

محاضرات في دور الرياضة في العلاقات العامة الدولية

اعداد

دكتور

إسلام غلاب إبراهيم

استاذ مساعد ورئيس قسم الإدارة الرياضية والترويج
كلية التربية الرياضية جامعة المنوفية

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿ إِذَا جَاءَ نَصْرُ اللَّهِ وَالْفَتْحُ وَرَأَيْتَ النَّاسَ
يَدْخُلُونَ فِي دِينِ اللَّهِ أَفْوَاجًا فَسَبِّحْ
بِحَمْدِ رَبِّكَ وَاسْتَغْفِرْهُ إِنَّهُ كَانَ تَوَّابًا ﴾

صدق الله العظيم
سورة النصر

ظهرت في الآونة الأخيرة مصطلحات جديدة وإذا نظرنا إليها نظرة دقيقة متعمقة لوجدناها مترادفات وليست مستحدثات فمصطلح العولمة الذي فرض نفسه علينا في الآونة الأخيرة ما هو لا انعكاسا لدور كل من الإعلام والعلاقات العامة فبدون وجود وسائل الإعلام المختلفة وكذلك دور العلاقات العامة لما كان هناك وجودا لتلك العولمة إذا لا احد يستطيع أن ينكر الدور الفعال الذي تلعبه وسائل الإعلام وكذلك جوهر العلاقات العامة وتأثيرها في كل المجالات المختلفة سواء اقتصاديا أو سياسيا أو اجتماعيا لذلك أصبح وجود جهاز للعلاقات العامة للتربية الرياضية في المؤسسات الرياضية المختلفة ضرورة ملحة فان إدارة وتنظيم وقيادة التربية الرياضية تتطلب دراسة وخبرة علمية بالإضافة إلي الأجهزة المعاونة ومن هذه الأجهزة المعاونة هو جهاز العلاقات العامة ذلك لان العلاقات العامة هي القسم الذي يقوم على التحليل والتأثير والتفسير لموضوع معين سواء كان هذا الموضوع يدور حول فكرة أو حول شخص أو حول جماعة ؛بقصد تهيئة السبل أمام الجمهور لكي يتعرف بالفائدة التي يتضمنها هذا الموضوع وأنة يستفيد فعلا من أداء ذلك .

لذلك كانت دراسة العلاقات العامة من الأمور الهامة التي تمكن الأخصائي الرياضي من إتمام الواجبة بنجاح ؛ ومن المهم الإشارة إلي أن العلاقات العامة والتربية الرياضية يعدان واجهة واحدة لعملة واحدة نظرا لاعتماد التربية الرياضية على العلاقات العامة في تسويق أهدافها ونشر أفكارها واعتماد العلاقات العامة على التربية الرياضية في تنفيذ برامجها وإتمام مخططاتها بنجاح والوصول عن طريق النشاط الرياضي إلى قاعدة واسعة من الجماهير في أسرع وقت وبأقصر الطرق

*عملية الإعلام :-

هي العملية التي يتم من خلالها نقل الحقائق والمعارف والمعلومات للجمهور عن طريق وسائل معينة

وعملية الإعلام في جوهرها هي اتصال بين مرسل ومستقبل عن طريق وسيلة إعلانية تنتقل من

خلالها الرسالة الإعلامية من طرف لأخر (متحدث ومستمع أو كاتب وقارئ)

*تطور وسائل الاتصال الجماهيري :-

لقد عرف العالم في العشرينات المذيع (الراديو) وانتشرت هذه الوسيلة الإعلامية في الثلاثينات

انتشار كبير وظهرت الإذاعة المرئية (التلفزيون) في إقاب الحرب العالمية الثانية وبدا انتشارها

الواسع في الخمسينيات والستينات ومن هذا يتبين مدى ضرورة هذه الوسائل على التأثير في الرأي

العام إما الصحافة التي تمتد جذورها في أعماق التاريخ فقد تطورت هي الأخرى تطورا كبيرا فبعد أن

كانت الصحيفة تنسخ باليد في الأزمنة القديمة استخدمت الطباعة بعد اختراع (جوتنبرج) في منتصف

-القرن الخامس عشر ثم تطورت تدريجيا حتى القرن العشرين وقد

قفزت الطباعة في تقدمها قفزات كبيرة كان من نتيجتها ظهور صحافة الملايين وهي الصحافة التي تطبع ملايين النسخ في ساعات قليلة وتقوم بتوزيعها في ساعات اقل وقد أصبح من الممكن أن تنتقل الإحداث بالصوت والصورة في نفس لحظة وقوعها عن طريق الأقمار الصناعية أيا كانت المسافة بين محطة الإرسال وأجهزة الاستقبال كما تنتقل الإذاعة عن طريق موجاتها القصيرة الإخبار والتعليقات إلي ابعـد الأماكن وقد ساهم هذا التقدم الهائل في وسائل الاتصال في تقريب المسافات بين بقاع العالم المختلفة حتى أصبح العالم من الناحية الإعلامية اصغر مما هو عليه في الواقع نتيجة لسرعة تداول الإنباء وانتقال المعلومات والآراء وكان ذلك سببا من أسباب الاهتمام بالعلاقات العامة في المجال الدولي والحرص على كسب تأييد الرأي العام العالمي

***وسائل الإعلام :-**

(الإذاعة - التلفزيون - الصحافة - سينما - مسرح - رسائل بريدية - فاكس - الانترنت ... الخ)

وإذا حللنا جميع وسائل الإعلام لوجدنا إن العامل المشترك فيهما جميعا هو الرمز سواء كان هذا

الرمز كلمة أو صورة أو نغمة أو إشارة أو حركة فالرمز هو العمود الفقري لعملية الإعلام

***أهداف عملية الإعلام :-**

1- هدف إعلامي : يخاطب العقل ويؤثر فيه

2- هدف إقناعي : يؤثر على أداء الأفراد ويستعمل الشعور والعواطف .

3- هدف ترفيهي : يحقق التسلية (سينما- مسرح)

ويري علماء الإعلام في وقتنا الحاضر أنه لكي يتم تحقيق هدف عملية الإعلام علي أكمل وجه فأنه

لا بد من ربط الأهداف السابقة مع بعضها وذلك من خلال دمج هذه الأهداف المتفرقة في خطة

واحدة أي يكون الهدف شامل



أساليب عملية الإعلام

1_ أسلوب مباشر :-

ويتبع نقل المعلومات مباشرة ، ويعتمد على المرسل والمستقبل لتوصيل الرسالة ويركز الأسلوب المباشر على المصدر (أصل المعلومات) في نقل المعلومات وهذا الأسلوب يكون محدد

2_ الأسلوب الغير مباشر :-

وهو الأكثر انتشارا والأسهل وهو يتبع البرامج المختلفة لتوصيل المعلومات لفئات الجمهور حتى يستطيع أن يواجه الاحتياجات المتغيرة ، والنظرية الحديثة هي عبارة عن تطبيق الأسلوبين معا لان الأسلوبين يكمل بعضهما البعض .



ماهية العلاقات العامة

من المتفق عليه أن العلاقات العامة ليست مجرد إعلام الناس بالحقائق وليست مجرد الدعاية في فترة معينة ولكنها نوع من السياسة أو السلوك يتوخي فيه الفرد المنفعة الذاتية مع مراعاة صالح الغير من اجل ذلك يتخذ سلوكا معيناً في العمل أولاً وفي معاملة الناس ثانياً

فالعلاقات العامة تهدف إلي ضرب الأمثال للتدليل على الاجتهاد والصدق والرأي والكفاءة وان المؤسسة تنتمي إليها مسئول العلاقات العامة جدير بان يمنحها الناس ثقتهم وان يعتمدوا عليها في أداء الخدمات أو تقديم البرامج المختلفة .

