

أخلاقيات العلاقات العامة

المحاضر:
أ.د/ إيناس عبد الحميد

PRL637

برنامج الماجستير في العلاقات العامة

المحاضرة ٨



ملخص المحاضرة السابقة:

تناولت المحاضرة السابعة عددا من الموضوعات من أهمها :

- تعريف المنظمات غير الهادفة للربح والمزايا التي تتميز بها.
- أدوار ممارسو العلاقات العامة في تحقيق أهداف المنظمات غير الهادفة للربح .
- العلاقات الإعلامية في المنظمات غير الهادفة للربح.
- الاتصال الأخلاقي وبناء الصورة الذهنية للمنظمات غير الهادفة للربح.
- وسائل الاتصال التي يمكن للمنظمات غير الهادفة للربح استخدامها لبناء صورة ذهنية.
- الاستراتيجية الأخلاقية لوسائل التواصل الاجتماعي في غير الهادفة للربح.
- العلاقات العامة الدولية للمنظمات غير الهادفة للربح وأهدافها ومعايير الممارسات الأخلاقية.

العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية:

- معايير ومبادئ الممارسات الأخلاقية للعلاقات العامة.
في المؤسسات الحكومية قي تواصلها مع جماهيرها المتنوعة.
- التحديات التي تواجه الممارسات الأخلاقية للعلاقات العامة
في المؤسسات الحكومية.



المحاضرة

٨

مقدمة في العلاقات العامة في المنظمات الحكومية

كانت الدول في **العصور القديمة** تمارس دورها التقليدي المتمثل في المحافظة على الأمن الداخلي وممتلكات المواطنين بالإضافة إلى حماية حدود الدولة.

أما في **العصور الحديثة** فقد تطور دور الدولة وأتسع حتى أصبح يشمل أوجه الحياة الاقتصادية والاجتماعية والتعليمية والصحية، فالدولة تقدم الكثير من الخدمات بجانب الحفاظ على الأمن والدفاع الوطني والمدني والقضاء والبرامج الاجتماعية.

ونتيجة لتطور دور الدولة بهذا الشكل فقد زادت المشاكل التنفيذية التي تقابلها وزاد عدد الوزارات والمؤسسات الحكومية وتضاعفت أعداد العاملين فيها.

والإدارة الحكومية المؤثرة تنمو وتزدهر من خلال قربها من المواطن ومشاكله، فقد أثبتت التجارب أن استقرار الدول وتطورها مرهون بطبيعة العلاقة السائدة بين الحكومة ومواطنيها. فعندما يسود التفاعل بين الحكومة والمواطنين؛ تتقلص الفجوة فيما بينهما ويسود التفاهم والعكس أيضاً صحيح، فحين تغلق أبواب التواصل والحوار تتسع الفجوة وتبرز المشكلات والأزمات والخلافات، وتنعدم الثقة، الأمر الذي يقود إلى الفوضى وعدم الاستقرار، ولا يتوقف الأمر عند الحدود العلاقة التي تربط الحكومة بمواطنيها.

جميع ما سبق استدعى ضرورة **الاهتمام بالعلاقات الجيدة** مع الجماهير وأصحاب المصالح الداخلية والخارجية ، **وإنشاء وحدات متخصصة** في العلاقات العامة لكي تنظم هذه العلاقات وتبني جسور من الثقة بين الأجهزة الحكومية وجماهيرها،

جميع ما سبق استدعى ضرورة **الاهتمام بالعلاقات الجيدة** مع الجماهير وأصحاب المصالح الداخلية والخارجية ،
وإنشاء وحدات متخصصة في العلاقات العامة لكي تنظم هذه العلاقات وتبني جسور من الثقة بين الأجهزة
الحكومية وجماهيرها،

ولا يقف دور العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية عند مهام علاقتها بالجمهور والمؤسسات داخل الدولة، بل يتعدى ذلك ليمتد إلى **خارج الحدود**، فالدول لا تعيش منعزلة، بل متفاعلة مع محيطها الدولي. وفي كثير من الأحيان فإن **صورة الدولة خارجياً** تعد عاملاً حاسماً في تشكيل علاقاتها مع الدول الأخرى، حكومات وشعوباً، الأمر الذي يؤثر على مكانة الدولة ومصالحها السياسية والاقتصادية والثقافية. وتنفق الدول مبالغ طائلة من أجل الاحتفاظ بصورة إيجابية على الصعيد الدولي، وتمارس العلاقات العامة بشكل واسع لكسب التأييد السياسي، وتحسين وضعها الاقتصادي وزيادة تفاعلها الثقافي.

