

" واقع إدارة العلاقات العامة بالاتحاد المصري لكرة السلة "

أ. د. / عادل عبدالمنعم مكي

م. د. / وليد رزق بدر

م. د. / محمد حامد فتحي

\*\*\* الباحثة / ولاء محمد صلاح الضوي

### المقدمة ومشكلة البحث:

تعد الإدارة عملية إنسانية مستمرة تعمل على تحقيق أهداف جيدة وعلى استخدام الجهد البشرى في الاستعانة بالإمكانيات البشرية والمادية المتاحة، وذلك في شكل نشاط إنساني متكرر ومستمر، وهذا النشاط يوجد في كل المؤسسات وعلى كافة المستويات سواء كانت هذه المؤسسات حكومية أو أهلية. (٢١: ١)

وتعتبر الإدارة هي المسئولة عن نجاح أى نشاط وهى التى تؤدى إلى تقدم أو تخلف أى نشاط والتي يمكن عن طريقها تحقيق أهداف أى منظمه من المنظمات أو أى مجتمع من المجتمعات. (١٧: ٢)

وتتميز الإدارة الحديثة بملامح أساسيه تتمثل فى توجيه جهود الإدارة وأنشطتها على تحقيق رضا العملاء واستثمار الطاقات الخلاقة والقوى البشرية وذلك لأن البشر هم الدعامة الأساسية للنجاح ، لذلك فهى تؤمن بالعمل الجماعى لتساعد العاملين على الابتكار والإبداع والمشاركة الجادة فى تحقيق مستوى أكبر من التميز والتفوق من خلال نظم محدد وموضوعه بإحكام ، كما يتم اتخاذ القرارات بناء على جمع واستخدام البيانات المعتمدة على الملاحظة والخبرة والتجربة ليتم الاستفادة من الحقائق فى عملية التغيير وإحداثها. (١٦: ٣٤)

يري "محمود محمد الجوهري" نقلا عن "عبد المحي محمود صالح" ان العلاقات العامة عبارة عن "فن معاملة الجمهور وكسب رضاه او الفن الذي يرسم الطريق للحصول علي رضا الجماهير لتحقيق المصلحة العامة" (١١ : ٢٨)

ويذكر عبد السلام أبو قحف (٢٠٠١م) أن العلاقات العامة هي الوظيفة الإدارية المستمرة والمخططة، والتي تسعى من خلالها المنظمات إلى كسب تفاهم وتعاطف وتأييد الجماهير الداخلية والخارجية والحفاظ على استمراره، وذلك بدراسة الراي العام وللتأكد من توافقه مع سياسات المنظمة وأوجه نشاطها، وتحقيق المزيد من التعاون والأداء الفعال للمصالح المشتركة بين المنظمات وجماهيرها باستخدام الإعلام الشامل المخطط. (١٠ : ٣٢٥)

ويذكر محمد محفوظ (٢٠٠٤م) أن العلاقات العامة أداة من أدوات الاتصال الجماهيري، لكونها تقوم بدور مهم في تزويد الجماهير بالحقائق، وتمكنه من تكوين آراء منطقية سليمة حول المسائل المختلفة، وحاجة المنشآت التي تعامل مع الأفراد والجماعات، وخاصة من تمارس أعمالاً لها ارتباط مباشر مع الجمهور والعلاقات العامة لا تختلف من منظمة لأخرى مهما اختلفت طبيعة أنشطة هذه المنظمات. (١٩ : ٢٤)

تعتبر كرة السلة واحدة من الأنشطة الرياضية التي لاقت استحسانا واقبالا من الأطفال والشباب من الجنسين ، ولقد كان لازدياد اعداد الممارسين والمشاهدين لكرة السلة من الجنسين ما دعا الي تأسيس الاتحادات التي ترعي شؤون هذه اللعبة ، كما نظمت لها اللقاءات علي مختلف المستويات سواء كان محليا او دوليا او قاريا او اولمبيا . ( ١٥ : ١٧ )

تم إشهار الاتحاد المصري لكرة السلة عام ١٩٥٧م ،وفي نفس العام وبعد استقرار القواعد الفنية لممارسة كرة السلة ، تكون اول مجلس إدارة للاتحاد المصري لكرة السلة ، وبدا المجلس في محاولة نشر اللعبة علي مستوي الدولة ، وفي عام ١٩٦١م انضم الاتحاد الي الاتحاد الدولي للعبة ، ويعتبر الاتحاد المصري لكرة السلة هو اول اتحاد عربي وافريقي وكان لمصر الفضل في نشر اللعبة في ارجاء الوطن العربي . ( ٢٧ : ١ )

ومن خلال ما سبق يرى الباحثة أن مجال العمل في الاتحاد المصري لكرة السلة يتطلب من العلاقات العامة تحقيق وظائفها من خلال تطبيق مجموعة من البرامج التي بها الكثير من نواحي القصور في التخطيط والتنفيذ ، وكذلك تأهيل وصقل العاملين بالعلاقات العامة بالاتحاد المصري لكرة السلة يؤدي إلى القيام بواجباتهم الوظيفية على أكمل وجه ويترتب على ذلك إمكانية الارتقاء بمكانة العلاقات العامة والذي يمكن ان يؤدي الى تقوية صورة ومكانة بالاتحاد المصري لكرة السلة سواء امام الرأي العام الداخلي او الخارجي ، وكذلك يجب على العلاقات العامة أن تساعد على توضيح ونشر المعلومات والبيانات والاهداف الخاصة بالاتحاد المصري لكرة السلة سواء للجمهور الداخلي او الخارجي مما يعمل على نشر الرياضة التي يديرها الاتحاد والتي تؤثر على انتشار قاعدة الممارسين لهذه الرياضة ومن ثم تحقيق الاتحاد لأهدافه العامة.

هنا تسعى الباحثة محاولة تقويم ادارة العلاقات العامة داخل الاتحاد المصري لكرة السلة وذلك من خلال التعرف على الواقع الفعلي للعلاقات العامة للاتحاد ووضع تصور مقترح لإدارة العلاقات العامة بالاتحاد المصري لكرة السلة من أجل تحقيق أهدافها ووظائفها والتي لو حققت بنجاح هل ستؤثر على مستوى الارتقاء بالاتحاد في جميع جوانبه سواء ان كانت فنية أو إدارية أم إنها لن تؤثر، وكذلك أن لم تقم العلاقات العامة بهذه الاهداف والوظائف هل ستؤثر على مستوى ومكانة الاتحاد وعدم قدرته على تحقيق اهدافه ووظائفه سواء كانت فنية او اداريه أم إنها لن تؤثر .

ومن خلال العرض السابق وفي حدود علم الباحثة وما اطلعت عليه من أبحاث والدراسات السابقة التي تتطرق الي هذا المجال البحثي لم تجد من الأبحاث والدراسات العلمية والمرجعية التي تناولت واقع إدارة العلاقات العامة بالاتحاد المصري لكرة السلة.

### اهمية البحث والحاجة اليه:

تحتاج التربية البدنية والرياضة في المؤسسات والهيئات المختلفة وعلى مستوى الدولة الى اجهزة للعلاقات العامة بصفتها ميدانا جديدا في الحقل التربوي والمهني فطبيعة التربية البدنية والرياضة والتفسير الصحيح لها ولفلسفتها السليمة كل ذلك يحتاج الى مجهود منظم لتقريبها الى اذهان الجماهير. وللعلاقات العامة اهمية فى التربية البدنية والرياضة ويمكن ان تقوم بدور فعال في النواحي التالية:

- توضيح وتفسير معنى التربية البدنية والرياضة والخدمات التي تؤديها للفرد والمجتمع.
  - خلق اهتمامات واتجاهات متبادلة بين المؤسسة الرياضية وبين الجماهير.
  - اكتساب تأييد ورضا الجماهير لبرنامج التربية البدنية والرياضية الصادر عن المؤسسة.
- وتسعى الإدارة العامة للعلاقات العامة جاهدة إلى أداء المهام الموكلة إليها في سبيل لتحقيق الاهداف العامة للاتحاد الرياضي. كما تسعى جاهدة إلى تقديم أفضل الخدمات للسادة العاملين في جميع المجالات التي تتعلق بنشاط العلاقات العامة ( اجتماعية - ثقافية - رياضية - ترفيهية) بالمستوى الذي يليق بسمعة ومكانة الاتحاد الرياضي مما يؤثر إيجابيا علي نتائج المباريات
- وإدراك العلاقة بين وسائل الإعلام والاتحاد الرياضى (الوسائل الإعلامية، هيكل الوسائل الإعلامية، علاقة الرياضة ووسائل الإعلام) وبناء وتصميم حملات العلاقات العامة) الفرق بين البرامج والحملات، تخطيط وتنفيذ حملات العلاقات العامة العمل مع شركات العلاقات العامة) بالإضافة إلى إدارة أحداث العلاقات العامة وخدمات المعلومات (المؤتمرات الصحفية، المقابلات الشخصية) مما يؤثر هذا إيجابيا علي نتائج المباريات .

## هدف البحث:

١- يهدف البحث إلى التعرف على واقع ادارة العلاقات العامة بالاتحاد المصري لكرة السلة .

## تساؤلات البحث:

١- ما الواقع الفعلى للعلاقات العامة بالاتحاد المصري لكرة السلة ؟

## المصطلحات:

١ - العلاقات العامة فى المجال الرياضي :

الفن القائم على أسس علمية لبحث أنسب طرق التعامل الناجحة المتبادلة بين المنظمة وجمهورها الداخلي والخارجي لتحقيق أهدافها مع مراعاة القيم والمعايير الاجتماعية والقوانين والأخلاق العامة بالمجتمع.(٩:٦٧)

٢-الاتحاد الرياضى:

هو هيئة رياضية لها شخصية اعتبارية مستقلة وتعتبر من الهيئات الخاصة ذات النفع العام ومقره القاهرة ويهدف الاتحاد الرياضى الى نشر اللعبة والارتقاء بمستواها وتنظيم وتنسيق النشاط بين اعضائه.

( ١٥ : ١ )

## الدراسات السابقة :

١-دراسة حنان فاروق محمد (١٩٩٥) (٣) استهدفت الدراسة التعرف علي تأثير العلاقات العامة علي فاعلية الوظائف الإدارية للمنشأة علي عينة من شركات قطاع الأعمال في مصر ، حيث صممت الباحثة استبيان العلاقات العامة وتأثيرها علي مختلف الوظائف الإدارية في المنشأة المصرية ، حيث توصلت الباحثة بأن للعلاقات العامة لها دور كبير في تحمل

المسئوليات الخاصة بالدور والأنشطة والوظائف الإدارية المختلفة والتي تمثل عبء علي المنشأة في تنفيذها والمواجهة إلي فئة الإدارة العليا للمنشأة .

٢- عادل حسن سيد (١٩٩٧) (٧) والتي استهدفت تقويم العلاقات العامة في بعض أندية جمهورية مصر العربية ، حيث استخدم الباحثة المنهج الوصفي ، وقامت الباحثة بإعداد مقياس تقويم العلاقات العامة للأندية بجمهورية مصر العربية بهدف الوصول الي نتائج البحث ومن أهمها ضرورة تحديد أهداف واضحة للعلاقات العامة ، وأن تنبثق تلك الأهداف من الأهداف العامة الأندية الرياضية وأن تتكامل معها ، وأن تراعي هذه الأهداف الاهتمامات الخاصة بالأعضاء (الجمهور الداخلي) ، وأن يكون الهدف الرئيسي منها إشباع حاجات الأفراد .

دراسة " فاروق ياسين التركي " (١٩٩٨)(١٣) والتي استهدفت التعرف علي دور العلاقات العامة في تحقيق الرضا الوظيفي علي العاملين بالخطوط السعودية ، حيث استخدم الباحثة المنهج الوصفي ، وقامت الباحثة بتصميم استمارة استبيان للعلاقات العامة واستبيان للرضا الوظيفي والمقابلة الشخصية للوصول إلي نتائج البحث من أهمها وجود علاقة طردية دالة إحصائيا بين وظائف العلاقات العامة وبعض محاور الرضا الوظيفي ومنها الرضا عن المؤسسة والرضا عن الوظيفة الحالية والرضا عن النواحي الاجتماعية داخل المؤسسة .

دراسة يونج واك وليندا هون Yong Wook & Linda Han (١٩٩٨) ( ٢٤ ) والتي استهدفت التعرف علي النماذج المحترفة في العلاقات العامة وعلاقتها بالرضا الوظيفي بين ممارسي العلاقات العامة الكوريين ، حيث أستخدم الباحثة أن مقياسان للعلاقات العامة والرضا الوظيفي للتوصل الي النتائج ومن أهمها أن استخدام ممارسين محترفين للعلاقات العامة أكثر رضا عن أعمالهم عن الممارسين ذات المستوي منخفض وخاصة الذين يستعملون نماذج محترفة

في الصحف والمعلومات العامة ، كما توجد علاقة ايجابية بين النماذج المحترفة من ممارسين العلاقات العامة الكوريين والرضا عن الوظيفة الحالية.

١-دراسة أشرف صبحي محمد (٢٠٠٠) ( ٢ ) والتي استهدفت وضع نموذج مقترح لإدارة العلاقات العامة في المجال الرياضي ، حيث استخدم الباحثة المنهج الوصفي ، وقامت الباحثة بإعداد استقصاء للعلاقات العامة والمقابلة الشخصية للتوصل إلي النتائج والتي كان من أهمها وجود جهاز متفرغ للعلاقات العامة بالمنظمات الرياضية كوزارة الشباب والرياضة واللجنة الأولمبية ، كما يجب وضع العلاقات العامة كإدارة عامة في الهيكل التنظيمي وتوضيح العلاقات بينها وبين الإدارات المختلفة بالمنظمة .

٢-دراسة عادل حسن سيد (٢٠٠١) (٧) استهدفت الدراسة بناء أطار تنظيمي لإدارة العلاقات العامة في الحركة الكشفية ، حيث استخدم الباحثة المنهج الوصفي ، وكانت أدوات جمع البيانات استبيان للعلاقات العامة من تصميم الباحثة ، وكانت أهم النتائج تحديد لائحة تنظيمية لشروط اختيار مسئولين عن العلاقات العامة بالجمعيات الكشفية والتي بدورها تهتم بالجمهور الداخلي والذين من خلالهم يعطي الانطباع الايجابي عن الحركة الكشفية وتوضيح أهداف الحركة الكشفية للجمهور الداخلي والخارجي .

## إجراءات البحث:

### منهج البحث:

استخدمت الباحثة المنهج الوصفي ( أسلوب الدراسات المسحية ) بخطواته وإجراءاته وذلك لمناسبته لتحقيق أهداف البحث .

