

الفصل الثاني

الاطار النظري والدراسات المرتبطة

أولا : القراءات النظرية :

- ١- المؤسسات الرياضية .
- ٢- ماهية العلاقات العامة .
- ٣- العلاقات العامة وبعض المؤسسات .
- ٤- الجمهور في العلاقات العامة .
- ٥- أهداف العلاقات العامة .
- ٦- وظائف العلاقات العامة .
- ٧- الجوانب التنظيمية لجهاز العلاقات العامة .
- ٨- وسائل وأساليب الاتصال المستخدمة في مجال العلاقات العامة .
- ٩- مسئول العلاقات العامة .

ثانيا : الدراسات المرتبطة :

الاطار النظري والدراسات المرتبطة

أولا : القراءات النظرية :

١- المؤسسات الرياضية : Sport : Institutions

المؤسسات الرياضية قيد الدراسة هي النادي ، والاتحاد الرياضي ولكي يتم دراسة العلاقات العامة بهذه المؤسسات فيجب أولاً التعرف على ماهية هذه المؤسسات ولوائح تكوينها .

ويقصد بالنادي الرياضي الهيئة التي تكونها جماعة من الافراد بهدف تكوين شخصية الشباب بصورة متكاملة من النواحي الصحية والنفسية والفكرية والروحية عن طريق نشر التربية الرياضية والاجتماعية وبت روح القومية بين الاعضاء من الشباب واتاحة الظروف المناسبة لتغذية قدراتهم ، وكذلك تهيئة الوسائل وتسيير السبل لاستثمار أوقات فراغ الاعضاء ، وذلك كله طبقاً للتخطيط الذي تضعه الجهة الادارية المركزية . (٢٨ : ٣٥٠) .

أما عن الاتحاد الرياضي ، فهو هيئة تتكون من الاندية الرياضية ومراكز الشباب التي توافق علي انضمامها الجهة الادارية المختصة والهيئات الرياضية التي لها نشاط في لعبة ما بقصد تنظيم وتنسيق هذا النشاط بينها والعمل علي نشر اللعبة ومستواها الفني . (٢٨ : ٣٤١) .

ويجب علي الاندية والاتحادات الرياضية اتباع السياسة العامة والبرامج والتوجيهات التي يضعها المجلس الاعلي للشباب والرياضة ، وكذلك اتباع السياسة العامة والبرامج والتوجيهات التي يضعها اتحاد اللعبة المختص وذلك بالنسبة للعبة التي يشترك فيها النادي أو الهيئة . (٧ : ٣٨) .

وبهذا فان الجهة الادارية المختصة قد حددت العلاقة ما بين المؤسسات الرياضية والمجلس الاعلي ، وكذلك العلاقة ما بين النادي والاتحاد الرياضي وأسلوب الاتصال بينهما .

وسوف يتناول الباحث عرض بعض من اللوائح التنظيمية لكل من النادي

والاتحاد الرياضي .

أولا : النادي :

يتكون النادي من مجموعة من الاعضاء وتتنوع هذه الاعضاء الي (٢٨:٣٥)

- عضو مؤسس .
- عضو عامل .
- عضو تابع .
- عضو فخري .
- عضو موسمي .
- عضو رياضي .

ويتعين علي مجلس ادارة النادي قبول أعضاء جدد في جميع أنواع

العضوية بنسبة ٣٪ علي الاقل في كل عام . (مادة ٤ ، ١١)

حقوق وواجبات الاعضاء :

يلتزم أعضاء النادي بالواجبات الاتية : (٧ : ٨٩)

- احترام نظام النادي ولوائحه .
- المحافظة علي موجودات النادي ومنقولاته .
- استعمال مرافق النادي استعمالا حسنا وطبقا للنظم المقررة .
- الالتزام بقرارات مجلس الادارة والجمعية العمومية وتوجيهات المدير المسئول .
- الوفاء بالالتزامات المقررة .

ويتمتع الاعضاء بالحقوق الاتية : (٧ : ٨٩)

- دخول النادى في المواعيد المقررة
- استعمال مرافق النادى وملاعبه ومزاولة الانشطة المتنوعة طبقا للاوضاع المقررة والنظم المعمول بها .
- اصطحاب الزوار بالشروط والاوضاع المقررة . (مادة : ١٢)

اللائحة الداخلية للنادى :

تتضمن اللائحة الداخلية للنادى الاجراءات التنفيذية لتحقيق أغراض النادى وأهدافه ومواعيد فتح النادى وغلقه وبيان القواعد التي تتبع في حضور الزوار بالنادى وتنظيم استخدام مرافق النادى وملاعبه وكذلك النظم والقواعد التي تتبع في اجتماعات الجمعية العمومية ومجلس الادارة والمكتب التنفيذي وطريقة التصويت ، كما تتضمن أيضا التنظيمات الخاصة بسجلات النادى ودفاتره ، وكذلك اجراءات تعيين المشرفين علي النشاط الرياضي والاجتماعي بالنادى ومدى العلاقة بينهم وبين مجلس الادارة واختصاصاتهم الادارية والفنية .

ويجب أن يكون هدف مجلس ادارة النادى خدمة المجتمع الرياضي بصفة عامة وذلك بتعاونه وتضامنه مع الهيئات المعنية بالشئون الرياضية والاجتماعية وفقا للخطط التي يضعها المجلس الاعلي للشباب والرياضية .

(٧ : ٨٩ - ٩١)

ثانيا : الاتحاد الرياضي :

ويباشر الاتحاد الرياضي الاختصاصات الاتية : (٧ : ٥٩)

- وضع السياسة العامة التي تحقق نشر اللعبة في جمهورية مصر العربية ورفع مستواها .

- ادارة شئون اللعبة من جميع النواحي الفنية والمالية والتنظيمية ووضع البرامج التي تشترك فيها الاندية والهيئات الرياضية .
 - وضع الاسس والمبادئ لتنظيم شئون التدريب في جمهورية مصر العربية .
 - تنظيم البطولات العامة لجمهورية مصر العربية في الدورات الاولمبية والعالمية والقارية والاقليمية .
 - تنظيم البحوث والدراسات المختلفة وعقد المؤتمرات لبحث أمور اللعبة ومشكلاتها واعداد مراكز التدريب .
 - الاذن للهيئات الاعضاء بالاشتراك بفرقها مع الفرق الاجنبية في المباريات التي تقام في داخل الجمهورية أو خارجها .
 - تنسيق الجهود بين مختلف الهيئات الاعضاء في الاتحاد وبصفة خاصة برامج مقابلات الفرق الاجنبية . (المادة ٤ ، ٢)
- وتتكون الاتحادات الرياضية من : (٢٨ : ٣٤٣ ، ٣٤٧)
- الاندية الرياضية المشهرة طبقا لاحكام القانون ولها نشاط في اللعبة التي يديرها الاتحاد .
 - مراكز الشباب التي توافق الجهة الادارية المختصة علي انضمامها للاتحاد وفقا للمستويات التي تحددها .
 - الهيئات الرياضية التي لها نشاط في اللعبة التي يديرها الاتحاد . (مادة : ٧)

ويتضح من تكوين واختصاصات النادى والاتحاد الرياضي مدى الارتباط مابين وظائف العلاقات العامة بأداء وانجاز اختصاصات هذه المؤسسات الرياضية فالاتحادات الرياضية هيئة كبيرة تضم عدد كبير من الهيئات بداخلها والاتصال مابين الاتحاد وهذه الهيئات قائم علي المراسلات والمكاتبات ، بالاضافة الي الوسائل الاخرى من الاتصال ، وكذلك فان الهدف الاساسي للاتحاد الرياضي هو نشر الرياضة المختص بها الاتحاد ، وهذا يعتمد علي النشر والدعاية والاعلام ، وعند تنظيم بطولة عامة أو دورة أولمبية أو احدى البطولات المحلية أو الدولية فلا بد من تواجد اختصاصات العلاقات العامة من خلال وظائفها ، وعند تنظيم الندوات والدراسات أو اجراء بحوث لبحث أمور اللعبة ومشكلاتها فكل هذا يتم من خلال وظائف العلاقات العامة .

وعلي سبيل امثال فان وظائف العلاقات العامة بالنادية الرياضية تبرز انجازات مجلس الادارة وكذلك اعلام أعضاء النادى بموعد انعقاد الجمعية العمومية للنادى ، والبرامج التي تتم داخل النادى لتدعيم العلاقات الطيبة مابين أعضاء النادى بعضهم ببعض وكذلك بين أعضاء النادى ومجلس ادارته .

وبهذا فان للعلاقات العامة دور فعال في وظائف المؤسسات الرياضية ويتضح ذلك من خلال ما حددته الجهات الادارية لهذه المؤسسات .

٢- ماهية العلاقات العامة :

تعتبر العلاقات العامة ذات أهمية كبيرة للمؤسسات التي تمارس نشاط أو خدمة لها ارتباط مباشر بالجمهور ، ولا يقتصر ذلك علي المؤسسة والمتعاملين معها فقط بل وتمتد الي أولئك الذين ليس لهم صلة تعامل مباشر ولكن ممن المحتمل أن تصبح لهم معها صلة ، فالعلاقات العامة تربط بين المؤسسات وبعضها البعض ، وبين المؤسسة وعملائها والمجتمع المحلي الذي تعيش فيه .

والعلاقات العامة تعمل علي ايجاد علاقة يسودها الحب والتقدير والاحترام والرغبة في استمرار التعامل بين العاملين داخل المؤسسة بمختلف مستوياتهم ، ومتي كانت ادارة العلاقات العامة متقنة لهذا الدور بكفاءة كلما أدى الي تحقيق العديد من المزايا والمكاسب للمؤسسة التي تنعكس في شكل أو آخر في نمو المبيعات أو الاقبال علي ما تروجه المؤسسة (٢ : ز) .

وقد أصبحت العلاقات العامة في السنوات الاخيرة احدى المناشط الهامة التي تساعد الادارة العليا في المؤسسات المختلفة حتي تكون علي علم دائم واتصال مع الجماهير في الداخل والخارج مما يعمل علي تجويد قراراتها وتصحيح مسارها (٢ : ح) . فنشأة وتطور العلاقات العامة تبرهن أن العلاقات العامة نشاط يمارس منذ قدم المدنية وانها ليست نشاطا حديثا نشأ في أعقاب الحرب العالمية الثانية وأنها وظيفة جديدة بدأت تأخذ مكانها في التنظيمات الحديثة . ففي مختلف العصور كانت الجهود تبذل لتفهيم الرأي العام والتعامل معه والاتصال به . (١٢ : ٣ ، ٤)

وقوة الرأي العام في السيطرة علي مجريات الامور أمر معترف به منذ قديم الازل ، ولو أن مصطلح الرأي العام لم يبرز في الوجود الا في أوائل

القرن الثامن عشر ، وقد صاحب هذا الاعتراف نشأة نشاط العلاقات العامة (١٢ : ٤) .

وقد وجد علماء الآثار بالعراق نشرات ترجع الي ١٧٠٠ ق م ترشد
الزراع الي كيفية بذر محاصيلهم ومعالجتها من الافات .

وفي مصر القديمة كانت الجهود تبذل لتفخيم الحكام والترويج لحكمهم
كما قام قدماء المصريين بوصف المواقع الحربية وانتصاراتهم المختلفة السبي
الجمهور بقصد كسب تأييده وتعاونه .

وقد عرف اليونان أهمية التأثير في الناس عن طريق الخطابة
والمناقشات ، وقد اقتنع الاسكندر الأكبر بأهمية الاعلام والنشر وطرق التأثير
في الجماهير ، فكان في ركابه طائفة من الخطباء والشعراء والكتاب والمفكرين .

وقد قام الرومانيون بحفر العبارات علي معابدهم وتماثيلهم كما كتبوا
عبارة مجلس الشيوخ والشعب الروماني علي واجهة البرلمان .

والحضارة الاسلامية استطاعت تطوير العلاقات العامة بفضل الشعراء
والكتاب والخطباء اذ كانوا يحثون علي الجهاد في سبيل الله ، وقد قام
الخطباء في المساجد بدور هام للعلاقات العامة قديما وحديثا اذ عاودوا
مايصحب الارشاد الديني توجيه اجتماعي وسياسي (١٢ : ٥ ، ٦) .

وبالرغم أن العلاقات العامة ترجع الي التاريخ القديم الا أنه يمكن
القول أن العلاقات العامة الحديثة ظهرت منذ سنة ١٩٠٠ م حينما بدأت
الحكومات المركزية في أوروبا وأمريكا تستخدم مروجين محترفين لشرح سياساتهم
وعرضها عرضا مقبولا علي الجمهور وتهيئة الاذهان وتعبئة الشعور العام في

المناسبات الخطيرة والازمات والحروب ، وبعد انتهاء الحرب العالمية الاولي ازدادت النشرات والابحاث الخاصة بالعلاقات العامة ، وأصبحت للعلاقات العامة قواعد وأصولها بفضل انشاء جمعية للعلاقات الامريكية ومعهد للعلاقات العامة البريطاني سنة ١٩٤٨م (١٢ : ٧ ، ٨) .

ومن ثم فان العلاقات العامة قد نشأت منذ أن بدأ الانسان ينتظم في جماعات ، الا أن العلاقات العامة الحديثة لم تنشأ الا أوائل القرن العشرين ، ولم تقتصر تطبيقات العلاقات العامة علي الميدانين الاقتصادي والسياسي فحسب بل أن المؤسسات الاجتماعية والتربوية وغيرها أخذت تستفيد من هذا النشاط الجديد وتجربه من خلال ما توصل اليه الخبراء من أساليب حديثة ومن ثم فقد أصبحت العلاقات العامة علما اجتماعيا حديثا يعتمد علي الدراسات النفسية والاجتماعية والاحصائية (١٢ : ٩ ، ١٠) .

ويعتبر " ايڤي ليدبتولي Evey Liedbitrly " منشي العلاقات العامة الحديثة حيث أنه أول من اكتشف أسس العلاقات العامة ، وهي الصراحة والامانة في الاعمال والاقوال ، ويرى أن العلاقات العامة هي مسئولية كبرى تتطلب دراسة الاحوال السائدة والعمل علي اصلاحها ولا بد أن يكون القول مدعما بالعمل وبالدعاية السليمة ، ومبادئ العلاقات العامة التي رسمها ايڤي واكتشفها بنفسه أنجح من الاكاذيب وأفضل من الدعاية الكاذبة . (٤٠ : ١٩-٢٠)

وقد أنشي أول معهد لدراسة العلاقات العامة في سبتمبر ١٩٤٧م ، بمدينة بوسطن الامريكية ، وفي نفس السنة منحت جامعة سيراكيزوس Serackios الامريكية أول درجة علمية في العلاقات العامة ، وفي عام ١٩٤٨م منحت درجة الدكتوراه لثلاثة من خبراء العلاقات العامة ، وهكذا أصبحت

العلاقات العامة قوة هائلة في المجتمع الحديث وعلما بلغ من النضج مبلغا عظيما ، ودعامة رابعة من دعائم المؤسسات الاقتصادية وهي الانتـــاج ، والتوزيع ، والتمويل (٤٠ : ٢٢ - ٢٣) .

والعلاقات العامة تتوغل في مختلف نواحي الحياة ويمكن تصنيفها طبقا لذلك الي مجالات متعددة كالعلاقات العامة التجارية والعلاقات العامة الصناعية والعلاقات العامة السياسية والعسكرية والعلاقات العامة في نواحي الحياة الاخرى (٤٠ : ٢٠) .

العلاقات العامة التجارية :

وهي تتمثل في علاقات المنتج مع كل من المورد والمستهلك وكذلك العلاقة بين أقسام المؤسسة التجارية ، فالعلاقة الطيبة بين أقسام المؤسسة التجارية والتضامن في العمل والمسئولية تمكنها من القيام بعملها علي خير وجه ، فالمؤسسة أشبه بالاسرة وموظفوها وعمالها أشبه بأعضائها فكلما كان القائمون بادارة المؤسسة علي علم بطبيعة وظائفهم وواجباتهم نحو العملاء كلما اطرد نجاحهم ، فالعلاقات العامة في الاسواق والتجارة لاتعني القدرة علي خداع العملاء ، ولا الادب في المعاملة فقط ، وانما تعني الخدمة الحقيقية للعميل القائمة علي المنفعة المتبادلة (٤٠ : ٢٠) .

والتسويق الرياضي مجالا تبرز فيه أهمية العلاقات العامة فالدعاية عن المنتج من أدوات رياضية أو مباريات يراد تسويقها أو الدعاية عن احتراف أحد اللاعبين لن تتم بشكل لائق الا عن طريق العلاقة الطيبة بين أقسام المؤسسة والتضامن في العمل والقدرة علي الترويج الجيد للمنتج والتسويق بالشكل العلمي المخطط من مبادئ العلاقات العامة التجارية .

العلاقات العامة الصناعية :

أدى التطور الجديد في الحياة الصناعية الي تنظيم العلاقات العامة بين المؤسسة وعمالها وكذلك تحسين هذه العلاقة ، فالتشريعات العمالية قد راعت القواعد الجديدة التي تسير عليها علاقة العامل بصاحب العمل ، كالتشريعات العمالية في جمهورية مصر العربية (٤١ : ٢١) .

فالعلاقات العامة الصناعية لها دور كبير وبالغ الاثر في الارتقاء بالادوات والمهمات الرياضية ، عن طريق التعرف علي احتياج السوق ومتطلبات التطوير وكذلك تنظيم العلاقة الداخلية للمؤسسة التي تصنع هذه الادوات وزيادة علاقتها بالمجتمع الخارجي .

العلاقات العامة السياسية :

يعتبر الساسة من الرواد الاوائل في الاستفادة بفنون العلاقات العامة ، فالعلاقات العامة السياسية أقرب أنواع العلاقات العامة استخدمها وأعد مبادئ التخصص هي العلاقات العامة الدولية لاهتمامها باقامة علاقة الصداقة والمودة والتفاهم بين شعوب الدول الاجنبية (٤٠ : ٢١) .

والانشطة الرياضية تعد من الدعامات الهامة للعلاقات العامة السياسية ، فهي خير مبدع لتلاقي وجهات النظر وتقريب العلاقات واقامة السمعة الطيبة وعلاقة مفعمة بالثقة بين الشعوب وبعضها البعض أو بين أفراد المجتمع الواحد .

فقد أخذ السوفيات يفتخرون بلعبهم الرياضيين وقد شمل هذا الفخر بالتبعية النظام السياسي الذي استطاع أن يعد هؤلاء الابطال علي المستوى

العالمي وكان ذلك نتاجاً للمبدأ السائد في العلاقات الرياضية الدولية بين الدول الاشتراكية يتضمن تنمية العلاقات بين هذه الدول ، كما أن وجهة النظر السوفياتية ترى أنه يمكن أن تستخدم الرياضة والعلاقات الرياضية في التكامل السياسي للمجتمعات الاشتراكية (٣٦ : ١٩٩) .

ومن المحتمل أن يعتمد المستقبل السلمي للبشرية على قدرة الدول في ادارة الرياضة الدولية ، ولقد اتضح ذلك المعني عندما زار الامريكيان جمهورية الصين الشعبية وقاموا بلعب عدة مباريات في لعبة تنس الطاولة التي تتفوق فيها الصين رغم علمهم الاكيد بأن الهزيمة سوف تلحق بفرقتهم وكان لهذه المباريات دور رئيسي في تحسين العلاقات بين الدولتين وذلك بعد انقطاع العلاقات الدبلوماسية بينهما لسنوات طويلة (٣٦ : ٢٠٧ ، ٢٠٨) .

