

المحاضرة العاشرة علم اجتماع الاعلام

العلاقات العامة

تطور العلاقات العامة

- قد يبدو للبعض أن العلاقات العامة تعتبر من الظواهر الحديثة التي ظهرت وارتبطت نشأتها التاريخية بالعصر الحديث او خلال القرن الحالي (العشرين) نظراً لانتشار هذا المفهوم بالفعل ودراسته من الناحية العلمية وبصورة منظمة خلال القرن الحالي . ولكن العلاقات العامة تعتبر من الظواهر الاجتماعية التي ظهرت وجود المجتمعات الإنسانية التي عرفتها تاريخ الشعوب منذ العصور القديمة ، كما يحدد ذلك علماء التاريخ والآثار كما نجد أيضاً أن هناك الكثير من الخلط والغموض ، لدي بعض الباحثين المتخصصين في علم الاتصال والإعلام الذي ينسبون نشأة العلاقات العامة من الناحية التاريخية إلي البدايات الأولى من القرن العشرين ، وبالتحديد مع ظهور وسائل الاتصال الحديثة ، ولا سيما ظهور الصحافة ووسائل الطباعة علي أسس أكثر انتشاراً وتوزيعاً .
- وإن كانت قد ظهرت عدد من العوامل والظروف الاقتصادية والسياسية التي أدت إلي استخدام العلاقات العامة ودراستها بصورة علمية ، وظهور علم فرعي متخصص ، يحمل هذا المعني خلال القرن العشرين ومن أهم هذه العوامل علي سبيل المثال :
- - تمايز ظروف العصر الحديث ، وما يسمى بالعصر الصناعي ، وتطور المؤسسات والشركات الصناعية واعتمادها علي كثير من عناصر الاتصال الإنساني سواء من أجل الإنتاج ، أو التوزيع أو الاستهلاك.
- - التحديث المستمر لعناصر الاتصال الجماهيري والإعلامي ، وظهور شبكة قوية ومتعددة العناصر والوسائل الأهداف والغايات .
- - زيادة نفوذ الرأي العام Public Opinions وتأثيره القوي علي نوعية الأفراد والجماعات والمجتمعات ، وتطور الحاجة المستمرة لعمليات التأييد الجماهيري لكثير من القضايا والمشكلات والظواهر الاجتماعية والاقتصادية والسياسية التي تشغل اهتمامات البشر .
- يسعى الأفراد والجماعات والمؤسسات والمجتمعات البشرية للحصول علي المعلومات والبيانات والحقائق المرتبطة بالظواهر والمشكلات الاجتماعية والاتصالية ، وذلك من أجل تحقيق الإشباع الفردي والجماعي نتيجة استخدام عناصر ووسائل الاتصال الجماهيري ومؤسساته المختلفة .
- (أ) في مصر الفرعونية :
- تؤكد الكثير من الآثار الفرعونية القديمة التي وجدت علي جدران المعابد مدي اهتمام ملوك الفراعنة بعملية الاتصال الجماهيري سواء بأفراد شعوبهم أو بالكثير من المجتمعات الأخرى .
- في نفس الوقت ، استخدم قدماء المصريين أوراق البردي لنشر إعلاناتهم وتوصيلها إلي كافة أنحاء البلاد، وخلال المناسبات للاتصال بالجماهير مثل مناسبات الحصاد والزراعة ، خلال عمليات البناء
- (ب) في العراق القديم :
- اهتم بلاد بابل وأشور وحكامهم بعمليات الاتصال الجماهيري وذلك لنشر آرائهم ومعتقداتهم وأفكارهم ، وهذا ظهر في بعض فترات حكم حكام بابل حيث استخدم كثير منهم بعض الألواح للإعلان عليها للجماهير وتسجيل الأفكار أو الأوامر أو الأخبار أو الأحداث التي يريد الحكام إخبارها إلي أفراد مجتمعاتهم . ولقد اهتم " حمورابي " بالكثير من عناصر الاتصال سواء بالأمرأ أو كبار رجال الدولة والأعيان في المناسبات والأعياد مثل عيد الحصاد ، كما استخدم الأشوريين اللوحات الفيينية المصورة التي كانوا ينشرون عليها انتصاراتهم . كما وجد

في العراق إعلانات يرجع تاريخها إلي ١٨٠٠ ق م ، ترشد الزراع لزيادة إنتاجهم ، والتخلص من الآفات الزراعية والترويج لهذه الحاصلات .

