

وفي بحث قامت به كلية الإعلام بجامعة القاهرة، على عينة تمثلت في عدد من الأجهزة الحكومية والقطاع العام والشركات والمصالح التجارية والصناعية في مصر، وأوضح بشكل عام أن أهداف العلاقات العامة هي:

- 1- الإعلام عن أهداف المؤسسة وأوجه نشاطها ومحاربة الشائعات الضارة بهذا النشاط وشرح سياسة المؤسسة لجمهور العاملين والمتعاملين معها.
- 2- العمل على كسب تأييد وثقة الرأي العام عن طريق إمداده بالمعلومات الصحيحة والبيانات والحقائق والنشاطات والخدمات التي تؤديها المؤسسة، وتنمية أسباب التفاهم المتبادل مع جمهور المؤسسة.
- 3- تقديم الخدمات في المجال الاجتماعي والثقافي والصحي والرياضي للعاملين في المؤسسة ومنشأتها.
- 4- الترويج لسلع وخدمات المؤسسة أو الشركة أو الإعلان عنها بهدف زيادة المبيعات.
- 5- رفع المستوى الثقافي والاجتماعي والمعيشي للعاملين بالمؤسسة ومنشأتها والعمل على تدعيم التعاون المثمر فيما بين المؤسسة والعاملين فيها، وتبصيرهم بأفضل الوسائل لزيادة الإنتاج ورفع كفاءة الخدمات.
- 6- العمل على تدعيم العلاقة بين المؤسسة وأجهزة الإعلام المختلفة.
- 7- التعرف إلى متطلبات الجماهير- جماهير المؤسسة - في الداخل والخارج ورفعها إلى الإدارة العليا ومحاولة ربط الإدارة بالعاملين بعلاقات وطيدة وخلق روح التفاهم بينهم.
- 8- تدعيم العلاقات الإنسانية بين جميع العاملين بالمنشأة أو المؤسسة.
- 9- نشر الوعي فيما يتعلق بنشاط المؤسسة على المستوى المحلي والإقليمي.
- 10- خلق درجة من الترابط بين المؤسسة والمنشآت والأقسام التابعة والتنسيق بينهما.
- 11- خلق صورة ومركز ممتاز للمؤسسة في أذهان الجمهور.

يتضح مما تقدم، أن الهدف الرئيس للعلاقات العامة هو اتصال باتجاهين من أجل خلق سمعة طيبة عن المؤسسة ولكسب رضا الجمهور وتعاونهم، كما تؤكد أن إقامة علاقات طيبة بين المؤسسة وجمهورها يحتاج إلى تطوير تدريجي من خلاله تنمو المعرفة وتنضج الصلات عن طريق العديد من الأعمال الممتازة والمساعدات والتفاعل المستمر الصادق مع الجمهور.

لذا يجب أن لا ينظر إلى العلاقات العامة بأنها مسؤولية إدارة أو قسم متخصص، العلاقات العامة مسؤولية الجميع، مسؤولية جميع العاملين بالمؤسسة، وأنها نشاط يتغلغل في كل الوظائف والأقسام، فالكل مسؤول عن تكوين سمعة طيبة للمؤسسة ومنشأتها، فليس ذلك من مسؤولية إدارة العلاقات العامة وحدها.