الأنشطة اللامنهجية لطلبة العلاقات العامة في جامعة بغداد

كلية الإعلام

المحداث فقدان الزباغل (الميزان الزباغل)

الكلمات المفتاحية (الأنشطة اللامنهجية — التدريب — طلبة العلاقات العامة)

الباحث

د. حذيفة زيدان خلف

مدرسة

معهد الإدارة/ الرصافة
Extracurricular activities for students of public relations at the University of Baghdad Faculty of Information

(Phase IV) Keywords (extracurricular activities training and public Alalacaat stude

Researcher
D. Huthaifa Zidane Khalaf

Tutor
Administration / Rusafa Institute
Abstract:-

Become a public relations focus of attention of states and societies in the current era and in the light of developments and technology, and the era of mass communication as it is not without its field of humanitarian work or social, of the practice of public relations is codified so as to this aspect of great impact in improving the performance, and the advancement of the level of activities and services provided by organizations based on the areas of humanitarian work or social, for the reality of evolution towards a better future.

The prevailing belief has been for many years about education is that it is by His teachers on their students either directly through lectures, tutorials or indirectly by books and other publications. That the continuation of a look institution to public relations as a professional activities only, without recognizing the content of social has led to a number of negatives in the fields of its practicality, prompting some to question the ability of public relations itself and its value as a necessity Social indispensable in the institutions of modern society.

The researcher studying the role of students in the public relations department in extracurricular activities that aim to serve the community in two frames, the first frame of a theoretical included a research methodology, and training in the field of public relations, training participation and the role of public relations in the community service the second frame, a field has included the analysis and interpretation The questionnaire results of student participation in activities and the difficulties they faced, and the researcher reached a set of conclusions and recommendations put on the light by which they can cooperate
بسم الله الرحمن الرحيم

البحث الأول: الانتشار النسائي

أولاً: منهجية البحث:
مشكلة البحث:

تتمثل مشكلة البحث في التعرف على دور تدريب طلبة قسم العلاقات العامة على الأنشطة اللامنهجية بغرض إبراز الأهمية المتزايدة التي يجب أن تحظى بها العلاقات العامة من خلال توظيفها في الأنشطة اللامنهجية لتصل إلى الجمهور من خلال أنشطة الطلاب.

ويطلع البحث للإجابة عن مجموعة من التساؤلات من خلال تحليل نتائج الدراسة وتقسيم التساؤلات إلى ما يلي:

1. ما مدى مشاركة طلاب العلاقات العامة في الأنشطة اللامنهجية؟
2. ما التحديات التي تواجه طلاب العلاقات العامة في تنفيذ الأنشطة اللامنهجية؟

أهداف البحث:

هدف البحث إلى:
1. التعرف على الأنشطة اللامنهجية التي يقوم بها طلبة العلاقات العامة من نواة وورش عمل ومهرجانات وأيام العمل المجتمعي التطوعي.
2. معرفة الدورات التدريبية التي يخضع لها طلبة قسم العلاقات العامة ومدى مشاركتهم فيها.
3. التعرف على مدى مساهمة كلية الإعلام وجامعة بغداد في دعم الأنشطة اللامنهجية التي يقوم بها الطلاب.

منهج البحث:

يعتبر هذا البحث من الدراسات الوصفية (التي تهتم بدراسة الحقائق المحيطة بظاهرة أو الحدث بجميع البيانات والمعلومات وتفسيرها لاستخلاص دلالاتها وإصدار تعليمات بشأنها).

وأستخدم الباحث منهج المسح (الذي يعتبر جيداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة، أو مجموعة من الظواهر موضوع البحث) لكي يحدد
أساليب الممارسة لجمع البيانات الأولية المطلوبة لتحقيق الهدف من دراسة الجوانب التي يتبعها الطلاب في تخطيط وتنفيذ وتقديم والتعرف على الطرق التي يتم من خلالها ممارسة الطلاب لأنشطتهم الهاضفة لخدمة المجتمع.

- مجتمع البحث وعينته:

تمتل مجتمع الدراسة في طلبة المرحلة الرابعة قسم العلاقات العامة في (كلية الإعلام/جامعة بغداد) وللفترة من (01/10/2013 ولغاية 1/5/2014).

استخدام البحث أسلوب الاحصائي الشامل (الذي يتميز بتجمع أخطاء التعميم التي تنتج عن استخدام بيانات مأخوذة من قطاع معين في المجتمع للحكم على المجتمع ككل) واستخدم أسلوب الحصير الشامل جاء نتيجة لمحدودية العدد في قسم العلاقات العامة، وقد تمثل مجتمع الدراسة في (78) طالب وطالبة.

- أداة البحث وإجراءاته:

أداة البحث هنا هو الاستبيان، وهو أداة جمع المعلومات من المبحوثين عن طريق استمارة تتضمن مجموعة من الأسئلة المختلفة والمفتوحة التي تتضمن المحاور وتساؤلات التي تهدف الاستمارة إلى الإجابة عليها.

ثم جرى التأكد من صدق المقياس (الصحيح الظاهرة) عن طريق عرضها على عدد من المحكين لمعرفة آرائهم وأخذ نصائحهم وتعديل بعض الأسئلة استنادًا إلى إرشادات وتوجيهات المحكين، وقد بلغت نسبة إتفاق الخبراء (92.12%) وهي نسبة مقبولة صالحة للبحث العلمي، ثم قام الباحث بالتحقق من ثبات المقياس عن طريق حساب معامل الارتباط بيرسون وقد بلغ معامل الثبات (84) وهو معامل راتب عالي، وبعد الانتهاء من اعداد الصيغة النهائية للاستمارة قام البحث بإجراء الاختبار القبلي (re-test) لمعرفة مدى وضوح الأسئلة للمبحوثين واتباعها عن الغموض، وبعد اجراء التعديلات اللازمة قام الباحث بإعداد صيغة نهائية للاستبانن وأصبحت الاستمارة جاهزة للدراسة الميدانية كما هو مبين في الملحق رقم (1).

ثم قام الباحث بتوزيع الاستمارة، وتم استرجاع (75) من الاستمارات وعنواناتها، فتبني الإجابات وترمزها وإدخالها في جداول إحصائية ومن ثم تصنيفها وتحليلها وتسيرها علمياً وموضوعياً عن طريق الوسائل الإحصائية أهمها التكرار والتساوي المنشية، وجد الباحث...
ان (5) من الإستمارات لم تكن مستوفية للشروط العلمية مما جعل العينة تكون (70) وكما هو موضح في الإطار الميداني.

- التعريفات الإجراءية:

الأنشطة اللامنهجية: هي مجموعة الأنشطة التي يقوم بها الطلبة خارج الجانب النظري من المناهج الدراسية، ويضم محتوى يسم بالتكافل ويتضح للطلاب تعلماً ديناميكياً في المواقف الطبيعية، عن طريق التفاعل بين الكائن وبيئته.(4)

العلاقات العامة: هي الجهود المخططة التي يقوم بها الفرد أو المؤسسة أو الدولة لكسب ثقة الجمهور وتحقيق التفاهم المتبادل من خلال الاتصالات المستمرة، السياسات والأفعال المرغوبة لتلبية احتياجات الجمهور في إطار ما هو ممكن ومشروع.(5)

طلبة قسم العلاقات العامة: هم مجموعة من الطلاب المتخصصين في العلاقات العامة في كلية الإعلام جامعة بغداد.

