

ISSN : 2170-0931

المعيار

مجلة دورية محكمة تصدر عن المركز الجامعي تيسمسيلت - الجزائر



العدد: 04 ديسمبر 2011

المركز الجامعي: تيسمسيلت - الجزائر - الهاتف/الفاكس: 046 47 56 18

منشورات



AL MI'YAR

Revue périodique publiée par le Centre Universitaire de Tissemsilt Algerie

N° 4. Décembre 2011

شارك في العدد

محمد حريش - سميرة وفاس - محمود رزايقية - عبد القادر موفق - رقية حلام - بن خولة كراش
- عبد القادر مزاري - محمد رايحي - بختة لمصب - مصطفى قزوين - عبد القادر زرقين -
مبارك بن الصيبي - محمد عبد الكريم عدلى - سالم حوة - خيرة جصي - عبد القادر راشد
- محمد سايب بن الحبيب - حمزة ضويقي - إلياس العيداني - علي شريفي - هوارى معايدية -
الحبيب صدراتي - حميد نحال - خالد مسعودي.

Centre Universitaire de Tissemsilt Algerie .Tel / fax: 046 47 56 18





المعيار

مجلة دورية محكمة تصدر عن المركز الجامعي تيسمسيلت-الجزائر

ديسمبر 2011 العدد 04

المركز الجامعي: تيسمسيلت-الجزائر-الهاتف/الفاكس: 046/47/56/18

توجه جميع المراسلات باسم رئيس التحرير

أ. مرسي رشيد

المركز الجامعي: تيسمسيلت. الجزائر.

الهاتف/الفاكس: 046 47 56 18

البريد الإلكتروني:

Rachidmersi @yahoo.fr

ISSN 2170-

0931

شروط النشر وضوابطه

- المعيار مجلة علمية محكمة تنشر البحوث الأكاديمية والدراسات الفكرية والعلمية والأدبية التي لم يسبق نشرها من قبل.
- دورية تصدر مرتين في السنة عن المركز الجامعي بتيسمسيلت. الجزائر.
- تُقبل البحوث باللغات العربية والفرنسية والانجليزية.
- تخضع البحوث والدراسات المقدمة للمجلة للشروط الأكاديمية المتعارف عليها.
- تخضع البحوث للتحكيم من طرف اللجنة العلمية للمجلة.
- تُقدم البحوث والدراسات مكتوبة في ورقة على مقاس (24/17) بهامش 2.5 سنتيم عن يمين الصفحة ويسارها وأسفلها وهامش 2.00 سنتيم عن أعلى الصفحة.
- تتم الكتابة بخط (Traditional Arabic) حجم (16)، وفي الهامش بالخط نفسه حجم (14).
- تتم كتابة البحوث كاملة أو الفقرات والمصطلحات والكلمات باللغة الأجنبية داخل البحوث المكتوبة باللغة العربية بخط (Times new roman) حجم (14)، وفي الهامش بالخط نفسه حجم (12).
- تكون الهوامش والإحالات في آخر الدراسة ولا يستعمل فيها التهميش الأوتوماتيكي.
- يُقدم البحث في قرص مضغوط ونسخة ورقية مطبوعة.
- لا يقل حجم البحث عن 10 صفحات ولا تتجاوز 20 صفحة.
- الأعمال المقدمة لا تُردّ إلى أصحابها سواء نشرت أم لم تنشر.
- المواد المنشورة تعبر عن آراء أصحابها، والمجلة غير مسئولة عن أراك وأحكام الكتاب. كما أن ترتيب البحوث يخضع لاعتبارات تقنية وفنية.

رئيس المجلة: د. بن جامعة الطيب. مدير المركز الجامعي تيسمسيلت
المديرالمسؤول عن النشر د. بلحسين محمد. مدير مساعد مكلف بالدراسات.

رئيس الهيئة أ. دردار بشير.

رئيس التحرير أ. مرسي رشيد.

هيئة التحرير

د. سامي حيلي أ. تواتي خالد
أ. روشو خالد أ. لعقاب الجيلالي
أ. بلخياطي الحاج لونيس أ. يعقوبي قدوية

الهيئة العلمية أ.د محمد عباس. جامعة تلمسان.
د.بوسماحة الشيخ. جامعة ابن خلدون. تيارت.
أ.د مختار حبار. جامعة وهران.
أ.د شريط عابد، جامعة ابن خلدون. تيارت.
أ.د عبد الجليل مرتاض. جامعة تلمسان.
د. عبد القادر راجي. جامعة سعيدة.
أ.د محمد بلوحي. جامعة سيدي بلعباس.
أ.د درواش مصطفى. جامعة مولود معمري تيزي وزو.
أ.د محمد أكلي بن عكي. جامعة الجزائر.
أ.د علي شريفي. جامعة الجزائر.

التنفيذ التقني نورة عرجان

تصميم الغلاف عبد القادر راجي



افتتاحية العدد الرابع

يجدر بنا ونحن على أبواب تحقيق العدد الرابع من مجلة المعيار المحكمة، أن نشير، تكملة لما لم نشر إليه في الأعداد السابقة، إلى ما يحدو مجموعة العمل التي تسهر على إعداد كل عدد جديد من هيئة إدارية وهيئة علمية، وإلى ما يحدوهم من إرادة وعزيمة لبلوغ الأهداف المسطرة لهذه المجلة منذ عدها الأول .

كما نؤكد على حرص هذا الطاقم على توفير فسحة علمية ومعرفية يعبرون فيها عن روح البحث العلمي التي يطمحون إليها وهم في محراب علمي جديد لم يكن من قبل موجودا من قبل هو المركز الجامعي بتيسمسيلت .

وإذ يطمح هذا الصرح العلمي، على الرغم من قصر عمره وقلة تجربته، إلى تبوء مكانة علمية وبحثية جديرة باحترام الجامعات الجزائرية الأخرى الأكثر قدما وتجربة، فإنه يريد من ذلك تحقيق هذه الأهداف المتمثلة في تنمية المنطقة علميا ومعرفيا.

وعلى الرغم مما يمكن أن يبدو من هنات ناتجة عن حماس التجربة الشابة ونابعة من صدق نية، فإن الهيئة الإدارية والهيئة العلمية للمجلة يريد، كل في جهة اختصاصه، أن تتجاوز في كل عدد هذه الهنات حتى تكتمل الصورة - والكمال لله- في ذهن الباحث الجزائري عن منبر يجد فيه ما يليج دوافعه العلمية من تنوع مادة وتعدد تخصصات واختلاف آراء وتوجهات هي من صميم الرؤية العلمية التي تتميز بها العلوم الإنسانية عموما .

