

الباب الثالث

المبادئ الأساسية للعلاقات العامة

أصبحت العلاقات العامة إحدى العوامل المهمة لبناء المنظمات والمؤسسات الناجحة، ويعتبر العنصر البشري العنصر الفعال فيها؛ لأنه يقوم بإعداد أعمال وأدوار ومهام المؤسسات، كما أنه يتحمل مسؤولية تدبير الموارد وتوجيه استخداماتها، وعليه فإن معرفة المبادئ الأساسية التي يقوم عليها عمل إدارة العلاقات العامة والاتصال يعد أمراً مهماً، ولئن اختلف الخبراء في تحديد هذه المبادئ؛ فإنه يمكن ذكر أهمها:

الاهتمام بالجمهور الداخلي للمؤسسة:

ويقصد بالجمهور الداخلي جميع موظفي المؤسسة. وتتبع أهمية العناية بالموظفين من منطلق أنهم القائمون بالعملية الانتاجية، سواء أكان الانتاج سلعة أم تقديم خدمة. وبرضاهم في عملهم مع المؤسسة فانهم يعكسون عملهم وكذلك أحاديثهم عنها في علاقاتهم الشخصية^(١).

وتحقيق رضا العاملين يتم عبر اتباع المؤسسة سياسات عادلة للتوظيف والترقية والتدريب والتنقلات والاجازات وغيرها، كما أن على المؤسسة أن تهتم بتوفير ظروف عمل مرضية وضمان منتسبيها في حالة المرض والعجز لمنحهم الاستقرار في عملهم لما لذلك من أثر كبير في زيادة ثقة العاملين في

(١) زهير ياسين الطاهات. سيكولوجية العلاقات العامة والإعلان، الأردن: عمان، دار يافا العلمية

للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى ٢٠١١، ص ٣٠:

المؤسسة مما يساهم في جلب الجمهور الخارجي للتعامل معها والاهتمام بهذه المؤسسة وأنشطتها.

من هذا المنطلق فإن من المبادئ الأساسية في عمل العلاقات العامة الجيدة أنها يجب أن تبدأ من داخل المنشأة، أي أن يكون هناك تفاهم متبادل بين المنشأة وبين جميع الأفراد الذين يعملون فيها، ومن غير الممكن أن تبدأ المنشأة بتحسين علاقتها مع الجمهور الخارجي وعلاقتها مع جمهورها الداخلي على غير ما يرام، فيجب أولاً خلق روح الجماعة والتعاون بين أفراد المنشأة على اختلاف مستوياتهم الإدارية ثم بعد ذلك يبدأ في تنمية وتوطيد العلاقات الحسنة بين المنشأة وجمهورها الخارجي^(١).

مراعاة الصدق والأمانة عند ممارسة أنشطتها:

ينبغي عمل إدارة الاتصال والعلاقات العامة بالمؤسسة على الالتزام بجملة من القواعد الأساسية التي تتعلق بتوخي الصدق والنزاهة والعدالة في جميع تصرفاتها، ويجب -أيضاً- أن تتسق أعمال المنشأة مع أقوالها وإلا فقدت الثقة بين جمهورها الداخلي والخارجي.

فالصدق خير إعلان للمنشأة وعامل أساس في بناء شخصيتها. وهكذا فهي لا تحدد الجمهور ولا تغشه بل تسعى الى كسب ثقته بالقدوة الحسنة (بالأفعال وليس بالأقوال فقط).

وعمل العلاقات العامة له وجهين، وجه أخلاقي وآخر إعلامي.

(١) محمود محمد الجوهري، العلاقات العامة بين الإدارة والإعلام، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية



فالسلك الأخلاقي يتمثل في الالتزام بالمثل والأخلاق السامية في تجنب المؤسسة كل ما يشين سمعتها، والعمل على أن يعكس جميع موظفيها ذلك -أيضاً- في معاملاتهم مع الجمهور وفي حياتهم الخاصة.

أما الجانب الإعلامي فيتمثل في استخدام كافة وسائل الإعلام والاتصال لتوضيح وتفسير نشاط المؤسسة وتحليل رد فعل الجماهير نحوها.