وتنفق الدول مبالغ طائلة من أجل الاحتفاظ بصورة إيجابية على الصعيد الدولي، وتمارس العلاقات العامة بشكل واسع لكسب التأييد السياسي، وتحسين وضعها الاقتصادي وزيادة تفاعلها الثقافي.

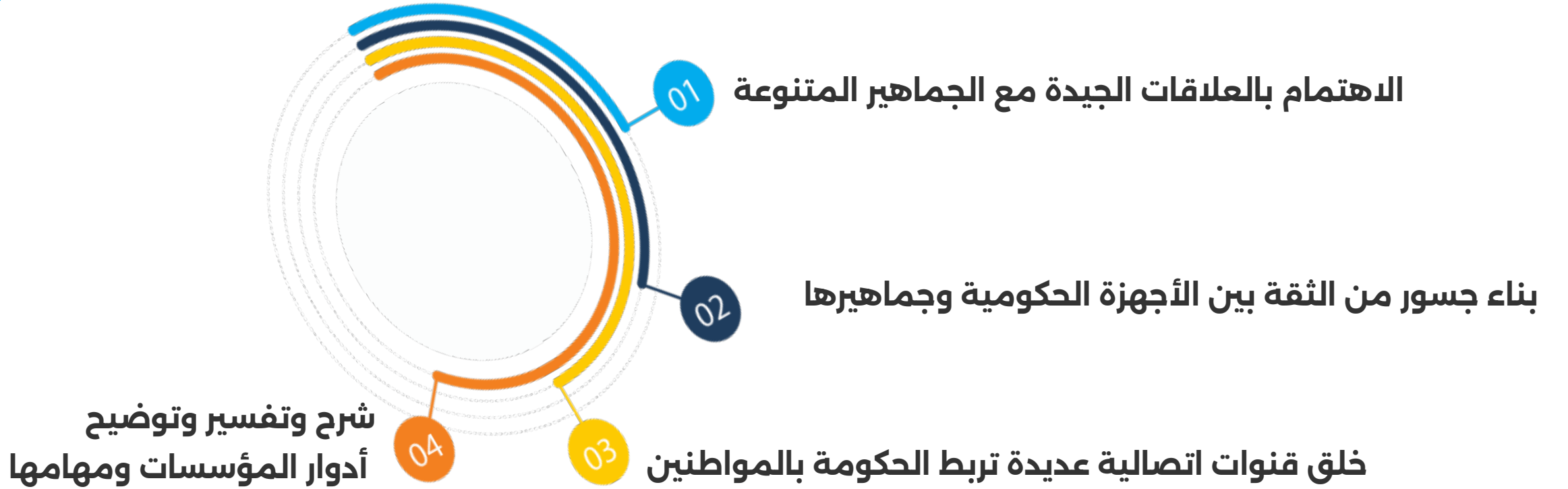
وخلال العقدین الآخرین، تزايد دور العلاقات العامة في المجال السياسي أيضا، وأصبح السياسيون يعتمدون على العلاقات العامة، باعتبارها نموذجا من نماذج الاتصال الإقناعي، الذي يؤثر في اتجاهات الجمهور وممارسته. وأصبحت العلاقات العامة أداة حاسمة في تشكيل طبيعة التواصل **بين الحكومة ومواطنيها** من ناحية، و**بين المرشحين السياسيين والجمهور** من ناحية أخرى، وأخذت تلعب دورا بارزا في الحملات السياسية التي تستهدف توجيه الرأي العام، وتشكيل اتجاهاته، وتحديد اختياراته.

