التخطيط الاستراتيجي ودوره في التنمية المستدامة: دراسة مسحية لطلبة قسم العلاقات العامة في كلية الإعلام - جامعة الفراهيدي

م.د. علاء حسين عبد
جامعة الفراهيدي، كلية الإعلام، العراق
alaa.abd@uoalfarahidi.edu.iq

Strategic Planning and its Role in Sustainable Development: A Survey of Students in the Department of Public Relations at the Faculty of Information - Al-Farahidi University

Dr. Ala'a Hussain Abd
Al-Farahidi University, College of Media, Iraq
alaa.abd@uoalfarahidi.edu.iq

الملخص

تتعددت المساهمات التي تقوم بها الكليات الاهلية من اجل المساهمة والاهتمام بالتنمية المستدامة داخل القطر، ومنها كلية الاعلام في جامعة الفراهيدي حيث تضع ضمن خطتها الاستراتيجية والتي عبرت عنها في رؤيتها ورسالتها واهدافها، تضع دمج التاهيل الاكاديمي بتخصص العلاقات العامة ودعم التنمية المستدامة، في ابجديات تدريب طلبة العلاقات العامة وخاصة المرحلة الرابعة، لذا فان البحث يتمحور حول توظيف طلبة العلاقات العامة للتخطيط الاستراتيجي في التنمية المستدامة.

الكلمات المفتاحية: التخطيط الاستراتيجي - العلاقات العامة - التنمية المستدامة.

Abstract

Public Relations is one of the phenomena that arose from the beginning of human awareness of the importance of communication in the course of human life. It thus developed with the developments and complexities of life, and the emergence and diversity of societies. It began to interact with these basics by using communication, its means, and the developments that occurred in it. It also interacted with public opinion in persuasive methods. It relied mainly on planning and formulating plans that suit current and future needs. Hence, it took the lead in developing planning strategies for the development of future resources, as they are among the most important resources that preserve natural resources for future generations. Therefore, the planned construction process is considered for the segment of specialists in public relations work. One of the tasks that has a significant and direct impact on the future of sustainable development because of the important role played by public relations and qualified workers as scientific academic graduates who carry the vision and achieve the required goals.

Keywords: strategic planning - public relations - sustainable development

المقدمة :

من المهم في البناء الوظيفي للعملية التعليمية ان تكون مخرجاتها من ضمن البيئة التي تنطلق منها، وان تكون ملبية للحاجات الاجتماعية التي يقع على عاتق الاعلام ان يكون له الدور المؤثر والسليم في هذه الجوانب، وتعد الكليات الاهلية ومن ضمنها كلية الاعلام في جامعة الفراهيدي والتي هي احدى الوسائل التعليمية والاعلامية والتي ان تعاملت من واقع التخطيط الاستراتيجي والخطة التي وضعتها كلية الاعلام فان لها الدور الرئيسي في تحقيق ذلك.

المبحث الاول ... الاطار المنهجي

أولا : مشكلة البحث

يضع الباحث في في تقديره لمشكلة البحث ان هناك تخطيط ستراتيجي لكل المؤسسات التي تسعى لتحقيق الاهداف المرسومة، ومن ضمنها كلية الاعلام في جامعة الفراهيدي، وذل ضمن توجهها في الحصول على الاعتمادية من جهة ومن جهة اخرى ضمن الرؤية والرسالة والاهداف المرسومة من قبلها، ولتحقيق ذلك فان الكلية تسعى الى نشر وتعزيز الثقافة المجتمعية من خلال بناء متخصصين في مجال العلاقات العامة يمتلكون رؤية ورسالة وهدف تخدم البناء المجتمعي المستدام عن طريق تنمية صحيحة وفق الشروط المحددة التي اتفقت عليها الامم لتنمية مستدامة تخدم الاجيال القادمة وتحافظ على ثرواتها الوطنية. لذا وضع الباحث مشكلته بالصيغة التاليه: ما دور **التخطيط الاستراتيجي في العلاقات العامة في التنمية المستدامة لطلبة قسم العلاقات العامة؟**

ثانياً: تساؤلات البحث: من خلال مشكلة البحث، ظهرت لدى الباحث التساؤلات الفرعية التالية:

1 – الى اي مدى يساهم التخطيط الاستراتيجي في التنمية المستدامة من خلال طلبة قسم العلاقات العامة في كلية الاعلام، جامعة الفراهيدي؟

2 – ما هي الانشطة الاتصالية التي يقوم بها طلبة قسم العلاقات العامة في تعزيز التنمية المستدامة؟

3 – الى اي مدى تعكس فعاليات طلبة قسم العلاقات العامة نجاح التخطيط الاستراتيجي للكلية ضمن الرؤية والرسالة والهدف للكلية؟

ثالثاً : أهداف البحث:

يهدف البحث الى:

1 – التعرف على مساهمة التخطيط الاستراتيجي في نجاح التنمية المستدامة من خلال تنفيذه بواسطة طلبة قسم العلاقات العامة.

2 – التعرف على الانشطة الاتصالية التي يقوم بها طلبة قسم العلاقات العامة في تعزيز التنمية المستدامة.

3 – التعرف على النجاح الذي يحققه طلبة قسم العلاقات العامة في تنفيذ الخطط الاستراتيجة للتنمية المستدامة في كلية الاعلام ، جامعة الفراهيدي.

رابعاً : أهمية البحث :

تكمن اهمية البحث في العدد القليل من الدراسات التي تربط بين التنمية المستدامة ومجالات العمل في العلاقات العامة وطلبة كليات الاعلام بالاختصاص الدقيق للعلاقات العامة، وعلى النحو التالي:

1 – يلقي هذا البحث الضوء على دور العلاقات العامة في تعزيز اهمية التنمية المستدامة للمتخصصين المستقبليين في هذا المجال.

2 – التخطيط الاستراتيجي لكليات الاعلام في التعليم الاهلي في دعم مجالات التنمية المستدامة للطلبة وخاصة في كلية الاعلام جامعة الفراهيدي.

3 – مدى التطابق بين الرؤية والرسالة والاهداف في كلية الاعلام جامعة الفراهيدي، وبناء الثقافة المجتمعية لطلبة قسم العلاقات العامة في الكلية لتعزيز الافكار والعمل الفعلي للتنمية المستدامة.