التدريب: عملية شاملة تطال الإفراد الجدد لإعدادهم لتأدية وظائفهم لفاعلية، والإفراد القديم للتنمية والتطوير.
المبحث الثاني: (الإطار النظري)
التذريب في مجال العلاقات العامة

لقد ظل الاعتماد السائد لسنين طويلة عن التعليم هو أنه ما يلقيه المعلمونه على طلابهم
أما مباشرةً وأما عن طريق المحاضرات أو الدروس أو بطريقة غير مباشرة بواسطة الكتب
وغيرها من المطبوعات.(

ويمكننا القول بأن (منهج النشاط) هو النطق بأسم التربية الحديثة في مجال الناهاج إذ
انه قد نقل محور الاهتمام من مادة الدارسة إلى طلاب فبدلاً من التركيز على تزويج الطلاب
بالعلومات ثم اختيار أساليب تدريبهم وأفقي الأساليب والوسائل لقياسها وهذا ما كان
يقوم به منهج المواد، أصبح منهج يركز على الطلاب لجعله محور العملية التعليمية
والتربيوية ومعنى ذلك الاهتمام بميله وحاجاته وقدراته واستعداداته وإتاحة الفرصة له للفهم
بالأنشطة لكي ينمو الطالب ويكتسب المعلومات والمهارات وتكون لديه العادات والاتجاهات
ومعنى ذلك هو أن منهج النشاط يتطور منهج للطالب بدلاً من إخضاع الطالب للمنهج كما هو
الحالة في منهج المواد.(

الأسس التي تقوم عليها منهج النشاط "الأنشطة اللامنهجية" يقوم منهج النشاط منهج
النشاط على الأسس التالية:

أولاً: بناء منهج على ميول الطلاب واحتاجاتهم:

يعتبر الميول والاحتاجات بالنسبة لمنهج النشاط بمثابة الروح للكلان الحي وهي أيضاً
محور الارتكاز لكل الدراسات والأنشطة ونقطة الإطلاق لمتة لتحقيق كل الأهداف المشرودة وربط
النشاط بميول الطلاب واحتاجاتهم يجعلهم يقبلون عليها بحماس زاد وجود متواصل ولهذا
العامل تأثير كبير في تحقيق الأهداف بطريقة أكثر فعالية.

ثانياً: الاعتماد على الأنشطة وإيجابية الطلاب:

عن طريق النشاط يمر الطلاب في خبرات تربوية متعددة تسمى في نموهم الشامل
المتكامل وعمل على تدويل سلوكهم وتؤدي إلى تحقيق أهداف تربوية ذات قيمة كبرى للفرد
والمجتمع.
ثالثاً: تنظيم الأنشطة في صورة مشاريع أو مشكلات:
أن الأنشطة كما ذكرنا تركز على مبادئ استعدادات الطلاب ويقوم بالعديد من الأنشطة غالباً ما تكون في صورة مشاريع أو مشكلات. والمشكلات التي تتصب عليها الأنشطة ترتبط بحياة الطلاب واحتاجاتهم من ناحية بما أنها ترتبط بالمجتمع من ناحية أخرى أي أنها مشكلات تخص الفرد والمجتمع.

رابعاً: إزالة الحواجز بين جوانب المعرفة المختلفة والالتزام بالتنظيم السّيولوجي:
أي أن منهج النشاط للفقرة المعلومات للطلاب بصورة منفصلة أو ممتدة ولكن بترك المجال لطلاب من أجل الاحتكاك بالمشكلة والتعرف على جوانبها ومن ثم الحصول على المعلومات التي تفيد في حل المشكلة.

خامساً: لاتم التخطيط لهذا المنهج مقدماً:
لاتم التخطيط لهذا النشاط إلا بعد انتهاء المدرس بالطلاب ثم يقومون معاً باختيار الموضوعات أو المشاريع أو المشكلات التي تتفق مع ميولهم واحتياجاتهم.

أهداف الأنشطة التآمّلية:

1. بناء الشخصية المتكاملة للطالب ليصبح مواطناً صالحاً يرتبط بوطنه ويتعزّ به ويستعد للتضحية من أجله.
2. تنمية قدرة الطالب على التفاعل مع مجتمعه بما يحقق لهم التكيف الاجتماعي السليم في ظل التطورات السريعة المعاصرة.
3. ترسيخ القيم الاجتماعية البناءة كالتعاون والمنافسة الشريفة وخدمة المجتمع الذي يعيش فيه.
4. اكتشاف القدرات والمواهب وصقلها وتمييزها وتوجيهها لخدمة الفرد والجماعة والمجتمع.
5. استمرار أوقات الفراغ بما يجدد معلومات الطالب ويتميّز خبراتهم وينوعها ويؤدي إلى زيادة ثقافتهم ونشاط قدراتهم العقلية.
6. خدمة العادة العلمية فتسهل استيعابها وتأكيده تثبيتها في الأذهان.
7. تربية الطالب على الاستفادة مما تلقواه من معارف معلومات للإسهام في حل مشكلات المجتمع.
8. تربية الطلاب على تحمل المسؤولية والقيادة.
9. برنامج النشاط بناء ويرتبط بحاجة التمكين والمجتمع.
10. دور التمكين رئيسي في تخطيط النشاط وتغذيته وتطويره برامج النشاط عادة مجالات عديدة.
الأنشطة الطلابية:

هي تلك الأنشطة التي تحدث خارج اليوم الدراسي وتتصدر أصلاً عن الاهتمامات الثقافية للطلاب وتمارس دون جزاء في صورة دراجات وتقدير علمي من قبل المدرس. وتتلخص الأنشطة الاجتماعية فيما يلي:

1. تخطيط برنامج الأنشطة الاستثنائية.
2. إقامة حفلات تعرف للوافدين الجدد من الطلاب.
3. الإعداد لألعاب الرياضيات التي تجري داخل الحرم الجامعي.
4. إقامة الحفلات والمناسبات.
5. إقامة المؤتمرات.
6. طبع صحيفة الجامعة.
7. تخصص عمود في كل صفحة من الصحف التي تصدر داخل أروقة الجامعة.
8. إقامة أيام عمل تطوعي تهدف لخدمة المجتمع.

فقد سار منهج النشاط في اتجاهين بينهما نوع من الاختلاف ونوع من التشابه.

الاتجاه الأول: فيه يتم التركيز على مبوب الطلاب واحتاجاتهم.

الاتجاه الثاني: فيه يتم التركيز على المواقف الاجتماعية المرتبطة بحياة الطلاب.

والاختلاف بينهما ينحصر في أن الاتجاه الأول يركز على الطلاب تركيزاً مباشرًا إذ يبني كل شيء على مبولا واحتياجاته بينما يركز الاتجاه الثاني على المجتمع وبيئا كل شيء على احتياجاته ومشكلاته.

أما نقطة التشابه بينهما فهي أن الاتجاه الأول يركز على مبوب واحتاجات الطلاب بطريقة مباشرة أما الثاني فهو يركز على احتياجات المجتمع ومشكلاته ولا أحد ينكر أن مشكلات المجتمع تؤثر وتأثر بالإفراط.

وحن في بحثنا هذا نريد التركيز على الاتجاه الثاني أكثر من التركيز على الاتجاه الأول بسبب ارتباط منهج واقع الحياة بصورة أكبر وأكثر عمقاً مع ما نسعى لتحقيقه من أنشطة لامنهجية هدفها خدمة المجتمع.

التدريب بالمشاركة:

* ليست النقطة المحورية في العملية التدريبية هي معارف أو خبرة المدربين والخبراء، خارجيين، بل هي الحاجة إلى حل المشكلة المعطاة من جانب المشاركين.
ومن الأهمية التعرف على المجموعة المستهدفة، فتجانسها أمر مرغوب فيه ولكن الاختلافات والتنافر يمكن أن تكون حافزاً ومساعداً على حل المشكلات(10).

