

المحاضرة الحادية عشر / نظرية العلاقات العامة

مقدمة :

- قبل الحديث عن نظرية العلاقات العامة لابد ان تسترجع ما اهداف العلاقات العامة ونشأتها وفلسفتها ووظائفها
- حتى نستطيع فهم نظريات العلاقات العامة .

نظريات العلاقات العامة :

نظرية النظم:

تعتبر منطق النظم أساسي لدراسة أي تنظيم، وهي تقوم على تحليل المتغيرات وتأثيراتها المتبادلة، فالنظم البشرية تحتوي على عدد كبير من المتغيرات المرتبطة ببعضها، وبالتالي منهج التحليل انتقل إلى مستوى أعلى مما كان عليه في النظرية الكلاسيكية والسلوكية إذ تعتمد على أجزاء يرتبط بعضها ببعض

- الفرد (المسؤول) تعالج هذه النظرية حوافز الفرد واتجاهاته وميوله واتجاهاته وبصفة عامة سيكولوجيته وهيكل الشخصية الذي يحضر معه في المنظمة.
- الهيكل التنظيمي أو الترتيب الرسمي وما يتبعه من مناصب.
- أنماط العلاقات بين المجموعات أي العلاقات غير الرسمية المتبادلة وما ينتج عنها من تفاعل.
- تكنولوجيا العمل ومتطلباتها، فوسائل العمل يجب أن تتماشى مع احتياجات العاملين الفسيولوجية والسيكولوجية.

نظرية التكيف والتوافق

وتعتمد على مدى توافق الفرد مع البيئة التي يعمل فيها وانسجام العامل في يجسد شعوره بالرضا والقناعة والاستقرار مما يحفزها على العطاء والبدل في المهام التي يقوم بها

نظرية التأثير

وتقوم على الفرق بين ما يريده الفرد في عمله وبين ما هو كائن بالفعل، وكلما اتسعت الهوة بين الطرفين، كلما انخفض التأثير التفاعلي

نظرية الميول

وتعتمد على أن الناس لديهم تصرفات فطرية تسبب لديهم ميول نحو تحقيق مستوى معين من الارتياح وهي نظرية تميل إلى أن تكون مستقرة على مر الزمن وعبر المهن والوظائف

نظرية القيادة

تعتمد على مداخل رئيسية منها:

- ° مدخل السمات : هو يقوم على افتراض أن المسؤول أو القائد يولد ولا يصنع (الرجل العظيم)
- ° المدخل السلوكي وتعتمد على بعدين: الأول (اهتمام المسؤول بالعمل) والثاني (اهتمام المسؤول بالعاملين)
- ° المدخل الظرفي أو الموقفي الذي أضاف بعدا آخر إلى جانب البعدين الآخرين وهو الظرف الذي يشتغل فيه القائد والعاملين
- ° المدخل الحديث وهو يؤكد على القيادة الغير تقليدية والخصائص الكاريزماتية للشخص التي تعد ذات أهمية خاصة في تغيير وتحويل المنظمات والأفراد لمواكبة المتغيرات

نظرية ماسلو

تعتمد على الحاجة التي يميل إليها الفرد ليكرس نفسه إلى شيء ما مثل العمل، الهوية، الرياضة... واعتمادا على الدرجة التي يشبع بها الفرد حاجاته المختلفة من البيئة ، فإنه يصل إلى درجات مختلفة من الإثارة والاهتمام، وتكون من المستوى الأول لحاجاتنا البيولوجية الأساسية مثل: الأمن، الطعام الإنجاب....وبعد ذلك يطلع نحو مستويات أعلى مثل خطوات الدرج

بالإضافة إلى هذه النظريات هناك:

نظرية الإعلان ونظرية الاتصال وتستمد أهم أسسها من هذه المجالات ومن مدى المعرفة بها، ونفس الشيء بالنسبة لنظريات علم النفس وعلم الاجتماع وباقي النظريات التي تهتم بالعلاقات العامة وتنتمي إلى مجالات مختلفة.

ان العلاقات العامة قد استفادت كثيرا من الفرضيات والنماذج التي افرزتها بحوث الاتصال وتجارب العملية خلال المرحلة السابقة في تكوين نظرية فرعية تعكس تقليدية النموذج المستخدم من حيث تصويره لمفهوم الاتصال والعلاقات العامة وتشمل هذه النظريات الفرعية ما يلي :-

- نظرية (ديسيل) او الارتفاع الصوتي .

