الفصـــل الأول

العلاقات العامة وعلاقتها بالعلوم الأخرى

- تقديـــم.
- مفهوم العلاقات العامـــة.
- العلاقات العامة علم أم فـــن.
- علاقة العلاقات العامة بالعلوم الأخرى.

أولاً : علاقة العلاقات العامة بعلم النفس.

ثانياً : علاقة العلاقات العامة بعلم الاجتماع.

ثالثاً : علاقة العلاقات العامة بعلم الإدارة.

رابعاً : علاقة العلاقات العامة بالتسويق.

خامساً : علاقـــة العلاقـــات العامة بالاقتصاد والتاريخ والسياسة والعلـــوم الأمنية الأخرى.

سادساً : علاقة العلاقات العامة بالإعلام.

سابعاً : علاقة العلاقات العامة بالدعاية والإعلان.

ثامناً : علاقة العلاقات العامة بالرأى العـــام.

- إرتباط العلاقات العامة بالعلاقات الإنسانية والاجتماعية والصناعية.

تقديـــم :

العلاقات العامة تلعب دوراً هاماً بل أساسياً فـــى جميـــع نـــواحي الحيـــاة المختلفة، وقد أخذت هذه العلاقات شكلاً متغيراً على مدى الأجيال نتيجة لإزدهـــار القيم الاجتماعية وتطور العلاقات الإنسانية، فالتفاهم الإنسانى إرتبط منذ الأزل بنشأة المجتمعات الأولي، وقد ارتبط إستخدام التفاهم الإنسانى عبـــر العـــصور بمهـــارة القائمين بالاتصال وقدراتهم على الإبتكار فى مواجهة المواقف المختلفة، إلا أنه مع التطور الكبير فى العلوم الاجتماعية والنفسية خلال القرن العشرين ظهرت الحاجة إلى تقنين وتطوير هذه الظاهرة التى أرتبطت بنشأة المجتمعات المختلفة.

ولقد برزت العلاقات العامة كعلم وفن إتصال بعد الحرب العالمية الثانيـــة، وإن كانت قديمة حيث واكب نموها مراحل تطور البشرية وتهدف فيما تهدف إليـــه تحقيق التفاهم المتبادل بين الناس، عن طريق تعميق الفهم والمعرفة والتوعية لبناء المستقبل.

ولابد من الإشارة إلى أن العلاقات العامة تلعب دوراً هامـــاً فـــى مختلـــف المؤسسات الصناعية والإنتاجية والتعليمية والتدريبية، وأنـــه مـــن الميـــسور الأن الوصول إلى علاقات عامة أفضل عن طريق النصيحة وبعض الحيل البسيطة التى تحتاج إلى تمرس، لقد أصبح القادة فى جميع المهن علـــى وعـــي بازديـــاد تعقـــد العلاقات العامة بين الأفراد وبين الجماعات والمنظمات ذلك التعقيد الذى أكد وجوده فى البحث العلمي، كما ثبت أيضاً بالخبرة والبحث إحتياج الناس إلى قدر أكبر مـــن التعليم وإلى تغير عميق حتى يتمكنوا من تكوين العلاقات العامـــة والتعامـــل مـــع الآخرين بكفاءة.

وتنتمى العلاقات العامة إلى مجموعة من العلوم الاجتماعية التى تتفاعل مع مطالب الأنسان، إذا إستعان هذا العلم فى تطوره بعلم النفس، وعلم الاجتماع، وعلم الاقتصاد، وعلم الإدارة، وعلم الإعلام، وعلم السياسة، والعلوم التربوية والأمنيـــة والعسكرية والاستراتيجية وغيرها من العلوم ذات الصلة بسلوك البشر فـــى ظـــل

الطفرة المعرفية، وإتساع أفق المخترعات والمكتشفات وتقنيات الاتصال والتواصل الحديثة فى هذا العصر.

ومما لاشك فيه أن العلاقات العامة ظاهرة إجتماعية ومن أهم الوظائف الحيوية فى المنظمة الحديثة، وقد عرفها الأنسان منذ أن عرف الحياة داخل المجتمع الإنسانى، قادته إليها الفطرة التى غرسها الله عز وجل فى نفسه ألا وهى حب الالتقاء بالأخرين والتعرف بهم والتعايش معهم، ثم يحاول التأثير على الجماعة، ويغير من سلوكها بالقدر الذى يخدم مصالحه وإتجاهاته وبتطور المجتمعات وبظهور بعض صور السلطة داخل المجتمعات كالتى كان يمارسها أصحاب النفوذ فى المجتمعات البدائية أو ممن لهم سلطة دينية إستطاع هؤلاء أن يفرضوا سيطرتهم على المجتمع، حيث لجأوا إلى العلاقات بهدف إقناع الجماهير بأشخاص وبطريقتهم فى ممارسة السلطة، والحضارات القديمة عرفت أيضاً العلاقات العامة كوسيلة حيوية وهامة من وسائل التأثير فى الجماهير، فنجد فى حضارة وادى النيل (الفراعنة) حفريات ونقوش تخاطب وتسجل بطولات الملك وأعماله وتحث الجماهير على طاعته، كما أن الأشوريين هم أول من إبتدع النشرات المصورة من خلال ترقيم إنتصاراتهم وبجانبهم صور ملونة لأسرهم ويعرضونها فى القصور وفى الساحات والشوارع.

أما الحضارة اليونانية القديمة فقد كانت من أولى الحضارات إهتماماً بتطوير أساليب التأثير فى الرأى العام حيث إستخدموا السفسطائيون وهم عبارة عن أشخاص يحترفون الأقناع وذلك من خلال إمتلاكهم لفنون الخطابة والكتابة ببراعة تمكنهم من إقناع الأخرين، وكذلك الحال عند الرومان، وفى العصور الوسطي أكمل الغربيون ما كان قد بدأه الرومان فى هذا المجال، ودخلت مرحلة الصراع بين الكنيسة ورجال الفكر مرحلة كان لابد فيها من التأثير على أفراد الشعب وإقناعهم، كما إستعانوا بفكر الحضارة الإسلامية فى هذا الخصوص لاخراجهم من الأزمات التى يعانون منها باعتبار الإسلام أقام العلاقات بين الناس على مرتكزات واضحة

تصون كرامة الإنسان وتحفظ حقوقه وكان من الأسس البارزة فى هذه العلاقة العدل فى المعاملة، وإحترام أدمية الإنسان وكرامته وإعتبار الناس فى الأصل واحد (يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُم مِّن ذَكَرٍ وَأُنْثَى وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِندَ اللهِ أَتْقَاكُمْ إِنَّ اللهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ) (سورة الحجرات : آية١٣).

وكذلك حث الإسلام على التعاون بين البشر فقال تعالى (وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبرِّ وَالتَّقْوَى وَلاَ تَعَاوَنُوا عَلَى الإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللهَ إِنَّ اللهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ) سورة المائدة : آية ٢).

كما حث الإسلام على بناء العلاقات العامة والإنسانية على التسامح وإحترام الحرية الشخصية والتمسك بالفضيلة والوفاء بالعهد، وقد أخذت العلاقات العامة فى العصر الإسلامي ولازالت شكلاً أعم وأشمل من مجرد التأثير إذ أن حسن الخلق أصبح هو الأساس والدين هو المعاملة وإبتكر الإسلام طرق جديدة لنشر المعلومات ونقلها عن طريق الخطب والمواعظ الدينية والدعوة إلى الله بالحكمة والموعظة الحسنة.

وأخيراً ظهرت المجتمعات الحديثة والنهضة الأوربية، وتقدمت وسائل الاتصال ووسائل الانتقال، وإنتشر العلم وظهرت وسائل الإعلام الحديثة، وبدأ العالم الصناعى الحديث يشعر بأهمية العلاقات العامة فى واقع ملئ بالإيجابيات والسلبيات داخل تلك المجتمعات ومحاولة تعزيز التعاون مع الجماهير وكسب ثقتهم وبالتالى تحسين سلوكهم بما يخدم المصالح المشتركة بين أبناء المجتمع الواحد، وبذلك فإن الحصول على ثقة الجمهور هو هدف إستراتيجي من أهداف أى منشأة، ومن صميم نشاطها وبرامجها ومنجزاتها فى ظل عولمة دوائر الأعمال وكثافة المنافسة وتكاثر منافذ وسائل الإعلام وتأثير الاتصالات اللحظية وإستمرارية الانترنت.

