة والاحترام ومن اجل هذا يجب ان تتسم اعمال المؤسسة بالصدق سواء من ناحية الشكل او

الجوهر، ونقصد بالصدق من ناحية الشكل ان تكون المقومات الظاهرة لاساليب الاتصال الفردي والجماهيري من النوع الذي يدعو بطبيعته الي الثقة.

اما من ناحية الجوهر فينبغي ان يكون المضمون مستندا على حقائق تدعمها الوثائق والبحوث والدراسات التجريبية والرقمية. كما يجب ان تتسم اعمال المؤسسة بالامانة، وان تتفق اعمالها مع اقوالها، كما يجب ان يلتزم العاملون في العلاقات العامة بالقيم الاخلاقية في جميع تصرفاتهم، وان يبتعدوا في برامجهم عن الغش والخداع والتضليل والدعاية الكاذبة.

10. تستند العلاقات العامة الي مبدأ التنظيم والتنظيم هو السير وفقا لنظام معين، فالهيئة او المؤسسة يجب عليها ان تتعاون مع الهيئات الاخرى، ومن هنا نشأت الحاجة الي تنظيم الاتصال بين الهيئات، للاتفاق على اسس التعاون بينها لا سيما في برامج العلاقات الخاصة.

نشأة والتطور التاريخي للعلاقات العامة

ان العلاقات العامة بمفهومها الحديث لم تعرف الا في هذا القرن ولكن بالنظر الي نشاطها يتضح ان جذورها عريقة تمتد لحضارات قديمة. فالانسان كائن اجتماعي لا يمكن عزلة عن الاخرين فقد نشأت بينة وبين افراد المجتمع علاقات مختلفة نتيجة التفاعل.

وتبدا علاقة الفرد باسرتة اولا ثم المجتمع الذي يحيط به ثم نطاق القبيلة، وكلما اتسع نطاق المجتمع تنوعت وزادت علاقاته الاجتماعية المختلفة، كان رئيس القبيلة حريص على حضور افراح اعضاء القبيلة والمشاركة في المناسبات الاجتماعية المختلفة. وكل ذلك ضرب من ضروب الاعلام عن طريق خلق علاقة داخلية جيدة مع افراد القبيلة. وقد قام الشعراء في القبائل بدور اعلامي كبير حيث نشر مناقب القبيلة اثارها.

وبهذا يمكن القول بان وظيفة العلاقات العامة وجدت مع وجود الانسان نفسه. وتدرجت اصولها حتي اسندت الي شخص معين لاجادته التعبير لما لديه كم قوة اقناع وتأثير على الاخرين.

العلاقات العامة عند قدماء المصريين

اهتم ملوك الفراعنة بالاتصال بالاهالي في مناسبات كثيرة واهتمت الدولة بتسجيل ووصف الاحداث الهامة في المجتمع مثل الانتصارات الحربية والبعثات التجارية

وحفر الترع واقامة الجسور وتسهيل وتجهيز الطرق. واهتمت الدولة بتسجيل هذه الاحداث وعرضها على الناس وكانت تهدف من وراء هذا العرض والاعلام الي كسب تأييد الجماهير واقناعهم بان الحاكم حريص على مصلحتهم ومهتم بقضاياهم وامورهم.

واستخدموا واجهات المعابد وجدرانها لنقش التعاليم الدينية كما كانوا يصورون عليها بعض الاحداث البارزة والتي تكشف عن جوانب سياسية او اقتصادية او دينية. مثال ذلك عندما اعتلى الملك مينا العرش ثم توحيد الوجهين القبلي والبحري، حيث أعلنت هذه المناسبة في لوحة تذكارية تبين ذلك واستخدموا لها الرموز الذي اشار الي توحيد الوجهين، ووضعوا نبات البردي المحلوب من الجنوب مع زهر الزنبق المحلوب من الشمال.

العلاقات العامة عند بابل واشور

كان لملوك بابل صحف تسجيل فيها الحوادث اليومية وتوجه عن طريقها التعليمات وقد كان الملك حمورابي يدعو عماله وموظفيه في الاقاليم للحضور الي بابل في الاعياد والمناسبات وخاصة في عيد حصاد القمح ويذيع اوامره وتعليماته في كافة انحاء المملكة.

واستخدم الاشوريون اللوحات الطينية التي تتضمن النشرات المصورة التي تروي حوادث انتصاراتهم وما فعلته جيوشهم بالاعداء ويعرضونها في قاعاتهم وشوارعهم.

العلاقات العامة عند اليونان والرومان

عند اليونان والرومان كانت العلاقات العامة بالاتصال بافراد الشعب وتوسعوا في انشطة العلاقات العامة نظرا لارتفاع ثقافة الشعب وكانوا يستخدمون العبيد من الوسائل منها القصائد الشعرية مثل اشعار هوميروس والنشرات اليومية عن اعمال مجلس الاشراف لتعريف الشعب بالاحداث.