- نظرية البيع .

- نظرية المعلومات المتناقضة .

- نموذج نظرية النظم .

مواصفات المسؤول عن العلاقات العامة

من الأشياء التي يجب أن تتوفر في مسؤول العلاقات العامة:

على المستوى الشخصي

- ° احترام لباقات البداية والنهاية
- ° التواضع
- ° حسن الإنصات
- ° احترام الآداب العامة والخاصة
- ° حسن الهندام
- ° احترام آداب الحوار
- ° احترام الحدود والمسافات مع الآخر
- ° الانضباط في المواعيد
- ° القدرة على تكوين العلاقات والمحافظة عليها
- ° اكتساب الذوق السليم والمحافظة عليه
- ° القدرة على النقد السليم

على مستوى محيط العمل

- ° دراية واسعة بمجالات الإعلام والتواصل وتقنياتها
- ° التعامل مع كافة شرائح المجتمع
- ° دراية واسعة بالمحيط الذي يعيش فيه
- ° التوفر على ثقافة واسعة تخص المجال الذي يشتغل فيه والمحيط به
- ° الإلمام بالمؤسسات ومجالاتها في المجتمع
- ° الإلمام بالتيارات الفكرية والسياسية والاجتماعية في المجتمع القريب والبعيد

مهام مسؤول العلاقات العامة

هناك مهام كثيرة تنتظر موظف العلاقات العامة منها:

- ° ضبط علاقات سليمة مع العاملين بالمؤسسة داخليا وخارجيا
- ° ضبط علاقات سليمة مع محيط المؤسسة
- ° وضع استراتيجيات العمل الخاصة بمجاله في المؤسسة
- ° التعريف بالمؤسسة والحصول على المعلومات (الخاصة بمجالها و حسن توظيف هذه المعلومات)، والاتصال والتنسيق والتقييم والتخطيط، وجس نبض المؤسسة داخليا وخارجيا.....
- ° حسن توظيف وسائل الإعلام (لكل وسيلة جمهورها)

اسئلة عن المحاضرة :

السؤال الاول :

ما المقصود بنظرية القيادة ؟

الاجابة

نظرية القيادة

تعتمد على مداخل رئيسية منها:

- ° مدخل السمات : هو يقوم على افتراض أن المسؤول أو القائد يولد ولا يصنع (الرجل العظيم)
- ° المدخل السلوكي وتعتمد على بعدين: الأول (اهتمام المسؤول بالعمل) والثاني (اهتمام المسؤول بالعاملين)
- ° المدخل الظرفي أو الموقف الذي أضاف بعدا آخر إلى جانب البعدين الآخرين وهو الظرف الذي يشتغل فيه القائد والعاملين

السؤال الثاني :

ما مواصفات مسئول العلاقات العامة ؟

الاجابة

مواصفات المسؤول عن العلاقات العامة

من الأشياء التي يجب أن تتوفر في مسئول العلاقات العامة:

__ على المستوى الشخصي

- ° احترام لباقيات البداية والنهاية
- ° التواضع
- ° حسن الإنصات
- ° احترام الآداب العامة والخاصة
- ° حسن الهندام
- ° احترام آداب الحوار
- ° احترام الحدود والمسافات مع الآخر
- ° الانضباط في المواعيد
- ° القدرة على تكوين العلاقات والمحافظة عليها
- ° اكتساب الذوق السليم والمحافظة عليه
- ° القدرة على النقد السليم

انتهت المحاضرة

إعداد ساره توت

نظم معلومات العلاقات العامة

مقدمة :

من الضروري توفر المعلومات اللازمة لمن يحتاجها بالخصائص المطلوبة من حيث التوقيت والدقة والصحة والكلفة والموثوقية وبالتالي على المنظمة توفير نظام معلومات معين يمكن مديرو وموظفو المنظمة من الوصول الى المعلومات التي يحتاجونها كل وفق طبيعة عمله هذا النظام الذى يسمى بنظام المعلومات هو عبارة عن شبكة مترابطة من المعلومات يتم اعدادها ومعالجتها من اجل استخدامها لمساعدة الموظفين المستفيدين منها لانجاز اعمالهم