### مجتمع وعينة البحث:

#### مجتمع البحث:

يشمل مجتمع البحث عناصر رياضة كرة السلة بجمهورية مصر العربية والبالغ عددهم (١٠١٢) ألف واثنى عشر فرداً للعام ٢٠٢١م/٢٠٢٢م والمتمثلين في:

- أعضاء مجلس إدارة الاتحاد المصري لكرة السلة .
- أعضاء مجالس إدارات أفرع الاتحاد المصري لكرة السلة .
- الحكام المسجلين بالاتحاد المصري لكرة السلة .
- لاعبي الدرجة الاولى بالاتحاد المصري لكرة السلة .

#### عينة البحث:

تم اختيار العينة بالطريقة بالطريقة العشوائية الطبقية من بعض أعضاء مجلس إدارة الاتحاد المصري لكرة السلة ،بعض أعضاء مجالس إدارات أفرع الاتحاد المصري لكرة السلة ،بعض الحكام المسجلين بالاتحاد المصري لكرة السلة، بعض لاعبي الدرجة الاولى بالاتحاد المصري لكرة السلة، حيث قامت الباحثة بالتطبيق علي عدد (٢٥٣) فرد بنسبة (٢٥%) من إجمالي مجتمع البحث ، كما هو موضح بجدول (٣).



### جدول (٣)

#### توصيف مجتمع وعينة البحث

م	فئات عينة البحث	مجتمع البحث	العينة الأساسية	العينة الاستطلاعية
١	أعضاء مجلس إدارة الاتحاد المصري لكرة السلة	١٠	٧	٢
٢	اعضاء مجالس إدارات أفرع الاتحاد المصري لكرة السلة	١٠٥	٧٩	١٠
٣	الحكام المسجلين بالاتحاد المصري لكرة السلة.	٦١٢	٧٧	١٠
٤	لاعبى الدرجة الاولى بالاتحاد المصري لكرة السلة.	٢٨٥	٩٠	٨
	المجموع	١٠١٢	٢٥٣	٣٠
	النسبة المئوية %	%١٠٠	%٢٥	%٣

### أدوات جمع البيانات:

استخدمت الباحثة لجمع بيانات البحث الأدوات الآتية :

تحليل الوثائق والسجلات :

قامت الباحثة بدراسة وتحليل الوثائق والسجلات والمستندات المتعلقة بالعلاقات العامة بالاتحاد المصري لكرة السلة والخاصة بالأنشطة التي تقوم بها العلاقات العامة داخل الاتحاد المصري لكرة السلة والتي ساعدت الباحثة في تفهم الوضع القائم.

المقابلة الشخصية :

قامت الباحثة بإجراء مقابلات شخصية مع عدد من المسؤولين بوزارة الشباب والرياضة وبعض المسؤولين في مجلس إدارة الاتحاد ومجالس الأفرع بالاتحاد قيد البحث وذلك للحصول على المعلومات التي تفيد البحث.

استمارة استبيان : ( إعداد الباحثة )

وصف الاستبيان :

يتكون هذا الاستبيان فى صورته النهائية من (١١٤) عبارة موزعة على ( ٦ ) ستة محاور رئيسية وهي :

- ١ . دور إدارة العلاقات العامة بالجمهور الداخلي بالاتحاد المصري لكرة السلة .
- ٢ . دور إدارة العلاقات العامة بالجمهور الخارجي بالاتحاد المصري لكرة السلة .
- ٣ . التخطيط الاستراتيجي لأنشطة إدارة العلاقات العامة .
- ٤ . الجوانب التنظيمية لإدارة العلاقات العامة .
- ٥ . أنشطة العلاقات العامة المتعلقة بالاتحاد المصري لكرة السلة.
- ٦ . النظم الرقابية بإدارة العلاقات العامة .

ويتدرج تحت كل محور مجموعة من العبارات ويقوم الفرد بإعطاء أجابه واحدة لكل عبارة من عبارات الاستبيان .

خطوات إعداد الاستبيان :

وقامت الباحثة بتصميمه على النحو التالي:

القراءة والإطلاع :

قامت الباحثة بالإطلاع على العديد من الدراسات والمراجع التى تناولت موضوع تقييم العلاقات العامة فى المجالات المختلفة .

تحديد الهدف من الاستبيان :

تم تحديد هدف الاستبيان وقد تمثل فى التعرف على الواقع الفعلي لإدارة العلاقات العامة بالاتحاد المصري لكرة السلة.

## تحديد محاور الاستبيان :

بعد الاطلاع على الدراسات والبحوث العلمية وتحديد الهدف من الاستبيان قامت الباحثة بوضع مجموعة من المحاور للاستبيان ويعرضها على مجموعة من الخبراء من في مجال الإدارة الرياضية والعلاقات العامة والإعلام وعددهم (٩) تسعة خبير بحيث لا تقل مدة خبرتهم فى المجال عن (١٠) عشرة سنوات (ملحق ) وذلك لإبداء الرأي في مدي مناسبة هذه المحاور لموضوع البحث (ملحق ) ، والجدول (٤) يوضح ذلك .

### جدول ( ٤ )

أراء السادة الخبراء حول مدي مناسبة محاور الاستبيان ( ن = ٩ )

النسبة المئوية	رأي الخبير		المحور	م
	غير موافق	موافق		
١٠٠%	-	٩	دور إدارة العلاقات العامة بالجمهور الداخلي بالاتحاد المصري لكرة السلة .	١
١٠٠%	-	٩	دور إدارة العلاقات العامة بالجمهور الخارجي بالاتحاد المصري لكرة السلة .	٢
١٠٠%	-	٩	التخطيط الاستراتيجي لأنشطة إدارة العلاقات العامة .	٣
٣٣.٣٣%	٦	٣	إدارة الأزمات التى تواجه العلاقات العامة	٤
٨٨.٨٨%	١	٨	الجوانب التنظيمية لإدارة العلاقات العامة	٥
٢٢.٢٢%	٧	٢	الأخصائيين العاملين بالعلاقات العامة	٦
١٠٠%	-	٩	أنشطة العلاقات العامة المتعلقة بالاتحاد المصري لكرة السلة.	٧
١٠٠%	-	٩	النظم الرقابية بإدارة العلاقات العامة .	٨

#### يتضح من جدول (٤) :

تراوحت النسبة المئوية للأراء الخبراء حول مدي مناسبة محاور الاستبيان ما بين (٢٢.٢٢% : ١٠٠% ) ، وقد ارتضى الباحثة نسبة (٧٠%) فاكثر وبناءً على آراء السادة الخبراء قد تم حذف محورين هما (٤ ، ٦)

#### صياغة عبارات الاستبيان :

قامت الباحثة بوضع مجموعة من العبارات لكل محور من محاور الاستبيان النهائية وقد بلغ عدد العبارات (٥) عبارة موزعة على المحاور الست للاستبيان كما هو موضح بجدول (٥).

#### جدول (٥)

محاور استمارة استبيان تقويم إدارة العلاقات العامة بالاتحاد المصري لكرة السلة  
فى صورتها المبدئية وعدد العبارات التى تنتمى إلى كل محور

م	المحاور	عدد العبارات
١	دور إدارة العلاقات العامة بالجمهور الداخلي بالاتحاد المصري لكرة السلة .	١٩
٢	دور إدارة العلاقات العامة بالجمهور الخارجي بالاتحاد المصري لكرة السلة .	٢٣
٣	التخطيط الاستراتيجي لأنشطة إدارة العلاقات العامة .	١٩
٤	الجوانب التنظيمية لإدارة العلاقات العامة	١٣
٥	أنشطة العلاقات العامة المتعلقة بالاتحاد المصري لكرة السلة.	٢١
٦	النظم الرقابية بإدارة العلاقات العامة .	١٩
	المجموع	١١٤

وقد روعي عند صياغة العبارات ، أن يكون للعبارة معنى واحد محدد وان تكون لغة كل عبارة صحيحة ، والابتعاد عن العبارات الصعبة ، وتجنب استعمال الكلمات التي تحمل أكثر من معنى .

### الصورة المبدئية للاستبيان :

وقد قامت الباحثة بعرض تلك العبارات على مجموعة من الخبراء من في مجال الإدارة الرياضية وكذلك العلاقات العامة والإعلام قوامها (٩) تسع خبراء بحيث لا تقل مدة خبرتهم في المجال عن (١٠) عشرة سنوات (ملحق ١) وذلك لإبداء الرأي في مدى مناسبة العبارات لمحاور البحث (ملحق ٣) .

### جدول ( ٦ )

النسبة المئوية لآراء الخبراء على عبارات الاستبيان في صورته المبدئية ( ن = ٩ )

العبارات											المحاور
١٠	٩	٨	٧	٦	٥	٤	٣	٢	١	رقم العبارة	ور إدارة العلاقات العامة بالجمهور الداخلي بالاتحاد مصري لكرة السلة
٩	٤	٨	٧	٨	٣	٧	٩	٨	٩	تكرارها	
%١٠٠	٤٤.٤ %	%٨٨.٨	٧٧.٧ %	٨٨.٨ %	٣٣.٣ %	%٧٧.٧	%١٠٠	%٨٨.٨	%١٠٠	النسبة المئوية	
	١٩	١٨	١٧	١٦	١٥	١٤	١٣	١٢	١١	رقم العبارة	
	٩	٨	٩	٨	٧	٧	٩	٨	٧	تكرارها	
	%١٠٠	%٨٨.٨	%١٠٠	٨٨.٨ %	٧٧.٧ %	%٧٧.٧	%١٠٠	%٨٨.٨	%٧٧.٧	النسبة المئوية	
٢٩	٢٨	٢٧	٢٦	٢٥	٢٤	٢٣	٢٢	٢١	٢٠	رقم العبارة	ور إدارة العلاقات العامة بالجمهور الخارجي بالاتحاد مصري لكرة السلة
٤	٩	٩	٤	٨	٩	٧	٢	٨	٩	تكرارها	
%٤٤.٤	%١٠٠	%١٠٠	٤٤.٤ %	٨٨.٨ %	%١٠٠	%٧٧.٧	%٢٢.٢	%٨٨.٨	%١٠٠	النسبة المئوية	

٣٩	٣٨	٣٧	٣٦	٣٥	٣٤	٣٣	٣٢	٣١	٣٠	رقم العبارة							
٨	٩	٩	٧	٧	٨	٩	٩	٣	٨	تكرارها							
%٨٨.٨	%١٠٠	%١٠٠	٧٧.٧ %	٧٧.٧ %	٨٨.٨ %	%١٠٠	%١٠٠	%٣٣.٣	%٨٨.٨	النسبة المئوية							
							٤٢	٤١	٤٠	رقم العبارة							
							٨	٩	٩	تكرارها							
							%٨٨.٨	%١٠٠	%١٠٠	النسبة المئوية							
٥٢	٥١	٥٠	٤٩	٤٨	٤٧	٤٦	٤٥	٤٤	٤٣	رقم العبارة							
٧	٨	٧	٣	٩	٨	٧	٤	٨	٩	تكرارها							
%٧٧.٧	٨٨.٨ %	%٧٧.٧	٣٣.٣ %	%١٠٠	٨٨.٨ %	%٧٧.٧	%٤٤.٤	%٨٨.٨	%١٠٠	النسبة المئوية	خطيط الاستراتيجي شبكة إدارة العلاقات العامة						
							٦١	٦٠	٥٩	٥٨	٥٧	٥٦	٥٥	٥٤	٥٣	رقم العبارة	
							٨	٩	٨	٩	٨	٩	٨	٨	٨	تكرارها	
							٨٨.٨ %	%١٠٠	٨٨.٨ %	%١٠٠	٨٨.٨ %	%١٠٠	%٨٨.٨	%٨٨.٨	%٨٨.٨	النسبة المئوية	
٧١	٧٠	٦٩	٦٨	٦٧	٦٦	٦٥	٦٤	٦٣	٦٢	رقم العبارة							
٧	٩	٨	٩	٩	٨	٧	٩	٩	٨	تكرارها							
%٧٧.٧	%١٠٠	%٨٨.٨	%١٠٠	%١٠٠	٨٨.٨ %	%٧٧.٧	%١٠٠	%١٠٠	%٨٨.٨	النسبة المئوية	جوانب التنظيمية إدارة العلاقات العامة						
							٧٤	٧٣	٧٢	رقم العبارة							
							٨	٨	٩	تكرارها							
							%٨٨.٨	%٨٨.٨	%١٠٠	النسبة المئوية							

### تابع جدول ( ٦ )

النسبة المئوية لآراء الخبراء على عبارات الاستبيان في صورته المبدئية ( ن = ٩ )

العبارات										المحاور	
٨٤	٨٣	٨٢	٨١	٨٠	٧٩	٧٨	٧٧	٧٦	٧٥	رقم العبارة	أنشطة العلاقات العامة المتعلقة
٩	٩	٨	٧	٩	٩	٧	٣	٩	٨	تكرارها	
%١٠٠	١٠٠ %	%٨٨.٨	٧٧.٧ %	١٠٠ %	١٠٠ %	%٧٧.٧	٣٣.٣ %	%100	٨٨.٨ %	النسبة المئوية	

٩٤	٩٣	٩٢	٩١	٩٠	٨٩	٨٨	٨٧	٨٦	٨٥	رقم العبارة	بالاتحاد المصري لكرة السلة	
٤	٩	٨	٧	٩	٩	٨	٨	٩	٩	تكرارها		
٤٤.٤ %	١٠٠ %	%٨٨.٨	٧٧.٧ %	١٠٠ %	١٠٠ %	%٨٨.٨	٨٨.٨ %	%١٠٠	%١٠٠	النسبة المئوية		
										٩٥		رقم العبارة
										٨	تكرارها	
										٨٨.٨ %	النسبة المئوية	
١٠٥	١٠٤	١٠٣	١٠٢	١٠١	١٠٠	٩٩	٩٨	٩٧	٩٦	رقم العبارة	النظم الرقابية بيادارة العلاقات العامة	
٨	٩	٩	٨	٧	٣	٨	٩	٨	٩	تكرارها		
٨٨.٨ %	١٠٠ %	%١٠٠	٨٨.٨ %	٧٧.٧ %	٣٣.٣ %	%٨٨.٨	%١٠٠	٨٨.٨ %	%١٠٠	النسبة المئوية		
										١١٤		رقم العبارة
										٨		تكرارها
										٨٨.٨ %	النسبة المئوية	

يتضح من جدول ( ٦ ) أن النسبة المئوية لأراء الخبراء حول عبارات الاستبيان تتراوح ما بين ( ٢٢.٢٢% : ١٠٠% ) . تم حذف العبارات التي حصلت على نسبة اقل من ٧٠% من اتفاق الخبراء وقد بلغت عدد العبارات المحذوفة (١١) عبارة فأصبحت بذلك عدد عبارات الاستبيان (١٠٣) عبارة (ملحق ٤) ، ويوضح جدول (٧) عدد وأرقامت العبارات المستبعدة من الاستبيان .

