

## المحاضرة رقم 02 الاستاذة صونية قوراري

### أنشطة العلاقات العامة وجمهورها:

#### أولاً: النشاط الاتصالي الإعلامي

انبثقت أهمية الإعلام عن طريق استثماره لرغبة الإنسان في الحصول على المعلومات والمعرفة، وفي اكتشاف ما حوله ومن حوله، بل الإحاطة بأخبار الآخرين، وأخبار المجتمع والكون المحيط بالإنسان، بل ان الإنسان لا يمكن ان يستغني عن الإعلام والمعلومات والمعارف، فحاجته للإعلام أصبحت من الحاجات الأساسية الأربع التي ذكرها عالم النفس (ماسلوا) ، ويعرف الإعلام بأنه (أوجه النشاط الاتصالية كافة التي تستهدف لتزويد الجمهور بكافة الحقائق الصحيحة والمعلومات السليمة من القضايا والمعلومات والمشكلات ومجريات الأمور كافة بطريقة موضوعية وبدون تحريف بما يؤدي إلى خلق أكبر درجة ممكنة من المعرفة والوعي والإدراك والإحاطة الشاملة لدى فئات جمهور المتلقين للمادة الإعلامية بـ الحقائق والمعلومات الموضوعية الصحيحة كافة عن هذه القضايا والموضوعات بما يساهم في تنوير الرأي العام وتكوين رأي صائب لدى الجمهور). وعلى الرغم من عدم اتفاق الباحثين على تعريف موحد لمفهوم (الإعلام)، إلا أنهم اتفقوا على أساسيات العمل الإعلامي وهي

- 1- الحقائق التي تدعمها الأرقام والإحصاءات.
  - 2- التجرد من الذاتية، والتخلي بالموضوعية في عرض الحقائق.
  - 3- الصدق والأمانة في جمع البيانات من مصادرها الأصلية.
  - 4- التعبير الصادق عن الجمهور الذي يتوجه إليه الإعلام.
- وكذلك يعرف الإعلام بأنه التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير وآرائها وميولها واتجاهاتها في الوقت نفس

#### ثانياً التنسيق :

تعد وظيفة (التنسيق) من العناصر المهمة في العلاقات العامة حيث يتم التنسيق بين إدارة العلاقات العامة والإدارات الأخرى داخل المؤسسة ولا بد من التنسيق المستمر مع هيئة المجتمع المحلي والهيئة التي تماثلها والمراكز الإعلامية التي تقوم بعملية التنسيق ، كذلك تامين الاتصال الإعلامي اللازم مع الهيئات والمؤسسات الإعلامية لنقل صورة المؤسسة وانشطتها المختلفة ووظيفتها في خدمة المجتمع

ويعرف (التنسيق) بأنه الجهد الذي يرمى إلى تعاون مختلف أجزاء الإدارة وعدم تضاربها في سبيل تحقيق الهدف المشترك).

وتتضمن وظيفة (التنسيق).

أ- ربط خطة العلاقات العامة ، مع خطط الإدارات الأخرى في إطار الخدمة الشاملة للمنظمة.

ب- تصميم الهيكل التنظيمي للعلاقات العامة بما يتفق مع موقع العلاقات العامة.

ج- تنسيق أنشطة العلاقات العامة مع الأنشطة الأخرى للمؤسسة، وبما يمنع التداخل أو التقاطع بينهما.

د- تنسيق برامج العلاقات في إطار البرامج الأخرى للمؤسسة ومتابعتها ومراقبتها.

هـ- تقديم الخدمات لإدارات المؤسسات الأخرى ومساعدتهما على أداء وظيفتها المنوطة بها.

دور التنسيق خلال الأزمات

ان التنسيق عنصر مهم قبل حدوث الأزمة، وفي أثناء حدوثها وبعد حدوثها، ويمكن توضيح ذلك كما يلي:

أ- قبل حدوث الأزمة: ويشمل مرحلة الاستعداد وتجهيز القوات، وحصر الإمكانيات وإعداد الخطط اللازمة، ومحاضر التنسيق بين الجهات ذات العلاقة بها، ومعرفة الأدوار والمهام والتدريب وإجراء التمارين والتجارب الوهمية، وتقويم التهديدات والمخاطر المحتملة والتعرف أيضا إلى شواهد الأزمة وجمع المعلومات أيضا وتبادلها وتجهيز وسائل الاتصال.

ب- في أثناء حدوث الأزمة: ويتم ذلك عن طريق التنفيذ والتفعيل للخطط وإبراز دور القيادة وفتح مركز لإدارة الأزمة، وتوزيع القوات وتطبيق الأساليب العلمية الحديثة في مواجهة الأزمة، وتوحيد الجهود.

