

## تقويم إدارة العلاقات العامة للأندية الرياضية

\* د/ فتحى توفيق فتحى

### مقدمة ومشكلة البحث

تعتبر الاندية الرياضية احد الميادين التربوية والرياضية الهامة التى تقدم العديد من الخدمات لجمهورها فى صورة أنشطة رياضية واجتماعية وثقافية ، وهذا لن يتأتى الا فى ظل وجود ادارة للعلاقات العامة متخصصة يتم عن طريقها ايجاد نوع من التنسيق بين هذه الأنشطة حتى يمكنها تحقيق اهدافها .

والادارة الرياضية تعد عملية اجتماعية لكونها تتعامل مع الكائن البشرى وفق مجموعة من المتغيرات ، وكذلك فهى عملية فنية لانها ترتبط ارتباطا وثيقا بطبيعة النشاط الممارس وما يرمى اليه من اهداف ، كما انها تهدف الى التنظيم الشامل للعلاقات الاجتماعية والى تنظيم العمل وتحقيق روح الفريق فى العمل ، وتتعدد المؤسسات التى تهتم بالمجال الرياضى والأنشطة البدنية ، فمنها ما هو متخصص بصورة اساسية فى المجال الرياضى كالاندية الرياضية ، ومنها ما يعتبر الرياضة احد أنشطة المؤسسة بالإضافة الى مجالها الرئيسى كالمؤسسات الصناعية.( ٢ : ٢٩ )

واصبحت العلاقات العامة من خلال وظائفها وأنشطتها احد المنظومات الهامة التى تساعد الادارة العليا فى المؤسسات المختلفة حتى تكون على علم مستمر واتصال دائم مع الجماهير فى الداخل والخارج مما يعمل على تحسين قراراتها وتصحيح مسارها . حيث يظهر دور العلاقات العامة فى تكوين السمعة الطيبة للمؤسسة وتنمية العلاقات بين مختلف فئات العاملين بها والمتعاملين

---

\*أستاذ مساعد بقسم أصول التربية الرياضية – كلية التربية الرياضية جامعة مدينة السادات

معها والسعى الى توفير كل المقومات التى تؤدى الى دعم التعاون وتنميتها  
باستمرار . ( ٢ : ٧ )

ولا يمكن لاي مؤسسة رياضية ان تتمتع بفترة طويلة من النجاح  
والاستقرار بدون دعم ومساندة جماهيرها من خلال ما تقوم به العلاقات العامة  
نحو توطيد العلاقات الطيبة الممتلئة بالثقة ما بين تلك الجماهير وادارة المؤسسة  
الرياضية . ( ٤ : ٥٤ )

ويعتبر نشاط العلاقات العامة نشاط هادف له خطوات محددة وبرامج مقننة ،  
حيث ان التخطيط عملية ضرورية واسبابية فى جميع مجالات الحياة حيث انه يعد  
من اهم سمات العلاقات العامة الحديثة التى تقوم على اساس تجريبى عملى يبدا  
بتجميع المعلومات وبحث المشكلات ثم بناء خطط بعد ذلك على اساس واقعى مع  
تحديد الاهداف والغايات فى ضوء الدراسات والابحاث . ( ٣ : ١٣١ )

ويتضح للباحث ان الاندية الرياضية تعتبر احد المؤسسات الاهلية التى  
تشمل قطاعا كبيرا من الجمهور الداخلى والخارجى بمختلف فئاته مما يؤكد  
ضرورة الحاجة الى وجود كيان لجهاز العلاقات العامة بها ومحاولة التغلب على  
المعوقات التى تواجه ممارسة نشاطها ، لذا كان من الاهمية بمكان ان تهتم  
مجالس ادارات هذه الاندية باتشاء ادارة للعلاقات العامة وان تكون ضمن الهيكل  
التنظيمى للنادى .

كما يرى الباحث ان الهدف الاساسى لادارة العلاقات العامة بالاندية  
الرياضية هو تقوية وتدعيم العلاقة بين الاندية الرياضية وكافة المتعاملين معها  
والمشاركين فى تكوينها من خلال وظائفها وانشطتها التى تعمل على توفير كافة  
المعلومات والبيانات الخاصة بدراسة اتجاهات واراء تلك الجماهير تجاه النادى  
والادارة العليا به .

ومن خلال عمل الباحث بادارة العلاقات العامة والإعلام بنادى السلام  
الرياضى بمدينة السادات واحتكاكه بمعظم الاندية الرياضية الاخرى ، وجد

الباحث ان هناك قصور فى فهم دور واهمية وطبيعة الاعمال التى تمارسها ادارة العلاقات العامة بالاندية الرياضية التى توجد بها هذه الادارة ، وايضا وجود قصور شديد فى توافر ادارات للعلاقات العامة بالعديد من الاندية الرياضية الاخرى ، وان هناك العديد من المعوقات التى تحد من ممارسة العلاقات العامة بالاندية الرياضية بمدينة السادات .

الامر الذى دفع تفكير الباحث لاجراء هذه الدراسة الميدانية التى تستهدف تقويم العلاقات العامة فى الاندية الرياضية بمدينة السادات ،

### **هدف البحث .**

يهدف البحث الى تقويم إدارة العلاقات العامة بالاندية الرياضية بمدينة

السادات فى ضوء المحاور الآتية :

اهداف العلاقات العامة .

تخطيط نشاط العلاقات العامة .

الجوانب التنظيمية للعلاقات العامة .

توجيه نشاط العلاقات العامة .

تقويم أنشطة العلاقات العامة .

### **تساؤلات البحث .**

١- ما هو تقويم إدارة العلاقات العامة فى الاندية الرياضية بمدينة

السادات فى ضوء المحاور الآتية:

اهداف العلاقات العامة .

تخطيط نشاط العلاقات العامة .

الجوانب التنظيمية للعلاقات العامة .

توجيه نشاط العلاقات العامة .

تقويم أنشطة العلاقات العامة .

## مصطلحات البحث .

الاستراتيجية فى العلاقات العامة .

" هى المنهج الذى يتبعه مسئول العلاقات العامة لتحقيق اهدافها وهى تتضمن مجموعة من المسلمات الاساسية التى توضح وجهة النظر العامة التى تمثلها وكذا تفاصيل العمل بها والتى تعرف بالتكنيكات ، بمعنى ان التكنيك هو ترجمة عملية لوضع الاستراتيجية محل التنفيذ " . (٤ : ١٤٧)

العلاقات العامة فى المجال الرياضى .

" هى تلك الانشطة التى تستخدم لتكوين علاقات جيدة والمحافظة على هذه العلاقات بين الاندية الرياضية بعضها البعض وبين جماهيرها المختلفة " . (٦ : ١٧)

## إجراءات البحث . Procedures Of The Research

### منهج البحث . The Research Curriculum

استخدم الباحث المنهج الوصفي بالأسلوب المسحي لمناسبته لطبيعة هذا

البحث .

### مجتمع وعينة البحث : The Research Society, Sample

تم اختيار مجتمع البحث من خلال حصر شامل لجميع الاندية الرياضية بمدينة السادات ، واختيار عينة البحث بالطريقة العمدية لجميع الاندية الرياضية بمدينة السادات وعددها ٤ نادى رياضى ، ممثلة فى من لهم علاقة بالاندية الرياضية بمدينة السادات " اعضاء مجلس الادارة ، مديرى عموم والاداريون بالنادى ، الأفراد العاملين بالاندية الرياضية ، الاجهزة الفنية واللاعبون ، ممارسى النشاط الرياضى ، واطباء الجمعية العمومية بالنادى الرياضى ،

الاعلاميين الرياضيين

## جدول ( ١ )

### الأندية الرياضية بمدينة السادات

م	محافظة	عينة استطلاعية	عينة اساسية	المجموع
١	نادى السلام الرياضى	٧	٤٠	٧٤
٢	النادى النجوم الرياضى	٨	٤٢	٥٠
٣	نادى القادسية الرياضى	٦	٢٠	٢٦
٤	نادى الملكى الرياضى	٧	٣٠	٣٧
	المجموع	٣٠	١٣٢	١٦٢

تم اختيار عينة البحث بطريقة عشوائية من مجتمع البحث ممن لهم علاقة بالأندية الرياضية بمدينة السادات " اعضاء مجلس الادارة ، مديرى عموم والاداريون بالنادى ، و الاجهزة الفنية و اللاعبين ، و ممارسى النشاط الرياضى ، وعدد من اعضاء الجمعية العمومية بالنادى الرياضى ، ، وقد بلغ عدد عينة البحث الكلية عدد ١٦٢ فرد ، حيث بلغ عدد عينة البحث الاستطلاعية عدد ٣٠ فرد ، وبلغ عدد عينة البحث الأساسية عدد ١٣٢ فرد

### أدوات جمع البيانات . The Data – Gathering Methods

استخدم الباحث في جمع البيانات والمعلومات المتعلقة بهذا البحث

الأدوات التالية :

استمارة استبيان الواقع الحالى للعلاقات العامة فى الاندية الرياضية بمدينة السادات . (مرفق ١)

قام الباحث بتصميم استمارة استبيان الواقع الحالى للعلاقات العامة فى

الاندية الرياضية بمدينة السادات متبعا فى ذلك خطوات بناء الاستبيان وفقا

لقواعد البحث العلمى كالتالى :

\* قام الباحث بالاطلاع على العديد من المراجع العلمية والبحوث والدراسات السابقة التي تناولت مجالات العلاقات العامة بالمؤسسات العامة ، والهيئات والمؤسسات الرياضية ، ثم قام بتحديد المحاور من خلال المسح المرجعي لهذه الدراسات ، واقتباس ما امكن من محاور من هذه الدراسات السابقة لعرضها على الخبراء.

\* قام البحث بوضع تلك المحاور التي تم التوصل اليها فى استمارة استبيان (مرفق ٢) questionnaire check list ثم عرضها على السادة الخبراء فى مجال الادارة الرياضية (مرفق ١) ، ثم حدد الاهمية النسبية لهذه المحاور واختيار المحاور التي حصلت على اهمية نسبية تتراوح ما بين (٨٠% - ١٠٠%) ويتضح ذلك كما فى الجدول رقم ( ٢ )

### جدول ( ٢ )

الاهمية النسبية لاتفاق الخبراء حول محاور استبيان الواقع الحالى لإدارة لعلاقات العامة فى الاندية الرياضية بمدينة السادات ن = ٧

م	المحاور	اتفاق اراء الخبراء	الاهمية النسبية
١	اهداف العلاقات العامة .	٧	١٠٠%
٢	تخطيط نشاط العلاقات العامة .	٧	١٠٠%
٣	الجوانب التنظيمية للعلاقات العامة .	٧	١٠٠%
٤	توجيه نشاط العلاقات العامة .	٧	١٠٠%
٥	تقويم أنشطة العلاقات العامة .	٧	١٠٠%
٦	مشكلات العلاقات العامة .	٤	٣٠,٤%

يتضح من الجدول (٢) أنه قد تم تحديد المحاور الخاصة بإدارة العلاقات العامة بالاندية الرياضية بمدينة السادات ، والتي اتفق عليها الخبراء بنسبة مئوية ١٠٠% ، فيما عدا المحور السادس والذي حصل على نسبة ٣٠% وتم استبعاده لعدم حصوله على النسبة التى ارتضاها الباحث وهى ٨٠% فأكثر ، وذلك من خلال نتائج استمارة استطلاع رأى السادة الخبراء حول محاور استبيان الواقع الحالى للعلاقات العامة فى الاندية الرياضية بمدينة السادات .

