

وضع إستراتيجية للعلاقات العامة لتحقيق أهداف ممارسة النشاط

الرياضي بالأندية الرياضية

بدولة الكويت

د/ يسري فيصل دهش العطير

دكتوراه الفلسفة في التربية الرياضية

وموجهة فنية للتربية البدنية بنات دولة الكويت

الملخص:

أن الهدف الأساسي لإدارة العلاقات العامة بالأندية الرياضية هو تقوية وتدعيم العلاقة بين الأندية وتدعيم العلاقة بين الأندية الرياضية وكافة المتعاملين معها والمشاركين في تكوينها من خلال وظائفها وأنشطتها التي تعمل على توفير كافة المعلومات والبيانات الخاصة بدراسة اتجاهات وآراء تلك الجماهير تجاه النادي والإدارة العليا به.

Abstract:

The primary objective of the public relations department of sports clubs is to strengthen and consolidate the relationship between the clubs and the strengthening of the relationship between sports clubs and all clients and participants in the formation through its functions and activities that provide all information and data for the study of attitudes and opinions of those masses towards the club and senior management do.

المقدمة ومشكلة البحث:

نظراً لأهمية التربية الرياضية في العصر الحديث والازدياد المتواصل في الحاجة إليها، لذا فقد أصبح الاستناد إلى الحقائق والمبادئ العلمية في برامجها وأنشطتها سمة من أهم السمات التي تميز تلك البرامج والأنشطة، ولقد استعان العاملون في ميدان التربية الرياضية بالأسلوب العلمي في إرادتها ومعالجة الكثير من قضاياها وحل مشكلاتها وتنظيم أنشطتها، ولم يقتصر ذلك على بعض الفروع، بل طرقت كل الاتجاهات وأخذت بكل فروع المعرفة التي لاحظت أنها تفيدي في

تطوير أنشطتها، وقد كان لزاماً علينا في هذه النهضة العلمية أن نلجأ إلى الإدارة كعلم وفن لإدارة وتنظيم مختلف الأنشطة الرياضية على أحدث الأسس والنظريات العلمية.

ويشير مصطفى السيد ومحمد متولي (2001م)⁽¹⁾ أن الإدارة الرياضية عملية اجتماعية لكونها تتعامل مع الكائن البشري وفق مجموعة من المتغيرات، وكذلك فهي عملية فنية لأنها ترتبط ارتباطاً وثيقاً بطبيعة البشر الممارس وما يرمى إليه من أهداف، كما أنها تهدف إلى التنظيم الشامل للعلاقات الاجتماعية وإلى تنظيم العمل وتحقيق روح الفريق في العمل.

ويتفق كلاً من محمد محمد (1991م)⁽²⁾، أحمد محمد (1985م)⁽³⁾ أن أصبحت العلاقات العامة من خلال وظائفها وأنشطتها أحد المنظومات الهامة التي تساعد الإدارة في المؤسسات المختلفة حتى تكون على اتصال دائم مع الجماهير في الداخل والخارج مما يعمل على تحسين قراراتها وتصحيح مسارها حيث يظهر دور العلاقات العامة في تكوين السمعة الطيبة للمؤسسة وتنمية العلاقات بين مختلف فئات العاملين بها والمتعاملين معها والسعي إلى توفير كل المقومات التي تؤدي إلى دعم التعاون وتنميتها باستمرار.

ويرى برونسون Bronson (1987م)⁽⁴⁾ أنه لا يمكن لأي مؤسسة رياضية أن تتمتع بفترة طويلة من النجاح والاستقرار بدون دعم ومساندة جماهيرها من خلال ما تقوم به العلاقات العامة نحو توطيد العلاقات الطيبة المتمثلة بالثقة ما بين تلك الجماهير وإدارة المؤسسة الرياضية. ومما سبق ترى الباحثة بأن العلاقات العامة مهنة متخصصة، فإنه يكون علينا أن نعترف بما ينطبق عليها من قوانين البيئة، ويكون علينا أيضاً، نحن الممارسين والباحثين في حقلها، أن ندرس بعمق تلك الظاهرة التي أصابت تطورها بعد مرور ما يزيد على قرن ونصف من الزمان على ظهورها.

وترى الباحثة أن التخطيط هو أقصر الطرق وأكثرها ضماناً وأقلها تكلفة لتحقيق المستويات الرياضية المرغوبة وفق الأهداف المحددة في مختلف أنواع الرياضة، كما أظهرت خبرات كافة الدول المتقدمة في مجال الرياضة التنافسية والمجال الرياضي بشكل عام أن التخطيط أصبح

ضرورة لدرجة أنه لم تعد المشكلة هي أن نخطط أو لا نخطط للتدريب الرياضي بل أصبحت المشكلة كيف نخطط.

ويتفق كلا من كتيليس وجيلين Cutlips & Gelan (1994)⁽⁵⁾، محمد عبد الفتاح (1994م)⁽⁶⁾ أن يشمل التخطيط الاستراتيجي للعلاقات العامة التنبؤ بالحالة المرغوب فيها مستقبلاً وكذلك تحديد العوامل أو المتغيرات التي تساعد في تحقيق هذا الوضع المستقبلي أو التي قد تحول دون تحقيق هذا الوضع، والمؤسسات التي لا تعتمد على عملية التخطيط الاستراتيجي تواجه صعوبات ومشكلات عديدة مثل سوء الفهم عن المؤسسة وما تقدمه من أنشطة وخدمات.

ويتفق كلاً من علي عجوة (2003م)⁽⁷⁾، وفاء صلاح (2007م)⁽⁸⁾ على ضرورة أن تسعى إدارات العلاقات العامة بمختلف المنظمات الأهلية والحكومية إلى التكامل مع عملية التخطيط الاستراتيجي لتتسق مع خطة المنظمة الإستراتيجية، أي أنها تستوعب الأهداف الإستراتيجية للمنظمة ثم تعيد تشكيلها في إطار العلاقات العامة.

وترى الباحثة أن الأندية الرياضية تعتبر أحد المؤسسات الأهلية التي تشمل قطاعاً كبيراً من الجمهور الداخلي والخارجي بمختلف فئاته مما يؤكد ضرورة الحاجة إلى وجود كيان لجهاز العلاقات العامة بها ومحاوله التغلب على المعوقات التي تواجه ممارسة نشاطها، لذا كان من الأهمية بمكان أن تهتم مجالس إدارات هذه الأندية بإنشاء إدارة للعلاقات العامة وأن تكون ضمن الهيكل التنظيمي للنادي.

ويتفق كلاً من أحمد محمد (2000م)⁽⁹⁾، جميل أحمد (1998م)⁽¹⁰⁾، غريب عبد السميع (1996م)⁽¹¹⁾ على أن المفهوم الأساسي للعلاقات العامة يعني إيجاد التفاهم المتبادل بين المنشآت أو الأفراد القائمين بالعمل فيها، وبين الجماهير المتعاملة معها، فهي تهدف من وراء ذلك إلى إقامة سمعة طيبة للمنشأة هذا من ناحية، وإلى المحافظة على العلاقات الطيبة واستمرار التعامل مع تلك الجماهير من ناحية أخرى.

وتعتبر الأندية الرياضية أحد الميادين الرياضية الهامة التي تقدم العديد من الخدمات لجمهورها في صورة أنشطة رياضية واجتماعية وثقافية. وهذا لن يتأتى إلا في ظل وجود إدارة للعلاقات العامة متخصصة يتم عن طريقها إيجاد نوع من التنسيق بين هذه الأنشطة حتى يمكنها تحقيق أهدافها. ويتفق كلاً محمود يوسف (2009م)⁽¹²⁾، سمير عبد الحميد (2005م)⁽¹³⁾، عبد السلام أبو قحف (2000م)⁽¹⁴⁾ على أن المجال الرياضي من المجالات التي تحتاج إلى دعم العلاقات العامة ومؤازرتها. فالرياضة نشاط يستقطب اهتماما جماهيريا واسعا، وعلى مختلف المستويات، فهناك من يحرص على ممارستها بغية الاستفادة من آثارها الإيجابية على صحته وحيويته، وهناك من يتعلق بها لأنه يشجع ناديا معيناً يتابع إخباره ويتتبع مبارياته، وهناك من يعشقها ويتخذ منها مهنة ويعتبره الناس نجما ويحظى بحب الجمهور واحترامه. وهناك أناس يرتبطون بالرياضة ارتباطا وثيقا: فأحدهم يعمل بالتدريب، وآخر يشغل منصبا في الهيكل الإداري والتنظيمي لفريق معين، وثالث يعمل بالتحكيم الرياضي، ورابع بالطب الرياضي.

وترى الباحثة أن الهدف الأساسي لإدارة العلاقات العامة بالأندية الرياضية هو تقوية وتدعيم العلاقة بين الأندية وتدعيم العلاقة بين الأندية الرياضية وكافة المتعاملين معها والمشاركين في تكوينها من خلال وظائفها وأنشطتها التي تعمل على توفير كافة المعلومات والبيانات الخاصة بدراسة اتجاهات وآراء تلك الجماهير تجاه النادي والإدارة العليا به.

ومن خلال المقابلات الشخصية التي أجرتها الباحثة مع مسؤولي العلاقات العامة بالأندية الرياضية بدولة الكويت. بهدف دراسة وتحليل الواقع الحالي لممارسة نشاط العلاقات العامة بها، والتي أسفرت عن وجود قصور في فهم دور وأهمية وطبيعة الأعمال التي تمارسها إدارة العلاقات العامة بالأندية الرياضية التي توجد بها هذه الإدارة، وأيضاً وجود قصور شديد في توافر إدارات للعلاقات العامة بالعديد من الأندية الرياضية الأخرى، وأن هناك العديد من المعوقات التي تحد من ممارسة العلاقات العامة بالأندية الرياضية بدولة الكويت.

ومن خلال إطلاع الباحثة وجدت أن هناك افتقار شديد في مجال العلاقات العامة بالأندية الرياضية لعملية التخطيط الاستراتيجي حيث تتبلور مشكلة البحث فيما يلي:

- قلة وجود إدارات للعلاقات العامة بالأندية الرياضية بدولة الكويت.
- وجود قصور في فهم دور وأهمية وطبيعة الأعمال التي تمارسها إدارة العلاقات العامة من قبل الجمهور الداخلي والخارجي بتلك الأندية.
- هناك العديد من المعوقات التي تحد من ممارسة أنشطة العلاقات العامة بالأندية الرياضية بدولة الكويت.

الأمر الذي دفع الباحثة لإجراء هذه الدراسة الميدانية التي تستهدف مسح ودراسة الواقع الحالي لأساليب ممارسة مهنة العلاقات العامة في الأندية الرياضية لتحقيق أهداف ممارسة النشاط الرياضي بتلك الأندية.

وذلك من حيث دراسة الجوانب التنظيمية للعلاقات العامة والقوى العاملة بأجهزتها وأهدافها ووظائفها ونشاطاتها التي تمارس فعلاً. وطرق الاتصال المستخدمة ووسائله ومدى الاتجاه إلى تخطيط نشاط العلاقات العامة وتقومه كما أنها تمثل في نفس الوقت خلفية أساسية يمكن الاستناد إليها والإفادة من النتائج والبيانات التي خلصت إليها في وضع إستراتيجية للعلاقات العامة لتحقيق أهداف ممارسة النشاط الرياضي بالأندية الرياضية بدولة الكويت.

أهمية البحث والحاجة إليه:

- محاولة تغيير المفاهيم الخاطئة السائدة بالنسبة لمهنة العلاقات العامة خاصة في الأندية الرياضية بدولة الكويت والعمل على تطوير أساليب ممارستها وتطويرها بما يخدم أهداف ممارسة النشاط الرياضي.
- أن جهاز العلاقات العامة في الأندية الرياضية وإن وجد يعاني من بعض نواحي القصور في طريقة تنفيذ البرامج ويقتصر عمله على بعض الأنشطة الترفيهية ويغفل العديد من الأنشطة الأخرى.
- إن تطبيقات العلاقات العامة لم تعد قاصرة على مجال بعينه ولم تعد قاصرة على الميدانين الاقتصادي والسياسي فحسب بل أن التطبيق يتطرق إلى المجالات الاجتماعية والتربوية وأمكن استخدامه داخل الهيئات الأهلية.