العلاقات العامة العسكرية :

ويزداد الاهتمام بها في أوقات الحروب ، ففي الولايات المتحدة الامريكية كان عدد المشتغلين بها ما يقرب من ٧٥٠٠ شخصاً وذلك أثناء الحرب العالمية الثانية ، وفي مصر اتخذت جهود لرفع الروح المعنوية للشعب والجيش في أثناء العدوان الثلاثي وظهر هذا الدور بوضوح أثناء حرب الاستنزاف وكذلك حرب السادس من أكتوبر ، فالعلاقات العسكرية مبنية على أدوار وأنشطة العلاقات العامة (٤١ : ٢٢)

ومن الاحداث العالمية التي توضح دور الرياضة في السياسة الدولية أنه في أثناء حرب البوير التي كانت دائرة بين من هم من أصل هولندي والانجليز رفض الرياضيون الانجليز والرياضيون الهولنديون أن يتباروا أو يتقابلوا في مباريات أو مسابقات رياضية سواء في بريطانيا أو في هولندا وكان ذلك في عام ١٩٠٠ م (٣٦ : ٢٠١) .

وفي الوقت الحالي والذي يسوده السلم العسكري في معظم أنحاء العالم نجد المهرجانات العسكرية الرياضية واللقاءات بين الدول وبعضها البعض وكذلك بطولات العالم العسكرية المختلفة في الألعاب الرياضية والتي تجمع كافة الجنود من دول مختلفة في لقاءات رياضية يسودها الود والسلام.

- العلاقات العامة في نواحي الحياة الأخرى :

وخاصة المؤسسات الاجتماعية والتربوية والخيرية والصحية، فالعلاقات العامة لها الدور الأكبر في تحقيق رسالة هذه المؤسسات سواء لجمع التبرعات أو للإعلام بحقيقة نشاطها ، وكذلك فقد اعترفت بها الهيئات الدينية وكثير استغلال الحكومة لها (٤١ : ٢٢) .

والمؤسسات الرياضية ترتبط ارتباطا كبيرا بدور العلاقات العامة بها وفاعلية العلاقات العامة في هذه المؤسسات تعتمد علي نوعية القائمين بأنشطتها وقد رتهم علي فهم الأمور والتأقلم والتفاعل مع الجماهير الخارجية والداخلية بسهولة مع الاحتفاظ بمبادئهم ومعرفة لغة البلد التي يعملون فيها وامكانياتهم في الاختلاط بسهولة ويسر وجدية مع عدم الانفعال عند مواجهة الاتجاهات أو الآراء المعارضة لهم .

وقد اهتمت الدول المتقدمة بدور العلاقات العامة في مضاعفة الانتاج عن طريق تنمية التفاهم بين الهيئات والمؤسسات والعاملين فيها والمتعاملين معها وان كان الفهم الصحيح للأساليب التي ينبغي اتباعها لتحقيق الهدف من هذه الوظيفة مازال يشوبه كثير من القصور والنقص علي مستوى التطبيق العملي في الدول النامية ، وما يزال الوعي بالعلاقات العامة في حاجة الي المزيد من الدراسة والاهتمام في كافة علاقات المؤسسات باعتبارها تنظيماً أساسياً في الإدارة الحديثة (٤٣ : ٥٩) .

ويعتبر مفهوم العلاقات العامة هو نقطة البدء في الممارسة المناسبة لها ، فالفهم المناسب للعلاقات العامة يترتب عليه تقرير سليم لاهميتها ، وتحديد دقيق للاهداف التي ينبغي أن تسعى الي تحقيقها .

وعلي الرغم من مرور قرن من الزمان علي أول استخدام لتعبير العلاقات العامة فضلا عن التطور العلمي للعلاقات العامة الا أنه مايزال هناك بعض اللبس والغموض وعدم الاتفاق بين خبراء ممارسي العلاقات العامة حول الهدف النهائي والوظائف الاساسية التي يجب أن تقوم بها أوجه النشاط التي تحقق هذه الوظائف ، وقد ساهم في احداث هذا الخلاف عدم وضوح بعض المفاهيم وتعدد ها (٤٠ : ٥٩ ، ٦٠)

ولقد أثبتت بعض نتائج البحوث التي تناولت بالدراسة مفاهيم العلاقات العامة وأساليب ممارستها ، أن وضوح هذه المفاهيم والاساليب يساعد علي ترقية الاداء وتحقيق الاهداف الوظيفية لها ، وعدم تحديد مفهوم واضح للعلاقات العامة ينعكس بالضعف والقصور علي دور العلاقات العامة الاستشاري من جانب ودورها التنفيذي من جانب آخر (٤٠ : ٦٠) .

ومن الناحية النظرية فيتفق معظم المشتغلين بالعلاقات العامة علي أن مهنتهم تنحصر في بناء صورة محببة للجمهور عن مؤسساتهم وذلك عن طريق الاعمال الصادقة التي تقوم بها والاتصال في الاتجاهين بحيث ينتج عنه تفاهم متبادل بين أصحاب المصالح المشتركة ، وفي الحياة العملية يطلق لفظ العلاقات العامة علي أنواع مختلفة من النشاط بعضه لا يمت لها بصلة .

ومن الصعوبة بمكان محاولة وضع مفهوم محدد وواضح للعلاقات العامة فبعض المهتمين بدراستها يحددون مفهومها علي أساس ما يجب أن تكون عليه

العلاقات العامة لاعلي أساس ماهي عليه في الواقع ، والبعض الاخر يحدد لها مفهوما متأثرا بوجهة نظره التي تكشف بالطبع عن خبرته الشخصية ، كما يوجد خلط بين العلاقات العامة وبين غيرها من أوجه النشاط الاتصالي الاخرى كالترويج والاعلان والدعاية أو الاعلام ، كما أن هناك اختلاف كبير بين دراسي العلاقات العامة وممارسيها والهيئات العاملة في مجالها علي وصف نشاط العلاقات العامة (٤٠ : ٦١ ، ٦٢) .

والاتفاق علي تعريف محدد واضح للعلاقات العامة أمر لا بد منه وذلك لعدة أسباب : (٤١ : ١٧ ، ١٨)

- ١- عدم وضوح النشاط الذي يقع في محيط العلاقات العامة يؤدي الي تضارب الاختصاصات في المنشآت والمؤسسات المختلفة مما يعرقل سير العمل ويؤدي الي سوء التفاهم .
- ٢- عدم وضوح الاختصاصات لايساعد علي تنظيم ادارة العلاقات العامة بحيث تؤدي الاعمال المنوطة بها علي أحسن وجه .
- ٣- عدم وضوح المفهوم من العلاقات العامة يؤدي الي اهمال الادارة العليا لها وعدم اهتمامهم بها الامر الذي يؤدي الي الاستغناء عن خدماتها أو علي الاقل عدم وضعها في المكان المناسب لها .
- ٤- يؤدي عدم الاتفاق علي تحديد نشاط العلاقات العامة الي صعوبة تحديد ميزانية لاعمالها .

وبالرغم من تعدد مفاهيم العلاقات العامة والتي يقدمها دارسوا العلاقات العامة وممارسوها والهيئات المهنية العاملة في مجالها واختلاف هذه المفاهيم فيما بينها ، فان هناك حد أدني من الاتفاق العام بينها

جميعا علي عنصرين اثنين علي الاقل وهما : (٤٣ : ٦٥) .

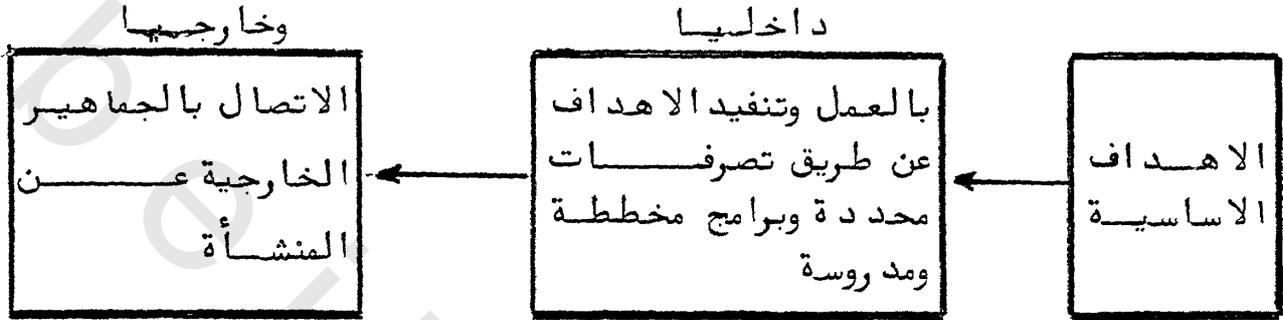
- أ- قوى الرأى العام : الذى تسعى العلاقات العامة كهدف نهائى لها الي التأثير فيه والحصول علي تأييده .
- ب- ضرورة مراعاة الصالح العام : بغض النظر عن الخلاف المحتمل حول ماهو مقصود بالصالح العام .

وأول تعريف وثيق لمفهوم العلاقات العامة ، وضعه المعهد البريطاني للعلاقات العامة في عام ١٩٤٨ م ، وظل الكثيرون من الكتاب يتداولونه في كتاباتهم . كما كان هناك اهتمام واسع من قبل العديد من المنشآت الامريكىة بل وفي كثير من الدول الاخرى المتقدمة بمفهوم العلاقات العامة . وهى الترويج لايجاد نوع من الصلات القوية بين الشخص والشركة أو المؤسسة والاشخاص الاخرين أو المجتمع بصفة عامة من خلال الاتصالات المستمرة وتغيير الاحداث والتفاعل بين الافراد والجماعات ثم تقويم رد ود الفعل الناتجة عن هذا الاتصال والتفاعل . (٢ : ٢)

وتعرف كذلك بأنها . هي العمل المستمر لتوجيه السياسات والخدمات والاعمال المتصلة للافراد والجماعات التي تسعى المنشأة للحصول علي ثقتهم وكذلك شرح هذه السياسات والخدمات والاعمال لضمان فهمها وتقديرها . (١١ : ٤)

ويرى ' أحمد المصرى ' أن الاتجاهات العامة تتم عن طريق تحقيق الاهداف الاساسية وتنفيذ الاهداف . عن طريق تصرفات محددة وبرامج مخططة ومدروسة وبالاتصال بالمجتمع الخارجى والداخلي . وهذا ما يوضحه الشكل (١) (٢ : ٣)

شكل (١) مفهوم العلاقات العامة



ويشير " ريموند ميلر " Raymond Owo Miler " بأنها دراسة دقيقة لاسباب السلوك الانساني ونتاجه (١٢ : ١٤)

ويرى " هارلو ، بلاك " Harlow and Black " بأنها فن وعلم يختص بمعالجة مشكلة صعبة وهي كيفية خلق جو من التفاهم بين الفرد أو منشأة وبين منشآت أو اناس آخرين (١٢ : ١٥) .

وتؤكد مجلة العلاقات العامة علي أنها هي وظيفة الادارة التي تقوم بتقويم اتجاهات الجمهور وربط سياسات وأعمال فرد أو منشأة بالصالح العام وتنفيذ برنامجا لكسب تأييد الجمهور وتفاهمه (١٢ : ١٦) .

وتعرف جمعية العلاقات العامة الفرنسية بكونها . هي طريق للسلوك وأسلوب للاعلام والاتصال ، يهدف الي اقامة علاقة مفعمة بالثقة والمحافظة عليها وتقوم هذه العلاقة علي المعرفة والفهم المتبادلين داخل المنشأة ، ومختلف الجماهير التي تعني بها هذه الوظائف والانشطة (٤١ : ٢١) .

وقد عرفها الاهرام الاقتصادي في أحد أعداده بكونها علم يدرس سلوك الافراد والجماعات دراسة علمية بغية تنظيم العلاقات الانسانية علي

أساس التعاون والمحبة والوعي ، ويهدف هذا العلم الي رعاية العلاقات العامة الانسانية في المجتمع وكسب ود الجماهير وضمان التفاهم بين المؤسسات الاقتصادية والصناعية وغيرها من جهة وبين الجماهير التي تتعامل معها من جهة أخرى . والتفاهم عملية متبادلة بمعنى أن المؤسسات يجب أن تفهم الجماهير . (١٠ : ١٢)

وتذكرها جمعية العلاقات العامة الأمريكية بأنها نشاط أي صناعة أو اتحاد أو هيئة أو مهنة أو حكومة أو أي منشأة أخرى في بناء وتدعيم علاقات سليمة منتجة بينها وبين فئة من الجمهور : كالعملاء أو الموظفين أو المساهمين أو الجمهور بوجه عام لكي تحور سياستها حسب الظروف المحيطة بها وشرح هذه السياسة للمجتمع (٤١ : ١٨) .

أما التعريف الرسمي لمعهد العلاقات العامة البريطاني فهو الجهود الادارية المرسومة المستمرة التي تهدف الي اقامة وتدعيم تفاهم متبادل بين هيئة وجمهورها (٤١ : ١٩) .

وقد أدى التطور في ممارسة العلاقات العامة والنجاح الذي أحرزته علي مستوى التطبيق الي بذل المزيد من الجهد لصياغة تعريفات حديثة للعلاقات العامة ، تركز علي المفاهيم المعاصرة لها وأهدافها ومسئولياتها ووظائفها ، في ضوء الفكر الاداري والاعلامي المعاصر (٢٣ : ٢٥) .

ويشير قاموس ويبستر Webster أنها تنشيط العمليات الاتصالية وإيجاد الثقة بين شخص أو منظمة ، أو مشروع وأشخاص آخرين ، أو جماهير معينة ، أو المجتمع كله ، من خلال نشر المعلومات التي تفسر وتشرح وتدرس ردود الافعال وتقويمها (٢٣ : ٢٦)

وقد صاغ " بېرنيز Bernays مفهومًا حديثًا للعلاقات العامة علي أساس (٤٧ : ٣) .

- * معلومات يتم تغذية الجمهور بها .
- * عمليات اقناعية موجهة الي الجمهور بهدف تعديل اتجاهاته وسلوكه .
- * جهود تستهدف ايجاد التكامل بين اتجاهات المؤسسة وسلوكها نحو جماهيرها واتجاهات هذه الجماهير وسلوكها نحو المؤسسة .

ويضيف " كاتبوليب s. Cutlip " تعريفا حديثا للعلاقات العامة يعد من أشمل التعريفات التي توضح مفهوم العلاقات العامة حيث يعرفها بكونها " وظيفة ادارية متميزة تساعد علي تكوين وباء ودعم وبقاء الاتصال الفعال والفهم المتبادل والموافقة والتعاون المشترك بين المؤسسة وجماهيرها الداخلية والخارجية ، وتعمل علي مواجهة المشكلات التي تواجه الادارة واقتراح الحلول المناسبة لها ، واعدادها بتيار مستمر من المعلومات والبيانات ، مما يجعلها متجاوبة مع الرأى العام ، وتحدد مسئولية الادارة تجاه اهتمامات الجماهير كما تستخدم العلاقات العامة أيضا كنظام تنبؤ يساعد علي التفكير بالتعريف علي الاتجاهات وتوقعها ، وتستخدم في سبيل ذلك بحوث الاتصال وطرقه وفنونه علي أسس أخلاقية لتحقيق هذه المهمات الاساسية (٥٣ : ٥٠) .

وعلي ضوء ما تم دراسته من مفاهيم توضح ما يراه الباحثون نحو العلاقات العامة ، فان نشاط العلاقات العامة يجب أن يقوم علي أساس من التعرف علي احتياجات فئات الجماهير الخارجية والداخلية ودراستها وآرائها ولمس مشكلاتها والتنبؤ العلمي باتجاهاتها ، وتوصيل نتائج هذه الدراسات المستمرة بأمانة وصدق الي المستويات الادارية العليا في المؤسسات التي تعمل بها ، لكي تأخذها في الحسبان عندما تضع سياساتها المختلفة بما يحقق أقصى قدر من التفاهم والتوافق بين المؤسسة والمجتمع ، بحيث يؤدي تكامل جهود العلاقات العامة في المؤسسات المختلفة الي تحقيق التوافق بين عناصر المجتمع وهيئاته والتنسيق بين مصالح المجتمع المختلفة ،

تحقيقا للصالح العام وتحقيقا للانسجام الجماعي .

وبد راسة كافة المفاهيم المذكورة عن العلاقات العامة يتضح أنها جميعها تؤكد علي ايجاد العلاقة الطيبة والمفعمة بالثقة بين كافة الافراد والهيئات أو المؤسسات التي تربطها علاقة عمل واحدة أو من المتوقع أن يتم بينها العلاقة ويستخلص أيضا من دراسة هذه المفاهيم مايلي :

- * تعبر العلاقات العامة عن أوجه النشاط المستمرة والمرسومة بهدف ايجاد التفاهم المتبادل بين المؤسسة و جماهيرها .
- xxx تحقق أنشطة العلاقات العامة عن طريق الاستخدام الواعي الخطط للنشاط الاتصالي والاعلامي لوظائفها المختلفة .
- * تقوم العلاقات العامة بنشاط يعتمد علي الفن والعلم ، فهي عملية مستمرة تدخل في اطارها البحوث والتخطيط والاتصال والتقويم .
- * تتم أنشطة العلاقات العامة مع جماهير نوعية وليست عامة .
- * تؤدي العلاقات العامة دورا مهما في تحقيق التنمية ، يتمثل في توعية المجتمع وترقيته .

٣ - العلاقات العامة وبعض المؤسسات :

أهمية العلاقات العامة للمؤسسات الصناعية :

تعزو أهمية العلاقات العامة في المؤسسات الصناعية الي العديد من الاعتبارات أولها أن المؤسسة الصناعية تنتج سلعة أو عديد من السلع تصل الي العديد من المشترين أو المستهلكين . كما وأنها ترتبط بالعديد من الموردين والعديد من المؤسسات الاخرى التي تتعاون معها وتمدها باحتياجاتها المختلفة ، وكذلك لديها جمهورها الداخلي الذي يتمثل في الموظفين والعمال ، وهؤلاء يحتاجون لمن يربطهم بالمؤسسة وأهدافها .

والمؤسسة الصناعية تحتاج الي تنمية الاتصالات وتكوين الـأراء نحـو خدماتها والي ضمان وجود ولاء بين أفرادها ، هذا ويجب أن تكون ادارة العلاقات العامة بالمؤسسة علي قدر مرتفع من الكفاءة ، فقد يحدث أن تواجه مواقف صعبة تحتاج الي القدرة واللباقة والحكمة في المعالجة حتي لا يترتب عليها رأى مضاد للمؤسسة وخدماتها (٢ : ٧ ، ٨)

أهمية العلاقات العامة للمؤسسات الخدمية :

إذا كانت العلاقات العامة في المؤسسات الصناعية تمثل أهمية خاصة فان المؤسسات الخدمية هي أكثر أهمية . ويعزوا ذلك الي أنه في الوقت الذي تسوء فيه العلاقات بين المؤسسة الصناعية والمستهلكين قد يستمرون في شراء السلعة لإضطرارهم لذلك ، ونجد ذلك علي العكس في المؤسسة الخدمية فقد تكون الخدمة غير ضرورية بالنسبة للفرد أو توجد بدائل عديدة يسهل علي المتعامل تبديلها وهذا ما يصعب من دور العلاقات العامة بهذه المؤسسات (٢ : ٨)

ويتضح ذلك في الأندية فهي تقدم خدماتها الي جمهورها فاذا لم تتم هذه الخدمات علي الوجه الامثل أو بالشكل الجيد فان الافراد المستفيدين قد يلجأون الي أندية أخرى تقدم خدمات أكثر توافقا معهم .