العلاقات العامة في الحضارة الإسلامية

عنى الاسلام بالانسان وكرامته وافكاره ورغباته، ولذلك نجد ان الدعوة الإسلامية لم تأخذ نهج الارغام بل اعتمدت على التعامل الشخصي والتجاري واقامة علاقات صادقة وعلى البراهين والاقناع والحجة في نشرها. واستخدم الرسول صلي الله عليه وسلم وسائل الاتصال الشخصي وغير الشخصي حيث كان يوفد الرسل ويبعث الى

الملوك والامراء ويدعوهم الى الدخول في الاسلام ويعد اسلوب الاقناع من اهم الوسائل الحديثة التي يقوم عليها علم العلاقات العامة.

واهتم الاسلام بعد فتح البلاد بكتابات الفقهاء في التوجيه والارشاد وكانوا يرون في تلاوة القران اثرا قويا في رفع الروح المعنوية للمسلمين في الحرب والسلم. وان الدين الاسلامي دعا الى المعاملة الحسنة والمعشر الطيب، لما لذلك من اثر في تصفية النفوس وتقريبها بعضها من بعض.

العلاقات العامة في العصور الوسطى

وتسمى بالعصور المظلمة وتردت فيها المجتمعات نتيجة الجهل والفساد كما اتصفت بالانحلال الاقتصادي والاجتماعي والفوضي وبعد الثورة البروتستانتية التي قام بها مارتن لوثر وتحديه لسلطان الكنيسة الكاثوليكية.

عملت الكنيسة الجديدة على تخريج المتعلمين المتخصصين في الدين والنشر وذلك عن طريق الكتابة والمسئولية وغيرهما ممن ساهموا في النشر والاعلان وحدثت الكنيسة الكاثوليكية حذوها.

العلاقات العامة في العصور الحديثة

- عرفت العلاقات العامة بمفهومها الحديث مع بداية القرن العشرين حيث كان من نتيجة التقدم الصناعي في المجتمعات الغربية ظهور الثورة الصناعية الضخمة التي تعتمد على الانتاج الكبير.
- واول من يرجع الية الفضل في ذلك في هذه الفترة هو " ايفي لي " الذي دعا الي معاملة المستخدمين معاملة اخلاقية انسانية، ونبه الي ضرورة رعاية مصالح الجماهير الخارجية.

• بعد الحرب الثانية تطورت العلاقات العامة وازدادت اهميتها بصورة ملحوظة، فباتت تلعب دور كبير في المجتمعات العصرية وكان التقدم العلمي والتكنولوجي وتنوع وسائل الاتصال والاعلام المختلفة من صحافة واذاعة وتلفزيون واحزة طباعة، تثير كبير في زيادة اهمية وفعالية العلاقات العامة. ان مقتضيات الحياة الاجتماعية الصحية تفهم الافراد لمجتمعاتهم وما يدور فيها من احداث حتي يتسنى اصدار الاحكام الصحيحة عما يؤديه الجهاز المسؤول الى المواطن والمجتمع، والموظف لا يملك في كثير من الحالات الوقت الكافي للاطلاع وقراءة ما يدور حوله في الجهاز من أنشطة وانظمة او

ما يدور في الاجهزة الاخرى، ويأتي دور العلاقات العامة في نقل صورة مختصرة وسهلة عن هذه الأنشطة عن طريق المطبوعات المختلفة او النشرات الدورية لنشر الوعي سواء على مستوى الجهاز او على مستوى الجماهير المعنية بالخدمة التي يقدمها الجهاز.

الاسباب والعوامل او الدوافع التي ادت الى تطور العلاقات العامة كنشاط اداري متخصص باهتمام الادارة العليا في معظم المشروعات تتمثل فيما يلي: -

1. الثورة الصناعية وظهور الانتاج الكبير ان ظهور الثورة الصناعية ادى الى تطور هائل ومذهل في ادوات الانتاج.
2. المنافسة الحادة بين الشركات من جهة وبين الفروع الصناعية من جهة اخرى.
3. انتشار التعليم والثقافة بين كافة فئات المجتمع ادى الى تزايد الوعي لديهم، الذي دفع بدوره الى ظهور الحاجة للمعلومات الصحيحة حول كافة المتغيرات بالقرارات والسياسات التي تتبعها المنظمة على مستوى الوحدة الاقتصادية، وبالقرارات والسياسات الخاصة بالدولة على المستوى المجتمعي بكامله.
4. الثورة الحاصلة في عالم الاتصالات: ان الثورة الصناعية وما احدثته من تطور مذهل في وسائل الاتصال ساهم بشكل كبير في تقريب المسافات بين مختلف بقاع العالم.
5. الاتساع في العلاقات الاعتمادية بالتعامل: ان التبعية الاعتمادية المتبادلة بين الافراد على اختلاف فئاتهم والمنظمات بانواعها المختلفة يعد صفة مميزة لعصرنا الحاضر.

