



جامعة المنصورة
كلية التربية الرياضية

—

نموذج مقترح لإدارة العلاقات العامة
بمراكز شباب المدن بمحافظة الدقهلية

إعداد

م.د/ كريم محمد محمود الحكيم

مدرس بقسم الإدارة الرياضية

كلية التربية الرياضية - جامعة المنصورة

مجلة كلية التربية الرياضية - جامعة المنصورة

العدد الواحد والعشرون - سبتمبر 2013 م

نموذج مقترح لإدارة العلاقات العامة بمراكز شباب المدن بمحافظة الدقهلية

أعداد

م.د/ كريم محمد محمود الحكيم

مدرس بقسم الإدارة الرياضية

كلية التربية الرياضية - جامعة المنصورة

الملخص

يهدف البحث إلى وضع نموذج مقترح لإدارة العلاقات العامة بمراكز شباب المدن بمحافظة الدقهلية ، واستخدم الباحث المنهج الوصفي على عينة قوامها (79) فرد ، واستخدم الاستبيان كأداة لجمع البيانات ، وكانت أهم النتائج ما يلي:

- 1- مستوى آراء عينة البحث في مفهوم العلاقات العامة بشكل عام جيد ، ويتمثل في أن مفهوم العلاقات العامة لدي عينة البحث هو عملية إيجاد ثقة متبادلة في عملية الاتصال التي تتم بين المؤسسة والجمهور .
- 2- مستوى آراء عينة البحث في أهداف العلاقات العامة بشكل عام جيد ، وتتمثل أهم أهداف العلاقات العامة في توثيق وتدعيم العلاقة بين المؤسسة والمؤسسات الأخرى .
- 3- مستوى آراء عينة البحث في أنشطة العلاقات العامة بشكل عام جيد ، حيث تحرص إدارة مركز الشباب علي تنظيم الندوات بصفة مستمرة لزيادة التوعية في جميع المجالات .
- 4- مستوى آراء عينة البحث في إمكانات إدارة العلاقات العامة بشكل عام جيد ، وتتمثل في توافر عدد العاملين بإدارة العلاقات العامة بشكل مناسب كإمكانات بشرية مع ضعف استخدام الأجهزة الحديثة كإمكانات مادية في مراكز الشباب المدن .
- 5- مستوى آراء عينة البحث في وسائل تقويم العلاقات العامة بشكل عام جيد جداً، والإدارة العليا بمراكز الشباب تعمل علي تقويم إدارة العلاقات العامة.

Abstract

This research aims to develop A Proposal Model for public relations reality at urban youth centers in Dakahlia Governorate , the researcher used the descriptive method on a sample of (79) individual at Board of Directors and used a questionnaire as a tool for data collection . The most important results as follows:

1. Opinions' levels of research sample in the concept of public relations are generally good, that resembles in that public relations concept at research sample is the process of creating mutual trust in communication process between the institution and public.
2. Opinions' levels of research sample in public relations goals are generally good, where the most important goals of public relations resembles in documenting and strengthening the relationship between the institution and other institutions.
3. Opinions' levels of research sample in public relations activities are generally good, where research sample are keen to organize seminars continuously to increase awareness in all areas.
4. Opinions' levels of research sample in public relations management capabilities are generally good, that resembles in the availability of workers' numbers at public relations department in appropriate way as human capabilities, beside weakness in using modern equipment as material capabilities in urban youth centers.
5. Opinions' levels of research sample in evaluation methods for public relations is generally very good, and that senior management in youth centers work on evaluating Public Relations Department.

مقدمة البحث:

للمجتمعات المحيطة ، بالإضافة إلي أنه نشاط يمتد أيضاً للعلاقات المتبادلة بين الأفراد في مراكز الشباب ، وفي الحقيقة فإن أهداف العلاقات العامة هي التي تحرك أسلوب العمل في مجال مراكز الشباب. (16: 162)

ويرى كريم محمد الحكيم 2009م أن العلاقات العامة عبارة عن "وظيفة إدارية تعمل على وجود ثقة متبادلة في عمليات الاتصال التي تتم بين المؤسسة من ناحية وجمهورها من ناحية أخرى من أجل تحقيق الأهداف المشتركة للمؤسسة وجمهورها". (9: 18)

ويشير محمد كمال السمودي ونبيل عبد المطلب 2002م إلى أن الاستعانة بمجال العلاقات العامة في التربية الرياضية أصبح شيئاً ضرورياً حتى يتم تحديد أهدافها وأغراضها وفلسفتها وأهميتها بشكل مشوق يدعوا الأفراد علي ممارستها والسعي إلى الاشتراك فيها ، وتوضيح تأثيرها علي الإعداد المتكامل للفرد من كافة الجوانب الصحية، البدنية، الاجتماعية، النفسية والعقلية، بالإضافة إلي توضيح الصورة الصحيحة لممارستها. (12 : 39)

الدراسات السابقة:

أولاً الدراسات العربية :

اتفقت بعض الدراسات العربية علي تطوير العلاقات العامة بالمؤسسات الرياضية المختلفة وهي:

دراسة أشرف صبحي محمد 2000م وهدفت إلي وضع نموذج مقترح لإدارة العلاقات العامة في المجال الرياضي، وكانت أهم النتائج أن هناك 5 اختصاصات تسهم في بناء النموذج المقترح (التنظيم والإدارة- الأهداف- الوظائف- الجوانب البحثية- الدور الاستشاري والتنفيذي- اتخاذ القرار). (1)

ودراسة نهاد محمد دياب 2001م بهدف وضع محتوى دراسي مقترح لمقرر العلاقات العامة بكليات التربية الرياضية وكانت أهم النتائج : المنهج النظري هو (المقدمة- المفهوم- التعريف- التطور التاريخي-

تعد الطاقة البشرية قوى محركه وداعمة لتقدم الأمم، إذا ما تم استثمارها على النحو الأفضل من حيث التنمية والتدريب والإعداد المناسب للعمل على رقى المجتمع والنهوض بمؤسساته في مختلف النواحي الاقتصادية والاجتماعية والسياسية.

فالشباب عماد الطاقة البشرية لدورهم البارز في تطوير المجتمع خصوصاً بعد الثورة التكنولوجية والمعلوماتية الهائلة ؛ وعلى الحكومة المتمثلة في وزارة الدولة للشباب الاهتمام بهم واستثمار طاقتهم وإمكاناتهم في تطوير المجتمع المصري، بحيث تكون المدخلات ضمن منظومة التطوير هي توفير احتياجاتهم وتدريبهم وتأهيلهم على نحو جيد، بهدف الخروج بالمنتج النافع للمجتمع في المنظومة ككل.

ويشير عصام فرج مسعود 2009م إلي أن مراكز الشباب تعد من أهم مجالات الاستثمار الحقيقي للثروة البشرية الهائلة حيث تحتوى على العديد من العمليات التربوية ذات الاتجاهات والجوانب المتشعبة التي تهدف إلى تفعيل دور الشباب لإثراء كل مجالات الحياة وتحويل الطاقة البشرية الكامنة لديهم إلى طاقة منتجة من خلال التفاعل والممارسة والتي يدور حولها تعديل سلوك الفرد إلى الاتجاهات المرغوب فيها والمساهمة في إنشاء المواطن الصالح عن طريق تهيئة المناخ الملائم وتكوين اتجاهات إيجابية لدي الأفراد نحو المجتمع الذي يعيشون فيه. (8 : 2)

والنهوض بمراكز الشباب وتحويلها إلي مراكز عصرية تمتد إليها يد التجديد والتطوير هو هدف ينبغي أن تنظر إليه الدولة باهتمام وتسعي لتنفيذه حتي تستطيع هذه المراكز القيام بخدمات أفضل وأن توسع دائرة أنشطتها لتشمل جميع الأنشطة الرياضية الاجتماعية والثقافية والسياسية. (25)

ويؤكد نبيه عبد الحميد العلقامي 1997م أن نشاط العلاقات العامة في مراكز الشباب يقوم علي المعلومات المتبادلة بين مراكز الشباب والأجهزة المكونة

للعاملين بها- والعلاقات العامة داخل الهيكل التنظيمي تابعة لمجلس الإدارة مباشرة. (18)
ثانيا الدراسات الأجنبية:

