



كلية الآداب



جامعة بنها

# مجلة كلية الآداب

## مجلة دورية علمية محكمة

دور العلاقات العامة بالأنندية الرياضية فى تطوير كرة القدم النسائية فى  
ضوء رؤية مصر ٢٠٣٠م

### إعداد /

مروى السعيد السيد /

أستاذ العلاقات العامة والإعلان المساعد بقسم الإعلام، كلية الآداب ، جامعة  
المنصورة

مايسة حمدى زكى /

مدرس العلاقات العامة والإعلان بقسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة  
المنصورة

مروه ماجد على السواح /

مدرس مساعد بقسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة المنصورة

ابريل ٢٠٢٤

المجلد ٦١

[/https://jfab.journals.ekb.eg](https://jfab.journals.ekb.eg)

شهد العالم خلال العقود الماضية إدراكًا متزايدًا بموضوع التنمية المستدامة؛ حيث أصبحت الاستدامة التنموية للإنسان والبيئة والمنظمات مدرسة فكرية تتبناها هيئات شعبية ومؤسسات رسمية تنتشر في معظم دول العالم النامي والصناعي على حد سواء، وتطالب بتطبيقها وتسعى لتنفيذ أهدافها، فالتنمية عملية ديناميكية تضرب جذورها في مختلف جوانب الحياة، وتتخذ أشكالًا متنوعة للإرتقاء بالبشر والمجتمعات الآنية دون المساس بحصة الأجيال المستقبلية. وبالرغم من تعدد أوجه التنمية ومجالاتها، يبقى الإنسان هو جوهرها ومخططها وغايتها ووسيلتها. فبناء الإنسان من النواحي الاجتماعية والثقافية والصحية أصبحت أولوية في استراتيجيات وخطط الحكومات الذكية المعاصرة ومطلب رئيسي من متطلبات التنمية المستدامة.

فرؤية مصر ٢٠٣٠ بوصفها نشاطًا بشريًا يتطلب الإعداد البشري والتأهيل الجيد للمجتمع، ولما كان العقل السليم في الجسم السليم، فإن السبيل الوحيد لبناء العقل والجسم المستدامان هو ممارسة الرياضة. فالرياضة لديها القدرة على تعزيز سلامة الأفراد وتحسين قدراتهم الذهنية والبدنية. وعليه، يمكن تسخير الرياضة لأغراض التنمية الشاملة.

وعليه، يرى الباحثون أن العلاقات العامة بالأنندية الرياضية هي سعي دؤوب ونشاط مستدام؛ يمكن من خلاله شرح سياسات المؤسسة الرياضية، وبحث توجهات

المجتمع، وتغيير النسق الاجتماعي بدعم الأيدولوجيات الإيجابية وتصحيح السلبي منها بما يؤدي إلى تبنيها وتقبلها من قبل الأفراد والجماعات ويزيد من درجة وعيهم وتثقيفهم، وبما يحقق الاستدامة المؤسسية والنسائية. وأن العلاقات العامة بوظائفها وأدواتها واستراتيجياتها المتنوعة، والأندية الرياضية كهيئات تنشئية، والرياضة كحق مكفول ممارسته للجميع، وكرة القدم كعبة شعبية جماهيرية، يشكل انتظامهم معاً عقداً جوهرياً يدعم جهود الدولة المصرية ورؤية القيادة السياسية والتوجهات القومية بشأن قضايا التنمية المستدامة بشكل عام، وتنمية المرأة وتمكينها رياضياً على وجه التحديد، ولعل العرض السابق يدعو إلى دراسة دور العلاقات العامة بالأندية الرياضية في تطوير كرة القدم النسائية في ضوء "رؤية مصر ٢٠٣٠م".

### مشكلة الدراسة:

على الرغم من اهتمام السادة والمسؤولين بقضية تمكين المرأة، وحضها على تغيير نمط حياتها بشكل كامل للحصول على حياة صحية متوازنة، فإنه من اللافت قلة المبادرات الموجهة للسيدات والفتيات من مختلف الأعمار؛ والمخصصة لنشر الوعي الصحي والثقافي بأهمية ممارسة الرياضة، كما يلاحظ وجود قصور في الاستراتيجيات التي تتكفلها العلاقات العامة، بالمؤسسات عامة والأندية الرياضية

خاصة، الرامية إلى تطوير المهارات الذاتية والشخصية، وصقل البنية العضوية والجسدية لدى الكفاءات النسائية.

فاليوم لم يعد ممارسة النشاط البدني يقتصر على الرجال فقط؛ بل أصبح حاجة ملحة لتمكين المرأة في المجتمع. فالرياضة عنصر مهم وفعال من عناصر تأهيل النساء سيكولوجياً وفسولوجياً واجتماعياً، فضلاً عن قدرتها على رفع مستويات الصحة والاقتصاد، والوعي الثقافي، والمشاركة السياسية. خاصة أن الصحة النفسية للمرأة لا تنفك عن صحتها الجسدية، واللذان ترتبطان بدورهما ارتباطاً وثيقاً بممارسة الأنشطة الرياضية، وهو ما ينصب في نهاية المطاف إلى تحقيق استراتيجية التنمية المستدامة الشاملة للدولة.

وعلى صعيد رؤية مصر ٢٠٣٠، يرى الباحثون أن مشكلة الغياب الواضح لنشر ثقافة الرياضة النسائية في خطة الدولة، إنما تتبع من غياب خاص لعنصر ممارسة الرياضة والنشاط البدني في أهداف التنمية العالمية. ومن المهم التنويه أنه لم يتم بيان دور الرياضة في دعم تحقيق محاور التنمية العالمية والمحلية، وهذا إن دل على شيء فإنه يدل على أن الرياضة لا تتال القدر الكافي من الاهتمام من قبل صناع القرار في المحافل الدولية، وهو ما يعد فرصة ضائعة قد تسبب تداعيات سلبية طويلة المدى على الجميع.

وتتجلى مشكلة غياب استراتيجيات العلاقات العامة الموجهة للرياضة النسائية، بشأن ممارسة السيدات للرياضة ولكرة القدم تحديداً، في أنها تحظى بساحات ضئيلة في الساحات الرياضية، ومساحات هامشية على المنابر الإعلامية المتنوعة، ولا تحصل على القدر ذاته من النشر والمشاهدة والمتابعة والتمويل بالمقارنة مع نظيرتها الموجهة للرجال.

ويرى الباحثون أنه على الرغم من غياب الرياضة بشكل واضح في أغراض التنمية المستدامة السبعة عشر، إلا أنه يمكن تسخير رياضة كرة القدم النسائية على وجه الخصوص لخدمة بعض الأهداف التنموية، وخاصة الأهداف المتعلقة بالرعاية الصحية (الهدف ٣)، وضمان تعليم جيد ومنصف (الهدف ٤)، والمساواة بين الجنسين وتمكين جميع النساء والفتيات (الهدف ٥)، والحد من أوجه عدم المساواة (الهدف ١٠). ويمكن كذلك استخدام العلاقات العامة بالأندية الرياضية لخدمة الأهداف التنموية التي تتعلق بنمو الاقتصاد (الهدف ٨)، وإنشاء مؤسسات متينة وقوية وشفافة (الهدف ١٦) وعليه، فاستراتيجية إدارة العلاقات العامة بالأندية الرياضية يمكن أن تحقق رؤية مصر ٢٠٣٠ من خلال الدور المؤثر الذي تلعبه لأجل تطوير ودعم رياضة كرة القدم النسائية، بما يضمن تمكين الفتيات والسيدات، وتطبيق مبادئ الإنصاف وتكافؤ الفرص، وتحقيق شفافية وكفاءة هذه المؤسسات الرياضية، وتعزيز جودة الحياة الاجتماعية، ودعم مؤشرات الرخاء والنماء الاقتصادي، وبناء جيل ومستقبل رياضي أفضل وأكثر استدامة.