- أهمية العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية :

وفي المؤسسات الحكومية تقوم العلاقات العامة بدور هام في تحسين العلاقات بين المؤسسة والجمهور ، وبرزت وظائف العلاقات العامة فـي المؤسسات الحكومية كنتيجة لكبر حجم المؤسسات وما ظهر من تعقيدات وتشابكات بين مختلف التقسيمات التنظيمية داخل هذه المنظمات .

وقد لمست المؤسسات الحكومية أن العلاقات العامة هي السبيل لايجاد

التعاون الكامل بين المنظمة والبيئة المحيطة بها من ناحية وبين الافراد والجماعات داخل المنظمة نفسها من ناحية أخرى وركزت الجهود نحو هذا حتي أصبح مفهوم العلاقات العامة واضحا في أذهان الكثيرين من العاملين في هذه المؤسسات والمتعاملين معها .

وقد بدأت مظاهر الاهتمام بنشاط العلاقات العامة في الحكومة المصرية عندما أنشأت وزارة الارشاد القومي بغرض تفسير القوانين واللوائح الحكومية وشرحها للموظفين والمواطنين . (٢ : ١٠ ، ١٣) .

وفي المجال الرياضي نجد أن المؤسسة الحكومية المسئولة عن التخطيط وتنفيذ المشروعات لهذا المجال هو المجلس الاعلي للشباب والرياضة ، فالعلاقات العامة لها دور فعال بالنسبة للمجلس الاعلي سواء علي مستوى الاتصال بين المجلس الاعلي كمؤسسة حكومية وبين المجتمع المحيط أو بين كافة القطاعات التي يحتويها المجلس الاعلي داخل هيكله التنظيمي .

ومن الادوار الهامة للعلاقات العامة في المؤسسات الحكومية :

١- مكاتب خدمة المواطنين :

وقد أنشأت في جميع المؤسسات الحكومية مكاتب جديدة سميت بمكاتب خدمة المواطنين وصدر قرار وزاري بانشائها وشروط تكوينها والمكان الذي يجب أن تتواجد فيه بحيث تساعد المواطنين في فهم اتصالاته داخل المؤسسة ومن يتقابل معهم من الموظفين ، ويختار لهذه المكاتب موظفين علي مستوى جيد من الثقافة والمعرفة بأنشطة المؤسسة كما يجب عليهم أن يتركوا انطباع جيد عن المؤسسة عن طريق تعاملهم مع الجمهور بلباقة وأدب . (٢ : ١٣) .

٢- مراكز خدمة المجتمع :

وقد قامت بانشائها بعض المؤسسات العامة والهيئات العامة التي يمكن أن تقدم خدمات مباشرة للجمهور ، ومن أمثلتها مراكز خدمة المجتمع التسيبي

أنشأتها الجامعات المصرية كجامعة القاهرة وجامعة عين شمس وجامعة الاسكندرية وجامعة حلوان من خلال مراكز خدمة المجتمع لتقديم المعلومات والبيانات للجمهور وتعليم بعض المواطنين مهارات عديدة تهدف الي خدمة المجتمع وتطويره وذلك من خلال تطبيق البحوث والدراسات .

٣- مكاتب الاستعلامات :

وتعتبر مكاتب الاستعلامات من الخدمات التي تقوم بها العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية ، وتوجد في مدخل بعض هذه المؤسسات مكتسب للاستعلامات ويهدف الي الرد علي استفسارات الجمهور الزائر أو طالب الخدمة أو القائم بانجاز عمل معين . (٢ : ١٤) .

٤ - الجمهور في العلاقات العامة :

تتوجه برامج العلاقات في أى مؤسسة أساسا الي الجماهير المنتميه اليها ، وذلك لتقديم المؤسسة وسياستها وأعمالها الي هذه الجماهير واشباع رغبات هذه الجماهير واحتياجاتها الاتصالية وحل مشكلاتها مع المؤسسة .

فيرى " علي عجوه " أن الجمهور هو مجموعة الافراد الذين يهتمسون بالمنشأة أو يتأثرون بها أو الذين يمكن أن تؤثر آراؤهم فيها (٢٣ : ١٢١) .

ويرى أن الجمهور يتأثر ببعض المنظمات القائمة ويؤثر في نفس الوقت عليها أى أن وظيفة التأثير والتأثر ثنائية بين الجمهور والمؤسسة ، والفرد الواحد ينتسب الي أكثر من جمهور نوعي بتعدد الوظائف الاجتماعية التي يمارسها لذا فان عدد الجماهير النوعية لجهاز العلاقات العامة في المؤسسة لا يمكن حصره وانما يتم تحديد أهم فئات هذه الجماهير بالنسبة للمؤسسة وتحدد يـد أكثر وسائل الاتصال فاعلية في مواجهة كل جمهور نوعي علي حده في مواجهة الجمهور العام . (٢٤ : ١٢٢) .

ويعرف الجمهور بكونه مجموعة الناس الذين يسهل توجيههم والسيطرة عليهم ، واسقاط المعلومات اليهم ، بحيث يكون سلوك هذا الجمهور فسي الاتجاه المرغوب فيه . (٢ : ٨٥)

وفي تعريف آخر للجمهور يصفه بأنه مجموعة من الافراد تقع في محيط نشاط مؤسسة معينة تؤثر عليها وتتأثر بها ، فأحيانا يكون هذا المحيط قريئة أو مدينة ، وأحيانا يكون العالم أجمع . (١٢ : ١٢١) .

ويمكن تقسيم الجمهور الي قسمين : جمهور داخلي وجمهور خارجي . أما الجمهور الداخلي فيتكون من الافراد الذين يعملون في خدمة المؤسسة ويتمثل في الهيكل التنظيمي للمؤسسة . أما الجمهور الخارجي فانه ينقسم الي فئات كثيرة منها : الجمهور بصفة عامة ، وجمهور المستهلكين ، وجمهور المساهمين وجمهور الصحافة ، وجمهور الموردين ، وجمهور المودعين . (١٢ : ١٢٢) .

والجمهور ليس شبيهاً يسهل التعامل معه ، فهناك الجمهور المثقف ، والجمهور الذواق ، والجمهور الغامض ، والجمهور البسيط . (٢ : ٨٦) .

١- الجمهور المثقف :

وهو الجمهور الذي تعلم ووصل الي درجة عالية من الثقافة والمعرفة تجعلهم يناقشون ويستفسرون ، والحذر والحرص أمراً ضرورياً في التعامل مع هذه النوعية من الجمهور . (٢ : ٨٦) .

٢- الجمهور العنيد :

ويطلق عليه البعض الجمهور الرافض ، الذي يرفض كل ما يعرض عليه سواً عن اقناع أو عدم اقناع بل يفترض أن محور محاولة الاتصال به مرفوضه ، والواقع أن هذا الجمهور ليس بالضرورة أن يكون ذكياً أو مثقفاً فقد يكون جمهوراً مشبعاً بالافكار المضادة ، والتعامل مع هذا الجمهور صعب ويحتاج الي الصبر في اجراء الاتصال . (٢ : ٨٦) .

٣- الجمهور الذواق :

وهذا النوع من الجمهور نقول عنه بأنه مرفه الاحساس متجاوب ويستطيع أن يدرك مصداقية الكلام ، فمعلومات هذا الجمهور أكثر من غيره من الجماهير وأغلبية أفراده من المتعلمين القادرين علي الاستيعاب والمناقشة ، وهذا النوع يوجد في مكان واحد يجتمع لوجود اهتمام مشترك من أعضائه وعادة ماتكون لهذا الجمهور بعض السمات المميزة مثل جمهور الموسيقى ، وجمهور الفنون التشكيلية ، ولهذا فمهمة أخصائي العلاقات العامة في الاتصال بهــــذا الجمهور أكثر يسرا من ذلك الجمهور الجاهل أو الغامض أو العنيد (٢ : ٨٧) .

٤- الجمهور الغامض :

وهذا الجمهور لاينم عن نواياه ، وغالبا ما يكون هادئا لا يكشف عن سره ودهنه ، وهذا الجمهور يحتاج من أخصائي العلاقات العامة حنكة وخبرة وهدوء حتي يصل الي حقيقته ومنتهاه (٢ : ٨٨) .

٥- الجمهور الجاهل :

وهذا الجمهور من أصعب أنواع الجماهير اتصالا لانه قد لايقرا أو أو يهتم بالمفاهيم والاراء فغالبا ما لا تفيد معه الرسائل المكتوبة ولايقصد بذلك أنه من الضروري أن يكون هذا النوع كله من الاميين ، فهناك جمهور متعلم ولكن أكثر جهلا . وهو المقصود به عدم المعرفة ، وهذا الجمهور له مفاهيمه وعاداته بل والامثال الشعبية التي تسيطر عليه (٢ : ٨٨) .

٦- الجمهور البسيط :

وهذا الجمهور لا يمكن وضعه علي مستوى معين فهو يتكون بسهولة وينفذ بسهولة ويتشابه أفراده في طريقة تفكيرهم وأسلوب تداولهم ومناقشتهم للامور ومن أمثلة هذا الجمهور جمهور الاطفال الصغار ، وجمهور الكرة

في مصر ، وجمهور العمال العاديين . (٢ : ٨٩) .

ويتنوع الجمهور في المجال الرياضي بتنوع المؤسسة الرياضية ، ففي الاندية يوجد الجمهور الداخلي والممثل في أعضاء النادي العاملين والهيكل التنظيمي لقطاعات العمل بالنادي والمتمثلة في مجلس ادارة النادي ، قطاع الشؤون الرياضية ، قطاع الشؤون الاجتماعية ، قطاع العلاقات العامة ، المدير وهيكله الوظيفي .

أما الجمهور الخارجي للنادي فيشمل كافة المؤسسات أو الافراد المتصلة أو المتعاملة مع النادي وكذلك الجمهور المنتمي وجدانيا بموازة النادي وليس عضوا فيه مثل جمهور المشجعين لنادي الزمالك وجمهور المشجعين للنادي الاهلي .

وللاتحادات الرياضية جمهورها الداخلي وجمهورها الخارجي أيضا . ويشمل الجمهور الداخلي للاتحاد الرياضي أعضاء مجلس ادارة الاتحاد ، مدير الاتحاد وهيكله الوظيفي ، أعضاء الجمعية العمومية للاتحاد . أما الجمهور الخارجي فيشمل كافة الافراد والمؤسسات التي لها صلة تعامل مع الاتحاد وكذلك الاتحادات الاقليمية التابع لها الاتحاد ، كالاتحادات العربية أو الافريقية أو الدولية .

وللجمهور في المؤسسات الرياضية خصائص ، فيوجد الجمهور المثقف والجمهور الغامض والجمهور الجاهل والجمهور الذواق والجمهور البسيط فكلها نماذج توجد في الجماهير الرياضية الداخلية والخارجية .

فجمهور كرة القدم يشمل الجمهور ذات أعلي مدى من الثقافة وأيضا الجمهور الجاهل أو الذواق وهذا يزيد من مهمة العلاقات العامة ، فعلي أخصائي العلاقات العامة أن يدرسوا ويدققوا في معرفة الجمهور من جميع

الجوانب حتي يكون تعرفهم علي هذا الجمهور دقيقا وواعيا لكل مكوناته واتجاهاته وصفاته . . ولتحديد طبيعة وصفات الجمهور المتعامل مع المؤسسة الرياضية مجموعة من الفوائد من أهمها (٣٧ : ٢٩٤) .

- ضمان الوصول الي الجمهور المستهدف من العملية الاتصالية .
- صياغة الرسالة الاتصالية أو البرنامج بأسلوب يتفق مع طبيعة الجمهور المستهدف .
- اختيار أنسب وسائل الاتصال بالجمهور المستهدف .
- اختيار أفضل الاوقات المناسبة لتوجيه الرسائل أو البرامج الاتصالية
- توفير كثير من النفقات والتي من الممكن انفاقها دون فائدة اذا لم يكن الجمهور المستهدف محددًا تحديدًا دقيقًا .

ويتنوع الجمهور في المجال الرياضي بتنوع المؤسسات الرياضية .

٥ - أهداف العلاقات العامة :

الاهداف هي الغايات المطلوب الوصول اليها ، وهي تتعلق بالمستقبل والامال المراد تحقيقها . فهي ليست مجرد أحلام أو رغبات عشوائية ، ولكنها النتائج المطلوب تحقيقها مستقبلا بالجهد الجماعي ، واذا كان هذا المستقبل بعيدا كانت الاهداف استراتيجية واذا كانت في الاجل القصير كانت أهدافا تكتيكية والاهتمام بالاجل الطويل يخفف من حدة المشاكل الحاضرة ، والاهتمام بالاجل القصير ضروري للوصول الي الاجل الطويل . (٢٤ : ٥٠)

ومن الضروري أن تكون الاهداف واضحة ومفهومة من جميع الافراد، ولكي تكون واضحة ومفهومة فيجب أن تكون مكتوبة وموزعة علي الافراد ، وأن تصدر الخطوط العريضة للاهداف من الادارة العليا ويطلب من أقل المستويات الادارية رفع اقتراحاتهم عن الاهداف التي يبغون التوصل اليها وعن الاحتياجات

اللازمة من الامكانيات لتحقيق تلك الاهداف ، ويجب أن تكون الاهداف قابلة للقياس ويجب وضعها علي شكل أرقام وزمن بحيث يمكن بعد التنفيذ معرفة ما اذا كان قد تم تحقيقها من عدمه . (١٧ : ٣٤ ، ٣٦) .

ويتم قياس الاهداف عن طريق المعايير وفي ذات الوقت فان كل معيار أو مقياس يؤدي الي هدف واحد قابل للقياس ، ولكي يكون الهدف قابلا للقياس يجب أن تتوافر فيه أربعة عناصر أساسية وهي : (١٧ : ٣٧) .

- أ - عنصر الزمن
ب - عنصر الكمية
ج - عنصر الجودة
د - عنصر التكاليف

وفيما يرتبط بعنصر الكمية فان وحدة القياس يمكن أن تكون :

- أ - مالية
ب - وحدات
ج - نسبة مئوية
(١٧ : ٣٨)

وبينما تشكل أهداف المؤسسة الخطة الأساسية للمشروع فان كل ادارة من اداراتها لها أهداف تساهم في تحقيق المؤسسة ككل ، وادارة العلاقات العامة ترتبط أهدافها بأهداف المؤسسة ككل ، بل انها في الواقع وسيلة أساسية لتحقيقها خاصة فيما يتعلق بتكوين السمعة الطيبة والصورة الذهنية المتميزة للمؤسسة لدى جماهيرها ، وخلق الروابط معهم داخليا وخارجيا . (٤٣ : ١١٦) .

وتهدف العلاقات العامة في المقام الاول بالنسبة لاي مؤسسة تنمية العلاقة الطيبة بين جماهير العاملين بعضهم ببعض من جهة وبينهم وبين الادارة العليا من جهة أخرى ، بما يؤدي الي خلق روح الانتماء والولاء للمؤسسة ، وتهدف في المقام الثاني الي تعريف الجمهور الخارجي بكل أنشطة المؤسسة . (٤٣ : ١١٥) .

وينبغي أن تستند حملات العلاقات العامة الي قائمة من الاهداف للعمل علي تحقيقها ، غير أن كثيرا ما يحدث وأن يشتغل أفراد أو جماعات بوجه أو أكثر من وجوه العلاقات العامة دون أن يعرفوا علي وجه التحديد ما هو الهدف الذي يتطلعون الي تحقيقه من وراء هذا العمل . (٤٣ : ١١٧) .

وتحدد أهداف العلاقات العامة خطوة أساسية لتحديد أنشطتها وسياساتها وبرامجها التنفيذية ، كما تساعد علي تمثيل نوع المهام والوظائف التي يجب أن تقوم بها وحصراً وجه النشاط الرئيسية للعلاقات العامة وتقويمها . لذا فان التحديد المسبق لاهداف العلاقات العامة وتسجيل هذه الاهداف يحقق العديد من المزايا وأهمها . (٤٣ : ١١٧) .

- ١- يساعد التحديد المسبق لاهداف العلاقات العامة علي وضع خطة متكاملة ومتناسقة لنشاط العلاقات العامة وفقا لنشاطات المنشأة المختلفة .
- ٢- يؤدي تحديد الاهداف الي تحديد الاتجاه العام لنشاط العلاقات العامة خلال فترة زمنية معينة مما يؤدي الي التركيز علي طبيعة الاهداف المراد تحقيقها .
- ٣- تعمل الاهداف كدافع لكل عضو في الجماعة للقيام بعمله وذلك بربط أهدافه بأهداف الجماعة التي ينتمي اليها .
- ٤- تسهل الاهداف من تحقيق التنسيق بين الجهود الفردية لكل فرد في الجماعة يعرف الاهداف المطلوب الوصول اليها .
- ٥- كلما كانت الاهداف مكتوبة ومسجلة كلما ساعد ذلك علي دراستها وتقويمها بواسطة الادارة العليا ومديري الادارات الاخرى وبالتالي الاقتناع بها وقبولها .

- ٦- تستخدم الاهداف المحددة كأداة ادارية في تقويم الاداء والرقابة والتنسيق واتخاذ القرارات ، وتصلح معيارا في عملية التقويم .
- و لكي يتم تحديد الاهداف وتسجيلها فيجب أن تتوافر في هذه الاهداف بعض الشروط الهامة . (١٧ : ٣٣ ، ٣٨) .
- واضحة ومحددة بدقة حتي يمكن الحكم علي نجاحها وفهمها لجميع العاملين ومشاركتهم في وضعها .
 - عملية وقابلة للتحقيق (واقعية) .
 - قائمة علي الاسلوب العلمي .
 - متمشية مع القيم والظروف الاجتماعية السائدة .
 - لاتتعارض الاهداف مع بعضها البعض .
 - قابلة للقياس .
 - يجب تحليل كل هدف رئيسي الي أهداف فرعية محددة لكي يمكن الوصول الي أنسب الأنشطة التي تحقق هذه الاهداف .
 - تعبر عن المصالح المشتركة بين المؤسسة ومختلف فئات جماهيرها الداخلية والخارجية .
 - تتسم بالمرونة والقابلية للتعديل عند ما يثبت من نتائج الابحاش والمعلومات التي تجمع عن المؤسسة والظروف المحيطة بها .
 - يجب أن تسعى الاهداف الي احداث التأثير الطيب وكسب وتأييد جماهير المؤسسة علي اختلافها وتعددها بدلا من أن تقتصر علي التفكير في كيفية منع أي تأثيرات معادية أو منع تفاقم المشكلات بعد وقوعها بالفعل . (٤٣ : ١٨٦) ، (٢٨ : ٢٤ ، ٣٥) .
- و يجب أن يتفق بناء الاهداف في العلاقات العامة وقاعدتها الاساسية وهي السياسة العامة للمؤسسة أو المجتمع الذي تنتسب اليه مع الوضع فسي

الاعتبار أن أساس العلاقات العامة واحد أيًا كان النظام الذي تمثله، وكذا لك لتفاني مفاهيم العلاقات العامة أيًا كان النظام الذي تمثله أيضًا، بينما يأتي الاختلاف في الاهداف والوسائل وأساليب التطبيق . (٢٤ : ١١٦) .

