



A measure of the public relations strategies of several Ministry of Youth and Sports formations from the perspective of their employees

Yasser Ibrahim Abdullah¹ Udi Mahmoud Zahmar²

Tikrit University – College of Physical Education and Sports Sciences – Tikrit – Iraq

Article info.

Article history:

-Received: 15/7/2025

-Accepted: 12/8/2025

-Available online: 31/12/2025

Keywords:

- Public relations strategies
- formations of the Ministry of Youth and Sports

© 2024 This is an open access article under the CC by licenses

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>



Abstract

The study aimed to Develop a scale of public relations strategies for several formations within the Iraqi Ministry of Youth and Sports. Identify the level of public relations strategies within several formations within the Ministry of Youth and Sports from the perspective of their employees.

The researchers used the descriptive approach with two methods (survey and correlation) to suit the nature of the research problem. The research community consisted of (357) in several formations of the Iraqi Ministry of Youth and Sports, as the building sample included (250) workers. They were chosen intentionally at a rate of (70%) of the total research community, and the survey application sample, numbering (20) members, was also excluded, representing (60.5%) of the research community. Thus, the construction sample became composed of (230) workers, representing (42.64%) of the research community, so the final number of the application sample became (107) workers, representing (30%) of the total research community. The researchers used statistical data using (arithmetic mean, standard deviation, percentage, t-test for two independent samples, Pearson's simple correlation coefficient, and Cronbach's alpha coefficient). The researchers reached several conclusions, the most important of which are:

1. There is a discrepancy in the level of awareness and understanding among the Ministry of Youth and Sports' formations of the importance and role of public relations as a communication function of an ongoing advisory and executive nature.

2. A number of these organizations adhere to traditional communication methods in managing public relations within their external and internal environments.

In light of the findings, the researchers made several recommendations, the most important of which are:

1. Adopting awareness and educational programs to consolidate and promote the effective communication role of advisory and executive public relations management.

2. Activating an active and effective communication system that contributes to developing their skills and functional capabilities instead of traditional methods of managing public relations within the formations of the Ministry of Youth and Sports.

¹Corresponding author: Yasir.abdullahu@st.tu.edu.iq Tikrit University – College of Physical Education and Sports Sciences – Tikrit – Iraq

² Corresponding author: m.baytay@tu.edu.iq Tikrit University – College of Physical Education and Sports Sciences – Tikrit – Iraq

مقياس إستراتيجيات العلاقات العامة لعدد من تشكيلات وزارة الشباب والرياضة من وجهة نظر العاملين فيها

ياسر إبراهيم عبدالله
أ.د. عدي محمود زهمر
جامعة تكريت – كلية التربية البنينة وعلوم الرياضة – تكريت – العراق

تاريخ البحث
متوفر على الانترنت
2025/12/31

الكلمات المفتاحية

إستراتيجيات العلاقات العامة
تشكيلات وزارة الشباب
والرياضة .

الخلاصة:

هدفت الدراسة الى: بناء مقياس (إستراتيجيات العلاقات العامة) لعدد من تشكيلات وزارة الشباب والرياضة العراقية ، والتعرف على مستوى إستراتيجيات العلاقات العامة لدى عدد من تشكيلات وزارة الشباب والرياضة من وجهة نظر العاملين فيها ، واستخدم الباحثان المنهج الوصفي بأسلوب (المسحي والعلاقات الارتباطية) لملاءمته طبيعة مشكلة البحث ، وتكون مجتمع البحث من (357) في عدد من تشكيلات وزارة الشباب والرياضة العراقية ، إذ ضمت عينة البناء (250) عاملاً ، وتم اختيارهم بالطريقة العمدية ونسبة (70 %) من مجتمع البحث الكلي ، وكذلك تم استبعاد عينة التطبيق الاستطلاعي البالغ عددهم (20) عضواً ومثلت ما نسبته (5.60%) من مجتمع البحث ، وبذلك أصبحت عينة البناء تتكون من (230) عاملاً ، ومثلت ما نسبته (64.42%) من مجتمع البحث ، لتصبح بذلك العدد النهائي لعينة التطبيق (107) عاملاً ومثلت ما نسبته (30 %) من مجتمع البحث الكلي ، واستعمل الباحثان البيانات الإحصائية من خلال (الوسط الحسابي ، والانحراف المعياري ، والنسبة المئوية ، واختبار (t) لعينتين مستقلتين ، ومعامل الارتباط البسيط لبيرسون ، ومعامل ألفا كرونباخ) . وتوصل الباحثان الى عدد من الاستنتاجات أهمها :

- 1- هناك تباين في مستوى إدراك ووعي تشكيلات وزارة الشباب والرياضة لمدى أهمية ودور العلاقات العامة بكونها وظيفة اتصالية ذات طبيعة استشارية وتنفيذية مستمرة .
 - 2- تتمسك عدد من هذه التشكيلات بالأساليب الاتصالية التقليدية في إدارة العلاقات العامة ضمن بيئتها الخارجية والداخلية .
- وفي ضوء الاستنتاجات توصل الباحثان الى عدد من التوصيات أهمها :
- 1- تبني برامج توعوية ، وتنفيذية لترسيخ ، وإشاعة الدور الاتصالي الفعال لإدارة العلاقات العامة الاستشارية والتنفيذية .
 - 2- تفعيل نظام اتصالات نشطة ، وفعالة تسهم في تنمية مهاراتهم وقدراتهم الوظيفية بدلاً من الأساليب التقليدية في إدارة العلاقات العامة ضمن تشكيلات وزارة الشباب والرياضة .

1 - التعريف بالبحث:

1-1 المقدمة وأهمية البحث:

تعد العلاقات العامة وحدة إدارية متخصصة تقوم بتقديم خطط وبرامج لإدارة المؤسسة تتعلق بالعلاقات بين المؤسسة وبيئتها ، محللةً لسياسة المؤسسة وإجراءاتها لتلائم متطلباتها وتطلعاتها لمنفعة المجتمع ، كما تُؤمن وسائل الاتصال بين الإدارة ومحيطها لتبادل المعلومات ، وتوحيد الرؤى ، كما تسعى لتصحيح الأفكار ، والمعتقدات ، والسلوك سواءً داخل المؤسسة أو خارجها ، وذلك لتحقيق التفاهم ، وتعزيز أواصر الثقة بينها لكونها تمثل فن الاتصال الإنساني التي تسعى المؤسسات والمنظمات من خلالها إلى صناعة علاقات متميزة ، وممتازة مع كل الأطراف ضمن أروقة المؤسسة بغية الوصول التميز في أدائها الإداري والتنظيمي .

