

الفصل الأول

العلاقات العامة وعلاقتها بالعلوم الأخرى

- تقديم.
- مفهوم العلاقات العامة.
- العلاقات العامة علم أم فن.
- 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 : علاقة العلاقات العامة بالاقتصاد والتاريخ والسياسة والعلوم الأمنية الأخرى.
- سادساً : علاقة العلاقات العامة بالإعلام.
- سابعاً : علاقة العلاقات العامة بالدعاية والإعلان.
- ثامناً : علاقة العلاقات العامة بالرأى العام.
- ارتباط العلاقات العامة بالعلاقات الإنسانية والاجتماعية والصناعية.

تقديم :

العلاقات العامة تلعب دوراً هاماً بل أساسياً فى جميع نواحي الحياة المختلفة، وقد أخذت هذه العلاقات شكلاً متغيراً على مدى الأجيال نتيجة لإزدهار القيم الاجتماعية وتطور العلاقات الإنسانية، فالتفاهم الإنسانى إرتبط منذ الأزل بنشأة المجتمعات الأولى، وقد ارتبط إستخدام التفاهم الإنسانى عبر العصور بمهارة 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 الثانية، وإن كانت قديمة حيث واكب نموها مراحل تطور البشرية وتهدف فيما تهدف إليه تحقيق التفاهم المتبادل بين الناس، عن طريق تعميق الفهم والمعرفة والتوعية لبناء المستقبل.

ولابد من الإشارة إلى أن العلاقات العامة تلعب دوراً هاماً فى مختلف المؤسسات الصناعية والإنتاجية والتعليمية والتدريبية، وأنه من الميسور الآن الوصول إلى علاقات عامة أفضل عن طريق النصيحة وبعض الحيل البسيطة التى تحتاج إلى تمرس، لقد أصبح القادة فى جميع المهن على وعي بازدياد تعقد العلاقات العامة بين الأفراد وبين الجماعات والمنظمات ذلك التعقيد الذى أكد وجوده فى البحث العلمى، كما ثبت أيضاً بالخبرة والبحث إحتياج الناس إلى قدر أكبر من التعليم وإلى تغيير عميق حتى يتمكنوا من تكوين العلاقات العامة والتعامل مع الآخرين بكفاءة.

وتتنمى العلاقات العامة إلى مجموعة من العلوم الاجتماعية التى تتفاعل مع مطالب الإنسان، إذا إستعان هذا العلم فى تطوره بعلم النفس، وعلم الاجتماع، وعلم الاقتصاد، وعلم الإدارة، وعلم الإعلام، وعلم السياسة، والعلوم التربوية والأمنية والعسكرية والاستراتيجية وغيرها من العلوم ذات الصلة بسلوك البشر فى ظل

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 الإنسان منذ أن عرف الحياة داخل المجتمع الإنسانى، قادتة إليها الفطرة التى غرسها الله عز وجل فى نفسه ألا وهى حب الالتقاء بالآخرين والتعرف بهم والتعايش معهم، ثم يحاول التأثير على الجماعة، ويغير من سلوكها بالقدر الذى يخدم مصالحه وإتجاهاته ويتطور 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، فوجد 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 السفستائيون وهم عبارة عن أشخاص يحترفون الأقناع وذلك من خلال إمتلاكهم لفنون الخطابة والكتابة ببراعة تمكنهم من إقناع الآخرين، وكذلك الحال عند الرومان، وفى العصور الوسطى 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 لآخراهم من الأزمات التى يعانون منها باعتبار الإسلام أقام العلاقات بين الناس على مرتكزات واضحة

تصون كرامة الإنسان وتحفظ حقوقه وكان من الأسس البارزة في هذه العلاقة العدل في المعاملة، وإحترام أُمّية الإنسان وكرامته وإعتبار الناس في الأصل واحد (يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَى وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ) (سورة الحجرات : آية ١٣).

