المحاضرة الثالثة عشر من مقرر العلاقات العامة

المجتمع الجماهيري والراي العام

مقدمة :-

- **الراي العام ظاهرة اجتماعية يتشكل به السلوك الجماعي فيتحدد في اطاره الضوابط والتنظيمات الاجتماعية .**
- **ويعتبر الراي العام هو ثمرة تفاعل الافكار في احد المواقف التي تمر بها جماعه من الجماعات .**
- **ويمكننا ان نقول ان الراي العام هو نتيجة لاتفاق غالبية المجتمع حول موضوع معين او مشكلة معينه ، فالراي العام لا يمثل اجماعا تاما بل يعتمد في كثير من المظاهر على الاغلبية من افراد المجتمع .**

تعريف الجماهير :-

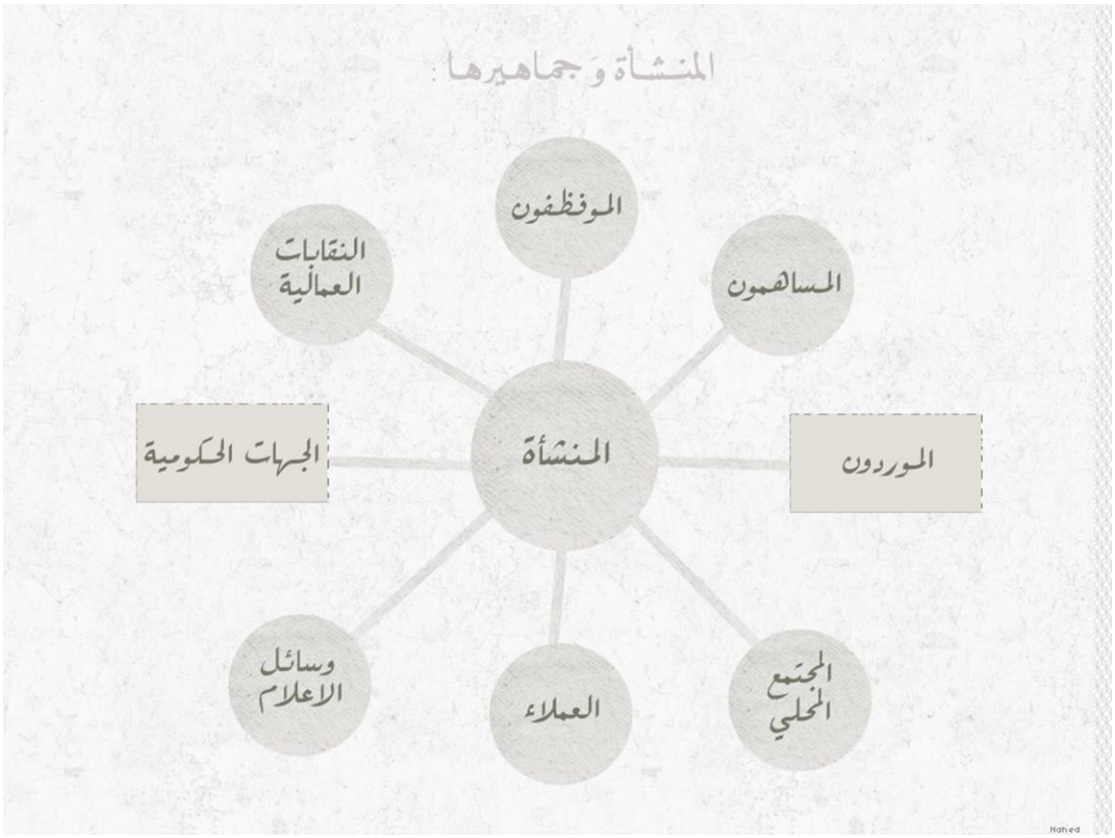
- **ينظر خبراء العلاقات العامة الى تحديد الجماهير التي سيشملها بالبحث والدراسة والعمل على انه ضرورة لازمة للوقوف على اتجاهاتها ورغباتها وآمالها .**
- **وهو عدد كبير من الافراد يشتركون في مصلحة عامة او اهتمام واحد .**
- **او مجموعه من الناس يجمعهم اهتمام ومصالح واحدة وليس بالضرورة ان يعيشون في مساحة جغرافية واحدة .**