- إن محاولة التخطيط الاستراتيجي للعلاقات العامة في الأندية الرياضية بدولة الكويت والانطلاق بها إلى مرحلة التنفيذ والمتابعة المستمرة تمثل بداية المسيرة لتعميق مفهوم وفلسفة وثقافة العلاقات العامة لدى القائمين بها.

هدف البحث:

يهدف هذا البحث إلى:

- التعرف على الواقع الحالي للعلاقات العامة في الأندية الرياضية بدولة الكويت.
- وضع إستراتيجية مقترحة للعلاقات العامة لتحقيق أهداف ممارسة النشاط الرياضي بالأندية الرياضية بدولة الكويت.

ومن خلال الآتي:

- أهداف النشاط الرياضي بالأندية الرياضية بدولة الكويت.
- فاعلية العلاقات العامة في النشاط الرياضي والنادي الرياضي.
- دور العلاقات العامة في النادي الرياضي.
- دور العلاقات العامة في ممارسة النشاط الرياضي.
- تقويم نشاط العلاقات العامة.

تساؤلات البحث:

- ما هي أهداف النشاط الرياضي بالأندية الرياضية بدولة الكويت؟.
- ما مدى فاعلية العلاقات العامة في النشاط الرياضي والنادي الرياضي؟.
- ما هو دور العلاقات العامة في النادي الرياضي؟.
- ما هو دور العلاقات العامة في ممارسة النشاط الرياضي؟.
- كيف يمكن تقويم نشاط العلاقات العامة؟.

المصطلحات المستخدمة:**الاستراتيجية:**

يعرف إسماعيل محمد (1990م)⁽¹⁵⁾ الإستراتيجية بأنها هي خطط وأنشطة المنظمة التي يتم وضعها بطريقة تتضمن خلق درجة من التطابق بين رسالة المنظمة وأهدافها وبين هذه الرسالة والبيئة التي تعمل بها بصورة فعالة وذات كفاءة عالية.

العلاقات العامة:

يعرف أشرف صالح (2005م)⁽¹⁶⁾ العلاقات العامة بأنها هي الجهد المنظم الذي تبذله المنشأة بهدف تحقيق الاندماج مع المجتمع الذي توجد فيه ولا يتحقق ذلك الاندماج إلا بتكليف المنشأة لنفسها مع أهداف المجتمع واحتياجاته ومعاييرها.

العلاقات العامة في المجال الرياضي:

يعرف نيكولاس Nicholas (1997م)⁽¹⁷⁾ العلاقات العامة في المجال الرياضي بأنها هي تلك الأنشطة التي تستخدم لتكوين علاقات جيدة والمحافظة على هذه العلاقات بين الأندية الرياضية بعضها البعض وبين جماهيرها المختلفة ومؤسسات المجتمع.

الإستراتيجية في العلاقات العامة:

يعرف محمد عبد الفتاح (1994م) الإستراتيجية في العلاقات العامة بأنها هي المنهج الذي يتبعه مسئول العلاقات العامة لتحقيق أهدافها وهي تتضمن مجموعة من المسلمات الأساسية التي توضح وجهة النظر العامة التي تمثلها وكذلك تفاصيل العمل بها والتي تعرف بالتكنيكات. بمعنى أن التكنيك هو ترجمة عملية لوضع الإستراتيجية محل التنفيذ.

النادي الرياضي:

يعرف أشرف عبد المعز (1996م)⁽¹⁹⁾ النادي الرياضي هو هيئة أهلية يكونها مجموعة من الأفراد بإرادتهم المنفردة دون تدخل مباشر من الدولة وتهدف إلى استثمار وقت الفراغ لأعضائها عن طريق النشاط الرياضي كنشاط أساسي والنشاط الاجتماعي كنشاط موازي.

الدراسات السابقة والمرتبطة العربية والأجنبية:**1- الدراسات السابقة والمرتبطة العربية:**

• دراسة أمير أحمد عبده (2003م)⁽²⁰⁾: بعنوان "وضع إستراتيجية للنهوض بممارسة النشاط الرياضي "في منطقة قناة السويس". وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف على المشكلات التي تواجه الخدمة الترويحية الرياضية بمراكز الشباب للمدن بمحافظة بورسعيد ووضع الإستراتيجية المقترحة لتلك المراكز.

واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي باستخدام الأسلوب المسحي، وتكونت عينة الدراسة من (247) عنصر عامل (51) قائد للنشاط الرياضي. ومن أهم نتائج هذه الدراسة لا تجرى فحوص طبية للأعضاء قبل اشتراكهم في أنشطة الترويح الرياضي بالمراكز، أن التخطيط للنشاط الترويحي الرياضي بالمراكز بشكله الجديد ليس هو التخطيط الأمثل ووضع الباحث الإستراتيجية المقترحة في ضوء محاور دراسته والتي بإدراجها ضمنت خطط مدن بورسعيد للتنمية الشاملة.

• دراسة عمر علي عثمان (2003م)⁽²¹⁾: بعنوان "إستراتيجية للنهوض بكرة اليد في منطقة قناة السويس". وتهدف هذه الدراسة إلى: وضع إستراتيجية للنهوض بكرة اليد في منطقة قناة السويس. وتكونت عينة الدراسة من (20) قائد (35) حكم (34) عضو جهاز فني (91) لاعب. واستخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي باستخدام الأسلوب المسحي. ومن أهم نتائج هذه الدراسة: أكدت الدراسة على أن اتجاه الدولة إلى تعديل خصخصة الأندية الرياضية وتخصص هذه الأندية في رياضة معينة في ظل الاعتمادات المالية التي تمدها وزارة الشباب بالاتحاد وللإستعداد للبطولات ووضع الباحث الإستراتيجية في ضوء محاور دراسته.

• دراسة أشرف صبحي محمد (2000م)⁽²²⁾: بعنوان "نموذج مقترح لإدارة العلاقات العامة في المجال الرياضي". وهدفت هذه الدراسة إلى وضع نظرية للعلاقات العامة في الإدارة الرياضية معتمدة على النظرية العلمية للعلاقات العامة المرتبطة بالنظم واتخاذ القرار. وتكونت عينة الدراسة من (22) مفردة بوزارة الشباب (10) باللجنة الأولمبية المصرية. واستخدمت

هذه الدراسة المنهج الوصفي بالأسلوب المسحي. ومن أهم نتائج هذه الدراسة توصل الباحث إلى أن خمس اختصاصات تسهم في النموذج المقترح وهي التنظيم الإداري للعلاقات العامة وأهداف العلاقات العامة ووظائف العلاقات العامة والجوانب البحثية للعلاقات العامة والدور الاستشاري للعلاقات العامة ومساهمتها للإدارة العليا في اتخاذ القرار.

• دراسة نهلة محمد العربي (2001م)⁽²³⁾: بعنوان "محتوى دراسي مقترح لمقرر العلاقات العامة بكليات التربية الرياضية" وهدفت هذه الدراسة إلى وضع محتوى دراسي لمقرر العلاقات العامة بكليات التربية الرياضية من خلال التعرف على ما يتم تدريسه عنها وتحليل المحتوى الدراسي لمادة العلاقات العامة في المراجع المتخصصة خمس مؤسسات (رياضية، إعلامية، استشارية، فندقية، إنتاجية وخدمية) واستخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي. ومن أهم نتائج هذه الدراسة: توصلت الباحثة إلى منهج دراسي لمقرر العلاقات العامة يطبق على طلاب الصف الرابع لشعب الإدارة بكليات التربية الرياضية وأوضحت فيه المنهج النظري المقترح والتوزيع الزمني لمحتوى المقرر.

• دراسة محمود السيد إسماعيل (2004م)⁽²⁴⁾: بعنوان "وضع إستراتيجية للعلاقات العامة في الأندية الرياضية بمدن القناة". وتهدف هذه الدراسة إلى وضع نموذج مقترح لإستراتيجية العلاقات العامة في الأندية الرياضية بمدن القناة من خلال التعرف على أهداف العلاقات العامة وتخطيط نشاط العلاقات العامة.

وتكونت عينة الدراسة من (34) نادى (51) مدير (69) مسئول علاقات عامة. واستخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي بالأسلوب المسحي. ومن أهم نتائج هذه الدراسة تم وضع وتحديد أهداف ووظائف وأنشطة العلاقات العامة حيث يتم تحقيق الوظائف من خلال الأنشطة التنفيذية للعلاقات العامة. ويتم إنجاز الأهداف من خلال الأنشطة والوظائف وعدم وجود جهاز إداري مستقل للعلاقات العامة في التربية الرياضية بإدارات الأندية.

• دراسة غادة فاروق عبد الفتاح (2000م)⁽²⁵⁾: بعنوان "مطبوعات العلاقات العامة الاستخدامات والإشباع" وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف على الاحتياجات الفعلية

للجمهور الداخلي في القطاع الخاص والهيئة الحكومية من المطبوعات التي تصدرها إدارات العلاقات العامة. وتكونت عينة الدراسة من (403) مفردة من العاملين في المنظمات الحكومية وغير الحكومية في مصر. واستخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي بالطريقة المسحية. ومن أهم نتائج هذه الدراسة عدم وصول مطبوعات العلاقات العامة إلى العاملين وعدم قراءة المطبوعات بنسبة 62.5% من المفردات التي لا تقرأ هذه المطبوعات.

• دراسة وفاء صلاح عبد الرحمن (2007)⁽²⁶⁾: بعنوان "تأثير الاستعدادات الخاصة لدى العاملين بالعلاقات العامة على أدائهم المهني" وتهدف هذه الدراسة إلى الوصول إلى مقياس علمي يمكن به إثبات وجود الاستعدادات الطبيعية أو القدرات الخاصة. واستخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي. ومن أهم نتائج هذه الدراسة استطاعت الباحثة أن تصل إلى المقياس العلمي المناسب والقابل للتطبيق أيضا وبثبت العلاقة بين الاستعدادات والقدرات والأداء المهني لأبد وأن يدفع المنظمات المعاصرة بصفة عامة والمنظمات المصرية بصفة خاصة إلى تصحيح إجراءاتها التوظيفية حتى تستطيع الوصول إلى الأفضل من بين المتقدمين للعمل بالعلاقات العامة بها.

• دراسة هيثم محمد يوسف (2003م)⁽²⁷⁾: بعنوان "الأسس العلمية لتحرير مطبوعات العلاقات العامة مع دراسة تطبيقية على مطبوعات عينة من الوزارة المصرية في الفترة من 1995م-1998م". وهدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الجوانب والأساليب الإدارية والتنظيمية التي تتبعها أجهزة العلاقات العامة في الوزارات المصرية والتعرف على الطرق التي تتبعها هذه الأجهزة في ممارسة نشاطها الاتصالي المطبوع. تكونت عينة الدراسة من (81) مسئول من الوزارات المصرية واستخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي.

