

0/5 الفصل الخامس

تقييم برنامج الترويج الرياضي

1/5 مقدمة.

2/5 أهداف تقييم برامج الترويج الرياضي.

3/5 استخدامات تقييم برنامج الترويج الرياضي.

4/5 موضوع تقييم برامج الترويج الرياضي.

5/5 قياس محتوى وتأثير البرنامج (كفاءة).

0/5 الفصل الخامس

تقييم برنامج الترويج الرياضي

1/5 مقدمة

إن عالمنا قد ازداد تعقيداً، لذلك فإن تخطيطنا لبرنامج الترويج الرياضي يحتاج لمقياس النجاح، وقد وصلنا إلى تلك النقطة في عملية التخطيط حيث الأعمال التي خططنا لها في برامجنا في المراحل السابقة هي التي تحدث الآن، وفي هذه الخطوة من هذه العملية، يجب أن نلاحظ ونقيم، وهذه الخطوة نسميها تقييم برنامج الترويج الرياضي.

يبدأ تقييم برنامج الترويج الرياضي عندما يبدأ المخطط في تطبيق البرنامج. وتستمر حتى تظهر نتائج التقييم. هل يجب تغيير البرنامج أو سوف يستمر التطبيق، ويتم اتخاذ القرارات من نتائج التقييم ما- دام هذا لا يتعارض مع الخطة الأصلية. إن القرارات المشتقة عن التقييم تتعلق بتحسين جودة خدمات البرنامج المتعلقة بالمؤسسة، وكذلك تحديد قيمة النفقات على تلك الخدمات، حيث أن معظم قرارات البرنامج مبنية على أساس التقييم.

على الرغم من أن عملية التقييم واحدة من أهم خطوات التخطيط لبرنامج الترويج الرياضي، وهي الأقل فهماً والأكثر تعقيداً من جانب خدمات البرنامج، لقد تم مناقشتها واستخدمت في عملية التخطيط، وهذا ربما ينتج عن رؤية غير واضحة لما هو التقييم بالضبط، وما يجب أن يكون عليه، على سبيل المثال: ذكر تعريفات عديدة لعملية التقييم في أدبيات الترويج الرياضي نتج عنها قلة وضوح النتائج، وهذه النتائج هي:

- التقييم هو عملية قياس، فالتقييم يتطلب تطوير أداة جمع البيانات التي يمكن مقارنتها مع بعض المؤشرات المستخدمة.

- التقييم هو مطابقة الأداء والأهداف.
- التقييم هو حكم متخصص لمزايا البرنامج.
- التقييم هو تحديد القيمة من أجل إنتاج التغيير في المشاركة أو المؤسسة، إنه قياس المرغوب وغير المرغوب من النتائج من أجل زيادة الدافعية.
- التقييم هو الخطوة الأخيرة في عملية صناعة القرار، الذي يكون هدفه الوحيد، هو تقديم تقرير ملخص للبيانات النافعة لصانعي القرار من أجل الاختيار من بين البدائل.

يتطلب من كل واحد من التعاريف السابقة، إقامة الحكم والتقييم، بعبارة أخرى، فالتقييم يحاول تقديم شيئاً جديداً ذات قيمة، ويبدو أن هذا متفق عليه. أما التناقض والاختلاف بين المعنى الأدبي والمخططين العمليين يأتي من محاولة تعريف التقييم بمصطلحات الغرض والاستخدام والوسائل. ونتجت المشكلة في الحقيقة من تقييم بعض المخططين لبرامجهم في الماضي بطريقة بسيطة عن طريق إحصاء المشاركين في البرنامج، إن القيمة الحالية لعملية إحصاء المتخصصين أجبرت المخططين على تطوير مقاييس الجودة والكفاءة في أثناء عملية التقييم، حيث يتوقع الآن المخططون القدرة على تقييم ما يحدث بالفعل عن طريق المشاركة كنتيجة لخبرة المشاركين في برنامج خاص، بالإضافة إلى عملية تقييم البرنامج وقياس مدى الصلاحية. ومن هنا نقدم تعريف تقييم برنامج الترويج الرياضي طبقاً لما يلي:

" تقييم برنامج الترويج الرياضي ، هو عملية مستمرة، حيث تُجمع معلومات الأنشطة البدنية الترويحية، وما يرتبط بها من أجل تقييم عالي الكفاءة للبرنامج والمحتوى، والتأثير لهذا البرنامج على المشاركين، وهذه

المعلومات تستخدم بعد ذلك في تحديد دقة برنامج الترويج الرياضي ، للوصول إلى الأهداف المسجلة، وبالتالي فإن قرارات البرنامج المستقبلية، ربما تكون حكيمة".

إن جوهر عملية المناقشة في أن عملية تقييم برنامج الترويج الرياضي، عملية مستمرة متعلقة بتقييم كفاءة البرنامج وفعاليته من أجل مقارنة أداء برنامج الترويج الرياضي والأهداف: وهذا يساعد في صنع القرارات المستقبلية، وبالتالي فإنه يستخدم الكفاءة في الكم، والكيف، حيث يتطلب الأمر تقديم مادة ترويجية بغرض استخدام التقييم، وبالتالي تكون المناقشة الرئيسية حول قياس كفاءة وفعالية البرنامج الترويجي الرياضي الذي يتم والذي تم تقديره جيداً؛ من أجل تقديم المساعدة العملية للمخطط أثناء عملية التقييم، ولذلك يناقش هذا الفصل أدوات التقييم المحددة وكيفية التعامل مع نتائج التقييم.

2/5 أهداف تقييم برامج الترويج الرياضي

يوجد أسباب للقيام بعملية تقييم برنامج الترويج الرياضي وهي تتراوح من أسباب شعورية إلى أسباب منطقية ونظرية. فإن الهدف من تقييم برنامج الترويج الرياضي هو الحكم النظامي وتقدير الأعمال الداخلية للبرنامج من أجل الحصول على المعلومات والبيانات التي تخبرنا، هل أن المخطط حصل على نتائج البرنامج؟ وهل سوف يستمر في عملية التطبيق أم لا؟ فإن السبب الأساسي في اشتراك المخطط في عملية التقييم، هو أن يصبح أكثر مهنية وأكثر فاعلية في مقابلة احتياجات برنامج الترويج الرياضي، بالنسبة للمجتمع وللمشاركين.

هناك واحداً (الهدف الأول من عملية التقييم) من الأسباب الجوهرية لتقييم برنامج الترويج الذي تحدد سواء القيام به أم لا؟ وهل البرنامج

يحقق أهدافه؟ ومن هذا المنطلق الآن هو الوقت المناسب لتحديد قدرة برنامج الترويج الرياضي على مقابلة الأهداف التطبيقية المحددة التي جاءت في الخطوة الثانية من عملية التخطيط. إن التقييم هو العملية التي تشكل أساس لكل من البرنامج وكذلك القياسات التفصيلية وجمع البيانات، وهذا يعني تأكيداً كبيراً إلى الحاجة للدقة والأهداف والمعرفة، ففي الحقيقة هناك بعض النظريات في عملية التقييم، تعتبر بأن التقييم هو الحجر الأساسي لعملية وضوح وتأمين الأهداف. حيث يجب على المخطط أن يذكرها بصورة واضحة، وأن يكون هناك إصرار على معرفة مدى تحقق تلك الأهداف. إن العبارات التي تكتب في أثناء عملية التخطيط في الخطوة الثانية لتقديم البرنامج ومؤشرات الأداء، تحتاج إلى أن تكون واضحة بصورة كافية لمعرفة مدى نجاح قياس البرنامج.

الهدف الثاني من عملية التقييم، تكون أهداف التقييم صالحة بصورة متساوية عند العودة إلى عملية قياس الأهداف، فالتقييم يحدد ما إذا كانت الأهداف المكتوبة، هي الأهداف الفعلية التي يحققها البرنامج، وإذا كان كذلك، فهل تلك الأهداف مناسبة؟ ووفقاً لما ذكره سيوبالد Theobald 1979م. " إن تحديد أهداف البرنامج لا تتقابل مع أسباب النجاح أو الفشل"، وقدم قرصة أخرى للمخطط ليدرس الأهداف ذاتها، وأنه من الخداع أن بعض أهداف برنامج الترويج الرياضي لا تتحقق بسبب أن المخطط أو المشاركين في البرنامج، لم يتعرفوا على تلك الأهداف، ونتيجة لذلك فإن خطوة التقييم ينتج عنها إعادة التعريف بالأهداف.

إن الخط السفلي لعملية التقييم يحدد إذا كانت هناك أهداف للبرنامج يتم إدراكها حالياً أم لا.

الهدف الثالث من عملية التقييم، يركز على تناول التجديد. وتاريخياً
فإن معظم برامج الترويج قد تم تقييمها من النقطة الموضوعية. إن القادة
والمشاركين في برنامج الترويج الرياضي يتم سؤالهم بصورة بسيطة عن
مدى رضاهم عن البرنامج العملي أو بدرجة أسوأ. إن القادة قاموا باختبار
نجاح البرنامج عن طريق سؤال المشاركين عن شعورهم كيف يميلون إلى
قضاء وقت فراغ جيد. فالغرض الموضوعي من تحديد كفاءة برنامج
الترويج الرياضي، مبني على أساس افتراض اختبارات الرضا وجودة
وكفاءة الخدمات التي يقدمها البرنامج. مثل هذا التقييم الموضوعي؛ يمكن
أن يؤدي إلى سوء القيادة، بسبب أن التعبير عن الرضا يمكن أن يكون غير
مؤثر في خصائص البرنامج، ونتيجة لذلك، فإن الغرض الثالث للتقييم، هو
دمج الأهداف النظامية والأهداف الموضوعية من أجل الحصول على فهم
نافع عن كفاءة البرنامج.

الهدف الرابع من عملية التقييم، هو تقديم مخطط نظامي أو طريقة
يمكن بها إنتاج معرفة دقيقة يمكن الاعتماد عليها، إن هدف عملية التقييم
هو التزويد بدليل متكامل نظامي عن قدرة البرنامج في تحقيق الأهداف
المنصوص عليها وبالتالي، فإن التقييم "هو أحد الوسائل العملية للبحث"
سبوالد Theobald 1979م إن البحث هو مجال الاستقصاء عن طريق
توظيف الطرق العلمية من أجل تحقيق الأهداف، الذي يكون على أساس
موضوعي نظامي متكامل على قدر الإمكان.

الهدف الخامس من عملية التقييم، هو المساعدة على اتخاذ القرار،
حيث أن تطوير وتطبيق برنامج الترويج الرياضي، يتطلب اختيار عمل
محدد من البدائل، ولكي نختار من بين البدائل؛ فإن المخطط يحتاج إلى
تطبيق عملية اتخاذ القرار والتي تعتمد على سلوك التقييم كما هو الحال

عند عجز الميزانية، أو المرافق الجديدة، أو الحاجة إلى القادة أو تغيير المؤسسات. فإننا نحتاج إلى زيادة في عملية التقييم لمساعدة المخطط على اتخاذ القرارات والتي تعتمد على سلوك التقييم كما هو الحال عند عجز الميزانية، أو المرافق الجديدة، أو الحاجة إلى القادة أو تغيير المؤسسات. فإننا نحتاج إلى زيادة في عملية التقييم لمساعدة المخطط على اتخاذ القرارات بما ينفع البرنامج وإمكانية تحقيق الأهداف ويتمشى مع إمكانيات الممارسين للأنشطة البدنية والنفسية والاجتماعية الترويحية. وبهذه الطريقة، فإن التقييم يساعد المخطط على صنع القرارات التي تخص جهود البرنامج الترويحي الرياضي المستقبلي.

الهدف السادس من عملية التقييم في أن التقييم المشتمل في عملية التخطيط لبرنامج الترويحي الرياضي، يجعل من المؤسسة أفضل نشاطاً ترويحيًا. إن التقييم يحدد جودة الخدمات التي تقدمها الجهات المعنية بالترويحي الرياضي. وكيف تتكامل؟ وعندما تُستخدم بحكمة فإن التقييم يشجع فريق العمل على النمو والتعليم، وتحقيق سياسات مرنة، وأنظمة داخلية وتقدير الكفاءة الشخصية، وعلاقتها بالخدمات التي تقدمها المؤسسات، وتطوير فلسفتها وتقدير الخصائص المادية المتوفرة لديها، وتجنب ضياع النفقات بشكل غير مرغوب. إن التقييم النظامي للبرنامج الترويحي الرياضي، يمكن أن يساعد الجهات المعنية في تحسين خدمات البرنامج وكذلك في العمليات المرتبطة بذلك.

وهناك هدف أخير هو الهدف السابع لعملية التقييم وهو المشاركة البسيطة الخالصة للنتائج تجعل هناك خبرة متخصصة في الترويحي. فإن المفاهيم والأفكار غير الصالحة والفهم عن طريق معنى التقييم، فإن هذا الهدف من التقييم يكون هو زيادة الحصول على المعرفة عن طريق

الممارسة وقياسها للممارسة الحالية، وبذلك فإن قاعدة المعرفة تكون ذات أطار أقوى.

يعتمد نجاح المخططين على تأثير وكفاءة برامجهم، وهل البرنامج الترويحي الرياضي تتكامل فيما يرغب أن يحققه المخطط؟ وهل يجب أن تتوسع أو تُقَطع أو تُحمى؟ ويتلخص أهداف التقييم الترويحي الرياضي في النقاط التالية:

- تحديد انجاز البرنامج ومؤشرات الأداء.
 - تحديد الأهداف المناسبة ذاتها.
 - تقدير حساسية المؤشرات الموضوعية وتقدير البرنامج.
 - تحقيق الثقة عن طريق تقدير البرنامج بأدلة موضوعية نظامية.
 - المساعدة في صناعة القرار.
 - تحسين المؤسسة ذاتها.
 - زيادة المعرفة المتخصصة من أجل تحسين الممارسة الحالية.
- بالإضافة إلى جميع الأسباب التي تمت مناقشتها فهناك عدد من المفاهيم الخاطئة من أسباب استخدام التقييم هي:
- التأجيل وتجنب اتخاذ القرار.
 - تجنب المسؤولية أو النقد.
 - العلاقات العامة.
 - المتطلبات الكبيرة وزيادة وضع المؤسسة المجتمعي.

حيث أن إستراتيجية إرسال الموضوع للتقييم ليس لها علاقة بأهداف التقييم الموضوعية، فاستخدام التقييم كاستثناء من أجل تجنب صناعة القرار، أو اتخاذ فعل معين، ليس مهنيًا أو سلوكيًا متخصصًا، يمكن كذلك استخدام التقييم لتجنب المسؤولية بنفسه، وكما أكد كثير من الخبراء المهنيين، فإن العلاقات العامة الجيدة ضرورية لبرنامج الترويج الرياضي. على الرغم من الدعوة للتقييم، فإن المخطط يعتقد أنه عملية إيجابية للفت نظر المؤسسة، إلى العلاقات الجيدة مع الداعمين لها عن طريق تقييم غير مناسب في الوقت والنقطة، بالإضافة إلى أن التواصل لدراسة التقييم ببساطة كوسيلة لكسب المال ليس طريقة عادلة، وفي النهاية فإن المؤسسة الفقيرة في برنامج الترويج الرياضي، التي لديها فريقًا غير مُعَدَّ يعزز من وضعها الاجتماعي، وهذا العمل يحاول تعزيز برنامجًا ضعيفًا عن طريق التقييم للجوانب القوية فقط.

