

مقدمة الطبعة الثانية

عندما صدر هذا الكتاب في طبعته الأولى عام ١٩٨٣ كانت الدراسات العربية في مجال الصورة الذهنية لا تزال في بداياتها. ولم أكن في البداية راضياً عن مادة الكتاب العلمية التي رأيت وقتها أنها لم تنضج بعد لكي تكون موضوعاً لكتاب كامل، لولا الحاح زملائي وطلابي الذين ناقشتهم في بعض موضوعات الكتاب، وكان رأيهم أن أتقدم به إلى المكتبة العربية في ذلك العام في طبعته الأولى، وأن أتابع الاضافة والتنقيح فيه في طبعات تالية.

ومرت السنون حتى أوشكت أن تكمل عقدين من الزمان دون أن تتاح لي فرصة تقديم الطبعة الثانية بسبب الانشغال الدائم بتحكيم البحوث العلمية، والاشراف على رسائل الماجستير والدكتوراه، والاستشارات العلمية للمشروعات القومية في مجالات السكان والمياه والبيئة، اضافة إلى الندوات والمحاضرات ولجان التطوير الإعلامي والجامعي، وكذلك تولى المناصب الإدارية الجامعية.

وهكذا يجد الانسان نفسه في وقت من الأوقات عاجزاً عن تحقيق أمنياته العلمية إزاء إضطاعه بواجبات علمية لتحقيق أمنيات طلابه في الحصول على الدرجات العلمية أو المشاركة في خدمة المجتمع وتنمية البيئة وكلاهما يعتبر اسهاماً علمياً ووطنياً له الأولوية على الأمنيات الشخصية حتى ولو كان لها الصبغة العلمية.

ورغم ذلك استطعت في هذه الطبعة أن أضيف بحثين كلاهما وثيق الصلة بموضوع الكتاب. يدور البحث الأول حول موضوع الإعلام الإسلامي وتحديات القرن الحادى والعشرين وتم عرضه في مؤتمر بجامعة الأزهر عام ١٩٩١ ناقشت فيه التحديات التي تواجه المسلمين في القرن الحادى والعشرين، وقد ركز البحث على واقع الإعلامى الإسلامى فى المرحلة الأخيرة من القرن العشرين والتحديات التي

تواجهه مع نهايات هذا القرن، وبدايات القرن الحالى، وكذلك عرض البحث لما ينبغى أن يتسلح به الإعلام الإسلامى للتعامل مع واقع القرن الجديد، وتقديم الصورة الصحيحة للإسلام والمسلمين فى ظل المتغيرات العالمية الحديثة.

أما البحث الثانى الذى قدم لمؤتمر الشرطة العصرية فى عام ١٩٨٣، فقد تناول دور العلاقات العامة فى تحسين أداء الشرطة المصرية وزيادة التفاعل بينها وبين الجماهير لتحقيق الأمن والتصدي لأعمال العنف والإرهاب التى تسيء لصورة الوطن، وكذلك كيفية بناء الصورة الايجابية للشرطة العصرية من خلال الأداء المتميز والإعلام عنه.

ولا يفوتنى فى ختام هذه المقدمة أن أذكر بالتقدير كل البحوث القيمة التى قدمت للمكتبة العربية خلال العقدين الأخيرين، والتى أثبتت أن هذا الموضوع الحيوى الذى يعتبر هدفاً أساسياً للعلاقات العامة قد حظى باهتمام الباحثين فى علوم الإعلام والنفس والإدارة والسياسة وهى ذات العلوم التى تدور فى فلكها العلاقات العامة الحديثة.