## جدول ( ٧ )

عدد العبارات التي تم حذفها من الصورة المبدئية للاستبيان ( ن = ٩ )

عدد العبارات	أرقامت العبارات المحذوفة	عدد العبارات	عدد العبارات	المحاور
١٧	٩٠٥	٢	١٩	دور إدارة العلاقات العامة بالجمهور الداخلي بالاتحاد المصري لكرة السلة .
١٩	٣١،٢٩،٢٦،٢٢	٤	٢٣	دور إدارة العلاقات العامة بالجمهور الخارجي بالاتحاد المصري لكرة السلة .
١٧	٤٩،٤٥	٢	١٩	التخطيط الاستراتيجي لأنشطة إدارة العلاقات العامة .
١٣	-	-	١٣	الجوانب التنظيمية لإدارة العلاقات العامة
١٩	٩٤،٧٧	٢	٢١	أنشطة العلاقات العامة المتعلقة بالاتحاد المصري لكرة السلة.
١٨	١٠٠	١	١٩	النظم الرقابية بإدارة العلاقات العامة .
١٠٣	١١		١١٤	المجموع الكلي

وقد قامت الباحثة بكتابة شكل الاستبيان في صورته النهائية وذلك بترتيب العبارات تبعاً للمحور المنتميه إليه ، كما يتضمن الاستبيان التعليمات الخاصة والتي توضح كيفية الإجابة وكيفية التعامل مع الاستبيان (ملحق ٤) .



## المعاملات العلمية لاستبيان :

قامت الباحثة بحساب المعاملات العلمية للاستبيان على النحو التالي :

### الصدق :

لحساب صدق الاستبيان استخدمت الباحثة الطرق التالية :

### ( ١ ) صدق الاتساق الداخلي :

لحساب صدق الاتساق الداخلي للاستبيان قامت الباحثة بتطبيقه فى صورته النهائية على عينة استطلاعية قوامها ( ٣٠ ) ثلاثون فرداً ممثلين فى (أعضاء مجلس إدارة الاتحاد المصري لكرة السلة، اعضاء مجالس إدارات أفرع الاتحاد المصري لكرة السلة، الحكام المسجلين بالاتحاد المصري لكرة السلة، لاعبي الدرجة الاولى بالاتحاد المصري لكرة السلة)، ولهم نفس مواصفات مجتمع البحث ومن غير العينة الأصلية للبحث ، وقد تم حساب معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات الاستبيان والدرجة الكلية للمحور الذى تنتمى إليه ، وكذلك معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات الاستبيان والدرجة الكلية للاستبيان ، كما تم حساب معاملات الارتباط بين مجموع درجات كل محور والدرجة الكلية للاستبيان ( ملحق ٩ ) ، والجداول ( ٨ ) ، ( ٩ ) ، توضح النتيجة على التوالي .

### جدول (٨)

يوضح معامل الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات الاستبيان

(ن=٣٠)

ودرجة المحور المنتمية اليه

العبارات										المحاور	
١٠	٩	٨	٧	٦	٥	٤	٣	٢	١	رقم العبارة	دور إدارة العلاقات العامة بالجمهور الداخلي بالاتحاد المصري لكرة السلة
٠.٧٢	٠.٩٥	٠.٩٠	٠.٧٧	٠.٨٦	٠.٨١	٠.٩٦	٠.٧٢	٠.٨٦	٠.٧٢	معامل الارتباط	
			١٧	١٦	١٥	١٤	١٣	١٢	١١	رقم العبارة	
			٠.٨١	٠.٩٦	٠.٩٢	٠.٨٥	٠.٩١	٠.٩٦	٠.٨٠	معامل الارتباط	
٢٧	٢٦	٢٥	٢٤	٢٣	٢٢	٢١	٢٠	١٩	١٨	رقم العبارة	دور إدارة العلاقات العامة بالجمهور
٠.٨٩	٠.٨٦	٠.٧٩	٠.٧٩	٠.٧٧	٠.٧٢	٠.٧٥	٠.٨٤	٠.٩٥	٠.٧٨	معامل الارتباط	
	٣٦	٣٥	٣٤	٣٣	٣٢	٣١	٣٠	٢٩	٢٨	رقم العبارة	

	٠.٨١	٠.٩٠	٠.٨٨	٠.٩١	٠.٨٣	٠.٧٩	٠.٧٥	٠.٧٤	٠.٧٨	معامل الارتباط	الخارجي بالاتحاد
٤٦	٤٥	٤٤	٤٣	٤٢	٤١	٤٠	٣٩	٣٨	٣٧	رقم العبارة	التخطيط لاستراتيجي لأنشطة دارة العلاقات العامة
٠.٩١	٠.٧٣	٠.٨١	٠.٧٧	٠.٨٦	٠.٨١	٠.٩٦	٠.٧٢	٠.٨٦	٠.٧٢	معامل الارتباط	
			٥٣	٥٢	٥١	٥٠	٤٩	٤٨	٤٧	رقم العبارة	
			٠.٨٨	٠.٧٢	٠.٩٤	٠.٩١	٠.٩٢	٠.٨٥	٠.٩١	معامل الارتباط	
٦٣	٦٢	٦١	٦٠	٥٩	٥٨	٥٧	٥٦	٥٥	٥٤	رقم العبارة	الجوانب التنظيمية لإدارة العلاقات العامة
٠.٧٢	٠.٩٤	٠.٩٠	٠.٨٨	٠.٩١	٠.٨٣	٠.٧٩	٠.٧٥	٠.٧٤	٠.٧٨	معامل الارتباط	
							٦٦	٦٥	٦٤	رقم العبارة	
							٠.٧٧	٠.٩٥	٠.٩٠	معامل الارتباط	
٧٦	٧٥	٧٤	٧٣	٧٢	٧١	٧٠	٦٩	٦٨	٦٧	رقم العبارة	أنشطة العلاقات العامة المتعلقة بالاتحاد المصري لكرة السلة
٠.٩٥	٠.٩٠	٠.٩٢	٠.٦٥	٠.٨٥	٠.٩٠	٠.٩٢	٠.٩٦	٠.٧٩	٠.٨٥	معامل الارتباط	
	٨٥	٨٤	٨٣	٨٢	٨١	٨٠	٧٩	٧٨	٧٧	رقم العبارة	
	٠.٨٧	٠.٨٠	٠.٨٠	٠.٧٣	٠.٨٠	٠.٨٣	٠.٨٩	٠.٩٢	٠.٧٢	معامل الارتباط	
٩٥	٩٤	٩٣	٩٢	٩١	٩٠	٨٩	٨٨	٨٧	٨٦	رقم العبارة	النظم الرقابية بإدارة العلاقات العامة
٠.٩٠	٠.٧٤	٠.٩٢	٠.٧٦	٠.٨١	٠.٧٣	٠.٧٤	٠.٩٥	٠.٧٣	٠.٧٩	معامل الارتباط	
		١.٠٣	١.٠٢	١.٠١	١.٠٠	٩٩	٩٨	٩٧	٩٦	رقم العبارة	
		٠.٧٨	٠.٨٧	٠.٩٢	٠.٩٥	٠.٧٣	٠.٨٢	٠.٧٩	٠.٧٨	معامل الارتباط	

يوضح جدول (٨)  
تراوحت معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات الاستبيان ودرجة المحور  
المنتمية إليه ما بين ( ٠.٦٥ : ٠.٩٦ ) وهي معاملات ارتباط دالة إحصائياً مما يشير إلى  
صدق الاتساق الداخلي للاستبيان.

## جدول ( ٩ )

معامل الارتباط بين مجموع درجات كل محور

والدرجة الكلية للاستبيان ( ن = ٣٠ )

م	المحاور	معامل الارتباط
١	دور إدارة العلاقات العامة بالجمهور الداخلي بالاتحاد المصري لكرة السلة	٠.٩٢%
٢	دور إدارة العلاقات العامة بالجمهور الخارجي بالاتحاد المصري لكرة السلة	٠.٨٨%
٣	التخطيط الاستراتيجي لأنشطة إدارة العلاقات العامة	٠.٩٥%
٤	الجوانب التنظيمية لإدارة العلاقات العامة	٠.٩٠%
٥	أنشطة العلاقات العامة المتعلقة بالاتحاد المصري لكرة السلة	٠.٩٢%
٦	النظم الرقابية بإدارة العلاقات العامة	٠.٩٤%

يتضح من الجدول ( ٩ ) ما يلي :

- تراوحت معاملات الارتباط بين مجموع درجات كل محور من محاور الاستبيان والدرجة الكلية للاستبيان ما بين ( ) وهى معاملات ارتباط دالة إحصائياً مما يشير إلى الاتساق الداخلى للاستبيان .

**بالثبات :**

للتأكد من ثبات المقياس قامت الباحثة باستخدام طريقة التجزئة النصفية عن طريق معامل ألفا لكرونباخ وذلك بتطبيقها على عينة قوامها ( ٣٠ ) ثلاثون فرداً من مجتمع البحث ومن خارج العينة الأصلية ، والجدول التالي ( ١٠ ) يوضح ذلك

## جدول ( ١٠ )

معاملات الثبات بطريقة التجزئة النصفية باستخدام

معامل ألفا لكرونباخ للاستبيان ( ن = ٣٠ )

م	الاستبيان	معامل الارتباط
١	دور إدارة العلاقات العامة بالجمهور الداخلي بالاتحاد المصري لكرة السلة	٠.٩١%
٢	دور إدارة العلاقات العامة بالجمهور الخارجي بالاتحاد المصري لكرة السلة	٠.٩٨%
٣	التخطيط الاستراتيجي لأنشطة إدارة العلاقات العامة	٠.٩٣%
٤	الجوانب التنظيمية لإدارة العلاقات العامة	٠.٩٢%
٥	أنشطة العلاقات العامة المتعلقة بالاتحاد المصري لكرة السلة	٠.٩٠%
٦	النظم الرقابية بإدارة العلاقات العامة	٠.٩٣%
	الدرجة الكلية	٠.٩١%

يتضح من جدول ( ١٠ ) ما يلي :

- تراوحت معاملات ألفا لمحاور الاستبيان ما بين (٠.٩٠%:٠.٩٨%)، كما بلغ معامل ألفا للدرجة الكلية للاستبيان (٠.٩١%) وهى معاملات ارتباط دالة إحصائياً مما يشير إلى ثبات الاستبيان .

### خطوات البحث :

#### الدراسة الاستطلاعية :

قامت الباحثة بأجراء دراسة استطلاعية لأدوات جمع البيانات حيث قامت بتطبيقها على عينة من مجتمع البحث ومن خارج العينة الأساسية قوامها ( ٣٠ ) ثلاثون فرداً فى الفترة من

٢ / ٥ / ٢٠٢٠م إلى ١٧ / ٥ / ٢٠٢٠م وذلك بغرض التعرف على مدى مناسبتها وعلاقتها بالتطبيق على تلك العينة .

### تطبيق البحث :

بعد تحديد العينة واختبار أدوات جمع البيانات والتأكد من صدقها وثباتها قامت الباحثة بتطبيقها على جميع أفراد العينة قيد البحث وكانت فترة التطبيق من ١ / ١ / ٢٠٢١م إلى ١٥ / ٣ / ٢٠٢١م

### ج . تصحيح استمارات الاستبيان :

بعد الانتهاء من التطبيق قامت الباحثة بتصحيح الاستمارات طبقاً للتعليمات الموجودة والموضحة سابقاً وبعد الانتهاء من عملية التصحيح قامت الباحثة برصد الدرجات وذلك تمهيداً لمعالجتها إحصائياً .

### الأسلوب الإحصائي المستخدم :

بعد جمع البيانات وجدولتها تم معالجتها إحصائياً ، ولحساب نتائج البحث استخدمت الباحثة الأساليب الإحصائية الآتية :

- معامل الارتباط .
- معامل الفالكرونياخ .
- الميزان التقديري .
- النسبة المئوية .

وقد ارتضت الباحثة مستوى دلالة عند مستوى (٠.٠٥) كما استخدمت الباحثة برنامج Spss لحساب بعض المعاملات الإحصائية .

## عرض ومناقشة النتائج:

عرض ومناقشة نتائج التساؤل الأول: ما الوضع الحالى للعلاقات العامة بالاتحاد المصري

لكرة السلة ؟

## عرض ومناقشة نتائج المحور الأول العلاقات العامة الداخلية بالاتحاد المصري لكرة السلة

جدول (١١)

الدرجة المقدره والوزن النسبي لاستجابات عينة البحث فى المحور الأول

دور إدارة العلاقات العامة بالجمهور الداخلي بالاتحاد المصري لكرة السلة (ن=٢٥٣)

الترتيب	الوزن النسبي	الدرجة المقدره	درجة الاستجابة			العبارات	م
			موافق	الى حد ما	غير موافق		
٦	% ٨٩.٠٦	٦٧٦	٢٧	٨٩	١٥٧	تعمل إدارة العلاقات العامة في الاتحاد الرياضي على ربط العاملين داخل الاتحاد الرياضي بعلاقات وطيدة.	١
١٤	% ٨١.٥٥	٦١٩	٢١	٩٨	١٣٤	تعمل العلاقات العامة على التواصل بين أولياء الامور وإدارة الاتحاد الرياضي بشكل جيد.	٢
٧	% ٨٨.٦٦	٦٧٣	١٥	٥٦	١٨٢	تحرص العلاقات العامة على فتح قنوات اتصال جديدة مع مختلف الهيئات والجماهير التي يتعامل معها الاتحاد الرياضي.	٣
١٧	% ٧٨.١٢	٥٩٣	٣٢	١٠٢	١١٩	تقوم العلاقات العامة بكسب ثقة وتأييد الجمهور نحو الالتحاق بالاتحاد الرياضي من خلال استخدام الإمكانيات المادية والبشرية في الإعلان عنها والترويج لها.	٤
٣	% ٩٢.٠٩	٦٩٩	٥	٥٠	١٩٨	تسعى إدارة العلاقات العامة في الاتحاد المصري لكرة السلة إلى تغيير الانطباعات السيئة التي قد يحملها الجمهور عن الاتحاد الرياضي من خلال البحوث	٥

