**المحاضرة الأولى:**

:**مفهوم العلاقات العامة**

تعود جذور مصطلح "العلاقات العامة" إلى أواخر القرن التاسع عشر، لكنه بدأ يأخذ معناه الحديث وينتشر بشكل واسع في منتصف القرن العشرين. تزامن ذلك مع ظهور دراسات وأبحاث عديدة حول الموضوع، سواء باللغة العربية أو الأجنبية، إضافة إلى تزايد اهتمام المؤسسات العامة والخاصة بممارسة هذا النشاط على نطاق واسع.

تركز العلاقات العامة على بناء جسور التفاهم وتعزيز العلاقات الإيجابية بين الأطراف ذات المصالح المشتركة، سواء كانت مؤسسات تجارية، صناعية، خدمية، اجتماعية، أو سياسية، وبين الجمهور الذي تخدمه تلك المؤسسات. وقد نشأ المفهوم في البداية لخدمة أهداف رجال الأعمال، ليشمل مجموعة متنوعة من الأنشطة. ومع ذلك، ظل المصطلح محاطًا بشيء من الغموض نتيجة لتعدد استخداماته.

تاريخيًا، يُنسب أول استخدام للمصطلح إلى الرئيس الأمريكي توماس جيفرسون (1743-1826)، عندما أشار إليه في خطاب أمام الكونغرس عام 1807، مما يعد أول توظيف للمفهوم في سياق رسمي. لاحقًا، استخدم المصطلح بشكل أكثر تنظيميًا في نشرات تهدف إلى وضع أسس واضحة لعلاقة إدارات العلاقات العامة بوسائل الإعلام. ولعل ما قدمه إيفي لي في هذا السياق كان حجر الزاوية، حيث أعلن مبدأ الشفافية قائلاً: "نحن لا نقدم إعلانات؛ بل أخبارًا حقيقية"، مؤكدًا أهمية تزويد الجمهور بمعلومات إضافية عند الحاجة.

في عام 1923، عزز إدوارد بيرنيز هذا المفهوم من خلال كتابه *"بلورة الرأي العام"*. قدم بيرنيز تعريفًا واضحًا للعلاقات العامة، مشيرًا إلى أن دور مستشار العلاقات العامة يتسم بالمسؤولية الاجتماعية والأخلاقية، ويفوق أدوار الصحفيين أو المعلنين التقليديين.

تواجه المؤسسات دائمًا تحديات متعلقة بتأثير أنشطتها على المجتمع. وعندما يتضح أن هذه الأنشطة قد تتعارض مع المصلحة العامة، يصبح لزامًا عليها البحث عن حلول فعالة لتعديل سلوكها بما يحقق التوازن بين مصالحها ورضا الجمهور. لذلك، فإن العلاقات العامة تُعنى بتعزيز العلاقات الإنسانية الإيجابية، وكسب دعم المجتمع، وضمان وجود تفاهم متبادل بين المؤسسات والجماهير، بغض النظر عن طبيعة الأنشطة أو المجالات التي تنتمي إليها.

 تُعنى العلاقات العامة باستكشاف المبادئ التي تسهم في بناء علاقات متينة بين المؤسسات والجماهير. ويشمل دورها دعم الإدارة العليا في صياغة القرارات والسياسات، مع الحرص على توافقها مع المصلحة العامة. لتحقيق هذا الهدف، يجب على المتخصصين في هذا المجال أن يمتلكوا فهمًا عميقًا للعوامل الاجتماعية والثقافية والاقتصادية المحيطة، بالإضافة إلى وعيهم بالسياسات المؤثرة على عمل المؤسسات والمجتمعات التي تخدمها.

العلاقات العامة: هل هي علم أم فن؟

تعد العلاقات العامة من المجالات الحيوية التي تستدعي تعريفًا دقيقًا لتوضيح طبيعتها. في عام 1948، قدم المعهد البريطاني للعلاقات العامة أول تعريف رسمي لها، حيث وُصفت بأنها: "عملية تهدف إلى تعزيز التفاهم وبناء علاقات متينة بين المؤسسة وجمهورها، سواء كانوا أفرادًا، مجموعات، أو منظمات أخرى، مما يسهم في ترسيخ سمعة إيجابية وعلاقات مستدامة."

ومنذ ذلك الحين، ثار نقاش واسع حول ماهية العلاقات العامة: هل هي علم يعتمد على قواعد ونظريات ممنهجة، أم أنها فن يستند إلى الإبداع والمهارة؟ للإجابة عن هذا السؤال، يجب فهم مفهومَي العلم والفن.

الفن يمثل جانبًا إبداعيًا يمارسه الإنسان لتحقيق أهداف متنوعة، سواء كانت عملية كالتجارة والهندسة، أو جمالية كالموسيقى والرسم. في المقابل، يُعرف العلم بأنه نظام معرفي يقوم على البحث والتجريب لإنتاج قواعد ونظريات قابلة للتطبيق.

ورغم هذا الفصل النظري، يبرز تكامل بين الجانبين؛ فلا علم يحقق تطورًا دون مساهمات إبداعية، ولا فن يزدهر دون الاستناد إلى أسس علمية. يظهر هذا التكامل بوضوح في العلوم التطبيقية التي تخدم المجالات العملية، كاعتماد التجارة على الاقتصاد والإحصاء، أو استفادة الملاحة من الرياضيات وعلوم البحار.

لذلك، يمكن القول إن العلاقات العامة تجمع بين خصائص العلم والفن. فهي تعتمد على المنهجية والتحليل العلمي لفهم الجمهور وبناء الاستراتيجيات، وتستلزم في الوقت ذاته الإبداع في تقديم الرسائل وبناء الصورة الإيجابية.