\* قام الباحث بعرض العبارات الخاصة بكل محور على السادة الخبراء (مرفق ١) للتحقق من الصدق المنطقي لملائمة العبارات المقترحة لكل محور ، ومدى ملائمة صياغة العبارات المقترحة ومناسبتها للمحور الذى تنتمى اليه ، ومدى امكانية حذف او تعديل او اضافة عبارات اخرى ، وقد توصل الباحث من خلال استطلاع راي السادة الخبراء الى تحديد الاهمية النسبية لاتفاق الخبراء ويتضح ذلك كما فى جدول رقم ( ٧ ) .

### جدول ( ٣ )

الاهمية النسبية لاتفاق الخبراء حول تحديد عبارات محاور استبيان الواقع

الحالى لإدارة العلاقات العامة فى الاندية الرياضية بمدينة السادات ن = ٧

النسبة المنوية	م	النسبة المنوية	م	النسبة المنوية	م	النسبة المنوية	م	النسبة المنوية	م
المحور الأول : اهداف العلاقات العامة .									
%١٠٠	٥	%٩٠	٤	%٩٠	٣	%٤٠	٢	%١٠٠	١
%٤٠	١٠	%٨٠	٩	%١٠٠	٨	%٩٠	٧	%١٠٠	٦
المحور الثانى : تخطيط نشاط العلاقات العامة .									
%١٠٠	١٥	%١٠٠	١٤	%١٠٠	١٣	%٨٠	١٢	%١٠٠	١١
%١٠٠	٢٠	%٨٠	١٩	%٢٠	١٨	%١٠٠	١٧	%٩٠	١٦
%٩٠	٢٥	%٩٠	٢٤	%١٠٠	٢٣	%٨٠	٢٢	%٣٠	٢١
%٣٠	٣٠	%٤٠	٢٩	%١٠٠	٢٨	%٤٠	٢٧	%٩٠	٢٦
								%١٠٠	٣١
المحور الثالث : الجوانب التنظيمية للعلاقات العامة .									
%١٠٠	٣٦	%٩٠	٣٥	%١٠٠	٣٤	%١٠٠	٣٣	%٨٠	٣٢
%٨٠	٤١	%١٠٠	٤٠	%٩٠	٣٩	%١٠٠	٣٨	%٤٠	٣٧
%١٠٠	٤٦	%٩٠	٤٥	%٣٠	٤٤	%١٠٠	٤٣	%٣٠	٤٢
%٨٠	٥١	%٨٠	٥٠	%٩٠	٤٩	%٨٠	٤٨	%٩٠	٤٧
								%١٠٠	٥٢
المحور الرابع : توجيه نشاط العلاقات العامة .									
%١٠٠	٥٧	%١٠٠	٥٦	%٤٠	٥٥	%٨٠	٥٤	%٨٠	٥٣
%٩٠	٦٢	%٨٠	٦١	%١٠٠	٦٠	%١٠٠	٥٩	%٣٠	٥٨
		%٩٠	٦٦	%٣٠	٦٥	%٩٠	٦٤	%١٠٠	٦٣
المحور الخامس : تقويم أنشطة العلاقات العامة .									
%٨٠	٧١	%١٠٠	٧٠	%٤٠	٦٩	%٨٠	٦٨	%١٠٠	٦٧
%٩٠	٧٦	%٣٠	٧٥	%٩٠	٧٤	%٩٠	٧٣	%٨٠	٧٢
								%٩٠	٧٧

يتضح من جدول ( ٣ ) نسبة آراء الخبراء في كل عبارة من عبارات استبيان الواقع الحالي لإدارة العلاقات العامة في الأندية الرياضية بمدينة السادات . حيث يتضح نسبة آراء الخبراء الموافقين علي وجود العبارات ، وقد ارتضى الباحث علي أخذ العبارات التي حصلت علي نسبة مئوية لا تقل عن ٨٠% من مجموع الآراء ، وقد بلغ عدد العبارات التي ارتضاها الباحث (٦٢) عبارة .

والجدول التالي يوضح عدد عبارات الاستبيان في صورته المبدئية وعدد العبارات المحذوفة وأرقامها وفقا لنسبة آراء الخبراء .

#### جدول ( ٤ )

عدد عبارات الاستبيان في صورته المبدئية وعدد العبارات المحذوفة وأرقامها وفقا لنسبة آراء الخبراء

م	المحور	عدد العبارات قبل العرض	عدد العبارات المحذوفة	أرقام العبارات المحذوفة
١	اهداف العلاقات العامة .	١٠	٢	١٠ ، ٢
٢	تخطيط نشاط العلاقات العامة .	٢١	٥	٣٠ ، ٢٩ ، ٢٧ ، ٢١ ، ١٨
٣	الجوانب التنظيمية للعلاقات العامة	٢١	٣	٤٤ ، ٤٢ ، ٣٧
٤	توجيه نشاط العلاقات العامة .	١٤	٣	٦٥ ، ٥٨ ، ٥٥
٥	تقويم أنشطة العلاقات العامة .	١١	٢	٧٥ ، ٦٩
	الإجمالي	٧٧		١٥

يوضح جدول ( ٤ ) عدد عبارات الاستبيان في صورته المبدئية وعدد العبارات المحذوفة وأرقامها وفقا لنسبة آراء الخبراء . حيث يوضح عدد العبارات التي تم حذفها من كل محور من محاور الاستبيان ، وبذلك أصبح عدد عبارات كل محور من المحاور وفقا للجدول التالي :

#### جدول ( ٥ )

محاور استبيان تقويم لإدارة العلاقات العامة في الاندية الرياضية بمدينة السادات وعدد العبارات التي تنتمي إليه

م	المحاور	اجمالي عدد العبارات
١	اهداف العلاقات العامة .	٨
٢	تخطيط نشاط العلاقات العامة .	١٦
٣	الجوانب التنظيمية للعلاقات العامة .	١٨
٤	توجيه نشاط العلاقات العامة .	١١
٥	تقويم أنشطة العلاقات العامة .	٩
	الإجمالي	٦٢



يتضح من جدول (٥) إجمالي عدد العبارات التي تنتمي لكل محور من محاور إستبيان تقويم لإدارة العلاقات العامة فى الاندية الرياضية بمدينة السادات فى صورته النهائية.

الصورة النهائية لاستبيان تقويم لإدارة العلاقات العامة فى الاندية الرياضية بمدينة السادات .

قام الباحث بوضع الصورة النهائية لاستبيان تقويم لإدارة العلاقات العامة فى الاندية الرياضية بمدينة السادات لتطبيقها على العينة الاستطلاعية بغرض إجراء المعاملات العلمية للتأكد من صلاحيتها من الناحية العلمية ، وقد أوضحت آراء السادة الخبراء بضرورة أن يتم تصحيح استبيان الواقع الحالى للعلاقات العامة فى الاندية الرياضية بمدينة السادات كالتالى :

\* نعم : ثلاث درجات . \* الى حد ما : درجتان . \* لا : درجة واحدة .

### **الدراسة الاستطلاعية : The Exploratory Study**

قام الباحث بتطبيق استبيان تقويم لإدارة العلاقات العامة فى الاندية الرياضية بمدينة السادات فى المدة من ٢٢/١١/٢٠١٧م إلى ٢/١٢/٢٠١٧م . على عينة استطلاعية وقوامها عدد ٣٠ فرد من افراد عينة البحث من لهم علاقة بالأندية الرياضية بمدينة السادات من اعضاء مجلس الادارة ، مديرى عموم والاداريون بالنادى ، الأفراد العاملين بالأندية الرياضية ، الاجهزة الفنية واللاعبون ، ممارسى النشاط الرياضى ، واطباء الجمعية العمومية بالنادى الرياضى ، الاعلاميين الرياضيين ، ، وقد تم اختيارهم بطريقة عشوائية من عينة البحث الكلية كما يتضح بجدول (رقم ١) مجتمع وعينة البحث وذلك بهدف ما يلي:

- \* وضوح صياغة العبارات الخاصة باستبيان تقويم لإدارة العلاقات العامة فى الاندية الرياضية بمدينة السادات .
- \* حساب المعاملات العلمية لاستبيان تقويم لإدارة العلاقات العامة فى الاندية الرياضية بمدينة السادات ( الصدق - الثبات ) .
- \* تحديد ما تستغرقه الدراسة الميدانية من وقت .

حساب المعاملات العلمية للاستبيان :

صدق الاستبيان:

صدق المحكمين (الصدق المنطقي) :

قام الباحث بعرض محاور الاستبيان وعبارات كل محور على السادة الخبراء وعددهم (١٠) مرفق (١) من الأساتذة أعضاء هيئة التدريس المتخصصين في مجال الإدارة الرياضية وذلك لإبداء رأيهم في محتوى ومضمون وعبارات الإسنبيان وقد إرتضى الباحث نسبة ٨٠% فأكثر لقبول المحور والعبارة ، واعتبر الباحث نسبة اتفاق السادة الخبراء على عبارات الاستبيان معياراً لصدقه.

صدق الاتساق الداخلي لوحدات الاستبيان :

قام الباحث بحساب قيمة معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة على حدة والدرجة الكلية لهذا المحور على عينة الدراسة الاستطلاعية والتي قوامها (٣٠) فرداً ، وجدول (٦) ، يوضح ذلك .