2- الدراسات السابقة والمرتبطة الأجنبية:

- دراسة جرونج ج **Gruing, James (1996م)**⁽²⁸⁾: بعنوان: "الإدارة الإستراتيجية للعلاقات العامة من الناحيتين النظرية والميدانية" وهدفت هذه الدراسة إلى توضيح مفهوم العلاقات العامة الإستراتيجية ومراحل النظرية وتوضيح دور العلاقات العامة في الإدارة الإستراتيجية.
- وتكونت عينة الدراسة من (323) منظمة في الولايات المتحدة الأمريكية وكندا وأستراليا. واستخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي. ومن أهم نتائج هذه الدراسة كشفت الدراسة الميدانية عن أن كلاً من رؤساء مجالس إدارات تلك المنظمات يعتقدون أن العلاقات العامة تساهم بشكل كبير في فاعلية المنظمات من خلال الإدارة الإستراتيجية لمشاركتها في إستراتيجية عمل المنظمات.
- دراسة نيكلاوس كرير **Nicholas K. Krir (1997م)**⁽²⁹⁾: بعنوان "إستراتيجيات العلاقات العامة في الجامعة" وهدفت هذه الدراسة إلى إيضاح أهمية العلاقات العامة وإدارتها بالجامعات وكيف يمكن إنجاز أهداف المؤسسة والجماهير معاً. وتكونت عينة الدراسة من كليات جامعة البرنا بكندا. واستخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي. ومن أهم نتائج هذه الدراسة إيضاح دور ما تقوم به إستراتيجية العلاقات العامة بمكتب الشؤون العامة للجامعة لتحقيق الأهداف وتحديد طبيعة وهوية الجماهير الداخلية والخارجية للجامعة وكيفية التعرف على خصائصهم وتم وضع قواعد لتقويم وظائف العلاقات العامة بالجامعة.
- دراسة إيمس وجيرارد **Aims J, Gerrard B (2002م)**⁽³⁰⁾: بعنوان "الإدارة الإستراتيجية بالمنظمات الرياضية في مجتمعات أمريكا الشمالية". وهدفت هذه الدراسة إلى التعرف على طبيعة الإدارة الإستراتيجية بالمنظمات الرياضية في هذه المجتمعات أثناء مؤتمر الإدارة الاستشاري من خلال أقسام الإدارة العامة بتلك المنظمات. وتكونت عينة الدراسة من (124) مؤسسة رياضية تم اختيارها عشوائياً من مجتمعات أمريكا الشمالية. واستخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي. ومن أهم نتائج هذه الدراسة تحتاج إدارة المؤسسات الرياضية إلى

برنامج إستراتيجية تتناسب مع الفرق الرياضية والأنشطة والخدمات التي تقدمها هذه المؤسسات ويلعب التخطيط الإستراتيجي دوراً فعالاً في المؤسسات الرياضية لذا لا بد من وضع خطط عامة لبناء قاعدة عريضة من الممارسين.

إجراءات البحث:

منهج البحث:

استخدمت الباحثة المنهج الوصفي متبعاً الأسلوب المسحي نظراً لملائمته لطبيعة إجراءات البحث.

مجتمع وعينة البحث:

تم اختيار مجتمع البحث من خلال حصر شامل لجميع الأندية الرياضية بدولة الكويت، واختيار عينة البحث بالطريقة العمدية لجميع الأندية الرياضية بدولة الكويت وعددها 14 نادي رياضي، ممثلة في مدير مجلس الإدارة (رئيس مجلس إدارة النادي) (1)، نائب رئيس مجلس إدارة النادي (1)، أمين الصندوق (1)، نائب أمين الصندوق (1)، أمين السر (1)، نائب أمين السر (1)، أعضاء مجلس إدارة النادي (5)، وأعضاء اللجنة الرياضية بمجلس الأمة الكويتي (5)، العاملين في إدارة العلاقات العامة بالأندية (28)، رؤساء الأقسام ومديري العموم بالهيئة العامة للشباب والرياضة (23)، وذلك يكون إجمالي العينة الكلية للبحث (210) منهم عدد (30) كعينة استطلاعية، وعدد (180) كعينة أساسية ويتضح ذلك كما في جدول رقم (1).

جدول (1)

مجتمع وعينة البحث

النسبة المئوية	العينة	البيان
14.29%	(30)	العينة الاستطلاعية
85.71%	(180)	العينة الأساسية
100%	(210)	المجموع الكلي

جدول (2)

توصيف عينة البحث

م	أسماء الأندية	العينة الاستطلاعية	النسبة المئوية	العينة الأساسية	النسبة المئوية
1	نادي الكويت الرياضي	2	6.66%	9	5%
2	نادي كاظمة الرياضي	2	6.66%	9	5%
3	نادي الشباب الرياضي	1	3.33%	10	5.55%
4	نادي التضامن الرياضي	1	3.33%	10	5.55%
5	نادي اليرموك الرياضي	1	3.33%	10	5.55%
6	نادي النصر الرياضي	2	6.66%	9	5%
7	نادي خيطان الرياضي	2	6.66%	9	5%
8	نادي الصليبيخات الرياضي	1	3.33%	10	5.55%
9	النادي العربي الرياضي	1	3.33%	10	5.55%
10	نادي السلمية الرياضي	1	3.33%	10	5.55%
11	نادي الجهراء الرياضي	2	6.66%	9	5%
12	نادي الساحل الرياضي	2	6.66%	9	5%
13	نادي القادسية الرياضي	2	6.66%	9	5%
14	نادي الفحيحيل الرياضي	1	3.33%	10	5.55%
15	أعضاء اللجنة الرياضية بمجلس الأمة الكويتي	1	3.33%	4	2.22%
16	العاملين بإدارة العلاقات العامة بالأندية الرياضية	4	13.33%	25	13.88%
17	العاملين بالهيئة العامة للشباب والرياضة الكويت	4	13.33%	19	10.55%
	المجموع الكلي	30	100%	180	100%

أدوات جمع البيانات:

استبيان إستراتيجية للعلاقات العامة لتحقيق أهداف ممارسة النشاط الرياضي بالأندية الرياضية (إعداد الباحثة):

قامت الباحثة بالاطلاع على العديد من المراجع العلمية والبحوث والدراسات السابقة التي تناولت العلاقات العامة والعلاقات العامة في المجال الرياضي ودورها في ممارسة النشاط الرياضي.

قامت الباحثة بوضع المحاور التي توصلت إليها في استمارة استبيان مرفق (2) وتم عرضها على السادة الخبراء في مجال الإدارة الرياضية والإدارة العامة وعددهم (5) خبراء مرفق (1) وبلغ عدد عبارات الاستبيان عدد (54) عبارة مرفق (2).

قامت الباحثة بعرض استمارة استطلاع رأي الخبراء، وقامت الباحثة بحساب النسبة المئوية لآراء الخبراء.

الدراسات الاستطلاعية:

قامت الباحثة بإجراء الدراسة الاستطلاعية في الفترة من يوم السبت الموافق 2014/11/8م إلى يوم الخميس الموافق 2014/12/25م على عينة قوامها (30) فرد وهي عينة البحث الاستطلاعية وذلك لحساب صدق وثبات الاستبيان.

الصدق:

قامت الباحثة بحساب صدق الاستبيان عن طريق حساب معامل الارتباط بين كل عبارة والمحور الخاص بها كما هو موضح بمجدول رقم (3).

جدول (3)

معامل الارتباط الدال على صدق الاتساق الداخلي بين كل

عبارة والمحور الخاص بها ن = 30

المحور الأول		المحور الثاني		المحور الثالث		المحور الرابع		المحور الخامس	
رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط
1	*0.479	1	*0.589	1	*0.409	1	*0.648	1	*0.568
2	*0.653	2	*0.713	2	*0.542	2	*0.486	2	*0.580
3	*0.378	3	*0.622	3	*0.380	3	*0.712	3	*0.433
4	*0.499	4	*0.393	4	*0.431	4	*0.517	4	*0.574
5	*0.573	5	*0.572	5	*0.587	5	*0.542	5	*0.720
6	*0.578	6	*0.605	6	*0.811	6	*0.703	6	*0.389
7	*0.713	7	*0.556	7	*0.745	7	*0.814	7	*0.476
8	*0.412	8	*0.745	8	*0.679	8	*0.381	8	*0.591
		9	*0.468	9	*0.518	9	*0.679	9	*0.684
		10	*0.376	10	*0.499	10	*0.556	10	*0.599
		11	*0.542	11		11	*0.605	11	*0.802
		12	*0.446	12		12		12	*0.654
		13	*0.673	13		13		13	*0.721
		14	*0.514	14		14		14	*0.414

قيمة ر الجدولية عند مستوى 0.05 = 0.361

* دال عند مستوى 0.05

جدول (4)

معامل الارتباط الدال على صدق الاتساق الداخلي لدرجة كل محور

من محاور الاستبيان بالدرجة الكلية للاستبيان ن = 30

م	المحاور	معامل الارتباط
1	المحور الأول: أهداف النشاط الرياضي.	*0.519
2	المحور الثاني: النشاط الرياضي بالنادي.	*0.558
3	المحور الثالث: فاعلية العلاقات العامة في النشاط الرياضي والنادي الرياضي.	*0.459
4	المحور الرابع: دور العلاقات العامة في النادي الرياضي.	*0.616
5	المحور الخامس: دور العلاقات العامة في ممارسة النشاط الرياضي.	*0.708

قيمة (ر) الجدولية عند مستوى معنوية (0.05) = 0.361، عند درجات حرية = 28. يتضح من الجدول رقم (4) أن قيم معاملات الارتباط الدال على صدق الاتساق الداخلي بين محاور الاستبيان والدرجة الكلية للاستبيان ذات دلالة إحصائية تراوحت ما بين (0.459، 0.708) مما يدل على أن جميع المحاور دالة.

ثبات الاستبيان:

قامت الباحثة بإيجاد ثبات استمارة استبيان إستراتيجية للعلاقات العامة لتحقيق أهداف ممارسة النشاط الرياضي بالأندية الرياضية عن طريق إعادة تطبيقه مرة أخرى وكان التطبيق الثاني بعد التطبيق الأول بفواصل زمن أسبوعين (15 يوم) ويتضح ذلك كما في الجدول رقم (5).

جدول (5)

معامل الارتباط بين التطبيق الأول والتطبيق الثاني لاستمارة الاستبيان ن = 30

المحور الأول		المحور الثاني		المحور الثالث		المحور الرابع		المحور الخامس	
رقم	معامل الارتباط	رقم	معامل الارتباط	رقم	معامل الارتباط	رقم	معامل الارتباط	رقم	معامل الارتباط
1	*0.811	1	*0.563	1	*0.442	1	*0.752	1	*0.643
2	*0.586	2	*0.415	2	*0.602	2	*0.681	2	*0.522
3	*0.367	3	*0.610	3	*0.821	3	*0.576	3	*0.432
4	*0.712	4	*0.589	4	*0.782	4	*0.683	4	*0.587
5	*0.742	5	*0.724	5	*0.547	5	*0.464	5	*0.834
6	*0.558	6	*0.408	6	*0.532	6	*0.376	6	*0.784
7	*0.487	7	*0.678	7	*0.754	7	*0.785	7	*0.415
8	*0.586	8	*0.623	8	*0.461	8	*0.832	8	*0.657
		9	*0.821	9	*0.389	9	*0.547	9	*0.539
		10	*0.477	10	*0.551	10	*0.623	10	*0.468
		11	*0.421	11		11	*0.551	11	*0.761
		12	*0.469	12		12		12	*0.546
		13	*0.652	13		13		13	*0.614
		14	*0.526	14		14		14	*0.731

* دال عند مستوى 0.05 قيمة ر الجدولية عند مستوى 0.05 = 0.361

جدول (6)

معامل الارتباط بين التطبيق الأول والثاني الدال على

ثبات محاور الاستبيان ككل ن = 30

م	العبارات	معامل الارتباط
1	المحور الأول: أهداف النشاط الرياضي.	*0.392
2	المحور الثاني: النشاط الرياضي بالنادي.	*0.618
3	المحور الثالث: فاعلية العلاقات العامة في النشاط الرياضي	*0.538

م	العبارات	معامل الارتباط
	والنادي الرياضي.	
4	المحور الرابع: دور العلاقات العامة في النادي الرياضي.	*0.569
5	المحور الخامس: دور العلاقات العامة في ممارسة النشاط الرياضي.	*0.789

قيمة (ر) الجدولية عند مستوى معنوية (0.05) = 0.361، عند درجات حرية = 28. يتضح من الجدول رقم (6) أن قيم معاملات الارتباط الدال على صدق الاتساق الداخلي بين محاور الاستبيان والدرجة الكلية للاستبيان ذات دلالة إحصائية تراوحت ما بين (0.392، 0.789) مما يدل على أن جميع المحاور ذات ثبات.

جدول (7)

معامل الثبات بطريقة ألفا كرونباخ ن = 30

م	المحاور	معامل الارتباط
1	المحور الأول: أهداف النشاط الرياضي.	*0.490
2	المحور الثاني: النشاط الرياضي بالنادي.	*0.612
3	المحور الثالث: فاعلية العلاقات العامة في النشاط الرياضي والنادي الرياضي.	*0.509
4	المحور الرابع: دور العلاقات العامة في النادي الرياضي.	*0.399
5	المحور الخامس: دور العلاقات العامة في ممارسة النشاط الرياضي.	*0.579

* قيمة (ر) الجدولية عند مستوى معنوية (0.05) = 0.361، عند درجات حرية = 28. يتضح من الجدول رقم (7) أن قيم معاملات ثبات ألفا كرونباخ الدال على الثبات لمحاور الاستبيان ذات دلالة إحصائية تراوحت ما بين (0.399، 0.612) مما يدل على أن جميع المحاور ذات ثبات.