ج- بعد انتهاء الأزمة وذلك بتقويم السيناريوهات وتعديلها بما يناسب الوضع الراهن، وتقويم الخطط الموضوعية ومعالجة السلبيات التي ظهرت والأخذ بالإيجابيات وتطويرها، ومن ثم الاستفادة من الدروس، ولذلك لا بد من التنسيق بين الأجهزة الأمنية والأجهزة المعنية الأخرى في حالات الطوارئ والأزمات المفاجئة، وينبغي اخذ التنسيق بين الأجهزة ذات العلاقة بها سواء أكانت نوعية أم تخصصية، وبين مركز الأزمات عن طريق قنوات اتصال واليات تعاون في إطار خطة المواجهة، وأخذها بالحسبان في إدارة الأزمة.

**ثالثا:**

- الاستعلام السليم : عن حاجات البيئة وموقفها من المنظمة , للوصول إلى مؤشرات دقيقة عن

رغبات الجمهور ومواقفه من نتائج المنظمة ( السلع أو الخدمات أو الأفكار) .

- **التنسيق الجيد مع إدارة المنظمة :** المشاركة في رسم سياساتها الإدارية ( خاصة الإنتاجية والتسويقية ) وصولاً إلى الحد الأعلى الممكن من إشباع حاجات البيئة .
- **الإعلام الصادق :** عن سياسات المنظمة ونتاجاتها بما يساعد على تعريف البيئة بإسهاماتها , وتوعية جمهورها بأفضل صيغ الانتفاع الجيد من نتاجاتها .

### ● **الجمهور الداخلي:**

- ويعني جميع العاملين في المؤسسة أو المنظمة في مختلف المستويات الإدارية، ومختلف الوحدات التي تتكون منها المنظمة.
- **ومن الصفات الأساسية الخاصة بال جماهير الداخلية ما يلي:**
- 1. أنها جماعة من الناس تربط بين أفرادها وحدة اجتماعية، وتجمع بين أفرادها عناصر الولاء للوحدة الاجتماعية التي تضمهم، ويقرون بالصدقة والتعاون والتضامن.
- 2. يتميز الجمهور الداخلي بقدر من الاستقرار نتيجة لتواجدهم داخل بناء تنظيمي له قواعده وأنظمته وإجراءاته التي تطبق عليهم ويخضعون لها، وهذه الأنظمة والإجراءات تساعد على خلق المواقف الاجتماعية المشتركة بين أفراد الجمهور الداخلي.

### ● **الجمهور الخارجي:**

- ويعني الجمهور الخارجي جميع الأفراد المتواجدين خارج المنظمة أو المؤسسة وترتبط بهم المنظمة ارتباطاً مباشرة أو غير مباشر.
- **ويمكن تصنيف الجمهور الخارجي إلى نوعين: جمهور نوعي وجمهور عام.**
- **الجمهور النوعي:**
- ويشمل جميع الأفراد الذين يرتبطون بالمنظمة وتجمعهم اهتمامات أو مصالح أو ميول مشتركة.. وهذا يعني أن أي منظمة ليس لها جمهور نوعي واحد، وإنما لها عدد من الجماهير النوعية، فهناك جمهور الموردين، وجمهور الموزعين، وجمهور المستهلكين المنتجات المنظمة.

### ● **الجمهور العام:**

- ويشمل الجمهور العام الجماهير النوعية المختلفة التي تتعامل معها المنظمة أو المؤسسة بشكل مباشر أو غير مباشر وقد تربطهم منطقة أو بيئة معينة أو لغة أو مصالح مشتركة.

العلاقات العامة مع الجمهور الداخلي مع العاملين في المؤسسة

- العلاقات العامة مع الجمهور الخارجي العملاء والمساهمين والمورقين والموزعين والمنافسين

-العلاقات العامة في المجتمع المحلي

-العلاقات العامة مع وسائل الاعلام

-العلاقات العامة مع الهيئات الحكومية

العلاقات العامة مع الجمهور الداخلي مع الافراد العاملين

من اهم اهداف العلاقات العامة مع الجمهور الداخلي مايلي.

