

الباب الرابع

الريادة والترويج

الفصل الأول

الريادة والترويج

تنشأ معظم الحركات الاجتماعية عندما تظهر الحاجة اليها، فالترويج حركة اجتماعية نتيجة الحاجة الماسة الى شغل وقت فراغ الشباب والكبار. وتستدعى هذه الحركة توفير خدمات ترويجية لأعضاء المجتمع وبالتالي فإن توفير هذه الخدمات يتطلب رواد عاملين ومؤهلين للعمل في مجال الترويج. وهناك مجالات متعددة كالترويج في الأندية، والجمعيات التطوعية المتعددة ومراكز الشباب والساحات الشعبية، وبيوت الشباب، ومراكز المسنين والترويج العلاجي في المستشفيات والترويج من خلال قصور الثقافة والمكتبات والحدائق العامة والمتنزهات والمناطق السياحية، والشواطئ، ومواقع المعسكرات، والترويج في الجيش، وفي مؤسسات الإصلاح، وفي السجون، والترويج للمعوقين في جمعيات المعوقين، والترويج في المدارس، وفي الكليات والجامعات.

هذه المجالات المتعددة تتطلب رواد مهنيين فطالما أعتمد مجال الترويج على الريادة التطوعية، وحن الوقت لأن تقوم الكليات المعنية سواء كليات التربية الرياضية أو كليات الخدمة الاجتماعية بأعداد رواد يعملون في المجال وبذلك تنمو وتتقدم مهنة الترويج.

إن الاحتياج الأكبر لحركة الترويج يتمثل فى الريادة التى يمكنها أن تعطى التوجيه الفعال وأن أهمية الريادة تزداد بتقبل المجتمع لمهنة الترويج.

لقد كان المعروف قديما أن على رائد الترويج أن يجيد عدة مهارات ترويجية مختلفة لتعليمها للأطفال فى جماعات صغيرة، أما الآن فإن الريادة فى الترويج تأخذ أشكالا متعددة وتشمل وظائف مختلفة ولها أغراض متنوعة. فالرواد فى مواقع مختلفة يتعاملون مع الأطفال، مع الشباب والكبار، كذلك ينظمون وينفذون برامج تشمل أنشطة متعددة وكذلك داخل المنشآت الترويجية وهم يديرون مختلف المناطق الترويجية سواء ترويجية خلوية، أو داخل مباني ويعملون مع المنظمات والجمعيات المتعددة الموجودة فى المجتمع.

إن حقيقة وجود مهنة الترويج تستدعى تقبل العامة لمفهوم الترويج وأهميته وحاجة الأفراد والجماعات للترويج. وإذا سلمنا أنه من أجل أن تتقدم مهنة الترويج فهناك ضرورة لأعداد رواد يتمتعون بكفاءة عالية حصيلة الاختيار السليم، والتدريب المناسب، ثم التقييم المستمر أثناء الوظيفة.

وهناك دعائم أساسية لمهنة الترويج تتلخص فى:

أولا: تقبل المجتمع لمهنة الترويج.

ثانيا: توفر الحقائق والمعلومات التى تقوى من مكانة مهنة الترويج.

ثالثا: أعداد دراسات وأبحاث فى مجال الترويج.

رابعا: الإعداد الأكاديمى والمهنى.

خامسا: ميثاق شرف المهنة.

سادسا: وجود منظمات مهنية خاصة بمجال الترويج.

أولا: تقبل المجتمع لمهنة الترويج:

تساعد عملية تقبل الترويج كخدمة حيوية أنسانية للأفراد والمجتمعات فى أن يأخذ هذا المجال مكانته المهنية بين المهن الأخرى. فإذا نظرنا إلى مهنة الطب أو المحاماة فإن كل من الطبيب والمحامى يقدم خدمات معينة مباشرة

للفرد، فالطبيب يعمل على شفاء المريض والمحامي يدافع عن صاحب الحق. أما رائد الترويح فالطريق يختلف قليلا، فمهنة الترويح هي المهنة الوحيدة التي تهدف الى إسعاد البشر وتعليمهم فن الحياة، وكيفية استخدام وقت الفراغ من أجل حياة أكثر بهجة وأكثر إشراقا.

ثانيا: توفر الحقائق والمعلومات التي تقوى من مكانة المهنة

تعتمد مهنة الترويح في حقائقها على معلومات من ميادين أخرى متعددة. فالترويح كمجال إنساني يعتمد على سلوك الأفراد والجماعات في أوقات فراغهم وبالتالي يعتمد على علوم أنسانية متعددة كعلم النفس، وعلم النفس الاجتماعي، والادارة، وعلم دراسة الإنسان، والعلاقات العامة، والفلسفة والتاريخ. فإننا نجد أن رائد الترويح يحتاج الى دراسات في هذه المجالات الى جانب مجال تخصص من مجالات الترويح المتعددة.

ثالثا: إعداد دراسات وأبحاث في مجال الترويح

يعتمد الترويح على علوم أنسانية متعددة كعلم النفس وعلم الاجتماع والتربية الرياضية كأساسيات لدراسة أنشطة شغل وقت الفراغ. وعادة ما يعتمد أي مجال حديث الوجود أخرى متقاربة، وتساعد الأبحاث في حل المشاكل المهنية في المجال وإذا نظرنا الى التربية الترويحية فأنا نجد أنها مازالت حديثة العهد في معاهد التعليم العالي. وأن برنامج الدراسات العليا يساعد في تنمية البحث في مجال الترويح، والبحث يعتبر من أساسيات التقدم لمهنة الترويح.

رابعا: الإعداد الأكاديمي

تعتبر الولايات المتحدة الأمريكية رائدة العالم في مجال إعداد الترويح وكذلك وضع مستويات للعاملين في هذا المجال. ومهما تعددت المناهج الخاصة لأعداد رواد الترويح يجب أن تحقق ما يلي:

١ - اثبات مكانة الترويح، واحترام المهن الأخرى لرائد الترويح.

٢ - الوصول الى المستويات المطلوبة محليا أو عالميا والتي نتجت من المؤتمرات الدولية فى مجال الترويج.

خامسا: ميثاق شرف المهنة

يعبر ميثاق أبى مهنة عن المبادئ التى يتبناها أعضاء هذه المهنة عند ممارستهم للأعمال التى تتطلبها المهنة كذلك لتكوين علاقات سليمة تتناسب ومكانة المهنة. يحتوى ميثاق المهنة على بنود عديدة يجب أن يتبناها أعضاء المهنة الواحدة، منها سلوكهم حتى لا يخلوا بمظهر مهنتهم.

سادسا: الاتحادات المهنية الخاصة بمجال الترويج

يمثل الاتحاد الخاص بالمهنة العمود الفقرى للمهنة. فالاتحاد يعمل تنمية مركز المهنة بين المهن الأخرى. وتتمثل أنشطة الاتحادات المهنية فى إقامة مؤتمرات محلية أو دولية كذلك أعداد دورات تدريبية للعاملين، وعمل أبحاث لمناقشة المجالات المختلفة، ووضع معايير ومستويات للمجالات التخصصية فى المهنة.

مميزات ومشاكل العاملين فى مجال الترويج

أولا: مميزات العمل فى مجال الترويج

١ - زيادة فرص العمل

يعتبر مجال الترويج من المجالات الحديثة نسبيا وبناء على ذلك فإن الفرص عديدة ومتنوعة فى اختيار مجال للتخصص سواء كان ترويجى علاجى فى المستشفيات أو ترويج فى الأندية أو المؤسسات الترويجية كمراكز المسنين والمراكز الثقافية والمتاحف وأركان الأطفال، والترويج فى المصانع، وفى الجيش

وفى مؤسسات الإصلاح والعقوبة، والترويح المدرسى وفى الكليات والجامعات المختلفة.

٢ - خلو المهنة من الروتين اليومى

تخلو مهنة الترويح من الروتين اليومى حيث أنها تعتمد على التجديد والخلق والإبتكار للأنشطة الترويحية المختلفة، وتتوفر الفرص للعاملين فى هذا المجال لإظهار قدراتهم على الإبتكار، وذلك يشعر من يعمل فى هذا المجال بالسعادة حين يسعد الآخرين من أطفال وشباب وكبار خاصة اذا كانوا من ذوى الاحتياجات الخاصة والمعوقين. فعادة ما تتضاعف سعادة الإنسان حين يتمكن من أسعاد الآخرين، فالترويح مجال ومهنة تخدم الإنسانية.

ثانيا: المشاكل التى تواجه العاملين فى مجال الترويح

١ - عدم فهم ودراية العامة بما هية الترويح وأهميته. ويتطلب ذلك بأن يستغل العاملين الفرص لنشر الوعى الترويحي بين أعضاء المجتمعات التى يعملون فيها.

٢ - تمارس الأنشطة الترويحية فى أوقات الفراغ خاصة فى الأجازات والعطلات مما يستدعى عمل رواد الترويح فى هذه الأيام وبالتالى العاملين فى مجال الترويح لا يستمتعون بالاجازات والعطلات كبقية الأفراد وعادة ما يكون ذلك فى العطلات الأسبوعية أو الأعياد والأجازة الصيفية.

٣ - هناك مشكلة المرتبات، فالاجور بالنسبة للعاملين فى هذا المجال تعتبر أجور رمزية ولا تتناسب مع الجهد والوقت المبذول فى العمل فى المؤسسات الترويحية المختلفة.

طبيعة الريادة

الريادة ظاهرة طبيعية فى حياة الجماعة. وهى عملية ديناميكية تنتج من تفاعل ثلاث عناصر أساسية هى رائد، وجماعة، وموقف اجتماعى ويعتبر الرائد مهندس بشرى يؤثر فى أفكار وآراء تابعيه، وبالتالي يغير من أنماط سلوكهم أثناء وقت فراغهم وبذلك فيمكننا أن نعتبر الريادة هى العلم أو النفس أو المهارة التى تمكن الإنسان من التأثير فى أفكار وخطط وتصرفات التابعين له من أجل غرض نبيل وهدف أسمى.

فالريادة علم لأنها تعتمد على حقائق ومعلومات قابلة للاختيار والملاحظة والقياس. كذلك فإن الريادة علم لأنها تعتمد على علوم اجتماعية أخرى ساعدت على وضع مبادئ وأسس وطرق للريادة وتمثل بعض هذه العلوم الاجتماعية فى:

علم النفس

ويهتم بدراسة سلوك الإنسان عامة ويساعد فى إدارة الافراد لمحاولة دراسة وتفهم الشخصية والصحة النفسية والأختبارات الخاصة بالاتجاهات وعملية التعلم ونظريات التعلم والحوافز والأشراف والتقييم.

علم النفس الاجتماعى

ويبحث فى سلوك الفرد فى الجماعة، والعلاقة بين الفرد والمجتمع. ويعتبر علم قائم بذاته ويختلف عن علم النفس، وعلم الاجتماع. وقد أضاف الى المعلومات عن السلوك من خلال دراسات ديناميكية الجماعة وأثرها على سلوك الفرد، والقوى التى تنتج وتؤثر فى التغيير سواء فى الفرد أو فى الجماعة.

علم الاجتماع

وهو من العلوم الاجتماعية ويعتمد على الملاحظة المنتظمة ويعتبر علم حديث لا يزيد عمره عن خمسين عاماً، ويفيد في إدارة الأفراد

علم دراسة الانسان

ويبحث في دراسة الإنسان منذ الخليفة وتطور الإنسان والمجتمعات والاختلافات بين أنظمة المجتمعات.