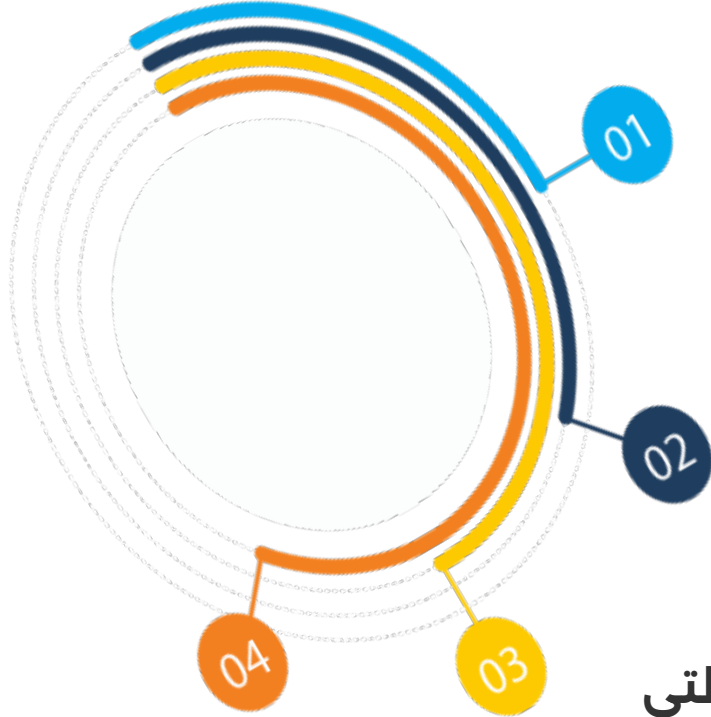
فالعلاقات العامة أضحت قوة مؤثرة في عملية **اختيار رؤساء الدول والحكومات**. فإذا كان السياسيون هم من يمارسون البرامج السياسية، فإن العاملين في مجال العلاقات العامة هم من يستطيعون إقناع الرأي العام بفاعليتها وهم القادرون على إيصال هذه البرامج وجدواها إلى الجمهور، وبالتالي كسب تأييدهم وقبولهم لها.

أهداف العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية

تهدف أجهزة العلاقات العامة إلى **تطوير العملية الإدارية للجهاز الحكومي** من خلال تغذيته بالمعلومات الدقيقة حول إتجاهات الرأي العام. كما تساهم في اكتشاف مدى التأثير الذي تحدثه القوى الاجتماعية داخل المجتمع، ويمكن تلخيص الأهداف الأخلاقية للعلاقات العامة في الأجهزة الحكومية بما يلي:

أولا : على الصعيد المحلي



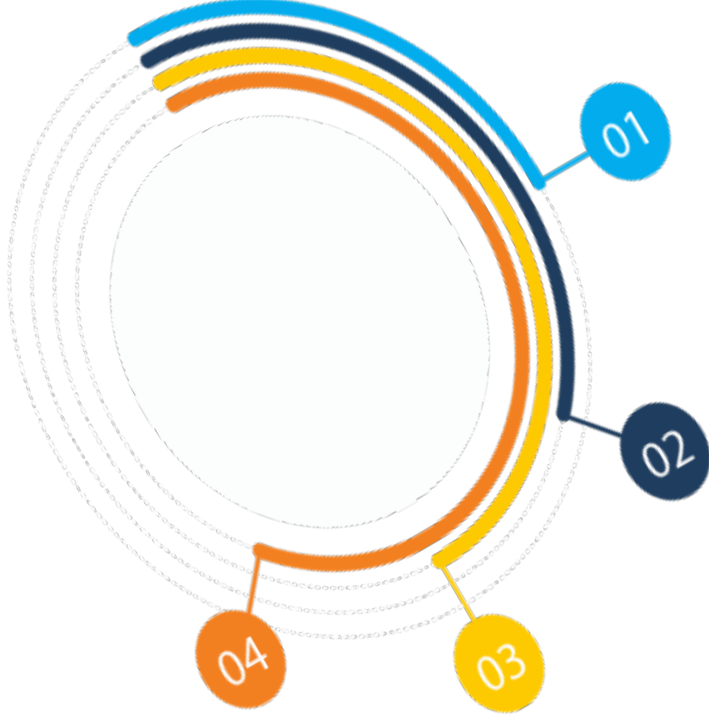


الحصول على تأييد الرأي العام من خلال إمداده بالمعلومات الصحيحة والاعتماد على الصدق والأمانة في إيصال المعلومات إليه

شرح القوانين الجديدة وأي تغييرات أو تعديلات في القوانين بالإضافة إلى شرح مبررات اتخاذ هذه القوانين أو التعديلات التي تجري عليها.