الدراسة الأساسية:

قامت الباحثة بتطبيق الدراسة الأساسية على جميع الأندية الرياضية بدولة الكويت وعددها (14) نادي رياضي (حصر شامل لجميع الأندية الرياضية بدولة الكويت)، ممثلة في مدير

مجلس الإدارة (رئيس مجلس إدارة النادي)، نائب رئيس مجلس إدارة النادي، أمين الصندوق، نائب أمين الصندوق، أمين السر، نائب أمين السر، أعضاء مجلس إدارة النادي، وأعضاء اللجنة الرياضية بمجلس الأمة الكويتي، العاملين في إدارة العلاقات العامة بالأندية، رؤساء الأقسام ومديري العموم بالهيئة العامة للشباب والرياضة، وإجمالي العينة الأساسية للبحث (180) وذلك في الفترة من يوم السبت الموافق 2015/1/3م إلى يوم الخميس الموافق 2015/1/22م.

المعالجات الإحصائية:

تم استخدام المعالجات الإحصائية المناسبة لطبيعة البحث وذلك باستخدام برنامج Excel لإدخال البيانات وبرنامج (10) SPSS (Stoical Package Social Science) لإجراء العمليات الإحصائية للبحث.

- معامل الارتباط.
- معامل ألفا كرونباخ.
- النسبة المئوية.
- اختبار كا².

عرض النتائج ومناقشتها:

- عرض ومناقشة نتائج المحور الأول: أهداف النشاط الرياضي:

جدول (8)

التكرارات والنسب المئوية ومعامل كا² لعبارات

المحور الأول والخاص بأهداف النشاط الرياضي ن = 180

م	موافق		إلى حد ما		غير موافق		كا ²
	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	
1	27	15%	97	53.88%	56	31.11%	*87.70
2	38	21.11%	43	23.88%	99	55%	*38.33

كا ²	غير موافق		إلى حد ما		موافق		م
	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	
*25.43	%21.11	38	%28.33	51	%50.55	91	3
*31.30	%21.11	38	%26.11	47	%52.77	95	4
*96.70	%67.22	121	%22.22	40	%10.55	19	5
*69.10	%31.11	56	%12.22	22	%56.66	102	6
*47.23	%28.88	52	%15	27	%56.11	101	7
*68.80	%62.22	112	%22.22	40	%15.55	28	8

* قيمة كا² الجدولية عند مستوى معنوية (0.05) = (5.990).

يتضح من الجدول رقم (8) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية في جميع عبارات المحور لصالح الاستجابة الأعلى حيث تراوحت قيمة كا² المحسوبة ما بين (25.43، 96.70).

- حصلت العبارات رقم (5) وهي (تزداد الأنشطة الرياضية ممارستها بقيم وسلوكيات إيجابية ترتبط بالحياة) على أعلى قيمة لكا² بقيمة (96.70) وحصلت العبارة رقم (3) وهي (ممارسة الأنشطة الرياضية تشبع الاحتياجات البدنية) على أقل قيمة لكا² بقيمة (25.43).

- الاستجابة موافق: حصلت العبارة رقم (6) وهي (تساعد ممارسة الأنشطة الرياضية على تفريغ الطاقات بطريقة إيجابية) على أعلى تكرار بقيمة (102) ونسبة مئوية قدرها (56.66%) والعبارة رقم (5) وهي (تزداد الأنشطة الرياضية ممارستها بقيم وسلوكيات إيجابية ترتبط بالحياة) على أقل تكرار بقيمة (19) ونسبة مئوية قدرها (10.55%).

- الاستجابة إلى حد ما: حصلت العبارة رقم (1) وهي (تساعد الأنشطة الرياضية على تحسين السلوك والقيم والاهتمامات والميول) على أعلى تكرار بقيمة (97) ونسبة مئوية قدرها (53.88%) والعبارة رقم (6) وهي (تساعد ممارسة الأنشطة الرياضية على تفريغ الطاقات بطريقة إيجابية) على أقل تكرار بقيمة (22) ونسبة مئوية قدرها (12.22%).

- الاستجابة غير موافق: حصلت العبارة رقم (5) وهي (تزداد الأنشطة الرياضية ممارستها بقيم وسلوكيات إيجابية ترتبط بالحياة) على أعلى تكرار بقيمة (121) ونسبة مئوية قدرها (67.22%) والعبارة رقم (3) وهي (ممارسة الأنشطة الرياضية تشبع الاحتياجات البدنية) على أقل تكرار بقيمة (38) ونسبة مئوية قدرها (21.11%) والعبارة رقم (4) وهي (تساعد ممارسة الأنشطة الرياضية على تجدد النشاط الذهني للأعضاء) على أقل تكرار بقيمة (38) ونسبة مئوية قدرها (21.11%).

وتعزى الباحثة ذلك إلى أنه لا أحد يختلف في أن الرياضة نشاط اجتماعي يحتل مكاناً واسعاً في كل مجتمع والرياضة وإن كانت ذات أهمية على مستوى الأفراد حيث تساهم بدرجة كبيرة في مجال صحة الإنسان ولياقته البدنية وشغل وقت الفراغ فإنها لازمة على مستوى المجتمع عبر الأندية والفرق الرياضية بحيث وهو المفترض أن تؤدي إلى التآلف والتعارف والتثقيف ورفع اسم المجتمع بين المجتمعات الأخرى، ولذلك فإن الخروج عن هذه الأهداف بالمهارات والتعصب الأعمى ومخالفة مبدأ الروح الرياضية الحضارية يؤدي إلى ابتعاد الرياضة عن أهدافها الإيجابية، فالتعصب مثلاً توجه نفسي سلبي يتضمن الكراهية والانهيار وتعود أسبابه إما للشعور بالنقص أو لعدم التنظيم أو للانفعال أو لعدم الوعي، ومعالجته تتطلب بث الروح الرياضية وتقبل الهزيمة دون انفعال وتقبل الفوز بدون غرور، بل قيل إن الرياضة في التعلق بها وكثرة جماهيرها تتفوق على العديد من المؤسسات الجماهيرية كالأحزاب والنقابات ونحوها، لذا يجب استغلال دور الرياضة وأهدافها في العلاقات العامة داخل الأندية الرياضية.

وتوضح الباحثة أن مفهوم العلاقات العامة في مجال الرياضة باعتبارها علماً اجتماعياً وميدانياً هو قياس وتقويم اتجاهات الجماهير الرياضية المختلفة التي لها صلة بالنادي الرياضي ومساعدة الإدارة الرياضية داخل النادي الرياضي في تحديد الأهداف الرامية إلى زيادة الوعي الرياضي بين النادي الرياضي وجماهيره وتحقيق التوازن بين أهداف النادي الرياضي وأهداف ومصالح واحتياجات الجماهير الرياضية التي لها صلة بهذا النادي وتخطيط وتنفيذ وتقويم البرامج الرياضية الخاصة بهدف كسب رضا الجماهير.

وهذا يتفق مع دراسة أمير أحمد عبده (2003م)⁽³¹⁾ حيث أوضحت هذه الدراسة أنه يحدث الاختلاف في الواقع العملي حينما تعكس الأهداف فلسفة النظام الذي تعبر عنه، فالأهداف التي تحددها إدارة علاقات عامة في مؤسسة تسعى إلى الربح تختلف عن الأهداف التي تحددها إدارة علاقات عامة في مؤسسة أخرى لا تسعى إلى الربح على الرغم من وجود بعض الأهداف المشتركة بينهما. كذلك الحال بالنسبة لاختلاف الأنظمة السياسية في بعض الدول الذي ينعكس بدوره على طبيعة أهداف العلاقات العامة في هذه الدولة أو تلك.

وهذا يتفق مع دراسة نيكولاس كيرير Nicholas K. Krir (1997م)⁽³²⁾ حيث أشارت هذه الدراسة إلى أن تحديد وظائف العلاقات العامة في أي مؤسسة أمر في غاية الأهمية، خاصة وأن الخلط وصل إلى أن العلاقات العامة هي وظيفة كل فرد في المؤسسة المعنية وأن أي فرد في أي منظمة طالما هو يتعامل مع جمهور هذه المؤسسة، لا بد له أن يمارس العلاقات العامة، وذلك لا يتأتى من خلال ممارسته لوظائف العلاقات العامة وإنما من خلال تعاونه مع إدارة العلاقات العامة لتحقيق أهدافها، أما إذا تعلق بالأمر بوظائف العلاقات العامة لا بد من تحديدها وتحديد القائمين بها، فالقول بأن العلاقات العامة وظيفة كل فرد في المنظمة يعني عدم مؤهلات محددة. وأن أي فرد في المنظمة يمكن أن يقوم بوظيفة من وظائف العلاقات العامة مفهوم غير صحيح.

وهذا يتفق مع دراسة نهلة محمد العربي (2001م)⁽³³⁾ حيث ذكرت هذه الدراسة أن هناك اتفاق على طبيعة العلاقات العامة فيما يتعلق بوظائفها وأوجه نشاطها، وذلك بالرغم من تطور وجهات نظر الأكاديميين والممارسين لهذه الوظائف والأنشطة وتطور الممارسة العملية لها، فطبيعة العلاقات العامة نشاط اتصال وإداري وعلمي واجتماعي، فهي نشاط اتصالي بمعنى أنها عملية اتصالية متكاملة وهي نشاط إداري لأنها وظيفة إدارية ترتبط بالإدارة العليا لدعم سياسات المؤسسة وتقييم جمهورها، وتعزيز الثقة بين المؤسسة والجمهور وباعتبار العلاقات العامة نشاط علمي فذلك لتوظيفها لمناهج البحث العلمي، واعتمادها على أسلوب التخطيط لحملاتها وتقييم اتجاهات الجمهور، والتنبؤ بها، وكونها نشاط اجتماعي لأنها تعزز الروابط

الاجتماعية بين الإدارة والمستخدمين من خلال البرامج والأنشطة الاجتماعية التي تعزز الصورة الاجتماعية للمؤسسة بين أفراد المجتمع والمتعاملين معها. وتوضح الباحثة أن الأندية الرياضية من المؤسسات المهمة والتي تخاطب كافة فئات المجتمع ولا تقتصر فائدتها على فئة معينة دون غيرها كما أن معظم الأفراد يستفيدون من هذه الأندية الرياضية، الأمر الذي يجعل الاستعانة بالعلاقات العامة في الأندية الرياضية شيئاً ضرورياً حتى يتم تحديد أهدافها وأغراضها وفلسفتها وأهميتها بشكل مشوق يدعو الأفراد إلى الاستفادة منها، والسعي إلى الاشتراك بها ولذلك فإن العلاقات العامة في الأندية الرياضية من الوظائف الإدارية الهامة التي توضح مكانة النادي الرياضي من حيث أهدافه ووظائفه وما يقدمه للمجتمع من خدمات.

• عرض ومناقشة نتائج المحور الثاني: النشاط الرياضي بالنادي:

جدول (9)

التكرارات والنسب المئوية ومعامل كا² لعبارات المحور الثاني

والخاص بالنشاط الرياضي بالنادي ن = 180

كا ²	غير موافق		إلى حد ما		موافق		م
	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	
*89.73	%65.55	118	%24.44	44	%10	18	1
*63.70	%13.88	25	%25.55	46	%60.55	109	2
*48.53	%31	56	%13.33	24	%55.55	100	3
*71.23	%15.55	28	%21.66	39	%62.77	113	4
*67.63	%19.44	35	%18.33	23	%62.22	112	5
*22.90	%54.44	98	%12.22	22	%13.88	25	6
*94.43	%67.22	121	%20	36	%12.77	33	7
*75.83	%19.44	35	%16.66	30	%63.88	115	8

م	موافق		إلى حد ما		غير موافق		كا ²
	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	
9	111	%61.66	25	%13.88	44	%24.44	*68.03
10	27	%15	38	%21.11	115	%63.88	*76.63
11	132	%73.33	21	%11.66	41	%22.77	*22.93
12	64	35.55	16	%8.88	100	%55.55	*59.20
13	28	%15.55	53	%29.44	99	%55	*43.23
14	118	%65.55	20	%11.11	42	%23.33	*88.13

* قيمة كا² الجدولية عند مستوى معنوية (0.05) = (5.990).