انواع الجماهير :

- **من المعروف ان جماهير أي منظمة يختلف باختلاف طبيعة العمل الذي تمارسة هذه المنظمة وتختلف جماهير المنظمة في طبيعتها وسماتها من حيث العدد .**
- **ومهما كانت وجهه النظر في تقسيم هذه الفئات او الجماهير فانه لا خلاف في ان جمهور المؤسسات والمنظمات التي تقدم خدماتها لجمهور ينقسم الى**
- **جماهير داخلية**
- **جماهير خارجية**

اهمية العلاقة مع الجماهير

- **كلمة الجمهور في مجال العلاقات العامة تعني :**
- **مجموعة من الافراد تجمعهم مصلحة مشتركة أو يؤلف بينهم اهتمام مشترك .**
- **من هنالك عدة جماهير من وجهة نظر المنشأة وَ ليس جمهوراً واحداً .**
- **وَ يبين الشكل التالي في الشريحة التالية جماهير المنشأة التي يمكن أن تتعامل معها وَ هي مذكورة على سبيل المثال وَ ليس الحصر .**



أن موقف هذه الجماهير تجاه المنشأة وَ إدارتها وَ أهدافها وَ سياساتها يعتبر ذا أهمية حيوية للمنشأة ،

وَ لذلك فإن دائرة العلاقات العامة تركز على اتجاهات هذه الجماهير وَ تحاول إجراء البحوث العلمية لاستطلاعها وَ دراستها وَ تحليلها وَ من ثم العمل على تعزيز النواحي الإيجابية فيها .

علاقة المنشأة بجماهيرها يجب أن تكون متوازنة أي بمعنى أنه لا ينبغي أن تكون علاقة المنشأة بجمهور معين على حساب علاقتها بجمهور آخر .

بذلك فإن إقرار زيادة عالية في رواتب الموظفين أو الموافقة على تطبيق نظام حوافز مجدي على الموظفين مثلاً سوف يؤدي إلى زيادة التكلفة الإجمالية للمنشأة مما يؤثر على أسعار البيع للعملاء أو على ما يتوقعه المساهمون من توزيعات نقدية في نهاية السنة المالية .

وتقسم الجماهير من حيث علاقتها بالمنشأة إلى قسمين :

جماهير داخلية : تشمل جماهير الموظفين وَ نقابات العمال وَ المساهمين .

جماهير خارجية : تشمل جماهير العملاء وَ الموردون وَ وسائل الأعلام وَ الجهات الحكومية وَ المجتمع المحلي .

<u>العلاقة مع الجماهير الداخلية</u>

أولا – العلاقات مع الموظفين :

الإنسان هو الوحدة الاساسية التي تتكون منها المنشأة وهو ليس مجرد آلة تعمل وَ تنتج ثم تتوقف عن الانتاج وفق اهواء وَ امزجة اصحاب العمل .

لقد كان العامل قبل الثروة الصناعية يعيش في ظروف عمل سيئة حيث كان يعمل ساعات طويلة تصل في بعض الاحيان إلى أكثر 14 ساعه في اليوم تحت الاوامر المزاجية لصاحب العمل ، وَ كانت النساء تعمل ساعات طويلة حتى أثناء العمل .

وَ كان الاطفال يعملون في المصانع مقابل اجور زهيدة وَ هكذا لم يكن في تلك الفترة أي حقوق للعامل .

أما في بداية هذا القرن فقد تغيرت النظرة إلى العامل الانساني وَ أصبح هنالك اهتمام كبير لإرضائه وَ إيجاد علاقة جيده معه وَ كانت بداية هذا التحول في النظرة إلى العامل ظهور حركة العلاقات الانسانية في العشرينات من هذا القرن وَ التي كانت اللبنة الأولى لظهور نظرية العلاقات الانسانية .