فالهدف الاساسى اذن من نظام المعلومات الادارية هو توفير المعلومات اللازمة والتي قد يحتاجها المديرون اثناء تادية اعمالهم فى التخطيط والتنظيم والتوجيه والرقابة ويتم تجزئة نظام المعلومات فى اى منظمة الى مجموعة من الانظمة الفرعية فيكون هنالك نظام معلومات لكل وظيفة او نشاط من نشاطات المنظمة وينبغى التاكيد هنا على ان هذه الانظمة الفرعية تتفاعل مع بعضها وتكون متكاملة وفى هذا المجال يقول د تيسير العجارمة وزميله ان التكامل بين الانظمة الفرعية يمكن ان يتحقق بطرق مختلفة

واحدة من هذه الطرق تتمثل فى التدفق الفعلى او المحتمل للمعلومات فيما بينها فالتدفق يعد مهما جدا خاصة عندما تكون هذه المعلومات والموجودة فى نظام فرعى معين مطلوبة من نظام فرعى ثانى ان مخرجات نظام فرعى معين من المعلومات المعالجة سوف تشكل بيانات(المادة الخام) النظام الفرعى الاخر ومن طرق التكامل بين انظمة المعلومات الفرعية الحالة التى يشترك فيها اكثر من نظام معلومات فرعى فى ايجاد نوع من المعلومات تلبيه لاحتياجات نظام معلومات فرعى ثالث بحيث يتعدرايجاد -

مثل هذه المعلومات او يتعدر الاستفادة منه الا فى حالة تحقيق المشاركة بين النظامين الفرعيين كاشتراك نظام المعلومات المالية ونظام معلومات الانتاج فى ايجاد المعلومات الخاصة بتكلفة السلعة التى تعتمد كاساس فى تحديد السعر لاحقا

- مفهوم نظام معلومات العلاقات العامة :

يعتبر نظام معلومات العلاقات العامة اح الانظمة الوظيفية الفرعية داخل المنظمة حيث يهدف الى تجميع البيانات ومعالجتها وتوفيرها لمديري وموظفى العلاقات العامة لاجل الاستفادة منها فى تخطيط وتنظيم وتوجيه ورقابة وظائف ونشاطات العلاقات العامة ومما يجدر الاشارة اليه ان نظام معلومات العلاقات العامة لا يعمل بشكل منعزل عن الانظمة الوظيفية الفرعية الاخرى فهو يعتبر مكملا لها ومتفاعلا معها فمخرجات نظم المعلومات فى التسويق والافراد والمالية والانتاج مثلا تعتبر مدخلات لنظام معلومات العلاقات العامة والعكس صحيح فمخرجات نظام معلومات العلاقات العامة تعتبر مدخلات لنظم معلومات التسويق والافراد والمالية والانتاج

وحتى تكون المعلومات التى تم جمعها وتجهيزها مهمة وذات جدوى فانه ينبغى ان تتوفر فيها الصفات التالية :-

- ١- الوضوح : تعتبر المعلومات الواضحة والمحددة اكثر فائدة
- ٢- الصحة : اي الصدق فى ايراد المعلومات وعدم المبالغة فيها او التقليل من اهميتها
- ٣- الدقة :ينبغى توخى الدقة وخاصة فى تسجيل الارقام والاعداد والمبالغ النقدية
- ٤- التوثيق :من الضروري ان تكون المعلومات مكتوبة وموثقة
- ٥- التوقيت : يجب ان تصل المعلومات الى المستفيدين فى الوقت المناسب
- ٦- الكم المناسب : يجب ان تتوفر المعلومات التى تكون ذات صلة بالموضوع المراد اتخاذ القرار فيه او معالجته وبنفس القدر المطلوب
- ٧-الكلفة/العائد : يفترض ان يكون العائد المتوقع من جمع المعلومات وتحليلها وترتيبها وتجهيزها اكبر من الكلفة المصاحبة لذلك وهذا وينبغى ان تتوفر السرية والامن فى المعلومات المهمة التى يتم تجهيزها

فوائد نظام معلومات العلاقات العامة

تحتاج المنظمة الى نظام معلومات كفؤ يساعد ادارتها فى تحقيق اهدافها وبالتالي فوجود نظام معلومات جيد للعلاقات العامة يحقق الفوائد التالية :-