تنمية الإحساس بالمسؤولية لدى المواطنين من خلال وسائل الإتصال التي يتعرضون لها كالصحف والمجلات والتلفزيون

إرشاد المواطنين بما فيه مصلحتهم والمصلحة العامة.



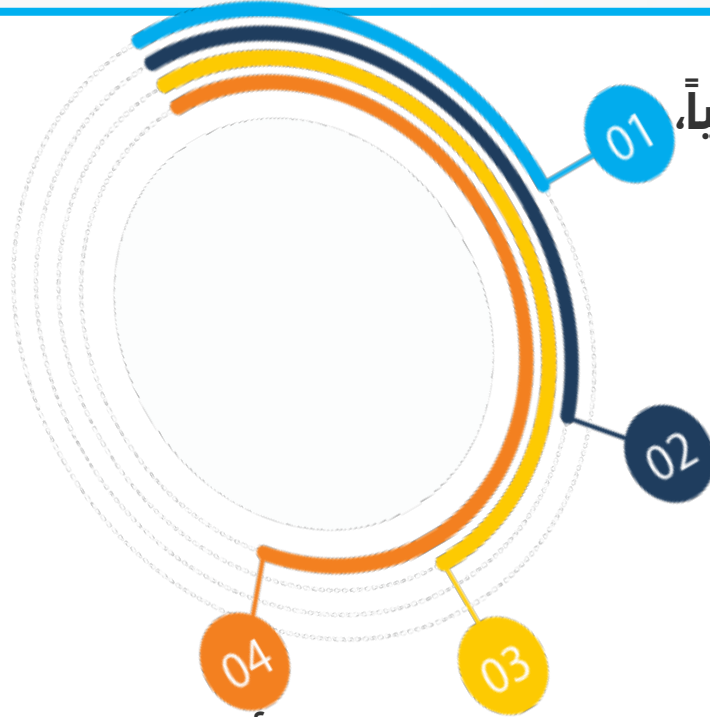
الدفاع عن موقف المؤسسات
الحكومية إذا تعرضت لأي انتقاد
من قبل الآخرين.

تحسين العلاقات سواء مع الجمهور الداخلي أو الخارجي

ضرورة تبليغ المواطنين بالخدمات والوظائف التي تزاولها الحكومة حتى
يمكن أن يسهم فيها ويستفيد منها بالكامل

تدعيم العلاقة مع وسائل الاتصال المعروفة من الصحف والمجلات
والتلفزيون وغيرها

ثانيا : على الصعيد الدولي



رسم صورة إيجابية حقيقية للدولة على الصعيد الدولي للإفادة منها سياسياً، واقتصادياً، وثقافياً.

ترويج المفاهيم التي تقوم عليها الدولة وسياساتها على الصعيد الدولي.

تسهيل مهمة وسائل الاتصال الخارجية، وتوفير الظروف المناسبة لها، بهدف نقل صورة حقيقية للوطن خارج حدوده.

كسب التأييد لسياسات الدولة ومواقفها تجاه القضايا الإقليمية والدولية.



رصد ما ينشر أو يبحث من خلال وسائل الإتصال الخارجية عن الوطن، ومتابعته
وتقويمه والرد عليه إذا لزم الأمر

متابعة ما يجري في مراكز صناعة القرار الدولي، وتقويم آثاره السياسية
والاقتصادية على الوطن.

وظائف العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية

إعلام المواطنين بالقوانين والأنظمة الحكومية، والمشاريع التي تنفذها أو تسعى لتنفيذها، والنشاطات الروتينية التي يقوم بها المسؤولون الحكوميون، بالإضافة إلى جمع المعلومات عن اتجاهات الجمهور نحو القضايا المختلفة؛ إلى جانب متابعة ما ينشر أو يبحث عبر وسائل الاتصال المختلفة.

الوظيفة الإعلامية المعلوماتية

الوظيفة التفسيرية

تقدم تفسيراً للسياسات والقرارات المختلفة. بما في ذلك البحث في الأسباب والنتائج المتوقعة. ويشمل ذلك سياسات وقرارات الحكومة على الصعيدين الوطني والدولي.

الوظيفة الإقناعية

إقناع الرأي العام بضرورة اتخاذ إجراءات معينة، أو اعتماد سياسات محددة، أو اللجوء إلى قرارات ذات طبيعة خاصة، والاقناع يساعد في تجنب عنصر الصدمة الذي قد تحدثه مثل هذه القرارات لدى الجمهور، والتي قد تقود إلى حالة من الاضطراب والقوضى.

