بتقسيم تاريخ العلاقات العامة في العصر الحديث على أربع مراحل :

١. **المرحلة الاولى** : تبدأ من عام ١٩٠٠ الى قيام الحرب العالمية الاولى عام ١٩١٤ وقد عدها بيرنز مرحلة اعداد وتخصيب .

٢. المرحلة الثانية : تشمل سنوات الحرب العالمية الأولى كلها وتتميز هذه المرحلة بظهور النشاط الحركي في مجال العلاقات العامة أن يظهر التدخل الحكومي واضحاً في عدد كبير من البلاد التي شملتها الحرب

٣. المرحلة الثالثة : وتقع في المدة ما بين ١٩١٩ – ١٩٢٩ وهي مرحلة نمو بسبب قوة الدفع التي انطلقت إبان الحرب وتتميز هذه المرحلة بازدهار واضح في اساليب العلاقات العامة ، وظهرت الاصول الفنية والمنهج العلمي بفضل جهود ايفي لي وبيرنز.

٤. المرحلة الرابعة : وظهرت في المدة التي تمتد بظهور الازمة العالمية الكبرى وهي الازمة الاقتصادية التي اجتاحت العالم حوالي عام ١٩٥٣ وتتميز بظهور نوعين من الضغوط نتيجة الانهيار الاقتصادي .

٥. وفي الحرب العالمية الثانية بعدها تطور فن العلاقات العامة بفضل الفرص الكثيرة والميزانيات الهائلة التي رصدتها الدول لكسب تأييد الجماهير. شهدت هذه المرحلة وما بعدها انشاء جمعية العلاقات العامة الامريكية والمعهد البريطاني في العلاقات العامة ١٩٤٨ وجمعية العلاقات العامة في فرنسا ١٩٤٩ وفي عام ١٩٥٢ انشئ اول مركز للعلاقات العامة في بلجيكا اما ايطاليا فقد انشئت اول جمعية للعلاقات العامة سنة ١٩٥٤.

اهمية العلاقات العامة :

لقد شهدت المجتمعات الانسانية الحديثة تطوراً هائلاً وسريعا في مجالات الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والفكرية كافة ، وكذلك التطور الهائل في وسائل الاتصال ، فانعكس هذا على نمو وازدهار المؤسسات والمنظمات المختلفة وتنوع انشطتها وتوسع اتصالاتها . الامر الذي أدى إلى بروز حاجة فعلية وملحة لوجود العلاقات العامة كإحدى مقومات التنمية في منظمات المجتمع الحديث

وللعلاقـات العامة أهمية كبيرة للمنظمات التي تتعامل مع الافراد والجماعات لاسيما تلك التي تمارس الانشطة الحيوية والمهمة معهم . ومن بين تلك المنظمات ما يطلق عليها منظمات

المجتمع المدني التي تعرف بأنها " جملة من المؤسسات السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية ومن احزاب سياسية ونقابات عمالية واتحادات مهنية وجمعيات تربوية وتعليمية وخدمية تعمل بصورة مستقلة ولو نسبياً عن سلطة الدولة .

إن ما يبرز أهمية العلاقات العامة ويؤكد دورها ما يلي :

١. تزايد تدخل الدولة في الحياة العامة للشعب مما تطلب ضرورة تبني جمهورها للمخططات التي تضعها والقرارات التي تتخذها والتي تمس حياة مواطنيها ولذا فان نجاح تلك الخطط يقتضي أن يؤيدها المواطنون ولا يكون ذلك الا بشرحها لهم وتهيئة الرأي العام لقبولها

٢. تطور وسائل الاعلام نتيجة للتقدم الفكري والفني الكبير إذ (ظهرت وسائل إعلام جديدة التي لم تكن معروفة من قبل وهذا التطور سهل مهمة العلاقات العامة فى الاتصال الجماهيري المتنوع في الاماكن المختلفة وفي استخدام الوسائل الملائمة مع الجماهير ن الأوقات المناسبة . مما ساهم في تقريب المسافات والتأثير في تغيير اتجاهات الجماهير المستهدفة وكسب تأييدها وضمان تعرضها للرسائل الاتصالية التي تبثها المؤسسة أو الدولة.

٣. توضح بحوث العلاقات العامة للمنظمات مختلفة الاتجاهات الحقيقية للجماهير ورغباتهم واحتياجاتهم مما يساعد هذه المنظمات على التغيير او تعديل خططها وسياساتها بما يتماشى مع رغباتها ورغبات الجماهير، الأمر الذي يجعل العلاقات العامة في هذه المنظمات علاقات عامة فعالة تمارس بطريقة مهنية مخططة تساعد المنظمة على الاتصال الفعال بجماهيره المختلفة وتدعيم الصلة والصداقة معهم.

٤. انعدام أو قلة الشعور بالتألف بالنسبة للعاملين الذين ينتمون الى مجموعة العمل بسبب زيادة تعقد هيكل الصناعة وزيادة ابتعادها عن الاتصال المباشر بسبب التقدم التكنولوجي الهائل في المجالات شتى مما تطل وجود حاجة فعلية للعلاقات العامة تنظم وتعيد شيئاً من هذا التآلف بين الرئيس والعاملين وبين العاملين أنفسهم.

٥. شمول العلاقات العامة لفاعليات الدولة المختلفة . (فبدونها تنعزل الدولة عن الشعب وتخسر تعاونه وتصاب جهودها بالظلال ونظامها بعدم الاستقرار أو القدرة على الاستمرار لبعدها عن التأثير في الرأي العام أو المعرفة باتجاهاته) .