

المبحث الأول

مفهوم العلاقات العامة :-

لقد استخدم اصطلاح العلاقات العامة في اواخر القرن التاسع عشر إلا إنه اصبح شائعاً بمعناها الحديث في منتصف القرن العشرين وذلك من الناحيتين النظرية والتطبيقية وقد تمثل ذلك في العديد من الدراسات والمؤلفات العربية والأجنبية وفي اتساع ممارسة هذا النشاط من قبل المؤسسات العامة والخاصة في أنحاء العالم .(عبدالناصر 2009)

إن جوهر العلاقات العامة يقوم على التفاهم الانساني و إقامة العلاقات الحسنة بين اطراف لها مصالح مشتركة مؤسسة سواءً تجارية ام صناعية او سياسية وبين جمهور تلك المؤسسة ، كعلاقة شركات الخطوط الجوية مع جمهور المسافرين على طائراتها .

إن مشكلة كل مؤسسة مهما اختلف نشاطها وأهدافها هي ان تكتشف تلك الانشطة وان تعرف اثارها الاجتماعية فإذا كانت تتعارض مع الصالح العام ورضى الجماهير فعليها ان تجد الطرق والوسائل لتعديلها لتصبح في خدمة الصالح العام ، من ذلك يتضح ان العلاقات العامة هي تلك الجوانب من سلوك المؤسسة التي يكون لها آثار اجتماعية بهدف رعاية الروابط الانسانية السليمة في المجتمع وكسب تأييد الجماهير وضمان التفاهم التام بين المؤسسات على اختلاف أنشطتها وأنواعها .

كما يمكن القول بأن نشاط العلاقات العامة يهتم بالكشف عن الأسس والمباني التي تساعد على اقامة الروابط الودية والسليمة بين فئات الجماهير من ناحية وتلك المؤسسات من ناحية أخرى .(عبدالناصر 2009)

يتضح من ذلك ان مسؤولية العلاقات العامة هي مساعدة الادارة العليا في اتخاذ القرارات والسياسات التي تؤثر في المجتمع واستبعاد ما يتعارض منها مع مصلحة الجمهور او تعديلها بما يحقق الوفاق بين مصالح المؤسسة وجمهورها ولكي يتحقق ذلك على الوجه الأكمل لابد ان يتفهم رجال العلاقات العامة العوامل الثقافية والاقتصادية والاجتماعية التي تخذل المؤسسة والمجتمع المحيط بها . العلاقات العامة هي النشاط الذي يقوم على توطيد الثقة والتفاهم المتبادل بين طرفين { الحاكم والمحكوم ، القائد وشعبه ، الحكومة والجماهير ، المؤسسة وجمهورها } بين أي مؤسسة او هيئة باختلاف انواعها سواءً اكانت دينية او حكومية او رياضية من جهة وبين فئات الجماهير ذات العلاقات مع تلك المؤسسة او الهيئة سواءً اكانوا عاملين او مساهمين او مستهلكين او افراد المجتمع المحيط بها المؤسسة بشكل عام من جهة أخرى . (عبدالناصر، 2009)

يتبين من ذلك ، ان العلاقات العامة هي حلقة الوصل بين المؤسسة والجمهور ، فالمؤسسات اليوم بجميع انواعها تبذل كل الجهود لتكوم سمعتها جيدة لدى جمهورها ولتكسب رضاهم وتعاونهم معها .

إن للعلاقات العامة دور فعال في خلق الصلات الطيبة وتكوين السمعة الحسنة ، فهي تتميز بأنها اتصال ذو اتجاهين ، الذي لابد منه لغرض إحداث التجاوب الفعال والصادق خلال الاهتمام برغبات وآمال ووجهات نظر الجماهير ونقلها إدارة المؤسسة وكذلك اهداف وخطط ونشاط المؤسسة إلي جمهورها الذي يشمل

الموظفين والعمال الذين يعملون في داخلها ، وهم من يطلق عليهم { الجمهور الداخلي } وكذلك يشمل جميع المتعاملين معها كالمستهلكين والذين يسمون { بالجمهور الخارجي } .
(عبدالناصر، 2009)

فمفهوم الجمهور يشمل كافة المجموعات التي من مصلحتها بقاء المؤسسة واستمرار نجاحها ، وكذلك تلك التي يكون من مصلحة المؤسسة للتعامل معها والعمل على اتساع التعامل بشكل متين .

