الفصل الثاني:

العلاقات العامة

تمهيد

أولا:نشأة العلاقات العامة وتطورها.

ثانيا: أهمية و أهداف العلاقات العامة.

ثالثا: أسس ومبادئ العلاقات العامة.

رابعا: خصائص العلاقات العامة.

خامسا: وظائف العلاقات العامة.

سادسا: العلاقات العامةو الأنشطة الأخرى.

خلاصة الفصل.

تمهيد:

تعتبر العلاقات العامة ظاهرة اجتماعية قديمة قدم الإنسان في نتيجة طبيعية للحراك الاجتماعي لذلك نجد اليوم المؤسسات على اختلاف نشاطها وأهدافها تستعين بالعلاقات العامة لكسب رضا جماهيرها وثقتهم ،لذلك فالمؤسسات تحتاج نشاطات وبحوث العلاقات العامة كحلقة وصل بين المؤسسة جمهورها الداخلي و الخارجي، ولهذا فقد دخلت العلاقات العامة جميع المجالات سواء تعلق ذلك بالمجال الاقتصادي والاجتماعي والسياسي و الإداري، وفي الكثير من الهيئات والمؤسسات الحكومية والاجتماعية والصناعية الخدماتية والثقافية.

لذلك سوف نسعى من خلال هذا الفصل التطرق للعلاقات العامة نشأتها، أهميتها وأهدافها، أسسها ومبادئها وصولا إلى خصائصها ووظائفها، وكذا الحديث عن الأنشطة المرتبطة بها، والتعريج على عناصر وأركان العلاقات العامة ومحددات نجاحها.

أولا: نشأة العلاقات العامة وتطورها:

تعتبر العلاقات العلامة من الظواهر الاجتماعية القديمة قدم الحضارات الإنسانية، حيث كانت المجتمعات الإنسانية تسعى لحل مشكلاتها بالطرق الاجتهادية، فتصب أحيانا وتخطئ أحيانا أخرى ،إلى أن بلغت حد التعقيد الشديد في المجتمعات الحديثة(**هباس رجاء الحربي، 2112 ، ص22**)

وإذا اعتبرنا أن العلاقات العامة بمفهومها العلمي الحديث لم تظهر إلا في بداية القرن العشرين،إلا أن الباحث في التاريخ يجد أن هذا النشاط قد ارتبط بوجود الإنسان منذ القدم باعتبار الإنسان كائن اجتماعي بطبعه يسعى للعيش في جماعات وعلى هذا الأساس نشأت العلاقات كنتيجة حتمية للاحتكاك والتفاعل بين الأفراد والمجتمعات، وقد شهد تاريخ العلاقات العامة خلال تطورها عدة مراحل منذ العصور القديمة حتى العصور الحديثة وهي كالآتي:

1- العلاقات العامة في العصور القديمة)البدائية(:

لقد تجسدت دلائل العلاقات العامة في مختلف الأمكنة والأزمنة مند أن بدأ الإنسان حياته الاجتماعية، فقد كان رب الأسرة مند نشأة المجتمعات الإنسانية البدائية هو الذي ينظم العلاقات العامة بين أفرادها، ثمانتقلت هذه المهمة إلى رئيس القبيلة أو العشيرة الذي كان يجتمع بأفراد القبيلة للتداول في الشؤون التي تخص القبيلة. (**محمد منير حجاب 2007 ، ص ص11-13**)

2- العلاقات العامة في حضارة مصر الفرعونية:

تشير بعض الدراسات التاريخية أن الكثير من الآثار الفرعونية تبرز مدى اهتمام ملوك الفراعنة بعملية الاتصال الجماهيري سواء بأفراد شعوبهم أو المجتمعات الأخرى التي كانوا يتعاملون معها. (**جمال أبو شنب، 2012، ص11**) في ظل هذه الحضارة الفرعونية كان الكهنة هم الواسطة بين فرعون الملك وأفراد الشعب في كافة المناسبات الدينية ومواسم الحصاد لتوصيل المعلومات والتوجيهات لأفراد الشعب، أما الوسائل الاتصالية المستخدمة فتمثلت في الاجتماعات في المعابد وأوراق البردي إضافة إلى واجهات المعابد والنقوش على الأحجار والتماثيل. وقد اهتم الملوك الكهنة بإيجاد أنشطة للتأثير على أفكار الناس ومعتقداتهم واتجاهاتهم، خاصة في الأوقات التي يتطلب الأمر فيها كثيرا من الشرح والتفسير، لإقناع الجماهير بهذه الاتجاهات الجديدة لاسيما بعد حدوث انقلابات سياسية أو ظهور ديانات جديدة

3_ العلاقات العامة في حضارة بابل وآشور:)العراق القديمة(:

اهتمت بلاد بابل و آشور و حكامها بعمليات الاتصال الجماهيري حيث تم نشر آرائهم وأفكارهم و معتقداتهم في الصحف، و من أشهرهم" حمو رابي" الذي اهتم بالكثير من عناصر الاتصال سواء بالأفراد أو كبار رجال الدولة و الأعيان في المناسبات و الأعياد مثل عيد الحصاد، كما استخدموا اللوحات الفينيقية المصورة التي كانوا ينشرون عليها انتصاراتهم. (**جمال أبو شنب، 2012، ص11**)

4-العلاقات العامة في الحضارة اليونانية والرمانية:

وهنا نجد أن نشاط العلاقات العامة قد توسع لأن كلتا الحضارتين كانتا تعتمدان على ثقة الجمهور وتأييده ،وذلك لما عرفوه عن إرادة الشعوب الحرة، ونمت العلاقات العامة خاصة بعد ظهور بعض المبادئ الديمقراطية وخاصة في المدن اليونانية، حيث اهتمت العلاقات العامة بالاتجاهات السائدة وميول الناس ورغباتهم وتقاليدهم. (**محمد بهجت جاد الله كشك ، 2003 ، ص21**)

5-العلاقات العامة في الحضارة الإسلامية:

لقد طورت الحضارة الإسلامية مفهوم العلاقات العامة والأساليب والوسائل التي تستخدم فيها، بل أنها قدمت الأساس الذي يمكن أن تستند عليه العلاقات العامة ، واعتنى الإسلام بكرامة الإنسان وأفكاره ورغباته وبذلك فإن الدعوة الإسلامية اعتمدت على البرهان والحجة والدلائل ولم تعتمد على الفروض أو الضغط. (**سمير حسين منصور ، 2111، ص21**) فقد كان الرسول صلى الله عليه وسلم يستخدم أساليب الاتصال بنوعيها)شخصية وغير شخصية(، حيث كان يوفد الرسل ويبعث بالكتب إلى الملوك والأمراء ويدعوهم إلى الإسلام. (**محمد بهجت جاد الله كشك، 2003،ص113**)

6-العلاقات العامة في العصور الوسطى:

ويطلق على هذه العصور بالعصور المظلمة وهي أسوأ العصور التي مرت بها البشرية، حيث تردت المجتمعات في الظلمات التعصب والجهالة، نتيجة الجهل والفساد، والتعصب الديني، كما اتصفت هذه العصور بالتحلل الاقتصادي والاجتماعي، وانتشار النفوذ الإقطاعي لكن الثورة البروتستانتية التي قام بها "مارتن لوتر" وتحديه لسلطان الكنيسة، جعل هذا الأخير يعيد النظر ويفكر في ضرورة توفير الرعاية المختلفة من أجل الدين، حيث عملت الكنيسة على تخريج متخصصين، في الدعوة الدينية و التبشير، عن طريق إنشاء معهد خاص بذلك ومن هنا اتجه الاهتمام نحو العلاقات العامة واستخدمت في المجالات الدينية بجانب المجالات الاقتصادية والسياسية، عن طريق الكتاب والمؤلفين وغيرهم الذين ساهموا في النشر والعلم لكسب ثقة الجماهير وتأييدهم

وتعاونهم ،ثم حذت الكنيسة الكاثوليكية ،حذوها أيضا لكسب تأييد الجماهير التي تأخذ بالمذهب الكاث وليكي(**هناء حافظ البد وي ،2111، ص13**)

7-العلاقات العامة في العصور الحديثة:

يمكن القول أن جذور العلاقات العامة بشكلها ومعناها الحديث تعود إلى عام 1802 م ،حيث يذكر أن الرئيس الأمريكي الثالث "توماس جيفرسون" أول من استخدم اصطلاح العلاقات العامة في رسالته السابعة الموجهة إلى الكونغرس الأمريكي. (**جون شوميلي ،1931، ص11**)

8- تطور العلاقات العامة:

إن تطور العلاقات العامة بمرور الزمن ووصولها إلى ما وصلت إليه في عصرنا الحاضر، قد أدى بها إلى أن تصبح مهنة لها قواعدها وأسسها وضوابطها التي تحكم من التحق بها ويعمل فيها، وهنالك الكثير من المؤشرات التي تدل على ذلك منها:

1-غزارة عدد الكتب والمؤلفات العلمية و الأدبية التي صدرت في مجالات العلاقات العامة.

2-غزارة البحوث العلمية في مجال العلاقات العامة.

2-تزايد عرض البرامج والمقررات العلمية في مجال العلاقات العامة والاتصال في مرحلتي البكالوريوس والدراسات العليا في كثير من الجامعات الأجنبية والعربية.

1-كثرة عدد الدوريات والمجلات العلمية المتخصصة في مجال العلاقات العامة.

1-التزام كثير من ممارسي العلاقات العامة كأفراد أو هيئات متخصصة بوضع دساتير أخلاقية ومعايير سلوكية تحكم العمل في مجالات العلاقات العامة. والخطوات التقدمية التي أقرتها المنظمات المهتمة بأنشطة العلاقات العامة. ومثال ذلك ما أقرته العلاقات العامة جمعية العلاقات العامة الأمريكية بخصوص إعداد برنامج لاعتماد عضوية شخص له خبرة قدرها خمس سنوات في ممارسة نشاط العلاقات العامة أو تدريسها في الجامعات والمعاهد العلمية إلى جانب اشتراط اجتياز الشخص اختيارات تحريرية وشفوية لهذا الغرض، لقد أصبحت العلاقات العامة في وقتنا الحاضر سلاحا فعالا في المجتمع المعاصر، وقد أخذت تدرس في معظم الجامعات وخصوصا في الولايات المتحدة الأمريكية ،كما تمنح أول درجة علمية فيها في عام 1911.

