

صورة الخريجين لدى القيادات الإدارية

بحث مسحي

م.م. منتهى صافي يسر - كلية الآداب / جامعة بغداد-العراق

Mmmjjj19653@gmail.com

أ.د. ناهض فاضل الجواري - كلية الإعلام / جامعة بغداد-العراق

drnahid@comc.uobagadad.edu.iq

مستخلص:

تكمّن اشكالية البحث في معرفة الصورة الذهنية التي تحملها القيادات الادارية عن خريجي الجامعات العراقية ، ولتحقيق اهداف هذا البحث تم استخدام المنهج الوصفي واسلوب الدراسة المسحية؛ لاستجلاء هذه الصورة ، كما تم بناء مقياس لمعرفة الصورة الذهنية لدى القيادات الادارية ، وتمثّل مجتمع البحث مقرات خمس وزارات وهن كل: (وزارة التربية، وزارة الكهرباء، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، وزارة العمل والشؤون الاجتماعية، وزارة الشباب والرياضة) وتم استخرج عينة من مجتمع البحث بواقع ٢٠٠ مبحوث موزعين على الوزارات الخمس.

الكلمات المفتاحية: الصورة، القيادة الإدارية.

The image of the graduates among the administrative leaders

Survey search

Mr. Muntaha Safi Yusr - College of Arts

University of Baghdad - Iraq

Mmmjjj19653@gmail.com

Ph.Dr.Nahed Fadel Al-Jawari - College of Mass Communication

/ University of Baghdad - Iraq

drnahid@comc.uobagadad.edu.iq

Abstract:

The mental image that forms in people's minds about the various institutions is what is known as the mental image, and it may form as a result of direct or indirect experience, and due to its functional role, it has become a primary goal sought by various institutions that seek success and survival, whether these

institutions are economic or service institutions. Or cultural, and even university institutions. The university institution, like other institutions, depends on communication in forming a good image of it among its audiences and those who deal with it.

The researcher identified the objectives of her research, which is to identify the nature of the relationship between the demographic variables of the respondents and the type of image that the administrative leaders carry about the graduates of Iraqi universities, and also to identify the indicators of the positive and negative mental image that the administrative leaders carry about the graduates of Iraqi universities.

The researcher adopted the administrative leaders in the headquarters of five ministries after withdrawing their sample from 22 ministries through a simple random sample and by lottery method. The sample after deleting the non-compliant forms (200) individuals distributed among the five ministries, and the researcher chose the scale tool to reach the data for the research, and the scale's paragraphs were accurately formulated, which amounted to 42 paragraphs, and presented to specialists in public relations for arbitration.

The researcher distributed scale forms to the research sample in the Iraqi ministries, and they were emptied after they were retrieved from the respondents. It was also found from the results of the research that university graduates need training and rehabilitation courses in the use of modern technology. The researcher tried to give suggestions, including the need to prepare graduates to deal with modern technology by giving them training and qualification courses, the need for correct and motivating treatment by administrative leaders in government institutions for university graduates because of its psychological and social role in notifying them of their position in the institution and then in society. And the need for Iraqi universities to pay attention to their outputs of new graduates and rehabilitate them, as they are the mirror reflecting the image of their universities while they are in

government institutions. Focusing on preparing research studies for researcher to benefit from in their search for the mental image of administrative leaders.

Keywords: image, administrative leadership.

تمهيد:

تُعَد الصورة الذهنية من الموضوعات التي تهتم المؤسسات بدراستها وقياسها على النحو المنظم، وأنها من أولوياتها عند رسم خططها وتنفيذ قراراتها، نظراً لما تقوم به هذه الصورة من دور مهم في تشكيل السلوك المجتمعي وتكوين الآراء واتخاذ القرارات، وعن كيفية تشكيل الصورة الذهنية فإنها تتمثل بأساليب ومحتوى الاتصال بجميع مستوياته، أي أن تشكيل الصورة الذهنية يأتي إما عبر الخبرة المباشرة نتيجة لاحتكاكه المباشرة بغيره من الأفراد والمؤسسات والأنظمة أو عبر الخبرة غير المباشرة من خلال ما تنقله وسائل الإعلام المطبوعة والمرئية والمسموعة.

الاطار المنهجي

مشكلة البحث:

بناءً على طبيعة العلاقة بين الصورة الذهنية واداء القيادات الادارية لدى الحكومات العراقية وفي ضوء ما تقدم يمكن ان نقول ان مشكلة بحثنا الحالي تتمحور في الاجابة عن تساؤل رئيسي وهو معرفة الصورة الذهنية عن خريجي الجامعات العراقية في المؤسسات الحكومية وذلك من خلال دراسة مسحية للقيادات الادارية في وزارات الدولة العراقية ويمكن ان تصاغ مشكلتنا في التساؤلات الآتية:

١. ما نوع الصورة الذهنية التي تحملها القيادات الادارية في المؤسسات الحكومية عن خريجي الجامعات العراقية؟

٢. ما العوامل التي تؤثر على نوع الصورة الذهنية (السياسية والاجتماعية والمهنية، التخصصية والمهارية) لدى القيادات الادارية في المؤسسات الحكومية عن خريجي الجامعات العراقية؟

٣. ما توجه القيادات الادارية في المؤسسات الحكومية عن خريجي الجامعات العراقية بخصوص ما يحملونه من صورة ذهنية عنهم؟

أهمية البحث

أولاً: القيادات الادارية في المؤسسات الحكومية:

تلقي الضوء على مدى فاعلية الدور الذي تقوم به القيادات الادارية في استقطاب خريجي الجامعات العراقية.

ثانياً: الجامعات العراقية : يتوقع من نتائج هذه الدراسة ان تكون مفيدة للجامعات بشكل عام، اذ تلقي بظلالها على ادارات الجامعات للوقوف على الدور الذي تقوم به ، وستساعد من وجهة نظر الباحثة على اجراء تقييم واضح عن هذا الاداء.

ثالثاً: الباحثون في مجال العلاقات العامة: أن هذه الرسالة ستكون مصدراً مهماً للمعلومات يستفيد منها الباحثون والمهتمون في مجالات بحثهم في مجال الصورة الذهنية لدى القيادات الادارية .

أهداف البحث

تهدف هذه الدراسة إلى الوقوف على نوع الصورة الذهنية (ايجابية أو سلبية أو محايدة) لدى القيادات الادارية في المؤسسات الحكومية عن خريجي الجامعات العراقية ويمكن تلخيص الاهداف بما يأتي:

١. التعرف على الصورة الذهنية عن خريجي الجامعات العراقية لدى القيادات الادارية.
٢. التعرف على دلالة الفروق في الصورة الذهنية عن خريجي الجامعات العراقية لدى القيادات الادارية تبعا لمتغير الجنس.
٣. التعرف على دلالة الفروق في الصورة الذهنية عن خريجي الجامعات العراقية لدى القيادات الادارية تبعا لمتغير الفئة العمرية.
٤. التعرف على دلالة الفروق في الصورة الذهنية عن خريجي الجامعات العراقية لدى القيادات الادارية تبعا لمتغير الوزارة.

مجالات البحث

١. المجال البشري: هم القيادات الادارية في وزارات الدولة العراقية.
٢. المجال المكاني: شمل خمس وزارات عراقية وهي (وزارة التربية ، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي ، وزارة الكهرباء ، وزارة العمل والشؤون الاجتماعية ، وزارة الشباب والرياضة)
٣. المجال الزمني: من تاريخ ٢٠٢٠/١١/١ إلى ٢٠٢١/٧/١.