جدول ( ٦ )  
معامل ارتباط درجة كل عبارة من عبارات محور اهداف  
ادارة العلاقات العامة بالدرجة الكلية للمحور  
ن = ٣٠

توجيه نشاط العلاقات العامة .				المحور الثالث (الجوانب التنظيمية للعلاقات العامة)				المحور الأول (اهداف العلاقات العامة)			
معامل الصدق	ع	س	العبارة	معامل الصدق	ع	س	العبارة	معامل الصدق	ع	س	العبارة
*.٠٦٢٤	٠,٦٢٤١٤	١,٩٨٣٣	١	*.٠,٧٤٩	٠,٦١٠٦	٢,٠٠٠٠	١	*.٠,٤٤٤	٠,٤٠٣٣٨	٢,٨٠٠٠	١
*.٠,٣٩٣	٠,٤٩٠٣٠	٢,٦١٦٧	٢	*.٠,٨٣٤	٠,٤٩٤٠	٢,٦٠٠٠	٢	*.٠,٧٧١	٠,٤٩٠٣٠	٢,٦١٦٧	٢
*.٠,٤٠٦	٠,٨١١٤٦	٢,٤٥٠٠	٣	*.٠,٣٦٤**	٠,٦٢٤١	١,٩٨٣٣	٣	*.٠,٢٩٠	٠,٤٩٠٣٠	٢,٣٨٣٣	٣
*.٠,٨٤٧	٠,٥٨١٢٥	٢,٠٣٣٣	٤	*.٠,٥٠٤	٠,٧٥٤٦	٢,٢٠٠٠	٤	*.٠,٤٩٧	٠,٤٩٧١٧	٢,٤١٦٧	٤
*.٠,٣٦٥	٠,٤٠٣٣٨	١,٨٠٠٠	٥	*.٠,٤٢٦	٠,٦٥٠٧	١,٩٨٣٣	٥	*.٠,٧٤٩	٠,٧٥٤٦٥	٢,٢٠٠٠	٥
*.٠,٤١٩	٠,٨٠٤٤٧	٢,١١٦٧	٦	*.٠,٤١٢	٠,٧٣٨٥	١,٧٨٣٣	٦	*.٠,٧٧١	٠,٤٩٠٣٠	١,٦١٦٧	٦
*.٠,٣٧٨	٠,٤٩٤٠٣	٢,٤٠٠٠	٧	*.٠,٧٤٩	٠,٦١٠٦	٢,٠٠٠٠	٧	*.٠,٣٢٠	٠,٣٩٠٢٠	١,٨١٦٧	٧
*.٠,٨١١	٠,٨٩٦٣٢	٢,١٠٠٠	٨	*.٠,٦٤٩	٠,٨٩٢٣	٢,٠١٦٧	٨	*.٠,٧٧١	٠,٤٩٠٣٠	١,٦١٦٧	٨
*.٠,٨٩٢	٠,٧١٧٠٢	١,٨٣٣٣	٩	*.٠,٦٠١	٠,٦٦٣٨	٢,٠٠٠٠	٩		١,٠٩٥	٣٢,٢٠	مج
*.٠,٤٣٧	٠,٤٤٥٩٥	٢,٢٦٦٧	١٠	*.٠,٥٩٣	٠,٤٩٠٣	٢,٣٨٣٣	١٠	المحور الثاني (تخطيط نشاط العلاقات العامة)			
*.٠,٦٩٦	٠,٣٦٠٠٨	٢,٨٥٠٠	١١	*.٠,٤٦٨	٠,٧٥٠٧	٢,٢٥٠٠	١١	*.٠,٣٦٥	٠,٨٠٦٧٥	٢,٤٠٠٠	١
	٤,٧٢٠٢٨	٤٥,٤١٦	مج	*.٠,٣٦٤	٠,٦٢٤١	١,٩٨٣٣	١٢	*.٠,٢٣٢	٠,٧٤٤٨٥	١,٧٦٦٧	٢
تقويم أنشطة العلاقات العامة				*.٠,٥٩٣	٠,٤٩٠٣	١,٣٨٣٣	١٣	*.٠,٨١٨	٠,٤٠٣٣٨	٢,٢٠٠٠	٣
*.٠,٢٩٢	٠,٩٨٨٠	٢,٢٠٠٠	١	*.٠,٢٨١	٠,٨٢٥٢	٢,٣٨٣٣	١٤	*.٠,٥٩١	٠,٨٢٢٧٠	١,٦٣٣٣	٤
*.٠,٨٧١	١,٠٠٣٣٨	١,٩٠٠٠	٢	*.٠,٢٩١	٠,٧٤٧٦	٢,٣١٦٧	١٥	*.٠,٤٠٦	٠,٦٥٠٧٣	١,٩٨٣٣	٥
*.٠,٢٦٦	٠,٤٩٧١٧	٢,٤١٦٧	٣	*.٠,٣٢٩	٠,١٢٩١	٢,٠١٦٧	١٦	*.٠,٦٥٥	٠,٤٩٤٠٣	٢,٤٠٠٠	٦
*.٠,٦٢٠	٠,٣٩٠٢٠	٢,٨١٦٧	٤	*.٠,٨٣٤	٠,٤٩٤٠	٢,٤٠٠٠	١٧	*.٠,٣٥٨	٠,٨٠٦٧٥	٢,٤٠٠٠	٧
*.٠,٦٢٠	٠,٣٩٠٢٠	٢,١٨٣٣	٥	*.٠,٩٤٩	٠,٩٠١٩	٢,٠٠٠٠	١٨	*.٠,٢٩٩	٠,٦٣٦٩١	١,٩٦٦٧	٨
*.٠,٣٤٦	٠,٧٤٧٦٩	٢,٥١٦٧	٦		١,٠٩٥	٣٢,٢٠	مج	*.٠,٥٥٤	٠,٨٢٢٧٠	٢,٣٦٦٧	٩

*٠,٦٩٦	٠,٣٦٠٠٨	١,٨٥٠٠	٧					*٠,٦٣٢	٠,٤٩٤٠٣	٢,٤٠٠٠	١٠
*٠,٢٩٥	٠,٧٩١٧٣	١,٥١٦٧	٨					*٠,٥٥١	٠,٤٨٥٩٦	٢,٦٣٣٣	١١
*٠,٦٢٠	٠,٣٩٠٢٠	١,٨١٦٧	٩					*٠,٧٧١	٠,٩٨٠٦٠	٢,٢٣٣٣	١٢
	٤,٧٢٠٢٨	٤٥,٤١٦	مج					*٠,٩١٧	٠,٤٠٣٠٠	٢,٢١٠٠	١٣
								*٠,٤٠٦	٠,٦٥٠٧٣	١,٩٨٣٣	١٤
								*٠,٤٢٦	٠,٤٩٩٧	٢,٤٣٣٣	١٥
								*٠,٣٠٢	٠,٧٥٤٦	١,٨٠٠٠	١٦
									٤,٠٣٨٣٤	٤٦,١١٦	مج

جدول ( ٧ )

معاملات الارتباط ما بين درجة كل محور والدرجة الكلية للاستبيان

م	المحور	معامل الارتباط مع الدرجة الكلية للمقياس
١	اهداف العلاقات العامة .	*٠,٨٨١
٢	تخطيط نشاط العلاقات العامة .	*٠,٩٢٩
٣	الجوانب التنظيمية للعلاقات العامة .	*٠,٩٥٥
٤	توجيه نشاط العلاقات العامة .	*٠,٨٠٨
٥	تقويم أنشطة العلاقات العامة .	*٠,٧٣٦

من خلال العرض السابق لجدول (٦) يتضح أن جميع معاملات الارتباط ما بين العبارات الخاصة بكل محور والدرجة الكلية للمحور ذات دلالة إحصائية، في حين يشير جدول (٧) إلى ارتباط جميع المحاور بمعاملات ارتباط عالية مع الدرجة الكلية للاستبيان، ومن هنا نستطيع أن نحكم على الاستبيان بأنه متسق داخلياً وبالتالي صادق في قياس ما صمم من أجله.

### ثبات الاستبيان :

قام الباحث بإيجاد معامل ثبات محاور الاستبيان وعددهم (٥) محاور وعباراتهم وعددها (٦٢) باستخدام طريقتين هما طريقة التجزئة النصفية لاستجابات عينة الدراسة الاستطلاعية علي المقياس باستخدام معادلة سبيرمان وبراون **Spearman & Brown** لإيجاد معامل الارتباط بين العبارات الزوجية والعبارات الفردية ، وكذلك إيجاد الثبات باستخدام معامل ألفا كرونباخ **Cronbach's alpha** وذلك في الفترة من ٢٠١٧/١١/٢٢م حتى ٢٠١٧/١٢/٢م.

### جدول ( ٧ )

#### معامل الثبات باستخدام التجزئة النصفية

رقم المحور	المحور	عدد العبارات	العبارات الفردية		العبارات الزوجية	
			المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
١	اهداف العلاقات العامة.	٨	٠,٣٢	٠,٤٧	٣,٤٤	٠,٥٢
٢	تخطيط نشاط العلاقات العامة.	١٦	٠,٦٧	٠,٩٤	٨,٤٤	١,٣٣
٣	الجوانب التنظيمية للعلاقات العامة.	١٨	٠,٣٨	٠,٤٩	١٨,٤٤	٣,٧٤
٤	توجيه نشاط العلاقات العامة.	١١	٠,٨٢	٠,٣٨	٣,٤٤	٠,٥٢
٥	تقويم أنشطة العلاقات العامة.	٩	١,٧٠	٠,٧١	٩,١١	١,٤٥
	الدرجة الكلية لثبات الاستبيان	٦٢	٥,٨٨	٠,٣٤	٢١,٤٤	٢,٦

\* قيمة (ر) الجدولية عند مستوى ٠,٠٥ ودرجات حرية ٢٨ = ٠,٣٦١.

يوضح جدول ( ٧ ) أن معاملات الارتباط بين نصفي الاستبيان لعبارات المحاور قد تراوحت ما بين (٠,٧٥٧ : ٠,٩١٥)، مما يدل علي أن المقياس ذو معامل ثبات عالي.

جدول ( ٨ )

معامل الثبات باستخدام معامل ألفا كرونباخ

رقم المحور	المحور	عدد العبارات	معامل ألفا كرونباخ
١	اهداف العلاقات العامة .	٨	*٠,٩٤١
٢	تخطيط نشاط العلاقات العامة .	١٦	*٠,٩٢٧
٣	الجوانب التنظيمية للعلاقات العامة .	١٨	*٠,٩٥٦
٤	توجيه نشاط العلاقات العامة .	١١	*٠,٨٨٢
٥	تقويم أنشطة العلاقات العامة .	٩	*٠,٧٨٨
الدرجة الكلية لثبات الاستبيان			*٠,٨٥٦

يوضح جدول (٨) أن معاملات الارتباط بين درجات كل محور والدرجة الكلية للاستبيان قد تراوحت ما بين (٠,٧٨٨ : ٠,٩٥٦) ، مما يدل علي أن المقياس ذو معامل ثبات عالي.

