

واقع العلاقات العامة بالأندية الرياضية

أ. د/ يحيى فكرى محروس*

سارة ابراهيم على الحاج***

يستهدف البحث التعرف على واقع العلاقات العامة ودورها بالأندية الرياضية : تحديد واقع العلاقات العامة في الأندية الرياضية - التعرف على دور العلاقات العامة بالأندية الرياضية بمحافظة الغربية ، منهج البحث : المنهج الوصفي ، مجتمع البحث : أعضاء الجمعيات العمومية لدى الأندية الرياضية بالغربية ، العينة : تم اختيار العينة الأساسية بالطريقة العمدية وعددها (٥٠٠) فرداً من بعض الأندية الرياضية بالغربية وتم الاستعانة ب(٥٠) فرد كعينة استطلاعية لإيجاد المعاملات العلمية من نفس مجتمع الدراسة ومن خارج العينة الأساسية ، وأهم النتائج : أن العلاقات العامة : لها دور أساسي وفعال في نجاح الاندية الرياضية - تتحدد أهدافها على أساس أهداف الاندية - تقوم على أساس التعريف والترويج بنشاطات الاندية الرياضية - وظيفة أساسية بالأندية الرياضية - وسيلة هامة لتزويد الأعضاء بأنواع الأخبار والمعلومات المتجددة عن الأندية - تتيح الفرصة لأعضاء الجمعية العمومية بالتعبير عن آرائهم بحرية - تسعى لدراسة طبيعة الأعضاء ومعرفة احتياجاتهم - تساعد للحصول على تأييد الأعضاء للنادي - وترد على الشائعات والحملات والأكاذيب التي تهدف لتشويه سمعة النادي بالأدلة والبراهين .

الكلمات المفتاحية: الاندية الرياضية ، العلاقات العامة

The reality of public relations in sports clubs

*Dr. Yahiya Fikry Mahrous

***Sarah Ibrahim Ali El-Hag

The study aims to identify the reality of public relations and its role in sports clubs: Determining the reality of public relations in sports clubs - Identifying the role of public relations in sports clubs in Gharbia Governorate, Study methodology: descriptive approach, Research community: Members of the general assemblies of sports clubs in Gharbia, Sample: The basic sample was selected in a deliberate way and numbered (500) individuals from some sports clubs in Gharbia and (50) individuals were used as an exploratory sample to find scientific transactions from the same study population and from outside the basic sample, The most important results: that public relations: have a fundamental and effective role in the success of sports clubs - Its objectives are determined on the basis of the objectives of the clubs - Based on the definition and promotion of the activities of sports clubs - An essential function of sports clubs - An important way to provide the public with types of news and information renewed about clubs - Provides an opportunity for members of the General Assembly to express their opinions freely - Seeks to study the nature of members and know their needs - Helps to obtain the support of members of the club - And responds to rumors, campaigns and lies aimed at distorting the reputation of the club with evidence and proofs.

* أستاذ بقسم الادارة الترويج الرياضي كلية التربية الرياضية جامعة طنطا

*** باحثة بقسم الادارة الترويج الرياضي بكلية التربية الرياضية - جامعة طنطا.

* Professor, Department of Recreation and Sports Management, Faculty of Physical Education, Tanta University .

***Researcher at Faculty of Physical Education – Tanta University .

إن العلاقات العامة في الأندية الرياضية تلعب دوراً هاماً في إعلان وتوضيح وشرح وتفسير المعلومات والبيانات لأعضاء الجمعية العمومية والجمهور مستعينة في ذلك بكافة الوسائل الإعلامية والإتصالية .

ويذكر **كريم محمد الحكيم (٢٠٠٩)** أن العلاقات العامة تعد وظيفة إدارية حيث تظهر عمليات الاتصال والارتباطات بين الأفراد بعضهم البعض ، ولقد زادت هذه الأهمية مع زيادة التطور الذي حدث في جميع أنشطة الحياة ، ويرى **وائل عبد الرازق المناعة (٢٠١١)** أن إقامة علاقات وصلات طيبة بين المؤسسة و أعضائها فهذا يندرج تحت اختصاصات العلاقات العامة ، وللحفاظ على استدامة هذه الصلات بما يشمل تحقيق الرضا و التفاهم و الثقة المتبادلة بينهما ، فيجب تقوية نظام العلاقات العامة ، و هذا ما تسعى إليه منظمات اليوم جاهدة كي تكسب تأييد الرأي العام و ثقته ، فالعلاقات العامة تُعد من الواجبات الأساسية لأي إدارة و دليلاً لها . (١٠ : ٢) (٣٥ : ١٥)

واتفقت العديد من الدراسات عن أهمية العلاقات العامة ودورها في الاندية الرياضية كدراسة **أحمد عيسى اليعقوب (٢٠١٨) (١)** إن إدارات العلاقات العامة في الأندية الرياضية تسعى إلى تغيير الانطباعات السيئة التي يحملها الجمهور عن المؤسسة ، وأشارت إلى وجود انطباعات إيجابية عن إدارة العلاقات العامة لدى العاملين بهذه الأندية ، كما اكدت دراسة **إيمان زيدان (٢٠٢٣) (٢)** أن إدارة العلاقات العامة وإدارة النشاط الرياضي على أن وظيفة الاتصال بالجمهور تلعب دوراً فعالاً في التأثير على اتجاهه نحو النادي ، بالإضافة إلى الاتفاق حول أن نجاح العلاقات العامة في اتصالهم ينجم عن استخدام وسائل الاتصال التقليدية والحديثة معا . كما توصلت دراسة **أمالا وتاتيانا Amalla & Tatiana (2013) (17)** أن دور العلاقات العامة في الرياضة هو بناء مناخ من الثقة بين المنظمة وجمهورها الرياضية ، وهو الترويج للرعاة أو للفرق الرياضية . وتقوم العلاقات العامة بمجموعة من الوظائف الإتصالية والإعلامية التي تستهدف الاتصال بالأعضاء ، وتقديم المعلومات التي تمكنه من تكوين رأي عام صائب تجاه قضايا المنظمة وتحسين صورتها الذهنية لديه ، حيث تقوم العلاقات العامة على أساس الاعتراف بالرأي العام وقدرته على التأثير في الناس وهو ما يتطلب فهم الاتجاهات والآراء التي يعلنوا عنها ، ولذلك تمثل عملية إجراء البحوث التي تستهدف معرفة آراء الاعضاء وموافقة أحد الاتجاهات الحديثة في ممارسة العلاقات العامة . (٢٠)

وهنا **تكمن المشكلة** بتواجد قصور وضعف في التواصل بين النادي وأعضائه ، حيث أن النادي يجب عليه إبلاغ الأعضاء بالمعلومات والأخبار وما يقوم به النادي من إنجازات ، وما يجري في النادي من أحداث وأعمال جديدة ، وعلى الجانب الآخر يتلقى النادي من الأعضاء آرائهم وتعليقاتهم و انطباعاتهم نحوه ، فهذا التواصل لا يتم بالشكل الأمثل حيث أن الفتور ، و إهمال إدارة هامة مثل إدارة العلاقات العامة أدت إلى ضعف العلاقة بين بعضهم البعض ، إلى جانب أن الاندية الرياضية تواجه الكثير من المشكلات التي تعيق العمل داخلها وتتعدد السلبيات بسبب هذا الفتور وعدم الاهتمام بأهمية العلاقات العامة ، فأصبح الاتجاه داخل الاندية الرياضية في الوقت الحالي إلى المركز الاعلامي ومواقع التواصل الاجتماعي وشبكات التواصل على الإنترنت مما أثر ذلك على الاهتمام بإدارة العلاقات العامة وأهمية تواجدها وأداء مهامها داخل النادي وخارجة كحلقة تواصل و همزة التقاء بين إدارة النادي وأعضائه وتلافى النادي انتشار الاخبار الكاذبة ، حيث تعمل إدارة العلاقات العامة على توصيل رؤيته وأهداف النادي إلى الأعضاء ومتابعة الاحداث المحلية والعالمية وتقوية و توطيد العلاقات بين النادي وبين جميع المؤسسات المختلفة من خلال إجادته مهارة التحدث ، وتقديم الخدمات المتنوعة لجميع الشرائح من الاعضاء ، كما يؤكد **عصام الدين فرج (٢٠١٠)** أن العلاقات العامة تلعب دوراً هاماً وكبيراً في المنظمات الرياضية من حيث التعريف و التوضيح ، كما أنها تُشيد بالأهمية الكبرى لتلك المنظمات سواء كانت نادياً أو اتحاداً أو لجنة أولمبية ، و لذلك تسعى جاهدة لتطوير هذه المنظمة

و الإعلاء منها ، و تحقيق كافة الجهود و الأهداف المهنية و العلمية ، و تعتمد هنا على الأعضاء الذين يتعاملون مع المنظمة و مستفيدين من الخدمات و الأنشطة المقدمة لهم لأنهم عامل أساسي مهم في المنظمة ، و على وجه الاعتبار فالعلاقات العامة داخل أي منظمة رياضية هي جزء رئيسي من هيكلها التنظيمي ، و يتوجب أن نأخذ في الاعتبار أيضاً نسبة التأثير المتوقع للجانب البشري ، فلو نظرنا للمنظمات الرياضية نجد أنها نظام مفتوح دوره تحويل المدخلات من المجتمع إلى منتجات سلعية أو خدمات تقوم بتصديرها إلى المجتمع حتى يتمكن من تلبية متطلباته و احتياجاته. (٢٨ : ٧)