وتحاج المشاركات إلى حل مشكلة لن يتم تثبيتها بواسطة المدرب والخبر الخارجي فقط، ولكن أيضاً بواسطة المشتركين الآخرين الذين يكون لديهم الفعل خبرة في المشاكل المعينة. ويتم تحديد محتوى البرنامج ووضوعات المناقشة في العملية التدريبية عن طريق ظهور حاجة المشاركين في حل بعض المشكلات والتعرف عليها بالتصليل عملية صعبة

ولذلك يجب القيام بها بالتعاون مع المشاركين وصياغتها بمعرفتهم.

ويجب أن تعكس المشاركة التي يمارسها الإفراد في عملها في صورة تدريب بواسطة اتخاذ اتجاه مبني على المشاركة وبصفة عامة فإن المشاركة النشطة في التدريب تزيد الاتصال والدافع بين المشاركين.

وتتحقق المشاركة أيضاً من خلال البيئة المناسبة للتعلم والتقليم المستمر وما يستطيع المدرب أن يقدمه في هذا المجال.

أهداف أسلوب التدريب بالمشاركة:

ويهدف هذا الأسلوب بصفته أساسية إلى تحقيق النحو الذاتي لأعضاء الجماعة كما يستهدف الملاحظة المباشرة وتحليل عملية العلاقات الإنسانية ومعرفة أسباب المشكلات السلوكية بهدف التوصل إلى علاجها.

ومن أهداف هذا الأسلوب علاج الكثير من المشكلات الإنسانية ذات الطبيعة السلوكية(11).

أما الكيفية التي سيمر بموجباً هذا الأسلوب فهي تتلخص في أن مجموعة الإفراد يقومون بعرض سلوكهم وكشف تصرفاتهم تحت إشراف مدرب ثم يقومون بتحليل الأسباب والدوافع التي جعلتهم يملكون هذا السلوك.

وأما دور المدرب هنا يقتصر على توجيه المتدربين إلى السلوك الأفضل فهو لايفرض على المتدربين نماذج معينة من العلاقات الإنسانية ولكن يحاول بأساليب سكولوجية رشيدة توجيههم إلى الاتجاهات السليمة التي تخلصهم من الاتجاهات السلبية سواء كانت مادية أو معنوية وتفجرها إلى الاتجاهات الإيجابية، كل ذلك يعتمد على قدرة المدرب ومدى خبرته ومهارته في تشخيص المشكلات.

على الرغم من أن هذا الأسلوب يهدف إلى محاولة تغيير سلوك الفرد واتجاهاته السلبية إلى الاتجاهات الإيجابية إلا أن هناك بعض العيوب التي لا بد من ذكرها كالآتي: --
صعوبة تغيير سلوك فرد من النوع الذي لايمكن تطويره عن طريق التأثير لثبات
العادات والقيم التي تحكم تصرفاته وتأثيرها على شخصية كبيرة.
كما أن حساسية بعض الإفراد قد يمنعهم من الاعتراف.

دور العلاقات العامة في خدمة المجتمع:
- أن استمرار نظرة المؤسسات إلى العلاقات العامة على أنها أنشطة مهنية فقط دون
الاعتراف بمهمة اجتماعية لها قد يقي من أن تضييع مزايا التطبيق العلمي لها،
وما دفع البعض إلى التشكيك في قدرة العلاقات العامة ذاتها، وقيمتها فضورة اجتماعية
لابد أن تستغلها جهود مؤسسة في المجتمع المعاصر.

ويقصد بالمسؤولية الاجتماعية مجموعة الأفكار المرنة التي تعطي للمؤسسات
المعاصرة نزعة أوسع واسعة، تستدعي بها مصالحها ومصالح جماعية معاً داخل ما يسمى
بالمصالح المشتركة بينها وبين جماعتها وأولئك فقط عرف البعض النشاطات العامة على أنها
المجهود المضطرب للتأثير في الرأي العام عن طريق الأداء المسؤول الاجتماعي والقبول والقائم
على الاتصال المتبادل الذي يحقق رضا كل الطرفان فلأكثر من ذلك أن البعض الآخر قد
عطفها على أنها عمل يستطيع التنظيم من خلاله أن يكون بوعي النهوض بمسؤولياته
الاجتماعية وأن يحصل على الاعتراف العام والموافقة الضرورية للاجتياح.

وعلى ذلك فإن المسؤولية الاجتماعية للعلاقات العامة تتمثل في مساعدة المؤسسات
المعاصرة على الوفاء بالتزاماتها الاجتماعية نحو المجتمع الذي تتواجد فيه، وتكوين رأي عام
إيجابي نحوها وبالتالي زيادة درجة فعاليتها.

ويمكن أن نستفيد من هذا السبيل بتلخيص وظائف العلاقات العامة في أي مؤسسة أو
منشأة في النقط التالية:

1. تعريف الجمهور بالmisión، وشرح السلعة أو الخدمة التي تنتجها بلغة سهلة وبسيطة
بغراء اهتمام الجمهور بها.

2. شرح سياسة المنشأة إلى الجمهور، أو أي تعديل أو تغيير فيها بلغة قبوله إياها
والتعاون.

3. مساعدة الجمهور على تكوين رأيه وذلك بعده بكافحة المعلومات.

4. التأكد من أن جميع الإخبار التي تنشر على الجمهور صحيحة وسليمة من حيث
الشكل والموضوع. بكافة التطورات التي تحدث في الرأي العام.

5. حماية المؤسسة ضد أي هجوم.

6. تهيئة جو صالح بين المؤسسة والإفراد.

7. إخبار الإدارة العليا للمؤسسة برد فعل سياساتها بين فئات الجمهور المختلفة.
(8) بحث وتحليل وتفحص جميع المسائل التي تهم الإدارة العليا ورفعها إليها.

قد أصبح فهم المسؤولية الاجتماعية موضوعاً بارزاً في المناقشات التي تتم في كل الأوساط العلمية والعملية، بالنظر إلى الخلاف وعبر التاريخ، يتضح قدم هذا الفهم، حيث كان دائماً لدى المواطنين فهم المسؤولية التي أن تلزم بها المؤسسات نحو المجتمع.

ويمكن عن طريق الأنشطة الانفتاح على البيئة والمجتمع والتعرف على وتحديد المشاكل الكائنة به ودراسة دراسة ميدانية ومحاولة علاجها عن طريق مشروعات خدمة المجتمع الذي تفع فيه الجامعة فيخرج الطلاب تحت إشراف هيئة التدريس إلى البيئة المحيطة لدراستها والتعرف على مشاكلها وحصارها وإعطاء الأولويات للمشكلات التي يجب البدء بدراسةها واقتراح حلول للتغلب عليها وذلك في ضوء مدى تأثير هذه المشكلات على تقديم وتطور البيئة.

ووهنا تظهر أهمية المعارف والمعلومات التي يزود بها الإفراد وعن طريق المحتوى لمعرفة كل ما يتعلق بشكالات البيئة والمجتمع حتى يكون التخطيط والتنفيذ للتغلب على تلك المشكلات تخطيطاً شاملًا مستقبلاً وتنفيذ فعال.

كما أن كلية الإعلام قسم العلاقات العامة في جامعة بغداد قد قامت بدور فعال في محاولة منها الإحساس بمشاكل المجتمع وضع خطة سنوية لتنفيذ الأنشطة الالتماسية الهادفة لخدمة المجتمع والتوصل مع المجتمع من خلال الإمكانات البسيطة ومن خلال جهود أبنائها من طلبة كلية الإعلام وخاصة قسم العلاقات العامة الذي لايمز شهر إلا ونجد الطلاب قائمين على نشاط معين هدفه الأول والأخير خدمة المجتمع.

