

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire

Ministère de l'Enseignement Supérieur
et de la Recherche Scientifique
Université Akli Mohand Oulhadj - Bouira -
Tasdawit Akli Muḥend Ulḥağ - Tubirett -



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة أكلي محمد أولحاج
- البويرة -

Faculté des Sciences Sociales et Humaines

كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية

قسم: علوم الإعلام والاتصال

وظيفة العلاقات العامة وانعكاساتها على أداء المؤسسات الرياضية

دراسة حالة مديرية الشباب والرياضة (DJS) بولاية البويرة

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذة:

* اخلف كنزة

إعداد الطلبة:

* روابح عبلة

* عبدو غنية

السنة الجامعية: 2022/2021

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر وتقدير

قال ﷺ: ﴿من لم يشكر الناس لم يشكر الله﴾

في البداية نشكر الله عز وجل الذي وفقنا لإتمام هذا العمل المتواضع

كما تتوجه بالشكر الجزيل إلى كل من ساعدنا على إنجاز هذا البحث سواء

من قريب أو من بعيد، كما يسعدنا أن تتقدم بأسمى التقدير وجزيل الشكر

إلى الأستاذة المشرفة * أخلف كثر * التي لم تبخل علينا بنصائحها القيمة

التي مهدت لنا الطريق لإتمام هذا البحث، ولا يفوتنا أن تتقدم بجزيل الشكر والعرفان

إلى الوالدين الكريمين والإخوة والأخوات والأهل والأقارب والأصحاب كل باسمه

وإلى كل من قدم لنا يد العون والمساعدة.

دون نسيان أساتذة كلية الاعلام والاتصال

وجميع طلبة دفعة 2022 .

عبلة - غنية

الملخص باللغة العربية:

وظيفة العلاقات العامة وانعكاساتها على أداء المؤسسات الرياضية

وظيفة العلاقات العامة وانعكاساتها على أداء المؤسسات الرياضية لها تأثير كبير على أداء الأفراد العاملين بها سواء سلبا أو إيجابا وهي موجودة في أي مؤسسة لذلك جاءت دراستي التي تهدف إلى الكشف عن وقع ممارسة العلاقات العامة في المؤسسات الرياضية سواء مع جمهورها الداخلي والخارجي وانعكاساتها على أدائها واعتبارها كنموذج بالنسبة للمؤسسات الجزائرية وذلك من خلال الإجابة على الإشكالية المطروحة: ما هي انعكاسات وظيفة العلاقات العامة على أداء المؤسسات الرياضية؟ وقد تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي لملائمته موضوع الدراسة، ولتحقيق أهداف الدراسة تمثلت الأداة المستخدمة في جمع البيانات في الاستمارة وتكونت العينة من 40 موظف، وقد اشتملت على ثلاث محاور، وتم استخدام التكرار والنسب المئوية لتحليل استجابات أفراد عينة الدراسة، حيث كشفت نتائج هذه الدراسة عن وجود انعكاسات إيجابية لوظيفة العلاقات العامة على أداء المؤسسات الرياضية.

الملخص باللغة الإنجليزية:

Abstract

The function of public relations and its implications for the performance of sports institutions

The function of public relations and its implications for the performance of sports institutions has a significant impact on the performance of the individuals working in them, whether negatively or positively, and it is present in any institution. Therefore, my study came, which aims to reveal the impact of the practice of public relations in sports institutions, both with its internal and external audience, and its repercussions on their performance and considering it as a model. As for the Algerian institutions, by answering the problem posed: What are the implications of the public relations function on the performance of sports institutions?

The descriptive analytical approach was used for its relevance to the subject of the study, and to achieve the objectives of the study, the tool used to collect data was in the form and the sample consisted of 40 employees, and it included three axes. Frequency and percentages were used to analyze the responses of the study sample members. The results of this study revealed: The presence of positive repercussions of the function of public relations on the performance of sports institutions.

مقدمة:

شهدت العقود الثلاثة الأخيرة من القرن العشرين تطورا كبيرا على مستوى العديد من المصطلحات الاتصالية التي شغلت بال الكثير من العلماء في المجال الاتصالي والإعلامي. ولنأخذ مصطلح العلاقات العامة كنموذج حيث اختلفت حوله العديد من الآراء والمفاهيم وهذا كون العلاقات ظاهرة اجتماعية قديمة قدم الإنسان والذي لا بد له أن يتعايش مع الآخرين بالرغم من اختلافه معهم فمع تطور الإعلام واتساع الساحة الإعلامية وكثرة النشاطات الاجتماعية بين الأفراد والهيئات بمختلف أنواعها وأشكالها، تطور مفهوم العلاقات العامة وحظي بعناية كبيرة لم يسبق لمفاهيم أخرى أن اكتسبتها وتحولت العلاقات العامة من مجرد علاقات عابرة إلى علاقات ذات أسس ومبادئ وقواعد مهنية خاصة في ضل الإدارات الحديثة المعاصرة وتعدد نطاق استخدامه من مؤسسات عامة وخاصة... وغيرها.

إذن فإن جودة مفهوم العلاقات العامة في المؤسسات الجزائرية وصعوبة تطبيقه على الميدان هو ما دفع إلى إهمال الدور الحقيقي لهذه الأخيرة داخل المؤسسات وإن كان هنالك اهتمام فهو ينصب على دورها خارجيا حيث تركز على تحقيق الرضا والتفاهم بين المؤسسة والجمهور الخارجي وتسعى إلى تحسين الخدمات المقدمة لهم وهذا حساب الجمهور الداخلي، فبالرغم من الاطلاع على وظائفها إلا أنها لا تحسد على أرض الواقع.

وفي هذا الاطار سعت هذه الدراسة إلى التركيز على مؤسسات هامة وحساسة، ألا وهي مديرية الشباب والرياضة لولاية البويرة، وتستخدم العلاقات العامة كوسيلة لتحقيق أهدافها وبلوغ غاياتها، ومن هنا نريد معرفة الواقع الفعلي للعلاقات العامة في المؤسسة ومدى مساهمتها في تحسين اداء الموظفين بما وهو الهدف الأساسي المرجو بلوغه من خلال الدراسة.

وتعتبر العلاقات العامة ضرورة من ضروريات الحياة فأيما يوجد تجمع انساني فلا بد من قيام علاقات جيدة بين افراد هذا المجتمع وبدون أي تفاهم تنشأ الخلافات وتبدأ الصراعات فالعلاقات، مرآة عاكسة للوضع القائم فاذا كانت المرأة غير سليمة فإنها تعكس صورة مشوهة أما اذا كانت سليمة ولامعة فإنها تعكس التفاهم الطيب بين المنظمة وجمهورها وتكمن أهمية العلاقات العامة كونها من ادوات الاتصال الجماعي حيث تستطيع ان تقوم بدورها في تزويد الجمهور بحقائق تمكنه من تكوين آراء منطقية سليمة حول المسائل المختلفة وحاجة المنشآت التي تتعامل مع الأفراد والجماعات وخاصة تلك المنشآت او المؤسسات التي تمارس نشاطها او خدمة لها ارتباط.

وفي هذه الدراسة سنتطرق إلى المعلومات النظرية المتمحورة حول موضوع البحث، والمتكونة من قسمين، الجانب النظري، والجانب التطبيقي (الميداني).

الفصل الأول: الإطار المنهجي، الفصل الثاني: العلاقات العامة، الفصل الثالث: المؤسسات الرياضية

الفصل الرابع: منهجية الدراسة، الفصل الخامس: عرض وتحليل ومناقشة النتائج، استنتاج عام وخاتمة.

الفصل الأول

الإطار المنهجي

1- إشكالية الدراسة:

يعتبر الاتصال عملية أساسية للنشاط الإنساني، فهو يؤدي الى تحقيق التماسك بين الأفراد والجماعات، بل وحتى التنظيمات التي أصبح نجاحها في كثير من الأحيان مرتبط بمدى توظيفها للعديد من أشكال الاتصال المؤسساتي، حيث مع ازدياد أعداد المؤسسات والتوسع الكبير في أحجامها، وتداخل المفاهيم ظهرت ضرورة الإقامة علاقات مع جمهور المؤسسة سواء داخلي أو خارجي التي جسدت هذه العلاقة في شكل وظيفة إدارية أطلق عليها العالقات العامة التي تعد فن الاتصال الذي يسعى إلى صناعة علاقات متميزة بين المؤسسة وجمهورها، فمنذ ظهورها في القدم، أصبحت الآن كوظيفة حديثة في المؤسسات التي تعمل على تحسين صورة المؤسسة وبناء الثقة لديها من أجل كسب تأييد آراء الجمهور.

وأصبح نجاح الكثير من المؤسسات مرهونا إلى حد كبير بقوة إدارة العلاقات العامة وتنظيمها وفعاليتها، حيث نجد العالقات العامة على اختلاف مجالاتها تولد اهتمام كبيرا خاصة لكل مؤسسة خدمتية، لما لها من دور كبير في هيكلة الاتصال داخليا وخارجيا، وما يلاحظ أن دورها ومكانتها وأهميتها تختلف من مجتمع إلى آخر، فمثال العالقات العامة في الدول المتقدمة كالولايات المتحدة الأمريكية قد خطت خطوات جبارة فوصلت إلى مراحل متطورة والمساهمة في اتخاذ القرارات على عكس الدول النامية التي لم تضع لهما إلى حد الآن مكانة مخصصة لها بالرغم من أهميتها، تجد المؤسسات الرياضية الجزائرية على اختلافها بحاجة ماسة إلى وظيفة العالقات العامة التي تعتبر هذه الأخيرة أداة من أدوات عمل المؤسسة الخدماتية وسبب من أسباب نجاحها فهي وسيلة من وسائل تفاعل الجمهور من خلال أظالعه على أخبار المؤسسة ومختلف سياساتها حيث أصبحت العالقات العامة بمثابة الركيزة الأساسية في العملية الإدارية والتي يمكن أن تزيد من فاعلية وحدات المؤسسة الرياضية بتوفير عدة آليات منها فتح قنوات اتصالية مع الجمهور الداخلي والخارجي وتفعيل التواصل لهما، في ظل ازدياد أهمية كسب تأييد آراء جماهير المؤسسات الخدماتية الجزائرية، من بين هذه الأخيرة نطرح التساؤل التالي:

- ما هي انعكاسات وظيفة العلاقات العامة على أداء المؤسسات الرياضية؟

2- التساؤلات:

- ما هو واقع العلاقات العامة في مديرية الشباب والرياضة؟
- ما هي الوسائل التي تستخدمها مديرية الشباب والرياضة لتحقيق الاتصال بجماهيرها الداخلية والخارجية؟
- كيف تؤثر العلاقات العامة على أداء مديرية الشباب والرياضة؟

3- أسباب اختيار الموضوع:

من المبررات التي دفعتنا لاختيار الموضوع:

- الأسباب الموضوعية:

- معرفة وظيفة العلاقات العامة كنشاط وكوظيفة في أرض الواقع، وانعكاسها على أداء المؤسسات الرياضية والدور الذي تلعبه في تحسينها وترقية أدائها.

- الأهمية المتزايدة التي تعرفها العلاقات العامة في شتى المجالات وخاصة على مستوى المنظمات الرياضية.

- الأسباب الذاتية:

- يعد موضوع العلاقات العامة من المواضيع التي لم تحظى بالقسط الكافي من الدراسة والبحث، خاصة ضمن التخصص الذي أدرسه.

- رغبة الطالبان في تناول هذا الموضوع كونه يدخل ضمن اهتماماتي الخاصة، وكذلك الرغبة في معرفة واقع ممارسة العلاقات العامة في المؤسسات الرياضية، وخاصة مديرية الشباب والرياضة لولاية البويرة.

4- أهمية الدراسة:

يكتسي موضوع الدراسة أهمية بالغة سواء من الناحية العلمية أو العملية، ويمكن تبيان هذه

الأهمية فيما يلي:

- الأهمية العلمية:

تظهر أهمية العلاقات العامة كوظيفة إدارية وكنشاط ممارستي في عالم الإدارة والأعمال، في كسب ثقة وولاء الجمهور ونشر الوعي والتأثير في الرأي العام المحلي بالإضافة إلى ذلك تعد العلاقات العامة عامل من عوامل بناء وتقوية العلاقات الإنسانية وتدعيم نشاط الاتصال الإدارية بمحيطها وبيئتها داخلية والخارجية .

- الأهمية العملية:

الاستفادة والاستزادة من مثل هذه الدراسات الميدانية في جانب العملي وتبسيط الضوء على

موضوع فيه جوانب عملية مهمة دون إهمال جوانبه العملية.

5- أهداف الدراسة:

- ومن خلال تناولنا للموضوع رسمنا الأهداف كالاتي.
- تدعيم الأبحاث العلمية والدراسات الأكاديمية في ميدان العلاقات العامة داخل الإدارة الرياضية عموما ومديرية الشباب والرياضة لولاية البويرة خصوصا.
- معرفة مكانة وموقع العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للمديرية.
- الكشف عن وقع ممارسة العلاقات العامة في المؤسسات الرياضية سواء مع جمهورها الداخلي والخارجي وانعكاساتها على أدائها.
- محاولة معرفة انعكاسات العلاقات العامة على الأداء في المؤسسات الرياضية.

6- حدود الدراسة:

- الحدود المكانية: جرت الدراسة على مستوى مديرية الشباب والرياضة لولاية البويرة.
- الحدود الزمانية: تم الشروع في هذا البحث خلال الموسم 2022/2021.

7- منهج الدراسة ونوعها:

- **المنهج الوصفي:** الذي أردنا من خلاله التوصل إلى معرفة دقيقة وتفصيلية عن عناصر الموضوع، وهو المنهج الذي يقوم الباحث بوصف الظاهرة كم هي في الواقع وصفا دقيقا كما وكيفا، حيث من خلاله يتم جمع تصنيف وترتيب وعرض وتحليل وتفسير تركيب للمعطيات النظرية والبيانات الميدانية بغية التوصل إلى النتائج عملية. (رشيد زرواتي، 2009، ص51)
- **منهج دراسة حالة:** يستخدم لوصف أو تفسير أو تقويم ظواهر اجتماعية معينة، فهو يسمح بدراسة المجموعات السكانية باهتمامه بطرق وأساليب عملها وتفكيرها وإحساسها عندما تريد هذه المجموعات ويستعمل وسائل متنوعة في تقصيه تحقيقه ذلك، ومن بين هذه الوسائل: الملاحظة، المقابلة والاستبيان (الاستمارة)، سواء كان ذلك مع الأفراد أو المجموعات المكونة.

8- تحديد مجتمع البحث وعينه:

- **المجتمع:** من الناحية الاصطلاحية هو تلك المجموعة الأصلية التي تأخذ منها العينة وقد تكون هذه المجموعة فرق، تلاميذ، أو أي وحدات أخرى. (محمد علي، 1986، ص181).
- إن المجتمع يعتبر شمول كافة وحدات الظاهرة التي نحن بصدد دراستها وهذا ما يشمل جميع الإطارات والموظفين بمديرية الشباب والرياضة لولاية البويرة، وبعد الاتصال بإدارة زودتنا هذا الأخيرة بتعداد الإطارات والموظفين وهو 50 موظف المسجلين لسنة 2022.

- **العينة:** وتعتبر خطوة العينة من أهم الخطوات المنهجية حيث أن الاختيار الأمثل للعينة يضمن للباحث النجاح في باقي خطوات دراسته مما يؤدي إلى مصداقية أكبر، وهذا ما أدى بنا إلى مراعاة مجموعة من الجوانب الهامة والمساعدة؛ لتمثل عينتنا المجتمع الأصلي في مختلف نواحيه.

اعتمدنا في الدراسة الحالية على أسلوب الحصر الشامل، وذلك نظرا لصغر مجتمع الدراسة، وهذا ما سهل علينا توزيع استمارة الاستبيان على جميع الموظفين والمتمثلة في (40) موظف، وذلك بعد استبعاد أفراد عينة الدراسة الاستطلاعية.

9- أدوات جمع البيانات:

- **الاستمارة:** تعتبر الاستمارة إحدى وسائل الحصول على المعلومات، والتي تستعمل في نطاق واسع، وهي أداة تتضمن مجموعة من الأسئلة أو الجمل الخبرية التي يطلب من المفحوص الإجابة عنها بطريقة يحددها الباحث حسب أغراض البحث، وعليه تم الاعتماد على استمارة موجهة للموظفين بالمديرية.

- **المقابلة:** أجريت العديد من المقابلات عند الزيارة الميدانية، وطرحت مجموعة من الأسئلة للتعرف على الدور الذي تلعبه العلاقات العامة في ترقية أداء مديرية الشباب والرياضة لولاية البويرة.

- **الملاحظة:** تعتبر الملاحظة أدوات جمع البيانات التي تستخدم في البحوث الميدانية لجمع البيانات التي لا يمكن الحصول عليها، عن طريق الدراسة النظرية، كما تستخدم في البيانات التي لا يمكن جمعها عن طريق الاستمارة أو المقابلة والتسجيلات الإدارية والإحصائيات الرسمية... (رشيد زرواتي، 2009، ص142)

10- تحديد المفاهيم والمصطلحات:

- **العلاقات العامة:**

العلاقات: "وتعني التواصل الناجم عن تفاعل فردين أو أكثر وتتحقق هذه العلاقات بعد حدوث فعل ورد فعل إيجابي وتكون حصيلة علاقات اجتماعية وتعاونية أو على العكس من ذلك يكون سلبيًا يقود إلى علاقات متوترة قد تؤدي إلى التفكك والاختلاف بين الأفراد". (محمد صاحب سلطان، 2011، ص38)

العامة: " فتعني كل جماعة أو شريحة من المجتمع تكون المنظمة على علاقة بها، وذلك مثل جمهور العاملين أو الهيئات الحكومية". (محمد صاحب سلطان، 2011، ص39)

التعريف الإجرائي: تعد العلاقات العامة إحدى الوظائف الإدارية المهمة التي تقوم بها أجهزة مختصة يشرف عليها فرد أو مجموعة الأفراد من داخل المنظمة والتي تعمل على توثيق علاقة المنظمة مع

جمهورها الداخلي والخارجي بهدف خلق صورة طيبة في أذهان ذلك الجمهور، وفق التعامل الإنساني والأخلاقي السليم، ومن خلال وسائل الاتصال والإعلام المتاحة.

- الأداء:

أ- لغة: يشير المعنى اللغوي للفعل أدى إلى معنى المشي مشيا ليس بالسرير ولا بالبطيء، وأدى الشيء أي قام به، ويقال بلغ الدين بمعنى قضاها، وأدى فلان الصلاة أي قام بها لوقتها، وأدى الشهادة أي أدلى بها، وأدى إليه الشيء، أوصله إليه. (العايد أحمد وآخرون، 1989، ص 857)

ب- اصطلاحا: "الأداء هو قيام الفرد بالنشاطات المختلفة المستقرة الضمنية أو الظاهرة المحسوسة عمله والمحدد الأبعاد ثلاث هي: كمية الفعل ونوعيته ونمطه". (محمد عاطف حجازي، 2003، ص 203)

- وتعرفه رواية حسن الأداء على أنه الأثر الصافي لجهود الفرد". (رواية حسن، 2001، ص 210)

- التعريف الإجرائي: هو محصلة المجهود الذي يبذره العامل سواء كان هذا المجهود فكريا أو عضليا مقابل أجر يتلقاه من جراء هذا العمل الذي يكون إنتاجي أو خدماتي من كل الجنسين من أجل تحقيق أهداف المؤسسة التي يعمل بها.

- المؤسسات الرياضية:

- اصطلاحا: هي جماعة ذات تنظيم مستمر تتألف من عدة أشخاص طبيعيين أو اعتباريين ويكون الغرض منها تحقيق الرعاية للشباب وإتاحة الظروف القومية والاجتماعية المناسبة لتنمية قدراتهم في إطار السياسة العامة للدولة. (عصام بدوي، 2001، ص 379)

التعريف الإجرائي:

هي عبارة عن هيئة لها الشخصية الاعتبارية ينشئها المجتمع لخدمة القطاع الرياضي من كافة الجوانب، بحيث يكون لها هيكل تنظيمي يتفق مع حجم هذه المؤسسة وأهدافها بما يعود بالنفع لخدمة المجتمع متماشيا ذلك مع أهدافه.

11- الدراسات السابقة:

يمكن حصر الدراسات السابقة التي صلة بموضوع دراستنا والتي تم الاستفادة منها في دراستين هذه على النحو التالي:

الدراسة الأولى: وهي عبارة عن بحث أكاديمي في إطار إنهاء رسالة مكملة لنيل شهادة الماجستير للطالبة بعنوان " العلاقات العامة في المؤسسة الصناعية - مسعودي كلثوم للسنة الجامعية (2006/2007)، فقد أرادت الطالبة إبراز أهمية العلاقات العامة في المؤسسة الصناعية، ولذلك فقد

اعتمدت على تساؤل رئيسي فحواه :

- ما واقع العلاقات العامة في المؤسسة الصناعية؟

وقد تفرعت عنه أربع أسئلة فرعية وهي على التالي:

- ما مكانة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للمؤسسة الصناعية ؟

- هل هناك متخصصين في العلاقات العامة ؟

- ما هي الوسائل الإتصالية الأكثر إستعمالا في إدارة العلاقات العامة ؟

- ما هي المشاكل التي تحد من فعالية إدارة العلاقات العامة في المؤسسة الصناعية ؟

فقد اندرجت هذه الدراسة ضمن المنهج الوصفي التحليلي و التي تستعمل التقنيات الكمية في معالجة المعلومات و البيانات، أما عينة الدراسة فكانت العينة الطبقية العشوائية حيث تم تقسيم مجتمع الدراسة إلى طبقات متجانسة إعتقادا على مجال العمل. وإستعملت الطالبة الإستمارة كأداة أساسية لجمع البيانات، مدعمة ذلك بالملاحظة و المقابلة ، التي أجرتها مع بعض مسؤولي المؤسسة موضوع البحث في الأخير فقد خلصت الطالبة إلى النتائج التالية:

- توصلت الدراسة إلى أن مكانة العلاقات العامة متواضعة جدا فوظيفة العلاقات العامة هي وظيفة مشتركة بين جميع عمال المؤسسة ، أما فيما يخص العلاقات العامة كجهاز أو قسم أو إدارة قائمة بذاتها تشرف على مختلف الأنشطة خاصة الإتصالية منها غير موجودة. مع العلم أنه يوجد مكتب الإعلام والإتصال ، ويشرف على هذا المكتب موظف واحد ، وهو تابع مباشرة لمكتب المدير العام . تتحصر مهمته في ما يكلف به السيد الرئيس المدير العام.

الدراسة الثانية: وهي عبارة عن "رسالة ماجستير" في تخصص الاتصال وعلاقات العامة للطالبة الباحثة "عبواج عذراء" بعنوان "واقع العلاقات العامة في الإدارة المحلية الجزائرية" دراسة ميدانية ببلدية قسنطينة جامعة قسنطينة (2009/2008)، وأهم ما عالجه هذه الدراسة العلاقات العامة وذلك انطلاقا من الأهمية البالغة التي تكتسيها في عالم الإدارة والأعمال وكونها مقوم إستراتيجي من مقومات الإدارة الحديثة الناجحة، وباعتبارها وسيلة فعالة لإطلاع الجماهير على الأهداف والخطط والمجهدات وبذلك يمكن كسب تأييد الرأي العام وثقته واحترامه، بالإضافة إلى ذلك تعد العلاقات العامة من عوامل بناء وتقوية العلاقات الإنسانية وتدعيم نشاط الاتصال الإدارة بمحيطها وبيئتها الداخلية والخارجية ومن النتائج المتواصل إليها من خلال هذه الدراسة.

- إهمال مسألة إيجاد جهاز للعلاقات العامة داخل الهيكل التنظيمي في الإدارة المحلية.

- أن وجود العلاقات العامة له أهمية قصوى في الإدارة المحلية، حيث يساعدها على توثيق الصلة بينها وبين الجماهير المتعاملة معها.

- أن العلاقات العامة عبارة عن وسيلة للحد من وقوع الوحدات المحلية في الخطاء عند اتخاذ القرارات التي تتعارض مع إرادة السكان والمواطنين المحليين.

- **الدراسة الثالثة:** وهي عبارة عن "مذكرة ماستر" في تخصص تنظيم وعمل، قسم علم الاجتماع للطالبة الباحثة "قرفي حليلة" بعنوان: "دور العلاقات العامة في تحسين أداء المؤسسة الخدمائية دراسة ميدانية في جامعة 8 ماي 1945 ، قالمة، جامعة قالمة (2016/2017)، ركزت هذه الدراسة على أهمية العلاقة العامة بالنسبة للمؤسسة التي تتعامل مع جمهورها الواسع وتقدم خدمات متنوعة له، وإن نجاح واستمرار أي مؤسسة مرهون بتكوين علاقات إيجابية بين جمهورها لإقامة التفاهم في مختلف نواحي الحياة، بالإضافة إلى تحسين أداء المؤسسة الخدمائية، دراسة ميدانية بجامعة 8 ماي 1945 قالمة وذلك بإلقاء نظرة على واقع ممارسة هذه الوظيفة في الجامعة باعتبارها المؤسسات الخدمائية لمعرفة إمكانية مطابقة الشيء الحاصل مع ما ينبغي أن يكون ومن النتائج المحصل عليها من خلال الدراسة:

- أن العلاقات العامة تأثر إيجابي في تحسين الأداء داخل المؤسسة عامة الجامعة كمؤسسة خدمائية خاصة.

- يوجد قسم خاص بالعلاقات العامة داخل الجامعة يعمل على توفير معرفة عميقة بظروف المؤسسة ويساعدها على تحقيق العلاقات المستمرة مع الجمهور، وهذا لا يعني أنها لا توجد صعوبات وعراقيل تعرقل من نشاطها ودورها في تحسين أداء المؤسسة.

التعليق على الدراسات السابقة:

قمنا بمجمع الدراسات السابقة التي لها علاقة بالدراسة الحالية وحاول أن يجمع أكبر قدر ممكن من الدراسات التي تتناسب مع هدف الدراسة الذي يتناول انعكاسات وظيفة العلاقات العامة على أداء المؤسسات الرياضية حتى يتم تحصيل أكبر فائدة من تناول تلك الدراسات أن حيث أجريت هذه الدراسات في الفترة ما بين 2021-2022 لذا تنوعت أهداف هذه الدراسات وفقا للهدف العام للدراسة.

وقد اتفقت اغلب هذه الدراسات فيما بينها من حيث المنهج فقد اعتمدت كلها على المنهج الوصفي، كما اختلفت وتنوعت عينات الدراسة وطرق اختيارها تبعا لتنوع مجتمع الدراسة فمنها من طبق على موظفي المؤسسات الصناعية، ومنها ما طبق على الجامعة، ومنها ما طبق على موظفي الإدارة المحلية، ومنها ما طبق على مؤسسات اقتصادية، في حين ستكون عينة دراستنا الحالية مكونة من

موظفي مديرية الشباب والرياضة لولاية البويرة وقد تم اختيار اغلب العينات اختيارا عشوائيا، ومنهم من اختار العينة القصدية. كما نجد أن هذه الدراسات قد اعتمدت على استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات في حين ستعتمد في دراستنا على استبيان العلاقات العامة.