4 – تحديد الاحتياجات الفعلية لبناء ثقافة الاهتمام بالتنمية المستدامة لطلبة قسم العلاقات العامة في كلية الاعلام جامعة الفراهيدي، لانهم سيتخرجون كمتخصصين في هذا المجال.

خامساً : منهج البحث وعينته :

ان المنهج هو الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة لاكتشاف الحقيقة (بدر، 1996، صفحة 35)، وفي ضوء ذلك من مفاهيم للدراسة وتحديد مجتمع البحث وعينته، ونوع البيانات المطلوبة، وكيفية الحصول على تلك البيانات، والمنهج المناسب هو المنهج الوصفي المسحي، وحدد الباحث لذلك عينة الدراسة بالحصر الشامل لطلبة قسم العلاقات العامة للمرحلة الرابعة. بلغ عدد الطلبة وللدراستين الصباحية والمسائية في قسم العلاقات العامة لكلية اعلام جامعة الفراهيدي (114) للمرحلة الرابعة.

سادساً : مجتمع البحث :

تعد كلية الاعلام في جامعة الفراهيدي احدى المؤسسات التاهيلية عالية الجودة بما يخص العملية التعليمية في تخصص الاعلام، من خلال امتلاكها البنية التحتية المناسبة، وكذل الملاكات التدريسية المؤهلة بشكل كافي لانتاج مخرجات تعليمية من طلبة مؤهلين للعمل الاعلامي بشقيه، العلاقات العامة، والصحافة الاذاعية والتلفزيونية، من حيث التدريب المستمر بالاضافة للمنهج العلمي المتكامل. لذا سعى الباحث الى اعتماد التجربة التي تخوضها هذه الكلية في اجراء بحث علمي يستهدف احدى الجزئيات من مخرجات التأهيل الاكاديمي في كلية الاعلام لجامعة الفراهيدي، بما يخص دور العلاقات العامة ودورها في التنمية المستدامة. ولذا كان مجتمع البحث متمثلاً بطلبة المرحلة الرابعة في قسم العلاقات العامة، (عينة حصر شامل)، وكيف خططت الكلية لتدريبهم على تعزيز التنمية المستدامة، ليس لأهميتها فقط، بل لأهمية العلاقات العامة ودورها المجتمعي الاساسي، وكذلك لاهمية المخرجات المتمثلة بهؤلاء الطلبة كونهم رأس المال الاجتماعي المعزز للتنمية المستدامة على مدى الاعوام القادمة.

جدول (1) خصائص الافراد المبحوثين

النوع	ذكر		انثى			
	ت	ن			ت	ن
	81	% 71.1			33	% 28.9
العمر	22 – 30 سنة		31 – 40 سنة		41 سنة فاكثر	
	62	% 54.4	30	% 26.3	22	% 19.3

سابعاً : حدود البحث :

أ – الحدود الزمانية : اعتمد الباحث على آخر دفعة دراسية متمثلة بطلبة العام الدراسي الحالي (2023 - 2024)، حيث قدم فيها الطلبة مشاريع تخرجهم وهي مشاريع تدريبية، وايضاً مع بداية وضع الخطة الاستراتيجية للكلية.

ب – الحدود المكانية : اعتمد الباحث الحدود المكانية لمجال عمل الطلبة في كلية الاعلام جامعة الفراهيدي.

ت – الحدود البشرية : طلبة المرحلة الرابعة للدراستين الصباحية والمسائية.

ثامناً: أدوات البحث :

الاستبانة : تم بناء استمارة الاستبانة طبقاً للتساؤلات والاهداف التي وردت في البحث، وقد مرت عملية بناء الاستمارة بمراحل عدة حتى أصبحت بصيغتها النهائية ، وكما يلي : **(ذياب، 2013، الصفحات 52-54)**

أ. وضع الباحث استمارة استبانة أولية بما يتفق مع المحاور الأساسية للجانب النظري للبحث.

ب. تم عرضها على عدد من الخبراء وفي ضوء الملاحظات المهمة التي أبدوها، تم تعديل عدد من الأسئلة.

تاسعاً : الصدق والثبات

1 – الصدق : يقصد بصدق التحليل هو الى أي درجة يقيس الإختبار ما وضع لقياسه **(بركات، 2012، صفحة 289)**، وأستخدم الباحث الصدق الظاهري بعد أن أخضع إستمارة الاستبانه الخاصة بالبحث إلى التحكيم من قبل عدد من الخبراء الأكاديميين،من اصحاب الإختصاص في علوم الإعلام ، والذين أبدوا موافقتهم مع إجراء عدد من التعديلات التي تم الأخذ بها من قبل الباحث، وتم ترتيبهم بحسب اللقب العلمي.

جدول (2) اسماء الخبراء المحكمين:

ت	اسم الخبير واللقب العلمي	محل العمل	التخصص
1	أ.د ناهض فاضل زيدان	كلية الاعلام / جامعة بغداد	علاقات عامة- الازمات
2	أ.م.د عبد المحسن الشافعي	كلية الاعلام / الجامعة السلام	العلاقات العامة- اعلان
3	أ.م.د هيثم عكاب	كلية الاعلام / الجامعة العر اقية	علاقات عامة

وكانت نسبة اتفاق الخبراء على فقرات الاستبانه نسبة جيدة جدا ومقبولة. وتم احتساب الصدق الظاهري على وفق المعادلة الآتية:

الصدق = (مجموع الفئات المتفق عليها بين المحكمين / مجموع الفئات) × 100 =

الصدق = (19 / 20) × 100 = 95 % وهي نسبة ممتازة

2– الثبات : بعد انتهاء الباحث من اختبار صدق الاستمارة ينتقل الباحث إلى مرحلة الثبات إي مدى ثبات النتائج التي توصل إليها إذ تم تكرار القياس على الخاصية ذاتها، ويقصد بالثبات " اختبار ثبات أداة جمع المعلومات والبيانات للتأكد من درجة الاتساق العالية لها بما يتيح قياس ما تقيسه ظواهر ومتغيرات بدرجة عالية من الدقة، والحصول على نتائج متطابقة أو متشابهة إذا تكرر استخدامها أكثر من مرة في جمع نفس المعلومات او في قياس الظواهر والمتغيرات نفسها" **(حسين، دراسات في مناهج البحث العلمي وبحوث الاعلام، 1995، الصفحات 309-310)** ، باستخدام الأسس نفسها والمفاهيم والأساليب العلمية على ذات المادة الإعلامية المراد دراستها، وللتأكد من ثبات التحليل اعتمد الباحث على الاختبار واعادة الاختبار (Test & Re-test) حيث قام بتوزيع ما نسبته (10 %) من الاستمارات على عينة الدراسة. **(عبيدات ذ.، 1984، صفحة 183)**

احد عشر : المفاهيم والمصطلحات :

1 - التخطيط الاستراتيجي:عملية ذهنية تحليلية لاختيار الموقع المستقبلي للمنظمة تبعاً للتغيرات الحاصلة في البيئة الخارجية ومدى تكيف المنظمة معها.