**الدراسة الأساسية : The Main Study**

قام الباحث بتطبيق استمارة استبيان الواقع الحالي للعلاقات العامة في الاندية الرياضية بمدينة السادات ، وذلك بعد التأكد من صدقها وثباتها ، وقد تم إجراءات التطبيق في المدة من ٤ / ١٢ / ٢٠١٧م إلي ٢١ / ١ / ٢٠١٨م . على جميع الاندية الرياضية بمدينة السادات وعددها (١٤) نادى رياضى ( حصر شامل لجميع الاندية الرياضية بمدينة السادات ) ، ممثلة فى ممن لهم علاقة بالأندية الرياضية بمدينة السادات "اعضاء مجلس الادارة ، مديرى عموم والاداريون بالنادى ، الأفراد العاملين بالأندية الرياضية ، الاجهزة الفنية واللاعبون ، ممارسى النشاط الرياضى ، واعضاء الجمعية العمومية بالنادى الرياضى ، الاعلاميين الرياضيين ، ، وقد بلغ اجمالى العينة الاساسية للبحث ( ١٣٢ ) .

**المعالجات الإحصائية . The Statistics Treatment**

- المتوسط الحسابي . - الانحراف المعياري . - معامل ألفا كرونباخ .- اختبار كا ٢
- النسبة المئوية .- معامل الارتباط البسيط ، وذلك عند مستوى دلالة ٠,٠٥

## عرض ومناقشة النتائج .

### عرض النتائج .

عرض نتائج استجابات أفراد عينة البحث لعبارات محور اهداف العلاقات العامة

### جدول (٩)

التكرار والنسبة المئوية والوزن النسبي وقيمة كاً وترتيب العبارات لاستجابات أفراد عينة البحث لعبارات محور اهداف ادارة العلاقات العامة ن=١٣٢

الوزن النسبي	المجموع التقديرى	كا	لا		إلى حد ما		نعم		مسلسل العبارات
			النسبة	تكرار	النسبة	تكرار	النسبة	تكرار	
٨٧٪	٣٤٦	٨٣,٠٩	٧,٥٨	١٠	٢٢,٧٣	٣٠	٦٩,٧٠	٩٢	١
٨٨٪	٣٥٠	١٠٧,٠٩	١٠,٦١	١٤	١٣,٦٤	١٨	٧٥,٧٦	١٠٠	٢
٨٦٪	٣٤٢	٧٥,٨٢	٩,٠٩	١٢	٢٢,٧٣	٣٠	٦٨,١٨	٩٠	٣
٨٦٪	٣٤٢	٦٩,٦٨	٥,٣٠	٧	٣٠,٣٠	٤٠	٦٤,٣٩	٨٥	٤
٧٣٪	٢٩٠	٣٠,٧٣	١٣,٦٤	١٨	٥٣,٠٣	٧٠	٣٣,٣٣	٤٤	٥
٧٠٪	٢٧٦	٢٨,٣٦	١٨,١٨	٢٤	٥٤,٥٥	٧٢	٢٧,٢٧	٣٦	٦
٨٥٪	٣٣٦	٧٢,٥٥	١٣,٦٤	١٨	١٨,١٨	٢٤	٦٨,١٨	٩٠	٧
٨٨٪	٣٥٠	١١٤,٧٣	١٢,١٢	١٦	١٠,٦١	١٤	٧٧,٢٧	١٠٢	٨

قيمة كا عند ( ٢ ، ٠,٠٥ ) = ٥,٩٩

يتضح من جدول (رقم ٩) أن الوزن النسبي للعبارات قد تراوح ما بين (٢١١- ٢٨٨) ، وأن قيمة كا المحسوبة لاستجابات أفراد عينة البحث لعبارات محور اهداف العلاقات العامة جميعها دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠٥ .  
عرض نتائج استجابات أفراد عينة البحث لعبارات محور تخطيط نشاط العلاقات العامة .

جدول (١٠)

التكرار والنسبة المئوية والوزن النسبي وقيمة كا<sup>٢</sup> وترتيب العبارات لاستجابات

أفراد عينة لعبارات محور تخطيط نشاط ادارة لعلاقات العامة ن=١٣٢

الوزن النسبي	المجموع التقديرى	كا	لا		إلى حد ما		نعم		مسلسل العبارات
			النسبة	تكرار	النسبة	تكرار	النسبة	تكرار	
٨٦٪	٣٣٩	٩٢,٥٩	١٥,٩١	٢١	١١,٣٦	١٥	٧٢,٧٣	٩٦	١
٨٥٪	٣٣٦	٥٩,٤٥	٤,٥٥	٦	٣٦,٣٦	٤٨	٥٩,٠٩	٧٨	٢
٧١٪	٢٨٠	١٠٩,٨٢	٦,٠٦	٨	٧٥,٧٦	١٠٠	١٨,١٨	٢٤	٣
٦٧٪	٢٦٧	٤٣,٢٣	١١,٣٦	١٥	٥٦,٨٢	٧٥	٢٥,٧٦	٣٤	٤
٧٠٪	٢٧٦	١٠,٣٦	٢٢,٧٣	٣٠	٤٥,٤٥	٦٠	٣١,٨٢	٤٢	٥
٨٢٪	٣٢٤	٧٥,٨٢	٢٢,٧٣	٣٠	٩,٠٩	١٢	٦٨,١٨	٩٠	٦
٨٤٪	٣٣٢	٥٥,٩٥	١١,٣٦	١٥	٢٥,٧٦	٣٤	٦٢,٨٨	٨٣	٧
٨٨٪	٣٤٧	١١٥,٤١	١٤,٣٩	١٩	٨,٣٣	١١	٧٧,٢٧	١٠٢	٨
٧٤٪	٢٩٤	١٠,٧٧	٢٣,٤٨	٣١	٣٠,٣٠	٤٠	٤٦,٢١	٦١	٩
٧٢٪	٢٨٦	١٢,١٨	٣٠,٣٠	٤٠	٢٢,٧٣	٣٠	٤٦,٩٧	٦٢	١٠
٧٥٪	٢٩٧	٣٣,٦٨	٣٠,٣٠	٤٠	١٤,٣٩	١٩	٥٥,٣٠	٧٣	١١
٨٠٪	٣١٧	٣٣,٥٩	١٥,٩١	٢١	٢٨,٠٣	٣٧	٥٦,٠٦	٧٤	١٢
٨٢٪	٣٢٦	٤٤,٢٣	١١,٣٦	١٥	٣٠,٣٠	٤٠	٥٨,٣٣	٧٧	١٣
٦٨٪	٢٧٠	١١٥,٠٩	٩,٠٩	١٢	٧٧,٢٧	١٠٢	١٣,٦٤	١٨	١٤
٩٣٪	٣٦٨	١٤٥,٩٥	٣,٧٩	٥	١٣,٦٤	١٨	٨٢,٥٨	١٠٩	١٥
٨٨٪	٣٤٩	١٠٠,١٤	٩,٨٥	١٣	١٥,٩١	٢١	٧٤,٢٤	٩٨	١٦

قيمة كا عند ( ٠,٠٥ ، ٢ ) = ٥,٩٩

يتضح من جدول (رقم ١٠) أن الوزن النسبي للعبارات قد تراوح ما بين (٢٣٧ - ٢٦٨) وأن قيمة كا<sup>٢</sup> المحسوبة لاستجابات أفراد عينة لعبارات محور تخطيط نشاط العلاقات العامة جميعها دالة إحصائيا وذلك عند مستوى معنوية ٠,٠٥ .  
عرض نتائج استجابات أفراد عينة البحث لعبارات محور الجوانب التنظيمية للعلاقات العامة .



جدول (١١)

التكرار والنسبة المئوية والوزن النسبي وقيمة كا<sup>٢</sup> وترتيب العبارات  
لاستجابات افراد عينة البحث لعبارات محور الجوانب التنظيمية  
لإدارة العلاقات العامة ن=١٣٢

الوزن النسبي	المجموع التقديرى	كا	لا		إلى حد ما		نعم		مسلسل العبارات
			النسبة	تكرار	النسبة	تكرار	النسبة	تكرار	
٨٨٪	٣٤٨	٩٦,٦٨	٩,٨٥	١٣	١٦,٦٧	٢٢	٧٣,٤٨	٩٧	١
٨٥٪	٣٣٨	٦٨,٩١	١٠,٦١	١٤	٢٢,٧٣	٣٠	٦٦,٦٧	٨٨	٢
٨٨٪	٣٤٩	١١٠,٧٧	١٢,١٢	١٦	١١,٣٦	١٥	٧٦,٥٢	١٠١	٣
٨٢٪	٣٢٦	٥٤,٧٣	١٦,٦٧	٢٢	١٩,٧٠	٢٦	٦٣,٦٤	٨٤	٤
٧٩٪	٣١٢	٧٠,٣٦	١,٥٢	٢	٦٠,٦١	٨٠	٣٧,٨٨	٥٠	٥
٨٧٪	٣٤٤	٩٥,٧٧	١٢,٨٨	١٧	١٣,٦٤	١٨	٧٣,٤٨	٩٧	٦
٧٧٪	٣٠٤	٥٧,٥٩	٣١,٠٦	٤١	٧,٥٨	١٠	٦١,٣٦	٨١	٧
٨٨٪	٣٥٠	١٥٠,٠٥	١٧,٤٢	٢٣	٠,٠٠	٠	٨٢,٥٨	١٠٩	٨
٨٤٪	٣٣٢	٥٣,٠٩	٩,٠٩	١٢	٣٠,٣٠	٤٠	٦٠,٦١	٨٠	٩
٨٢٪	٣٢٣	٤١,٢٣	١٣,٦٤	١٨	٢٨,٠٣	٣٧	٥٨,٣٣	٧٧	١٠
٨١٪	٣٢٠	١٠١,٦٤	٢٨,٧٩	٣٨	٠,٠٠	٠	٧١,٢١	٩٤	١١
٩١٪	٣٦٠	١١٥,٧٧	٣,٧٩	٥	١٩,٧٠	٢٦	٧٦,٥٢	١٠١	١٢
٩٣٪	٣٦٨	١٤٥,٩٥	٣,٧٩	٥	١٣,٦٤	١٨	٨٢,٥٨	١٠٩	١٣
٨٨٪	٣٤٩	١٠٠,١٤	٩,٨٥	١٣	١٥,٩١	٢١	٧٤,٢٤	٩٨	١٤
٨٨٪	٣٤٨	٩٦,٦٨	٩,٨٥	١٣	١٦,٦٧	٢٢	٧٣,٤٨	٩٧	١٥
٩٠٪	٣٥٥	١١٨,٩٥	٩,٠٩	١٢	١٢,٨٨	١٧	٧٨,٠٣	١٠٣	١٦
٧٧٪	٣٠٤	٦٧,٤١	٣,٧٩	٥	٦٢,١٢	٨٢	٣٤,٠٩	٤٥	١٧
٦٨٪	٢٧٠	٣١,٠٩	١٩,٧٠	٢٦	٥٦,٠٦	٧٤	٢٤,٢٤	٣٢	١٨

قيمة كا<sup>٢</sup> عند ( ٢ ، ٠,٠٥ ) = ٥,٩٩

يتضح من جدول (رقم ١١) أن الوزن النسبي للعبارات قد تراوح ما بين (٢٣٦-٢٧١) وأن قيمة كا<sup>٢</sup> المحسوبة لاستجابات افراد عينة البحث لعبارات محور الجوانب التنظيمية للعلاقات العامة جميعها دالة إحصائيا وذلك عند مستوى معنوية ٠,٠٥ .

