

الباب السابع

العلاقات العامة والادارة

- الفصل الأول .. تعريف ومفهوم .
- الفصل الثاني .. العلاقات العامة فى المجال الرياضى .
- الفصل الثالث .. مواصفات واختصاصات مسئول العلاقات .

الفصل الأول

تعريف ومفهوم

يعتقد كثير من الناس أن العلاقات العامة شيء جديد ، وأنها من الوظائف التي بدأت تأخذ مكانها في التنظيمات الحديثة فقط . ولكن العلاقات العامة نشاط قديم قدم المدنية . فقد عرف الانسان من قديم الأزل كيف يعامل أخيه الانسان بما يحقق له النفع والخير وقد وردت هذه المعاملة في تجارب كثيرة وأطوار عديدة ، حتى استقرت في أذهاننا « الصورة المثلى للمعاملة » وجرى تطبيق المثل في المعاملات في الحياة العملية ، وأصبحت شيئا ملموسا في العصور الحديثة . وكانت الجهود تبذل في مختلف العصور لتفهم الرأي العام والتعامل معه والاتصال به . أما الجديد فقط فهو وسائل الاتصالات التي يستعملها المشتغلون في العلاقات العامة .

والعلاقات العامة ليست مجرد اعلام الناس بالحقائق ، ولا مجرد الدعاية لاعتناق فكرة معينة وتعنيها نوع من السياسة والسلوك ، يتوخى فيها الانسان المنفعة الذاتية مع مراعاة صالح الغير ، ومادامت هذه هي طبيعة العلاقات العامة ، فإن هذا العلم الجديد لا يعدو أن يكون في نظرنا تطورا لعلوم الأخلاق - أو آداب السلوك - في مجال المعاملات . ومضمون هذا العلم الجديد هو « كيف نعامل الجمهور ؟ » ولهذا فإنه يمكن أن نسميه علم « فن معاملة الجمهور » أو « فن الاتصال بالجمهور » .

وإذا حللنا العلاقات العامة لوجدناها لا تتركب من الاعلام والدعاية وعلم الأخلاق فحسب ، ولكنها تتركب أيضا من عنصرين آخرين هما الاقتصاد والادارة . فرجل العلاقات العامة في المجال التجارى يهدف إلى الحصول على أكبر ربح بأقل نفقات وإن كان ذلك يختلف في المؤسسات الخدمية مثل الهيئات الرياضية . ولذلك نجد أنه يتدخل

في تنظيم الإدارة بطريقة تضمن الوصول إلى الهدف وقد ظهرت العلاقات العامة بصورتها الحديثة في أوائل القرن العشرين ، واندفعت قوية للأمام خلال الحرب العالمية الأولى ، وذلك بفضل الجهود التي بذلت لتعبئة الرأي العام وتبنيته من أجل النصر . أما في الحرب العالمية الثانية فكان الاعلام الموجه إلى الملايين أضخم تجربة في تاريخ العلاقات العامة وما كانت الدول الحديثة تستطيع إجرائها لولا التقدم في فنون الطباعة والاخراج والزيادة المستمرة في وسائل النشر .

وجدير بالذكر أن الشريعة الاسلامية تتضمن جميع الأصول الأخلاقية السليمة التي يستند إليها فن « العلاقات العامة » والمعاملات جزء أساسي من الشريعة الاسلامية التي تأمرنا باتقان الصنعة والأمانة والصدق والوفاء بالعهد . وأن يحب الإنسان لأخيه الإنسان ما يحب لنفسه وأن يعامل الناس بالحسنى الخ .

كما تحرم الشريعة الاسلامية الغش والخداع والربا والربح الفاحش الخ . وتتفق في ذلك جميع الشرائع السماوية .

ولم تقتصر تطبيقات العلاقات العامة على الميدانيين الاقتصادى والسياسى فحسب بل أن المؤسسات الاجتماعية والتربوية وغيرها أخذت تستفيد من هذا النشاط الجديد وتجرب ما وصل إليه الخبراء من أساليب حديثة ولهذا فقد أصبحت العلاقات العامة علما اجتماعيا حديثا يعتمد على الدراسات النفسية والاجتماعية والاحصائية . ومثله في ذلك كمثال سائر العلوم الانسانية المستحدثة التي مرت في مراحل وأطوار حتى استقرت في آخر مراحلها على وضعها الراهن . ومن هذه العلوم على سبيل المثال ، علم الاجتماع وعلم النفس . ومع فهذه العلوم الانسانية نفسها لا يزال مجال الاجتهاد فيها واسعا ويضيف إليها المفكرون الباحثون أشياء جديدة من عام إلى عام .

