


تأليف: د. نزار ميهوب

الأسس السيكولوجية للعلاقات العامة

عنوان الكتاب: الأسس السيكولوجية للعلاقات العامة

تأليف: د. نزار ميهوب

الناشر العربي:  الأكاڤمية السورية الدولية للتدريب والتطوير

الطبعة الأولى: 2008

حقوق الطبع والافتباس والترجمة العربية والنشر محفوظة لـ:



لا يجوز نشر أي جزء من هذا الكتاب أو اختزان مادته بطريقة الاسترجاع أو نقله على أي نحو أو بأي طريقة سواء كانت إلكترونية أو ميكانيكية أو خلاف ذلك (أو استخدامه كمنهج دراسي أو تدريبي) إلا بموافقة الناشر والأكاڤمية السورية الدولية على ذلك كتابةً ومسبقاً.

P.O.Box 9192 Damascus , Syria

TEL: +963 (11) 6670155

FAX: +963 (11) 6117020

www.sia-sy.net

info@sia-sy.net

دمشق- مزه فيلات شرقية- شارع الفارابي / 87

«إبحث عن المعرفة.. فالمعرفة لاتبحث عن أحد»

مقدمة :

شهدت العلاقات العامة في العقدين الأخيرين تطوراً كبيراً، أولاً كمفهوم إداري، وثانياً كفلسفة للعلاقات الإنسانية والاجتماعية، وقد حدث هذا التطور نتيجة للتعقيد المتزايد في المجتمعات الحديثة، والقوة المتنامية للرأي العام؛ بحيث أصبح كسب تأييد و تعاون و ثقة الآخرين عن طريق الإقناع جزءاً لا يتجزأ من العمل اليومي لإدارة المؤسسات والمنظمات والشركات العامة منها والخاصة.

وقد ارتبط التطور السريع لهذا العلم وتطبيقاته المهنية، حسب رأي بعض الباحثين، بمقرطة المجتمع Democratization، وبالعلاقات اقتصاد السوق، ما استدعى تفسيرات كثيرة لطبيعته الأساسية، فثمة من يقول:

✓ إن العلاقات العامة عمل إداري يرمي إلى إقامة علاقات ذات فائدة متبادلة بين المؤسسات وجمهورها، الذي يتوقف عليه نجاحها، وإنها في طبيعتها شكل من أشكال التواصل بين المؤسسات والجهات المعنية، للتوصل إلى تصورات وأعمال مشتركة، مبنية على الحقيقة والمعرفة والإطلاع،

ومفيدة للطرفين.

✓ آخر يرى أنها وسيلة لدفع الناس للوثوق بأهداف المؤسسات والشركات التي تبحث عن ثقة جمهورها بها.

والمغزى العام المشترك بين هذه التوصيفات هو أن العلاقات العامة نوع خاص من النشاط الإداري-الاتصالي، يستهدف تهيئة الظروف المناسبة للتواصل بين طرفين، وإقامة علاقة إيجابية بالمؤسسة المعنية، وإشاعة جو إيجابي لمصلحتها، وتنسيق المصالح والتوفيق بينها.

وهذا، بالضبط، ما يميز نشاطات العلاقات العامة. فإذا نظرنا إلى عملها في المجتمع، من هذه الزوايا، واعتبرناه نوعاً خاصاً من أنواع النشاط الإداري، فمن الممكن أن نرى، أنه سيكون فاعلاً ومؤثراً إذا التزم بالشروط التالية:

- 1- معرفة طبيعة المهام التي تمارسها الإدارة.
- 2- توافر الكادر المؤهل لإنجاز تلك المهام.
- 3- تحقيق تواصل مباشر، داخلي وخارجي، بين الجهات المعنية.
- 4- مرونة النظام الإداري وقدرته على التكيف،
- 5- توفر الخبرة المهنية العالية للعاملين في العلاقات العامة.

