



جامعة تكريت | Tikrit University

مجلة آداب الفراهيدي

Journal of Al-Farahidi's Arts



Reflection of Television Appearance of Official Spokesmen on The Iraqi Public's Confidence in Performance of Government Institutions

Asst. Prof. Dr. Muthanna Mohammed Fayhan

Ministry of Higher Education and Scientific Research
Baghdad, Iraq

انعكاس الظهور التلفزيوني للمتحدثين الرسميين على ثقة الجمهور العراقي بأداء المؤسسات الحكومية

أ. م. د. مثنى محمد فيحان

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
بغداد، العراق

SUBMISSION
التقديم

21/10/2024

ACCEPTED
القبول

25/11/2024

E-PUBLISHED
النشر الإلكتروني

05/03/2025

P-ISSN: 2074-9554 | E-ISSN: 2663-8118

<https://doi.org/10.25130/jaa.17.59.7>

Vol (17) No (59) March (2025) P (85-104)

ABSTRACT

The research seeks to measure the public's confidence represented by a sample of (120) lecturers in the media colleges and departments in Iraqi governmental universities located in the capital Baghdad specifically, in the performance of Iraqi governmental institutions (ministries), through the appearance of their official spokespeople on Iraqi channels and providing information and making statements related to the activities and tasks of their ministries, as the research problem focused on a main question: "To what extent does the Iraqi public trust the performance of Iraqi governmental institutions through the television appearance of official spokespeople on Iraqi channels?"

The research is considered descriptive and based on the survey method, in order to survey the research sample of lecturers according to academic titles (assistant lecturer, lecturer, assistant professor, doctor, professor), and the scientific methodology was applied to the sample starting from the steps of selecting it to the procedures for measuring the validity and reliability of the questionnaire, which was considered a research tool to achieve the specific goals. The research concluded with a set of results, the most important of which were the following:

(64.2%) of the total sample followed the statements of the official spokespeople of the ministries on Iraqi channels on a regular basis, for various reasons, most notably knowing the latest news and information about specific ministries, and that the position of (81.7%) Of the total sample, the credibility of the statements of official spokesmen on Iraqi channels is believed in the context of building trust in the official performance of Iraqi ministries. Also, (84.2%) of the total sample agreed that the reflection of the television appearance of official spokesmen on public trust focused on attempts to identify the latest developments in the decisions of their ministries. More than two-thirds of the sample agreed that official spokesmen exercise influence on them through their appearance on Iraqi channels towards forming convictions and trust in the official government performance of the ministries, and the official spokesman of the Ministry of Interior ranked first in terms of influence and convincing the sample of the performance of his ministry through his television appearance.

KEYWORDS

Reflection Of Television Appearance, Official Spokesperson, Trust, Iraqi Public, Government Institutions

الملخص

يسعى البحث الى قياس ثقة الجمهور المتمثل بعينة بلغت (١٢٠) تدريسيًا في كليات وأقسام الاعلام في الجامعات العراقية الحكومية الموجودة في العاصمة بغداد تحديداً، بأداء المؤسسات الحكومية العراقية (الوزارات)، عن طريق ظهور المتحدثين الرسميين لها في القنوات العراقية وتقديم المعلومات والادلاء بالتصريحات المتعلقة بنشاطات ومهام وزاراتهم، إذ تمحورت مشكلة البحث بتساؤل رئيس هو "ما مدى ثقة الجمهور العراقي بأداء المؤسسات الحكومية العراقية عن طريق الظهور التلفزيوني للمتحدثين الرسميين في القنوات العراقية".

ويعتبر البحث وصفيًا معتمداً على المنهج المسحي، وذلك لمسح عينة البحث التدريسيين وفق الألقاب العلمية (المدرس المساعد، المدرس، الأستاذ المساعد الدكتور، الأستاذ الدكتور)، وطبقت على العينة المنهجية العلمية بدء من خطوات اختيارها الى إجراءات قياس الصدق والثبات للاستبانة التي عدت أداة للبحث لتحقيقها الأهداف بعينها، وقد خلص البحث الى مجموعة من النتائج كان من أهمها الآتي:

متابعة (٦٤,٢٪) من مجمل العينة تصريحات المتحدثين الرسميين للوزارات في القنوات العراقية بشكل منتظم، ولأسباب متعددة أبرزها التعرف على اخر الاخبار والمعلومات عن وزارات محددة بعينها، وأن موقف (٨١,٧٪) من مجمل العينة يعتقد بمصادقية تصريحات المتحدثين الرسميين في القنوات العراقية بسياق بناء الثقة بالأداء الرسمي للوزارات العراقية، كما أن (٨٤,٢٪) من مجمل العينة اتفقت على أن انعكاس الظهور التلفزيوني للمتحدثين الرسميين على ثقة الجمهور تركز في محاولات التعريف بمستجدات قرارات وزاراتهم، وأتفق أكثر من ثلثي العينة على ممارسة المتحدثين الرسميين التأثير عليهم عن طريق ظهورهم في القنوات العراقية باتجاه تشكيل القناعات والثقة بالأداء الحكومي الرسمي للوزارات، وحلول المتحدث الرسمي لوزارة الداخلية بالمرتبة الأولى على مستوى التأثير وإقناع العينة بأداء وزارته عن طريق ظهوره التلفزيوني.

الكلمات المفتاحية

انعكاس الظهور التلفزيوني، المتحدث الرسمي، الثقة، الجمهور العراقي، المؤسسات الحكومية



Copyright and License: This is an Open-Access Article distributed under **A Creative Commons Attribution 4.0 License**, which allows free use, distribution, and reproduction in any medium provided the original work is properly cited.

المقدمة:

تعتبر مهمة المتحدث الرسمي من المهمات الحساسة في سلم الوظيفة بالمؤسسات والوزارات العراقية بعد العام ٢٠٠٣م، إذ فرض التطور الكبير لوسائل الاعلام وازدياد مساحات العمل الحكومي تسمية الوزارات العراقية متحدثا رسميا لها بغية تمثيلها في المحافل الاعلامية والتواصل مع وسائل الاعلام، ونقل اخبارها الى الجمهور، وايضاح وجهات النظر الرسمية وتقديم التبريرات والسياسات، وإبراز النشاطات والانجازات، ما يعكس حقيقة الجهود المبذولة في صياغة قناعات واعتقادات ايجابية بالأداء الرسمي للوزارات تلك عبر الاتاحة التي توفرها القنوات العراقية للمتحدثين الرسميين لنقل رسائلهم الاعلامية للجمهور، وبالرغم من أن الاجراءات والفعاليات التي تقوم بها الوزارات تساهم في تشكيل مستويات ثقة لدى الجمهور، إلا أن المتحدث الرسمي يستطيع أن يعكس عبر ظهوره التلفزيوني في القنوات العراقية صورة أكثر وضوحا إزاء الفعاليات تلك، بقصد التأثير وتعزيز درجات الثقة بمحصلة أعمال الوزارات في حدود الدقة والموضوعية بنقل المعلومة، وبذلك تمثل القنوات الفضائية للمتحدثين الرسميين بيئة تنافسية على مستوى تعددها وتنوع ايدولوجياتها وسياساتها الاخبارية وسعي الوزارات العراقية ذاتها الى ابراز نشاطاتها للرأي العام.

الإطار المنهجي للبحث:

أولاً: مشكلة البحث:

تعد تجربة المتحدث الرسمي من التجارب الحديثة على الساحة الإعلامية العراقية التي تزامنت مع التغيير الذي حدث في العراق عام ٢٠٠٣، إذ عهدت الوزارات والمؤسسات الحكومية العراقية الى المتحدث الرسمي مسؤولية التواصل والتعامل مع القنوات الفضائية والوسائل الإعلامية الأخرى، ليمثل حلقة الربط بين المؤسسة أو الوزارة والجمهور لنقل وجهة النظر الرسمية بدقة وموضوعية، ومحاولته في تحقيق ظروف التأثير والاقناع وتشكيل التصورات الايجابية، ما يضع المتحدث الرسمي في مضمار التحدي والسياسات الاخبارية الاخرى لوسائل الاعلام التي قد تتبنى أجندات تركز على الجوانب السلبية في الاداء الحكومي (الوزارات العراقية)، ومن خلال ذلك يمكن تحديد مشكلة البحث بالتساؤل الرئيس "ما مدى ثقة الجمهور العراقي بأداء المؤسسات الحكومية العراقية عن طريق الظهور التلفزيوني للمتحدثين الرسميين في القنوات العراقية؟" واشتقت منه تساؤلات أخرى هي:

١. ما مدى متابعة الجمهور العراقي لشؤون الوزارات العراقية عن طريق ظهور المتحدث الرسمي في القنوات العراقية؟
٢. ما دوافع متابعة الجمهور العراقي اخبار الوزارات العراقية من خلال الظهور التلفزيوني للمتحدثين الرسميين لها في القنوات العراقية؟
٣. ما القنوات العراقية التي يفضلها الجمهور العراقي لمتابعة اخبار الوزارات العراقية عن طريق المتحدثين الرسميين لها؟
٤. ما تقييم الجمهور العراقي لمصداقية التصريحات التي يدلي بها المتحدثون الرسميون عن وزاراتهم في القنوات العراقية؟
٥. ما ملامح عدم المصداقية في التصريحات التي يقدمها المتحدثون الرسميون عن وزاراتهم من وجهة نظر الجمهور العراقي؟
٦. ما تقييم الجمهور العراقي للمستوى المهني لظهور المتحدثين الرسميين للوزارات في القنوات العراقية؟
٧. ما المتحدثون الرسميون للوزارات الذين يفضل الجمهور متابعتهم في القنوات العراقية؟
٨. ما مستوى ثقة الجمهور العراقي بالأخبار والتصريحات التي يدلي بها المتحدثون الرسميون للوزارات في القنوات العراقية؟