مفهوم العلاقات العامة :

تعتبر العلاقات العامة فن للتعامل الإنسانى يهدف إلى كسب رضاء الناس بحسن المعاملة الصادرة عن صدق وإيمان بقيمة الإنسان فى المجتمع ولعل أبسط

تعريف لها ذلك المثل العربى الذى يقول "عامل الناس بقدر ما تحب أن يعاملوك به" وبالنظر إلى العلاقات العامة نجد أن نشاطها قد بدأ يتزايد ويتضخم نتيجة لترويج الحكام والدعوة لتثبيت حكمهم فى عهد قدماء المصريين ثم تحولت إلى نشر الأنباء والمعلومات عن الدولة ثم تطورت أثناء الحضارة الإسلامية وأصبحت تقوم بالإرشاد الدينى والاجتماعى والسياسي وفى أواخر القرن الثامن عشر تحول نشاطها وأصبح منصباً على شرح سياسة الحكومات وعرضها عرضاً مقبولاً على الجماهير حتى قيام الحرب العالمية الأولى حين قامت بنصيب كبير فى تهيئة الأذهان وتهيئة الشعور العام فى المناسبات المختلفة، ثم جاء عهد النهضة بالنسبة للعلاقات العامة بعد الحرب العالمية الثانية وإهتمام نفر كبير بها وتكوين الجمعيات العلمية للإشراف على أبحاثها وإنضمام المشتغلين بها تحت لواء هيئة واحدة يتبادلون عن طريقها الخبرات والمعلومات ويتمسكون جميعاً بدستور أخلاقى مهني واحد.

فالإنسان حينما يستقبل أصدقاؤه فى بيته ويرحب بهم ويقدم لهم واجب الضيافة فإنه يقوم بنشاط يدخل فى صميم العلاقات العامة أى علاقاتك بالناس، وعندما تتحدث إلى رئيسك فى العمل أو إلى أستاذك أو والدك بأدب وإحترام، فإنك تقوم بواجب من واجبات العلاقات العامة.

ولاشك أن الإنسان لا يستطيع أن يعيش فى عزلة عن المجتمع الذى يعيش فيه ولذلك ينبغى عليه أن يفهم غيره من الناس ويعرف كيف يتعامل ويتعاون معهم ويمكن لأى فرد منا- بطبيعة الحال- أن يسئ معاملة الناس ويغلظ لهم القول ولكنه لن ينال منهم سوى الكراهية والنفور ومن ثم فإن كلاً منا يستطيع أن يكيف علاقاته العامة مع الناس بالطريقة التى يشاءها أو التى تقررها بيئته أو أسرته أو تربيته بوجة عام، ومع تقدم الحياة الاقتصادية وإزدهار الحياة الاجتماعية والسياسية قد أدى هذا إلى زيادة إعتماد الأفراد على بعضهم البعض، وذلك لأن الإنسان إجتماعى بطبعة ويتطلع إلى الآخرين، ويرجوا عندهم المودة والأحترام والفهم المتبادل ويتجه

الأفراد إلى الأعمال لاشباع حاجاتهم الاقتصادية والاجتماعية والروحية ويحتاج تحقيق أهداف الأعمال كجهد جماعي منذ أقدم العصور إلى توفير عناصر الإنتاج من قوة بشرية ومواد ورأس مال والتأليف بينهما بنسب مختلفة للقيام بالعملية الإنتاجية بالإضافة إلى توافر الأسواق الكافية لاستيعاب ذلك الإنتاج.

ولا شك أن سلامة أداء العملية الإنتاجية يرتكز على الجهد الذهنى للقوة البشرية القادرة على توفير عناصر الإنتاج ومزجها وتوجيهها بالقدر الذى يحقق الكفاءة والربحية لمنشأة الأعمال وهو العمل الإداري ويعد توفير القدرات الإدارية وممارستها أمراً ضرورياً فى العصر الحديث نتيجة نمو وتعقد المشكلات التى تواجه منشأة الأعمال ونقصد بالإدارة "بأنها كافة الجهود الذهنية المرسومة والمستمرة التى تعمل على تحقيق أهداف الأعمال عن طريق إتخاذ القرارات عما يجب أن يتم عن طريق الأفراد من إستخدام أمثل للموارد المادية والبشرية للحصول على أفضل النتائج بما يشبع حاجات ورغبات الجماهير فى الداخل والخارج ويدعم إستمرار الأعمال ونجاحها "ونخلص من هذا التعريف إلى عدة مبادئ هامة وهى :

١- تعتبر الإدارة نوعاً من السلوك العام الذى يمارس بنفس الصورة إلى حد كبير فى الأعمال الصناعية والتجارية والتعاونية والعسكرية والخدمة العامة والصحية والترفيهية...الخ.

٢- أن أخص وظائف الإدارة هو توجيه عملية إتخاذ القرارات على أكفأ وجه ممكن. وأن العمل التنفيذى ليس هو عمل الإدارة بمعنى أن جميع المستويات الإدارية فى الأعمال من أعلاها إلى المستوى الإشرافي الأول يقومون بأعمال تتعلق بالتخطيط والتوجيه والرقابة أى أن المنشأة أو المنظمة كلها تقوم بالعمل الإداري وبالتالي فإن المدير وظيفته توجيه القرارات بحيث تتم بدرجة عالية من الكفاءة.

٣- أن الإدارة مسئولة عن تحقيق حاجات ورغبات الجماهير المنتمين إليها. بمعنى أن الإدارة مهنة لها مسئولية إجتماعية وعليها واجبات ومسئوليات أمام

أصحاب رأس المال (المساهم) وتجاه العامل أو الموظف والمستهلك والموزع والمورد والهيئات الحكومية كما يلزم أن تكون المنشأة عضواً فـى المجتمـع تعمل على تحقيق التنمية والرفاهية للمواطنين ومفروض على الإدارة أن تفهم سلوك هذه الجماهير وتراعي مصالحهم بلا تفضيل ولا تميز مثلما يعامل الأب أبناءه ويمدهم برعايته على قدم المساواة تماماً. وتولى إدارة العلاقات العامـة اهتماماً بالغاً لا يقل عما توليه للتسويق والتمويل والنشاط الهندسي والتـصنيع والتسويق ومن ثم عممت ممارسة العلاقات العامة فى المنـشأت الـصغرى والكبرى على حداً سواء بل فى نطاق من المنـشأت الاجتماعيـة والمهنيـة والاتحادات التجارية والمؤسسات السياسية والحكومية.... وعنـدما أعمنـت الإدارة بدورها فى العلاقات العامة وتقبلت وظيفتها الأساسية فى هذا المجـال بدأت مكانة العلاقات العامة تنمو وتقوم، وبالتالى صارت أخلاقيات الممارسين للعلاقات العامة وكفاءتهم فى تحسن وإرتقاء، كلما أمكن تطوير أساليب فنيـة حديثة تزيد أساساً من فعالية برامج العلاقات العامة.

- **صعوبة وضع تعريف محدد للعلاقات العامة :**

وضع تعريف للعلاقات العامة ليس بالأمر السهل فالبعض يعرفها باعتبارها ما يجب أن تكون عليه لا كما هى، وفريق أخر يلونها بوجهة نظره التى تكشف عن خبراته الشخصية وغالباً ما تكون هذه الخبرة محـدودة، وفريـق ثالـث يعرفهـا باختصار غير مفهوم يحتاج إلى شرح وتفسير، فى حين يعرفها فريق رابع واسـعاً فضفاضاً كأنها تشمل النشاط الإنسانى بأجمعة ولو كان هناك بعض الخلاف علـى وضع تعريف محدداً للعلاقات العامة إلا أن هذا الخلاف أخذ فى الأضمحلال بمرور الزمن بفضل تناول وجهات النظر عن طريق الهيئات المهنية والمؤتمرات العمليـة ولا يزال هناك إختلاف كبير بين تعريف العلاقات العامة المتفق عليه وبين النشاط الذى يطلق عليه العلاقات العامة فى الحياة العملية فمن الناحية النظرية يتفق معظم المشتغلين بالعلاقات العامة على أن مهنتهم تنحصر فى بناء صورة محببة للجمهور

عن منشأتهم عن طريق الأعمال المجيدة الصادقة التى تقوم بها، وإتصال ذو إتجاهين ينتج عنه تفاهم متبادل بين أصحاب المصالح المشتركة، ولكن فى الحياة العملية يطلق لفظ العلاقات العامة على أنواع مختلفة من النشاط بعضه قريب لا يمت إلى العلاقات العامة بصلة والأمل معقود على انقراض هذه الأنواع من الأنشطة بفضل إنتشار الوعي الإداري والاجتماعى والسياسى.

- **أهمية الاتفاق على تعريف محدد للعلاقات العامة :**

الاتفاق على تعريف محدد واضح مفهوم أمر لابد منه لعدة أسباب :

١- عدم وضوح النشاط الذى يقع فى محيط العلاقات العامة يؤدى إلى تضارب الاختصاصات فى المنشأة أو المؤسسات المختلفة مما يعرقل سير العمل ويؤدى إلى سوء التفاهم ويخلق للقائمين بأمرها مشكلات فى الداخل قبل أن يقوموا بعملهم.