وفي انتظار اليوم الذي تكبر فيه جامعة تيسمسيلت - وهو قريب بإذن الله تعالى - وتفتح على تخصصات علمية جديدة منتظمة في كليات لها مجالاتها المتخصصة والمحكمة، فإن مجلة المعيار ستزداد انفتاحا على جميع التخصصات الموجودة بها حتى تمكن جميع الأساتذة من المشاركة بتخصصاتهم في مشوارها العلمي الشاب والطموح.

ولنا أن نشكر جميع من شارك في إعداد الدراسات التي تثري هذا العدد، وجميع من سهر من أجل إخراج هذا العدد وطبعه، وعلى رأسهم السيد مدير المركز الجامعي. فلجميع الشكر ومرحبا بكم وبالعدد الرابع .

مدير النشر

د. محمد بلحسين

محتويات العدد

اللغة والأدب العربي

- الجملة الاسمية والفعلية في التراث النحوي-مقاربة في فاعلية الخطاب بالجملتين في ضوء البنيوية
- 11..... د. محمد حريز
- صوتيات الخطاب وفنيات الأداء
- 23..... د: سميرة رفاس
- الاعراب والمعنى-جدلية الأصل والفرع-
- 30..... أ: محمود رزايقية
- أثر القراءات في الوقوف القرآنية
- 47..... أ. عبد القادر موفق
- ملامح القراءة التفكيكية في النقد الجزائري المعاصر
- 59 أ: رقية حلام
- قراءة في المنجز النقدي عند عبد العزيز حمودة مقاربة نوضيحية
- 67..... أ: بن خولة كراش
- المقاربة الأناسية البنيوية عند [ليني ستراوس] في السرد القصصي
- 79 أ: عبد القادر مزاري
- الدلالات الصوتية للألفاظ المفردة عند ضياء الدين بن الأثير الموصلي من خلال كتاب "المثل السائر"

العلوم القانونية والإدارية

- 92..... أ: محمد راجحي
- أشكال التعاون الدولي في مكافحة الجرائم الدولية
- 102 أ: بختة لعطب
- الصلح في المواد الإدارية
- 111..... الأستاذين: مصطفى قزوان وعبد القادر زرقين
- العوامل المفسرة لظاهرة التهريب في الجزائر (المفهوم والأسباب)
- 121..... أ: بن الطيبي مبارك

–مدى انطباق قاعدة قانون الإرادة بشأن تحديد القانون الواجب التطبيق على عقود الدولة

أ: محمد عبد الكريم عدلي.....135

أ: سالم حوة.....148

–L’apport des tribunaux pénaux ad hoc en matière de crime de génocide

أ: خيرة جطي.....163

–الوساطة القضائية كآلية بديلة لحل النزاعات في ظل قانون الإجراءات المدنية والإدارية الجزائري

العلوم الاقتصادية والتجارية

أ: عبد القادر راشد.....168

– Le Management de la Qualité Totale

محمد سايب بن الحبيب.....179

– الهندسة المالية الإسلامية كمدخل استراتيجي لتنويع المنتجات المالية الإسلامية (السلم والسلم الموازي نموذجاً)

أ. حمزة ضويفي.....197

– فعالية النظام المالي والمحاسبي المعتمد في دعم مقومات الإفصاح والشفافية وأثره على المؤسسات الاقتصادية

أ: إلياس العيداني.....209

–بطاقة الأداء المتوازن كآلية الجودة الشاملة في المنظمات الباحثة عن التميز

العلوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية

أ. علي شريف.....237

Les valeurs éducatives dans la pratique sportive chez les jeunes footballeurs Algériens

أ. سعايدة هواري.....242

– دراسة الصفات النفسية التي يتميز بها لاعبو الفرق الرياضية المدرسية وعلاقتها بالدافعية

أ: صدراقي الحبيب.....255

– العلاقات العامة في المؤسسات الرياضية الجزائرية-دراسة حالة مديرية الشباب والرياضة بولاية برج بوعريج-

أ: حميد نحال.....267

– أثر برنامج تعليمي مقترح بالألعاب الحركية الصغيرة والألعاب الشعبية والمختلطة في تنمية التفاعل الاجتماعي

لدى تلاميذ المرحلة التحضيرية(4-5) سنوات بولاية غليزان.

أ. خالد مسعودي.....286

-أثر استخدام تمارين لتنمية بعض القدرات الحركية الخاصة (الرشاقة، التوازن، التوافق) على فعالية أداء مهارات الإلقاء(الرمي) لدى مصارعي الجيدو الناشئين (12-14 سنة)

العلاقات العامة في المؤسسات الرياضية الجزائرية -دراسة حالة مديرية الشباب والرياضة بولاية برج بوعرييج-

الأستاذ: صدراقي الحبيب

معهد العلوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية

المركز الجامعي تيسمسيلت

ملخص البحث:

تعتبر العلاقات العامة من أهم الوسائل الاتصالية الحديثة لما لها من وظائف حيوية ومهمة في نشاط المؤسسة في شتى الميادين خاصة ميدان الرياضة، حيث تلعب العلاقات العامة دور فعال ورئيسي في الإدارة من خلال تسهيل الاتصال المتبادل بين المؤسسة والجمهور.

وللعلاقات العامة في المجال الرياضي أهمية بالغة في النظم الإدارية الحديثة وتسند إليها ادوار حيوية تتعلق بإبراز الصورة المشرفة للمؤسسة الرياضية وما تقدمه من خدمات لمجتمعها، وهي بذلك تشكل حلقة اتصال وتواصل وأداة تفاعل نشطة داخل المؤسسة أو خارجها، فنجاح المؤسسة سواء أكانت حكومية أو أهلية لا يتوقف على ما تحقّقه من انجاز إذا لم تتمكن من إبراز هذا الانجاز إلى الفئات المستهدفة من جمهورها والمتعاملين معها من خلال عرض الخدمات المقدمة وبرامج التطوير المبنية على أسس علمية مدروسة وكذا التخطيط والتحليل والتأثير، حيث تعتمد المؤسسة على الدراسات السيكولوجية المرتبطة بالحاجات البشرية والدوافع الشخصية للإنسان لإشباع حاجاته وكذا التأثير المستمر عليه بسبب التطور التكنولوجي الدائم في وسائل الاتصال.

