**مقياس : إدارة العلاقات العامة الأستاذة** **:** **زبيلة جهيدة**

**سنة أولى ماستر اتصال و علاقات عامة**

**المحور الأول : مدخل إلى العلاقات العامة**

**1 /مفهوم العلاقات العامة**

لقد تم إعطاء العديد من التعاريف لمفهوم الع الع تفوق 1000 تعريف و هي تختلف باختلاف الاهتمامات العلمية و الممارسات الوظيفية لمن حاولوا تعريف هذا المفهوم إلا أن هناك اتفاقا بينهم على الإطار العام لها .

ففريق يعرفها باعتبار ما ينبغي أن يكون ،و فريق يخضعها لوجهة نظره انطلاقا من خبرته الشخصية ،و فريق آخر يعرفها بشكل مختصر و غامض يحتاج إلى شرح و تفسير و يعرفها آخرون تعريفا فضفاضا و كأنها تشمل النشاط الإنساني كله.

لذلك فلا يوجد تعريف شامل و محدد للعلاقات العامة

ولقد عرفها كل من Allen H ,Broom ,Glen M,Sccott M,Cutlip center بأنها :وظيفة الإدارة المتميزة التي تساعد في تأسيس خط اتصال متبادل ،و تحقيق التفاهم و القبول و التعاون بين المؤسسة و جماهيرها ،و إدارة القضايا و المشكلات ،و تساعد الإدارة على التواصل و التعاطي وع الرأي العام ،كما تشدد على مسؤولية الإدارة في خدمة المجتمع و مراعاة اهتماماته ،و الحفاظ على البقاء جنبا إلى جنب مع الإدارة ،و الاستفادة بقدر الإمكان من التغييرات بشكل مؤثر ،كما تعتبر كنظام إنذار مبكر يسبق الأحداث و سبيلها في ذلك استخدام البحوث و رجع الصدى و الاتصال الصادق الأخلاقي .

كما تعرف الع الع بأنها الجهود الإدارية المرسومة و المستمرة التي تهدف إلى إقامة و تدعيم تفاهم متبادل بين هيئة و جمهورها .

في حين تعرفها الجمعية الفرنسية للع الع بأنها طريقة للسلوك ،و أسلوب للإعلام و الاتصال يهدف إلى إقامة علاقات تتسم بالثقة و المحافظة عليها بين المنظمة و الفئات المختلفة من الجماهير داخل المؤسسة و خارجها ،أي تلك التي تتأثر بنشاط تلك المؤسسة

يمكننا أن نستخلص مجموعة من السمات و العناصر اجمع عليها معظم من عرف الع الع نبرزها في النقاط التالية :

- وضوح غرض و غاية الع الع المتمثل في بناء سمعة المؤسسة لمساعدتها على تحقيق النجاح

- اعتبار الع الع عملية مستمرة قد يكون لها نقطة بداية دونما تحديد لنقطة نهاية .

- اعتبار الإدارة و الاتصال أساسا لعمل الع الع .

- اعتبار الجمهور (الداخلي و الخارجي) أساسا لعمل الع الع

- سعي الع الع الدائم للوصول لحالة التوافق من خلال عملية التكيف و الموازنة بين مصالح المؤسسة و الجمهور .

- اتصال الع الع اتصال إقناعي .

**2 أهداف العلاقات العامة**

1. التوعية بالأهداف العامة للمؤسسة و توضيحها
2. تنمية الفهم المشترك و التعاون المستمر بين المؤسسة و جماهيرها
3. تحويل الاتجاهات السلبية لدى الجماهير إلى اتجاهات ايجابية بناءة
4. إقامة علاقات طيبة مع العاملين و تحسين مستواهم الثقافي و الاجتماعي و تقوية التفاعل بينهم
5. معرفة و تقويم الرأي العام عن طريق إخضاعه للدراسات و البحوث العلمية في ضوء استطلاعات الرأي العام
6. تخفيض معدل دوران العمل داخل المؤسسة

**ملاحظة :** إن كل مؤسسة موجودة فعليا وجدت من اجل تحقيق غرض ما (الربح ،تسهيل وصول الخدمات للجمهور....) و للع الع دور أساسي في مساعدة المؤسسة في تحقيق النجاح في الغرض الذي وجدت من اجله من خلال كافة النشاطات الرامية إلى بناء السمعة.

