

المحاضرة الثالثة

أولاً: عنوان المحاضرة نشأة العلاقات العامة وتطورها

ثانياً: هدف المحاضرة: تعريف الطلبة بنشأة العلاقات العامة والتطورات التي مرت عليها عبر العصور.

ثالثاً: طريقة التدريس: طريقة الإلقاء وهي من أقدم الطرائق استخداماً في التعليم إذ تعتمد على قيام التدريسي بإلقاء المحاضرة على الطلبة الذين يستمعون إليها بإصغاء لأن أي منهم يتوقع في أية لحظة أن يوجه له التدريسي سؤالاً أو يطلب منه إعادة قول أي جزء من المادة التي ألقاها، ويعد الإلقاء الجيد طريقة فاعلة لنقل المعلومات كونه يتيح الفرصة للتعبير عن المعنى بالإشارة والصورة، كما أنه يسهل معه حصر الانتباه.

ومن مميزات هذه الطريقة ما يأتي:

- أ. تساعد التدريسي على تناول الموضوع بحرية تمكنه أن يطيل أو يختصر أو يضيف.
- ب. تساعد التدريسي على عرض أكبر قدر ممكن من المعلومات في أقصر وقت ممكن على أكبر عدد من الطلبة.
- ج. تصلح هذه الطريقة في عرض الموضوعات الجديدة الغريبة والموضوعات الصعبة التي تحتاج إلى جهد في التفكير يذللها التدريس بأسلوب عرض مشوق.
- د. يلجأ إليها التدريسي في حالة إرهاق الطلبة سيما في المحاضرات الأخيرة.
- هـ. يلجأ إليها التدريسي لاختصار المنهج فهي طريقة سريعة تناول الموضوع أن كان واسعاً أو كان التدريسي متأخراً في المنهج.
- و. تفيد التدريسي غزير المادة العلمية، قوي الشخصية، منشراح الصدر المؤثر في حديثه ولا تصلح للتدريسي الذي ليس له هذه المؤهلات.

كانت نقود كثيرة قد وجهت الى هذه الطريقة كونها تؤدي الى ملل الطلبة وتدفعهم الى النفور من المحاضرة وعدم مشاركتهم فيها مما يضطرهم الى الحفظ بدلا من الفهم والتفكير، وان كان ذلك يتوقف على مهارة التدريسي وتمكنه من الإلقاء.

رابعاً: الخطوات المتبعة

أ. يقوم التدريسي بإثارة حب الاستطلاع لدى الطلبة وإعطائهم فكرة عن نشأة العلاقات العامة والتطورات التي شهدتها.

ب. يعطي التدريسي فرصة للطلبة للمتابعة وتسجيل الملاحظات.

- ج. توجيه الأسئلة الى الطلبة من وقت لآخر للتأكد من تواصلهم وفهمهم للموضوع.
- د. يقوم التدريسي بكسر الملل بين الطلبة باستخدام الوسائل المعينة على التوضيح كالصور والاشكال والشرائح ... وغيرها، مثلا عندما يتحدث عن حضارة معينة يعرض صوراً عن الحياة في تلك الحضارة.
- هـ. يثبت خطة المحاضرة على السبورة لكي يستطيع الطلبة متابعة عملية الالقاء على وفق عناصر الموضوع.
- و. اجراء اختبارات قصيرة للطلبة في نهاية المحاضرة او في المحاضرة اللاحقة لكي تكون حافظاً لهم لمتابعة المحاضرة الملقاة.

خامساً: نص المحاضرة:

عادة ما يتم تناول موضوع النشأة والتطور بشأن مفهوم او ظاهرة ما قبل التعريف بالمفهوم او الظاهرة، وفي ظننا ان هذا يتناقض مع الصفة التراكمية للعلم، فالمعرفة العلمية اشبه بالبناء الذي يشيد طباقاً فوق طباق، والسكان الذين يقطنون هذا البناء ينتقلون دوماً الى الطباق الاعلى اي انهم كلما شيّدوا طباقاً جديداً انتقلوا اليه وتركوا الطوابق السفلى لتكون مجرد اساس يرتكز عليه البناء

لذا فإننا ارتأينا ان نحدد مفهوم وممارسات العلاقات العامة كما هي اليوم، ومن ثم البحث في الجانب التاريخي، وفي هذا المحور سنتناول نشأة وتطور العلاقات العامة في العصور المختلفة مع اقرارنا باننا نشير الى نشاطات يمكن ان تصنف على انها نشاطات علاقات عامة دون ان يكون هناك استخدام للمصطلح كما هو الآن.