الاستفادة من الدراسات السابقة:

أما عن أهم جوانب تلك الدراسات السابقة من حيث القائمة المرجوة ، فقد تمت الاستفادة منها في:

- تحديد المنهج المستخدم في الدراسة.
- تحديد نوعية وحجم وكيفية اختيار العينة وجميع الخطوات الإجرائية.
- ويعتبر هذا البحث في بعض جوانبه استكمالا لبعض الدراسات المرتبطة والتي ساهمت في اختيار المنهج والعينة وأدوات جمع البيانات وكذلك عرض وتفسير نتائج هذا البحث، وبهذا ستكون الدراسة كالاتي: "انعكاسات وظيفة العلاقات العامة على أداء المؤسسات الرياضية".

الفصل الثاني:

الإطار النظري

أولاً: العلاقات العامة

تمهيد:

إذا عرفنا أن كل نشاط في الحياة الحديثة يعتمد أساساً على الناس وأنه لكي ينجح هذا النشاط ويزدهر ينبغي أن يعرف الكيفية التي يمكنه بها أن يتعامل مع الناس، فإننا يمكن أن ندرك وأن نقدر مدى تعدد وتنوع المجالات التي تحتاج إلى علاقات عامة، ومدى أهمية العلاقات العامة وفعاليتها لها كعلم يهتم بآراء الناس واتجاهاتها وموقفها مع كل جماعة أو تنظيم.

ولذا اهتمت العلاقات العامة مكانتها داخل الهيكل التنظيمي في إدارات عديدة من المنظمات والمؤسسات الحديثة على الرغم من تفاوت الاهتمام بما داخل المنظمات إلا أنه أصبح من المسلم به أن الحاجة إلى العلاقات العامة حاجة ملحة وأن الإنفاق على أنشطتها وتنفيذ برامجها لا يعد ترفاً بل له مبرراته الموضوعية وقد انعكس الإدراك المتزايد لأهمية العلاقة العامة في شكل الإدارات المتخصصة في الهيئات والمنظمات التي تقوم بأداء المهام العلاقات العامة، وأصبحت العلاقات العامة اليوم تمديد المساعدة للعديد من المؤسسات في المجتمع المعاصر.

1.2. تعريف العلاقات العامة:

1.1.2. لغة: هي مفهوم مركب من كلمتين، العلاقات والعامة، وحسب ما ورد في المنجد الأبجدي فالعلاقات العامة هي مصدر علائق وتعني الصلات والروابط والاتصالات التي تتم بين هيئة أو مؤسسة ما، والجماهير التي تتعامل معها ولفظ كلمة عامة هي مؤنث ذكرها عام وجمعه عوام والعامة هي ما خالف الخاصة (إبراهيم القطان، دس، ص60)

ويعرفها معجم مصطلحات الإعلام على أنها عملية الاتصال بين المنظمات والجمهور وتشرح وتفسر كل منها للآخر، وحتى يمكن لهذه المنظمات النجاح في كسب ثقة الجمهور وفهمه وتأييده أي أن العلاقات العامة تعمل على إيجاد صلات ودية تقوم على أساس الفهم المتبادل. (أحمد زكي البدوي، 2001، ص11)

2.1.2. اصطلاحاً: العلاقات العامة هي النشاط الذي يقوم على توطيد الثقة والتفاهم المتبادل بين طرفين الحاكم والمحكوم، القائد وشعبه، الحكومة والجماهير، المؤسسة وجمهورها، بين أية هيئة أو مؤسسة باختلاف أنواعها، سواء كانت حكومية أم خاصة أو تجارية أم اجتماعية أم سياسية أو دينية أو رياضية من جهة، وبين فئات الجماهير ذات العلاقة مع تلك المؤسسة أو الهيئة سواء كانوا عاملين أو مساهمين أو مستهلكين أو مجهزين أو أفراد المجتمع المحيط بالمؤسسة بشكل عام جهة أخرى. (عبد الناصر أحمد، 2009، ص15)

- تعريف بعض الباحثين العرب للعلاقات العامة: تعريف محمد محمود الجوهري:

عرفها بقوله هي فن معاملة الجمهور، وكسب تأييد ورضاه أو هي الفن الذي يرسم الطريق للحصول على رضا الجماهير، وتحقيق المصلحة العامة. (محمد محمود جوهري، 1971، ص125)

تعريف إبراهيم إمام:

بأنها فن معاملة الناس والفوز بثقتهم ومحبتهم وتأييدهم ومعني ذلك ببساطة هو كسب رضى الناس بحسن المعاملة الصادرة عن صدق وإيمان بقيمة الإنسان في المجتمع. (إبراهيم إمام، 1968، ص08)

تعريف عبد الملك عودة:

بأنها عمليات الإعلام تهدف إلى شرح تفاصيل وأهداف نشاط الإدارة الحكومية وقيامها بتحميل أعبائها ومسئولياتها ونجاحها في تحقيق هذه الأعباء والمسئوليات.

تعريف الجمعية الدولية للعلاقات العامة:

تعرفها بأنها وظيفة إدارية ذات طابع خاص ومستمر قذف من خلالها المؤسسة العامة والخاصة إلى كسب تفاهم وتعاطف وتأييد أولئك الذين تختم بهم، وذلك عن طريق تقسيم الرأي العام المتعلق كما من أجل ربط سياستها وإجراءاتها قدر الإمكان لتحقيق التعاون المستمر ومقابلة المصالح العامة بدرجة أكفا عن طريق المعلومات المخططة وكثرتها. (محمد منير حجاب، 1995، ص32)

تعريف المعهد البريطاني للعلاقات العامة:

بأنها الجهود الإدارية المخططة والمستمرة لبناء وصيانة وتدعيم التفاهم المتبادل بين مؤسسة ما و جماهيرها. (غريب عبد السميع، 2006، ص40)

من خلال التعاريف السابقة تم التوصل إلى تعريف إجرائي للعلاقات العامة وهو كما يلي:

العلاقات العامة هي اتجاه أساسي وفلسفة إدارية، تقوم بوظائف متعددة وتتضمن نشاط ذا اتجاهين من المؤسسة إلى الجمهور في شكل نشاطات إعلامية ومن الجمهور على المؤسسة في شكل قياس وتقييم للرأي العام، وهذا النشاط لا يتوقف عند إقامة علاقات طيبة بل يسعى إلى المحافظة عليها عن طريق البحث والتقييم بصفة مستمرة.

ومن خلال هذه التعاريف السابقة الذكر تستنتج الباحثة أن العلاقات العامة هي فن بهدف بصفة مستمرة إلى كسب ثقة الجمهور مع المحافظة على أهداف المؤسسة، كما أنها علم قائم بذاته يعتمد على البحث والتخطيط والتنسيق والتقييم.

2.2. ماهية العلاقات العامة

وينضح لنا من التعريفات السابقة للعلاقات العامة أن خيط يربط بينها جميعا في تحديد ماهية العلاقات العامة وتستطيع أن نلخص ذلك في الآتي:

1- عملية مخططة: أن العلاقات العامة نشاط مخطط ومنظم وهادف لتحقيق أغراض محددة ونشاط اجتماعي واتصالي.

2- المسؤولية الاجتماعية social Responsibility: إن العلاقات العامة ليست نشاطا أنانية يخدم مصالح المؤسسة فحسب ولكنه بنفس القدر يوازن بين مصالحها ومصالح جماهيرها والمجتمع والبيئة المحيطة.

3- اتصال ذو اتجاهين Tow - Wor communication : ويتضمن بث برامج العلاقات الاعلامية وتقبل وجهات النظر من الرأي العام في نفس الوقت.

4- الصدق الأمانة Honesty: العلاقات العامة تبني على الصدق وتبتعد عن الغش والتزوير (أحمد محمد، 1999، ص75).

5- الأداء الجيد performance: ينبغي للمؤسسة أن تسعى لكسب ثقة الجماهير وقبولهم من خلال سياساتها الجيدة وترجمة تلك السياسات بالأداء الجيد إلى أعمال مفيدة تنال قبول الجماهير والمجتمع. وتبدو أهمية وجود تعريف محدد ومقبول للعلاقات العامة في الآتي:
أ- المساهمة في الحد من تداخل الاختصاصات وتضارها بين إدارة العلاقات العامة و الإدارات الوظيفية الأخرى.

ب- إمكانية تحديد أهداف ومسؤوليات الإدارة بوضوح وبالتالي وضع تنظيم إداري عملي لها.

ج- إمكانية وضع الخطط والبرامج التي يسير عليها نشاط المنظمة.

ويرجع الغموض وعدم التحديد المقترن بوظيفة العلاقات العامة إلى عدم التحديد لمضمون الألفاظ، فتعتبر العلاقات العامة Public-relations تستخدم للإشارة إلى ثلاث معاني مختلفة كما يستخدم كبديل لها، وهذه المعاني في الإعلام information و الاتصالات communication والشؤون العامة أو الأدوار العامة public Affairs.

ويلخص مارستون إلى تعريف يعتبره أكثر دقة للعلاقات العامة وهو:

العلاقات العامة نشاط إداري يقوم على تقييم الموافق للجمهور وتحليل سلوكه وربط سياسات المنشأة و أحزائها مصلحة الجمهور (الصالح العام) وتنفيذ برامج عمل واتصال لكسب وفهم الجمهور للمنشأة وقبولها لها. (البادي محمد، 1980، ص95).

3.2. نشأة وتطور العلاقات العامة:

في الواقع إن الكثير من الناس يعتقدون بأن العلاقات العامة شيء جديد، وأن نشاطها حديث نشأ في أعقاب الحرب العالمية الثانية، وأنها وظيفة جديدة بدأت تأخذ مكانها في التنظيمات الحديثة فقط، لكن بالنظر إلى تاريخ العلاقات العامة نجد أنها ليست بالشيء الحديث ولكن قديمة قد المجتمع البشري، فالإنسان كائن اجتماعي بفطرته يسعى للعيش في جماعات، وبما أن البشر مختلفون في قدراتهم ومواهبهم فلا بد لأحدهم أن يكمل الآخر، وبالتالي لا يمكن أن يعيش فرد بمعزل عن الآخرين ومن هنا تتضح أهمية التفاهم والتعاون بين الأفراد وبالتالي الجماعات (بين الجماعات).

والعلاقات العامة ظاهرة نشأت مع الحياة الإنسانية، كانت ملازمة لها في تطورها والذي يوضح لنا ملازمة العلاقات العامة للمجتمع الإنساني هو تفهم للرأي العام والتفاعل معه والاتصال به، وذلك من

خلال جدية وسائل الاتصال الحديثة والتي يستعملها العاملون بالعلاقات العامة في اتصالهم بالجمهور والجهود المستمرة التي تبذل لتدعيم وإيجاد علاقات سليمة بين الأفراد والجماعات وبين الهيئات التي يمثلونها. (إسماعيل مصطفى سالم، 1999، ص06)

وليس هناك اتفاق على تحديد تاريخ العلاقات العامة، وبم تدرس دراسة علمية منظمة إلا في القرن 20 في أمريكا وعلى يد إدوارد بيرنيز Edward L. Bernays ولا يمكن القول بأن العلاقات العامة ترتبط بتاريخ ظهور الصحافة ووسائل الطباعة ذلك أنها نشأت بنشوء الإنسان، ومن ثم تم نشوء علاقات بين أفراد المجتمع نتيجة تفاعلهم مع بعضهم البعض، إلا أن الحديث في الأمر أو ما حملته العلاقات العامة من جديد هو:

- ظهور المنشآت الكبيرة بما لها من مصالح وتعقد هياكل الصناعة وزيادة الابتعاد عن الاتصال المباشر بجمهورها.

- ظهور مجتمع المعلومات وتدفق هذه الأخيرة بصورة كبيرة.

- ازدياد قوة الرأي العام وبروز الحاجة والطلبات.

- زيادة الطلب على الحقائق والمعلومات من جانب الجمهور نتيجة التعليم والمعرفة.

ويعتبر نشاط العلاقات العامة نشاطا قديما جدا إلا أن هناك من يعتبر أن جذور العلاقات بشكلها ومعناها الحديث تعود إلى سنة 1802 حيث يذكر أن الرئيس الأمريكي الثالث توماس جيفرسون Thomas Jefferson هو أول من استخدم اصطلاح العلاقات العامة في رسالته السابعة الموجهة إلى الكونغرس "، (Jean Chaumeley, p.11)، وفي رأي الدكتور علي عجوة أستاذ العلاقات العامة، أن أول من استخدم تعبير العلاقات العامة هو تيودوروفيل "Thiodorphil رئيس شركة الهاتف والتلغراف الأمريكية عام 1908 حين ظهر هذا التعبير على رأس تقرير الشركة المتضمن تأكيد حرص رئيس الشركة على مراعاة مصالح الجماهير وتجنب ما يتعارض مع هذه المصالح. (علي عجوة، 2000، ص06)

سنحاول إلقاء الضوء على نشأة وتطور العلاقات العامة عبر مختلف العصور:

1.3.2. العلاقات العامة عند البدائيين:

إذا نظرنا إلى القبائل البدائية وجدنا أنها تحاول دائما أن تتماسك وتتعاون عن طريق التفاهم المشترك، وتهتم بإقامة علاقات بينهما وبين القبائل الأخرى تقاديا للحروب، وتقوم بالاتصالات الودية لإقامة الصلح، والمعروف أن رئيس القبيلة كان ينتهز مناسبات معينة الإعلام الأفراد بما يريد إبلاغهم به من أخبار وتوجيهات ومبادئ ويحرص دائما على تدعيم العلاقات الداخلية بين أعضاء القبيلة ويفصل في

منازعاتهم حتى يسود الوئام بين فئات المجتمع أو القبيلة، وقد يستعين رئيس القبيلة في ذلك، في بعض الأحيان بالطبيب أو الساحر أو إلى رجل سلس اللسان مهمته الإعلام والشرح والتفسير، وهكذا يمكن القول بأن وظيفة العلاقات العامة قد وجدت منذ وجد البشر، وأنها بدأت في نشاط رؤساء القبائل في بادئ الأمر ثم اتخذت أشكالاً أخرى كالاستعانة بالسحرة والأطباء ومن يجيدون فنون التعبير البدائية. (عبد المحي محمود، 2004، ص13)

وعليه فإن العلاقات العامة وجدت أيضاً في القبيلة البدائية والفرق فقط بينها وبين العلاقات العامة اليوم هو في طريقة استعمال أدوات العلاقات العامة، وفيما يستشعر البدائي اتجاهات الرأي بالإحساس، نجد أن خبير العلاقات العامة اليوم يستعمل طرق قياس الرأي والاستفتاء والإحصاء، وإذا كان البدائي يستعمل السحر والرقص وقرع الطبول كوسائل للنشر والإعلام، فإن الخبير الحديث يستعمل الصحف والمجلات والأفلام والإذاعات وغيرها... (جميل أحمد، 1998، ص37)

2.3.2. العلاقات العامة في بابل وآشور (العراق القديمة):

لقد اهتم ملوك وحكام بابل و آشور في هذه الفترة بالتأثير في عواطف الناس وأفكارهم ومعتقداتهم واتجاهاتهم في كثير من الأوقات وخاصة أثناء الانقلابات السياسية والعسكرية والاقتصادية وأثناء الثورات وكان الملوك بابل صحف تسجل فيها الأحداث اليومية، كما توجه عن طريقها التعليمات، بحيث كان الملك يستدعي جميع عماله وموظفيه في الأقاليم للحضور إلى بابل في الأعياد والمناسبات وخاصة في عيد "جز القمح" بحيث يتسنى له النهي وإصدار الأوامر والتعليمات، وهذا دليل على اختيار الوقت المناسب للحملة الإعلامية وهذا ما نعتبره أساس من أسس العلاقات العامة الحديثة وهو اختيار الوقت المناسب لشن الحملات الإعلامية وكل ما هو حديث ومهم. (اسماعيل سالم، 1999، ص11)

3.3.2. العلاقات العامة عند الرومان واليونان:

توسع الرومان واليونان أكثر من الآشوريين والبابليين في الأنشطة المتعلقة بالعلاقات العامة، بحيث كانت حضارتا الرومان واليونان تعتمدان على ثقة الجمهور وتأييد الرأي العام لأعمالهما، فالإيونان عرفت أهمية الإعلام والنشر وطرق التأثير في الجماهير، بحيث كان للشعب الإيوناني حرية تامة في توضيح آرائه وأفكاره للمسؤولين وذلك لإنشاء علاقات من المودة والثقة بينه وبينهم، كما كانت حكومة المدينة الإيونانية تستمد سلطتها من رضا المحكومين حيث كانت تفسح المجال لتبادل الآراء والمناقشة الحرة التي يندفع للمساهمة فيها جميع المواطنين، واستخدام الإيونان السوفسطائيين، وهم عبارة عن أشخاص، يحترفون الإقناع، ويدرسون فنون الكتابة والخطابة ويتقنونها، وكان لهؤلاء السوفسطائيين مركزاً

هاما في المجتمع يستخدمهم كل من الزعماء والقادة والعسكريون والسياسيون للدفاع عن قضايا معينة أمام الجمهور وإقناعه بقوة الحجة والمنطق كما يفعل اليوم رجال العلاقات العامة في المؤسسة. (جميل أحمد، 1998، ص37)

كما اعتمدت الحضارة الرومانية القديمة على كسب ثقة الناس وتأييدهم بنفس الطريقة التي اتبعتها اليونان في مناقشاتهم ومحاوراتهم المشهورة، وعرف الرومان الكثير عن إرادة العامة أي إرادة الشعب واهتموا بذلك اهتماما بالغا بالرأي العام ويتجلى ذلك في مقولتهم المشهورة "صوت الشعب هو صوت الله". (محمد مصطفى أحمد، 1999، ص10)

4.3.2. العلاقات العامة في العصور الفرعونية (مصر القديمة):

لقد أتقن الفراعنة سياسة اختيار الوقت المناسب للقيام بالاتصال بالجمهور، إذ اتخذوا المواسم والأعياد فرصة لنشر الأنبياء والتعليقات وكانت مواسم الري من أحسن المناسبات في نشر التعليمات الشفوية على الناس، كما أنهم وصفوا البعثات التجارية والمشروعات الكبرى التي تتولاها الحكومة كتعبيد الطريق وإقامة الجسور التي تحمي القرى من الفيضانات وغير ذلك من الأعمال، وقد بذل المصريون القدامى مجهودات الإعلام الشعب بقوانين الدولة أو لاكتساب تأييد الرأي العام للملوك والكهنة والحكام مستخدمين في ذلك الحاضرات والخطب، وقد نجحت كل هذه الجهود البدائية في تعبئة المشاعر وخلق طبقة من الموالين والأنصار. (اسماعيل سالم، 1999، ص11)

وقد استخدمت مصر الفرعونية أوراق البردي في النشرات التي كان يصدرها فرعون مصر وأمرؤه لمحاربة أشياء ضارة أو لإظهار محاسن مواقف وأشياء أخرى، كما كانوا يستخدمون واجهات المعابد والنقوش الموجودة على الأحجار والتمائيل الإثارة المشاعر ورفع الروح المعنوية بين الشعوب إلى جانب الأغراض الدينية والسياسية، كما حدث عندما اعتلى الملك "مينا" العرش تم توحيد الوجهين القبلي والبحري حيث أعلنت هذه المناسبة في لوحة تذكارية تبين ذلك، واستخدموا في ذلك الرموز التي تشير إلى توحيد الوجهين بأن وضعوا تحت العرش نبات البردي المجلوب من الجنوب مع زهر.

5.3.2. العلاقات العامة في العصور الوسطى

كانت المجتمعات في هذه العصور تعيش في ظلمات التعصب والجهل نتيجة الفساد والتعصب الديني والانحلال الاقتصادي والاجتماعي والنفوذ الإقطاعي، ومع الثورة البروتستانتية التي قام بها "مارتن لوثر" وتحديد لسلطات الكنيسة الكاثوليكية وجدت هذه الأخيرة أنه لا بد من التفكير في فنون الدعاية المختلفة من أجل الدين، كما عملت على صناعة متخصصين في الدعوة الدينية والبشرية عن طريق

إنشاء معهد خاص بذلك، ومن هنا أخذ الاهتمام يتجه نحو العلاقات العامة، بحيث تم استخدامها في الكثير من المجالات الاقتصادية والسياسية إلى جانب المجالات الدينية وذلك عن طريق الكتاب والمؤلفين والصحفيين وغيرهم ممن ساهموا في النشر والإعلام لكسب ثقة الجماهير وتأييدهم. (محمد مصطفى أحمد، 1999، ص10)

6.3.2. العلاقات العامة في الحضارة الإسلامية:

استطاعت الحضارة الإسلامية تطوير العلاقات العامة بفضل الشعراء والكتاب والخطباء، إذ عادة ما يصحب الإرشاد الديني في المسجد توجيه اجتماعي وسياسي وكان الفاطميون والشيعة من أشد الناس إتقاناً لفنون الدعوة لمذهبهم، وابتدع بذلك الفاطميون إقامة الموالد والحفلات للدعوة لحكمهم، ثم بدأت تظهر العلاقات العامة الدينية، وكانت المساجد من أفضل الأماكن التي ظهرت فيها العلاقات والاتصالات الطيبة بالناس والدعوة إلى الدين الإسلامي، وفي هذا الجو الاجتماعي المفعم بتكريم الإنسان واحترام الفرد، عرف المجتمع الإسلامي العلاقات العامة كفلسفة تحكم سلوك (اسماعيل سالم، 1999، ص13)، أفراد المجتمع، ونشاط إعلامي متخصص يهدف إلى ربط الدولة بالفرد والجماعة بشتى الوسائل وأساليب اتصال الفرد الجماعي.

7.3.2. العلاقات العامة في العصور الحديثة:

ظهرت العلاقات العامة باعتبارها نشاطاً مستقلاً مع بداية الثورة الصناعية وما صاحبها من توسع ضخم في العمل والتجارة، ولكن لم تعرف العلاقات العامة بمفهومها الحديث إلا في أواخر القرن 19 وأوائل القرن 20، فقد نتج عن التقدم الصناعي في المجتمعات الغربية ظهور المؤسسات الصناعية الضخمة التي تعتمد على الإنتاج الوفير باستخدام آلاف العمال، وكان أصحاب الشركات المبتكرين ينظرون إلى العمال على أنهم آلات للإنتاج دون توقف، أما المستهلكون فلم ينظر إليهم من طرف هؤلاء المبتكرين إلا على أنهم مكسب للعيش وضحايا للاستغلال، ولا يهم نوعية الإنتاج المقدم لهم، وكانوا يتطلعون دائماً إلى البحث عن أسلوب جديد لكسب ثقة الجماهير والحصول على رضاها وتأييدها فاستخدمت بذلك أخصائيين للقيام بهذه المهمة وذلك عن طريق استخدام وسائل الاتصال والإعلام المختلفة التي تؤثر بطريقة إيجابية وفعالة في المجتمع وفي الرأي العام، على عقولهم في وقت قصير. (اسماعيل سالم، 1999، ص18)

8.3.2. العلاقات العامة في الحربين العالميتين الأولى والثانية:

كان الإعلام والدعاية من أهم المجالات التي شهدتها العلاقات العامة في هذه الفترة، ولولا التقدم الهائل في فنون الإعلام والطباعة والإخراج وطرق التأثير الإذاعية والسينمائية لما استطاعت الدول الحديثة من إجراء دعايتها وترويج أفكارها الجمهورها وتتسابق في التودد إلى شعوبها لكسب رضاها وتأييدها، وهذا طبعاً عن طريق الصحافة والإذاعة والسينما والملصقات الإعلانية وغيرها، وكل هذا يعتبر امتداداً للعلاقات العامة التي تقوم عليها اليوم كل مؤسسة اقتصادية أو جمعية خيرية، أو مرفق حيوي أو جامعة من الجامعات، والولايات المتحدة الأمريكية تعتبر من السابقين في مجال العلاقات العامة سواء من حيث عدد المتخصصين أو من حيث العمل الذي من خلال هذا المجال.

9.3.2. العلاقات العامة في القرن 20:

اتسم القرن 20 بظهور شاب أمريكي يدعى Levy " وكان من أهم رواد العلاقات العامة، بحيث كان من واضعي أسس ودعائم العلاقات العامة، بحيث استطاع أن يعيد لرجال الإعلام ثقتهم وتأييد الجماهير لهم لا عن طريق الأساليب المخادعة أو الدعاية الكاذبة، وإنما وفقاً للأساليب تتفق مع المبادئ الأخلاقية والمصالح العامة، وتعتمد على الصدق والأمانة، وأكد في ذلك أن نجاح المؤسسات الصناعية يتوقف على ثقة الجمهور ومدى تأييده لها، بحيث أتى Levy بشيء جديد إلى عالم التجارة والصناعة وهو إدخال الإعلام والنشر، ويقول في ذلك أن مهمة العلاقات العامة تتلخص في نقل اتجاهات الرأي العام إلى المؤسسة ونقل سياستها إلى الرأي العام بصراحة وأمانة، وعليه تعتبر مهمة العلاقات العامة هنا مهمة مزدوجة بين الجمهور والمؤسسة في تعاملهما.

وفي هذا الصدد كتب المؤلف Edward Bernays كتاباً بين فيه كيفية استخدام العلاقات العامة في التأثير على الرأي العام بعنوان بلورة الرأي العام" بحيث أشار فيه إلى وجود ثلاثة وظائف رئيسية للعلاقات العامة وهي:

1. مساعدة الجمهور على التكيف، أي الاقتناع بالنصائح والتعليمات الموجهة إليه.

2. الإعلام، وتعتبر فكرة الإعلام هي الميزة الأساسية للعلاقات العامة بصورتها العلمية، ويستلزم في ذلك تحليل الرأي العام واتجاهاته وآرائه وأفكاره.

3. جذب اهتمامات الرأي العام أو الجمهور والعمل على حفظ وصيانة هذه الاهتمامات بمعنى إذا ظهرت سلع أو خدمات أخرى بديلة فإنها لا تؤثر في اهتمامات الجمهور بالسلعة أو الخدمة القديمة.

وأما من حيث الكليات والمعاهد التي تدرس العلاقات العامة في الولايات المتحدة (بلدها الأصلي) لا تقل عن 150، وتعتبر جامعة بوسطن في مقدمة الجامعات التي أنشأت معهداً خاصاً لدراسة العلاقات العامة في سبتمبر 1947 وفي نفس السنة منحت جامعة "سيراكيوز" الأمريكية أول درجة علمية في العلاقات العامة وهي درجة الدكتوراه لثلاثة من الخبراء في العلاقات العامة الحديثة.

كما بدأت العلاقات العامة في بريطانيا في الازدهار بإنشاء معهد العلاقات العامة البريطانية في سنة 1948، وفي سنة 1970 ظهر اتحاد العلاقات العامة الإيطالي ويتكون من 400 عضو، وفي سنة 1973 أنشأت جامعة ميلانو درجة علمية للعلاقات العامة مدة دراستها 03 سنوات، أما في فرنسا فقد تكونت جمعية للعلاقات العامة سنة 1949 وفي أستراليا بدأ نشاط العلاقات العامة سنة 1950، وفي بلجيكا أنشأ أول مركز للعلاقات العامة سنة 1952 وفي سنة 1955 أنشأت جمعية للعلاقات العامة الدولية، وقامت بتنظيم عدة مؤسسات تهدف إلى مناقشة أسس ومبادئ العلاقات العامة.