مجتمع البحث وعينته

ولسعة حجم المجتمع والذي هو (٢٢) وزارة من وزارات الحكومة العراقية المثبتة في المنهاج الوزاري والتي صوت عليها من قبل مجلس النواب ملحق رقم (٨) ، تم سحب عينة عشوائية بسيطة "القرعة" والتي بلغت (٥) وزارات اي نسبة ٢٥% من اعداد الوزارات البالغ (٢٢) وزارة وكان الاختيار قد وقع الاختيار على كل من(وزارة التربية ، ووزارة التعليم العالي والبحث العلمي ، ووزارة الكهرباء ، ووزارة العمل والشؤون الاجتماعية ، ووزارة الشباب والرياضة) واعتمدت الدراسة على مقرات الوزارات الموجودة في العاصمة العراقية بغداد، وترى الباحثة ان كلاً من(رئيس قسم ، ومعاون مدير عام، ومدير عام، ومستشار، ووكيل وزير ، ووزير) هم قيادات ادارية ، وبعد جمع اعداد القيادات الادارية جدول (١) من قسم التخطيط التابع لكل وزارة وفي ضوء كتب تسهيل المهمة المزودة من ادارة كلية الإعلام جامعة بغداد

يبين جدول (١) اعداد القيادات الادارية في عينة البحث

أسم الوزارة	العمل والشؤون الاجتماعية	الشباب والرياضة	التعليم العالي والبحث العلمي	التربية	الكهرباء	المجموع
إعداد القيادات الادارية	٣٨	٥٢	٧٤	٥٣	٧٣	٢٩٠

استناداً إلى البيانات في الجدول رقم (١) فقد اعتمدت الباحثة نظام الحصر الشامل لجميع القيادات في هذه الوزارات ووزعت جميع الاستثمارات وحرصت الباحثة على توزيع اداة البحث بنفسها على مقرات الوزارات، كي لا تستثنى اي استثمار ، وبعد جمع الاستثمارات وامتناع البعض من الاجابة او تركها لوقت اخر من دون مراعاة ضيق وقت الباحث، وعند تفحص الاستثمارات العائدة وابعاد غير الصالح للتحليل (١٠) استمارات لأنها غير مستوفية للشروط الخاصة باستمارة البحث وحصلت على ٢٠٠ استمارة صالحة للتحليل وكانت الاعداد كما هو موضح في:

الجدول (٢)

الاستمارة	الموزعة	العائدة	المستوفية
العدد	٢٩٠	٢١٠	٢٠٠

إجراءات البحث:

اعتمدت الباحثة على اداة المقياس وهو احدى ادوات البحث العلمي وهو الطريقة والاسلوب الذي عرف على انه " مجموعة الاجراءات التي تتضمن تحديد وتعريف ما يجب قياسه وترجمته إلى معلومات يسهل وصفها بمستوى مقبول من الدقة".^(١)

وبعد مقياس ليكرت أكثر المقاييس شيوعاً في بحوث الاتصال، والذي سيكون خماسياً لأنَّ الجمهور المستهدف في هذه الدراسة جمهور نخبة من حيث التعليم والثقافة. وبما ان المقياس أداة لوصف خصائص الاحداث بشكل كمي، أي استخدام الارقام في التعبير عن الظاهرة او المشكلة قيد التدريس ، قامت الباحثة بإعداد مقياس تضمن (٤٢) فقرة بعد اطلاع الباحثة على الدراسات السابقة المتاحة مسترشدة بالأهداف والتساؤلات التي صاغتها، واعتماد البدائل (اتفق بشدة، اتفق، محايد غير متأكد، لا اتفق، لا اتفق بشدة) للإجابة عن المقياس، مراعاة ان تكون فقرات المقياس مختصرة، وواضحة ، ليتمكن المبحوثون/ات من الاجابة عن الفقرات جميعها بلا تعقيد.

وبعد توزيع استمارة المقياس على المبحوثين وبصعوبة بالغة إذ اثر جعل الدوام في الدوائر الحكومية ٥٠% كأجراء احترازي من انتشار جائحة كورونا على عدم تواجد اكثرهم وكان من الفئات المستهدفة في الدراسة الوزراء وحاولت الباحثة الوصول إليهم لكن من دون جدوى نظرا لانشغالهم وصعوبة الوصول لهم فاكثفت بالمدير

المباشر) رئيس القسم، ومعاون المدير العام، والمدير العام، ووكيل الوزير) كونهم أكثر دقة في رسم الصورة عن العاملين لديهم من الخريجين وأنا ابحت عن صورة دقيقة لتعطيني اجابة عن الصورة الذهنية (ايجابية ، ام سلبية، ام محايدة)؟

اختبار الصدق والثبات

- **الصدق الظاهري:** وهو اتفاق المحكمين على ان الاداة صالحة لتحقيق الهدف الذي اعدت من أجله، وتم عرض الاستمارة على مجموعة من المختصين والخبراء في مجال الدراسة، ويهتم هذا النوع من الصدق ببناء فقرات الأداة، وقد اسفرت نتائج التحكيم على حصول المقياس على درجة اتفاق بلغت (٩٢%).

- الصدق البنائي للمقياس

"يعد الصدق البنائي احد انواع الصدق الذي يستهدف التأكد من صدق اداة البحث داخليا اي انه يقيس مدى تجانس لفقرات المقياس" وايضا يسمى "بصدق المحتوى" إن الهدف الأساس من تحليل الفقرات الحصول على بيانات يتم بموجبها الإبقاء على الفقرات الجيدة في المقياس (Eble, 1972, p.392)(٢)، وتعد طريقة الاتساق الداخلي (علاقة درجة الفقرة بالدرجة الكلية للمقياس) اجراء مناسب في عملية تحليل الفقرات ، وبذلك لجأت الباحثة إلى هذه الطريقة في تحليل فقرات مقياس الصورة الذهنية عن خريجي الجامعات العراقية لدى القيادات الإدارية.

ولتحقيق ذلك استعملت الباحثة معامل ارتباط بيرسون Pearson لاستخراج العلاقة الارتباطية بين درجة كل فقرة من فقرات المقياس والدرجة الكلية ل (200) استمارة أي العينة ككل ، إذ كلما زاد معامل ارتباط الفقرة بالمجموعة يزداد احتمال الحصول على مقياس أكثر تجانسا، وعند مقارنة قيم الارتباط مع قيمة معامل ارتباط بيرسون الجدولية البالغة (0.14) عند مستوى (0.05) ودرجة حرية (198) أتضح أن الارتباطات كلها دالة إحصائيا.

مفاهيم البحث

١. الصورة الذهنية: تعرف بانها "النتائج النهائي للانطباعات الذاتية التي تتكون عند الافراد، وتتكون هذه الانطباعات من خلال التجارب المباشرة وغير المباشرة، وترتبط هذه التجارب بعواطف الافراد واتجاهاتهم وعقائدهم ، فهي تمثل بالنسبة لأصحابها واقعا صادق ينظرون من خلاله إلى ما حولهم ويفهمونه أو يقدرونه على أساسها.(٣)

٢. القيادة الادارية: هي " إدارة افراد المجموعات ، والموارد والتنظيم ، والالمام بوظائف الإدارة كالتهيئة والتنظيم والرقابة ، ومهارات القيادة كالتوجيه والحث والقدرة على الاقناع والتأثير وبأساليب فعالة تحت الالتزام والولاء في الافراد والمجموعات من اجل تحقيق اهداف التنظيم وبحيث تحقق افضل النتائج"(٤)

٤. الاتصال الإداري: بأنه "العملية التي تهتم بإيصال المعلومات والقرارات الهامة لجميع افراد المؤسسة عن طريق متابعة وصول المعلومات وأيضا تذليل عقبات وصولها باستخدام الوسائل الشفهية او كتابية او الإلكترونية" (٥)

لقد ازداد اهتمام الباحثين بدراسة الصورة الذهنية في ميادين مختلفة، منها : ميدان العلوم النفسية والاجتماعية والإعلامية والسياسية ،فلكل جمهور صورة ذهنية عن المؤسسة التي يتعامل معها وعن غيرها من المؤسسات الأخرى، ومن الممكن ان تكون الصورة إيجابية او قد تكون سلبية وهي تؤثر سواء كانت إيجابية او سلبية في سلوك الفرد. (٦)

ولمصطلح الصورة الذهنية في التراث الغربي استخدامان مختلفان وهما: (Image) و (Stereotype) وقد عرف معجم ويبستر (Webster) كلمة (Image) على انها: "تصور عقلي شائع بين افراد جماعة معينة يشير إلى اتجاه هذه الجماعة نحو شخص معين او أي شيء بعينه". (٧)

وكذلك ففي إطار الثقافة العربية، يعد محمد أركون أول من نبه إلى أهمية الصورة الذهنية التي وصفها بكلمة (المخيال) في كتاباته المختلفة، وهو يرى أن التصورات المخيالية تمارس سلطتها ليس في ميدان التصور وحسب، بل أيضاً في مجال الفعل الاجتماعي الذي تقوم به كل جماعة بشرية قائمة تعرف نفسها من خلال المقارنة مع الآخرين.