وتشكيلات وزارة الشباب والرياضة تواجه تحديات كبيرة لكثرة عدد مديرياتها ومنتدياتها الممتدة على امتداد جغرافية محافظات العراق ، وتنوع أقسامها وأفرادها العاملين فيها ، وكذلك ميدان أدائها الإداري والميداني تتطلب منها تبني خطط إستراتيجية وفق أسس مدروسة وممنهجة لتتمكن من إيصال رسالتها وإدارة علاقاتها العامة لتكون بمقدورها تعزيز جهودها الإدارية والتنظيمية لتحقيق أهدافها المستقبلية

وعليه تكمن أهمية البحث من خلال تناول الدراسة لمتغير مهم وحيوي وهو إستراتيجيات العلاقات العامة لدى عدد من تشكيلات وزارة الشباب والرياضة العراقية لما تمثله من دور في بناء الصورة الذهنية الإيجابية عن هذه التشكيلات وعن العاملين لديها لكونها أداة فعالة للتواصل المؤسسي وتفعيل وتنسيق مستوى الأنشطة الإعلامية والترويجية وتعزيز الهوية المؤسسية والتنافسية ، وكذلك يأمل الباحثان أن يؤدي هذا البحث من خلال النتائج والتوصيات التي سوف

يتوصل إليها إلى اتخاذ قرارات لتبني خطط إستراتيجيات العلاقات العامة ، وأسسها مما ينعكس بشكل إيجابي على مستوى مقدراتها بغية تطوير فاعلية وحيوية أدائها المؤسساتي بما يسهم في تحسين مخرجاتها وتحقيق أهدافها ، وتطلعاتها المستقبلية ومستوى تأثيرها المجتمعي .

2-1 مشكلة البحث

لخبرة الباحثان في المجال الإداري في المؤسسات الشبابية والرياضية والاستطلاع عن أداء وأدوار وزارة الشباب والرياضة ، وما تمخض عن ذلك من تشخيص وتأشير أهمية مفهوم العلاقات العامة في هذه الوزارة ولدى تشكيلاتها ومنتسبها لكونها وظيفة ذات صبغة إنسانية تقوم بها الإدارة لتعديل التوجه ، وتحديد الخطط ، وتنفيذ برامجها الهادفة ، فضلاً عن دورها الفاعل لتحقيق ديمومة أدائها ضمن بيئتها الداخلية والخارجية ، لذا ارتأى الباحثان تناول هذه الأهمية وعدها كمشكلة عامة ، وفي ميادين وزارة الشباب والرياضة وتشكيلاتها بصورة خاصة في دراسة علمية تتناول هذا المتغير لأول مرة حسب علمه ، يتأمل منها التوصل لنتائج موضوعية تساعد أصحاب القرار ، والمخططين في الوزارة لمراعاة المعايير الإدارية المهمة في وضع الإستراتيجيات والأولوية لوظيفة العلاقات العامة كحلقة اتصال تنسيقية مهمة للوزارة وتشكيلاتها الرئيسية ، وعلاقتها مع المستفيدين من خدماتها الواسعة المتمثلين بمنتسبها ومرتابيها ،

فعلية تكمن مشكلة البحث في التساؤلات الآتية :-

1- ما مستوى تبني إستراتيجيات العلاقات العامة من قبل تشكيلات وزارة الشباب والرياضة من وجهة نظر العاملين فيها ؟

3-1 أهداف البحث

- 1- بناء مقياس إستراتيجيات العلاقات العامة لعدد من تشكيلات وزارة الشباب والرياضة من وجهة نظر العاملين فيها .
- 2- التعرف على مستوى إستراتيجيات العلاقات العامة لدى عدد من تشكيلات وزارة الشباب والرياضة من وجهة نظر العاملين فيها .
- 3- التعرف على مستوى أبعاد متغير إستراتيجيات العلاقات العامة لدى عدد من تشكيلات وزارة الشباب والرياضة من وجهة نظر العاملين فيها .

4-1 فروض البحث

- 1- يمتلك عدد من تشكيلات وزارة الشباب والرياضة مستواً متوسطاً من إستراتيجيات العلاقات العامة من وجهة نظر العاملين لديها .
- 2- يمتلك وزارة الشباب والرياضة مستواً متوسطاً في أبعاد إستراتيجيات العلاقات العامة من وجهة نظر العاملين لديها .

5-1 مجالات البحث

11-5-1 المجال البشري : العاملين لدى عدد من تشكيلات وزارة الشباب والرياضة .

1-5-2 المجال الزمني : للفترة من 18 / 12 / 2024 ولغاية 1 / 7 / 2025 .

1-5-3 المجال المكاني : مقرات عدد من تشكيلات وزارة الشباب والرياضة .

2- منهجية البحث وإجراءاته الميدانية

1-2 منهج البحث

استخدم الباحثان المنهج الوصفي بأسلوب (المسحي والعلاقات الارتباطية) لملاءمته طبيعة مشكلة البحث

2-2 مجتمع البحث وعيناته**1-2-2 مجتمع البحث**

تكون مجتمع البحث من (357) عاملاً في عدد من تشكيلات وزارة الشباب والرياضة العراقية والتي تختص بشؤون الشباب والرياضة ، وتم اختيارهم بصورة عمدية ، والجدول (1) يبين مجتمع البحث .

جدول (1) مجتمع البحث

ت	اسم الدائرة	عدد الموظفين	النسبة المئوية
1	الدراسات وتطوير الملاكات والقيادات الشبابية	87	24.36%
2	الطب الرياضي	115	32.21%
3	التربية البدنية والرياضة	118	33.05%
4	الشركة العامة للاستثمارات الرياضية	37	10.36%
	المجموع	357	100%

2-2-3 عينات البحث**1-2-2-3 عينة البناء**

اعتمد الباحثان على معادلة (ستيفن ثامبسون) في تحديد نسبة عينة البناء فعليه بلغ عدد عينة البناء بـ (250) عاملاً في عدد من تشكيلات وزارة الشباب والرياضة ، وتم اختيارهم بالطريقة العشوائية البسيطة (القرعة) ونسبة (70%) من مجتمع البحث الكلي ، وزعت بالشكل التالي : (20) عاملاً تمثل عينة التطبيق الاستطلاعي وتمثل بنسبة (5.60%) من مجتمع البحث ، و(230) عاملاً تمثل عينة البناء وتمثل بنسبة (64.42%) من مجتمع البحث .

2-2-2-3 عينة التطبيق

حدد الباحثان عينة التطبيق بـ (107) عاملاً في عدد من تشكيلات وزارة الشباب والرياضة ونسبة (30%) من مجتمع البحث الكلي . والجدول (2) يبين ذلك .

جدول (2) توزيع عينات البحث

1	اسم الدائرة	عدد العاملين	عينة البناء	
			عينة التحليل الإحصائي	عينة التجربة الاستطلاعية
1	الدراسات وتطوير الملاكات والقيادات الشبابية	87	62	4
2	الطب الرياضي	115	71	8

1	أسم الدائرة	عدد العاملين	عينة البناء		عينة التطبيق
			عينة التجربة الاستطلاعية	عينة التحليل الإحصائي	
3	التربية البدنية والرياضة	118	6	73	39
4	الشركة العامة للاستثمارات الرياضية	37	2	24	11
	المجموع	357	20	230	107
	النسبة المئوية	%100	%5.60	%64.42	%30

3-2 وسائل جمع البيانات

- وهي الوسيلة التي جمع الباحثان بواسطتها البيانات التي استعملها في بحثه وهي:
- المقابلات الشخصية .
 - الاستبانة .
 - تحليل محتوى المصادر والمراجع العلمية العربية والأجنبية .
 - حاسبة إلكترونية نوع (DELL) عدد (1).
 - ساعة إلكترونية نوع OMEGA .