٢- عدم وضوح الاختصاصات لا يساعد على تنظيم إدارة العلاقات العامة تنظيماً سليماً بحيث تؤدى الأعمال المنوطة بها على أحسن وجهة.

٣- يؤدى عدم وضوح المفهوم عن العلاقات العامة إلى إهمال الإدارة العليا لها وعدم إهتمامهم بها الأمر الذى يؤدى إلى الاستغناء عن خدماتها أو على الأقل عدم وضعها فى المكان المناسب لها.

٤- عدم الاتفاق على تحديد نشاط العلاقات العامة يؤدى إلى صعوبة تحديد ميزانية لأعمالها. هذا إلى جانب أن هناك كثيرون يخلطون بين العلاقات العامة وبين غيرها من أوجه النشاط الأخرى كالترويج مثلاً Publicity أو الإعلان Advertising أو الدعاية Propaganda أو الإعلام information كما أن هناك إختلاف كبير بين المشتغلين بها.

- **تعريف العلاقات العامة :**

من الصعب فى العلوم الاجتماعية أو الإنسانية النظرية أو التطبيقية أن نصل إلى تعريف واحد شامل؛ ويرجع ذلك إلى أن التعريف الذى ينال تقدير يكون هو الأكثر صلاحية للإستخدام، لأن التعريف ما هو إلا مجموعة من الخبرات، يحاول المتخصص أن يضع مفهومة عنها فى كلمات واضحة أو جمل قصيرة ولذلك فإن التعريف الذى يكون مقبولاً فى وقت ما، قد لا يصلح بعد جيل جديد، والتعريف السليم لأى علم أو مهنة يجب أن يشمل الأهداف العامة والوسائل أو الطرق والأدوات والعمليات فى كلمات متناسقة قليلة لتوضيح كل ذلك.

ومما لا شك فيه أن وضع تعريف محدود ودقيق لأى علم من العلوم أو فن من الفنون تحتمه حقيقة أساسية هى إختلاف وجهات النظر وتباين الأراء حولة تبعاً للخبرات الشخصية والمصالح الذاتية للأفراد المختلفة، الأمر الذى يجعل الوصول إلى مفاهيم واضحة وسليمة عملية صعبة.

ومن ثم فإن تعريف العلاقات العامة ليس بالأمر السهل، وهكذا يتضح لنا أن تحديد مفهوم العلاقات العامة يعتبر الخطوة الأولى نحو الوصول إلى الموضوعية العملية ولا يمكن إعتباره بأى حال من الأحوال من قبيل الاستمتاع بالجدل النظرى أو الترف العلمي، بل أن له دواعيه ومبرراته من وجهة النظر العلمية والعملية ومن ثم فإنه من المفيد أن نلقي بعض الأضواء على بعض التعاريف التى توضح مفهوم العلاقات العامة التى وضعها المتخصصون والخبراء العاملون فى ميدان هذا النشاط الإنسانى.

يشير قاموس "وبستر" إلى أن العلاقات العامة هى مجموعة من الأنشطة التى تقوم بها هيئة أو إتحاد أو حكومة أو أى تنظيم فى المجتمع من أجل إيجاد علاقات جيدة وطيبة وسليمة مع الجماهير المتنوعة التى تتعامل معها كجمهور المستهلكين والمستخدمين ومن ثم الجمهور بوجه عام حتى تكون واضحة وتكسب رضاء المجتمع.

وقد عرفها إبراهيم أمام بأنها العلم الذى يدرس سلوك الأفراد والجماعات

دراسة علمية موضوعية بُغية تنظيم العلاقات الإنسانية على أسس من التعاون والمحبة والوعي.

ومن خلال هذا التعريف نرى أن هدف العلاقات العامة هو رعاية العلاقات الإنسانية السليمة فى المجتمع وكسب ود وضمان التفاهم بين المؤسسات الاجتماعية والاقتصادية من ناحية والجماهير من ناحية أخرى.

كما عرفت جمعية العلاقات العامة الأمريكية العلاقات العامة بأنها "نشاط أى صناعة أو إتحاد أو هيئة أو مهنة أو حكومة أو أى منشأة أخرى فى بناء وتدعيم علاقات سليمة منتجة بينها وبين فئة من الجمهور كالعملاء أو الموظفين أو المساهمين أو الجمهور بوجه عام لكى تحور من سياستها حسب الظروف المحيطة بها وشرح السياسة للمجتمع".

وتعرفها مجلة أخبار العلاقات العامة بأنها "وظيفة الإدارة التى تقوم بتقييم إتجاهات الجمهور وربط سياسات وأعمال فرد أو منشأة بالصالح العام، وتنفيذ برامجاً لكسب تأييد الجمهور وتفهمه".

كما يعرفها معهد العلاقات العامة البريطانى بأنها "الجهود الإدارية المرسومة المستمرة التى تهدف إلى إقامة وتدعيم تفاهم متبادل بين أى هيئة وجمهورها".

وتعرف كذلك العلاقات العامة بأنها "وظيفة الإدارة التى تقيس وتقوِّمَ وتتنبأ بالأراء والاتجاهات وردود الفعل المتوقعة من جمهور المؤسسة والجمهور الخارجي وهى التى تتحكم فى عملية الاتصال بين المؤسسة وجماهيرها تحقيقاً للمنفعة المتبادلة".

وقيل كذلك فى تعريف العلاقات العامة أنها "نشر المعلومات والأفكار والحقائق مشروحة مفسرة لجماهير المؤسسة، وكذلك نقل المعلومات والأراء والحقائق من الجماهير إلى المؤسسة وذلك بُغية الوصول إلى الانسجام أو التكيف الاجتماعى بين المؤسسة والجماهير".

وتعرف العلاقات العامة كذلك بأنها "الجهود التى تبذل للتأثير على الجمهور عن طريق وسائل الإعلام المختلفة حتى يكون لديهم فكرة صحيحة عن المؤسسة فيساندونها فى أزماتها، ويعضدونها فى أهدافها، ويشجعونها فى نشاطها".

العلاقات العامة تعرف كذلك بأنها "الفلسفة الاجتماعية للإدارة والتى تعبر عنها من خلال أنشطتها وسياساتها المعلنة للجمهور لكسب ثقته وتفاهمة".

أما (جون مارستون) وهو أستاذ فى العلاقات العامة، وله محاولات عديدة فى بلورة مفهوم العلاقات العامة، فيرى أن العلاقات العامة هى "النشاط الإدارى الذى يزن تصرفات الجمهور ويحدد السياسات والأعمال التى تتواءم مع رغباته ومصالحه ثم وضع البرامج والأعمال التى تؤدى إلى قبول الجمهور وتفهمه للمؤسسة".

ويمكن تعريف العلاقات العامة كذلك بأنها "أى جهد يبذله أفراد المؤسسة أو الهيئة وأى قرار تتخذه، وأى سياسة تتبناها، وأى رسالة تصدرها أو تستقبلها مادامت تهدف إلى تعزيز التفاهم بين المؤسسة وكل أو بعض جماهيرها".

ويقال أن العلاقات العامة هى "الاتصال المخطط المنظم المقنع، المقصود به التأثير فى الجمهور المهم".

أما تعريف العلاقات العامة فى الأجهزة الأمنية بأنها "تلك الجهود المخططة والمنظمة المبذولة لتدعيم إستمرارية العلاقات الطبية والحسنة بينها وبين الجماهير الداخلية والخارجية تحقيقاً لرفع مستوى العمل فيها وتلبية أهداف وغايات تخدم المصلحة العامة".

أما عن تعريف العلاقات العامة فى جهاز الشرطة فتعرف بأنها "فن إبراز الجهود الصادقة التى تؤديها الشرطة للمجتمع لإقناع الجماهير بمدى أهمية هذه الجهود لحمايتهم وأمنهم جميعاً ولكسب ثقتهم وتعاونهم مع رجال الشرطة وفى نفس الوقت تعمل على إعداد ودعم جهاز الشرطة علمياً وثقافياً ومعنوياً لينهض برسالته على أكمل وجه".

وفى تعريف أخر عرفتها جمعية العلاقات الدولية (IPRA) بأنها : "فن وعلم تحليل الظواهر والتنبؤ بنتائجها لإرشاد قادة ومديرى المؤسسات إلى ما يجب عمله طبقاً لبرامج وأعمال مخططة تساعد على تحقيق مصلحة المؤسسة والجمهور معاً".

وقد عرفها مليتون بأنها "الأداء الصادق والإعلام عنه".