3/5 استخدامات تقييم برنامج الترويج الرياضي

يعتبر تحديد العلاقات بين التخطيط للبرنامج والنتائج المرغوب فيها، أحد فوائد التقييم فإن الاهتمام الرئيسي بمساعدة برنامج الترويج الرياضي الشخصي في التخطيط وتعديل الأنشطة من أجل زيادة تحقيق الأهداف، بالإضافة إلى أن التقييم له عدد من الاستخدامات المحددة، اقترح كوستن 1961 Kosten م عشرة أمثلة لتقييم البرنامج هي:

- (1) لإقناع الآخرين بأن هذا البرنامج جديد.
- (2) لتحديد هل البرنامج يتحرك في المسار الصحيح أم لا؟
- (3) لتحديد احتياجات البرنامج التي صممت من قَبْل، هل هي مرضية أم لا؟

(4) للاستشهاد للمشروعات القديمة.

(5) لتحديد النفقات الخاصة بالبرنامج، وأيضًا الجهود البشرية.

(6) للحصول على الدليل الذي يكون مفيدًا للآخرين، فيما يُعتقد بالفعل صوابًا، ويخص فاعلية البرنامج.

(7) لدعم التوسع في البرنامج.

(8) لمقارنة أنواع مختلفة من البرامج متصلة في التأثير.

(9) لمقارنة طرقًا مختلفة للبرنامج من حيث الفاعلية.

(10) لإقناع شخصًا ما يحتاج إلى دليل على الفاعلية.

تلك الظروف العشرة يمكن أن ننظر إليها كقاعدة منطقية لعملية تقييم برنامج الترويج الرياضي. إن التقييم يجب أن يزود المخططين بالمعلومات من أجل الإجابة على الأسئلة التالية:

• هل يجب أن يستمر هذا البرنامج مع الضعيف، أو أن هناك بديلاً يمكن الاستغناء عنه؟

• هل الموارد القليلة للبرنامج يمكن زيادتها؟

• هل يمكن أن يعمل البرنامج مرة أخرى بصورة كاملة أو أن هناك نمواً في المدة الزمنية.

إن عملية تحديد متى نجيب عن هذه الأسئلة، تمكننا من الإجابة الجيدة عن دراسات التقييم.

هناك موضوعان اثنان متعلقان بالتقييم وهما: العملية والنتيجة. فعلمية التقييم تتم خلال تطوير البرنامج وتطبيقه، من أجل السماح بتحسين البرنامج قبل الاستمرار فيه، فعلمية التقييم تمدنا بمعلومات تسمح للمخطط

باتخاذ قرارات محددة بسيطة عن كفاءة البرنامج وقدرته في تحقيق الأهداف، وبالتالي، فإن هذا البرنامج يتطلب الدراسة أكثر من مجرد مقارنة بسيطة بين الأهداف والنتائج.

إن مثل تلك المقارنة، هي عملية تقييم للنتائج وتستخدم فقط بعد تطبيق البرنامج، فإن تقييم النتائج يكون مفيداً في تقديم معلومات عن الفعالية الكلية وكفاءة البرنامج عند قياسها في مقابل الأهداف المنصوص عليها، وهذه الطريقة تكون نافعة عملياً عند المقارنة بين برنامجين اثنين أو أكثر، حيث أنها صممت لقياس أي البرامج يعمل وأيهما لا يعمل؟

بصورة مثالية، فإن الطريقتين يجب أن تعمل بالتوازي خلال عملية التقييم، فإن جهود التقييم لا يمكن أن تحدث منفردة، إن الخدمات الأفضل للبرنامج متاحة عندما يقوم المخطط بتبني كفاءة وفعالية البرنامج خلال حدوثه وبعد الانتهاء من تنفيذه.

4/5 موضوع تقييم برامج الترويج الرياضي

السؤال الذي يجب أن نسأله دائماً: ماذا نُقيّم؟ كل برنامج أو نشاط مخطط له في عملية الترويج لها قيمة لغرض معين، ولكنه يعطي إحساس قليل عند التساؤل. ماذا إذا كان برنامج محدد له قيمة بدون تحديد قيمة (لماذا)؟ فالتقييم يتعلق أساساً بامتداد البرنامج ومدى تحقيق أهدافه وأيضاً يمكن رؤيته كدراسة للغير، وفي ضوء هذا، فإن البرنامج نفسه هو العامل المعرض للتغيير، وهذا الهدف المنصوص عليه هو تأثير التغيير. ورؤية التقييم بهذه الطريقة تتطلب من المخطط أن ينظر إلى النتائج النهائية والوسائل التي أدت إلى تلك النهاية، وهذا التحديد عن ماهية البرنامج والتي يتوقع أن تنتج تلك النهاية.

نتيجة لذلك فإن التساؤل عن مدى تحقيق البرنامج لنتائجه بنفس الأهمية للتساؤل لماذا نجح البرنامج أو فشل؟ والنتيجة للجواب عن السؤال الأخير أحياناً تكون أكثر أهمية من السؤال عن مدى عمل البرنامج بصورة جيدة. فإذا نظرنا إلى التقييم كعملية من أجل التحسين أكثر من كونه إثبات عدم التحسن تيوبالد Theobald 1979م، والإجابة عن السؤال لماذا؟ أو كيف فشل البرنامج؟، تكون قيمة غير قابلة للقياس.

بالنسبة للتخطيط المستقبلي للموارد المتاحة، فإن النص السابق يحقق موضوعية التقييم من ناحيتين هما:

- الجانب الأول: قياس أدوات البرنامج، وقيمة كفاءة البرنامج ومحتواه الذي يجعل البرنامج قادرًا على النجاح أو الفشل. وقد جدولت هذا المقياس في كفاءة البرنامج.
- الجانب الثاني: هو قياس أهداف البرنامج، وتلك هي النتائج أو الدرجة التي تحققت بها أهداف البرنامج، وقد ذكرت ذلك في مقياس فعالية البرنامج.

5/5 قياس محتوى وتأثير البرنامج (كفاءة)

إن كفاءة البرنامج وتقييم محتواه واتجاهه تقارن بجهود الفعالية بمفهوم المال والوقت وفريق العمل والمرافق والمعدات. يجب أن يحدد مدى تحقق أهداف البرنامج لتقييم كفاءته عند قياسها في مقابل عدد وتكلفة الموارد المطلوبة، كيف حقق البرنامج اقتصاديًا الفعالية المرغوبة فيها؟ وهل يوجد برنامج آخر حقق نفس النتائج بتكلفة أقل؟

1/5/5 المساحات التي يجب تقييمها

هناك أربعة جوانب أساسية في تنفيذ البرنامج من الضروري أن تنجح. فأهداف البرنامج التي نقوم بتوجيهه. فإن عملية القيادة وجهاً لوجه حتى تجعل البرنامج بين أيدي المشاركين، والخصائص المادية والمعدات التي تساعد وتدعم البرنامج ومحتوى البرنامج ذاته، كل تلك المساحات يجب أن تملأ جيداً وبكفاءة. فإذا كان الهدف الكلي للبرنامج قد حقق التأثير المطلوب على المشاركة. على سبيل المثال فإن الإدارة تتعلق بإتمام التقييم لحظة البرنامج وتنظيم فريق العمل وتوجيهه والتدريب والتحكم في الجهد المبذول والطاقة والقوة الإبداعية.

• هل المؤسسة تُدار بما يتطلبه البرنامج لكي تعمل بكفاءة؟

• هل الأموال تُدار بطريقة حكيمة وإبداعية؟

وبسبب وظائف الإدارة التي تشتمل على التخطيط والتنظيم والتوجيه والتحكم في عمل الآخرين، فإن التقييم الإداري الكفاء، يجب أن ينفذ داخل إطار العمل، ومستوى الكفاءة هو الإمداد لإدارة المؤسسة حتى تتمكن من تطبيق رأى Reddin وهو:

• تعمل مع البدائل.

• تعمل كفريق مترابط ونظام متكامل.

• تكون متجددة.

• تكون مشروعات متكاملة.

• تقابل متطلبات الوظيفة.

• تعمل بالتوازي مع الإدارة الأخرى.

من الأهمية بمكان أن ندرك أن إدارة البرنامج يجب أن تقسم في الأهداف السابقة، وفي جودة الأهداف التي تتبناها الإدارة؛ سواء كانت أهداف القيادة متصلة جيدًا بفريق العمل الإداري أو ناجحة فإن القيادة الشخصية هي مفتاح العمل، حيث أن القيادة الضعيفة يمكن أن تدمر أكثر البرامج الجيدة التخطيط والإمكانيات، وهنا يمكن توجيه الأسئلة التي وضعها كرواس Kraus 1966م. وهي:

- اختيار فريق العمل المؤهل للعديد من مستويات المسؤولية.
- إعادة النظر ومراجعة فعالية فريق العمل كمرشد للتقدم في خدمة احتياجات التدريب وطموح المستقبل.
- تقييم تقنيات القيادة المحددة الطرق.
- التزويد بتوجيهات أساسية من أجل التحسين في أداء فريق العمل داخل كل قسم من الأقسام المشاركة.

إن تقييم فريق العمل في البرنامج ككل، يجب أن يتم على الأقل مرة في العام. فبعض المتخصصين في الترويج الرياضي ، يطالبون بأن تكون تلك العملية مشتملة على تقييم ذاتي، وتقييم للمشاركين، وتقييم للمشرفين. وعلى الرغم من أن التقييم الشخصي أظهر نتائج مفصلة بالنسبة للمخطط في الترويج الرياضي ، وبالنسبة للقيادة، ومثل هذا التقييم يجب أن يركز على ما يلي:

- القيادة العامة والخاصة.
- فعالية نظم القيادة.
- مقارنة مع الموظفين بالموازن لهم.

فإن المُخطَّط يجب أن يأخذ في الاعتبار طابع الظروف الخاصة بالموقف في أداء القائد.

عادة فإن القيادات في الترويج الرياضي يتم تقييمهم عن طريق مشرف فني يلاحظهم أثناء وظيفتهم، ويقوم بتقييم مرتبط بفترة زمنية، وهذا التقييم يكون أكثر موضوعية عند استخدام مستوى نسبي خاص بهم. ومثل تلك الاستمارة تحفظ في الملف الفردي للأشخاص، وهي تمدنا بقاعدة أساسية عن تقييم الأفراد، ووسائل الحكم عن مدى تحسنهم مع الوقت.

يشمل تقييم الموارد المادية مستوى كفاءة الإدارة والمرافق، ودقة تصميم المساحات والبناء والصيانة وغيرها من كماليات البرنامج ذاته ومن هذا المنطلق يمكن توجيه السؤالين التاليين:

• هل المعدات والمرافق آمنة؟

• هل تشارك في توجيه البرنامج؟

لقد اقترح شيفر 1967 Shiver م، بأن ما يحتاج إلى تقييم هو الأنشطة الداعمة المادية للبرنامج، ومدى دقتها وأمانها وصلاحيتها وقبولها للاستخدام، ومدى ملامتها وتعددتها في الاستخدام. إن أهمية استخدام المرافق والمعدات تشارك في البرنامج وتسير به لتحقيق أهدافه.

بالإضافة إلى أن الإدارة والقيادة والثروة المالية هي أوجه لتسيير البرنامج، وبالتالي يمكن تقييمه من خلال الأسئلة التالية.

• ما هو دقة الجدول الزمني؟

• هل المحتوى مناسب لما يرغب فيه المشاركون؟

• هل فنيات تسويق البرنامج فعالة في جذب المشاركين؟

- هل البرنامج مرتبط فعلاً باحتياجات المشاركين؟
- هل التجديدات يتم اختبارها؟
- هل البرنامج أو الحدث ينتقل بصورة بسيطة من نشاط إلى آخر؟
- هل محتوى تقييم البرنامج يتعلق بصورة مناسبة بالمشاركين وظروفهم؟

فمن الهام أن توضح خطوة التقييم في التخطيط، ونتيجة لذلك يكون تقييم برنامج الترويج.

إن المشاركين في البرنامج يجعلونه إما ناجحاً أو غير ناجح، فمواصفات المشاركة في البرنامج تتطلب تحليل لأجزاء البرنامج، مثل: القادة والمرافق والتعريف بجوانب الجذب للمشاركة في البرنامج بفعالية، على سبيل المثال: مدى دقة الأمان في البرنامج، مثل: برنامج ناجح في التجديف، أو برنامج ناجح لقيادة سباق السيارات.

2/5/5 المستويات

التقييم لتلك الأوجه الأربعة لكفاءة البرنامج يوجه عن طريق مستويات المقارنة، وتلك المستويات هي عبارة عن عبارات الحد الأدنى المرغوب فيه من الأداء في الموقف الحالي. وهذا يُمكن التقييم من المقارنة، إذا تم وضع الممارسات المرغوبة عقب ذلك فإن البرنامج يجب أن يكون فعالاً. واليوم فإن استخدام مستويات التقييم لبرنامج الترويج الرياضي شائع جداً، فهو يسمح بقياس كفاءة البرنامج وفق معايير خاصة، التي منها: عدد معين من المستشارين، وعدد معين من الكرات لفرق بعض الأنشطة الرياضية (كرة القدم على سبيل المثال)، وعدد معين من الملاعب للأطفال، وعدد معين من المقاعد للمشاركين، وعدد معين من سنوات

التعليم أو الخبرة للقائد، وهذا الأسلوب المتميز بخبرتنا بالمستويات التي يجب توافرها. ومجموعة المستويات عادة تكون أداة للقياس، وتتكون من قائمة من المراجعة مع أسئلة للمقابلة التي تخدم كدور داعم.

هذا النوع من التقييم يمكن استخدامه في مجال متزهات الترويج، حيث أنه غير مكلف ويتطلب القليل من البحث والتدريب ومهارات الأداء، ويسمح بالمقارنات على مستوى المنطقة، وحتى على المستوى القومي إذا كانت نفس المستويات يتم استخدامها. والصعوبة في استخدام تلك المقاييس للتقييم تنشأ عندما لا تفسر تلك المقارنات؛ فإن تفسير النتائج يعتبر عاملاً موجهاً لمستويات القياس بالنسبة للمستوى الشخصي، وأحياناً يكون عالمياً في طبيعته. والمعلومات المتوفرة تكون أكثر عمومية؛ مما يجعل من المستحيل قياس أهمية المكونات. ومستويات القياس عادة لا تسمح بالصالح المتساوي، ولكن يكون المختلف، نظراً لاختلاف التفسيرات، ربما هناك مستوى مناسب لأحد المؤسسات يكون مستحيلاً وغير مناسب لمؤسسة أو وكالة أو هيئة أخرى، لهذا السبب هناك دعوة لاستخدام تفسير لتلك المستويات.

في حين أن تلك المستويات الإدارية والقيادية الخاصة بالمرافق ومحتويات البرنامج في معظم الحالات قد تتطور الاستجابة للحاجة لمسئولية المتخصصين من أجل خدمة المؤسسة بالإضافة إلى المنظمات القومية، مثل الاتحاد المصري للمعسكرات، والجمعية القومية للترويج في كثير من دول العالم. فرابطة المتزهات الترويجية في الولايات المتحدة الأمريكية قد طوّرت مستويات استخدام الترويج. والأمثلة تشمل مستويات الجمعية الأمريكية للمعسكرات والجمعية القومية للترويج، وتقسم رابطة المتزهات والدراسة الذاتية للترويج العام، ووكالات المتزهات الترويجية،

ومقاييس بريمان Berryman للأظمة الخدمية، وكانت وكالة المخطط تتبنى كلياً أو جزئياً أحد تلك المقاييس المشهورة.

