

أخلاقيات العلاقات العامة

المحاضر:
أ.د/ إيناس عبد الحميد

PRL637

برنامج الماجستير في العلاقات العامة

المحاضرة ١٠



خلاصة المحاضرة السابقة:

تناولنا في المحاضرة السابقة عددا من الموضوعات ذات الصلة بالاتجاهات الحديثة في أخلاقيات العلاقات العامة ومنها :

- الاستدامة وعلاقتها بأخلاقيات العلاقات العامة..
- كيف تدعم العلاقات العامة جهود الاستدامة؟
- ما هي اتصالات الاستدامة؟
- استراتيجيات القيادة الأخلاقية لبناء الثقة داخل مجموعات العمل.
- القيادة بالقُدوة وتعزيز القيادة الأخلاقية في فرق العمل والمؤسسات.
- بناء ثقافة اتخاذ القرار الأخلاقي.

في المحاضرة العاشرة:

- ❖ حملات العلاقات العامة والممارسات الأخلاقية في اعدادها وتنفيذها.
- ❖ تحليل المهارات اللازمة لممارسي العلاقات العامة بمعايير أخلاقية.



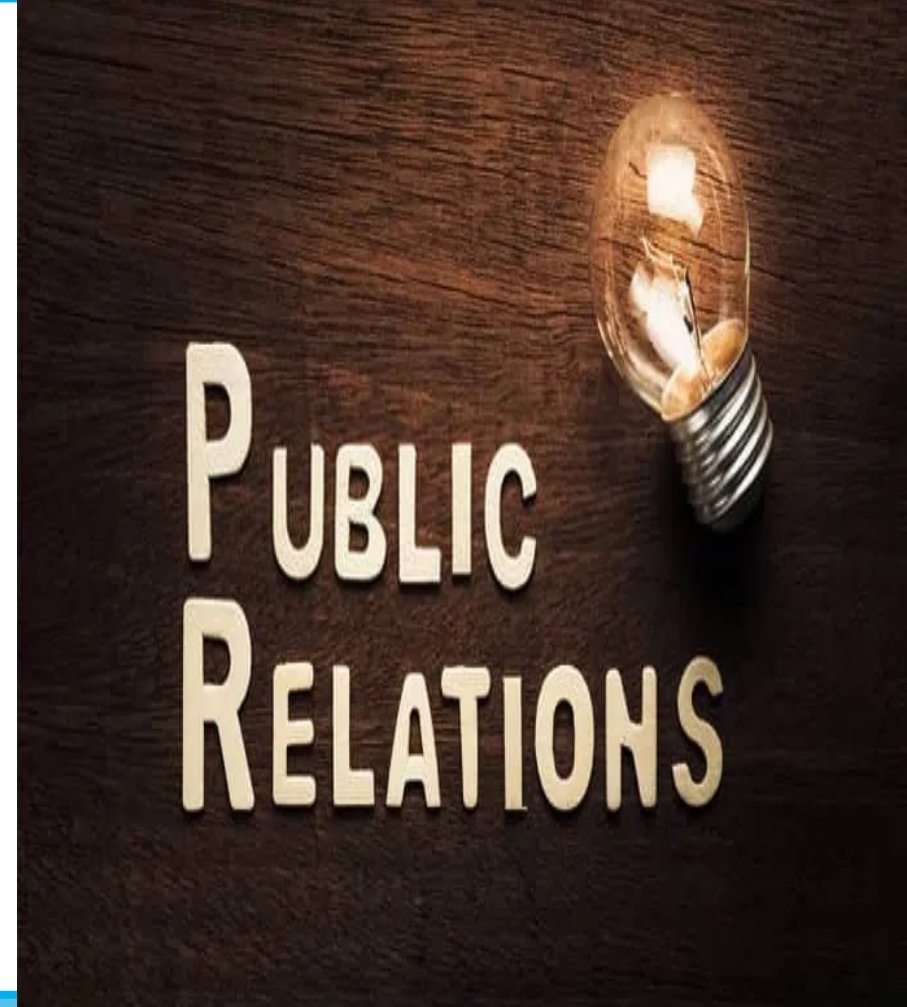
المحاضرة

١٠

أولاً : حملات العلاقات العامة والممارسات الأخلاقية في اعدادها وتنفيذها

حملات العلاقات العامة هي مجموعة من الأنشطة المخطط لها التي تهدف إلى بناء صورة إيجابية عن مؤسسة أو فرد معين لدى الجمهور المستهدف. هذه الحملات تركز على **بناء علاقات قوية** مع مختلف شرائح الجمهور، مثل العملاء، المستثمرين، وسائل الإعلام، والمجتمع المحلي، بهدف التأثير على آرائهم ومواقفهم.

