

الاعلان ودوره في تعزيز الوعي ببرامج وزارة العمل والشؤون الاجتماعية

Media and its role in raising awareness of the programs of the Ministry of Labor and Social Affairs

مريم محمد حسين

Maryam Mohammed Hussein Hussein

وزارة العمل والشؤون الاجتماعية

ملخص البحث: ان الدور الاعلان وتقييمه تعتمد على عمليات متماسكة و منظومة متكاملة بين الاجهزة المؤسساتية وأيضا من الأجهزة التي تخدم القطاع الاعلاني والفني ، ان الاعلان الان يشغل حيزا كبيرا من حياتنا اليومية واصبح متطور مع وسائل الحداثة الرقمية والتكنولوجيا والاتصال وباقي الفنون الاخرى وليس محدودا بالوسائل التقليدية بل تطور مع دخول تكنولوجيا الاعلان والاتصال والتقنيات الفنية حيث تنبثق أهمية الدراسة من تعدد متغيراتها المتمثلة في تقييم دور الاعلان فضلا عن الدور الذي تلعبه وزارة العمل والشؤون الاجتماعية العراقية في تعزيز ثقة المواطن بخدمات الوزارة من خلال الاعلانات المرئية، حيث تهدف هذه الدراسة الى فعالية الاداء الاعلاني لوزارة العمل والشؤون الاجتماعية وتحديد انواع الدعاية الاعلانية بالإضافة الى تحديد اهم القضايا التيثيرها وسائل الاعلان، ولقد استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي باختيار عينة قصدية وقسم الباحثة بحثه الى عدت فصول جاء الفصل الاول الاطار المنهجي للبحث بتحديد مشكلة البحث بالتساؤل الاتية((ما دور الاعلان في أداء قسم الإعلام في وزارة العمل والشؤون الاجتماعية العراقية من حيث تعزيز الوعي في البرامج؟)) وهدف البحث 1. يهدف البحث الى الكشف عن ماهية الاعلان المرئي وتقييم الأداء الإعلامي لوزارة العمل والشؤون الاجتماعية ثم قسمت الباحثة الفصل الثاني الاطار النظري لمبحثين الاول بعنوان: مفهوم الاداء الاعلاني والثاني بعنوان التدريب والاعلان وشمل الفصل الثالث اجراءات البحث وتحليل العينة، والفصل الرابع النتائج والاستنتاجات ونذكر بعض النتائج 1-ان الاعلان في وزارة العمل والشؤون الاجتماعية العراقية , يتمظهر من خلال تركيب عناصر البناء الصوري والسردى الحوارى ومنها عناصر التي تنهض بها كل عناصر اللغة السينمائية ، لذا فالشكل الحوارى والسرد واللغة الصورية في الاعلام، لا يمكن فض الترابط بينها. في نهاية البحث تطرقة الباحثة الى المصادر والمراجع التي اعتمدها في بحثه.

الكلمات المفتاحية: التدريب، اعلان، وزارة العمل والشؤون الاجتماعية،الاتصال

Abstract of the research: The media role and its evaluation depend on coherent processes and an integrated system between institutional devices and also from the devices that serve the media and technical sector. The media now occupies a large part of our daily lives and has become developed with the means of digital modernity, technology, communication and other arts. It is not limited to traditional means, but has developed with the entry of information and communication technology and technical techniques. The importance of the study stems from the multiplicity of its variables represented in evaluating the role and performance of the media, as well as the role played by the Iraqi Ministry of Labor and Social Affairs in enhancing citizen confidence in the services of the ministry through visual advertisements. This study aims to improve the effectiveness of the media performance of the Ministry of Labor and Social Affairs and identify the types of media propaganda in addition to identifying the most important issues raised by the media. The researcher used the descriptive analytical approach by choosing a deliberate sample and the researcher divided her research into several chapters. The first chapter came as a methodological framework for the research by defining the research problem with the following question ((What is the role of the media in the performance of the media department in the Iraqi Ministry of Labor and Social Affairs in terms of enhancing awareness in programs?)) and the aim of the research 1. The research aims to reveal the nature of visual media and evaluate the media performance of the Ministry of Labor and Social Affairs, then

الفصل الأول: الإطار المنهجي

- مشكلة البحث

ان مشكلة الدراسة تأتي من خلال العلاقة الانسجامية بين آراء العديد من الباحثين والمختصين بالشأن الإعلامي وضرورة ان معرفة دور الاعلان في توعية الجمهور المستهدف في العراق بصورة عامة وفي المؤسسات الحكومية على وجه التحديد بالبرامج الحكومية ،ان تمكين تلك المؤسسات الإعلامية من التنافس لأجل تبوء مراكز متقدمة في التصنيف. ركزة الباحثة مشكلة الدراسة بطرح مشكلة البحث بطريقة التساؤل ((ما دور الاعلان في أداء قسم الإعلام في وزارة العمل والشؤون الاجتماعية العراقية من حيث تعزيز الوعي في البرامج؟)).

