

(العلاقات العامة في التراث العربي والإسلامي)

- قراءة في التاريخ والوظائف -

د/ عبد القادر ربوح، أستاذ محاضراً

د/ أحمد بلول

جامعة زيان عاشور بالجلفة / الجزائر

ملخص:

تشكل العلاقات العامة علماً من العلوم المتصلة بعلم الاجتماع الإنساني، الذي يبحث في طبيعة العلاقات الإنسانية في ضوء العمليات الاتصالية بين الأفراد، كما أنها تسعى لتحقيق التفاهم والتفاهم والتخطيط. والتعاون المشترك بينها وبين الجماهير .

وستحاول هذه الورقة العلمية بتسليط الضوء عن مكانة العلاقات العامة في التراث التاريخي العربي والإسلامي؛ بل تعطي مقارنة علمية على ضوء السلوكيات والذهنيات في المجتمع من خلال أدوارها ووظائفها.

الكلمات المفتاحية: العلاقات العامة ؛ التراث العربي و الإسلامي ؛ الوظائف ؛ المجتمع ؛ الجماهير

Abstract

Public relations are a science related to the science of a humanistic society, which examines the nature of human relations in the light of the communicative processes among four individuals, and seeks to achieve understanding, understanding and planning And cooperation between them and the masses.

This paper will attempt to shed light on the status of public relations in the historical heritage of the Arab and Islamic world; it provides a scientific approach in light of the behaviors and ideologies of society through its roles and functions.

Keywords: Public relations; Arab and Islamic heritage; functions; society; masses.

مقدمة:

ظهرت الحاجة للعلاقات بعد منتصف القرن الماضي، متزامنة بذلك مع الثورة الصناعية والتطورات المذهلة في تقنيات الإنتاج والاتصال والمواصلات. وقد جاء نمو العلاقات العامة وازدياد الحاجة إليها لعدة عوامل منها : التطورات التكنولوجية، وارتفاع المستوى التعليمي، وتضخم المؤسسات الحكومية وغيرها، وتطور وسائل الاتصال، وتطور مناهج البحث، واستخدامات الوسائل التقنية في جمع المعلومات (حسن، 1984: 16-18).

ومن العوامل السابقة توجد في الدول النامية كما توجد في الدول المتقدمة، إلا أن الدول النامية. ومنها الدول الإسلامية. تأخرت في الاهتمام بالعلاقات العامة، رغم أن الحاجة داعية إلى الاهتمام بهذا النشاط في الدول لعدة أسباب منها: اتفاق هذا النشاط مع تعاليم الإسلام، وقيامه على مبدأ احترام الإنسان ورأيه، إضافة إلى الدوافع التنموية وغيرها (غوشة، 1981: 4-16).

"ومع أن العقدين الماضيين قد شهدا تطورا ملحوظا في استخدام وتوظيف العلاقات العامة في عالمنا العربي، وزيادة في عدد الجامعات والمعاهد التي تقوم بتدريس العلاقات العامة..... إلا أن عدد الكتب والدراسات التي تتناول هذا الفرع من العلم لا يزال محدودا" (العناد، 1414هـ: 7).

ف نجد أن العلاقات العامة تقوم بأداء رسالتها في تحقيق التفاهم بين المؤسسة وجماهيرها الداخلية والخارجية، وبدور رئيسي في توطيد وتحسين صلاتها بجماهيرها مع المؤسسة، من خلال البرامج الإعلامية والتأثيرية والثقافية والترفيهية، إضافة إلى البرامج التي تهدف إلى تذليل العقبات والمساهمة في حل المشكلات التي تواجه الجماهير، وبدرجة كبيرة من التفاعل بين العاملين فيها، فهي الأداة التي تربط المؤسسة بجمهورها الداخلي والخارجي، فالعلاقات العامة أصبحت لاغنى عنه في أي مؤسسة، لتحقيق التفاهم والتفاهم والتخطيط. والتعاون.. الخ المشترك بينها وبين الجماهير .

ومن هنا تأتي هذه الدراسة لكي تسلط الضوء على العلاقات العامة في التراث العربي والإسلامي - قراءة في التاريخ والوظائف -.

أولا : تحديد المفاهيم

أ- العلاقات العامة: يرى المتخصصون أن وضع تعريف دقيق، ومتفق عليه للعلاقات العامة، يعد أمرا صعبا نظرا للتطور السريع الذي يطرأ على العلاقات العامة، فضلا عن أن تعريفات العلاقات العامة تختلف باختلاف الاختصاصات، والاهتمامات العلمية والممارسات الوظيفية لمن حاولوا تعريف العلاقات العامة فمنهم متخصصون وأساتذة اتصال، أو إدارة أو اجتماع أو علوم سلوكية أو نفسية، وغيرها من التخصصات، لعل ذلك يعود لحاجة المجتمع إلى نشاط العلاقات العامة في عالم متغير سريع التطور، إذ أن العلاقات العامة تهتم بدراسة سلوك الأفراد والجماعات، وتتعرف على الرغبات، والمؤثرات، والعوامل

المحركة لهذا السلوك، وتعتمد على الاتصال الهادف السليم ذي الاتجاهين بهدف تنظيم العلاقات بين الطرفين على أسس الثقة، والتفاهم المتبادل لخلق الانسجام بين أفراد المجتمع.

لذلك اختلف المنظرون في تحديد تعريف واضح ومحدد للعلاقات العامة ففريق يعرفها على أساس ما ينبغي أن تكون عليه، وفريق يخضعها لوجهة نظره التي تكشف عن خبرته الشخصية، وفريق آخر يعرفها بشكل مختصر وغامض وغير مفهوم يحتاج لشرح وتفسير، وعرفها آخرون تعريفا فضفاضاً، وكأنها تشمل النشاط الإنساني برمته (حسين محمود هتيهي، 2015: 10-11).

لذا تعتبر العلاقات العامة من المصطلحات الحديثة، التي استخدمت من أجل التعبير عن شتى الخدمات التي تستهدف الاتصال بالجمهور، وتقوية الروابط بين المؤسسة والمجتمع.

وهي كغيرها من المصطلحات الأخرى التي تعددت تعاريفها بتعدد وجهات نظر الباحثين والمهتمين فهناك من اعتبرها علم، وهناك من اعتبرها مهنة والبعض الآخر اعتبرها فن...إلخ.

والوقوف على جميع أبعاد المفهوم نستعرض مجموعة من التعاريف :

1- **التعريف اللغوي:** إن المفهوم الذي يرمز به مصطلح العلاقات العامة يكون أكثر دلالة وأوفى غرضاً إذا عرفنا بدقة معنى المصطلح من خلال معرفة معنى الكلمتين "العلاقات" و"العامة".

إن كلمة العلاقات تعني الصلات والروابط وخيوط الاتصال بين الإدارة والعامة.

أما العامة يقصد بها عامة الناس، الشعب، الجماهير المتعاملة مع الإدارة والمؤسسة (عبد العزيز صالح بن جبثور، 2000: 203-204).

2- **التعريف الاصطلاحي:**

تُعرّف العلاقات العامة على أنها: "التعامل الناجح مع الناس للحصول على نجاح، أو ربح ذاتي وتتضمن أيضاً الاهتمام بنشاط يؤدي إلى منفعة الجمهور وكسب ثقته وتأييده" (هناء حافظ بدوي، 2001: 31).

وما يلاحظ على هذا التعريف أنه واسع، رغم أنه ركز على التعامل وكذا التفاعل الإيجابي بين الجمهور والتنظيمات، باستعمال وسائل الإقناع، إلا أنه أهمل ذكر هذه الوسائل وكيفية الاستفادة منها.

وعرّف سيدل العلاقات العامة على أنها: "عملية مستمرة من خلالها تسعى الإدارة إلى المحافظة وتعزيز الفهم وزرع الثقة بين المساهمين والمستخدمين وبين المؤسسة والحكومة والجمهور بشكل عام، ويتم ذلك داخليا من خلال التحليل الذاتي والتصويت وخارجيا من خلال جميع أساليب التعبير (صالح خليل أبو أصبع، 1999: 277).

نجد هذا التعريف قد ركز على أكثر من جانب حيث أشار إلى أن العلاقات العامة عملية مستمرة وذكر الجمهور وكذا الوسائل التي تستخدم للاتصال به، إلا أنه أهمل بعض الجوانب الأخرى مثل كون العلاقات العامة نشاط مؤسساتي.

كما تُعرّف العلاقات العامة على أنها: "علم وفن يستند إلى أسس علم الاجتماع الإنساني ويسعى إلى تحسين العلاقات بين الناس لا في حياتهم الخاصة وإنما في حياتهم الجماعية" (غريب عبد السميع، 1996:46).

أمّا تعريف الجمعية المهنية الأوروبية للعلاقات العامة: "وظيفة أو نشاط مؤسساتي عام أو خاص يهدف إلى توفير وتحسين العلاقات والثقة والتفاهم مع الجماعات أو ما يعرف بالجمهور، سواء كان أو داخل المؤسسة، فهذا الأخير هو الذي يحدد كيانها وتطورها" (فضيل دليو، 2003:50).

وفي رأي روبينسون Robinsons: أن العلاقات العامة ما هي إلا ممارسات تطبيقية للعلوم الاجتماعية والسلوك وهو لذلك يربط بين تطور هذه العلوم، ويقول غن رغم ما للعلاقات العامة من ماض بعيد فإن تاريخها حديث جدا".