ولكي تؤدي العلاقات العامة الدور الذي يجب أن تقوم به فإن عليها أن تقف علي الاهداف الكلية للمؤسسة حيث يجب أن تنبع منها ، وتتسق معها ثم تقرر نوع الاهداف التي تستطيع المساهمة في تحقيقها ، ثم تقوم بوضع برنامج يستهدف انجاز أهداف محددة تساعد في تحقيق فعالية المؤسسة . (٤٢ : ١٩٧)

وتختلف أهداف العلاقات العامة باختلاف طبيعة المؤسسة التي تعمل فيها فأهداف العلاقات العامة في مؤسسة خدمية تختلف عن أهدافها في مؤسسة ربحية نتيجة نوع النشاط الذي تزاوله المؤسسة وكذلك حجم المؤسسة التي تعمل فيها واختلاف نوعية الجماهير التي تتعامل معها ، ومدى التقارب أو التباعد بين مصالحها ، كما تختلف أهداف العلاقات العامة بالمؤسسة باختلاف الظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية المحيطة بالمؤسسة وكذلك مدى ادراك الادارة العليا لمفهوم العلاقات العامة ومدى اقتناعها بأهميتها وقد رتها علي انجاز الاعمال التي توكل اليها كما تتفاوت أهداف العلاقات العامة في درجة شمولها والمدى الزمني الذي تحتاجه لتحقيقها ، كما تختلف أيضا من حيث الموارد والطاقات اللازمة للوصول اليها . (٣٣ : ١٢٨ ، ١٢٩)

ويمكن اتباع بعض الخطوات لتحديد الاهداف الاساسية للعلاقات العامة في المؤسسة وهي : (٤٩ : ٨١) .

- ١- تحديد المستوى الحالي من الاداء .
- ٢- تحديد مستوى الاداء المتوقع والحصول علي موافقة الادارة عليه .
- ٣- تحليل للمشكلات التي تجعل مستوى الاداء الحالي أقل من المستوى المتوقع .

- ٤- ترتيب المشكلات التي تتعلق بالاتجاهات وكذلك ترتيب الاتجاهات ذاتها طبقا لاهميتها .
- ٥- اختبار هذه الاهداف المحددة وتنقيحها تفاديا للاثار الجانبية غير المرغوب فيها .
- ٦- وضع الخطط المبدئية لتنفيذ هذه الاهداف .

ويضيف " ممدوح بسيوني بيلى " أهداف العلاقات العامة حسب آراء العديد من المصادر الي (٤٣ : ١٨٨) .
أولا : من وجهة نظر الخبير الممارس :

- حيث يرى " سام بلاك Sam Black " وهو من أحد الخبراء الممارسين في مجال العلاقات العامة كما أنه في نفس الوقت رئيس جمعية العلاقات العامة الدولية IPRA ان للعلاقات العامة أهداف رئيسية هي :
- ١- تحقيق السمعة الطيبة للمؤسسة ، وبذل الجهود لحماية هذـه السمعة .
 - ٢- العمل علي تغيير وتعديل السياسات والممارسات التي لا يتقبلها الرأي العام .
 - ٣- العمل علي توحيد اهتمامات ومصالح العاملين مع مصالح وأهداف الادارة .

ويتضح من صياغة " بلاك " لاهداف العلاقات العامة أنها تعكس الممارسات الفعلية للعلاقات العامة في العديد من المجالات ، كما أن الهدف الثاني في الصياغة والخاص بتعديل وتغيير السياسات والممارسات التي لا يتقبلها الرأي العام ولا يمكن قبوله كهدف من أهداف العلاقات العامة وإنما هو واجب من واجباتها تقوم بأداءه .

و في شركة انترناشيونال هارvester International Harvester
ظهرت فلسفة الادارة الرشيدة في سياسة العلاقات العامة وهي أن تسير قدما
بجهد مستمر لقيادة كل مرحلة من عمل الشركة حيث تستحق الحصول علي تقدير
وثقة الجمهور بشكل مقبول وأن تقوم بإنجاز أكبر قدر ممكن من الاشياء في حد ود
اجراءات العمل بما يرضي الجمهور ويعطي أفضل انطباع والحرص علي تلافيفي
الممارسات التي تسبب اثاره مشاعر الناس أو تعرضهم لسوء فهم كما تسعى
بكل قدرتها الي كسب احترام وثقة الجمهور في المؤسسة . (٤٣ : ١٨٧) .

و تضع احدى الشركات التجارية أهداف للعلاقات العامة بها وهي
كالتالي : (٤٢ : ٥٠) .

- ١- تفسير التغييرات في سياسة المؤسسة .
- ٢- اعلام الجمهور بالتقدم في المشروع .
- ٣- التغلب علي سوء الفهم للجمهور .
- ٤- تطوير المعلومات والفهم عن السلع أو الخدمات أو المنظمات الجديدة .
- ٥- احاطة الاسواق المالية علما بمركز الشركة المالي وامكانياتها .
- ٦- اقامة أفضل العلاقات مع الموظفين .
- ٧- التعرف بمراكز خدمة المستهلك وتطوير العلاقات العامة معهم .
- ٨- التعرف بالدور الذي يقوم به المسئولون عن ادارة المؤسسة وتوضيح مدى القيام به .

و يضع أعضاء جمعية العلاقات العامة الامريكية أهداف للجمعية وتتمثل
في التالي : (١٢ : ٣٠ ، ٣١) .

- ١- التعهد بعدم تعارض أهداف الجمعية مع رفاهية المجتمع ومصالحه
العملاء .
- ٢- مراعاة الدقة والصدق والذوق السليم في الاعمال الخاصة بالجمعية .

- ٣- الاحتفاظ بأسرار العملاء السابقين والحاليين .
- ٤- التعاون مع كل من يعمل بمهنة العلاقات العامة بالمؤسسة .
- ٥- تشجيع كل الجهود التي تهدف الي رفع المستوى العلفي والفنسي للعلاقات العامة .

ثانيا : أهداف العلاقات العامة من وجهة نظر البحوث الميدانية :

في دراسة ميدانية ذكرها " ممدوح بيلى " أجريت علي (٨٥) شركة بالولايات المتحدة الامريكية لدراسة الاهداف الرئيسية للعلاقات العامة بها ، أشارت النتائج الي الاهداف التالية : (٤٣ : ١٢٦) .

- زيادة المبيعات .
 - تفهم الجمهور للشركة وسياستها وأعمالها .
 - بناء سمعة طيبة للشركة لدى الجمهور .
 - ارضاء العاملين والمساعدة في تعيين عاملين جدد .
 - تنمية روح التفاهم بين الادارة والعاملين كوسيلة لزيادة الانتاج .
 - امداد العاملين بالمعلومات الكاملة عن الشركة وأنشطتها .
- وهذه الاهداف تعبر عن سياسة المؤسسة أو المجتمع التي تنتسب اليه .

وفي بعض الدراسات الميدانية التي أجريت في مصر والتي تناولت أهداف العلاقات العامة في المؤسسات المصرية ، وضحت أهداف العلاقات العامة بهذه المؤسسات وهي مرتبة وفقا لاهميتها النسبية . (٤٣ : ١٢٧)

- الاعلام عن أهداف المؤسسة وأوجه نشاطها .
- كسب تأييد وثقة الرأي العام بامداده بالمعلومات الصحيحة .
- كسب ثقة وتعاون جمهور المتعاملين .

- شرح سياسة المؤسسة لجمهور المتعاملين
- مكافحة الاشاعات الضارة بالمؤسسة
- نشر الوعي داخل المؤسسة
- دعم العلاقات بين المؤسسة والمؤسسات الاخرى
- دعم الصلة مع أجهزة الاعلام
- نشر الوعي فيما يتعلق بنشاط المؤسسة علي المستوى القومي
- تقديم الخدمات للجمهور الداخلي للمؤسسة
- ربط العاملين بعلاقات وطيدة وخلق روح التفاهم
- خلق صورة ومركز ممتاز للمؤسسة في أذهان المتعاملين داخل البلاد
- التعرف علي متطلبات جماهير المؤسسة بالخارج ورفعها الي الادارة
- دعم العلاقات الانسانية بين جموع المتعاملين بالمؤسسة
- رفع المستوى الثقافي الاجتماعي للعاملين بالمؤسسة
- شرح سياسة الادارة وتوضيحها للعاملين
- الترويج لمنتجات المؤسسة أو خدمتها

ويرى " علي عجوة " أنه يمكن تركيز الاهداف الاساسية للعلاقات العامة في معظم المؤسسات في بعض الاهداف المشتركة التي تسعى أجهزتها وادارتها الي تحقيقها في كل مؤسسة أيا كان نوعها أو حجمها أو طبيعة الظروف المحيطة بها أو المجتمع الذي توجد فيه أو النظام الذي تعمل من خلاله في مجموعة من الاهداف . (٢٣ : ٣٧) .

- تحقيق السمعة الطيبة للمؤسسة وتوضيح وتدعيم صورتها ومكانتها
 - المساعدة في ترويج المنتجات أو تنشيط الخدمات
 - كسب تأييد الجمهور الداخلي
 - كسب ثقة المجتمع الخارجي
- وبذلك تتضح أهمية أهداف العلاقات العامة في المؤسسات المختلفة وتخص الدراسة المؤسسات الرياضية النادى والاتحاد الرياضي . لذا يجب

أن تحدد أهداف العلاقات العامة بالمؤسسات الرياضية المختلفة لما لها من أهمية في :

- بناء سمعة طيبة للمؤسسة الرياضية .
- تفهم الجمهور للمؤسسة الرياضية وسياستها .
- دعم العلاقة بين المؤسسة والمؤسسات الاخرى .
- شرح سياسة المؤسسة الرياضية لجمهور المتعاملين .
- تقديم الخدمات للجمهور الداخلي للمؤسسة .

كما أنه يجب مراعاة المعايير التالية عند تحديد أهداف العلاقات العامة بهذه المؤسسات وهي :

- الوضوح .
- الواقعية .
- المرونة .
- الدقة .
- الشمول .
- الاستمرارية .

٦ - وظائف العلاقات العامة :

تعاني العلاقات العامة من عدم اتفاق المهتمين بدراستها حول وظائفها وأهدافها وهو ما أدى الي تداخل اختصاصات العلاقات العامة كوظيفة أساسية في المؤسسة مع اختصاصات وأعمال غيرها من الوظائف الادارية الاساسية الاخرى داخل المؤسسة ، كما أدى الي قيام أجهزة العلاقات العامة بمهام وأعمال لاتمت لها بصلة وليست من اختصاصاتها ، وقيام ادارات أخرى بالمؤسسة بأعمال تعتبر من اختصاصات ادارة العلاقات العامة

فهناك كثير من الاعمال تقوم بها ادارة شئون العاملين في مؤسسة
صناعية دون الاتصال بالعلاقات العامة أو مراعاة دورها . (٣٤ : ١٥١)
والعلاقات العامة تمتزج وظائفها وتختلط بنوعيات من الانشطة التي
تؤدي الي تضارب في الاختصاصات بين وظائف وأهداف العلاقات العامة
بالمؤسسات (٣٥ : ٣٧) .

وقد اختلف المهتمون بالعلاقات العامة فيما بينهم حول تحديد وظائفها
لذا تختلف وظائف العلاقات العامة من مؤسسة لاخرى وذلك باختلاف الظروف
المحيطة بها والتي من أهمها (١٠ : ٢٤٢) .

- حجم وعدد فئات الجمهور المتصلة بالمؤسسة .
- المركز المالي للمؤسسة .
- موقف فئات الجمهور من المؤسسة .
- النظام الاجتماعي والسياسي للمجتمع الذي توجد فيه المؤسسة .

ويرى كثير من خبراء العلاقات العامة أنه كي تستطيع ادارة العلاقات
العامة أن تؤدي دورها بنجاح عليها أن تمارس مجموعة من الوظائف ، هي
عبارة عن خطوات متداخلة ومتشابكة ومستمرة يطلق عليها فنون العلاقات العامة .
(١٩ : ١٤٤)

ويمكن عرض بعض الازاء التي توضح وجهة نظر الخبراء في وظائف
العلاقات العامة .

جدول (١)
وظائف العلاقات العامة

الوظائف	اسم الباحث
- البحث - التخطيط - الاتصال - التقويم	١ سمير محمد حسين (١٤٥ : ١٨)
- البحث - التخطيط - الاتصال - التقويم - التنسيق	٢ حسين عبد الحميد رشوان (١٤٩ : ١٣)
- كتابة التقارير والبيانات الصحفية ، والكتيبات ، والخطب . - تحرير النشرات العمالية ، الصحفية ، والتقارير الاتصال بالصحافة والراديو والتلفزيون - تحسين صورة المؤسسة من خلال الاحداث الخاصة كالحفلات والمعارض وتنظيم الزيارات . - مواجهة الجماعات المختلفة والتحدث اليها من خلال لقاءات طبيعية وتخصيص متحدث باسم المؤسسة .	٣ ممدوح بسيوني بيلي عن الجمعية الامريكية للعلاقات العامة (١٥٣ : ٤٣)

تابع جدول (١)
وظائف العلاقات العامة

الوظائف	اسم الباحث
<ul style="list-style-type: none">- انتاج النشرات والكتيبات والتقارير الخاصة وموارد الاتصال .- تحديد الاحتياجات والاهداف اللازمة لتنفيذ المشروع .- استخدام الاعلانات الاعلامية في اعلاء اسم المؤسسة والتنسيق المستمر مع قسم الاعلان بالمؤسسة .	تابع (ممدوح بسيوني بيلي)
<ul style="list-style-type: none">- بالاضافة الي ما أوردته الجمعية الامريكية للعلاقات العامة .- المشاركة في المناسبات العامة كتمثيل المنظمة في المشروعات التي تتصل بالنواحي المدنية والاجتماعية .- اجراء البحوث والدراسات المتعلقة بآراء الجماهير المعنية .- تفسير سياسات المؤسسة وقراراتها للمهنيين الحكومية وللشخصيات التي تمتلك حقوق التصويت .- تدريب المتحدثين الاكفاء .	كاتيوليب، الان سنتر Cutlip, Allen Center (٥٣ : ٢٠٠٠)

تابع جدول (١)
وظائف العلاقات العامة

الوظائف	اسم الباحث
<p>- تعريف الجمهور بالمؤسسة فيما يتعلق بماضيها وحاضرها ومستقبلها وشرح سياستها له .</p> <p>- مد الجمهور بكافة المعلومات الصحيحة والبيانات الصادقة لمساعدته علي تكوين رأيه علي أساس من الحقائق .</p> <p>- استطلاع الرأي العام لدى الجمهور الخارجي والداخلي لكشف كافة التطورات التي تحدث فيه .</p> <p>- حماية المؤسسة ضد أى هجوم يقع عليها نتيجة نشر أخبار كاذبة أو غير صحيحة مع تهيئة الجو الصالح بينها وبين الافراد وبين بعضهم وبعض داخل المؤسسة وخارجها .</p> <p>- تشجيع الاتصال بين المستويات الادارية المختلفة بالمؤسسة .</p>	<p>٥ سمير محمد حسين خالد محمد جمال رشاد سعيد (٢١ : ٢٧ ، ٣١)</p>
<p>- طبع الكتيبات والنشرات وعقد الندوات والمؤتمرات</p> <p>- القيام بالنشاط الاعلامي الخاص برسالة المؤسسة وأهدافها .</p> <p>- القيام بالنشاط الاجتماعي والرياضي والترفيهي في المؤسسة .</p> <p>- تنظيم واستقبال الوفود والزوار وترتيب اقامتهم</p>	<p>٦ سمير محمد حسين (٢٠ : ٨٦ ، ٨٨)</p>

تابع جدول (١)
وظائف العلاقات العامة

الوظائف	اسم الباحث
<ul style="list-style-type: none">- تخطيط وتنفيذ الاعلان عن منتجات المؤسسة أو خدماتها .- متابعة كل ما ينشر في وسائل الاعلام المختلفة عن المؤسسة .- تجهيز وتنفيذ المعارض المحلية والاقليمية .- تقديم أكبر قدر ممكن من الخدمات والتسهيلات والبيانات الاعلامية الي عملاء المؤسسة .- تسهيل مهمة الوفود القادمة للمؤسسة .- نقل صورة كاملة عن اتجاهات الجماهير نحو سياسة المؤسسة .- الاتصال الشخصي ببعض فئات جمهور المتعاملين مع المؤسسة .- الاتصال بمختلف الاجهزة والمصالح لانجازية مطالب خاصة بالمؤسسة .	٦ سمير محمد حسين (٢٥ : ٨٦ ، ٨٨)
<ul style="list-style-type: none">- تعريف الجمهور بالمؤسسة وشرح السلعة أو الخدمة التي تنتجها بلغة سهلة بسيطة .- شرح سياسة المؤسسة الي الجمهور .- مساعدة الجمهور علي تكوين رأيه وذلك بمدد بكافة المعلومات .	٧ حسن محمد خيرالدين (١١ : ٣٧ ، ٣٨)

تابع جدول (١)
وظائف العلاقات العامة

الوظائف	اسم الباحث
- التأكد من أن جميع الاخبار التي تنشر علي الجمهور صحيحة وسليمة من حيث الشكل والموضوع .	تابع (حسن محمد خير الدين)
- مد المؤسسة بكافة التطورات التي تحدث في الرأى العام .	
- حماية المؤسسة ضد أى هجوم قد يقع عليها نتيجة نشر أخبار كاذبة أو غير صحيحة عنها .	
- تهيئة جو صالح بين المؤسسة والافراد وبين الافراد بعضهم وبعض داخل المؤسسة .	
- اخبار الادارة العليا للمؤسسة برد فعل سياستها بين فئات الجمهور المختلفة .	
- بحث وتحليل وتلخيص جميع المسائل التي تهم الادارة العليا ورفعها اليها .	
- مساعدة وتشجيع الاتصال بين المستويات الادارية العليا والمستويات الدنيا وبالعكس .	
- التأكد من أن أهداف المؤسسة وأغراضها وأعمالها تلقي الاهتمام الكافي من فئات الجمهور المختلفة .	
- تعمل كمستشار شخصي لاعضاء مجلس الادارة ولجميع الافراد في المستويات الادارية العليا .	

تابع جدول (١)
وظائف العلاقات العامة

الوظائف	اسم الباحث
- البحث . - التخطيط . - التنسيق . - الادارة . - الانتاج .	٨ ابراهيم امام (١ : ٦٣)

وبملاحظة وظائف العلاقات العامة من وجهة نظر بعض الخبراء يتضح
تداخل بعض أهداف العلاقات العامة في هذه الوظائف ، ففي البند الخاص
" بتحسين صورة المؤسسة في أذهان جماهيرها " لا يمكن اعتبارها وظيفية
للعلاقات العامة وإنما هدفاً من أهدافها .

فالاهداف تعبر عما يراد بلوغه أو تحقيقه للمؤسسة ، أما الوظائف
فهي تشير الي الوسائل والبرامج العملية والانشطة التي تحقق الاهداف في
العلاقات العامة . (٤٣ : ١٥٣) وهذه العلاقة توضح الارتباط بين أهداف
العلاقات العامة ووظائفها . فما يراد تحقيقه الاهداف والوسائل التي تحقق
هذه الاهداف هي وظائف العلاقات العامة .

وقد تعددت مرادفات الوظائف ، فيطلق عليها البعض بالواجبات
أو الانشطة ، والبعض الاخر يطلق عليها فنون العلاقات العامة ، ويـرى
آخرون أن الوظائف هي ديناميكية العلاقات العامة ، وعن طريق الوظائف

تستطيع ادارة العلاقات العامة أن تؤدي مهامها بنجاح . (٥٢ : ١٢٣)

وفي هذا الصدد يصنف بعض الخبراء وظائف العلاقات العامة التي مرحلتين ، المرحلة الاولى وتتكون من أربعة وظائف أو خطوات أساسية وهي : (٢٤ : ١٥٣)

- البحوث وجمع المعلومات .
- التخطيط والبرمجة .
- الاتصال .
- التقويم .

والمرحلة الثانية ويطلق عليها الأنشطة ، وهي تتعلق بكافة الوسائل والمهام التي تنفذ وظائف العلاقات العامة من بحوث وتخطيط واتصال وتقويم .