ولكننا نجد هناك تقدير من خلال خطة قسم العلاقات العامة في إنشاء أيام عمل تطوعية خارج أسوار الحرم الجامعي، متجاهلين بذلك أن ما يقوم به داخل الحرم الجامعي. قد لا ينفصل خدمته إلى كافة أبناء المجتمع، ولكن لو أن إدارة كلية الإعلام تقوم بأيام عمل تطوعية مثل يوم تطوعي لطنية قسم العلاقات العامة من أجل مكافحة ظاهرة التدخين الذي أصبحت ظاهرة متفشية بين أبناء وشباب المجتمع العراقي ونجد أن ممن يقوم بتنفيذ طلاب قسم العلاقات العامة لما نجد لديهم من طاقات هائلة تحتاج إلى تفجير واكتشاف، ولعل ما نجد أنه مناسب للمساهمة في حل مثل هذه المشكلة القيام بحملة توعية بين أبناء الشعب وخاصة طلاب المدارس الثانوية والقيام بإعطاء ندوات ومحاضرات حول مخاطر التدخين وما يسببه من مشاكل صحية وكذلك من خلال اليوسترات والملصقات والباقات والعشرات الإخبارية والكتب.
وعد المسؤولية الاجتماعية هي الإطار الفكري للعلاقات العامة وهذه المسؤولية تزيد من الأعباء الواقعة على العلاقات العامة(15).

ولكون المجتمع العراقي يزخر بالمشكلات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والمالية والبيئية، فأنه بحاجة إلى جهود حقيقية من العلاقات العامة وكافة المؤسسات الوطنية حكومية كانت أو أهلية وهي مطالبة دائماً بالعمل على تصحيح الأوضاع الخاطئة والإسهاب بكل واضح في إدارتها وإيجاد حلول لها، وهذا يتطلب من ممارسي العلاقات العامة امتلاك القدرات والمهارات الاتصالية والإقناعية، للتمكن من الإسهام في عملية إصلاح وتطوير المجتمع العراقي، والإنجاز في معالجة الأوضاع الخاطئة، وصولاً إلى التغيير والتطوير(16).

بالإضافة إلى أن المجتمع العربي لم يعد يقدم العناية الكافية للمواهب الشابة القادرة على العطاء الثقافي والفكر الراقي وتراجع حركة التأليف والقراءة معاً، وخصوص الفكر للقيم السائدة بدلاً من العمل على تغييرها واستغلال الإبداع:
المبحث الثالث: الإطار العملي

جدول (1)
توزيع المبحوثين حسب الجنس

<table>
<thead>
<tr>
<th>المرتبة</th>
<th>الجنس</th>
<th>التكرار</th>
<th>ت</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>الأولى</td>
<td>ذكر</td>
<td>41</td>
<td>1</td>
</tr>
<tr>
<td>الثانية</td>
<td>أنثى</td>
<td>29</td>
<td>2</td>
</tr>
<tr>
<td>المجموع</td>
<td></td>
<td>70</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

يوضح من الجدول رقم (1) نسبة الذكور والإناث في قسم العلاقات العامة حيث أن نسبة الذكور (58.6%) ونسبة الإناث (41.4%).

جدول (2)
مدى مشاركة الطلاب في دورات تدريبية

<table>
<thead>
<tr>
<th>المرتبة</th>
<th>الإجابة</th>
<th>الت</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>الأولى</td>
<td>نعم</td>
<td>50</td>
</tr>
<tr>
<td>الثانية</td>
<td>كلا</td>
<td>20</td>
</tr>
<tr>
<td>المجموع</td>
<td></td>
<td>70</td>
</tr>
</tbody>
</table>

بين لنا جدول رقم (2) أن (78%) من الطلاب اشتركون في دورات تدريبية وهي تعد نسبة جيدة، في حين نجد أن ما نسبةه (22%) لم يشتركون في دورات تدريبية وهي تعد نسبة عالية جداً بالنسبة لطلبة قسم العلاقات العامة، الذي يعد من الأقسام التي تعد التدريب شيء أساسي في مناهجه.

جدول (3)
يوضح الدورات التدريبية التي شارك فيها الطلاب

<table>
<thead>
<tr>
<th>المرتبة</th>
<th>اسم الدورة التدريبية</th>
<th>ت</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>الأولى</td>
<td>العلاقات العامة</td>
<td>1</td>
</tr>
<tr>
<td>الثالثة</td>
<td>الصحافة</td>
<td>2</td>
</tr>
<tr>
<td>السادسة</td>
<td>التصميم والمونتاج</td>
<td>3</td>
</tr>
</tbody>
</table>
يوضح الجدول رقم (3) أن طلبة العلاقات العامة ينتمون إلى الدورات التدريبية المتخصصة سواء في العلاقات العامة أو الاتفاق أو التفاوض أو التفاوض أو التفاوض أو التفاوض أو التفاوض أو التفاوض أو التفاوض أو التفاوض أو التفاوض أو التفاوض أو التفاوض أو التفاوض أو التفاوض أو التفاوض أو التفاوض أو التفاوض أو التفاوض أو التفاوض أو التفاوض أو التفاوض أو التفاوض أو التفاوض أو التفاوض أو التفاوض أو التفاوض أو التفاوض أو التفاوض أو التفاوض أو التفاوض أو التفاوض أو التفاوض أو التفاوض أو التفاوض أو التفاوض أو التفاوض أو التفاوض أو التفاوض أو التفاوض أو التفاوض أو التفاوض أو التفاوض أو التفاوض أو التفاوض أو التفاض، ويبعد عن إعادة الاسم التكثيف من هذه الدورات لما لها من الأثر في تحسين المستوى العلمي والفنى للطلبة وكذلك مساعدتهم على الاستعداد للدخول في سوق العمل بقوة وان تكون لدى طالب العلاقات العامة مهارات اتصالية عالية تمكنه من الاتصال بالأخرين بطريقة صحيحة واختيار أفضل الوسائل الاتصالية للتعامل مع كل جمهور مع العلم أن هناك اختلافات في كل وسيلة حسب الجمهور.

جدول (4)

<table>
<thead>
<tr>
<th>المشاركة طلبة العلاقات العامة في الأنشطة اللامنهجية</th>
<th>المرتبة</th>
<th>التكرار</th>
<th>الإجابة</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>الثانية</td>
<td>32</td>
<td>دائماً</td>
<td>1</td>
</tr>
<tr>
<td>الأولى</td>
<td>34</td>
<td>أحياناً</td>
<td>2</td>
</tr>
<tr>
<td>الثالثة</td>
<td>4</td>
<td>لم أشارك</td>
<td>3</td>
</tr>
<tr>
<td>المجموع</td>
<td>70</td>
<td>100%</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>
يتبين لنا من الجدول رقم (4) أن مشاركة الطلاب في الأنشطة المنهجية كان إيجابي ونجد أن معظم الطلبة شاركوا في الأنشطة ماعدا أربع طلبة كانت نسبتهم (5,7%) وهذا يدل على تقصير من قبل الطلبة أنفسهم، والتقصير لا يعود إلى قصور في عمل القائمين على قسم العلاقات العامة.

جدول (5)
عدد الأنشطة التي يشاركون فيها الطلبة

<table>
<thead>
<tr>
<th>المرتبة</th>
<th>نسبة المنوية %</th>
<th>التكرار</th>
<th>عدد الأنشطة</th>
<th>ت</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>الثالثة</td>
<td>27,4%</td>
<td>17</td>
<td>نشاط واحد</td>
<td>1</td>
</tr>
<tr>
<td>الثانية</td>
<td>28,1%</td>
<td>19</td>
<td>نشاطين</td>
<td>2</td>
</tr>
<tr>
<td>الأولى</td>
<td>45,5%</td>
<td>30</td>
<td>أكثر من 3 نشاط</td>
<td>3</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>100%</td>
<td>66</td>
<td>المجموع</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

يوضح لنا الجدول رقم (5) أن مشاركة الطلاب في أكثر من نشاط كان بشكل كبير في حين أن بعض الطلاب يشاركون في نشاط واحد فقط والبعض الآخر يشاركون في نشاطين.