4-2 إجراءات البحث الميدانية

للتوصل إلى أهداف البحث واسترشادا بالإطار النظري المرجعي قام الباحثان ببناء مقياس بشكل استبيان وهي (إستراتيجيات العلاقات العامة) وكالاتي :

1-4-2 مقياس إستراتيجيات العلاقات العامة

نظراً لعدم وجود أداة لقياس إستراتيجيات إدارة العلاقات العامة لعدد من تشكيلات وزارة الشباب والرياضة قام الباحثان ببناء هذا المقياس. إذ يشير (إبراهيم فيصل خلف ، 2020) نقلاً عن (محمد خير الدين ، 2016) الى أنّ عملية بناء المقياس تمر بمراحل عدة هي: ⁽¹⁾

- تحديد هدف المقياس وذلك من خلال سد العجز لقياس الظاهرة .
- التخطيط للمقياس وذلك بتحديد (الأبعاد) التي تغطي عباراته .
- صياغة العبارات لكل بعد .
- تطبيق العبارات على عينة ممثلة لمجتمع البحث .
- إجراء تحليل لعبارات المقياس .

2-1-4-2 طريقة تحليل المصادر والمراجع لاختيار أبعاد مقياس إستراتيجيات العلاقات العامة

من خلال إطلاع الباحثان على الدراسات السابقة لم يتمكن من تحديد أبعاد متفق عليها لمتغير إستراتيجيات العلاقات العامة ، إذ إن معظم هذه الدراسات تناولت المتغير بوصفه وحدة تحليل كلية واحدة ، أو ركزت على أحد مجالاته بشكل عام دون الخوض في تفصيلاته البنائية ، واستنادا إلى ما توفر لدى

إبراهيم فيصل خلف نوفان العزاوي ؛ القيادة الرؤيوية ودورها في إدارة المواهب الرياضية وفق الكفايات التدريبية ⁽¹⁾ لمدربي اندية الدوري الممتاز بالكرة الطائرة من وجهة نظر اللاعبين : (أطروحة دكتوراه غير منشورة ، جامعة تكريت / كلية التربية البدنية وعلوم الرياضة ، 2020) ص53.

الباحثان من دراسات نظرية ومصادر ومراجع عربية وإجراء المقابلات الشخصية ، تمكنا من تحديد ستة أبعاد رئيسية لهذا المتغير ،

2-1-4-2 تحديد أبعاد المقياس

تم إعداد استبانة لمقياس إستراتيجيات العلاقات العامة وعرضها على السادة ذوي الاختصاص للمدة من 2025/1/2 ولغاية 2025/1/15 لغرض معرفة آرائهم حول مدى صلاحية أبعاد المقياس والجدول (3) يبين ذلك جدول (3) أبعاد مقياس إستراتيجيات العلاقات العامة ونسبة اتفاق السادة ذوي الاختصاص على صلاحيتها

1	الأبعاد	عدد الخبراء	الموافقون	النسبة المئوية	عدد الراضين	النسبة المئوية
1	بعد مهارة الاتصال	13	13	%100	zero	%0
2	بعد الإعلام والقنوات الرقمية	13	12	%92.30	1	%7.69
3	بعد الكفاية الإدارية والفنية	13	11	%84.61	2	%15.38
4	بعد العلاقات الإنسانية والاجتماعية	13	11	%84.61	2	%15.38
5	بعد البيئة الداخلية والخارجية	13	12	%92.30	1	%7.69
6	بعد إدارة الأزمات	13	6	%46.15	7	%53.84

وتبين من الجدول (3) بأن الأبعاد التي حصلت على نسبة الاتفاق المطلوبة كانت (بعد مهارة الاتصال ، وبعد الإعلام والقنوات الرقمية ، وبعد الكفاية الإدارية والفنية ، وبعد العلاقات الإنسانية والاجتماعية ، وبعد البيئة الداخلية والخارجية) "إذ أشار (بلوم ، 1983 ، 126) أنه يتم اعتماد نسبة (75%) فأكثر من آراء الخبراء" عدا (بعد إدارة الأزمات) لم تحصل على نسبة الاتفاق المطلوبة ، لذا تم اعتماد الأبعاد التي حققت ما نسبته (75%) فأكثر لتتمثل هذه الأبعاد الخمسة الأبعاد الرئيسة المعتمدة لمقياس إستراتيجيات العلاقات العامة في هذه الدراسة .

3-1-4-2 صياغة عبارات المقياس

من خلال تحليل محتوى المصادر والمراجع العلمية المختصة في مجال إستراتيجيات العلاقات العامة ، وإجراء المقابلات الشخصية مع ذوي الاختصاص ، تم إعداد استبانة لعبارات مقياس إستراتيجيات العلاقات العامة بصيغتها الأولية ووزعت على ذوي الخبرة والاختصاص في مجال الإدارة والإدارة الرياضية

4-1-4-2 الصدق الظاهري للمقياس

ولغرض التعرف على صدق العبارات تم عرض المقياس بصيغتها الأولية على السادة ذوي الخبرة والاختصاص ، ولمعرفة آرائهم في عبارات أبعاد مقياس إستراتيجيات العلاقات العامة ، ومدى ملائمتها لقياس الظاهرة لدى العاملين في عدد من تشكيلات وزارة الشباب والرياضة في العراق والجدول (4) يبين ذلك

جدول (4) عبارات مقياس إستراتيجيات العلاقات العامة ونسبة اتفاق آراء السادة ذوي الاختصاص حول صلاحيتها

النسبة المئوية	عدد الراضين	النسبة المئوية	عدد الموافقين	عدد الخبراء الكلي	العبارات	الأبعاد
%7.69	1	%92.30	12	13	5-1	بعد مهارة الاتصال
%15.38	2	%84.61	11	13	8-2	
%23.07	3	%76.92	10	13	7-6	
%46.15	6	%53.84	7	13	3	
%61.53	8	%38.46	5	13	9-4	
%7.69	1	%92.30	12	13	7-1	بعد الإعلام والتقنوات الرقمية
%15.38	2	%84.61	11	13	8-5	
%23.07	3	%76.92	10	13	9-6	
%38.46	5	%61.53	8	13	4-3	
%46.15	6	%53.84	7	13	2	
%61.53	8	%38.46	5	13	10	
%7.69	1	%92.30	12	13	8-6-3-2	بعد الكفاية الإدارية والفنية
%23.07	3	%76.92	10	13	9-5	
%46.15	6	%53.84	7	13	1	
%53.84	7	%46.15	6	13	7-4	
%7.69	1	%92.30	12	13	3-2	بعد العلاقات الإنسانية والاجتماعية
%15.38	2	%84.61	11	13	4	
%23.07	3	%76.92	10	13	10-5	
%61.53	8	%38.46	5	13	8-1	
%46.15	6	%53.84	7	13	7-6	
%7.69	1	%92.30	12	13	4-1	بعد البيئة الداخلية والخارجية
%15.38	2	%84.61	11	13	10-9-6	
%61.53	8	%38.46	5	13	7-3-2	
%53.84	7	%46.15	6	13	8-5	

من الجدول (4) يتبين ما يأتي:

- عدد العبارات التي حصلت على نسبة الاتفاق المطلوبة للسادة ذوي الاختصاص (بعد مهارة الاتصال) هو (6) عبارات بعد أن تم حذف (3) عبارات من البعد لعدم حصولها على نسبة الاتفاق المطلوبة.