2- العلاقات العامة: نشاط اتصالي يؤدي بصفة مستمرة وبطريقة مخططة اهداف المنظمة، لإنشاء تفاهم مشترك بين المنظمة وجماهيرها لتحسين الصورة الذهنية، عن طريق تنفيذ برامج جيدة تخدم هذه الجماهير.

3 - التنمية المستدامة: توسيع خيارات الناس وقدراتهم عن طريق تكوين رأسمال اجتماعي لتلبية حاجات الاجيال الحالية بالعدل وبطريقة ممكنة من دون الاضرار بحاجات الاجيال اللاحقة.

المبحث الثاني ... الإطار النظري

تمهيد :

اتجهت الدول النامية الى تحقيق التنمية بانواعها الاجتماعية والاقتصادية والبشرية بكل ما لديها من طاقات وامكانيات، وعملت على دفع عجلة التطور في مختلف الميادين لضمان تحقيق التكامل والتوازن بين اجزاء الوطن الواحد، لذا اخذت اغلب الدول النامية باسلوب التخطيط لتعمل على تحقيق معدلات سريعة النمو في اقصر وقت ممكن وبأقل تكلفة مستطاعة وبأدنى قدر من الضياع في الموارد المادية والبشرية مع ضمان التكامل بين اجزاء الوطن الواحد، وتعد فئة الشباب، واحدة من اهم الفئات الداعمة لبناء مستقبل مشرق للوطن يهتم بالاجيال القادمة، معتمداً على تاهيل اكاديمي يجعله يمتلك الرؤية والرسالة والاهداف التي تؤهله للقيام بالواجبات المناطة به.

اولاً: التخطيط الاستراتيجي

1 – مفهوم التخطيط الاستراتيجي:

أ – التخطيط: بشكل عام يعني تصميم المستقبل المتوقع وتطوير الفعاليات لتحقيقه، وهو كذلك طريقة عقلانية ومنتظمة في صنع القرارات وحل المشكلات، وهو يعني ايضاً تحويل الفرص الى اهداف قابلة للتحقيق خلال فترات زمنية محددة، (شيرمان، 2010، صفحة 22).

ب – الاستراتيجية: يرجع الفضل في ظهور ورواج مفهوم الاستراتيجية الى العلوم العسكرية حيث استخدمت منذ قرون في العمليات الحربية، واصل هذا المصطلح هو يوناني مشتق من كلمة إستراتيجوس التي تعني فن القيادة، اي الكيفية التي يستخدمها القائد لتحقيق النصر؛ فهي اذاً تطوير لحالة دائمة من الموائمة بين الاهداف والفرص المتاحة والتكيف المستمر، مع الاخذ بنظر الاعتبار التطورات الانية والمستقبلية. (الحميري و الطويل، 2015، صفحة 240) ،

فالتخطيط الاستراتيجي بعد جمع معاني المفردتين هو: تحديد الاهداف بعيدة المدى من خلال رسم الخطط الكفيلة، وتخصيص الموارد المتاحة في اطار الفرص والمخاطر للمنظمة. (المشاقبة، 2014، صفحة 109) فالتخطيط الاسترتيجي لنشاط العلاقات العامة يحقق عدد من الفوائد النحو التالي:

- تحقيق اهداف الادارة العليا في المؤسسة
- جدولة حملات العلاقات العامة
- التنبؤ بالمشكلات المستقبلية ووضع الحلول لها

وبما يخص التنمية : فالتخطيط التنموي ماهو الا جهود جادة ومستمرة تقوم بها المنظمات المختلفة لتوجيه التنمية الى اتجاهات مرغوب بها عن طريق اختيار مجموعة من الاهداف الشاملة والمفضلة وتقرير وتخصيص الموارد الضرورية التي تساعد على تحقيقها. (المشاقبة، 2014، صفحة 111)

2 – فوائد التخطيط الاستراتيجي: يعد التخطيط من اهم مرتكزات العلاقات العامة، اي ان القيام بتخطيط ورسم سياسات العلاقات العامة بالنسبة لاي مؤسسة يمثل القاعدة التي تبنى عليها برامج وخطط العلاقات العامة، وذلك من خلال تحديد الاهداف والجمهور المستهدف، (مطاوع، 2019، صفحة 47)، وتبرز اهمية الاعتماد على التخطيط الاستراتيجي بأنه يحقق الفوائد التالية: (الكرخي، 2016، الصفحات 22-23)

أ – توضيح المستقبل والتنبؤ بالاحداث والتهيؤ لها والاستعداد للمتغيرات القادمة، واتخاذ الاجراءات اللازمة لمواجهتها.

ب – تحديد الخيارات المتاحة للمنظمة في العمل وسلوك الطريق الافضل لتحقيق اهدافها.

ت – التوظيف الرشيد للقدرات المادية والبشرية وتحقيق افضل النتائج لضمان المستقبل.

ث – تعزيز العمل الجماعي وإكساب الافراد الخبرات اللازمة من حيث مشاركتهم في وضع وتطبيق الاستراتيجيات.

ج – يساعد في تكامل واتساق انشطة المنظمة، وذلك بتنظيمه للعمل بشكل لا تقاطع فيه.

ح – يساعد على استشراف المستقبل من خلال تهيئة المستلزمات المادية والبشرية لتحقيق الاهداف المرسومة.

3 – خطوات التخطيط الاستراتيجي:

أ – الرؤية: تبع رؤية الكلية من ايمانها بأنها تشكل احد ابرز المصادر التي ترفد المؤسسات الاعلامية بالخريجين القادرين على ممارسة العمل الاعلامي بمهنية وموضوعية واخلاقية عالية. ومن هنا جاءت الرؤية الشاملة بان تكون فاعلة في تخرج طلبة ذوي كفاءة علمية ومهنية, تمكنهم من مواكبة التطورات الاعلامية المتسارعة.