ويقدم لنا كل من تشارلز متزلر Cherles Metzler والفونس هلبلنج A. Helbling هذا التعريف فيقولان فيه "إن العلاقات العامة هى إحدى وظائف الإدارة العليا للمنشأة أو المنظمة أو الهيئة، وهى تعمل أولاً على دراسة الرأى العام، والتأكد من مسايرة السياسة للصالح العام، ثم تقوم بتنفيذ برنامج مستمر ومتطور يوجه إلى جماهير معينة سعياً وراء خلق الثقة والتفاهم والتأييد ومداومة الحفاظ عليهما".

أما كانفيلد ومور فقد عرفا العلاقات العامة بأنها "الفلسفة الاجتماعية للإدارة والتى تعبر عنها من خلال أنشطتها وسياستها المعلنة للجمهور لكسب ثقته وتفاهمة". ويؤكد كانفيلد ومور فى شرحهما لهذا التعريف على أهمية الاتصال المزدوج وتحقيق التفاهم بين أى مؤسسة وجماهيرها، وأن الثقة بين الطرفين لا تتحقق بسهولة، وإنما تحتاج إلى جهود مستمرة. وهكذا فإن العلاقات العامة ليست بديلاً عن الإدارة الجيدة أو علاجاً للسياسات القاصرة أو المنتجات السيئة والخدمات الرديئة. والانفاق على العلاقات فى هذه الأحوال يضيع سدى ولا يحقق أى نتائج طيبة للمؤسسة.

كما يعرفها (بسكن وآخرون Baskin, et al, 1997) "بأنها الوظيفة الإدارية الى تساعد المنظمات فى تحديد أهدافها وبلوغها، وتحديد فلسفتها، وتسهيل عمليات التغيير داخل المنظمة، ويمارس رجال العلاقات العامة العمليات الاتصالية مع كل من الجماهير الداخلية والخارجية التى ترتبط بها المنظمة لتطوير علاقات إيجابية، وخلق حالة من التوافق بين أهداف المنظمات، وتوقعات المجتمع. ويقوم رجال العلاقات العامة بوضع وتنفيذ وتقويم برامج المنظمات لتطوير وتبادل التأثير والتفاهم بين كل مكونات المنظمة، وبينها وبين المجتمع.

ويعرفها إدوارد برينز بأنها "محاولة كسب تأييد الرأى العام بالنسبة لنشاط أو قضية أو حركة أو مؤسسة وذلك عن طريق الإعلام والاقتناع والتكييف".

ويلاحظ على معظم مؤلفات برينز فى ميدان العلاقات العامة أنه كان يحلو له أن يقارن بين العلاقات العامة وبين الهندسة فيقول على سبيل المثال إن خبير العلاقات العامة يقيم الصلات الطيبة، ويشيد الرضا والتأييد كما يقيم المهندس المبانى، ويشيد المنشأت، ولذلك أطلق على علم العلاقات العامة علم الهندسة البشرية Human Engineering أو علم الهندسة الاجتماعية Social Engineering.

ويعرفها محمد منير حجاب بأنها "الجهود الإدارية الخلاقة المخططة والمدروسة والمستمرة والهادفة والموجهة لبناء علاقات سليمة ومجدية قائمة على أساس التفاعل والأقناع والاتصال المتبادل بين مؤسسة ما وجمهورها لتحقيق أهداف ومصالح الأطراف المعنية، ولتحقيق الانسجام الاجتماعى والبيئى بينهما، عن طريق النشاط الداخلى القائم على النقد الذاتى لتصحيح الأوضاع، والنشاط الخارجى الذى يستغل جميع وسائل النشر المتاحة لنشر الحقائق والمعلومات والأفكار وشرحها وتفسيرها، وتطبيق كافة الأساليب المؤدية لذلك بواسطة أفراد مؤهلين لممارسة أنشطتها المختلفة".

وهناك تعريفاً وضعه إدوارد روبنسون E. Robinson يؤيدة بعض أساتذة العلاقات العامة وخبرائها، ويرون أنه تعريف دقيق واضح وشامل، لأنه يقوم على أساس علمي وهذا التعريف يقول بأن العلاقات العامة كعلم إجتماعي وسلوكي تطبيقى هى تلك الوظيفة التى تتضمن الآتى :

١- مساعدة الإدارة فى تحديد الأهداف التى تؤدى إلى زيادة التفاهم والتوافق بين المنظمة وجماهيرها، وقبول هذه الجماهير لمنتجات المنظمة وخططها وسياستها والأفراد العاملين معها.

٢- تحقيق التوازن بين أهداف ومصالح وإحتياجات المنظمة وأهداف ومصالح وإحتياجات الجماهير المختلفة التى تتعامل معها.

٣- تخطيط وتقييم البرامج التى تسعى إلى كسب رضا الجماهير وتفاهمها.

تعريف الحكومة الفرنسية العلاقات العامة :

وتتمثل واجبات ممارس العلاقات العامة سواء كان من العاملين بالمنشأة أو مستشاراً خارجياً مستقلاً، إسداء النصح والمشورة إلى المنشأة وتوظيف خدماته لخلق علاقات طيبة قائمة على أساس الثقة المتبادلة مع الجماهير وإستمرارها، وتزويد الجمهور بالمعلومات الخاصة بإنجازات المنشأة وبكل المتغيرات المؤثرة فى أنشطتها ويعتبر ممارس العلاقات العامة مسئولاً عن تنفيذ السياسة المقترحة وقياس النتائج.

ويجب أن تكون المعلومات عن المنشأة صريحة المصدر وموضوعية تماماً، بعيدة عن الدعاية والإعلان، وأن يتم التعاون الوثيق بين ممارس العلاقات العامة والمسئول الصحفى بالمنشأة بحكم علاقاته الوثيقة مع وسائل الإعلام.

وفى ضوء التعريفات السابقة نجد أنها لم تستقر بعد وأنه لا يوجد إجماع بين الباحثين والخبراء والمتخصصين على تعريف محدد، وهذا يدل على أنه لازال يكتنف مفهوم العلاقات العامة الغموض العلمي، حيث ينظر إليه البعض من وجهة نظر إدارية بحتة، بينما ينظر إليه البعض من وجهة نظر إجتماعية أو إعلامية، وأخرون يهتمون بتحسين صورة المؤسسة لدى الجمهور وتلميعها، وبعضهم يهتم بالتغذية الراجعة وقياس الرأى العام.

وعلى ضوء التعريفات السابقة يمكننا تعريف العلاقات العامة بأنها : "عملية نقل المعلومات الصحيحة والسليمة والمفيدة عن المؤسسة أو المنشأة أو الهيئة بشكل مدروس وهادف ومخطط له لبناء علاقات سليمة وصحيحة قائمة على أساس التفاعل والاقناع والاتصال المتبادل بين المؤسسة أو الهيئة وجمهورها لتحقيق أهداف ومصالح الأطراف المعنية، ولتحقيق الانسجام والتفاعل الاجتماعى والبيئى بينهما عن طريق النشاط الداخلى القائم على النقد الذاتى لتصحيح الأوضاع داخل المؤسسة والنشاط الخارجى الذى يستعمل جميع وسائل النشر المتاحة لنشر

الحقائق والأفكار والمعلومات والأراء وشرحها وتوضيحها وتفسيرها، بإستخدام كافة الأساليب المؤدية إلى ذلك بواسطة أفراد مؤهلين لممارسة هذا النشاط بصدق وأمانة".

- **العناصر الأساسية فى تعريف العلاقات العامة :**

أن العلاقات العامة عملية مستمرة ومخططة تتميز بأربعة مراحل رئيسية هى البحث وجمع المعلومات، والتخطيط، والاتصال، ثم التقويم، هذه هى العلاقات العامة كما ينبغى أن تكون من الناحية العلمية، ولكن يحدث أحياناً ونتيجة لعدم الاعتراف الكامل بأهمية العلاقات العامة فى بعض المؤسسات والمنظمات أن تأخذ العلاقات العامة طابعاً ارتجالياً عشوائياً، ولا يفهم من وظائفها سوى النشر سواء كان إعلاماً أو دعاية، مما جعل البعض يخلط بينها وبين فنون الاتصال الأخرى كالدعاية والإعلان والإعلام ومن المؤكد أن هذه الفنون لا تعدو أن تكون أدوات ووسائل تستخدمها العلاقات العامة فى نقل رسائلها الإعلامية والتأثيرية للجماهير. بالإضافة إلى كونها فنوناً قائمة بذاتها لها مجالاتها المحددة وخلفياتها العلمية التى تستند إليها.