البحوث : وهي الخطوة الاولى التي تبني عليها المقومات الاساسية لنجاح نشاط العلاقات العامة ، فالادارة في حاجة الي التعرف علي آراء فئات الجماهير التي تتعامل معها واتجاهاتها وردود الفعل لديها لكل ما تتخذه من قرارات وما تقوم به من أنشطة ، كما أنها في حاجة الي التعرف علي آراء العاملين واتجاهاتهم ووجهات نظرهم ومشكلاتهم واحتياجاتهم المختلفة ، ومدى تقبلهم وتقويمهم لهذه القرارات ، أي أن ادارة العلاقات العامة تسعى من خلال البحوث الي الاجابة عن سؤال : ما الذي يحدث الان ؟ (٤٨ : ٢٠٠) .

التخطيط : ويشمل تحديد الاهداف القصيرة والطويلة ودراسة مدى تأثير الآراء والاتجاهات وردود فعل الجماهير علي أهداف المؤسسة ورسم الخطط المختلفة ووضع البرامج التنفيذية بهدف تحقيق الاهداف الموضوعية . وتجيب هذه الخطوة عن السؤال : ما الذي ينبغي فعله ؟ (٤٨ : ٢٠٠)

الاتصال : وهي الخطوة التي تتضمن القيام بتنفيذ البرنامج الموضوع من خلال الجهود الاتصالية التي تسعى الي تحقيق الهدف الاساسي للعلاقات العامة ، وهو تعريف فئات الجماهير بالمعلومات المطلوبة باعتبار أن هذا الهدف يمثل العمود الفقري للعلاقات العامة ، وتسعي هذه الخطوة الي تنفيذ البرنامج الاتصالي والاعلامي المصمم لتحقيق أهداف محددة مرتبطة بالهدف العام للبرنامج ، وتجيب عن سؤال : كيف ننفذ الاتصال ؟ وماذا نقول ؟ (٢١ : ١٣٠)

التقويم : وهي الخطوة التي تسعى ادارة العلاقات العامة من خلالها الي التعرف علي ما حققه برنامج العلاقات العامة باستخدام مقاييس كمية وكيفية توضح مدى نجاح البرنامج ومواطن القوة والضعف فيه ، وماذا كان الامر يتطلب اجراً تعديلات في البرنامج أو إيقافه ، وتجيب هذه الخطوة عن السؤال : كيف ننفذ البرنامج ؟ (٢١ : ١٣١) .

والبرنامج الفعال للعلاقات العامة يجب أن يركز أساساً علي هذه الخطوات الاربعة ولا يهمل واحدة منها علي حساب الاخرى وذلك لان كل عنصر منها لا يقل في الاهمية عن أى عنصر آخر . كما أن تتابع هذه العناصر وتشابكها لا يتيح الفرصة للفصل بين هذه العناصر ، بحيث يمكن القول أن المـنـج العملي للعلاقات العامة كعملية ديناميكية مستمرة هو نتاج تداخل مجموعة من الخطوات تتمثل في جمع المعلومات وتحليلها واستخلاص النتائج ، ووضع الخطط ورسم البرامج والتنفيذ والاتصال والتقويم وجمع المعلومات وتعدديـل الخطط الموضوعـة ورسم برامج جديدة وتنفيذها وتقويمها وبناء خطط جديدة علي أساسها ، دون أن نستطيع الفصل بين كل هذه الخطوات . وجميع المهام التي تنفذ تلك الخطوات تعد وظائف أو أنشطة للعلاقات العامة .

ولذا يجب تحديد وظائف العلاقات العامة بالمؤسسات الرياضية وذلك لان تلك الوظائف تعد الوسائل التي من خلالها يتم تحقيق الاهداف .

واذا كانت الاهداف هي الغايات البعيدة التي تضعها أجهزة العلاقات العامة بما يتفق والاهداف العامة للمؤسسة ، وهذه الغايات تحقق عن طريق برامج عملية وهي ما يطلق عليها مسمي وظائف العلاقات العامة (٣٥ : ١٥٣) وهذه العلاقة توضح الارتباط ما بين أهداف العلاقات العامة ووظائفها فما يراد الوصول اليه الاهداف والوظائف هي الوسائل التي تعمل علي تحقيق هذه الاهداف .

وقد تعددت مرادفات الوظائف فيطلق عليها البعض بالوجبات أو الانشطة والبعض الاخر يطلق عليها بفنون العلاقات العامة .

٧ - الجوانب التنظيمية لجهاز العلاقات العامة :

تطور مفهوم التنظيم في الفكر الاداري الحديث بحيث لم يعد مقصورا علي الجوانب الهيكلية التي تعني بتصميم الهياكل التنظيمية وتقسيم العمل بشكل منطقي فقط ، وانما اتسع ليشمل مجموعة متنوعة من المتغيرات المتفاعلة التي تؤكد ديناميكية التنظيم وترابط عناصره . (٢٢ : ٦١)

ويعرف التنظيم بكونه وضع كل شيء في مكانه وكل شخص في مكانه وربط الاشياء بعضها ببعض والاشخاص بعضهم ببعض (١٧ : ١٣٥) .

و يعرف قاموس اكسفورد الانجليزي كلمة التنظيم بأنها هيئة أو نظام أو مجتمع منظم .

أى أن التنظيم عبارة عن وضع نظام علاقات بين الاشخاص من أجل تحقيق هدف مشترك (١٧ : ١٣٦) . وبهذا المعني فان التنظيم يجب أن يؤدي الي الاقلال من الصراعات والاقلال من أثر السلوك الانساني الذي يبتعد عن القيم التي قررتها المنظمة ، وبهذا التصور فان التنظيم يزيد من الاستقرار في العلاقات الانسانية . (١٧ : ١٣٧) .

و يتمثل التنظيم في أنه عملية تحديد لوجه النشاط المطلوبة لتحقيق أهداف المؤسسة وتجميعها في هيكل تنظيمي متكامل ، وشغل هذا الهيكل بأفراد أكثر كفاية وتخصيص مدير أو رئيس لكل مجموعة من هذه المجموعات وامداد أفراد التنظيم بالامكانات اللازمة لاداء وظائفهم وتنسيق الجهود البشرية لامكان تنفيذ السياسات المرسومة بأقل تكلفة ممكنة . (٢٢ : ٦١) .

و لكي يتم التنظيم فلا بد من اتباع خطوات يتم التنظيم عن طريقها وهي : (١٧ : ١٣٩)

- البدء بالاهداف المطلوب تحقيقها .
- تقسيم العمل الي أجزاء .
- تحديد مسؤوليات الاجزاء عن النتائج المتوقعة .
- تحديد العلاقات الافقية والرأسية بين الاجزاء بعد أن تحددت الاجزاء نفسها .
- اختيار المديرين الملائمين للمناصب أو تكييف المناصب لكي تلائم المديرين الممتازين .

وبهذا فان عملية التنظيم يمكن أن تقسم الي أربعة عناصر وهي : (١٧ : ١٤٠) .

- تصميم الهيكل التنظيمي .
- تحديد المسئوليات .
- تحديد العلاقات .
- اختيار المديرين وتطويرهم .

وعن تنظيم ادارة العلاقات العامة بأى مؤسسة من المؤسسات فقد قسم " ديل كوكس Dale Cox " مسئوليات ادارة العلاقات العامة الي مجموعتين ، المجموعة الاولي : تضم المسئوليات المباشرة أى المسئوليات التي تلقي كاملة علي عاتق ادارة العلاقات العامة كقياس الرأى العام وتحليله وتفسيره واعلام فئات الجماهير بأحوال المؤسسة وأخبارها وواجباتها ، أما المجموعة الثانية فتضم المسئوليات غير المباشرة ، أو التي تشترك فيها ادارة العلاقات العامة مع الادارات الاخرى . (١ : ٧٥)

ومدير ادارة العلاقات العامة بالمؤسسة لابد وأن يشغل المنصب التالي مباشرة لرئيس المؤسسة ، فهو اما نائب المدير العام أو المدير العام المساعد أو وكيل المؤسسة ، ويجمع الباحثون علي أن مدير العلاقات العامة لا يستطيع أداء واجبه كما ينبغي ما لم يشغل منصبا يوازي مدير احدى الادارات الكبرى ، والا تعذر عليه المشاركة في رسم السياسة العامة . (١ : ٧٧)

ويوجد ثلاثة أساليب رئيسية لتنظيم ادارة العلاقات العامة وتوزيع الاختصاصات علي الخبراء والاعلاميين والاتصاليين وغيرهم من المسئولين ويتعلق الاسلوب الاول بالاتجاه الاعلامي أو الوظيفي في التنظيم فتوزع فيه اختصاصات الاقسام علي أساس وسائل الاعلام والخدمات كقسم الصحافة وقسم الاذاعة وقسم الاعلان ، وقسم الحفلات والندوات ، أما الاسلوب الثاني في

التنظيم فيطلق عليه اسم الاسلوب الاتصالي لانه مبني علي أساس الاتصالات أو العلاقات بفئات الجماهير كقسم العلاقات الداخلية أو قسم العلاقات الخارجية ، أما الاسلوب الثالث فهو الذي يجمع بين الاسلوبين السابقين فيوزع العمل علي أقسام تختص بوسائل الاعلام ، وأقسام أخرى تتنوع بتنوع العلاقات بفئات الجمهور ، لذلك أطلق عليه الاسلوب الاعلامي أو الاتصالي .
(١ : ٧٧ ، ٧٩)

ويرى " مختار التهامي و ابراهيم الراقوفي " أنه يمكن تنظيم ادارة العلاقات العامة علي النحو التالي : (٣١ : ٢٩ ، ٣٠)

أ - طبقا لاساليب الاتصال :

- قسم الاستعلامات .
- قسم الصحافة والنشر .
- قسم الاذاعة والتلفزيون .
- قسم المحاضرات والندوات والمؤتمرات .
- قسم المعارض .
- قسم المناسبات الخاصة .
- قسم البحوث .
- قسم الشؤون المالية .

ب - طبقا لفئات الجمهور والتي يجرى التعامل معها :

- ويتم تقسيم ادارة العلاقات العامة الي قسمين رئيسيين :
- قسم العلاقات الداخلية ويعني بفئات الجمهور الداخلي المختلفة .
 - قسم العلاقات الخارجية ويعني بضيوف المؤسسة وزوارها والمتعاملين معها من الخارج .

ج - طبقا لنوعية الخدمات التي تقدمها المؤسسة :

- قسم خدمات الاعضاء .
- قسم الاعلام والنشر .
- قسم رعاية العاملين .
- قسم الخدمات الترفيهية .
- قسم الشكاوى .

وتتبع معظم ادارات العلاقات العامة بالمؤسسات الكبرى مزيجا من التصنيفات بما يتناسب مع نوعية اهتماماتها وأنشطتها .

وقد يختلف أسلوب تنظيم العمل في ادارة العلاقات العامة من مؤسسة الي أخرى ليلائم أهداف كل مؤسسة وأنشطتها والجماهير التي تسعى الي كسب تأييدها . لذا لا يمكن القول أن هذا الاسلوب أفضل من ذلك أو أن الجمع بين الاسلوبين هو الطريق الامثل لتحقيق وظائف العلاقات العامة ، فليس هناك تفضيل مطبق في هذا المجال كما أنه لا توجد أنماط جاهزة صالحة للتطبيق في حالات محددة ، فالابحاث والمعلومات المتاحة هي التي تساعد علي تحديد الشكل الاولي لادارة العلاقات العامة في أي مؤسسة . (٢٣ : ٣٧ ، ٣٨)

وتنظيم نشاط العلاقات العامة يتطلب تحديد الاهداف التنظيمية لها والغرض الذي جعل الادارة تهتم بالعلاقات العامة وتخصص لها ادارة متخصصة ، وكذلك طبيعة نشاط العلاقات العامة ومكانها في الخرائط التنظيمية والاختصاصات التي تمارسها ، فكلما كانت المؤسسة تتعامل مع أعداد كبيرة من الجمهور سواء كان هذا الجمهور من المستهلكين أو من المنتفعين أو أصحاب المصالح كلما كانت حاجتها الي وجود عدد من الافراد المتخصصين في العلاقات العامة تكلفهم بعمل البرامج واجراء الاتصالات اللازمة مع الجمهور ، وكلما تنوع الجمهور وأصبح من الصعب تحديده أو تقسيمه

الي نوعيات محددة أو مجموعات معروفة ، كلما كانت عملية الاتصال صعبة وتحتاج الي المام ودراية وخبرة واسعة حتي يكون هذا التحديد واضحا ودقيقا يسهل علي القائمين بهذا العمل دراسته والاتصال به ، مستخدمين في ذلك أبسط الوسائل وأكثرها ملائمة له . (٦ : ١٧٣)

ويرى " أحمد المصري " أن ادارة العلاقات العامة من الادارات الفنية التي تعاون الادارة العليا في اتمام عملها علي وجه مرضي يكسبها ثقة الجمهور المتعامل معها ، لذا يجب أن يكون موقعها في الخرائط التنظيمية جانب رئيس المؤسسة ، سواء كانت المؤسسة صناعية أو تجارية أو خدمية أو مصلحة حكومية ، وذلك لاعتبار أن مهمتها استشارية للمدير ورجال الادارة العليا . (٢ : ٧٤)

و من الصعب وضع تنظيم أمثل لادارة العلاقات العامة فالتنظيم يختلف من مؤسسة الي أخرى حسب ظروفها وتطورها والسلعة أو الخدمة التي تنتجها ومدى فهم المستويات الادارية العليا لاعمال العلاقات العامة . (٢ : ٧٥)

ويرى " محمود الجوهري " أن تنظيم ادارة العلاقات العامة بالمؤسسة لاقيمة له ما لم تتوفر له ادارة سليمة ، فاذا بدأ التنظيم مثاليا فالنجاح الاسمي يتوقف الي حد كبير علي العنصر البشري . والمتطلبات الاساسية عند تنظيم ادارة العلاقات العامة بأي مؤسسة . (٤٠ : ٤٣ ، ٤٤)

- مدير لادارة العلاقات العامة بالمؤسسة .
- رؤساء للاقسام .
- رؤساء للفروع .
- رسام .
- مصور .
- كاتب آلة كاتبة .

كما يحدد " محمود الجوهري " اختصاصات الاقسام والافراد وفقاً

لما يلي : (٤٠ : ٤٣)

أ- مدير ادارة العلاقات العامة ويتولى الاختصاصات التالية :

- تنفيذ السياسة العامة للعلاقات العامة التي يضعها رئيس مجلس الادارة والمدير العام للمؤسسة أو الشركة .
- الرقابة المستمرة علي النشاط اليومي لجميع أقسام التنظيم وتوجيهها طبقاً للسياسة المرسومة .
- تطبيق جميع أساليب الإتصال المتفق عليها في السياسة العامة .
- العمل علي توفير الوسائل اللازمة لاداء العمل اداءً ناجحاً .

ب- قسم العلاقات الخارجية :

وهذا القسم هو حلقة الاتصال بين المؤسسة أو الشركة وجميع المؤسسات العامة والشركات الاخرى والمصالح الحكومية ، والهيئات التي تتعامل معها ، وذلك لتوثيق أسباب التعاون بتبادل المعلومات والبيانات وخلق الثقة وتنميتها بين المؤسسة أو الشركة وخماهيرها المختلفة ورسم خطة منتظمة لتنوير السراى العام الخارجي في البلاد الاخرى ، ويضع هذا القسم في خمس فروع وهي

كالتالي : (٤٠ : ٤٣) .

- فرع الاتصال .
- فرع النشر .
- فرع التحرير .
- فرع الاعلان .
- فرع السينما .

ج - قسم العلاقات الداخلية :

وهذا القسم هو حلقة الاتصال بين المؤسسة وجماهيرها المختلفة لتحقيق أسباب الترابط والتعاون الايجابي بينها ، وهو المسئول عن دراسة الرأى العام في البيئة المحلية وتحليله والتعرف علي رغباته واستقبال الزوار الذين يفدون من الخارج واعداد المراجع والمعلومات وحفظها وفقا لنظام واضح يتيح الانتفاع بها في الاعلام والاستعلام في أسرع وقت ، ويتكون هذا القسم من أربعة فروع هي : (٤٠ : ٤٣) .

- فرع الخدمة العامة .
- فرع الضيافة .
- فرع البحوث .
- فرع المكتبة .

د - قسم الانتاج الفني :

ويتولي هذا القسم تنفيذ ما يطلب منه وما يطلب تنفيذه بالوسائل الفنية اللازمة لنشر رسالة المؤسسة عن طريق الرسم والتصوير وعمل البحوث الفنية لانتاج مواد الدعاية وتنظيم المعارض والمتاحف والاعداد للمؤتمرات ويتكون هذا القسم من أربعة فروع رئيسية وهي : (٤٠ : ٤٤)

- فرع المعارض .
- فرع المؤتمرات .
- فرع الرسم .
- فرع التصوير .

وللعلاقات العامة في المؤسسات الرياضية دور هام . فهي ضرورة ملحة وذلك بسبب عدم تجانس جمهور المؤسسة الرياضية ، فالجمهور في المؤسسة الرياضية عبارة عن فئات مختلفي التأهيل والثقافات ، وهذا يتطلب التنظيم

العلمي للعلاقات العامة كي تستطيع كسب ثقة الجماهير الداخلية وكذلك الجماهير الخارجية .

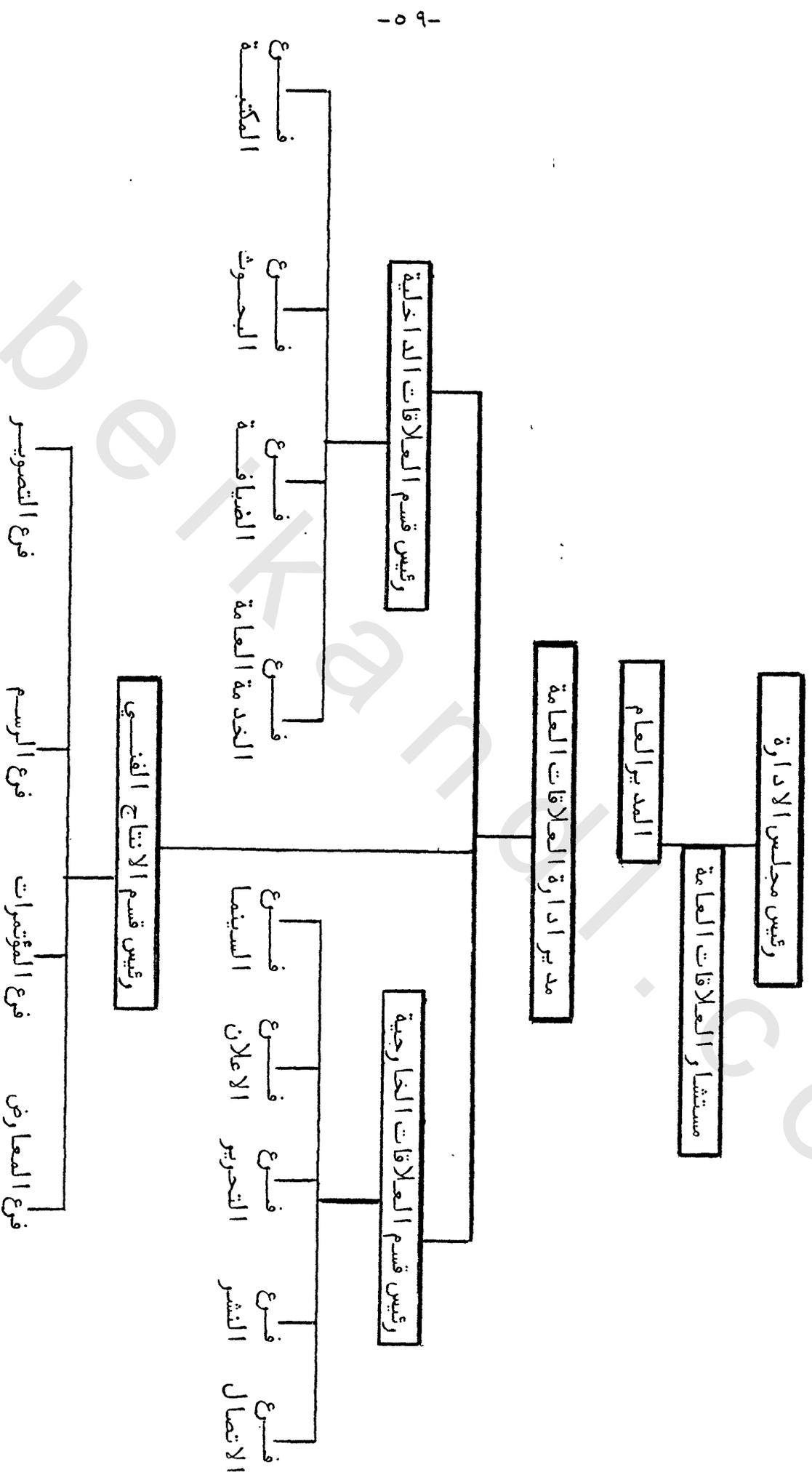
ومن المعروف أن الإدارة العليا في المؤسسة الرياضية هي الجهة المختصة بوضع السياسة العامة لها ، فهي التي تضع الميزانية وتعتمد الخطة وترسم الخطوط العريضة للعمل وتتابع التنفيذ وهي مسئولة مسئولية كاملة عن تحقيق الاهداف الموضوعة للمؤسسة .