- ١- توفير المعلومات الصحيحة والارقام الدقيقة لكافة مديرو وموظفو العلاقات العامة فى الوقت المناسب
- ٢- دعم ادارة العلاقات العامة فى اتخاذ القرار الرشيد فكلما كانت المعلومات كافية ودقيقة كلما ادى ذلك الى زيادة درجة رشد القرار
- ٣- زيادة قدرة الادارة على متابعة وتقييم نشاطات العلاقات العامة وذلك من خلال توفير المعلومات اللازمة عن تنفيذ الخطط وتشبه انجاز المهام المخطط لها
- ٤- تحفيز موظفى العلاقات العامة من خلال ابلاغهم بارقام التنفيذ الفعلى للخطط ومدى التقدم الذى يحققونه فى هذا المجال
- ٥- توثيق المعلومات الضرورية والكافية واسترجاعها عند الحاجة لذلك

- ٦- مساعدة موظفي العلاقات العامة عند الرد على استفسارات الجماهير وكذلك عند الاهتمام بمشاكل وشكاوى الجماهير ومحاولة حلها
- ٧- مساعدة ادارة العلاقات العامة بتوفير المعلومات اللازمة عند اجراء المؤتمرات الصحفية او المقابلات التلفزيونية

عناصر نظام معلومات العلاقات العامة

• أ- المدخلات :

- تتعلق المدخلات بالبيانات المدخلة والتي تشكل المادة الخام وتأتي المدخلات عادة من احد مصدرين :-
- ١- المصدر الداخلى اى من داخل المنظمة كسجلات العلاقات العامة
- ٢- المصدر الخارجى اى من خارج المنظمة كدراسة العوامل الاقتصادية •

ب - معالجة البيانات :

- المقصود بمعالجة البيانات تلك النشاطات المتعلقة بتحويل المدخلات من البيانات
- وتشمل عملية معالجة البيانات النشاطات التالية :-
- ١- تسجيل البيانات
- ٢- تصفية البيانات
- ٣- ترتيب البيانات وتصنيفها
- ٤- اخراج البيانات
- ٥- تخزين البيانات وامكانية استرجاعها
- ٦- تحديث البيانات

ج - المخرجات :

- هنالك عدة صور من المخرجات والتي تعد النتائج التي يتم الحصول عليها واسترجاعها من النظام ومن اهم صور المخرجات :
- تقارير دورية: يومية اسبوعية شهرية نصف سنوية سنوية
- تقارير غير دورية حيث تصدر حسب احتياجات المستفيدين
- احصاءات وتحليلات
- اجابات على اسئلة واستفسارات
- واى قرار يتعلق بتحديد ما يجب اخراجه من النظام يتاثر بالمعايير التالية :-

١- الجدوى من المخرجات :

ان نظام المعلومات يجب ان يتصف بامكانية وجدوى اصدار مخرجات تلبي حاجات مستخدميه اى يجب ان يحدد القواعد الحاكمة لانتاج مجموعة البيانات ومجموعة الاخراج اللازمة لوظيفة المخرجات ولتوفير المعلومات التي تعتمد عليها هذه القواعد يجب ان تكون المعلومات دقيقة وفورية

٢- التبرير :

- بمجرد تقرير امكانية وجدوى انتاج المخرجات يجب ان يقرر ما ان كانت هذه المخرجات مجدية ومفيدة ام لا
- ٣- يجب ان تكون المخرجات من نظام المعلومات مقبولة من قبل من يتعاملون معها من قوى عاملة مشغلة لها وافراد منتفعين منها اى ان لا تكون جامدة غير مرنة وبالتالي غير مقبولة

٤- التغذية العكسية :

من الضروري جمع المعلومات اللازمة عن اداء النظام وفعاليتيه وعن مدى الاستفادة منه حيث يتم ذلك من خلال ما يسمى بالتغذية العكسية او الراجعة من المستفيدين من النظام

تنظيم الملفات وقواعد البيانات

اولا :تنظيم الملفات :

تساعد عملية تنظيم الملفات بطريقة صحيحة مستخدمى المعلومات فى الوصول الى المعلومات التى يريدونها بشكل مباشر وسريع

- وهناك عدة طرق لتنظيم الملفات اهمها :

١-تنظيم الملف التتابعى :

يتم تخزين الملفات وفق هذه الطريقة بترتيب محدد حسب مفتاح الترتيب المستخدم

٢- تنظيم الملف المرفس :

وفى هذه الطريقة فانه يتم اعداد فهرس يتضمن قائمة بكل مفاتيح السجلات والعناوين المادية للتخزين لكل سجل والذى يرتبط بمفاتيح السجل نفسه

