

الإعلام والعلاقات العامة في المؤسسات الحكومية

الباحث. حسن جراد هاني آل محمود

المديرية العامة لتربية محافظة ذي قار

Hasalazerjawy@gmail.com

المخلص:

إنَّ كل ما اراد الباحث الوصول اليه من كل ماتقدم هو هدف ايجاد حل لمشكلة بحثه المتعلقة بالأعلام والعلاقات العامة في المؤسسات الحكومية والتساؤلات التي كانت تدور والتي راد الباحث الاجابة عنها من خلال الدراسة التحليلية هي : هل اعلام الحكومي اخذ دوره الحقيقي ام ما زال على ما كان عليه ابان الانظمة الكتاتورية . كأعلام السلطة المتعلقة هذا من جهة ومن جهة اخرى ماهي العلاقات العامة وهل يجد دور حقيقي واشخاص متخصصين لممارسة العمل في الجهاز المهم والحيوي الذي لا بد منه في كل المؤسسات الحكومية لما لها من دور في تصحيح المسار في كل المنظمات والهيئة الدولية والعامية وذلك من خلال وجوده بشكل حقيقي وليس شكلي ومن خلال التساؤلات جعل الباحث على جملة الاجوبة والحلول حيث وجد لعدم وجود أي دور او تخصص او متخصصين في مجال العمل في جهات العلاقات العامة في مؤسسات الدولة وخاصة التي كانت مستهدفة في مجتمع البحث وهي دوائر الرئيسية التشريعية والتنفيذية في الحكومة المحلية لمحافظة ذي قار وقد وجد الباحث التناقضات الكثيرة في عمل تلك المؤسسات الاعلامية الحكومية .

الكلمات المفتاحية : (اعلام، علاقات عامه، مؤسسات، حكومية).

Media and public in government institons

Hassan jarad han i al. mahamud

General Directorate of Education of Dhi Qar Governorate

Abstract:

All that is wanted accessible researcher from each of the above is the goal of reaching a solution to the problem of his research related to media and public relations in government institutions and the questions that were going and that he wanted answered through analytical study is, is that the government media to take its real role or is still on what it was like during the dictatorships flags hanging from the point of power.

On the other hand, what are the public relations Is there a real role and people professionals to practice to work in this device which is a must in all government institutions because of its role in the correct path in all international organizations and international bodies, through his presence in a real and not a formality.

Through questions Make a researcher on a number of answers and solutions, where he found the absence of any role or discipline or professionals working in the views of public relations at the state and private institutions that were targeted in the research

community, which is the main legislative and executive departments of the local government of the province of Dhi Qar.

The researcher found many contradictions in the media work through the answers to the questions by the intended and that the scientific level and capacity to work and the employer and job title and how to deal with the public and the possibility of the deployment of the negatives of the circle. And the role of women in government institutional media.

The researcher is recommended five important points that can be implemented by the respective .

Keywords: (media, public relations, institutions, government).

المقدمة:

بعد الانفتاح والانفراج الذي حصل بعد سقوط الدكتاتورية في العراق اخذت الصحافة العراقية بكل انواعها واشكالها تجد النور الذي كانت تعاني من كتم الانفاس وتكليمهم الافواه عقور طويلة من زمن الفكر الواحد والرأي الواحد الذي لا يستطيع احداث بعلو عليه. واخذت الحرية التي لم تكن ترسم خيالها سابقا قد رسمت في الوقت الحاضر حتى ماوراء الخيال وذلك بسبب الافراط بعد الحرمان واخذ الاعلام يطفئ على مصراعية دون رقيب او حسيب والاسباب عديدة وكثير منها تعدد التخريبة و الانفلات الامني وسطوة الاحتلال الذي لا يريد لهذا البلد الا الدمار والحروب والماسي والويلات .ولتعدوا الحكومات اللامركزية أي التي لديها نوع من التمتع بالحرية باتخاذ القرار مثل مجالس البلدية وغيرها. وهناك العديد من الامور التي ادت الى وجود مكاتب ومؤسسات تمتلك وسائل اتصال سواء كانت حكومية او حزبية او ضبة مستقبلية واسست لها مواقع صحفية سواء كانت مسموعة او مرئية او مطبوعة او الكترونية وبأشكال مختلفة ومتنوعة وهذا يعود بفضل التطور الحاصل في جميع وسائل الاتصال والاعلام المختلفة . واصبحت الدوائر الحكومية جميع انواع مهام عملها التشريعي او التنفيذي تمتلك مواقع لنشر معلوماتها واجفارة اليومية. بل وصل الحال الى كل فرد ومن هذه المؤسسات الحكومية محصلة اخبارية مستقلة نشروا يصرح ويصور ويعل كيف ما شاء ومتى وماراد وبذلك اصبح المواطن لايعرف ما هذا الحقيقة واين تكمن حينما بسمع تصريح ولم يعرف النتيجة وهل القائم هو مسؤول ام مجرد يطرح رأي ولعدم معرفه ماهيه العاملين في مكاتب المؤسسات الحكومية من الاعلامين هل هم مجرد موظفين ام متخصصين وهل يوجد تمثيل للعلاقات العامة التي تقوم بدور المنسق والمشرف على عمل الإدارة ام مجرد اسم يطلق بالاعلام فقط ولكل هذه الاسباب وجد الباحث نفسه امام تساؤلات كثيرة فسلك طريق الدراسة كي يصل الى معرفه الحقائق التي يتمناها كل مواطن والمتمثلة بالحيادية والموضوعية والصدق والامانة في نقل الحقيقة.

اهمية البحث:

نظرا للدور الذي تلعبه وسائل الاتصال يشقيها الجماهيري والشخصي في تشكيل الوعي الثقافي الالي مجتمع ومنها العراق الذي ستهد الفرحا سياسيا مهما وتحولا تاريخيا بعد (٩/٤/٢٠٠٣) فان اهميه البحث ترتكز على محاوله حل الفجوات المعرفيه الثقافيه في بنيه المجتمع العراقي وهو يشهد تحولات علامية وثقافيا فرضيه يحمل الظروف السياسية والثقافية والاجتماعية الاقتصادية بعد الاحتلال الامريكي للعراق(١). هذه الفجوه تمثلت بوجود مصداقيه الاعلام الحكومي ومنها المكاتب الاعلامية والتي يدعى مكاتب او دوائر الاعلام والعلاقات العامة التي تعمل في المؤسسات الدولة الحكومية ومعرفه الواقع الثقافي والمهني والمستوى الدراسي والعلمي للعاملين في هذه المكاتب ومامدى القدر من المهنيه والتخصص اللذان تمتلكا من عدمه وما الدور الاعلامي في الرسالة او المعلومة التي يقومون الها تخطيطا وتحرير وارسالا الى الجمهور .وهو المواطن من عمل الذي تقوم به الدائر الحكومية التنفيذية التي يمثلونها اعلاميا لنقل منجزاتها الانيه او المستقبلية وما مدى صحه تنفيذ تلك المنجزات او الاعمال كي تحضى تلك المكاتب الإعلامية بمصداقيه السلوك المهني والاخلاقي اللذان لابد ان يتمتع بها كل صحفي او كل من يعمل بالصحافة باي صفة كانت.

مشكلة البحث

ان تحديد مشكله البحث بشكل دقيق اصعب بكثير من ايجاد الحلول ذلك لان التحديد الدقيق يعني وضوحا في رؤيه الباحث او الغرض من مشروع البحث الذي ينبغي عليه ان يقوم به والنتائج المتوقعه من البحث(١).

وعلى هذا الاساس تم تحديد مشكله البحث تحديدا دقيقا اذ تكن هذه المشكله في الكيفيه التي نتعامل بها مكاتب الاعلام والعلاقات العامه في المؤسسات الحكوميه مع طرح رسائلها الى الجمهور المستهدف وما مدى مهيه تلك المؤسسات او العاملين فيها والتي وضعت للدراسه.