مهارات موظف العلاقات العامة: -

يمكن القول ان خبراء العلاقات العامة بالمعنى الفعلي هم وجه كل مؤسسة تعمل بجد من اجل حفظ صورتها والتميز بين المنافسين في السوق، ونظرا لاهمية وخطورة هذه الوظيفة كان من الضروري توافر معايير خاصة بخبير العلاقات العامة من ابرزها: -

1. **امتلاك مهارة كتابة جيدة:** يحتاج خبير العلاقات العامة الى ان يمتلك موهبة الكتابة بشكل جيد بل يجب ان يكون مبدعاً ويجب ان يتقن فن وضع الافكار في كلمات ذات معنى ومؤثرة ليصنع افضل صورة للمؤسسة.

2. **يملك افكار مبدعة وخلاقة:** اليوم المنافسة شرسة في سوق الاعمال لذلك يحتاج خبير العلاقات العامة الى ان يكون مبدعاً للغاية وان يكون قادرا على التفكير خارج الصندوق، يجب ان يكون قادرا على الخروج بافكار مبتكرة للترويج للمنظمة ومنتجاتها بين الجمهور المستهدف.

3. **مهارات التواصل الجيدة:** يجب ان يتقن خبراء العلاقات العامة فن مهارات الاتصال الفعال، حيث يجب ان يكون متحدث جيد وان يكون حديثه منطقي ومفهوم من قبل العملاء المستهدفين، مع ضرورة التأكد من ان المتلقين لافكاره قد فهموا ما ينوي الخبير توصيلة فالالاتصال ثنائي الاتجاه بين المؤسسة والعميل هو جوهر العلاقات العامة الفعالة.

4. **التركيز العالي ودقة الملاحظة:** على خبير العلاقات العامة ان يبقى على مستوى عال من التركيز ويعتني بأدق التفاصيل ولا يتجاهل ايا منها، حتى التفاصيل الفردية حيث يمكن ان تصبح هذه التفاصيل سبب رئيسي للقلق في المستقبل، لذلك عالية ان يتحقق من كل التفاصيل والملاحظة قبل الاستنتاج النهائي.

5. **مطلع ومثقف بشكل واسع:** يجب على خبراء العلاقات العامة الدراسة والتعمق في احتياجات كل مرحلة من مراحل تطور المؤسسة وطبيعة وسلوك الجمهور المستهدف، واجراء ابحاث مكثفة قبل تصميم أنشطة العلاقات العامة.

6. **يتميز خبير العلاقات العامة بالاستباقية:** يجب ان يكون محترف العلاقات العامة استباقيا وعلى اهبة الاستعداد دائما، كما يحتاج الى قوة استيعاب قوية مع حرصه على التعلم، فالفرد الكسول لا يمكن ان يكون محترف في العلاقات العامة.

7. **يستمر بالبحث عن المنافسين:** على خبير العلاقات العامة ان يبقى عينيه واذنيه مفتوحتين لاكتشاف ما يفعله منافسوه، من المهم حقا ان تراقب عن كثب أنشطة ومبادرات المنافسين، حيث يمكنه ان يستلهم منهم، وعلية الحذر الشديد كون اتباعهم بشكل اعمى قد يشوه صورة مؤسسته.

8. **يجب ان يملك شخصية لطيفة ودودة:** يحتاج خبير العلاقات العامة الى مهارات تواصل قوية، كما يحتاج الى ارتباط قوي باشخاص من القطاع الاعلامي (التلفزيون، الراديو، الصحف، المجالات) والموظفين والمستثمرين والمساهمين والشركات وما الى ذلك، وعلية ان يكون حذر كي لا يفسد علاقة مع اي شخص ولا يختلف مع اي احد.

9. **مخلص في عملة:** على موظف العلاقات العامة ان يكون مخلصا لعمله ولا بد من فهم ان وظيفة العلاقات العامة ليست فقط ضمن الوقت المخصص للعمل فهي تحتاج الى وقت اضافي، حيث يحتاج خبير العلاقات الى مقابلة الكثير من الاشخاص في يوم واحد وقد لا يهدأ طوال اليوم، باختصار علية بذل اقصى جهد لارضاء العملاء.

10. **الدهاء التكنولوجي:** يجب ان يملك موظف العلاقات العامة معرفة كبيرة بالتكنولوجيا، وعلية الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي. لنشر الوعي والترويج لمؤسسته.