وعلم العلاقات العامة بصورته الحالية . يتناول جميع المجالات الصناعية والتجارية والخدمية أو فن الحكم أو الخدمات الاجتماعية والثقافية والصحية . وذلك لتعدد أوجه النشاط الانساني وتعدد الجماهير أو الجماعات الصغيرة أو المجتمع الانساني لهذه العلاقات العامة الحكومية والتعليمية والعسكرية والتجارية والصناعية الخ .

لكن كل هذه الفروع تجمعها مبادئ عامة وتستند إلى أصول فنية واحدة . وما هي في حقيقتها الا تطبيقا للقواعد العامة للعلاقات العامة مع مراعاة الظروف والأصول في المجال التي تطبق فيه . فالوسائل التي تتبع في العلاقات العامة واحدة ، والأدوات واحدة

(كوسائل الاتصال الجماهير) . كوكالات الأنباء والصحافة والاذاعة والتلفزيون والسبينا أو غير ذلك من الوسائل الأخرى ومهما يكن فإن هذا العلم الجديد لا يقف فقط عند حد العلم به كإداة بحث فى الفكر الانسانى ، بل يتعدى ذلك إلى مجال التطبيق العلمى فى الحياة الإنسانية والحياة العامة فى شتى ميادينها .

لذا يجدر بنا كعاملين فى مجال التربية البدنية والرياضة الاهتمام بدراسة هذا العلم أو الفن وأن نعمل على تيسير تلك الثقافة العامة فى جميع مؤسساتنا الرياضية سواء كانت حكومية أو أهلية لما فى ذلك من أهمية بالغة فى تحقيق أهدافنا القومية .

ماهية العلاقات العامة ؟

من أهم المسائل التى تواجه الأفراد والمؤسسات حاليا هى العلاقات بالناس ، ولقد أدى عدم فهم الناس بعضهم بعضا إلى حدوث الاصطدامات الانسانية التى نسمع عنها ونراها يوميا .

وقد أصبحت مشكلة التوفيق بين اتجاهات الناس وآرائهم من أهم المشكلات التى تواجه العالم ومن أدق المسائل وأصعبها . فما لم تصبح العلاقات الاجتماعية وعلاقات العمل بين الناس وثيقة وقائمة على أسس صحيحة ، فإن المشكلات ستظل قائمة .

لذلك فقد ازداد اهتمام الناس بالعلاقات العامة باعتبارها تتعلق بالعلاقات الانسانية وعلم الاجتماع ولا تزال هذه الدراسات فى تزايد مستمر من عام إلى عام .

والهدف الأساسى لكل من هذه الجهود هو التوفيق بين الناس وميولهم وإحساساتهم وبين حاجاتهم فى بيئة عملهم مع بعضهم بعضا ، وإيجاد صلة متشابهة أو متجانسة فيما بينهم .

وفى المجال الرياضى نجد أن هناك فرق كبير بين ما يسمى « بالعلاقات الداخلية » والتى تعنى العلاقات بين العاملين داخل النادى أو الاتحاد الرياضى مثل علاقة مجلس الادارة بالمدير أو علاقة المدير بالعاملين أو علاقة مجلس الادارة بالمناطق التابعة له ، وكذلك علاقة مجلس الادارة بأعضاء النادى ولجانه ، وبين « العلاقات الخارجية » والتى تعنى العلاقات بين النادى أو الاتحاد مع الذين هم خارج الهيئة ويتعاملون معها ويتصلون بها ... مثل علاقة مجلس إدارة الاتحاد بالاتحادات القارية والعربية والدولية ولجانه ،

وعلاقة النادي بالأندية المحيطة وبالاتحادات الرياضية ومناطقها . ثم علاقة هذه الهيئات بالجهة الادارية المختصة والهيئات الخارجية .

وعملية وضع تعريف للعلاقات العامة أمر ليس بالسهل فهناك من يعرفها بما يجب أن تكون عليه وهناك من يلونها بوجهة نظره وفقا لخبرته الشخصية ، وهناك من يعرفها تعريفا مختصرا غامضا يحتاج إلى شرح وتفسير ، وهناك من يسهب في تعريفها وكأنها تشمل النشاط الإنساني بأكمله .

وهناك اتفاق بين المشتغلين بالعلاقات العامة على أن مهمتهم تنحصر في بناء صبرة محبة للجمهور عن هيئاتهم عن طريق الأعمال الصادقة التي تقوم بها .

