المحاضرة الأولى

أولاً : عنوان المحاضرة: مفهوم العلاقات العامة:

ثانياً: هدف المحاضرة: تعريف الطلبة بمفهوم العلاقات العامة وتعريفاتها.

ثالثاً: طريقة التدريس: الطريقة الاستقرائية اذ يستعرض التدريسي فيها اجزاء وبعد ذلك يتحدث عن الكل، ومن خلال الاستقراء يصل الى تعميمات لذا يستعان بها عندما يراد الوصول النظريات والقوانين والمسلمات والتعريفات.

ومن مميزات هذه الطريقة انها تطور ملكة التفكير لدى الطلبة، وهي تتلاءم مع طريقة العقل في الوصول إلى إدراك الأمور الكلية بعد معرفة جزئياتها، اما النقود التي وجهت اليها تركيزها على موضوع المحاضرة على حساب الطلبة ولا تراعي الفروقات الفردية بينهم، ومع ذلك تعد من الطرائق المهمة.

رابعا: الخطوات المتبعة:

أ- يعرض التدريسي تمهيدا عن مفهوم العلاقات العامة وبعض التعريفات التي أوردها الكتاب والمتخصصون وباستثارة المعلومات المختزنة في ذاكرة الطلبة يعمل على توضيح بعض الخواص المشتركة بينها، ويتوقف نجاح ذلك على مهارة التدريسي في عرض الموضوع ومناقشته.

ب - يطلب التدريسي من الطلبة اكتشاف وتحديد الخواص المشتركة الأخرى بين مجمل التعريفات التي ذكرها بعد تحليلها الى عناصرها، واعداد مصفوفة خاصة بتلك التعريفات.

ج - يقوم التدريسي والطلبة بالاتفاق على الخواص المشتركة بين كل التعريفات المذكورة.

د - يقر التدريسي صحة الافكار الواردة في التعريفات ويتوصل مع الطلبة الى تحديد لمفهوم العلاقات العامة واهم التسميات التي اطلقت عليه وموقعه بين الفنون والعلوم، فضلا عن تصنيفه ضمن علم الاتصال وعلم الادارة في آن واحد.

ه - اختبار صحة ما تم التوصل اليه من تعميم عن طريق تحكيم العقل والمنطق وتوجيه الاسئلة الى الطلبة.

خامسا: نص المحاضرة: مفهوم العلاقات العامة : Public Relations

على الرغم من تطور مفهوم العلاقات العامة وتطبيقاته في كثير من دول العالم وعلى اصعدة مختلفة، الا ان هذا المفهوم مازال يخضع لبعض التفسيرات الخاطئة التي تبرز في كثير من الاحيان عند الحديث عن دور العلاقات العامة ووظائفها بشكل خاص، الأمر الذي يستدعي القاء الضوء على هذا المفهوم من خلال الاشارة الى بعض التعريفات التي وردت في الموسوعات العالمية او اوردها الباحثون المتخصصون أو الهيئات المعنية في حقل العلاقات العامة.

فقد عرفتها الموسوعة البريطانية بانها (فن مسايرة الناس ومجاراتهم وفن الحصول على رضا الجمهور وثقته وتأييده او فن التعامل مع الجمهور وكسب رضاه).

بينما تعرفها دائرة المعارف الاميركية (بانها الفن الذي يقوم على التحليل والتفسير الموضوع معين سواء كان هذا الموضوع يدور بشأن فكرة او حول شخص او حول جماعة ما، بقصد تهيئة السبل امام الجماهير لكي تعترف بالفائدة التي يتضمنها هذا الموضوع وانه يستفيد فعلا من اداء ذلك).

وفي رأي Cutlip, Center and Broom فان العلاقات العامة هي الجهود المخططة للتأثير في الراي العام من خلال الاداء الناجح، والاتصالات ذات الاتجاهين من المنظمة الى جماهيرها ، ومن الجماهير الى المنظمة).

وتعرف من Moor and Canfield بانها فلسفة اجتماعية للإدارة يتم التعبير عنها على شكل سياسات وممارسات، والتي تعمل من خلال التفسير الصحيح للأحداث على ضمان التفاهم المتبادل والنيات الطيبة).

اما Aronof and Baskin فيعرفان العلاقات العامة بانها (وظيفة ادارية تساعد في تحديد اهداف المنظمة وتسهل التفسير فيها، وتقوم ادارة العلاقات العامة بالاتصال مع الجمهور الداخلي والخارجي للمنظمة من اجل خلق تماسك بين اهداف المنظمة والبيئة الاجتماعية المحيطة بها).

ويعرفها Marston بانها (الوظيفة التي تمارسها الادارة لقياس الاتجاهات العامة وتنسيق السياسات والاجراءات التي يتبعها الفرد والمنظمة ، تنسيقا يتماشى مع المصلحة العامة، وكذلك تنفيذ برامج الاعمال التي تكسب قبول وتفهم الجمهور لأحوال المنظمة).

