المحاضرة الثانية: مبادئ العلاقات العامة و أهدافها.

1- مبادئ العلاقات العامة: تستند العلاقات العامة على مجموعة من المبادئ يلتزم بها المختصون في عملهم، والمبدأ"هو قاعدة أساسية لها صفة العمومية يصل إليها الإنسان عن طريق الخبرة والمعرفة والمنطق أو باستخدام الطرق العلمية كالتجربة والقياس".

وعلى الرغم من الاتفاق على المبادئ التي يلتزم بها العاملون بالعلاقات العامة إلا أنها تختلف في أساليب تطبيقها لعدة اعتبارات أهمها:

- طبيعة نشاط المؤسسة، فالمؤسسات التي تشغل بأعمال المرافق العامة أو التي تقوم بإنتاج وتوزيع السلع الاستهلاكية الأساسية، تحتاج إلى نوع معين من التنظيم الإداري لأعمال العلاقات العامة وطبيعة ونوعية الممارسة فيه.
- حجم ونوعية الجمهور الذي يتصل بالمؤسسة سواء كان الجمهور داخليا أو خارجيا بالنسبة للمؤسسة ومدى القدرة على التأثير فيه، ونوعية الادوات والوسائل المستخدمة مع الجمهور.
- مدى إيمان المؤسسة بأهمية المسؤوليات والالتزامات الاجتماعية الملقاة على جهاز العلاقات العامة بها نحو مصالح الجماهير المختلفة المتصلة بها.
- المهارات الاتصالية والادارية لخبير العلاقات العامة من حيث استعداداته وقدراته وخبراته في التعامل مع جمهور المؤسسة.

ويرتكز نشاط العلاقات العامة على مجموعة من المبادئ الأساسية الآتية:

1-1-التفاهم المتبادل:يقوم هذا المبدأ على ضرورة وجود تفاهم متبادل بين المؤسسة وجميع الافراد العاملين تحت ادارتها، فلا يمكن أن نتصور أن تقوم المؤسسة بتحسين علاقاتها بالجمهور الخارجي بينما علاقاتها مع جمهورها الداخلي ليست على ما يرام، لذا يجب أولا زرع روح التعاون بين أفراد المؤسسة مع اختلاف مستوياتهم الإدارية ثم بعد ذلك يبدأ في تنمية وتوطيد العلاقات الطيبة مع الجمهور الخارجي وكل الفواعل المتواجدين في بيئة ومحيط نشاط المؤسسة.

1-2-الصدق والأمانة في إبلاغ المعلومات:ويقوم هذا المبدأ على ضرورة اتسام أعمال المؤسسة بالصدق والأمانة والتقيد بالعدالة والقيام بتنمية الثقة والاحترام المتبادل بينها وبين جمهورها، فيجب أن تتسم برامج العلاقات العامة بها، الصدق والبعد عن وسائل الخداع والغش والتضليل والدعاية المزيفة، ففي المؤسسات الانتاجية يجب أن تفسر لجمهورها أسباب زيادة الارباح أو العجز فيها، وفي المؤسسات الخدمية يجب أن توضح أسباب النجاح أو الفشل في الخدمات التي تقدمها وهذا يؤكد عنصر أساسي في الهدف الأخلاقي للعلاقات العامة باعتبارها أدلة قوية على تنمية الضمير الاجتماعي.

وأحسن ما يعبر عن النظرة الحديثة للعلاقات العامة هو ما صرح به منذ سنوات السيد ادجار كوني رئيس مجلس شركة Monsanto للكيماويات "أن العلاقات العامة تنطلق من أن المنشأة تتصف بكل ما يمكن اعتباره أخلاقا حميدة بالنسبة للفرد". كما أن العلاقات العامة لا تعتمد على الارتجالية بل تعتمد على التخطيط القائم على الملاحظة العلمية واتباع أساليب البحث العلمي.

1-3-اتباع سياسة عدم إخفاء الحقائق: يقوم هذا المبدأ على الافضاء وليس إخفاء الحقائق عن الجماهير، حيث أنه لو أمعن النظر في أعمال المؤسسات والهيئات بصفة عامة لوجد أنه ليس هناك ماتخفيه عن الجمهور الداخلي أو الخارجي لها سوى الاسرار المتعلقة بالإنتاج، فإتباع سياسة الافضاء إذن مطلب أساسي يتحقق من خلال القضاء على الشائعات من ناحية وإيجاد وتوفير ثقة متبادلة بين المنظمة وجماهيرها من ناحية أخرى.

1-4-اتباع أسلوب البحث العلمي: من المبادئ الأساسية للعلاقات العامة اتباع الأسلوب العلمي في حل أي مشكلة من المشكلات، وطريقة البحث العلمي تعد طريقة مبنية على المنطق وتحاول الوصول إلى مبادئ عامة عن طريق التحليل العلمي الدقيق والبعد عن كل تحيز، وتبدأ طريقة البحث العلمي بتعريف وتحديد المشكلة، ومتى أمكن تحديدها أصبح من السهل جمع البيانات التي تفيد في حلها، وتحديد الأهداف المراد الوصول إليها، وبالتالي الوصول إلى الحلول المفترضة والبدائل وأساليب الوصول إليها والإمكانيات والموارد المطلوبة لتحقيقها.