وما دامت طبيعة العلاقات العامة هكذا فإنها من وجه نظرنا لا بد أنت تكون تطويرا لعم الأخلاق وآداب السلوك في مجال المعاملات بصفة عامة والمعاملات الإنسانية بصفة خاصة .

والعلاقات العامة تخاطب الجمهور لجمع كلمتهم على أمر من الأمور ويسمي هذا الاتفاق في الرأي ب(الرأي العام)وهو الرأي الذي اجمع عليه اغلب الجمهور حول قضية معينة في وقت ومكان معينين

ولكن من الصعوبة أن نجمع الناس جميعا على رأي واحد بعينة حتى ولو كان هذا الرأي صحيحا ،ذلك لان هناك من يشذ عن المجموع أما عن رغبة في إثبات الذات . أو عن عقيدة مبرهمة أو ربما يكون لمجرد أبداء المعارضة فقط .

ويعد أشبه الفنون بالعلاقات العامة هو العمل الصحفي من حيث اعتمادها على مؤثرات موحدة ومتشابهة في تحقيق الأهداف ولكن العلاقات العامة متشعبة ومتشابهة حيث أنها توجد في كل الفنون على حد سواء في الفن والأدب ، والرياضة ، والصحافة ، والتجارة ، والاقتصاد حيث لاغني لأي من هذا الفروع عنها لكسب ما ذكرناه من قبل وهو ما يسمى بالرأي العام .

ومضمون علم العلاقات العامة هو كيف نعامل الجمهور ؟ ولهذا فإنه يمكن أن يكون علم " فن معاملة الجمهور " أو " فن الاتصال بالجمهور".

وإذا حللنا العلاقات العامة لوجدناها لا تتركب من الإعلام والدعاية وعلم الأخلاق فحسب ، ولكنها تتركب أيضا من عنصرين آخرين هما الاقتصاد والإدارة فرجل العلاقات العامة في المجال التجاري يهدف إلى الحصول على أكبر ربح بأقل نفقات وان كان ذلك يختلف في مؤسسات الخدمة مثل الهيئات الرياضية ولذلك نجد انه يتدخل في تنظيم الإدارة بطريقة تضمن الوصول إلى الأهداف . وفى المجال الرياضي نجد إن هناك حاجة ملحة للعلاقات العامة سواء كانت هذه العلاقات داخل النادي بين أعضائه وأعضاء مجلس الإدارة أو بين مجلس الإدارة ورئيس النادي . أو كانت هذه العلاقات خارج حدود النادي بينة وبين الأندية الأخرى أو بينة وبين الاتحاد الرياضي للألعاب المختلى ، أو بين الاتحاد في علاقته بالاتحادات الأخرى القارية أو العربية أو الدولية .

*** مفهوم العلاقات العامة :-**

إذا كان إصلاح العلاقات العامة قد أصبح معروفا على نطاق واسع خلال العشرينات من القرن الحالي ، إلا أن العلاقات العامة ظل يحيط به الغموض في الولايات المتحدة الأمريكية حتى الخمسينيات كما انه لا يزال يعاني بعض التفسيرات الخاطئة في أجزاء أخرى من العالم حتى الآن . هذا وينبغي توضيح نقطة هامة اجمع عليها كافة المشتغلون في هذا المجال وهي أن مهنتهم تتركز حول بناء صورة محببة للجمهور عن الهيئات التي يتبعونها ، ولا يكون ذلك إلا عن طريق المصادقة في القول والفعل والتعبير الصريح عن نشاطهم وما يقومون به في هذه الهيئات ، ومدى حرص هذه الهيئات على وجود اتصال مستمر ومتبادل بينهما وبين مجاهرها حتى يمكن من خلالها ذلك الوصول إلى التوافق المتبادل والتفاهم المشترك بين المنظمات والهيئات المختلفة وجماهيرها .

كل هذا أدى إلى بنا إلى ضرورة الوقوف على تعريف العلاقات العامة لإزالة عوامل الخلط بينهما وبين المفاهيم الأخرى وتوضيح ماهية العلاقات

العامة بدقة حيث إن عدم الدقة في وضع تعريف للعلاقات العامة يؤدي إلى :-

1-عدم وضوح النشاط :

مما يؤدي إلي تضارب الاختصاصات في المؤسسات والهيئات المختلفة يؤدي إلى عرقلة العمل ويصل بنا الحال إلى سوء التفاهم ويخلق للقائمين بنشاط العلاقات العامة مشكلات متعددة داخل مؤسساتهم قبل إن يخرجوا إلى العمل الفعلي مع الجمهور .

2-عدم وضوح الاتجاهات :-

ويؤدي عدم وضوح الاختصاصات المخولة لإفراد العلاقات العامة إلى عدم القدرة على تنظيم برامجها التنظيم الأمثل ويؤدي أيضا إلى عدم تحقيق الأهداف التي تم التخطيط لتنفيذها عن طريق برامج العلاقات العامة .

3-عدم وضوح المفهوم :-

ويؤدي عدم وضوح مفهوم العلاقات العامة على الوجه الصحيح لدى المستويات الإدارية التي ترتقي السلم الوظيفي في الهيئة أو المؤسسة إلى عدم اهتمامهم بها

كنشاط له أصول وأسس ، وأيضا يؤدي هذا الإهمال إلى تهميش دور القائمين على أمر العلاقات العامة أو عدم تقديرهم التقدير الأمثل .

4-عدم تحديد أوجه النشاط :-

مما يؤدي إلى صعوبة تحديد ميزانية تقديرية لازمة لتنفيذ برامجها ويؤدي هذا أيضا إلى احتمالية التوقف عند نقطة معينة لإنهاء التمويل اللازم لها .

وعلى الرغم من حتمية العلاقات العامة في الوقت الحاضر وعد حاجتها إلى ما يؤكد على أهميتها بعدما مرت بمراحل تطور هائلة منذ منتصف القرن العشرين فلا يزال مصطلح العلاقات العامة غامض لدى الكثير من الخبراء والممارسين .

*تعريف العلاقات العامة :-

هناك عدد من التعاريف المحددة التي توضح مفهوم العلاقات العامة والتي تعتبر أساسا هاما في عملية التقنين العلمي للعلاقات العامة فقد عرف " كانفيلد " canfileld (1968) العلاقات العامة بأنها " الفلسفة الاجتماعية للإدارة والتي تعبر عنها من خلال أنشطتها وسياساتها المعلنة للجمهور لكسب ثقته وتفاهمه.

ويقول التعريف الذي قدمه " جريزويلد " Griswold (1948) على صفحات

دورية أخبار العلاقات العامة " Public Relations news " العلاقات العامة هي

الوظيفة التي تقوم بها الإدارة لتقويم الاتجاهات وتحديد سياسات الفرد أو المؤسسة بما في يتفق مع مصلحة الجمهور وتنفيذ برامج بهدف إلى كسب رضا هذا الجمهور وتفاهمه "

ويذكر على عجوة (1978) إن " بول جاريت " الذي تولى مسئولية العلاقات العامة في شركة جنرال

موتورز الأمريكية عام 1931 إن " العلاقات العامة ليست وسيلة دفاعية لجعل المؤسسة تبدو في

صورة مخالفة لصورتها الحقيقية وإنما هي الجهود المستمرة من جانب الإدارة لكسب ثقة الجمهور من خلال الأعمال التي تحظى باحترامه "

*يذهب قاموس ويبستر إلى تعريف العلاقات العامة بأنها تنشيط العمليات الاتصالية وإيجاد الثقة بين شخص أو منظمة ، أو مشروع ، أو أشخاص آخرين ، أو جماهير معينة أو المجتمع كله ، من خلال نشر المعلومات التي تفسر وتشرح ، وتنمية علاقات متبادلة ، ودراسة ردود الفعل وتقويمها . "

*وكلمة " علاقات " تعني حصيلة من الصلات والاتصالات التي تتوافر بين هيئة وبين الجماهير

المتعاملة معها ، ووفقا لهذا فهي ذات اتجاهين متقابلين لا تقوم إلا بهما وتعني كلمة " عامة "

الجماهيرية إي مجموع الأفراد الذين تتصل أعمالهم وترتبط نشاطاتهم بهذه الهيئة .

