

مستوى ودور العلاقات العامة في نشر الثقافة الرياضية من وجهة نظر العاملين في الاتحاد السوري لكرة القدم

د. وائل مارون معوض*

د. خلود علي ديب**

أيهم كاسر الهترة***

(تاريخ الإيداع 15 / 12 / 2020. قُبِلَ للنشر في 9 / 3 / 2021)

□ ملخص □

تهدف الدراسة الحالية للتعرف على مستوى ودور العلاقات العامة في نشر الثقافة الرياضية من وجهة نظر العاملين في الاتحاد السوري لكرة القدم، كما تهدف للتعرف على أهم العوامل المؤثرة على ممارسة هذا الدور بفعالية، ولتحقيق هذا الأهداف قام الباحثان باستخدام المنهج الوصفي المسحي التحليلي باستخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وهو الأسلوب الذي ينسجم مع هذا البحث من حيث مشكلته وأهدافه وملامته لطبيعة البحث. وشمل مجتمع البحث العاملين في مجال العلاقات العامة على مستوى الاتحاد العربي السوري لكرة القدم ومستوى الأندية في ست محافظات، والبعض من جماهير الكرة السورية. تم أخذ العينة باستخدام الحصر الشامل حيث بلغ عدد افراد العينة (141).

وقد خلصت الدراسة إلى وجود ضعف في أداء العلاقات العامة سواء في الاتحاد أو الأندية لمهامها في نشر الثقافة الرياضية لدى الجماهير. كما توجد فروق ذات دلالة معنوية بين محاور البحث في مدى إسهامها بنشر الثقافة الرياضية. ولصالح محور وظائف العلاقات العامة ودورها التربوي والتنقيفي.

الكلمات المفتاحية: العلاقات العامة، الثقافة الرياضية، الاتحاد العربي السوري لكرة القدم.

* أستاذ - قسم التخطيط والإدارة الرياضية، كلية التربية الرياضية، جامعة تشرين، اللاذقية، سورية.

** مدرس - قسم التخطيط والإدارة الرياضية، كلية التربية الرياضية، جامعة تشرين، اللاذقية، سورية.

*** طالب دراسات عليا (ماجستير) - قسم التخطيط والإدارة الرياضية، كلية التربية الرياضية، جامعة تشرين، اللاذقية، سورية.

The Level and Role of Public Relations in Spreading Sports Culture from the Point of View of Workers in the Syrian Football Association

Dr. Wael Maroun Mowad*
Dr. Kholoud Ali Deeb**
Aiham Kasser Alhatra***

(Received 15 / 12 / 2020. Accepted 9 / 3 / 2021)

□ ABSTRACT □

The current study aims to examine the level and role of public relations in spreading sports culture from the point of view of the workers in the Syrian Football Association. It also aims to identify the most important factors that have an impact on carrying out this role. To achieve these goals, the researchers used the descriptive analytical approach of survey style.

The research community included employee in the field of public relations at the level of the Syrian Arab Football Association and the level of clubs in six governorates, and some of the fans of Syrian football. The sample was taken using comprehensive counting, where the number of sample members reached.(141)

The study concluded that there is a weakness in the performance of public relations, by the federation and the clubs, in terms of disseminating sports education among the masses. There are also statistically significant differences between the research axes in the extent of their contribution to the spread of the sports culture. For the benefit of the axis of public relations functions and its educational and pedagogical role.

Keywords: Public relations, Sports culture, the Syrian Arab Football Association.

* Professor - Department of Planning and Sports Management, Faculty of Physical Education, Tishreen University, Lattakia, Syria.

** Assistant Professor - Department of Planning and Sports Management, Faculty of Physical Education, Tishreen University, Lattakia, Syria.

*** Postgraduate Student (MSc) - Department of Planning and Sports Management, Faculty of Physical Education, Tishreen University, Lattakia, Syria.

مقدمة:

ان ممارسة العلاقات العامة في المنظمات الرياضية تقتضي المعرفة الصحيحة بغاياتها وأهدافها ومنطلقاتها الفكرية، التي تُمكن من تحقيق معاملة حسنة مع الجمهور الرياضي وكافة المتعاملين الخارجيين مع الادارة الرياضية، انطلاقاً من معرفة احتياجاته ومشاكله للحصول على تفسيرات موضوعية عن سلوكه ورأيه في نشاطها، فهي بذلك تعمل على تقليص الفجوة بين المنظمات الرياضية وجمهورها الخارجي، كما تعمل على نشر الوعي والثقافة العامة بشكل عام والثقافة الرياضية بشكل خاص، من خلال عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي، وتعتبر الرياضة جزءاً لا يتجزأ من الثقافة، وأصبحت الحياة الرياضية جزءاً من الحياة، وأصبح النشاط الرياضي ضرورة للإعداد الفكري والتربوي والفني والثقافي، وعملية التثقيف في الميدان الرياضي تكمن في تنمية مكونات الثقافة المرتبطة بغرض محو الأمية وبالتالي تكوين بنية معرفية لدى أفراد المجتمع، إضافة الى تكوين اتجاهات إيجابية نحو ممارسة الأنشطة الرياضية المختلفة سواء كانت تنافسية أو ترفيهية. (عبد الحميد، رشوان، 2006)

فالثقافة مرآة المجتمع والتي تعبر عن تطوره وتميزه عن غيره من المجتمعات، فهي تعكس تراث المجتمع وقيمه وعقائده وتاريخه والمستوى الفكري والثقافي للأفراد فيه، وتعد الثقافة الرياضية كمجموعة من العلوم والمعارف والمعلومات والفنون المكتسبة من الأنشطة الرياضية المختلفة، حيث يكتسبها الفرد من البيئة ويتزود بها من خلال خبرته الخاصة سواء بالمشاهدة أو الممارسة أو القراءة لتلك الأنشطة الرياضية. (Al-Qadoumi, 2016)