وبالرغم من ذلك ، فإن الحاجة أصبحت ملحة لوضع تعريف للعلاقات العامة لعدة أسباب منها :

١ - إن عدم وضوح النشاط الذى يقع في محيط العلاقات العامة يؤدي إلى تضارب في الاختصاصات .

٢ - إن عدم وضوح الاختصاصات لا يساعد على تنظيم إدارة العلاقات العامة تنظيما سليما بحيث تؤدي الأعمال المنوطة بها على أحسن وجه .

٣ - عدم وضوح مفهوم العلاقات العامة يؤدي إلى إهمال الادارة العليا لها .

وإذا نظرنا إلى المفهوم السائد بالهيئات الرياضية عن حقيقة دور أخصائى العلاقات العامة لنجد أنه يتفاوت وفقا للمفاهيم السابقة ، فنجد أن هناك من يقوم بعمله عن طريق دراسته للمفهوم الصحيح للعلاقات العامة ، ونجد أيضا أن هناك من يقوم بعمل العلاقات وفقا لمفهومه الخاص أو مفهوم رؤسائه ، ومما يؤدي ذلك أن هناك كثيرون يخلطون بين العلاقات العامة وبين غيرها من أوجه النشاط الأخرى .

Advertising	أو الاعلان	Publicity	كالترويج
Informaion	أو الاعلام	Propaganda	أو الدعايه

لذلك سنستعرض في الفقرات التالية بعض التعريفات التي أعطيت للعلاقات العامة ثم نقارن بينها وبين أوجه النشاط السابق ذكرها ونبين الفرق بينهما .

١ - ريموند ميلر : عرفها بأنها دراسة دقيقة لأسباب السلوك الانساني ونتائجه .

٢ - وعرفها كل من (بلاكافد ، بلاكان) « بأنها الفلسفة الإدارية التى تسير عليها منظمة ما » .

٣ - وعرفها كل من (هارو ، بلاك) « بأنها فن وعلم يختص بمعالجة مشكلة صعبة هي كيفية خلق جو من التفاهم بين فرد أو منشأة وبين منشآت أو أناس آخرين »

٤ - وقد عرفها مجموعة من رجال الأعمال بأنها « توصيل الحقائق إلى الأصدقاء مع جميع الأدلة لكى يكونوا رأيا محددًا عن قيمة الهيئة وأهميتها بالنسبة لهم » .

وفي محاولة للوصول إلى تعريف موحد للعلاقات العامة طلبت مجلة أخبار العلاقات العامة فى عام ١٩٤٧ من مشتركها المشتغلين بالعلاقات العامة أن يقترحوا تعريفا لها فوصلها ٢٠٠٠ اقتراح تكشف عن اختلاف كبيرة فى المفهوم وقامت المجلة بعمل تعريف واحد من جملة ما وصلها من تعريفات فكان كالتالى :

« العلاقات العامة هي وظيفة الإدارة التى تقوم بتقييم اتجاهات الجمهور وربط سياسات وأعمال فرد أو منشأة بالصالح العام ، وتنفيذ برنامجا لكسب تأييد الجمهور وتفاهمه » .

وفى سنة ١٩٤٨ كون معهد العلاقات العامة البريطانى لجنة من بين أعضائه لتقوم بتعريف العلاقات فكان تعريفها كالتالى :

« العلاقات العامة هي الجهود الإدارية التى تهدف إلى إقامة وتدعيم تفاهم متبادل بين هيئة وجمهورها » .

ويلاحظ أن التعريفات السابقة قد أكدت على ثلاث نقاط رئيسية وهي :
أولا : قبول فكرة الرأى العام فى التأثير على المنشآت والهيئات والمؤسسات والمنظمات وما فى حكمها .

ثانيا : أن الهدف الذى تسعى العلاقات العامة إلى تحقيقه هو التأثير على الرأى العام للحصول على تأييده ومعاونته .

ثالثا : مراعاة الصالح العام بضرورة إنشاء علاقات طيبة .

ونخلص من ذلك ، بأن نشاط العلاقات العامة يجب أن يقوم أساسا على تلمس احتياجات الجماهير ودراسة آرائها وتحسس مشكلاتها والتنبؤ العلمى باتجاهاتها وتصل نتيجة هذه الدراسة فى أمانة وصدق إلى المستويات الإدارية العليا فى الهيئات .

وقد ورد في دائرة المعارف البريطانية تعريفا للعلاقات العامة يقول :

« إن العلاقات العامة عبارة عن مظاهر النشاط المتصلة بتفسير وتحسين الصلة أو العلاقة بين هيئة ما سواء كانت هذه الهيئة ذات شخصية اعتبارية أو صفة فردية أى يحكمها فرد واحد وبين جمهور له ارتباط أو اتصال بهذه الهيئة » .

