

دراسة تحليلية تقويمية للواقع الحالي لمفهوم العلاقات العامة وثقافة ممارسة مهنة العلاقات العامة في

مديريات الشباب والرياضة

م.د. تحسين علاوي عدیل

العراق. المديرية العامة لتربية ميسان

Tahseen Alawi_80@yahoo.com

الملخص

تتضح أهمية البحث في الدور المهم والرئيس الذي تؤديه العلاقات العامة كما ان لكفاءة القائمين عليها ومستوى قدرتهم على اتخاذ القرار الملائم لطبيعة عمل المؤسسات وتوجهاتها يسهم إسهاماً كبيراً في نجاحها وتتجلى مشكلة البحث في دراسة وتحليل وتقويم الواقع الحالي لممارسة مهنة العلاقات العامة في مديريات الشباب والرياضة من الجوانب التنظيمية والقوى العاملة بأجهزتها ووظائفها ويهدف البحث الى :

1- التعرف على الأهداف التي تسعى الى تحقيقها مهنة العلاقات العامة في مديريات الشباب والرياضة في العراق .

2- التعرف على الخطط الموضوعية والهيكل التنظيمي لمهنة العلاقات العامة في مديريات الشباب والرياضة في العراق .

واستخدم الباحث المنهج الوصفي بالأسلوب المسحي وذلك لملائمته لطبيعة مشكلة البحث.

الكلمات المفتاحية : مفهوم العلاقات العامة ، ثقافة ممارسة ، مديريات الشباب والرياضة

Analytical Study of the Current Reality of the Concept of Public Relations and the
Culture of Practicing the Profession of Public Relations in Youth and Sports

Departments Department of Youth and Sports

Lect. Dr. Tahseen Alawi Adeel

Iraq, General Directorate of Education of Misan

Tahseen Alawi_80@yahoo.com

Abstract

The research significance is stated in the important main role of public relations , and the efficiency of their managers and their ability to make the appropriate decision about the nature of the work of the institutions and their directions contribute greatly to their success

The research problem is to study, analyze and evaluate the current reality of practicing the profession of public relations in the directorates of youth and sports in terms of organizational aspects and manpower in its organs and functions

The research aims to:

- 1- Identify the objectives that seek to achieve the profession of public relations in the directorates of youth and sports in Iraq
- 2- Identify the plans and organizational structure of the profession of public relations in the directorates of youth and sports in Iraq

The researcher used the descriptive approach in the survey method to suit the nature of the research problem.

Keywords: concept of public relations, culture of practice, directorates of youth and sports

1- المقدمة :

هناك حقيقة مفادها ان الانسان بطبعه اجتماعي ولا يمكن العيش في عزله عن الآخرين فقد يستطيع اشباع حاجاته الخاصة بنفسه اما الحاجات الاجتماعية فلا تقوم دون الآخرين وتمتاز المجتمعات البشرية الحديثة بالتواصل والاتصال المستمر بين افرادها وبمختلف الوسائل الحديثة. ويعتقد الكثير من الناس ان العلاقات العامة شيء جديد وانها من الوظائف التي بدأت تأخذ مكانها في التنظيمات الحديثة فقط ولكن العلاقات العامة نشاط قديم قدم المدنية فقد عرف الانسان من قديم الازل كيف يعامل اخيه الانسان بما يحقق له النفع والخير وقد وردت هذه المعاملة في تجارب كثيرة واطوار عديدة حتى استقرت في أذهاننا الصورة المثلى للمعاملة وجرى تطبيق المثل في المعاملات في الحياة العملية وأصبحت شيئاً ملموساً في العصور الحديثة وكانت الجهود تبذل في مختلف العصور لفهم الرأي العام والتعامل معه والاتصال به اما الجديد فقط فهو وسائل الاتصالات التي يستعملها المشتغلون في العلاقات العامة. (حليم المنيري وعصام البديوي ، 1991، ص451)

ان أنشطة العلاقات العامة تهتم بالكشف عن الاسس التي تساعد على قيام علاقات ودية سليمة بين فئات الجماهير والهيئات الحكومية والأهلية المتمثلة في المؤسسات المختلفة كالمؤسسة الرياضية والاجتماعية والصناعية وهذا ما يسمى بالتكيف الاجتماعي او الانسجام بين الافراد. (ابراهيم امام ، 1988، ص19)

وللعلاقات العامة في المجال الرياضي اهمية كبرى حيث هناك حاجات ملحة سواء كانت هذه العلاقات داخل النادي بين اعضاء مجلس الادارة او بين مجلس الادارة ورئيس النادي او بين الادارات وبعضها البعض او كانت هذه العلاقات خارج حدود النادي وبين الأندية الأخرى او بينه وبين الاتحاد الرياضي للألعاب المختلفة ، او بين الاتحاد في علاقاته مع الاتحادات الأخرى القارية او العربية او الدولية .

