

استخدام وسائل الاتصال الحديثة في وظيفة العلاقات العامة والاعلام - دراسة مسحية للمؤسسات الحكومية في واسط-

م.د. خلف كريم التميمي

كلية الاعلام / جامعة واسط

Abstract

Despite the official recognition by the public and the public of the importance of the media in general and public relations in particular, most of the work of public relations departments and public institutions in Wasit did not reach the level of understanding required for the work of public relations management, Following the means and scientific methods in application, there is little evidence that it employs non-specialized personnel in the field of media and public relations. In many institutions, it is seen as a marginal function and can be performed by any person. B institutions must provide physical and human potential and the required technical even start to exploit the modern means of communication.

The Department of Public Relations and Information in the various administrative levels, whether it is a department, unit, department or division, needs specialists in the field because public relations has become an independent scientific department that is currently studying in most of the Iraqi universities, its methods, functions and special means.

The lack of interest of government institutions in providing the appropriate material and human resources causes the lack of work of the Department of Public Relations and Media and the lack of employment of modern technical means of communication, which negatively affects the performance of the institution in communication and communication.

المقدمة

على الرغم من الاعترافين الرسمي من قبل الدولة والشعبي من قبل الجمهور بأهمية الإعلام بصفة عامة والعلاقات العامة بصفة خاصة إلا أن معظم عمل ادارات العلاقات العامة والاعلام بالمؤسسات الحكومية في واسط لم تبلغ مستوى الفهم المطلوب لعمل ادارة العلاقات العامة، وما زال فهمها لوظيفة العلاقات العامة محدود ولا يتبع الوسائل والاساليب العلمية في التطبيق إلا ما ندر والدليل على ذلك انه يوظف لها ملاك غير مختص في مجال الاعلام والعلاقات العامة، اذ ينظر إليها في الكثير من المؤسسات بأنها وظيفة هامشية ويمكن أن يقوم بها يؤديها أي شخص ،وبهذه المفاهيم المغلوطة لدى اغلب المؤسسات لا بد من توفير الإمكانيات المادية والبشرية والتقنية المطلوبة حتى تنطلق في استغلال وسائل الاتصال الحديثة.

إن ادارة العلاقات العامة والاعلام بالمؤسسات على اختلاف مستوياتها الإدارية سواء كانت إدارة أو وحدة أو قسم أو شعبة فإنها تحتاج إلى مختصين في المجال لأن العلاقات العامة أصبحت قسم علمي مستقل يدرس في الوقت الحاضر في اغلب الجامعات العراقية له اساليبه ووظائف ووسائله الخاصة.

إن عدم اهتمام المؤسسات الحكومية بتوفير الإمكانيات المادية والبشرية المناسبة يسبب القصور في عمل ادارة العلاقات العامة والاعلام وإلى عدم توظيف وسائل الاتصال التقنية الحديثة مما يعكس سلباً على اداء المؤسسة في الاتصال والتواصل .

اولاً : أهمية البحث: مع بزوغ فجر ثورة المعلومات والاتصالات بدأت تتطور النواحي الاتصالية والإعلامية في المؤسسات العامة والخاصة نتيجة لانفتاح الفضاءات التكنولوجية والمعرفية وأصبح العالم كالعقبة الصغيرة على قول (ما كولهان) مما سمح لوصول الرسالة الاتصالية للجمهور بسرعة فائقة متخطية بذلك كل الحدود الجغرافية والزمنية، إن لتقنيات الاتصال الحديثة آثارها في شتى

مجالات الحياة وقد ظهر التسابق التقني بين المؤسسات الحكومية وغير الحكومية على تلك الوسائل لتسويق انشطتها وكسب ثقة الجمهور بها، عبر توظيف الوسائل والوسائط الاتصالية الحديثة في عملها، فأهمية البحث تكمن في مدى استفادة المؤسسات الحكومية في واسط من التطور التقني في وسائل الاتصال المتطورة واستغلالها استغلالاً أمثل لتسويق أفكارها ورسالتها الاتصالية وتلبية رغبات واحتياجات الجمهور وتقديم الأنشطة اللازمة له في أقل زمن وبالسعة المطلوبة وبأقل جهد وتكلفة وهذا بالطبع لم يتحقق الا من خلال الاستغلال الأمثل لوسائل الاتصال الحديثة .

ثانياً: مشكلة البحث وتساؤلاته: إن السمة الرئيسية البارزة التي تميز البحوث والدراسات العملية كونها تنطوي على مشكلة محددة في حاجة الى من يتصدى لها بالدراسة والتحليل من جوانبها المتعددة . ويمكن تحديد مشكلة بحثنا بالإجابة على التساؤل الرئيس لهذه المشكلة وهو (ما مدى استخدام وسائل الاتصال الحديثة في عمل ادارة العلاقات العامة والاعلام في المؤسسات الحكومية) ولإيجاد اجابة علمية عن هذا التساؤل وضع الباحث عدداً من الأسئلة الفرعية وعلى النحو الآتي :

١. إلى أي مدى يتم استخدام الوسائل الحديثة في عمل العلاقات العامة والاعلام ؟
٢. هل تتوفر الإمكانيات التقنية والبشرية اللازمة لتسيير عمل ادارة العلاقات العامة والاعلام؟
٣. ما هي المشاكل والمعوقات في عمل ادارة العلاقات العامة والاعلام في المؤسسات الحكومية؟
٤. ما الواقع العملي لاستخدام وسائل الاتصال الحديثة في عمل العلاقات العامة والاعلام في المؤسسات الحكومية في واسط؟

ثالثاً : أهداف البحث:

١. التعرف على الوسائل المستخدمة في عمل ادارة العلاقات العامة والاعلام .
٢. الوقوف على مدى استخدام وسائل الاتصال الحديثة في عمل ادارة العلاقات العامة والاعلام.
٣. الوقوف على المشاكل والمعوقات التي تواجه عمل ادارة العلاقات العامة والاعلام في توظيف وسائل الاتصال الحديثة
٤. معرفة واقع وسائل الاتصال الحديثة لإدارة عمل العلاقات العامة والاعلام في المؤسسات الحكومية في واسط .

رابعاً: منهج البحث: المنهج المتبع في هذا البحث هو المنهج المسحي ، فالمنهج المسحي يمثل(جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف للظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع البحث من العدد الأحادي من المفردات المكونة لمجتمع البحث ولمدة زمنية كافية للدراسة)^(١) . واتبع الباحث المنهج الوصفي بهدف الكشف والتعرف على العلاقة بين المتغيرات المختلفة للدراسة المتمثلة في (استخدام وسائل الاتصال الحديثة في وظيفة العلاقات العامة والاعلام / دراسة ميدانية للمؤسسات الحكومية في مدينة واسط) ، عن طريق تقديم صورة عملية لواقع وسائل الاتصال الحديثة لإدارة عمل العلاقات العامة والاعلام في المؤسسات الحكومية في واسط.

أ- **مجتمع البحث :** تمثل المجتمع المستهدف في هذا البحث بالجمهور الداخلي (القائم بالاتصال) للعاملين في العلاقات العامة والاعلام في المؤسسات الحكومية في محافظة واسط وبالتحديد مدينة الكوت وقد وقع اختيار الباحث على المؤسسات الآتية : (جامعة واسط، مديرية صحة واسط ،مديرية شباب ورياضة واسط ،قيادة شرطة واسط، مديرية تربية واسط، محافظة واسط، مجلس محافظة واسط، مديرية بلديات واسط، مديرية ري واسط، مديرية النقل في واسط، مديرية زراعة واسط ، مديرية كهرباء واسط، والشركة العامة للصناعات النسيجية) تم اختيار عينة عشوائية بسيطة بلغت (١٣) مفردة ، تم اختيارها عن طريق مراحل اتبعها

الباحث في اختيار العينة، تتمثل في الإفادة من مكانة مدينة الكويت كمرکز قرار اداري وسياسي واقتصادي لكل اقضية ونواحي محافظة واسط .