. وقد يؤخذ على هذا التعريف أنه يعتبر العلاقات العامة نوعا من النشاط الانساني وليس له صفة العلم أو الفن .

كما ورد بدائرة المعارف الأمريكية أن « العلاقات العامة هي الفن الذى يقوم على التحصيل والتأثير والتفسير لموضوع معين سواء كان هذا الموضوع يدور حول فكرة أو حول شخص أو حول جماعة ، بقصد تهيئة السبل أمام الجماهير لكي يعترف بالفائدة التى يتضمنها وأنه يستفيد فعلا من أداء ذلك » .

وهذا التعريف أكثر دقة من التعريف السابق لأنه اعتبر العلاقات العامة علما يقوم على التحليل والتأثير والتفسير وبذلك يستخدم البحث العلمى .

ومن جملة التعاريف التى استعرضناها عن العلاقات العامة ، يمكن أن نلخص الجوانب الهامة فيها وهى :

- ١ - إن العلاقات العامة عملية تطبيقية للعلوم الاجتماعية .
- ٢ - إنها تحتاج إلى متخصصين على مستويات مختلفة .
- ٣ - إنها وسيلة هامة لتدريب وإعداد الجماهير لتقبل أفكار وآراء جديدة أو للقيام بمسؤوليات مطلوبة .
- ٤ - إنها التفاهم بين الهيئات وجماهيرها وتعمل على الترابط وتحقيق التعاون بينهما .
- ٥ - إنها تستخدم أدوات الاتصال والاعلام والبحوث العلمية لتحقيقها أغراضها .
- ٦ - أصبحت برامج العلاقات العامة ضرورية ولا بد من وجودها في جميع الهيئات وكل المستويات .

الفصل الثانى

العلاقات العامة فى الهيئات الرياضية

بدأت الهيئات الرياضية فى الاهتمام بالعلاقات العامة بها منذ أمد قصير ، فنجد أن معظم الهيئات تضم مسئولاً عن العلاقات العامة بها ضمن هيكلها الوظيفى .

إلا أن مفهوم العلاقات العامة ما زال غائبا بمعناه الصحيح عن كثير من هذه الهيئات أو العاملين بها فى هذا المجال . ولا شك أن الفهم الواضح الصحيح لاختصاصات ومسئوليات العلاقات العامة سيساعد الهيئات فى تنفيذ أهدافها .

فالعلاقات العامة ليست وظيفة « من ولا وظيفة له » أو وظيفة « خفيف الدم » . لأنها وبكل المقاييس أصبحت علما من العلوم التى تستند إلى أهم العلوم الإنسانية والتربوية والإدارية .

فبينما نجد أنها تقوم على العلاقات بين كل أطراف الهيئة (مجلس إدارة - أعضاء جهات خارجية - عاملين - الخ) . فإنها أيضا لها صفة العموم ومعنى أن رجل العلاقات العامة لا يعمل فقط مع رئيس الهيئة أو مديرها ولكنه يعمل مع كل من فى الهيئة يوضح أدوارهم ، يذكرهم بالسلبات يدعم العلاقات الداخلية بين أفراد الهيئة ، والخارجية بين الهيئة والهيئات الأخرى التى تتعامل معها .

لذلك كان من المهم التعرض إلى مفهوم العلاقات العامة وتعريفها وتوضيح مكوناتها تفصيلا .

برامج العلاقات العامة :

تسعى التربية البدنية والرياضة إلى تقديم خدماتها إلى مجتمع المستفيدين من خلال أنشطتها المتعددة ، والتي تناسب المراحل السنية للجنسين سواء من الأقوياء أو المعاقين أو الموهوبين . وبالتالي فإن الهيئات التي تعمل في هذا المجال تختلف عن مثيلاتها التي تعمل في أى مجال آخر . فبينما تهتم الشركات بتلبية حاجة الجماهير لتحقيق الربح ، غير أن الهيئات الرياضية تهتم بتلبية احتياجات ورغبات الجماهير للمساهمة في توفير حياة أفضل من خلال الخدمات التي تؤيدها لهم . ولذلك نجد أن برامج العلاقات العامة في أى هيئة رياضية هدفها الخدمة تختلف عن أى هيئة أخرى إنتاجية أو تجارية هدفها الربح . وعندما تفكر في وضع برنامج للعلاقات العامة لهيئة رياضية ، لابد وأن يكون هذا البرنامج معبرا عن ثلاث نواحي هامة هي :