علم التاريخ

ويبحث في تاريخ المجتمعات والعالم أجمع.

والريادة فن لأنها تتطلب استخدام طرق معينة، وكذلك فالريادة تحتاج الى الأحساس بالجماعة، كما تتطلب الخيال، والأبتكار والمبادأة.

والريادة فن لأنها تحتاج الى مهارة فى بث الحماس وتشجع أعضاء الجماعة لبدء عمل جديد أو تقبل فكرة جديدة والريادة فن لأنها تعتمد على توصيل أحساس أو فكرة أو سلوك معين والريادة فن لأنها تساعد كل عضو فى الجماعة وكذلك الرائد أن يتكشف شخصيته وأخلاقه.

مبادئ الريادة

١ - تعتبر الريادة عملية مستمرة من التأثير المتبادل بين الدور الذى يلعبه الرائد، وأعضاء الجماعة والموقف الاجتماعى الذى تتم فيه الريادة وتلعب فيه عادات وتقاليد وأفكار وقيم الجماعة دور كبير ومهم كأهمية الدور الذى يلعبه الرائد وشخصيته وأفكاره وقيمه وعاداته.

٢ - أن الريادة عملية تهدف الى تحقيق شيء ما، قد تكون أكتساب معلومة جديدة أو تغيير فكر معين أو تقبل رأى ما أو تغيير نمط سلوك أو أكتساب مهارة معينة.

٣ - أن الرواد لا يولدون رواد بل من الممكن أعدادهم وتدريبهم لأن يصبحوا رواد

٤ - يتميز الرواد بما لديهم من فلسفة معينة ومحددة وواضحة يعيشون من أجلها ومن أجل تحقيقها.

أهداف الريادة فى الترويج

تهدف مهنة الترويج الى الرقى بالفرد من خلال أستخدامه لوقت فراغه فمهنة الترويج هى المهنة الوحيدة التى تهدف أولاً وأخيراً إلى اسعاد الفرد، فما الذى يهدف اليه مدير الناد أو مدير المركز الثقافى أو مشرف النشاط كالموسيقى مثلاً أو التمثيل، أن هدف الجميع هو السعادة الإنسانية، فإذا شعر الجميع بالسعادة والغبطة فأننا نجد أن البعض قد تعود تحمل المسؤولية، أو كيفية التعامل مع الآخرين أو القدرة عن التعبير عن أنفسهم، أو أجادة مهارة من المهارات المختلفة.

الحاجة الى الريادة فى مجال الترويج

تلعب الريادة فى مجال الترويج كأى مجال من المجالات المهنية الأخرى دوراً هاماً أن لم يكن الدور الرئيسى. فالريادة تفوق الميزانية والامكانيات والبرنامج فى الأثر الذى يتركه رائد الترويج فى اعضو الممارس للنشاط الترويجى وهذا لا يمكن مساواته بالأمكانيات أو الميزانية المتوفرة.

أن تأثير الرائد فى أفراد الجماعة يعتبر من أعظم القدرات التى يتمتع بها البشر، وبدونها فأن أحسن الأمتيازات تصبح عديمة الفائدة، ويتجمد البرنامج، وحتى عصرنا الحديث فأن الريادة البشرية هى أهم عنصر سواء فى العمل أو

فى وقت الفراغ. فالريادة تمثل الدعامة التى تعتمد عليها العناصر الأخرى كالأماكن والميزانية وأوجه النشاطات المختلفة فى البرنامج.

ولا بديل للريادة التى تتمتع بكفاءة عالية. وأحسن وسيلة لقتل البرنامج الترويحى قبل أن تعطى له الفرصة للوجود، هى أن يشرف عليه ريادة لم تعد أو أعدت أعدادا ضعيفا. وهناك ضرورة لوجود الأشراف من رائد الترويح بطريقة مباشرة أو غير مباشرة. فالرغبة للعب طبيعية سواء للصغار أو الكبار.

أن كيفية أستغلالنا للوقت هو الاختبار الأخير للمدنية ومبدأ الحرية فى اختيار نوع النشاط الذى يمارسه الفرد فى وقت فراغه يحتم ضرورة وجود ريادة، بل ونوع معين من الريادة التى أختيرت وفق معايير معينة ودربت تدريبا طبقا لأسس وفلسفات معينة وأن تكون عملية التقييم عملية مستمرة.

أن وجود أفراد وجماعات يحتم وجود رواد وعمليات ريادية فالريادة تمثل قلب النجاح والفشل فى جميع المجالات التى تعتمد على العلاقات الإنسانية ولا يوجد هناك مجال لا يعتمد على الإنسان مباشر أو غير مباشر ولا يمكن بحال من الأحوال أن يبدل الإنسان بالآلة.

تتكون أى جماعة من الجماعات من رواد وتابعين. فالمشكلة هنا أذن ليست فى عدم توفر عملية الريادة بل تحديد نوعية الريادة.

وظائف رائد الترويح

تختلف وظيفة رائد الترويح باختلاف المواقف فمثلا هناك الرواد الذين يعملون مباشرة مع الأطفال والشباب والكبار، ورواد أداريين، يعملون فى إدارة المؤسسات الترويحية، وآخرون يشرفون على الأنشطة أو يوجهون الرواد الذين يعملون بطريقة مباشرة مع الأطفال أو الشباب أو الكبار.

فالوظائف الريادية تختلف فى المعسكرات عنها فى الأندية أو فى أركان الأطفال أو فى قصور الثقافة أو فى مراكز المسنين أو عند تدريس مهارة معينة.

وعادة مهما اختلفت مستويات الريادة او اختلف الموقف الاجتماعي أو اختلفت الجماعة فالرائد له وظائف عدة أهمها

١ - التدريس ٢ - بث الحماس في أعضاء الجماعة

٣ - التنظيم ٤ - الارشاد ٥ - التقييم

١ - التدريس

يتحتم على الرائد في أوقات معينة أو يقوم بوظيفة المدرس لتدريس مهارة أو نشاط معين لأعضاء الجماعة فالتدرب نفس من المصون يتطلب دراسة معينة والمهارة للعب على آلة موسيقية تحتم دراسة الموسيقى، وممارسة التنس مثلاً تتطلب التدريس والإشراف والتوجيه من رائد الترويج، فعن طريق التدريس تزداد درجة الأستمتاع لدى الأفراد، كذلك يعمل الرائد على تقديم الأفراد الى أوجه نشاط ترويجية متنوعة حتى يتسع المجال أمام الأفراد ليمارسوا مختلف الأنشطة الترويجية.

٢ - بث الحماس في أعضاء الجماعة

يحاول رائد الجماعة خلق الجو الذى يبعث على الرغبة فى تعلم مهارة معينة أو ممارسة نشاط جديد فهو يعتبر نفسه المثل الذى يرغب أعضاء جماعته أن يتبعوه ويخطوا خطته.

٣ - التنظيم

يعمل الرائد على تأمين نجاح برنامجه بطريق تهيئه البيئة المناسبة لذلك، وفى بعض الأحيان توفير الامكانيات والأدوات، وأحياناً أخرى يحتاج إلى تنظيم مباريات أو إقامة يوم رياضى أو يوم عيد الطفولة أو تنظيم وتدريب بعض الفنون اليدوية، فالتنظيم هنا يتضمن الإشراف على التخطيط وتوزيع المسئوليات.

يتمثل دور الرائد كمرشد فهو يساعد فى تحديد الأهداف التى يركبها أعضاء الجماعة وهو يساعدهم فى اتخاذ قرارات حكيمة سواء أكانت فى مشاكل خاصة أو مشاكل لها علاقة بالجماعة، والرائد، والرائد يشعر بجماعته ويحس بأحاسيسها ودائما يستشعر ببض جماعته

٥ - التقييم

على الرائد ألا يقيم نفسه فقط بل يقيم أعضاء جماعته وأن يعطيهم القرص لتحليل الأعمال التى قاموا بها. وتقييم القرارات التى وضعت، وما نجح منها وما فشل والأغراض التى تحققت والأخرى التى لم تتحقق.

واجبات رائد الترويح: يجب على رائد الترويح أن

١ - يوفر الأمان والسلامة فى الأنشطة الترويحية والأشراف على أن تكون هناك بيئة تتصف بالأمان والسلامة والتى تعتبر جزء لا يتجزأ من التدريس.

٢ - يعمل على توفير تكافؤ الفرص للأعضاء المستفيدين من البرنامج.
٣ - يعمل على اتساع الأفق الترويحي للمشاركين فى الأنشطة الترويحية: على الرائد يعمل على ألا تقف رغبات الأعضاء فى حدود ما يعرفونه من أنشطة بل يشجعهم لتجربة أنواع جديدة من الأنشطة الترويحية، فرائد الترويح يلاحظ دائما الوقت المناسب لتقديم نوع جديد من النشاط الترويحي.

٤ - تدريس مهارات والمساعدة فى تنمية حاسة الذوق: دائما ما يرجع الطفل أو الفرد الى النشاط الترويحي الذى يحقق فيه نوعاً من النجاح والذى تكونت لديه مهارة لمستوى معين وهذا يتطلب من رائد الترويح تنمية الرغبة لتعلم مهارات جديدة.

- ٥ - تقديم الأفراد دوى الرعات المشتركة بعضهم لبعض
- ٦ - العمل على نميه ظاهرة الريادة بين التابعين
- ٧ - توفير البيئة الاجتماعية التى تساعد على تنمية الشخصية

خطورة الريادة

أن رائد الترويج بحكم طبيعة عمله يصبح على علاقة وثيقة بتابعيه، وشخصيته المرحلة ومظهره الجذاب يعملان على جذب الناس نحوه وتقبله لما يقدمه من برامج يعمل على تقوية شعوره بداته فما هى بعض النقاط التى يجب على رائد الترويج أن يلاحظها أو أن يتجنبها؟

- ١ - ألا يقود الأفراد بحماقة ويتمثل ذلك عند قيادة أعضاء الجماعة لتحقيق أهداف شخصية، مثلاً عند بث روح الحماس فى الفريق للفر فى مباراة ما إلى حد أن يتجاهل الأفراد التصرفات التربوية الخاصة بالمنافسة ويكون هدفهم الأول والأخير هو الفوز على الفريق الآخر مما يعوص الرائد فى فشله فى اللعب مثلاً حينما كان الرائد عضو فى فريق الناد الذى يمثله فى مباريات المنافسة.
- ٢ - سوء استخدام السلطة المخولة له أن مركزية الرائد تعطيه الفرصة للتأثير على أفراد جماعته فإذا أساء استخدام السلطة على حساب تابعة فقد وُضِع فى مساوئ استخدام الريادة. فهناك أفراد تنمو شخصياتهم عن طريق السلطة وآخرون لا يحسنون استخدامها وينهارون كرواد أو أفراد فى المهنة فالرائد الكفاء يتقبل تحمل المسؤولية بكل ما فى كلمة المسؤولية من معنى.

- ٣ - عدم القدرة على توزيع المسؤوليات والسلطات فالرائد الواثق من نفسه وريادته وكفائه لا يتردد أو يخشى من إعطاء المسؤولية وأعطاء السلطة إلى بعض التابعين لتنمية القدرة على الريادة

٤ - التحرك السريع نحو تحقيق الهدف إن الرغبة فى أنجاز أعمال كثيرة فى وقت رمنى قصير من أخطر الأشياء فالتسرع يحدث أخطاء يصعب تجنبها بعد فوات الاوان.