- عدد العبارات التي حصلت على نسبة الاتفاق المطلوبة للسادة ذوي الاختصاص (لبعد الإعلام والقنوات الرقمية) هو (6) عبارات بعد أن تم حذف (4) عبارات من البعد لعدم حصولها على نسبة الاتفاق المطلوبة.
- عدد العبارات التي حصلت على نسبة الاتفاق المطلوبة للسادة ذوي الاختصاص (لبعد الكفاية الإدارية والفنية) هو (6) عبارات بعد أن تم حذف (3) عبارات من البعد لعدم حصولها على نسبة الاتفاق المطلوبة.
- عدد العبارات التي حصلت على نسبة الاتفاق المطلوبة للسادة ذوي الاختصاص (لبعد العلاقات الإنسانية والاجتماعية) هو (5) عبارات بعد أن تم حذف (4) عبارات من البعد لعدم حصولها على نسبة الاتفاق المطلوبة.
- عدد العبارات التي حصلت على نسبة الاتفاق المطلوبة للسادة ذوي الاختصاص (لبعد البيئة الداخلية والخارجية) هو (5) عبارات بعد أن تم حذف (5) عبارات من البعد لعدم حصولها على نسبة الاتفاق المطلوبة.

2-4-1-5 صدق بناء المقياس

وفي أدناه وصف لأساليب التحليل الإحصائي المستعملة في التحقق من صدق بناء مقياس إستراتيجيات العلاقات العامة.

2-4-1-5-1-1 أسلوب القدرة التمييزية بالمجموعتين الطرفيتين

"يقصد بقدرة التمييز للعبارة هو مدى قدرة عبارات المقياس على التمييز بين علامات المستويات العليا والدنيا للأفراد في الصفة التي يفسرها المقياس (جعفر عبد كاظم ، 2011 ، 178) .

وتم استخراج القدرة التمييزية إذ تم تطبيق المقياس على عينة البناء البالغ عددها (230) عاملاً من العاملين في عدد من تشكيلات وزارة الشباب والرياضة في العراق ، وبإتباع الخطوات الآتية:

- إيجاد المجموع الكلي لكل استمارة من استمارات عينة البناء.
- ترتيب الاستمارات وفقاً لمجموع درجاتها تنازلياً.
- تحديد نسبة (27%) لكل من الدرجات العليا والدنيا للمقياس.
- إيجاد القدرة التمييزية بين المجموعتين ولكل عبارة من فقرات المقياس لحساب قيمة (t) للعينات غير المرتبطة والجدول (5) يبين ذلك.

جدول (5) قيم الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم (t) المحتسبة بين المجموعتين العليا والدنيا لعبارات مقياس إستراتيجيات العلاقات العامة

الدلالة Sig	قيمة (ت) المحتسبة	المجموعة الدنيا		المجموعة العليا		تسلسل العبارة	البعد
		± ع	س ⁻	± ع	س ⁻		
0.002	4.345	0.492	3.668	1.032	3.852	1	بند مهارة الاتصال
0.000	3.118	0.842	4.540	0.718	4.7 17	2	
0.000	4.921	1.791	3.513	0.985	3.875	3	
0.000	3.544	0.396	3.278	0.783	4.817	4	

0.000	5.323	1.502	3.163	1.108	3.793	5	
0.000	3.886	0.722	3.904	1.551	4.314	6	
الدلالة Sig	قيمة (ت) المحتسبة	المجموعة الدنيا		المجموعة العليا		تسلسل العبارة	الطب
		ع ±	س ⁻	ع ±	س ⁻		
0.000	5.750	0.887	3.218	1.105	3.732	1	بعد الإعلام والتقنيات الرقمية
0.000	4.335	1.201	3.454	1.667	3.725	2	
0.000	3.710	0.844	3.420	0.995	3.887	3	
0.001	6.259	0.893	3.327	1.744	4.754	4	
0.000	6.103	0.827	3.101	1.143	4.062	5	
0.000	5.216	1.514	3.634	0.763	3.914	6	
الدلالة Sig	قيمة (ت) المحتسبة	المجموعة الدنيا		المجموعة العليا		تسلسل العبارة	الطب
		ع ±	س ⁻	ع ±	س ⁻		
0.001	6.564	1.532	3.995	1.235	4.248	1	بعد الكفائية الإدارية والتقنية
0.000	4.825	0.797	3.678	0.853	4.803	2	
0.001	5.551	1.628	4.285	1.693	4.602	3	
0.000	6.726	0.558	3.227	1.743	4.338	4	
0.002	4.335	0.564	3.544	1.243	3.674	5	
0.000	3.678	1.733	4.148	0.662	4.554	6	
الدلالة Sig	قيمة (ت) المحتسبة	المجموعة الدنيا		المجموعة العليا		تسلسل العبارة	الطب
		ع ±	س ⁻	ع ±	س ⁻		
0.002	4.721	1.016	3.411	1.038	3.611	1	بعد العلاقات الإنسانية والاجتماعية
0.000	8.668	1.743	3.846	1.862	4.538	2	
0.000	6.354	0.881	3.525	0.835	3.739	3	
0.000	5.736	0.755	3.346	1.733	3.884	4	
0.000	4.885	0.539	3.123	0.971	4.325	5	
الدلالة Sig	قيمة (ت) المحتسبة	المجموعة الدنيا		المجموعة العليا		تسلسل العبارة	الطب
		ع ±	س ⁻	ع ±	س ⁻		
0.003	4.751	1.551	3.810	1.215	4.667	1	بعد البيئة الداخلية والخارجية
0.000	6.854	0.973	4.178	0.881	4.724	2	
0.000	5.295	1.733	4.057	1.242	4.440	3	

0.000	4.767	0.899	3.614	0.543	4.000	4
0.000	7.351	1.270	3.058	1.637	3.548	5

وعليه يتبين من الجدول (5) أن القيمة التائية المحتسبة لعبارات المقياس تراوحت بين (3.118-8.668) وكانت كلها قادرة على التمييز بين المجموعتين الطرفيتين العليا والدنيا (أي إنها عبارات معنوية) حيث كان قيمة (T) معنوية ، وحيث كانت قيمتهما أصغر من (0.05) .

2-5-1-4-2- معامل الاتساق الداخلي للمقياس

- تعني طريقة الاتساق الداخلي بالآتي:

- مدى ارتباط العبارات مع بعضها البعض داخل الاختبار أو المقياس.
- مدى ارتباط كل فقرة مع المقياس ككل.

التحقق من مدى الاتساق فيما بين العبارات لكون الاتساق يتأثر بخطأ محتوى العبارات وخطأ عدم تجانس العبارات (محمد نصرالدين، 2006، 131) . وقد تم استعمال معامل الارتباط البسيط (بيرسون) لتحقيق ذلك ، والجدول (6) يبين ذلك .

