

خصائص ومبادئ العلاقات العامة:

1. خصائص العلاقات العامة:

تتعدد خصائص العلاقات العامة، وهذا الذي يميزها عن باقي الأنشطة الاتصالية الأخرى، ومن بين ما يمكن ذكره من خصائص ما يلي:

- العلاقات العامة وظيفة اتصالية ذات تأثير متبادل، حيث تعكس وجهة نظر الجماهير للإدارة، وتعكس وجهة نظر المنظمة لكافة الجماهير من خلال مختلف وسائل الاتصال.
- العلاقات العامة عملية علمية إدارية ووظيفة هامة من وظائف الإدارة، تكون بالضرورة منظمة ومخطط لها.
- الجمهور هو محل عمل العلاقات العامة.
- تعتمد العلاقات على الأساليب البحثية والعلمية في التعرف على الجمهور.
- يعتمد ممارسة العلاقات العامة على المتخصصين المؤهلين .
- تستخدم الوسائل الاتصالية المختلفة في ممارسة العلاقات العامة وهذا من أجل الوصول إلى مختلف جماهير المنظمة.
- للعلاقات العامة مكانة هامة ضمن وظائف مختلف المؤسسات لهذا تقع في تقسيم الهيكل التنظيمي.

كما نجد أيضا:

- العلاقات العامة ليست من الأنشطة الثانوية قليلة الأهمية، بل تشكل عنصرا أساسيا في أنشطة المنظمات، فهي ضرورية في جميع المنشآت وعلى مختلف المستويات، يفرضها المجتمع الحديث.
- العلاقات العامة وظيفة (استشارية- تنفيذية)، استشارية لأنها تقدم للإدارة العليا مشورتها في كيفية التعامل مع الجماهير، وتنفيذية لأنها تنفذ خطط العلاقات العامة وبرامجها وحملاتها.
- الرأي العام هو مجال عمل العلاقات العامة وهدفها الأساسي من خلال التأثير على اتجاهاته وكسب تعاطفه وتأييده بما يحقق الصالح العام للمنظمة ولجماهيرها المعنية.

2. مبادئ العلاقات العامة:

من أجل ممارسة العلاقات العامة يمكن الاسترشاد بجملة من المبادئ، حيث تحدد الطريقة التي يتم بها ممارسة العلاقات العامة، الامر الذي يحقق نجاح هذا النشاط في أداء المنظمات، ومن تلك المبادئ نذكر:

1. المسؤولية الاجتماعية:

فالمنظمة هي نظام مفتوح تتفاعل مع البيئة الخارجية وهي تستمد وجودها، وهي تؤثر فيه وتتأثر به، وتقع عليها مسؤولية المساهمة في خدمة هذا المجتمع، وأن تقدم مصلحة المجتمع على مصلحتها الخاصة، وهي تعتبر مكون أساسي للنسيج الاجتماعي، وجزء من هذه البيئة المحيطة بها.

2. الاعلان بالمعلومات والحقائق:

وهذا يعني عدم اخفاء المعلومات، من خلال الكشف والمصارحة والاظهار، وعدم التعامل بسرية وإخفاء للمعلومات التي يهتم بها جمهور المنظمة، ما يسمح بدفع الشائعات، اضافة الى أن ذلك يسمح بخلق مزيد من الثقة لدى الجمهور، والذي كثير ما يحصل لديه الخوف والريبة والشك حول المنظمة، وهذا ما يؤدي بالضرر على المنظمة.

3. الالتزام بالاخلاقيات:

وهذا من خلال النزاهة والصدق في قيامها بجميع أنشطتها، وبالقيام بنشاط العلاقات العامة، وهي ايضا صفات لا بد أن يتصف بها كل موظف في المؤسسة، سواءا مع محيطه الخارجي أو في تعامله مع المحيط الخارجي، والابتعاد عن الكذب والخداع والغش خاصة مع جمهورها الخارجي.

