

الصورة الذهنية للعامل الآسيوي الوافد لدى جمهور مدينة بغداد
(دراسة ميدانية)

م.د. صادق حسن كاظم

كلية الإمام الكاظم (ع) للعلوم الإسلامية الجامعة
القسم/الإعلام

Sadiksaed205@gmail.com

الكلمات المفتاحية: الصورة الذهنية، للعامل، جمهور

الخلاصة:

إن للصورة الذهنية المتكونة لدى الجمهور تجاه شخص أو موضوع أو مؤسسة له أهمية بالغة كونها تحدد سلوكيات وردود أفعال الجمهور، وقد تناول هذا البحث الصورة الذهنية للعامل الآسيوي الوافد لدى جمهور مدينة بغداد، إذ تضمن المبحث الأول منهجية البحث فيما تناول المبحث الثاني الدراسة الميدانية والتي توصل من خلالها لعدة نتائج من أهمها أنّ هناك صورة إيجابية للعامل الآسيوي لدى جمهور مدينة بغداد وذلك نتيجة للأسلوب الذي يتعامل به العامل مع المواطن.

The Mental Image of the Incoming Asian Worker among the People of Baghdad: A Field Study

Lec. Dr. Sadiq Hassan Kadhum

Al-Imam Al-Kadhum University College for Islamic Sciences

Department of Media

Sadiksaed205@gmail.com

Key words: The mental image, The audience, The people

Abstract:

The mental image formed by the public towards a person, topic, or institution is extremely important as it determines the behavior and reactions of the public. This research has dealt with the mental image of the incoming Asian worker among the people of Baghdad. Through it, for several results, perhaps the most important of which is that there is a positive image of the Asian factor among the people of the capital, Baghdad, as a result of the way the worker deals with the citizen.

المقدمة:

مع الاهتمام المتزايد لدراسة الصورة الذهنية وأهميتها للمؤسسات والأفراد معاً لما لها دور بارز في تكوين مختلف الآراء وتسهيل اتخاذ القرارات وتحديد السلوكيات، إذ أصبح تشكيل الصورة الإيجابية غرضاً وهدفاً تعمل المنظمات على تحقيقه وذلك من خلال التخطيط والعمل والأداء الجيد الذي يتناغم مع متطلبات الجمهور واحتياجاتهم.

وللصورة الذهنية أهمية بالغة بالنسبة للمؤسسات والمجتمع على حد سواء ، أصبح من الضروري تدعيم الدراسات الخاصة بها، ومن هنا جاءت فكرة البحث للوقوف على الصورة الذهنية للعامل الآسيوي في العراق وذلك لغرض تحسين هذه الصورة أو العمل على تعديلها أو تغييرها في وقت انتشرت نسبة العمالة الآسيوية بشكل لافت للنظر، ودخلت في كل مفاصل حياتنا الاجتماعية إذ نراهم في المؤسسات الحكومية، والأهلية، والأسواق، والبيوت، يعملون في مختلف الظروف وفي بيئة مليئة بالمتغيرات.

ولتحقيق الهدف من البحث تم استعمال المنهج الوصفي (المسح) معتمداً استمارة الاستبيان، وذلك لتحديد الصورة الذهنية للعامل الآسيوي لدى جمهور مدينة بغداد، وقد قام الباحث بتقسيم مجتمع الدراسة في العاصمة بغداد على قسمين (كرخ، ورصافة) وباستعمال العينة.

إذ تم تقسيم هذا البحث على ثلاثة أقسام، المنهجي، والنظري، والتطبيقي الميداني ومن ثم عرض النتائج التي توصل إليها الباحث، ومن الصعوبات التي واجهت الباحث قلة وندرة الدراسات والبحوث التي تتناول موضوع العامل الوافد الآسيوي، لكن الباحث تمكن من تذليل كافة الصعوبات لتحقيق أهداف البحث.

القسم الأول

منهجية البحث

أولاً: مشكلة البحث:

إنَّ عمل الوافد الآسيوي في المؤسسات المختلفة يتطلب تماساً مباشراً بينه وبين أفراد المجتمع وهو نوع من أنواع التفاعل الاجتماعي، وهذا التفاعل يكون مع أفراد يتباينون في مستوياتهم الثقافية، والتعليمية، والاجتماعية ممّا يؤدي إلى ردة فعل إيجابية، أو سلبية تجاه العامل الآسيوي وبالتالي تكوين صورة ذهنية عنه.

إنَّ العامل الآسيوي يكون من ثقافة وبيئة مختلفة وحتى لغة مختلفة وقد لا يروق هذا لبعض الأفراد بحكم حساسية اختلاف الثقافات، وتتمثل إشكالية البحث بالسؤال التالي: ما الصورة الذهنية للعامل الآسيوي الوافد لدى جمهور مدينة بغداد؟

ثانياً: أهمية البحث:

تُعد دراسة الصورة الذهنية للعامل الآسيوي الوافد في المجتمع العراقي مهمة للغاية نظراً لكونها تدرس شريحة أصبحت ذات اختلاط كبير بالمواطن، فضلاً عن كون هذه الدراسة تُعد من أوائل الدراسات التي تهتم بالصورة الذهنية للعامل الآسيوي لدى الفرد العراقي.