والثقافة الرياضية أحد فروع الثقافة العامة التي تعتمد على الثقافة العريضة التي تساهم في تمكين الفرد من القيام بواجباته ومسؤولياته، وتنمية نواحي المعرفة الإنسانية ولكي يقوم الفرد بهذا الدور عليه أن يفكر، ويأخذ مهنته ليجعلها قريبة إلى أذهان الناس، ويجد لها المؤيدين، والراغبين، المشجعين، وهذا لا يتم إلا من خلال ثقافة رياضية تستند وتترابط مع ثقافة عامة أي توظيف العام لخدمة الخاص، حيث تعتبر الثقافة الرياضية وجهاً ثقافياً وحضارياً مشرفاً وثرياً وجدير بأن يلم به الانسان المعاصر الذي هو في أمس الحاجة إلى الصحة واللياقة والثقافة الرياضية. (Nour Alden, 2019)

وبتعبير آخر ان الثقافة الرياضية هي ثقافة فكرية تخصصية في المجال الرياضي ولا تبلغ مداها التطبيقي إلا بعد أن تعتمد على ثقافات تخصصية أخرى، فالثقافة الصحية والسياسية والفنية والاجتماعية وغيرها... لتشكل مع الثقافة العامة لبناء الشخصية الثقافية الرياضية. (Alway, 2001).

الدراسات السابقة

❖ دراسة (خالد، جلال، 2020) بعنوان:

"دور البرامج التفاعلية الرياضية بالتلفزيون الجزائري في تنمية الثقافة الرياضية لدى طلبة الاعلام والاتصال الرياضي"

هدفت الدراسة الحالية إلى معرفة الدور الذي تؤديه البرامج والحصص الرياضية الجزائرية في نشر الثقافة الرياضية لطلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضة بجامعة المسيلة، واستخدم الباحث المنهج الوصفي، والاستبيان كأداة قياس وزعت على 120 طالب وطالبة بطريقة عشوائية ومن أهم النتائج المتوصل إليها ما يلي:
- لمشاهدة الحصص والبرامج الرياضية الجزائرية دور ايجابي في تنمية الجانب المعرفي للطلبة جامعة المسيلة.

- لمشاهدة الحصص والبرامج الرياضية الجزائرية دور ايجابي في تنمية الجانب الاجتماعي للطلبة جامعة المسيلة.

♦ دراسة خيف (2017) بعنوان:

دور الإعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية لدى الشباب الجزائري.

تهدف الدراسة إلى معرفة دور الإعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية. ولقد تطرقت إلى عدة تساؤلات تمثلت في التساؤل الرئيسي الذي يطرح إشكالية دور الإعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية، والذي تنفرع منه تساؤلات ثانوية والمتمثلة في معرفة عادات وأنماط تعرض الشباب للإعلام الرياضي، وكذا مدى إقبال الشباب على المواضيع الرياضية، وصولاً إلى انعكاسات الإعلام الرياضي على الثقافة الرياضية. تم الاعتماد على إجراءات معينة في الدراسة الميدانية تمثلت في تحديد مجتمع البحث وهو شباب مدينة أم البواقي، وكذا عينة البحث التي تمثلت في عينة قصدية مكونة من 120 شاب من نفس المدينة، فاعتمدنا في بحثنا على دراسة وصفية مبنية على منهج المسح بالعينة لملاءمته طبيعة الدراسة. كما استخدمنا الملاحظة والاستبيان كأداة لجمع البيانات والذي تم توزيعه على 120 شاباً من مدينة أم البواقي بطريقة التوزيع المباشر، وقد خلصت الدراسة إلى:

- هناك إقبال كبير على مواضيع الإعلام الرياضي من طرف الشباب الجزائري.
- يؤثر الإعلام الرياضي على سلوك وعادات الشباب الجزائري.
- ينشر الإعلام الرياضي للشباب الجزائري ثقافة رياضية.

♦ دراسة L, Che Ching ، (2015) بعنوان:

Malaysia: An Analysis of Power Relationships, Public Relations and Sport in Sabah

العلاقات العامة والرياضة في مدينة سباه، ماليزيا: تحليل لعلاقات السلطة

تهدف هذه الرسالة لاستكشاف كيف يمكن أن تؤثر "السلطة" على دينامية الاتصال والعلاقات بين الجهات الفاعلة الرئيسية الثلاثة في الألعاب الرياضية: الهيئات الرياضية، وسائل الإعلام والرعاة. تم اختيار السلطة كموضوع مركزي كطريقة لبناء نظرية جديدة حول العلاقات العامة كما اقترحتها (Curtin and Gaither, 2005). لتوفير الإجابات على الأهداف المذكورة أعلاه، استخدمت هذه الرسالة المنهج الوصفي التحليلي باستخدام المقابلات شبه المنظمة، جمعت بيانات هذا البحث من المستجيبين بناءً على أسلوب أخذ العينات الهادفة حيث شملت العينة (15) ادارياً من منظمين رياضيين هما اتحاد كرة القدم في مدينة سباه واتحاد الغولف للسيدات. تم تحليل البيانات باستخدام نهج التحليل الموضوعي حيث ظهرت سبعة محاور رئيسية.

تشير النتائج في هذا البحث إلى أن القوة أو رأس المال يؤثران على ديناميكية الاتصال والعلاقة بين الجهات الفاعلة، وتكمن الآثار المترتبة على هذه الرسالة في أنها تمكنت من تحديد أبعاد علاقات القوة القائمة على العاصمة التي يمتلكها الممثلون من حيث التأثير النظري، فإن نتائج هذه الدراسة عززت مفهوم رأس المال، وتظهر النتائج أيضاً نقاط الضعف أو الحد من مفهوم Bourdieu لرأس المال من وجهة نظر الدراسة الرياضية مع أخذ دور القوة بين الممثلين، كما تشير هذه الرسالة إلى أن التطور الرياضي الماليزي يقع حالياً في مفترق الطرق إما الاستمرار في المشاركة الحكومية المباشرة في الألعاب الرياضية أو السماح للقطاع الخاص بقيادة تطوير الرياضة في ماليزيا.