عرض نتائج استجابات افراد عينة البحث لعبارات محور توجيه نشاط العلاقات العامة.

جدول (١٢)

التكرار والنسبة المئوية والوزن النسبي وقيمة كا<sup>٢</sup> وترتيب العبارات

لاستجابات أفراد عينة البحث لعبارات محور توجيه نشاط

إدارة العلاقات العامة ن=١٣٢

الوزن النسبي	المجموع التقديرى	كا <sup>٢</sup>	لا		إلى حد ما		نعم		مسلسل العبارات
			النسبة	تكرار	النسبة	تكرار	النسبة	تكرار	
٧٨٪	٣١٠	٢٦,٢٣	١٨,٩٤	٢٥	٢٧,٢٧	٣٦	٥٣,٧٩	٧١	١
٧٧٪	٣٠٦	٢٤,٩٥	٢١,٩٧	٢٩	٢٤,٢٤	٣٢	٥٣,٧٩	٧١	٢
٧٦٪	٢٩٩	٤٢,٥٩	٣١,٠٦	٤١	١١,٣٦	١٥	٥٧,٥٨	٧٦	٣
٨٠٪	٣١٦	٥٧,٤٥	٢٤,٢٤	٣٢	١٢,١٢	١٦	٦٣,٦٤	٨٤	٤
٨٠٪	٣١٧	٤١,٧٧	١٩,٧٠	٢٦	٢٠,٤٥	٢٧	٥٩,٨٥	٧٩	٥
٨٣٪	٣٣٠	٨٨,٩١	٢١,٢١	٢٨	٧,٥٨	١٠	٧١,٢١	٩٤	٦
٧٥٪	٢٩٦	٢٥,٢٧	١٣,٦٤	١٨	٤٨,٤٨	٦٤	٣٧,٨٨	٥٠	٧
٧٧٪	٣٠٦	٢٠,١٨	١٨,١٨	٢٤	٣١,٨٢	٤٢	٥٠,٠٠	٦٦	٨
٨٤٪	٣٣٢	٨٧,٤٥	١٩,٧٠	٢٦	٩,٠٩	١٢	٧١,٢١	٩٤	٩
٧٣٪	٢٨٩	٢٥,١٤	١٥,١٥	٢٠	٥٠,٧٦	٦٧	٣٤,٠٩	٤٥	١٠
٨٨٪	٣٤٧	٩٦,٣٢	١٠,٦١	١٤	١٥,٩١	٢١	٧٣,٤٨	٩٧	١١

قيمة كا<sup>٢</sup> عند (٢, ٠,٠٥) = ٥,٩٩

ينضح من جدول (رقم ١٢) أن الوزن النسبي للعبارات قد تراوح ما بين

(٢٣٩ - ٢٦٢) وأن قيمة كا<sup>٢</sup> المحسوبة لاستجابات أفراد عينة البحث لعبارات

محور توجيه نشاط العلاقات العامة جميعها دالة إحصائيا وذلك عند مستوى مغنوية

٠,٠٥

عرض نتائج استجابات أفراد عينة البحث لعبارات محور تقويم نشاط

العلاقات العامة .

## جدول (١٢)

التكرار والنسبة المئوية والوزن النسبي وقيمة كا<sup>٢</sup> وترتيب العبارات  
لاستجابات افراد عينة البحث لعبارات محور تقويم نشاط  
ادارة العلاقات العامة ن=١٣٢

الوزن النسبي	المجموع التقديرى	كا	لا		إلى حد ما		نعم		مسلسل العبارات
			النسبة	تكرار	النسبة	تكرار	النسبة	تكرار	
٨٨%	٣٤٩	١١٩,٢٣	١٣,٦٤	١٨	٨,٣٣	١١	٧٨,٠٣	١٠٣	١
٨٦%	٣٣٩	٩٢,٥٩	١٥,٩١	٢١	١١,٣٦	١٥	٧٢,٧٣	٩٦	٢
٨٣%	٣٣٠	٧٦,٢٣	١٨,٩٤	٢٥	١٢,١٢	١٦	٦٨,٩٤	٩١	٣
٨٤%	٣٣١	٥٥,١٤	١٢,١٢	١٦	٢٥,٠٠	٣٣	٦٢,٨٨	٨٣	٤
٨٢%	٣٢٣	٥٤,٥٩	١٨,٩٤	٢٥	١٧,٤٢	٢٣	٦٣,٦٤	٨٤	٥
٧٩%	٣١١	٣٤,٩٥	٢١,٩٧	٢٩	٢٠,٤٥	٢٧	٥٧,٥٨	٧٦	٦
٨١%	٣٢٢	٤٣,١٤	١٥,٩١	٢١	٢٤,٢٤	٣٢	٥٩,٨٥	٧٩	٧
٦١%	٢٤٢	٦٥,٦٤	٢٥,٧٦	٣٤	٦٥,١٥	٨٦	٩,٠٩	١٢	٨
٤٤%	١٧٣	١٠٩,١٤	٧٥,٧٦	١٠٠	١٧,٤٢	٢٣	٦,٨٢	٩	٩

قيمة كا عند (٠,٠٥, ٢) = ٥,٩٩

يتضح من جدول (رقم ١٢) أن الوزن النسبي للعبارات قد تراوح ما بين (٢٤٥ - ٢٦٩) وأن قيمة كا المحسوبة لاستجابات افراد عينة البحث لعبارات محور تقويم نشاط العلاقات العامة جميعها دالة إحصائيا وذلك عند مستوى معنوية ٠,٠٥ .

## مناقشة النتائج : The Results Discussion

مناقشة نتائج التساؤل الاول " ما هو الواقع الحالى للعلاقات العامة فى الاندية الرياضية بمدينة السادات فى ضوء محور اهداف العلاقات العامة ؟ . "

يتضح من نتائج الجدول رقم (٨) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية فى جميع عبارات محور اهداف العلاقات العامة لصالح الاستجابة الاعلى حيث تراوحت

قيمة ٢١ المحسوبة ما بين (٣٢,٨٣ ، ٢٦,٩٩) ، وهى عبارات جميعها دالة إحصائياً عند مستوى مغنوية ٠,٠٥ ، حيث جاءت الاستجابة للعبارات بالإجابة (نعم) هى انه يوجد اهداف واضحة للعاملين بالعلاقات العامة عند العمل على تنفيذها ، تهدف العلاقات العامة بالاندية الرياضية الى تحقيق السمعة الطيبة لإدارة النادى ، تهدف العلاقات العامة بالاندية الرياضية الى توثيق الروابط والعلاقات بين النادى والمؤسسات الرياضية الأخرى ، تهدف العلاقات العامة بالاندية الرياضية الى كسب ثقة وتأييد المؤسسات والهيئات المتعاملة ، تهدف العلاقات العامة بالاندية الرياضية الى الاعلام الجيد عن اهداف النادى ووجه نشاطه ، وجاءت الاستجابة للعبارات بالإجابة (الى حد ما) هى انه تهدف العلاقات العامة بالاندية الرياضية الى التسويق الدائم والفعال لبرامج النادى ، تهدف العلاقات العامة بالاندية الرياضية الى الحفاظ على فتح قنوات اتصالية مستمرة مع مختلف الجماهير والمؤسسات ، تهدف العلاقات العامة بالاندية الرياضية الى المساعدة فى تنشيط الخدمات للجمهور .

ويعزى الباحث ذلك الى ان هدف تحقيق السمعة الطيبة يعد احد المكونات الرئيسية للنادى وذلك للدور الذى تلعبه السمعة الطيبة فى تكوين الصورة الذهنية لدى الجمهور عند النادى وهى تعبر عن الناتج النهائى للانطباعات الذاتية التى تتكون عن الأفراد أو الجماعات إزاء النادى، وهذه الانطباعات تتكون من خلال التجارب المباشرة وغير المباشرة وترتبط هذه التجارب باتجاهات الأفراد .

أن من أهم الأهداف الرئيسية للعلاقات تحقيق السمعة الطيبة للمؤسسة وبذل الجهود لحماية هذه السمعة من خلال الاهتمام بمصالح الجمهور الداخلى والخارجى لضمان تحسين الصورة الذهنية المتعلقة بأذهان الجماهير المختلفة للمؤسسة، حيث أن الصورة الذهنية Image هى الطريقة التى تدرك بها المؤسسات لدى جماهيرها بصفة عامة.(٧: ١٨٨)

وتتفق تلك النتيجة مع دراسة اشرف صبحي (١٩٩٤م) (٦) اهم اهداف العلاقات العامة بالنادى والاتحاد الرياضي تحقيق السمعة الطيبة ، توثيق الروابط

والعلاقات بينهم وبين المؤسسات الاخرى ، تنشيط الخدمات للجمهور ، وتختلف مع دراسة سوزان احمد (١٩٩٣م) (١٦) ان هناك قصور في مفهوم العلاقات العامة وأهميتها ودورها والاعمال التي يمكن ان تقوم بها.