وقد عرفها البريطاني للعلاقات العامة (25_1966) بأنها " الجهود المقصودة والمخططة والمستمرة

لإقامة واستمرار الفهم المتبادل بين إي مؤسسة وجماهيرها " .

وقد توصلت جمعية العلاقات العامة الدولية (1971) إلى التعريف التالي " العلاقات العامة هي

الوظيفة الإدارية المستمرة والمخططة والتي تسعى بها المؤسسات الخاصة والعامة لكسب تفاهم

وتعاطف وتأييد الجماهير التي تهمها والحفاظ على استمرار هذا التفاهم والتأييد وذلك من خلال قياس

اتجاه الرأي العام لضمان توافقه قدر الإمكان مع سياستها وأنشطتها وتحقق المزيد من التعاون الخلاق

والأداء الفعال للمصالح المشتركة باستخدام الأعلام الشامل المخطط "

ويضيف محمد طلعت عيسي (1970) عن ادوارد برنز ، أن تاريخ العلاقات العامة الحديثة يمكن

تقسيمه إلى أربع مراحل :-

_المرحلة الأولى :- تبدأ من 1900 إلى قيام الحرب العالمية الأولى 1914 وقد اعتبرها برنز مرحلة

إعداد

_المرحلة الثانية :- تشمل سنوات الحرب العالمية الأولى كلها وتتميز هذه المرحلة بظهور النشاط

الحكومي في مجال العلاقات العامة إذ يظهر التدخل الحكومي واضحا باهتمام الحكومات في عدد

كبير من البلاد التي شملتها الحرب وعلى الأخص

في الولايات المتحدة الأمريكية بدراسة الرأي العام للتعرف علي مقوماته من جهة وأساليب التأثير فيه

والدور الذي يمكن أن يؤديه لحشد الجمهور من أجل الوصول علي النصر من جهة أخرى وفي سبل

ذلك تقدمت أساليب قياس الرأي العام وإعداد وتوجيهه واتصفت العلاقات العامة نتيجة لذلك بصفات

اجتماعية وأخلاقية ونفسية وتستند علي احتراق الكيان الإنساني وتقديس النظرية الفردية وتجنب

الإرهاب والتضليل والعمل علي التأثير في الجماعات والأفراد عن طريق التبصر والتوضيح والمساعدة

النفسية .

المرحلة الثالثة :- فهي تقع في الفترة ما بين (1919_1929) وهي في نظرة مرحلة نمو بسبب قوة

الدافع التي انطلقت إبان الحرب وتتميز هذه المرحلة بازدهار واضح في أساليب العلاقات العامة

وظهرت الأصول الفنية والمنهج العملي في العلاقات العامة بفضل جهود " ايفي لي " و " ادوار دبرنز

." .

أما المرحلة الرابعة :- فتظهر في خلال الفترة التي تمتد

إلى بداية ظهور الأزمة العالمية الكبرى وهي الأزمة وهي الأزمة الاقتصادية التي احتلت العالم كما يضيف علي عجوة (1978) عن ركس هاولو " أن العلاقات العامة علم وفن يستند إلى أسس علم الاجتماع الإنساني ويسعى إلى تحسين العلاقات العامة بين الناس لا في حياتهم الخاصة وإنما حياتهم الجماعية "

ويذكر محمد طلعت (1970) عن الموسوعة البريطانية أن : "العلاقات العامة عبارة عن مظاهرة النشاط المتصلة بتفسير وتحسين الصلة والعلاقات بين هيئة سواء كانت هذه الهيئة ذات شخصية اعتبارية أو ذات صفة فردية " أي يملكها فرد واحد ، وبين جمهور له ارتباط أو اتصال بهذه الهيئة "

وقد استخلص روبينسون (1966) تعريف للعلاقات العامة من دراسة قام بها " العلاقات العامة

كعلم اجتماعي وسلوكي وتطبيقي هي الوظيفة التي تتضمن :-

- 1_ قياس وتقويم وتفسير اتجاهات الجماهير المختلفة التي لها صلة بالمؤسسة
- 2_ مساعدة الإدارة في تحديد الأهداف الرامية إلى زيادة التفاهم والوفاق بين المؤسسة وجماهيرها .
- 3_ تحقيق التوازن بين أهداف المؤسسة وأهداف مصالح واحتياجات الجماهير المختلفة التي لها صلة بها .

4_ تخطيط وتنفيذ وتقويم البرامج الرامية لكسب رضا الجماهير وتفاهمها

*ويري إبراهيم إمام العلاقات العامة علي إنها " العلم الذي يدرس سلوك الأفراد والجماعات دراسة علمية موضوعية بغية تنظم العلاقات الإنسانية علي أسس من التعاون والمحبة والوعي .

*وهو بهذا يوضع أن للعلاقات العامة هدف رعاية العلاقات الإنسانية السليمة في المجتمع وكسب رضا الجماهير وضمان التفاهم بين المؤسسات الاقتصادية والاجتماعية من جهة وبين الجماهير من جهة أخرى، كما تهدف إلي إيجاد التكيف الاجتماعي والانسجام بين الأفراد ، ويؤكد علي الجانب العملي في صناعة العلاقات العامة .

* يري حسن الشافعي وسوزان مرسي أنه يمكن استخلاص التعريف الآتي للعلاقات العامة :

" العلاقات العامة علم وفن يستند علي أسس علم الاجتماع الإنساني من أجل تحقيق التوازن بين أهداف ومصالح ولحتميات الجماهير المختلفة والمرتبطة بها "

*مفهوم العلاقات العامة في التربية البدنية والرياضية :-

حيث إننا بصد خلق مفهوم واضح لذلك ففري الباحثة : أن التعريف الذي توصلت إليه يمكن أن يوضح مفهوم العلاقات العامة في التربية البدنية والرياضية لهذا العلم هو " إن العلاقات العامة علم اجتماعي وسلوكي تطبيقي يتضمن قياس وتقويم وتفسير اتجاهات الجماهير الرياضية المختلفة التي لها صلة بالمؤسسة الرياضية ومساعدة الإدارة الرياضية في تحديد الأهداف الرامية إلي زيادة الوعي الرياضي بين المؤسسة الرياضية

وجماهيرها وتحقيق التوازن بين أهداف المؤسسة الرياضية وأهداف ومصالح واحتياجات الجماهير الرياضية التي لها صلة بهذه المؤسسة الرياضية ،وتخطيط وتنفيذ وتقييم البرامج الرياضية الخاصة بكسب رضا الجماهير وتفهمها .

أو "العلاقات العامة علم وفن يستند علي أسس علم الاجتماعي والإنساني لقياس وتقييم وتفسير اتجاهات الجماهير الرياضية المختلفة التي لها صلة بالمؤسسات الرياضية من أجل تحقيق التوازن بين أهداف تلك المؤسسات وأهداف ومصالح واحتياجات الجماهير الرياضية المختلفة التي لها صلة بها :

من هذا نجد أهمية العلاقات العامة لهذا المجال حتى يمكن استغلاله في توصيل المفاهيم الرياضية المختلفة وحتى تكون الجماهير المختلفة علي وعي كامل وأدراك واضح للتربية البدنية

***المفهوم الإداري للعلاقات العامة :-**

الإدارة الحكيمة لا تجعل من العلاقات العامة مجرد وظيفة استشارية فحسب وإنما تجعلها من الوظائف الإدارية العليا ، كما إنها تحرص علي أن تكون فلسفة كل مدير ولذلك حتى يتسنى أخذ تأثير كل قرار علي الجمهور في الاعتبار.