وبالرجوع إلى الدراسات المرتبطة بالدراسة الحالية تم التوصل إلى دراسة كل من دراسة إيمان زيدان (٢٠٢٣) (٢) ، ودراسة حمد خميس جمعة (٢٠٢٠) (٤) ، ودراسة أحمد عيسى اليعقوب (٢٠١٨) (١) ، ودراسة نهى القليوبى (٢٠١٦) (١٤) ، ودراسة أمالا وتاتيانا (2013) Amalla & Tatiana ، ودراسة جيرجون بيتذر Jurgon Pitzer (18) (2003) ، وفي ذلك الصدد يشير باقر موسى (٢٠١٤) أن العلاقات العامة هي فعالية اتصالية تستند في عملها على الوظائف الإدارية (البحث العلمي – التخطيط – التنسيق – الاتصال – التقويم) بهدف إيجاد الصلة بين المصدر (مؤسسة – هيئة – فرد) وبين المستقبل (جمهور داخلي أو خارجي) وذلك في ضوء استخدام وسائل وأساليب الاتصال من أجل تحقيق أهداف (اقتصادية – اجتماعية – خدمية – سياسية) (٣ : ٢٤) وفي حدود علم الباحثان من خلال الرجوع للدراسات والمراجع السابقة تم التوصل إلى أن هناك ندرة في الأبحاث والدراسات التي تطرقت إلى واقع العلاقات العامة بالأندية الرياضية، ومما سبق وجد ضرورة ملحة لمحاولة إجراء مثل هذا البحث والذي تُحدد مشكلة البحث و هي " واقع العلاقات العامة بالأندية الرياضية في محافظة الغربية . "

أهمية البحث:

أولاً: الأهمية العلمية :

- ترجع الأهمية العلمية لهذه الدراسة في كونها قد تكون إضافة جديدة في مجال الدراسات وخاصة العربية التي تناولت العلاقات العامة ودورها بالأندية الرياضية المصرية ، مما يوفر للباحثين والرياضيين معلومات وبيانات .
- سيكون لهذه الدراسة دور هام في إجراء المزيد من الدراسات والبحوث التي تتناول هذا الموضوع من جوانبه المختلفة بما يخدم قطاعات كبيرة من المجتمع ، باعتبار أن العلاقات العامة تعد أحد الإدارات الهامة بالمؤسسات والمنظمات الرياضية .

ثانياً : الأهمية التطبيقية :

- تكمن الأهمية التطبيقية لهذه الدراسة في كونها تسعى إلى التعرف على مهام العلاقات العامة بالأندية الرياضية المصرية

هدف البحث:

التعرف على واقع العلاقات العامة بالأندية الرياضية في محافظة الغربية .

تساؤل البحث :

- ما هو واقع العلاقات العامة في الأندية الرياضية من حيث (الواقع الإداري- الواقع البشري – الواقع المادي – الواقع الاتصالي) ؟

مصطلحات البحث :

- العلاقات العامة : يُعرفها نيكولاس Nicolas (٢٠١٥) هي تلك الأنشطة التي تُستخدم لتكوين علاقات جيدة و المحافظة على هذه العلاقات بين الأندية الرياضية و بعضها البعض و بين جماهيرها المختلفة و مؤسسات المجتمع . (١٩ : ١٧)

- كما عرفها نسرين بوعلق ، لمياء عاشور (٢٠٢١) العلاقات العامة هي وظيفة تتضمن جهود إدارية خلاقية ومبدعة ومستمرة تهدف إلى كسب ثقة الجمهور وتأييده وذلك بتحقيق

أهداف المؤسسة على المد بين القصير والطويل بتوظيف أساليب ووسائل مختلفة وبوجود أشخاص مؤهلين ومتخصصين للقيام بوظيفة العلاقات العامة . (١٣ : ٧)

- الأندية الرياضية: يعرفها قانون الرياضة رقم (٧١) لسنة ٢٠١٧ بأنه هيئة رياضية تُكونها جماعة من الأشخاص الطبيعيين مجهزة بالمباني والملاعب والإمكانات لنشر الممارسة الرياضية والجهة الإدارية المختصة حيث أنها الجهة المُنوط بها الإشراف علي الهيئات الرياضية التي تقع بدائرة اختصاصها من جميع النواحي الإدارية والمالية . (٩)

الدراسات المرجعية :

أولاً الدراسات العربية :

- دراسة **نهى القليوبى (٢٠١٦) (١٤)** بعنوان تقويم دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات بالأندية الرياضية ، هدفت هذه الدراسة إلى تقويم دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات بالأندية الرياضية (قبل ، أثناء ، بعد) حدوثها ، واستخدمت المنهج الوصفي واعتمدت عينة من مديري إدارة العلاقات العامة والعاملين بها بأندية القاهرة والجيزة ، وقد اعتمدت الباحثة على بطاقة تقويم ، تم توزيعها على عينة عمدية بلغ قوامها (٦٣) مفردة ، وأهم النتائج: أن تعامل إدارة العلاقات العامة داخل الأندية الرياضية مع الأزمات قبل حدوثها لا يحق النتائج المرجوة بفاعلية ، بينما تعاملها مع الأزمات أثناء حدوثها يحقق النتائج المرجوة بفاعلية .

- دراسة **أحمد عيسى اليعقوب (٢٠١٨) (١)** بعنوان نموذج مقترح لإدارة العلاقات العامة بالمؤسسات الرياضية بدولة الكويت ، استهدفت التعرف على دور العلاقات العامة ببعض الأندية الرياضية بدولة الكويت ورصد أساليب العمل بها ووضع نموذج مقترح لتطوير أداء إدارات العلاقات العامة بهذه الأندية ، واستخدم المنهج الوصفي بالأسلوب المسحي ، تم اختيار العينة بالطريقة العمدية من العاملين ببعض الأندية الرياضية الكويتية ، أهم النتائج إدارات العلاقات العامة في الأندية الرياضية تسعى إلى تغيير الانطباعات السيئة التي يحملها الجمهور عن المؤسسة ، وأشارت إلى وجود انطباع إيجابي عن إدارة العلاقات العامة لدى العاملين بهذه الأندية .

- دراسة **حمد خميس جمعة السويدي (٢٠٢٠) (٤)** بعنوان دور العلاقات العامة بدولة الإمارات في تدعيم الصورة الذهنية لدى الجمهور الخارجي ، وتهدف الدراسة بشكل أساسي التعرف على دور العلاقات العامة بدولة الإمارات في تدعيم الصورة الذهنية لدى الجمهور الخارجي بالتطبيق على دور دائرة السياحة في تسويق إكسبو ٢٠٢٠م بدبي ، ويندرج تحت هذا الهدف الرئيسي عدة أهداف فرعية :

- الكشف عن مدى إسهام معرض إكسبو ٢٠٢٠ في خلق صور و انطباعات إيجابية بينه وبين الجمهور الخارجي - تحديد الوسائل الإعلامية الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة بدائرة السياحة و التسويق لمعرض إكسبو ٢٠٢٠م، والمنهج المستخدم: المنهج الوصفي ، عينه الدراسة : ممارسي العلاقات العامة بدائرة السياحة نحو معرض إكسبو ٢٠٢٠م ، ومتخصصي وخبراء العلاقات العامة بدائه السياحة و التسويق التجاري بدبي قوامها (٥٠) مفردة ، و عينة عمدية أخرى من متخصصي و خبراء العلاقات العامة بدائرة السياحة و التسويق التجاري بدبي و العاملين بموقع إكسبو ٢٠٢٠ قوامها (٥) خبراء ، أهم النتائج: ان جميع الباحثين أكدوا على وجود جهاز مستقل لممارسة أنشطة العلاقات العامة بدائرة السياحة و التسويق التجاري بدبي _ جاءت أهم مواصفات ممارسي العلاقات العامة(التخصص العلمي - المظهر الجيد - الخبرة العلمية و العملية) _ تهتم دائرة السياحة و التسويق التجاري بدبي بتدريب العاملين بالعلاقات العامة على التجهيز لإكسبو ٢٠٢٠م بنسبة ١٠٠% _ يرى الباحثين أن الوسائل الإعلامية الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة للدعاية لمعرض إكسبو ٢٠٢٠م هي (موقع إكسبو _ مواقع التواصل الاجتماعي _ المطبوعات _ الملصقات) .

- دراسة إيمان زيدان (٢٠٢٣) (٢) بعنوان نموذج مقترح لتفعيل وظائف العلاقات العامة في تحقيق أهداف إدارة النشاط الرياضي بالأندية الرياضية بمحافظة الإسكندرية ، واستهدفت الدراسة : التعرف على وضع وظائف العلاقات العامة بالأندية الرياضية ، وتحديد وسائل الاتصال التي تستخدمها العلاقات العامة ، استخدمت الباحثة المنهج الوصفي عينة عمدية بلغ قوامها (٥٥) مفردة ، من العاملين بالعلاقات العامة والإداريين بالأندية الرياضية بمحافظة الإسكندرية ، وتوصلت الى وجود اتفاق من قبل المسؤولين بإدارة العلاقات العامة وإدارة النشاط الرياضي على أن وظيفة الاتصال بالجمهور تلعب دورا فعالا في التأثير على اتجاهه نحو النادي ، بالإضافة إلى الاتفاق حول أن نجاح العلاقات العامة في اتصالهم ينجم عن استخدام وسائل الاتصال التقليدية والحديثة معا .