مناقشة نتائج التساؤل الثاني " ما هو الواقع الحالي للعلاقات العامة فى الاندية الرياضية بمدينة السادات فى ضوء محور تخطيط نشاط العلاقات العامة ؟ . "

يتضح من نتائج الجدول رقم (١٩) أن هناك فروق ذات دلالة احصائية فى جميع عبارات محور تخطيط نشاط العلاقات العامة لصالح الاستجابة الاعلى حيث تراوحت قيمة كا ٢ المحسوبة ما بين (٣٣,٤٩ ، ٥٣,١٥) ، وهى اكبر من قيمة كا الجدولية = (٥,٩٩) عند مستوى معنوية (٠,٠٥) مما يدل على ان جميع عبارات المحور دالة ، حيث جاءت الاستجابة للعبارات بالاجابة (نعم) هى انه تنهىء بالنادى الظروف التى تسمح بضبط عملية التخطيط لانشطة العلاقات العامة ، يقوم بوضع برامج العلاقات العامة بالنادى الادارة العليا بالنادى ، توجد خطة موضوعة للعلاقات العامة بالاندية الرياضية يتم العمل على اساسها ، يشارك مديروا الادارات الاخرى فى وضع برامج العلاقات العامة بالنادى ، توجد خطط زمنية مناسبة لتنفيذ أنشطة العلاقات العامة بالاندية الرياضية ، وجاءت الاستجابة للعبارات بالاجابة (الى حد ما) هى انه هناك فهم لدور وطبيعة عمل العلاقات العامة بالنادى ، توجد دراسات وبحوث فى مجال العلاقات العامة بالنادى ، هناك عقبات مالية تواجه وضع خطة العلاقات العامة وتنفيذ برامجها ، يشارك مدير ادارة العلاقات العامة بالنادى فى وضع برامج العلاقات العامة بالنادى ، يتوافر اخصائيين فى مجال تخطيط نشاط العلاقات العامة ، توجد قوى عاملة كافية للعمل بادارة العلاقات العامة ، تكلفة الانشطة والخدمات الخاصة بالعلاقات العامة مرتفعة ، تستعين الادارة العليا بالنادى بجهة استشارية خارج النادى لوضع برامج

العلاقات العامة بالنادى ، توجد مخصصات مالية كافية عند وضع خطة عمل للعلاقات العامة بالنادى .

ويعزى الباحث ذلك الى ان عملية البحوث من العمليات الهامة في وظائف العلاقات العامة بالأندية الرياضية ، حيث أن مفهوم البحوث فى هذا السياق لا ينصرف إلى البحوث الأكاديمية فحسب وإنما يعنى عملية جمع المعلومات وتوفير الحقائق من كافة العوامل والمتغيرات المؤثرة في أنشطة العلاقات العامة بالأندية ، وباستخدام كافة الأساليب العلمية والموضوعية التى تحقق الهدف بأعلى كفاءة كما يعزى الباحث القصور الواضح فى إدارات العلاقات العامة وما يتعلق بها من النواحي البشرية والمادية إلى عدم إدراجها بلائحة النظام الأساسى للأندية الرياضية وكذلك لعدم تخصيص ميزانية مستقلة لأنشطة العلاقات العامة وما تقدمه من برامج داخل النادى وخارجه.

يشير بريشيا روبنسون . ر . Pearca J., Robinson R. (١٩٩٩م) أن البحوث واحدة من الوظائف التى تشكل القاعدة الأساسية لبرامج العلاقات العامة والتى تشمل بحوث اتجاهات رأى العام نحو نشاط أو قضية معينة تخص المؤسسة وإدارتها وكذلك البحوث الخاصة بتحديد الأهداف والسياسات، كما أنها الأداة الحيوية التى تستخدمها أجهزة العلاقات العامة للحصول على معرفة موضوعية موثوق بها وتعتبر الخطوة الأولى فى برنامج العلاقات العامة الفعال، حيث أن البحوث تجيب على تساؤل هام يعبر عن (ماذا يحدث الآن؟) وهذا التساؤل اساسى لعملية البحوث يتخلله بعض التساؤلات الفرعية الأخرى . (٦٨ : ١٢٣) ، ويؤكد على عجوة (٢٠٠٣م) على ضرورة الأخذ بالتخطيط الاستراتيجى للعلاقات العامة، لان ذلك يشمل الحالة المرغوب فيها مستقبلا وتحديد القوى الفعالة التى تساعد فى تحقيق الخطة والوضع المستقبلي والتي قد تحول دون تحقيق هذا الوضع، وأضاف أن المنظمات باختلاف مجالاتها التى لا تعتمد على عملية التخطيط الاستراتيجى ووضع البرامج لا بد وان تواجه مشكلات عديدة (٢٢ : ١٢١)

وتتفق تلك النتيجة مع دراسة اشرف صبحي (١٩٩٤م) (٦) تم وضع وتحديد أهداف ووظائف وأنشطة العلاقات العامة ، حيث يتم تحقيق الوظائف من خلال الأنشطة التنفيذية للعلاقات العامة ، ويتم ايجاز الاهداف من خلال الأنشطة والوظائف ، وتختلف مع دراسة سوزان احمد (١٩٩٣م) (١٦) فى عدم المام المسؤولين بالاسس العلمية لتخطيط العلاقات العامة.

مناقشة نتائج التساؤل الثالث " ما هو الواقع الحالى للعلاقات العامة فى الالدية الرياضية بمدينة السادات فى ضوء محور الجوانب التنظيمية للعلاقات العامة ؟ .

يتضح من نتائج الجدول رقم (٢٠) أن هناك فروق ذات دلالة احصائية فى جميع عبارات محور الجوانب التنظيمية للعلاقات العامة وذلك لصالح الاستجابة الاعلى حيث تراوحت قيمة كا ٢ المحسوبة ما بين (١٧,٩١ ، ٥٧,٤٨) ، وهى اكبر من قيمة كا٢ الجدولية = (٥,٩٩) عند مستوى مغنوية (٠,٠٥) مما يدل على ان جميع عبارات المحور دالة ، حيث جاءت الاستجابة للعبارات بالاجابة (نعم) هى انه من مظاهر ممارسة أنشطة العلاقات العامة بالنادى تنظيم الندوات والمؤتمرات والمحاضرات للجماهير والعاملين ، من مظاهر ممارسة أنشطة العلاقات العامة بالنادى اعلام الجماهير عن اهداف النادى وسياساته وخدماته ، من مظاهر ممارسة أنشطة العلاقات العامة بالنادى الاتصال بالهيئات المتعاملة ، وجاءت الاستجابة للعبارات بالاجابة (الى حد ما) هى انه عدد المسؤولين عن أنشطة العلاقات العامة بالنادى مناسب ، هناك ادارات او اقسام اخرى من النادى تقوم باعمال تعتبرونها من صميم اعمال العلاقات العامة ، توجد معايير محددة يتم من خلالها اختيار المسؤولين عن أنشطة العلاقات العامة بالنادى ، يتحدد المستوى الادارى لجهاز العلاقات العامة فى النادى (عدد واحد فقط) سواء كان " قطاع ، ادارة ، ادارة عامة ، قسم ، وحدة مكتب " ، يوجد هيكل تنظيمى لممارسة نشاط العلاقات العامة ، تقوم العلاقات العامة باتهاء بعض اجراءات الادارات الاخرى ، تعقد دورات تدريبية لفصل المسؤولين عن أنشطة

العلاقات العامة بالنادى ، من مظاهر ممارسة أنشطة العلاقات العامة بالنادى اصدار المطبوعات والمنشورات والكتيبات الداخلية والخارجية ، من مظاهر ممارسة أنشطة العلاقات العامة بالنادى التعرف على اتجاهات الراى العام داخل النادى وخارجه ، يتمثل جهاز العلاقات العامة بالنادى فى ادارة العلاقات العامة ، من مظاهر ممارسة أنشطة العلاقات العامة بالنادى الرد على ما ينشر من اخبار كاذبة ضد النادى وتوضيح الحقيقة للجمهور ، من مظاهر ممارسة أنشطة العلاقات العامة بالنادى دراسة مشاكل جماهير العاملين بالنادى ومحاولة حلها ، يوجد تعاون بين المسئولين عن أنشطة العلاقات العامة والادارات الاخرى بالنادى ، من مظاهر ممارسة أنشطة العلاقات العامة بالنادى اقامة المعارض والاشترك فيها ، من مظاهر ممارسة أنشطة العلاقات العامة بالنادى فحص شكاوى واستفسارات الجماهير والرد عليها .

ويعزى الباحث ذلك الى إسهامات العلاقات العامة والدور الذى يمكن أن تقوم به فى مساعدة الإدارة العليا والإدارات الأخرى لتحقيق الأهداف العامة للنادى فيما يتعلق بالأنشطة والخدمات التى يتم تقديمها لفئات الجماهير المختلفة ، وان انعدام تنظيم دورات تدريبية لصقل المسئولين عن العلاقات العامة فى الأدبية الرياضية من اجل التعرف على كل جديد فى أعمال العلاقات العامة وأساليبها بصفة مستمرة قد لا يتيح لإدارة العلاقات العامة أن تقوم بدور فعال مدروس، وقد يؤدى إلى عدم التعرف على التطور الذى لحق بمجال العلاقات العامة أو حتى اكتساب الخبرات والمعلومات الحديثة فى هذا المجال ، ويرى الباحث أن من أهم الأسباب التى قد تدعوا إلى ضرورة التحاق المسئولين عن أنشطة العلاقات العامة ببرامج تدريبية فى مجالها ما يلى:

- أهمية الدورات التدريبية فى رفع كفاءة الأداء وتطوير القدرات و تنمية المهارات.
- وجود الكثير من المسئولين عن أعمال وأنشطة العلاقات العامة غير المتخصصين فى مجالاتها.



- إكساب المسؤولين عنها مهارة التخطيط فى تطبيق أعمالها وبرامجها.
- احتياجات العلاقات العامة إلى التجديد والابتكار واكتساب الخبرة من الآخرين، وهذا ما تتيحه الدورات التدريبية.

وتتفق تلك النتيجة مع دراسة اشرف صبحي (١٩٩٤م) (٦) اهم اهداف العلاقات العامة بالنادي والاتحاد الرياضي تحقيق السمعة الطيبة ، توثيق الروابط والعلاقات بينهم وبين المؤسسات الاخرى ، تنشيط الخدمات للجمهور ، وتختلف مع دراسة سوزان احمد (١٩٩٣م) (١٦) فى عدم وجود جهاز اداري مستقل للعلاقات العامة .