***المفهوم الوظيفي للعلاقات العامة :-**

يحتاج المدير المعاصر إلي معاونة ونصح عدد من الخبراء والمستشارين الذين يقدمون

له المشورة في الأمور المتخصصة أو التي لا يتسع وقته للقيام بها شخصيا حتى يتسنى له أن يدير بنجاح ويعتبر خبيراً أو مستشار العلاقات العامة من بين هؤلاء فهو اختياره بواسطة الإدارة العليا من أجل :-

(1) تسهيل وضمان انسياب الآراء الممثلة لموقف الفئات الجماهيرية العديدة من المنظمة ، وذلك

حتى تظل سياستها و قراراتها متفوقة ومنسقة مع حاجات هذه الفئات

(2) تقديم النصح إلي الإدارة حول الطرق والوسائل الخاصة بوضع سياسات وقرارات المنظمة بما

يؤدي إلي حسب أقصى قبول عام ممكن .

(3) إعداد وتنفيذ البرامج التي تحقق الانتشار والتفسير الايجابي لسياسات وقرارات المنظمة برامجها

وانجازاتها .

وعلي الرغم من أن المفهوم الأول ينتمي إلي نظرية المعرفة بينما الآخر ينتمي إلي الممارسة

والتطبيق فإنهما متصلان ببعضهما بشكل قوي ، فأن عمل لابد أن ينبع من فلسفة معينة ويستند

إلي مبادئ محددة كما أن أي تقدم تحرزه النظرية أو الفلاسفة لابد أن يؤدي إلي أداء أو ممارسة

أفضل .

***اهمية العلاقات العامة :-**

تعتبر العلاقات العامة (احمد محمد المصري _1985) اليوم من أهم الجوانب التطبيقية لعلم

الاجتماع الحديث إذ أن تكيف الأفراد والجماعات مع الواقع الاجتماعي أمر

بالغ الأهمية لاغني عنها للمصالح العام والعاقات العامة تقوم بدور هام في تحسين العلاقات بين المؤسسات والجمهور ولقد نمت العلاقات العامة كمفهوم إداري وكوظيفة حيوية داخل العديد من المؤسسات في خلال الثلاثين عاما الماضية ولقد لمست المؤسسات أن العلاقات العامة هي السبيل لإيجاد التعاون الكامل بين المؤسسة والهيئة المحيطة بها من ناحية وبين الأفراد والجماعات داخل المؤسسة نفسها حتى أصبح مفهوم العلاقات العامة واضحا في أذهان الكثيرين من العاملين في هذه المؤسسات بغرض تفسير القوانين واللوائح وشرحها للموظفين والمواطنين بالإضافة إلي تبصر الرأي العام عن طريق إمداده بالبيانات والإحصائيات عن مختلف النواحي الاجتماعية والاقتصادية والسياسية .

ويمكن أن نوجز أسباب الاهتمام بالعلاقات العامة (محمد طلعت عيسي _ 1970) فيما يلي :-

-ازدياد تشابك العلاقات في المجتمع الحديث .

-التقدم الفني والتكنولوجي وسرعة الانتقال والاتصال التي أدت إلي توسيع نطاق السوق (والسوق هنا

نعني به سوق العمل وسوق الأفكار أي أنه يتناول النواحي الفكرية والروحية إلي جانب النواحي

المدية في المجتمع) .

-انتشار الثقافة والتعليم بحيث أصبح لأدوات الإعلام سرعة الأداء والتأثير بدرجة أقوى مما كان عليه

الحال عندما كانت الأمية والتخلف يغمران بقاعا عديدة من العالم .

-نمو العلوم الاجتماعية التي يتناولها الإنسان ككائن حي .

-الاتجاه نحو المساواة ونعني بذلك المساواة في الحقوق والواجبات من جهة والمساواة في توافق المنفعة وتبادلها من جهة أخرى .

*ومن الأسباب التي جعلت الاهتمام بالعلاقات العامة (علي عجوة _1978) أيضا هي :-

1-ظهور الأنظمة الديمقراطية .

2-الإنتاج الكبير .

3-تطوير وسائل الاتصال الجماهيري .

4-الانفجار السكاني

*أهمية العلاقات العامة في التربية البدنية والرياضية :-

تحتاج التربية البدنية والرياضية في المؤسسات والهيئات المختلفة وعلي مستوى الدولة إلي أجهزة للعلاقات العامة بصفقتها ميدانا جديدا في الحقل التربوي والمهني فطبيعة التربية البدنية والرياضية والتفسير الصحيح لها و لفلسفتها السليمة كل ذلك يحتاج إلي مجهود منظم لتقريبها إلي أذهان

الجماهير وفي الوقت الذي تحتاج فيه التربية البدنية

والرياضية إلي نشاط العلاقات العامة نجد أن أي مؤسسة تربوية أو صناعية أو تجارية يمكنها أن

تستخدم التربية البدنية والرياضية و أوجه نشاطها كوسيلة من وسائل خلق العلاقات العامة بها ،

والعمل علي حسن العلاقات بين المؤسسات والهيئات المختلفة كما أنها تعتبر من الوسائل الإعلامية

لنشاط المؤسسة نفسها بين الجماهير وللعلاقات العامة ؟أهمية في التربية البدنية والرياضية ويمكن أن

تقوم بدور فعال في النواحي الآتية :-

(حسن معوض_1972)

1-توضيح وتفسير معني التربية البدنية والرياضية والخدمات التي تؤديها للفرد والمجتمع.

2-خلق اهتمامات واتجاهات مختلفة بين المؤسسة الرياضية وبين الجماهير .

3-أكتاب وتأييد رضا الجماهير لبرامج التربية البدنية والرياضية الصادرة عن المؤسسة هذا ما تقوم به

العلاقات العامة في التربية البدنية والرياضية والعلاقات العامة في التربية البدنية والرياضية تؤدي

دورا هاما بالنسبة للمرحلة الإعدادية ويتضح هذا في أن أهمية العلاقات العامة ضرورية للمرحلة

الإعدادية للأسباب التالية : (كمال الدين شلبي -1968) 1-أن هذه المراحل أفضل المراحل التي

تكشف عن ميول ورغبات النشئ ويمكن استغلال فترة هذه المرحلة في تنمية وتثبيت هذه الميول

والرغبات كما تعتبر أفضل المراحل

في تدريب النشئ علي الأصول والسلوك الحركي ولهذا تعتبر هذه المرحلة مرحلة كشف وكسب وتنمية

وتثبيت للمهارات المختلفة التي تتضح في :-

(التمرينات البدنية _حركات الرشاقة والأجهزة _ ألعاب صغيرة وكبيرة _ ألعاب ميدان والمضمار

_السباحة إذا وجدت _ التعبير الحركي للبنات).

والباحثة (*) ترى أنه لم يتطرق أحد لتناول هذه الدراسة من قبل خاصة في المجال الخاص بالعلاقات

العامة في التربية البدنية والرياضية ولذلك قامت الباحثة بالعمل هذه الدراسة حتى تتضح أهمية الدور

التي تقوم به العلاقات العامة في التربية البدنية والرياضية ولما لها من أهمية في توضيح وتفسير

معني التربية البدنية والرياضية وتبادل الآراء والاتجاهات بين المؤسسة الرياضية وجمهور هذه المرحلة السنوية حتى يتم نشر الوعي الرياضي بطريقة علمية في هذه المرحلة .