أما في عصر مجتمع المعلومات أي منذ سنة 1965 حتى هذه اللحظة، فقد شهدت هذه المرحلة تطوراً تكنولوجياً واضحاً وتعدداً في قنوات الاتصال والانتقال إلى الاقتصاد العالمي.

4.2. أهمية العلاقات العامة

تبرز أهمية العلاقات العامة في أن المؤسسات تسعى دائماً إلى تنمية الاتصالات وتكوين الآراء حول سلع ومنتجات المؤسسة، و إذا لم تكن إدارة العلاقات العامة في المؤسسات على مستوى علمي عالي من الحيرة والكفاءة فلا شك أن علاقتها مع جمهورها الداخلي والخارجي سوف تتأثر بذلك، وقد يحدث أن تواجه المنشأة مواقف سيئة وصعبة تحتاج إلى القدرة واللياقة والحكمة في معالجتها، حتى لا يظهر أي رأي أو رأي مضاو أو كراهية للمنظمة ومنتجاتها وخاصة في مجال المنافسة، وهنا تبرز أهمية العلاقات العامة في مواجهة هذه الصعوبات.

وتتضح أهمية العلاقات العامة في الدور الذي تقوم به في تحسين العلاقات بين المنظمة وجمهورها. ولقد تمت العلاقات العامة وتطورت كمفهوم إداري و الوظيفة حيوية في المنظمات الحكومية في الدول المتقدمة خلال ثلاثين عاماً الماضية. وتظهر أهمية العلاقات العامة في أنها تؤدي وظيفة مهمة وحيوية للإدارة العامة، إذ أصبح من واجب الإداريين أن يجسوا الرأي العام قبل هذه السياسات، ومن حقهم أن يردوا على الانتقادات و يبرروا تصرفاتهم التي تشغل الرأي العام.

وقد ظهرت الحاجة إلى العلاقات العامة على إثر التغيير الكبير الذي حدث في المجتمعات الحديثة، فقد تميز المجتمع الحديث بتغيرات واسعة في شكله وتكوينه وطبيعته من النواحي السياسية

والاقتصادية و الاجتماعية ومعنى آخر أن العلاقات العامة لا بد أن يكون لها قاعدة صلبة داخل المؤسسات وهيئتها التي تعمل بها تمهيدا للانطلاق خارجها، أي أن يكون هناك تفاهم متبادل بين المؤسسة وجميع الأفراد الذين يعملون في خدمتهم، فلا بد أولاً من خلق روح الجماعة والعمل الفريقي والتعاون بين أفراد القوى العاملة على اختلاف مستوياتهم الإدارية، ثم بعد ذلك نبداً في خلق وتنمية وتوطيد العلاقات الحسنة بين المؤسسة و جماهيرها الخارجية. (أيوب أنعام حسن، 2016، ص14).

5.2. أهداف العلاقات العامة:

تسعى العلاقات العامة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف يمكن إجمالها في الآتي:

- تحسين السمعة أو الصورة لدى الجماهير عن المؤسسة وذلك من خلال التقدم الجيد للمؤسسة وشرح سياستها وأهدافها، كما تقدم كل المشروعات صغيرة كانت أو كبيرة، حكومية أو خاصة وتفسرها تفسيراً جيداً حتى تضمن السمعة الجيدة لدى جمهورها.

- زيادة شهرة المؤسسة عن طريق إنماء فهم الجمهور وتنويره لما تقوم به خدمات ونشاط.

- خلق فهم واسع نحو المشاكل والصعوبات التي تواجه الإدارة كما يرى فيليب لزلي (Philip Lesly) الذي يرأس واحداً من أكبر مكاتب العلاقات العامة بأمريكا فيذكر أهداف العلاقات العامة بأنها:

- رفع مكانة المؤسسة وما ينتج عن ذلك من فوائد.
- ترويج سلع وخدمات المؤسسة ومبيعتها.
- الحصول على ثقة المواطنين.
- التمتع بعلاقات حسنة مع المجتمع المحلي.
- كسب ثقة المساهمين.
- توطيد العلاقات الجيدة مع الموردين.
- كسب ثقة الوكلاء واجتذاب الجديد منهم.
- تجنب وحل المشاكل العلمية.
- القدرة على اجتذاب أفضل العناصر للعمل بالمنشأة. • تحقيق علاقات طيبة مع العملاء والمستهلكين.
- تنمية علاقات سليمة مع المؤسسات والمنشأة المماثلة ذات العلاقة معها. (عبد الناصر أحمد جرادات، 2009، ص35)
- علاقات حسنة مع الأجهزة الإدارية الحكومية.

6.2. وظائف العلاقات العامة

تختلف الوظائف التي تمارسها إدارات العلاقات العامة في المؤسسات ومنظمات الأعمال المختلفة ذلك استنادا إلى العوامل المختلفة كطبيعة عمل المؤسسة وحجمها، ومجال عملها وحجم الجماهير التي تتعامل معها وحجم الموارد المتاحة المخصصة لإدارة العلاقات العامة، وطبيعة المناخ السياسي والاقتصادي و الاجتماعي الذي تعمل فيه إدارة العلاقات العامة و إدراك الإدارة العليا للمؤسسة لمفهوم العلاقات العامة

يقسم " فيليب ليزلي " p.lesly " فيحدد هذه الوظائف في أربعة محاور هي:

أ- النصح والمنشور.

ب- الإعلام.

ج- الأبحاث والتحليل.

د- بناء الثقة الشاملة.

خلاصة:

نتوصل من خلال ما ذكرناه سابقا أن العلاقات العامة تعتبر ركيزة لكل مؤسسة فلا يمكن الاستغناء عن هذا المفهوم باعتبارها نشاط اتصالي تقوم عليه المؤسسة حيث أنها تعود إلى العصور القديمة منذ نشأة الإنسان وتطورت على مر الزمن حتى يومنا هذا، حيث أن هذه العلاقات تتعدد وتتنوع حسب عدة معايير فمنها علاقات بسيطة مركبة، اجتماعية، إنسانية،... الخ، وأيضا حسب النشاط الممارس والاختصاص في حين أن للعلاقات العامة عدة وظائف تظهر في البحث، التخطيط، التنفيذ والتنسيق، فالعلاقات العامة، تهدف إلى النهوض بالمؤسسة ورفيها.

ثانيا: المؤسسات الرياضية

تمهيد:

المؤسسات الرياضية مهما اختلف تصنيفها تتكون من مجموعات وأفراد يتفاعلون فيما بينهم لإتمام وظائف تلك المؤسسات فضلا عن الأهداف الإجتماعية التي تؤديها تلك المؤسسات لخدمة المجتمع الذي توجد فيه وتأثيرها على ذلك المجتمع.

تختلف طبيعة المؤسسات الرياضية طبقا لنوع النشاط الممارس وطبقا لأهداف تلك الأنشطة الأندية تختلف عن الإتحاديات وتختلف عن مديريات الشباب والرياضة... الخ ، وتختلف كل مؤسسة عن الأخرى طبقا لطبيعة النشاط الممارس وطبقا لهدف كل مؤسسة ، ونتيجة لذلك نجد كل مؤسسة من هذه المؤسسات لها أهدافها التي تحدد نشاطاتها وسياستها الخدمية.

1.2. تعريف المؤسسة:

إن المؤسسة عبارة عن إطار قانوني لتجمع بشري هادف يتم في نطاقه توحيد وتنسيق جهود الأعضاء لتحقيق أهداف معينة كما يمكن تعريفها بأنها نظام مستقل أنشئ من أجل غايات معينة ومحددة حسب طبيعة المؤسسة وهي مفتوحة على النظام الاقتصادي والذي من خلاله تحصل على عوامل الانتاج وتؤثر فيه عن طريق منتجاتها وهي مسيرة من طرف مجموعة بشرية منظمة وتشكل خلية اجتماعية خاصة لهما وسائل قانونية ومالية ومادية وهي أيضا مركز اتخاذ القرارات. (حسام إبراهيم حسن، 2012، ص 48)

وتعرف أيضا المؤسسة بأنها نظام اقتصادي نسبي وإطار تنسيقي عقلاني بين أنشطة مجموعة منا لناس تربطهم علاقات مترابطة ومتداخلة يتجهون نحو تحقيق أهداف مشتركة وتنظم علاقاتهم بهيئة محددة في وحدات إدارية وظيفية ذات خطوط محددة السلطة والمسؤولية. والمؤسسة مصطلح رديف المنظمة أو المنشئة وتعمل على تلبية الحاجات الإنسانية بطريقة منظمة ذات نسق معين وتنظيم وقت المؤسسة التي تلبي حاجات المجتمع بطرق مختلفة ولأغراض مختلفة. (بالمختار هشام، 2016-2015، ص 18)

2.2. ماهية المؤسسات الرياضية:

هي مؤسسات ينشئها المجتمع لخدمة القطاع الرياضي من كافة الجوانب بحيث يكون لها هيكل تنظيمي يتفق وحجم المؤسسات وأهدافها. وهي تكوين اجتماعي يرتبط بالجمال الرياضي كمهنة وضاعة تحدد أهدافها بطبيعة الأنشطة التي تمارسها تلك المؤسسة ويرى الباحث أن المؤسسة الرياضية لا تختلف في العمل الإداري بين المؤسسات الأخرى بشكل عام كون المؤسسات هي خدمة عامة داخل المجتمع المكون من حيث الهيكل التنظيمي فيمكن تصنيفها ودراستها والتحكم في مستوياتها الإدارية طبقا لحجم وعدد الأفراد. (نصير قاسم خلف، بدون سنة، 9-8-10)

وكما تعرف المؤسسات الرياضية أيضا:

هي مؤسسات ينشئها المجتمع لخدمة القطاع الرياضي من كافة الجوانب بحيث يكون لها هيكل تنظيمي يتفق مع حجم هذه المؤسسة وأهدافها بما يعود بالنفع لخدمة ذلك المجتمع متماشيا مع أهدافه . وفي هذا الصدد يشير دافت روبينز Dafet. Roppinz إلى أن المؤسسة الرياضية هي تكوين اجتماعي يرتبط بالجمال الرياضي كمهنة وضاعة تحدد أهدافها بطبيعة الأنشطة التي تمارسها تلك المؤسسة

والعلاقات المتفاعلة بين تلك الأنشطة ومؤسسات المجتمع الأخرى. (محمد حسن الوشاح، 2011، ص115)

وتعرف المؤسسات الرياضية كذلك:

على أنها تكوين اجتماعي يرتبط بالمجال الرياضي كمهنة تمتد أهدافها وترتبط بطبيعة الأنشطة التي تمارسها هذه المؤسسة وتحدد العلاقات المتفاعلة بين هذه الأنشطة ومؤسسات المجتمع الأخرى. (أمال محمد إبراهيم بابكر، 2012، ص 130)

المؤسسة في الوحدة الاقتصادية وهي تنظيم إنتاجي معين، الهدف منه هو إيجاد قيمة سوقية معينة، من خلال الجمع بين العوامل الإنتاجية. القوالب التي ينظم الناس فيها علاقاتهم بعضهم مع بعض والمؤسسة جهاز عمل، وأجهزة العمل تشمل على تركيبات ونظام وأدوات وتجهيز وتوزيع.

إن المنظمة أو المؤسسة هي مجموعة من الأفراد يربطهم ببعضهم هدف هو المجاز مهمة لا يمكن تحقيقها إذا قام بها الأفراد منفصلين لكل منظمة عملها الأساسي، ويطلق على هذا العمل الهدف أو مقصد المنظمة، وتحدد عمل هدفا، مقصد المنظمة نوع الهيكل التنظيمي للمنظمة الذي ستخذه.

كما يحدد الهيكل التنظيمي للمنظمة وظيفة كل فرد بالإضافة إلى علاقة الفرد بالأفراد الآخرين في المجموعة، علاوة على ذلك فإن الهيكل التنظيمي يحدد عدد كبير من المسؤولين التنفيذيين وفي كل منظمة لا يهم الأمر كثيرا عما إذا كانت كبيرة أو صغيرة، وإنما تتكون من مجموعة أفراد توكل إليهم مهام تتفق مع الوظائف التي يقومونها. (زاكي، 1981، ص09)

والمنظمة الرياضية لا تختلف عن ذلك حيث أن الهيكل التنظيمي لها يحدد العمل الذي صممت من أجل القيام به ومما سبق تستخلص تعريفا للمؤسسة الرياضية وهي مجموعة من الأفراد تقوم المؤسسة بتوجيه سلوكهم للوصول إلى الهدف الموضوع ووسيلة فعالة لتحقيق هذه المجموعة.

3.2. أنواع المؤسسات الرياضية

المؤسسة الرياضية هي الإطار المكاني والقانوني الذي يحيط بممارسة النشاط البدني والرياضي والهادف باعتبار هذا النشاط أصبح يشغل مكانة اجتماعية هامة نظرا لثقافة العولمة السائدة في أيامنا فأصبح يوجد ما يعرف بأقسامها الرياضية المتمثلة في التجمعات التالية:

1- رياضية الفرق المحترفة.

2- الرياضة الجماعية والمدرسية .

3- المنشآت الرياضية.

4- الأندية الرياضية.

5- مضمارات السباق .

6- الرياضات التجارية (البرلينغ).

7- الأندية الترويحية .

8- المعسكرات الترويحية .

هذه كلها تمثل قوالب مؤسساتي يتوفر على أنظمة معينة لسياق العلاقات والشؤون من الأفراد وكذا تنشأ على تركيبات وتظم أدوات و تجهيزات مختلفة ذات صيغة اعتبارية مستقلة ومركز معين.

كل هذا ينجز ضمن إطار قانوني وتهدف إلى الاستمرارية في النشاط والرقى بالمنتوج المادي والخدماتي بناء على برامج وخطط واضحة تحت إشراف قادة معينين هذا ما يأتيها طابع مؤسسات صناعة رياضية. (دائرة فاروق، 2015-2016، ص 59)

4.2. مديرية الشباب والرياضية:

وهي هيئة تنفيذية تابعة لوزارة الشباب والرياضة حيث يشرف عليها مدير تنفيذي وهي هيئة تعمل على ترقية الحركات الجمعوية للشباب والرياضة وكذا هيكلها وتنظيمها وإعداد البرامج الهادفة وتعميم التربية البدنية والرياضة لا سيما الوسط التربوي والتكوين والتأطير وكذا إعداد مخططات تطوير الرياضة للولاية بالتنسيق مع محمل الهياكل والهيئات المعنية وقد أنشأت مديرية الشباب والرياضة بموجب المرسوم التنفيذي جاء يعدل في تسمية المديرية وهو المرسوم التنفيذي 93/283 المؤرخ في 23 نوفمبر 1993 والمتضمن تغيير تسمية مصالح ترقية الشبيبة في الولاية إلى مديرية الشباب طبقاً لأحكام المادة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 06/345 المؤرخ في 05 رمضان الموافق ل 28 سبتمبر يهدف إلى تحديد وتنظيم مصالح مديرية الشباب والرياضة. (مرسوم تنفيذي، 1993، ص 13)

1.4.2. أهداف المؤسسة الرياضية:

أ- مفهوم الأهداف:

إن الأهداف تشير إلى النتائج المطلوب تحقيقها لترجمة رسالة المؤسسة إلى واقع عملي إذا ما هي إلا خطوات محددة عن طريق تحقيق الرسالة الخاصة بالمؤسسة وقد تبلورت بعض التعارف الخاصة بالأهداف يمكن تلخيصها فيما يلي:

- من وجهة نظر الشويرت"، هي النتائج المرغوب فيها وبالتالي تختلف عن الواقع، والتي هي عبارة عن عمليات نفسية داخلية للفرد تنشط وتوجه سلوكه نحو أهداف معينة.

- من وجهة نظر " شالزوجانات جونز": هي حالة مستقبلية مرغوب ها تحاول المؤسسة تحقيقها وقد ربطنا هذا التعريف بتعريف رسالة المؤسسة وهي التي تعكس أسباب وجودها.

- من وجهة نظر "سايمون": هي مجموعة من القيود التي تفرضها ظروف معينة من متخذي القرارات والتي يجب مراعاتها والوفاء بها عند الاختيار من بين البدائل هي سياسات أو قيود يجب مراعاتها للوفاء مطالب الأطراف ذات المصلحة ولكي تكون الأهداف ذات منحى يجب أن تتميز بالدقة والقابلية للقياس والتوجه إلى الأمور الأساسية التي تتسم بالتحدي والواقعية، تحديد الفكرة الزمنية.

ب- تحقيق الأهداف والأغراض في المؤسسة الرياضية

يجب أن يكون لكل منظمة خطة موحدة يمكن استخدامها في تنفيذ القرارات اليومية وتتضمن مثل

هذه الحياة الفئات التالية:

- السياسات.

- الإجراءات.

- الطرق.

- القواعد.

تحدد أي سياسة في العادة حدود تصرفي الأفراد، تضمن سياسات إثبات عملية اتخاذ القرارات في جميع إدارات المنظم، يمكن إعداد السياسات للمنظمة كلها أو قد يتم تطبيقها على إدارة واحدة فقط، تقوم أعلى المستويات في الإدارة في العادة بوضع سياسات في جميع إدارات المنظمة حيث يقوم هذه العملية مشرف على الإدارة.

يجب أن تسهم جميع السياسات في تحقيق الهدف الرئيسي والأهداف المساعدة للمنظمة، يتعين استعراض السياسات بصفة دورية لمعرفة ما إذا كانت تساهم بالفعل في تدعيم.

يراعى أن تكون كافة السياسات أجزاء من احد الكتيبات الإدارية الموجودة، ولهذا فإن كل من المشرفي والموظف يستطيع الحصول على السياسات المكتوبة بسهولة للمساعدة في اتخاذ القرارات.

(إبراهيم عبد المقصود وآخرون، 2004، ص88)

ج- الإجراءات:

هي عبارة عن إرشاد للعمل والإجراءات هي خطط موحدة لتحقيق الأهداف إلا أنها أكثر تحديدا من السياسات، تقوم الإجراءات عادة بتحديد التسلسل الزمني للقرارات الموحدة المقرر تنفيذها بطريقة

معينة والتي تساهم في تحقيق الأهداف الرئيسية والمساعدة، وتعد الطريقة المحددة التي يجب أن يتصرف بها أي مشرفي في تعيين أي موظف في المنظمة.

د- الطرق:

هي عبارة عن خطط للعمل أيضا إلا أنها أكثر تفصيلا من الإجراءات أي أن الطريقة تتناول سلسلة من الخطوات التي يتم اتخاذها، إلا أنها فتم أكثر خطوة بخطوة في تسيير العمل الإجمالي، حيث يجب أن تساهم الطرق في تحقيق الأهداف الرئيسية والمساعدة للمنظمة.

هـ- القواعد:

هي مبادئ معدلة فهي تشبه الإجراءات إلا أنها تختلف عنها في أنه ليس لها إطار زمني محدد، تحكم القواعد سلوك الموظف في المنظمة وينظر المشرف على هذه القواعد بغرض التوجيه والإرشاد، يجب أن تساهم القواعد في تحقيق الأهداف الرئيسية والمساعدة للمنظمة. تحقيق أفضل المستويات للياقة الجميع الأفراد المشتركين ونظرا إلا أن هذا البيان عام جدا، فإنه سيتطلب إيضاحا أكثر من قبل الإدارة الفردية في المنظمة عندما تقوم كل إدارة في منظمة بوضع أهداف أكثر تحديدا من الهدف الرئيسي، فإنه يطلق على هذه الأهداف بالأهداف المساعدة، يجب كتابة الأهداف المساعدة داخل إطار الهدف الرئيسي ويجب أن تساهم في انجاز الهدف الرئيسي. (إبراهيم المقصود وآخرون، 2004، ص 89)

3.4.2. المستفيدين او العملاء في المؤسسات الرياضية:

1- اللاعبين.

2- الإداريون والعاملون بالمؤسسة.

3- الجهاز الفني والإداري لجميع الأنشطة الرياضية بالمؤسسة الرياضية .

4- الجمهور الداخلي والخارجي للمؤسسة الرياضية.

5- المؤسسات والهيئات الأخرى سواء الحكومية (التشريعية والتنفيذية) أو غيرها. (حسن أحمد الشافعي،

2005، ص 50-51)

4.4.2. مهام مديرية الشباب والرياضة:

- تطوير البرامج الاجتماعية التربوية والترفيهية وحركة ومبادلات الشباب وفضاءاتهم للتعبير وتنشيطها ومتابعة تنفيذها.

- ترقية الحركة الجموعية للشباب والرياضة وكذا هياكلها وتطويرها وتنظيمها .

- إعداد برامج الإعلام والاتصال والإصغاء للشباب وكذا تطويرها وتنشيطها .

- تنفيذ البرامج الهادفة للإدماج الاجتماعي للشباب و المشاركة المتصفة بالمواطنة وترقية مبادراتهم وكذا مكافحة الآفات الإجتماعية والعنف و التهميش.
- بالاتصال مع المصالح والهيئات المعنية للولاية
- تنفيذ برامج ترقية وتعميم التربية البدنية والرياضية ، لا سيما في الوسط التربوي والتكوين وإعادة التربية والترقية بالاتصال مع المصالح و الهيئات المعنية للولاية .
- وضع التنظيمات وأقطاب انتقاء المواهب الرياضية الشابة وتوجيهها وتكوينها وتطوير هذه التنظيمات والأقطاب ومتابعتها و ترقية الممارسات الرياضية النسوية.
- تنظيم أعمال تكوين المستخدمين، التأطير الدائم والعاملين داخل هياكل الحركة الجمعوية وتجديد معارفهم وتحسين مستواهم وتأهيلهم في إطار التنظيم المعمول به.
- إعداد مخطط تطوير الرياضة لولاية بالتنسيق مع مجمل الهياكل و الهيئات المعنية .
- السهر على تطبيق التنظيم المتعلق بسير المؤسسات وهيئات الشباب والرياضة الموجودة في الولاية واستغلالها و تسييرها.
- وضع أنظمة لتقسيم ومراقبة الهياكل و الهيئات والمؤسسات التابعة لاختصاصها والسهر على مراقبة مساعدات الدولة للحركة الجمعوية الرياضية والشبانية.
- ضمان متابعة برامج الاستثمار وإنجاز الهياكل الأساسية وكذا تقييمها وتصديقها وصيانتها وحفظها.
- ضمان تسيير الموارد البشرية والمالية والمادية اللازمة لإنجاز مهامها وكذا المحافظة على الممتلكات والأرشيف.
- تقييم النشاطات المبذولة بصفة دورية وإعداد الحصائل و البرامج المتعلقة بها وفقا للأشكال والكيفيات والآجال المقررة.

5.4.2. مصالح مديرية الشباب والرياضة:

1- مصلحة الإدارة والتكوين:

تتكون هذه المصلحة من (03) مكاتب وهي:

أ - مكتب تسيير الموارد البشرية.

ب- مكتب الميزانية والتسيير .

ج - مكتب الوسائل العامة.

أ- مكتب تسيير الموارد البشرية:

يتكفل بـ:

- تسيير الحياة العلمية والمهنية للموظفين في المسار المهني.
 - العمال على مستوى الولاية من الناحية الترقية بصفة عامة (الدرجات والأسلاك).
 - العطل المرضية.
 - يشرف على التنظيم العام للتسيير الموارد البشرية والهيكل.
 - الإشراف بصفة غير مباشرة مع المؤسسات المتواجدين عبر الولاية، مثل هياكل الشباب والرياضة، والقاعات والمركبات بصفة غير مباشرة.
 - إجراء شهادات العمل.
 - السيرة العلمية.
 - الخصومات.
 - توجيه الإنذارات والعقوبات و التوبيخات والتشجيعات.
 - فتح المسابقات للتوظيف عن طريق الإشهار في الجرائد.
 - استقبال الملفات يكون على مستوى الإدارة والتكوين.
- كما يمكن القول أن له علاقة وطيدة مع مختلف المكاتب و المصالح الأخرى، علاقة عملية تتعلق بسير الحياة المهنية للعمال بما فيها الشهادة العملية والعطل و السيرة العملية، بالإضافة إلى عملية متابعة وتنسيق العمل مثل تسيير الموارد البشرية.

ب- مكتب الميزانية والتسيير:

مهامه هي:

- تسيير رواتب العمال الشهرية والمخلفات في الترقية في الدرجات والوظائف والرتب و هذا بالتنسيق المباشر مع مكتب الموارد البشرية والمراقب المالي وأمين الخزينة.
- اتصال بالصندوق الوطني للضمان الاجتماعي مع الدفع الشهري (تصريح بالاشتراك شهريا)، حالة الدخول و الخروج بالنسبة للموظفين (تقاعد، استدعاء، توقيف، توظيف جديد).
- علاقة مع مديرية الضرائب فيما يخص الضريبة على الدخل الفردي (IRG Impotisor Reveus Globale de chaque salorie) والدخل الجزافي V.F (Verement Fortifaire) %.
- علاقة مع تعاضدية عمال التربية التي تقوم بالعمل المكمل للضمان الإجتماع (80%) تعاضدية 20% (علاج مجاني للمنخرطين) اختياري.

- كل موظف يشترك بنسبة 01% من الأجر الخام بالنسبة للتعاضدية (Munoteque).
- تسوية مختلف الفاتورات الإستهلاكية (سونغاز - مصلحة الجزائرية للمياه، البريد و المواصلات، التأثيث، الصيانة، تمويل النشاطات الثقافية و المنازعات)، وكل هذه التسويات تدرج وفق ميزانية مقسمة إلى أبواب و مواد، وكل باب مقسم إلى مواد مثال:
- * الباب 11-31 متعلق برواتب الموظفين.
- * الباب 12-31 متعلق بالعلاوات و المنح.

ج- مكتب الوسائل العام:

- مكتب التكوين:

يقوم هذا المكتب بـ:

- تزويد المترشحين بالمعلومات اللازمة.
- تسهيل عملية البحث أو الترخيص.
- متابعة المترشحين ميدانيا.
- الإشراف على المترشحين.
- دراسة ملفات المتكويين.
- تسهيل عملية التكوين بالنسبة للشباب.
- استقبال المتكويين والمترشحين.

2- مصلحة الاستثمارات والتجهيزات:

تتكون من ثلاثة (03) مكاتب:

أ - مكتب الإحصائيات والبرامج والتقييم.

ب - مكتب المنشآت والتجهيزات الرياضية والاجتماعية والترفيهية.

ج - مكتب مكتب التقييس والصيانة.

أ- مكتب الإحصائيات والبرامج والتقييم:

تقوم بإحصاء جميع المنشآت الشبانية والرياضية المتواجدة على مستوى الولاية يشمل نوعية المؤسسة والحالة البنوية ويهدف هذا الإحصاء إلى معرفة العجز الناقص على مستوى الولاية.

- الحالة البنوية للمؤسسة من حيث الجودة، القدم، النظافة، كما تقوم المصلحة بإعداد بطاقات فنية خاصة بالأشغال اللازمة من أجل ترميم هذه المنشآت وتجهيزها، تقوم المصلحة بإعداد تقرير يوجه إلى

الوزارة الوصية (وزارة الشباب والرياضة) من أجل الدعم المالي من أجل إصلاح هذه المنشآت وتجهيزها من جهة ومن جهة أخرى برمجة مشاريع جديدة لفائدة الولاية من أجل تغطية العجز على مستوى الولاية.