لذا سنحاول من خلال دراستنا الإلمام بالعديد من الجوانب أهمها: ماهية العلاقات العامة وأهدافها وكذا أهم مميزاتها كوسيلة اتصالية إدارية وفنية، و ثم تطرقنا إلى أهم نماذج العلاقات العامة وأخلاقياتها التي تعطي لها حدود في شتى المجالات ومنه نبرز أهم صفات ومؤهلات رجل العلاقات العامة باعتبار هذا الأخير هو المسؤول الأول والأخير في خلق العلاقات العامة بالطريقة الحسنة والصحيحة خدمة لتلك المؤسسة التي يتعامل معها.

مقدمة:

تعتبر العلاقات العامة كوسيلة اتصالية موجودة منذ القدم ولكون الإنسان اتصالي بطبعه، فقد استعملها عند القيام بالعديد من الأنشطة قصد تحقيق التفاهم والتكيف مع الآخرين بغرض كسب ثقتهم والتأثير فيهم بشكل مباشر وفعال، غير أن مجال العلاقات العامة تطور مع بداية القرن 20م بالموازاة مع تطور المجتمعات، وكذا اتساع رقعة النشاطات وكثرة الممارسات الاجتماعية والثقافية المتعددة بين الأفراد والجماعات فضلا عن تطور وسائل الاتصال الحديثة من جانب آخر.

حيث ان القائم على ادارة العلاقات العامة يأتي من حيث الهيكل التنظيمي والاهمية مباشرة بعد المدير العام للمؤسسة، وبالمقابل نجد ان ممارسة العلاقات العامة في معظم الدول النامية ما زالت لم تتخط مرحلة التعامل مع وسائل الاعلام والاشهار للمؤسسة

لذا أصبحت العلاقات العامة أو ما يعرف اختصارا بـ (PR) لكلمة Public Relation عاملا هاما في نجاح أي مشروع مؤسسة سواء كانت سياسية أو اقتصادية أو ثقافية وحتى رياضية، ولم يعد الاهتمام بالعلاقات العامة منصبا في تسويق السلع أو توسيع رقعة الإنتاج للمؤسسة بحد ذاتها، بل امتد الاهتمام إلى أبعد من قبل بكثير وذلك من خلال توسع مفهوم العلاقات العامة من قبل العديد الدول لتحسين صورة مؤسساتها وكيفية إدارة الأزمات من خلال حملات مدروسة ومنظمة، وكذا وضع خطط واستراتيجيات تساهم بشكل فعال في الرفع من مستوى ومكانة المؤسسات الحكومية، ويعود ذلك إلى الدولة بحد ذاتها والنظام الذي تسير وفقه، خاصة في المجال السياسي والاقتصادي، فمثلا نجد أن العلاقات العامة في مجتمع الولايات المتحدة الأمريكية قد خطت خطوات جبارة وصلت إلى مرحلة التخطيط الإستراتيجي والمساهمة في صنع القرار، فضلا عن ذلك فإن المشرف على العلاقات العامة يأتي من حيث الهيكل التنظيمي والأهمية مباشرة من بعد المدير العام للمؤسسة، وبالمقابل نجد أن ممارسة العلاقات العامة في معظم الدول النامية مازالت لم تتخط مرحلة التعامل مع وسائل الإعلام والدعاية والإشهار للمؤسسة، ولعل من بين هاته الدول نجد أن الجزائر والتي تعمل جاهدة للوصول إلى استخدام أساليب متنوعة للعلاقات العامة داخل مؤسساتها في شتى المجالات وأكثر دليل على ذلك هو إنشاء أقسام علمية أكاديمية للعلاقات العامة على مستوى الجماعات والتي عادة نجد أن تخصص العلاقات العامة موجود على مستوى قسم علوم الإعلام والاتصال.

لذا تهدف هذه الدراسة التي نحن بصدد القيام بها إلى كشف وإبراز مكانة العلاقات العامة داخل المؤسسات الرياضية وإدارتها، وكذا مساهمتها في تعزيز وصناعة الثقة مع جماهيرها حيث تنبع أهمية الموضوع من أهمية مجال الرياضة في حد ذاتها، علما أن الرياضة أصبحت اليوم ظاهرة ثقافية حقيقية اعتبارا للدور الراقى الذي تلعبه في عملية التنشئة والتنمية الاجتماعية الشاملة، وكذا تحسين المستوى الثقافي من جهة، ومساعدة الفرد على فهم ذاته وشخصية داخل مجتمعه من جهة أخرى.

انطلاقا من موضوع دراستنا الذي يقوم على هدف أساسي ألا وهو الفعالية الحقيقية للعلاقات العامة لإدارة المؤسسات الرياضية بشكل جيد خاصة في تحسين صورتها داخل المجتمع، فتوجب علينا إتباع المنهجية المسطرة لدراسة الموضوع على أحسن وجه كما هو مبين أدناه

- تحديد المشكلة:

– الإشكالية العامة:

- ما مدى نجاعة العلاقات العامة في الإدارة الرياضية؟.

– التساؤلات الجزئية:

- ما موقع العلاقات العامة في المؤسسة الرياضية؟
- ما مدى مساهمة العلاقات العامة في إدارة الأزمات بالمؤسسة الرياضية؟
- ما مدى أهمية العلاقات العامة الموجودة في المؤسسة الرياضية؟.
- فيما تتمثل أساليب العلاقات العامة الموجودة في المؤسسة الرياضية؟
- كيف ترقى المؤسسة الرياضية لاستخدام برامج العلاقات العامة الفعالة لتطوير إدارتها؟.

2- الفرضيات:

– الفرضية العامة:

للعلاقات العامة أدوار فعالة في الإدارة الرياضية.

– الفرضيات الجزئية:

- 1- أصبح للعلاقات العامة أهمية داخل المؤسسة الرياضية خاصة في مجال العلاقات العامة
- 2- الأساليب الاتصالية للعلاقات العامة الأكثر استعمالا داخل المؤسسة الرياضية.
- 3- تحاول المؤسسة الرياضية أن ترقى لاستخدام برامج العلاقات العامة الفعالة لتطوير إدارتها.

4- أهمية الدراسة وأهدافها

- ✓ تقوية وتدعيم المؤسسة الرياضية عن طريق تطبيقاتها للعلاقات العامة
- ✓ تحسين عمليات التسيير الجارية في المؤسسات الرياضية بعد إتباع طرق وخطط العلاقات العامة.
- ✓ تطوير عمليات التنظيم بشكل أفضل عن طريق توظيف مناهج العلاقات العامة.
- ✓ تحسين طرق الاتصال والإعلام المتبعة في المؤسسة الرياضية قصد الوصول إلى الأهداف المسطرة من قبل هاته المؤسسات.
- ✓ بناء عمليات التوجيه والإقناع على أسس عملية صحيحة تساعد انجذاب الجماهير وانخراطها في المؤسسة الرياضية.

