المحاضرة الخامسة: العلاقات العامة: المبادئ، الأهمية، والأهداف

تمهيد:

تبرز مبادئ و أهمية وأهداف العلاقات العامة في أن المنشأة تسعى دائما إلى تنمية هذه الاتصالات وتكوين الآراء حول السلع التي تنتجها المؤسسة، وإذا لم تكن إدارة العلاقات العامة في المنشآت الصناعية على مستوى علمي عال من الخبرة والكفاءة فلاشك أن علاقاتها مع جمهورها الداخلي والخارجي سوف تتأثر بذلك، وقد يحدث أن تواجه المنشأة بمواقف سيئة وصعبة تحتاج إلى القدرة واللباقة و الحكمة في معالجتها، حتى لا يظهر أي رأي مضاد، أو كراهية للمنشأة و منتجاتها، وبخاصة في مجالات المنافسة، والتي يسعى فيها المتنافسون إلى إطلاق الشائعات والتشويش ضد المنشآت الأخرى، وهنا تبرز أهمية العلاقات العامة في مواجهة هذه الصعوبات.

أولا: مبادئ العلاقات العامة

يمكن توضيح مجموعة من المبادئ والاسس التي تقوم عليها العلاقات العامة فيما يلي:

* العلاقات العامة تبدأ من داخل المؤسسة: أي جيب أن يكون هناك تفاهم بين المؤسسة وجميع الأفراد الذين يعملون بها، فمن غير المنطقي أن تبدأ المنظمة بتحسين علاقاتها مع الجمهور الخارجي وعلاقاتها مع الجمهور الداخلي على غير ما يرام، إذ يجب اولا خلق روح الجماعة والتعاون بين أفراد المنظمة على اختلاف مستوياتهم الإدارية، ثم بعد ذلك يبدأ في توطيد العلاقة بين المنظمة وجمهورها الخارجي.

* مراعاة الصدق والأمانة واتباع الأسلوب العلمي: يجب أن تتسم أعمال المؤسسة بالصدق والأمانة وأن تتقيد بالعدالة وأن تقوم على تنمية الاحترام والثقة المتبادلة بينها وبين جمهورها، فيجب ان تتسم برامج العلاقات العام هبها بالصدق والبعد عن التضليل والدعاية المزيفة.

* اتباع سياسة الإفضاء وعدم إخفاء الحقائق: فالأساس السليم في العلاقات العامة هو نشر الحقائق التي تهم الجماهير وهي سياسة كفيلة بأن تقضي على الشائعات وتبني جسرا من التفاهم والتعاون المتبادل بين المنظمة وجماهيريها سواء الداخلية أو الخارجية.

* نشر الوعي بين الجماهير وكسب ثقتهم: يقع على عاتق العلاقات العامة شرح سياسة الدولة وخططها التنموية ، وتوضيح دور المؤسسة في ذلك، وعليها تقع مسؤولية توجيه الرأي العام وإثارة اهتمام الجماهير بشؤون بلدهم، عن طريق توضيح الأهداف والاتجاهات العامة للدولة ووضع البيانات عن النشاط الحكومي للجمهور، لتكوين رأي عام مستنير حولها وتحفيز الجمهور على المشاركة في الخطط التنموية.

*تعاون المنظمة مع المنظمات الأخرى في المجتمع: لا يمكن لأي منظمة أن تنجح في تأدية مهامها ما لم تتعاون مع منظمة أخرى، ومن هنا ظهرت الحاجة إلى تنظيم الاتصال بين المنظمات للاتفاق على أسس التعاون فيما بينها، لا سيما في برامج العلاقات العامة .[1]

ثانيا: أهمية العلاقات العامة

وتبدو أهمية العلاقات العامة كذلك في المنشآت الخدمية، فقد تكون الخدمة التي تقدمها غير ضرورية بالنسبة للفرد، أو قد تكون هناك بدائل لها، مما يصعّب من دور العلاقات العامة. فإذا ما أهملت شركة طيران - مثلا- الاهتمام بعملائها، وعجزت عن تقديم الخدمات على الوجه المرضي، أو عدم قيام طائرتها بالإقلاع في مواعيدها المحددة، فلا شك أن المسافرين سوف يتوجهون نحو شركات الطيران الأخرى، التي تقدم أحسن الخدمات بنفس التكلفة، بل وربما اقل.

وتتضح أهمية العلاقات العامة في مجال المنظمات الحكومية، حيث تقوم بدور مهم في تحسين العلاقات بين الحكومة أو الوزارة والجمهور، فعن طريقها ينمو الشعور بالمسئولية لدى المواطنين، وبالتالي تحويلهم إلى جمهور ايجابي متعاون مع الحكومة. ولقد نمت العلاقات العامة وتطورت كمفهوم إداري، وكوظيفة حيوية في المنظمات الحكومية، في الدول المتقدمة، خلال الثلاثين عاماً الماضية.