٩. ما المبررات التي جعلت من ثقة الجمهور العراقي (ضعيفة) في التصريحات والاعبار والمعلومات التي يقدمها المتحدثون الرسميون للوزارات في القنوات العراقية؟
 ١٠. ما موقف الجمهور العراقي من الدور الاخباري للمتحدثين الرسميين في القنوات العراقية؟
 ١١. ما تأثير المتحدثين الرسميين للوزارات العراقية على تشكيل اتجاهات الجمهور العراقي الإيجابية حيال وزاراتهم؟
 ١٢. ما أوجه ثقة الجمهور العراقي بأداء الوزارات العراقية عن طريق متابعة تصريحات واخبار المتحدثين الرسميين لها في القنوات العراقية؟
- ثانيا: أهمية البحث:
- تتجلى أهمية البحث بالآتي:
١. تتأتى أهمية هذا البحث من محورية الدور للمتحدثين الرسميين في الوزارات العراقية، بوصفهم القائمين بالاتصال وطرفا أساسيا له تأثيره في فعالية الرسالة الاتصالية، والسعي في تحقيق الرسالة الاعلامية الوزارة.
 ٢. يعد البحث إضافة علمية تثري الدراسات المختصة بدور المتحدث الرسمي للوزارات والمؤسسات العراقية.
 ٣. يتصدى البحث الى دراسة ردود الأفعال لدى الجمهور العراقي (الانعكاس) حيال ظهور المتحدثين الرسميين للوزارات العراقي في القنوات العراقية، على مستويات الثقة بالأداء الحكومي (الوزارات).
 ٤. تفيد نتائج البحث الوزارات العراقية وصانع القرار فيها (الوزراء)، للالتفات الى تعزيز النقاط الإيجابية لدى المتحدثين الرسميين، او التعامل المني مع السلبيات بالأداء بما يؤمن مستويات ثقة لدى الجمهور في اخبار وشؤون وزاراتهم.
- ثالثا: أهداف البحث:
- تتمثل أهداف البحث في الإجابة على تساؤلات المشكلة البحثية، وكالاتي:
١. كشف مديات متابعة الجمهور العراقي لشؤون الوزارات العراقية عن طريق ظهور المتحدث الرسمي في القنوات العراقية؟
 ٢. تحديد أسباب متابعة الجمهور العراقي اخبار الوزارات العراقية من خلال الظهور التلفزيوني للمتحدثين الرسميين لها في القنوات العراقية؟
 ٣. تحديد القنوات العراقية المفضلة لدى الجمهور العراقي لمتابعة اخبار الوزارات العراقية عن طريق المتحدثين الرسميين لها؟
 ٤. رصد تقييم الجمهور العراقي لمصداقية المتحدثين الرسميين للوزارات في القنوات العراقية؟
 ٥. تحديد ملامح عدم مصداقية المتحدثين الرسميين للوزارات من وجهة نظر الجمهور العراقي؟
 ٦. رصد تقييم الجمهور العراقي للمستوى المني للمتحدثين الرسميين للوزارات أثناء ظهورهم في القنوات العراقية؟
 ٧. تحديد أفضلية الجمهور العراقي للمتحدثين الرسميين للوزارات؟
 ٨. كشف مستوى ثقة الجمهور العراقي بالأخبار والتصريحات التي يدلي بها المتحدثون الرسميون للوزارات في القنوات العراقية؟
 ٩. تحديد مبررات ضعف ثقة الجمهور العراقي في التصريحات والاعبار والمعلومات التي يقدمها المتحدثون الرسميون للوزارات في القنوات العراقية؟
 ١٠. رصد الموقف من الدور الاخباري للمتحدثين الرسميين للوزارات الرامي الى تعزيز ثقة الجمهور العراقي بأداء الوزارات العراقية عن طريق ظهورهم في القنوات العراقية؟

١١. معرفة مستويات تأثير المتحدثين الرسميين للوزارات العراقية على تشكيل اتجاهات الجمهور العراقي الإيجابية حيال وزاراتهم؟

١٢. كشف مظاهر ثقة الجمهور العراقي بأداء الوزارات العراقية عن طريق متابعة تصريحات واخبار المتحدثين الرسميين لها في القنوات العراقية؟

رابعاً: نوع البحث ومنهجه:

يعد هذا البحث وصفيًا كونه يستهدف وصف حالة الظاهرة كما هي موجودة في واقعها الحاضر، عن طريق الاستقصاءات المسحية التي يحصل من خلالها الباحث على الحقائق المتعلقة بالبحث. (رشدي القواسمة وجمال ابو الرز واخرون، ٢٠١٢، صفحة ١٧)، اما منهج البحث فاعتمد منهجاً مسحياً بهدف مسح آراء التدريسيين في كليات واقسام الاعلام في الجامعات العراقية الحكومية ضمن حدود مدينة بغداد الإدارية والبلدية حصراً، لكشف مديات ثقتهم بأداء المؤسسات الحكومية عن طريق ظهور المتحدث الرسمي للمؤسسات تلك في القنوات الفضائية.

خامساً: مجالات البحث:

١. المجال المكاني: يتمثل في كليات وأقسام الاعلام بالجامعات العراقية الحكومية الموجودة ضمن الحدود الإدارية والبلدية لمدينة بغداد (العاصمة)، وتحديدًا كلية الاعلام في جامعتي بغداد والعراقية، وقسم الاعلام بكلية الآداب في الجامعة المستنصرية.

٢. المجال الزمني: من ٢٠٢٤/٢/١ لغاية ٢٠٢٤/٥/٣١، إذ تمثل هذه المدة الامتداد الزمني الذي قام خلاله الباحث في بناء الاستبانة وتقديمها للمحكمين وتعديلها، واعتمادها استبانة نهائية، ومن ثم توزيعها الى العينة، وإعادة جمعها وتفرغها.

٣. المجال البشري: يتحدد هذا المجال بالتدريسيين من الأساتذة في كليات واقسام الاعلام بالجامعات العراقية الحكومية في مدينة بغداد (العاصمة)، من حملة الألقاب العلمية، بدءاً من لقب المدرس المساعد الى الأستاذ.

سادساً: مجتمع البحث:

هو جميع الافراد الذين يشكلون موضوع مشكلة البحث، وتسحب منه العينة التي يخضعها الباحث للدراسة والتحليل (محمد خليل عباس ومحمد بكر نوفل وآخرون، ٢٠٠٧، صفحة ٢١٧)، وقد ضم مجتمع هذا البحث التدريسيين في كليات واقسام الاعلام بالجامعات العراقية الحكومية ضمن الحدود الإدارية والبلدية لمدينة بغداد (العاصمة)، متمثلة في كليتي الاعلام في جامعتي بغداد والعراقية، وقسم الاعلام في كلية الآداب بالجامعة المستنصرية.

سابعاً: عينة البحث:

تنتمي عينة هذا البحث الى نمط العينات غير الاحتمالية، بما يواءم طبيعة الأهداف، وبالتحديد العينة العمدية وفق اتاحتها للباحث، وتُستعمل هذه العينة عندما يريد الباحث الوصول لجمهور يتمتع بخصائص محددة، ولا يلتزم هذا النوع من العينات بمبدأ تكافؤ الفرص، بمعنى يتم اختيار مفرداتها التي تتوفر فيها معايير بعينها واستبعاد من لا تتوفر فيها المعايير تلك (بلال عوض سلامة، ٢٠١٣، صفحة ١٨٤)، وحدد الباحث عينة بحثه بـ (١٢٠) مبحوثاً ومبحوثة، إذ تم اعتماد اسلوب التوزيع المتساوي للاستبانات، بواقع (٤٠) استبانة في كلية الاعلام بجامعة بغداد، و(٤٠) استبانة في كلية الاعلام بالجامعة العراقية، و(٤٠) استبانة في قسم الاعلام بكلية الآداب في الجامعة المستنصرية.

ثامناً: أداة البحث:

الاستبانة:

تعتبر استمارة الاستبانة أو الاستقصاء أداة لجمع المعلومات والبيانات بطريقة تستهدف استثارة المبحوثين (العينة)، لحصول الباحث على حقائق وآراء محددة في سياقات البيانات المرتبطة بموضوع البحث.

(محمد الفاتح حمدي وسميرة سطوطاح، ٢٠١٩، صفحة ٩٢)، واعتمد الباحث استبانة مكونة من (١٥) سؤالاً، توزعت الاسئلة بين النمطين المغلق والمفتوح مقسمة على محاور البيانات الشخصية، ومديات تعرض العينة للقنوات العراقية، ومدى المصادقية والموثوقية التي يتمتع بها المتحدثون الرسميون للوزارات لدى العينة، وانعكاس الظهور للمتحدثين الرسميين في القنوات العراقية على ثقة العينة بأداء الوزارات العراقية.

تاسعا: إجراءات الصدق والثبات:

أ. الصدق: أعتمد الباحث (الصدق الظاهري) في اختبار صدق استبانة البحث التي تكونت من (١٥) سؤالاً، حيث عرض استبانة بحثه التي توزعت اسئلتها بين المغلقة والمفتوحة، الى مجموعة من المحكمين المختصين والخبراء في مجال الاعلام (*) بهدف قياس مدى الاتفاق من عدمه على أسئلة الاستبانة، والحكم على مدى صلاحية الأداة في تحقيق أهداف البحث، وبعد تطبيق المعادلة الخاصة بقياس الصدق الظاهري للاستبانة، اتضحت أن نسبة الصدق للاستبانة هي (٨٨٪) وهي نسبة صدق تؤهل الاستبانة من القياس.

ب. الثبات: يعني مدى الحصول على ذات النتائج في سياق الاستقرار والانتظام للحد الذي يتم فيه فهم نتائج المقياس بشكل صحيح بعد حصول عملية الاتساق فيها ودرجة التوافق بينها وذلك في حال تطبيقه مرتين في وقتين مختلفين على العينة ذاتها. (دليو، ٢٠٢٤، صفحة ٣٨٦)، إذ تعد الاستبانة صادقة وتتمتع بالثبات إذا كانت تعطي نفس النتائج. (ديو بولد ب فان دالين، ١٩٩٣، صفحة ٤٤٩)، وقد استخدم الباحث لقياس ثبات الاستبانة الآتي:

١. طريقة التجزئة النصفية: تعتمد هذه الطريقة على تقسيم فقرات الاستبانة (أداة البحث) البالغة (١٥) فقرة الى قسمين، القسم الأول يضم الأسئلة ذات التسلسل الزوجي، والقسم الآخر يضم الأسئلة ذات التسلسل الفردي، من خلال حساب جميع استبانات العينة البالغة (١٢٠) استبانة، وبعد ذلك تم استخراج معامل ارتباط بيرسون بين درجات القسمين (الزوجي والفردي للأسئلة) وبلغ (٠,٧٧) وبعد استخدام معادلة سبيرمان بروان التصحيحية، بلغ معامل الارتباط ($0.89 \times 100 = 89\%$) وهو معامل ثبات عال للاستبانة.

٢. طريقة الفا كرونباخ: استعمل الباحث هذه الطريقة بهدف قياس ثبات الاستبانة باستعمال جميع استبانات البحث البالغة (١٢٠) استبانة، وبعد تطبيق معادلة (الفا كرونباخ) بلغ معامل ثبات المقياس (٠,٨٤)، وبذلك يعد المقياس متسقاً داخلياً.

عاشرا: تحديد المفاهيم:

أ. انعكاس الظهور التلفزيوني: هو ردود افعال الجمهور الناتجة من جراء استجاباته لأخبار ونشاطات الوزارات العراقية عن طريق ظهور المتحدث الرسمي لكل وزارة في القنوات الفضائية العراقية وعرضه المعلومات والاجابات عن التساؤلات وتقديم المبررات الخاصة بوزارته.