إتباع سياسة الشفافية والمصارحة:

كان التمسك بالسرية وحجب المعلومات هو أسلوب الإدارة التقليدية في القرن الماضي، أما الإدارة الحديثة فإنها تعتبر المؤسسة كالبيت المصنوع من الزجاج الذي يكشف عما بداخله لكل ناظر.

إن الأساس السليم للعلاقات العامة هو مصارحة جمهور المؤسسة بكل ما يتعلق بها من حقائق، وسياسة الشفافية والمصارحة كفيلة بأن تقضي على الشائعات غير المرغوب فيها وأن تولد الثقة لدى الجمهور بينما يدعو التكتم إلى إثارة الريبة والشك حول المؤسسة، وهذا طبعاً يطابق ما جاء في لائحة حقوق الانسان ومعظم دساتير الدول الديمقراطية، وهو حق الفرد في الحصول على المعلومات.

كسب ثقة الجمهور:

يتوقف نجاح عمل إدارة العلاقات العامة والاتصال على مدى قدرتها على كسب ثقة الجمهور وضمان دعمه لخطط المؤسسة ومشاريعها، ولا يمكن أن تدوم أي مؤسسة طويلاً دون أن تتمتع بثقة الجمهور، وعندما نتحدث عن الجمهور فإننا نعني جمهور المؤسسة الداخلي والخارجي.

فجمهورها الداخلي هو الدعامة الأساسية، وما لم تشبع حاجاته المادية والمعنوية من الأعمال التي يؤديها بالمؤسسة تأثر الإنتاج وتأثرت -أيضاً- العلاقات بين المؤسسة والجمهور الخارجي.

ومن الضروري بالنسبة للعديد من المؤسسات أن توظف الأشخاص القادرين على التفاعل مع الجمهور وربط الصلة بهم والتفاعل مع حاجاتهم وآرائهم ومقترحاتهم.

مساهمة المؤسسة في خدمة المجتمع:

كان الفكر الرائج في الماضي أن هدف أي مشروع هو تحقيق أكبر كسب مادي لصاحبه، غير أن هذه الفكرة تغيرت في معظم المجتمعات في الوقت الحاضر، فالمشروع الناجح في النهاية هو الذي يعتمد على تأييد الجمهور داخل المؤسسة وخارجها.

من هذا المنطلق فإن على إدارة العلاقات العامة أن تؤمن بأن المؤسسة تستمد أسباب وجودها ونجاحها من المجتمع حولها، لذلك تقع عليها مسؤولية المساهمة في خدمة المجتمع التي تتحقق في طريقة أداء المؤسسة لأعمالها من تقديم الخدمة أو السلعة بشكل أفضل، بما يتلاءم مع حاجات ورغبات وأذواق جمهورها. وكذلك على المؤسسة رفع المستوى الحياتي لأفراد المجتمع، كتقديم المنح والاعانات والقيام بالدراسات والأبحاث لمعالجة مشاكل المجتمع.

إتباع الأسلوب العلمي في خدمة المؤسسة:

من المبادئ الأساسية للعلاقات العامة هو ضرورة تثبيت أسس

العلاقات العامة كعلم وكمهنة والتزامها بالأساليب العلمية في ممارسة نشاطها، ولكي يصبح المتخصص في العلاقات العامة صالحًا لأداء عمله يجب أن يتفهم الاتجاهات والتطورات التي تحدث في الرأي العام، كما يجب أن يكون على علمٍ تامٍ بسياسات الإدارة ومشكلاتها، وأن يؤمن إيمانًا كاملاً بعمله ورسالته التي يؤديها، متيقظًا لما يدور حوله داخل المؤسسة وخارجها من أحداث، تتيح له طريق الاستفادة من كل فرصة لخدمة الجمهور وتحقيق مصالحه، سواء بنقل المعلومات إليه أو بالرد على ما يعين له من أسئلة، أو بالاستجابة لملاحظاته المعقولة، أو بأداء خدمة واقعية له.

كما وجب على القائمين بالاتصال في المؤسسة فهم عملية الاتصال من الناحيتين النظرية والتطبيقية؛ فالاتصال هو الوظيفة الأولى لرجال العلاقات العامة في المؤسسات المختلفة. كما أنه لا بد أن تكون له القدرة على التخطيط والتدريب على المهارات الإدارية والتنسيق مع الآخرين وهذا يتطلب توفر خلفية علمية في مجال الاتصال والإعلام لدى رجال العلاقات العامة.