

نماذج العلاقات العامة وتدعيم فاعلية النشاط الاتصالي لإدارة العلاقات العامة

م.م. علي عبدالهادي عبدالأمير

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

المقدمة

تعد العلاقات العامة إحدى المراكز الحيوية للمنظمات الحديثة، بوصفها نشاطاً اتصالياً قادراً على تفسير سياسات المنظمة للجمهور الذي يتأثر بالنشاط الذي تمارسه المنظمة، سواء كان هذا التأثير إيجابياً أم سلبياً، فإنه يتطلب وجود جهاز إداري قادر على القيام بالأنشطة الاتصالية المتنوعة لتكوين رأي عام إيجابي وبناء صورة إيجابية في ذهن الجمهور وسط بيئة مجتمعية تتميز بالتطور والتغير المستمر نتيجة التطور التكنولوجي والفني الذي يفرض على الإدارة الحكومية لمواجهة التحديات بمختلف صورها .

ولذلك فالإدارة العليا تتبنى فكرة التطوير والتجديد في ممارسة النشاط الاتصالي للعلاقات العامة بما يضمن تواصل المنظمات مع التغيرات التي تطرأ على أساليب ممارسة نشاط العلاقات العامة القادرة على تدعيم فكرة التفاعل مع الجمهور وتحقيق اعلي معدلات الانسجام والتواصل الإنساني مع الجمهور بوصفه المحيط التي تتأثر به المنظمة وتبني عليه قراراتها وسياساتها .

لذا فإن فكرة اعتماد نمذجة النشاط الاتصالي جاءت لتلبي حاجة المنظمة إلى التميز في مستوى أدائها العملي من خلال اعتماد نموذج من النماذج الاتصالية للعلاقات العامة بوصفها نماذج موقفية تساعد المنظمة



يمثل التنظيم لنشاط العلاقات العامة واحداً من العوامل المهمة التي تحدد فاعلية هذه الوظيفة لذا يجب الحرص على أن يتم تنظيمها بما يمكن التعامل مع المجتمع الداخلي والخارجي للمنظمة بصورة تؤدي إلى تلبية حاجات المنظمة لوحدة تنظيمية تتمتع بالاستقلالية المناسبة لحجم أهدافها وتنوع أنشطتها.



على اعتماد النموذج الذي يتناسب والنشاط الاتصالي الذي تقدمه للجمهور وصولاً إلى تحقيق أعلى معدلات التفاعلية التي تسهم إدارة العلاقات العامة في تحقيقه فضلاً عن بناء صورة إيجابية عن الجمهور من خلال الاعتماد على الاتصال كونه المعيار العلمي الرئيسي لنشاط العلاقات العامة الذي يمكن من خلاله الحكم على مدى فاعلية النشاط الاتصالي للعلاقات العامة.

مشكلة البحث

تمت صياغة المشكلة على شكل تساؤل رئيسي وهو ((مدى إمكانية تطبيق النموذج المتوازن في ممارسة النشاط الاتصالي لشعبة العلاقات العامة والإعلام في المجلس العراقي للاختصاصات الطبية))، إذ يمكن عبر هذا النموذج تقديم تفسيرات لسياسة المؤسسة التعليمية والإجراءات المتخذة لتعزيز موقعها العلمي وتحقيق الإبداع بين المؤسسات التعليمية المناظرة.

هدف البحث

يهدف البحث إلى معالجة موضوع مهم من مواضيع إدارة العلاقات العامة الحديثة ومدى قدرتها على تطبيق نماذج العلاقات العامة في ممارسة النشاط الاتصالي لتقديم رسالة المنظمة إلى الجمهور ومحاولة التعرف على اتجاهاته وأرائه تجاه هذه الرسالة ومدى الانسجام الذي حققته، في تلبية حاجات الجمهور المعرفية حول النشاط الذي تمارسه المؤسسة التعليمية في بناء ملاكات طبية قادرة على النهوض بمستوى التعليم الطبي في العراق.