و هنا يتضح لنا انه من الخطأ أن نبدأ العمل في مؤسساتنا بأهداف و قوالب جاهزة مسبقا ذلك من شانه أن يبعدنا كل البعد عن الواقع الفعلي للمؤسسة و احتياجاتها و تبديد الجهود لكون العمل بالأهداف النمطية لا يتم وفقا لقاعدة الأولويات التي تتميز بها الأهداف المنتجة وفقا لعملية التحليل الاستراتيجي .

**3/ وظائف العلاقات العامة**

توجد هناك العديد من التقسيمات الخاصة بوظائف الع الع تختلف من باحث إلى آخر نتبنى في هذه المحاضرة التقسيم التالي :

**أولا / الوظيفة البنائية (الوقائية)**

تظهر من خلال بناء الأنشطة التي من شانها أن تسمو و ترتقي بالمؤسسة ،و كذا التنبؤ بالأحداث المستقبلية و الوقاية من الأخطار و الأضرار التي يحتمل أن تتعرض لها المؤسسة.

و تمارس هذه الوظيفة من خلال جميع الأنشطة البنائية كتلك التي تهدف إلى بناء سمعة المؤسسة مثل :

- الأنشطة البحثية

- قياس اتجاهات الرأي العام

- إصدار و نشر المواد الإعلامية

- إعداد و تنظيم الإحداث الخاصة

بالإضافة إلى تصميم البرامج البنائية بأنواعها الساعية إلى حماية المؤسسة من كافة المخاطر المتوقعة و غير المتوقعة .

**ثانيا /الوظيفة العلاجية (التصحيحية)**

تظهر عند الحاجة إلى تصحيح أوضاع خاطئة تعترض سير العمل المؤسسي، و للحد من المخاطر التي تحدق بالمؤسسة و التي تتمثل في المشكلات ،الصراعات ،الأزمات ،الخلافات و النزاعات . و هنا تظهر المهمة التي ظهرت الع الع من اجلها أي إعادة الأوضاع إلى ما كانت عليه بل و تحقيق الاستفادة القصوى من تلك الأوضاع في تحقيق الوظيفة البنائية .

و تمارس هذه الوظيفة من خلال جميع الأنشطة العلاجية (التصحيحية) كبرامج إدارة القضايا و المشكلات ،و إدارة الأزمات و إدارة الصراع بالإضافة إلى البرامج التي تنفذها في الأوقات غير العادية و التي يتعرض لها المجتمع الذي تنشط فيه المؤسسة .

**4 / مهام و نشاطات العلاقات العامة**

يعمل رجال الع الع داخل المؤسسات على القيام بالعديد من المهام و النشاطات و ذلك بهدف تحقيق أهداف إدارة الع الع و التي تسعى بدورها إلى تحقيق الغاية الرئيسية المتمثلة في بناء سمعة المؤسسة و تتمثل أهم هذه الأنشطة في :

**\*** **على** **مستوى البحث و الرصد و التحليل**

- رصد و تحليل كافة البيانات الواردة و الصادرة عن المؤسسة

- رصد انجازات المؤسسة و نشرها على أوسع نطاق ممكن

- قياس اتجاهات الرأي العام اتجاه المؤسسة و أعمالها

- قياس اتجاهات العاملين بالمؤسسة

- دراسة رغبات و احتياجات و انتظارات الرأي العام

- متابعة ما ينشر عن المؤسسة و المؤسسات المنافسة في وسائل الاعلام

**\* على مستوى التخطيط و البرمجة**

- تخطيط الأنشطة والبرامج الاتصالية الخاصة بالمؤسسة

- تخطيط تنظيم الأحداث الخاصة

- التخطيط لإدارة التحديات المعاصرة

- التخطيط لإدارة الأزمات

- بناء الجداول التنفيذية للأنشطة و البرامج

**\* على مستوى الإدارة و التنظيم**

- إدارة برامج الاتصال

- إدارة عمليات التغيير

- إدارة عمليات التفاوض

- إدارة الأزمات و القضايا و المشكلات

- إدارة موقع المؤسسة على الانترنت

**\* على مستوى التصميم و الإنتاج**

- كتابة و تصميم و إنتاج كافة مطبوعات المؤسسة

- إعداد (كتابة و تصميم) كافة المواد المعدة للنشر أو العرض أو الإذاعة في وسائل الاعلام

- بناء عناصر هوية المؤسسة (الاسم ،الشعار ،الألوان ...)