ثالثاً: أهداف البحث:

بعد تحديد مشكلة البحث وأهميته أصبح تحديد أهدافه أكثر وضوحاً وقد لخصها الباحث بالآتي:

- 1- التعرف على الصورة الذهنية المتكونة لدى جمهور مدينة بغداد حول العامل الآسيوي لغرض دعمها أو العمل على تعديلها.
- 2- التعرف على صفات العامل الآسيوي من وجهة نظر جمهور مدينة بغداد.
- 3- معرفة الرضا المتحقق لدى الجمهور عن سلوكيات العامل الآسيوي وأدائه.
- 4- الوقوف على دور وسائل الاتصال المختلفة في تشكيل الصورة الذهنية للعامل الآسيوي.
- 5- تحديد مدى مساهمة المحيط الاجتماعي في بناء الصورة الذهنية المتعلقة بالعامل الآسيوي.
- 6- توضيح دور العامل الآسيوي الوافد في إطار عمله.

رابعاً: منهجية البحث:

يُعدّ هذا البحث من البحوث الوصفية التي تهتم بدراسة الوقائع الحالية المتعلقة بظاهرة أو موقف ما أو أحداث معينة، وذلك بغية الحصول على البيانات الدقيقة والكافية دون التدخل في أسبابها أو التحكم فيها⁽¹⁾، إذ اعتمد الباحث المنهج المسحي للوصول إلى النتائج المطلوبة باعتبار هذا المنهج هو الأنسب للكشف عن العلاقة بين المتغيرات لهذه الدراسة. خامساً: أداة ومجتمع البحث:

تُعدّ أداة البحث وسيلة فعالة للحصول على المعلومات والبيانات المتعلقة بموضوع الدراسة فهي تُعنى بجمع أغلب التفاصيل من العينة المختارة وذلك بتوجيه أسئلة محددة لغرض معرفة وجهة نظر الأشخاص واتجاهاتهم حول قضية ما ودوافعهم لاتخاذ موقف معين⁽²⁾. ولذلك اعتمد الباحث على استمارة الاستبيان كونها الوسيلة الأصلح والأنجح للبحوث الخاصة بالجمهور، وبعد إجراء عمليات الحذف والتعديل على بعض فقراتها حصلت على صدق قدره (87%). وقد تم تطبيق الاستمارة على عينة مختارة من الجمهور المستهدف للتأكد من صلاحيتها فحصلت على درجة ارتباط (0,8) وهذا يدل على وجود علاقة ارتباط جيدة بين المقياسين الأولى والثانية، أما مجتمع البحث فهو مجموعة كبيرة من الأشخاص أو الوقائع التي يرغب الباحث بدراسة⁽³⁾. ويُعد تحديد مجتمع البحث أمراً في غاية الأهمية لتبرير الاعتماد على العينة ومجتمع البحث في هذه الدراسة هو جمهور مدينة بغداد ممن يتعاملون مع المؤسسات المختلفة التي يعمل فيها العامل الوافد الآسيوي، وقد اختار الباحث العينة العشوائية البسيطة والتي يكون فيها لكل شخص أو فرد من المجتمع فرصة الاختيار نفسها دون ارتباط ذلك الاختيار باختيار فرد آخر من المجتمع⁽⁴⁾. ولصعوبة إجراء البحث على جميع أفراد المجتمع تم اختيار (150) فرد من جانبي الكرخ والرصافة وبواقع (75) فرد لكل منهما.

سادساً: مجالات البحث:

1- المجال البشري: وقد تمثل بجمهور مدينة بغداد ممن يتعاملون مع العامل الآسيوي.

2- المجال المكاني: وتمّ تحديده بحدود مدينة بغداد البلدية بجانبها الكرخ والرصافة.

3- المجال الزمني: وقد حدد بالمدة الزمنية من 2020/1/1 لغاية 2020/3/1.

سابعاً: تحديد المفاهيم والمصطلحات:

إنّ الغاية من تقديم المفاهيم والمصطلحات المستعملة في الدراسة، هو بيان صورة واضحة ومعبرة عن طبيعتها فهي تُعد بمثابة مداخل لفهم البيانات التي يتناولها البحث، وهي كالآتي:

1- **الصورة الذهنية:** هي انطباع أو صورة أو فكرة لشخص ما في ذهن الآخرين، أي الصورة التي تكونت عن فرد ما لدى المحيطين به⁽⁵⁾. أما (علي عوجة) فيعرف الصورة الذهنية بأنها النتيجة النهائية للانطباع المتكون لدى الفرد أو جماعة معينة إزاء شخص أو شعب أو مؤسسة ما، ويتكون الانطباع من خلال التفاعل والتجاوب المرتبطة بعواطف الناس⁽⁶⁾.

ويمكن تعريف الصورة الذهنية للعامل الوافد الآسيوي: بأنها الإتجاه أو الانطباع عن العامل الآسيوي لدى الرأي العام العراقي والتي تنشأ نتيجة الاحتكاك والتفاعل معه وتنسم بالتعبير وعدم الثبات وتتأثر بمجمل الظروف المحيطة بها.

