

## قراءة نقدية لكتاب:

### مقدمة في العلاقات العامة

تخصص المجلة المساحة الي الباحثين الراغبين في نشر اراءهم حول محتويات المؤلفات التي اختاروها ( بحرية) أي برغبتهم ووفق معاييرهم الذاتية دون توجيه من أحد من الأساتذة، وذلك بهدف تشجيعهم على تكوين شخصياتهم البحثية دون إعادة استنساخها .. والجدير بالذكر؛ أن هذا الأسلوب يطبق عدد الأساتذة في الدراسات الإعلامية العليا في بعض كليات الجامعات الليلية ..

●قراءة الباحثة: منتهى محمد ثابت، لكتاب بعنوان/ مقدمة في العلاقات العامة لمؤلفه محمود مصطفى عبده، صدر عن دار زهران للنشر والتوزيع.2009. وقد اختارته الباحثة ضمن واجبات مقرر العلاقات والإعلان. بقسم الإعلام لفصل ربيع2019.

#### ●العرض:

الكتاب بسيط التصميم بغلاف أبيض ناصع، لا يختلف عن لون الصفحات الداخلية للكتاب، لا صور على الغلاف بل اسم الكتاب ليتم التركيز عليه فحسب؛ تصميم عملي يتناسب وكتاب علمي منهجي.

الكتاب احتوى على خمسة فصول، نشرت مضامينها على 199 صفحة من الحجم العادي.

تحدث المؤلف في . الفصل الأول: من كتابه على "أهمية العلاقات العامة للمنظمات المعاصرة"

قائلا : "أن كل نشاطات الحياة تعتمد أساساً على الناس، و لكي تتجح لأبد أن تعرف كيف تتعامل مع الناس؛ لكي تستهدف تحقيق التوافق، والتوافق بين المؤسسات و جماهيرها، وهذا يوفر مناخ نفسي ملائم لتطور المؤسسة واستقرارها ويوفر لجمهور المؤسسة حياة أفضل.

ويرى الكاتب أن أهمية العلاقات العامة لهذه المنظمات تكمن في :-

1. الصورة الذهنية : لا يمكن لأي مؤسسة أو شركة أو مصنع أو شخصية عامة تقديم الأفضل إلا بمناخ جيد وتكون صورتها الذهنية لدى الجماهير إيجابية لتفهم دورها.

2. تحقيق الاتصال ذي الاتجاهين مع جماهير عديدة؛ بالبحوث والدراسات: ( اتجاه يفسر ويحلل ويشرح، وآخر؛ يقسم قنوات تتحقق منها الآراء ).
3. تعقد المجتمع المعاصر.
4. الإستفادة من الخبرات السابقة.
5. العلاقات العامة وظيفة إدارية.
6. أهمية وسائل الإعلام.
7. الجمهور الداخلي.
8. المسؤولية الاجتماعية.

وقد أوضح الفصل؛ اتساع مجال تطبيق العلاقات العامة في الحياة المعاصرة، واستعرض العوامل التي جعلت للعلاقات العامة أهمية في الحياة المعاصرة.

- وقد ركز الكاتب في الفصل الثاني من مؤلفه؛ على ( التعريف بالعلاقات العامة ) مشيراً الي تأريخ العلاقات العامة ومراحل تطورها عبر العصور، لنعرف ان العلاقات العامة ظاهرة اجتماعية، ولدت بمولد الإنسان وتطورت بتطوره، وأنها قطعت شوطاً طويلاً منذ نشأة القبائل البدائية.

كذلك؛ تناول الكتاب بفصله الثاني اسهامات رواد العلاقات العامة الأوائل وعلى رأسهم : ( إيفي لي ) وتم توضيح خصائص المشتغلين بالعلاقات العامة وتقييم وظائف العلاقات العامة.

أما ملخص الفصل الثالث ( عمليات "مراحل" العلاقات العامة )

تناول فيه الكاتب المراحل والخطوات الأربع وهي:

البحث، جمع المعلومات، التخطيط، الاتصال، والتقويم.

كما أوضح الفصل: أهداف بحوث العلاقات العامة.