وإزاء هذا التطور الكبير فقد توسع نشاط العلاقات العامة، فبعد أن كان مقتصرا على العمل التجاري، فقد اتسعت لتشمل العلاقة باتحادات العمل والمهن و الحكومات والهيئات الاجتماعية والسياسية والتعليمية و الدينية والمدنية و الخيرية، فهي تتصل بكل جوانب الحياة.(**عبد الرزاق محمد الدليمي، ص13**)

***أسباب الاهتمام بالعلاقات العامة:**

تزايد الاهتمام بالعلاقات العامة نتيجة لعديد من العوامل التي أسهمت في زيادة الحاجة لوظيفة العلاقات العامة، وفيما يلي أبرز العوامل التي أدت وساهمت في وصول العلاقات العامة إلى ما هي عليه اليوم:

1. **الثورة الصناعية و الإنتاج الكبير:** لقد مهدت الثورة الصناعية في أوائل القرن19 الفرصة لتطبيق مبادئ الإدارة العلمية وذلك لما نتج عنها من تطور هائل في أدوات الإنتاج وأساليبه، وقد أجريت دراسات مختلفة للوقت و الحركة ساعدت في التغلب على مشكلة ندرة الإنتاج.[1] كل هذا ساهم في زيادة عدد العمال مما قلل ظاهرة الاتصال المباشر وأصبحت العمليات الاتصالية أكثر تعقيدا لهذا ظهرت مشاكل عدة بين الإدارة و العمال وتجسدت في قيام إضرابات واحتجاجات على سوء المعاملة والمطالبة بتوفير ظروف عمل أفضل، ما ألب الرأي العام ضد أصحاب الشركات، ولهذا ظهرت أهمية حلقة اتصال بين الإدارة والعمال، ضف إلى ذلك "كبر حجم المؤسسات وبالتالي انتشار جماهيرها على رقعة واسعة، مما زاد من ضرورة تطوير عملية التواصل معها عبر إدارة متخصصة لإدارة هذا التحدي. (**عبيرة صبطي ، 2111، ص21**)

ومنه فالثورة الصناعية وما رافقها من تطورات أدت في النهاية إلى إرضاء الجماهير وتخفيف أهداف المؤسسة في الوقت وخلقت الاهتمام بالعلاقات العامة.

2. **التطور الاقتصادي الكبير وبروز ظاهرة المنافسة الحرة:** وهو الأمر الذي تطلب أسواقا واسعة لتصريف المنتجات في ظل أجواء المنافسة الشديدة، مما استلزم تطوير وسائل الإعلان والترويج والاستعانة بتلك الوسائل ولكسب ثقة جمهور المستهلكين والتعرف على آرائهم وانطباعاتهم إزاء السلع والخدمات.

3. **نشأة الحكومات المركزية الكبيرة:** ما تبنته هذه الحكومات من فلسفات و إيديولوجيات مختلفة، الأمر الذي استوجب أن تبدل تلك الحكومات جهدا خاصا للتعريف بها وشرح السياسات المستمدة منها بتهيئة أذهان الجمهور للتعريف وتعبئة الرأي العام لقبولها. (**محمد الصيرفي ،2111، ص21**)

4. **ظهور الشركات متعددة الجنسيات:**أو الشركات الدولية، مما دفع إلى الاهتمام بالأنماط الاجتماعية والثقافية و الاقتصادية في أسواق تلك الشركات التي تغطي قارات العالم. (**حمد الصيرفي ،2111،، ص21**)

5. **تطور وسائل الاتصال:** لقد ساهم التقدم الهائل في وسائل الاتصال في تقريب المسافات بين بقاع العالم المختلفة حتى أصبح العالم من الناحية الإعلامية أصغر مما هو عليه، نتيجة لسرعة تداول الأنباء وانتقال المعلومات و الآراء. (**عبد المحيي ، ص21**.)

6. **ظهور الأنظمة الديمقراطية:** تزايد الاهتمام بأهمية الرأي العام وأهميته الكبرى لنظم الحكم وظهور دوره في قيام الحكومات وإسقاطها مما جعل الحكومات تهتم بالتأثير في الرأي العام عن طريق وسائل الإعلام. **(محمد منير حجاب ،1991، ص21)**

7. **تزايد الوعي من جانب جماهير الرأي العام:** لقد أدى تزايد الوعي وانتشار التعليم والثقافة بين الفئات المختلفة من المجتمع إلى تزايد الحاجة إلى المعلومات الصحيحة وإلى المزيد من التفسيرات والإيضاحات المتعلقة بالقرارات و السياسات التي يتبعها التنظيم أو على مستوى الدولة ككل، وبهذا لم تعد المؤسسة وحدها القائم بالاتصال، بل أصبح حتى الجمهور يتفاعل مع رسائل المؤسسة وبذلك أصبحت العملية الاتصالية تسري في اتجاهين لا في اتجاه واحد

ثانيا: أهمية و أهداف العلاقات العامة:

1-أهمية العلاقات العامة:

إن التطرق للمفاهيم ومراحل التطور المختلفة للعلاقات العامة يبين لنا ما لها من أهمية قصوى في عالمنا المعاصر في شتى المجالات، حيث أصبحت إدارة العلاقات العامة تحتل مكانة مرموقة في الهيكل التنظيمي للمؤسسات نظرا لما لها من قدرة على التأثير على الجماهير وتعديل اتجاهاتهم وتحسين العلاقات وتعزيزها من خلال المصداقية في توفير المعلومات وترجع أهمية العلاقات العامة للأسباب التالية:

- تساعد العلاقات العامة على إقامة و المحافظة على خطوط الاتصال والفهم والقبول والتعاون بين المنظمة وجماهيرها.
- تساعد الإدارة على أن تبقى محاطة بالمعلومات ومستجيبة لرأي الجمهور وتحدد وتؤكد على مسؤوليات الإدارة لخدمة مصالح الجمهور. **(عابد فضل الشعراوي، 2111، ص12)**
- تقوم بتقييم برامجها وخططها تقييما قبليا مرحليا)أثناء التنفيذ(وتقييما بعديا.
- تعتبر العلاقات العامة جهازا تنسيقيا بين إدارات المؤسسة المختلفة، وكذلك التنسيق بينها وبين جماهيرها. **(كامل خورشيد مراد ، 2111، ص211)**
- تحقق العلاقات العامة التكيف الإنساني بين الأجهزة والهيئات وبين الجماهير، وهذا التكيف الإنساني أصبح من ضروريات مجتمعاتنا الحديثة المعقدة.
- تحقق العلاقات العامة للجمهور الداخلي خدمات إنسانية متنوعة بما يعود عليها بالنفع وبما يكفل لهم تحقيق الرعاية الاجتماعية والعدالة التامة ويهيئ أسباب الحياة الكريمة للعاملين.

- تعمل العلاقات العامة على غرس دعم المسؤوليات الاجتماعية بين الجماهير والتغلب على العقبات التي تواجهه. (**محمد بهجت كشك، 2003 ص21**.)
- ازدياد كبير في قوة ونفوذ الرأي العام، وبخاصة في الدول الديمقراطية،هذا التطور في تزايد مستمر من يوم لآخر، وهو ذو علاقة مباشرة ببقاء الحكومات أو ذهابها، وحتى تستمر هذه الحكومات لابد أن تحصل على تأييد الرأي العام. (**فضيل دليو، 2112، ص 23**)

2-أهداف العلاقات العامة:

تسعى أي منظمة أو مؤسسة سواء كانت كبيرة أو صغيرة عامة أو خاصة إلى النجاح والاستمرار في عملها، ولنجاح برامج العلاقات العامة ينبغي أن تستند إلى مجموعة من الأهداف توضع مسبقا ومع وجود جمهور يختلف باختلاف طبيعة نشاط المنظمة وحجمها ورأسمالها، لذلك فإن الأهداف العامة الرئيسية التي ينطلق من خلالها نشاط العلاقات العامة تكمن في الأهداف التالية:

- دعم سياسة المؤسسة و تقبل الجمهور لها.
- تنمية التفاهم المشترك و المتبادل بين المؤسسة و الجمهور.
- تعزيز ثقة الجمهور بالمؤسسة.
- تقيم اتجاهات الجمهور و التنبؤ بها و الاستجابة لها. (**محمد علي أبو العلا،د س، ص 23**)
- تجاوز سوء فهم الجمهور للمؤسسة و لخدماتها.
- زرع الثقة بين الإدارة و المساهمين من أجل ضمان استقرار المؤسسة وتقديرها. (**عبد الر ا زق محمد الدليمي2005 ، ص11**)
- تحقيق السمعة الطيبة للمؤسسة و دعم صورتها الذهنية.
- كسب تأييد الجمهور الداخلي لأن العلاقات العامة تبدأ من داخل المؤسسة.
- كسب ثقة الجمهور الخارجي(**محمد فريد صحن، 2004 ، ص39**)
- القيام بالدور الدفاعي عن المؤسسة.

جذب أفضل المهارات والكفاءات للعمل بالمؤسسة أو بإدارة العلاقات العامة.

(**جما مجاهد وآخرون، ،2111، ص112**)

و يرى" أحمد كمال "أن أهداف العلاقات العامة يمكن تحديدها في الجوانب التالية:

أ – الجانب الاجتماعي:

تهدف العلاقات العامة إلى مساعدة الموظفين على التكيف الاجتماعي مع الجماعة تبعا لحاجاتها ومتطلباتها، مع مراعاة الرأي العام.

ب – الجانب الأخلاقي:

فيه تحاول العلاقات العامة إقامة مبادئ تستند إلى احترام الكيان الإنساني وفرديته وتبتعد عن استخدام أساليب الإرهاب، وتعتمد على استثارة الإنسان والتشويق والإقناع القائم على التوضيح النفسي والمعاونة السليمة.

ج –الجانب السلوكي:

هو أهم جانب يتعامل مع الكائنات الإنسانية ذات الطابع المختلفة و التكوين النفسي المتغير من فرد لآخر، ومن السهل التأثير على الأفراد و توجيههم، لذلك يجب أن يقوم بتنفيذ برامج العلاقات العامة أفراد لهم دراية بأساليب قيادة الرأي العام ومقتنعين بأهمية الرأي العام و طريقة استخدام أساليب الاستثارةالفعالة للجماهير (**محمد عبد الفتاح محمد ، 2007 ، ص21**)

كما تهدف العلاقات العامة إلى إقامة علاقات طيبة، وزيادة فرص التفاهم المتبادل والتوافق والانسجام بين المنظمة وأطراف التعامل الداخلي والخارجي، وبالتالي يمكن تقسيم أهداف العلاقات العامة في إطار علاقتها بالجمهور إلى أهداف خاصة بالجمهور الداخلي، وأهداف خاصة بالجمهور الخارجي، كالتالي:

الأهداف الخاصة بالجمهور الداخلي :ويمكن تلخيصها في النقاط التالية:

- تحقيق التفاهم بين المؤسسة والعاملين بها، وذلك على أساس أنه كلما أدرك العاملون بأن زيادة إنتاجهم كما وكيفا سوف يؤدي إلى زيادة أرباحها، وهذا من شأنه أن ينعكس على أجو رهم ومكافآتهم، كما أن اهتمام المؤسسة بالعاملين سوف يؤدي إلى شعو رهم بالرضا عن المؤسسة.
- رفع الوعي بين العاملين بأهمية الدور الذي يقومون به، سواء بالنسبة للمؤسسة أو بالنسبة لمجتمعهم حتى يشعروا بمسؤولياتهم نحو المؤسسة التي يعملون فيها ونحو مجتمعهم.
- إحاطة العاملين علما بسياسة المؤسسة وبرامجها وأنشطتها وأهدافها.
- كسب تأييد الجمهور الداخلي لمختلف القواعد التي تنظم العمل بالمؤسسة، والتغييرات والتعديلات التي يجب إدخالها على سياسة المؤسسة وبرامجها.

الوقوف على تأثير السياسات التي تضعها المؤسسات والبرامج أو الخدمات التي تقدميا إلى العاملين، وذلك لإتاحة الفرصة أمام العاملين للتعبير عن آرائهم حول تلك الموضوعات.

(**محمد بهجت كشك، 2003، ص ص222– 223**)

الأهداف الخاصة بالجمهور الخارجي :وتتلخص فيما يلي:

- استقطاب الكفاءات البشرية المتميزة، والمناسبة للعمل في المنظمة.
- توفير معلومات للإدارة عن الجماهير وأطراف التعامل مع المنظمة.
- شرح دور المنظمة في خدمة البيئة والمواطنين بصفة عامة.
- التعريف بنشاط المنظمة والعمل على تحقيق القبول الاجتماعي.
- الوصول إلى الجمهور المعنى بتحقيق التواصل معه.
- شعور المستهلك بالرضا المستمر والمتزايد. (**عبد السلام أبو قحف،2111، ص221**)

وما يمكن قوله أن أهداف العلاقات العامة تنصب في خدمة المؤسسات على اختلاف طبيعتها وحجمها ونوعها ولا تقتصر على الجمهور الداخلي أو الخارجي، بل من أجل خلق التكامل بين

جمهورها الداخلي والخارجي، من اجل الحفاظ على استقرارها و استمرارها وكذلك من اجل تحسين صورتها الذهنية.

ثالثا: أسس ومبادئ العلاقات العامة:

لكي تقوم العلاقات العامة بدورها على أكمل وجه وتنجح في تحقيق أهدافها يجب أن تمارس هذه الوظيفة ممارسة رشيدة معتمدة في ذلك على أسس ومبادئ تحدد إطارها واتجاهاتها والتي يمكن تحديدها كالآتي:

1. العلاقات العامة تبدأ من داخل المؤسسة:

غالبا ما تسعى المؤسسات إلى تحسين علاقاتها مع جماهيرها الخارجية، ولكن لا يتأتى ذلك وعلاقاتها الداخلية متوترة لذا من الضروري أن تحرص أولا وقبل كل شيء على تحسين هذه العلاقة وهذا من خلال إيجاد لغة التفاهم المتبادل بينها وبين الأفراد العاملين بها، فرضا العمال عن عملهم ينعكس إيجابا على جو العمل و لا يتحقق ذلك إلا عن طريق إتباع المؤسسة وتطبيقها لسياسات عادلة في التوظيف والتدريب والترقية وتقديم

الحوافز وغيرها، فكل هذا سيمنح العمال الاستقرار في العمل لأن معاملة الموظف معاملة كريمة واحترامه والتشجيع على التعاون والتعامل الهادف والمحبة يساهم في بعث الحماس وتثبيت الثقة والاندفاع لتحسين صورة المؤسسة في الوسط الخارجي، وبهذا يحرص على تحقيق هدف واحد وهو إعطاء السمعة الطيبة والانطباع الجيد والواجهة اللائقة عن مؤسسته

(جميل أحمد خضر،2004،ص 21.).

2. مراعاة الصدق والأمانة وإتباع الأسلوب العلمي:

من الضروري مراعاة الصدق والأمانة والتقيد بالعدالة والإخلاص في جميع الأعمال الموكلة للأفراد والعاملين، كما يجب الالتزام في العلاقات العامة بالقيم الأخلاقية والأسلوب العلمي في جميع تصرفاتهم، فالصدق والأمانة في نشر الأخبار شيء ضروري لأن استعمال الأخبار الكاذبة والمزيفة لا يزيد من شهرة المؤسسة بل على العكس من ذلك فإنه يعمل على دمارها ويهدد كيانها لأن لجماهير لابد وأن تعرف الحقيقة في الأخير، وبهذا فإنها تفقد جمهورها وتبقى الصورة الذهنية للمؤسسة سيئة.

(حمدي عبد الحارث البخشونجي ، 2000 ، ص 11.)