♦ دراسة (Ruihley et al, 2016) بعنوان:

The Role of Public Relations in College Athletics.

دور العلاقات العامة في الرياضة الجامعية.

هدفت هذه الدراسة إلى:

- التعرف على أدوار ومفاهيم العلاقات العامة داخل أقسام الرياضة من وجهة نظر المديرين الرياضيين.
- كما يسعى هذا البحث إلى اكتشاف المزيد عن مجالات العلاقات العامة التالية: المهام، الوصول إلى أصحاب المصلحة، الفوائد، وأدوار موظفي العلاقات العامة ، استناداً إلى أعمال (Ruihley & Fall، 2009).
- استخدم الباحثون المنهج الوصفي على عينة مكونة من الإداريين الرياضيين في أقسام الرياضة في الاتحاد الوطني الأمريكي للرياضة الجامعية الأقسام (I-A) (I-AA) بلغ عددها (n = 49).
- تشير النتائج إلى أن من أهم مسؤوليات عضو طاقم العلاقات العامة الأساسية هو الحفاظ على الاتصال مع وسائل الإعلام والعمل مع المديرين والرياضيين. كما تشير النتائج إلى أن أبرز المستفيدين هم الطلاب الرياضيين والإعلاميين والجامعة. وأظهرت نتائج البحث أن الدور للعلاقات العامة كان حل المشكلات. وأخيراً، تم تحديد أهم فوائد العلاقات العامة في مواضيع التواصل والرسالة والعلاقات والتخطيط الاستراتيجي. نتائج هذا البحث تساعد في فهم المزيد عن مدى ملائمة العلاقات العامة في ألعاب القوى الجامعية.

1-2-3 أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة

- استفاد الباحث من خلال إطلاع على الدراسات السابقة من الجوانب التالية:
- ❖ الاطلاع على منهجية البحث المستخدمة في الدراسات المشابهة.
- ❖ صياغة مشكلة البحث والتعرف على جوانب الدور الذي تقوم به العلاقات العامة في المجال الرياضي بشكل عام وفي مجال نشر الثقافة الرياضية بشكل خاص.
- ❖ كما تمت الاستفادة من الدراسات السابقة في تحديد أبعاد مساهمة العلاقات في نشر الثقافة الرياضية واعتمادها كمحاور لأداة البحث.

وتتميز الدراسة الحالية عن باقي الدراسات المشابهة بكونها تتسع لتشمل كافة العاملين والمهتمين في المجال الرياضي في عدد من المحافظات السورية وذلك حسب التوزع الجغرافي لكل محافظة، كما تتميز بأن نطاق دراستها يشمل دراسة إسهام العلاقات العامة في نشر الثقافة الرياضية من زوايا وأبعاد متعددة مما يجعل الدراسة الحالية أكثر شمولاً لجوانب موضوع الدراسة.

أهمية البحث وأهدافه:

تبرز أهمية العلاقات العامة نتيجة التقدم الكبير والمتزايد في أصدده الحياة كافة التقنية والتكنولوجيا والإدارة والنمو الهائل في الشركات ومنظمات الأعمال جعل الحاجة إلى العلاقات العامة أمراً مهماً وحاجة ماسة وجوهريّة لهذه المؤسسات فالعلاقات العامة كعلم وفن ومهنة تحتاج إلى مهارات عديدة ومتنوعة قد تمس عدة تخصصات ومجالات وعلوم، وهي تهدف إلى بلورة الرأي العام لخدمة المنظمة وجماهيرها والمجتمع ككل. (Al-Kafi، 2015)

وفي سوريا مازالت وظيفة العلاقات العامة داخل المؤسسات الرياضية تخطو خطواتها الأولى وفي بعض المؤسسات هناك ضبابية لهذه الوظيفة والأنشطة الموكلة إليها.

بناء على ما سبق تهدف الدراسة الحالية التعرف على مستوى ودور العلاقات العامة في اتحاد كرة القدم السوري وبعض من الأندية، في نشر الوعي الرياضي، من وجهة نظر العاملين (الحكام، الخبراء، الإداريين، اللاعبين، الجماهير).

فرضيات البحث:

- 1- توجد فروق ذات دلالة معنوية في مستوى الثقافة الرياضية لدى أفراد عينة البحث (الحكام، الخبراء، الإداريين، اللاعبين، الجماهير).
- 2- توجد فروق ذات دلالة معنوية بين محاور البحث (النظام الإداري وكفاءة العاملين، آلية التخطيط ووسائل الاتصال، وظائف العلاقات العامة ودورها التربوي والتثقيفي، روابط المشجعين)، في مدى إسهامها بنشر الثقافة الرياضية.

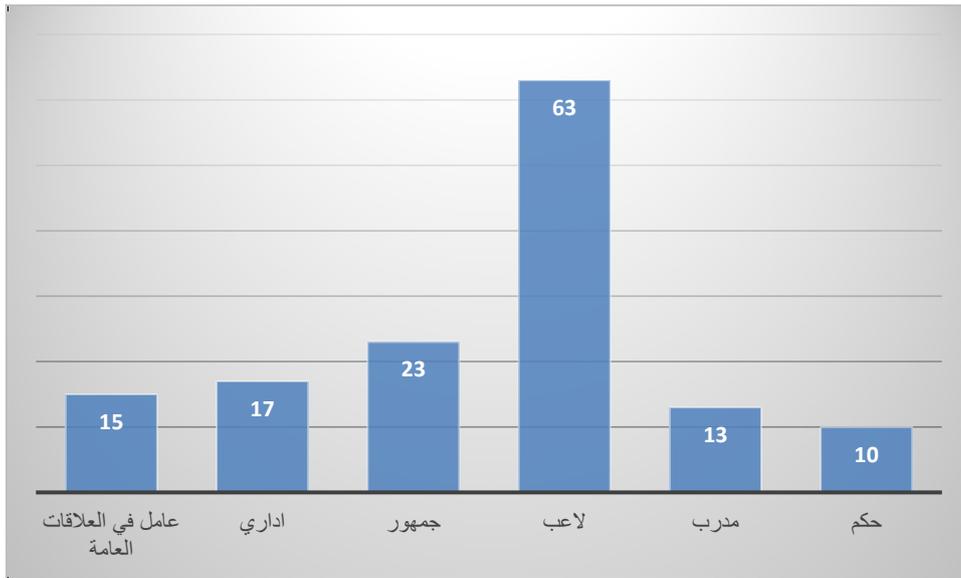
طرائق البحث ومواده:

استخدم الباحث المنهج الوصفي المسحي التحليلي باستخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وهو الأسلوب الذي ينسجم مع هذا البحث من حيث مشكلته وأهدافه ولملائمته لطبيعة البحث. وشمل مجتمع البحث العاملين في مجال العلاقات العامة على مستوى الاتحاد العربي لكرة القدم ومستوى الأندية في ست محافظات هي (دمشق، اللاذقية، حلب، حمص، دير الزور، الحسكة) وأندية هي (تشرين، حطين، الشرطة، الجيش، المحافظة، الاتحاد، الكرامة، الوثبة، الفتوة، الجزيرة)، والبعض من جماهير الكرة السورية. تم أخذ العينة باستخدام الحصر الشامل حيث بلغ عدد أفراد العينة (141) حيث توزع أفراد العينة بحسب نوع العمل فقد توزع أفراد العينة على النحو المبين في الجدول (1):

الجدول (1) توزع أفراد العينة بحسب نوع العمل

نوع العمل	العدد	النسبة المئوية
حكم	10	7%
مدرب	13	9%
لاعب	63	45%
جمهور	23	16%
اداري	17	12%
عامل في العلاقات العامة	15	11%
المجموع	141	100%

نلاحظ من خلال الجدول (1) أن اللاعبين شكلوا النسبة الأكبر من أفراد العينة حيث بلغ عددهم (63) ليشكلوا نسبة (45%) من إجمالي العينة يليهم الجمهور بعدد (23) وبنسبة (16%) والإداريين بعدد (17) وبنسبة (12%)، ومن ثم العاملين في العلاقات العامة بعدد (15) وبنسبة (11%) والمدربين بعدد (13) وبنسبة (9%)، وأخيراً الحكام بعدد (10) وبنسبة (7%) وهذا ما هو موضح في الشكل (1):



الشكل (1) توزع أفراد العينة بحسب نوع العمل

بهدف جمع البيانات اللازمة من عينة البحث جرى استخدام استمارة استبيان من تصميم الباحث لاستطلاع رأي أفراد عينة البحث، وتوزعت على المحاور التالية:

- المحور الأول: النظام الإداري وكفاءة العاملين.
- المحور الثاني: آلية التخطيط ووسائل الاتصال.
- المحور الثالث: وظائف العلاقات العامة ودورها التربوي والتنقيفي.
- المحور الرابع: روابط المشجعين (الانتراس).

النتائج والمناقشة:

قام الباحث بإجراء اختبار Kruskal-Wallis للتعرف على الفروق بين الخبراء والاداريين واللاعبين والجمهور حول مستوى ودور العلاقات العامة في نشر الثقافة الرياضية كما هو مبين في الجدول (2):

الجدول (2) مستوى المحاور من وجهة نظر (الخبراء، الإداريين، اللاعبين، الجماهير)

مستوى الدلالة	قيمة اختبار Kruskal-Wallis	درجة الحرية	العدد	مجموع رتب نوع العمل					المحاور	
				عامل في العلاقات العامة	اداري	جمهور	لاعب	مدرب		حكم
0.23	6.92	5	141	1235.5	1371.5	1875	3970	963.5	595.5	النظام الإداري وكفاءة العاملين
0.07	12.26	5	141	1266.5	1430.5	1903.5	3902	1032.5	476	اللية التخطيط ووسائل الاتصال
0.001	20.68	5	141	1308	1300.5	2193.5	3598	1061.5	549.5	وظائف العلاقات العامة
0.078	9.91	5	141	1206	1472.5	1877	3832.5	1019.5	603.5	روابط المشجعين