وإن جل أهداف الدراسة تتركز حول للنقاط التالية:

تمارس معظم الهيئات والمنظمات أعمال العلاقات العامة سواء توفر لديها إدارة أو قسم للعلاقات العامة أم لم يتوفر، وسواء أعدت برامج للعلاقات العامة أم لم تعد. وحتى في حياتنا الشخصية يعمل الفرد على تحسين علاقاته مع الآخرين باستمرار.

ولا تقتصر العلاقات العامة على نوع واحد من النشاط، بل أن مجالها يتبع لكافة أنواع النشاط الخاص والعام في جميع الميادين، زراعية وتجارية وصناعية، وتشمل علاقات العمل وتحسين ظروفه ورفع الكفاية الإنتاجية للعاملين، والتعليم، والانسجام مع المظاهر الهامة للإدارة الصناعية، والاهتمام بالعامل كإنسان له حاجاته المادية والصحية والثقافية والترفيهية والاجتماعية والنفسية.

وتعمل العلاقات العامة على تحقيق عدد من الأهداف، فكل حملة من حملات الإعلام ينبغي أن تركز على سلسلة متكاملة من الأهداف والأغراض توضع سلفاً، فيتحقق هدف وراء هدف في سلسلة مرتبة، والنتيجة العامة هي تحقيق الأهداف جميعاً، وفي النهاية بلوغ الهدف الشامل. وإذا لم تحدد هذه السلسلة من الأهداف سلفاً، فإن النتيجة ستكون ضياع الوقت والجهد والمال، وبالتالي الفشل الذريع.

ولما كان من المألوف أن تتضارب مصالح الجماهير، فمن الواضح إذن إن أي هدف يرجى بلوغه، إنما ينبغي أن يكون وسطاً بين هذه المصالح المتضاربة. وينبغي كذلك تعيين الأهداف في ضوء الاتجاهات الاقتصادية والاجتماعية العريضة السائدة بين الرأي العام. كما ينبغي أن تكون تلك الأهداف معقولة من حيث الجهد والمال والموظفين الذين يسعون إلى تحقيقها. ولعامل الوقت اثر كبير في تعيين أهداف العلاقات العامة. ومن الأمثلة على ذلك تنظيم حملة لجمع التبرعات، ونظراً لضيق الوقت تبسط الأهداف، فكلما قصر الوقت تعين تبسيط الأهداف المباشرة.

ويمكن تلخيص تلك الأهداف في الآتي :

1- تهدف العلاقات العامة إلى توعية الجماهير بالأهداف العامل للدولة، وتعليم الجمهور عن السياسة العامة، ومسؤوليته في تنفيذها. كما تهدف المنظمات إلى التوعية بأهدافها، وأسلوب وعمل ونوع نشاطها وخططها للجماهير. كما تسهل التنسيق بين مجهودات الأفراد، فعندما يعرف كل شخص في المجموعة الأهداف المطلوب الوصول إليها، فإنهم يعملون متعاونين في الوصول إليها. وتُعد الأهداف مقياساً للتقويم والرقابة، طالما إنها تحدد المطلوب عمله. وتؤدي أيضاً إلى عمليات تعديل استراتيجيات المنظمة، وهكذا فإن انعدام الهدف أو عدم وضوحه وتحديدده يعتبر أحد العوامل الأساسية التي تفشل كثيراً من الجهود في هذا المجال. ومن هذه الأهداف ما يأتي:

أ- أن تكون الشركة رائدة في صناعة ما في بعض الأسواق الممتازة.

ب- أن تجعل المستهلك يشعر برضا مستمر ومتزايد في الأسواق الحالية والجديدة.

ج- أن تنتج ربحاً مناسباً، بحيث تستطيع أن تدفع عائداً معقولاً لحملة الأسهم، وأن توفر الموارد اللازمة للتوسع واستقرار الشركة في المستقبل.

د- أن تعتبر الشركة أو المنظمة عنصراً إيجابياً وصالحاً في المجتمع الذي تعمل فيه، وتزيد إحساسها بالمسؤولية الاجتماعية تجاه الجماهير المختلفة، والمجتمع بصفة عامة.

هـ - تحقيق السمعة الطيبة للمنظمة وتدعيم صورتها الذهنية.

2. تهدف العلاقات العامة إلى إقامة علاقات طيبة، وزيادة فرص التفاهم المتبادل والتوافق والانسجام بين المنظمة والجمهور، سواء كان هذا (الجمهور داخليا) كالعاملين بالمنظمة حتى يشعرون بالرضا والارتياح، وترتفع الروح المعنوية بينهم، فيرتفع إنتاجهم، وينمو إحساسهم بالانتماء، ويتأتى ذلك عن طريق تنفيذ برنامج كبير للتثقيف والإرشاد، وآخر للتدريب على الأعمال الجديدة، وتحسين ظروف العمل، ووضع نظام عادل منصف مناسب للتعويض، والتثبيت من أن الأجور وغيرها من مزايا العمل، تتناسب مع متوسط الأجور الصناعية أو تفوقها، وإفهامهم حقيقة ما يدور حولهم، وتعرفهم لماذا يجلس هذا الموظف في مكتب فخم بينما يجلس آخر في مكتب اقل فخامة. ولماذا يرتدي العمال هذا النوع من الملابس دون غيره. وعموما فإن العمال ينبغي أن يتمتعوا بظروف عمل صحية ووسائل للراحة، ولا بد من أن تحترم آرائهم ومقترحاتهم. والوصول إلى الجمهور الداخلي ليس أمراً صعباً، حيث إن علاقات العمل توفر اتصالاً يومياً، بالإضافة إلى تشجيع الأنشطة الثقافية والاجتماعية والصلات والأنشطة الرياضية، وحل للمشكلات الخاصة بالعاملين، ويبدأ هذا الاتصال من الإدارة العليا. ويمكن أن يكون الاتصال على كافة المستويات الإدارية في المنظمات الكبيرة والصغيرة، على السواء، ويتمثل (الجمهور الخارجي) في اتحادات العمال والمستهلكين والموردين والموزعين، والبنوك ومنافذ البيع والتصدير، وكذلك أفراد المجتمع حيث من الممكن إقامة المستشفيات والمدارس والمساجد. ويمتد التوافق إلى علاقاتها بالمنظمات الأخرى، حتى تعتمد العلاقات بين المنظمات على المنافسة الشريفة، وعدم هدم جهود المنظمات الأخرى، وتؤدي برامج العلاقات العامة دوراً كبيراً في التوفيق بين الميول المتباينة للأفراد والجماعات، وتعمل على تعديل الاتجاهات السلبية لدى الجماهير إلى اتجاهات إيجابية بناءة، كما أنها تنقل أفكار وآراء الجماهير واتجاهاتها نحو المنظمة إلى الإدارة، وتقوم بنصحها وإرشادها حتى تتمكن من تعديل سياسة المنظمة وخططها بما يتناسب مع ما تتوقعه الجماهير من هذه المنظمة. ويمتد التوافق والانسجام الذي تسعى إليه العلاقات العامة إلى علاقتها مع أجهزة الإعلام.