3- نشر الوعي بين الجماهير:

تتولى العلاقات العامة مهمة شرح نظام المؤسسة وسياستها وتبيين مميزاتها وفوائدها والمنافع التي ستعود على كل فرد يعمل بها أو له علاقة خارجية معها، وكل هذا قصد توجيه الرأي العام إلى أحسن السبل للتعاون معها. **(حسن محمد خير الدين، ، 1976 ، ص12.)**

4. مساهمة المؤسسة في رفاهية المجتمع:

تعتبر المساهمة في رفاهية المجتمع من طرف المؤسسة مسؤولية اجتماعية لأن المؤسسة جزء من هذا المجتمع، وعليه فإنه يجب على إدارة كل مؤسسة أن تكون عضوا نافعا في المجتمع وتعمل على رفاهيته، فلم يعد هدف أي مؤسسة هو تحقيق أكبر نفع مادي فقط، بل أصبح كذلك هدفها هو رفاهية المجتمع لأن المؤسسة الناجحة هي التي تعتمد على تأييد الجماهير لها داخليا وخارجيا.

5. اتباع سياسة عدم إخفاء الحقائق:

تعتبر الصراحة وبث الأخبار الصحيحة من أسس العلاقات العامة لان سياسة عدم إخفاء الحقائق تقضي على كل الشائعات التي تضر المؤسسة وتولد الثقة بين المؤسسة والجمهور، وعليه فإنه على المؤسسة

إتباع أسلوب المكاشفة وعدم إخفاء الحقائق وذلك للقضاء على كل الأقاويل الكاذبة التي يمكن أن يستعملها بعض المغرضين لإلحاق الضرر بالمؤسسة. (**هناء حافظ بدوي، ص12**.)

6. كسب ثقة الجماهير:

تهدف العلاقات العامة في أي منظمة إلى العمل على كسب ثقة الجماهير حتى تتمكن من تحقيق أهدافها، ومعنى هذا أن أنشطة الهيئة أو المنظمة لا يمكن أن تنجح إلا إذا رضيت جماهيرها عنها، وعلى ذلك يجب أن يدرب العاملون بالهيئة حتى يتمكنوا من القيام بواجبهم لكسب ثقةالجماهير على الوجه الأكمل بحسن أدائهم لعملهم واحترامهم للجماهير. (**عمرو صفي عقيلي،1991،ص211**.)

7. تعاون المؤسسة مع المؤسسات الأخرى:

من الصعب علينا أن نتصور أن تنجح أي مؤسسة في المجتمع في تأدية رسالاتها بمعزل عن المؤسسات الأخرى، لذا يجب أن يكون التعاون هو أحد أسس النجاح بل أن هناك قولا مميزا من قبل المهتمين والمتخصصين في هذا المجال مفاده أن التعاون والتكامل بين مؤسسات المجتمع يعد شرطا أساسيا لتقدمه وتحقيقه لأهدافه، ولذا يصبح التعاون هو أحد الأسس الهامة للنجاح، فلا يمكن أن تمارس المؤسسة نشاطها وتوطد علاقاتها بجماهيرها وتهمل تعاونها مع المؤسسات الأخرى، ومن هنا نشأت الحاجة إلى تنظيم الاتصال بين المؤسسات وبعضها للاتفاق على أسس التعاون بينها لاسيما في برامج العلاقات العامة.

(**عبد المحيي صالح وآخرون، ، ص11**.)

8. مساهمة المؤسسة في رفاهية المجتمع:

تعد المساهمة في رفاهية المجتمع من طرف المؤسسة مسؤولية اجتماعية، باعتبار المؤسسة كيان من هذا المجتمع، وأصبح الاهتمام بالمجتمع وتقدم أفراده أكبر من مجرد تحقيق أكبر كسب مادي، وهذا يعمل على كسب تأييد الجمهور داخل المؤسسة وخارجها فقد أصبح لزاما على إدارة المؤسسة العمل على أن يكون لها دورا هاما ومؤثرا في المجتمع يساهم في تحقيق تقدمه ورفاهيته، فلم يعد الآن هدف أي مشروع هو تحقيق أي كسب مادي للمؤسسة بل أصبح الهدف هو تحقيق رفاهية المجتمع ولاسيما في المجتمعات الاشتراكية فالمشروع الناجح في النهاية هو الذي يعتمد على تأييد الجماهير له داخل المؤسسة وخارجها.

(**سمير حسين منصور، 2011، ص11**.)

9. إتباع الأسلوب الديمقراطي في العلاقات العامة:

يعد هذا المبدأ أساسا لممارسة نشاط العلاقات العامة، والأخذ به لا يدع مجالا لدكتاتورية القلة أو سيطرتها، فتسود المؤسسة روح معنوية عالية وتتاح الفرص للابتكار وعرض الاقتراحات ،ولا يستطيع المديرون فرض سياستهم الذاتية دون إشراك هيئة الإدارة والعاملين في تحمل المسؤولية، مما يجعل سياسة المؤسسة لا ترسم إلا نتيجة لأفكار العملاء، وكصدى لما يبدله الأخصائيون من مشورة ومقترحات.