وبناءً على ما سبق، يمكن بلورة مشكلة الدراسة، وصياغة موضوعها في الحاجة للتعرف على دور العلاقات العامة بالأندية الرياضية للنهوض بكرة القدم النسائية في ضوء "رؤية مصر ٢٠٣٠"، والتعرف على طريقة الاتصال التي تستخدمها العلاقات العامة لتطوير كرة القدم النسائية، وتحديد مدى وعي ممارسي العلاقات العامة لتطوير بكرة القدم النسائية وتنتشر ثقافة ممارستها.

#### أهمية الدراسة:

- تزايد الاهتمام خلال العقود الأخيرة بخطط التنمية المستدامة، وأنه لا يمكننا الحديث عن نمو الدول، وازدهار المؤسسات، وتطور المجتمعات، دون تفعيل حقيقي لدور العلاقات العامة بها، وتنفيذ واقعي لاستراتيجياتها.
- أن كرة القدم لم تعد ترفيهًا وترويجًا وحكرًا على الرجال فقط، بل أصبحت صناعة ضخمة ومتكاملة تساهم بشكل كبير تمكين المرأة وتسهيل دورها المجتمعي، وزيادة منحنيات الاستثمار والإنتاج الاقتصادي.

#### أهداف البحث :

- ١- التعرف على استراتيجيات الاتصال للعلاقات العامة بالأندية الرياضية للنهوض بكرة القدم النسائية.

- ٢- تحديد مدى وعي ممارسي العلاقات العامة بالأندية الرياضية بأهداف استراتيجية التنمية المستدامة للدولة "رؤية مصر ٢٠٣٠" لتمكين المرأة.
- ٣- التعرف على التسهيلات والإجراءات التي تستهدفها استراتيجية العلاقات العامة بالأندية الرياضية للنهوض بكرة القدم النسائية.
- ٤- رصد مساهمة استراتيجية إدارة العلاقات العامة بالأندية الرياضية في النهوض بكرة القدم النسائية في ضوء "رؤية مصر ٢٠٣٠".

#### تساؤلات البحث :

١. ما الجوانب التنظيمية للعلاقات العامة في الأندية الرياضية؟
٢. ما مرتكزات تطبيق استراتيجية العلاقات العامة (البحث/التخطيط/التنسيق/الاتصال/التقويم) بالأندية الرياضية للنهوض بكرة القدم النسائية في ضوء "رؤية مصر ٢٠٣٠"؟
٣. ما الأدوات والإمكانات التي توفرها الأندية الرياضية للعلاقات العامة لتنفيذ استراتيجية النهوض بكرة القدم النسائية؟
٤. ما مدى وعي ممارسي العلاقات العامة بالأندية الرياضية بأهداف استراتيجية التنمية المستدامة للدولة "رؤية مصر ٢٠٣٠" لتمكين المرأة في المجال الرياضي؟

٥. ما التسهيلات والإجراءات التي تستهدفها استراتيجية العلاقات العامة بالأندية الرياضية للنهوض بكرة القدم النسائية؟
٦. ما سمات استراتيجية إدارة العلاقات العامة بالأندية الرياضية للنهوض بكرة القدم النسائية؟
٧. ما دور استراتيجية العلاقات العامة بالأندية الرياضية في نشر ثقافة ممارسة كرة القدم النسائية؟
٨. كيف تساهم استراتيجية إدارة العلاقات العامة بالأندية الرياضية في النهوض بكرة القدم النسائية في ضوء "رؤية مصر ٢٠٣٠"؟

#### نوع الدراسة:

تُعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستهدف رصد ووصف ظاهرة معينة، وتتمثل الظاهرة موضع البحث في محاولة التعرف على دور العلاقات العامة بالأندية الرياضية في تطوير بكرة القدم النسائية في ضوء رؤية مصر ٢٠٣٠م، ورصد الأدوات والإمكانات التي توفرها الأندية الرياضية للعلاقات العامة لتنفيذ هذه الاستراتيجية، وتحديد مدى وعي ممارسي العلاقات العامة بأهداف "رؤية مصر ٢٠٣٠" لتمكين المرأة في المجال الرياضي، والتعرف على سمات ومتطلبات إدارة



العلاقات العامة، والكشف عن دورها في نشر ثقافة ممارسة كرة القدم النسائية، ومساهمتها في تطوير كرة القدم النسائية.

#### منهج الدراسة:

اعتمد الباحثون على المنهج المسحي؛ حيث يعتبر من أنسب المناهج العلمية ملائمة للدراسات الوصفية، فهو المنهج الذي يستهدف تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن، وذلك بعد جمع البيانات الكافية واللازمة عنها وعن عناصرها، من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمة، التي تحدد نوع البيانات ومصدرها وطرق الحصول عليها. (عبد الحميد، محمد، ٢٠٠٠، ص ١٢١)

#### أدوات جمع البيانات

❖ **صحيفة الاستقصاء:** استخدمت الباحثة صحيفة الاستقصاء؛ كأداة لجمع البيانات ميدانياً من جميع المسؤولين والعاملين في مجال العلاقات العامة بالنادية الرياضية للأندية الأربع - محل الدراسة - والجهاز الفني والإداري للفريق. وقد روعي في تصميم هذه الصحيفة أن تجيب على تساؤلات الدراسة.

#### مجتمع وعينة الدراسة

## ١. مجتمع الدراسة:

قامت الباحثة بعمل مسح للأندية الرياضية المصرية المشاركة في بطولة الدوري الممتاز المصري لكرة القدم النسائية موسم ٢٠٢٣-٢٠٢٤م، ووجدت أن هناك ١٤ نادٍ رياضي، وانقسمت هذه الأندية ما بين أندية أهلية (٤)، وأندية خاصة (٣)، ومراكز شباب (٤)، وشركات (٣). وبناءً عليه قامت الباحثة باختيار نادٍ يمثل كل فئة من الفئات الأربع، كالأتي:

نادي توت عنخ آمون (شركات)	نادي صيد المحلة (خاص)
نادي كفر سعد (أهلي)	نادي غزل المحلة (القطاع العام)

## ٢. عينة الدراسة:

استخدم الباحثون بصحيفة الاستقصاء لجمع البيانات من عينة عمدية قومية (٨ مفردة) من جميع ممارسي العلاقات العامة بالأندية الرياضية للأندية الأربع -محل الدراسة- والجهاز الفني والإداري للفريق.