ب- مكتب المنشآت والتجهيزات الرياضية والاجتماعية:

من مهام هذا المكتب ما يلي:

* **المتابعة:** تقوم المصلحة التقنية بمتابعة جميع المشاريع المسجلة من طرف الوزارة الخاصة بالولاية حيث تكون:

❖ **متابعة إدارية:** تتمثل في تسوية الوضعيات، وتسوية الصفقات.

❖ **متابعة ميدانية وإدارية.**

* **العملية:** تأتي عن طريق مقرر يحتوي على اسم العملية، رقم العملية المسجلة، مكان العملية كلفة العملية، سنة التسجيل.

* **يتم اختيار الأرضية التي سيقام عليها المشروع:** هناك لجنة مسؤولة عن اختيار الأرضية مع تسجيل محضر مع ج مع كل التوقيعات.

* **الالتزام بالمقرر:** عن طريق بطاقة التزام بتعث للمراقب المالي للولاية الذي يسجل العمليات.

* **اختيار مكتب الدراسات:** من أجل دراسة ومتابعة المشروع عن طريق مناقصة وطنية مفتوحة عبر الجرائد الرسمية.

* **إعداد صفقة من طرف مكتب الدراسات (دفتر الشروط):** يكون مطابق لأحكام قانون الصفقات العمومية يتم إرساله إلى لجنة الصفقات العمومية المتواجدة على مستوى الولاية.

* **يتم اختيار المقاول للإنجاز:** عن طريق مناقصة وطنية مفتوحة، ثم يعطى له أمر ببداية الأشغال تقوم بمتابعة ميدانية للمشروع مع تنسيق مع المصالح المعنية (مكتب الدراسات، المصلحة التقنية للولاية).

تقوم المصلحة بتسديد وضعيات الأشغال الشهرية عن طريق خزينة الولاية وبعد إنتهاء الأشغال يتم استلام المشروع عن طريق استلام محضر مؤقت مع الحفاظ بـ 05% من كلفة المبلغ الإجمالي للصفقة لاقتطاع الضمان ويتم الاستلام النهائي بعد سنة من الاستلام المؤقت.

ج- مكتب التقييس والصيانة:

مراقبة القطاعات و المركبات و غيرها من حيث ناحية الترميم والأجهزة.

❖ إقامة الترميمات اللازمة.

❖ توفير الأجهزة الناقصة أو غير الموجودة.

- ❖ يقوم بتحديد نفقات التجهيز.
- ❖ يقوم بتحديد نفقات التسيير.
- ❖ كل النفقات الأخرى الضرورية لسير التجهيز وإنجاز أهدافه.
- ❖ يعمل على إحصاء الهياكل القابلة للترميم قصد إعادة ترميمها.

3- مصلحة نشاطات الشباب:

تتكون من ثلاث (03) مكاتب:

أ - مكتب الاتصال وإعلام الشباب.

ب- مكتب البرامج الاجتماعية و التربوية وتسليية الشباب.

ج - مكتب مشاريع الشباب وترقية الحركة الجمعوية للشباب.

أ- مكتب الاتصال وإعلام الشباب:

توصيل المعلومة للشباب في جميع الميادين التي تخصه من حيث الإعلام والاستفسار ويحتوي على مكنتين:

- مكتب الإعلام والإتصال:

نقطة الإعلام: أي شاب يأتي إلى مركز الإعلام يجد المعلومات التي تهمة، أي هدف نقطة الإعلام هو تقديم المعلومات و التوجيه.

ب- مكتب البرامج الاجتماعية والتربوية وتسليية الشباب:

كان يسمى ب: مكتب التظاهرات الثقافية والعلمية الوطنية للشباب ومن مهامه:

- تشجيع الشباب والمواهب على مستوى المؤسسات في الميدان الفني كالرسم، الموسيقى، الفنون الغنائية، العزف على البيانو، الفنون الدرامية الخاصة بالمسرح.

والتمثيل والنشاطات العلمية مثل الإعلام الآلي، الإنترنت، التصوير على الكاميرا، الإبداع والابتكار، نشاطات الاتصال، نشاطات الترفيه والتسليية أي النشاط الرياضي الترويحي، كرة الطائرة، التنس، نشاطات في الهواء الطلق، النزاهات، خرجات للبحر.

ج- مكتب مشاريع الشباب وترقية الحركة الجمعوية للشباب:

من مهام هذا المكتب إعلام وتوجيه الجمعيات الشبانية حسب اختصاصها.

تعامل مديريةية الشباب والرياضة مع الجمعيات الشبانية على أساس الملف وبرنامج نشاطات موجهة للشباب و على هذا الأساس يتم دراسة هذا الملف المقدم من الجمعية من طرف رئيس المكتب ويتم اقتراح مبلغ مالي خاص لتغطية هذا البرنامج أمام أعضاء الصندوق الولائي لترقية مبادرة الشباب

والممارسات الرياضية، الشرط الأساسي المطلوب هو اعتماد الجمعية ودون الاعتماد الجمعية غير قانونية ويتم العمل المشترك بين الجمعية ومديرية الشباب و الرياضة على أساس عقد، ولهذا العقد شروط يجب احترامها من كلا الطرفين وفي نهاية الموسم يتم تشكيل ملف من تقرير أدبي ومالي من طرف محافظ الحسابات.

4- مصلحة التربية البدنية والرياضية:

تتكون هذه المصلحة من ثلاث (03) مكاتب

أ - مكتب الممارسات الرياضية والبدنية.

ب - مكتب الحركة الجمعوية والتظاهرات الرياضية.

ج - مكتب اكتشاف المواهب الشابة.

أ- مكتب الممارسات الرياضية والبدنية:

تقوم النوادي بالاتصال بالمديرية عن طريق هذا المكتب، حيث يقوم باستقبال هذه المطالب كما يقوم بإنجاز تشجيعات للمواهب الشابة على مستوى النوادي حيث يقوم أيضا هذا المكتب:

- تكوين المدربين.
- تكوين الرياضيين.
- تكوين المسيرين.
- تكوين الحكام.

5.2. ركائز العمل في المؤسسة الرياضية:

هدف كل مؤسسة هو تحقيق الريج والتنمية المستدامة ولنجاح عملها وجب دمج مختلف عوامل الإنتاج من موارد مادية وطاعات بشرة بأنسب طريقة ممكنة.

- إدراج عمل إداري سليم بطرق علمية بجوانب نفسية اقتصادية واجتماعية وكذا فلسفة المجتمع على كل هذا يتركز العمل في المؤسسة الرياضية .
- آليات التسويق المطورة والعلمية.

• حيث أن تبني تلك المبادئ يؤمن تحقيق الأرباح والمواصلة في الإنتاج الجيد والأعمال الرياضية تعرف تطورا مستمرا خصوصا في الدول المتقدمة إثرى مشكلة معارف المشرفين على الأعمال واستحداث الوسائل المستخدمة هناك. (دائرة فارق، مرجع سابق، 2015-2016، ص 63)

6.2. أبعاد ومستويات المؤسسة الرياضية:

1.6.2. أبعاد المؤسسة الرياضية:

- المهام: لكل منظمة مهام يناط بها إنجازها.
 - الهيكل: وهو الإطار الذي ينظم الأنشطة والإجراءات التي تؤدي لتحقيق الأهداف.
 - الأدوات: وهي الأجهزة والمعدات والمعرفة الفنية اللازمة لأداء الأنشطة المختلفة.
 - الأفراد: وهم الذين يشغلون وظائف ومهام المنظمة.
- وهذه الأبعاد الأربعة تعمل في ديناميكية خاصة لتكوين المفهوم الحديث للمؤسسات، ورغم كل ما تعانيه الرياضة بمختلف أنشطتها، وعلى كل مستوياتها في الدول النامية من مشكلات يمثل الجانب الإداري منها العنصر الأساسي، ورغم أن العملية الإدارية في كل المجالات الرياضية ما زالت موضع نقد سواء ممن يعملون فيها أو يتعاملون معها فان كل ذلك لا يعني عدم أهمية وجود مثل هذه المؤسسات.

(كريم محمد محمود الحكيم، 2015، ص 49)

2.6.2. مستويات المؤسسة الرياضية:

أ- إدارة المؤسسات الرياضية والمستوى الاقتصادي:

يغير النظام الإداري داخل المؤسسات الرياضية بشكل كبير في النمو الاقتصادي، فالرياضة كمنتج كصناعة أصبحت تؤثر على الدخل القومي ودخل العاملين في هذا المجال ويظهر ذلك بشكل واضح في الكثير من دول العالم، ففي التقرير السنوي الاقتصادي لعام 1986 م في إنجلترا يوضح أن المنتجات المبيعات الخاص بالنظام الرياضي تمثل واحدة من الأسواق الاقتصادية الكبرى داخل الرياضة وحجم المجتمع وتضاعف ذلك خلال التسعينات، كما تشير المجلة العلمية الرياضية الأمريكية في تقريرها السنوي إلى أن معدل التداول المالي للسوق الرياضي من خلال المؤسسات الرياضية المختلفة الأندية والاتحادات الرياضية، شركات الأدوات والأجهزة الرياضية، الإعلام الرياضي وصلت في عام 1995م إلى 86 بليون دولار والتنبؤ بأن عام 2000 م سوف تزيد هذه الإنتاجية إلى 121 بليون دولار. وفي كندا كان تقرير ما تم التعامل به من خلال تلك المؤسسات في السوق الرياضي حوالي 4.5 بليون دولار عام 1989 م زيادتها إلى 8.5 بليون دولار حتى عام 1999. وذلك أيضا في المؤسسات الترويحية والخدمية، وشركات التصنيع والتسويق الرياضي والمؤسسات الإعلامية الرياضية والأندية والاتحادات الرياضية للهواة والمحترفين. (كريم محمد محمود الحكيم، 2015، ص 49)

ب- إدارة المؤسسات الرياضية والنظام السياسي:

تتأثر المؤسسات الرياضية بالنظام السياسي والاجتماعي والاقتصادي للدولة الموجودة فيه هذه المؤسسة الرياضية، فالمجتمعات ذات الاقتصاد الحر والفكر الرأسمالي تختلف فيه أهداف ووظائف المؤسسة الرياضية عن ذلك المجتمع ذو الاقتصاد الموجه والفكر المركزي. ومثال على ذلك فإن المؤسسة الرياضية تختلف في فلسفتها وبنائها ووظائفها في أمريكا وفرنسا وإنجلترا على سبيل المثال عن روسيا وبعض الدول الاشتراكية الأخرى، ففي المجتمعات الرأسمالية تأخذ المؤسسات الرياضية منهج المؤسسات الربحية من حيث التمويل الذاتي والإدارة المالية بهدف الربح وتحقيق أعلى أهداف ممكنة بفاعلية كفاءة من الناحية الرياضية، بينما نجد النقيض في الدول المركزية ففيه مؤسسات خاضعة لتمويل الدولة وتحقيق أهدافها من خلال الأهداف التي تضعها الدولة دون الدخول في أعمال الكسب المالي أو التمويل الذاتي، وهذا بالفعل ينعكس على الأداء في كافة أقسام المؤسسة الرياضية بل يؤثر في شكل بناء وتقسيم المؤسسة نفسه. كريم محمد محمود الحكيم، 2015، ص 50)

ج- طرق دعم المؤسسات الاقتصادية الخاصة في القطاع الرياضي:

عرف " جون ميننغام " الرعاية التجارية بأنها تقديم المساعدة المالية أو ما شابهها إلى أحد النوادي أو الأنشطة الرياضية بواسطة مؤسسة تجارية بغرض الحصول على أهداف تجارية. وهنا تكمن العلاقة بين المؤسسة الرياضية في أحد أساليب تحقيق أهداف المؤسسة، وتنمية الموارد المالية للرياضة، ووفق ذلك فإن الجهات المنظمة للأحداث الرياضية حققت أرباحا خيالية بسبب تزايد ما تدفعه هذه الموسم من مبيعات الرعاية الحدث الرياضي في سبيل الدعاية المنتوجاتها خاصة مع إنتشار القنوات الفضائية التلفزيونية التي تساعد في إنتشار إسم منتجات الشركات، وماركاتها عبر دول العالم. (gray tribouy, 2004, p25)

خلاصة:

في ختام هذا الفصل إلى أن المؤسسة الرياضية تختلف عن باقي المؤسسات الأخرى لأنها تعتمد على العنصر البشري بالدرجة الأولى، ويختلف هيكلها التنظيمي من حيث المضمون والتركيز على الأهداف الاجتماعية التي تمس بالعنصر البشري وطموحاته، للنهوض بالرياضة إلى أعلى المستويات، ولتوفير الطاقة البشرية المؤهلة، وتختلف كذلك من حيث الأحكام التي تنظم المنظمات وسير عملها وللوصول إلى الغاية لابد أن تكون المؤسسة مستعدة لذلك سواء بتوفير الإمكانيات ووجود التنظيم الملائم والمناخ المشجع.

الفصل الثالث:

الإطار التطبيقي

أولاً: منهجية الدراسة

تمهيد

في أي دراسة علمية لا يمكن الوصول إلى نتائج موثوقة إلا إذا اتبعت إجراءات منهجية مضبوطة، وخطوات علمية صحيحة؛ فوضوح المنهج وما يبنى في إطاره من تصميم محكم، وتجانس العينة، وسلامة طرق تحديدها وحصرها، ومناسبة أدوات البحث وما تتميز به من خصائص سيكومترية تدل على الصلاحية، وملائمة الأساليب الإحصائية التي يستدل بها على صحة أو عدم صحة الفرضيات التي سبق للباحث وأن صاغها، كل هذه الإجراءات تساعد في الوصول إلى نتائج ذات قيمة علمية. وهذا ما سنحاول مراعاته من خلال الحرص على إتباع خطوات صحيحة ومنظمة، انطلاقاً من الدراسة الاستطلاعية وختاماً بالأساليب الإحصائية المناسبة لهذه الدراسة.

1.3. الدراسة الاستطلاعية

تعد الدراسة الاستطلاعية الخطوة الأولى التي تساعد الباحث في إلقاء نظرة عامة حول جوانب الدراسة الميدانية لبحثه، وتهدف الدراسة الاستطلاعية إلى التأكد من ملائمة مكان الدراسة للبحث، والتحقق من مدى صلاحية الأداة المستعملة لجمع المعلومات ومعرفة الزمن المناسب والمتطلب لإجرائها. ويعرف ماثيو جيدير الدراسة الاستطلاعية على أنها: " عبارة عن دراسة علمية كشفية، تهدف إلى التعرف على المشكلة، وتقوم الحاجة إلى هذا النوع من البحوث، عندما تكون المشكلة محل البحث جديدة لم يسبق إليها أو عندما تكون المعلومات أو المعارف المتحصل عليها حول المشكلة قليلة وضعيفة " (جيدير، 2004، ص26-27)

وفي هذه المرحلة قمت بجمع المعلومات والاطلاع على البحوث والدراسات السابقة والمذكرات التي لها صلة بموضوع البحث، من أجل توفير المعلومات والمعطيات الكافية والإلمام بالموضوع من جميع النواحي حتى يتسنى لنا تكوين فكرة شاملة وكاملة وبالتالي تكوين أسس وخلفية نظرية لهذا الموضوع، وقبل توزيع الاستمارات المتعلقة بالبحث قمت بإجراء دراسة استطلاعية على عينة البحث قصد الاطلاع على الممارسة الميدانية في مديرية الشباب والرياضة لولاية البويرة المختار للدراسة والاتصال ببعض الموظفين من أجل جمع أكبر عدد ممكن من المعلومات التي يمكن من خلالها معالجة المشكل المطروح، والتعرف أكثر على مجتمع الدراسة.

وعلى هذا الأساس قمت بإجراء الدراسة الاستطلاعية كانت بدايتها إلى ديوان بمديرية الشباب والرياضة لولاية البويرة حيث دامت أسبوع من 2022/05/30 على غاية 2022/06/12، حيث وقفت على الظروف التي سيتم فيها إجراء البحث والتعرف على الأفراد الذين سيطبق عليهم أداة الدراسة. ومن خلال ما سبق اتضح لنا الصورة أكثر على مشكلة الدراسة التي نحن بصدد مناقشتها وعلى واقع هذه الدراسة من حيث الزمان والمكان، كما تم التعرف على مجتمع الدراسة وعدد العينة التي نأخذها في الدراسة، ومن خلاله تم أخذ عينة مكونة من 6 موظفين بهدف حساب معامل الثبات للأداة ألفا كرونباخ.

2.3. المنهج المستخدم

إذا كان المنهج كما يقال هو فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة، إما من أجل الكشف عن الحقيقة عندما نكون بها جاهلين، وإما من أجل البرهنة عليها للآخرين عندما نكون بها عارفين، وإذا كانت المناهج أو طرق البحث عن الحقيقة تختلف باختلاف طبيعة الموضوع (بوحوش عمار، 1995، ص43)؛ فإن موضوعنا قد فرض علينا منهجه الخاص والمتمثل في المنهج الوصفي؛ والذي يمكننا أن نقدم له التعريف التالي:

يعرفه عبيدات ذوقان على أنه: «أسلوب من أساليب التحليل المرتكز على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد من خلال فترة أو فترات زمنية معلومة وذلك من أجل الحصول على نتائج علمية تم تفسيرها بطريقة موضوعية وبما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة» (عبيدات، 1999، ص46) كما يعرفه محمد شفيق بأنه: «طريقة لوصف الظاهرة المدروسة وتصويرها كميًا عن طريق جمع معلومات مقننة عن المشكلة وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها للدراسة الدقيقة» (شفيق، 1998، ص80)

3.3. متغيرات الدراسة:

استنادا إلى فرضيات الدراسة تبين لنا جليا أن هناك متغيرين أحدهما مستقل والآخر تابع:

1.3.3. المتغير المستقل: يسمى في بعض الأحيان بالمتغير التجريبي، وهو الذي يحدد المتغيرات ذات الأهمية، أي لما يقوم الباحث بتثبيتها يتأكد من تأثير حدث معين، وتعتبر ذات أهمية خاصة وأنها تساهم على التحكم في المعالجة والمقارنة، والمتغير المستقل عبارة عن المتغير الذي يفترض الباحث أنه السبب أو الأسباب لنتيجة معينة ودراسة تؤدي إلى معرفة تأثير متغير على متغير. (مروان، 2000، ص134) ومن خلال موضوع دراستنا فقد تم تحديد المتغير المستقل على أنه: **العلاقات العامة.**

2.3.3. المتغير التابع: هي المتغيرات الناتجة من العمليات التي تعكس الأداء أو السلوك، وعلى ذلك فإن المثير هو المتغير المستقل بينما الاستجابة تمثل التابع والذي يلاحظه الباحث من خلال معالجته للظروف المحيطة بالتجربة. (مروان، 2000، ص134).

ومن خلال موضوع دراستنا فقد تم تحديد المتغير التابع على أنه: **أداء المؤسسات الرياضية.**

4.3. مجتمع وعينة الدراسة

1.4.3. تعريف المجتمع: من الناحية الاصطلاحية هو تلك المجموعة الأصلية التي تأخذ منها العينة وقد تكون هذه المجموعة فرق، تلاميذ، أو أي وحدات أخرى. (محمد، 1999، ص181).

إن المجتمع يعتبر شمول كافة وحدات الظاهرة التي نحن بصدد دراستها وهذا ما يشمل العاملين بمديرية الشباب والرياضة لولاية البويرة المقدر عددهم 50 عامل.

2.4.3. العينة: وتعتبر خطوة العينة من أهم الخطوات المنهجية حيث أن الاختيار الأمثل للعينة يضمن للباحث النجاح في باقي خطوات دراسته مما يؤدي إلى مصداقية أكبر، وهذا ما أدى بنا إلى مراعاة مجموعة من الجوانب الهامة والمساعدة؛ لتمثل عينتنا المجتمع الأصلي في مختلف نواحيه. (محمد، 1999، ص181).

اعتمدنا في الدراسة الحالية على أسلوب الحصر الشامل، وذلك نظرا لصغر مجتمع الدراسة، وهذا ما سهل علينا توزيع استمارة الاستبيان على جميع الموظفين والتمثلة في (40) موظف، وذلك مع عدم استبعاد أفراد عينة الدراسة الاستطلاعية.

5.3. أدوات جمع البيانات والمعلومات

يشير محمد شفيق " أن الدراسة الوصفية يمكن أن تستعمل فيها مجموعة من الأدوات، لأنها تستهدف تقرير خصائص المشكلة ودراسة الفروق المحيطة بها، وكشف ارتباطا بمتغيرات أخرى بهدف وصف الظاهرة المدروسة وصفا دقيقا. (محمد، 1998، ص111)

لهذا فقد قمنا بتصميم استمارة استبيان أو لية تم عرضها على مجموعة من المحكمين الذين قاموا بتقديم النصح والإرشاد، حيث تم تعديل وحذف ما يلزم.

1.5.3. أداة استمارة الاستبيان:

إن الوسائل المستعملة في جمع البيانات الميدانية تفرضها طبيعة الموضوع والمنهج المتبع، لهذا فإن الأداة التي استعملناها تتمثل في الاستمارة والتي تعرف كما يلي:

- مجموعة أسئلة عامة التي يجيب عنها المبحوث وهي محضرة ومحددة من طرف الباحث.
- مجموعة أسئلة محضرة من طرف الباحث ومدونة، وتطرح شفويا للمبحوث من طرف الباحث.
- أداة ووسيلة لاستكشاف إجابات محددة ومضبوطة ومباشرة لمجتمع الدراسة.
- وسيلة لجمع البيانات وتعتمد على مجموعة من الأسئلة تتم الإجابة عنها من طرف المبحوث أو المبحوثين.

- أداة من أدوات البحث العلمي للحصول على الحقائق والتوصل إلى الوقائع والتعرف على الظروف والأحوال ودراسة المواقف والاتجاهات والآراء، وتساعد الملاحظة وتكملها، وأحيانا تكون الاستمارة الأداة العلمية الوحيدة للقيام بالدراسة الميدانية. (زرواتي، 2007، ص220)
- وبناء على طبيعة البيانات المراد جمعها وعلى المنهج المتبع لتحقيق أهداف الدراسة، تم تقسيم الاستبيان إلى ثلاثة محاور أساسية.(ملحق 01).
- وفي هذه الدراسة تم بناء استمارة استبيان المكونة من 19 سؤال موجهة لعينة من الموظفين والمقسمة على ثلاث محاور:
- المحور الأول: واقع العلاقات العامة في مديرية الشباب والرياضة.
- المحور الثاني: الوسائل التي تستخدمها مديرية الشباب والرياضة لتحقيق الاتصال بجماهيرها الداخلية والخارجية.
- المحور الثالث: أثر العلاقات العامة على أداء مديرية الشباب والرياضة.

6.3. الخصائص السيكومترية لأداة الدراسة:

1.6.3. صدق أداة الدراسة:

أ. الصدق الظاهري

بعد إعداد الأسئلة أداة الدراسة (الاستبيان) في صورتها الأولية تم توزيعها على مجموعة من المحكمين من أجل تعديلها وتنقيحها أو ما يعرف بالصدق الظاهري (صدق المحكمين) ويعرف الصدق الظاهري بأنه: "الإشارة إلى مدى قياس الاستبيان للغرض الذي وضع من أجله ظاهريا، ويتم التوصل إليه من خلال توافق تقديرات المحكمين والمختصين على درجة قياس الاستبيان للسمة (المتغير) والصدق الظاهري يقصد به المظهر العام للاستبيان من حيث المفردات وكيفية صياغتها، ودقتها وموضوعتها ومدى مناسبة الأداة للغرض الذي وضع لأجله". (صفوت، 2007، ص239)

عرضت الصورة الأولية للأداة على مجموعة من الأساتذة والدكاترة في معهد علوم تقنيات النشاطات البدنية والرياضية بجمعة البويرة (الملحق 01)، وذلك لإبداء الرأي في محاور الاستبيان، ومدى صلاحية ومناسبة العبارات الموضوعة لدى الفئة المدروسة، وكذا إضافة بعض العبارات والبنود التي من شأنها إثراء الاستبيان.

2.6.3. الدراسة الاستطلاعية:

بعد تصميم الأولي للأداة الدراسة ننتقل الى الخطوة التالية وهي التجريب الأولي للاستبيان أو ما يعرف بالدراسة الاستطلاعية، كما أن التحليل المنطقي ونصائح المحكمين ليست بديلا عن الدراسة الاستطلاعية، فهذه الدراسة تأتي مساندة ومدعمة لآراء وتحليل المحكمين ومتممة له. ويترتب علينا هنا أن نختار عينة (استطلاعية) من تمع الدراسة نفسه الذي ستسحب منه عينة الدراسة الأساسية فيما بعد. وقد لا تتجاوز عدد أفراد العينة الاستطلاعية 20 أو 30 شخصا في حالات وقد يكون من الضروري تجاوز هذا العدد بكثير في حالات أخرى. (ميخائيل، 2016، ص106)

- أهداف الدراسة الاستطلاعية:

وتُحقق الدراسة الاستطلاعية فوائد عديدة منها حساب الصدق وثبات الاستبيان حيث نقوم في ضوئها بإعادة صياغة الأسئلة أو حذفها والتي يتبين أنها تعاني من الغموض، أو غير ثابتة أو غير متسقة (صادقة) مع بعدها ويمكن القول أن الأهداف من وراء الدراسة الاستطلاعية هي كالاتي:

- استطلاع ظروف وصعوبات الميدان، وكذا التمهيد للدراسة الأساسية.

- اعداد استبيان ملائم للدراسة من حيث: (صياغة الجيدة لعبارات ووضوحها، تحديد الزمن الملائم للإجابة عن الاستبيان، وتحديد طول الاستبيان، عدد العبارات كل بعد)

- حساب الصدق وثبات الاستبيان.

- عدد أفراد العينة الدراسة الاستطلاعية:

قمنا بإجراء دراسة استطلاعية للاستبيان على عينة الاستطلاعية، تضمنت (6) فردا وتم إخضاع نتائج اجاباتهم لإختباري الصدق البنائي لمحاور الاستبيان.

3.6.3. صدق الاتساق الداخلي:

نهدف من استخدام طريقة صدق الاتساق الداخلي ووفقا لمعامل ارتباط بيرسون إلى معرفة مدى قدرة كل مجموعة من عبارات المحور على قياس ما وضع لقياسه في مجمل محورها بوضوح.

- نتائج الاتساق الداخلي لعبارات المحور الأول:

الجدول (1): يوضح متوسط نتائج الاتساق الداخلي لعبارات المحور الأول ككل

المحور الأول	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
واقع العلاقات العامة في مديرية الشباب والرياضة	0.669	0.000

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات برنامج (spss)

التعليق: من النتائج الارتباطات الثنائية المبينة أعلاه نلاحظ أن: المحور الأول يمتاز بالاتساق الداخلي مع محورها حيث أن العلاقة الارتباط بين الدرجة الكلية للمحور وعباراته دالة إحصائياً، إذ أن قيمة (sig) (مستوى المعنوية) لقيم الإحصائية لمعامل ارتباط بيرسون المحسوبة في عبارات المحور هي أقل من مستوى دلالة 0.05، ومنه عبارات المحور الأول صادقة.