ولكي يمكن تحديد هذه المسئوليات فلا بد من وضع الهيكل التنظيمي المناسب لإدارة العلاقات العامة بالمؤسسة فتوضح فيه مسئوليات الافراد وعلاقتهم ببعض عن طريق وسائل الاتصال المختلفة .

وعن الهياكل التنظيمية لإدارة العلاقات العامة ، يوجد العديد من نماذج الهياكل التنظيمية لإدارة العلاقات العامة داخل المؤسسة والتي توضح شكل الهيكل التنظيمي بأقسامه المختلفة وارتباطه بالإدارة العليا بالمؤسسات .
(٤٠ : ٣٠ ، ٣٢)

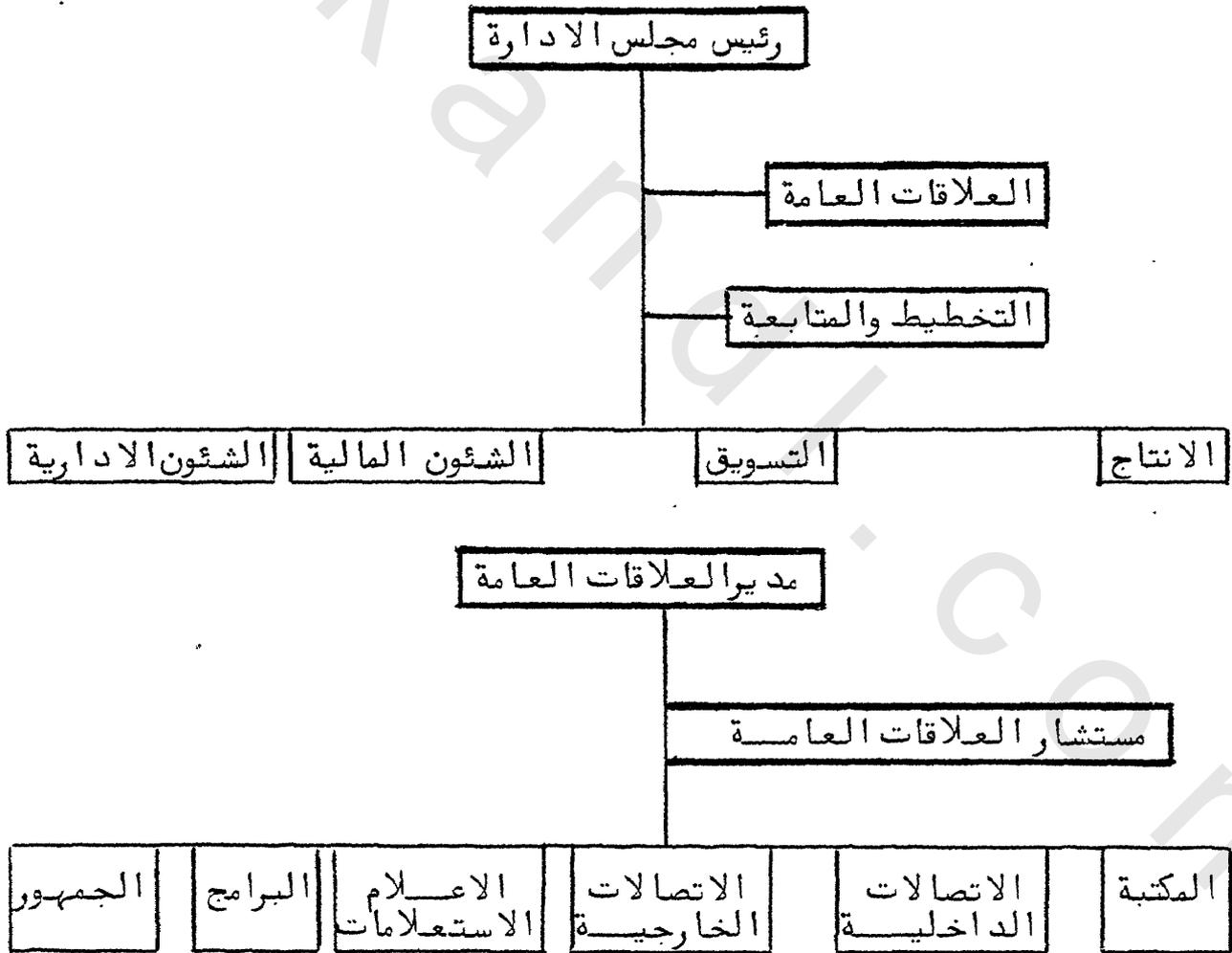
وقد قام " محمود الجوهري " باقتراح نموذج لهيكل تنظيمي للعلاقات العامة داخل مؤسسة صغيرة بهدف فعاليتها وقد أوضح من خلال الهيكل التنظيمي الاقسام والفروع المختلفة للعلاقات العامة بالمؤسسة ، وفيما يلي النموذج المقترح . (٤٠ : ٣٣)

شكل (٢) هيكل تنظيمي لادارة العلاقات العامة بمؤسسة صغرى



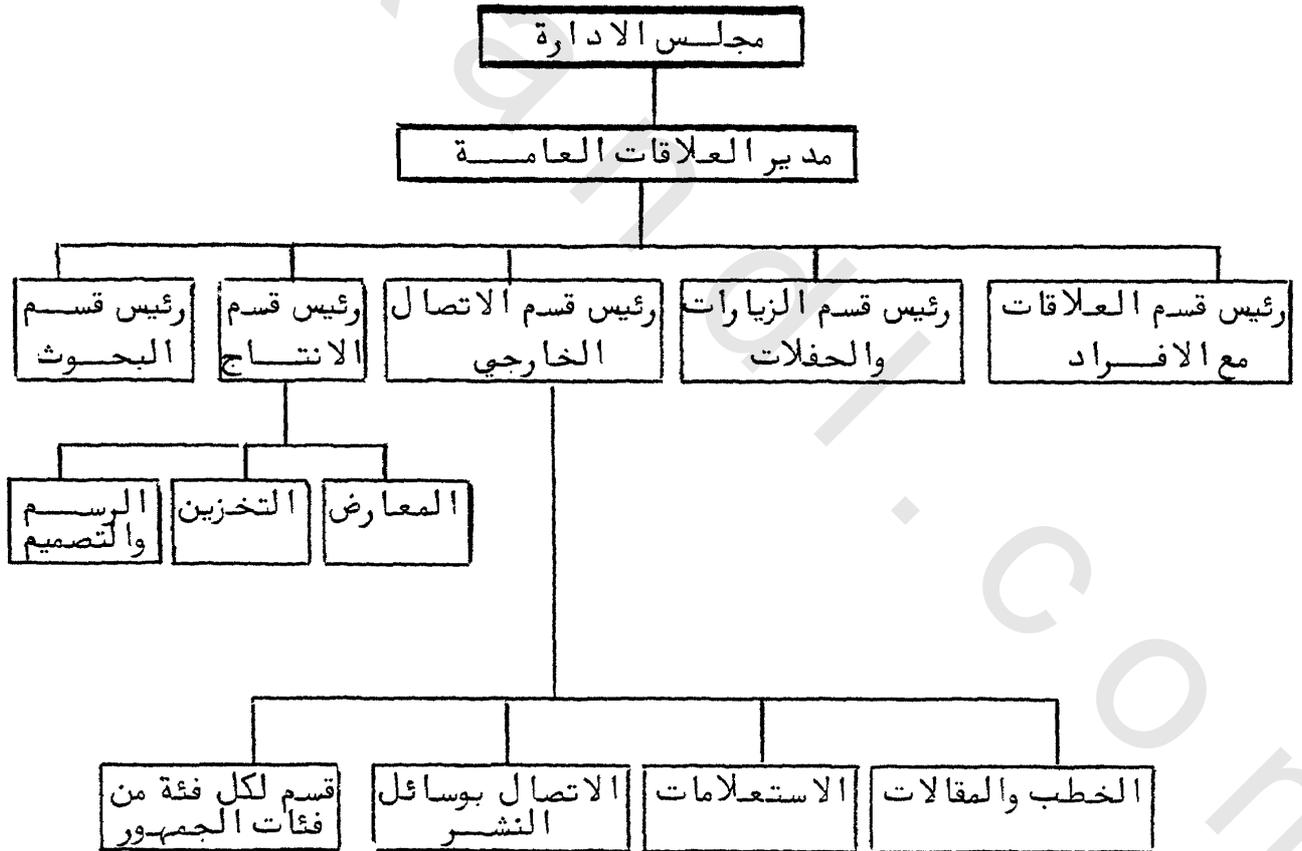
وكذلك اقترح " أحمد محمد المصري " نموذج لهيكل تنظيمي لادارة العلاقات العامة ، يوضح فيه مكانة العلاقات العامة بالنسبة لادارة العليا حيث أوضح مكانة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي باعتبارها من الادارات الفنية المعاونة لرئيس مجلس الادارة . (٢ : ٧٦)

شكل (٣) هيكل تنظيمي لادارة العلاقات العامة



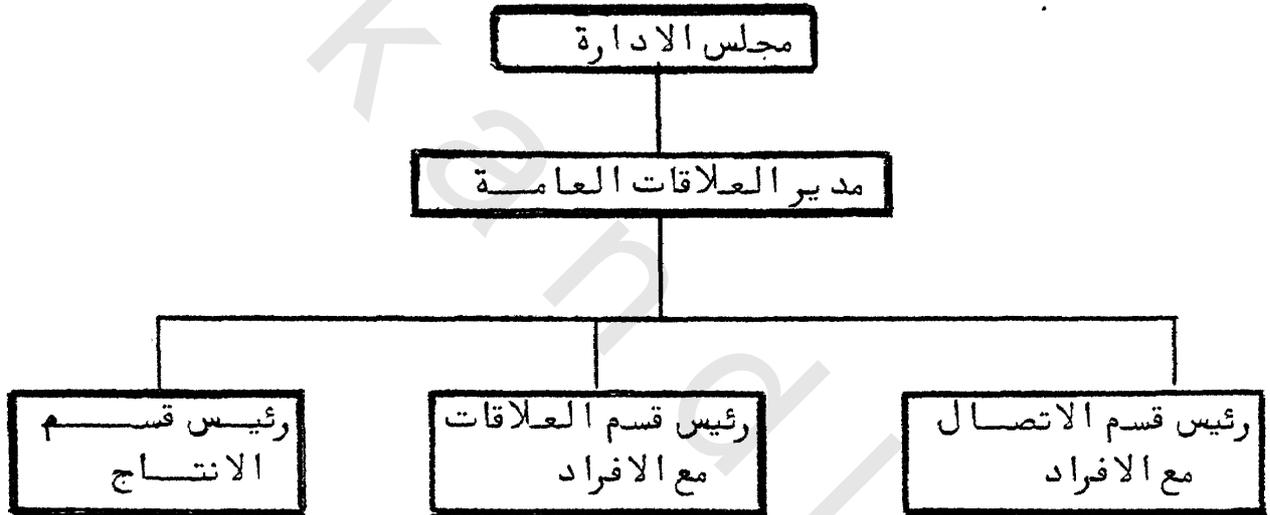
كما قام " حسن محمد خير الدين " باقتراح نموذج لهيكل تنظيمي
لادارة العلاقات العامة أوضح فيه الاقسام الداخلية لادارة العلاقات العامة
بمؤسسة كبرى . (١١ : ٧٦)

شكل (٤) الهيكل التنظيمي للاقسام الداخلية بادارة العلاقات
العامة بمؤسسة كبرى



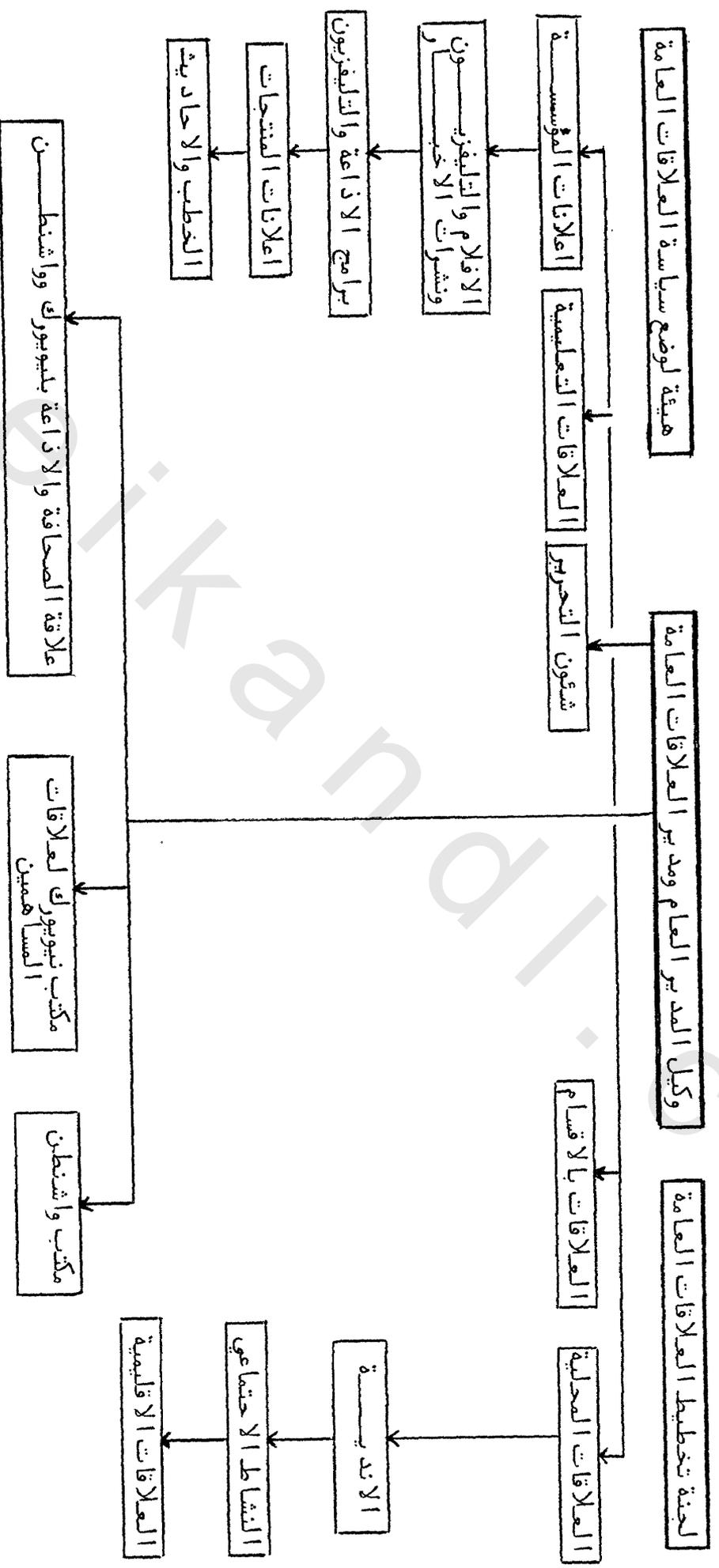
قام " أحمد محمد المصري " باقتراح نموذج للهيكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة بمؤسسة صغيرة حيث أوضح فيه أن نشاط العلاقات العامة قاصر علي الاتصال بوسائل النشر بغرض القيام بجهود الدعاية والترويج لنشاط المؤسسة ، أما فيما يختص بنشاطها الداخلي فقسم العلاقات مع الافراد هو الذي يقوم بهذه المهمة ، ويتولي قسم الانتاج الاشراف علي تصميم جميع النشرات والاشراف علي طبعها . (٢ : ٧٢)

شكل (٥) النشاط الداخلي لإدارة العلاقات العامة بمؤسسة صغيرة



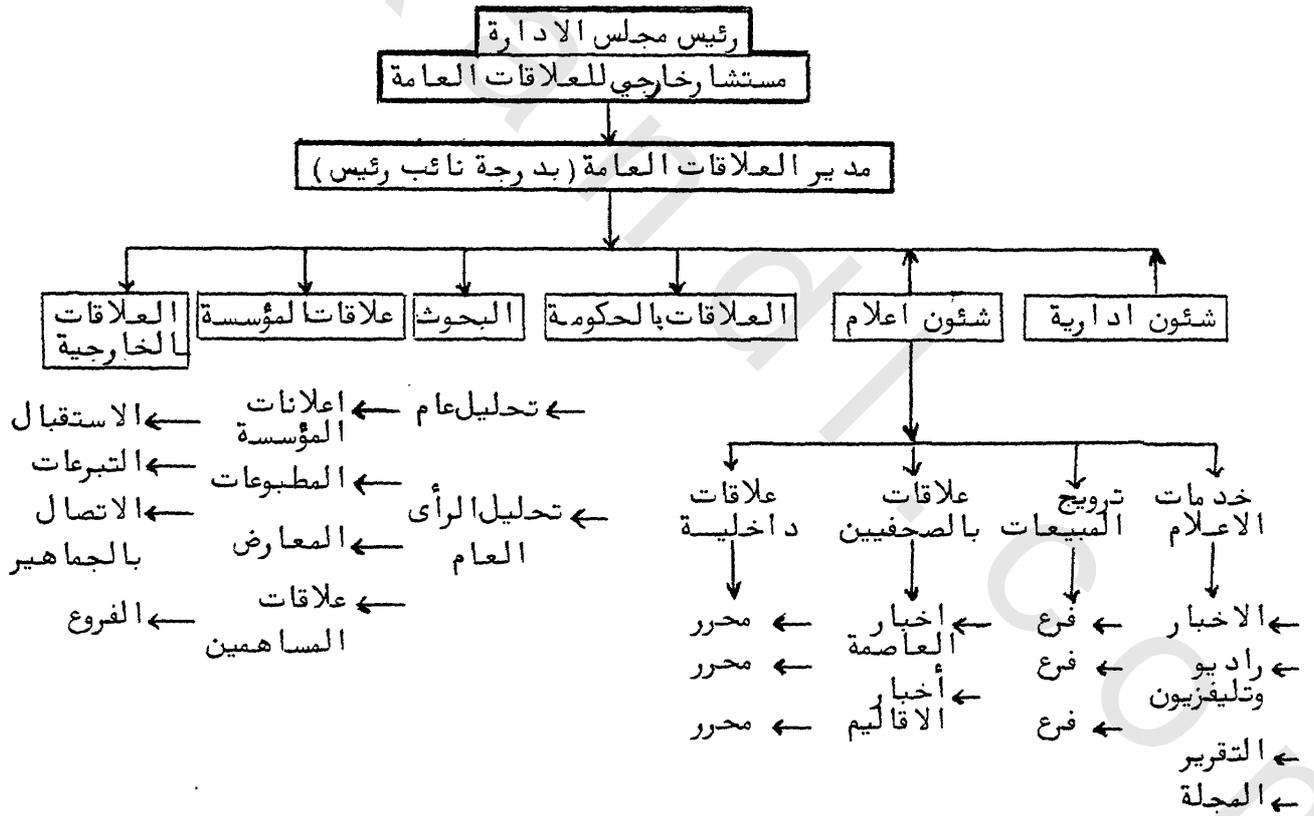
ويوضح " ابراهيم الامام " نموذج لهيكل تنظيمي لإدارة العلاقات العامة بشركة جنرال موتورز الامريكية ، اذ توزع الاختصاصات في هذه الادارة علي أقسام اعلامية كالصحافة والاذاعة والسينما والاحتفالات والتصوير والبحوث والمعلومات ويتضح أيضا في هذا الهيكل التنظيمي الاسلوب الاعلامي الاتصالي ، وأيضا العناية بالاقاليم والفروع ، ويتضح من التنظيم الاقسام التي تشرف علي وسائل الاعلام وأهمها قسم الاعلانات الاعلامية ، قسم الاذاعة ، قسم التلفزيون ، وقسم انتاج الاعلانات ، وقسم الاحاديث وقسم التحرير ، كما أن هناك ستة أقسام أخرى منظمة علي أسس اتصالية وهي قسم العلاقات التعليمية ، وقسم العلاقات الصحفية والاذاعية ، وقسم العلاقات بالمجتمع المحيط ، وقسم العلاقات بالمساهمين ، وقسم العلاقات الحكومية .