(محمد مصطفى احمد ، 1992، ص21)

ونتيجة للتطور الكبير في المجالات الرياضية وتعدد ميادينها وأنشطتها داخل الاتحادات الرياضية والأندية والتداخل الكبير في الاعمال وتزايد الدور الذي تقوم به مديريات الشباب والرياضة ، فالعلاقات العامة لها الدور فاعل وكبير في توضيح معنى التربية الرياضية والخدمات التي تؤديها للفرد والمجتمع وإثارة اهتمام الجماهير بالأنشطة الرياضية عن طريق شرح اهدافها ومفهومها وخططها مما يساعد على تشكيل رأي ايجابي وكسب تأييد الراي العام لهذه الجماهير. لان أبقاء اتصالات القيادات الرياضية على علاقة وثيقة مع الجماهير قائمة على احترام الرأي الآخر والحرص على تقديم الخدمات. وتنضج أهمية البحث في الدور المهم والرئيسي الذي تؤديه العلاقات العامة كما ان لكفاءة القائمين عليها ومستوى قدرتهم على اتخاذ

القرار الملائم لطبيعة عمل المؤسسات وتوجهاتها يسهم إسهاماً كبيراً في نجاحها ، لذلك فانه يضع أمام المسؤولين مجموعة من التوصيات والمقترحات التي يمكن أن تتخذ وتطبق لزيادة جودة هذه المنظمات والمؤسسات الرياضية وتزيد في الوقت نفسه من كفاءة الأفراد بمعنى انه قد يسهم في تفهم أفضل لبعض مظاهر الخلل الموجودة في هذه

وإذا كانت الإدارة هي تنفيذ الأعمال بواسطة الآخرين لتحقيق الأهداف الموضوعية . لذلك فان محور الإدارة العامة هو العنصر البشري أيضاً.

من هذا المنطلق جاء استخدام علم الإدارة لتطبيقه في التربية الرياضية وذلك في مجالات مختلفة وأساسية ركزت عليها الاتحادات الرياضية والأندية لجميع الألعاب الفردية والجماعية بصفة عامة ومحلياً ودولياً وقارياً وفي مجالات إدارة المؤسسات الرياضية .

ولغرض ان تؤدي هذه المؤسسات الرياضية دورها ورسالتها الرياضية والتربوية على اكمل وجه كإتاحة الفرصة لكل فرد ممارسة النشاط الرياضي الذي يختاره ونشر الوعي والثقافة الرياضية بين المجتمع والعناية بانتقاء الرياضيين واستقطابهم لممارسة النشاط الرياضي . . فالجماهير والأعضاء الذين تتعامل معهم المؤسسات الرياضية متعددي الفئات ومختلفي الامزجة ومتنوعي الثقافة وذوي مستويات اجتماعية واقتصادية متنوعة وهي بهذا تتميز بقاعدة عريضة من الجماهير والجمهور الذي يتصف بكل هذه الصفات لكي يتعامل مع المؤسسات الرياضية لابد من وجود حلقة وصل بينها وبينه تكون جسراً يعبر عليه الجمهور الى المؤسسة الرياضية وهذه الحلقة يجب ان تكون معدة اعداداً مناسباً للقيام بهذا العبء الصعب وحلقة الوصل هذه هي أنشطة العلاقات العامة .

(سمير عبد الحميد علي ، 1999، ص 61)

ومن هنا تتجلى مشكلة البحث في دراسة وتحليل وتقويم الواقع الحالي لممارسة مهنة العلاقات العامة في مديريات الشباب والرياضة من الجوانب التنظيمية والقوى العاملة بأجهزتها ووظائفها ونشاطاتها التي تمارس. وطرق اتصالها ووسائلها. ويهدف البحث إلى :-

1- التعرف على الأهداف التي تسعى الى تحقيقها مهنة العلاقات العامة في مديريات الشباب والرياضة في العراق .

2- التعرف على الخطط الموضوعية والهيكل التنظيمي لمهنة العلاقات العامة في مديريات الشباب والرياضة في العراق .

3- التعرف على الوسائل التي يستخدمها الهيكل التنظيمي لمهنة العلاقات العامة .

2- اجراءات البحث :

2-1 منهج البحث :

استخدم الباحث المنهج الوصفي بالأسلوب المسحي وذلك لملائمته لطبيعة مشكلة البحث.

2-2 عينة البحث :

تم اختيار العينة بالطريقة العمدية من جميع مدراء اقسام العلاقات في مديريات الشباب والرياضة . إذ بلغ عدد أفراد العينة (18) رئيساً وقد بلغ إجمالي الذين خضعوا للتجربة (16) رئيساً بعد استبعاد (2) لعدم إعادتهم للاستمارات وبذلك شكلت العينة نسبة مقدارها 88,88%.