يتضح من الجدول رقم (9) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية في جميع عبارات المحور لصالح الاستجابة الأعلى حيث تراوحت قيمة كا² المحسوبة ما بين (22.90، 94.43).

- حصلت العبارة رقم (7) وهي (المنشآت والملاعب متوفرة في جميع الأوقات التي تتناسب مع الأعضاء) على أعلى قيمة لكا² بقيمة (94.43) وحصلت العبارة رقم (6) وهي (توجد عوامل الأمن والسلامة بالمنشآت الرياضية بالنادي عند ممارسة الأنشطة الرياضية) على أقل قيمة لكا² بقيمة (22.90).

- الاستجابة موافق: حصلت العبارة رقم (11) وهي (يتاح استغلال الملاعب في الإجازات الرسمية) على أعلى تكرار بقيمة (132) ونسبة مئوية قدرها (%73.33) والعبارة رقم (1) وهي (يتوافر اختيارات متعددة للأعضاء من الأنشطة الرياضية) على أقل تكرار بقيمة (18) ونسبة مئوية قدرها (%10).

- الاستجابة إلى حد ما: حصلت العبارة رقم (13) وهي (يتوافر أخصائين ومشرفين متخصصين لتنفيذ برنامج الأنشطة الأعضاء الرياضية) على أعلى تكرار بقيمة (53) ونسبة مئوية قدرها (%29.44) والعبارة رقم (12) وهي (تتناسب أعداد الأخصائين والمشرفين الرياضيين مع أعداد الأعضاء) على أقل تكرار بقيمة (16) ونسبة مئوية قدرها (%8.88).

- الاستجابة غير موافق: حصلت العبارة رقم (7) وهي (المنشآت والملاعب متوفرة في جميع الأوقات التي تتناسب مع الأعضاء) على أعلى تكرار بقيمة (121) ونسبة مئوية قدرها (67.22%) والعبارة رقم (2) وهي (توافر الكفايات الإدارية والفنية المتخصصة للأنشطة الرياضية) على أقل تكرار بقيمة (25) ونسبة مئوية قدرها (13.88%).

وتوضح الباحثة أن هناك ظاهرة غير حضارية من قبل شريحة من الشباب ممن هم مرتبطون بمتابعة أخبار ومباريات بعض الفرق نراهم يمارسون تصرفات غير مسؤولة وعبر شطحات غريبة عقب المباريات، وللقضاء على الظواهر السلبية الناجمة عن قيام شريحة من الشباب بتصرفات غير مسؤولة مرتبطة بمتابعة الفرق الرياضية تجدر الإشارة بأن تلك التصرفات الغربية نتيجة للفراغ الذي يعانيه الشباب الرياضي بصفة خاصة، حيث إن الجمهور الرياضي جمهور مثقف رياضياً وملم بكافة الأحداث الرياضية وبصورة ملفتة للانتباه وبالأخص لمتابعة أخبار لعبة كرة القدم وهذا ما أشاد به العديد من النقاد والمختصين في هذا المجال وعلى مختلف الصعد وتقع على عاتق العلاقات العامة بالنادي الرياضي تعديل سلوكيات هؤلاء الشباب.

وتوضح الباحثة أن عدم انتظام إجراء المسابقات الرياضية محلياً وبشكل منظم من خلال الاتحادات الرياضية للرفع من مستوى البطولة أو الكأس الذي يجد الجمهور متعته في متابعة أخباره وبشكل يومي جعل من تعطل هذا البرنامج مجالاً خصباً لإثارة بعض المشاكل من شريحة من الشباب الذي افتقد هواياته في متابعة أخبار الفرق التي يحرص على تشجيعها، وهذا ما جعله عرضة لتتبع أخبار الفرق الرياضية الأوروبية وإعطائها جل اهتماماته، كما أنه يجب وضع برنامج فني ومحلي للمنتخبات الوطنية تتسم بالاستمرارية وذلك من خلال الاحتكاك بالمنتخبات الرياضية الأخرى وإجراء المباريات الودية معها نظراً لشغف جمهورنا الرياضي وولعه بمنتخبه الوطني، والشواهد على ذلك كثيرة وهذا ما يجعله بمنأى عن التأثيرات السلبية المؤثرة والمتمثلة في متابعة الفرق الرياضية الأجنبية الأخرى، كما يجب الاهتمام بالفئات الصغرى لجميع الألعاب بحيث يكون تحت إشراف مدربين مؤهلين لخلق قاعدة عريضة من اللاعبين المميزين لكرة القدم، والتي تجد متابعيها من الجمهور الرياضي الذي يتشوق لخلق مثل هذه الفئات وهنا

يظهر الدور الكبير الذي تقوم به العلاقات العامة اتجاه هذه المشكلات، حيث تعمل العلاقات العامة بالنادي الرياضي على حلها.

وهذا يتفق مع دراسة أشرف صبحي محمد (2000م)⁽³⁴⁾ حيث أوضحت هذه الدراسة أنه لكي يتم التآلف بين الروابط الشبابية والأندية الرياضية ينبغي أولاً بناء الروابط الشبابية بالشكل الصحيح، والمتمثل في اختيار العناصر الفاعلة والقادرة لاستقطاب الشباب وتوجيههم التوجيه الأمثل لتنفيذ كافة البرامج الإيجابية التي تخص الشباب نظراً لأن الدور المميز الذي تقوم به الروابط الشبابية هو دور داعم ومكمل للأندية في احتضان الشباب والوقوف على مشاكلهم ومحاولة إزالة كافة العقبات التي تواجههم.

ويتفق مع دراسة جرونج ج James Gruning (1996م)⁽³⁵⁾ فكافة شرائح الشباب المتواجدين بالأندية هم أعضاء بالروابط الشبابية من المزاويلين للأنشطة الرياضية أو المشرفين على البرامج الثقافية أو الاجتماعية، فحتى يتم اكتمال بناء الهياكل الخاصة بالروابط الشبابية فإن التآلف شيء أكيد بينها وبين الأندية لتأدية الرسالة المناطة بها وهي إعداد جيل من الشباب الواعي الفاعل المدرك لحجم المسؤولية التاريخية الملقاة على عاتقه. أما الدور الحقيقي الذي يجب أن تقوم به روابط المشجعين بالأندية فلا بد أن يكون دوراً إيجابياً يتمثل في دعم الأندية مادياً ومعنوياً، والوقوف بشكل منتظم على كافة المشاكل اليومية التي تعترض سبيل الأندية وشد أزر النوادي الرياضية بما لإيجاد السبل الكفيلة لحل هذه المشاكل ناهيك عن التريض المستمر لكافة شرائح المجتمع لممارسة الرياضة الجماهيرية الفعلية على أرض الواقع من خلال الأندية الرياضية.

• عرض ومناقشة نتائج المحور الثالث: فاعلية العلاقات العامة في النشاط الرياضي والنادي الرياضي:

جدول (10)

التكرارات والنسب المئوية ومعامل كا² لعبارات المحور الثالث والخاص بفاعلية العلاقات

العامة في النشاط الرياضي والنادي الرياضي ن = 180

كا ²	غير موافق		إلى حد ما		موافق		م
	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	
*60.23	%21.11	38	%60.55	109	%18.33	33	1
*47.43	%56.66	102	%27.22	49	%16.11	29	2
*38.10	%21.66	39	%55	99	%23.33	42	3
*93.10	%67.22	121	%17.22	31	%15.55	28	4
*22.93	%22.77	41	%11.66	21	%73.33	132	5
*22.93	%22.77	41	%11.66	21	%73.33	132	6
*66.13	%60	108	%11.11	20	%28.88	52	7
*93.43	%18.33	33	%14.44	26	%67.22	121	8
*27.90	%51.66	93	%21.66	39	%26.66	48	9
*46.03	%31.11	56	%13.88	25	%55	99	10

* قيمة كا² الجدولية عند مستوى معنوية (0.05) = (5.990).

يتضح من الجدول رقم (10) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية في جميع عبارات المحور لصالح

الاستجابة الأعلى حيث تراوحت قيمة كا² المحسوبة ما بين (22.93، 93.43).

- حصلت العبارة رقم (8) وهي (العلاقات العامة تعمل على فهم الأعضاء لرؤية النادي)

على أعلى قيمة لكا² بقيمة (94.43) وحصلت العبارة رقم (5) وهي (يعتمد الناديالرياضي على العلاقات العامة في إظهار الأنشطة التي توجد به) على أقل قيمة لكا² بقيمة

(22.93) والعبارة رقم (6) وهي (يروج النادي للنشاط الرياضي باستخدام العلاقات العامة)

على أقل قيمة لكا² بقيمة (22.93).

- الاستجابة موافق: حصلت العبارة رقم (5) وهي (يعتمد النادي الرياضي على العلاقات العامة في إظهار الأنشطة التي توجد به) على أعلى تكرار بقيمة (132) ونسبة مئوية قدرها (73.33%) والعبارة رقم (6) وهي (يروج النادي للنشاط الرياضي باستخدام العلاقات العامة) على أعلى تكرار بقيمة (132) ونسبة مئوية قدرها (73.33%) والعبارة رقم (4) وهي (العلاقات العامة هي وسيلة جذب الأعضاء إلى النادي الرياضي) على أقل تكرار بقيمة (28) ونسبة مئوية قدرها (15.55%).

- الاستجابة إلى حد ما: حصلت العبارة رقم (1) وهي (تساهم العلاقات العامة في تطوير وتنمية النادي الرياضي) على أعلى تكرار بقيمة (109) ونسبة مئوية قدرها (60.55%) والعبارة رقم (7) وهي (العلاقات العامة تساهم في الإقبال على ممارسة النشاط الرياضي) على أقل تكرار بقيمة (20) ونسبة مئوية قدرها (11.11%).

- الاستجابة غير موافق: حصلت العبارة رقم (4) وهي (العلاقات العامة هي وسيلة جذب الأعضاء إلى النادي الرياضي) على أعلى تكرار بقيمة (121) ونسبة مئوية قدرها (67.22%) والعبارة رقم (8) وهي (العلاقات العامة تعمل على فهم الأعضاء لرؤية النادي) على أقل تكرار بقيمة (33) ونسبة مئوية قدرها (18.33%).

تشير الباحثة إلى أن العلاقات العامة لها دور هام وكبير في العوامل الاجتماعية داخل النشاط الرياضي والنادي الرياضي، حيث أنها كثيرة جداً ولها دورها المؤثر في النشاط الرياضي ومن هذه العوامل:

- التنشئة الاجتماعية.

- التفاعل العائلي.

- المستوى الاجتماعي والاقتصادي والثقافي.

وهذا يتفق مع دراسة كلا من عمرو علي عثمان (2003م)⁽³⁶⁾، إيم وجيرارد Aims J, B Gerrard (2002م)⁽³⁷⁾ حيث أشارت هذه الدراسات إلى أنه تعد الرياضة أحد الأنشطة الإنسانية المهمة، فلا يكاد يخلو مجتمع من المجتمعات الإنسانية من شكل من أشكال

الرياضية، بغض النظر عن درجة تقدم أو تخلف هذا المجتمع، وإن الاهتمامات المتزايدة بالرياضة أصبحت تشكل قضايا ومشكلات ذات طبيعة اجتماعية في جوهر.

ودور العلاقات العامة في إدارة النادي الرياضي فهناك العديد من المبادئ الذي تعمل من خلالها العلاقات العامة عند التصدي لإدارة أي أزمة تنشأ في المجال الرياضي، ومن هذه المبادئ:

- محدودية الأهداف.
- الحرص على عدم إحراج الخصم.
- توسيع نطاق المشاورات.
- توسيع قاعدة الدعم اللازم للقرار.
- تعزيز نظام الاتصالات.