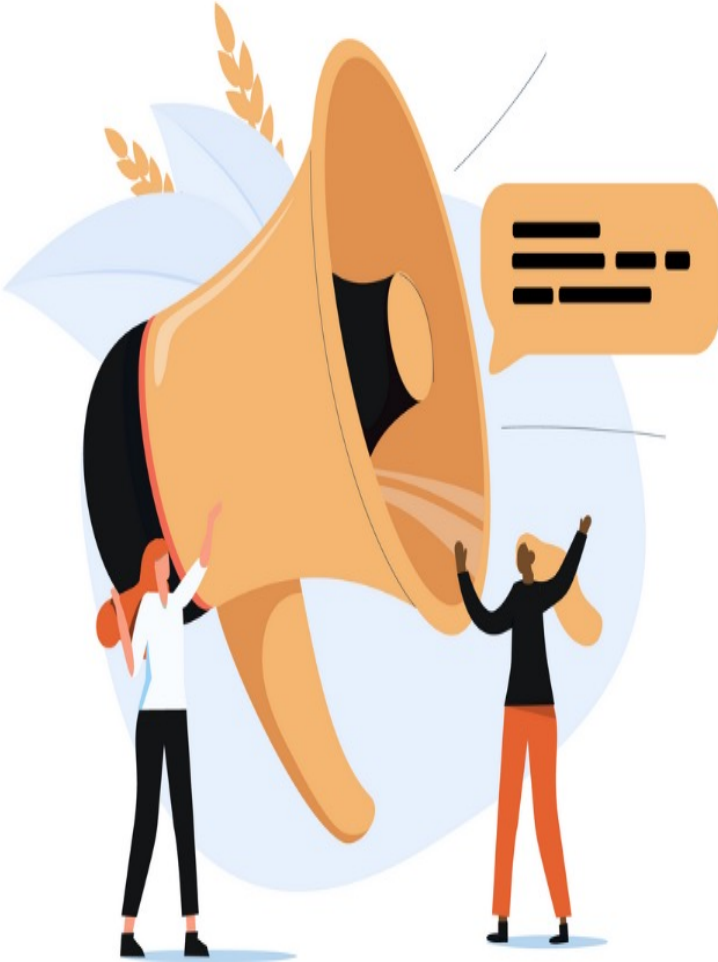
- أنشطة الحملة تعمل **نحو هدف مشترك**، وعادة ما يتم تحديد إطار زمني محدد لها. اعتمادًا على الهدف وما تسعى للوصول إليه ، قد تختلف الأنشطة عن بعضها البعض ولا توجد حملتان متماثلتان. تفضل العديد من الشركات الحصول على مساعدة من الخبراء لتنفيذ حملة علاقات عامة.



• تمنح حملة العلاقات العامة الجمهور فرصة لمعرفة المزيد عن العلامة التجارية **دون ضغوط تسويقية أو مبيعات.**

• فالحملات الجيدة ذات مصداقية أكبر مع جمهورها وبناء علاقات إعلامية أقوى. تصبح هويات العلامات التجارية أقوى وأكثر

• بعض حملات العلاقات العامة ليست أكثر من مجرد بيان صحفي مكتوب بشكل جيد يتم توزيعه على شبكات إعلامية كبيرة - على سبيل المثال عبر خدمة التوزيع الصحفي ، يمكن لوسائل الإعلام الإخبارية والمدونات والناشرين الآخرين التقاط البيان الصحفي ومشاركته على قنواتهم. يمكن مشاركة نفس البيان الصحفي على قنوات. المؤسسة أيضًا، مثل موقع الويب والمدونة وقائمة المشتركين في البريد الإلكتروني ووسائل التواصل الاجتماعي.



مثال لحملة علاقات عامة

- لقد ركزت شركة LEGO دائمًا على تنمية الطفولة والمرح، لذلك تتضمن استراتيجية العلاقات العامة الخاصة بها تقديم خدمات للمجتمع في هذا الإطار.