طرق نجاح حملات العلاقات العامة

على المؤسسة ان تلجأ للابتكار في الترويج لمنتجاتها وخدماتها وتبتعد عن الافكار التسويقية المستهلكة، فمن اساليب الترويج لاي مؤسسة هو استغلال اي حدث في هذه المؤسسة للتعريف بالوجه العام لها فمثلاً في حال رغبت الشركة باطلاق حملة دعائية لمنتج جديد او رغبت بعقد مؤتمر صحفي لمناقشة توسيع ما قامت به، عليها ان تقوم بتسليط الضوء في هذه الحملة على كافة اعمالها التجارية كون ذلك سيسهم في تقديم الوجه العام للشركة للناس، وهذا يساعد في تحسين الانطباع العام للمؤسسة.

- الظهور الاعلامي للمؤسسة.
- عرض العمل الخيري الذي تقوم به المؤسسة.
- ظهور المؤسسة كجزء مهم من المحرك الاقتصادي.
- ادارة التصورات الداخلية لموظفي المؤسسة.

اهداف العلاقات العامة

تمارس معظم الهيئات والمنظمات اعمال العلاقات العامة سواء توفر لديها ادارة او قسم للعلاقات العامة ام لم يتوفر، سواء أعدت برامج العلاقات العامة ام لم تعد. ولا تقتصر العلاقات العامة على نوع واحد من النشاط، بل ان مجالها يتبع لكافة انواع النشاط الخاص والعام في جميع الميادين، زراعية وصناعية، وتشمل علاقات العمل وتحسين ظروفه ورفع الكفاية الانتاجية للعاملين، والتعليم، والانسجام مع المظاهر الهامة للادارة الصناعية، والاهتمام بالعامل كإنسان له حاجات المادية والصحية والثقافية والاجتماعية والنفسية.

وتعمل العلاقات العامة على تحقيق عدد من الاهداف، فكل حملة من حملات الاعلام ينبغي ان تركز على سلسلة متكاملة من الاهداف والاعراض سلسلة مرتبطة والنتيجة هي تحقيق الاهداف جميعا، وفي النهاية بلوغ الهدف الشامل.

اهم الاهداف الخاصة بالعلاقات العامة ما يلي: -

1. تحقيق المزيد من الثقة المتبادلة داخل المؤسسات.
2. حماية سمعة المنظمة.
3. تساهم في نشر العلاقات الداخلية بين العاملين في المؤسسة الواحدة مما يساهم في الربط بين العاملين في المنشآت.
4. ان يكون هناك صورة ذهنية لائقة عن الشركة التي يوجد بها العلاقات العامة.
5. يكون هناك توافق واضح بين المصالح الخاصة بالمؤسسة وبين الجمهور.
6. ان يتم تحقيق المزيد من العلاقات الجيدة بين كل من الادارة العليا والعاملين داخل المؤسسات.
7. تجنب تعرض المؤسسة الي الكثير من المشاكل في المستقبل يتم اعداد المزيد من البرامج الوقائية.
8. ان يتم الدفاع عن الشركة او المؤسسة ضد ما يقال عنها من شائعات او ما يدور حولها من شائعة لا اساس لها من الصحة.
9. جذب الكثير من المهارات والكفاءات من اجل العمل داخل المؤسسة بما يحقق الاهداف الخاصة بهم.
10. الاهتمام بشكل كبير بالرأي العام الخارجي الذي يخص المؤسسة والعاملون بها.

مبادئ العلاقات العامة

ان عملية تطبيق العلاقات العامة داخل منشأة ما بعينها يعتمد على مجموعة كبيرة من المبادئ وهي على النحو التالي: -

1. ان لا يحدث تعارض بين كل من الافكار المرتبطة بالعلاقات العامة والثقافة الخاصة بافكار المجتمع.
2. الصدق والامانة في التعامل مع العملاء من اهم المبادئ.
3. ان تلتزم بكافة المعلومات التي تخص الافراد الذين يتعاملون مع الشركة.
4. ان يتم توفير الوسائل التي تساهم في رفع كفاءة وعمل المنشآت.

مجالات التوظيف في العلاقات العامة

يوجد الكثير من المجالات التي من الممكن العمل بها اذا كان تخصصك هو العلاقات العامة والتي من بينها ما يلي :-

1. العمل كموظف استقبال على ان يكون ذلك الموظف هو الواجهة الرئيسية التي تربط بين كل من العملاء والشركة التي يعمل بها ويكون دورة الاول هو استقبال العملاء ومن ثم ارشادهم الي جميع اقسام الشركة.
2. ادارة المناسبات وتلك الوظيفة يمكن من خلالها الشخص تنظيم الحفلات والمناسبات سواء في الشركات او بشكل منفرد وهو من الوظائف الاكثر انتشارا اليوم.
3. الضيافة وهي التي يقوم بها الشخص في استقبال الضيوف ومن ثم تقديم الكثير من الخدمات المختلفة.
4. العمل في التحرير الصحفي وهو الذي يقوم باعادة صياغة جميع الاخبار التي تخص الشركة ومن ثم امكانية توصيل تلك المعلومات الى شبكات التواصل او الاعلام على حد سواء.