						والدراسات التي تجريها.
٥	%٩٠.٧٧	٦٨٩	٤	٦٢	١٨٧	تقوم إدارة العلاقات العامة في الاتحاد الرياضي بالإعلام عن أهداف الاتحاد الرياضي ونشاطاته.
١٢	%٨٥.٢٤	٦٤٧	١٢	٨٨	١٥٣	تقوم العلاقات العامة بنقل أنشطة الاتحاد الرياضي إلى الجمهور بسهولة.
١٦	%٧٨.٦٥	٥٩٧	١٥	١٣٢	١٠٦	تحرص إدارة العلاقات العامة على كسب ثقة الرأي العام وتأييده.
١٥	%٨١.١٥	٦١٦	٢٧	٨٩	١٣٧	العلاقات العامة تقوم بالترويج الدائم والفعال لخطط وبرامج الاتحاد الرياضي عن طريق وسائل الاعلان والاعلام.
١٠	%٨٦.٦٩	٦٥٨	٧	٨٧	١٥٩	تحرص إدارة العلاقات العامة في الاتحاد الرياضي على تزويد المجتمع المحلي بأخبار الاتحاد الرياضي.
١٣	%٨٣.٦٦	٦٣٥	١٢	١٠٠	١٤١	تقوم العلاقات العامة بنقل أفكار وأراء الجمهور إلى إدارة الاتحاد الرياضي للعمل على التواصل معها.
٨	%٨٨.٤٠	٦٧١	٨	٧٢	١٧٣	تحرص العلاقات العامة على إظهار المميزات ذات الطابع الخدمي في الإعلان عن الاتحاد الرياضي.
١	%٩٨.٤١	٧٤٧	٠	١٢	٢٤١	تجتهد إدارة العلاقات العامة في إعطاء انطباع مثالي للاتحاد الرياضي لدى المجتمع المحلي.
٢	%٩٢.٢٢	٧٠٠	١٠	٣٩	٢٠٤	تعطى العلاقات العامة صورة طيبة عن الاتحاد الرياضي من خلال إظهار جوانب تفوق النادي في الأنشطة المختلفة.
٩	%٨٧.٨٧	٦٦٧	٦	٨٠	١٦٧	تسهل العلاقات العامة الاتصال بين الاتحاد الرياضي والجمهور للتواصل من أجل أبنائهم.
١١	%٨٦.٤٢	٦٥٦	٦	٩١	١٥٦	تسعى إدارة العلاقات العامة في الاتحاد الرياضي على نشر الوعي بأنظمة الاتحاد الرياضي ولائحته

						الداخلية.	
٤	%٩١.٩٦	٦٩٨	٤	٥٣	١٩٦	تقوم العلاقات العامة بالتعريف بالاتحاد الرياضى من خلال اصدار المطبوعات والنشرات والكتيبات للاتحاد الرياضى وترويجها.	١٧
						المجموع	
	%٨٧.١١	١١٢٤١					

يتضح من الجدول (١١) أن أعلى عبارة (١٣) "تجتهد إدارة العلاقات العامة في إعطاء انطباع مثالي للاتحاد الرياضى لدى المجتمع المحلى " بوزن نسبى (٩٨.٤١%) وبدرجه مقدرة (٧٤٧)، بينما جاءت أقل عبارة (٤) "تقوم العلاقات العامة بكسب ثقة وتأييد الجمهور نحو الالتحاق بالاتحاد الرياضى من خلال استخدام الإمكانيات المادية والبشرية في الإعلان عنها والترويج لها." بوزن نسبى (٧٨.١٢%) وبدرجه مقدرة (٥٩٣)، كما كان الوزن النسبى لآراء عينة البحث في عبارات الاستبيان لمحور (دور إدارة العلاقات العامة بالجمهور الداخلى بالاتحاد المصري لكرة السلة ) تراوح ما بين (٧٨.١٢%:٩٨.٤١%) وكان مجموع الوزن النسبى (٨٧.١١%).

وتعزو الباحثة ذلك إلى أنه تعد إدارة العلاقات العامة كوظيفة إدارية مميزة من العوامل الأساسية في تطوير والرقي بالاتحاد المصري لكرة السلة وذلك ليكون مؤسسة يسودها التنافس والتبادل والاتصالات المعلوماتية.

وتشير الباحثة إلى أنه تطورت إدارة العلاقات العامة كمفهوم إداري وعمل مؤسسي سريعاً في الخمسين عاما الماضية، وذلك نتيجة حتمية للتطورات التي حدثت في المجتمع الحديث، والقوة المتزايدة للرأي العام، وأصبحت إدارة العلاقات العامة ، أحد أهم مقومات تطور



ونمو الاتحاد المصري لكرة السلة. وذلك بسبب أن الاتحاد المصري لكرة السلة يسعى دائماً إلى جذب الجماهير إليه سواء كانوا أفراد أو مؤسسات وهيئات أخرى.

ولذلك يجب على العاملين بالاتحاد المصري لكرة السلة من مجالس إدارات أو إدارة تنفيذية السعي إلى التطور والرقى في استخدام إدارة العلاقات العامة بالاتحاد المصري لكرة السلة.

وهذا يتفق مع دراسة كلاً من رافع دراغمة (٢٠٠٥م) (٥)، محمد مصلىح (٢٠٠٣م)

(٢٠)، أحمد أبو جاموس وآخرون (٢٠٠٢م) (١)

حيث أوضحت هذه الدراسات تمثل إدارة العلاقات العامة وسيلة ربط بين تلك المؤسسة والجماهير التي ازداد وعيها الثقافي وارتفع مستوى معيشتها وتوقعاتها للأحداث وتطلعاتها للمستقبل في توفير العيش الكريم. فأصبحت مهمة إدارة العلاقات العامة إيجاد نوع من الترابط الوثيق بين المصلحة التابعة لها والمتعاملين معها في المصالح الأخرى والجمهور كونها مجال من مجالات الخدمة الإنسانية. تختلف إدارة العلاقات العامة في مفاهيمها وتطبيقاتها تبعاً للشخص الذي يدير الهرم الوظيفي وهي بذلك تتشكل حسب المفاهيم الخاصة والشخصية لذلك المسؤول فالمدبر الواعي لمسؤولياته جيداً يقدر أهمية إدارة العلاقات العامة ويعطيها حقها أكثر من المدير الذي لا يعرف عنها شيء. أما في المجال الرياضي فإن إدارة العلاقات العامة في الهيئات والمؤسسات الرياضية قد بدأت منذ مدة قصيرة تضم في هيكلها الوظيفي مسؤولاً عن إدارة العلاقات العامة إن المؤسسات الرياضية تسعى دوماً إلى تقديم الخدمات إلى الجمهور من خلال انشطتها المتعددة والتي تتناسب مع المراحل العمرية لكلا الجنسين سواء الإصحاء أو المعاقين بدنياً.

ومن هذا المنطلق فان عدم وضوح دور إدارة العلاقات العامة في مؤسساتنا الرياضية سيؤدي بالتأكيد الى ظهور سلبيات متمثلة في تضارب الاختصاصات وعرقلة سير العمل الاداري وفقدان التنظيم السليم لا دارة العلاقات الداخلية والخارجية وتكون النتيجة النهائية هو سوء تلك الإدارة وعدم استطاعتها الوفاء بواجباتها الأساسية .

### عرض نتائج المحور الثاني أنشطة العلاقات العامة المتعلقة بالاتحاد المصري لكرة السلة:

جدول (١٢)

الدرجة المقدره والوزن النسبي لاستجابات عينة البحث في المحور الثاني  
دور إدارة العلاقات العامة بالجمهور الخارجي بالاتحاد المصري لكرة السلة (ن=٢٥٣)

الترتيب	الوزن النسبي	الدرجة المقدره	درجة الاستجابة			العبارات	م
			موافق	الى حد ما	غير موافق		
١٧	%٨٤.٤٥	٦٤١	٨	١٠٢	١٤٣	تستخدم العلاقات العامة المنشآت الترفيهية بالاتحاد الرياضي في استقبال أبناء المجتمع المحلى.	١
٦	%٩٠.٩٠	٦٩٠	٥	٥٩	١٨٩	تهتم ادارة الاتحاد الرياضي باستخدام التقنيات الحديثة عن طريق ادارة العلاقات العامة إلكترونياً.	٢
١٤	%٨٧.٧٤	٦٦٦	٦	٨١	١٦٦	تساهم العلاقات العامة في التنسيق مع كوادر لعمل دورات تفيد المجتمع المحيط داخل الاتحاد الرياضي.	٣
١٦	%٨٦.١٦	٦٥٤	٨	٨٩	١٥٦	تقوم العلاقات العامة بالتجهيز للمشاركة في الأعياد القومية بوفد من الاتحاد الرياضي للتواصل المجتمعي الخارجى.	٤
١١	%٨٩.١٩	٦٧٧	٤	٧٤	١٧٥	تجدد العلاقات العامة الإعلان بشكل مستمر عن أهداف الاتحاد الرياضي من خلال وسائل الإعلام.	٥
٤	%٩١.٨٣	٦٩٧	٢	٥٨	١٩٣	تحرص العلاقات العامة على ربط جمهور الاتحاد	٦

						الرياضي بعضهم مع بعض.
١٢	-٨٩.٠٦%	٦٧٦	٦	٧١	١٧٦	تقوم العلاقات العامة بتبادل الخبرات والأفكار مع الاتحادات الرياضية الأخرى من خلال استقبال الوفود الزائرة.
١٨	٨٤.٠٥%	٦٣٨	٧	١٠٧	١٣٩	تقوم العلاقات العامة بالتعريف بالاتحاد الرياضي من خلال نشر أهدافه وخطته السنوية.
٩	٨٩.٧٢%	٦٨١	٩	٦٠	١٨٤	تتيح العلاقات العامة التعرف على كل ما هو جديد بالاتحاد الرياضي ويعلن موقع الاتحاد الرياضي عن مواعيد وشروط الأنشطة الرياضية.
١	٩٤.٢٠%	٧١٥	١	٤٢	٢١٠	يساعد وجود إدارة للعلاقات العامة داخل الاتحاد الرياضي على الشعور بسهولة التواصل مع الاتحاد.
١٣	٨٨.٤٠%	٦٧١	٣	٨٢	١٦٨	تتيح العلاقات العامة صورة التواصل مع الجمهور الداخلي والخارجي للاتحاد الرياضي.
١٠	٨٩.٤٥%	٦٧٩	١١	٥٨	١٨٤	تقوم العلاقات العامة بمتابعة وسائل الاعلام عن كل ما يخص الاتحاد الرياضي.
٧	٩٠.٢٥%	٦٨٥	٣	٦٨	١٨٢	تعمل العلاقات العامة على إظهار الامكانات المختلفة بالاتحاد الرياضي.
٨	٨٩.٧٢%	٦٨١	٤	٧٠	١٧٩	تعطي العلاقات العامة بالاتحاد الرياضي أهمية خاصة بالتفاعل مع جمهور الاتحاد الرياضي.
١٥	٨٧.٢٢%	٦٦٢	٦	٨٥	١٦٢	تسعى إدارة العلاقات العامة إلى تحقيق أهداف مقصودة عند قيامها بتخطيط برامجها وأنشطتها.
١٩	٨٣.٩٢%	٦٣٧	٩	١٠٤	١٤٠	تجرى إدارة العلاقات العامة تقييماً أولياً لبرامجها.
٢	٩٤.٠٧%	٧١٤	٢	٤١	٢١٠	تحدد إدارة العلاقات العامة مخصصات مالية كافية لأنشطتها وبرامجها المختلفة.
٣	٩٣.٤١%	٧٠٩	٣	٤٤	٢٠٦	تقيم إدارة العلاقات العامة برامجها وخططها بناءً على مدى تحقيقها للأهداف المرسومة سلفاً.
٥	٩١.٠٤%	٦٩١	٤	٦٠	١٨٩	تعكس إدارة العلاقات العامة منطقاً واضحاً في اختيار

					برامج الأنشطة التي تقوم بها حسب أهميتها للكلية.
	١٢٨٦٤	%٨٩.٢٠			المجموع

يتضح من الجدول (١٢) أن أعلى عبارة (١٠) "يساعد وجود إدارة للعلاقات العامة داخل الاتحاد الرياضي على الشعور بسهولة التواصل مع الاتحاد." بوزن نسبي (٩٤.٢٠%) وبدرجه مقدرة (٧١٥)، بينما جاءت أقل عبارة (١٦) "تجرى إدارة العلاقات العامة تقيماً أولياً لبرامجها." بوزن نسبي (٨٣.٩٢%) وبدرجه مقدرة (٦٣٧)، كما كان الوزن النسبي لآراء عينة البحث في عبارات الاستبيان لمحور ( دور إدارة العلاقات العامة بالجمهور الخارجي بالاتحاد المصري لكرة السلة ) تراوح ما بين (٨٣.٩٢% : ٩٤.٢٠%) وكان مجموع الوزن النسبي (٨٩.٢٠%).

وتعزو 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 لديه فإنها لازمة على مستوى المجتمع عبر الأندية والفرق الرياضية؛ إذ المفترض أن تؤدي إلى التآلف والتعارف والتنقيف 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 والانحياز وتعود أسبابه إما إلى الشعور بالتعصب أو إلى عدم التنظيم أو الانفعال أو إلى عدم 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.

وهذا يوضح دور إدارة العلاقات العامة بالجمهور الخارجي بالاتحاد المصري لكرة السلة حيث تعمل على:

- الحث على ممارسة الرياضة في المدارس أو الجامعات أو النوادي أو الساحات؛ مما يؤدي إلى النهوض بالمستوى الرياضي والتربوي.
- بث الثقافة الرياضية بشكل جيد عبر وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة؛ وذلك لتعميق الأهداف الوطنية والتربوية.
- التزام الأندية واللاعبين والإعلاميين والرياضيين، بمن فيهم المعلمون، بروح الانتماء الوطني واستشعار الوعي الحضاري والمقيد بالسلوك الرياضي الأمثل، سواء في أنديةهم أو الملاعب أو عبر وسائل الإعلام؛ وذلك حتى يكونوا أسوة حسنة لجماهيرهم؛ لذلك فإن للعلاقات العامة دوراً كبيراً وإيجابياً في الوعي والتنقيف الرياضي لعلاقتها بعلم الاجتماع الحديث، وكونها إحدى وسائله التطبيقية؛ فهي تقوم بدور مهم في تحسين العلاقات الاجتماعية، بما في ذلك العلاقة بين جمهور الرياضة ومؤسساتها.