جدول (6)
نوع الأنشطة الالمنهجية التي شارك فيها الطلاب

<table>
<thead>
<tr>
<th>المرتبة</th>
<th>نسبة المنوية %</th>
<th>التكرار</th>
<th>الإجابة</th>
<th>ت</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>الأولى</td>
<td>30,3%</td>
<td>44</td>
<td>ورشة عمل</td>
<td>1</td>
</tr>
<tr>
<td>الثانية</td>
<td>20,7%</td>
<td>30</td>
<td>مؤتمر</td>
<td>2</td>
</tr>
<tr>
<td>الرابعة</td>
<td>15,2%</td>
<td>22</td>
<td>ندوة</td>
<td>3</td>
</tr>
<tr>
<td>السادسة</td>
<td>2,8%</td>
<td>4</td>
<td>نشاط ترفيهي</td>
<td>4</td>
</tr>
<tr>
<td>الخامسة</td>
<td>13,8%</td>
<td>20</td>
<td>مهرجان</td>
<td>5</td>
</tr>
<tr>
<td>الثالثة</td>
<td>17,2%</td>
<td>25</td>
<td>مجلة حائط</td>
<td>6</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>100%</td>
<td>145</td>
<td>المجموع</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>
بين الجدول رقم (6) نوع الأنشطة اللامنهجية التي شارك فيها طلاب العلاقات العامة، وبين أن الطلاب شاركوا في ست أنشطة توزعت بين ورشات عمل ومؤتمرات وندوات ومهرجانات ومجلات حائط وأنشطة ترفيهية وقد تبين أن هناك أنشطة كان الإقبال عليها بشكل أكبر من أنشطة أخرى في حين أن الأنشطة الترفيهية كان عليها الإقبال بشكل ضعيف جداً.

جدول (7)
الفائدة التي عادت على الطلبة من المشاركة في الأنشطة اللامنهجية

<table>
<thead>
<tr>
<th>المرتبة</th>
<th>النسبة المئوية</th>
<th>التكرار</th>
<th>الإجابة</th>
<th>ت</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>الثانية</td>
<td>24,2%</td>
<td>29</td>
<td>زيد من قدرتي على التخطيط والإعداد</td>
<td>1</td>
</tr>
<tr>
<td>الثالثة</td>
<td>20,8%</td>
<td>25</td>
<td>تساعد على زيادة معرفتي وخبرتي</td>
<td>2</td>
</tr>
<tr>
<td>السادسة</td>
<td>4,2%</td>
<td>5</td>
<td>إشباع رغباتي واحتاجاتي</td>
<td>3</td>
</tr>
<tr>
<td>الأولى</td>
<td>25,8%</td>
<td>31</td>
<td>تساعد في الفهم الصحيح لعمل رجل ع. ع</td>
<td>4</td>
</tr>
<tr>
<td>الرابعة</td>
<td>20%</td>
<td>24</td>
<td>تساعد في الاحتكاك بالواقع العملي</td>
<td>5</td>
</tr>
<tr>
<td>الخامسة</td>
<td>5%</td>
<td>6</td>
<td>مجرد نشاط لفائدة منه</td>
<td>6</td>
</tr>
<tr>
<td>المجموع</td>
<td>100%</td>
<td>120</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

يوضح الجدول رقم (7) الفائدة التي عادت على الطلبة من المشاركة في الأنشطة، فقد أوضح الطلاب من خلال هذا السؤال مدى الفائدة التي عادت عليهم من قدرة على التخطيط والإعداد وزيادة الخبرة وإشباع الرغبات والفهم الصحيح لعمل رجل ع. ع، والإلتقاء بالواقع العملي، في حين قال المبحوثين أن الأنشطة اللامنهجية مجرد نشاط لفائدة منه وعلى مجرد مساعدة للوقت والجهد، وبذلك يحقق على عاتق المشرفين على الأنشطة تغيير وجهة نظر هؤلاء الطلاب الذين تمت أرائهم (65%) من العينة، من أجل تحسين مستوى خبراتهم وفهمهم لعمل العلاقات العامة الحقيقية.
جدول (8)

مراعاة الأنشطة اللامنهجية للمستويات المهارية للطلاب

<table>
<thead>
<tr>
<th>المرتبة</th>
<th>نسبة المئوية</th>
<th>التكرار</th>
<th>الإجابة</th>
<th>ت</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>الثانية</td>
<td>15.7%</td>
<td>11</td>
<td>دائماً</td>
<td>1</td>
</tr>
<tr>
<td>الأولى</td>
<td>74.3%</td>
<td>52</td>
<td>أحياناً</td>
<td>2</td>
</tr>
<tr>
<td>الثالثة</td>
<td>10%</td>
<td>7</td>
<td>لا تراجع</td>
<td>3</td>
</tr>
<tr>
<td>المجموع</td>
<td>100%</td>
<td>70</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

بين لنا الجدول رقم (8) أن الأنشطة اللامنهجية التي يشارك فيها الطلاب ترابعي المستوى المهارة بدرجة كبيرة ولكن ليس دائماً وهذا يتضح من أن (74.3%) من العينة أجابوا أن الأنشطة ترابعي المستوى المهارية أحياناً في حين أن نسبة متدنية وهي (10%) من الطلاب أجابوا بأن الأنشطة لاترابعي المستوى المهارية للطلاب إبطالاً.

جدول (9)

تركيز الأنشطة على الإبداع الفكري عند الطالب

<table>
<thead>
<tr>
<th>المرتبة</th>
<th>نسبة المئوية</th>
<th>التكرار</th>
<th>الإجابة</th>
<th>ت</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>الأولى</td>
<td>25.7%</td>
<td>18</td>
<td>دائماً</td>
<td>1</td>
</tr>
<tr>
<td>الثانية</td>
<td>67.1%</td>
<td>47</td>
<td>أحياناً</td>
<td>2</td>
</tr>
<tr>
<td>الثالثة</td>
<td>7.2%</td>
<td>5</td>
<td>لا تركز</td>
<td>3</td>
</tr>
<tr>
<td>المجموع</td>
<td>100%</td>
<td>70</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

بين لنا الجدول رقم (9) أن تركيز الأنشطة اللامنهجية على الإبداع الفكري عند طلاب العلاقات العامة كانت بشكل كبير ولكن ليس دائماً فأن هذه الأنشطة أحياناً تركز على الإبداع الفني (67.1%) من العينة قالوا أن الأنشطة أحياناً تركز على الإبداع الفني.
جدول (10)

الأنشطة التي يقدمها قسم العلاقات العامة وتحمل المسؤولية الاجتماعية

<table>
<thead>
<tr>
<th>المرتبة</th>
<th>النسبة المئوية</th>
<th>التكرار</th>
<th>الإجابة</th>
<th>ت</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>الثانية</td>
<td>20%</td>
<td>14</td>
<td>دائمًا</td>
<td>1</td>
</tr>
<tr>
<td>الأولى</td>
<td>60%</td>
<td>42</td>
<td>أحيانًا</td>
<td>2</td>
</tr>
<tr>
<td>الثانية</td>
<td>20%</td>
<td>14</td>
<td>لا تؤدي</td>
<td>3</td>
</tr>
<tr>
<td>المجموع</td>
<td>100%</td>
<td>70</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

يوضح لنا من الجدول رقم (10) مدى ما يقدم قسم العلاقات العامة من أنشطة تؤدي إلى تحميل مسؤولية أزماتية حيث يوضح أن نسب الأنشطة أحيانًا تؤدي بالفعل والإجابات ذلكل منها (20%) من العينة، وإذ دل ذلك على أن هذه الأنشطة قد تكون نسبة كبيرة منها غير واقعية أو أنها تخاطب إحساس الفرد بالمسؤولية الاجتماعية.