أهمية الدراسة

تتضح أهمية الدراسة كونها جاءت متسقة مع إجراء النهوض بالواقع الإداري ومحاولة الحكومة العراقية إجراءات إصلاحات وتغييرات شاملة للنهوض بواقع الأداء المؤسسي من خلال التركيز على التوصيف الوظيفي للمؤسسات العراقية كافة فضلاً عن تشكيل لجنة مركزية في مركز وزارة التعليم العالي تتولى الإشراف على إعداد الهياكل التنظيمية للمؤسسات التعليمية في العراق، وبيان الأسباب القانونية التي دعت إلى استحداث الشعب أو الأقسام في تشكيلات الإدارة، والأنشطة والمهام التي تمارسها وبذا فإن هذه الدراسة تحاول تقديم أنموذج يوضح طبيعة المهام التي ينبغي القيام بها من قبل شعبة العلاقات العامة والإعلام، في المجلس العراقي للاختصاصات الطبية.

مجالات البحث

تتحدد مجالات البحث في:

- 1- المجال المكاني : ويشمل المجلس العراقي للاختصاصات الطبية بوصفه إحدى المؤسسات التعليمية التابعة الى وزارة التعليم العالي والبحث العلمي بموجب في قانون الوزارة رقم (40) لسنة 1988
- 2- المجال الزمني: تم انجاز البحث خلال الفترة الزمنية الممتدة من 2010/1/1 الى 2010/6/1.

تعريف العلاقات العامة

توصف العلاقات العامة بأنها النشاط الاتصالي الذي يقيم المواقف العامة تجاه المنظمة وتنفيذ برنامج يساعد على كسب الإدراك والقبول العام فضلاً عن إعلام الجمهور بأهداف المنظمة لغرض المحافظة على صورة ايجابية في أذهان الجمهور (1) وفي هذا يذهب صالح أبو إصبع إلى إن العلاقات العامة هي نشاط اتصالي يهدف إلى توثيق الصلة بالمجتمع من أجل تحقيق ذلك فإنها تعمل على إبراز الصورة المشرقة لها كمنظمة تخدم المجتمع وتعمل على صيانة مصالحه فضلاً عن أنها تعمل من أجل تعزيز هذه الصورة على إن تبرز حرصها على الصالح العام (2).

لذا يمكن تعريف العلاقات العامة بأنها ((برنامج مخطط من السياسات ونماذج السلوك التي تهدف إلى بناء ودعم ثقة الجمهور في المنظمة وزيادة الفهم المتبادل بين الطرفين (3) ويرى تعريف آخر إلى إن العلاقات العامة هي ((وظيفة إدارية مخططة ومستمرة من الوظائف الادارية العليا وهي وظيفة استشارية تنفيذية تقدم المشورة للإدارة العليا لأخذ مصلحة الجماهير ذات العلاقة بالمنظمة وتكييف سلوك المنظمة وتعديله بحيث ينسجم مع مصالح الجماهير ورغبتها تحقيقاً لفائدة الطرفين بالتساوي(4).

ويرى علي عجوة العلاقات العامة بأنها ((الجهود المخططة التي يقوم بها الفرد والمؤسسة أو الدولة لكسب ثقة الجمهور وتحقيق التفاهم المتبادل من خلال الاتصالات المستمرة والسياسات والأفعال المرغوبة لتلبية احتياجات الجمهور في إطار ما هو ممكن ومشروع)) (5) ويذهب (الدليمي) إلى اعتبار العلاقات العامة بأنها ((نشاط اتصالي هدفه تحقيق التوافق والانسجام بين المؤسسة والجمهور عن طريق تبادل الرسائل الاتصالية، من المؤسسة إلى الجمهور وبالعكس باستخدام كل الوسائل والفنون الاتصالية المتاحة.)) (6) ومما تقدم يمكن تقديم تعريف إجرائي يتناسب مع هدف البحث ((نشاط اتصالي يهدف إلى بناء

صورة موضوعية عن طريق الجهد المخطط بما يضمن تحقيق الأهداف المخطط لها وفقاً لرغبات الجمهور ومصالح المجتمع.

