**مقدمة:**

تعتبر العلاقات العامة من أهم التخصصات في المؤسسات المعاصرة لما لها من دور بالغ الأهمية في الأداء العام للمؤسسة وتأثيرها الكبير على مردوديتها ونجاعتها، غير أن المتمعن فيها يرى أن أهميتها تختلف من مؤسسة إلى أخرى، ويرجع ذلك إلى معطيات مختلفة يمكن تلخيص أهمها في:

1-حجم المؤسسة أو المنظمة من حيث عدد العاملين بها، والمتعاملين معها، وفئات جماهيرها.

2-نوع ومجال نشاطها.

3-مواردها وقدراتها المالية والفنية.

4-نظرة أو مفهوم العلاقات العامة لدى إدارة المؤسسة.

وقصد الإحاطة بهذه الجوانب سوف نحاول أن نفصل فيها في الصفحات القادمة.

**المحور الأول**: مدخل نظري عام

**1-مفهوم العلاقات العامة:**

لعله يجب علينا من نافلة القول أن نشير إلى انه هناك تعدد كبير في التعاريف التي قدمت للعلاقات العامة عبر مختلف العقود التي مرت بها أثناء تطورها وصولا لأيامنا الحالية، وقد تحكم في ذلك مجموعة من العوامل كظهور العولمة ومختلف التعقيدات التي أحدثتها في مختلف المجالات: السياسية، الاجتماعية، الاقتصادية...هذه الأخيرة كان لها الأثر البالغ في تعقد عمل المؤسسات الحديثة وحاجتها الملحة والمتزايدة للقدرة على المنافسة وجلب المتعاملين والحصول على حصص سوقية جيدة.

وهناك أيضا الإدراك الجديد لأهمية العنصر البشري باعتباره الرأس مال الحقيقي للمؤسسة، فأصبحت المؤسسات تتنافس في الحصول على أفضل العناصر وتسعى لإقناعها بالانضمام إليها. ولا يتوقف الأمر عند هذا الحد بل أن المؤسسة المعاصرة أضحت تسعى جاهدة لكسب تأييد جماهيرها بإصرار كبير.

كما لا ننسى أن نشير إلى أن التخصصات القاعدية للباحثين في العلاقات العامة جعل زوايا النظر إليها من قبلهم تختلف وتتنوع.

وعلى خلفية ما تقدم ذكره نقول بأن العلاقات العامة هي وظيفة إدارية واتصالية في آن واحد غير أن وضع تعريف شامل ودقيق لها هو أمر في غاية الصعوبة التي تعود في الأساس إلى:

-حداثة العلاقات العامة كعلم وفن وممارسة.

- العلاقات العامة كمصطلح غير محدد فهو واسع فهو يشير إلى معان مختلفة هي: الإعلام، التواصل، والشؤون العامة.

-ينطوي مصطلح العلاقات العامة على جانب نظري و آخر عملي في الوقت نفسه وهما: العلاقات العامة كفلسفة للإدارة. والعلاقات العامة كوسائل مستخدمة لتحقيق هذه الفلسفة.

-المفهوم العملي للعلاقات العامة بدوره يتضمن معنيين:الإجراءات التي تحافظ بها المؤسسة على رضا و تأييد جماهيرها المختلفة، أو الأنشطة الإعلامية والاتصالية المختلفة المستخدمة لشرح المؤسسة لجماهير معينة قصد كسبها وكسب تأييدها.

وعلى العموم تصب مختلف التعاريف التي قدمت للعلاقات العامة في النظر إليها من جوانب إعلامية، اتصالية وإدارية يمكن تلخيصها فيما يلي:

+أنها فلسفة للإدارة تجاه المجتمع الذي تنشط فيه المؤسسة.

++أنها نشاط ديناميكي لا يتوقف عند تحصيل علاقات طيبة بين المؤسسة وجماهيرها بل ويعمل على الحافظة عليها وعلى استمراريتها.

+++أنها وظيفة إدارية، إعلامية واتصالية.

++++أنها تهدف إلى خدمة المؤسسة والجمهور وحتى المجتمع الذي تنشط فيه.

+++++ أنها وسيلة للقيام بالنشاط اللازم وتقييمه في نفس الوقت.

وقد استقر الباحثون على أن مفهوم العلاقات العامة يتناول اتجاهين رئيسين هما:

الاتجاه الأول: وينظر إلى العلاقات العامة على أنها تتجه نحو بناء العلاقات مع الجماهير الإستراتيجية للمؤسسة، وفي هذا المجال يرى هوتن(Hutton) من خلال بحثه المسحي حول العلاقات العامة على أن هذه الأخيرة تعني إدارة العلاقات الإستراتيجية للمؤسسة(Managing Strategic Relationships).

الاتجاه الثاني:ويعرف العلاقات العامة على أنها تعني إدارة الاتصال(Communication Management) من خلال أن مسئولي العلاقات العامة يتولون الإجراءات الاتصالية الفعالة والمستمرة بين المنظمة وجماهيرها الداخلية والخارجية، وبالتالي من خلال هذا المفهوم تبرز الوظيفة الاتصالية للعلاقات العامة(إعداد برامج الاتصال-تنفيذها-متابعتها وتقييمها).

**وعلى ذلك تعتبر العلاقات العامة وظيفة إدارية تقوم على اتصال فعال ومستمر بين المؤسسة وجماهيرها بهدف توجيهم واستمالتهم، وتعديل اتجاهاتهم وتطويرها، وكسب تأييدهم.**