وظائف على المستوى الفردي والجماعي:

١. تحقق الصورة الذهنية للفرد أكبر قدر من التكيف مع ظروف الحياة وذلك للقيام بدورها في اختصار جهد الفرد، أي توفير الوقت والجهد اللازمين لفهم حدث ما وتفسيره وتشكيل المعارف والمعلومات باتجاه الموضوعات المختلفة، بما تقدمه له من اطر جاهزة تضمن له التعامل مع الاخر بل حتى التنبؤ بسلوكه دون إمعان النظر في خصائصه الفردية.

٢. إن التصوير الذهني يُضيق نطاق الجهل بالآخرين وذلك عبر استعانة الافراد بالنتائج التي يقدمها التصور الذهني للتعرف بما يمكن ان تكون عليه صور الآخرين في التعامل معهم. (٨)

٣. تقلل عدد المنبهات والمثيرات المحيطة بالفرد والجماعات وذلك يحدث عند دمج الأشياء الجديدة في الفئات القديمة، واعطائها المعنى ذاته الذي تأخذه هذه الفئات. هذه الوظيفة تسهيل عملية الادراك، إذ تؤدي إلى تقليل عدد المنبهات المحيطة بالفرد والجماعات إلى تسهيل إدراك هذه المنبهات وإلى زيادة قدرتهم على فهمها واستيعابها.

وظائف على المستوى الاجتماعي:

١. اضافة الشرعية على المؤسسة إذ تؤدي الصورة الذهنية الايجابية عن مؤسسة ما إلى اكتسابها الشرعية والقبول داخل النسق الاجتماعي الذي تنتمي اليه.
٢. تأكيد الشعور بالفخر لدى الجماهير التي لديها علاقة بالمؤسسة فالصورة الذهنية الايجابية تزيد من شعور جمهورها الداخلي بالفخر لانتمائه إلى المؤسسة، وكذلك شعور الجمهور الخارجي بالفخر في التعامل معها^(٩)
٣. تخلق الصورة الذهنية قوة بنائية، لدعم الحقوق المشروعة عند بعض الجماعات.
٤. توفر أسس التعامل مع الآخرين، كونها توفر للأفراد توقعات عن سلوك الآخرين ودوافعهم وطرق تفكيرهم.
٥. تؤدي وظيفة أساسية في بناء المجتمع وتماسكه لأنها الرابطة الأساسية للمجتمع، المؤسسة، الثقافة، أو أي شكل جمعي.^(١٠)

خصائص الصورة:

١. الصورة الذهنية عملية نفسية: مما يعني كونها عمليات داخلية لها ابعاد شعورية، إلى جانب ابعادها المعرفية.^(١١)
٢. التجميع والتنبؤ: فالصورة تجمع كل الخبرات الاجتماعية العامة، أو كما يقول عنها علماء النفس بأنها تنتقل العالم إلى الذهن وهذا العالم المنقول يفسر لنا ردود أفعال الافراد والشعوب على الاحداث والثقافات. ففهم الصورة يوفر قدراً عالياً من التنبؤ بما سوف يحدث، خاصة عندما يتم استرجاع المخزون التاريخي والفكري والعسكري في ذهنية الشعوب، لإعادة ترسيخ الصورة التي يريدها. فوسائل الإعلام لا تكون الصورة طبقاً لمجريات الاحداث بل تقوم بتكرار الانماط التاريخية المخزونة أو (المعولبة)^(١٢)
٣. الصورة الجزئية: لا تمثل الكل تمثيلاً دقيقاً، لكنها تمثل جزءاً من الواقع الكلي، لذلك فقد يأخذ البعض عليها أنها تحتل بعض النقائص منها أنه قد توجد صعوبة في أن يعبر الجزء عن الكل بوضوح تام، وقد يصل الانسان من خلالها إلى استنتاجات خاطئة، لكن عندما يجيد رجل العلاقات العامة النقل والتعبير بهذه الصورة فبذلك الامر يختلف وتتلاشى النقائص.^(١٣)
٤. الصورة الذهنية للمؤسسة: مقصودة وتخضع للتخطيط العلمي (برامج بناء الصورة الذهنية أو تدعيمها، أو تحسينها، وتطويرها) وبالتالي فإنها قابلة للقياس والتقويم باستخدام أساليب البحث العلمي

بما يسهل معه رصد الصورة الذهنية الحالية للمؤسسة لدى الجماهير والتعرف على التغييرات التي تطرأ عليها سواء كانت سلبية او ايجابية.^(١٤)

أنواع الصورة: اما انواع الصورة الذهنية التي تدخل في مجال العلاقات العامة فهي الاتي:

هناك تصنيف آخر للصورة الذهنية حسب موريل حيث صنفها إلى اربعة أنواع^(١٥):

١. الصورة المؤسسية: وتكون على المستوى الوطني.
 ٢. الصورة المهنية: وترتبط بطبيعة نشاط المؤسسة.
 ٣. الصورة العلائقية: وترتبط في ضوء التواصل مع الجمهور.
 ٤. الصورة العاطفية: وهي التي تقوم على أساس الود والتعاطف بين المؤسسة والجمهور.
- وهناك انواع مختلفة للصورة الذهنية للمؤسسات تختلف من مؤسسة إلى أخرى ومنها^(١٦):

١. الصورة الانعكاسية: وهي ما نعتقد اننا نبدو عليه، وهو في الغالب وهم ناتج بسبب التفكير الإيجابي الشديد.
٢. الصورة المطلوبة: وهي الصورة التي ترغب المنظمة في تحقيقها.
٣. الصورة التنظيمية: وهي صورة المؤسسة، وتتكون من العديد من الحقائق، تاريخ المؤسسة وسمعتها، ومدى استقرارها، والنجاح المالي لها، وجودة الانتاج، والمسؤولية الاجتماعية، وتعبّر في مجملها عن كيفية تقديم المؤسسة نفسها إلى العالم الخارجي.

أهمية وتأثير وسائل الإعلام في تشكيل الصورة الذهنية

إن أهمية وسائل الإعلام ترجع إلى درها الواضح في تكوين وبناء الصورة الذهنية، وذلك من خلال التأثير المستمر والمتراكم، فقد أصبح هناك اعتماد متزايد على وسائل الإعلام لنقل المعلومة وتلقيها، والذي زاد من تأثيرها في سلوك الافراد وتشكيل اتجاهاتهم وآرائهم هو قدرتها على الامتداد وانتشارها الواسع وسيطرتها على أوقات الافراد. ويرى البعض ان اغلب الصور الذهنية التي يكونها الافراد، يتم الحصول عليها بفعل تأثير وسائل الإعلام من خلال قوتها على صنع الصورة وامكانية تعميمها.^(١٧)

فالصورة الذهنية الايجابية تمثل نتاجا طبيعيا للاتصالات القائمة والمستمرة بين المؤسسة وجماهيرها، وتتحدد وسائل الاتصال بعد تحديد نوعية الجمهور المستهدف وعليه فان على الجهات المعنية بصناعة الصورة الذهنية ان تخطط للعمل على استخدام الوسائل الجماهيرية جنبا إلى جنب مع الاتصال الشخصي.^(١٨)

وتؤدي وسائل الإعلام عدة ادوار في خلق الصورة الذهنية وهذه الادوار هي ان تكون ساحة، او طرفا، او اداة لطرح التصورات، وتلجأ الحكومات والقوى السياسية المختلفة والمؤسسات لاستخدام وسائل الإعلام كمساحة تطرح فيها تصوراتها وافكارها او قد توظفها كأداة لدعم او تثبيت تصوراتها، كذلك قد تكون وسائل الإعلام طرفا فعالا له مفاهيمه وتصوراته، وأحيانا تتداخل الحالات الثلاثة وتتفاعل إلى الدرجة التي تصبح فيها وسائل الإعلام ساحة واداة وطرفا في الوقت ذاته.^(١٩)

عملية ادارة الصورة الذهنية للمؤسسة

تُعد من الوظائف المهمة للعلاقات العامة عن طريق مراحل تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسة وهي كما يأتي:

المرحلة الاولى: - مرحلة تشكيل شخصية المؤسسة: وتنقسم إلى جزئين:

١. اذ تقوم بتقديم فرصة للإدارة لتنمية فلسفة المؤسسة، والتي تدمج القيم الاساسية للوصول إلى تشكيل ثقافة المؤسسة.