- نتائج الاتساق الداخلي لعبارات المحور الثاني:

الجدول (2): يوضح متوسط نتائج الاتساق الداخلي لعبارات المحور الثاني ككل

المحور الثاني	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
الوسائل التي تستخدمها مديرية الشباب والرياضة لتحقيق الاتصال بجماهيرها الداخلية والخارجية	0.683	0.000

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات برنامج (spss)

التعليق: من النتائج الارتباطات الثنائية المبينة أعلاه نلاحظ أن: معظم عبارات المحور الثاني تمتاز بالاتساق الداخلي مع محورها حيث أن العلاقة الارتباط بين الدرجة الكلية للمحور وعباراته دالة إحصائياً، إذ أن قيمة (sig) (مستوى المعنوية) لقيم الإحصائية لمعامل ارتباط بيرسون المحسوبة في كل عبارة من عبارات المحور هي أقل من مستوى دلالة 0.05، ومنه عبارات المحور الثاني صادقة.

- نتائج الاتساق الداخلي لعبارات المحور الثاني:

الجدول (2): يوضح متوسط نتائج الاتساق الداخلي لعبارات المحور الثالث ككل

المحور الثاني	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
أثر العلاقات العامة على أداء مديرية الشباب والرياضة	0.674	0.000

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات برنامج (spss)

التعليق: من النتائج الارتباطات الثنائية المبينة أعلاه نلاحظ أن: معظم عبارات المحور الثاني تمتاز بالاتساق الداخلي مع محورها حيث أن العلاقة الارتباط بين الدرجة الكلية للمحور وعباراته دالة إحصائياً، إذ أن قيمة (sig) (مستوى المعنوية) لقيم الإحصائية لمعامل ارتباط بيرسون المحسوبة في كل عبارة من عبارات المحور هي أقل من مستوى دلالة 0.05، ومنه عبارات المحور الثالث صادقة.

4.6.3. حساب ثبات أداة الدراسة وفق ريقة ألفا كرومباخ:

وفي دراستنا تم التحقق من ثبات عبارات محاور الاستبيان الدراسة، من خلال استخدام طريقة معامل ألفا كرومباخ والذي يعد من أكثر مقاييس الثبات استخداماً من طرف الباحثين، حيث يقيس درجة ثبات عبارات الاستبيان، بمعنى ما نسبة الحصول على نفس النتائج أو الاستنتاجات فيما لو أعيد تطبيق نفس الأداة وفق ظروف مماثلة ومجالات المختلفة لدرجة الثبات ل معامل Cronbach's Alpha:
(مصطفى، 2018، ص149)

جدول رقم (4): يوضح المجالات المختلفة لدرجة الثبات (Alpha)

قيمة (Alpha)	دلالة (Alpha)
$0.6 > \text{Alpha}$	غير كافية
$0.65 > \text{Alpha} > 0.6$	ضعيفة
$0.70 > \text{Alpha} > 0.65$	مقبولة نوعاً ما
$0.85 > \text{Alpha} > 0.70$	حسنة
$0.90 > \text{Alpha} > 0.85$	جيدة
$0.90 < \text{Alpha}$	ممتازة

Sours: Mana carricano et Fanny Poujol ,Analyse de données avec spss ,Edition PERSON
2009, p53

ويعني أن الدرجات التي يتم الحصول عليها دقيقة وخالية من الخطأ، وهذا يعني أنه في حالة تطبيق نفس أداة القياس (الاختبار أو المقياس) على نفس الفرد أو الشيء أي عدد من المرات بنفس الطريقة والشروط، فإننا سوف نحصل على نفس القيمة في كل مرة.

جدول رقم (5): يوضح نتائج حساب ثبات أداة الدراسة وفق ريقة ألفا كرومباخ

النتيجة النهائية		معامل ألفا كرومباخ	محاور الاستبيان
نتيجة الاختبار	عدد العبارات		
ثابت	06	0.669	المحور الأول
ثابت	07	0.683	المحور الثاني
ثابت	06	0.674	المحور الثالث
ثابت	19	0.675	جميع فقرات المقياس

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات برنامج (spss)

وجد أن قيمة معامل ألفا كرومباخ ذات قيم مقبولة وأن القيمة إجمالية لجميع عبارات المحور الأول بلغت 0.669 ويضم 06 عبارات وأن القيمة إجمالية لجميع عبارات المحور الثاني بلغت 0.683 ويضم 7 عبارات وأن القيمة إجمالية لجميع عبارات المحور الثالث بلغت 0.674 ويضم 06 عبارات وأن القيمة إجمالية لجميع عبارات الاستبيان بلغت 0.675 ويضم 18 عبارة وهي أكبر من الحد الأدنى 0.6 مما يدل على ثبات أداة الدراسة وتجدر الإشارة أنه معامل ألفا كرومباخ كلما اقتربت قيمته من 01 دل على أن قيمة الثبات مرتفعة.

ومنه أداة الدراسة بعد تطبيقها على دراسة استطلاعية ظهر لنا الاستبيان على درجة عالية من الصدق والثبات وعليه سنطبقه على عينة الدراسة الاساسية.

وتم تحديد الاستجابة على عبارات الاستبيان ضمن البدائل التالية:

لا	نوعا ما	نعم	البدائل
01	02	03	درجات القياس

7.3. الأدوات الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

لقد استخدمنا مجموعة من الأساليب في تحليل بيانات الدراسة، وذلك بغرض معرفة انعكاسات وظيفة العلاقات العامة على أداء المؤسسات الرياضية بمديرية الشباب والرياضية بولاية البويرة، وقد تم الاعتماد على برنامج المعالجة الإحصائية المعروف بالحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (spss).

وفي ضوء فرضيات البحث تتم معالجة الدرجات بالاعتماد على الأسلوب الإحصائي التالي:

اختبار الارتباط بيرسون: لمعرفة مدى صدق عبارات الاستبيان.

اختبار ألفا كرومباخ: لمعرفة مدى ثبات عبارات الاستبيان.

اختبار كا²: للدلالة الاحصائية على وجود فروق في إجابات العينة على أسئلة أداة الدراسة.

8.3. إجراءات التطبيق الميداني للدراسة

من البديهي أن يختار الباحث مكاناً مناسباً لدراسته يكون بمثابة الأرضية التي يطبق فيها أدواته، بالإضافة إلى مراعاة زمن محدد يكون كافياً لتطبيق تلك الأدوات، وهذا ما دفعنا إلى اختيار حدود مكانية وزمنية نرى أنها مناسبة، والتي يمكن عرضها فيما يلي:

1.8.3. الحدود المكانية: جرت الدراسة على مستوى مديرية الشباب والرياضة لولاية البويرة.

2.8.3. الحدود البشرية: اقتصر تطبيق الدراسة على الموظفين والعاملين.

3.8.3. الحدود الزمانية: تم الشروع في هذا البحث بداية شهر جانفي أما المقياس فتم تحضيره في شهر مارس، وتم توزيع الاستمارات في الفترة الممتدة ما بين 2022/05/30 على غاية 2022/06/12، وبعد استرجاع الاستمارات في الوقت المحدد انطلق البدء في اجراءات التفريغ من أجل معالجتها إحصائياً وتحويل البيانات الكيفية إلى كمية باستخدام برنامج (spss).

– بطاقة فنية عن الهيئة المشرفة

تأسست عام 1990

– إسم المؤسسة : مديرية الشباب والرياضة

– مديرة المؤسسة : جميلة يعقوبي

– الاميل : djsbouira@mjs.gov.dz

الهيكل الشبانية:

هناك 30 مؤسسة شبانية على مستوى الولاية.

منها : 9 ملك للقطاع

8 ملك للبلديات

13 قاعات متعدد الرياضات .

بيت الشاب

مركبات رياضة النشاطات

مركز ترفيه العلمي

مركز مؤسسات الشباب OPOW

الهيكل الرياضية :

– ديوان مركب الرياضي متعدد الرياضات يحتوي على ستة وحدات منها :

القاعة المتعددة الرياضات 500 مقعد .

المسبح نصف أولمبي

ملعب كرة القدم

قاعات متعددة الرياضات

أحواض للسباحة

ملاعب رياضة جوارية عبر البلديات

مركبات رياضة الجوارية

ملاعب كرة القدم عبر البلديات

مساحات لعب .

الموارد البشرية :

- عدد المستخدمين : العدد الاجمالي لعمال القطاع إلى 50 عامل .

عدد المصالح : أربع (04) مصالح .

- مصلحة التكوين وإدارة الوسائل + الأمانة.

- مصلحة الاستثمارات والتجهيزات + الأمانة.

- مصلحة نشاطات الشباب + الأمانة .

- مصلحة التربية البدنية والرياضة + الأمانة.

خلاصة

من خلال هذا الفصل بينا الخطوات المنهجية التي يتبعها الباحث من أجل ضبط الإجراءات الميدانية الخاصة بالدراسة، وكذا توضيح أهم الطرق والأدوات المستعملة في جمع المعلومات وتنظيمها، كما قمنا بعرض هذه الطرق والأدوات بالتفصيل وتوضيح كيفية استعمالها بالإضافة إلى المجالات التي تمت فيها الدراسة من مجال مكاني وزماني كما أننا حددنا كل من مجتمع وعينة الدراسة التي تمحورت حوله الدراسة، كل هذه الإجراءات تعمل على جمع المعلومات في أحسن الظروف وعرضها في أحسن صورة ولكن جمع هذه المعلومات ليس هو الغاية وإنما الغاية هي الوصول إلى نتائج مصاغة بطريقة علمية تساعد على إيجاد حلول للمشكلة المطروحة سابقا.

ثانياً: عرض وتحليل ومناقشة النتائج

تمهيد

تكتسي عملية عرض وتوضيح النتائج المتوصل إليها من خلال المناقشة والتحليل أهمية بالغة في الحكم على مدى صحة أو خطأ الفرضيات، ومن كل ما تقدم في الدراسة تم التوصل إلى مجموعة من النتائج النظرية، والتي سنحاول فيما يلي من هذا الفصل إثباتها أو نفيها ميدانياً بتحليل ومناقشة البيانات على ضوء الفرضيات، وبالتالي الخروج ببعض الاقتراحات من خلال نتائج الدراسة.

1.3. عرض النتائج:

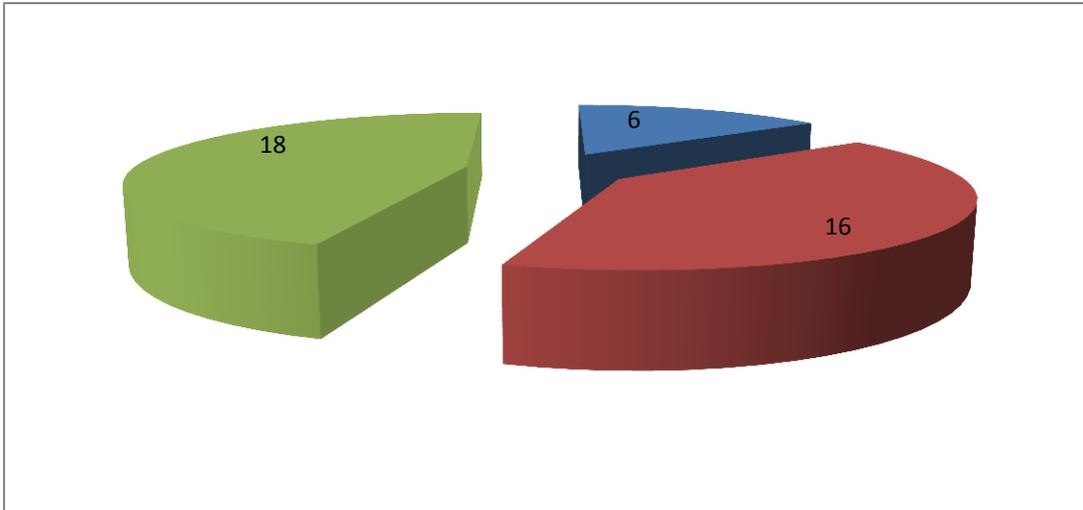
1.1.3. عرض وتحليل ومناقشة نتائج المحور الأول:

العبارة 1: إدارة العلاقات العامة بمديرية الشباب والرياضة لها أساس وتركيبية إدارية وتنظيمية لتشكل قاعدة أداء مهامها ووظائفها.

جدول رقم (6): يوضح إجابات أفراد العينة على العبارة رقم (1)

مستوى الدلالة	قيمة الاحتمالية	درجة الحرية	كا المجدولة	كا المحسوبة	العينة	النسبة %	التكرارات	الإجابات
0.05						15.00	06	لا
دال	0.045	2	5.991	a6.200	40	40.00	16	نوعا ما
						45.00	18	نعم
						100	40	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبان اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS V22



الشكل رقم (1): رسم بياني لإجابات العينة على السؤال 1.

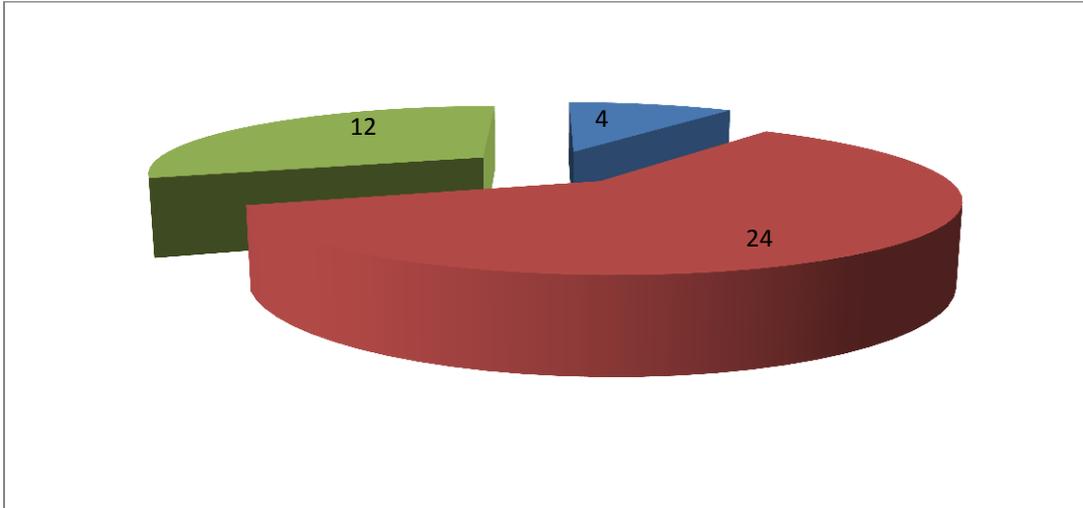
من خلال الجدول نلاحظ أن إجابات أفراد العينة حول العبارة (1) كانت لصالح نعم بقيم مشاهدة 18 وبنسبة 45.00%، نوعا ما بقيم مشاهدة 16 وبنسبة 40.00%، لا بقيم مشاهدة 06 وبنسبة 15.00%، وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار (كا²) المحسوبة بلغت a6.200 وهي أكبر من قيمة (كا²) المجدولة والتي تقدر قيمتها ب 5.99 عند درجة الحرية 2، كما أن قيمة احتمالية بلغت 0.045 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، أي توجد دلالة إحصائية

لصالح القيمة الأكثر تكرار للذين اجابوا بنعم ومنه نستنتج أن أفراد العينة برون أن إدارة العلاقات العامة بمديرية الشباب والرياضة لها أساس وتركيبية إدارية وتنظيمية لتشكيل قاعدة أداء مهامها ووظائفها.
العبارة 2: مصلحة العلاقات العامة بمديرية الشباب والرياضة تنسق وتتداخل مهامه مع المكاتب الأخرى.

جدول رقم (7): يوضح إجابات أفراد العينة على العبارة رقم (2)

مستوى الدلالة	قيمة الاحتمالية	درجة الحرية	كا ² الجدولة	كا ² المحسوبة	العينة	النسبة %	التكرارات	الإجابات
0.05						10.00	04	لا
دال	0.001	2	5.991	a15.200	40	30.00	12	نوعا ما
						60.00	24	نعم
						100	40	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبان اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS V22



الشكل رقم (2): رسم بياني لإجابات العينة على السؤال 2.

من خلال الجدول نلاحظ أن إجابات أفراد العينة حول العبارة (2) كانت لصالح نعم بقيم مشاهدة 24 وبنسبة 60.00%، نوعا ما بقيم مشاهدة 12 وبنسبة 30.00%، لا بقيم مشاهدة 4 وبنسبة 10.00%، وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار (كا²) المحسوبة بلغت a15.200 وهي أكبر من قيمة (كا²) الجدولة والتي تقدر قيمتها ب 5.99 عند درجة الحرية 2، كما أن قيمة احتمالية بلغت 0.001 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة

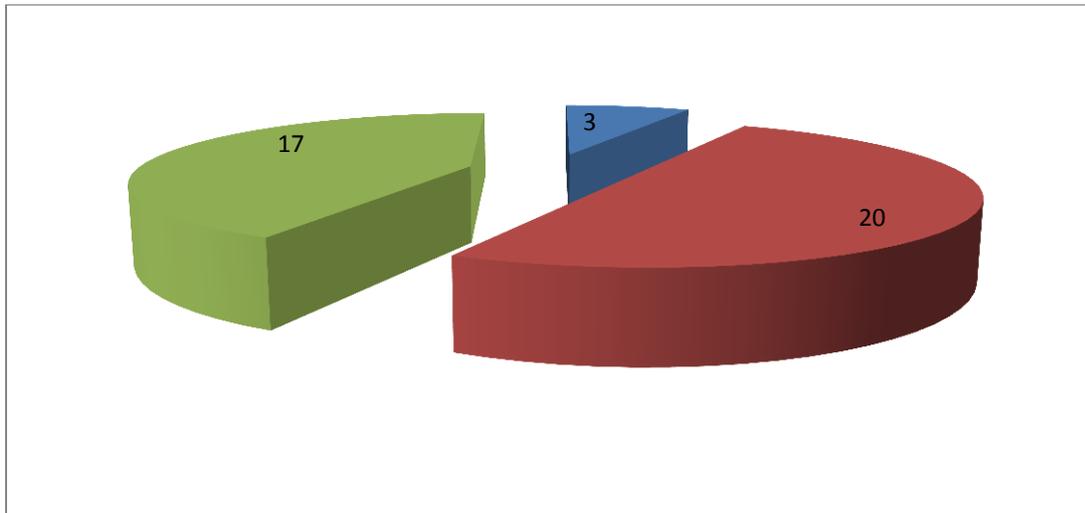
الاكثر تكرار للذين اجابوا بنعم ومنه نستنتج أن أفراد العينة يرون بأن مصلحة العلاقات العامة بمديرية الشباب والرياضة تنسق وتتداخل مهامه مع المكاتب الأخرى.

العبارة 3: موقع العلاقات العامة في الهيكل الاداري بمديرية الشباب والرياضة مناسب لأداء وظائفها.

جدول رقم (8): يوضح إجابات أفراد العينة على العبارة رقم (3)

مستوى الدلالة	قيمة الاحتمالية	درجة الحرية	كا 2 المجدولة	كا 2 المحسوبة	العينة	النسبة %	التكرارات	الإجابات
0.05						07.50	03	لا
دال	0.002	2	5.991	a12.350	40	42.50	17	نوعا ما
						50.00	20	نعم
						100	40	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبان اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS V22



الشكل رقم (3): رسم بياني لإجابات العينة على السؤال 3.

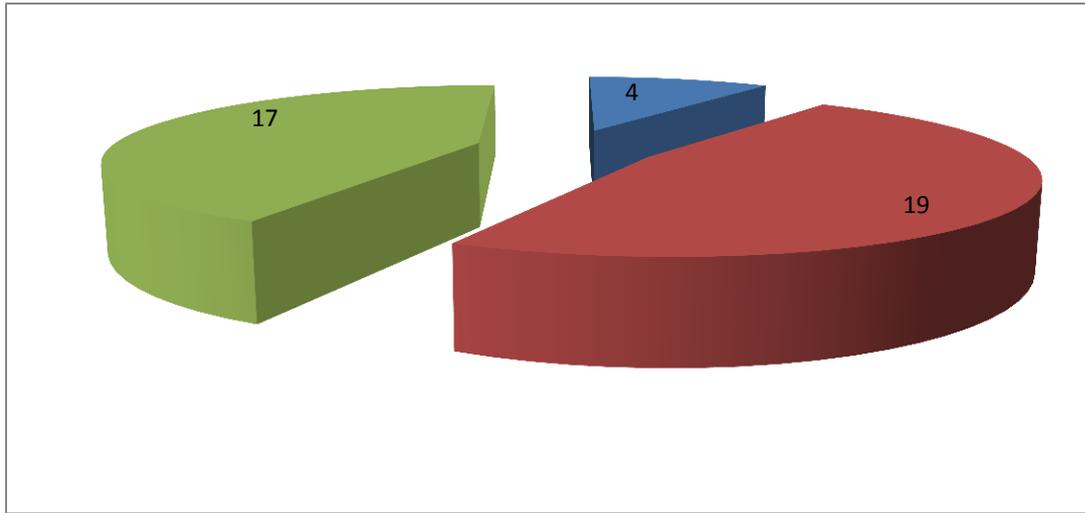
من خلال الجدول نلاحظ أن إجابات أفراد العينة حول العبارة (3) كانت لصالح نعم بقيم مشاهدة 20 وبنسبة 50.00%، نوعا ما بقيم مشاهدة 17 وبنسبة 42.50%، لا بقيم مشاهدة 01 وبنسبة 07.50%، وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار (كا²) المحسوبة بلغت a12.350 وهي أكبر من قيمة (كا²) المجدولة والتي تقدر قيمتها ب 5.99 عند درجة الحرية 2، كما أن قيمة احتمالية بلغت 0.002 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة الاكثر تكرار للذين اجابوا بنعم ومنه نستنتج أن أفراد العينة يرون أن موقع العلاقات العامة في الهيكل الاداري بمديرية الشباب والرياضة مناسب لأداء وظائفها.

العبارة 4: يمكن التعرف على المهام والأنشطة التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة عن طريق الإصدارات التي تصدرها.

جدول رقم (9): يوضح إجابات أفراد العينة على العبارة رقم (4)

مستوى	قيمة	درجة	كا	كا	العينة	النسبة	التكرارات	الإجابات
الدلالة	الاحتمالية	الحرية	المجدولة	المحسوبة		%		
0.05						10.00	04	لا
دال	0.007	2	5.991	a9.950	40	42.50	17	نوعا ما
						47.50	19	نعم
						100	40	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبان اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS V22



الشكل رقم (4): رسم بياني لإجابات العينة على السؤال 4.

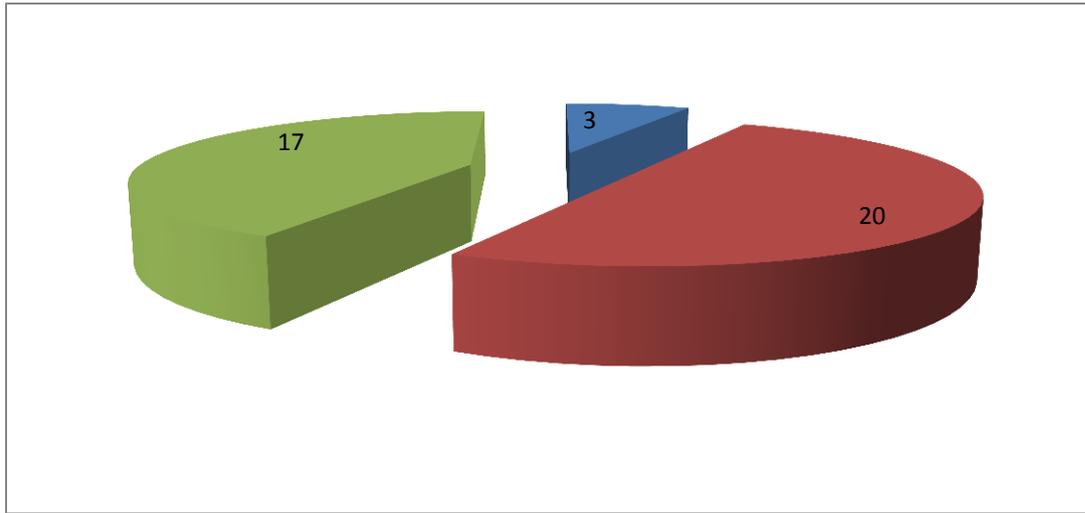
من خلال الجدول نلاحظ أن إجابات أفراد العينة حول العبارة (4) كانت لصالح نعم بقيم مشاهدة 19 وبنسبة 47.50%، نوعا ما بقيم مشاهدة 17 وبنسبة 42.50%، لا بقيم مشاهدة 4 وبنسبة 10.00%، وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار (كا²) المحسوبة بلغت a9.950 وهي أكبر من قيمة (كا²) المجدولة والتي تقدر قيمتها ب 5.99 عند درجة الحرية 2، كما أن قيمة احتمالية بلغت 0.007 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة الأكثر تكرار للذين اجابوا بنعم ومنه نستنتج أن أفراد العينة يرون أنه يمكن التعرف على المهام والأنشطة التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة عن طريق الإصدارات التي تصدرها.

العبارة 5: تساهم مصلحة العلاقات العامة بمديرية الشباب والرياضة في دعم العلاقات الاجتماعية بين الموظفين والتنسيق مع الإدارات الأخرى.

جدول رقم (10): يوضح إجابات أفراد العينة على العبارة رقم (5)

مستوى الدلالة	قيمة الاحتمالية	درجة الحرية	كا 2 المجدولة	كا 2 المحسوبة	العينة	النسبة %	التكرارات	الإجابات
0.05						07.50	03	لا
دال	0.002	2	5.991	a12.350	40	42.50	17	نوعا ما
						50.00	20	نعم
						100	40	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبان اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS V22



الشكل رقم (5): رسم بياني لإجابات العينة على السؤال 5.

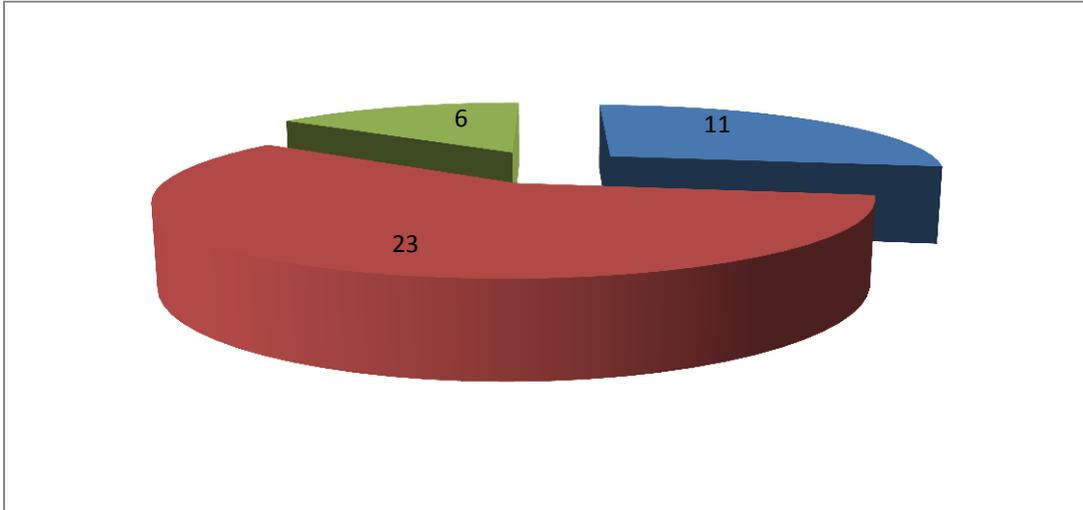
من خلال الجدول نلاحظ أن إجابات أفراد العينة حول العبارة (5) كانت لصالح نعم بـ 20 مشاهدة وبنسبة 50.00%، نوعا ما بـ 17 مشاهدة وبنسبة 42.50%، لا بـ 3 مشاهدة وبنسبة 7.50%، وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار (كا²) المحسوبة بلغت a12.350 وهي أكبر من قيمة (كا²) المجدولة والتي تقدر قيمتها بـ 5.99 عند درجة الحرية 2، كما أن قيمة احتمالية بلغت 0.002 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة الأكثر تكرار للذين اجابوا بنعم ومنه نستنتج أن أفراد العينة يرون أن مصلحة العلاقات العامة بمديرية الشباب والرياضة تساهم في دعم العلاقات الاجتماعية بين الموظفين والتنسيق مع الإدارات الأخرى.