بالرغم من ان العلاقات العامة الحديثة ولدت مطلع القرن العشرين، فإنها كنشاط اتصالي وجهود تبذل للإقناع وحث الناس لاعتناق افكار معينة او الاتيان بتصرفات معينة، فإنها وجدت حتى في المجتمعات البدائية، ومع أن مصطلح العلاقات العامة من المصطلحات الحديثة نسبياً، والذي يختلف الكتاب في تحديد تاريخ ظهوره لأول مرة، فان الاعتراف بقوة الراي العام والسعي لكسبه يمتد الى عصور ما قبل التاريخ، فمحاولات التفاهم مع الآخرين والتأثير في آرائهم قديمة قدم البشرية نفسها، ولكن الاختلاف هو في الوسائل المستخدمة، وسعة النشاط في الزمن الحاضر عنه في الأزمنة القديمة.

ويمكن دراسة التطور التاريخي للعلاقات العامة على وفق المراحل الآتية:

المرحلة الأولى: العلاقات العامة القديمة وتشمل:

أ. العلاقات العامة في العصور البدائية: إذا كانت العصور تعرف بما يميزها من خصائص، فإن ما يميز الحياة البدائية للإنسان هو سيطرة رئيس القبيلة فهو من يرسم العلاقات بين أفراد قبيلته، وكانت العلاقات آنذاك تدور حول الإبلاغ عن أخبار الحروب أو الزواج أو الوفاة أو العمل لقد كانت القبائل البدائية تحتاج إلى الاتصال للمحافظة على بقائها، وذلك سواء في الحصول على مصادر الغذاء أو الوقوف بوجه الأعداء، فكانت القبيلة تعين من أجل ذلك حارساً على الأفق يخبرها بكل ما يستجد فيه، فقد يلوح في الأفق قطع من حيوانات الصيد أو غيوم تنذر بعاصفة شديدة أو عدو مغير، عند ذلك تستعد القبيلة لمواجهة ذلك، كما أن القبيلة تكون بحاجة إلى التعاون والتماسك بين أفرادها وذلك لا يتم عن طريق التفاهم بين هؤلاء الأفراد واحساسهم بقوة الرابطة التي تربطهم ببعضهم حسب، بل يتم أيضاً عن طريق الحفلات في مناسبات الزواج وبلوغ سن الرشد و احتفالات الانتصار على قبيلة معادية.

وكان رئيس القبيلة يجتمع بأفراد قبيلته للتداول في الشؤون التي تخص القبيلة ليتمكن على ضوء ذلك من اتخاذ القرارات المناسبة في إدارة تلك الشؤون، كما كان الرئيس يتولى التوجه الإتصالي في القبيلة ليقدم توجيهاته والمبادئ التي يريد من أفراد القبيلة السير بموجبها، لذا نجد أن رئيس القبيلة هو من يتولى مقاليد الأمور بما يتماشى مع مجتمع قبيلته وسواها من القبائل الأخرى، وفي حالة حاجته إلى تعبئة الرأي العام في القبيلة يعطي تلك المهمة إلى أشخاص آخرين كالسحرة والشعراء والأطباء ومن يجيدون فنون التعبير البدائية من انشاد ورقص وقرع الطبول وغيرها، وذلك بهدف إثارة الغرائز والانفعالات الانسانية عند الآخرين من خلال استخدام الكلمات أو الحركات الجسمانية أو الألوان أو حتى أعمال السحر بما يسهم في عملية التأثير المباشر على سلوكهم واتجاهاتهم، وهذه إحدى الممارسات الانسانية البدائية التي يمكن عدّها نشاطات علاقات عامة، فرئيس القبيلة أو من ينوب عنه يمثلون المنظمة في العصر الحديث، فالقبيلة أول شكل للمنظمة الاجتماعية بعد الأسرة، وأفراد القبيلة هم جمهور هذه المنظمة.

ومن الواضح أن الاختلاف الأساس لتلك النشاطات التي يمكن عدّها النواة الأولى للعلاقات العامة عن ممارسة النشاط اليوم هو اتجاهها آنذاك إلى التلقائية والبساطة في مخاطبة غرائز الفرد وإثارة انفعالاته كاسلوب للتأثير عليه، بينما تخاطب العلاقات العامة الحديثة عقل الفرد ووعيه بناء على أسس علمية مدروسة، كما أن التعرف على اتجاهات الرأي كان يستند على الأساس الفطري والتقدير الشخصي دون الأساس المتوافرة اليوم.