وكذلك حث الإسلام على التعاون بين البشر فقال تعالى (وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَى وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ 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 في العصر الإسلامي ولا زالت 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، وانتشر العلم وظهرت وسائل الإعلام الحديثة، وبدأ العالم الصناعي الحديث يشعر بأهمية العلاقات العامة في واقع ملئ بالإيجابيات والسلبيات داخل تلك المجتمعات ومحاولة تعزيز التعاون مع الجماهير وكسب ثقتهم وبالتالي 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 في ظل عولمة دوائر الأعمال وكثافة المنافسة وتكاثر منافذ وسائل الإعلام وتأثير الاتصالات اللحظية وإستمرارية الانترنت.

مفهوم العلاقات العامة :

تعتبر العلاقات العامة فن للتعامل الإنساني يهدف إلى كسب رضا الناس بحسن المعاملة الصادرة عن صدق وإيمان بقيمة الإنسان في 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 والسياسى 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 أصدقائه 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 بوجه عام، ومع تقدم الحياة الاقتصادية وإزدهار الحياة الاجتماعية والسياسية قد أدى هذا إلى زيادة اعتماد الأفراد على بعضهم البعض، وذلك لأن الإنسان اجتماعى 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 يركز على الجهد الذهني للقوة البشرية القادرة على توفير عناصر الإنتاج ومزجها وتوجيهها بالقدر الذي يحقق الكفاءة والربحية لمنشأة الأعمال وهو العمل الإداري ويعد توفير القدرات الإدارية وممارستها أمراً ضرورياً في العصر الحديث نتيجة نمو وتعقد المشكلات التي تواجه منشأة الأعمال ونقصد بالإدارة "بأنها كافة الجهود الذهنية المرسومة والمستمرة التي 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 في الداخل والخارج ويدعم إستمرار الأعمال ونجاحها" ونخلص من هذا التعريف إلى عدة مبادئ هامة وهي :

١- تعتبر الإدارة نوعاً من السلوك العام الذي يمارس بنفس الصورة إلى حد كبير في 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 التنفيذي ليس هو عمل الإدارة بمعنى أن جميع المستويات الإدارية في الأعمال من أعلاها إلى المستوى الإشرافي الأول يقومون بأعمال تتعلق بالتخطيط والتوجيه والرقابة أي 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 فى المجتمع 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 العامة اهتماماً بالغاً لا يقل عما توليه للتسويق والتمويل والنشاط الهندسي والتصنيع والتسويق ومن ثم عمت ممارسة العلاقات العامة فى المنشآت الصغيرة والكبرى على حد سواء بل فى نطاق من المنشآت الاجتماعية والمهنية والاتحادات التجارية والمؤسسات السياسية والحكومية.... وعندما أعمنت الإدارة بدورها فى العلاقات العامة وتقبلت وظيفتها الأساسية فى هذا المجال بدأت مكانة العلاقات العامة تنمو وتقوم، وبالتالي صارت أخلاقيات الممارسين للعلاقات العامة وكفاءتهم فى تحسن وإرتقاء، كلما أمكن تطوير أساليب فنية 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 آخر يلونها بوجهة نظره التى تكشف عن خبراته الشخصية وغالباً ما تكون هذه الخبرة محدودة، وفريق ثالث يعرفها باختصار غير مفهوم يحتاج إلى شرح وتفسير، فى حين يعرفها فريق رابع واسعاً فضفاضاً كأنها تشمل النشاط الإنسانى بأجمعه ولو كان هناك بعض الخلاف على وضع تعريف محدداً للعلاقات العامة إلا أن هذا الخلاف أخذ فى الأضمحلال بمرور الزمن بفضل تناول وجهات النظر عن طريق الهيئات المهنية والمؤتمرات العملية 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 للجماهير

عن منشأتهم عن طريق الأعمال المجيدة الصادقة التي تقوم بها، وإتصال ذو إتجاهين ينتج عنه تفاهم متبادل بين أصحاب المصالح المشتركة، ولكن في 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 والاجتماعي والسياسي.