4. اعتماد الاساليب العلمية:

تعتمد أنشطة العلاقات العامة على البحث العلمي وعلى المنهجية العلمية، وعلى كل طرقها، وهذا من أجل إجراء البحوث وقياس الاتجاهات والتعرف على الرغبات والحاجات، ومن خلال المناهج المختلفة والأدوات التيتمكن من الوصول الى هذه البيانات، ما يسمح بتحديد سياسة المنظمة وتحديد خططها وبرامجها.

5. البدء من الداخل:

تبدأ العلاقات العامة من الداخل وهذا من خلال تحقيق التفاهم والثقة بينها وبين جمهورها الداخلي من موظفين، وهذا من أجل ضمان ولائهم ورضاهم وإنتمائهم اليها، الامر الذي يعكس أثرا طيبا لديهم وبدورهم ينقلون ذلك الى الجمهور الخارجي، ويصبحون بدورهم مشاركين في العلاقات العامة،

3. بعض مواصفات ممارسي العلاقات العامة:

هناك بعض لصفات المميزة للممارسي العلاقات العامة وهي كالآتي:¹

على مستوى المهنة:

1. المرونة وقابلية التكيف
2. الموضوعية وعدم التحيز الشخصي
3. امتلاك مهارات الاتصال بدرجة متقدمة
4. امتلاك الاصول العلمية لعلم العلاقات العامة
5. امتلاك مهارة اللغة

على مستوى الاخلاق:

الصبر، الامانة، الحكمة، الاخلاق الحميدة، السلوك السوي.

على مستوى الشخصية:

1. توفر روح المبادرة
 2. الدبلوماسية في التعامل
 3. القدرة على العرض
 4. القدرة على التأثير في الآخرين
- الالتزام والانضباط
 - تمثيل القدوة والمثل العليا
 - توفر الالتزام والجدية
 - القدرة على التعامل الجيد مع الجماهير
 - القدرة على التفكير المنظم
 - القدرة على التخيل والابداع

- القدرة على التصرف في الاوقات الحرجة

- سرعة البديهة

- القدرة على التحليل والابداع

على مستوى المهارات:

1. القدرة على التفاوض

2. القدرة على ادارة الازمات

3. القدرة على التنظيم والتنسيق

4. القدرة على ادارة واستثمار الوقت

5. القدرة على ادارة القضايا والمشكلات

6. امتلاك المهارات في الكتابة والتحرير والتحليل الاحصائي

7. القدرة على الاقناع

4. العلاقات العامة والصورة الذهنية:

يرى أحد رواد العلاقات العامة أن هذه الأخيرة " ليست وسيلة دفاعية لجعل المؤسسة تبدو في صورة مخالفة لصورتها الحقيقية، وإنما هي الجهود المستمرة من جانب الإدارة لكسب ثقة الجمهور من خلال الاعمال التي تحظى باحترامه"

" وقد أكد هذا التعريف على أهمية الجهود التي تبذل من أجل تكوين صورة طيبة في اذهان الجماهير تعبر عن الواقع الفعلي المشرق للمؤسسة بلا خداع أو تزيف، ومن ثم فإن مفهوم الصورة التي تسعى العلاقات العامة الى بلورتها في اذهان الجماهير يستند الى الحقيقة ويلتزم بالصدق والصراحة والوضوح وهي مبادئ اساسية اجمعت عليها دساتير العلاقات العامة في مختلف المجتمعات" ²

" والصورة الذهنية هي الناتج النهائي للإنطباعات الذاتية التي تتكون لدى الافراد أو الجماعات ازاء شخص معين، أو نظام ما، أو شعب أو جنس بعينه، أو منشأة أو مؤسسة

أو منظمة محلية أو دولية، أو مهنة معينة أو أي شيء يكون له تأثير على حياة الانسان، وتتكون هذه الانطباعات من خلال التجارب المباشرة وغير المباشرة وترتبط هذه التجارب بعواطف الافراد واتجاهاتهم وعقائدهم" ³