أهم العوامل التي ساهمت في تغيير النظرة إلى العامل :

1- ظهور القوانين المنظمة لأمور العمل وَ التي نظمت العلاقة بين صاحب العمل وَ العمال وَ حددت واجبات العامل وَ حقوقه مثل الاجازات وَ تحديد ساعات العمل وَ تحديد الحد الأدنى للأجور .

2- بروز النقابات العمالية وَ التي أصحبت قوة لا يستهان بها للدفاع عن حقوق العمال وَ ممارسة الضغوط على اصحاب العمل لتحصيل هذه الحقوق .

3- ازدياد وعي العامل بحقوقه وَ واجباته ، فلا شك أن وعي العامل في التسعينات من هذا القرن يختلف عن وعيه في الخمسينات ، وقد أصبح العامل الآن يطالب بحقوقه بشكل أكثر إصرارا لأنه أصبح أكثر وعياً بها .

4- ظهور النظريات وَ الأبحاث وَ الدراسات التي ساهمت إلى حد كبير في تعزيز النظرة إلى العامل بالإضافة إلى ظهور العلوم الادارية كالعلاقات العامة وَ إدارة الموارد البشرية كعلوم منفصله عن العلوم الأخرى .

- **الثقة المتبادلة بين الادارة والموظفين :**

ان ثقة العمال في سياسات الادارة وَ ممارستها وَ نزاهتها هي من اهم الامور التي تساعد على تهيئة الاجواء لتحسين صورة المنشاة امام الموظفين وَ الثقة في هذا الخصوص ذات اتجاهين :

الاتجاه الاول : يتمثل في ثقة الموظفين في عدالة الادارة وَ ممارستها .

الاتجاه الثاني : ثقة الادارة في قدرة موظفيها على اداء الاعمال بالشكل المطلوب وَ اخلاص هؤلاء الموظفين لها .

وَ نوكد ان سياسات الادارة وَ قراراتها لا تعنيان ولا تساهمان في زيادة ثقة الموظفين بالإدارة ان لم يصاحبها ممارسة فعلية وَ تطبيقات جدية على ارض الواقع فمجرد الكتابة وَ الكلام لا يؤدي الى زيادة الثقة،

وَ انما الممارسات وَ الافعال هي التي تودي الى ذلك .

وَ ايضا تؤدي الى رفع معنويات الموظف بالتالي زيادة مستوى الاداء في عملة مما يجعله يعتبر سفير عن الشركة أمام كافة الجمهور أما الموظف الغير راضي عن عملة فسوف يؤثر بالتأكيد على صورة المنشاة أمام الجمهور .

- اتصال العلاقات العامة بالموظفين :

- تجري اتصالات العلاقات العامة بالموظفين لتحقيق عدة أهداف أهمها :-

1- شرح سياسات وَ اجراءاتها وَ تفسير القوانين وَ اللوائح الجديدة المتعلقة بسير العمل .

2- اقناع العمال بأن مصلحة الادارة وَ مصلحتهم واحدة وَ غير متعارضة بتالي فتعاونهم مع الادارة سوف يؤدي الى زيادة ارباح الشركة من ثم زيادة الحوافز وَ المكافئات اليهم .

3- رفع الروح المعنوية للموظفين مما يؤدي الى تقليل معدلات التغيب عن العمل وَ الى زيادة انتاجية الموظف وَ انتماؤه للشركة .

4- محاولة اجتذاب الموظفين المؤهلين وَ المدربين جيدا للعمل في الشركة .

5- خلق روح الاعتزاز لدى الموظف بشركته .

6- الاعتراف بإنجازات الموظفين وَ مساهماتهم في مجال العمل مما يساعد على اشباع حاجات الموظف.

7- تشجيع الموظف على التعبير عن آرائه وَ اتجاهاته وَ ذلك بتطبيق نظام الاتصالات ذا الاتجاهيين .

ثانيا : العلاقات مع النقابات العمالية :

- **اتصال العلاقات العامة بالنقابات :**

لقد انشأت النقابات وَ ازدادت اعداد منسبيها ثم استطاعت ان تأخذ الاعتراف الرسمي بها من قبل الحكومات وَ كذلك من قبل رجال الاعمال .