وهذا يتفق مع دراسة كلاً من محمد قيراط (٢٠٠٥م) (١٨)، سمحي محمد

(٢٠٠٣م) (٦)، خالد محمد (٢٠٠١م) (٤)

حيث ذكرت هذه الدراسات لقد أصبحت الإدارة الحديثة جزءاً لا يتجزأ من المنظمات والمجتمعات المعاصرة والتي يجب عليها أن تتفاعل مع مشكلات واحتياجات تلك المنظمات والمجتمعات ولذا فإن الإدارة الحديثة أصبحت لزاماً عليها أن تتميز بالقدرة على التكيف مع التغير المستمر والتطور المتنامي في مختلف مجالات الحياة فى المجتمعات المختلفة وذلك من خلال اكتسابها لأنماط منظمة مرنة ومتداخلة وبما يتناسب مع طبيعة العمليات والأدوار التي تؤديها. وهذا يتفق مع دراسة Thomas Edward Grier (٢٠٠١م) (٢٥)

حيث أشارت نتائج الدراسة إلى أن العلاقات العامة وظيفية إدارية تساعد على إقامة قنوات من الاتصال من خلال توطيد التفاهم والقبول والتعاون بين هيئة ما وجمهورها ويشمل ذلك سيطرة الهيئة على المشكلات والمسائل التي تواجهها، مما يساعد إدارة الهيئة على أن تكون على علم بما يدور أوساط الرأي العام، كما يساعد على تحديد مسئولية الإدارة تجاه المصلحة العامة وذلك يجعل إدارة الهيئة قادرة على التفاعل مع المتغيرات التي تحدث لكونها وسيلة تبوء بما يدور في الأفق من خلال استخدام البحث العلمي والتفاعل مع وسائل الاتصال وتقنياتها مع وسائل الاتصال وتقنياتها المتجددة.

ومن خلال ما سبق يرى الباحثة أن من أهم أهداف إدارة العلاقات العامة بالجمهور الخارجي للاتحاد المصري لكرة السلة الآتي:

- إيضاح معنى الرياضة وأهدافها والخدمات التي تقدم للفرد والمجتمع.
- بيان الاهتمامات المشتركة بين المؤسسة الرياضية وجمهورها.
- بث الوعي والروح الرياضية الحضارية في المجتمع بما يهدف إلى إيجاد رأي عام رياضي يعبر عن مشاعر الجماهير وتطلعات المؤسسات الرياضية.
- تدعيم العلاقات الإنسانية بين الجماهير وبينهم وبين النادي الرياضي والمجتمع وذلك عن طريق الاتصال الشخصي أو الاجتماعات أو المحاضرات والندوات.
- إظهار وإبراز مختلف الفئات الرياضية في المؤسسة التي ينتمون إليها، وذلك حتى تستمر قراراتها وسياساتها منسجمة مع تطلعات هذه المواقف.
- تقديم النصح للإدارة الرياضية حول الوسائل والخطط المتعلقة بوضع سياساتها واتخاذ قراراتها.

- إعداد وتنفيذ البرامج التي تهدف إلى نشر وتفسير توجهات وقرارات الإدارة الرياضية.

### عرض نتائج المحور الثالث التخطيط الاستراتيجي لأنشطة إدارة العلاقات العامة:

جدول (١٣)

الدرجة المقدره والوزن النسبي لاستجابات عينة البحث في المحور الثالث

التخطيط الاستراتيجي لأنشطة إدارة العلاقات العامة (ن=٢٥٣)

الترتيب	الوزن النسبي	الدرجة المقدره	درجة الاستجابة			العبارات	م
			غير موافق	الى حد ما	موافق		
١٤	%٨٧.٤٨	٦٦٤	٣	٨٩	١٦١	تتنوع الأهداف الخاصة بالعلاقات العامة بالاتحاد بين أهداف قصيرة وطويلة المدى ..	١
١١	%٨٩.٠٦	٦٧٦	٦	٧١	١٧٦	تقوم العلاقات العامة بالاتحاد بتخطيط أنشطتها وبرامجها دون التنسيق مع الإدارات الأخرى بالاتحاد .	٢
٦	%٩١.٤	٦٩١	٣	٦٢	١٨٨	يتم وضع القواعد المعمول بها في العلاقات العامة بأسلوب علمي وعملي وموضوعي .	٣
٨	%٩٠.٢٥	٦٨٥	٣	٦٨	١٨٢	يتم وضع أهداف العلاقات العامة بالاتحاد بطريقة علمية .	٤
١	%٩٢.٢٢	٧٠٠	٢	٥٥	١٩٦	توجد صعوبات في توفير النواحي المالية لأنشطة العلاقات العامة بسبب ضعف الميزانية العامة للاتحاد .	٥
٩	%٨٩.٣٢	٦٧٨	٤	٧٣	١٧٦	تمتاز الإجراءات بالمرونة والوضوح والقابلية للتنفيذ .	٦

١٦	%٧٧.٠٧	٥٨٥	٣٤	١٠ ٦	١١٣	توجد ميزانية ثابتة وكافية لأنشطة وبرامج العلاقات العامة بالاتحاد .	٧
١٥	%٨١.٢٩	٦١٧	١٣	١١ ٦	١٢٤	تستخدم العلاقات العامة البحوث العلمية في تخطيط برامجها وأنشطتها من خلال نتائج تلك الأبحاث .	٨
٥	%٩١.٠٤	٦٩١	٤	٦٠	١٨٩	تشارك العلاقات العامة مع مجلس إدارة الاتحاد في تحديد الميزانية اللازمة لتنفيذ أنشطتها .	٩
١٠	%٨٩.١٩	٦٧٧	٥	٧٢	١٧٦	يتم توزيع بنود الميزانية التقديرية والبرنامج الزمني على أنشطة العلاقات العامة بالاتحاد وفقاً لأهمية كل نشاط .	١٠
١٧	%٧٤.٤٤٤	٥٦٥	٤٣	١٠ ٨	١٠٢	يستعين الاتحاد بخبرات من الخارج في تخطيط برامج وأنشطة العلاقات العامة .	١١
١٢	%٨٧.٧٤	٦٦٦	٦	٨١	١٦٦	يتم قياس نتائج أهداف العلاقات العامة بالاتحاد .	١٢
٤	%٩١.١٧	٦٩٢	٣	٦١	١٨٩	تقوم العلاقات العامة بالإعلام عن أهداف الاتحاد وتوضيح سياساته للمتعاملين معه .	١٣
١٣	%٨٧.٦١	٦٦٥	٥	٨٤	١٦٤	يتم وضع أهداف العلاقات العامة بالاتحاد بالاشتراك مع أعضاء الجمعية العمومية للاتحاد	١٤
٢	%٩٢.٠٩	٦٩٩	٢	٥٦	١٩٥	يتم وضع أهداف العلاقات العامة من قبل مجلس إدارة الاتحاد .	١٥
٧	%٩٠.٩٠	٦٩٠	٤	٦١	١٨٨	أهداف العلاقات العامة بالاتحاد تتناسب مع الوقت المتاح لتنفيذها.	١٦
٣	%٩١.٥٦	٦٩٥	٣	٥٨	١٩٢	يتم وضع الميزانية التقديرية للعلاقات العامة باتحاد على أسس ودراسات موضوعية.	١٧



المجموع					١١٣٣٦	%٨٧.٨٥
---------	--	--	--	--	-------	--------

يتضح من الجدول (١٣) أن أعلى عبارة (٥) " توجد صعوبات في توفير النواحي المالية لأنشطة العلاقات العامة بسبب ضعف الميزانية العامة للاتحاد . " بوزن نسبي (٩٢.٢٢%) وبدرجه مقدرة (٧٠٠)، بينما جاءت أقل عبارة (١١) " يستعين الاتحاد بخبرات من الخارج في تخطيط برامج وأنشطة العلاقات العامة . " بوزن نسبي (٧٤.٤٤%) وبدرجه مقدرة (٥٦٥)، كما كان الوزن النسبي لآراء عينة البحث في عبارات الاستبيان لمحور (التخطيط الاستراتيجي لأنشطة إدارة العلاقات العامة) تراوح ما بين (٧٤.٤٤%:٩٢.٢٢%) وكان مجموع الوزن النسبي (٨٧.٨٥%).

وتعزو الباحثة تلك النتيجة إلى أن الأهداف التي يتم وضعها من قبل الإدارة العليا للاتحاد واضحة ومحددة وموضوعية وفق أسس علمية قابلة للتطبيق ، فالعاملين بالاتحاد على دراية تامة بكافة الأهداف المنوطة بهم والواجب تنفيذها ومتابعتها من أجل تحقيق الأهداف الخاصة بالعلاقات العامة وبالتالي تحقيق أهداف الاتحاد ، أما بالنسبة لضعف التمويل الخاص بأنشطة العلاقات العامة فقد أوضحت النتائج عن وجود قصور شديد في النواحي المالية الخاصة بتنفيذ خطط العلاقات العامة ويرجع ذلك إلى ضعف الميزانية المخصصة لإدارة العلاقات العامة بالاتحاد وعدم وجود موارد مالية كافية للعلاقات العامة تساعد على القيام بأعمالها المكلفة بها على أكمل وجه ويتفق هذا مع دراسة " كمال عبد الحميد " (٢٠٠١) (١٥)

#### عرض نتائج المحور الرابع الجوانب التنظيمية لإدارة العلاقات العامة:

جدول (١٤)

الدرجة المقدره والوزن النسبي لاستجابات عينة البحث في المحور الرابع  
الجوانب التنظيمية لإدارة العلاقات العامة (ن=٢٥٣)

الترتيب	الوزن النسبي	الدرجة المقدره	درجة الاستجابة			العبارات	م
			غير موافق	الى حد ما	موافق		
٢	%٩٠.٥١	٦٨٧	٢	٦٨	١٨٣	يتم تقسيم العمل لكل أخصائي في العلاقات العامة بالاتحاد حسب تخصص كل منهم .	١
٧	%٨٦.٨٢	٦٥٩	٤	٩٢	١٥٧	يوجد تفويض للسلطة داخل العلاقات العامة بالاتحاد .	٢
٩	%٨٤.٧١	٦٤٣	٤	١٠ ٨	١٤١	تؤخذ العلاقات العامة من قبل مجلس الإدارة بالاتحاد على أنها واجهة شكلية فقط .	٣
١٣	%٧٦.٦٧	٥٨٢	٤٠	٩٧	١١٦	هناك تداخل في الاختصاصات بين الأخصائيين بالعلاقات العامة بالاتحاد .	٤
٨	%٨٦.٥٦	٦٥٧	٨	٨٦	١٥٩	تقوم العلاقات العامة بالتنسيق بين الاتحاد والأجهزة السياسية والتنفيذية .	٥
٤	%٨٩.٥٩	٦٨٠	٢	٧٥	١٧٦	يوجد تنسيق كامل بين العلاقات العامة والإدارات الأخرى بالاتحاد في تنفيذ الأعمال .	٦
٣	%٨٩.٧٢	٦٨١	٦	٦٦	١٨١	يوجد تحديد للسلطات والمسئوليات للأخصائيين بالعلاقات العامة بالاتحاد .	٧
٥	%٨٧.٤٨	٦٦٤	٦	٨٣	١٦٤	السلطات المحددة لكل أخصائي بالعلاقات العامة تتناسب	٨

						مع الإمكانيات الموكلة إليه .
١١	%٨٠.٦٣	٦١٢	٢١	١٠ ٥	١٢٧	يحتوى الهيكل التنظيمي بالعلاقات العامة بالاتحاد على مجموعة يوجد توصيف وظيفي للعلاقات العامة بالاتحاد لتوضيح مهام كل أخصائي بها .
١٢	%٧٨.٧٨	٥٩٨	٢٩	١٠ ٣	١٢١	توجد خرائط تنظيمية بالاتحاد لتوضيح المستوى الإداري للعلاقات العامة والمستوى الإداري للأخصائيين به .
١٠	%٨٤.٣٢	٦٤٠	١٠	٩٩	١٤٤	العلاقات العامة داخل الهيكل التنظيمي بالاتحاد تابعة لمجلس الإدارة مباشرة .
٦	%٨٦.٩٥	٦٦٠	١٣	٧٣	١٦٧	وحدات مستقلة ( مسئول الإعلام ، مسئول البحوث ، مسئول العلاقات مع الجماهير ... الخ ) .
١	%٩١.١٧	٦٩٢	٣	٦١	١٨٩	هناك اهتمام من قبل مجلس الإدارة بتطبيق اللوائح والقوانين المنظمة للعمل بالعلاقات العامة بالاتحاد.
	%٨٥.٦٨	٨٤٥ ٥				المجموع

يتضح من الجدول (١٤) أن أعلى عبارة (١٣) " هناك اهتمام من قبل مجلس الإدارة بتطبيق اللوائح والقوانين المنظمة للعمل بالعلاقات العامة بالاتحاد " بوزن نسبي (٩١.١٧%) وبدرجه مقدرة (٦٩٢)، بينما جاءت أقل عبارة (٤) " هناك تداخل في الاختصاصات بين الأخصائيين بالعلاقات العامة بالاتحاد. " بوزن نسبي (٧٦.٦٧%) وبدرجه مقدرة (٥٨٢)، كما كان الوزن النسبي لآراء عينة البحث في عبارات الاستبيان لمحور (الجوانب

التنظيمية لإدارة العلاقات العامة ) تراوح ما بين (٧٦.٦٧%:٩١.١٧%) وكان مجموع الوزن النسبي (٨٥.٦٨%).