ان نطاق الجمهور بما يفعله أي مؤسسة ينطلق من عدة إعتبارات ومنها :-

1- الاهتمام بمعرفة خطط المؤسسة وسياساتها التي تدير عليها الاهداف التي تعمل على تحقيقها .

2- الاطمئنان على كفاءة اجهزة المؤسسة والأشخاص العاملين فيها ونزاهتهم وإخلاصهم .

3- التأكد من أن السلع والخدمات التي تقدمها المؤسسة هي على درجة عالية من الجودة وان اسعارها مناسبة . (عبدالناصر، 2009)

4- توافر العدالة في توزيع السلع او الخدمات وسهولة الحصول عليها .

5- الجمهور يهتم بان تكون الاتصالات فعالة ومستمرة بينها وبين العاملين في المؤسسة ، وان تقدم هذه الاتصالات على اساس التفاهم والثقة بما يحقق التعاون بينهما .

ويبدو من خلال ما تقدم ، ان الجمهور هو اساس عمل ونشاط العلاقات العامة ، لذا فإن من الضروري ان تهتم المؤسسة بنشر

روح المودة والمحبة بينها وبين فئات جمهورها على اساس الاحترام المتبادل ، لان في ذلك اعترافا بأهمية الجمهور وأدائه وبأهمية الحصول على تأييده . (عبدالناصر،2009)

تعريفات العلاقات العامة :-

تناول العديد من الكتاب والمتخصصين موضوع العلاقات العامة بالتعريف والتوضيح حيث اكدوا جميعاً إنها (نشاط يهدف الى تحقيق التعاون والتفاهم) فقد بين جريز ويلد في نشرته الدورية في انباء العلاقات العامة بأنها هي :-

الوظيفة التي تقوم بها الادارة لتعديل الاتجاهات وتحديد خطط وسياسات المؤسسة بها يتفق ومصالحة الجمهور وتنفيذ البرامج الهادفة الى توطيد ثقة الجمهور مع المؤسسة وكسب رضاه وتفاهمه.(<http://www.abewar.org/igdebat/show:aw.as>)

اما المعهد البريطاني فقد اوضح بأن العلاقات العامة هي :-

” الجهود الادارية المخططة والمستمر لبناء وصيانة وتدعيم التفاهم المتبادل بين المؤسسات وجمهورها “ .

تعريف العلاقات العامة عند جمعية العلاقات الفرنسية :-

” صور من السلوك وأسلوب للإعلام والاتصال بهدف بناء وتدعيم العلاقات المليئة بالثقة والتي تقوم على اساس المعرفة والفهم المتبادلين بين المؤسسات وجمهورها المتأثر بوظائف وأنشطة ذلك المؤسسة “ . (عبدالناصر،2009)

وعرفها الدكتور محمود محمد رئيس جمعية العلاقات العامة العربية بأنها :-

” مسؤوليات وأنشطة الاجهزة المختلفة في الدولة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والعسكرية للحصول على ثقة وتأثير جمهورها الداخلي والخارجي وذلك بالأخبار الصادقة والأداء النافع الناجح في جميع مجالات العمل وفقاً للتخطيط العلمي السليم حتى عملها مرشداً ومميزاً في بناء الوطن ورسم سياسة في إطار ميثاقها الوطني “.(عبدالناصر،2009)

وعرفها الدكتور إبراهيم إمام بأنها :-

فن معاملة الناس والفوز بثقتهم ومحبتهم وتأييدهم ومعنى ذلك هو كسب رضا الناس بحسن المعاملة الصادرة عن صدق والإيمان بقيم الإنسان في المجتمع .

عرفها جمعية العلاقات العامة الدولية بأنها :-

((وظيفة الادارة المستمرة المخططة والتي تسعى بها المنظمات لكسب تفاهم وتعاطف وتأييد الجماهير التي تهمها والحفاظ علي استمرار هذا التفاهم والتعاطف وذلك من خلال قياس اتجاهات الرأي العام لضمان توافقه قدر الامكان مع سياستها وأنشطتها وتحقيق المزيد من التعاون الاخلاقي والأداء الفعال للمصالح المشتركة باستخدام الإعلام الشامل والمخطط)) .
(عبدالناصر،2009)

ويقول جين شوملي Jean Chaumeley في العلاقات العامة :-

ان العلاقات العامة ليست بالعبارة الصعبة او ليس لها معنى ، بل انها تحمل عدة معاني ودلالات مختلفة .