— من هم الأفراد الذين تقدم لهم الخدمة ؟

— ما هي احتياجات ومطالب هؤلاء الأفراد ؟

— ما هي الهيئة التي تتناسب معهم ؟

فالجمهور هو مجموعة من الأفراد ، ينتمون إلى مجتمع له عقائده وتقاليده وقيمه إذا كان مجتمعاً متجانساً . أما المجتمعات غير المتجانسة التي تضم جنسيات مختلفة ، فمن الصعب تحديد هويتها وأهدافها . ومثل ذلك المجتمعات بالهيئات الرياضية فهناك بعض الأفراد في كل هيئة تستطيع أن تحدد لهم صورة واضحة وثابتة ، وبالتالي يمكن التعامل من خلال ذلك وهناك أيضا بعض الأفراد الذين لا يمكن الحكم عليهم من خلال المواقف التي يتعرض إليها ، وبالتالي نجد أن هناك صعوبة في التعامل لاختلاف ردود أفعالهم في كل موقف من المواقف وهم عادة الذين يثيرون المشاكل ويضخمون بعض السلبيات إلى درجة يشعر فيها الفرد أنها أصبحت غير قابلة للحل .. ذلك دون أن يقدموا أى اقتراحات بالحلول .

لذلك فأخصائي العلاقات العامة عليه دور كبير في التألف مع جمهور الهيئة التي يعمل بها ومعرفة درجة تأثير كل مجموعة من المجموعات على جماهير الهيئة ، هذا من ناحية أخرى لابد له أيضا أن يتعرف على العاملين بالهيكل التنظيمي للهيئة في تحقيق الهدف العام . وبصفة عامة فإن رجل العلاقات العامة يجب أن يضع أمامه بعض الأسئلة التي تعينه . في حالة الاجابة عليها لأداء دوره - خاصة عند التعامل مع الجمهور وهي :

— من هم الأعضاء المستفيدين من نشاط الهيئة ؟
— ما هي الأسباب التي تجعل بعض الأعضاء أكثر نشاطا ؟
— من هم الأعضاء الذين لهم قوة التأثير على غيرهم ؟
— هل هناك أعضاء لهم قوة في التأثير على اتخاذ القرارات ؟
— من هم الأعضاء الذين يتمتعون بالسيرة الطيبة والسمعة الحسنة ؟
— من هم الأعضاء الذين يدعمون ويساندون الآراء الايجابية ؟
ومن هم الأعضاء الذين ليس لهم أى نفوذ أو رأى بالهيئة ؟
وتطوير برنامج العلاقات العامة لا بد وأن يخضع للاهتمام الجاد ، وجد وله المصادر الاعلامية إلى :

— جرائد ومجلات يومية وأسبوعية الخ .
— النشرات والمواد المكتوبة لمجموعات خاصة مثل الأحزاب السياسية أو الوحدات المحلية أو الأندية الرياضية أو الجامعات ... الخ .
— جماهير هذه الهيئات وتخصصاتهم المهنية .
— الاذاعات المسموعة والمرئية .

وعادة ما يكون الاتصال بالجمهور من خلال المقابلات أو الندوات أو الاجتماعات واللقاءات سواء وجها لوجه أو عن طريق جهاز من أجهزة الاعلام . وتلعب الألفاظ والكلمات دورا هاما في دقة وصول المعلومة المطلوبة للجماهير . لذلك فإن نجاح توصيل المعلومات للجماهير يتوقف على مدى اتقان اخصائى العلاقات العامة لقواعد اللغة .

ويشير سوق المنافسة اليوم بين المؤسسات التجارية إلى نجاح الحملات الاعلامية المرئية - حيث بدأت بعض هذه المؤسسات تنشيط وتزيد مبيعاتها عن طريق ما تقدمه للجمهور من حملات إعلانية على أوسع نطاق . فمفهوم العمل الناجح هو الذى يجعل الجمهور يقول : « هذه هي الشركة لقد سمعت عنها بحيث تكون إعلانات هذه الشركة أمينة وصادقة ويمكن الاستفادة من ذلك في هيئاتها الرياضية بأن تكون موادنا الاعلامية متفقه مع المبادئ الآتية :

— أن يكون المعلن مدركا لمفهوم وتصور هيئته ، وان ما يفعله هو للمحافظة على شعبية ونجاح هذه الهيئة .

— أن تكون المادة المعلنة متفقة مع قيم وتقاليد المجتمع .

— ألا تكون المادة المعلنة فيها مساس لهيئات أخرى .