٢. عند وصول التغذية الراجعة لتلك الثقافة فان الإدارة الاستراتيجية والتي تدير العمليات الكبرى للمؤسسة تتأثر مما يجعل ادارة المؤسسة تعدل فلسفتها وثقافتها لدرجة وضوح رسالة المؤسسة والتي على ضوئها يتم وضع الاهداف الكلية والنهائية للعمل.

المرحلة الثانية: مرحلة هوية المؤسسة: وتشمل عملية تحديد الاهداف الاتصالية للمؤسسة، بناء على الاهداف العامة للمؤسسة، وعليه يجب ان تكون الاهداف الاتصالية للمؤسسة واضحة وشاملة لفلسفة وثقافة المؤسسة، وتتحدث المؤسسة من خلال تلك الاهداف بموضوعات تتلخص في الاسئلة: ماذا نقول؟، ماهي كمية المعلومات التي ننقلها؟ كيف يتم قولها ... وتكون الاجابة من خلال القيام ببعض الوظائف (بحوث الصورة، المسح البيئي، مراقبة القضايا الاجتماعية والسياسية، العلاقة بوسائل الإعلام، والتقرير السنوي)^(٢٠).

المرحلة الثالثة: - مرحلة تكوين الصورة: وهي نقطة الالتقاء والتداخل بين المؤسسة والجمهور المتعددة، خبرات، وأدراك تلك الجماهير تتشكل عن طريق مخرجات النظم (المستويات) الادارية المتعددة للمؤسسة.^(٢١)

*** المخرجات:** وهي التي تتكون من الاهداف الوظيفية للاتصالات وجميع تعاملات الجمهور مع مختلف ادارات المؤسسة.

وعليه فان دور العلاقات العامة في تشكيل الصورة الذهنية، يظهر باعتبارها عاملاً من العوامل التي تؤثر في تشكيل الصورة اثناء مراحل تكوينها، وتساهم العلاقات العامة في تشكيل ادراكات لدى الفئات المستهدفة وذلك من خلال وسائلها الاتصالية التي تهدف إلى نشر المعلومات والحقائق عن المؤسسة، سياستها، أهدافها، وما تم انجازه من اعمال حقيقية تصب في مصلحة المؤسسة، والادراكات تشكل على اساس تكوين الصورة المخزونة في الذهن لغاية استحضارها عن طريق تعرضها لمنبه ما.^(٢٢)

وقد برزت وظيفة تخصصية ضمن وظائف العلاقات العامة والمشتغلين بها، وهي وظيفة (صانع الصورة Image Maker) وفي هذه الوظيفة يقوم شاغلها بتحديد العناصر المرغوبة لصورة المنظمة، حيث ينبغي بذل الجهد من أجل تكوينها، والاستفادة من الظروف التي تسهم في تحقيقها، وكذلك دراسة الأوضاع المعاكسة لتفادي آثارها السلبية على صورة المنظمة^(٢٣)

يمكن رصد أهم الفوائد التي تحققها المؤسسة من بناء صورتها الذهنية الايجابية كالاتي:

- ١- زيادة ثقة الجماهير بالمؤسسة.
- ٢- تساعد على استقطاب المهارات البشرية للتطوع في أنشطة المؤسسة^(٢٤)
- ٣- زيادة اهتمام قادة الرأي ووسائل الإعلام بالمؤسسة ودورها في خدمة المجتمع^(٢٥)
- ٤- تولد الشعور بالثقة والانتماء للمؤسسة لدى أعضاء المؤسسة والعاملين معها.
- ٥- جذب مصادر التمويل لدعم المؤسسة، وزيادة تمويل برامجها أنشطتها.
- ٦- المساعدة في اقناع البيئات المالية باستثمار أموالها في المؤسسة.
- ٧- المساعدة في دعم الجهود التسويقية للمؤسسة^(٢٦)

للتعليم الجامعي دور في مفاصل المجتمع والتي هي:

- الدور التربوي: تقوم هذه الوظيفة بدورها في تكوين أجيال تتطلع إلى المعرفة والاستفادة منها، وتكوين جيل يحترم ثقافة الآخر، ذي رؤية متطورة ومتفتحة تعمل على التصدي لمشكلات وصعوبات المجتمع.
- الدور الثقافي: وظيفة هذا الدور تسعى إلى تنمية المجتمع في المجال الثقافي من خلال الحفاظ على الهوية الثقافية، وكذلك نشر ثقافة السلم، والعمل على تعديل العادات الثقافية القديمة، وتبني ثقافة سليمة وصحيحة مجتمعياً وإنسانياً وتتصدى إلى العنف والإرهاب^(٢٧).
- الدور المعرفي: هو الدور الموجه نحو تحقيق أهداف التعليم الأساسية وكذلك التنسيق بين رسالته وأهدافه، ونشر المعلومات، والخدمات للمجتمع، ويسعى التعليم الجامعي إلى تطوير المعرفة وتعميقها من خلال البحث العلمي وما يرافقه من بحوث ودراسات^(٢٨).
- الدور الاجتماعي: يلعب التعليم دوراً فريداً في المجتمع فالتزام الجامعة هو التزام بالمجتمع عموماً ويكون على المدى الطويل والأكثر عمومية هو التزامها بمتابعة التعلم وخدمة مصالح المجتمع بعيدة المدى وذلك عن طريق نشاطين أساسيين هما: رفع مستوى المعرفة، وتعليم الطلبة الذين بدورهم يخدمون الآخرين ضمن المجتمع وخارجه بفضل مهنتهم النوعية، وبوصفهم مواطنين فالجامعات إذا هي المسؤولة عن إشاعة القيم المدنية والديمقراطية^(٢٩).
- الدور السياسي: تمارس الجامعات دورها الإيجابي إذا ما تم الربط بين المعرفة والإنتاج، أي ربط الجامعة ومشاكل المجتمع وهمومه وتعمل الجامعة على تثقيف المواطنين، وضع الخطط والبرامج التنموية والعملية

ومراكز الأبحاث التي تقوم بزيادة الوعي السياسي من خلال اهتمام الجامعة بالأحداث والظروف السياسية التي يمر بها المجتمع.^(٣٠)

وتعد القيادة الادارية " العمود الفقري " لإدارة وتوجه المشروعات والمؤسسات بصفة عامة وذلك لأهمية واحتلال العامل البشري المكانة الاولى في الإدارة من بين مختلف العوامل الي تساهم في تحقيق الاهداف التي تقوم من اجلها المنظمات العامة.^(٣١)

وتوصل إلى ان القيادة الإدارية هي " إدارة افراد المجموعات ، والموارد والتنظيم ، والالمام بوظائف الإدارة كالتهيئة والتنظيم والرقابة ، ومهارات القيادة كالتوجيه والحث والقدرة على الاقناع والتأثير وبأساليب فعالة تحت الالتزام والولاء في الافراد والمجموعات من اجل تحقيق اهداف التنظيم وبحيث تحقق افضل النتائج".^(٣٢)

وعرفت القيادة الإدارية بأنها "قدرة القائد على التأثير في مرؤوسيه بنجاح على أساس عوامل النجاح المستندة إلى رسالة وأهداف المنظمة لغرض تنفيذ المهام بدافع رغبة مرؤوسيه وتفاعلهم معه فالقائد الإداري الناجح هو من كانت قراراته مبنية على توجهات المنظمة الاستراتيجية ذات التغيير الايجابي من خلال الاتصال لحل المشاكل والأزمات وبتفويض الصلاحيات لأداره فريق العمل بالعلاقات الإنسانية مع التطوير والإبداع بالتحفيز لتنجح المنظمة بتحقيق أهدافها".^(٣٣)

أهمية القيادة الادارية وقوة تأثيرها

١. بينما برهنت تجارب المنظمات الحديثة على ان تحقيق الاهداف التنظيمية عبر استغلال الموارد البشرية لن يُجدي نفعا أمام الدور الجديد والذي هو رعاية وتنمية الاصول البشرية (رأس المال الفكري) اي ان راس مال المؤسسة اصبح يتكون من الاصول المادية والبشرية والاخيرة اصبح دوره اعظم في عصر المعرفة.^(٣٤)

