

مخرجات التعليم الأكاديمي لطلاب أقسام العلاقات العامة وفق متطلبات سوق العمل

(دراسة مسحية لعينة من طلاب قسم العلاقات العامة في كليات الإعلام)

**Academic education outcomes for students in public relations departments
according to the requirements of the labor market**

م د. علاء حسين عبد

الجامعة المستنصرية - كلية الآداب - قسم الإعلام

Dr. Alaa Husain Abd

Media Department / College of Arts / Mustansiriyah University

alaamem@gmail.com

المستخلص

تزايدت أهمية الوظائف التي تقوم بها العلاقات العامة داخل المؤسسات الحكومية والخاصة في وقتنا الحالي على مختلف الأصعدة، وذلك لأهميتها ومكانتها في دعم وتكامل عملية الاتصال بين المؤسسات وجمهورها، وكذلك في إدارة الأزمات، وفي استخدام التطور العلمي الهائل الذي أصاب وسائل الاتصال، وفتح المجال واسعاً للحصول على كافة المعلومات المتاحة، وايضا في المنافسة في العمل وفي الوصول الى الجمهور لتسويق الخدمات والمنتجات والافكار، وهو ما أدى بالضرورة الى حاجة هذه المؤسسات لممارسين ومتخصصين ذوي كفاءة لإدارة أقسام العلاقات العامة ولبناء علاقات قوية مع جماهيرها، مما يعني انها مهنة بحاجة الى اهتمام متزايد للعنصر البشري الذي يقوم بها، لذا كان لابد من تزويد هؤلاء

المختصين منذ المراحل الدراسية الجامعية بالاسس النظرية والعملية لاعدادهم لممارستها في المستقبل،
وليتمكنوا من ادارة هذه الاقسام بكفاءة وفعالية.

الكلمات المفتاحية: التعليم الاكاديمي، الطلبة، اقسام العلاقات العامة، سوق العمل

Abstract:

The importance of functions carried out by public relations within governmental and private institutions has increased at the present time at various levels, due to its importance and position in supporting and integrating the communication process between institutions and their public, as well as in crisis management, and in the use of the tremendous scientific development that affected the means of communication, and opened the way wide for obtaining On all available information, as well as in competition at work and in reaching the public to market services, products and ideas, which necessarily led to the need for these institutions to have qualified practitioners and specialists to manage the public relations departments and to build strong relationships with their fans, which means that it is a profession that needs increased attention to the element Therefore, it was necessary to provide these specialists, since the undergraduate levels, with the theoretical and practical foundations to prepare them for their practice in the future, and for them to be able to manage these departments efficiently and effectively

key words: *Academic education outcomes, students, requirements of the labor market.*

المقدمة

تمكنت العلاقات العامة من حجز مكانة هامة في المجتمع الانساني لتنوع وتعدد استخداماتها، فهناك علاقات عامة تمارس في جميع المجالات بين المؤسسة وجمهورها سواء في المجالات الحكومية والسياسية والإقتصادية والعسكرية ... الخ، وهي كذلك تمتاز بمبادئ عامة واحدة، ومنطلقات فلسفية وعلمية واحدة، لأنها تمتلك قواعد واحدة، وادوات واحدة، لكنها تتنوع بحسب مجال العمل الذي تقوم به. فالعلاقات العامة تستخدم مختلف وسائل الاتصال المتاحة لها، ومختلف انواع الاتصال من الشخصي الى الجماهيري، وهي تتعامل مع الجماهير مباشرة للتاثير عليه وكسب ثقته، بهدف رسم صورة حسنة عن المؤسسة، والواجبات التي تؤديها هذه المؤسسة، لذا تسعى تشكيلات العلاقات العامة لاكتساب وجذب الافراد الذين يمتلكون العلم والمهارة لتحقيق ذلك، وكي تكون واجهة فعالة وناجحة.

الفصل الاول : الاطار المنهجي

اولاً : مشكلة البحث : إن التحولات التي شهدتها العالم اليوم خصوصاً بعد انبثاق عصر الثورة التكنولوجية الثالثة وانتشار مفاهيم الديمقراطية، وتبلور التكتلات الاقتصادية الكبرى، وبروز نظام العولمة، كلها تشير إلى نشوء مجتمع كوني جديد، هو مجتمع ما بعد الصناعة أو مجتمع الموجه الثالثة، والذي يعتمد أساساً على رأس المال البشري المعتمد على العقل والمعلومة والبحث والتطوير وصناعة الأفكار والمعلومات، وبذلك تصبح الجامعات هي المستودع الطبيعي لهذه الأفكار والمعرفة، والمورد الرئيسي، لانتاج افراد يتمتعون بما يجب ان يمتلكوه من خبرات علمية؛ من هنا يمكن القول ان مشكلة البحث هي معرفة مدى نجاح التاهيل الاكاديمي لخريجي اقسام العلاقات العامة وفق متطلبات سوق العمل.