*الملاح الرئيسية للعلاقات العامة :-

تتضح الملاح الرئيسية للعلاقات العامة من خلال النقاط التالية :-

- 1-العلاقات العامة علم له أصول وأسس ومبادئه وأركانه .
- 2-التواصل المتبادل بين العلاقات العامة كعلم وغيرها من العلوم الاخرى .
- 3-إن العلاقات العامة أصبحت مهنة مؤثرة في المجتمع .
- 4-الأفراد القائمين علي العلاقات العامة يشكلون جانبا أساسيا ومهما من الهيكل التنظيمي لأي مؤسسة اجتماعية أو تربوية أو رياضية أو صناعية أو تجارية .
- 5-شمولية العلاقات العامة حيث أنها لا توجه برامجها إلي فرد بعينه ولكنها تأخذ في اعتبارها فئات مختلفة من الأفراد .
- 6- التفاهم والثقة المتبادلة هما أدوات العلاقات العامة في الوصول إلي الهدف بأيسر الطرق وأفضلها
- 7-ضرورة فهم القائمين علي العلاقات العامة لأساليب الاتصال وطرق استخدامها الاستخدام الأمثل .
- 8-العلاقات العامة ذات اتجاهين داخلي وخارجي ، داخلي من الجمهور إلي المؤسسة وخارجي من المؤسسة إلي الجمهور ، وداخلي بين أفراد المؤسسة الواحدة.
- 9-تتنوع أساليب وبرامج العلاقات العامة حتى تقابل التغير السريع في المجتمع ومستوي التفكير والتطوير الاقتصادي الاجتماعي بين الأفراد .

10-الاتصال الحتمي بين الأفراد والعلاقات العامة وضرورة كل منهما لحياة الآخر .

*الحقائق والقواعد التي تستند عليها العلاقات العامة في تخطيط وتنفيذ برامجها .

وتستند العلاقات العامة في إقامة برامجها إلي مجموعة من الحقائق التي تملئها عليها العلوم

الاجتماعية والإنسانية وتتمثل هذه الحقائق فيما يلي :

1-الطبيعة الاجتماعية للإنسان :

فالإنسان كائن اجتماعي لا يحيا بمعزل عن الناس فطالما ظهر تعدد في الأفراد ظهرت بالتبعية

الحاجة إلي الجماعة ، فالإنسان بطبعته محدود التصرف ومحدود الإمكانيات ومن ثم سوف يكون

دائما ابد في حاجة إلي غيره لسد الجوانب الغير مكتملة فيه ، وتتمثل هذه الجوانب في مجموعة من

الاحتياجات البيولوجية والنفسية ، والاجتماعية حتى لو استطاع أن يشبع جانبا واحد بنفسه وهذا

افتراض خاطئ فإنه لن يستطيع أن يشبع باقي احتياجاته بنفسه سواء كانت اجتماعية ن أو نفسية وما

يتبعها من مقومات دون وجود من بني الإنسان .

كل هذا يتطلب منه إيجاد علاقات متنوعة مع غيره لإشباع هذه الاحتياجات سواء كانت هذه العلاقات

مع أفراد مثله، أو مع هيئات لها شخصيات اعتبارية .



2-الطبية الفردية للإنسان :-

فكل إنسان يحمل مجموعة من المميزات والعيوب والصفات والمعتقدات ،كلها تتغير من شخص إلي آخر ، ومن بيئة إلي أخرى ، وربما تتغير داخل الشخص نفسه من وقت إلي آخر ، بل ربما نذهب أكبر من ذلك إذا قلنا أنها تتغير داخل الشخص نفسه في مواجهة موقف واحد .

هذه الطبيعة المختلفة للأفراد تظهر مبدأ الفروق الفردية بين الأفراد في طبيعة التصرف ،والإقناع ، ومعالجة المواقف ،مما يؤدي إلي ضرورة أن تراعي عملية العلاقات العامة هذا المبدأ في تعاملها مع الأفراد .

3-تطلع الإنسان للعلم والمعرفة :

فإذا توافرت المعلومات والبيانات ،كل هذا يؤدي إلي ضرورة أن تشمل العلاقات العامة في المجال الرياضي علي ما يجذب الأفراد ويستثير داخلهم هذا الدافع الفطري إلي الاستطلاع عما هو جديد ،وأن تقدم الموضوعات له بالطرق التي تتناسب مع الموضوع المطروح عليه .

4-الطبيعة العقلية للإنسان :-

حيث يجب احترام طبيعة الفرد وتفهم حقيقة عقله حتى تتم مخاطبته بالصورة التي ترضيه وعدم اعتباره كاله لا مشاعر لها ولا تفكير ، فالإنسان بطبيعته قاد علي التفكير واستنباط خبايا الأمور فأقناع الإنسان واحترام أدميته وجوهره التكويني .

5-بعد الإنسان عن ما يضلّه :-

فالفرد يهوى الشيء الواضح ويبعد عن كل ما يحاول استغلال حاجته بطريقة غير صحيحة ، وتتولد لد الفرد ثقة من المواقف التي عن صدق وواقعية مما ينصب ذلك علي تعاملاته مع الجهات المعنية التي كونت لديه هذه الثقة ويحدث نوعا من التقبل والثقة المتبادلة .

6- الإنسان كائن متفاعل :-

فالإنسان كائن اجتماعي يتفاعل مع غيره ومع المواقف الاجتماعية ، بمعنى أنه يتأثر بالمواقف المختلفة في جميع الأوقات فالاهتمام باللعب وتوفير مستحقاته سوف ينعكس ذلك علي أدائه في الملعب واستجابته لكل ما يتطلب منه وما يكلف به ز

7- تكوين الاتجاهات تبعا للمواقف :-

يكون الفرد اتجاهاته وأرائه لمختلف الأمور التي يمر بها كما أنه يكون هذه الآراء والاتجاهات دون الحاجة إلي التأثير عليه في معظم الأحيان ،وعلي ذلك قد يكون من بين هذه الاتجاهات بعض الاتجاهات الخاطئة لذا من الواجب عملية العلاقات

العامة في الهيئات المختلفة أن تصحح من اتجاهات الأفراد بما يتناسب مع الأفراد العامة والإيجابية وتكوين رأي عام سليم بتقديم كل ما هو صادق والبعد عن التزييف والخداع .

8- وجود الهيئات رهنا بوجود الإنسان :

فلولا وجود الإنسان لما وجدت الهيئات التي تعمل في نهاية الأمر علي خدمة وتقديم ما يريد هو .فلكي تبقي الهيئة علي طريق التقدم لابد أن توائم بين ما يقدم وبين أهداف الأفراد (الجمهور) الذي تتعامل معهم ،وأن تسعى دائما لكسب رضاهم وثقتهم بها لتصل في النهاية إلي تعاونه معها في إنجاز مهامها وإمدادها بالمعلومات الصادقة التي تساعد علي تطويرها لبرامجها بما يتفق وطبيعته .

" مبادئ العلاقات العامة "

التحمية :-

إذا إنه لاغني لأي مؤسسة أو هيئة تربوية ، أو اجتماعية أو رياضية عن العلاقات العامة في هي التي تحدد إن كان ما يتم من أعمال سوف يأتي بنتائج جيدة أم رديئة علي ضوء ما تقوم به هذه المؤسسة من تسويق جيد لبرامجها ومبادئها عن طريق وضع عملية العلاقات العامة في موضعها الصحيح الذي تستطيع من خلاله توضيح الصورة الصحية لما يتم من إنجازات ، فالمدرسة مثلا تحدد علاقتها بأفرادها علي مدي قدرة

القائمين بالإدارة فيها توضيح الأهداف والنقاط التي تحققها ،ولا يأتي لها هذا إن كانت بمعزل عن إقامة علاقات ترابطية بين العاملين بها .