تنظيم أجهزة ممارسة نشاط العلاقات العامة

للعلاقات العامة إطار تنظيمي تمارس فيه نشاطاتها وتقيم في ضوء الأنشطة الأخرى علاقاتها مع الأقسام داخل المنظمة ويقصد بالتنظيم ((ترجمة الأفكار والتصورات الذهنية المحددة في الخطة بصيغة موازنات بين الإمكانيات والفعاليات والأهداف إلى تصورات عملية عن الجهد البشري المطلوب للتنفيذ)) إذ تعمل وظيفة التنظيم على تحقيق التكامل بين الطاقات البشرية المتاحة للمنظمة باعتماد فكرة تقسيم الأعمال وتجميع التخصصات في إطار الأدوار الوظيفية والوحدات التنظيمية (6) وتقديم صورة عن حركية العنصر البشري في تطبيق الخطة لتنفيذ الأفكار المحددة بصيغة برامج عمل متكاملة وصولاً إلى تحقيق الفعاليات المخططة (7)

ويمثل التنظيم لنشاط العلاقات العامة واحداً من العوامل المهمة التي تحدد فاعلية هذه الوظيفة لذا يجب الحرص على إن يتم تنظيمها بما يمكن التعامل مع المجتمع الداخلي والخارجي للمنظمة بصورة تؤدي إلى تلبية حاجات المنظمة لوحدة تنظيمية تتمتع بالاستقلالية المناسبة لحجم أهدافها وتنوع أنشطتها تتضمن ثلاث فعاليات تمثل جهود العلاقات العامة (الاستعلام ، الإعلام ، التنسيق) إذ تسعى إلى تحقيق الفوائد الآتية (8) :

1- التعرف على اتجاهات الجمهور تجاه سياسة المنظمة لأن وجود إدارة متخصصة يسهل عملية الحصول على البيانات والحقائق من الجمهور الداخلي والخارجي ،نتيجة لحرصها على المنظمة.

2- شرح وتفسير السياسة المتبعة في المنظمة وأثرها على مصالح الجماهير .

3- المساعدة في تخطيط الاتصال داخل المنظمة بمختلف مستويات التنظيم فضلاً عن الإشراف على الاتصالات الخارجية وعلى نشاط المنظمة

لذا يمكن القول إن التنظيم وظيفة هامة وأساسية لنشاط العلاقات العامة ويرتبط ارتباطاً وثيقاً بالعمل والجهد الجماعي لخبرات العاملين بالعلاقات العامة فضلاً عن عملية مستمرة مع بقاء إدارة العلاقات العامة في ممارسة مهامها وأنشطتها المختلفة وهذا بطبيعته يقودنا إلى الحقيقة القائلة إلى إن العلاقات العامة ((جزء لا يتجزأ من المنظمة)) (9).

العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي

تؤدي العلاقات العامة في المنظمة دوراً هاماً في تحقيق عملية الاتصال المتبادل بين المنظمة وجماهيرها المختلفة ، إذ تتولى إذكاء التفاعل الإيجابي بينهما فهي المرآة العاكسة لمواقف المنظمة من جماهيرها وللمواقف الجماهير من المنظمة فضلاً عن أنها تسهم بشكل كبير في التحفيز الجماهيري (10) سواء كان تحفيزاً تجاه أفكار أو إمكان أو خدمات أو نشاطات أو تحفيزهم تجاه بعض الدول والشخصيات .

وتؤدي العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي دوراً غاية في الأهمية إذ تعمل على إدامة قنوات اتصال مستمرة مع الجماهير المختلفة ، إذ أنها تتعامل مع مستويات مختلفة من الجمهور ((طلبة ، موظفين ، أساتذة)) مما يجعلها بحاجة إلى تنظيم تفاعل اتصالي قوامه الحالي المعلومات التي تحقق أهداف التعليم العالي (11) في تنمية الثقافة لطلاب الجامعات أو الهيئات من خلال تنظيم الندوات الثقافية والمحاضرات العامة التي توسع مدارك الطلبة وتفتح الأذهان إلى القضايا الفكرية الهامة والمستجدات التكنولوجيا في التعليم (12).