وقد خصّ روبينسون Robinsons إلى تعريف العلاقات العامة بأنها: "العلاقات العامة كعلم اجتماعي وسلوكي تطبيقي هي تلك الوظيفة التي تتضمن:

- 1- قياس وتقويم وتفسير اتجاهات الجماهير المختلفة التي لها صلة بالمنظمة.
- 2- مساعدة الإدارة في تحديد الأهداف الرامية إلى زيادة التفاهم والوفاق بين المنظمة وجماهيرها وقبول هذه الجماهير لمنتجات المنظمة وخططها وسياساتها، والأفراد العاملين بها.
- 3- تحقيق التوازن بين أهداف ومصالح احتياجات الجماهير المختلفة التي لها صلة بها.
- 4- تخطيط وتنفيذ وتقويم البرامج الرامية لكسب رضى الجماهير وتفاهمها.

العلاقات العامة كوظيفة : فقد عرفت الجمعية الدولية للعلاقات العامة بأنها: " الوظيفة المستمرة والمخططة للإدارة والتي تسعى بها المؤسسات باختلاف أنواعها وأوجه نشاطها الى كسب اتفاهم والتعاطف وتأييد الجماهير الداخلية والخارجية والحفاظ على استمرارها وذلك بدراسة الرأي العام وقياسه والتأكد من توافقه مع سياسات المؤسسة وأوجه نشاطها، وتحديد المزيد من التعاون الخلاق والأداء الفعال للمصالحة المشتركة بين المؤسسة وجماهيرها باستخدام الإعلام الشامل والمخطط (حسين محمود هتيمي، 2015:11).

ب/ التراث

1- **التعريف اللغوي:** التراث من ورث ، أصله الوراث – بتخفيف الراء – أبدلت واوه تاء فقالوا تراث ، فالتراث هو كل ما تركه السابق للاحق ، و صار إلى الحي من الميت ، من مال و غيره ، قال الله تعالى : ﴿وَتَأْكُلُونَ التُّرَاثَ أَكْلًا لَمًّا﴾ (الفجر ، آية 19) .

2- **التعريف الاصطلاحي :** التراث كل ما رصد إلينا مكتوباً مما تركه السابقون في مختلف العلوم في ذلك قديم العهد ، وحديثه سواء كان مطبوعاً أو مخطوطاً (الصادق عبد الرحمان ، 1989: 9-10) ويمثل التراث في مفهومه الواسع الذاكرة الحية للفرد والمجتمع التي بها يمكن معرفة هذين الأخيرين و حضارة من الحضارات (السيد اشرف ، 2009: 5)

و عرّفه البعض على أن التراث في تجلياته الإبداعية المختلفة – هو نتاج إنساني، فهو لا يملك بمفرداته صفة قداسة علمية مطلقة، أو تنزها عن النقص و الضعف و الشطط ، و جزئيات هذا التراث هي وليدة لحظة تاريخية (جمال سلطان، 1990: 9-10)

و عرّفه البعض بأنه مكسب تاريخي لحضارة استطاعت أن تبقى شامخة لفترات زمنية طويلة ، وهو بمثابة وثائق ذات قيمة حضارية وتاريخية و فنية و اجتماعية واقتصادية ، تتجسد فيه علاقة الأفكار وأرقى مستويات الإبداع و إحياءه يعد همزة وصل بين الماضي والحاضر (ظافر غنية ، 2008: 5)

و في تعريف آخر : " التراث هو تلك الآثار المكتوبة الموروثة التي حفظها لنا التاريخ كاملة أو مبتورة ، فوصلت إلينا في صورة كتب أو مخطوطة أو لفات أو كراسات (عبد المجيد دياب، 1993: 12)

و التراث نوعان: تراث مادي و غير مادي ، وينقسم النوع الأول بدوره إلى تراث مادي ثقافي و تراث مادي طبيعي ، و يطلق المفهوم الأول على كل ما يدركه المرء بحواسه من قصور وقلاع و نقوشات و مسلات و منشآت عسكرية ، و نقوش حجرية، والتي مرت عليها فترة زمنية معينة تعود إلى حضارات العصور غابرة في التاريخ (عواشيرة، 2015: 5)

ثانيا : تاريخ نشأة وتطور العلاقات العامة

أ/ **في العصور البدائية :** يعود ظهور العلاقات العامة إلى العصور البدائية، إذ في القديم كانت القبائل تحتاج إلى من يعلمهم بوجود قطيع من الحيوانات للقيام بالصيد أو عدو معين كي تستعد لمقاومته، فتوكل المهمة إلى أشخاص يقومون بذلك، هؤلاء الأشخاص يقومون بدور رجل العلاقات العامة (وداد، بلباش، 2007/2008: 61).

كانت القبائل البدائية تمارس نشاطات متنوعة أخرى باعتبارها النواة الأولى للعلاقات العامة منها : استخدامها للإعلام للمحافظة على بقائها سواء في الحصول على مصدر الغذاء أو لمواجهة الأعداء (جميل

احمد خضر، 1993: 37) كي تستعد لمقاومته (لقصير، رزيقة لقصير، 2006/2007: 61). ولأجل ذلك كانت القبيلة تقوم بتعيين حارس على الأفق ينبئها بكل المستجدات، فقد يلوح في الأفق قطع من حيوانات الصيد أو تظهر غيوم تنذر بعاصفة شديدة، فتستعد القبيلة لمواجهة الموقف (وداد، بلباش، 2007/2008: 61)، فتوكل المهمة إلى أشخاص يقومون بذلك، هؤلاء الأشخاص يقومون بدور رجل العلاقات العامة كما في وقتنا الحالي (لقصير، رزيقة، 2006/2007: 61).

واستعملت القبائل البدائية آنذاك الكلمات لتوصيل المعلومات والأحداث، الحركات الجسمانية وبعض الإيحاءات الملموسة كأعمال السحر مثلا، بالإضافة إلى وسائل بدائية تتمثل في الطيور والرقص وألوان الملابس (وداد، بلباش، 2007/2008: 61).

كما كانت الوسائل تستخدم في القديم شبيهة إلى حد ما بتلك التي تستعمل في وقتنا الحالي في مجالات العلاقات العامة كحفلات الزواج، وبلوغ سن الرشد، واحتفالات الانتصار على القبائل المعادية (لقصير، رزيقة، 2006/2007: 61).

كما كانت القبائل البدائية تهتم بإقامة علاقات حسنة بين أفرادها من جهة أخرى، فكانت تدعم مبدأ التماسك والتعاون بين أفرادها بتقوية التفاهم بينهم وإشعارهم بالارتباط الوثيق، الأمر الذي كان يتم عن طريق الحفلات والمناسبات التي ينهزها رئيس القبيلة للاجتماع بأفراد قبيلته لمناقشة الأمور والشؤون حتى يتمكن من اتخاذ القرارات، ويتولى التوجيه الإعلامي بإعطاء توجيهات وتعليمات يسير عليها أفراد القبيلة (وداد، بلباش، 2007/2008: 61).

أما في ما يخص علاقاتها بالقبائل الأخرى فكانت تسعى إلى إجراء اتصالات ودية معها لإقامة الصلح الذي كان يتم باتفاق الطرفين أو عن طريق الاحتكام إلى طرف ثالث يرجع إليه الخصمان للفصل بينهما، ونشأت بذلك فكرة التحكيم، وكان شيوخ العشائر، ورجال الذين يتولون القيام بدور الحكم بينهم، وعرض وجهات نظرهم ومحاولة إقناع الطرف الآخر وبحقوقهم (وداد، بلباش، 2007/2008: 61) ولتعبئة الرأي العام يستعين رئيس القبيلة بأشخاص معروفين جيدا كالأطباء والسحرة، ورجال يجيدون فنون التعبير البدائية (وداد، بلباش، 2007/2008: 61) من إنشاد وقوع للطبول وغير ذلك (أحمد، بدر، 1998: 112).

كما أن هناك نشرات زراعية ترشد المزارع إلى كيفية استغلال أراضيهم أو التخلص من فئران الحقول ثم إلى كيفية حصاد محصولهم وهو ما تقوم به العلاقات العامة في الوقت الحالي في مجال الإرشاد الزراعي (لقصير، رزيقة، 2006/2007: 61).

ب/ الحضارات القديمة : يرجع البعض الفضل في ظهور العلاقات العامة كوظيفة أو نشاط إلى العريقين القدماء، حيث يعزو علماء الآثار وجودها بالعراق إلى نشرات يرجع تاريخها إلى 1700 سنة قبل الميلاد (وداد، بلباش، 2007/2008: 62) تتضمن إرشاد المزارعين إلى كيفية بذر محاصيلهم وريها، ومعالجتها من الآفات، وهناك من يعزو ظهورها إلى قدماء مصر، حيث كان المصريون القدماء يقومون بوصف المعارك

الحربية والانتصارات المختلفة للجمهور بقصد كسب تأييده وتعاونه (فريجة ،محمد عبد الكريم، 2012: 30).

وكشفت الآثار إن الاشوريين هم أول من ادخل النشرات المصورة إذ كانوا يرقمون انتصاراتهم، ويصورون بالألوان صور الأسرى من الملوك وأفراد، وهي بذلك تحل محل الملصقات واللافتات في الوقت الحاضر (وداد، بلباش، 2008/2007: 31). أما في عهد الإمبراطور آشور بانيال فقد وجدت في خزائنه مجلات مفصلة بحسب تواريخها و حوادثها (لقصير، رزيقة لقصير، 2007/2006: 62). زيادة على استعمالهم للنقوش التي كان الغرض منها الإعلام والترويج لمبادئ معينة (وداد، بلباش، 2008/2007: 62).