**\*** **على مستوى الاتصال**

- التواصل مع الصحفيين و وسائل الاعلام و توطيد العلاقة بشكل دائم معهم

- دعوة الصحفيين لتغطية فعاليات أنشطة المؤسسة

- إعداد ردود ما قد ينشر من قضايا تتعلق بالمؤسسة

- مد جسور الثقة بين المؤسسة و مؤسسات المجتمع المدني

- نشر و توزيع المعلومات عن المؤسسة عبر المواد الإعلامية التي تنتجها الع الع و عبر وسائل الاعلام

**\* على مستوى تنظيم الأحداث**

- تنظيم استقبال و إقامة ضيوف المؤسسة و وضع برامج العمل و الترفيه

- تنظيم المؤتمرات الصحفية و الإشراف عليها

- تنظيم الأحداث الخاصة (مؤتمرات ،معارض ،ندوات ،حلقات نقاشية.....)

-تنظيم زيارات مجتمعية للمؤسسة للاطلاع على أنشطتها ،و أخرى للعاملين بالمؤسسة للمؤسسات المجتمعية العلمية و الثقافية ...

**\* على مستوى التنسيق**

- الاهتمام بالموظفين و إرساء قواعد الثقة بينهم و بين الإدارة

- تنفيذ و متابعة البرامج التدريبية الخاصة بموظفي المؤسسة

- متابعة الخبراء في المجال و استقطاب الأفضل من بينهم للعمل لصالح المؤسسة

- تنسيق العلاقات بين إدارات المؤسسة لتحقيق الانسجام و التكامل

هذا و ينبغي للعاملين في مجال الع الع الإيمان بان هذه المهنة متجددة و هذا التطور و التجدد خاضع بالضرورة للتغيرات التي يشهدها المجتمع و التحديات التي تواجهها المؤسسة و التي قد تفرز احتياجات و متطلبات جديدة للع الع و بالتالي أنشطة جديدة للع الع ينبغي العمل عليها .

**فلسفة العلاقات العامة**

يمكن بلورة مجموعة من الأسس التي تقوم عليها فلسفة الع الع و ذلك كما يلي :

\* تقوم فلسفة الع الع على أنها ليست نشاطا متخصصا مثل الإنتاج ،المحاسبة ،التمويل...بل إنها نشاطا لكل من تلك الإدارات و الأقسام حيث تهتم كل إدارة بإقامة علاقات طيبة مع الجمهور الذي تتعامل معه مباشرة ،و تخدم إدارة الع الع كافة الإدارات بالمؤسسة لنجاح علاقاتها بالجماهير التي تتعامل معها .

\* تقوم فلسفة الع الع على أهمية قيام الإدارة الفعالة بتحقيق مسؤوليتها الاجتماعية كما تهتم بالربحية الاقتصادية ،حيث أن العاملين و العملاء و المالكين و سائر المتعاملين الآخرين الذين يؤلفون جمهور المؤسسة متساوون و إن تباينت مصالحهم الخاصة .

\* تقوم فلسفة الع الع على أساس أنها ليست أداة للدفاع عن أخطاء المؤسسة ،بل يجب أن تستخدم في حل المشكلات و الإسهام في تصحيح الأخطاء و ليس الدفاع عنها .

\* لا تستهدف الع الع إنفاق مبالغ ضخمة في سبيل الترفيه و إقامة الحفلات و الولائم و نشر الإعلانات لجذب الانتباه ،بل تقوم فلسفتها على الإسهام في تيسير العمل بما يكفل مصالح الأطراف المعنية .

\* ترجمة سياسة الع الع في المؤسسة إلى أفعال حتى تكون مجدية و فعالة ،فالجمهور يحكم على المؤسسة بمقدار ما تفعله لا ما تقوله ،ذلك أن الع الع هي فلسفة عمل ما يحبه الجمهور بالطريقة التي يجب أن يؤدى بها .

نخلص مما سبق أن فلسفة الع الع ترتكز على الالتزام بالأخلاق المهنية و الصفات الحميدة لممارس الع الع .فبعدما كانت فلسفة الإدارة في القرن التاسع عشر تتجه إلى تحقيق مصلحة الرأسماليين وحدهم أصبحت هذه الغدارة تعترف بمسؤولياتها اتجاه المستهلكين و العمال و الموردين و المجتمع المحلي و الحكومة ،و كان هذا واضحا بعد أن عانى العالم آثار الأزمة الاقتصادية التي بدأت عام 1929 .