ويعرف محمد فريد الصحن العلاقات العامة بأنها :-

النشاط المخطط الذي يهدف الى تحقيق الرضا والتفاهم المتبادلين بين المؤسسة او المنظمة و جماهيرها سواءً داخلياً او خارجياً من خلال سياسات وبرامج تسند في تنفيذها علي الاخذ بعيداً عن المسؤولية الاجتماعية . (عبدالناصر، 2009)

تعريف ويبستر Webster :-

قدم ويبستر webester في طبعتها الثالثة تعريفاً حديثاً للعلاقات العامة يذهب فيها إلى إنها :-

تنشيط العمليات الاتصالية وخلق الثقة بين الشخص والمنظمة او مشروع او اشخاص اخرين او جماهير معينة او المجتمع كله من خلال نشر المعلومات التي تفسر وتشرح وتنمي علاقات متبادلة ودراسة ردود الفعل وتقويمها .

درجة الفهم والثقة التي تتحقق بين الفرد او المنظمة او المشروع او الجمهور وتطبيق الأساليب والوسائل التي تتحقق هذه الدرجة .

العلاقات العامة هي الفن او العلم الذي يستهدف تنمية الفهم المتبادل والثقة والأخصائيين التي توكل اليهم هذه المهمة . (<http://www.hewav.agtadedbt/sdow.awt.asd>)

العلاقات العامة مهنة حديثة وهي ليست مجرد عملية اتصال كما ينظر إليها البعض وهي تضم كلمة علاقات (Relation) أي الصلات او الاتصالات بين الطرفين ، وكلمة عامة تشمل عموم وكافة الجماهير المختلفة

ويعرف محمد فريد الصحن العلاقات العامة بأنها :-

النشاط المخطط الذي يهدف الى تحقيق الرضا والتفاهم المتبادلين بين المؤسسة او المنظمة و جماهيرها سواءً داخلياً او خارجياً من خلال سياسات وبرامج تسند في تنفيذها علي الاخذ بعيداً عن المسؤولية الاجتماعية . (عبدالناصر، 2009)

تعريف ويبستر Webster :-

قدم ويبستر webester في طبعتها الثالثة تعريفاً حديثاً للعلاقات العامة يذهب فيها إلى إنها :-

تنشيط العمليات الاتصالية وخلق الثقة بين الشخص والمنظمة او مشروع او اشخاص اخرين او جماهير معينة او المجتمع كله من خلال نشر المعلومات التي تفسر وتشرح وتنمي علاقات متبادلة ودراسة ردود الفعل وتقويمها .

درجة الفهم والثقة التي تتحقق بين الفرد او المنظمة او المشروع او الجمهور وتطبيق الأساليب والوسائل التي تتحقق هذه الدرجة .

العلاقات العامة هي الفن او العلم الذي يستهدف تنمية الفهم المتبادل والثقة والأخصائيين التي توكل اليهم هذه المهمة . (<http://www.hewav.agtadedbt/sdow.awt.asd>)

العلاقات العامة مهنة حديثة وهي ليست مجرد عملية اتصال كما ينظر إليها البعض وهي تضم كلمة علاقات (Relation) أي الصلات او الاتصالات بين الطرفين ، وكلمة عامة تشمل عموم وكافة الجماهير المختلفة (Pubilic) وفيما يلي تعريف جامع للعلاقات العامة :-

هي عملية اتصال تعبر تعبير صادق عن الواقع وتحترم الجمهور وهي رسالة صريحة وصادقة تستهدف إعلام الجمهور وإغرائه بهدف تغيير ميوله واتجاهاته وهي وظيفة لإدارة مستمرة ومخططة هدفها كسب التفاهم بين المؤسسة والجمهور وهي تستهدف الرأي العام وتقسيماته وتستخدم الإعلام كأهم وسيلة من وسائلها .