ب. المتحدث الرسمي: مسمى ووصف للموظف المخول رسمياً من وزارته او مؤسسته بنشر المعلومات والاخبار والنشاطات المتعلقة بها، وتقديمها بقوالب وسياقات مهنية الى الجمهور والرأي العام والاجابة على التساؤلات عبر اللقاءات التلفزيونية والهاثفية في نشرات الاخبار والبرامج والمؤتمرات والبيانات والتصريحات الصحفية، وشمل المتحدث الرسمي في هذا البحث، المتحدثون الرسميون للوزارات العراقية حصراً.

ج. الثقة: هي التعميمات التي يشكلها الجمهور العراقي المتابع لأداء الوزارات العراقية، عن مصداقية المعلومات والاخبار والتصريحات التي يحصل عليها عن طريق المتحدثين الرسميين في القنوات العراقية ومدى الموثوقية والاطمئنان لها، وقسم الباحث مديات الثقة لدى الجمهور الى ثلاث درجات هي (مرتفعة، متوسطة، ضعيفة).

(*) المحكمون:

أ. د. طالب عبد المجيد - جامعة بغداد / كلية الاعلام / قسم الإذاعة والتلفزيون.

أ. د. وسام فاضل راضي - جامعة بغداد / كلية الاعلام / قسم الإذاعة والتلفزيون.

أ. د. هيثم عكاب عطية - الجامعة العراقية / كلية الاعلام / قسم العلاقات.

د. الجمهور العراقي: هو جمهور النخبة من الأساتذة في كليتي الإعلام بجامعة بغداد والعراقية، وقسم الاعلام في كلية الآداب بالجامعة المستنصرية، الذين يتعرضون لأخبار ونشاطات الوزارات العراقية كافة، عن طريق متابعتهم الظهور التلفزيوني للمتحدثين الرسميين للوزارات تلك في القنوات العراقية.

هـ. المؤسسات الحكومية: هي الوزارات العراقية كافة، والبالغ عددها (٢٢) وزارة، التي خولت متحدثاً رسمياً لها، ويرأسها وزير.

الإطار النظري للبحث:

١. فلسفة وظيفة المتحدث الرسمي:

تشغل وظيفة المتحدث الرسمي للمؤسسات والوزارات مساحة من الأهمية على مستوى ديمومة العلاقة بين الوزارات ووسائل الاعلام ومن ضمنها القنوات الفضائية بوصفه القائم بالاتصال الذي يتولى صياغة الرسائل الاتصالية ومنها الاخبار والبيانات ونشرها لتوضيح المواقف والآراء حيال المناسبات التي يمكن ان تؤثر في طبيعة الرأي العام، إذ يقوم المتحدث الرسمي بمهمة التواصل مع وسائل الاعلام بمختلف توجهاتها وأنماط ملكيتها حكومية كانت او خاصة، ما يحتم على المتحدث الرسمي التمتع بمزايا ومؤهلات يعينها يستطيع عن طريقها تشكيل الاعتقادات والتوجهات الإيجابية حيال الاداء الرسمي لوزارته، وإحداث التأثيرات المطلوبة في الجمهور واقناعه بمضمون الرسالة الاتصالية (علي عبد الهادي، ٢٠١٨، صفحة ١١١)، وفي العراق لم تعهد الوزارات قبل عام ٢٠٠٣ م عنواناً ووصفاً وظيفياً بمسمى (المتحدث الرسمي)، لذا تعتبر وظيفة مستحدثة بما يواءم الواقع المحلي الجديد على الأصعدة كافة بعد عام ٢٠٠٣ م، ومع اتساع الساحة الإعلامية وتطور وسائل الاعلام التقليدية منها والجديدة، تطلبت الحاجة الى وجود الصلة بين الوزارات أو المؤسسات لاسيما الحكومية ووسائل الاعلام ورغد الأخيرة بالأخبار والمستجدات ونقلها للجمهور.

وبفضل التطور المتلاحق في وسائل الاعلام ومنها القنوات الفضائية والنقل المباشر وتقدم التقنيات الرقمية والتكنولوجية الاعلامية، برزت أهمية المتحدث الرسمي المتخصص والمؤهل لتقديم المعلومة الواضحة والاستجابة للصحفيين في حدود اختصاص وزارته، ومن ثم أصبحت وظيفة المتحدث الرسمي سمة بارزة في المشهد الإعلامي على مستوى الوزارات والمؤسسات الحكومية العراقية.

إلا أن وظيفة المتحدث الرسمي للوزارات لا تخلو من التحديات إذ يشترك الصحفيون في كثير من الأحيان صعوبة التواصل مع المتحدثين أو تأخير الردود على استفساراتهم بسبب سير عملية الإجابة بقنوات بيروقراطية معقدة او نقص التأهيل الإعلامي المطلوب للمتحدث الرسمي، أو محدودية تحركه في الوزارة ومنحه الحرية الكافية في التصريح (انس فايز القطاطشة، ٢٠٢٣، صفحة ١٧)، ولكي يصبح المتحدث الرسمي قادراً على أداء عمله ينبغي أن يكون مدركاً للتوجهات والتطورات التي تحدث في الرأي العام، كما ينبغي أن يكون ملماً بسياسات وزارته ومشكلاتها، فهو شريك بالمسؤولية ومؤتمن على المصلحة العامة، وتتبنى الوزارات أو المؤسسات الرسمية المتحدث الرسمي بغية تحقيق مجموعة من الأهداف هي: (مي طارق جوهر، ٢٠١٤، الصفحات ٤٩-٥٠).

١. الهدف الإعلامي: لتحقيق التواجد والتوازن لأخبارها ونشاطاتها في مساحات وسائل الاعلام وتقديمها عن طريق المتحدث الرسمي، وتفسيرها وتلقي ردود الجمهور بشأنها.

٢. الهدف الإقناعي: لتحقيق عامل التأثير وإقناع المواطنين بالأعمال والإنجازات التي تقدمها (الوزارة)، وهذا يتطلب متحدثاً ماهراً مؤهلاً لشغل الوظيفة تلك.

٣. الهدف التقويمي: المتمثل بتقييم آراء المواطنين واتجاهاتهم حيال أداء الوزارة عن طريق اجراء الدراسات والبحوث التي تهدف للتعرف على مدى تحقيق الهدفين السابقين والاثار والنتيجة المطلوبة منهما.

٢. القنوات الفضائية وثقة الجمهور بالمتحدث الرسمي:

يولي الجمهور الاهتمام عند تسلمه الرسائل الاعلامية لشخصية مرسل الرسالة الاعلامية عبر القنوات الفضائية، فصار التركيز على ثقة الجمهور بمصدر الاتصال بمثابة الصدق الذي يمنحه المتلقي للقنوات والرسالة التي ينقلها القائم بالاتصال أو المتحدث الرسمي (موضوع البحث)، وانصرف كثير من الباحثين في الاتصال لدراسة ما إذا كانت الثقة بالقائم بالاتصال هي عامل ذو علاقة بتغيير الاتجاهات للجمهور حيال الاخبار والبيانات التي يقدمها، إذ أن الثقة تهيء لاجتذاب الجمهور بما يدفعهم الى قبول مضمون الرسالة الاعلامية. (رواء هادي الدهان، ٢٠١٢، صفحة ٥٤)، وهذا يدفع باتجاه تأشير مساهمة القنوات الفضائية بشكل فعال نحو تكوين الاتجاهات وصناعة الثقة لدى جمهور المتلقين، فوسائل الاعلام ومنها القنوات الفضائية تشكل وعاء أساسيا في عملية نشر المعرفة والثقافة بمفهومها العام عن طريق ما تتداوله من مضامين سياسية واقتصادية واجتماعية وغيرها، وتسويقها بأساليب بعينها، ما ساعد القنوات أن تنال بممكنتها التواصلية (الصوت والصورة والنقل المباشر وغيرها) مكانة متميزة في عملية التواصل مع الجمهور والبلاغ اليومي للفعاليات والنشاطات في مختلف المجالات وللمؤسسات الحكومية والخاصة، بهدف صناعة توجهات وقناعات محددة (صباح ياسين، ٢٠١٣، صفحة ٩٠).

ويشير مصطلح الثقة العامة الى التوجه الايجابي العام لدى المواطنين أو الجمهور حيال الوزارات أو المؤسسات والاداء الرسمي الناتج عنها والمُسوق عبر وسائل الاعلام، حيث يكون هذا التوجه الايجابي مبني على توقعات الجمهور من الوزارات تلك أو الفاعلين فيها، فكلما تحققت هذا التوقعات كلما كانت الثقة عالية بالأداء وقيادة المؤسسات (منال عبد الخالق جاب الله، ٢٠١٢، صفحة ٢٥) بمعنى أن الثقة تعبر عن مدى ارتياح الجمهور تجاه نواتج الاداء الرسمي للمؤسسات والوزارات، وهذه الثقة تكتسبها الوزارات نتيجة ادائها الذي يحاول المتحدث الرسمي أو قيادات الوزارة في القنوات الفضائية اقناع الجمهور به وزيادة مستويات الثقة بطبيعته ومعدلاته، (Citrin, 1947, p. 974)، وهنا يبرز دور المتحدث الرسمي للمؤسسات الحكومية في سياقات نقل الرسالة الاتصالية، فهو من يحدد الأفكار والموضوعات التي يرغب في توجيهها للجمهور، والمسؤول عن صياغة الأفكار في شكل رسائل تتواءم وطبيعة ومستوى الجمهور الذي يخاطبه، إذ يقوم بالتواصل بين الجهة التي يمثلها وبين الجمهور وذلك وفقا للوسيلة المناسبة لكل من الحدث والجمهور، بناءً على متطلبات الوظيفة التي ترتكز على الادلاء بمجموعة من البيانات والمعلومات عبر القنوات ووسائل الاعلام الاخرى (فرجاني، ٢٠١٥، صفحة ٣٥)، وهذا ما يؤكد أن ثقة الفرد تبنى بالأساس على ما يتوقعه من أفراد آخرين، باعتبارها نتاج مزيج من المواقف والسلوكيات، يمكن قياسها عبر التصرف (Tamara, 2015, p. 354) ما يجعل المتحدثين الرسميين امام مسؤولية كبيرة إزاء بناء ثقة الجمهور بنشاطات وزاراتهم وانجازاتها وامكانية تسويقها في وسائل الاعلام، وحثمية التميز بالأداء وتمثيل الوزارة كواجهة اعلامية رسمية امام الرأي العام، وضرورة تمتع المتحدث بمهارات الإلقاء والاتصال والانصات الجيد واللباقة في التحدث وفن المحاوره والالمام بالتفاصيل التي تعمل عليها وزارته، والمصادقية والدقة بنقل الاخبار والبيانات باعتباره القائم بالاتصال، والخبرة في التعامل مع حيثيات الموضوع المطروح وابعاده، والجادبية والمظهر العام (ضياء الدين محمد، حسن جعفر الخليفة، ٢٠١٣، صفحة ١٠٤) وتتطلب مهمة المتحدث الرسمي بعض السمات التي تؤثر في انعكاسها على مستويات ثقة الجمهور بالأداء الحكومي للوزارات وهي: (عبد النبي عبد الله الطيب، ٢٠١٦، الصفحات ٦٤-٦٦) السمات الشخصية وتعني ما يتمتع به المتحدث الرسمي من مقومات ذاتية جيدة تجعله مقبولا على مستوى وسائل الاعلام والجمهور، والسمات الإقناعية التي تعني أن يمتلك المتحدث مؤهلات التأثير لدرجة ان يتمكن من ايصال رسائله ومحاولة اقناع الجمهور بمضامينها (محمد منير حجاب، ٢٠٠٣، صفحة ١٦٧).