ثانياً : تساؤلات البحث: يتمحور السؤال الرئيسي عن مدى نجاح التاهيل العلمي الاكاديمي في تزويد سوق العمل بكفاءات من خريجي اقسام العلاقات العامة في كليات الاعلام؟ ومنه نستخرج الاسئلة الفرعية التالية:

- ١ - ما هو تقييم طلاب اقسام العلاقات العامة للدراسة النظرية في مجال تخصصهم؟
- ٢ - ما هو تقييم طلاب اقسام العلاقات العامة للجوانب التدريب العملي التي توفرها اقسامهم؟
- ٣ - ما هي اهم المهارات التي يجب ان تتوفر في ممارسي العلاقات العامة؟

ثالثاً : اهداف البحث :

- ١ - تهدف هذه الدراسة الى التعرف على اراء طلاب قسم العلاقات العامة حول المعلومات والبيانات والمهارات التي اكتسبوها في مجال تخصصهم من خلال المناهج الدراسية والتدريب العملي بكلياتهم.
- ٢ - مدى موثمة المعلومات الاكاديمية التي حصل عليها طلاب قسم العلاقات العامة مع احتياجات سوق العمل، لاستيعابهم في اماكن عملهم وتخصصهم.

رابعاً : أهمية البحث: تكمن أهمية الدراسة الحالية فيما يلي:

- ١ - تتناول الدراسة موضوع مهم وهو التاهيل العلمي الاكاديمي الذي يحضى به طلبة قسم العلاقات العامة خلال السنوات الاربعة في مرحلة الدراسة الاولى كأحد الاسس المهمة للنهضة الشاملة في الربط بين التحصيل العلمي والعمل وبناء المستقبل الشخصي.
- ٢ - يسعى البحث للتعرف على الاستعداد العلمي والفكري الذي يمتلكه طلبة اقسام العلاقات العامة قبل توجههم لسوق العمل.

٣ - يضع هذا البحث امام انظار المسؤولين بالتعليم الجامعي الواقع بهذف استثمار الطاقات المتاحة لتحسين البناء العلمي باستخدام افضل للوسائل الحديثة النظرية منها والعملية بما يعود بالنفع على التعليم الجامعي والمجتمع.

خامساً : مجتمع وعينة البحث : حدد الباحث مجتمع البحث بطلاب اقسام العلاقات العامة في كليات الاعلام الحكومية والاهلية داخل حدود مدينة بغداد، والتي فيها تخصص محدد بالعلاقات العامة؛ وهي خمسة كليات الحكومية منها وهي كما يأتي: (كلية الاعلام جامعة بغداد بعدد - ٩٥ - طالب ، كلية الاعلام الجامعة العراقية بعدد - ٦٥ - طالب).

والكليات الاهلية هي (كلية الاعلام جامعة الفراهيدي بعدد - ٨٧ - طالب ، كلية الاعلام جامعة الامام الصادق بعدد - ٧٢ - ، كلية الاعلام جامعة الامام موسى الكاظم بعدد - ٩١ - طالب)، وبهذا يكون مجموع (٤١٠) طالب من الذكور والاناث.

وكانت عينة البحث التي حددها الباحث ونسبة ٢٥ % من عدد طلبة كل كلية من الكليات الخمسة قد بلغت التالي: (جامعة بغداد = ٢٣ ، الجامعة العراقية = ١٥ ، جامعة الفراهيدي = ٢١ ، جامعة الامام الكاظم = ٢٢ ، جامعة الامام الصادق = ١٧)، وبهذا يكون مجموع عينة البحث هو (٩٨) مفردة، وبحسب الاعداد لكل قسم.

سادساً : منهج البحث والاداة : يعتبر المنهج المسحي من ضمن البحوث الوصفية، وهو طريقة لتجميع البيانات الاجتماعية وتحليلها عبر استخدام اداة الاستبانة، من اجل الحصول على معلومات من اعداد محددة من المستجيبين، بكونهم جماعة ممثلة لمجتمع الدراسة، وهناك نوعان اساسيان للمسوحات: اولهما هو المسح الوصفي وثانيهما هو المسح التحليلي، ويهدف المسح الوصفي الى ان الحصول على معلومات عن الجوانب السكانية والسن والنوع والحالة الاجتماعية والمهنة وربط هذه المعلومات بالاراء

والمعتقدات والقيم والسلوك والاتجاهات الخاص بجماعة معينة (عينة الدراسة)، وبورة المسوحات الوصفية هي السلوك، اما المسح التحليلي فيهدف الى التعرف على اسباب السلوك بطريقة معينة، ولهذا يعتبر المنهج المسحي واحداً من اكثر المجالات اهمية في قياس البحوث الاجتماعية، لانه وسيلة فنية تمكننا من الحصول على المعلومات من المستجيبين لانه يزودنا بالتغذية المرتدة من وجهة نظر المستفيدين وافكارهم. (بدر، ٢٠٠٨، صفحة ١٧٣)

