

مقدمة

تعتبر العلاقات العامة إحدى الظواهر الاتصالية، والتي منذ ظهورها حتى اليوم أخذت مفهوميها، أولهما قديم قدم الإنسان، وثانيهما ظهر بظهور المؤسسة وتعدد المجتمع، ويعتبر الثاني تطوراً للأول.

والعلاقات العامة بمفهومها الأول ظهرت قديماً، وكان الاهتمام بها مبنياً على قضاء الحاجات، حيث مارسها الإنسان في مختلف العصور كوسيلة لتحقيق الفهم والتعايش مع من حوله، لكن ممارستها كانت بطريقة عشوائية تفتقد الطريقة المنهجية، كما كانت ممارستها في حدود الموجود من الوسائل.

أما العلاقات العامة بمفهومها الثاني فقد ظهرت حديثاً وأصبحت من العلوم المعترف بها، وقد أهلها لهذا ارتكازها على البحث والأسس العلمية المدروسة، المبنية على التخطيط والتحليل والتأثير، وهذا ما جعل أغلب الباحثين في مجال العلاقات العامة يعتبرونها أهم الجوانب التطبيقية لعلم الاجتماع الحديث، خاصة بعد تطور وظائفها وذلك بفضل الدراسات والبحوث العلمية في مجال السلوك والتطور التكنولوجي والمعلوماتي.

إن الاهتمام بالعلاقات العامة وتبوءها مكانة مرموقة داخل المجتمع بصفة عامة وداخل المؤسسة بصفة خاصة لم يأت عفويًا، لكن كان نتيجة نجاحها في تأديتها لوظيفتها، فقد لعبت العلاقات العامة دوراً مهماً في حياة المؤسسة، خاصة في توطيد العلاقة بينها وبين جماهيرها.

إن الاعتقاد السائد حول وظيفة العلاقات العامة، والذي مفاده أن وظيفة العلاقات العامة هي مجرد إعداد النشرات وإصدار الكتيبات وإلقاء الخطب، وهو اعتقاد خاطئ، ولا يعدو إلا أن يكون أحد جوانبها المتعددة، بينما الجوانب الأخرى تتمثل في: دراسة الجماهير والتعرف على آرائها حول المؤسسة أو السلعة أو الخدمة التي تقدمها هذه الأخيرة، ثم نقل هذه الاتجاهات والآراء إلى إدارة المؤسسة، حتى تستعين بها في تعديل سياستها وبرامجها بما يتناسب مع هذه الاتجاهات.

إن العلاقات العامة بهذا الدور الذي تقوم به، أصبحت وظيفة حيوية مهمة من وظائف المؤسسة الحديثة، تستلزم الاهتمام بها وكذا إعطائها مكانة داخل المؤسسة، ولتدعيم هذا الاهتمام ارتأينا أن نتناول موضوع العلاقات العامة لإثرائه، ولتوضيح الوظائف الحقيقية لها، وكذا الوقوف على بعض المشاكل التي تحد من فعاليتها، من أجل هذا تناولنا في هذا البحث جانبين، جانب نظري وجانب ميداني، حيث ينقسم الجانب النظري إلى ثلاثة فصول.

الفصل الأول يتناول موضوع الدراسة، وفيه بيننا مبررات الاختيار لهذا الموضوع، وتم طرح الإشكالية، وكذا التطرق إلى أهداف وأهمية الموضوع، بالإضافة إلى تحديد المفاهيم وعرض المفاهيم المشابهة.

الفصل الثاني وتناول العلاقات العامة من حيث التطور والطبيعة، كما تطرقنا فيه إلى أهمية هذه الأخيرة وعوامل الاهتمام بها، والأسس التي تقوم عليها، وتناولنا الوظائف حسب التقسيمات التي وضعها بعض المهتمين بها، وبعد ذلك تطرقنا إلى أهدافها.

الفصل الثالث وفيه تناولنا إدارة العلاقات العامة في المؤسسة الصناعية، من حيث موقعها في الهيكل التنظيمي، وكذا تخطيط برامجها، كما تطرقنا إلى صفات رجل العلاقات العامة، ثم تناولنا جمهور العلاقات العامة، والوسائل الاتصالية الأكثر استعمالاً، وختمناها بالمشاكل التي تحد من فعاليتها.

أما الفصل الرابع فقد تناولنا فيه الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية، من حيث مجالاتها، والمنهج المستخدم، وأدوات جمع البيانات.

الفصل الخامس وتناولنا فيه تحليل وتفسير البيانات وعرض النتائج، لنخلص بعد ذلك إلى قائمة من التوصيات والاقتراحات.