2- المصارحة :-

فجمهور النادي مثلا ليس يخفى عليه ما يدور داخل أروقة النادي ومجالس الإدارة من مخالفات ومشاحنات أو اعتراضات أو حتى مصروفات ، فهو ليس بعزل عن النادي وقد يكون خافيا على إدارة النادي أشياء كثيرة ولكن الجمهور من الممكن أن يمتلك بين أفرادها الحل المناسب لهذه الأشياء وقد يكون من ألزم الأمور التي يجب على المؤسسة الرياضية أن تضعها في مقدمة مبادئها هي المصارحة

مع الجمهور وذلك لسببين هامين هما :

- أن الجمهور قد يمتلك حلا للمشكلات كثيرة لا يقوى على حلها أفراد مجلس الإدارة بمفردهم
- المصارحة منذ البداية قد تجنب النادي ويلات المعارضة وما قد يكون أن تستغله في أوقات محددة من إظهار حقائق لم تصرح بها إدارة النادي قبل ذلك مما يمكن أن يؤدي إلى إثارة القلاقل

3- الدقة

يقصد بالدقة أن يتم العمل بنفس الطريقة التي تخطط إليها , فهذا ما يظهر الفروق بين مجموعة من الأفراد ينفذون ما يتم تخطيطه بدقة فتأتي نتائجهم كما تصورها , ومجموعة أخرى يقومون بتنفيذ الأعمال الموكلة إليهم طبقا لأهوائهم الشخصية , وما يصادفهم فيه من ظروف مختلفة من مراعاة أنه قد تحدث بعض النجاحات عن طريق الصدفة ولكن ليس من الواجب وضع هذه الصدفة موضع التصديق , ذلك لأن طريقة أداء العمل تأتي في نفس أهمية العمل نفسه

4- الحقائق

فطريقة وضع بلاتوهات لإخفاء اللون الاصلى للحقيقة لا يجب أن توجد داخل المؤسسات التي تبغي التقدم والرقى , فغالبا سوف تتساقط هذه البلاتوهات في يوم ما وتظهر الحقيقة جلية دون تنميق وفي هذا الوقت لن تحمد العواقب

5- البرنامج

فا المدير مثلا لا يجب أن يتوقع من تابعة تأييدا كاملا لبرنامج تم وضعة وأسفر عن نتائج سلبية غير متوقعة , والنادي لا يجب أن يغضب من الجمهور الذي يثور عليه لإخفاقه في تحقيق البطولة رغم توافر كافة الإمكانيات وتكافؤ الفرص مع الفرق الأخرى , والمدرس لا يجب أن يغضب من التلاميذ الذين لا يسعون إلى المشاركة في دروس

التربية الرياضية لأنه يكلف نفسه في إعداد مجموعة من الدروس تستميل اتجاهاتهم وتسترضى أهوائهم وإمكانياتهم والطالب لا يجد أن يشكو الظروف ويدعى الظلم إن لم يضع لنفسه برنامجاً للاستنكار وحضور المحاضرات طول العام فالعلاقات العامة إذن لا يجب أن تسير على خطوط متفرقة ومتباعدة ولكن يجب أن يكون هناك برنامجاً محدداً لكل صغيرة وكبيره

6 - الواقعية :-

فلا وجود للمحابة أو المحسوبية في العلاقات العامة , إذ يجب أن يكون المعلومات التي يتم توصيلها حقيقية , بعيدة عن المصالح الشخصية التي يمكن أن تغير من حقائق الأشياء وتعطى بعضا من الجهات فوق مما تستحق , وفوق أن برنامج العلاقات العامة يجب أن تتصف بالواقعية في الوقت نفسه يجب أن تقدم في صورة تروق لجمهور المستقبلين حتى تجد أرضا صلبة تتحرك من خلالها

7 - التمويل

لا شك في أن المدرسة التي تتوفر فيها مميزات كبيرة ومن مصادر متعددة سوف تكون أسعد حالاً

بين رفيقاتها من المدارس الأخرى وسوف يصل صيتها أفضل

وأسرع وألمع من بقية المدارس التي تفتقد التمويل المناسب الذي يؤهلها إلى كسب الرأي العام إقناعه

بأسلوبها في الإدارة والتعليم كما أن النادي الرياضي الذي

تتوافر له ميزانية كبيرة ومن خلفه مجموعة من الممولين سوف تتاح له فرصة جذب الجماهير

والإعلان لفريقه مما يؤدي إلى الوصول إلى قاعدة كبيرة من المشجعين .

فالتمويل إذن ضروري لعملية العلاقات العامة ولضمان نجاحها في تحقيق أهدافها التي تسعى إليها

ولكن لا يجب أن تقتصر النظرة على التمويل المادي فقط , فالجانب البشري أهم من عملية العلاقات

العامة والذي إذا أتاحت له فرصة العمل في جو يتمتع بالتمويل الجيد سوف يقدم نتائج جيدة بلا جدال

, والجانبان المادي والبشري مرتبطان لا يجب الاهتمام بتوفير أحدهما دون الآخر .

8- الاستمرار :-

فليس من أوجه الصحة أن تتم الدعاية والاتصال بالآخرين لمساعدة النادي في بداية الموسم ثم تنتهي

هذه النقاط بعد ذلك , وليس من المحبب أن يتصل الأفراد بأعضاء النادي أثناء فترة الانتخابات

لضمان أصواتهم ثم بعد ذلك ينصرفون عنهم بعد نجاحهم

إذن عملية الاستمرار لبرنامج العلاقات العامة يعنى الدوام , وعدم ارتباطها بأوقات معينة فى العام ,

ذلك حتى نضمن تحقيق النجاح المنشود

9- التواصل

فالأهداف المؤثرة للعلاقات العامة يجب أن تتم من خلال تواصل المدرب مع اللاعب واللاعب مع

أسرته , والمدرب مع أفراد الجماهير , فالسلسلة متصلة لا تنقطع ولا تقف عند فرد معين أو فئة معينة

10 - التميز :-

من المسلم به أن الأفراد القائمين بعملية العلاقات العامة أن يزداد هذا الدور أهمية ويأخذ الوضع

التميز إن كان القائم بهذه العملية ممن لهم سمعة طيبة وذاع صيتهم بين الناس مما يسهل مهمته في

الاتصال والقبول لدى الأفراد ومثال على ذلك لاعبي كرة القدم المشهورين والمحبوبين بعد الاعتزال

تستثمرهم الشركات الكبرى في عملية العلاقات العامة نظرا لعدم حاجاتهم لوقت حتى يوصلوا إلى

الناس مما يمهد إلى سرعة الوصول الرسائل المرجوة .