• أهمية الاتفاق على تعريف محدد للعلاقات العامة :

- الاتفاق على تعريف محدد واضح مفهوم أمر لا بد منه لعدة أسباب :
- ١- عدم وضوح النشاط الذي يقع في محيط العلاقات العامة يؤدي إلى تضارب الاختصاصات في المنشأة أو المؤسسات المختلفة مما يعرقل سير العمل ويؤدي إلى سوء التفاهم ويخلق للقائمين بأمرها مشكلات في الداخل قبل أن يقوموا بعملهم.
 - ٢- عدم وضوح الاختصاصات لا يساعد على تنظيم إدارة العلاقات العامة تنظيمًا سليمًا بحيث تؤدي الأعمال المنوطة بها على أحسن وجه.
 - ٣- يؤدي عدم وضوح المفهوم عن العلاقات العامة إلى إهمال الإدارة العليا لها وعدم إهتمامهم بها الأمر الذي يؤدي إلى الاستغناء عن خدماتها أو على الأقل عدم وضعها في المكان المناسب لها.
 - ٤- عدم الاتفاق على تحديد نشاط العلاقات العامة يؤدي 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 مقبولا 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 الآراء 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 الضوء على بعض التعاريف التى توضح مفهوم العلاقات العامة التى وضعها المتخصصون والخبراء العاملون فى ميدان هذا النشاط الإنسانى.

يشير قاموس "ويستر" 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 رضا 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 والجمهور 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 اتجاهات 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 وتقوّم وتتنبأ بالأراء والاتجاهات وردود الفعل المتوقعة من جمهور المؤسسة والجمهور الخارجى وهى التى تتحكم فى عملية الاتصال بين المؤسسة وجمهورها تحقيقاً للمنفعة المتبادلة".

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

وتعرف العلاقات العامة كذلك بأنها "الجهود التي تبذل للتأثير على الجمهور عن طريق وسائل الإعلام المختلفة حتى يكون لديهم فكرة صحيحة عن المؤسسة فيساندونها في أزماتها، ويعضدونها في أهدافها، ويشجعونها في نشاطها". العلاقات العامة تعرف كذلك بأنها "الفلسفة الاجتماعية للإدارة والتي تعبر عنها من خلال أنشطتها وسياساتها المعلنة للجمهور لكسب ثقته وتفاهمه".

أما (جون مارستون) وهو أستاذ في العلاقات العامة، وله محاولات عديدة في بلورة مفهوم العلاقات العامة، فيرى أن العلاقات العامة هي "النشاط الإداري الذي يزن تصرفات الجمهور ويحدد السياسات والأعمال التي تتواءم مع رغباته ومصالحه ثم وضع البرامج والأعمال التي تؤدي إلى قبول الجمهور وتقهمه 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 هي "الاتصال المخطط المنظم المقنع، المقصود به التأثير في الجمهور المهم".

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

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

وفى تعريف آخر عرفتھا جمعية العلاقات الدولية (IPRA) بأنها : "فن وعلم تحليل الظواهر والتنبؤ بنتائجھا لإرشاد قادة ومديرى المؤسسات إلى ما يجب عمله طبقاً لبرامج وأعمال مخططة تساعد على تحقيق مصلحة المؤسسة والجمهور معاً". وقد عرفھا مليتون بأنها "الأداء الصادق والإعلام عنه".

ويقدم لنا كل من تشارلز متزلر Cheres Metzler والفونس هبلنج A. Helbling هذا التعريف فيقولان فيه "إن العلاقات العامة هى إحدى وظائف الإدارة العليا للمنشأة أو المنظمة أو الهيئة، وهى تعمل أولاً على دراسة رأى العام، والتأكد من مسابقة 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 والتي تعبر عنها من خلال أنشطتها وسياساتها المعلنة للجمهور لكسب ثقته وتفاهما". 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 1997 Baskin, et al) 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 الرأي العام بالنسبة لنشاط أو قضية أو حركة أو مؤسسة وذلك عن طريق الإعلام والاقتناع والتكيف".

ويلاحظ على معظم مؤلفات برينز في 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 المنشآت، 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 يؤيده 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 تطبقى هي تلك الوظيفة التى تتضمن الآتى :

- ١- مساعدة الإدارة فى تحديد الأهداف التى تؤدى إلى زيادة التفاهم والتوافق بين المنظمة و جماهيرها، وقبول هذه الجماهير لمنتجات المنظمة وخططها وسياساتها والأفراد العاملين معها.
- ٢- تحقيق التوازن بين أهداف ومصالح وإحتياجات المنظمة وأهداف ومصالح وإحتياجات الجماهير المختلفة التى تتعامل معها.