- أهمية البحث:

تنبثق أهمية الدراسة من جسامه متغيراتها المتمثلة في تقييم دور الإعلام فضلا عن الدور الذي تلعبه وزارة العمل والشؤون الاجتماعية العراقية، ومن جانب آخر فان للدراسة القائمة أهمية قصوى على صعيد الجانب أهمية هذا البحث من خلال دور واداء الاعلان المرئي لوزارة العمل والشؤون الاجتماعية من وجهة نظر الفئات المستهدفة..

- أهداف البحث:

1. يهدف البحث الى الكشف عن ماهية الاعلان المرئي وتقييم الأداء الإعلامي لوزارة العمل والشؤون الاجتماعية

حدود البحث:

الحدود الزمانية للبحث: تم حصر هذه العينات ضمن نطاق زمني محدد، وهو العام 2023.

الحدود المكانية للبحث: تتمثل حدود البحث المكانية في مدينة بغداد.

الحدود الموضوعية للبحث: تقييم دور الاعلان لوزارة العمل والشؤون الاجتماعية .

- تحديد المصطلحات

الاعلان: "فن الإعلان هي اي وسيلة اتصال مدفوعة الاجر ونشرها على نطاق واسع على الجماهير وبالسرية التي تتحها وسائل الإعلام". كذلك عرف الإعلام بأنه "تزويد

الناس معلومات الموضوعية والمعلومات الدقيقة عن المنتج أو الشركة أو الهيئة المعلن عنه، بهدف الترويج¹.

وزارة العمل والشؤون الاجتماعية: إن وزارة العمل والشؤون الاجتماعية وبنضرة منصفة باتت ذا صيت واسع بعد العام 2003 وخاصة بعد أن اتسعت المهام والواجبات التي أنيطت بها، وذلك على وفق قانونها الجديد رقم 8 لسنة 2006 والذي جاء ليعدل القانون السابق رقم 21 الصادر عام 1999 والذي كان محدود المهام بعض الشيء والجدول (1) يبين هيكلية الوزارة والدوائر الـ (88) التي ترتبط بها حسب التسلسل الزمني لتأسيسها.

الفصل الثاني: الإطار النظري

المبحث الاول: مفهوم الاعلان

-**المفهوم** هو تصور عقلي عام مادي، أو مجرد لموقف أو حادثة أو شيء ما. يركز الإعلام على المفهوم المادي، وهو تصور لأشياء يمكن إدراكها عن طريق الحواس. وعلى المفهوم المجرد: وهو فكرة، أو مجموعة أفكار يكتسبها الفرد على شكل رموز، أو تعميمات لتجريدات معينة.

برز في عصرنا الحاضر مفهوم جديد أنتجته التكنولوجيا ورغبة الناس في الانفتاح على بعضها البعض، وهو مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي أو مواقع التواصل الاجتماعي نقصد بذلك مصطلح الإعلام الاجتماعي. وإذا كان لا بد من تعريف، يمكن القول إن شبكات التواصل الاجتماعي: هي موقع إلكتروني يوفر لرواد شبكة الإنترنت فتح صفحة شخصية من أجل تبادل معلومات وصور وفيديوهات مع مجموعة أصدقائهم وشبكة علاقاتهم¹. أما الإعلام الاجتماعي فهو مجموعة منصات تكنولوجية داخل شبكة الإنترنت تسمح للأشخاص بإنتاج وتنظيم وتعديل المحتوى والتعليق على مضامين معينة². فكأن الإعلام الاجتماعي هو شبكة الشبكات وأن شبكات التواصل الاجتماعي ما هي إلا مواقع أو منصات اجتماعية على الشبكة. يتيح الإعلام الاجتماعي إنتاج وتبادل المعلومات لجمهور عريض، فبإمكان كل الناس أن يسهموا في هذا الفضاء الذي يتسم كما ذهب إلى ذلك بيير ليفي (Pierre Lévy) بـ "الذكاء الجمعي"³.

¹. Danah, "Ellison Nicole, Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship".