ويذهب العديد من الكتاب الى ان هناك خمس وظائف اساسية للعلاقات العامة وهي: -

اولا - البحث

تقوم العلاقات العامة بجمع وتحليل وبحث ودراسة اتجاهات الرأي العام للجماهير المؤسسة او الهيئة، ومعرفة ارائهم واتجاهاتهم، حتى يمكن الوصول على حقائق صحيحة فبالنسبة للجامعة مثلاً، يمكن معرفة اتجاهات الرأي بين الاساتذة والطلبة وأولياء الامور. وفي الجيش يمكن معرفة الرأي بين الجنود والضباط وغيرهم من الفنيين.

ثانياً - التخطيط

يقوم جهاز العلاقات العامة برسم السياسة العامة للمؤسسة، ورسم السياسة والبرامج الخاصة بالعلاقات العامة في اطار السياسة للمؤسسة وخططها، في ضوء البحث والدراسات التي يقوم بها الجهاز.

ثالثاً - الاتصال

الاتصال يعني القيام بتنفيذ الخطط والاتصال الجماهيري المستهدفة، وتحديد الوسائل الاعلامية المناسبة لمل جمهور، وعقد المؤتمرات، ونتاج السينمائية والصور والشرائح، والاحتفاظ بمكتبة تضم البيانات التاريخية واقامة الحفلات، واعداد المهرجانات والمعارض والمباريات المختلفة، وتنظيم الندوات والمحاضرات، والاحاديث، والمناظرات.

رابعاً - التنسيق

تعمل العلاقات العامة على التنسيق بين الادارات المختلفة لتحقيق التفاهم بينهما، كما تعمل كحلقة اتصال واداة تنسيق بين الموظفين والشخصيات المختلفة، وبين المستويات الدنيا والمستويات العليا.

كما تنسق بين ادارة التسويق والمستهلكين، وادارة المشتريات والموردين والمؤسسة وحملة اسهمها.

خامساً - التقويم

ويقصد به قياس النتائج الفعلية لبرامج العلاقات العامة، والقيام بالاجراءات الصحيحة لضمان فعالية البرامج وتحقيقها لاهدافها.

العلاقات العامة وعلاقتها بانماط الاتصال الاخرى

مفهوم الاتصال يعرف مفهوم الاتصال على انه عملية تبادل المعلومات، والاراء بين طرفين او اكثر، من اجل التفاهم حول نقطة معينة، او اكثر، او من اجل اعلام الاخرين بامر ما، او من اجل توطيد العلاقات الانسانية مع المجتمع المحيط.

الاتصال هو الوسيلة التي تساعد على التأثير على الاخرين، وتوجيههم سلبا او ايجاباً، وهو الوسيلة التي يعبر الانسان من خلالها عما يضره تجاه من يتعامل معهم

بشكل يومي، وحتى اتجاه من لم يتعامل معهم، ولكنه تأثر بأفكارهم، وأرائهم، ومواقفهم.

عناصر الاتصال في العلاقات العامة

ان الاتصال في مفهوم العلاقات لا يعني فقط اعلام الناس او نقل المعلومات والايخبار لهم، ولكنه يتجاوز هذه المرحلة الى مرحلة نقل الاتصال المؤثر الذي يترك اثرا طيبا في نفوس المستقبلين والمشاهدين له، انه يهدف الى تحسين الرأى العام نحو المؤسسة ولن يتم الا اذا كان ما ينقل من اتصال هو شئ مفيد وفعال ومؤثر. ومن اهم هذه العناصر ما يلي:-

1. **مرسل الرسالة:** ينبغي ان يسعى مرسل الرسالة الى الوصول الى الجمهور المعنى بالذات بوسيلة صوتية او بصرية او الاثنين معا.
2. **الرسالة الاعلامية:** يجب ان تحمل الرسالة فكرة ما وان تكون الفكرة محدودة وواضحة وتهم جمهورا معينا.
3. **مستقبل الرسالة:** لن يتم الاتصال حتى تصل الرسالة الى مستقبل الرسالة.
4. **الوسيلة:** هي القناة التي يتم عن طريقها نقل الرسالة بين المرسل والمستقبل، ويربط نجاح عملية الاتصال ارتباطا وثيقا بنجاح المرسل باختيار وسيلة الاتصال المناسبة.
5. **التغذية الراجعة:** هي رد الفعل الانمي من المستقبل على الرسالة الموجهة الية من المرسل، وهي ما يريده المرسل من المستقبل اثناء العملية الاتصالية، وتبين التغذية الراجعة نسبة نجاح العملية الاتصالية.
6. **الهدف:** هو الغاية من عملية الاتصال، لذا على المرسل ان يحدد الهدف من نقل الرسالة الى المستقبل، ويحدد المستقبل الذي يود توجيه الرسالة الية بطريقة واضحة ومناسبة بالنسبة له وللمستقبل.