٥ - عدم القدرة على تفهم أو توصيل أفكار أو مبادئ معينة إلى الآخرين: أحيانا نجد أن هناك أفكار معينة واضحة جدا فى أذهاننا وعند محاولة التعبير عنها أو شرحها نجد أن هناك صعوبة فى التعبير عنها وتوصيلها إلى الآخرين.

مستويات الريادة

هناك ثلاث مستويات: الريادة وجها لوجه، الريادة الإدارية، والريادة الاشرافية.

١ - ريادة وجها لوجه

كما فى الميدان أو فى الفصل أو الملعب أو فى النادي أو فى المعسكر أو فى المركز أو المستشفى... ألخ وفيها يواجه الرائد أعضاء جماعته ويحاول أن يوصل مبادئ معينة أو يدرس مهارة معينة من أجل تحقيق أهداف الهيئة أو الجماعة فهو ينظم ويخطط لوضع البرنامج مع أعضاء الجماعة وفى هذه الحالة يتحتم على الرائد أن يتمتع بمهارات معينة لهذا المستوى من مستويات الريادة أو له القدرة على بث روح الحماس فى أفراد الجماعة لتعلم مهارات جديدة والأشراف وتسجيل الملاحظات والتنظيم والتخطيط والإبتكار والمبادأة والتقييم.

والريادة من خلال هذا المستوى مباشرة ففيها يتصل الرائد بأعضاء جماعته ويؤثر فيهم ويتأثر بهم.

٢ - ريادة إدارية

تمثل فى الإداريين الذين يعملون فى مجال الترويج، وإلى جانب المهارات التى يجب أن يتمتع بها الرائد وجهها لوجه، يجب على الإدارى أن يجيد المهارات التالية:

١ - التخطيط

لتحديد سياسة الجماعة أو المؤسسة، والمبادئ التى تسهل العملية الإدارية وتحقق أهداف الناد أو المركز الترويجى مثلاً.

٢ - التنظيم والتنسيق

سواء التنسيق بين عمل الأفراد أو تنسيق الأماكن الموجودة للاستفادة منها.

٣ - الإشراف والتوجيه

تجميع ذوى المهارات وتوجيه الأفراد العاملين لتحقيق الهدف الموضوع الذى تم تحديده.

٤ - التسجيل

تسجيل برامج معينة أو مصادر معينة سواء بشرية أو مادية أو أحداث معينة.

٥ - الميزانية

وتحديد أوجه الصرف وأثبت المصروفات.

٦ - إدارة الأفراد

أختيار وتدريب وتقييم الأفراد العاملين.

٧ - علاقات عامة

الجهاز الإدارى - ربط الناد أو المنظمة أو الهيئة بالأهالى.

٨ - التقييم

دراسة ما هو متوفر. ودراسة رغبات الأفراد بالمجتمع والمؤسسات الترويجية واتجاهاتهم نحو المهنة أو أنواع الأنشطة المتوفرة، وتقييم الاتجاهات للموظفين، وتقييم للبرامج المقدمة مما يساعد على تطور المؤسسة الترويجية لتحقيق الأهداف.

٣ - الريادة الاشرافية:

الرائد المشرف هو ذلك الشخص الذى يتمتع بالنظرة والخبرة الواسعة والذى يرى الخطة فى الأطار العام فهو مسئول أيضا عن التخطيط - الترقى - التدريب والأشراف على رواد وجهها لوجه (المنفذين)، أو أشراف على برنامج معين أو هيئة معينة.

وعملية الاشراف هى عملية يقوم بها المشرف للتأكد من أن الوظائف المعينة للأفراد المناسبين لتلك الوظائف والذى يهدف الى تحقيق أهداف معينة محددة، يتم على ما يرام وأن الأشخاص الذين يقومون بأداء عمل ما أداء حسنا مكافئون على عملهم، وعليه أيضا يتأكد من اختيار الشخص المناسب الكفاء لعمل معين يتناسب وكفاءته.

وتنحصر مسؤوليات رائد الاشراف فى

- توصيل معلومات وأهداف المؤسسة أو الهيئة أو الناد أو البرنامج فى مؤسسة ما إلى الأفراد العاملين.
- تحديد مسؤوليات الأفراد العاملين ووظيفة كل منهم.
- أرشاد الأفراد والرواد العاملين وتشجيعهم واعداد دورات تدريبية للموظفين.
- المساعدة فى عملية إدارة الموظفين.
- التقييم: للموظفين والبرنامج فى ضوء الأهداف المحددة.
- ايجاد علاقات أنسانية عامة بين الموظفين وأن يعمل على رفع الحالة المعنوية للأفراد العاملين.

أنواع الريادة

هناك ثلاث أنواع للريادة تتبع الأساليب السياسيـه وتتمثل فى

١ - الريادة الأوتوقراطية: وتسمى فى بعض الأحيان الدكتاتورية، وفيها يتحمل الرائد كل المسئوليات لتحقيق هدف الجماعة، ويلعب دوراً ايجائياً فى وضع سياسة الجماعة، ويصدر بنفسه قرارات الجماعة وهو كذلك الذى يقيم أفراد الجماعة تقييم شخصى.

٢ - الريادة الديمقراطية: وفيها يعد الرائد أفراد جماعته لحالة نفسية من التشجيع فى المشاركة ووضع سياسة الجماعة وتحديد أهدافها، وتخطيط وتنظيم طرق الوصول إلى الأهداف الموضوعه، والتصويت على القرارات المتخذة.

٣ - الريادة الفوضوية: وتتمثل فيها حرية مطلقة لأفراد الجماعة. ويشترك الرائد عند الحاجة إليه بناء على طلب أفراد الجماعة.

طرق الريادة

هناك عدة طرق لأتمام عملية الريادة تختلف باختلاف الجماعة، والموقف الاجتماعى.

١ - الطريقة العامة

عند العمل مع مجموعات كبيرة العدد سواء من الجنس الواحد أو الجنسين معاً، ومختلف الأعمار وتستخدم هذه الطريقة عادة فى الحفلات العامة والمهرجانات والأيام الرياضية أو مخاطبة الشعب أو محاضرة لعدد هائل مثلاً.

٢ - طريقة الوحدات

عند توافر عدد من الرواد فيتولى كل رائد مجموعة من الأفراد، أو فرع من فروع النشاط وتقييم الوحدات حسب الغرض وأما أفراد من سن واحد أو هواية واحدة أو التعلم لمهاره معينة مثلاً

٣ - طريقة المجموعات ذات النشاط المعين

وتستخدم هذه الطريقة المجموعات كما فى حالة التدريب على نوع معين من أنواع النشاط.

٤ - طريقة اللجان

تُقسم أفراد الجماعة إلى لجان لتوزيع المناقشة والعمل والدراسة وتتحدد لكل لجنة أغراضها ومجموعة اللجان تعمل من أجل هدف واحد معين.

٥ - طريقة المناقشة للجماعة

(أ) الطريقة الفردية: وتتم على مستوى فردى بين الرائد وعضو من اعضاء الجماعة.

(ب) طريقة العمل الجماعى: وتتم عند تحديد عمل معين يقوم به مجموعة محددة.

(ج) الطريقة غير المباشرة: وهى ريادة عن طريق الدور الذى يقوم به الصديق فالهدف هنا التأثير فى تفكير وسلوك الأفراد سواء التلاميذ أو الأصدقاء وبدون تحديد هذا الدور قبل القيام به.

قدرات مطلوبة لرائد الترويج

١ - القدرة على معرفة نفسه ومعرفة الآخرين.

٢ - القدرة على تحديد فلسفته فى حياته وفى مجال مهنته.

- ٣ - القدرة على التخطيط والتنظيم
- ٤ - القدرة على التشجيع وبت الحماس في أعضاء جماعته
- ٥ - القدرة على العمل مع الجماعة
- ٦ - القدرة على اصدار القرارات
- ٧ - القدرة على الملاحظة والحساسية
- ٨ - القدرة على الاتصال وتوصيل المعلومات والأفكار.
- ٩ - القدرة على أن يقود ولا يقاد

سمات عامة للرائد

مع العلم بأن الريادة قد عرفت عالمياً بأنها ظاهرة أنسانية في حياة الجماعة إلا أن معظم الدراسات قد حاولت دراسة الرائد كفرد يتميز ببعض السمات، وله مكانة مميزة.

وقد اعتبرت الوظيفة الريادية علاقة عمل بين أعضاء الجماعة والتي فيها يتحصل على مكانة من خلال الاشتراك الإيجابي والفعال من أجل معاونة جماعة لتحقيق أغراضها.

وقد ذكر برنارد باس Bass في كتابه أن الريادة تشمل إعادة ترتيب أو إعادة تنظيم لطريقة جديدة للتصرف، وهي كذلك الحاجة الى تخطي التغيير وقد ذكر باس في نفس المرجع أن الريادة تتحقق من خلال تهيئة السبل، والوسائل للآخرين كي يحققوا أغراضهم وأهدافهم. ويعنى ذلك أن تصرفات الرائد يجب أن توجه الى بث الحماس في نفوس الآخرين.

إن معظم الدراسات التي أهتمت بالريادة، ركزت اهتمامها على سمات معينة وصفات للرائد. وقد عبر باس Bass عن الرأي القائل بأن الاستعداد الذي يتمثل في سمات الشخصية مثلاً ما هو إلا مفهوم يشمل الاستعداد الذي يتمثل في سمات الشخصية مثلاً ما هو إلا مفهوم يشمل تحليل واسع وعريض للتصرفات.

وقد فسر الاستعدادات التي تختص بالتصرفات التي يمكن تقييمها من حيث مناسبتها لأنجاز عمل أو تحقيق هدف. وهناك علاقات ايجابية بين الريادة الناجحة وبيس بعض السمات الخاصة بالقدرات الكلامية أو اللفظية والذكاء والحكم، والأصالة والأبداع والتكيف، قد سجلها باس Bass كنتائج لدراسته.

وهناك دراسات أهتمت بسمات شخصية الرائد وأحد هذه الدراسات هي التي قام بها روس Ross وقد سجل السمات الشخصية التالية للرائد:

١ - عوامل التكوين الجسماني مثل: الطول، الوزن، القامة، الطاقة، الصحة، المظهر.

٢ - الذكاء ٣ - الثقة بالنفس ٤ - الإجتماعية

٥ - الإرادة، المبادأة، الإصرار، الطموح. ٦ - التحكم.

٧ - الإندفاعية، التحدث واللباقة في الكلام، المرح، اللطف، الحماس المعبر، اليقظة والأصالة والإبداع.

وفي دراسة قام بها ستوجل Stogdill عن سمات شخصية الرائد، تم نشرها في مجلة علم النفس، حاول عمل مسح شامل لكل الدراسات المتعلقة بعوامل شخصية تتعلق بالريادة.