— أن يتطور الاعلان باستمرار مع المحافظة على الشعار الأساسى أو الرمز التقليدى للهيئة .

— متابعة رأى الجمهور فيما يقدم من إعلانات ، ومحاولة التعديل المستمر الذى يضمن للاعلان .

— قوة التأثير .

— بساطته .

— تميزه عن غيره .

— تكيفه مع المجتمع .

— التأكيد على جودة الخدمة .

— يظهر الأهداف بوضوح .

— متجدد .

وعلى ذلك فإن عرض الانجازات الخاصة بالاتحاد الرياضى أو النادى أو مركز الشباب أو أى هيئة رياضية عن طريق المواد التصويرية سيكون له أكبر الأثر فى تذكرة الأعضاء و جماهير هذه الهيئة بما تم إنجازه باستمرار ، ويمكن أن تعرض هذه المواد التصويرية منفصلة لكل حدث أو إنجاز أو اعتبارها أحد المواد التى تتكون منها النشرات التى تصدر عن الهيئة .

— الأحداث الخاصة :

والمقصود بهذه الأحداث هو كيفية استخدام الزيارات والزوار فى التأثير على رأى الجماهير فى الهيئة . فعندما يقوم مسئول بزيارة أحد الأندية الرياضية . يجب على المسئولين بهذا النادى - وأولهم أخصائى العلاقات العامة - أن يبادروا بوضع التخطيط لتنفيذ هذه الزيارة لتحقيق بعض الأهداف التى يسعى النادى لتحقيقها مع اتخاذ كل

الاجراءات التى تكفل نجاح الزيارة مثل :

- تحية الزائر ومن معه .
- تحديد المستقبلين .
- تحديد خط السير والمرافق التى ستزار .
- وضع اللوحات التى تساعد الزائر على تفهم ما يدور من شرح .
- تحديد دور العاملين فى كل موقع وبأقل عدد ممكن .
- تحديد المكلفين بتسجيل الزيارة بالصوت والصورة والكتابة .
- الانجاز على قدر الامكان فى عملية الشرح .
- تخصيص أماكن لانتظار السيارات .
- تحديد مكان الاستقبال والمغادرة وأماكن الجلوس .

ومن الملاحظ أنه عندما يزور أحد كبار المسئولين لأى هيئة رياضية ، فإنه يتوقع أن يطلب المسئولين فى هذه الهيئة بعض الطلبات المادية مثل الاعانات وغيرها ، كما أن هذا المسئول غالبا لا يكون لديه الوقت الذى يغطى جوانب البرنامج الطموح الذى تضعه الية . لذلك كان على مسئول العلاقات العامة أن يتبع الخطوات السابقة بكل دقة ، وأن تكون أى طلبات للهيئة مكتوبة وتسلم للمسئول ويكتفى فقط بالإشارة عنها وأن تختصر مدة الزيارة بقدر الإمكان وأن تكون المشروعات أو المأكولات التى تقدم للمسئول فى أضيق نطاق .

الترويج والاعلان والاعلام والدعاية :

Publicity

١ - الترويج :

هو نشر المعلومات بالطرق المختلفة بغرض جذب انتباه الجماهير . والمعلومات هنا قد تتعلق بشخص ، أو مكان له ، أو نشاط معين . والمهم أن يتوافر فى المعلومات المراد نشرها صفة الأخبار وأن تهتم عددا كبيرا من الجمهور ، وأن يراعى فيها الصدق والأمانة ، حتى إذا شعرت بها وسائل الاعلام ، فإنهم ينشرونها بدون مقابل لأنها تهتم عدد كبير من المواطنين . وهنا نجد أن المروج لا يتحكم فى شكل أو مكان أو مَرِعد النشر .

هو نشر البيانات أو المعلومات عن الخدمات أو الأفكار في وسائل النشر المختلفة وحيث أن المعلن يدفع ثمن النشر فإنه يتحكم في رسالته الاعلانية وفي طريقة نشرها والمكان الذى تظهر فيه . وقد تحتاج بعض الهيئات إلى الاعلان عن خدمات خاصة تقدمها سواء لأعضائها أو للجمهور .

هو نشر بيانات أو معلومات عن الخدمات أو الأفكار في وسائل النشر المختلفة نظير مقابل بقصد تنوير رأى العام وتبصيره بمجريات الأمور حتى يمكن للجمهور تكوين رؤية على أساس من الواقع وأساس من الحقائق . ومن أمثلة النشاط الاعلامى : الأفلام التسجيلية التى تنتجها الهيئات للتعريف بتاريخها ونشاطها ، أو شرح الأسباب التى أدت إلى اتخاذ قرار معين وغالباً ما يتسم النشاط الاعلامى ببعده عن التعميق .