وأكد فيه أيضاً؛ على أهمية التخطيط و حدد خطواته التالية :-

تحليل الموقف ودراسة المشكلات التي تواجه المنظمة، وتحديد أهداف العلاقات العامة، وتحديد خصائص الجمهور، وتحديد الامكانيات المتاحة والموارد المالية و البشرية، لتنفيذ خطط العلاقات العامة، وتحديد الاستراتيجية المناسبة واختيار الموضوعات و البرامج المساعدة.

- أما قراءاتي لما أورده الكاتب في الفصل الرابع والذي عنوانه ب ( العلاقات العامة في مواجهة الجمهور الداخلي )

فيؤكد المؤلف بهذا الفصل على ضرورة الاهتمام أكثر بالعاملين أي ( الجمهور الداخلي ) ولنجاح ذلك لأبد من إشباع الحاجات الإنسانية والعدل والقدوة الطيبة.

- أما أهداف برامج العلاقات العامة؛ فأهمها :-

- دعم التفاهم مع النقابات العمالية . حسب رأي الكاتب . وتجنب سوء الفهم لمطالبهم من الإدارة العليا، وتنمية الاعتزاز بالانتماء للمؤسسة، فالإدارات المعاصرة؛ اتجهت لتحقيق اتصال باتجابين، بمعنى أن تكون عملية الاتصال بكل منطقة ذات طريق مزدوج بين الإدارة والجمهور الداخلي، لذا اهتمت برامج العلاقات العامة بالبرامج الموجهة للعاملين، بشرح سياسة المنظمة وأهدافها وقواعدها لجمهورها الداخلي، وواجبات العاملين تجاه مؤسستهم.

واخيرا . ما لاحظته في الفصل الأخير ( وسائل الاتصال المستخدمة في العلاقات العامة ) وفيه خبراء العلاقات العامة يستخدمون وسائل اتصال كثيرة متنوعة، يختار ممارس العلاقات العامة من بينها بحسب طبيعة كل وسيلة، ونوع الجمهور وطبيعة البرنامج وهدفه والتكاليف، والأهم مدى التأثير الذي تؤدي له الوسيلة، وتلجأ العلاقات العامة في ممارسة نشاطها الاتصالي لوسائل الاتصال الجماهيري ( صحف، مجلات، راديو، تلفزيون، وسينما .. ) .

الصحف؛ أقدم وسائل الإعلام، أقدم من الراديو و التلفزيون، ثم تناول الفصل مبادئ العلاقات مع الصحافة مع مراعاة الأخلاقيات الحسنة، و أوضح سبل تنظيم العلاقات مع الصحافة والتي تُبنى على أسس معرفة كاملة بالوظائف الإدارية والتحريرية للأجهزة الصحفية لمساعدة ممارس العلاقات العامة على فهم المصلحة المشتركة بين الهيئة وهذه الأجهزة، هنالك إعلانات العلاقات العامة التي تكون صورة حسنة عن المنظمة وتجذب الموردين وتكسب تأييد العاملين وتخدم المستهلك.

كما هنالك وسائل اتصال خاصة: لأحداث خاصة كالأسواق، المعارض، الاجتماعات، والاتصال الشخصي الذي يأتي على صورة خطب رسمية، مؤتمرات ونقاشات المتخصصين كالمحاورين من ممثلي الأقسام بالمؤسسة مع رئيس مجلس إدارتها، والملصقات أيضاً وسيلة

ترويجية للسلع تنقل رسالة علاقات عامة للجمهور، كذلك التقارير السنوية هي أيضاً وسيلة اتصال خاصة.

- الكتاب برأيي قيّم؛ إذ يشرح لك كل جوانب العلاقات العامة بشكل علمي ومنهجي للطلبة كمنهج دراسي؛ فكل فصل ينتهي بعدد من الأسئلة حول الفصل لتختبر فهمك له، وتعد نفسك للاختبارات حوله.
- عن نفسي استفدتُ من الكتاب، وجدته خفيفاً مُلماً، بسيطاً لا تعقيدات فيه، عرفتُ كل ما كنتُ أبحثُ عنه عن العلاقات العامة، شعرت وكأنه محاضرات علمية موجهة لطالب علاقات عامة