- تبرعت الشركة مؤخرًا بـ 600 مجموعة مكعبات لبناء ماسح ضوئي للتصوير بالرنين المغناطيسي (MRI) من LEGO لمساعدة الأطفال على التغلب على المخاوف من إجراء فحص التصوير بالرنين المغناطيسي. من خلال اللعب وتمثيل الأدوار والبناء التفاعلي، يمكن لشركة LEGO والمستشفيات مساعدة الأطفال على بناء الثقة أثناء التعلم والاستمتاع في بيئة مرهقة للأعصاب.

مثال لحملة علاقات عامة



The Selfie Talk: Social media & self-esteem

This is a representation of how far retouching apps can distort beauty. #NoDigitalDistortion is our movement to help build confidence and positive body image on social media. Get our Confidence Kit and have the Selfie Talk with a young person in your life. Let's reverse the negative effects of social media and body violence. The Dove Self-Esteem Project can show you how.

إن إشراك الجمهورك في الحملة من خلال محتوى من إنشاء المستخدمين يمكن أن يعزز بشكل طبيعي تأثير الحملة.

اهتمت Dove باعتبارها شركة رائدة في مستحضرات التجميل بتعزيز ثقة السيدات في أنفسهن، ومن خلال أحدث حركة علاقات عامة مرتبطة بالمسؤولية الاجتماعية لها، #TheSelfieTalk تستهدف الفتيات والنساء الصغيرات، وهذه الحملة هي جزء من حملة تبنتها الشركة #NoDigitalDistortion movement لتوضيح أن معايير الجمال التي تظهر في وسائل الاعلام أحيانا تكون مؤذية ولا يمكن الوصول لها في الواقع لان معظمها يستخدم الفوتوشوب وفلاتر الصور. وقد توجهت الحملة الى شريحتين من الجماهير واحدة للآباء وواحدة للمعلمين. تتضمن كل مجموعة طرقًا للتحدث مع الأطفال والمراهقين حول صور السيلفي وكيفية احتضان الفردية وإيجابية الجسم.

<https://www.meltwater.com/en/blog/best-pr-campaigns>

أهداف حملات العلاقات العامة



أمثلة:

حملة "دولتشي أند غابانا" في الصين: واجهت العلامة التجارية الإيطالية انتقادات واسعة في الصين بسبب إعلان اعتبر مسيئاً للثقافة الصينية. تظهر في الفيديو موديل صينية ترتدي ملابس من العلامة التجارية وتحاول أن تاكل من الأطباق الإيطالية كالبيتزا و السباغيتي بـ"التشوب ستيكس" أو العيدان الخشبية اللي بيستعملها الصينيون في الاكل لأطباقهم التقليدية. وفي الفيديو أيضاً صوت رجل يحاول أن يعرف السيدة على الطريقة الصحيحة لاكل الطعام الإيطالي , وهو ما اعتبره البعض ان الحملة قللت من ثقافة الصين التي تعود إلى قرون، وصوّرت النساء الصينيات بطريقة نمطية وعنصرية . في البداية أعلنت الشركة أن حساباتها تم اختراقها وهو ما تبين كذبه بعد ذلك، وهو ما أدى الى الدعوة الى مقاطعة دار الأزياء الإيطالية ، وحذفت عدداً من مواقع التجارة الالكترونية الصينية التي تبيع أونلاين كل المنتجات التي تعود تصاميمها إلى دار "دولشي أند غابانا". وتعتبر السوق الصينية مستهلك كبير للدار الإيطالية .

ثم ردت الشركة بحملة علاقات عامة شاملة شملت الاعتذار علناً ولكنها كانت متأخرة، وإزالت الإعلان، وعينت متحدث رسمي صيني. نجحت هذه الحملة في تهدئة الغضب العام الا أنه لحقت بها خسائر كبيرة. **وهذا المثال يؤكد على ضرورة مراعاة الحساسية الثقافية عند اعداد حملات العلاقات العامة.**

https://www.youtube.com/watch?v=q_Ja17UdiR0

أنواع حملات العلاقات العامة بمعايير أخلاقية :

أنواع حملات العلاقات العامة

تتنوع حملات العلاقات العامة لتناسب الأهداف المختلفة للمؤسسات والشركات والأفراد. ومن الأنواع الشائعة:

1. حملات إطلاق المنتجات والخدمات:

• **الهدف:** تقديم منتج أو خدمة جديدة إلى السوق وبناء الوعي بها.

• **الأمثلة:** مؤتمرات صحفية لإطلاق المنتج، عروض تجريبية، شراكات مع مؤثرين، حملات تسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

2. حملات إدارة الأزمات:

• **الهدف:** التعامل مع الأزمات التي تؤثر على سمعة المؤسسة وإصلاحها.