وان سيتضح من خلال الاجابة على التساؤلات التالية :

١. ما مدى حقيقه الرسالة الاعلامية التي تستهدف المواطن والتي تحمل مجموعه كبيره مما يعد به مسؤولون

تلك الدائرته والتي تهم واقع المواطن اليومي من الخدمات والامور الاقتصادية والاجتماعيه الاخرى؟

٢. هل يوجد دور للعلاقات العامة او تمثيل مهني في تلك المؤسسات ودوائرها الاعلامية ؟

٣. ما مدى الامكانية الحرفية والمهنية

٤. للعاملين في تلك المكاتب الاعلامية وهل تعمل ضمن الضوابط الاخلاقية المهنية الاعلام والسلوكيات

المنصوصة حسب لوائح المنظمة الدولية والجامعة العربية للضوابط في عمل الصحافة وحقوق الانسان؟

٥. هل يوجد متخصصون في العلاقات العامة ضمن الضمن مكاتب الاعلام في المؤسسات الدولة الحكومية

الرسمية؟

٦. هل هنالك مستشارين فتمكين في العلاقات العامه داخل هذه المؤسسات والذين يلعبون دورا رئيسيا بين

المسؤول والعاملين في الدائرة نفسها من جهة وبين المسؤولين للدائرة الجمهور او المواطن المستهدف؟

*خير مجيد حميد: طرق البحث الاجتماعي ووزارة التعليم العالي والبحث العلمي جامعه الموصل دار الكتب

للطباعة والنشر ١٩٩١صفحة ٣٣

اهمية البحث والحاجه اليه

اهداف البحث

يهدف البحث الى

• معرفه الدور الذي تقوم به دوائر ومكاتب الاعلام والعلاقات العامه في المؤسسات الحكوميه وما مدى مهنيه العاملين فيها.

• معرفه حجم علاقه او الرابطة بين هذه المؤسسات والمجتمع او الجمهور (المواطن) ومادى تاثيرالرساله الاعلاميه التي توجهها هذه المكاتب .

• تشخيص اتجاهات تلك المكاتب الاعلاميه من حيث العمل المهني .

• معرفه دور العاملين بصفه العلاقات العامه ان وجد متخصصين وهل يقومون بوظيفة العلاقات العامه كمرشدين وموجهين ومستشارين وكحلقة وصل مهمة بين المسؤولين والعاملين من جهة والمواسسة وال جماهير من جهة اخرى.

حدود البحث

١-حدود البحث الزمانية

الحدود الزمانية من ١ / ١ / ٢٠٢٤ ولغاية ٣ / ١ / ٢٠٢٤

٢- حدود البحث المكانية : حدود مجتمع البحث الجغرافية كركز محافظة ذي قار وحسب تفصيل الاستبيان الى

الدوائر المعينة

١-مجلس محافظة ذي قار - المكتب الاعلامي

٢-ديوان محافظة ذي قار -المكتب الاعلامي

٣- دائرة صحة ذي قار -المكتب الاعلامي

٤-مديرية بلديات ذي قار -المكتب الاعلامي

٥-مديرية تربية ذي قار -الشعبة الاعلامية

منهجية البحث

استخدام الباحث المنهج الوصفي والتحليل للوصول الى اهداف البحث

دقام بالمسح الميداني لمجتمع البحث والذي يخص موضوعة مشكلة البحث وهي المكاتب الاعلامية والعلاقات العامة داخل اذا التابعة المؤسسات الدولة في الدوائر الحكومية المحلية لمحافظة ذي قار والعاملين ضمن هذه المكاتب المعنية كعينة للبحث واستخدام الباحث الاستبيان الذي اعده للوصول الى الاجابات على الاسئلة المطروحة ضمن ورقة الاستبيان والذي يروم الوصول الى الاهداف المرجوة من خلال الاجابات التي يحصل عليها وحسب نسخة الاستبيان المرفقة مع اوراقه البحث.

عينة البحث

مجموعة من الموظفين العاملين في المؤسسات الاعلامية الحكومية وهم عينة تمثل الجميع ، وهؤلاء الاعلاميون ضمن دوائر محافظة ذي قار المتمثلة في ديوان المحافظة ومجلس المحافظة ورئاسة صحة المحافظة والمديرية العامة للتربية ،

الدراسات السابقة :

من خلال ما قام به الباحث من اجراءات البحث في المكتبات والجامعات ومواقع التواصل الاجتماعي لم يجد أي دراسة مشابهة لدراسة هذا البحث ،

المبحث الثاني __ الاطار النظري

دوائر الاعلام والعلاقات العامة في المؤسسات الحكومية

اولا. أ الاعلام ... من حيث النشأة والمراحل التطور.

عرف الاعلام منذ البداية الخليقة حيث كان الانسان يعبر عن مشاعره وأحاسيسه عبر الاصوات او الاشارات وقد اخذ الاعلام اشكال متعددة وكما ذكر المؤرخون السابقين فقد استخدم الناس اندالك الطبول والصيحات ونفع الابواق في المناسبات او في حالات اعلان الحرب ومن ثم استخدام الالواح الطينية بعد ان اعرف الكتابة او الرموز وذلك من اجل ارسال الرسائل بين القبائل او بين الملك ومملوكية وقد تطورت الكتابة حيث استخدم الصينيون الكتابة به على الخشب بلحفر والالواح الطينية وايضا استخدام المصريون الواح الطين للكتابة ابان حكم الفراعنة وايضا استخدام السومريون الكتابة المسمارية وكل هذا يدل على ان الاعلام قديم قدم الخليقة

حتى جاء زمن التطور النهضة الصناعية عام ١٤٥٠ عندما اكتشف العالم الالمانى جو نتبرغ اختراع الة الطباعة حتى اصبح الاعلام بوجود المطبوعات اكثر وصولا للناس مبدا كان باستخدام الواح الطين والجلود والقصب في ارسال رسائلهم وعبر الرموز . فقد كان التطول الة الطباعة دور

مجميز وكبير في تطور الاعلام . فقد استخدم اشكال متعدد في الرسوم والرموز والمخطوطات المختلفة عبر مر العصور

الاطار النظري : المبحث الثاني

الاعلام والعلاقات العامة في المؤسسات الحكومية

اولا : ا الاعلام .. من حيث النشأة ومراحل التطور

عرف الاعلام منذ البداية الخليقة حيث كان الانسان يعبر عن مشاعره واحاسيسه عبر الاصوات او الاشارات . وقد اخذ الاعلام اشكال متعددة وكما ذكر المؤرخون السابقين فقد استخدم الناس انالك الطبول والصيحات وفخ الابواق في المناسبات او في حالات اعلان الحرب ومن ثم استخدم الالواح الطينية بعد ان عرف الكتابة او الرموز وذلك من اجل

ارساليين القبائل او بين الملك ومملوكيه وايضا استخدم المصريون الواح الطين للكتابة ابان حكم الفراعنة وايضا استخدم السومريون الكتابة المسمارية وكل هذا يدل على ان الاعلام قديم قدم الخليقة .

وحتى بدا عصر التطور وبما نحن عليه الان .

ب الاعلام... كمفهوم

وقد اطلق اسم الاعلام حديثا على ذلك الجانب من الاتصال الذي يتعلق بتمكين الناس من القزود بالحقائق والمعلومات والايخبار بمختلف الوسائل المتاحة ابتداء من قرع الطبول ونفع الابواق حتى اعظم وسائل الاعلام نقدا في العصر الحديث كالتلفاز والاذاعة المسموعة مثل الراديو التي نعم الارض في لحظة اطلاقها وبهذا المفهوم يعتبر الاعلام في المجتمعات ظاهرة اجتماعية وهو مطلب اساسيا وضرورة حيوية لابد منها. وقد عرف الاعلام بالمفهوم الاصطلاحي : هو جانب من عملية الاتصال التي يتفاعل بمقتضاها متلقي ومرسل الرسالة في مضامين اجتماعية معينة او معنى مجرد او موقع معين فالاتصال يقوم على المشاركة في المعلومات والصدر الذهنية والآراء والتأثير في سلوك المستقبل هو هدف عملية الاعلام (١) فالرسائل الاعلامية تعتبر اتصالا والاستجابة لها احداث تغير لدى المستقبل عن طريق ما تزوده من المعلومات واخبار وحقائق وبهذا الحالة يكون وصخون الرسالة يعمل على تنوير المستقبلين ورفع الغشاوة عن اعينهم ومساعدتهم على اتخاذ القرار المناسب وبذلك يدخل في العملية الاعلامية الآراء والحقائق والتوجيه والاقناع وقال الدكتور ياس البياني : ان الاعلام المعاصر لم يعد يعني نقل المعلومات والايخبار بمعناها الضيق وانما تغدو الى خلق فهم جديد للعملية الاعلامية التي نتحكم بها طرائق ومعارج ومناهج العلوم الحديثة فقد اصبحت المضامين لاتعتبر عن نقلية وظائف الاعلام المعروفة وانما اتسعت لتأخذ مجالا اعمق في جدلية التأثيرة ولتصبح هذه المضامين مليئة بتجارب العلوم المتقدمة ومنلمجها العملية ولتجد لنفسها اكثر من هدف ووظيفة على مستوى ((المصخون الريحاني)) و((النفسي)) (٢)