ويمكن إستخلاص عدد من السمات أو النقاط من تعريفات العلاقات العامة يمكن تناولها على النحو التالى :

- العلاقات العامة علم يستعين بالأسلوب العلمي وتستند إلى النظريات العلمية والخبرات المقننة والتجارب المدروسة.
- تعد العلاقات العامة وسيلة لتدريب وإعداد الجماهير لتقبل أفكار وأراء جديدة أو للقيام بمسئوليات مطلوبة.
- العلاقات العامة فن يعنى أنها تطبيقات العلوم الاجتماعية وتعتمد على مهارات خاصة فى تطبيق النظريات المختلفة وإستعدادات فردية تختلف من متخصص لأخر.
- تحتاج العلاقات العامة إلى متخصصين على مستويات مختلفة يتخرجون من

خلال كليات ومعاهد متخصصة فهم يقومون بتحديد وتقييم الرأى العام من الزاوية التى تهم المنشأة أو المنظمة وتتعلق بها، كما أنهم يقدمون النصح والمشورة إلى المديرين بالنسبة لطرق التعامل مع الرأى العام.

- أصبحت العلاقات العامة ضرورية ولابد من وجودها فى جميع المؤسسات والهيئات وعلى كل المستويات، فهى تدخل فى مجال التجارة والإدارة والصناعة والتعليم والصحة والجيش والشرطة وغيرها، كما توجد فى المجتمعات المتقدمة والنامية على السواء، وبين الجماهير فى مختلف المجتمعات.
- تستخدم العلاقات العامة أدوات الاتصال والإعلام والبحوث العلمية لتحقيق أغراضها وأهدافها المنشودة والمعدة مسبقاً.
- تتضمن العلاقات العامة التفاهم بين المؤسسات وجماهيرها، وتعمل على الترابط وتحقيق التعاون بينها.

ويلاحظ على التعريفات السابقة أنفاً أن نقاط التركيز على أصحاب العلاقات المباشرة بموضوع العلاقات العامة هم :

أ- الجمهور العام أو الجمهور المباشر الذى يتعامل مع المنظمة أو المنشأة الإدارية.

ب- الجمهور الداخلى أو جمهور الموظفين أنفسهم.

جـ- العناصر الأخرى التى ذكرها هؤلاء الخبراء والمتخصصين والعلماء فى تعريفاتهم وهى :

١- عمل المنظمة الإدارية.

٢- تأثير أراء الجمهور على المنظمة أو المنشأة.

٣- القيم التى توجة العمل الحكومى.

٤- إستجابة الإدارة الحكومية لاحتياجات الجمهور ومتطلباته.

٥- العلاقات العامة كوظيفة هامة من وظائف الإدارة.

٦- إهتمام العلاقات العامة بتحليل السلوك الجماهيرى.

٧- وضع إدارات العلاقات العامة البرامج التى تتفق مع الصالح العام.

لذا يرى الكثيرون أنه من المفضل النظر إلى العلاقات العامة من خلال المفهوم البيئى، لأن طبيعة العلاقات العامة لا تقتصر على الجانب الاقتصادى أو الاجتماعى فقط، بل لها علاقة بكل عناصر البيئة المحيطة بالمنظمة أو المنشأة الإدارية.

وبناء على ذلك فالعلاقات العامة فى مفهومها المعاصر والشامل هى حصيلة التفاعلات الإيجابية وكذلك السلبية بين الجمهوربمختلف طبقاته الاجتماعية والاقتصادية والإدارة الحكومية، ولاشك أن نسبة التفاعل الإيجابى أو السلبى تتوقف على مستوى التقدم العام فى الدولة فمن حيث القاعدة العامة كلما تقدمت الدولة فى مستواها العام كلما حققت المزيد من التفاعل الإيجابى بين الجمهور وإدراتها المختلفة ولكن بالطبع لابد عدم الإغفال عن أهمية التغيرات والمؤثرات التى تؤثر على الإدارة وكذلك الجمهور بطريقة أو بأخرى.

ونحن نرى أن التعاريف السابقة للعلاقات العامة تنطلق من العناصر الآتية :

١- العلاقات العامة علم وفن فى نفس الوقت.

٢- أنها تتضمن جهوداً مستمرة ومرسومة ومخططة.

٣- أنها تتضمن مجموعة من العلاقات التبادلية بين المنظمة وجمهورها.

٤- أنها أعم وأشمل من العلاقات الشخصية الفردية.

٥- أنها تتكون من ثلاثة عناصر رئيسية هى المنظمة والجمهور (داخلى- خارجى) وعملية الاتصال بكافة أشكالها.

٦- أنها أعم وأشمل من العلاقات الإنسانية التى تهتم بالجمهور الداخلى للمؤسسة فقط.

٧- أنها تسعى للتعرف على حاجات الجمهور والعمل على تلبيتها وتأديتها بأحسن حال ممكن.

٨- أنها تعمل على تحسين صلات المنظمة أو المنشأة أو الهيئة وتواصلها

بجماهيرها.

٩- أنها تعمل على جعل الجماهير يميلون إلى التعامل والتعاون مع المنظمة أو المؤسسة أو المنشأة.

١٠- أنها مهنة لها أصولها المهنية.

١١- أنها تهتم بكسب تأييد الرأى العام والحفاظ عليه.

١٢- أنها محكومة بمجموعة من الأسس القابلة للتطبيق.

١٣- العلاقات العامة يعمل بها فريق عمل ذات مستوى فنى وعلمى عالى.

العلاقات العامة علم أم فن :

تشير بعض التعريفات إلى أن العلاقات العامة فن جعل المنشأة تكون موضع ترحيب وود من العاملين والجماهير المتعاملة معها.

والعلاقات العامة أيضاً فن من فنون الاتصال والإعلام وتخطيط الجهود للتأثير على العامة من خلال ماذا يريد الناس من المنشأة وأعمالها وما الذى لا يرويدونه.

والمقصود بالفن الفن المهاري، وليس الفن بالمعنى الجمالى، والفن المهاري هو القدرة على التعامل مع الناس ومسايرتهم، ومجاراتهم، أى أنها تحتاج إلى مهارة ولباقة وحسن تعرف وإلى تجديد وإبتكار مستمر حسب مقتضيات الظروف والمواقف، وهى فن فى كيفية التعامل مع الجمهور، والحصول على رضاه ومحبته وكسب ثقته وتأييده ويتحقق ذلك عن طريق الاتصال بالجماهير لنقل الحقائق إليهم وتفسير هذه الحقائق حتى تلقى هذه المؤسسات والهيئات تأييد الجماهير لها.

ويختلف المؤرخون والمشتغلون بالعلاقات العامة فيما إذا كانت العلاقات العامة فناً إجرائياً تكتيكياً لا يرقي إلى مرتبة العلم أم علما ينطبق عليه مضمون العلم من حيث النظرية والمنهج، وللحكم على ذلك يجب أن نتفق أولاً على معنى الفن ومعنى العلم، فالفن مجموعة من الأعمال الإنسانية المنظمة تتخذ وسيلة لغاية

معينة، أو صناعة من الصناعات التى يزاولها الإنسان لغرض معين، فالفنان لا يعمل عملاً لذاته، بل يقصد به شيئاً أخر أو عرضاً معيناً، وتقسم الفنون إلى فنون نفعية مادية ورفيعة أو جميلة، والفنون النفعية كالملاحة والتجارة والعمارة والجراحة والزراعة والصناعة، ومن الفنون الرفيعة أو الجميلة الرسم والتصوير والموسيقى والغناء والتمثيل والرقص التوقيعى.

أما العلم فهو مجموعة من الحقائق المنظمة المتحدة الموضوع الثابتة الدليل العقلى أو التجريبى، وبمعنى أخر فهو تنظيم المعرفة لطبيعة الظواهر والعلاقات بينها.

إلا أنه من الواجب أن نعرف أن العلم والفن متصلان إتصالاً وثيقاً فليس من المتصور أن يقوم علم بدون فن أو يرقى علم. ويتجلى ذلك فى العلوم التطبيقية التى تظهر فائدتها فى التطبيق الفنى على أن الفن يعتمد فى الغالب على علم أو علوم مختلفة، فالتجارة تعتمد على علم الاقتصاد والرياضيات والملاحة تعتمد على الرياضيات وتخطيط البحار وهكذا، والخلاصة أن العلم ينطوى على الإدارة أو المعرفة والفن ينطوى على العمل.

ولذلك تشير موسوعة المعارف الأمريكية إلى أن العلاقات العامة هى علم وفن، فهى علم من ناحية أنها تستند إلى علم الاجتماع الإنسانى، وهى علم من حيث أنها تتبع الأسلوب العلمي فى البحث والتشخيص وهى فن إذا نظرنا إليها من الناحية التطبيقية أى من الناحية التنفيذية، كما يدخل فى تشكيلها جوانب ذاتية حيث أن أساليب تطبيق مبادئ هذا العلم تختلف من أخصائى إلى أخر متأثرة بمنهجه وإستعدادته وطريقة إعداده.