ب – الرسالة: تسعى الكلية الى توفير بيئة تعليمية وتدريبية قادرة على صقل مواهب الطلبة, واعدادهم لمتطلبات الاسواق المحلية والعربية بما يتماشى مع روح العصر والتطورات التكنولوجية المتسارعة. كما تهدف الكلية الى اعداد خريجين على درجة عالية من الكفاءة في مجال الاعلام بتخصصاته المختلفة, وتأهيلهم علميا وتكنولوجيا ومهنيا, وتزويد الطلبة بالمعارف والمهارات اللازمة لممارسة العمل الجماعي, بالاستناد الى التراث الانساني والثقافة العربية, تلبية لاحتياجات سوق العمل ومتطلبات المنافسة محليا و اقليميا ودوليا, والالتزام بقضايا الوطن والمجتمع بعيدا عن التناحر والفرقة.

ت – الاهداف: هدف كلية الاعلام الى اعداد شخصية اعلامية مهنية تستطيع عن طريق الاتصال الشخصي او عن طريق وسائل الاعلام المختلفة والتواصل مع المجتمع وتطوره والنهوض به, بدءا من تشكيل وعي مجتمعي, وانتهاء بحث المواطنين على المشاركة في خطط التنمية لبناء المجتمع.

ثانياً: العلاقات العامة

تمثل العلاقات العامة اليوم أهمية بالغة للمؤسات المعاصرة؛ حيث تستهدف تحقيق التوافق والتكيف بينها وبين جماهيرها التي تتعامل معها، وبهذا التوافق والتكيف يتوفر لهذه الموسسات مناخ نفسي ملائم لتطورها تطوراً سلمياً ومستقراً، بينما يتوفر للجماهير المتعاملة معها حياة إجتماعية واكثر استقراراً، (دياب، 2014، صفحة 20) لذا برزت مهنة العلاقات العامة في العقود الاخيرة كنتيجة حتمية للتغيرات التي حدثت في منذ القرن العشرين والعقدين الاخيرين من القرن الواحد والعشرين، نتيجة للتطورات الاقتصادية والصناعية والتكنولوجية والاجتماعية، والدعوات العالمية للحفاظ على الموارد التي تمتلكها الدول للاجيال القادمة مما ربط بين فاعلية العلاقات العامة والاهتمام باستدامة تلك الموارد.

1 – مبادئ العلاقات العامة: من المتفق عليه ان العلاقات العامة ليست مجرد إعلام الناس بالحقائق، ولا مجرد جهود منظمة لإعتناق فكرة معينة؛ ولكنها نوع من السياسة او السلوك يتوخى فيه الانسان المنفعة الذاتية مع مراعاة مصالح الآخرين، من أجل ذلك يسلك سلوكاً معيناً في العمل؛ فالعلاقات العامة تهدف الى تحقيق الوظائف التالية: (جودة، 2002، صفحة 26)

أ - المسؤولية الاجتماعية: ان العلاقات العامة ليست نشاطاً أنانياً يخدم مصالح المؤسسة فحسب؛ لكنه يوازن بالقدر نفسه بين مصالحها ومصالح جماهيرها والبيئة المحيطة.

ب – مراعاة الصدق والامانة في نقل المغلومات: من خلال التزام العاملين في العلاقات العامة بالقيم والاخلاق والاسلوب العلمي، في نقل الحقيقة بين المؤسسة والجمهور. (البخشوشي، 2001، صفحة 211)

ت – نشر الوعي بين الجماهير: يقع على عاتق العلاقات العامة شرح سياسة الدولة للتنمية ودور المؤسسة او الهيئة في ذلك، وعليها تقع مسؤولية توجيه الرأي العام ودفع الجماهير الى تاييد السياسات العامة لمؤسسات الدولة وكسب ثقة الجماهير وتوازنها.

ث – احترام راي الفرد: يجب ان ترتكز فلسفة العلاقات العامة على مبدأ الايمان بقيمة الفرد واحترام حقوقه التي تضمنها القانون، وان تراعي في ذلك واجبات الفرد ومسئولياته في المجتمع.

ج – استخدام اسلوب البحث العلمي: من المبادئ الاساسية في العلاقات العامة اجراء البحوث وقياس اتجاهات الراي العام لجماهير المنظمة من خلال الطرق العلمية في البحث والابتعاد عن التحيز الشخصي، والاتصاف بالموضوعية في اجراءات البحث للحصول على نتائج دقيقة.

ح – العلاقات العامة تبدأ من داخل المؤسسة: ان تحقيق المنظمة لاهدافها يتعلق بمعرفة الدور المطلوب من العاملين في هذا المجال؛ لاداء عملهم بشكل افضل، وهذا يعني ان عملهم يبدأ من الداخل الى الخارج.

خ – المساهمة في رفاهية المجتمع: تؤدي العلاقات العامة الدور الاكمل في تحقيق الاهداف التي تضعها المؤسسة لرفاهية المجتمع الذي تعمل به سواء كان جزئياً ام كلياً، وفي ضوء اهداف المجتمع مع باقي المؤسسات في نفس المجتمع. (البادي، 1981، صفحة 155)

2 – العلاقات العامة في الجامعات: لم يعد مقبولاً ان تبقى الجامعات في ابراج عاجية داخل اسوارها في معزل عن مجتمعاتها التي وجدت فيها، ولم يعد يقتصر دور الجامعات في مجتمعاتها على توفير البرامج التعليمية في التخصصات التي تقدمها كلياتها ومعاهدها، وذلك لكونها رائدة لمجتمعاتها وقائدة لمسيرتها في الميادين التعليمية والثقافية والفكرية والاجتماعية والسياسية والاقتصادية والتشريعية والتكنولوجية.