جدول (6) قيم معاملات الارتباط بين العبارة والبعد والعبارة بالمقياس وقيمة الدلالة لعببارات مقياس إستراتيجيات العلاقات العامة

البعد	تسلسل العبارة	ارتباط العبارة بالبعد	الدلالة	ارتباط العبارة بالمقياس	الدلالة
بعد الاتصال	1	0.543	0.000	0.466	0.002
	2	0.587	0.000	0.387	0.000
	3	0.369	0.000	0.455	0.000
	4	0.623	0.000	0.479	0.000
	5	0.592	0.000	0.522	0.000
	6	0.621	0.000	0.542	0.000
بعد الإعلام والتقنوات الرقمية	1	0.788	0.000	0.491	0.000
	2	0.821	0.000	0.575	0.000
	3	0.923	0.000	0.464	0.000
	4	0.562	0.000	0.533	0.000
	5	0.724	0.000	6.767	0.000
	6	0.553	0.000	0.411	0.000
بعد الكفاية الإدارية والفنية	1	0.765	0.000	0.662	0.000
	2	0.732	0.000	0.765	0.000
	3	0.813	0.000	0.544	0.000
	4	0.432	0.000	0.751	0.000

0.000	0.433	0.000	0.661	5	بعد العلاقات الإنسانية والاجتماعية
0.000	0.582	0.000	0.545	6	
0.000	0.468	0.000	0.654	1	
0.000	0.545	0.000	0.688	2	
0.000	0.591	0.000	0.719	3	
0.000	0.734	0.000	0.648	4	
0.000	0.566	0.000	0.511	5	بعد البيئة الداخلية والخارجية
0.000	0.674	0.000	0.654	1	
0.000	0.678	0.000	0.783	2	
0.000	0.432	0.000	0.477	3	
0.000	0.784	0.000	0.389	4	
0.000	0.572	0.000	0.994	5	

• معنوي عند (Sig) > (0.05) .

من الجدول (6) يتبين : أن قيم معامل الارتباط بين عبارات المقياس والدرجة الكلية للمقياس تراوحت بين (0.387 - 0.784)، وقد أظهرت النتائج أن قيم معاملات الارتباط دالة إحصائياً، لأن معاملات ارتباطها المحسوبة أكبر من القيمة الحرجة لمعامل الارتباط عند مستوى دلالة (0.05)، وبعد التحليل الإحصائي أصبح المقياس بصيغته النهائية مكون من (28) عبارة.

2-4-1-5 المقياس بصورته الأولية

وبعد الخطوات والإجراءات الأنفة الذكر تم إدراج العبارات بصورة متسلسلة في استبيان من أجل إجراء التطبيق الاستطلاعي وإيجاد الأسس العلمية لها .

2-4-1-6 التطبيق الاستطلاعي لعبارات مقياس إستراتيجيات العلاقات العامة

وقد قام الباحثان بإجراء التطبيق الاستطلاعي للمقياس بمساعدة فريق العمل المساعد بتاريخ 2025/2/26 . للتعرف ما إذا كان هناك غموض في العبارات وتحديد الوقت اللازم للإجابة.

وأظهرت نتيجة التجربة الاستطلاعية الآتي:

- وضوح العبارات وعدم وجود أي غموض حولها .
- إعداد صورة لمقياس إستراتيجيات العلاقات العامة ليتم توزيعها على عيني البناء والتطبيق .
- تشخيص المعوقات وبعض الملاحظات التي تقوم العمل .
- تحديد الوقت المناسب الذي استغرق 16-18 دقيقة للإجابة عن المقياس .

2-4-1-7 ثبات المقياس

ولغرض إيجاد معامل الثبات استعمل الباحثان طريقتين لاستخراج معامل الثبات هما : (طريقة ألفا كرونباخ وطريقة التجزئة النصفية) وذلك لقناعة الباحثان بأن استخدام أكثر من طريقة

لاستخراج الثبات يعزز سلامة الإجراءات ، إذ بلغ معامل ألفا كرونباخ للمقياس (0.874) ، بينما بلغ معامل الارتباط (سبيرمان براون) بين نصفي المقياس (0.855) ، وبلغ معامل الثبات الكلي (0.921) ، والجدول (7) يبين ذلك.

جدول (7) قيم معامل الثبات لمقياس إستراتيجيات العلاقات العامة

القيم	الثبات	ت
0.874	ألفا كرونباخ	1
0.855	سبيرمان براون	2
0.921	الثبات الكلي	3

8-1-4-2 وصف مقياس إستراتيجيات إدارة العلاقات العامة بصورته النهائية

بعد الإجراءات التي قام بها الباحثان فيما سبق، أصبح مقياس إستراتيجيات العلاقات العامة في صيغته النهائية الملحق (1) ليتكون المقياس من (28) عبارة موزعاً على أبعاد المقياس الأربعة وهي:

- بعد الاتصال (ست عبارات).
 - بعد الإعلام والقنوات الرقمية (ست عبارات).
 - بعد الكفاية الإدارية والفنية (ست عبارات).
 - بعد العلاقات الإنسانية والاجتماعية (خمس عبارات).
 - بعد البيئة الداخلية والخارجية (خمس عبارات).
- والجدول (8) يبين بدائل الإجابة على عبارات المقياس ودرجة كل بديل ولكلا العبارات (الإيجابية)

جدول (8) بدائل الإجابة ودرجة كل بديل لعبارات مقياس إستراتيجيات العلاقات العامة

درجة العبارات	بدائل الإجابة	ت
5	أتفق تماماً	1
4	أتفق	2
3	محايد	3
2	لا أتفق	4
1	لا أتفق تماماً	5

وإن أعلى درجة يحصل عليها المستجيب هي (140) وأقل درجة يحصل عليها هي (28) وتم إعادة توزيع العبارات بشكل عشوائي منتظم لتكون جاهزة للتطبيق على عينة التطبيق، الجدول (9) يبين ذلك.

جدول (9) التوزيع العشوائي المنتظم لعبارات مقياس إستراتيجيات العلاقات العامة بصورته النهائية

العبارات حسب تسلسلها بالمقياس	الأبعاد	ت
26، 21 ، 16 ، 11 ، 6 ، 1	بعد مهارة الاتصال	1
27 ، 22 ، 17 ، 12 ، 7 ، 2	بعد الإعلام والقنوات الرقمية	2

28 ، 23 ، 18 ، 13 ، 8 ، 3	بعد الكفاية الإدارية والفنية	3
24 ، 19 ، 14 ، 9 ، 4	بعد العلاقات الإنسانية والاجتماعية	4
25 ، 20 ، 15 ، 10 ، 5	بعد البيئة الداخلية والخارجية	5

3- عرض وتحليل ومناقشة النتائج

قام الباحثان بالتحقق من فرضيات البحث وكما يلي:

1-3 الفرضية الأولى : يمتلك عدد من تشكيلات وزارة الشباب والرياضة مستواً متوسطاً من إستراتيجيات العلاقات العامة من وجهة نظر العاملين لديها .

جدول (10) الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية والنسبة المئوية للأهمية النسبية والمستويات لمقياس

(إستراتيجيات العلاقات العامة) لعدد من تشكيلات وزارة الشباب والرياضة

المستوى	الأهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المتغيرات
متوسط	63.08%	0.966	3.154	إستراتيجيات العلاقات العامة

يبين الجدول (10) أن متغير إستراتيجيات العلاقات العامة لعدد من تشكيلات وزارة الشباب والرياضة قد جاءت بمستوى (متوسط) بنسبة مئوية للأهمية النسبية بلغت (63.08%) لإستراتيجيات العلاقات العامة ، وهذه النتيجة تتفق مع فرضية البحث ، والتي افترضت امتلاك عدد من تشكيلات وزارة الشباب والرياضة مستواً متوسطاً من متغير إستراتيجيات العلاقات العامة .

