2. ماهية العلاقات العامة:

تعتبر العلاقات العامة نشاط اتصالي اجتماعي مكتملة العناصر ذات اتجاهين، تبدأ من المرسل وتصل الى المتلقي، كما تعتبر علم له مبادئه وأسسه، ونشاط اداري يمارس في مختلف أنواع المنظمات.

من أجل فهم أكثر لمفهوم العلاقات العامة كان لابد من الوقوف عند أهم التعاريف التي تتعلق بها، اذ تكثر التعريفات الخاصة بالعلاقات العامة، حيث لا يوجد اتفاق في ذلك، كما تتداخل العلاقات العامة مع عدد من المفاهيم الاتصالية كالإعلان والإعلام والدعاية وغيرها.

ينظر الى ترجمة الانجليزية (Public Relations) والتي تترجم الى العلاقات العامة، على أنها من المفروض علاقات الجمهور (الجماهير)، وهذا ما تدل عليه كلمة (Public).

تعرف العلاقات العامة " بأنها العلم الذي يدرس سلوك الافراد والجماعات دراسة علمية موضوعية بغية تنظيم العلاقات الانسانية على أسس من التعاون والمحبة والوعي"

وتعرف " على أنها وظيفة ادارية ذات طابع مخطط ومستمر تهدف من خلالها المنظمات والهيئات العامة والخاصة الى كسب والمحافظة على تفهم وتعاطف وتأييد أولئك الذين تهتم بهم، وذلك عن طريق تقييم الرأي العام المتعلق بها من أجل ربط سياساتها وإجراءاتها قدر الامكان ولتحقيق تعاون مثمر أكبر ومقابلة المصالح العامة بدرجة أكفأ عن طريق المعلومات المختلفة ونشرها"

أيضا " الجهود المدروسة والمستمرة التي تهدف الى إقامة وتدعيم التفاهم المتبادل بين هيئة وجمهورها"

وتعني أيضا " نشر المعلومات والأفكار والحقائق مشروحة مفسرة لجماهير المؤسسة وكذلك نقل المعلومات ولآراء والحقائق من الجماهير الى المؤسسة، وذلك بغية الوصول الى الانسجام والتكيف الاجتماعي بين المؤسسة والجماهير"

وعليه يمكن القول أن العلاقات العامة هي:

* عملية اتصالية مستمرة بين المنظمة وجماهيرها

* عملية ادارية تحتاج التخطيط والتنفيذ

* القبول لدى جمهور المنظمة

* نشاط ، علم وفن

* خلق التفاهم والترابط والسمعة الطيبة للمنظمة لدى جماهيرها

ومن خلال التعاريف يتحدد أن: [1]

- وضوح غرض غاية العلاقات العامة والمتمثل في بناء سمعة المؤسسة لمساعدتها على تحقيق النجاح

- اعتبار أن العلاقات العامة عملية مستمرة قد يكون لها نقطة بداية دونما تحديد النقطة النهائية.

- اعتبار الادارة والاتصال اساسا لعمل العلاقات العامة

- اعتبار أن الجمهور الداخلي والخارجي اساسا لعمل العلاقات العامة

-ان اتصال العلاقات العامة اتصال اقناعي وليس موضوعي بكونه يسعى الى توجيه سلوك الجمهور ايجابيا

- سعي العلاقات العامة الدام للوصول لحالة التوافق من خلال عملية التكيف والموازنة بين مصالح المؤسسة والجمهور

تتكون العلاقات العامة من العناصر والعمليات الآتية:

1. الجمهور: وهو نوعان:

- **الجمهور الداخلي:** ونعني جميع منتسبي المنظمة، والذين يمكن تصنيفهم حسب طبيعة مستوياتهم حسب مسؤولياتهم ووظائفهم الادارية.
- **الجمهور الخارجي:** والمتكون من الزبائن والمساهمين وقادة المجتمع وقنوات الاتصال المختلفة والزبائن ...إلخ.