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

تعريف الحكومة الفرنسية للعلاقات 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 في أنشطتها ويعتبر ممارس العلاقات العامة مسؤولاً 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 الصحفي بالمنشأة بحكم علاقته الوثيقة مع وسائل الإعلام.

وفي ضوء التعريفات السابقة نجد أنها لم تستقر بعد وأنه لا يوجد إجماع بين الباحثين والخبراء والمتخصصين على تعريف محدد، وهذا يدل على أنه لا زال يكتنف مفهوم العلاقات العامة الغموض العلمي، حيث ينظر إليه البعض من وجهة نظر إدارية بحثية، بينما ينظر إليه البعض من وجهة نظر إجتماعية أو إعلامية، وآخرون يهتمون بتحسين صورة المؤسسة لدى الجمهور وتلميعها، وبعضهم يهتم بالتغذية الراجعة وقياس الرأي 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 والاتصال المتبادل بين المؤسسة أو الهيئة وجمهورها لتحقيق أهداف ومصالح الأطراف المعنية، ولتحقيق الانسجام والتفاعل الاجتماعي والبيئي بينهما عن طريق النشاط الداخلي القائم على النقد الذاتي لتصحيح الأوضاع داخل المؤسسة والنشاط الخارجي الذي يستعمل جميع وسائل النشر المتاحة لنشر

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

• العناصر الأساسية في تعريف العلاقات العامة :

أن العلاقات العامة عملية مستمرة ومخططة تتميز بأربعة مراحل رئيسية هي البحث وجمع المعلومات، والتخطيط، والاتصال، ثم التقويم، هذه هي العلاقات العامة كما ينبغي أن تكون من الناحية العلمية، ولكن يحدث أحياناً ونتيجة لعدم الاعتراف الكامل بأهمية العلاقات العامة في بعض المؤسسات والمنظمات أن تأخذ العلاقات العامة طابعاً ارتجالياً عشوائياً، ولا يفهم من وظائفها سوى النشر سواء كان إعلاماً أو دعائية، 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 في نقل رسائلها الإعلامية والتأثيرية للجماهير. بالإضافة إلى كونها فنوناً قائمة بذاتها لها مجالاتها المحددة وخلفياتها العلمية التي تستند إليها.

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

- العلاقات العامة علم يستعين بالأسلوب العلمي وتستند إلى النظريات العلمية والخبرات المقننة والتجارب المدروسة.
- تعد العلاقات العامة وسيلة لتدريب وإعداد الجماهير لتقبل أفكار وآراء جديدة أو للقيام بمسؤوليات مطلوبة.
- العلاقات العامة فن يعنى أنها تطبيقات العلوم الاجتماعية وتعتمد على مهارات خاصة في 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 تهتم المنشأة أو المنظمة وتتعلق بها، كما أنهم يقدمون النصيح 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.
- ج- 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 توجه 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 الجمهور بمختلف 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 وإدراستها 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 وتأييدها 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 الرأي 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 يرقى إلى مرتبة العلم أم علماً 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 التي يزاولها الإنسان لغرض معين، فالفنان لا يعمل عملاً لذاته، بل يقصد به شيئاً آخر أو عرضاً معيناً، وتقسّم 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 التوقيعي.

أما العلم فهو مجموعة من الحقائق المنظمة المتحددة الموضوع الثابتة الدليل العقلي أو التجريبي، وبمعنى آخر فهو تنظيم المعرفة لطبيعة الظواهر والعلاقات بينها.

إلا أنه من الواجب أن نعرف أن العلم والفن متصلان إتصلاً وثيقاً فليس من المتصور أن يقوم علم بدون فن أو يرقى علم. ويتجلى ذلك في العلوم التطبيقية التي تظهر فائدتها في التطبيق الفني على أن الفن يعتمد في 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 هي علم وفن، فهي علم من ناحية أنها تستند إلى علم الاجتماع الإنساني، وهي علم من حيث أنها تتبع الأسلوب العلمي في البحث والتشخيص وهي فن إذا نظرنا إليها من الناحية التطبيقية أي من الناحية التنفيذية، كما يدخل في تشكيلها جوانب ذاتية حيث أن أساليب تطبيق مبادئ هذا العلم تختلف من أخصائي إلى آخر متأثرة بمنهجه وإستعدادته وطريقة إعداده.