• **الأمثلة:** بيانات صحفية توضيحية، مؤتمرات صحفية عاجلة، التواصل المباشر مع الجمهور المتضرر.

3. حملات المسؤولية الاجتماعية:

• **الهدف:** بناء صورة إيجابية للمؤسسة من خلال المشاركة في الأنشطة المجتمعية.

• **الأمثلة:** دعم القضايا الاجتماعية، التطوع، مبادرات الاستدامة.

4. حملات التغيير السلوكي:

- الهدف: تغيير سلوك الجمهور المستهدف تجاه قضية معينة.
- الأمثلة: حملات التوعية الصحية، حملات الحفاظ على البيئة.

5. حملات التأثير على السياسات:

- الهدف: التأثير على صنع القرار واتخاذ قرارات معينة.
- الأمثلة: اللوبي، حملات الضغط، الشراكات مع المنظمات غير الحكومية.

6. حملات بناء العلاقات مع وسائل الإعلام:

- الهدف: بناء علاقات قوية مع الصحفيين والمدونين.
- الأمثلة: دعوات لحضور الفعاليات، تقديم البيانات الصحفية، تنظيم مقابلات.

7. حملات التسويق بالنفوذ:

- الهدف: استخدام المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي لنشر الرسائل التسويقية.
- الأمثلة: شراكات مع المؤثرين، تنظيم مسابقات، إعلانات مدفوعة.

8. حملات العلاقات مع المستثمرين:

- الهدف: جذب المستثمرين وتعزيز الثقة بهم.
- الأمثلة: التقارير المالية، العروض التقديمية للمستثمرين، المؤتمرات الاستثمارية.

9. حملات العلاقات مع الموظفين:

- الهدف: تحسين معنويات الموظفين وزيادة ولائهم.
- الأمثلة: برامج التعرف على الموظفين، برامج التدريب والتطوير، الاحتفالات بالنجاحات.

العوامل المؤثرة في اختيار نوع الحملة:

الجمهور المستهدف: من هم الأشخاص الذين تريد الوصول إليهم؟

أهداف المؤسسة: ما الذي تسعى المؤسسة لتحقيقه؟

الأزمة الحالية (إن وجدت):
هل هناك أي أزمة تتطلب إدارة قورية؟

الوقت المتاح: ما هو الجدول الزمني للحملة؟

الميزانية المتاحة: ما هي الموارد المالية المتاحة للحملة؟

خطوات اعداد الحملة بمعايير أخلاقية:



لا بد أن تبدأ أي حملة علاقات عامة ب :
1- تحليل الموقف

والهدف من تحليل الموقف هو تحليل موقفها الحالي وفقا لبيانات صحيحة تم الوصول اليها بشكل أخلاقي.

٢- تحديد الهدف

تبدأ كل استراتيجية علاقات عامة بهدف. قد يكون لفت الانتباه إلى منتج جديد أو تغيير العلامة التجارية، أو ربما وضع العلامة التجارية في ضوء إيجابي بعد تلقي بعض الدعاية السلبية. مهما كان الهدف لابد أن يكون هدف محدد ، واقعي ، يمكن تحقيقه ، محدد الموعد ويمكن قياسه.

٣-اختيار فكرة الحملة الإعلامية ؟

١٠

في حملات العلاقات العامة والتسويق الاجتماعي :

عند صياغة فكرة الحملة تطرح في شكل سؤال (لماذا ؟) على سبيل المثال :

لماذا لا يؤيد الجماهير قرارات المؤسسة؟

لماذا لا يوفر بعض الآباء عند قيادة السيارات عوامل الأمان لأطفالهم داخل السيارات ؟

لماذا يعتقد المعارضين لمصل الكورونا أنه ضار بالصحة ؟

لماذا لا يثق الجماهير في المؤسسة (شركة طيران - خدمة مستشفى ...) ؟

ع- تحديد جمهور الحملة الإعلامية ؟

الجمهور هو مجموعة الأفراد التي تسعى الى الوصول اليها من خلال حملتك الإعلامية ، والتي تكون متجانسة وفقا لعدد من المتغيرات ، منها:

العمر

الموقع

العرق

الحالة الاجتماعية

الدخل

الوسائل الإعلامية التي يتعرضون لها

اللغة

أسلوب الحياة

الثقافة

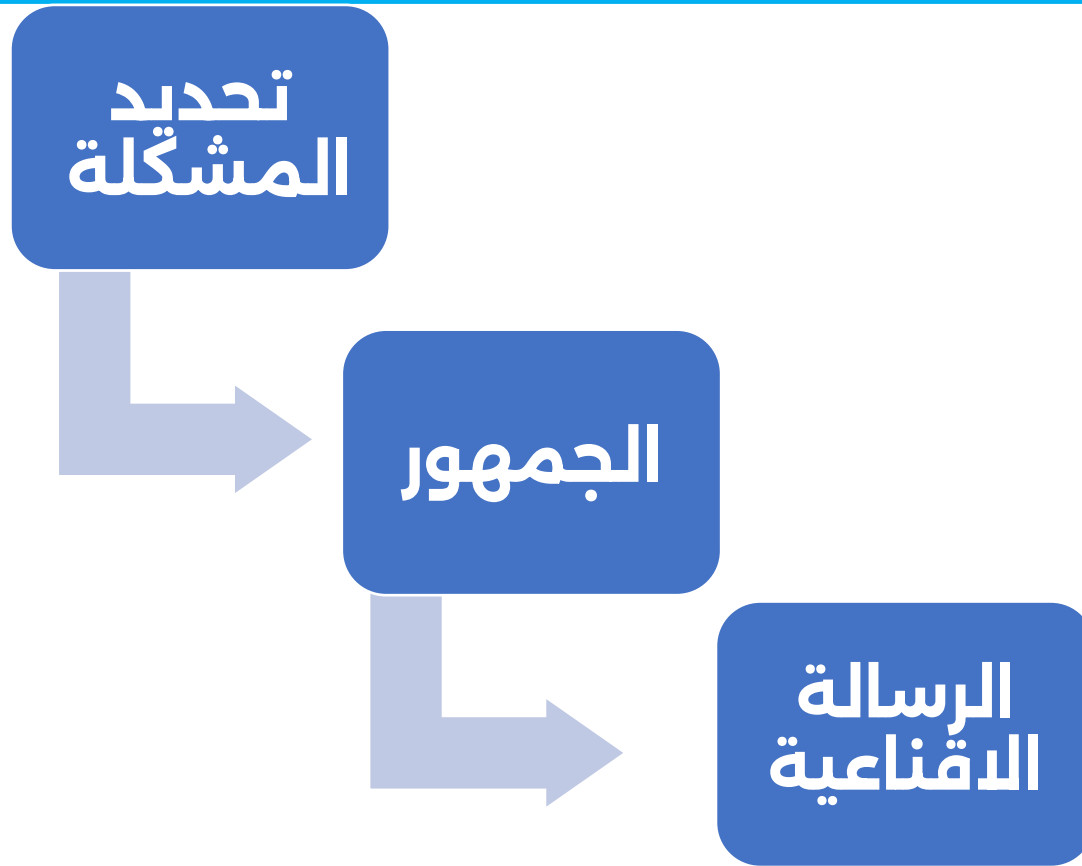
الديانة



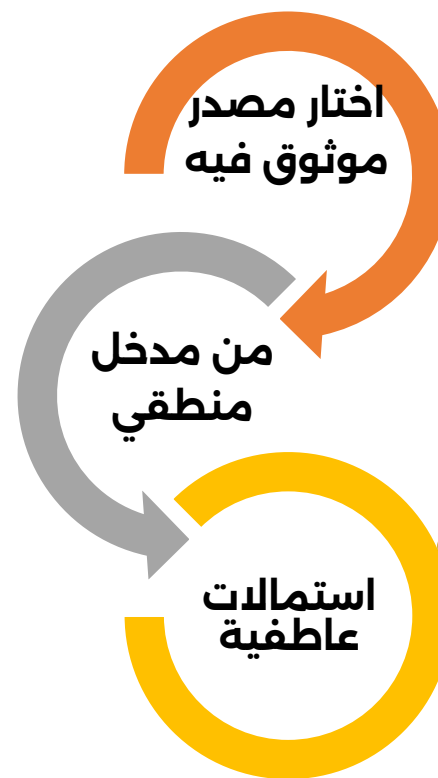
لا بد من التأكد من :

- 1- كلما اتسع نطاق الجمهور المستهدف ، زادت صعوبة الوصول إليهم.
- 2- تحديد الجمهور الصحيح يتوقف عليه باقي خطوات الحملة الإعلامية.

