

للمؤسسة وتطبيقها بالمفهوم المهني الصحيح يعد أحد مؤشرات النجاح للمنظمة. (العالم، ٢٠٠٢: ١٠).

كما تتضح أهمية العلاقات العامة في المجتمع المعاصر من خلال استعراض الحالات التي استطاعت فيها المهنة أن تحقق للمؤسسات التي تعمل لصالحها أرباحاً طائلة عن طريق تطوير البرامج الاتصالية التي ساعدت في تكوين علاقات إيجابية ومثمرة بين تلك المؤسسات وبين وسائل الإعلام والعملاء والعاملين والممولين والمستثمرين والجمهور العام أيضاً، وقد أصبح من الضروري لنجاح أي مؤسسة أن تكون لها صورة ذهنية محايدة لدى الجماهير مما يوضح أهمية مهنة العلاقات العامة التي تضطلع بتكوين هذه الصورة، وتبرز أهمية العلاقات العامة كنشاط مهم تحرص عليه المؤسسات التي تعنى بتكوين صورة مشرقة لها في المجتمع (عجوة، ٢٠٠٢).

ويرى الباحث أن عملية بناء الصورة الذهنية تعتمد على مدى تفهم ممارس العلاقات العامة لدوره المهني، وممارسته الصحيحة للأنشطة الاتصالية، والتخطيط الجيد للبرامج، وأيضاً تفهم الإدارة العليا لدور المهنة بما يتيح الفرصة للممارسة العلاقات العامة لمعاونة الإدارة في اتخاذ القرارات الصائبة، وإذا كانت الأهمية المهنية للعلاقات العامة تتبع من قدرة ممارسيها على بناء صورة المنظمة التي تنمون إليها في أذهان الجماهير، فإنه من الأهمية بمكان محاولة دراسة الصورة الذهنية التي يكونها ممارس مهنة العلاقات العامة عن مهنته والتعرف على ملامح إدراكه لدوره المهني ومدى علاقة هذه الصورة بمستوى أداء العاملين بالعلاقات العامة لمتطلباتهم المهنية والتعرف كذلك على الخصائص الديموغرافية من جنس وعمر ومستوى تعليمي وتدريب للممارسي مهنة العلاقات العامة.