ربما يختار المخطط مقياساً خاصاً به من أجل تطوير المقياس، فإن الخطوة الأولى هي مساحة المعايير، فمن الشائع عن معظم مجموعات القياس؛ أنها تُعطي مساحات عامة للفلسفة وأهداف طويلة المدى بالنسبة للمحتوى الإداري والشخصي والخصائص البدنية والتقييم ذاته، وبالتالي هو هذا التحديد العام والمعايير المحددة لقياس كل تلك المساحات التي تطورت. وعادة يحدث هذا في عمل المجموعات أو الجمعيات، وبعد إعادة العمل في النهاية يتم تبني المعايير الخاصة التي تمثل المحتوى الداخلي للمؤسسة، وهناك أيضاً الحاجة لتطوير نظام التهديد بالنسبة لدرجة التقييم في تحصيل كل مستوى معياري، وعادة فإن البحث يختبر الصلاحية وذاتية الأدوات والمقاييس الموضوعية، التي تطبق لتأكيد دقة المقياس لوضع المؤسسة أو الوكالة أو الهيئة.

عند اختيار مقياس لتقييم كفاءة البرنامج الرياضي سواء تتم تبنيه من مصدر خارجي، أو تم تطويره داخل مخطط المؤسسة، فهناك نقاط عديدة يجب التأكيد عليها من حيث الدقة التي قد حددها فاريل و لوندجرين 1978 Farrelly & Lundergren فيما يلي:

(1) هل المقياس يغطي جميع المساحات بدقة، من أجل تحقيق كفاءة التقييم؟

(2) هل هناك معيار محدد وُضِعَ داخل كل مقياس؟

(3) لماذا سوف تعرف بعد أن تنتهي، إذا استخدمت من المقاييس، وهل هذه المعلومات سوف تساعدك على تقييم كفاءة البرنامج بأفضل طريقة ممكنة؟

(4) هل نظام التهديد واضحًا وذات معنى؟

(5) هل هناك تطبيقات داخل نظام التهديد من أجل عملية العلاج؟

3/5/5 تحليل المنفعة والتكلفة

إن كفاءة البرنامج تقودنا أولاً إلى معدلات المنفعة والتكلفة، فإن تكاليف البرنامج محدد يشتمل الفريق الخاص بالعمل، والمرافق، والصيانة، ثم المنافع أو الأهداف التي يجب تحديدها ونسبة النتائج التي تقوم بين الطرفين؛ فإذا كانت نسبة التكلفة إلى المنافع عالية جداً فهناك محاولة لخفضها، ومن المتوقع أن تتم بدون التأثير على جودة البرنامج، وإذا لم يتحقق ذلك، فإن البرنامج عادة لن يستمر.

هذا الشكل من تقييم كفاءة البرنامج الذي ينظر إلى أنظمة التكلفة إلى المنافع هو موجه المستقبل بمصطلح المحاسبة، فالعديد من البرامج القائمة على مبدأ التكلفة والمنافع تلقى حماساً كبيراً في السنوات الأخيرة. على سبيل المثال: نظام الموازنة الاقتصادية الذي طوره روبرت وليدر Robert Wilder 1977م، هذا النظام قائم على مفهوم الوقت هو المال، ونتيجة لذلك فإن كل ساعة عمل لها قيمة، فهو يفرض أن القيمة الاجتماعية للبرنامج بالنسبة للمجتمع يمكن التعبير عنها بمصطلحات اقتصادية مساوية لها، وبالتالي يمكن أن يدفع أو أن يتخلى عن البرنامج.

معادلة الرياضيات المقدمة في النظام الاقتصادي المكافئ تعبر عن ذلك

$$\text{وهي } EEI - AF \div MW \times NP \times PH$$

حيث أن النسبة الاقتصادية المكافئة تساوي عدد ساعات العمل

للمشاركين في النشاط PH مضروباً في عدد المشاركين في هذا النشاط NP

مضروبة في الحد الأدنى للأجور MW والكل مقسوم على AF - EEI متوسط أعمار المجموعة (عامل العمر الزمني).

وقد ميز ادلتس Adults عامل العمر الزمني بالنظام التالي:

- البالغون (من 19 سنة فأكثر) = 1 (واحد)
- الشباب (من 13 إلى 18 سنة) = 2 (اثنين)
- الأطفال (من 12 سنة فأقل) = 3 (ثلاثة)

وبالتالي فإن معادلة افتراضية لهذا النموذج هي كالتالي:

PH NP MW AF EEI

$$100 \times 100 \times 3.10 \div 1 = \$31.000$$

العائد الاقتصادي = البالغون ÷ الحد الأدنى للأجر × عدد المشاركين
× ساعات العمل .

مثال على ذلك: إذا كان هناك 100 ساعة عمل للمشاركين في برنامج معين يشترك فيه 100 فرد من البالغين، والحد الأدنى للأجور كان = 3.10 (ثلاثة وواحد من عشرة) دولار أمريكي في الساعة، وكان العائد الاقتصادي يساوي \$31.000 (واحد وثلاثين ألف) دولار.

لقد ذكر ويلدر wilder بأن العائد الاقتصادي يمكن تعديله ليسمح بالفروق في نوع المشاركين، على أساس مبدأ أكبر من الموارد المتطلبية من أجل خدمات البرنامج لمجموعات خاصة من المشاركين. وهذا التعدد في الاختيار يمكن تطبيقه في المعادلة، على سبيل المثال: قدم ويلدر Wilder المواطنين الأكبر في العمر الزمني (الأكبر سناً)، ولم يُمكن التنوع في

* \$ تعني دولار بالعملة الأمريكية

الاختيار من بين العدد خمسة، فإن العائد الاقتصادي اقتصر على الرقم أربعة والأطفال والشباب على الرقم ثلاثة، وإذا طبقنا تعدد الاختيار على المثال السابق ذكره تكون المعادلة كما يلي:

PH NP MW AF EEI

$$100 \times 100 \times 53.10 \div 1 = \$31.000 \times 4 = \$124.000$$

العائد الاقتصادي = الاختيار المتعدد × العائد الاقتصادي = البالغون ÷ الحد الأدنى للأجر × عدد المشاركين × ساعات العمل.

هنا فإن العائد الاقتصادي سوف يكون \$124.000 دولار بالنسبة لهذا البرنامج للبالغين، وعند تطبيق هذا التحليل القائم على التكلفة والمنافع، فإن معادلة \$124.000 (مائة أربعة وعشرين ألف) دولار، يجب مقارنتها بالتكلفة الفعلية للبرنامج.

دعنا نفترض أن كلاً من النفقات المباشرة وغير المباشرة للبرنامج 62.000 (اثنان وستون ألف) دولار في العام، وبالتالي تكون النسبة هي 2: 1 (واحد إلى اثنين) أو .50، اقترح ويلدر Wilder بأن هذا المعيار يمكن إقامته من أجل محو برنامج أو أتعاب أي برنامج تزيد عن نسبة نصف بالمائة، فإن هذا المعدل يجعل المخطط يتساءل عن: ما مدى اقتصادية البرنامج؟

هناك تطبيق لتحليل التكلفة والمنافع وغيرها من المعادلات المشابهة تخضع لنقد واحد رئيسي، وهو من الصعب جداً التزويد بنسبة منطقية لوضع شكل الدولار على القيمة المرضية من تجارب التسريح الرياضي بالنسبة للمشاركين، على سبيل المثال: لا شيء في معادلة العائد الاقتصادي يسمح للاختلافات الفردية بين المشاركين أو لبرنامج جديد، تتطلب داخلية مرتفعة، ونتيجة لذلك فإن التجديد في البرنامج سوف تنتهي

لصالح عدد أكبر من البرامج التقليدية ذات الحضور العالي، مثل: برامج كرة القدم للشباب.

بسبب تلك الصعوبات نوصي بأن استخدام تحليل تكلفة المنافع هو عامل ربط بين مستويين للتقييم وبرنامج التقييم. إن مؤسسات الترويج الرياضي الخاصة أو التجارية، ربما تجد نظام تحليل تكلفة المنافع بالنسبة لكفاءة البرنامج هو الأكثر منفعة، فيما يخص عملية الأرباح.

4/5/5 تحقيق أهداف البرنامج

إن أهداف البرنامج هي الأعمدة المرشدة للبرنامج ذاته، وتلك الأهداف تعطي أنظمة داعمة للبرنامج التي منها: المرافق والأدوات والإدارة والقيادة، ومحتوى البرنامج ذاته، أنها تحدد مستوى عناية البرنامج للمشاركين، مثل: جودة القيادة وجودة المرافق وأمان الأدوات.

إن المخطط يجب أن يحدد درجة نجاح تقابل تلك الأهداف الخاصة بالبرنامج من أجل تقييمه، فإن التناول الجيد لهذا البرنامج يقود إلى تحقيق ومراجعة الأهداف، ومدى صلتها بسياسات المؤسسة، ومدى قوتها في تشغيل قاعدة البرنامج، فإذا كانت أهداف البرنامج محددة على قدر الإمكان؛ فإن درجة التقييم تكون بسيطة، وهنا نقدم المثال التالي: أحد أهداف البرنامج الخاص بالسباحة قبل العمر الزمني للالتحاق بالمدرسة (الحضانة) أن يكون هناك قائد واحد لكل خمسة أطفال، وكل قائد يكون حاصل على الأقل الشهادة الرسمية الدالة على المؤهل كمعلم للسباحة، وفي هذه الحالة، فإن تقييم نجاح البرنامج في مقابلة الأهداف، يتطلب مراجعة وفحص الشهادات (المؤهلات).

هناك طريقتان يستخدمهما المخطط لتحديد مدى نجاح البرنامج في مقابلة الأهداف ومستويات القياس في تحليل التكلفة - (ناقص) المنفعة،

بالإضافة إلى التعامل الأكبر الذي يمكن تعلمه عن طريق نجاح بعض أوجه البرنامج، بينما يتم تقييم الأهداف الأخرى، على سبيل المثال: نفترض أن هدف البرنامج يتعلق بمحتوى البرنامج الذي يُطالب المشاركين بأن يكونوا قادرين على أداء مهارة معينة في عدد من المرات، ويفترض كذلك أن جميع المشاركين يقبلون هذا الهدف بنسبة 50% من الوقت، وهذا يعود بدرجة كبيرة إلى الدقة التي يستخدمها البرنامج في توجيه الأوامر، وكذلك مدى نجاح القيادة.

إن التقييم هو العملية التي تتعامل مع درجات متنوعة، فالقياس للأهداف المتحققة من البرنامج التي تكون متاحة للمُخطِّط، على سبيل المثال: قياس مدى نجاح هدف بنسبة 75% من المعسكرات في المنتزهات الترويحية تتم شغلها خلال عطلة نهاية الأسبوع، وهو بالتأكيد مهمة لعملية التقييم أكثر من كونه طريقة نحو حفظ مدى تحسن المعسكرات بنسبة 75%، وكلا القياسين يجب أن يحصل على صورة كاملة للتقييم، وهناك بعض المتخصصين في الترويح الرياضي يحددون مدى مطابقة التقييم ومدى عدم مطابقة بعض القياسات، وبذلك النظرية فإن مفهوم المعايير المرتبط بالاتجاهات والأداء يكون إيجابياً بدرجة كبيرة (Rossi & Williams 1972).

5/5/5 قياس المشاركة في البرنامج (الفعالية)

يجب على المُخطِّط في تقييم برنامج الترويح الرياضي أن يحلل البرنامج وليس فقط عبارات خصائص البرنامج، ولكن كذلك عبارات خصائص المشاركين والمؤثرات التي يطبقها البرنامج عليهم، فإن فنيات تقييم البرنامج في المقياس الكبير من حيث الفعالية تعتمد على أداء الاهداف بصورة مبكرة في أثناء عملية التخطيط، حيث أن المتخصصين في

الترويج الرياضي والمنتزهات الترويحية مهتمون بدرجة كبيرة بتحديد الفعالية، ويقدمون مجهوداً كبيراً من أجل ترك مساحة كبيرة لمناقشة أفضل طريقة لتقييم هذا الجانب.

هناك تكملة للجانب المالي، حيث أن تأثيره على البرنامج يكون تحدياً صعباً أحياناً. إن خدمة البرنامج تشارك في متعة الترويج للأشخاص، ولم يعد ذلك التصنيف مقبولاً، فإن الحكم بالجدارة يمتد خلف حسابات قوائم المراجعة لتوثيق تأثير البرنامج على المشاركين. وهناك ثلاثة مساحات أساسية كتأثير البرنامج سوف نناقشها هنا، وهم قياس التغير السلوكي والاتجاهات والآراء.

1/5/5/5 التغير السلوكي Behavioral Change

إن معظم جهود التقييم في برنامج الترويج الرياضي لعدد معين من السكان تحاول قياس التغيرات البدنية والنفسية لدى المشاركين في البرنامج، تلك التقنيات عادة تشمل استخدام فنيات في عملية التقييم للخصائص السلوكية لكل مشارك، ودراسة التغير في تلك الخصائص عبر فرص البرنامج، على سبيل المثال: البرنامج المهاري يتوقع أن يترك معرفة أساسية عن مهارة معينة في خبرة، مثل: توافق العين مع اليد. ومن الطبيعي أن المخطط للبرنامج يأمل بأن البرنامج سوف يغير من سلوك المشاركين بطريقة إيجابية.

تلك التغيرات السلوكية، يمكن تصنيفها إلى أربعة أنواع طبقاً لما ذكره فاريل وكوندجرين - Farrell & Lund egren 1987م. إن المخطط يجب أن يبحث عن أحد المجموعات الأربعة التالية عند تقييم تأثير البرنامج وهم:

• النوع الاول : التعبير الحركي: يشمل التغير في التعبير الحركي في تنمية المهارة وتنمية صورة الجسم الايجابية، وتحسين القوة وتحمل واللياقة البدنية وتخفيف الضغط، والتأثير العلاجي، وإعادة تشكيل العادات.

• النوع الثاني : التغير النفسي: يشمل التغيير السلوكي تنمية المفهوم الذاتي الايجابي والقدرة على التعامل مع الضغط بصورة بناءة والواقع الذاتي.

• النوع الثالث : التغير الاجتماعي: يشمل هذا التغيير تنمية السلوك الجماعي الايجابي، على سبيل المثال: الانتماء والمشاركة والتكامل وتنمية التنظيم الاجتماعي الايجابي وتقليل العزلة.

• النوع الرابع : التغير التعليمي: يشمل هذا التغيير الحركي تعزيز المعرفة كما هو الحال في تعلم قواعد نوع النشاط الممارس (اللعبة).

إن المعلومات المتوفرة عن تقييم سلوك المشاركين يتم جمعها عادة بوسائل منها قوائم الفحص واستطلاع الرأي والقياسات، ويمكن جمعها من التقارير الذاتية أو من تقارير الأفراد الذين على اتصال مع المشاركين، على سبيل المثال: في العديد من المواقف العلاجية، فإن بيانات السلوك عن كل مُعالج، يتم الحصول عليها عن طريق مجموعة المقابلة مع أعضاء فريق العمل الذين يُقيّمون تقدّم المشاركين، وهذا التقدم يتم وضعه في جدول ملاحظة المشارك. إن بيانات تقييم التغير السلوكي، يمكن أن تكون صعبة ويُنبدل فيها وقت كبير من أجل جمعها وتفسيرها، ولكنها هي الطريق الأكثر معنى لفهم فعالية البرنامج.