ويضاف الى ما تقدم أنّ مجتمع البحث تمثل بالعاملين في (العلاقات العامة والاعلام في المؤسسات الحكومية في واسط) ومن المستويات العمرية المختلفة ومن كلا النوعين: الإناث والذكور, إذ بلغ عدد (مجتمع البحث) من العاملين في العلاقات العامة والاعلام في المؤسسات الحكومية في واسط (٥٤) مبحوثاً .

ب- طرق وأدوات البحث: استخدم الباحث مجموعة من الأدوات بهدف جمع المعلومات والبيانات الخاصة بموضوع البحث , وعلى وفق الآتي :

١. صحيفة الاستبانة : استخدم الباحث صحيفة الاستبانة كأداة لاستقصاء اداء ومواقف العاملون بأجهزة العلاقات العامة والاعلام في المؤسسات الحكومية في واسط وصحيفة الاستبانة هي إحدى وسائل جمع البيانات بهدف الحصول على اجابات افراد العينة المختارة من مجتمع البحث جدول (٩) يوضح مجتمع البحث .

٢. اداة المقابلة : تعتبر المقابلة إحدى الوسائل التي تستخدم لجمع البيانات والمعلومات أو التأكد من معلومات سبق للباحث الحصول عليها، وهي وسيلة لنقل المعلومات من المبحوثين كما استخدم الباحث المقابلة في حالة تعثر الحصول على المعلومات المطلوبة من المصادر المتاحة.

٣. اداة الملاحظة : هي المشاهدة الدقيقة للظاهرة الاجتماعية وتمثل مجموعة من الأدوات والاجهزة والأساليب التي تتفق مع طبيعة هذه الظاهرة وذلك بهدف معرفة صفاتها وخواصها والعوامل الدقيقة لها.

ج- اختبارات الصدق والثبات:

١-الصدق: يعد الصدق من الشروط الضرورية واللازمة لبناء الاختبارات والمقاييس, والصدق يدل على مدى قياس الفقرات الظاهرة المراد قياسها، ويشير مفهوم الصدق إلى كون الباحث تقيس أو تصف بالفعل ما تود أن تقيسه أو تصفه، وهل الأسلوب المستخدم فعلاً في القياس؟ والصدق على أنواع:

أ- الصدق الظاهري: ويعبر عن مدى اتفاق المحكمين الخبراء^(٢) على أن استمارة المقياس أو الأداة التي يقيس بها الباحث تكون صالحة لتحقيق الهدف الذي أعدت لأجله تلك الأداة لتحقيق أهداف البحث , وإن أفضل طريقة لقياس الصدق هي الصدق الظاهري الذي هو عرض فقرات المقياس على مجموعة من الخبراء للحكم على صلاحيتها, إذ أشار المحكمون الذين جرى عرض الاستمارة عليهم إلى صلاحيتها للتطبيق وإنها تقيس بالفعل ما يود الباحث قياسه, عبر إبداء عدد من الملاحظات والآراء المنهجية، وإن الفائدة من عرض المقياس على الخبراء لتحديد :

١- انتماء الفقرة الى المجال .

٢- وضوح الصياغة اللغوية .

٣- عدم ملاحظة تكرار الفقرات .

٤- تأشير مدى قياس الفقرات ، لما وضع من اجله المقياس .

٥- مدى صلاحية كل فقرة من فقرات المقياس .

وطور الباحث أسئلة الاستمارة عن طريق الصياغة والتعديل بما يتوافق مع هذه الملاحظات المنهجية، وقد تحقق صدق المقياس ظاهرياً بعرض الفقرات على مجموعة من المتخصصين في علم النفس الاجتماعي والاختصاصات الإنسانية القريبة من الإعلام،

وكانت نسبة الاتفاق للخبراء على فقرات المقياس (٨٥%) وهي نسبة جيدة ومقبولة. وتم احتساب الصدق الظاهري على وفق المعادلة الآتية:

$$\text{الصدق} = 100 \times \frac{17}{20} = 85\% .$$

مجموع الفئات المتفق عليها بين المحكمين

وبعد عرض فقرات الاستمارة المكونة من (٢٠) فقرة على الخبراء، واستنادا الى ملاحظاتهم أخذ الباحث بتوجيهات الخبراء وتعديلاتهم، وحذفت الفقرات جميعها التي لم تحصل عليها بالتوافق من جانبهم، وتعديل ما يجب تعديله من إعادة صياغة بعض الاسئلة على وفق مقترحاتهم، إذ قام الباحث بالإفادة من وجهات نظر السادة الخبراء جميعهم، ومن نتائج التحكيم تبين حصول الاستمارة على درجة اتفاق بلغت (٨٥%).

المفاهيم النظرية

اولا: وسائل الاتصال الحديثة: اصبحت التقنيات الحديثة والاكتشافات الجديدة في سباق مع الزمن لتوفر للإنسان طرقا سهلة ومضمونة وسريعة ومتطورة في انجاز أعماله، فاختراع وسائل اتصالية الحديثة غيرت من الوظائف التقليدية للوسائل القديمة وأوجدت لها وظائف جديدة فالتقنيات الحديثة كان لها تأثيرها الكبير والواسع على مختلف الوسائل الاتصالية والتقنيات الحديثة، كما أن الزيادة الهائلة في حجم المعلومات المتاحة لمن توافر لهم الحصول على التكنولوجيا الاتصالية الجديدة أسهمت في عمليات إرسال واستقبال المعلومات وتخزينها وبثها من جديد^(٣).

ثانيا: اشكال وسائل الاتصال الحديثة : استفادت وسائل الاتصال الجماهيري من شبكة الأنترنت التي تعد الويب فيها النافذة السحرية التي تطل منها العديد من وسائل الإعلام على جماهيرها في مختلف بقاع العالم من دون قيود جغرافية او مادية تذكر ولأول مرة في تاريخ وسائل الإعلام سيتم تحدي الفكرة القائلة ان الاشكال الجديدة لوسائل الإعلام تكمل سابقتها ولا تحل محلها. ويمكن ايجاز ابرز وسائل الاتصال الحديثة المستخدمة في المؤسسات الحكومية على النحو الآتي:

١. **الصحافة الالكترونية:** هي نوع من انواع الاتصال بين البشر يتم عبر الفضاء الالكتروني الانترنت وشبكات المعلومات والاتصالات الاخرى، تستعمل فيه فنون وآليات ومهارات العمل في الصحافة المطبوعة مضافاً اليها مهارات وآليات تقنيات المعلومات التي تناسب استعمال الفضاء الالكتروني، كوسيط أو وسيلة اتصال بما في ذلك استعمال النص والصوت والصورة والمستويات المختلفة من التفاعل مع المتلقي، لاستقصاء الانباء الأنية وغير الأنية ومعالجتها وتحليلها ونشرها على الجماهير عبر الانترنت^(٤).

٢. **تلفاز الانترنت:** منذ ظهور التلفاز الملون وسيادته من المجالات، والحاجة متجددة الى تطورات اخرى تلبى حاجة المشاهد الى العديد من وظائف التلفاز كوسيلة إعلامية وعلى الرغم من مستويات التطوير وانتشار جوانب التحديث في الانتاج والعرض والتقدم، إلا إن صعوبات التشويش، والارتقاء بمستوى الجودة في الصوت والصورة، ودعم مشاركة المشاهد، ومعرفة آرائه مع تزامن العرض والمشاهدة، باتت محددة بحدود التقدم التكنولوجي المحدود والذي كان يدور حول سعة الموجة وانتشارها.