أما قدماء المصريين فقد اهتموا بالسيطرة على أفكار الجمهور وتحريك مشاعره، واتبعوا في ذلك شتى الأساليب، منها: تقديس الكهنة، وتشديد القبور على شكل أهرامات وإتباع الطقوس الدينية (فريجة ،محمد عبد الكريم، 2012: 31).

وكل ذلك من اجل هيبة الحكام للتأثير على عقول الناس وأفكارهم، وكانت الفراعنة ينشطون في ممارسة الإعلام خصوصا في فترات الحروب لتعبئة المعنويات لإحراز النصر (فريجة ،محمد عبد الكريم، 2012: 31).

وقد كانت الكهنة في ظل الحضارة الفرعونية هم الوساطة التي تتولى عملية الاتصالات بين الفرعون باعتباره ملكا وبين أفراد الشعب ، كذلك استعمالهم لأوراق البردي، إضافة إلى النقش على الجدران وأعمدة المعابد لغرض تبيان انتصاراتهم الكبرى، أما في وقت السلم فقد كان الإعلام موجه إلى الأغراض الاجتماعية والدينية (وداد، بلباش، 2008/2007: 62).

فإذا قد استخدم المصريون القدامى العلاقات العامة في أيام الحرب والسلم، ونجحوا في التأثير على نفوس الناس وأفكارهم واعتقاداتهم وكسب ثقتهم وتأييدهم، وإقناعهم بالاتجاهات الجديدة خاصة عند حدوث انقلابات سياسية أو ظهور ديانات جديدة (وداد، بلباش، 2008/2007: 62) ويظهر ذلك عندما اعتلى الملك مينا Mina العرش ثم توحيد الوجهين القبلي والبري، حيث أعلنت هذه المناسبة في لوحة تذكارية تبين ذلك، واستخدموا في ذلك الرموز التي تشير إلى توحى الوجهتين بان وضعوا نبات البردي المجلوب مع زهر الزنبق من الشمال تحت العرش (محمد بهجت، جاد الله كشك ، 2003: 32).

وفي ظل الحضارة الرومانية فانه بالرغم من طموحهم العسكري وسعيهم وراء الانتصارات الحربية شغلهم عن الاهتمام بتطوير الخطابة والمناقشات العامة مثل الإغريق (فريجة ،محمد عبد الكريم، 2012: 32).

إلا أن أساليب التأثير في الرأي العام تطورت في عصرهم فظهر خطباء مشهورين في التاريخ مثل بيسرو Sissro، ومارك انطونيوس Marc Antonio ، واعترف الرومان بإرادة فنقشوا على واجهة مجلس شيوخهم عبارة " مجلس الشيوخ والشعب الروماني" (فريجة ،محمد عبد الكريم، 2012: 32). فيظهر اهتمام الرومان بالرأي

العام من خلال شعارهم الذي يتجلى في " صوت الشعب من صوت الله " ، والذي حفروه على معابدهم وتمثيلهم ولم يتوقف عند هذا الحد بل نقشوه على واجهة برلمانهم – كما قلنا سابقا- (وداد، بلباش، 2007/2008، ص63).

كما كانت القصائد الشعرية على رأسها قصائد الشاعر الروماني فرجيل Verjil الموجهة إلى الفلاحين لتحثهم على العودة إلى المزارع وزيادة الإنتاج الزراعي لمواجهة النمو السكاني" (فريجة ،محمد عبد الكريم، 2012: 32).

أما في ضل الحضارة اليونانية الإغريقية فقد اهتمت بالرأي العام وسعت إلى التأثير عليه، وفتحت المجال لجميع المواطنين لتبادل الآراء والمناقشات الحرة في الساحات العامة، وكانت على شكل مؤتمرات واجتماعات، كما تمت في ذلك الوقت الاستعانة بالفلسفة السفسطائيين لتوصيل الأخبار وطرح الأفكار لأنهم محترفون في فن الكتابة والخطابة ويمتلكون قدرات ومهارات قناعية تعتمد على الحجة والمنطق مما يؤثر على الجماهير (وداد، بلباش، 2007/2008: 63).

فلقد كان تراث المجتمعات القبلية اليونانية في القرن التاسع ق م والقرن الثامن ق م لا يتعدى الأساطير، والعديد من الحكايات الشعبية التي تروي بطولات عديدة قام بها أسلافهم في الماضي البعيد الذي سطره بحروبهم واعتداءاتهم المتكررة وغاراتهم المستمرة وأعمال القرصنة البحرية على سواحل البحر المتوسط وجزره (محمود ابراهيم السعدني ، 2008: 128)

ج/ العصور الوسطى : يطلق على هذه العصور بالعصور المظلمة وهي أسوء العصور التي مرت بها البشرية، حيث تركت المجتمعات في ظلمات الغضب والجهالة نتيجة الجهل والانحلال الاقتصادي والاجتماعي والفوضى (فهبي محمد العدوي، 2011: 54). حيث كانت تعيش المجتمعات الغربية تحت سيطرة الكنيسة التي كانت تمقت الفكر وتنبد الرأي ومن ثمة لم تكن هناك وسيلة فعالة لاستمرار أنشطة العلاقات العامة التي بدأها الرومان وازدهرت في زمانهم (فريجة ،محمد عبد الكريم، 2012: 32).

د/ العلاقات العامة في التراث العربي والإسلامي :

لقد وجدت العلاقات العامة في التراث العربي فكرا وتطبيقا. فهي كفلسفة ارتبطت بوجود الإنسان العربي وطبيعة حياته التي ميزته بالحرية والصراحة في التعبير عما في نفسه، ولو وصل به الأمر إلى شقائه، وهذا ما جعل الكثير من الشعراء العرب يضطهدون بل ويقتلون لمجرد أشعارهم (وداد، بلباش، 2007/2008: 63)، وكان الشعر هو وسيلة العلاقات العامة عند العرب والشاعر هو القائم بها، فقد كان يلعب دورا رئيسيا في نقل وجهة نظر القبيل إلى القبائل الأخرى التي كانت تجتمع فيه القبائل، فيتحدث شعراؤها نيابة عنها ينشدون بفضائلها ويتفاخرون بأنسابها وأعمالها وفعالها محاولي استمالة القبائل الأخرى لها (وداد، بلباش، 2007/2008: 63).

أما العلاقات العامة في الإسلام فقد ظهرت بوضوح منذ بداية الدعوة الإسلامية ، على يد رسولنا الكريم وجاءت في القرآن آيات تدل على مدى اهتمام الإسلام بالتفاهم مع الآخرين (زهير عبد اللطيف عابد:03).

فقد جاء الإسلام لينشر العدل والرحمة والأخلاق الفاضلة بين الناس ، كما شجع الإسلام الفكر وقرر حرية التعبير عن الرأي، لذلك كانت العلاقات العامة تأخذ شكلا أعم وأشمل من مجرد التأثير السياسي في الشريعة الإسلامية تتضمن جميع الأصول الأخلاقية السليمة التي يستند إليها فن العلاقات العامة الممارس حاليا كوظيفة. (فريجة ، محمد عبد الكريم، 2012: 32).

وقد جاء في القرآن ما يدل على ذلك في قوله تعالى: ﴿وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَائِكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً قَالُوا أَتَجْعَلُ فِيهَا مَنْ يُفْسِدُ فِيهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَاءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ قَالَ إِنِّي أَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُونَ (30)﴾ (البقرة : آية 30).

هذا لتأكيد أن العلاقات العامة قديمة منذ أن خلق الله الإنسان إذ ربنا علمنا كيف يكون التفاهم بين الملك والرعية، كما نظم العلاقة بين المسلمين نظاما يدعو إلى تبادل الاحترام بينهم والابتعاد عن احتقار بعضهم لبعض كما قال الله تعالى : ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا يَسْخَرْ قَوْمٌ مِنْ قَوْمٍ عَسَى أَنْ يَكُونُوا خَيْرًا مِنْهُمْ وَلَا نِسَاءٌ مِنْ نِسَاءٍ عَسَى أَنْ يَكُنَّ خَيْرًا مِنْهُنَّ وَلَا تَلْمِزُوا أَنْفُسَكُمْ وَلَا تَنَابَزُوا بِالْأَلْقَابِ بِئْسَ الْأَسْمُ الْفُسُوقُ بَعْدَ الْإِيمَانِ وَمَنْ لَمْ يَتُبْ فَأُولَئِكَ هُمُ الظَّالِمُونَ (11)﴾ (الحجرات : آية 11). فلقد علمنا درسا في احترام الآخرين والرأي والتعبير (زهير عبد اللطيف عابد:03).

فالعلاقات العامة تحتاج إلى جو من الحضارة التي تؤمن بقيمة الإنسان من حيث هو إنسان له كرامته، وله حقوقه وعليه واجباته نحو المجتمع الذي يعيش فيه، وتولى رعايتها رسول الله صلى الله عليه وسلم ، ثم من بعده الخلفاء الراشدين رضوان الله عليهم أجمعين قال الله تعالى ليعزز ذلك الموقف في قوله سبحانه وتعالى : ﴿وَلَقَدْ كَرَّمْنَا بَنِي آدَمَ وَحَمَلْنَاهُمْ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ وَرَزَقْنَاهُمْ مِنَ الطَّيِّبَاتِ وَفَضَّلْنَاهُمْ عَلَى كَثِيرٍ مِمَّنْ خَلَقْنَا تَفْضِيلًا (70)﴾ (الإسراء: آية 70).