Attitudu 2/5/5/5 التوجهات

إن الجزء الأكبر من تأثير تقييم البرنامج على المشاركين في معظم الترويج الرياضي يعتمد على قياس التوجهات، فالتوجه هو تعلم التفكير والشعور والعوامل التي تؤثر بدورها على طبيعة السلوك تجاه شيء أو شخص أو موقف، وعلى الرغم من أن هذا صحيح، فإن الاتجاهات لها تأثير كبير على السلوك، حيث أن تقييم الاتجاه هو أكثر بساطة. ومعظم المخططين يفضلون القيام به وعمل مرجع من هذا الاتجاه إلى السلوك. على سبيل المثال: الأسئلة التي تخص الاتجاهات سوف تُفسر لكي تشمل التغيرات السلوكية، ونتيجة لذلك، فإن التوجه الإيجابي نحو المجتمع يمكن تفسيره على أنه يقود إلى الحياة الاجتماعية، والتغير السلوكي من الصعب قياسه وخاصة في القاعدة غير المؤسسية، ونتيجة لذلك فإن العديد من المقيمين يعتمدون على فهارس الاتجاهات لكي يذكروا التغير السلوكي المصاحب، والاتجاهات يتم قياسها عموماً عن طريق وسائل استطلاع رأي أو اختبار الورقة والقلم الرصاص.

Opinion 3/5/5/5 الآراء

أحد القياسات التقليدية والأكثر انتشاراً في قياس فعالية برنامج الترويج الرياضي، هو آراء المشاركين تجاه البرنامج، حيث يتم سؤال المشاركين الأسئلة التالية:

- هل استمتعت بالبرنامج؟
- ماذا أعجبك كثيراً في البرنامج وماذا لم يعجبك؟
- هل سوف تشترك في برنامج آخر؟
- هل سوف تنصح بهذا البرنامج لصديقك؟

• كيف تُحسّن البرنامج؟

إن معرفة مدى تقبل المشاركين للبرنامج ومدى شعبيته أمر حيوي، ولكن هناك خطر من الاعتماد بصورة كبيرة على مقياس الآراء. إن مقياس الآراء يمكن أن يُضلل، إن الأفراد الذين يشاركون في برنامج الترويج الرياضي لأسباب مختلفة، تلك الأسباب يمكن في مجملها أن تعطينا آراء غير مرتبط بالأهداف، على سبيل المثال: بعض الناس ربما يشاركون في النادي من أجل التمرين، وآخرون ربما يشاركون من أجل تحسين مهارة نوع النشاط البدني الذي يمارس في النادي، وربما آخرون يرغبون في المناخ الاجتماعي والصحي، إن آراء المشاركين تكون فردية، حيث تتنوع الاهتمامات والاحتياجات، ونتيجة لذلك تكون الاستجابات في استطلاع الرأي الخاص بالتقييم، ويمكن أن تكون مرتبطة بأهداف البرنامج. هل هذا يعني أن البرنامج فاشل؟ لا يعني ذلك، ولكن كان البرنامج سعيًا لأسباب تختلف من شخص إلى آخر، قد افترضها المخطط. إن مؤشرات البرنامج يمكن أن تكون ممتعة ومتعاونة في برنامج الترويج الرياضي التي تبنى بصورة فردية على آراء الجمهور التي يتم تقييمها بصورة غير دقيقة لتوجيه المخطط إلى فعالية البرنامج.

6/5/5 تحقق أهداف البرنامج

إذا كانت أهداف البرنامج الرياضي لم يتم تنفيذها قط، فإن عملية التقييم لتأثيرات البرنامج تكون أكثر صعوبة وبدون معنى، فلا توجد مستويات يمكن الاعتماد عليها في فعالية القياس. ويمكن للشخص أن ينظر إلى البرنامج ويعلمها، وشخص آخر يمكن أن ينظر إلى نفس البرنامج، ولكن من قاعدة شخصية مختلفة، وبالتالي يعلن نجاح البرنامج، وهذا يعود

بنا إلى موضوع أهداف البرنامج بصورة واضحة، فهناك علاقة قوية حول أهمية إقامة أهداف واضحة للبرنامج.

تبدأ برامج الترويج الرياضي في الحصول على تأثيرات المشاركة مع وضع أهداف محددة للآراء، وإن التابع المعتاد لهذه المجموعات من التغيير، هي سلسلة من الأفعال أو الأحداث (مثل تعيين القادة والتجهيزات والمشتريات) الذي ينتج عنه تحقيق الأهداف بدون أي مقاطعة للتعددية، فإن القائد عند منتصف البرنامج يقوم باختبار شعبية هذا البرنامج بصورة دقيقة، ويمكن للمخطط أن يفترض علاقة مباشرة بين البرنامج وبين تحقيق الأهداف المرغوبة. إن التداخل في المتحددات توجه بصورة مباشرة لتأثير البرنامج، وهذا سبب اتجاهات التقييم نحو طريقتين هما:

• قياسات الكفاءة.

• قياسات الفعالية.

إن درجة تكيف البرنامج في مؤسسات الترويج الرياضي وخصائص وأهداف البرنامج، ربما تحدد درجة فعالية تحقيق البرنامج.

• العامل الأول: إن تعريف معيار نجاح الفعالية ربما يكون مقصوراً على المخطط الذي يتأثر بعدد كبير من العوامل، هي: بعض نتائج المشاركة المرغوب فيها (السلوك، والاتجاهات، والآراء) تكون أكثر في القياس في بعض الجوانب أكثر من غيرها، فإن تنمية المهارات الحركية في فرقة كرة السلة، وفريق كرة القدم، على سبيل المثال: يمكن ملاحظته بسهولة، والنتائج الأخرى مثل: التنمية الاجتماعية في شعور المشاركة في برنامج اللعب، ربما يتطلب مقياس متوسط، وما زالت بعض التأثيرات الأخرى تخضع لهذا المقياس؛ حيث أنها تعتمد على التفسير عن طريق الملاحظة أو المشاركين أنفسهم، فهي تعكس

قواعد خاصة وهناك أمثلة على مثل تلك النتائج، وهي تحسن علاقة الوالدين مع الطفل في معسكر الأب والابن أو تحسين السلوك الذاتي في تعديل سلوك الضيف، وحتى عند تعريف التأثيرات السلوكية المحددة، فإن معنى السلوك يمكن تفسيره، وبالتالي فإن إستراتيجية المخطط التي يجب أن تتم بصورة أفضل من أجل تقليل صعوبات دقة القياس وموضوعيته. هؤلاء المخططون الذين يعملون على البرنامج فهم يتيحون لأنفسهم قياساً فريداً لتأثير المشاركة التي يجب أن توثق نتائجهم، وبالتالي فإن بعض المساعدة المتوفرة عن تأويل البرنامج التي تكون أكثر صعوبة في القياس.

• العامل الثاني: يؤثر توقيت التقسيم في نجاح فعالية المعيار، فبعض التغييرات في السلوك والاتجاهات والآراء يمكن تسجيلها فوراً عند إتمام البرنامج، وبعض التغييرات الأخرى غير المتوقعة أو غير المرغوب فيها يمكن تأخيرها. إن جمع المعلومات عن الأداء السلوكي الحالي، الذي يتبع البرنامج، يمكن أن يكون أكثر بساطة من الحصول على تلك المعلومات بعد مرور ستة أشهر أو عام من المشاركة بعد أن يترك المشاركون البرنامج، وهذا العامل له أهمية كبيرة على المدى الطويل في أنواع البرامج المستمرة التي منها: معسكرات الصيف وخدمات الترويج العلاجي.

• العامل الثالث: إن التغيير في درجة السلوك والاتجاهات والآراء المرغوب فيها هو الذي يؤثر على نجاح المعيار بوضوح، فإن التغيير الحركي المرغوب فيه لا يقل عن فرص نجاح البرنامج، فبدلاً من اختيار برنامج التنس كهدف من أجل تنمية حركة اليد؛ فإن اختيار 85% من المشاركين يفوزون في بطولة تنس المدينة. فإن النجاح

كهدف أساسي تم اختياره لا يعني صعوبة الأهداف أو غير ملامتها،
فإن صنع النجاح أصعب من تحقيقه.

بسبب أن بعض تأثيرات البرنامج على المشاركين يمكن قياسها عن
غيرها بسبب المقاييس المستخدمة، التي يمكن أن تؤثر على النتائج، بسبب
أن النجاح يمكن أن يتغير بسبب درجة التغير المتوقعة من تأثير هذا
النجاح، فمن الضروري في برنامج الترويج الرياضي أن المخطط والمدير لا
يقعان في تلك المصيدة، ويفضلون تلك البرامج التي تذكر النجاح الجاهز،
فإن عناية المهنيين، والحكم في تقدير فعالية البرنامج مطلوبة.

7/5/5 تصميم التقييم

إن أهم المشكلات التي تواجه عملية التخطيط لبرامج الترويج
الرياضي، هي الحاجة إلى الدقة في تخطيط تلك البرامج على الرغم أن
التقييم المُحكَم ذات الدلالة، ليس متوفرًا، وليس مفهومًا دائمًا، وبالتالي فإن
واضع البرنامج الرياضي مُشترك مع تفضيل البرنامج يومًا بيوم، حيث
يعتقدون أنهم لا يستطيعون القيام بتقييم مستمر، وهذا الخطأ الشائع في
تحديد أهداف الأداء للبرنامج هل هي تحققت بالمعنى الدقيق على أساس
عناصر تصميم التقييم؟ إن الخطة المذكورة في تصميم التقييم وما سوف
يتم قياسه أو ملاحظته أو اختياره، حيث المجموعات وفي أي وقت يتم فيه
ذلك.

يشمل التقييم كذلك أدوات القياس، ومنّ سوف يقوم بعملية التقييم،
بسبب أن تقرير المُقيّم يمكن أن يؤثر على تصميم التخطيط في المستقبل،
فإن نتائج التقييم يجب أن تُنشر، وعند الرجوع إلى تلك النتائج بصورة
سهلة، فإن تصميم التقييم قد يلاقي تأكيدًا مهنيًا. إن عملية تصميم التقييم

هي نوع من المعلومات التي ينتج منها هذا التقييم عند جمعها، وما هي الأدوات التي سوف تُجمع بها.؟

8/5/5 من هو المُقيّم

إن مرحلة التخطيط للتقييم تتطلب غالبًا مشاركة العديد من الأشخاص، من قائد النشاط في الموقع إلى المشرف وإلى مديري الفرع، إن تقييم نظام البرنامج على المدى الطويل يمكن توجيهه عن طريق الاستشارة الخارجية. إن القضية في مَنْ هو الأفضل للقيام بعملية التقييم، فهو شخص مُدرَّب، وهو شخص داخلي، ويتم تحديد تلك الدرجة في العقد وفق ظروف التقييم، ونريد أن نؤكد على أن جميع تقييمات البرامج الرياضية يجب أن يقوم بها شخص متخصص من أجل أن يكون ذات معنى، وهذا يعني بأن المُقيّم يجب أن يقوم بالعمليات اللازمة بعد أن يحصل على المؤهلات العلمية المناسبة إلى مستوى التقييم المرغوب فيه. يمكن أن يرى البعض أنواعًا من الاستحسان الشخصي لبعض التقييمات التي تتطلب الحد الأدنى من مهارات البحث والمعرفة، والآخرون يرون تأثير التقييم الذي يكون بدرجة كبيرة مؤثرة على تعديل بيانات السلوك، ونتيجة لذلك تتطلب المعرفة المتقدمة بعلم الإحصاء، وفنيات البحث، فهناك متنزّهات للترويج مرغوب فيها أكثر نتيجة للاستشارة أو الاستشارة داخل المنزل، فهناك بعض من المتخصصين يفضلون المُقيّمين من الخارج من أجل تقديم حكم حر مبني على أساس، ولكي نقدم نظرة حديثة عن الخارج، ولكي ندرس موضوعية البرنامج.

يحاول الآخرون على أن المُقيّمين يجب أن يكونوا من الداخل الذين لم يتلقوا نفس التدريب الدقيق، ولا الخبرة الكافية، ولكن لديهم المعرفة الأولى للبرنامج ككل، وسوف يكون ذلك مقبولاً من فريق العمل، الذي يمكن

أن يعمل بطريقة أقل ملاحظة وبأسلوب يوجه التقييم، وبالطبع فإن المؤسسات المالية المعنية تعتبر تحدي آخر، بغض النظر عن مكانة المؤسسة بهذا الشأن، فمن الهام أن عملية التخطيط لمن هو مقيم البرنامج بدقة، ويجب أن يكون مستعداً ومؤهلاً لمقابلة تلك المهمة، حيث أن التذكر يدفع إلى أن التقييم هو التوصل إلى أفضل برنامج، إن درجة البحث تتطلب إنتاج تقييم صحيح لكي تشارك في تحسين البرامج المستقبلية، التي تكون الحاجة إليها ضرورية.

هل بعض الخطوات الإرشادية عن الدرجة الدنيا للتقييم، قد تمت مناقشتها من قبل التقييم، التي ذكرت هنا في استنارة المراجعة؟، هل هؤلاء الأشخاص الذين يتم تقييمهم من خلال البرنامج من قبل مخطط المؤسسة أو الوكالة قادرون على ذلك؟

▪ اعرف مكانة التقييم في برنامج الترويج الرياضي وعلاقتها بعملية التخطيط.

▪ افهم موضوع التقييم أو الفعالية المحددة والكفاءة التي نحتاج إليها من أجل التقييم.

▪ اختر تصميم التقييم المناسب واجعله فعالاً.

▪ عرّف الأدوات المناسبة لجمع البيانات.

▪ حلّل وفسّر النتائج.

▪ اربط بصورة فعالة بين نتائج التقييم واجعلها تتحرك إلى الممارسة.

على الأقل فإن البنود الستة المذكورة عالية تكون ضرورية من أجل اكتساب نتائج مرضية عن تقييم البرنامج، بالإضافة إلى أن التقييم من الداخل، أو خارج المؤسسة، أو خارجهما، يكون بعض الاعتبارات الأخلاقية

يجب مراجعتها عند تلك النقطة. كل مقيم فردي سوف يقترب من خطوة التقييم من خلفية مختلفة، وهو مفحم بقيم فريدة، مع وجود مهارات مختلفة وفتيات مفضلة. إن مسؤولية المقيم تقع أساساً على تنافس التقييم، فهو يشمل الأمانة، فيما يقوم به المقيم، فإن كون تصميم التقييم مفتوحاً والتصميم ممكناً، والحصول على نتائج موضوعية وأمانة قدر الإمكان؛ فإن الحصول على معلومات دقيقة وتقارير ومراجعة المختصين شئ ممكن.

وفق كل ذلك، فإن المتخصصين المشتركين في خطوة التقييم، يجب أن يأخذوا في الاعتبار حساسية عملهم. فإن أي خطأ في العمليات الحسابية أو المعايير الأخلاقية في أي جانب من جوانب التقييم، من الممكن أن تعتبر تطبيقات للبرنامج في المستقبل والمؤسسة والمشاركة وفريق العمل، إن المقيم يجب استخدام التقييم دون الخوف بتأتاً من نتائج تلك العملية.