٣. **راديو الانترنت :** هو عبارة عن برامج صوتية يتم بثها عبر توصيلات الانترنت، وهو خدمة اذاعة تبث عن طريق شبكة الانترنت ويمكن لأي مشترك في الانترنت القيام بها كما يمكن الاستماع لأي محطة موجودة على الانترنت، فباستطاعة اي شخص ان يصبح مالكا لمحطة اذاعية على الشبكة حتى ولو كان مركزها في البيت، فكل ما يحتاجه هو ان يملك صوتاً يستطيع عن طريقة توصيل

رسالته ومواد اذاعية، فالعديد من محطات الاذاعة في الانترنت مستقلة تماماً من المحطات التقليدية بل هي وسيلة بث متخصص وموجودة فقط على الشبكة تعرض افقاً واسعاً من الخدمات الاخبارية والحوارية والمواد الصوتية الارشيفية وغيرها.^(٥) اشارة الى تلك الاشكال لابد الاشارة الى مجموعة من وسائل الاعلام الاجتماعي والتي تمثل في اساسها خدمات اعلامية في عمل المؤسسات الحكومية هي:

أ- **الفييس بوك** : يعدّ الفييس بوك من اشهر وسائل ابراز ردود الفعل الفورية باتجاه اي حدث سواء كان إعلامي أو سياسي أو اقتصادي في ارجاء العالم، إذ سرعان ما ينعكس رد الفعل على الموقع عبر تعليقات المستخدمين، التي ينشرونها من اجهزة الحاسوب، ومن وسائل الاتصال الحديثة الهواتف النقالة التي تحتوي على امكانيات استعمالها كالحاسوب .

ب- **يوتيوب** : إذ نشأت فكرة انشاء هذا الموقع في مدينة (سان برونو كاليفورنيا، الولايات المتحدة الامريكية)، عندما كان الاصدقاء الثلاثة في حفلة ل احد الاصدقاء، والتقطوا مقاطع فيديو، وارادوا ان ينشرونها بين زملائهم، ولم يستطيعوا ارسالها عبر الاميل لأنه لم يكن يقبل الملفات الكبيرة، ومن ثم بدأت الفكرة لأنشاء هذا الموقع.^(٦)

ت- **تويتر** : انه اسرع وسيلة لطرح التساؤلات على الاصدقاء وتلقي الاجابات الفورية، ويسمح بتبادل الاخبار الهامة والسريعة، إذ يتيح متابعة اخبار العالم الهامة فور وقوعها، إذ اثبتت تويتر بانه الافضل في سرعة نقل الاخبار والاحداث ساعة وقوعها ومن موقع الحدث، إذ اصبحت كبرى المؤسسات الإعلامية العالمية تعتمد عليه في تغطية الاحداث وتطوير الاخبار الانية، ويستعين العديد من الصحفيين به في الحصول على مادتهم الإعلامية وما يهمهم من القراء واهتماماتهم، ويساعدهم على انجاز تقاريرهم الاخبارية، ويستفيد من يعمل في (صحافة المواطن) من امكانيات تويتر العديدة.^(٧)

ث- **خدمات الهاتف المحمول** : تقدم للمشاركين طيفاً واسعاً من الخدمات الاخبارية تتضمن خدمات وكالات الانباء وبعض الصحف اليومية والمواقع الاخبارية في شكل نصوص او وسائل متعددة تستقبل بوساطة الهاتف المحمول، هذا فضلا عن ارسال واستقبال وعرض الصور الملونة والرسوم المتحركة والمقاطع الصوتية والبصرية، كل ذلك عبر شبكة الهاتف المحمول من هاتف الى آخر او من هاتف الى بريد الكتروني على شبكة الانترنت.^(٨)

ح- **المدونات** : ظهرت المدونات في بادئ امرها، في الولايات المتحدة الأميركية عام ١٩٩٤ م، وكانت حينها على نطاق ضيق، على شكل صفحات شخصية مفتوحة، تحتوي معلومات شخصية واخرى عامة متنوعة، بعضها يكتب على شكل تقارير حول امور مختلفة، وبهيئة تشبه الى حد ما الصحف الالكترونية المتعارف عليه اليوم، ومع تطور في ادوات الادراج وطريقة العرض. ويسهم هذا التطور في زيادة عدد المدونين، وسعة انتشار التدوين. والمدونات في الاصل هي صفحات خاصة على شبكة الانترنت توفرها مواقع مجانية.^(٩)

الدراسة العملية

الدراسة الميدانية لاستخدام وسائل الاتصال الحديثة في المؤسسات الحكومية في واسط ينحصر المجتمع الكلي لهذا البحث في العاملون بأقسام وشعب ووحدات العلاقات العامة والاعلام في المؤسسات الحكومية في واسط والتي يرتبط عملها بكافة المجالات المجتمعية في المحافظة سواء كانت (الامنبة الاقتصادية السياسية الصحية... الخ) من مديريين ورؤساء اقسام العلاقات العامة و الاعلام والعاملين بها من موظفون وضباط وتقنيين والبالغ عددهم (٥٤) مبحوثاً كما موضح بالجدول ادناه :

جدول (١) يوضح مجتمع البحث وأعدادهم :

التسلسل	المؤسسات الحكومية في واسط	عدد
	جامعة واسط	١٠
	مديرية صحة واسط	٦

٢	مديرية شباب ورياضة واسط
١١	قيادة شرطة واسط
٢	مديرية تربية واسط
٤	محافظة واسط
٨	مجلس محافظة واسط
٢	مديرية بلديات واسط
١	مديرية ري واسط
١	مديرية النقل في واسط
٢	مديرية كهرباء واسط
٣	مديرية زراعة واسط
٢	الشركة العامة للصناعات النسيجية
٥٤	المجموع

أولاً: المعلومات الديمغرافية:

١- النوع الاجتماعي: توزع المبحوثون المشاركون في البحث ضمن العينة المختارة من مركز مدينة (الكوت) الذين بلغ إجمالي عددهم (٥٤) مبحوثاً توزعوا بحسب متغير النوع الاجتماعي إلى (١٠) مبحوثاً من الإناث بلغت نسبتهن (١٨,٥١%) مثلن الجزء الاصغر من عينة البحث مقابل (٤٤) مبحوثاً من الذكور بلغ نسبتهم (٨١,٤٨%) من إجمالي العينة، انظر جدول (١) أدناه :

جدول (١) يبين توزيع أفراد العينة بحسب النوع الاجتماعي :

النسبة المئوية	التكرار	النوع الاجتماعي
٨١,٤٨%	٤٤	ذكور
١٨,٥١%	١٠	إناث
١٠٠%	٥٤	المجموع

٢- الفئة العمرية : توزعت المعدلات العمرية للمشاركين في البحث بين مستويات عدة تم تقسيمهم على وفق الآتي :

أ-الفئة (من ١٨-٢٨) عاماً: جاءت هذه الفئة العمرية بالمرتبة الثانية، بواقع (١٠) مبحوثاً وبنسبة شكلت (١٨,٥١%).

ب-الفئة (من ٢٩-٣٨) عاماً: جاءت هذه الفئة العمرية بالمرتبة الاولى وكان عدد من تقع أعمارهم ضمنها قد بلغ (٢٠) مبحوثاً شكلوا نسبة مئوية بلغت (٣٧,٠٣%) وتعد الفئة العمرية تلك الأهم والأبرز من باقي الفئات لأسباب عدة يأتي في مقدمتها إن هذه الفئة تشكل فئة الشباب الأكثر حضوراً في المؤسسات الحكومية.