اهمية الاتصال

1. ساعدت وسائل الاتصال على انتشار المعرفة والمعلومات بين الناس في جميع انحاء العالم.
2. سهلت على الناس معرفة الاخبار والاحداث العالمية، والمحلية، والدولية في نفس اللحظة من حدوثها، وهذا ما حققته شبكة الانترنت وجميع برامج التواصل الاجتماعي في نقل المعلومة بشفافية، وباسرع وقت.
3. ساعدت على نشر المعارف بوسائل تعليمية بسيطة.
4. تعد اساس كل العلاقات الانسانية، فتشكل العلاقات ويبدأ من الحوار والتفاعل ومبادلة الاراء.
5. تساهم في تطوير العلاقات مع الاخرين.

معوقات الاتصال

هناك مجموعة من العوامل التي تعمل كمعوقات للاتصال، وتؤدي هذه المعوقات الى التشويش على عملية الاتصال، ويتم هذا التشويش في اي خطوة من خطوات الاتصال، ولهذا فاننا سنقوم بتقسيم معوقات الاتصال الى معوقات في المرسل، ومعوقات في الرسالة، ومعوقات في وسيلة الاتصال، ومعوقات في المستقبل، ومعوقات في بيئة الاتصال.

1. **معوقات في المرسل:** يقع المرسل في اخطاء عند اعتزامه الاتصال بالآخرين، وهذه الاخطاء تنحصر في عدم التبصير بالعوامل الفردية او النفسية التي تعتمل بداخله، والتي يمكنها ان تؤثر في شكل وحجم الافكار والمعلومات التي يود ان ينقلها الراسل الى المرسل اليه من هذه العوامل: الدافع، والخبرة والتعلم والفهم والادراك والشخصية، والعمليات الوجدانية والعقلية.
2. **معوقات في الرسالة:** تتعرض المعلومات اثناء وضعها في الرسالة ببعض المؤثرات التي تغير من او تسيء الى طبيعة وشكل وحجم ومعنى المعلومات والافكار ان الخطأ في الرسالة يحدث عند القيام بالصياغة، ترميز المعلومات، وتحويلها الى الكلمات، وارقام واشكال وحركات، وجمل وغيرها.

3. **معوقات في وسيلة الاتصال:** ان عدم مناسبة وسيلة الاتصال لمحتوى الرسالة ولطبيعة الشخص المرسل اليه تسبب في كثير من الاحيان فشل الاتصال، وعلية يجب ان يقوم المرسل بانتقاء وسيلة الاتصال الشفوية او المكتوبة المناسبة، وذلك حتى يزيد من فعالية الاتصال.
4. **معوقات في المستقبل:** يقع المستقبل او المرسل الية في اخطاء عند استقباله للمعلومات التي يرسلها المرسل، وتتشابه الاخطاء التي يقع فيها المرسل والتي سبق الاشارة اليها عالية.
5. **معوقات في بيئة الاتصال:** يقع اطراف الاتصال في اخطاء عديدة عندما يتغافلون تأثير البيئة المحيطة بهم، والمحيط بعملية الاتصال وعدم الاخذ بعناصر البيئة وتأثيرها على الاتصال يجعل هذا الاتصال اما غير كامل او مشوشا.

الفرق بين العلاقات العامة والنشاطات الاخرى

1. الفرق بين العلاقات العامة والعلاقات الانسانية

يوجد اختلاف بين العلاقات العامة والعلاقات الانسانية، فالعلاقات الانسانية تركز على العنصر البشري والاعتبارات الانسانية، وتهتم بالتكامل بين الافراد في محيط العمل بالشكل الذي يدفعهم ويحفزهم الى العمل بانتاجية عالية وبتعاون، مع حصولهم على اشباع حاجاتهم الطبيعية والنفسية والاجتماعية، وتعني مراعاة الاعتبارات الانسانية في العمل ان تاخذ الادارة في اعتبارها المكالب الاساسية للانسان في الحياة.

ويمكن ان نتلخص مما سبق ثلاثة اهداف رئيسية للعلاقات الانسانية وهي: -

- أ. ان تعمل على تنمية روح التعاون بين الافراد والمجموعات في محيط العمل.
- ب. ان تحفز الافراد والمجموعات على الانتاج.
- ج. ان تمكن الافراد من اشباع حاجاتهم الاقتصادية والنفسية والاجتماعية.