الإطار الميداني: تحليل النتائج وتفسيرها:

١. الخصائص العامة للعينة:

أ. متغير الجنس للمبحوثين: توزعت الخصائص العامة للمبحوثين على مستوى متغير الجنس بواقع (٩٠) مبحوثاً وبنسبة (٧٥٪) للذكور، وبواقع (٣٠) مبحوثة وبنسبة (٢٥٪) للإناث، كما في الجدول رقم (١).

الجدول رقم (١) يوضح العينة بحسب متغير الجنس

متغير الجنس	التكرار	النسبة
الذكور	٩٠	٧٥
الإناث	٣٠	٢٥
المجموع	١٢٠	١٠٠

ب. متغير اللقب العلمي للمبحوثين: في إطار تحليل المؤشرات الكمية المستقاة بخصوص الألقاب العلمية للعينة، تبين أن اللقب العلمي للمبحوثين توزعت بواقع (٢٧) مبحوثاً ومبحوثة وبنسبة (٢٢,٥٪) يحملون لقب (الأستاذ الدكتور)، وبواقع (٤٧) مبحوثاً ومبحوثة وبنسبة (٣٩,٢٪) يحملون لقب (الأستاذ المساعد الدكتور)، و(٣٠) مبحوثاً ومبحوثة وبنسبة (٢٥٪) يحملون لقب (المدرس)، ومن يحملون لقب (المدرس المساعد) جاءوا بواقع (١٦) مبحوثاً ومبحوثة وبنسبة (١٣,٣٪)، كما في الجدول رقم (٢).

الجدول رقم (٢) يوضح العينة بحسب متغير اللقب العلمي

متغير اللقب العلمي	التكرار	النسبة
الأستاذ	٢٧	٢٢,٥
الأستاذ المساعد	٤٧	٣٩,٢
المدرس	٣٠	٢٥
المدرس المساعد	١٦	١٣,٣
المجموع	١٢٠	١٠٠

٢. متابعة العينة للقنوات العراقية:

أ. مديات انتظام متابعة المبحوثين للقنوات العراقية:

تكشف البيانات المتعلقة بمديات متابعة المبحوثين (العينة) لأخبار الوزارات العراقية في القنوات العراقية، أن (٧٧) مبحوثاً ومبحوثة أشاروا بـ (أتابعها بانتظام) لأخبار الوزارات عن طريق متحدثها وظهورهم في القنوات العراقية ونسبتهم (٦٤,٢٪)، أما من أشاروا بـ (أتابعها أحياناً) فجاءوا بواقع (٣٣) مبحوثاً ومبحوثة وبنسبة (٢٧,٥٪)، وفي ذات المسار أشاروا (١٠) مبحوثين وبنسبة (٨,٣٪) بـ (أتابعها نادراً)، وتدل نتائج هذا الجدول أن أكثر من نصف العينة يتابعون أخبار الوزارات العراقية عبر ظهور المتحدثين الرسميين لها في القنوات العراقية، ويبرر الباحث هذه النتيجة أن العينة تمثل جزءاً من شريحة موظفي الدولة بصورة عامة (التدريسيون)، ومن ثم فهم يهتمون بمتابعة أخبار المؤسسات الحكومية ولمبررات تتنوع طبقاً لحاجاتهم واهتماماتهم، أنظر الجدول رقم (٣).

الجدول رقم (٣) يوضح مديات متابعة العينة لأخبار الوزارات العراقية عن طريق متحدثها الرسميين في القنوات العراقية

متغير مديات متابعة اخبار الوزارات	التكرار	النسبة
أتابعها بانتظام	٧٧	٦٤,٢
أتابعها أحياناً	٣٣	٢٧,٥
أتابعها نادراً	١٠	٨,٣
المجموع	١٢٠	١٠٠

ب. اسباب اعتمادية العينة للقنوات العراقية لاستقاء اخبار الوزارات العراقية:

تبين نتائج تحليل البيانات الخاصة بأسباب اعتمادية عينة البحث القنوات العراقية بهدف استقاء اخبار الوزارات العراقية منها، أن (٧٩) مبحوثاً ومبحوثة وبنسبة (١٩,٩٪) أشاروا أن سبب (التعرف على اخر الاخبار والمعلومات المهمة عن وزارات بعينها) هو الدافع لمتابعة اخبار الوزارات في القنوات العراقية، وأن (٩٢) مبحوثاً ومبحوثة وبنسبة (٢٣,٢٪)، أقرّوا أن سبب متابعة اخبار الوزارات هو (إكتساب الخبرة في مناقشة المعلومات التي يقدمها المتحدث الرسمي)، فيما جاء السبب (كشف مواقف الوزارات الرسمية من التحديات التي تواجهها) بواقع (٦٥) مبحوثاً ومبحوثة وبنسبة (١٦,٤٪)، وأشاروا (٧٣) مبحوثاً ومبحوثة وبنسبة (١٨,٤٪) انهم يستقون اخبار الوزارات العراقية بدافع (معرفة استراتيجية الوزير في معالجة المشاكل الجوهرية في وزارته)، كما أشاروا (٨٨) مبحوثاً وبنسبة (٢٢,١٪) أن السبب وراء متابعتهم اخبار الوزارات العراقية عن طريق ظهور المتحدثين الرسميين في القنوات العراقية هو (أن المتحدث الرسمي يمثل النافذة الإعلامية المخولة بالتصريح)، ويعزو الباحث هذه النتيجة لطبيعة انعكاس المصالح والاهتمامات الحاكمة عند العينة بمتابعة المتحدثين الرسميين للوزارات في القنوات العراقية، ومن ثم جاءت المؤشرات متباينة بتباين المبررات لدى العينة، أنظر الجدول رقم (٤).

الجدول رقم (٤) يوضح طبيعة الأسباب التي تعتمدها العينة في متابعة المتحدثين الرسميين للوزارات العراقية لاستقاء اخبارها

المتغير	أسباب متابعة أداء الوزارات	التكرار	النسبة
١	للتعرف على اخر الاخبار والمعلومات المهمة عن وزارات بعينها	٧٩	١٩,٩
٢	لإكتساب الخبرة في مناقشة المعلومات التي يقدمها المتحدث الرسمي	٩٢	٢٣,٢
٣	لكشف مواقف الوزارات الرسمية من التحديات التي تواجهها	٦٥	١٦,٤
٤	لمعرفة استراتيجية الوزير في معالجة المشاكل الجوهرية في وزارته	٧٣	١٨,٤
٥	اتابع المتحدث الرسمي كونه يمثل النافذة الإعلامية المخولة بالتصريح	٨٨	٢٢,١
٦	المجموع (*)	٣٩٧	١٠٠

٣. موقف القنوات العراقية لدى المبحوثون الذين يستقون اخبار الوزارات منها:

أ. القنوات المفضلة لدى العينة لإستقاء اخبار الوزارات العراقية:

في سياق تحليل المعطيات الكمية المتعلقة بالقنوات العراقية المفضلة لدى عينة البحث بهدف استقاء اخبار الوزارات العراقية عبر المتحدثين الرسميين، تبين أن قناة (U TV) جاءت بتأشير (٩٠) مبحوثاً ومبحوثة وبنسبة (٢٧,٢٪) يرون أنها قناتهم المفضلة التي يستقون منها شؤون واخبار الاداء الوزاري عن طريق المتحدثين الرسميين، وحلت بالمرتبة الاولى، فيما أشاروا (٧٤) مبحوثاً ومبحوثة وبنسبة (٢٢,٣٪) انهم يتابعون قناة (العراقية الاخبارية) باعتبارها القناة المفضلة لديهم بخصوص اخبار الوزارات العراقية، وحلت بالمرتبة الثانية، وتلتها بالمرتبة الثالثة قناة (الرشيدي) بعد حصولها على تأشير (٦٦) مبحوثاً ومبحوثة وبنسبة (١٩,٩٪) كونها القناة المفضلة لديهم، ويتابع (٥٤) مبحوثاً ومبحوثة وبنسبة (١٦,٣٪) قناة (الشرقية) وحلت بالمرتبة الرابعة، وحلت اخيراً بالمرتبة الخامسة قناة (الغدير) بواقع (٤٨) مبحوثاً ومبحوثة وبنسبة (١٤,٤٪) كقناة مفضلة لاستقاء اخبار الوزارات العراقية عن طريق المتحدثين الرسميين، أنظر الجدول رقم (٥).

الجدول رقم (٥) يوضح أفضلية القنوات العراقية لدى العينة التي تتابع عن طريقها المتحدثين الرسميين للوزارات العراقية

المتغير	القنوات العراقية المفضلة	التكرار	النسبة	الترتبة
١	يو تيفي (U TV)	٩٠	٢٧,١	الأولى

(*) المجموع: تجاوز حجم العينة (١٢٠) مبحوثاً ومبحوثة، كون الباحث سمح بالإجابة على أكثر من خيار.

العراقية الإخبارية	٧٤	٢٢,٣	الثانية
الرشيدي	٦٦	١٩,٩	الثالثة
الشرقية نيوز	٥٤	١٦,٣	الرابعة
الغدِير	٤٨	١٤,٤	الخامسة
المجموع (**)	٣٣٢	١٠٠	

ب. رأي العينة بمصداقية اخبار الوزارات عن طريق المتحدثين الرسميين في القنوات العراقية:

تكشف نتائج التحليل الوصفي للبيانات الكمية المتعلقة بموقف العينة من مصداقية اخبار الوزارات عن طريق ظهور المتحدثين الرسميين في القنوات العراقية، أن (٩٨) مبحوثاً ومبحوثة وبنسبة (٨١,٧٪) من مجمل العينة موقفهم إيجابي من تصريحات المتحدثين الرسميين وقد (أثفقوا) أنها (تصريحات ذات مصداقية) بينما (لم يثفقوا) على ذات الرأي (٢٢) مبحوثاً ومبحوثة وبنسبة (١٨,٣٪) وكان موقفهم سلبي، وذات المبحوثين الـ (٢٢) ونسبتهم (١٨,٣٪) اشاروا (بالاتفاق) أن تصريحات المتحدثين الرسميين (تخلو من المصداقية)، وان (٩٨) مبحوثاً ومبحوثة ونسبتهم (٨١,٧٪) أشاروا بـ (الاتفاق) مع التصريحات تخلو من المصداقية، وهذه النتيجة تعبر عن حقيقة أن أكثر من ثلثي العينة يعتقدون بمصداقية المتحدثين الرسميين للوزارات العراقية في القنوات العراقية، ولأسباب منها الخبرة التي يتمتع بها المبحوثون في تفسيرهم للأخبار، ومدى صلة الاخبار المستقاة بمصالحهم، وثقة المبحوثين بتصريحات المتحدثين والقناة الفضائية، أنظر الجدول رقم (٦).