فالتمييز إذا يعنى إلا يفتح هذا المجال لكل الأفراد على حد سواء وأن الشخصيات التي يوكل إليها هذه العملية يجب أن يكون لديها ما يساعدها على أداء رسالتها وان كان من الممكن الاستعانة بمشهورين أو أفراد مرموقين لتوصيل الرسالة التي تحددها العلاقات العامة لكن ذلك أفضل

11- النظرية الكلية

يكتفي بعض أخصائي العلاقات العامة بخلفيات الأمور التي يوضعون بها وبناء على ذلك تصدر قراراتهم وتقاريرهم بناء نظرة جزئية تتميز بسطحية المعالجة ولا تذهب إلي جوهر الأشياء بل تكتفي بالقشور الخارجية فقط

ولكن أخصائي العلاقات العامة الناجح والذي يبغى تكوين قراراته وتقاريره بناء على معرفه كاملة بجوانب الموقف لا يكتفي بذلك بل ينزل إلى الجمهور لمعرفة آرائه ومقترحاته فهو بذلك يخرج إلى النور ليتعرف على الأمور بكل جوانبها والعوامل التي تؤثر على البرنامج العام وذلك عن طريق إجراء الاتصالات بأنواعها المختلفة والوقوف على الحقائق كاملة وبذلك يكتب لبرنامج العلاقات العامة الناجح والتحقق الإيجاب

وعلى هذا الأساس لا يعنى التحيز إعطاء الفرصة لإفراد على حساب غيرهم من الآخرين ولكن يعنى الاعتماد على من يمتلك القدرة على الوصول بأيسر الطرق وأسرعها إلى الهدف المنشود وكم من أفراد لا يملكون شهرة ا وصيتا ولكن يكون وصولهم إلى قلوب الآخرين أسهل وأيسر وأسرع مما يمكن أن يكون في محاولة الاتصال بهم عن طريق مشاهير أو إعلام في الدولة فالمعنى الكلى يؤكد على مميزات الشخصية واللياقة والقدرة على التعبير بما يعطى في النهاية شخصية متميزة

12- الديمقراطية :-

يعد هذا المبدأ أساسا لممارسة نشاط العلاقات العامة والأخذ به لا يدع مجال لدكتاتور أو السيطرة القلة فتسود الهيئة روح معنوية عالية وتتاح الفرصة لابتكار وعرض المقترحات ولا يستطيع المديرون أن يفرضوا سياساتهم الذاتية دون اشتراك هيئة الإدارة والعاملين في تحمل المسؤولية مما يجعل سياسة المؤسسة لا ترسم إلا نتيجة لأفكار الجمهور كتصدي لما يبيده الأخصائيون من مشورة ومقترحات وفى ذا تشجيع للديمقراطية ودعم للمبادئ الإنسانية السليمة

ويتبع هذا تدريب الجماهير على تحمل المسؤولية الاجتماعية بتبصيرهم بإمكانيات المؤسسات ومجهداتها بالعقاب والصعوبات التي تواجهها وما يجب على الجماهير أن تقوم به من تأييد وتحمل لمسئوليتها في مجال معاونة المؤسسة في تحقيق رسالتها ويتحقق ذلك عنصر التضامن والتماسك بين الطرفين وبهذا تكون للعلاقات العامة أهداف اجتماعية تتحقق عن طريق برامج العلاقات العامة فالديمقراطية في إدارة العلاقات العامة داخل المؤسسة الرياضية وبين المؤسسة وغيرها من المؤسسات الرياضية الأخرى يتيح لها موقعا متميز ويمكن أن ترجع أهمية الديمقراطية في المجال الرياضي إلى كونه نشاط حرا وليس رسميا روتينيا فالجماهير يمكن لها أن تشجع نادي دون الآخر ويمكن لها أيضا أن تشجع غيره من

الأندية واللاعب يمكن له أن يلعب في أكثر من نادي في ظل نظام الاحتراف دون قيد عليا أذا فأساس التعامل والعلاقة بين اللاعب والنادي وبين النادي والجمهور لابد أن تبنى على أساس من الديمقراطية التي تتيح نوع من التلقائية في التعبير وإبداء الرأي

13- التنوع :-

بمعنى عدم الاكتفاء بأسلوب واحد فقط بالاتصال بال جماهير حيث انه من المعروف أن الصورة الواحدة المتكررة للاتصال سوف تفقد أهميتها وجوهرها بمرور الزمن لتعود الأفراد استقبالها بنمطية واحدة وف النهاية تفقد هذه الوسيلة مصداقيتها في نهاية الأمر ولا تستطيع أن تحقق الهدف المرجو من ورائها

ولكن التنوع يعنى التغيير بين الأساليب وتعددتها ولقد ظهر أن استخدام أسلوب الدعاية في بعض الأحيان يطفىء على الأفراد روح معنوية مرتفعة مما يدفعهم إلى قبول الإقرارات وتنفيذها وبذلك تكون الأهداف قد تحققت مع تحقيق عنصر آخر بطريقة غير مباشرة وهو القبول والقناع لدى الأفراد ولكن لا يجب استخدام اى من الأساليب بطريقة استهلاكية بل يجب أن يكون محسوب بمقدار حتى لا يأتي الوقت الذي يفقط رونقه هو الآخر

14- التبعية :-

بمعني أن يكون برنامج العلاقات العامة متبعا للسياسة العامة للدولة أو للهيئة ولا يكون بمعزل عن هذه السياسة ،فهو وسيلة من وسائل تحقيقوازن المطلوب بين ما يتم داخل المؤسسة أو الهيئة تربوية أو اجتماعية أو رياضية وبين الهدف الأسمى الذي ترسمه السياسة العامة للدولة أو الهيئة .

15- الترابط:

وهذا لا تأتي إلا إذا كانت باقي النقاط السابقة قد تمت فعلا ، ويقصد بالترابط هو تجانس ما يتم داخل المؤسسة مع ما يتم داخل المجتمع . حيث أن هذه المؤسسة جزء من المجتمع ،وكذلك ترابط الأفكار لدي الأفراد العاملين في مجال العلاقات العامة مع الأفكار التي يعتنقها باقي أفراد المؤسسة ، ليصلوا كلهم داخل الإطار العام للدولة كمجتمع ورمز .

16- انتقاء العاملين :-

فهيئة التدريس بالمدرسة تدل علي المدرسة وبرامج التعلم ككل ، ومنسق العلاقات العامة في بطولة رياضية يعطي صورة واضحة للهيكل التنظيمي للبطولة والدولة المنظمة ، بمعني أن عنوان الشيء يدل عليه ، وعلي ذلك يجب انتقاء

العاملين في مجال العلاقات العامة بعناية وتدقيق كونهم عنصرا مهما في التعبير عن وجهة نظر المؤسسة ككل ، ويجب أن يتعلموا الكثير من المنادي في التعامل مع الجمهور والوصول إلية بسلاسة دون عسر وتحقيق أكبر المكاسب بأقل الفاقد منها .

وأن يتعلموا كيف يظهرين في موقف القدرة وبمظهر حسن يدل علي من يعملون لهم ، وإن كانت هناك بعض الخصال السيئة لديهم فيجب أن تنحي جانباً وأن يتم استبعاد من يبدو علي الصورة المطلوبة منهم .

17- الأسلوب العلمي :-

إن من يسير بدون تكوين خطواته مهتزة ومتخبطة وليست مستقرة ، وذلك لأن الصدفة دوراً كبيراً في تحركاته والاعتماد علي الحدس يكون هو الغالب وتظهر محاولات التجربة والصواب والخطأ جلية واضحة .

بينما الأسلوب العلمي يمهّد لمجال العلاقات العامة حل المشكلات والمواقف بطريقة أصح لاعتمادها علي المنطق حيث الوصول للحل بطريقة مرتبة ومنتجة تعتمد كل خطوة فيها علي السابقة لها . وذلك يكون العلم هو الأساس في الحكم بموضوعية وحيادية تامة ، فتحدد المشكلة بعد التعرف عليها ثم وضع المقترحات لحلها والمفاضلة بين الاختبارات (البديل) ثم يفضل أي منها بعد دراسة من كافة الجوانب ثم التجربة والتحقق من مصداقية ، فتقويم النتائج التي تسفر عنها التجربة ... كل هذا يمهّد إلي

تجنب التخبط والجدل والبعد عن طرق الأمور للصدف والظروف العابرة ، ويكون الأسلوب السائد هو الأسلوب المتزن الذي يعتمد علي المنطق في معالجة الأمور والاستنباط والاستنتاج بناء علي ما يتوافر لدينا من معلومات عن وضع راهن .