وتظهر أهمية العلاقات العامة في أنها تؤدى وظيفة مهمة وحيوية للإدارة العامة، إذ أصبح من واجب الإداريين أن يخبروا الجماهير بسياستهم، ويجسّوا نبض الرأي العام قبل هذه السياسات، ومن حقهم أيضا أن يردّوا على النقاد ويبرروا تصرفاتهم التي تشغل الرأي العام.[2]

وبشكل عام العلاقات العامة تساهم مساهمة فعالة في مد الجسور لإقامة أقوى العلاقات بين المؤسسة وجمهورها والمساهمة الجادة في رسم الصورة اللائقة عن نشاطات و سياسات هذه المؤسسة أمام الجمهور، كما تساعد المجتمع على تفهم حقيقة المؤسسة كعضو فعال فيه ويذهب البعض إلى القول بأن العلاقات العامة في استطاعتها توضيح الدور يمكن أن تلعبه أي مؤسسة في المجتمع، وتحقق عدة فوائد أهمها:

-المساهمة في إنتشار علاقات عمل طيبة في المؤسسة مما يسهل جلب أفضل الكفاءات العاملة وتحقيق استقرارها، ومن ثم تساعد العلاقات العامة على تخفيض معدل دوران العمل.

-تساهم العلاقات العامة الجيدة في توجيه الإدارة إلى ما فيه صالح للجمهور إذ يكون من السهل على الإدارة الوقوف على آراء الجماهير التي تتعامل معها لتأخذها بعين الاعتبار.

-تعد العلاقات العامة الوسيلة الفعالة لاطلاع الجماهير على أهداف المؤسسة وأنشطتها، وشرح سياساتها، وكسب تأييد الرأي العام واحترامه وذلك عن طريق إمداده بالبيانات و الحقائق المطلوبة

-تبدو أهمية العلاقات العامة في المؤسسات الخدمية، فقد تكون الخدمة التي تقدمها غير ضرورية بالنسبة للفرد، وقد تكون هناك بدائل لها، مما يصعب من دور العلاقات العامة في الحفاظ على جمهورها خاصة الخارجي منه.

-في المؤسسات الصناعية تبرز أهمية العلاقات العامة في أنها تسعى إلى كسب ثقة الجمهور الداخلي والخارجي، مما يؤدي إلى شهرتها، وتحسين سمعة منتجاتها.

وقد أوضح خضر" 1998 " أهمية العلاقات العامة في المنظمات الحكومية بقوله :إنها تقوم على كسب رضى الجمهور وتأييده لتحقيق مصالح مشتركة وخاصة الحكومات التي تستمد قدرتها على الاستمرار في ممارسة سلطاتها على تأييد الشعب، فالشعوب اليوم تحكم بموافقتها وإدارتها فقط وتهتدي بآرائها هي وليس بما يمليه عليها القادة، فمن الضروري اليوم لأي قائد أن يحصل على قبول من يقودهم لقيادته وتأييده له، ولكي تحقق منظمات الخدمة العامة أهدافها يجب أن يفهم الجمهور طبيعة عملها وكيفية الاستفادة منها وهذا ما تقوم به إدارة العلاقات العامة، لذلك كله أصبحت العلاقات العامة في وقتنا الحاضر أحد مجالات الإدارة والعمل الإداري الذي يعكس في مختلف م ا رحل تطوره القوى السياسية والاجتماعية والاقتصادية السائدة التي يمارس فيها. [3]

*مما سبق يمكن القول بأن العلاقات العامة لها أهمية بالغة في تحقيق أهداف المؤسسة، وذلك من خلال الوظائف والصلاحيات الموكلة لها في أي مؤسسة، وهذا ما أكسبها مكانة هامة كوظيفة إدارية أساسية لا يمكن الاستغناء عنها فهي تعتبر بمثابة العصب الحيوي والنشاط المستمر في المؤسسة.

ثالثا: أهداف العلاقات العامة:

إن وضوح الأهداف يعتبر من الأهمية بمكان العلاقات العامة بالنسبة لأية مؤسسة تسعى إلى إحراز النجاحات في أعمالها، لأن ذلك يمكنها من تحديد الوسيلة المناسبة في بلوغ تلك الأهداف والتي يجب أن تكون واضحة وسهلة الفهم ومكتوبة وواقعية وقابلة للتعديل وللقياس والتقييم.

وأهداف العلاقات العامة كأهداف أي نشاط يتطلب الواقعية والوضوح كما أنها ترتبط إرتباطا قويا بأهداف المؤسسة والد ولة.