2-3 أدوات البحث : استخدم الباحث الوسائل الآتية:

1- المصادر والمراجع العربية والأجنبية

2- المقابلات لشخصية

3- الاستبانة

2-4 إجراءات البحث :

لتحقيق متطلبات الدراسة استخدم الباحث مقياس ممارسة مهنة العلاقات العامة والذي استخدمه (هانم حسن احمد وعبد العزيز احمد علي).

ويتكون المقياس من أربعة محاور وهي كالآتي :

1- محور الاهداف التي تسعى العلاقات العامة تحقيقها الفقرات (1-12).

2- الخطط الموضوعية التي يتم العمل على أساسها (13-23).

3- الهيكل التنظيمي لنشاط مهنة العلاقات العامة (24-36).

4- تقويم نشاط العلاقات العامة ووسائله (37-44).

ولأجل استخدام المقياس قام الباحث بإجراء الآتي:

2-5 التجربة الاستطلاعية :

أجرى الباحث التجربة الاستطلاعية على عينه تكونت من (25) من مدراء أقسام العلاقات في مديرية الشباب والرياضة . وذلك لمعرفة مدى وضوح فقرات المقياس ومعرفة الصعوبات التي تواجه عملية التطبيق وتحقيق الثبات والموضوعية تم تطبيق التجربة بتاريخ 2016/5/13

2-6 المعاملات العلمية للمقياس :

2-6-1 الثبات :

يعد الثبات من العوامل المهمة في بناء وتقنين الاختبارات ويكون الاختبار ثابتاً عندما يكون على درجة عالية من الدقة والإتقان والاتساق والموضوعية فيما وضع لقياسه وتعد طريقة التجزئة النصفية من أكثر الطرق المستخدمة في البحوث التربوية والنفسية لإيجاد معامل الثبات كونها تتطلب تطبيق الاختبار مرة واحدة فقط، وبهذا اعتمد الباحث على بيانات البحث لـ (7) مدراء أقسام العلاقات ، إذ تمت تجزئة فقرات المقياس إلى قسمين هما قسم الأسئلة الفردية والقسم الآخر للأسئلة الزوجية وقد تم حساب معامل ارتباط بيرسون بين درجات الأسئلة الفردية والزوجية علماً إن معامل الارتباط المستخرج يعني الثبات لنصف الاختبار فقط ولأجل الحصول على ثبات الاختبار ككل تم تطبيق معادلة سبيرمان- براون. حيث بلغت قيمة معامل ثبات درجات الاختبار (0,93) للمقياس ويعد هذا مؤشراً جيداً لثبات المقياس.

2-6-2 الصدق :

من أجل التأكد من قدرة المقياس على قياس متغيرات البحث اعتمد الباحث على الصدق الظاهري وذلك بعرض المقياس على عدد من الخبراء والمختصين في مجال علوم التربية الرياضية . والنفسية وقام الباحث بإجراء بعض التغيرات على فقرات المقياس بما يتلاءم وعينة البحث والبيئة العراقية وكما موضح في الملحق (1) .

حيث عرض المقياس على عدد من الخبراء والمختصين في مجال علوم التربية الرياضية إذ طلب من كل واحد إبداء ملاحظاته حول بيان مدى صلاحية وسلامة صياغة المواقف ومضمونها والمحاوور الرئيسية وارتباط كل موقف في المحور الذي يتبعه وكذلك واقعية الموقف وتمثيله للصفة التي يقيسها، كذلك إبداء آرائهم حول وضوح الفقرات ومناسبتها لعينة البحث كذلك تم اختصار بدائل الإجابة عن المقياس من ثلاثي (نعم، حد ما، لا)، إلى بديلين ((نعم، لا) الملحق (2) وقد تم إجراء التعديلات السابقة الذكر بعد حصول الباحث على نسبة اتفاق (85%) بين الخبراء ويشير (بلوم) إلى " انه على الباحث الحصول على موافقة بنسبة (75%) فأكثر من آراء المحكمين في هذا النوع من الصدق " (بلوم بنيامين وآخرون)

، 1983، ص126)

وبذلك أصبح المقياس من أربعة محاور وهي كالآتي:

1- محور الأهداف التي تسعى العلاقات العامة لتحقيقها الفقرات (1-9).

2- الهيكل التنظيمي لنشاط مهنة العلاقات العامة (10-20).

3- الإمكانيات والوسائل المساعدة في تنفيذ مهنة العلاقات العامة (21-33).

4- تقويم نشاط العلاقات العامة ووسائله (34-40).

2-7 التجربة الرئيسية :

بعد التأكد من صدق أداة البحث وثباتها تم تطبيق المقياس (مقياس ممارسة مهنة العلاقات العامة) على عينة البحث البالغ عددهم (90) بعدما زودوا بتعليمات حول كيفية الإجابات على فقرات المقياس وتم تطبيق أداة البحث في الفترة الزمنية من 2016/8/13 ولغاية 2016/10/14 .