ج : مفهوم السياسة الاعلامية والتخطيط

ومن منطلق مفهوم السياسة الاعلامية الذي تتبناه اليونسكو في مؤتمرها الدوري المنعقد سنة ١٩٧٢ _ باريس ، الذي نص على ان السياسة الاعلامية (هي مجموعة من المبادئ والقواعد والمعايير التي تحكم وتوجه سلوك ، الانظمة الاعلامية ، التي عادة تنشق من شروط الايديوجيا السياسية والقيم التي ترتكز عليها في بلدا ما) (١)

لقد اخذ البحث من عناصر التي يضمنها التعريف: المبادئ والمعايير، القواعد والقيم، السلوك الاعلامي ، الايديولوجيا السياسية، وكذلك القيم وكل واحد منها يجعل حيز من المضمون الذي يعبر عنه ، فلو طبقت هذه النقاط في المؤسسات الاعلامية التي تعمل اساسا في الدوائر او المؤسسات الحكومية وخاصة بعد ان اصبح الاعلام في العراق يتمتع بقدر كبير من الحرية بعد زوال النظام السابق واحذت وسائل الاعلام والاتصال تنتشر بشكل واسع وكبير جدا حيث اصبح جميع الدوائر والمؤسسات الحكومية وغير الحكومية تمتلك مكاتب اعلامية وكنهها محطات ارسال اذاعية بكل ماتحمله الصحافة والاعلام من تنوع واشكال ك المقروءة والمرئية والمسموعة دون ضوابط تنظم عملها وسلوكها ، لذلك يجد الباحث التضارب في طرح المعلومات او الاخبار حسب تتناقله عن لسان المجتمع المحلي مما يتفونه من معلومات متداخله وغير مدروسة وخاصة تلك التي تنقل عبر مواقع التواصل الاجتماعي الذي تستخدمها مكاتب الاعلام في مؤسسات الحكومية ، وان ينقل او يصل الى المتلقي لا يحمل القدر المناسب من المصادقية وخاصة ما يصرح به عن الخدمات او المشاريع التي هي من عمل المؤسسات الرسمية للدولة أي الدوائر التنفيذية ، ومن هذا المنطلق يجد الباحث لابد من وجود الخلل من خلال الدراسة لمعرفة مقع بالتقصير في الرسالة الاعلامية ام في التشويش على فهم المتلقي وذلك لكثرة مصادر البث للرسائل الاعلامية وتداخلها سواء كانت حكومية رسمية او محلية مستقلة ، زما هي القواعد والاسس التي يتوقف عليها القائمون بالاتصال والمعايير التي يحددها عمله

ثانيا: العلاقات العامة

١_ نشأة العلاقات العامة

لقد استخدم ددورمان ايتون من مدرسة بيل للقانون تعبير العلاقات العامة سنة ١٨٨٢ ، في خطاب القاه بعنوان : (العلاقات العامة وواجبات المهنة القانونية) . وفي عام ١٩٠٨ استخدم تيودر رئيس شركة التلفزيون والتلفزيون الامريكيه هذا التعبير لأول مره من على راس تقرير الشركة لذلك العام (١)

وقد تضمن هذال التقرير والتقارير التي تلقت حرص رئيس الشركة على مراعاة مصالح الجماهير . ومن ثم جاء ايفى لي الملقب ابو العلاقات العامة بعد وضع الكثير من مبادئها خلال رحلته مع المهنة التي بدأت مع منطلق القرن العشرين وحتى وفاته عام ١٩٣٤ م وقد ظل ابغى لي يستخدم عبارات مثل مستشار النشر ، مدير النشر ، مهنة النشر ، حتى عام ١٩٢١م حيث استخدم لأول مره تعبير العلاقات العامة (٢)

ومن ثم جاء العديد من الشخصيات التي حملت بعد ابغى لي الدور الاكبر في وقع العلاقات العامة اللى مرحلة التقنين وقد خصب بيرنز فن العلاقات في الكثير من الدراسات النفسية والاجتماعية من الرواد ايضا (بول جاريت) الذي اسس قسم العلاقات العامة في شركة جنرال موتور ز عام ١٩٣١م وبعد الحرب العالمية الثانية ، شهد السنوات التالية غدا هائلا من في مجال الدراسات المتصلة بها وخاصة ابحاث الانتقائية ، وعلم الدلالة ، وابحاث الراي العام ،

والعلوم الاجتماعية ، والسلوكية استفادة المؤلفات التي صدرت عن العلاقات العامة بعد ذلك من هذه الدراسات نضع
الاساس لهذه المهنة وارتبط ذلك بأنشاء معهد العلاقات العامة بجامعة بوسطن عام ١٩٤٧ م (٣)

٢_ اهم خصائص العلاقات العامة

ا_ العلاقات العامة ليست من الانشطة الثانوية بل انها ضرورية جدا .

ب_ انها وظيفة ادارية اساسية من وظائف الادارة .

ج_ انها وظيفة اتصالية ذات تاثير متبادل .

د_ انها وظيفة استشارية مهمة جدا .

ه_ تعتمد العلاقات العامة في انشطتها على الاسلوب العلمي القائم على الدراسات والبحوث المستمرة ،

٤ _ انشطة العلاقات العامة

لقد ركز المختصون المعاصرون على هذا المجال الحيوي و وجهوا بضرورة ان نسة المؤسسات والقطاعات المتنوعة
للاستثمار العلاقات العامة على افضل وجه .وهناك تعاريف للعلاقات العامة منها :

. هي فلسفة اجتماعية للادارة تعبر عنها من خلال انشطتها وسياستها المتعلقة بالجمهور .

. هي وظيفة تتضمن قياسا وتقويما .

. هي وظيفة ادارية مستمرة .(١)

_ وظائف العلاقات العامة

اولا _ البحث ويقصد به الدراسات والبحوث المستمرة

ثانيا _ التخطيط : وهو تحديد الوسائل التي تستخدم

ثالثا _ الاتصال _ وهو القيام بتحديد الوسائللا .

رابعا _ التنسيق وهو تحقيق الانسجام والتنسيق بين انشطة العلاقات العامة وبين انشطة الادارات

الاخري .

خامسا _ التقويمه : وهو قياس الانتاج الفعلي لتطبيق برامج العلاقات العامة . (٣)

المبحث الثالث _ إجراءات البحث

الجانب التحليلي

بعد ان قام الباحث بدراسة وافية لمعرفة كل التفاصيل التي يتصف بها الاعلام ومن خصائص وسماة التعاريف التي
وضعت من قبل علماء الاعلام والاتصال من العاملين في مهنة الاعلام وماهي الصفاة المعايير التي لابد من يلتزم
بها والتي لابد ان يركز عليها وان يحترمها بكل دقة ومصداقية وموضوعية .، ذهب الباحث ايضا بدراسته ميدانيا
لمعرفة مامدى تطبيق هذه الاسس والقواعد المهنية لدى العاملين في الاعلام مؤسسات الحكومية خاصة . وذلك من
خلال اتبيان تتكون من مجموعة من الاسئلة لايجاد الاجابات التي تكشف الفرق بين القول والحقيقة والفعل . وقد اخذ

الباحث مطاف اخر في دراسته ، وهي (العلاقات العامة) كونها مرتبطة ارتباط وثيق مع عمل الاعلام وهي الرديف للعملية الاعلامية في جميع مؤسسات الدولة ،وهل هناك تمثيل حقيقي ام لا ، وهل ان العاملين في هذه المهنة متمكنين منها اكاديميا وهل هم متخصصين ام مجرد موظفين دون أي دراية او معرفة بكيفية ادارة هذه المهنة فقد وجد الباحث ما يلي :

اولا : المقارنة بين الاعلام كمهنة والاسئلة الموجهة في الاستمارة للاستبانة بهذا الخصوص الى العاملين في هذا المجال من المحررين والمصورين والمراسلين او المندوبين وحسب الاجابات والمهن الاختصاصات او الصفات التي يتمتعون بها وكيفية الاجابة عليها ، وما بمدى الخبرة او القدر على الاجابة والاسلوب في التعبير واللغة وسجل الباحث ذلك تفصيلا ،

