

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات المرجعية أولاً: الإطار النظري

♦ المنهاج

♦ العلاقات العامة

ثانياً: الدراسات المرجعية

♦ الدراسات المرجعية المرتبطة بالعلاقات العامة

♦ التعليق على الدراسات المرجعية المرتبطة بالعلاقات العامة

♦ الدراسات المرجعية المرتبطة بالمناهج

♦ التعليق على الدراسات المرجعية المرتبطة بالمناهج

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات المرجعية

أولاً: الإطار النظري

المنهاج

حازت المناهج التربوية إهتماماً كبيراً من جانب المربين والباحثين منذ أن بدأ التوسع في التعليم كماً ونوعاً في معظم أرجاء العالم خلال العقود الماضية والتي رافقها حدوث تدفق معرفي كبير ، وتقدم تكنولوجيا هائل ، والتحق مئات الملايين من المتعلمين بالمراحل التعليمية المختلفة ، مما إستوجب التركيز على بناء مناهج تربوية فعالة لتحقيق الأهداف التربوية المنشودة (٦٦-٩).

وكانت النظرة التقليدية تشير إلى أن النظرية المعرفية تمثل المنهاج الأساسي لمعرفة العالم المحيط بنا ، وإنتهجت هذه النظرية في إدراك الظواهر المعقدة أسلوب فصل هذه العناصر بعضها عن بعض ، ولاقت هذه النظرة التجزئية نجاحاً في ميادين عديدة من المعرفة الإنسانية، مثل الرياضيات ، والفيزياء ، الكيمياء ، الجيولوجيا ، وإتسعت دائرة المعرفة وتصاعدت نمو فروع أخرى كما ظهرت مناهج جديدة وكذا أساليب بحثية متعددة (١٩-١٨٦).

ولا جدال في أن المناهج الدراسية بمختلف أشكالها وألوانها تساعد الطفل على فهم مجتمعه الذي يعيش فيه وفهم مشكلاته المتعددة ، فالمنهاج المدرسي تعبيراً صادقاً عن المجتمع بكافة أبعاده الحضارية والإجتماعية والفلسفية ، وتستطيع المناهج الحالية أن تلمى الإبداع إذا ما إستعانت بوحداث تعليمية خاصة (٤-٢٢٥).

وتحتل المناهج التربوية في عالمنا المعاصر مركزاً هاماً في العملية التربوية ، حيث تعتبر هي الترجمة العملية لأهداف التربية وخططها وإتجاهاتها في كل مجتمع ، وهي وإن كانت تقتدى بنتائج الأبحاث العالمية والإتجاهات التربوية المعاصرة ، إلا أنها تتبثق من حاجات البيئة ، ومتطلبات تنميتها وتطلعات المجتمع إلى حياة أفضل في ضوء قيمة الأصلية (٩٣-٩).

وقد أدى البحث في المناهج خلال هذا القرن إلى التشكك في بعض الممارسات التي لازالت سارية في المدارس ، وأكد الرغبة في استمرار البعض الآخر ، كما شجع على تبني أشياء جديدة، فبدلاً من التسليم بالمناهج التقليدية ، بدأ الباحثون يوجهون أسئلة جوهرية :

- ما المعلومات والمهارات التي تشتد حاجة المجتمع إليها ؟
 - ما المواد الدراسية التي ينبغي أن تصبح أساس التعليم ؟
 - كيف يمكن تحقيق التكامل بين المواد الدراسية ؟
 - ما أنواع الخبرات التعليمية التي ينبغي أن تشمل عليها المناهج ؟
- وجاءت الإجابة على بعض هذه الأسئلة مقدمة للكثير من الإسهامات فى تطوير المناهج.
- (٢٨ - ٣٨)

مفهوم المنهاج

تكونت فكرة المنهاج بالمعنى الإصطلاحي المستعمل اليوم ابتداء من القرن السابع عشر ومعناه الطريقة المؤدية إلى الكشف عن الحقيقة فى العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة تهيم على سير العقل وتجديد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة وثمة نوعان من المنهاج تلقائى وتأملى .

(١٨-١٥٦)

كما أن المقصود بالمنهاج المدرسى فى مفهومه التقليدى الضيق هو مجموع المقررات الدراسية التى يدرسها التلاميذ فى صفة الدراسة ، ويؤكد على هذا المعنى تعريف "جون كيد" John Kid للمنهاج بأنه " المعرفة التى يتم التخطيط لها وتوجيهها بواسطة الخبراء ليكتسبها التلاميذ داخل وخارج المدرسة " (٦٦-١٩).

ويمكن تعريف المنهاج بمفهومه الحديث بأنه:

كل ما تقدمه المدرسة للتلاميذ لتحقيق نموهم الشامل الكامل المتزن فى جميع جوانبهم (٣٧-٣٣).

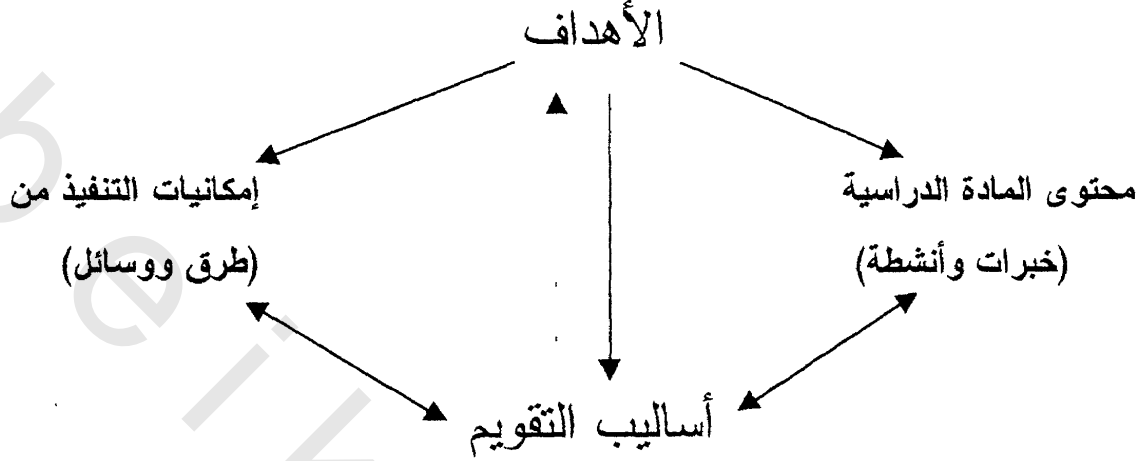
ومن التعريفات الحديثة للمنهاج المدرسى يعرفه "روس Ross" بأنه جميع الخبرات التى تم تنفيذها من أجل تزويد التلاميذ بالفرص المناسبة للمرور بالخبرات التعليمية المرغوب فيها .

(٥-٢٧)

ويذكر أحمد اسماعيل نقلاً عن دول Dool أن المنهاج يضم جميع الخبرات التى يتم تقديمها للتلاميذ تحت إشراف المؤسسة التعليمية (٦-٢٤).

بنية المنهاج وعناصره الأساسية

تشتمل بنية المنهاج على أربعة عناصر أساسية مترابطة ، يؤثر كل منها فى الآخر ، ويتأثر به ، وتوضح ليلي زهران العلاقة بين مكونات المنهاج المدرسي كما هو مبين فى شكل (١)



شكل (١) العلاقة بين مكونات المنهاج المدرسي (٧٧ - ٤٩)

إن عناصر المنهاج تشير إلى أن هناك أربعة أسئلة رئيسية ينبغي الإجابة عنها وهى،

- لماذا نعلم ؟ ويشير بهذا السؤال إلى الأهداف المراد تحقيقها.
- ماذا نعلم ؟ ويشير إلى المادة الدراسية (المحتوى) التى سندرسها.
- كيف نعلم ؟ ونشير إلى الطرق والأساليب والأنشطة المستخدمة لتحقيق الأهداف.
- كيف يمكن الحكم على النتائج ؟ ويشير إلى أسلوب التقويم المتبع (٦٦-١١٧).

الأهداف التربوية

من المعروف أن لكل عمل أو نشاط إنسانى غرض أو مجموعة من الأغراض والمقاصد أو الغايات ، ويطلق عليها فى مجال التربية الأهداف التربوية.

ويعتبر من قبيل المستحيل صياغة أغراض التربية وأهدافها فى عبارات مجردة ، لأنه لا يمكن تحديدها بمعزل عن ثقافة المجتمع ونظمة التى تعتبر الأهداف وظيفتها ، وذلك لأن التربية تظهر كلاً من جوهر الثقافة وبنائها ، فضلاً عن كونها قاعدة لكل من حالتى الثبات والحركة للنظم الإجتماعية (٣٧-٢٣٩).

كما أن تحديد الهدف العام يكون من سلطة الجهاز السياسى المسئول ويعد تحديد الهدف العام الخطوة الأساسية الاولى فى إعداد الخطة التعليمية وتعد الأهداف العامة المادة الخام التى يتم على أساسها صياغة الأهداف التفصيلية للخطة فلا يمكن القيام بعمل ما ، إلا فى ضوء تحديد للهدف

من القيام بهذا العمل ، كما أن الهدف من أى عمليات تربوية وتعليمية هي إحداث التغييرات المرغوبة فى سلوك المتعلمين . فكأن الهدف هو المتعلم وما يظهر فى سلوكه من تعديل .

(٩٦-٣٦١)

والأهداف يجب أن تحدد ما نرجوه من تغيير فى سلوك التلميذ فى صورة عبارات سلوكية واضحة يمكن ملاحظتها وتقويم سلامتها ومدى تحقيقها للهدف (٢٠-٢٦) .

ويعرف الهدف التربوى بأنه،

(عملية إحداث تغييرات إيجابية فى سلوك المتعلمين) فقد أصبح الهدف التربوى يعنى أى تغيير يراد إحداثه فى سلوك المتعلمين كنتيجة لعملية التعلم. ومن التغييرات التى يراد إحداثها فى سلوك المتعلمين مثلاً : إضافة معلومات جديدة إلى ما لديهم من معلومات أو إكسابهم مهارات معينة فى مجال من المجالات . وتسمى العبارات التى تصاغ فيها مثل هذه النتائج المرغوبة أو المتوقعة بالعبارات الهدفية ، ويشترط فى هذه العبارات أن تكون مصاغة صياغة واضحة محددة فى جمل معبرة (٦٦-١١٩) .

أهمية الأهداف التربوية

تصنف الأهداف التربوية فى نوعين : عامة وسلوكية وتتمثل أهمية الأهداف العامة فى أنها ،

- تمثل الغايات النهائية من عملية التربية.

- تحدد الغايات العريضة للتعليم مثل نقل الثقافة ، أو إعادة بناء المجتمع.

- تقدم دليل لما يركز عليه فى البرنامج التعليمى وتساعد فى نقل حاجات المجتمع و الأفراد وقيمهم إلى المنهاج التربوى ليعمل على تحقيقها.

أما الأهداف السلوكية فتتمثل أهميتها فى أنها ،

- تبين الجوانب التى يجب التأكيد عليها وما الذى ينبغى إختياره من محتوى المنهاج.

- تقدم دليلاً يساعد فى إختيار الخبرات التعليمية ووجه النشاط المناسبة وفى تحديد مستويات ما يعلم وكيف يعلم.

- تساعد على بلوغ الأهداف العامة من خلال ترجمتها إلى أهداف قريبة وصيغ سلوكية

محددة يسهل تحقيقها (٦٣-١٢٠) .

مصادر اشتقاق الأهداف التربوية

- **طبيعة العصر** ، فكل عصر إيقاع مميز وملامح معينة لا يمكن تجاوزها أو إهمالها . ولعل من أهم ملامح العصر الراهن التي تنعكس على الأهداف التربوية ، إحترام حقوق الإنسان ، ونشر الديمقراطية ، والعدالة الإجتماعية.
- **الدين** ، ويعتبر مصدر للأهداف التربوية وذلك لأن فطرة الإنسان عامة هي التدين وأن معظم القيم السائدة في المجتمع مستمدة أساساً من القيم الدينية.
- **فلسفة التربية** حيث تعتبر التربية مجموعة من المعايير ينتقى على ضوئها أفضل الأهداف لتربية النشء ، كما أن لها دور في تحديد الإطار للمبادئ والأهداف والعقائد التي يدين بها المجتمع (١٩-٢٤٧).

بينما يشير على راشد إلى أن مصادر الإشتقاق تتمثل في،

- **المجتمع وفلسفته التربوية** ، وحاجاته وأهدافه وتراثه الثقافي ، وما يسوده من قيم وإتجاهات ، وما هو عليه من حضارة وفن وفكر وأدب ، وما فيه وفي بيئته من عناصر جمالية.
- **خصائص المتعلمين وحاجاتهم وميولهم ودوافعهم ومشكلاتهم ومستوى نضجهم وقدراتهم العقلية** ، وطرق تفكيرهم وتعليمهم.
- **أشكال المعرفة ومتطلباتها** ، وما يواجه المجتمع من مشكلات نتيجة التطور العلمي والتكنولوجي.

- **وجهات نظر المختصين في التربية والتعليم وعلم النفس (٦٦-١٢٠).**

أنواع الأهداف التربوية

- تتباين الأهداف تبايناً كبيراً ، فقد تكون كبيرة واسعة وعامة ، فتحمل معاني كثيرة ، وتقبل تفصيل كبير ، ومن ثم قد يصلح تبينها في تخصيص معين.
- الأهداف التربوية العامة التي تضمن للنشاط التربوي توجيهاً عاماً يحقق أهداف أشمل هي الأهداف القومية بأبعادها السياسية و الإقتصادية والإجتماعية (١٨-٢٤٥).
- ومن أمثلة هذه الأهداف:

- مساعدة الفرد على النمو المتكامل.
- تنمية المسؤولية الإجتماعية.
- تنمية قوى الفرد الذاتية وإطلاق مواهبه (٦٦-١٢١).

الأغراض التعليمية أو أغراض التدريس التي توجه عمل المدرس داخل الفصول ومع التلاميذ التي تقاس بما يصل إليه المدرس مع تلاميذه من نتائج عن طريق مختلف وسائل التقويم ، ولذا فإنها أهداف محددة ضيقة تعبر عن نفسها في سلوك التلاميذ ، وتسمى بالأغراض السلوكي (١٨-٢٤٥).

الشروط التي يجب أن تتوافر عند صياغة الأهداف

تتطلب صياغة الأهداف على إختلاف إتجاهاتها أموراً عامة من أهمها أن يكون القائمون بصياغتها على دراية بنوع الأهداف المطلوبة كما يجب أن يكونوا على وعى بطبيعة الأهداف ومصادر اشتقاقها ، ولتجنب اللبس في عملية صياغة الأهداف التربوية هناك عدة شروط لصياغة الأهداف أهمها ،

- أن يكون الهدف نابعاً من المواقف والظروف الإجتماعية قائماً على دراسة ما فيها من إمكانيات ومشكلات ومعوقات.
- ينبغي أن تكون الأهداف التربوية مرنة ، فإعتبارها وفقاً لما سبق محركات للمواقف التربوية وإرتباطها بمشكلاتها وإمكانياتها يتطلب النظر إليها دائماً في ضوء عوامل التغيير والمؤشرات المتعددة المتصلة والمؤثرة في هذه المواقف.
- يتطلب الهدف السليم دائماً إختيار الوسائل المناسبة المشتقة من طبيعته ومن الظروف التي ينبع منها ، بل أن معيار الجودة لأي هدف ينبغي أن يكون إعتبار الهدف والوسيلة شيئاً واحداً في نفس الوقت.
- أن تكون الأهداف التربوية مترابطة في إطار متكامل.
- أن تكون الأهداف غير نهائية ويعنى هذا أهمية فهم الأهداف في سياق إستمرارية النمو على فترات زمنية طويلة ومتخلل بينات ومواقف تربوية مختلفة وأكثر واقعية.
- أن تكون الأهداف واقعية (١٩-٢٥٦) .

المحتوى

مفهوم المحتوى

هو أحد عناصر المنهاج وأولها تأثراً بالأهداف التي يرمى المنهاج إلى تحقيقها (١٦-١٣٢) . ويقصد بالمحتوى كل ما يضعه المخطط من خبرات سواء خبرات معرفية أو تفاعلية أو حركية وبهدف تحقيق النمو الشامل للتلميذ (٥٣-٨٠) .

ويعرف المحتوى بأنه،

نوعية المعارف التي يقع عليها الاختيار والتي يتم تنظيمها على نحو معين ، سواء أكانت هذه المعارف والمفاهيم أو حقائق ، أو أفكار أساسية (٦٦-١٣٢).

كما يعرفه " هايمان" بأنه يتكون من :

- المعرفة بالحقائق والتغيرات والمبادئ والتعريفات.
- المهارات والعمليات كالقراءة والكتابة والحساب والتفكير الناقد وإتخاذ القرارات.
- القيم كتحديد الشر والخير والخطأ والصواب والقبح والجمال (٢٤-١٥٢).

ويقترح " سايلور الكسندر Alexander Salyor "تعريف عام للمحتوى هو ،

(كل الحقائق والملاحظات والمعلومات والمدرجات والتصورات والحلول التي تم تنظيمها وإعدادها على شكل أفكار ومعارف ومفاهيم وتعميمات ومبادئ وخطط من قبل رجال خبرة وثقة في مجال التربية والمواد العلمية) (١١٠-١٥٢) .

كما تعرفه " عفاف عبد الكريم " بأنه،

(التراث الثقافي المستمد من مجالات ثقافية أخرى مختارة من وجهات نظر وتربوية وسيكولوجية وبيولوجية والمجهزة كمواضع تعليمية للمناهج لتحقيق أهداف الدراسة العامة في المدرسة يتفاعل معها التلاميذ أثناء التدريس ويخرج منها خبرات تعليمية وتربوية بمعنى آخر يخرج منها الشخصية أخرى أكثر نضجاً) (٦٣-٩٧).

علاقة محتوى المنهاج بعناصر المناهج الأخرى

لا يعمل محتوى المنهاج بشكل منفصل أو منعزل عن المكونات الأخرى للمنهاج ، فالمعارف والحقائق التي يشملها ليست سوى وسيلة لبلوغ الأهداف المحددة للمنهاج ، بمعنى أن المنهاج إذا كان يهدف إلى تنمية مفاهيم وتعميمات معينة ، فإن الوظيفة الرئيسية لجانب من المحتوى هي أن يتكامل مع الطريقة المستخدمة في التدريس والوسيلة التعليمية والنشاط المصاحب لها من أجل تنمية المفاهيم أو التعميمات التي حددت منذ البداية . وفي نفس القول ينطبق على تنمية الإتجاهات والقيم ونواحي التدفق وأوجه تقدير وغيرها من جوانب التعلم المرغوب فيها (٦٦-١٣٢) .

إختيار المحتوى

إختيار محتوى المنهاج لا يتم بطريقة عفوية أو إرتجالية فالمادة تشمل على عدة مجالات وكل مجال يشمل موضوعات ، ولكل موضوع محاور رئيسية وأخرى فرعية ، وهذه تتضمن معارف ومفاهيم وحقائق ، فلا بد وأن تكون الخبرات والأنشطة التي يشملها محتوى المنهاج خبرات هادفة ومخطط لها ومبينة على مجموعة من الأسس والمعايير (٣٥-١٦٧).

ولاشك أن إحدى المشكلات التي تواجه القائمين على بناء المنهاج وتطويره هي إختيار محتوى المنهاج المناسب ، إذ أن مدى التعلم وتحقيق الأهداف يعتمد على الإختيار الدقيق لمحتوى المنهاج ومواد التعلم (٥٣-٨١) .

وهناك ثلاث خطوات لإختيار المحتوى وهي:

- إختيار الموضوعات الرئيسية.
- إختيار الأفكار الأساسية التي تحتويها الموضوعات.
- إختيار المادة الخاصة بالأفكار الرئيسية (٣٥-١٦٧) .

معايير إختيار المحتوى

• مراعاة أهداف المنهاج

أن الموضوعات والأنشطة التي يتكون منها المحتوى لابد أن تعبر تعبيراً حقيقياً صادقاً عن أهداف المنهاج بحيث تساعد على تحصيل الأهداف العامة والخاصة (٧٢-١٠٢).

• أهمية المحتوى بالنسبة للمتعلم

يجب إختيار محتوى المنهاج على أساس ما يحققه الفرد من فوائد ثبتت قيمتها العلمية ، وعلى أساس ارتباط هذا المحتوى بالحياة العامة للأفراد (٥٣-٨١).

• مراعاة الميول

إن إختيار محتوى المنهاج وأنشطته ينبغي أن تعطى إعتباراً لميول التلاميذ وهذا يعنى إختيار المحتوى والخبرات ذات الجاذبية المباشرة للتلاميذ ، ليس هذا فقط ، بل يجب أن يساعد المحتوى أيضاً على تطوير الميول وتنمية ميول جديدة تتصل بموضوع المادة الدراسي (٥٣-٨١).

• مراحل النمو

يجب أن يكون المحتوى مناسباً لمرحلة النمو التي يمر بها التلميذ ، فكل مرحلة من المراحل لها خصائصها الجسمية والإنفعالية والإجتماعية والعقلية ولا يمكن للمحتوى أن يحقق أغراضه كاملة إلا إذا تمكن التلميذ من تعلمه حسب المستوى الذي وصل إليه نموه فى كل من هذه الخصائص.

• الفروق الفردية

ينبغي أن يواجه محتوى المنهاج وأوجه نشاطه الفروق الفردية بين التلاميذ وذلك بإختيار انماط النشاطات التعليمية التي تمثل درجات متنوعة من الصعوبة وتحدى قدرات التلاميذ ، وفى

نفس الوقت تسمح لكل منهم بأن يحصل على قدراً من النجاح ، فالمحتوى الجيد هو الذى يتيح الفرصة كاملة بالعدل و التكافؤ والمساواة بين المتعلمين (٣٧-٧٤).

• مشكلات المحتوى

إن إختيار الموضوعات وأوجه النشاط التى ترتبط بالمشكلات الإجتماعية والثقافية والرياضية الموجودة فى المجتمع مثل مشكلة وقت الفراغ ومشكلات الشباب الصحية والنفسية ، كل هذه المشكلات تمثل ناحية أساسية فى حياة أبنائها ومساعدتهم على حلها من خلال ممارسة أوجه النشاط المختلفة التى يحبونها ويرغبون فى ممارستها ، وتساعد على حسن تكيفهم مع المجتمع وعلى حل هذه المشكلات الأساسية.

• تنوع المحتوى

يجب أن يتضمن محتوى المادة الدراسية عدداً من الموضوعات التى تتيح الفرص للتلميذ لأن يختار من بينها ما يتفق مع ميوله وإستعداداته وإمكانياته ، كما أن الفروق الفردية بين التلاميذ تجعلنا نهتم بضرورة أوجه النشاط . ويجب أن تتنوع أنماط النشاط ، كذلك على ضوء الإمكانيات المادية والبشرية والترتيبات الزمنية والمكانية لتنفيذ مناهجها . (٧٢ - ١٠٣ : ١٠٤)

الأهداف العامة للمحتوى

يعمل المحتوى على تحقيق أهداف المنهاج الدراسى ، وخاصة فيما يتعلق بالتالى:

- ترسيخ السلوك الإسلامى لدى المتعلمين فى القول والعمل.
- تنمية المتعلمين تنمية شاملة متكاملة متوازنة.
- مراعاة الفروق الفردية بين المتعلمين.
- توجيه قدرات المتعلم وميوله وإتجاهاته وعاداته الوجهه السليمة.
- مساعدة المتعلمين على إكتساب طرق التفكير المختلفة وتدريبهم على القيادة والتعاون.
- مساعدة المتعلم على إكتساب مهارات التعليم الذاتى والتعليم المستمر وحل المشكلات.
- مساعدة المتعلم على التعرف على ثروات المجتمع ومشكلاته.
- إعداد المتعلم لمواصلة دراسته وإثراء ثقافته العامة.
- الإسهام فى تنمية حصيلة المتعلم للعلوم واللغات وتزويده بالمهارات العلمية.
- تزويد المتعلم بقدر مناسب من ثقافات المجتمعات البشرية الأخرى.
- مواكبة التقدم العلمى والتربوى المعاصر.
- مساعدة المعلمين على تنسيق جهودهم فى العملية التعليمية وتضافرهم فى الإرتقاء بها.
- العمل على التكامل الرأسى والأفقى للخبرات المقدمة للمتعلم (٧٩-٣٧) .

أساليب وطرق التدريس

الأساليب هي إحدى عناصر المنهاج التي تتفاعل مع عناصره الأخرى لتحقيق ما وضع له من أهداف . والأساليب هي الإجراءات التي يتخذها المعلم في تنفيذ طريقة من طرق التدريس من أجل تحقيق الأهداف المحددة للمادة التعليمية ، مستعيناً بوسيلة من الوسائل التعليمية المناسبة . وتختلف أساليب التدريس باختلاف المعلمين وفلسفاتهم ، وطرق التدريس التي يعتمدونها ، وطبيعة المادة التي يعلمونها (٦٦-١٣٩) .

أما الطريقة فما هي إلا الوسيلة التي تتبع للوصول إلى غرض معين وأحسن الطرق هي الطريقة التي تحقق الغرض المطلوب منها (٢٧-٩٠) .

أما التدريس فهو النشاط الذي يستهدف تحقيق التعلم ويمارس بالطريقة التي فيها إحترام الإكتمال الفعلي للطالب وقدرته على الحكم المستقل (٤٢-٤) .

وكثيراً ما يتساءل المعلمون عن أفضل الطرق والأساليب و الوسائل في تدريس درس ما ، فقد يرى بعضهم أن طريقة المحاضرة هي أفضل الطرق لتدريس مادة من المواد الدراسية ، وهذا التعميم خاطيء ، فطريقة المحاضرة قد تصلح لدرس ما غير أنها قد تكون أسوأ طريقة لدرس آخر (٦٦-١١٤) . وتشتمل عملية التدريس على عناصر ثلاث هي ،

المدرس ، وهو نتيجة تفاعل بين ثلاثة مسميات ،

• عالم بما يريد أن يقدمه .