خطوات وإجراءات البحث :

وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية باستخدام منهج المسح ، وقد تمثل مجتمع الدراسة في أربع أندية رياضية ممثلة في الدوري الممتاز المصري لكرة القدم النسائية لموسم ٢٠٢٣-٢٠٢٤ م وهي (نادي توت عنخ آمون، نادي صيد المحلة،

نادي كفر سعد، مركز شباب الخيرية)، وتم تطبيق صحيفة الاستقصاء على عينة عمدية بلغ قوامها (٨ مفردة) من العاملين بجهاز العلاقات العامة بالأندية محل الدراسة.

### المعالجات الإحصائية :

#### صدق المحتوى :

تم عرض المحاور المقترحة على سبع خبراء - مرفق (٢) (٣) (٤) - لإبداء الرأي عن مدى ملاءمة المحاور لموضوع البحث ومدى كفايتها لتصميم إستمارة الإستبيان ، وبعد الحصول على موافقة الخبراء المبدئية على محاور الإستبيان تم وضع مجموعة من العبارات لكل محور وعرض الإستبيان بصورته الأولية على الخبراء للتعرف على إرتباط العبارات والتساؤلات الخاصة بكل محور ومدى كفاية وشمول وموضوعية العبارات - مرفق (٣) - وبعد الموافقة النهائية للخبراء على عبارات الإستبيان وضعت الباحثة ميزان تقدير للإستجابات على العبارات كما يلي:

تقدر بثلاث درجات نعم

تقدر بدرجتان إلى حد ما

تقدر بدرجة واحدة لا

### صدق الإتساق الداخلي :

قام الباحثون بحساب معامل الإتساق بين كل عبارة ومجموع المحور المنتمية إليه وبين مجموع المحور والمجموع الكلي للإستبيان وذلك على عينة عمدية مكونة من (٤ مفردة) ، وإتضح أن معاملات الإرتباط بين كل عبارة ومجموع المحور المنتمية إليه وبين العبارة و المجموع الكلي عند مستوى دلالة (٠.٠٥) تجاوزت (٠.٤٤٤).

### الثبات :

قام الباحثون بإيجاد ثبات إستمارة الإستبيان بطريقة ألفا كرومباخ، ويوضح جدول معاملات ألفا الإستمارة ككل (٠.٩٣٨)؛ مما يدل على ثبات جميع العبارات في محاور إستمارة الإستبيان.

### عرض ومناقشة النتائج :

### التساؤلات المتعلقة بدراسة ممارسي العلاقات العامة بالأندية الرياضية:

### المحور الأول : الجوانب التنظيمية للعلاقات العامة فى الأندية الرياضية.

١- الجهة التي يتبعها جهاز العلاقات العامة:

بعد إستقراء بيانات الجدول السابق اتضح للباحثة أنّ الجهة التي يتبعها جهاز العلاقات العامة بالنادي الرياضي، مدير القسم جاء بالمرتبة الأولى ؛ حيث سجل (٣) تكراراً بنسبة (٣٧,٥%) من إجمالي العينة ، فيما جاء مدير القطاع في المرتبة الثانية ؛ حيث سجل (٢) تكراراً بنسبة (٢٥%) من إجمالي العينة ، وتلاها المدير التنفيذي، نائب مدي النشاط الرياضي وشؤون إدارية؛ حيث سجل (١) تكراراً منهم بنسبة (١٢,٥%) من إجمالي العينة.

### ٢- الوضع التنظيمي الحالي لأنشطة العلاقات العامة:

يتضح من المبحوثين بنسبة (٣٧,٥%) من إجمالي العينة أشاروا بأنه توجد إدارات لا مركزية بالنادي تنفذ أخرى) وذلك بنسبة (١٢,٥%) من إجمالي أفراد العينة.

### ٣- موقع إدارة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للنادي:

تشير من المبحوثين أن (٥) تكراراً بنسبة (٦٢,٥%) من إجمالي العينة يرون بأن موقع إدارة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للنادي مناسب إلى حد ما ، وأن (٢) تكراراً بنسبة (٢٥%) من إجمالي العينة أشاروا بأن موقع إدارة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للنادي غير مناسب بالنسبة لهم ، فيما سجل (١) تكراراً بنسبة (١٢,٥%) من إجمالي العينة يفضل بأن موقع إدارة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للنادي مناسب بالنسبة له.

المحور الثالث: مرتكزات تطبيق استراتيجية العلاقات العامة (البحث/التخطيط/التنسيق/الاتصال/التقويم) للنهوض بكرة القدم النسائية في ضوء رؤية مصر ٢٠٣٠، وباستقراء النتائج التي طبقت على المبحوثين نلاحظ:

١- جاءت عبارة (تعتمد العلاقات العامة على التخطيط لتحقيق أهدافها بما يضمن تحقيق رسالة النادي ورؤيته التتموية)؛ حيث حصلت على نسبة موافقة (٥٠%) من إجمالي المبحوثين، وفي المقابل رفضها (١٢,٥%) من إجمالي المبحوثين.

٢- وافق (٥٠%) من إجمالي المبحوثين على عبارة (يتصل ممارس العلاقات العامة بوسائل الإعلام والصحافيين لتغطية أخبار كرة القدم النسائية وتسهيل الضوء على البطولات والبطلات)، وفي المقابل رفضها (٢٥%) من إجمالي المبحوثين.

٣- وافق (٥٢,٥%) من إجمالي المبحوثين على عبارة (تحرص العلاقات العامة على رصد أخبار فرق كرة القدم النسائية بالأندية المنافسة للوقوف على نقاط ضعفها والإفادة من مواطن قوتها) ، وفي المقابل رفضها (١٢,٥%) من إجمالي المبحوثين.

- ٤- وافق (٣٧,٥%) من إجمالي المبحوثين على عبارة (يهتم ممارس العلاقات العامة بالتنسيق بين إدارات النادي وبين الأعضاء المنتمين له)، وفي المقابل رفضها (١٢,٥%) من إجمالي المبحوثين (عينة الدراسة).
- ٥- ثم جاءت عبارة (تنسق إدارة العلاقات العامة دورات تدريبية للكفاءات الرياضية بالنادي) التي وافق عليها (٣٧,٥%) من إجمالي المبحوثين ، وفي المقابل رفضها (٢٥%) من إجمالي المبحوثين.
- ٦- وافق (٣٧,٥%) من إجمالي المبحوثين على عبارة (تهتم العلاقات العامة بالتقويم الدوري لعمليات تنفيذ استراتيجيتها ونشر رسالتها الرياضية وضمان استدامتها) ، ورفض هذه العبارة (٢٥%) من إجمالي المبحوثين عينة الدراسة.
- ٧- وافق (٣٧,٥%) من إجمالي المبحوثين على عبارة (تشك الإدارة العليا للنادي بقدرة العلاقات العامة على القيام بوظائف الاتصال والتنسيق وتوكل لها مهام روتينية) ، وفي المقابل رفضها (٢٥%) من إجمالي المبحوثين.

٨- (توطد العلاقات العامة جسور التواصل البناء مع الأندية والاتحادات المحلية والدولية ولجان التنمية المحلية للنهوض بكرة القدم النسائية) وافق علي هذه العبارة (٢٥%) من إجمالي المبحوثين ، وفي المقابل رفضها (٢٥%) من إجمالي المبحوثين.