أجري كلاً من دوزير ، جروينج & Dozeir Gruing 1996م دراسة بهدف تحديد مستويات اتخاذ القرار بالمؤسسة وعلاقة العلاقات العامة بتلك المستويات، وكانت أهم النتائج: العلاقات العامة بالمؤسسات لا بد وان يكون لها مدخل واتصال بسلسلة اتخاذ القرار بالمؤسسة- الأدوار الإدارية لأخصائي العلاقات العامة بالمؤسسة يجب أن تتصل تنظيمياً بالمشاركة في إدارة اتخاذ القرار. (22)

وتشير نتائج دراسة تريشيا الويل Tricia Elwell 1998م إلي أن النظرية العلمية للصور الذهنية في الإعلان والعلاقات العامة يمكن أن تهيئ المعلومات التي تنظم الصور الجيدة للمؤسسات من خلال السلوك الاستراتيجي لخلق وتعريف تلك الصور الذهنية الجيدة عن المؤسسات. (24)

كما تشير نتائج دراسة آلان فريتاچ Alan Freitage 1999م إلي استمرار نموذج العلاقات العامة كشكل تقليدي في وكالات العلاقات العامة- خبرة العلاقات العامة الدولية بدون توافر قاعدة ثقافية متعددة تتيح إضافة محدودة للأنشطة والوظائف التراكمية للعلاقات العامة. (20)

واستهدفت دراسة دافي ودولي Davie & Duley 2001م تحديد دور الاتصالات الداخلية في العلاقات العامة، وكانت أهم النتائج: أكد 51% من العينة عدم اهتمام الإدارة العليا للاتصال المساعد بمقترحاتهم وأفكارهم، و(62%) من المبحوثين غير راضين عن واقعهم في العمل. (21)

وأشارت نتائج فليوريد هوكنز Fluorid Howkins 2005م إلي أن ممارسو العلاقات العامة يقومون بالدور الإداري ويؤدون دوراً استشارياً ويستخدمون الخبرات الفنية لحل المشاكل الاتصالية. (23)

المصطلحات- الأهداف- الهيكل التنظيمي)، المجالات التطبيقية هي(الطرق والوسائل المناسبة للتدريس - التوزيع الزمني - تقويم المادة الدراسية). (17)

ودراسة محمود السيد إسماعيل 2004م بهدف وضع إستراتيجية للعلاقات العامة في الأندية الرياضية بمدن القناة، وكانت أهم النتائج : التوصل إلى النموذج المقترح الذي يتضمن أهداف العلاقات العامة ، نشاط العلاقات العامة ، الجوانب التنظيمية للعلاقات العامة. (13)

ودراسة محمد عبد المحسن أحمد 2006م بهدف وضع مقياس معرفي لأخصائي العلاقات العامة بالهيئات الرياضية، وكانت أهم النتائج: النقص في الممارسة العملية للحاسب الآلي وعدم استخدامه في مجال العلاقات العامة. (10)

ودراسة كريم محمد الحكيم 2009م بهدف وضع نظام معلوماتي لتطوير دور إدارات العلاقات العامة بالأندية الرياضية، وكانت أهم النتائج: لا تساعد إدارة العلاقات العامة على التنسيق بين الإدارات المختلفة في النادي من ناحية وبين الجمهور الداخلي والخارجي من ناحية أخرى، ولا يتم استخدام الحاسبات الآلية بدرجة كافية لعمل قاعدة بيانات تساعد على تقويم إدارة العلاقات العامة. (9)

واختلفت نتائج دراسات كلاً من سعيد محمد العربي وكانت أهم نتائجها وجود قصور في الأهداف الترويجية والرياضية للعلاقات العامة ، وعدم اهتمام باحثي العلاقات العامة بتوضيح دورها الرياضي للعاملين والمسؤولين .

ومؤمن عبد الله مهدي 2005م 2003م وأهم نتائجها أنه لا يتم مشاركة المتخصصين في عملية التخطيط عند وضع أهداف إدارة العلاقات العامة - لا ترتبط الأهداف الموضوعية بحاجات الأفراد العاملين بإدارة العلاقات العامة. (4) (14)

مع نتائج هاني جمال يوسف 2007م وهي : أهداف العلاقات العامة بالاتحاد معروفة وواضحة

مشكلة البحث :

لذلك كان من الضروري وضع نموذج مقترح لإدارة العلاقات العامة بمراكز شباب المدن محافظة الدقهلية بحيث يمكن الاستفادة منها في تطوير خطط إدارة العلاقات العامة ودفعها نحو تحقيق أهدافها.

ومن خلال إطلاع الباحث على الدراسات السابقة، وفي حدود علم الباحث لم يجد الباحث دراسات سابقة تناولت وضع نموذج مقترح لإدارة العلاقات العامة بمراكز شباب المدن بمحافظة الدقهلية.

هدف البحث:

يهدف البحث إلي وضع نموذج مقترح لإدارة العلاقات العامة بمراكز شباب المدن بمحافظة الدقهلية.

تساؤلات البحث:

1. ما مفهوم العلاقات العامة بمراكز شباب المدن بمحافظة الدقهلية؟
2. ما أهداف العلاقات العامة بمراكز شباب المدن بمحافظة الدقهلية؟
3. ما أنشطة العلاقات العامة بمراكز شباب المدن بمحافظة الدقهلية؟
4. ما إمكانات إدارة العلاقات العامة بمراكز شباب المدن بمحافظة الدقهلية؟
5. ما وسائل تقويم إدارة العلاقات العامة بمراكز شباب المدن بمحافظة الدقهلية؟

التعريف ببعض المصطلحات المستخدمة في البحث:

العلاقات العامة : فن الاستثمار الأمثل للحقائق لكسب ثقة الجماهير وتأييدهم، ومساعدتهم علي الفهم الصحيح لأهداف النشاط الرياضي وفلسفته ومردوده عليهم. (12: 33)

مركز الشباب: هيئة شبابية تربوية أهلية ذات نفع عام وله شخصية اعتبارية مستقلة تسهم في تنمية النشء والشباب باستثمار وقت فراغهم في ممارسة مختلف الأنشطة الثقافية والاجتماعية والرياضية والوطنية ويسعى لإكسابهم المهارات التي تكفل تحمل

علي الرغم من التقدم العلمي والتكنولوجي الذي صاحب جميع مناشط الحياة وإقامة الكيانات الاقتصادية العملاقة والتي تحاول جذب الرأي العام وتعتمد علي ميزانيات ضخمة حيث من الممكن أن تكون ميزانية مؤسسة اقتصادية أكبر من ميزانية دول، وتأكدت قيمة العلاقات العامة في معظم الدول حيث خصصت لها وزارات وإدارات تعتمد علي ميزانيات ضخمة من أجل نشر أهمية هذه المؤسسات للجمهور ، إلا أن مجال العلاقات العامة يُعد من أكثر المجالات التي بها فهم ومدركات خاطئة، ويعاني من تلك النظرة الضيقة والتي تحدد العلاقات العامة في نشاط واحد أو مجموعة من الأنشطة البسيطة حيث يراها الجمهور على أساس أنها عبارة عن تشويه الحقائق وتضليل الجمهور وتقديم الهدايا.

ويؤكد حسن أحمد الشافعي وسوزان أحمد مرسي 2009م أن العلاقات العامة من أقوى الأسلحة في المجتمع المحيط، ويختلط علي البعض فهم المقصود بالعلاقات العامة فيعتقدون أنها مجرد إعداد نشرات وإصدار كتيبات وإلقاء الخطب واستعمال كلمات منسقة وعبارات خطابية. (3 : 5)

ويؤكد ذلك الدراسة الاستطلاعية الذي قام بها الباحث علي عينة بلغت (10) من أعضاء مجلس الإدارة والعاملين بمراكز شباب المدن (أجا- السنبلوين) وهدفت إلي التعرف علي واقع إدارة العلاقات العامة وأنشطتها ، وكانت نتائجها أن العلاقات العامة ليس لها إدارة مستقلة بمراكز الشباب وأن الإداريين بقطاع الرياضة والشباب هم الذين يتولون تنظيم الأنشطة الخاصة بها من خلال قطاعاتهم ، كما أن مفهوم العلاقات العامة لدي عينة الدراسة عبارة عن "تعارف أفراد العلاقات العامة بالشخصيات الهامة في المجتمع" ، ويعتبرون أيضاً الأنشطة الأساسية للعلاقات العامة هي حجز التذاكر ، وقضاء المصالح الشخصية لمدير المركز.