٣- تنظيم الدخول المناسب :

قد يتم تنظيم المعلومات بطريقة تجعل من السهل الوصول الى السجلات عشوائيا وبدون ان يكون التتابع ضروريا فالتقدم التكنولوجى فى مجال تخزين البيانات يتيح اكثر من طريقة للوصول الى السجل نفسه

• ثانيا: قواعد البيانات

قواعد البيانات هى مجموعه من البيانات المرتبطة مع بعضها منطقيا والتي يجرى بناؤها لتفي باحتياجات المستخدمين من البيانات وتتكون قواعد البيانات مما يلى :

١ - الملفات

ب- السجلات

ج- الحقول

حيث ان مجموعة الحقول المترابطة تكون سجلا ومجموعة السجلات المترابطة تكون ملفا ومجموعة الملفات تشكل قاعدة بيانات

مكونات نظام معلومات العلاقات العامة

• هنالك العديد من المستلزمات الضرورية لنظام معلومات العلاقات العامة من اهمها :-

١-مورد المعدات: تتكون الاجهزة والمعدات الضرورية لنظام المعلومات اساسا من جهاز الحاسوب وما يتبعه من المكونات المادية والمودم ولوحة المفاتيح والشاشة وغيرها

٢-مورد البرامج: تتضمن البرامج الرئيسية المتعلقة بنظام التشغيل ونظام ادارة قواعد البيانات

٣-الاجراءات : تعتبر الاجراءات الدليل الذى يبين تسلسل خطوات العمل ذميا

٤-الاتصالات والشبكات : لابد من وجود مجموعة من مراكز المعلومات تتعاون فيما بينها لاجل تبادل المعلومات بشكل يتيح تدفق الخبرات

٥-الافراد : يعتبر العاملون مكون اساسي من مكونات اى نظام معلومات

تصميم وتطبيق نظام معلومات العلاقات العامة

هنالك اشكال وصور مختلفة لنظام معلومات العلاقات العامة ويمكن تلخيص خطوات تصميم وتطبيق نظام معلومات العلاقات العامة بما يلى :

١-دراسة وتحليل النظام الحالى

٢- تحديد الاحتياجات من المعلومات

٣- تصميم النظام

٤-وضع البرامج

٥- اختبار النظام ٦- التنفيذ ٧- المتابعة والرقابة

نظم دعم القرارات والنظم الخبيرة

• اولاً: نظم دعم القرارات

ظهرت فكرة نظام دعم القرارات فى السبعينات من القرن العشرين تحت تسمية نظم قرار الادارة وقد تحولت التسمية بعد ذلك الى نظم دعم القرارات ويمكن حصر اهم خصائص نظم دعم القرار فى الاتى :-

١-تقدم نظم دعم القرار المرونة والتكيف وسرعة الاستجابة للمستخدم النهائى

٢-تعطى نظم دعم القرار للمستخدم النهائى القدرة على التحكم فى المدخلات والمخرجات

٣- تعمل نظم دعم القرار بدون مساعدة من المبرمجين المحترفين

٤-تقدم نظم دعم القرار دعم القرارات والمشكلات التى لا يمكن تحديد حلولها مقدما

٥- تستخدم نظم دعم القرار اساليب وادوات ونماذج تحليلية متقدمة

انتهت المحاضرة

إعداد ساره توت

المحاضرة الثالثة عشر / المجتمع الجماهيري والرأي العام

مقدمة :-

- الرأي العام ظاهرة اجتماعية يتشكل به السلوك الجماعي فيتحدد في اطاره الضوابط والتنظيمات الاجتماعية .
- ويعتبر الرأي العام هو ثمرة تفاعل الافكار في احد المواقف التي تمر بها جماعه من الجماعات .
- ويمكننا ان نقول ان الرأي العام هو نتيجة لاتفاق غالبية المجتمع حول موضوع معين او مشكلة معينة ، فالرأي 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 .