• معلم يعرف كيف يثير نشاط الطلاب للمعرفة .

• مربى يعنى بجميع طلابه جسدياً وعقلياً وإنفعالياً وأخلاقياً ليجعل منهم مواطنين صالحين .

(٤٢-٧)

الطالب

وهو ركن هام في العملية التدريسية ، فهو محور العملية التدريسية وهدفها (٣٠-٧) . وعلينا أن نراعى أن تكون الطريقة مناسبة لنمو التلميذ ونضجه العقلي وقدراته البدنية ومهاراته الحركية وتتناسب مع الميول والرغبات الخاصة به (١٧-٦٦) .

المادة الدراسية

وهي الموضوع التخصصي الذي سيقدمه المدرس إلى طلابه ، فالمادة الدراسية يجب أن تكون عميقة لأن الطالب يدرك غزارة المعلومات أو سطحياتها (٤٢-٧) .

ولكى يستطيع المعلم الحكم على نجاحه فى العملية التدريسية والتعليمية لابد له من التقويم .

التقويم

هو عملية من العمليات الأساسية التى يحتوئها أى منهاج دراسى وتجرى على نحو متوازى مع بعض العمليات التخطيطية والتنفيذية ، فعندما توضع الأهداف فى صورتها الأولية ، تبدأ مرحلة المناقشة والدراسة والتحليل ثم التعديل ، وذلك ما هو إلا عمليات تقويمية متتالية. وتحتاج عملية التقويم إلى أن تكون الأهداف واضحة ومحددة ، ويمكن من خلالها الوصول إلى نتائج يسهل قياسها . وتعتبر عملية التقويم جزء متكامل من عملية التعليم والتعلم ، وبدونها لا تتم الفائدة المرجوة من العملية التعليمية (٤٢-١٣٣).

مفهوم التقويم

التقويم هو تقدير مدى صلاحية أو ملائمة شىء ما فى غرض ذى صلة ، وفى مجال التربية يعرف التقويم بأنه ، " العملية التى يحكم بها على مدى نجاح العملية التربوية فى تحقيق الأهداف المنشودة "

وترمى عملية التقويم إلى معرفة مدى تحقق التغيرات فى سلوك المتعلمين ، أو معرفة مدى تقدمهم نحو الأهداف التربوية المراد تحقيقها ... وهو يمثل جزءاً لا يتجزأ من عملية التعلم . (٦٦ - ١٥٠)

والتقويم فى اللغة يعنى تقدير القيمة أو الوزن ، ويقال قوم الشىء أى قدر قيمته ووزنه. ويعرف قاموس "ويبستر Webster" كلمة التقويم بأنها " التحقق من قيمة " (٢٧-٣٢).

والتقويم عملية شخصية يقصد بها الكشف عن مواطن الضعف و القوة فى العمل المدرسى ، وكذلك مدى تحصيل التلاميذ ونواحى التلازم من عدمه بين المدرسة والمجتمع.

وينظر المشرف التربوى للتقويم على أنه ،

"هو الجهود المنظمة التى تبذل للتأكد من مدى النجاح فى تحقيق الأهداف التى حددها برنامج الإشراف" (٨٢ - ١٣٣) .

مستويات التقويم

- يشمل التقويم أكثر من مستوى ، ومن هذه المستويات ما يلي ،
- التقويم البنائي ، ويهدف إلى تصحيح مسار التعليم ولذلك يطلق عليه أداء التصحيح الذاتي.
- تقويم التباين أو التطابق ، وهذا المستوى يبحث في مطابقة الأداء للهدف.
- تقويم الاحتمالات ، ويبحث عن تقدير أثر الضغوط الاجتماعية والثقافية على المدرسة عن طريق إستشعار البعد وإتخاذ قرارات فعالة للتعامل مع تلك الضغوط والمؤثرات (٦٦-١٥٩).

أنواع التقويم

- التقويم الموضوعي، يتضمن التقويم عملية إصدار أحكام على قيمة الأشياء أو الأشخاص أو الموضوعات ، ولذلك فإنه يتطلب الوصول إلى أحكام موضوعية ، بإستخدام المعايير أو المستويات أو المحكات العملية حتى يتحقق التقدير الموضوعي للعملية ، ولذا فإنه يستخدم إذا كان الغرض هو الحصول على معلومات دقيقة عن إمكانيات الأفراد.
- التقويم الذاتي، يعتمد الفرد الذي يقوم بعملية التقويم في صادر أحكامه على معايير ذاتية مثل المنفعة أو اعتبارات المكانة الاجتماعية أو سهولة الفهم والإدراك . أو المقابلة الشخصية أو المعرفة السابقة بمستوى الأفراد والحكم بالمظهر الخارجي دون المضمون (٤٢-١٣٩).

أسس التقويم

- هناك مجموعة من الأسس يجب مراعاتها وهي:
- أن يتسق التقويم مع أهداف المنهاج.
- أن يكون التقويم شاملاً لكل أنواع ومستويات الأهداف التعليمية.
- تتنوع أساليب وأدوات التقويم.
- يكون التقويم عملية تقدير مستمرة لمدى ما يحققه البرنامج التربوي من الأهداف المرسومة لعملية التربية.
- يتم التقويم بطريقة تعاونية يشارك فيها كل من يؤثر في العملية التربوية ويتأثر بها.
- يميز التقويم بين مستويات الأداء المختلفة ، ويكشف الفروق الفردية و القدرات المتنوعة للتلاميذ.

- أن يكون التقويم تشخيصاً وعلاجياً.
- أن يكون التقويم وظيفياً بمعنى أنه يستفاد منه في تحسين العملية التعليمية.
- أن يراعي في التقويم الناحية الإنسانية.

- أن يجري التقويم في ضوء معايير تتمشى مع فلسفة التربية.
- أن ينظر إلى التقويم كوسيلة لتحسين العملية التربوية.
- أن يراعي في التقويم الإقتصادي في الوقت والجهد والمال (٦٦-١٥٦).

خطوات التقويم

التقويم ليس نشاطا بسيطا ولكنه عملية معقدة تحتوي على الكثير من الأنشطة وتسير في عدة خطوات هي،

- تحديد الهدف من عملية التقويم وأهمية ذلك للتربية المدرسية.
- تحديد الأفراد الذين سيضمهم التقويم من معلمين وموجهين وإداريين وتلاميذ.
- تحديد البيانات والمعلومات التي سيعني التقويم بجمعها (١٦-١٣٨).
- تقرير المواقف التي يمكننا أن نجمع منها معلومات تقريبية متصلة بالهدف.
- تصميم وبناء أدوات وأساليب التقويم مثل الاختبارات وبطاقة الملاحظة.
- تحليل البيانات وتسجيلها في صورة يمكن منها الاستدلال والاستنتاج.
- تفسير البيانات في صورة تتضح بها المتغيرات والبدائل المتاحة تمهيدا للوصول منها إلى حكم أو قرار.
- إصدار الحكم أو القرارات ومتابعة تنفيذية حتى يمكن معرفة جدوى المعلومات التقويمية في تحسين المواقف أو الظاهرة أو السلوك الذي نقومه (٩٨-١٥٤).

المقررات الدراسية بكلية التربية الرياضية

يشير جمال الدين العدوى أنه لحصول طالب التربية الرياضية على إجازة التدريس لابد له من دراسة المقررات التالية،

مواد تربوية وسلوكية

- علم النفس الرياضي
- أصول التربية
- تربية قومية
- الخدمة الإجتماعية
- علم الاجتماع ودراسة المجتمع

مواد صحية مرتبطة بالنشاط الرياضي

- علم التشريح
- التربية الصحية
- الصحة العامة
- العلاج الطبيعي
- التربية القومية
- الإصابات والإسعافات الأولية
- علم وظائف الأعضاء (فسيولوجي)
- عوامل الأمان والسلامة.

مواد نظرية مرتبطة بالنشاط الرياضي

- تاريخ التربية الرياضية
- أصول فلسفة التربية الرياضية
- برامج التربية الرياضية
- تنظيم وإدارة برامج التربية الرياضية
- التقويم والقياس في التربية الرياضية
- برامج الترويج

اللغات المستخدمة في النشاط الرياضي

- اللغة العربية
- اللغة الإنجليزية

هوايات الفنون

- تربية فنية
- تربية موسيقية
- فنون شعبية

طرق التدريس والتدريب

- الطرق الخاصة لتدريس أنشطة التربية الرياضية.
- علم التدريب الرياضي.
- المعسكرات وتربية الخلاء.
- علم الحركة.
- الميكانيكا الحيوية.
- المناهج في التربية الرياضية.

مواد عملية وأنشطة رياضية

- التمرينات والجمباز والتعبير الحركي.
- ألعاب القوى (الجرى - العدو - الرمي - الوثب)
- الألعاب (قدم - سلة - طائرة - يد - هوكي)
- ملاكمة - سباحة - مصارعة - مبارزة (٢٠-١١٧).

ومع تطور اللوائح بكلليات التربية الرياضية واستحداث بعض العلوم الهامة لمناهج التربية الرياضية كانت للعلاقات العامة تواجد على خريطة المناهج وأصبحت مادة أساسية تدرس بالدراسات العليا بمعظم كليات التربية الرياضية (٥٧ : ٩٨). ونظراً لأهمية العلاقات العامة في المجتمع كان من الضروري إلقاء نظرة على العلاقات العامة.

العلاقات العامة

نشأت العلاقات العامة بمولد الإنسان، ونشأت بظهور المجتمع البشري، وتطورت مع تطور أنماط وصور الحياة المختلفة، حيث أنها ظاهرة إجتماعية لا بد وأن توجد لنتيجة طبيعية للتفاعل الإجتماعي بين الأفراد والمنظمات بمختلف أنواعها (٨٠ - ٩) .

ولا شك أن تعقد المجتمع وتشعب العلاقات الإنسانية في شتى الميادين الإقتصادية والسياسية والإجتماعية، هكذا فضلا عما وكب هذه الحقبة من تطور هائل في علوم الإتصال ونظرياته، وما حققته التكنولوجيا الحديثة من قفزات، قد جعل الناس يدركون أن هذه العلاقات جديرة بالدراسة والبحث والإستقصاء. ولولا تطور الديمقراطية، وتنوع المذاهب السياسية والإجتماعية للشعوب، وهزائم الأستعمار المتلاحقة في أنحاء العالم، والإعتراف بقيمة الإنسان وإحترام شخصيته، لما أمكن للعلاقات العامة أن تتبلور وتتضح وتصبح موضوعا للبحث العلمي الدقيق (٦٢-١١).

ففي مجتمعنا العربي أصبح للعلاقات العامة أهمية خاصة عندما أنشأت كثير من الهيئات والمؤسسات الصناعية والتجارية أقساما قوية للعلاقات العامة، مما دعى كلية التجارة ثم بعد ذلك كلية الآداب بجامعة القاهرة عام ١٩٥٨م إلى تدريسها كمادة مستقلة لطلبة قسم الإجتماع، وقد كانت قبل ذلك تدرس في أقسام أخرى بالجامعات العربية كجزء من منهاج مواد دراسية أخرى. كما أنشئ عام ١٩٧٠م معهد الإعلام في جامعة القاهرة، وكذلك أنشئت كلية الإعلام جامعة الإسكندرية، أما في معاهد الخدمة الإجتماعية فإن العلاقات العامة أداة هامة تساعد على تطبيق طرق الخدمة الإجتماعية. فمادة العلاقات العامة أداة هامة في طريقة تنظيم المجتمع.

(٩٥ - ١٤ : ١٥)

لذا يحسن بنا قبل أن نشرح معنى العلاقات العامة القاء نظرة سريعة على نشأتها وتطورها فإن هذا يساعدنا على تفهم معناها ونشاطته (٩٦ - ١٥)

نشأة وتطور العلاقات العامة

إن قوة الرأي العام في السيطرة على مجريات الأمور أمر معترف، منذ قديم الأزل ولو أن مصطلح الرأي العام لم يبرز في الوجود إلا في أوائل القرن الثامن عشر وقد صاحب هذا الإعتراف نشأة ما يسمى بالعلاقات العامة .

فلقد تم العثور على ما يثبت أن العلاقات العامة منذ قديم الأزل حيث وجد علماء الآثار في العراق نشرات ترجع إلى ١٧٠٠ ق.م ترشد الزراع إلى كيفية بذر محاصيلهم ومعالجتها من الآفات والتي تشبه إلى حد كبير النشرات الدورية لوزارة الزراعة الآن.

ففي اليونان فقد عرف أهمية التأثير في الناس عن طريق الخطابة والمناقشات. وقد إقتنع الإسكندر الأكبر بأهمية الإعلام والنشر وطرق التأثير في الجماهير. وكان في ركابة طائفة من الخطباء والشعراء والكتاب والمفكرين.

لقد قام الرومانيون بحفر العبارات على معابدهم وتمثيلهم كما كتب عبارة مجلس الشيوخ والشعب الروماني على وجه البرلمان.

أما في مصر القديمة كانت الجهود تبذل لتفخيم الحكام والترويج لحكمهم. كما قام قدماء المصريين بوصف المواقع الحربية وإنتصاراتهم المختلفة إلى الجمهور بقصد كسب تأييده وتعاونه.

بينما استطاعت الحضارة الإسلامية تطوير العلاقات العامة بفضل الشعراء والكتاب والخطباء إذا كانوا يحثون على الجهاد في سبيل الله وقد قام الخطباء في المساجد بدوراً هاماً للعلاقات العامة قديماً وحديثاً إذا عادتاً ما يصاحب الإرشاد الديني توجيه إجتماعي وسياسي (٨٥-٢٧).

ثم بعد إنتهاء الحرب العالمية الأولى إزدادت النشرات والأبحاث الخاصة بالعلاقات العامة قواعد وأصول (٥٠-٤٠٧).

ففي العصور الحديثة يعتبر إيفي ليدبتري Evey.L.Biterly منشأ العلاقات العامة.

(٩٩-١٩)

فقد كان بيرنز Bernys أول من نادى بضرورة إعداد خبراء في العلاقات العامة على مستوى جامعي، كما قام بيرنز أول من أصدر صحيفة إسبوعية مختصة بدراسة العلاقات العامة وأخبارها تسمى Public Relations News والتي صدرت لأول مرة في يوليو سنة ١٩٤٤م وفي سنة ١٩٤٥م تحقق الأمل الذي كان يرجوه بيرنز Birnz في الولايات المتحدة الأمريكية بإعداد خبراء في العلاقات العامة على مستوى جامعي. وفي عام ١٩٤٧م كانت جامعة بوسطن في مقدمة الجامعات التي أنشأت معهداً خاصاً لدراسة العلاقات العامة وذلك في سبتمبر ١٩٤٧م ففي جامعة أيوا Aiwa درجات علمية شرفية لخبراء العلاقات العامة الذين قدموا خدمات لخدمة البلاد مثل كارل بوير carbBoyr وكنجر رينولدز conger Reynoldis (٤٥ - ٢٥).

أما عام ١٩٤٨م فقد منحت جامعة سيراكيز Serickios درجة الدكتوراه لثلاثة من الخبراء في العلاقات العامة وهم، إيرل نيوسوم Eurl Newwsom وبولين مانديجو Bouline Mandigo لرجلين جغرافيا glem crisuol وهو ما يشير إلى أهمية العلاقات العامة وقد بلغ عدد الكليات والمعاهد تهتم بدراسة العلاقات العامة في أمريكا بمائة وخمسين كلية ومعهد. أما في مصر فقد بدأ تدريس العلاقات العامة في كلية التجارة بجامعة القاهرة ولكن من الجانب الإقتصادي وتطبيقاته في إدارة الأعمال. أما في النواحي الإجتماعية والسياسية والإقتصادية لقوة حضارية جديدة تؤثر في الرأي العام في المنظمات السياسية في عام ١٩٥٨م بقسم الصحافة بجامعة القاهرة (٧٤-٢٥ : ٢٧).

تلك كانت لمحة سريعة عن تطور ونشأة العلاقات العامة وهي لمحة تتوع عن ذكر تفصيلاتها مجلدات كثيرة، ولكنها كانت لمحة تحمل فترة بعد فترة جانباً معيناً من جوانبها حتى أصبحت العلاقات العامة ضرورة أساسية لأي مشروع أو مؤسسة أو كيان أيا ما كان حجمه طالما كان يتعامل مع الجمهور (٩ - ٢٦).

مفهوم العلاقات العامة

تعد قوة الرأي العام في السيطرة على مجريات الأمور، أمر معترف به من قديم الزمان، ولو أن مصطلح (الرأي العام) لم يبرز في الوجود إلا في أوائل القرن الثامن عشر، وقد صاحب هذا الإعتراف نشأة ما سمي حالياً بنشاط العلاقات العامة (٢٨ - ٣) .

فالعلاقات العامة تعني عملية إيجاد الصلات القوية بين الشخص والمؤسسة، والأشخاص الآخرين أو المجتمع بصفة عامة، وذلك من خلال الإتصالات المستمرة. وتغيير الأحداث والتفاعل بين الأفراد الجماعات ثم تقويم ردود الفعل الناتجة عن هذا الإتصال (٨ - ٢).

كما أن العلاقات العامة تهتم بالكشف عن الأسس التي تساعد على قيام علاقات ودية سليمة بين فئات الشعب وبين المؤسسات الإجتماعية المختلفة، وهذا ما يسمى بالتكيف الإجتماعي أو الإنسجام بين الأفراد والمجتمعات، وهو أسمى أهداف العلاقات العامة (٣ - ١٩).

والهدف الجوهري للعلاقات العامة هو التأثير على الرأي العام للجمهور الخارجي الذي يرتبط بالمؤسسة، وكذلك الصالح العام للمؤسسة والجمهور المتعامل معها. ويتحقق ذلك عن طريق التحديد الدقيق لأهداف العلاقات العامة ووظائفها (١٠ - ٢) .

كذلك تهدف العلاقات العامة إلى مساعدة إدارة المنشأة على وضع سياستها طبقاً لمصالح طبقات الجمهور المختلفة المتصلة بها، وتعريف الجمهور بهذه السياسات وشرحها له للحصول على ثقته وتأييده (٢١-١٣).

وقد حدد "سام بلاك Sam Black" رئيس جمعية العلاقات العامة I.P.R.A أن أهداف العلاقات العامة في الآتي:

- تحقيق السمعة الطيبة للمؤسسة وبذل الجهد ولحماية هذه السمعة.
- العمل على تغيير السياسات والممارسات التي لا يتقبلها الرأي العام.
- العمل على توحيد إهتمامات ومصالح العاملين وأهداف الإدارة (١٠٩-١٢٦).

لذا أصبحت العلاقات العامة إحدى ركائز نجاح أي منظمة حيث أنها وسيلتها في ربطها ب جماهيرها و ضمان رضاهم وتجاوبهم وإستفادتهم من خدماتهم (٤٦-٣).

ويعتبر مفهوم العلاقات العامة هو نقطة البدء في الممارسة المناسبة لها، فالفهم المناسب للعلاقات العامة يترتب عليه تقرير سليم لأهميتها، وتحديد دقيق للأهداف التي ينبغي أن تسعى إلى تحقيقها (١٠٠-٦).

ومن الصعوبة محاولة وضع مفهوم محدود واضح للعلاقات العامة، فبعض المهتمين بدراساتها يحددون مفهومها على أساس ما يجب أن تكون عليه العلاقات العامة لا على أساس ما هي عليه في الواقع، والبعض الآخر يحدد لها مفهومها متأثراً بوجه نظره التي تكشف بالطبع عن خبرته الشخصية (٤٧-٦١).

ولذلك فإن الكثير من خبراء التنمية يقررون أن التطور المطلوب للمؤسسات المعاصرة خلال السنوات المقبلة ، ليس في النواحي المادية فحسب ، وإنما في النواحي المعنوية أيضاً ، وذلك بتطوير إستخدام العلوم الإجتماعية لكي تصبح منظمات إيجابية وفعالة من النواحي الإنسانية ، مثله إستطاعت إستخدام التكنولوجيا المنظورة والعلوم الطبيعية لتحقيق أهدافها في المجتمع المعاصر من أجل خدمة الإنسان بدرجة عالية (١٢٥-٥).

فكان لابد من أن يكون هناك إتفاق على الأقل من الناحية النظرية بين معظم المشتغلين بالعلاقات العامة وهو أن مهنتهم تنحصر في بناء صورة محببة للجمهور عن منظماتهم وذلك عن طريق الأعمال الصادقة التي تقوم بها هذه المنظمات وحرصها على وجود إتصال متبادل

ومستمر بينها وبين جماهيرها بحيث يمكن من خلاله الوصول إلى التوافق والتفاهم المشترك بين المنظمات و الجماهير (٩٦-٢٨).

مفاهيم تتعلق بالعلاقات العامة ،

• المفهوم الإدارى

ويعتبر هذا النوع من المفاهيم أن الإدارة نشاط يحتمة التعاون الإنسانى فى ظل شبكة معقدة من العلاقات المتبادلة بين الأفراد والمنظمات وفى إطار هذه العلاقات يجرى إستخدام مجموعة من الموارد والإمكانيات من أجل تحقيق أهداف متفق عليها (٩٨-٩٦).

ولذا فإن العلاقات العامة تعتبر الوظيفة الإدارية التى صممت بهدف زيادة الأرباح (أو ما يرادف ذلك بطريقة مباشرة أو غير مباشرة) وذلك بكسب ورضاء الجمهور وذلك عن طريق إختيار السياسات والإجراءات التى تكون مقبولة أو ذات فائدة لكل المتصلين بالمنظمة وكذلك العلاقات العامة هى إتصال مقنع صمم بهدف التأثير (٣١ - ٦ : ٧).

ويشير محمد العزازى أن العلاقات العامة وظيفة إدارية مستقلة و متميزة ، شأنها فى ذلك شأن وظائف التخطيط والتنظيم والتوجيه والرقابة ، بل أنها يمكن أن تثرى مضمون وظيفة التوجيه ذاتها (٨٠-٣٦).

• المفهوم الإعلامى

- الإعلان والدعاية

يمثل الإعلان أحد الأدوات الأساسية التى تستخدمها المنظمات المختلفة لتحقيق الإتصال بالمشتريين المستهدفين ، كما أنه أحد أشكال الإتصال غير الشخصى الذى يتم من خلال وسائل الإعلان المدفوع لها ، وعن طريق معلن محدد (١١٦-٣٦٠).

والإعلان هو عملية إتصال غير شخصى من خلال وسائل الإتصال العامة بواسطة معلنين يدفعون ثمناً لتوصيل معلومات معينة إلى فئات من المستهلكين حيث يفصح المعلن عن شخصية فى الإعلان (٨٤-١٨).

وبناء على ما سبق فالإعلان هو عملية نقل معلومات عن سلعة أو خدمة أو فرد أو مؤسسة أو غيرها إلى جمهور معين بهدف التأثير على سلوكه لكى يتقبلها أو يقدم عليها (٩٨-٨٣).

- الدعاية و التسويق

يقصد بالدعاية هو نشر المعلومات بهدف التأثير على وجهة نظر أو معتقدات الجمهور و إعادة صياغة هذا التفكير لجعله يعتقد فى الشيء موضع الدعاية ، حتى و لو كان غير حقيقى (١٨-٥٥).

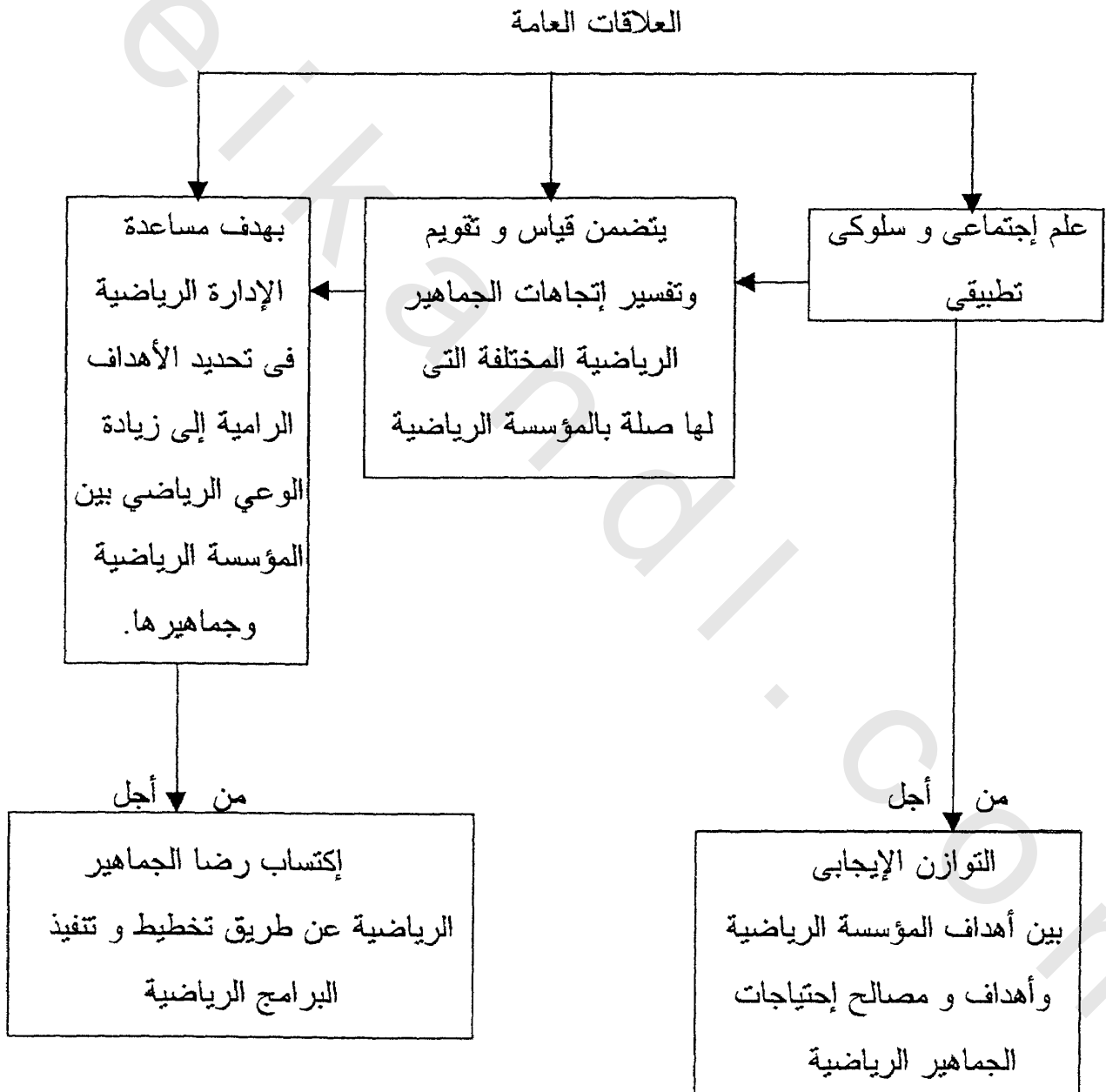
و تتمثل الدعاية فى المجهودات التى تسعى إلى التأثير فى الجماهير و السيطرة على سلوكهم، و قد تتحدّر الدعاية إلى إثارة غرائز الجماهير و تحريك شهواتهم و العبث بها و نشر الأكاذيب و الخداع و الشائعات و التهويل فى الأخبار و على ذلك فالدعاية قد تسلك لتحقيق غايات معينة إلى التوضيحية بكل شئ فى سبيل الوصول إلى هذه الغايات (٨٣-١٩).