وقد تناولت الأبحاث التي عمل لها ستوجل Stogdill مسح السمات الشخصية الآتية:

١ - العمر الزمني ٢ - الطول ٣ - الوزن

٤ - البنية، والطاقة، والصحة ٥ - المظهر

٦ - الحكم وأصدار القرارات ٧ - الذكاء

٨ - المعرفة ٩ - نفاذ البصيرة

١٠ - الأصالة والابداع ١١ - التكيف

- ١٢ - الأنطوائية- الأنساقية
١٣ - السيطرة
١٤ - المبادأة، الاصرار، والحماس
١٥ - المسؤولية
١٦ - التألف، والإقتناع
١٧ - الثقة بالنفس
١٨ - ضبط الأنفعال والتفائل
١٩ - التحكم فى العواطف
٢٠ - المركز الأجماعى
٢١ - التحرك، والشاط الأجماعى
٢٢ - الأنشطة الأجماعية والحيوية
٢٣ - المهارات الاجتماعية ٢٤ - الشعبية
٢٥ - التعاون

وقد ذكر ستوجل Stogdill أن الحقائق التى عرضت فى هذه المجموعة من الدراسات تشير الى أنه اذا كان هناك عدد من السمات التى تميز الرائد، فإن نظام هذه السمات تتنوع بما تتطلبه لمواقف المختلفة للريادة. وقد سجل ستوجل Stogdill الأستنتاجات الآتية:

(أ) أن الشخص العادى الذى يتمتع بمركز الرائد يفوق العضو العادى فى جماعته فى المظاهر الآتية:

١ - الذكاء ٢ - الثقافة

٣ - الأعتماى على النفس فى تحمل المسؤوليات

٤ - النشاط والأشتراك الأجماعى

٥ - مركز أجماعى وأقتصادى

(ب) إن الصفات والمميزات والمهارات المتطلبية للرائى تتحدد بدرجة كبيرة بما يتطلبه الموقف الذى من خلاله يمارس الرائد وظيفته، وهذه هى الصفات:

١ - الاجتماعية ٢ - المبادرة

٣ - الإصرار ٤ - معرفة كيفية انجاز الأعمال

٥ - الثقة بالنفس ٦ - اليقظة، والبصيرة

٧ - التعاون ٨ - الشعبية

٩ - التكيف والقدرة اللفظية

وقد وجد أن هناك سمات معينة لها معاملات ارتباطية عالية، بين الريادة والمتغيرات الآتية:

الابداعية، الشعبية، الاجتماعية، التحكم، المغامرة، الرغبة فى التفوق، روح المرح، التعاون، الحيوية، والقدرة الرياضية.

وهناك معاملات ارتباط منخفضة بين الريادة، والمتغيرات الآتية:

العمر الزمنى، الطول، الوزن، القامة، الطاقة، المظهر، والتحكم فى الحالة النفسية.

وكان هناك تعارض فى بعض سمات الشخصية وعلاقتهم بالريادة مثلاً كما فى الأنطوائية والأنبساطية، والأكتفاء الذاتى، والتحكم فى العواطف.

وقد قام براون وكوهين Brown & Cohn بدراسة واسعة فى مجال الريادة وحاولا فى دراستهما اختيار الأبحاث المنشورة التى لها أهمية فى المظاهر المتعددة لموضوع الريادة بأكمله. وقد عرفت الريادة على أنها عملية التأثير فى نشاط جماعة منظمة بغرض وضع الأهداف وتحقيق هذه الأهداف. وعرفت الجماعة على أنها تجمع لعدد من الأفراد، ويعنى هذا التعريف أن الجماعة يصبح لها وجود كوسيلة لأرضاء وتحقيق بعض هذه الأغراض أو الرغبات أو تحديد بعض الأهداف، أو القيم الخاصة بأعضائها.

وقد عرفت الريادة تبعاً لما سبق بأنها وظيفة الموقف الاجتماعي، ووظيفة لشخصية الرائد وكذلك فهي وظيفة للإنسان معاً من خلال تفاعلها وإذا أردنا تحليل الريادة من خلال مفاهيم علم النفس الاجتماعي فهي وظيفة اجتماعية وليست فقط سمات شخصية يتمتع بها الفرد

سمات رائد الترويج

لقد وجد أن سمات الشخصية المتطلبة لرائد الترويج تتفق مع سمات الشخصية المتطلبة للريادة عامة، وقد ناقش أحد الكتاب بعض السمات المتطلبة لرائد الترويج، وتمثلت في الصحة، الخيال، الصداقة، المرونة، المغامرة، التألف، الحماس، الجاذبية، النضج والشخصية المبهجة.

وقد نشرت لجنة مستويات الريادة في الترويج معايير خاصة بالعاملين في مجال الترويج وقد وجدت أن المعايير الآتية متطلبة عند اختيار الأفراد وهي:

- ١ - الأحساس بقيمة الإنسان وكرامته.
- ٢ - تفهم رغبات واحتياجات البشر عامة.
- ٣ - تحقيق الذات وتفهم معنى السعادة في الحياة، وفن الحياة.
- ٤ - التمتع بروح المرح.
- ٥ - الرغبة في خدمة الآخرين.
- ٦ - الاهتمام بنمو الأفراد من خلال التعبير الابتكاري والإبداعي.
- ٧ - الأحساس بالآخرين والتعاطف معهم.
- ٨ - أن يتمتع بعقل واع وأن يكون متفهماً.
- ٩ - القدرة على الريادة بطريقة ديمقراطية.
- ١ - الاعتقاد في الحكم الذاتي، والديمقراطية في الترويج.
- ١١ - شخصية سارة ومحبوبة.
- ١٢ - القدرة التنظيمية.

مميز من حيث تنمية الفهم للاستخدام الطيب لوقت الفراغ فهناك أهداف للتربية الترويحية يمكن للمدرسة أن تحققها

١ - الاستخدام الطيب لوقت الفراغ

٢ - أن يكون هناك تناسق بين تدريس المناهج الدراسية وتحقيق هدف التربية الترويحية

٣ - أن تستخدم المدرسة وتنسق المصادر المتعددة الموجودة في المجتمع.

٤ - أن تنمي التعاون في التخطيط للبرامج الترويحية والأماكن مع المجتمع.

٥ - أن تأخذ المدرسة على عاتقها تنمية الوعي الترويحي للمجتمع.

أن مدارسنا يجب أن تأخذ دورها القيادي في تنمية والحفاظ على كل ما هو ضروري وهام للحياة الطيبة.

مسئولية المدرس

يجب على المدرس أن يدرك أن كل التلاميذ في حاجة إلى الاشتراك وممارسة أنشطة تدخل عليهم البهجة والسعادة، وعلى قدر الإمكان فإن اختبار هذه الأنشطة يكون على أساس الفائدة التربوية التي تعود على الممارس.

وحيث أن الأنشطة الترويحية المدرسية أساسها حرية الاختيار فإنه نتيجة لذلك يمكن للمدرسة أن توجه طريقة الاختيار، ونوعية الأنشطة التي يختارها التلاميذ.

تتمثل القيمة في الأنشطة الترويحية المدرسية في أنها تعمل على تنمية اللياقة البدنية وتهيء الفرص للحفاظ على التوازن النفسى، وتعلم القيم الاجتماعية، وتوفر الفرص للخبرات الثقافية والإبتكارية، وكذلك فإنها تهىء المجال لتكوين صداقات جديدة. فالنشاط الترويحي يعمل على تحقيق النمو الجسماني، والعقلي، والعاطفى بطريقة طبيعية. وعلى المدرس أن يكون قدوة للطلاب فإذا أراد المدرس

الفصل الثالث

دور المدارس والكلليات نحو الترويج وأعداد الرواد

أولاً: مسؤولية المدرسة تجاه الترويج

تعتبر المدرسة من أنسب المؤسسات التربوية التي يمكنها أن توفر الفرص للتلاميذ من أن يتعلموا المهارات التي يمكن ممارستها في وقت فراغهم.

أى أن المدرسة لها دورها الهام في التربية الترويجية لما تهيه من برامج ترويجية لمقابلة احتياجات الأطفال والشباب، فالأطفال يقضون ساعات يومياً في مدارسهم كذلك الشباب في كلياتهم ونرى كذلك أن المناهج المدرسية المتعددة في المراحل المختلفة توفر الخبرات العديدة والمهارات المتنوعة التي يتعلمها الطفل والتلميذ والشاب كجزء من البرنامج المدرسى.

تتمثل هذه الخبرات في مناهج التربية الفنية، والموسيقية والتمثيل والعلوم والتربية الرياضية، واللغات والآداب، وحيث أن موقع المدرسة عادة ما يكون متمركزاً بالنسبة للبيئة المحيطة، وتتمتع المدرسة بامكانيات مادية وأخرى بشرية لا تضارعها مؤسسة أخرى في المجتمع، فإن مالها من مميزات يجعلها في موقع

٢ - مدير مركز ترويحى

مسئول عن ادارة مركز ترويحى ويشمل ذلك مسئوليات ادارة المباني والمنشآت الداخلية وفى الخلاء وساحة الأطفال وما فى المركز من مناطق ترويحية.

٣ - مساعد مدير مركز ترويحى

مسئول عن ادارة البرنامج الترويحى فى المركز ويعمل فى موقع مدير المركز فى حالة غيابه.

المستوى الثالث

١ - الرائد ويمثل مستوى الريادة وجهها لوجه ومنها

رائد عام: يقود أنشطة ترويحية فى البرنامج الترويحى سواء أنشطة فى صالات أو فى الخلاء. يعمل مباشرة مع الأطفال والشباب والكبار.

رائد اخصائى نشاط: وهو مسئول عن نوع معين من الأنشطة الترويحية التى تخصص فى ريادتها.

رائد مساعد أو رائد تحت التدريب

وقد أن يكون طالب دراسات عليا 'ترويح' وتنحصر مسئوليته فى وظائف إدارية أو إشرافية كنوع من أنواع التدريب تحت إشراف موجه الترويح وتعتبر هذه فترة إجبارية كجزء من برنامج الأعداد المهني لرائد الترويح.

الوظائف الريادية المختلفة في مهنة الترويج في المجتمع

المستوى الأول

وظائف ادارية: وتمثل المستوى الإدارى فى الريادة فى الترويج

- ١ - مدير عام: المسئول الإدارى الأول لأقسام الترويج والعاملين فيها ومسئول عن التخطيط، والترقى، وإدارة الخدمات الترويجية لمجتمع ما ويمثل هذا المنصب من الريادة المستوى الإدارى.
- ٢ - مساعد مدير عام: مسئول عن إدارة، وتنظيم، وتخطيط والإشراف على البرامج الترويجية ومساعدة المدير العام ويقوم بوظائف المدير العام فى حالة غيابه.

المستوى الثانى

١ - الموجه: ويمثل المستوى الإشرافى فى الريادة فى الترويج

- (أ) موجه عام ترويج: يشرف على منطقة جغرافية معينة والخدمات الترويجية المتنوعة المقدمة أو يشرف على كل الخدمات الترويجية والمتشابهة فى منطقة جغرافية واحدة.
- (ب) موجه نشاط ترويجى معين: وهو مسئول عن التخطيط والترقى، والإشراف على الأنشطة الترويجية ذات الطابع الخاص أما موسمية أو فنون أو رياضية وألعاب خصوصا حينما تكون هناك برامج للمجتمع ككل.