وإن (60%) من العينة كانت إجابتهم أحيانًا تؤدي هذه الأنشطة إلى تحمل المسؤولية الاجتماعية.

جدول (11)

دعم الأنشطة من قبل إدارة الجامعة

<table>
<thead>
<tr>
<th>المرتبة</th>
<th>النسبة المئوية</th>
<th>التكرار</th>
<th>الإجابة</th>
<th>ت</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>الأولى</td>
<td>70%</td>
<td>21</td>
<td>نعم</td>
<td>1</td>
</tr>
<tr>
<td>الثانية</td>
<td>30%</td>
<td>49</td>
<td>كلا</td>
<td>2</td>
</tr>
<tr>
<td>المجموع</td>
<td>100%</td>
<td>70</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

يوضح الجدول رقم (11) أن الأنشطة اللامنهجية تنتمى دعم من إدارة الجامعة وبنسبة (30%) وهي نسبة ضئيلة مقارنة بنسبة (70%) من العينة الذين يرون أن الجامعة لاتدعم الأنشطة اللامنهجية، ويعتبر هذا قصور من قبل إدارة الجامعة اتجاه طلبة قسم العلاقات العامة في كلية الإعلام، فعلى إدارة الجامعة أن تسهم في تشجيع الطلاب ولو بشكل رمزى أو معنوي من خلال إبداء اهتمام أكبر بتمثيل هذه الأنشطة التي تعتبر في غاية الأهمية بالنسبة للطلبة والحياة العلمية والصورة الذهنية على حد سواء.
جدول (12)

مساهمة كلية الإعلام في نجاح الأنشطة اللاعمنهجية

<table>
<thead>
<tr>
<th>المرتبة</th>
<th>النسبة المئوية</th>
<th>التكرار</th>
<th>الإجابة</th>
<th>T</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>الثانية</td>
<td>45,7%</td>
<td>32</td>
<td>نعم</td>
<td>1</td>
</tr>
<tr>
<td>الأولى</td>
<td>54,3%</td>
<td>38</td>
<td>كلا</td>
<td>2</td>
</tr>
<tr>
<td>المجموع</td>
<td>100%</td>
<td>70</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

يوضح الجدول رقم (12) إسهام كلية الإعلام في نجاح الأنشطة اللااعمنهجية حيث أن أكثر من نصف العينة (54,3%) أجاب بأن الكلية اتسهم في نجاح مثل هذه الأنشطة وهذا دليل على قناعة الطلاب بمحدودية دور كلية الإعلام في نجاح مثل هذه الأنشطة، في حين يرى (45,7%) من الطلاب أن كلية الإعلام دور في نجاح هذه الأنشطة.

وعلى كلية الإعلام دعم مثل هذه الأنشطة والإشراف المباشر عليها وهناك تقديم المساعدة لكل طالب يقدم مشروع يرى أنه يصلح لخدمة المجتمع ولتنوير الرأي العام ومشاركة الطلاب في اختيار أفضل المشاريع لتنفيذاً على المستوى المحلي.

جدول (13)

 مدى نجاح الأنشطة التي قدمها قسم العلاقات العامة

<table>
<thead>
<tr>
<th>المرتبة</th>
<th>النسبة المئوية</th>
<th>التكرار</th>
<th>الإجابة</th>
<th>T</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>الأولى</td>
<td>74,3%</td>
<td>52</td>
<td>نعم</td>
<td>1</td>
</tr>
<tr>
<td>الثانية</td>
<td>25,7%</td>
<td>18</td>
<td>كلا</td>
<td>2</td>
</tr>
<tr>
<td>المجموع</td>
<td>100%</td>
<td>70</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

يبين لنا من الجدول رقم (13) أن (74,3%) من العينة أجاب بأن الأنشطة التي قدمها قسم العلاقات العامة لاقت نجاح وهي تعتبر نسبة جيدة، في حين نجد أن (25,7%) من الطلبة أشاروا إلى أن الأنشطة اللااعمنهجية لم تلاقى النجاح الكافي وقد فقد كل من الطلاب وجهة نظره بالأسباب التي أدت إلى أسباب نجاح أو فشل هذه الأنشطة كما مبين في الجدول الأتي.
جدول (14)

أسباب نجاح الأنشطة التي يقدمها قسم العلاقات العامة

<table>
<thead>
<tr>
<th>الرتبة</th>
<th>الإجابة</th>
<th>التكرار</th>
<th>النسبة المنوية %</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>الأولى</td>
<td>اهتمام المشرفين</td>
<td>31</td>
<td>36,9</td>
</tr>
<tr>
<td>السادسة</td>
<td>توفير الإمكانيات</td>
<td>2</td>
<td>2,4</td>
</tr>
<tr>
<td>الثالثة</td>
<td>قيام الطلاب بالأنشطة ساعات الدوام</td>
<td>15</td>
<td>17,8</td>
</tr>
<tr>
<td>الخامسة</td>
<td>الوقت الكافي للقيام بالأنشطة</td>
<td>4</td>
<td>4,8</td>
</tr>
<tr>
<td>الرابعة</td>
<td>وضوح الهدف المطلوب من الأنشطة</td>
<td>9</td>
<td>12,8</td>
</tr>
<tr>
<td>الثانية</td>
<td>وعي الطلاب بقيمة هذه الأنشطة</td>
<td>23</td>
<td>27,4</td>
</tr>
<tr>
<td>المجموع</td>
<td></td>
<td>88</td>
<td>100</td>
</tr>
</tbody>
</table>


بين لنا الجدول رقم (14) أسباب نجاح الأنشطة التي يقدمها قسم العلاقات العامة يعود بالدرجة الأولى إلى اهتمام المشرفين ونسبة (36,9%) فحين نجد أن (27,4%) من الطلاب يرون أن وعي الطلاب بقيمة هذه الأنشطة هو من أسباب نجاح مثل هذه الأنشطة، وكذلك قيام هذه الأنشطة في ساعات الدوام ووضوح الهدف كان لهما الأثر في نجاح هذه الأنشطة في حين نجد أن توفر الإمكانيات والوقت أخذ النسبة الأقل من إفراد العينة حيث ونسبة (4,8%) الوقت و (2,4%) لتوفر الإمكانيات.

جدول (15)

أسباب عدم نجاح الأنشطة التي يقدمها قسم العلاقات العامة

<table>
<thead>
<tr>
<th>الرتبة</th>
<th>الإجابة</th>
<th>التكرار</th>
<th>النسبة المنوية %</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>الأولى</td>
<td>عدم صرف مستحقات مالية</td>
<td>34</td>
<td>37,7</td>
</tr>
<tr>
<td>الثانية</td>
<td>ضيق الوقت</td>
<td>25</td>
<td>27,7</td>
</tr>
<tr>
<td>الخامسة</td>
<td>قيام مثل هذه الأنشطة في ساعات الدوام</td>
<td>5</td>
<td>5,5</td>
</tr>
</tbody>
</table>
يوضح لنا الجدول رقم (15) العوامل والأسباب التي أدت إلى عدم نجاح الأنشطة التي تقدمها قسم العلاقات العامة من وجهة نظر المبحوثين. حيث كانت، بالدرجة الأولى، متمثلة في عدم صرف مستحقات مالية وضيق الوقت. هذان هما من أهم الأسباب التي تؤدي إلى نجاح أو فشل أي عمل يرغب أي شخص فعلاً وكذلك براء (16,8%) من الطلاب أن عدم اهتمام الإدارة كان أحد الأسباب التي يراها الطلاب أنها أحد عوامل فشل الأنشطة اللامنهجية.