-العمل على تماسك الجماعة الداخلية وسلامة بنائها وان يقوم التفاعل الاجتماعي في داخلها على اساس العلاقات الطيبة والصلات الودية والتفاهم المتبادل والتعاون الوثيق والثقة المتبادلة بين الافراد العاملين بعضهم وبعض من ناحية وبينهم وبين ادارة المؤسسة من ناحية اخرى

- رفع الوعي بينهم بأهمية الدور الذي تقوم به جماعتهم في تقدم الوطن واشعارهم بمسؤوليتهم الاجتماعية الاجتماعية تجاه المجتمع

-غرس الثقة والطمأنينة في نفوسهم بتوضيح سياسة المؤسسة بأمانه وصدق

-رفع الروح المعنوية بينهم ومعاملتهم كبشر محترمين ورعايتهم وتأمين مستقبلهم

-نشر الثقافة والارشاد بهدف رفع مستواهم

-رفع كفايتهم الانتاجية بتشجيع الاتصال بينهم وبين الادارة وتوفير الخدمات وتيسير الرعاية الصحية والنفسية

-صيانة مبدأ وضع الرجل المناسب في المكان المناسب ضمانا للاستقرار في العمل

-للتقريب بين العاملين في الاقسام المختلفة واشعارهم انهم جماعة واحدة متماسكة قوية البناء وان المؤسسة مؤسستهم

-تشجيعهم لدعم سمعة المؤسسة لدى الجمهور الخارجي

-امدادهم بالمعلومات التي يطلبونها والخاصة بهم وبالمؤسسة نفسها وبالجمهور الخارجي

-الاستفادة منهم كل في موقعه في تحقيق برامج العلاقات العامة

وفيما يلي اهم الوسائل لتحقيق هذه الاهداف

-انشاء اللجان المشتركة من ادارة المؤسسة والافراد العاملين وعقد اجتماعات وميولهم

وعاداتهم لكي ترسم سياسة المؤسسة نحوهم على اساس واقعية

- الاتصال الشخصي المباشر عن طريق الاجتماعات الدورية بين الرؤساء والمرؤوسين عن طريق النشاط الاجتماعي والرياضي والترفيهي وفي المناسبات العامة والاعياد
  - اصدار نشرة خاصة باجبار العاملين وتوضيح المسائل الادارية ونظام المكافآت والعلاوات والجوائز والاجازات والجزاءات ..الخ
  - ارسال الخطابات الشخصية والمعائدات والبطاقات في المناسبات المختلفة
  - دعوة عائلاتهم لزيارة المؤسسة في المناسبات وتقديم الهدايا التذكارية
  - منح الجوائز التشجيعية او التقديرية وتيسر بعض الامتيازات لهم.
  - اقامة الحفلات وبرامج الترفيه والقيم بالرحلات في المناسبات المختلفة لتجمع بين العاملين في جميع الاقسام وبينهم وبين الجمهور الخارجي
  - زيارة المرضى بالمستشفيات وعمل اللازم نحوهم والمشاركة في حالات الكوارث والطوارئ
  - اتباع سياسة الباب المفتوح بين الادارة وبينهم مما يبعث على راحتهم النفسية
  - الحرص على سيادة العدالة في معاملتهم ورعاية مبدأ تكافؤ الفرص للتقدم والترقى والحركة.
  - انشاء نظام تحقيق الشكاوى لدراسة القائمة والشخصية
  - تشجيع نظام الاقتراحات حيث يدلون باقتراحاتهم بخصوص كل نواحي العمل
  - اشراكهم في الادارة وفي وضع السياسات والقرارات المتعلقة بهم
  - اتباع نظام المرشدن لتعرف على المشكلات وحلها وهنا ياتي دور الاخصائي النفسي والاجتماعي في المؤسسة
  - العلاقات العامة مع الجمهور الخارجي العملاء والمساهمين والموردين والموزعين والمنافسين
- من اهم العلاقات العامة مع الجمهور الخارجي بما يلي :
- اقامة علاقات طيبة وتفاهم متبادل وصلات ودية وصداقة قوية وثقة متبادلة بين المؤسسة وبينهم وتنمية التعاون معهم تحقيقا لصالح الطرفين
  - كسب وتنمية الثقة المتبادلة بين المؤسسة وبينهم

-كسب تأييدهم بالنسبة لتصرفات المؤسسة وارضائهم وكسبهم الى جانب المؤسسة وتحقيق سمعة مشرقة للمؤسسة لديهم

تشجيعهم نظام الاقتراحات حيث يدلون باقتراحاتهم بخصوص كل نواحي العمل

-اشراكهم في الادارة وفي وضع السياسات والقرارات المتعلقة بهم

-اتباع نظام المرشدين للتعرف على المشكلات وحلها وهنا يأتي دور الاخصائي النفسي والاجتماعي في المؤسسة .