ان دور الجامعات الرئيس هو قيادة المجتمعات نحو التقدم الحضاري في كافة مجالاته وآفاقه من خلال تقديم برامج تعليمية جامعية عالية الجودة تضاهي تلك الجامعات العالمية المرموقة، اضافة الى الاهتمام بقضايا البحث العلمي الذي يعالج قضايا ومشكلات المجتمع، وتقديم برامج خدمية وتنموية مبتكرة لمجتمعاتها من خلال وضع الحلول المناسبة لكل ما تعاني منه تلك المجتمعات وتلبية احتياجاتها الحالية والمستقبيلة. (المجالي، 2010، صفحة 352)

وتحتاج جماهير المجتمع الى الاطلاع على رسالة ورؤية واهداف الجامعات وادوارها وعلى سياسات التعليم العالي واهمية الابحاث والدور الذي تقوم به الجامعات في الاعداد والتاهيل للملاكات البشرية، ولابد من وجود علاقات عامة تتولى مهمة التفسير والشرح والتنسيق والتفاهم والتعاون مع جماهير الجامعة الداخلية، التي تعمل على اسس من المفاهيم والتعاون مع المجتمع والتي تقوم بمهام منها: (Bobbitt, 2005, p. 128)

أ – شرح رسالة ورؤية واهداف الجامعات للمجتمع.

ب – بيان اوجه النشاطات المختلفة في الجامعات.

ت – الإهتمام بالطلبة في كافة النواحي النفسية والتربوية واعدادهم الاعداد المناسب ليكونوا عناصر فاعلين في المجتمع لدى تخرجهم

ث – تنسيق الجهود داخل الجامعة لخدمة جماهيرها الداخلية والخارجية.

الاتصال بالجماهير بشتى الوسائل الاتصالية لاعلامها برسالة الجامعة واهمية الدور الذي تقوم به في المجتمع وخطورته والمتمثل في الاشراف على تنشئة قادة للمستقبل.

ج – اعلام الجماهير بقيمة الابحاث وفائدة تطبيقها على افراد المجتمع.

ح – التنوع في برامج التدريس، والانشطة المقدمة للطلبة (الجمهور الداخلي)، والخدمات التي تقدم للمجتمع (الجمهور الخارجي)

ثالثاً: التنمية المستدامة

1 – مفهوم التنمية المستدامة: هي بالمعنى العام قيام الاجيال الحالية من البشر بالعمل على توفير حاجاتها في الحاضر دون ان تنسى احتياجات المستقبل وذلك بالحرص على عدم استنزاف الثروات الطبيعية وادخار نصيب اكبر منها للغد مع بذل اقصى الجهود للحفاظ على البيئة من اجل اجيال المستقبل للعيش في مستوى ما عاشته الاجيال السابقة ان لم يكن افضل منه.

مع اشتداد تنامي الوعي لدى الدول والهيئات والمؤسسات والافراد بقضايا البيئة والمجتمع، ظهر مفهوم جديد للتنمية اصطلح على تسميته بالتنمية المستدامة والذي تبلورت خطوطه في مؤتمر ستوكهولم سنة 1972، ومع نشر تقرير اللجنة العالمية المعنية بالبيئة والتنمية المسماة بلجنة بورتلاند سنة 1987، تم تبني مصطلح التنمية المستدامة بشكل رسمي ودائم، وهو (انها التنمية التي تاخذ بعين الاعتبار حاجات المجتمع الراهنة بدون المساس بحقوق الاجيال القادمة في الوفاء باحتياجاتهما)، واتفقت دول العالم في مؤتمر الارض عام 1992، في ريو دي جانيرو على تعيف التنمية المستدامة في البند الثالث على انها (ضرورة انجاز الحق في التنمية بحيث تتحقق على نحو متساو الحاجات التنموية والبيئية لاجيال الحاضر والمستقبل) (ابو زنط و غنيم، 2009، صفحة 23) ، وعُرفت على انها نتيجة تفاعل مجموعة في اعمال السلطات العمومية والخاصة بالمجتمع من اجل تلبية الحاجات الاساسية والصحية للانسان، وتنظيم تنمية اقتصادية لفائدته والسعي الى تحقيق انسجام اجتماعي داخل المجتمع بغض النظر عن الاختلافات الثقافية واللغوية والدينية للاشخاص ودون رهن مستقبل الاجيال القادمة. (العايب، 2011، صفحة 39)

2 – المفاهيم الاساسية في التنمية المستدامة: تتكون التنمية المستدامة من 7 مفاهيم اساسية وهي كالاتي:-

أ – مفهوم الاعتماد المتبادل: وهذا يعني انه ينبغي علينا فهم كيفية وجود علاقات مترابطة بين البيئة والاقتصاد على جميع المستويات من المستوى المحلي الى المستوى العالمي.

ب – مفهوم المواطنة والاشراف: المسؤوليات التي يتعين على كل فرد تحملها داخل المجتمع لضمان ان يصبح العالم مكاناً أفضل.

ت – مفهوم حقوق واحتياجات الاجيال القادمة: ويعني فهم الاحتياجات الاساسية للمجتمع والآثار المترتبة على الاجراءات المتخذة اليوم لتلبية احتياجات الاجيال القادمة.

ث – مفهوم التنوع: احترام وتقدير الاختلافات الثقافية والاجتماعية والاقتصادية.

ج – مفهوم جودة الحياة: الاعتراف بان تحقيق المساواة والعدالة على مستوى العالم من العناصر الاساسية للاستدامة وهي ايضاً احتياجات اساسية يجب تلبيتها في جميع انحاء العالم.

ح – مفهوم عدم اليقين والاحتياطات: يجب الاعتراف بالمناهج المختلفة لتحقيق الاستدامة والتغيير المستمر للاوضاع، مما يقود الى الاعتراف باساليب التعلم المرنة للاستدامة.

خ – مفهوم التغير المستدام: فهم ان الموارد محدودة وهو ما قد يؤدي الى تاثير سلبي على اساليب حياة البشر. (نهاد و سوسن، 2018، صفحة 60)

3 – ابعاد التنمية المستدامة: يمكن تحديد اربعة ابعاد للتنمية المستدامة (السيد، 2000، الصفحات 18-22)

أ – البعد الاقتصادي: لاتقاس التنمية المستدامة بمعايير مادية بل يجب الاهتمام بالجوانب النوعية لتحقيق مفهوم الاستدامة، حيث يجب الا يقوم النمو المادي على حساب تدمير البيئة ومواردها، ولا الموارد البشرية، فالنمو المستدام يعمل على تحقيق الكفاءة الاقتصادية في اطار من العدالة بين الاجيال وداخل نفس الجيل.