وتضم هذه الوظيفة النشاطات المتصلة بإعداد التقارير المرجعية، والتحليلات والدراسات التي تبحث بعمق في نتائج السياسات والخطط لحكومية الحالية،

الوظيفة
التقييمية

تشمل هذه الوظيفة حفظ وتصنيف لوثائق الرسمية، والقوانين والقرارات الحكومية، والخطب الرسمية، والتصريحات التي تتعلق بمواقف الحكومة محلياً ودولياً، ومواقف الحكومة من الإتفاقات الدولية والاحتفاظ بقوائم المؤسسات الإعلامية والصحفية وأسماء العاملين فيها.

الوظيفية
التوثيقية

الوظيفة
التشريعية

ترتكز هذه الوظيفة على تقديم الخدمات وتنظيمها مثل إستقبال الوفود الرسمية ومرافقتها وتسهيل إجراءات إقامتها في البلد. وتنظيم لقاءات الصحفيين والإعلاميين بمسؤولي الحكومة

المبادئ الأخلاقية التي تعتمد عليها العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية

تمثل العلاقات العامة جانباً هاماً من جوانب الإدارة سواء في منظمات الأعمال أو في المنظمات الحكومية، فهي لا تخرج من كونها نشاطاً يسعى لكسب ثقة وتأييد الجماهير المختلفة لأهداف وسياسات وإنجازات المنظمة وخلق جو من الألفة والتعاون ما بين المنظمة وجماهيرها المختلفة الداخلية والخارجية. وهذا كله يعتمد على وجود **سياسات أخلاقية وإعلام صادق على نطاق واسع.**

وفي ذلك لا تختلف مسؤوليات العلاقات العامة وجمهورها في المنظمات الحكومية عنها في المنظمات والمشاريع الصناعية والتجارية، فهي كلها تهدف في النهاية إلى خلق جو من الثقة والاحترام والفهم المتبادل ما بين المنظمة وبين الجمهور الداخلي والخارجي.

وفيما يلي أهم المعايير الأخلاقية التي تعتمد عليها العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية:

الصدق والشفافية، فيجب إعلام الجمهور بصراحة بالمشكلات التي تواجهها المنظمة في نهوضها برسالتها، وشرح ما يصدر من تشريعات وقوانين وقرارات، وزيادة وعي الجمهور في المجال المالي والاقتصادي من خلال تبسيط المعلومات المالية والاقتصادية، وتشجيع الجمهور على الاهتمام بأمور الإدارة العامة وتتبع أعمالها والوقوف على تقديمها، وحشد الدعم والمسائلة للتصرفات والسياسات الحكومية من أجل جعل الجمهور يدرك ويفهم هذه التصرفات والسياسات.

إعداد بحوث الرأي العام وتخطيط برامج العلاقات العامة في المنظمات الحكومية والتي بدونها تكون اتصالات المنظمة الحكومية غير واقعية حيث لن تعرف المنظمة ما يرغب الجمهور في معرفته من معلومات وحقائق، فضلا عن الوقوف على آرائه ومقترحاته وردة فعله لسياسات وقرارات وإنجازات المنظمة الحكومية.

إنه من الأهمية بمكان الاهتمام بتخطيط برامج العلاقات العامة في الجهاز الحكومي وتوفير المعلومات والحقائق التي تركز عليها خطط وبرامج العلاقات العامة والالتزام بالتخطيط كجزء هام وضروري لأي برنامج إعلامي ناجح.

الاتصال ثنائي الاتجاه، فلن لن تحقق الاتصالات من طرف واحد أهدافها، ولنا أن نتصور كيف سيكون الوضع في منظمة عامة تنفق أموالا كثيرة في مجالات الاتصال بدون أن تتوفر لها معلومات عن أية نتائج ، أي عن رد الفعل الجماهير لإنجازاتها ولسياساتها ولقراراتها إضافة للأثر النفسي السيئ الذي سيحل لدى الجماهير والتي ستشعر بأن آراءها ومقترحاتها ليست محل اهتمام وليس هناك من يبحث عنها ويهتم بها، فالالاتصال أحادي الاتجاه قد يدفع الجماهير لتكون أكثر انتقادا لسياسات وأوضاع وإنجازات المنظمة الحكومية وبالتالي عدم الثقة فيما بين المنظمة والجمهور.

