

مقدمة

العلاقات العامة وصف شديد الذكاء ومناسب لما نفعله نحن بالفعل في مؤسساتنا مهما كانت طبيعة العمل، إننا نتطلع دائما إلى تشكيل العلاقات مع الجمهور لتحقيق هدف متفق عليه، وهى لهذا ليست شيئا نفعله، أو شيئا نستخدمه إنها شئ نأمل فى تحقيقه فى أى وقت تتحسن فيه العلاقات مع الجماهير التى تتعامل معها مؤسساتنا.

وخلال العقود الثلاثة الأخيرة من نهايات القرن العشرين باتت العلاقات العامة نشاطاً تتزايد فعالياته فى حياة المؤسسات، وأصبحت للعلاقات العامة أهميتها كنشاط إدارى يسهم فى نجاح المؤسسات والمنظمات، سواء أكانت تجارية أم حكومية أم مؤسسات غير ربحية، ولم تعد مجرد مجال لموهبة الفرد وقدراته الاتصالية.

ومع بدايات الألفية الثالثة بدأت الاتجاهات التى تزيد من أهمية العلاقات العامة تتضاعف فى ظل عولمة دوائر الأعمال وكثافة المنافسة وتكاثر منافذ وسائل الإعلام، وتأثير الاتصالات اللحظة واستمرارية الانترنت.

وسوف تستمر العلاقات العامة فى النمو فى السنوات القادمة من حيث الأهمية، لأن وسائل الإعلام وجماعات الضغط الأخرى ستستمر فى إخضاع الشركات للفحص والمراقبة، ولهذا سوف تتضح العلاقات العامة لتصبح جزءاً من عملية اتخاذ القرار على مستوى الأعمال، بدلا من أن تكون شيئا ما يؤدى بعد أن تكون كل القرارات قد اتخذت، سوف تصبح العلاقات العامة على المستوى العالمى هى الأساس والقاعدة لنجاح المشروعات، وستصبح هى ذاتها المفتاح الحقيقى إلى المستقبل.

وهذا يقتضى إنشاء علاقات قوية بين الأكاديميين والممارسين للمهنة لفحص النماذج والنظريات القديمة ودراساتها وتحليلها وتطويرها إلى الأفضل ونقلها إلى مجتمع الممارسين من خلال ربط التدريب والتعليم بالابتكار فى الممارسة.

إنه عالم جديد، عالم العلاقات العامة، يتطور بسرعة مذهلة ولذلك كان هذا الكتاب ليلحق تطورات هذا العالم من خلال فصوله التالية:

الفصل الأول:

يتناول أساسيات العلاقات العامة من حيث نشأتها وتطورها وتعريفها وخصائصها وأهميتها وأخلاقياتها ومبادئها وأهدافها ووظائفها وأنواعها كما يقارن بين العلاقات العامة والأنشطة الاتصالية الأخرى ثم يعرض للعلاقات العامة فى الإسلام.

الفصل الثانى:

بعنوان المتغيرات البيئية وتأثيراتها على العلاقات العامة يناقش مفهوم البيئة ومفهو الإدارة والعناصر اللازمة للإدارة، ومداخل دراسة إدارة العلاقات العامة، وأثر المتغيرات البيئية على الممارسات الإدارية للعلاقات العامة، ثم يستعرض العوامل البيئية السياسية والاجتماعية والسياسية والثقافية والتشريعية والاقتصادية وتأثيراتها على إدارة العلاقات العامة.

الفصل الثالث:

ويعرض للمشتغلين بالعلاقات العامة من حيث أهمية الكادر البشرى للعلاقات العامة ومزايا وعيوب الأخصائى وأسس اختياره والشروط الواجب توافرها فيه وسمات مدير العلاقات العامة

والمستشار الخارجى ومتى يجب الاستعانة بالمستشار الخارجى ومزايا
وعيوب الاستعانة به.