سابعاً : الصدق والثبات

١ - الصدق : وأستخدم الباحث الصدق الظاهري بعد أن أخضع الاستمارة الخاصة بالبحث إلى التحكيم من قبل عدد من الخبراء الأكاديميين، من اصحاب الإختصاص، والذين أبدوا موافقتهم مع إجراء عدد من التعديلات التي تم الأخذ بها من قبل الباحث، وتم ترتيبهم بحسب اللقب العلمي، كما الجدول ادناه:

جدول (١) قائمة باسماء الخبراء المحكمين لصلاحية الاستبانة

ت	اللقب العلمي	اسم الخبير	محل العمل	التخصص
١	أ . د	ناهض فاضل زيدان	جامعة بغداد / كلية الاعلام	علاقات عامة
٢	أ . د	سالم جاسم العزاوي	جامعة بغداد / كلية الاعلام	علاقات عامة
٣	أ . د	فاطمة عبد الكاظم	جامعة بغداد / كلية الاعلام	علاقات عامة
٤	أ . م . د	حنان عبد ابراهيم	جامعة بغداد / كلية الاعلام	اللغة الانكليزية
٥	م . د	أياد خليل العبادي	جامعة الفراهيدي/كلية الاعلام	الاذاعة والتلفزيون

وكان اتفاق الخبراء قد بلغ (٢١ فقرة) من أصل ٢٣ وبعد تطبيق المعادلة الاتية

الصدق الظاهري = (مجموع الفئات المتفق عليها بين المحكمين / مجموع الفئات الكلي) $\times 100$

كانت النسبة = $(21/23) \times 100 = 91.3\%$ وهي نسبة ممتازة

٢ - الثبات : قام الباحث باجراء الثبات بطريقة (الاختبار واعادة الاختبار) عبر إعادة توزيع (١٠%) من الاستمارات التي اجاب المبحوثون والبالغ عددهم (٩٨) مفردة ، فكان عدد الاستمارات التي أُعيد

توزيعها قد بلغ (١٠) استمارات ، وتمت المقارنة بين اجوبتهم السابقة واللاحقة حيث بلغت نسبة الثبات وفقاً لمعامل الفاكرونباخ (٩٦.٢) وهي نسبة عالية لتأكيد الثبات ، وباستخدام برنامج الاحصاء (SPSS) النسخة (٢٥)

ثامناً : مصطلحات البحث

١ - مخرجات التعليم الاكاديمي (هي الاسس العلمية والعملية المتوافقة مع رسالة ورؤية المؤسسة التعليمية التي تم تحديدها وتعريفها وتحقيقها، والتي تتوافق مع المعايير العالمية، وتتيح الاستفادة منها في العمل ما بعد الدراسة)

٢- طلاب اقسام العلاقات العامة (هم فئة المنتظمين في مزولة الدراسة في جامعة ، والدارسين فيها لنيل شهادةالبكالوريوس في علوم الإعلام والاتصال، باختصاص محدد وهو العلاقات العامة)

٣ - سوق العمل (هو البيئة المحلية او الدولية التي تضم اصحاب العمل وكذلك الباحثين عن عمل)
تاسعاً : دراسات سابقة

١ - بنتله صفوك العنزي (٢٠١٦) : (العنزي، ٢٠١٦، صفحة ٦١٧)

هدف البحث إلى تسليط الضوء على مفهوم الإبداع الطلابي، وأهمية، والدور الحيوي الذي يمكن أن تقوم به الجامعة في تنمية القدرات الإبداعية لدى الطلبة .وقدمت بعض المقترحات العملية لإدارات الجامعات العربية من أجل تبني منهجية الإبداع في التعامل مع الطلبة والعاملين، وذلك بتقديم العديد من المحاور التي يمكن أن تتبناها الجامعة بما ينعكس إيجابياً على تنمية القدرات الإبداعية للأفراد، وبالتالي ينعكس أثره على المجتمع. وقد استخدمت المنهجية المكتبية التحليلية عن طريق مسح النتائج العلمي المنشور(إلكترونيا أو ورقياً)، وجرى البحث عن ذلك في الإنترنت، وقواعد البيانات الإليكترونية . كما تم مسح كشافات الدوريات للبحث عما نشر عن هذا الموضوع في دوريات إدارة التعليم العالي،

واعتمد البحث أسلوب عرض وجهات النظر سعياً لعرض أكبر عدد ممكن من الأفكار والتصورات الخاصة بهذا الموضوع وبما يمكن من بناء وجهة نظر حوله.