ومن حيث البناء اللفظى فإن كلمة (علاقات) تعنى عملية الصلة أو الاتصالات والارتباطات التى تتوفر بين هيئة والجماهير المتعاملة معها.

أما كلمة (عامة) تعنى كل جماعة أو شريحة من المجتمع تكون المنظمة على علاقة بها، وذلك مثل جمهور العاملين أو العملاء أو الموردين، أو حملة

الأسهم أو الممولين أو الهيئات الحكومية.

علاقة العلاقات العامة بالعلوم الأخرى :

أولاً : علاقـــة العلاقات العامة بعلم النفس :

يعتبر علم النفس من العلوم الحيوية والهامة فى دراسة ســـلوك الكائنـــات الحية، فهو يعرف بأنه ذلك العلم الذى يدرس ســـلوك الكائنـــات الحيـــة (الإنـــسان والحيوان) وما ورائها من عمليات عقلية (شعورية أو لا شعورية)، أو دافعية وذلك من أجل الوصول إلى القانون الذى يحكم هذا السلوك لنتمكن من فهمـــه وضـــبطه والتحكم به، والتنبؤ به، والعلاقات العامة هى الاهتمام بـــالفرد داخـــل المنظمـــة : بدوافعة، بعلاقتة وشعوره حتى يقوم بالعمل بيسر وسهولة وبدون أى ضغوط، وعلم النفس ضروري وأساسي لعلم العلاقات العامة.

ثانياً : علاقة العلاقات العامة بعلم الاجتماع :

علم الاجتماع يدرس التجمعات الإنسانية-- المجتمع الإنسانى- أى يخـــتص بكل ما هو إنسانى إجتماعي أو بكل ما يتعلق بالإنسان من الناحية الاجتماعية، وكل ما يتعلق بالمجتمع من الناحية الإنسانية، ومن هنا نجد أن هناك علاقة وطيدة الصلة بين العلاقات العامة وبين علم الاجتماع الإنسانى.

ثالثاً : علاقة العلاقات العامة بعلم الإدارة :

يتفق علم الإدارة أصلاً مع علم العلاقات العامة فى مجال العمـــل وتنظـــيم الإدارة وتنسيق الجهود الإنسانية فى العلاقات العامـــة، ويتطلـــب تفـــصيلها فـــى المجالات الآتية :

١- إدارة الأفـــراد.

٢- إدارة المبيعات.

٣- إدارة التطوير.

٤- إدارة الشئون القانونية.

وجميع هذه الإدارات لابد من إيجاد علاقات عامة بهـا ووضـع خطـط إعلامية وبرامج للعلاقات العامة بها حتى يتم العمل والإنتاج فيها بيسر وسهولة.

رابعاً : علاقة العلاقات العامة بالتسويق :

أما علاقتها بالتسويق، فإن التسويق والإعـلان أداة مـن أدوات العلاقـات العامة وأنهم يبرزوا محاسن السلعة أو الخدمة، كما يتـصف التـسويق بـالتكيف الوقتى، بينما تتصف العلاقات العامة بالعمل الدائم من أجل إحداث تأثيرات إيجابية فى الجمهور والعمل على تعزيز تلك التأثيرات للوصول إلى التفاهم المشترك بـين المنشأة وجمهورها العريض.

خامساً : علاقة العلاقـات العامة بالاقتصاد والتاريخ والسياسة والعلوم الأمنية :

بالنظر إلى العلاقات العامة نجدها تتصل بعلم الاقتصاد حيث أنـه يـدرس الإنتاج وتوزيع التنمية والمال مما يتطلب علاقات عامة للمحافظة على سير الإنتاج وخطة جديدة للتوزيع وعدم تأثر المنتج عند المنافسة، وكذلك لها علاقة بعلم التاريخ الذى يسرد ماضي الإنسان وما مر به من أحداث والتى تساعد العلاقـات العامـة بربطه بالحوادث السابقة وتحـسينها إذا كانـت غيـر جيـدة والمحافظـة عليهـا وإستمرارها إذا كانت علاقات جيدة، ولها علاقة كذلك بعلم السياسة وتوزيع السلطة فى المجتمعات المختلفة ويأتى دور العلاقات العامة فى حشد الرأى العام للتأييـد أو عدم التأييد للمرشحين وكذلك تسهيل أعمال المنظمات الخدمية وما تقوم به من دور جيد للمواطن، كذلك للعلاقات العامة دوراً فعالاً فى الأجهزة الأمنية الذى لا يختلف عليه أحد، ولها دوراً رئيسى فى المجال الشرطي، والمرور، والجوازات، والـدفاع المدنى وجميع قطاعات الشرطة الأخرى.

ومما يجب ذكره وتوضيحه أن هناك مجموعة من العناصر تسهم فى تكوين الصورة الحسنة الطيبـة لأجهزة الأمـن من خلال العلاقات العامة بها وهى :

١- الأخبار والإعلام عن الخدمات الأمنية التى تقدمها الجهات الأمنية.

٢- إخبار الجماهير بدور الجهاز فى مكافحة الجريمة وقدرته على تحقيق الأمـن

والاستقرار.

٣- كيفية تعامل رجال الأمن مع الجماهير.

٤- التعاون بين رجال الأمن والجماهير.

٥- الاهتمام بالمكان الذى يؤدى الجهاز خدماته من خلاله.

٦- إمتلاك الجهاز للتكنولوجيا الحديثـــة.

٧- مظهر رجل الأمن الذى يقدم الخدمات الأمنية للجماهير.

٨- التوعية والتثقيف الأمنـــى.

سادساً : علاقة العلاقات العامة بالإعلام :

تعمل وسائل الإعلام على نقل الحدث إلى من لم يره بشكل يجعله يحس به، سواء كان ذلك الحدث ساراً أو مزعجاً أو مؤسفاً وسواء كان محلياً أم خارجياً، أما بالنسبة للعلاقات العامة فهى تفسر أنشطة المؤسسة للجمهـــور وتفـــسر إهتمامـــات الجمهور للمؤسسة بشكل يجعل كل طـــرف يتفاعل مع الأخر ويقدره حق قدره.

وبالنظر إلى العلاقات العامة نجد أنها ترتبط بالعمـــل الإعلامـــى إرتباطـــاً وثيقاً، فعن طريق الوسائل الإعلامية تـــستطيع إدارات العلاقـــات العامـــة شـــرح وتوضيح وتفسير سياستها وتوصيل الرسالة التى تود ترسيخها فى أذهان الجماهير عن المؤسسة أو المنشأة مع ملاحظة أن العلاقات العامة تختلف عن الإعـــلام مـــن حيث الطبيعة والدور والوظائف، فالوظيفة الدعائية للعلاقات العامة هـــى تجميـــل الواقع والسياسات وحتى الأشخاص ووضع وتنفيذ الاستراتيجيات الكفيلـــة بتكـــوين صور ذهنية عن الواقع ويختفى هنا الطابع النقدى فى العمل الدعائى الذى يمـــارس ضمن الإطار العام للوظيفة الدعائية للعلاقات العامة.

سابعاً : علاقة العلاقات العامة بالدعاية :

يعتبر مصطلح الدعاية من أكثر المصطلحات التى لم يتفق على معناها حتى بين المتخصصين فى دراسات الاتصال؛ ويرجع ذلك إلى ما عانته هذه الكلمة مـــن إستخدامات متعددة فى الأنظمة المختلفة أبعدته عن المعنى اللغوى للكلمـــة نفـــسها،

فالكلمة نفسها تدل على النشر، بينما يعتبرها البعض مرادفة لكلمة الإعلان أو الترويج، والبعض الأخر يطلقها على نشر الأخبار والمعلومات السياسية على الجمهور بقصد التاثير عليه.

ويعرف على عجوة الدعاية "بأنها هى تلك الجهود المقصودة للتأثير فى الغير لإقناعه بفكرة أو رأى أو كسب تأييده لقضية أو شخص أو منظمة بهدف تغيير سلوك الأفراد والجماعات، أو خلق أنماط جديدة من السلوك"، ويرى أن تعمد إحداث التأثير شرط أساسي لوجود الدعاية، فأى رسالة لها تأثير حتى ولو كان إعلاماً، لأن الرسالة الإعلامية هى تعبير عن فعل حدث، وأى فعل له رد فعل طبيعى، ولكنه يختلف عن رد الفعل المخطط لاحداثة عن طريق الرسالة التى تستهدف إحداث تأثير محدد.