وتعزو الباحثة تلك النتيجة إلى أن الإدارة العليا داخل الاتحاد تسعى جاهده إلى تنفيذ وتطبيق اللوائح والقوانين المنظمة للعمل داخل الاتحاد وذلك من أجل تحقيق أهدافها العامة وبالتالي تحقيق الدور الهام التي وجدت من أجله الاتحاد ، فتطبيق القواعد واللوائح المنظمة للعمل أمر ضروري لا بد منه وعدم قيام الإدارة العليا بتطبيق مثل هذه اللوائح يؤدي إلى قصور شديد فى كيفية إدارتها للاتحاد وعدم تحقيق أهدافها المنشودة ، وقد جاءت التخصصية فى العمل من أقل العوامل تحقيقاً فى الاتحاد حيث أنه لا توجد اتجاه إلى تخصيص العمل داخل العلاقات العامة بالاتحاد ويرجع ذلك إلى قلة عدد العاملين بالعلاقات العامة وعدم وجود اختصاصات محددة للعاملين به ، فالتخصصية فى مجال الإدارة الرياضية أصبح من الأمور الهامة التى يجب مراعاتها عند القيام بالأعمال وتحقيق من أجل تحقيق الأهداف فى الوقت المناسب وبأقل التكاليف ويتفق هذا مع دراسة " محمود الاصبح " (٢٠٠٤)(٢٢)

### عرض نتائج المحور الخامس أنشطة إدارة العلاقات العامة المتعلقة بالاتحاد المصري لكرة السلة:

جدول (١٥)

الدرجة المقدره والوزن النسبي لاستجابات عينة البحث فى المحور الخامس

أنشطة إدارة العلاقات العامة المتعلقة بالاتحاد المصري لكرة السلة (ن=٢٥٣)

الترتيب	الوزن النسبي	الدرجة المقدره	درجة الاستجابة			العبارات	م
			غير موافق	الى حد ما	موافق		
١٢	%٨٥.٧٧	٦٥١	١٠	٨٨	١٥٥	تشجع إدارة العلاقات العامة الموهوبين بإتاحة الفرصة لهم فى المشاركة فى الأنشطة المختلفة داخل	١

						الاتحاد الرياضي.	
١	%٩١.٤٣	٦٩٤	٣	٥٩	١٩١	تشارك إدارة العلاقات العامة في الاتحاد الرياضي عند القيام بنشاط مميز.	٢
٦	%٨٨.٨٠	٦٧٤	٦	٧٣	١٧٤	تستخدم إدارة العلاقات العامة البريد الإلكتروني للتواصل مع جمهور الاتحاد الرياضي.	٣
١٥	%٨٢.٢١	٦٢٤	١٨	٩٩	١٣٦	تصدر إدارة العلاقات العامة مجلة داخلية تغطى فيها أخبار وأنشطة الاتحاد الرياضي والعاملين فيها.	٤
١٣	%٨٢.٦٠	٦٢٧	٢٣	٨٦	١٤٤	تستخدم إدارة العلاقات العامة الأشرطة المسموعة والمرئية كأداة تعريفية.	٥
١٠	%٨٦.٦٩	٦٥٨	٥	٩١	١٥٧	تصدر إدارة العلاقات العامة نشرات مختلفة حول أقسام الاتحاد الرياضي ومنشأته.	٦
٢	%٩٠.٣٨	٦٨٦	٣	٦٧	١٨٣	تساهم إدارة العلاقات العامة بالاتحاد الرياضي في تشجيع الأنشطة الرياضية للجمهور.	٧
٤	%٨٩.١٩	٦٧٧	٥	٧٢	١٧٦	تستخدم إدارة العلاقات العامة صفحة الإنترنت المخصصة للاتحاد الرياضي للتعريف بأنشطتها بشكل كاف.	٨
٨	%٨٧.٢٢	٦٦٢	٨	٨١	١٦٤	تعمل إدارة العلاقات العامة على توفير البيانات والمعلومات المتعلقة بالاتحاد الرياضي التي تساعد الجمهور.	٩
١٤	%٨٢.٣٤	٦٢٥	١٧	١٠٠	١٣٦	تحاول إدارة العلاقات العامة أن تشارك الجمهور من ذوى الاختصاص في الاتحاد الرياضي لتقييم دراساتها وبحوثها ومراجعتها.	١٠
١١	%٨٦.٤٢	٦٥٦	١١	٨١	١٦١	تعمل إدارة العلاقات العامة على دعم العلاقات الإنسانية بين الجمهور في الاتحاد الرياضي.	١١

٣	٨٩.٧٢	٦٨١	٢	٧٤	١٧٧	تبذل إدارة العلاقات العامة جهداً مقصوداً لاختيار الرسالة الإعلامية الصحيحة والمناسبة للتواصل مع المجتمع المحلي.	١٢
٧	%٨٨.٠١	٦٦٨	١٠	٨١	١٦٢	تجرى إدارة العلاقات العامة بحثاً تحاول من خلالها توقع الأحداث أو المشكلات التي قد تواجهها.	١٣
١٩	%٧٦.٥٤	٥٨١	٣٦	١٠٦	١١١	تعقد إدارة العلاقات العامة ندوات أو محاضرات. للتعريف بخدمات الاتحاد الرياضي بين الحين والآخر.	١٤
١٧	%٨٠.٢٣	٦٠٩	٢١	١٠٨	١٢٤	تدعو إدارة العلاقات العامة الجمهور لحضور المناسبات المختلفة.	١٥
١٦	%٨١.٨١	٦٢١	١٨	١٠٢	١٣٣	تشارك إدارة العلاقات العامة بنشاطات اجتماعية مع المجتمع المحلي.	١٦
١٨	%٧٩.٥٧	٦٠٤	٢٣	١٠٩	١٢١	تشارك إدارة العلاقات العامة في البرامج الثقافية للمجتمع المحلي.	١٧
٥	%٨٩.١٩	٦٧٧	٨	٦٦	١٧٩	تلجأ إدارة العلاقات العامة إلى الاتصال الشخصي المباشر بالعاملين عند شعورها أن هناك حاجة لذلك.	١٨
٩	%٨٧.٠٨	٦٦١	٩	٨٠	١٦٤	تعتمد إدارة العلاقات العامة على وسائل الإعلام المتنوعة للتواصل مع المجتمع المحلي.	١٩
	%٨٥.٥٤	١٢٣٣٦				المجموع	

يتضح من الجدول (١٥) أن أعلى عبارة (٢) "تشارك إدارة العلاقات العامة في الاتحاد الرياضي عند القيام بنشاط مميز." بوزن نسبي (٩١.٤٣%) وبدرجه مقدرة (٦٩٤)، بينما جاءت أقل عبارة (١٤) "تعقد إدارة العلاقات العامة ندوات أو محاضرات" بوزن نسبي

(٧٦.٥٤%) ودرجه مقدره (٥٨١)، كما كان الوزن النسبي لآراء عينة البحث في عبارات الاستبيان لمحور ( أنشطة العلاقات العامة المتعلقة بالاتحاد المصري لكرة السلة ) تراوح ما بين (٧٦.٥٤% : ٩١.٤٣%) وكان مجموع الوزن النسبي (٨٥.٥٤%).

وتعزو الباحثة ذلك إلى أن إدارة العلاقات العامة في المجال الرياضي هي الجهود المقصودة المستمرة المخططة التي تقوم بها إدارة المؤسسة الرياضية (نادي - مركز شباب - اتحاد رياضي ... الخ) والتي تهدف إلى وجود تفاهم متبادل وعلاقات سليمة بين تلك المؤسسة أو خارجها عن طريق وسائل الإعلام المختلفة والاتصال الشخصي بحيث يتحقق في النهاية التوافق بين المؤسسة الرياضية والرأي العام.

حيث تقوم بإفهام الجمهور حقيقة المؤسسة الرياضية عن طريق النشر والإعلام وإفهام المؤسسة الرياضية حقيقة الجماهير عن طريق دراسة الرأي العام بالاستفتاء والإحصاء والقياس العلمي.

فإدارة العلاقات العامة في المجال الرياضي هي همزة الوصل بين الاتحاد مثلا وبين الجمهور والتي تسعى بما تملكه من امكانيات أو أدوات إلى كسب ثقتهم وتأييدهم وبالتالي حرصهم على المشاركة في نشاط هذا المركز أو ذاك والإعلام الرياضي هو أداة هذا الاتصال.

وهذا يتفق مع دراسة كلاً من فؤاد علي (٢٠٠٨م) (١٤)، وليد خلف الله (٢٠٠٨م)

(٢٣)، محمد قيراط (٢٠٠٦م) (٦٣)، فونجفات أنيماتراتشاكيت Phongphat

Anumattractchakit (٢٠٠٢م) (٢٥)

حيث أتفقت هذه الدراسات فأن إدارة العلاقات العامة تعمل على جذب صلة آخرين بالرياضة من عملهم بالإعلام الرياضي تعليقا أو تحليلا أو نقدا. وتجذب الرياضة إلى دائرة

نفوذها وسائل الإعلام، والاتحاديات الرياضية، والوزارات المعنية الشباب وإعداده وتأهيله، والمسؤولين الذين يحرصون على الاهتمام بالرياضة وحضور منافساتها النهائية على المستوى المحلي والقاري والدولي.

## عرض نتائج المحور السادس النظم الرقابية بإدارة العلاقات العامة :

جدول (١٦)

الدرجة المقدره والوزن النسبي لاستجابات عينة البحث في المحور السادس  
النظم الرقابية بإدارة العلاقات العامة (ن=٢٥٣)

الترتيب	الوزن النسبي	الدرجة المقدره	درجة الاستجابة			العبارات	م
			غير موافق	الى حد ما	موافق		
١٢	%٨٥.٣٧	٦٤٨	٥	١٠ ١	١٤٧	تؤدى العملية الرقابية لوجود الالتزام داخل العلاقات العامة لتنفيذ الأعمال المكلفة بها .	١
١٣	%٨٥.٢٤	٦٤٧	٧	٧١	١٧٥	يتم وضع النظم الرقابية الخاصة بالعلاقات العامة من قبل مجموعة من المتخصصين .	٢
٣	%٩١.٠٤	٦٩١	٣	٦٢	١٨٨	يتم تنفيذ الخطة الرقابية من قبل مجلس إدارة الاتحاد بالاشتراك مع المسؤولين عن العلاقات العامة .	٣
١٤	%٨٤.٣٢	٦٤٠	٩	١٠ ١	١٤٣	هناك معايير رقابية للعلاقات العامة بالاتحاد يتم من خلالها قياس مستوى الأداء .	٤
١٠	%٨٦.٦٩	٦٥٨	٥	٩١	١٥٧	يتم تقييم العمل بالعلاقات العامة بواسطة مقارنة الأهداف الموضوعه بما تم تحقيقه من الأعمال .	٥



١٧	%٧٩.٧٢	٦٨١	٥	٦٨	١٨٠	يقوم مجلس إدارة الاتحاد بالتأكد من تنفيذ البرامج التي تم وضعها للعلاقات العامة من خلال خطة رقابية تم إعدادها مسبقاً .	٦
٨	%٨٧.٦١	٦٦٥	٤	٨٦	١٦٣	العملية الرقابية تتوافق مع الأنشطة الموجودة بالعلاقات العامة بالاتحاد .	٧
٥	%٩٠.٣٨	٦٨٦	٤	٦٥	١٨٤	تقوم العلاقات العامة بتنظيم اجتماعات للعاملين بالاتحاد مع مجلس الإدارة للوقوف على نواحي القصور في العمل .	٨
٢	%٩٢.٤٩	٧٠٢	٣	٥١	١٩٩	يقوم مجلس إدارة الاتحاد بتقويم عمل العلاقات العامة بصفة دورية .	٩
١٦	%٨٠.٦٣	٦١٢	٢٠	١٠ ٧	١٢٦	يوجد قصور في تقويم أنشطة العلاقات العامة بسبب عدم وجود متخصصين في عملية التقويم .	١٠
١١	%٨٤.٩٨	٦٤٥	٨	٩٨	١٤٧	يتم تقويم العمل بالعلاقات العامة بواسطة التقارير الدورية والمقابلات الشخصية .	١١
٩	%٨٧.٤٨	٦٦٤	٦	٨٣	١٦٤	يتم الاستفادة من عملية التقويم بسبب عدم تنفيذ نتائج تلك العملية .	١٢
١	%٩٤.٧٢	٧١٩	٠	٤٠	٢١٣	تساعد عملية تقسيم العمل في تسهيل العملية الرقابية بالعلاقات العامة بالاتحاد .	١٣
١٥	%٨٣.١٣	٦٣١	١٤	١٠ ٠	١٣٩	يوجد قصور في تقويم أنشطة العلاقات العامة بسبب عدم وجود ميزانية للصرف على عملية التقويم .	١٤

٤	%٩١.٠٤	٦٩١	٩	٥٠	١٩٤	تقوم العلاقات العامة بالاتحاد بالاستفادة من نتائج التقييم فى تعديل خططها وبرامجها وأنشطتها .	١٥
٧	%٨٩.٠٦	٦٧٦	٧	٦٩	١٧٧	يتم تقييم العمل بالعلاقات العامة بواسطة الاختبارات .	١٦
٦	%٨٩.٣٢	٦٧٨	٨	٦٥	١٨٠	توجد عوائق وصعوبات فى تنفيذ عملية التقييم الخاصة بالعلاقات العامة بالاتحاد .	١٧
١٨	%٧٩.٧١	٦٠٥	٢٣	١٠ ٨	١٢٢	يتم تقييم العمل بالعلاقات العامة بواسطة استطلاع آراء الجماهير .	١٨
	%٨٧.٣٨	١١٩ ٣٩				المجموع الكلي للمحور	
	%٨٧.٢٠	٦٨١ ٧١				المجموع الكلي للاستمارة	

يتضح من الجدول (١٦) أن أعلى عبارة (١٣) " تساعد عملية تقسيم العمل فى تسهيل العملية الرقابية بالعلاقات العامة بالاتحاد . " بوزن نسبي (٩٤.٧٢%) وبدرجه مقدره (٧١٩)، بينما جاءت أقل عبارة (١٨) " بوزن نسبي (٧٩.٧١%) وبدرجه مقدره (٦٠٥)، كما كان الوزن النسبي لآراء عينة البحث فى عبارات الاستبيان لمحور (النظم الرقابية بإدارة العلاقات العامة ) تراوح ما بين (٧٩.٧١ : ٩٤.٧٢%) وكان مجموع الوزن النسبي (٨٧.٢٠%).

وتعزو الباحثة تلك النتيجة إلى أن قلة الدعم المادي المتوافر للعلاقات العامة داخل الاتحاد وخاصة الخاص بعملية التقييم يؤدي إلى عدم قدرة إدارة الاتحاد على القيام بعملية التقييم المستمر على أكمل وجه ، كما أوضحت استجابات عينة البحث إلى عدم وجود نظام

لتقسيم العمل وتوزيع السلطات المحددة على العاملين بإدارة العلاقات العامة داخل الاتحاد مما يعمل على إعاقة العملية الرقابية لأنشطة العلاقات العامة داخل الاتحاد ويتفق هذا مع دراسة " فؤاد علي " (٢٠٠٨) (١٤) .

ويتفق هذا مع " علي برغوث " (٢٠٠٣) على أن يتضمن أداء وظيفة الرقابة في إدارة العلاقات العامة : وضع المعايير ، وقياس الأداء ومقارنة بها ، وتصحيح الانحرافات ومعالجتها ( ١٢ : ٤٢٨).

وتعزو الباحثة تلك النتيجة إلى أن الاتحاد الرياضي الذي يحقق إنجازات يهتم بوظيفة إدارة العلاقات العامة من حيث المبدأ ، وتضع ادارة العلاقات العامة ضمن الهيكل الإداري للاتحاد الرياضي مما يعمل على قدرة الاتحاد على الوفاء باحتياجاته والمنوطة بها إدارة العلاقات العامة كتوفير البيانات والمعلومات عن الفرق المنافسة وكذلك تسهيل مهمة الوفود داخل وخارج البلاد وما إلى ذلك من الأنشطة التي تقع ضمن اختصاصاتها ، ولكن يوجد بها الكثير من أوجه القصور التي لا تساعد على تنفيذ الخطط والبرامج المطلوبة من إدارة العلاقات العامة بصفة خاصة مما يؤثر بالسلب على مستوى تحقيق الاتحاد لأهدافه بصفة عامة ، بينما الاتحاد الرياضي الذي لم يحقق إنجازات لا يهتم بوجود أو عدم وجود ادارة العلاقات العامة ضمن الهيكل الإداري للاتحاد مما يعوق العمل الإداري داخل الاتحاد بسبب تداخل اختصاصات ووظائف إدارة العلاقات العامة مع الوظائف والإدارات والمستويات الإدارية المختلفة داخل الاتحاد وبالتالي تؤدي إلى عدم تحقيق الاتحاد لأهدافه .