٢. لقد أصبح لموضوع القيادة أهمية كبيرة، خاصة في الوقت الحاضر، و تطورت أساليبها بتطور المجتمعات وقد اظهرت الدراسات والأبحاث التي صدرت بشأن موضوع القيادة، أنها أساس التقدم والتطور والنمو في ميادين الحياة المختلفة، وهذا يرتبط ارتباطاً وثيقاً بأسلوب القيادة المتبع ومدى فهم سيكولوجية الجماعات وايضا مدى التأثير فيهم وتحقيق التعاون الكامل بينهم وكذلك فهم هدف الجماعة وتحقيقه وتحمل المسؤولية في متابعة هذا الهدف.^(٣٥)

نماذج القيادة الإدارية:

في العادة ان القيادة الادارية تمارس وظائفها عبر قدراتها، وامكانياتها، بينما بعض القيادات تمارس اعمالها من خلال السلطة التي منحت لها وهناك العيد من النماذج القيادية الإدارية المتعددة ومنها ما يلي:

القيادة الاوتوقراطية:

ويطلق عليها القيادة التسلطية او الاستبدادية وتعني هذه القيادة قيام القائد بجميع القرارات منفرداً من دون مشاركة من المرؤوسين بحيث تتركز في فرد واحد أي من دون اشراك المرؤوسين بأي صورة من الصور في اتخاذ القرار. ويقوم هذا النوع على التسلط والاستبداد بالرأي والتعصب الاعمى، وتستخدم أساليب الفرض والاجبار والتخويف والإرهاب، ان مثل هذه القيادة فعالة لفترة قصيرة ووجودها مرهون بوجود القائد، ويظهر عدم الرضا والتذمر بين افراد الجماعة مما يؤدي إلى اضعاف روحهم المعنوية وتقليل كفاءتهم ونتاجهم.^(٣٦)

القيادة المتساهلة (او المتسيبة):

استخدام هذا الاصطلاح في مجال القيادة يلمح إلى نوعية القادة الذين يتسم سلوكهم بقدر قليل من الشغل في توجيه مرؤوسيههم إلى درجة انها تترك لهؤلاء المرؤوسين الحرية الكاملة باتخاذ القرارات من دون متابعة او تقييم لأداء المرؤوسين، ومن ثم غياب القيادة الحقيقية في الموقف الذي يوجد فيه هذا النوع من القادة.^(٣٧)

القيادة البيروقراطية:

وهي القيادة التي تركز على الاستقرار في العمل بعد اعتمادها على قواعد وقوانين واضحة وإجراءات متسلسلة، وتعتمد القيادة البيروقراطية على تقسيم الاعمال على أساس مبدا التخصصات وتقوم على اختار الموظفين والمؤهلات العلمية والشهادات، وتوضح القيادة البيروقراطية قوانين العلاقات التنظيمية بين الموظفين والمدراء وتقسّم الواجبات والاعمال الرسمية وتوزعها بشكل محدد على الموظفين والاداريين.^(٣٨)

القيادة الديمقراطية(التعاونية):

وتسمى أيضا القيادة المشاركة، وظهرت أيضا ردة فعل على القيادة الاستبدادية والتي أدت إلى تجميد الأفكار وشل حركة الابداع والتطور وأيضا كانت ردة فعل على القيادة المتساهلة التي أدت إلى الفوضى بشكل كبير بسبب تخلي القيادة عن دورها في التوجه والإرشاد، وجاءت القيادة المشاركة لحل الإشكالية المتمثلة في تطرف القيادة الاستبدادية والقيادة المتساهلة، فالقائد في هذا النوع يتسم بالمشاركة عند اتخاذ القرارات ، ويمنحهم الثقة التامة ويشجعهم على ابداء الرأي بما يخدم ويفيد الجماعة.^(٣٩)

القواعد الأساسية في القيادة الإدارية:

هناك قواعد الأساسية للعمل القيادي والتي لها الدور الرئيسي في فاعلية المدير في بيئة العمل.

١. الثقة بالآخرين وهذا من اجل إعطاء الفرصة للآخرين لممارسة مواهبهم بكل حرية.
٢. يجب ان يكون القائد معلما جيداً وقادراً على تعليم المهارات واكتساب الخبرات.^(٤٠)
٣. القدرة على الاتصال بالآخرين وذلك بالكتابة والأسلوب اللغوي الجيد الذي يساعد القائد على الاتصال بالهيكل التنظيمي بأسره والتحدث الجيد، الاستماع الجيد، اللياقة في الحديث مع الآخرين.
٤. استغلال الوقت بكفاءة، بطرح الأفكار الجيدة وتنظيم التعامل في بيئة العمل واسناد المهام للعاملين فيما يتناسب مع طبيعة الاختصاص ونوع المسؤولية المترتبة على تلك المهام.

أنواع الاتصال الإداري

وللاتصال الإداري مستويات او اتجاهات، ويقصد بذلك الكيفية التي تناسب فيها المعلومات أو الأوامر او القرارات من الإدارة العليا إلى الإدارة الدنيا ومن الإدارة الوسطى إلى الإدارة العليا، وأيضا كيفية نقل المعلومات بشكل افقي بين أعضاء الإدارة الواحدة. هناك عدة تقسيمات للاتصالات الإدارية نذكر منها الاتي:

• الاتصالات الرسمية:

وهي عملية تبادل وتفسير ونشر المعلومات في إطار التنظيم، وإدارة المؤسسة هي التي تحدده وفق قواعد رسمية محددة ومعروفة، وغالبا ما يكون موثوقا بصورة مكتوبة ورسمية.^(٤١)

•الاتصال غير الرسمي (Informal Communication): هو احد اكثر الاتصالات شيوعاً في العالم كونها لا تخضع للتنظيم الرسمي، إذ تناسب المعلومات والمعاني خارج نطاق التنظيم الرسمي، مما يجمع عن ذلك السرعة العالية في نقل البيانات والمعلومات، غالبا ما تعتمد على الوسائل الشفوية في الاتصال، فضلاً عن الاعتماد على الوسائل التحريرية.^(٤٢)

•الاتصال الصاعد او من أسفل إلى اعلى:

أي من مستوى إداري أعلى (من موظف إلى مدير) والهدف منه هو ارسال تقارير او تسليم اعمال مطلوبة او تسليم شكوى او طلب الموافقة على شيء معين وغيرها ، ومن سلبيات هذا النوع من الاتصال الفجوة والتباعد بين المستويات الإدارية العليا والمستويات الإدارية الدنيا مما يؤدي إلى تحريف المعلومات في حالة نقلها.

•الاتصال الهابط او النازل او من اعلى إلى أسفل:

يكون هذا النوع من الاتصال من الرؤساء إلى المرؤوسين وعلى مختلف مستوياتهم الوظيفية ، عادة ما يأخذ شكل الأوامر والتوجيهات والقرارات.

•الاتصال الافقي:

ويكون الاتصال الافقي من قسم إلى قسم اخر في مستواه نفسه (مثل الاتصال بين رؤساء اللجان المختلفة في المؤسسة)

•الاتصال القطري:

وهو يتم بين الافراد العاملين في المؤسسة والذين تقع مراكزهم في مستويات إدارية مختلفة ولا توجد بينهم علاقات معرفة بل علاقات معرفة وصداقة وتعاون متبادل.^(٤٣)

مهام الاتصال الاداري:

يعد الاتصال الوسيلة الرئيسية في الإدارة وذلك عبر المهام المؤداة عند مزاولته:

• المهمة الإعلامية: في المؤسسة مستويات تنظيمية إدارية ومتوسطة تأطيريه وعليا تنفيذية، فمهمة الاتصال هي نقل المعلومات بينها وأيضا تزويد مراكز اتخاذ القرار بالمعلومات اللازمة للوصول إلى اتخاذ قرار سليم واعلامه للإدارة المتوسطة والمنفذة لتنفيذه ونقل المعلومات التي لا تتعلق بالمنظمة إلى العاملين كافة.^(٤٤)