ويعزو الباحثان هذه النتيجة المتوسطة الى التباين في مستوى إدراك ووعي هذه التشكيلات لمدى أهمية ، ودور العلاقات العامة بكونها وظيفة اتصالية ذات طبيعة استشارية ، وتنفيذية مستمرة ، وممنهجة قبل أن تكون وظيفية إدارية ، وتنظيمية من ضمن وظائف الإدارة في المؤسسات الشبابية والرياضية ، وأظهرت النتائج كذلك تمسك عدد من هذه التشكيلات بالأساليب الاتصالية التقليدية في إدارة العلاقات العامة ضمن بيئتها الخارجية والداخلية ، وعدم توظيفها بشكل فعال ومهني متكامل لقنوات الإعلام الرقمية التفاعلية الحديثة ، وشبكات التواصل الاجتماعي ، الأمر الذي حددت من قدراتها في التأثير الإيجابي والمطلوب على جمهورها وخاصة الشباب بسبب ضعف مستوى الكفايات الإدارية ، والفنية في أقسام هذه التشكيلات لتنفيذ الإستراتيجيات الهادفة لتحقيق الرؤى المستقبلية وفق اسس التخطيط ، والتحليل ، وتوظيف التكنولوجيا الحديثة للارتقاء بمستوى العلاقات الإنسانية والاجتماعية ضمن تشكيلاتها ، ومدى قدراتها على مد جسور الثقة التنظيمية ، والتفاعلية ، والتبادلية الفكرية البناءة بين العاملين لديها من خلال تفويضها للصلاحيات الإدارية المعززلة للروابط الوظيفية ، والتطوير التنظيمي داخل تشكيلات وزارة الشباب والرياضة ، ومديرياتها ، ومندوبياتها العاملة في المحافظات العراقية ، وكذلك مع جمهورها الخارجي والتي تساهم في ترسيخ صورة ذهنية إيجابية عن الهيكل التنظيمي في تشكيلات وزارة الشباب والرياضة .

حيث يذكر بهذا الخصوص (أحمد ومروان ، 2022 ، 582) بأن التطوير التنظيمي يعد أحد المحركات الأساسية لتعزيز التفاعل بين العاملين في المؤسسة ، والارتقاء بمستوى أدائهم الوظيفي وفق خطط ممنهجة ومدروسة وشمولية لتحقيق رؤية المؤسسة المستقبلية .

وبالإضافة الى ذلك أظهرت النتائج بأن بيئة هذه التشكيلات قادرة على تنظيم المنصات ، والقنوات الرقمية بمستوى متوسط لإدامة الفعاليات والنشاطات التابعة للوزارة على منصات التواصل الاجتماعي ، ومن خلالها أيضاً تعمل على تأمين قاعدة بيانات خاصة عن كل العاملين ، ولكنها بالرغم من ذلك غير محفزة بالمستوى المطلوب لبيئة جمهورها الداخلي والخارجي مما قد ينعكس سلباً على مستوى قدرات العاملين على تنفيذ الإستراتيجيات المؤسساتية الخاصة بالعلاقات العامة بكفاءة وفعالية عالية ، وتحدّ من مستوى طرح الأفكار البناءة ، والمبدعة ، والابتكارية بالاجتماعات التي تعقدتها مع تشكيلاتها لتبيان سياساتها وفق أساليب إدارية واضحة ، وشفافة والتي تساهم في تبسيط مفاهيم رؤى ، ورسالة الوزارة لدى جميع منسوبيها ، وتسمية لجان متخصصة للتعامل مع احتياجات العاملين الإدارية ، والمالية ، والاجتماعية والتي من خلالها تعزز إدارة العلاقات العامة من مصادر قوتها الإدارية والإستراتيجية لتتمكن من الربط المنطقي بين متطلبات بيئتها الداخلية والخارجية لضمان تحقيق أهدافها المستقبلية بحيادية وشفافية .

ويشير (مصطفى وإبراهيم ، 2024 ، 278) بهذا الخصوص الى إن العمل بإستراتيجيات واضحة وموضوعية وشفافة تساهم في تحسين الصورة الذهنية للمنظمة في أذهان منتسبيها ، وتنمي من الروابط الوظيفية والاجتماعية بين جميع مستوياتها الإدارية والتنظيمية .

2-3 الفرضية الثانية : يمتلك عدد من تشكيلات وزارة الشباب والرياضة في العراق مستواً متوسطاً في أبعاد إستراتيجيات العلاقات العامة .

جدول (11) الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية والنسبة المئوية للأهمية النسبية * لأبعاد مقياس إستراتيجيات العلاقات العامة)

المستوى	الأهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	بعد مهارة الاتصال
متوسط	%65.08	0.937	3.254	بعد مهارة الاتصال
متوسط	%62.3	1.032	3.115	بعد الإعلام والقنوات الرقمية
متوسط	%67.62	1.131	3.381	بعد الكفاية الإدارية والفنية
متوسط	%67.96	1.153	3.398	بعد العلاقات الإنسانية والاجتماعية
جيد	%70.36	1.343	3.518	بعد البيئة الداخلية والخارجية

* اعتمدت النسبة المئوية الآتية في تفسير مستوى الأهمية النسبية لـ (إستراتيجيات العلاقات العامة ، والتنمية المستدامة).

- 49% - فما دون مستوى (منخفض جداً).
- 50% - 59% مستوى (منخفض).
- 60% - 69% مستوى (متوسط).
- 70% - 79% مستوى (جيد).
- 80% - فما فوق مستوى (جيد جداً).

هذه النسب تم اعتمادها في دراسات عديدة منها دراسة (إبراهيم فيصل خلف) ، ودراسة (أحمد نجم عب) .

يبين الجدول (11) بأن أبعاد إستراتيجيات إدارة العلاقات العامة قد حصلت على مستوى (متوسط) ماعدا بعد (البيئة الداخلية والخارجية) ، ويعزو الباحثان هذه النتيجة الى أنه بالرغم من حرص البيئة المبحوثة على عقد الاجتماعات الدورية لضمان انسيابية الأداء تدفق المعلومات والتي تسهم بتبسيط مفاهيم ورؤى الوزارة لدى جميع منتسبيها ، إلا أن هذه التشكيلات لا تشعر المعنيين لديها بأنها تسعى لتنفيذ خطط الإستراتيجية التي رسمتها الوزارة ضمن منهاجها بشفافية ووضوح والتي تتطلب وعياً إدارياً لإدراك بأهمية اللقاءات المباشرة والغير مباشرة لتصحيح المسارات الوظيفية وتعزيز التفاهم التنظيمي ضمن تشكيلاتها ، والمساهمة في رسم ، وتنفيذ السياسات الاتصالية ، والتي قد ترجع بنسب معينة الى عدم توفر قاعدة بيانات خاصة عن جمهورها لينسى لها تقديمه لأصحاب القرار .

ويذكر (هيمن وآخران ، 2021 ، 639) بهذا الخصوص بأن التخطيط الإستراتيجي يعد مدخلاً ومرتكزاً مهماً في صياغة رؤى واضحة ومسارات تنظيمية شفافة لتعزيز فرص التفاهم وتوظيف الجهود نحو أهداف حقيقة قابلة للتنفيذ .