9/5/5 الإجراءات

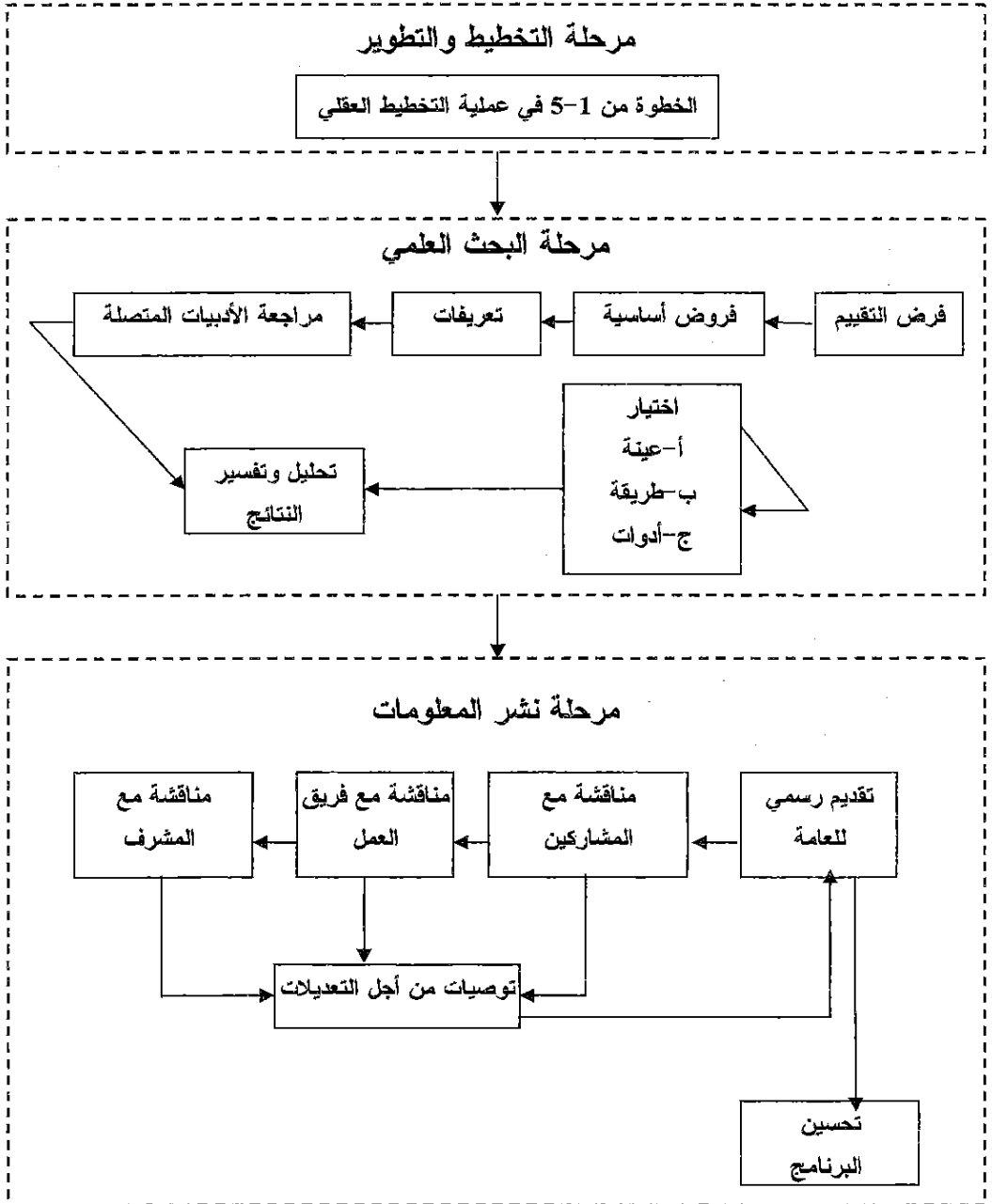
ممكن أن يظهر في تقديم هذا النص أن المخطط للبرنامج يجب أن يتبنى التقييم، ويحدد أهداف البرنامج، وبترجمة تلك الأهداف إلى مؤشرات قابلة للقياس وأهداف موضوعية، ويجمع المعلومات من تلك المؤشرات القابلة للقياس من المشاركين في البرنامج، ثم يقارنها مع تلك النتائج ومع الأهداف الأصلية، وعلى الرغم من أن هذا المبدأ ليس مثالياً فإن الخطوة التالية التي تحدث في برنامج المنتزهات الترويحية، والترويج على سبيل المثال، لا تتكيف ولا تكون بالدقة التي يوصي بها المقيم، فإن ظروف التحول والمواقف الفردية، هي التي تنشئ هذا الموقف المعقد.

إن المناقشة مع العقل المتخصص الآن تتحول إلى مشهد أساسي لعملية التقييم، فلا يوجد تصميم واحد هو الأفضل لبرامج الترويج. إن هذا الاختيار في التصميم وأدوات القياس يبني على استخدام النتائج والقرارات

الضرورية التي يجب اتخاذها وقدرات الباحث واهتمامات المؤسسة، وفي الحقيقة، فإن تصميم التقييم الخاص هو عملية مركبة بين المثالي وبين المتاح. وفي حالة نقص نموذج فردي من برنامج إعادة التقييم التي تم تقديمها، فإن النموذج المنظور والممارس ربما يجد تبني في هذا الموقف الخاص.

إننا نرى في الشكل (رقم 1 ف5) نموذج مركب للتقييم يتكون من وجهين: البحث، وجمع المعلومات. فإن تقييم البحث يُعرف في البداية غرض دراسة التقييم، وبالتالي فإن الافتراضات الأساسية التي تم تقديمها ربما تكون أكثر حرجاً مع بذل كل هذا المجهود في عملية التقييم. فإن النموذج الفريد أو المتمكن يُنكر فهم تلك العبارات وأي تقارير عن تقييمات سابقة ترجع إلى المؤسسة، وبذلك فإن التقييم سوف يفهم تلك الخلفية، إن نموذج الأنشطة المحددة والمشاركين المحددين يتم اختيارهم، فإن فنيات جمع البيانات، وبالتالي فإن التقييم ذاته يكون موجهاً، حيث تُجمع المعلومات، وتُسأل الأسئلة، ويتم ملاحظة واختبار المشاركين، وفي النهاية، فإن نتائج التقييم جميعها وتحليلها وتفسيرها وختامها ورسم برنامج المستقبل التي توصي بها.

الخطوة السادسة: تقييم البرنامج



شكل 1/5

Adapted from Theobald W.F. Evaluation of recreation and park programs. New York: John Wiley, 1979,p.155.

الصورة الثانية لنموذج التقييم هو استبعاد المعلومات، وهذا يبدأ عندما يقدم المُقيّم النتائج والتوصيات إلى مدير أو مسؤل المؤسسة أو الوكالة وإلى فريق العمل في البرنامج، وإذا كان هذا يناسب المشاركين أنفسهم في البرنامج. بناءً على تلك العروض والمناقشات، فإن المُقيّم نه الاختيار في صنع المراجعات والتعديلات إلى التقرير النهائي للتقييم، وهذا التقرير النهائي يكون مكتوبًا عادةً ويقدم إلى المؤسسة وفي بعض الحالات يتم إعلانه إلى الجمهور.

استشهد يتوبالد Theobald 1970م بنموذج لإجراءات التقييم تم تقديمها في الشكل 1/5 مع المثال التالي :

" تلقى مدير متنزه إحدى المؤسسات في الولايات المتحدة الأمريكية بعض الشكاوى بخصوص جودة المعروضات في متحف المتنزه التاريخي ، بالإضافة إلى عدد الزوار في العام السابق لتقديم الشكاوى قد قلّ بمعدل 4% شهريًا ولا أحد من فريق العمل قدم عرضًا مناسبًا لحل هذا الموقف.

لذلك، فإن المدير يبحث عن تقييم لمعروضات المتحف من أجل تحديد المشكلة، ثم يختار المُقيّم مع المدير وفريق العمل، حيث بدأ يراجع الأهداف وواجبات الأداء بالنسبة لبرنامج المتحف، وأهم تلك النتائج هو إدراك أنه على الرغم من مناسبة أهداف المتحف، فلا توجد قياسات مكتوبة توصي بإتمام المهمة. المُقيّم وفريق العمل وافقوا على مجموعة من الأهداف الواضحة والمحددة القابلة للقياس، بعد ذلك قاموا بتعريف معيار يساعدهم في قياس الأهداف، والمهمة الأخيرة في هذه الصورة هي اختيار أهداف التقييم ذاته والموافقة عليها، ببساطة ماذا يأمل التقييم في أن يحقق. ومن المعلومات السابقة التي حصلنا عليها خلال عملية تطوير التخطيط، فإن

المُقيّم يذكر المشكلة على أنها خلل في برنامج المتحف، إن أهداف الدراسة هي :

- تحديد سبب هذه المشكلة.
- القيام بتوصيات محددة لتعزيز مشاركة العامة في البرنامج، إن أغراض تلك الدراسة ليس افتراض ما حدث في الماضي، فبعد تحديد زمن الدراسة، فإن المُقيّم يقرر تحديد التحري لتقوية المستخدمين للمتحف، وتحديد استمرار الدراسة لمدة اثني عشر شهراً ، ويتم مراجعة جميع المعلومات المسجلة عن المتحف، وجميع محتوياته، ومعرضاته. بالإضافة إلى أي دراسات أو أدبيات تتعلق بمشكلات مشابهة من المتاحف الأخرى، يجب أن تراجع أيضاً. والعينة تشمل مجموعة عشوائية يتم اختيارها من الزوار الداخليين والخارجيين من المتحف. وكذلك عدد من الأفراد الذين وقعوا في سجل الضيافة، وقدموا عناوين خلال العام الماضي والطريقة المرشحة تتكون مما يلي :
- استطلاع رأي بالبريد من الأفراد الذين تم اختيارهم من سجل الضيافة.
- مقابلة قصيرة لأولئك الأفراد الذين شاهدوا أو سوف يشاهدوا المعارضات.
- قياس مستمر لتحديد الزمن الذي يقضيه الزوار في المشاهدة الفردية للمعارضات وتقنية التحليل سوف تتكون من توزيع التردد، والنسبة المئوية، وجدول يوضح العمر الزمني والجنس والوظيفة والدخل وعدد مرات الزيارة السابقة للمتاحف الأخرى من جميع الأنواع.

بعد إتمام الدراسة وتفرّيع المعلومات في جداول تحليلها، فإن المُقيّم يعرض مجموعة من التوصيات هي*:

- تغيير المعروضات الفردية بغيرها ذات التردد الأكبر.
- استئجار اثنين إضافيين من فريق العمل ومدير للتعليم.
- اختبار موارد إضافية للمتحف ذات طابع محلي وقومي تختلف عن المقتنيات الحالية.
- إضافة ثلاثين مساحة جديدة لجراج السيارات أمام مدخل المتحف.
- شراء وتجهيز خلايا العرض وشاشة عرض كبيرة.
- توسيع نطاق المتحف ليشمل عدد أكبر من الزوار.
- زيادة ميزانية المتحف من أجل توسيع حجم المتحف.
- توصيل نظام تكيف جميع أنحاء المتحف.
- وضع برنامج تطوعي من أجل التزويد بمجموعة من جولات الزوار.
- الإمداد ببرنامج تدريب عن خدمات المتحف ومقنتياته، بالنسبة لفريق العمل الداخلي.

يناقش المُقيّم النتائج والتوصيات مع الإدارة وفريق العمل، وبالتالي تستنتج توصيات إضافية، أو يتم تعديل أو إلغاء بعض التوصيات، ويعتمد هذا على قدرة الاستخدام، وبعد أي مراجعات فإن المُقيّم يقدم التقرير النهائي للمؤسسة الراعية، ثم إلى الجمهور، مع اقتراح الطريقة والجدول الزمني للتطبيق. إن النماذج المبكرة من اختيار التقييم وجميع المعلومات

* From Theobald W.F. Evaluation of recreation and park programs Copyright © 1979 by John Wiley & Sons, Inc. Reprinted by permission of John Wiley & Sons, Inc.

والطريقة المستخدمة وأدوات القياس والتقنيات المستخدمة في تحليل البيانات تعتمد على غرض التقييم، هذا الغرض يشمل استخدام المعلومات والقرارات المتوقعة، فالممارسة الفعلية لإجراءات التقييم تعتمد أيضاً على قيود المؤسسة، وتشمل ضوابط الوقت والموقع والخبرة. وهناك كذلك قيود النفقات وبالتالي فلا توجد نفقات على المدى الطويل تخص دراسة التقييم، وعندما تكون النفقات منخفضة، فهناك قيود عن كم يتكلف تقييم البرنامج، وما هي المدة الزمنية المخصصة لذلك؟

10/5/5 تقنيات جمع البيانات

يجب على المخطط أن يتخذ مقياس محدد عالي الكفاءة، كما يركز على عملية التقييم. إن المُقيّم يجب أن يكون قادراً على تجديد مقاييس بعينها، تكون متاحة ومتوفرة لاستخدامها في عملية التقييم الممتد لتحقيق الهدف، وهذا يتطلب اختيار أدوات محددة لجمع البيانات ومناسبة لغرض التقييم وطبيعة البرنامج. هذا الشكل من إجراءات التقييم غالباً ما يكون مكلفاً وصعباً.

إن المناقشة التالية تقدم الحد الأدنى من متطلبات أدوات القياس، وبالتالي يقدم طرق موظفة لجمع البيانات عن كفاءة البرنامج وفعالية المشاركة.

1/10/5/5 متطلبات أدوات القياس

إن غالبية التقنية المستخدمة في أي تقييم لجمع المعلومات، هي الأداة التي تملك الاستقلال Reliability والصلاحية Validity والموضوعية Objectivity تلك هي نقاط البحث الأساسية ومتطلبات الحد الأدنى من أجل تأكيد أن المعلومات منبثقة من أداة القياس المستقبلية النافعة وغير المنحازة. فإذا كانت أداة القياس المستخدمة في تقييم البرنامج

لا تملك تلك الصفات الثلاث (الاستقلالية، والصلاحية، والموضوعية) فإن المخطط يمكن أن يبني عقيدة ضعيفة على البيانات الناتجة عن استخدامها.

الاستقلالية Reliability تشير إلى ثبات القياس، على سبيل المثال: فإن أداة جمع البيانات، يجب أن تكون مشابهة لتلك المعلومات التي حصلنا عليها من الاستخدام المتكرر في ظروف مشابهة وهذا هو قياس الاعتماد، إذا كان نفس الشخص يأخذه مرتين ويحصل على نفس التسجيل، إن الاستقلال يُعبر عنه في معادلة رياضية لتتربط الإيجابي بين التسجيلين، إذا كانت المؤسسة تراجع التقييم المنشور والأدوات التي تبناها، فإن أداة القياس تكون هنا صادقة من حيث الاستقلال. وبالتالي نتوصل إلى جمع المعلومات المرغوب فيها.

إن أداة القياس تُعتبر صالحة إذا كانت تقيس ما خصصت من أجله، على سبيل المثال: إحصاء الجمهور في عرض فني (تمرينات حديثة). هو أداة قياس صالحة لعدد الأشخاص الذي يحضرون البرنامج، ولكن ليس لعدد الأشخاص الذين يستمتعون به، إن أداة القياس تكون صالحة، إذا كانت تقيس العوامل التي تؤدي إلى النتائج، وعدم إنجازها. وهذا يعني أن كلام المقيمين ينظرون إلى الجودة في العقل، والحكم الجيد بنفس الطريقة والموضوعية تمثل موافقة جميع المستخدمين بتنوعهم في أداة القياس فهناك نقص في التأثير الشخصي أو الرأي من المقيّم على نتائج البيانات.

بالإضافة إلى كون أدوات القياس صالحة أو غير صالحة ومستقلة، وموضوعية، فيجب أن تكون مناسبة، وكون الأداة مناسبة هل هي تقيس العوامل الهامة أو العوامل التي تعكس أهمية البرنامج؟ وكذلك تكون مناسبة للمشاركين الذين يتم تقييمهم بما يتماشى مع مستوى قراءتهم، ومستوى مهاراتهم والخصائص الثقافية.