يذكر رئيس مجلس إدارة شركة جين ا رل موتورز بعض أهداف العلاقات العامة وفوائدها على الإدارة بأنها: (4)

1-زيادة شهرة المؤسسة عن طريق إنماء فهم الجمهور وتنويره لما تقوم بها من خدمات و نشاط.

2-بناء سمعة طيبة لأنشطة المؤسسة بين الجمهور الذي يتعامل مع المؤسسة.

3-خلق فهم واسع نحو المشاكل والصعوبات التي تواجه الإدارة.

الذي ترأس واحدا من أكبر مكاتب العلاقات العامة بأمريكا Philip lisly أما فيليب ليزلي فيذكر أهداف العلاقات العامة بأنها:

1-رفع مكانة المؤسسة وما ينتج عن ذلك من فوائد.

2-ترويج لسلع وخدمات المؤسسة ومبيعاته.

3-الحصول على ثقة المواطنين.

4-لتمتع بعلاقات حسنة مع المجتمع المحلي.

5-كسب ثقة المساهمين.

6-توطيد العلاقة الجيدة مع الموردين.

7-كسب ثقة الوكلاء واجتذاب الجديد منهم.

8-تجنب وحل المشاكل.

9-القدرة على اجتذاب أفضل العناصر للعمل بالمؤسسة.

10-تنمية علاقات سليمة مع المؤسسات المماثلة ذات العلاقة معها.

11-معرفة ميول ورغبات واتجاهات فئات الجمهور نحو المؤسسة.

12-مساعدة المؤسسة في تكوين سياساتها المختلفة عن طريق تقديم الاستشارة يتضح من الأهداف التي ذكرها" ليزلي "بأن العلاقات العامة في المؤسسة لها دور مشارك في جميع مجالات وأنشطة المؤسسة وتعمل في الوسط الداخلي والمحلي والخارجي

ومما سبق يمكن تحديد أهداف العلاقات العامة على النحو التالي:

ـ تحقيق التوافق والتناغم والانسجام:

بمعنى الوصول إلى درجة عالية من التوافق والتناغم المتبادل بين المؤسسات والجمهور بنوعيه الداخلي والخارجي،فالمؤسسة لا تقتصر ب ا رمجها على نشر الحقائق والمعلومات المتصلة بها وبسياساتها وخططها وب ا رمجها،ولكنها أيضا تهتم بنقل أفكار الجماهير واتجاهاتها نحو المؤسسة إلى القائمين على إدارتها حتى يتمكنوا من تعديل سياستها وخططها بما يتناسب مع ما تتوقعه الجماهير من هذه المؤسسة

ـ تكوين صورة ذهنية لائقة عن المؤسسة وتحسين العلاقات الإجتماعية بين العاملين بالمؤسسة : يعني يجب على إدارة العلاقات العامة أن تتحلى بجانب كبير من المصداقية، وذلك لدورها وفعاليتها في زيادة جلب اهتمام الجماهير والتفافهم حول المؤسسة وخدماتها.

هذا الهدف يختص بالجمهور الداخلي للمؤسسة، حيث أن مضمونه هو تحسين العلاقات الإجتماعية والاهتمام بإتباع إحتياجات العمال المادية والصحية والثقافية من خلال برامج منظمة مخططة وهادفة، وهذا ما يساعد على تحقيق الولاء والإنتماء للعاملين بالمؤسسة، ومن ثمة نجاح المؤسسة في تحقيق أهدافها العامة.

ـ خلق الثقة بين الإدارة وجماهيرها: وتقوم بتوثيق العلاقات معهم، وتسهيل فرص تبادل الآراء بينهم وبين الإدارة فيما يتعلق بتنظيمها وسياساتها

ـ تدريب الجمهور الداخلي والخارجي على المشاركة في المسؤولية الإجتماعية:

إنطلاقا من هدف أساسي ألا وهو تحقيق التضامن بين المؤسسة وجمهورها ، إذن فالهدف الرئيسي للعلاقات العامة هو نفس هدف المؤسسة التي تعمل بها، والأهداف الفرعية هي معرفة اتجاهات الرأي العام الحقيقية تجاه نشاط المؤسسة وإعلامه بنشاطها وسياساتها وإنجازاتها.

المـــــــــــــــراجع:

(1)- نيقين أحمد غباشي: ديناميكية العلاقات العامة الداخلية، صورة المنشأة ـ آليات إدارة الأزمة، دار النهضة العربية القاهرة، 2008، ص ص 39.38.

(2) http://www.uqu1.com/forum/t3409.html:متاح على الرابط

(3)- كريمة ساعد: العلاقات العامة في الجامعة الجزائرية، جامعة منتوري، قسنطينة أنموذجا، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، قسم الاعلام والاتصال، جامعة منتوري قسنطينة- الجزائر، 20112012، ص ص 63.62.

(4)- كريمة ساعد : مرجع نفسه، ص ص 60.59