ت-الفئة (من ٣٩-٤٨) عاماً: جاءت هذه الفئة العمرية بالمرتبة الثانية وكان عدد من تقع أعمارهم ضمنها قد بلغ (١٠) مبحوثاً مشكلين ما نسبته (١٨,٥١%).

ث-الفئة (من ٤٩-٥٨) عاماً: جاءت هذه الفئة العمرية بالمرتبة الثالثة وكان عدد من تقع أعمارهم ضمنها قد بلغ (٨) مبحوثاً وبنسبة بلغت (١٤,٨١%).

ج-الفئة (من ٥٩ فما فوق): جاءت هذه الفئة العمرية بالمرتبة الرابعة من بين مجموع عدد الفئات وكان عدد من تقع أعمارهم ضمنها قد بلغ (٦) مبحوثين وبنسبة مئوية شكلت (١١,١١%) . انظر جدول (٢).

جدول (٢) يبين توزيع أفراد العينة بحسب الفئة العمرية :

النسبة المئوية	التكرار	الفئة العمرية
١٨,٥١%	١٠	٢٨-١٨ سنة
٣٧,٠٣%	٢٠	٣٨-٢٩ سنة
١٨,٥١%	١٠	٤٨-٣٩ سنة
١٤,٨١%	٨	٥٨-٤٩ سنة
١١,١١%	٦	٥٩ فما فوق
١٠٠%	٥٤	المجموع

٣- المستوى التعليمي : توزعت مستويات التحصيل العلمي للمشاركين في البحث بين درجات ومستويات عدة على وفق الآتي :

أ- حاصل على الشهادة الإعدادية : جاءت هذه الفئة بالمرتبة الأولى إذ بلغ عدد المشاركين في البحث من الحاصلين على الشهادة (الإعدادية) (٢٥) مبحثاً وبنسبة بلغت (٤٦,٢٩%) .

ب- حاصل على شهادة جامعية أولية : جاءت هذه الفئة بالمرتبة الثانية إذ بلغ عدد المشاركين في البحث من الحاصلين على الشهادة (البكالوريوس) (١٨) مبحثاً وبنسبة شكلت (٣٣,٣٣%) .

ت- حاصل على شهادة عليا (دبلوم، ماجستير، دكتوراه): بلغ عدد المشاركين في البحث من هذه الفئة تلك (٢) مبحثاً وبنسبة بلغت (٣,٧%) وهم بذلك احتلوا المرتبة الرابعة والاخيرة.

ث- حاصل على الشهادة المتوسطة فما دون : جاءت هذه الفئة بالمرتبة الثالثة إذ بلغ عدد المشاركين في البحث من الحاصلين على شهادة (المتوسطة) تلك (٨) مبحثاً وبنسبة (١٤,٨١%) (انظر جدول ٣) في أدناه.

جدول (٣) يبين توزيع أفراد العينة بحسب المستوى التعليمي

النسبة المئوية	العدد	المستوى التعليمي
١٤,٨١%	٨	حاصل على الشهادة المتوسطة فما دون
٤٦,٢٩%	٢٥	حاصل على الشهادة الإعدادية
٣٣,٣٣%	١٨	حاصل على شهادة جامعية أولية
٣,٧%	٢	شهادة عليا (دبلوم عالي، ماجستير، دكتوراه)
١٠٠%	٥٤	المجموع

٤-الاختصاص الدقيق : توزع التخصص العلمي الدقيق على وفق الآتي :

أ- الاعلام : جاءت هذه الفئة بالمرتبة الأولى إذ بلغ عدد تخصص اعلام من المشاركين في البحث (٩) مبحثاً وبنسبة بلغت (٤٥%) .

ب- الادارة والاقتصاد : جاءت هذه الفئة بالمرتبة الثالثة إذ بلغ عدد تخصص الادارة والاقتصاد من المشاركين في البحث (٢) مبحثاً وبنسبة شكلت (١٠%) .

ت- التربية : بلغ عدد اختصاص تربية من المشاركين في البحث من هذه الفئة تلك (٤) مبحثاً وبنسبة بلغت (٢٠%) وهم بذلك احتلوا المرتبة الثانية والاخيرة.

ث- الفنون الجميلة : جاءت هذه الفئة بالمرتبة الرابعة إذ بلغ عدد اختصاص فنون جميلة من المشاركين في البحث من (١) مبحثاً وبنسبة (٥%) .

ج- علم الاجتماع : جاءت هذه الفئة بالمرتبة الثالثة إذ بلغ عدد اختصاص علم الاجتماع من المشاركين في البحث (٢) مبحثاً ، وبنسبة (١٠%) .

ح- الهندسة : جاءت هذه الفئة بالمرتبة الثالثة إذ بلغ عدد اختصاص هندسة من المشاركين في البحث من (٢) مبحثاً وبنسبة (١٠%) ، فيما شكلت نسبة (٦٧%) بواقع (٣٤) مبحثاً من خريجي متوسطة واعدادية وضباط شرطة ... الخ . (انظر جدول ٤) في أدناه.

جدول (٤) يبين توزيع أفراد العينة بحسب التخصص العلمي الدقيق

النسبة المئوية	العدد	الاختصاص العلمي الدقيق
٤٥%	٩	اعلام
١٠%	٢	ادارة واقتصاد
١٠%	٢	علم اجتماع

٢٠%	٤	تربية (جغرافية ، تاريخ ، علم النفس ، عربي)
١٠%	٢	هندسة
٥%	١	فنون جميلة
١٠٠%	٢٠	المجموع

٥- الخبرة الوظيفية: توزعت الخبرة الوظيفية للمشاركين في المؤول على وفق الآتي :

أ- اقل من ٥ سنوات : جاءت هذه الفئة بالمرتبة الرابعة إذ بلغ عدد المشاركين في المؤول ممن لديهم خبرة وظيفية وفق هذه الفئة بواقع (٥) مبحوثا وبنسبة بلغت (٩,٢٥%) .

ب- من ٦ سنوات الى ١٠ سنوات : جاءت هذه الفئة بالمرتبة الاولى إذ بلغ عدد المشاركين في المؤول ممن لديهم خبرة وظيفية وفق هذه الفئة بواقع (٢٠) مبحوثا، وبنسبة شكلت (٣٧,٠٣%) .

ت- من ١١ سنة الى ١٥ سنة : بلغ عدد المشاركين في المؤول من هذه الفئة تلك (١٨) مبحوثا وبنسبة بلغت (٣٣,٣٣%) وهم بذلك احتلوا المرتبة الثانية .

ث- من ١٦ سنة فأكثر: جاءت هذه الفئة بالمرتبة الثالثة إذ بلغ عدد المشاركين في المؤول ممن لديهم خبرة وظيفية وفق هذه الفئة بواقع (١١) مبحوثا وبنسبة (٢٠,٣٧%) (انظر جدول ٥) في أدناه.

جدول (٥) يبين توزيع أفراد العينة بحسب الخبرة الوظيفية

النسبة المئوية	التكرار	الاختصاص العلمي الدقيق
٩,٢٥%	٥	اقل من ٥ سنوات
٣٧,٠٣%	٢٠	من ٦ سنوات الى ١٠
٣٣,٣٣%	١٨	١١ سنة الى ١٥
٢٠,٣٧%	١١	١٦ سنة فأكثر
١٠٠%	٥٤	المجموع

٦- الساعات اليومية التي يستخدم فيها المبحوثين وسائل الاتصال الحديثة : توزعت الساعات اليومية للمشاركين في المؤول على وفق الآتي :

أ- اقل من ساعة : بلغ عدد المبحوثين المشاركين في المؤول الذين يستخدمون هذه الفئة بواقع (٥) مبحوثا، وهم مثلوا الفئة الرابعة ضمن عينة المؤول وبنسبة شكلت (٩,٢٥%) .

