جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي
كلية العلوم الاجتماعية و الانسانية
قسم العلوم الانسانية

المستوى : السنة الأولى جذع مشترك علوم إنسانية
السداسي : الثاني
مقياس: مجالات العلوم الإنسانية

المحاضرة الأولى: مجال علوم الاعلام و الاتصال : العلاقات العامة

تمهيد :

إن العلاقات العامة أصبحت من الوظائف التي تساهم في تحقيق المكانة المميزة التي تسعى المؤسسات إلى الوصول اليها عبر مختلف أنحاء العالم، مهما كانت طبيعة النشاط الذي تمارسه، فسواء كانت المؤسسة كبيرة أو صغيرة الحجم، عمومية أو خاصة، صناعية، تجارية خدماتية، أو حتى خيرية، فقد باتت كلها تنظر إلى العلاقات العامة على أنها وسيلتها لتحقيقالفعالية و التميز، وكسب الثقة .وتأييد الجماهير.

1-مفهوم العلاقات العامة:

لغة: إنّ مصطلح العلاقات العامة (public relation) له إشكالية عند ترجمته الدقيقة التي تعني العلاقات العامة مع الجماهير، فكلمة (public) لا تعني عامة (General) ولكن جمهور، مما يجعل المصطلح باللغة العربية مجالا للفهم الخاطئ لهذه المهنة، فالمفهوم الذي يرمز له مصطلح العلاقات العامة لا يتضح، إلا إذا عرفنا بدقة معناه اللغوي، والذي هو مكون من كلمتين: "العلاقات" وكلمة " العامة".

فكلمة "العلاقات" تعني الروابط والمتبادلة التي تنشأ استجابة لنشاط أو سلوك مقابل، والاستجابة شرط أساسي لتكوين علاقة اجتماعية، وفي الواقع الاجتماعي قد بين فرد و فرد أو بين فرد ومجموعة أفراد ، وقد تكن أوسع من ذلك علاقات بين جماعات وجماعات أخرى.

أما كلمة "العامة" فيقصد بها الجماهير أو مجموعة الجماهير المختلفة التي يتصل عملها أو يرتبط عملها ونشاطها بالآخر سواء كان هيئة ، مؤسسة، أو شركة، وفي معظم الأحيان يمكن القول أنّ هناك جمهور خاص لكل هيئة خدمات أو إنتاج ويتكون من مجموعة المتعاملين أو المستفيدين أو المهنيين بنشاط المؤسسة أو الهيئة أو الشركة

إصطلاحا:

تعرفها **الجمعية الأمريكية للعلاقات العامة** بأنها : "وظيفة تقوم بها إدارة متخصصة ودائمة، عن طريقها يمكن لمؤسسة أو أي تنظيم عمومي أو خاص الحصول والتحكم في عاطفة كل من له علاقة معه".

كما عرفها، "kotler" على أنها: " ذلك النشاط المخطط من قبل مؤسسة، هيئة عامة أو خاصة أفراد، أو اتحادات لخلق، بناء، تحسين وتدعيم ثقة المؤسسة وتفاهمها وتعاطفها مع جمهور عملائها، داخليا أو خارجيا بما يضمن تطويرها".

وقد لخص الدكتور **بشير العلاف** مفهوم العلاقات العامة في جملة من النقاط وهي كالأتي:

- أنها فلسفة للإدارة اتجاه المجتمع برمته.
- أنّها سياسات وأعمال ونشاطات وظيفية وإدارية ثم اتصال وإعلام.
- أنّها نشاط إنساني واجتماعي رفيع يهدف إلى تحقيق رضا الجمهور وتكريس ولائه للمنظمة.
- أنّها نشاط يهدف إلى خدمة المصلحة العامة للجمهور أولا ثم مصلحة المنظمة.
- أنّها نشاط مخطط ومستمر لا يتوقف فقط عند إقامة علاقات طيبة بل يسعى إلى المحافظة على هذه العلاقات وإدامتها وتكريسها والارتقاء بها.

وإنطلاقا من هذا لابد لإدارة العلاقات العامة مواكبة التغيير ، فهي تستخدم كنظام تنبؤ يساعد على التفكير بالتعرف على الاتجاهات وتوقعاتها وتستخدم في سبيل ذلك بحوث وأساليب وطرق وسائل الاتصال وفنونه على أسس أخلاقية لتحقيق هذه المهمات الأساسية

إجرائيا: تعتبر العلاقات العامة من الوظائف الإداريّة التي تهم الجانب الاتصالي والتنظيمي للمؤسسة بحيث تُساهم في تعزيز التواصل مع العملاء، وربط طبيعة عمل المنشأة مع الآراء العامة، وتعرف أيضاً، بأنّها النشاط الذي تقوم بهِ إدارة المؤسسة من أجل التعريف بطبيعة عملها لجمهورها المستهدف، عن طريق استخدام مجموعة من وسائل الاتصال والإعلان المتاحة لتطبيق رؤيتها، وقياس مدى رضا الناس عن الخدمات، أو السلع التي تقدمها لهم، لذلك يجمع مفهوم العلاقات العامة بين فن الاتصال، وعلم الإدارة؛ فاختيار الوسيلة المناسبة للتواصل مع الآخرين يُعدّ نوعاً من أنواع الفنون، أمّا دراسته والتعرف عليه من أجل تطبيقه يعد علماً قائماً بذاتهِ.