يجب اختيار فنيات للقياس تكون مناسبة للمدى الزمني المتاح وقابلة للإعداد والإدارة. والمعلومات الناتجة يجب وضعها في جداول وتفسيرها. وبالتالي فإن أداة القياس يجب أن تحصل على معلومات فريدة، لا يمكن الحصول عليها بأي من الطرق الأخرى أو أدوات القياس الأخرى.

أدوات القياس المستخدمة في برنامج الترويج الرياضي يمكن الحصول عليها بعدة طرق، حيث يمكن للمُخطِّط أن يختار تطوير مقياسه الخاص، ونشر مواد المكتبة يمكن أن يمدنا باقتراحات، والبحث التجاري يؤكد عرضها للبيع. إن الترويج لطلاب الجامعات، وبرامج المتنزهات الترويحية تتطور لإرضاء متطلباتهم، ولكن استخدام الأدوات الصحيحة بين المؤسسات المشابهة، والمنظمات القومية المهنية، يمكن أن تقترح استخدام مقاييسها، على سبيل المثال: التقييمات السابقة، يمكن أن تطبق على الأهداف الإجرائية للبرنامج أو على أهداف مشابهة ذات صلة بالمؤسسات، وإذا كانت تلك هي القضية، فإن المخطط يمكن أن يوفر الوقت والجهد عن طريق تبني أو تعديل تلك المقاييس. بعض المتخصصين يدعو للبحث عن الصلاحية الموجودة والمقاييس المستقلة أكثر من تطوير مقاييس جديدة.

إن المهمة الأساسية للمُقيِّم هي اختيار واستخدام البيانات التي تم جمعها واختيار الفنيات الخاصة من أجل الحصول على المعلومات الضرورية بحد أدنى من التكلفة. ويأتي ذلك بعض أدوات القياس المستخدمة في تقييم برامج الترويج.

2/10/5/5 الأدوات المستخدمة في قياس كفاءة البرنامج

هناك عدد من فنيات التقييم تكون ناجحة جدًا في قياس كفاءة أهداف البرنامج، وفنيات توجيه البرنامج تشمل إجراءات أهداف البرنامج وقدرة محاسبة الإدارة وسلوك فريق العمل.

على الرغم من أن معظم الأدوات المستخدمة هي بالتأكيد الأكثر نفعًا من الناحية الاقتصادية عن طريق حفظ سجلات البرنامج، على سبيل المثال: سجلات البرنامج الخاص بالتسجيل في البرنامج، ويمكن استخدام أتعاب التسجيل لمعرفة الحضور الكلي وساعات المشاركة (الوقت المستخدم في استخدام الخدمات)، النسبة المئوية وعدد المشاركين وغير المشاركين في كل برنامج، ومعدل تأهيل فريق العمل إلى المشاركين، والعينة النظامية في البرنامج الكلي للمؤسسة في أوقات مختلفة يعطينا مقارنة من أعداد الحضور والمشاركة، وكذلك فهرس عن تنوع عدد من البرامج المختلفة المتوفرة في أوقات متعددة.

إن معدل استطلاع الرأي على الجانب الآخر، أو قوائم المراجعة، حيث يطلب المخطط من المشارك أن يستجيب لعدد من معايير الكفاءة على سبيل المثال: فإن المشاركين في البرنامج يمكن أن يطلب منهم وضع معدل للجذب المادي لمواقع الترويج والمرافق، وموافقة ساعات عمل البرنامج ومساعدة فريق العمل وملائمة ألعاب البرنامج، وسجلات الزحام، مثل: طوابير الانتظار، ومعدل استيعاب الأنشطة، والمربع يمدنا باستشهاد افتراضي لنسبة استخدام الأداة. إن قياس قوائم الفحص التي تمت مناقشتها في هذا الفصل، يمكن كذلك أن تكون نافعة كأدوات قياس لكفاءة البرنامج، حيث أنها تقدم مقارنة ضد بعض القياسات المصممة مهنيًا، مثل تلك القوائم التي تساعد في إخطار المخطط بالرقم المرغوب فيه، والنسبة المئوية للأفراد على بعد عدد من الدقائق أو الأميال من خدمة برامج الترويج الرياضي، والحد الأدنى من درجات الأمان (عادة يتم التعبير عنها في عدد الأحداث لكل مستخدم في اليوم مسجل في تقارير أحداث البرنامج) والحد الأدنى من البرامج التي تمارس.

إن الاستحسان الذاتي لفنيات توجيه البرنامج تكون نافعة في تقييم كفاءة البرنامج الذي يكون في قوائم الفحص والنسبة واستطلاع الرأي وتكوين مقابلات، وهنا يتطلب من المؤسسة ككل عضو في فريق العمل، وأحد المواطنين وإدارة أحد منتزهات الترويح لتطبيق الحكم الذاتي أو التقييم الذاتي لتأكيد المعيار، ومعيار الاستحسان الذاتي الذي يتعلق عادة بخصائص المؤسسة المحددة التي تنتبأ بكفاءة البرنامج التي منها ما يلي:

- الحاجة إلى خدمات برنامج الترويح الرياضي.
- مهمة التوجيه لبرامج الترويح الرياضي.
- الإشراف والمنافسة الشخصية.
- النظام الإداري.
- حجم المؤسسة.
- الاشتراك المؤسسي.

إن توجيه كفاءة البرنامج بصورة كبيرة عن طريق الفهارس يوجد أيضاً داخل السجلات المالية للمؤسسة، على سبيل المثال: برنامج تسجيل النفقات للمؤسسة من أجل الأغراض الحسابية، ويكون مفيداً كذلك في مراجعة السجلات الحسابية، ويكون مفيداً أيضاً في مراجعة السجلات الموجودة عن خطوط البرنامج، ومن أجل دراسة مجموعة الموارد، وتشمل ميزانية فريق العمل والمعدلات والمرافق، وأيضاً من أجل مراجعة وظائف التشغيل.

إن سجلات المراجعة المالية تُحفظ في برنامج ترويح فردي أو قاعدة القسم، إذا لم تعيد المؤسسة حساباتها، فإن معظم السجلات المالية يتم توجيهها عن طريق استشاري متخصص من خارج المؤسسة. والوسيلة الأخيرة في تحديد كفاءة البرنامج التي ناقشها هنا هي دراسة الوقت

والحركة. وهذا القياس يشير إلى تلك الفنيات التي تتبنى تحديد الوقت الذي يقضيه فريق العمل في خدمات البرنامج الترويحي أثناء تطوير الأداء.

إن دراسة الوقت والحركة وقياس مجهود فريق العمل في مقابل الوقت المخصص للبرنامج الترويحي. وهذا يتم لقياس كفاءة ودقة موارد الفريق. فالمقياس يتم تحديده عن طريق استخدام مذكرات فريق العمل أو التقارير الذاتية، على سبيل المثال: تحديد كمية ساعات العمل ضرورية لكل نشاط في برنامج الترويحي الرياضي والوقت المستغرق الذي يمكن قياس موارد فريق العمل، يمكن بحثها وفقاً لصلتها المسبقة لكل برنامج. وهذا يعني إذا كان الوقت الذي يقضيه فريق العمل في تطوير حدث خاص مثل: إنارة شجرة عيد الميلاد أثناء الاحتفال برأس السنة الميلادية خارج النسبة مع غيرها من الأعمال، فإن الأنشطة المجدولة بانتظام والقرار في تغيير هذا الحدث، ربما تتم صناعته، الأدوات التي تقيس كفاءة البرنامج، ممكن أن تكون بسيطة، مثل: سجلات مراجعة البرنامج أو معقدة مثل السجلات المالية أو دراسة الوقت والحركة.

فهناك علاقة كبيرة على أساس كفاءة التقييم الذي يعتمد على سجلات البرنامج الرياضي الترويحي، فجميع البرامج على الأقل يجب أن يكون لها سجلات تحفظ مع فريق العمل ومع السجلات المالية والأمان وصيانة المرافق ومحتوى البرنامج.

- اسم البرنامج
- أيام وزمن البرنامج

من فضلك سجل في المعيار الرقمي التالي من 1 إلى 5

- 1 = غير مرضي.

• 3 = مرضي.

• 5 = فائق.

(1) الجدول الزمني لهذا البرنامج يتفق مع أسلوب حياتك.

5 4 3 2 1
 تعليق:

(2) هل المرافق المقدمة في هذا البرنامج تتفق مع المتعة؟

5 4 3 2 1
 تعليق:

(3) كيف تقيم قيادة هذا البرنامج .

5 4 3 2 1
 تعليق:

(4) هل كان هذا البرنامج مشوقاً، وبذلك فجميع من كانوا مهتمين تم

ملاحظتهم؟

5 4 3 2 1
 تعليق:

(5) هل الرسوم المطلوبة تعكس موارد البرنامج؟

5 4 3 2 1
 تعليق:

(6) هل مناخ البرنامج آمن؟

5 4 3 2 1
 تعليق:

جدول 5/1 ملخص لأدوات جمع بيانات التقييم

تعليقات	الافتراضات	ماذا تقيس؟	الأداة
قلة الحضور، وقلة التنوع توحي بقلّة الحاجة.	افتراض اجتماع مصالح الوكالة	الحضور، والمشاركة، ونفوس المشاركين أو مختلفين، تنوع البرنامج	* سجلات البرنامج
أكثر من فقر البرنامج ربما نأمل إلى النظر إلى عدد المستخدمين الذين يبقون بعيداً بسبب ذلك.	افتراض جاذبية المواقع، وموافقة الجدول الزمني، وجذب المشاركين.	الجذب المادي للبرنامج ثبات الجدول الزمني اتجاهات فريق العمل الازدحام.	* معـدلات الاستخدام
من الهام أن تنظر ليس فقط إلى المقياس، ولكن أيضاً إلى تصور المشاركين لتلك المستويات، والمعيار الذي يكون مبالغاً فيه.	افتراض تحقيق مستوى محدد من جذب عدد أكبر من المشاركين.	مستويات الأمان المرغوب فيها، ومعـدلات المشاركة المرغوب فيها، وعدد البرامج المرغوبة.	* قياس قوائم الفحص

<p>يجب التوجه إلى الموضوعية والاهتمام بما هو جدير.</p>	<p>افتراض أنواع معينة من خصائص الوكالة توجه إلى كفاءة أعلى للبرامج.</p>	<p>الحاجة إلى البرنامج، الإشراف واكتمال القيادة، أسلوب الإدارة، حجم المؤسسة.</p>	<p>* الاستحسان الذاتي</p>
<p>يعتمد على الموارد المالية للوكالة.</p>	<p>افتراض نفقات مرتفعة، ودخل منخفض يكون غير كفاء.</p>	<p>نفقات ودخل البرنامج</p>	<p>* السجل المالي</p>
<p>يعتمد على التجديد والابتداع في البرامج.</p>	<p>افتراض وقت أقل من فريق العمل، وتحقيق إنتاجية أكبر للبرنامج يعتبر كفاء.</p>	<p>ما يبذل من طاقة ووقت من فريق العمل.</p>	<p>*دراسة الوقت والحركة</p>
<p>قبل المقياس يحقق الثقة يجب التأكد من المصداقية والصلاحية</p>	<p>افتراض اتجاه المشاركة، سوف يوجه سلوك البرنامج وبالتالي المتعة.</p>	<p>الطرق المعروفة في التفكير والشعور.</p>	<p>*قياس فعالية البرنامج *مقياس الاتجاه</p>

والموضوعية.	افتراض أن عدم	برنامج محدد أو	*دراسة الحالة
كل وقت يستنفذ	الفهم الكامل	مشاركة، في	والميدان
يتطلب مهارات	يعكس لماذا هو	العمق وقصرياً.	
البحث.	فعال أو لا.		
يتطلب	افتراض أن	مهارات إعادة	*ملاحظة
موضوعية	التغير في	التأهيل الأفعال،	السلوك
فائقة.	السلوك عند	سلوك المشاركين	
	نهاية البرنامج	في البرنامج.	
	يعكس تأثير		
	البرنامج.		
مثل تلك	افتراض أن	قبول البرنامج	* استطلاع
المقاييس لا	البرنامج الشعبي	وشعبيته.	الرأي
تخبرنا دائماً	يكون فعالاً.		
بصورة صحيحة			
عن تأثير			
البرنامج.			

إذن يتم تحديد المقياس عن طريق استخدام مذكرات فريق العمل او التقارير الذاتية، على سبيل المثال تحديد مقدار ساعات العمل الضرورية لكل نشاط في برنامج الترويج الرياضي والزمن المستغرق الذي يمكن قياسه وموارد فريق العمل التي يمكن بحثها وفقاً لصلتها المسبقة لكل برنامج ترويجي رياضي وهذا يعني إذا كان الوقت الذي يقضيه فريق العمل في تطوير حدث خاص مثل ترتيب أتوبيس للسفر إلى مدينة الغردقة في عيد الربيع (شم النسيم). خارج النسبة مع غيرها من الأعمال. فإن الأنشطة

المجدولة بانتظام ، والقرار في تغيير هذا الحدث؛ بما يتم صناعته، والأدوات التي تقيس كفاءة البرنامج، يمكن أن تكون بسيطة مثل سجلات مراجعة البرنامج أو معقدة مثل السجلات المالية، أو دراسة الوقت والحركة.

فهناك علاقة كبيرة على أساس كفاءة التقييم الذي يعتمد على سجلات البرنامج . فجميع البرامج على الأقل يجب أن يكون لها سجلات تحفظ مع فريق العمل مع السجلات المالية والأمان وصيانة المرافق ومحتوي البرنامج والجدول 1/5 يلخص الأدوات الشائعة في الاستخدام من أجل قياس كفاءة البرنامج.

3/10/5/5 الأدوات التي تقيس فعالية البرنامج

هناك مجموعة شائعة الاستخدام في تقنيات جمع البيانات، من أجل قياس تحقيق الأهداف الإجرائية، هذه التقنيات تمثل تحقيقًا نظاميًا عن اتجاهات المشاركين وآرائهم وسلوكهم، ونتيجة لذلك، فإن تفسير تلك النتائج يتطلب المعرفة والخبرة في طريقة التحقيق العظمية. إن تقنيات جمع البيانات من أجل تحديد فعالية البرنامج بالنسبة للمشاركين، يمكن باختصار مناقشتها هنا. فهناك مقاييس لاتجاهات ودراسات القضية والميدان، وملاحظات السلوك واستطلاعات الرأي بالإضافة إلى تلك الدراسة والممارسة التي يوصي بها من أجل المخطط الطائب بالنسبة له، فإن تلك الأدوات الخاصة بالقياس غير مألوفة، وما تم تقديمه في تلك المناقشة سوف يساعد في مثل تلك الدراسة.

إن تفسير المقاييس عن اتجاه المشاركة الفردية، يكون صعبًا، حيث أنه يُبنى على أساس اتجاهات المشاركين نحو البرنامج والتي تعكس مدى

الرضا والمتعة من البرنامج فأدوات جمع البيانات التي يمكن استخدامها متعددة، والخمسة أنواع الرئيسية في مقياس الاتجاه هي:

- مقياس الاتجاهات .Attitude Scale
- مقياس البدائل المتساوية .Semantic Scale
- مقياس التراكم .Thurston Scale
- مقياس الاختلاف الشعوري .Cuttman Scale
- مقياس الترشيح .Q. Sort

والأكثر انتشاراً من بين تلك المقاييس هو مقياس الاتجاهات وفي هذه التقنية مجموعة من العبارات المذكورة والاستجابات الخاصة عن مستوى القبول أو عدم القبول لكل عبارة وفق مقياس من خمس نقاط، على سبيل المثال: عبارة برنامج الترويح، يجب أن تكون حرة من النفقات. هل تكون هناك موافقة قوية، أو موافقة فقط أو عدم تقرير، أو عدم موافقة بقوة؟ وفق استجابة كل مشارك، وعادة كلما كان الاتجاه إيجابياً تكون الموافقة كبيرة، أو عدم الموافقة، أو الاعتماد على العبارة والمربع التالي يقدم استشهداً لمقياس الاتجاه الذي طوره جون نيولينجز John Neulinger 1978م.