أما التسويق فهو مجموعة الأنشطة الفرعية المتكاملة التى تهدف إلى تيسير و تسهيل انسياب و تدفق السلع و الخدمات و الأفكار من مواقع إنتاجها إلى مواقع استهلاكها. (٨٣-١٥).

وإذا كانت العلاقات العامة تهدف إلى تحسين الصورة الذهنية للمنظمة لدى كافة جماهير الرأى العام الداخلى أو الخارجى المرتبطة بها ، كما أن التسويق يهدف إلى تسهيل تدفق السلع والخدمات من المنتج إلى المستهلك فإن العلاقات العامة تعتبر أشمل و أعم من التسويق. (٥٦-٥٩)

المفهوم فى التربية البدنية و الرياضة

إن العلاقات العامة علم إجتماعى و سلوكى تطبيقى يتضمن قياس و تقويم و تفسير اتجاهات الجماهير الرياضية المختلفة التى لها صلة بالمؤسسة الرياضية و مساعدة الإدارة الرياضية وجماهيرها ، و تحقيق التوازن بين أهداف المؤسسة الرياضية و أهداف و مصالح وإحتياجات الجماهير الرياضية التى لها صلة بهذه المؤسسة الرياضية ، و تخطيط و تنفيذ و تقويم البرامج الرياضية حتى يكسب رضا الجماهير وتفاهمها ويوضحها شكل (٢)



شكل (٢) مفهوم العلاقات العامة فى التربية البدنية و الرياضة

تعريف العلاقات العامة

لقد عرف العلماء ، العلاقات العامة كل في إطار إهتماماته العلمية أو تخصصه أوفى إستخداماته للمصطلح ذاته ، فالعلاقات العامة ترتبط بكافة مجالات الحياة للإنسان (٦٢ - ٣٣)

والخلاف على تعريف العلاقات العامة أخذ في التناقص يوما بعد يوم بفضل تبادل وجهات النظر عن طريق الهيئات المهنية و المؤتمرات العلمية. و لا يزال هناك إختلاف كبير بين تعريف العلاقات العامة المتفق عليه و بين النشاط الذي يطلق عليها العلاقات العامة في الحياة العلمية (٤٦ - ٥٢) وأصبح الإتفاق على تعريف موحد أمر لا بد منه لعدة أسباب منها :

- عدم وضوح النشاط الذي يقع في محيط العلاقات العامة يؤدي إلى تضارب الإختصاصات في المنشآت والمؤسسات المختلفة مما يعرقل سير العمل ويؤدي إلى سوء التفاهم ويخلق للقائمين بأمرها مشكلات في الداخل قبل أن يقوموا بعملهم.
- عدم وضوح الإختصاصات لا يساعد على تنظيم إدارة العلاقات العامة تنظيماً سليماً بحيث لا يؤدي الأعمال المنوطة بها على أحسن وجه.
- يؤدي عدم وضوح المفهوم عن العلاقات العامة إلى إهمال الإدارة العليا لها وعدم إهتمامهم بها، الأمر الذي يؤدي الإستغناء عن خدماتها أو على الأقل عدم وضعها في المكان مناسب لها.
- يؤدي عدم الإتفاق على تحديد نشاط العلاقات العامة إلى صعوبة تحديد ميزانية لأعمالها (١١٢ - ١٧) .

وقبل أن نتعرض لبعض تعريفات العلاقات العامة يجب أن نحلل معنى مصطلح العلاقات العامة. فكلية (علاقات) تعني حصيلة الإتصالات التي تتوافر لدى هيئة الجماهير المتعاملة معها.

أما كلمة (عامة) يقصد بها جماهيرية أي مجموعة الجماهير المختلفة التي يتصل عملها أو ترتبط مصالحها ونشاطها بالبيئة (٩ - ٢٨).

وكان أول تعريف العلاقات العامة في عام ١٩٤٧م قامت مجلة أخبار العلاقات العامة بإستقصاء بين مشتركها والمشتغلين بالعلاقات العامة، ثم جمعت هذه الإقتراضات إستخلصت منها تعريف واحد هو العلاقات العامة هي " وظيفة الإدارة التي تقوم بتقويم إتجاهات الجمهور

وربط السياسات، وأعمال الفرد أو المنشأة مع الصالح العام، وبتنفيذ برنامج لكسب تأييد الجمهور وتفاهمه" (١٠٢ - ١٨).

ويقول إيفي لي Evely lie رائد حركة العلاقات العامة بأمريكا بنشراته الدورية أن العلاقات العامة هي، مسئولية كبرى تتطلب دراسة الأحوال السائدة والعمل على الإصلاح ثم إعلام الناس بذلك (١٢٠ - ١٨ : ١٩).

ويوضح جميل أحمد خضر نقلاً عن إدوارد بيرنز Edward Bernez خبير العلاقات العامة أن العلاقات العامة هي محاولة كسب تأييد الرأي العام بالنسبة لنشاط أو قضية أو حركة أو مؤسسة وذلك عن طريق الإعلام والإقناع والتكيف (٢٢ - ٢٣).

وكان أول تعريف وثيق لمفهوم العلاقات العامة، وضعه المعهد البريطاني للعلاقات العامة ١٩٤٨ م وهو "الجهود الإدارية المستمرة التي تهدف إلى إقامة وتدعيم تفاهم متبادل بين هيئة وجمهورها" (١٠١ - ١٩).

وقد عرفت الجمعية الأمريكية للعلاقات العامة 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 كالعاملين أو الموظفين أو المساهمين، أو الجهود بوجه عام لكي تحور سياستها حسب الظروف المحيطة بها، وشرح هذه السياسة للمجتمع (٤٥ - ٥٦).

وتعرف حنان فاروق محمد نقلاً عن سيدال Sidel العلاقات العامة بأنها عملية مستمرة تقوم بها إدارة المؤسسة للفوز بثقة مستخدميها ومستهلكي منتجاتها والجمهور عموماً للتفاهم معهم جميعاً (٣٦ - ٣٣).

ويوضح على عجوة ما يشير إليه قاموس "ويبستر Weebster" أن العلاقات العامة تنشيط العمليات الاتصالية، وإيجاد الثقة بين شخص أو منظمة، أو مشروع أو أشخاص آخرين، أو جماهير معينة، أو المجتمع كله، من خلال نشر المعلومات التي تفسر وتشرح وتدرس ردود الأفعال وتقويمها (٦٩ - ٢٦).

ويشير جميل أحمد توفيق نقلاً عن بولمفيد Bolmfed أن العلاقات العامة هي فن التأثير على الآخرين لسلوك نفس الطريق الذي تتبعه (٢١ - ٩).

أما بعض التعريفات العربية التي تحاول تحديد مفهوم العلاقات العامة هي ، عرف أحمد كمال أحمد نقلاً عن محمود محمد الجوهري العلاقات العامة بأنها فن معاملة الجمهور وكسب رضائه، أو الفن الذي يرسم الطريق للحصول على رضا الجماهير وتحقيق المصلحة العامة (٧ - ٣٧) .

ويشير إبراهيم إمام بأن العلاقات العامة فن الحصول على رضا الجمهور، وتقتنه وتأييده والوصول إلى ذلك عن طريق الإتصال والتفسير الكافيين (٢ - ٥٢).

وعرفها حامد زهران أن بأنها الجهود المقصودة المستمرة، والمخططة، التي تقوم بها المؤسسة، والتي تهدف إلى الوصول إلى تفاهم متبادل (٢٣ - ١٣).

ويعرفها محمد العزازي أحمد أبو إدريس بأنها وظيفة إدارية مستمرة، ذات جهود متميزة، تعتمد على فن استخدام علوم السلوك والإتصال والتفاوض في الوصول إلى التوعية والثقة والإقناع، اللازم لتكوين صورة ذهنية طيبة للمنظمة لدى الجماهير (٨٠ - ٢٥).

ويعرف حسن أحمد الشافعي و سوزان أحمد مرسى مفهوم العلاقات العامة في التربية البدنية والرياضية على أنه علم وفن يستند على أسس علم الاجتماع الإنساني لقياس وتقويم وتفسير إتجاهات الجماهير الرياضية المختلفة التي لها صلة بالمؤسسات الرياضية من أجل تحقيق التوازن بين أهداف تلك المؤسسات وأهداف ومصالح وإحتياجات الجماهير الرياضية المختلفة التي لها صلة بها (٢٤ - ٢١).

وهكذا أصبحت العلاقات العامة قوة هائلة في المجتمع، ومن أهم العلوم التي لا يستطيع رجال الأعمال والمال والإقتصاد والسياسة والرياضة أن يتغاضوا عنها، لأنها يمكن أن تؤدي أجل الخدمات في مختلف الميادين، لأنها تحقق التفاهم بين المنشآت وجماهيرها المختلفة من عمال وموظفين. لذا نجد تغلغل العلاقات العامة في مختلف نواحي الحياة، ويظهر ذلك من دراسة أدوارها في المجالات المختلفة. (١٠٢ - ١٠) .

دور العلاقات العامة في الجوانب المختلفة

العلاقات العامة في المجال الصناعي

وتبرز أهمية العلاقات العامة في المنشآت الصناعية لإعتبار أن المنشأة الصناعية تنتج سلعة أو العديد من السلع التي تصل إلى العديد من المشتريين والمستهلكين. وفي قيامها بالعمليات الصناعية ترتبط بالعديد من الموردين والمنشآت الأخرى، وكذلك لديها جمهورها الداخلي الذي يتمثل في الموظفين والعمال مما يحتاجون هؤلاء لمن يربطهم بالمنشأة وأهدافها

ويحببهم فيها، ويزيد من ولائهم وإخلاصهم لها، وهذا دور له أهميته من أدوار العلاقات العامة (٨ - ٧).

فالعلاقات العامة الصناعية لها دور كبير بالغ الأثر في الإرتقاء بالأدوات والمهمات الرياضية، عن طريق التعرف على إحتياج السوق ومتطلبات التطوير وكذلك تنظيم العلاقة الداخلية للمؤسسة التي تصنع هذه الأدوات وزيادة علاقتها بالمجتمع الخارجي (١٠ - ١٥).

العلاقات العامة في المجال التجاري

وإذا كانت العلاقات العامة في المنشآت الصناعية تمثل أهمية خاصة، ففي المنشآت الخدمية هي أكثر أهمية، لأنه في الوقت الذي تسوء فيه العلاقات بين المنشأة الصناعية والمستهلكين قد يستمرون في شراء السلعة لأنهم مضطرين لها لعدم وجود غيرها في السوق مثلاً، لأن مزاياها تفوق غيرها من السلع المنافسة ولكن في وجود منشأة خدمية (تجارية) قد تكون الخدمة غير ضرورية بالنسبة للفرد، أو توجد بدائل عديدة عنها يسهل علم المتعامل معها أن يستبدلها. وهذا يصعب دور العلاقات العامة (٨ - ٨).

وهذا الدور يتمثل في علاقة المنتج مع كل من المورد المستهلك وكذلك العلاقات العامة بين أقسام المنشأة التجارية المختلفة، فالعلاقات الطيبة بين أقسام المؤسسة التجارية والتضامن في العمل والمسئولية، تمكن من قيامها بعملها على خير وجه، فالمؤسسة أشبه بالأسرة وموظفوها وعمالها أشبه بأعضائها، فيجب أن تسود الجميع روح الأخوة والتضامن وحسن النية.

(١٠٣-١٠:١١)

فكلما كان القائمون بإدارة المؤسسة عارفين بطبيعة وظائفهم وواجباتهم نحو العملاء، كلما أطردهم نجاحهم وازداد دخلهم، وعموماً فالعلاقات العامة في الأسواق التجارية لا تعني القدرة على الإقناع الخاطئ للعملاء والمهارة في الغش، ولا تعني فقط الأدب في المعاملة، إنما تعني الخدمة الحقيقية للعميل القائمة على المنفعة المتبادلة والأمانة والصدق حتى يكسب رضا العميل عن المؤسسة وثقته فيها ناتجة عن إقتناع (١٠٣ - ٢٠).

والتسويق الرياضي مجالاً تبرز فيه أهمية العلاقات العامة، فالدعاية عن المنتج من أدوات رياضية أو مباريات يراد تسويقها أو الدعاية عن إحتراف أحد اللاعبين، لن تتم بشكل لائق إلا عن طريق العلاقة الطيبة بين أقسام المؤسسة والتضامن في العمل والقدرة على الترويج الجيد للمنتج والتسويق بالشكل العلمي المخطط من مبادئ العلاقات العامة التجارية (١٠ - ١٤).

العلاقات العامة فى المجال السياسى

يعتبر الساسة من الرواد الأوائل فى الإستفادة بفنون العلاقات العامة، والعلاقات العامة السياسية أقرب أنواع العلاقات العامة إستخداماً فى المؤتمرات الدولية، وأعقد ميادين التخصص هي العلاقات العامة الدولية إهتمامها بإقامة علاقات الصداقة والمودة والتفاهم بين شعوب الدول الأجنبية (١٠٢ - ١١).

والأنشطة الرياضية من الدعامات الهامة للعلاقات العامة السياسية فى خير مبدع لتلاقى وجهات النظر وتقريب العلاقات وإقامة السمعة الطيبة وعلاقة مفعمة بالنقمة بين الشعوب وبعضها البعض أو بين أفراد المجتمع الواحد (١٠ - ١٥).

فقد أخذ السوفييت يفتخرون بلاعبهم الرياضيين، وقد شمل هذا الفخر بالتبعية النظام السياسى الذى إستطاع أن يعد هؤلاء الأبطال على المستوى العالمى (١٥ - ١٥ : ١٦).

العلاقات العامة فى المجال العسكرى

يبلغ الإهتمام بالعلاقات العامة العسكرية أوجه إهتمام فى أوقات الحروب ، فمثلاً بلغ عدد المشتغلين بها فى أمريكا ٧٥٠٠٠ شخص أثناء الحرب العالمية الثانية ، وفى الجمهورية العربية المتحدة ، إتخذت جهود جبارة لرفع الروح المعنوية للشعب والجيش فى أثناء العدوان الثلاثى (١٠٢ - ١٢).

وقد ظهر هذا الدور بوضوح أثناء حرب الإستنزاف ، كذلك حرب السادس من أكتوبر ، فالعلاقات العامة العسكرية مبنية على أدوار وأنشطة العلاقات العامة (١٠١ - ٢٢).

وفى الوقت الذى يسوده السلم العسكرى فى معظم أنحاء العالم نجد المهرجانات العسكرية الرياضية واللقاءات بين الفرق العسكرية للدول بعضها ببعض (١٠ - ١٧).

العلاقات العامة فى المجال الرياضى

إن إدارة العلاقات العامة هى بمثابة المرأة التى تعكس الدور الذى يقوم به جهاز الرياضة كمهمة مناط بها التخطيط والإشراف على كل الخطط والمشروعات والبرامج التى توضع وفقاً للخطة القومية الشاملة التى تهدف إلى إعادة بناء الإنسان المصرى كما جاء فى الإهداف الإستراتيجية والإتجاهات الأساسية لبرامج الرياضة لعام ١٩٧٨ م (٤٦ - ٤٤٠).

فالمؤسسات الرياضية هي إحدى الحقول الهامة التي تتطلب تحديد أهداف ووظائف للعلاقات العامة بها نظراً لإحتوائها على العديد من الأنشطة الثقافية ، وإيجاد العلاقة الإتصالية ما بين هذه الأنشطة وبين جمهور النادى الداخلى وكذلك الخارجى يتم تحقيقها عن طريق تحديد أهداف ووظائف العلاقات العامة داخل المؤسسة الرياضية منعاً لعدم تداخلها مع وظائف أخرى وكذلك لإمكانية تطبيقها (١٠ - ٣).

وللعلاقات العامة دور هام فى مجال التربية البدنية والرياضية تتلخص فى الآتى :

- توضيح معنى التربية الرياضية للفرد والمجتمع .
- خلق إهتمامات إيجابية متبادلة بين المؤسسة والجمهور .
- إكتساب رضا الجمهور لبرامج التربية الرياضية الصادرة من المؤسسة (٢٤ - ٢٥) .

كما أن للعلاقات العامة دوراً كبيراً فى مجال النشاط الرياضى من حيث نشر وإعلام الجمهور الداخلى والخارجى عن أنشطة المؤسسات الشبابية أو النشاط الرياضى بالمدارس والجامعات . وهكذا نجد أن العلاقات العامة فى المجتمع الحديث تلعب دوراً خطيراً فى النواحي المختلفة من الميادين الإقتصادية والسياسية والعسكرية والتربوية والرياضية وغيرها ونظراً لتعدد النتائج والقوانين ، ونتيجة لضروب التقدم العلمى والفنى فى الحضارة الحديثة ، فقد أصبح من الضرورى الإهتمام بعلاقات الحكومة ومؤسساتها بأفراد الشعب (٥٢ - ١٦٥).

وظائف العلاقات العامة

ومع تعدد مرادفات الوظائف المتعددة فيطلق عليها البعض بالواجبات أو الأنشطة ويطلق عليها البعض الآخر فنون العلاقات العامة ، كما يرى أن الوظائف هى ديناميكية العلاقات العامة ، وعن طريق العلاقات العامة تستطيع الإدارة أن تؤدي مهامها بنجاح (١٢٢ - ١٢٣).

وقد اختلف المهتمون بالعلاقات فيما بينهم حول تحديد وظائفها ، لذا تختلف وظائف العلاقات العامة من مؤسسة لأخرى وذلك باختلاف الظروف المحيطة بها والتي من أهمها .

- حجم وعدد فئات الجمهور المتصلة بالمؤسسة.
- المركز المالى للمؤسسة.
- موقف فئات الجمهور من المؤسسة
- النظام الإجتماعى والسياسى للمجتمع الذى توجد فيه المؤسسة (١٢٢ - ٢٤٢).

والعلاقات العامة تمتزج وظائفها وتختلط بنوعيات من الأنشطة التي تؤدي إلى تضارب في الإختصاصات بين الوظائف وأهداف العلاقات العامة بالمؤسسات (١٢٣ - ٣٧) .

وبإختلاف الوظائف المتعددة للعلاقات العامة حسب نوع التخصص في المهنة أو المؤسسة الإنتاجية أو الهدف من المشروع أو المؤسسة ، كما يرى الكثير من الخبراء فى العلاقات العامة أنه كى تستطيع إدارة العلاقات العامة أن تؤدي دورها بنجاح ، عليها أن تمارس مجموعة من الوظائف هي عبارة عن خطوات متداخلة ومتشابكة ومستمرة يطلق عليها فنون العلاقات العامة (٤٩ - ١٤٤) .

وقد كان بالإمكان عرض بعض الوظائف المختلفة لبعض من الخبراء المتخصصين فى مجال العلاقات العامة فى التخصصات المختلفة . ويرى كلاً من سمير محمد حسين وآخرون وظائف العلاقات العامة كالتالى :

- تعريف الجمهور بالمؤسسة فيما يتعلق بماضيها وحاضرها ومستقبلها وشرح سياستها .
- مد الجمهور بكافة المعلومات الصحيحة والبيانات الصادقة لمساعدته على تكوين رأيه على أساس من الحقائق.
- إستطلاع الرأى العام لدى الجمهور الخارجى والداخلى لكشف كافة التطورات التى تحدث فيها.
- حماية المؤسسة ضد أى هجوم يقع عليها نتيجة نشر أخبار كاذبة أو غير صحيحة مع تهيئة الجو الصالح بينها وبين الأفراد وبين بعضهم ببعض داخل لمؤسسة وخارجها.
- تشجيع الإتصال بين المستويات الإدارية المختلفة بالمؤسسة (٤٧-٣١:٢٧).

ويشير سمير محمد حسين أن العلاقات العامة وظائف أخرى هي :

- تخطيط وتنفيذ الإعلان عن منتجات المؤسسة أو خدماتها.
- متابعة كل ما ينشر فى وسائل الإعلام المختلفة عن المؤسسة.
- تجهيز وتنفيذ المعارض المحلية والإقليمية.
- تقديم أكبر قدر ممكن من الخدمات والتسهيلات والبيانات الإعلامية إلى عملاء المؤسسة
- تسهيل مهمة الوفود القادمة للمؤسسة.
- نقل صورة كاملة عن إتجاهات الجماهير نحو سياسة المؤسسة.
- الإتصال الشخصى ببعض فئات الجمهور المتعاملين مع المؤسسة.
- الإتصال بمختلف الأجهزة والمصالح لإنجاز أية مطالب خاصة بالمؤسسة

ويضع ابراهيم امام وظائف للعلاقات العامة من الجانب الإدارى فى :

- البحث.
- التخطيط.
- التنسيق.
- الإدارة.
- الإنتاج (٣ - ١٥).

ويوضح حسن محمد خير الدين وظائف العلاقات العامة فى :

- تعريف الجمهور بالمؤسسة وشرح السلعة أو الخدمة التى تنتجها بلغة سهلة.
- شرح سياسة المؤسسة إلى الجمهور.
- مساعدة الجمهور على تكوين رأيه وذلك بمدة بكافة المعلومات.
- التأكد من أن جميع الأخبار التى تنشر على الجمهور صحيحة وسليمة من حيث الشكل والموضوع.

- مد المؤسسة بكافة التطورات التى تحدث فى الراى العام.
- حماية المؤسسة ضد أى هجوم قد يقع عليها نتيجة نشر أخبار كاذبة أو غير صحيحة

- تهيئة الجو الصالح بين المؤسسة والأفراد بعضهم ببعض داخل المؤسسة.
- أخبار الإدارة العليا برد فعل سياستها بين فئات الجمهور المختلفة.
- بحث وتحليل وتلخيص الإتصال بين المستويات الإدارية العليا ومستويات الدنيا والعكس.

- التأكد من أن أهداف المؤسسة وأغراضها وأعمالها تلقى إهتمام كافي من فئات الجمهور المختلفة.

- تعمل كمستشار شخصى لإعضاء مجلس الإدارة الجميع الأفراد فى المستويات الإدارية العليا (٢٨ - ٣٧ : ٣٨).

ويتفق ابراهيم امام و حسين عبد الحميد رشوان مع سمير محمد حسين أن وظائف العلاقات العامة من الجانب الإدارى وهى كالتالى :

- التخطيط.
- الإتصال .
- التقويم.
- التنسيق.
- البحث (٣ - ٧٥) (٢٩ - ١٤٩) (٥١ - ١٤٥)

ويتفق كلا من ممدوح بسيونى بيلي وعلى عوجة مع الجمعية الأمريكية بالوظائف الآتية :

- كتابة تقارير والبيانات الصحفية والكتيبات والخطب.
- تحرير النشرات العمالية والصحفية والتقارير.
- الإتصال بالصحافة والراديو والتلفزيون.
- تحسين صورة المؤسسة من خلال الأحداث الخاصة كالحفلات والمعارض.
- مواجهة الجماعات المختلفة والتحدث إليهم من خلال لقاءات طبيعية وتخصيص متحدث رسمى بأسم المؤسسة.
- إنتاج النشرات والكتيبات والتقارير الخاصة وموارد الإتصال.
- تحديد الإحتياجات والأهداف اللازمة لتنفيذ الموضوع.
- إستخدام الإعلانات الإعلامية فى إعداد اسم المؤسسة والتنسيق المستمر مع قسم الإعلان بالمؤسسة (١٢ - ٧ : ٩) (٦٩ - ١٥٣) (١٠٦ - ٥).

ويرى كاتوليبي والن سنتر Cutlip & Allon Center أنه بالإضافة إلى الوظائف التى أوردتها الجمعية الأمريكية ما يلى :

- المشاركة فى المناسبات العامة كتمثيل المنظمة فى المشروعات التى تتصل بالنواحى المدنية والاجتماعية.
- إجراء البحوث والدراسات المتعلقة بأراء الجماهير المعنية.
- تفسير سياسات المؤسسة وقراراتها للهيئات الحكومية وللشخصيات التى تمتلك حق التصويب

- تدريب المتحدثين الأكفأ (٣١ - ٢٠)

ويوضح حسن محمد خير الدين نقلا عن شركة جنرال موتورز وظائف أخرى متمثلة فى الآتى :

- البحث وجمع المعلومات عن الظروف العامة المحيطة بالشركة والتى تؤثر أو يحتمل أن تؤثر على موقف الشركة بالنسبة للجمهور العام أو بعض الجماهير النوعية.
- الحق بما ينبغى على الشركة أن تفعله لمعالجة الموقف.
- تحديد الخطط التى يجب أن تتبعها العلاقات العامة وخطوات التنفيذ.
- إعلام الجماهير بسياسة الإدارة.
- دراسة إتجاهات الجمهور وقياس الرأى العام قياسا علميا دقيقا وعرض النتائج على إدارة الشركة لتحليلها (٢٨ - ٣٦).