وافق (٢٥%) من إجمالي المبحوثين على عبارة (تعتمد العلاقات العامة على الدراسات الميدانية والتحليلية لرصد واقع ممارسة كرة القدم النسائية وتحديد الأسلوب الأمثل للتأثير على الجماهير المستهدفة)، وفي المقابل رفضها (٢٥%) من إجمالي المبحوثين

**المحور الرابع : الأدوات والإمكانات التي توفرها الأندية الرياضية للعلاقات العامة لتنفيذ استراتيجية النهوض بكرة القدم النسائية في ضوء "رؤية مصر ٢٠٣٠":**

اتضح للباحثون من التطبيق على المبحوثين بأن:

١- عبارة جاءت (توفير أجهزة التكنولوجيا الحديثة للتواصل الفعال مع اللاعبين والأعضاء، وإتمام مهامها) في المرتبة الأولى - بحسب كإ ٢ المحسوبة - من بين العبارات الخاصة بالأدوات والإمكانات التي توفرها الأندية الرياضية للعلاقات العامة لتنفيذ استراتيجية النهوض بكرة القدم النسائية في ضوء "رؤية



- مصر ٢٠٣٠؛ حيث حصلت على نسبة موافقة (٥٠%) من إجمالي المبحوثين، وفي المقابل رفضها (١٢,٥%) من إجمالي المبحوثين.
- ٢- يرى (٥٠%) من إجمالي المبحوثين أن (فتح الباب للعلاقات العامة للمشاركة في صياغة الاستراتيجيات والسياسات العامة للنادي) ، وفي المقابل رفضها (١٢,٥%) من إجمالي المبحوثين.
- ٣- يرى (٢٥%) من إجمالي المبحوثين أن (تسمح للعلاقات العامة بالتعاقد مع الشركات الراعية لتطوير كرة القدم النسائية) ، وفي المقابل رفضها (٢٥%) من إجمالي المبحوثين .
- ٤- حصلت عبارة (تُحدد مخصصات مالية لتغطية كلخطوات إعداد وتنفيذ استراتيجية العلاقات العامة) على المرتبة الرابعة؛ حيث أيدها (٨٧,٥%) من إجمالي العينة ، وفي المقابل رفضها (١٢,٥%) من إجمالي العينة .
- ٥- يرى (صقل مهارات وخبرات العاملين بالعلاقات العامة من خلال التدريبات الدورية المتطورة) في المرتبة الخامسة؛ حيث حصلت على نسبة موافقة (٧٥%) من إجمالي المبحوثين ، وفي المقابل رفضها (٢٥%) من إجمالي المبحوثين .

- ٦- يرى (٣٧,٥%) من إجمالي المبحوثين أنّ (تولي إدارة النادي مهام التواصل الإلكتروني للعلاقات العامة لتوطيد علاقته بالجمهور) ، وفي المقابل رفضها (٢٥%) من إجمالي المبحوثين .
- ٧- يرى (٣٧,٥%) من إجمالي المبحوثين أنّ (السماح للعلاقات العامة باستخدام أساليب الاتصال المتنوعة لتنظيم الأنشطة والفعاليات التي تستهدف نشر ثقافة ممارسة المرأة لكرة القدم وتشجيعها) ، وفي المقابل رفضها (٢٥%) من إجمالي المبحوثين .
- ٨- حصلت عبارة ( الاستعانة بالكوادر العلمية المتخصصة بالعلاقات العامة كونها أجدر أجهزة النادي وأكفأها لتصميم استراتيجية النهوض بكرة القدم النسائية) على المرتبة الثامنة؛ حيث أيدها (٢٥%) من إجمالي العينة ، وفي المقابل رفضها (١٢,٥%) من إجمالي العينة.
- ٩- جاءت عبارة (تسهيل مهام الاتصال والتنسيق للعلاقات العامة بين إدارات النادي من جهة، وبين النادي ولجان التنمية بالدولة من جهة أخرى) في المرتبة التاسعة؛ حيث حصلت على نسبة موافقة (٧٥%) من إجمالي المبحوثين ، وفي المقابل رفضها (١٢,٥%) من إجمالي المبحوثين .

المحور الخامس : درجة وعي ممارسي العلاقات العامة بالأندية الرياضية بأهداف استراتيجية التنمية المستدامة للدولة "رؤية مصر ٢٠٣٠" لتمكين المرأة في المجال الرياضي:

اتضح للباحثة من الجدول السابق :

- ١- جاءت عبارة (تتابع إدارة العلاقات العامة كافة المستجدات الخاصة بالتنمية المستدامة على الصعيدين الإقليمي والدولي بهدف التأكيد على التمكين العادل والإدماج الشامل للمرأة في أجندة عملها) في المرتبة الأولى - بحسب ٢١ المحسوبة - من بين العبارات الخاصة بدرجة وعي ممارسي العلاقات العامة بالأندية الرياضية بأهداف استراتيجية التنمية المستدامة للدولة "رؤية مصر ٢٠٣٠" لتمكين المرأة في المجال الرياضي؛ حيث حصلت على نسبة موافقة (٨٧,٥%) من إجمالي المبحوثين ، وفي المقابل رفضها (١٢,٥%) من إجمالي المبحوثين .
- ٢- يرى (٥٠%) من إجمالي المبحوثين أنّ (يؤكد ممارسو العلاقات العامة على مسؤوليتهم الاجتماعية لتنمية المرأة وفقاً لتوجهات الدولة) ؛ وفي المقابل رفضها (١٢,٥%) من إجمالي المبحوثين.

- ٣- حصلت عبارة (تسعى العلاقات العامة لتغيير التصورات والمعتقدات السائدة عند الجمهور بشأن ممارسة المرأة المصرية للرياضة ولاسيما رياضة كرة القدم) على المرتبة الثالثة ؛ حيث حصلت على نسبة موافقة (٥٠%) من إجمالي المبحوثين، وفي المقابل رفضها (١٢,٥%) من إجمالي المبحوثين.
- ٤- رفض (٢٥%) من إجمالي المبحوثين عبارة (تدرك العلاقات العامة أهمية تنمية وعي المرأة وتدعم حقها الكامل في ممارسة الرياضة) ؛ وفي المقابل أيدها (٢٥%) من إجمالي المبحوثين .
- ٥- أيد (٥٢,٥%) من إجمالي المبحوثين عبارة (تعمل العلاقات العامة وفق خطط لتنمية الإناث صحياً واجتماعياً وثقافياً وفقاً لرؤية الدولة) ؛ وفي المقابل رفضها (١٢,٥%) من إجمالي المبحوثين.
- ٦- حصلت عبارة (تضع العلاقات العامة استراتيجياتها بالنادي وفقاً لتوجه الدولة نحو تنمية المرأة رياضياً) على المرتبة السادسة؛ حيث حصلت على نسبة معارضة (٥٠%) من إجمالي المبحوثين ، وفي المقابل أيدها (٢٥%) من إجمالي المبحوثين .