ب – البعد البشري: وهو يهتم بتوفير المتطلبات المادية والنوعية لحياة الافراد، اي انه يهتم ببناء قدرات الافراد من خلال الاهتمام بالتعليم والصحة والحد من الفقر وتوسيع نطاق الحريات الاساسية والمشاركة.

ت – البعد الاجتماعي: يهتم هذا البعد بما يجعل الافراد قادرين على العطاء، لان تحقيق المتطلبات النوعية والمادية للحياة يجب ان يخلق مجتمعاً متماسكاً، لأن تحقيق استدامة التنمية لا يتطلب بناء القدرات الفردية فقط، وانما المجتمعية ايضاً.

ث – البعد البيئي: ويهتم بتحقيق هدفين هما : ترشيد استخدام موارد البيئة وكذلك هدف المحافظة على طاقة الحمل للانساق البيئية والتي تعني قدرتها على تجديد حيويتها.

المبحث الثالث .... الاطار العملي

قام الباحث بتوزيع استبانة تحمل عدد من الاسئلة التي تمحورت حول مشاريع تخرج طلبة المرحلة ومدى ارتباطها بالتنمية المستدامة على وفق التخطيط الاستراتيجي من خلال الرؤية والرسالة والاهداف التي وضعتها كلية الاعلام في جامعة الفراهيدي بهدف الى التعرف على واقع المتغير المستقل (التخطيط الاستراتيجي)، وابعاد المتغير التابـــع (التنمية المستدامة)، على وفق اجابات المبحوثين.

وجاءت النتائج كما ياتي:

المحور الاول: التخطيط الاستراتيجي

جدول (3) يبين امتلاك عينة البحث للمعرفة بالتخطيط الاستراتيجي من خلال الرؤية الاستراتيجية في كلية الاعلام.

ت	الفقرات	اتفق		محايد		لا اتفق	
1	**لدى الكلية رؤية استراتيجية واضحة ومحدد للمستقبل**	**92**	**%80.7**	**22**	**19.3 %**	**0**	**% 0.0**

2	**لدى الكلية رؤية للمجتمع الداخلي والخارجي على السواء**	**100**	**87.7 %**	**14**	**12.3 %**	**0**	**0.0 %**
3	**تقود رؤية الكلية مشاريع تخرج الطلبة لخدمة المجتمع**	**101**	**88.5 %**	**13**	**11.5 %**	**0**	**0.0 %**

من الجدول السابق يتبين ان عينة الدراسة قد تعرفت على رؤية الكلية من خلال خططها الاستراتيجية، وهو ما اتضح عن طريق الاجابات التي قدمها المستجيبين، فالفقرة الاولى اكدت وبتكرار بلغ (92)، وبنسبة جيد جدا التي بلغت (80.7 %)، فيما كان تكرار المحايدين قد بلغ (22)، وبنسبة (19.3 %)، ولم يكن اي من غير المتفقين ليس لهذه الفقرة فقط بل للثلاثة معاً، الفقرة الثانية كانت التكرارات فيها بالاتفاق قد بلغ (100)، وبنسبة (87.7 %)، والمحايديين بتكرار بلغ (14)، وبنسبة (12.3 %)، الفقرة الثالثة كان المتفقين فيها ان الرؤية في كلية الاعلام تقود مشاريع التخرج لطلبة المرحلة الرابعة لخدمة المجتمع بتكرار بلغ (101)، وبنسبة (88.5 %)، بينما المحايدين بتكرار بلغ (13)، وبنسبة (11.5 %).

جدول (4) يبين امتلاك عينة البحث للمعرفة بالتخطيط الاستراتيجي من خلال الرسالة الاستراتيجية في كلية الاعلام.

ت	الفقرات	اتفق		محايد		لا اتفق	
1	**لدى الكلية رسالة استراتيجية لتوظيف الخريجين للمستقبل**	**108**	**94.7 %**	**6**	**5.3 %**	**0**	**0.0 %**
2	**لدى الكلية رسالة استراتيجية للمجتمع المحلي**	**99**	**86.8 %**	**15**	**13.2 %**	**0**	**0.0 %**
3	**تقوم الكلية باعداد رؤية مشاريع التخرج وفق الامكانيات المتاحة**	**100**	**87.7 %**	**14**	**12.3 %**	**0**	**0.0 %**

يتضح من الجدول اعلاه ان رسالة الكلية قد شملت الطلبة والمجتمع المحلي في تخطيطها للمستقبل عندما حددت لهم مشاريع التخرج وهو ما اتفق عليه المستجيبين من عينة البحث بتكرار بلغ (108)، وبنسبة (94.7 %)، فيما كان المحايدين قد بلغوا (6)، بنسبة (5.3 %)، علماً ان غير المتفقين للفقرات الثلاثة كان تكرارهم صفراً، الفقرة الثانية اتفق عليها افراد العينة بتكرار بلغ (99)، وبنسبة (86.8 %)،

وعدد المحايدين كان (15) بنسبة بلغت (13.2 %)، بينما الفقرة الثالثة كان تكرار المتفقين عليها قد بلغ (100)، وبنسبة (87.7 %)، والمحايدين بتكرار بلغ (14) بنسبة (12.3 %).

جدول (5) يبين امتلاك عينة البحث للمعرفة بالتخطيط الاستراتيجي من خلال الاهداف الاستراتيجية التي وضعتها كلية الاعلام.

ت	الفقرات	اتفق		محايد		لا اتفق	
1	**للكلية اهداف استراتيجية لتأهيل وزيادة خبرات الخريجين للمستقبلية**	**95**	**79.1 %**	**19**	**20.9 %**	**0**	**0.0 %**
2	للكلية اهداف استراتيجية لتحفيز التعاون مع المجتمع المحلي	**101**	**87.7 %**	**13**	**11.5 %**	**0**	**0.0 %**
3	تقوم الكلية باعداد اهداف استراتيجية لمشاريع التخرج	**104**	**91.2 %**	**10**	**% 8.8**	**0**	**0.0 %**

من خلال النتائج في الجدول اعلاه بما يخص العلاقة بين التخطيط الاستراتيجي واهداف كلية الاعلام في جامعة الفراهيدي ترى عينة البحث من خلال اجابتها على الفقرات الثلاثة ان نسبة الاتفاق على الفقرة الاولى كانت بتكرار بلغ (95)، بنسبة (79.1 %)، وتكرار المحايدين بلغ (19) بنسبة (20.9 %)، علماً ان البديل لا اتفق قد حصل على تكرار صفر للفقرات الثلاثة مجتمعة، الفقرة الثانية تكرار المتفقين عليها بلغ (101) والنسبة بلغت (87.7 %) والمحايدين في اجابتهم كانوا بتكرار (13) وبنسبة (11.5 %)، الفقرة الثالثة كان تكرار من اتفق معها بلغ (104) وبنسبة بلغت (91.2 %)، والمحايدين تكرارهم كـــان (10) وبنسبة (8.8 %).