فاذا تمكنت الإدارة من تحقيق هذه الاهداف فان النتيجة تكون نجاح المجهود الجماعي للأفراد في محيط العمل، ولذلك يمكن تعريف العلاقات الانسانية باختصار بانها تنمية مجهود جماعي منتج للمشروع ومنتج للأفراد في الوقت نفسه.

2. الفرق بين العلاقات العامة والشؤون العامة

يوجد خلط بين العلاقات العامة والشؤون العامة، فقد جرت بعض الهيئات على انشاء اجهزة تقوم بنشاط العلاقات العامة، وتطلق عليها خطأ تسمية ادارة الشؤون العامة. والشؤون العامة تعنى موضوعات مختلفة تختلف باختلاف الناس، وهي تعنى الامور التي تهم الرأي العام، مثل الامور السياسية والحكومية، وانتخابات المجالس النيابية، وكذلك العلاقات مع المجتمع المحلي، ومشاكل الهجرة، والتوطن، وسياسة الاسعار وغيرها.

العلاقات العامة وعلاقتها بالاعلام

يقصد بالاعلام نشر الحقائق والآراء والأفكار بين جماهير الهيئة والمؤسسة، سواء الجمهور الداخلي او الخارجي للمؤسسة، ومن وسائل الاعلام الاساسية الصحافة والاذاعة والسينما والتلفزيون والمحاضرات والندوات. ولقد سبق ان راينا ان اخذ تعاريف العلاقات العامة يرى انها اعلاما واقناعا يقدم الى الجمهور، ومجهودا يبذل من اجل تحقيق التوافق والتكامل بين اتجاهات وتصرفات كل من المنظمة في برامجها لتحقيق اهدافها.

العلاقات العامة وعلاقتها بالدعاية

يخلط البعض بين العلاقات العامة والدعاية، ويرجع هذا الخلط الى اتحاد اهدافها، وهو الاتصال بالرأي العام ومحاولة بلورته وتعديله والتأثير فيه. فالدعاية هي احد انواع الاتصال والتأثير، تستخدم كقوة للسيطرة على افكار افراد المجتمع وتوجيههم الوجهة التي حددت لهم عن طريق استغلال عواطفهم وغرائزهم، ويتم ذلك من خلال وسائل الاتصال. وفي ضوء هذا يختلف الاعلان عن الدعاية في ان المعلن يفصح عن شخصيته في الاعلان، ويدعو القارئ او المستمع الى اتباع سلوك محدد، وبالتالي يرتبط اسمه في ذهن المتلقي بمضمون الرسالة الاعلانية.

أما في حالة الدعاية فإن المتلقي لا يستطيع تحديد مصدر المعلومات المرسلّة اليه. وهكذا تعمل الدعاية على تكوين الأخبار وإخفاء بعض الحقائق أو تغيير بعضها، بينما تهدف العلاقات العامة، عن طريق الأخبار الصادقة والتعليم والممارسة إلى إقناع الجمهور، وتحقيق تعاون معها، على أساس الثقة والتفاهم المثمر.

العلاقات العامة وعلاقتها بالإعلان

تستخدم حملات الإعلان العديد من وسائل الاتصال مستهدفة بذلك الوصول إلى أكبر عدد من المشترين للإعلان عن بيع بأقل الأسعار، وتختلف العلاقات العامة عن الإعلان من ناحية أن هذا الأخير يلجأ إلى شراء مساحة في دورية من الدوريات، أو جزء من الوقت في الإذاعة والتلفزيون، وذلك من أجل التعبير عن وجهة نظر أو الإعلان عن بيع المنتجات والخدمات، التي قد تتفق أو لا تتفق مع وجهة نظر الناشر أو المذيع، وذلك لأن القارئ أو المستمع يستقبل رسالة مدفوعة الأجر.

وقد تعطي بعض الإعلانات سمعة طيبة للمصنع أو السلع أو الخدمات، ولهذا فإن الإعلان يعد عاملاً مساعداً لبرامج العلاقات العامة. مع ذلك فإن الإعلان يختلف عن العلاقات العامة، وأن ما يلعب دوراً ملموساً في برنامج العلاقات العامة.

جمهور العلاقات العامة

أ. الجمهور الداخلي للمؤسسة يشتمل على الأنواع التالية:-

- **المؤسسون:-** وهم أصحاب فكرة إنشاء المؤسسة ويبدلون جهوداً كبيرة لتعريف الجمهور الخارجي بالمؤسسة والأهداف التي انشئت من أجلها.
- **المساهمون:-** يجب على المؤسسة من خلال العلاقات العامة أن تعمل على تدعيم سمعتها وركزها المالي حتى تضمن بقاء قوتها في سوق المضاربة، كما ينبغي احترام جمهور المساهمين لها وثقتهم بها، وهذا يتطلب تزويدهم بالمعلومات بشتى الوسائل الاعلانية.
- **العاملون:-** يعتبر العاملون خير من يمثل المؤسسة في المجتمع الخارجي، لذا يتوجب على المؤسسة وإدارة العلاقات العامة بالذات أن تزرع أهمية هذا الأمر وأن تعمل على إيجاد علاقات طيبة بينها

وبين العاملين، وتحفيزهم لاعطاء صورة ايجابية ومشرفة عن المؤسسة وانشطتها وطموحاتها.