وفي الحديث الشريف يقول الرسول صلى الله عليه وسلم : " يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّ رَبَّكُمْ وَاحِدٌ، وَإِنَّ أَبَاكُمْ وَاحِدٌ ، أَلَا لَا فَضْلَ لِعَرَبِيٍّ عَلَى أَعْجَمِيٍّ، وَلَا لِعَجَمِيٍّ عَلَى عَرَبِيٍّ، وَلَا أَسْوَدَ عَلَى أَحْمَرَ ، وَلَا أَحْمَرَ عَلَى أَسْوَدَ إِلَّا بِتَقْوَى اللَّهِ، أَلَا هَلْ بَلَغْتُ " (أخرجه أحمد في مسنده ج 5 / 411 / حديث رقم 23536).

فالمسلمون إخوة ومتعاونون ومتساوون في المعاملة والحقوق والواجبات، لا فضل بين احد منهم إلا بالتقوى، وفي هذا الجو الاجتماعي المليء بالقيم والأخلاق والمفعم بتكريم الإنسان واحترام الفرد المسلم وحرية، نشأت العلاقات العامة الإسلامية كفلسفة تحكم سلوك أفراد المجتمع الإسلامي - حكام ومحكومين- وكنشاط إعلامي هادف إلى ربط الدولة بالفرد والجماعة، وباستخدام شتى الوسائل وأساليب الاتصال الشخصي والجماعي (زهير عبد اللطيف عابد:03)

لقد جاء الإسلام وأسهم مساهمة كبيرة في تطوير العلاقات العامة بمفهومها الفكري والتطبيقي حيث طبق الإسلام مبدأ احترام الفرد واحترام تفكيره، لقد كان القرآن الكريم ولا يزال أكبر أثر إعلامي من حيث فصاحة الكلمة وبلاغة التعبير وقوة التأثير واتساعه، وقد جمع بين من الملايين من الناس على اختلاف أجناسهم ولغتهم وحضاراتهم (فريجة، محمد عبد الكريم، 2012: 33).

كما ساهم الإسلام في تطوير تطبيقات العلاقات العامة من خلال المبادئ والأسس والأخلاق التي جاء بها وحث الناس على الاقتداء بها، وكان الهدف من ممارسة العلاقات العامة في صدر الإسلام ما يلي :

1/الإعلام:

وهو إعلام الناس جميعاً بأن محمد رسول الله صلى الله عليه وسلم وأن الإسلام دين من عند الله (فريجة، محمد عبد الكريم، 2012: 33)، وقد تجسد ذلك من خلال أعمال رسول الله صلى الله عليه وسلم ثم خلفائه الكرام ونشر الدعوة الإسلامية، وقد استخدم في ذلك عدة أساليب والإبلاغ عنها منها: الاتصال الشخصي للتعبير عن ما جاء في القرآن الكريم، وإعلام الناس ما ينتظر المؤمن من ثواب والكافر من عقاب (وداد، بلباش، 2007/2008: 63)، بالإضافة إلى إرسال الرسائل إلى الممالك والحكام كهرقل ملك الروم والمقوقس عظيم الأنباط والنجاشي ملك الحبشة و سائرهم (وداد، بلباش، 2007/2008: 63).

2/الاقناع:

استخدم الرسول صلى الله عليه وسلم الإعلام بمعناه الواسع من حيث فصاحة الكلمة، وبلاغة الأسلوب لإقناع الناس بصدق رسالته وجدواها كمسلك حياتي وأسلوب خلقي لعبادة الله سبحانه وتعالى في الأرض ولا ريب أن الجهود الإقناعية التي جعلت الدعوة الإسلامية تعم شبه الجزيرة العربية والدولة الفارسية والإمبراطورية الرومانية في أقل من ثلاثين عاماً (فريجة، محمد عبد الكريم، 2012: 34-33).

ومن الآيات الدالة على ضرورة إقناع الناس بالعلاقات الطيبة قال الله تعالى : ﴿ ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُنْتَدِينَ ﴾ (النحل: آية 125).

3/المشاركة (الشورى):

الشورى هي القاعدة الأساسية التي نص عليها دستور المسلمين في أكثر من موضع فقد قال الله تعالى: ﴿ وَالَّذِينَ اسْتَجَابُوا لِرَبِّهِمْ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَمْرُهُمْ شُورَى بَيْنَهُمْ وَمِمَّا رَزَقْنَاهُمْ يُنْفِقُونَ ﴾ (الشورى : الآية 38) ، وقوله تعالى : فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴾ (آل عمران: آية 159).

ثم اتخذها الصدر الأول وقاعدة من أصول من أصول الحكم وقواعده عليها قام ترشيح العدول من المسلمين لمن يروونه أهلاً للقوة الإمامة لتولي أمرهم (فتيحة النبراوي: ص 30).

والثابت أن رسول صلى الله عليه وسلم لم يستخلف أحداً، وإنما ترك الأمر شورى بين المسلمين (فتيحة النبراوي: ص 32)، وأن رسول صلى الله عليه وسلم لم يقطع أمراً إلا إذا استشار أصحابه (فريحة، محمد عبد الكريم، 2012: 35)، لاسيما في شؤون الحرب والدولة والاقتصاد. وكوّن مجلساً للشورى مكون من أربعة عشر نقيباً مختارين من أهل البصرة (أهل الرأي)، ومن بعده اتبعه الخلفاء الراشدين نفس الطريق – طريق الشورى – أسوة بالرسول صلى الله عليه وسلم.

فتطبيق مبدأ الشورى في الإسلام أدى إلى استطلاع الرعية وما يهمهم من أمور حتى يكمل الانسجام والتفاهم بين ما يقدم لهم وبين ما يطلبون به، كما يتيح هذا المبدأ للحكام فرصة عرض آرائهم ونياتهم وفلسفة الحكم على الرعية بهدف تغيير الاتجاهات وتوعية الجماعات وإرشادهم إلى كل ما هو حسن وجميل وبأسلوب لطيف قال الله تعالى: ﴿وَإِذْ أَخَذْنَا مِيثَاقَ بَنِي إِسْرَائِيلَ لَا تَعْبُدُونَ إِلَّا اللَّهَ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا وَذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسَاكِينِ وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ ثُمَّ تَوَلَّيْتُمْ إِلَّا قَلِيلًا مِّنْكُمْ وَأَنتُمْ مُّعْرِضُونَ﴾ (البقرة: آية 83).

وكان يتم استطلاع الرعية في المساجد وفي مواسم الحج لمعرفة أحوال الرعية والاستماع إلى شكاوهم والقضاء فيها بالعدل والحق (وداد، بلباش، 2007/2008: 64).

4- شرح أهداف وسياسات الإعلام للجماهير المستهدفة، فقد ضمت الآيات القرآنية بعرض العديد من الأهداف والسياسات التي يجب على المسلم أن يضعها في المقدمة أفعاله لينال رضا الله ودخول الجنة في قوله تعالى: ﴿إِنَّ هَذَا الْقُرْآنَ يَهْدِي لِلَّتِي هِيَ أَقْوَمُ وَيُبَشِّرُ الْمُؤْمِنِينَ الَّذِينَ يَعْمَلُونَ الصَّالِحَاتِ أَنَّ لَهُمْ أَجْرًا كَبِيرًا﴾ (9) (الإسراء: آية 9).

وفي سورة المائدة الآية 16 و 15، قال الله تعالى: ﴿يَا أَهْلَ الْكِتَابِ قَدْ جَاءَكُمْ رَسُولُنَا يُبَيِّنُ لَكُمْ كَثِيرًا مِّمَّا كُنْتُمْ تُخْفُونَ مِنَ الْكِتَابِ وَيَعْفُو عَنْ كَثِيرٍ قَدْ جَاءَكُمْ مِنَ اللَّهِ نُورٌ وَكِتَابٌ مُبِينٌ (15) يَهْدِي بِهِ اللَّهُ مَنِ اتَّبَعَ رِضْوَانَهُ سُبُلَ السَّلَامِ وَيُخْرِجُهُم مِّنَ الظُّلُمَاتِ إِلَى النُّورِ بِإِذْنِهِ وَيَهْدِيهِمْ إِلَى صِرَاطٍ مُسْتَقِيمٍ (16)﴾ (المائدة: آية 13-15).

5- تفسير اتجاهات وآراء الجمهور، فقائد الرأي له تأثير على تابعيه، يثقون به وينظرون على أنه يمثل القدوة والمثالية، وهم أشخاص ذوي التأثير على المعلومات والآراء والمواقف وسلوك الآخرين في المجتمع المسلم (زهير عبد اللطيف عابد: 03).

6- نصح وإرشاد المسلمين باتخاذ التصرفات الأنسب والأفضل. قال الله تعالى: ﴿كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ مِّنْهُمُ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ﴾ (آل عمران: آية 110).

فاهتم المسلمون في إدارة تخصيص العمل وتقسيمه واختيار الأفضل لإدارة الدولة الإسلامية منذ نشأتها (زهير عبد اللطيف عابد: 03).

7- تهيئة المناخ السائد وتكوين صورة ذهنية لمجتمع إسلامي قال الله تعالى: ﴿وَإِذْ عَدَوْتَ مِنْ أَهْلِكَ تُبَوِّئُ الْمُؤْمِنِينَ مَقَاعِدَ لِلْقِتَالِ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ﴾ (سورة آل عمران: آية 121).