وعادة ما تتطلب السمات الشخصية الآتية لرائد الترويج:

- ١ - الطبيعة والأصالة فى الشخصية.
- ٢ - الأيمان بالناس والأيمان بقيمة الفرد وكرامته.
- ٣ - التمتع والأحاساس بالبهجة فى الحياة والمهارة فى فن الحياة.
- ٤ - التمتع بروح المرح.
- ٥ - خدمة الآخرين ووضعها فى مرتبة تفوق المصلحة الشخصية.
- ٦ - الإهتمام بنمو الأفراد من خلال التعبير الإبتكارى.
- ٧ - تذوق الريادة على أنها فن.
- ٨ - الأيمان بالديمقراطية فى الترويج كما فى نظام الحكم.
- ٩ - التمتع بشخصية سارة ومحبوبة تصادق الجميع.
- ١٠ - التمتع بقدرة تنظيمية.
- ١١ - الطموح والتمتع بطاقة أنتاجية.
- ١٢ - القدرة على التعامل مع الناس وتقبل آراء وشخصيات الآخرين.
- ١٣ - التمتع بالحيوية والصحة الجسمانية والعقلية.
- ١٤ - التآلف فى الشخصية: وهى سمة شخصية توازى فى الأهمية السمات السابقة ألا وهى تآلف الشخصية وتكاملها.

والريادة فى الترويج أصبحت تتطلب معرفة متخصصة وقدرات عالية، ومهارات وخلفية أكاديمية معينة. ولكن الخبرة فى هذا المجال قد أوضحت أن كل هذه الكفاءات متجمعة، محدودة القيمة اذا لم يتمتع رائد باتجاهات مناسبة، ورغبات، وسمات شخصية مميزة، ويعتبر ذلك من أهم متطلبات مهنة تطلب التعامل مع الناس، فلن يكون هناك مكان لرائد ليس له كفاءات شخصية أو يتمتع بسمات شخصية معينة ثم خلفية أكاديمية كافية وأمكانية للنمو والتقدم فى المهنة.

فإذا لم يقود الفرد حياة تتسم بالبهجة والتجديد والإبتكار فإنه لم يتمكن من مساعدة الآخرين على أن يجدوا السعادة فى الحياة الابتكارية من خلال الترويج والأنشطة الترويجية تحت ريادته.

الكفاءات التربوية للرائد

أن المستوى التربوى لرائد الترويج لم يتمتع بالأهمية التى تحتاجها متطلبات الخدمات الترويجية وتبعاً لنمو الحاجة والمكانة إلى الخدمات الترويجية ظهرت الحاجة إلى مستوى تربوى معين لرائد الترويج.

ففى البلاد التى أعترفت بأن الترويج مهنة قد حددت مستويات معينة لرواد الترويج، واشترطت أن يكون العاملين فى مجال الترويج قد أتموا بنجاح أربعة سنوات دراسية وحصلوا على درجة بكالوريوس العلوم فى الترويج والريادة. ويعتبر هذا أدنى مستوى للتوظيف فى أقسام الترويج.

أما برنامج الدراسات العليا فهو معد للعاملين الذين يودون أن يعملوا فى وظائف إدارية وتنفيذية فى أقسام الترويج والمؤسسات الترويجية.

الكفاءات الشخصية

أن الكفاءات الشخصية ضرورية لرائد الترويج ومن الصعب قياسها ولكن هذه الكفاءات هى أساس نجاح الريادة فى الترويج.

أنواع أخرى للريادة

حتى الآن تنحصر مناقشاتنا عن الرائد الذى يعمل مع الجماعة سواء أطفال أو شباب أو كبار ويوجههم من أجل ترشيدهم، ويدربهم على مبادئ أساسية للمهارة التى يودون ممارستها، ولكن هناك أنواع أخرى تتمثل فى إدارة برامج ترويجية وتنفيذها ثم هناك الأشراف الذى يحتاج إلى نوع آخر من الريادة.

كفاءات العاملين فى مجال الترويج فى المجتمع

إن مهنة الترويج كأي من المهن الأخرى وتتطلب رواد يتمتعون بالولاء للمهنة حتى تتوفر فعالية العمل فى الهيئة أو المؤسسة الترويجية. فمهنة الترويج تحتاج ريادة لها مستوى عال من التكامل الشخصى حيث أن معظم الرواد يتعاملون مع الأفراد صغارا وكبارا ويحتم ذلك وجود علاقات شخصية مباشرة مع الأفراد والجماعات الذين يستخدمون امکانات ويشاركون فى برامج المؤسسة الترويجية.

كذلك من أجل تخطيط وإدارة الأنشطة المختلفة، والخدمات الترويجية ومن أجل إدارة المناطق الترويجية وصيانتها وكذلك امکانيات فهناك ضرورة ماسة لأفراد عاملين تتعدد كفاءاتهم وتدريباتهم وخبراتهم وقدراتهم المتطلبة. فالوظائف الريادية فى مجال الترويج تستدعى مستويات متنوعة من القدرات فمنها المدير التنفيذي، الموجه، المدير، الإدارى، رائد الجماعة وأخصائى النشاط، عمال الصيانة الذين لهم دورهم فى الحفاظ على المناطق والمنشآت الترويجية فى حالة جيدة، موظفوا مكتب مطلوبين لحفظ السجلات والتقارير وهناك أنواع أخرى من العاملين فى مجال الترويج.

يجب على رائد الترويج أن يتمتع بشخصية متكاملة وأخلاق حميدة ولديه قدرة على التأثير على الأطفال والشباب والكبار وقد نادى كثير من الكتاب والعاملين فى مجال الترويج بأهمية الميزة السابقة لرواد الترويج حتى يؤدوا أعمالهم بنجاح.

الريادة وحرية الطفل

قد يعترض البعض ويقول أن الريادة في اللعب والترويح تحد من حرية الطفل أو الممارس للترويح وتعوق من أستمراية اللعب والترويح. وهذه المعارضة ليس لها مكان من الصحة اذا تفهمننا طبيعة الحرية وطبيعة الريادة. فالحرية متوازنة فى مواقف اللعب وفرص الاختيار.

فالريادة فى الترويح بعيدة كل البعد عن تحطيم حرية الأطفال، فالريادة تزيد فقط من أمر الحرية التى ترافقها الرقابة وأساسها الفهم والتعاون.

الريادة الكفاء ضرورية فى الترويح

أن الريادة المدربة ذات القيم الأخلاقية العالية ضرورية من أجل تحقيق أغراض الترويح فأنا لا نتوقع أن الأطفال يمكنهم أن ينموا الأخلاقيات والسمات الحسنة بدون تواجد رائد كفاء يتمتع بهذه السمات ويكون قدوة لعرض هذه القيم على الأطفال.

الريادة للشباب والكبار

تعتبر الريادة ضرورية لتوفير الفرص الترويحية. فالريادة ضرورية حتى لتجميع أفراد ذوى رغبات متشابهة. كذلك فالريادة تعلم الشباب والكبار خبرات ترويحية يرغبون فى ممارستها فقد تكون فائتهم الفرصة أثناء طفولتهم ولم يتعلموا هذه المهارات فإذا أتاحت لهم هذه الفرصة فإنهم لا يترددون فى التعلم.

نجد فى يومنا هذا أن الصغار يفوقون الشباب والكبار فى تعدد رغباتهم أو أنشطتهم الترويحية ويرجع ذلك إلى أن الشباب والكبار لم يتمتعوا بفرص ترويحية أثناء طفولتهم لتبقى معهم فى مراحل العمر المختلفة خاصة فى الكبر.

ومن خلال مساعدة الرائد لتنمية مهارات المشتركين فإن ذلك سيعمل على إدخال البهجة وتحقيق شعور السعادة عند الاشتراك فى الأنشطة.

الرائد يدرس مهارات ترويحية

أن أهمية تدريس مهارات ترويحية، وتوفير فرص متعددة للعب ليست محل اعتبار لدى الأفراد الذين لا يعرفون طبيعة وغرض الرياضة. فالمهارات أساسية لتحقيق الشعور بالسعادة أثناء الاشتراك فى أشكال متعددة للنشاط الترويحي.

عادة ما يمارس الأفراد أنشطة أو مهارات يؤدونها بمهارة وعلى العكس فأنهم يتجنبون الأنشطة التى ليس لديهم فيها مهارات أو مستوى أداء يجعلهم يسعدون أثناء ممارستها.

وإلى حد ما فإن المهارة تتكون من خلال المحاولة والخطأ، ولكن الرائد المدرب يمكن أن يقتصر فى وقت الممارس وأن يبعده عن المحاولات الفاشلة التى لا تشجعه على استمرار الممارسة. فمن خلال بث الرغبة فى نفوس المشتركين لأن ينموا ما لديهم من مهارات ومساعدتهم لأن يتعلموا طرق جديدة للعب الألعاب القديمة، وكذلك أحسن الطرق لأداء أنشطة جديدة، فإن الرائد يزيد من سعادتهم ورضاهم عما يمارسون من نشاط وبالتالي يعاونهم فى التغلب على الخوف من ممارسة وما هو جديد عليهم من أنشطة ترويحية.

يكون التعلم أكثر فعالية إذا ما كان المتعلم بعيدا عن عملية الإجبار، أى أن يكون هناك دافعا شخصيا ورغبة ذاتية. فالطفل أثناء لعبه يكون حراً فيما يفعل ولذلك فالدروس التى يتعلمها الطفل أثناء لعبه يكون أثرها أبقي كثيرا مما يتعلمه الطفل فى الفصل.

أن الاختبار الحقيقى للريادة فى الترويح هو مدى اشتراك الطفل فى أنشطة ترويحية ومدى ما ينمى لديه من اتجاهات تعلمها أثناء اللعب وتأثير حياة اللعب عند الطفل على معلوماته واتجاهاته وسلوكه أثناء تواجده بالمنزل أو فى مجتمعه مع رفقاءه وما حدث له من تغيير فيما سبق.

القيم والطرق الريادية

أنه لمن المتعارف عليه أن الطفولة السعيدة ضرورية للنمو الطبيعي للطفل، ولتنمية شخصيته، وأن ضبط النفس والتصرف الصحيح هما نتائج طبيعية لمواقف يشترك فيها الطفل في أنشطة يرغب ممارستها وتحت إرشاد حكيم.

فالغرض الأساسي من الريادة هو بالتالي أن نملأ ساعات اللعب عند الأطفال بأنشطة ابتكارية ممتعة فيها تحدى وفيها من الفرص التي تصقل التعبير الحر لما يمارس من نشاط وأن تتم هذه الأنشطة بطريقة تمهد الفرص لقضاء وقت ممتع ويعود على الطفل بالسعادة في نشاط نسميه اللعب.

فالرائد يوفر الفرص للأطفال لأن يمارسوا الألعاب المختلفة، أن ينشدوا الأغاني، أن يتقمصوا شخصيات معينة، أن ينجزوا أعمالاً فنية من رسم ونحت وتصوير إلى هذه الفرص التي توفر لهم النمو الطبيعي. وكذلك فالرائد يرشد الأطفال إذا احتاج الأمر وأن يجعل عملية اشتراك الطفل في اللعب أكثر سعادة.

ويشرف الرائد كذلك على أن تكون الأدوات والأماكن المخصصة للعب مناسبة وآمنة من الأخطار، وعند التخطيط للبرنامج وتنفيذه فالرائد يعاون الأطفال للوصول وتحقيق التعبير الذاتي، واللياقة البدنية، والشخصية وتنمية القيم الأخلاقية، كذلك يأخذ الرائد في الاعتبار رغبات الأطفال وقدراتهم، ويهتم كذلك بالفروق الفردية واحتياج الطفل لأن يأخذ مكاناً مرموقاً وأن يكون معروف وكذلك أن يجرب فرص النجاح فيما يؤديه.