إن المربع التالي قد تم اقتباسه من دراسة نيولينجر 1974 Neulinger
عن وقت الفراغ

فيما يلي مقياس من سبعة نقاط، كل نقطة مصحوبة بكلمة (مصطلح)
استخدم تلك المقاييس لوصف ماذا يعني "وقت الفراغ" بالنسبة لك ، وتلك
النقاط هي كالآتي :

Extremely	1 = فائق
Quite	2 = إلى حد ما
Slightly	3 = بدرجة ضعيفة
Neutralor Unrelated	4 = محايد
Slighte	5 = بدرجة ضعيفة
Quite	6 = إلى حد ما
Extremely	7 = فائق

ضع درجة الاختيار في هذا المقياس على النقطة التي تصف بصورة
كبيرة، ماذا يعني لك "وقت الفراغ" على سبيل المثال إذا كانت الصفتين :

جميل 1 2 3 4 5 6 7 قبيح

وأنت تشعر بأن وقت الفراغ جميل إلى حد ما ، فسوف تضع علامة على
الرقم 2 في المقياس، وعلى الجانب الآخر، إذا كانت تشعر بأن وقت الفراغ
قبيح بدرجة فائقة فسوف تضع علامة على رقم 7 في المقياس.

• ازدواج الصفات

وقت الفراغ يكون :

Interesting	شائق	(51)	7	6	5	4	3	2	1	Boring	ممل
Sociable	اجتماعي	(52)	7	6	5	4	3	2	1	Solitary	منعزل
dishonest	غير أمين		7	6	5	4	3	2	1	Honest	أمين
Full	ممتلئ		7	6	5	4	3	2	1	Empty	فارغ
Undesirable	غير مرغوب فيه		7	6	5	4	3	2	1	Desirable	مرغوب فيه
Unnecessary	غير ضروري		7	6	5	4	3	2	1	Necessary	ضروري
Poewrless	ضعيف		7	6	5	4	3	2	1	Powerful	قوي
Developing	نامي		7	6	5	4	3	2	1	Mature	ناضج
Worthless	بلا قيمة		7	6	5	4	3	2	1	Valuable	ذو قيمة
Meaningless	بلا معنى		7	6	5	4	3	2	1	Meaningful	ذو معنى
Active	ايجابي		7	6	5	4	3	2	1	Passive	سلبي

في أسفل الشكل المربع مذكور عدد من الأنشطة الزمنية الحرة، يستخدم قيم القياس لمعرفة ما هو في رأيك وضع المجتمع فيما يخص تلك الأنشطة وما يجب أن تكون عليه. وعلى الرغم من وجود العديد من المقاييس في مجال العمل، فمن المرغوب فيه اختيار المخطط لمقياس محدد مناسب لموقع البرنامج، فقد قام كل من كنسلت شاو Cansult Shaw 1967م و كور 1973 Kahr م، وفاريل ، لوندجرير Farrel & 1978 Lundegren م، بتقديم إجراءات تم تطويرها لاتجاهات المقياس.

ومقياس التراكم Thurstone، هو واحد من المقاييس الكلية، يختلف قيمه فيما يتفق عليه، فيكون مقياس الشخص هو الدرجة المتوسطة لجميع المفردات التي يتم فحصها.

في الأسفل مذكور عدد الأنشطة الزمنية الحرة يستخدم قيم المقاييس لمعرفة ما هو في رأيك وضع المجتمع فيما يخص تلك الأنشطة، وما يجب أن تكون عليه:

قيمة المقياس	هذا النشاط يجب أن يكون
7	* يشجع بقوة كبيرة.
6	* يشجع بقوة.
5	* يشجع.
4	* إما تشجيع أو لا تشجيع.
3	* لا تشجيع.
2	* لا تشجيع بقوة.
1	* لا تشجيع بقوة كبيرة.

أنشطة وقت الفراغ رأيك

(أ) الأنشطة التي تشجع الجهد العقلي

مثل الدراسة والتعليم بالنسبة للبالغين

(ب) الأنشطة المتعلقة بتناول المخدرات

(ج) الأنشطة التي تتكون أساساً من لا شيء

وتكون معلقة

(د) الأنشطة المرتبطة بنشاط المشاركين

في الشؤون الاجتماعية، مثل: العمل التطوعي

وأشطة الأندية

(هـ) الأشطة التي تتكون أساساً من الجهود

الإبداعية والفنية، مثل: الكتابة والرسم

والعزف على الأدوات الموسيقية.

(ح) الأشطة المتعلقة بتناول الكحول

(ي) الأشطة المتعلقة بالجهود الإنتاجية،

مثل: الأدوات وهوايات الأعمال الخشبية

والأدوات الجلدية والخياطة.

(ك) الأشطة المتعلقة بالتدريب بالبدني،

مثل: الرياضات والصيد والمشى

From Neulinger, J, The Psychology of leisure: Research approaches to the study of leisure, 1978,p.170. courtesy of Charles C Thomas, Publisher. Springfield, Illinois.

ويكون تسجيل القائد هو الدرجة المتوسطة في مقياس القيم التي وافق عليها المشاركون وهذا النوع من مقياس الاتجاهات صعب في البناء. وهنا يكون في إمكاننا أن نوصي بمزيد من المناقشة . ومقياس ترس تون Thurstone هو واحد من المقاييس الكلية يختلف قيمه فيما يتفق عليه ، فيكون مقياس الشخص هو الدرجة المتوسطة لجميع المفردات التي يتم فحصها.

المربع التالي يمدنا باستشهاد لنموذج مقياس التراكم Thurstone Scale، كما تم تطبيقه في قيادة برنامج الترويح الرياضي، وطلب من المشاركين في البرنامج أن يضعوا علامة على تلك العبارات التي يعتقدون تطبيقها إلى القائد، ويضعوا علامة إكس (X) على العبارات التي يعتقدون أنها لا تنطبق في القائد ويكون تسجيل القائد هو الدرجة المتوسطة في مقياس القيم التي وافق عليها المشاركون، وهذا النوع من مقاييس الاتجاهات صعب في البناء ونوصي لمزيد من المناقشة.

يتكون مقياس هوت مان Cuttman Scale من مجموعة صغيرة من الفقرات تقيس اتجاه واحد فقط، ويعتبر هذا المقياس تراكمياً، ولذلك فإن الشخص الذي يستجيب بصورة إيجابية إلى أي اتجاه، فسوف يستجيب لجميع العبارات بدرجة متوسطة، وبالتالي، يجب إضافة بعض المعلومات عن تطوير استخدام المقياس، إن جوهر تقنية الاتجاهات تختلف من حيث التأسيس والمزاوجة في الصفات مثل سعيد وغير سعيد، وجميل وقبيح، وتكون نسبة المقياس بين المشاركين، وبالتالي فإن معدل المقياس يتكون من سبع نقاط بين صفتين وعن طريق سؤال المشاركين في البرنامج من أجل إعلان درجة بين كل صفة مزدوجة، فإن المقياس الرقمي للاتجاه نحو مفهوم محدد يمكن استنتاجه.

• الاتجاهات: من فضلك ضع علامة إكس (X) أمام العبارات التي لا توافق عليها عن هذا الاتجاه وعلامة صح (✓) أمام العبارة التي توافق عليها في هذا القائد.

01..... - هل هو كفاء في جميع الأعمال؟

02..... - يجعل الموضوع ممتعاً.

.....03 - هل يساعد في تنمية المثل العليا؟

.....05 - هل هو دائماً مهذب؟

.....41 - يبذل تأثير من أجل الخطأ.

.....42 - لديه نقاط سيئة أكثر من أي قائد أعرفه.

.....43 - ليس لديه ملكة الحكم.

.....44 - لا يعرف الموضوع.

.....45 - هل هو فاشل في قيادة الترويج؟

Adapted from Shaw . M.E & Wright ,J.M. Scales for the measurement of attitudes . .
New York: McGraw Hill, 1967, P.497,NOTE : There are 45 Items on the Scale, and
the top and bottom five are shown here.

إن تقنية مقياس الترشيح Q - Sort (كيو) هي وسيلة معقدة من أجل الحصول على مفاهيم وموضوعات عدد كبير من المشاركين، فنطلب من المشارك أن يصنف بطاقات تحتوي على عبارات لفظية ومصورة تشير إلى اتجاه موجه خاص، وهناك كومات من تلك البطاقات ذات المعنى المنحاز بدرجة كبيرة إلى اليسار، التي هي أقل في المعنى تكون في أقصى اليمين، وتسمح للمشارك أن يضع فقط عددًا محددًا من العبارات في كل كومة من الكومتين وعند استلام العدد الأدنى من البطاقات في المنتصف، فإن الكومة التي تستلم العدد الأكبر هي غير محددة.

جميع مقاييس الاتجاهات التي قدمت هنا، ربما تكون خاضعة للتحاليل الإحصائية بمساعدة الكمبيوتر، وإذا كان المخطط غير قادر على تطبيق الإجراءات الإحصائية الرسمية، فسوف يستطيع على الأقل وضع الاستجابات في مقياس الاتجاهات من أجل تحديد وتوجيه هذا المقياس العام.

إن مجال الدراسة هو مجال الملاحظة العميقة وتحليل المشاركة الفردية في برنامج محدد أو مؤسسة فردية أو وحدة داخل المؤسسة ، أو موقف خاص. يعتمد على الغرض من الدراسة، فإن المقيم يلاحظ فقط نسبة هذا الموقف من الهدف بسبب البرنامج المكثف، فإن مجال الدراسة تكون له علاقة كبيرة بالشخص أو البرنامج، وتلك النواحي يمكن أن تكون فردية.

إن تقنية جمع البيانات في قضية الدراسة تعطينا تنوع كبير في المعلومات التي جمعناها عن طريق السجلات وقوائم الملاحظة ونسب المشاركة والمراجعة المباشرة ومهارة الاختيار، ونتائج الدراسة تكون مكتوبة عادة، والهدف هو جمع مزيد من المعلومات لإيضاح الموقف وكذلك بما يتماشى مع زمن الدراسة علي سبيل المثال: يمكن لقضية الدراسة أن تحلل البرنامج بنجاح من أجل تعريف العناصر الممكنة التي تشارك في نجاحه، وبعد تعريف تلك العناصر ودراستها، يمكن تبنيها في برامج مشابهة تكون أقل نجاحًا، إن قضية الدراسة كأداة لجمع البيانات الفنية واستنفاد الوقت والتطبيق النافع، فإن أكبر منفعة هنا هي مشكلة خاصة في البرنامج مع القائد أو المرافق التي تكون أمام مخطط البرنامج. وبالتالي فإن قضية الدراسة تبرز إلى السطح مساحة محددة من الصعوبات من أجل مزيد من التقييم وإيجاد الحلول الواضحة.

إن أداة المقياس الاجتماعي التي تُقيّم الطبيعة في البناء السداخلي للمجموعة وأيضًا تساعد في تعريف أي من أعضاء المجموعة، يكون مقبولاً، وأيهم لا يقبل. وعند تحديد مدى تحقق الآراء ذات الطبيعة الاجتماعية، فإن هذا البرنامج يساعد على تقييم درجة الوحدة في مجموعة البرنامج الخاص وكذلك يساعد في تقييم أنماط الاتصال داخل المجموعة. إن تفسير النتائج، يوضح مدى تأثير المشاركين في البرنامج.

إن البرنامج الاجتماعي هو طريقة لدراسة التفاعل الداخلي والعلاقات بين أفراد المجموعة، ويُطلب من المُشارك أن يعكس الاختيار الاجتماعي مثل: اذكر ثلاثة أشخاص في معسكر ترغب في أن تكون معهم في نفس الخيمة، والموقف يجب أن يكون ذات معنى في مجموعة البرنامج، وأفراد المجموعة يجب أن يكونوا مألوفين لبعضهم البعض، وجميع أفراد المجموعة يستجيبون لخطة مرسومة عن طريق اختيار ثلاثة أمور، وبالتالي فإن التخطيط الاجتماعي يتزايد بصعوبة مع زيادة عدد أفراد المجموعة، وبالتالي يكون التفسير أكثر صعوبة، وهذا البرنامج لا يستخدم في المجموعات التي تزيد عن خمسة وعشرين شخصاً.

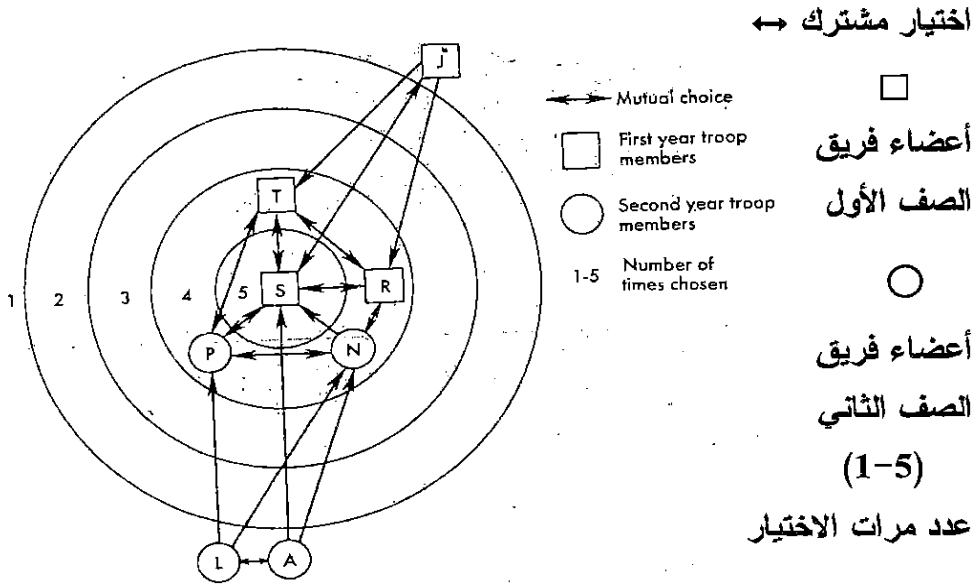
من أجل تخطيط الخيارات الاجتماعية، من أجل التحليل فإن الخطوات التالية تم اقتباسها من فارل ولونديجرين Farrel & Lundegren 1978م .

(1) ارسم أربع دوائر كل دائرة يمكن أن تمثل أربعة اختيارات منعزلة، ويمكن ترقيم الدوائر حسب عدد مرات الاختبار.

(2) إذا كان من الضروري أن نقسم المجموعة وفق الجنس أو مستوى الخبرة أو مكان الإقامة، فيمكن رسم خطوط رأسية من أجل تقسيم الدوائر، ويمكن استخدام الرموز المختلفة لتميز تلك التقسيمات.

(3) ضع كل مشارك في دائرة محددة وفق عدد مرات الاختيار عن طريق شخص آخر، ويكون ذلك هو الأقرب إلى مركز الدائرة، الشخص الأكثر اختياراً.

(4) ارسم أسهم من وإلى كل شخص لتشير إلى الاختبارات والأسمم مزدوجة الرأس تشير إلى المزاوجة، وفي البداية تكون الاختيارات أقل تعقيداً بالنسبة للبرنامج الاجتماعي المرغوب فيه.