0- تحديد الرسالة التي تركز على السلوك المطلوب في الحملة الإعلامية

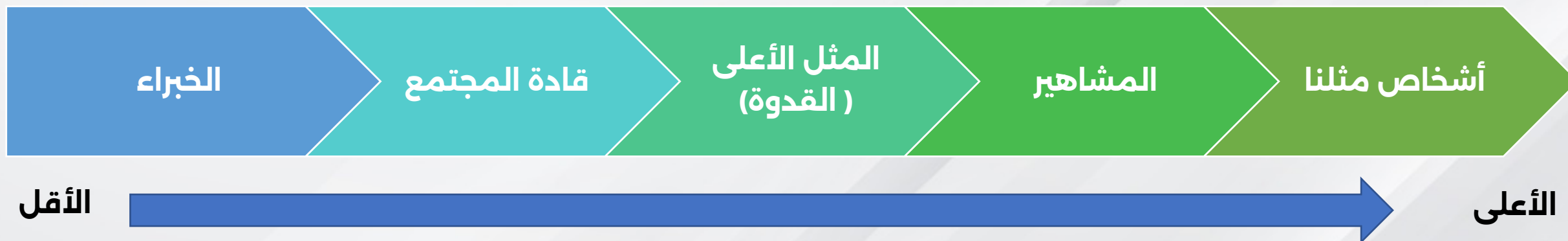


خطوات لإقناع الجمهور:



الحب : القبول - الرقة - التأثر- الشغف - الثقة
الغضب: التهديد - الإحباط - الانزعاج
الحزن: الألم - الوحدة - عدم الاهتمام
السعادة : الثقة - الامتنان - السلام
المفاجأة: الحيرة - الصدمة -

• المصادر الموثوق فيها كمصدر للمعلومات :



واختيار أعضاء من المجتمع المحلي وأماكن يعرفها الجمهور يجعل المشاهدين أكثر تقبلاً للرسالة الإعلامية لأنها قادمة من مجتمعاتهم.

• في السوشيال ميديا :
الثقة في المؤثرين influencers تعتمد على :

الجدارة بالثقة

الخبرة

الاجاذبية

التشابه معنا

يمكن جعل الرسالة أكثر اقناعاً من خلال:

تصميم الرسالة لتناسب أسلوب
حياة الجمهور

استخدم أصواتاً محلية يمكن
للجمهور التعرف عليها

استخدم اللغة والقيم
والرسومات الأكثر ارتباطاً
بالمجتمع

٦- اختيار الوسيلة

فيديو: كارتون - فيديو قصير - برنامج مصور

مطبوع

صوت : راديو - بودكاست - ...

على الأرض: مؤتمر صحفي - تنظيم حدث -
مقابلة

مرئي: جرافيك - صورة - انفوجراف

٦- تقييم الحملة

•التقييم وهو خطوة هامة تتم بمقارنة النتائج بالأهداف المحددة.

المعايير الأخلاقية في حملات العلاقات العامة:

تشمل المعايير الأخلاقية في حملات العلاقات العامة مجموعة من المبادئ والقيم التي يجب على ممارسي هذا المجال الالتزام بها، من أجل بناء الثقة والمصداقية والحفاظ عليها مع أصحاب المصلحة. فيما يلي بعض أفضل الممارسات للعلاقات العامة الأخلاقية: والتي تشمل:

- **الصدق والشفافية:** يجب أن تكون جميع المعلومات المقدمة لأصحاب المصالح دقيقة وصادقة، بالإضافة إلى تجنب التضليل أو المبالغة. بجانب الشفافية والكشف عن أي معلومات ذات صلة باتخاذ القرار.
- **الاحترام لجميع أصحاب المصالح:** يجب احترام جميع أصحاب المصلحة، مع الاعتراف بحقوقهم ومصالحهم. بما في ذلك العملاء، والموظفين، والشركاء، والمجتمع المحلي. بالإضافة إلى التعرف على احتياجاتهم ومحاولة تحقيقها.
- **العدالة:** يجب معاملة جميع الأطراف بإنصاف وعدل، وتجنب التمييز أو التحيز.

•**المسؤولية:** يجب تحمل المسؤولية عن الأفعال والقرارات التي تؤثر على سمعة المؤسسة، والاستعداد لقبول النقد.

•**النزاهة:** يجب تجنب أي شكل من أشكال الفساد أو الصراع في المصالح.