ومن حيث البناء اللفظي فإن كلمة (علاقات) تعنى عملية الصلة أو الاتصالات والارتباطات التي 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 : علاقة العلاقات العامة بعلم النفس :

يعتبر علم النفس من العلوم الحيوية والهامة فى دراسة سلوك الكائنات الحية، فهو يعرف بأنه ذلك العلم الذى يدرس سلوك الكائنات الحية (الإنسان والحيوان) وما ورائها من عمليات عقلية (شعورية أو لا شعورية)، أو دافعية وذلك من أجل الوصول إلى القانون الذى يحكم هذا السلوك لنتمكن من فهمه وضبطه والتحكم به، والتنبؤ به، والعلاقات العامة هى الاهتمام بالفرد داخل المنظمة : بدوافعة، بعلاقتة وشعوره حتى يقوم بالعمل ببسر 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 يختص 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 العمل وتنظيم الإدارة وتنسيق الجهود الإنسانية فى العلاقات العامة، ويتطلب تفصيلها فى المجالات الآتية :

- ١- إدارة الأفراد.
- ٢- إدارة المبيعات.
- ٣- إدارة التطوير.
- ٤- إدارة الشؤون القانونية.

وجميع هذه الإدارات لابد من إيجاد علاقات عامة بها ووضع خطط إعلامية وبرامج للعلاقات العامة بها حتى يتم العمل والإنتاج فيها ببسر وسهولة.

رابعاً : علاقة العلاقات العامة بالتسويق :

أما علاقتها بالتسويق، فإن التسويق والإعلان أداة من أدوات العلاقات العامة وأنهم يبرزوا محاسن السلعة أو الخدمة، كما يتصف التسويق بالتكيف الوقتي، بينما تتصف العلاقات العامة بالعمل الدائم من أجل إحداث تأثيرات إيجابية في الجمهور والعمل على تعزيز تلك التأثيرات للوصول إلى التفاهم المشترك بين المنشأة وجمهورها العريض.

خامساً : علاقة العلاقات العامة بالاقتصاد والتاريخ والسياسة والعلوم الأمنية :

بالنظر إلى العلاقات العامة نجدها تتصل بعلم الاقتصاد حيث أنه يدرس 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 الذي يسرد ماضي الإنسان وما مر به من أحداث والتي تساعد العلاقات العامة بربطه بالحوادث السابقة وتحسينها إذا كانت غير جيدة والمحافظة عليها وإستمرارها إذا كانت علاقات جيدة، ولها علاقة كذلك بعلم السياسة وتوزيع السلطة في المجتمعات المختلفة ويأتى دور العلاقات العامة فى حشد الرأى العام للتأييد 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، والدفاع المدنى وجميع قطاعات الشرطة الأخرى.

ومما يجب ذكره وتوضيحه أن هناك مجموعة من العناصر تسهم فى تكوين الصورة الحسنة الطيبة لأجهزة الأمن 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 الأمن

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 الحديثة.
- ٧- مظهر رجل الأمن الذى يقدم الخدمات الأمنية للجماهير.
- ٨- التوعية والتثقيف الأمنى.

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 فهي تفسر أنشطة المؤسسة للجمهور وتفسر إهتمامات الجمهور للمؤسسة بشكل يجعل كل طرف يتفاعل مع الآخر ويقدره حق قدره. وبالنظر إلى العلاقات العامة نجد أنها ترتبط بالعمل الإعلامى ارتباطاً وثيقاً، فعن طريق الوسائل الإعلامية تستطيع إدارات العلاقات العامة شرح وتوضيح وتفسير سياستها وتوصيل الرسالة التى تود ترسيخها فى أذهان الجماهير عن المؤسسة أو المنشأة مع ملاحظة أن العلاقات العامة تختلف عن الإعلام من حيث الطبيعة والدور والوظائف، فالوظيفة الدعائية للعلاقات العامة هى تجميل الواقع والسياسات وحتى الأشخاص ووضع وتنفيذ الاستراتيجيات الكفيلة بتكوين صور ذهنية عن الواقع ويختفى هنا الطابع النقدى فى العمل الدعائى الذى يمارس 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 من إستخدامات متعددة فى الأنظمة المختلفة أبعدته عن المعنى اللغوى للكلمة نفسها،