وتذكر الباحثة أنه من الجدير بالذكر أنه أصبح من أحد جوانب الكفاءة الإدارية لأي منظمة رياضية هو قدرتها على استخدام العلاقات العامة بشكل فعال لتحجيم الصراعات بداخلها إلى أدنى مستوى ممكن ورغم ما تحمله الصراعات من آثار سلبية على المنظمة إلا أنه لا يخلو من آثار إيجابية يستلزم من الإدارة استغلالها لصالح التنظيم، وبصفة عامة يجب على الإدارة أن تهتم بإدارة الصراع منذ نشأته أو ظهوره في المنظمة الرياضية، ويجب أن يزداد هذا الاهتمام إذا زاد الصراع على المستوى المقبول والمرغوب والعمل على تخفيفه إلى هذا المستوى ويجب على الإدارة أن تولي نفس الاهتمام للصراع إذا كان مستواه منخفضاً عن المستوى المقبول والمرغوب أيضاً بحيث تعمل على تنشيطه.

- عرض ومناقشة نتائج المحور الرابع: دور العلاقات العامة في النادي الرياضي:

جدول رقم (11)

التكرارات والنسب المئوية ومعامل كا² لعبارات المحور الرابع

والخاص بدور العلاقات العامة في النادي الرياضي ن = 180

كا ²	غير موافق		إلى حد ما		موافق		م
	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	
*88.13	%23.33	42	%11.11	20	%65.55	118	1
*68.03	%24.44	44	%13.88	25	%61.66	111	2
*53.73	%31.11	56	12.22	22	%56.66	102	3
*32.93	%21.11	38	%25.55	46	%53.33	96	4
*15.60	%30	54	%23.33	42	%46.66	84	5
*44.40	%56.66	102	%23.33	42	%20	36	6
*30.10	%49.44	89	%16.11	29	%34.44	62	7
*66.10	%60.55	109	%12.22	22	%27.22	49	8

* قيمة كا² الجدولية عند مستوى معنوية (0.05) = (5.990).

يتضح من الجدول رقم (11) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية في جميع عبارات المحور لصالح

الاستجابة الأعلى حيث تراوحت قيمة كا² المحسوبة ما بين (15.60، 88.13).

- حصلت العبارة رقم (1) وهي (تعمل العلاقات العامة على توثيق الروابط والعلاقات بين

النادي والأندية الأخرى من خلال الاتصال الجيد والفعال) على أعلى قيمة لكا² بقيمة

(88.13) وحصلت العبارة رقم (5) وهي (تهتم القيادات الأكاديمية والإدارية والتربوية

بالسلوك الإيجابي للطلاب في المشاركات الرياضية الخارجية مما يؤدي إلى إظهار صورة طيبة عن

إعداد الجامعة للطلاب خلقياً) على أقل قيمة لكا² بقيمة (15.60).

- الاستجابة موافق: حصلت العبارة رقم (1) وهي (تعمل العلاقات العامة على توثيق الروابط والعلاقات بين النادي والأندية الأخرى من خلال الاتصال الجيد والفعال) على أعلى تكرار بقيمة (118) ونسبة مئوية قدرها (65.55%) والعبارة رقم (6) وهي (تشارك العلاقات العامة بفاعلية الطلاب والعاملين وأعضاء هيئة التدريس في مناسباتهم بوفود رسمية) على أقل تكرار بقيمة (36) ونسبة مئوية قدرها (20%).

- الاستجابة إلى حد ما: حصلت العبارة رقم (4) وهي (تحرص العلاقات العامة على إظهار المميزات ذات الطابع الخدمي في الإعلان عن النادي) على أعلى تكرار بقيمة (46) ونسبة مئوية قدرها (25.55%) والعبارة رقم (9) وهي (يسمح موقع للنادي باستقبال المقترحات والشكاوى من الأعضاء) على أعلى تكرار بقيمة (46) ونسبة مئوية قدرها (25.55%) والعبارة رقم (1) وهي (تعمل العلاقات العامة على توثيق الروابط والعلاقات بين النادي والأندية الأخرى من خلال الاتصال الجيد والفعال) على أقل تكرار بقيمة (20) ونسبة مئوية قدرها (11.11%).

- الاستجابة غير موافق: حصلت العبارة رقم (8) وهي (يوجد موقع إلكتروني للنادي للتواصل المستمر مع الجمهور) على أعلى تكرار بقيمة (109) ونسبة مئوية قدرها (60.55%) والعبارة رقم (4) وهي (تحرص العلاقات العامة على إظهار المميزات ذات الطابع الخدمي في الإعلان عن النادي) على أقل تكرار بقيمة (38) ونسبة مئوية قدرها (21.11%).

وتوضح الباحثة أن النشاط الذي تقوم به أجهزة العلاقات العامة بشكل ناجح يؤثر كثيراً في الأنشطة الأخرى ويتأثر بها. لذلك لا بد أن تكون إدارة العلاقات العامة على اتصال دائم ووثيق مع الإدارة العليا للنادي الرياضي، لذا فإن أي نادي رياضي يرغب في الاستفادة القصوى من نشاط العلاقات العامة، عليه أن يجعل موقعها قريباً جداً من الإدارة العليا في الهيكل التنظيمي له وذلك من أجل إتاحة المجال لإدارة العلاقات العامة للنادي الرياضي للمشاركة الفعلية باتخاذ القرارات الهامة في النادي الرياضي، وفي رسم السياسات العامة لها،

والتي تعكس فلسفة النادي الرياضي ومسؤولياته الاجتماعية تجاه فئات الجماهير المختلفة من أجل تحقيق خدمة الجمهور في هذا المجال على أحسن وجه.

وتوضح الباحثة لكي تأخذ إدارة العلاقات العامة في النادي الرياضي دوراً فعالاً يجب رفع مستوى إدارة العلاقات العامة إلى مستوى الإدارة العليا.

وتشير الباحثة أن إدارة العلاقات العامة وكما يظهر من تسميتها، لا تختص فقط بالعلاقات بين النادي الرياضي والجماهير الخارجية فقط، وإنما تهتم أيضاً بالعلاقات الداخلية التي هي أساس نجاح النادي الرياضي.

وهذا يتفق مع دراسة محمود السيد إسماعيل (2004م)⁽³⁸⁾ حيث أوضحت نتائج هذه الدراسة أنه يجب أن يكون هناك تنظيم داخلي للعلاقات العامة والتنظيم الداخلي هو عبارة عن التقسيمات الداخلية لإدارة العلاقات العامة التي تتألف من الوحدات التي تقوم بمجموعة من النشاطات الداخلية للعلاقات العامة بين جمهور العاملين في المؤسسة. ورغم أنه لا توجد تقسيمات ثابتة لدائرة العلاقات العامة الداخلية إلا أن أغلب المؤسسات الكبرى تشكل وحدات متخصصة في المجالات التالية لتغطي بها وظيفة العلاقات العامة الداخلية وهي:

- الإعلام الداخلي، الإعلانات، المعارض... (وهذه تفيد في إطلاع العاملين على منجزات المؤسسة التي ما تحققت إلا بجهود العاملين فيها) وذلك بهدف رفع معنوياتهم وتعميق شعورهم بالانتماء والفخر بمؤسستهم.

- وحدات النشاط الاجتماعي (الترفيهي والثقافي) وذلك لزيادة معلومات وتخصص العاملين وزيادة النشاط الرياضي.

وهذا يتفق مع دراسة وفاء صلاح عبد الرحمن (2007م)⁽²²⁾ حيث ذكرت هذه الدراسة أنه لا تقتصر وظائف إدارة العلاقات العامة الداخلية على تنمية العلاقات داخل المؤسسة، إنما تتعداها إلى الجماهير الخارجية التي تتألف مما يلي إضافة إلى جمهور العاملين:

- جمهور المؤسسين وهم أصحاب فكرة إنشاء المشروع.
- جمهور المالكين وهم الممولون وحملة الأسهم.

- جمهور المستهلكين وهم العملاء المحتاجون لسلع أو خدمات المشروع.
- جمهور المجتمع وهم أفراد المجتمع الأكبر.
- جمهور الناقدین وهم المتعلمون الذين يقيمون أداء المشروع.
- جمهور الحكومة وموظفيها الذين تتعامل معهم المنظمة في تأسيسها وإجازتها وحساباتها ودخلها والخضوع للقوانين التي تشرف على تطبيقها دوائر حكومية متخصصة.
- جمهور المجهزين وهم مجهزو المواد الأولية للمشروع.
- جمهور الوكلاء وهم وكلاء الجملة والأفراد الذين يبيعون سلع وخدمات المشروع.
- جمهور المنافسين وهم أصحاب المشروعات المشابهة الذين يتنافسون بطريقة أو بأخرى مع المشروع لغرض جودة سلعهم أو خدماتهم لتصريفها وتقليص تصريف منتجات المشروعات المشابهة الأخرى.

- عرض ومناقشة نتائج المحور الخامس: دور العلاقات العامة في ممارسة النشاط الرياضي:

جدول (12)

التكرارات والنسب المئوية ومعامل كا² لعبارات المحور الخامس والخاص بدور العلاقات

العامة في ممارسة النشاط الرياضي ن = 180

كا ²	غير موافق		إلى حد ما		موافق		م
	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	
*71.23	%15.55	28	%21.66	39	%62.77	113	1
*63.70	%13.88	25	%25.55	46	%60.65	109	2
*25.43	%21.11	38	%28.33	51	%50.55	91	3
*78.70	%64.44	116	%19.44	35	%16.11	29	4
*14.80	%32.22	58	%22.22	40	%45.55	82	5
*31.30	%21.11	38	%26.11	47	%52.77	95	6

م	موافق		إلى حد ما		غير موافق		كا ²
	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	
7	37	%20.55	78	%43.33	65	%36.11	*14.63
8	79	%43.88	49	%27.22	52	%28.88	*9.10
9	39	%21.66	55	%30.55	86	%47.77	*19.03
10	115	%63.88	30	%16.66	35	%19.44	*75.83
11	100	%55.55	24	%13.33	56	%31	*48.53
12	112	%62.22	33	%18.33	35	%19.44	*67.63
13	101	%56.11	27	%15	52	%28.88	*47.23
14	116	%64.44	35	%19.44	29	%16.11	*78.70

* قيمة كا² الجدولية عند مستوى معنوية (0.05) = (5.990).

يتضح من الجدول رقم (12) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية في جميع عبارات المحور لصالح الاستجابة الأعلى حيث تراوحت قيمة كا² المحسوبة ما بين (9.10، 78.70).

- حصلت العبارة رقم (4) وهي (تهتم إدارة العلاقات العامة باستخدام التقنيات الحديثة عن طريق إدارة النادي إلكترونياً) على أعلى قيمة لكا² بقيمة (78.70) والعبارة رقم (14) وهي (تسعى العلاقات العامة على مواكبة التطورات العلمية من خلال الاتصال بالجهات الأجنبية والمحلية ذات الصلة العلمية) على أعلى قيمة لكا² بقيمة (78.70) وحصلت العبارة رقم (8) وهي (تقوم العلاقات العامة بتبادل الخبرات والأفكار مع الأندية الأخرى من خلال استقبال الوفود الزائرة) على أقل قيمة لكا² بقيمة (9.10).

- الاستجابة موافق: حصلت العبارة رقم (14) وهي (تسعى العلاقات العامة على مواكبة التطورات العلمية من خلال الاتصال بالجهات الأجنبية والمحلية ذات الصلة العلمية) على أعلى تكرار بقيمة (116) ونسبة مئوية قدرها (%64.44) والعبارة رقم (4) وهي (تهتم إدارة

العلاقات العامة باستخدام التقنيات الحديثة عن طريق إدارة النادي إلكترونياً على أقل تكرار بقيمة (29) ونسبة مئوية قدرها (16.11%).

- الاستجابة إلى حد ما: حصلت العبارة رقم (7) وهي (تقوم العلاقات العامة بالتجهيز للمشاركة في الأعياد القومية بوفد من النادي للتواصل المجتمعي الخارجي) على أعلى تكرار بقيمة (78) ونسبة مئوية قدرها (16.11%) والعبارة رقم (11) وهي (تحرص العلاقات العامة على التواصل الإلكتروني مع الجمهور لتدعيم الاتصال الخدمي) على أقل تكرار بقيمة (24) ونسبة مئوية قدرها (13.33%).

- الاستجابة غير موافق: حصلت العبارة رقم (4) وهي (تهتم إدارة العلاقات العامة باستخدام التقنيات الحديثة عن طريق إدارة النادي إلكترونياً على أعلى تكرار بقيمة (116) ونسبة مئوية قدرها (64.44%) والعبارة رقم (2) وهي (تحرص العلاقات العامة على فتح قنوات اتصال جديدة مع مختلف الهيئات والجماهير التي تتعامل معها) على أقل تكرار بقيمة (25) ونسبة مئوية قدرها (13.88%).