ثانياً الدراسات الاجنبية :

- دراسة أمالا وتاتيانا **Amalla & Tatiana** (2013) (17) بعنوان العلاقات العامة في الرياضة ، وهدفت إلى وضع تصميم الإدارة العلاقات العامة بوزارة الشباب الرومانية من ناحية ، ولللألعاب الرياضية من ناحية أخرى؛ بغرض تحليل دور العلاقات العامة في مجال الرياضة الرومانية وتحديد تصورات الجمهور، استخدمت المنهج الوصفي ، تمثلت العينة في مديري وسائل الإعلام الرياضية وأعضاء مجلس الإدارة العلاقات العامة للاتحادات الرياضية والمتخصصين والعاملين في إدارة الرياضة في وزارة الرياضة واللجنة الأولمبية الوطنية وموظفي العلاقات العامة ، أما الدراسة الميدانية فكانت (٥٠ مفردة) من طلاب كلية ، وأشارت نتائج هذه الدراسة إلى أن ٦٦% من المبحثين قد سمعوا عن العلاقات العامة في الرياضة بشكل عام ، وأن ٤٨% مبحوثا أكدوا أن دور العلاقات العامة في الرياضة هو بناء مناخ من الثقة بين المنظمة وجماهيرها الرياضية ، بينما يعتقد ٣٦% منهم أن دور العلاقات العامة هو الترويج للرعاة أو للفرق الرياضية .

إجراءات البحث:

منهج البحث:

استخدم الباحثان المنهج الوصفي باستخدام أسلوب الدراسات المسحية نظرا لطبيعة الدراسة.

مجتمع وعينة البحث:

يمثل مجتمع البحث أعضاء الجمعيات العمومية ومجلس ادارة النادي والمدير التنفيذي والمالي لدى الأندية الرياضية بالغربية وهي (٥٨٠)، أما عينة الدراسة اختارت الباحثة عينة عمدية ممثلة لمجتمع الدراسة، وعددها (٥٠٠) فرداً من بعض الأندية الرياضية بمحافظة الغربية وهي (نادى طنطا الرياضي ، نادى كفر الزيات الرياضي ، نادى بلدية المحلة الكبرى ، نادى زفتي الرياضي ، نادى السكة الحديد الرياضي)، وقد تم تقسيمهم إلى عدد (٥٠) فرد كعينة لإيجاد المعاملات العلمية (صدق و ثبات الاستمارة) ، وعدد (٣٠) فرد كعينة استطلاعية ، و عدد (٥٠٠) كعينة أساسية لإجراء التطبيق النهائي للاستمارة .

جدول (١-٣)

توصيف عينة البحث

البيانات	عينة المعاملات العلمية	عينة استطلاعية	العينة الأساسية	الإجمالي
أعضاء الجمعيات العمومية بالأندية الرياضية بالغربية ومجلس ادارة النادي والمدير التنفيذي والمالي	٥٠	٣٠	٥٠٠	٥٨٠

أدوات جمع البيانات :

- استمارة استبيان الرأي الخاصة بواقع العلاقات العامة بالأندية الرياضية (مرفق ٢) .
قام الباحثان ببناء الاستمارة للتعرف على واقع العلاقات العامة بالأندية الرياضية ، وتم الاطلاع على بعض الدراسات المرتبطة بالدراسة الحالية كدراسة إيمان زيدان (٢٠٢٣) (٢) ، و دراسة حمد خميس جمعة السويدي (٢٠٢٠) (٤) ، دراسة أحمد عيسى اليعقوب (٢٠١٨) (١) ، دراسة نهى القليوبى (٢٠١٦) (١٤) ، دراسة أمالا وتاتيانا Amalla & Tatiana (17)(2013) ، دراسة جيرجون بيتنر (18) (2003) Jurgon Pitzer وتم إعداد الاستمارة في صورتها الأولية وتضمنت (٤) ابعاد ، و (٢٩) عبارة ، وتم عرضها على السادة الخبراء (مرفق ١) للتأكد من صلاحية الاستمارة قبل التطبيق ، كما أشار الخبراء إلي ضرورة تعديل صياغة بعض العبارات ودمج البعض الاخر وتضمنت الصورة النهائية للاستمارة (مرفق ٣) جميع التعديلات وفقا لآراء السادة الخبراء حيث أصبحت عدد العبارات (٢٧) عبارة .

المعاملات العلمية للاستمارة :

صدق الاستبيان :

قام الباحثان بحساب معامل صدق الاستبيان الخاصة " بواقع العلاقات العامة بالأندية الرياضية " عن طريق كل من الصدق المنطقي و صدق الاتساق الداخلي .

أ - صدق المحكمين: تم عرض استمارة الاستبيان على (١٨) خبيراً من أعضاء هيئة التدريس المتخصصين في مجال الإدارة الرياضية والعلاقات العامة مرفق (١) وذلك بغرض التحقق من أن الاستمارة تقيس بالفعل الهدف الذي وضعت من أجله ، و ذلك في الفترة من ٢٠٢٣/١٠/١ إلى ٢٠٢٣/١٠/٢٣ ، و قد تفضلوا بإبداء الرأي سواء بالتعديل أو الحذف أو الإضافة إلى أن انتهت الاستمارة إلى صورتها النهائية .

جدول (٣-٢)

النسبة المئوية لآراء السادة الخبراء حول عبارات الاستبيان ن = ١٨

النسبة المئوية %	م	النسبة المئوية %	م
الواقع البشري		الواقع الإداري	
٨٨,٨٩	١٤	١٠٠,٠٠	١
١٠٠,٠٠	١٥	٥٥,٥٦	٢
٧٧,٧٨	١٦	١٠٠,٠٠	٣
١٠٠,٠٠	١٧	٩٤,٤٤	٤
٧٢,٢٢	١٨	٨٣,٣٣	٥
١٠٠,٠٠	١٩	١٠٠,٠٠	٦
٧٢,٢٢	٢٠	١٠٠,٠٠	٧
١٠٠,٠٠	٢١	٩٤,٤٤	٨
٨٨,٨٩	٢٢	٦١,١١	٩
الواقع الاتصالي		١٠٠,٠٠	١٠
١٠٠,٠٠	٢٦	٨٨,٨٩	١١
٧٧,٧٨	٢٧	١٠٠,٠٠	١٢
١٠٠,٠٠	٢٨	١٠٠,٠٠	١٣
٨٣,٠٠	٢٩	الواقع المادي	
		٨٣,٣٣	٢٣
		١٠٠,٠٠	٢٤
		١٠٠,٠٠	٢٥

يوضح جدول (٣-٢) النسبة المئوية لآراء السادة الخبراء حول عبارات الاستبيان " واقع العلاقات العامة بالأندية الرياضية بمحافظة الغربية ". و يتضح تراوح النسبة المئوية للعبارات ما بين (٥٥,٥٦ – ١٠٠,٠٠) و قد ارتضت الباحثة و السادة المشرفين بالعبارات التي حصلت على أهمية نسبية قدرها ٧٧,٧٨% فأكثر .

وتم تعديل العبارات التي اتفق الخبراء على إعادة صياغتها ، والجدول رقم (٣-٣) يوضح أرقام العبارات التي تم استبعادها والتي بلغ عددها (٢) عبارة ، و لم يتم إضافة أي عبارة ، ليصبح إجمالي عدد العبارات (٢٧) عبارة .

جدول (٣-٣)

العدد المبدئي و النهائي و أرقام العبارات المستبعدة و المعدلة للاستبيان

عدد العبارات	العبارات المستبعدة	أرقام العبارات المستبعدة	العبارات المعدلة	أرقام العبارات المعدلة	العدد النهائي للعبارات
٢٩	٢	٩,٢	٦	٢٧, ٢٠, ١٣, ١٢, ٨, ١	٢٧

يوضح جدول (٣-٣) العدد المبدئي و النهائي و أرقام العبارات المستبعدة لاستمارة استبيان " واقع العلاقات العامة بالأندية الرياضية " ، و تم استخدام ميزان ثلاثي التقدير ، باستخدام استمارة الاستبيان النهائية طُبقت على عينة البحث (نعم – إلى حد ما – لا) ، و قد وافق السادة الخبراء على أسلوب تصحيح عبارات الاستبيان بحيث يتم منح العبارات كما يلي :

- (نعم) وتقدر لها ثلاث درجات - (إلى حد ما) وتقدر لها درجتان - (لا) وتقدر لها درجة واحدة .

ويتضح اتفاق السادة الخبراء على استبعاد عدد (٢) عبارة من إجمالي الاستبيان و عدده (٢٩) عبارة و تعديل (٦) عبارة و بذلك أصبح العدد النهائي لإجمالي الاستبيان (٢٧) عبارة . مرفق (٣)

ب - صدق الاتساق الداخلي لاستمارة الاستبيان : تم حساب صدق الاتساق الداخلي للاستبيان عن طريق تطبيقه على مجموعة عينة المعاملات العلمية قوامها (٥٠) فرداً، كما هو موضح بالجدول (٣-٤) ، وذلك بغرض تقدير صدق عبارات الاستبيان و قد تم ذلك بحساب معاملات الارتباط بين كل عبارة و المحور وبين كل عبارة والمجموع الكلي للمحاور وبين المحور والمجموع الكلي للمحاور ، وذلك يوم ١٢/١١/٢٠٢٣، والجدول (٣-٤) توضح معامل صدق الاتساق الداخلي لاستمارة الاستبيان .