شكل (٦) الهيكل التنظيمي لادارة العلاقات العامة بشركة جنرال موتورز الامريكية



كما اقترح " ابراهيم امام " نموذج لهيكل تنظيمي لادارة العلاقات العامة بالمؤسسات الكبرى . ويتضح فيه أقسام العلاقات العامة المختلفة حيث يتفق هذا التنظيم والاتجاه الحديث لتنظيم العلاقات العامة وهو التوازن بين الوظائف الاعلامية والوظائف الاتصالية عند انشاء ادارة العلاقات العامة . (١ : ٨٧)

شكل (٧) الهيكل التنظيمي لادارة العلاقات العامة في المؤسسات الكبرى

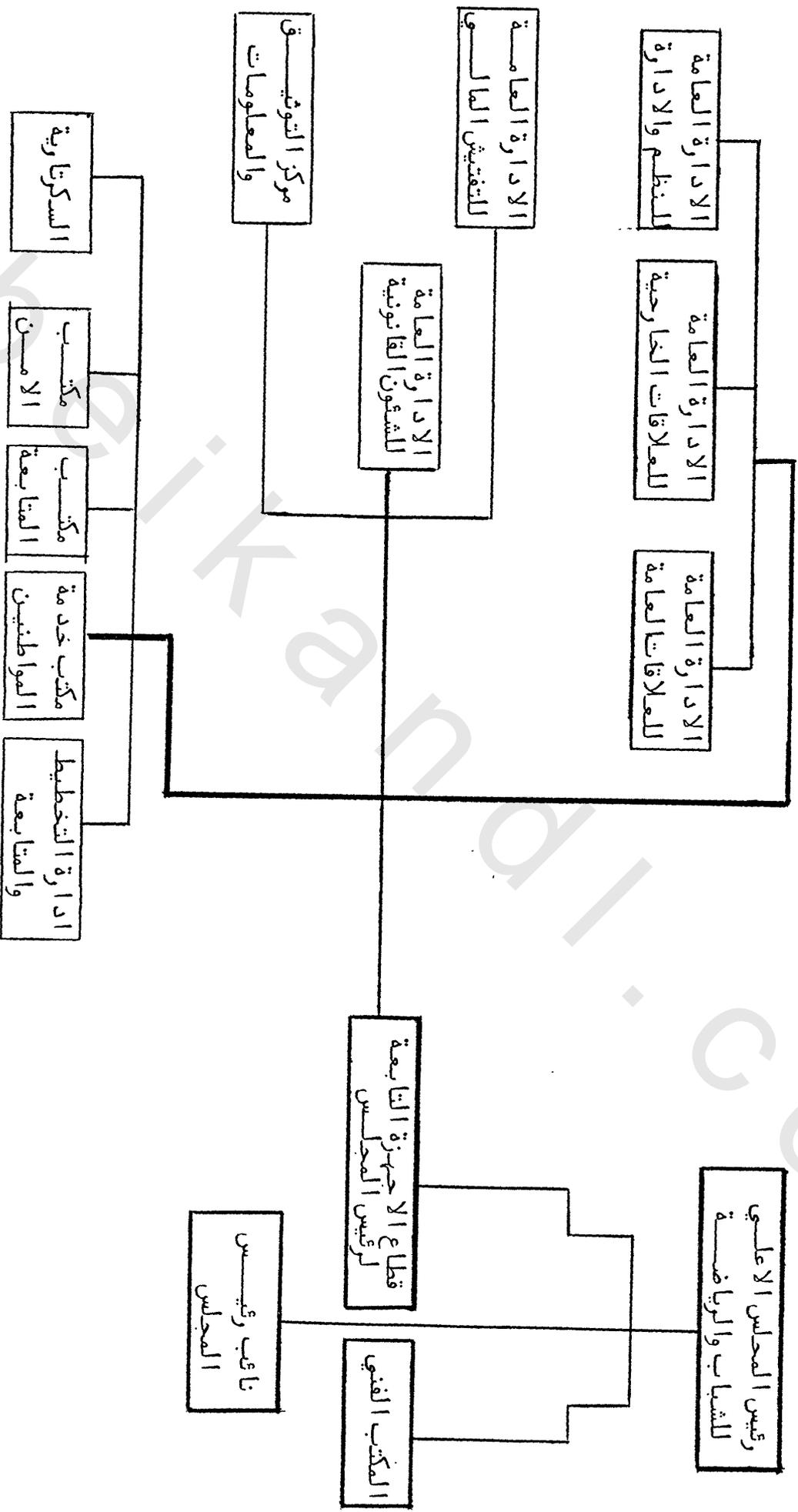


والمؤسسة الرياضية مثلها مثل أى مؤسسة أخرى تجارية أو خدمية فمنها المؤسسات الرياضية الكبرى ومنها المؤسسات الرياضية المتوسطة وأخرى مؤسسات رياضية صغرى ، فعند تنظيم إدارة العلاقات العامة بالمؤسسة الرياضية يجب مراعاة تناسبها وحجم المؤسسة ، وهذا ما أوضحتها النماذج المختلفة لتنظيم العلاقات العامة بالمؤسسات .

يوضح الشكل (٨) الهيكل التنظيمي للمجلس الاعلى للشباب والرياضة كمؤسسة رياضية كبرى . وهو من تصميم الباحث .

ويتضح ارتباط الهيكل التنظيمي للعلاقات العامة بالهيكل التنظيمي العام وأن كل قسم من إدارة العلاقات العامة تتصل بكافة أقسام المجلس وقطاعاته الادارية ، هذا بالإضافة الي كونها وحدة متكاملة كادارة للعلاقات العامة بما تشمله من أقسام .

شكل (٨) الهيكل التنظيمي للمجلس الاعلى للشباب والرياضة وارتباط ادارة العلاقات العامة به



٨- وسائل وأساليب الاتصال المستخدمة في مجال العلاقات العامة :

ان عملية الاتصال لا يمكن أن تتحقق الا من خلال عملية اجتماعية وهي التفاعل الذي لا يتحقق الا في المجتمع ، أي أن الاتصال هو نتاج التفاعل بين الفرد والمجتمع (٣٢ : ٢٠٤) فهي التي يتم بواسطتها تبادل أو نقل المعلومات ، والافكار ، والحقائق ، والمشاعر من جهة الي أخرى حتي يتحقق فهم موحد وكذلك توافر نفس المعلومات والافكار والحقائق لحميــــــــــــــــع الاطراف الذين تشملهم عملية الاتصالات . (٣٢ : ٢٠٧) .

ويشير الاتصال الي العلاقة التي تكون بين الافراد داخل نسق اجتماعي معين يختلف من حيث الحجم ونوع النشاط السائد فيه ، وقد يكون هذا النسق بين شخصين ، جماعة صغيرة أو مجتمع محلي ، أو قد يكون علي مستوى المجتمع الدولي كله ، ولكي تعبر تلك العلاقة عن مفهوم الاتصال فانه من الضروري أن تنقل داخل العلاقة بعض الخبرات أو المعلومات أو التوجيهات (١٦ : ١٦)

وللاتصال تعاريف متنوعة علي أساس أن الاتصال يستخدم في علوم الاجتماع ، النفس ، الاعلام ، والعلاقات العامة وفي غيرها من المهنــــــــــــــــن الاخرى بحيث يعكس كل منها تخصص معين ، وعلي ذلك لا يوحد تعريف جامع مانع متفق عليه من المهتمين بدراسته . (١٦ : ٣٠)

ويعرف الاتصال بكونه " عملية تفاعل بين طرفين الي أن تصير رسالة معينة " . (١٦ : ٣١)

ويمكن تعريف الاتصال من وجهة النظر الادارية بكونه عملية يتم عن طريقها ايصال معلومات من أي نوع من أي عضو في الهيكل التنظيمي الي عضو

آخر بقصد احداث تغيير" (١٧ : ٣٦٧) ،

ويعرف أيضا بكونه " انتاج أو توفير أو تجميع البيانات والمعلومات الضرورية لاستمرار العملية الادارية ونقلها أو تبادلها أو اذاعتها بحيث يمكن للفرد أو الجماعة احاطة الغير بأمر أو أخبار أو معلومات جديدة أو التأثير في سلوك أو التغيير أو التعديل في هذا السلوك أو توجيهه وجهة معينة" (٢٩ : ١٦)

وتتكون العملية الاتصالية من بعض المكونات الاساسية التي من خلالها تتم عملية الاتصال .

المرسل :

هو كل من يبعث بمجموعة من المعلومات تحمل معني محدد أو أكثر بقصد اثاره سلوك محدد لدى طرف خارجي كارسال مكتوب من الاتحاد الرياضي الي الاندية المكونة للجمعية العمومية أو الاتصال المرسل من الاندية الرياضية الي الاتحاد المستقبل :

وهو الشخص الذي يجعل دائرة الاتصال تكتمل فهو محور عملية الاتصال وهو المقصود بها كاستقبال لاعبي المنتخب القومية لرسالة تفيد بانضمامهم للمنتخب أو استقبال الفاكسات من الاتحادات الدولية للاتحادات الرياضية .

الرسالة :

وهي مجموعة المعاني التي يرسلها المرسل الي المستقبل بغرض التأثير في سلوكه .

وقد أستخدم هذا التفسير في كثير من الدراسات الاقناعية وهي الدراسات المعنية بتغيير الاتجاه وكذلك الدراسات التي تركز علي تأثيرات عناصر الموقف الاتصالي في اقناع المستقبل بقبول الرسالة . وقد يكون هذا الاتصال مكتوباً أو مطبوعاً أو شفوياً فلكل نمط تأثيره المختلف ، فالاذاعة تختلف عن الصحيفة تختلف عن المحاضرة أو الندوة (١٦ : ٧٣ ، ٧٤) (٢٩ : ٢٨ ، ٣٠)

قنوات الاتصال :

وهي مجموعة الرموز المستخدمة في نقل المعاني التي تتضمنها الرسالة وتعدد أنواع قنوات الاتصال ، ومن أبرز أنواعها :

اللغة اللفظية : سواء كانت مكتوبة أو شفوية وهي الشكل الاساسي لقناة الاتصال .

اللغة غير اللفظية : وتضم أشكالاً متعددة منها اللغة الحركية أو التعبيرية مثل الايماءات ، الاشارات ، حركات الاصابع واليدين وهناك اضافة علي ذلك اللغة الانفعالية الفسيولوجية كلامح الوجه والنظرات .

التعبير الرمزي والدرامي : مثل لغة المسرح ، الزى ، والمظهر العام .

نظام الاشارات : هناك أيضا نظام الاشارات والرموز المستخدمة في عمليات السير واشارات المرور والاشارات الضوئية والصوتية (٢٩ : ٣٠ ، ٣٢)

ويمثل الاتصال الدور الاساسي والجوهري في مضمون العلاقات العامة في أى مؤسسة ، فالاتصال هو النشاط الذى يستهدف تحقيق العمومية أو الانتشار أو المألوفية لفكرة أو موضوع أو مؤسسة عن طريق انتقال المعلومات أو الافكار أو الاراء أو الاتجاهات من شخص أو جماعة الي أشخاص أو جماعات باستخدام رموز ذات معني موحد ومفهوم . (١٧ : ١٢٠)

ولكي تتم عملية الاتصال فلا بد وأن تتوافر فيها ثلاث شروط أساسية

وهي : (٣٤ : ١٤٤)

- تتم عملية الاتصال بين شخصين أو أكثر .
- وجود طريق مزدوج للاتصال أى في اتجاهين مرسل ومستقبل .
- أن ينتج عن الاتصال فهم متبادل للرسالة .

أهداف الاتصال في العلاقات العامة :

تختلف أهداف اتصالات العلاقات العامة من مؤسسة لاخرى ووفقاً لعوامل ومتغيرات عديدة أهمها طبيعة المؤسسة ذاتها ومجال عملها ونوع الجمهور النوعي لها وخصائصه وموضوع الاتصال والظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية والدينية والثقافية ، ورغم ذلك فهناك أهداف مشتركة لاتصالات العلاقات العامة من أهمها وأكثرها شيوعاً ما يلي : (٤٣ : ٣٠٩ ، ٣١٠)

أولاً : الاتصال داخل المؤسسة :

- للاتصال دور هام في عملية العلاقات العامة داخل المؤسسة ، فعين طريقها تتم كافة وظائفها الداخلية والتي من أهمها (٤٣ : ٣١٠) .
- اعلام المسئولين بما تم أو ما يتم أو بالمشكلات التي ظهرت في التنفيذ أو الانحرافات التي لم تكن في الحسبان والاقتراحات .
 - خلق المناخ اللازم وظروف العمل الملائمة لتهيئة فرصة قيادة وتوجيه وتحفيز العاملين بالمؤسسة ومساعدتهم علي تقديم المساهمة الفعالة في تحقيق أهداف المؤسسة .
 - اعلام العاملين بالمؤسسة بالاهداف المطلوب تحقيقها والسياسات التي تقررت والبرامج والخطط التي وضعت والمسئوليات والسلطات .
 - توجيه العاملين الي تنفيذ أعمال معينة أو الاقناع بتنفيذ أعمال أخرى

ثانياً : الاتصال خارج المؤسسة :

للاتصال دور فعال للعلاقات العامة في أى مؤسسة ، فهي الوسيلة الفعالة التي تربط المؤسسة بالبيئة المحيطة بها وبالمؤسسات المتعاملة معها ومن أهم وظائفها ما يلي : (٤٣ : ٣١١)

- اعلام الجماهير المختلفة كالمساهمين والمستثمرين والعملاء وغيرهم بالمؤسسات وسياستها وأوجه نشاطها .
- نقل اهتمامات وآراء ومشكلات الجمهور الخارجي الي المسئولين لاعادة النظر فيها وايجاد حلول لها وبذلك تصبح المؤسسة نظاما اجتماعيا مفتوحا يتفاعل مع البيئة المحيطة .
- زيادة قدرة المؤسسة علي التكيف مع بيئتها من خلال ما تقدمه من جهود لتنمية وتطوير هذه البيئة والنهوض بها ثقافيا واجتماعيا واقتصاديا ، وهذا ما تهدف اليه المؤسسات الرياضية .

خصائص الإتصال في العلاقات العامة :

- يتسم الاتصال في العلاقات العامة بعدة خصائص أساسية أهمها :
(٤٣ : ٣١٠ ، ٣١١)
- يأخذ الاتصال شكلين مختلفين هما الاتصال المواجه المباشر "الشخصي" والاتصال الجماهيري غير المباشر ، أى الذى لا يلتقي فيه المصدر والجمهور مباشرة وانما من خلال وسائل اتصالية غير مباشرة .
- يدور الاتصال بأشكاله المختلفة حول شيء معين سواء في المجال الاعلامي أو الثقافي أو التجارى أو الاقصادى أى أن الجهود الاتصالية لاتعمل في فراغ .
- تتكون شبكة الاتصال Communication Network في أبسط صورها من ثلاثة عناصر هي : المرسل ، الرسالة ، المستقبل ، وقد يكون المرسل أو المستقبل فرد أو جماعة . كما قد يكون المستقبل نوعيات متعددة من الجماهير ، وفي حالة الاتصال الجماهيري يضاف عنصر رابع هو الوسيلة أو مجموعة الوسائل الاتصالية التي تنقل الرسالة الي جماهيرها .

- يتخذ الاتصال اتجاهها يتأثر بشكل الاتصال وهو اما اتجاه واحد كما في معظم حالات الاتصال الجماهيري أو في اتجاهين كما في حالات الاتصال المواجه المباشر ، ويعد الاتصال ذو الاتجاهين هو النمط الامثل في عمليات الاتصال بأشكالها المختلفة .

- يتركز النموذج الاتصالي في ثلاث خطوات أساسية هي : (٤٠ : ٣١١)

(أ) الترميز : وهي العملية التي يقوم بها المرسل وتشمل وضع الفكرة في شكل رسالة ، أى صياغة الكلمات والصور والرموز في شكل يمكن بثه .

(ب) بث الرسالة : وهو العملية التي يقوم بها المرسل وتعني ارسال الرسالة الاتصالية الي المستقبل فرد أو جماعة أو جمهور ، سواءً بطريقتة شخصية أو باستخدام وسائل الاتصال .

(ج) استقبال الرسالة : وهي العملية التي تتم في عقل المستقبل أو جمهور المستقبلين وتتمثل في تلقي الرسالة وتفسيرها . حيث أن الرسالة الاتصالية قد تكون مطبوعة أو مسموعة أو مرئية كما قد تكون علامة أو رمز .

الاعتبارات التي يجب مراعاتها عند الاتصال :

لابد أن تتوافر في الاتصال الجيد في العلاقات العامة بعض الاعتبارات حتي يحقق أهدافه ويحدث التأثير المطلوب في الجمهور المستهدف .

(٤٣٠ : ٣١١)

- الاتصال عملية معقدة ومتشابكة وتتطلب ممارسته دراسة جادة علي الطبيعة لكل عناصره ولكل العوامل التي تكسبه ايجابية وأيضاً العوامل التي يمكن أن تحد أو تقلل من فعاليته .

- يستهدف الاتصال فرداً أو جماعة من الافراد وقد يستهدف جماهير

نوعية متعددة ويتوقف نجاح الاتصال في جانب أساسي منه علي الدراسة العلمية للجماهير النوعية الموجه اليها الاتصال .

- من الضروري أن يتوافر لخبير العلاقات العامة المعلومات الكافية والملائمة التي يريد أن يرسلها الي الجماهير المستهدفة .

