

الباب الثاني

أهمية العلاقات العامة وأهدافها

تظهر أهمية العلاقات العامة في إحساس المؤسسات الحديثة بأهمية الاتصال الفعال الذي يجب أن تقوم به مع كافة الهيئات وال جماهير ذات الصلة بالنشاط الذي تقوم به.

وتتجلى أهمية العلاقات العامة كذلك في أنها تؤدي وظيفة مهمة وحيوية للإدارة العامة، إذ أصبح من واجب الإداريين أن يخبروا الجماهير الداخلية والخارجية بسياساتهم وأهدافهم.

وتمارس معظم الهيئات والمنظمات أعمال العلاقات العامة سواء توفر لديها إدارة أو قسم للعلاقات العامة أم لم يتوفر، وسواء أعدت برامج للعلاقات العامة أم لم تعد، وحتى في حياتنا الشخصية يعمل الفرد على تحسين علاقاته مع الآخرين باستمرار، ولا تقتصر العلاقات العامة على نوع واحد من النشاط، بل أن مجالها يشمل كافة أنواع النشاط الخاص والعام في جميع الميادين الحياتية السياسية منها والاقتصادية والاجتماعية. ويشمل عمل العلاقات العامة كذلك علاقات العمل داخل المؤسسة، وتحسين ظروف العاملين بها والاهتمام بالعامل كإنسان له حاجاته المادية والصحية والثقافية والترفيهية والاجتماعية والنفسية^(١).

(١) مقدمة في العلاقات العامة والرأي العام، محاضرات موجزة من إعداد: د. محمد جاسم فلحي. الجامعة العربية المفتوحة في الدنمارك، كلية الآداب والتربية، قسم الإعلام والاتصال، مقرر رقم ٠٧٢٠٣، في الفصل الأول من السنة الأولى لمرحلة البكالوريوس في قسم الإعلام والاتصال، العام الجامعي

وتعمل العلاقات العامة على تحقيق عدد من الأهداف يجب أن تحدد سلفاً. ويجب لهذه الأهداف أن تحدد وفق رؤية شاملة تأخذ بعين الاعتبار المصالح الكبرى للمؤسسة في ضوء الاتجاهات الاقتصادية والاجتماعية العريضة السائدة بين الرأي العام، كما ينبغي أن تكون تلك الأهداف معقولة من حيث الجهد والمال والموظفين الذين يسعون إلى تحقيقها.

ويمكن تلخيص تلك الأهداف في جملة من النقاط التي نحوصلها في الفقرات التالية:

١. تهدف العلاقات العامة إلى تعريف الجمهور بالمؤسسة وبالخدمة أو السلعة التي تنتجها وإلى توعيتهم بأهدافها وأسلوب عملها ونوع نشاطها وخططها، كما تشرح إدارة الاتصال أو العلاقات العامة سياسة المؤسسة بهدف قبولها والاقتران بها لدى جمهورها وتسهيل كذلك التنسيق بين مجهودات الأفراد العاملين في المؤسسة، فعندما يعرف كل شخص في المجموعة الأهداف المطلوب الوصول إليها، فإنهم يعملون متعاونين في الوصول إليها، وتعد الأهداف مقياساً للتقويم والرقابة، طالما إنها تحدد المطلوب عمله. وهكذا فإن انعدام هدف المؤسسة أو عدم وضوحه و تحديده يعتبر أحد العوامل الأساسية التي تفشل كثيراً من الجهود في هذا المجال^(١).

٢٠٠٥-٢٠٠٦م، ص ١٠، الدرس متاح بموقع الأكاديمية العربية بالدانمارك، على الرابط التالي:

http://www.ao-academy.org/wesima_articles/library-20060114-331.html

(١) المرجع نفسه، ص ١٢.