● **الجمهور الخارجي للمؤسسة:-** ويتكون الجمهور الخارجي للمؤسسة مما يلي:-

الزبائن او العملاء: ان نجاح اي مؤسسة يتوقف بقدرتها على كسب ثقة واخلاص زبائنها، فالعلاقات العامة لا تهدف الى تشجيع او ترقية منتج معين، ولكن هدفها هو التعريف بالمؤسسة ومنتجاتها وربط علاقات مع الزبائن وازالة كافة الصعوبات التي تتعلق بعمليات البيع.

وسائل الاتصال المستخدمة في العلاقات العامة

للعلاقات العامة وسائل وادوات مختلفة للاتصال ذي الاتجاهين: ففي مجال الاتصالات الداخلية اي بين منشأة الاعمال والعاملين فيها يمكن اتباع الاساليب والوسائل التالية:-

لجان الموظفين، المجالس التي تضم الرؤساء والمرووسين، جماعات النقاش، اجتماعات الاقسام، اجهزة الاتصال الجماعي، النشرات، المجلات، الخ

وجميع الوسائل تعتبر اساليب ادارية ضرورية لتحقيق العلاقات العامة الجيدة بين منشأة الاعمال وجمهور العاملين فيها.

لذلك يمكن تقسيم وسائل الاتصال المستخدمة في دوائر العلاقات العامة لتنفيذ سياسات المنشأة الى قسمين رئيسيين:-

1. **وسائل الاتصال العامة:** وهي وسائل للاتصال الجماهيري من صحف واذاعة وهي موجهة للجمهور العام على اختلاف انواعه وهي تستخدم على مستوى الدولة.

2. **وسائل الاتصال الخاصة:** وهي الوسائل الخاصة بالمنشأة، وهي الاي يقوم المسؤولين باعدادها وتنظيمها وتوجيهها الى جماهير المنشأة بصفة اساسية وتتميز بتركيزها على أنشطة المنشأة واهدافها.

ومن اهم وسائل الاتصال التي تستفد منها ادارات العلاقات العامة ما يلي:-

1. الصحف
2. المجلات
3. مجلة المؤسسة: حيث تقوم ادارة العلاقات العامة في كثير من المؤسسات بنشر مجلة خاصة بالمؤسسة وقد تصدر هذه اما اسبوعيا او شهريا او بصفة دورية ربع او نصف سنوية.
4. شبكة المعلومات العالمية "الانترنت": ان الانترنت هي شبكة اتصالات عالمية تربط الالاف من شبكات الكمبيوتر بعضها ببعض، ويستخدمها الملايين حاليا على مدار اربع وعشرين ساعة في معظم انحاء العالم.
5. تنظيم الحفلات والدعوات الخاصة

اساليب الاتصال فى العلاقات العامة

اولا: الاتصالات الشفهية

الاتصالات المباشرة والمقابلات الشخصية

1. الرسائل والخطابات الشخصية

2. الاتصال التليفوني

ثانيا: الاتصالات بالجماعات الصغيرة

تعتبر النشرات الاخبارية والتقارير السنوية واجتماعات اللجان من الوسائل التي لا يمكن الاستغناء عنها لنجاح عمل العلاقات العامة داخل المؤسسة لبناء القوة والتماسك داخل اسرة العمل الواحد

ثالثا : الاتصالات بالجماعات الكبيرة

الاجتماعات باعداد كبيرة من الناس -الصحافة-الراديو- والتلفزيون- المعارض الملصقات الاعلانية وان مزاياها جذب عدد كبير من الناس بالنسبة للجهد المبذول.

اما العيوب لهذه الوسيلة هي اضعف الطرق واقلها تأثيرا في الفرد بالنسبة للهدف الذي يعي الية وتعتبر الاتصالات على هذا المستوى الواسع وحسن الكرق عند الاحتياج للتأييد الشامل ولا يمكن الاعتماد عليها اذا اردنا اقناع الناس بالمزيد من التبرعات او الموافقة على المشروع او البرنامج.

وسائل الاتصال على هذا المستوى تبعدنا كثيرا عن الاتصال المباشر بنفسية الانسان وهذه الطريقة مرتفعة التكاليف في الاتصال على المستوى العام ونتائجها غير مؤكده.