2. عمليات ذات هدف: وهدف العلاقات العامة يتسم بتعزيز سمعة المنظمة عند جمهورها والتعرف على آراء هذا الجمهور.

3. عملية إدارية: وتتسم هذه العملية باستمراريتها لمساعدة الادارة في تحقيق أهداف المنظمة.

1

4. عملية اتصالية: وهي ذات اتجاهين، تستخدم فيها متختلف القنوات الاتصالية، وتتحقق فيها كافة عناصر العملية الاتصالية.

5. عملية علمية: اذ تعتمد البحث العلمي للحصول على بيانات ومن ثم معلومات حول جماهير المنظمة ما يمكن من بناء الخطط واتخاذ القرارت.

بدايات العلاقات العامة:

ترتبط ممارسة العلاقات العامة بالوجود الانساني في محاولة تأثير الانسان في الآخر من بني جنسه، وهذا مهما كان درجة بدائية او تطورها، ولقد ارتبطت كممارسة بمختلف الحضارات من العصور القديمة وصولا الى العصر الحديث، ونجدها في كل من الحضارة الفرعونية وعند بابل وآشور في بلاد الرافدين وصولا الى العصور الوقت الحالي، حيث تعاظمت وتطورت وأصبحت وأصبحت وظيفة إدارية وعلم يدرس.

" إن محاولة البحث عن أول استعمال لعبارة (العلاقات العامة) يعتب من المسائل المثيرة للجدل فالسيد باجي كوك (R.A. Paget-Cooke) رئيس المعهد اللندني للعلاقات العامة يرى أن توماس جيفرسون Thomas Jeffersson ثالث رئيس للولايات المتحدة الامريكية هو اول من استعمل هذه العبارة سنة 1802 أمام الكونغرس الامريكي، أما السيد هـ. فاردي (H. Verdier) فيري أن اول من استعمل هذه العبارة هو المحامي النيويوركي دورمان ايتون (Dorman Eatan) أثناء محاضرة القاها في كلية الحقوق بجامعة يال Yale سنة 1882 حيث اختار كعنوان لمحاضرته (العلاقات العامة وواجبات المهنة القانونية)، على أننا جميعا أن نعرف أن عبارة العلاقات العامة بقيت مجهولة الى اوائل القرن العشرين عندما أنشأ هذا العلم إيفي لي (Ivy Lee) أول مكتب عالمي للعلاقات العامة في نيويورك سنة 1906". [2]

" ومن الازمات التي حدثت في البدايات الاولى للعلاقات العامة كانت أزمة اضراب عمال منجم " colrado" عام 1914، اذ اقنع آيفي ليي الذي كان يعمل صحفيا وقتها Rock feler، مالك المنجم بزيارة موقع العمل والتحدث مع العمال بشكل ودي ومناقشة امر العمل مع المضربين، مما أدى الى اعادة الثقة بين المؤسسة والعمال" [3]

2

3

ويعتبر أيفي لي أبو العلاقات العامة في نظر الكثيرين والذي أسس لمبادئ العلاقات العامة مثل الافصاح عن المعلومات الكاملة والدقيقة من المنظمات، والنظر الى العلاقات العامة أنها تبدأ من الداخل.

كما نجد من أهم روادها والذي تبع خطى أيفي لي، ادوار بارنيز (Edouerd Bernays)، والذي نظر لها وأصبحت علما يدرس من خلال اعماله، وكان أول من درس مساق للعلاقات العامة بجامعة نيويورك.

عرفت العلاقات العامة تطورا ملحوظا بعد نهاية الحرب العالمية الثانية، حيث أصبحت العلاقات العامة العامة تعتمد في العديد من المؤسسات وهذا بعد 1945 وانتشرت في العديد من الدول خاصة مع خمسنيات القرن الماضي، وظهور مكاتب خاصة بالعلاقات العامة تجمع عددا من المهنيين كالمكتب الدولي للعلاقات العامة، وتم تأسيس مواثيق شرف دولية لمهنة العلاقات العامة.