ب- من ١-٢ ساعة: بلغ عدد المبحوثين المشاركين في المؤول الذين يستخدمون هذه الفئة بواقع (٧) مبحوثا ، مثلوا الفئة الثالثة ضمن عينة المؤول وبنسبة شكلت (١٢,٩٦%) .

ت- من ٣-٤ ساعة: بلغ عدد الذين يستخدمون هذه الفئة بواقع (١٨) مبحوثا وبنسبة (٣٣,٣٣%) .

ث- اكثر من ٥ ساعات : بلغ عدد المبحوثين من المشاركين في المؤول الذين يستخدمون هذه الفئة بواقع (٢٠) مبحوثا ، مثلوا الفئة الاولى ضمن عينة المؤول وبنسبة شكلت (٣٧,٠٣%) .

ج- بحسب طبيعة العمل المكلف به : بلغ عدد المبحوثين من المشاركين في المؤول الذين يستخدمون هذه الفئة بواقع (٤) مبحوثا ، مثلوا الفئة الخامسة وبنسبة شكلت (٧,٤٠%) (انظر جدول ٦) في أدناه.

جدول (٦) يبين عدد الساعات اليومية التي يستخدم فيها المبحوثين وسائل الاتصال الحديثة

النسبة المئوية	التكرار	الفقرة
٩,٢٥%	٥	اقل من ساعة
١٢,٩٦%	٧	من ١-٢ ساعة
٣٣,٣٣%	١٨	من ٣-٤ ساعة
٣٧,٠٣%	٢٠	اكثر من ٥ ساعات

بحسب طبيعة العمل المكلف به	٤	٧,٤٠%
المجموع	٥٤	١٠٠%

٨- تسمية ادارة الاعلام والعلاقات العامة في المؤسسات الحكومية في واسط :

اختلفت اجابات المبحوثون المشاركون في البحث ضمن العينة المختارة للمؤسسات الحكومية في مركز مدينة (الكوت) الذين بلغ إجمالي عدد المؤسسات المشمولة في البحث بواقع (ثلاث عشرة مؤسسة حكومية). انظر جدول (٧) أدناه :

جدول (٧) يبين التسمية الوظيفية لإدارة العلاقات العامة والاعلام في المؤسسات الحكومية

التسلسل	المؤسسة الحكومية	المسمى الوظيفي
	جامعة واسط	الاعلام والعلاقات
	مديرية صحة واسط	الاعلام
	مديرية شباب ورياضة واسط	الاعلام والعلاقات
	قيادة شرطة واسط	العلاقات العامة والاعلام
	مديرية تربية واسط	العلاقات والاعلام
	محافظة واسط	العلاقات والاعلام
	مجلس محافظة واسط	العلاقات والاعلام
	مديرية بلديات واسط	الاعلام والعلاقات
	مديرية ري واسط	الاعلام
	مديرية النقل في واسط	الاعلام والعلاقات
	مديرية زراعة واسط	الاعلام والعلاقات
	مديرية كهرباء واسط	العلاقات والاعلام
	الشركة العامة للصناعات النسيجية	الاعلام

٩- المستوى الاداري لإدارة الاعلام والعلاقات العامة في المؤسسات الحكومية :

اختلفت اجابات المبحوثون المشاركون في البحث في تحديد المستوى الوظيفي لإدارة العلاقات العامة والاعلام في المؤسسات الحكومية داخل مركز مدينة والذي بلغ إجمالي عدد المؤسسات المشمولة في البحث بواقع (ثلاث عشرة مؤسسة حكومية). انظر جدول (٨) أدناه :

جدول (٨) يوضح المستوى الاداري لإدارة الاعلام والعلاقات العامة في المؤسسات الحكومية .

التسلسل	المؤسسة الحكومية	المستوى الاداري لإدارة الاعلام والعلاقات العامة
	جامعة واسط	قسم
	مديرية صحة واسط	شعبة
	مديرية شباب ورياضة واسط	شعبة
	قيادة شرطة واسط	قسم
	مديرية تربية واسط	شعبة
	محافظة واسط	قسم
	مجلس محافظة واسط	قسم
	مديرية بلديات واسط	وحدة
	مديرية ري واسط	وحدة
	مديرية النقل في واسط	وحدة
	مديرية كهرباء واسط	شعبة
	مديرية زراعة واسط	شعبة
	الشركة العامة للصناعات النسيجية	وحدة

ثانياً : مدى استخدام وسائل الاتصال الحديثة في عمل الاعلام والعلاقات العامة :

يهدف الوصول إلى معرفة مدى استخدام المبحوثين لوسائل الاتصال الحديثة في عمل الاعلام والعلاقات العامة في المؤسسات الحكومية في واسط ، جاءت النتائج على وفق الآتي:

أ- اتاحت وسائل الاتصال الحديثة العمل بعد انتهاء الدوام الرسمي :

- ١- احيانا: أشار (٢٠) مبحثا وبنسبة مئوية بلغت (٣٧%) إلى ان وسائل الاتصال الحديثة اتاحت العمل بعد انتهاء الدوام الرسمي وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الثانية بين المواقف الثلاث الأخر .
- ٢- دائما: لم يشر (٣٠) مبحثا ونسبتهم (٥٥%) إلى ان وسائل الاتصال الحديثة اتاحت العمل بعد انتهاء الدوام الرسمي ، وجاء هذا الموقف بالمرتبة الاولى بين المواقف الأخرى .
- ٣- نادرا: (٤) مبحث وبنسبة (٧%) على ان وسائل الاتصال الحديثة اتاحت العمل بعد انتهاء الدوام الرسمي .
- ب- هنالك ضوابط في استخدام وسائل الاتصال الحديثة اثناء العمل:
- ١- احيانا: أشار (٢٥) مبحثا وبنسبة مئوية بلغت (٤٦%) إلى أن هنالك ضوابط في استخدام وسائل الاتصال الحديثة اثناء العمل وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الاولى من بين المواقف الثلاث الأخر .
- ٢- دائما: لم يشر (٢٠) مبحثا ونسبتهم (٣٧%) على ان هناك ضوابط في استخدام وسائل الاتصال الحديثة اثناء العمل ، وجاء هذا الموقف بالمرتبة الثانية من بين المواقف الأخرى.
- ٣- نادرا: (٩) مبحث وبنسبة (١٦%) على وجود ضوابط في استخدام وسائل الاتصال الحديثة اثناء العمل.
- ت- هل اسهمت وسائل الاتصال الحديثة في تطوير عملك:
- ١- احيانا: أيد (٨) مبحث وبنسبة مئوية بلغت (١٨%) على ان وسائل الاتصال الحديثة اسهمت في تطوير عملهم وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الثانية بين المواقف الثلاث الأخر.
- ٢- دائما: لم يشر (٤٣) مبحثا ونسبتهم (٧٩%) على ان وسائل الاتصال الحديثة اسهمت في تطوير عملهم ، وجاء هذا الموقف بالمرتبة الاولى بين المواقف الأخرى .
- ٣- نادرا: (٣) مبحث وبنسبة (٥%) على ان وسائل الاتصال الحديثة اسهمت في تطوير عملهم .
- ث- هنالك دور لوسائل الاتصال الحديثة في توسيع عمل العلاقات العامة والاعلام :
- ١- احيانا: (١٠) مبحثا وبنسبة مئوية بلغت (١٨%) على وجود دور لوسائل الاتصال الحديثة في توسيع عمل العلاقات العامة والاعلام ،وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الثانية من بين المواقف الثلاث الأخر .
- ٢- دائما: لم يشر (٤٠) مبحثا ونسبتهم (٧٤%) على وجود دور لوسائل الاتصال الحديثة في توسيع عمل العلاقات العامة والاعلام ، وجاء هذا الموقف بالمرتبة الاولى بين المواقف الأخرى .
- ٣- نادرا: (٤) مبحثا وبنسبة (٧%) على وجود دور لوسائل الاتصال الحديثة في توسيع عمل العلاقات العامة والاعلام .
- ج- تفضل عملك في ظل وسائل الاتصال الحديثة :
- ١- احيانا: أشار (٣) مبحث وبنسبة مئوية بلغت (٥%) انهم يفضلون عملهم في ظل وسائل الاتصال الحديثة ،وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الثانية بين المواقف الثلاث الأخر .
- ٢- دائما: لم يشر (٥٠) مبحثا ونسبتهم (٩٢%) انهم يفضلون عملهم في ظل وسائل الاتصال الحديثة ، وجاء هذا الموقف بالمرتبة الاولى من بين المواقف الأخرى .
- ٣- نادرا: (١) مبحث وبنسبة (٢%) انهم يفضلون عملهم في ظل وسائل الاتصال الحديثة.
- ح- هل تعتبر هذه الوسائل مؤثرة لدرجة كبيرة في عملك :
- ١- احيانا: أوضحت نتائج الدراسة ان (٤) مبحثا وبنسبة مئوية بلغت (٧%) عبروا على ان وسائل الاتصال الحديثة مؤثرة لدرجة كبيرة في عملك ،وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الثانية بين المواقف الثلاث الأخر .