ب. العلاقات العامة في الحضارات القديمة:

عندما تذكر الحضارات القديمة تبرز حضارتنا وادي الرافدين ووادي النيل في الشرق، وحضارتنا الرومان واليونان في الغرب.

• العلاقات العامة في وادي الرافدين:

إذا كانت أشكال وصور المدينة والحضارة الأولى في بلاد ما بين النهرين قد ارتبطت بالسومريين، فإن العلاقات العامة نشأت هناك أيضاً، فقد وجد علماء الآثار في العراق نشرة زراعية يعود تاريخها إلى 1800 عام قبل الميلاد ترشد المزارعين إلى كيفية بذر البذور وأروائها والتخلص من فئران الحقل ثم إلى كيفية حصاد محصولهم، ولا يختلف هذا الجهد الإتصالي في جوهره عن النشرات التي تصدرها الدوائر المسؤولة عن الإرشاد الزراعي في البلدان المتقدمة اليوم، كما كشفت لنا الآثار أن الآشوريين هم أول من ابتدع النشرات المصورة، فكانوا يرقمون انتصاراتهم وبجانب الرقم يصورون بالألوان صور الأسرى من ملوك وأمراء ويعرضونها في قصورهم وساحاتهم العامة وشوارعهم الكبرى، وهذا أشبه بعمل الملصقات والتمثيل في يومنا هذا، وقد أثبت العلم الحديث أن الصور كثيراً ما تكون أشد تعبيراً وتأثيراً من الكلمة المطبوعة، وبذا يكون الآشوريون أول من اعتمد هذا المبدأ منذ آلاف السنين، وكما تنشط العلاقات العامة في مجال الاتصال السياسي والدفاع عن النظم السياسية والمذاهب الاقتصادية والاجتماعية اليوم، كذلك كان الأمر في زمن الملك آشور بانيبال فقد وجدت في خزانته في نينوى سجلات منسقة ومفصلة بحسب تواريخها وعلى الأخص كل ماله علاقة بحروب الملوك وفتوحاتهم وما شيدوه وعمروه، ويرى المؤرخون أن تلك المعلومات كان الغرض منها هو الإعلام لترويج مبادئ معينة، كما تفعل وسائل الإعلام الرسمية اليوم.

• العلاقات العامة في وادي النيل:

اهتم قدماء المصريين كثيراً بالسيطرة على الجمهور واتجاهاته، واستعانوا لتحقيق ذلك بالعديد من الأساليب الإعلامية والإعلانية التي تقارب في صورها نشاطات العلاقات العامة اليوم، ومن ذلك ادعاء الفراعنة الألوهية وتشبيدهم القبور الشاهقة على شكل الأهرامات والتي تظهر هيبته وقدرسية الحكام، وقد استخدم الفراعنة أوراق البردي في إصدار الأوامر أو التوجيهات، ومن الوثائق المهمة التي تبين مدى اهتمام المصريين القدماء بالعلاقات العامة لوحة منقوشة على واجهة أحد المعابد تضمنت القانون الذي يجب أن يراه الحاكم والمحكوم ضماناً لحسن سير العدالة، وكان نشاط العلاقات العامة للفراعنة أوقات الحرب يختلف عنه في السلم حيث تحشد كل الطاقات باتجاه واحد وهو التأثير على أفكار الناس وتوجيهها نحو الدفاع عن الفرعون والتضحية في سبيله.

• العلاقات العامة في الحضارة اليونانية:

تمتاز الحضارة اليونانية بالاهتمام بالرأي العام وتطويرها لأساليب بلورته والتأثير فيه، فحكومة المدينة اليونانية كانت تستمد سلطتها من رضى المحكومين لذلك كانت تفسح المجال لتبادل الآراء والمناقشة الحرة التي يندفع للإسهام فيها المواطنون كافة، ولجأ اليونانيون إلى (الفسطائيين وهم أشخاص يحترفون الإقناع فهؤلاء يدرسون فنون الكتابة والخطابة ويتقنونها اتقاناً يجعل قدرتهم الإقناعية متفوقة بحيث يسهل عليهم دحر من يقف أمامهم موقف الخصم، وكان لهؤلاء الفسطائيين مركز مرموق في المجتمع، حيث يسعى إلى كسب ودهم الزعماء والقادة من أجل الدفاع عن قضايا معينة أمام الجمهور والإقناع بقوة الحجج والمنطق، كما يفعل رجال العلاقات العامة في المنظمة الحديثة، وقد برز في هذا المجال كل من سقراط وأفلاطون.