**المحور السادس: التسهيلات والإجراءات التي تستهدفها استراتيجيات العلاقات العامة بالأندية الرياضية للنهوض بكرة القدم النسائية:**

**بعد استقراء بيانات التطبيق، اتضح للباحثون ما يلي :**

- ١- جاءت عبارة (تسهيل الاتصالات المباشرة مع اللاعبين والأعضاء لرصد مشاكلهم) في المرتبة الأولى - بحسب كا ٢ المحسوبة - من بين العبارات الخاصة بالتسهيلات والإجراءات التي تستهدفها استراتيجية العلاقات العامة بالأندية الرياضية للنهوض بكرة القدم النسائية؛ حيث حصلت على نسبة موافقة (٥٠%) من إجمالي العينة ، وفي المقابل عارضها (١٢,٥%) .
- ٢- أيد (٥٠%) من إجمالي المبحوثين أنّ (زيادة الملاعب والصالات والمعدات لتطوير رياضة كرة القدم النسائية) من إيجابيات استخدام العلاقات العامة لموقع فيسبوك كوسيلة للاتصال بجماهير النادي، وفي المقابل عارضها (٢٥%) من إجمالي المبحوثين.
- ٣- وافق (٥٠%) من إجمالي العينة أنّ (خلق بيئة رياضية مواكبة للمتطلبات النسائية في ضوء رؤية الدولة المصرية) تعد من إيجابيات استخدام العلاقات العامة لموقع فيسبوك كوسيلة للاتصال بجماهير النادي ، وفي المقابل رفضها (٢٥%) من إجمالي المبحوثين .
- ٤- عارض (٥٢,٥%) من إجمالي العينة عبارة (إتاحة الفرصة للجمهور لتشجيع اللاعبين أثناء التمرين والمسابقات) ، وفي المقابل أيدها (١٢,٥%)

من إجمالي العينة . وتختلف هذه النتيجة مع نتيجة دراسة خالد عمر (٢٠١٦م) .

٥- أيد (٥٠%) من إجمالي المبحوثين أنّ (التسهيلات المتبادلة بين الأندية الرياضية والمؤسسات التعليمية بشأن حضور الطالبات المشاركات بالفاعليات الرياضية المحلية والدولية) تعد من التسهيلات والإجراءات التي تستهدفها استراتيجية العلاقات العامة بالأندية الرياضية للنهوض بكرة القدم النسائية، وفي المقابل رفضها (٢٥%) من إجمالي المبحوثين.

٦- وافق (٢٥%) من إجمالي العينة على أنّ (عقد ورش العمل ولقاءات تربية وتعليمية وتدريبية للأعضاء واللاعبات) يعد من التسهيلات والإجراءات التي تستهدفها استراتيجية العلاقات العامة بالأندية الرياضية للنهوض بكرة القدم النسائية، وفي المقابل رفضها (٢٥%) من إجمالي المبحوثين.

٧- يرى (٧٥%) من إجمالي العينة أنّ (توفير بيئة رياضية ملائمة للاعبات لتحقيق البطولات والمكاسب في كرة القدم) من التسهيلات والإجراءات التي تستهدفها استراتيجية العلاقات العامة بالأندية الرياضية للنهوض بكرة القدم النسائية ، وفي المقابل عارضها (٢٥%) من إجمالي العينة .

٨- يرى (٣٧,٥%) من إجمالي المبحوثين أنّ (تنظيم معسكرات تدريب صيفية لفرق كرة القدم النسائية) من التسهيلات والإجراءات التي تستهدفها استراتيجية العلاقات العامة بالأندية الرياضية للنهوض بكرة القدم النسائية ، وفي المقابل رفضها (٢٥%) من إجمالي المبحوثين .

**المحور السابع: سمات استراتيجية إدارة العلاقات العامة بالأندية الرياضية للنهوض بكرة القدم النسائية:**

**وبعد استقراء بيانات الجداول السابقة ، اتضح للباحثة ما يلي :**

١- جاءت عبارة (تمتاز أهدافها بالموضوعية والشفافية والإنصاف) في المرتبة الأولى - بحسب كاس ٢ المحسوبة- من بين العبارات الخاصة بسمات استراتيجية إدارة العلاقات العامة بالأندية الرياضية للنهوض بكرة القدم النسائية ؛ حيث حصلت على نسبة موافقة (٥٠%) من إجمالي العينة ، وفي المقابل عارضها (٢٥%) .

٢- أيد (٥٠%) من إجمالي المبحوثين أنّ (تتبنى أفكارًا وأساليب حديثة لتحقيق أهدافها المنشودة) من سمات استراتيجية إدارة العلاقات العامة بالأندية الرياضية للنهوض بكرة القدم النسائية ، وفي المقابل عارضها (٢٥%) من إجمالي المبحوثين.

- ٣- وافق (٣٧,٥%) من إجمالي العينة أن (تخدم أغراض التنمية المستدامة ورؤية الدولة المصرية ٢٠٣٠) تعد من سمات استراتيجية إدارة العلاقات العامة بالأندية الرياضية للنهوض بكرة القدم النسائية ، وفي المقابل رفضها (١٢,٥%) من إجمالي المبحوثين .
- ٤- عارض (٢٥%) من إجمالي العينة عبارة (تقدر لها ميزانية كافية لتغطية خطوات تنفيذها وتقويمها)، وفي المقابل أيدها (٢٥%) من إجمالي العينة .
- ٥- أيد (٢٥%) من إجمالي المبحوثين أن (متنوعة الخطط ما بين خطط طويلة وقصيرة المدى) تعد من سمات استراتيجية إدارة العلاقات العامة بالأندية الرياضية للنهوض بكرة القدم النسائية، وفي المقابل رفضها (٢٥%) من إجمالي المبحوثين .
- ٦- وافق (٢٥%) من إجمالي العينة على أن (تهتم بعمليات التقويم المرحلي والنهائي للوقوف على أوجه الضعف والقصور) من سمات استراتيجية إدارة العلاقات العامة بالأندية الرياضية للنهوض بكرة القدم النسائية، وفي المقابل رفضها (٢٥%) من إجمالي المبحوثين .



٧- يرى (٢٥%) من إجمالي العينة أنّ من سمات استراتيجية إدارة العلاقات العامة بالأندية الرياضية للنهوض بكرة القدم النسائية أن تكون (شاملة ومتكاملة)، وفي المقابل عارضها (٢٥%) من إجمالي العينة.

٨- يرى (٣٧,٥%) من إجمالي المبحوثين أنّ (الاستناد على نتائج البحوث والدراسات الميدانية والتحليلية) من سمات استراتيجية إدارة العلاقات العامة بالأندية الرياضية للنهوض بكرة القدم النسائية، وفي المقابل رفضها (٢٥%) من إجمالي المبحوثين .

٩- وافق (٣٧,٥%) من إجمالي المبحوثين على أنّ من سمات استراتيجية إدارة العلاقات العامة بالأندية الرياضية للنهوض بكرة القدم النسائية، وفي المقابل رفضها (الاستعانة بخبراء من الخارج لتطويرها وتقويمها)، وفي المقابل رفضها (٢٥%) من إجمالي المبحوثين.

١٠- أيد (٣٧,٥%) من إجمالي المبحوثين أنّ من سمات استراتيجية إدارة العلاقات العامة بالأندية الرياضية للنهوض بكرة القدم النسائية (تتسم بالوضوح والمنطقية والقابلية للتنفيذ والتعديل) ، وفي المقابل أيدها (٢٥%) من إجمالي المبحوثين .