الشكل 5ف/2

رسم توضيحي لعينة من فريق الكشافة للفتيات ، حيث يتم سؤالهن "أذكرى ثلاثة أسماء من فريقك تودين أن تكوني معهن في نفس الخيمة في المعسكر".

[السهم يشير إلى الاختيار سواء من طرف واخذ أو من الطرفين حسب رأس السهم، وهذه الحروف تشير إلى أسماء الفتيات في هذه العينة].

يمثل الشكل 5ف/2 نموذجًا من هذا المقياس، كما تعتبر الملاحظة السلوكية أداة أخرى لجمع البيانات من أجل قياس فعالية البرنامج، وهناك ملاحظة نظامية فردية، يتم تصميمها لتسجيل محدد، كما أن بعض الأفعال المختارة أو السلوك، بغرض تحديد العلاقة الإيجابية بين سلوك محدد في مهام الأداء وسلوك الملاحظة في عملية التقييم، على خلاف أدوات القياس الأخرى، فإن ملاحظة السلوك لا تتطلب بالضرورة اشتراك أفراد المجموعة

وهي في الحقيقة تمدنا بتحقيق الثقة وملاحظة السلوك الذي يحدث بدون دراية الأشخاص.

ينصح بالحد الأدنى من المتطلبات إذا كان الحصول على البيانات من ملاحظة السلوك نافعة، وتعال الثقة أن جميع الملاحظات - على سبيل المثال- تكون ضرورية، فيجب على الملاحظين أن يكونوا موضوعيين ومدربين على كيفية الملاحظة ومعرفة كيف يسجل بطريقة صحيحة على قدر الإمكان. فإن الملاحظ يحاول تفسير ما يسجله ويبقيه تحت سيطرته. ولكي يكون السلوك المحدد كمخرج، فيجب أن يكون واضحًا ودقيقًا، لذلك يجب أن يعرف الملاحظ بالضبط، ما هي الأفعال التي يسجلها؟

إن ملاحظة السلوك تكون عادة موجهة إلى عينة الوقت أو عينة الحدث، فالهدف السلوكي لعينة الوقت يتم ملاحظته في وقت محدد في أثناء البرنامج، مثل: العشرة دقائق الأخيرة في كل أسبوع في برنامج المهن في المستشفى، ويتم اختيار ملاحظة السلوك في عينة الحدث في البرنامج الداخلي مثل: مباراة رياضية في المركز الرئيسي وتتراوح الأدوات المستخدمة لإرشاد القيم أثناء ملاحظة السلوك من أدوات بسيطة كقوائم الفحص وسجلات ومقاييس النسب.

إن غالبية تأثير البرنامج الذي أوضحه المقياس عن طريق استطلاع الرأي، حيث يُطلب من المشاركين التعبير عن آرائهم في قضايا محددة عن طريق الاستجابة المكتوبة أو الشفهية عن طريق مجموعة موجهة من الأسئلة. وعند تقديم مجموعة من المعلومات الوصفية عن كفاءة البرنامج في هذه المناقشة، تشير مرة أخرى إلى تصميم وبناء استطلاع الرأي، ويكون نافعًا في الخطوات من واحد إلى ستة في أثناء

عملية التخطيط، وفي الخطوة السادسة يكون الغرض هو سؤال المشاركين عن رأي محدد يتعلق بتقسيم البرنامج، وفيما يلي عينة من هذه الأسئلة.

• هل تستمتع ببرنامج التمرينات الحديثة (على سبيل المثال) في هذا الموسم؟

• هل تحب أن ترى البرنامج يستمر في الموسم القادم؟

• هل تم تشجيعك على الحضور في كل لقاء داخل المجموعة أكثر بسبب الأتعاب المطلوبة؟

• هل تعتبر نفسك تعلمت قليلاً عن فنيات التمرينات الحديثة من هذا البرنامج؟

• ما هو الرأي النهائي في هذا البرنامج؟

هذه الأمثلة توضح طبيعة الآراء والاستجابات التي تتم تلخيصاً لعدد كبير من الآراء. وعموماً فإن المقيم يستخدم نتائج استطلاع الرأي، وما يعتقد أنه المشاركون عن البرنامج للتوصل للتحسينات المرغوبة.

إن الأدوات المستخدمة في قياس فعالية البرنامج، يمكن أن تكون بدون فائدة دقيقة، وبالتالي لا تتوصل إلى التأثير المطلوب قياسه وجميع تلك الأدوات تم مناقشتها هنا. مقياس الاتجاهات هي:

• دراسات الميدان. • المقياس الاجتماعي.

• الملاحظة السلوكية. • استطلاع الرأي.

ويمكن أن تكون تقنية جمع بيانات التقييم ذات دلالة إذا تم استخدامها بوعي كامل وتفسيرها بحرص ويجب مراجعة الجدول (1/ ف 5) كملخص للأدوات العامة المستخدمة في قياس فعالية البرنامج.

11/5/5 نتائج التقييم

بمجرد أن ينتهي المخطط من جمع وتحليل بيانات التقييم، فإن الخطوة التالية هي استخدام النتائج سواء كانت نتائج التقييم أولاً، وهذا يعتمد على كيفية كتابة النتائج وإيصالها إلى صانعي القرار داخل المؤسسة، ونتيجة لذلك، فإن القسم الأخير في هذا الفصل يتحدث عن كتابة تقرير التقييم وكيف يتم بناءه، وكيف يتواصل، وكيف يستخدم.

12/5/5 كتابة تقرير التقييم

هناك إطار لتقرير مكتوب، من المفترض أن يستخدمه المخطط بطرق عديدة، إذا كان يطلب منه أن يكتب منه تقريراً فنياً، حيث يكون كبيراً، فإن النتيجة تكون حصرية على موضوع التقييم، ثم يحتاج التقرير بعد ذلك إلى الإطار السابق، وفي هذه الحالة فإن المخطط سوف يتبعه ببساطة بتفصيل أكبر عند المراجعة. ومن ناحية أخرى يكون شكل التقرير أقل رسمية، ويمكن للمخطط استخدامه لمحتوى لقوائم الفحص، وبالتالي فإن المخطط يمكن أن ينظم المادة وفق احتياجاته الخاصة مع تأكيد أهمية المعلومات التي تم حذفها من بعض مؤسسات الترويج والمنتزهات الترويحية، وتستخدم الأقسام استثماراً محددة لاستطلاع الرأي يملأها مخطط البرنامج مع إجراءات تقييم البرنامج، سواء كانت هذه الاستثمارات المستخدمة هي الواردة نفسها في إطار كتابة تقرير التقييم أو لا، فهي تشمل المحتوى الخاص بالتقرير.

1/12/5/5 إطار كتابة تقرير التقييم

يتضمن إطار كتابة تقرير التقييم ما يلي:

(1) صفحة الغلاف الأمامية.

(2) ملخص التقرير.

(3) معلومات عن البرنامج (خلفية عن البرنامج).

(4) وصف تصميم التقييم.

(5) نتائج القياسات.

(6) تحليل النتائج.

(7) التكاليف والمنافع.

(8) الخاتمة والتوصيات.

1/1/12/5/5 صفحة الغلاف الأمامية

يجب أن تزود صفحة الغلاف الأمامية عن البرنامج بما يلي :

- اسم البرنامج.
- التاريخ.
- الوقت.
- موضوع الترويج.
- موضع الترويج.
- اسم المقيم.
- تاريخ كتابة التقارير.

2/1/12/5/5 ملخص التقرير

يشمل ملخص التقرير نظرة عنه، يشرح فيها لماذا يتم عمل التقييم وقوائمه والتوصل لنتائجه الرئيسية وتوصياته. ويسبب أن الملخص تم تصميمه لأعضاء فريق العمل، وربما يكونون مشغولين وغير قادرين بصورة مباشرة على كتابة أو قراءة التقرير بأكمله، يجب أن يكون ملخص التقرير مختصراً. وعلى الرغم من وضع الملخص في المقدمة ، فإنه يكتب في النهاية.

3/1/12/5/5 معلومات عن البرنامج (خلفية)

توضح معلومات عن البرنامج محتوى البرنامج واصفاً ما يلي:

- توضيح محتوى البرنامج.
- وصف أهدافه.
- مواد البرنامج.
- أنشطة البرنامج.
- الترتيبات الإدارية.
- مناقشة لقيادة البرنامج بصورة مناسبة.

إذا كان التقرير هو السجل الوحيد للبرنامج، يجب أن يشمل هذا القسم تفصيلاً معبراً. على سبيل المثال: العديد من العبارات والصور ونشرات الأخبار التي تكون مرغوبة في إلحاقها بالتقرير.

4/1/12/5/5 وصف تصميم التقييم

يجب أن يفسر وصف تصميم التقييم سبب النتائج التي توصل إليها القسم، وما يجب أن يكتمل هو وصف الإجراءات المتبعة في تقييم البرنامج، وإلحاق نماذج من فنيات جمع البيانات. وإذا كان هناك بعض صانعي القرار يعتقدون في توصيات التقييم، فإنهم يحتاجون إلى معرفة المعلومات التي تفيد في الحصول على التوصيات، ونتيجة لذلك فمن الأهمية بمكان، الوصف التفصيلي على قدر الإمكان.

5/1/12/5/5 نتائج القياسات

تمثل نتائج القياسات المتعددة التي تم وضعها في وصف تصميم البرنامج، إذا كانت أدوات القياس متصلة وصادقة وصالحة، فإن نتائج

البيانات الصعبة عن البرنامج سوف تتوفر، وجمع البيانات عن طريق الكمبيوتر وكذلك وصف اختبارات المشاركين وإحاقها. إن البيانات المقدمة في هذا القسم يتم وضعها في جداول أو رسوم بيانية، كما يمكن تلخيص استطلاع الرأي، ووضع نسخة من استطلاع الرأي ذاته.

6/1/12/5/5 تحليل النتائج

إن تفسير وتحليل كل نتيجة من القسم التالي (تحليل النتائج) في التقرير، يجب مناقشتها مع إشارة خاصة إلى القسم السابق (نتائج القياسات) في أغراض التقييم. وهناك قضيتان أساسيتان يجب أن تشير إليهما في هذا القسم هما:

• القضية الأولى: ما هو مدى تأكيد أن البرنامج أنتج هذه النتائج، وهل هناك تفسيرات بديلة لنتائج البرنامج؟ ومن هذه النقطة، فإن المخطط يجب أن يحاول التعامل مع هذا النقاش في مقابل تفسيره لكفاءة البرنامج أو فعاليته.

• القضية الثانية: ما هي جودة نتائج البرنامج؟ وهل تلك النتائج تقارن جيداً مع ما كان متوقع من البرنامج ككل؟ وكيف يتم مقارنة النتائج مع ما كان متوقع؟.

7/1/12/5/5 التكاليف والمنافع

تعتمد التكاليف والمنافع على رأي المخطط في جدارة موقف التخطيط الخاص، فإذا اختار المخطط حساب التكلفة المنفعية، فإن هذا القسم يضع التكاليف بعملة الدولة وعلاقتها بالبرنامج، ثم يتسع ليشمل ملخص غير مرتبط بالتكاليف المكافئة. إن منافع البرنامج يتم قياسها ووصفها في

مقابل التكاليف، ويكون ذلك معاوناً في مراجعة النقاش السابق في هذا الفصل عند القيام بتحليل المنفعة والفائدة والتكاليف.

8/1/12/5/5 الخاتمة والتوصيات

تشمل الخاتمة والتوصيات النتائج والتوصيات: غالباً تكون في شكل قائمة. ويمكن أن توضح التوصيات وجهة التقرير ونتيجته، لذلك فإن المخطط، يجب أن يتأكد من وضوح الخاتمة، وأن تكون مرنة وليست جامدة.

2/12/5/5 اتصال النتائج

كل ذلك يحدث في الخطوة الداخلية للتقييم مرتبطة الصلة بالنتائج التي تتم نسيانها، واتصال توصيات التقييم، يجب أن يمتد إلى ممولي المؤسسة والبرنامج ذاته، فإذا كان البرنامج وطريقة تكييفه أو نتائجه ذات دلالة، فإن عملية الاتصال يجب أن توجه إلى الصحف المتخصصة والاجتماعات.

فإذا أخبرتنا نتائج التقييم عن قصور في البرنامج أو التصميم نفسه الذي تم تصميمه ، فإن الدرس لم يتعلم أبداً إذا لم يتم اتصال تلك النتائج. والأسوأ من ذلك. إذا لم يتم إيصال النتائج فإن أخطاء البرنامج يمكن أن تتكرر بسهولة. فهؤلاء الأشخاص الذين في مكاتب استخدام التقييم، يجب أن يؤكدوا على الإخبار بتلك النتائج والتوصيات، بأنها مسئولية المخطط بضرورة أن ينظر إلى تلك النتائج وأن يسعى إلى إيصالها.

3/12/5/5 تنفيذ التوصيات

يجب أن يقرر المخطط بعد إتمام عملية التقييم ماذا سوف يفعل به فدراسات نتائج التقييم لا تظهر دائماً كيف تتم تحسينات برامج الترويج

الرياضي. ويقترح أحد المراجع أربعة أسئلة ، يمكن أن تساعد المخطط في تقرير من أين يبدأ وهي :

(1) ماذا تعني النتائج بالنسبة لأهداف البرنامج؟

(2) كيف يتم تنفيذ تلك النتائج عن طريق التفسير في برنامج خاص؟

(3) ما هي التطبيقات لتلك النتائج لصالح البرنامج بأكمله؟

(4) ما هي الخطوات الضرورية التالية مثل الجهود الجديدة للتقييم ، وتطبيق التغيير والحركة إلى الساحات الجديدة في تطوير البرنامج؟

إن تبني هذا التطبيق في توصيات التقييم، يمكن أن يساعد عن طريق الاشتراك والمناقشة مع جميع فريق العمل في البرنامج، ومع إدارة المؤسسة. ويجب على المخطط أن يتجنب الأخطاء التي وقع فيها من قبل عن طريق إحداث تغييرات في البرنامج أو إلغاء بعض البنود، ولكن مع مناقشة قادة البرنامج، إن المشاركة الأكبر لفريق العمل في البرنامج في تفسير نتائج التقييم وصياغة التوصيات، يكون شيئاً مقبولاً عند التطبيق.

يوصي التقييم ببعض التغييرات في البرنامج ربما تكون صعبة في التطبيق، ولكن مساعدة المشاركين تساعد على ذلك، على سبيل المثال: إذا كان عرض سينمائي قد أظهر نتائج كل يوم خميس لمدة عامين متتاليين، وأوصى المخطط بأن هذا يعتمد على تقييم العرض السينمائي. يجب يتم تغييره إلى ليالي الجمعة أو يستبدله تماماً ببرنامج لياقة بدنية. فهناك تكون صيحة من العرض، حيث أن قيم التغيير، يجب أن تراعي جميع الظروف، حتى مع استخدام البحث التقويمي الذي يقترح أنشطة الترويج، مثل كرة القدم وكرة السلة التي تمثل قليلاً من الوقت، ويكون التنفيذ عالي القيمة، فهناك استمرار في وجود مساحات واسعة من برنامج الترويج الرياضي

التي تلبي المطالب. ومن أجل التعامل مع إصرار المشاركين على التغيير. فإن المخطط، يجب أن يشركهم في تقرير كيف يتم استخدام نتائج التقييم. إن التغيير التدريجي يكون أسهل في تقديم الجديد. أكثر من التغيير المفاجئ.

تمدنا دراسات التقييم بمعلومات عن قوة أو ضعف البرنامج، وبالتالي هي لا تستطيع أن تمدنا بجميع الإجابات، فإن نتائج التقييم تكون نافعة وعملية وتعكس تطبيق سياسة المؤسسة.