ثانيا : المقارنة بين العلاقات العامة كوظيفة وكيفية تعريفها من قبل العاملين في مكاتب الاعلام والعلاقات في المؤسسات الحكومية ، التشريعية والتنفيذية ، والتي هي مجتمع البحث والدراسة وتقييم ما مدى امكانية ممارسة العلاقات العامة كوظيفة ، دون ان يكون هناك تخصص في هذا المجال من الجانب الاكاديمي والمهني معا ، الاستبان

الاستبانة : هي الاداة من ادوات تحليل المضمون في منهج الدراسات الوصفية وعرف (امجد قاسم : بانه مجموعة من الاسئلة المتنوعة التي ترتبط في بعضها البعض بشكل يحقق الهدف الذي يسعى اليه الباحث من خلال المشكلة التي يطرحها بحثه ويرسل الى مجموعة من الافراد او المؤسسات التي اختارها الباحث لبحثه لكي يتم تعيينها ثم اعادتها الى الباحث . وقد اعد الباحث استمارة الاستبانة مكونة من شطرين ، الاول يطرح تساؤلات عن طبية ومهام كل مستهدف في المجتمع البحث وقد خضعت هذه الاستمارة الى لجنة تحكيم من الخبراء لاعادتها ونالت الموافقة . وهناك نسخة مرفقة من الاستمارة في نهاية البحث ، وقد تالفت اللجنة من الاساتذة وكما يلي :

١_ الدكتور هادي فليح حسن عميد كلية الاعلام في جامعة ذي قار .

٢_ الدكتور حسين اسماعيل معاون العميد .

٣_ م.م . خالد عبد العزيز محسن .

وقد تم اجراء الدراسة التحليلية للأجوبة على اسئلة استمارة الاستبانة وكانت النتائج حسب الجداول التالية:

والمتمضمن المستوى العلمي للفئة المستهدفة العاملين في مؤسسات الدولة في سلك الاعلام والعلاقات العامة .

الجدول رقم (١) : التحصيل الدراسي .

| ت | التحصيل الدراسي | التكرار | النسبة المئوية |
|---|-----------------|---------|----------------|
| ١ | متوسطة فما دون | ٢٣ | ٢٣% |
| ٢ | اعدادية | ٥٩ | ٥٩% |
| ٣ | بكالوريوس | ١٥ | ١٥% |

| | | | |
|---------|------|---|------|
| ٤ | عليا | ٣ | ٣% |
| المجموع | ١٠٠ | | ١٠٠% |

جاءت نتائج المستوى العلمي او التحصيل الدراسي للعاملين في المؤسسات الحكومية في مكاتب الأعلام والعلاقات العامة بنسب متفاوتة قد بينتها نتائج استمارة الاستبانة التي قدمها الباحث من اجل الوصول الى الهدف الحقيقي مكن وراءها وقد جاءت النسب حسب الجدول المبين في اعلاه والتي تضمنت بالتفصيل نسب الدراسة المتوسطة فما دون والاعدادية والبيكالوريوس والحاصلين على الشهادات العليا دون ذكرها بالتفصيل ان كانت دكتوراه او ماجستير او غيرها . وقد وضع الباحث تفصيلاً نتائج استمارة الاستبانة في الجدول المبين اعلاه .

جدول رقم (٢) عنوان سكن المستهدفين

| ت | عنوان سكن المستهدف | التكرار | النسبة المئوية |
|---|--------------------|---------|----------------|
| ١ | قضاء الناصرية | ٩٠ | ٩٠% |
| | الشرطة | ٥ | ٥% |
| ٢ | ناحية اور | ٤ | ٤% |
| | ناحية العكيكه | ١ | ١% |
| | المجموع | ١٠٠ | ١٠٠% |

وضع الجدول السابق سكن المستهدفين .

ويقصد الباحث من هذا الجدول جغرافية العاملين في الأعلام وهل هم من سكنة المناطق التي تكثر فيها مشكلات الخدمات التي تؤدي الدوائر المعنية في المجتمع البحث العمل فيها . وما هي النسبة بين الكثافة السكانية التيبوغرافية بين الساكنين في مناطق النواحي التي يكون عدد سكانها اقل عددا واقل مشكلات من حيث عمل تلك الدوائر وذلك لان المستهدفين في البحث هم من يعملون في المؤسسات التشريعية والتنفيذية الرئيسية لمركز المحافظة وكما موضح في بداية البحث . والنتائج التي جاءت بها استمارة الاستبيان

جدول رقم (٣) جنس المستهدفين :

| ت | الجنس للمستهدفين | التكرار | النسبة المئوية |
|---|------------------|---------|----------------|
| ١ | ذكر | ٨٨ | ٨٨% |
| ٢ | انثى | ١٢ | ١٢% |
| | المجموع | ١٠٠ | ١٠٠% |

وضح هذا الجدول بأن العاملين مني الاعلام والعلاقات في المؤسسات الحكومية من الذكور يفوق عددهم ثمان اصناف عدد الانسان العاملات في تلك المؤسسات نفسها وبالصفة المذكورة ايضاً وتبين من نتيجة استمارة الاستبيان كما موضح في هذا الجدول نسبة الذكور هي ٨٨٪ ونسبة الاناث ١٢٪ وهذا الفارق بين الجنسين وستوضح الاسباب بالمناقشة اللاحقة في تحليل المضمون في المبحث اللاحق

جدول رقم (٤) يبين صفة عمل المستهدفين :

| ت | صفة عمل المستهدف | التكرار | النسبة المئوية |
|---|------------------|---------|----------------|
| ١ | محرر | ١٦ | ١٦٪ |
| ٢ | مراسل | ٥١ | ١٥٪ |
| ٣ | مصور | ٣١ | ٣١٪ |
| ٤ | منسق | ١ | ١٪ |
| ٥ | اخرى / (مستشار) | ١ | ١٪ |
| | المجموع | ١٠٠ | ١٠٠٪ |

اجابة استمارة الاستبيان على النسب الموضحة في الجدول اعلاه للصفة التي تعمل من خلالها كل مستهدف من مجتمع البحث في المكاتب الاعلامية ومكاتب العلاقات العامة في مؤسسات الحكومة المحلية لمحافظة ذي قار والدوائر التي اخذت كعينات لهذا البحث وكانت النتائج كما يلي حسب الجدول اعلاه وهي ان عدد

المحررين ١٦ من اصل مئة مستهدف ونسبة ١٦٪

مراسل ٥١ من اصل مئة مستهدف ونسبة ٥١٪

مصور ٣١ من اصل مئة مستهدف ونسبة ٣١٪

منسق ١ فقط من اصل مئة مستهدف ونسبة ١٪

مستشار ١ فقط من اصل مئة مستهدف ونسبة ١٪

جدول رقم (٥) يبين ماهية عمل المشمولين بعينية البحث :

| ت | نوع وظيفة المستهدف في المؤسسة | التكرار | النسبة المئوية |
|---|-------------------------------|---------|----------------|
| ١ | ملاك دائم | ٨٤ | ٨٤٪ |
| ٢ | عقد | ١١ | ١١٪ |
| ٣ | أجير يومي | ٤ | ٤٪ |
| ٤ | اخرى / مستشار | ١ | ١٪ |
| | المجموع | ١٠٠ | ١٠٠٪ |

اعتمد هذا الجدول تفصيل نوع الوظيفة لكل مستهدف من مجتمع البحث وجاءت النتائج كما الحكوميين ٨٤ موظف اي نسبة ٨٤٪ وكان عدد المتعاقدين ١١ متعاقد اي نسبة ١١٪ من اصل ١٠٠ مستهدف فقط . وجاءت نتيجة عدد العاملين بأجر يومي ٤ اشخاص اي نسبة ٤٪ من اصل ١٠٠ مستهدف في مجتمع البحث وسوف نحلل نسبة ١٪ من اصل ١٠٠ مستهدف في مجتمع البحث وسوف نحلل ماهية المعادلة والتفاوت في النسب في مناقشة النتائج في البحث اللاحق.

وكان السؤال الاول (ص ١) عن طبيعة عمل المستهدف

س١:

| ت | طبيعة عمل المستهدف | التكرار | النسبة المئوية |
|---|--------------------|---------|----------------|
| ١ | اعلام | ١٠٠ | ١٠٠٪ |
| ٢ | علاقات عامة | صفر % | صفر % |
| | المجموع | ١٠٠ | ١٠٠٪ |

حصل الباحث على معرفة النسبة العاملين بصفة اعلاميين بشكل عام وهي ١٠٠٪ ونسبة العاملين بوظيفة العلاقات العامة صفر٪ وكانت هذه النتيجة حسب الجدول اعلاه .