وتوضح الباحثة أن النشاط الذي تقوم به أجهزة العلاقات العامة بشكل ناجح في ممارسة النشاط الرياضي داخل النادي الرياضي يؤثر كثيراً بالأنشطة الأخرى ويتأثر بها. لذلك لا بد أن تكون إدارة العلاقات العامة على اتصال دائم ووثيق مع الإدارة العليا للنادي الرياضي، لذا فإن أي نادي يرغب في الاستفادة القصوى من نشاط العلاقات العامة، عليه أن يجعل موقعها قريباً جداً من الإدارة العليا في الهيكل التنظيمي له. وذلك من أجل إتاحة المجال لإدارة العلاقات العامة للمشاركة الفعلية باتخاذ القرارات الهامة في النادي الرياضي، وفي رسم السياسات العامة له، والتي تعكس فلسفة النادي الرياضي ومسؤولياته الاجتماعية تجاه فئات الجماهير المختلفة من أجل تحقيق أهداف النادي الرياضي في هذا المجال على أحسن وجه.

وتوضح الباحثة أن وظيفة العلاقات العامة مهمة، وذات أثر كبير على النادي الرياضي ككل، لذا فإن إدارة العلاقات العامة يجب أن تعمل بإشراف أعلى شخص يدير النادي الرياضي ولكن للأسف بعض الأندية الرياضية لا تعطي هذه الأهمية لها، فقد تجدها أحياناً تحت إشراف

مدير الإعلان وأحياناً تحت إشراف مدير المبيعات، وأحياناً تتبع إلى مدير المالية أو مدير الدائرة القانونية، وهذه المواقف المتباينة لا تقدم نتائج مرضية.

ويرى المتخصصين أن الأهداف التقليدية لإدارة العلاقات العامة استقرت على تحقيق الكفاءة الإدارية للوصول إلى الأهداف المرسومة بأقل تكاليف وبأقل وقت وأفضل جودة وتعريف الجمهور بها من خلال قسم العلاقات العامة الذي يهدف إلى السعي الفعال نحو تحقيق أداء على مستوى عالٍ من الجودة وبخاصة في إعداد البرامج والنشاطات، والتوعية بأهداف النادي الرياضي وسياساتها والعمل على إيضاح برامجها وإرشاد الجمهور إلى الخدمات التي تؤديها وكيفية الحصول عليها والأهم الوصول إلى هدف تأسيس هوية النادي الرياضي وصورة قيادية للنادي الرياضي في المجتمع وتدعيم العلاقة بالجمهور بوسائل الاتصال المتعددة.

وتشير الباحثة إلى أنه يقع على عاتق قسم العلاقات العامة مسؤولية تكوين الصورة الإيجابية عن النادي الرياضي على أساس من الحقائق والمعلومات الصحيحة، لذا فإن برامج العلاقات العامة في الأندية الرياضية تعد محاولات مخططة بإتقان تخلق نوع من الصلات التي تسهم في دعم جوانب الفهم والاحترام بين النادي الرياضي والجمهور، ومن أهم البرامج التي تعدها العلاقات العامة لبناء صورة جيدة للأندية الرياضية:

- أعداد الحملات الإعلامية بأنواعها المختلفة (حملات التعليم وتدعيم الاتجاه والسلوك، حملات الإقناع واكتساب سلوكيات معينة، تعديل سلوكيات وعادات قديمة).
- الاستخدام الفعال لبرامج العلاقات العامة لتصحيح الأفكار الخاطئة وإثارة اهتمام الجمهور بنشاط النادي الرياضي وأهميته.
- لتحقيق الصورة السليمة للنادي الرياضي والذي تعده برامج العلاقات العامة وضوح الهدف الذي يجب أن يضعه المسؤولون في الإدارة والدراية بالجمهور المستهدف وتحديد ميزانية البرنامج وتحديد الجدول الزمني الخاص بالبرنامج وإبراز جوانب التميز والتفوق في المجتمعات والقدرات والخدمات.

وهذا يتفق مع دراسة كلاً من هيثم محمد يوسف (2003م)⁽³⁹⁾، غادة فاروق عبد الفتاح (2000م)⁽⁴⁰⁾ حيث بينت الدراسات أن تقوم الصورة المثالية للعلاقات العامة على الانطباع الحقيقي المستند إلى التجربة والمعرفة والفهم للحقائق، لذا من الصعب تحسين الصورة بل من الممكن اكتساب صورة جيدة عند تقديم الأسباب التي نجمت عن تشويه الصورة سواء كانت عن سلوك غير قويم أو عن تلقي معلومات خاطئة، من هنا فلا بد من إعداد والعلاقات العامة لبرنامج فعال يشتمل على إستراتيجيات محددة لتغيير اتجاهات الجمهور وصورة المؤسسة لدى أفرادها من أجل تحقيق نتائج ملموسة يستطيع من خلالها المؤسسة تحقيق أهدافها وتكوين اتصال قوي بينها وبين جمهورها والوصول إلى صورة ذهنية إيجابية لها.

الاستخلاصات والتوصيات:**أولاً: الاستخلاصات:**

- في ضوء أهداف البحث ونتائجه وفي حدود عينة البحث وخصائصها ونتائج المعالجات الإحصائية وبعد عرض ومناقشة النتائج أمكن للباحثة التوصل إلى الاستخلاصات التالية:
- أن الاشتراك في الأنشطة الرياضية يجدد النشاط البدني والحركي.
 - أن الاشتراك في الأنشطة الطلابية الرياضية يزيد الشعور بالانتماء نحو النادي الرياضي.
 - تشارك العلاقات العامة بفاعلية العاملين وأعضاء النادي الرياضي في مناسباتهم بوفود رسمية.
 - تعمل ممارسة الأنشطة الرياضية على رفع مستوى اللياقة البدنية.
 - تساعد ممارسة الأنشطة الطلابية الرياضية على استثمار الطاقة الزائدة لدى الأعضاء.
 - تعمل العلاقات العامة بتبادل الخبرات والأفكار مع الأندية الرياضية الأخرى من خلال استقبال الأعضاء والوفود الزائرة.
 - تقدم العلاقات العامة بالنادي الرياضي التسهيلات والإشراف المباشر على الأنشطة الرياضية.

ثانياً: التوصيات:

- في حدود عينة البحث وفي ضوء النتائج التي توصلت إليها الباحثة توصي الباحثة بالآتي:
- تفادي المعوقات التي تحد من إقبال الأعضاء على المشاركة في الأنشطة الرياضية.
 - توعية الأعضاء غير الممارسين للأنشطة الرياضية بالآثار الإيجابية التي تعود عليهم من ممارسة تلك الأنشطة لزيادة عدد المستفيدين من الأنشطة الرياضية.
 - التأكيد على أهمية تطوير أداء مشرفي الأنشطة الرياضية في النادي وذلك من خلال عقد ورش عمل لتنفيذ الأنشطة الرياضية، عقد دورات تدريبية في مجال تطوير العلاقات العامة.

- بذل الجهود من قبل إدارة الأنشطة الرياضية وإدارة النادي الرياضي للعمل على تفعيل الأنشطة الرياضية، ودراسة سبل التفعيل التي تم التوصل إليها، وبصفة خاصة تخصيص أوقات لممارسة الأنشطة الرياضية.
- حث أعضاء النادي الرياضي على تشجيع أبنائهم على ممارسة الأنشطة الرياضية وتذليل العقبات التي تعيقهم مثل مواعيد الاختبارات وأعمال السنة وغيرها.
- زيادة مشاركة النادي الرياضي في المناسبات المجتمعية المختلفة.
- ضرورة تطوير مفهوم العلاقات العامة لدى النادي الرياضي وفقا للتطور الحاصل في تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات لذا يجب أن تنصب جهود النادي الرياضي نحو الاهتمام بالعلاقات العامة وتطوير وتحديث وظائفها وممارستها أن يكون لها دور فعال على الموقع الإلكتروني للنادي الرياضي وهذا يؤكد على ضرورة تعلم وتطبيق ممارسي العلاقات العامة وسائل التكنولوجيا الحديثة في ممارستهم لوظائفهم.
- تحديد الأنشطة الأساسية للعلاقات العامة تحديدا دقيقا وإسنادها إلى أجهزة العلاقات العامة وفقا للتخصصات الموجودة دون إسناد أي أنشطة أو أعمال ليست من اختصاصات العلاقات العامة.
- العمل على اختيار الكوادر المؤهلة وزيادة عددها بالكم اللازم.
- أن تعمل العلاقات العامة ضمن برامجها الاتصالية على تنمية الشعور بالفخر والاعتزاز لدى العاملين بانتمائهم للنادي الرياضي.

المراجع

- 1- مصطفى السيد باهي ومحمد متولى عفيفي (2001م): سيكولوجية الإدارة الرياضية، القاهرة.
- 2- محمد محمد البادي (1991م): المشكلات المهنية في العلاقات العامة، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة.
- 3- أحمد محمد المصري (1985): العلاقات العامة، مؤسسة شباب الجامعة، القاهرة.
- 4- Bronson, R.T (1987): Public relations and promotion in sport, U.S. sport Academy.
- 5- Cutlips, Allen C & Gelen Broon (1994): Effective public relations Engle wood, prentice hall, New Jersey.
- 6- محمد عبد الفتاح (1994م): العلاقات العامة في المؤسسات الاجتماعية: أسس ومبادئ، المكتب العلمي للكمبيوتر والنشر، الإسكندرية.
- 7- علي عجوة (2003م): الأسس العلمية للعلاقات العامة، عالم الكتب، القاهرة.
- 8- وفاء صلاح عبد الرحمن (2007م): تأثير الاستعدادات الخاصة لدى العاملين بالعلاقات العامة على أدائهم المهني، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة الزقازيق.
- 9- أحمد محمد المصري (2000م): العلاقات العامة وأهميتها في العصر الحديث، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية.
- 10- جميل أحمد خضر (1998م): العلاقات العامة، دار المسيرة والتوزيع والطباعة، عمان.

- 11- غريب عبد السميع (1996م): الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية.
- 12- محمود يوسف مصطفى (2009م): العلاقات العامة في المجال التطبيقي، توزيع الدار العربية النشر والتوزيع.
- 13- سمير عبد الحميد علي (2005م): الإعلام والعلاقات العامة في المجال الرياضي.
- 14- عبد السلام أبو قحف (2000م): هندسة الإعلان والعلاقات العامة، دار المعرفة الجامعية.
- 15- إسماعيل محمد السيد (1990م): الإدارة الإستراتيجية مفاهيم وحالات تطبيقية، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية.
- 16- أشرف صالح (2005م): تصميم المطبوعات الإعلامية، ط21، القاهرة.
- 17- Gruning, James (1996): P. Rin Strategic management and strategic management of P.R, Faculty of Humanities and social sciences, united Arab Emirates, University, Alain.
- 18- محمد عبد الفتاح (1994م): العلاقات العامة في المؤسسات الاجتماعية، مرجع سابق.
- 19- أشرف عبد المعز عبد الرحيم (1996م): تقويم اقتصاديات الأندية الرياضية المصرية رسالة دكتوراه، كلية التربية الرياضية بنين، جامعة حلوان.
- 20- أمير أحمد عبده (2003م): وضع إستراتيجية للخدمة الترويحية الرياضية بمراكز شباب المدن بمحافظة بورسعيد، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية الرياضية ببورسعيد، جامعة قناة السويس.