المحور الثاني : التنمية المستدامة

جدول (6) يبين امتلاك عينة البحث للمعرفة بالتنمية المستدامة من خلال الرؤية الاستراتيجية في كلية الاعلام.

ت	الفقرات	اتفق		محايد		لا اتفق	
1	**لدى الكلية رؤية استراتيجية واضحة لابعاد التنمية المستدامة**	**102**	**%89.5**	**12**	**10.5 %**	**0**	**0.0 %**
2	**لدى الكلية رؤية للمجتمع الداخلي والخارجي لتحقيق التنمية المستدامة**	**100**	**% 87.7**	**14**	**12.3 %**	**0**	**0.0 %**

3	**تقود رؤية الكلية مشاريع تخرج الطلبة لخدمة المجتمع**	**101**	**% 88.5**	**13**	**11.5 %**	**0**	**0.0 %**

اتفقت اجابات عينة البحث على ان كلية الاعلام قد اهتمت ضمن رؤيتها الاستراتيجة بالتنمية المستدامة، حيث حصلت الفقرات الثلاثة على اصوات تجاوزت المئة، فكان البديل اتفق لها وبحسب التسلسل قد حصل على التكرارات ةالنسب المئوية التالية: الفقرة الاولى (102) وبنسبة (89.5 %)، الفقرة الثانية بتكرار (100) وبنسبة (87.7 %)، الفقرة الثالثة بتكرار (101) وبنسبة (88.5 %)، وجمعت الفقرات نفسها اختيار البديل محايد كما ياتي وبحسب التسلسل: الفقرة الاولى بتكرار (12) وبنسبة (10.5 %)، الفقرة الثانية بتكرار (14) وبنسبة (12.3 %)، الفقرة الثالثة بتكرار (13) وبنسبة (11.5 %)، ولم يحصل البديل لا اتفق على اي اختيار لذا كانت نتيجته صفراً للفقرات الثلاثة.

جدول (7) يبين امتلاك عينة البحث للمعرفة بالتنمية المستدامة من خلال الرسالة الاستراتيجية في كلية الاعلام.

ت	الفقرات	اتفق		محايد		لا اتفق	
1	**لدى الكلية رسالة تنموية لتوظيف الخريجين للمستقبل**	**108**	**% 94.7**	**6**	**% 5.3**	**0**	**% 0.0**
2	**لدى الكلية رسالة تنموية للمجتمع المحلي**	**102**	**%89.5**	**12**	**10.5 %**	**0**	**% 0.0**
3	**تقوم الكلية باعداد مشاريع التخرج تنموية وفق الامكانيات المتاحة**	**100**	**% 87.7**	**14**	**12.3 %**	**0**	**% 0.0**

اظهرت اجابات عينة البحث على ان كلية الاعلام قد اهتمت ضمن رسالتها الاستراتيجة بالتنمية المستدامة، حيث حصلت الفقرات الثلاثة على اصوات تجاوزت المئة، فكان البديل اتفق لها وبحسب التسلسل قد حصل على التكرارات والنسب المئوية التالية: الفقرة الاولى (108) وبنسبة (94.7 %)، الفقرة الثانية بتكرار (102) وبنسبة (89.5 %)، الفقرة الثالثة بتكرار (100) وبنسبة (87.7 %)، وجمعت الفقرات نفسها اختيار البديل محايد كما ياتي وبحسب التسلسل: الفقرة الاولى بتكرار (6) وبنسبة (5.3 %)، الفقرة الثانية بتكرار (12) وبنسبة (10.5%)، الفقرة الثالثة بتكرار (14) وبنسبة (12.3%)، ولم يحصل البديل لا اتفق على اي اختيار لذا كانت نتيجته صفراً للفقرات الثلاثة.

جدول (8) يبين امتلاك عينة البحث للمعرفة بالتخطيط الاستراتيجي من خلال الاهداف الاستراتيجية التي وضعتها كلية الاعلام.

ت	الفقرات	اتفق	محايد	لا اتفق

1	**للكلية اهداف تنموية لتأهيل وزيادة خبرات الخريجين للمستقبلية**	**110**	**96.5 %**	**4**	**% 3.5**	**0**	**% 0.0**
2	للكلية اهداف تنموية لتحفيز التعاون مع المجتمع المحلي	**104**	**91.2 %**	**10**	**% 8.8**	**0**	**% 0.0**
3	تقوم الكلية باعداد اهداف تنموية لمشاريع التخرج	**101**	**88.5 %**	**13**	**11.5 %**	**0**	**% 0.0**

اظهرت اجابات عينة البحث على ان كلية الاعلام قد اهتمت ضمن رسالتها الاستراتيجة بالتنمية المستدامة، حيث حصلت الفقرات الثلاثة على اصوات تجاوزت المئة، فكان البديل اتفق لها وبحسب التسلسل قد حصل على التكرارات والنسب المئوية التالية: الفقرة الاولى (110) وبنسبة (96.5 %)، الفقرة الثانية بتكرار (104) وبنسبة (91.2 %)، الفقرة الثالثة بتكرار (101) وبنسبة (88.5 %)، وجمعت الفقرات نفسها اختيار البديل محايد كما ياتي وبحسب التسلسل: الفقرة الاولى بتكرار (4) وبنسبة (3.5 %)، الفقرة الثانية بتكرار (10) وبنسبة (8.8 %)، الفقرة الثالثة بتكرار (13) وبنسبة (11.5 %)، ولم يحصل البديل لا اتفق على اي اختيار لذا كانت نتيجته صفراً للفقرات الثلاثة.