٢. تهدف العلاقات العامة إلى إقامة علاقات طيبة، وزيادة فرص التفاهم المتبادلة، والتوافق والانسجام بين المؤسسة وبين الجماهير، حتى وإن كان هذا (الجمهور داخليًا) كالعاملين بالمؤسسة حتى يشعرون بالرضا والارتياح، وترتفع الروح المعنوية بينهم، فيرتفع إنتاجهم، وينمو إحساسهم بالانتماء، ويتأتى ذلك عن طريق تنفيذ برنامج كبير للتثقيف والإرشاد، وآخر للتدريب على الأعمال الجديدة، وعمومًا فان العامل بالمؤسسة ينبغي أن يتمتع بظروف عمل صحية ووسائل للراحة، ولا بد من أن تحترم الإدارة العليا رأيه ومقترحاته.

والوصول إلى الجمهور الداخلي ليس أمرًا صعبًا، حيث أن علاقات العمل توفر اتصالًا يوميًا، بالإضافة إلى تشجيع الأنشطة الثقافية والاجتماعية والصلات والأنشطة الرياضية، وحل المشكلات الخاصة بالعاملين، ويبدأ هذا الاتصال من الإدارة العليا.

ويتمثل (الجمهور الخارجي) في اتحادات العمال والمستهلكين والموردين والموزعين، والبنوك والمأخين والمستفيدين من المنتجات أو الخدمات، وكذلك أفراد المجتمع حيث من الممكن تقديم خدمات يستفيد منها كافة أفراد المجتمع مثل المستشفيات والمدارس والمساجد، وقد يمتد الجمهور الخارجي للمؤسسة إلى علاقاتها بالمنظمات والمؤسسات الأخرى^(١).

(١) المرجع السابق، ص ١٠.

٣. تؤدي برامج العلاقات العامة دوراً كبيراً في تعزيز ثقة العاملين بالمؤسسة وزيادة تفهمهم لأهدافها وأنظمتها كما تؤدي إلى التوفيق بين الميول المتباينة للأفراد والجماعات، وتعمل على تعديل الاتجاهات السلبية لدى الجماهير إلى اتجاهات إيجابية بناءة، كما أنها تنقل أفكار وآراء الجماهير واتجاهاتها نحو المؤسسة إلى الإدارة، وتقوم بنصحها وإرشادها حتى تتمكن من تعديل سياسة المنظمة وخططها بما يتناسب مع ما تتوقعه الجماهير من هذه المؤسسة، ويمتد التوافق والانسجام الذي تسعى إليه العلاقات العامة إلى علاقتها مع أجهزة الإعلام التي تلعب دوراً في التعريف بالمؤسسة^(١).

٤. تسعى إدارة الاتصال والعلاقات العامة إلى التأكد من أن جميع الأخبار التي تنشر عن المؤسسة للجمهور صحيحة وسليمة. و تقوم كذلك بحماية المؤسسة من أي هجومات قد تطالها نتيجة نشر أخبار كاذبة^(٢).

٥. تهدف العلاقات العامة إلى زيادة ثقة المساهمين من خلال إقامة علاقات طيبة معهم وقبول آرائهم ومقترحاتهم وتزويدهم بالمعلومات المهمة بشكل دائم يساعد على تسهيل تمويل المؤسسة عند طلب زيادة رأس المال، كما تسعى إدارة الاتصال إلى إقامة

(١) المرجع نفسه، ص ١١.

(٢) المفاهيم الحديثة للعلاقات العامة، مقال متاح على الموقع التالي:

علاقات ودية مع هؤلاء المساهمين الذين ينحصر اهتمامهم في تأمين استثماراتهم والوقوف على أحدث تطورات الإنتاج والمشروعات التوسعية والأسواق الجديدة، ومن ثم ينبغي إحاطتهم علمًا بجميع خطط الشركة ومشروعاتها، مع تحليلها وتبيان ما ينتظر أن يعود عليهم من منفعة، من حيث ضمان أموالهم المستثمرة، ومن حيث فائدة كافية لرأس المال.

ويمكن التعرف على رغبات المساهمين بوسائل متعددة، فمثلاً اجتماعات الجمعيات العمومية تهيئ للشركة أو المؤسسة فرصة طيبة للتحدث مع المساهمين والإمام بوجهة نظرهم، كذلك من الخطابات التي يرسلها المساهمون لإدارة المؤسسة، وقد تلجأ بعض الشركات لعمل استقصاء لآراء المساهمين ورغباتهم عن طريق إرسال قائمة بالبريد تحتوي على عدد من الأسئلة للإجابة عليها، أو يمكن توجيه هذه الأسئلة بواسطة مندوبي قسم العلاقات العامة، عن طريق مقابلات شخصية^(١).