٢ - أمة الله دحان المسهلي (٢٠٢٢) : (المسهلي، ٢٠٢٢، صفحة ٢٤٩)

يعتبر الخريجون من اهم المخرجات التي تسعى المؤسسات التعليمية الى الارتقاء بجودتها، ويركز هذا النوع من المخرجات على المعرفة الاساسية والمعلومات التي تشكل البنية التحتية لجودة الخريجين، وتستند هذه المعرفة والمعلومات على بعدين هما التمكين والاستيعاب لحقائق عمل منظمات ومؤسسات الاعمال الاساسية، والمعرفة المهنية ذات العلاقة بعمليات تلك المنظمات. ويهدف البحث الى التعرف على درجة مواءمة مخرجات التعليم العالي اليمني لحاجات سوق العمل من وجهة نظر الكادر الاكاديمي والاداري بجامعة حجة، وذلك بهدف استفادة متخذو القرار في وزارة التعليم العالي والجامعات اليمنية من النتائج والتوصيات والحلول المقترحة التي يقدمها لهم هذا البحث لتحسين جودة مخرجات التعليم العالي اليمني بما يتواءم وحاجات السوق.

الفصل الثاني: التأهيل الاكاديمي في مجال العلاقات العامة وعلاقته بممارسة المهنة

التأهيل الاكاديمي : يعد التعليم الاكاديمي من الاعمدة الرئيسية لبناء وتطور الدول وهو مقياس للتمييز بينها، فحين يزداد حجم التعليم؛ وتقل نسبة الامية فان هذا يعتبر دليلاً على اتجاه الامة الصحيح بالسير في ركب الحضارة والتطور، وتقوم الجامعات بمختلف اختصاصاتها بهذا الدور المهم ورغد الانسانية بالمعرفة (فريج و شهاب، ٢٠١٢، صفحة ٢) وقد اعتمد المجتمع على المخرجات الانسانية التي تطرحها الجامعات الحكومية والاهلية على مناهج علمية محددة تختص بكل فرع يدرسه الطلاب في مجالهم وتخصصاتهم العلمية والانسانية.

وتشترك الجامعات في ثلاث وظائف مهمة تزود بها الطلبة معرفياً للانتقال من الحياة النظرية الى الحياة

العملية، وهذه الوظائف هي (عتوم، ٢٠١٣، الصفحات ١٠ - ١٢)

وظيفة التعليم، وظيفة البحث العلمي، وظيفة خدمة المجتمع.

والبناء العلمي في تخصص العلاقات العامة لابد وان يعتمد على المعرفة الاكاديمية الصحيحة وعلى

الممارسة المهنية والمهارات، لذا يعد الاهتمام بالمناهج التعليمية في مرحلة التعليم الاولي (للحصول

على شهادة البكالوريوس)، من اجل اعداد الطلاب لممارسة هذا التخصص المهم وبنجاح في الحياة

العملية مع التميز، كما يجب ان تواكب هذه المناهج الدراسية التطورات التكنولوجية الحديثة في مجال

التقانة الاتصالية واستخدامها بما يساعد الممارس لعمل العلاقات العامة في انجاز المهام الموكلة اليه،

فالطلاب بحاجة الى متابعة مستمرة لان هناك دائما ما هو جديد هم بحاجة ماسة له، ومنها عملية ادارة

الاتصالات اثناء الازمات على سبيل المثال؛ ولذا يمكن ان نضع عدداً من الركائز الاساسية لتاهيل

الطلاب لممارسة مهنة العلاقات العامة بعد التخرج وهي:

١ - المعرفة : وهي مجموعة الخبرات المتراكمة (المعرفة الافتراضية)، التي نمتلكها عن اساسيات

الحياة بشكل عام، وكم المعلومات العامة المنطقية؛ مثلاً ان الارض كروية وان ٢ تضاف لها ٢ يكون

المجموع ٤ ، ثم هناك نوع آخر من المعرفة وهي (معرفة القدرة)، وهي مانمتلك من معرفة للطريقة التي

تمارس بها فعالية او نشاط معين، وتختلف معرفة القدرة بشكل واضح عن المعرفة الافتراضية فانا مثلاً

اعرف كيف امارس السباحة، ولكن هذا لا يعني بالضرورة انني اعرف مجموعة من المعلومات التي

تتعلق بطريقة ممارسة السباحة (بريتشارد، ٢٠١٣، صفحة ١٨).

٢ - المهارات : يمكن إيجازها بأنها تكيّف الفرد وتلائمُه مع ما يحيط به، وقدرته على مواجهة المواقف

التي يمر بها من خلال الاستعداد الذهني لها، وتفاعله الإيجابي مع المجتمع. فالمناهج القائمة على

المهارات الحياتية تقوم على التقريب بين المواقف الحياتية التي يمرُّ بها الطالب كلَّ يوم من جهة، ومحتوى المادة التعليمية من جهةٍ أخرى، وذلك في ضوء القدرات التي يمتلكها المتعلمين والخبرات التي لديهم، والفروق الفردية بينهم (تركي، ٢٠١٧، صفحة ٢٤) . لذا لابد من تدريب الطلاب على التنفيذ الفعلي لانشطة العلاقات العامة المختلفة، بهدف اعدادهم بشكل جيد لممارسة المهنة، عن طريق تلقي الخبرات المتنوعة لاغلب المواقف في الحياة العملية،