(ج) في بلاد الإغريق القديمة :

اهتمت بلاد الإغريق بعمليات الاتصال الجماهيري ، وذلك منذ فترات قديمة مضت وهذا ما أظهر قوة الخطابة والشعر والمحاويرات التي كانت تستخدم من قبل الفلاسفة والحكماء مثل " أفلاطون " " وارسطو "

(ج) في بلاد الإغريق القديمة :

اهتمت بلاد الإغريق بعمليات الاتصال الجماهيري ، وذلك منذ فترات قديمة مضت وهذا ما أظهر قوة الخطابة والشعر والمحاويرات التي كانت تستخدم من قبل الفلاسفة والحكماء مثل " أفلاطون " " وارسطو "

(د) في بلاد الرومان :

أهتم الامبراطورية الرومانية بالعلاقات العامة والاتصال بالجماهير سواء في مجتمعاتهم أو في الدول والبلاد المفتوحة التي شملتها الامبراطورية ذاتها ولقد اهتم الرومان كثيراً بعمليات تأييد الرأي العام ومحاولتهم لكسب ثقة جماهيرهم ، وتعبئتهم للسياسات العسكرية والاقتصادية، وهذا ما ظهر في عباراتهم الشهيرة مثل (أن صوت الشعب من صوت الله) أ (أن إرادة الشعب هي إرادة الله) . وبالطبع لقد انطلقت هذه العبارات في إطار نظرية التفويض الالهي التي كانت تمنح إلي رجال الحكم ، كما استخدم الرومان الشعراء والفنانين والحماء والأدباء لنشر أفكارهم وترويجها وهذا ما ظهر في نشر : يوليوس قيصر " للوقائع اليومية .

التي ظهرت عام ٥٩ ق . م لتسجيل نشاط مجلس الشيوخ وعرض أعمالهم وأقوالهم كما استغل أيضاً الامبراطور " أوغسطين " لصحيفة الوقائع اليومية لنشر سياسته والسعي لكسب آراء الجماهير وتأييدهم لها .

(ب) في العصور الإسلامية :

حرصت الديانة الإسلامية علي استخدام البرهان والدليل والحجة لنشر الدعوة الإسلامية، كما استخدم سيدنا محمد (عليه الصلاة والسلام) الكثير من أساليب الاتصال بالمسلمين . وهذا ما ظهر منذ السنوات الأولى لنشر الدعوة ، عندما كان يحرص علي أن يقف علي أماكن مرتفعة ويدعو المسلمين ، بعبارات متعددة مثل " يا معشر المسلمون ، أو " يا معشر الناس " ثم تطور استخدام ذلك عن طريق المآذن لدعوة المسلمين إلي الصلاة . كما جاءت خطبة الجمعة أو الخطب التي كانت تلقي علي المسلمين خلال مناسك الحج أو الأعياد الدينية (عيد الأضحى وعيد الفطر) نوع من الاتصال الجماهيري . كما ظهر الشعر وسيلة للتعبير عن الآراء والأفكار وغيرها ، ولقد حرص خلفاء المسلمون علي نشر الدعوة الإسلامية بنفس الطريقة النبوية الشريفة التي تقوم علي الإقناع وكسب التأييد ، وهذا ما كان يتم خلال فترات الحروب والغزوات . كما حرص الرسول (عليه الصلاة والسلام)

العلاقات العامة في العصر الحديث:

• تعكس النشأة التطورية لأساليب الاتصال واستخدام العلاقات العامة وتأييد الجماهير ، وكسب آرائهم بصورة مستمرة خلال العصور التاريخية التي عرفتها المجتمعات البشرية . ولكننا أوضحنا سابقاً أن طبيعة العصر الحديث وظروفه عكست مجموعة من المدارس التي عززت استخدام العلاقات العامة كفرع متخصص من علوم الاتصال الإعلامي والجماهيري، ولا سيما بعد ظهور الثورة الصناعية، وأيضاً الثورة السياسية في فرنسا وما صاحبها من مظاهر للتقدم الاقتصادي والاجتماعي والسياسي .