3- محاولة تبين مدى أهمية توظيف العلاقات العامة الحقيقي في مجال التنظيم الإداري للمؤسسات الرياضية.

5- تحديد نوع عينة الدراسة:

إن اختيار مجموعة البحث التي تقتضيها الدراسة يعتبر جزءاً أساسياً في تخطيط ونجاح الدراسة، فقد تكون الدراسة خاصة بالسكان البالغين جميعاً، وقد تكون خاصة بالمستخدمين في إحدى الشركات أو خاصة بفئة الطلبة في تخصص معين في جامعات معينة، ولكبر مجتمع البحث الأصلي نلجأ إلى الاعتماد على عينة جزئية منه بحيث تكون تحمل جميع صفاته.

أما في دراستنا فقد اخترنا العينة العشوائية الطبقية، وهي تلك العينة التي تختار من مجتمع مقسم إلى طبقات أو شرائح تمثل كل منها فئة من فئات المتغير موضع الدراسة، حيث تسحب العينة العشوائية من كل طبقة وتوجد ثلاث طرق لتحديد عدد الأفراد الذين يؤخذون من كل طبقة، وهذه الطرق تتمثل في:

طريقة التساوي وطريقة التناسب وطريقة التوزيع الأمثل.

وفي دراستنا اعتمدنا على طريقة التناسب بحيث نأخذ 10 بالمائة من كل طبقة تمثل طبقات المجتمع الأصلي. لذا فهنا كل دراسة تمثل قسم أو مصلحة تنتمي إلى النظام الداخلي لمديرية الشباب والرياضة للولاية المعنية، والقصد من هذا هو محاولة معرفة كل موظف أو رئيس أو مسؤول أو رئيس مصلحة أو قسم ومستواه الثقافي خاصة كونه فرد مسير مهم لتسيير الإدارة الرياضية وتطويرها باستخدام جل الأدوات الاتصالية الفعالة.

* تحديد حجم العينة:

يعتبر العنصر البشري الركيزة الأساسية والأساس في تأطيره بصفة عامة ونجاح سياسة المديرية بصفة خاصة، لذا نجد أن مديرية الشباب والرياضة لها مجموعة من المستخدمين منهم الشباب حدد في مجال التسيير، خاصة الذين يحملون شهادات جامعية، ويبلغ عدد موظفي مديرية الشباب والرياضة بولاية برج بوعرييج ب: 249 موظف وعامل موزعين حسب طبيعة أعمالهم

حيث ركزنا أن تكون أفراد العينة من الموظفين والرؤساء لأنهم المعنيين بالبحث، فأخذنا نسبة 10 بالمائة من كل مصلحة أو قسم بالمديرية، لذا كانت عينة الدراسة قد قدرت ما بين 25 موظف من بينهم رؤساء مصالح وأقسام بالمديرية، ولكن بعد توزيع الاستمارات تم رفض 01 استمارة واحدة وذلك لوجود تناقضات وعد إجابات لبعض الأسئلة مما أدى بنا إلى إلغاء هاته الاستمارة الاستبائية.

ومنه فإن العينة التي أجريت عليها الدراسة قدرت ما بين 24 موظف ورئيس بالمديرية.

6- المنهج المستخدم:

يعرف المنهج في البحوث العلمية على أنه الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته لجل مشكلة واكتشاف الحقيقة، ولكن طريقة البحث والمنهج تختلف باختلاف المواضيع، لهذا توجد عدة أنواع من مناهج البحث العلمي لكل حسب طبيعة دراستها وموضوعها.

لذا اعتمدنا على المنهج الوصفي وتحديدنا استعملنا الدراسات المسحية، ويعتبر المسح اصطلاحا والمستعار من ميدان الدراسات الطبيعية فكما تمسح الأرض لتحديد مساحتها ومعرفة الخصائص الجيولوجية والسطحية فكذا تمسح الظاهرة الاجتماعية لتحديد طبيعتها ومعرفة خصائصها

7- أدوات الدراسة:

7-1- المقابلة: تعد المقابلة كأداة من أدوات البحث العلمي من الوسائل البحثية لجمع المعلومات الميدانية، وفي دراستنا هذه فقد اعتمدنا على المقابلة الحرة حيث يتسم هذا النوع من المقابلات بان له هدفا مسيطرا على الأسئلة إلا أن صياغتها ومحتواها تترك بيد الباحث الذي يقوم بإجراء المقابلة.

7-2- الاستبيان: تعتبر الاستمارة الاستبائية أداة مهمة في بحثنا حيث يتم استخدامها للحصول على البيانات والمعلومات التي تتعلق بالاتجاهات والآراء، ويتم تصميم الاستمارة انطلاقا من الإشكالية المطروحة والتساؤلات

الفرعية، كما يستدعي بهذا التصميم عمل الباحث على الحصول على النتائج الفعلية التي يطمح للوصول إليها. وللاستمارة نوعين هما : المقابلة بالاستمارة والاستبيان.

8- الدراسات السابقة:

تعد الدراسات السابقة هي كل الدراسات التي تناولت جانب من جوانب موضوع دراستنا والتي أجريت سواء في البلاد العربية والجزائر، أو الدول الأجنبية. لذلك سنستعرض بعض هاته الدراسات والبحوث فيما يلي:

8-1- الدراسات العربية والمحلية:

➤ **دراسة الدكتور محمد قيراط:** بعنوان "العلاقات العامة في المؤسسات الصحية - دراسة حالة وزارة الصحة بدولة الإمارات العربية المتحدة - " حيث تبحث الدراسة مكانة وموقع العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي لوزارة الصحة ومختلف منشآتها وكذا الدور والصلاحيات الموكلة إليها فيما يتعلق بالبحث والتخطيط واتخاذ القرار، كما تبحث دور العلاقات العامة في الاتصال الداخلي والخارجي ودورها في إدارة الأزمات.