وهي علم إجتماعي تطبيقي لها اجهزتها المختلفة ويفرد لها مستوى تنظيمي واضح في كل مؤسسة او منظمة

اما بيرنز Bernys فقد صاغ مفهومه حديثاً للعلاقات العامة ذهب فيها على انها يتبين مفهوم العلاقات العامة وتعريفها على اساس ثلاثة معنى وهي :-

1- معلومات يتم تغذية الجمهور بها .

2- عمليات إقناع مواجهة الى الجمهور لهدف تعديل اتجاهاتها وسلوكها .

3- جهود تستهدف لإيجاد التكامل بين اتجاهات المنشأة وسلوكها نحو جمهورها واتجاهات هذه الجماهير وسلوكها نحو المنشأة .

المبادئ الأساسية للعلاقات العامة :-

من خلال ما تم استعراضه من تعاريف للعلاقات العامة وتحديد مفهومها ، يمكن القول بأنه هذا النشاط الانساني يستند الى المبادئ التالية :-

1- ان العلاقات العامة هي وظيفة ادارية مستمرة ومخططة ، تحتاج الى ممارسة العملية الادارية كالتخطيط والبحث العلمي والتنظيم والتنسيق والتقييم شأنها شأن وظائف المؤسسة الاخرى .

2- تقوم بين طرفين كلاهما مؤثر ومتأثر في الوقت نفسه ، فهي تتصف بالديناميكية والحيوية وقوة الفاعلية ، فالعلاقات العامة تقوم على الاخذ والعطاء والفهم المتبادل والاستجابة المباشرة والايجابية من جانب كل من الطرفين ، وهي سياسات وأعمال تم اتصال وعلام ، فهي تعكس وجهة نظر فئات الجمهور للمؤسسة ، وتعكس وجهة نظر المؤسسة لفئات الجمهور فهي بذلك اتصال ذو اتجاهين .

3- انه لا تقصر على مؤسسات معينة ، بل إنها تشمل جميع المؤسسات الحكومية والخاصة سواء ان كانت تجارية ام صناعية ام إجتماعية .

4- اهمية العنصر الاخلاقي في ممارسة نشاط العلاقات العامة وهذا يتضمن الفلسفة العامة للمؤسسة وإحساسها بمسئولياتها الاجتماعية ، دق و إلتزامها بالصدق فيما يصدر عنها من معلومات ، وكذلك من معلومات ، وكذلك قيامها بتنمية الثقة والاحترام المتبادل بين طرفين (المؤسسة وجمهورها) .

5- معرفة بأساليب النظرية العملية لتشكيل الاتجاهات وتغييرها وهذا يستوجب تفهماً لطبيعة السلوك البشري .

6 - ضرورة جعل العلاقات العامة مسؤولية الادارة العليا حيث لا بد ان تكون برامجها متطابقة مع سياسات المؤسسة كما ان سياسات المؤسسة تلتقي مصالح الجماهير المختلفة .

7- يرتبط نشاط العلاقات العامة بشكلٍ رئيسي على الرأي العام حيث من دون وجود الجمهور لا يكون للرأي العام قيمة وأهمية بالنسبة لإدارة المؤسسة .

المبحث الثاني

أهداف العلاقات العامة :-

لابد من توفر اهداف للعلاقات العامة من اجل اداء دورها في المنظمة على الوجه الصحيح ومنها :-

1- تعريف الجمهور بسياسة تلك المؤسسة او خدماتها او منتجاتها حتى يكونوا على بيئة وإطلاع دائم ، وذلك لتوثيق وتيسير التعاون البناء .

2- تنمية الشعور الانتمائى للجماهير ومحاربة الاشاعات والدعايات المفرضة ونقد الاخطاء والتلبيات للمسئولين وتقويم النصائح وتعبئة الجماهير للتغيرات .

3- تشغيل المناقشات الى التطوير الاداري وتشجيع مبادرات بعض الاداريين التي قد تعرقل العمل ونقد الاجراءات والقوانين التي تعيق حرية الابداع والعمل

4- نقل متطلبات وأفكار ورغبات الجمهور الي ادارة المؤسسة من اجل دراستها وتلبيتها قدر الامكان ومعرفة متطلبات واحتياجات العاملين في المؤسسة من النواحي الثقافية والترويجية او استحقاق المكافآت والعمل على مساعداتهم في حل مشاكلهم وتشجيعهم على المساهمة في النشاطات الفكرية والاجتماعية .