وير الباحثان أيضاً إن غياب آليات فعالة لرصد احتياجات جمهورها، وضعف أنظمة الرصد والتحليل تحول دون قدرة الإدارة من اتخاذ قرارات قائمة على معطيات دقيقة والتي تعد من مهام العلاقات العامة الحيوية التي تنعكس على جودة القرارات المؤسسية وتبادل الآراء والمقترحات للارتقاء بمستوى هذه إدارات هذه التشكيلات في أدائها التنظيمي من خلال بعض المرتكزات الإدارية النسبية التي تمتلكه هذه التشكيلات يقابلها نقص في جوانب إدارية وتنظيمية مثل عدم قدرتها على اختيار من هو مؤهل لأداء واجباته الوظيفية بشكل أمثل لكون التوظيف في هذه التشكيلات لا تستند الى معايير وظيفية تخصصية ذات صلة بمجال العلاقات العامة ، وسعي إدارات هذه التشكيلات الى تبني آليات وسياسات إدارية تلبى متطلبات العاملين ، ولكن بدون وجود آليات شفافة ، وواضحة أو كافية تؤدي إلى تحقيق ومراعاة جانب الرضا الوظيفي الكامل لديهم بالرغم من وجود توجهات إنسانية نحو التكافل الاجتماعي بين أفرادها .

ويشير (خطاب وحמיד ، 2025 ، 76) بأن الاعتماد على معايير علمية تساهم بالتطوير التنظيمي من خلال وضوح الأدوار والمسؤوليات وتكافؤ الفرص والذي ينعكس بدوره على رفع كفاءة الأداء والارتقاء بمستوى ميزة المؤسسة التنافسية .

وكذلك أظهرت النتائج بأن مستوى استثمار الجانب التحفيزي متباينة المستوى ضمن إدارات هذه التشكيلات والتي تعد من أهم أدوات التأثير الإيجابي في بيئة العمل للارتقاء بمستوى الإبداع الإداري والتنظيمي ، ويعزو الباحثان نتيجة المستوى الجيد لبعدها (البيئة الداخلية والخارجية) الى امتلاك إدارات هذه تشكيلات وزارة الشباب والرياضة وعي إستراتيجي مقبول تتمكن من فهم بيئتها التنظيمية ، وتعمل على تقديم رؤى تنظيمية بخصوص المقومات التي تمتلكها لتعزيزها ومعالجة نقاط الضعف بأفكار وخطط إستراتيجية بعيدة المدى ، وتظهر مرونة إدارية عالية ومتزنة في التكيف مع المتغيرات والتحديات التي تواجه بيئتها من خلال ترسيخ ثقافة تنظيمية قابلة للتجديد المستمر تمكنها من الربط المنطقي بين متطلبات بيئتها الداخلية والخارجية لضمان تحقيقها لأهدافها المرسومة

إذ يشير (مرفوع ، 2018 ، 94) الى أنه كلما انسجمت المؤسسة مع محيطها الخارجي وبيئتها الداخلية انعكس أيجاباً وبمدى واسع على مستوى الإبداع والابتكار في أروقتها وعززت من درجة تنميتها المستدامة .

4- الاستنتاجات والتوصيات

1-4 الاستنتاجات

- 1- هناك تباين في مستوى إدراك ووعي تشكيلات وزارة الشباب والرياضة لمدى أهمية ودور العلاقات العامة بكونها وظيفة اتصالية ذات طبيعة استشارية وتنفيذية مستمرة .
- 2- تتمسك عدد من هذه التشكيلات بالأساليب الاتصالية التقليدية في إدارة العلاقات العامة ضمن بيئتها الخارجية والداخلية .
- 3- لا توظف إدارات عدد من تشكيلات وزارة الشباب والرياضة بشكل فعال ومهني ، ومتكامل قنوات الإعلام الرقمية التفاعلية الحديثة ، وشبكات التواصل الاجتماعي في أدائها الإداري والتنظيمي .
- 4- مستوى التوظيف المؤسسي في هذه التشكيلات لا تستند الى معايير وظيفية تخصصية ذات صلة بمجال إدارة العلاقات العامة .
- 5- تمتلك إدارات عدد من تشكيلات وزارة الشباب والرياضة مرونة إدارية تمكنها من التكيف مع المتغيرات والتحديات التي تواجه بيئتها وفق ثقافة تنظيمية قابلة للتجديد .
- 6- تمتلك إدارات عدد من تشكيلات وزارة الشباب والرياضة قدرة تمكنها من الربط المنطقي بين متطلبات بيئتها الداخلية والخارجية لضمان تحقيق أهدافها المستقبلية .
- 7- برامج التدريب والتطوير التي تعتمدها إدارات عدد من تشكيلات وزارة الشباب والرياضة لرفع مهارات العاملين فيها لا تلبي طموح ورغبات ملاكاتها ولا تحقق رضا بيئتها الداخلية والخارجية .
- 8- مستوى الأداء الإداري والاستثماري والتسويقي ، والإعلامي لا تلبي طموح ملاكات عدد من تشكيلات وزارة الشباب والرياضة.

2-4 التوصيات

- 3- تشجيع تشكيلات وزارة الشباب والرياضة على تبني أسس وأبعاد إستراتيجيات العلاقات العامة المعتمدة في هذه الدراسة ضمن تشكيلات وزارة الشباب والرياضة العراقية .
- 4- تبني برامج توعوية ، وتثقيفية لترسيخ ، وإشاعة الدور الاتصالي الفعال لإدارة العلاقات العامة الاستشارية والتنفيذية .
- 5- تفعيل نظام اتصالات نشطة ، وفعالة تسهم في تنمية مهاراتهم وقدراتهم الوظيفية بدلاً من الأساليب التقليدية في إدارة العلاقات العامة ضمن تشكيلات وزارة الشباب والرياضة .
- 6- تبني برامج تدريبية وتأهيلية وتطويرية لكل العاملين في تشكيلات وزارة الشباب والرياضة وحسب تخصصهم لتنمية معارفهم ، ومهاراتهم الحياتية .
- 7- السعي للتوظيف الفعال ، والمهني ، والمتكامل ضمن تشكيلات وزارة الشباب والرياضة لقنوات الإعلام الرقمية التفاعلية الحديثة.
- 8- اعتماد معايير أكاديمية ومهنية وحسب التخصص ، والكفاءة ، والخبرة في التوظيف المؤسسي في الهيكل التنظيمي في عدد من تشكيلات وزارة الشباب والرياضة ذات العلاقة المباشرة بالعلاقات العامة والاتصال المؤسسي .
- 9- اعتماد عمليات البحث والتطوير والتقييم القائم على أسس ومعايير علمية لتحقيق التكامل الإداري والتنظيمي في تشكيلات وزارة الشباب والرياضة ، وتنمية قدرتها على مواكبة التغييرات المتسارعة في بيئتها الخارجية .
- 10- اعتماد وتبني جميع المفاهيم المتعلقة بإدارة العلاقات العامة وضمن جميع مستوياتها التنظيمية ، وفي عملياتها الاستثمارية ، والتسويقية ، والإعلامية وفق الإستراتيجيات والتقنيات التكنولوجية الحديثة .

11- تعزيز قدرات التفاعل مع التغيير بما يتوافق مع التحولات الرقمية ، والتغيرات المؤسساتية والمجتمعية ضمن تشكيلات وزارة الشباب والرياضة .