- **المهمة الانضباطية:** إذ يعتمد سير العمل في المؤسسة على مزاولة الكثير من العمليات الإدارية من ضبط ورقابة التي تستلزم عملية الاتصال.
- **المهمة الإقناعية:** أكد تطور الفكر الإداري على أهمية الإقناع في الأداء الوظيفي وتتمثل هذه المهمة الإقناعية في الاتصال ذي الاتجاهين.
- **المهمة التكاملية:** تعتمد الإدارة الاتصال لربط أهداف المؤسسة وأهداف الجمهور وطموحاتهم وخلق التعامل وتخفيف النزاعات.^(٤٥)

- معوقات الاتصال الإداري:

على الرغم من أهمية الاتصالات في الإدارة إلا أن هناك الكثير من معوقات الاتصال الإداري ومشكلاته ومن الصعب حصرها، أما السبب وراء ذلك أنها تحصل في أي مرحلة من مراحل الاتصال وفي أي وقت من أوقاته، أو أنها قد تنتج هذه المعوقات عن المرسل أو الرسالة أو المستقبل أو جهة الاتصال أو الظروف البيئية والخارجية التي تحيط بالعملية، ومن أهم هذه المعوقات ما يأتي:

١- **المعوقات النفسية والاجتماعية:** في كثير من الأحيان ترجع هذه المعوقات إلى المرسل والمستقبل في العملية الاتصالية وفيها أثر عكسي، وترجع هذه المعوقات بصفة عامة إلى الفروق الفردية التي في طبيعتها تجعل الأفراد يختلفون في حكمهم وعواطفهم ومدى فهمهم للاتصال والاستجابة له ومدى الثقة بينهم كون فقدانها يؤدي في النهاية إلى عدم تعاونهم وبالتالي حجب المعلومات عن بعضهم البعض، مما يؤدي إلى تعقد العملية الاتصالية ويحد من فاعليتها.^(٤٦)

٢- المعوقات الناشئة من طبيعة التنظيم: وتشمل على:

- معوقات ناشئة عن حالة التنظيم الرسمي قد يتضمن التنظيم إشكالات تجعل انسياب الاتصالات وطريقة توزيعها متعثرة وتشوبها الفوضى والغموض وعدم تحديد وحدة السلطة الأمر.

- معوقات ناشئة عن التنظيم غير الرسمي: هناك حالات تقوم بخرق التنظيم الرسمي مثل الاتصالات السرية من التنظيمات غير الرسمية، وهذه الاتصالات تقوم بتحريف الواقع، وقد يكون بسبب الصراعات الخفية والعلنية على مستوى التنظيم أو ذات مصلحة أو نفوذ إلى درجة يصل بها الحال إلى القضاء على فعاليات الاتصالات الوظيفية.^(٤٧)

٣- **معوقات فنية أو تكتيكية:** وتتمثل في النواحي الفنية والتقنية في قصور وسائل الاتصال وأدواته وعدم مناسبتها للرسائل المنقولة أو عدم كفاءتها أو عدم وضوح الأهداف أو التعليمات أو نقص في الخطط والسياسات.^(٤٨)

الإطار الميداني:

توزيع العينة حسب الوزارة

تعكس الإجراءات الإحصائية وتحليل نتائج الاستجابة لأداة البحث الموزعة على العينة المستهدفة في الوزارات الخمسة، من الوزارات المستهدفة من البحث والتي تمثل عينة البحث، ونسبة تمثيلها والمؤشرة ازاء كل

منها وعلى النحو الاتي وزارة العمل والشؤون الاجتماعية (٣٥) وبنسبة مئوية (١٧,٥%) ، وزارة التربية (٣٦) وبنسبة مئوية (١٨%) ، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي (٤٨) وبنسبة مئوية (٢٤%) ، وزارة الشباب والرياضة (٣٣) وبنسبة مئوية (١٦,٥%) وزارة الكهرباء (٤٨) وبنسبة مئوية (٢٤%) .

جدول (١) يبين توزيع العينة حسب الوزارة

الوزارة	العدد	النسبة المئوية
العمل والشؤون الاجتماعية	35	17.5%
التربية	36	18%
التعليم العالي والبحث العلمي	48	24%
الشباب والرياضة	33	16.5%
وزارة الكهرباء	48	24%
المجموع	200	100%

أ- البيانات الشخصية للمبحوثين :

١- فئة الجنس

جدول (٢) يبين التكرارات والنسب المئوية حسب الجنس

الجنس	العدد	النسبة المئوية
ذكور	128	64%
اناث	72	36%
المجموع	200	100%

يظهر من الجدول اعلاه ان الذكور تمثل نسبة (٦٤%) وبعدها تكرر (١٢٨)، ونسبة الاناث تمثل (٣٦%) وبعدها تكرر (٧٢)، يرجع السبب في زيادة اعداد الذكور على الاناث إلى العوامل الاجتماعية التي توضع على المرأة، وقلة فرص العمل قياسا بالرجل إضافة إلى الأعراف والتقاليد.

٢- الفئة العمرية

جدول (٣) يبين توزيع العينة حسب متغير الفئة العمرية

الفئة العمرية	العدد	النسبة المئوية
45-18	110	55%
69-46	90	45%
المجموع	200	100%

حسب التقسيم المعتمد في وزارة التخطيط العراقية تم تقسيم الفئات العمرية في مقياس على النحو الآتي: الفئة الأولى (١٨-٤٥) وتسمى فئة الشباب والفئة الثانية (٤٦-٦٩) وتسمى فئة متوسط العمر، والفئة الثالثة (٧٠- فما فوق) وتسمى فئة كبار السن، وحسب الجدول أعلاه جاءت فئة الشباب (١٨-٤٥) بأكبر نسبة من أفراد العينة إذ بلغ عدد أفرادها (١١٠) فرد بنسبة مئوية (٥٥%) ويشير ذلك إلى أن فئة الشباب لديها نسبة تمثيل للقيادات الإدارية أعلى في وزارات الدولة، فيما جاءت فئة متوسط العمر (٤٦-٦٩) بالمرتبة الثانية بعدد أفراد (٩٠) فرد و بنسبة مئوية (٤٥%)، استبعدت الفئة الثالثة (٧٠- فما فوق) لكونه عمر التقاعد من العمل في مؤسسات الدولة.

٣- فئة المؤهل العلمي

جدول (٤) يوضح توزيع العينة حسب متغير المؤهل العلمي

المؤهل العلمي	العدد	النسبة المئوية
اعدادية	2	1%
دبلوم	6	3%
بكالوريوس	114	57%
دبلوم عالي	6	3%
ماجستير	28	14%
دكتوراه	44	22%
المجموع	200	100%

يبين الجدول أن التحصيل العلمي ذو النسبة الكبرى من أفراد العينة هو من حملة شهادة البكالوريوس، إذ بلغ عدد الحاصلين عليها (١١٤) فرد وبنسبة مئوية (٥٧%)، تليها فئة الدكتوراه بعدد أفراد (٤٤) فرد وبنسبة مئوية (٢٢%) في ما جاءت بعدها فئة الماجستير بعدد أفراد (٢٨) فرد وبنسبة مئوية وتأتي بعدها كل من فئة الدبلوم العالي وفئة الدبلوم ليحصلوا أفرادها بعدد تكرار متساوي وبعدد (٦) لكل فئة ونسبة مئوية متساوية وهي (٣%)، وأخيراً فئة الإعدادية لتحصل على آخر مرتبة وبنسبة (١%) وبعدد تكرار (٢) وتوضح النسب أعلاه أن عينة البحث لها القدرة والكفاءة في فهم فقرات المقياس مما ينعكس إيجابياً على النتائج النهائية للبحث.

٤- فئة متغير سنوات الخدمة

جدول (٥) يوضح توزيع العينة حسب متغير سنوات الخدمة

النسبة	العدد	سنوات الخدمة
9.5%	19	عشر سنوات فأقل
24.5%	49	١١ - ١٥ سنة
29%	58	١٦ - ٢٠ سنة
37%	74	21 سنة فأكثر
100%	200	المجموع

تبين بيانات الجدول ان ممن لديهم سنوات خدمة (٢١ سنة فأكثر) حصلوا على المرتبة الاولى وبنسبة (٣٧%) وعدد تكرار (٧٤)، وجاءوا في المرتبة الثانية ممن لديهم سنوات خدمة (١٦ - ٢٠ سنة) وبنسبة (٢٩%) وعدد تكرار (٥٨)، بينما حصلوا في المرتبة الثالثة ممن لديهم (١١ - ١٥ سنة) بنسبة (٢٤,٥) وبعدد تكرار (٤٩) فيما حلوا في المرتبة الاخيرة هم الذين لديهم سنوات خدمة (عشر سنوات فأقل) بنسبة (٩,٥) وبعدد تكرار (١٩) ويشير ذلك إلى ان الوزارات تمتلك موظفين ممن لديهم الخبرة الجيدة.