وبذا فالعلاقات العامة تعمل على ربط المؤسسة التعليمية بالمجتمع المحلي من خلال تنظيم الإحداث التي تهدف إلى تنشيط الاتصال بالجمهور العام وتأكيد دور المؤسسة الجامعية في تدعيم فاعلية الدور التربوي في سبيل النهوض بالواقع التعليمي. إذ تهدف إلى (13)

1- الإعلام عن أهداف الجامعة أو الهيئة وأوجه نشاطاتها المختلفة وبحث المعلومات عن تلك الأهداف إلى الجمهور .

2- توطيد الصلة بين الجامعة أو الهيئة وباقي الجامعات أو الهيئات والمؤسسات العلمية الحكومية والخاصة من أجل دفع البحث العلمي باتجاه التطبيق العملي في الواقع وبالتالي الاستفادة المادية منه .

3- إقامة المؤتمرات والندوات والمحاضرات الداخلية والخارجية والمعارض .

4- كسب ثقة وتعاون الجمهور الخارجي من خلال التأكيد على دور الجامعة أو الهيئة في خدمة المجتمع والمساهمة في تطويره ، وإن الجمهور المكون للجامعة أو الهيئة هو الغاية الأساسية لعمل الجامعة أو الهيئة وإنها جزء من المجتمع بتفاعلاته .

5- نقل الأفكار والآراء والمقترحات التي يكونها الجمهور الداخلي أو الخارجي للجامعة أو الإدارة العليا لغرض دراستها والتعرف عليها .

6- تحسين صورة الجامعة في المجتمع المحلي أو الخارجي .

- 7- إيجاد قنوات اتصال بين الجامعة وسائر المؤسسات ذات العلاقة معها.
- 8- الدعوة إلى المؤتمرات الصحفية على تنظيمها وكذلك أية استطلاعات أو وسائل إعلامية عن الجامعة

نبذة عن المجلس العراقي للاختصاصات الطبية

تمثل الهيئة العراقية للاختصاصات الطبية واحدة من لمؤسسات التعليمية الطبية التابعة لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي والتي استحدثت بتاريخ 1986(14) وحددت أهداف الهيئة (المجلس) بموجب التعليمات رقم 124 لسنة 1999 المنشورة في جريدة الوقائع العراقية رقم 3796 في 1999/10/15 (15) إذ تهدف إلى :-

- 1- توفير ملاك طبي متخصص في فروع الطب المهنية المختلفة .
 - 2- توفير المستلزمات الضرورية لتهيئة الأطباء الاختصاصيين.
 - 3- تطوير مواصفات التدريب وفق أحدث الأساليب العلمية في مجال الطب .
 - 4- تحديد وصف اختصاص حامل الشهادة في الاختصاصات الطبية لممارسة المهنة .
 - 5- رفع كفاءة العاملين في الاختصاصات الطبية التعليمية والصحية .
- وتتعامل مع الملاكات الطبية المؤهلة لنيل الشهادات العليا في التخصصات الطبية (15) إذ يمنح المتخرج من الهيئة العراقية للاختصاصات الطبية شهادة (زميل) وهي اعلي شهادة مهنية في حقل الاختصاص الطبي.(16) ولقد تم تغيير اسم الهيئة العراقية للاختصاصات الطبية إلى المجلس العراقي للاختصاصات الطبية بموجب كتاب وزارة التعليم العالي / الدائرة القانونية والإدارية ذي العدد 4870 في 2004/5/9 الموجه إلى الهيئة لغرض اعتماده تسمية المجلس بدلا عن الهيئة في المخاطبات الرسمية.(17)

أنموذج مقترح لوحدّة العلاقات العامة في المجلس العراقي للاختصاصات الطبية

تعريف النموذج.

يعرف النموذج ((عبارة عن بناء شكلي أو صوري أو رياضي يوضح العلاقة بين العناصر والمتغيرات التي نقوم بدراستها للإسهام في تبسيط المعرفة ، وتنظيمها وشرح الظواهر العلمية ومساعدة الباحثين على التفسير والتوقع)) (18) وهو قريب من النظرية ، كما انه قريب من المفهوم الإجرائي أي قدرته على منح فرصة للفهم والتحليل (19) وتصنف النماذج بشكل عام إلى فئتين .