- ٢- دائما : لم لشر (٤٧) مبلوئا ونسللهم (٨٧%) علروا على ان وسائل الالصال الللللة مؤلرة للرلة كبلرة فل عملك ، ولاء هذا الموقف بالمرللة الال لل بلل المواقف الألرل .
- ٣- نالرا : (٣) مبلوئا وبنسلبة (٥%) ، ال علروا على ان وسائل الالصال الللللة مؤلرة للرلة كبلرة فل عملك .
- خ- اللقت وسائل الالصال الللللة الالفا المؤسسه :
- ١- االلنا : كشلل نلال اللرلسه ان (١٣) مبلوئا وبنسلبة مؤللة بلعل (٢٤%) ألو بان وسائل الالصال الللللة اللقت الالفا المؤسسه ، وبللك لاء هذا الموقف بالمرللة اللللة بلل المواقف اللالل الألر .
- ٢- دائما: لم لشر (٣٧) مبلوئا ونسللهم (٦٨%) ألو بان اللقت وسائل الالصال الللللة اللقت الالفا المؤسسه ، ولاء هذا الموقف بالمرللة الال لل بلل المواقف الألرل .
- ٣- نالرا : (٤) مبلوئا وبنسلبة (٧%) ألو بان هله الوسائل الالصال الللللة اللقت الالفا المؤسسه.
- د- للعلر اسلللام الوسائل الللللة اعلاا من عوالا اللور المؤسسه فل الللل اللالل:
- ١- االلنا: أشار(١٢) مبلوئا وبنسلبة مؤللة بلعل (٢٢%) للعللرون ان اسلللام الوسائل الللللة للل عوالا من عوالا اللور المؤسسه فل الللل اللالل وبللك لاء هذا الموقف بالمرللة اللللة بلل المواقف اللالل الألر .
- ٢- دائما : لم لشر (٤٠) مبلوئا ونسللهم (٧٤%) للعللرون ان اسلللام الوسائل الللللة للل عوالا من عوالا اللور المؤسسه فل الللل اللالل ، ولاء هذا الموقف بالمرللة الال لل من بلل المواقف الألرل.
- ٣- نالرا : (٢) مبلوئا وبنسلبة (٣%) للعللرون ان اسلللام الوسائل الللللة اللل عوالا من عوالا اللور المؤسسلات فل الللل اللالل.
- ذ- ساعلل وسائل الالصال الللللة بلقللل من علل وللل العالللل فل المؤسسه:
- ١- االلنا: أشار(١٣) مبلوئا وبنسلبة مؤللة بلعل (٢٤%) إلى أن ساعلل وسائل الالصال الللللة بلقللل من علل وللل العالللل فل المؤسسه ، وبللك لاء هذا الموقف بالمرللة اللللة بلل المواقف اللالل الألر .
- ٢- دائما : لم لشر (٤٠) مبلوئا ونسللهم (٧٤%) إلى ان وسائل الالصال الللللة ساعلل بلقللل من علل وللل العالللل فل المؤسسه ، ولاء هذا الموقف بالمرللة الال لل من بلل المواقف الألرل.
- ٣- نالرا : (١) مبلوئا وبنسلبة (٢%) على ان وسائل الالصال الللللة ساعلل بلقللل من علل وللل العالللل فل المؤسسه .
- ر- اللللل الاللال العللل الموظفلل على اسلللام وسائل الالصال الللللة فل عملهم :
- ١- االلنا: أشار(٢٠) مبلوئا وبنسلبة مؤللة بلعل (٣٧%) إلى أن الاللال العللل اللللل على اسلللام وسائل الالصال الللللة فل عملهم ، وبللك لاء هذا الموقف بالمرللة اللللة بلل المواقف اللالل الألر .
- ٢- دائما : لم لشر (٣٠) مبلوئا ونسللهم (٥٥%) على اسلللام وسائل الالصال الللللة اللللل الاللال العللل والموظفلل فل عملهم ، ولاء هذا الموقف بالمرللة الال لل من بلل المواقف الألرل.
- ٣- نالرا : (٤) مبلوئا وبنسلبة (٧%) إلى أن الاللال العللل اللللل على اسلللام وسائل الالصال الللللة فل عملهم .
- ز- ساعلل وسائل الالصال الللللة على اللللل عملللات الالصال الاللل واللر اللللل:

- ١- احيانا: أشار (٧) مبحوث وبنسبة مئوية بلغت (١٢%) إلى أن ساعدت وسائل الاتصال الحديثة على تحسين عمليات الاتصال داخل وخارج المؤسسة ، وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الثانية بين المواقف الثلاث الأخر .
- ٢- دائما : لم يشر (٤٥) مبحوثا ونسبتهم (٨٣%) ساعدت وسائل الاتصال الحديثة على تحسين عمليات الاتصال داخل وخارج المؤسسة ، وجاء هذا الموقف بالمرتبة الأولى من بين المواقف الأخرى.
- ٣- نادرا : (٢) مبحوث وبنسبة (٣%) على ان وسائل الاتصال الحديثة ساعدت على تحسين عمليات الاتصال داخل وخارج المؤسسة .

س- تتناسب وسائل الاتصال الحديثة المستخدمة في مؤسستي مع احتياجات الجمهور الداخلي والخارجي للمؤسسة :

- ١- احيانا: أشار (١٢) مبحوثا وبنسبة مئوية بلغت (١٣%) إلى أن وسائل الاتصال الحديثة المستخدمة في مؤسستي تتناسب مع احتياجات الجمهور الداخلي والخارجي للمؤسسة، وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الثانية بين المواقف الثلاث الأخر .
- ٢- دائما : لم يشر (٣٨) مبحوثا ونسبتهم (٧٠%) وسائل الاتصال الحديثة المستخدمة في مؤسستي تتناسب مع احتياجات الجمهور الداخلي والخارجي للمؤسسة، وجاء هذا الموقف بالمرتبة الأولى من بين المواقف الأخرى.
- ٣- نادرا : (٤) مبحوث وبنسبة (٧%) الى ان وسائل الاتصال الحديثة المستخدمة في مؤسستي تتناسب مع احتياجات الجمهور الداخلي والخارجي للمؤسسة .