هذا ويضيف الدكتور "أحمد كمال" بعض العناصر التي يعدها من بين المبادئ و الأسس التي ترتكز عليها العلاقات العامة

رابعا: خصائص العلاقات العامة:

تتسم العلاقات العامة بمجموعة من الخصائص يمكن تحديد أهمها فيما يلي:

- أن العلاقات العامة تعتبر فلسفة للإدارة، وهذه الفلسفة تفترض أن أي منظمة لا تنشأ لتحقيق الأهداف المالية فحسب، وإنما ينبغي أن تلعب دورا اجتماعيا، ولهذا فعليها أن تضع صالح الجمهور في المقام الأول بالنسبة للموضوعات التي تتعمق بسلوك المنظمة.
- أن العلاقات العامة وظيفة إدارية، فهي نشاط تمارسه كإدارة ويجب على الإدارة أن تستخدمه في كل ما تقوله أو تفعله للوصول إلى علاقات عامة طيبة. (**محمد منير حجاب، ص ص32-31.**)
- أن العلاقات العامة عملية اتصال دائم ومستمر بين طرفين أساسيين هما المؤسسات والجماهير التي تتعامل معها سواء الجماهير الداخلية للمؤسسة أو الخارجية وكلاهما مؤثر ومتأثر في نفس الوقت.
- تستهدف العلاقات العامة تحقيق الرضا العام، وتدير بمهارة الأسلوب التأثيري الصاعد والهابط من أجل إحداث التوافق والتكيف والتعاون. (**عبد المجيد محمود صالح وآخرون، ص 21-21.**)
- أنها وظيفة تعتمد على المعلومات والحقائق وتقوم على الصراحة ولا مجال فيها للخداع أو الكذب أو التضليل.
- إن الأساس الجيد للعلاقات العامة يتمثل في وجود إدارة واعية للمنظمة، ولا يمكن للعلاقات العامة أن تحل محل الإدارة الفعالة للمنظمة، كما أنها وظيفة لا تمثل صفة سحرية قادرة على حل المشاكل القصدية: العلاقات العامة نشاط مخطط ومرسوم لإحداث تأثير مرغوب في وقت محدد وبأسلوب معين مختار.

(**عنبر إبراهيم شلال ، 2111، ص212**).

- العلاقات العامة عمليات تطبيقية للعلوم الاجتماعية والسلوكية، لأنها تتعامل مع كائنات إنسانية حية، ذات طبائع مختلفة وتكوينات نفسية متغيرة ولذلك تحتاج هذه الوظيفة إلى متخصصين لممارسة أنشطتها المختلفة.
- تتصف العلاقات العامة بالشمولية، فنشاطها لا يقتصر على مجال دون آخر، بل يمتد ليشمل كافة الميادين، السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وكافة المؤسسات بأشكالها وأنواعها، كما تقدم أصحاب الحرف والمهن المختلفة. (**عبد الناصر أحمد جرادات،2119، ص21**)
- ويمكن وصف العلاقات العامة بأنها فن معاملة الجماهير للفوز بثقتهم وتأييدهم، فهي فن تطبيقي هادف، يرمي إلى الانسجام الاجتماعي، يطوي على فلسفة إنسانية أساسها الاعتراف بقيمة الإنسان وبأهمية الرأي العام في تقرير الاتجاهات السياسية والاقتصادية والاجتماعية.
- العلاقات العامة ليست من الأنشطة الثانوية قليلة الأهمية، بل تشكل عنصرا أساسيا في أنشطة المنظمات، فهي ضرورية في جميع المنشآت وعلى مختلف المستويات، يفرضها المجتمع الحديث.

(**فهمي محمد العدوي ، 2011،ص29.**)

خامسا: وظائف العلاقات العامة:

إن نمو العلاقات العامة كوظيفة حديثة أدى إلى الاختلاف في تحديد مفهوم واضح لها داخل المؤسسة، وفي نفس الوقت إلى عدم التحديد الدقيق لنشاطها، مما أدى إلى النظر إليها كنشاط فرعي وغير هام في السياسة العامة للمؤسسة، وتبعا لذلك انحصرت مهامها في المؤسسة في مجرد تأدية أنشطة فرعية دون الوصول إلى وظائفها الحقيقية التي تساهم في تحقيق أهداف المؤسسة. (**محمد فريد الصحن ، ص12.**)

لقد و ردت الكثير من الآراء والمحاولات لتحديد وظائف العلاقات العامة من بينها محاولات Cutlip،Center، الذين رأوا أن العلاقات العامة تقوم بمجموعة من الوظائف هي:

- تسهيل وتأمين انتقال الآراء بين الطرفين، الجمهور والمؤسسة بهدف إيجاد التوازن بين سياسات المنظمة واحتياجات الجمهور.
- إطلاع المسؤولين على السبل المناسبة لتنفيذ البرامج العملية والاتصالية لمضاعفة درجة القبول نحو المؤسسة.
- تقديم المشورة وتنفيذ البرامج المعدة بهدف توسيع دائرة التفاعل بين السياسات والعمليات التنفيذية وزيادة العلاقات الإيجابية. (**علي عجوة ، ص ص11-12**)

سادسا: العلاقات العامة والأنشطة الأخرى:

توجد العديد من المفاهيم المرتبطة والمتقاطعة مع مفهوم العلاقات العامة رغم وجود فروق بينهم نذكر منها:

1. **العلاقات العامة والعلاقات الشخصية:**

تشمل العلاقات الإنسانية بمفهومها الواسع جميع العلاقات بين البشر، والتي وجدت بوجود العلاقات الإنسانية بين الجماعات بهدف تقوية الروابط والصلات ويعني اصطلاح العلاقات الإنسانية في مجال الإدارة العلاقات الإنسانية في محيط العمل، ولقد نشأ ذلك المفهوم إبان الثورة الصناعية وفي بداية القرن الحالي حيث قام "**فريدريك تايلور**" بدراسات العمل والفرد العامل وعرفت النتائج التي توصل إليها بالإدارة العلمية. إن جوهر العلاقات الإنسانية هو اعتراف الإدارة بالجانب المعنوي والنفسي للأفراد والاهتمام بتحقيق رفاهيتهم حيث تتناول نوع من الثقة والتعاون المتبادل بين الأفراد والإدارةبما يحقق الرضا الوظيفي وزيادة الإنتاجية(**شدوان عي شيبة، ص22**)..