٣ - الصفات الشخصية الملائمة : توجد عدد من الصفات او المواصفات التي يجب ان تتوفر في ممارسي العلاقات العامة، حيث تتطلب هذه المهنة الى جانب المعرفة والمهارة توافر عدد من الصفات الشخصية (بعضها فطري وبعضها مكتسب)، ويقصد بالصفات الفطرية امتلاكه لـ (قوة الشخصية، اللباقة، حب الاستطلاع، الموضوعية، الخيال الخصب، الحس الفني، الشجاعة، القدرة على الاحتمال والمثابرة، قابلية التنظيم) (بوسنة، بلا، الصفحات ٦٥ - ٦٦) ، ويقصد بالصفات المكتسبة امتلاكه لـ (اللغة، الكتابة، الفنون الصحفية، علم الدلالة، علم النفس، علم الاجتماع، اصول البحث العلمي) (هاشم، ١٩٩٠، الصفحات ٨٥ - ٩٢).

الفصل الثالث: الدراسة الميدانية

نتائج البحث : تهدف هذه الدراسة الى التعرف على اراء طلاب قسم العلاقات العامة حول المعلومات والبيانات والمهارات التي اكتسبوها في مجال تخصصهم من خلال المناهج الدراسية والتدريب العملي بكلياتهم. ومدى موائمة المعلومات الاكاديمية التي حصل عليها طلاب قسم العلاقات العامة مع احتياجات سوق العمل، لاستيعابهم في اماكن عملهم وتخصصهم. وقد جاءت النتائج كما مبين في ادناه بحسب اسئلة الاستبانة :

اوضحت النتائج في جدول النوع الاجتماعي ان مجموع الذكور من المستجيبين بتكرار بلغ (٤٨) ونسبة مئوية بلغت (٥٢.٧ %)، بينما كان تكرار الاناث من المستجيبات في عينة البحث (٤٣) ونسبة مئوية بلغت (٤٧.٣ %).

اظهرت النتائج في جدول اسباب اختيار الطلاب لقسم العلاقات العامة ان عينة البحث قد اتفقت وبالمرتبة الاولى على ان السبب في اختيارهم لقسم العلاقات العامة هو (لأنني اخطط للعمل في هذا المجال بعد التخرج)، بتكرار بلغ (٣٤) ونسبة مئوية بلغت (٣٧.٤ %)، بينما كانت المرتبة الثانية بسبب ان (الدراسة في مجال العلاقات العامة ممتعة)، بتكرار بلغ (٢٨) ونسبة مئوية بلغت (٣٠.٧ %)، والمرتبة الثالثة كانت للسبب (لأنني امثلك المواصفات التي تؤهلني للعمل في مجال العلاقات العامة بعد التخرج)، بتكرار بلغ (١٧) ونسبة مئوية بلغت (١٨.٧ %)، في حين جاء السبب (لأنني لم اوفق في دخول اقسام اخرى)، بالمرتبة الرابعة و بتكرار بلغ (١٢) ونسبة مئوية بلغت (١٣.٢ %).

كما أظهرت النتائج في جدول اكثر المواد النظرية اهمية في نظر طلاب قسم العلاقات العامة للعمل بعد التخرج اختلاف الطلبة حول اهمية المواد النظرية التي يعتقدون انها الاكثر اهمية والتي تسهم في نجاحهم بالعمل بعد التخرج، وقد جاءت النتائج كالتالي: المرتبة الاولى لمادة (حملات العلاقات العامة)، بتكرار بلغ (١٣) ونسبة مئوية بلغت (١٤.٣ %)، المرتبة الثانية لمادة (الكتابة للعلاقات العامة)، بتكرار بلغ (١٢) ونسبة مئوية بلغت (١٣.٢ %)، المرتبة الثالثة لمادة (تصميم الاعلان)، بتكرار بلغ (١٠) ونسبة مئوية بلغت (١١.٠ %)، المرتبة الرابعة لمادة (الاتكيت والمراسم والبروتوكول)، بتكرار بلغ (١٠) ونسبة مئوية بلغت (١١.٠ %)، المرتبة الخامسة لمادة (استطلاعات الراي العام)، بتكرار بلغ (٩) ونسبة مئوية بلغت (٩.٩ %)، المرتبة السادسة لمادة (نظريات الاتصال)، بتكرار بلغ (٨) ونسبة

مئوية بلغت (٨.٨ ٪)، المرتبة السابعة لمادة (علاقات عامة تسويقية)، بتكرار بلغ (٨) وبنسبة مئوية بلغت (٨.٨ ٪)، المرتبة الثامنة لمادة (استراتيجيات العلاقات العامة)، بتكرار بلغ (٨) وبنسبة مئوية بلغت (٨.٨ ٪)، المرتبة التاسعة لمادة (مناهج البحث)، بتكرار بلغ (٧) وبنسبة مئوية بلغت (٧.٧ ٪)، المرتبة العاشرة لمادة (ادارة العلاقات العامة)، بتكرار بلغ (٦) وبنسبة مئوية بلغت (٦.٥ ٪).