➤ **دراسة تحسين منصور رشيد 1993م** بعنوان " تنظيم وإدارة العلاقات العامة في الجهاز الحكومي الأردني واتجاهات الإدارة العليا نحوها": واستخدمت الدراسة منهج المسح، بمسح أساليب الممارسة للعلاقات العامة في الجهاز الحكومي الأردني وتكونت عينة الدراسة من 77 جهاز حكومي من الوزارات والمؤسسات العامة والدوائر المركزية..... الخ

9- المفاهيم الدالة :

- **العلاقات العامة:- اصطلاحا:** ويقصد بالعلاقات العامة هي كل نشاط تنظيمي وإداري واتصالي أو تخطيطي تقويمي يهدف إلى بناء الصورة الجيدة للمؤسسة قصد تحقيق التوافق والمحبة والتعاون بينها وبين جماهيرها الداخلية والخارجية.

إجراءات:

من خلال دراستنا هذه نحاول معرفة مدى مساهمة العلاقات العامة في تطوير الإدارة الرياضية وذلك من خلال دورها الفعال والايجابي في رفع مستوى المؤسسة الرياضية، لذلك فان النتائج المتحصل عليها ستبين وبوضوح أثر العلاقات العامة الحقيقي في تطوير الإدارة الرياضية. لذا يعد قسم العلاقات العامة أو الاتصال الموجود على مستوى أمرا هاما لتحقيق مال أي إدارة قصد رقيها ومسيرتها للإدارة الحديثة المتطورة.

● الإدارة الرياضية:

اصطلاحا: إن أساس قيام المؤسسات والمنظمات الرياضية واستمراريتها يكمن من خلال إدارتها الجيدة وبالصورة السليمة، حيث تقوم الإدارة الرياضية على مجموعة من الوظائف أهمها التخطيط والتنظيم والتوجيه والرقابة، وذلك يؤدي حتما إلى نجاح المؤسسة الرياضية، لذلك يمكن القول ان الإدارة الرياضية هي عملية اجتماعية وفنية مستمرة تقوم وفق العديد من الوظائف الأساسية لإنجاز الأهداف المسطرة مسبقا.

إجرائيا:

أما من خلال دراستنا فنحاول معرفة كذلك الإدارة الرياضية بالصورة الحقيقية المتواجدة بها. وبما أن المؤسسة الرياضية هي التي تمثل الإدارة الرياضية فإننا اخترنا مديرية الشباب والرياضة لولاية برج بوعريريج كأحدى أهم المؤسسات الرياضية الموجودة والتي تساهم بشكل فعال في خدمة جمهورها المتنوع وذلك لتنوع أنشطتها وخدماتها.

- **الفعالية:** وهي نتيجة لتكريس المبدأ الذي نحن بصدد دراسته، فتفعيل الامر سيولد حتما نتيجة مرجوة بعد تسطير الخطة اللازمة لمعالجة موضوع الدراسة من خلال الاهتمام البالغ بخطوات دراسته وبرامجه سيؤدي حتما الى الوصول الى مبتغى تفعيل الدراسة
- **النجاعة:** ومعناها نجاح المادة المدروسة وتكريس للأثر الذي تولدت عليه،

نتائج الجانب النظري:

اتضح من خلال تعريفات العلاقات العامة والتحفيز وتعريف الأداء الوظيفي أن التعريفات الثلاثة تشترك في كثير من خصائصها التي تتعلق بالجانب الإنساني للعاملين وكيفية التعامل معه، ودفعه باتجاه تحقيق الجانب الإيجابي لكل منها بما يخدم عمل المؤسسة والعاملين.

وتبين من خلال الاطلاع على أهمية المفاهيم الثلاثة (العلاقات العامة، التحفيز، الأداء الوظيفي) أنها تشترك في عدة عوامل، وتسعى جميعها إلى أن تسود أجواء طيبة بين العاملين في مختلف الاتجاهات، وهذه الأجواء من شأنها أن تسهل عمل المؤسسات بواسطة العنصر البشري الموجود فيها، والذي يعتبر المحرك الرئيسي فيها. كما تبين من خلال البحث في الجانب النظري أن المفاهيم الثلاثة سابقة الذكر وجدت بينها عاملا مشتركا رئيسيا في خصائصها والمتمثل في إشباع حاجات الأفراد ومكان العمل الذي يجب أن تتوفر فيه الظروف الإيجابية لاستخلاص النتيجة المرجوة من عمل جهاز العلاقات العامة، المتمثل في تحفيز الأداء الوظيفي للعاملين في عملهم. ومن خلال الاطلاع على أهداف التحفيز اتضح أنها تهدف إلى زيادة العائد للمنظمة أو المؤسسة من خلال رفع كفاءة العاملين وتفعيل قدراتهم، وتحسين الوضع المادي لهم، وهذه الأهداف هي بالتالي جزء من الأهداف التي يسعى جهاز العلاقات العامة إلى تحقيقها في اهتمامه بالعاملين، وهذه الأهداف المجتمعة مع بعضها تكون محصلتها زيادة الأداء الوظيفي للعاملين.

ومن خلال الاطلاع على النظريات العملية لتحفيز الأداء الوظيفي، والتي توصل بنتيجتها إلى تحقيق أفضل أداء وظيفي للعاملين، اتضح أن أساسيات هذه النظريات تقع في صلب عمل وأهداف جهاز العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية التي تعمل عليها هذه الأجهزة وفق مفاهيم هذا الاختصاص العلمي المدروس بصيغته العلمية والمفهوم الصحيح له.

ودل استعراض معوقات التحفيز أن بإمكان الاستخدام الصحيح لأنشطة العلاقات العامة أن يحول دون بروز هذه المعوقات ووصولها إلى العاملين في المؤسسات الإعلامية، وبالتالي فإن زوال الأسباب أو مسببات التحفيز تأتي بنتيجة التحفيز المرجوة لتحقيق الأداء الوظيفي.

ومن خلال استعراض العوامل الداخلية والخارجية المؤثرة على الأداء الوظيفي في المؤسسات الإعلامية، تبين أن وظائف وأهداف العلاقات العامة كفيلة بتفعيل هذه العوامل المؤثرة والتي تؤدي إلى تحقيق أفضل أداء وظيفي ممكن في المؤسسة. وأشارت أنواع الحوافز التي تناولت في الإطار النظري لفصل التحفيز إمكانية توفير هذه الحوافز التي وجدت الدراسة أنها جزء من المهمات التي يعمل عليها جهاز العلاقات العامة في المؤسسات وفق الأسس العلمية لهذا التخصص العلمي المهم، وبالتالي فإن توفيرها سيؤدي إلى تحفيز الأداء الوظيفي كنتيجة طبيعية لاستخدام هذه الحوافز.