2. **العلاقات العامة والاتصال:**

إن الاتصال هو عملية تفاعلية مستمرة بين المرسل والمستقبل حول مضامين اجتماعية معينة، وفي هذا التفاعل يتم نقل الأفكار والمعلومات والمنبهات بين الأفراد عن قضية ما أو معنى مجرد أو واقع معين. والملاحظ أنه في عدد من البلدان الأنجلوسكسونية تحل إدارة العلاقات العامة محل خلية الإعلام والاتصال وتقوم بعدة مهام منها:

- كتابة وتوزيع المواد الإعلامية في الصحف.
- تنظيم المؤتمرات الصحفية والاستقبالات والزيارات.
- ترتيب المقابلات الصحفية لوسائل الإعلام مع المسؤولين.
- تحرير وإنتاج المجلة الداخلية والخارجية للمنظمة ومختلف المطبوعات الأخرى.
- إقامة المهرجانات والمعارض وتنظيم الرحلات والزيارات داخل المنظمة عبر وسائل الإعلام.
- إجراء البحوث المفيدة للمنظمة(**محمد لعقاب ،ص11**).

3.العلاقات العامة والإعلام:

الإعلام عبارة عن بيانات ومعلومات تنشر بقصد تنوير الرأي العام ومثالها النشاط الإعلامي الذي تقوم به الدولة لتوضيح سياستها للرأي العام ومبررات تلك السياسة وكذلك نشر البيانات والمعلومات المتعلقة بالسلع والأفكار في وسائل النشر المختلفة بقصد تنوير الرأي العام، ليكون فكرة راجحة على أساس الواقع

(محمد حسن زويلف، ، ص12)..

وقد أصبح الإعلام اليوم علما أكاديميا يدرس ومهنة تمتهن في الصحافة ووكالات النشر والأنباءبوسائل الاتصال الجماهيري ويتفرع إلى فنون كثيرة كفن الخبر الصحفي، وفن الإعلام، وفن التحقيق الصحفي وفن المقال(**حسين محمد علي ،1911 ، ص129**).

4.العلاقات العامة وعلم الإدارة:

يرى الباحثون في مجال العلاقات العامة الذين تخرجوا من معطف العلوم الإدارية يعتبرون العلاقات العامة من أهم الأذرع التي تعتمد على الإدارة كونها تمثل وظيفة إدارية مستقلة ومتميز شأنها في ذلك شأن وظائف التخطيط والتوجيه والرقابة والتقييم، بل إنها يمكن أن تثري وظيفة التوجيه ذاتها، وذلك من خلال المهمات الإرشادية والتوعية والتدريبية للعلاقات العامة.

إن هذه المقاربة تتوافق مع تعريف العلاقات العامة بأنها جهود اتصالية وإدارية أي أن القائمين على إدارة العلاقات العامة ينبغي أن يكونوا على اطلاع واسع على متطلبات الفكر الإداري وخاصة التخطيط الإداري والاستراتيجي والتنفيذ والتقييم والمتابعة وإدارة التنفيذ وإدارة الوقت وإدارة الأزمات.

(بسام عبد الرحمان الجرايدة ،2112، ص31)

5.العلاقات العامة وإدارة الشؤون العامة:

هناك خلط متعمد مابين العلاقات العامة والشؤون العامة فقد جرت بعض الهيئات على إنشاء أجهزة تقوم بنشاط العلاقات العامة وهي تعني موضوعات مختلفة ،تختلف باختلاف الناس وهي تعني الأمور التي تهم الرأي العام مثل القضايا السياسية والحكومية وانتخاب المجالس النيابية والمحلية، وكذلك العلاقات مع المجتمع ومشاكل الهجرة والبيئة والتوطين وسياسة الأسعار.

وفي حدود هذا المفهوم تدرس الجامعات بالخارج فمن الشؤون العامة والمشاكل الدولية والموضوعات الهامة والمعاصرة والعلوم السياسية والاقتصادية والإدارة العامة.

وهكذا يتبين لنا أن هناك اختلاف جوهري واضح مابين العلاقات العامة والشؤون العامة وهي التيتعني الاتصالات (**فهمي محمد العدوي،2011، ص11**).

خلاصة الفصل:

لقد عالجنا في هذا الفصل العلاقات العامة من حيث النشأة، أهميتها وأهدافها، أسسها ومبادئها وصولا إلى خصائصها ووظائفها، وكذا الحديث عن الأنشطة المرتبطة بها، والتعريج على عناصر وأركان العلاقات العامة ومحددات نجاحها. وقد بينا من خلال هذا الفصل على أن العلاقات العامة ليست وظيفة وظيفة إدارية خاصة بالمؤسسة،بل هو نشاط هادف له أسس ومبادئ ويقوم بوظائف معينة حسب الفئة المتعامل معها يختلف عن النشاطات الأخرى وأصبحت علم أو مادة تدرس في المعاهد والجامعات وتمارس أيضا في مختلف المجالات، لها خبراءها ومختصين للقيام بها وتؤسس إدارات خاصة لهذا المجال في بعض المؤسسات.