س٢/ كان هذا السؤال عن مشاركات المستهدف في مؤتمرات الدوائر اخرى وهل كان يشارك ام لا يشارك .

| ت | المشاركات في المؤتمرات من قبل المستهدف | التكرار | النسبة المئوية |
|---|--|---------|----------------|
| ١ | نعم | ٦٦ | ٦٦٪ |
| ٢ | كلا | ٣٤ | ٣٤٪ |
| | المجموع | ١٠٠ | ١٠٠٪ |

اجابة ٦٦ من اصل مائة مستهدف من الاعلاميين بأن لديهم العديد من المشاركات في مؤتمرات متنوعة وفي دوائر مختلفة ومنظمات انسانية او منظمات مجتمع مدني وامامه الدورات واللقاءات والمبادرات وتغطية العديد من المشاركات البناءة واعترض ٢٤ من اصل مائة على انهم لم يقودوا بالمشاركة (فعاليات او لقاءات المناقشة مالمسبب في ذلك)

س٣/ هل لديكم لقاءات مع المواطنين المراجعين لتعرف على آرائكم عن طبيعة عمل دوائركم .

| ت | المشاركات في المؤتمرات من قبلالمستهدف | التكرار | النسبة المئوية |
|---------|---------------------------------------|---------|----------------|
| ١ | نعم | ٧٠ | %٧٠ |
| ٢ | كلا | ٣٠ | %٣٠ |
| المجموع | | | %١٠٠ |

أكد ٧٠% من المستهدفين في مجتمع البحث البالغ عددهم المائة مستهدف على انهم يقومون بالتعرض للمراجعين من المواطنين خلال الدوام الرسمي من أجل التعرف على آرائهم واحتياجاتهم ونقلها الى مسؤوليهم في الدائرة العمل بشكل متوازن ونافع

س٤/ ما الوسائل التي يستخدمها المستهدف ؟

| ت | نوع الوسيلة الاتصالية المستخدمة من قبل المستهدف | التكرار | النسبة المئوية |
|---------|---|---------|----------------|
| ١ | اذاعة مسموعة | ١ | %١ |
| | يستخدم الكل | ٣٣ | %٣٣ |
| ٢ | تلفزيون | ٧ | %٧ |
| ٣ | صحيفة فقط | ١ | %١ |
| ٤ | موقع إلكتروني | ٥٧ | %٥٧ |
| ٥ | لا يستخدم اي وسيلة | ١ | %١ |
| المجموع | | | %١٠٠ |

هنا تنوعت الوسائل المستخدمة من قبل المستهدفين حسب الاولوية التي يرغبون وكانت النسب

- ١- من يستخدم الاذاعة المسموعة (٠١) فقط
- ٢- من يستخدم جميع الوسائل (٣٣) مستهدف
- ٣- من يستخدم التغطية التلفزيونية (١) فقط
- ٤- ومن يستخدم المواقع الالكترونية (٥٧) مستهدف يستخدمون المواقع الالكترونية
- ٥- ومن لا يستخدم اي وسيلة (١) وستكون الاجابة على عدم استخدامه في البحث اللاحق مع المناقشات
- ٦- س٥/ يتكون هذا السؤال من شقين (أ) تعريف العلاقات العامة (ب) هل يوجد تشخيص في عمل العلاقات العامة

جدول (أ) تعريف العلاقات العامة .

| ت | هل تعرف العلاقات بشكل صحيح | التكرار | النسبة المئوية |
|---------|----------------------------|---------|----------------|
| ١ | نعم | ٣ | ٣% |
| ٢ | كلا | ٩٧ | ٩٧% |
| المجموع | | | ١٠٠% |

حصل الباحث على ثلاث اجابات صحيحة من قبل المستهدفين لتعريف العلاقات العامة وبنسبة ٩٧% اجابة خطأ للتعريف من اصل ١٠٠ مستهدف من العاملين في الاعلام والعلاقات العامة في مؤسسات الدولة .
جدول (ب) لمعرفة نسبة المتخصصين في العلاقات العامة .

| ت | هل يوجد متخصصين | التكرار | النسبة المئوية |
|---------|-----------------|---------|----------------|
| ١ | نعم | ٣ | ٣% |
| ٢ | كلا | ٩٧ | ٩٧% |
| المجموع | | | ١٠٠% |

كانت الإجابة على نعم ثلاث من اصل ١٠٠ اي بنسبة ٣% و ٩٧ اجابة كلا لا يوجد متخصصين للعمل كجهاز علاقات عامة من اصل ١٠٠ مستهدف أيضا من العاملين بما يسمى مكاتب الاعلام والعلاقات العامة .
س٦/ هل تنشرون سلبيات عمل دائرتكم ام فقط الايجابيات كان الرد حسب الجدول التالي :

| ت | هل تنشرون السلبيات | التكرار | النسبة |
|---------|--------------------|---------|--------|
| ١ | نعم | ٤ | ٤% |
| ٢ | كلا | ٩٦ | ٩٦% |
| المجموع | | | ١٠٠% |

كانت نتائج السؤال رقم ٦ حسب الجدول هي ٤ من مئة مستهدف اجابوا بنعم ننشر عن سلبيات العمل في دوائرنا واعترض ٩٦ من مائة مستهدف واجابوا بـ كلا لا يمكن النشر مثل هكذا .
ولكن ننشر فقط الايجابيات التي تقدمها دوائرنا .
س٨ / مشاركة المسؤول في اراء العاملين .

| ت | هل يشارك المسؤول اراء العاملين في الاعلام | التكرار | النسبة |
|---------|---|---------|--------|
| ١ | نعم | ٢٦ | ٢٦% |
| ٢ | كلا | ٧٤ | ٧٤% |
| المجموع | | | ١٠٠% |

سأل الباحث المستهدفين ب هل يشارككم المسؤول في اخذ اراءكم واستشاراتكم حول عمل الدائرة وجاءت الاجابات حسب استمارة الاستبيان كما يلي ٢٦ من اصل مائة اجابوا بنعم و ٧٤ من اصل مائة اجابوا ب كلا لن يشارك ولن يستشير حول مهام عمل الدائرة التي يتراسها .

س٧/ هل تقوم بحملات استطلاع للرأي في مناطق من مدينتكم لنعرف على احتياجات المواطنين
كان الرد حسب الجدول التالي .:

| ت | هل يوجد حملات استطلاع للرأي | التكرار | النسبة |
|---------|-----------------------------|---------|--------|
| ١ | نعم | ١٧ | %١٧ |
| ٢ | كلا | ٨٣ | %٨٣ |
| المجموع | | | |
| | | ١٠٠ | %١٠٠ |

اراد الباحث التعرف على ان هل هناك حملات استطلاع للرأي من قبل الاعلاميين المستهدفين في المناطق المحيطة ضمن قواطع عملهم او عمل خدمات دائرتهم وذلك لنعرف على آرائهم واحتياجاتهم فطرح الباحث السؤال رقم ٧ وكانت النتيجة كما مبين في الجدول اعلاه وهي ١٧ من المائة اجابوا بنعم لدينا حملات استطلاع في المناطق المتفرقة لدينا و ٨٣ من المائة اجابوا ب كلا لا توجد حملات استطلاع حول هذه المواضيع وان كانت هناك بعض المشاركات مع الاعلاميين المستقبليين ولكنها ليس استطلاع للرأي وطرح اسئلة على المواطنين والتعرف على احتياجاتهم .