5. تنظيم ادارة العلاقات العامة:

" يتطلب الاداء الفعال لوظيفة العلاقات العامة وقوعها في موقع مناسب في الهيكل التنظيمي للمنظمة تحت مظلة الادارة العليا، وارتباط الوظيفة بالإدارة العليا اتجاه ظهر بقوة عبر سنوات، حيث أظهرت التجارب ضرورة هذا الارتباط لفعالية الوظيفة ولأهمية وظائف العلاقات العامة للإدارة العليا ذاتها، للإدارات في الاقسام التنفيذية الاخرى في المنظمة" ⁴

ومن أهم المحددات التي ترتبط بتنظيم العلاقات العامة ومكانتها في الهيكل التنظيمي ما يلي:

1. مدى التزام المؤسسة بالمسؤولية الاجتماعية، يسهم في التوسع أو الحد من أعمال العلاقات العامة.

2. حجم الموازنة المخصصة للعلاقات العامة فكلما زادت المخصصات المالية للعلاقات العامة زادت أنشطتها وبالتالي اتسع تنظيمها وفقا لعدد العاملين فيها.

3. نوعية وعدد القطاعات التي ترتبط بالمؤسسة أو تقدم لها خدمات، فكلما زاد عدد المتعاملين مع المؤسسة كلما ازدادت أنشطة العلاقات العامة، وكلما أصبحت الحاجة لمهنيين أكثر إلحاحا.

4. طبيعة نشاط المؤسسة، فالمؤسسات التي تعمل في مجال تقديم الخدمات، وتلك التي تنتج سلعا ميسرة أو سلع التسوق بحاجة لتنظيم أكثر اتساعا عن تلك التي تقدم أفكارا.

5. درجة تنفيذ مهمات وأنشطة لا تعبر من اختصاص العلاقات العامة.

6. مدى اقتناع الادارة العليا بنشاط العلاقات العامة، ومدى اهتمامها بتركي أعمال العلاقات العامة ضمن ادارة واحدة، فكلما تشتت العلاقات العامة على الإدارات الاخرى، كلما أصبح تنظيم العلاقات العامة أكثر ضيقا.

7. طبيعة العلاقة بين العلاقات العامة المركزية أفرعها، وطبيعة العلاقات العامة بالإدارات الاخرى.

8. مدى استعانة العلاقات العامة بالمستشارين من خارج المؤسسة.

9. حجم الجماهير الذين تتعامل معهم المنظمة.

10. مدى وجود ثقافة اتصالية لدى الادارة العليا بالمنظمة.

11. حجم المنظمة.

يمكن أن تتبع العلاقات العامة رئيس المنظمة مباشرة ويكون هو المسؤول عنها، وربما يقوم بهذه الوظيفة نائب المدير، وهذا حسب نوع الادارة أي المؤسسات التي تدار بطريقة مركزية أو لامركزية، وقد في بعض المؤسسات ان هناك جهاز للعلاقات العامة يأتي بعد مدير المنظمة مباشرة أو بعد نائبه، وقد يأتي مدمج مع ادارة ووظيفة أخرى في المنظمة، أما في حالة الادارة اللامركزية فنجد أن جهاز العلاقات العامة يقع بالتوازي مثلا مع الأنشطة والوظائف الأخرى، ويقسم جهاز العلاقات العامة الى أقسام أخرى، حيث نجد من بين التقسيمات:

1. تقسيم حسب وسائل و الأنشطة الاتصالية المختلفة

2. تقسيم حسب نوع الجماهير

3. تقسيم حسب وظائف العلاقات العامة: كقسم لبحوث، قسم التخطيط، قسم التنسيق... الخ.

وهناك من يقسمها الى قسمين:

1. قسم التنظيم الاتصالي: حسب الأنشطة الاتصالية

2 قسم التنظيم الوظيفي: حسب أنشطة العلاقات العامة.