ومن الهيئات المعنية التي وضعت تعريفا للعلاقات العامة الجمعية الدولية للعلاقات العامة فقد عرفتها بانها وظيفة الادارة المستمرة والمخططة والتي تقوم بها المؤسسات والمنظمات الخاصة والعامة لكسب تفاهم وتأييد الجمهور، وذلك من خلال قياس اتجاه الراي العام لضمان توافقه قدر الامكان مع سياساتها وانشطتها وتحقيق المزيد من التعاون الخلاق والاداء الفعال للمصالح المشتركة باستخدام الاعلام الشامل المخطط).

ويعرفها معهد العلاقات العامة في بريطانيا بانها الجهود المخططة والمستمرة لإقامة التفاهم المتبادل بين المنظمة وجماهيرها).

اما جمعية العلاقات العامة الفرنسية فترى انها (طريقة للسلوك واسلوب للإعلام، والاتصال يهدف الى اقامة علاقات مفعمة بالثقة والمحافظة عليها بين المنظمة والفئات المختلفة من الجماهير داخل المنظمة وخارجها التي تتأثر بنشاط تلك المنظمة).

ومن الكتاب العرب الذين وضعوا تعريفا للعلاقات العامة يبرز ابراهيم امام حيث عرفها بانها (فن معاملة الناس والفوز بثقتهم ومحبتهم وتأييدهم ، ومعنى العلاقات العامة ببساطة هو كسب رضاء الناس بحسن المعاملة الصادرة عن صدق وايمان بقيمة الانسان في المجتمع).

اما زكي محمود هاشم فينظر الى العلاقات العامة على انها (برنامج مخطط من السياسات ونماذج السلوك التي تهدف الى بناء ودعم ثقة الجمهور بالمنظمة وزيادة الفهم المتبادل بين الطرفين).

في حين ينظر مختار التهامي الى العلاقات العامة على انها (فن متطور من فنون الاتصال بالجماهير والتأثير فيها يستهدف كسب المؤيدين لهدف او قضية معينة وتحريكهم في اتجاه مرسوم في ضوء الدراسة العلمية المخططة وطبيعة القوى السياسية والاقتصادية المسيطرة على جهاز الحكم في الدولة).

ويعرف علي عجوة العلاقات العامة انها (الجهود المخططة التي يقوم بها الفرد او المؤسسة او الدولة لكسب ثقة الجمهور وتحقيق التفاهم المتبادل من خلال الاتصالات المستمرة ، والسياسات والافعال المرغوبة لتلبية احتياجات الجمهور في اطار ما هو ممكن ومشروع).

واخيرا يذهب هادي نعمان الهيتي الى ان العلاقات العامة (نشاط اداري يستعين بالاتصال بقصد بلورة انطباعات ايجابية عن الهيئة التي تتولى القيام به بين العاملين فيها وبين المتعاملين او الذين يحتمل ان يتعاملوا مع الهيئة اعتمادا على تنظيم تفاعل اتصالي قوامه المعاني والمعلومات التي تحقق اغراضا اجتماعية او اقتصادية او سياسية).

اما اهم التسميات التي اطلقت لتعبر عن معنى العلاقات العامة، فهي الهندسة البشرية او هندسة التفاهم والرضى اشارة الى اهمية ودقة النشاط الذي تقوم به، والسفير ذو النوايا الحسنة أو الطيبة اشارة الى ان رجل العلاقات العامة هو بمثابة سفير لمنظمته داخل المجتمع ، والرجل الوسيط اشارة الى ان نشاط العلاقات العامة يلعب دور الوسيط بين المنظمة والجمهور، واخيرا تسمية البيت الزجاجي وهو شعار اطلقه الفرنسيون في اواخر اربعينيات القرن الماضي لتلاقي ازمة الثقة التي سادت العلاقة بين المنظمات الحكومية من جهة ووسائل الاعلام والجماهير من جهة ثانية،

وهذا الشعار اعتمد مبدا الشفافية حيث تكون المنظمات الحكومية مكشوفة لوسائل الاعلام وللجماهير على حد سواء، وهذا ما تسعى اليه العلاقات العامة.

ويمكن ان نوجز اهم ما جاءت به التعريفات السابقة بما يأتي:

1. ان نجاح نشاط العلاقات العامة يتطلب توافر مجموعة اساسية من الاساليب التي تكفل نجاح هذا النشاط وتحقيق غاياته، وقد اشارت التعريفات السابقة الى بعض تلك الاساليب، ومنها التخطيط والتقويم والتنسيق وغيرها.
2. ان نشاط العلاقات العامة يهدف الى خلق او انشاء علاقات طيبة، او الاحتفاظ بهذه العلاقات، فضلا عن تجنب سوء التفاهم بين منظمة ما والجماهير التي تتعامل معها.
3. ان العلاقات العامة تستعين بوسائل واساليب الاتصال المتنوعة من اجل تحسين صورة المنظمة عند الجماهير، كما تقوم بنقل وجهة نظر الجماهير المختلفة الى الادارة العليا في المنظمة.