س٩/ ماذا تقدمون لوسائل الاعلام ؟

| ت | هل تقدمون لوسائل الاعلام المعلومات السارة | التكرار | النسبة |
|---------|---|---------|--------|
| ١ | نعم | ٤ | %٤ |
| ٢ | كلا | ٩٦ | %٩٦ |
| المجموع | | | |
| | | ١٠٠ | %١٠٠ |

طرح الباحث سؤاله رقم ٦ والمتضمن هل تنشرون ما هو سار وايجابي وما هو غير سار غير ايجابي من منجز عمل دائرتكم وجاءت الاجابة على ورقة الاستبانة بنسبة ٤% من اجابوا بنعم تنشر المعلومات غير السارة كما نسر غير السارة واجاب ٩٦ اخرين بعدم نشر السلبيات اطلاقاً وانما فقط الايجابيات من عمل الدائرة التي تنتمي اليها والاسباب سوف يذكرها الباحث في عرض الاستنتاجات طرح الباحث سؤاله رقم ٦ والمتضمن هل تنشرون ما هو سار وايجابي وما هو غير سار غير ايجابي من منجز عمل دائرتكم وجاءت الاجابة على ورقة الاستبانة بنسبة ٤% من اجابوا بنعم تنشر المعلومات غير السارة كما نسر غير السارة واجاب ٩٦ اخرين بعدم نشر السلبيات اطلاقاً وانما فقط الايجابيات من عمل الدائرة التي تنتمي اليها والاسباب سوف يذكرها الباحث في عرض الاستنتاجات

س١٠ / هل تعرضت للمحاسبة حال نشرك لمعلومات لا ترضي المسؤول ؟

| ت | هل تتعرض للمحاسبة حال نشر معلومة وان كانت صادقة ولكنها سلبية بحق المسؤول | التكرار | النسبة |
|---------|--|---------|--------|
| ١ | نعم | ٩٣ | %٩٣ |
| ٢ | كلا | ٧ | %٧ |
| المجموع | | | %١٠٠ |

كانت الإجابات على السؤال رقم (١٠) وهو السؤال الاخير تمثل الرد الصريح والذي يعبر عن مدى ضعف الاعلام في ظل السلطة وكم هي الحقيقة غائبة امام القوة والمال ومن هذه الاجوبة على هذا السؤال بذات يعطي الدليل القاطع بان العملية الاعلامية في ضل السلطة تسير وفق ما يأمر به المسؤول او الحاكم ولا يمكن ان يستطيع أي شخص ان يبوح بمعلومة مهما كانت حقيقية ان لم يكن المسؤول راضي او على دراية والا سيكون من يتقصد يتعمد في نشرها عرضه للمساءلة والمحاسبة . وتوجيه العقوبة له وقد تصل الى طرده من الوظيفة .

وقد جاءت الاجابة من قبل المستهدفين بنسبة %٩٣ . سوف تتعرض للمحاسبة في حال اقدمنا على نشر أي معلومة مهما كانت حقيقية ان لم تسر مسؤول الدائرة ويعتبرها عرقلة وتشويه سمعت الدائرة وعملها . واجاب %٧ بانهم لن تتم محاسبتهم أي قاموا بنشر المعلومات والحقائق والتي هي سلبيات في عمل دائرتكم او ليس بالمستوى المطلوب ويعتبرون بان ذلك نوع من الارشاد والتوجيه

المبحث الرابع : عرض النتائج ومناقشتها

- اولاً : المستوى العلمي للمستهدفين

جاءت النتيجة كما يلي :

أ - الحاصلين على الشهادات العليا هم فقط ٣

ب - الحاصلين على شهادة البكالوريوس ١٥

ج - الحاصلين على شهادة الاعدادية ٥٩

د - الحاصلين على شهادة المتوسطة فما دون ٢٣

نأخذ اولاً من النسبة %٣ من الشهادات العليا من العاملين في مجال الاعلام فقط والمتخصصين كذلك واما النسب المتبقية من خريجي الكليات والاعدادية والمتوسطة هم ليس من المتخصصين في مجال الاعلام ولا في مجال العلاقات العامة بل اخذت هذه المهنة او العمل فيها بشكل (حرفة) وهذا الاستنتاج لا يحقق الهدف من الاعلام وفنونه واهدافه وسلوكيات العاملين في مجاله حتى وان كانت هناك دورات في هذا المجال .

فان الباحث يرى ان الدورات في مجال الاعلام لمن هم ادنى من المستوى العلمي لمهنة الاعلام او بمعنى اخر من الذي غير حاصلين على شهادة تؤهلهم للعمل في مجال الاعلام ، لا يمكن ان يعطي تلك الدورات النتيجة لان التخصص هو الا ضمن في كل المجالات ، ويرى الباحث ان اول نقطة تسجل هي عدم وضع الاختصاص في محله المناسب. علماً أن هناك المئات بل الالاف من خريجي كليات الاعلام الصباحية والمسائية وهم الاولى ان يعملوا في هذا المجال وفي هذه المؤسسات .

- ثانياً : جغرافية المستهدفين .

وجد الباحث ان اغلب العاملين من المستهدفين عم من سكنة القضاء والمركز وبنسبة ٩٠٪ اما نسب الساكنين في الاقضية والنواحي الاخرى بنسبة ١٠٪ فقط من هم في مكاتب الاعلام للمؤسسات الحكومية وفي هذه الحالة لا يعتقد الباحث من وجود مشكلة في هذا المجال .

• ثالثاً : الجنس

وجد الباحث ما يخص التمثيل في العمل من كلا الجنسين حسب نتائج الاستبيان ان العاملين من الذكور هم بنسبة ٨٨٪ و ١٢٪ من الاناث وان هذه النسبة غير معقولة ولا بد من الوقوف امامها كثيراً لمعرفة اسباب التفاوت الكبير علماً ان الرغبات في مجال ممارسة العمل الاعلامي من الاناث يفوق عدد الذكور لسببين .:

١- ان منظمات المجتمع المدني نجد العشرات الاناث اللواتي يعملن في مجال الاعلام ومن الحاصلات على شهادة البكالوريوس في الاعلام في شقيه الصحافة او الاذاعة والتلفزيون ولديهم من المهارة العالية في العمل والاداء .

٢- لو قارنا بين العاملين من الذكور والاناث في جميع الوسائل الاعلامية العالمية والعربية وحتى الفضائيات نجد نسبة الاناث تفوق نسبة الذكور بكثير وذلك لأسباب قد تعود الى اجتذاب المتلقي او المجتمع او لغاية في السياسة الخاصة لكل وسيلة اعلامية .

• رابعاً : ما يخص الصفة في العمل الإعلامي .

وجد الباحث ان النسب متقاربة من حيث طبيعة العمل الاعلامي وخاصة في مؤسسات الدولة وذلك يمكن الاعتماد وعلى المراسلين والمؤسسات الاعلامية المنقلة لنقل نشاطات عملهم او تغطية الندوات والمؤتمرات ويمكن ان يكون العدد وتوزيع النسب لا يؤدي الى مشكلة .

• خامساً : العناوين الوظيفية الرسمية .

ان العمل الاعلامي لا يتوقف على ان يكون هذا المجال والعاملين فيه لابد لهم ان يكونوا موظفين على الملاك او متقاعدين او متطوعين لعمل لان مهمة الاعلام محببيه للجميع مهما كانت متاعبها ومع ذلك وجد الباحث ان الموظفين الرسميين هم بنسبة ٨٤٪ من المستهدفين وهذا عدد ليس بقليل .

• سادساً : الاعلام - العلاقات العامة .

من اهم النقاط التي تتعلق بمشكلة البحث هي التمثيل الصحيح لوظيفتي الاعلام ووظيفة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية وما مدى وجود المتخصصين في هذين المجالين المهمين من مفاصل الدولة وبناء مؤسساتها بالشكل الصحيح وذلك من خلال نقل الحقيقة الى المواطن المستهدف ونقل اراءه من خلال رجع العدى وذلك عبر العديد من الطرق والوسائل المتاحة سواء اكانت عن طريق المرسلات عبر الانترنت او عبر اللقاءات والمؤتمرات والمقابلات او الاجتماعات والمباحثات وعبر الوسائل الاعلامية والصحفية او الالكترونية او عن طريق المذيع او التلفاز او البرقيات والمخاطبات التي من خلالها يمكن ان تكون العملية الاعلامية والاتصالية نأخذ مجالها الحقيقي وخاصة في المؤسسات الحكومية كونها هي التي تدير البلد في كل مجالات الحياة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والتعليم والتربية وفي مجال الخدمات التي يحتاجها

المواطن في الحياة اليومية او المستقبلية ، وان اي دولة في العالم مهما كانت سياستها تمتلك الاعلام ولكن نستخدمه حسب سياسة السلطة التي تدير الحكم في البلد ، ومن هنا يرى الباحث ان التمثيل للأعلام الحكومي وان كان اغلب العاملين فيه من المستهدفين اجابوا بكلمة الاختصاص (الاعلام) ولكن حينما يطبقها الباحث مع مستوياتهم العلمية ، يجد الفرق الشاسع بين الاختصاص الاكاديمي والمهني وبين الاعلام ك (حرفة) دون امتلاك الضوابط والاسس التي يركزها عليها من يعمل في الاعلام من قواعد وسلوكيات اخلاقية او مهنية او فنية .