2- **العامل الآسيوي (الوافد):** هو العامل القادم من بلاد آسيوية أجنبية لغرض العمل داخل العراق لتحسين وضعه المالي في وطنه، والعامل الآسيوي استناداً لأحكام المادة (23) من قانون العمل رقم (71) لسنة (1987) المادة 0239 هو كل شخص لا يحمل

الجنسية العراقية أو جنسية أحد الأقطار العربية ويرغب بالعمل في العراق بصفة عامل في القطاع الخاص أو المختلط أو التعاوني.

3- الجمهور: وتعرف الدكتورة (حميدة سميسم) الجمهور بأنه: جماعة من الناس تجمعهم ميول أو اتجاهات أو عواطف مشتركة في وحدة المصالح وبذلك يتحقق لديهم الشعور بالوحدة وتحقيق الذات⁽⁷⁾.

القسم الثاني

العمالة الأجنبية الوافدة

اعتمد العراق على العمالة الأجنبية الوافدة رغم ظروف البطالة التي يعانيها أغلب مواطنيه ويرجع ذلك للعديد من الأسباب التي أدت إلى الاستغناء عن اليد العاملة المحلية في أغلب مؤسساته الأهلية والحكومية، ومن أهمها :-

1- الأجور المنخفضة والمتدنية للعامل الآسيوي :- يعدّ انخفاض الأجور للعامل الوافد في مقدمة الأسباب التي أدت لجلبهم، يضاف إلى ذلك الأوضاع الاقتصادية السيئة وتفشي البطالة بشكل كبير في الدول التي ينتمي إليها العامل الوافد، ولهذا السبب يعدّ العراق من مصادر جذب هؤلاء العاملين حيث تعدّ الأجور التي يتقاضونها مرتفعة بالنسبة لهم. (8)

2- ارتفاع وانتعاش مستوى دخل المواطن العراقي :- شهد مستوى دخل الفرد العراقي بعد العام 2003 قفزة نوعية حيث أصبح متوسط الدخل (1000000) مليون دينار عراقي شهرياً بما يعادل (800) دولار أمريكي ونتيجة لذلك تغيرت بعض العادات الاستهلاكية للمواطن، ومنها الاستعانة بالعامل الآسيوي لقضاء كثير من الأعمال.

3- تقليد أساليب المعيشة في دول الخليج :- نتيجة لارتفاع المستوى المعاشي للأسرة العراقية تحول الاهتمام من الحصول على السلع والخدمات الأساسية إلى الخدمات الكمالية بدافع محاكاة ما تراه من ترف في دول الخليج.

4- ضعف مهارة العامل العراقي :- أدى عزوف الفرد العراقي عن تطوير مهاراته العملية عبر الالتحاق بالتعليم المهني والفني وطلبهم للشهادة الجامعية بما تحمله من قيمة اجتماعية، فمعظم الشباب العراقي لا يحبذ العمل اليدوي، ممّا شجع الاعتماد على العمالة الأجنبية⁽⁹⁾، فالمشكلة تكمن في كون الشاب ينظر للعمل اليدوي نظره دونية ولاسيما تلك الأعمال التي تتطلب جهداً جسمانياً فهم يفضلون انتظار الوظيفة الحكومية على تلك الأعمال.

ولا تخلو العمالة الوافدة من سلبيات عدة يمكن أن نلخصها بما يأتي :-

1- الأثر الاجتماعي :- ويتمثل ذلك بانتقال ثقافة العامل الآسيوي إلى المجتمع العراقي فهم ينتمون لثقافة مختلفة من حيث العادات والتقاليد وحتى الدين، فضلاً عن تأثيرهم على الجانب اللغوي. (10)

2- الأثر الاقتصادي :- تستنزف العمالة الآسيوية قدر كبير من الإيرادات المالية للدولة نتيجة للحوالات الخارجية لبلدانهم مما ينعكس بشكل سلبي على الاقتصاد المحلي فضلاً عن دورها في انخفاض أجور العامل العراقي وازدياد معدلات البطالة بين الشباب. (11)

القسم الثالث
الدراسة الميدانية

تضمنت الدراسة الميدانية عرض نتائج تحليل الاستمارة التي يتطلبها البحث والتي تحقق أهدافه.

أولاً: البيانات الشخصية:

1- النوع:

جاءت نسبة الذكور في العينة (62.6%) بواقع (94) ذكراً بينما كانت نسبة الإناث (37.4%) وبواقع (56) أنثى، وهذا يشير إلى أن أغلب المتعاملين مع مؤسسات القطاع العام والخاص هم من الذكور.

الجدول رقم (1)

يوضح جنس وحدات العينة

النسبة المئوية	التكرار	البيانات
		النوع
62.6%	94	ذكور
37.4%	56	إناث
100%	150	المجموع

2- العمر:

احتلت الفئة (8-25) سنة المرتبة الأولى، بواقع (65) تكرار وبنسبة مئوية بلغت (43.4%)، في حين جاءت فئة (26-35) سنة بالمرتبة الثانية وبنسبة (22.6%) وبواقع (34) تكرار، في حين حلت الفئة (من 45 سنة فأكثر) بالمرتبة الثالثة وبواقع (32) تكراراً وبنسبة مئوية بلغت (21.4%)، وكانت بالمرتبة الرابعة والأخيرة فئة (من 35-45) وبنسبة مئوية بلغت (12.6%) ويتكرر بلغ (19)، وتبين مما تقدم أن الشباب هم الأكثرية في جمهور مدينة بغداد. ينظر الجدول رقم (2).