5- المشاركة مع ادارات المؤسسة الاخرى على اعداد المواد الاعلامية والمطبوعات الثقافية والنشرات المتعلقة بأعمال ومنتجات المؤسسة كإدارة التسويق او الانتاج او الاعداد لتعريف الجمهور بذلك .

6- توثيق الاتصال بين المؤسسة والمؤسسات الأخرى واستمرار وسائل الاتصال الأخرى كالهاتف والبريد الإلكتروني وشبكة الإنترنت .

7- تنمية وتشجيع الوعي الادخاري وترشيد الإنفاق الحكومي ونشر الوعي التأميني والترشيد من استهلاك O الماء ، الكهرباء ، والثروات الطبيعية ، وتقويم الارشاد والتثقيف في مجالات الصحة والزراعة والتغذية والأمن الصناعي . (رؤوف، 2014)

8- تعكس الاهداف والفلسفة التي تقود عليها المنظمة .

9- تحدد الاهداف الاتجاه العام والمجهودات الجماعية فلا يمكن تصور جهد جماعي منتج دون هدف .

10- تزويد الاهداف المتعلقة بالأساس الذي يقود على التخطيط وبدونها فإن العناصر داخل المنظمة قد تنحرف في الاتجاه الصحيح مما يترتب عليه تشتت الموارد .

تستهدف تحقيق الأهداف المرسومة بأقل التكاليف وبأفضل جودة ، وبأقل ان الاهداف التقليدية للإدارة كانت تركز على تحقيق الكفاءة الادارية التي ، وبأكبر كم ممكن ، إلا ان التطورات الإنسانية المختلفة والبحوث والدراسات الحديثة اصبحت تغير وتطور في هذا الهدف ليتمثل في تحقيق الفعالية الادارية ، وهي التي تستهدف بالإضافة الى التركيز على شروط الكفاءة ، التركيز على بعض الشروط الأخرى ومن ابرزها تحقيق اكبر قدر ممكن من التجانس او الترابط او التوحيد بين أهداف المنظمة المعنية وأهداف العاملين في اطارها ، وأهداف المجتمع والبيئة الذي يحيط بها وهذا ما يفترض في ادارة العلاقات العامة ان تراعيه وان تحرص على تحقيق ذلك من خلال الاهداف الفرعية التالية :- (عبدالمعطي، 1993)

أولاً :- العمل على دراسة وفهم المطالب والأهداف والاهتمامات والرغبات لدى الافراد والجماعات داخل المنظمة المعنية وربطها بالاهداف العامة لهذه المنظمة وبصورة تؤدي الي خلق الثقة بين المنظمة والعاملين فيها كما يؤدي الي تنمية الانتماءات الناجحة والكافية لتحفيز العاملين وتعميق اخلاصهم للعمل . (عبدالمعطي،1993)

ويتضمن هذا الامر تعريف هؤلاء بالسياسات العامة للمنظمة وبأهدافها وبطرق وبأساليب العمل المتبعة وباتجاهات ذلك المستقبلية ، كما يتضمن القيام بكافة النشاطات الاجتماعية والترفيهية الموجهة لخدمة هذه الاغراض . (عبدالمعطي،1993)

ومن ابرز الوسائل التي على ادارات العلاقات العامة ان تهتم بها تحقيقاً لهذا الهدف :-

أ- دراسة احتياجات ومقومات رضاهم والعمل على توضيح كافة الاهداف والمسائل والسياسات والخطط الخاصة بالمنظمة لكافة العاملين .

ب - دراسة مشاكل العمل المختلفة والعمل على تذييلها ومجابتها وحلها .

ج - مواجهة أي ممارسات تعبر على تحيزية او عدم مساواة او عدم عدالة .

د - مواجهة أي حالات من عدم الفهم والعمل على توضيح كافة الاهداف والمسائل والسياسات والخطط الخاصة بالمنظمة لكافة العاملين .

هـ - مواجهة أي ممارسات راعية او تنافسية قد تؤدي الي مجابهاة او عدم التعاون بين العاملين ، مما يفسد المناخ العام داخل المنظمة .

و- العمل على جذب الموظفين الأكفاء ونوي المهارات المميزة والعمل على الحفاظ عليهم في المنظمة وعدم التفريط فيهم لأي اسباب بسيطة . (عبدالمعطي،1993)

ز- مشاركة العاملين عند وضع السياسات والخطط المختلفة .