مناقشة نتائج التساؤل الرابع " ما هو الواقع الحالى للعلاقات العامة فى الندية الرياضية بمدينة السادات فى ضوء محور توجيه نشاط العلاقات العامة ؟ يتضح من نتائج الجدول رقم (١٢) أن هناك فروق ذات دلالة احصائية فى جميع عبارات محور توجيه نشاط العلاقات العامة لصالح الاستجابة الاعلى حيث تراوحت قيمة كا ٢ المحسوبة ما بين (٤٠,٧٦ ، ٥٩,١٥) ، وهى اكبر من قيمة كا الجدولية = (٥,٩٩) عند مستوى معنوية (٠,٠٥) مما يدل على ان جميع عبارات المحور دالة ، حيث جاءت الاستجابة للعبارات بالاجابة (نعم) هى انه توجد دافعية لدى الندية لممارسة أنشطة العلاقات العامة ، تقوم ادارة العلاقات العامة بتنفيذ برامج اتصالية للاعلام عن برامج النادى ككل ، تقوم الادارة العليا بامداد ادارة العلاقات العامة بالمعلومات اللازمة ، تقوم ادارة العلاقات العامة باستخدام أنشطة اتصالية متعددة لزيادة ترابط النادى فيما بينها وبين المؤسسات الاخرى ، وجاءت الاستجابة للعبارات بالاجابة (الى حد ما) هى انه تقوم ادارة العلاقات العامة بتنفيذ برامج اتصالية للاعلام عن برامج النادى ككل ، تدعم ادارة العلاقات العامة بالنادى باقى أنشطة الادارات الاخرى ، توجد حوافز لتشجيع المسؤولين عن نشاط العلاقات العامة بالنادى ، توجد خطة مكتوبة واهداف واضحة يساعد على تحفيز المسؤولين عن أنشطة العلاقات

العامّة ، الاتّصالات الشخصية داخل النادي هي أساس العمل للعلاقات العامّة ، تشجيع إدارة العلاقات العامّة واعطاؤها أهميتها وتقديرها وترسيخ مفهومها يساعد في تحقيق أهداف العلاقات العامّة .

ويعزى الباحث ذلك الى أن وضع خطة عمل مكتوبة لبرامج العلاقات العامّة بالأندية الرياضية وموضح بها أهداف العلاقات العامّة، يعد ذلك أمر ضروري بل خطوة أساسية في تحديد أنشطة العلاقات العامّة بتلك الأندية وسياساتها وبرامجها التنفيذية، وكذلك لتحديد القائمين على تنفيذها وكل هذا يساعد في توضيح سلطات و مسؤوليات كل فرد، الأمر الذي يدعو الراغبين في العمل إلى التحفيز و القيام بأعمال العلاقات العامّة و أنشطتها دون غيرهم ، وان استخدام الأسلوب العلمي في وضع برنامج للنشاط الاتّصالي للعلاقات العامّة بالاستعانة بوسائل الاتّصال المختلفة يساعد في التغلب على المشكلات ومن ثم تحقيق الهدف الاتّصالي للعلاقات العامّة والذي بدوره يساعد في نمو المؤسسة وتحقيق أهدافها وتقديمها ، دراسة الرأي العام الذي يجب أن تقوم به العلاقات العامّة من الأساليب والوسائل الهامة جدا لتدعيم كافة أقسام وإدارات الأندية وإمامها باتجاهات الجماهير نحو ما تقوم به إدارة النادي مما يساعد في اتخاذ قرارات تتفق ومصالح الجماهير لتحقيق سمعة طيبة عن النادي وأنشطته.

ويرى على عجوة (٢٠٠٣م) على أن عملية الاتّصال لها دور فعال كوظيفة إدارية للعلاقات العامّة وهي تؤدي بهدف اقناعي لجماهير المؤسسة الداخلية والخارجية وبدون الاتّصال تفقد العلاقات العامّة فاعليتها، فالاتّصال هو العنصر الاساسي الذي يكشف ويفسر السياسات والأعمال للجماهير لكي يضمن رضاهم كما يساعد في ربط المؤسسة بالبيئة المحيطة وبالمؤسسات المتقابلة معها. (٢٢ : ١٧١) وتتفق تلك النتيجة مع دراسة اشرف صبحي (٢٠٠٠م) (٥) ان هناك خمس اختصاصات نسهم في بناء النموذج المقترح وهي التنظيم الاداري للعلاقات العامّة ، أهداف العلاقات العامّة ، وظائف العلاقات العامّة ، الجوانب البحثية للعلاقات

العامّة ، الدور الاستشاري والتنفيذي للعلاقات العامّة ومساهمتها للإدارة العليا في اتخاذ القرار، ودراسة نيكولاس ك . Nicholas k (١٩٩٧م) (٦٦) انه يجب ايضاح دور ما تقوم به استراتيجية العلاقات العامّة وتحديد طبيعة وهوية الجماهير الداخليّة والخارجيّة للجامعة وكيفية التعرف على خصائصهم من استراتيجية العلاقات العامّة في الجامعة ، وتختلف مع دراسة أميس ج . وآخرون Amis J & others (٢٠٠٢م) (٣٩) ان ادارة المؤسسات الرياضيّة تحتاج الى برامج استراتيجية تتناسب مع الفرق الرياضيّة والانشطة والخدمات التي تقدمها هذه المؤسسات.

مناقشة نتائج التساؤل الخامس " ما هو الواقع الحالي للعلاقات العامّة في الاندية الرياضيّة بمدينة السادات في ضوء محور تقويم نشاط العلاقات العامّة ؟ . " ينضح من نتائج الجدول رقم (٢٢) أن هناك فروق ذات دلالة احصائية في جميع عبارات محور تقويم نشاط العلاقات العامّة لصالح الاستجابة الاعلى حيث تراوحت قيمة كا ٢ المحسوبة ما بين (٢٣,٦٨ ، ٥٣,٦٧) ، وهي عبارات جميعها دالة إحصائيا عند مستوى معنوية ٠,٠٥ ، حيث جاءت الاستجابة للعبارات بالاجابة (نعم) هي انه يتم وضع توصيات واقتراحات مناسبة لتطوير ادارات العلاقات العامّة وزيادة كفاءتها في الاندية الرياضيّة بناء على نتائج التقويم ، تقوم ادارة العلاقات العامّة بالنادى بتقويم انشطتها المختلفة ، تقوم ادارة العلاقات العامّة بالنادى بتقويم انشطة النادى استنادا الى الاهداف الموضوعية ، يوجد متخصصين لاجراء عملية تقويم انشطة ادارة العلاقات العامّة بالنادى ، توجد معايير يستند اليها عند اجراء عملية تقويم انشطة ادارة العلاقات العامّة بالنادى ، المقارنة بين اهداف النادى وما تم تنفيذه من اهم الوسائل والطرق التي تستخدمها العلاقات العامّة في عملية التقويم ، ، وجاءت الاستجابة للعبارات بالاجابة (الى حد ما) هي انه يوجد اهتمام من ادارة النادى بنتائج التقويم التي ترفع اليها للاخذ بها ، انشطة العلاقات العامّة بالنادى معنوية يصعب قياسها ، يتلمس جهاز العلاقات العامّة بالنادى نتائج اعماله اول باول دون حاجة الى تقويم .

ويعزى الباحث ذلك الى أن الاجتهادات الشخصية والمقابلة الشخصية والملاحظة المباشرة لا يعتبروا من الأسباب الموضوعية التي يمكن الاستناد إليها في عملية التقويم ولا تعطى نتائج عملية مباشرة عن مدى نجاح البرنامج الاتصالي الذي يمكن أن يقوم بتنفيذه المسؤولين عن أنشطة العلاقات العامة بالنادي. حيث ان نشاط العلاقات العامة معنوي يصعب إخضاعه للقياس كما أن مواجهة معظم هذه الأسباب تقع على عاتق المسؤولين عن أنشطة العلاقات العامة كتوفير الأخصائيين وتدريب بعض العاملين على أساليب القياس والتقويم والدقة في تحديد أهدافها.

ان عملية تقويم أنشطة العلاقات العامة وقياس نتائجها والمراجعة الدورية لها من أهم خطوات عملية العلاقات العامة ، خاصة بعد أن وصل علم الإدارة إلى مفهوم الإدارة بالأهداف ، ولن يستطيع أي ممارس للعلاقات العامة تحسين أدائه دون أن يقوم بتقويم الأنشطة التي يمارسها. (٢٢ : ٢٠٣) ، وأن من أهم الأسس التي يجب مراعاتها لنجاح أنشطة العلاقات العامة هي أن يكون برنامج مخطط لعملها يوجه نحو تدعيم و كسب ثقة و تأييد الجماهير و رأيهم في المؤسسة و هو يستهدف تحسين طرق الأداء والتجديد بما يعكس ازدهارا ونمو في نشاط المؤسسة. (٣٠ : ١٣٧)

وتتفق تلك النتيجة مع دراسة جرونج ج. Grunig J. (١٩٩٦م) (٥٦) رؤساء مجالس ادارات تلك المنظمات ومديري العلاقات العامة بها يعتقدون ان العلاقات العامة تساهم بشكل كبير في فاعلية المنظمات من خلال الادارة الاستراتيجية لمشاركتها في استراتيجية عمل المنظمات ، ودراسة نيكولاس ك . Nicholas k. (١٩٩٧م) (٦٦) انه يجب ايضاح دور ما تقوم به استراتيجية العلاقات العامة وتحديد طبيعة وهوية الجماهير الداخلية والخارجية للجامعة وكيفية التعرف على خصائصهم من استراتيجية العلاقات العامة في الجامعة.

### **الاستخلاصات والتوصيات :**

### **The Conclusions :**

**محور اهداف العلاقات العامة .**

يوجد اهداف واضحة للعاملين بالعلاقات العامة عند العمل على تنفيذها وتهدف العلاقات العامة بالاندية الرياضية الى تحقيق السمعة الطيبة لادارة النادى

وكذلك توثيق الروابط والعلاقات بين النادي والمؤسسات الرياضية الأخرى إلى جانب كسب ثقة وتأييد المؤسسات والهيئات المتعاملة ، بالإضافة إلى الإعلام الجيد عن أهداف النادي وأوجه نشاطه.

إلى حد ما تهدف العلاقات العامة بالاندية الرياضية إلى التسويق الدائم والفعال لبرامج النادي وكذلك إلى الحفاظ على فتح قنوات اتصالية مستمرة مع مختلف الجماهير والمؤسسات ، وأيضاً إلى المساعدة في تنشيط الخدمات للجماهير .

#### محور تخطيط نشاط العلاقات العامة

تتهيء بالنادى الظروف التى تسمح بضبط عملية التخطيط لانشطة العلاقات العامة وتقوم بوضع برامج العلاقات العامة بالنادى الادارة العليا بالنادى ، وتوجد خطة موضوعة للعلاقات العامة بالاندية الرياضية يتم العمل على اساسها ويشترك مديروا الادارات الأخرى فى وضع برامج العلاقات العامة بالنادى ، كما توجد خطط زمنية مناسبة لتنفيذ أنشطة العلاقات العامة بالاندية الرياضية.

#### محور الجوانب التنظيمية للعلاقات العامة.

مظاهر ممارسة أنشطة العلاقات العامة بالنادى تنظيم الندوات والمؤتمرات والمحاضرات للجماهير والعاملين وكذلك اعلام الجماهير عن اهداف النادي وسياساته وخدماته والاتصال بالهيئات المتعاملة ، كما أن عدد المسئولين عن أنشطة العلاقات العامة بالنادى مناسب إلى حد ما.