الجدول رقم (2)

يوضح عمر وحدات العينة

النسبة المئوية	التكرار	البيانات
		النوع
43.4%	65	من 18-25 سنة
22.6%	34	من 26-35 سنة
12.6%	19	من 35-45 سنة
21.4%	32	من 45 سنة فأكثر
100%	150	المجموع

3- التحصيل الدراسي:

احتلت فئة (بكالوريوس) أعلى نسبة من إجمالي حجم العينة بواقع (75) تكراراً ونسبة مئوية قدرها (50%) أي نصف حجم العينة، بينما كانت فئة (الاعدادية) بالمرتبة الثانية ونسبة بلغت (19%) من حجم العينة وبواقع (28) تكراراً، وجاءت فئة (المتوسطة) بالمرتبة الثالثة وبتكرار (25) ونسبة مئوية (17%)، أما فئة (الابتدائية) فاحتلت المرتبة الرابعة بنسبة بلغت (10%) وبتكرار بلغ (15) تكراراً، بينما كانت فئة (شهادة عليا) بالمرتبة الخامسة والأخيرة وبتكرار بلغ (7) ونسبة بلغت (4%)، ويتضح مما تقدم أن أغلب أفراد العينة هم ممن يحملون شهادة البكالوريوس كونهم يمثلون شريحة الشباب، ينظر الجدول رقم (3):

الجدول رقم (3)

يوضح التحصيل الدراسي لأفراد العينة

النسبة المئوية	التكرار	البيانات
		التحصيل الدراسي
10%	15	ابتدائية
17%	25	متوسطة
19%	28	اعدادية
50%	75	بكالوريوس
4%	7	شهادة عليا
100%	150	المجموع

ثانياً: فقرات الاستمارة:

الفقرة الأولى: (ما تقيمك لأسلوب العامل الآسيوي الذي يتعامل به مع المواطن): احتلت فئة (جيد) المرتبة الأولى في عينة البحث وبلغ عددها (91) بنسبة (60.7%)، وجاءت الفئة (جيد جداً) بالمرتبة الثانية إذ بلغ عددها (34) بنسبة مئوية بلغت (22.7%)،

بينما جاءت الفئة (متوسط) بالمرتبة الثالثة بعدد بلغ (12) ونسبة (8%)، فيما حلت الفئة (مقبول) بالمرتبة الرابعة وبعدد (13) ونسبة مئوية بلغت (8.6%)، وأخيراً احتلت الفئة (غير لائق) المرتبة الأخيرة وتكرر بلغ (صفر) ونسبة بلغت (صفر%)، ينظر الجدول (4).

الجدول رقم (4)

يوضح تقييم أسلوب العامل الآسيوي الذي يتعامل مع المواطن

النسبة المئوية	التكرار	البيانات
22.7%	34	الفقرة جيد جداً
60.7%	91	جيد
8%	12	متوسطة
8.6%	13	مقبول
صفر%	صفر	غير لائق
100%	150	المجموع

الفقرة الثانية: (أي الوسائل الاتصالية الآتية ساهمت بشكل فعال في تكوين صورتك الذهنية عن العامل الآسيوي):

أجاب (81) مبحوثاً ونسبة بلغت (54%) بأن (التلفزيون) ساهم بشكل كبير في تكوين صورتهم الذهنية، وبذلك احتل المرتبة الأولى، في حين احتلت (شبكات التواصل الاجتماعي) المرتبة الثانية وبعدد بلغ (54) ونسبة مئوية بلغت (36%)، في حين جاءت (الإذاعة المسموعة) بالمرتبة الثالثة وتكرر بلغ (15) مبحوثاً ونسبة بلغت (10%)، أما الصحف الورقية فقد احتلت المرتبة الرابعة والأخيرة بعدد بلغ (صفر) ونسبة (صفر%)، ينظر الجدول رقم (5).

الجدول رقم (5)

يوضح الوسائل الاتصالية التي ساهمت في تكوين الصورة الذهنية عن العامل الآسيوي

النسبة المئوية	التكرار	البيانات
54%	81	الوسيلة الاتصالية التلفزيون
36%	54	شبكات التواصل الاجتماعي
10%	15	الإذاعة المسموعة
صفر%	صفر	الصحف الورقية
100%	150	المجموع

الفقرة الثالثة: (أي الأساليب الاتصالية المباشرة عملت على تكوين صورتك الذهنية عن العامل الآسيوي):

أجاب (120) مبحوثاً وبنسبة بلغت (80%) بأنهم يكونون صورهم الذهنية بناءً على الاحتكاك والتعامل المباشر مع العامل الآسيوي، فيما جاءت فئة (الأصدقاء المقربون) بالمرتبة الثانية وبعدها بلغ (15) وبنسبة مئوية مثلت (10%)، أما فئة (الزملاء في العمل) فجاءت بالمرتبة الثالثة وبتكرار بلغ (11) وبنسبة بلغت (7.4%)، وجاءت بالمرتبة الأخيرة والرابعة فئة (الأقرباء) بعدد (4) فقط وبنسبة مئوية بلغت (2.6%)، ينظر الجدول رقم (6).