مما تقدم نستطيع القول ان العلاقات العامة كغيرها من الظواهر الانسانية والاجتماعية، لا يمكن حصرها في تعريف واحد جامع مانع ولا يرجع ذلك إلى عدم الوضوح في المفهوم، بل الى تداخله مع علوم انسانية واجتماعية متعددة، غير اننا نستطيع ان نستخلص من خلال التعريفات انفة الذكر والتعريفات والأوصاف التي لم تذكر ان للعلاقات العامة عناصر رئيسة وأساسية يمكن ان ننطلق منها في فهم العلاقات العامة وهي:

1. ان العلاقات العامة فعل مستمر ودائم بديمومة ركائزها الرئيسة (المنظمة والجمهور) أي طالما ان هناك منظمة وجمهورا كانت هناك حاجة ماسة الممارسة نشاط العلاقات العامة.
2. ان العلاقات العامة فلسفة اجتماعية للإدارة تأخذ بالحسبان البناء الاجتماعي والبيئة الاجتماعية للمحيط الذي تعمل من خلاله اي ان العلاقات العامة جزء لا يتجزأ من المجتمع، وبالتالي فهي تعمل ضمن قيم وعادات وتقاليد ذلك المجتمع ولا تتناقض معها.
3. ان العلاقات العامة عملية مخططة، وهي ليست نشاطا ارتجاليا او عفويا.
4. ان الاقناع يعد احد اهم الخصائص التي تميز ادوار العلاقات العامة، ويتم من خلال عملية اتصال مدروسة، فالهدف النهائي للعلاقات العامة هو اقناع الجمهور بما تريده المنظمة، واقناع المنظمة بما يريده الجمهور منها .
5. ان الهدف النهائي للعلاقات العامة يتمثل في تحقيق توازن مستمر بين مصلحة المنظمة من ناحية ومصلحة الجمهور من ناحية أخرى.

سادسا: اسئلة المحاضرة:

•حدد مفهوم العلاقات العامة في ضوء المصفوفة التي قمت بأعدادها اثناء در استك ؟

•ما التسميات التي اطلقت على العلاقات العامة ومبرراتها ؟

•من خلال استقراء تعريفات العلاقات العامة يمكن ان تحدد عناصر رئيسة واساسية يمكن ان ننطلق منها في فهم العلاقات العامة، ما هذه العناصر ؟

سابعا: مصادر المحاضرة:

1. محمد حربي حسن ، محمد عبد الحسين حسين ذنون البياتي العلاقات العامة : المفاهيم والتطبيقات (الموصل: دار الحكمة للطباعة والنشر (1991) ص23.
2. محي محمود حسن ، سمير حسن منصور ، العلاقات العامة والاعلام في الدول النامية (الاسكندرية: المكتب الجامعي الحديث ، (1985) ص 5.
3. ScottM.Cutlip, AllenH.Center, and Glen M.Broom, Effective Puplic Relations, (New Jersey: Prentic Hall, 2001) p.6.
4. Frazier H. Moor, and Bertand R. Canfield, Puplic Relations: Prhnciplels, Cases, and Problemes, 7thed (Homewood, Illinios: RichandIrwin, 1977) p.15
5. Aronoff Craig and Otis Baskin, Public Relations: Profession and The Practice (St. Paul, Minnesota: West Publishing, 1983) p.9.
6. John E.Marson. The Nature Of Public Relations (New York: Mc Graw-Hill, 1976) p.6.

7 ريا يوسف حمزة ، العلاقات العامة والاعلام (المنامة: المؤسسة العربية للطباعة والنشر، (1985) ص 12

8. sam Balck, Practical Public Relation, 4th ed(London: Eibs and Pitman Publishing, 1976) p.3.

9 . محمود محمد الجوهري، الاتجاهات الجديدة في العلاقات العامة (القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية ،1971)ص19,20

10. ابراهيم امام، فن العلاقات العامة والاعلام، ط2 (القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية،1968) ص9,10

11. زكي محمود هاشم ، العلاقات العامة : المفاهيم والاسس العلمية (الكويت: اصدارات ذات السلاسل 1990) ص18

12 مختار التهامي ابراهيم الداقوقي، العلاقات العامة في الدول النامية (بغداد: مؤسسة دار الكتب للطباعة والنشر،1980)ص16

13. علي عجوة، الاسس العلمية للعلاقات العامة (القاهرة: عالم الكتب،2000)ص24.

14. هادي نعمان الهيتي، الاتصال الجماهيري: المنظور الجديد، سلسلة الموسوعة الصغيرة (412) (بغداد: دار الشؤون الثقافية العامة، 1998) ص 24.