2-8 الوسائل الإحصائية :

تم استخدام الحقيبة الإحصائية (spss) لمعالجة القيم والبيانات الخاصة بالبحث.

3- عرض وتحليل ومناقشة النتائج :

3-1 عرض وتحليل ومناقشة نتائج مقياس ممارسة مهنة العلاقات العامة

جدول (1)

يبين التكرارات والنسب المئوية ودلالة الفروق بين استجابات أفراد عينة البحث في عبارات محور الأهداف وخطط العلاقات العامة

م	العبارات	نعم		لا		كا 2
		ت	%	ت	%	
1	من الأهداف التي تسعى العلاقات العامة لتحقيقها السمعة الطبية لإدارة الاتحادات الرياضية	16	%100	0	%0	32
2	من الأهداف التي تسعى العلاقات العامة إلى تحقيقها توثيق الروابط والعلاقات بين الاتحادات الرياضية والمؤسسات الرياضية الأخرى	15	%93.75	1	%6.25	24.5
3	تسعى العلاقات العامة إلى فتح قنوات اتصالية مستمرة مع مختلف الجماهير والمؤسسات ذات العلاقة بالاتحاد والحفاظ عليها	10	%62.5	6	%37.5	2.00
4	تسعى العلاقات العامة للإعلام الجيد عن أوجه نشاطات الاتحادات الرياضية	9	%56.25	7	%43.75	0.5
5	المساعدة في تنشيط الخدمات للجمهور الخارجي	5	%31.25	11	%68.75	4.5
6	تعمل العلاقات العامة على دعم التعاون المستمر بين العاملين وإدارة الاتحاد	12	%75	4	%25	8.00
7	تعمل العلاقات العامة على تكوين اتجاهات إيجابية نحو أنشطة الاتحاد بكافة فئاته	13	%81.25	3	%18.75	12.5
8	تسعى العلاقات العامة من خلال ممارستها في الاتحادات الرياضية على اطلاع الجمهور على كل ما يطرأ من تعديل في برامج وأنشطة الاتحاد	7	%43.75	9	%56.25	0.50
9	توجد خطة سنوية للعلاقات العامة يتم العمل على أساسها	6	%37.5	10	%62.5	2.00

يبين الجدول (1) والخاص بالمحور الأهداف وخطط العلاقات العامة إن أعلى نسبة مئوية للاستجابة (نعم) قدرها 100 % للعبارة (1) وتراوحت النسبة المئوية للاستجابة (نعم) ما بين 31.25% - 100% وتراوحت النسبة المئوية للاستجابة (لا) ما بين صفر - 62.5% كما تبين من الجدول ذاته وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0,05) بين التكرارات المشاهدة والمتوقعة للعبارات من (1، 2، 6، 7) لصالح التكرارات المشاهدة للاستجابة (نعم) وللعبارة (5) لصالح التكرارات المشاهدة للاستجابة (لا) وبلغت قيمة كا2 المحسوبة ما بين (4,5 - 32) متجه كا2 الجدولية عند مستوى دلالة (0,05) = 3,841 وتشير النتائج الى وجود فروق معنوية دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0,05) بين التكرارات المشاهدة والمتوقعة في العبارات من (1، 2، 6، 7) لصالح التكرارات المشاهدة للاستجابة (نعم) ويدل ذلك ان على ان اهداف العلاقات العامة في مديريات الشباب والرياضة تسعى الى تحقيق السمعة الطيبة للإدارة وتوثيق الروابط بينها وبين المؤسسات الرياضية الأخرى وبينها وبين الجمهور الرياضي .

ولكي تصل الهيئة الى هدفها في ايجاد شعور ايجابي عنها يجب ان تتولى عنايتها لهذه الجماهير .

(سمير عبد الحميد ، 1999 ، ص 65)

ان من اهداف العلاقات العامة الرئيسية هي تحقيق السمعة الطيبة للمؤسسة وبذل المجهود لحماية هذه السمعة من خلال الاهتمام بمصالح الجمهور داخل المؤسسة وخارجها .

(William Stietr . Successful Sport Fundraising, U.S.A.1995)

كما دلت النتائج على عدم وجود خطة موضوعة للعلاقات العامة يتم العمل على اساسها وهذا ما اكدته النتائج بقيمة كا2 والبالغة (1.00) حيث كانت الفروق دالة إحصائياً بين التكرارات المشاهدة والمتوقعة عند الاستجابة (لا) للعبارة (5) ولصالح التكرارات المشاهدة .