الجدول رقم (٦) يوضح موقف العينة من مصداقية التصريحات عند المتحدثين الرسميين للوزارات في القنوات العراقية

متغير مصداقية التصريحات	اتفق		لا اتفق		مجموع الاجابات
	ت	%	ت	%	
تصريحات ذات مصداقية	٩٨	٨١,٧	٢٢	١٨,٣	١٢٠
تصريحات تخلو من المصداقية	٢٢	١٨,٣	٩٨	٨١,٧	١٢٠

ج. مستويات مصداقية المتحدثين الرسميين للوزارات العراقية من وجهة نظر العينة:

تبين نتائج التحليل الوصفي لمستويات مصداقية التصريحات والبيانات التي يقدمها المتحدثون الرسميون أثناء ظهورهم التلفزيوني في القنوات العراقية، أن من يعتقدون بمصداقية التصريحات والبيانات التي يقدمها المتحدثون الرسميون أثناء ظهورهم التلفزيوني في القنوات العراقية (بمستوى مصداقية متوسطة) جاءوا بواقع (٤٢) مبحوثاً ومبحوثة وبنسبة (٤٢,٩٪) وحلوا بالمرتبة (الاولى)، كما أشاروا من يعتقدون (بمستوى مصداقية عالية) للمتحدثين الرسميين للوزارات في القنوات العراقية بواقع (٣٥) مبحوثاً ومبحوثة وبنسبة (٣٥,٧٪) وجاءوا بالمرتبة (الثانية)، وحلوا اخيراً بالمرتبة (الثالثة) من يعتقدون أن المتحدثين الرسميين يتمتعون (بمستوى مصداقية ضعيفة) عن تقديمهم المعلومات والاخبار عن وزاراتهم في القنوات العراقية بواقع (٢١) مبحوثاً ومبحوثة وبنسبة (٢١,٤٪)، وتفسير ذلك أن بعض المتحدثين الرسميين استطاعوا عن طريق ظهورهم التلفزيوني من بناء مستويات مصداقية متفاوتة لدى العينة بشأن تصريحاتهم عن وزاراتهم، وشكل مستوى المصداقية المتوسط السمة البارز، أنظر الجدول رقم (٧).

الجدول رقم (٧) يوضح مستويات المصداقية لدى المتحدثين الرسميين للوزارات العراقية من وجهة نظر العينة

متغير مستويات المصداقية	التكرار	النسبة	رتبة مستوى المصداقية
مصداقية متوسطة	٤٢	٤٢,٩	الاولى

(*) المجموع: تجاوز حجم العينة (١٢٠) مبحوثاً ومبحوثة، كون الباحث سمح بالإجابة على أكثر من خيار.

مصدقية عالية	٣٥	٣٥,٧	الثانية
مصدقية ضعيفة	٢١	٢١,٤	الثالثة
المجموع (***)	٩٨	١٠٠	

د. مظاهر عدم مصداقية التصريحات التي يقدمها المتحدثون الرسميون من وجهة نظر العينة:

توضح مؤشرات التحليل الوصفي لمُتغير مظاهر وملاح عدم المصدقية في التصريحات والبيانات والأخبار التي يقدمها المتحدثون الرسميون للوزارات العراقية في ظهورهم بالقنوات العراقية، وللمبحوثين والمبحوثات الذين أشاروا بـ(تصريحات تخلو من المصدقية) والبالغ عددهم (٢٢)، وبحسب الجدول رقم (٦)، أن (٨) مبحوثين وبنسبة (٣٦,٣٪) أشاروا أن متغير (تصريحات تفتقد للشفافية وعرض الأرقام والأدلة)، فيما جاء متغير (تصريحات لا تعالج التحديات وما ينتظره المواطن من المعلومات) بواقع (٦) مبحوثين وبنسبة (٢٧,٣٪)، أما متغير (تصريحات انتقائية) جاء بواقع (٤) مبحوثين وبنسبة (١٨,٢٪)، وأشاروا (٣) مبحوثين وبنسبة (١٣,٦٪)، أنهم يعتقدون أن مظهر عدم مصداقية التصريحات لدى المتحدثين الرسميين تتجسد عن طريق (تصريحات تتواءم وتوجهات الحزب السياسي للوزير)، وأشار (مبحوث واحد)، باعتقاده أن متغير للمصداقية عند المتحدثين الرسميين في القنوات العراقية يتمظهر من خلال (تصريحات متناقضة وغير منطقية)، وتشير النتائج إلى إخفاق جزئي لدى المتحدثين الرسميين في أداء مهامهم عبر تأشير المبحوثين ملاح عدم مصداقيتهم في ظهورهم بالتلفزيوني بالقنوات العراقية، أنظر الجدول رقم (٨).

الجدول رقم (٨) يوضح أهم ملاح عدم المصدقية والموثوقية في تصريحات المتحدثين الرسميين للوزارات العراقية من وجهة نظر العينة

متغير ملاح عدم المصدقية والموثوقية	التكرار	النسبة
تصريحات تفتقد للشفافية وعرض الأرقام والأدلة	٨	٣٦,٣
تصريحات لا تعالج التحديات وما ينتظره المواطن من المعلومات	٦	٢٧,٣
تصريحات انتقائية	٤	١٨,٢
تصريحات تتواءم وتوجهات الحزب السياسي للوزير	٣	١٣,٦
تصريحات متناقضة وغير منطقية	١	٤,٦
المجموع (****)	٢٢	١٠٠

٤. المتحدثون الرسميون للوزارات العراقية وثقة الجمهور:

أ. تقييمات المبحوثين للمستوى المهني للمتحدثين الرسميين خلال ظهورهم بالتلفزيوني:

تكشف البيانات الخاصة بتقييم عينة البحث للمستوى المهني للمتحدثين الرسميين أثناء ظهورهم بالتلفزيوني في القنوات العراقية للإدلاء بتصريحاتهم أو تقديم المعلومات للجمهور، أن (٩١) مبحوثاً ومبحوثة وبنسبة (٧٥,٨٪) اتفقوا على أنهم يرون المتحدثين الرسميين للوزارات العراقية في القنوات العراقية بأنهم (يتمتعون بالكفاءة والمهنية خلال ظهورهم بالتلفزيوني في القنوات العراقية)، فيما لم يتفق على هذا الرأي (٢٩) مبحوثاً ومبحوثة وبنسبة (٢٤,٢٪)، كما اتفق (٨٣) مبحوثاً ومبحوثة وبنسبة (٦٩,٢٪) يعتقدون أن

(**) (٩٨) المجموع مبحوثاً ومبحوثة وهو أقل من حجم العينة، كونهم أجابوا على تساؤل الجدول رقم (٦) بالإيجاب نحو مصداقية تصريحات المتحدثين الرسميين للوزارات العراقية.

(*) (٢٢) المجموع مبحوثاً ومبحوثة وهو أقل من حجم العينة، كونهم أجابوا على تساؤل الجدول رقم (٦) بالسلب نحو مصداقية تصريحات المتحدثين الرسميين للوزارات العراقية.

المتحدثين الرسميين (يتمتعون بالموضوعية والشفافية بتقديم المعلومات والاخبار الخاصة بوزارتهم)، وجاء عدم الاتفاق على ذات الرأي بواقع (٣٧) مبحوثا ومبحوثة وبنسبة (٨,٣٠٪)، ويعتقد (٦٦) مبحوثا ومبحوثة وبنسبة (٥٥٪) أن المتحدثين الرسميين لديهم (القدرة على الاقناع في تقديمهم المعلومات المتعلقة بوزارتهم بالقنوات العراقية)، وأن (٥٤) مبحوثا ومبحوثة وبنسبة (٤٥٪) لا يتفقون على هذا الرأي، وفي ذات التقييمات أكد (٣٤) مبحوثا ومبحوثة وبنسبة (٢٨,٣٪) اتفاقهم على ان المتحدثين الرسميين للوزارات العراقية خلال ظهورهم التلفزيوني، (غير قادرين على إيصال أفكارهم والمعلومات بطريقة سهلة للجمهور)، اما غير المتفقين مع هذا الرأي فكانوا بواقع (٨٦) مبحوثا ومبحوثة وبنسبة (٧١,٧٪)، وكما أشاروا (٥٩) مبحوثا ومبحوثة وبنسبة (٤٩,٢٪) بالاتفاق على ان المتحدثين الرسميين للوزارات العراقية وخلال ظهورهم التلفزيوني في القنوات المحلية (لا يمتلكون القدرة اللغوية والاسلوب الصحفي الذي يمكنهم من التعبير عن موقف وزارتهم بشكل واضح)، فيما أشاروا (٦١) مبحوثا ومبحوثة وبنسبة (٥٠,٢٪) بعدم الاتفاق مع هذا الرأي، واتفق (٧٧) مبحوثا ومبحوثة وبنسبة (٦٤,٢٪) على ان المتحدثين (لا يمتلكون بعدا مهنيا وصحفيا وجاءوا بهم أحزاب الوزراء)، وأشاروا (٤٣) مبحوثا ومبحوثة وبنسبة (٣٥,٨٪) بعدم الاتفاق على هذا التقييم، ويفسر الباحث نتيجة هذا الجدول رغم تأشير العينة امتلاك المتحدثين الرسميين الكفاءة والمهنية، ألا أن ذات العينة تعتقد بأن المتحدثين الرسميين يواجهون صعوبات بإيصال المعلومات بسهولة للجمهور ولأسباب فنية وذاتية، أنظر الجدول رقم (٩).