بينما ترى شركة بوردن الوظائف متمثلة فى الآتى :

- التعاون مع المستخدمين بطريقة تظهر الشركة بمظهر لائق أمام الجمهور مما يؤدي إلى كسب ودة وتأييده مع تحقيق أهداف الشركة.
- نشر الأنباء المتصلة بالشركة والتي تكسب إحترام الناس وتأييدهم.
- الإجابة عن الإستفسار للأسئلة وذلك عن طريق مكتب الإستعلام.
- جمع وتحليل المعلومات المتصلة بإتجاهات الرأى العام إزاء الشركة (٩٥ - ١٠٧).

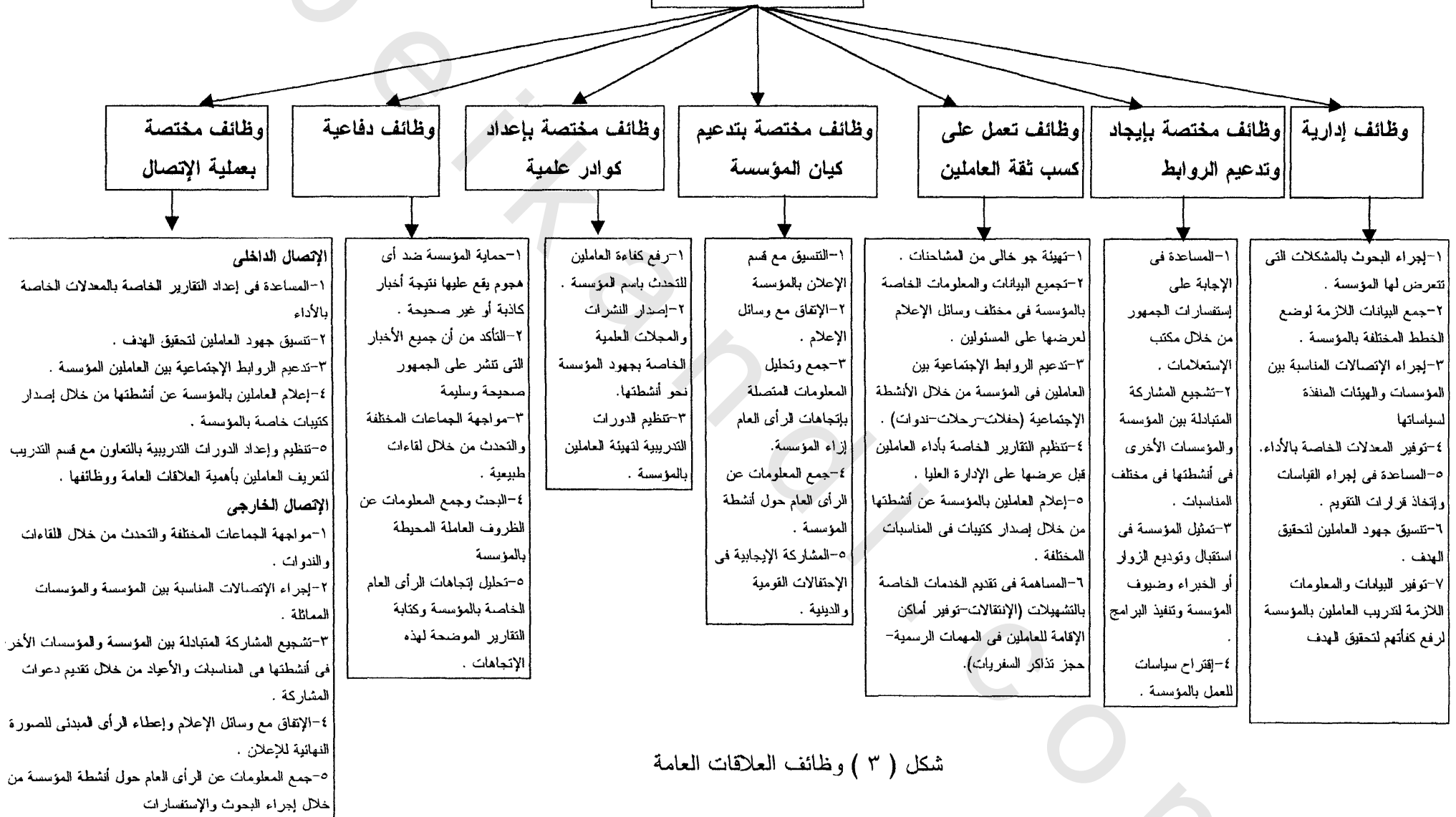
وحددت شركة Douy New san Sather الوظائف التالية :

- إعداد الأحاديث والمؤتمرات الصحفية.
- إعداد التقارير السنوية والأحاديث التي يدلى بها السياسيين والقادة و أعضاء الإدارة العليا.
- الإشراف على إخراج البرامج التليفزيونية التي تمولها منشأة الأعمال.
- إعداد الكتيبات الخاصة بالمؤسسة.
- إعداد وتنظيم الإحتفالات الخاصة بالمؤسسة.
- تدعيم التعاون بين المنشأة وغيرها من المؤسسات فى المجتمع.
- إعداد اللوحات والملصقات والبرامج الهادفة إلى تغيير أو تدعيم صورة المنشأة الذهنية

(٦٨ - ٢٣٥)

ومما سبق إستخلصت الباحثة وظائف العلاقات العامة الرئيسية وأوضحتها فى الشكل التالى :

وظائف العلاقات العامة



شكل (٣) وظائف العلاقات العامة

أهداف العلاقات العامة

من خلال التعرف على الوظائف التي تقوم بها العلاقات العامة حتى تحقق الأهداف المحددة يمكننا أن نتناول توضيح هذه الأهداف (٩٦ - ٥٩). فعملية تحديد الأهداف تعتبر خطوة أساسية في مجال تخطيط أعمال العلاقات العامة ، ويتبعها رسم السياسات الإدارية اللازمة لتنفيذ هذه الأهداف على إختلاف نوعياتها ومستوياتها ومددها الزمنية ، كما يبنى عليها تحديد الوظائف والنشاطات وحصر الموارد والإمكانات المطلوبة ، فالأهداف تمثل لنا الحلول المطلوبة للمشاكل وطريقة إستغلال الفرص (٦٧ - ٢٩٦).

كما يوضح تحديد الأهداف مدى قدرة الإدارة على تمثيل نوع المهام الممنوحة بها ، والدور الرئيسى الذى يمكن أن تقوم به فى إطار واجباتها الوظيفية التخصيصية ، وهو ما يترجم بعد ذلك فى شكل وظائف ونشاطات أساسية تقوم بها ، وتزداد عملية تحديد الأهداف وبالتالي حصر وتحديد الوظائف والنشاطات الأكثر غموضاً وتعقيداً كلما كانت الوظيفية الإدارية مستحدثة نسبياً أو غير واضحة المعالم أو غير مستقرة من حيث مفاهيمها ووضعها الإدارى التنظيمى والدور المطلوب منها ، وهو ما تعاني منه وظيفة العلاقات العامة (٤٨ - ٨٣).

ويعرف الهدف بأنه النتيجة التى تصبو إليها الإدارة ، إذا ما نفذت خطة الإدارة على الوجه الذى ترتضيه وبمعنى آخر يتمثل الهدف فى الغاية التى تسعى لتحقيقها أى خطة .

(٩٨ - ١٩٧)

مزايا التحديد الدقيق للأهداف

تتمثل مزايا التحديد الدقيق للأهداف فيما يلى :

- تحدد الأهداف الإتجاه العام للجهود الجماعية.
- تقوى الدوافع عند الأفراد.
- تمكن الأهداف المسجلة كتابة من دراستها وتقييمها بواسطة الإدارة العليا (٤٣-٤١).
- تحدد الأهداف ما ينبغى إنجازه من أعمال وتوضيح الأمور التى تحتاج إلى قدر من التركيز.
- للأهداف قدرة تنسيقية وتصميمية هائلة فهي تجعل الأفراد ينسون مشكلاتهم الصغيرة أو الشخصية الضئيلة.

- يساعد التحديد على تجنب الأعمال الجانبية وغير المنتجة.
- تعتبر تحديد الأهداف بمثابة ضوء يرشد إلى عملية التخطيط.

- يمكن أن تستخدم كمعايير يستند إليها في بناء الخطط والبرامج.
- بدون تحديد الهدف لن تكون هناك وجود للرقابة (١٠٢ - ٢٣٢).

خطوات تحديد أهداف العلاقات العامة

- تحديد المستوى الحالي من الأداء.
- تحديد مستوى الأداء المتوقع، والحصول على موافقة الإدارة عليه.
- تحليل المشكلات التي تجعل مستوى الأداء الحالي أقل من المستوى المتوقع.
- ترتيب المشكلات التي تتعلق بالإتجاهات وكذلك ترتيب الإتجاهات.
- وضع أهداف محددة.
- تنقيح الأهداف المحددة تفادياً للأثار الجانبية غير المرغوب فيها.
- وضع الخطط المبدئية لتنفيذ هذه الأهداف المحددة وتقدير تكلفة تنفيذها.
- تعديل وتنقيح الأهداف إذا كان تنفيذها يتطلب تكلفة عالية.
- الحصول على موافقة الإدارة العليا على هذه الأهداف (١١٠ - ١٩٩).

العوامل التي يجب أن تؤخذ في الاعتبار عند تحديد أهداف العلاقات العامة

- أن يكون الهدف واضحاً ومفهوماً ومتماشياً مع القيم.
- الثقة في سلامة القرار الصادر بتحديد الهدف.
- الإطمئنان إلى كفاءة المكلفين بتنفيذ الهدف (٣٩ - ١١١).
- أن تكون الأهداف إيجابية وليست سلبية.
- من الضروري أن نميز بين الأهداف الرئيسية التي تعكسها الخطة وبين الأهداف الفرعية التي تسعى إلى تحقيقها البرامج المنبثقة عن تلك الخطة.
- يجب أن تكون الأهداف الرئيسية واضحة وتحليلها إلى أهداف فرعية.
- يجب أن تكون الأهداف محددة بشكل كمي أو رقمي.
- يجب أن تكون الأهداف من خلال العمل الجماعي.
- إبلاغ كل الأفراد المعنيين والمسؤولين عن تحقيقه (١٣ - ٢٨).

معايير تحديد الأهداف

يتم قياس الأهداف عن طريق معايير، في ذات الوقت فإن كل معيار أو مقياس يؤدي إلى هدف واحد قابل للقياس، ويجب أن تتوافر فيه أربعة عناصر أساسية هي ،

* الزمن * الجودة * التكاليف * الكمية

ويجب مراعاة المعايير التالية عند تحديد أهداف العلاقات العامة

* الوضوح * الواقعية * الإستمرارية * المرونة
* الدقة * الشمول (٦٩ - ٣٧ : ٣٨).

والهدف الأسمى للعلاقات العامة والذي تلتقي حوله باقي أهدافها الأخرى هو تحقيق الإنسجام والتوافق في المجتمع الحديث الذي تعثره التغيرات السريعة في نظم الحكم والسياسة والمخترعات العلمية (٩٥ - ٥٩) والمستحدثات الجديدة التي غيرت وجه التاريخ، والعلاقات الدولية والإجتماعية وما لم يتكيف الأفراد مع هذه النظم الجديدة، والمخترعات الحديثة فأنهم يعيشون كالغرباء، فالمدينة الحديثة التي أوجدت التخصص، وأوجدت منها التخصصات والمنظمات والهيئات المعقدة مسئولة عن توثيق أو أصل المجتمع، حتى لا تتأخر قطاعاته المختلفة، أو تتصارع من أجل الريح العاجل والإستغلال دون إعتبار للصالح العام (٨٤ - ٤١).

كما أن أهداف أي منظمة من المنظمات تشكل وتحدد أهداف كلا من الإدارات التي تضمها، فهذه الإدارات أينما وجدت لتقابل إحتياجات تنظيمية محددة (٨٦ - ٣٣).

فالهدف الرئيسي للعلاقات العامة هو التوفيق بين عناصر المجتمع وهيئاته ومؤسساته والتسيق بين مصالحه المختلفة تحقيقاً لمصالح البلاد العليا. ويتفرع عن هذا الهدف الرئيسي أهداف أخرى فرعية تدور أنشطته العلاقات العامة ووظائفها في إطار تحقيقها وهذه الأهداف هي (٩٦ - ٥٩ : ٦٠)،

- شرح أهداف وسياسات أسلوب عمل ونوع نشاط المنظمة للجماهير.
- تفسير إتجاهات وأراء الجماهير للإدارة.
- القيام بالأعمال المتنوعة التي لا تتلاءم وأنشطة الإدارات الأخرى.
- تحقيق رضا عملا المنشأة عن منتجاتها أو خدماتها.
- نصح أو إرشاد الإدارة بإتخاذ القرارات الأنسب والأفضل للشركة (٨٦ - ٤٧).

- ويشير محمد عبد الفتاح إلى ان أهداف العلاقات العامة بصفة عامة هي ،
- ترقية أسباب التفاهم والإنسجام الإجتماعي بين المصالح المختلفة، وذلك عن طريق التوفيق بين المصالح المتباينة للأفراد والجماعات.
 - زيادة فرص نجاح المؤسسة، وبالتالي تؤدي إلى زيادة فرص تحسين ظروف العمل وإمكانيته والإهتمام بالعاملين ككائن حي لمحااجاته ومطالبه المتزايدة من ترويض ورعاية صحية وثقافية وإجتماعية داخل نطاق العمل وخارجه.
 - تعديل الإتجاهات السلبية في المجتمع وتحويلها إلى إتجاهات إيجابية بناءة والعمل على تأكيد الإتجاهات الإيجابية.
 - تنمية الشعور بالمسئولية الإجتماعية والقومية لدى المواطنين، وذلك ضمانا لتعاونهم الإيجابي في الأمور والمشكلات العامة.
 - توعية الجماهير بأهداف المؤسسة والعمل على إيضاح كل من سياستها وخططها لهم، وتعليمهم بالخدمات التي تؤديها لهم وبكيفية إستفادتهم منها.
 - المشاركة في السياسة العامة للمؤسسة حتى تتلائم مع إتجاهات الرأي العام ولا تتعارض معه (٨٥ - ٤٢ : ٤٣).

بينما يقسم محمد محمد العزازي أحمد أبو ادريس أهداف العلاقات العامة إلى نوعين هما ،
الهدف الأساسي

ويتمثل في توفير مناخ مناسب يساعد المنظمة على تكوين صورة ذهنية، وإنطباعات إيجابية لدى كافة الأطراف المرتبطة بها سواء من داخلها أو من خارجها - وبالتالي بتحقيق لها البقاء والإستمرار والنمو.

الأهداف الفرعية المنبثقة من الهدف الأساسي

- التعرف على إتجاهات الرأي العام الداخلي والخارجي.
- توصيل المعلومات عن إتجاهات وردود الأفعال من الجماهير إلى الإدارة العليا.
- تحقيق التكامل بين السياسات الإدارية وإتجاهات ومطالب الجماهير.
- إقناع الجماهير وتعديل الإتجاهات السلبية لديهم إلى إتجاهات بناءة.
- تنمية التعاون الإختياري بين فئات الجماهير المرتبطة بالمنظمة.
- حماية المنظمة من كافة صور الهجوم التي تقع عليها نتيجة نشر أخبار كاذبة.
- الإلمام بالمفاهيم الإدارية والتكنولوجية الحديثة والعمل على توعية المعنيين بها.

ويوضح عبد السلام أبو قحف تقسيمه لأهداف العلاقات العامة في إطار علاقاتها بالجمهور كالآتي :

الأهداف الخاصة بالجمهور الداخلي

- بناء الثقة المتبادلة بين المنظمة والجمهور الداخلي.
- نشر الوعي بين العاملين وتعريفهم بدورهم وأهمية هذه الأدوار.
- رفع أو تحسين الكفاءة الإنتاجية للعاملين من خلال الإهتمام بحل مشكلات العاملين.
- تخفيض معدل دوران العمل.
- شرح وتوضيح كافة السياسات وخطط وتوجهات المنظمة وتحديد دور العاملين.
- تقديم النصص والمشورة للإدارة العليا بشأن القضايا والمواقف التي تواجه المنظمة.

الأهداف المرتبطة بالجمهور الخارجي

- تحسين سمعة الصورة الذهنية لدى الجماهير عن المنظمة.
 - إستقطاب الكفاءات البشرية المتميزة والمناسبة للعمل بالمنظمة.
 - توفير معلومات للإدارة عن الجماهير أو أطراف التعامل مع المنظمة.
 - شرح دور المنظمة في خدمة البيئة والمواطنين بصفة عامة (٥٩ - ٢٨:٢٩).
- بينما يتفق كلاً من محمد منير حجاب، سحر محمد وهبي مع سمير محمد حسين أن أهداف العلاقات العامة بالمنظمة هي،

- بناء إسم المنشأة وإصباح هذا الإسم بسمعة وشهرة تلقى إستحسان الجماهير التي تتعامل معها المنشأة.

- ضمان توظيف أفضل العناصر البشرية في المنشأة.
- نصص المنشأة والمجتمع لسياستها حتى تراعى إتجاهات الرأي العام.
- إستخدام الأساليب العلمية الحديثة في مجال العلاقات العامة.
- الحصول على رضا المجتمع وإعتراف الرأي العام.
- مساعدة إدارة البيع على زيادة مبيعات المنشأة وتحسين خدماتها.
- مواجهة الأزمات التي تتعرض لها المنشأة أو المؤسسة (٩٦ - ٦١:٦٠) (٥١ - ٢٧).

- بينما يشير سعيد يمانى العوضي إلى ان العلاقات العامة تهدف إلى
- تهدف العلاقات العامة إلى توعية بالأهداف العامة للدولة العاملين.
 - أن تكون الشركة رائدة في صناعة ما في بعض الأسواق الممتازة.

- أن تجعل المستهلك يشعر بالرضا، التام والمستمرة في الأسواق الحالية والجديدة.
- أن ننتج ربحاً مناسباً بحيث تستطيع أن تدفع عائداً معقولاً لحملة الأسهم.
- أن تعتبر الشركة مواطناً صالحاً في المجتمع الذي تعمل فيه وتزيد إحساسها بالمسؤولية تجاه الجماهير المختلفة والمجتمع بصفة عامة.
- تحقيق السمعة الطيبة للمنظمة أو تدعيم الصورة الذهنية (٤٥ - ٩٠ : ٩١).

ويتفق السيد بهنسى مع حسين محمد على أن أهداف العلاقات العامة كالتالى :

أهداف مع الجمهور الداخلى

- خلق صلات وعلاقات طيبة بين جمهور العاملين بالمنشأة والإدارة العليا.
- إشباع مجموعة الحاجات الإنسانية لدى العاملين ، كالحاجة إلى الإطمئنان والأمن والحاجة إلى الإنتماء والحب والراحة والتقدير والإحترام.
- خلق روح التعاون بين الأفراد والمنشأة وبين الافراد بعضهم البعض.

أهداف مع الجمهور الخارجى

- شرح سياسة المنشأة للجمهور.
- مساعدة الجمهور فى تكوين رأيه.
- مد المنشأة بكافة التطورات التى تحدث.
- تبصير الرأى العام بأهداف المنظمة.
- الحصول على رضا المجتمع وموافقة على ما تقدمه المنظمة.
- تقييم إتجاهات الرأى العام نحو المنظمة.
- العمل على تشكيل الصورة الذهنية للمنظمة.
- توطيد السمعة الطيبة للمؤسسة بإعتبار السمعة الطيبة هى أحد الدعائم الأساسية التى يقوم عليها كيان المنظمة.
- إقامة علاقات طيبة وتفاهم متبادل وصلات ودية وثقة متبادلة بين المنشأة والجماهير.
- دراسة فئات الجمهور الخارجى وتحليل إتجاهاته.
- نقل أفكار وآراء الجماهير الخارجية إدارة المنشأة .

ويرى " سام بلاك Sam Black " وهو أحد المؤسسين للعلاقات العامة ورئيس الجمعية الدولية للعلاقات العامة أن أهداف العلاقات العامة تتمثل فى :

- تحقيق السمعة الطيبة للمؤسسة وبذل الجهود لحماية هذه المؤسسة.
 - العمل على تغيير وتعديل السياسات والممارسات التى لا يتقبلها الجمهور.
 - العمل على توحيد الإهتمامات ومصالح العاملين وأهداف الإدارة.
- ويشير أعضاء جمعية العلاقات العامة الأمريكية إلى أن أهداف العلاقات العامة تتمثل فى :
- التعهد بعدم تعارض أهداف الجمعية مع رفاهية المجتمع ومصلحة المؤسسة.
 - مراعاة الدقة والصدق والذوق السليم فى الأعمال الخاصة بالجمعية.
 - الإحتفاظ بأسرار العملاء السابقين والحاضرين.
 - التعاون مع كل من يعمل بمهنة العلاقات العامة بالمؤسسة.
 - تشجيع كل الجهود التى تهدف إلى رفع المستوى العلمى والفنى للعاملين (١٢٢-١٢٧).

كما أوضح ممدوح بسيونى بيلى أن هناك دراسة أجريت على ٨٥ شركة بالولايات المتحدة الأمريكية بهدف تحديد دراسة الأهداف الرئيسية للعلاقات العامة وأسفرت عن أن الأهداف هى كالتالى :

الأهداف الرئيسية للعلاقات العامة وكانت النتائج كالتالى ،

- زيادة المبيعات للمؤسسة عند تفهم أهداف ووظائف العلاقات العامة.
- تفهم الجمهور للشركة وسياساتها وأعمالها.
- بناء سمعة طيبة للشركة لدى الجمهور.
- إرضاء العاملين والمساعدة فى تعيين عاملين جدد.
- تنمية روح التفاهم بين الإدارة والعاملين كوسيلة لزيادة الإنتاج.
- إمداد العاملين بالمعلومات الكاملة عن الشركة وأنشطتها (١٠٦ - ١٢٥ : ١٢٦).

وعلى ذلك يمكن للباحثة أن تحدد أهداف العلاقات العامة فيما يلى :

- ١- إقامة علاقات طيبة وزيادة التفاهم المتبادل بين الجمهور الداخلى.
- ٢- القيام بأعمال متنوعة التى تقوم بها الإدارات الأخرى ومساعدتها.
- ٣- رفع الكفاءة الإنتاجية.
- ٤- إقامة علاقات ودية مع المساهمين.
- ٥- تلقى رغبات الموزعين وملاحظتهم ومقترحاتهم.

- ٦- إنشاء الصلات الطيبة بين إدارات المؤسسة.
- ٧- مساعدة الجمهور الداخلى فى إقامة علاقات ودية طيبة مع الجمهور الخارجى.
- ٨- تنمية الشعور بالمسئولية الإجتماعية والقومية لدى الجمهور.
- ٩- تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة لدى الجماهير الخارجية.

أما أهداف العلاقات العامة فى المجال الرياضى فقد أشارت نتائج الدراسة التى قام بها كلاً من " حسن أحمد الشافعى وسوزان أحمد مرسى " إلى أن أهداف العلاقات العامة فى مجال التربية البدنية والرياضية تتمثل فى الآتى :

- توضيح معنى التربية البدنية والرياضية للفرد والمجتمع.
- خلق إهتمامات إيجابية متبادلة بين المؤسسة والجماهير.
- إكتساب رضا الجمهور لبرامج التربية الرياضية من المؤسسة (٢٤ - ٢٥) .

بينما يشير أشرف صبحى حسنين فى دراسته عن أهداف ووظائف العلاقات العامة بالمؤسسات الرياضية أن أهداف العلاقات العامة هى كالتالى :

- تحقيق السمعة الطيبة للنادى.
- توثيق الروابط والعلاقات ما بين النادى والمؤسسات الرياضية الأخرى.
- كسب ثقة وتأييد الجمعية العمومية للنادى.
- المساعدة فى تنشيط الخدمات للجمهور (١٠ - ١٦٠).

وتستخلص الباحثة أهداف العلاقات العامة فى المجال الرياضى فى الآتى :

الأهداف مع الجمهور الداخلى

- ١ - إيجاد وتدعيم الصلات الطيبة بين جمهور المنشأة الرياضية والإدارة العليا .
- ٢ - توفير عوامل الأمن والأمان لدى العاملين داخل المنشأة الرياضية من الجانب المادى والمعنوى .
- ٣ - تهيئة الجو النموذجى للعاملين بالمنشآت الرياضية من خلال خلق روح التعاون بين الأفراد بعضهم ببعض وبين أفراد المنشأة وأفراد المنشآت الرياضية الأخرى .
- ٤ - شرح سياسة المنشأة الرياضية للجمهور الداخلى .
- ٥ - تقييم إتجاهات رأى العام للجمهور الرياضى نحو المنشأة الرياضية .
- ٦ - مد المنشأة الرياضية بكافة التطورات والأحداث الرياضية .
- ٧ - دراسة فئات الجمهور الداخلى وتحليل إتجاهاته وأرائه نحو المنشآت الرياضية وأهدافها .