وَ النقابات ترمي إلى رعاية مصالح اعضائها وَ الدفاع عن حقوقهم من حيث مستوى الاجور وَ ساعات العمل وَ ظروف العمل الأخرى .

وَ تجري اتصالات العلاقات العامة بالنقابات العمالية لتحقيق عدة أهداف :

1- معرفه سياسه النقابة تجاه الشركة وَ نواياها لحل النزعات القائمة .

2- المحافظة على علاقات جيده مع اعضاء النقابة .

3- شرح سياسات الشركة وَ تفسير القوانين الجديدة .

4- اقناع النقابة بان مصلحة الشركة وَ مصلحة الاعضاء النقابة مشتركه وَ متعارضه .

5- العمل على اتصال المستمر بالنقابة وَ ليس فقط الاتصال فقط وقت النزاعات .

6- كسب ثقه النقابة عن طريق تطبيق عادل للقوانين الموضوعة .

7- تزويد النقابات بكل ما يهمها من معلومات وَ بيانات وَ إحصائية القوى العاملة لديها .

العلاقات العامة مع الجماهير الخارجية

- **الجماهير الخارجية للمنشأة**
  - **الموردين**
  - **العملاء**
  - **الاجهزة الحكومية**
  - **المجتمع المحلي**
  - **وسائل الاعلام**

- **1- العلاقات العامة مع العملاء :-**
- **يتوقف نجاح الشركة او فشلها علي طبيعة علاقتها مع عملائها ، ففي اي مجال عمل تقوم به الشركة سواء كان بيع سلع او خدمات فان العميل هو مفتاح النجاح .**
- **لقد كانت المشكلة الرئيسية التي يواجهها المنتج قبل الثورة الصناعية هي كيف يمكن ان يزيد من انتاجه ، الا انه الان اصبحت مشكلته كيف يوزع ويسوق ما تنتجه مصانعة ، ومن هنا اصبح هناك تنافس شديد بين**

الشركات للحصول على رضا العميل وكسب ولاءه للسلعة سواء كان ذلك عن طريق تقديم السلعة ذات الجودة العالية او بيعها اليه بارخص الاسعار او توصيلها اليه في المكتان المناسب والوقت المناسب .

- ان العميل لا يستطيع تحمل الاعلانات المضللة او المخادعة وبالتالي فإننا نجد ان كثيراً من القوانين والتشريعات قد وقفت لتحمي العميل من كافة الممارسات التي تؤدي الى خداعة .
- فالتشريعات في الولايات المتحدة على سبيل المثال اجبرت المنتج على وضع ملصق على السلعة التي يبيعها ليبين فيها مكونات السلعة او أي كفالة عليها ان وجدت او أي تحذيرات بالنسبة للسلع التي تكون خطرة على حياة الفرد وعلى صحته ولا يفوتنا هنا الدور التي تقوم به جمعيات حماية المستهلك في جميع انحاء العالم وذلك بهدف حماية المستهلك من أي اضرار قد تلحقه نتيجة أي ممارسات من قبل المنتجين والبائعين .