ومن خلال العرض السابق يكون الباحثة قد استطاع الإجابة على التساؤل الأول للبحث والخاص بالتعرف على الواقع الفعلي لا دارة العلاقات العامة بالاتحاد المصري لكرة السلة.

## الاستنتاجات والتوصيات:

### الاستنتاجات:

- انطلاقاً من نتائج هذه الدراسة وفي ضوء المنهج المستخدم وفي حدود العينة وأداة جمع البيانات؛ توصلت الباحثة إلى الاستنتاجات الآتية:
- تهتم إدارة الاتحاد باستخدام التقنيات الحديثة عن طريق ادارة العلاقات العامة إلكترونياً.
  - تساهم العلاقات العامة فى التنسيق مع كوادر ل عمل دورات تفيد المجتمع المحيط داخل الاتحاد الرياضي.
  - تصدر إدارة العلاقات العامة مجلة داخلية تغطي فيها أخبار وأنشطة الاتحاد الرياضي والعاملين فيها.
  - تعمل إدارة العلاقات العامة على توفير البيانات والمعلومات المتعلقة بالاتحاد الرياضي التي تساعد الجمهور.
  - تستخدم إدارة العلاقات العامة صفحة الإنترنت المخصصة للاتحاد الرياضي للتعريف بأنشطتها بشكل كاف.
  - تسعى إدارة العلاقات العامة في الاتحاد الرياضي إلى تغيير الانطباعات السيئة التي قد يحملها الجمهور عن الاتحاد الرياضي من خلال البحوث والدراسات التي تجريها.
  - تستخدم العلاقات العامة المنشآت الترفيهية بالاتحاد الرياضي في استقبال أبناء المجتمع المحلي.
  - تقوم إدارة العلاقات العامة بالإشراف على إعداد وإقامة الندوات.
  - تقوم بالإشراف على إصدار المطبوعات والمنشورات والكتيبات الداخلية والخارجية.
  - أهداف العلاقات العامة بالاتحاد معروفة وواضحة للعاملين بها .
  - يتم ترتيب وتحديد أهداف العلاقات العامة بالاتحاد وفقاً لأولوياتها .
  - تقوم العلاقات العامة بالإعلام عن أهداف الاتحاد وتوضيح سياساته للمتعاملين معه .

- هناك اهتمام من قبل مجلس الإدارة بتطبيق اللوائح والقوانين المنظمة للعمل بالعلاقات العامة بالاتحاد .
- العلاقات العامة داخل الهيكل التنظيمي بالاتحاد تابعة لمجلس الإدارة مباشرة .
- يوجد قصور في تقييم أنشطة العلاقات العامة بسبب عدم وجود ميزانية للصرف على عملية التقييم .
- يتم تقييم العمل بالعلاقات العامة بواسطة مقارنة الأهداف الموضوعية بما تم تحقيقه من الأعمال .

### التوصيات:

- في حدود عينة البحث وفي ضوء النتائج التي توصلت إليها الباحثة يوصى  
الباحثة بالاتي:
- استخدام الأسلوب العلمي في اختيار المتقدمين لشغل وظيفة أخصائي علاقات عامة بالاتحادات الرياضية.
  - إقامة مجموعة من الدورات التدريبية الخاصة بالأخصائيين العاملين بالعلاقات العامة لرفع مستواهم وكفاءتهم في العمل.
  - وضع لائحة حوافز ثابتة ومناسبة للأخصائيين العاملين بالعلاقات العامة حتى تزداد دافعيتهم لإنجاز الأعمال الكلفين بها.
  - العمل على تدعيم العلاقات العامة بالعدد الكافي من الكوادر المؤهلة والمدربة والمتخصصة للعمل بها وبما يتناسب مع حجم وكم المسؤوليات والأعباء الملقاة عليها.
  - توفير المخصصات المالية والإمكانات الفنية اللازمة لدعم كفاءة أنشطة العلاقات العامة وما يمكنها من توسيع نطاق خطتها وبرامجها لمقابلة الاحتياجات المستمرة للوظائف الإدارية المختلفة وبما يتفق مع الأهداف العامة للاتحادات الرياضية .
  - وضع مجموعة من البرامج الخاصة بالعلاقات العامة لتحقيق أهدافها مع تحديد الجداول الزمنية لتنفيذ هذه البرامج واتفاقها مع الامكانيات المتاحة .

- قيام جهاز العلاقات العامة بوضع البرامج التنفيذية بالتنسيق مع مسؤولي الإدارات الأخرى ومجلس إدارة الاتحاد .
- العمل على توفير القيادات المؤهلة والمدرية على عملية التقييم مما يؤدي إلى نجاح عملية التقييم والتغلب على نواحي القصور فى عمل العلاقات العامة بالاتحادات الرياضية .
- المتابعة الميدانية والرقابية على مدى تحقيق الأهداف الموضوعية للعلاقات العامة واكتشاف المعوقات التي تعترض عمليات التنفيذ .
- الاهتمام بالتقييم المستمر لأنشطة العلاقات العامة وتطويرها بما يتفق مع الأهداف العامة للاتحادات الرياضية وذلك من خلال الاستعانة بالجهات العلمية للإشراف على تقييم خطط وبرامج العلاقات العامة على أسس علمية وموضوعية سليمة .
- الاهتمام بوضع ميزانية خاصة لعملية التقييم من قبل مجلس إدارة الاتحاد حتي لا تتسبب فى ضعف تلك العملية .

## المراجع

### أولاً:المراجع العربية:

١. أحمد أبو جاموس ورامي حسونة ومحمد فريد وعامر سماعنة (٢٠٠٢م): دور العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية في تعزيز صورة الجامعة كمؤسسة تربية في المجتمع. بحث غير منشور، قسم التسويق، جامعة النجاح الوطنية، نابلس.
٢. أشرف صبحي محمد (٢٠٠٠ م): نموذج مقترح لإدارة العلاقات العامة في المجال الرياضي ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية التربية الرياضية للبنين بالهرم ، القاهرة ،
٣. حنان فاروق محمد (م ١٩٩٥): تأثير العلاقات العامة علي فاعليه الوظائف الإدارية للمنشأة ، دراسة تحليلية ميدانية علي عينة من شركات قطاع الأعمال في مصر ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، .
٤. خالد محمد (٢٠٠١م): تطوير إدارة العلاقات العامة في التعليم الجامعي في ضوء الأبعاد التنظيمية المعاصرة، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة عين شمس، مصر.
٥. رافع دراغمة (٢٠٠٥م): دور العلاقات العامة في المؤسسات، ورقة عمل غير منشورة مقدمة في مؤتمر: العلاقات العامة في الوطن العربي في ظل العولمة: الواقع الحالي وآفاق المستقبل، جامعة الشارقة، الشارقة.
٦. سمحي محمد (٢٠٠٣م): دور إدارات العلاقات العامة في التعامل مع الأزمات والكوارث، رسالة ماجستير، أكاديمية نايف للعلوم الأمنية، السعودية.
٧. عادل حسن سيد (١٩٩٧م): تقويم العلاقات العامة في بعض الأندية جمهورية مصر العربية ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية التربية الرياضية ، جامعة المنيا ، .

٨. عادل حسن سيد (٢٠٠١م) : بناء إطار تنظيمي لإدارة العلاقات العامة في الحركة الكشفية
٩. عبد الرزاق الدليمي (٢٠١١م): الهندسة البشرية والعلاقات العامة: هندسة القبول والرضا، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان.
١٠. عبد السلام محمود أبو قحف (٢٠٠١م): "هندسة الإعلان والعلاقات العامة"، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، مصر
١١. عبد المحي محمود صالح (٢٠٠٠م): "العلاقات العامة والاعلام في الخدمة الاجتماعية"، دون دار نشر ، القاهرة
١٢. علي برغوث (٢٠٠٣م): دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات، رسالة ماجستير غير منشورة، معهد البحوث والدراسات العربية.
١٣. فاروق ياسين التركي (١٩٩٨م): دور العلاقات العامة في تحقيق الرضا الوظيفي لدي العاملين بالخطوط الجوية السعودية ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية الإعلام ، القاهرة
١٤. فؤاد علي (٢٠٠٨م): أدوار ونماذج العلاقات العامة في الجمهورية اليمنية - دراسة مسحية على عينة من أجهزة العلاقات العامة في القطاعين العام والخاص، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، مصر.
١٥. كمال عبد الحميد إسماعيل ومحمد صبحي حسانين، (٢٠٠١م): "رباعية كرة السلة الحديثة"، الجزء الأول ، مركز الكتاب للنشر ، القاهرة
١٦. محمد الصيرفي: الإدارة الحديثة ( مدخل مفاهيمي ) ، مؤسس حورس الدولية، القاهرة، ٢٠٠٤م



١٧. محمد عبد العظيم محمود: خطة مقترحة لإدارة المؤسسات الرياضية وفقا للأهداف التسويقية ، رسالة دكتوراه ، غير منشورة ، كلية التربية الرياضية ، جامعة أسيوط ، ٢٠٠٦م.
١٨. محمد قيراط (٢٠٠٥م): ممارسة العلاقات العامة في الإمارات العربية المتحدة، المعوقات التنظيمية، المشاكل الهيكلية وآفاق المستقبل، مجلة جامعة الشارقة للعلوم الرعية والإنسانية، المجلد الثاني، العدد ٣، الشارقة.
١٩. محمد محفوظ الزهري(٢٠٠٤م): "العلاقات العامة، المشكلات والحلول"، دار نهضة الشرق للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة.
٢٠. محمد مصلح (٢٠٠٣م): دور العلاقات العامة في تفعيل علاقة المنظمة بجمهور المستفيدين. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأمير نايف للعلوم المهنية، الرياض.
٢١. محمود أحمد الخطيب : " الإدارة الحديثة"، مطبعة الإسراء، القاهرة، ٢٠٠١م.
٢٢. محمود السيد إسماعيل الاصبح (٢٠٠٤م): وضع استراتيجية للعلاقات العامة فى الأندية الرياضية بمدن القناة ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية الرياضية ببورسعيد ، جامعة قناة السويس .
٢٣. وليد خلف الله (٢٠٠٨م): أخلاقيات العمل فى العلاقات العامة - دراسة تطبيقية على المؤسسات الاقتصادية والاجتماعية فى مصر، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة جنوب الوادي، مصر.

## ثانياً المراجع الاجنبية:

24.Yong wook kim &Linda c. Hon (1998): craft and professional models of public relations and their relation to job satisfaction among Korean public relations practitioners , journal .. of public relations Research , vol .10 , no3 ,p.p. 155 – 175

25.Thomas Edward Grier (2001): University public relations \_ and employee morale: perceptions and practices. Unpublished Doctoral Dissertation of Education, Faculty of Graduate School, University of Minnesota.

26.Phongphat Anumatratchakit (2002): Perceptions of the university presidents and public relations officers of university public relations officer in private university in Thailand. Unpublished .Doctoral Dissertation, University of Pittsburgh, Thailand, USA.

## ثالثاً مراجع شبكة المعلومات الدولية

27.www.ehf.gov.eg ٩:٢٢..A.m ٢٠١٦/١٠/٣

## ملخص عربى

### الملخص باللغة العربية:

#### "واقع إدارة العلاقات العامة بالاتحاد المصري لكرة السلة"

#### المقدمة ومشكلة البحث:

تعد الإدارة عملية إنسانية مستمرة تعمل على تحقيق أهداف جيدة وعلى استخدام الجهد البشرى في الاستعانة بالإمكانيات البشرية والمادية المتاحة، وذلك في شكل نشاط إنساني متكرر ومستمر، وهذا النشاط يوجد في كل المؤسسات وعلى كافة المستويات سواء كانت هذه المؤسسات حكومية أو أهلية. (٢١: ١)

وتعتبر الإدارة هي المسؤولة عن نجاح أى نشاط وهي التي تؤدى إلى تقدم أو تخلف أى نشاط والتي يمكن عن طريقها تحقيق أهداف أى منظمه من المنظمات أو أى مجتمع من المجتمعات. (١٧: ٢)

يري "محمود محمد الجوهري" نقلا عن "عبد المحي محمود صالح" ان العلاقات العامة عبارة عن "فن معاملة الجمهور وكسب رضائه او الفن الذي يرسم الطريق للحصول علي رضا الجماهير لتحقيق المصلحة العامة" (١١ : ٢٨)

تعتبر كرة السلة واحدة من الأنشطة الرياضية التي لاقت استحسانا واقبالا من الأطفال والشباب من الجنسين ، ولقد كان لازدياد اعداد الممارسين والمشاهدين لكرة السلة من الجنسين ما دعا الي تأسيس الاتحادات التي ترعي شؤون هذه اللعبة ، كما نظمت لها اللقاءات علي مختلف المستويات سواء كان محليا او دوليا او قاريا او اوليمبيا. (١٥ : ١٧)

ومن خلال ما سبق ترى الباحثة أن مجال العمل في الاتحاد المصري لكرة السلة يتطلب من العلاقات العامة تحقيق وظائفها من خلال تطبيق مجموعة من البرامج التي بها الكثير من

نواحي القصور في التخطيط والتنفيذ ، وكذلك تأهيل وصقل العاملين بالعلاقات العامة بالاتحاد المصري لكرة السلة يؤدي إلى القيام بواجباتهم الوظيفية على أكمل وجه ويترتب على ذلك إمكانية الارتقاء بمكانة العلاقات العامة والذي يمكن ان يؤدي الى تقوية صورة ومكانة بالاتحاد المصري لكرة السلة سواء امام الرأي العام الداخلي او الخارجي ، وكذلك يجب على العلاقات العامة أن تساعد على توضيح ونشر المعلومات والبيانات والاهداف الخاصة بالاتحاد المصري لكرة السلة سواء للجمهور الداخلي او الخارجي مما يعمل على نشر الرياضة التي يديرها الاتحاد والتي تؤثر على انتشار قاعدة الممارسين لهذه الرياضة ومن ثم تحقيق الاتحاد لأهدافه العامة.

ومن هنا تسعى الباحثة محاولة تقويم ادارة العلاقات العامة داخل الاتحاد المصري لكرة السلة وذلك من خلال التعرف على الواقع الفعلي للعلاقات العامة للاتحاد ووضع تصور مقترح لإدارة العلاقات العامة بالاتحاد المصري لكرة السلة من أجل تحقيق أهدافها ووظائفها والتي لو حققت بنجاح هل ستؤثر على مستوى الارتقاء بالاتحاد في جميع جوانبه سواء ان كانت فنية أو إدارية أم إنها لن تؤثر، وكذلك أن لم تقم العلاقات العامة بهذه الاهداف والوظائف هل ستؤثر على مستوى ومكانة الاتحاد وعدم قدرته على تحقيق اهدافه ووظائفه سواء كانت فنية او اداريه أم إنها لن تؤثر .