المسئولية في إطار القانون والسياسة العامة للدولة. (19: 5)

إجراءات البحث:

منهج البحث : المنهج الوصفي التحليلي بخطواته وإجراءاته.

مجتمع البحث:

يتمثل مجتمع البحث من مراكز شباب المدينة بمحافظة الدقهلية البالغ عددها (12) مركز شباب مدينة هم: المنصورة- حي غرب- أجا- المطرية- بلقاس-

الجمالية- المنزلة- ميت سلسيل- ميت غمر- السنبلوين- بني عبيد- تمي الأمديد .

عينة البحث:

قام الباحث باختيار عينة البحث بالطريقة العمدية العشوائية من (8) مركز شباب مدينة بنسبة 66.67% (المنصورة- حي غرب- أجا- بلقاس- ميت غمر- السنبلوين- بني عبيد- تمي الأمديد)، وبلغت العينة (79) فرد بواقع (42 عضو مجلس إدارة- 7 مدراء- 30 إداري)، والموضح بالجدول رقم (1).

جدول (1)

توصيف عينة البحث

م	مركز الشباب	أعضاء مجلس الإدارة	مدير	إداري	المجموع
1	مركز شباب مدينة ميت غمر	6	1	3	10
2	مركز شباب مدينة السنبلوين	6	1	3	10
3	مركز شباب مدينة أجا	5	1	2	8
4	مركز شباب مدينة المنصورة	7	1	8	16
5	مركز شباب مدينة حي غرب	5	1	5	11
6	مركز شباب مدينة بلقاس	4	1	3	8
7	مركز شباب مدينة بني عبيد	6	1	4	11
8	مركز شباب مدينة تمي الأمديد	3	0	2	5
	الإجمالي	42	7	30	79

من الجدول السابق (1)، يتبين أن إجمالي عينة البحث بمراكز الشباب بلغ (79) عضو.

- أداة جمع البيانات:

• عرض المحاور علي مجموعة من الخبراء المتخصصين في مجال الإدارة الرياضية والعلاقات العامة والبالغ عددهم (7) خبراء مرفق (1) ، لإبداء الرأي عن مدى مناسبتها ومدى كفايتها لبناء الاستبيان مرفق (2).

تم استخدام استمارة استبيان من تصميم الباحث واتبعت الخطوات التالية لتصميمها:

• إجراء مسح للدراسات النظرية والبحوث العلمية والمراجع المتصلة.

• تحديد محاور الاستبيان حسب الأهداف الموضوعية.

العبارات الخاصة بكل محور- كفاية وشمول وارتباط موضوعية العبارات) مرفق (3) ، وتمت الموافقة علي عبارات الاستبيان.

• بعد موافقة الخبراء علي محاور الاستبيان تم وضع مجموعة من العبارات لكل محور وعرض الاستبيان بصورته الأولية علي الخبراء للتعرف علي (ارتباط

وضع الباحث ميزان تقدير للاستجابات على عبارات الاستبيان على النحو التالي:

وتقدر بثلاث درجات.	:	نعم
وتقدر بدرجتان.	:	إلى حد ما
وتقدر بدرجة واحدة.	:	لا

المعاملات العلمية لاستمارة الاستبيان:

- صدق الاستبيان:

1- صدق المحكمين:

لأخذ رأيهم في مدى مناسبة محاور الإستبيان جدول رقم (2).

استخدم الباحث صدق المحكمين لتقدير صدق الإستبيان ، وذلك عن طريق تصميم استمارة الإستبيان في صورتها المبدئية ثم عرضها على الخبراء ، وذلك

جدول (2)

أراء الخبراء حول محاور الاستبيان

م	المحاور	موافق على المحور	حذف المحور	تعديل صياغة المحور		الدمج مع محور آخر					صياغة المحور بعد التعديل
				العدد	النسبة	1	2	3	4	5	
1	مفهوم العلاقات العامة	100%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2	أهداف العلاقات العامة	85.71%	14.29%	-	-	-	-	-	-	-	-
3	أنشطة العلاقات العامة	100%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4	إمكانات إدارة العلاقات العامة	100%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5	وسائل تقويم إدارة العلاقات العامة	100%	-	-	-	-	-	-	-	-	-

العبارات المقترحة، ويوضح الجدول رقم (3) عدد العبارات لكل محور من محاور الإستبيان.

• تم الموافقة على جميع المحاور بنسبة (100%) ماعدا محور أهداف العلاقات العامة فكانت نسبته (85.71%).

وكذلك عرض عبارات الاستبيان على الخبراء للتعرف على مدى ملائمة العبارات الخاصة بكل محور وقد أسفر ذلك عن موافقة الخبراء بنسبة 100% على

جدول (3)

عدد العبارات الخاصة بكل محور من محاور الاستبيان

م	اسم المحور	عدد العبارات
1	مفهوم العلاقات العامة	10
2	أهداف العلاقات العامة	10
3	أنشطة العلاقات العامة	10
4	إمكانات إدارة العلاقات العامة	10
5	وسائل تقويم إدارة العلاقات العامة	7
	المجموع	47

الباحث صدق الاتساق الداخلي لحساب صدق عبارات الاستبيان من خلال إيجاد معامل الارتباط بين كل عبارة والدرجة الكلية للمحور الذي تمثله ، معامل الارتباط بين المحاور وبعضها البعض وكذلك معامل الارتباط بين الدرجة الكلية لكل محور مع الدرجة الكلية للاستبيان ، كما هو موضح بالجدول التالية:

2- صدق الاتساق الداخلي:

للتحقق من مدى ملائمة عبارات الاستبيان ، قام الباحث بتطبيق الاستبيان على عينة استطلاعية قوامها (30) فرد من (أعضاء مجلس الإدارة - مدير المركز - إداريين) بمراكز شباب المدن ومن خارج عينة البحث ، في الفترة من 2013/1/5 إلى 2013/1/15م واستخدم

جدول(4)

معامل الارتباط بين العبارة والمحور (ن=30)

العبارة	المحور الأول	المحور الثاني	المحور الثالث	المحور الرابع	المحور الخامس
1	*0.512	*0.537	*0.597	*0.626	*0.447
2	*0.390	*0.674	*0.746	*0.407	*0.407
3	*0.477	*0.684	*0.563	0.152	*0.617
4	*0.510	0.184	*0.577	*0.478	0.158
5	*0.681	*0.540	*0.553	*0.525	*0.689
6	0.177	*0.492	*0.608	*0.458	*0.886
7	*0.795	*0.617	*0.532	*0.748	0.203
8	*0.552	*0.524	*0.572	*0.685	
9	*0.481	*0.554	*0.520	0.230	
10	*0.680	*0.737	*0.703	*0.680	

*قيمة (ر) الجدولية عند مستوى دلالة معنوية (0.05) = (0.355)

الرابع والعبارتين (4 ، 7) في المحور الخامس، حيث أن قيمة (ر) المحسوبة أقل من الجدولية عند مستوى معنوية (0.05).

بعد حذف العبارات بلغ إجمالي العبارات (41) موزعة علي المحاور جدول (5).