٥- فئة متغير العنوان الوظيفي

جدول (٦) يوضح توزيع العينة حسب متغير العنوان الوظيفي

النسبة المئوية	العدد	العنوان الوظيفي
83%	166	رئيس قسم
11.5%	23	معاون مدير عام
3.5%	7	مدير عام
1.5%	3	مستشار
0.5%	1	وكيل وزير
100%	200	المجموع

يبين الجدول فئة متغير العنوان الوظيفي إلى انه تم تقسيم افراد عينة البحث على وفق عنوانهم الوظيفي وحصلت اعلى نسبة لدى الافراد الذين بصفة رئيس قسم (١٦٦) فرد وبنسبة مئوية (٨٣%)، وتليها الافراد الذين عنوانهم الوظيفي معاون مدير عام (٢٣) فرد وبنسبة مئوية (١١,٥%)، يليهم شاغلي منصب المدير عام وبعدد (٧) فرد وبنسبة مئوية (٣,٥%)، وكان عدد المستشار (٣) فرد وبنسبة مئوية (١,٥%)، وكانت فئة وكيل الوزير هم الاقل في عينة الدراسة — (١) فرد وبنسبة مئوية (٠,٥%)، ويعطي مؤشر ارتفاع نسبة فئة

رئيس القسم إلى الحصول على دقة في رسم الصورة عن العاملين لديهم من الخريجين وهذا هو الهدف الرئيسي للبحث.

ب- نتائج فقرات المقياس

تتضمن نتائج إجابات المبحوثين إزاء فقرات مقياس صورة الخريجين لدى القيادات الادارية علماً ان الاجابات عن كل فقرة كانت تتراوح ما بين ٥٣% - ٨٦% من حجم العينة الكلية. وفيما يلي توضيح للمراتب الستة الاولى والمراتب الثلاثة ما قبل الاخيرة :

١- اظهرت نتائج البحث ان النسبة الاعلى في الغالب للمبحوثين/ ات قد اشاروا إلى اتفاقهم على الفقرة (٣٩) من المقياس والتي تنص على " خريجو الجامعات بحاجة إلى دورات تدريبية وتأهيلية في استخدام التكنولوجيا الحديثة." إذ حصلت على وزن مؤي يبلغ ٨٦%.

٢- فيما يتعلق بالفقرة (٢) من المقياس والتي تنص على " هنالك فروق فردية للخريجين من حيث الكفاءة والتخصص بحسب الجامعة والكلية التي تخرجوا منها " وهذا يؤكد اهمية الجامعة وتأثيرها على مخرجاتها من الخريجين وذلك يعكس مستوى الكفاءة والتخصص، إذ حصلت على اتفاق ٨٢,٨%.

٣- كانت الفقرة (٣٨) تشير إلى " التعامل الصحيح من قبل القيادات الادارية مع الخريجين يشعروهم بأنه لهم دورا كبير في تحقيق اهداف المؤسسة " حصلت على اتفاق المبحوثين على ان ينتاب الخريجون شعوراً بالسعادة يدفعهم إلى مضاعفة الجهود نتيجة التعامل الخلاق بينهم وبين القيادات الادارية. هذا وجاءت ثالثا ب ٨٦% من وزن المقياس الكلي.

٤- الفقرة (١٩) والتي تنص على " يؤدي الاتصال المباشر بالخريجين دوراً مهماً في تشكيل الصورة الذهنية عنهم لدى القيادات الادارية ". إذ حصلت على وزن مؤي يبلغ ٧٨,٤%

٥- الفقرة (١٥) والتي تنص على " قدرة الخريجين على التعامل مع التكنولوجيا الحديثة وتقنياتها الفنية تدفع القيادات الادارية للاهتمام بهم ". إذ حصلت على وزن مؤي يبلغ ٧٧,٤%

٦- تشترك الفقرتان (٢٢ ، ١٤) بدرجة واحدة من الاتفاق بين المبحوثين/ ات على فقرات المشار إليها بما نسبته ٧٧% من وزن الفقرة داخل المقياس وهما:

أ- التزام الخريجين بالإرشادات والتعليمات الصحية يعكس صورة ايجابية عنهم أمام مرؤوسيه في المؤسسات الحكومية.

ب- اندفاع الخريجين للعمل يجعلهم يعملون في مختلف الخدمات للمجتمع الذي تعمل به المؤسسة وكذلك أفراد المؤسسة

- ٧- الفقرة (١٣) والتي تنص على " في كثير من الاحيان تخشى القيادات الادارية التعامل مع الخريجين وتعاملهم بحذر كونهم قوة مؤثرة في المؤسسات الحكومية" إذ حصلت على وزن مئوي يبلغ ٥٧,٢ %
- ٨- الفقرة (٣٥) والتي تنص على " عند وقوع أزمة في المؤسسة يعول على الخريجين في حلها" إذ حصلت على وزن مئوي يبلغ ٥٤,٤ %

حلت الفقرة (٢٩) وتنص على " لا يلتزم خريجو الجامعات من الموظفين بالدوام الرسمي في المؤسسات." في المرتبة الاخيرة بوزن نسبي متدن ٥٣%.

استنتاجات البحث:

١. تبين من نتائج البحث ان هنالك فروق فردية بين الخريجين من حيث الكفاءة والتخصص .
٢. وتبين من نتائج البحث ان خريجو الجامعات بحاجة إلى دورات تدريبية وتأهيلية في استخدام التكنولوجيا الحديثة.
٣. تشتت معالم الصورة الذهنية عن الخريجين لدى القيادات الادارية بين الاتفاق وعدم التأكد على اغلب الفقرات وان كانت تميل إلى الاتفاق إلى حد ما مما يشير إلى ان الصورة الإجمالية التي تحملها القيادات الادارية هي ايجابية في بعض جوانبها.
٤. اتضح ان مؤشرات الصورة الذهنية الايجابية لدى القيادات الادارية تتركز في ان التعامل الصحيح مع الخريجين يشعرهم بان لهم دور في تحقيق اهداف المؤسسة.
٥. تركزت مؤشرات الصورة الذهنية السلبية لدى القيادات بان هنالك ضبابية واضحة لدى الخريجين في تطبيق فلسفة المؤسسة وان لديهم قصور في فهم اهداف المؤسسة التي يعملون بها.
٦. لا توجد فروق بين الصورة الذهنية عن خريجين الجامعات العراقية لدى القيادات الادارية وفقا للمتغيرات الشخصية (النوع الاجتماعي، وعدد سنوات الخدمة، والفئة العمرية للمبحوثين)
٧. لا توجد فروق بين الصورة الذهنية المشككة لدى القيادات الادارية وفقاً لنوع الوزارة المعنية بالبحث.

توصيات البحث:

١. ضرورة إعداد الخريجين للتعامل مع التكنولوجيا الحديثة وذلك بزجهم بدورات تدريبية وتأهيلية.
٢. ضرورة التعامل الصحيح والمحفز من قبل القيادات الادارية في المؤسسات الحكومية لخريجي الجامعات لديها لما له من دور نفسي واجتماعي في اشعارهم بمكانتهم في المؤسسة ومن ثم في المجتمع.
٣. ضرورة اهتمام الجامعات العراقية بمخرجاتها من الخريجين الجدد وتأهيلهم كونهم المرآة العاكسة لصورة جامعاتهم اثناء تواجدهم بالمؤسسات الحكومية.
٤. ضرورة التركيز على إعداد بحوث دراسات يستفيد منها الباحثون في مجالات بحثهم عن الصورة الذهنية لدى القيادات الإدارية.