أظهرت نتائج جدول حول ما وفرته الجامعات من معرفة لعينة البحث ان عينة البحث من المستجيبين قد اشارت الى ان الكليات ومن خلال المادة العلمية التي قدمتها خلال اعوام الدراسة الاربعة انها اوضحت بشكل كبير المعلومات الاساسية التي على طلبة قسم العلاقات العامة معرفتها، ولكن الرؤى اختلفت بين افراد العينة بحسب اهتماماتهم بالمعلومة وبمن يلقيها من التدريسيين، وهو موضوع يصلح لاحقا ان يكون بحثاً عن تاثير القائم بالاتصال (التدريسي)، في نقل المعلومة للطلاب، لذا كانت الاجابات كلها تنتقل بين البدائل (دائما ، و احيانا)، لكن لم يختار اي منهم كلمة ابدأ: وكما في ادناه:

١ - التعرف على دور العلاقات العامة داخل المؤسسات العامة والخاصة: المرتبة الاولى كانت لاختيار دائماً بتكرار بلغ (٨٩)، وبنسبة مئوية بلغت (٩٧.٨ ٪)، المرتبة الثانية كانت لاختيار احياناً بتكرار بلغ (٢)، وبنسبة مئوية بلغت (٢.٢ ٪).

٢ - التعرف على خطوات انجاز البحوث والدراسات للحصول على المعلومات: المرتبة الاولى كانت لاختيار دائماً بتكرار بلغ (٨٠)، وبنسبة مئوية بلغت (٨٧.٩ ٪)، المرتبة الثانية كانت لاختيار احياناً بتكرار بلغ (١١)، وبنسبة مئوية بلغت (١٢.١ ٪).

٣ - التعرف على خطوات التخطيط في إدارة عمل العلاقات العامة: المرتبة الاولى كانت لاختيار دائماً بتكرار بلغ (٨٣)، ونسبة مئوية بلغت (٩١.٢ %)، المرتبة الثانية كانت لاختيار احياناً بتكرار بلغ (٨)، ونسبة مئوية بلغت (٨.٨ %).

٤ - التعرف على خطوات التنظيم في إدارة عمل العلاقات العامة: المرتبة الاولى كانت لاختيار دائماً بتكرار بلغ (٨٣)، ونسبة مئوية بلغت (٩١.٢ %)، المرتبة الثانية كانت لاختيار احياناً بتكرار بلغ (٨)، ونسبة مئوية بلغت (٨.٨ %).

٥ - التعرف على خطوات التنسيق في إدارة عمل العلاقات العامة: المرتبة الاولى كانت لاختيار دائماً بتكرار بلغ (٨١)، ونسبة مئوية بلغت (٨٩.٠ %)، المرتبة الثانية كانت لاختيار احياناً بتكرار بلغ (١٠)، ونسبة مئوية بلغت (١١.٠ %).

٦ - التعرف على خطوات التقويم في إدارة عمل العلاقات العامة: المرتبة الاولى كانت لاختيار دائماً بتكرار بلغ (٧٥)، ونسبة مئوية بلغت (٨٢.٤ %)، المرتبة الثانية كانت لاختيار احياناً بتكرار بلغ (١٦)، ونسبة مئوية بلغت (١٧.٦ %).

٧ - التعرف على إدارة الازمات في المؤسسات العامة والخاصة: المرتبة الاولى كانت لاختيار دائماً بتكرار بلغ (٦٠)، ونسبة مئوية بلغت (٦٥.٩ %)، المرتبة الثانية كانت لاختيار احياناً بتكرار بلغ (٣١)، ونسبة مئوية بلغت (٣٤.١ %).

٨ - التعرف على خطوات تنفيذ حملات للعلاقات العامة: المرتبة الاولى كانت لاختيار دائماً بتكرار بلغ (٩١)، ونسبة مئوية بلغت (١٠٠.٠ %)، المرتبة الثانية كانت لاختيار احياناً بتكرار بلغ (صفر)، ونسبة مئوية بلغت (٠.٠ %).

٩ - التعرف على موقع عمل العلاقات العامة في المؤسسات العامة والخاصة: المرتبة الاولى كانت

لاختيار احياناً بتكرار بلغ (٥٦)، وبنسبة مئوية بلغت (٦١.٥ %)، المرتبة الثانية كانت لاختيار دائماً بتكرار بلغ (٣٥)، وبنسبة مئوية بلغت (٣٨.٥ %).

١٠ - التعرف على واجبات المختص في العلاقات العامة في المؤسسات العامة والخاصة: المرتبة

الاولى كانت لاختيار دائماً بتكرار بلغ (٩١)، وبنسبة مئوية بلغت (١٠٠ %)، المرتبة الثانية كانت لاختيار احياناً بتكرار بلغ (صفر)، وبنسبة مئوية بلغت (٠.٠ %).

