

المقدمة :-

"من منا لا يسعى إلى تأسيس علاقات جيدة مع الآخرين، ويكون ناجحاً في الوصول إليهم وإيصال أفكاره ومبادئه وعمله على أفضل وجه، من منا لا يتمنى أن يفهم الآخرين ويعرف أطباعهم وسلوكهم ومطالبهم وخاصة إذا كان منتجاً، والمنتج هنا يمكن أن يكون تاجراً بسيطاً أو منتجاً كبيراً، شركة خاصة، مؤسسة حكومية، أو وزارة معينة، فندقاً، مطعماً، منظمة خيرية.

كل أولئك يطمحون لأن يبنوا سلسلة متصلة من العلاقات الجيدة والناجحة، الداخلية منها (مع الموظفين والعمال الذي يعملون لصالحهم) أو الخارجية (مع الجمهور المختلف الذي نتعامل معه للوصول إلى تحقيق أهدافنا) ^١. (سلوم، ٢٠٠٠م، ص ١)

ولقد أصبحت العلاقات العامة في السنوات الأخيرة أحد الأنشطة الهامة التي تساعد الإدارة العليا في المنشآت المختلفة حتى تكون هذه الإدارة على علم مستمر وعلى اتصال دائم مع الجماهير في الداخل والخارج مما يعمل على تجويد قدراتها وتصحيح مسارها خاصة تلك التي تعكس أثراً على الناس ^٢. (المصري، ٢٠٠١/ص ١)

وتقوم أمانة العاصمة المقدسة بتوفير سلسلة من الخدمات البلدية لجميع سكان مدينة مكة المكرمة حيث أنها إحدى الجهات الحكومية التي تسعى إلى تطلعات حكومتنا الرشيدة وإلى تحقيق رؤية ٢٠٣٠م بإذن الله، وأن إدارة العلاقات العامة بها هي الجهة المسؤولة عن التوعية والتعريف بهذه الخدمات البلدية لجميع القاطنين بالعاصمة المقدسة.

ومن هذا المنطلق تتمحور دراستنا عن دور إدارة العلاقات العامة بأمانة العاصمة المقدسة تجاه التوعية بهذه الخدمات البلدية، وتأتي أهمية هذه الدراسة في التعريف عن مدى استخدام سكان مكة المكرمة لهذه الخدمات البلدية وما هي نسبة رضاهم عنها وذلك عن طريق الأنشطة الاتصالية لإدارة العلاقات العامة بأمانة العاصمة المقدسة من خلال الصورة الذهنية لديهم.