جدول (٣-٤)

صدق الاتساق الداخلي بين العبارة والمحور و بين العبارة و المجموع الكلي لمحاور الاستبيان ن = ٥٠

م	العبارة مع المحور	العبارة مع المجموع
الواقع الإداري		
١	٠,٨٩	٠,٩١
٢	٠,٨٢	٠,٨٦
٣	٠,٨٥	٠,٨٧
٤	٠,٨٧	٠,٨٤
٥	٠,٨٣	٠,٩٠
٦	٠,٩٠	٠,٨٢
٧	٠,٨٨	٠,٨٤
٨	٠,٨٧	٠,٨١
٩	٠,٨٦	٠,٨٤
١٠	٠,٨٩	٠,٩٢
١١	٠,٩١	٠,٨٧
الواقع البشرى		
١٢	٠,٨٨	٠,٩٠
١٣	٠,٩٠	٠,٨٥
١٤	٠,٨٤	٠,٩٢
١٥	٠,٨٠	٠,٨٣
١٦	٠,٨٩	٠,٨٣
١٧	٠,٩٢	٠,٩٠
١٨	٠,٨٤	٠,٨٩
١٩	٠,٨٣	٠,٨٥
٢٠	٠,٨٤	٠,٨٨
الواقع المادي		
٢١	٠,٩٠	٠,٨٨
٢٢	٠,٧٨	٠,٨٦
٢٣	٠,٨٤	٠,٨٩
الواقع الاتصالي		
٢٤	٠,٨٤	٠,٩١
٢٥	٠,٩٠	٠,٨٢
٢٦	٠,٨١	٠,٨٤
٢٧	٠,٨٩	٠,٩٠

قيمة (ر) الجدولية عند مستوى معنوية $0,05 = 0,273$.

يوضح جدول (٤-٣) وجود ارتباط ذو دلالة إحصائية بين العبارات و المحور حيث تراوحت قيمة (ر) المحسوبة ما بين (٠,٨٢ - ٠,٩١) وكذلك وجود ارتباط ذو دلالة إحصائية بين العبارة و المجموع الكلى للاستبيان " واقع العلاقات العامة بالأندية الرياضية بمحافظة الغربية " حيث تراوحت قيمة (ر) المحسوبة ما بين (٠,٨٠ - ٠,٩٢) و ذلك عند مستوى معنوية $0,05$ مما يشير إلى صدق الاتساق الداخلي للاستبيان قيد البحث .

جدول (٥-٣)

صدق الاتساق الداخلي بين المحور و المجموع الكلى الاستبيان ن = ٥٠

م	الاستمارة	معامل الارتباط
١	محور واقع العلاقات	*٠,٨٧٤

قيمة (ر) الجدولية عند مستوى معنوية $0,05 = 0,088$

يوضح جدول (٥-٣) وجود ارتباط ذو دلالة إحصائية بين مجموع المحور و بين المجموع الكلى للاستبيان " واقع العلاقات العامة بالأندية الرياضية بمحافظة الغربية " حيث بلغت قيمة (ر) المحسوبة (٠,٨٧٤) ذلك عند مستوى معنوية $0,05$

ثبات الاستبيان :

قام الباحثان بحساب معامل الثبات للاستبيان عن طريق إعادة التطبيق Test-Retest حيث تم تطبيق الاستمارة على عينة تقنين الاستبيان قوامها (٥٠) فرداً ، ممثلة لمجتمع البحث ، و إعادة تطبيق الاستبيان على نفس العينة للتأكد من ثبات الاستمارة ، وكان بفاصل زمني قدره (١٧) يوم ، حيث كان التطبيق الأول يوم ٢٠٢٣/١١/١٢ ، وتم إعادة التطبيق يوم ٢٠٢٣/١١/٢٩ ، و تم حساب معامل الارتباط بين التطبيقين باستخدام معادلة سييرمان لارتباط الرتب ، و الجدول رقم (٦-٣) يوضح معامل الثبات

جدول (٦-٣)

معامل الارتباط بين التطبيق وإعادة التطبيق لبيان معامل الثبات لاستبيان ن = ٥٠

م	معامل الارتباط	م	معامل الارتباط	م	معامل الارتباط
الواقع الإداري					
١	٠,٩٢	٥	٠,٩١	٩	٠,٩٣
٢	٠,٩٥	٦	٠,٨٨	١٠	٠,٩٢
٣	٠,٩٣	٧	٠,٩٣	١١	٠,٩٠
٤	٠,٩٤	٨	٠,٨٩		
الواقع البشري					
١٢	٠,٩٥	١٥	٠,٩١	١٨	٠,٩٣
١٣	٠,٩١	١٦	٠,٩٥	١٩	٠,٩١
١٤	٠,٩٣	١٧	٠,٩٦	٢٠	٠,٩٣

الواقع المادي					
٢١	٠,٩٣	٢٢	٠,٩٤	٢٣	٠,٩١

تابع جدول (٦-٣)

م	معامل الارتباط	م	معامل الارتباط	م	معامل الارتباط
الواقع الاتصالي					
٢٤	٠,٩١	٢٦	٠,٩٤	٢٧	٠,٩٠
٢٥	٠,٩٢				

قيمة (ر) الجدولية عند مستوية معنوية ٠,٠٥ = ٠,٢٧٣

يوضح جدول (٦-٣) وجود ارتباط ذو دلالة إحصائية بين التطبيق و إعادة التطبيق الاستبيان " واقع العلاقات العامة بالأندية الرياضية." حيث تراوح معامل الارتباط ما بين (٠,٨٧ - ٠,٩٧) و هي معاملات الارتباط ذو دلالة عالية مما يشير إلى ثبات الاستبيان

جدول (٧-٣)

معامل ألفا كرو نباخ لبيان معامل الثبات لمحاور البحث لاستمارة الاستبيان

معامل ألفا كرو نباخ	
٠,٨٧٤	
المحاور	Deleted Cronbach's Alpha if Item
واقع العلاقات العامة	٠,٨٧٢

يوضح جدول (٧-٣) ألفا كرو نباخ لبيان معامل الثبات لمحور الاستبيان " واقع العلاقات العامة بالأندية الرياضية بمحافظة الغربية "

الدراسة الاستطلاعية :

قام الباحثان بإجراء دراسة استطلاعية على عينة بلغ عددها (٣٠) فرداً ممثلة لمجتمع البحث من يوم ٢٠٢٣/١٢/٣ وحتى يوم ٢٠٢٣/١٢/١٠، و كان الهدف من إجراء الدراسة الاستطلاعية التعرف على الآتي : مدى فهم عينة البحث للعبارات التي يتضمنها الاستبيان - التعرف على الصعوبات المحتمل ظهورها أثناء التطبيق للعمل على تلافياها- التعرف على زمن تطبيق استمارة الاستبيان بحسب الزمن الذي استغرقته عينة الدراسة الاستطلاعية في الاجابة على عبارات الاستبيان وتتراوح بين ١٥ : ٢٠ دقيقة .

الدراسة الأساسية :

بعد التأكد من كافة الشروط العلمية و الإدارية لاستمارة الاستبيان ، قام الباحثان بتطبيق استمارة الاستبيان في صورتها النهائية على عينة البحث الممثلة لمجتمع البحث قوامها (٥٠٠) فرداً من أعضاء الجمعيات العمومية بالنادي ، و ذلك في الفترة من ٢٠٢٣/١٢/١٢ إلى ٢٠٢٣/١/١٨ مع مراعاة التأكيد على أفراد العينة بأهمية استجاباتهم للاستفادة منها وضرورة الإجابة على جميع العبارات ، و عدم اختيار أكثر من إجابة للعبارة الواحدة ، وأنها تُجمع فقط من أجل البحث العلمي ، لإزالة أي مخاوف قد تقلل من تفاعلهم في الإجابة على الاستبيان .

المعاملات الاحصائية : النسبة المئوية - معامل الارتباط -معامل ألفا كرو نباخ -الوزن النسبي -

الأهمية النسبية – اختبار كاً .

عرض ومناقشة النتائج :

عرض ومناقشة النتائج الخاصة بالمحور : " واقع العلاقات العامة في الاندية من حيث)

الواقع الإداري – الواقع البشري – الواقع المادي – الواقع الاتصالي

جدول (٤-١)

التكرار والنسبة المئوية والوزن النسبي والأهمية النسبية وقيمة كاً

للأراء عينة البحث في البعد الأول الخاص بالواقع الإداري للعلاقات العامة بالاندية الرياضية ن=٥٠٠