والعلاقات العامة كما يجب ان تكون عملاً هادفاً يجب ايضا ان تقوم على أساس من التخطيط العلمي السليم (مروان عبد الحميد ، 2002 ، ص

جدول (2)

يبين التكرارات والنسب المئوية ودلالة الفروق بين استجابات افراد عينة البحث في عبارات محور
الهيكل التنظيمي للعلاقات العامة

م	العبارات	نعم		لا		كا 2
		ت	%	ت	%	
10	يوجد هيكل تنظيمي لممارسة نشاط العلاقات العامة يتمثل في جهاز لإدارته	3	18.75%	13	81.25%	12.5
11	لا يوجد جهاز متخصص للعلاقات العامة	2	12.5%	14	87.5	18.00
12	يوجد تبادل المشورة بين المسؤولين عن أنشطة العلاقات العامة والإدارات الأخرى في الاتحاد قبل اتخاذ القرار	7	43.75%	9	56.25%	0.5
13	يوجد تنسيق وتعاون بين المسؤولين عن أنشطة العلاقات العامة والإدارات الأخرى في الاتحاد عند تنفيذ الأعمال	3	18.75%	13	81.25%	12.5
14	يقوم المسؤولون عن أنشطة العلاقات العامة بإنهاء بعض إجراءات الإدارات الأخرى	2	12.5%	14	87.5	18.00
15	تمارس وظيفة العلاقات العامة من خلال متخصصو العلاقات العامة في الاتحاد	2	12.5%	14	87.5	18.00
16	توجد معايير محددة لاختبار المسؤولين عن أنشطة العلاقات العامة في الاتحاد	0	0%	16	100%	32
17	يوجد عدد مناسب من المسؤولين المتخصصين داخل الهيكل التنظيمي للعلاقات العامة في الاتحاد	1	6.25%	15	93.75%	24.5
18	يوجد عدد مناسب من الوظائف الفنية داخل الهيكل التنظيمي للعلاقات العامة في الاتحاد	2	12.5%	14	87.5	18.00
19	يوجد عدد مناسب من الوظائف الإدارية والكتابية داخل الهيكل التنظيمي للعلاقات العامة في الاتحاد	2	12.5%	14	87.5	18.00
20	تعقد دورات تدريبية لصقل المسؤولين عن أنشطة العلاقات العامة في الاتحاد	4	25%	12	75%	8.00

يبين الجدول (2) والخاص بالمحور الأهداف وخطط العلاقات العامة ان اعلى نسبة مئوية للاستجابة (نعم) قدرها 43.75% - 25% للعبارات (12-20) وتراوحت النسبة المئوية للاستجابة (لا) ما بين 100% - 56.25% كما تبين من الجدول ذاته وجود فروق دالة احصائياً عند مستوى الدلالة (0,05) بين التكرارات المشاهدة والمتوقعة لصالح التكرارات المشاهدة للاستجابة (لا) وللعبارات (10-11-13-14-15-16-17-18-19-20) وبلغت قيمة كا2 المحسوبة ما بين (8.00 - 32) متجه كا2 الجدولية عند مستوى دلالة (0,05) = 3,841 وتشير النتائج الى وجود فروق معنوية عند مستوى الدلالة (0,05) بين التكرارات المشاهدة للاستجابة (لا) ومعنى ذلك عدم وجود جهاز متخصص للعلاقات العامة. كما تراوحت قيمة كا2 المحسوبة ما بين (6.25 - 16) بين التكرارات المشاهدة والمتوقعة لصالح المشاهدة للاستجابة (لا) اي معنى ذلك لا يوجد تبادل المشورة بين المسؤولين عن أنشطة العلاقات العامة والإدارات الأخرى ولا تمارس وظيفة العلاقات العامة من خلال متخصصو العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي ولأعتقد دورات تدريبية لصقل المسؤولين عن أنشطة العلاقات العامة. ويتوقف وجود العلاقات العامة ونجاحها في الهيئات الرياضية بمختلف أنواعها على مدى اقتناع مجالس إدارة هذه الهيئات بأهمية هذه الوظيفة وتهيئة ظروف الممارسة الفعلية لها . (حليم المنيري وعصام البديوي ،1991، ص469)

جدول (3) يبين التكرارات والنسب المئوية ودلالة الفروق بين استجابات أفراد عينة البحث في عبارات محور
الإمكانات والوسائل المساعدة في تنفيذ برامج للعلاقات العامة