وتختلف الدعاية عن الاعلان فى أن مصدر المعلومات فى كثير من الأحيان غير معروف وهناك صعوبة فى التمييز بين الاعلان والدعاية ، لكن كلمة الدعاية يجب أن تطلق فقط على الحالة التى تسود فيها السيطرة على وسائل النشر المختلفة ، وبهذا يمكن أن ينشر ما يشاء دون أن يتحرى الدقة أو الصدق أو الأمانة .

فلسفة العلاقات العامة :

ترتكز فلسفة العلاقات العامة على حقيقة علمية هى أن الانسان اجتماعى بطبعه ولا يمكن أن يعيش فى عزله عن الآخرين . فقد يستطيع إشباع حاجاته البيولوجية بنفسه أما الحاجات الاجتماعية فلا تقوم أساساً بدون وجود الانسان مع آخرين من البشر .

وتمتاز طبيعته البشرية بالتطلع إلى المعرفة واستشارة الانسان استشارة سليمة تساعد على وصول المعلومات إليه وإقناعه بالعمل .

وتلعب العلاقات العامة دوراً ذا أهمية خاصة تؤدى إلى بلورة الأفكار وتقريب

الأذهان فالعلاقات العامة تقف على اتجاهات الجمهور وتدرس نفسية وطرق التأثير فيه ،
وقيادة الرأي العام وطرق التعامل معه وكسب ثقته وتقريب الأذهان إلى المشروعات
والبرامج مما يسهل تفهم الأجهزة المناط بها تنفيذ البرامج والمشروعات لمهامها .

والعلاقات الإنسانية والاجتماعية التى هى أساس العمل فى العلاقات العامة لها خصائص
أساسية يمكن ان نلخصها فى الآتى :

١ - أن الإنسان كائن اجتماعى متغير بين وقت وآخر ولهذا فإنه من الواجب تقدير هذه
الفروق الفردية فى جميع اتصالاتنا بالإنسان .

٢ - أن الإنسان كائن اجتماعى متفاعل بمعنى أنه يؤثر ويتأثر بالمواقف المختلفة .

٣ - أن الإنسان يخضع لقانون الغلة المتناقضة بمعنى أن الانتاج الانسانى يقل كلما ازداد
الجهد وفاق طاقة الإنسان ، وذلك يجب أن نخفف من هذه التوترات الناشئة عن
العمل أو الحياة بصفة عامة . والنظر إلى الإنسان ككائن اجتماعى وليس كترس فى
آله .

٤ - أن الإنسان يتميز بالعقل ومعنى هذا أن إقناع الإنسان يرتفع به إلى مستوى
الإنسان بينما يهبط إلى مستوى الآله بالأمر والضغط والارهاب .

وعلى ذلك يمكن أن نربط بين هذه الخصائص وبين أحد العناصر الرئيسية فى
الإدارة وهو عنصر « فن قيادة الافراد » أن العلاقات العامة تعتبر من وظائف
الإدارة ، وفن من فنون الاتصال يستطيع الجمهور أن يعرف بها أهدافه المؤسسة
وإنجازاتها .

أى أن أخصائى العلاقات العامة فى أى هيئة رياضية لابد له من الجمع بين
إدارة الهيئة والمستفيدين سواء من مجلس الإدارة أو الأعضاء - ونقل المعلومات
بهدف المساعدة على تحقيق أهداف الهيئة .

وليس صحيحا أن العلاقات العامة هى مجرد خدمات وتسهيلات لكبار رجال
الهيئة أو لضيوفها وإنما هى الجهود المستمرة من جانب إدارة الهيئة لكسب ثقة
الأعضاء من خلال الأعمال التى تحظى باحترامهم وتقديرهم كما أنها ليست وسيلة
دفاعية لجعل الهيئة تبدو فى صورة مخالفة لصورتها الحقيقية وإنما هى تعبير صادق
عن الواقع وتوجيه النصيح لإدارة الهيئة لاتباع سياسات تحظى بتقدير الأعضاء .

وكل هيئة تود أن تكون في الصورة المرغوبة بين أعضائها - لذلك تبذل إدارة الهيئات جهودها لتحقيق أهدافها ... ولكن أخصائي العلاقات العامة بالهيئة الرياضية يقع عليه عبء نقل الصورة الحقيقية لما تحققه الهيئة لأعضائها وكذلك نقل إحساسات الأعضاء بصدق لمجلس الإدارة حتى يحدث التجاوب المستمر بين الطرفين .. وعليه أن يتبع في ذلك الآتي :

أولاً : التخطيط للصورة المرغوبة بتحديد يد نقاط الضعف والقوة للهيئة . ومراجعة هذه النقاط مع المجلس الإداري .