يتضح من الجدول السابق، وجود ارتباط دال إحصائياً بين كل عبارة والمحور الذي تمثله ، وتراوح معامل الارتباط بين (0.390) و(0.886) ، حيث أن قيمة (ر) المحسوبة أكبر من الجدولية عند مستوى معنوية (0.05) ، ما عدا العبارة (6) في المحور الأول والعبارة (4) في المحور الثاني والعبارتين (3، 9) في المحور

جدول (5)

عدد العبارات الخاصة بكل محور من محاور الاستبيان في صورته النهائية

م	اسم المحور	عدد العبارات
1	مفهوم العلاقات العامة	9
2	أهداف العلاقات العامة	9
3	أنشطة العلاقات العامة	10
4	إمكانات إدارة العلاقات العامة	8
5	وسائل تقويم إدارة العلاقات العامة	5
	المجموع	41

جدول(6)

معامل الارتباط بين المحاور وبعضها (ن=30)

المحاور	المحور الأول	المحور الثاني	المحور الثالث	المحور الرابع	المحور الخامس
المحور الأول		*0.548	*0.527	*0.579	*0.643
المحور الثاني	-		*0.700	*0.454	*0.672
المحور الثالث	-	-		*0.607	*0.475
المحور الرابع	-	-	-		*0.724
المحور الخامس	-	-	-	-	

*قيمة (ر) الجدولية عند مستوى دلالة معنوية (0.05) = (0.355)

المحسوبة أكبر من الجدولية عند مستوى معنوية (0.05).

يتضح من الجدول السابق، وجود ارتباط دال إحصائياً بين المحاور وبعضها البعض ، وتراوح معامل الارتباط بين (0.454) و(0.724) ، حيث أن قيمة (ر)

جدول (7)

معامل الارتباط بين المحاور والاستبيان (ن=30)

المحور الخامس	المحور الرابع	المحور الثالث	المحور الثاني	المحور الأول	المحاور الاستبيان
*0.427	*0.826	*0.952	*0.772	*0.531	

*قيمة (ر) الجدولية عند مستوى دلالة معنوية (0.05) = (0.355)

المركز - إداريين) بمراكز شباب المدن ومن خارج عينة البحث في الفترة من 2013/1/5 إلى 2013/1/15م، واستخدم الباحث طريقة معامل ألفا كرونباخ للمحاور الفرعية والدرجة الكلية وتعتمد هذه الطريقة على مدى تجانس درجات الاستبيان ، كما هو موضح بالجدول التالي:

يتضح من الجدول السابق، وجود ارتباط دال إحصائياً بين المحاور والاستبيان ، وتراوح معامل الارتباط بين (0.427) و(0.952) ، حيث أن قيمة (ر) المحسوبة أكبر من الجدولية عند مستوى معنوية (0.05) ، مما يدل على صدق الاستبيان. ثبات الاستبيان:

قام الباحث بتطبيق الاستبيان على عينة استطلاعية قوامها (30) فرد من (أعضاء مجلس الإدارة- مدير

جدول (8)

قيمة ثبات محاور الاستبيان(ن=30)

المحور الأول	المحور الثاني	المحور الثالث	المحور الرابع	المحور الخامس	الاستبيان
*0.610	*0.554	*0.522	*0.645	*0.744	*0.702

*قيمة (ر) الجدولية عند مستوى دلالة معنوية (0.05) = (0.355)

تطبيق الاستبيان تم جمعها وتفريغ البيانات وجدولتها لإجراء المعالجات الإحصائية المناسبة. المعالجات الإحصائية:

يتضح من الجدول السابق ، ثبات محاور الاستبيان، وتراوح معامل ثبات المحاور بطريقة ألفا كرونباخ ما بين (0.522) و(0.744) ، مما يشير لارتفاع معامل ثبات محاور الاستبيان. الدراسة الميدانية:

استعان الباحث بالبرنامج الإحصائي SPSS ، وقد استخدم في ذلك المعالجات الإحصائية التالية:

بعد التأكد من معاملات الصدق والثبات للاستبيان ، قام الباحث بتطبيقها على عينة البحث والبالغ قوامها (79) فرداً - عينة البحث - وذلك في الفترة من 2013/2/1م إلى 2013/2/14م ، وبعد الانتهاء من

• التكرارات- النسبة المئوية - الدرجة المقدرة - الوزن النسبي.

عرض ومناقشة وتفسير النتائج:

الإجابة علي التساؤل الأول: ما مفهوم العلاقات العامة بمراكز شباب المدن بمحافظة الدقهلية؟

جدول (9)

آراء (استجابات) أعضاء مجلس الإدارة في عبارات مفهوم العلاقات العامة (ن=79)

العبارة	نعم	%	إلى حد ما	%	لا	%	الدرجة المقدره	الوزن النسبي	الترتيب
1	23	%29.11	35	%44.30	21	%26.59	160	%67.51	6
2	16	%20.25	22	%27.84	41	%51.91	133	%56.12	7
3	21	%26.58	44	%55.70	14	%17.72	165	%69.62	5
4	42	%53.16	15	%18.99	22	%27.85	178	%75.10	1
5	34	%43.04	24	%30.38	21	%26.58	171	%72.15	4
6	30	%37.97	34	%43.04	15	%18.99	173	%72.99	2
7	13	%16.45	25	%31.15	41	%51.90	130	%54.85	9
8	35	%44.30	24	%30.38	20	%25.32	173	%72.99	3
9	17	%21.52	20	%25.32	42	%53.16	133	%56.12	8

من الجدول السابق (8) يتبين:

- وجاءت العبارتان رقم(6،8) في الترتيب الثاني والثالث حيث بلغ الوزن النسبي(72.99%)، وتشير العبارة إلي أن العلاقات العامة هي فن مسايرة الناس ومجاراتهم في الموضوعات المشتركة، مجموعة الجهود التي تبذل للتأثير على الجمهور، وذلك من خلال وضع برامج وأنشطة ذات صلة وارتباطاً بالجمهور حتى يكون هناك اتجاهاً ايجابياً في التعامل مع المؤسسة.

- ويتفق ذلك مع ما ذكره كلاً من عبد الباري إبراهيم درة ونبيل حليف المجالي 2013م حيث أشارا إلي أن العلاقات العامة في المؤسسات عبارة عن أنشطة صممت لتؤثر وتكسب تفاهماً مع الجمهور من خلال تقديم المعلومات . (6 : 31)

- وجاءت العبارة رقم (5) في الترتيب الرابع حيث بلغ الوزن النسبي (72.15%) ، وتشير إلي أن العلاقات العامة هي فن قياس وتفسير وتقويم اتجاهات الجمهور، وقد يرجع ذلك إلي محاولة التعرف علي آراء وحاجات ورغبات جمهور المؤسسة الرياضية من خلال الاتصال مع الجمهور.

- آراء واستجابات عينة البحث في عبارات مفهوم العلاقات العامة يتراوح بين نسبة (75.10%) و(54.85%) بمستوى عام جيد.

- يتضح أن العبارة رقم (4) حصلت على الترتيب الأول كأعلى وزن نسبي حيث بلغ (75.10%) ، وتشير العبارة إلي أن مفهوم العلاقات العامة بمراكز الشباب هو عبارة عن عملية إيجاد ثقة متبادلة في عملية الاتصال التي تتم بين المؤسسة والجمهور ، وقد يرجع ذلك إلي أن العلاقات العامة في المؤسسات بصفة عامة وفي المجال الرياضي بصفة خاصة تقوم علي تبادل عمليات الاتصال بينها وبين جمهورها سواء كان الجمهور الداخلي والخارجي وكيفية التأثير بهم ، وكذلك تحديد سياسة المؤسسة وما يتبعها من أنشطة.

- ويؤكد سمير عبد الحميد 2009م أنه لا بد لمؤسسات الشباب والرياضة إقامة قنوات اتصال ذات اتجاهين للتأثير علي جماهيرها المكونة من الأعضاء والموظفين وأولياء الأمور والممولين وأعضاء المجمع ككل. (5 : 63)

سياسة المؤسسة بما يتفق مع مصلحة الجمهور ، وقد يرجع ذلك إلى أن عينة البحث يعتقدون أن عملية تقويم اتجاهات المؤسسة وسياساتها الإدارية تجاه جمهورها هي عملية تتبع مجلس الإدارة وليس إدارة العلاقات العامة.