م	العبارات	نعم		لا		كا 2
		ت	%	ت	%	
21	عدم وجود تمويل خاص أو مخصصات مالية لتنفيذ برامج العلاقات العامة في الاتحاد	15	93.75%	1	6.25%	24.5
22	عدم وجود وسائل تساعد على تنفيذ برامج العلاقات العامة في الاتحاد	14	87.5	2	12.5%	18.00
23	نقص الكفاءات البشرية اللازمة للعمل في مجال العلاقات العامة في الاتحاد	13	81.25%	3	18.75%	12.5
24	عدم توفير متخصصين في مجال التخطيط لنشاط العلاقات العامة في الاتحاد	14	87.5	2	12.5%	18.00
25	عدم وجود ادارة متخصصة للعلاقات العامة قائمة بذاتها منفصلة	15	93.75%	1	6.25%	24.5
26	قصور الفهم لدور وطبيعة عمل جهاز العلاقات العامة في الاتحاد	14	87.5	2	12.5%	18.00
27	تستخدم الصحف اليومية كوسائل مهمة في مجال ادارة العلاقات العامة لممارسة نشاطها	9	56.25%	7	43.75%	0.5
28	تستخدم النشرات كوسائل هامة في مجال ادارة العلاقات العامة لممارسة انشطتها	13	81.25%	3	18.75%	12.5
29	يستعان بالإعلانات كوسائل هامة في مجال ادارة العلاقات العامة لممارسة انشطتها	12	75%	4	25%	8.00
30	الإذاعة المرئية تستخدم كوسيلة مهمة في مجال ادارة العلاقات العامة لممارسة انشطتها	13	81.25%	3	18.75%	12.5
31	يستخدم البريد المباشر كوسيلة مساعدة في مجال ادارة العلاقات العامة لممارسة انشطتها	12	75%	4	25%	8.00
32	يستخدم البريد الالكتروني كوسيلة هامة في مجال ادارة العلاقات العامة لممارسة انشطتها	9	56.25%	7	43.75%	0.5
33	تستخدم شبكة الانترنت كوسيلة هامة في مجال ادارة العلاقات العامة	7	43.75%	9	56.25%	0.5

يبين الجدول (3) والخاص بالمحور الأهداف وخطط العلاقات العامة ان اعلى نسبة مئوية للاستجابة (نعم) قدرها 93.75% - 75% للعبارات (21-22-23-24-25-26-28-29-30-31) وتراوحت النسبة المئوية للاستجابة (لا) ما بين 6.25% - 56.25% كما تبين من الجدول ذاته وجود فروق دالة احصائياً عند مستوى الدلالة (0,05) بين التكرارات المشاهدة والمتوقعة للعبارات من (21-22-23-24-25-26-28-29-30-31) لصالح التكرارات المشاهدة للاستجابة (نعم) وبلغت قيمة كا2 المحسوبة ما بين (8.00 - 24.5) متجه كا2 الجدولية عند مستوى دلالة (0,05) = 3,841 ويبين الجدول ان اعلى نسبة مئوية لآراء استجابات العينة كانت 81.25% حول نقص الكفاءات البشرية اللازمة لتنفيذ برامج للعلاقات العامة وكذلك تركزت استجابات افراد العينة (لا) حول استخدام شبكة الأنترنت كوسيلة هامة في مجال ادارة العلاقات العامة بنسبة مئوية 56.25% .

ان هذه الادارة لكي تقوم بوظيفتها قياماً حسناً يلزم ان يكون لها قناتان للاتصال قناة الاتصال الخارجي وهي التي تمد الجمهور بالمعلومات الصحيحة عن الجهود التي تبذل داخل الهيئة الرياضية وقناة للاتصال الداخلي وهي التي تجمع المعلومات من خارج الهيئة الرياضية عن طريق تحليل الرأي العام واستقراء وسائل الإعلام

(سمير عبد الحميد ، 1999، ص64-65)

جدول (4) يبين التكرارات والنسب المئوية ودلالة الفروق بين استجابات أفراد عينة البحث في عبارات محور التقويم ووسائله للعلاقات العامة

م	العبارات	نعم		لا		كا 2
		ت	%	ت	%	
34	يقوم المسؤولون عن العلاقات العامة في الاتحاد بتقويم أنشطتها	6	37.5%	10	62.5%	2.00
35	في حالة عدم القيام بالتقويم لعدم وجود متخصص في العلاقات العامة في الاتحاد	12	75%	4	25%	8.00
36	عدم القيام بالتقويم لعدم وجود ادارة العلاقات العامة في الاتحاد	13	81.25%	3	18.75%	12.5
37	عدم القيام بالتقويم لعدم وجود معايير علمية يتم التقويم على أساسها	13	81.25%	3	18.75%	12.5
38	تقدم تقارير دورية خاصة بعملية التقويم التي تستخدمها لجنة الرقابة والمتابعة فيما يتم تنفيذه من أهداف وأنشطة الاتحاد	2	12.5%	14	87.5	18.00
39	تستخدم الملاحظات المباشرة في عملية التقويم لمتابعة ما تم تحقيقه من اهداف	13	81.25%	3	18.75%	12.5
40	تستخدم وسيلة المقابلات الشخصية في عملية التقويم لمتابعة ما تم تنفيذه من اهداف	14	87.5	2	12.5%	18.00