• ويحدد الكثير من مؤرخي العلاقات العامة ، بأن الاستخدام العلمي لها لم يظهر إلا مع أواخر القرن التاسع عشر والبدايات الأولى من القرن العشرين ، نتيجة لتقدم الصناعة وظهور الشركات والمؤسسات الصحفية ، التي تقوم علي الانتاج والتوفير ، واستخدام العمالة الكثيفة وأنماط من التكنولوجيا والإدارة ، والتوزيع لم تكن موجودة من قبل . وجاءت عمليات البيع والشراء ونمو الحركة التجارية والاقتصادية لتصنيف أبعاداً جديدة لأهمية استخدام

العلاقات العامة ، كنوع من الدعاية والإعلان للسلع والخدمات والانتاج والسعي لإشباع حاجات كل من المستهلكين والمنتجين . كما جاءت عمليات انتشار الأسواق وتباينها عن الأسواق التقليدية ، لزيادة الاعتماد علي العلاقات العامة والاتصال الجماهيري في أماكن شاسعة والحاجة لوجود أخصائيين محترفون يقومون بهذه المهام بصورة علمية ومدروسة كما امتدت أيضاً عمليات العلاقات العامة لنشر الأفكار الاجتماعية والخيرية والسياسية والعسكرية وهذا ما جعل العلاقات العامة من اهم مقاييس لقياس الرأي العام ودرجة تأييد او معارضة لهذه الأفكار .

تعريف العلاقات العامة

- (٢) تعريف " دينن " Denn "
- للعلاقات العامة علي انها وظيفة الإدارة المخططة التي تهدف إلي إنشاء خطوط مفتوحة ومتبادلة للفهم والقبول والتعاون بين المنظمة وجماهيرها والمحافظة عليها بصورة مستمرة ، ومستخدمه في ذلك اتصالات ذات اتجاهات معينة لتحقيق التعاون والتنسيق والترابط بين حاجات كل من مصالح المنظمة والجماهير ، التي تربط كل منهما بنوع معين من المصالح والاهتمامات .
- تعريف المعهد البريطاني للرأي العام The British of Public Opinion بأن العلاقات العامة جهد متقن ومدروس ومخطط لخلق نوع من الفهم المتبادل Mutual Understanding بين المنظمة وجماهيرها، والمحافظة علي استمرارية هذا الفهم بصورة دائمة .
- تعريف جمعية العلاقات العامة الأمريكية
- American Association of public Relation العلاقات العامة هي الفن والعلم الاجتماعي لتحليل الاتجاهات والتنبؤ بها ونتائجها ، وإعطاء النصح والارشاد لمديري وقيادات المنظمة ووضع برامج مخططة من اجل تحقيق مصالح الجماهير ومنظماتها ، مع ضرورة التأكيد علي أهمية وجود نوع من الوعي الاجتماعي Social Conscience للمنظمة باعتبارها مسؤولة عن مصالح الجماهير ، كما يمكن الحكم علي سلوك المنظمة من خلال سلوكها تجاه الجماهير ، ونوع السمعة الطيبة لديهم عنها .

خصائص العلاقات العامة

- (١) تعتبر العلاقات العامة بمثابة فلسفة للإدارة ، حيث يفترض وجود هذا النوع من الفلسفة لأي منظمة لتحقيق الأهداف العامة ، التي تتحدد ضمن استراتيجيات المنظمة أو المؤسسة ذاتها ويحدد سلوكهم الوظيفي.
- (٢) - تعد العلاقات العامة عنصراً أساسياً وليس ثانوياً ، باعتبارها نوع من الأنشطة المميزة والضرورية لكل من المؤسسة والمجتمع الذي توجد فيه .
- (٣) تعد العلاقات العامة وظيفة إدارية لأنها نشاط تمارسه كل إدارة ويجب عليها أن تحقق نوع من العلاقات العامة الطبيعية بين كل من المنظمة وجمهورها ، وتعتبر العلاقات العامة احد الوظائف الأساسية للقيادة العليا
- (٤) - تتميز العلاقات العامة بأنها عملية مستمرة واتصال دائماً بين طرفين أساسيين وهما المؤسسة أو التنظيم والجمهور.
- (٥) - تقوم فلسفة العلاقات العامة من أجل تحقيق الصالح العام والمشارك بين كل من الإشباع وتحقيق الفاعلية لكل منهم .
- (٦) - تعتبر العلاقات العامة نوع من النشاط العلمي المخطط ، الذي يهدف إلي تقديم خدمات محددة لدي جمهور معين ، وتضمن نوع من التأثير المتبادل بين المنظمة والجمهور .
- (٧) - تعد العلاقات العامة نوع من حلقات الاتصال المستمر والضروري بين المنظمة وجمهورها ، وتستهدف عموماً لتحقيق الرضا بينها .