الجدول رقم (٩) يوضح تقييم العينة للمتحدثين الرسميين للوزارات في القنوات العراقية

مجموع الإجابات	لا اتفق		اتفق		العبارات
	%	ت	%	ت	
١٢٠	٢٤,٢	٢٩	٧٥,٨	٩١	يتمتع بالكفاءة والمهنية خلال ظهوره التلفزيوني في القنوات العراقية
١٢٠	٣٠,٨	٣٧	٦٩,٢	٨٣	يتمتع المتحدث بالموضوعية والشفافية بتقديم المعلومات والاخبار الخاصة بوزارته
١٢٠	٤٥	٥٤	٥٥	٦٦	القدرة على الاقناع في تقديمه المعلومات المتعلقة بوزارته بالقنوات العراقية
١٢٠	٧١,٧	٨٦	٢٨,٣	٣٤	صعوبة إيصال الأفكار والمعلومات بطريقة سهلة للجمهور
١٢٠	٥٠,٨	٦١	٤٩,٢	٥٩	لا يمتلك قدرة لغوية وأسلوب صحفي يمكنه من التعبير عن موقف وزارته بشكل واضح
١٢٠	٣٥,٨	٤٣	٦٤,٢	٧٧	لا يمتلك بعدا مهنيا وصحفيا وجاء به الحزب الذي ينتهي له الوزير

ب. مراتب المتحدثين الرسميين للوزارات العراقية طبقا لثقة العينة بتصريحاتهم في القنوات العراقية:

في ضوء النتائج المستخلصة من خلال تأشير الجمهور على ثقتهم بالمتحدثين الرسميين للوزارات العراقية عبر ظهورهم في القنوات العراقية بشكل متفاوت ومنسجم وحجم ثقتهم بمتحدث دون آخر، وسيورد الباحث شرحا لأول خمس مراتب من الجدول ادناه، إذ يتضح أن (المتحدث الرسمي لوزارة الداخلية) حصل على أعلى التكرارات بواقع (١١٢) مبحوثا ومبحوثة وبنسبة (١٠,٥٪) وجاء بـ (المرتبة الاولى)، وجاء (المتحدث الرسمي لوزارة الاعمار والاسكان) بـ (المرتبة الثانية) بواقع (١٠١) مبحوث ومبحوثة وبنسبة (٩,٥٪)، وأشاروا (٩٤) مبحوثا ومبحوثة وبنسبة (٨,٨٪) انهم يثقون بتصريحات (المتحدث الرسمي لوزارة العمل والشؤون الاجتماعية)، خلال ظهوره بالقنوات العراقية، وحل بـ (المرتبة الثالثة)، فيما أشاروا (٨٨) مبحوثا ومبحوثة وبنسبة (٨,٣٪) بالثقة بالتصريحات وبيانات (المتحدث الرسمي لوزارة التربية) التي يدلي بها في القنوات العراقية، وحل بـ (المرتبة الرابعة)، وجاء (المتحدث الرسمي لوزارة الدفاع) بـ (المرتبة الخامسة) بواقع (٨١) مبحوثا

ومبحوثة ونسبة (٦,٧٪)، وورد باقي المتحدثين الرسميين بتكرارات ونسب متدنية بحسب ثقة الجمهور بتصريحاتهم والمعلومات التي يقدمونها في القنوات العراقية، ويعزو الباحث هذه النتيجة تبعاً لمستوى الثقة لدى العينة إزاء أداء وتصريحات المتحدثين الرسميين للوزارات العراقية، أنظر الجدول رقم (١٠).

الجدول رقم (١٠) المتحدثون الرسميون ومراتهم بالتأثير والاقناع من وجهة نظر العينة

الترتبة	النسبة	التكرار	المتحدثون الرسميون للوزارات العراقية
١	١٠,٥	١١٢	الداخلية
٢	٩,٥	١٠١	الاعمار والاسكان والبلديات والاشغال العامة
٣	٨,٨	٩٤	العمل والشؤون الاجتماعية
٤	٨,٣	٨٨	التربية
٥	٧,٦	٨١	الدفاع
٦	٧,٣	٧٨	النفط
٧	٦,٧	٧١	الصحة
٨	٦,١	٦٥	الزراعة
٩	٥,١	٥٤	التخطيط
١٠	٤,٧	٥٠	الكهرباء
١١	٤,٢	٤٥	الشباب والرياضة
١٢	٣,٦	٣٨	التعليم العالي والبحث العلمي
١٣	٣,٢	٣٤	التجارة
١٤	٢,٨	٣٠	المالية
١٥	٢,٤	٢٦	الاتصالات
١٦	٢,١	٢٣	الثقافة والسياحة والآثار
١٧	٢,١	٢٠	الخارجية
١٨	١,٥	١٦	الموارد المائية
١٩	١,١	١٢	الهجرة والمهجرين
٢٠	١	١١	النقل
٢١	٠,٥	٦	الصناعة والمعادن
٢٢	٠,١	٢	العدل
	١٠٠	١٠٥٧	المجموع (****)

ج. درجات ثقة المبحوثين بالمتحدثين الرسميين للوزارات العراقية:

يتضح من خلال خيارات المبحوثين لدرجات ثقتهم بالمتحدثين الرسميين والتصريحات التي يدلون بها خلال استضافتهم في القنوات العراقية، أن (٩٨) مبحوثاً ومبحوثة وبوسط حسابي (٣٢,٦)، وانحراف معياري (١٣,٥)، يتفوقون على ثقتهم بالمتحدثين الرسميين ودرجات متفاوتة تتدرج بين الثقة المرتفعة والمتوسطة والضعيفة، و(٢٢) مبحوثاً ومبحوثة وبوسط حسابي (٧,٣) وانحراف معياري (٢,٨)، لا يتفوقون على ثقتهم بالمتحدثين الرسميين للوزارات العراقية وبذات التفاوت للثقة المتدرجة، وكما في التفاصيل الآتية:

(****) المجموع (١٠٥٧) وقد تجاوز حجم العينة (١٢٠) مبحوثاً، كون الباحث سمح بالإجابة على أكثر من خيار للسؤال.

الثقة المرتفعة: أشاروا (٣١) مبحوثا ونسبة (٣١,٦٪) —(اتفق) على أن ثقتهم مرتفعة بالمتحدثين الرسميين من خلال انعكاس ظهورهم في القنوات العراقية وتقديمهم المعلومات والتصريحات حول اداء وزاراتهم، فيما اشاروا (١١) مبحوثا ونسبة (٥١٪) بـ(لا أتفق) على الثقة المرتفعة بالمتحدثين الرسميين.

الثقة المتوسطة: اشاروا (٥٠) مبحوثا ونسبة (٥١٪) —(اتفق) على أن ثقتهم متوسطة بالمتحدثين الرسميين وتصريحاتهم خلال ظهورهم التلفزيوني في القنوات العراقية، وأشاروا (٤) مبحوثين ونسبتهم (١٨,٢٪) بـ(لا أتفق) على الثقة المتوسطة بالمتحدثين في القنوات العراقية.

الثقة الضعيفة: اشاروا (١٧) مبحوثا ونسبة (١٧,٤٪) —(اتفق) على أن الثقة بالمتحدثين الرسميين للوزارات اثناء ظهورهم في القنوات العراقية هي ثقة ضعيفة، فيما أشاروا (٧) مبحوثين ونسبة (٣١,٨٪) بـ(لا أتفق) على الثقة الضعيفة بالمتحدثين الرسميين.

الاتجاه العام لثقة العينة: ثقة العينة بدرجة متوسطة بالمتحدثين الرسميين للوزارات خلال ظهورهم في القنوات العراقية، ما يعني أن الظهور التلفزيوني للمتحدثين في القنوات العراقية، انعكس بمقدار التأثير المتوسط ببناء ثقة الجمهور بالأخبار والتصريحات التي يدلي بها المتحدثون الرسميون في القنوات العراقية، انظر الجدول رقم (١١).

الجدول رقم (١١) يوضح درجات واتجاه ثقة العينة بالتصريحات التي يدلي بها المتحدثون الرسميون للوزارات العراقية

عبارات المقياس	درجات ثقة العينة								المجموع	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه ثقة العينة
	ثقة مرتفعة		ثقة متوسطة		ثقة ضعيفة							
	ت	%	ت	%	ت	%						
اتفق	٣١	٣١,٦	٥٠	٥١	١٧	١٧,٤	٩٨	٣٢,٦	١٣,٥	بدرجة متوسطة		
لا اتفق	١١	٥٠	٤	١٨,٢	٧	٣١,٨	٢٢	٧,٣	٢,٨	بدرجة مرتفعة		
							١٢٠					
الاتجاه العام: هو الاتفاق على الثقة بالتصريحات بدرجة متوسطة												

د. مبررات تدني مستوى الثقة بالمتحدثين الرسميين للوزارات العراقية لدى الجمهور:

توضح بيانات مبررات واسباب انخفاض مستويات الثقة بالمتحدثين الرسميين عبر ظهورهم التلفزيوني في القنوات العراقية، نسب الاتفاق وعدم الاتفاق على المبررات تلك بما اقتصر على (٢٢) مبحوثا ومبحوثة اشاروا في الجدول السابق رقم (١١) بـ(لا أتفق) على الثقة بالمتحدثين الرسميين للوزارات العراقية، حيث جاء مبرر (تصريحات متناقضة في اللقاءات التلفزيونية) بواقع (٣) مبحوثين ونسبة (١٣,٦٪) اشاروا بـ(اتفق) و(١٩) مبحوثا ومبحوثة ونسبة (٨٦,٤٪) بـ(لا أتفق)، فيما جاء مبرر (لا يمتلك كاريزما (شخصية) مؤثرة) بـ(اتفق) بواقع (٢٠) مبحوثا ومبحوثة ونسبة (٩٠,٩٪)، وبـ(لا أتفق) بواقع (٢) مبحوثين وأثنين ونسبة (٩,١٪)، فيما جاء سبب (غير متمكن من الالقاء واللغة) بـ(اتفق) بواقع (١٣) مبحوثا ومبحوثة، وبـ(لا أتفق) بواقع (٩) مبحوثين ونسبة (٤٠,٩٪)، فيما (اتفق) (١٠) مبحوثين على المبرر (لا يستطيع إيصال فكرته لي) ونسبة (٤٥,٥٪)، وأشاروا (١٢) مبحوثا ومبحوثة بـ(لا أتفق) ونسبة (٥٤,٥٪)، وجاءت اشارة (٢١) مبحوثا ومبحوثة ونسبة (٩٥,٥٪) بـ(اتفق) وبواقع (١) مبحوث واحد ونسبة (٤,٥٪) بـ(لا أتفق) على المبرر (غير دقيق بنقل الوقائع والاحداث)، فيما جاء المبرر (شخصية متحيزة) بواقع (١٨) مبحوثا ومبحوثة ونسبة (٨١,٨٪) بـ(اتفق) وبواقع (٤) مبحوثين ونسبة (١٨,٢٪) بـ(لا أتفق)، ويعزو الباحث هذه النتيجة الى قدرات الجمهور على التمييز بالأداء الخاص بالمتحدثين الرسميين للوزارات، والسمات التي تتعلق بشخصياتهم او ادائهم السلبي، أنظر الجدول رقم (١٢).

