المحاضرة الأولى مدخل عام للمقياس

الغرض البيداغوجي: بعد المحاضرة يكون كل طالب قادرا على معرفة أهم مواد العلاقات العامة التي يمكن أن تقوم مختلف الإدارات بإنتاجها سواء في المؤسسات أو الهيئات والتنظيمات الإدارية أو المؤسسات الاقتصادية سواءالانتاجية أو الخدماتية .

مقدمة:

تستخدم العلاقات العامة في ممارسة نشاطها الاتصالي وسائل الإعلام المختلفة , وأهميتها وسائل الاتصال الجماهيري التي لا غنى لأية مؤسسة متحضر عنها في الوقت الحاضر , وهي الصحف اليومية والمجلات والإذاعة الصوتية والإذاعة المرئية (التلفزيون) والفيلم السينمائي .

كما تستخدم المؤسسات بعض وسائل الإعلام الخاصة التي تصدرها بنفسها كمجلة المؤسسة أو النشرة الإخبارية , وكالمعارض والحفلات والمهرجانات , وهناك وسائل الاتصال الشخصي كالخطابة والمحاضرات العامة ومكاتب الاستقبال وغيرها .

ويتوقف استخدام هذه الوسائل على الوضع المالي للمنظمة , وعلى مدى الاختمام الذي توليه للعلاقات العامة مع جماهير المنظمة .

وتقسم وسائل الاتصال إلى ما يلي :

أولا : الوسائل المباشرة :

والوسائل المباشرة للاتصال ربما أكثر الوسائل فاعلية وتأثيراً في الجماهير لأن الاتصال بين المرسل والمستقبل يكون عادة مباشراً , أي وجهاً لوجه , يعني أن ما يريد أن يقوم , وما يريد أن يعطيه المرسل من انطباغه يتحقق في لحظات أو دقائق معدودة وبسرعة , وتأخذ هذه الوسائل المباشرة الأشكال التالية :

1- تنظيم الحفلات والدعوات الخاصة :

وتنظيم الحفلات يدخل في اختصاص إدارة العلاقات العامة ويمثل نوع من الاتصال المباشر مع الجماهير , سواء كانت هذه الحفلات للعاملين داخل المنشأة أو الجمهور المتعامل معها , أو عملاء المنشأة وفي الحفلات يتم التعارف بين كبار المسئولين في المنشأة والمدعوين إلى الحفل ويتبادلون مع بعضهم البعض الحديث والمناقشات التي تجعل كل منهم أكثر تفهاً للآخرين وآرائهم واتجاهاتهم . وقد تكون الحفلات لأغراض التكريم , أو الحفاوة أو الاستقبال لزوار أجانب , ومثل هذه الحفلات يجب إعدادها بالمستوى المناسب لشخصية ومكانة هؤلاء الزوار , كما قد يدخل ضمن هذه الحفلات

الدعوة المحدودة لعدد قليل من الزوار على الغذاء أو العشاء في أحد الأماكن الممتازة بالمدينة , ويتم في هذه اللقاءات انجازات كثيرة .

2- الاشتراك في المسابقة العامة :

ومن ضمن وسائل الاتصال المباشر بالجماهير , الاشتراك في المسابقات العامة أو مسابقة التلفزيون أو الراديو , أو مسابقات شهر رمضان , وفي هذه المسابقات تقدم المنشأة هدايا عديدة للمشتركين .
ولا يخفى ما تمثل هذه المسابقات من اهتمام خاصة من الجمهور قد يساعد بدوره في زيادة مبيعاتها , وارتياد المواقع التي تعرض فيها سلعها وخدماتها , ومن أمثلة هذه المسابقات المعارض العامة .

3- المشاركة في الحياة العامة :

عن طريق قيام إدارة العلاقات العامة بانتهاز المناسبات العماة والفرص المناسبة التي يشترك فيها أعداد كبيرة من الجمهور مثل الحفلات العامة أو الاحتفالات الرسمية التي تقيمها الدولة وأجهزتها , لكي تشارك فيها الإدارة بمجهود ملحوظ , وتساهم بعمل أو تقديم هدايا أو عمل باقات ورد .
وحتى في حالات الوفيات أو الجنازات الكبرى تقوم العلاقات العامة بتقديم العزاء واختيار عدد من كبار العاملين لتقديم التعازي , أي المشاركة في السراء والضراء , وإبراز المشاعر الطيبة , مما يساعد على إقامة علاقات جيدة مع الآخرين , وانتشار السمعة الطيبة للمنشأة .

4- خدمة المجتمع المحلي :

يتم تقديم خدمات عديدة للمجتمع المحلي , مثل : إنشاء حضانة لأبناء الحي , أو مستوصف علاجي للمرضى , أو عمل حضانة أو سوبر ماركت أو جمعية تعاونية لخدمة البيئة في المنطقة التي يوجد بها المصنع أو مكاتب المنشأة .

5- رعاية العاملين بالمنشأة :

تعتبر رعاية العاملين من الوسائل المباشرة للاتصال مع العاملين بالمنشأة ففيها تقدم الخدمات في حالات العجز أو الإصابة وكذلك في حالات الوفيات وغيرها من المواقف التي تستدعي وقوف المنشأة إلى جوار عمالها وإشعارهم بحرصها على راحتهم , وهذا يوطد الصلة بين الإدارة والعاملين , وكذلك قد تقيم المنشأة عيادات خاصة للعاملين ولعائلاتهم بحيث تتحقق لهم الرعاية الصحية الملائمة , مجاناً أو مقابل رسوم رمزية بسيطة .

وبالمثل يمكن أن تقيم المنشأة دار الحضارة لأطفال العاملين بحيث يمكن للأم أن تطمئن على طفلها , وتتصرف إلى عملها ويمكنها أن تشاهد مرة أو مرتين أثناء النهار , هذا بخلاف الخدمات الأخرى , مثل الجمعيات التعاونية وعربات النقل التي تقدمها المنشأة كخدمة للعاملين في المؤسسة .