8- بناء الشخصية الإسلامية المعتدلة والمتوازنة والحرص على تماسك المجتمع ووحدته، والاهتمام بالإنسان والتعامل معه، حيث بين الله تعالى أن الإنسان مكرم في أصل خلقته ومفضل على كثير من الخلق، حيث قال الله عز وجل في القرآن الكريم: ﴿وَلَقَدْ كَرَّمْنَا بَنِي آدَمَ وَحَمَلْنَاهُمْ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ وَرَزَقْنَاهُمْ مِنَ الطَّيِّبَاتِ وَفَضَّلْنَاهُمْ عَلَى كَثِيرٍ مِمَّنْ خَلَقْنَا تَفْضِيلًا﴾ (الإسراء: آية 70).

9- إقامة علاقات طيبة مع كافة أفراد المجتمع والأقليات غير المسلمة والعمل على الارتقاء بمستواهم الثقافي والاجتماعي والسياسي قال الله تعالى: ﴿وَإِنْ أَحَدٌ مِنَ الْمُشْرِكِينَ اسْتَجَارَكَ فَأَجِرْهُ حَتَّى يَسْمَعَ كَلَامَ اللَّهِ ثُمَّ أَبْلِغْهُ مَأْمَنَهُ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَوْمٌ لَا يَعْلَمُونَ﴾ (التوبة: آية 06).

10- تكوين رأي عام إسلامي له تأثيره الفاعل في القضايا الإنسانية من خلال بعض النماذج، كقصة الفلاح المؤمن الذي وجّه الرأي العام بشكل فعال سبب انقلابا سلميا، قال الله عز وجل: ﴿قَتَلَ أَصْحَابُ الْأَخْذُودِ (4) النَّارِ ذَاتِ الْوَقُودِ (5) إِذْ هُمْ عَلَيْهَا قُعُودٌ (6) وَهُمْ عَلَى مَا يَفْعَلُونَ بِالْمُؤْمِنِينَ شُهُودٌ (7)﴾ (البروج: آية 4-7).

إن العلاقات العامة في الإسلام تعتبر فلسفة اجتماعية يدين بها كل فرد من أفراد المنظمة من أعلاها إلى أدناها، وهي في أساسها تعتمد على قواعد سلوكية متينة تستمدّها من تعاليم الدين الإسلامي، مما جعل العلاقات العامة تتميز بما يلي:

الوضوح والصراحة:

في نقل المعلومات والحقائق وعدم اللجوء إلى الكذب والخداع، عن طريق قول الحق والاعتراف بالحق وتحمل المسؤولية، قال الله تعالى: ﴿فَإِنْ لَمْ تَجِدُوا فِيهَا أَحَدًا فَلَا تَدْخُلُوهَا حَتَّى يُؤْذَنَ لَكُمْ وَإِنْ قِيلَ لَكُمْ ارْجِعُوا فَارْجِعُوا هُوَ أَزْكَى لَكُمْ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ﴾ (النور: آية 28).

ب- سرعة الاستجابة للرأي العام: اتسمت العلاقات العامة بسرعة الاستجابة لما يهيم الرأي العام أي الحسم والتصدي السريع للمشاكل، وانهاء الأوضاع حتى تزول أسباب الغضب والقلق، فتزيد الثقة بالحاكم وبموافقه القيادية (وداد، بلباش، 2007/2008: 65).

ج-الالتزام بالأخلاق الإسلامية :

والمقصود بها القوى والسجايا النفسية الراسخة التي تصدر عن السلوك الإنساني الخارجي من خلال إرادة حرة ولقد تناول القرآن هذا الجانب وربطه بسلوك الإنسان مثلما في سلوك الرسول صلى الله عليه وسلم حيث قال الله سبحانه وتعالى : ﴿ وَإِنَّكَ لَعَلَى خُلُقٍ عَظِيمٍ ﴾ (4) ﴿ (القلم: آية 4).

د-الصدق والموضوعية وتحري الدقة :

إن الصدق من أولى الصفات التي يحتاج إليها الداعية، فهي تؤكد الثقة بال جماهير وتجعل الإعلام مكافئ بالنجاح، وله آثار حميدة وعوائد جلييلة وهو دليل على رجحان العقل وحسن السيرة (زهير عبد اللطيف عابد: 03) قال الله تعالى : ﴿ لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُو اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا ﴾ (21) ﴿ وَلَمَّا رَأَى الْمُؤْمِنُونَ الْأَحْزَابَ قَالُوا هَذَا مَا وَعَدَنَا اللَّهُ وَرَسُولُهُ وَصَدَقَ اللَّهُ وَرَسُولُهُ وَمَا زَادَهُمْ إِلَّا إِيمَانًا وَتَسْلِيمًا ﴾ (22) ﴿ مِّنَ الْمُؤْمِنِينَ رِجَالٌ صَدَقُوا مَا عَاهَدُوا اللَّهَ عَلَيْهِ فَمِنْهُمْ مَّنْ قَضَىٰ نَحْبَهُ وَمِنْهُمْ مَّنْ يَنْتَظِرُ وَمَا بَدَّلُوا تَبْدِيلًا ﴾ (23) ﴿ لِيَجْزِيَ اللَّهُ الصَّادِقِينَ بِصِدْقِهِمْ وَيُعَذِّبَ الْمُنَافِقِينَ إِن شَاءَ أَوْ يَتُوبَ عَلَيْهِمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ غَفُورًا رَّحِيمًا ﴾ (24) ﴿ (الأحزاب: آية 21-24).

أما التحري عن الدقة وهو مطلوب في رجل العلاقات العامة فقد نهج القرآن نهجا واضحا مبينا أن الرسول صلى الله عليه وسلم لا يتكلم عن الهوى، بل هو كلام من عند الله ، ومن بين الآيات الدالة على ذلك قوله تعالى : ﴿ وَمَا يَنْطِقُ عَنِ الْهَوَىٰ (3) إِنْ هُوَ إِلَّا وَحْيٌ يُوحَىٰ (4) عَلَّمَهُ شَدِيدُ الْقُوَىٰ ﴾ (5) ﴿ (النجم: آية 3-5) ، وقوله : ﴿ وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ قَبْلِكَ إِلَّا رِجَالًا نُّوحِي إِلَيْهِمْ فَاسْأَلُوا أَهْلَ الذِّكْرِ إِنْ كُنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ ﴾ (43) ﴿ (النحل: آية 43).

11-العلاقات العامة من خلال القدوة الحسنة :

إن سر نجاح أي دعوة لمبدأ أو فكرة أو عقيدة أو فلسفة يمكن في مدى مقدرة أصحابها على الالتزام بما يدعوا إليه التزاما مطلقا قبل أن يطالبوا الآخرين بتطبيقه عليهم، لأنه يثبت بالدليل أن الإنسان بطبعه ميال إلى التقليد ممن يتصفون بالقدوة الحسنة (وداد، بلباش، 2007/2008: 65).

فإن الرسول صلى الله عليه وسلم كان القدوة لأصحابه كما وصفه القرآن في قوله : ﴿ لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُو اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا ﴾ (21) ﴿ وَلَمَّا رَأَى الْمُؤْمِنُونَ الْأَحْزَابَ قَالُوا هَذَا مَا وَعَدَنَا اللَّهُ وَرَسُولُهُ وَصَدَقَ اللَّهُ وَرَسُولُهُ وَمَا زَادَهُمْ إِلَّا إِيمَانًا وَتَسْلِيمًا ﴾ (22) ﴿ مِّنَ الْمُؤْمِنِينَ رِجَالٌ صَدَقُوا مَا عَاهَدُوا اللَّهَ عَلَيْهِ فَمِنْهُمْ مَّنْ قَضَىٰ نَحْبَهُ وَمِنْهُمْ مَّنْ يَنْتَظِرُ وَمَا بَدَّلُوا تَبْدِيلًا ﴾ (23) ﴿ لِيَجْزِيَ اللَّهُ الصَّادِقِينَ بِصِدْقِهِمْ وَيُعَذِّبَ الْمُنَافِقِينَ إِن شَاءَ أَوْ يَتُوبَ عَلَيْهِمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ غَفُورًا رَّحِيمًا ﴾ (24) ﴿ (الأحزاب: آية 21-24).

هـ/ العلاقات العامة في العصور الحديثة :

يرجع أول استخدام لمصطلح العلاقات العامة بمعناه الحديث إلى السنوات الأخيرة من القرن التاسع عشر في محاضرة ألقاها المحامي Dorman Itown في كلية الحقوق بجامعة بيل بنيويورك 1882 بعنوان العلاقات العامة واجبات المهنة القانونية (وداد، بلباش، 65:2008/2007).

كما ظهر المصطلح 1904، 1913 في الأحاديث التي ألقاها مدير الشركات السكك الحديدية في بالم كور واو مايو حول السكك الحديدية ومشكلات العلاقات العامة التي تصل بها (هناك حافظ ، البدوي، 2001: 17).

كما استخدم Theodor Vail رئيس شركة التلفون و التلغراف الأهلية 1908 هذا التعبير لأول مرة على رأس تقرير الشركة لذلك العام، إن ظهورها كمهنة شائعة فكان من العشرينات من القرن الماضي في أمريكا بعد الحرب الأهلية والهجمات التي تشكلت على المشروعات التجارية الكبرى (وداد، بلباش، 21:2008/2007) فقد أصبح الاصطلاح شائعاً ومألوفاً في العشرينات عندما ابتدع بيرنيز Edward Bernays عبارة مستشار العلاقات العامة رغم ما قُوبل من سخرية على أنه اصطلاح مرادف لعبارة السكرتير الصحي، وأنه كان ينطوي على تفخيم سخيف (هناك حافظ ، البدوي، 2001: 17).