العبارة 6: نشاط مصلحة العلاقات العامة بمديرية الشباب والرياضة أكثر فاعلية من ذي قبل.

جدول رقم (11): يوضح إجابات أفراد العينة على العبارة رقم (6)

مستوى الدلالة	قيمة الاحتمالية	درجة الحرية	كا2 المجدولة	كا2 المحسوبة	العينة	النسبة %	التكرارات	الإجابات
0.05						27.50	11	لا
دال	0.003	2	5.991	a11.450	40	15.00	06	نوعا ما
						57.50	23	نعم
						100	40	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبان اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS V22



الشكل رقم (6): رسم بياني لإجابات العينة على السؤال 6.

من خلال الجدول نلاحظ أن إجابات أفراد العينة حول العبارة (6) كانت لصالح نعم بـ 23 مشاهدة وبنسبة 57.50%، لا بـ 11 مشاهدة وبنسبة 27.50%، نوعا ما بـ 06 مشاهدة وبنسبة 15.00%، وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار (كا²) المحسوبة بلغت a11.450 وهي أكبر من قيمة (كا²) المجدولة والتي تقدر قيمتها بـ 5.99 عند درجة الحرية 2، كما أن قيمة احتمالية بلغت 0.003 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة الأكثر تكرار للذين اجابوا بنعم ومنه نستنتج أن أفراد العينة يرون أن نشاط مصلحة العلاقات العامة بمديرية الشباب والرياضة أكثر فاعلية من ذي قبل.

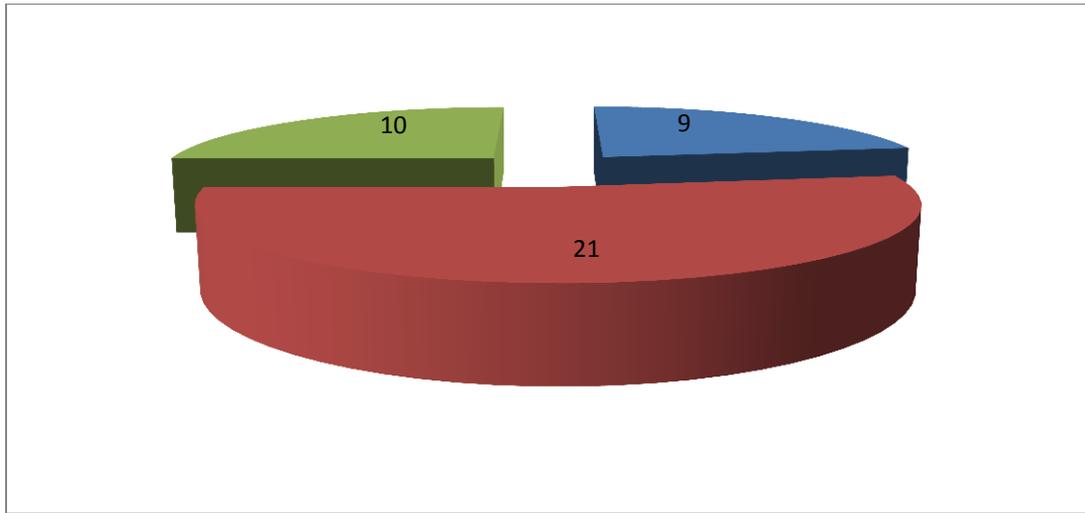
2.1.3. عرض وتحليل ومناقشة نتائج المحور الثاني:

العبارة 7: من أسباب نجاح مديرية الشباب والرياضة وجود عمال ومختصين بوظيفة العلاقات العامة.

جدول رقم (12): يوضح إجابات أفراد العينة على العبارة رقم (7)

مستوى الدلالة	قيمة الاحتمالية	درجة الحرية	كا ² الجدولة	كا ² المحسوبة	العينة	النسبة %	التكرارات	الإجابات
0.05						22.50	09	لا
دال	0.036	2	5.991	a6.650	40	25.00	10	نوعا ما
						52.50	21	نعم
						100	40	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبان اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS V22



الشكل رقم (7): رسم بياني لإجابات العينة على السؤال 7.

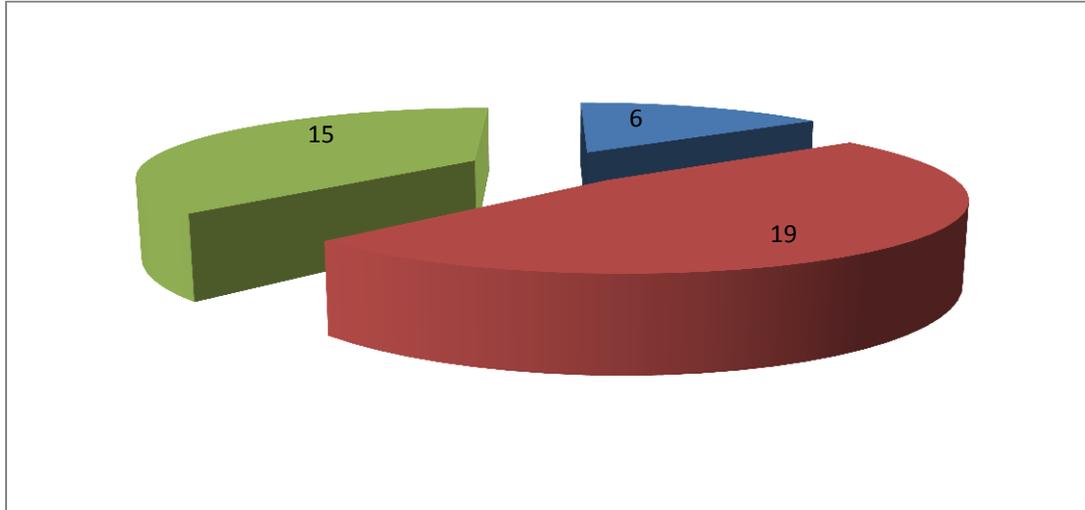
من خلال الجدول نلاحظ أن إجابات أفراد العينة حول العبارة (1) كانت لصالح نعم بقيم مشاهدة 21 وبنسبة 52.50%، نوعا ما بقيم مشاهدة 10 وبنسبة 25.00%، لا بقيم مشاهدة 09 وبنسبة 22.50%، وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار (كا²) المحسوبة بلغت a6.650 وهي أكبر من قيمة (كا²) الجدولة والتي تقدر قيمتها ب 5.99 عند درجة الحرية 2، كما أن قيمة احتمالية بلغت 0.036 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة الأكثر تكرار للذين اجابوا بنعم ومنه نستنتج أن أفراد العينة يرون أنه من أسباب نجاح مديرية الشباب والرياضة وجود عمال ومختصين بوظيفة العلاقات العامة.

العبارة 8: هل تستخدم في عملك وسائل اتصال متنوعة (تقليدية وإلكترونية).

جدول رقم (13): يوضح إجابات أفراد العينة على العبارة رقم (8)

مستوى الدلالة	قيمة الاحتمالية	درجة الحرية	كا2 المجدولة	كا2 المحسوبة	العينة	النسبة %	التكرارات	الإجابات
0.05						15.00	06	لا
دال	0.036	2	5.991	a6.650	40	37.50	15	نوعا ما
						47.50	19	نعم
						100	40	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبان اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS V22



الشكل رقم (8): رسم بياني لإجابات العينة على السؤال 8.

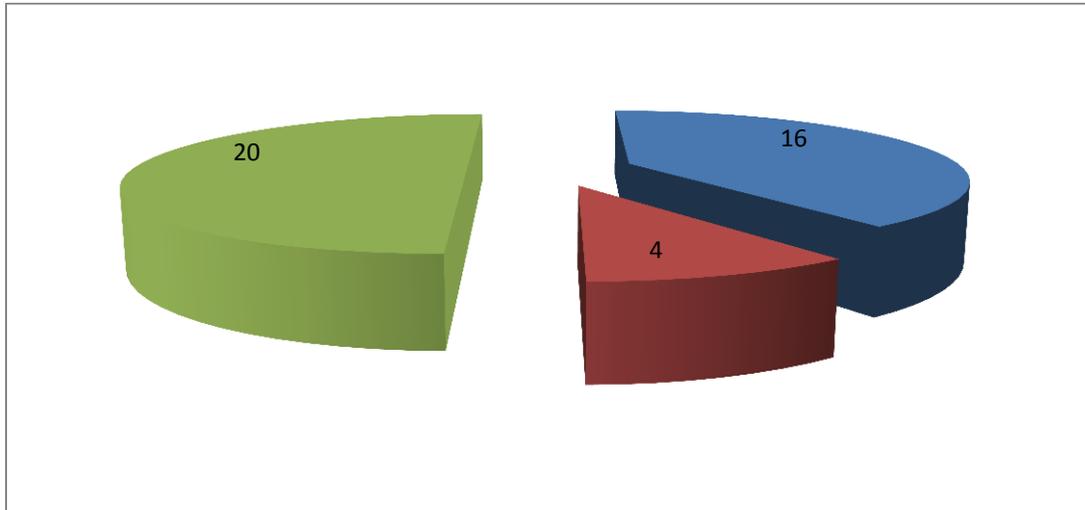
من خلال الجدول نلاحظ أن إجابات أفراد العينة حول العبارة (2) كانت لصالح نعم بقيم مشاهدة 19 وبنسبة 47.50%، نوعا ما بقيم مشاهدة 15 وبنسبة 37.50%، لا بقيم مشاهدة 06 وبنسبة 15.00%، وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار (كا²) المحسوبة بلغت a6.650 وهي أكبر من قيمة (كا²) المجدولة والتي تقدر قيمتها ب 5.99 عند درجة الحرية 2، كما أن قيمة احتمالية بلغت 0.036 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة الأكثر تكرار للذين اجابوا بنعم ومنه نستنتج أن أفراد العينة يرون أنه يستخدمون وسائل اتصال متنوعة (تقليدية وإلكترونية) في العمل.

العبارة 9: استخدامك لوسائل الاتصال المتنوعة سهل جدا.

جدول رقم (14): يوضح إجابات أفراد العينة على العبارة رقم (3)

مستوى الدلالة	قيمة الاحتمالية	درجة الحرية	كا2 المجدولة	كا2 المحسوبة	العينة	النسبة %	التكرارات	الإجابات
0.05						40.00	16	لا
دال	0.007	2	5.991	a9.800	40	10.00	04	نوعا ما
						50.00	20	نعم
						100	40	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبان اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS V22



الشكل رقم (9): رسم بياني لإجابات العينة على السؤال 9.

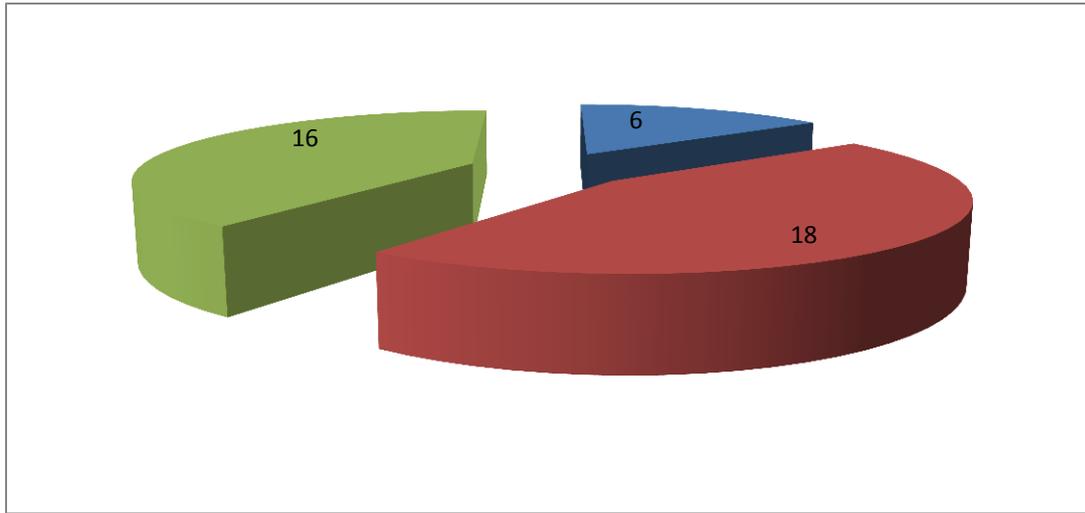
من خلال الجدول نلاحظ أن إجابات أفراد العينة حول العبارة (9) كانت لصالح نعم بقيم مشاهدة 20 وبنسبة 50.00%، لا بقتيم مشاهدة 16 وبنسبة 40.00%، نوعا ما بقيم مشاهدة 04 وبنسبة 10.00%، وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار (كا²) المحسوبة بلغت a9.800 وهي أكبر من قيمة (كا²)المجدولة والتي تقدر قيمتها ب5.99 عند درجة الحرية 2، كما أن قيمة احتمالية بلغت 0.007 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة الأكثر تكرار للذين اجابوا بنعم ومنه نستنتج أن أفراد العينة برون أن استخدام لوسائل الاتصال المتنوعة سهل جدا.

العبارة 10: تعتمد على الاتصالات الشخصية الوسائل المطبوعة الاتصالات المرئية، في تحسين صورة المؤسسة.

جدول رقم (15): يوضح إجابات أفراد العينة على العبارة رقم (10)

مستوى الدلالة	قيمة الاحتمالية	درجة الحرية	كا المجدولة	كا المحسوبة	العينة	النسبة %	التكرارات	الإجابات
0.05						15.00	06	لا
دال	0.045	2	5.991	a6.200	40	40.00	16	نوعا ما
						45.00	18	نعم
						100	40	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبان اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS V22



الشكل رقم (10): رسم بياني لإجابات العينة على السؤال 10.

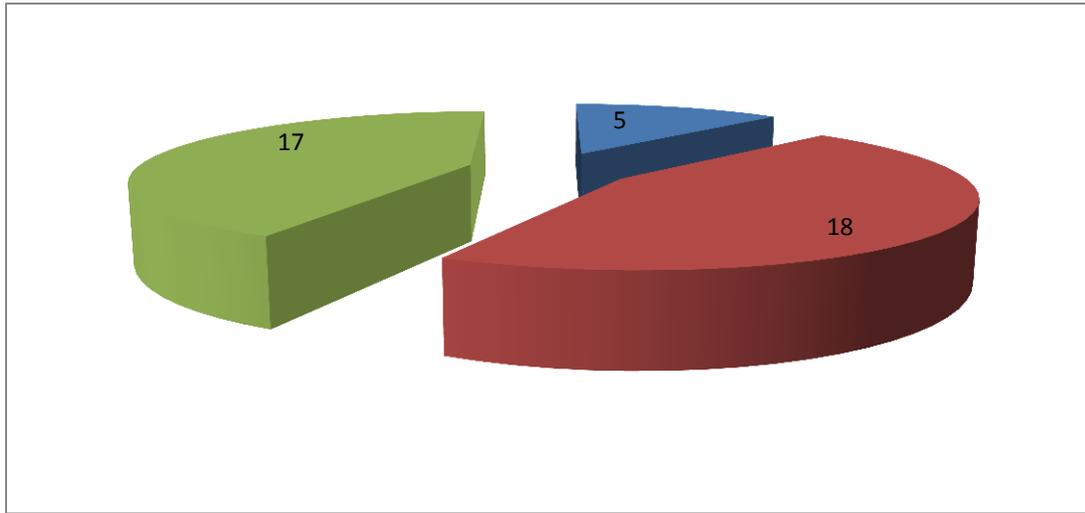
من خلال الجدول نلاحظ أن إجابات أفراد العينة حول العبارة (4) كانت لصالح نعم بقيم مشاهدة 18 وبنسبة 45.00%، نوعا ما بقيم مشاهدة 16 وبنسبة 40.00%، لا بقيم مشاهدة 06 وبنسبة 15.00%، وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار (كا²) المحسوبة بلغت a6.200 وهي أكبر من قيمة (كا²) المجدولة والتي تقدر قيمتها ب 5.99 عند درجة الحرية 2، كما أن قيمة احتمالية بلغت 0.045 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة الأكثر تكرار للذين اجابوا بنعم ومنه نستنتج أن أفراد العينة يرون أن الاتصالات الشخصية تعتمد على الوسائل المطبوعة الاتصالات المرئية، في تحسين صورة المؤسسة.

العبارة 11: تستخدمون مختلف الوسائل التكنولوجية في التواصل مع الجماهير مثل مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (16): يوضح إجابات أفراد العينة على العبارة رقم (11)

مستوى الدلالة	قيمة الاحتمالية	درجة الحرية	كا 2 المجدولة	كا 2 المحسوبة	العينة	النسبة %	التكرارات	الإجابات
0.05						12.50	05	لا
دال	0.020	2	5.991	a7.850	40	42.50	17	نوعا ما
						45.00	18	نعم
						100	40	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبان اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS V22



الشكل رقم (11): رسم بياني لإجابات العينة على السؤال 11.

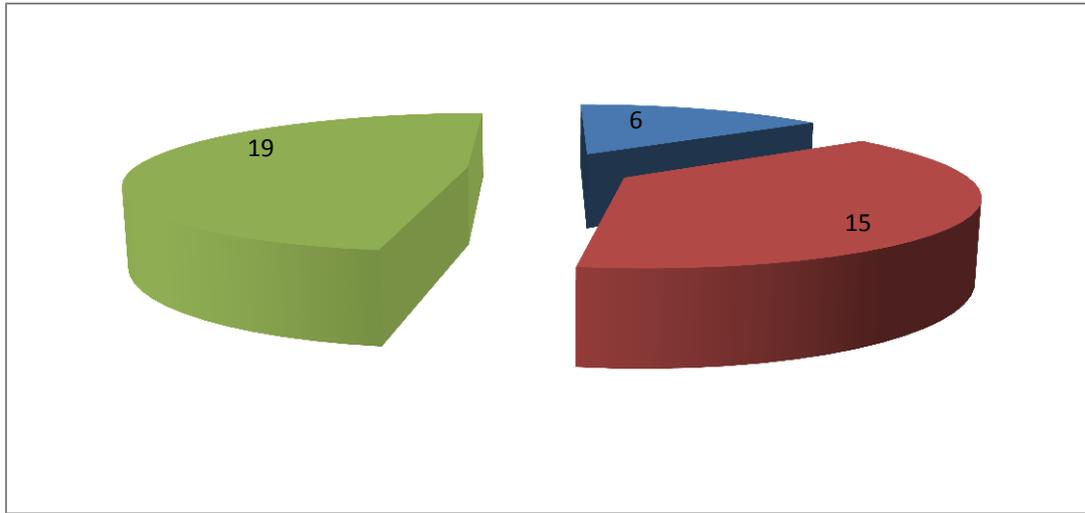
من خلال الجدول نلاحظ أن إجابات أفراد العينة حول العبارة (11) كانت لصالح نعم بقيم مشاهدة 18 وبنسبة 45.00%، نوعا ما بقيم مشاهدة 17 وبنسبة 42.50%، لا بقيم مشاهدة 5 وبنسبة 12.50%، وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار (كا²) المحسوبة بلغت a7.850 وهي أكبر من قيمة (كا²) المجدولة والتي تقدر قيمتها ب 5.99 عند درجة الحرية 2، كما أن قيمة احتمالية بلغت 0.020 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة الأكثر تكرار للذين اجابوا بنعم ومنه نستنتج أن أفراد العينة يرون أن تستخدمون مختلف الوسائل التكنولوجية في التواصل مع الجماهير مثل مواقع التواصل الاجتماعي.

العبارة 12: استخدام وسائل الاتصال الحديثة بالجمهير له دور في تحسين صورة المؤسسة أكثر من السابق.

جدول رقم (17): يوضح إجابات أفراد العينة على العبارة رقم (12)

مستوى الدلالة	قيمة الاحتمالية	درجة الحرية	كا 2 المجدولة	كا 2 المحسوبة	العينة	النسبة %	التكرارات	الإجابات
0.05						15.00	06	لا
دال	0.036	2	5.991	a6.650	40	37.50	15	نوعا ما
						47.50	19	نعم
						100	40	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبان اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS V22



الشكل رقم (12): رسم بياني لإجابات العينة على السؤال 12.

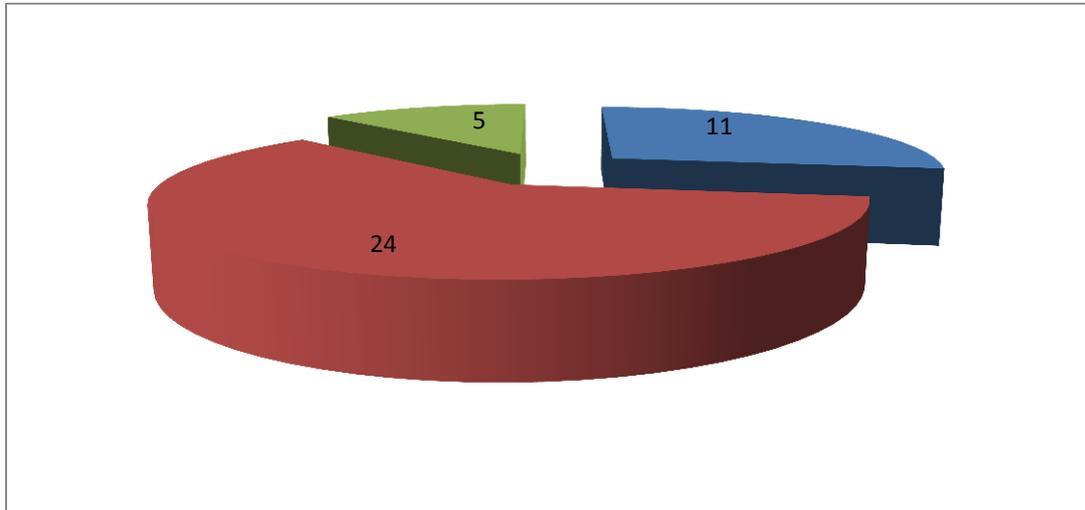
من خلال الجدول نلاحظ أن إجابات أفراد العينة حول العبارة (6) كانت لصالح نعم بقيم مشاهدة 19 وبنسبة 47.50%، نوعا ما بقيم مشاهدة 15 وبنسبة 37.50%، لا بقيتم مشاهدة 06 وبنسبة 15.00%، وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار (كا²) المحسوبة بلغت a6.650 وهي أكبر من قيمة (كا²) المجدولة والتي تقدر قيمتها ب 5.99 عند درجة الحرية 2، كما أن قيمة احتمالية بلغت 0.036 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة الأكثر تكرار للذين اجابوا بنعم ومنه نستنتج أن أفراد العينة برون أن استخدام وسائل الاتصال الحديثة بالجمهير له دور في تحسين صورة المؤسسة أكثر من السابق.

العبارة 13: لا توجد عراقيل تعيق عملك أثناء عملية الاتصال بالجماهير الداخلية والخارجية.

جدول رقم (18): يوضح إجابات أفراد العينة على العبارة رقم (13)

مستوى الدلالة	قيمة الاحتمالية	درجة الحرية	كا2 المجدولة	كا2 المحسوبة	العينة	النسبة %	التكرارات	الإجابات
0.05						27.50	11	لا
دال	0.001	2	5.991	a14.150	40	12.50	05	نوعا ما
						60.00	24	نعم
						100	40	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبان اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS V22



الشكل رقم (13): رسم بياني لإجابات العينة على السؤال 13.

من خلال الجدول نلاحظ أن إجابات أفراد العينة حول العبارة (13) كانت لصالح نعم بقيم مشاهدة 24 وبنسبة 60.00%، لا بقيم مشاهدة 11 وبنسبة 27.50%، نوعا ما بقيم مشاهدة 05 وبنسبة 12.50%، وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار (كا²) المحسوبة بلغت a14.150 وهي أكبر من قيمة (كا²) المجدولة والتي تقدر قيمتها ب 5.99 عند درجة الحرية 2، كما أن قيمة احتمالية بلغت 0.001 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة الأكثر تكرار للذين اجابوا بنعم ومنه نستنتج أن أفراد العينة يرون أن لا توجد عراقيل تعيق عملك أثناء عملية الاتصال بالجماهير الداخلية والخارجية.

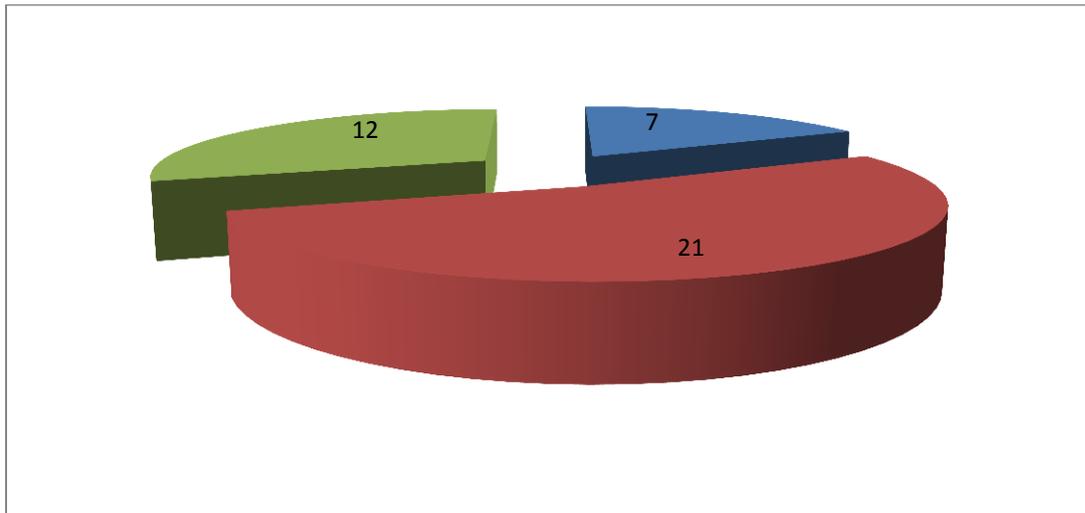
3.1.3. عرض وتحليل ومناقشة نتائج المحور الثالث:

العبارة 14: عن طريق العلاقات العامة استطاعت مديرية الشباب والرياضة خلق رأي عام ايجابي لدى جمهورها الداخلي والخارجي.

جدول رقم (19): يوضح إجابات أفراد العينة على العبارة رقم (14)

مستوى الدلالة	قيمة الاحتمالية	درجة الحرية	كا2 المجدولة	كا2 المحسوبة	العينة	النسبة %	التكرارات	الإجابات
0.05						17.50	07	لا
دال	0.023	2	5.991	a7.550	40	30.00	12	نوعا ما
						52.50	21	نعم
						100	40	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبان اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS V22



الشكل رقم (14): رسم بياني لإجابات العينة على السؤال 14.