- 1- النماذج البنائية التي تظهر الخصائص الرسمية للحدث أو الشيء، أي المكونات، وعدد

وحجم ترتيب الأجزاء المنفصلة للنظام أو الظاهرة .

2- النماذج الوظيفية التي تحاول إن تقدم صورة طبق الأسلوب الذي يعمل بمقتضاه النظام وتشرح طبيعة وضخامة القوى التي تسيطر عليها.

وبعمل النموذج على تحقيق الفوائد الآتية :- (20)

1- يساعد النموذج في تنظيم وربط أطراف عملية الاتصال بعضها البعض مما يساعد على تقديم كلية لم يكن من الممكن إدراكها بدون هذا الترتيب والربط.

2- يساعد النموذج في توجيه الباحث إلى العناصر الرئيسية في عملية الاتصال التي ينبغي التركيز عليها وتأثيراتها من أجل السيطرة على مخرجات العملية.

3- مساعدة الدارس على التنبؤ بنتائج عملية الاتصال وبلورة بعض الافتراضات المحتملة لمخرجات هذه العملية .

نماذج العلاقات العامة MODELS OF PUBLIC REALTION

قدم (جيمس جرونج) أربعة نماذج توضح طبيعة ممارسة العلاقات العامة في المنظمات المختلفة، إذ نصف هذه النماذج مراحل تطور العلاقات العامة كمهنة ذات طابع اتصالي، فضلا عن إمكانية اعتبار هذه النماذج نظرية معيارية تحدد ما يمكن إن تقوم به المنظمات لتدعيم التواصل مع جماهير المنظمة .

1- نموذج الوكالة الصحفية

يعد هذا النموذج أقدم أشكال الاتصال المستخدمة في العلاقات العامة وهو الاتصال الهابط وتنساب المعلومات وفقا لهذا النموذج في اتجاه واحد (one-way) من الإدارة العليا إلى العاملين، ومن المؤسسة إلى الجماهير الخارجية ويعتمد العاملون في العلاقات العامة على النشر كنشاط اتصالي أساسي في عملية توصيل رسائلهم إلى الجمهور ويتجاهلون رد فعل الجمهور . (21 خيرت ص 51)

2- نموذج المعلومات العامة (public information)

تقوم العلاقات العامة وفقا لهذا النموذج بتقديم المعلومات الدقيقة عن المنظمة، ويتميز الاتصال في هذا النموذج بأنه أحادي الاتجاه من المنظمة إلى الجمهور (22 حنان فاروق ص 78)

3- النموذج غير المتوازن يمتاز هذا النموذج بأن عملية الاتصال فيه باتجاهين من المنظمة إلى الجمهور ومن الجمهور إلى المنظمة ولكن عملية الاتصال هذه غير متوازنة، إذ تحاول العلاقات العامة التأثير على الجمهور وإقناعه لمصلحة المنظمة، ولا تحاول تعديل سياستها وبرامجها بما يتماشى ورغبات الجماهير. (23)

4- النموذج المتوازن (two-way-symmetrical).

يفترض هذا النموذج إلى إن المنظمة يجب إن تتكيف مع البيئة الخارجية، بما فيها الجماهير الفاعلة تجاه هذه المنظمة، وإن يكون لكل منهما (الجماهير والمنظمة) الاستعداد للتكيف مع الآخر فضلاً عن قابلية المنظمة للتغيير وفقاً لمتطلبات البيئة الخارجية، لذا يمكن القول بأنه يصلح للتطبيق في المؤسسات ذات المنفعة العامة إذ يركز على بناء علاقات إستراتيجية مع الجماهير تعتمد على الفهم المتبادل والاتصال الفعال في اتجاهين بدلاً عن استراتيجيات الإقناع في اتجاه واحد (24).