**المحور الثامن: سمات استراتيجية إدارة العلاقات العامة بالأندية الرياضية للنهوض**

**بكرة القدم النسائية:**

بعد استقراء بيانات التطبيق على العينة قيد البحث ، اتضح للباحثون ما يلي :

- ١- جاءت عبارة (تسلط الضوء على بطلات كرة القدم من خلال عقد المؤتمرات واللقاءات بالنادي) في المرتبة الأولى - بحسب كاس ٢١ المحسوبة - من بين العبارات الخاصة بسمات استراتيجية إدارة العلاقات العامة بالأندية الرياضية للنهوض بكرة القدم النسائية؛ حيث حصلت على نسبة موافقة (٥٠%) من إجمالي العينة ، وفي المقابل عارضها (٢٥%) .
- ٢- أيد (٣٧,٥%) من إجمالي المبحوثين أنّ (تنبذ العنصرية والتمييز والتعصب وتأكيد أن كرة القدم ليست حكراً على الرجال) من سمات استراتيجية إدارة العلاقات العامة بالأندية الرياضية للنهوض بكرة القدم النسائية)، وفي المقابل عارضها (١٢,٥%) من إجمالي المبحوثين.
- ٣- وافق (٣٧,٥%) من إجمالي العينة أنّ (تعرض إنجازات فريق كرة القدم النسائية بأسلوب موضوعي لرفع وعي الجماهير باللعبة) تعد من سمات استراتيجية إدارة العلاقات العامة بالأندية الرياضية للنهوض بكرة القدم النسائية)، وفي المقابل رفضها (١٢,٥%) من إجمالي المبحوثين.

- ٤- عارض (٥٠%) من إجمالي العينة عبارة (تغير الانطباعات السئية بشأن لعب الإناث لكرة القدم من خلال أساليب الحوار والإقناع) ، وفي المقابل أيدها (٢٥%) من إجمالي العينة .
- ٥- أيد (٣٧,٥%) من إجمالي المبحوثين أنّ (تزد المجتمع المحلي بأخبار الفرق النسائية والبطولات التي يحرزنها بشكل مستمر وأني) تعد من سمات استراتيجية إدارة العلاقات العامة بالأندية الرياضية للنهوض بكرة القدم النسائية، وفي المقابل رفضها (١٢,٥%) من إجمالي المبحوثين.
- ٦- وافق (٣٧,٥%) من إجمالي العينة على أنّ (تتقف المجتمع المحلي بأهمية كرة القدم النسائية في تعزيز عمليات التنمية الشاملة) يعد من سمات استراتيجية إدارة العلاقات العامة بالأندية الرياضية للنهوض بكرة القدم النسائية، وفي المقابل رفضها (١٢,٥%) من إجمالي المبحوثين.
- ٧- يرى (٣٧,٥%) من إجمالي العينة أنّ (تهيئ المجتمع لتقبل الاتجاهات الجديدة وتعديل السلوكيات الراضية لممارسة المرأة لكرة القدم) من سمات استراتيجية إدارة العلاقات العامة بالأندية الرياضية للنهوض بكرة القدم النسائية، وفي المقابل عارضها (١٢,٥%) من إجمالي العينة .
- ٨- يرى (٢٥%) من إجمالي المبحوثين أنّ (تعزز الحوار بين النادي والجمهور المستهدف لدعم مشاركة المرأة في كرة القدم النسائية) من سمات

- استراتيجية إدارة العلاقات العامة بالأندية الرياضية للنهوض بكرة القدم النسائية، وفي المقابل رفضها (٢٥%) من إجمالي المبحوثين.
- ٩- وافق (٢٥%) من إجمالي المبحوثين على أن (تستقطب خبراء ومدربين محترفين لتطوير المدربين المحليين ورفع كفاءة اللاعبات)، وفي المقابل رفضها (٢٥%) من إجمالي المبحوثين.
- ١٠- رفض (١٢,٥%) من إجمالي المبحوثين أن (تفسر أهمية الاستثمار في رياضة كرة القدم النسائية واحتراف السيدات)، وفي المقابل أيدها (٨٧,٥%) من إجمالي المبحوثين.
- ١١- حصلت عبارة (تعرف بالمستجدات التي تطرأ على رياضة كرة القدم النسائية محليًا ودوليًا) على المرتبة الحادية عشرة من بين سمات استراتيجية إدارة العلاقات العامة بالأندية الرياضية للنهوض بكرة القدم النسائية؛ فقد حصلت على نسبة تأييد (٣٧,٥%) من إجمالي العينة، وفي المقابل رفضها (١٢,٥%) من إجمالي العينة .
- ١٢- رفض (٢٥%) من إجمالي العينة عبارة (توظف الشبكات الاجتماعية لنشر مباريات كرة القدم النسائية وزيادة شعبيتها) ، وفي المقابل أيدها (٣٧,٥%) من إجمالي العينة.

المحور التاسع: متطلبات استراتيجية إدارة العلاقات العامة بالأندية الرياضية  
للنهوض بكرة القدم النسائية في ضوء استراتيجية التنمية المستدامة "رؤية مصر  
٢٠٣٠":

بعد استقراء بيانات الجداول السابقة، اتضح للباحثة ما يلي :

#### أولاً: التنمية الاقتصادية:

١- جاءت عبارة (تحت الإناء على الاستمرار في ممارسة كرة القدم وعدم الإنقطاع عنها) في المرتبة الأولى - بحسب كآ المحسوبة- من بين العبارات الخاصة بالتنمية الاقتصادية؛ حيث حصلت على نسبة موافقة (٥٠%) من إجمالي العينة ، وفي المقابل عارضها (١٢,٥%).

٢- وفي المرتبة الثانية جاءت عبارة (الموائمة بين الإيرادات والمصروفات وتحديد أولويات الصرف في استراتيجية كرة القدم النسائية) ووافق عليها (٥٠%) من إجمالي المبحوثين ؛ وفي المقابل رفضها (١٢,٥%) من إجمالي المبحوثين.

#### ثانياً: التنمية الإدارية:

١- جاءت عبارة (زيادة أعداد العاملين بالعلاقات العامة بما يتناسب مع البنية الإدارية والهيكل التنظيمي للنادي) ؛حيث حصلت على نسبة موافقة (٥٠%)

من إجمالي المبحوثين، وفي المقابل رفضها (١٢,٥%) من إجمالي المبحوثين.

٢- وافق (٦٢,٥%) من إجمالي المبحوثين على عبارة (تطوير قدرات وصقل مهارات ممارسي العلاقات العامة من خلال زيادة الدورات التدريبية المتطورة) ، وفي المقابل رفضها (١٢,٥%) من إجمالي المبحوثين.

#### ثالثاً: التنمية الاجتماعية:

١- وافق (٥٠%) من إجمالي المبحوثين على عبارة (تفعيل دور المسؤولية الاجتماعية للعلاقات العامة)؛ وفي المقابل رفضها (١٢,٥%) من إجمالي المبحوثين.

٢- تلا عبارة (الاهتمام بالتأمين الاجتماعي الشامل للاعبات كرة القدم النسائية)، ووافق عليها (٥٠%) من إجمالي المبحوثين؛ في حين رفضها (٢٥%) من إجمالي المبحوثين.