- تتعدد وتتنوع وسائل الاتصال وتختلف فيما بينها من حيث طبيعة كل منها وامكاناتها وحدودها ، ويتوقف نجاح الاتصال في جانب أساسي منه علي حسن اختيار الوسيلة الملائمة لطبيعة موضوع الرسالة وطبيعة الجمهور المستهدف .

- يجب أن تصمم الرسالة الاتصالية وتعالج بطريقة تضمن جذب انتباه الجمهور المستهدف وأن تستهدف نوع الرموز والكلمات والصور ذات المعني الموحد المشترك بين المرسل والمستقبل .

- يلعب عنصر الوقت دورا هاما في التأثير علي درجة فعالية الاتصال فكلما كان الوقت مناسباً لتوجيه رسالة معينة الي جمهور معين كلما كان ادعي الي النجاح وأسرع في تحقيق الاهداف .

اتجاه الاتصال :

يتخذ الاتصال داخل المؤسسة وخارج المؤسسة سواء كان مباشرا

أو جماهيريا ثلاثة اتجاهات أساسية هي (١٣ : ١٢٦ ، ١٢٨)

- الاتصال الهابط .

- الاتصال الصاعد .

- الاتصال الافقي .

والاتصال المباشر والاتصال الجماهيري لازم وضروري في ممارسة العلاقات العامة وأن كلا منها يكمل الاخر ويدعمه وبهذا فتستخدم العلاقات العامة مختلف وسائل الاتصال للوصول الي فئات جماهيرها النوعية الداخلية

والخارجية ، وذلك بدرجات استخدام متباينة ، ويرجع ذلك الي عدة أسباب أهمها : (١٣ : ١٢٨)

- نوعية الجمهور المستهدف بالاتصال وخصائصه .
- طبيعة موضوع الاتصال .
- خصائص ومميزات كل وسائل الاتصال المتاحة .
- تكلفة الوسيلة .
- التوقيت .
- درجة السرية المطلوبة في الاتصال .

وعن وسائل الاتصال في مجال العلاقات العامة فيضعها "مدوح بيبي" في ترتيب نسبي حسب أهمية كل وسيلة وهي مرتبة كالتالي : (٤٣ : ٣٠٥)

- الاتصالات الشخصية .
- الاتصالات التليفونية .
- المؤتمرات والندوات .
- المراسلات .
- البريد العادي .
- البريد الدولي السريع .
- الجرائد والمجلات المصرية .
- الراديو والتلفزيون .
- الدوازيات والكتب والكتيبات والنشرات الداخلية .
- الجرائد والمجلات العربية والاجنبية .
- المعارض والمؤتمرات .
- الملصقات والنشرات الخارجية .
- السينما .

ويفسر هذا الترتيب لوسائل الاتصال ، أن تركيز أجهزة العلاقات العامة في معظم المؤسسات علي أداء أنشطة الاستقبال وأعمال التشهيلات وهي أنشطة وأعمال تناسبها هذه الوسائل والاساليب الاتصالية كما تناسب هذه الوسائل أيضا قيام العلاقات العامة بوظائفها وأنشطتها في مواجهة الجمهور الداخلي في تلك المؤسسات .

والمؤسسات الرياضية تعد من المؤسسات الخدمية ، ومن ثم فان الوسائل المتاحة في عملية الاتصال ضرورية لقيام ادارة العلاقات العامة بوظائفها من خلال شبكة الاتصال الداخلي للاتصال بكافة قطاعاتها وأجهزتها وجمهورها الخارجي .

وتتكون وسائل الاتصال داخل المؤسسة الرياضية من : (٢ : ٣٥)

- وسائل مباشرة .
- وسائل مقروءة أو مكتوبة .
- وسائل مسموعة .
- وسائل مرئية .

* الوسائل المباشرة : وهي أكثر الوسائل فاعلية وتأثيرا في الجمهور لان الاتصال بين المرسل والمستقبل عادة ما يكون مباشرا أي وجها لوجه والتي من أهمها :

- تنظيم الحفلات والدعوات الخاصة .
- الاشتراك في المسابقات العامة .
- المشاركة في الحياة العامة وخدمة المجتمع .
- رعاية العاملين بالمؤسسة .
- مخاطبة الجمهور .
- المقابلات الشخصية .

- الزيارات .

- التأثير النفسي علي الجمهور .

٢- الوسائل المعروفة والمكتوبة : وهي تلك الوسائل التي تستخدم مهـا

العلاقات العامة في توصيل رسالتها الي الجمهور عن طريق الكتابة وذلك من خلال :

- الجرائد اليومية .

- المجالات .

- مطبوعات المؤسسة .

- النشرات .

- الموجز المصور والمطبوع .

- الدوريات .

- الكتيبات المطبوعة .

- الرسائل البريدية .

٣- الوسائل المسموعة : وتتم من خلال :

- الاذاعة .

- التليفون .

- التسجيلات .

- مكبرات الصوت .

٤- الوسائل المرئية : وتتم عن طريق :

- التليفزيون .

- السينما .

- أجهزة الفيديو .

٩ - مسئول العلاقات العامة :

يجب أن يكون مسئول العلاقات العامة في أى مؤسسة من المؤسسات متفهما للاتجاهات والتطورات التي تحدث في الرأى العام كما يجب أن يكون علي علم تام بسياسات الادارة ومشكلاتها ، وأن يكون مقتنعا بعمله ورسالته التي يؤديها ومتيقظا لما يدور حوله داخل المؤسسة وخارجها ، من أحداث تتيح له طريق الاستفادة من كل فرصة لخدمة الجمهور وتحقيق مصالحه سواء بنقل المعلومات اليه أو بالرد علي ما يوجه له من أسئلة أو بالاستجابة لملاحظاته .

واليقظة تتيح لمسئول العلاقات العامة فرصة البت السريع في العمل ، اذ يتطلب الامر منه البت في مدى أثر نشر خبر في نفوس الجمهور أو في مشكلة تتعلق بفرد من أفراد ه أو في اقتراح باتخاذ اجراء من الاحراءات ، وهو بمقتضي البت السريع سيتصرف علي الفور دون تردد ولهذا فان الظروف تدفعه الي أن يحصل علي أكبر قدر ممكن من المعلومات بكل ما حوله وبنفسية الجماهير وبوسائل التأثير فيها . (١٢ : ١١٠ ، ١١١) .

ولقد شبه خبير أمريكي الصفات المطلوب توافرها في العنصر البشري المشتغل بالعلاقات العامة بالتحديات وحدد هذه التحديات أو الصفات في المعرفة واتساعها والقدرة علي تبسيط الموضوعات وافهامها للاخرين واقناعهم بأن يفهم لغة الجماهير النوعية التي يتكلم بها كل واحد منهم ولديه مهارات فنية كثيرة ومتنوعة مثل الخطابة والمحادة والكتابة والمناقشة ولايصنع المعجزات انما يستطيع أن يختار أحسن الاختيارات التي أمامه (٤٣ : ٧) .

ومسئول العلاقات العامة في المؤسسة الرياضية يجب أن يكون مؤهلا بحيث يجمع مابين صفات رجل العلاقات العامة وبين التأهيل الفني في علوم الرياضة والادارة ، فالمامه بالنادى ، تكوينه وأنشطته وطبيعة ممارسة أنشطته

أوبالاتحاد الرياضي وعلاقته بباقي المؤسسات الاخرى وأهداف تكوينه كلها من متطلبات العمل بالعلاقات العامة في المؤسسات الرياضية .

ثانيا : الدراسات المرتبطة :

هناك العديد من الدراسات التي تناولت العلاقات العامة بالبحث والدراسة بحيث كان تناول مجال العلاقات العامة بمثابة القاسم المشترك في العديد من المجالات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية وأحيانا الدينية وقد تم التعرف ملي هذه الدراسات للاستعانة بها في مجال آخر وهو المجال الرياضي وهو مجال دراسة هذا البحث .

وقد وجد الباحث أن الدراسات السابقة أجريت في الفترة الزمنية من عام ١٩٧٤م إلي عام ١٩٩١م ، وقد تمكن الباحث من عمل الجدول التالي الذي يوضح فيه أكثر هذه الدراسات ارتباطا وتناولها من حيث هدف الدراسة ، وعينة الدراسة وأهم النتائج . أما عن المنهج المستخدم فقد استخدمت معظم هذه الدراسات المنهج الوصفي " الدراسات المسحية " ، والاستقصاء هو الإداة الأساسية لجمع البيانات ، وعن المعالجات الاحصائية فكانت النسبة المئوية الأكثر استخداما .

جدول (٢)
توصيف الدراسات المرتبطة

أهم الكليات	العيونة	معد فالد راس	عنوان الدراسة
<p>١ - قصور النظرة الي وظيفة العلاقات العامه والفهم الخاطي للطبيعتها . ٢ - عدم وضوح الدور الذي يمكن ان تقوم به العلاقات العامه في خدمه المؤسسة . ٣ - غياب اسلوب العملي في تخطيط نشاط العلاقات العامه .</p>	<p>٩٥ مفرده تمثله خمسة قطاعات متميزه هي شركات القطاع العام والمؤسسات العامه والجهات الحكوميه وأجهزة الحكم المحليه</p>	<p>التعرف على اداره العلاقات العامه داخل المؤسسات المصريه العامه والتعرف على أوجه القصور في هذه الادارات لمحاولة تلافيها .</p>	<p>ادارة العلاقات العامه في مصر (سمير حسين) (١٩٧٤)</p>
<p>١ - افتقار العلاقات العامه الي اتباع الاساليب العلميه في التخطيط وتحديد الاهداف . ٢ - تدخل العلاقات والاختصاصات بين جهاز العلاقات العامه وبعض الاجهزة الاخرى . ٣ - عدم تفكير الكادر الذي تقوم به العلاقات العامه من جانب الادارة العليا .</p>	<p>٧١ جهة من الوزارات والهيئات العامه والمحافظات ومدريات الخدمات</p>	<p>التعرف على اداره العلاقات العلميه داخل المؤسسات والقطاعات الحكوميه بمصر ومدى تطورها عن ما وجد في الدراسة السابقه من عام ١٩٧٤ حتي ١٩٨٠ .</p>	<p>دراسة تتبعية لادارة العلاقات العامه في مصر (سمير حسين) (١٩٨٠) (١٨)</p>

تابع جدول (٢)
توصيف الدراسات المرتبطة

م	عنوان الدراسة	هدف الدراسة	العيينة	أهم النتائج
٣	أهداف ووظائف العلاقات العامة في مؤسسات الحكومة والقطاع العام بالعراق " محمد ناجي الجههر) (١٩٧٨) (٣٨)	التعرف علي أهداف ووظائف العلاقات العامة في مؤسسات الحكومة والقطاع العام بالعراق . بالعراق .	تم استخدام عينة قوامها (٧٠) هيئة ومؤسسة عراقية تمثل القطاع العام والحكومة	- قلة الكادر المناسب . - عدم وجود ميزانية خاصة وعدم توافر الاحتياجات . - عدم وضوح مفهوم العلاقات العامة . - عدم التنسيق بين جهاز العلاقات العامة والأجهزة الأخرى بالتنظيم .
٤	قياس الاتجاهات نحووظيفة العلاقات العامة في مصر (فرج حلمي الشنساوي) (١٩٨٠) (٢٦)	التعرف علي ثقافة الجماهير بدور العلاقات العامة ووعيهم باتجاهاتها .	١٢ مؤسسة وتمثل القيادات الإدارية العليا ومدى علاقتهم بالعامة والعاملين بالعلاقات العامة والجمهور الداخلي والخارجي .	- يجمع ٨٨٪ من المستويات المهنية والقوية بالعيينة علي أن مفهوم العلاقات العامة في مصر غير واضح . - عدم موافقة نسبة ٥٤٪ من إجمالي العينة والقوية للعيينة علي نجاح العلاقات العامة مع الجمهور الداخلي أهم من نجاحها مع الجمهور الخارجي .

تابع جدول (٢)
توصيف الدراسات المرتبطة

م	عنوان الدراسة	هدف الدراسة	العيننة	أهم النتائج
٥	العلامات العامة في مؤسسات الطيران مع التطبيق على شركة عالية الملكية الاردنية . (أمجد بدر الفاضي) (١٩٨١) (٨)	التعرف على الدور الذي تقوم به العلامات العامة داخل مؤسسات الطيران والتطبيق على مؤسسة عالية الارجنية .	١٢٠ مفردة وهي تمثل ٢٥٪ من مستخدمي المؤسسة باستثناء مستخدمي العلامات العامة .	<ul style="list-style-type: none"> - قيام الشركة بالمشاركة في بعض المناسبات القومية والوطنية التي تقام في الاردن ودعمها . - قيام قسم الدعاية والاعلان في دائرة العلاقات العامة بالاشراف على برامج الشركة . - قيام بعض الادارات الاخرى ببعض المهام التي هي من صميم عمل العلاقات العامة التي يمكن أن تقوم بها . - قلة عدد المستخدمين للمهملين للقيام بوظائف العلاقات العامة .
٦	تقويم نشاط العلامات العامة في قطاع البترول . (لبلي محمد صلاح) (١٩٨٦) (٣٠)	تقويم أنشطة العلامات العامة وهيكلها التنظيمي في قطاع البترول .	١٠٠ مفردة تمثل قطاعات البترول المختلفة .	<ul style="list-style-type: none"> - افتقار أهداف العلاقات العامة في بعض الوحدات محل الدراسة على تدعيم علامتها بجمهورها الخارجي .

تابع جدول (٢)
توصيف الدراسات المرتبطة

م	عنوان الدراسة	هدف الدراسة	العينة	أهم النتائج
٧	العلاقات العامة مع الجمهور الداخلي . (كريمان محمد فريد) (١٩٨٤) (٢٩)	التعرف علي دور العلاقات العامة وواجباتها مع الجمهور الداخلي في المؤسسات المختلفة .	١٣٠ مفردة في قطاع الصناعة ، ٥٨ مفردة في قطاع التأمين .	- ترتفع نسبة العاملين الذين لا يعرفون بوجود العلاقات العامة في المؤسسة ويزداد ذلك في قطاع الصناعة . - معرفة العاملين بوجود جهات علاقات عامة بالمؤسسة معرفة شكلية . - تنخفض نسبة استخدام الرسائل الشخصية كوسيلة اتصال بالعاملين وبصفة خاصة في قطاع التأمين
	تابع (ليلي محمد صلاح)			- عدم قيام أجهزة العلاقات العامة بالدور الاستشاري المطلوب منها للادارات الاخرى . - قصور الخدمات التي تقدمها العلاقات العامة للعاملين .

تابع جدول (٢)
توصيف الدراسات المرتبطة

أهم النتائج	العيننة	هدف الدراسة	عنوان الدراسة	٢
<ul style="list-style-type: none"> - انخفاض نسبة اقامة حفلات التكريم للمعلمين الممتازين . - تنخفض نسبة استخدام المنشورات الداخلية التي تصدر للمعلمين . 				
<ul style="list-style-type: none"> - غموض العلاقة بين رؤساء العلاقات العامة في مديريات الامن وضيابط العلاقات العامة بأقسام ومراكز الشرطة . - وجود خلط واضح في أهدافهـسان رؤساء العلاقات العامة بمديريات الامن بين أهداف ووظائف العلاقات العامة . - عدم التنسيق بين جهاز العلاقات العامة والجهزة الشرطة الاخرى . 	<ul style="list-style-type: none"> ١٠ مديريات أمن ٢٠ قسما . 	<ul style="list-style-type: none"> الدور الذي يمكن أن تقوم به العلاقات العامة نحو تغيير الانطباع المكون للجماهير عن قطاع الشرطة . 	<ul style="list-style-type: none"> دور العلاقات العامة في تغيير الصورة الذهنية المنطبعة عن قطاع الشرطة . (حمدى محمد شعبان) (١٩٨٦) (١٥) 	٨

تابع جدول (٢)
توصيف الدراسات المرتبطة

م	عنوان الدراسة	هدف الدراسة	العينية	أهم النتائج
٩	تنظيم وإدارة العلاقات العامة بإدارة الإمارات العربية المتحدة . (هي محمد عبد الواحد) (١٩٨٥) (٤٤)	وضع تنظيم إدارة للعلاقات العامة بدولة الإمارات العربية المتحدة .	٨ مؤسسات بدولة الإمارات من القطاع الخاص والقطاع العام	- ٦٣٪ من الجهات التي أجريت عليها الدراسة لديها أجهزة علاقات عامة متفرعة . زيادة التداخل بين أعمال جهاز العلاقات العامة وأعمال الأجهزة الأخرى . - تمارس بعض أجهزة العلاقات العامة أعمالها العامة أعمالاً لا ترتبط بوظائفها - قصور الاستعانة بالاستشارات الخارجية لتخطيط أنشطة العلاقات العامة . - قلة مدة الخبرة لدى القوى العاملة . - زيادة الاهتمام بالجمهور الخارجي دون الجمهور الداخلي . الداخلي .

تابع جدول (٢)
توصيف الدراسات المرتبطة

م	عنوان الدراسة	هدف الدراسة	العينية	أهمية النتائج
١٠	أهداف ووظائف العلاقات العامة في المؤسسات الصحفية . (ممدوح بسبوني بيلي) (١٩٩١) (٤٣)	وضع نموذج يوضح أهداف وظائف العلاقات العامة في المؤسسات الصحفية .	ثمانى مؤسسات صحفية تستوفون أركان المفهوم اللغوى والقانونى للمؤسسة الصحفية .	<ul style="list-style-type: none"> - تعددت الاهداف وتنوعت والتي تسعى أجهزة العلاقات العامة في المؤسسات الصحفية الي تحقيقها . - جاءت أهداف العلاقات العامة خالية من التوازن المطلوب بين الأهمية النسبية للأهداف الموجهة للجمهور الداخلي والأهمية النسبية الموجهة للجمهور الخارجي . - توجد أجهزة متفرقة للعلاقات العامة في كل المؤسسات الصحفية وتستخدم تسمية العلاقات العامة كتسمية ادارية لهذه الأجهزة . - توجد أجهزة أخرى تقوم بأنشطة تعتبر من وظائف جهاز العلاقات العامة . - تعاني وظيفة العلاقات العامة فـ المؤسسات الصحفية في مصر نقصا فـ اعداد العاملين بها .

تابع جدول (٢)
توصيف الدراسات المرتبطة

م	عنوان الدراسة	مهدف الدراسة	العيينة	أهم النتائج
٢	تابع (ممدوح بسيوني بيلي)			<p>- يرتفع مستوى التأهيل العلمي للمعلمين بأجهزة العلاقات العامة في المؤسسات الصحفية .</p> <p>- عدم وجود ميزانية مستقلة لتمويل برامج العلاقات العامة .</p>
١١	إدارة العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية بالملكة العربية السعودية . (سمير محمد حسين ، خالد محمد جمال ، رشاد سعيد هارون) (١٩٩١) (٢١)	التعرف على مدى ادراك المسؤولين في الادارة العليا لوظيفة العلاقات العامة وتأثير هذا الادراك على الادور الذي تؤديه في الأجهزة الحكومية .	٢٤ جهازا حكوميا	<p>- أظهرت نتائج الدراسة أن كلا من المسؤولين عن الادارة العليا (٤٧٣٧٪) والممارسين لعمل العلاقات العامة (٥٤٧٦٪) ينظرون الي وظيفة العلاقات العامة علي أنها وظيفة دعائية لا وظيفية فيها اتخاذ القرارات أو تقديم المشورة للادارة العليا .</p> <p>- هناك تأثير متبادل في وجهات النظر بين كلا من المسؤولين في الادارة العليا والمشتغلين بمهنة العلاقات العامة .</p>