

الغرض البيداغوجي: بعد المحاضرة يكون كل طالب قادراً على تحديد مفهوم للعلاقات العامة إضافة إلى معرفة أهم مداخل العلاقات العامة التي تعتبر من المضامين الأساسية في تكوين المصطلح وتحديد اتجاهاته الوظيفية والعملية في المجال الإداري، في المجال الاجتماعي الأخلاقي، في مجال التسويق، في مجال الإعلام والاتصال.

تقديم :

المحور الأول: مفهوم ونشأة العلاقات العامة

أولاً: مفهوم العلاقات العامة وأهم مداخلها العامة

أ. المدخل الإداري، ب. المدخل الأخلاقي، ج. المدخل التسويقي، د. المدخل الاتصالي

مدخل عام:

من المعلوم أن العلاقات العامة تستهدف في المقام الأول تنمية العلاقات الطيبة بين الجماهير العاملين بعضهم البعض من جهة ، وبينهم وبين الإدارة العليا من جهة أخرى ، مما يؤدي إلى إيجاد هذه الروح وتنميتها باستمرار ، ومحاولة ابتكار الحلول السريعة لمشاكل العاملين ، فضلاً عن توافر مقومات رفع الكفاءة الإنتاجية ، وهو ما يرتبط ارتباطاً مباشراً بنوعية الإنتاج أو الخدمات أو النشاط الاقتصادي أو الاجتماعي الذي تعمل فيه المنشأة .

وعلى هذا الأساس يمكن تركيز وظيفة العلاقات العامة في أنها العمل على إيجاد صلات

وعلاقات قوية بين المنشأة وجماهيرها الداخلية والخارجية ، بهدف الوصول إلى أقصى درجة من الفهم المتبادل والمعرفة المتكاملة بين الطرفين بما يؤدي في النهاية إلى رفع الكفاءة الإنتاجية كنتاج نهائي لنشاط العلاقات العامة داخل المنشأة ، وإلى ارتقاء شهرة المنشأة وسمعتها الطيبة ومكانتها المتميزة بين الجمهور الخارجي كنتاج نهائي لنشاط العلاقات العامة مع البيئة والمجتمع وجمهور العاملين معها .

ويمكن القول أن العلاقات الحديثة لا تقتصر على كونها نشاط بين مؤسسة وجمهورها ، بل

تتعداه إلى المفهوم الثاني وهو أنها فلسفة اجتماعية تهدف إلى معالجة مشاكل الفرد في المجتمع

الحديث المتولدة من طبيعة هذا العصر وحاجاته , ومساعدته على التكيف مع تلك التطورات وتعايشه معها , وبالتالي تحقيق التكامل والانسجام الاجتماعي .
فالتعقيد والضخامة والسرعة التي تتميز بها المدينة الحديثة خلقت مشاكل لم يكن لها وجود حين كانت الحياة بسيطة والروابط بين الأفراد واضحة الحدود , فلقد نما المجتمع الإنساني نمواً كبيراً وكان نتيجة هذا النمو أن تشابكت مصالح البشر وتعقدت صلاتهم واختلفت ميولهم واتجاهاتهم , كما أن تطور البشر إلى جماعات متخصصة ومتباينة من حيث المهن والحضارات والمذاهب والنظم وتتنوع ظروفهم تبعاً لذلك جعل من الصعب تعرف الجماعات على بعضها واطلاع كل مجموعة على غيرها بصورة صحيحة تساعد على التفاهم والانسجام , لذلك تحتم إيجاد الوسائل لتحقيق ذلك على أسس علمية منظمة .

فالجهد الذي تبذلها منظمة أو مجموعة من الأفراد للتعرف على رأي الآخرين عنها , والعمل على كسب رضا هؤلاء عنها , وما يتطلب ذلك من عمليات , وما يحدد ويوجه ذلك من الأصول ومبادئ يؤلف مجال عمل وموضوع دراسة العلاقات العامة .

مفهوم العلاقات العامة:-

يقصد بالعلاقات العامة بأبسط معانيها :

" إقامة صلات طيبة بين المنظمة وبين جمهورها وإدامة هذه الصلات بما يضمن تحقيق الرضا والتفاهم والثقة المتبادلة بينهما " .

لذا تسعى منظمات اليوم إلى كسب تأييد الرأي العام وثقته , وبعد ذلك من الواجبات الأساسية لأي مؤسسة , ودليلاً على نجاحها .