م	العبرة	نعم		إلى حد ما		لا		الوزن النسبي	الأهمية النسبية	كاً
		ك	%	ك	%	ك	%			
١	توجد إدارة للعلاقات العامة داخل الاندية الرياضية .	٤٥١	٩٠,٢٠٠	٠	٠,٠٠٠	٤٩	٩,٨٠٠	١٤٠٢	٩٣,٤٦٧	٧٣٤,٨١١
٢	تتواصل إدارة العلاقات العامة مع الإدارة العليا بالنادي .	٤٣٠	٨٦,٠٠٠	٤٧	٩,٤٠٠	٢٣	٤,٦٠٠	١٤٠٧	٩٣,٨٠٠	٦٢٥,٨٢٧
٣	تهتم إدارة النادي بإدارة العلاقات العامة .	٣٨٩	٧٧,٨٠٠	٩٣	١٨,٦٠٠	١٨	٣,٦٠٠	١٣٧١	٩١,٤٠٠	٤٦١,٧٦٣
٤	تمثل إدارة العلاقات العامة حلقة الوصل بين النادي و الأعضاء .	٢٣١	٤٦,٢٠٠	٢٢٥	٤٥,٠٠٠	٤٤	٨,٨٠٠	١١٨٧	٧٩,١٣٣	١٣٥,٥٣٢
٥	تشارك إدارة العلاقات العامة في صنع القرار .	١٢٧	٢٥,٤٠٠	٧١	١٤,٢٠٠	٣٠٢	٦٠,٤٠٠	٨٢٥	٥٥,٠٠٠	١٧٤,٢٤٤
٦	يتوافر لدى إدارة العلاقات العامة بالنادي هيكل تنظيمي مناسب .	٣١٧	٦٣,٤٠٠	٤٦	٩,٢٠٠	١٣٧	٢٧,٤٠٠	١١٨٠	٧٨,٦٦٧	٢٢٨,٢٤٤
٧	تقوم إدارة النادي بجعل إدارة العلاقات العامة تشكل مدركات إيجابية عنه .	٤٤٧	٨٩,٤٠٠	٥٠	١٠,٠٠٠	٣	٠,٦٠٠	١٤٤٤	٩٦,٢٦٧	٧١٣,٩٠٧
٨	تقوم إدارة العلاقات العامة بالتخطيط العلمي السليم للنشاط الاتصالي .	٢١٧	٤٣,٤٠٠	١٠٩	٢١,٨٠٠	١٧٤	٣٤,٨٠٠	١٠٤٣	٦٩,٥٣٣	٣٥,٤٧٦
٩	تقوم إدارة العلاقات العامة بإجراء بحوث مسحية لأعضاء النادي.	٤١٨	٨٣,٦٠٠	٥٦	١١,٢٠٠	٢٦	٥,٢٠٠	١٣٩٢	٩٢,٨٠٠	٥٧١,٢١٥
١٠	تتكامل إدارة العلاقات العامة مع مختلف الإدارات الأخرى بالنادي.	٣٤٧	٦٩,٤٠٠	٨٨	١٧,٦٠٠	٦٥	١٣,٠٠٠	١٢٨٢	٨٥,٤٦٧	٢٩٤,٢٦٧
١١	يوجد رقابة من الإدارة العليا على أنشطة العلاقات العامة .	٤٠٩	٨١,٨٠٠	٣٧	٧,٤٠٠	٥٤	١٠,٨٠٠	١٣٥٥	٩٠,٣٣٣	٥٢٩,٣٩٥

قيمة كاً الجدولية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ = ٠,٩٩

يتضح من جدول (٤-١) أن هناك فروق ذات دلالة معنوية لأراء عينة البحث في الابعاد الخاصة بواقع العلاقات العامة بالاندية الرياضية وكانت أعلى نسبة في اراء عينة البحث الذين اختاروا (نعم) في العبرة رقم (١) بنسبة (٩٠,٢٠٠%) وكانت أقل نسبة في العبرة رقم (٥) بنسبة (٢٥,٤٠٠%)، وكانت أعلى نسبة في اراء عينة البحث الذين اختاروا (الى حد ما) في العبرة رقم (٤) بنسبة (٤٥%) وكانت أقل نسبة في العبرة رقم (١) بنسبة (٠%)، وكانت أعلى نسبة في اراء عينة البحث الذين اختاروا (لا) في العبرة رقم (٥) بنسبة (٦٠,٤٠٠%) وكانت أقل

نسبة في العبارة رقم (٧) بنسبة (٠,٦٠٠%)، حيث كانت أكبر قيمة (٢٤) للبعد الأول للعبارة (توجد إدارة للعلاقات العامة داخل الأندية الرياضية) وقيمتها تبلغ (٧٣٤,٨١١)، وأصغر قيمة للعبارة (تقوم إدارة العلاقات العامة بالتخطيط العلمي السليم للنشاط الإتصالي) وقيمتها تبلغ (٣٥,٤٧٦)، كانت قيمة (كأ) للعبارة الأولى (توجد إدارة للعلاقات العامة داخل الأندية الرياضية) وقيمتها تبلغ (٧٣٤,٨١١)، وكانت قيمة (كأ) للعبارة الثانية (تقوم إدارة النادي بجعل إدارة العلاقات العامة تشكل مدركات إيجابية عنه) وقيمتها تبلغ (٧١٣,٩٠٧)، وكانت قيمة (كأ) للعبارة الثالثة (تواصل إدارة العلاقات العامة مع الإدارة العليا بالنادي) وقيمتها تبلغ (٦٢٥,٨٢٧)، وكانت قيمة (كأ) للعبارة الرابعة (تقوم إدارة العلاقات العامة بإجراء بحوث مسحية لأعضاء النادي) وقيمتها تبلغ (٥٧١,٢١٥)، وكانت قيمة (كأ) للعبارة الخامسة (يوجد رقابة من الإدارة العليا على أنشطة العلاقات العامة) وقيمتها تبلغ (٥٢٩,٣٩٥)، وكانت قيمة (كأ) للعبارة السادسة (تهتم إدارة النادي بإدارة العلاقات العامة) وقيمتها تبلغ (٤٦١,٧٦٣)، وكانت قيمة (كأ) للعبارة السابعة (تتكامل إدارة العلاقات العامة مع مختلف الإدارات الأخرى بالنادي) وقيمتها تبلغ (٢٩٤,٢٦٧)، وكانت قيمة (كأ) للعبارة الثامنة (يتوافر لدى إدارة العلاقات العامة بالنادي هيكل تنظيمي مناسب) وقيمتها تبلغ (٢٢٨,٢٤٤)، وكانت قيمة (كأ) للعبارة التاسعة (تشارك إدارة العلاقات العامة في صنع القرار) وقيمتها تبلغ (١٧٤,٢٤٤)، وكانت قيمة (كأ) للعبارة العاشرة (تمثل إدارة العلاقات العامة حلقة الوصل بين النادي و الأعضاء) وقيمتها تبلغ (١٣٥,٥٣٢) وكانت قيمة (كأ) للعبارة الحادية عشر (تقوم إدارة العلاقات العامة بالتخطيط العلمي السليم للنشاط الإتصالي) وقيمتها تبلغ (٣٥,٤٧٦)

ويرى الباحثان أن إدارة العلاقات العامة يجب أن يكون بينها وبين المؤسسات الصحفية متابعة تصدير المعلومات السليمة لكافة الاخبار بالمؤسسة والتي تصدر إلى أعضاء الجمعية العمومية والتأكد من نشر المعلومات

ومن هذا المنطلق أدركت المؤسسات والهيئات الرياضية أهمية نظم المعلومات بإدارات العلاقات العامة داخل المجال الرياضي كل ذلك تطلب الاهتمام بأنشاء نظم للعلاقات العامة تساعد المؤسسة على ملاحقة ما يحيطها من تطور سريع ، وإيجاد قنوات مشتركة للاتصال الرسمي وغير الرسمي بين الادارة العليا للمؤسسة الرياضية وادارة العلاقات العامة التي تساعد على توضيح الادوار وتدعيم القرارات وتساعد على تحقيق الاهداف المشتركة للمؤسسة وجمهورها وهو ما يتفق مع دراسات كل من دراسة **نهى القليوبى (٢٠١٦)** (١٤) دراسة **أمالا وتاتيانا (2013)** (17) **Amalla & Tatiana** , ودراسة **جيرجون بيتذر Jurgon Pitzer** (2003) (18). ومن هذا المنطلق أدركت المؤسسات والهيئات الرياضية أهمية نظم المعلومات بإدارات العلاقات العامة داخل المجال الرياضي ، في ظل التطور الحادث في جميع المجالات والانشطة، واقتران الرياضة بالاستثمار والاحتراف في تقديم المجال الرياضي بصور تجذب الجماهير في جميع الانشطة والمجالات المختلفة، ومع التقدم التقني داخل المؤسسات الاقتصادية والرياضية وما يتطلب منها من ميزانيات ضخمة وما يتطلب من التعامل مع المؤسسات والهيئات الاخرى بميزانيات أكبر .

وبهذا يكون قد تم الاجابة عن تساؤل الدراسة للبعد الأول الخاص بالواقع الإداري للعلاقات العامة بالأندية الرياضية

جدول (٢-٤)

التكرار والنسبة المئوية والوزن النسبي والأهمية النسبية وقيمة كا^٢
للآراء عينة البحث في البعد الثاني الخاص بالواقع البشري للعلاقات العامة بالأندية الرياضية ن=٥٠٠

