

٢. سعي المؤسسة الحكومية من أجل أن تشبع خدماتها حاجات ورغبات معينة لأفراد المجتمع.

٣. يجب تشجيع كل نقد بناء والرد على مختلف الانتقادات لسياسات أو خطط المؤسسة.

٤. إن دراسة حاجات المجتمع ووضع خطط لمقابلة وإشباع هذه الحاجات هي بحد ذاتها مواد جيدة للنشر.

٥. ارتباط الإعلام بموضوعات تهم الجمهور ويتوقع نشرها في الوقت المناسب.

٦. يجب أن تصاغ المادة الإعلامية بحيث توافق مقدار الوقت والاهتمام والتفكير الذي يعطيه الجمهور للمادة الإعلامية.

٧. نقل وتفسير البرنامج لأعضاء المؤسسة سيما حاجات ورغبات الجمهور.

أما المهام التي يجب أن يقوم بها جهاز العلاقات العامة بالمؤسسات الحكومية فهي:

١. الاتصال بالمؤسسات الإعلامية وتزويدها بالمعلومات.

٢. متابعة المعلومات التي تنشر عن المؤسسة في وسائل الإعلام.

٣. تلقي الشكاوى التي ترد من جمهور المتعاملين مع المؤسسة.

٤. دعم الصلة بين المؤسسة وال جماهير المتعاملة معها.

٥. دراسة وتحليل الرأي العام.

٦. العمل على إيصال ثقافة وفلسفة المؤسسة وأهدافها وسياساتها إلى كافة الجماهير

المتعاملة معها.

ثانياً: تنامي دور نقابات العمال ومنظمات الدفاع عن حقوق المستهلكين:

أصبح للنقابات ومنظمات الدفاع عن حقوق المستهلكين قوة وتأثير الأمر الذي تطلب

الاهتمام بتوطيد العلاقة بين المنظمة وهذه النقابات والجمعيات بشكل يخدم المصلحة العامة.