والنقطة الثانية هي ما تتعلق بـ (العلاقات العامة) ؟!

وجد الباحث من خلال الاجابات على استمارة الاستبيان بأن العلاقات العامة مجرد أسم ولا يوجد أي تمثيل ولا متخصصين لهذا المجال في جميع مؤسسات الدولة المستهدفة في البحث . علماً ان من اهم الوظائف التي تستند عليها معظم الدول المتطورة هي جهاز العلاقات العامة الذي ينظم عمل القائمين على ادارة تلك المؤسسات الحكومية من اعلى الهرم وحتى المنظمات الغير الحكومية لابد ان يوجد تمثيل للعلاقات العامة بالشكل الصحيح وذلك لنجاح تلك المؤسسة لأداء عملها على احسن ما يمكن .

- سابعاً : المشاركة المتبادلة في المؤتمرات الرسمية .
من خلال التساؤل على مدى مشاركة الفاعلة بين القائمين على العملية الاعلامية في المؤتمرات في المؤسسات الاخرى وذلك من اجل تبادل الخبرات والمعلومات بين تلك الدوائر ونقلها الى الجمهور كي يطلع على تلك الفعاليات وحركتها بين المؤسسات الحكومية .
- كانت الاجابة ب (نعم) بنسبة ٦٦٪ يوجد هكذا مشاركات وفعاليات من قبل المستهدفين و ٣٤٪ كانت الاجابة ب (كلا) قد يكون لم يشارك من هؤلاء هم العاملين في الادارة في تلك المؤسسات ويرى الباحث ان النسبة في تلك المشاركات تعتبر ايجابية .
- ثامناً : التساؤل حول اللقاءات التي يجربها مع المواطنين المراجعين للمؤسسة التي يعمل فيها الاعلامي المستهدف .
كانت الاجابة بأن هناك لقاءات موفقة مع المواطنين وبنسبة ٧٠٪ يوجد لقاءات من قبل القائمين على العملية الاعلامية في المؤسسات الحكومية .
- تاسعاً : الوسيلة المستخدمة .
يستخدم المستهدفون ٥٧٪ منهم الواقع الالكتروني للنشر و ٣٣٪ يستخدمون جميع الوسائل الاعلامية والاتصالية لنقل ونشر معلوماتهم واخبارهم ولقاءتهم ضمن عمل دائرتهم ويستخدم ٧٪ فقط التلفزيون كوسيلة للنشر اما من يستخدم الاذاعة المسموعة فهي بنسبة ١٪ ومن لا يستخدم كذلك ١٪ من اصل مائة مستهدف .
- عاشراً : (أ) التعريف المتعلق بالعلاقات العامة والاجابة عليه .
جاءت النسبة بالإجابات الصحيحة بتعرف وظيفة العلاقات العامة بنسبة ٣٪ فقط و ٩٧٪ من الاجابات كانت خاطئة هذا ما يدل على عدم معرفة العلاقات العامة وما هو دورها ووظائفها في المؤسسات والمنظمات الحكومية او غير الحكومية
- عاشراً (ب) هل يوجد متخصصون في العلاقات العامة .
كانت الاجابة ب (نعم) بنسبة ٣٪ فقط من المستهدفين والاجابة ب (كلا) بنسبة ٩٧٪ وهذا دليل قاطع على عدم وجود ما يسمى بالعلاقات العامة في المؤسسات الحكومية او حتى في المنظمات غير الحكومية .
- الحادي عشر : ما يخص امكانية نشر السلبيات من عمل المؤسسات العاملين فيها .

كانت النسبة ٤% ب (نعم) و ٩٦% ب (كلا) وكانت هناك ملاحظات اضافية من قبل المستهدفين صريحة وواضحة بقولهم نشر الايجابيات فقط ولا يمكن نشر او بذريعة عدم الانتعاش من عمل الدائرة التي ينتمي اليها المستهدف .

• الثانية عشر : هل يوجد استطلاع للرأي ؟

كانت الاجابة على هذا التساؤل بنسبة ١٧% فقط نعم و ٨٣% بكلا لا توجد حملات استطلاع من قبل المستهدفين للرأي في مناطق سكنهم وذلك للتعرف على اراء المواطنين او احتياجاتهم ويمكن نقلها الى المسؤولين عبر المخاطبات او نشر على وسائل الاعلام كي يتعرف او يتعرض لها المسؤولين المختصين من اجل معالجة بعض الامور المطلوبة او تنفيذ ما يستطيع تنفيذه مما اوكل لهم من اعمال حسب طبيعة عمل المؤسسة او الدائرة ومهام عملها .

• الثالثة عشر : هل يشارك المسؤول العاملين في الاعلام اراءهم واستشارهم ؟

كانت النتيجة ٢٦% يشارك و ٧٤% لم يشارك وهذا ما يدل على نقطتين مهمتين .
١- اما عدم اعتراف المسؤول بأهمية الاعلام ودوره الحقيقي في بناء المجتمع ودفع عجلة التطور كونه ينقل الحقيقة ، وباعتبار الاعلام جهة ارشادية وتوجيه تطلع المسؤول على نقاط الضعف وتطلع المواطن او بجهود على قصور المسؤول في اداء عمله .

• الرابعة عشر : هل تنشرون ما يسر وما لا يسر ؟

كان هذا السؤال مسبق ولكنه مقصود بالهدف لمعرفة ما مدى مصداقية المستهدف بإعطاء الحقيقة اثناء ملئ استمارة الاستبيان حيث جاءت النتيجة كما يلي .:

٤% اربع بالمائة فقط من المستهدفين اجابوا بانهم ينشرون ما لا يسر من عمل الدائرة او المؤسسة التي يعملون فيها و ٩٦% اجابوا بعدم نشر السلبيات او العمل غير الايجابي وهنا تمكن الحقيقة سنتطرق لها لاحقاً بالنتائج .

• الخامسة عشر : هل تستطيع نشر سلبيات عمل دائرتك ام لا ؟

اراد الباحث من خلال هذا السؤال والذي كان يقصد بمحتواه هل تتعرض للمحاسبة حال قمت بنشر معلومات سلبية واقعة من اعمال دائرة التي تنتسب اليها بالمحاسبة من قبل مسؤولك المباشر او رئيس دائرتك ، وذلك ليتعرف على المضمون الكامل في اخلاقيات الاعلام من جهة وهل ان المسؤول لا يزال يمثل السلطة المطلقة ولا يسمح للأعلام بنشر ما هو سلبي من عملهم وقد جاءت النتيجة كالآتي :

اجاب ٩٣% بعدم استطاعتهم نشر ذلك لتعرضهم للمحاسبة بكل تأكيد و ٧% اجابوا بأنهم مستعدون بنشر السلبيات وذلك ليكون حافز للإدارة او المسؤول لتصحيح الاخطاء في العمل .

الاستنتاجات

من خلال ما تقدم من خطوات البحث والتي تفتحت العديد من التساؤلات سواء كانت فئوية او كمية توصل الباحث الى الاستنتاجات التالية :

- ١- ان العاملين في الاعلام في المؤسسات الحكومية لا تتناسب مستوياتهم العلمية مع طبيعة عملهم علماً ان هناك الالاف من خريجي كليات الاعلام ، ممن لديهم الخبرة والكفاءة والرغبة في العمل في هذه المؤسسات .
- ٢- عدم وجود اي دور للعلاقات العامة على الاطلاق في جميع مؤسسات الدولة الرسمية المستهدفة سواء كانت تشريعية او تنفيذية ، وأن كان ذلك يسمع عن طريق الاعلام احياناً .
- ٣- لم يكن هناك متخصصين في مجال العمل في جهاز العلاقات العامة لعدم وجود دور لها او تمثيل لوظيفتها المهمة جداً .
- ٤- التمثيل النسوي شبه معدوم في الأعلام المؤسساتي للدوائر الدولة والذي جاء بنسبة ضئيلة جدا لا تتجاوز ١٢٪ فقط .
- ٥- استخدام المواقع الالكترونية بنسبة كبيرة جدا دون غيرها لا يعطي للجمهور التعرض كما هو الحال في وسائل الاعلام المرئية والمسموعة كالراديو والتلفزيون .والصحف المقروءة والندوات والمؤتمرات واللقاءات المتكررة مع الجماهير .
- ٦- وجد الباحث ان من يعمل في الاعلام الحكومي لا يمكن له ان ينقل او ينشر او يروم البوح بأي حقيقة سلبية من اعمال الدائرة حتى ولو كانت عواقب السكوت كبيرة وذلك خوفاً على محاسبة كونه موظف تحت ظل السلطة كما كان سابقاً في الانظمة الشمولية .
- ٧- في الكثير من الاحيان بل بنسبة ٧٤٪ لم يشارك او يستشير المسؤول المستهدفين عن كيفية التي يمكن ان يكون العمل ناجحاً بفضل نقل الاعلام والاستشارة والمعلومة الصحيحة ، كي يكون العمل ناجحاً او بمعنى اخر ان يكون المسؤول على اطلاع اكثر لتصحيح الاخطاء ان وجدت ا والارتقاء بمستوى افضل في اداء العمل بالإضافة الى اخرين اجابوا على السؤال عن نشر السلبيات بأنهم لا ينشر وبنسبة ٩٦٪ من المستهدفين