<u>اتصال العلاقات العامة بالعملاء :-</u>

- ثقة العميل بالمنشاة لها اكبر الاثر علي نجاح هذه المنشاة ولذلك من الاهمية بمكان الحفاظ علي علاقات جيدة مع العملاء وكسب تاييدهم .
- واهداف اجراء الاتصالات مع العملاء يمكن ايجازها فيما يلي :
- 1- كسب ثقة العملاء الحاليين والحفاظ عليهم .
- 2- اجتذاب عملاء جدد الي المنشأة .
- 3- الحصول علي اكبر حصة في السوق .
- 4- التعرف علي اراء العملاء واتجاهاتهم .
- وفي هذا السبيل يجدر بجهاز العلاقات العامة ان يحتفظ بمعلومات حديثة وصحيحة بكل عميل تشمل علي سبيل المثال : اسمه وعنوانه وتاريخ ميلاده وغير ذلك من البيانات التي تمكن الشركة من مجاملته في مختلف المناسبات .
- 8- اقامة حفلات دورية يدعي اليها عدد من العملاء بالتناوب .
- 9- عقد ندوات دورية لمعرفة ما يصادف العملاء من مشكلات معها وذلك بغرض دراسة المشكلات ومعالجتها .
- اما من حيث اساليب الاتصال بالعملاء فهي كثيرة ومتنوعة حيث يمكن الاتصال بهم عن طريق الدعاية والاعلان في الصحف والمجلات او الاذاعة والتليفزيون وكذلك يمكن الاتصال بهم عن طريق الاتصال الشخصي والزيارات والمعارض والمراسلات والنشرات والمسابقات
- وكذلك يمكن تنظيم زيارات للعملاء الي المنشأة لمشاهدة انجازاتها ولتبادل الر اي ووجهات النظر واقامة العلاقات الجيدة مع العملاء .

<u>2- العلاقات مع الموردين :</u>

- تعتمد المنشاة سواء كانت صناعية او تجارية او زراعية او خدمية علي الموردين في الحصول علي ما تحتاجة من مواد خام وادوات وقرطاسية وطاقة ومعدات ، ولذلك فالمنشاة بحاجة الي المحافظة علي علاقات وثيقة مع الموردين وجذب ثقتهم فيها وتاييدهم لسياستها حتي تتمكن المنشاة من الحصول علي المواد المطلوبة المكان المناسب والوقت المتفق علية وبالكمية المطلوبه .اتصال العلاقات العامة مع الموردين :
- ويجري تحسين العلاقات مع الموردين عن طريق اتباع سياسة عادلة للشراء وعدم استغلالهم ودفع مستحقاتهم في الوقت المحدد
- ويمكن تلخيص توقعات الموردين وغباتهم كما يلي :

1- اتباع سياسة عادلة للشراء مبنية علي اسس واضحة وموضوعية .

2- الصدق في معاملة الموردين .

3- اتاحة الفرصة للموردين لابداء رايهم واقتراحاتهم ووجهات نظرهم .

4- الاستمرارية في التعامل مع المورد واستلام طلبات بصفة منتظمة .

5- دفع فاتورة المشتريات في الوقت المحدد .

6- معالجة الشكاوي المقدمة من الموردين بالسرعة الممكنة .

<u>اهداف العلاقات العامة مع الموردين :</u>

- ******* الحصول علي طلبيات المنشأة في الوقت المحدد والمكان المحدد وبافضل جودة واقل الاسعار بالاضافة الي الاستمرارية في الحصول علي هذه الطلبيات وكذلك ايجاد الثقة والتعاون بين المنشأة وبين الموردين .**
- ******* اما بالنسبة الي اساليب الاتصال بالموردين فتتم من خلال المقابلات الشخصية بينهم وبين المدراء وكذلك يتم الاتصال بهم من خلال المطبوعات والنشرات التي تصدرها المنشأة .**

<u>3- العلاقات مع وسائل الاعلام :</u>

- **يقصد بها العلاقات مع المحررين الصحفيين والناشرين ومراسلي الصحف والمجلات ووكالات الانباء ومعلقي الاذاعة والتليفزيون .**
- **والعلاقات العامة مع وسائل الاعلام من الضروري ان تبني علي اساس من الصدق والدقة في اعطاء المعلومات حتي تستطيع المنشأة ان تحصل علي ثقتهم وتعاونهم الدائم مما يؤدي الى وقوفهم بجانب المنظمة في اوقات الازمات وسرعة تفهمهم لهذه الازمات وقت وقوعها .**

<u>ويمكن تلخيص توقعات وسائل الاعلام :</u>

- **1- الاستجابة بسرعة وامانه الي الاستفسارات من جانب ممثلو وسائل الاعلام .**
- **2- الالتزام بالمواعيد المحددة في ارسال النشرة الاخبارية او القصة الخبرية .**
- **3- العداله في التعامل مع مختلف وسائل الاعلام دائما .**
- **4- توفير التسهيلات اللازمة والتعاون مع ممثلي وسائل الاعلام .**
- **5- الاستماع الي اراء ومقترحات رجال الصحافة والاعلام .**