ش- يتم إجراء تقييم لرضا جمهور المؤسسة عن الوسائل التي نستخدمها :

- ١- احيانا: أشار (٢٥) مبحوثا وبنسبة مئوية بلغت (٤٦%) إلى أن يتم إجراء تقييم لرضا جمهور المؤسسة عن الوسائل التي نستخدمها، وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الاولى بين المواقف الثلاث الأخر .
- ٢- دائما : لم يشر (١٥) مبحوثا ونسبتهم (٢٧%) يتم إجراء تقييم لرضا جمهور المؤسسة عن الوسائل التي نستخدمها ، وجاء هذا الموقف بالمرتبة الأولى من بين المواقف الأخرى.
- ٣- نادرا : (١٤) مبحوثا وبنسبة (٢٥%) على ان دائما ما يتم إجراء تقييم لرضا جمهور المؤسسة عن الوسائل التي نستخدمها . (انظر جدول ٩) أدناه.

جدول (٩) يبين مدى استخدام وسائل الاتصال الحديثة في عمل الاعلام والعلاقات العامة

ت	العبارات	احياناً		دائماً		نادراً
		النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	
٣-	اتاحت وسائل الاتصال الحديثة العمل بعد انتهاء الدوام الرسمي.	٣٧%	٢٠	٥٥%	٣٠	٧%
٤-	هنالك ضوابط في استخدام وسائل الاتصال الحديثة أثناء العمل.	٤٦%	٢٥	٣٧%	٢٠	١٦%
٥-	هل اسهمت وسائل الاتصال الحديثة في تطوير عملك .	١٨%	٨	٧٩%	٤٣	٥%
٦-	هنالك دور لوسائل الاتصال الحديثة في توسيع عمل العلاقات العامة والاعلام	١٨%	١٠	٧٤%	٤٠	٧%
٧-	تفضل عملك في ظل وسائل الاتصال الحديثة .	٥%	٣	٩٢%	٥٠	٢%
٨-	هل تعتبر هذه الوسائل مؤثرة لدرجة كبيرة في عملك.	٧%	٤	٨٧%	٤٧	٥%

٧%	٤	٦٨%	٣٧	٢٤%	١٣	٩- فقفف هءه الوسائل اهداف المؤسسة.
٣%	٢	٧٤%	٤٠	٢٢%	١٢	١٠- ففءفر اسفءءام الوسائل الفءففة اعلاما من عوامل فطور المؤسسة فف الوقف الفاضر
٢%	١	٧٤%	٤٠	٢٤%	١٣	١١- ساعءف وسائل الافصال الفءففة بفقلفل من عءء وفهء العاملفن فف المؤسسة.
٧%	٤	٥٥%	٣٠	٣٧%	٢٠	١٢- فشفع الافءارة العلفا الموفظفن علف اسفءءام وسائل الافصال الفءففة فف عملهم.
٣%	٢	٨٣%	٤٥	١٢%	٧	١٣- ساعءف وسائل الافصال الفءففة علف ففسفن عملفاء الافصال افءل وفارف المؤسسة.
٧%	٤	٧٠%	٣٨	١٣%	١٢	١٤- ففناسب وسائل الافصال الفءففة المسفءءمة فف مؤسفف مع اءففاء الفمهور الفءلف والفارفف للمؤسسة
٢٥%	١٤	٢٧%	١٥	٤٦%	٢٥	١٥- ففم افراء فقففم لرفضا فمهور المؤسسة عن الوسائل الفف نسفءءمها.

١٦- الف اف مفى اسهفمف وسائل الافصال الفءففة فف فطور عمل المؤسسة؟

- أ- كففرا فءا: أشار (٤٠) مبعوفا وبنسبة مؤففة بلغت (٧٤,٠٧%) إلى أن وسائل الافصال الفءففة فف فطور عمل المؤسسة: وبءاك فاء هءا الموقف بالمرفبة الافلى بفن المواقف الفالف الأفر .
- ب- كففرا : افاب (١٠) مبعوفا ونسبفهم (١٨,٥١%) إلى ان وسائل الافصال الفءففة كففرا ما فطور عمل المؤسسة : وفاء هءا الموقف بالمرفبة الفائفة من بفن المواقف الأفرى.
- ف- لا فاففر : اشار (٤) مبعوفاً وبنسبة (٧,٠٤%) ، إذ لم فوافقوا علف أن وسائل الافصال الفءففة اسهفمف فف فطور عمل المؤسسة. (انظر فءول ١٠) فف أفناه.

فءول (١٠) بففن مفى قفام وسائل الافصال الفءففة فف فطور عمل المؤسسات .

العبارة	الفكرار	النسبة المؤففة
كففرا فءا	٤٠	٧٤,٠٧%
كففرا	١٠	١٨,٥١%
لا فاففر	٤	٧,٠٤%
المفموع	٥٤	١٠٠%

١٧- ما رؤفة القانفن بالافصال علف عمل وسائل الافصال الفءففة فف المؤسسات الفكوففة؟

- أ- مفففة فءا : أشار (٣٩) مبعوفاً وبنسبة مؤففة بلغت (٧٢,٢٢%) إلى أن رؤفة عمل وسائل الافصال الفءففة فف المؤسسات الفكوففة مفففة فءا: وبءلك فاء هءا الموقف بالمرفبة الافلى بفن المواقف الفالف الأفر .

- ب- مفيدة : اجاب (١٢) مبحثاً ونسبتهم (٢٢,٢٢%) إلى ان رؤية عمل وسائل الاتصال الحديثة في المؤسسات الحكومية مفيدة: وجاء هذا الموقف بالمرتبة الثانية من بين المواقف الأخرى.
- ت- لا تأثير : اشار(٣) مبحث ونسبة (٥,٥٥%) ، إذ لم يوافقوا على أن هنالك رؤية عمل لوسائل الاتصال الحديثة في المؤسسات الحكومية. (انظر جدول ١١) في أدناه.

جدول (١١) بين رؤية القائمين بالاتصال على عمل وسائل الاتصال الحديثة.

النسبة المئوية	التكرار	العبرة
٧٢,٢٢%	٣٩	مفيدة جدا
٢٢,٢٢%	١٢	مفيدة
٥,٥٥%	٣	لا تأثير
١٠٠%	٥٤	المجموع

- ١٨- ما المعوقات التي تواجهها ادارة العلاقات العامة والاعلام في استخدام وسائل الاتصال الحديثة؟
- أ- افتقاد الموظفين للتدريب: أشار(٣٣) مبحثاً ونسبة مئوية بلغت (٦١,١١%) إلى افتقاد الموظفين للتدريب: وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الاولى بين المواقف الثلاث الأخر .
- ب- قلة الدعم المالي والمعدات : اجاب (١٥) مبحثاً ونسبتهم (٢٧,٢٢%) إلى قلة الدعم المالي والمعدات: وجاء هذا الموقف بالمرتبة الثانية من بين المواقف الأخرى.
- ت- ارتفاع اسعار الوسائل الحديثة: اشار(٦) مبحث ونسبة (١١,١١%) ، على أن ارتفاع اسعار الوسائل الحديثة . (انظر جدول ١٢) في أدناه.

جدول (١٢) المعوقات التي تواجهها ادارة العلاقات العامة في استخدام وسائل الاتصال الحديثة.