يبين الجدول (4) والخاص بالمحور الأهداف وخطط العلاقات العامة ان اعلى نسبة مئوية للاستجابة (نعم) وتراوحت النسبة المئوية بين 75% - 81.25% للعبارات (35-36-37-39-40) وتراوحت النسبة المئوية للاستجابة (لا) ما بين 12.5% - 62.5% كما اتضح من الجدول ذاته وجود فروق دالة احصائياً عند مستوى الدلالة (0,05) بين التكرارات المشاهدة والمتوقعة للعبارات من (35-36-37-39-40) لصالح التكرارات المشاهدة للاستجابة (نعم) وللعبارة (38) لصالح التكرارات المشاهدة للاستجابة (لا) وبلغت قيمة كا2 المحسوبة ما بين (8.00 - 18.00) متجه كا2 الجدولية عند مستوى دلالة (0,05) = 3,841

ان عملية التقويم لأنشطة العلاقات العامة وقياس نتائجها والمراجعة الدورية لها من اهم الخطوات وخاصة بعد ان وصل علم الإدارة الى مفهوم الإدارة بالأهداف فلن يستطيع اي ممارس للعلاقات العامة تحسين أدائه دون ان يقوم بتقويم الانشطة التي

4- الاستنتاجات والتوصيات :

4-1 الاستنتاجات : في ضوء عرض وتحليل ومناقشة النتائج توصل الباحث إلى استنتاج ما يلي:

- 1- عدم تحقيق أهداف العلاقات العامة بسبب عدم وجود خطة موضوعية للعلاقات العامة .
- 2- عدم وجود الإدارات المتخصصة وهيكل تنظيمي لعمل العلاقات العامة .
- 3- عدم وجود المتخصصين لوظيفة العلاقات العامة.
- 4- عدم توفر وسائل الاتصال الحديثة لدعم العلاقات العامة مع الجماهير والمؤسسات الرياضية.
- 5- لا توجد معايير لعملية التقويم

4-2 التوصيات : في ضوء النتائج التي أسفرت عنها الدراسة يوصي الباحث بما يلي:

- 1- ضرورة الاهتمام بوظيفة العلاقات العامة وتفعيل دورها في مديريات الشباب والرياضة.
- 2- تشكيل الجهاز التنظيمي للعلاقات العامة من الأفراد المؤهلين والقادرين على ادارة العلاقات العامة. ولديهم مقبولية عند الجمهور الرياضي.
- 3- توفير وسائل مساعدة وأجهزة ووسائل اتصال حديثة لدعم عمل العلاقات العامة مع الأفراد والمؤسسات المختلفة .
- 4- زيادة الاهتمام العلمي في كليات التربية الرياضية بموضوع العلاقات العامة في المجال الرياضي.
- 5- ضرورة المعرفة الواضحة من قبل الإدارات بأهمية وظيفة العلاقات العامة والالتزام بها.

المصادر

- ابراهيم امام . فن العلاقات العامة . القاهرة : مكتبة الانجلو المصرية ، ط3 ، 1988.
- بلوم بنيامين (وآخرون). تقييم تعلم الطالب التجميعي والتكويني. ترجمة محمد امين المفتي (وآخرون). القاهرة: مطابع المكتب المصري الحديث، 1983.
- حليم المنيري وعصام البديوي : الادارة في الميدان الرياضي . القاهرة : المكتبة الاكاديمية ، ط 2 ، 1991.
- محمد مصطفى احمد. العلاقات العامة . الإسكندرية: مطبعة اسامي بالازريطه، 1992.
- سمير عبد الحميد علي . ادارة الهيئات الرياضية : الاسكندرية: ط 1، 1999.
- علي عجوة : الأسس العلمية للعلاقات العامة . ط 4 ، القاهرة ، عالم الكتب ، 2003
- مروان عبد المجيد ابراهيم . ادارة البطولات والمنافسات الرياضية: عمان . الدار العلمية الدولية للنشر ، ط 1 ، 2002،
- William Stietr . Successful Sport Fundraising, U.S.A. 1995

استمارة استبيان

تحية طيبة

السيد الخبير المحترم

يروم الباحث إجراء بحثه الموسوم (دراسة تحليلية تقويمية للواقع الحالي لمفهوم العلاقات العامة وثقافة ممارسة مهنة العلاقات العامة في مديريات الشباب والرياضة) ولما كنت من المعنيين بهذه الدراسة يرجى قراءة فقرات المقياس بكل دقة وموضوعية والتأشير بعلامة () أمام الفقرة التي تعبر عن رأيك.