الأهداف مع الجمهور الخارجى

- ١ - إيجاد العلاقات الطيبة بين الجمهور والمؤسسة الرياضية.
- ٢ - تنمية الشعور بالإحساس الوطنى لدى الجمهور فى أوقات الاشتراك فى البطولات.
- ٣ - إستخدام الوسائل العلمية الحديثة لإعلام الجماهير بكل ما هو جديد.
- ٤ - المساعدة على تسويق الأدوات واللاعبين.
- ٥ - شرح سياسة المنشأة من خلال توضيح خطة العمل .
- ٦ - مد الجمهور بكل ما يحتاجه من معلومات عن المنشأة الرياضية والتطورات التى تحدث داخلها من حيث قرارات مجلس الإدارة .
- ٧ - تبصير الرأى العام نحو أهداف المنشأة وأغراضها .
- ٨ - توطيد السمعة الطيبة للمنشأة الرياضية والمنشآت الرياضية الأخرى .
- ٩ - مد الإدارة العليا للمنشأة الرياضية بأراء وإتجاهات وأفكار الجماهير الخارجية بعد تحليلها.

مبادئ العلاقات العامة

ومع إستخدام وسائل الإعلام الحديثة من أقمار صناعية وتليفزيون وإذاعات وإنترنت وصحف أتيح للعلاقات العامة فرصة واسعة لأن تصل إلى جماهير المؤسسات فى فترة زمنية قصيرة ، الأمر الذى يجعل هذا النشاط قوى التأثير على الرأى العام ، ولذا وجب وضع الضوابط والقوانين التى تنظم نشاط العلاقات العامة (٢٢ - ٨٩).

وللعلاقات العامة مجموعة مبادئ يلتزم بها المتخصصون فى عملهم بتلك العمليات العلمية المخططة والمرسومة ، والمبدأ هو قاعدة أساسية لها صفة العمومية يصل إليها الإنسان عن طريق الخبرة والمعرفة والمنطق أو بإستخدام الطرق العلمية كالتجريب والقياس ، وعلى الرغم من الاتفاق على المبادئ التى يلتزم بها العاملون بالعلاقات العامة إلا أنها تختلف فى أساليب تطبيقها تبعاً لعدة إعتبارات أهمها :

- طبيعة نشاط المؤسسة.
- حجم ونوعية الجمهور الذى يتعامل مع المؤسسة.
- مدى إيمان المؤسسة بأهمية المسئوليات والإلتزامات.
- شخصية خبير العلاقات العامة بالمؤسسة (٨٤ - ٣١).

ويسترشد المشتغلون بالعلاقات العامة في المجال العلمي بأسس ومبادئ معينة نسردها فيما يلي،

- أوضح جميل أحمد خضر مبادئ العلاقات العامة في الآتي :
- المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات.
 - إحترام رأى الفرد والإيمان بقوة الرأى العام.
 - الابتعاد عن التكتّم وأتباع سياسة كشف المعلومات للجمهور.
 - الإلتزام بمبادئ الأخلاق السليمة.
 - العلاقات العامة تبدأ من الداخل إلى الخارج.
 - إستخدام أسلوب البحث العلمى.
 - العلاقات العامة وظيفة إستشارية (٢٢-٨٩:٩٣).

كما إتفق كلاً من محمد منير حجاب وسحر محمد وهبى مع سعيد يمانى العوضى فى أن مبادئ العلاقات العامة هى كالتالى :

- كسب ثقة الجمهور.
- نشر الوعى بين الجماهير.
- مساهمة الهيئة أو المؤسسة فى رفاهية المجتمع.
- إتباع سياسة عدم إخفاء الحقائق.
- إتباع الأسلوب العلمى.
- العلاقات العامة تبدأ من داخل المؤسسة.
- تعاون المؤسسة مع المؤسسات الأخرى.
- إتباع الأسلوب الديمقراطى فى العلاقات العامة (٩٦ - ٤٨ : ٤٩) (٩٦ : ٩٥ - ٩٦).

وبشير محمد عبد الفتاح محمد أن مبادئ العلاقات العامة تتكون من :

- العلاقات العامة تبدأ من داخل المؤسسة.
- مراعاة الصدق والأمانة فى إبلاغ المعلومات.
- نشر الوعى بين الجماهير.
- إتباع سياسة الإقضاء.
- إتباع أسلوب البحث العلمى.
- كسب ثقة الجماهير.
- مساهمة المؤسسة فى رفاهية المجتمع.
- تعاون المؤسسة مع المؤسسات الأخرى (٨٤ - ٣٢ : ٣٤).

بينما أوضح محمد عصام المصرى مبادئ العلاقات العامة فى الأتى :

• تعتبر الإدارة نوعا من السلوك العام الذى يمارس بنفس الصورة إلى حد كبير فى الأعمال المختلفة.

• إن أخص وظائف العلاقات العامة هى توجيه عملية إتخاذ القرارات على أكفا وجه ممكن

• الإدارة مسئولية عن تحقيق حاجات ورغبات الجماهير المنتمين إليها . (٨٨ - ٢٧) .

هكذا يمكن القول بأن العلاقات العامة هى حلقة الإتصال بين المنشأة والجماهير الداخلية والخارجية التى تتعامل معها وأن من أهم وظائفها هى وظيفة الإتصال حيث أن هذه الوظيفة تساعد على نجاح المؤسسة أو فشلها (٥٨ - ٢٦) .

الإتصال

إن الإتصال الصادر من المؤسسة هو أهم وظيفة فى العلاقات العامة وأوضحها بالطبع ، كما يهدف الإتصال الصادر إلى جذب الانتباه ، فالإتصال فى مفهوم العلاقات العامة لا يعنى فقط إعلام الناس أو نقل المعلومات و الأخبار لهم ، ولكنه يتجاوز هذه المرحلة إلى مرحلة نقل الإتصال المؤثر الذى يترك أثرا طيبا فى نفس المستقبلين والمشاهدين له ، وأنه يهدف إلى تحسين رأى العام نحو المؤسسة ، ولن يتم ذلك إلا إذا كان ما ينقل من إتصال هو شىء مفيد وفعال ومؤثر (٢٢ - ١٣٩) .

وتختلف المؤسسات من حيث كم وحجم الطرق والوسائل الإتصالية التى تستعين بها لتحقيق الأهداف ، كما تتنوع هذه الطرق الإتصالية وفقا لطبيعة ونشاط جهاز العلاقات العامة بالمؤسسة وتبعا لحجم الأعباء والمسئوليات الملقاة على عاتقها ومتطلبات الأهداف الإتصالية المرجو تحقيقها والجمهور المستهدف (١١٦ - ٦١) .

أهمية الإتصال

يساهم الإتصال الجيد على النجاح فى تنفيذ العمل وزيادة إنتاجية الأفراد ، كما يؤثر بصورة مختلفة على إتجاهات الأفراد نحو العمل من خلال تقديم معلومات وافية لهم عن الأهداف والخطط والسياسات والنظم والإجراءات والتوجيهات والتعليمات والأوامر ، وعلى ذلك يمكن أن تتضح أهمية الإتصالات من خلال النقاط التالية (٩١ - ١٥٧) :

• نقل المعلومات اللازمة وإتخاذ القرارات .

• تنمية روح التعاون بين العاملين والشعور بالترابط والهدف المشترك .

- استثارة الدافعية والتحفيز.
 - الرقابة على تطبيق القرارات.
 - رفع كفاءة الإنتاج (٥٥ - ٥٥ : ٥٦).
- بينما يوضح محمد كمال السمنودى ونبيل عبد المطلب محمد أهمية الإتصال من خلال النقاط التالية :
- عدم تقيدها بالحدود الزمنية والمكانية .
 - عامل أساسى فى تكوين القرارات الناجحة والتي تشكل حجر الأساس فى العملية الإدارية .
 - تساعد فى تحقيق الأداء الأمثل لباقي عناصر العملية الإدارية من تخطيط وتنظيم وتوجيه ورقابة وتنسيق وقيادة .
 - تصحيح الانحرافات قبل تفاقمها .
 - الوقوف على ما تم من إنجازات أولا بأول مما يكون لها بالغ الأثر فى عملية التقويم .
 - معالجة المواقف الطارئة التى لم يكن لها حساب على جدول الأعمال .
 - تضيق الفجوة بين التخطيط والتنفيذ .
 - المساهمة فى إيصال المعلومات بصورة صحيحة إلى العاملين وعدم ترك الفرصة لتشويهها وتحريفها .
 - إعطاء الثقة لدى الأفراد العاملين وتربية عنصر الإنتماء لديهم .
 - فرصة مستمرة لتشجيع روح الابتكار والإبداع داخل المؤسسة .
 - إحكام الرقابة فى كافة جوانب العمل والوقاية من تفاقم الأوضاع الخاطئة .
- (٩١ - ١٥٧ : ١٥٨)

عناصر الإتصال

إن الإتصال الناجح يتطلب توافر عدة عناصر تؤثر وتتأثر بعضها ببعض ، والإتصال ما هو إلا وسيلة لتبادل الأفكار والمعلومات والأحاسيس بين طرفين أو أكثر ولذلك فإن عملية الإتصال تتكون من العناصر التالية (٢٢ - ١٣٩) ،

المرسل ، وهو الشخص الذى يقوم بإرسال الرسالة (المعلومات او التعليمات او القرارات)

(٢٠٩ - ٧٥)

كما أنه هو الذى يحمل فى ذهنه فكرة أو معنى محدد يريد أن ينقله إلى الشخص الآخر ، والمرسل بهذا المعنى يمثل طرف المبادأة فى عملية الإتصال (٩١ - ١٦٣) وينبغى أن يسعى مرسل الرسالة إلى الوصول إلى الجمهور المعنى بالذات بوسيلة صوتية أو بصرية أو الاثنين معاً ، وفى أوقات متقاربة حتى يستطيع أن يترك أثراً فى الرأى العام (٢٢ - ١٣٩) .

ويتوقف تأثير المرسل على كيفية إدراك الجمهور لجدارة المصدر بالثقة ، ولاشك أن هذا يتحدد بناء على درجة خبرة المرسل وإستحقاقه لهذه الثقة (٨٢ - ٢١٦) .

الرسالة أو المضمون ، وتعنى الرسالة أو المضمون الغرض المراد تحقيقه من عملية الإتصال (٧٥ - ٢٠٩)

كما تعتبر الرسالة هى مجموعة من المعانى التى يرسلها المرسل إلى المستقبل بغرض التأثير فى سلوكه (٦٠ - ٣٠) ويجب أن تحمل الرسالة فكرة ما وأن تكون الفكرة محدودة واضحة وتهم جمهوراً معيناً (٢٢ - ١٣٩) وتعتبر الرسالة الناتج الفعلى للجهود التى يبذلها المصدر . وعادة ما تحتوى الرسالة على مصطلحات تتخذ شكل لغة أو رموز لفظية أو غير لفظية تعبر عن وجهة نظر مصدرها (٩١ - ١٦٣) .

المستقبل ، وهو الشخص الذى يستقبل الرسالة المبعوثة أو المرسله إليه (٧٥ - ٢٠٩) .

كما أن المستقبل هو الشخص الذى يجعل دائرة الإتصال تكتمل فهو محور عملية الإتصال .

(٢٩ - ٧٣)

كما أن المستقبل هو الذى يصدر منه رد الفعل بعد أن يستوعب الرسالة ويفهمها ويثق فيها ويصدقها . وكلما كان راغباً ومهتماً بالرسالة كلما استفاد منها وتجاوب معها فى سرعة وحوص شديد (٢٢ - ١٤٠) .

وسائل الإتصال

والمقصود بها الوسيلة التى يتم إستخدامها من قبل المرسل لتوصيل الرسالة إلى المستقبل

(٧٥ - ٢٠٩)

وقد أشار " لسلى Lesly " إلى أن العلاقات العامة الحديثة تستخدم الوسائل الإتصالية باعتبارها جسر مؤدى إلى التغيير وهو مايعنى العمل على التكيف مع التغيرات الجديدة التى أحدثها التغيير وإستعماله لإتجاهات العاملين فى المنظمة لخلق التغيير والتطور ، بالإضافة إلى مساعدة المنظمة على رؤية المجتمع رؤية شاملة وتوجيه النصيح وتوفير المهارات والقدرة الخلاقة لتحقيق إنسجام الجماعات بعضها البعض بناء على الخبرة والوسائل الإتصالية المتنوعة

(١١٠ - ١٢)

وقد تكون وسيلة الإتصال متمثلة فى الكتابة ، كما فى المنشورات والكتب الدورية .

وقد يكون الحديث كما فى الإجتماعات والمقابلات . وقد تكون الصورة كما فى جهاز عرض الشرائح . وقد تكون الكتابة والحديث والصورة معا فى الأفلام السينمائية التى تصحب بترجمة (٩١ - ١٧١) .

وتنقسم وسائل الإتصال إلى وسيلتان

- وسيلة مباشرة.
- وسيلة غير مباشرة.

الوسائل المباشرة

والوسائل المباشرة للإتصال ربما أكثر الوسائل فاعلية وتأثيرا فى الجماهير لأن الإتصال بين المرسل والمستقبل يكون عادة مباشرا ، أى وجها لوجه ، بمعنى أن ما يريد أن يقوله ، وما يريد أن يعطيه المرسل من إنطباعه يتحقق فى لحظات أو دقائق معدودة وبسرعة وتأخذ هذه الوسائل المباشرة الأشكال الآتية (٢٢ - ١٤٤) :

- وسائل وطرق الإتصال الجماهيرية كالراديو والتلفزيون والصحف والمجلات وكتب الثقافة العامة ، وتنظيم المعارض والمهرجانات التى تعترض على سائر أفراد الجمهور العام.

- وسائل وطرق الإتصال الخاصة بالجماهير الداخلية أو الخارجية (صحيفة - إعلام - الحفلات - التقارير السنوية - المعارض)
- وسائل وطرق الإتصال الشخصى (الخطابات - الأحاديث التليفزيونية أو التليفونية - لوحات الإعلان - المؤتمرات الصحفية) (٣٦ - ١٣٦ : ١٣٧) (٤١ - ٧٨ : ٧٩) .

بينما يشير جميل أحمد خضر أن الوسائل المباشرة كالآتى :

- تنظيم الحفلات والدعوات الخاصة.
- الإشتراك فى المسابقات العامة.
- المشاركة فى الحياة العامة.
- خدمة المجتمع المحلى.
- رعاية العاملين بالمنشأة.
- مخاطبة الجمهور.
- المقابلات الشخصية.
- الزيارات المتبادلة (٢٢ - ١٤٤ : ١٤٧) .

الوسائل غير المباشرة

يوضح حسين موسى راجب الوسائل غير المباشرة فى النقاط التالية :

- الجرائد والمجلات.
- مطبوعات المنشأة.
- الإذاعة.
- التليفون.
- التسجيلات.
- التليفزيون.
- السينما.
- الفيديو (٣٢ - ١٤٧ : ١٥٣).

أما ممدوح بسيونى يبلى فيشير إلى أنواع وسائل الإتصال كالتالى :

- إتصالات شخصية.
- إتصالات تليفونية.
- المؤتمرات والندوات.
- المراسلات.
- البريد العادى.
- البريد الدولة المستعجل (١٠٦ - ٦٩).

ويوضح جرينر Grenener إلى وجود ثلاثة طرق لوسائل الإتصال تلجأ إليها العلاقات العامة

على المستوى الداخلى للمنشأة وهى ،

* الطرق المكتوبة .

* الطرق الشفهية

* الطرق غير المباشرة (١٢٥ - ١٦٦).

ويصف بعض الباحثين وسائل الإتصال إلى ثلاثة وسائل أساسية وهى كالتالى :

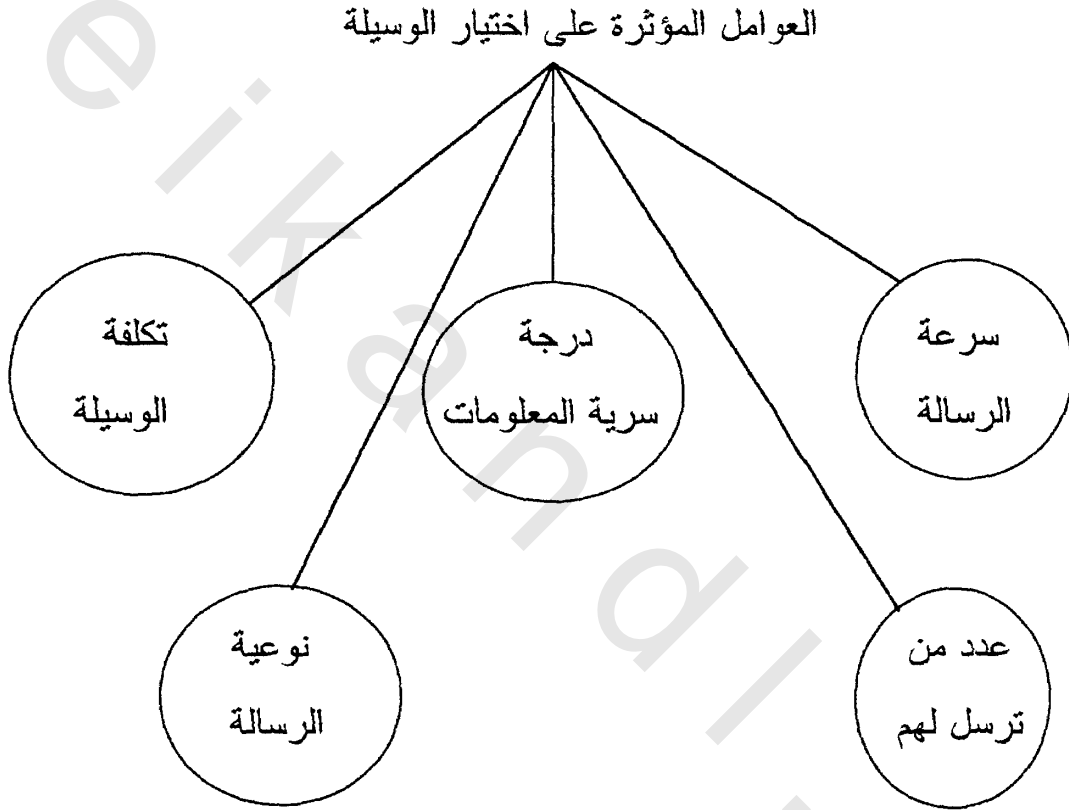
وسائل الدعاية ، وتشمل النشرات الصحفية ، مجلة المنشأة والأحداث الخاصة والأنشطة الترويجية.

الوسائل الإعلانية المباشرة ، وتشمل وسائل الإتصال بال جماهير كالصحافة والإذاعة والتليفزيون
الوسائل الإعلانية غير المباشرة ، وتشمل لوحات الإعلانات للمصقات الخاصة بالجماهير
الداخلية ومثلها للجماهير الخارجية .

والعملية الإتصالية إتجاهات تختلف من حيث المرسل أو نوع الرسالة (١١٨ - ١٠) .

العوامل المؤثرة على إختيار وسيلة الإتصال

أوضح محمد كمال السمنودى ونبيل عبد المطلب محمد العوامل التى تؤثر على إختيار وسائل الإتصال فى الشكل التالى :



شكل (٤) العوامل المؤثرة على اختيار الوسيلة (٩١ - ١٧٣)

إتجاه الإتصال

ويتفق حسين عبد الحميد مع محمد كمال السمنودى ونبيل عبد المطلب محمد على أن هناك

إتجاهين للإتصال وهما كالتالى :

- الإتصال الرأسى ، ويشتمل على

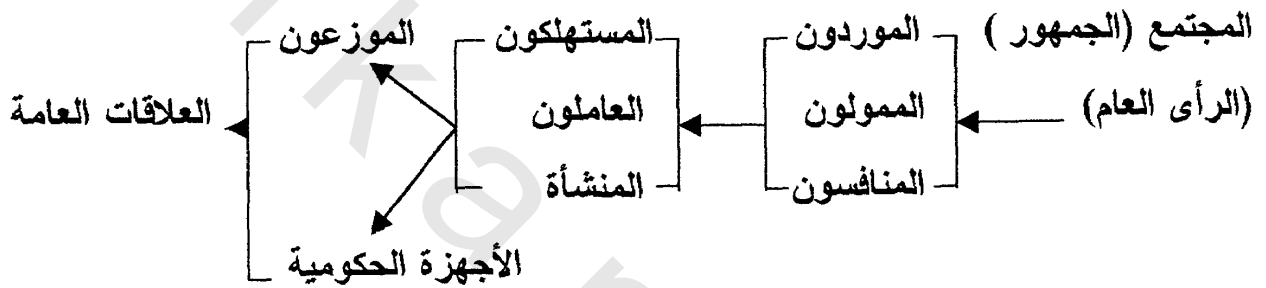
الإتصال الهابط .

الإتصال الصاعد .

- الإتصال الأفقى (٣٣ - ١٥٦) (٩١ - ١٨٦) .

وفى ضوء ما سبق يمكن القول بأن العلاقات العامة كوظيفة تقوم على أسس وقواعد تسعى لتحقيق عددا من الأهداف . كما أن للعلاقات العامة عناصر تستطيع أن تحقق أهدافها ووظائفها وهى كالتالى :

- إدارة العلاقات العامة.
- الجمهور (الداخلى والخارجى)
- الرأى العام.



(٥٨ - ٢٦)

شكل (٥) عناصر العلاقات العامة المساعدة على تحقيق الهدف

الرأى العام

الرأى العام هو تعبير بسيط عن وجود جماعة من الأفراد تربطهم ببعض مصلحة ويشعرون بالإنتماء (٤٦ - ٣١٧).

بينما يرى حسن أحمد توفيق بأنه ما هو إلا تعبير إزاء قضية مختلف عليها (٢٥ - ١٢٣).

ويعتبر الرأى العام هو ثمرة تفاعل الأفكار فى أحد المواقف التى تمر بها جماعة من الجماعات ويعتبر اصطلاح ضرورى ومنتشر يستخدم للتعبير عن مجموع الآراء التى توجهها جماعة من الناس تجاه مسألة أو مشكلة ما (٨٣ - ٤٧).

كما أن الرأى العام فى مجتمع معين يعكس وجهات نظر الناس ومواقفهم إزاء مختلف القضايا ، ولا يثبت الرأى العام على حالة واحدة حيث أنه يستجيب للسيدات والدوافع المستقلة أو الحكومة التى تتصل بمختلف جوانب الحياة (١١٧ - ٣١٠).

أسباب الإهتمام بالرأى العام

- الزيادة السكانية.
- نمو وإنتشار التعليم.
- تطور وسائل الإتصال.
- التغيرات الإقتصادية.
- الإعتراف بدور الرأى العام فى المجالات السياسية والإجتماعية.
- زيادة إرتباط الرأى العام بالسياسة العامة.
- علاقة الرأى العام بالسلطات الحكومية.
- علاقة الرأى العام بالإعلام (٤٦ - ٣١١ : ٣١٥).

أنواع الرأى العام

يرى حسن محمد خيرى أن انواع الرأى العام تتمثل فى:

- * الرأى العام الظاهرى .
- * الرأى العام الباطنى .
- * الرأى العام الكلى .
- * الرأى العام الفعلى .
- * الرأى العام المؤقت .
- * الرأى العام الساكن .
- * الرأى العام اليومى (٢٨ - ١٢٦).

ويوضح محمد عبد الله عبد الرحيم أنواع الرأى العام كالتالى:

- * الرأى العام الظاهرى .
- * الرأى العام الباطنى .
- * الرأى العام الفعلى (٨٧ - ٥٩).

بينما يرى سعيد يمانى العوضى أنواع العلاقات العامة تتمثل فى التالى :

- * الرأى العام المحلى .
 - * الرأى العام القومى .
 - * الرأى العام الدولى .
 - * الرأى العام العالمى .
 - * الرأى العام المستنير .
 - * الرأى العام المستمر
- (٤٦ - ٣٦)

ويوضح محمد عبد الفتاح محمد إلى انواع الرأى العام كالتالى:

من حيث الظهور

- * الرأى العام الظاهر .
- * الرأى العام الكامن .

من حيث الإستمرار

- * الرأى العام الدائم .
- * الرأى العام المؤقت .

من حيث الوجود

* رأى عام موجود فعلا .

* رأى عام متوقع.

من حيث درجة الإندفاع

* رأى عام مستتير .

* رأى العام الغير مستتير (٨٤ - ٧٠ : ٧٢).

ومما سبق تستخلص الباحثة أنواع الرأى العام فى الآتى :

١- الرأى العام الظاهرى.

٢- الرأى العام الباطنى.

٣- الرأى العام المؤقت.

٤- الرأى الفعلى.

١- الرأى العام الظاهرى

وهو الرأى العام الذى يقوم الناس بالتعبير عنه من مختلف مواقفهم الحياتية سواء فى مجالاتهم الخاصة أو العامة أو فى وسائل الإعلام المختلفة ، وينتشر هذا النوع فى المجتمعات الديمقراطية التى يتوفر فيها الحرية السياسية والاجتماعية حيث يسمح للناس بالتعبير عن آرائهم إزاء المشكلات والقضايا التى تشغل أذهانهم و تكون هذه الآراء مرآة صادقة ، ومعبرة عن أفكارهم وإتجاهاتهم (٨٤ - ٧٠). كما أن الرأى العام الظاهرى هو أن يكون قد استطاع بوسائل الإعلام المختلفة التعبير عن رأيه فى موضوع معين للجمهور (٨٧ - ٩٥).

٢- الرأى العام الباطنى

وهو عكس الرأى العام الظاهرى ، لأن افراد الجماعة يخشون التعبير عن آرائهم وإتجاهاتهم لأنها إما ضد القانون أو المعايير والقيم الاجتماعية المتعارف عليها بالمجتمع ويظهر هذا النوع بصفة خاصة فى المجتمعات الدكتاتورية والتى لا يتمتع أبنائها بالحرية السياسية والاجتماعية ، ولذا فهم يخشون التصريح برأيهم فى المشاكل والقضايا المختلفة ولا يستطيعون التعبير عنها صراحة ، ولكن إذا أتحت لهم الفرصة فإنهم يعبرون عن رأيهم الباطنى ويتحول إلى رأى عام ظاهرى.