ح - التأكد على ضرورة توضيح الاختصاصات المختلفة لجميع الموظفين على اختلاف مستوياتهم الوظيفية حتى لا يحدث ازدواج او تنازع بين اختصاصاتهم .

خ - التأكد على ضرورة وجود سياسات اجور عادلة وتحقيق التوازن بين مستويات الدخل في المنظمة ومستوياتها في المجتمع وكذلك توازن الاجور مع مستويات المعيشة ضماناً لتوازن العاملين وعدم انحرافهم ، فالانحراف او الفساد الاداري يبدأ بدرجة الاولى مع الاحساس بالحاجة وعدم القدرة على اشباعها . (عبدالمعطي،1993)

ثانياً : ربط المنظمة المعينة بالخارج وذلك عن طريق تعريفها بكل ما يدور حولها من متغيرات اجتماعية او سياسية او اقتصادية الخ وتعريفها باتجاهات الرأي العام من حولها وخاصة الرأي العام لجمهور المتفقيين او الجمهور ذو صلة بنشاطات المنظمة او بأهدافها والحرص على نقل ما يتعلق بهذه المشاكل في هذه الأوقات المناسبة وبالكيفية الخالية من المبالغة او التشويه وهنا فإن العلاقات العامة تكون مطالبة بما يلي

أ - البحث عن البيانات والمعلومات المتعلقة بكافة هذه المتغيرات كما هي في الحاضر وكما يحتمل ان تكون عليه في المستقبل .

ب- دراسة اتجاه الرأي العام وقياسها بطرق علمية وعرضها على ادارة الشركة .
(عبدالمعطي،1993)

ج- تحديد بدائل الذي على المنظمة ان تتخذه ازاء هذه المتغيرات .

ثالثاً : بعد الجهات الخارجية مع المنظمة المعينة وذلك عن طريق القيام بتنظيم حملات دعائية وبرامج لغوية ، وترويج معلومات وبيانات بصورة واعية ومخططة عن المنظمة وأهدافها وابرار قوى ارتباط هذه الاهداف بالمصالح العامة لتلك الجهات والتركيز على أهمية تعاون الجميع مع المنظمة من اجل تحقيق اهدافها وإغراضها التي تترابط مع اهدافهم ومصالحهم .
(عبدالمعطي،1993)

كذلك فإن على ادارة العلاقات العامة التي تحرص على رسم صور محببة للمنظمة وابرار مكانتها واهميتها على مستوى المجتمع وفي عملية تصورية والاستحداث الحضاري ولعل ابرز الرسائل التي يمكن الاستناد اليها لتحقيق هذه الغرض :-

- أ- رعاية وتعزيز علاقات ودية مع المجتمعات المحلية التي توجد فيها المنظمة او التي تمتد إليها خدماتها وقد يكون في العمل علي تشكيل مجالس اهلية لرعاية ما تقوم به المنظمة وللتسيق بين متطلبات الاهالي وبين سياسات المنظمة ما يمثل مدخلاً هاماً على هذه الطريق ولعل مجالس الاباء او الامهات في المدارس ما يمكن ان يمثل نموذجاً يمكن القياس عليه بالنسبة لبعض المؤسسات العامة مع التركيز على اعطاء هذه المجالس دوراً حيويماً او ان يكون كلاهما مسموعاً وإلا نفقد معناها وقد تصبح سلبية اكثر منها ايجابية . (عبدالمعطي،1993)
- ب- تطوير الانتاج والخدمات التي تقدمها المنظمة للمجتمع بحيث تراعي في ذلك ذوق الناس وتقاليدهم وقدرتهم على الدفع وغير ذلك من الاعتبارات .
- ج- اعلام الجمهور بوجهة نظر المنظمة وبطريقة تفكيرها وسياستها بالقواسم المشتركة بين اهدافها وأهدافه والعمل على رفع اسم المنظمة وخدماتها بحيث تصبح على درجة عالية بالنسبة للمواطنين والزرع في وجدانهم مما يستدعي عمليات التواصل مع الناس بشتى الطرق والأساليب العلمية المدروسة .

د- تصحيح سوء الفهم حول المنظمة , وذلك بالرد على أي تساؤلات او بتنفيذ ما يوجه اليها من نقد والعمل على الرد على هجمات القوى الضاغطة والمعارضة دونما تجريح وبالاستثناء الى الوقائع والحجج الواقعة .

