

القسم الأول
في أهمية الاتصال المؤسسي
وتشمل على:
تمهيد.

الباب الأول: المفهوم الحديث للعلاقات العامة.

الباب الثاني: أهمية العلاقات العامة وأهدافها.

الباب الثالث: المبادئ الأساسية للعلاقات العامة.

الباب الرابع: وظائف العلاقات العامة.

الباب الخامس: صفات العاملين في العلاقات العامة.

الباب السادس: موقع إدارة الإتصال والعلاقات العامة في الهيكل

التنظيمي للمؤسسة.

الباب السابع: أهمية إستراتيجية الاتصال والعلاقات العامة

في المؤسسة.

الباب الثامن: العلاقات العامة وتكوين الصورة الذهنية للمؤسسة.

القسم الأول

في أهمية الاتصال المؤسسي

تمهيد:

لم تعد إدارات الاتصال والعلاقات العامة مجرد ديكور أو ملحق لتحسين صورة المؤسسة أو التباهي أمام المنافسين، بل أصبحت عنصراً أساسياً في تخطيطها الاستراتيجي وعملاً أساسياً ضمن أنشطتها. وقد رافق هذا الاهتمام المؤسسي بالاتصال، اهتمام أكاديمي متزايد في معاهد الاتصال والإعلام بالوطن العربي لتكوين مختصين فاعلين في مجال الإعلام والعلاقات العامة عبر تزويدهم بالمعارف والمهارات الاتصالية لممارسة العمل الاتصالي والإعلامي انطلاقاً من حاجة سوق العمل المحلية والإقليمية بما يتماشى مع التطورات الكبيرة التي تشهدها مجتمعاتنا العربية في الفترة الأخيرة ومع التحديات التي تطرحها التطورات الكبيرة المتعلقة بتوظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

الباب الأول

المفهوم الحديث للعلاقات العامة

زخرت المؤلفات العلمية بكثير من تعريفات العلاقات العامة، وقد ركز بعضها على العلاقات العامة كوظيفة إدارية، وركز البعض الآخر على أنها عملية اتصالية، وركزت تعريفات أخرى على أن العلاقات العامة فلسفة اجتماعية للمنظمات العاملة في المجتمع، الربحية منها وغير الربحية، الخاصة والعامة، الإنتاجية والخدمية.

كما تجاوز بعض الباحثين الاهتمام بتعريف العلاقات العامة؛ لأن كثيراً من المنظمات الكبرى في المجتمع الغربي الصناعي بدأ يتخلى عن مصطلح العلاقات العامة التقليدي ويستبدله بمصطلح "اتصالات المنظمة".

Corporate Communications والذي يدمج كل الوظائف والأنشطة الاتصالية في المنظمة (العلاقات العامة، والإعلان، والدعاية، والبيع الشخصي، وعمليات تنشيط المبيعات، ومكونات المزيج التسويقي في مركب واحد، أصبح يعرف علمياً بالاتصال التسويقي المتكامل) "Integrated Marketing Communication".

ولئن اختلفت وجهات نظر الباحثين في وضع تعريف مُحدد للعلاقات العامة نظراً لتعدد مجالات نشاط العلاقات العامة في المنظمة أو المؤسسة، فإنه يمكن أن نلقي الضوء على بعض التعريفات التي تناولت العلاقات العامة والتي حاولت مقارنة المفهوم انطلاقاً من تحديد طبيعة عمل هذا المجال وأساليب ممارسته وأهدافه.

من أشمل التعريفات ذلك التعريف الذي قدمه د. ريكس هارلو Rex Harlow، من المعلمين الرّواد في العلاقات العامة ومؤسس جمعية العلاقات العامة الأمريكية (PRSA) في عام ١٩٧٦م: "العلاقات العامة هي وظيفة الإدارة المتميزة التي تساعد على إنشاء خطوط الاتصال المتبادلة والحفاظ على هذه الخطوط والتفاهم والقبول والتعاون بين المنظمة وبين جماهيرها، وتشمل إدارة المشكلات والقضايا، وتساعد الإدارة على البقاء مستتيرة ومستجيبة للرأي العام، وتساعد على التماشي مع التغيير والاستفادة منه على نحو فعّال، وتعمل كنظام إنذار مبكر للمساعدة في توقّع الاتجاهات، وتستخدم البحوث والصوت والاتصالات الأخلاقية كأدوات رئيسية لها".

وكشفت جمعية العلاقات العامة الأمريكية في عام ٢٠١٢م الستار عن التعريف المنقح لمصطلح "العلاقات العامة" والذي تم تطويره بعد جهود بحثية كبيرة وبالتالي كان هذا المصطلح انعكاساً للكيفية التي ينظر بها "العالم" إلى مهنة وممارسة العلاقات العامة: "العلاقات العامة هي عملية الاتصالات الاستراتيجية التي تبني علاقات منفعة متبادلة بين المنظمات وجماهيرها"^(١).