². Cann, 2011:23

³. Lévy, 1997: 44

وفي سياق الجدل الدائر والمتنامي في الحقل الأكاديمي والمهني حول تداخل العلاقة بين كلٍّ من ظاهرة الإعلام التقليدي والإعلام الجديد في سياق تمثُّد الإعلام الاجتماعي وشبكاته، والذي له صلة بتكنولوجيات التواصل اليومي والفردية والجماعية، فإنَّ جدلية العلاقة بين الإعلام التقليدي، مُجسِّدًا في ظاهرة الصحافة والراديو والتلفزيون، والاعلان الجديد، الذي هو في الأصل سليل ظاهرة اندماج التقنية مع حاجات الاستخدام البشري المعاصر في مجالات الاتصال، نجد أنَّ الاعلان كل لا يتجزأ، فهو متداخل إلى درجة كبيرة، إذ استعان الاعلان التقليدي بالإعلام الجديد ليضفي مزيدًا من الحيوية والتفاعلية بين الوسيلة الإعلامية وجمهورها، كذلك استعان الإعلام الجديد بالاعلان ليضفي مادة إضافية ومزيدًا من الحيوية والتفاعلية، فكلهما يدعم الآخر، بطريقة مباشرة وغير مباشرة. (وَمَعَ ذلك فهناك مساحة للتعارض والنزاع بين قطبي الإعلام، فقد أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي سُلطة في وجه الاعلان الذي كثيرًا ما يتجاهل قضايا حيوية في المجتمع وذلك بحكم رهانات وراءها لوبيات سياسية ومالية وسلطة أيضًا في مواجهة التوظيف السيء للسلطة. لقد تحول العديد من الشكاوى إلى محاكمات لمسؤولين عُزلوا بعد أن تضامن رواد الشبكات مع تلك الضحية).⁴ وهناك من يرى أنَّه ورغم كل تلك الأرقام وكل تلك الإضافات التي جاءت بها شبكات التواصل الاجتماعي، فإنَّ لهذه الظاهرة حدودًا وهي تتعرض إلى نقد شرس يصل حدَّ اعتبار ما يقذف فيها يوميًا من معلومات لا علاقة لها بالأخبار والاعلان. (إنها سوق تجارية من الإعلانات المختلفة والتطبيقات والتي لا تعير أي اهتمام بعالم الأخبار وصيرورة إنتاجه ونشره وعلاقته بالرأي العام والديمقراطية).⁵ يلعب الإعلام دورًا محوريًا في شتى مجالات الحياة المعاصرة، ولاسيما في المجال الأمني، إذ لم يعد خافيًا على أحد مدى أهمية وخطورة الدور الذي يلعبه الإعلام سواء في الجوانب التربوية أو الثقافية أو الاقتصادية أو الأمنية، إذ أجمعت معظم الدراسات على أن الإعلام أصبح من أهم السمات البارزة للعصر الحديث ووسيلة فاعلة في تكوين وجدان الشعوب والمجتمعات يعرف الأداء الإعلامي: "أنه الطريقة تنفذ وسائل الاعلان من خلالها مهامها الوظيفية المحددة، كما يقصد به قيام الصحيفة أو القائم بالاتصال بكل ما هو مطلوب منه كمهام وظيفية من الحصول على الأخبار وتفسيرها والتعليق عليها والإرشاد والتوجيه". كما ويطلق أيضًا تسمية "الممارسة الاعلانية" على مفهوم الاداء ، ويفسر المعنى على أنه إنتاج المادة الاعلانية ومواكبتها من خلال مرحلة جمع المعلومات وكافة المصادر حولها ومعالجتها ومن ثم