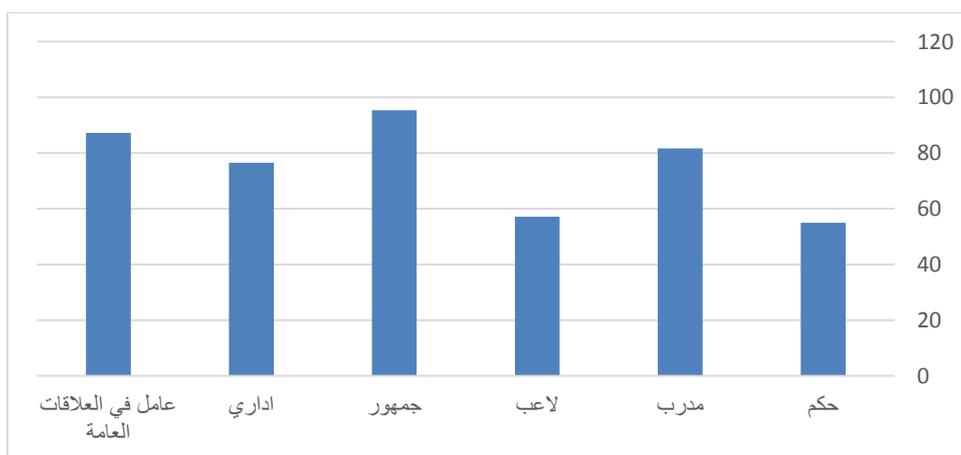
من خلال ما تم عرضه من النتائج يلاحظ أن رؤية العينة لدور ومهام العلاقات العامة في نشر الثقافة الرياضية تختلف وفقاً لأبعاد معينة وهو أن الاتجاه السائد لدى العينة ككل يتجه نحو محور وظائف العلاقات العامة والنظام الإداري وكفاءة العاملين بينما يكون الاتجاه على مستوى الحكام نحو محور روابط المشجعين، ويعزو الباحث هذه النتيجة أن بعض الحكام في المباريات يعيشون تحت ضغوط الجماهير من جنوح في الكلام وخروج عن المألوف مما يسمح لهذه الضغوط في التأثير على نتائج المباريات إرضاء لهذه الجماهير، وعلى مستوى المدربين والجماهير نحو محور وظائف العلاقات العامة، وهذا يتفق مع نتيجة (Khalaf, 2011) حيث اعتبر محور وظائف العلاقات العامة هو قلب العملية الإدارية وإن وظيفة التخطيط تزيد من رصانة عمل العلاقات العامة لتحقيق الأهداف الموضوعية، وعلى مستوى اللاعبين نحو محور النظام الإداري وكفاءة العاملين، كما يتفق هذا مع ما توصلت إليه (Nasser, 2015) إلى ضرورة التوجه نحو النظام الإداري، وعلى مستوى الإداريين يكون محور روابط المشجعين، وهذا يتفق مع (Jradat & Alshami, 2009) حيث وجدوا أنه في حال عدم وجود الجمهور لا يكون هناك نشاط للعلاقات العامة، وعلى مستوى إداريين العلاقات العامة نحو محور ألية التخطيط ووسائل الاتصال، وهذا يتفق مع نتيجة (Lounis, 2011) بأن الاتصال عملية حيوية وضرورة حتمية لأية إدارة علاقات عامة أو للمنظمة ككل بحيث لا يمكن تصور علاقات عامة دون اتصال، فمن خلاله يتم نقل المعلومات والأفكار والآراء، ومن خلال إجراء تحليل التباين بين المحاور للعينة كلها نلاحظ من خلال الجدول أنه لا توجد فروق بين الفئات بما يتعلق بمحاور النظام الإداري وكفاءة العاملين، وألية التخطيط ووسائل الاتصال، وربط المشجعين، وتوجد فروق ذات دلالة معنوية بين الفئات بما يتعلق بمحور وظائف العلاقات العامة.

وللتعرف على مكن الفرق بالنسبة لهذا المحور استخدم تحليل التباين Anova Kruskal-Wallis كما هو مبين في الجدول (3):

جدول (3) تحليل التباين لمحور وظائف العلاقات العامة بحسب نوع العمل

نوع العمل	مجموع الرتب	متوسط الرتب	العدد	نوع العمل					
				حكم	مدرّب	لاعب	جمهور	اداري	عامل في العلاقات العامة
حكم	549.5	54.95	10	1	1	1	0.13	1	0.80
مدرّب	1061.5	81.65	13		1		1	1	1
لاعب	3598	57.11	63			1	0.002	1	0.16
جمهور	2193.5	95.37	23				1	1	1
اداري	1300.5	76.5	17					1	1
عامل في العلاقات العامة	1308	87.2	15						1

نلاحظ من خلال الجدول (3) وجود فرق معنوي بين الجمهور واللاعبين بالنسبة لمحور وظائف العلاقات العامة ولصالح اللاعبين. حيث يعتبر من أهم هذه الوظائف الدعوة لتجنب العنف ونبذ الشغب في الملاعب ومحاربة العادات الخاطئة في الميدان الرياضي والذي يظهر من خلال غضب الجمهور من أداء فريقها مما يؤثر سلباً على أداء هؤلاء اللاعبين، كما اتفقت مع (Khief، 2017) ذلك من خلال نشر ثقافة الروح الرياضية والقيم السامية بين اللاعبين وتساهم أيضاً في التعريف بالقوانين والتقليل من العنف والتعصب وذلك بنشر النصائح والآراء كم تساهم في خلق علاقة بين اللاعب والجمهور تعمل على تخطي العقبات والمشاكل التي تعيق اللاعب المحترف. وهذا يؤكد صحة الفرض الأول الذي ينص على: "توجد فروق ذات دلالة معنوية في مستوى ودور العلاقات العامة في اتحاد كرة القدم السوري وبعض من الأندية في نشر الوعي الرياضي، من وجهة نظر العاملين (الحكام، الخبراء، الإداريين، اللاعبين، الجماهير)".



الشكل (2) محور وظائف العلاقات العامة بحسب نوع العمل

للتعرف على مدى إسهام كل محور من المحاور في نشر الثقافة الرياضية، والمقارنة بين المحاور من أجل معرفة أي من المحاور يسهم بشكل أكبر في نشر الثقافة الرياضي تم اجراء تحليل التباين Anova حيث جاءت النتائج كما هو مبين في الجدول (4):

الجدول (4) اختبار تحليل التباين بين محاور البحث

مستوى المعنوية	قيمة F	متوسط المربعات داخل مجموعات	درجة الحرية داخل مجموعات	مجموع المربعات داخل مجموعات	متوسط المربعات بين مجموعات	درجة الحرية بين مجموعات	مجموع المربعات بين المجموعات	مقارنة بين المحاور
0.01	4.09	0.21	560	116.18	0.85	3	2.54	

تبين نتائج تحليل التباين انه يوجد اختلاف بين المحاور الأربعة في نشر الثقافة الرياضية حيث بلغت قيمة F 4.09 ومستوى الدلالة 0.01 وهذه القيمة دالة احصائيا لأنها أصغر من 0.05 وللتعرف على مكامن هذا الاختلاف تم اجراء تحليل LSD المبين في الجدول رقم (5):