شاكرا تعاونكم

الباحث

م.د. تحسين علاوي عدیل

ت	الفقرات	نعم	لا
1	من الأهداف التي تسعى العلاقات العامة لتحقيقها السمعة الطيبة لإدارة الاتحادات الرياضية		
2	من الأهداف التي تسعى العلاقات العامة الى تحقيقها توثيق الروابط والعلاقات بين الاتحادات الرياضية والمؤسسات الرياضية الاخرى		
3	تسعى العلاقات العامة الى فتح قنوات اتصالية مستمرة مع مختلف الجماهير والمؤسسات ذات العلاقة بالاتحاد والحفاظ عليها		
4	تسعى العلاقات العامة للإعلام الجيد عن أوجه نشاطات الاتحادات الرياضية		
	المساعدة في تنشيط الخدمات للجمهور الخارجي		
6	تعمل العلاقات العامة على دعم التعاون المستمر بين العاملين وإدارة الاتحاد		
7	تعمل العلاقات العامة على تكوين اتجاهات ايجابية نحو أنشطة الاتحاد بكافة فئاته		
8	تسعى العلاقات العامة من خلال ممارستها في الاتحادات الرياضية على اطلاع الجمهور على كل ما يطرأ من تعديل في برامج وأنشطة الاتحاد		
9	توجد خطة سنوية للعلاقات العامة يتم العمل على أساسها		
10	يوجد هيكل تنظيمي لممارسة نشاط العلاقات العامة يتمثل في جهاز لإدارته		
11	لا يوجد جهاز متخصص للعلاقات العامة		
12	يوجد تبادل المشورة بين المسؤولين عن أنشطة العلاقات العامة والإدارات الأخرى في الاتحاد قبل اتخاذ القرار		
13	يوجد تنسيق وتعاون بين المسؤولين عن أنشطة العلاقات العامة والإدارات الأخرى في الاتحاد عند تنفيذ الأعمال		
14	يقوم المسؤولون عن أنشطة العلاقات العامة بإنهاء بعض إجراءات الإدارات الأخرى		
15	تمارس وظيفة العلاقات العامة من خلال متخصصو العلاقات العامة في الاتحاد		
16	توجد معايير محددة لاختيار المسؤولين عن أنشطة العلاقات العامة في الاتحاد		
17	يوجد عدد مناسب من المسؤولين المتخصصين داخل الهيكل التنظيمي للعلاقات العامة في الاتحاد		
18	يوجد عدد مناسب من الوظائف الفنية داخل الهيكل التنظيمي للعلاقات العامة في الاتحاد		
19	يوجد عدد مناسب من الوظائف الإدارية والكتابية داخل الهيكل التنظيمي للعلاقات العامة في الاتحاد		
20	تعقد دورات تدريبية لصقل المسؤولين عن أنشطة العلاقات العامة في الاتحاد		
21	عدم وجود تمويل خاص او مخصصات مالية لتنفيذ برامج العلاقات العامة في الاتحاد		

22	عدم وجود وسائل تساعد على تنفيذ برامج العلاقات العامة في الاتحاد
23	نقص الكفاءات البشرية اللازمة للعمل في مجال العلاقات العامة في الاتحاد
24	عدم توفير متخصصين في مجال التخطيط لنشاط العلاقات العامة في الاتحاد
25	عدم وجود ادارة متخصصة للعلاقات العامة قائمة بذاتها منفصلة
26	قصور الفهم لدور وطبيعة عمل جهاز العلاقات العامة في الاتحاد
27	تستخدم الصحف اليومية كوسائل مهمة في مجال ادارة العلاقات العامة لممارسة انشطتها
28	تستخدم النشرات كوسائل هامة في مجال ادارة العلاقات العامة لممارسة انشطتها
29	يستعان بالإعلانات كوسائل هامة في مجال ادارة العلاقات العامة لممارسة انشطتها
30	الإذاعة المرئية تستخدم كوسيلة مهمة في مجال ادارة العلاقات العامة لممارسة انشطتها
31	يستخدم البريد المباشر كوسيلة مساعدة في مجال ادارة العلاقات العامة لممارسة انشطتها
32	يستخدم البريد الالكتروني كوسيلة هامة في مجال ادارة العلاقات العامة لممارسة انشطتها
33	تستخدم شبكة الانترنت كوسيلة هامة في مجال ادارة العلاقات العامة
34	يقوم المسؤولون عن العلاقات العامة في الاتحاد بتقويم انشطتها
35	في حالة عدم القيام بالتقويم لعدم وجود متخصصين في العلاقات العامة في الاتحاد
36	عدم القيام بالتقويم لعدم وجود ادارة العلاقات العامة في الاتحاد
37	عدم القيام بالتقويم لعدم وجود معايير علمية يتم التقويم على أساسها
38	تقدم تقارير دورية خاصة بعملية التقويم التي تستخدمها لجنة الرقابة والمتابعة فيما يتم تنفيذه من اهداف وأنشطة الاتحاد
39	تستخدم الملاحظات المباشرة في عملية التقويم لمتابعة ما تم تحقيقه من اهداف
40	تستخدم وسيلة المقابلات الشخصية في عملية التقويم لمتابعة ما تم تنفيذه من اهداف