التفاهم المتبادل، إن أنشطة العلاقات العامة في المنظمات الحكومية هو بمثابة مجهودات أو محاولات متعمدة لخلق وتنمية نوع من الصلات تساهم في دعم الفهم والاحترام والود المتبادل ما بين المنظمة وما بين الجمهور. إن جمهور المنظمة بحاجة إلى خدماتها وفي ذات الوقت ينشد احترامها له. ويقع على عاتق كافة العاملين بالمنظمة أيا كانت وظائفهم وأيا كانت مستوياتهم أن توفر هذه المشاعر والأحاسيس للجمهور المتعاملة مع المنظمة.

دعم سمعة المنظمة، وهو دور لجميع العاملين في المنظمة، لاكتساب تأييد الجماهير من خلال حسن استقبال المترددين على المنظمة والرد على استفساراتهم وإمدادهم بالتوجيهات والإرشادات اللازمة، الأمر الذي سيسهم في خلق جو من الثقة والتفهم المتبادل. والادراك لحاجات ورغبات الجمهور ، واحترام الرأي العام وحكمه واتجاهاته إذا ما كانت مبنية على حقائق ومعلومات كافية.

وهذا يعني أن بناء السمعة الجيدة لابد أن يركز على:

- توفير المنظمة الحكومية ذاتها لخدمة جيدة.
- أهمية إدراك الإدارة العليا للمنظمة الحكومية للمسئولية الاجتماعية
- مدى قبول وإشباع هذه الخدمة لحاجات ورغبات معينة لأفراد المجتمع.
- تشجيع كل نقد بناء، والرد على مختلف الانتقادات لسياسات أو خطط أو إنجازات المنظمة بصدق وصراحة وواقعية. فإن محاولة الهرب من مواجهه الآراء الانتقادية دليل على فشل برنامج العلاقات العامة.
- دراسة حاجات المجتمع ووضع الخطط اللازمة لأشباع هذه الحاجات، هي في حد ذاتها مواد جيدة للنشر والإعلام.

التوظيف الأخلاقي للمحتوى الإعلامي ، من خلال:

- ارتباط الإعلام بموضوعات تهم الجمهور والمتوقع نشرها في الوقت المناسب.
- يجب أن تصاغ المادة الإعلامية بحيث توافق مقدار الوقت والاهتمام والتفكير المناسب لها، ذلك للدقة في اختيار والتفسير وإبراز الحقائق وتبسيطها بدون تحريف أو تشويه لها.

مراعاة مصالح جميع الأطراف دون تمييز أو التحيز لطرف سواء كان الطرف هو المؤسسة ، أو أي فئة من الجماهير المستهدفة. أيضا الاستماع الى مختلف وجهات النظر وإعطاء اهتمام للرد عليها أو تطبيق الجيد منها.

النماذج الاتصالية لممارسات العلاقات العامة في المنظمات الحكومية

قدم البروفيسور Grunig من جامعة ميرلاند، و Todd Hunt من جامعة ولاية روتجرز عام 1984 أربعة تطبيقات توضح طبيعة ممارسة العلاقات العامة في المؤسسات المختلفة ،
على النحو التالي:

يخدم مصالح المؤسسة

I

اتصالات هابطة
من جهة واحدة
(المؤسسة)
لجماهيرها
المتنوعة

من خلال وسائل
الإعلان لتوزيع
المعلومات

المعلومات التي
يمكن أن تكون
مبالغ بها وغير
متناسقة

نموذج اعلام الجمهور (المعلومات العامة) يخدم مصالح المؤسسة

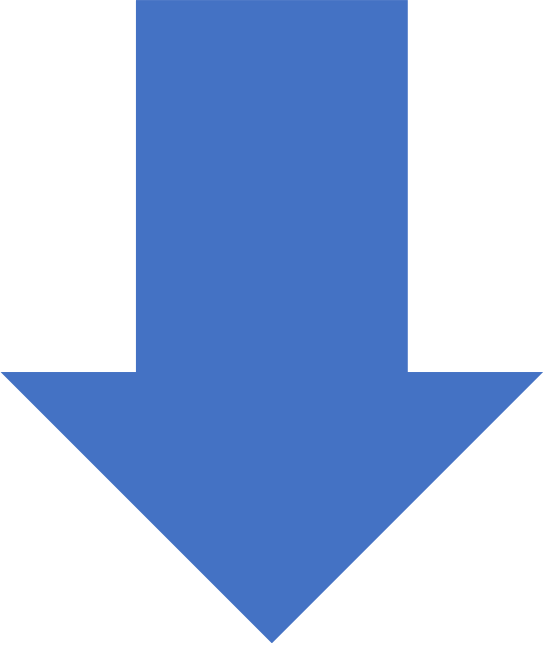
٢

اتصالات هابطة
من جهة واحدة
(المؤسسة)
لجماهيرها
المتنوعة

توزيع المعلومات
بهدف الاقناع
ويطلق عليه الاقناع
العلمي

المعلومات تتسم
بالدقة

نموذج الاتصال غير المتوازن يخدم مصالح المؤسسة



من المؤسسة لجماهيرها المتنوعة، حيث تهتم
المؤسسة بالجمهور لكسب تأييده لقراراتها
لوحدها.

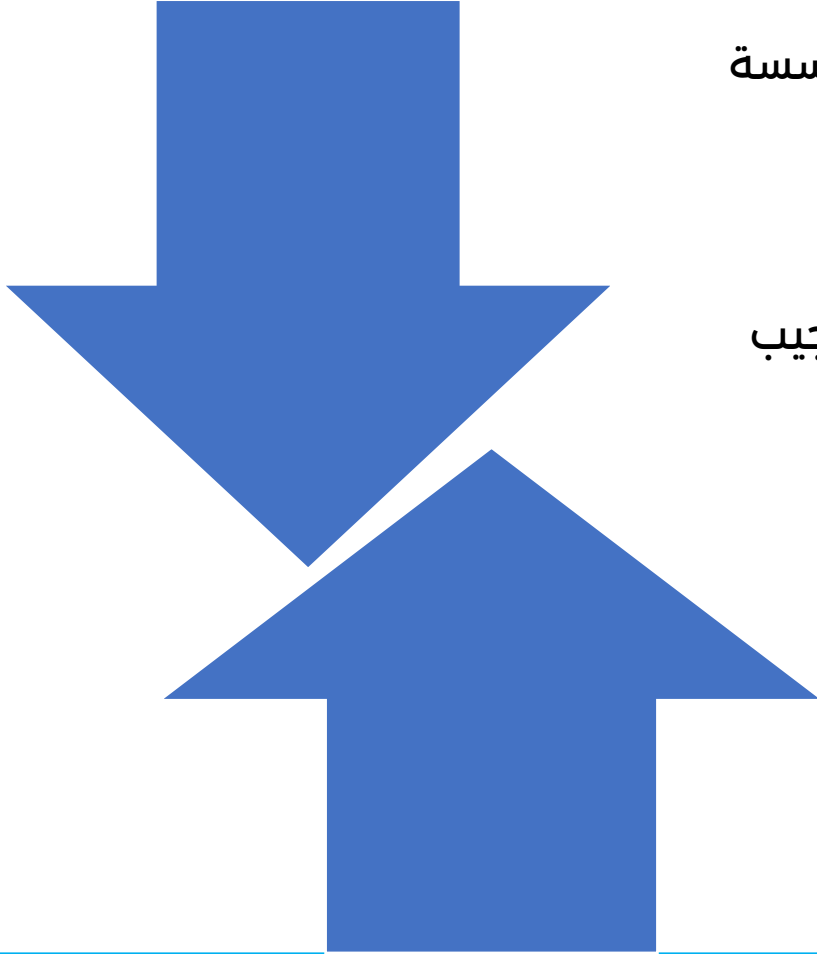


من أصحاب المصالح للمؤسسة.
حيث تهتم المؤسسة بالتعرف على رد فعل
الجمهور وآرائه من أجل إقناعه فقط بوجهات
نظرها وليس تلبية مطالبه.

نموذج الاتصال المتوازن

٤

يخدم مصالح المؤسسة وجماهيرها



من المؤسسة لجماهيرها المتنوعة، حيث تهتم المؤسسة بالجمهور:

- لكسب تأييده لقراراتها.
- الحفاظ على صورتها خاصة وقت الأزمات ، حيث تستجيب لمطالب الجماهير.
- معلومات صادقة وحقيقية

من أصحاب المصالح للمؤسسة.