تناول العديد من الباحثين والمتخصصين هذا الموضوع، واتفقوا على أن العلاقات العامة تسعى إلى تعزيز التفاهم والتعاون بين المؤسسات وجمهورها، مما يساعد في تحقيق أهداف المؤسسات وترسيخ صورتها الإيجابية بشكل فعال.

 تعريف إدوارد ل. بيرنيز، الخبير في مجال العلاقات العامة، والذي يرى أن العلاقات العامة تتمثل في "التوسل بالمعلومات عن طريق الإقناع والملائمة بين سياسات المؤسسة واتجاهات الجمهور للحصول على التأييد العام لأهداف المؤسسة ونشاطها". يركز هذا التعريف على أهمية استخدام المعلومات بشكل مقنع للتواصل مع الجمهور وتحقيق توافق بين سياسات المؤسسة واحتياجات الجمهور، بهدف كسب تأييدهم ودعمهم لأهداف المؤسسة.

جريزويلد في نشرته الدورية "أنباء العلاقات العامة"، وهو يعرّف العلاقات العامة على أنها "الوظيفة التي تقوم بها الإدارة لتعديل الاتجاهات وتحديد خطط وسياسات المؤسسة بما يتفق ومصلحة الجمهور، وتنفيذ البرامج الهادفة إلى توطيد ثقة الجمهور مع المؤسسة وكسب رضاه وتفاهمه."

أهمية العلاقات العامة:

تُعدّ العلاقات العامة مجالًا أكاديميًا ومهنيًا يهدف إلى تحسين صورة المؤسسة أو الفرد من خلال تعزيز التواصل الفعّال مع الجمهور. تستند إلى مجموعة من المبادئ الأكاديمية والعملية التي تجعلها عنصرًا حيويًا في نجاح المؤسسات. وفيما يلي أبرز السمات الأكاديمية للعلاقات العامة:

1. **أداة استشارية فعالة**: تلعب دورًا حاسمًا في تقديم المشورة لتحسين التواصل بين المؤسسة وجمهورها.
2. **التواصل الفعّال**: تعتمد على استخدام مختلف قنوات التواصل، بما في ذلك الوسائل التقليدية والإلكترونية، لبناء روابط قوية مع الجمهور.
3. **محور الرأي العام**: تهدف إلى التأثير على الرأي العام لصالح المؤسسة عبر تقنيات مدروسة.
4. **استراتيجية وتخطيط**: تقوم على تخطيط منهجي واستراتيجي يهدف إلى تعزيز السمعة المؤسسية، معتمدة على دراسات وتحليلات دقيقة.
5. **التفاعل مع الجمهور**: تستند إلى فهم احتياجات الجمهور وتوقعاته، مما يتطلب تواصلًا مستمرًا لفهم آرائهم.
6. **إدارة الأزمات**: تُظهر قدرتها على التعامل مع الأزمات بفعالية، مع الحفاظ على صورة المؤسسة خلال الظروف الطارئة.
7. **البحث والتحليل**: تعتمد على دراسة البيانات لقياس تأثير الأنشطة الإعلامية وضمان فعالية الرسائل الموجهة للجمهور.
8. **الشفافية والمصداقية**: تتطلب وضوحًا وثقة في الرسائل التي تُوجّه إلى الجمهور لضمان بناء علاقات مستدامة.
9. **التنسيق الداخلي**: تركّز على تعزيز التعاون بين أقسام المؤسسة لتوحيد الرسائل وضمان انسجامها مع الأهداف.
10. **التطوير المهني المستمر**: نتيجة للتطور السريع في التكنولوجيا، تتطلب العلاقات العامة مواكبة الأبحاث والتقنيات الحديثة.
11. **التأثير الاجتماعي**: تساهم في تغيير التصورات المجتمعية وإبراز القضايا المهمة من خلال الحملات الفعّالة.

**أهمية العلاقات العامة في السياق الحديث:**

تُعدّ العلاقات العامة أكثر من مجرد إدارة للاتصال؛ فهي أداة استراتيجية تساهم في الاستقرار المؤسسي وبناء علاقات مستدامة مع العملاء والموظفين والشركاء ووسائل الإعلام. دورها يتجاوز التفاعل الفوري ليشمل تعزيز سمعة المؤسسة على المدى الطويل، وتقديم حلول فعّالة لإدارة الأزمات بطريقة شفافة تقلل من الآثار السلبية.

### في العصر الرقمي:

مع التحول الرقمي، أصبحت العلاقات العامة أكثر تعقيدًا، إذ تحتاج المؤسسات إلى التكيف مع وسائل الإعلام الحديثة مثل وسائل التواصل الاجتماعي لإدارة السمعة الرقمية ومكافحة انتشار الأخبار الكاذبة. يمثل هذا التحدي الأكاديمي فرصة لتعزيز التفاعل المباشر مع الجمهور باستخدام التكنولوجيا.

### في مجال المسؤولية الاجتماعية:

تلعب العلاقات العامة دورًا مهمًا في إبراز المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، مما يُظهر التزامها بالقضايا البيئية والمجتمعية. تُعزز هذه الجهود صورة المؤسسة كمساهم في تحقيق التنمية المستدامة وتحسين جودة الحياة.

العلاقات العامة ليست مجرد أداة إعلامية، بل هي عملية شاملة تجمع بين التخطيط، التواصل، والابتكار لتحقيق أهداف المؤسسة. من خلال تعزيز التواصل الداخلي والخارجي، وإدارة الأزمات، وتعزيز المسؤولية الاجتماعية، تبرز العلاقات العامة كعنصر أساسي في بناء صورة المؤسسة وتعزيز مكانتها في المجتمع.