⁴. Saada, 2016: 124

⁵. Coutant Alexandre et Stenger Thomas, 2013: 12

عرضها على وسائل الإعلام".⁶ الأداء الاعلانية "هو مجموعة من الوظائف والمهام والنشاطات المرئية والمسموعة والمكتوبة التي تقوم بها وسائل الإعلام في إطار منظومة الأنظمة والقوانين والدستور بما يخدم مصلحة الدولة وطناً ومواطناً. تتمثل فعالية الأداء الإعلامي بضرورة اتسام هذه الوظائف والمهام والنشاطات بالموضوعية والمصادقية. والتحليل العلمي، وتمثيل هموم المواطنين وتوفير مساحة حرة ومستقلة للتعبير عن الرأي، وخدمة المجتمع ضمن حدود قانونية. وتكون سلطة رقابية على المؤسسات الحكومية الرسمية، ومستقلة إدارياً واقتصادياً عن تأثير الحكومات".⁷ يجسد الأداء الوظائف والمهام والنشاطات المرئية والمسموعة والمكتوبة التي تقوم بها وسائل الاعلان المرئي في إطار منظومة الأنظمة والقوانين والدستور بما تخدم مصلحة الدولة ويعد الطريقة التي تنفذ وسائل الإعلام من خلالها مهامها الوظيفية، بالشكل الذي يمكن أن نطلق عليه أداء مهني أو غير مهني "تنفذ هذه المهمة مجموعة من العاملين داخل المؤسسة والتي تتحدد من خلال هيكل معرفي وخبرة معينة وصياغ رموز تلائم السلوك المهني، كما وشهدت المؤسسات تطور من ناحية الأنشطة التي تتعلق بالسياسة التحريرية الإعلامية وتنفيذ الخطط والأهداف الاقتصادية والتسويقية لحسب طبيعة عمل المؤسسة".⁸

المبحث الثاني

التدريب و دوره في تطوير الأداء الاعلاني

يحتل التدريب مكانة مهمة بين الأنشطة الإدارية الهادفة لرفع الكفاءة الإنتاجية وتحسين أساليب العمل وذلك عن طريق محاولة تغيير مهارات الأفراد وقدراتهم من ناحية، وتطوير أنواع أنماط السلوك التي يتبعونها في أداء أعمالها.⁹ التدريب هو عملية مخططة تقوم باستخدام أساليب وأدوات بهدف خلق وتحسين وصقل المهارات والقدرات لدى

⁶. مكيري، «الأداء الإعلامي ومستحدثات تكنولوجيا الإعلام والاتصال: دراسة في مستويات التأثير»: ص 119

⁷. ياقوت، «العوامل المؤثرة على الأداء الإعلامي للصحفي بالتلفزيون الجزائري»: ص 305

⁸. الشهري، أثر تحقيق الأهداف والمرونة على إنجاز الأداء الإعلامي في المؤسسات الإعلامية (شبكة الإعلام العراقي

أنموذج): ص 248

⁹. زويلف، إدارة الأفراد: ص 113

الفرد وتوسيع نطاق معرفته للأداء الكفء من خلال التعلم، ورفع مستوى كفاءته وبالتالي كفاءة المنشأة التي يعمل فيها كمجموعة عمل.¹⁰

يعرف التدريب أيضاً بأنه النشاط المخطط الذي يهدف إلى إحداث تغييرات في الفرد والجماعة من ناحية المعلومات والخبرات والمهارات ومعدلات الأداء وطرق العمل والسلوك والاتجاهات.¹¹ كما عرف التدريب بأنه عملية يقصد بها زيادة كفاءة الفرد الإنتاجية وكذلك زيادة الكفاءة الإنتاجية للمنظمة التي يعمل فيها هذا الفرد وذلك عن طريق معاونته كل فرد على أن يستغل إمكانيته الإنتاجية إلى أقصى حد ممكن.¹² يجدر بالذكر أن التدريب ما هو إلا عنصر من عناصر سياسات إدارة الموارد البشرية يرتبط بها ارتباطاً وثيقاً، تؤثر فيها ويتأثر بها، فعلى سبيل المثال، تساعد عملية تخطيط القوى العاملة في تحديد العجز في المهارات، وهذا العجز يتم سده من خلال التوظيف، أو من خلال محاولة تزويد العاملين بالمهارات اللازمة لسد العجز، كذلك الهدف الرئيسي لتقويم الأداء الوظيفي هو تحديد الفجوات بين الأداء الفعلي والمتوقع، التي يمكن تضيقها عن طريق التدريب، وبالمثل يتم ربط التدريب بسياسات الترقية، لتحفيز العاملين على تنمية أنفسهم، وتطوير مهاراتهم لفتح لهم فرصة الترقية وشغل الوظائف العليا.¹³

هدفت الدراسة إلى التعرف مدى تأثير مركز الجزيرة الإعلامي للتدريب والتطوير في سلوك المتدربين، وكيف انعكس ذلك على تطور المهارات المهنية على أداء العاملين. رصدت الدراسة عدد المتدربين الإعلاميين عددهم 219 يتوزعون على عدد من الدول والمؤسسات الإعلامية. خلصت الدراسة على أن:

- نسبة كبيرة من المتدربين يخضعون للتدريب بهدف تطوير أدائهم واكتساب المهارات.