18- التحديد :

يعني التحديد بالترتيب المسبق للأحداث والإجراءات وتحديد الاختصاصات والمستويات ، وتحديد الأهداف المرحلية التي يتم قياسها علي فترات متقاربة لبيان صحة أو خطأ الخطوات المتبعة . ويعني التحديد أيضا تنظم مراحل برامج العلاقات العامة من جهة الأهداف والإجراءات والنتائج ، وكلما تم تحديد خطوات ونقاط البرنامج جيدا كلما ازداد فرص الحصول علي نتائج مرجوة .

19- ليس من المعقول أن يتم تحديد برنامج للعلاقات العامة في بيئة ريفية وتكون من ضمن متطلبات نجاحه الاعتماد علي شبكات الانترنت أو توافر شبكات اتصال تليفون متقدمة أو ما شابه ذلك مما لا يمكن توافره في هذه البيئة .

وأیضا لا يجب الاعتماد علي الاتصال الشخصي في داخل منظمة كل أعمالها تدور بالكمبيوتر والاتصال اللاسلكي مما قد يكون عائقا في وصول

المعلومات في الوقت المناسب. كذلك لا يمكن تطبيق برنامج للعلاقات العامة لا يتفق مع الظرف العامة التي تمر بها المجتمع والتي تتصف بالتغير الدائم تمشيا مع الظروف التطور السائدة في المجتمع العالمي .

كل هذا يمهد إلي ضرورة القول بأن البرنامج الناجح للعلاقات العامة لابد أن يضع مبدأ التلاؤم في اعتباره عند التخطيط والتطبيق . نظرا لان ما يتناسب مع البيئة معينة لا يجب أن يعتبر ملائما مع

بيئة أخرى تختلف معها في الظروف والمتغيرات ،بمعني أنه لكل مقام مقال ، وأيضا يعني مبدأ التلازم أن يتصف برنامج العلاقات العامة بالمرونة تبعا لطبيعة الموقف نفسه ولا يكون جامد فينكسر عند أول مواجهة له مع الواقع .

20- الاندماج :-

ليس من المستحب أن تضع هيئة العلاقات العامة نفسها داخل إطار زجاجي لا يقترب منها أحد ،أو يطلّبون لأنفسهم بامتيازات خاصة دون عن سواهم من الهيئات الأخرى بالنادي ،أو المدرسة ، وكذلك لا يجب أن يضعوا أنفسهم بمعزل عن الجمهور فالجمهور له الحق أن يعرف ما يحدث وما هي خطوات البرنامج الفعلي حتى يبدي اعتراضه أو موافقته عليها . أي بمعني آخر لابد أن يكون الاختلاط بالأفرع الأخرى والجمهور ليس بغرض الاختلاط فقط ولكن لغرض إحداث نوعا من الترابط بين الفروع المختلفة من ناحية وبين الجمهور من ناحية أخرى .

21- التخطيط :-

إذا كان التخطيط في معناه العام يعني التنبؤ بما سيكون عليه مستقبل النادي أو المؤسسة بناء علي ما يتوافر لدي من أفراد من معلومات وبيانات وحقائق عن وضعه الراهن ن إذا كان هذا هو المعني العام للتخطيط فأن معناه في العلاقات العامة لا يختلف عن ذلك إذ تعني العلاقات العامة بتحسين وضع المؤسسة بين رافقتها وجعله أكثر تأثير وتفعلية بحيث يصبح مؤثرا ومعتادا به عند الحكم علي المواقف المشتركة .

والتخطيط عنصر هام من عناصر العملية الإدارية والإعداد له بشئ من التروي والحكمة يؤدي إلي تحديد السياسات بشكل جيد ومن ثم تأتي النتائج علي جانب كبير من الصواب ، وللعلاقات العامة جانب إداري مهم لا يجب عزلة عن وظيفتها ومن ثم لا يمكن التخطي عن كل ما يتحمله هذا العلم من عناصر مؤثر وبناءة.

33-إن تعاون العاملين في المؤسسة من المسببات الرئيسية لنجاح العمل ، ومن ثم لابد أن يكون التعاون علي أشده بين القائمين علي أمر العلاقات العامة فيما بينهم ، وبينهم وبين القطاعات الأخرى بالمؤسسة لضمان إتمام العمل علي أكمل وجه .

23- الشمول :-

بمعني أن يتم تصميم البرامج كي تشمل كل الفئات المستفيدة من العمل ولا تكون مركزة نحو فئة معينة ،فعلي سبيل المثال لا يجب أن تكون مهمة العلاقات العامة في النادي الرياضي مركزة حول علاقته بالنوادي الأخرى فقط ،بل يجب أن يتعدى هذا الاهتمام ليشمل القطاع الحكومي والأهلي واللاعبين وأولياء الأمور وكل من له صلة من قريب أو بعيد بهذا النادي .

24- التقدير :-

هناك مجموعة من الأفراد يخدمون بسخاء وتقاني ويقدمون كل غالي وثمان في سبيل إنجاح العمل دون أن يكون لهم أي أغراض خاصة . هؤلاء الأفراد يجب أن يتم تقديرهم علي نحو مرض حتى يكونوا نموذجاً يحتذي به لكل من يعمل بجانبهم ، وهذا التقدير لا يجب أن يكون نمطياً علي وتيرة

واحدة ، بل يجب أن يكون وفقا لحجم الانجاز الذي تحقق ، وأن تكون هناك تفرقة بين من يعمل ولا يعمل .

25- المشاركة :-

أفضل وسيلة للعلاقات العامة في مجال التعلم تتم من خلال التلاميذ الذي يهتمون أولياء الأمور باتجاهيتهم وحسن أدائهم بالمدارس ، فالمعلم يجب أن يتذكر دائما ردود فعل أولياء الأمور تجاه ما يقدم لأبنائهم من خدمات داخل المدرسة ، فردود الفعل هذه تعد بمثابة مؤشرا يدل علي نجاح أو إخفاق البرنامج الدراسي في تحقيق أهدافه ، ومن ثم يمكن علي ضوء ذلك تقديم المقترحات التي يكون من شأنها المساعدة علي إيجاد الحلول للمواقف التي يلاحظ عدم الرضا عنها أو رفضها

26- الاتصال :- الوظيفة الحقيقية للعلاقات العامة في أي مؤسسة هي تأسيس قناة اتصال مفتوحة مع الجماهير كي يكون معنيا في اتخاذا القرارات الهامة والمصيرية ، وهذا الاتصال لا يجب النظر إليه علي أنه من أوجه التنازل أو التواضع بل يجب أن يعد الأسلوب الشائع والطبيعي في علاقة القائمين بالعلاقات العامة بالأفراد الآخرين الذين يمكن يكون لهم صوتا من يسمعه ويأخذ به في الاعتبار .

" أهداف العلاقات العامة "

يتطلب التنظيم الفعال في إدارة العلاقات العامة ضرورة وجود أهداف محددة ومتفق عليها تسعى إلى تحقيقها بكفاءة ، ويبني عليها تحديد الأنشطة والمهام التي يجب أن تقوم بها إدارات العلاقات العامة لتحقيق هذه الأهداف التي تم التخطيط إليها.

ويشير إبراهيم إمام إلى أن الهدف الأسمى للعلاقات العامة والذي تلتقي حوله باقي أهدافها الأخرى هو تحقيق الانسجام والتوافق في المجتمع الحديث الذي تعترضه التغيرات السريعة في نظم الحكم