ثانياً : وضع خطة لمعالم الصورة المرغوبة التي تود الهيئة أن تكونها لنفسها عند أعضائها بحيث يكون متفق مع الواقع ... هذه الخطة يجب أن تحيب على أربعة تساؤلات هامة هي :

١ - من نحن ؟

٢ - ماذا نريد ؟

٣ - بماذا نتميز عن غيرنا ؟

٤ - على أي نحو نود أن يفكر فينا الآخرون ؟

ثالثاً : وهي مرحلة تخطيط البرامج التي تقوم على ابتكار الأفكار والموضوعات لنقل الصورة المرغوبة للأعضاء .

الفصل الثالث

مواصفات واختصاصات مسئول العلاقات

- ١ - مواصفات مسئول العلاقات العامة بالهيئة الرياضية :
 - أن يكون مضت على عضويته بالهيئة مدة طويلة ، أو أن يكون على علم تام بكل ما يختص بالهيئة (ماضيها - حاضرها - مستقبلها) .
 - أن يكون حسن المظهر والسلوك .
 - أن تكون لديه رغبة حقيقية في خدمة هيئته .
 - يفضل من يكون لديه إلمام باللغات .
- ٢ - اختصاصات مسئول العلاقات العامة :
 - تحقيق الصلة بين الأعضاء ومجلس الإدارة ولجان الهيئة .
 - توضيح عمل اللجان ومجلس الإدارة لجميع أعضاء النادي .
 - إمداد وسائل الاعلام بأخبار الهيئة .
 - الاطلاع على محاضر اجتماعات اللجان ومجلس الإدارة واستخلاص مادة النشرة الاعلامية .
 - تدعيم الصلات بين الهيئة والجهات التي تتعاون معها .

التعاون والتنسيق مع لجان النشاط في :

- الاشراف على برامج الاحتفالات والزيارات التي تقيمها الهيئة سواء بداخلها أو خارجها .
 - تجميع ما يثار من الأعضاء وتلخيصه وعرضه على المسؤولين بالهيئة دون التعرض لأسماء ، ومحاولة الرد بالحقائق في أى مناسبة سريعة .
 - استخلاص ما ينشر بوسائل الاعلام عن الهيئة وتلخيصه وعرضه على المسؤولين بالهيئة .
 - الاشراف على تفرغ دعوات الحفلات وتذاكر المباريات والتأكد من وصولها للمدعوين .
 - العمل على تحسين وتنشيط علاقات الهيئة بالأجهزة التي تتعامل معها ، وكذلك أجهزة النشر والاذاعة والتلفزيون وجميع وسائل الاعلام .
 - إعداد الكتيبات والنشرات والصور والأفلام والشرائح وسائر وسائل الاعلام المتعلقة بنشاط الهيئة ووضع نظام لتوزيعها ونشرها .
 - اتخاذ الاجراءات المتصلة بالشئون العامة والاعلام للمؤتمرات والاجتماعات التي تعقد بالهيئة .
 - العمل على تحسين وتنشيط علاقات العاملين ببعضهم داخل الهيئة .
 - تلقي شكاوى الأعضاء (سواء داخل الهيئة أو خارجها) وإحالتها إلى الجهات المختصة لدراستها ومتابعة ما تسفر عنه نتائج الدراسة .
 - اعداد الردود على مقدمى الشكاوى واططارهم بها .
- هذا ويتوقف وجود العلاقات العامة ونجاحها في الهيئات الرياضية بمختلف أنواعها على مدى اقتناع مجالس إدارة هذه الهيئات بأهمية هذه الوظيفة وتهيئة ظروف الممارسة الفعلية لها .

تقويم برامج العلاقات العامة :

يجب أن يتم تقويم برامج العلاقات العامة على العناصر الآتية :

— ما هو حجم الأعضاء الذين يصل إليهم البرنامج ؟
— ما الذى يستهوى الأعضاء ؟

— كيف يستجيب العضو ؟
— هل تتناسب محتوى البرامج مع اهتمامات الأعضاء ؟
— هل يدرك الأعضاء محتويات البرنامج ؟

— ما هى ردود فعل الأعضاء عقب البرنامج ؟
— هل حدث تغير ؟

— ما نوع الاتصالات التى تستخدم ؟
— قنوات الاتصال .