أما فيما يتعلق بتدريب المستخدمين الذي هو عنصر هام بمجال العلاقات العامة حيث نجد أن مديرية الشباب والرياضة وبنسبة مئوية عالية قليلاً، ومن خلال استجابات المبحوثين فإنه يلاحظ اهتمامها بعملية التدريب لصالح الأعوان والعمال وهذا تماشياً للتطور الحاصل في المجال العلمي والمهني، هذا الأخير يعتر بمثابة الحياة الثانية للموظفين وهو المتمثل في مناخ العمل إذ نجد أن مديرية الشباب والرياضة تسعى كثيراً لتجعل علاقات العمل داخلها تكون إيجابية على أكثر من مستوى وهذا ضماناً لتشجيع المعنويات وتحفيز نحو العمل، وبعد هذا السعي من طرف المديرية التي تهتم بها كثيراً أجهزة العلاقات العامة إضافة إلى أنها تحاول دائماً من خلال أنشطتها أن تقرب بين الإدارة والموظفين، إذ تأكدت من خلال الاستجابات أنه حقيقة توجد هنا أنشطة تنظيمية إدارية تقوم بها إدارة المديرية قصد التقريب بينها وبين مستخدميها والدليل على ذلك النسبة العالية والواضحة في التشاور بين الإدارة والمستخدمين في تسيير شؤون المؤسسة، وهذا الاتجاه المهني يعتبر من الاتجاهات المهنية الإدارية التي يحث عليها ميدان العلاقات العامة ويعمل على إحداثها بين الإدارات والمستخدمين.

نتائج الجانب الميداني

أظهرت معطيات الاستبيان الذي وزع على العاملين في مديرية الشباب والرياضة، بواقع 25 استمارة للعاملين فيها بنسبة وصلت إلى 100% من عينة المجتمع الكلي للبحث، دلت نتيجة الاستبيان حول السؤال المتعلق بقيام جهاز العلاقات العامة بإبلاغ الصحفيين بالأنشطة الترفيهية والاجتماعية التي يقيمها، إلى إجابة نسبة 60% من العاملين في المديرية، أن الجهاز يبلغهم بهذه النشاطات. وبهذا فإن جهاز العلاقات العامة نجح نجاحاً جيداً في هذا المجال المهم من مجالات عمل جهاز العلاقات العامة، والذي يوفر أجواء جيدة من الألفة والتواصل الاجتماعي بين العاملين أنفسهم وأسرهم.

وأظهرت نتيجة السؤال المتعلق بتعزيز طاقات العاملين من خلال أنشطة العلاقات العامة أن نسبة 40% من العاملين في المديرية أجابوا أن هذه الأنشطة تعزز طاقاتهم في العمل، وبذلك نرى أن عمل جهاز العلاقات العامة في المديرية متفوق في هذه الزاوية.

ومن خلال إجابة المبحوثين عن السؤال المتعلق بتوفير جهاز العلاقات العامة انطباعات جيدة لهم، أشارت نسبة 22% من المبحوثين في المديرية إلى أن الجهاز لم يوفر انطباعات جيدة إلى حد ما، وفيما لو تم احتساب نسبة الذين أجابوا بـ "أحيانا" فيها والتي بلغت 60%، وبالتالي فإن هذه النسب لا تشير بشكل إيجابي إلى توفيق هذا الجهاز في توفير هذا الانطباع المهم، والذي له علاقة وثيقة بتحفيز أدائهم الوظيفي في العمل

أظهرت نسبة الإجابة عن السؤال المتعلق بمساعدة جهاز العلاقات العامة على زيادة شعور العاملين بالثقة في المؤسسة، أن نسبة 24% في مديرية الشباب والرياضة يرون أن جهاز العلاقات العامة ساعدهم، مما يعني أن دور جهاز العلاقات العامة يعتبر ضعيفا في هذا المجال المهم من مجالات عمل العلاقات العامة والموصول بتحفيزهم نحو أداء وظيفي أفضل.

وكشفت نتيجة الاستبيان عن السؤال المتعلق بتوفير العلاقات العامة لأجواء من التفاهم بين الموظفين والإدارة أن نسبة 24% من موظفي المديرية أكدوا توفير هذه الأجواء، ومن هذه الإجابات نرى أن جهاز العلاقات العامة لم يكن موفقا في عمله في هذا المجال في المديرية، وبالتالي فإن من شأن ذلك أن يؤثر على مستوى التحفيز والأداء. أشارت نتائج الإجابة على السؤال المتعلق بمدى عمل جهاز العلاقات العامة على إدامة الاتصال بين العاملين والإدارة العليا للمؤسسة إلى أن 26% من الموظفين أشاروا إلى قيام الجهاز بذلك، وهذا يدل على عدم نجاح جهاز العلاقات العامة بتقريب المسافات بين العاملين والإدارة العليا، مما له الأثر الكبير في دفع العاملين وتحفيزهم لبذل أداء وظيفي أفضل فيما لو تم تطبيق هذا النشاط بشكل صحيح.

أظهرت إجابات عينة البحث عن المشكلات التي يواجهونها في مجال الاتصال داخل المؤسسة بالإدارة العليا أن 42% من الموظفين إلى وجود مشكلات في هذا المجال، وهذه الإجابات وجود خلل في مجال الاتصال التي يعمل عليها جهازا العلاقات العامة في المديرية، الأمر الذي يفتح المجال أمام مشكلات تتعلق بعدم فهم الأمور الإدارية التي تجري بين العاملين وإدارة مديرية الشباب والرياضة بالبرج، وما له من دور سلبي في دفعهم إلى تقديم أداء وظيفي أفضل.

وتمثلت إجابة عينة البحث عن السؤال الخاص حول مساهمة جهاز العلاقات العامة في دفع الموظفين لأداء جهد أكبر في عملهم الوظيفي بـ 12% من العاملين بمديرية الشباب والرياضة بالبرج، حيث أشاروا إلى قيام جهاز العلاقات العامة بدفعهم لأداء جهد أكبر، الأمر الذي يشير إلى عدم احتلاله المكانة المطلوبة لمثل هذا الجهاز في المؤسسة.

وكشفت إجابة العينة حول السؤال المتعلق بقيام الجهاز بتقوية علاقات المؤسسة مع المجتمع أن 24% في مديرية

الشباب والرياضة بالبرج أجابوا بنعم، وهذه النسبة تدل على عدم رؤية نتائج الأنشطة التي يقوم بها جهاز العلاقات العامة في المجتمع، وما يمكن أن تعكسه مثل هذه الأنشطة من نتائج إيجابية حول رؤية العاملين لواقع وصورة مؤسساتهم في المجتمع.