وتعتبر الولايات المتحدة الأمريكية أهم بلد ساهم في تطور العلاقات العامة خاصة داخل المؤسسات الصناعية التجارية إذ كانت هناك تطورات كبيرة في الميدان الصناعي يسيطر فيها رجال الأعمال على جميع الثروات كأشجار الغابات والنفط والمعدات كما تحكموا في العمال وعاملوهم معاملة سيئة وكانوا يتلاعبون بالسندات، ويصدرون بالمال تشريعات لمصالحهم الخاصة وكانوا يرون أن أعمالهم وأساليبهم من شأنهم وحدهم، ويتمثل موقفهم في أذهان الجماهير في تلك العبارة التي قالها بيل "سحقاً للجماهير"، وعندما تعرضت المؤسسات لنمط الرأي العام في الصحف والمجلات، اضطر رجال الأعمال لاستخدام صحفيين محترفين لشرح وجهة نظرهم وإيصالها إلى الجمهور، غير أن أغلب الصحفيين - إذ لم نقل كلهم - عجزوا عن تغيير المواقف (لقصير، رزيقة لقصير، 63:2007/2006).

وبالرغم من الجهود التي بذلها الصحفيون لمعالجة الأوضاع خلال تلك الفترة إلا أنهم لم ينجحوا في المهمة عدى قلة منهم، حيث يعتبر إيفي لي Iveylee أول من وضع ساس العلاقات العامة لأغلب الشركات في أمريكا منذ 1903، وقد أوضح أن مهمة العلاقات العامة مهمة مزدوجة، فهي تبدأ بدراسة الرأي العام واستطلاع رغبات الجمهور لرسم سياسة المنظمة أو تعديلها على ضوء ذلك، ثم إعلام الجماهير بأمانة ودقة عما تقوم به المؤسسة وما تتخذه من سياسات (فريجة، محمد عبد الكريم، 35:2012).

ويعتبر إيفي Iveylee أب العلاقات العامة بعد وضع الكثير من مبادئها وطور أساليبها المتبعة إلى الآن، مستخدماً عدة عبارات تدل على وظيفة العلاقات العامة منها: مستشار النشر، مهنة النشر،... إلى أن توصل سنة 1921 إلى تعبير العلاقات العامة (وداد، بلباش، 67:2008/2007).

ويعد إيفي Iveylee أول خبير العلاقات العامة، استعمل الإعلان لغرض الإعلام وليس الدعاية، فكان أول نداء يوجه للمؤسسات التجارية هو دعوتها للابتعاد عن السرية والكشف عنها يتعلق بأعمالها للجمهور باستثناء الأسرار التنظيمية، كما كانت له أعمال مع الكثير من المؤسسات الكبيرة التي قدم لها النصائح والاستشارات لتحسين العلاقات مع الجمهور، ونجح كثيرا في هاته المهمة، وهذا ما جعل اسمه يلمع في علم المال والأعمال (وداد، بلباش، 2007/2008:67).

والى جانب إيفي Iveylee ظهر في العشرينات من القرن الماضي إدوارد برينيز Edward Bernays كان من رواد العلاقات العامة الحديثة الذي سار على نهج سلفه، فهو ابرز الشخصيات التي ساهمت بعد إيفي في محل شعار العلاقات العامة وتدعيم هذا بالنشاط بالكثير من الدراسات النفسية والاجتماعية من خلال الكتب والمقالات التي عالجت هذا الموضوع، حيث نشر في عام 1923 أول كتاب في العلاقات العامة (بلورة الرأي العام) كما قام في العام نفسه بتدريس أول مساق في العلاقات بجامعة نيويورك اسمها كتب عدة كتب أخرى حيث صدر له 1955 الدعاية والعلاقات العامة وكتاب الهندسة والإقناع، وفي 1961 كتب المشتغلين بمهنة العلاقات العامة تحت عنوان " مستقبلك في العلاقات العامة "(فريجة ،محمد عبد الكريم، 2012:35).

وبالرغم من الخدمات التي أدتها العلاقات العامة إلا أنها لم تحظ بالاهتمام حتى الأزمة الاقتصادية 1929 وما صاحبها من تخلف وانتشار البطالة وغيرها وانعدام الثقة، الأمر الذي أدى إلى العودة إلى النظرة السلبية للأعمال التجارية وانعدام الثقة بها، ومن ثمة عادة العلاقات العامة لتلعب الدور في إفهام الجمهور بالتغيرات وإقناعه بالإجراءات المتخذة ومعالجة الأزمة (وداد، بلباش، 2007/2008:67).

ومن العوامل التي ساعدت على تقدم أساليب العلاقات العامة كعلم يدرس في الجامعات والمعاهد وتمنح فيه درجات الماجستير والدكتوراه هي (وداد، بلباش، 2007/2008:67).

1- الثورة الصناعية وظهور الإنتاج الكبير؛

2- انتشار التعليم وتزايد الوعي الجماهيري؛

3- تعقد أعمال المؤسسات وزيادة التخصص؛

4- تطور وسائل الاتصال الجماهيري؛

5- نمو العلوم الاجتماعية؛

6- ازدياد قوة الفرد وأهميته؛

7- الانفجار السكاني وزيادة المنافسة.

كما أنشئت جمعيات متخصصة بالعلاقات العامة ففي سنة 1948 أنشأ معهد العلاقات البريطانية، وفي عام 1955 جمعية العلاقات العامة الدولية، كما نظمت عدة ملتقيات دولية بهدف مناقشة أسس ومبادئ العلاقات العامة (فريجة، محمد عبد الكريم، 2012: 35).

أما بالنسبة للبلدان العربية فقد تأخر انتشار العلاقات العامة، حيث لم تظهر إلا أواخر خمسينيات القرن الماضي، والسبب في ذلك (وداد، بلباش، 2007/2008: 67).

- خضوع الوطن العربي للاستعمار الذي لم يهتم بالجمهور ولا بمصالحه ولم يفتح قنوات للاتصال بين الجانبين؛

- ظهور ما يسمى بالإدارة الحديثة في المؤسسات العربية نتيجة للاحتكاك بالغرب المتخصصين؛

- التأخر في إنشاء معاهد للتدريس الإداري والتنمية الإدارية باعتبار العلاقات العامة أنشطة للإدارة؛

- التأخر في الوعي والاتصال ذي الاتجاهين بالمؤسسات والشركات والإدارات الحكومية من جهة وبين الجمهور من جهة ثانية.

وعلى من ذلك فقد بدأ نشاط العلاقات العامة ينتقل إلى الدول العربية إذ كانت مصر أول من عرفت هذا النشاط، إذ أنشأ 1953 في وزارة الإرشاد القومي قسم للعلاقات العامة (وداد، بلباش، 2007/2008: 67).

كما أصبحت تدرس في الجامعات المصرية من خلال أقسام الصحافة بجامعة القاهرة، ألف حولها الكثير (إبراهيم إمام : العلاقات العامة والمجتمع) ثم انتقلت بعد ذلك إلى العراق وقطر وسوريا وإلى الجزائر حيث أصبحت تهتم بدور العلاقات العامة حيث أدرجت هذه المادة في جامعاتها ومعاهدها وظهرت أقسام ووحدات للعلاقات العامة في مؤسساتها وشركاتها خاصة بشؤون العمال والإعلام والتوجيه (وداد، بلباش، 2007/2008: 67).

ثالثاً: وظائف العلاقات العامة :

اختلف الباحثون المتخصصون في العلاقات العامة في تقسيم وظائف العلاقات العامة فقد حدد كل من كاتليب (Cutlip) وسنتر (Center)، وبروم (Broom) وظائف العلاقات العامة بما يلي (حسين محمود هتيمي، 2015: 15):

1- تسهيل وتأمين تدفق الآراء الممثلة للجمهور إلى المؤسسة.

2- اطلاع المسؤولين في المؤسسة على الطرق والوسائل المثلى لتنفيذ البرامج العلمية والتنفيذية والاتصالية .

3- تقديم المشورة وتنفيذ البرامج المعدة وذلك لتوسيع دائرة التفاعل .

أما فيليب ليزلي (P.Lesely) فقد رأى أن وظائف العلاقات العامة هي (حسين محمود هتيمي، 2015: 15):

- تقديم النصح والمشورة .
- الإعلام .
- الأبحاث والدراسات .
- بناء الثقة الشاملة ودعمها.
- وذهب ناكلس (Neckels) إلى أن وظائف العلاقات العامة هي :
- فتح قنوات اتصال بين المؤسسة والجمهور .
- معرفة وجهات نظر للجمهور .
- القيام بالدراسات والبحوث.
- تقديم المساعدة لإدارة المؤسسة .
- إرسال المتحدثين إلى المدراس والنوادي .
- خلق الحوافز للعاملين .

وقسم الدكتور علي عجوة وظائف العلاقات العامة إلى (حسين محمود هتيمي، 2015: 16):

1- الوظائف الإعلامية :

- أ- نوعية الجمهور .
- ب- تطوير تقنيات الأنشطة الإعلامية .
- ج- رفع كفاءة استخدام وسائل اتصال .

2- وظائف الاستعلام :

- أ- إجراء البحوث .
- ب- تحليل مواقف الجمهور .
- ج- تطوير تقنيات استيعاب متغيرات الجمهور مواقف الجمهور .

3- وظائف التنسيق :

أ- ربط خطة العلاقات العامة مع خطط الإدارات الأخرى .

ب- برمجة أنشطة العلاقات العامة مع الأنشطة الأخرى .

ج- تنسيق فعالية المتابعة والمراقبة .

ويرى آخرون أن وظائف العلاقات العامة هي :

– البحث العلمي - التخطيط - الاتصال – التقديم.