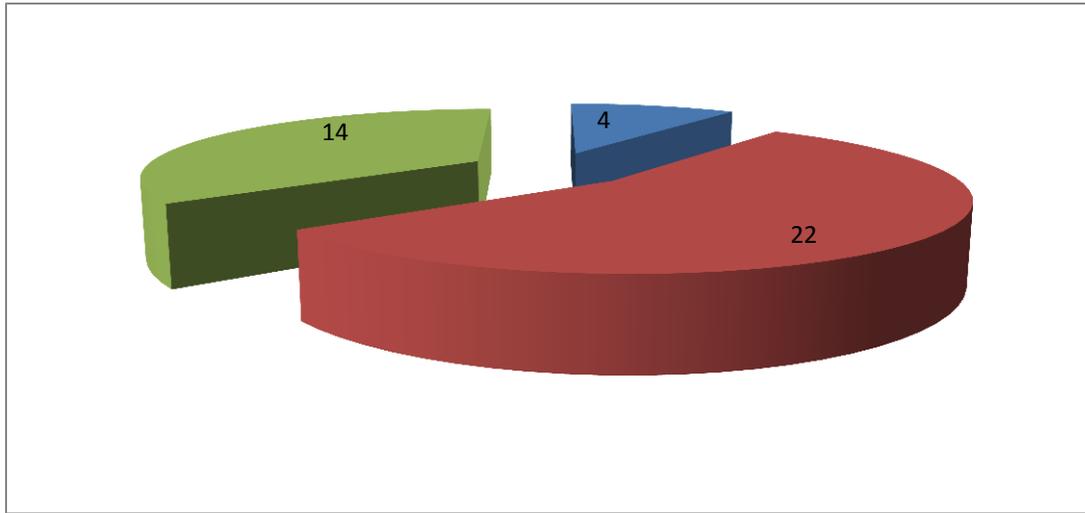
من خلال الجدول نلاحظ أن إجابات أفراد العينة حول العبارة (14) كانت لصالح نعم بقيم مشاهدة 21 وبنسبة 52.50%، نوعا ما بقيم مشاهدة 12 وبنسبة 30.00%، لا بقيم مشاهدة 07 وبنسبة 17.50%، وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار (كا²) المحسوبة بلغت a7.550 وهي أكبر من قيمة (كا²) المجدولة والتي تقدر قيمتها ب 5.99 عند درجة الحرية 2، كما أن قيمة احتمالية بلغت 0.023 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة الأكثر تكرار للذين اجابوا بنعم ومنه نستنتج أن أفراد العينة يرون أنه عن طريق العلاقات العامة استطاعت مديرية الشباب والرياضة خلق رأي عام ايجابي لدى جمهورها الداخلي والخارجي.

العبارة 15: بفضل الميزانية المخصصة من الإدارة للعلاقات العامة استطاعت المؤسسة لتنفيذ أنشطتها وبرامجها.

جدول رقم (20): يوضح إجابات أفراد العينة على العبارة رقم (15)

مستوى الدلالة	قيمة الاحتمالية	درجة الحرية	كا 2 المجدولة	كا 2 المحسوبة	العينة	النسبة %	التكرارات	الإجابات
0.05						55.00	22	نعم
دال	0.002	2	5.991	a12.200	40	35.00	14	نوعا ما
						10.00	04	لا
						100	40	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبان اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS V22



الشكل رقم (15): رسم بياني لإجابات العينة على السؤال 15.

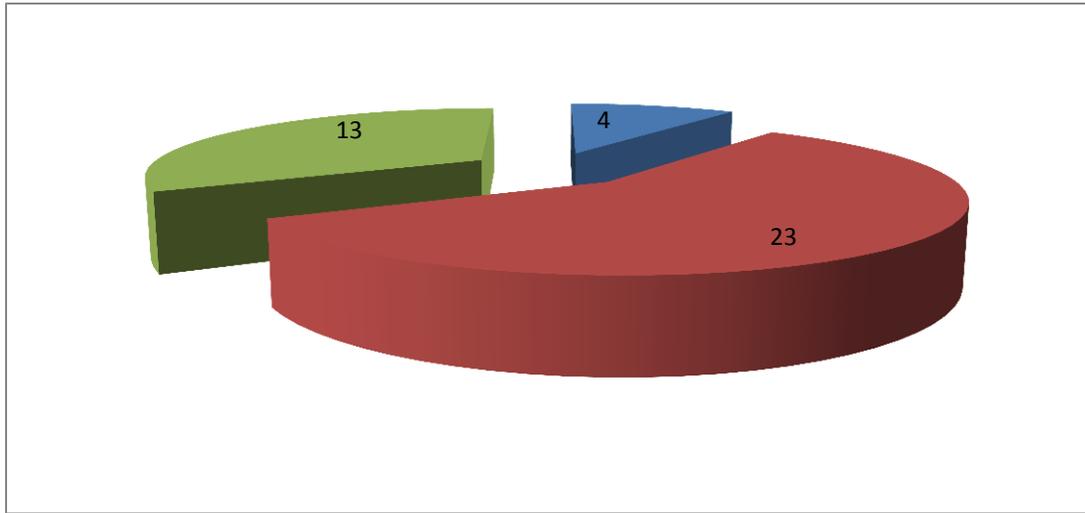
من خلال الجدول نلاحظ أن إجابات أفراد العينة حول العبارة (15) كانت لصالح نعم بقيم مشاهدة 22 وبنسبة 55.00%، نوعا ما بقيم مشاهدة 14 وبنسبة 35.00%، لا بقيم مشاهدة 4 وبنسبة 10.00%، وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار (كا²) المحسوبة بلغت a12.200 وهي أكبر من قيمة (كا²) المجدولة والتي تقدر قيمتها ب 5.99 عند درجة الحرية 2، كما أن قيمة احتمالية بلغت 0.002 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، أي توجد دلالة إحصائية دلالة إحصائية لصالح القيمة الأكثر تكرار للذين اجابوا بنعم ومنه نستنتج أن أفراد العينة يرون أنه بفضل الميزانية المخصصة من الإدارة للعلاقات العامة استطاعت المؤسسة لتنفيذ أنشطتها وبرامجها.

العبارة 16: إدارة العلاقات العامة يكمن دورها في تحسين أداء مديرية الشباب والرياضة كهدف استراتيجي.

جدول رقم (21): يوضح إجابات أفراد العينة على العبارة رقم (16)

مستوى الدلالة	قيمة الاحتمالية	درجة الحرية	كا 2 المجدولة	كا 2 المحسوبة	العينة	النسبة %	التكرارات	الإجابات
0.05						10.00	04	لا
دال	0.001	2	5.991	a13.550	40	32.50	13	نوعا ما
						57.50	23	نعم
						100	40	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبان اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS V22



الشكل رقم (16): رسم بياني لإجابات العينة على السؤال 16.

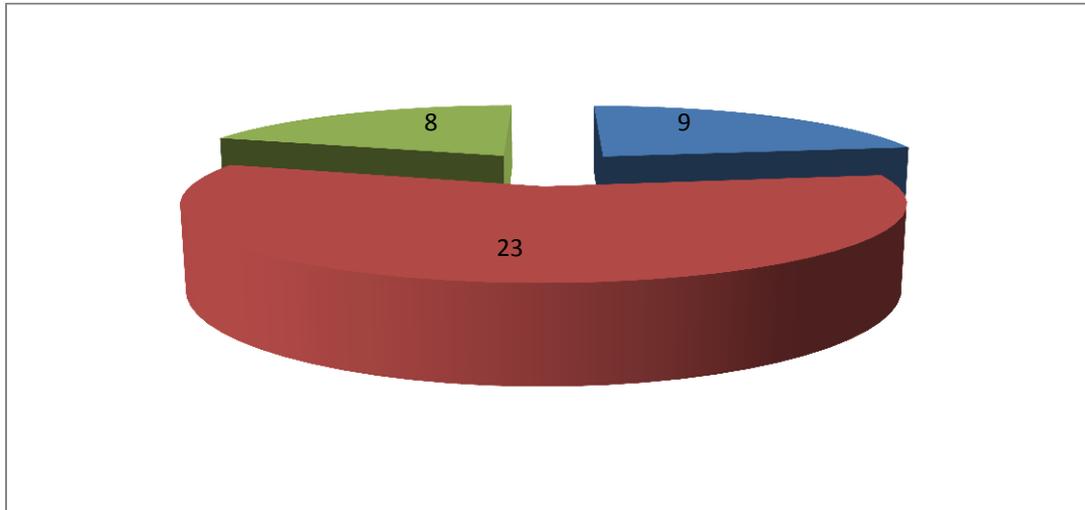
من خلال الجدول نلاحظ أن إجابات أفراد العينة حول العبارة (16) كانت لصالح نعم بقيمة مشاهدة 23 وبنسبة 57.50%، نوعا ما بقيمة مشاهدة 13 وبنسبة 32.50%، لا بقيمة مشاهدة 4 وبنسبة 10.00%، وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار (كا²) المحسوبة بلغت a13.550 وهي أكبر من قيمة (كا²) المجدولة والتي تقدر قيمتها ب 5.99 عند درجة الحرية 2، كما أن قيمة احتمالية بلغت 0.001 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة الأكثر تكرار للذين اجابوا بنعم ومنه نستنتج أن أفراد العينة يرون أن إدارة العلاقات العامة يكمن دورها في تحسين أداء مديرية الشباب والرياضة كهدف استراتيجي.

العبارة 17: إدارة العلاقات العامة بمديرية الشباب والرياضة تقوم بمهامها على الوجه الأكمل.

جدول رقم (22): يوضح إجابات أفراد العينة على العبارة رقم (17)

مستوى الدلالة	قيمة الاحتمالية	درجة الحرية	كا المجدولة	كا المحسوبة	العينة	النسبة %	التكرارات	الإجابات
0.05						22.50	09	لا
دال	0.005	2	5.991	a10.550	40	20.00	08	نوعا ما
						57.50	23	نعم
						100	40	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبان اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS V22



الشكل رقم (17): رسم بياني لإجابات العينة على السؤال 17.

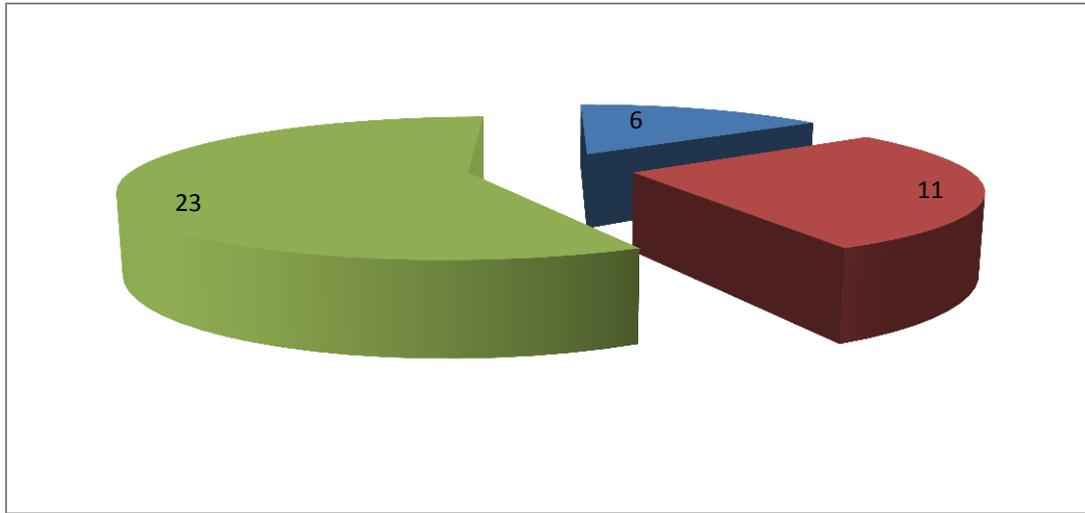
من خلال الجدول نلاحظ أن إجابات أفراد العينة حول العبارة (17) كانت لصالح نعم بقيم مشاهدة 23 وبنسبة 57.50%، لا بقيم مشاهدة 09 وبنسبة 22.50%، نوعا ما بقيم مشاهدة 08 وبنسبة 20.00%، وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار (كا²) لمحسوبة بلغت 10.550a وهي أكبر من قيمة (كا²) المجدولة والتي تقدر قيمتها ب5.99 عند درجة الحرية 2، كما أن قيمة احتمالية بلغت 0.005 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة الأكثر تكرار للذين اجابوا بنعم ومنه نستنتج أن أفراد العينة يرون أن إدارة العلاقات العامة بمديرية الشباب والرياضة تقوم بمهامها على الوجه الأكمل.

العبارة 18: بفضل انتهاج إدارة العلاقات العامة لاستراتيجية جدية في التخطيط والتنفيذ والتنسيق استطاعت رسم صورة ايجابية لمديرية الشباب والرياضة.

جدول رقم (23): يوضح إجابات أفراد العينة على العبارة رقم (18)

مستوى الدلالة	قيمة الاحتمالية	درجة الحرية	كا المجدولة	كا المحسوبة	العينة	النسبة %	التكرارات	الإجابات
0.05						15.00	06	لا
دال	0.003	2	5.991	a11.450	40	27.50	11	نوعا ما
						57.50	23	نعم
						100	40	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبان اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS V22



الشكل رقم (18): رسم بياني لإجابات العينة على السؤال 18.

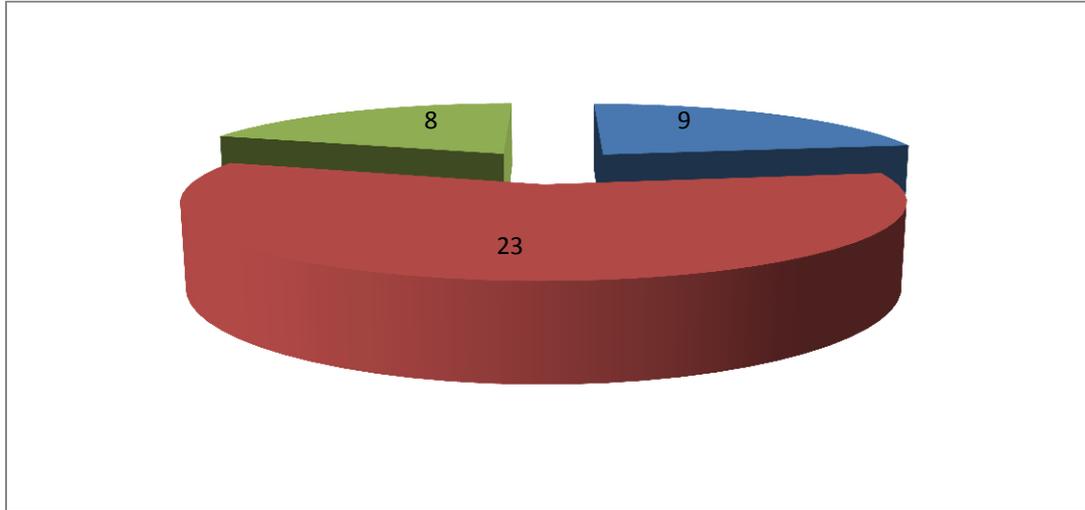
من خلال الجدول نلاحظ أن إجابات أفراد العينة حول العبارة (18) كانت لصالح نعم بقيم مشاهدة 23 وبنسبة 57.58%، نوعا ما بقيم مشاهدة 11 وبنسبة 27.50%، لا بقيم مشاهدة 06 وبنسبة 15.00%، وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار (كا²) المحسوبة بلغت a11.450 وهي أكبر من قيمة (كا²) المجدولة والتي تقدر قيمتها ب 5.99 عند درجة الحرية 2، كما أن قيمة احتمالية بلغت 0.003 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة الأكثر تكرار للذين اجابوا بنعم ومنه نستنتج أن أفراد العينة يرون أنه بفضل انتهاج إدارة العلاقات العامة لاستراتيجية جدية في التخطيط والتنفيذ والتنسيق استطاعت رسم صورة ايجابية لمديرية الشباب والرياضة.

العبارة 19: لولا العلاقات العامة لما استطاعت مديرية الشباب والرياضة الاستمرار في عملها.

جدول رقم (24): يوضح إجابات أفراد العينة على العبارة رقم (19)

مستوى الدلالة	قيمة الاحتمالية	درجة الحرية	كا المجدولة	كا المحسوبة	العينة	النسبة %	التكرارات	الإجابات
0.05						22.50	09	لا
دال	0.005	2	5.991	a10.550	40	20.00	08	نوعا ما
						57.50	23	نعم
						100	40	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبان اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS V22



الشكل رقم (19): رسم بياني لإجابات العينة على السؤال 19.

من خلال الجدول نلاحظ أن إجابات أفراد العينة حول العبارة (17) كانت لصالح نعم بقيم مشاهدة 23 وبنسبة 57.50%، لا بقيم مشاهدة 09 وبنسبة 22.50%، نوعا ما بقيم مشاهدة 08 وبنسبة 20.00%، وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار (كا²) لمحسوبة بلغت 10.550a وهي أكبر من قيمة (كا²) المجدولة والتي تقدر قيمتها ب5.99 عند درجة الحرية 2، كما أن قيمة احتمالية بلغت 0.005 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة الأكثر تكرار للذين اجابوا بنعم ومنه نستنتج أن أفراد العينة يرون أن لولا العلاقات العامة لما استطاعت مديرية الشباب والرياضة الاستمرار في عملها.

2.3. مناقشة النتائج في ظل الفرضيات

1.2.3. عرض نتائج الفرضية اولى ومناقشة نتائجها:

من خلال الجداول السابقة نجد أن معظم أسئلة المحور 01 دالة إحصائيا لصالح اجابة أكثر تكرارا دائما عند مستوى دلالة (0.05)، حيث كا 2 المحسوبة أكبر من الجدولة في معظمها وأيضا قيمة مستوى احتمال الخطأ SIG أقل من مستوى الدلالة 0.05 وذلك ما يثبت أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد عينة الدراسة لصالح الإجابة نعم ومنه نستنتج أن أفراد العينة يرون أن واقع العلاقات العامة في مديريةية الشباب والرياضة ذو مكانة متواضعة جدا فوظيفة العلاقات العامة هي وظيفة مشتركة بين جميع عمال المؤسسة، وهذا حسب آراء واتجاهات موظفين بديوان مركب الشباب والرياضة بولاية البويرة. فتعد العلاقات العامة أحد الوظائف المركزية لمؤسسة مديريةية الشباب والرياضة بولاية البويرة، بل إن نجاعة المؤسسة تعتمد بالأساس على مدى تلمين هذه الوظيفة، المحددة للتركيبية البشرية من ناحية الخصائص الاجتماعية والتنظيمية.

تسعى الإدارة الرياضية دائما إلى تحقيق أكبر قدر من الكفاءة في استغلال الموارد التي في حوزة الأفراد ، وتهدف إلى الإقلال كلما أمكن من وسائل التبديد والضياع وصيانة وحسن استغلال الموارد الإنسانية والطبيعية وحماية مصالح الأفراد والعمل على زيادة رفاهيتهم وتقديم الخدمات المناسبة لهم ، ولا يمكن لأية منشأة أن تكون ناجحة وتحافظ على نجاحها إلا إذا استخدمت الإدارة الفعالة ، وإلى حد كبير يتوقف تحقيق الكثير من الأهداف على قدرة الجهاز الإداري ومهارته والإدارات المعاونة.

وهذا ما أشارت إليه هذا دراسة مسعودي كلثوم: وهي عبارة عن بحث أكاديمي في إطار إنهاء رسالة مكملة لنيل شهادة الماجستير للطالبة بعنوان " العلاقات العامة في المؤسسة الصناعية - للسنة الجامعية (2006/2007)، فقد أرادت الطالبتانة إبراز أهمية العلاقات العامة في المؤسسة الصناعية، ولذلك فقد

اعتمدت على تساؤل رئيسي فحواه :

- ما واقع العلاقات العامة في المؤسسة الصناعية؟
- وقد تفرعت عنه أربع أسئلة فرعية وهي على التالي:
- ما مكانة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للمؤسسة الصناعية ؟
- ما هي الوسائل الإتصالية الأكثر إستعمالا في إدارة العلاقات العامة ؟
- ما هي المشاكل التي تحد من فعالية إدارة العلاقات العامة في المؤسسة الصناعية ؟

فقد اندرجت هذه الدراسة ضمن المنهج الوصفي التحليلي و التي تستعمل التقنيات الكمية في معالجة المعلومات و البيانات، أما عينة الدراسة فكانت العينة الطبقية العشوائية حيث تم تقسيم مجتمع الدراسة إلى طبقات متجانسة إعتقادا على مجال العمل. وإستعملت الطالبتانة الإستمارة كأداة أساسية لجمع البيانات، مدعمة ذلك بالملاحظة و المقابلة ، التي أجرتها مع بعض مسؤولي المؤسسة موضوع البحث في الأخير فقد خلصت الطالبتانة إلى النتائج التالية:

- توصلت الدراسة إلى أن مكانة العلاقات العامة متواضعة جدا فوظيفة العلاقات العامة هي وظيفة مشتركة بين جميع عمال المؤسسة ، أما فيما يخص العلاقات العامة كجهاز أو قسم أو إدارة قائمة بذاتها تشرف على مختلف الأنشطة خاصة الإتصالية منها غير موجودة. مع العلم أنه يوجد مكتب الإعلام والإتصال ، ويشرف على هذا المكتب موظف واحد ، وهو تابع مباشرة لمكتب المدير العام . تتحصر مهمته في ما يكلف به السيد الرئيس المدير العام.

2.2.3. عرض نتائج الفرضية الثانية ومناقشة نتائجها:

من خلال الجدول السابق نجد أن معظم أسئلة المحور 02 دالة إحصائيا لصالح اجابة أكثر تكرارا دائما عند مستوى دلالة (0.05)، حيث كا 2 المحسوبة أكبر من المجدولة في معظمها وأیضا قيمة مستوى احتمال الخطأ SIG أقل من مستوى الدلالة 0.05 وذلك ما يثبت أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات لصالح نعم ومنه نستنتج أن أفراد عينة الدراسة يرون بأن أن مديرية الشباب والراضة لولاية البويرة تستخدم العديد من الوسائل لتحقيق الاتصال بجماهيرها الداخلية والخارجية. وهذا حسب آراء واتجاهات موظفين بديوان مركب الشباب والرياضة بولاية البويرة.

هذا ومما تقدم نجد بان العلاقات العامة في إطارها المعاصر هي بمثابة ثورة في الفكر الإداري وقفزة نوعية في تغيير مسار المؤسسات ونجاحها غير أن هذا الدور المتميز الوظيفة العلاقات العامة لم يقترن باهتمام كاف في مجتمعاتنا العربية، حيث نجد ندرة واضحة في الكتابات في ما يخص هذا الموضوع و القليل من البحوث والدراسات التي تعرضت لأهمية العلاقات العامة، حيث تركزت الجهود فقط للتعريف بالموضوع وبمنظمات العلاقات العامة دون الأخذ بعين الاعتبار تأثير هذه الوظيفة على مختلف الأنشطة الاتصالية داخل المؤسسة والتي نذكر منها علاقة الأداء بوظيفة العلاقات العامة التي بإمكانها أن تساهم في تطور و تحسين صورة المؤسسة.

كما تعتبر الإدارة الرياضية في الوقت الحاضر هي خليط من العلوم المختلفة والتي ساهمت بصورة مباشرة في تطوير الإدارة الرياضية ، ولما كانت العلاقات العامة إحدى هذه العلوم والتي أثرت بصورة

إيجابية في المجال الرياضي ، وذلك لأن العلاقات العامة ظاهرة اجتماعية تتبع المنهج العلمي في البحث القائم علي التحليل والتفسير والتأثير ، فهي مجموعة من العمليات التي تحتاج إلي الإلمام التام بمجموعة العلوم الاجتماعية اللازمة لمواجهة مطالب التطور الإنساني والإلمام بالدراسات السيكولوجية المتعلقة بالدوافع والحاجات البشرية، وبالشخصية الإنسانية ومكوناتها وبتجاهات الأفراد وميولهم المتباينة، وأساليب قياس هذه الاتجاهات والتأثير فيها وبأساليب كسب ثقة الجماهير (الداخلية والخارجية) التي تتعامل معها المنظمة الرياضية.

هذا ما أشارت إليه دراسة عيواج عذراء "" بعنوان "واقع العلاقات العامة في الإدارة المحلية الجزائرية" دراسة ميدانية ببلدية قسنطينة جامعة قسنطينة (2009/2008)، وهي عبارة عن "رسالة ماجستير" في تخصص الاتصال وعلاقات العامة للطالبة الباحثة وأهم ما عالجت هذه الدراسة العلاقات العامة وذلك انطلاقا من الأهمية البالغة التي تكتسبها في عالم الإدارة والأعمال ولكونها مقوم إستراتيجي من مقومات الإدارة الحديثة الناجحة، وباعتبارها وسيلة فعالة لإطلاع الجماهير على الأهداف والخطط والمجهدات وبذلك يمكن كسب تأييد الرأي العام وثقته واحترامه، بالإضافة إلى ذلك تعد العلاقات العامة من عوامل بناء وتقوية العلاقات الإنسانية وتدعيم نشاط الاتصال الإدارة بمحيطها وبيئتها الداخلية والخارجية ومن النتائج المتواصل إليها من خلال هذه الدراسة.

- أن وجود العلاقات العامة له أهمية قصوى في الإدارة المحلية، حيث يساعدها على توثيق الصلة بينها وبين الجماهير المتعاملة معها.

- أن العلاقات العامة عبارة عن وسيلة للحد من وقوع الوحدات المحلية في الخطاء عند اتخاذ القرارات التي تتعارض مع إرادة السكان والمواطنين المحليين.

3.2.3. عرض نتائج الفرضية الثالثة ومناقشة نتائجها:

من خلال الجدول السابق نجد أن معظم أسئلة المحور 02 دالة إحصائيا لصالح اجابة أكثر تكرارا دائما عند مستوى دلالة (0.05)، حيث كا 2 المحسوبة أكبر من الجدولة في معظمها وأيضا قيمة مستوى احتمال الخطأ SIG أقل من مستوى الدلالة 0.05 وذلك ما يثبت أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات لصالح نعم ومنه نستنتج أن أفراد عينة الدراسة يرون بأن للعلاقات العامة أثر على أداء مديرية الشباب والرياضة. وهذا حسب آراء واتجاهات موظفين بديوان مركب الشباب والرياضة بولاية البويرة.

فالعلاقات العامة تسعى دائماً إلي إرضاء الجماهير الداخلية وذلك لأنهم المرآة الحقيقية التي تعكس صورة المنشأة لباقي فئات الجمهور الخارجي المتعاملين مع المنظمة الرياضية ، كما تساعد الجمهور علي

انجاز أعمالهم دون التعرض للضغوط الخاصة بالعمل ، من هنا تتضح أهمية وجود العلاقات العامة ومساهمتها في توفير الجو الملائم للعمل والتأكيد علي راحة العاملين بالمنظمة وتهيئة ظروف العمل المناسبة التي تجعلهم قادرين علي العمل بإخلاص والإنتاج بشكل أفضل ، وتتيح للعاملين الذين تتوافر لديهم الاستعداد والكفاءة بأن يتقدموا وينموا مهاراتهم وقدراتهم عن طريق إتاحة الفرصة أمامهم للتدريب علي الأعمال المختلفة وتنمية الموارد البشرية للعاملين بالمنظمة الرياضية ، لذا تسعى المنظمات من خلال إدارات العلاقات العامة إلي الإسهام في رفع درجة الأداء الوظيفي لدي العاملين بها.