مهمات وأنشطة ووظائف العلاقات العامة:

يذكر من بين الانشطة والمهمات التي تنسب الى العلاقات العامة في مختلف المنظمات الآتي:[4]

على مستوى البحث والرصد والتحليل:

1. رصد وتحليل كافة البيانات الواردة والصادرة عن المؤسسة
2. رصد انجازات المؤسسة ونشرها على أوسع نطاق ممكن
3. قياس اتجاهات الرأي العام اتجاه المؤسسة واعمالها
4. قياس اتجاهات العاملية بالمؤسسة
5. دراسة رغبات واحتياجات واتجاهات الرأي (قياس، ملاحظة، ومقابلة)
6. متابعة ما ينشر عن المؤسسة والمؤسسات المنافسة في وسائل الاعلام

على مستوى التخطيط:

1. تخطيط الانشطة والبرامج الاتصالية الخاصة بالمؤسسة
2. تخطيط تنظيم الاحداث الخاصة
3. التخطيط لإدارة التحديات المعاصرة

4

4. التخطيط لإدارة الازمات

5. بناء الجداول التنفيذية للأنشطة والبرامج

على مستوى الادارة والتنظيم:

1. ادراة برامج الاتصال

2. ادارة عمليات التغيير

3. ادراة عمليات التفاوض

4. ادارة الازمات

5. ادارة القضايا والمشكلات

6. ادارة موقع المؤسسة على الانترنيت

على مستوى التصميم:

1. كتابة وتصميم وإنتاج كافة مطبوعات المؤسسة

2. اعداد (كتابة وتصميم) كافة المواد المعدة للنشر او العرض او الاذاعة في وسائل الاعلام

3. بناء عناصر هوية المؤسسة (الاسم، الشعر المكتوب والمرسوم الالوان، الخطوط، السمات العامة)

على مستوى الاتصال:

1. التواصل مع الصحفيين ووسائل الاعلام وتوطيد العلاقة بشكل دائم ومستمر معهم

2. دعوة الصحفيين ووسائل الاعلام لتغطية فعالياتانشطة المؤسسة

3. اعداد ردود على ما قد ينشر من قضايا تتعلق بالمؤسسة

4. مد جسور الثقة بين المؤسسة ومؤسسات المجتمع المحلي

5.اعداد ردود ما قد ينشر من قضايا تتعلق بالمؤسسة

6. نشر وتوزيع المعلومات عبر المواد الاعلامية التي تنتجها العلاقات العامة عبر وسائل الاعلام

على مستوى تنظيم الاحداث:

1. تنظيم واستقبال واقامة ضيوف المؤسسة ووضع برامج العمل والترفيه

2.تنظيم المؤتمرات الصحفية والاشراف عليها

3. تنظيم الاحداث الخاصة(مؤتمرات، معارض، ندوات، ورشات عمل، حلقات نقاشية، احداث احتجاجية)

4. تنظيم زيارات مجتمعية للمؤسسة لإطلاع الجمهور على انشطتها، واخرى للعاملين بالمؤسسة للمؤسسات المجتمعية العلمية والثقافية والمهنية والاعلامية

5. اعداد تنظيم المناسبات الخاصة (الندوات، المؤتمرات، ورشات العمل، المعارض)

على مستوى التنسيق:

1.تنفيذ ومتابعة البرامج التدريبية الخاصة بموظفي المؤسسة

2. الاهتمام بالموظفين وإرساء قواعد الثقة بينهم وبين الادارة

3. متابعة الخبراء في المجال واستقطاب الافضل من بينهم للعمل لصالح المؤسسة

4. تنسيق العلاقات بين ادارات المؤسسة لتحقيق الانسجام والتكامل وتجميع جهودا خدمة للمؤسسة

5. التعاون مع الجهات المعنية بالمؤسسة لتذليل اية صعوبات قد تواجه المؤسسة او جمهورها