كذلك الأمر بالنسبة لأية منظمة فهي لا تعيش بمعزل عن الجمهور وعن المجتمع المحيط

بها , فهي تحتاج إليه وهو يحتاج إليها , ولا بد من وجود علاقات طيبة بينهما و تعرف كل منها على أهمية الدور الذي تقوم في المجتمع , و بدون الصلات الطيبة بين المنظمات و بين الجمهور المتصل بها أو المجتمع المحيط بها لا يمكن لهذه المنظمات أن تضمن لنفسها السلام و الاستقرار , و كلما كبر حجم المنشآت بعدت المسافة بينها و بين جمهورها و المجتمع المحيط بها , و أصبحت الحاجة ملحة إلى معرفة آراء الآلاف أو ملايين الأفراد و الجماعات , لكي ترسم سياستها بما يلائمهم , ثم تقوم بشرحها لهم بغية كسب ثقتهم و احترامهم و تأييدهم .

كما أن الحكومات الديمقراطية تسعى إلى التعرف على رغبات الجمهور وكسب ثقته وتأييده، لأنه هو الذي سيقوم بتنفيذ السياسات التي ترسمها وعليه يتوقف زوالها أو بقائها، فلقد تشابكت مصالح الناس و تباينت رغباتهم وزادت العلاقات الاعتمادية بين المنظمات، كما زادت قوة الرأي العام وأصبحت الحاجة ملحة لفهم دوافع و مطالب الأفراد و الجماعات، وأضحى كسب تأييد وتعاون و ثقة الآخرين عن طريق الاقتناع، جزءاً من العمل اليومي للمدير في أي نوع من أنواع المنظمات، سواء كانت اجتماعية أو دينية أو سياسية أو اقتصادية، إذ أدركت هذه المؤسسات أنها لا يمكن أن تحقق نجاحا إذا عاشت بعيدة عن الجمهور أو عزلت نفسها عنه. ومن هنا نشأت الحاجة في عصرنا الحالي إلى إسناد هذه المهمة- مهمة إقامة علاقات طيبة بين منشأة و جمهورها- إلى أشخاص متخصصين في هذه الناحية، وبذلك أنشئت إدارة العلاقات العامة في الوزارات والمنشآت المختلفة، والتي أصبحت من ضروريات وقتنا الحاضر.

ثانيا : **مداخل العلاقات العامة : وهي :**

أ. المدخل الإداري

ب. المدخل الاجتماعي الأخلاقي

ت. المدخل التسويقي

أ . **المدخل الإداري :** المختصون الذين قالوا أن للعلاقات العامة مدخل إداري ركز على أنها وظيفة من وظائف الإدارة العليا للمؤسسة (الإدارة العليا تريد ممارسة العلاقات العامة مع جمهورها ولأن التزاماتها متعددة فوضت ذلك الى خلية أو مصلحة العلاقات العامة)والأخيرة تمارسها من خلال مجموعة من الأنشطة...نتعرف عليها لاحقا

ب . **المدخل الاجتماعي الأخلاقي :** يعتمد بعض الباحثين في تعريفهم للعلاقات العامة على علم الاجتماع حيث يعرفها **إبراهيم إمام** بأنها

" العلم الذي يدرس سلوك الأفراد والجماعات دراسة علمية موضوعية ، بغية تنظيم هذه العلاقات على أساس من التعاون ، المحبة ، والوعي "

➤ **ويدخل إليها (إدوارد بيرنز) من مدخل وظائفها الاجتماعية :** حيث يرى "أن تفسير اتجاهات الجماهير وتحقيق التوازن بين

أهداف المنظمة واحتياجات الجماهير وزيادة التفاهم والوفاق بين المؤسسة وجماهيرها هي وظائف أساسية للعلاقات العامة "

➤ كما يرى (بيرنز) "أن فهم الجماهير أولاً ، والرغبة في تطبيق نظريات علم الاجتماع ثانياً

مطلبان ضروريان لنجاح العلاقات العامة في تفسير اتجاهات الجماهير .

ومن النظرة الاجتماعية لمفهوم ع . ع يبرز دور المسؤولية الاجتماعية الذي يجعل دور المؤسسة أبعد من مجرد العائد الربحي

قاعدة عامة: لا علاقات عامة بدون أخلاق

يرتبط الجانب الأخلاقي بمهنة (ع . ع) ارتباطاً وثيقاً حيث تعتمد (ع . ع) بالتعاون مع الإدارة

إلى تطبيق مجموعة من القواعد الأخلاقية على المؤسسة والعاملين والمديرين وتهدف مجموعة

القواعد الأخلاقية إلى تحقيق التوافق التام بين ما تقوله المؤسسة وما تفعله ولذلك أكد (بيرغ) أن

الصدق هو أهم المعايير الأخلاقية التي تقوم (ع . ع) بتثبيتها وفي كافة الظروف والأحوال ودون

تلوين الحقائق – نتوسع في نشأة العلاقات العامة في العصر الإسلامي –

أسس بيرغر الأخلاقية :

وضع شيبستر بيرغر مجموعة أسس أخلاقية رأى أنه ينبغي على (ع . ع) مراعاتها أثناء ممارسة

أعمالها واتصالها مع الجماهير وهي :