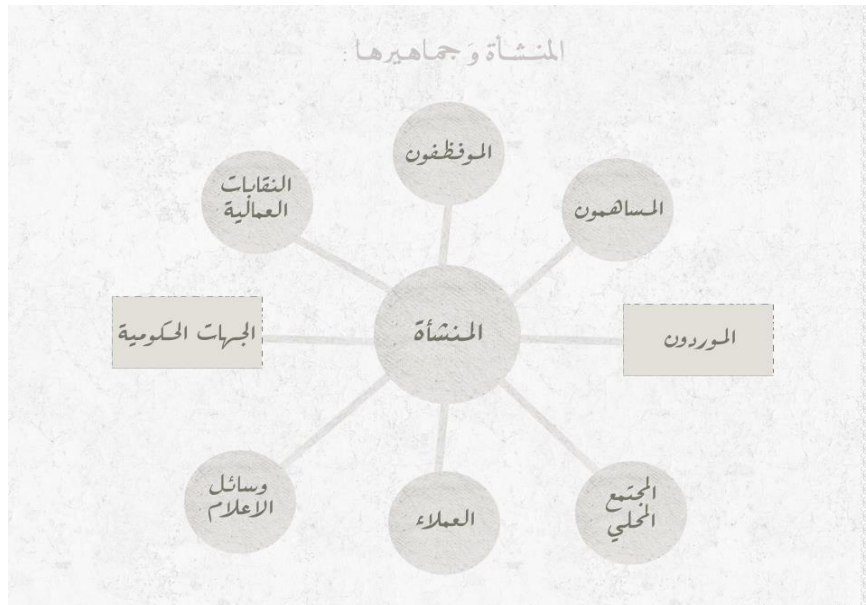
انواع الجماهير :

- من المعروف ان جماهير أي منظمة يختلف باختلاف طبيعة العمل الذي تمارسه 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

أهمية 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 وليس جمهوراً واحداً .
- و يبين الشكل التالي في الشريحة التالية جماهير المنشأة التي يمكن أن تتعامل معها و هي مذكورة على سبيل المثال و ليس الحصر .



أن موقف هذه الجماهير تجاه المنشأة و إدارتها و أهدافها و سياساتها يعتبر ذا أهمية حيوية للمنشأة ،
و لذلك فإن دائرة العلاقات العامة تركز على اتجاهات هذه الجماهير و تحاول إجراء البحوث العلمية لاستطلاعها و دراستها و تحليلها
و 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 و نقابات العمال و المساهمين .

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

العلاقات مع الجماهير الداخلية :

أولاً - العلاقات مع الموظفين :

الإنسان هو الوحدة الأساسية التي تتكون منها المنشأة وهو ليس مجرد آلة تعمل و تنتج ثم تتوقف عن الانتاج وفق اهواء و 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 ١٤
ساعة في اليوم تحت الاوامر المزاجية لصاحب العمل ، و كانت النساء تعمل ساعات طويلة حتى أثناء العمل .
و كان الاطفال يعملون في المصانع مقابل اجور زهيدة و هكذا لم يكن في تلك الفترة أي حقوق للعامل .

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

أهم العوامل التي ساهمت في تغيير النظرة إلى العامل :

١- ظهور القوانين المنظمة لأموال العمل و التي نظمت العلاقة بين صاحب العمل و العمال و حددت واجبات العامل و حقوقه مثل
الاجازات و تحديد ساعات العمل و تحديد الحد الأدنى للأجور .

٢- بروز النقابات العمالية و التي أصبحت قوة لا يستهان بها للدفاع عن حقوق العمال و ممارسة الضغوط على اصحاب العمل لتحصيل
هذه الحقوق .

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

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

الثقة المتبادلة بين الادارة والموظفين :

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

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

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

و نوكد ان سياسات الادارة و قراراتها لا تعنيان ولا تساهمان في زيادة ثقة الموظفين بالإدارة ان لم يصاحبها ممارسة فعلية و تطبيقات جدية على ارض الواقع فمجرد الكتابة و الكلام لا يؤدي الى زيادة الثقة، وانما الممارسات و الافعال هي التي تؤدي الى ذلك .
و 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 المنشأة أمام الجمهور .

- اتصال العلاقات العامة بالموظفين :

تجري اتصالات العلاقات العامة بالموظفين لتحقيق عدة أهداف أهمها :-

- ١- شرح سياسات و اجراءاتها و تفسير القوانين و اللوائح الجديدة المتعلقة بسير العمل .
- ٢- اقناع العمال بأن مصلحة الادارة و مصلحتهم واحدة و غير متعارضة بتالي فتعاونهم مع الادارة سوف يؤدي الى زيادة ارباح الشركة من ثم زيادة الحوافز و المكافآت اليهم .
- ٣- رفع الروح المعنوية للموظفين مما يؤدي الى تقليل معدلات التغيب عن العمل و الى زيادة انتاجية الموظف و انتمائه للشركة .
- ٤- محاولة اجتذاب الموظفين المؤهلين و المدربين جيذا للعمل في الشركة .
- ٥- خلق روح الاعتزاز لدى الموظف بشركته .
- ٦- الاعتراف بإنجازات الموظفين و مساهماتهم في مجال العمل مما يساعد على اشباع حاجات الموظف .
- ٧- تشجيع الموظف على التعبير عن آرائه و اتجاهاته و ذلك بتطبيق نظام الاتصالات ذا الاتجاهيين .