جدول (16)

مدى الدعم المادي لإدارة الأنشطة التي يقوم بها الطلاب

<table>
<thead>
<tr>
<th>المرتبة</th>
<th>النسبة المئوية</th>
<th>التكرار</th>
<th>الإجابة</th>
<th>ت</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>الثانية</td>
<td>21,4%</td>
<td>15</td>
<td>نعم</td>
<td>1</td>
</tr>
<tr>
<td>الأولى</td>
<td>78,6%</td>
<td>55</td>
<td>كلا</td>
<td>2</td>
</tr>
<tr>
<td>المجموع</td>
<td>100%</td>
<td>70</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

يتبين لنا من الجدول رقم (16) أن الدعم المتدني الذي لا يرتبط إلى المستوى من قبل إدارة الجامعة للأنشطة اللامنهجية والذي يعقد أنه من أهم الأسباب التي أدت إلى عدم نجاح معظم الأنشطة، حيث أكد (78,6%) من المبحوثين عدم اكتشاف الإدارة بدعم هذه الأنشطة مادياً وأن الدعم الذي يحصلون عليه لإنجاز مثل هذه الأنشطة يحصلون عليه من جهات أخرى كما سوف يبين الجدول اللاحق.

جدول (17)

مصادر الدعم المادي الذي يحصل عليه الطلاب لإنجاز الأنشطة

<table>
<thead>
<tr>
<th>المرتبة</th>
<th>النسبة المئوية</th>
<th>التكرار</th>
<th>الإجابة</th>
<th>ت</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>الخاسة</td>
<td>5,5%</td>
<td>5</td>
<td>إدارة الجامعة</td>
<td>1</td>
</tr>
</tbody>
</table>
بمجرد النظر في الجدول رقم (17) مصادر الدعم المادي الذي يحصل عليه طلبة قسم العلاقات العامة لإنجاز الأنشطة اللامنهجية فكانت إجابات المبحوثين تصب في الدرجة الأكبر في مصلحة مؤسسات المجتمع المدني الخاصة كدعم أول وأساسي لتمكين هذه الأنشطة بنسبة (50,5%) أما التمويل الذاتي من قبل الطلاب اخذ نسبة لابأس بها وهي (22%) في حين الدعم من الكلية كان متدني ووجدت إدارة الجامعة في المركز الأخير لمصادر التمويل بنسبة (5,5%).

ومع ذلك هذا يتوجب على إدارة الجامعة والكلية اهتمام أكبر يمثل هذه الأنشطة التي تهدف إلى تدريب الطلاب وتحسين صورة المؤسسة التعليمية وإعطاء دعم أكبر لتمكين هذه الأنشطة.

جدول (18)
الإعداد والتخطيط للأنشطة اللامنهجية

<table>
<thead>
<tr>
<th>المرتبة</th>
<th>النسبة النموية %</th>
<th>التكرار</th>
<th>الإجابة</th>
<th>ت</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>الرابعة</td>
<td>9,2</td>
<td>11</td>
<td>إدارة الجامعة</td>
<td>1</td>
</tr>
<tr>
<td>الثالثة</td>
<td>20</td>
<td>24</td>
<td>كلية الإعلام</td>
<td>2</td>
</tr>
<tr>
<td>الأولى</td>
<td>36,6</td>
<td>44</td>
<td>قسم العلاقات العامة</td>
<td>3</td>
</tr>
<tr>
<td>الثانية</td>
<td>34,3</td>
<td>41</td>
<td>الطلاب</td>
<td>4</td>
</tr>
<tr>
<td>المجموع</td>
<td>100</td>
<td>120</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>
يتبع لنا من الجدول رقم (18) أن الإعداد والتخطيط للأنشطة اللامنهجية تم مناصفة
وقبض بين نسب علاقات العامة والطلابية، وناعت إدارة الكلية في مرتبة عالية في
المراكز متاخرة وهذا أندل على شيء يدل على عدم إهتمام إدارة الجامعة.

جدول (19)
رضي الطلبة عن الأنشطة التي يقدمها قسم العلاقات العامة

<table>
<thead>
<tr>
<th>المرتبة</th>
<th>النسبة المئوية %</th>
<th>التكرار</th>
<th>الإجابة</th>
<th>ت</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>الأولى</td>
<td>95</td>
<td>64</td>
<td>نعم</td>
<td>1</td>
</tr>
<tr>
<td>الثانية</td>
<td>55</td>
<td>6</td>
<td>كلا</td>
<td>2</td>
</tr>
<tr>
<td>المجموع</td>
<td>100</td>
<td>70</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

بين لنا جدول رقم (19) رضي طلبة العلاقات العامة عن الأنشطة اللامنهجية التي يقدمها القسم حيث أن (95%) راضي بشكل كبير عن كل الأنشطة وفقط (5%) من الطلاب
هم الذين أجابوا بالنفي عن رضاهم عن الأنشطة المقدمة من قبل قسم العلاقات العامة وعلى
قسم العلاقات العامة أن يبني إهتمام أكبر بالطلبة عن إعداد الخطة السنوية القادمة وأن تكون
الأنشطة تخاطب واقع الطلاب وتداعي احتياجات المجتمع من أجل أن تأتي نجاح أكبر ودعم
أكبر من قبل الطلبة والمجتمع وإدارة الجامعة حيث أن من أهداف العلاقات العامة الأساسية
التي يجب على القائمين على قسم العلاقات العامة الأخذ به هو "تحقيق الانسجام الاجتماعي"
الذي ينطوي على فلسفة إنسانية أساسها الاعتراف بقيمة الفرد وأهمية صوت الجماهير في
تقدير الاتجاهات السياسية والاقتصادية الاجتماعية(17).

جدول (20)
أسباب الرضي عن الأنشطة التي يقدمها قسم العلاقات العامة

<table>
<thead>
<tr>
<th>المرتبة</th>
<th>النسبة المئوية %</th>
<th>التكرار</th>
<th>الإجابة</th>
<th>ت</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>السادسة</td>
<td>4,2</td>
<td>3</td>
<td>تلبية مطالبك</td>
<td>1</td>
</tr>
<tr>
<td>الثانية</td>
<td>26,4</td>
<td>19</td>
<td>تزيد من خبراتك ومعرفتك</td>
<td>2</td>
</tr>
<tr>
<td>الخامسة</td>
<td>11,1</td>
<td>8</td>
<td>مفيدة لك في الحياة العملية</td>
<td>3</td>
</tr>
<tr>
<td>الأولى</td>
<td>29,2</td>
<td>21</td>
<td>تساعدك في الاحتكاك بالواقع العملي</td>
<td>4</td>
</tr>
</tbody>
</table>
الاستنتاجات والتوصيات

أولاً: الاستنتاجات:

توصيل الباحث من خلال الدراسة الميدانية للبحث إلى مجموعة من الاستنتاجات

أهمها:

1. ظهور نسبة كبيرة من الطلاب لم يلتقو دورات تدريبية أو لم يشاركون فيها وهذا يوضح لنا وجود قصور في الجانب التدريبي لطلبة العلاقات العامة والتي يعد التدريب من أهم أساليبه.

2. من أهم الأنشطة اللامنهجية التي ركز الطلاب على المشاركة فيها هو ورش العمل ومن بعدها المؤتمرات، في حين نجد أن الأنشطة الترفيهية لم تل تأثير كبير من الطلبة.

3. ساعدت الأنشطة اللامنهجية الطبية في الفهم الصحيح لدور رجل العلاقات العامة وواقع (25,8%)، في حين نجد أن (74,3%) من الطلبة وجدوا أن هذه الأنشطة أحياناً ما تراعي أنشطتهم المهنية وكذلك بالنسبة لتركيزها على الإبداع الفكري.