- ويختلف ذلك مع ما ذكره حسن أحمد الشافعي 2003م حيث أشار إلى أن العلاقات العامة هي عبارة عن قياس وتفسير اتجاهات الجماهير الرياضية المختلفة التي لها صلة بالمؤسسة الرياضية. (2) : (28)

- ويرى مهدي حسن زويلف 2010م إلى أن قياس اتجاهات الجمهور تساعد المؤسسة علي تحقيق تفاهماً متبادلاً بينها وبين الجمهور يكون هدفه تحقيق مصالح متبادلة ومشاركة ولن يتم ذلك إلا عن طريق تبادل للحقائق والآراء. (15 : 23)

- بينما جاءت العبارة رقم (7) في المرتبة الأخيرة من حيث الوزن النسبي حيث بلغ (54.85%) ، وتشير العبارة إلى أن مفهوم العلاقات العامة بمراكز الشباب هي الوظيفة الخاصة بتقويم الاتجاهات وتحديد

الإجابة علي التساؤل الثاني: ما أهداف العلاقات العامة بمراكز شباب المدن بمحافظة الدقهلية؟

جدول (9)

آراء (استجابات) أعضاء مجلس الإدارة في عبارات أهداف العلاقات العامة (ن=79)

العبارة	نعم	%	إلى حد ما	%	لا	%	الدرجة المقدره	الوزن النسبي	الترتيب
1	39	49.37	21	26.58	19	24.05	178	75.10%	5
2	12	15.19%	23	29.11	44	55.70	126	53.16%	9
3	28	35.44	36	45.57	15	18.99	171	72.15%	7
4	18	22.78	47	59.49	14	17.73	162	68.35%	8
5	51	64.56	24	30.38	4	5.06	205	86.50%	2
6	59	74.68	8	10.13	12	15.19	205	86.50%	3
7	45	56.96	24	30.37	10	37.97	193	81.43%	4
8	57	72.15	14	17.72	8	10.13	207	87.34%	1
9	27	34.17	40	50.64	12	15.19	173	72.99%	6

من الجدول السابق (9) يتبين:

- آراء واستجابات عينة البحث في عبارات أهداف العلاقات العامة يتراوح بين نسبة (87.34%) و(53.16%) بمستوى عام جيد.

- يتضح أن العبارة رقم (8) حصلت على الترتيب الأول كأعلى وزن نسبي حيث بلغ (87.34%) ، وتشير العبارة إلى أن العلاقات العامة بمراكز الشباب تهدف

إلى توثيق وتدعيم العلاقة بين المؤسسة والمؤسسات الأخرى ، وقد يرجع ذلك إلى أن العلاقات العامة في مراكز الشباب تقيم علاقات ودية وذلك للمساعدة في تذليل أي عقبات قد تواجهها في أداء رسالتها ، وذلك حتى يساعد علي الارتقاء بالمجال الرياضي.

من معلومات تتعلق بالجمهور شرحاً حقيقياً صادقاً بغية زرع الثقة بينهما وتحسين علاقتهما دون التستر علي الأخطاء أو التستر وراء حجج السرية ، ولكي يحظى كل جانب باحترام الآخر وثقته . (15 : 22)

- وجاءت العبارة رقم (7) في الترتيب الرابع حيث بلغ الوزن النسبي (81.43%) ، وتشير العبارة إلي أن العلاقات العامة بمراكز الشباب تهدف إلي شرح برامج وسياسة وأنشطة المؤسسة

- وجاءت العبارة رقم (2) في المرتبة الأخيرة من حيث الوزن النسبي حيث بلغ (53.16%) ، وتشير العبارة إلي أن العلاقات العامة بمراكز الشباب تهدف إلي التنبؤ بالاتجاهات والميول والحاجات الجديدة من خلال إعداد الدراسات العلمية ، وقد يرجع ذلك إلي أن عدم وجود الدراسات العلمية لدي العاملين بإدارة العلاقات العامة والتي تساعد علي عدم التعريف بكل ما هو جديد وحديث في العلاقات العامة.

- ويتفق ذلك مع ما ذكره هاني جمال يوسف 2007م حيث أشار إلي العلاقات العامة لا تستخدم البحوث العلمية في تخطيط برامجها وأنشطتها من خلال نتائج تلك الأبحاث. (18)

- وجاءت العبارة رقم (5) في الترتيب الثاني حيث بلغ الوزن النسبي (86.50%) ، وتشير إلي أن العلاقات العامة تساعد علي توضيح أهداف مراكز الشباب للجمهور، وقد يرجع ذلك إلي توضيح إدارة العلاقات العامة لدور مراكز الشباب في تنمية الأنشطة الرياضية داخلياً وخارجياً.

- ويتفق ذلك مع ما ذكره محمد كمال السموندي ونبيل عبد المطلب عمر 2002م حيث أشارا إلي أن أهداف العلاقات العامة في المجال الرياضي هي إبراز أهم الانجازات التي قامت بها المؤسسة الرياضية . (12 : 98)

- وجاءت العبارة رقم (6) في الترتيب الثالث حيث بلغ الوزن النسبي (86.50%) ، وتشير العبارة إلي أن العلاقات العامة بمراكز الشباب تساهم في إبراز أهم انجازات المؤسسة وذلك لوضع مركز الشباب في صورة صادقة أمام الجمهور للتعرف علي هذه البرامج والأنشطة الخاصة بالمركز .

- ويتفق ذلك مع ما ذكره مهدي حسن زويلف 2010م حيث أشار إلي أن شرح كل م يهم الجمهور من معلومات تتعلق بالمؤسسة ، وكل ما يهم المؤسسة

الإجابة علي التساؤل الثالث: ما أنشطة العلاقات العامة بمراكز شباب المدن بمحافظة الدقهلية؟

جدول (10)

آراء (استجابات) أعضاء مجلس الإدارة في عبارات أنشطة العلاقات العامة (ن=79)

الترتيب	الوزن النسبي	الدرجة المقدره	%	لا	%	إلي حد ما	%	نعم	العبارة
6	71.73%	170	16.45	13	51.90	41	31.15	25	1
8	61.60%	146	30.38	24	43.04	43	15.18	12	2
9	60.76%	144	25.32	20	67.09	53	7.59	6	3
4	77.64%	184	6.33	5	54.43	43	39.24	31	4
7	62.45%	148	27.84	22	56.97	45	15.19	12	5
3	78.90%	187	13.92	11	35.45	28	50.63	40	6
2	83.54%	198	8.86	7	31.16	25	59.48	47	7
5	73.42%	174	15.19	12	49.37	39	35.44	28	8
10	56.12%	133	51.91%	41	27.84%	22	20.25%	16	9
1	88.61%	210	8.86	7	16.45	13	74.69	59	10

من الجدول السابق (10) يتبين:

- وجاءت العبارة رقم (6) في الترتيب الثالث حيث بلغ الوزن النسبي (78.90%) ، وتشير العبارة إلى أن من أهم أنشطة إدارة العلاقات العامة هي إقامة الحفلات .

- ويتفق ذلك مع نتائج دراسة نهاد محمد دياب 2001م حيث أشارت إلى أن من أهم الأنشطة الاجتماعية والتي تضم الحفلات بأنواعها المختلفة تساعد على تدعيم الروابط الاجتماعية بين العاملين في المؤسسات المختلفة . (17 : 110)

- وجاءت العبارة رقم (4) في الترتيب الرابع حيث بلغ الوزن النسبي (77.64%) ، وتشير العبارة إلى أن أنشطة الرحلات بأنواعها المختلفة قد تنظمها إدارة العلاقات العامة.

- ويختلف ذلك مع ما ذكره نبيه عبد الحميد العلقامي 1997م حيث أشار إلى أن أهم الأنشطة الفنية بمراكز الشباب هي تكوين جماعات الرحلات والمعسكرات وتنظيم اشتراك شباب المراكز فيها سواء التي تتم فيها على المستوي القومي أو المركزي. (16 : 109)

- وجاءت العبارة رقم (9) في المرتبة الأخيرة من حيث الوزن النسبي حيث بلغ (56.12%) ، وتشير العبارة إلى أن الكشافة والجوالة هي أقل أنشطة العلاقات العامة ، وقد يرجع ذلك إلى عدم وجود الأماكن المفتوحة داخل المدن نظراً للزيادة الكبيرة في عدد السكان والتي تستطيع مراكز الشباب إقامة الأنشطة الكشفية بها ، والتي تعمل على إعداد الفرد المتكامل الشخصية القادرة على خوض مسيرة الحياة.

- آراء واستجابات عينة البحث الإدارة في عبارات أنشطة العلاقات العامة يتراوح بين نسبة (88.61%) و(60.76%) بمستوى عام جيد .