الجدول رقم (١٢) يوضح أسباب انخفاض مستويات الثقة لدى العينة بتصريحات المتحدثين الرسميين للوزارات العراقية

مجموع الإجابات	لا اتفق		اتفق		العبارات
	%	ت	%	ت	
٢٢	٨٦,٤	١٩	١٣,٦	٣	تصريحات متناقضة في اللقاءات التلفزيونية
٢٢	٩,١	٢	٩٠,٩	٢٠	لا يمتلك كاريزما (شخصية) مؤثرة
٢٢	٤٠,٩	٩	٥٩,١	١٣	غير متمكن من الالقاء واللغة
٢٢	٥٤,٥	١٢	٤٥,٥	١٠	لا يستطيع إيصال فكرته لي
٢٢	٤,٥	١	٩٥,٥	٢١	غير دقيق بنقل الوقائع والاحداث
٢٢	١٨,٢	٤	٨١,٨	١٨	شخصية متحيزة

٥. انعكاس تأثير المتحدثين الرسميين للوزارات العراقية على ثقة الجمهور:

أ. انعكاس ظهور المتحدثين الرسميين في القنوات العراقية على ثقة الجمهور بالأداء الحكومي:

تشير البيانات المتعلقة بانعكاس ظهور المتحدثين الرسميين للوزارات العراقية اثناء الادلاء بالتصريحات او تقديم المعلومات الخاصة بوزاراتهم في القنوات العراقية على ثقة الجمهور، أن (١٠١) مبحوث ومبحوثة وبنسبة (٨٤,٢٪) اشاروا بـ(اتفق) مع (تعرفني على مستجدات القرارات الخاصة بالوزارة) نتيجة لانعكاس الظهور التلفزيوني للمتحدثين الرسميين في القنوات العراقية ومتابعهم من قبل المبحوثين، في وقت اشاروا (١٩) مبحوثا ومبحوثة وبنسبة (١٥,٨٪) بـ(لا اتفق)، و اشاروا (٦٤) مبحوثا ومبحوثة وبنسبة (٥٣,٣٪) بـ(اتفق) على (أتعرف على استراتيجيات الوزارة لمواجهة الازمات)، وبـ(لا اتفق) بواقع (٥٦) مبحوثا ومبحوثة وبنسبة (٤٦,٧٪)، بينما (أنفق) مع (تشعري أن الوزارة مهتمة بالتوصل مع المواطنين والرأي العام) بواقع (٧٨) مبحوثا ومبحوثة وبنسبة (٦٥٪)، و اشاروا بـ(لا اتفق) بواقع (٤٢) مبحوثا ومبحوثة وبنسبة (٣٥٪)، فيما بين (١٠٨) مبحوث ومبحوثة وبنسبة (٩٠٪) تأييدهم بـ(أنفق) على ان انعكاس الظهور التلفزيوني للمتحدثين الرسميين للوزارات في القنوات العراقية يؤدي الى تشكيل ثقتهم من خلال (ظهور المتحدثين بالتوقيعات الهامة (الذروة) بالنسبة لأحداث وزارته)، فيما اشاروا (١٢) مبحوثا ومبحوث وبنسبة (١٠٪) بـ(لا أتفق) مع هذا الرأي، اما بشأن الرأي (يشعري بأهمية الإجراءات التي تتخذها الوزارة) فقد أشاروا بـ(أنفق) (٩٦) مبحوثا وبنسبة (٨٠٪)، فيما اكادوا بـ(لا أتفق) (٢٤) مبحوثا ومبحوثة وبنسبة (٢٠٪)، كما إشارات نتائج التحليل أن (٣٢) مبحوثا ومبحوثة وبنسبة (٢٦,٧٪) يتفقون على انعكاس الظهور التلفزيوني للمتحدثين الرسميين (يجعني أتعامل وان الوزارة تعمل بتفان وإخلاص)، فيما أشاروا (٨٨) مبحوثا ومبحوثة وبنسبة (٧٣,٣٪) بـ(لا اتفق)، اما بخصوص (للاطلاع فحسب ولا أرتب أولوية بشأنه) فجاء بواقع (٤٤) مبحوثا ومبحوثة وبنسبة (٣٦,٧٪) أشاروا بـ(أنفق)، وان (٧٦) مبحوثا ومبحوثة وبنسبة (٦٣,٣٪) أشاروا بـ(لا أتفق)، أنظر الجدول رقم (١٣).

الجدول رقم (١٣) يوضح موقف العينة من انعكاس ظهور المتحدثين الرسميين في القنوات العراقية على تشكيل ثقتهم في أداء

المؤسسات العراقية

مجموع الإجابات	لا اتفق		اتفق		العبارات
	%	ت	%	ت	
١٢٠	١٥,٨	١٩	٨٤,٢	١٠١	تعرفني على مستجدات القرارات الخاصة بالوزارة
١٢٠	٤٦,٧	٥٦	٥٣,٣	٦٤	أتعرف على استراتيجيات الوزارة لمواجهة الازمات
١٢٠	٣٥	٤٢	٦٥	٧٨	يشعري أن الوزارة مهتمة بالتوصل مع المواطنين والرأي العام
١٢٠	١٠	١٢	٩٠	١٠٨	يظهر بالتوقيعات الهامة (الذروة) بالنسبة لأحداث وزارته
١٢٠	٢٠	٢٤	٨٠	٩٦	يشعري بأهمية الإجراءات التي تتخذها الوزارة

١٢٠	٧٣,٣	٨٨	٢٦,٧	٣٢	يجعلني أتفاعل وان الوزارة تعمل بتفان وإخلاص
١٢٠	٦٣,٣	٧٦	٣٦,٧	٤٤	للاطلاع فحسب ولا أرتب أولوية بشأته

ب. مديات قوة تأثير المتحدثين الرسميين على ثقة الجمهور بأداء الوزارات العراقية:

أظهرت النتائج المستخلصة بحدود قوة تأثير المتحدثين الرسميين على ثقة الجمهور إزاء العمل أو الأداء الحكومي المتمثل بالوزارات العراقية، أن مديات الاتفاق وعدم الاتفاق قد توزعت على مستويات عدة وكالاتي: التأثير القوي: أشاروا (٣٦) مبحوثاً ومبحوثة ونسبة (٩٠٪) بـ(اتفق) على أن تأثير الظهور التلفزيوني للمتحدثين الرسميين في القنوات العراقية للتصريح أو تقديم المعلومات الخاصة بوزاراتهم كان تأثيراً قوياً، واما من لم (يتفقوا) جاءوا بواقع (٤) مبحوثين ونسبة (١٠٪)، وبمتوسط حسابي (١٠)، وانحراف معياري (١٦). التأثير المتوسط: أشاروا (٥١) مبحوثاً ومبحوثة ونسبة (٨٩,٥٪) بـ(اتفق) مع الرأي أن ظهور المتحدثين بالقنوات العراقية له تأثير متوسط على ثقتي بالإداء الحكومي (الوزارات)، فيما أشاروا (٦) مبحوثين ونسبة (١٠,٥٪) بـ(لا اتفق) مع هذا الرأي، وبمتوسط حسابي (٣١)، وانحراف معياري (٢٥). التأثير الضعيف: حل الاتفاق على طبيعة التأثير الضعيف للمتحدثين الرسميين لوزارات على ثقة الجمهور بتصريحاتهم الخاصة بالأداء الحكومي بواقع (١١) مبحوثاً ومبحوثة ونسبة (٦١,١٪)، فيما لم يتفقوا مع هذا الرأي (٧) مبحوثين ونسبة (٣٨,٩٪)، وبمتوسط حسابي (٩)، وانحراف معياري (٢). لا تأثير: سجل الاتفاق مع الرأي (لا تأثير) للمتحدثين الرسميين في القنوات العراقية على ثقة الجمهور، (صفر)، بينما لم يتفقوا مع هذا الرأي (٥) مبحوثين ونسبة (١٠٪)، وبمتوسط حسابي (٢,٥)، وانحراف معياري (٢,٥). دلالة مستوى التأثير: توضح البيانات المتعلقة بمستوى التأثير لدى الجمهور عن طريق الانعكاس التلفزيوني للمتحدثين الرسميين للوزارات في القنوات العراقية، بوجود تأثير على ثقة وقناعات الجمهور بالأداء الحكومي الخاص بالوزارات، بدلالة اقيام المتوسطات الحسابية جاءت أكبر من اقيام الانحرافات المعيارية، وهذا يدل على درجة التجانس في إجابات المبحوثين إزاء تأثير المتحدثين الرسميين في القنوات العراقية، انظر الجدول رقم (١٤).

الجدول رقم (١٤) يوضح مستوى التأثير لدى العينة عن طريق ظهور المتحدثين الرسميين في القنوات العراقية وانعكاسه على ثقته في أداء المؤسسات

البدائل	اتفق		لا اتفق		المجموع		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	دلالة مستوى التأثير
	ت	%	ت	%	مج	%			
تأثير قوي	٣٦	٩٠	٤	١٠	٤٠	١٠٠	٢٠	١٦	يوجد تأثير بدلالة (أن أقيام المتوسطات الحسابية أكبر من أقيام الانحرافات المعيارية)
تأثير متوسط	٥١	٨٩,٥	٦	١٠,٥	٥٧	١٠٠	٣١	٢٥	
تأثير ضعيف	١١	٦١,١	٧	٣٨,٩	١٨	١٠٠	٩	٢	
لا تأثير	صفر	صفر	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٢,٥	٢,٥	
كل مفردات العينة سُئلت = (١٢٠) مبحوثا ومبحوثة									

ج. ملامح ثقة العينة بأداء الوزارات العراقية عن طريق المتحدثين الرسميين:

في سياق إجابة المبحوثين عن ملامح ثقتهم بأداء المؤسسات الحكومية (الوزارات) عن طريق ظهور المتحدثين الرسميين في القنوات العراقية، تظهر النتائج أن (كشف الغموض وإتاحة المعلومات للجمهور) جاء بـ(المرتبة الأولى) بواقع (٩٠) مبحوثاً ومبحوثة ونسبة (٢٥,٤٪)، فيما جاء (تشكيل الاتجاهات الإيجابية إزاء وزارته) بواقع (٧٨) مبحوثاً ومبحوثة ونسبة (٢٢٪)، وجاء بـ(المرتبة الثانية)، وحل بـ(جعل الوزارة ذات أولوية اخبارية لدي) بواقع (٦٦) مبحوثاً ومبحوثة ونسبة (١٨,٦٪) بـ(المرتبة الثالثة)، واما (تشكيل الرأي العام حيال نشاطات الوزارة) فجاء بواقع (٤٠) مبحوثاً ومبحوثة، ونسبة (١١,٣٪) فحل بـ(المرتبة الرابعة)، اما باقي

المظاهر فقد وردت بتكرارات ونسب ضئيلة، ويفسر الباحث طبيعة النتائج أن من أهم واجبات المتحدث الرسمي خلق علاقة الصلة الايجابية مع وسائل الاعلام، بغية ايصال المعلومات واتاحتها للجمهور، وخلق الرأي العام وتدعيم مستويات الثقة بوزارته، وهذا ما يبرر معي أن المتحدث يعمل على تشكيل الرأي العام حيال نشاطات الوزارة، ومن ثم يمكن القول أن هذه النتائج جاءت بناءً على انعكاس الظهور التلفزيوني للمتحدث الرسمي في القنوات المتابعة من قبل العينة وثقتها بتصريحات التي يدلي بها، أنظر الجدول رقم (١٥).