•**تجنب تضارب المصالح:** يجب تجنب المواقف التي تتعارض فيها مصالح ممارسي العلاقات العامة الشخصية أو المهنية مع مسؤولياتهم تجاه منظماتهم أو أصحاب المصلحة.

أهمية الالتزام بالمعايير الأخلاقية في حملات العلاقات العامة:

• **بناء الثقة:** الالتزام بالمعايير الأخلاقية يبني الثقة بين المؤسسة وجمهورها، مما يعزز العلاقات على المدى الطويل.

• **حماية السمعة:** أي انتهاك للمعايير الأخلاقية يمكن أن يؤدي إلى أضرار جسيمة لسمعة المؤسسة.

• **الامتثال للقوانين واللوائح:** يجب على حملات العلاقات العامة الامتثال للقوانين واللوائح المعمول بها في كل دولة.

• **تحسين الأداء:** الشركات التي تتبع ممارسات أخلاقية في علاقاتها العامة يمكنها أن تحقق أداء أفضل.

كيف يمكن ضمان الالتزام بالمعايير الأخلاقية في حملات العلاقات العامة؟

- **وضع مدونة قواعد سلوك:** يجب على كل مؤسسة أن تضع مدونة قواعد سلوك واضحة تحدد المعايير الأخلاقية التي يجب على جميع الموظفين الالتزام بها.
- **التدريب والتوعية:** يجب توفير التدريب المستمر للموظفين حول أهمية الأخلاقيات في العلاقات العامة وكيفية تطبيقها في العمل.
- **الرقابة المستمرة:** يجب وضع آليات للرقابة المستمرة على تطبيق المعايير الأخلاقية في جميع أنحاء المؤسسة.
- **الشفافية:** يجب أن تكون المؤسسة شفافة في تعاملاتها مع الجمهور، وأن تكون مستعدة للرد على أي أسئلة أو استفسارات.

ثانيا: المهارات اللازمة لممارسي العلاقات العامة بمعايير أخلاقية

قبل التطرق الى المهارات اللازمة لممارسي العلاقات العامة لابد من التعرف على واجباتهم ومسئولياتهم حتى يمكن تحديد المهارات اللازمة لتنفيذها.

المسئولية المهنية: وهي الواجبات التي يلتزم بها بحكم عمله ومسئوليته

اسداء المشورة الى الإدارة العليا في كل ما يتعلق بها أو بسياساتها أو سمعتها.

تطوير العلاقات الإعلامية الإيجابية والعمل على استمالتها

اعداد النشرات الصحفية عن أنشطة المؤسسة

العمل على وصول المعلومات الى الجمهور في أفضل شكل لإبراز المؤسسة كمواطن صالح.

تنظيم الاحتفاليات والمراسم.

التواصل مع ممارسي العلاقات
العامة في المؤسسات الأخرى
لتنسيق الجهود.

معاونة الإدارة في اعداد التقرير
السنوي .

وضع برامج زيارات الهيئات أو الأفراد
للمؤسسة والاشراف على تنفيذها.

اعداد ميزانية العلاقات العامة
لعرضها علي مجلس إدارة
المؤسسة.

التواصل مع مديري الإدارات
والأقسام الأخرى بالمؤسسة.

المسؤولية الاجتماعية: الواجبات والالتزامات الواجب القيام بها لطبيعة عمله تجاه المجتمع

تقديم الخدمات للمجتمع

تمثيل المؤسسة في الأحداث
الجماعية المختلفة.

نشر الوعي بين الجماهير واقناعهم

المساهمة في تطوير المجتمع من
خلال تحديد احتياجاته.

اعداد حملات المسؤولية الاجتماعية

١٠

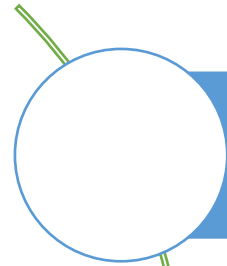
المهارات اللازمة لممارسي العلاقات العامة بمعايير أخلاقية

القدرة على وضع أهداف العلاقات العامة ، أهدافا واضحة محددة ، Smart Objectives

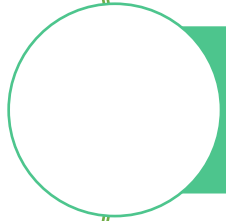
القدرة على تطوير استراتيجيات تحقيق الأهداف.

القدرة على تحديد الأولويات.