من اهم اهداف العلاقات العامة مع الجمهور الخارجي مايلي :

-اقامة علاقات طيبة وتفاهم متبادل وصلات ودية وصداقة قوية وثقة متبادلة بين المؤسسة وبينهم وتنمية التعاون معهم تحقيقا لصالح الطرفين.

-كسب وتنمية الثقة المتبادلة بين المؤسسة وبينهم.

-كسب تأييدهم بالنسبة لتصرفات المؤسسة وارضائهم وكسبهم الجانب المؤسسة وتحقيق سمعة مشرقة للمؤسسة لديهم

-تشجيعهم على الاحتفاظ بتعاملهم مع المؤسسة وتفضيلها على غيرها واجتذاب المزيد منهم.

-اعلامهم اولا بأول بكافة الوسائل بكل ما يهمهم من امر المؤسسة في ماضيها وحاضرها ومستقبلها واهدافها في خدمتهم وفي خدمة المجتمع وامدادهم بالمعلومات التي يحتاجونها من المؤسسة والاجابة على استفساراتهم .

-دراسة فئاتهم واتجاهاتهم ورائهم و رغباتهم وحاجاتهم وميولهم وعاداتهم .

-نقل افكارهم ورائهم الى ادارة المؤسسة

-تشجيع على مد المؤسسة بالمعلومات الفنية التي يستطيعون امدادها بها

-دراسة مشكلاتهم واتخاذ خطوات ايجابية لحلها .

-اقامة علاقات تسودها الروح الرياضية والصداقة والمودة والتعاون والتحاد والتماسك مع المنافسين

فيما يلي اهم الوسائل لتحقيق الاهداف

-الاتصال الشخصي المباشر والمقابلات الشخصية الفردية والجماعية معهم كلما امكن والاتصال بهم عن طريق البريد ووسائل الاعلام المختلفة وارسال الخطابات الشخصية والمعائدات والبطاقات اليهم في المناسبات المختلفة

-تتبع الانباء المتعلقة بكبار الشخصيات ومداومة الاتصال بهم في المناسبات المختلفة

-القيام بزيارات وترتيب زيارة المسؤولين بالمؤسسة لهم تدعيما لروح الثقة والتفاهم المتبادل ودعوتهم لزيارة المؤسسة للوقوف على مدى التقدم فيها والترحيب بهم.

-اقامة الحفلات الخاصة بالمؤسسات وبرامج الترفيه ف بالمناسبات ودعوتهم لحضورها .

-تقديم الهدايا التذكارية ومنح الجوائز التشجيعية او التقديرية وتيسير بعض الامتيازات لهم.

-اصدار محلة المؤسسة وتزويدهم بها واصدار دليل خاص بكل فئة بعض الامتيازات لهم.

-اصدار مجلة للمؤسسة وتزويدهم بها واصدار دليل خاص بكل فئة من فئاتهم وتيسير حصولهم عليه واصدار نشرة خاصة باخبار المؤسسة وامدادهم بها.

-اعداد التقارير الدورية كل عدة اشهر اوفي المناسبات الهامة وتزويدهم بها . واعداد التقارير السنوي المطبوع المفهوم الخالي من المصطلحات الفنية وتزويدهم به.

-استخدام وسائل الاعلام المختلفة لوضعهم في الصورة واستخدام كافة الطرق في الدعاية

-عقد الاجتماعات الخاصة بالمؤسسة دوريا ودعوتهم اليها وعقد الجمعيات العمومية دوريا اوسنويا للنظر في اعمال المؤسسة ودعوتهم اليها .

اقامة المعارض العامة والاشتراك في الندوات في المناسبات المختلفة .

-القيام بالمقابلات والاستفسارات وغيرها لدراسة اتجاهاتهم ورائهم ورغباتهم وحاجاتهم وميولهم وعاداتهم ودراسة استفسارات والاستجابة لها.

-انشاء نظام تحقيق الشكاوى ودراسة شكاواهم والاستجابة لها وتشجيع نظام الاقتراحات ودراستها والعمل على تنفيذ المفيد منها .

التعاون مع الادارات الاخرى في المؤسسة في تدريب العاملين بها تدريبا دقيقا على كيفية الاتصال بالجمهور الخارجي.

### المحاضرة رقم 03 برامج العلاقات العامة :

وهي البرامج التي يتم إعدادها من قبل أخصائيو العلاقات العامة، فهي تحتاج إلى استخدام موارد مالية كبيرة ووسائل متعددة من قبل الأجهزة الإعلامية لتحقيق وسائل إعلامه واسعة، وبعض هذه البرامج تغطي مساحات واسعة من الدول.