ويعمل الرائد كذلك على صقل القدرات الإبتكارية عند الطفل ويشجعه على تجربة مجالات أنشطة جديدة عليه. وإذا ما تعرف الرائد على أفراد جماعته فإنه يعمل جاهداً على اكتشاف رغباتهم التي لا تتضح بسهولة. ويعطى اهتماماً أكبر إلى الطفل الخجول والمنطوى، والمتخلف. ويقدم أنشطة جديدة تفتح آفاقاً واسعة للأطفال لممارسة مجالات جديدة أثناء اللعب ويكون لهم بذلك فرص اختيار تحقق أحد مميزات النشاط الترويحي إلا وهي حرية الاختيار فحرية الاختيار لا يمكن تحقيقها إلا إذا كان هناك فرص للاختيار.

وهناك قيم عديدة توفرها فرص اللعب في أركان الأطفال منها المشاركة عند استخدام جهاز معين مثل الأرجوحة. ويتعلم الطفل من ذلك التعاون مع رفقاته من أجل غاية واحدة.

وعلى الرائد أن يلاحظ الأطفال الخجولين أو الأنعزاليين عن الجماعة وأن يلعب الأطفال معاً في أمان من المخاطر

رائد ساحة اللعب للأطفال

إن وظيفة الرائد في هذا المجال أكثر كثيراً من مجرد عملية ضبط وربط ومراعاة النظام في المكان ولكن الرائد يتواجد ويتعاون ويشارك الأطفال ويكون دائماً على مقربة منهم.

الريادة والقيم الأخلاقية

إن تنمية القيم الأخلاقية لدى الأطفال ليست فقط الغرض الأساسي من الريادة، ولكن الرائد الكفء من خلال العملية الريادية تتوفر له أحسن الفرص كي يعلم الطفل التصرف الصحيح فهناك مواقف اجتماعية عديدة يقابلها الطفل تشابه تلك المواقف التي ستواجه في حياته المستقبلية والتي يجب عليه أن يتعامل معها. وكذلك يتعلم الطفل الأخذ والعطاء مع رفقاته، وأن يتقبل الهزيمة ويسعد بالنصر. والقواعد التي تحكم الطفل في اللعب هي قواعد اللعب وقواعد الحياة الاجتماعية، وقد يتوفر للطفل الفرص للأشتراك في أعداد هذه القواعد وتطبيقها. ويبقى الرائد خلف الكواليس أو خارج الحلقة حتى إذا ما استدعى الأمر أن يتدخل مباشرة إذا احتاج الأمر ذلك. وتبعاً لذلك فالأطفال يتعلمون من خلال التجربة كيف يتعاونون مع الآخرين. والخبرات العديدة التي يوفرها اللعب ما هي إلا دروس قيمة في السلوك الاجتماعي. ومن خلال الإرشاد الذي يهيئه الرائد الكفء فإن الطفل قد ينمي سمات وقيم أخلاقية مطلوبة.

أما الآن فيجب أن نعلم أنه بينما الدافع للعب طبيعي إلا أن أشكال اللعب لا تتسم بنفس السمة ألا وهى الطبيعية. فمثلا يولد الطفل ولديه قدرات مثل القدرة على الكلام ولكننا نجد أن على الوالدين أن يعلموه الكلمات التى يستخدمها. والأمر كذلك بالنسبة للعب فالطفل يتعلم كيف يلعب لعبة ما من والديه أو أصدقائه، وحتى الطفلة الصغيرة فهى تلعب بعروستها تقليدا لما تتعلمه من والدتها فاللعب دائما ما يعلم أما الدافع إلى اللعب فهو طبيعي.

وبإزدحام المدن، فإن فرص اللعب عند الأطفال كان لها نصيب من التحديد فاختفت الأماكن الفضاء ولم يعد هناك فرص لتسلق الأشجار أو صيد الأسماك، فانشوارع أصبحت مليئة بالمخاطر ولا نأمن أن ترك الأطفال يلعبون فيها. وأختفاء المنازل المستقلة والحدائق الخلفية لتلك المنازل أصبح من الصعب على الأطفال بل من المستحيل أن يجد الطفل مكانا فى الشقة الصغيرة للجري أو التسلق أو الانطلاق أو يسعد بتربية حيوان أليف أو أن يزرع نباتات مختلفة.

أرشاد الطفل أثناء اللعب

إن الدافع للعب قوى للغاية، وإلى حد ما فإن هذا الدافع عادة ما يتأثر بتغير ظروف المعيشة ولكن إذا ما أحبطت البيئة التعبير المميز للعب فإنه عادة ما تنحرف أنشطة اللعب إلى أنشطة هدامة وليست بناءة. وسجلات محاكم الأحداث مليئة بالحالات التى لم يتم فيها التوجيه خاصة للعب عند الأطفال.

فالساحات الشعبية وأركان الأطفال أقيمت خصيصا من أجل هذا الغرض وهو أن تجذب الأطفال من اللعب فى الشوارع بدون أرشاد إلى اللعب فى أماكن آمنة بحرية وبدون إزعاج الجيران.

فهى إلى حد ما توفر الجواب عندما يسأل الأطفال أين نلعب ؟ ... وبدون ريادة فلن يكون هناك أطمئنان أو ضمان للسلوك الاجتماعى، إن أحد وظائف الريادة التوجيه والإرشاد لضمان السلوك البذء للفرد ومجتمعه.

الترويحية، وكذلك للرقى بالدوق الخاص بكيفية قضاء وقت الفراغ، وتوجيه رغبات وعادات الأفراد تجاه الأنشطة الترويحية.

إن من أهم الوظائف لرائد الترويح أن يرشد ويوجه رعات وقت الفراغ لجميع الأفراد، كذلك لتنمية الرغبات الترويحية لدى الممارسين، وتنظيم وتدرis أنشطة ترويحية، وتهيئة الفرص للتعبير عن النفس من خلال الترويح حتى تتسم ساعات الفراغ بالسعادة والبهجة والأمل بدلاً من الأكتئاب والحزن والتشاؤم. ومن أجل تحقيق هذه الأغراض فإن على رائد الترويح أن يؤدي وظائف متعددة بعضها يتمثل في:

١ - ترشيد وتوجيه وتشجيع الأفراد لأن يمارسوا أنشطة ترويحية جديدة، وأن يحققوا سعادة أكثر من الاشتراك في ممارسة الأنشطة.

٢ - أن يعاون في تنظيم الجماعات الترويحية.

٣ - أن يعمل على توفير فرص ترويحية متكافئة لجميع المشتركين.

٤ - أن يعلم الأفراد ليكتسبوا مهارات جديدة.

٥ - ضمان صحة وسلامة وأمان الممارسين لأنشطة ترويحية في المناطق الترويحية وكذلك المشتركين في البرامج الترويحية.

٦ - توفير امکانات والأدوات المتطلبة للأستمتاع بالأنواع المختلفة للأنشطة الترويحية.

يمكن تحقيق الأغراض والوظائف السابقة من خلال رواد كفاء ومدربين التدريب المناسب.

الريادة واللعب للأطفال

عادة ما يتساءل الأفراد لماذا نعلم الطفل كيف يلعب ويصدر هذا التساؤل أيضاً من الآباء وبعض المربين ويؤيدون رأيهم في ذلك بأن اللعب طبيعي عند الأطفال وليس من الضروري تعليم الأطفال كيف يلعبون.

الفصل الثانى

الريادة والترويح فى المجتمع

إن الإحتياج الأكبر لحركة الترويح يتمثل فى الريادة التى يمكنها أن تعطى التوجيه الفعال وأن أهمية الريادة فى الترويح تزداد بتقبل المهنة. فالمعروف قديما أن على رائد الترويح أن يجيد عدة مهارات ترويحية مختلفة لتعليمها للأطفال فى جماعات صغيرة أما الآن فإن الريادة فى الترويح تأخذ أشكالا متعددة وتشمل وظائف مختلفة ولها أغراض متنوعة.

فالرواد فى مواقع مختلفة يتعاملون مع الأطفال، مع الشباب والكبار، كذلك ينظمون وينفذون برامج تشمل أنشطة متعددة، وهم يديرون مختلف المناطق الترويحية سواء مناطق ترويحية خلوية أو داخلية، ويعملون مع الهيئات الموجودة فى المجتمع.

وظائف وأغراض الريادة

إن تأثير رواد الترويح فى المجتمع يكون فى غالبية الأمر على الأطفال والشباب وهذا فى حد ذاته له أهميته. أن التحدى الذى يواجهه رائد الترويح يتمثل فى الجهد المبذول للرقى بالمستوى، واتساع قاعدة مجالات الأنشطة

١٣ - طاقة منتجة، تتمتع بالحماس.

١٤ - القدرة على التعامل مع الأفراد

١٥ - صحة جسمانية وعقلية

أما كارلسون Carlson فقد ذكر سمات مميزة لرائد الترويج تتلخص في حب الرائد للناس، الحماس، الإدراك، القدرة الذهنية، المبادأة، الخيال والبصيرة، الثقة بالنفس، روح المرح، القدرة على التمثيل، الأحساس بالوقت، الأصرار، المرونة، العدل، الأستقامة، الصبر، التفاؤل، لحكم، الأعتماذ على النفس، المسئولية وأخيرا ليس آخرا التآلف فى الشخصية.

أن ينمي عادات ترويحية لدى التلميذ، فعليه أولاً أن يمارس بنفسه هذه العادات الترويحوية، أى ممارسة أنشطة ترويحوية فى وقت فراغه فليس هناك أقوى وأكثر فعالية من أن يعكس المدرس الصورة التى يود أن يراها فى تلاميذه وأن يكون المثل والقوة التى يود أن يكون عليها تلاميذه.

مسئولية الاداريين فى المدرسة

إذا أراد المسؤولون فى المدرسة أن تنمو عادات التلاميذ أثناء وقت فراغهم لتصبح أنشطة مثمرة لصالح التلاميذ فعلى الإداريين أن يتفهموا أن الترويح المخطط يمكن أن يكون أداة فعالة فى تغيير أنماط سلوك الفرد.

فعلى الإدارى أن يوقد شعلة الحماس لمجتمع المدرسة كله تجاه الأنشطة الهادفة البناءة لصالح الفرد سواء أكان أدارى المدرسة أو المدرسين أو العاملين فيها. فمسئولية أدارى المدرسة ليست فقط فى تحديد ومتابعة التقدم الأكاديمية للتلاميذ بل أيضا فهو مسئول عن التقدم الشامل لكل من فى المدرسة سواء أكانوا تلاميذ أو أعضاء هيئة تدريس. وبالتالي فإن على أدارى المدرسة أن يتأكد من عملية أرشاد تلاميذ المدرسة الى ممارسة خبرات تقوى من امكاناتهم الجسمية والذهنية والاجتماعية والعاطفية.

مسئولية الكليات والمعاهد المختلفة نحو أعداد رواد الترويح

إن على المدرسة أن توفر الرواد المهنيين للعمل أثناء العطلات وبعد اليوم الدراسى وفى الأمسيات التى يمارس فيها برامج ترويحوية فالبرامج الترويحوية الجيدة وسيلة لبقاء التلاميذ فى المدرسة حتى لا يبحثوا عن مكان آخر يقضون فيه ساعات اليوم الدراسى.