٣- الرأى العام المؤقت

وهو الرأى العام الذى لا يستمر لفترة طويلة ، بل ينتهى بزوال المؤثر أو الموقف الطارىء كحدوث مشكلة بين صاحب العمل وعمال أحد المؤسسة وهو تنتهى بحدوث الإتفاق والرضا بين الطرفين (٨٤ - ٧٠ : ٧٢).

ويوضح محمد عبد الله عبد الرحيم الرأى العام المؤقت بأنه يحدث نتيجة الخطب السياسية
(٨٧ - ٩٥)

بينما يرى سعيد يمانى العوضى الرأى العام المؤقت انه الرأى العام الذى يتم حوله حوادث
طارئة وينتهى دوام هذا الرأى بمجرد أن ينتهى التفاف الجماعة حول الحادث (٤٥-٣٢٢) .

٤- الرأى العام الفعلى : هو الرأى العام القائم فعلاً فى وقت ما من الأوقات ، ويظهر هذا فيما
تنشره وتتناوله وسائل الإعلام المختلفة ، وفيما يظهره الناس فى أحاديثهم ومناقشتهم من تعليقات
(٤٥ - ٣٢٥ : ٣٢٦)

والرأى العام الفعلى هو الرأى العام الظاهر الذى يأخذ شكلاً من الأشكال العملية بأن لاكتفى
الجماعة بالتعبير عن إتجاهاتها وأرائها بالقول : بل تأخذ من الخطوات العملية ما يغير الوضع
السائد كالثورة او الإضراب مثلاً (٢٨ - ١٢٦).

مراحل تكوين الرأى العام

١- إدراك جماعة من الناس لقضية معينة (مشكلة)

وهذه الجماعة لديها الإحساس بأهمية هذه المشكلة وضرورة البحث عن أسبابها لإتخاذ القرار
بشأنها وكثيراً ما يكون هناك مشاكل دون أن تدركها الجماهير وبالتالي لايتكون رأى عام
بصددها .

٢- تعريف المشكلة بدقة

تعد هذه الخطوة بمثابة تحديد الطريق الذى يجب أن توجه إليه جميع الجهود والإمكانات بدلاً
من ضياعها فى محاولة معالجة مشاكل فرعية أو ثانوية وهذا يعنى أن نحدد ونعرف العوامل
الداخلية والمؤثرة فى صلب المشكلة حتى نضمن سير خطوات تكوين الرأى العام فى الإتجاه
السليم .

٣- إقتراح الحلول البديلة للمشكلات

تقيد الخطوات السابقة فى إيجاد الحلول للمشكلة التى تتناسب مع أهداف الجماعة المرتبطة
بالقضية محل البحث وفى سلامة توجيه الجهود نحو جمع البيانات لمناقشة هذه الحلول البديلة .

٤ - تقييم الحلول البديلة وإختيار أفضلها

وهذه المرحلة تحتاج إلى تحديد مزايا وعيوب كل منها والإتفاق بين الجمهور على الحل المختار فى مواجهة القضية وهذا يؤدى إلى المشاركة فى التعبير وتنمية وعى الجماعة بالقضية

٥ - إخراج الحل إلى حيز التنفيذ الفعال ومتابعة وضع الخطة

لسير العمل والإتصال المباشر والمستمر بين الجماهير فى التعبير العملى عن هذا الحل فى مواجهة القضية التى تؤمن بها الجماهير الى أن يتم تحقيق الأهداف المطلوبة وتحول الجماهير إلى قضايا أخرى (٨٨ - ٣٦).

إن العلاقات العامة تتعامل دائماً مع الجماهير وتسعى إلى كسب تأييدها فى صف المنظمة التى تقوم بخدمة هذه الجماهير ، ولذلك فمن واجب العلاقات العامة أن تعمل على التعرف وتحديد جماهير المنظمة تحديداً دقيقاً يبنى عليه فيما بعد نشاط التخطيط والإعلام والتنفيذ وغير ذلك .

(٨٤ - ٤٧)

الجمهور

كلمة جمهور هو تعبير له عدة معانى بحسب الموضوع الذى يتم دراسته فقد نعنى كل مواطن فى الدولة إذا ما كانت القضية محل الدراسة ، قضية قومية مثلاً ، مثل مناقشة موضوع الدعم الإقتصادى للسلع والخدمات (٤٥ - ٢٣٣).

فتحتاج المنشآت كبيرها وصغيرها إلى ثقة الجمهور ، فالمجتمع يعد المشروع موطناً لنشاطه ومن ثم كان واجباً على الإدارة أن تعمل على أن يكون هذا المشروع عضواً نافعاً فى المجتمع الذى يعمل على تقدم أفرادهم ورفاهيتهم (١٠٥ - ١٧).

ويرى حسن محمد خير الدين الجمهور بأنه:

"مجموعة من الافراد تقع فى محيط نشاط منشأة أو مؤسسة معينة تؤثر عليها وتتأثر بها".

(٢٨-١٤٧)

ويعرف محمد عصام المصرى الجمهور على أنه:

مجموعة من الأفراد مترابطة أو متجانسة لها صفات خاصة تجعلهم على علاقة بمنشأة معينة

، تؤثر فيها وتتأثر بها (٨٨ - ٣٦).

العوضى وعرفها سعيد يمانى بأن الجمهور هو مجموعة من الناس يواجهون نفس المواقف ويعترفون برأى محدد ، وقد يكون رأياً محدداً ، وينظمون أنفسهم لمواجهة هذا الموقف .

(٢٣٣-٤٥)

ويوصى هذا التعريف بثلاثة مراحل مرت بها التعاملات مع الجمهور وهى كالتالى :

- **مرحلة إهمال رأى الجمهور :** وهى المرحلة التى تعبر عن العصر الذى كان الجمهور فيه لا يقوى على قول أو فعل أى شىء لمواجهة المشكلة ، حيث يفشل فى تحديد رأى تجاهها.
- **مرحلة الإهتمام بال جماهير :** وهى مرحلة أصبح الجمهور فيها قادراً على تكوين رأى محدد وربما رأى موحد بخصوص المشكلة محل البحث.
- **مرحلة نشاط الجماهير :** وهى مرحلة لا تكتفى الجماهير فيها بتكوين رأى محدد أو حتى رأى موحد تجاه المشكلة ، بل يتفق الجماهير على التحرك لعمل شىء ما تجاه المشكلة لكى يحموا أنفسهم (٤٦ - ٢٢٣ : ٢٢٤) .

ويرى (هنرى بوجاردس) Henry Bogards نقلاً عن محمد عصام المصرى فى الجمهور أنه مسلوب الإرادة ، متى وجد فى أعداد كبيرة من الناس فى مكان واحد وتحت ظروف واحدة ، ويجب على المتعاملين معه أن يدركوا ذلك عند الإتصال به وليس التعامل مع الجمهور بالشىء اليسير (٨٨ - ٨٦) .

ويختلف أنواع الجمهور من مؤسسة لأخرى وفى نفس المؤسسة ذاتها ولكن أتفق العديد من

المؤلفين على أنواع معينة للجمهور وهى كالتالى :

- * الجمهور المثقف .
- * الجمهور العنيد .
- * الجمهور الذواق .
- * الجمهور الغامض .
- * الجمهور الجاهل .
- * الجمهور البسيط .

أنواع الجمهور

الجمهور المثقف

وهو الجمهور الذى تعلم ووصل إلى درجة عالية من الثقافة والمعرفة ، وهو الجمهور الذى يجمع أعداد من الناس من ذوى المعرفة والعلم والخبرة ، وهنا كان الحذر والحرص أمراً ضرورياً فى التعامل مع هذه النوعية من الجمهور .

الجمهور العنيد

ويطلق عليه البعض الجمهور الرافض ، الذى يرفض كل ما يعرض عليه سواء عن إقتناع أو عدم إقتناع ، وليس بالضرورة أن يكون ذكيا أو متقفا أو مدركا ، والتعامل مع هذا الجمهور صعب ويحتاج إلى الصبر فى إجراء الإتصال به.

الجمهور الذواق

وهذا النوع من الجمهور نقول عنه بأنه مرهف الإحساس متجاوب ، ويحترم من يتحدث إليه ، وهذا النوع تجده فى مكان واحد يجتمع لوجود إهتمام مشترك من أعضائه وعادة ما تكون لهذا الجمهور بعض السمات المميزة التى تجعله على النحو من الحساسية ، فلهذا نجد أن مهمة إخصائى العلاقات العامة فى الإتصال بهذا الجمهور متى تعرف عليه جيدا أكثر يسرا من ذلك الجمهور الجاهل أو الغامض أو العنيد.

الجمهور الغامض

وهذا الجمهور لاينم عن كنهته ونواياه ، أو بمعنى آخر - هو جمهور منغلق كالباب المرصود ، أو الحائط الأصم ، وقد يحتاج من أخصائى العلاقات العامة إلى حنكة وخبرة وهذوء حتى يصل إلى حقيقته ومنتهاه ، ويجب أن تكون المحاولات معه متكررة ولا ييأس من الإتصال به

الجمهور الجاهل

وهذا الجمهور من أصعب أنواع الجماهير إتصالا لأنه قد لا يقرأ أو يهتم بالمفاهيم والآراء والمعنويات . ولا يقصد بذلك أن الجمهور من الضرورى أن يكون كله من الجهلاء . فهناك جمهور متعلم أكثر جهلا من الجهلاء ، لأن المقصود من الجهل عدم المعرفة وعدم المعرفة قد يكون لعدم الإهتمام بشىء ومثل هؤلاء الناس يجب الحرص عند الإتصال بهم.

الجمهور البسيط

وهذا الجمهور يتكون بسهولة وينفض بسهولة ، وينفعل بسرعة ويهدأ بنفس الأسلوب ، يتشابه أفراده فى طريقة تفكيرهم و أسلوب تداولهم ومناقشتهم للأمور وليست هذه الأنواع من الجمهور هى كل الأنواع بل الأنواع الأخرى العديدة تختلف من مجتمع لآخر ، ومن مدينة للثانية أو بلاد الشرق عن الغرب (٨٨ - ٨٦ : ٨٩).

جمهور العلاقات العامة

يتفق كلاً من نوقان عبيدات وفرج حلمي أن جمهور العلاقات العامة هو مجموعة من الذين تقع في محيط نشاطهم وحدة إقتصادية أو إدارية يؤثرون فيها ويتأثرون بها .

(٣٩ - ٤٩) (٧٠ - ١٠٨)

وبالتالى تحتاج كل منشأة صغيرة كانت أو كبيرة إلى إقامة علاقات طيبة مع فئات الجمهور المختلفة المتصلة بها ، فعلى سبيل المثال المنشأة التى لا يستطيع مديرها الإتصال بنفسه بكل الجمهور المتصل بالمنشأة ، تصحيح لديه مشكلة كبيرة ولذلك كان الاحتياج إلى وجود شخص أو أشخاص يقومون بأدوار الإدارة العليا وكان لابد من تواجد إدارة للعلاقات العامة لها تنظيمها الإدارى الداخلى وموقعها بالهيكل التنظيمى للمؤسسة وتوزيع الاختصاصات والوظائف .

(٢٦ - ٣٣)

التنظيم الإدارى للعلاقات العامة

ويقصد بالتنظيم بأنه حصر الأنشطة اللازمة لإنجاز الخطة وتقسيمها إلى إختصاصات للأفراد والأقسام والإدارات وتحديد وتوزيع سلطة كل منها بما يتكافأ مع مسؤولياتها ووضع إطار رسمى لعلاقات العمل بينها بغرض تمكين الأفراد من العمل فى إنسجام وتعاون بما يحقق الأهداف المطلوبة بأعلى كفاءة ممكنة (٨٨ - ٧٧) .

فالعلاقات العامة لا يمكنها ممارسة إختصاصاتها على نحو سليم إلا إذا إحتلت المكانة المناسبة فى الهيكل الإدارى التنظيمى وبما يسمح لها بدراسة العوامل التى تؤثر فى الجمهور، وتحيل إتجاهاته النفسية والفكرية، وإقناع هذا الجمهور عن طريق وسائل الإتصال المختلفة والعمل كمرشد شخصى لأعضاء مجلس الإدارة ولجميع رجال الإدارة العليا (٨٠ - ٥٢) .

وهكذا يصبح من الضروري إسناد أعمال العلاقات العامة إلى هيئة متخصصة من خبراء العلاقات العامة و لكل هيئة دورها ووظائفها وسماتها (٢٥ - ٣٥) .

أخصائى العلاقات العامة

من المؤكد ان أخصائى العلاقات العامة يمثل دوراً رئيسياً وهاماً فى نجاح العلاقات العامة بالمؤسسة فهو يشبه الوتر الحساس الذى ينقل الآراء الصادقة الأصيلة من الرأي العامة إلى المؤسسة ومن المؤسسة إلى الرأي العام وهو المحور الأساسى الذى يدور حوله كل نشاط إتصالي أو إعلامي (٣٢ - ٩٣) .

ويرى "محمد مصطفى أحمد" أن وظيفة العلاقات العامة تتضمن العديد من المهام والأعمال إلا أنه يكون من النادر أن تتضمن وضع وتنفيذ سياسات خاصة بالعاملين حتى إذا وجدت إستثناءات لذلك ففي معظم المنظمات لا يشترك المديرون و الإستشاريون بشكل مباشر في الأمور العمالية مثل الترقيات والأجور والتدريب (٩٥ - ٥٣).

كما يعد المتخصص الذي عينته المنشأة وتعتمد عليه في إعداد وتنفيذ برامج وخطط العلاقات العامة ومتابعة نتائجها وإقتراح ما يتعلق بالعلاقات العامة هي الإدارة العليا. ويعمل أخصائي العلاقات العامة بالشكل الذي تنظمه المنشأة مع فريق عمل في إطار الأهداف التي تحددها الإدارة العليا في وحدة تنظيمية أو في إطار وحدة تنظيمية أخرى داخل المنشأة (٧٢ - ٤٤).

وظائف أخصائي العلاقات العامة

- وضعت الجامعة الأمريكية بالقاهرة وظائف لأخصائي العلاقات العامة في النقاط التالية:
 - الكتابة: وتتضمن كتابة التقارير، الأخبار، الكتيبات، المواد الإذاعية، الأحاديث، المقالات.
 - المراجعة:- وتتضمن مراجعة المواد التي تعدها جهات أخرى داخل المنظمة لتوجيهها إلى فئات معينة من الجماهير.
 - المقابلات: وذلك مثل الإتصال بوسائل الإعلام وكذلك الوفود والزوار.
 - الترويج:- وذلك مثل المناسبات الخاصة والمعارض والإحتفالات وبرامج توزيع الجوائز.
 - الأحاديث:- سواء ذلك بالظهور أمام الجمهور ومخاطبته أو تجهيز الأحاديث للآخرين.
 - الإنتاج:- ويتضمن ذلك معرفة فن وترتيب إخراج الكتيبات والنشرات والتقارير الخاصة والمجلات الداخلية.
 - الإعلان:- عن المنظمة بهدف تحسين الصورة الذهنية لدى الجماهير المتعاملة معها.
 - القيام ببحوث الرأي العام.
 - تمثيل المنظمة في المؤتمرات والإجتماعات والأحاديث (١٢ - ٣).
- وغالباً ما ينصب الإهتمام في إتصالات العاملين على البيع لهم وينبه هذا إلى ضرورة وأهمية خلق وإستخدام قنوات آراء العاملين إلى أعلى، إذ يجب أن تتاح الفرصة الكافية لكي يعبروا عن آرائهم وعن مكنونهم خاصة فيما يلي:
- ما يريدون معرفته عن أعمالهم ومنظمتهم.
 - ما يريدون ان تعرفه الإدارة عنهم والأشياء التي تضايقهم (٨٨ - ٥٤).
 - ومن كل ما سبق فكان لابد من وجود شروط لأخصائي العلاقات العامة.

الشروط الواجب توافرها في ممارس العلاقات العامة

على الرغم من أنه لا يوجد بين البشر أخصائي العلاقات العامة المثالي لأنه لا يمكن لأي شخص أن تكون لديه جميع السمات المثالية لسبب بسيط، هو أنه كائن بشري تحكمه التجربة والبنية ومع ذلك يمكن أن نضع معايير و أسس تمكن من تحديد خصائص ممارس العلاقات العامة الناجح (٤٦ - ٢٦).

وتتمثل هذه المعايير فيما يلي:

صفات شخصية.

مهارات إتصالية.

خلفية علمية.

وفيما يلي سنقدم بالتفصيل المتطلبات الثلاثة الواجب توافرها في ممارس العلاقات العامة.

(٥٩ - ٧)

الصفات شخصية

• حسن المظهر

لعل حسن المظهر من الأشياء الهامة في عمل أخصائي أو أخصائية العلاقات العامة لأن من المعروف أن الانطباع الأول في المقابلة الشخصية له تأثير على نجاح المقابلة أو فشلها .

(٧٩ - ٧)

ويتعهد باتباع أنواع معينة من الأداب والتصرفات و أن يكون من محبي النظام والنظافة .

(٦٨ - ٦٥)

• الجاذبية والإتزان والكياسة

ويقصد بها سماحة الوجه ورقة الحديث وعلى مدى تأثيره في تفكير الآخرين وهو ما يتطلب

قدراً من الدقة والكياسة والإتزان هو أحد مكونات هذا الانطباع الطيب (٧٢ - ٧٥).

• الإهتمام بالآخرين والموضوعية والحماس

أي أن يكون القائم بهذه الوظيفة مجد للآخرين مقبلاً عليهم لكي يتعرف على طريقة تفكيرهم

وأساليب التأثير فيهم وهي القدرة على النظر بتجرد عن الذات إلى المشكلات المعروضة

العلاقات العامة عملية مستمرة لبيع الأفكار إلى الآخرين والتأثير فيهم. وما لم من البائع متمسكاً

ببيع فأولى بالمشتري أن يزهد في الشراء منه (٣ - ٧٥).

• الإحساس العام والصدق وحب الإستطلاع

إن أخطر ما يصاب به من يعملون في العلاقات العامة شعورهم بمركب الإستعلاء (Superiority complex) أو مركب النقص Inferiority complex لذا يجب أن يلتقي رجل العلاقات العامة مع الناس في صعيد واحد على قدم المساواة والإحترام المتبادل للفوارق الثقافية والجنسية (٦٢- ٢١٣: ٢١٤). إن رجل العلاقات العامة يجب أن يتمتع بالحساسية وهي ليست فقط حساسية عدم الغضب ولكن أن يكون حساسا بالنسبة لمشاعر الآخرين وللمواقف ولتقدير ما يحدث (٤٥ - ٥٠). ولابد أن تتوافر للمشتغل بالعلاقات العامة الرغبة المستخدمة في أن يعرف عناصر الأحداث فبدون ذلك لن يحصل على الحقائق (٥٠ - ٤٠).

• القدرة على التبسيط والتخاطب

يجب أن يكون لاختصاصي العلاقات العامة القدرة على إقناع الآخرين بما يريد وتوضح أهمية هذه المهارة في أن هناك كثيرون من المديرين يدعون إلى القاء كلمات لا يكون لديهم القدرة على وضع أفكارهم على الورق وإختيار التعبيرات والكلمات المناسبة.

وإستخدام الألفاظ الجيدة والإبتعاد عن الألفاظ السوقية أو التي لا يرددها سوى أدنى المستويات ويجب أن تكون لديه القدرة على جذب أطراف الحديث والرد على الإستفسارات في أدب وكياسة.

وينبغي لكل من يعمل في العلاقات العامة أن يكون قادرا على عرض الحقائق عرضا سليما على الجمهور بحيث يكون متفقا مع الإراء والرغبات ولا يصدم بالمعتقدات والقيم وذلك يظفر بتأييده وكسب ثقته.

• الخيال الخصب والإستماع والكتابة

العلاقات العامة وظيفة خلاقة تعتمد على الإبتكار وتتضمن مهارة الإستماع اليقظة التامة لما يقال وفهمه والقدرة على توجيه الأسئلة الصحيحة والقدرة على الكتابة من أهم الخصائص التي ينبغي توافرها في المشتغلين بالعلاقات العامة الكتابة الواضحة المقنعة الخالية من المصطلحات المعقدة والكلمات القريبة العامة.

• الخلفية العلمية

يجب أن يكون ممارس العلاقات العامة لديه خلفية علمية للعلوم التالية:

- * إتقان إحدى اللغات الأجنبية.
- * علم النفس.
- * العلاقات العامة.
- * الإحصاء.
- * علم الإنسان (الأنثروبولوجي).
- * الإدارة.
- * الاقتصاد.
- * السياسة.
- * التاريخ.
- * علم الدلالة (٦-٦٧:٦٨).

مدير إدارة العلاقات العامة

نظراً لأهمية الدور الذى يلعبه مدير العلاقات العامة فى المؤسسة أو الهيئة التى يعمل فيها

فهناك عديد من الشروط التى ينبغى توافرها فيه نوجزها فيما يلى :

- القدرة على التأثير فى الناس والقدرة على الإقناع مستخدماً الألفاظ والعبارات وقوة الشخصي والبشاشة التلقائية .
- ينبغى أن يكون مدير العلاقات العامة خبيراً بالنفس البشرية دارساً لإستجاباتها وتصرفاتها فى المواقف المختلفة .
- القدرة على معرفة العقبات التى تقف أمام الإقناع كالتعصب والكرامية والعقد النفسية والأنانية وتضارب المصالح .
- الذكاء والثقة والنضج الإنفعالى والإتزان والشجاعة الأدبية والنظرة الموضوعية للأمور .
- القدرة على تحليل المشكلات التى تعترى الهيئة التى يعمل بها ومصادر الأزمات .
- الدراسة المستمرة لإتجاهات رأى العام مع الدارية التامة بالظروف المحيطة .
- إجادة الكتابة والتعبير من الحقائق بدقة .
- التدنوق السليم والقدرة على النقد الفنى وتوجيه الأقسام الإنتاجية فى مجالات الفن والرسم وتصميم الإعلانات والملصقات .
- أما الشرط الجوهرى فهو الخلق القويم مع القدرة على القيادة (٥٢ - ٢٧٦ : ٢٧٧).

ويشترك مدير العلاقات العامة فى ضرورة توافر جميع الشروط السابقة ولكن لما كان المدير هو الذى يتولى قيادة وتوجيه العاملين فى الإدارة كان من الضرورى أن يتوافر لديه مجموعة من الصفات التكميلية التى ترتبط بالخواص الطبيعية للإدارى وأهم هذه المواصفات.

- أن يكون قدوة حسنة لمرؤوسية .
- أن يجيد فن القيادة لكى تتجح الحملات الإعلامية .
- أن تتوافر لديه القدرة على دراسة إتجاهات الرأى العام .
- القدرة على مشاركة العاملين معه وذلك بإتباع سياسة الباب المفتوح .
- أن يكون قادرا على النقد الذاتى .
- أن يكون قادرا على الإفادة من الموارد المتاحة .
- أن يكون قادرا على إقامة الإتصالات الفعالة .
- أن يكون عالما بكل ما يخص مؤسسته (١١٤ - ٧٨ : ٧٩).

بينما أوضح محمد عبد الفتاح محمد إختصاصات المدير لإدارة العلاقات العامة فى الآتى :

- وضع سياسة الإدارة .
- الإشراف العام على أعمال الإدارة .
- تنسيق العلاقات بين الوزارة وسائر الوزارات والمصالح والهيئات و خاصة وزارة الإرشاد القومى .
- حضور جميع اللجان والمؤتمرات التى يرأسها السيد الوزير (٨٤ - ٢٠٩ : ٢١٠).
- وأشار عبد السلام أبو قحف إلى وظائف مدير إدارة العلاقات العامة بالتالى :
- الإشراف على إحاطة الجمهور بجميع البيانات والمعلومات على الشركة.
- الإشراف على عملية النشر والإعلان فى وسائل الإعلام.
- الإشراف على إعداد الكتيبات والنشرات الدورية التى تصور نشاط المؤسسة .
- الإشراف على إستقبال الزائرين إلى الشركة من خبراء وتنظيم برنامج الزيارة .
- الإشراف على إعداد المؤتمرات والدورات وعمل التسهيلات اللازمة .
- الإشراف على إعداد الرقابة المناسبة للخبراء وتسهيلات تحركاتهم .
- الإشراف على اتخاذ الإجراءات اللازمة لإتمام إجراءات إفاد المبعوثين إلى الخارج واستخراج التصاريح اللازمة لهم .
- يؤدى ما يسند اليه من أعمال مماثلة (٥٩ - ١٥٣ : ١٥٤).

مستشار العلاقات العامة

افتتح أول مكتب إستشارى للعلاقات العامة كان فى بوسطن عام ١٩٠٠م وإمتد إلى خارج المدينة ١٩٠٦م وإنشرت خلال هذه الفترة مكاتب العلاقات العامة وتطور حجمها بشكل ملحوظ ومع إهتمام الدول بالرأى العام العالمى لسياستها وقضاياها ظهرت وظيفة مستشار العلاقات العامة . وفى نفس الوقت تلجأ المؤسسات التى لم تفتتح بعد بفائدة إدارة العلاقات العامة .
(٧٤ - ١٩٣ : ١٩٤)

ويتلخص دور وظائف إستشارى العلاقات العامة فى الأتى :

- يشترك مع مدير العلاقات العامة فى تخطيط برامج العلاقات العامة.
 - يتولى المكتب الإستشارى تنفيذ البرامج.
 - الإستعانة به لمواجهة مشكلة معينة طارئة بصفة الإستمرار كالأحزاب العمال مثلا.
 - وهكذا ينتهى دور ومهمة المستشار (١١٨ - ٨٠ : ٨١).
- وللإستعانة بالمستشار الخارجى لإدارة العلاقات العامة مزايا يمكن تلخيصها فيما يلى :
- القدرة على النظر إلى الأمور بموضوعية تامة دون التأثر بالخلافات الشخصية التى قد توجد بين أفراد رجال الإدارة بالمؤسسة وهذا لإبتعاده عن مشكلات العمل اليومى بتفاصيله الدقيقة وعدم تأثره بالعواطف الشخصية .
 - الخبرة الواسعة والمهارات المتعددة نظرا لإتصاله بوسائل الإعلام المختلفة وتعامله مع المشكلات المتنوعة والمتكررة بالإضافة إلى وجود بعض المتخصصين فى فروع المهنة فى مكتبه مما قد لايتوافر لإدارة العلاقات العامة بالمؤسسة .
 - لا يعتبر المستشار الخارجى عبئا على ميزانية المؤسسة فهو لايتقاضى راتبا منتظما إلا إذا إستعانت به المؤسسة بصفة منتظمة وعدا ذلك فأتعاب المستشار متغيرة طبقا لما يؤدية من خدمات (١٠٥ - ١٩٤ : ١٩٥) .