•العلاقات العامة في الحضارة الرومانية:

تطورت اساليب التأثير في الرأي عند الرومان فقد ظهر خطباء مشهورون امثال سيسرو ومارك انطونيو، واعترف الرومان بإرادة الجماعة فنقشوا على واجهة مجلس شيوخهم عبارة (مجلس الشيوخ والشعب الروماني) كما وضعوا بعد المسيحية شعار (صوت الشعب من صوت الله، ولم يقتصر النشاط الاعلامي في الحضارة الرومانية على الميدان السياسي بل تعداه الى النواحي الاجتماعية، فهناك قصائد كثيرة للشاعر الروماني (فرجيل) موجهة الى الفلاحين تحثهم إلى العودة الى المزارع وزيادة الانتاج الزراعي لمواجهة زيادة السكان، وهي اشبه بالنداءات التي توجهها مختلف المنظمات في عصرنا الحالي، ولاسيما وانها مصاغة بأسلوب ادبي رفيع، وكان الرومان يعلمون ان كل الصلات الطيبة التي يقيمونها مع الشعب هي بالأساس لصالح المجتمع ككل من خلال التكاثر للوصول إلى أرقى هياكل الامبراطورية ذات المواصفات العظيمة، لذا اصدروا صحيفة تسمى الوقائع اليومية لتسجيل نشاط مجلس الشيوخ وعرض أعمال أعضائه واقوالهم على الجمهور.

المرحلة الثانية: العلاقات العامة في العصور الوسطى:

نشطت العلاقات العامة ابان ظهور المذهب البروتستانتي والتبشير به ومن صاحب ذلك من دفاع عن المذهب الكاثوليكي، فمنذ الثورة البروتستانتية التي قام بها مارتن لوثر وتحديه لسلطان الكنيسة الكاثوليكية كان لابد من التفكير في فنون الدعاية المختلفة من اجل نشر تعاليم المذهب الجديد عن طريق متخصصين في الدعوة الدينية والتبشير عن طريق انشاء معهد خاص بذلك، ومن هنا اخذ الاهتمام يتجه نحو العلاقات العامة ويتسع، وامكن استخدامها في المجالات الدينية، فضلا عن المجالات الاقتصادية والسياسية، وذلك عن طريق الكتاب والمؤلفين والصحفيين وغيرهم ممن اسهموا في النشر والاعلام لكسب ثقة الجماهير وتأييدهم وتعاونهم وتعضيدهم، وهذا ما ادى بالكنيسة الكاثوليكية الى اتباع النهج ذاته ولو بعد حين.

وشهدت العصور الوسطى ايضا ظهور النقابات الحرفية التي مارست العلاقات العامة للتأثير في الرأي العام، ونظمت العلاقة بين ارباب العمل من جهة والجمهور العام او الاهالي من جهة اخرى، غير ان ذلك لم يدم طويلا فما لبث هؤلاء ان استغلوا العمال بدلا من حمايتهم وغشوا المستهلكين بدلا من رعاية مصالحهم.

المرحلة الثالثة: الاسلام والعلاقات العامة:

اعتمد الاسلام في دعوته الى الدين الحنيف على الاقناع، قال تعالى في الآية 125 من سورة النحل ادع الى سبيل ربك بالحكمة والموعظة الحسنة وجادلهم بالتي هي احسن ان ربك هو اعلم بمن ضل عن سبيله وهو اعلم بالمهتدين من خلال اقامة البيئة والدليل المعنوي والمادي، فضلا عن اسلوب الشورى في اتخاذ القرارات ونشر تعاليم الدين، وفي الآية 38 من سورة الشورى والذين استجابوا لربهم واقاموا الصلاة وامرهم شورى بينهم ومما رزقناهم ينفقون من خلال اشخاص يعرفون الاسلام حق المعرفة، وكذلك من خلال الاحتفالات الدينية والاجتماعية

المختلفة، ومن الوسائل والاساليب التي استعان بها المسلمون الأوائل في الدعوة الى الاسلام القرآن الكريم والاحاديث والخطب النبوية الشريفة والقُدوة الحسنة ممثلة بشخص الرسول الكريم والاتصال الوجهي بنوعيه الشخصي والجمعي ورواية القصص ومواسم الحج والغزوات التي نظر اليها على انها اساليب اعلامية واجبها نشر الاسلام والقصيدة الشعرية، فضلا عن العلاقات الانسانية.