• أن بناء العمل يعتمد على تقديم المساعدة للناس / الكتابة على أبواب الإدارات ، (وضع

الإشارات التوجيهية ، السعي لقضاء حوائج الناس الخ)

• أن الذي يعطي الأولوية لمصالح العملاء (الزبائن) ينموا عمله بسرعة

كما كان بيرغر يوجه بعض الأسئلة للجمهور مباشرة مثل:

✓ إذا شعرت أنك تدفع مالا لا يكافئ ما تحصل عليه فلا تدفع

✓ إذا وصلتك فاتورة منا وظننت أنها غير معقولة فادفع ما تراه عادلاً

وعليه فإن (ع . ع) من خلال المدخل الاجتماعي الأخلاقي تعنى بأمرين أساسيين هما :

▪ المسؤولية الاجتماعية والالتزام بها.

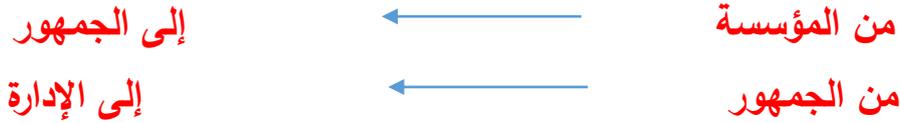
▪ الالتزام بالمحددات الأخلاقية ل (ع . ع) كعلم ، ومهنة ، وفن

ثالثاً : المدخل الاتصالي للعلاقات العامة :

تعرف الجمعية الفرنسية العلاقات العامة بأنها " الجهود التي يبذلها فريق ما للإقامة علاقات الثقة واستمرارها بين أعضائه وبين الجماهير المختلفة التي تنتفع بصورة مباشرة أو غير مباشرة من الخدمات الاقتصادية والاجتماعية التي تقدمها المؤسسة".

ملاحظة هامة :

يعتبر الاتصال عملية جوهرية في (ع . ع) فهو يغلب على نشاطاتها إجمالاً ، فعملية التنسيق والتقييم وإجراء البحوث لا تتم إلا من خلال بلورتها في أشكال اتصالية ، كما أن عملية التخطيط لا تصبح ذات فاعلية إلى بتحويل التخطيط إلى برامج اتصالية وتطبيقها على أرض الواقع ومن ثم فإن العملية الاتصالية أو الوظيفية الاتصالية يسيطر على نشاط العلاقات العملية كيف تتم العملية الاتصالية في (ع . ع) بين المنشأة والمؤسسة العملية الاتصالية مزدوجة (تبادلية ، تفاعلية) تحليل العملية الاتصالية



مما سبق يتضح أن وظيفة العلاقات العامة لا بد أن تتركز في ثلاثة مهمات رئيسية هي :

1. الاستعلام السليم : عن حاجات البيئة وموقفها من المنظمة , للوصول إلى مؤشرات دقيقة عن رغبات الجمهور ومواقفه من نتائج المنظمة (السلع أو الخدمات أو الأفكار) .
2. التنسيق الجيد مع إدارة المنظمة : والمشاركة في رسم سياساتها الإدارية (خاصة الإنتاجية والتسويقية) وصولاً إلى الحد الأعلى الممكن من إشباع حاجات البيئة .
3. الإعلام الصادق : عن سياسات المنظمة ونتائجها بما يساعد على تعريف البيئة بإسهاماتها , وتوعية جمهورها بأفضل صيغ الانتفاع الجيد من نتائجها .

ويمكن صياغة هذه المحاور في المعادلة التالية :

العلاقات العامة = الاستعلام السليم + التنسيق الجيد + الإعلام الصادق .

واستلام المعلومات من الجمهور يتم لغرضين هما :

أولاً : الاستفادة من هذه المعلومات في رسم السياسات وكيفية أداء أعمال المنظمة .

ثانياً : الاستفادة في مخاطبة الجمهور عن طريق البرامج الإعلامية بطريقة تحقق نسبة ممكنة من الإقناع والتعاون .

وتقوم العلاقات العامة بمساعدة المنظمات في الخدمة الفرد بأفضل صورة , فالمساهمة في

خدمة الفرد ورفاهيته هي السبيل الوحيد لبقاء أي منظمة مهما كان نوعها وهدفها , ولا تتمكن

المنظمة من تحقيق ذلك إلا إذا علمت ما هي رغبات الفرد وتعرفت على حاجاته , لذا فالإعلام في

العلاقات العامة لا يعني نشر المعلومات إلى الجمهور فقط , بل تبادل المعلومات مع الجمهور ,

أي إعلام باتجاهين يعني يعطي ويستلم .

كما أن العلاقات العامة ضرورة ليس فقط للمنظمات أو المنشآت الصناعية إنما أيضاً مهمة

للمنشآت الخدمية , كما أن هي مهمة للحكومات .