- يتضح أن العبارة رقم(10) حصلت على الترتيب الأول كأعلى وزن نسبي حيث بلغ (88.61%)، وتشير العبارة إلى أن الندوات هي أكثر أنشطة العلاقات العامة، حيث تساعد إقامة الندوات في مختلف المجالات داخل مراكز الشباب علي تحسين القدرات المعرفية والأفكار، وتزويد الأفراد بالعديد من المعارف والمعلومات المرتبطة بمختلف المجالات الثقافية.

- ويتفق ذلك مع نتائج دراسة هاني جمال يوسف 2007م حيث أشار إلى أن من أهم الأنشطة التي تقوم بها العلاقات العامة داخل الاتحادات الرياضية هي الإعداد والتجهيز لإقامة الندوات بالاتحاد سواء كانت مع الجماهير الداخلية والخارجية. (18)

- ويتفق ذلك أيضاً مع نتائج دراسة محمد كمال السمودي ومحمد إبراهيم الذهبي 2009م حيث أشارا إلى أن تنظيم الندوات أهم الأنشطة التي يمارسها أعضاء مجلس الإدارة بمراكز شباب المدينة والقرية بمحافظة الدقهلية. (11)

- وجاءت العبارة رقم(7) في الترتيب الثاني حيث بلغ الوزن النسبي (83.54%)، وتشير العبارة من أهم وسائل الاتصال هي استخدام وسائل الاتصال والإعلام من بينها(الانترنت- المطبوعات- والملصقات وغيرها)

الإجابة علي التساؤل الرابع: ما إمكانات إدارة العلاقات العامة بمراكز شباب المدن بمحافظة الدقهلية؟

جدول(11)

آراء (استجابات) أعضاء مجلس الإدارة في عبارات إمكانات العلاقات العامة (ن=79)

الترتيب	الوزن النسبي	الدرجة المقدره	%	لا	%	إلي حد ما	%	نعم	العبارة
7	59.91%	142	37.97	30	44.31	35	17.72	14	1
1	89.87%	213	3.80	3	22.78	18	73.42	58	2
8	49.37%	117	62.03	49	27.84	22	10.13	8	3
2	81.43%	193	12.66	10	30.38	24	56.96	45	4
5	70.89%	168	22.79	18	41.77	33	35.44	28	5
3	78.95%	116	63.29	50	26.58	21	10.13	8	6
6	68.35%	162	22.79	18	49.37	39	27.84	22	7
4	78.06%	185	7.59	6	50.64	40	41.77	33	8

من الجدول السابق (11) يتبين :

- وجاءت العبارة رقم (4) في المرتبة الثانية من حيث الوزن النسبي حيث بلغ (81.43%) ، حيث تشير العبارة إلى توافر المؤهلات العلمية لدى شاغلي إدارة العلاقات العامة .

- ويرى الباحث أن توافر المؤهلات العلمية بإدارة العلاقات العامة تساعد علي تحديد ومعالجة المشكلات بمراكز الشباب وجمهورها بعيداً عن التخمين ، واستخدام المعلومات وتحليلها بطريقة صحيحة من أجل اقتراح البدائل وتنفيذها ووضع خطط التحسين والتعزيز وتنفيذها .

- ويختلف ذلك مع نتائج دراسة أشرف صبحي محمد 2000م حيث أشار إلى أن هناك نقص شديد في القيادات والمؤهلات العلمية ، والأدوات والأجهزة ، والمنشآت الخاصة التي يتم من خلالها إدارة العلاقات العامة في كثير من المؤسسات الرياضية . (1)

- آراء واستجابات عينة البحث في عبارات إمكانات العلاقات العامة يتراوح بين نسبة (89.87%) و(49.37%) بمستوى عام جيد.

- يتضح أن العبارة رقم (2) حصلت على الترتيب الأول كأعلى وزن نسبي حيث بلغ (89.87%) ، حيث تشير العبارة إلى توافر عدد العاملين بإدارة العلاقات العامة بشكل مناسب، وقد يرجع ذلك إلي المساعدة علي التعرف علي اتجاهات وميول جمهور مراكز الشباب سواء كان الجمهور الداخلي والخارجي.

- ويتفق ذلك مع ما ذكره كريم محمد الحكيم 2009م حيث أشار إلي أن توافر أخصائي ومديري العلاقات العامة بالأندية الرياضية له جانب ايجابي في التعرف على كافة المعلومات التي تتعلق بالنادي ، وتحليل هذه المعلومات والبيانات ومحاولة الوقوف على نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات التي تتعلق بأمورها ، وذلك حتى يتم وضع انساب البرامج التي تناسبها. (9)

- بينما جاءت العبارة رقم (3) في المرتبة الأخيرة من حيث الوزن النسبي حيث بلغ (49.37%) ، وتشير العبارة إلى عدم استخدام الأجهزة الحديثة في إدارة العلاقات العامة ، وقد يرجع ذلك إلى عدم اعتماد إدارة مراكز الشباب علي الإدارة الالكترونية في ظل عصر التكنولوجيا الحديثة ، الأمر الذي يؤدي إلي زيادة في الجهد العقلي والبدني لتنفيذ أعمال إدارة العلاقات العامة.

- ويتفق ذلك مع نتائج دراسة محمد عبد المحسن أحمد 2006م حيث أشار أن التنظيم الإداري لإدارة العلاقات العامة في المؤسسات الرياضية لا تعتمد على الاستعانة بالوسائل التكنولوجية الحديثة في الاتصال وثورة المعلومات. (10)

- وجاءت العبارة رقم (6) في المرتبة الثالثة من حيث الوزن النسبي حيث بلغ (78.95%) ، حيث تشير العبارة إلى عدم استخدام الأجهزة الحديثة في إدارة العلاقات العامة .

- ويتفق ذلك مع نتائج دراسة كريم محمد الحكيم 2009م حيث أشار إلي أن إدارة العلاقات العامة بالأندية الرياضية تعاني نقص شديد في الأجهزة الحديثة التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة في الاتصال مع الجمهور الداخلي والخارجي ومع كافة المؤسسات الأخرى . (9)

- وجاءت العبارة رقم (8) في المرتبة الرابعة من حيث الوزن النسبي حيث بلغ (78.06%) ، حيث تشير العبارة إلى أن الدورات التدريبية للعاملين بإدارة العلاقات العامة ليست كافية.

الإجابة علي التساؤل الخامس: ما وسائل تقويم إدارة العلاقات العامة بمراكز شباب المدن بمحافظة الدقهلية؟

جدول (12)

آراء (استجابات) أعضاء مجلس الإدارة في عبارات وسائل تقويم العلاقات العامة (ن=79)

الترتيب	الوزن النسبي	الدرجة المقدره	%	لا	%	إلي حد ما	%	نعم	العبارة
2	92.94%	219	5.06	4	12.66	10	82.28	65	1
1	94.94%	225	2.53	2	10.13	8	87.34	69	2
4	70.89%	168	7.59	6	72.15	57	20.26	16	3
3	76.37%	181	26.58	21	17.72	14	55.70	44	4
5	59.91%	142	35.44	28	49.37	39	15.19	12	5

من الجدول السابق يتبين:

تقويم إدارة العلاقات العامة ، وقد يرجع ذلك إلى أن الإدارة العليا بمركز شباب المدينة يقوم بتقويم جميع الإدارات داخلها وذلك للوقوف علي التعرف علي نقاط القوة والضعف لكل إدارة من هذه الإدارات.

- آراء واستجابات عينة البحث في عبارات وسائل تقويم العلاقات العامة يتراوح بين نسبة (94.94%) و(59.91%) بمستوى عام جيد جداً.

- أن العبارة رقم (2) حصلت على الترتيب الأول كأعلى وزن نسبي حيث بلغ (94.94%) ، حيث تشير العبارة إلى أن الإدارة العليا بمراكز الشباب تقوم على

- اعتماد العلاقات العامة في تقويم برامجها بمراكز الشباب علي التقارير الدورية التي يتم وضعها للوقوف علي الايجابيات والسلبيات ، ومحاولة التعرف علي جميع الأعمال والأنشطة ومدى تحقيقها لأهداف التي تم وضعها .