- 21- عمرو علي عثمان (2003م): إستراتيجية للنهوض بكرة اليد في منطقة قناة السويس، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية الرياضية ببورسعيد، جامعة قناة السويس.
- 22- أشرف صبحي محمد (2000م): نموذج مقترح لإدارة العلاقات العامة في المجال الرياضي، دراسة دكتوراه، غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنين جامعة حلوان، القاهرة.
- 23- نهلة محمد العري (2001م): محتوى دراسي مقترح لمقرر العلاقات العامة، بكليات التربية الرياضية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية، جامعة أسيوط.
- 24- محمود السيد إسماعيل (2004م): وضع إستراتيجية للعلاقات العامة في الأندية الرياضية بمدن القناة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية ببورسعيد، جامعة قناة السويس.
- 25- غادة فاروق عبد الفتاح (2000م): مطبوعات العلاقات للاستخدامات والإشباع، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- 26- وفاء صلاح عبد الرحمن (2007م): تأثير الاستعدادات الخاصة لدى العاملين بالعلاقات العامة على أدائهم المهني، مرجع سابق.
- 27- هيثم محمد يوسف (2003م): الأسس العلمية لتحرير مطبوعات العلاقات العامة مع دراسة تطبيقية على مطبوعات عينة من الوزارات المصرية في الفترة من 1995م-1998م، رسالة ماجستير، كلية الآداب، جامعة الزقازيق.
- 28- Gruning, James (1996): P. Rin Strategic management and strategic management of P. R, مرجع سابق

- 29- Nicholas K. Krir (1997): P. R Strategies case study unpublished master degree, university of Alberta Canadian, Edition.
- 30- Amis J. Gerrard B, Maaws M, Slack T, Mason, D. (2002): The Strategic management of sport organizations, (NASSM) abstracts, available at.
- 31- أمير أحمد عبده (2003م): وضع إستراتيجية للخدمة الترويجية الرياضية بمراكز شباب المدن بمحافظة بورسعيد، مرجع سابق.
- 32- Nicholas K. Krir (1997): P. R Strategies case study unpublished master degree, university of Alberta Canadian, Edition.
- 33- نهلة محمد العربي (2001م): محتوى دراسي مقترح لمقرر العلاقات العامة، بكليات التربية الرياضية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية، جامعة أسيوط.
- 34- أشرف صبحي محمد (2000م): نموذج مقترح لإدارة العلاقات العامة في المجال الرياضي، مرجع سابق.
- 35- Gruning, James (1996): P. Rin Strategic management and strategic management of P. R, مرجع سابق
- 36- عمرو علي عثمان (2003م): إستراتيجية للنهوض بكرة اليد في منطقة قناة السويس، مرجع سابق.
- 37- Amis J. Gerrard B, Maaws M, Slack T, Mason, D. (2002): The Strategic management of sport organization, مرجع سابق
- 38- محمود السيد إسماعيل (2004م): وضع إستراتيجية للعلاقات العامة في الأندية الرياضية بمدن القناة، مرجع سابق.

- 39- هيثم محمد يوسف (2003م): الأسس العلمية لتحرير مطبوعات العلاقات العامة مع دراسة تطبيقية على مطبوعات عينة من الوزارات المصرية في الفترة من 1995م-1998م، مرجع سابق.
- 40- غادة فاروق عبد الفتاح (2000م): مطبوعات العلاقات للاستخدام والإشباع، مرجع سابق.

مرفق (1)

بيان بأسماء السادة الخبراء ووظائفهم الحالية

أولاً: أسماء السادة الخبراء الأكاديميين في مجال الإدارة الرياضية*

م	اسم الخبير	الوظيفة الحالية
1	أ.د/ كمال الدين درويش	أستاذ متفرغ بكلية التربية الرياضية الهرم جامعة حلوان
2	أ.د/ ليلي عبد العزيز زهران	أستاذ متفرغ بكلية التربية الرياضية بنات الجزيرة - جامعة حلوان
3	أ.د/ ليلي عثمان	أستاذ ورئيس قسم الإدارة الرياضية والترويح بكلية التربية الرياضية بنات الجزيرة - جامعة حلوان

ثانياً: أسماء السادة الخبراء المتخصصين في مجال العلاقات العامة*

م	اسم الخبير	الوظيفة الحالية
1	أ.د/ علي عجوة	أستاذ متفرغ كلية الإعلام جامعة القاهرة
2	أ.د/ محمود يوسف مصطفى	وكيل كلية الإعلام لشؤون البيئة جامعة القاهرة

* أسماء السادة الخبراء مرتبة وفقاً لترتيب الحروف الأبجدية بكل مجال.

استمارة استبيان إستراتيجية للعلاقات العامة لتحقيق أهداف ممارسة النشاط الرياضي
بالأندية الرياضية بدولة الكويت

السيد الأستاذ/

نادي/ الرياضي.

تحية طيبة وبعد،،،

تقوم الباحثة/ يسري فيصل دهش العطير

بعمل بحث إنتاج علمي بعنوان "وضع إستراتيجية للعلاقات العامة لتحقيق أهداف ممارسة
النشاط الرياضي بالأندية الرياضية بدولة الكويت".

لذا نرجو من سيادتكم إبداء الرأي على مجموعة من العبارات التي تدرج تحت كل محور بوضع
علاقة (✓) أمام كل عبارة وفق ما ترونه سيادتكم مناسباً.

وأتقدم لسيادتكم بخالص الشكر والتقدير

الباحثة

المحور الأول: أهداف النشاط الرياضي:

م	العبارات	موافق	إلى حد ما	غير موافق
1	تساعد الأنشطة الرياضية على تحسين السلوك والقيم والاهتمامات والميول.			
2	الاشتراك في الأنشطة الرياضية يزيد الشعور بالانتماء نحو الوطن.			
3	ممارسة الأنشطة الرياضية تشبع الاحتياجات البدنية.			
4	تساعد ممارسة الأنشطة الرياضية على تجدد النشاط الذهني للأعضاء.			
5	تزود الأنشطة الرياضية ممارسيها بقيم وسلوكيات إيجابية ترتبط بالحياة.			
6	تساعد ممارسة الأنشطة الرياضية على تفرغ الطاقات بطريقة إيجابية.			
7	تساهم ممارسة الأنشطة الرياضية في توطيد العلاقات بين الأعضاء.			
8	تعمل الأنشطة الرياضية على الارتقاء بجميع الأجهزة الحيوية للجسم.			

المحور الثاني: النشاط الرياضي بالنادي:

م	العبارات	موافق	إلى حد ما	غير موافق
1	يتوافر اختيارات متعددة للأعضاء من الأنشطة الرياضية.			
2	تتوافر الكفايات الإدارية والفنية المتخصصة للأنشطة الرياضية.			
3	يوجد تكريم للمشاركين في الأنشطة الرياضية بشكل مشرف.			
4	تتوافر المنشآت اللازمة لتنفيذ برامج الأنشطة الرياضية.			
5	تتناسب الملاعب وأعداد الأعضاء المشاركين في الأنشطة الرياضية.			
6	توجد عوامل الأمن والسلامة بالمنشآت الرياضية بالنادي عند ممارسة الأنشطة الرياضية.			
7	المنشآت والملاعب متوفرة في جميع الأوقات التي تتناسب مع الأعضاء.			
8	يوجد صالات مجهزة لرفع مستوى اللياقة البدنية.			
9	يوجد منشآت للممارسة الألعاب المائية.			
10	تتوافر الأدوات والأجهزة الرياضية بالأعداد الكافية.			
11	يتاح استغلال الملاعب في الإجازات الرسمية.			
12	تتناسب أعداد الأخصائيين والمشرفين الرياضيين مع أعداد الأعضاء.			
13	يتوافر أخصائيين ومشرفين متخصصين لتنفيذ برامج الأنشطة الأعضاء الرياضية.			
14	يسعى الأخصائيين والمشرفين الرياضيين لتفهم ميول واتجاهات الأعضاء.			

المحور الثالث: فاعلية العلاقات العامة في النشاط الرياضي والنادي الرياضي:

م	العبارات	موافق	إلى حد ما	غير موافق
1	تساهم العلاقات العامة في تطوير وتنمية النادي الرياضي.			
2	تعمل العلاقات العامة على الترويج للنادي الرياضي.			
3	العلاقات العامة تعمل على تطوير النشاط الرياضي في النادي.			
4	العلاقات العامة هي وسيلة جذب الأعضاء إلى النادي الرياضي.			
5	يعتمد النادي الرياضي على العلاقات العامة في إظهار الأنشطة التي توجد به.			
6	يروج النادي للنشاط الرياضي باستخدام العلاقات العامة.			
7	العلاقات العامة تساهم في الإقبال على ممارسة النشاط الرياضي.			
8	العلاقات العامة تعمل على فهم الأعضاء لرؤية النادي.			
9	دور العلاقات العامة ربط أهداف النادي مع أهداف النشاط الرياضي والأعضاء.			
10	دور العلاقات العامة حلقة وصل بين أعضاء النادي ومجلس الإدارة.			

المحور الرابع: دور العلاقات العامة في النادي الرياضي.

م	العبارات	موافق	إلى حد ما	غير موافق
1	تعمل العلاقات العامة على توثيق الروابط والعلاقات بين النادي والأندية الأخرى من خلال الاتصال الجيد والفعال.			
2	تقوم العلاقات العامة بتحسين وعي الطلاب بأهمية التعليم من خلال الندوات والدورات والمؤتمرات.			
3	تعطى العلاقات العامة صورة طيبة عن الجامعات الخاصة من خلال تسهيلات الإجراءات الدراسية للطلاب.			
4	تحرص العلاقات العامة على إظهار المميزات ذات الطابع الخدمي في الإعلان عن النادي.			
5	تهتم القيادات الأكاديمية والإدارية والتربوية بالسلوك الإيجابي للطلاب في المشاركات الرياضية الخارجية مما يؤدي إلى إظهار صورة طيبة عن إعداد الجامعة للطلاب خلقيا.			
6	تشارك العلاقات العامة بفاعلية الطلاب والعاملين وأعضاء هيئة التدريس في مناسباتهم بوفود رسمية.			
7	تحرص العلاقات العامة على استثمار الأنشطة الطلابية الرياضية في المنافسات الخارجية للتعريف بالنادي.			
8	يوجد موقع إلكتروني للنادي للتواصل المستمر مع الجمهور.			
9	يسمح موقع للنادي باستقبال المقترحات والشكاوى			

م	العبارات	موافق	إلى حد ما	غير موافق
	من الأعضاء.			
10	يتيح موقع النادي التعرف على النتائج الخاصة بالأعضاء.			
11	يتيح الموقع الاطلاع على كل ما هو جديد بالنادي.			

المحور الخامس: دور العلاقات العامة في ممارسة النشاط الرياضي:

م	العبارات	موافق	إلى حد ما	غير موافق
1	الترويج الدائم والفعال لخطط وبرامج الأنشطة الرياضية بالنادي عن طريق وسائل الإعلان والإعلام المناسب.			
2	تحرص العلاقات العامة على فتح قنوات اتصال جديدة مع مختلف الهيئات والجماهير التي تتعامل معها.			
3	تقوم العلاقات العامة بكسب ثقة الأعضاء نحو الالتحاق بالأنشطة الرياضية من خلال استخدام الإمكانيات المادية والبشرية في الإعلان عنها والترويج لها.			
4	تهتم إدارة العلاقات العامة باستخدام التقنيات الحديثة عن طريق إدارة النادي إلكترونياً.			
5	تستخدم المنشآت الترفيهية بالنادي في استقبال دور الأيتام.			
6	تساهم العلاقات العامة في التنسيق مع كوادر لعمل دورات تنفيذ المجتمع المحيط داخل النادي.			
7	تقوم العلاقات العامة بالتجهيز للمشاركة في الأعياد القومية بوفد من النادي للتواصل المجتمعي الخارجي.			
8	تقوم العلاقات العامة بتبادل الخبرات والأفكار مع الأندية الأخرى من خلال استقبال الوفود الزائرة.			
9	تحرص العلاقات العامة على إبراز الأنشطة الرياضية من خلال التغطية الإعلامية لها.			
10	تعمل العلاقات العامة على التعريف بالنادي ومميزاتها من خلال إصدار المطبوعات والنشرات والكتيبات			

م	العبارات	موافق	إلى حد ما	غير موافق
	للجامعة وترويجها.			
11	تحرص العلاقات العامة على التواصل الإلكتروني مع الجمهور لتدعيم الاتصال الخدمي.			
12	تساهم العلاقات العامة في إنجاح الأنشطة الرياضية التي تعمل بشكل جيد على كسب وتأييد أولياء الأمور.			
13	يعمل مسئول العلاقات العامة تقديم التسهيلات والإشراف المباشر على السفر والعودة للأعضاء.			
14	تسعى العلاقات العامة على مواكبة التطورات العلمية من خلال الاتصال بالجهات الأجنبية والمحلية ذات الصلة العلمية.			