مسوغات اختيار النموذج المتوازن بالاتجاهين

استفادت إدارات العلاقات العامة في المنظمات الحديثة من نماذج ممارسة النشاط الاتصالي للعلاقات العامة إذ ساعدتها على تطوير برامجها التي تقدمها على مستوى المنظمة داخلياً، وعلى مستوى جمهور المنظمة في الخارج، فقد توصلت دراسة (سعدان، 2009) إلى وجود علاقة ارتباط إيجابية بين النماذج الثنائية للعلاقات العامة (النموذج اللامتوازن ثنائي الاتجاه والنموذج المتوازن ثنائي الاتجاه) وبين الأدوار الإدارية (لمدير جهاز العلاقات العامة) بمعنى كلما زادت قيام مسؤولي العلاقات العامة بأداء الأدوار الإدارية زادت إمكانية ممارسة أجهزة العلاقات العامة (25) وبذا فإن مسؤولية إدارة النشاط الاتصالي لجهاز العلاقات العامة يتطلب اهتمام مسؤول العلاقات العامة بتأدية دوره الإقناعي وتقديم المشورة حول أفضل السبل للتعامل مع الجمهور باعتماد نمذجة النشاط الإعلامي للمنظمة بوصفه قوة مؤثرة في مجال المعلومات والاتجاهات ووجهات النظر فضلاً عن ما يستهدفه من زيادة درجة الوعي والإدراك والمعرفة والتغيير الإيجابي للآراء والاتجاهات نحو سياسات المنظمة (26).

لذا يمكن القول بإمكانية اعتماد نشاط العلاقات إلى اعتماد نموذج (المتوازن بالاتجاهين) لتركيزه على العمليات الاتصالية بجانبها من المنظمة إلى الجمهور ومن الجمهور إلى المنظمة واحتوائه على المفاهيم الإيجابية المرتبطة بتطوير أهداف العلاقات العامة وتطبيقاتها العملية في تطوير الفهم المتبادل بين المنظمة وكافة الجهات المرتبطة بها فضلاً عن ممارسة الأنشطة الهادفة إلى تحسين الاتصالات بين أفراد الجمهور والمنظمة (27). كون العلاقات العامة سلوك هادف وموجه نحو غايات معينة لذا فهو يخضع للتحكم والتوجيه المخطط (28)، ويستطيع اعتماد نموذج المتوازن بالاتجاهين للمسوغات الآتية:-

1- إن تطبيق النموذج المتوازن بالاتجاهين يعتمد على الاستقلالية في اتخاذ القرار وهو مبدأ عمل يمكن تحقيقه من خلال ربط وحدة الإعلام والعلاقات العامة بالإدارة العليا. إذ حددت إدارة المجلس

العراقي للاختصاصات الطبية جهة ارتباطه بالسيد رئيس المجلس على وفق ما جاء بكتابها ذي العدد 2511/أ في 2008/8/25 الموجه إلى مركز وزارة التعليم العالي والبحث العلمي بشأن استحداث شعبة العلاقات العامة والإعلام ضمن الهيكل التنظيمي للمجلس العراقي للاختصاصات الطبية.

2- إن النموذج يصلح للتطبيق في المؤسسات ذات المنفعة العامة وبالتالي فإن المجلس العراقي هي واحدة من تشكيلات وزارة التعليم العالي والبحث العلمي التي تسعى إلى النهوض بواقع التعليم الطبي في العراق وتتعامل مع جمهور متخصص ومتقف .

3- يسمح هذا النموذج للعاملين في بتبادل الأدوار الاتصالية بين المجلس والجمهور يتفاعلان ويتصلان مع بعضهما البعض إذ لا يوجد طرف يعد مصدرا على الدوام وطرف يعد مستقبلا .

4- تستطيع شعبة العلاقات العامة / المجلس العراقي للاختصاصات الطبية عن طريق اعتماد هذا النموذج إلى المحاولة إلى الخروج من النمط التقليدي للنشاط الاتصالي للعلاقات العامة ومحاولة مواكبة تكنولوجيا الاتصالات خاصة وان نشاط العلاقات العامة يشهد عصرا من التطوير وإعادة البناء. إذ اثبتت دراسة (قيراط، 2007) إلى انتشار نموذج النشر والتنسيق مع وسائل الإعلام في أجهزة العلاقات العامة في دولة الإمارات العربية المتحدة، وأوصت بضرورة الاعتماد على النموذج المتوازن بالاتجاهين في ممارسة نشاط العلاقات العامة . (29).