٨) تعتمد العلاقات العامة علي الأساليب العلمية ، لتطوير وسائل الاتصال وفرق البحث لزيادة فاعلية وكفاءة المنظمة وخدماتها ، لدي الجمهور والعمل علي حل مشكلاتهم ، من خلال عملية التفاعل مع المنظمة والمؤسسات التي يرتبطون بها .

٩) تتميز العلاقات العامة بأنها نوع من العمليات التطبيقية للعلوم الاجتماعية والسلوكية ، والتي تسهم في فهم كل من السلوك الجماهيري والفردى والجماعى ، وأيضاً السلوك التنظيمى أو المؤسستى والسعى لتحقيق الأهداف العامة وإشباع هذه السلوكيات .

١٠)- تتسم العلاقات العامة ، بأنها نوع من الفنون والممارسات والعلوم التطبيقية ، التي تشمل جميع التنظيمات والمؤسسات والإدارات التي توجد في المجتمع الحديث ، تسعى لتوضيح فلسفتها وتطوير سياستها من أجل خدمة جمهورها والمجتمع الذي يوجد فيه .

مجالات العلاقات العامة

١. مجال الحكومة والسياسة :

- عملت معظم الحكومات والنظم السياسية الحديثة علي ضرورة تحديث وظيفتها أمام الجمهور وذلك عن طريق إنشاء وحدات خاصة للعلاقات العامة في جميع الدوائر الحكومية والسياسية .

١. في مجال التعليم :

- اهتمت وزارة التربية والتعليم في معظم دول العالم النامي والمتقدم بإنشاء الوحدات الخاصة بالعلاقات العامة لتنشئ نوع من الاتصال المستمر بين المؤسسات التربوية والقائمين عليها ، وبين المشاركين في العملية التربوية مثل أولياء الأمور ، وصانعي القرارات وواضعي السياسات المحلية ووسائل الاتصال والإعلام الجماهيري وجمعيات المجتمعات المحلية ، والاتحادات الطلابية المحلية والعالمية .

١. مجال الأعمال التجارية :

- تلعب العلاقات العامة دوراً أساسياً في عمليات التسويق والتوزيع للمنتجات التجارية ، وزيادة حجم المبيعات وأعداد المستهلكين لها . كما تساعد العلاقات العامة علي إقامة علاقات إيجابية بين موظفي المؤسسة (الجمهور الداخلي) وبين إدارة المؤسسة كما تقوم بعمليات الاتصال المباشر بين الشركة أو المؤسسة والقائمين علي عمليات التشريع الحكومي والإداري ، وتأكيد أهمية الدور الوظيفي للمؤسسة في المجتمع .

١. في مجال الخدمات الصحية :

- ظهر مع التطورات الحديثة للمؤسسات الصحية والعلاجية الكثير من المهام الوظيفية والإدارية ، التي توجد بهذه المؤسسات ، ولهذا سعت للاهتمام بالعلاقات العامة للترويج للخدمات الصحية التي أخذت الطابع التجاري والاستثماري ، وخصصت لعلاقات السوق ومتغيرات العرض والطلب وظهرت الحاجة إلي إقناع المرضى والجمهور والمهتمين عموماً بالشئون الصحية العامة وغيرهم .

١. مجال المنظمات غير الرسمية (الخدمات العامة)

- تعددت في الوقت الحاضر الكثير من طبيعة وملامح البناءات التنظيمية والمؤسستية الحديثة ، وظهر هذا النوع من التنظيمات التي تحتاج إلي خبراء في العلاقات العامة والدعاية المستمرة بينها وبين الجمهور من العامة والخاصة . ومن اهم هذه المؤسسات والجمعيات مثل الهلال الأحمر ، وجمعيات حماية البيئة والمستهلك والرعاية الخاصة للمعوقين وكبار السن والجمعيات الخيرية وغيرها .