ه - التعاون مع المدارس والكلديات وغيرها من المؤسسات التعليمية ودعمها ومساعدتها بما يمكن ان يوطد العلاقات الودية والتفاعلية معها .

ح- التعاون مع بقية المؤسسات العامة او المنظمات الشعبية , كالنقابات والنوادي والجمعيات من اجل تطويل الفهم لوظيفة المنظمة ودورها وبناء برامج عمل مشتركة معها . كالبرامج الثقافية والاجتماعية وغيرها مما يمكن ان يخدم التنمية في المجتمع .

ز- تنظيم وعقد المؤتمرات والندوات وإقامة المعارض المشاركة في هذه الصور مع الحرص على ان تكون المشاركة فعالة وقادرة على تقديم المنظمة بصورة لائقة وملفتة للاهتمام والتقدير .

ه- تنظيم الحفلات والزيارات التي تقام في بعض المناسبات وذلك لتحسين صورة المنظمة وسمعتها . (عبدالمعطي، 1993)

وبعد فان هناك مطلبين اساسيين لابد من مراعاتها من قبل المنظمة وإدارة العلاقات العامة حتى يتحقق الهدف الجوهرى وهما :

1- ضرورة ادراك ان الاعلان هذا الهدف وتعميمه واقتناع الناس به لا يعتبر نهاية المطاف بالنسبة لآيه منظمة , حيث لابد ان تبرز الروح الاجتماعية العامة للمنظمة في ممارسته المختلفة وذلك فان النتائج المعلومة ستقلب الي نقيضها وتستفيد ادارة العلاقات العامة مصداقيتها في أي ممارسات اخري وعلى ادارة المنظمة ان تعي ان للعلاقات العامة ليست شفاءً للسياسات الضعيفة او الانتاج او الخدمات الضعيفة او السيئة , وليست غطاءً لذلك وإنما هي ادارة لتعريف الناس بالمنظمة وبخطواتها الارتقائية وبدوره الحضاري .

2- اهمية ان تعي ادارة العلاقات العامة ان يقع الرأي العام ومطالب الناس في اطار العملية الادارية للمنظمة المعينة وهل يتم اخذ اتجاهات الرأي العام ومطالب الناي باعتبار كمدخلات اساسية في هذه العملية ام ان المنظمة ترى ان هذه الاتجاهات او المطالب غير منطقية او مبالغ فيها . او انها لا تمثل اولوية ملحة على سلم الالويات . (عبدالمعطي،1993)

فاذا كانت المنظمة تأخذ بالفلسفة الاولى فان مهمة العلاقات العامة تكون سهلة الى حد كبير , حتى يمكنها ان تروج وتؤكد للناس ان المنظمة بصدد تحقيق من يريدون وان عليهم دعمها وتأييدها ومساندتها حتى تتمكن من تقديم ذلك بالصورة المأمولة .

اما اذا كانت المنظمة تأخذ بالفلسفة الثانية فان مهمة العلاقات العامة تصبح اكثر تعقيداً وتتركز بالدرجة الاولى في عدم مخادعة الناس وإنما في اعدادهم بما يضمن اعادة توجيه اهتماماتهم ومطالبهم والعمل بعد تعديلها لإحداث مقارنة بين ممارسات المنظمة وبين هذه المطالب وبعد تعديلها والتركيز على ان المنظمة لا تتجاهل مطالبهم الآنية التي يطرحونها , إلا ان نظام اولويات المنظمة سيؤدي الى تحقيق ذلك في مرحلة لاحقة وان هذه المطالب يمكن ان تشير الى ما هو افضل لمصلحة الناس انفسهم ومحاولة اقناع الناس بذلك .

ولعلنا نرغب في التوكيد هنا على ان مهمة العلاقات العامة لا تتحقق بسرعة بل تحتاج الى وقت طويل تقريباً حتى تتمكن من الحصول على ثقة الناس واحترامهم . (عبدالمعطي،1993)

وخلاصة القول فانه يمكن بلورة وظائف العلاقات العامة الحديثة في خمسة وظائف رئيسية :-

1- البحث والدراسة العلمية الموجهة بصورة اساسية لدراسة مشاكل المنظمة الداخلية والخارجية ووضع حلول لها ولقياس اتجاهات الرأي العام لدى جمهور المؤسسة في الداخل والخارج نحو المنظمة وأهدافها وسياسة ممارستها .