- بينما جاءت العبارة رقم (5) في المرتبة الأخيرة من حيث الوزن النسبي حيث بلغ (59.91%) ، حيث تشير العبارة إلى قلة عدد الأفراد المتخصصين لتقويم إدارة العلاقات العامة.

- ويتفق ذلك مع ما ذكره أشرف صبحي محمد 2000م حيث أشار إلى أن أهم المشكلات التي تعوق عملية التقويم في المؤسسات الرياضية هي نقص المتخصصين في مجال التقويم. (1)

الاستنتاجات:

انطلاقاً من نتائج هذا البحث وفي ضوء المنهج المستخدم وفي حدود العينة وأدوات جمع البيانات والمعالجات الإحصائية المستخدمة ؛ يقدم الباحث الاستنتاجات التالية:

1- مستوى آراء واستجابات عينة البحث في مفهوم العلاقات العامة بشكل عام جيد ، ويتمثل في أن مفهوم العلاقات العامة لدي عينة البحث هو عملية إيجاد ثقة متبادلة في عملية الاتصال التي تتم بين المؤسسة والجمهور.

2- مستوى آراء واستجابات عينة البحث في أهداف العلاقات العامة بشكل عام جيد ، وتتمثل أهم أهداف العلاقات العامة في توثيق وتدعيم العلاقة بين المؤسسة والمؤسسات الأخرى.

3- مستوى آراء واستجابات عينة البحث في أنشطة العلاقات العامة بشكل عام جيد ، حيث يحرص مركز الشباب علي تنظيم الندوات بصفة مستمرة لزيادة التوعية في جميع المجالات.

- ويؤكد نبيه عبد الحميد العلقامي 1997م إلي أن نجاح العلاقات العامة مرتبط أساساً بقياس مدى نجاح علاقاتها مع المجتمع المحيط ومع الأعضاء داخل مراكز الشباب ، ويمكن تقييم نشاط من خلال تقييم العلاقات بين الأفراد بعضهم وبعض وبين المراكز والمجتمع الخارجي المحيط بها، إلا أن تقييم نشاط العلاقات العامة ليس منفصلاً عن تقييم باقي الأنشطة في مراكز الشباب لرفع إنتاجيتها مما يوجب تقييم ومتابعة النشاط جميعه في مراكز الشباب. (16): (178)

- وجاءت العبارة رقم (1) في المرتبة الثانية من حيث الوزن النسبي حيث بلغ (92.94%) ، حيث تشير العبارة إلى استخدام تقويم ذاتي من قبل إدارة العلاقات العامة.

- وجاءت العبارة رقم (4) في المرتبة الثالثة من حيث الوزن النسبي حيث بلغ (76.37%) ، حيث تشير العبارة إلى أن التقويم لا يستخدم في توقيتات مختلفة دائماً، ويرى الباحث أن التقويم بصفة مستمرة وفي أوقات مختلفة يساعد في التعرف على مستوى العاملين بها، ومدى إنجاز الأعمال والأنشطة ، والخدمات التي تقدم إلى الجمهور.

- ويتفق ذلك مع ما ذكره محمد كمال السموندي ، ونبيل عبد المطلب 2002م حيث أشارا إلي أن التقويم المرحلي يتم علي فترات زمنية قد تكون أياماً أو أسابيع يتم التعرف على السلبيات والإيجابيات والنجاح والفشل ومحاولة التعرف على أسباب هذه السلبيات وعمليات الفشل وتعديلها بما يتناسب مع أهداف المؤسسة. (12 : 141)

- وجاءت العبارة رقم (3) في المرتبة الرابعة من حيث الوزن النسبي حيث بلغ (70.89%)، وتشير العبارة إلى استخدام وسائل مختلفة للتقويم (تقارير دورية- الاستقصاء- نتائج بحوث الرأي العام- المقابلات الشخصية- الملاحظة المباشرة)، وقد يرجع ذلك إلي

عنه ، وخلق صورة مرموقة طيبة لنشاطه الرياضي والثقافي والاجتماعي.

2- وضع رؤية واضحة لإدارة العلاقات العامة بكل مراكز شباب مثل:

تسعي الإدارة خلال الخمس سنوات القادمة إلي العمل علي تحسين العلاقة مع الجمهور وذلك من أجل تحقيق الأهداف الإستراتيجية للمركز وتعزيز قيمة مركز الشباب في المجتمع الخاص به.

3- تحديد أهداف واضحة تسعى إليها إدارة العلاقات العامة مثل:

• نشر رسالة ورؤية وفلسفة المركز إلي مختلف القطاعات المهمة بأنشطته.

• بناء وتحسين الصورة الذهنية المدركة لدي الجمهور الداخلي والخارجي.

• أن تكون إدارة العلاقات العامة حلقة وصل فاعلة بين المركز والجمهور الداخلي والخارجي.

• المساهمة في إقامة المناسبات والأحداث الخاصة بمركز الشباب.

4- مستوي آراء واستجابات عينة البحث في إمكانات إدارة العلاقات العامة بشكل عام جيد ، وتتمثل في توافر عدد العاملين بإدارة العلاقات العامة بشكل مناسب كإمكانات بشرية مع ضعف استخدام الأجهزة الحديثة كإمكانات مادية في مراكز الشباب المدن.

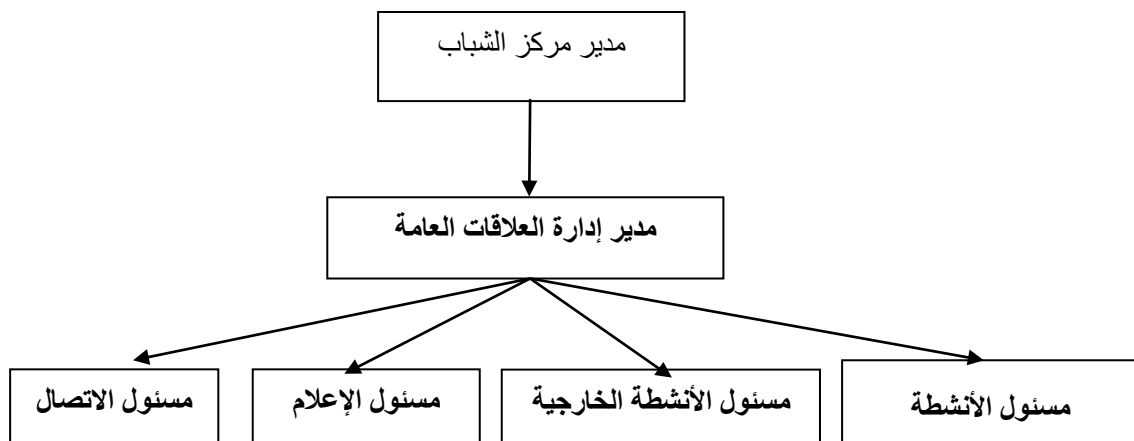
5- مستوي آراء واستجابات عينة البحث في وسائل تقويم العلاقات العامة بشكل عام جيد جداً ، والإدارة العليا بمراكز الشباب تعمل علي تقويم إدارة العلاقات العامة.