كذلك فعلى كلياتنا ومعاهدنا المختلفة أن تعد الرواد الذين سيعملون فى مجال الترويح وبناء على ذلك نقترح برنامج لمن يتخصصون فى الترويح سواء

فى كليات التربية الرياضية أو كليات الخدمة الأجماعية بالجامعات المصرية ويتضمن هذا البرنامج قسمين:

القسم الأول: خاص ببرنامج يمنح درجة بكالوريوس التربية الترويحية

والثاني: خاص ببرنامج الدراسات العليا فى الترويح سواء لنيل درجة

الماجستير فى الترويح أو دكتوراه الفلسفة فى الترويح والتربية

الترويحية.

تقديم برنامج اعداد رواد الترويح على مستوى الدراسات العليا وما قبلها.

هدف برنامج الاعداد

أولاً: أثبات مكانة الرائد فى مهة الترويح وأحترام المهن الأخرى له.

ثانياً: أثبات مكانة رائد الترويح عن طريق تطبيق المستويات والمعايير التى

نتجت عن الدراسات العديدة.

و تنقسم الدراسة لاعداد رائد الترويح إلى

١ - تربية عامة وتعنى الاعداد العام.

٢ - اعداد للمهنة.

٣ - دراسات تخصصية.

التربية العامة والاعداد العام لرائد الترويح

أنه لمن المقترح أن يكون ٥٠٪ من مجموع المناهج الدراسية التى يدرسها

رائد الترويح تشمل الاعداد العام، ٣٣٪ من هذه المناهج تشمل مجال التخصص،

و ١٧٪ الباقين يكونوا فى مجالات مرتبطة لمجال الترويح. وعلى المدارس لمهنة

الترويح أن يكون على علم بالآتى:

العلوم الانسانية

معلومات عن العلوم الطبيعية والاجتماعية والتي تعمل على تفهم البيئة الطبيعية والاجتماعية وأثر ذلك على الانسان والمجتمع.

ويمكن أن نترجم ذلك فى مناهج دراسية تعمل على تفهم ودراية الدور والتكوين الخاص بالمؤسسات الاجتماعية والفلسفة السياسية للحكومة والمنظمات.

العلوم الحيوية والطبيعة

وهى تلك العلوم التى تعنى دراسة وتفهم الانسان من الوجهة البيولوجية كذلك وجوده فى المجتمع ودراسة احتياجاته، وقدراته فى مختلف مراحل العمر واختلاف القدرات الجسمانية والعقلية والعاطفية ويتم ذلك فى مجالات مثل علم النفس، النمو الأنسانى، الصحة، التشريح، الفسيولوجى، وعلم الحركة.

التربية

دراسة عملية التعلم ونظرياته ومشاكله والفروق الفردية ودراسة احتياجات الخواص.

علم الاتصال

و يتمثل فى المعلومات والمهارات فى استخدام الأدوات والأساليب الأساسية فى الكتابة والاقناع الشفهى وفنون الاتصال.

علم النفس الاجتماعى

- ديناميكية الجماعة والعمل مع الجماعات.

- علاقات عامة والقدرة على شرح دور الترويج فى الحياة فى القرن الواحد والعشرين وتوصيل برامج الترويج للمجتمع.
- علم دراسة الانسان وتفهم تاريخ الانسان فى مجتمعه.
- التربية الصحية والتربية للأمان والسلامة: لعلاقتهم الوثيقة بالترويج وبرامجه خاصة فى ساعات اللعب والحقائق العامة المتصلة بهذين المجالين.
- فنون الموسيقى والتمثيل والتعبير الحركى: بما يعمل على تذوق ما وصل إليه الإنسان فى الفنون الثقافية.
- ادارة أعمال وادارة عامة: معلومات وحقائق فى مجال الادارة وادارة الأعمال وكيفية الاستفادة بهذا المجال فى مهنة الترويج ودراسة وتفهم نظام الحكومة.
- الاعداد للمهنة: تاريخ - نظريات - وفلسفة الترويج.
- فعلى الدارس أن يكون على علم بتاريخ الحركة وتفهم:
- ١ - طبيعة الخبرة الترويجية وأهميتها للفرد.
- ٢ - الفراغ وأثره فى المجتمع.
- ٣ - فلسفة الترويج فى المجتمع.
- دراسات المنظمات الموجودة بالمجتمع والتي لها علاقة بالبرامج الترويجية وتفهم فلسفاتها ومبادئها والطرق التي تستخدمها فى أداء رسالتها.

الترويج والخدمات التي تقدمها الحقائق العامة لروادها

تفهم نظام، وأغراض ووظائف هذه الأماكن كأماكن ترويجية والتنسيق لعملية تداخل القطاعات المختلفة، الحكومية الأهلية والترويج التجاري.

الريادة

دراسة وتفهم ديناميكية الريادة ونظريات الريادة ومبادئها وممارستها وعمل أبحاث في مجال الإدارة. كذلك فنية وطرق العمل مع الأفراد والجماعات - طرق الإرشاد والاستشارة في مواقف متعددة وخبرات الإشراف.

البرمجة

دراسة وتفهم معلومات عامة في مجال البرمجة بالعلاقة إلى أساسيات البرمجة - أغراض التخطيط وتحديد الهدف في بناء النظم المختلفة للبرنامج - قيمة وأغراض المجالات المختلفة للنشاط الترويجي - برامج للخواص، تقييم البرامج.

الإدارة

دراسة وتفهم العناصر الأساسية للممارسة الإدارية وتشمل:

الجوانب القانونية للترويج وخدمات الحقائق - أساسيات التخطيط وعمليات الإدارة في الترويج من أعمال العلاقات العامة وأساسيات التنظيم والتنسيق للخدمات الترويجية واختيار الأفراد للعمل، والتدريب وبرامجه، وممارسة الأفراد العاملين في المهنة والتقييم.

وعندما يكون البرنامج المعد لدرجة البكالوريوس يهدف إلى إعداد إداريين من طلاب مرحلة البكالوريوس يجب أن يتضمن برنامج دراستهم مدخل أو مقدمة لمختلفي الوجوه الإدارية المتعلقة بالمستوى المحدد تطبيقه في المواقع التي سيعملون بها وفي حالة اختيار الطالب لدراسة تخصصية في مجال التنظيم والإدارة فعليه أن يختار من برنامج الدراسة العامة ما يتفق مع التوصيات الموضوعية تحت برنامج تخصصه.

الخبرة العملية

فعالية الربط بين الدراسة النظرية في البرنامج والتطبيق العملى يمكن تسميتها بالخبرة العملية

وتشمل الخبرة العملية مثلاً: الملاحظة. المؤتمرات، دراسه مشكلة من مشاكل المهنة وكيفية حلها.

ويحتاج ذلك وجود إشراف من نوع معين حتى يجد الدارس فرصة للنمو فى الخبرة العملية وفى هذه الحالة هناك ضرورة للآتى:

(أ) أن يمر الدارس بخبرتين على الأقل فى مجالين مختلفين من مجالات الترويح مثلاً مؤسسة معينة - نادٍ - شركة - دار مسنين - ساحة شعبية - مركز للشباب - منظمات تطوعية أهلية ... الخ.

(ب) أن يعد الدارس فى مجال تخصصه الذى يعد نفسه له فمثلاً اذا كان سيعمل فى الترويح الأعلامى أو الترويح للخواص جسمانيا فعليه أن يعد برنامج أنشطة لهذه الفئة أو يضع تخطيط لمعسكر إذا كان سيعمل فى مجال المعسكرات أو يعد برنامج أنشطة ترويحية للمسنين اذا كان يعد نفسه للعمل مع المسنين أو لبرنامج أنشطة ترويحية لمشوهى الحرب فى حالة اذا ما أراد الدارس العمل فى مستشفى مشوهى الحرب .. الخ.

(ج) دراسة تحليلية للأماكنات الترويحية فى مجال تخصصه.

(د) حضور مؤتمر دورى بينه وبين المشرف لتقييم الخبرة العملية.

ويكون ذلك بصيغة مسجلة لتحديد هدف وفلسفة الخبرة العملية، والتقدم فيها والأساسيات والخطوات والنماذج الخاصة والسجلات الخاصة بهذه الخبرة العملية ثم تقرير لتقييم هذه الخبرة.

الخبرة على الطبيعة

ضرورة وجود فرص لأن يمارس الدارس خبرة على الطبيعة وهى تعادل برنامج التدريب الميدانى لطلاب كليات التربية الرياضية وتشمل تطبيق للمناهج النظرية فى قاعة المحاضرات، ويشترك فيها الدارس والهيئة التى سيعمل بها، والمشرف على هذا الجزء من الدراسة.

و على الهيئة أو المؤسسة التى سيتدرب فيها الدارس أن تعين مسئول كفاء ليشرف على الدارس أثناء قيامه بالتدريب.

٣ - التخصّص المهني والدراسات التخصصية

حيث أن برنامج طالب مرحلة البكالوريوس فى الترويج يهدف الى إعطاء الطالب قاعدة عريضة أساسية فى الترويج والحدائق فلا ضرورة لدراسة تخصصية فى فرع من فروع الترويج، ولكن هناك وظائف متعددة فى المهنة يمكن للطالب أن يختار من الأعداد التخصصى ما يتناسب مع عمله فى المستقبل وما يرجو أن يحققه من أهداف لمستقبله المهني.

١ - الاشراف على البرنامج الترويجي.

٢ - تنظيم وإدارة الترويج والحدائق العامة.

٣ - التخطيط للمصادر الترويجية.

ونقترح الآن مجالات للتركيز فى كل من المجالات السابقة.

(أ) الاشراف على البرامج الترويجية ويتم ذلك فى المجالات الآتية:

١ - الترويج فى الجيش.

٢ - اتحادات الطلبة والترويج فى الجامعات والمعاهد العليا.

٣ - الترويح فى الصناعة

٤ - الترويح فى المدارس

٥ - الترويح العلاجى

٦ - الجمعيات التطوعية

و باختلاف المجالات السابقة على دارس أى التخصصات أن يجيد مهارات متقدمة فى مجالين على الأقل من مجالات الأنشطة الترويحية مثلاً:

الرياضات المائية، الفنون اليدوية، التمثيل، الحركات الأيقاعية، والموسيقى، الترويح فى الخلاء، الألعاب والرياضات المختلفة ويمكن ايضاح ذلك فيما يأتى:

- الرياضات المائية: كالسباحة، التجديف، التزحلق على الماء، الغطس، الباليه المائى، الشراع ... ألخ

- الفنون اليدوية: الرسم، النحت، سيراميك، الأعمال الفنية المعدنية. الرقص: التعبيرى، الشعبى.

- التمثيل: مسرح العرائس، التمثيليات المبتكرة، الحكايات، القصص.

- الموسيقى: الغناء الجماعى، أدوات الأيقاع، الموسيقى الأجنبية.

- الترويح فى الخلاء: مهارات المعسكرات، الرياضات الخاصة بالخلاء، الاعتماد على الطبيعة فى الفنون اليدوية.

- الرياضة: الفرق والألعاب الفردية، والجمعية.