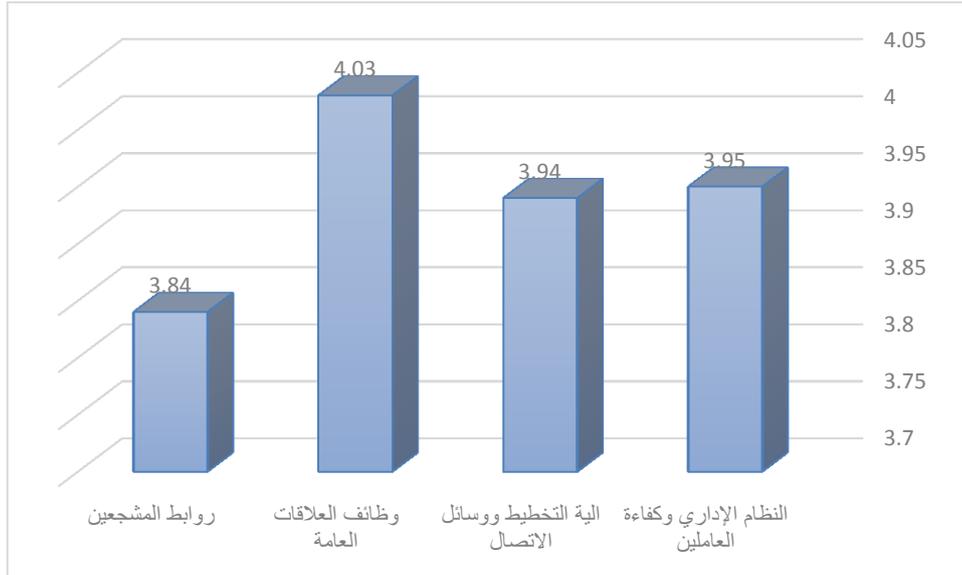
الجدول (5) مقارنة المحاور باستخدام اختبار أصغر فرق معنوي

روابط المشجعين	وظائف العلاقات العامة	اللية التخطيط ووسائل الاتصال	النظام الإداري وكفاءة العاملين	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
0.04	0.15	0.96	1	0.45	3.95	النظام الإداري وكفاءة العاملين
0.05	0.13	1		0.48	3.94	اللية التخطيط ووسائل الاتصال
0.00	1			0.49	4.03	وظائف العلاقات العامة
1				0.39	3.84	روابط المشجعين

يبين تحليل التباين LSD أن مدى اسهام محور روابط المشجعين اقل من مدى اسهام محور النظام الإداري وكفاءة الموظفين (3.95)، ومحور الية التخطيط ووسائل الاتصال (3.94) ومحور وظائف العلاقات العامة (4.03)، كما نلاحظ أن محور وظائف العلاقات العامة تسهم في نشر الثقافة الرياضية بشكل أكبر من باقي المحاور، وهذا يتفق مع ما توصلت إليه (Zidan، 2014) أن الوظائف الأساسية لوظيفة العلاقات العامة تظهر في التعاون المتبادل بينها وبين إدارة الأنشطة الرياضية، كما تتفق مع نتيجة (Khalaf، 2011) حيث اعتبر محور وظائف العلاقات العامة هو قلب العملية الإدارية وإن وظيفة التخطيط تزيد من رصانة عمل العلاقات العامة لتحقيق الأهداف الموضوعية، كما اتفقت مع (Almouji، 2005) إن وظيفة العلاقات العامة لم تلق الاهتمام الكافي إلا في النصف الثاني من القرن الماضي، فقبل ذلك كانت تمارس على اساس المهارة وعلى اساس انها فن يؤثر في الجماهير، اما بعد الحرب العالمية

الثانية فقد تطورت إلى مهنة حديثة ووظيفة إدارية يقوم بها متخصصون في ذلك المجال، كما تتفق هذا مع ما توصلت إليه (Nasser، 2015) الى ضرورة التوجه نحو النظام الإداري الذي جاء في المرتبة الثانية من حيث الأهمية كمحور أساسي في العمل داخل الهيكلية المقترحة والوحدات المكونة له، وأن كفاءة العاملين هي التي تشكل اهتمام عمل العلاقات العامة في المؤسسات الرياضية في الجمهورية العربية السورية، كما اتفقت مع نتيجة (Alanzi، 2006) تزايد الاهتمام بوظائف العلاقات العامة حيث أصبحت تحظى بمكانة متميزة لدى الشركات والمؤسسات ومختلف القطاعات وأن الهيكل الإداري والتنظيمي للشركات الأكثر نجاحاً في العالم هو من قسم العلاقات العامة. كما لاحظ الباحث من خلال النتائج وجود ضعف في محور وسائل الاتصال الذي احتل المرتبة الثالثة وهذا يتفق مع ما توصلت إليه دراسة (Jawad، 2011) وهو وجود ضعف في الاهتمام بوسائل التواصل الجماهيرية في دور التنظيم الداخلي للعلاقات العامة في تطوير عمل الأندية الرياضية في بغداد، كما اتفقت مع دراسة (Sandin، Simolin، 2006) والتي خلصت إلى أن المصارف لا تعرف نشاطات التواصل عندها كعلاقات عامة وإن كانت تستخدمها بدرجة عالية كما توصل (Gordon، 2010) إلى أن مختصي العلاقات العامة يقيمون وسائل التواصل الاجتماعي أكثر مما يستخدمونها في الواقع.