م	العبرة	نعم		إلى حد ما		لا		الوزن النسبي	الأهمية النسبية	كا ^٢
		ك	%	ك	%	ك	%			
البعد الثاني : الواقع البشري للعلاقات العامة بالأندية الرياضية										
١٢	تقوم بعمل تدريبات دورية لممارسي العلاقات العامة في الأندية الرياضية .	٢٣١	٤٦,٢٠٠	١٦٠	٣٢,٠٠٠	٩٤٩	٦٣,٢٦٧	٤٥,٠٥٢		
١٣	تعمل على كفاءة ممارسي العلاقات العامة في استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة للتواصل مع الأعضاء من متابعي صفحة النادي على مواقع التواصل الاجتماعي .	١٠٧	٢١,٤٠٠	٣٧	٧,٤٠٠	١٣١٩	٨٧,٩٣٣	٣٣٧,٣٢٣		
١٤	تتوافر الكوادر العلمية المتخصصة في مجال العلاقات العامة بالأندية الرياضية	٢٠٨	٤١,٦٠٠	٢١٣	٤٢,٦٠٠	٨٦٦	٥٧,٧٣٣	٦٩,٢٤٤		
١٥	يتوافر عدد العاملين بإدارة العلاقات العامة داخل النادي بشكل مناسب .	٤٦	٩,٢٠٠	٣١	٦,٢٠٠	١٣٩٢	٩٢,٨٠٠	٥٩٢,٠٣٥		
١٦	يظهر العاملين بإدارة العلاقات العامة بمظهر مناسب يليق بالإدارة و النادي .	٢٨٩	٥٧,٨٠٠	٦٤	١٢,٨٠٠	١٠٨٣	٧٢,٢٠٠	١٥٥,٣٥٦		
١٧	يتوافر لدى العاملين بإدارة العلاقات العامة بالنادي التوظيف المناسب .	١٠٠	٢٠,٠٠٠	١٤٣	٢٨,٦٠٠	١١١٤	٧٤,٢٦٧	٧٨,٩٨٨		
١٨	يكون العاملين على دراية بكافة الأجوبة و الاستفسارات لأعضاء النادي .	١٠٤	٢٠,٨٠٠	٨٣	١٦,٦٠٠	١٢٣٠	٨٢,٠٠٠	١٩٤,٠٤٤		
١٩	يُحسن العاملين بإدارة العلاقات العامة التعامل بلباقة وتهذيب مع الأعضاء بالنادي .	١٩٤	٣٨,٨٠٠	٢١	٤,٢٠٠	١٢٦٤	٨٤,٢٦٧	٢١٥,٨١٢		
٢٠	تقوم إدارة العلاقات العامة بتوظيف العاملين الأكفاء لإدارة العلاقات العامة .	٧٩	١٥,٨٠٠	١٥٤	٣٠,٨٠٠	١١١٣	٧٤,٢٠٠	١٠٧,٤٧٦		

قيمة كا^٢ الجدولية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ = ٥,٩٩

يتضح من جدول (٢-٤) أن هناك فروق ذات دلالة معنوية لآراء عينة البحث في الأبعاد الخاصة بواقع العلاقات العامة بالأندية الرياضية وكانت أعلى نسبة في آراء عينة البحث الذين اختاروا (نعم) في العبارة رقم (١٥) بنسبة (٨٤,٦٠٠%) وكانت أقل نسبة في العبارة رقم (١٤) بنسبة (١٥,٨٠٠%)، وكانت أعلى نسبة في آراء عينة البحث الذين اختاروا (الى حد ما) في العبارة رقم (١٦) بنسبة (٥٧,٨٠٠%) وكانت أقل نسبة في العبارة رقم (٢٠) بنسبة (١٥,٨٠٠%)، وكانت أعلى نسبة في آراء عينة البحث الذين اختاروا (لا) في العبارة رقم (١٢) بنسبة (٣٢,٠٠٠%) وكانت أقل نسبة في العبارة رقم (١٩) بنسبة (٤,٢٠٠%)، حيث كانت وكانت أكبر قيمة (كا^٢) للبعد الثاني للعبارة (يتوافر عدد العاملين بإدارة العلاقات العامة

داخل النادي بشكل مناسب) وقيمتها تبلغ (٥٩٢, ٠٣٥) وأصغر قيمة للعبارة (تقوم بعمل تدريبات دورية لممارسي العلاقات العامة في الأندية الرياضية) وقيمتها تبلغ (٤٥, ٠٥٢). كانت قيمة (كأ) للعبارة الأولى (يتوافر عدد العاملين بإدارة العلاقات العامة داخل النادي بشكل مناسب) وقيمتها تبلغ (٥٩٢, ٠٣٥)، وكانت قيمة (كأ) للعبارة الثانية (تعمل على كفاءة ممارسي العلاقات العامة في استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة للتواصل مع الأعضاء من متابعي صفحة النادي على مواقع التواصل الاجتماعي) وقيمتها تبلغ (٣٣٧, ٣٢٣)، وكانت قيمة (كأ) للعبارة الثالثة (يُحسّن العاملين بإدارة العلاقات العامة التعامل بلباقة وتهذيب مع الأعضاء بالنادي) وقيمتها تبلغ (٢١٥, ٨١٢)، وكانت قيمة (كأ) للعبارة الرابعة (يكون العاملين على دراية بكافة الأجوبة و الاستفسارات لأعضاء النادي) وقيمتها تبلغ (١٩٤, ٠٤٤)، وكانت قيمة (كأ) للعبارة الخامسة (يظهر العاملين بإدارة العلاقات العامة بمظهر مناسب يليق بالإدارة و النادي) وقيمتها تبلغ (١٥٥, ٣٥٦)، وكانت قيمة (كأ) للعبارة السادسة (تقوم إدارة العلاقات العامة بتوظيف العاملين الأكفاء لإدارة العلاقات العامة) وقيمتها تبلغ (١٠٧, ٤٧٦)، وكانت قيمة (كأ) للعبارة السابعة (يتوافر لدى العاملين بإدارة العلاقات العامة بالنادي التوصيف الوظيفي المناسب) وقيمتها تبلغ (٧٨, ٩٨٨)، وكانت قيمة (كأ) للعبارة الثامنة (تتوافر الكوادر العلمية المتخصصة في مجال العلاقات العامة بالأندية الرياضية) وقيمتها تبلغ (٦٩, ٢٤٤)، وكانت قيمة (كأ) للعبارة التاسعة (تقوم بعمل تدريبات دورية لممارسي العلاقات العامة في الأندية الرياضية) وقيمتها تبلغ (١٧٤, ٢٤).

ويرى الباحثان أن الواقع البشري للعلاقات العامة بالأندية الرياضية يشير إلى أنه يجب أن يتوافر عدد العاملين بإدارة العلاقات العامة داخل النادي بشكل مناسب لضمان أداء الدور الإداري وتنفيذ الأعمال بالشكل المطلوب كما أنه يجب الاهتمام بكفاءة العاملين في إدارة العلاقات العامة وعلاقتهم باستخدام التكنولوجيا ، كما ان العاملين بإدارة العلاقات العامة يجب ان يتصفوا بحُسن المظهر لانهم واجهة للمؤسسة ، ويجب ان يكونوا على دراية وملمين بجميع الاجوبة او الاستفسارات التي من الممكن ان تواجههم ، كما ان العاملين بإدارة العلاقات العامة يجب ان يتسم باللباقة والتهذيب عند التعامل مع الاعضاء .

ويتفق ما سبق مع دراسات كل من **إيمان زيدان** (٢٠٢٣) (٢) دراسة ، **حمد خميس جمعة السويدي** (٢٠٢٠) (٤) ، دراسة **أحمد عيسى اليعقوب** (٢٠١٨) (١)، ويذكر **ربحي مصطفى وعدنان الطوباسي** (٢٠٠٥) أن العلاقات العامة وظيفة أساسية من وظائف الإدارة ، باعتبار انها وسيلة فعالة لاطلاع الاعضاء على أهداف المنشأة ، ولها دور رئيسياً في الترويج للمنشأة أو المؤسسة وتكوين انطباع جيد عنها للجمهور . (٢٥٠ ، ٥)

وبهذا يكون قد تم الاجابة عن تساؤل الدراسة للبعد الثاني الخاص بالواقع البشري للعلاقات العامة بالأندية الرياضية

جدول (٣-٤)

التكرار والنسبة المئوية والوزن النسبي والأهمية النسبية وقيمة ك^٢
للآراء عينة البحث في البعد الثالث الخاص بالواقع المادي للعلاقات العامة بالأندية الرياضية ن=٥٠٠

م	العبرة	نعم		إلى حد ما		لا		الوزن النسبي	الأهمية النسبية	ك ^٢
		ك	%	ك	%	ك	%			
البعد الثالث : الواقع المادي للعلاقات العامة بالأندية الرياضية .										
٢١	توفر التمويل الكافي لتنفيذ أنشطة وبرامج العلاقات العامة بالأندية الرياضية	١٢٠	٢٤,٠٠	٢٤٧	٤٩,٤٠٠	١٣٣	٢٦,٦٠٠	٩٨٧	٦٥,٨٠٠	٥٨,٥٨٨
٢٢	توفر المنشآت و المكاتب المخصصة لعمل ممارسي العلاقات العامة بالأندية الرياضية .	٣٢٣	٦٤,٦٠٠	١١٣	٢٢,٦٠٠	٦٤	١٢,٨٠٠	١٢٥٩	٨٣,٩٣٣	٢٢٧,١٦٤
٢٣	توفر الأدوات و الأجهزة التكنولوجية الحديثة للعلاقات العامة بالنادي .	٤٠٧	٨١,٤٠٠	٢٣	٤,٦٠٠	٧٠	١٤,٠٠٠	١٣٣٧	٨٩,١٣٣	٥٢٦,٤٦٧

قيمة ك^٢ الجدولية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ = ٥,٩٩

يتضح من جدول (٣-٤) أن هناك فروق ذات دلالة معنوية لآراء عينة البحث في الأبعاد الخاصة بواقع العلاقات العامة بالأندية الرياضية وكانت أعلى نسبة في آراء عينة البحث الذين اختاروا (نعم) في العبرة رقم (٢٣) بنسبة (٨١,٤٠٠%) وكانت أقل نسبة في العبرة رقم (٢١) بنسبة (٢٤,٠٠%)، وكانت أعلى نسبة في آراء عينة البحث الذين اختاروا (إلى حد ما) في العبرة رقم (٢١) بنسبة (٤٩,٤٠٠%) وكانت أقل نسبة في العبرة رقم (٢٣) بنسبة (٤,٦٠٠%)، وكانت أعلى نسبة في آراء عينة البحث الذين اختاروا (لا) في العبرة رقم (٢١) بنسبة (٢٦,٦٠٠%) وكانت أقل نسبة في العبرة رقم (٢٢) بنسبة (١٢,٨٠٠%)، حيث كانت أكبر قيمة (ك^٢) للبعد الثالث للعبرة (توفر الأدوات و الأجهزة التكنولوجية الحديثة للعلاقات العامة بالنادي) وقيمتها تبلغ (٥٢٦,٤٦٧) وأصغر قيمة للعبرة (توفر التمويل الكافي لتنفيذ أنشطة وبرامج العلاقات العامة بالأندية الرياضية) وقيمتها تبلغ (٥٨,٥٨٨) ، وكانت قيمة (ك^٢) للعبرة الاولى (توفر الأدوات و الأجهزة التكنولوجية الحديثة للعلاقات العامة بالنادي) وقيمتها تبلغ (٥٢٦,٤٦٧) ، وكانت قيمة (ك^٢) للعبرة الثانية (توفر المنشآت و المكاتب المخصصة لعمل ممارسي العلاقات العامة بالأندية الرياضية) وقيمتها تبلغ (٢٢٧,١٦٤) وكانت قيمة (ك^٢) للعبرة الثالثة (توفر التمويل الكافي لتنفيذ أنشطة و برامج العلاقات العامة بالأندية الرياضية) وقيمتها تبلغ (٥٨,٥٨٨) .