(١) المساءلة المهنية: لماذا العلاقات العامة؟ بقلم كيرك هازلت، ترجمة: غيدا سعيد، ٢٠١٢/٠١/٠١
 ٢٠١٦م، موقع الجمعية الدولية للعلاقات العامة "IPRA"، تاريخ زيارة الموقع ٢٣ مارس ٢٠١٨م، مقال متاح على العنوان التالي:

وتعرّف الجمعية الدولية للعلاقات العامة، العلاقات العامة بأنها وظيفة إدارية ذات طابع مخطط ومستمر تهدف من خلالها المنظمات والهيئات العامة والخاصة إلى كسب تعاطف وتأييد أولئك الذين تهتم بهم وتحافظ على ثقتهم، عن طريق تقييم الرأي العام المتعلق بها من أجل ربط سياستها وإجراءاتها قدر الإمكان، ومن أجل تحقيق تعاون مثمر أكثر، ومن أجل مقابلة المصالح العامة بدرجة أكثر كفاءة عن طريق تخطيط المعلومات ونشرها.

وتعرّف الجمعية الفرنسية للعلاقات العامة هذه المهنة بأنها "الجهود التي يبذلها فريق ما، لإقامة علاقات الثقة واستمرارها بين أعضائه، وبين الفريق وبين الجماهير المختلفة التي تنتفع بصورة مباشرة أو غير مباشرة من الخدمات الاقتصادية والاجتماعية التي تحققها المؤسسة"^(١).

وفي إطار التعريف بالمصطلح، لا بد أن نؤكد أن طبيعة العلاقات العامة كنشاط مستمر داخل المؤسسة يتكون من أربع مراحل أساسية هي البحوث والتخطيط وتنفيذ البرامج والتقويم، ولا تحتل هذه المراحل الاختلاف باختلاف الأنظمة أو المؤسسات.

وإذا كان هناك إختلاف فذلك يحدث في الواقع العملي حينما تعكس الأهداف فلسفة المؤسسة أو المنظمة التي تعبر عنها، فالأهداف التي تحدد إدارة علاقات عامة في مؤسسة تسعى إلى الربح تختلف عن الأهداف التي تحدد إدارة علاقات عامة في مؤسسة أخرى لا تسعى إلى

(١) غادة البطريق، العلاقات العامة وفن إدارة الأزمات، ص ١٩، الجيزة: أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، الطبعة الأولى ٢٠١٧م.

الربح على الرغم من وجود بعض الأهداف المشتركة بينهما^(١). وعلى الرغم من تعدد التعريفات التي تقدم بها الدارسون والممارسون إلى جانب تعريفات الهيئات المختصة بالعلاقات العامة إلا أن هناك نقاط وسمات مشتركة بينها على الرغم من اختلاف أساليب الصياغة أو التفاصيل بين تعريف وبين آخر.

كما أنه يمكن تلخيص هذه المفاهيم انطلاقاً من وظيفة العلاقات العامة التي يمكن حوصلتها في مهمتين إثنين: المهمة الأولى تتعلق بالعلاقات مع الجهات الخارجية سواء كانت هذه الجهات رسمية أو شعبية، فردية أم جماعية وذلك بهدف خلق تناسق وانسجام بين المؤسسة وهذه الجهات. ومن وجهة النظر هذه فإن مفهوم العلاقات العامة هي فن التعامل مع الجمهور أو مع الناس بهدف اكتساب رضاهم وقبولهم وتأييدهم، لذلك لا بد أن تقوم العلاقات على برنامج مخطط وقائم على أساس سلوك الناس ودراسة اتجاهاتهم دراسة واعية وشاملة.

أما المهمة الثانية للعلاقات العامة فهي تشمل نشاطها داخل المؤسسة لتعمل على تحقيق التناسق والانسجام الداخلي وذلك كأولوية أولى من وظائفها، إذ لا يجب أن تقتصر العلاقات العامة في مجالاتها وأهدافها واهتمامها على علاقة المنظمات الادارية بالبيئة الخارجية، فالعلاقات العامة إذن ليست أحادية البعد ولا تقتصر على مجرد تحقيق أهداف المنظمة

(١) عوجة، علي، ١٩٧٨م، الأسس العلمية للعلاقات العامة، القاهرة: عالم الكتب، ص ١٥.

وانسجامها مع الخارج بل هي مزدوجة الأبعاد، و من غير الممكن خلق علاقات خارجية مأمولة إذا لم تكن هناك علاقات داخلية سليمة وتعبر عن انسجام وتفاهم بين مختلف مكونات الإدارة وبين الأفراد داخل المؤسسة. ويركّز خبراء الاتصال والعلاقات العامة اليوم على مفهوم إجرائي بسيط للعلاقات العامة يتلخص في إقامة علاقات حسنة بين المؤسسة و جماهيرها الداخلية والخارجية، علاقات مخطط لها ومدروسة تسعى إلى بناء التفاهم والثقة المتبادلة وذلك بهدف إحداث التغيير المستهدف في هذه الجماهير.