كما يظهر الجدول أن الفروق بين محور روابط المشجعين وباقي المحاور هي فروق معنوية، وإن ضعف دور روابط المشجعين في نشر الثقافة الرياضية يعكس قصوراً في أداء العلاقات العامة في التواصل مع روابط المشجعين والقيام بدورها بتنقيف الجمهور ونشر ثقافة رياضية تقوم على أسس علمية وتربوية صحيحة بعيدة عن التعصب والعنف، وهذه النتيجة تتفق مع ما جاء في دراسة (أحمد ورشيد، 2019) من حيث "تدني مستوى الثقافة الرياضية لدى الجماهير في بعض المدن العراقية، وفي هذا الصدد يرى (الغامدي، 2007) أن الأندية تستخدم الاتصال المباشر للتواصل مع الجمهور وتعتمد على فن "الخبر" في التعامل مع الجمهور، حيث يعزو الباحث هذه النتيجة أن وظيفة العلاقات العامة شهدت تطوراً كبيراً حيث تحولت من ممارسة ومهارة إلى مهنة مهمة حديثة تخصصية يقوم بها متخصصون بهذا المجال من حيث البحث والتخطيط والاتصال والتنسيق والتقييم للسعي للوصول إلى الأهداف المنشودة في تطور الرياضة السورية على الصعيد المحلي والدولي، وعكس صورة إيجابية للمجتمع السوري الرياضي من كافة الشرائح (لاعبين، إداريين، جماهير، مدربين، حكام) مما يساهم في نشر الثقافة الرياضية وبالتالي زوال العقوبات والصعوبات التي تواجه المنتخب والأندية السورية والبروز في المحافل الدولية، وهذا يؤكد صحة الفرض الثاني الذي ينص على: توجد فروق ذات دلالة معنوية بين محاور البحث (النظام الإداري وكفاءة العاملين، البنية التخطيطية ووسائل الاتصال، وظائف العلاقات العامة ودورها التربوي والتنقيفي، روابط المشجعين)، في مدى إسهامها بنشر الثقافة الرياضية. ولصالح محور وظائف العلاقات العامة ودورها التربوي والتنقيفي.



الشكل (3) المقارنة بين المحاور

الاستنتاجات والتوصيات:

الاستنتاجات:

- 1- يوجد ضعف في أداء العلاقات العامة سواء في الاتحاد أو الأندية لمهامها في نشر الثقافة الرياضية لدى الجماهير.
- 2- تدني مستوى الثقافة الرياضية عند الأفراد ذات الصلة بالاتحاد والأندية الرياضية والجماهير مما يؤثر سلباً في نشر الثقافة الرياضية.

التوصيات:

- 1- وضع الخطط المناسبة التي من شأنها النهوض بأداء إدارة العلاقات العامة على مستوى الأندية والاتحاد.
- 2- إقامة دورات تدريبية للعاملين في إدارة العلاقات العامة في المجال الرياضي لتطوير مهاراتهم وإمكاناتهم.
- 3- الاستفادة من التطورات الجارية في مجال تكنولوجيا الاتصال الحديثة لتطوير التواصل بين الاتحاد والأندية وجماهيرها.
- 4- الاعتماد على الكفاءات العلمية لتطوير عمل العلاقات العامة.
- 5- وضع أسس علمية لقيام العلاقات العامة بأداء دورها في نشر الثقافة الرياضية.
- 6- ضرورة عقد برامج وندوات عمل خاصة في داخل الاتحاد السوري لكرة القدم والأندية التابعة له بوجود ممثلي الفئات الجماهيرية بخصوص أهمية الرياضة وما لها من أثر في تحسين الحياة الاجتماعية والصحية والثقافية وخلق روح الوطنية.

References:

1. Abu Asbaa, Salih Khalil, Communication and Media in Contemporary Societies, (5th Edition, Majdalawi House for Publishing and Distribution, Amman, Jordan, 2006.
2. Ahmad, Muhammad Shihab and Rashid, Salam Hantoush, A study of the reality of sports riots in football stadiums from the viewpoint of the sports masses, Anbar

- University Journal of Physical Sciences and Sports, Volume 4, Issue 19, Pages 255-262. 2019.
3. Al-Dulaimi, Abdul-Razzaq Muhammad (2011): Introduction to Public Relations, House of Culture for Publishing and Distribution, Amman, Jordan.
 4. Al-Dulaimi, Abdul-Razzaq, Muhammad (2005): Public Relations - A Contemporary Vision, Wael Publishing and Distribution House, First Edition, Amman, Jordan.
 5. Al-Ghamdi, Ali bin Hamdan, "The reality of practicing public relations roles in Saudi sports clubs", unpublished master's thesis, King Saud University, Riyadh, 2007.
 6. Al-Qadoumi, Al-Amad, Muhammad, Suleiman (2016): "The level of sports culture and its relationship to the sports identity of students of the Physical Education major," published research, An-Najah University, Nablus, Palestine
 7. Al-Shafei, Hassan Ahmed; Morsi, Suzan (2003): Field Applications of Public Relations in Physical Education and Sports, Dar Al-Wafa for the Printing World, 1st Edition, Cairo, Egypt.
 8. Al-Zayoud, Khaled Mahmoud (2013): The Role of Watching Sports Satellite Channels in Disseminating Sports Culture among Yarmouk University Students, a published master's thesis, The Islamic University Journal for Educational and Psychological Studies - Scientific Research and Postgraduate Studies at the Islamic University - Gaza.
 9. Al-Zyoud, Khaled (2013): The Role of Sports Media in Raising the Level of Sports Culture for Jordanian Women, Zayed University, The Second International Scientific Conference on Social and Human Research and Studies in the Islamic World, the period 25-27 / 2/2013, the United Arab Emirates.
 10. Amalia ,P. ,& Tatiana ,D. (2017). PUBLIC RELATIONS IN SPORTS. A CASE STUDY. GYMNASIUM ,14(2).
 11. Ben Amer, Iman (2016): The Role of Public Relations in Activating Domestic Tourism, Faculty of Social Sciences and Humanities, University of Moulay El-Taher, Algeria.
 12. Bird Mike, Khadour's translation, Hussam El-Din (2008): The Department of Public Relations, Mazzeh Oriental Villas, Al-Farabi Street / 87, First Edition, Damascus, Syria.
 13. Bouashri Amna, Salem Barkahem (2015): Cultural Change Through Public Relations, An Evaluation Study of Algerian Ministries, Algerian Journal of Globalization and Economic Policies, Issue (6, Algeria).
 14. Ghania, Raheel, The role of public relations in developing the performance of the public institution, Faculty of Law, Department of Political Sciences, University of Mohamed Bougara, Algeria, 2015.
 15. Hawass, Mahmoud (): The Reality of Arab Culture in the Age of Globalization, Knowledge Magazine, Issue (521, Ministry of Culture, Damascus, Syria, 2007.
 16. Hussein Abdel-Hamid, Ahmed Rashwan, Culture, a study in cultural sociology, University Youth Foundation, Alexandria. 2006
 17. Ibrahim, Muhammad , Skills of Public Relations and Customer Service, First Edition, Hammurabi House, Al Israa House for Publishing and Distribution, 2009.
 18. Ibrahim, Qasim Khalil; Moawad, Wael , Sports Administration, Tishreen University, Lattakia, Syria, 2015.
 19. Jadallah Kishk Muhammad Bahgat, Public Relations and Social Service, without edition, House of Modern University Knowledge, Alexandria, Egypt, 2003.