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

ويعرف على عجوة الدعاية "بأنها هي تلك الجهود المقصودة للتأثير في 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 تعدد إحداث التأثير شرط أساسي لوجود الدعاية، فأى رسالة لها تأثير حتى ولو كان إعلاماً، لأن الرسالة الإعلامية هي تعبير عن فعل حدث، وأى فعل له رد فعل طبيعي، ولكنه يختلف عن رد الفعل المخطط لحدث عن طريق الرسالة التى تستهدف إحداث تأثير محدد.

فالدعاية أسلوب من أساليب الاتصال الجماهير تخلق جواً آمناً للأغراء 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 التكنولوجى، 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 والاقتراع 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 Canfield" : 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 الاقتناع الصحيح التأثير على رأى العام لما فيه الصالح العام، على حين أن الدعاية على النقيض من ذلك

تستهدف التلاعب بالعقول وتشويه الحقائق والتدخل في حرية الاختيار.

ونستطيع أن نستخلص مما سبق أن كلا من الإعلان والإعلام والدعاية ما هي إلا أساليب تستخدمها العلاقات العامة لنشر المعلومات والحقائق للتأثير الواعي المقصود لخدمة مصالح المؤسسات وال جماهير التي 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 في 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 تساعد فى حل مشكلاتها فى مجال

الاتصال بالجمهور والرأى العام.. ففى مصر نجد بها مركز بحوث الرأى العام التابع لكلية الإعلام جامعة القاهرة، وفى أمريكا نجد معهد جالوب لقياس الرأى العام، كما تنتشر معاهد بحوث قياس الرأى العام فى كل الدول الغربية فرنسا- المانيا- انجلترا- روسيا.... الخ.

إرتباط العلاقات العامة بالعلاقات الإنسانية والاجتماعية والصناعية

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

أولاً : العلاقات الإنسانية Human Relations

وهى أضيق نطاقاً من العلاقات الاجتماعية التالية لها، وذلك لأن العلاقات 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 تتضمن العلاقات الإنسانية فى إطارها كلا من الرؤساء والمرؤوسين أى الإدارة والعاملين أو الموظفين داخل المؤسسة وذلك على عكس العلاقات العامة التى يمتد نشاطها داخل المؤسسة وخارجها والمقصود بالعلاقات الإنسانية هو السلوك الإدارى الذى 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، والذي يعتمد على حسن النية فى التصرفات والشعور الطيب نحو الآخرين ونحو العمل، ويستند إلى الدراسة الموضوعية العليا لمشكلات الإدارة متوخياً المصلحة العامة، كما يقوم هذا السلوك على شعور وإيمان عميق بانتماء الفرد إلى الجماعة التى يعمل بها. فالمؤسسات الحديثة لم يعد هدفها الأساسى هو الربح المادى فحسب، بل أصبح فى الوقت ذاته مؤسساته اجتماعية يعمل فيها العمال أو الموظفين كآدميين لهم عواطفهم ومشاعرهم، واحساساتهم، ومشكلاتهم

الخاصة، ومن ثم ينبغي على الرؤساء أن يقيمون علاقاتهم مع مرعوسيهـم 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 دعامة 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 المسؤولية بين العمال والموظفين وذلك لأن العلاقات الإنسانية ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالمقدرة اللانهاية 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 المشتري 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 طرفي 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 المشتري والبائع قد تكون مستمرة إذا تحقق للمشتري 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 طرفي العلاقة، ومن أمثلتها الصداقة والاتحاد القائم على الإخلاص، وتنسم 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 البشرى 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، والانجازات 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.

وخلص 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 في 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 - متشابهة ومتداخلة ومتفاعلة إلى مدى بعيد.