**العلاقات العامة و العلوم المرتبطة بها**

أسهمت العلوم الاجتماعية في نشأة و تطور الع الع بشكل فاعل كما ارتبطت بها ارتباطا وثيقا. حيث تحتاج ممارسة الع الع إلى التمتع بمعرفة جيدة بهذه العلوم من اجل تحديث أساليبها و أدواتها .

**الع الع و الاتصال**

تعتبر الع الع نشاطا اتصاليا بالأساس ،اذ تعتمد عليه في جل أنشطتها حيث يعتبر الاتصال في الع الع هدفا و وظيفة و أداة في آن واحد .

**الع الع و الإدارة**

يعتبر بعض باحثي العلوم الإدارية أن الع الع واحدة من وظائف الإدارة لكونها تمثل وظيفة إدارية مستقلة شانها شان وظائف التخطيط و التنظيم و الرقابة..بل إنها ممكن أن تثري وظيفة التوجيه ذاتها .(من خلال المهمات الإرشادية و التوعوية و التدريبية للع الع ) .

كما أن العاملين في مجال الع الع ينبغي أن يكونوا على دراية واسعة بمهارات الإدارة مثل التخطيط و المتابعة و التنظيم و إدارة الوقت و إدارة الأفراد ...و غيرها .

**الع الع و علم النفس**

لكون الع الع تعمل بشكل مباشر أو غير مباشر مع الجمهور ،فانه ينبغي أن تكون على دراية بالتكوين النفسي للجمهور ،اتجاهاته و سلوكه و ردود أفعاله اتجاه القضايا المختلفة

**الع الع و علم الاجتماع**

تحتاج الع الع إلى الانسجام مع المجتمع و التكيف معه ، حتى تتمكن من الحصول على تأييده و مساندته لأنشطتها و برامجها ،لذا ينبغي عليها أن تدرك جيدا طبيعة التكوين الاجتماعي ،و الأنماط المجتمعية و المعايير التي تحكمه و منظومة القيم و العادات و التقاليد السائدة و دور قادة الرأي في التأثير على الجماعات المختلفة .

**مغالطات تستوجب التصحيح**

**1/** يعتبر البعض أن النشر و إصدار الكتيبات و النشريات للتأثير على الناس هو الع الع .و لا شك أن هذا يؤثر سلبا على مكانة الع الع السليمة لان هذه الأخيرة لا تقتصر على الألفاظ المنمقة و الصور الملونة و الخطابات الحماسية ،فهي تتضمن دراسة كل من المؤسسة و الجمهور بحثا عن تحقيق التوافق الاجتماعي .

2/ يعتبر البعض الع الع ابتكارا جديدا ،بينما هي ظاهرة اجتماعية حتمية ولدت مع الإنسان .و المغالطة هنا انه مادام أن الع الع اتجاه عصري فانه يمكن العمل بدونها و الاستغناء عنها و لا شك أن هذا خطا كبير .

3/ يعتبر الكثيرون الع الع مرادفة لمفهوم الدعاية في حياة المؤسسات و الدول ،و هذا خطا كبير من شانه أن يؤثر على ممارسة و صورة الع الع كمهنة .فليس من وظيفة الع الع الدفاع عن الأخطاء و تزييف الحقائق إنما تعتمد على الاعلام الصادق و الشفاف و محاولة تصحيح الأخطاء .

4/ عدم اعتبار الع الع مهنة متخصصة لذا يمكن إدراج هذا النشاط ضمن إدارات أخرى داخل المؤسسة ،كما انه بإمكان أي شخص إدارة أعمال الع الع .وهنا يطرح السؤال نفسه :لماذا إذن تخصص الدول و الحكومات جامعات و معاهد و كليات من أجل تدريس الع الع و إعطاء شهادات للمتخرجين منها ؟.

5/ يقصر البعض أعمال الع الع على الأنشطة المظهرية كإقامة الاحتفالات و المراسيم مثلا لكن الحقيقة أنها تعتبر جزء فقط من عمل رجل الع الع .

كل ما سبق جعل من مسألة الاعتماد على غير المحترفين أو المتخصصين في الع الع أمرا شائعا ،بما أسهم في تراجع الأداء المهني لإدارات الع الع في المؤسسات على اختلافها و خاصة الحكومية .