الجدول رقم (6)

يوضح الأساليب الاتصالية المباشرة التي عملت على تكوين الصورة الذهنية عن العامل الآسيوي

الفقرة	البيانات	التكرار	النسبة المئوية
الأقرباء		4	2.6%
الأصدقاء المقربون		15	10%
الزملاء في العمل		11	7.4%
الاحتكاك والتعامل المباشر مع العامل الآسيوي		120	80%
المجموع		150	100%

الفقرة الرابعة: صفات العامل الآسيوي التي تعمل على تشكيل الصورة الذهنية، ما درجة اتفاق وجهة نظرك كفرد مع الفقرات الآتية عن العامل الآسيوي:

- 1- يتصف بصدق الحديث: أتفق (100) مبحوث وبنسبة (66.8%) على أن العامل الآسيوي يتصف بالصدق، بينما أشار (20) مبحوثاً وبنسبة (20.6%) إلى فئة (محايد)، فيما اختار (19) مبحوثاً وبنسبة (12.6%) فئة (لا أتفق).
- 2- يؤدي عمله بمهنية وانضباط: جاءت الفئة (أتفق) بالمرتبة الأولى وبعدها (117) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (78%)، بينما احتلت الفئة (محايد) المرتبة الثانية بتكرار بلغ (24) تكرار وبنسبة بلغت (16%)، وجاءت بالمرتبة الثالثة والأخيرة فئة (لا أتفق) وبعدها (9) مبحوثين وبنسبة (6%).
- 3- يتصف بالتحمل وسعة الصدر: تبين أن (99) من المبحوثين وبنسبة مئوية بلغت (66%) متفقين على ذلك، بينما أشار (38) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (45.4%) إلى كونهم محايدين، في حين لم يتفق (13) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (8.6%) على كون العامل الآسيوي يؤدي عمله بمهنية.

- 4- **يميل للهدوء ولا ينفعل:** اتضح أن (102) مبحوثاً وبنسبة (68%) اتفق على كون العامل الآسيوي يميل للهدوء، فيما كان (31) مبحوثاً وبنسبة (20.7%) محايدين، بينما (17) مبحوثاً وبنسبة (11.3%) لا يتفقون على ذلك.
- 5- **حسن الشكل والمظهر:** أشار (123) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (82%) إلى عدم اتفاقهم على هذه الفئة، بينما أشار (22) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (14.6%) إلى الفئة محايد، في حين أشار (5) مبحوثين فقط وبنسبة مئوية بلغت (3.4%) إلى كون العامل الآسيوي حسن الشكل والمظهر.
- 6- **يراعي الذوق في التعامل مع الآخرين:** تبين أن (95) مبحوثاً وبنسبة مئوية (63.4%) يتفقون على ذلك، بينما أشار (39) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (26%) إلى كونهم محايدين، في حين أكد (16) مبحوثاً وبنسبة (10.6%) إلى عدم اتفاقهم على ذلك.
- 7- **يتفهم المواطنيين أثناء التعامل معهم:** أكد (94) مبحوثاً وبنسبة (62.6%) إلى أنهم يتفقون مع ذلك، بينما أشار (26) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (17.41%) إلى كونهم محايدين، فيما لم يتفق (30) مبحوثاً وبنسبة مئوية مقدارها (20%) إلى أن العامل الآسيوي يتفهم المواطن. انظر الجدول رقم (7).

الجدول رقم (7)

يوضح صفات العامل الآسيوي التي تعمل على تشكيل الصورة الذهنية

الفقرة	اتفق		محايد		لا اتفق		المجموع	%
	التركرار	%	التركرار	%	التركرار	%		
يتصف بصدق الحديث	100	66.8%	31	20.6%	19	12.6%	150	100%
يؤدي عمله بمهنية وانضباط	117	78%	24	16%	9	6%	150	100%
يتصف بالتحمل وسعة الصدر	99	66%	38	25.4%	13	8.6%	150	100%
يميل للهدوء ولا ينفعل	102	68%	31	20.7%	17	11.3%	150	100%
حسن الشكل والمظهر	5	3.4%	22	14.6%	123	82%	150	100%
يراعي الذوق في التعامل مع الآخرين	95	63.4%	39	26%	16	10.6%	150	100%
يتفهم المواطنيين أثناء التعامل معهم	94	62.6%	26	17.4%	30	20%	150	100%

الفقرة الخامسة: دور الوسائل الاتصالية في تكوين الصورة الذهنية عن العامل الاسيوي الوافد، ما درجة اتفاق وجهة نظرك كفرد مع الفقرات الآتية عن دور وسائل الإعلام:

- 1- تعمل على تكوين صورة ذهنية إيجابية عن العامل الآسيوي لدى المتلقي المحلي: احتلت الفئة (لا أتفق) المرتبة الأولى وبعدد بلغ (101) مبحوثاً وبنسبة (67.4%)، بينما كانت الفئة (محايد) بالمرتبة الثانية وبعدد بلغ (39) مبحوثاً وبنسبة مئوية (26%)، وأخيراً حلت الفئة (أتفق) بعدد (10) مبحوثين وبنسبة (6.6%).
- 2- تسوق لصورة سلبية عن العلاقة بين العامل الآسيوي والمواطن العراقي: جاءت الفئة (أتفق) بالمرتبة الأولى وبكرار بلغ (86) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (57.3%)، بينما احتلت الفئة (محايد) المرتبة الثانية وبعدد بلغ (34) مبحوثاً وبنسبة بلغت (22.7%)، وحلت الفئة (لا أتفق) بالمرتبة الثالثة والأخيرة وبعدد (31) مبحوثاً وبنسبة (20%).
- 3- تعرف المواطن بمفهوم العمالة الآسيوية وحدود عملها: احتلت الفئة (أتفق) المرتبة الأولى وبعدد بلغ (93) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (62%)، فيما جاءت الفئة (لا أتفق) بالمرتبة الثانية وبعدد (30) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (20%)، وأخيراً حلت الفئة (محايد) بالمرتبة الثالثة وبعدد (27) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (18%).
- 4- تعمل على تعزيز العلاقة بين المواطن العراقي والعامل الآسيوي: حلت فئة (محايد) بالمرتبة الأولى وبعدد (85) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (56.6%)، بينما جاءت فئة (أتفق) بالمرتبة الثانية وبكرار (41) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (27.4%)، وأخيراً حلت الفئة (لا أتفق) وبعدد (16) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (24%). أنظر الجدول رقم (8).

الجدول رقم (8)

يوضح دور وسائل الاعلام في تكوين الصورة الذهنية عن العامل الاسيوي الوافد

الفقرة	أتفق		محايد		لا أتفق		المجموع	%
	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%		
تعمل على تكوين صورة إيجابية عن العامل الآسيوي لدى المتلقي المحلي	10	6.6%	39	26%	101	67.4%	150	100%
تسوق لصورة ذهنية سلبية عن العلاقة بين العامل الآسيوي والمواطن العراقي	86	57.3%	34	22.7%	30	20%	150	100%
تعرف المواطن بمفهوم العمالة الآسيوية وحدود عملها	93	62%	27	18%	30	20%	150	100%
تعمل على تعزيز العلاقة بين المواطن العراقي والعامل الآسيوي	24	16%	85	56.6%	41	27.4%	150	100%

الفقرة السادسة: مدى رضا الرأي العام العراقي عن أداء العامل الآسيوي الوافد، ما درجة اتفاق وجهة نظرك كفرد مع الفقرات الآتية:

- 1- **يعامل الآخريين بمودة واحترام:** احتلت الفئة (اتفق) المرتبة الاولى وبعدها بلغ (104) مبحوثاً وبنسبة (69.3%)، فيما احتلت الفئة (محايد) المرتبة الثانية وبعدها بلغ (35) مبحوثاً وبنسبة مئوية (23.3%)، فيما جاءت الفئة (لا أتفق) بالمرتبة الثالثة والأخيرة وبعدها (11) مبحوث وبنسبة مئوية بلغت (7.4%).
- 2- **يعمل على إرضاء المواطن بأي طريقة:** جاءت الفئة (اتفق) بالمرتبة الأولى وبعدها بلغ (96) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (64%)، في حين جاءت الفئة (محايد) بالمرتبة الثانية وبعدها بلغ (37) مبحوثاً وبنسبة بلغت (24.6%)، أما المرتبة الثالثة فكانت من حصة الفئة (لا أتفق) وبعدها (17) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (11.4%).
- 3- **يستخدم لغة غير لائقة:** احتلت الفئة (لا أتفق) بالمرتبة الاولى وبعدها بلغ (120) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (80%)، وحلت الفئة (محايد) بالمرتبة الثانية وبعدها (25) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (16.6%)، وجاءت بالمرتبة الثالثة فئة (اتفق) وبعدها (5) مبحوثين فقط وبنسبة مئوية بلغت (3.4%).
- 4- **يخاطب المواطن بطريقة مهذبة ومؤدبة:** جاءت الفئة (اتفق) بالمرتبة الأولى وبعدها (103) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (68.6%)، وحلت بالمرتبة الثانية فئة (محايد) وبعدها بلغ (20) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (20%)، وحلت أخيراً الفئة (لا أتفق) وبعدها (17) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (11.4%).
- 5- **يحافظ على ممتلكات المواطنين:** حلت الفئة (اتفق) بالمرتبة الاولى وبعدها (92) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (61.3%)، وجاءت الفئة (محايد) بالمرتبة الثانية وبعدها بلغ (32) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (21.3%)، بينما جاءت الفئة (لا أتفق) بالمرتبة الأخيرة وبعدها (26) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (17.4%).
- 6- **يتصرف بتوازن في المواقف المخرجة:** جاءت الفئة (محايد) بالمرتبة الأولى وبعدها (94) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (62.6%)، وحلت الفئة (اتفق) بالمرتبة الثانية وبعدها بلغ (46) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (30.8%)، وكانت بالمرتبة الثالثة الفئة (لا أتفق) وبعدها (10) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (6.6%).
- 7- **يتقيد بتعليمات رئيسة في العمل:** احتلت الفئة (اتفق) المرتبة الاولى وبعدها (134) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (89.3%)، بينما جاءت الفئة (محايد) بالمرتبة الثانية وبعدها بلغ (11) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (7.3%)، في حين كانت الفئة (لا أتفق) بالمرتبة الثالثة والأخيرة وبعدها (5) مبحوثين فقط وبنسبة مئوية بلغت (3.4%). ينظر الجدول رقم (9).