ويرى الباحثان أن توفر المنشآت و المكاتب المخصصة لعمل ممارسي العلاقات العامة بالأندية الرياضية يساعد على أفضل أداء الجيد ويسهم ذلك في استقرار ادارة الموارد البشرية التابعة للعلاقات العامة والتي تساعد في صياغة الرؤية الاستراتيجية للهيئة التابعة لها ، كما ان توفير الادوات و الاجهزة و الوسائل التكنولوجية تساعد في اتصال العاملين بالعلاقات العامة مع الاعضاء و الترويج لأهداف و مشروعات الاندية .

وما سبق يتفق مع كل من زهير عبد اللطيف ، احمد العابد (٢٠١٣) أن توفير الامكانيات المالية للمنشأة، يكون له دور أساسي في تطوير العمل الإداري في المؤسسة، وإذا كانت الامكانيات المالية ضعيفة تجعل من العلاقات العامة نشاط ثانوي . ومع ما يشير محمد عبد الفتاح عبد الله (٢٠٠٤) إن الإمكانيات والمركز المالي للمؤسسة يؤثر بطرق مباشرة على تنظيم أعمال العلاقات العامة، فالعلاقات العامة تستلزم من الإمكانيات والموارد ما قد تعجز المؤسسات

الصغيرة عن تحملها نظرًا لأن مواردها المالية محدودة، على عكس المؤسسات كبيرة الحجم .
(٢٢ : ١١) (٣١ : ١١)
وبهذا يكون قد تم الاجابة عن تساؤل الدراسة للبعد الثالث الخاص بالواقع المادي للعلاقات العامة
بالأندية الرياضية

جدول (٤-٤)

التكرار والنسبة المئوية والوزن النسبي والأهمية النسبية وقيمة كاً
للآراء عينة البحث في البعد الرابع الخاص الواقع الإتصالي للعلاقات العامة بالأندية الرياضية ن=٥٠٠

م	العبارة	نعم		إلى حد ما		لا		الوزن النسبي	الأهمية النسبية	كاً
		ك	%	ك	%	ك	%			
البعد الرابع : الواقع الإتصالي للعلاقات العامة بالأندية الرياضية										
٢٤	يوجد أخصائيين بالنادي يؤدون مهام إدارة العلاقات العامة .	٤٠٣	٨٠,٦٠٠	٤٧	٩,٤٠٠	٥٠	١٠,٠٠٠	١٣٥٣	٩٠,٢٠٠	٥٠٢,٧٠٧
٢٥	يوجد بديل عن إدارة العلاقات العامة وهي المواقع الإلكترونية .	١٨	٣,٦٠٠	٧٤	١٤,٨٠٠	٤٠٨	٨١,٦٠٠	٦١٠	٤٠,٦٦٧	٥٣٣,٥٨٣
٢٦	توجد صفحة للنادي على مواقع التواصل الاجتماعي كالفيس بوك.	٤٥٤	٩٠,٨٠٠	٠	٠,٠٠٠	٤٦	٩,٢٠٠	١٤٠٨	٩٣,٨٦٧	٧٤٩,٣٩١
٢٧	تتيح إدارة النادي مطبوعات و كتيبات و منشورات إلكترونية بكل ما يخص النادي لتوزيعها على أعضائه .	١٧٤	٣٤,٨٠٠	٧٩	١٥,٨٠٠	٢٤٧	٤٩,٤٠٠	٩٢٧	٦١,٨٠٠	٨٥,١٥٦

قيمة كاً الجدولية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ = ٥,٩٩

يتضح من جدول (٤-٤) أن هناك فروق ذات دلالة معنوية لآراء عينة البحث في الأبعاد الخاصة بواقع العلاقات العامة بالأندية الرياضية وكانت أعلى نسبة في آراء عينة البحث الذين اختاروا (نعم) في العبارة رقم (٢٦) بنسبة (٩٠,٨٠٠%) وكانت أقل نسبة في العبارة رقم (٢٥) بنسبة (٣,٦٠٠%)، وكانت أعلى نسبة في آراء عينة البحث الذين اختاروا (إلى حد ما) في العبارة رقم (٢٧) بنسبة (١٥,٨٠٠%) وكانت أقل نسبة في العبارة رقم (٢٦) بنسبة (٠%)، وكانت أعلى نسبة في آراء عينة البحث الذين اختاروا (لا) في العبارة رقم (٢٥) بنسبة (٨١,٦٠٠%) وكانت أقل نسبة في العبارة رقم (٢٦) بنسبة (٩,٢٠٠%)، حيث وكانت أكبر قيمة (كاً) للبعد الرابع للعبارة (توجد صفحة للنادي على مواقع التواصل الاجتماعي كالفيس بوك) وأصغر قيمة للعبارة (٧٤٩,٣٩١) وأصغر قيمة للعبارة (تتيح إدارة النادي مطبوعات و كتيبات و منشورات إلكترونية بكل ما يخص النادي لتوزيعها على أعضائه) وأصغر قيمة للعبارة (٨٥,١٥٦)

وكانت قيمة (كاً) للعبارة الأولى (توجد صفحة للنادي على مواقع التواصل الاجتماعي كالفيس بوك) وقيمتها تبلغ (٧٤٩,٣٩١)، وكانت قيمة (كاً) للعبارة الثانية (يوجد بديل عن إدارة العلاقات العامة وهي المواقع الإلكترونية) وقيمتها تبلغ (٥٣٣,٥٨٣) وكانت قيمة (كاً) للعبارة الثالثة (يوجد أخصائيين بالنادي يؤدون مهام إدارة العلاقات العامة) وقيمتها تبلغ (٥٠٢,٧٠٧)، وكانت قيمة (كاً) للعبارة الرابعة (تتيح إدارة النادي مطبوعات و كتيبات و منشورات إلكترونية بكل ما يخص النادي لتوزيعها على أعضائه) وقيمتها تبلغ (٨٥,١٥٦) .

ويرى الباحثان أن هناك تطور في استخدام وسائل الاتصال للقائم بالاتصال في العلاقات العامة عما كانت موجودة سابقا، حيث أصبح هناك فرص لنشر المعلومات بطرق وأساليب متعددة وتقديمها بشكل أفضل، مما يعود على أنشطة العلاقات العامة بالفائدة بسبب الاستفادة من التقنيات الحديثة ، و أن إدارة العلاقات العامة يمكن أن تستخدم تكنولوجيا الاتصال والمواقع الإلكترونية، وأن هذه الوسائل جزء ووسيلة تساعد في نجاح ونشر أهداف النادي ، ولكن من غير الممكن أن المطبوعات والمنشورات الإلكترونية تقوم بعمل وظيفة العلاقات العامة .

وهو ما يتفق مع يحيى فكرى محروس ، محمد خالد جاسم (٢٠١٨) إن الاتصال في مفهوم العلاقات العامة لا يعنى فقط إعلام الناس أو نقل المعلومات والأخبار لهم ، ولكنه يتجاوز هذه المرحلة إلى مرحلة نقل الاتصال المؤثر الذى يترك أثر في المستقبلين والمشاهدين ، ويهدف إلى تحسين الرأي العام نحو النادي أو المؤسسة ، ولن يتم ذلك إلا إذا كان ما يُنقل من اتصال هو شيء مفيد وفعال ومؤثر ، ويشير عصام بدوى (٢٠٠١) أن العلاقات العامة استفادت من التطورات الراهنة في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات قد ازداد تأثيرها ومدى تأثير الإعلام في التعبير عن المهام لتنقل الخبر وتُفسر الحدث فتتلمي العقل وتُربي العواطف وتزيد الخبرات كدور وسيط بين العلاقات العامة والجمهور .