٦. تهتم العلاقات العامة بإنشاء الصلات الطيبة بين المستهلكين أو المستفيدين والمؤسسة؛ وذلك لأن الترويج للمؤسسة يؤدي إلى الترويج للسلع أو للخدمات المقدمة، ولا شك أن المستهلك أو المستفيد هو العنصر الأساسي لنجاح هدف المؤسسة، فمن أجل المستهلك تنتج السلع و من أجل المستفيدين يتم تصور الخدمات،

(١) محمد جاسم، فلهي، مرجع سابق، ص ١٢.

ومن ثم لابد من الاستجابة إلى رغباته، فهو قوة رئيسة تؤثر في نجاح الشركات أو فشلها^(١).

٧. الحصول على تغذية عكسية عن ردود فعل الجمهور والتعرف على آرائه واتجاهاته بالنسبة إلى المؤسسة وأنشطتها وتنظيم الوسائل للرد على ما يوجه إلى الإدارة من استفسارات مهمة.

٨. تقديم المهمات الإدارية والخدمات الاستشارية التي تساعد المؤسسة على تنفيذ برامجها والتخطيط لمشاريعها وفق تصور كاف ودراسة متأنية وذلك عبر تجميع البيانات والإحصاءات والخلاصات الوافية، والقوانين عن المشروعات والخطط، وترتيبها، وحفظها وفقاً لنظام واضح يتيح الانتفاع بها في الإعلام والاستعلام في أسرع وقت.

٩. الاهتمام بشكل أساس بالكشف عن الاتجاهات والاحتياجات والميول عند الجمهور الذي سيتعامل مع المؤسسة، وذلك من أجل العمل ما أمكن على تحقيق هذه الرغبات والميول.

١٠. تحسين الصورة الذهنية للمنظمة لدى جمهورها ومحاولة التأثير على الرأي العام والعمل على المحافظة على وجود رأي عام مرغوب فيه تجاه المؤسسة والاستفادة من الدراسات والخطط التي يتم إنجازها بهدف تطوير الأداء وتحقيق الأهداف العامة للمؤسسة وترشيد القرارات.

١١. القيام بكل الأنشطة الإعلامية والاتصالية وإصدار ما قد ترى المؤسسة إصداره من كتيبات ونشرات لشرح أهداف هذه المؤسسة للجمهور ومساعدة وسائل الاعلام في تغطية أنشطة هذه المؤسسات وبالتالي فإن عمل إدارة الاتصال والعلاقات العامة تسعى أساسا إلى إبراز الصورة المشرقة للمؤسسة في المجتمع وأنها تسعى لخدمته وتعمل على صيانة مصالحه، والعلاقات العامة في هذا المسعى تقدم خدمة للمجتمع من خلال المشاركة في البحث والتطوير ومد جسور الثقة^(١).

١٢. مواجهة الأزمات أو الطوارئ التي قد تتعرض لها الإدارة والمؤسسة، ومساعدتها على تجاوز تلك المواقف والأزمات بأقل خسارة ممكنة. ويتمثل دور العلاقات العامة في مثل هذه الظروف في التنبؤ المبكر بهذه الأزمات وذلك من خلال التحليل المستمر لاتجاهات الرأي العام ومن ثم معرفة تطور أية أزمة وحجم تلك الأزمة، ومعرفة البدائل المختلفة لحل تلك الأزمة، وعرضها على إدارة المنشأة، وإقناعها بالمعلومات الواردة لها عن الرأي العام، والتنبؤ برد فعل أفراد الجمهور في ظل كل البدائل المطروحة على الإدارة كحل للموقف أو الأزمة الطارئة^(٢).

(١) أحمد الطراونة، مرجع سابق.

(٢) علي عجوة، الأسس العلمية للعلاقات العامة، القاهرة: عالم الكتب، ١٩٧٨م.