١. مجال النقابات والجمعيات المهنية والعمالية :

- يقصد بالنقابات تلك المنظمات التي تشمل فئة المهنيين Professionals مثل الأطباء والمحامون ، والمهندسون ، والصيدلة ، وأيضاً النقابات العمالية التي تضم الكثير من الفئات العاملة المهرة وشبه المهرة . وتستخدم هذه النقابات والتنظيمات العلاقات العامة لتوضيح وظائفها وأهدافها واستراتيجياتها وفلسفتها العامة سواء للجمهور الداخلي أو الأعضاء الذين ينتمون إليها وأيضاً الجمهور الخارجي الذي يشمل جميع اعضاء أو أفراد المجتمع . كما تقوم هذه النقابات بعقد الاجتماعات والمؤتمرات ، والإعلان المستمر في وسائل الاتصال الجماهيري والإعلامي لزيادة قوة تأثيرها وكسب الرأي العام وتحقيق أهدافها المجتمعية وسعيها لتحقيق وظائفها المهنية والاجتماعية ككل .

وظائف العلاقات العامة

1. البحث Research

- من أهم وظائفها القائمين علي عملية العلاقات العامة أو خبراءها والمتخصصين فيها إجراء الدراسات المرتبطة بقياس اتجاهات والرأي العام بالنسبة للجمهور الداخلي والجمهور الخارجي الذي يتعامل مع المؤسسة أو التنظيم . وبالطبع تستلزم وظيفة البحث دراسة جميع الآراء المرتبطة بفئة الجمهور ، ونوعية تطلعاتهم ومتطلباتهم ومدى إشباعها من قبل المؤسسة ونوعية الخدمات التي تقوم بها . في نفس الوقت ، يسعى خبراء العلاقات العامة إلي تطوير كفاءتهم العلمية والمهنية ، وذلك عن طريق الاطلاع علي الأساليب الفنية الحديثة في مجال العلاقات العامة ، والسبل الحديثة التي تحدث من طبيعة تخصصاتهم والتي تهدف إلي تطوير اهداف المؤسسة أو التنظيم ككل .

1. التخطيط Planning

- تعتبر عملية التخطيط من العمليات الهامة التي تقوم بها المؤسسات والتنظيمات والإدارات والوزارات الحديثة ، وذلك من أجل الإعداد للمداخل الحاضر والمستقبلية . وتشارك دوائر العلاقات العامة والمتخصصين فيها الكثير من الدوائر التنظيمية الأخرى في عمليات التخطيط ورسم السياسات والاستراتيجيات قصيرة وطويلة المدى . كما يقوم متخصصوا العلاقات العامة برسم البرامج الإعلامية ، التي تهدف للترويج والتسويق لمنتجات الخدمات التي تؤديها مؤسساتهم .

1. التنسيق Coordination

- وهي العملية الاتصالية التي تتم بين المسؤولين في التنظيمات والمؤسسات بما فيهم القائمين علي العلاقات العامة ، وبين الجمهور الداخلي والجمهور الخارجي حيث يقوم خبراء العلاقات بالتنسيق المستمر مع رؤسائهم في العمل ومديري الوحدات التنظيمية الداخلية ، والعمل علي تقديم الأخبار والمعلومات اللازمة التي تزيد من عمليات النصح والإرشاد والتوجيه لخدمات مصالح المؤسسة وجمهورها ، وذلك من أجل إنجاز الأهداف والسياسات العامة للمؤسسة من ناحية ، وإشباع حاجات ومتطلبات جمهورها من ناحية أخرى

1. الإدارة Management

- ويقصد بها عملية تقديم الخدمات والمعلومات اللازمة لكافة الوحدات والإدارات والأقسام التنظيمية المؤسساتية ومساعدتها علي اداء وظائفها نحو جمهورها ونحو المؤسسة ذاتها . ويمكن للقائمين علي العلاقات العامة توفير البيانات اللازمة نحو مستخدميها الجدد وسبل تعيينهم واختبار الكفاءات المهنية والإدارة المطلوبة في التخصصات المختلفة بالمؤسسة كما أنها (العلاقات العامة) تساعد اقسام المبيعات والتوزيع علي إقامة علاقات طيبة مع الموزعين والوكلاء بالمثل يحدث ذلك مع الإدارات الأخرى مثل إدارة المشتريات ، والسعي لتقديم بيانات ومعلومات كافية عن لوازم الإنتاج والمواد الخام .