النسبة المئوية	التكرار	العبرة
٦١,١١%	٣٣	افتقار الموظفين للتدريب
٢٧,٢٢%	١٥	قلة الدعم المالي والمعدات
١١,١١%	٦	ارتفاع اسعار الوسائل الحديثة
١٠٠%	٥٤	المجموع

- ١٩- هل تمت معارضة هذه الوسائل من قبل العاملين بالمنظمة ؟
- أ-قاوموا لحد كبير: أشار(٨) مبحثاً، ونسبة مئوية بلغت (١٤,١٨%) إلى أنهم قاوموا لحد كبير وسائل الاتصال في المؤسسة: وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الثالثة بين المواقف الثلاث الأخر .
- ب- الى حد ما: اجاب (١٤) مبحثاً ونسبتهم (٢٥,٩٢%) إلى الى حد ما قاوموا وسائل الاتصال الحديثة في المؤسسة : وجاء هذا الموقف بالمرتبة الثانية من بين المواقف الأخرى.
- ت- لم يقاوموا : اشار(٣٢) مبحثاً ونسبة (٥٩,٢٥%)، على أن لم يقاوموا وسائل اتصال الحديثة. (انظر جدول ١٣) في أدناه.

جدول (١٣) يبين مدى مقاومة وسائل اتصال الحديثة من قبل العاملين بالمنظمة .

النسبة المئوية	التكرار	العبرة
١٤,١٨%	٨	عارضوا لحد كبير
٢٥,٩٢%	١٤	الى حد ما
٥٩,٢٥%	٣٢	لم يعارضوا
١٠٠%	٥٤	المجموع

- ٢٠- هل اثرت وسائل الاتصال الحديثة في عمل العلاقات العامة والاعلام على السبق الصحفي؟
- أ- اثرت الى حد كبير: أشار(٤٤) مبحثاً، ونسبة مئوية بلغت (٨١,٤٨%) إلى انها اثرت الى حد كبير في عمل العلاقات العامة والاعلام على السبق الصحفي: وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الثالثة بين المواقف الثلاث الأخر.

- ب- اثرت الى حد ما: اجاب (٩) مبحوث ونسبتهم (١٦,٦٦%) إلى ان وسائل الاتصال الحديثة اثرت الى حد ما على السبق الصحفي : وجاء هذا الموقف بالمرتبة الثانية من بين المواقف الأخرى.
- ت- لم تؤثر: اشار(١) مبحوث وبنسبة (١,٨٥%)، انها لم تؤثر وسائل الاتصال الحديثة على السبق الصحفي. (انظر جدول ١٤) في أدناه.

جدول (١٤) يبين تأثير وسائل الاتصال الحديثة على السبق الصحفي .

النسبة المئوية	التكرار	العبرة
٨١,٤٨%	٤٤	اثرت الى حد كبير
١٦,٦٦%	٩	اثرت الى حد ما
١,٨٥%	١	لم تؤثر
١٠٠%	٥٤	المجموع

النتائج والتوصيات :

اولا: النتائج :

- ١- هنالك دور لوسائل الاتصال الحديثة في توسيع عمل العلاقات العامة والاعلام في المؤسسات الحكومية في واسط .
- ٢- تتناسب وسائل الاتصال الحديثة المستخدمة في المؤسسات الحكومية في واسط مع احتياجات الجمهور الداخلي والخارجي للمؤسسة .
- ٣- يفضل العاملون في المنظمات الحكومية في واسط عملهم في ظل وسائل الاتصال الحديثة .
- ٤- اثبتت نتائج البحث ان المبحوثين يعدون استخدام وسائل الاتصال الحديثة في المؤسسات الحكومية عاملا من عوامل تطور المؤسسة في الوقت الحاضر.
- ٥- اثبتت نتائج البحث ان اغلب العاملين في العلاقات العامة والاعلام في المؤسسات الحكومية في واسط من غير الاختصاص العلمي الدقيق في الاعلام .
- ٦- ساعدت وسائل الاتصال الحديثة بتقليل من عدد وجهد العاملين في المؤسسات الحكومية .
- ٧- افتقاد الموظفين للتدريب وقلة الدعم المالي والفني كانا من ابرز المعوقات التي تواجهها ادارة العلاقات العامة والاعلام في استخدام وسائل الاتصال الحديثة في مؤسسات الحكومية في واسط.

ثانيا: التوصيات :

- ١- يوصي الباحث مراعاة إدخال ضمن الهيكل التنظيمي للمؤسسات الحكومية في واسط تسمية وظيفية موحدة للعلاقات العامة والاعلام تحت مسمى (الاتصال الحكومي) .
- ٢- يوصي الباحث بضرورة اقامة الموظفين العاملين في قسم العلاقات العامة والاعلام بدورات تطويرية على استخدام وسائل الاتصال الحديثة .
- ٣- يوصي الباحث القائمين على المؤسسات الحكومية على توظيف العاملين في العلاقات العامة والاعلام من ذوي الاختصاص العلمي الدقيق .
- ٤- يوصي الباحث القيادات الادارية في المؤسسات الحكومية بتخصيص موازنات مالية سنوية لإدارة العلاقات العامة والاعلام .
- ٥- يوصي الباحث القائمين على المؤسسات الحكومية في واسط على بلورة مبدأ المستشار الاعلامي الخارجي في اثناء الازمات والكرنفالات الاحتفالية .

- ٦- العمل على رفد المؤسسات الاتصالية الحكومية في واسط بالملاكات البشرية المؤهلة والقادرة على استخدام وسائل الاتصال الحديثة وزيادة الوعي لدى العاملين عن مفهوم تكنولوجيا الاتصال لما لهذه التقنيات من أثر فاعل على أداء المؤسسات الإعلامية في واسط .
- ٧- إنشاء مراكز خاصة لمراقبة جودة الإنتاج الاتصالي في المؤسسات الحكومية تأخذ على عاتقها تصميم وتنفيذ البرامج التدريبية بشكل دائم ومستمر .

الهوامش والمصادر :

- (١) سمير محمد حسين , بحوث الإعلام (القاهرة , عالم الكتب, ١٩٩٥) , ص١٣٢.
- (٢) الخبراء والمحكمون حسب الدرجة العلمية هم :
- أ- أ. د. رياض خمات العنابي/ قسم الصحافة/كلية الاعلام / جامعة واسط..
- ب- أ.م.د. محمد حسين علوان/ قسم الصحافة/ كلية الاعلام/ جامعة واسط.
- ت- أ.م.د. رياض مهدي الزبيدي/ قسم العلاقات العامة / كلية الاعلام /جامعة واسط.
- (٣) الفن توفلر، حضارة الموجة الثالثة. ترجمة عصام الشيخ قاسم، (طرابلس، الدار الجماهيرية للنشر، ١٩٩٠) ص١٧.
- (٤) زيد منير سليمان، الصحافة الالكترونية، (عمان : دار اسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١١)، ص١١.
- (٥) عباس مصطفى صادق، الصحافة والكمبيوتر مدخل للاستقصاء الصحفي بمساعدة الكمبيوتر، (بيروت: الدار العربية للعلوم، ٢٠٠٥). ٢١٩.
- (٦) رضا عبد الواحد امين، استعمالات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب على شبكة الانترنت، بحث مقدم إلى المؤتمر الدولي للإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، (جامعة البحرين، ٧-٩ ابريل، ٢٠٠٩)، ص ٥٢١.
- (٧) محمد المنصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب والتربية، جامعة الأكاديمية المفتوحة في الدنمارك، (٢٠١٢)، ص ص٨٢-٨٤.
- (٨) فيصل ابو عيشة، الإعلام الالكتروني، (عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٠) ص ٨٧.
- (٩) امال قرامي، قراءة في محتوى بعض المدونات العربية من منظور (الجندر)، بحث مقدم إلى المؤتمر الدولي للإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، (جامعة البحرين، ٧-٩ ابريل، ٢٠٠٩)، ص ٢١٩.