الهوامش

- 1.charleswlamp.jr,andothers,marketing(south_westerncollegepublishing
- 2-صالح ابو اصبح ،العلاقات العامة والاتصال الإنساني (عمان :دار الشروق للنشر والتوزيع ، 1998) ص79.
- 3-زكي محمود هاشم ،العلاقات العامة ،المفاهيم والأسس العلمية (الكويت : دار السلاسل للنشر والتوزيع، 1990) ص65.
- 4- محمد ناجي الجوهري ، العلاقات العامة ، المبادئ والتطبيقات المعاصرة، رؤية معاصرة (دبي: دار القلم للنشر والتوزيع، 2009) ص31.
- 5- علي عوجة الأسس العلمية للعلاقات العامة، ط4(القاهرة: عالم الكتب ،2000) ص24.
- 6- عبد الرزاق الدليمي ،العلاقات العامة في التطبيق (عمان :دار جرير للنشر والتوزيع، 2005) ص38.
- 7- حميد كردي أفلحي ،محمد حربي حسن إدارة المؤسسات الاجتماعية (الموصل دار الكتب للطباعة والنشر ، 1998) ص 47
- 8- محمد حربي حسن وآخرون ،العلاقات العامة ،المفاهيم والتطبيقات (الموصل: دار الكتب للطباعة والنشر ، 1991) ص104
- 9- محمد جودت ناصر ، الدعاية والإعلان والعلاقات العامة (عمان:دار مجدولاي للنشر والتوزيع، 1999) ص204
- 10- حميد كردي أفلحي، محمد حربي حسن ، مصدر سابق، ص 60.
- 11- هادي نعمان إلهيتي، الاتصال الجماهيري، المنظور الجديد، الموسوعة الصغيرة (بغداد: دار الشؤون الثقافية ، 1998) ص24.
- 12- علي عوجة ، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق (القاهرة :عالم الكتب ، 2001) ص172.
- 13- عبد الرزاق الدليمي ،مصدر سابق، ص 173-175 .
- 14- معلومات استقصاها الباحث من دائرة الدراسات والتخطيط والمتابعة /قسم الإحصاء/نيسان 2010.
- 15- انظر في ذلك جريدة الوقائع العراقية ،
- 16- قانون وزارة التعليم والعالي والبحث العلمي، رقم 40 لسنة 1988.
- 17- معلومات استقصاها الباحث من الدائرة القانونية والإدارية/وزارة التعليم العالي والبحث العلمي.
- 18- محمد عبد الحميد نظريات الإعلام واتجاهات التأثير (القاهرة :عالم الكتب، 2003) ص.
- 19- هادي نعمان إلهيتي، اللغة في عملية الاتصال الجماهيري (بغداد ،دار السامر للطباعة، 1997) ص15
- 20- هناء حافظ بدوي ، الاتصال بين النظرية والتطبيق (الإسكندرية :المكتب الجامعي الحديث، 2003) ص72.
- 21- راسم محمد الجمال ، خيرت معوض عياد، إدارة العلاقات العامة ،المدخل الاستراتيجي (القاهرة :الدار المصرية اللبنانية ، 2005) ص 51.
- 22- حنان فاروق ، العلاقات والتنظيم ، مدخل إداري (القاهرة : مكتبة عين شمس، 1997) ص78.
- 23- انظر في ذلك عبد المعطي محمد عساف ،محمد فالح صالح، أسس العلاقات العامة (عمان :دار الحامد للنشر والتوزيع ، 2004) ص30.
- 24- راسم محمد الجمال ،خيرت معوض عياد، مصدر سابق ص 54
- 25.http://www.aprs-info.org/news20\4\2010.
- 26- سمير محمد حسين، الإعلام والاتصال بالجماهير (القاهرة :عالم الكتب، 1993) ص253.
- 27- حنان فاروق ،مصدر سابق ،ص 87، 88.
- 28- محمد عبد حسين وآخرون ، مصدر سابق.ص31.