20. Jalal, Salah al-Din, Marishish, Khaled, The role of interactive sports programs on Algerian television in developing sports culture among students of media and sports communication, Journal of Creativity Sports University, Al-Messila, Algeria. 2020
21. Jaradat, Abdel Nasser, and Al-Shami,: Foundations of Public Relations between Theory and Practice, Al-Yazouri Scientific Publishing and Distribution House, Amman, Jordan. 2009
22. Jarmon, Ali, The levels of sports education among students of the Institute of Sciences and Techniques of Physical Activities and Sports, University of Ouargla, published research, Journal of Human and Social Sciences, Institute of Sciences and Techniques of Physical and Sports Activities, Kasdi Mirbah University, Ouargla, Algeria. 2015
23. Jawad, Sundus Musa (): "A study of the role of the internal organization of public relations in developing the work of sports clubs," Contemporary Sports Journal, No. 14, Volume Ten, Baghdad2011.
24. Judeh, Mahfouz (2008): Public Relations - Concepts and Practices, 4th Edition, Amman, Jordan.
25. Khaif, Muhammad Zakaria (2017). The role of sports media in spreading sports culture among Algerian youth, unpublished MA thesis, University of Oum El Bouaghi, Algeria.
26. Khaira, Barakat, Hayat, and Mazzouzi (2016): Strategic Planning for Public Relations and its Role in Improving the Organization's Mental Image, Faculty of Social Sciences and Humanities, Algeria.
27. Khalaf, Naseer Qassem (2012): "A suggested model for managing public relations in sports institutions in Iraq," Science Riyadh Magazine, Issue 4, pp. 60-84.
28. Lahlouh, Sama Walid Muhammad, Salman (2017): The role of the media in spreading sports culture among students of Palestinian universities in the West Bank, College of Graduate Studies, An-Najah National University, Palestine.
29. Mesra, Jassim Khalil. Attitudes of the public towards the role of sports media in raising awareness among the sports public, European Journal of Sports Science Technology - International Academy of Sports Technology in Dubai, P (1), Dubai, UAE. 2014
30. Moawad, Wael, Public Relations Management, a university hope for masters students in the Department of Sports Administration, College of Physical Education, Tishreen University. 2012
31. Nadim, Maysa Ahmed, Mahdi, Ismail (2012): Sports culture and its relationship to psychological and social harmony among fifth-stage students at the Teacher Education Institute - Diyala, published research, Journal of Education Sciences, third issue, fifth volume, Iraq.
32. Nasser, Reham, A proposal for a new structure for the public relations management system in sports institutions in the Syrian Arab Republic, an unpublished master's thesis, Faculty of Physical Education, Tishreen University, Lattakia, Syria. 2015
33. Nouredine, Batat, The role of sports media in spreading sports culture among students of the sciences and techniques of physical and sports activities, Tahadi Magazine, Issue No. 15, Mohamed Boudiaf University, Al-Musliah, Algeria. 2019.
34. Saad, Marzouq, Mostafa, Tunisian, Ahmed, Abdel Hafizi (2020): The Contribution of Public Relations in the Tourism Industry, Al-Maidan Journal for Humanities and Social Sciences, Volume Three, Jafilah University, Algeria.

35. Saidi, Abdullah bin Khamis, Al-Hinaia, Marwa bint Muhammad (2014): the level of scientific culture among students of the eighth grade basic, a comparative study between government and private bilingual schools in the Sultanate of Oman, Journal of Educational Sciences, Volume 26, Sultan Qaboos University, Oman.
36. Shaker, Nabil Mahmoud, and Shehaza, Othman Mahmoud (2009): The role of watching satellite sports channels in spreading sports culture among students of Diyala University, published research, Al-Fath Magazine, Issue forty-third, College of Physical Education / Diyala University, Iraq.
37. Shamrock, Nabil and Karasneh, Daraa , The role of sports programs on Jordanian television in spreading sports culture among secondary school students in the governorate of Irbid, published research, Journal of Comprehensive Education Research, Volume One, College of Physical Education for Girls, Zagazig University, Egypt,2011.
38. Yassin, Gerbelo, The Role of Public Relations in Dealing with Marketing Risks, Faculty of Economic Sciences, Al-Arabi Bin Mahdi University, Algeria. 2016.
39. Yusef, Mahmoud, Junaid, Hanan, Ajwa and Ibrahim, Public Relations Management and Planning,2000.
40. Zaidan, Afif, and Al-Jallad, Hasna, The level of scientific education among science teachers in the basic stage in Tulkarm Governorate, Journal of Educational and Psychological Sciences, University of Bahrain, Palestine, 2007:.
41. Zidan, Iman Said, Naseer, “A proposed model for activating public relations functions in achieving the goals of managing sports activity in sports clubs in Alexandria Governorate”, unpublished Master Thesis, Alexandria University, Alexandria. 2013.