2- التخطيط لأهداف العلاقات العامة ورسم سياستها ووضع البرامج الاعلامية والاتصالية اللازمة على المستويين الداخلي والخارجي .

3- تصميم وإنتاج كافة الوسائط والبرامج الاعلامية اللازمة , كالأفلام السينمائية والنشرات والمحاضرات والإعلانات سواء الموجهة منها الى الجمهور الخارجي والى العاملين في المؤسسة . (عبدالمعطي،1993)

4- التنسيق والاتصال مع الجمهور الداخلي والخارجي على المستويين الرسمي وغير رسمي كذلك بالأساليب والمداخل المختلفة المناسبة لكل حالة مما يتضمن تناسق العمل وتوحيد اهتماماتهم وانسجام العلاقات فيما بينهم وبين الادارة العليا في المنظمة , وكذلك تناسق وتوحد للاهتمامات بين المنظمة واتجاهات الجمهور الخارجي .

5- التعاون مع كافة ادارات او احدث المؤسسات وذلك بتقييم الخدمات اللازمة لها والتسهيلات والالتزامات الممكنة لمساعدتها على القيام بوظائفها وكذلك الاشراف علي الموظفين التابعين لإدارة العلاقات العامة والحرص علي تطويرهم وتنميتهم بما يؤهلهم ويملكهم المعرفة والمهارات اللازمة لقيامهم بوظائفهم بالفعالية المأمولة . (عبدالمعطي،1993)

تهدف العلاقات العامة في أي مؤسسة او منظمة خاصة او عامة الى تحقيق مجموعة من الاهداف وأهمها :-

1- اعلان الجمهور بسياسة تلك المؤسسة او خدماتها او منتجاتها حتى يكون علي بيينة وإطلاع دائم وذلك لتوفيق وتيسير التعاون البناء .

2- نقل متطلبات وأفكار ورغبات الجمهور الى ادارة المؤسسة من اجل دراستها وتلبيتها قدر الامكان .

3- معرفة منطلقات واحتياجات العاملين في مؤسسه من النواحي النفايه والبرويجيه او استحقاق المكافآت والعمل على مساعدتهم في حل مشاكلهم وتشجيعهم علي المساهمة في النشاطات الفكرية والاجتماعية .

4- المشاركة مع ادارات المؤسسة الاخرى علي اعداد المواد الاعلامية والمطبوعات الثقافية والنشرات المتعلقة بأعمال ومنتجات المؤسسة كإدارة التسويق او الإنتاج او الأفراد لتفريق الجمهور بذلك . (عبدالمعطي،1993)

5- توثيق الاتصال بين المؤسسة والجهات او المنظمات الاخرى واستخدام مختلف وسائل الاتصال المكتوبة او المرئية او مختلف وسائل الاتصال الاخرى كالهاتف او البريد الالكتروني وثمة اختلافات في مجال الاهداف عندما يكون العلاقات العامة جهازاً من اجهاز الدولة او الحكومة فتكون الاهداف كالآتي :-

أولاً : في المجال الاداري :-

أ- تشجيع مبادرات بعض الاداريين لحل المشكلات التي تعرقل العمل .

ب- تنشيط المناقشات الهادفة للتطوير الاداري

ج - نقد الاجراءات والقوانين التي تعيق حرية الابداع والعمل .

ثانياً : في المجال الاقتصادي :-

أ- تنمية وتشجيع الوعي الادخاري .

ب- ترشيد الانفاق الحكومي .

ج- ترشيد استهلاك كل من (الماء , الكهرباء , الثروات الطبيعية) .

د- نشر الوعي التأميني .

هـ- تقديم الارشادات والتنقيف في مجالات الصحة والزراعة والتغذية والامن الصناعي .

ثالثاً : في المجال السياسي :-

أ- تنمية الشعور الانتمائي للجماهير

ب- محاربة الاشاعات والدعايات المفرضة .

ج - تنقد الاخطاء والسلبيات للمسئولين وتقديم النصائح .

د- تعبئة الجماهير للتغيرات . (عبدالمعطي،1993)