الفصل الرابع:

ويتناول تنظيم إدارة العلاقات العامة من حيث أهمية التنظيم
ومفهومه والعوامل المؤثرة فى الشكل التنظيمى لإدارة العلاقات العامة
وحجم الإدارة ومكانتها وعناصر التنظيم ومبادئه وأدواته ومستويات
ومراحل التخطيط لتنظيم إدارة العلاقات العامة والأساليب المختلفة
للتنظيم ثم مستقبل التطوير التنظيمى لإدارة العلاقات العامة.

الفصل الخامس:

ويتعرض للتخطيط للعلاقات العامة من حيث مستوى التخطيط
ومفهومه وأهميته للعلاقات العام ومعوقاته وأنواعه ومبادئه، ومراحل
عملية التخطيط من حيث جمع وتحليل المعلومات للسياسة العامة
للمنشأة وأهدافها والسياسات التنفيذية للإدارات وتحديد الموقف الراهن
والأهداف والجمهور والوسائل والمضمون والاستراتيجيات وبالنسبة
لمرحلة التصميم تحديد نوع البرنامج والاحتياجات المادية والفنية
والمدى الزمنى ثم تصميم البرنامج ثم مرحلة الإنتاج الاعلامى بالتجربة
الأولية وإنتاجه وإيصاله للجمهور ثم التقييم للتأكد من تحقيق الأهداف
وتحديد المعوقات وملاحظات التحسين للخطط المستقبلية.

الفصل السادس:

ويتناول دور العلاقات العامة فى الأزمات، فيناقش مفهوم الأزمة
ومسبباتها وخصائصها وأنواعها ومفهوم إدارة الأزمة وأساليب إدارة
الأزمة واستراتيجياتها ودور الاتصال فى إدارة الأزمات والاستراتيجيات

الإعلامية لمواجهة الأزمة ثم يتعرض لدور العلاقات العامة فى مواجهة
الازمات مع تطبيقات على نماذج لمواجهة العلاقات العامة للآزمات.

الفصل السابع:

ويناقش التدريب للعلاقات العامة من حيث مفهومه وأهميته
وأهدافه ومعوقاته ومحتوى البرنامج التدريبى وأساليبه والتخطيط
للتدريب وطرق التقييم لبرامج التدريب ونماذج تطبيقية لبرامج تدريبية
للعلاقات العامة.

الفصل الثامن :

وعنوانه بحوث العلاقات العامة، ويناقش أهمية المعلومات لبحوث
العلاقات العامة، وأهداف هذه البحوث وخطواتها المختلفة من مرحلة
تحديد المشكلة وحتى كتابة التقرير النهائى .

الفصل التاسع :

ويعرض لنماذج مختلفة تطبيقية – مصرية وعربية – للعلاقات
العامة فى الهيئات الحكومية، وفى المؤسسات الاجتماعية ، وفى
المشآت المالية والتجارية ، من حيث أهداف إدارات العلاقات العامة
بها وإختصاصاتها وممارساتها المختلفة .

الفصل العاشر:

ويعرض لمستقبل العلاقات العامة على ضوء التحديات
والمشكلات التى تواجهها والتى حصرها فى اختلاف الرؤية حول
طبيعة مفهوم العلاقات العامة، وقصور الفهم لوظيفتها، ونقص الإعداد
العلمى للأخصائيين ، وعدم تبلور الأخلاقيات المهنية للممارسة ،
وصعوبات التعامل مع الجمهور، وصعوبة تطبيق الأسلوب العلمى،

والصورة السلبية للعلاقات العامة لدى الإدارة، والمؤثرات السلبية لبيئة العمل، وتزايد الضغوط النفسية .

وبعد فهذا جزء من كل وقليل من كثير أرجو أن نضيف إليه المزيد في المستقبل القريب بإذن الله تعالى.
وأرجو عزيزي القارئ أن يحظى هذا الكتاب بفضولك وأن يحقق لك الهدف المنشود من اقتنائه.

”إن أريد إلا الإصلاح ما استطعت وما توفيقي إلا بالله عليه توكلت وإليه أنيب“

صدق الله العظيم.
المؤلف