والحقيقة أن هذه الشروط وليدة متطلبات النظرية العامة للإدارة، وهي صالحة تماماً للعمل بها في مجال العلاقات العامة. فهدف هذه الإدارة (الخاصة) هو التواصل والاعتماد المتبادل وبناء جسور الثقة بين عناصر

منظومة الحاجات، أي بين الناس المنخرطين في عملية الإنتاج والاستهلاك والتوزيع والتبادل، وهو ما يهدف إليه هذا الكتاب الذي يسعى لدراسة الخصائص السيكولوجية التي يتصف بها هؤلاء، الذين تتوجه إليهم العلاقات العامة. وبعبارة أخرى، لكل نشاط اجتماعي جانبه النفسي؛ ومن ثم، لا بد من المعرفة السيكولوجية لفهم الفعالية الاجتماعية وشروط نجاحها.

إضافة للعاملين في مجال العلاقات العامة الذين هم بطبيعتهم يؤثرون في الحدث، من خلال تقديم الخبر والمعلومة، بحيث يؤثر ذلك إيجاباً في سمعة المؤسسة، وإقامة علاقات إيجابية هي حصلة هذا النشاط.

ولا بد من إيلاء العلاقات الفاعلة active والمنفصلة reactive اهتماماً خاصاً؛ إذ يتوقف مردودها على مدى تناسبها مع الخصائص السيكولوجية للمستهدف ودينامية صفاته الأساسية، بالدرجة الأولى.

وهكذا فالمسألة، كيفما نظرنا إليها، ترتبط دائماً بالسيكولوجيا، فالجانب النفسي في هذا المجال المعرفي أساسي. وباختصار إن عمل العلاقات العامة يكون فعالاً إذا استوعب العامل فيه أبعاده النفسية.

غير أن البعد السيكولوجي لهذا العمل لا يتوقف هنا، إذ تظهر الأبحاث المنشورة حديثاً أن العمل في مجال العلاقات العامة ليس نوعاً خاصاً من الإدارة فقط، بل هو وظيفة function مهمة مستقلة، تحدد الصفات الجوهرية لعمل العلاقات العامة، ولاسيما:

✓ خلق بيئة ملائمة تستند إلى أشكال مختلفة من التواصل تساعد على الوصول إلى تفاهم بين جميع الأطراف.

- ✓ إبراز المصالح المشتركة بين الأطراف.
- ✓ العمل على تكوين مصالح عامة مشتركة بينها.
- ✓ دراسة وتكوين إبراز تفاهم الأطراف جميعاً.
- ✓ تسوية النزاعات بين الشركاء بطريقة إيجابية.
- ✓ تكوين رأي عام إيجابي.

وبعبارة أخرى، إن العلاقات العامة هي أيضاً تواصل منظم، بوجه خاص، وموجه لتكوين مصالح مشتركة، من خلال تحقيق فهم متبادل وعلاقات إيجابية، وتسوية النزاعات والحيلولة دون وقوعها.

والتواصل والفهم المتبادل والمصالح والعلاقات موضوعات لعدة علوم متداخلة. غير أن عدداً غير كبير من الدراسات النفسية التي أجريت في ميادين هذه العلوم، يمكن أن تقدم مساهمة لا تقدر بثمن في تنفيذ العمل الفاعل في مجال العلاقات العامة، بل وتعد شرطاً ضرورياً لنجاحه.

وتجاهل هذا الشرط الضروري يجعل "العلاقات العامة" تتعثر، وأثبتت ذلك نتائج الأبحاث التي أشارت إلى فعاليتها المرتبطة بتبصر المختصين النفسيين.

ويعالج البعد السيكلولوجي بوضوح خصوصية التوجهات الملموسة للعمل في مجال العلاقات العامة. ويركز هذا المنحى على تشكيل الشخصية الإيجابية للمؤسسة، أو لأي شخصية، وتطويرها، بحيث تصبح موضعاً للثقة.

لكن، لا بد من الإشارة هنا إلى أن الشخصية هي نموذج سيكلولوجي

مركز بشكل خاص ومشكل لأهداف محددة للغاية، وأن النشاط في مجال تكوين الشخصية هو نشاط سيكولوجي بحت، من ناحية المضمون.