الجدول رقم (9)

يوضح مدى رضا الرأي العام العراقي عن أداء العامل الآسيوي الوافد

الفقرة	أتفق		محايد		لا أتفق		المجموع	%
	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%		
يعامل الآخريين بمودة واحترام	104	69.3 %	35	23.3 %	11	7.4 %	150	100 %
يعمل على أرضاء المواطن بأي طريقة	96	64 %	37	24.6 %	17	11.4 %	150	100 %
يستخدم لغة غير لائقة	5	3.4 %	25	16.6 %	120	80 %	150	100 %
يخاطب المواطن بطريقة مهذبة ومؤدبة	103	68.6 %	30	20 %	17	11.4 %	150	100 %
يحافظ على ممتلكات المواطنين	92	61.3 %	32	21.3 %	26	17.4 %	150	100 %
يتصرف بتوازن في المواقف المرحجة	46	30.8 %	94	62.6 %	10	6.6 %	150	100 %
يتقيد بتعليمات رئيسة في العمل	134	89.3 %	11	7.3 %	5	3.4 %	150	100 %

الفقرة السابعة: دور المحيط الاجتماعي في تكوين الصورة الذهنية للعامل الآسيوي، ما درجة اتفاقك مع الفقرات الآتية:

- 1- تعمل البيئة الاجتماعية على تعزيز التعاون بين العامل الآسيوي والمواطن: جاءت الفئة (أتفق) بالمرتبة الأولى وبعدد بلغ (95) مبحوثاً وبنسبة (63.3%)، في حين جاءت بالمرتبة الثانية فئة (محايد) وبعدد بلغ (35) مبحوثاً وبنسبة (23.3%)، وحلت بالمرتبة الثالثة والأخيرة فئة (لا أتفق) وبعدد (20) مبحوثاً وبنسبة (13.4%).
- 2- تعمل على تدعيم وترسيخ الاحترام المتبادل بين المواطن والعامل الآسيوي: وفقاً لإجابات أفراد العينة احتلت الفئة (أتفق) المرتبة الأولى ويتكرر بلغ (84) مبحوثاً وبنسبة (56%)، وحلت بالمرتبة الثانية الفئة (محايد) وبعدد بلغ (42) مبحوثاً وبنسبة (28%)، وأخيراً جاءت الفئة (لا أتفق) وبعدد بلغ (24) مبحوثاً وبنسبة (16%).

- 3- تساعد العادات والتقاليد العامل الآسيوي على أداء عمله بصورة صحيحة: احتلت الفئة (أتفق) المرتبة الأولى وبعدها بلغ (71) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (47.4%)، بينما حلت الفئة (محايد) بالمرتبة الثانية وبعدها بلغ (57) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (38%)، وجاءت الفئة (لا أتفق) بالمرتبة الثالثة وبعدها (22) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (14.6%).
- 4- تعمل البيئة الاجتماعية دوراً مهماً في حل مشاكل العامل الآسيوي التي قد يتعرض لها: جاءت الفئة (محايد) بالمرتبة الأولى وبعدها بلغ (93) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (62%)، وحلت بالمرتبة الثانية الفئة (لا أتفق) وبعدها بلغ (36) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (24%)، وأخيراً جاءت الفئة (أتفق) وبعدها (21) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (14%). ينظر جدول رقم (10).

الجدول رقم (10)

يوضح دور المحيط الاجتماعي في تكوين الصورة الذهنية للعامل الآسيوي

الفقرة	أتفق		محايد		لا أتفق		المجموع	%
	التردد	%	التردد	%	التردد	%		
تعمل البيئة الاجتماعية على تعزيز التعاون بين العامل الآسيوي والمواطن	95	63.3 %	35	23.3 %	20	13.4 %	150	100 %
تعمل على تدعيم وترسيخ الاحترام المتبادل بين المواطن والعامل الآسيوي	84	56 %	42	28 %	24	16 %	150	100 %
تساعد العادات والتقاليد العامل الآسيوي على أداء عمله بصورة صحيحة	71	47.4 %	57	38 %	22	14.6 %	150	100 %
تعمل البيئة الاجتماعية دوراً مهماً في حل مشاكل العامل الآسيوي التي قد يتعرض لها	21	14 %	93	62 %	36	24 %	150	100 %

النتائج:

- 1- من خلال الدراسة الميدانية توصل الباحث لمجموعة من النتائج وهي:
 - إن أغلب المتعاملين مع العامل الآسيوي هم الذكور نتيجة لمراجعاتهم المستمرة للمؤسسات المختلفة.
- 2- غالبية أفراد مدينة بغداد هم من فئة الشباب ولاسيما ممن تتراوح أعمارهم من 18-25 سنة فضلاً عن الاعمار من 26-35 سنة.
- 3- إن غالبية أفراد الجمهور هم ممن يحملون شهادة البكالوريوس ولاسيما فئة الشباب.
- 4- يرى غالبية أفراد مدينة بغداد أن العامل الآسيوي يتمتع بأسلوب جيد في تعامله مع المواطنين مما يشجع على تكوين صورة ذهنية إيجابية.
- 5- يُعد التلفزيون الوسيلة الاتصالية الأبرز لتكوين الصورة الذهنية عن العامل الآسيوي لدى جمهور مدينة بغداد وتأتي بعدها مواقع التواصل الاجتماعي.
- 6- يؤدي الاتصال المباشر المتمثل بالاحتكاك والتعامل المباشر مع العامل الآسيوي الدور الأبرز في تكوين الصورة الذهنية عنه.
- 7- يرى غالبية أفراد العينة أن العامل الآسيوي يتمتع بصفات إيجابية متعددة مثل صدق الحديث والهدوء والتحمل وغيرها مما يدل على تكوين صورة إيجابية عن العامل الآسيوي لدى معظم جمهور مدينة بغداد باستثناء فقرة حسن الشكل حيث أكد غالبية بأن مظهره ليس على مايرام.
- 8- تؤدي الوسائل الاتصالية دوراً مهماً في تكوين الصورة الذهنية للعامل الآسيوي لدى الجمهور فقد أشاروا إلى تسويقها لصورة سلبية قد تختلف مع الواقع.
- 9- لا تؤدي الوسائل الاتصالية أي دور لتعزيز العلاقة بين المواطن والعامل الآسيوي ولكنها تركز حصراً على المخالفات القانونية للعاملين الأجانب.
- 10- هناك حالة رضا عام تتوفر لدى غالبية أفراد مجتمع الدراسة حول الأداء الوظيفي للعامل الآسيوي مما يؤكد تكوين صورة إيجابية لدى الرأي العام.
- 11- تعمل البيئة الاجتماعية المتمثلة بالمجتمع العراقي دوراً مهماً في تكوين الصورة الذهنية عن العامل الآسيوي وتساهم كذلك في تحديد كيفية أدائه لعمله.

- (1) السيد أحمد عمر، البحث الإعلامي (مفهومه، إجراءاته، مناهجه)، الكويت، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2002، ص210.
- (2) سمير حسين، بحوث الإعلام الأسس والمبادئ، القاهرة، عالم الكتب، 1976، ص178.
- (3) أوما سيكاران، طرائق البحث في الإدارة (مدخل لبناء المهارات البحثية)، ترجمة: اسماعيل بسيوني، الرياض، دار المريخ للنشر، 2010، ص379.
- (4) عامر قنديلجي، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية، عمان، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2008، ص184.
- (5) كرم شلبي، معجم المصطلحات الإعلامية، دار الشروق، القاهرة، 1989، ص476.
- (6) عاطف عدلي العبد، صورة المعلم في وسائل الإعلام، القاهرة، دار الفكر العربي للنشر والتوزيع، 1997، ص23.
- (7) حميدة سميسم، نظرية الرأي العام، القاهرة، الدار الثقافية للنشر، 2005، ص51.
- (8) صالح أحمد سالم، التغطية الصحفية لقضية العمالة الوافدة في صحافة الإمارات، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، كلية العلوم الإنسانية، قسم الإعلام، 2008، ص35.
- (9) صالح أحمد سالم، مصدر سابق، ص35.
- (10) بسمة رحمن عودة، العمالة الوافدة، جامعة القانسية، كلية الآداب، بحث منشور على شبكة الأنترنت، 2014.
- (11) صالح أحمد سالم، مصدر سابق، ص46.

المصادر العربية:

- 1- أوما سيكران، طرائق البحث في الإدارة (مدخل لبناء المهارات البحثية)، ترجمة: اسماعيل بسيوني، الرياض، دار المريخ للنشر، 2010.
- 2- بسمة رحمن عودة، العمالة الوافدة، جامعة القادسية، كلية الآداب، 2014.
- 3- حميدة سميسم، نظرية الرأي العام، القاهرة، الدار الثقافية للنشر، 2005.
- 4- سمير حسين، بحوث الإعلام الأسس والمبادئ، القاهرة، عالم الكتب، 1976.
- 5- السيد أحمد عمر، البحث الإعلامي (مفهومه، إجراءاته، مناهجه)، الكويت، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2002.
- 6- صالح أحمد سالم، التغطية الصحفية لقضية العمالة الوافدة في صحافة الإمارات، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، كلية العلوم الإنسانية، قسم الإعلام، 2008.
- 7- عاطف عدلي العبد، صورة المعلم في وسائل الإعلام، القاهرة، دار الفكر العربي للنشر والتوزيع، 1997.
- 8- عامر قنديلجي، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية، عمان، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2008.
- 9- كرم شلبي، معجم المصطلحات الإعلامية، دار الشروق، القاهرة، 1989.