حيث تهتم المؤسسة بالتعرف على رد فعل الجمهور وآرائه من أجل تلبية مطالبه

- ويعد نموذج الاتصال المتوازن هو النموذج الأخلاقي في اتصالات ممارسي العلاقات العامة، لأنه يهتم ب:
- ✓ تحقيق التفاهم المتبادل عن طريق الاتصال ثنائي الاتجاه.
 - ✓ الاتصال هدفه اقناعي
 - ✓ مراعاة مصالح مختلف الأفراد دون تحيز.

التحديات التي تواجه الممارسات الأخلاقية للعلاقات العامة في المؤسسات الحكومية.

تواجه المنظمات الحكومية تحديات فريدة في مجال الاتصالات والعلاقات العامة، وذلك بسبب طبيعتها ومسؤولياتها تجاه الجمهور. تتشابه هذه التحديات مع الحاجة إلى الحفاظ على المصداقية والثقة، وتقديم معلومات دقيقة وموضوعية.

من أبرز التحديات:

التوازن بين الشفافية والسرية:

التحدي: يجب على الحكومات أن تكون شفافة في تعاملاتها، وأن توفر المعلومات للجمهور بطريقة سهلة الفهم. في الوقت نفسه، هناك معلومات حساسة تتعلق بالأمن القومي أو التحقيقات الجارية لا يمكن الكشف عنها.

مثال: تسريب معلومات سرية حول مفاوضات سياسية قد يؤثر سلبًا على سير المفاوضات ويضر بمصالح الدولة.

الضغوط السياسية:

التحدي: قد تتأثر رسائل الاتصال الحكومية بالضغوط السياسية، مما يؤدي إلى تحريف الحقائق أو تقديم معلومات مغلوبة.

مثال: قد يتم تضخيم إنجازات الحكومة قبل الانتخابات، أو التقليل من شأن المشاكل القائمة.

التواصل في أوقات الأزمات:

التحدي: يجب على الحكومات أن تكون قادرة على التواصل بفعالية مع الجمهور في أوقات الأزمات، مثل الكوارث الطبيعية أو الأزمات الصحية.

مثال: خلال جائحة كورونا، واجهت العديد من الحكومات تحديات في إيصال المعلومات الصحية بشكل صحيح ومواجهة الشائعات.

تنوع الجمهور:

- **التحدي:** يتطلب التواصل الحكومي الفعال مراعاة تنوع الجمهور من حيث الثقافة واللغة والاحتياجات.
- **مثال:** قد يكون من الصعب إيصال رسالة واحدة إلى جميع فئات المجتمع، خاصة في الدول متعددة الثقافات.

تطور وسائل التواصل الاجتماعي:

- **التحدي:** أدت وسائل التواصل الاجتماعي إلى تغيير المشهد الإعلامي، مما يجعل من الصعب السيطرة على الرسائل وتصحيح المعلومات المغلوطة.
- **مثال:** انتشار الأخبار الكاذبة على وسائل التواصل الاجتماعي قد يؤدي إلى زعزعة الثقة بالحكومة.

المصداقية والثقة:

• **التحدي:** بناء الثقة بين الحكومة والجمهور يتطلب اتساقًا في الرسائل والالتزام بالشفافية. أي انحراف عن هذه المبادئ قد يؤدي إلى فقدان الثقة.

• **مثال:** إذا ثبت أن الحكومة قد قدمت معلومات مضللة، فإن ذلك سيؤثر سلبيًا على سمعتها ومصداقيتها.

• **الاستماع للجمهور:** فتح قنوات للتواصل مع الجمهور والاستماع إلى آرائهم ومقترحاتهم.

• **التنوع والشمولية:** مراعاة تنوع الجمهور في تصميم الرسائل وتوزيعها.

• **التدريب المستمر:** توفير التدريب اللازم للموظفين في مجال الاتصالات والعلاقات العامة.

ملخص المحاضرة:

مقدمة في العلاقات العامة في المنظمات الحكومية : في الماضي والحاضر.
أهداف العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية.
وظائف العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية.
المبادئ الأخلاقية التي تعتمد عليها العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية.
النماذج الاتصالية لممارسات العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية
التحديات التي تواجه الممارسات الأخلاقية للعلاقات العامة في المؤسسات الحكومية.



Thank You