وهنا نأتي إلى الاتصالات الفعّالة والمؤثرة والتواصل بين المشاركين في عمل مشترك. وهذا جوهرى أيضاً. فالتواصل communication يعد أحد أهم النشاطات السيكلوجية. وقد عرضت الأبحاث المنشورة نتائج مختلف أنواع التواصل. والشيء الأهم هو إظهار خصائص وإمكانيات تلك الوسائل الخاصة بالتأثير السيكلوجي أثناء التواصل، مثل الإقناع والإيحاء والعدوى النفسية والبرمجة اللغوية / العصبية.

ولا يسعنا هنا إلا أن نشير إلى ما يربط العلاقات العامة PR بعملية تصنيع الإعلان Advertising المؤثر. فالإعلان في علم النفس Psychology منظومة تأثيرات سيكلوجية فاعلة موجهة للمستهلك بهدف التأثير في دوافعه الاستهلاكية بالدرجة الأولى.

أما تسوية النزاعات والحيلولة دون وقوعها، فهو الشيء الذي يعد توجهاً مستقلاً للعلاقات العامة. ويقوم على المعرفة الجيدة بالدوافع والعوامل الذاتية والموضوعية للسلوك ومعرفة أسباب نشوء النزاعات وديناميتها وخصائص التواصل.

وسنذكر في هذه العجالة أيضاً بأحد الاتجاهات الأساسية في عمل العلاقات العامة، وهو العلاقة مع وسائل الإعلام media relation التي تتغلغل في جميع شؤون المجتمع من أدناها إلى أعلاها media-ization. ومعلوم أن لوسائل الإعلام أثراً فاعلاً وأساسياً في تكوين الرأي العام public

opinion. وفي الوقت ذاته لدى علم النفس الاجتماعي آليات فاعلة يمكن استخدامها لتحقيق هذا الهدف. وهذا يؤكد مرة أخرى البعد السيكولوجي لهذا العمل.

وفي النهاية نأتي إلى تأهيل العاملين في العلاقات العامة، وهذه مسألة أكاديمية وعلمية، ولها بعدها النفسي أيضاً. ويتضح لنا أكثر فأكثر أن كل نشاطات العلاقات العامة تتطلب معالجة سيكولوجية معمقة وبناءً سيكولوجياً متيناً.

وبذلك فإن هذا الكتاب يقدم هذا الكتاب إسهاماً متواضعاً، ولكنه ضروري، في تسليط الضوء على الأسس السيكولوجية لهذه الفعالية التي يتنامى دورها الاجتماعي. إذ سيجد القارئ والطالب والباحث شيئاً من ضالته في رؤية البعد النفسي (السيكولوجي) الذي يتخلل نشاط العلاقات العامة وأهم وظائفها. والأسس السيكولوجية (النفسية) مطروحة هنا لتكوين الشخصية الإيجابية للمؤسسة والشخصية الاجتماعية وغيرهما. وهنا أيضاً سيجدون شروحات للعامل السيكولوجي في مجال العلاقات العامة كنشاط إداري اجتماعي، وفلسفة للعلاقات الإنسانية والاجتماعية.

في الختام أرجو أن يُرضي هذا الكتاب شغف القارئ وحاجة الطالب وفضول الباحث.

دمشق في 1-1-2008

د.نزار ميهوب

الفهرس

| | |
|-----|--|
| 3 | مقدمة |
| | الفصل الأول |
| 9 | الأسس السيكولوجية للعلاقات العامة |
| | الفصل الثاني |
| 57 | سيكولوجية الصورة الإيجابية للمؤسسة |
| | الفصل الثالث |
| 87 | الشخصية السياسية |
| | الفصل الرابع |
| 135 | أنواع الصورة الذهنية |
| | الفصل الخامس |
| 159 | الجوانب السيكولوجية للعلاقات العامة كنشاط إداري |
| | الفصل السادس |
| 181 | سيكولوجية تعاون العلاقات العامة مع وسائل الإعلام الجماهيري ... |
| | الفصل السابع |
| 217 | الصفات السيكولوجية لحرفية ومهنية خبراء العلاقات العامة |
| 240 | خاتمة |
| 242 | المراجع |