1. الإنتاج Production

• تقوم العلاقات العامة بالمساهمة في عمليات الإنتاج بصورة مباشرة وغير مباشرة ، فالإضافة إلى عمليات التنسيق والإدارة والتخطيط والبحث تعمل أيضاً العلاقات العامة علي زيادة الإنتاج وتسويقه ومعرفة البيانات اللازمة عن مصادر الإنتاج أو ما يعرف بمدخلاته ومخرجات Input&output العملية الإنتاجية .

• ويمكن الإشارة بصورة موجزة ، لهذه الوظائف حسب المستويات السابقة كما يلي:

• (١) وظائف تتعلق بال جماهير النوعية وتشمل :

✓ تعريف الجماهير بالمؤسسة وإنتاجها وخدماتها بصورة مبسطة .

✓ تعريف الجماهير بسياسات المؤسسة والتغيرات التي تحدث عليها .

✓ مساعدة الجماهير في تكوين أفكار وآراء سليمة عن المؤسسة .

✓ التأكيد من الأخبار التي تنشر عن المؤسسة ومدى صحتها .

• خلق نوع من الاتصال المناسب بين الجماهير والمؤسسة .

• (٢) وظائف تتعلق بإدارة المؤسسة وتشمل :

✓ تزويد الإدارة العليا برد فعل الجماهيري والمؤسسة .

✓ دراسة نتائج بحوث قياس الرأي العام وتفسيره للإدارة العليا .

✓ التنسيق بين الإدارات والأقسام الواقعية للمؤسسة .

✓ تعزيز سبل الاتصال بين إدارة المؤسسة والجماهير .

• تقديم المشورة العلمية والبيانات والمعلومات اللازمة للإدارة العليا .

• (٣) وظائف تتعلق بالمؤسسة كوحدة وتشمل :

✓ تزويد المؤسسة بالبيانات والمعلومات التي تعكس آراء الجماهير والتغيرات المستمرة التي تحدث علي هذا الرأي .

✓ حماية المؤسسة من الهجوم والدعاية المضادة وغير صحيحة .

✓ التأكيد علي عمليات تنفيذ سياسة المؤسسة وتحقيق اهدافها ، وإشباع حاجات الجماهير والمؤسسة لها .

أهداف العلاقات العامة

الأهداف الاجتماعية :

حيث تهدف العلاقات العامة إلى مساعدة المواطنين علي التكيف الاجتماعي مع الجماعة وتلبية احتياجاتهم الأساسية والضرورية ، ولا سيما ان المؤسسات الاجتماعية تقوم بأدوار وظيفية ومهنية وتشبع حاجات الجمهور الذي يقدم إليه كافة انواع من الرعاية والخدمات الاجتماعية .

الأهداف الأخلاقية :

تتضمن وظائف العلاقات العامة في جوهرها الكثير من الجوانب الأخلاقية ، والتي تطلق عليها المؤسسات المهنية والاجتماعية والأخلاقية تجاه مؤسساتهم وجمهورهم وأيضاً المجتمعات القومية التي يعيشون فيها ، او عموماً بأخلاقية المهنة .

الأهداف السلوكية :

- تكمن أهمية العلاقات العامة في إنجازها الكثير من الأهداف والغايات ، التي يسعى لإشباعها كل من الجماهير والمؤسسة

جمهور العلاقات العامة

- جمهور العلاقات العامة

- أولاً : الجمهور الداخلي :

- ويتكون هذا الجمهور من الموظفين والعاملين عموماً بالمؤسسة أو التنظيم ويقوم خبراء العلاقات العامة بزرع نوع من الثقة المتبادلة بينهم وبين إدارتهم المتوسطة والعليا ، ويعملون علي زيادة انماط الاتصال والولاء والانتماء والافتتاع بأهداف واستراتيجية المؤسسة والعمل علي تزويدهم بكافة المعلومات والبيانات اللازمة لتنفيذ المهام الوظيفية والمهنية التي يحتاجونها مع الاهتمام أيضاً بتقديم أشكال متعددة من الخدمات والصلات والعلاقات الاجتماعية بين هذه الفئة من الجمهور والمؤسسة والتنظيم ككل .