فالدعاية أسلوب من أساليب الاتصال بالجماهير تخلق جوا امن الاغراء والاستهواء بصرف النظر عن الموضوع الذى تريد الترويج له، فالقائم بالدعاية لا يرمى إلى الإقناع بقدر ما يرمى إلى السيطرة على السلوك بأية وسيلة من الوسائل للظفر بتأييد الجماهير.

وتستند الدعاية إلى أسس فسيولوجية وسيكولوجية فلسفية معقدة للغاية، كما تستند مبادئها إلى أصول فلسفية وخبرات تاريخية، وهى فى الواقع وسيلة من وسائل الصراع الاجتماعى والسياسى، بحيث يستخدم فى ممارستها أحدث النظريات فى مجال العلوم السلوكية والفكر السياسى وعلوم الاتصال، كما أن الدعاية تستثمر كل الجهود التى عملت على التطور التكنولوجي، وتوظيف هذا التطور من خلال وسائل الاتصال الجماهيرى، وهناك إتجاهان رئيسيان فى مجال الدعاية يجب توضيحهما :

- **الاتجاه الأول : (نفسى)**

ويعتمد على مخاطبة الميول والدوافع للتأثير عليها، بحيث يستبعد العناصر العقلانية فى المعرفة والسلوك الإنسانى.

- **الاتجاه الثانى : (إيديولوجي)**

ويرى أن الإنسان مخلوق مفكر، ولكنه يحتاج فى تكوين أرائه إلى أن يتدخل ذو الخبرة من المتخصصين، وقد يستخدم هذا الاتجاه ما يسمى بالدعاية الترشيدية تلك الدعاية التى تقف أمام الأساليب الديموجرافية (الفوضوية) التى لا تستند إلى العقل.

وإذا كان البعض يطلقون على العلاقات العامة وحدة الرعاية المثالية للأشخاص أو الجماعات أو الهيئات، فإننا لا نتفق معهم على هذه التسمية، لأن العلاقات العامة لا تبغى الكسب المادي السريع أو الغزو المباشر، كما أنها تخاطب العقل والمنطق، بينما تسعى الدعاية فى المقام الأول إلى التأثير على الغرائز والعواطف والانفعالات، كما أن العلاقات العامة تهتم بالشكل والجوهر- سواء بسواء، بينما تهتم الدعاية بالشكل فقط، وخلاصة القول أن العلاقات العامة تسعى للحصول على التأييد التابع عن التقبل والاقتناع العقلى على عكس الدعاية التى لايهمها سوء الغزو الثقافى السريع للسيطرة على موقف معين.

ولما كانت الدعاية من الكلمات التى لم يتفق على مفهومها حتى الآن، ونظراً لما عانته من إستخدامات متعددة فى أنظمة مختلفة تسببت فى تشويه الكلمة وتغيير دلالتها فإنه ينبغى علينا كباحثين أن نسعى إلى التوضيح والبعد عن الغموض، وليس معنى ذلك أن العلاقات العامة لا تلجأ إلى الدعاية، ولكنها إذا لجأت إلى إستخدامها، فإنها تستخدم الدعاية البيضاء التى تخاطب العقل والعواطف السامية وتعتمد على المنطق فى عرض الحقائق، والدعاية البيضاء هى أسلوب من أساليب العلاقات العامة لنشر المعلومات والحقائق.

ويقول "كانفيلد Canfild" : ومع أن العلاقات العامة قد تستخدم الدعاية ومع أن الأهداف الخاصة بالعلاقات العامة والأهداف الخاصة بالدعاية قد تكون واحدة فى بعض الأحيان إلا أن العلاقات العامة تستهدف عن طريق الاقناع الصحيح التأثير على الرأى العام لما فيه الصالح العام، على حين أن الدعاية على النقيض من ذلك

تستهدف التلاعب بالعقول وتشويه الحقائق والتدخل فى حرية الاختيار.

ونستطيع أن نستخلص مما سبق أن كلا من الإعلان والإعلام والدعاية ما هى إلا أساليب تستخدمها العلاقات العامة لنشر المعلومات والحقائق للتأثير الواعي المقصود لخدمة مصالح المؤسسات والجماهير التى تتعامل معها، بل لخدمة الصالح العام، هادفة من ذلك إعلام الجماهير وتنويرها وتعريفها بالمؤسسة وذلك لتحقيق التفاهم والمشاركة ولكسب ثقة الجماهير وتأييدها، وبناء سمعة حسنة وصور ذهنية طيبة ومشرفة عن المؤسسة فى أذهان الجماهير المتعاملين معها.

ثامناً : علاقة العلاقات العامة بالرأى العام :

يعتبر الرأى العام بمثابة ساحة العمل ومجال التأثير لأنشطة العلاقات العامة، ذلك باعتبار أن الرأى العام هو الممثل لفكر الجمهور الذى هو الطرف الثانى فى معادلة التوازن التى تحاول العلاقات العامة إحداثها والحفاظ عليها بين المنشأة والجمهور.

وقد أستفادت جهود العلاقات العامة من التقدم الكبير فى وسائل الاتصال الذى يمكن من الوصول إلى قطاعات عريضة من الأفراد فى نفس الوقت حتى أصبح العالم كله كأنه يعيش فى قرية واحدة صغيرة.

بيد أن تأثير جهود المنشأة فى مجال العلاقات العامة من خلال الوسائل الحديثة للإتصال يجد منه تنافس العديد من المنشآت للتأثير أيضاً فى نفس الرأى العام، مما لا يجعل مخاطبة الرأى العام وكسب تأييده أمراً مفروغاً منه، بل يحتاج إلى قدرات خاصة فى إقناع الرأى العام وكسب دعمه.

وقد شهدت العقود القليلة الأخيرة من السنين إهتماماً واسعاً خاصة فى الدول المتقدمة- لدراسة الرأى العام بالشكل العلمى السليم، وأنشأت لذلك العديد من المعاهد والمراكز المتخصصة الرسمية وغير الرسمية لقياس الرأى العام وتحليله وإقتراح وسائل التأثير عليه، وتقوم هذه المعاهد بتقديم خبراتها المتطورة إلى إدارات العلاقات العامة بالمنشآت المختلفة أو تساعده فى حل مشكلاتها فى مجال

الاتصال بالجماهير والرأى العام.، ففى مصر نجد بها مركز بحوث الـرأى العـام التابع لكلية الإعلام جامعة القاهرة، وفى أمريكا نجد معهد جالوب لقيـاس الـرأى العام، كما تنتشر معاهد بحوث قياس الرأى العام فى كل الدول الغربيـة فرنـسا- المانيا- انجلترا- روسيا....الخ.

إرتباط العلاقات العامة بالعلاقات الإنسانية والاجتماعية والصناعية

يواجه الباحثون والممارسون مشكلة منهجية فى تحديد معـالم وخـصائص الوظائف المختلفة وخاصة الوظائف ذات الحدود المشتركة المتداخلة مثل العلاقات العامة، والعلاقات الاجتماعية، والعلاقات الإنسانية، والعلاقات الصناعية، لذلك كان من الضرورى أن نبين مدى إرتباط كل منهما بالأخرى.

أولاً : العلاقات الإنسانية Human Relations

وهى أضيق نطاقاً من العلاقات الاجتماعية التالية لها، وذلك لأن العلاقـات الاجتماعية تبدو فى كافة مظاهر الحياة، كما أنها تبدأ مع الفرد فى مهده، وتستمر ما بقيت الحياة، بينما ينحصر مجال العلاقات الإنسانية داخل المؤسسة، حيث تتـضمن العلاقات الإنسانية فى إطارها كلا من الرؤساء والمرؤوسين أى الإدارة والعـاملين أو الموظفين داخل المؤسسة وذلك على عكس العلاقات العامة التى يمتـد نـشاطها داخل المؤسسة وخارجها والمقصود بالعلاقات الإنسانية هو السلوك الإدارى الـذى يقوم على تقدير كل فرد، وتقدير مواهبه وإمكاناته وخبراته، واعتباره قيمة عليا فى حد ذاته، والذي يقوم على الاحترام المتبادل بين المديرين والمنفذين، وبين العاملين بعضهم وبعض، والذى يعتمد على حسن النية فى التصرفات والشعور الطيب نحو الآخرين ونحو العمل، ويستند إلى الدراسة الموضوعية العليـا لمـشكلات الإدارة متوخياً المصلحة العامة، كما يقوم هذا السلوك على شعور وإيمان عميـق بانتمـاء الفرد إلى الجماعة التى يعمل بها. فالمؤسسات الحديثة لم يعد هدفها الأساسى هـو الربح المادى فحسب، بل أصبح فى الوقت ذاته مؤسساته اجتماعيـة يعمـل فيهـا العمال أو الموظفين كآدميين لهم عواطفهم ومشاعرهم، واحساساتهم، ومـشكلاتهم

الخاصة، ومن ثم ينبغى على الرؤساء أن يقيمون علاقاتهم مع مرءوسيهم على أساس من التعاطف والود والاحترام المتبادل.