مصادر البحث:

١. مصلح احمد الصالح ابو شقيف. (٢٠١٥). مجموعة المقاييس في العلوم الاجتماعية والتربوية والنفسية والادارية. عمان: دار غيداء للنشر والتوزيع، ص٤.
2. Eble, R. L. (1972): Essentil of educational Measrement, 2nd Ed. Englewood – cliffs, N. j. Printic – Hall
٣. علي عوجة. ١٩٨٣، العلاقات العامة والصورة الذهنية، (القاهرة، دار الكتب، ١٩٨٣، ص ١٠
٤. عاطف عبد الله المكاوي، القيادة الادارية، مصر، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، ٢٠١٣، ص ١٨ و ٤٨.
٥. مصطفى محمود ابو بكر، وعبدالله بن عبد الرحمن البربري، الاتصال الفعال، الرياض، الدار الجامعية، ٢٠٠٨.
٦. خالد ابراهيم حسن الكردي، الصورة الذهنية لرجل المرور في المجتمعات العربية، (الرياض، جامعة نايف للعلوم الامنية، ٢٠١٤)، ص ٦٧.
٧. خلف حماد، وسائل الإعلام ومنظمات المجتمع المدني، (عمان، اليازوري للنشر، ٢٠٢٠) ص ٤
٨. ناهض فاضل الجواري، العلاقات العامة والصورة الذهنية، (عمان، دار امجد للنشر والتوزيع، ٢٠١٥)
٩. سامية عواج، الاتصال في المؤسسة؛ المفاهيم - المحددات - الاستراتيجيات، (عمان، مركز الكتاب الاكاديمي، ٢٠٢٠)، ص ٢١٢.
١٠. خلف حماد، مصدر سابق.
١١. عبد الرزاق الدليمي، العلاقات العامة في المؤسسات والشركات المختلفة، (عمان، دار وائل للنشر والتوزيع، ٢٠١٨)، ص ٢٦٦.
١٢. رضا عكاشة، تأثيرات الإعلام نظريات ونماذج الاتصال في مجال المنصات الرقمية، (مصر، جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا، ٢٠٢٠)، ص ٤٥.
١٣. عكاشة، مصدر سابق
١٤. نيفين احمد غباشي، ديناميكية العلاقات العامة الداخلية (القاهرة، دار النهضة العربية، ٢٠٠٨)، ص ٢٢٠.
١٥. هدى غرس، دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الخدمائية، (الجزائر ، ٢٠١٥)، ص ٨٩.
١٦. يسرى حسني عبد الخالق، العلاقات العامة و الدبلوماسية الشعبية، (الجزء، اطلس للنشر والانتاج الإعلامي، ٢٠١٥) ص ١٣٩.
١٧. خالد ابراهيم حسن الكردي، الصورة الذهنية لرجل المرور في المجتمعات العربية، (الرياض، جامعة نايف للعلوم الامنية، ٢٠١٤) ص ٤٦.
١٨. طالب غلوم طالب، استراتيجية تطوير امكانات القوة الناعمة (الامارات العربية المتحدة، السعيد للنشر والتوزيع)، ص ٤٢.
١٩. سعد سلمان عبد الله المشهداني، مناهج البحث الإعلامي، (الامارات، دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٧)، ص ١٢١

٢٠. محمد وليد صالح، محتوى الاتصال في العلاقات العامة النوعية، (عمان، امجد للتوزيع والنشر، ٢٠١٧) ص ١٥١
٢١. طارق الياس ، الحماية من الاختراق، دور العلاقات العامة والإعلام (مصر ، مركز الخدمات المهنية للإدارة ، ٢٠٢٠) ص ١٠٧.
٢٢. فاطمة حسين عواد، الاتصال والإعلام التسويقي (الأردن، دار اسامة للنشر والتوزيع ، ٢٠١٠)، ص ٣٠٣
٢٣. محمد الموسوي ادارة العلاقات العامة في قطاع المنشأة السياحية ، (مصر / مركز الكتاب الاكاديمي ، ٢٠١٦) ص ٩٨.
٢٤. مصطفى يوسف كافي ، العلاقات العامة وادارة الازمات والمراسم، (الأردن، دار اسامة للنشر والتوزيع ، ٢٠١٦)، ص ٦٠.
٢٥. محمد رضا الشمري، المدخل إلى دراسة العلاقات العامة والإعلام، (القاهرة ، العربي للنشر والتوزيع ، ٢٠١٦)، ص ٤٥.
٢٦. فهمي محمد العدوي ، مفاهيم جديدة في العلاقات العامة (الأردن، دار اسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١١)، ص ٢٧٥.
٢٧. علي صالح عبد الرحيم ، ديمقراطية التعليم (عمان، دار البازوي العلمية، ٢٠١٩)، ص ٢٦.
٢٨. الخضير بن داده، التعليم من أجل التغير، (القاهرة، مركز الكتاب الاكاديمي ٢٠١٧)، ص ٦١.
٢٩. ادريان ج. كيزار ، توني س. تشسميرز ، و جون سين. بيركهاد ، التعليم العالي لخدمة الصالح العام، (الرياض ، مكتبة العبيكان للنشر، ٢٠١٠)، ص ٥٣.
٣٠. صلاح عبد الحميد ، الإعلام السياسي (عمان، اطلس للنشر والتوزيع ، ٢٠١٨)، ص ٩٤.
٣١. محمد عبد المنعم شعيب ، ادارة الاعمال وادارة المستشفيات (القاهرة ، دار النشر للجامعات ٢٠١٤)، ص ٩٦.
٣٢. عاطف عبد الله المكايي ، القيادة الادارية (مصر ، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع ٢٠١٣) ص ١٨.
٣٣. قاسم شاهين بريسم العمري ، انماط القيادات الإدارية وتأثيرها في انجاح المنظمات الحكومية / اطروحة دكتوراه ، العراق، ص ١٠.
٣٤. نوال عبد الكريم، اساسيات في القيادة الادارية (عمان، امجد للنشر والتوزيع، ٢٠١٤)، ص ١٣٩.
٣٥. اعتصام الشكرجي، القيادة الادارية واثرها في ادارة الموارد البشرية، (عمان، مركز الكتاب الاكاديمي، ٢٠١٥)، ص ٥٥.
٣٦. ايهاب عيسى المصري، و طارق عبد الرؤوف عامر، القيادة التربوية ومهارات الاتصال (مصر، دار العلوم للنشر والتوزيع، ٢٠١٣)، ص ٣١.
٣٧. زاهد محمد ديري، سعادة راغب الكسواني، ادارة العنصر البشري في منظمات الاعمال الحديثة (عمان، دار كنوز المعرفة، ٢٠٠٩)، ص ٩٧.
٣٨. محمد سرور الحريري، ادارة العلاقات العامة، (عمان، الدار المنهجية للنشر والتوزيع، ٢٠١٦)، ص ١٣٢.

٣٩. اسماعيل محمود علي الشرقاوي، ادارة الاعمال من منظور اقتصادي، (عمان، دار غيداء للنشر والتوزيع، ٢٠١٦)، ص ١٣١.
٤٠. ايهاب عيسى المصري، و طارق عبد الرؤوف عامر، مصدر سابق، ص ١٥٢.
٤١. ربحي مصطفى عليان، ادارة مراكز مصادر التعلم، (عمان، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ٢٠٢٠)، ص ١٥٣.
٤٢. حميد الطائي، وبير العلاق، اساسيات الاتصال نماذج ومهارات، (عمان، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ٢٠٢٠)، ص ٦١.
٤٣. خالد سليمان احمد المؤمني، والسيد علي القاضاة، معالم في الفكر الإداري، (عمان، دار الكتاب الثقافي، ٢٠٠٩)، ص ٧٠.
٤٤. سعيد زيوش، مدى فاعلية الاتصال داخل المؤسسة الجامعية ودوره في ضمان جودة التعليم - دراسة سوسيولوجية، (مجلة العلوم الاجتماعية، اسيبتمبر، ٢٠٢٠)، ص ٩٢ - ٧٨.
٤٥. مرتضى البشير الامين، الاتصال التنظيمي (عمان، امواج للنشر والتوزيع، ٢٠١٦)، ص ١١٧.
٤٦. محمود فتوح محمد سعادات، مهارات الاتصال الفعال، (مكتبة الالوكة، ٢٠١٦)، ص ٩٠.
٤٧. سنان الموسوي، الإدارة المعاصرة، (عمان، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، ٢٠٠٤)، ص ٢٠٥.
٤٨. ابراهيم العديلي، فن الإدارة الحديثة (الاردن، دار زهران للنشر والتوزيع، ٢٠١٨)، ص ٤٧.