وإلى جانب اتقان بعض هذه المهارات العامة هناك تخصصات يجب تنمية مهارات لكل منها حسب تخصص الدارس:

١ - الترويح فى الجيش: ويجب على راغبى العمل فى هذا المجال أن

يدرسوا إدارة الأفراد وإدارة الأعمال، والحكومة والنظام المتبع فى الجيش من حيث تسلسل لقيادات إلى جانب الأعداد العام لمهنة الترويح مع اجادة بعض أوجه النشاط فى البرنامج الترويحي التى تخص هذه الفئة من الناس.

٢ - الترويج فى الجامعات والمعاهد العليا: ضرورة تفهم التعليم العالى ووظائفه ودراسة إدارة الأفراد واتحادات الطلبة وحقوقها وواجباتها ودور هذه الاتحادات فى شغل وقت فراغ الطلبة وفى البرامج الترويجية.

٣ - الترويج فى الصناعة: التركيز فى هذا المجال يجب أن يكون على إدارة الأفراد والمنظمات الاقتصادية والصناعية فى المجتمع.

٤ - الترويج المدرسى: فى هذا الجزء يجب التركيز على نظام المدارس الحكومية، الارشاد، ومدخل لطرق التدريس.

٥ - الترويج العلاجى: وللراغبين فى العمل مع المرضى والمعوقين، فهناك برنامج عام يهتم بدراسة سيكولوجية الخواص، تنمية الشخصية، السلوك الإنسانى، ونظريات التعلم، والتشريح، الفسيولوجى ودراسة لعلم الحركة.

كذلك دراسة فى مجالات علم الاجتماع، وعلم دراسة الانسان، والتعرف على أنواع ودرجات الأعاقة سواء جسمانية أو عقلية أو عاطفية وأثر تلك الأعاقات على الفرد المعاق.

دراسة لديناميكية الجماعة وعلم النفس الاجتماعى.

دراسة وتفهم الارشاد والاشراف ومبادئ فنية كل منهما.

الاعداد المهني لرائد الترويج العلاجى

معلومات عن الاصطلاحات الطبية المستخدمة، والتنظيم الادارى للمؤسسات العلاجية. وعلى مستوى دارس البكالوريوس يجب تقديمه للترويج العلاجى، ولا يحتاج الى التعمق فى الدراسة من الوجهة الطبية.

٦ - الجمعيات التطوعية: يجب التركيز فى هذا الجزء على لعلوم الاجتماعية، ديناميكية الجماعة، التناسق بين الجمعيات المختلفة.

(ب) تنظيم وأدارة الترويج والحدائق العامة

يركز هذا البرنامج على المهارات التي يحتاجها الدارس اذا كان ينوى العمل في موقع ريادة اشرافية والاتجاه الادارى. وعلى الدارس أن يلم بالنظريات والمبادئ في مجال الاقتصاد كذلك دراسة نظريات ومبادئ ونظام الحكومة مع التنسيق بين الوحدات التي تعمل على المستوى المحلى والدولى.

- دراسة عن البساتين والزهور.

- دراسة أساسيات ادارة الأعمال، المحاسبة، والادارة العامة، ادارة مكتب، مدخل للبحث، الاحصاء، الصحافة، وتنمية المجتمع.

- دراسة الحدائق العامة، أدارتها، صيانتها، الأماكن والأدوات.

(ج) التخطيط للمصادر الترويجية

يركز هذا البرنامج على المهارات المتطلبة، والتخطيط والاشراف ويحتاج الدارس في هذا المجال الى دراسة وتفهم نظريات وأسس الاقتصاد، ونظريات وأسس النظام الحظومى، دراسة البيئة الطبيعية وحماية المصادر الطبيعية وعلاقة الإنسان بالبيئة الطبيعية والعلاقة المحيطة به، دراسة المصادر الطبيعية الموجودة في البلد وكيفية استخدامها للأغراض الترويجية.

دراسة جغرافية البلد ودراسة لعلم الجيولوجى وأن يكون الدارس على علم بالاحصاء وفنياتها، واستخداماتها، وعلاقة هذا الاستخدام بالتخطيط.

دراسة تخطيط الحدائق وادارة الأماكن الترويجية في المجتمع، دراسة صيانة الحدائق العامة، والمواقع الترويجية، والامكانات والأدوات.

برنامج الدراسات العليا محتويات المنهج

يجب أن يهدف برنامج الدراسات العليا إلى اعداد اداريين - تربويين وباحثين في مجال الترويج.

عادة ما يكون برنامج الماجستير امتداد للتخصص الذى يختاره دارس البكالوريوس ويهدف الى التعمق الأكاديمى فى اتجاه عمل الدارس.

ويتوقع من الدارس ليس فقط النمو فى مجال التخصص ولكن الكفاءة والخبرة والمعرفة بعمق لتاريخ وفلسفة الترويج والعوامل النفسية المتداخلة ونتائج الأبحاث الخاصة بمجال التخصص.

أما برنامج دكتوراه الفلسفة فيجب أن يؤهل طالب الدراسات العليا للنشاط العملى المبتكر طيلة حياته. وعادة ما يكون مستقبل الدارس هو التدريس فى الكليات والجامعات وبذلك يجب أن يوفر البرنامج الخاص بالدراسات العليا الآتى:

١ - يوفر الدراسة المنطقية بعمق واستيعاب لبرنامج الدراسة من اول برنامج البكالوريوس إلى آخر مرحلة فى الدراسة العليا.

٢ - ربط المجالات القرينة ودراسة مدى تداخلها وأثر كل منها فى الآخر.

٣ - أساس هذا البرنامج هو البحث فى مجال التخصص للتعمق الأكاديمى و التطبيقى.

برنامج درجة الماجستير

يجب على طالب الماجستير فى الترويج أن يكون قد درس فى مرحلة البكالوريوس مجال متقارب مع ما يود أن يدرسه فى برنامج الماجستير.

و يجب أن يعتبر أن ٥٠٪ من المواد التى يدرسها طالب الماجستير تكون فى مجال الترويج.

الدور الرئيسى للدراسة وجوهرها

إلى جانب الاعداد لمجال المهنة فأن برنامج الدراسات العليا يجب أن يرمى
المهارات الآتية

- ١ - دراسة وتفهم طرق البحث وخطواته وكيفية أستخدام وتفسير ومناقشة البيانات الاحصائية.
- ٢ - القدرة على تصميم ووضع وتحليل وتفسير أبحاث فى مجال الترويج ومشاكله.
- ٣ - دراسة وتفهم عميق لفلسفة الترويج والأسس الاجتماعية للترويج.

مجالات تخصصية لبرنامج الدراسات العليا

على كل طالب أن يختار لنفسه مجال يزيد فيه من التحصيل العلمى وتمثل
هذه المجالات فى الترويج العلاجى، الترويج فى الجمعيات التطوعية، منظمات
الشباب، الترويج للمسنين، الترويج الصناعى، الترويج فى الجيش، الترويج فى
الخلاء والمعسكرات المنظمة.

وعلى الطالب أن يحصل المقررات التى تتصل بفرع تخصصه.

- دراسة طبيعة النشاط ويشمل معنى ووظيفة النشاط للأفراد من الناحية
الفسولوجية الاجتماعية والعاطفية.
- دراسة البرمجة وأسسها ومبادئها وتنظيمها.
- القدرة على العمل مع الخواص ودراسة احتياجاتهم الجسمية والنفسية
ومشاكلهم.
- القدرة على تطبيق الاعداد الأكاديمى للحياة العملية فى المهنة.
- القدرة على تصميم واعداد وتنظيم وإدارة برامج ترويجية خاصة
بالمجموعات المعينة التى سيعمل معها الدارس.

- دراسة للمظاهر الادارية التى تخص المجال الذى يختاره طالب الدراسات العليا.
- دراسة أسس ومبادئ وخطوات التخطيط فى مجال تخصص الدارس.
- تفهم ودراسة الأشراف على الأفراد وتفهم ديناميكية النمو البشرى بالعلاقة إلى الاحتياجات والرغبات ومشاكل المرحلة السنية المعينة.
- تفهم القوى الاجتماعية والمؤثرة على حركة الترويج.
- دراسة سلوك الأفراد فى اجماعات نشاط مختلفة.

ادارة الخدمات الترويجية

وعادة ما ينضم إلى هذا المجال من الدراسة التخصصية مديرى المؤسسات الترويجية فى المستشفيات، وأدارىو المعسكرات.

ويحتاج الدارس لإدارة الخدمات الترويجية إلى دراسة وتفهم الأسس والخطوات الإدارية، كذلك دراسة وتفهم أسس وضع وأدارة البرامج من تخطيط وتنظيم، وأدارة، وإشراف وتقييم والتركيز على الموقع الذى سيعمل فيه الدارس.

دراسة وتفهم أسس ومبادئ التخطيط والتصميم وصيانة الأماكن الترويجية

- دراسة مبادئ الأشراف على الأفراد العاملين.
- تفهم للقوى الاجتماعية المؤثرة على الأفراد والجماعات.
- دراسة الافراد فى الجماعات.
- تفهم الهيئات والجمعيات الموجودة فى المجتمع.
- تفهم لأدارة الأعمال، أدارة الأفراد، العلاقات العامة.

إدارة المصادر الطبيعية للترويج

- دراسة لمبادئ التخطيط المحلى والقومى للأماكن الترويجية الطبيعية.

- دراسة لمبادئ التنظيم والأدارة وخطوات العملية الأدارية.
- دراسة وتفهم برامج الترويج فى الخلاء سواء منظمة أو غير منظمة
- دراسة الأنشطة، الريادة، للميزانية، وهذا يخص كل هيئة أو مؤسسة على حدة.
- دراسة وتفهم اللوائح والقوانين الخاصة بأستخدام المصادر الطبيعية للترويج من ناحية سلطات لتشغيلها وملكية الأرض.
- دراسة للعلوم الطبيعية التطبيقية.

برنامج درجة الدكتوراه

يجب تقديم نوعان من هذا البرنامج، درجة دكتوراه الفلسفة، ودرجة الدكتوراه فى مجالات المهنة.

و طالب الدراسة لهذه الدرجة يجب أن تتوافر فيه الآتى:

- ١ - مستوى ممتاز فى التحصيل الأكاديمى فى الدراسة لما قبل درجة الماجستير وأثناء الدراسة لدرجة الماجستير
 - ٢ - خبرة ناجحة فى مجال مهنته.
 - ٣ - النضج العقلى والعاطفى.
 - ٤ - مستوى ممتاز فى القدرة على توصيل المعلومات شفها أو تحريرياً.
- وعلى الدارس لدرجة الدكتوراه أن يدرس بعمق طرق البحث، وأستخدامات أدوات البحث، ودراسة لتحديد وأداء وتفسير ومناقشة المشاكل وبحثها فى مجال المهنة.
- يخصص برنامج درجة الدكتوراه للراغبين فى العمل فى هيئات التدريس أو الباحثين أو المخططين لبرامج على المستوى القومى.

وعلى دارس درجة الدكتوراه أن يختار مجالاً قريباً من مجال دراسته وعلى مستوى يتفق مع مستوى برنامج الدرجة العلمية المعطاة.

وكذلك أن يختار طالب هذه الدراسة مشكلة للبحث تتفق ومعايير اختيار المشكلة البحثية، سواء كانت معايير شخصية أو معايير تختص بالمجتمع الذى من أجله تدرس المشكلة المعنية.