هذا ما أشارت إليه دراسة قرفي حليلة بعنوان: "دور العلاقات العامة في تحسين أداء المؤسسة الخدمائية دراسة ميدانية في جامعة 8 ماي 1945 ، وهي عبارة عن "مذكرة ماستر" في تخصص تنظيم وعمل، قسم علم الاجتماع قالمة، جامعة قالمة (2016/2017)، ركزت هذه الدراسة على أهمية العلاقة العامة بالنسبة للمؤسسة التي تتعامل مع جمهورها الواسع وتقدم خدمات متنوعة له، وإن نجاح واستمرار أي مؤسسة مرهون بتكوين علاقات إيجابية بين جمهورها لإقامة التفاهم في مختلف نواحي الحياة، بالإضافة إلى تحسين أداء المؤسسة الخدمائية، دراسة ميدانية بجامعة 8 ماي 1945 قالمة وذلك بإلقاء نظرة على واقع ممارسة هذه الوظيفة في الجامعة باعتبارها المؤسسات الخدمائية لمعرفة إمكانية مطابقة الشيء الحاصل مع ما ينبغي أن يكون ومن النتائج المحصل عليها من خلال الدراسة:

- أن العلاقات العامة تأثر إيجابي في تحسين الأداء داخل المؤسسة عامة الجامعة كمؤسسة خدمائية خاصة.

- يوجد قسم خاص بالعلاقات العامة داخل الجامعة يعمل على توفير معرفة عميقة بظروف المؤسسة ويساعدها على تحقيق العلاقات المستمرة مع الجمهور، وهذا لا يعني أنها لا توجد صعوبات وعراقيل تعرقل من نشاطها ودورها في تحسين أداء المؤسسة.

4.2.3. مناقشة الفرضية الرئيسية:

انعكاسات وظيفة العلاقات العامة على أداء المؤسسات الرياضية بمديرية الشباب والرياضية بولاية البويرة تم التأكد من صحة هذه الفرضية انطلاقا من معالجة الفرضية الجزئية الأولى والثانية والثالثة أين نصت على وجود انعكاس كبير وظيفية العلاقات العامة على أداء المؤسسات الرياضية وتحسين مردود العاملين وهذا ما أكدته مخرجات الجداول السابقة لكل محور .

خلاصة

من خلال عرض نتائج هذه الدراسة تم التوصل إلى مجموعة من الأحكام تمثلت في قبول كل الفرضيات، كما تم تفسير تلك النتائج ومناقشتها في ضوء ما أتيح للطالب الباحث من تراث نظري ودراسات سابقة متعلقة بالموضوع، وفي الختام حاولنا تقديم بعض الاقتراحات لمن لهم علاقة بمستقبل هذا العمل من موظفين ومسيرين ومدراء ومسيرين.

الاستنتاج العام

من خلال عرض نتائج استمارة الجمهور الداخلي واستمارة الجمهور الخارجي ما يمكن أن نستنتجه أن هناك تناقص كبير بين الإطار النظري والواقع المتمثل في:

1 - أن العلاقات العامة وظيفية إدارية مميزة تساعد في تأسيس خطوط اتصال وتعاون متبادل بين المنظمة وجمهورها، وتشكل كذلك إدارة المشاكل والقضايا فالعلاقات العامة كوظيفة إدارية على مستوى أداء مديرية الشباب والرياضة موجودة تماما ويتضح ذلك جليا من خلال عدم ظهورها في الهيكل التنظيمي بالمؤسسة.

2 - كذلك باعتبار العلاقات العامة تساهم في نشر المعلومات والأفكار والحقائق مخرجة منسوبة لجمهور المنظمة وكذلك المنظمة وكل هذا موجود على مستوى أداء مديرية الشباب والرياضة لا تقوم بنشر المعلومات بل إخفاءها عن الجمهور الخارجي.

3 - انعدام الثقة والرضا المتبادل بين الجمهور الداخلي والخارجي.

4 - عدم تطور الوسائل الاتصالية التي تدعم العلاقة بين جماهير المنظمة.

5 - وجود مشاكل واضطرابات بين الجمهور الداخلي والخارجي وهذا ما يحد من فعالية أداء مديرية الشباب والرياضة.

خاتمة:

في نهاية هذه الدراسة تبقى العلاقات العامة هي الوسيلة العملية والعلمية التي تستخدمها مديرية الشباب والرياضة لولاية البويرة لزيادة درجة فاعليتها والرفع من مستوى أدائها، ولإيجاد الصورة الذهنية الجيدة لها عند جمهورها الداخلي والخارجي، ولهذا فإن وجود جهاز العلاقات العامة له أهمية كبيرة في كسب ثقة وولاء الجمهور ونشر الوعي والتأثير في الرأي العام المحلي، فالعلاقات العامة إذن تعتبر بمثابة حلقة وصل بينها وبين جماهيرها بالإضافة إلى ذلك ما يمكن قوله أن العلاقات العامة عرفت تطورات وتغيرات حافلة على مر التاريخ حيث عرفت هذه الأخيرة العديد من الممارسات منذ ظهورها في أولى أشكالها البدائية إلى أن وصلت وصارت إلى ما هي عليه اليوم كمفهوم حديث وكوظيفة علمية تعتمد عليها المصالح والإدارات والهيئات في إثارة الأفراد وذلك بغية الرفع من مستوى أدائها التنظيمي، حيث أن عنصر الأداء يبقى مؤشرا تبنى عليه العديد من القرارات الهامة، فهو الذي يحدد اتجاهات سير نشاط المنظمة سلبا أو إيجابا و يحدد مدى الاقتراب أو الابتعاد عن تحقيق الأهداف وتنفيذ الخطط الموضوعة، وبذلك يعكس مدى نجاح المنظمة أو إخفاقها.

التوصيات:

في ضوء ما توصلت إليه الطالبان من نتائج توصيان بالآتي:

- 1- يجب علي وزارة الشباب والرياضة تقديم الدعم المادي وتخصيص ميزانية سنوية لتنفيذ الأنشطة.
- 2- وضع خطط سنوية وموسمية تتماشى مع طبيعة النشاط المقدم ومتابعة تنفيذ تلك الخطط.
- 3- تحديد العمل المناسب والمخصص لإدارة العلاقات العامة بعيد عن اختصاصات إدارة خدمة المواطنين وإدارة رعاية العاملين وإدارة اللجنة الرياضية.
- 4- لا بد أن تعمل الإدارة العليا علي تحديد الوظائف الأساسية للعلاقات العامة بالمديرية مع إعطائها مساحة من الحرية في تحديد تلك الوظائف والاختصاصات ومجالات نشاطها.
- 5- يجب توفير الإمكانيات المادية والبشرية من وسائل الاتصال الحديثة وغيرها.
- 6- عقد دورات تأهيل وإعداد وصقل للعاملين بإدارة العلاقات العامة في التعامل مع الجمهور الداخلي بالمديرية.
- 7- الاهتمام بالتقويم المستمر لإعمال وأنشطة العلاقات العامة بالمديرية بما يتماشى مع طبيعة وأهداف المديرية العامة وكذلك وضع سياسات محددة لتكون مرشدا يحدد مبادئ وقواعد العمل وخاصة التي تعمل علي رفع مستوي الرضا عن العمل.

البيبلوغرافيا

1. قائمة المراجع باللغة العربية:

أ- الكتب:

1. إسماعيل مصطفى سالم، العلاقات العامة في الخدمة الاجتماعية، مطبعة بكفر الشيخ، 1999.
2. إمام إبراهيم ، فن العلاقات العامة والإعلام، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، ط2، 1968.
3. بايكر أمال محمد إبراهيم ، حماده عين العنقبي، الإبداع في إدارة المؤسسات الرياضية، ماهي لنشر والتوزيع، السودان، 2012.
4. بدوي عصام: موسوعة التنظيم والادارة في التربية البدنية والرياضية ، ط 1، دار الفكر العربي ، القاهرة، 2001.
5. بوحوش عمار: وطرق إعداد البحوث، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1995.
6. جرادات عبد الناصر أحمد ، لبنان هاتف الشامي، أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2009.
7. الجوهري محمد محمود ، الاتجاهات الجديدة في العلاقات العامة، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، ط1، 1971.
8. حجاب محمد منير ، الاتصال الفعال للعلاقات العامة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007.
9. حجاب محمد منير ، سحر محمد وهبي، المداخل الأساسية للعلاقات العامة، دار الفجر للنشر والتوزيع القاهرة، 1995.
10. حجاب محمد، منير ، سحر محمد وهبي، الدائل الأساسية للعلاقات العامة، دار الفكر للنشر والتوزيع، القاهرة، د ط، 1995.
11. حجازي محمد عاطف: المنظمات العامة، طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003.
12. حجازي مصطفى ، الاتصال الفعال في العلاقات الإنسانية والإدارة، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ط3، 2000.
13. حسام إبراهيم حسن، إدارة الموارد البشرية في القطاع العام، الطبعة 1، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، 2012.
14. خضر جميل احمد ، العلاقات العامة، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط1، 1998.

15. راوية حسن: إدارة الموارد البشرية: رؤية مستقبلية، دار الجامعة للنشر، مصر، 2001.
16. رضوان محمد نصر الدين (2006): المدخل الى القياس في التربية البدنية والرياضة، مركز الكتاب للنشر، القاهرة.
17. زاكي محمد: الرقابة والتخطيط في مشروع مديرية الكتب والمطبوعات، 1981.
18. الشافعي حسن أحمد: الجودة الشاملة في التربية البدنية، ط1، دار الوفاء لنديا للطباعة، الاسكندرية، 2004.
19. شفيق محمد: البحث العلمي الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، 1985.
20. شلبي أحمد: كيف تكتب بحثا أو رسالة : دراسة منهجية، مكتبة النهضة المصرية - القاهرة، 1992.
21. الصحن محمد فريد ، العلاقات العامة بين المبادئ والتطبيق، الدار الجامعية طبع ونشر وتوزيع، مصر، 2002.
22. صفوت فرج :القياس النفسي، مكتبة انجلو المصرية، القاهرة، مصر، ط 6، 2007.
23. الصيرفي محمد ، العلاقات العامة من منظور إداري، مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع، الاسكندرية، 2005.
24. العايد أحمد وآخرون: المعجم العربي الأساسي، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، توزيع لابوس، 1989.
25. عبد السلام أبو قحف، هندسة الإعلان والعلاقات العامة وتطبيقاتها جامعة بيروت، د ط، 2000.
26. عبد المحي محمود صالح، العلاقات العامة والإعلام في الخدمة الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية، 2004.
27. عبد المقصود إبراهيم وآخرون: الموسوعة العلمية للإدارة العلمية، ط1، دار الوفاء للطباعة للنشر، الاسكندرية، 2004.
28. عبد الناصر أحمد جرادات، لبنان هاتف الشامي، أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
29. عبيدات محمد: منهجية البحث العلمي، دار وائل للطباعة والنشر والتوزيع، 1999.

30. عجوة علي ، الأسس العلمية للعلاقات العامة، عالم الكتب، القاهرة، 1988.
31. العزازي محمد ، أحمد إدريس، العلاقات العامة، مكتب الجامعة الحديثة، القاهرة، دط، 2004.
32. غريب عبد السميع، الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر. مؤسسة شباب الجامعة، دط، 2006.
33. غريب عبد السميع، الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر، مؤسسة شباب الجامعة، 2006.
34. غريب عبد الكريم محمد ، البحث العلمي تصميم المناهج والإجراءات، الإسكندرية، ط 1، 1992.
35. القطان إبراهيم ، المسجد الأبدى، المؤسسة الوطنية للكتاب الجزائري بيروت، طلا، دس.
36. كريم محمد محمود الحكيم: إدارة المؤسسات الرياضية، دار الوفاء لندنيا الطباعة، 2015.
37. محمد حربي حسن، العلاقات العامة، المفاهيم والتطبيقات، دار الحكمة للطباعة والنشر، العراق، 1991.
38. محمد مصطفى أحمد، الخدمة الاجتماعية في مجال العربية العامة، دار المعرفة الجامعة، 2003.
39. نصير قاسم خلف: نموذج مقترح لإدارة العلاقات العامة في المؤسسات الرياضية (بحث وصفي) بدون سنة ولا تاريخ.
40. الوشاح محمد حسن ، محمد عبد الله الشاقرين، المنشآت والملاعب الرياضية الطبعة 1، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، 2011.

ب- رسائل التخرج:

1. بالمختار هشام: دور القيادة الإدارية في تنمية الثقافة التنظيمية لدى العاملين في المؤسسات الرياضية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، معهد علوم وتقنيات نشاطات البدنية، جامعة المسيلة، 2016/2015.
2. دائرة فاروق بعنوان "دور التسويق الإلكتروني في إنجاح التظاهرات الرياضية" مذكرة تخرج شهادة ماستر، معهد التربية البدنية المسيلة، 2016/2015.
3. عيواج عذراء: واقع العلاقات العامة في الإدارة المحلية الجزائرية "رسالة ماجستير" في تخصص الاتصال وعلاقات العامة، دراسة ميدانية ببلدية قسنطينة جامعة قسنطينة، 2009/2008.
4. قرفي حليلة: "دور العلاقات العامة في تحسين أداء المؤسسة الخدمائية دراسة ميدانية في جامعة 8 ماي 1945 ، قالمة، مذكرة ماستر في تخصص تنظيم وعمل، قسم علم الاجتماع، جامعة قالمة 2017/2016.
5. مسعودي كلثوم: العلاقات العامة في المؤسسة الصناعية - رسالة مكملة لنيل شهادة الماجستير، للسنة الجامعية 2007/2006.

ج- القوانين المراسيم:

1. المرسوم التنفيذي 93/283 المؤرخ في 23 نوفمبر 1993 والمتضمن تغيير تسمية مصالح ترقية الشبيبة في الولاية إلى مديرية الشباب طبقا لأحكام المادة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 06/345 المؤرخ في 05 رمضان الموافق ل 28 سبتمبر يهدف إلى تحديد وتنظيم مصالح مديرية الشباب والرياضة.

2. قائمة المراجع باللغة الأجنبية:

1. p:gray tribouy:(2004),marketing du sport,economica03eme edition francaise.
2. Jean Chaumeley, les relations publiques. P. u.f.paris.
3. Mana carricano et Fanny Poujol ,Analyse de données avec spss ,Edition PERSON ,2009.

قائمة الملاحق

جامعة أكلي محند أولحاج -البويرة-
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الاعلام والاتصال

استمارة استبيان

نحن طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة البويرة بصدد تحضير مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر بعنوان "وظيفة العلاقات العامة وانعكاساتها على أداء المؤسسات الرياضية"-دراسة حالة مديرية الشباب والرياضة بولاية البويرة-

نرجو منكم الإجابة عن هذه الأسئلة بدقة وتركيز مع وضع علامة (X) في الخانة المناسبة.
ونحيطكم علما أن معلوماتكم سوف تستخدم لأغراض البحث العلمي.
شكرا على مساعدتكم

إشراف الأستاذة

* كنزة اخلف

إعداد الطلبة

* عبلة روابح

* غنية عبدو

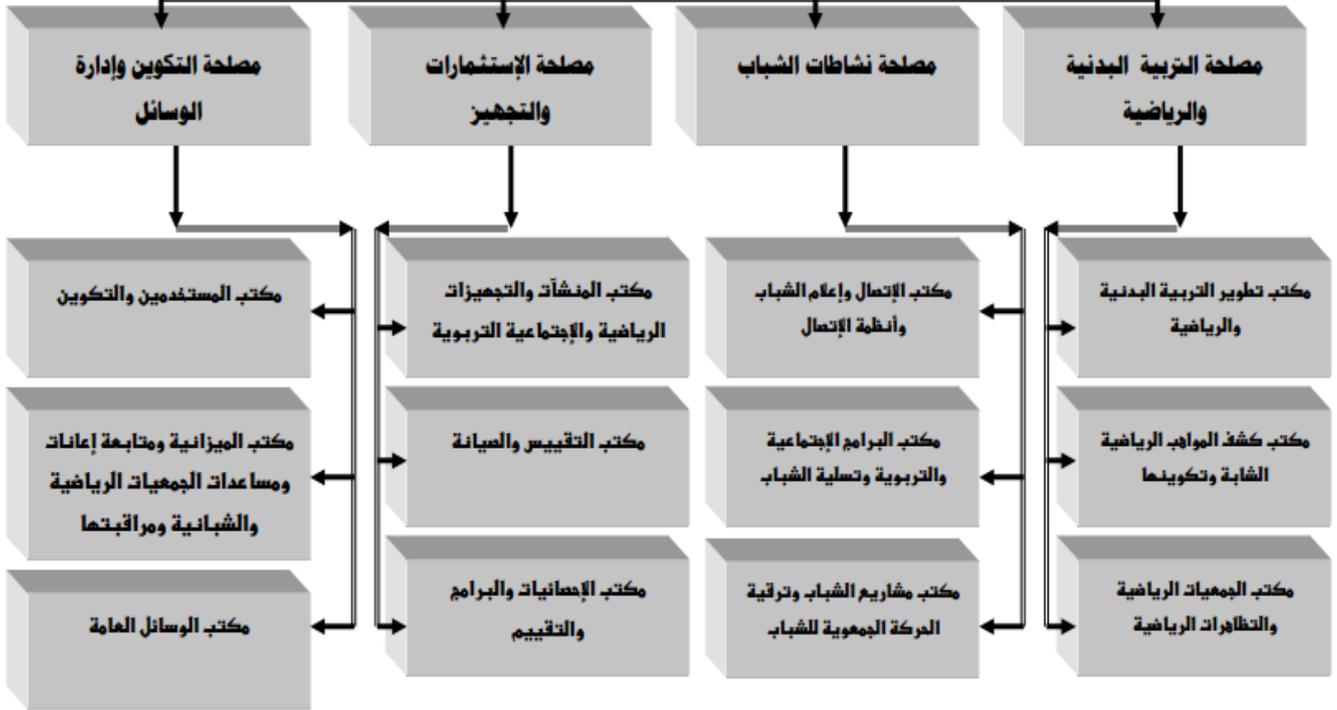
المحور الأول: البيانات الشخصية

- الجنس: ذكر أنثى
- السن: أقل من 30 سنة أكبر من 30 سنة
- المستوى التعليمي: ثانوي جامعي ليسانس ماستر
- الخبرة: من 1-5 سنوات من 6-10 سنوات أكثر من 10 سنوات
- الوظيفة: عون إداري متصرف رئيس مصلحة

الرقم	الفئة	نعم	نوعا	لا
المحور الثاني: واقع العلاقات العامة في مديرية الشباب والرياضة				
01	إدارة العلاقات العامة بمديرية الشباب والرياضة لها أساس وتركيبة إدارية وتنظيمية لتشكيل قاعدة أداء مهامها ووظائفها			
02	مصلحة العلاقات العامة بمديرية الشباب والرياضة تتسق وتتداخل مهامها مع المكاتب الأخرى			
03	موقع العلاقات العامة في الهيكل الإداري بمديرية الشباب والرياضة مناسب لأداء ووظائفها			
04	يمكن التعرف على المهام والأنشطة التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة عن طريق الإصدارات التي تصدرها			
05	تساهم مصلحة العلاقات العامة بمديرية الشباب والرياضة في دعم العلاقات الاجتماعية بين الموظفين والتنسيق مع الإدارات الأخرى			
06	نشاط مصلحة العلاقات العامة بمديرية الشباب والرياضة أكثر فاعلية من ذي قبل			
المحور الثالث: الوسائل التي تستخدمها مديرية الشباب والرياضة لتحقيق الاتصال بجمهورها الداخلية والخارجية				
07	من أسباب نجاح مديرية الشباب والرياضة وجود عمال ومختصين بوظيفة العلاقات العامة			
08	هل تستخدم في عملك وسائل اتصال متنوعة (تقليدية وإلكترونية)			
09	استخدامك لوسائل الاتصال المتنوعة سهل جدا			
10	تعتمد على الاتصالات الشخصية الوسائل المطبوعة للاتصالات المرئية، في تحسين صورة المؤسسة			
11	تستخدمون مختلف الوسائل التكنولوجية في التواصل مع الجماهير مثل مواقع التواصل الاجتماعي			
12	استخدام وسائل الاتصال الحديثة بالجماهير له دور في تحسين صورة المؤسسة أكثر من السابق			
13	لا توجد عراقيل تعيق عملك أثناء عملية الاتصال بالجماهير الداخلية والخارجية			
المحور الرابع: أثر العلاقات العامة على أداء مديرية الشباب والرياضة				
14	عن طريق العلاقات العامة استطاعت مديرية الشباب والرياضة خلق رأي عام ايجابي لدى جمهورها الداخلي والخارجي			

			15	بفضل الميزانية المخصصة من الإدارة للعلاقات العامة استطاعت المؤسسة لتنفيذ أنشطتها وبرامجها
			16	إدارة العلاقات العامة يكمن دورها في تحسين أداء مديرية الشباب والرياضة كهدف استراتيجي
			17	إدارة العلاقات العامة بمديرية الشباب والرياضة تقوم بمهامها على الوجه الأكمل
			18	بفضل انتهاج إدارة العلاقات العامة لاستراتيجية جدية في التخطيط والتنفيذ والتنسيق استطاعت رسم صورة ايجابية لمديرية الشباب والرياضة
			19	لولا العلاقات العامة لما استطاعت مديرية الشباب والرياضة الاستمرار في عملها

المدير



قائمة الجداول

الصفحة	رقم الجدول	عنوان الجدول
48	.1	نتائج الاتساق الداخلي لعبارات المحور الأول
48	.2	نتائج الاتساق الداخلي لعبارات المحور الثاني
48	.3	نتائج الاتساق الداخلي لعبارات المحور الثالث
49	.4	يوضح المجالات المختلفة لدرجة الثبات
50	.5	نتائج حساب ثبات أداة الدراسة وفق ريقة ألفا كرومباخ
54	.6	إجابات أفراد العينة على العبارة رقم (1)
55	.7	إجابات أفراد العينة على العبارة رقم (2)
56	.8	إجابات أفراد العينة على العبارة رقم (3)
57	.9	إجابات أفراد العينة على العبارة رقم (4)
58	.10	إجابات أفراد العينة على العبارة رقم (5)
59	.11	إجابات أفراد العينة على العبارة رقم (6)
60	.12	إجابات أفراد العينة على العبارة رقم (7)
61	.13	إجابات أفراد العينة على العبارة رقم (8)
62	.14	إجابات أفراد العينة على العبارة رقم (9)
63	.15	إجابات أفراد العينة على العبارة رقم (10)
64	.16	إجابات أفراد العينة على العبارة رقم (11)
65	.17	إجابات أفراد العينة على العبارة رقم (12)
66	.18	إجابات أفراد العينة على العبارة رقم (13)
67	.19	إجابات أفراد العينة على العبارة رقم (14)
68	.20	إجابات أفراد العينة على العبارة رقم (15)
69	.21	إجابات أفراد العينة على العبارة رقم (16)
70	.22	إجابات أفراد العينة على العبارة رقم (17)
71	.23	إجابات أفراد العينة على العبارة رقم (18)
72	.24	إجابات أفراد العينة على العبارة رقم (19)

قائمة الأشكال

الصفحة	رقم الجدول	عنوان الأشكال
54	.1	إجابات أفراد العينة على العبارة رقم (1)
55	.2	إجابات أفراد العينة على العبارة رقم (2)
56	.3	إجابات أفراد العينة على العبارة رقم (3)
57	.4	إجابات أفراد العينة على العبارة رقم (4)
58	.5	إجابات أفراد العينة على العبارة رقم (5)
59	.6	إجابات أفراد العينة على العبارة رقم (6)
60	.7	إجابات أفراد العينة على العبارة رقم (7)
61	.8	إجابات أفراد العينة على العبارة رقم (8)
62	.9	إجابات أفراد العينة على العبارة رقم (9)
63	.10	إجابات أفراد العينة على العبارة رقم (10)
64	.11	إجابات أفراد العينة على العبارة رقم (11)
65	.12	إجابات أفراد العينة على العبارة رقم (12)
66	.13	إجابات أفراد العينة على العبارة رقم (13)
67	.14	إجابات أفراد العينة على العبارة رقم (14)
68	.15	إجابات أفراد العينة على العبارة رقم (15)
69	.16	إجابات أفراد العينة على العبارة رقم (16)
70	.17	إجابات أفراد العينة على العبارة رقم (17)
71	.18	إجابات أفراد العينة على العبارة رقم (18)
72	.19	إجابات أفراد العينة على العبارة رقم (19)

قائمة المحتويات

	شكر
	اهداء
	الملخص باللغة العربية
	الملخص باللغة الإنجليزية Abstract
أ-ب	مقدمة
	الفصل الأول: الإطار المنهجي
04	1.1. اشكالية الدراسة
04	2.1. التساؤلات
05	3.1. أسباب اختيار الموضوع
05	4.1. أهمية الدراسة
06	5.1. أهداف الدراسة
06	6.1. حدود الدراسة
06	7.1. منهج الدراسة ونوعها
06	8.1. تحديد مجتمع البحث وعينته
07	9.1. أدوات جمع البيانات
07	10.1. تحديد المفاهيم والمصطلحات
08	11.1. الدراسات السابقة
	الفصل الثاني: الإطار النظري
13	أولاً: العلاقات العامة
13	تمهيد
14	1.2. تعريف العلاقات العامة
15	2.2. ماهية العلاقات العامة
16	3.2. نشأة وتطور العلاقات العامة
22	4.2. أهمية العلاقات العامة
23	5.2. أهداف العلاقات العامة
24	6.2. وظائف العلاقات العامة

25	خلاصة
26	ثانيا: المؤسسات الرياضية
26	تمهيد
27	1.2. تعريف المؤسسة
27	2.2. ماهية المؤسسات الرياضية
28	3.2. أنواع المؤسسات الرياضية
29	4.2. مديرية الشباب والرياضية
37	5.2. ركائز العمل في المؤسسة الرياضية
38	6.2. أبعاد ومستويات المؤسسة الرياضية
40	خلاصة
	الفصل الثالث: الإطار التطبيقي
42	أولا: منهجية الدراسة
42	تمهيد
43	1.3. الدراسة الاستطلاعية
44	2.3. المنهج المستخدم
44	3.3. متغيرات الدراسة
45	4.3. مجتمع وعينة الدراسة
45	5.3. أدوات جمع البيانات والمعلومات
46	6.3. الخصائص السيكو مترية لأداة الدراسة
50	7.3. الأدوات الإحصائية المستخدمة في الدراسة
51	8.3. اجراءات التطبيق الميداني للدراسة
52	خلاصة
53	ثانيا: عرض وتحليل ومناقشة النتائج
53	تمهيد
54	1.3. عرض النتائج
73	2.3. مناقشة النتائج في ظل الفرضيات
77	خلاصة

78	الاستنتاج العام
79	خاتمة
80	البيئيوجرافيا
84	قائمة الملاحق