١١ - الخبرات الكافية للدخول في سوق العمل باختصاص العلاقات العامة: المرتبة الاولى كانت

لاختيار احياناً بتكرار بلغ (٧٠)، وبنسبة مئوية بلغت (٧٦.٩ %)، المرتبة الثانية كانت لاختيار دائماً بتكرار بلغ (٢١)، وبنسبة مئوية بلغت (٢٣.١ %).

١٢ - القدرات التقنية للتعامل مع تطور وسائل الاعلام الرقمي: المرتبة الاولى كانت لاختيار احياناً

بتكرار بلغ (٧٣)، وبنسبة مئوية بلغت (٨٠.٢ %)، المرتبة الثانية كانت لاختيار دائماً بتكرار بلغ (١٨)، وبنسبة مئوية بلغت (١٩.٨ %).

اظهرت نتائج جدول توفير الجامعة الفرص للاشتراك بورش العمل والزيارات الميدانية والمختبرات الفنية

لاجراء التدريبات التي تمكنك من النجاح في سوق العمل ان المرتبة الاولى كانت لأختيار دائماً بتكرار

(٣١)، وبنسبة مئوية بلغت (٣٤.١ %)، المرتبة الثانية كانت لأختيار أحياناً بتكرار بلغ (٣٨)، وبنسبة

مئوية بلغت (٤١.٢ %)، المرتبة الثالثة كانت لأختيار أبداً بتكرار بلغ (٢٢)، وبنسبة مئوية بلغت

(٢٤.٧ %).

أظهرت النتائج جدول نوع التدريب الذي قدمته الجامعات لطلبتها (مع اختيار اكثر من اجابة

للمستجيب) ان الجامعات ركزت على اربعة انواع من التدريبات والتي حصل فيها (اعداد مشروع

التخرج)، على المرتبة الاولى بتكرار بلغ (٩١) ونسبة مئوية بلغت (٥٠.٠ %)، المرتبة الثانية كانت لـ (التدريب اثناء الدراسة)، بتكرار بلغ (٥٤)، ونسبة مئوية بلغت (٢٩.٧ %)، المرتبة الثالثة كانت لـ (التدريب على اضافة مهارات ومعارف اخرى)، بتكرار بلغ (٢٢)، ونسبة مئوية بلغت (١٢.١ %)، المرتبة الرابعة كانت لـ (التدريب اثناء الاجازة الصيفية)، كانت بتكرار بلغ (١٥)، ونسبة مئوية بلغت (٨.٢ %).

أظهرت النتائج في جدول نوع التدريب على حملات العلاقات العامة في مشاريع التخرج وبحسب الفقرات التي وضعها الباحث:

١ - **تخطيط وتنفيذ حملات علاقات عامة مشتركة بين الطلبة:** المرتبة الاولى كانت للاختيار دائماً بتكرار بلغ (٧٨)، ونسبة مئوية بلغت (٨٥.٧ %)، المرتبة الثانية كانت للاختيار احياناً بتكرار بلغ (١٣)، ونسبة مئوية بلغت (١٤.٣ %)، المرتبة الثالثة كانت للاختيار ابدأً بتكرار بلغ (صفر)، ونسبة مئوية بلغت (٠.٠ %).

٢ - **تخطيط وتنفيذ حملات علاقات عامة بشكل افتراضي:** المرتبة الاولى كانت للاختيار دائماً بتكرار بلغ (٨٢)، ونسبة مئوية بلغت (٩٠.١ %)، المرتبة الثانية كانت للاختيار احياناً بتكرار بلغ (٩)، ونسبة مئوية بلغت (٩.٩ %)، المرتبة الثالثة كانت للاختيار ابدأً بتكرار بلغ (صفر)، ونسبة مئوية بلغت (٠.٠ %).

٣ - **تخطيط وتنفيذ حملات علاقات عامة تستخدم اكثر من وسيلة اتصالية:** المرتبة الاولى كانت للاختيار دائماً بتكرار بلغ (٩١)، ونسبة مئوية بلغت (١٠٠.٠ %)، المرتبة الثانية كانت للاختيار احياناً بتكرار بلغ (صفر)، ونسبة مئوية بلغت (٠.٠ %)، المرتبة الثالثة كانت للاختيار ابدأً بتكرار بلغ (صفر)، ونسبة مئوية بلغت (٠.٠ %).

اظهرت نتائج جدول رأي الطالب في مدى استفادته من الالمعلومات النظرية والعملية في اقسام العلاقات العامة بان طلاب اقسام العلاقات العامة وفي معرض اجابتهم عن السؤال انهم يعتقدون ان المعلومات التي حصلوا عليها كانت بنسبة جيدة، ولذا جاء اختيار دائما بالمرتبة الاولى بتكرار بلغ (٧٩)، وبنسبة مئوية بلغت (٨٦.٨ %)، المرتبة الثانية كانت للاختيار احياناً بتكرار بلغ (٤)، وبنسبة مئوية بلغت (٤.٤ %)، المرتبة الثالثة كانت للاختيار ابدأ بتكرار بلغ (٨)، وبنسبة مئوية بلغت (٨.٨ %).