- جاء نتيجة تقييم المتدربين لمركز الجزيرة إيجاباً، بينما جاء تقييم المتدربين لتأثير دورات المركز في تطوير أداءهم الإعلامي متفاوتاً.

- إن نسبة كبيرة من العينة رأت أن تطوير المهارات التطبيقية من أهم الأهداف التي يحققها المركز، تلاها هدف الاحتكاك بخبرات جديدة والاحتراف المهني. كذلك

¹⁰. عقيلي، إدارة القوى العاملة: ص 233

¹¹. Sekion et autre, 2001: 239

¹². حربي، وقريطو، الأسس العامة للتدريب: ص 1.

¹³. فارس، إدارة الموارد البشرية - الأسس النظرية والتطبيقات العملية في المملكة العربية السعودية: ص 688

من أهم نتائج الدراسة أقرت نسبة من المتدربين بأن التدريب ساعد في تعزيز قدراتهم في وظائفهم بينما أقرت نسبة منهم بأنه تم تكليفهم بمهام جديدة تتناسب مع خبرتهم بعد التدريب وأن تدريبهم أفادهم في العمل.¹⁴

- مهارات تطوير الأداء للاعلان مع التطور التي حدث على مستوى التقدم التكنولوجي المعلوماتي عبر العالم، والتي أحدثت تحولات جذرية في العمل الصحفي والتي شملت المنتج الصحفي وما يتعلق به، يرى البعض أن تطوير الأداء المهني في مجال الصحافة المعاصرة يرتبط بمدى كفاءة الصحف والقائمين بالاتصال في توظيف هذه المستحدثات التكنولوجية الحديثة، وعليه فإن تطوير الأداء الاعلاني يرتبط بتطوير المهارات لدى العاملين في الصحافة، ومن أهم هذه المهارات: مهارات اللغة والكتابة والتحرير: ويعنى بها قدرة القائم على الاتصال على توظيف لغته بشكل علمي صحيح وقويم، وممارسته لعملية الكتابة الهادفة التي تتوفر فيها عناصر البساطة والوضوح والقوة معاً، وذلك من أجل تقديم محتوى جيد، أما التحرير الإعلامي فيعني هنا جعل الأحداث والمعلومات في متناول الجميع بطريقة واضحة ومشوقة ودرامية في بعض الأحيان.

• مهارة العلاقات العامة: ويقصد بها حسن التعامل والتصرف مع الجماهير على اختلاف شرائحها، وممارسة فن الاستماع الفعال باهتمام وتقدير، والقدرة على الوصول إلى عقل وقلب الجمهور المستهدف، إضافة إلى إيجاد قنوات الاتصال المستديمة مع مختلف المصادر التي يمكن استقاء المعلومات منها.

مهارات فنية وتقنية: كما وتتنوع المهارات الفنية والتقنية ما بين القدرة على التصميم والخراج والتصوير والمونتاج وإصدار المطبوعات بأشكال مختلفة بما يتناسب وطبيعة الرسالة والجمهور والوسيلة الاعلانية (فن الإخراج التلفزيوني) إلى القدرة على التعامل مع وسائل الاتصال والمعلومات (أجهزة كمبيوتر وإنشاء مواقع إلكترونية). على العاملين في المجال الاعلانات أن يكون لديهم مهارات فنية حرفية وذلك لتمكينهم من اتخاذ القرارات اللازمة حول ما يتعلق بمعرفة اسس تصوير الاعلانات الاختيار وسيلة الاتصال المناسبة، ولتحديد سمات الجمهور ومدى ملائمة الرسالة مع متطلباته وأذواقه، وللتعرف على الميزانية التقديرية الأزم ومتابعة عملية التنفيذ والتوزيع لضمان نجاح الهدف المراد تحقيقه. غير أن هناك العديد من الإشكالات التي يمكن أن تعرقل عملية تطوير الاعلان أهمها: عدم اهتمام إدارة المؤسسة بتعيين أفراد متخصصين للعمل في المجال الاعلانات، إل بجانب عدم الحرص على تطوير قدرات العاملين لديها من خلال

¹⁴.عبد الغفار، «تأثير التدريب في تطوير الأداء الإعلامي».