الاستنتاجات

1 – بينت النتائج مدى ادراك طلبة المرحلة الرابعة في قسم العلاقات العامة في كلية الاعلام ان التخطيط الاستراتيجي قد تضمن فعلياً الخطط الكافية والمطبقة على ارض الواقع من قبل طلبة القسم في مشاريعهم التي قدموها الى العمادة للمصادقة عليها، والعمل عليها وفق اهمية ان يكون هماك تخطيط مرحلي تكتيكي وتخطيط بعيد المدى استراتيجي لعمل حملات علاقات عامة منسقة ومخططة بشكل صحيح، تعمل على ربط المخرجات الاكاديمية بالنتائج النهائية لتحقيق ما تسعى له الكلية من بناء اكاديمي.

2 – كما توصل الباحث الى اهمية ان تقوم الكلية بتوصيل الرؤية الاستراتيجية التي تعمل عليها ضمن خططها السنوية الى ان يمتلك الطلبة تلك الرؤية الاستراتيجية لهم بكونهم طلبة وان يمتلكوا ذات الرؤية بعد التخرج ليكونوا ذلك الزاد البشري الذي يغذي اماكن تواجدهم على الصعيد العام (الحكومي)، وعلى الصعيد الاهلي (القطاع الخاص).

3 – ان اعداد الرسالة ذات البعد الاستراتيجي ما هي الا خطوة في البناء العملي لهؤلاء الطلبة وكيف يمكن ان نكيف حالتهم الفكرية والعملية لاجل عمليات تتسم بكونها خطط مستقبلية لهم وللعمل الذي سيمارسوه لاحقاً، وبهذا نحن نمنح هذه الكوكبة من المتخصصين في عمل العلاقات العامة الدور الحقيقي في اجادة عملية التخطيط والبناء.

4 – ما ينطبق على التخطيط الاستراتيجي هو كذلك يفسر اهتمام كلية الاعلام بالتنمية المستدامة اذا نظرنا الى ان هذه الكوكبة من الطلبة ما هم الا موارد بشرية تمتلك الرؤية والرسالة والاهداف للعمل في

سبيل دولة قوية متماسكة، تمنح الاجيال اللاحقة خيارات متعددة للحصول على الموارد البيئية والاقتصادية والاجتماعية المناسبة لحياة كريمة مستمرة ومستدامة.

المقترحات

يقترح الباحث وبحسب ما وجده من امكانيات الكلية التالي:

1 – ان تكون مشاريع الطلبة في خدمتها للتنمية المستدامة بنطاق اوسع وتعتمد ليس على امكانيات ذاتية بل ان يتعامل هؤلاء الطلبة مع جهات راعية للدعم المادي واجراء اتفاقات للرعاية للحصول على نتائج اولية اكبر في دعم مسيرة التنمية المستدامة في العراق.

2 – ان تؤرشف هذه المشاريع لكي تحاول الوجبات التالية من الطلبة ادامت الزخم الفعلي وتجاوز السلبيات لان من اهم العناصر في الخطط الموضوعة هي المرونة والتقييم.

المصادروالمراجع

1 -Bobbitt, R. (2005). University Public Affairs Have to be Ready for Anything. Communication Word.

2 - احمد بدر. (1996). اصول البحث العلمي ومناهجه (الإصدار 9). القاهرة: المكتبة الاكاديمية.

3 - بسام عبد الرحمن المشاقبة. (2014). معجم مصطلحات العلاقات العامة. عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع.

4 - بولحواش نهاد، و عبود سوسن. (2018). دور العلاقات العامة في التنمية المحلية. الجزائر: كلية العلوم الاجتماعية والانسانية.

5 - جيمس ار شيرمان. (2010). التخطيط اول خطوات النجاح. (محمد طه علي، المترجمون) الرياض: الريان ناشرون.

6 - حمدي عبد الحارس البخشوشي. (2001). العلاقات العامة من منظور الخدمة الاجتماعية. الاسكندرية: المكتب الجامعي الحديث.

7 - ذوقان وآخرون عبيدات. (1984). البحث العلمي مفهومه واداوته واساليبه. عمان: اشراقات للنشر والتوزيع.

8 - سمير محمد حسين. (1995). دراسات في مناهج البحث العلمي وبحوث الاعلام. القاهرة: عالم الكتب.

9 - سمير مطاوع. (2019). العلاقات العامة سر النجاح. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.

10 - سهيل رزق ذياب. (2013). مناهج البحث العلمي. غزة: بلا.

11 - عامر قنديلجي، و ايمان السامرائي. (2009). البحث العلمي الكمي والنوعي. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.

12 - عبد الرحمن العايب. (2011). التحكم في الاداء الشامل للمؤسسة الاقتصادية في الجزائر في ظل تحديات التنمية المستدامة. سطيف: جامعة فرحات عباس.

13 - عبد العزيز بركات. (2012). مناهج البحث الاعلامي. القاهرة: دار الكتب الحديثة.

14 - كمال الحاج. (2020). نظريات الاعلام والاتصال. دمشق: الجامعة الافتراضية السورية.

15 - ماجد ابو زنط، و عثمان محمد غنيم. (2009). التنمية المستدامة من منظور الثقافة العربية والاسلامية. مجلة دراسات العلوم الادارية، 23.

16 - مجيد الكرخي. (2016). التخطيط الاستراتيجي باستخدام المصفوفة المربعة سوت. عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع.

17 - محفوظ احمد جودة. (2002). العلاقات العامة مفاهيم وممارسات. عمان: دار زهران للنشر والتوزيع.

18 - محمد علي السيد. (2000). ابعاد التنمية المستدامة. القاهرة: جامعة القاهرة - كلية الاقتصاد والعلوم السياسية.

19 - محمد محمد البادي. (1981). المنهج العلمي للعلاقات العامة في المؤسسات المعاصرة. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.

20 - محمود حسن اسماعيل. (2013). نظريات الاتصال. القاهرة: المكتب المصري للمطبوعات.

21 - مرفت الطرابيشي، و عبد العزيز السيد. (2006). نظريات الاتصال. القاهرة: دار النهضة العربية.

22 - موفق عدنان الحميري، و رامي فلاح الطويل. (2015). التسويق إستراتيجي. عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع.

23 - نبيل خليف المجالي. (2010). انموذج مقترح للعلاقات العامة في الجامعات الاردنية في ضوء الواقع والاتجاهات الادارية المعاصرة. عمان: دار وائل للنشر.

24 - وليد خلف الله دياب. (2014). اخلاقيات ممارسة العلاقات العامة. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.