ومسئول العلاقات العامة بمختلف القابة ومناصبه فى المؤسسات الرياضية يجب أن يكون مؤهلا بحيث يجمع ما بين صفات رجل العلاقات العامة وبين التأهيل الفنى فى العلوم الرياضية والإدارة . فالإمامه بالنادى وتكوينه وأنشطته وطبيعته ممارسة أنشطته أو بالإتحاد الرياضى وعلاقته بباقى المؤسسات الرياضية الأخرى وأهداف تكوينه كلها من متطلبات العمل بالعلاقات العامة فى المؤسسات الرياضية (١٠ - ٧٧ : ٧٨).

ويختلف أسلوب تنظيم العمل في إدارة العلاقات العامة من مؤسسة إلى أخرى فأهداف كل مؤسسة وأنشطتها وال جماهير التي تسعى إلى كسب تأييدها . ولذلك لا نستطيع القول أن هذا الأسلوب أفضل من ذلك ، أو أن الجمع بين الأسلوبين هو الطريق الأمثل لتحقيق وظائف العلاقات العامة (٤٣ - ١٩٨) .

تنظيم نشاط العلاقات العامة

تمثل القوى العاملة العنصر البشرى فى أى عمل - حيث أنه له أهمية خاصة فى تنفيذ اية مهمة توكل إليه (٢ : ٥٧) .

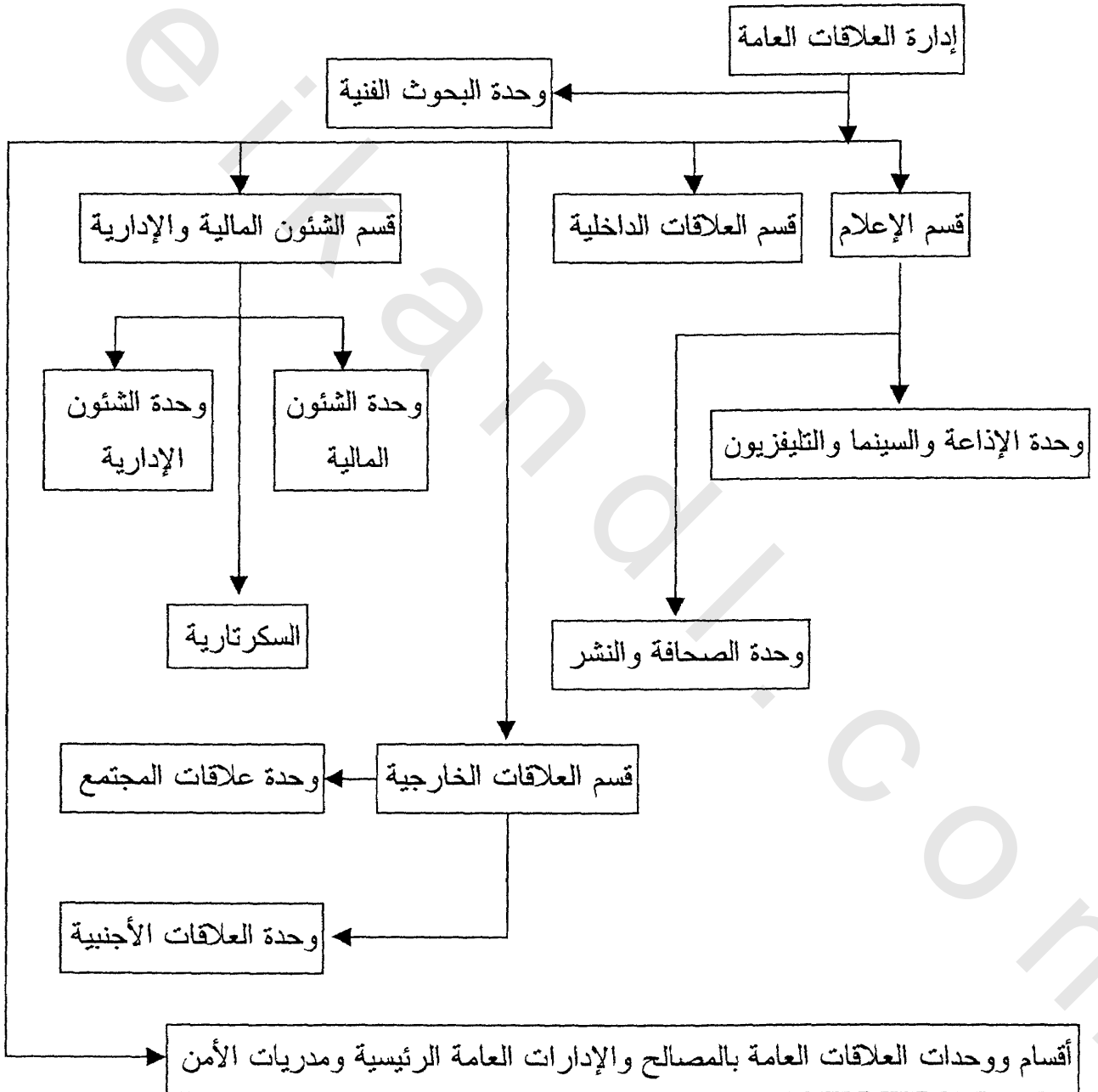
وتنظيم نشاط العلاقات العامة يتطلب تحديد الأهداف التنظيمية لها والعرض الذى جعل الإدارة تهتم بالعلاقات العامة وتفرد لها إدارة متخصصة وكذلك طبيعة نشاط العلاقات العامة ، ومكانتها فى الخرائط التنظيمية والإختصاصات التى تمارسها ، ثم الشروط الواجب توافرها فى أخصائى العلاقات العامة وأخيرا الدور الذى يمكن أن يلعبه مستشار العلاقات العامة فى تقديم المشورة الفنية للمنشأة فى هذا المجال (٢٥ - ٢٣٣) .

وإدارة العلاقات العامة تمتاز بأنها تتبع رئيس الموقع مباشرة وهناك بعض النماذج التى تم إختيارها لتوضيح الهياكل الإدارية لإدارة العلاقات العامة وتوضيح أقسامها المختلفة مع شرح الإختصاصات الوظيفية لكل نموذج .

ولقد لاحظت الباحثة انه لا توجد إدارة للعلاقات العامة بالكلية ولكن هناك من يقوم بدور أخصائى العلاقات العامة وغالبا ما يكون الأخصائى الرياضى بالكلية .

نماذج لهياكل إدارات العلاقات العامة لبعض أندية الهيئات والوزارات ووظائفها
العلاقات العامة بوزارة الداخلية:
وظائف العلاقات العامة

- تشجيع الصحفيين والإذاعيين على نشر التحقيقات والأخبار.
- طبع الكتيبات والنشرات التي تحتوي على أهم نواحي النشاط.
- نشر اللافتات واللوحات والملصقات التي تبرز رسالة الشرطة وإنتاج الأفلام الثقافية.
- إنتاج تبسيط القوانين المتصلة بالوزارة وشرحها للناس في سهولة ويسر (٤٥ - ٣٠٠).



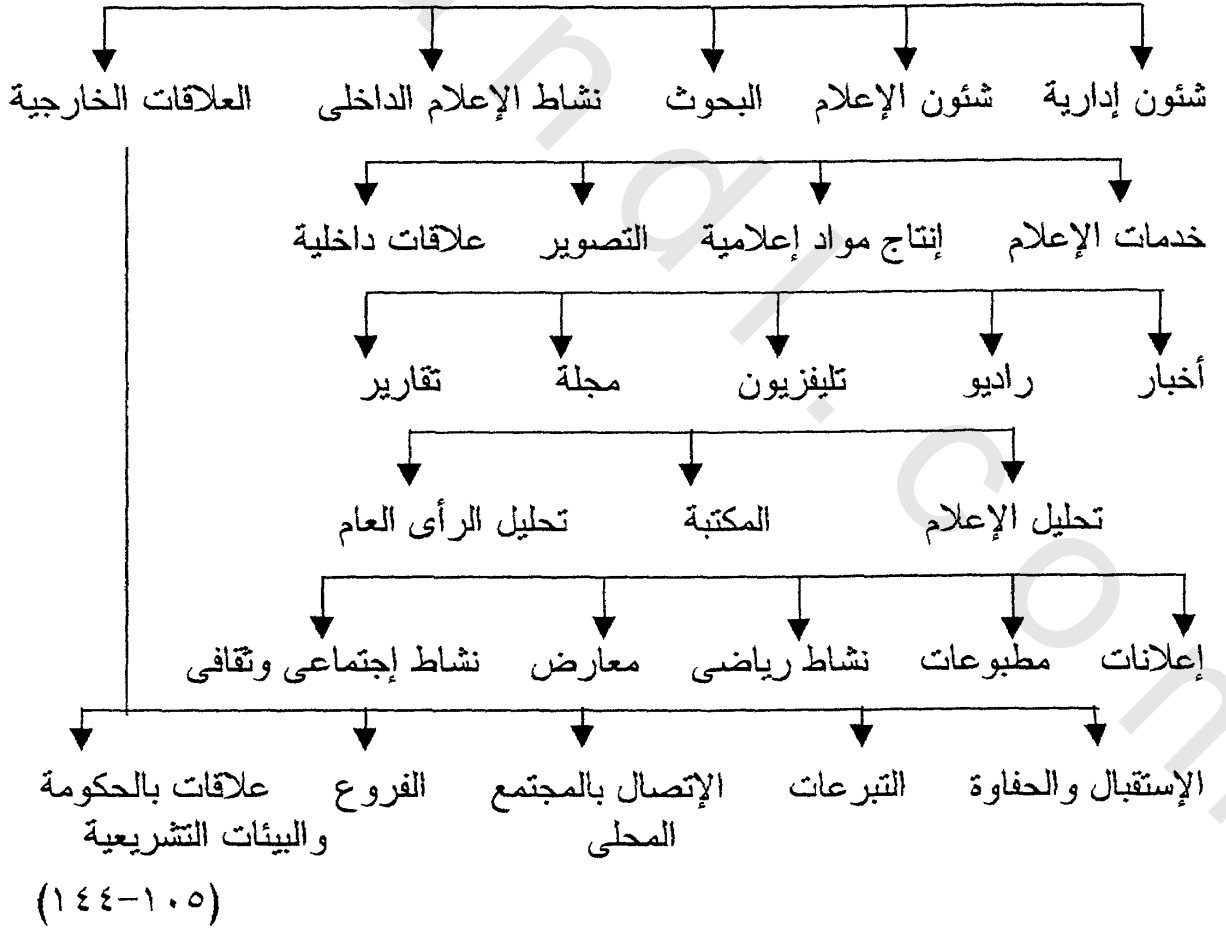
(١٤٨-٤٦)

شكل (٦) الهيكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة بوزارة الداخلية

العلاقات العامة بهيئات إجتماعية وخدمية

- تزويد الجمهور بالحقائق فلا يجوز أن يكون دورها قائم فقط على وصف المآسي والعطف من الجمهور بل تبيين للجمهور حقيقة الموقف مؤيدة بالإحصائيات.
- إستطلاع رأي الجمهور للتعرف على رأيه.
- القضاء على المشاحنات الداخلية في المؤسسة.
- جعل الديمقراطية أساس العمل الإجتماعي.
- تعرف الجمهور على مركز المؤسسة لأن فهم الجمهور للأعمال الإجتماعية جزء لا يتجزأ من الحياة الديمقراطية (٥٦ - ٣٢٢:٣٢٣).

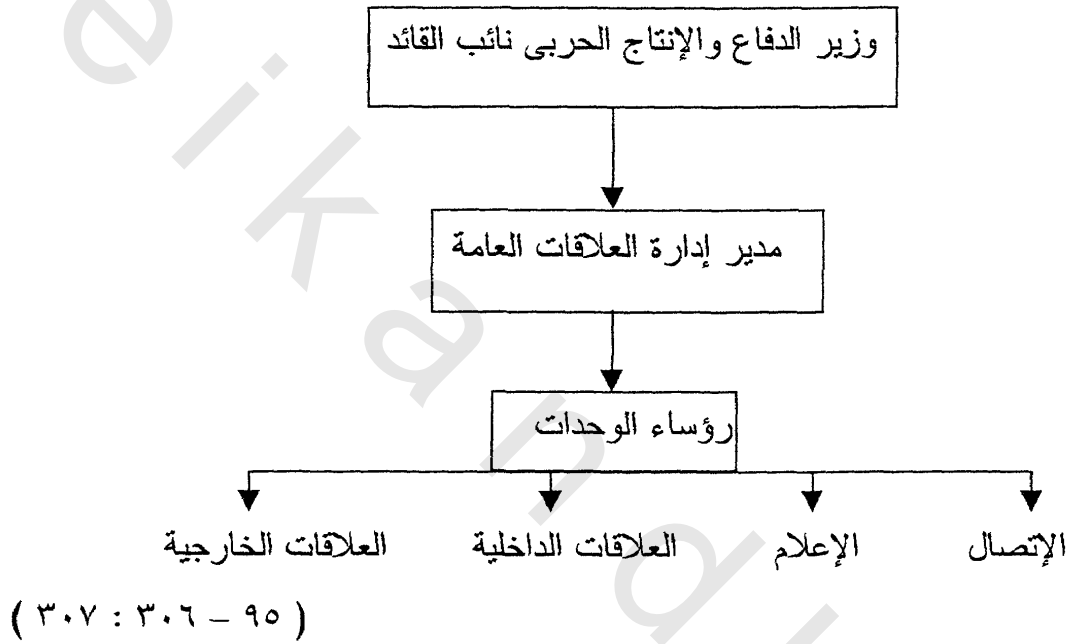
مدير العلاقات العامة
بدرجة نائب الرئيس



شكل (٧) الهيكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة في المنشآت الكبرى

العلاقات العامة بالقوات المسلحة

المحافظة على الروح المعنوية بين القوات ومحاربة الدعايات المضللة والمعرضة و بث روح العسكرية بين المواطنين من المدنيين حتى يمكن الإستعانة بالجبهة الشعبية المدنية وقت التعبئة و الدعاية بين المواطنين للقوات المسلحة للمحافظة على تقدير الشعب وحبه للقوات المسلحة و العمل على بث روح التفاهم والتعاون المتبادل بين القوات المسلحة وأي قوات أخرى و رسم وتنفيذ الخطط التي ينفق عليها مجلس الدفاع الأعلى .

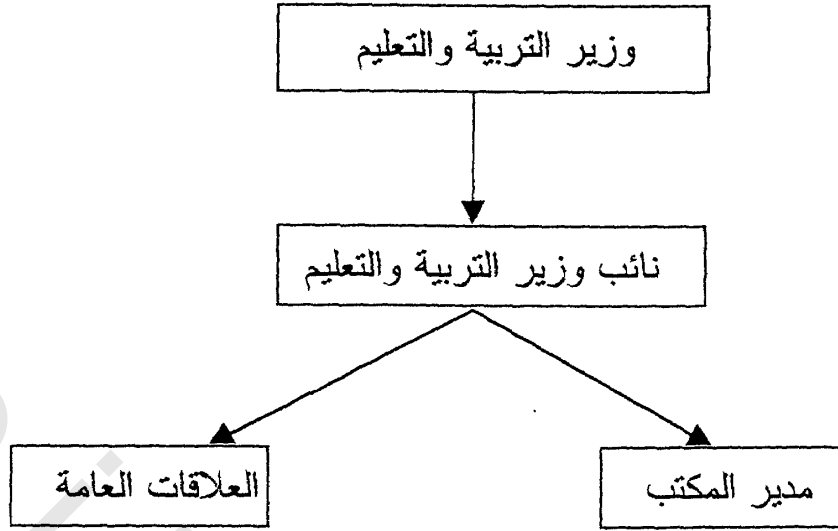


شكل (٨) الهيكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة بالقوات المسلحة

العلاقات العامة بوزارة التربية والتعليم

- إيجاد التعاون والتفاهم بين الشعب والوزارة
- رفع الروح المعنوية بين موظفي الوزارة
- تأمين رغبات الشعب وإعلامه بما يتخذ من إجراءات نحو رفع الروح القومية بين الطلبة.

- إنشاء صلات التعريف والتعاون بين الهيئات التعليمية الأجنبية والوزارة (٩٥ - ٣١١).
- بينما أشار محمد عبد الفتاح إلى دور العلاقات العامة بوزارة التربية والتعليم إلى:
- إيجاد ثقة وتعاون متبادل بين الوزارة ومصالحها المختلفة وبين الجمهور.
- نقل صدق الأمانى والرغبات الشعبية العامة في شئون التربية والتعليم إلى الوزارة.
- توفير قسط من الرعاية لموظفي وزارة التربية والتعليم (٨٤ - ٩٥).



شكل (٩) الهيكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة بوزارة التربية والتعليم

إدارة العلاقات العامة بالمجلس الأعلى للشباب والرياضة

وفقا لقرار رئيس جهاز الرياضة رقم ٦٣ لسنة ١٩٧٧م في شأن تنظيم إختصاصات جهاز الرياضة تختص إدارة العلاقات العامة بـ

• إعلام الجمهور بما يقوم به الجهاز من أعمال ومنجزات من خلال وسائل الإعلام المختلفة.

• تجميع المعلومات والحقائق عن إنطباعات الجمهور ومشروعاته وأراء ومعتقدات الشباب فيما يجب على جهاز الرياضة.

• تلقي ما يرد للجهاز من منشورات اجنبية والرد عليها وتنظيم المشاركة في كافة المناسبات.

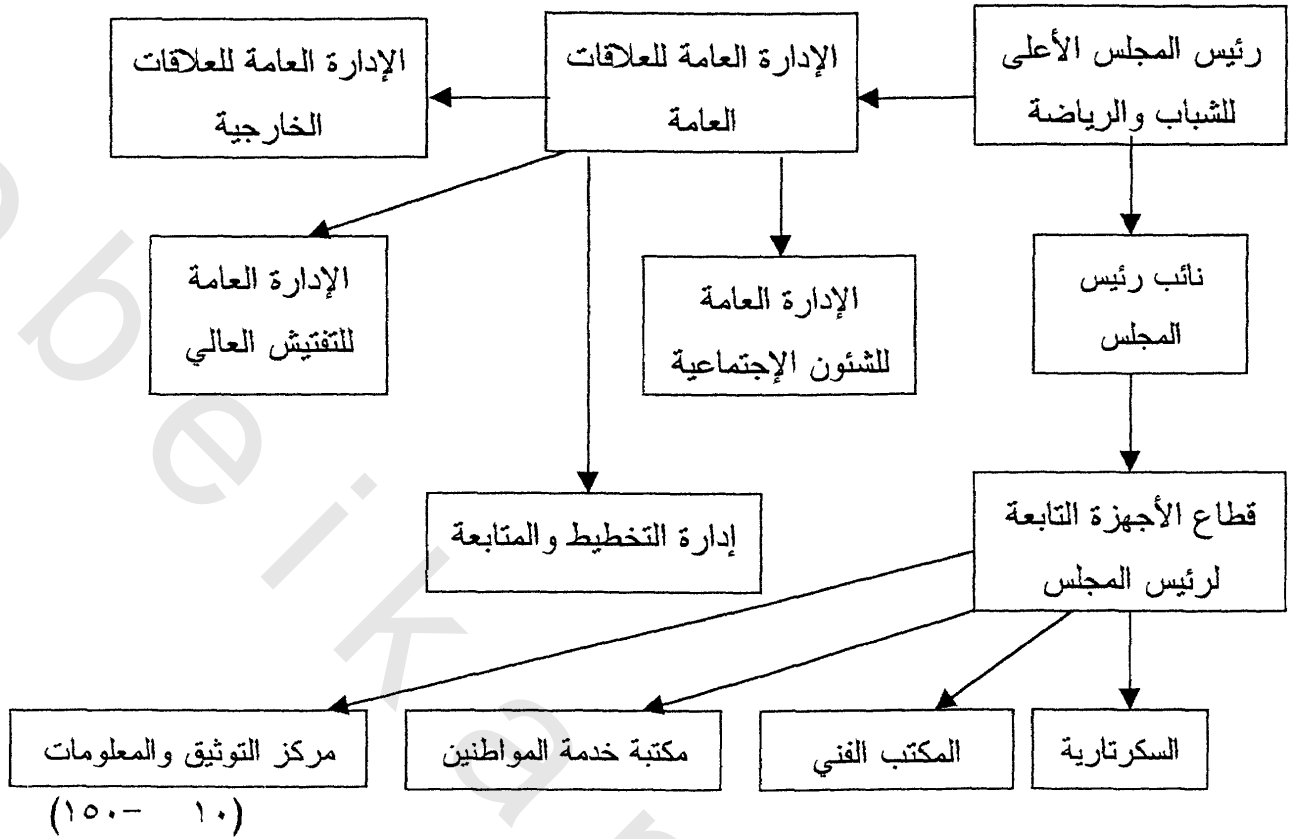
• الإعداد الفني التنظيمي للمؤتمرات الصحفية التي يعقدها المسئولين.

• تنظيم البرامج الإجتماعية للعاملين على توثيق الروابط والتألف بينهم.

• القيام بالتسهيلات اللازمة للسفر والوفود القادمة.

• إقتراح السياسة الخاصة بالعلاقات الدولية وأسس تبادل الخبرات.

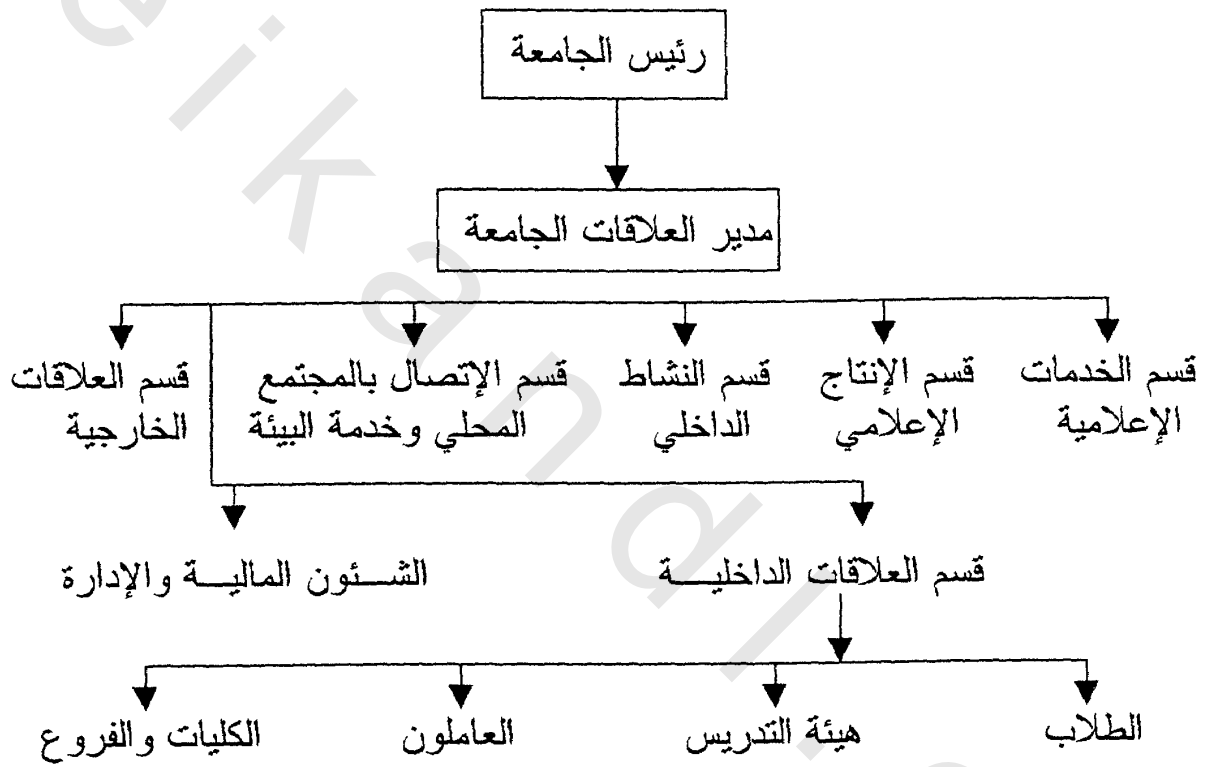
• التحضير لإنعقاد المؤتمرات وإعداد مشروعات الإتفاقات (٩٠ - ٢٥٤ : ٢٥٥).