٣- وفي المرتبة الثالثة جاءت عبارة (زيادة الاهتمام بالأنشطة والفعاليات لتعزيز دور الرياضة في نهضة المجتمع اجتماعياً وإنسانياً) ، ووافق عليها (٥٠%)

من إجمالي المبحوثين؛ وفي المقابل رفضها (٢٥%) فقط من إجمالي المبحوثين (عينة الدراسة).

#### رابعاً: التنمية الثقافية

١- وافق (٥٠%) من إجمالي المبحوثين على عبارة (جذب الرعاية والمستثمرين لتمويل الأنشطة والفاعليات الثقافية لزيادة شعبية كرة القدم النسائية)؛ وفي المقابل رفضها (٢٥%) من إجمالي المبحوثين.

٢- تلا عبارة (تسليط الضوء على مباريات ولاعبات كرة القدم النسائية وزيادة التغطية الإعلامية لها) ، ووافق عليها (٢٥%) من إجمالي المبحوثين؛ في حين رفضها (٢٥%) من إجمالي المبحوثين.

٣- وفي المرتبة الثالثة جاءت عبارة (الاستعانة بالمتقنين والرياضيين لتوعية طالبات المدارس بدور كرة القدم في تنمية مهاراتهم) ، ووافق عليها (٣٧,٥%) من إجمالي المبحوثين ؛ وفي المقابل رفضها (٢٥%) فقط من إجمالي المبحوثين (عينة الدراسة).

٤- وفي المرتبة الأخيرة جاءت عبارة (نشر القواعد الفنية والإدارية لكرة القدم النسائية عبر القنوات الاتصالية لزيادة درجات المعرفة)، ووافق عليها (٣٧,٥%) من إجمالي الباحثين ؛ وفي المقابل رفضها (٢٥%) من إجمالي الباحثين.

#### خامساً: التنمية التكنولوجية

- ١- جاءت عبارة (التحول من الأعمال الورقية إلى الأعمال الإلكترونية بإدارة العلاقات العامة)؛ حيث حصلت على نسبة موافقة (٥٠%) من إجمالي الباحثين ، وفي المقابل رفضها (١٢,٥%) من إجمالي الباحثين.
- ٢- وافق (٥٠%) من إجمالي الباحثين على عبارة (الاهتمام بتفعيل صفحة النادي عبر الشبكات الاجتماعية وإدارة محتواها من قبل العلاقات العامة) ، وفي المقابل رفضها (١٢,٥%) من إجمالي الباحثين.
- ٣- وافق (٦٢,٥%) من إجمالي الباحثين على عبارة (توفير نظام إلكتروني شامل لأداء مهام وتنفيذ استراتيجيات العلاقات العامة)، وفي المقابل رفضها (١٢,٥%) من إجمالي الباحثين.



- ٤- وافق (٦٢,٥%) من إجمالي المبحوثين على عبارة (تحديث الموقع الإلكتروني للنادي دوريًا وإعطاء أولوية لأخبار وموضوعات كرة القدم النسائية) ، وفي المقابل رفضها (١٢,٥%) من إجمالي المبحوثين (عينة الدراسة)
- ٥- ثم جاءت عبارة (توفير نظام إلكتروني شامل لأداء مهام وتنفيذ استراتيجيات العلاقات العامة) التي وافق عليها (٣٧,٥%) من إجمالي المبحوثين ، وفي المقابل رفضها (١٢,٥%) من إجمالي المبحوثين.

#### سادسًا: التنمية البيئية

- ١- جاءت عبارة (تحسين البنية التحتية للأندية الرياضية للارتقاء بجودة حياة أفراد المجتمع) في مقدمة الاتجاهات الإيجابية نحو الإعلان الصحفي ؛ حيث بلغت نسبة الموافقة على هذه العبارة (٦٢,٥%) من إجمالي المبحوثين ؛ وفي المقابل رفضها (١٢,٥%) من إجمالي المبحوثين.
- ٢- وفي المرتبة الثانية جاءت عبارة (استحداث الأنظمة البيئية لرفع قدرة النادي على التكيف ومواجهة المخاطر) ووافق عليها (٥٠%) من إجمالي المبحوثين ؛ وفي المقابل رفضها (٢٥%) من إجمالي المبحوثين.
- ٣- تلاها عبارة (استثمار موارد بيئة العمل بأفضل صورة بهدف توفير أفضل الظروف لتطوير كرة القدم النسائية.) ؛ حيث وافق عليها (٥٠%) من إجمالي المبحوثين ؛ في حين رفضها (٢٥%) من إجمالي المبحوثين.

- ٤- وافق (٥٠%) من إجمالي المبحوثين على عبارة (إعادة تدوير أدوات كرة القدم النسائية (الكرة/الأقماع) للمحافظة على الموارد البيئية وتقليل الاستهلاك) ، وفي المقابل رفضها (٢٥%) من إجمالي المبحوثين.
- ٥- ورفض (٣٧,٥%) من إجمالي المبحوثين عبارة (التحول للأندية الخضراء من خلال تحويل الأعمال الإدارية إلى إلكترونية)؛ وفي المقابل أيدها (١٢,٥%) من إجمالي المبحوثين.
- ٦- وافق (٨٧,٥%) من إجمالي العينة على عبارة (زيادة الاستقرار البيئي والأمن المعلوماتي للنادي الرياضي) ؛ وفي المقابل رفضها (١٢,٥%) من إجمالي المبحوثين.

عرض نتائج وتوصيات الدراسة :

أولاً: عرض النتائج:

- ١- ارتفاع استراتيجية إدارة العلاقات العامة لتطوير كرة القدم النسائية تتم من خلال الوسائل الإعلامية (وسائل التواصل الاجتماعية: (الفيس بوك، الواتس آب، تويتر...))؛ ؛ حيث سجلت (٧) تكراراً (٨٧,٥%) من إجمالي العينة).
- ٢- كشفت نتائج الدراسة عن أن أحد الأسباب الرئيسية لاستراتيجيات الاتصال للعلاقات العامة للنهوض بكرة القدم النسائية هو "تحسين الصورة الذهنية لكرة القدم النسائية بما يؤدي إلى بناء مدركات معرفية جديدة تؤدي إلى انبثاق سلوك جماهيري متوافق تجاه اللعبة"؛ حيث سجل (٣) تكراراً بنسبة (٣٧,٥%) من إجمالي العينة.
- ٣- كشفت نتائج الدراسة عن أن أحد الأسباب الرئيسية لاستراتيجيات الاتصال للعلاقات العامة للنهوض بكرة القدم النسائية هو أنها تهتم بنشر أخبار وموضوعات