اما من حيث اساليب الاتصال بوسائل الاعلام فقد تشمل الاتصالات الشخصية والاجتماعات والمؤتمرات الصحفية والمقابلات الشخصية وترتيب زيارات الي المنشاة واعداد النشرات الاخبارية والتي تعدها دائرة العلاقات العامة بالمنشاة وتتضمن معلومات معينة عن قصة خبرية تهم جمهور محدد او الجمهور العام ومن ثم يتم ارسالها الى الصحف ووسائل الاعلام الاخرى لنشرها .

<u>العلاقات العامة مع الجهات الحكومية :-</u>

- **اهمية وطبيعة العلاقات العامة مع الجهات الحكومية :-**
- **كان دور الحكومة في الأزمنة القديمة دور الحارس على اموال وحقوق الناس من أي معتد خارجي .**

- **اما هذه الايام دورها يشمل وظائف اخري اضافية الى الوظائف السابقة ؟، فازداد تدخل الدولة في الانشطة الاقتصادية سواء عن طريق اصدار القوانين المنظمة لها او عن طريق التدخل المباشر والقيام بتنفيذ المشاريع الكبيرة الانتاجية او الخدمية .**

4- العلاقات العام مع المجتمع المحلي :

- **المنشاة لا تعيش بمعزل عن المجتمع الذي حولها فهي تحصل منه علي احتياجاتها من العمال والموظفين وتبيعه منتجاتها من السلع والخدمات وتستفيد المنشاة من الخدمات والمرافق العامة في المجتمع مثل مرافق الكهرباء والماء والغاز والمواصلات ولهذا يجب المحافظة على علاقات جيدة دائماً مع المجتمع المحلي ورموزه والمستفيدين منه .**

فقادة الراي لهم الدور الاساسي في تكوين الراي العام لذى المجتمع المحلي ، اذ انهم يؤثرون على تفكير المجتمع بسبب سلطتهم الواضحة ، ويشمل قادة الراي الاباء والمدرسين والسياسيون ومسئولي النقابات وموظفي الحكومات و الصحفيون وغيرهم .

اتصالات العلاقات العامة مع المجتمع المحلي :

- **1- تزويد المجتمع باخبار المؤسسة وسياستها وانظمتها .**
- **2- المحافظة علي العلاقات الجيدة .**
- **3- دعم البرامج الثقافية والصحية والاجتماعية وذلك لاجل مساهمة في رفاهية المجتمع .**
- **4- التحقيق في اي شكاوي ترد من افراد المجتمع ومحاولة حلها بسرعة**
- **5- التعرف علي اراء افراد المجتمع واتجاهاته عن طريق البحوث .**
- **6- اجراء تصحيح المعلومات الخاطئة التي قد تكون تشكلت في ذهن افراد المجتمع لاجل تحسين الصورة الذهنية للمنشأة .**
- **7- الترويج لمنتجات الشركة وبيعها لافراد المجتمع المحلي .**
- **ان من مهام جهاز العلاقات العامة ايجاد صلات قوية بين الشركة والمجتمع المحلي الذي تعيش فيه ، وبالتالي فاننا سنورد فيما يلي برنامج فعالا للحفاظ على هذه العلاقات الجيدة مع المجتمع المحلي :-**
- *** تخصيص منح عالمية للمتفوقين من طلبة الجامعات والمعاهد والمدارس في مجالات معينه وتقدم هذه المنح باسم الشركة بعد الاعلان عنها .**
- *** الاشتراك في المناسبات الهامة بوسائل اكثر ايجابية من مجرد نشر التهاني في الجرائد والمجلات ومن امثلة ذلك ان تقوم الشركة بعلاج عدد من المواطنين او تقدم تبرعاً لمن اصابتهم كارثة او تهدي سيارة اسعاف لمستوصف خيري .**
- *** تخصيص عامل او اكثر للاتصال بالأجهزة الحكومية ويقوم هذا العامل بتوثيق الصلة الشخصية مع القائمين على هذه الاجهزة وبذلك يسهل التفاهم والتنسيق معهم .**
- *** الاشتراك في المؤتمرات الهامة التي تتصل بنشاط الشركة وتنظيم الدورات الثقافية والندوات الاذاعية والتليفزيونية .**
- *** مد الصحافة والاذاعة بالمعلومات التي يهتم بها جمهور القراء والمستمعين مما يتصل بنشاط الشركة وطبيعة عملها .**