3/ دور العلاقات العامة :

العلاقات العامة وظيفة بمثابة **حلقة الوصل** بين المؤسسة وبيئتها الداخلية والخارجية، ولا تستطيع المنظمة القيام بأداء مهامها، وبالتالي تحقيق أهدافها إلا إذا كانت هناك ثقة متبادلة وتفاهم مشترك بينها وبين جماهيرها وهنا يكمن دور العلاقات العامة.

2/ أسس العلاقات العامة:

تقوم العلاقات العامة على مجموعة من الأسس أهمها:

- مراعاة الصدق والأمانة وإتباع الأسلوب العلمي.
- يجب أن تتفق أعمال المؤسسة مع أقوالها وإلا فقدت الثقة مع جمهورها.
- أن يلتزم العاملون في العلاقات العامة بالقيم الأخلاقية في جميع تصرفاتهم.

- إتباع سياسة عدم إخفاء الحقائق، لأن هذه السياسة كفيلة بأن تقضي على الشائعات وبناء
جسر من التعاون والتفاهم.
- مساهمة المؤسسة في رفاهية المجتمع.
- نشر الوعي بين الجماهير من أجل التعاون لتحقيق المصالح العامة للمجتمع.
- كسب ثقة الجمهور، لأن نجاح أي مؤسسة مرهون بمدى رضا الجماهير عنها.

4/ أهداف العلاقات العامة:

- ✓ معرفة اتجاهات الرأي العام حول نشاط المؤسسة وتبليغ الإدارة العليا بذلك، لكي تقوم بإعداد خططها و سياساتها المستقبلية تبعا للنتائج التي تقدمها لها العلاقات العامة.
- ✓ إعلام الرأي العام بمختلف نشاطات ومشاريع المؤسسة والسعي إلى إقناعه بمدى فائدة هذه النشاطات.
- ✓ دراسة جماهير المؤسسة دراسة دقيقة وعميقة لكي تكون النتائج صحيحة.
- ✓ التأكد من أن الصورة التي يحملها الجمهور عن المؤسسة هي الصورة المطلوبة التي تسعى العلاقات العامة إلى توسيعها في أذهان تلك الجماهير.
- ✓ إقامة علاقة ودية مع المساهمين.

5/ خصائص إدارة العلاقات العامة :

- ✓ العلاقات العامة جهود علمية ذات أبعاد إدارية واجتماعية واتصالية وتسويقية تهدف في الأساس إلى بناء علاقات متوازنة تقوم على أساس الرضا وتوافق المصالح بين المؤسسة وجماهيرها.
- ✓ العلاقات العامة هي عملية مستمرة ودائمة.
- ✓ العلاقات العامة جهود مخططة ومدروسة وليست عفوية أو عشوائية.
- ✓ العلاقات العامة تتطلب مهارات ومعارف متعددة منها الإدارة والاتصال وعلم الاجتماعية وعلم النفس، والإعلان، والسياسة، والاقتصاد، لذا فهي ظاهرة مركبة.
- ✓ أساس العلاقات العامة هو معرفة ودراسة وفحص الاتجاهات والميول الحاجات والتنبؤ بها، وبدون ذلك لا تستطيع العلاقات العامة أن تقوم بأدوارها بصورة علمية مؤثرة.
- ✓ البحث العلمي ركن أساسي من أركان العلاقات العامة وعليه، وعليه تعتمد المؤسسات في التخطيط وبناء سياستها وتنفيذ برامجها واستراتيجياتها الاتصالية.
- ✓ الإقناع ركن أساسي من أركان العلاقات العامة الذي يهدف إلى تعزيز أو تعديل الاتجاهات لصالح المنظمة.
- ✓ التنسيق بين العلاقات العامة في المنظمة والجمهور مطلب أساسي من متطلبات نجاح خطط وبرامج العلاقات العامة.
- ✓ الهدف الأساسي والنهائي للعلاقات العامة هو إقامة توازن مصلحي يقوم على أساس توضيح هدف المؤسسة للجمهور والعكس صحيح.

- ✓ ينظر إلى ممارسة العلاقات العامة من زاوية الأداء والإنجاز المستند إلى سياسات فعلية واضحة تهدف إلى المصلحة العامة.

وفي الأخير نستنتج أن مهمة العلاقات العامة وضع سياسة مستمرة للاتصال موجهة للسماح بإرساء علاقات نزيهة وأخلاقية مع الجماهير الداخلية والخارجية حيث أن هذه الأخيرة هي التي تحدد وجودها وتطورها، فالعلاقات العامة يجب أن تشكل وظيفة مندمجة داخل إدارة الجماعة.