

العلاقات العامة نظرة تاريخية

يمكن إرجاع تاريخ العلاقات الحديثة إلى العقد الأول من القرن العشرين حيث يعتبر (إيفرلي) هوراند العلاقات العامة عندما قام بفتح مكتب دعاية تجارية في أمريكا عام 1903م كأول مكتب للعلاقات العامة ويعتبر نقطة تحول من مشروع مكتب صحافة الساند في القرن التاسع عشر إلى مكتب علاقات عامة في القرن العشرين وبه دشن مفهوم العلاقات العامة المبني على مفاهيم الانفتاح والأمانة في التعامل مع الآخرين والتأثير فيهم.

وبعد تأسيس جمعية العلاقات العامة في أمريكا عام 1947م تطورت ونمت العلاقات العامة خلال الثلاثين سنة الأخيرة حتى أصبحنا في (عصر العلاقات العامة) وأصبح عدد المشتغلين فيها عام 1988م ما يقارب من 170000 شخص في أمريكا.

وأصبح حوالى 80% من مجموع أكبر 300 شركة فيها أقسام للعلاقات العامة.

ولابد أن نشير بأن العلاقات العامة دخلت إلى الوطن العربي في أواسط الخمسينات وبدأت في مصر على يد رائد العلاقات العامة الأستاذ (إبراهيم إمام) عندما قام بتدريس هذا العلم والفن في جامعة القاهرة قسم الصحافة وبدأ بعدها بالانتشار حتى صارت للعلاقات العامة أقسام خاصة في الشركات الكبيرة لا بل دخلت العلاقات العامة في أوراق المؤسسات الحكومية وأصبحت مادة تدرس في كليات الإدارة والتجارة.

العلاقات العامة :

- نشاط اتصالي يهدف إلى توثيق الصلة بين المؤسسة والمجتمع من خلال إبراز الصورة المشرفة عن المؤسسة.

- العلاقات العامة نشاط إنساني يستهدف الإقناع وكسب رضا الآخرين.

أهداف العلاقات العامة :

- تعزيز ثقة الجمهور بالمؤسسة.

- تقييم رضا الزبائن.

- توسيع مجال خدمات المؤسسة في السوق.

العلاقات العامة : هي كذلك فن اتصال إنساني يهدف إلى صناعة علاقات متميزة بين المؤسسة وجمهورها تقوم على الثقة والإحترام والتقدير والمصالح المتبادلة.

العلاقات العامة أيضاً :

هي هندسة العلاقات الإنسانية ولم تعد العلاقات العامة مجرد موهبة فردية تقوم على أسس ومهارات شخصية إنما لها أصول.

أهمية الحاجة للعلاقات العامة :

نتيجة التقدم الكبير والمتزايد في كافة أصعدة الحياة التقنية والتكنولوجيا والإدارة والنمو الهائل في الشركات ومنظمات الأعمال جعل الحاجة إلى العلاقات العامة أمراً مهماً وحاجة ماسة وجوهرية لهذه المؤسسات.

- كيف يمكن لموظف داخل الشركة أن يمثل هذه الشركة أمام الآخرين ما لم يكن متفهماً تماماً لشركته (سياستها - نشاطاتها - منتجاتها - وضعها المالي)

- كيف يمكن للزبائن أن يتوجهوا أو يتعاملوا مع المنتج سواء كان خدمة أو سلعة أو مع المؤسسة بدون تفهم وتعريف000

يبدو الموضوع واضحاً ، ويتمثل بوجود حلقة اتصال مهمة وهي (العلاقات العامة) بين المؤسسة وجمهورها ، حيث يمكن القول بأن أي مؤسسة أو شركة أو منظمة يرتبط وجودها بإعطائها الأهمية الكبرى للعلاقات العامة فبدون اتصال لا يتم أي عمل ، وحيث العلاقات العامة هي (نشاط إتصالي) بوسائل مباشرة وغير مباشرة .

ومن التعاريف المهمة للعلاقات العامة هو تعريف (المعهد البريطاني للعلاقات العامة)

الذى وضع مفهوم العلاقات العامة بأنها (الجهود المخططة والمستمرة لتأسيس وصيانة السمعة الحسنة والتفاهم المتبادل بين المؤسسة وجمهورها).

ماذا يعنى هذا التعريف :

- 1- جهود مخططة ومستمرة: أي يجب أن يكون الجهد مخططاً على فترات مستمرة أى ليس عشوائياً.
 - 2- الهدف منها هو (تأسيس وصيانة السمعة الحسنة والتفاهم المتبادل) : أى أن هدف المؤسسة مفهوم و واضح للآخرين داخل المؤسسة وخارجها مع جمهور المؤسسة.
- العلاقات العامة هي فن: لأنها حرفة تتطلب مهارة وقدرة خلاقة .. لباقة .. تحدث..تنظيم مناسبات ومعارض..إلخ.