لقد كانت تلاوة القرآن الكريم وما زالت هي من انجح الطرق وافضلها في التأثير في نفوس الناس، وذلك لما يتضمنه من حجج وبراهين لأولي الألباب، وكانت تلاوة القرآن تعمل عملها في زمن السلم والحرب حيث يقرأ القرآن في البيوت والمساجد، وكان الرسول الكريم يعتمد على البرهان والاقناع والحجة في نشر - الدعوة الاسلامية، ولعل هذا اهم ما يميز العلاقات العامة الحديثة.

المرحلة الرابعة: العلاقات العامة الحديثة :

تشير الادبيات الى ان اول استخدام المصطلح العلاقات العامة كان على لسان الرئيس الاميركي الثالث توماس جيفرسون في خطاب له امام الكونغرس عام 1802، وهناك من يشير الى ان اول من استخدم المصطلح بمعناه الحديث هو المحامي دورما نايتون من كلية بيل للقانون في محاضرة له حملت عنوان (العلاقات العامة وواجبات المهنة القانونية) وكان ذلك عام 1882.

وعندما قامت الثورة الصناعية ظهرت مشكلات جديدة نتيجة لتفاعل الافراد في المجتمع الصناعي الجديد، وصاحب هذا التطور في الواقع الانتاجي تطور في نشاط العلاقات العامة وطبيعتها، حيث اعتمدت على اسس علمية من البحث والتخطيط والتنظيم ومراجعة النتائج وتقويم التأثيرات والوصول الى اسس وقواعد ونظريات تحاول ان توصل هذا الفن وترسخه بعده احد العلوم الاجتماعية، حيث شهدت هذه الفترة انتقال العلاقات العامة من مرحلة الارشاد الديني والسياسي الذي يبني ويمجد صورة الزعماء ويروج لهم إلى مرحلة الاهتمام بالجماهير.

وفي القرن التاسع عشر انتشرت المبادئ الديمقراطية ابان الثورة الفرنسية وحروب الاستقلال الاميركية، فكلما حصلت الشعوب على مكاسب جديدة من حريات سياسية واقتصادية واجتماعية انعكس ذلك بالضرورة على اهمية العلاقات العامة، وبدا فان العلاقات العامة لم تولد بين عشية وضحاها، وانما كانت هناك انواع من النشاطات التي سبقتها ومهدت لها، غير ان المرجع الذي كان له النصيب الأكبر في مولد العلاقات العامة هو المؤسسات الصناعية والتجارية، فقد كانت الفترة الاخيرة من القرن التاسع عشر فترة تطور سريع في ميدان الصناعة والانتاج الضخم وما صاحب ذلك من استغلال للفرد والعامل والمستهلك حتى ان هذه الفترة سميت بعصر الاستخفاف بالجماهير، وكان لا بد ان تؤدي هذه الأوضاع الى التذمر والاحتجاج الذي يعقبه الاصلاح وهذا ما كان عندما قامت عدد من الصحف والمجلات الواسعة الانتشار بنشر مقالات متتابعة تهاجم فيها اصحاب الاعمال الاحتكاريين واساليبهم في استغلال عمالهم وحملة اسهم شركاتهم وسرقة

المستهلك وتأثيرهم على رجال السياسة بشتى الوسائل المشينة، وكانت احدى نتائج هذه الحملة ان المؤسسات المعنية اضطرت الى القيام ببعض الاصلاحات الاجتماعية والاقتصادية، وبذلك اقترنت حركة الاصلاح تلك بدور الصحافة والنشر ما ادى الى مولد العلاقات العامة الحديثة، فعندما بلغت موجة السخط الشعبي ذروتها اثر حوادث اضرابات عمالية سالت فيها الدماء كان للصحافة النصيب الأكبر في التعبير عن وجهات النظر المعارضة لأصحاب رؤوس الأموال، فادرك هؤلاء حرجة مراكزهم ولجأوا الى الصحفيين المحترفين للتعبير عن مواقفهم وايصالها إلى الجمهور غير ان معظم هؤلاء اي الصحفيين لم تكن لديهم القدرة على فهم الاسباب الحقيقي وراء ذلك الصراع فعجزوا عن معالجة الأمور عدا قلة منهم في هذا المجال.