*** اعداد الكتيبات الايضاحية والنشرات الدورية التي تتناول الشركة واخبارها واخبار العاملين والعملاء الحاليين والمرتقبين**

* اظها ر نشاط الشركة وانجازاتها واخبار الجماهير بها من خلال وسائل الاتصال المعروفة بغرض توعية الجماهير وتبصيرها بنشاط الشركة وانجازاتها .

الراي العام :-

- هو المادة الخام التي يقوم باحث العلاقات العامة بدراستها بغية تحليلها ومحاولة التأثير فيها .
- والراي العام بالنسبة لخبير العلاقات العامة هو الفكرة السائدة بين جمهور من الناس تربطهم مصلحة مشتركة .
- ولقد زادت اهمية الراي العام في المجتمع الدولي المعاصر نتيجة لظروفه الاجتماعية والاقتصادية والسياسية وتقدم العلم والمعرفة .
- يعرف الراي العام : مجموعه اراء جمهور معين او هو الجماعة التي يشترك اعضاؤها في بعض الاهتمامات او الآراء العامة .

اهمية الراي العام :

- - للراي العام دور في التأثير في المشروعات الاجتماعية .
- - قيام الراي العام وتحليله ليس غاية في ذاته وانما يمكن ان يرشد ويساعد على تحديد مشكلات العلاقات العامة .
- - يظهر التأثير الراي العام في اصدار القوانين والتشريعات وتغييرها والغائها حيث يمثل الراي العام اتجاهات القاعدة الجماهيرية .
- - الراي العام يعمل على اذكاء الروح المعنوية العامة .

- الراي العام يساهم في نجاح سياسة الدولة ويتم ذلك عن طريق تأييد الراي العام لجماهير المواطنين لهذه السياسة

انواع الراي العام :-

- - انواع الراي العام من حيث الظهور :
- - الراي العام الظاهر .
- - الراي العام الكامن
- انواع الراي العام من حيث الاستمرار :
- - راي عام مستمر ودائم .
- - راي عام مؤقت .

انواع الراي العام من حيث وجوده :

- راي عام موجود فعلا

- راي عام متوقع

انواع الراي العام من حيث درجة الاندفاع :-

- - راي عام مستنير .
- - راي عام غير مستنير .

دور العلاقات العامة في تكوين الراي العام

- **تتحمل اجهزة العلاقات العامة مسئولية ضخمة في تكوين راي عام مستنير ومنطقي وهي في سبيلها لتحقيق ذلك تقوم بما يلي :-**
- **- تزويد الجمهور بجميع المعلومات والحقائق حتى يكون رايه مبنيا على اساس واضحا وموضوعي .**
- **- الممارسة الفعلية والخبرة الشخصية والنشاط الذاتي عن طريق استمالة افراد المجتمع للإدلاء برايهم في الموضوعات التي تهم الجماعة باستطلاع رايهم واشراكهم في تحديد الاهداف .**
- **- استخدام اسلوب الترغيب والناتج عن سياسة الباب المفتوح مما يشجع على الاتصال بين الجماهير الداخلية والخارجية**
- **- القدوة الحسنه والمثال الفعلي بان تتفق اعمال المؤسسات والهيئات المختلفة مع اقوالها .**

العوامل المؤثرة في تكوين الراي العام :-

- **1- وسائل الاتصال الجماهيري .**
- **2- قادة الراي العام .**
- **3- الاسرة .**
- **4- المؤسسة التعليمية .**
- **5- المؤسسات الدينية .**
- **6- الاحداث و المشكلات .**
- **7- الشائعات .**
- **8- المستوى الاقتصادي .**