4. عانت الأنشطة اللامنهجية من محدودية الدعم المادي والمعنوي من قبل إدارة الجامعة والكلية، وهذا بدوره أثر على نجاح الأنشطة اللامنهجية.

5. يشارك كل من قسم العلاقات العامة والطلبة في التخطيط للأنشطة اللامنهجية، وبنسب متقاربة فاقت (30%).

<table>
<thead>
<tr>
<th>الرابعة</th>
<th>%13,9</th>
<th>10</th>
<th>5</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>الثالثة</td>
<td>%15,2</td>
<td>11</td>
<td>6</td>
</tr>
<tr>
<td>المجموع</td>
<td>100%</td>
<td>72</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

يبين الجدول رقم (21) سبب الرضى عن الأنشطة التي يقدمها قسم العلاقات العامة يعود إلى أن هذه الأنشطة تدرس بوضوح وتقدم ما يحتاجه الطالب والمجتمع وذلك من أجل خدمة الطرفين وقد أبدىها معظم الطلاب ووجد النسبة الأكبر منهم أنها تساعدهم في الاتصال بالواقع العملي وتزيد من خبراتهم ومعارفهم وتساعدهم في توظيف خبراتهم وتقنية علاقاتهم وتعاونهم مع الآخرين في حين السؤال عن أن هذه الأنشطة تلبى مطالبهم أجاب بالإيجاب (4,2%).
6 . أظهرت نسبة كبيرة من العينةرضي الكامل عن الأنشطة اللامنهجية التي شاركوا فيها، وهذا يتطلب العديد من الأسباب التي ساهمت زيادة خبرة الطلاب ومعرفتهم وكذلك مساعدتهم في الاحتمال بالواقع العملي.
ثانياً: التوصيات
من خلال ما تقدم توصل الباحث إلى مجموعة من التوصيات التي تساهم في تطوير الأنشطة اللامنهجية ومنها:
1 . تكثيف الدورات التدريبية لطلبة قسم العلاقات العامة ويمكن الاستفادة من العطلة الصيفية في إعداد خطط لتدريب الطلبة على إعداد برامج لأنشطة لامنهجية هادفة لخدمة المجتمع.
2 . الاهتمام بالأنشطة اللامنهجية ذات الصلة بالمجتمع، واختيار الأنشطة بشكل دقيق بحيث تكون أكثر وضوح وقابلية لتنفيذ.
3 . تنمية مهارات وفهم طلبة العلاقات العامة من خلال التركيز على الأنشطة التي تركز على الإبداع الفكري للطلاب.
3 . توفير الدعم المادي لهذه الأنشطة ، كذلك إيجاد وقت كافي لمثل هذه الأنشطة حيث تعتبر العامل المادي وعامل الوقت من أهم الأسباب في إنجاح مثل هذه الأنشطة.
4 . استغلال المواهب الموجودة لدى الطلبة وطاقاتهم ومعرفتهم من إنتاج مواد إعلامية خاصة بالملصقات أو من خلال إصدار مجلة متخصصة في العلاقات العامة مع العلم بقدرة الطلاب على إصدار مثل هذه المجلة بشكل جيد إذا وجدوا الدعم الكافي من قبل الإدارة العليا.
الهوامش

1- ربيح مصطفى عليان ، عثمان غنيم ، البحث العلمي - الأسس النظرية والتطبيق العلمي (عمان : دار الصفاء للنشر والتوزيع ، 2010) ص 66.

2- كمال محمد المغربي ، أساليب البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية (عمان : دار الثقافة والنشر والتوزيع ، 2009) ص 97.

3- عاطف عدل العبد ، الأسلوب الإحصائي ، ط1 (القاهرة : دار الفكر العربي 1993) ص 179.

الأساتذة المحكرين :
- أ.م.د. نعنا عباس ندا
- أ.م.د. أحمد جاسم
- أ.م.د. علي شوكت

4- إبراهيم محمد عطا ، المناهج بين الأصالة والمعاصرة (القاهرة : مكتبة النهضة المصرية 1997) ص 173.


6- محمد أبو زيد إبراهيم ، المناهج الدراسي بين التنمية والتطوير (القاهرة : مركز الكتاب 1991) ص 42.

7- حلمي الوكيل ، محمد المغني ، أس بناة المنهج ، ط1 (القاهرة : بدون ناشر ، 1987) ص 381.

8- محمد أبو زيد إبراهيم ، مصدر سبق ذكره ، ص 56.

9- المصدر نفسه ، ص 61.

10- محمد هلال ، مهارات المدرب كيف تطور أداء الآخرين ، ط2 (القاهرة : مركز تطوير الأداء المهني ، 1995) ص 84.

11- محمد باغي ، التدريب الإداري بين النظرية والتطبيق ، ط1 (الرياض : جامعة الملك سعود ، 1986) ص 185.
12- محمد البادي، مدخل إلى قياس المناخ النفسي للمؤسسات المعاصرة (القاهرة، مكتبة الإنجليزية المصرية، 1997) ص 45.
13- زيدان عبد الباقي، الإدارة العام والعلاقات العامة (القاهرة: اتحاد جمعيات التنمية الإدارية، المجلد التاسع، 1976 ع 2)، ص 62.
14- حسن خير الله، العلاقات العامة للمبادئ والتطبيقات (القاهرة: مكتبة عين شمس، ب.ت.) ص 38.
15- محمد العزاوي، العلاقات العامة وفعالية الإدارة المعاصرة (الزقاق: المكتبة العلمية، ب.ت.) ص 231.
16- مصطفى نبيل، نحو نهضة فكرية أدائها العقل والخليج (مجلة الهلال، السنة 96، يوليو 1989)، ص 74.

المصادر:
1- إبراهيم محمد عطا، المناهج بين الأصولية والمعاصرة (القاهرة: مكتبة النهضة المصرية، 1997).
2- حلمي الوكيل، محمد المغني، أسس بناء المنهج، ط1 (القاهرة: ب.ن، 1987).
3- حسن خير الله، العلاقات العامة، المبادئ والتطبيقات، ط2 (القاهرة: مكتبة عين شمس، ب.ت).
4- حسن خير الدين، العلاقات العامة للمبادئ والتطبيق، ط4 (القاهرة: مكتبة عين شمس، 2000).
5- ربى مصطفى عليان، عثمان غنيم، أساليب البحث العلمي- الأساس النظرية والتطبيق العلمي (عمان: دار الصفاء للنشر والتوزيع، 2010).
6- زيدان عبد الباقي، الإدارة العام والعلاقات العامة (القاهرة: اتحاد جمعيات التنمية الإدارية، المجلد التاسع، ع 2، 1976).
7- عاطف علبي عبد العبد، الأسلوب الإحصائي، ط1 (القاهرة: دار الفكر العربي 1993).
8- علي عوجة، الأساس العلمي للعلاقات العامة، ط4 (القاهرة: عالم الكتب، 2000).
9- كامل محمد المغربى، أساليب البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية (عمان: دار الثقافة والنشر والتوزيع، 2009).

11- محمد البادي، مدخل إلى الآداب النفسية للمؤسسات المعاصرة (القاهرة: مكتبة الإنجليزية مصرية، 1997).

12- محمد بايي، التدريب الإداري بين النظرية والتطبيق، ط1 (الرياض: جامعة الملك سعود، 1986).

13- محمد العزاوي، العلاقات العامة وفعالية الإدارة المعاصرة، (الزقازيق: المكتبة العلمية، ب.ت).

14- محمد هلال، مهارات المدرب كيف تطور آداب الآخرين، ط2 (القاهرة: مركز تطوير الآداب المهني، 1995).