وقد استعانت العلاقات العامة الحديثة بالعلوم الاجتماعية والنفسية (دراسة الجماهير التي تتعامل معها المنظمات المختلفة وخصائصها، وكيفية قياس الرأي العام بحيث تتناسب وسائل الاتصال المستخدمة مع خصائص الجمهور المخاطب.

وتطورت العلاقات العامة في اوروبا واميركا خلال الحرب العالمية الأولى حيث كان للكلمات تأثير في تشكيل اتجاهات الجمهور، ما ادى الى تعميق الاهتمام بموضوع الراي العام بجوانبه كافة، واكتسب الناس خبرة في تشكيل الراي على نطاق واسع حتى اذا حل السلام سخروا مهاراتهم لصالح المشروعات التجارية.

وبعد الحرب العالمية الأولى وتحديدا في عام 1929 بدأت ظاهرة وجود مكاتب متخصصة للعلاقات العامة حيث حققت نجاحا باهرا، واستحدثت دراسة العلاقات العامة في عدد من الجامعات والمعاهد.

واثر اندلاع الحرب العالمية الثانية تطور فن العلاقات العامة بفضل الميزانيات الهائلة التي رصدتها الدول لكسب تأييد الجماهير، وكان لنشاط العلاقات العامة دور لا يقل اهمية عن دور الجيوش في ميادين القتال حيث اخذت على عاتقها رص الصفوف والحث على الصبر ورفع الروح المعنوية داخل الجبهة الداخلية، واستعانت الكثير من الدول بخبراء متخصصين في هذا المجال وشهدت هذه الفترة وما بعدها:

1. انشاء جمعية العلاقات العامة الأميركية والمعهد البريطاني للعلاقات العامة عام 1948.
2. في عام 1949 انشئت جمعية العلاقات العامة الفرنسية.
3. في استراليا بدأ نشاط العلاقات العامة عام 1950.
4. في بلجيكا انشئ اول مركز للعلاقات العامة عام 1952.
5. في إيطاليا فقد انشئت اول جمعية للعلاقات العامة سنة 1954.

٦. جمعية العلاقات الدولية انشئت عام 1955.

و نظمت هذه الجمعيات والمعاهد العديد من المؤتمرات بهدف مناقشة اسس ومبادئ العلاقات العامة، وتقويم مستوى الممارسة ومشكلاتها، وذلك بقصد تحسين وتقويم اداء هذه الوظيفة.

سادسا: اسئلة المحاضرة

- ما ابرز ملامح العلاقات العامة في العصور البدائية ؟
- ما ابرز ملامح العلاقات العامة في حضارتي وادي الرافدين ووادي النيل
- ما ابرز ملامح العلاقات العامة في حضارة اليونانية والرومانية ؟
- ما ابرز ملامح العلاقات العامة في العصور الوسطى ؟
- ما ابرز ملامح العلاقات العامة في عصر الاسلام ؟
- ما ابرز ملامح العلاقات العامة الحديثة ؟

سابعا: مصادر المحاضرة

1. فؤاد زكريا، التفكير العلمي، ط 3 (الكويت: سلسلة علم المعرفة، 1988ص 17-18.
2. محمد منير حجاب، سحر محمد وهبي، المداخل الاساسية للعلاقات العامة (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 1992) ص 15.
3. حسين عبد الحميد احمد رشوان العلاقات العامة والاعلام في منظور على الاجتماع (الاسكندرية : المكتب الجامعي الحديث ، 1987) ص 168 .
4. محمد ناجي الجوهر، دور العلاقات العامة في التنمية (بغداد: دار الشؤون الثقافية العامة، 1986) ص 31.
5. ابراهيم امام، فن العلاقات العامة والاعلام (القاهرة: مكتبة الانجلو .24 المصرية، 1968) ص 24.
6. حسين محمد علي المدخل المعاصر المفاهيم ووظائف العلاقات العامة (القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية ، 1976) ص 14.
7. جميل احمد خضر، العلاقات العامة (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 1998)ص174.

8. عبد اللطيف حمزة، الاعلام في صدر الاسلام، ط2 (القاهرة: دار الفكر العربي
1978، ص40,41).
9. احمد كمال احمد، العلاقات العامة، ط 3 (القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، 1975) ص44
10. ابراهيم امام العلاقات العامة و المجتمع (القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٦٨) ص٤٠.
11. جان شوميلي ، داني هويسمان العلاقات العامة، ترجمة: فريد انطونيوس (بيروت: مكتبة
الفكر الجامعي، ١٩٧٠) ص١٣.