وبينت الإجابة عن السؤال الخاص حول القناة التي يختارها الموظفون لتقديم الشكاوى أو المقترحات إلى الإدارة العليا أن 76% من الموظفين يقدمونها عن طريق مسؤوليهم المباشرين دون القنوات الأخرى والتي تمثلت بالمكتب الخاص في المؤسسة أو عن طريق جهاز العلاقات العامة في كلا المؤسسات، وهذا يشير إلى عدم احتلال هذا الجهاز وضعه المناسب.

الخاتمة:

وختاماً لدراستنا تجدر الإشارة إلى القول بأن هناك صعوبة في حصر موضوع مكانة العلاقات العامة في المؤسسة الرياضية من كل الجوانب نظراً لاتساعه وشساعته فهو موضوع ليس من السهل التعرض إليه بصفة دقيقة، إذ مها كانت النتائج المتوصل إليها فهي تحتاج إلى المزيد من التأكد والتصحيح العلميين.

وتم التركيز في هذا البحث لعل دراسة ميدان العلاقات العامة وفعالية تطبيقه وأثره في مختلف مديريات الشباب والرياضة هذه الأخيرة التي اعتبرت بمثابة الحقل الخصب لتسجيل الملاحظات وإجراء الاستجابات وخاصة فيما يتعلق بأثر العلاقات العامة في مجال تطوير الإدارة الرياضية عن طريق التنظيم الإداري والنشاط الاقتصادي بما فيه التخطيط والتقييم والتقويم.

وعلى هذا الأساس كان الهدف من هذا البحث إبراز الأثر الحقيقي الذي ترتبه العلاقات العامة في مجالات النشاط المختلفة لمديرية الشباب والرياضة أو عدم تطبيقه وذلك عن طريق التعرف على استجابات المبحوثين المبينة لتواجد العلاقات العامة ضمن نشاط مؤسساتهم ومنه يتبين الأثر الذي تتركه العلاقات العامة في وهاته الهيئات في هاته الإدارة سيما في تحقيقها للغاية المرجوة والمتمثلة في الشروط والأساليب الواجب إتباعها حتى تستطيع هذه الأنشطة ان تكون فعالة في خدمة الأنشطة للإدارة الرياضية وواجب اتباعها حتى تستطيع هذه الأنشطة ان تكون فعالة في خدمة الأنشطة للإدارة الرياضية، وانطلاقاً من هذا تم التركيز في هذه الدراسة على أثر العلاقات العامة في تطوير الإدارة الرياضية، وفي هذا الصدد تأكد أن ميدان العلاقات العامة غير مطبق فعليا في الأنشطة التنظيمية الإدارية للمؤسسات المعنية بينما أكثرية النتائج أوضحت أن النشاط الاتصالي لهاته الإدارات تحمل مضامين ميدان العلاقات العامة، أما فيما يخص التخطيط بفقد تأكد أن ميدان العلاقات العامة غير مطبق تطبيق فعلي في مجال التخطيط في مديرية الشباب الرياضية على عكس مجال التقييم والتقويم التي دلت النتائج على التطبيق الفعلي لميدان العلاقات العامة وهذا إن دل على شيء إنما يدل على مدى تمسك الإطارات العاملة بالمديرية على متابعة أنشطتهم متابعة حثيثة لأجل تفادي المشاكل والعراقيل التي يمكن مواجهتها أثناء إنجاز النشاطات الموجهة للشباب مستقبلاً.

وتجدر الإشارة إلى أن مجال عمل تطبيق العلاقات العامة في نشاطات المديرية لا يمكن أن يؤدي إلا إلى تثبيت هذه الأخيرة في التخلف والتفهم وعدم إنجاز أنشطتها على أكمل وجه وبالتالي عدم خدمة الشباب على أفضل الطرق، لذا توجب على كل الإدارات الرياضية أن يعيدوا النظر في طريقة التسيير وأساليب العمل ومناهج التنشيط المستعملة واستبدالها بالأكثر عصرة تماشياً والتطبيقات العلمية المتبعة في ميدان العلاقات العامة ما يمكنها من القضاء على مظاهر الضعف والتخلف وتساعدهم على الإزدهار.

وما يمكن قوله في نهاية هذه الدراسة أن البحث لم يصل إلى نهايته بعد وبتطلبه في الحقيقة إمكانيات علمية وعملية، مادية ومالية أوسع وأكبر، كما يتطلب مجهودات متعددة ومتتالية ناجمة عن أعمال وأنشطة جماعية لمتخصصين وباحثين في مختلف الميادين الاتصالية والإعلامية، النفسية التربوية، الثقافية الاجتماعية.

لذا يرجى أن تكون هناك بحوث مستقبلية حول ميادين ومواضيع مثل هذه تكون أكثر شمولاً من الناحية العلمية وأفضل تطبيقاً من الناحية العملية.

المراجع:

- 1- سعد محمد قطب (واخران). الادارة والتنظيم في مجال التربية الرياضية. الموصل: 1984، ص 28-44.
- 2- عبد الكريم درويش، ليلي تكلا. اصول الادارة العامة، القاهرة: 1980، ص 111-118.
- 3- محمد حسن علاوي. سيكولوجية القيادة الرياضية، مركز الكتاب للنشر، مصر، 1998، ص 16.
- 4- د. إبراهيم محمود عبد المقصود، د. حسن أحمد الشافعي. الإمكانيات والمنشآت في المجال الرياضي. ط 1. دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر. الإسكندرية. 2004.
- 5- حمد محمد المصري، العلاقات العامة. الإسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة، ١٩٩٨
- 6- زكي محمود هاشم، العلاقات العامة: المفاهيم والأسس العلمية. الطبعة الثالثة. الكويت. :شركة ذات السلاسل، ١٩٩٦
- 7- زياد رمضان، العلاقات العامة في منشآت القطاع الخاص. الطبعة الأولى. عمان: دار صنعاء، ١٩٩٨
- 8- سمير محمد حسين، إدارة وتنظيم العلاقات العامة في مصر. القاهرة: مؤسسة دار الشعب، ١٩٧٥
- 9- سمير محمد حسين، العلاقات العامة. الطبعة الثالثة عالم الكتب، القاهرة، ١٩٩٦
- 10- السيد حنفي عوض، العلاقات العامة الاتجاهات والمجالات. الطبعة الخامسة. القاهرة: مكتبة. وهبة، ١٩٨٥
11. طلعت همام، مائة سؤال عن العلاقات العامة والإعلان. القاهرة: دار الفرقان، ١٩٨٤
- 12- محفوظ احمد جودة، إدارة العلاقات العامة. عمان: مؤسسة زهران للنشر والتوزيع ١٩٩٧