برمجة دورات تكوينية وتدريبية لصالحهم، والتي قد تكون بسبب قلة الموارد المالية للمؤسسة.¹⁵

التكنولوجيا والاعلانات في تطوير الاعلام:

تعرف تكنولوجيا الاعلام والاتصال بأنها: "وسيلة تعتمد على الاعلام الآلي والتي تستعملها المنظمات للتعامل مع المعلومات والاستجابة لاحتياجاتها ومتطلباتها الخاصة بمعالجة المعلومات". كما أنها "تتضمن كل أنواع التوليفة المستخدمة على نطاق واسع في أنشطة معالجة وتخزين البيانات واسترجاع وعرض المعلومات بأشكالها المختلفة (نص، صور، رقم) كما عرفت "تقنية القرن العشرين وما بعده وهي أنظمة بالغة الدقة من مجموعة أدوات تستخدم لتخزين وتحليل ومعالجة وبث ونقل المعلومات بجميع أشكالها".¹⁶

ساعد تطور وسائل التكنولوجيا الحديثة بشكل كبير وجلي على تحسن نوعية البث في عملية الإرسال والاستقبال ومرونة ونوعية الربط الشبكي، مع الوقت عمت حالة الترابط بين الشعوب لتصبح المعلومات أكثر تطور وذلك عبر الأجهزة الحديثة. هذا وقد استفاد الاعلام السمعي والبصري من التطور التكنولوجي الحاصل بسبب تأثيره الجذري على العملية الإعلامية. إن ظهور شبكة الإنترنت كان له الدور الكبير في تطور الوسائل الإعلامية الأخرى وذلك من حيث المضمون الإعلامي، والشكل الفني، كما وساعدت الشبكة في تدعيم أثر الاتصال للكثير من وسائل الاعلام التقليدية، وعليه فقد استفاد الإعلاميون عامة من خدمات شبكة الإنترنت والكمبيوتر في تحديث نوعية عملهم وتحسين في الأداء مما عكس إنتاجية أفضل تواكب كل جديد، وظهر هذا التطور جلياً على سبيل المثال في العمل التلفزيوني سواء في نشرات الأخبار أو في كافة البرامج والعروض التلفزيونية. وعليه فقد عكست تكنولوجيا الاعلام والاتصال الكثير من الإيجابيات في العمل الإعلامي ومنها السمعي والبصري وعملت إلى تغيير جوهرى ومراحل وتقنيات وذلك بتقديم البدائل العملية في سبيل تقديم مادة إعلامية منتجة، وذلك عبر الجوانب الآتية:

تقنيات جمع المادة الإعلامية من الميدان: تطورت التقنيات التقليدية التي استخدمت لجمع المعلومات كالاتصال اللفظي والبريد وأنظمة التلغراف والهاتف وغيرها. إلى

¹⁵. مكيري، «الأداء الإعلامي ومستحدثات تكنولوجيا الاعلام والاتصال: دراسة في مستويات التأثير»: صص

¹⁶. فوزي وآخرون، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في إبداع المؤسسة: ص 280

أنظمة اتصالات الحاسوب الإلكتروني والوسائط الإلكترونية، ودخلت في كافة أعمال الصحفي حيث أصبح يعتمد عليها في كافة أعماله التي يجمع عبرها المعلومات من الميدان.

عمليات تخزين المادة الإعلامية: أدى تطور تكنولوجيا المعلومات إلى تحول مراكز المعلومات من قاعات ضخمة للأرشيف إلى استعمال مصغرات الأفلام، وأتاحت للإعلاميين فرصة للحصول على المعلومات بسهولة ودقة.

عمليات معالجة المادة الإعلامية وإنتاجها: بفضل الثورة التكنولوجية في الفنون السينمائية والتلفزيونية، تحولت المادة الإعلامية إلى مجموعة خلايا إلكترونية صورية تعتمد في عملها ومعلوماتها على التطور الحاصل في مجال صناعة الفنون المرئية من الكاميرات وبرامج المونتاج ، مما ساعد على زيادة الكفاءة وسرعة الإنتاج والجودة في المادة الإعلامية وهذا ما جعل من الإعلامي فرد يواكب التطور ويحسن من أدائه وإنتاجيته.¹⁷

الفصل الثالث

إجراءات البحث

1-منهج البحث: اعتمد الباحث المنهج الوصفي التحليلي

2-عينة البحث: بعد اطلاع الباحثة على مجموعة من الدراسات ذات الصلة والمتابعة الميدانية للتشكيلات الإعلامية كون الباحثة تعمل في هذا الميدان ومنتسبة على ملاك وزارة العمل والشؤون الاجتماعية، اختيرت العينة بصورة قصدية للفئات ضمن هيئة الحماية الاجتماعية فقط، وتكون الفئات بحدود فئة كبار السن

عينة البحث:

اعلان نجيك لبيتك

انتاج: وزارة العمل والشؤون الاجتماعية

سنة الانتاج: 2023

¹⁷. باديس، تكنولوجيا الإعلام الحديثة ودورها في تطوير الأداء الإعلامي: محطة قسنطينة الجهوية للتلفزيون أنموذجا:

مدة الاعلان: 30 ثانية

الملخص: يتخلص الاعلان التوعوي عن فتاة تعمل موظفة في الوزارة تتسغرب من حضور امرأة كبيرة في السن مقعدة على الكرسي الى مقر الدائرة والمراجعة مما تقدم لها الفتاة الشابة النصيحة بانه الوزارة هي من ستقوم بزيارتها . توضيح جهود الوزارة في توفير خدمات الضمان الاجتماعي لكبار السن دون الحاجة إلى تكبدهم عناء الحضور الشخصي.

التحليل:

اولا: تدخل الصورة الاعلامية مع الحوار في علاقات تركيبية بنائية لإنتاج المعنى الانساني والتعاطفي:-

اعتمد صانع الاعلان في بداية مقدمة الاعلان على مشهد تمثيلي وحواري يجري بين فتاة شابة موظفة في دائرة الوزارة وبين امرأة كبيرة في السن مقعدة على كرسي يدفعها شاب المشهد يبدأ باستغراب الفتاة الموظفة من وجود المرأة الكبيرة في السن في الدائرة للمراجعة يبدأ الحوار بين الفتاة بتقديم المشورة والنصيحة للمرأة العجوز باعتماده الحوار المباشر والتوعوي المسلسل وروحيته من خلال توزيع (الشخصيات) / تسليط الاضاءة ظل وضوء/ حركة الكاميرا/، وهي تتخذ مساحة التعارف الاولى لدى المتلقي ضمن حركة الفضاء ونمط الصورة المتكونة، شكلت منظومة (التعاطف الانساني) دوراً في تأكيد صلات المشهد والولوج المباشر في الحوار من قبل الموظفة التابعة الى الدائرة الاجتماعية بمؤثرات، مع توزيع الانارة , يأتي المشهد حواري بين امرأة كبيرة وأمرأة صغيرة ... فينتقل المخرج الى المشهد الذي يتبعه مباشرة حيث تجلس الفتاة وهي تقدم النصيحة بشكل مباشرة وبلقطة من زاوية موضوعية الى كافة المواطنين تنصحهم في البقاء في البيت لان الدائرة هي من تتكفل بخدمات المواطنين العاجزين على. ساهم الديكور والاضاءة وحركة الكاميرا وتوزيع الشخصية والاضاءة في انشاء تركيبية بنائية متصلة قد ادت الى معنى متسع مباشر بالحوار مع الجمهور المستهدف من خلال استخدام الاضاءة والتصوير الاحترافي وتنوع المشاهد ومواقع التصوير .



ثانياً: يسهم الاعلان التوعوي في تعزيز دور الاعلام في اصال الرسالة الى الجمهور المستهدف:

لتعاطف والرعاية: يشدد الإعلان على الرعاية والاحترام للمسنين، ويظهر جهود الوزارة في تقديم الدعم للمحتاجين.

التقنية والراحة: يوحي بأن الوزارة توفر خدمات رقمية أو بديلة تغني المستفيدين عن الحضور الشخصي، ما يساهم في راحتهم. التأكيد على "البقاء في البيت": عبارة الشابة "نحبك لبيتك" رسالة ضمنية تبرز رغبة الوزارة في حماية الفئات الضعيفة وتوفير احتياجاتهم.

التحليل الفني للعناصر السينمائية:

التصوير وزوايا الكاميرا: إذا تم تصوير الفتاة والسيدة المسنة بزوايا منخفضة امام الفتاة، فقد يشير ذلك إلى إبراز أهمية ورعاية الدولة للفئات الضعيفة. وتصوير زوايا عرض ممر الوزارة تبرز جدية البيئة الرسمية، وتوحي بأن الوزارة على أتم الاستعداد لتقديم الدعم.

الإضاءة: الإضاءة دافئة ومشرقة، قد تكون محاولة لخلق جو دافئ ومريح، يعزز فكرة الرعاية والاحتواء في الاعلان.

الألوان: إذا كانت الألوان هادئة أو دافئة في الاعلان، فهذا يعكس الطمأنينة والأمان، مما يتماشى مع رسالة الضمان الاجتماعي.

الشخصيات والتمثيل: الشابة: تمثل دور المساعدة الميدانية، وقد تعكس روح الشاب المتفاني في تقديم العون.