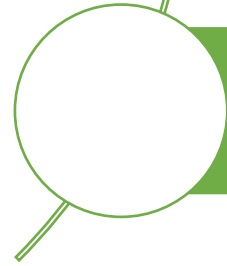
المهارات اللازمة لممارسي العلاقات العامة بمعايير أخلاقية



القدرة على إيجاد بيئة عمل ملائمة داخل المؤسسة.



إمكانية الإسهام في وضع تصورات للمستقبل بناء على توقعات مستقبلية.



الفهم الكامل لمهام وأدوار العلاقات العامة.

المهارات اللازمة لممارسي العلاقات العامة بمعايير أخلاقية

الخبرة بطبيعة عمل العلاقات العامة في المؤسسات المختلفة وفقا لثقافتها ونوع الملكية وغير ذلك.

القدرة على تحديد المشاكل وإيجاد الحلول المناسبة لها.

القدرة على التنفيذ من خلال فريق العمل المتعاون.

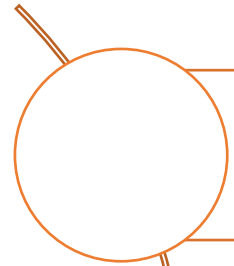
المهارات اللازمة لممارسي العلاقات العامة بمعايير أخلاقية

القدرة على تحقيق القيادة الأخلاقية.

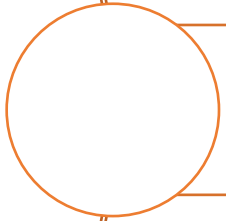
مهارة اجتذاب عناصر جديدة لدعم جهاز العلاقات العامة.

امتلاك مهارات التنظيم.

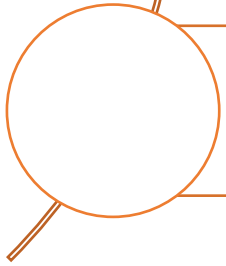
المهارات اللازمة لممارسي العلاقات العامة بمعايير أخلاقية



الوعي بأهمية التدريب وتحفيز العاملين على تنمية مهاراتهم.

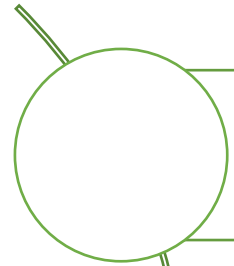


امتلاك قدرات إدارية للإشراف على جهاز العلاقات العامة وتوجيه العاملين به،

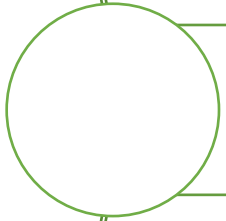


إمكانية تحديد أدوات ووسائل الاتصال المناسبة للجماهير المختلفة.

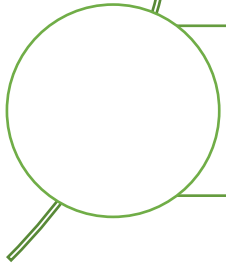
المهارات اللازمة لممارسي العلاقات العامة بمعايير أخلاقية



القدرة على النظر للأمور والمشاكل من وجهة نظر الآخرين.

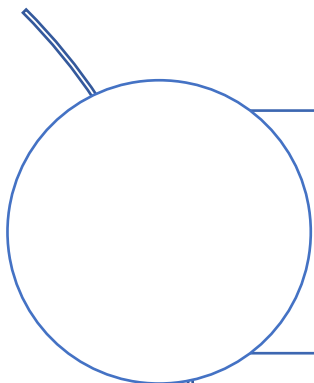


فهم الاتجاهات والتطورات التي تحدث في الرأي العام.

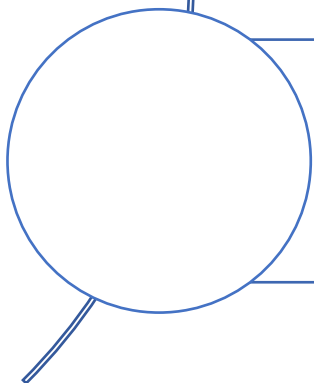


أن يكون موضوعيا في تفكيره، بالإضافة الى الشجاعة.

المهارات اللازمة لممارسي العلاقات العامة بمعايير أخلاقية



القدرة على الاتصال والتواصل بكافة العاملين بالمؤسسة للحصول على المعلومات اللازمة وفي نفس الوقت توصيل المعلومات اليهم.



القدرة على فهم المشكلات المعقدة في العلاقات الإنسانية داخل العمل ووضع حلول أخلاقية لها.





Thank You