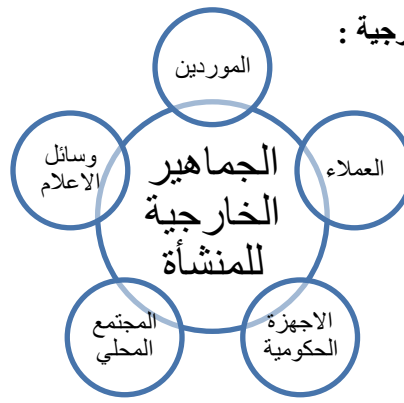
ثانيا : العلاقات مع النقابات العمالية :

اتصال العلاقات العامة بالنقابات :

لقد انشأت النقابات و ازدادت اعداد منسوبيها ثم استطاعت ان تأخذ الاعتراف الرسمي بها من قبل الحكومات و كذلك من قبل رجال الاعمال و النقابات ترمي إلى رعاية مصالح اعضائها و الدفاع عن حقوقهم من حيث مستوى الاجور و ساعات العمل و ظروف العمل الأخرى .

و تجري اتصالات العلاقات العامة بالنقابات العمالية لتحقيق عدة أهداف :

- ١- معرفه سياسه النقابة تجاه الشركة و نواياها لحل النزاعات القائمة .
- ٢- المحافظة على علاقات جيدة مع اعضاء النقابة .
- ٣- شرح سياسات الشركة و تفسير القوانين الجديدة .
- ٤- اقناع النقابة بان مصلحة الشركة و مصلحة الاعضاء النقابة مشتركة و متعارضة .
- ٥- العمل على اتصال المستمر بالنقابة و ليس فقط الاتصال فقط وقت النزاعات .
- ٦- كسب ثقة النقابة عن طريق تطبيق عادل للقوانين الموضوعه .
- ٧- تزويد النقابات بكل ما يهمها من معلومات و بيانات و إحصائية القوى العاملة لديها .



١- العلاقات العامة مع العملاء :-

(١) 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 .

(٢) 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 المكان المناسب والوقت المناسب .

(٣) 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 .

(٤) 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 .

اتصال العلاقات العامة بالعملاء :-

ثقة العميل بالمنشأة لها اكبر الاثر علي نجاح هذه المنشأة ولذلك من الاهمية بمكان الحفاظ علي علاقات جيدة مع العملاء وكسب تاييدهم . واهداف اجراء الاتصالات مع العملاء يمكن ايجازها فيما يلي :

١- كسب ثقة العملاء الحاليين والحفاظ عليهم .

٢- اجتذاب عملاء جدد الي المنشأة .

٣- الحصول علي اكبر حصة في السوق .

٤- 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 .

٨- اقامة حفلات دورية يدعي اليها عدد من العملاء بالتناوب .

٩- 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 والتلفزيون وكذلك يمكن الاتصال بهم عن طريق الاتصال الشخصي والزيارات والمعارض والمراسلات والنشرات والمسابقات

- وكذلك يمكن تنظيم زيارات للعملاء الي المنشأة لمشاهدة انجازاتها ولتبادل الراي ووجهات النظر واقامة العلاقات الجيدة مع العملاء .

٢- العلاقات مع الموردين :

* تعتمد المنشأة سواء كانت صناعية او تجارية او زراعية او خدمية علي الموردين في الحصول علي ما تحتاجه من مواد خام وادوات وقرطاسية وطاقه ومعدات ، ولذلك فالمنشأة بحاجة الي المحافظة علي علاقات وثيقة مع الموردين وجذب ثقتهم فيها وتأييدهم لسياساتها حتي تتمكن المنشأة من الحصول علي المواد المطلوبة المكان المناسب والوقت المتفق عليه 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 رغباتهم كما يلي :

١- اتباع سياسة عادلة للشراء مبنية علي اساس واضحة وموضوعية .