السيدة المسنة: ترمز إلى الفئات الضعيفة والمحتاجة، وقد تعكس معاناتها وتحدياتها اليومية للحصول على الحقوق.

التفاعل بين الشخصيتين: تبرز الشابة وهي تمنع السيدة المسنة بلطف، في إشارة إلى أن الوزارة تهتم بتقديم الخدمات بطرق بديلة تسهل على المستفيدين، مما يعزز رسالة الرعاية والإنسانية.

التأثير على الجمهور: التعاطف: الإعلان يستخدم مشهد السيدة المسنة لخلق تعاطف بين المشاهدين.

الثقة في الخدمات الحكومية: يُظهر أن الوزارة ملتزمة بتقديم الخدمات بطرق تلائم مختلف الفئات، مما قد يبني ثقة الجمهور.

تحفيز الفئات الأخرى لاستخدام الخدمات عن بُعد: يقدم رسالة ضمنية تدفع الناس للاستفادة من الخدمات الرقمية أو البديلة.

الفيديو قصيرًا جدًا يتضمن معلومات حول كيفية الوصول للخدمة، قد يكون من المفيد إضافة رابط أو رقم تواصل لضمان سهولة الوصول. تقديم تفاصيل أكبر حول الخيارات المتاحة لكبار السن لضمان إيصال الرسالة بوضوح. الإعلان يعكس جهود وزارة العمل والشؤون الاجتماعية العراقية في تبسيط إجراءات الضمان الاجتماعي، ويظهر التزامها برعاية كبار السن وضمان راحتهم.



الفصل الرابع:

النتائج التوصيات

النتائج:

1-ان الاعلان في وزارة العمل والشؤون الاجتماعية العراقية , يتمظهر من خلال تركيب عناصر البناء الصوري والسردى الحوارى ومنها عناصر التي تنهض بها كل عناصر اللغة السينمائية ، لذا فالشكل الحوارى والسرد واللغة الصورية في الاعلام، لا يمكن فض الترابط بينها.

2-تباينت العناصر الفنية والرسالة الاعلامية في الاعلان أفكار ومفاهيم أسهمت في تنوع تلك العناصر لانشاء الصورة الاعلانية الخاصة المستهدفة لجمهور وزارة العمل والشؤون الاجتماعية.

التوصيات

3-تبرز أهمية وظيفة دائرة الإعلام في وزارة العمل والشؤون الاجتماعية من حيث الفئات المستهدفة من خلال الأهداف التي تسعى الوزارة لتحقيقها، حيث أن دائرة الإعلام هي حلقة وصل بين وزارة العمل والشؤون الاجتماعية والفئات المستهدفة.

المصادر والمراجع

1. مراح ومنماني، «دور التدريب الإعلامي في تحسين الأداء المهني للإعلاميين: دراسة ميدانية: إذاعة سوق اهراس»: ص 122
2. Danah, "Ellison Nicole, Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship."
3. Cann, 2011:23
4. Lévy, 1997: 44
5. Saada, 2016: 124
6. Coutant Alexandre et Stenger Thomas, 2013: 12
7. مكيري، «الأداء الإعلامي ومستحدثات تكنولوجيا الإعلام والاتصال: دراسة في مستويات التأثير»: ص 119
8. ياقوت، «العوامل المؤثرة على الأداء الإعلامي للصحفي بالتلفزيون الجزائري»: ص 305
9. الشهريلي، أثر تحقيق الأهداف والمرونة على إنجاز الأداء الإعلامي في المؤسسات الإعلامية (شبكة الإعلام العراقي أنموذج): ص 248
10. زويلف، إدارة الأفراد: ص 113
11. عقيلي، إدارة القوى العاملة: ص 233
12. Sekion et autre, 2001: 239
13. حربي، وقريطو، الأسس العامة للتدريب: ص 1
14. فارس، إدارة الموارد البشرية – الأسس النظرية والتطبيقات العملية في المملكة العربية السعودية: ص 688
15. عبد الغفار، «تأثير التدريب في تطوير الأداء الإعلامي».
16. مكيري، «الأداء الإعلامي ومستحدثات تكنولوجيا الإعلام والاتصال: دراسة في مستويات التأثير»: صص 121-122

17 . فوزي وآخرون، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في إبداع المؤسسة: ص
280

18. باديس، تكنولوجيا الإعلام الحديثة ودورها في تطوير الأداء الإعلامي: محطة
قسنطينة الجهوية للتلفزيون أنموذجا: صص 69-71