- ثانياً : الجمهور الخارجي :

- ويقصد بهذا النوع من الجمهور الفئة التي تتعامل مع المؤسسة بصورة مباشرة وغير مباشرة ، وتتعامل معه أيضاً وسائل الإعلام ، ولذا يعتبر الجمهور المستهلك لعناصر الإنتاج والخدمات الذي تقوم بإنتاجه المؤسسة أو التنظيم في مختلف الأنشطة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والإعلامية والثقافية والترفيهية ، كما يعد هذا النوع من الجمهور من الفئات التي تحتاج إلي عمليات كبيرة من الاتصال وجهود متواصلة من خبراء العلاقات العامة نظراً لتمييز الجمهور الخارجي بتباين الاهتمامات والمصالح والرغبات والمتطلبات كما يحتاج إلي عمليات من الإقناع وتعبئة الرأي العام والاتجاهات لصالح المؤسسة ، وهذا ما يتطلب خبرة كبيرة ومعلومات وبيانات هامة يجب توفيرها بواسطة خبراء العلاقات العامة نحو طبيعة ونوعية واتجاهات وميول ومتطلبات هذا النوع من الجمهور .

الجمهور الخارجي		الجمهور الداخلي
غير المباشر	المباشر	
اتصالات	اتصال	الإدارة (العليا والوسطي)
مؤسساته	التسويق	المستخدمون
الزبائن	الزبائن	المساهمون
المحتلمون	ممثلوا	مجلس الإدارة
المستثمرون	المبيعات	
المجتمع المالي	التجار	
مجتمع	والموزعون	
المؤسسة	الموردون	
الحكومة	المنافسون	

الجمهور الخارجي

الجمهور الداخلي

✓ اتصال شخصي ، اتصال جمعي
✓ رسائل بصرية وسمعية (أفلام
وسائل الإعلام، المؤسسات المتاحة
للجمهور الخارجي)
✓ المطبوعات (الجماهيرية
المتخصصة)
✓ البريد الشخصي والمؤسساتي
وترويج المبيعات
✓ المعارض (
الجماهيرية
والمتخصصة
والمصقات
وغيرها)

✓ اتصال شخصي / اتصال جمعي
✓ - رسائل سمعية ، وبصرية (أفلام
وسائل الإعلام المتاحة للجمهور
الخارجي
✓ البريد الشخصي والمؤسساتي
وترويج المبيعات
✓ - المعارض الجماهيرية
المتخصصة والملصقات
✓ النقد من الأفراد والمؤسسات

ادارة العلاقات العامة

- تعتبر عملية إدارة العلاقات العامة من أهم العمليات التي تؤثر في أداء المهام الوظيفية والمهنية والإدارية التي يقوم بها العاملين في هذا المجال مما يؤثر عموماً علي طبيعة مؤسساتهم وتنظيماتهم التي ينتمون إليها . علاوة علي ذلك ، تعتبر عملية التنظيم الإداري م العمليات التي تعطي لها أيضاً المؤسسات أهمية كبرى وحيوية ، وفي كثير من الأحيان ثم ربط هذه الإدارات (العلاقات العامة) بالمستويات الإدارية والتنظيمية العليا في المؤسسة او التنظيم ، نظراً لأهميتها في تشكيل عملية الاتصال والتنسيق والتعاون والتقييم بين كل من المؤسسة والتنظيم .
بينها مع كل الجمهور الداخلي والجمهور الخارجي في نفس الوقت .

تدريبات

- اكتب / ي مذكرات اجتماعية عن :

- تطور العلاقات العامة
- خصائص العلاقات العامة
- مجالات العلاقات العامة
- وظائف العلاقات العامة وأهدافها.
- جمهور العلاقات العامة
- إدارة العلاقات العامة