**مراحل ظهور مصطلح العلاقات العامة:**

 استعمل مصطلح العلاقات العامة بعد التسعينات من القرن الماضي على يد "**براينسوليس**" الذي توقع أن تنتقل مجالات العلاقات العامة من الاستخدام الكلاسيكي إلى الاستخدام التفاعلي بواسطة أدوات الجيل للويب، الممثلة في التطبيقات المستحدثة،البرمجيات وتبقى الأهداف ثابتة على الرغم من تطور الوسائل.

 كما يرجع فضل ظهور هذا المصطلح إلى كل من "**دال غوتري**" و"**تيم أورلي**" اللذان كانا صاحبا فكرة التفاعلية عن طريق الانترنت بين المؤسسة وجمهورها، ليتسع بعدها المصطلح ليشمل كل الممارسات الاتصالية الالكترونية التي تربط القائم بالعلاقات العامة وجمهور المؤسسة، لتنتقل بعدها العلاقات العامة إلى مجال أكثر تأثير من خلال استخدام أدوات ومواقع التواصل الاجتماعي بمختلف أنواعها، وفي سنة 2007 أطلق مصطلح العلاقات العامة الإلكترونية على ما تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي من دور في أداء نشاط العلاقات العامة، من خلال خاصية الحوار التفاعلي -المباشر- مع الجماهير.

**مراحل تطور بحوث العلاقات العامة الالكترونية العالمية**

يرى "ويمر"و"دومينيك" أن بحوث العلاقات العامة الإلكترونية العالمية مرت ب03 مراحل هي:

* **المرحلة الأولى: مرحلة النشأة (1992-2003)**

 بدأت بحوث العلاقات العامة الإلكترونية عام 1992 وفي هذه المرحلة ركزت غالبية البحوث الرقمية الأجنبية على الانترنت بشكل عام، وقد كانت المواقع الالكترونية والبريد الالكتروني أكثر أشكال الوسائط التي تم دراستها وقد كان البحث في هذه المرحلة ضعيف نسبيا، ومفتقر للدقة والأطر النظرية والافتراضات والمناهج البحثية الدقيقة...إلخ.

* **المرحلة الثانية: مرحلة التنويع(2004-2007)**

 وظهرت فيها أنواع مختلفة من وسائل التواصل الاجتماعي مثل المدونات، الفايسبوك، اليوتيوب، تويتر،....إلخ، وقد أصبحت محط مواضيع بحثية من خلال محاولة وصف أنماط وآثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في ممارسة العلاقات العامة، وقد حلل أغلب هذه الدراسات مواقع المنظمات، ولأن هذه الدراسات غلب عليها الطابع الاستكشافي تم طرح الأسئلة البحثية وازدادت بحوث العلاقات العامة الالكترونية دقة أكاديمية في هذه المرحلة لكنها كانت لا تزال تفتقر إلى أطر نظرية قوية مع سيطرة الأساليب الكمية، وفي هذا الوقت لم تظهر بحوث العلاقات العامة الإلكترونية العربية باستثناء دراستي الباحثتين "**خيرت عياد ومي الخاجة**" سنة 2007.

* **المرحلة الثالثة: مرحلة التقدم (2008 إلى الوقت الحالي)**

 تمت فيها دراسة التطورات التي حدثت في شبكة الانترنت وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي، فهذه المواقع كانت أداة مفيدة في الحملة الرئاسية الأمريكية، لتبدأ الشركات في تبني هذه الوسائل وقامت بإنشاء حسابات رسمية لها عبرها، نظرا لاستخدامها من قبل مستهلكيها ومنافسيها، ومع الاستخدام الواسع لهذه الوسائل فقد تقدمت بحوث وممارسات العلاقات العامة بينما كانت بحوث العلاقات العامة الرقمية في بداية النشأة وإلى غاية 2013 وهي مركزة على استخدام تطبيقات الويب 0.1 في العلاقات العامة أما مرحلة التنويع الخاصة بالبحوث العربية فقد عرفت تنوعا جزئيا في 2014، وفيها تم دراسة شبكات التواصل الاجتماعي وكذا المواقع التقليدية.

**أهداف العلاقات العامة الرقمية**

تسعى العلاقات العامة الرقمية في ظل التطورات التكنولوجية إلى تحقيق جملة من الأهداف منها:

* رفع الكفاءة والفعالية في نقل الرسائل بأكثر وضوح ما يقلل من مشكلة التشويش
* رجع الصدى الفوري الذي يعد عاملا مهما في تقويم المحتوى الرقمي للعلاقات العامة بسهولة؛
* جعل العملية الاتصالية أكثر تفاعلية مما يساعد في تحقيق أهداف المؤسسة وكذا أهداف جمهورها؛
* تسهيل عملية الاتصال بين مختلف المستويات الإدارية بالمؤسسة يجعل من أعضاء المنظمة أكثر كفاءة في العمل؛
* تقليص شكاوي جمهور المنظمة المتعلقة بسوء فهم محتوى الرسالة الاتصالية الرقمية، ومنه التقليص في التكاليف التي قد تستخدم لحل هذه الشكاوى.