التوصيات

يوصي الباحث بما يلي .:

- ١- يمكن وضع الرجل المناسب في المكان المناسب وجعل رجل الاعلام او المرأة الاعلامية الحاصلين على الشهادة الاكاديمية للعمل في هذا المجال كونه الوسيلة التي ترتقي بها الشعوب .

- ٢- فتح دورات وندوات ومؤتمرات للتثقيف الاعلامي لكل العاملين في مجال الاعلام والجمهور على حد سواء كي يتعرف كل منهما على ما يدور بأفضل وجه ممكن ، بشرط ان يدير هذه الندوات من اساتذة الاعلام المتخصصين .
- ٣- ايجاد متخصصين في مجال العلاقات العامة والمدربين على افضل ما يمكن وفتح المكاتب في المؤسسات الرئيسية من اعلى هرم للدولة وحتى المراكز المهمة فيها واختيار الاشخاص المناسبين والتي تنطبق عليهم الصفاة للممارسة العمل في جهاز العلاقات العامة .
- ٤- يجب السماع من قبل مسؤولي المؤسسات الحكومية للعاملين في مجال الاعلام ضمن دوائهم بنقل السلبيات كما ننقل الايجابيات وذلك من مبدأ الشفافية بالعمل اولاً وان يطلع المسؤول نفسه من خلال الاعلام ثانياً حتى تكون حتى الثقة بين الجمهور والمسؤول بأعلى ما يمكن .
- ٥- ان لا يكون العاملين في مجال الاعلام في المؤسسات الحكومية مجرد ادوات لنقل ما يسر المسؤول فقط وان تكون هناك القدرة والشجاعة لتطبيق اسس وقواعد مهنة الاعلام بالموضوعية والامانة والمصداقية ولا ينسى قبل كل شيء نحن مسلمون وهذه صفاة المسلم قبل ان تكون صفاة رجل الاعلام الذي كتبها الغربيون .

الخاتمة :

نبتداً بقول الامام جعفر الصادق (عليه السلام) : (لطافة الخطاب تخفف من ألم المعاناة)
ثم بعون الله تعالى انجاز جميع متطلبات بحث التخرج هذا والذي استغرق وقت وجهد كبيرين لأجل اتمام كل ما من شأنه من المتطلبات من مصادر ومراجع واستشارات من قبل الدكتور المشرف الاب الفاضل الدكتور هادي فليح حسن الخفاجي وبمساعدة بعض الزملاء من الناحية الارشادية والاستشارية في بعض الحالات التي احتاج للبحث عن مصدر او مفردة او معلومة ولا يسعني الا ان اقدم لهم وافر الاحترام والتقدير واقول الحمد لله رب العالمين الذي سهل لي امري في كل خطواتي من اجل اتمام هذه المهمة التي اعتبرها انجاز وتجربة في مشوار حياتي ونسأل الله تعالى ان يكون هذا البحث موفقاً وذو فائدة للأخرين وان يكون ذو معنى لمن يطلع عليه ومفيد في تحقيق ما كنت اطمح إليه وهو ان يكون الاعلام في مؤسسات الدولة وان كانت تحت ظل السلطة المسؤول ، وان تكون مستقلة من الناحية المهنية ولا ظير في ذلك لان نقل المعلومة وان كانت بمعناها السلبي ولكنها مفيدة لأنها ستكون في موقع الارشاد والتوجيه لا بمعنى الانتقاص والتوبيخ واتمنى ان ترتقي الى مستوى الشعوب المتقدمة التي تعتبر النقد في الاعلام ارشاد وتوجيه ونصيحة لا بمعنى العداة ، وأمنيتي الثانية هي ان يكون بين غرض مسؤولينا مكاتب للعلاقات العامة بمعناها الوظيفي والتعريض ويديرها من ذوي الخبرة والكفاءة والاختصاص ليقدموا المشورة والنصيحة ليكون المسؤول بموقعه المرموق ذو دراية وخبرة في ادارة المهمة التي هي في عاتقه اينما حل وبأي منصب كان ونسأل الله التوفيق للجميع

والحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على محمد وآله الطيبين الطاهرين . والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته .

المصادر والمراجع:

أولاً : القرآن الكريم

ثانياً : الكتب العربية والمعربة :

- ١- خيرى مجيد حميد ، طرق البحث الاجتماعي ، دار الكتب للطباعة والنشر ، موصل، ١٩٩١ ، ص ٣٣
 - ٢- التخطيط الاعلامي ، د . محمد العمر ، جامعة دمشق ، ص ١٠١ .
 - ٣- الاعلام الدولي العربي ، د . ياسر البياتي ، جامعة بغداد ، ١٩٩٣ ، ص ١٨٠ .
 - ٤- وسائل الاعلام والمجتمع الحديث ، القاهرة ، دار المعرفة ، ١٩٧٥ ، ص ٢٩٠ .
 - ٥- الاسس العلمية للعلاقات العامة ، د. علي عجوه ، عالم الكتب ، القاهرة ، ط٣ ، ص١٥
 - ٦- اصول وقواعد العلاقات العامة ، ايهاب كمال .
 - ٧- مصدر سابق ، د . محمد العمر ، ص٨٦ .
 - ٨- ويام ريفرز وآخرون : تر، ابراهيم امام Bernaysd op,cit,p,zo
 - ٩- العلاقات العامة اصول وقواعد ، دار حرم للتراث ، القاهرة ، ص٧٨ .
- ثالثاً : الرسائل والاطاريح
- ١- بدر ناصر اطروحة دكتوراه ، الاتصال الثقافي في العراق ، ٢٠٠٧ .
 - ٢- انتصار صبيح ، رسالة ماجستير ،
 - ٣- جاسم طارش العقابي اطروحة الدكتوراه ، ٢٠٠٤ .
 - ٤- المصدر نفسه ، جاسم العقابي ، الوظيفة الاتصالية للعلاقات العامة للمؤسسات الاقتصاد في العراق ، ٢٠٠٤ .

Sources and references

First: The Holy Qur'an

Second: Arabic and Arabized books:

١-Khairy Majeed Hamid, Social Research Methods, Dar Al-Kutub for Printing and Publishing, Mosul, 1991, p. 33.

٢-Media Planning, Dr. Muhammad Al-Omar, Damascus University, p. 101.

-٣Arab International Media, Dr. Yasser Al-Bayati, University of Baghdad, 1993, p. 180.

-٤Media and Modern Society, Cairo, Dar Al-Ma'rifa, 1975, p. 290.

-٥Scientific foundations of public relations, Dr. Ali Ajwa, Alam al-Kutub, Cairo, 3rd edition, p.

15

-٦Principles and rules of public relations, Ihab Kamal.

-٧Previous source, Dr. Muhammad Al-Omar, p. 86.

-٨William Rivers and others: Tar, Ibrahim Imam Bernaysd op,cit,p,zo

-٩Public Relations Principles and Rules, Dar Haram Heritage, Cairo, p. 78.

Third: Theses and dissertations

-١Badr Nasser, doctoral thesis, cultural communication in Iraq, 2007.

-٢Intisar Sobeih, Master's Thesis,

-٣Jassim Tarish Al-Aqabi, doctoral thesis, 2004.

-٤The same source, Jassim Al-Aqabi, The communication function of public relations for economic institutions in Iraq, 2004