(٤٠٢)(٨ : ١٢)

وبهذا يكون قد تم الاجابة عن تساؤل الدراسة للبعد الرابع الخاص الواقع الإتصالي للعلاقات العامة بالأندية الرياضية

الاستخلاصات والتوصيات :

أولاً : الاستخلاصات

- إدارة العلاقات العامة تؤدي دور هام في نجاح الأندية الرياضية .
- إدارة العلاقات العامة حلقة وصل بين الإدارة والنادي .
- إدارة العلاقات العامة تستطلع آراء الأعضاء في الأندية الرياضية .
- إدارة العلاقات العامة وظيفة أساسية بالأندية الرياضية وأي مؤسسة أخرى .
- إدارة العلاقات العامة تنوع من وسائل الاتصال بين النادي الرياضي والمؤسسات المختلفة .
- إدارة العلاقات العامة تستخدم وسائل الإعلان المتنوعة لزيادة مداخل النادي الرياضي .
- إدارة العلاقات العامة تحترم حقوق ورغبات الأعضاء داخل النادي .
- إدارة العلاقات العامة تزود الشرائح المختلفة من الجمهور بأنواع الأخبار والمعلومات المتجددة عن الأندية الرياضية .
- إدارة العلاقات العامة تُحسن صورة الاندية عند الأعضاء وكسب ثقتهم ورضاهم .
- إدارة العلاقات العامة متصلة بجميع الإدارات المختلفة داخل وخارج النادي .
- إدارة العلاقات العامة تتيح الفرصة لأعضاء الجمعية العمومية بالتعبير عن آراءهم بحرية .
- إدارة العلاقات العامة توفر المعلومات حول طبيعة الأعضاء ومعرفة احتياجاتهم .
- إدارة العلاقات العامة ترد على الشائعات والحملات والأكاذيب التي تهدف لتشويه سمعة النادي بالأدلة والبراهين .
- إدارة العلاقات العامة تتحدث بالمصادقية للأعضاء .
- إدارة العلاقات العامة تستخدم المستحدثات التكنولوجية في تطوير أعمالها داخل وخارج الاندية الرياضية .
- هناك مؤشرات لتحول تكنولوجيا الاتصال داخل الأندية من خلال صفحة إلكترونية ، أو موقع إلكتروني .

ثانياً التوصيات :

- تأكيد العلاقات العامة على احترام حقوق و رغبات الأعضاء .
- تفعيل دور العلاقات العامة في إمداد الأعضاء بالمعلومات عن الخدمات المقدمة من النادي .
- يجب على العلاقات العامة تكوين صورة إيجابية لدى الجمهور تجاه (المؤسسة – الهيئة – الفرد)
- توفير التمويل الكافي لممارسة العلاقات العامة و تنفيذ أنشطة أعضاء الجمعية العمومية .
- التأكد على دور العلاقات العامة في تحسين صورة النادي .
- تعاون العلاقات العامة مع جميع الإدارات لأداء الدور الإيجابي تجاه النادي والأفراد
- يجب على العلاقات العامة الرد على الشائعات والحملات والاكاذيب التي تهدف لتشويه سمعة النادي بالأدلة والبراهين
- ينبغي على العلاقات العامة التحدث بمصداقية في ما يخص أمور النادي للأعضاء .

المراجع :

أولاً المراجع العربية :

- ١ أحمد عيسى : "نموذج مقترح لإدارة العلاقات العامة بالمؤسسات الرياضية لدولة الكويت" ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية الرياضية ، جامعة جنوب الوادي ، ٢٠١٨ م .
- ٢ إيمان سعيد زيدان : "دراسة نموذج مقترح لتفعيل وظائف العلاقات العامة في تحقيق أهداف إدارة النشاط الرياضي بالأندية الرياضية" ، محافظة الإسكندرية ، ٢٠٢٣ م
- ٣ باقر موسى موسى : "الصور الذهنية في العلاقات العامة" ، دار اسامة للنشر والتوزيع ، الاردن ، عمان ، ٢٠١٣ م
- ٤ حمد خميس جمعة : "دور العلاقات العامة بدولة الإمارات في تدعيم الصورة الذهنية لدى الجمهور الخارجي" ، دراسة تطبيقية لدور وزارة السياحة في تسويق إكسبو ٢٠٢٠ م دبي .
- ٥ ربحي مصطفى : "الاتصال والعلاقات العامة" ، ط١ ، عمان ، دار الصفاء للنشر والتوزيع عليان ، عدنان محمود الطوياسي ٢٠٠٥ م
- ٦ زهير عبد اللطيف : "إدارة العلاقات العامة وبرامجها" ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، عابد ، أحمد العابد أبو السعيد عمان ، ٢٠١٣ م
- ٧ عصام الدين فرج : "إدارة العلاقات العامة" ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، طبعة ١ ، ٢٠١٠ م
- ٨ عصام بدوى : " موسوعة التنظيم والإدارة في التربية الرياضية " ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، ٢٠٠١ م
- ٩ الهيئات الخاصة للشباب و الرياضة : "مركز المعلومات و التوثيق" ، إدارة النشر ، وزارة الشباب ، مصر ، قانون رقم (٧١) لسنة ٢٠١٧
- ١٠ كريم محمد الحكيم : " وضع نظام معلوماتي لتطوير دور العلاقات العامة بالأندية الرياضية " . ٢٠٠٩
- ١١ محمد عبد الفتاح : " الأسس النظرية لإدارة المؤسسات الاجتماعية نماذج تطبيقية" ، الإسكندرية ، المكتب الجامعي ، ٢٠٠٤ .
- ١٢ محمد نجيب : " العلاقات العامة في الأسس و التطبيقات" ، مكتبة الرائد العلمية ، عمان ، الصرايرة الأردن ، ٢٠٠١ .

- ١٣ نسرين بوعلاق ، : دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة البنكية ، رسالة ماجستير ،
لمياء عاشور غير منشورة ، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية ، الجزائر ، ٢٠٢١م
- ١٤ نهى سليمان : " تقويم دور العلاقات العامة في إدارة الازمات بالأندية الرياضية " ، طنطا ،
القليوبي ٢٠١٦
- ١٥ وائل عبد الرازق : " العلاقات العامة للعاملين في الهيئات الإدارية " ، في محافظة بابل بالعراق
المناعة ، ٢٠١١م .
- ١٦ يحيى فكرى : "واقع إدارة العلاقات العامة بالأندية الرياضية بدولة الكويت" ، مجلة علوم
الرياضة و تطبيقات التربية البدنية ، المؤتمر الدولي الثاني ، ٢٠١٨ .
محروس ، محمد
خالد جاسم

ثانياً المراجع الأجنبية :

- 17 Amalla & Tatiana : Public relation in sports (case study at the
Romanian Ministry of Youth) , 2013
- 18 Jargon Pitzer : A bout the image of public relation in
Germany , 2003
- 19 Nicholas K . Krir , P . R : Strategies case study unpublished master degree
"university of Alberta Canadian Edition,2015
- 20 Kenana on line . Com : COM /users / Ahmed Kordy /264288.

واقع العلاقات العامة بالأندية الرياضية

أ. د/ يحيى فكرى محروس*

الباحثة / سارة ابراهيم على الحاج***

يستهدف البحث التعرف على واقع العلاقات العامة ودورها بالأندية الرياضية : تحديد واقع العلاقات العامة في الأندية الرياضية - التعرف على دور العلاقات العامة بالأندية الرياضية بمحافظة الغربية ، منهج البحث : المنهج الوصفي ، مجتمع البحث : أعضاء الجمعيات العمومية لدى الأندية الرياضية بالغربية ، العينة : تم اختيار العينة الأساسية بالطريقة العمدية وعددها (٥٠٠) فرداً من بعض الأندية الرياضية بالغربية وتم الاستعانة ب(٥٠) فرد كعينة استطلاعية لإيجاد المعاملات العلمية من نفس مجتمع الدراسة ومن خارج العينة الأساسية ، وأهم النتائج : أن العلاقات العامة : لها دور أساسي وفعال في نجاح الاندية الرياضية - تتحدد أهدافها على أساس أهداف الاندية - تقوم على أساس التعريف والترويج بنشاطات الاندية الرياضية - وظيفة أساسية بالأندية الرياضية - وسيلة هامة لتزويد الأعضاء بأنواع الأخبار والمعلومات المتجددة عن الأندية - تتيح الفرصة لأعضاء الجمعية العمومية بالتعبير عن آرائهم بحرية - تسعى لدراسة طبيعة الأعضاء ومعرفة احتياجاتهم - تساعد للحصول على تأييد الأعضاء للنادي - وترد على الشائعات والحملات والأكاذيب التي تهدف لتشويه سمعة النادي بالأدلة والبراهين .

الكلمات المفتاحية: الاندية الرياضية ، العلاقات العامة

The reality of public relations in sports clubs

*Dr. Yahiya Fikry Mahrous

***Sarah Ibrahim Ali El-Hag

The study aims to identify the reality of public relations and its role in sports clubs: Determining the reality of public relations in sports clubs - Identifying the role of public relations in sports clubs in Gharbia Governorate, Study methodology: descriptive approach, Research community: Members of the general assemblies of sports clubs in Gharbia, Sample: The basic sample was selected in a deliberate way and numbered (500) individuals from some sports clubs in Gharbia and (50) individuals were used as an exploratory sample to find scientific transactions from the same study population and from outside the basic sample, The most important results: that public relations: have a fundamental and effective role in the success of sports clubs - Its objectives are determined on the basis of the objectives of the clubs - Based on the definition and promotion of the activities of sports clubs - An essential function of sports clubs - An important way to provide the public with types of news and information renewed about clubs - Provides an opportunity for members of the General Assembly to express their opinions freely - Seeks to study the nature of members and know their needs - Helps to obtain the support of members of the club - And responds to rumors, campaigns and lies aimed at distorting the reputation of the club with evidence and proofs.

* أستاذ بقسم الترويج والادارة الرياضية كلية التربية الرياضية جامعة طنطا
*** باحثة بقسم الادارة والترويج الرياضي بكلية التربية الرياضية - جامعة طنطا.

* Professor, Department of Recreation and Sports Management, Faculty of Physical Education, Tanta University .

***Researcher at Faculty of Physical Education – Tanta University .