وتستهدف العلاقات الإنسانية فى المؤسسات الحديثة تحقيق أفضل إنتاج ممكن للمؤسسة غير أن أسلوبها فى ذلك يبنى على إشباع إحتياجات الأفراد والعاملين النفسية والاجتماعية بجوار الحاجات المادية ولوصول بهم إلى أفضل حالة من حالات الرضاء والتكيف.

ومن خلال ما سبق يمكننا القول بأن قيام العلاقات الإنسانية الطيبة فى أى مؤسسة يعتبر مثلاً حياً على تحقيق مستوى عالٍ من التعاون الوثيق بين الإدارة والعمل دعامته حسن فهم الإدارة لوظيفتها الحقيقية، والشعور الأكبر باشتراك المصلحة (مصلحة الفريقين) فى نجاح هذه المؤسسة، وتحقيق أهدافها، والعمل على تنمية غريزة الابتكار وحب العمل، وتحمل المسئولية بين العمال والموظفين وذلك لأن العلاقات الإنسانية ترتبط إرتباطاً وثيقاً بالمقدرة اللانهائية للعقل البشرى، وفى هذا الأمر يختلف الإنسان عن الآلة، الآلة لها طاقة إنتاجية معينة لا يمكن أن ترتفع عنها مهما زدنا من القوة المحركة أو المواد الخام، فى حين أن الإنسان له طاقة ولا حدود لها إذا أعطيت لها الفرصة للإنطلاق، فهذه القوة هى التى مكنت البشرية من التقدم من عصر الكهف إلى عصر الذرة وعصر الفضاء.

ثانياً : العلاقات الاجتماعية Social Relations

العلاقات الاجتماعية هى تلك الروابط التى تقوم بين الأفراد بعضهم البعض، أو بينهم وبين الجماعات المختلفة، بحيث يؤدى هذا الارتباط إلى التأثير على تصرفاتهم أو حالاتهم النفسية، فقد تقوم علاقة اجتماعية بين شريكين أو صديقين، أو بين المشترى والبائع، أو بين السيد وخادمه، وتبدو العلاقات الاجتماعية بصورة واضحة فى المؤسسات الاجتماعية التى تزاول أنشطة ذات طابع اجتماعى.

وتتميز العلاقات الاجتماعية بثلاث خصائص هامة **أولها** : أنها مركبة،

وثانيهما : أنها متعددة، **وثالثهما** : أنها متشابكة، وهذا التركيب والتعدد والتشابك لا يوجد فقط إذا كانت العلاقة قائمة بين عدد كبير من الأفراد، ولكنها تظهر حتى لو كانت العلاقة قائمة بين فردين فقط، وتبعاً لعدد الأفراد ويمكن أن تكون العلاقات الاجتماعية مفردة عندما يكون كل طرف من طرفى العلاقة فرد واحد، ويطلق على هذا النوع من العلاقات الاجتماعية الأولية، وقد تكون جمعية، أى بين مجموعتين أو مختلطة وهى التى تتم بين أكثر من طرفين. والعلاقة الاجتماعية من زاوية الزمن أما وقتية أو مستمرة أو دائمة، فالعلاقات الاجتماعية الوقتية تبدأ وتنتهى مع الحدث الذى يحقق هذه العلاقة، مثال ذلك التحية التى تحدث بين اثنين من العمال أثناء دخولهم المصنع، أما العلاقات الاجتماعية المستمرة فهى التى تغذيها مشاعر المودة وعلاقات المحبة والذكريات الطيبة، فالعلاقات الاجتماعية بين المشترى والبائع قد تكون مستمرة إذا تحقق للمشترى ما يرجوه من راحة وثقة من جانب البائع.

أما العلاقات الاجتماعية الدائمة فإنها تستمر عادة حتى الموت، ذلك لأنها تعتمد على عناصر سيكولوجية، واضحة فهى لا تبقى تحت ظروف وقتية معينة، ولكن تدعمها روابط الدم أو القومية أو الوطنية، مثال ذلك روابط الأبوة والبنوة، فهى تعتبر من العلاقات الاجتماعية الدائمة.

وقد تكون العلاقات الاجتماعية إيجابية أو سلبية، فالعلاقات الاجتماعية الإيجابية مرغوبة وناقصة لكل طرف من طرفى العلاقة، ومن أمثلتها الصداقة والاتحاد القائم على الإخلاص، وتتسم بأنها موحدة ومجمعة، فى حين أن العلاقات الاجتماعية السلبية تقوم على عنصر الاختلاف وعدم التوافق، ومن أمثلتها المعارضة أو الصراع وهى لهذا تعتبر محطمة ومفرقة، لأنها تعمل على هدم الحياة الإنسانية، ولذلك يمكننا القول بأن العلاقات الاجتماعية غاية فى ذاتها لأنها دليل القوة الاجتماعية، وجدير بالذكر أن العلاقات العامة لا تستطيع أن تؤدي دورها بنجاح إلا إذا كانت العلاقات الاجتماعية السائدة فى مجتمع المؤسسة أو فى المجتمع الذى توجد فيه المؤسسة علاقة إيجابية.

ثالثاً : العلاقات الصناعية Industrial Relations

ليست الصناعة مجرد آلات تدور، وسلع تنتج، بل هى فى ماضيها وحاضرها محصلة مجهودات بشرية، قوامها العنصر الإنسانى، الذى يحرك الآلة وينتج السلع، ولا شكأن التفهم الحقيقى لماهية الصناعة, وطبيعة الإنتاج يتطلب التفهم العميق لأراء الذين يعملون فى مجال الصناعة، ويؤثرون على مسار الإنتاج، فالإدارة الصناعية ليست إذن فن تنظيم العمليات الصناعية والإنتاجية فحسب، بل هى فن تنظيم القوى البشرية وتوجيه العلاقات الصناعية لخدمة العمل والإنتاج.

ومن ثم ظهرت العلاقات الصناعية كوحدة مستقلة فى إطار العمل الحديث، وخاصة بعد أن أثبتت الدراسات الاجتماعية والنفسية أن العمل فى جو المصنع يؤدى إلى ظهور مواقف جديدة، ويستلزم ذلك أن تتفق الأدوار مع المواقف حتى يمكن تجنب العمال حالات سوء التكيف وعدم الرضا التى تصاحب العمل الأمنى.

ويتضح لنا أن العلاقات الصناعية تلتقى مع العلاقات العامة على هدف عام واحد، هو تعميم الممارسة الإنسانية للعلاقات فى محيط الصناعة والنشاط البشري بصفة عامة، غير أنهما يفترقان فى الأغراض الخاصة والوسائل، فالعلاقات العامة تعطى الجمهور سواء الداخلى أو الخارجى فكرة صحيحة مجردة عن المؤسسة، وتبرز الأعمال الصالحة، والانجازت الطيبة، بينما تبذل العلاقات الصناعية قصارى جهدها فى استخدام القوة البشرية والرقابة عليها ضماناً لإسهامها فى العمل وتعاونها على أكمل وجهه.

ولاشك أن العلاقات الصناعية الناجحة يمكنها أن تسهم بدور مؤثر وفعال فى نجاح العلاقات العامة، حيث أن نشاط العلاقات الصناعية ينحصر داخل المؤسسة، بينما نشاط العلاقات العامة يبدأ من داخل المؤسسة ينطلق إلى خارجها.

فالعلاقات الصناعية تعتبر أساساً للعلاقات العامة، ومعنى ذلك أنه كلما كانت الأولى طيبة ومستقرة، كلما انعكس ذلك على الثانية، فهى تؤثر فيها تأثيراً ملحوظاً، فكلتاهما ينبغى أن تتم عمل الأخرى.

وخلاصة القول أنه بالرغم من اختلاف مفهوم كل من العلاقات العامة، والعلاقات الاجتماعية، والعلاقات الانسانية، والعلاقات الصناعية، ورغم اختلاف وسائلهم، واختلاف أغراضهم الخاصة، إلا أنها تتفق جميعها فى غرضها العام، وهو خلق جو من الثقة والاحترام المتبادل والتعاون الفعال بين المؤسسة وبين جماهيرها الداخلية، وإن كان نشاط العلاقات العامة يمتد إلى الجماهير الخارجية للمؤسسة، ومعنى ذلك أن أهداف العلاقات جميعها- سواء العامة أو الاجتماعية أو الإنسانية أو الصناعية- متشابكة ومتداخلة ومتفاعلة إلى مدى بعيد.