٢- الصدق في معاملة الموردين .

٣- اتاحة الفرصة للموردين لابداء رايهم واقتراحاتهم ووجهات نظرهم .

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

٥- دفع فاتورة المشتريات في الوقت المحدد .

٦- معالجة الشكاوي المقدمة من الموردين بالسرعة الممكنة .

اهداف العلاقات العامة مع الموردين :

***** 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 .

٣- العلاقات مع وسائل الاعلام :

(١) يقصد بها العلاقات مع المحررين الصحفيين والناشرين ومراسلي الصحف والمجلات ووكالات الانباء ومعلقي الاذاعة والتلفزيون .

(٢) 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 وقفهم بجانب المنظمة في اوقات الازمات وسرعة تفهمهم لهذه الازمات وقت وقوعها .

ويمكن تلخيص توقعات وسائل الاعلام :

١- الاستجابة بسرعة وامانه الي الاستفسارات من جانب ممثلو وسائل الاعلام .

٢- الالتزام بالمواعيد المحددة في ارسال النشرة الاخبارية او القصة الخبرية .

٣- العدالة في التعامل مع مختلف وسائل الاعلام دائما .

٤- توفير التسهيلات اللازمة والتعاون مع ممثلي وسائل الاعلام .

٥- 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 المنشأة واعداد النشرات الاخبارية والتي تعدها دائرة العلاقات العامة بالمنشأة وتتضمن معلومات معينة عن قصة

خبرية تهم جمهور محدد او الجمهور العام ومن ثم يتم ارسالها الي الصحف ووسائل الاعلام الاخرى لنشرها .

العلاقات العامة مع الجهات الحكومية :-

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 .

٤ - العلاقات العامة مع المجتمع المحلي :

* المنشأة لا تعيش بمعزل عن المجتمع الذي حولها فهي تحصل منه على احتياجاتها من العمال والموظفين وتبيعه منتجاتها من السلع والخدمات وتستفيد المنشأة 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 .

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

اتصالات العلاقات العامة مع المجتمع المحلي :

١- تزويد المجتمع باخبار المؤسسة وسياساتها وانظمتها .

٢- المحافظة علي العلاقات الجيدة .

٣- دعم البرامج الثقافية والصحية والاجتماعية وذلك لاجل مساهمة في رفاهية المجتمع .

٤- التحقيق في اي شكاوي ترد من افراد المجتمع ومحاولة حلها بسرعة

٥- التعرف علي اراء افراد المجتمع واتجاهاته عن طريق البحوث .

٦- اجراء تصحيح المعلومات الخاطئة التي قد تكون تشكلت في ذهن افراد المجتمع لاجل تحسين الصورة الذهنية للمنشأة .

٧- 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 فعالاً 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 والمرقبين .

* اظهار 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 .
- 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 مستتير .

- راي عام غير مستتير .

دور العلاقات العامة في تكوين الراي العام

تتحمل اجهزة العلاقات العامة مسئولية ضخمة في تكوين راي عام مستتير ومنطقي وهي في سبيلها لتحقيق ذلك تقوم بما يلي :-

- تزويد الجمهور بجميع المعلومات والحقائق حتى يكون رايه مبنيا على اساس واضح وموضوعي .

- الممارسة الفعلية والخبرة الشخصية والنشاط الذاتي عن طريق استمالة افراد المجتمع للإدلاء برأيهم في الموضوعات التي تهم الجماعة باستطلاع رأيهم واشراكهم في تحديد الاهداف .

- استخدام اسلوب الترغيب والنتاج عن سياسة الباب المفتوح مما يشجع على الاتصال بين الجماهير الداخلية والخارجية

- القدوة الحسنة والمثال الفعلي بان تتفق اعمال المؤسسات والهيئات المختلفة مع اقوالها .

العوامل المؤثرة في تكوين الراي العام :-

- ١- وسائل الاتصال الجماهيري .
- ٢- قادة الراي العام .
- ٣- الاسرة .
- ٤- المؤسسة التعليمية .
- ٥- المؤسسات الدينية .
- ٦- الاحداث و المشكلات .
- ٧- الشائعات .
- ٨- المستوى الاقتصادي .

انتهت المحاضرة
إعداد ساره توت

المحاضرة الرابعة عشر والخامسة عشر مراجعة

أسأل الله التوفيق والنجاح للجميع