#### محور توجيه نشاط العلاقات العامة.

توجد دافعية لدى الاندية لممارسة أنشطة العلاقات العامة حيث تقوم ادارة العلاقات العامة بتنفيذ برامج اتصالية للاعلام عن برامج النادي ككل ، كما تقوم بامداد ادارة العلاقات العامة بالمعلومات اللازمة وتستخدم أنشطة اتصالية متعددة لزيادة ترابط النادي فيما بينها وبين المؤسسات الأخرى ، كما تشجع ادارة العلاقات العامة واعطاؤها اهميتها وتقديرها وترسيخ مفهومها يساعد إلى حد ما فى تحقيق اهداف العلاقات العامة.

### محور تقويم نشاط العلاقات العامة .

يتم وضع توصيات واقتراحات مناسبة لتطوير ادارات العلاقات العامة وزيادة كفاءتها في الاندية الرياضية بناء على نتائج التقويم.

تقوم ادارة العلاقات العامة بالنادي بتقويم انشطتها المختلفة كما تقوم بتقويم أنشطة النادي استنادا الى الاهداف الموضوعية حيث يوجد متخصصين لاجراء عملية تقويم أنشطة ادارة العلاقات العامة بالنادي وكذلك معايير يستند اليها عند اجراء عملية تقويم أنشطة ادارة العلاقات العامة بالنادي.

### التوصيات : The Recommendation

- ضرورة وجود جهاز متفرغ لممارسة أنشطة العلاقات العامة في الاندية الرياضية بمستوي اداري لا يقل عن اى ادارة او لجنة .
- يجب ان يحتل مدير ادارة العلاقات العامة في الاندية الرياضية موقعاً بالادارة العليا للنادي وفق الهيكل التنظيمي المتاح .
- وضع سياسات محدودة ومكتوبة لادارات العلاقات العامة تشمل المبادئ وقواعد العمل التي تحكم اهدافها وتحدد اطار عملها وتنظم علاقتها داخل النادي وخارجه .

## المراجع

### أولاً: المراجع العربية .

- ١- ابراهيم إمام : فن العلاقات العامة ، ط٣ ، مكتبة الانجلو المصرية ، القاهرة ، ١٩٨٨ م .
- ٢- احمد محمد المصرى : العلاقات العامة ، مؤسسة شباب الجامعة ، القاهرة ، ١٩٨٥ م .
- ٣- إسماعيل محمد السيد : الإدارة الاستراتيجية مفاهيم وحالات تطبيقية ، المكتب العربي الحديث ، الإسكندرية ، ١٩٩٠ م .
- ٤- إسماعيل مصطفى سالم ، وجيه الدسوقي المرسي : العلاقات العامة في الخدمة الاجتماعية ، مطبعة هشام ، كفر الشيخ ، ١٩٩٩ م .
- ٥- اشرف صبحى محمد حسين: نموذج مقترح لإدارة العلاقات العامة فى المجال الرياضى ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية التربية الرياضية للبنين بالقاهرة ، جامعة حلوان ، ٢٠٠٠ م .
- ٦- اشرف صبحى محمد حسين: نموذج مقترح لاهداف ووظائف العلاقات العامة فى بعض المؤسسات الرياضية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية الرياضية للبنين بالقاهرة ، جامعة حلوان ، ١٩٩٤ م .
- ٧- اشرف منير صبرى محمد: بناء استراتيجية للبرامج الرياضية بالتلفزيون المصرى ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية التربية الرياضية للبنين بالقاهرة ، جامعة حلوان ، ٢٠٠٠ م .
- ٨- أمير أحمد عبده هريسة : وضع استراتيجية للخدمة الترويحية الرياضية بمراكز شباب المدن بمحافظة بورسعيد ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية التربية الرياضية ببورسعيد ، جامعة قناة السويس ، ٢٠٠٣ م .
- ٩- جميل أحد خضر : العلاقات العامة ، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، عمان ، ١٩٩٨ م .

- ١٠- حسن أحمد الشافعي ، سوزان أحمد مرسي : العلاقات العامة في التربية البدنية ، المكتبة الهاشمية ، الإسكندرية ، ١٩٩١ م .
- ١١- حسن محمد خير الدين : العلاقات العامة المباديء والتطبيق ، مكتبة عين شمس ، القاهرة ، ١٩٨٦ م .
- ١٢- حسين موسى راغب : إدارة العلاقات العامة ، مكتبة الأنجلو المصرية ، القاهرة ، دت .
- ١٣- حنان فاروق محمد جنيد : إدارة العلاقات العامة والتنظيم ، مكتبة عين شمس ، ١٩٩٧ م .
- ١٤- سعيد يماني العوضي : العلاقات العامة في الخدمة الإجتماعية ، ط٢ ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ١٩٩٨ م .
- ١٥- سعيد يماني العوضي : العلاقات العامة في الخدمة الإجتماعية ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ١٩٩٧ م .
- ١٦- سوزان أحمد على : دور العلاقات العامة في نشر الوعي الرياضي للمرحلة الاعدادية بمحافظة الاسكندرية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية الرياضية للبنات ، جامعة حلوان ، ١٩٩٣ م .
- ١٧- طلحة حسام الدين ، عدله عيسي مطر : مقدمه في الإدارة الرياضية ، مركز الكتاب للنشر ، القاهرة ، ١٩٩٧ م .
- ١٨- عادل حسن سيد احمد: تقويم العلاقات العامة فى بعض اندية ج.م.ع ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية التربية الرياضية ، جامعة المنيا ، ١٩٩٧ م .
- ١٩- عبد الكريم درويش ، ليلي تكلا : أصول الإدارة العامة ، مكتبة الأنجلو المصرية ، القاهرة ، ١٩٩٥ م .



٢٠- عبد المحيي محمود صالح ، جلال الدين عبدالحق ، السيد رمضان :  
العلاقات العامة والاعلام في الخدمة الاجتماعية ، المعهد العالي للخدمة  
الاجتماعية ، الإسكندرية ، ٢٠٠٠ م .

### ثانيا : المراجع الاجنبية .

- ١٥- Amis J. Gerrard B, mauws M, Slack T, Mason D. : The Strategic management of Sport Organizations, (NASSM) abstract, Available at [secure.sportquest.cpom/su.cfm?Title=s-٨٤٥٢٤٣](http://secure.sportquest.cpom/su.cfm?Title=s-٨٤٥٢٤٣) , Em:nassam@sru.edu , ٢٠٠٢.
- ١٦- Bowman,C. :The essence of strategic management , prentice-hall , international , London , ٢٠٠١ .
- ١٧- Brody, E. : Public relations programming and Production, praeger, New Yourk , ١٩٨٨ .
- ١٨- Bronson , R.t. :Public Relation and Promotion in Sport , U.S.Sport Academy , ١٩٩٨ .
- ١٩- Charles A,Bucher : management of physical Education and Sport ,II

### ثالثا : مواقع الشبكة القومية للمعلومات .

- ٢٠- <http://stats.bls.gov/oco٠٨٦.htm>.
- ٢١- Anonymous :(٢٠٠٢),Public Relation, available at :
- ٢٢- <http://www.msn.encara.org,on/٦/٣/٢٠٠٢>
- ٢٣- <http://stats.bls.gov/oco٠٨٦.htm>.

## تقويم إدارة العلاقات العامة للنادية الرياضية

\* د/ فتحى توفيق فتحى

يهدف البحث الى تقويم إدارة العلاقات العامة بالنادية الرياضية بمدينة السادات فى ضوء المحاور الآتية : اهداف العلاقات العامة . تخطيط نشاط العلاقات العامة . الجوانب التنظيمية للعلاقات العامة . توجيه نشاط العلاقات العامة . تقويم أنشطة العلاقات العامة . واستخدم الباحث المنهج الوصفي بالأسلوب المسحي لمناسبته لطبيعة هذا البحث . وتم اختيار مجتمع البحث من خلال حصر شامل لجميع الاندية الرياضية بمدينة السادات ، واختيار عينة البحث بالطريقة العمدية لجميع الاندية الرياضية بمدينة السادات وعددها ٤ نادى رياضى ، ممثلة فى من لهم علاقة بالأندية الرياضية بمدينة السادات " اعضاء مجلس الإدارة ، مديرى عموم والاداريون بالنادى ، الأفراد العاملين بالأندية الرياضية ، الاجهزة الفنية واللاعبون ، ممارسى النشاط الرياضى ، واطباء الجمعية العمومية بالنادى الرياضى ، الاعلاميين الرياضيين واطباء اهم النتائج إلى أنه توجد اهداف واضحة للعاملين بالعلاقات العامة عند العمل على تنفيذها وتهدف العلاقات العامة بالنادية الرياضية الى تحقيق السمعة الطيبة لادارة النادى وكذلك توثيق الروابط والعلاقات بين النادى والمؤسسات الرياضية الاخرى إلى جانب كسب ثقة وتأييد المؤسسات والهيئات المتعاملة ، بالإضافة الى الاعلام الجيد عن اهداف النادى ووجه نشاطه . ويوصى الباحث بضرورة وجود جهاز متفرغ لممارسة أنشطة العلاقات العامة فى الاندية الرياضية بمستوى ادارى لا يقل عن اى ادارة او لجنة .

---

\*أستاذ مساعد بقسم أصول التربية الرياضية - كلية التربية الرياضية جامعة مدينة السادات

## **Calendar of Sports Club Public Relations Department**

**\* DR. Fathy Tawfiq Fathy**

---

---

The research aims to evaluate the public relations department of sports clubs in Sadat City in light of the following axes: The goals of public relations. Planning a public relations activity. Organizational aspects of public relations. Directing public relations activity. Evaluation of public relations activities. The researcher used the descriptive method in the survey method, due to its relevance to the nature of this research. The research community was selected through a comprehensive inventory of all sports clubs in Sadat city, and the selection of the research sample by the deliberate method for all sports clubs in Sadat City, which are ٤ sports clubs, represented by those who are related to the sports clubs in Sadat City, members of the board of directors, general managers and administrators of the club, working individuals In sports clubs, technical equipment and players, practitioners of sports activity, members of the general assembly of the sports club, sports media, and the most important results indicated that there are clear goals for public relations workers when working to implement them. Public relations of sports clubs aims to achieve a good reputation for the management of the club as well as closer ties and relations between The club and other sports institutions, in addition to gaining the trust and support of the institutions and bodies dealing with them, in addition to good information about the goals of the club and its activities. The existence of a dedicated apparatus for practicing public relations activities in sports clubs with an administrative level not less than that of any administration or committee.

---

\* Assistant Professor, Department of Physical Education, Faculty of Physical Education, Sadat City University