الاستنتاجات

من خلال متابعة اجابات عينة البحث، استنتج الباحث الاتي:

- ١ - يرى افراد عينة البحث انهم احسنوا صنعاً باختيارهم الدراسة في قسم العلاقات العامة لعدد من الاسباب التي تسهم في نجاحهم بالاندماج في سوق العمل.
- ٢ - ان تركيز افراد عينة البحث على المواد الدراسية التي يعتقدون انها فعلاً مهمة في نجاحهم بالاندماج في سوق العمل.
- ٣ - ان هناك تقييم ايجابي لافراد عينة البحث عن الدراسة النظرية في اقسامهم بدليل ان لا احد منهم اختار كلمة (ابداً)، في اجاباتهم عن المعرفة النظرية التي درسوها في سنوات دراستهم الاربعة.
- ٤ - ان ثلاثة ارباع عينة البحث بتكرار بلغ (٦٩)، وبنسبة مئوية بلغت (٧٥.٣ %)، اعتبروا ان الجامعة قد وفرت لهم فرص للتدريب العملي والزيارات الميدانية.
- ٥ - اكد اغلب افراد عينة البحث ان مشروع بحث التخرج يعد ركيزة اساسية في عملية الاندماج في سوق العمل على الرغم من كونها حملات خططوا ونفذوها باستخدام مختلف وسائل الاتصال، علما انها كانت افتراضية، اي انهم قاموا بكل الخطوات من تصوير وتصميم البوسترات وتنفيذها وكذلك المطويات واي افكار اخرى ولكن لم يقوموا بتوزيعها على المواطنين.

المقترحات

يرى الباحث ان كم المعلومات التي يتلقاها طلبة قسم العلاقات العامة متنوعة بشكل جيد وهي تغطي بشكل عام كل الاحتياجات العملية التي تسهم في نجاحهم بعد التخرج ؛ لكن لا تزال هناك حاجة الى التالي :

١ - دعوة عدد من العاملين المتميزين في اقسام العلاقات العامة الحكومية والخاصة وبمختلف انواع العمل لتدريب الطلبة في الكلية وتحت اشراف القسم على كيفية انجاز أنشطة العلاقات العامة المختلفة، ومعالجة المواقف والحالات الخاصة بهم واعطاء الامثلة على ذلك.

٢ - ان لا يقتصر نشاط التخطيط والتنفيذ لانجاز حملات علاقات عامة على بحث التخرج لانه سيكون عن موضوع واحد بل يجب تكوين مجموعات ومنذ المرحلة الاولى حتى يتعلم الطلبة من الاخطاء ويتعلمون كيف يعملون ضمن مجموعات تؤدي نفس العمل.

٣ - تزويد الطلبة بالخبرات اللازمة لاستخدام التكنولوجيا الحديثة، وان يكملوا دراستهم الاكاديمية وهم يمتلكون خبرات كافية في التعامل مع برامج المونتاج وبرامج الصور (الفوتو شوب).

٤ - اعداد تقييم سنوي لكل طالب ومنذ المرحلة الاولى لمعرفة مدى استيعابهم للبرامج الدراسية والتدريبية، وكم المهارات التي اكتسبوها، وما هو اكثر ما يبرعون به من اقسام عمل العلاقات العامة.

المصادر

Bibliography

١ - احلام عبد الكريم عتوم. (٢٠١٣). التعليم الجامعي وعلاقته في تحقيق التنمية المستدامة في المجتمع الاردني. الاردن: جامعة اليرموك - كلية التربية.

٢ - احمد بدر. (٢٠٠٨). علوم الاعلام - البحث العلمي المناهج والتطبيقات. القاهرة: دار قباء الحديثة للطباعة والنشر والتوزيع.

- ٣ - أمة الله دحان المسهلي. (٢٠٢٢). درجة موازنة مخرجات التعليم العالي واحتياجات سوق العمل بالجمهورية اليمنية. اسبوط: كلية التربية.
- ٤ - بنتلة صفوق العنزي. (٢٠١٦). دور الجامعات في تنمية القدرات الابداعية لدى الطلبة. الرياض: جامعة حفر الباطن.
- ٥ - دنكان بريشارد. (٢٠١٣). ما المعرفة. (مصطفى ناصر، المترجمون) الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب.
- ٦ - زكي محمود هاشم. (١٩٩٠). العلاقات العامة المفاهيم والاسس العلمية. الكويت: شركة ذات السلاسل للطباعة والنشر والتوزيع.
- ٧ - كمال فريج، و زكريا شهاب. (٢٠١٢). التعليم العالي في الاردن. عمان: اتحاد الجامعات العربية.
- ٨ - محمد احمد تركي. (٢٠١٧). المهارات الحياتية المتضمنة في محتوى كتب العلوم في العراق. كربلاء: جامعة ال البيت.
- ٩ - مريهان منصور بوسنة. (بلا). محاضرات في العلاقات العامة والاعلان. المنوفية: كلية التربية - جامعة المنوفية.