- وقضايا كرة القدم النسائية عبر وسائل الاتصال المتنوعة "؛ حيث سجل (٥) تكراراً بنسبة (٦٢,٥%) من إجمالي العينة.
- ٤- كشفت نتائج الدراسة بأن " تحرص استراتيجيات إدارة العلاقات العامة باستطلاع الرأي العام والرد على الاستفسارات والمقترحات المقدمة من قبل الجمهور بشأن ممارسة المرأة لكرة القدم النسائية " هو السبب الرئيسي وراء استراتيجيات بناء الإجماع؛ حيث سجل (٤) تكرار بنسبة (٥٠%) من إجمالي العينة.
- ٥- كشفت نتائج الدراسة أن العنصر الأول الذي يعتمد عليه المبحوثون عند وضع استراتيجيات الحوار للنهوض بكرة القدم النسائية هو أن (يتلقى ممارس العلاقات العامة شكاوي ومشاكل الجمهور واللاعبات والجهاز الإداري والفني لفريق كرة القدم النسائية، ويسعى لإيجاد حلول لها).
- ٦- أوضحت نتائج الدراسة أن (٥٠%) من إجمالي العينة تستخدم إدارة العلاقات العامة للاتصال ثنائي الاتجاه لربط إدارة النادي بجمهوره المستهدف.
- ٧- كما كشفت نتائج الدراسة أن (٣٧,٥%) من إجمالي العينة يعتقدون بأن يهتم ممارس العلاقات العامة بالتنسيق بين إدارات النادي وبين الأعضاء المنتمين له.
- ٨- توصلت نتائج الدراسة أن (٢٥%) من إجمالي العينة تستغل العلاقات العامة كافة أشكال الاتصال للتعريف بكرة القدم النسائي وتنميتها مثل إصدار الكتيبات وإقامة الدورات الودية ، في حين وضح (٥٢,٥%) من إجمالي العينة بأن تستغل العلاقات العامة كافة أشكال الاتصال للتعريف بكرة القدم النسائي وتنميتها مثل إصدار الكتيبات وإقامة الدورات الودية.
- ٩- أوضحت نتائج الدراسة أن " تولي إدارة النادي مهام التواصل الإلكتروني للعلاقات العامة لتوطيد علاقته بالجمهور " هو العامل الأول الذي يدفع الجمهور (عينة الدراسة) للنهوض بكرة القدم النسائية؛ حيث سجل (٣) تكرارات بنسبة (٣٧,٥%) من إجمالي العينة.
- ١١- كشفت نتائج الدراسة أن العامل الأول وراء درجة وعي ممارسي العلاقات العامة بالأندية الرياضية بأهداف استراتيجيات التنمية المستدامة للدولة " رؤية مصر ٢٠٣٠ " لتمكين المرأة في المجال الرياضي هو تتابع إدارة العلاقات العامة كافة المستجدات الخاصة بالتنمية المستدامة على الصعيدين الإقليمي

والدولي بهدف التأكيد على التمكين العادل والإدماج الشامل للمرأة في أجندة عملها؛ حيث سجل (٧) تكراراً بواقع (٨٧,٥%) من إجمالي العينة.

### توصيات الدراسة:

- ١- ضرورة امتلاك رجل العلاقات العامة بالأندية الرياضية لوسائل الإعلام المتنوعة مثل (جريدة خاصة، مواقع التواصل الاجتماعي، الملصقات،... وغيرها)؛ وذلك لاستثمارها بالشكل الذي يحقق متطلبات النهوض برياضة كرة القدم النسائية وفقاً لرؤية مصر ٢٠٣٠.
- ٢- يجب أن يكون مضمون الرسالة الذي يراها ويسمعا الجمهور المستهدف، يتوافق مع الفكرة العامة لرسالة الاستراتيجية نحو تطوير كرة القدم النسائية في كلاً من الكلمة المنقولة أو الصورة المنشورة سواء كانت ثابتة أو متحركة.
- ٣- تقع على كاهل رجل العلاقات العامة مهمة تنفيذ الاستراتيجية ومتابعتها وفقاً لما تم التخطيط له بالتنسيق مع إدارة النادي الرياضي مسبقاً.
- ٤- يجب على رجل العلاقات العامة أن يصيغ الإستراتيجية لإشراك الجمهور الداخلي والخارجي من السيدات ، لتنمية شعورها بأنها الأساس في النهوض

- بكرة القدم النسائية، وإقناعها بأن ما يدور حولها من أجل تحقيق رفاهيتها وتحسين جودة حياتها.
- ٥- ضرورة اعتماد رجل العلاقات العامة على الاتصال المباشر واللقاءات التفاعلية مع الجمهور الداخلى والخارجي المهتمين بكرة القدم النسائية، والتي تدعم إحساسهن بأهميتهن، وكذا توطيد الإنتماء والثقة بينهم وبين المؤسسة.
- ٦- يجب على ممارس العلاقات العامة بالنادي استخدام كافة الوسائل الإعلامية والإتصالية ذات المحتوى الواضح وسهل الفهم، وتدعم كسبهم لدعم التنمية والنهوض بكرة القدم النسائية.
- ٧- يجب على ممارس العلاقات العامة فى خطى الاستراتيجية إشراك الجمهور الداخلى والخارجي المهتمين بكرة القدم النسائية فى جميع مراحل الخطة التنموية، والإستماع لكافة الشكاوى والمقترحات، ودراسة إمكانية تلبية احتياجاتهم ورغباتهم لكسب ثقتهم.
- ٨- ضرورة تدريب كافة العاملين بجهاز العلاقات العامة على صياغة الاستراتيجيات الخاصة بمشاركة المهام والاستراتيجيات التى تخدم رؤية مصر ٢٠٣٠ فى النهوض بكرة القدم النسائية.

المراجع:

## أولاً: المراجع العربية:

- (١) الجمال، راسم، عياد، خيرت (٢٠٠٥): إدارة العلاقات العامة، المدخل الاستراتيجي، ط ١، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة.
- (٢) عبد الحميد، محمد (١٩٩٧): نظريات الإعمال واتجاهات التأثير، ط ١ القاهرة، عالم الكتب.
- (٣) عبد القادر، سامح، وجنيدي عادل (٢٠٢٠): دور العلاقات العامة في إدارة المخاطر بالأندية الرياضية، المجلة العلمية للبحوث والدراسات في التربية الرياضية، كلية التربية الرياضية، جامعة بورسعيد، ع (٤٠)، ص ص ٣١٨ : ٣٤٩
- (٤) فضل، رها (٢٠٢٣) : التحديات التي تواجه الفتاة السعودية في ممارسة الرياضة البدنية: دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة، المجلة العربية للعلوم الاجتماعية، المؤسسة العربية للاستشارات العلمية وتنمية الموارد البشرية، ع ٢٤، ج ٣
- (٥) نافع، عمرو (٢٠٢٣): متطلبات التحول الرقمي كمؤشر لتحقيق الإصلاح الإداري بالمؤسسات الرياضية بجمهورية مصر العربية في ضوء رؤية مصر

٢٠٣٠، مجلة بنى سويف لعلوم التربية البدنية والرياضة، مج ٦، ع ١١٤، ٢٨٢-

٣٢٠.

ثانياً : المراجع الأجنبية:

6)Hanny; Hafiar, Ryanto; Budiana, Khairul; Abdullah, Davi; Sofyan & Kholidil Amin (2024) Scoring big: a bibliometric analysis of the intersection between sports and public relations, Cogent Social Sciences, 10:1.

7)Sungkyung ,Kim; Argyro Elisavet Manoli; Do Young Pyun and James Andrew Kenyon(2023). Government-public relationships in the context of mega sport events: conceptualization and scale development, International Journal of Sports Marketing and Sponsorship, 24(5),pp. 1055-1074.