شكل (١٠) الهيكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة بالمجلس الأعلى للشباب والرياضة

العلاقات العامة بالجامعات

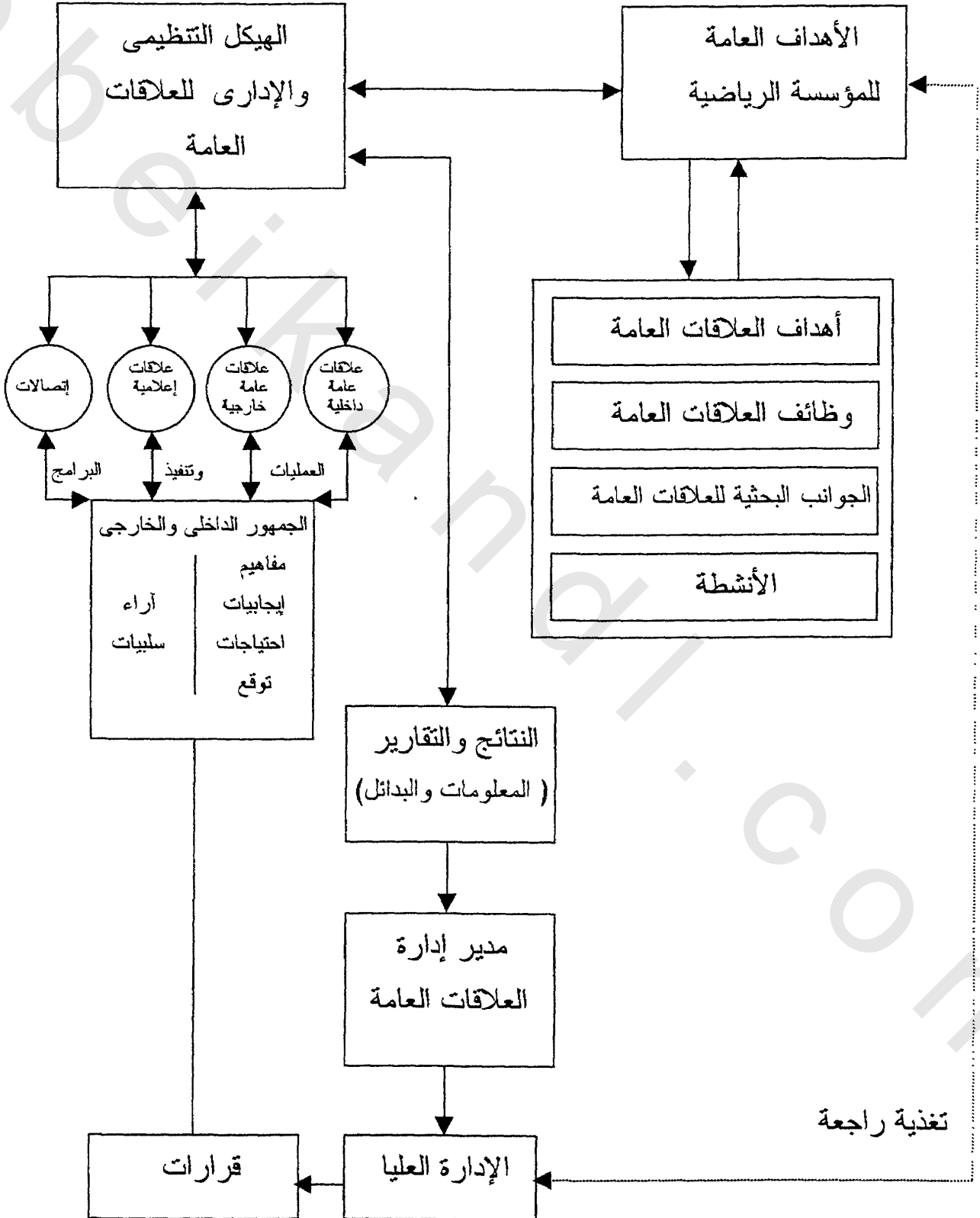
- العمل على تنسيق العلاقات بين الإدارات المختلفة لتحقيق الإنسجام.
- توثيق صلات وعلاقات بين أفراد أسرة الجامعة.
- شرح سياسة الجامعة وفلسفتها وأهدافها ونشاطاتها.
- تنظيم الزيارات المتبادلة مع المؤسسات المختلفة.
- تزويد رئاسة الجامعة بالبيانات والمعلومات والتطورات.
- الإتصال مع سفاراتنا بالخارج للاستفادة.
- التعاون مع إدارات الجامعة لتذليل أي مصاعب أو مشاكل.
- الدعوة إلى المؤتمرات والإشراف عليها وتوزيع بطاقات الدعوة.
- المشاركة في الإشراف إلى إعداد الكتيبات.
- المشاركة وتنظيم حفلات التخرج.
- التنسيق مع الدوائر المختصة لتوفير حاجات أنشطة مختلف الجهات في الجامعة .



(٤٦ - ١٤٦)

شكل (١١) الهيكل التنظيمي للعلاقات العامة بالجامعة

شكل (١٢) نموذج مقترح لإدارة العلاقات العامة في المجال الرياضي



عناصر العملية الإدارية والعلاقات العامة

أجمعت البحوث العلمية للعلاقات العامة أن العناصر الإدارية للعلاقات العامة هي:

* البحوث * التخطيط * الإتصال

البحوث

يرى محمد عبد الفتاح محمد أن البحث في مجال العلاقات العامة يعني القيام بالدراسات المتصلة بقياس إتجاهات الرأي العام بين كل من يبني على قاعدة من الإدراك السليم لإبعاد القضايا العامة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والدولية (٨٤ - ٣٦).

ويتفق كلا من محمد منير حجاب وسحر محمد وهبي أن للبحث أهمية كبيرة وكذلك لا ينبغي أن نحيط الأبحاث بها من الغموض فعملية البحث لا تخرج عن كونها تحليل لإتجاهات الرأي العام ودراسة ما تكتبه الصحف أو تذيعه أو تعرضه الأفلام لكي نستطيع أن نحدد مشاكلنا ونعرف أعدائنا من أصدقائنا (٩٦ - ١٨٦).

وتوضح الجامعة الأمريكية أهمية البحث في العلاقات العامة بأنها الخطوة الأولى التي تبني عليها المقومات الأساسية لنجاح نشاط العلاقات العامة. فالإدارة في حاجة إلى التعرف على آراء الجمهور الخارجي إتجاهاته وردود الفعل. وما لم تستطيع الإدارة أن تتعرف على هذه الآراء وردود الفعل بطريقة علمية محايدة وبصفة دورية (١٢ - ٣٦).

التخطيط

ومن تحليل حسن أحمد الشافعي وسوزان أحمد مرسى مع عبد الفتاح حسين للخطوة الحالية للتربية الرياضية لأسس العلاقات العامة للتربية الرياضية هي:

- العلاقات العامة يمكن أن تلعب دوراً حيوياً في حياة الفرد في إبراز دور وأهمية برامج وأنشطة (البنات - البنين) وذلك من خلال البرامج الموجهة من العلاقات العامة والتي من نشأتها زيادة الوعي الرياضي له مرحلة الإعدادية.
- أهمية العلاقات العامة في النشاط الرياضي هو إظهار مميزات ومحتويات خطة النشاط الرياضي (٢٤ - ٢٦١) (٦١ - ٨٧) .

ويرى أشرف صبحي حسنين أن وظائف التخطيط في العلاقات العامة للتربية الرياضية يرجع إلى:

- أهمية الحملات الإعلانية لمساعدة الجمهور في التعرف على المشروعات التي سوف يقوم بها النادي كتنظيم النادي لبطولة رياضية (محلي - دولي) وتخطيط الحملات الدعاية الإعلانية.
- الإعلان عن مشروعات النادي يزيد من درجة إقبال الجمهور على مساندتها والإقبال على المشاركة فيها.
- توزع مع الهدايا التذكارية التي تحمل شعار النادي يزيد من الارتباط المعنوي بين النادي وجمهوره (١٠ - ١١٤) .

ويرجع محمد عبد الفتاح أن وضع الخطة المناسبة الملائمة التي تشمل البرامج المختلفة التي تحدد مفاهيم مجتمعه في بلوغ الأهداف مع إيجاد الوسائل والطرق التي يمكن عن طريقها تعريف الجمهور بسياسة المنشأة وأهدافها (٨٤ - ١٠١).

بينما يرى كل من عبد المحي محمود وآخرون أن تخطيط العلاقات العامة هو التخطيط الإعلامي ، أى الذى يعتمد على ذكر الحقائق والواقع والمعلومات الصحيحة فهو فى العادة تخطيط واقعى .

والبرنامج جيد التخطيط يجب أن يكون مبنياً فى أهدافه وطريقة تنفيذه متشعباً ومتداخلاً فى جميع فروع المؤسسة ومستمرأ فى تطبيقه إيجابياً فى إتصاله بالناس عن قرب ومفهومها فى طبيعته حساساً بالنسبة للجماهير (٦٢ - ٢٥١) .

ووضحتها الجامعة الأمريكية فى دورتها العلمية بأن التخطيط يكون بعد قيام الإدارة بتحديد المشكلة وجمع البيانات الكافية عنها تبدأ خطوة التخطيط لنشاط العلاقات العامة على أساس تحديد الأهداف القصيرة والطويلة الأجل. وتحديد دور العلاقات العامة فى تحقيق الأهداف ودراسة مدى تأثير الإراء والاتجاهات وردود الفعل لدى الجماهير على أهداف المنشأة. ثم رسم خطة طويلة الأجل وتقسيمها إلى مجموعة من الخطط الجزئية ورسم البرامج التنفيذية بهدف تحقيق كل الأهداف المحددة التي وضعتها الإدارة منذ البداية ولا ريب أن مثل هذا التخطيط يجعل الإدارة على بينه من كل الخطوات المقبلة ولذلك يمكنها تفادي أي مشكلة مستقبلية .

ويرى محمد عبد الفتاح أن التخطيط بقصد به الأسلوب العلمي المنظم لرسم خطة العلاقات العامة بالمنظمة في إطار الخطة العامة للدولة ويتطلب ذلك تصميم البرامج الإعلامية المناسبة من حيث التوقيت وتوزيع الاختصاصات والمسؤوليات على الخبراء بالإتصال بقيادة الرأي في الخارج كالمعلمين ورؤساء النقابات ورجال الأعمال (٨٥ - ٣٧).
الإتصال

وقد تناولت الباحثة شرح عنصر الإتصال فيما سبق.

ثانيا الدراسات المرجعية

بعد إستعراض الباحثة للإطار النظري ، سوف تتناول في الصفحات القادمة عرضها لمجموعة من الدراسات المرجعية المرتبطة بالبحث وقد صنفتها الباحثة إلى :

أ- دراسات تناولت العلاقات العامة.

ب- دراسات تناولت بناء القرارات الدراسية.

وقد راعت الباحثة في إستعراض هذه الدراسات أن تقدم مرتبة - سواء العربي منها أو الأجنبي - من الأقدم للأحدث موضحة كل من

*القائم بالدراسة وعام إجرائها.

*موضوع الدراسة.

*أهم الأهداف.

*المنهج المستخدم.

*العينة.

*أدوات جمع البيانات.

*أهم النتائج المستخدمة.

أ - دراسات تناولت العلاقات العامة

وتتضمن ١٢ دراسة منها ٨ دراسات عربية، ٤ دراسات أجنبية جدول (١)

جدول (١) الدراسات المرجعية المرتبطة بالعلاقات العامة

اسم الباحث تاريخ البحث	عنوان البحث	أهم الاهداف	المنهج المستخدم	العينة	ادوات جمع البيانات	أهم النتائج المستخدمة
فرج حلمي الشناوي ١٩٨٠ (٧١)	دراسة الاتجاهات نحو ثقافة الجماهير بالعلاقات العامة في مصر	تحديد درجة معرفة الجماهير بدور العلاقات العامة ووعيهم بإتجاهاتهم	الوصفي (الدراسات المسحية)	١٢٠ مؤسسة تمثل القيادات الإدارية العليا، مديري العلاقات العامة، الجمهور الداخلي والخارجي.	إستمارة الإستبيان المقابلة الشخصية.	اجمع ٨٨% من المستويات المهنية والفنية بالعينة على أن مفهوم العلاقات العامة في مصر غير واضح. رفض ٥٤% من إجمالي المستويات المهنية والفنية للعينة على أن نجاح العلاقات العامة مع الجمهور الداخلي أهم من نجاحها مع الجمهور الخارجي.
كريمان محمد فريد ١٩٨٤ (٧٣)	العلاقات العامة مع الجمهور الداخلي	تحديد دور العلاقات العامة وواجباتها مع الجمهور الداخلي في المؤسسات المختلفة.	المنهج الوصفي	١٢٠ مفردة في قطاع الصناعة، ٥٨ مفردة في قطاع التأمين.	إستمارة الإستبيان المقابلة الشخصية	ارتفاع نسبة العاملين الذين لا يعرفون بوجود العلاقات العامة في المؤسسة ويزداد ذلك في قطاع الصناعة. معرفة العاملين بوجود جهاز علاقات عامة بالمؤسسة معرفة شخصية. انخفاض نسبة استخدام الرسائل الشخصية كوسيلة اتصال بالعاملين وبصفة خاصة في قطاع التأمين. انخفاض نسبة إقامة حفلات التكريم للعاملين الممتازين. تنخفض نسبة استخدام النشرات الداخلية التي تصور للعاملين.
ليلى محمد صلاح ١٩٨٦ (٧٨)	تقويم نشاط العلاقات العامة في قطاع البتترول	تقويم أنشطة العلاقات العامة وهيكلها التنظيمي في قطاع البتترول.	المنهج الوصفي	١٠٠ مفردة تمثل قطاعات البتترول المختلفة.	إستمارة الإستبيان المقابلة الشخصية	إفتقار أهداف العلاقات العامة في بعض الوحدات محل الدراسة إلى تدعيم علاقتها بجمهورها الخارجي. تقوم بعض أجهزة العلاقات العامة بمساهم وظيفة خارج نظام إختصاصاتها. عدم قيام أجهزة العلاقات العامة بالدور الإستشاري المطلوب منها للإدارات الأخرى. قصور الخدمات التي تقدمها العلاقات العامة للعاملين.

تابع جدول (١) الدراسات المرجعية المرتبطة بالعلاقات العامة

اسم الباحث تاريخ البحث	عنوان البحث	أهم الأهداف	المنهج المستخدم	العينة	أدوات جمع البيانات	أهم النتائج
محمد ناجي الجوهر (٩٧) ١٩٨٧	أهداف العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية والقطاع العام بالعراق.	تحديد أهداف ووظائف العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية والقطاع العام بالعراق.	الوصفي (دراسة حالة)	٧٠ هيئة ومؤسسة عراقية تمثل القطاع العام والحكومي	المقابلة الشخصية الإستبيان البريدي	عدم وضوح أهداف العلاقات العامة لدى الجمهور الداخلي والخارجي. عدم التنسيق بالوظائف بين جهاز العلاقات العامة والأجهزة الأخرى بالتنظيم.
Frank Woolsh (١١٥) ١٩٨٧	بناء نموذج لدور العلاقات العامة في المنظمة	تتبع التطورات في وظائف العلاقات العامة في المنظمات المعاصرة.	الوصفي (دراسة تتبعية)	١٧ منظمة معاصرة متباينة الأنشطة.	إستمارة الإستبيان المقابلة الشخصية	ضرورة إعداد العاملين إعداداً علمياً مناسباً ومتخصصاً تكافؤ فرص الدورات التدريبية للعاملين. وجود ارتباط وثيق بين الاتصال الأخلاقي وبين الفكرة والحوار.
Bruce L.A. (١١٢) ١٩٨٩	دور العلاقات العامة في الترويج للخدمات التي تقدمها الكليات المحلية بولاية أيداهو U.S.A.	تحديد دور الكليات المحلية في التنمية الاقتصادية	الوصفي (دراسة تتبعية)	عينة عمدية للكليات الواقعة بولاية أيداهو U.S.A	إستمارة الإستبيان المقابلة الشخصية	أهمية الدور الذي تقوم به العلاقات العامة في نشر وترويج الخدمات التي تقدمها الكليات للنهوض بالمجتمع المحلي.
Neff (١٢١) ١٩٨٩	التطورات التي حدثت في وظائف العلاقات العامة في المنظمات المعاصرة.	متابعة التطورات في وظائف العلاقات العامة في المنظمات المعاصرة.	الوصفي (دراسة تتبعية)	١٧ منظمة معاصرة متباينة الأنشطة	الإستبيان البريدي مقابلة شخصية	تعقد الدور والمسؤوليات التي أصبحت موكلة إلى العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة. التطور في القرارات والنظريات الخاصة بالعلاقات العامة وما يرتبط بذلك من تغيير في برامج العلاقات العامة وممارستها في المجال التنظيمي.

تابع جدول (١) الدراسات المرجعية المرتبطة بالعلاقات العامة

اسم الباحث تاريخ البحث	عنوان البحث	أهم الأهداف	المنهج المستخدم	العينة	أدوات جمع البيانات	أهم النتائج
مدوح بسيوني بيلي ١٩٩١ (١٠٦)	أهداف ووظائف العلاقات العامة في المؤسسات الصحفية	تحديد أهداف ووظائف العلاقات العامة في المؤسسات الصحفية	الوصفي (دراسة حالة)	٨ مؤسسات صحفية	إستمارة الإستبيان المقابلة الشخصية	تعدد وتنوع الأهداف التي تسعى العلاقات العامة إلى تحقيقها. خلو الأهداف من التوازن بين الأهمية النسبية للأهداف الموجهة للجمهور الداخلي والأهمية النسبية للأهداف الموجهة للجمهور الخارجي. تداخل الوظائف بين الأجهزة. النقص في الإعداد الميني للعاملين بالعلاقات العامة.
سمير محمد حسين وأخرون ١٩٩١ (٤٧)	إدارة العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية بالمملكة العربية السعودية	تحديد مدى إدراك المسؤولين في الإدارة العليا لوظيفة العلاقات العامة. تحديد الدور الذي تؤديه العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية	الوصفي (دراسة حالة)	٢٤ جهاز حكومي في مختلف مدن ومحافظات السعودية.	الإستبيان البريدي. المقابلة الشخصية	إرتفاع النسبة المئوية للإدارة العليا وممارسين العلاقات العامة الذين ينظرون إلى وظيفة العلاقات العامة على أنها وظيفة دعائية يتم فيها المساعدة على اتخاذ القرارات أو تقديم المشورة للإدارة العليا.
Fredrick (١٩٩١) (١١٦)	دور العلاقات العامة في المنظمات الخدمية بالجامعات والكليات	تحديد الدور الرئيسي للعلاقات العامة بالكليات والجامعات	المنهج الوصفي (دراسة حالة)	عدد من الكليات والجامعات بـ U.S.A	استبيان بريدي مقابلة شخصية	تغير الدور الرئيسي والتقليدي للعلاقات العامة في المنظمات الخدمية بـ U.S.A زيادة العبء على أجهزة العلاقات العامة لوضع إستراتيجيات متكاملة.

تابع جدول (١) الدراسات المرجعية المرتبطة بالعلاقات العامة

اسم الباحث	عنوان البحث	أهم الأهداف	المنهج المستخدم	العينة	أدوات جمع البيانات	أهم النتائج
أشرف صبحي محمد (١٠) ١٩٩٤	نموذج مقترح للأهداف وظائف العلاقات العامة ببعض المؤسسات الرياضية	تحديد واقع العلاقات العامة في المؤسسات الرياضية قيد البحث. تصميم نموذج لأهداف وظائف العلاقات العامة بالمؤسسات الرياضية من واقع العلاقات العامة في هذه المؤسسات.	الوصفي (دراسة حالة)	١٣ نادي رياضي ١٠ اتحاد رياضي	الإستبيان المقابلة الشخصية. تحليل الوثائق	تحقيق السمعة الطيبة للنادي الرياضي. توثيق الروابط والعلاقات العامة ما بين النادي والأندية الأخرى. كسب ثقة وتأييد أعضاء الجمعية العمومية للنادي.
أشرف صبحي محمد (١١) ٢٠٠٠	نموذج مقترح لإدارة العلاقات العامة في المجال الرياضي .	وضع نظرية للعلاقات العامة في الإدارة الرياضية بالمؤسسات الرياضية معتمدة على النظرية العلمية للعلاقات العامة المرتبطة بالنظم وإتخاذ القرار .	المنهج الوصفي " المسحية " منهج دراسة العلاقات المتبادلة	(٢٢) مفردة بوزارة الشباب ، و (١٠) مفردات باللجنة الأولمبية المصرية .	المقابلة الشخصية . صحيفة الإستقصاء . شبكة المعلومات الدولية . تحليل الوثائق .	هناك ٥ إختصاصات تسهم في بناء النموذج المقترح: • التنظيم الإداري للعلاقات العامة . • أهداف العلاقات العامة . • وظائف العلاقات العامة . • الجوانب البحثية للعلاقات العامة . • الدور الإستشاري والتنفيذي للعلاقات العامة ومساهمتها للإدارة العليا في إتخاذ القرار .

التعليق على دراسات العلاقات العامة،

شملت مجموعة الدراسات المرجعية الخاصة بالعلاقات العامة (١٢ بحث) أجريت فى الفترة ما بين ١٩٨٠ م - ٢٠٠٠ م .

الدراسات العربية

- ركزت الدراسات العربية إهتمامها على الإتجاهات والأدوار والأهداف والوظائف المختلفة فى مجال العلاقات العامة ، كما تبنت إحدى هذه الدراسات تقويم العلاقات العامة بالمؤسسات.
- إهتمت الدراسات الأجنبية بتحديد دور العلاقات العامة داخل الجامعات والكليات بالولايات المتحدة الأمريكية.

- وضع إستراتيجيات متكاملة لدور العلاقات العامة داخل المؤسسات التعليمية.
- بناء وظائف العلاقات نموذج للدور الذى تلعبه العلاقات العامة داخل المؤسسات والتطورات التى تحدث فى العامة.

وتختلف هذه الدراسات عن الدراسة الحالية فى انها لم تتناول الفكر والخبرات الخاصة بالعلاقات العامة كمادة دراسية يمكن ان تسهم فى اعداد العاملين فى مجال العلاقات العامة ، وقد استفادت منها الباحثة فى تحديد الأدوار والوظائف والمجالات التى تتناولها العلاقات العامة

جدول (٢) الدراسات المرجعية المرتبطة بالمقررات

اسم الباحث تاريخ البحث	عنوان البحث	أهم الأهداف	المنهج المستخدم	العينة	أدوات جمع البيانات	أهم النتائج
إلهام إسماعيل شلبي (١٤) ١٩٩٢	مقرر دراسي مقترح في مجال التربية للأمان كأحد مجالات التربية الصحية للتلاميذ بالمرحلة الابتدائية	تحديد المحاور التي تشكل البرنامج. تحديد المفاهيم الأساسية التي تحقق محاور البرنامج المقترح. تحديد الخبرات والأنشطة التي تحقق المفاهيم بالبرنامج المقترح.	المنهج الوصفي (دراسة حالة)	عينة عشوائية لتلاميذ المرحلة الابتدائية.	استمارة استبيان المقابلة الشخصية	تحديد المحاور الرئيسية تحديد المفاهيم والتعاريف. تحديد أهمية التربية للأمان. تحديد دور مشرف التربية الصحية ووظائفه. تحديد أهداف التربية الصحية.
رشاد محمد حسن (٤٠) ١٩٩٧	تصور مقترح لمقررات التربية في ضوء متطلبات المعلم الوظيفية بكليات التربية بمصر.	واقع مقررات أصول التربية في مصر. مدى تحقيق مقررات أصول التربية لأهداف كليات التربية.	الوصفي (دراسة حالة)	عينة من كليات التربية بالجامعات المصرية	تحليل مضمون مقابلة شخصية	المقرر الدراسي المقترح يتكون من الأهداف واضحة ومحددة بلوائح الكلية الخصائص - المهارات - الفترة الزمنية المحددة. الأنشطة والأساليب وطرق التدريس المختلفة.
إبراهيم البرعى (١) ١٩٩٧	محتوى مقترح لمقرر التربية الرياضية والحركية للفرقة الأولى بكليات التربية .	إعداد محتوى دراسي مقترح لمقرر التربية الرياضية والحركية للفرقة الأولى .	المنهج الوصفي .	١١٠ فرد قائم بالتدريس ١١٥٠ طالبة بكليات التربية بالجامعات المصرية .	الإستبيان المقابلة الشخصية	يحتوى المقرر الدراسي على : المفهوم - التعاريف - الأهداف - الوظائف - أسلوب التدريس - أسلوب التقويم .

تابع جدول (٢) الدراسات المرجعية المرتبطة بالمقررات

اسم الباحث تاريخ البحث	عنوان البحث	أهم الأهداف	المنهج المستخدم	العينة	أدوات جمع البيانات	أهم النتائج المستخدمة
نور الدين عيد جمعه (١٠٨) ٢٠٠٠	منهاج مقترح للتربية الكشفية لطلاب كلية التربية الرياضية بالقاهرة .	تحديد المتطلبات المنهجية للحركة الكشفية فى كل مراحل التعليم .	الوصفى (تحليل وثائق)	عينة من العاملين فى وظيفة إدارية أو فنية العاملين فى الهيئات المعنية . أعضاء هيئة التدريس بالكليات التربوية .	تحليل الوثائق المقابلة إستمارة الإستبيان	يحتوى المنهج الدراسى على: أهداف وأغراض المنهاج المقترح. محتوى المنهاج المقترح (معارف ومعلومات - مهارات - تطبيقات) طرق ووسائل تنفيذ الدرس .

التعليق على الدراسات المرتبطة بالمقررات الدراسية

تناولت الدراسات المرتبطة ببناء المقررات الدراسية (٤ دراسات) أجريت في الفترة ما بين ١٩٩٢ م - ٢٠٠٠ م

اتفقت مجموعة هذه الدراسات على عرض المقرر على النحو التالي،

- الهدف العام والذي يشتمل على الأهداف الفرعية .
- محتوى المقرر ويضم (التعاريف - المفاهيم - الوظائف - الأهداف - الخصائص - المهارات) .
- أساليب وطرق وإمكانات التنفيذ .
- أساليب التقويم .

تختلف هذه الدراسات عن الدراسة الحالية في انها لم تعد مقرر للعلاقات العامة لأى كلية تربوية تعد خرجها لتنفيذ وظائف العلاقات العامة .

واستفادت منها الباحثة من هذه الدراسات في تحديد المنهج المستخدم المناسب لهذه الدراسات (منهج تحليل الوثائق) والعلاقات المتبادلة .

كما كانت إستمارة الإستبيان هى وسيلة جمع البيانات المشتركة بين كل الدراسات .