الجدول رقم (١٥) يوضح طبيعة ملامح ثقة العينة بأداء المؤسسات العراقية عن طريق انعكاس ظهور المتحدثين الرسميين في القنوات العراقية

الترتيب	%	التكرار	العبارات
الاولى	٢٥,٤	٩٠	كشف الغموض وإتاحة المعلومات للجمهور
الثانية	٢٢	٧٨	تشكيل الاتجاهات الإيجابية إزاء وزارته
الثالثة	١٨,٦	٦٦	جعل الوزارة ذات أولوية إخبارية لدى
الرابعة	١١,٣	٤٠	تشكيل الرأي العام حيال نشاطات الوزارة
الخامسة	٨,٧	٣١	المساهمة في جعل نشاطات الوزارة ذات قيمة
السادسة	٦,٢	٢٢	إزالة أسباب الخوف والقلق من أية أزمات تواجه الوزارات
السابعة	٣,١	١١	نمو الشعور بإيجابية إزاء عمل الوزارات
الثامنة	٢,٨	١٠	ارتفاع نسبة مصداقية في عمل الحكومة بشكل عام
التاسعة	١,٦	٦	أصبحت متحمساً لمشاركة الآخرين اخبار الوزارات
	١٠٠	٣٥٤	المجموع (*****)

الاستنتاجات:

١. أن للمتحدثين الرسميين دور في إثارة الاهتمام لدى الجمهور حول اخبار الوزارات في القنوات العراقية، ما انعكس واضحاً على متابعة الجمهور شؤون الوزارات العراقية بشكل منتظم عبر متحدثيها الرسميين.
٢. تمتع التناول الاخباري للمتحدثين الرسميين لشؤون وزاراتهم بالمصداقية، إذ كان أكثر من ثلثي العينة يعتقدون بمصداقية تصريحات المتحدثين الرسميين، وبذلك حلت قناة (UTV) المرتبة الأولى من وجهة نظر العينة.
٣. اتخاذ مظاهر عدم مصداقية تصريحات المتحدثين الرسميين أوجه عدة، وكان أقربها من وجهة نظر العينة هو (خلو التصريحات من الأرقام والادلة)، ما يعني أن الجمهور على درجة من القناعة احتمال بعض التصريحات غير دقيقة وقد تثار لأغراض سياسية او دعائية.
٤. حرص المتحدثون الرسميون على التمتع بالمهنية أثناء ظهورهم التلفزيوني في القنوات العراقية والادلاء بالمعلومات والبيانات عن وزاراتهم، إذ كانت هذه الصفة هي الأبرز والدافعة نحو تأشير العينة أن المتحدثين الرسميين (يتمتعون بالكفاءة خلال ظهورهم في القنوات العراقية)، وحلول المتحدث الرسمي (لوزارة الداخلية بالمرتبة الأولى).
٥. الانعكاس الإيجابي للظهور التلفزيوني للمتحدثين الرسميين على ثقة الجمهور بأداء الوزارات العراقية، ما دفع الجمهور الى تبني الاتجاهات وتأشير الدرجات الإيجابية وكانت ثقة الجمهور بتصريحات المتحدثين (ثقة بدرجة متوسطة) بنسبة أكثر من ثلثي العينة.

٦. ارتباط ثقة الجمهور بأداء الوزارات بمدى تأثير المتحدثين الرسميين خلال ظهورهم في القنوات العراقية ببناء القنوات والصور الايجابية، وتأشير (التأثير المتوسط) على الجمهور في ثقته بالأداء الحكومي، وبدلالة أقيام المتوسطات الحسابية الأكبر من أقيام الانحرافات المعيارية.
٧. من مباني ثقة الجمهور بتصريحات المتحدثين الرسميين للوزارات العراقية، (كشف الغموض وإتاحة المعلومات)، ما يعني ان المتحدثين بإمكانهم عن طريق ظهورهم التلفزيوني تشكيل رأي عام حول وزاراتهم.

التوصيات:

١. تنظيم الوزارات العراقية برامج وورش تدريبية لمحدثهم الرسميين، من اجل تعزيز مهاراتهم وخبراتهم الاتصالية بالجمهور ووسائل الاعلام، بما يمكنهم من تنفيذ مهامهم الاعلامية على مستوى الظهور التلفزيوني في القنوات العراقية، وضمان تأثيرهم في سياق تدعيم ثقة وقناعة الجمهور بالأداء الرسمي للوزارات.
٢. وضع الوزارات سياق محدد بالمعايير العلمية والشروط الواجب توافرها عند اختيار شخصية المتحدث الرسمي، على المستوى التعليمي (الأكاديمي)، الثقافي، المهني، والقابلية بالتعامل والتفاعل مع وسائل الاعلام ومنها القنوات الفضائية، لاسيما في اوقات الازمات والتحديات وغيرها من الظروف.
٣. مراقبة الوزارات الاداء الاعلامي لمحدثهم الرسميين عبر ملاحظة وتدوين نشاطاتهم اليومية، ومديات ظهورهم التلفزيوني في القنوات والوسائل الاخرى، للهيئة لتقييم الاداء واستبدال المتلكئين منهم.

المصادر:

- رشدي القواسمة، جمال أبو الرز، مفيد أبو موسى، صابر أبو طالب، (٢٠١٢)، مناهج البحث العلمي، عمان، جامعة القدس المفتوحة.
- محمد خليل عباس، محمد بكر نوفل، محمد مصطفى العبسي، فريال محمد، (٢٠٠٧)، مدخل إلى مناهج البحث في التربية وعلم النفس، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- بلال عوض سلامة، (٢٠١٣)، التفكير المنهجي في تصميم البحوث الاجتماعية، بيت لحم، دار فضاءات للنشر.
- محمد الفاتح حمدي، سميرة سطوطاح، (٢٠١٩)، مناهج البحث في علوم الاعلام والاتصال وطريقة اعداد البحوث، الجزائر، دار الحامد للنشر والتوزيع.
- فضيل دليو، (٢٠٢٤)، مدخل الى منهجية البحث العلمي، الجزائر، مخبر للنشر والتوزيع.
- ديو بولدب فان دالين، (١٩٩٣)، مناهج البحث في التربية وعلم النفس، ترجمة: محمد نبيل، سليمان الخضري، طلعت منصور، القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية.
- علي عبد الهادي، (٢٠١٨)، مصداقية المتحدث الرسمي للحكومة لدى الجمهور العراقي، بغداد، مجلة الباحث الاعلامي، كلية الاعلام، جامعة بغداد.
- انس فايز القطاطشة، (٢٠٢٣)، دور اداء الناطق الاعلامي الرسمي في تشكيل صورة المؤسسة الرسمية من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، عمان، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الصحافة والاعلام، كلية الاعلام، جامعة الشرق الأوسط.
- مي طارق جوهر، (٢٠١٤)، تجربة المتحدث الرسمي بين الواقع والتجربة، لبنان، المؤسسة الحديثة للكتاب.
- صباح ياسين، (٢٠١٣)، الاعلام الفضائي في الوطن العربي، "دراسة للمضمون والتأثير في النخب والرأي العام"، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية.
- رواء هادي الدهان، (٢٠١٢) وسائل الاعلام ومستويات الثقة، عمان، دار اسامة للنشر والتوزيع.
- منال عبد الخالق جاب الله، (٢٠١٢)، الثقة في عصر العولمة، دراسة في سيكولوجية العلاقات الاجتماعية، القاهرة، دار العلم والايمان للنشر والتوزيع.
- محمد منير حجاب، (٢٠٠٣)، مهارات الاتصال للإعلاميين والتربويين والدعاة، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع.
- علي الفرجاني، (٢٠١٥)، مهارات المتحدث الرسمي، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع.
- ضياء الدين محمد، حسن جعفر الخليفة، (٢٠١٣) مهارات الاتصال الفعال، الرياض، مكتبة الرشد.
- عبد النبي عبد الله الطيب، (٢٠١٦)، مهارات الاتصال الفعال، عمان، أمواج للنشر والتوزيع.

Resources:

- Rushdi Al-Qawasmeh, Jamal Abu Al-Raz, Mufid Abu Musa, Saber Abu Talib, (2012), Scientific Research Methods, Amman, Al-Quds Open University.
- Muhammad Khalil Abbas, Muhammad Bakr Nofal, Muhammad Mustafa Al-Absi, Ferial Muhammad, (2007), Introduction to Research Methods in Education and Psychology, Amman, Dar Al-Masirah for Publishing and Distribution.
- Bilal Awad Salama, (2013), Systematic Thinking in Designing Social Research, Bethlehem, Fadaat Publishing House.
- Muhammad Al-Fateh Hamdi, Samira Satoutah, (2019), Research Methods in Media and Communication Sciences and Methods of Preparing Research, Algeria, Dar Al-Hamed for Publishing and Distribution.
- Fadhil Dalio, (2024), Introduction to Scientific Research Methodology, Algeria, Makhbar for Publishing and Distribution.
- Dio Bold B Van Dalen, (1993), Research Methods in Education and Psychology, translated by: Muhammad Nabil, Suleiman Al-Khudari, Talat Mansour, Cairo, Anglo-Egyptian Library.
- Ali Abdul Hadi, (2018), The credibility of the official government spokesman among the Iraqi public, Baghdad, Media Researcher Magazine, College of Media, University of Baghdad.
- Anas Fayez Al-Qattatsha, (2023), The role of the performance of the official media spokesman in shaping the image of the official institution from the point of view of Jordanian journalists, Amman, unpublished master's thesis, Department of Journalism and Media, College of Media, Middle East University.
- Mai Tariq Jawhar, (2014), The experience of the official spokesman between reality and experience, Lebanon, Modern Book Foundation.
- Sabah Yassin, (2013), Satellite media in the Arab world, "A study of content and influence on elites and public opinion", Beirut, Center for Arab Unity Studies.
- Rawaa Hadi Al-Dahan, (2012) Media and levels of trust, Amman, Osama Publishing and Distribution House.
- Manal Abdul Khaliq Jaballah, (2012), Trust in the era of globalization, a study in the psychology of social relations, Cairo, Dar Al-Ilm Wal-Iman Publishing and Distribution House.
- Mohamed Mounir Hijab, (2003), Communication Skills for Media Professionals, Educators and Preachers, Cairo, Dar Al Fajr for Publishing and Distribution.
- Ali Al Farjani, (2015), Official Spokesperson Skills, Cairo, Dar Al Fajr for Publishing and Distribution.
- Diaa El Din Mohamed, Hassan Jaafar Al Khalifa, (2013) Effective Communication Skills, Riyadh, Al Rashd Library.
- Abdul Nabi Abdullah Al Tayeb, (2016), Effective Communication Skills, Amman, Amwaj for Publishing and Distribution.
- Patti Tamara "The political philosophy of trust and distrust in democracies and beyond. The Monist, Vol 98, N4, October 2015, p354."
- Jack Citrin, The political Relevance of Trust in Government "The American political Science Review, Vol.68, N3, 1974, p974.