النموذج المقترح لإدارة العلاقات العامة بمراكز الشباب المدينة:

1- وضع رسالة لإدارة العلاقات العامة بكل مراكز شباب مثل:

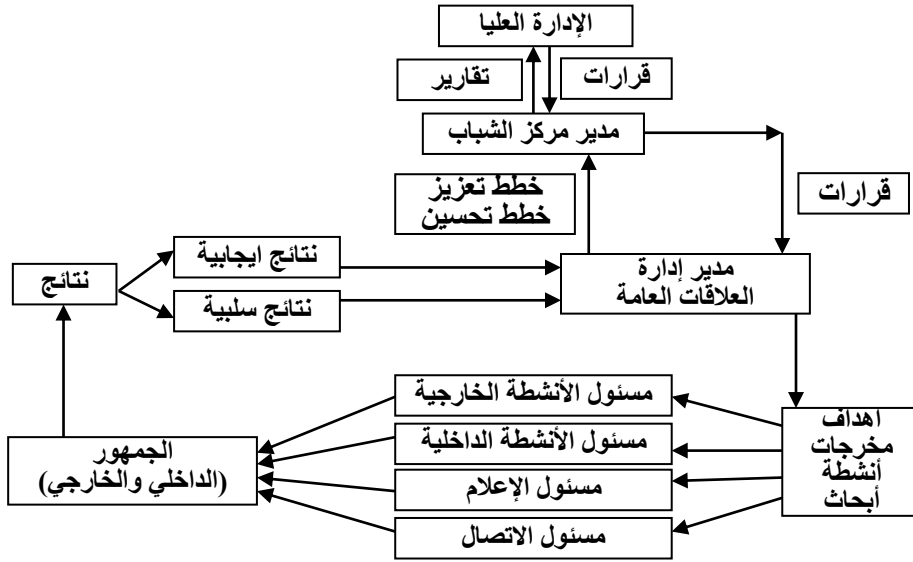
إيجاد علاقة تفاعلية مميزة بين المركز وجمهوره الداخلي والخارجي ، وبناء جسور من التعاون مع المؤسسات الأخرى ، مما يسهم في التعريف بأهداف وأنشطة المركز ، والعمل علي ترسيخ المفاهيم الإيجابية

4- وضع هيكل تنظيمي لإدارة العلاقات العامة:



شكل (1) الهيكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة

5- خريطة طبيعة العمل بإدارة العلاقات العامة :



شكل (2) خريطة طبيعة العمل بإدارة العلاقات العامة بمراكز شباب المدن

توصيات البحث:

- طبع النشرات والملصقات والكتيبان لأهداف وأنشطة العلاقات العامة.

- تزويد المكتبات بالمراجع الحديثة التي تتناول موضوع العلاقات العامة.

3- استخدام التكنولوجيا الحديثة في إدارة العلاقات العامة عن طريق:

- تزويد مراكز الشباب بأحدث الأجهزة التكنولوجية.

- تعليم وتدريب الإداريين بإدارة العلاقات العامة علي استخدام هذه الأجهزة الحديثة.

4- تنوع أنشطة العلاقات العامة عن طريق:

- الاهتمام بجميع الأنشطة التقليدية للعلاقات العامة.

- استحداث أنشطة تتناسب مع اهتمامات الأعضاء والعصر الحديث.

في ضوء ما توصل إليه الباحث من نتائج واستنتاجات يقدم مجموعة من التوصيات للعمل علي تفعيل وتطوير إدارة العلاقات العامة ، من خلال:

1- وجود إدارة مستقلة للعلاقات العامة بكل مركز شباب عن طريق:

- نص ملزم في لائحة مراكز الشباب عن إدارة تختص بالعلاقات العامة.

- تعيين خريجي الإدارة الرياضية بكليات التربية الرياضية بوظائف إداري علاقات عامة.

2- نشر ثقافة العلاقات العامة بمراكز الشباب عن طريق:

- إقامة ندوات وورش عمل عن مفهوم العلاقات العامة وأهميتها.

- 5- الاهتمام بالمسؤولين والأخصائيين عن إدارة العلاقات العامة عن طريق:
- عمل دورات صقل للأخصائيين بإدارة العلاقات العامة.
- اختيار القيادات الإدارية والمتخصصين من داخل وخارج مراكز الشباب.
- 6- التنسيق بين إدارة العلاقات العامة والإدارات الأخرى بمراكز الشباب عن طريق:
- عمل اجتماع دوري بين رؤساء الإدارات بمراكز الشباب.
- التعاون بين الإدارات في سبيل تطوير مراكز الشباب.
- 7- ضرورة تطبيق النموذج المقترح بإدارة العلاقات العامة بمراكز شباب المدن.
- المراجع:
- أولاً المراجع العربية:
- 1- أشرف صبحي محمد: نموذج مقترح لإدارة العلاقات العامة في المجال الرياضي، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان، القاهرة، 2000م.
- 2- حسن أحمد الشافعي: تطبيقات ميدانية للعلاقات العامة في التربية البدنية والرياضة، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2003م.
- 3- حسن أحمد الشافعي وسوزان أحمد مرسي: العلاقات العامة في التربية البدنية والرياضة، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2009م.
- 4- سعيد محمد العربي: دور باحثي العلاقات العامة في نشر الترويج الرياضي بالمؤسسات
- الإنتاجية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية، جامعة أسيوط، 2003م.
- 5- سمير عبد الحميد: إدارة الهيئات الرياضية " النظريات الحديثة وتطبيقاتها "، منشأة المعارف، الإسكندرية، 1999م.
- 6- عبد الباري إبراهيم درة ونبيل حليف المجالي: العلاقات العامة في القرن الواحد والعشرين " النظرية والممارسة منحي نظامي واستراتيجي، ط2، دار وائل للنشر، عمان، 2013م.
- 7- عبد الحميد شرف: الإدارة في التربية الرياضية بين النظرية والتطبيق، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، 1999م.
- 8- عصام فرج مسعود: تقويم الموارد المادية والبشرية بمراكز الشباب بمحافظة المنوفية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية، جامعة طنطا، 2009م.
- 9- كريم محمد الحكيم: نظام معلوماتي لتطوير دور إدارات العلاقات العامة بالأندية الرياضية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية الرياضية، جامعة طنطا، 2009م.
- 10- محمد عبد المحسن أحمد: بناء مقياس معرفي لأخصائي العلاقات العامة بالهيئات الرياضية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية، جامعة أسيوط، 2006م.
- 11- محمد كمال السنودي ومحمد إبراهيم الذهبي: الاهتمامات الترويجية لأعضاء مجلس الإدارة بمراكز الشباب بمحافظة الدقهلية، الاتجاهات الحديثة لعلوم الرياضة في ضوء سوق العمل، 6-7 ديسمبر 2009م، كلية التربية الرياضية، جامعة أسيوط، 2009م.

- 12- محمد كمال السمندى ونبيل عبد المطلب محمد: العلاقات العامة في المجال الرياضي، دار النهضة العربية، القاهرة، 2002م.
- 13- محمود السيد إسماعيل: وضع إستراتيجية للعلاقات العامة في الأندية الرياضية بمدن القناة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية ببورسعيد، جامعة قناة السويس، 2004م.
- 14- مؤمن عبد الله مهدي: معوقات العمل التي تواجه إدارة العلاقات العامة بمديريات الشباب والرياضة بقطاع شمال الصعيد، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية، جامعة المنيا، 2005م.
- 15- مهدي حسن زويلف: العلاقات العامة نظريات وأساليب، مكتبة المجتمع العربي، عمان، الأردن، 2010م.
- 16- نبيه عبد الحميد العلقامي: مقدمة في السياسات الإدارية "مراكز الشباب"، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، 1997م.
- 17- نهاد محمد دياب: محتوى دراسي مقترح لمقرر العلاقات العامة بكليات التربية الرياضية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية، جامعة أسيوط، 2001م.
- 18- هادي جمال يوسف: دراسة تقويمية لإدارة العلاقات العامة بالاتحادات الرياضية بجمهورية مصر العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية، جامعة المنيا، 2005م.
- 19- وزارة الشباب: لائحة النظام الأساسي لمراكز الشباب، قرار وزير الشباب رقم 882 لسنة 2002م، القاهرة، مطابع الشرطة.
ثانياً المراجع الأجنبية :
- 20- Alan R.Freitage : Cultural Competence Correlates of P.R. Function and models , 1999 .
- 21- Davie & Duley: The Public relation of lay offs, Public relation Quarterly , Vol.46.N.2 , 2011,PP.32-39 .
- 22- Dozeir & Gruing: The Continenence Model of Excellent P.R Berlin, Lists, Trans Laxing Providing Gly Grunig International Study, 1996.
- 23- Fluorid Howkins : The role Public relation in socialy responsible business ,published masters thesis ,faculty of the university of North Carolina at journalism and masscommunication, 2005 .
- 24- Tricia Elwell : The concept of image in Adverticing and P.R. Master degree university of Houston school of communication , 1997.
ثالثاً: الشبكة العالمية للمعلومات
- 25- <http://www.ndp.org.eg/Youth/Topics>