المصادر :

- إبراهيم فيصل خلف نوفان العزاوي ؛ القيادة الرؤيوية ودورها في إدارة المواهب الرياضية وفق الكفايات التدريبية لمدربي اندية الدوري الممتاز بالكرة الطائرة من وجهة نظر اللاعبين : (أطروحة دكتوراه غير منشورة ، جامعة تكريت / كلية التربية البدنية وعلوم الرياضة ، 2020) .
- أحمد نجم عبدالله ومروان خيرو ياسين ؛ الثقافة التنظيمية وعلاقتها بالكفاءة المهنية لرؤساء الاندية الرياضية في المنطقة الشمالية في لعبة كرة الطائرة : (مجلة الثقافة الرياضية ، جامعة تكريت ، المجلد 11 ، العدد 2 ، 2020) .
- بنيامين بلوم وآخرون ؛ تقييم تعلم الطالب التجميعي والتكويني ، ترجمة: محمد أمين المفتي وآخرون: (القاهرة ، دار ماكروهيل ، 1983) .
- جعفر عبد كاظم المياحي ؛ القياس والتقويم التربوي ، ط1: (عمان، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع ، 2011) .
- خطاب عبدالله جاسم وحמיד أحمد محمد ؛ المهارات الناعمة لمديري المدارس الثانوية من وجهة نظر مدرسي التربية الرياضية: (مجلة الثقافة الرياضية ، جامعة تكريت ، المجلد 16 ، العدد 1 ، 2025) .
- محمد نصر الدين رضوان؛ المدخل إلى القياس في التربية البدنية والرياضية، ط1: (القاهرة، مركز الكتاب للنشر، 2006) .
- مرفوع ناجي كليب ؛ جودة الأداء لدى مدرسي التربية الرياضية في محافظة صلاح الدين من وجهة نظر المشرفين الفنيين : (مجلة الثقافة الرياضية ، جامعة تكريت ، المجلد 15 ، العدد خاص ، الجزء 2 ، 2025) .
- مصطفى طالب حمادي وإبراهيم فيصل العزاوي ؛ بناء مقياس لرشاقة التنظيمية لمدرء اقسام الموهبة الرياضية من وجهة نظر المشرفين الفنيين : (مجلة الثقافة الرياضية ، جامعة تكريت ، المجلد 15 ، العدد 1 ، 2024) .
- هيمن هوشيار كريم وآخران ؛ التخطيط الإستراتيجي وعلاقته بالإبداع الإداري لدى أعضاء الهيئات الإدارية للأندية الرياضية في إقليم كردستان – العراق : (مجلة الثقافة الرياضية ، جامعة تكريت ، المجلد 12 ، العدد 2 ، الجزء 2 ، 2012) .

ملحق (1)

مقياس إستراتيجيات العلاقات العامة بصيغته النهائية



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة تكريت

كلية التربية البدنية وعلوم الرياضة

الأخوة العاملين في تشكيلات وزارة الشباب والرياضة العراقية :

نهديكم تحياتنا وبعد ...

يروم الباحثان إجراء البحث الموسوم " مقياس إستراتيجيات العلاقات العامة لعدد من تشكيلات وزارة الشباب والرياضة" ولكونكم من العاملين في تشكيلات وزارة الشباب والرياضة العراقية " يضع الباحثان بين أيديكم المقياس المرفق طياً ، راجياً الاطلاع على عباراته والإجابة عنها وفق ما ترونه مطبقاً في أنديتكم بشكل فعلي من خلال وضع إشارة (✓) أمام كل عبارة وتحت البديل المناسب . مثال ذلك :

بدائل الإجابة					العبارات	ت
لا أتفق أبداً	لا أتفق	محايد	أتفق	أتفق تماماً		
					تعتمد الشفافية في تعاملها مع كافة تشكيلات الوزارة.	1

علماً بأن جميع هذه المعلومات ستحاط بسرية تامة وتستخدم لأغراض البحث العلمي فقط. ولا داعي لذكر الاسم أو التوقيع على الاستمارة وكلنا ثقة بدقة إجابتكم والتي ستستخدم في مسيرة البحث العلمي .

شكراً لوقتكم الثمين الذي منحتمونا أياه وتقبلوا منا فائق الشكر والامتنان .

الباحثان

إستراتيجيات العلاقات العامة : تمثل إطاراً تخطيطياً وتنفيذياً شاملاً تتبناه الوزارة ضمن تشكيلاتها المتنوعة بغية بناء صورة ذهنية إيجابية تجاه أداؤها من خلال أساليب وتكتيكات إدارية محددة وقنوات اتصال فعالة وتوقيتات التنفيذ لتحقيق أهداف محددة بما يعزز من دعم النشاطات الشبابية المتنوعة وتحقيق أهداف التنمية المؤسسية .

ت	العبارات	بدائل الإجابة			
		أتفق تماماً	أتفق	محايد	لا أتفق
إدارة دانرتنا :					
1	تحاول تبيان سياساتها بأساليب واضحة .				
2	تُنظّم المنصات ومواقع التواصل والروابط الإلكترونية الخاصة بالوزارة .				
3	تختار ضمن فريق عملها من هو مؤهل لأداء واجباتها.				
4	تسعى لتلبية احتياجات العاملين كافة .				
5	تعتمد الدراسة والبحث وتحليل بيئة العمل الداخلية والخارجية .				
6	تعتمد الشفافية في تعاملها مع كافة تشكيلات الوزارة.				
7	تعتمد الحوارات وتبادل الآراء والاقتراحات مع وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي كافة.				
8	يجيد منتسبي فن التعامل مع الآخرين بكفاءة عالية				
9	تنتهج سياسية التكافل الاجتماعي مع المنتسبين كافة				
10	تقدم المشورة للاستفادة من مكامن القوة لتعظيمها والضعف لمعالجتها .				
11	تسهم في تبسيط مفاهيم رسالة الوزارة لدى جميع منتسبيها.				
12	تزود وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعية كافة بالمعلومات عن برامج الوزارة				
13	يتقن منتسبي مهارات استخدام التقنيات الحديثة والتكنولوجيا .				
14	تشارك في المناسبات الاجتماعية كافة للعاملين في الوزارة .				
15	تذكر بالفرص المتاحة والمناسبة لتنمية إداء الوزارة في تحقيق اهدافها .				
16	تنطلق بأدائها وفق الخطط المرسومة من قبل الوزارة .				
17	تجمع المعلومات من جمهور الوزارة الداخلي والخارجي وتقدمها لأصحاب القرار .				
18	يستطيع منتسبي من التعامل مع التحديات والأزمات بحكمة				
19	تشجع في إداء الرأي ومكافئة العاملين المتميزين في الوزارة				
20	تتعامل بمرونة مع متطلبات التغيير في بينها.				
21	تُشعر المعنيين بتنفيذ الخطط التي رسمتها الوزارة				
22	توضح لجمهور الوزارة الداخلي والخارجي المفاهيم التي قد ساء فهمها .				

بدائل الإجابة					العبارات	ت
لا أتفق أبداً	لا أتفق	محايد	أتفق	أتفق تماماً		
إدارة دانرتنا :						
					تقسم المهام الإدارية حسب التخصص والخبرة .	23
					تعمل على تنظيم اللقاءات الاجتماعية لتوطيد العلاقات بين العاملين في الوزارة .	24
					تتمكن من الربط المنطقي بين متطلبات البيئة الداخلية والخارجية لضمان تحقيق الأهداف المرسومة .	25
					تعقد الاجتماعات الدورية مع تشكيلات الوزارة لضمان انسيابية الأداء.	26
					تبين عبر منصات التواصل دور وأهمية جمهور الوزارة لديها .	27
					تتمكن من لعب دور الوسيط الفاعل بين أصحاب القرار والعاملين في الوزارة .	28