والله ولى التوفيق

د. على عجوة

العجوة فى ١٢ أكتوبر ٢٠٠٢

مقدمة الطبعة الأولى

تزايد الاهتمام بموضوع الصورة الذهنية وأهميتها بالنسبة للفرد أو المنظمة، نظراً لما تقوم به هذه الصورة من دور هام في تكوين الآراء واتخاذ القرارات وتشكيل السلوك. وقد أصبح تكوين الصورة الطيبة هدفاً أساسياً تسعى لتحقيقه العلاقات العامة على أى مستوى وفى أى مجال من خلال الأداء الطيب الذى يتفق مع احتياجات الجماهير المؤثرة والمتأثرة بسياسة الفرد أو المنظمة.

وقد أدركت المنظمات الحديثة والقيادات السياسية أهمية دراسة صورتها السائدة فى أذهان الجماهير فى وقت معين، واتخاذ السياسات ورسم الخطط الكفيلة بتكوين هذه الصورة على النحو الذى تتمناه هذه المنظمات أو تلك القيادات. كما برزت أهمية الصورة على المستوى الدولى فى تهيئة المناخ النفسى الملتم لتحقيق أهداف الدولة ونجاح سياستها الخارجية، والترويج لأوجه النشاط المختلفة فيها.

ولما كانت الدراسات التى تتناول الصورة الذهنية فى المكتبة العربية لا تزال محدودة بالقياس لأهمية هذا الموضوع للمشتغلين بالعلاقات العامة، فقد أخذت على عاتقى القيام بدراسة علمية متكاملة تتناول الصورة الذهنية ودور العلاقات العامة فى تكوينها أو تعديلها. ويتكون هذا الكتاب من ستة فصول، يتناول الأول منها مفهوم الصورة الذهنية من خلال التعريفات المتعددة التى قدمت لها.

أما الفصل الثانى فيعرض الأبعاد النفسية والاجتماعية لعملية تكوين الصور الذهنية، مع شرح مفصل لنظريات الاتجاهات وتأثير العوامل الاجتماعية والثقافية، بالإضافة إلى خصائص الاتصال الجماهيرى كأداة غير مباشرة فى التعبير عن الواقع.

ويتناول الفصل الثالث التخطيط لبرامج الصورة، وأهمية تكوين الصورة الطيبة بالنسبة لنمو المنظمة أو لنجاح القائد، ودور العلاقات الانسانية المساند لدور

العلاقات العامة فى تكوين الصورة المرغوبة. كما يعرض هذا الفصل لمبادئ التخطيط لبرامج الصورة ووسائل تكوينها داخلياً وخارجياً. أما الفصل الرابع فيركز على صورة المرشح السياسى من خلال عرضه لاستراتيجيات الحملات الانتخابية الأخيرة لرئاسة الدولة فى الولايات المتحدة الأمريكية، وتوضيح أثر الأحداث المثيرة ووسائل الاتصال الجماهيرية والأوضاع الاجتماعية فى تحديد النتائج الانتخابية.

ويعرض الفصل الخامس لدور العلاقات العامة خارجياً فى تكوين الصورة القومية والجهات المسئولة عن ترويج الصورة المرغوبة للدولة، والوسائل التى تعتمد عليها من خلال بعض الدراسات التى أجريت فى هذا المجال. أما الفصل السادس والأخير فيؤكد على أهمية بحوث الصورة على مستوى الفرد، أو المنظمة أو الدولة، أو أى قطاع فيها لكى يأتى التخطيط للصورة المرغوبة قائماً على المعرفة الدقيقة لمعالم الصورة الحالية وما تتضمنه من جوانب سلبية أو ايجابية.

ختاماً أرجو أن يعمق هذا الكتاب المفهوم العلمى للصورة الذهنية عند المشتغلين بالعلاقات العامة، والدراسين لها، وأن تؤكد الأساليب العلمية التى وردت فى فصوله المتعاقبة على هذا الجانب الهام الذى تزايدت العناية به فى دول أخرى سبقتنا فى هذا المضمار حتى يتحقق للعلاقات العامة العربية ما نصبو إليه من تقدم وازدهار.

والله ولى التوفيق،،

د. على عجوة

العجوة فى مارس ١٩٨٣