وهناك من يضيف لها :

– الإنتاج - التنسيق – الإدارة.

وذهب الدكتور محمود يوسف إلى أن وظائف العلاقات العامة هي نفسها عملياتها؛ التي هي : البحث، والتخطيط، والاتصال، والتقييم (حسين محمود هتيبي، 2015: 17).

وبين D. Raymond Simon : " إن وظائف العلاقات العامة هي عملياتها لكنه يشبك التخطيط بالتنفيذ، وقال : إن وظائف العلاقات العامة تتمثل في عملياتها ووصفها بأنها تتضمن نقطة بداية وليس لها نقطة نهاية فهي مستمرة ومتواصلة لا تكاد تنتهي مرحلة إلا وتبدأ مرحلة جديدة وتتضمن عناصر هذه العملية : البحث، التنفيذ، والاتصال، التقييم. كما عرف التنفيذ بأنه عملية وضع الخطط الملائمة وإسداء النصيحة للإدارة ومن ذلك ندرك أن Simon يرى التخطيط أحد الأنشطة التنفيذية للعلاقات العامة (حسين محمود هتيبي، 2015: 18).

وذكر الدكتور علي الشمري في كتابه " العلاقات العامة رؤية سرنديبية " : " إن البحث، والتخطيط، والتنظيم، والقيادة، والتنسيق، والاتصال التنظيمي، والمتابعة، والتقديم، والتدريب، هي أساليب علمية لممارسة نشاط العلاقات العامة " (حسين محمود هتيبي، 2015: 18).

فيما رأى الدكتور زكي محمود هاشم في كتابه " العلاقات العامة المفاهيم والأسس العلمية " : " إن التنظيم لا يعد من أنشطة العلاقات العامة " (حسين محمود هتيبي، 2015: 18).

وبعد استعراض عدد من اتجاهات المتخصصين في تحديد وظائف العلاقات العامة تجدر الإشارة إلى إن هناك حالة من التداخل فيما بين وظائف العلاقات العامة وأنشطتها، وعملياتها، وأساليبها.

ومع مراعاة الاتجاهات المختلفة للباحثين والكتاب في مجال العلاقات العامة نتفق مع الاتجاه إلى يعد البحث، التخطيط، والاتصال، والتنسيق، والتقييم، عمليات تقوم بها العلاقات العامة تتضمن كل عملية سلسلة أنشطة، لأن مبرر وجود العلاقات العامة في المؤسسة ليس لمجرد انجاز البحوث، والتخطيط

لبرامجها، وتنفيذها، ومتابعتها فحسب، بل إن مبرر وجودها وهدفها الأساس هو بناء صورة المؤسسة، وحمايتها من الضرر، ومعالجة الأوضاع الخاطئة، التي قد تعترض تحقيق أهدافها، ولذلك يمكن أن نقول إن مبرر وجود العلاقات العامة هو بناء الصورة الذهنية للمؤسسة، وإدارتها.

وتقوم العلاقات العامة بتأدية وظائفها بشكل علمي، ومبني عند قيامها بعملياتها بصورة مستمرة، وديناميكية لتحقيق الأهداف المحددة.

وعند النظر في ظروف نشأة العلاقات العامة في مطلع القرن العشرين تتضح أهمية الدور البنائي والعلاجي للعلاقات العامة ومن هذين الدورين يمكن اشتقاق الوظائف الرئيسية للعلاقات العامة والمتمثلة في (حسين محمود هتيبي، 2015: 18-20):

1- وظيفة البناء :

تعني وظيفة بناء سمعة حسنة للمؤسسة ودعم ثقة الجمهور فيها وكفالة إيمانه واقتناعه بالمؤسسة وأهدافها وكفاءتها وبرامجها وانجازاتها والمحافظة على علاقات وصلات قوية، عن طريق ما تقوم بها العلاقات العامة من أنشطة، والتي من شأنها أن تسمو وترتقي بالمؤسسة كذلك التنبؤ بالإحداث المستقبلية والوقاية من الأضرار والمخاطر التي يحتمل أن تتعرض لها المؤسسة .

2- الوظيفة العلاجية:

تهتم هذه الوظيفة بتصحيح الصورة السيئة للمؤسسة لدى جماهيرها وهي الصورة التي قد تكونت بسبب سلوكيات غير سليمة أو معلومات خاطئة، وهنا تحرص هذه الوظيفة على استعادة ثقة الجمهور بالمنظمة كما تشمل هذه الاستجابات بناءة للقضايا المختلفة والمشكلات المهمة، فضلا عن الرد على ما يوجه للمنظمة من انتقادات أو إشاعات مغرضة من شأنها الإساءة إلى صورة المؤسسة .

وهنا تظهر المهمة التي ظهرت العلاقات العامة من أجلها أي إعادة الأوضاع إلى ما كانت عليه بل تحقيق الفائدة القصوى من تلك الأوضاع في تحقيق الوظيفة البنائية .

وبما أن جوهر وظائف العلاقات العامة البناء والتصحيح لصورة المؤسسة، فيمكن أن نعد الهدف الاسمي للعلاقات العامة هو، بناء تلك الصورة وإدامتها عن طريق تأدية العلاقات لوظائفها، والقيام بعملياتها، وتنفيذ أنشطتها.

وفي الواقع فإن نجاح إدارة العلاقات العامة في أعمالها ووظائفها يستلزم الإلمام بالواجبات الأساسية التي تلقى على كاهلها، وفي الواقع تختلف مسؤوليات هذه الإدارة من منظمة إلى أخرى، وذلك حسب طبيعة وحجم المنظمة والظروف المحيطة بها وفيما يلي عرض لأهم الوظائف التي تقوم بها العلاقات العامة:

1- التوعية العامة :

فالعلاقات العامة تساعد على توعية المجتمع بأهمية القضايا التي تتصدى لها وأهمية الخدمات البرامج التي تنفذها المنظمة، وحيوية ارتباطها بمصالح المجتمع .

2- كسب أعضاء جدد :

فالعلاقات العامة توسع من إطلاع الأفراد على فلسفة المنظمة ورسالتها وأهدافها، وكذلك تساعد على تقييم برامجها وخدماتها الاجتماعية مما يشجع من إقبال المهتمين على الانضمام لها.

3- كسب التأييد :

فالعلاقات العامة تساعد على إيصال السياسات والآراء التي تتبناها المنظمة عبر عدة وسائل وهو ما يؤثر في الرأي العام وبالتالي قد يؤدي إلى تأييده لمواقف المنظمة ودعمها.

4- تنمية الموارد المالية :

فالعلاقات العامة تساعد المنظمة على استشعار اهتمامات المجتمع وبالتالي تمكّنها من الاستجابة لهذه الاهتمامات من خلال تطوير برامج وخدمات تلبيها.

5- خلق علاقات طيبة مع الجمهور :

وذلك من خلال استمرار تواصل وتفاعل المنظمة مع الجمهور وتبادل المعلومات معهم في إطار من المصادقية (فهبي محمد العدوي، 2011: 59-60) .

حيث لخص الدكتور عادل حسن أهم صلاحيات أو نشاطات إدارة العلاقات العامة فيما يلي (رضوان بلخيري، سارة جابري، 2013: 190-191) :

1- تحييط إدارة العلاقات العامة الإدارة العليا علماً برد فعل السياسة التي تضعها المؤسسة على نفوس الجماهير .

2- تشرح للجمهور السياسة التي تتبعها المؤسسة وأثرها على مصالحهم، فهي توجه وترشد الجمهور.

3- بغض النظر عن دورها داخل المؤسسة تشرف إدارة العلاقات العامة على الاتصالات الخارجية وعلى نشاط المؤسسة في كيفية إيصال صورتها إلى الجماهير .

4- إن إنشاء إدارة للعلاقات العامة قد يؤدي إلى توفير في النفقات إذا ما قيست بالأتعاب التي تتقاضاها المكاتب المتخصصة .

وأضاف الأستاذ حسن الحلبي لوظائف العلاقات العامة ما يلي:

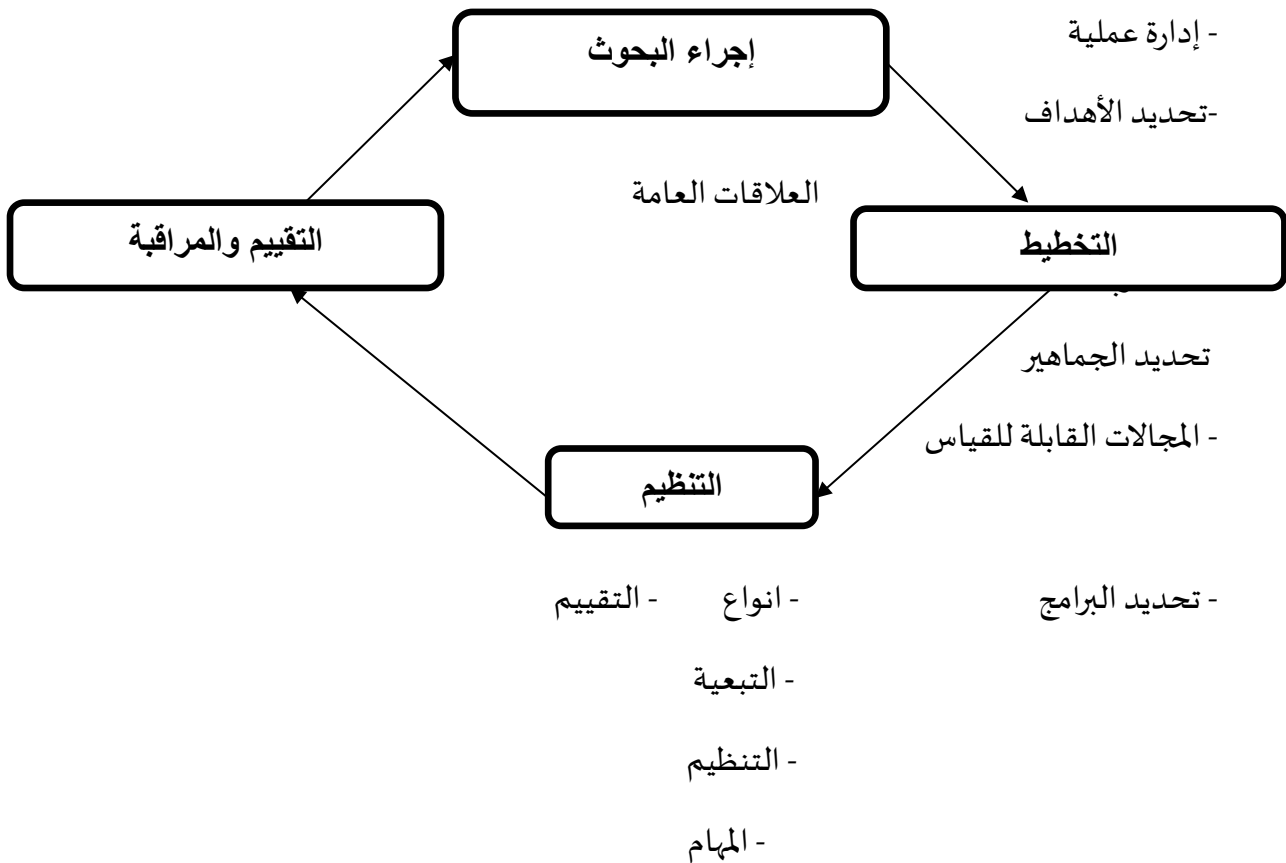
5- تبدي إدارة العلاقات العامة المساعدة والنصح لمختلف الفروع القائمة في المؤسسة في كل ما يتصل بعلاقاتها مع جمهورها .

6- كما تقوم بتحضير خطة العلاقات العامة التي تقررها المؤسسة واقتراحاتها .

7- وأخيرا تدرس برامج العامة وتقترحها ثم تراقب النتائج الحاصلة وتحللها .

هذا كما يضيف الكاتب ان وظائف العلاقات العامة تتمثل في البحث، التخطيط، التنسيق، الإدارة، الإنتاج، الاتصال، التقويم (زهير ياسين الطاهات 2011:67) .

ومن خلال ما سبق ذكره حول وظائف العلاقات العامة يمكن أن نوضحها في المخطط الآتي حسب إجراء البحوث، التخطيط، التقويم والمراقبة، التنظيم:



المصدر: (محمد مصلح ضاوي العتيبي، 2013:47)

خاتمة :

ومن هنا تخلص إلى العلاقات العامة لها وظائف أساسية في البحث والتخطيط والتنسيق والإدارة والإنتاج ، ووظائف تقدمها الإدارة للجمهور كالتعريف بجماهير المؤسسة ومنتجاتها، ومساعدة الجماهير على تكوين أفكار سلمية عن المؤسسة، وخلق نوع من الاتصال المناسب بين الجماهير والمؤسسة، وهناك وظائف أخرى تقدمها للمؤسسة ككل، كحماية المؤسسة من الدعاية المضادة وغير الصحيحة والتأكيد على عمليات تنفيذ سياسة المؤسسة، وتحقيق أهدافها، وإشباع حاجات الجماهير والمؤسسة، ومنهم من يضيف إلى هاته الوظائف كتابة التقارير وتحرير النشرات بآراء الجماهير المعنية.

المصادر والمراجع :

أ- المصادر:

1-القرآن الكريم:

1. سورة البقرة ، الآية 30. الآية 83.
2. سورة الحجرات ، الآية 11.
3. سورة الشورى ، الآية 38.
4. سورة آل عمران ، الآية 110. الآية 121 ، الآية 159.
5. سورة الإسراء ، الآية 09، الآية 70.
6. سورة التوبة ، الآية 06.
7. سورة البروج ، الآيات 4-7.
8. سورة النور ، الآية 28.
9. سورة القلم ، الآية 4.
10. سورة الأحزاب ، الآيات 21-24.
11. سورة النجم ، الآيات 3-5.
12. سورة النحل ، الآية 43 ، الآية 125.
13. سورة الفجر ، الآية 19.

ب- المراجع:

1. -الكتب:

1. العناد، عبد الرحمن محمود: (1414). تخطيط وإدارة برامج العلاقات العامة. الرياض: مطابع التقنية والأوفست.
2. بدر ، أحمد. (1998). الاتصال بال جماهير بين الإعلام و التطويع و التنمية .د.ط. القاهرة : دار قباء.
3. الصادق ، عبد الرحمان الغرياني .(1989).تحقيق نصوص التراث في القديم و الحديث. مكتبة محمد الفاتح الجامعية.
4. السيد أشرف ، صالح محمد .(2009). التراث الحضاري في الوطن العربي.د.م.
5. جميل أحمد، خضر. (1998). العلاقات العامة .عمان: دار المسيرة .
6. جمال، سلطان. (1990). الغارة على التراث .ط1. القاهرة : مكتبة السنة.
7. هناء ، حافظ بدوي (2001). العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية، أسس نظرية ومجالات تطبيقية، بدون طبعة، الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث.
8. زهير ،ياسين الطاهات.(2011). سيكولوجية العلاقات العامة والإعلان.الأردن دار افا العلمية للنشر والتوزيع.
9. حسين محمود، هتيمي.(2015). العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي.ط1. عمان: دار أسامة للنشر.
10. حسين، عادل.(1984). العلاقات العامة، بيروت: دار النهضة العربية.
11. محمد، منير حجاب ، سحر، محمد وهبي.(1995). المداخل الأساسية للعلاقات العامة – مدخل اتصالي : دار الفجر .
12. محمود ابراهيم السعدني .(2008). تاريخ وحضارة اليونان – دراسة تاريخية وأثرية - ، القاهرة: الدار الدولية للاستثمارات.
13. سعيد ،عبد الفتاح عاشور. حضارة ونظم أوروبا في العصور الوسطى، بيروت: دار النهضة العربية(د.ت).
14. عبد العزيز، صالح بن حبتور.(2000). الإدارة العامة المقارنة. ط1. عمان: الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع.

15. فهمي محمد، العدوي. (2011). مفاهيم جديدة في العلاقات العامة. ط1. الأردن- عمان: دار أسامة للنشر .
16. فريحة ،محمد عبد الكريم. العلاقات العامة البعد الفكري والتطبيقي. عنابة – الجزائر: دار العلوم للنشر والتوزيع.
17. فتيحة النبراوي، تاريخ النظم والحضارة الإسلامية .ط1. القاهرة: دار المعارف .
18. فضيل، دليو(2003). اتصال المؤسسة- إشهار علاقات عامة، علاقات مع الصحافة. ط1. القاهرة: دار الفجر.
19. صالح خليل، أبو أصبع، (1999). الاتصال الجماهيري. ط1. فلسطين: دار الشروق.
20. رضوان، بلخيري، سارة جابري. (2013) . مدخل للاتصال والعلاقات العامة. ط1 . المحمدية- الجزائر: جسور للنشر والتوزيع.
21. غوشة، زكي راتب. (1981). العلاقات العامة في الإدارة المعاصرة. عمان: مطبعة توفيق.
22. غريب، عبد السميع. (1996). الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر. بدون طبعة، الإسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة.
23. ظافر غنية ، لكحل.(2008). التراث بين الحفظ و الإحياء .كتاب ندوة المحافظة على المدن القديمة. بنغازي.24-عبد المجيد، دياب .(1993). تحقيق التراث العربي .ط2. القاهرة : دار المعارف.
24. محمد بهجت، جاد الله كشك.(2003).العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية .د.ط.الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية الحديثة.

الأحاديث النبوية: 1. حديث أخرجه أحمد في مسنده ج5 / 411 / حديث رقم 23536.

المذكرات:

1. وداد، بلباش.2008/2007 دور العلاقات العامة الداخلية في المؤسسة الاقتصادية. مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع و الديمغرافيا ، إشراف د. يوسف نصر، قسم علم الاجتماع و الديمغرافيا. كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية. جامعة منتوري: قسنطينة .
2. لقصير، رزيقة لقصير.(2006 / 2007). دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال ، إشراف د. حسين خريف، كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية ، قسم علوم الإعلام و الاتصال ، قسنطينة:جامعة منتوري .

3. محمد مصلح ضاوي العتيبي. (2003): دور العلاقات العامة في تفعيل علاقة المنظمة بجمهور المستفيدين دراسة ميدانية مقارنة على جمهور المستفيدين من خدمات جوازات الخرج والمزاخمية، دراسة مقدمة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في قسم العلوم الإدارية، كلية الدراسات العليا، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.

II. مقالات علمية:

1. رقية، عواشيرة. (أوت 2015). تطبيقات علم الآثار الوقائي في حماية التراث الأثري المطمور في الجزائر. أعمال ملتقى أمن وسلامة المنشآت السياحية. الرياض.

2. زهير عبد اللطيف عابد، العلاقات العامة في النص القرآني (دراسة وصفية تأصيلية

III. المواقع الالكترونية:

<http://dspace.up.edu.ps>

<http://repository.nauss.edu.sa>