1-5-تعاون المؤسسة مع المؤسسات الاخرى: يعتبر التعاون أحد مبادئ النجاح في أي عمل، لذلك فلا يمكن لأي هيئة أن تمارس نشاطها وتوطد علاقاتها بجماهيرها وتهمل تعاونها مع الهيئات الأخرى، من هنا نشأت الحاجة لتنظيم الاتصال بين الهيئات وبعضها للاتفاق على أسس التعاون بينهما لاسيما في برامج العلاقات العامة، ومن الملاحظ أن صور التعاون بين الهيئات المختلفة تنعكس على اتجاهات الجماهير نحو الهيئات وتبعدهم عن الصراعات والمنافسات غير المشروعة.

والخلاصة أن العلاقات العامة تستند إلى الأداء النافع والإخبار الصادق على حد تعبير "إدوارد بيرنيز":" الأداء النافع أولا والأخبار الصادق ثانيا، والقاعدة الثانية مكملة للأولى ولا يمكن أن تقوم بديلا عنها".

2- أهداف العلاقات العامة: تسعى أي مؤسسة أو منظمة سواء كانت صغيرة أو كبيرة، عمومية أو خاصة، تجارية أو غير تجارية إلى النجاح والاستمرار في عملها من خلال ربط علاقات جيدة ومستمرة مع الجمهور تكون مبنية على الثقة والاتصال الفعال مع حيث تتعامل مصالح العلاقات العامة في مختلف المؤسسات مع جماهير تختلف وطبيعة نشاطها، حجمها ورأسمالها لذلك فإن الأهداف العامة التي تعمل العلاقات العامة على تحقيقها تكمن في أربعة أهداف رئيسية هي:

- بناء سمعة طيبة للمنظمة داخل محيطها الداخلي والخارجي.
- المحافظة على جو من الثقة والرضا على المنظمة لدى الجماهير.
- تكوين صورة ذهنية إيجابية عن المنظمة.
- تشكيل حالة من التوافق المصلحي بين المنظمة وجماهيرها.

كما تهدف العلاقات العامة إلى إقامة علاقات طيبة وزيادة فرص التفاهم المتبادل والتوافق والانسجام بين المؤسسة وعناصر أو فواعل البيئة التي تعمل فيها وذلك من خلال التعامل مع الجمهور الداخلي والخارجي، ويمكن تقسيم أهداف العلاقات العامة في إطار علاقاتها بالجمهور إلى:

1- **1-الأهداف الخاصة بالجمهور الداخلي :** ويمكن تلخيصها في النقاط التالية:

- بناء الثقة بين المنظمة والجمهور الداخلي.
- نشر الوعي بين العاملين، وتعريفهم بدورهم وأهمية هذه الأدوار في المنظمة.
- رفع أو تحسين الكفاءة الانتاجية للعاملين، من خلال الاهتمام أو المشاركة في حل مشاكلهم المتعلقة بظروف العمل المادية والاجتماعية.
- شرح وتوضيح سياسات وخطط المنظمة وتحديد دور العاملين في انجاز هذه السياسات والأهداف من خلال الاهتمام بعنصر التدريب ومحاولة تحديد طبيعة الاحتياجات التدريبية للمؤسسة فعملية تحديد الاحتياجات التدريبية تعتبر الأساس الذي يقوم عليه عملية التدريب وبالتالي تصبح هذه العملية نقطة انطلاق مهمة لتخطيط البرامج التدريبية.
- تنمية روح التفاهم بين الادارة والعاملين، وكسب ثقتهم وتعاونهم بهدف زيادة الانتاج.
- رفع المستوى الثقافي والاجتماعي للعمال

1-2-الأهداف الرئيسية المرتبطة بالجماهير الخارجية: أهمها مايلي:

- الحفاظ على السمعة الطيبة للمؤسسة وتدعيم صورتها الذهنية لدى جماهيرها، من خلال توظيف أساليب الاتصال الفعال والتخطيط الاستراتيجي في شرح سياستها وأهدافها.
- استقطاب الكفاءات البشرية المتميزة والمناسبة للعمل بالمنظمة.
- الوصول إلى الجمهور المعني وتحقيق التواصل معه.
- توفير معلومات للإدارة عن الجماهير أو أطراف التعامل مع المنظمة.
- شرح دور المنظمة في تقديم نموذج جيد للمسؤولية الاجتماعية من خلال خدمة البيئة والمجتمع والمواطن.
- التعريف بنشاط المنظمة والعمل على تحقيق القبول الاجتماعي.