ومن خلال العرض السابق وفي حدود علم الباحثة وما اطلعت عليه من أبحاث والدراسات السابقة التي تنطرق الي هذا المجال البحثي لم تجد من الأبحاث والدراسات العلمية والمرجعية التي تناولت واقع إدارة العلاقات العامة بالاتحاد المصري لكرة السلة.

### اهمية البحث والحاجة اليه:

تحتاج التربية البدنية والرياضة في المؤسسات والهيئات المختلفة وعلى مستوى الدولة الى اجهزة للعلاقات العامة بصفقتها ميدانا جديدا في الحقل التربوي والمهني فطبيعة التربية

البدنية والرياضة والتفسير الصحيح لها ولفلسفتها السليمة كل ذلك يحتاج الى مجهود منظم لتقريبها الى اذهان الجماهير . وللعلاقات العامة اهمية فى التربية البدنية والرياضة ويمكن ان تقوم بدور فعال في النواحي التالية:

- توضيح وتفسير معنى التربية البدنية والرياضة والخدمات التي تؤديها للفرد والمجتمع.
- خلق اهتمامات واتجاهات متبادلة بين المؤسسة الرياضية وبين الجماهير.
- اكتساب تأييد ورضا الجماهير لبرنامج التربية البدنية والرياضية الصادر عن المؤسسة.

### هدف البحث:

يهدف البحث إلى التعرف على واقع ادارة العلاقات العامة بالاتحاد المصري لكرة السلة .

### تساؤلات البحث:

- ما الواقع الفعلى للعلاقات العامة بالاتحاد المصري لكرة السلة ؟

### المصطلحات:

#### ١- العلاقات العامة فى المجال الرياضى :

الفن القائم على أسس علمية لبحث أنسب طرق التعامل الناجحة المتبادلة بين المنظمة وجماهيرها الداخلي والخارجي لتحقيق أهدافها مع مراعاة القيم والمعايير الاجتماعية والقوانين والأخلاق العامة بالمجتمع.(٩:٦٧)

#### ٢-الاتحاد الرياضى:

هو هيئة رياضية لها شخصية اعتبارية مستقلة وتعتبر من الهيئات الخاصة ذات النفع العام ومقره القاهرة ويهدف الاتحاد الرياضى الى نشر اللعبة والارتقاء بمستواها وتنظيم وتنسيق النشاط بين اعضائه.( ١٥ : ١ )

## الدراسات السابقة :

١\_دراسة حنان فاروق محمد (١٩٩٥) (٣) استهدفت الدراسة التعرف علي تأثير العلاقات العامة علي فاعلية الوظائف الإدارية للمنشأة علي عينة من شركات قطاع الأعمال في مصر ، حيث صممت الباحثة استبيان العلاقات العامة وتأثيرها علي مختلف الوظائف الإدارية في المنشأة المصرية ، حيث توصلت الباحثة بأن للعلاقات العامة لها دور كبير في تحمل المسئوليات الخاصة بالدور والأنشطة والوظائف الإدارية المختلفة والتي تمثل عبء علي المنشأة في تنفيذها والمواجهة إلي فئة الإدارة العليا للمنشأة .

٢\_ عادل حسن سيد (١٩٩٧) (٧) والتي استهدفت تقويم العلاقات العامة في بعض أندية جمهورية مصر العربية ، حيث استخدمت الباحثة المنهج الوصفي ، وقامت الباحثة بإعداد مقياس تقويم العلاقات العامة للأندية بجمهورية مصر العربية بهدف الوصول الي نتائج البحث ومن أهمها ضرورة تحديد أهداف واضحة للعلاقات العامة ، وأن تتبثق تلك الأهداف من الأهداف العامة الأندية الرياضية وأن تتكامل معها ، وأن تراعي هذه الأهداف الاهتمامات الخاصة بالأعضاء (الجمهور الداخلي) ، وأن يكون الهدف الرئيسي منها إشباع حاجات الأفراد .

٣\_دراسة " فاروق ياسين التركي " (١٩٩٨)(١٣) والتي استهدفت التعرف علي دور العلاقات العامة في تحقيق الرضا الوظيفي علي العاملين بالخطوط السعودية ، حيث استخدمت الباحثة المنهج الوصفي ، وقامت الباحثة بتصميم استمارة استبيان للعلاقات العامة واستبيان للرضا الوظيفي والمقابلة الشخصية للوصول إلي نتائج البحث من أهمها وجود علاقة طردية دالة إحصائيا بين وظائف العلاقات العامة وبعض محاور الرضا الوظيفي ومنها الرضا عن المؤسسة والرضا عن الوظيفة الحالية والرضا عن النواحي الاجتماعية داخل المؤسسة .

٤\_ دراسة يونج واك وليندا هون Yong Wook & Linda Han (١٩٩٨) ( ٢٤ )  
والتي استهدفت التعرف علي النماذج المحترفة في العلاقات العامة وعلاقتها بالرضا  
الوظيفي بين ممارسي العلاقات العامة الكوريين ، حيث أستخدم الباحثة ان مقياسان  
للعلاقات العامة والرضا الوظيفي للتوصل الي النتائج ومن أهمها أن استخدام ممارسين  
محترفين للعلاقات العامة أكثر رضا عن أعمالهم عن الممارسين ذات المستوي منخفض  
وخاصة الذين يستعملون نماذج محترفة في الصحف والمعلومات العامة ، كما توجد علاقة  
ايجابية بين النماذج المحترفة من ممارسين العلاقات العامة الكوريين والرضا عن الوظيفة  
الحالية.

٣- دراسة أشرف صبحي محمد (٢٠٠٠) ( ٢ ) والتي استهدفت وضع نموذج مقترح لإدارة  
العلاقات العامة في المجال الرياضي ، حيث استخدم الباحثة المنهج الوصفي ، وقامت  
الباحثة بإعداد استقصاء للعلاقات العامة والمقابلة الشخصية للتوصل إلي النتائج والتي  
كان من أهمها وجود جهاز متفرغ للعلاقات العامة بالمنظمات الرياضية كوزارة الشباب  
والرياضة واللجنة الأولمبية ، كما يجب وضع العلاقات العامة كإدارة عامة في الهيكل  
التنظيمي وتوضيح العلاقات بينها وبين الإدارات المختلفة بالمنظمة .

٤- دراسة عادل حسن سيد (٢٠٠١) (٧) استهدفت الدراسة بناء إطار تنظيمي لإدارة العلاقات  
العامة في الحركة الكشفية ، حيث استخدم الباحثة المنهج الوصفي ، وكانت أدوات جمع  
البيانات استبيان للعلاقات العامة من تصميم الباحثة ، وكانت أهم النتائج تحديد لائحة  
تنظيمية لشروط اختيار مسئولين عن العلاقات العامة بالجمعيات الكشفية والتي بدورها  
تهتم بالجمهور الداخلي والذين من خلالهم يعطي الانطباع الايجابي عن الحركة الكشفية  
وتوضيح أهداف الحركة الكشفية للجمهور الداخلي والخارجي .



## إجراءات البحث:

### منهج البحث:

استخدمت الباحثة المنهج الوصفي ( أسلوب الدراسات المسحية ) بخطواته وإجراءاته وذلك لمناسبته لتحقيق أهداف البحث .

### مجتمع وعينة البحث:

#### مجتمع البحث:

- يشمل مجتمع البحث عناصر رياضة كرة السلة بجمهورية مصر العربية والبالغ عددهم ( ١٠١٢ ) ألف واثنى عشر فرداً للعام ٢٠٢١م/٢٠٢٢م والمتمثلين في:
- أعضاء مجلس إدارة الاتحاد المصري لكرة السلة .
  - أعضاء مجالس إدارات أفرع الاتحاد المصري لكرة السلة .
  - الحكام المسجلين بالاتحاد المصري لكرة السلة .
  - لاعبي الدرجة الاولى بالاتحاد المصري لكرة السلة .

#### عينة البحث:

تم اختيار العينة بالطريقة بالطريقة العشوائية الطبقية من بعض أعضاء مجلس إدارة الاتحاد المصري لكرة السلة ، بعض أعضاء مجالس إدارات أفرع الاتحاد المصري لكرة السلة ، بعض الحكام المسجلين بالاتحاد المصري لكرة السلة، بعض لاعبي الدرجة الاولى بالاتحاد المصري لكرة السلة، حيث قامت الباحثة بالتطبيق علي عدد (٢٥٣) فرد بنسبة (٢٥%) من إجمالي مجتمع البحث ، كما هو موضح بجدول (٣).

### أدوات جمع البيانات:

تحليل الوثائق والسجلات :

المقابلة الشخصية :

استمارة استبيان : ( إعداد الباحثة )



## The reality of the Public Relations Department of the Egyptian basketball Federation

### Introduction and Research Problem:

The administration is a continuous humanitarian process that works to achieve good goals and to use the human effort in using the available human and material resources in the form of recurrent and continuous human activity. This activity exists in all institutions and at all levels, whether governmental or civil. )

The management is responsible for the success of any activity which leads to the progress or backwardness of any activity through which the objectives of any organization or community can be achieved. (17: 2)

According to Mahmoud al-Jawhari, public relations are "the art of treating the public and gaining satisfaction or art that chart the way for public satisfaction in the interest of the public" (11:28)

BASKETBALL is one of the most popular sports activities for children and young people of both sexes. There has been an increase in the number of practitioners and spectators of the BASKETBALL of both sexes, which called for the establishment of federations that sponsor the game and organized meetings at different levels, whether locally or internationally. Or continental or Olympia. (15: 17)

Through this, the researcher believes that the field of work in the Egyptian BASKETBALL Federation requires public relations

to achieve its functions through the implementation of a series of programs which have many shortcomings in planning and implementation, as well as the rehabilitation and refinement of public relations workers in the Egyptian BASKETBALL federation In order to enhance the prestige of public relations, which can lead to strengthening the image and position of the Egyptian BASKETBALL Federation both in front of internal and external public opinion. Public relations should also help to clarify and disseminate information and information. Data and targets for the Egyptian BASKETBALL Federation, whether internal or external to the public, which works on the dissemination of sport administered by the Union that affect the spread of practitioners base for the sport and then achieve the general objectives of the Union.

Hence, the researcher tries to evaluate the Public Relations Department within the Egyptian BASKETBALL Federation by identifying the actual reality of the public relations of the Union and developing a proposed vision for the Public Relations Department of the Egyptian BASKETBALL Federation in order to achieve its objectives and functions. Through the previous presentation and within the limits of the researcher's knowledge and the previous researches and studies that dealt with this field of research, he did not find any scientific and reference studies and studies that dealt with the reality of the

Public Relations Department of the Egyptian BASKETBALL Federation.

The importance of research and its need:

Physical education and sports in different institutions and bodies at the state level need public relations as a new field in the field of education and vocational. The nature of physical education and sports, the correct interpretation of it and its sound philosophy all require a systematic effort to bring it closer to the minds of the masses. Public relations are important in physical education and sport and can play an effective role in the following areas:

- Clarify and interpret the meaning of physical education, sports **individual and society**.
- Creating mutual interests and directions between the sports institution and the public.
- Gain public support and satisfaction for the institution's physical and athletic education program.

#### **Search Goal:**

The research aims to identify the reality of the Public Relations Department of the Egyptian BASKETBALL Federation.

Search questions:

- What is the actual reality of public relations in the Egyptian BASKETBALL Federation?

#### **Terminology:**

## 1- Public relations in sports field:

Art based on scientific foundations to discuss the most appropriate ways of dealing successfully between the organization and its internal and external audiences to achieve its objectives, taking into account the values and social norms and laws and ethics in the community. (67: 9)

## 2 - Sports Union:

It is a sports body with an independent legal personality and is considered a private body of public interest based in Cairo. It aims to spread the game and improve its level and organize and coordinate activity among its members. (15: 1)

### **Previous studies :**

(3) The study aimed to identify the effect of public relations on the effectiveness of the administrative functions of the establishment on a sample of companies in the business sector in Egypt, where the researcher designed a questionnaire on public relations and its impact on the various administrative functions in the Egyptian establishment, Public Relations has a great role in assuming responsibilities for the role.

2) Adel Hassan Sayed (1997) (7), which aimed to evaluate the public relations in some clubs of the Arab Republic of Egypt, where the researcher used the descriptive method, and the researcher prepared a scale of evaluation of public relations clubs in the Arab Republic of Egypt to reach the results of the

research, And that these goals should take into account the interests of the members (the internal public), and that the main objective is to satisfy the needs of individuals.

The researcher designed a questionnaire for public relations and a questionnaire for job satisfaction and personal interview to reach the results of the research. The most important of which is the existence of a statistically significant relationship between the functions of public relations. 4\_ The study of Yong Wook & Linda Han (1998), 24 aimed at identifying professional models in public relations and their relation to job satisfaction among Korean public relations practitioners. The researchers used two measures of public relations and job satisfaction to reach results, practitioners and satisfaction with the current job.

5 - The study of Ashraf Subhi Mohammed (2000) (2), which aimed to develop a proposed model for the management of public relations in the field of sports, where the researcher used the descriptive approach, and the researcher prepared a survey of public relations and personal interview to reach the results, which was the most important presence of a full-time public relations Sports organizations such as the Ministry of Youth and Sports and the Olympic Committee. Public relations should also be established as a public administration in the organizational structure and clarify the relations between them and the various departments of the Organization.

6 – Adel Hassan Sayed study (2001) (7) The study aimed at building an organizational framework for the management of public relations in the Scout Movement, where the researcher used the descriptive approach. The data collection tools were a public relations questionnaire designed by the researcher. About the public relations Scout societies, which in turn cares about the internal audience and through them gives a positive impression of the Scout Movement and clarify the objectives of the Scout Movement to the internal and external audience.

#### **Research Methodology:**

The researcher used the descriptive approach (the method of survey studies) in his steps and procedures in order to achieve the objectives of the research.

#### **Community and Sample Search:**

##### **research community:**

The research society includes the elements of BASKETBALL sport in the Arab Republic of Egypt (1012) thousand and twelve individuals for the year 2021/2022, represented in:

- Members of the Board of Directors of the Egyptian BASKETBALL Federation
- Members of the boards of the branches of the Egyptian BASKETBALL federation
- Registered referees of the Egyptian BASKETBALL Federation
- First class players of the Egyptian BASKETBALL Federation

### **The research sample:**

Some of the members of the Boards of Directors of the Egyptian BASKETBALL Federation, some referees registered in the Egyptian BASKETBALL Federation, some of the players of the first class of the Egyptian BASKETBALL Federation, where the researcher applied to the number (253) individuals (25%) of the total research community, as shown in Table (3).

### **Data collection tools:**

Analysis of documents and records:

personal interview :

Questionnaire form: (researcher preparation)