



الصورة الذهنية لمجلس الخدمة العامة الاتحادي لدى جمهوره (دراسة مسحية)

سجا رياض كاظم الساعدي

seja.riad1603a@comc.uobaghdad.edu.iq

قسم العلاقات العامة /كلية الاعلام/جامعة بغداد

(07746634596)

أ.م.د. هدى عادل طه الغرب

drhudaadil@comc.uobaghdad.edu.iq

(07804993318)

قسم العلاقات العامة/كلية الاعلام/جامعة بغداد

المستخلص

جاء البحث الموسوم (الصورة الذهنية لمجلس الخدمة العامة الاتحادي لدى جمهوره: دراسة مسحية) لمعرفة الصورة الذهنية للمجلس ، اذ تمحورت مشكلة البحث بالتساؤل الرئيس: (ما الصورة الذهنية المتشكلة عن مجلس الخدمة العامة الاتحادي لدى جمهوره من الخريجين الأوائل وحملة الشهادات العليا؟) وتفرعت عنه تساؤلات منها : ما مستوى تقييم الخريجين للخدمات التي يقدمها المجلس؟ ،وما مستوى ثقتهم به ؟ وما مدى رضاهم عنه ؟ وهدف البحث بشكل اساس الى معرفة الصورة الذهنية المتشكلة عن مجلس الخدمة العامة الاتحادي لدى جمهوره من الخريجين الأوائل وحملة الشهادات العليا ،ويعد هذا البحث من البحوث الوصفية اعتمد فيه المنهج المسحي الذي يُعد المنهج الأنسب لتحقيق أهداف البحث، فضلاً عن اعتماد أداة المقياس كأداة رئيسية للبحث لقياس الصورة الذهنية اذ قُسمت فقرات المقياس الى ثلاثة اقسام كل قسم شمل عددا من الفقرات الايجابية والسلبية وفقاً لتساؤلات البحث واهدافه ، كما تمثلت عينة البحث بالخريجين الأوائل وحملة الشهادات العليا الذين وُظفوا عن طريق مجلس الخدمة العامة الاتحادي في مدينة بغداد ، وبلغ عدد أفراد العينة (420) مفردة ،كما تم اعتماد العينة العشوائية متعددة المراحل للوصول إلى العينة المطلوبة إذ وزعت عليهم استمارة المقياس وفقاً للعينة المتاحة، وتوصل البحث إلى نتائج عدة أهمها:

□ ان الصورة الذهنية التي يحملها الخريجين الأوائل وحملة الشهادات العليا عن مجلس الخدمة العامة الاتحادي كانت ايجابية بمجملها وفقاً لفقرات المقياس.

□ يؤكد جمهور مجلس الخدمة العامة الاتحادي على وجود التواصل والاتصال فيما بينهم ، اذ بلغت قيمة الوسط الحسابي المرجح للفقرات الايجابية (2.68)، فيما بلغت قيمته للفقرات السلبية (1.74) وهذا يؤكد ان صورة المجلس ايجابية وفقاً لفاعلية الاتصال والحوار بينه وبين جمهوره.

□ كان تقييم الجمهور لمستوى الخدمات التي يقدمها المجلس لهم عالٍ، إذ بلغت قيمة الوسط الحسابي المرجح للفقرات الايجابية (2.53)، أما الفقرات السلبية فبلغ (1.96) وهذا يؤكد ان صورة المجلس ايجابية وفقاً لجودة الخدمات التي يقدمها لجمهوره.

□ كان المبحوثين يشعرون بالرضا عن تعامل موظفي مجلس الخدمة العامة الاتحادي معهم، إذ بلغت قيمة الوسط الحسابي المرجح للفقرات الايجابية (2.61)، في حين بلغت قيمة الوسط الحسابي المرجح للفقرات السلبية (1.79)، وتؤكد هذه النتيجة ان الصورة ايجابية لمجلس الخدمة العامة الاتحادي من حيث تعامل موظفي المجلس مع جمهوره.



الكلمات المفتاحية: الصورة الذهنية ، مجلس الخدمة العامة الاتحادي ، صورة المؤسسة ، الخريجين الاوائل وحملة الشهادات العليا.

The mental image of the federal public service council among its audience (a survey study)

Saja Riad Kadhim Al- saadi

seja.riad1603a@comc.uobaghdad.edu.iq

Department of Public Relations / College of mass communication/ University of Baghdad

Assistant professor Dr.Huda Adil Taha Algharb

drhudaadil@comc.uobaghdad.edu.iq

Department of Public Relations / College of mass communication/ University of Baghdad

Abstract

The research entitled (The Mental Image of the Federal Public Service Council among its Audiences: A Survey Study of Knowledge and the Mental Image of the Council). The research problem centered on the main question: (What is the mental image formed of the Federal Public Service Council among its audience of early graduates and holders of advanced degrees?) and questions branched out from it. Including: What is the level of graduates' evaluation of the services provided by the Council, what is their level of confidence in it, and how satisfied are they with it? The research aimed primarily to know the mental image formed about the Federal Public Service Council among its audience of top graduates and holders of advanced degrees. After this descriptive research, the survey method was adopted, which is the most appropriate method for achieving the research objectives, in addition to adopting the scale tool as a main tool for measurement research. The mental image is that the items of the scale were divided into three sections, each section included a number of positive and negative readings according to the research questions and objectives. The research sample also represented the first graduates and holders of advanced degrees who were employed through the Federal Public Service Council in the city of Baghdad, and the number of sample members reached (420). Single, multi-stage random sampling was also adopted to reach the required sample, as the scale form was distributed to them according to the available sample. The research reached several results, the most important of which are:



- The mental image that the first graduates and holders of advanced degrees had of the Federal Public Service Council as a whole, according to the items of the scale, was positive.
- The audience of the Federal Public Service Council confirms the existence of communication and communication between the Council and its audience, as the value of the weighted arithmetic mean for the positive paragraphs reached (2.68), while the value of the weighted arithmetic mean reached for the negative paragraphs (1.74) and this result confirms the positive image of the Council in terms of the existence of effective communication between it and its audience.
- The public's evaluation of the level of performance of the services provided to them by the Council was at a high level, as the value of the weighted arithmetic mean for the positive items reached (2.53), while the weighted arithmetic mean for the negative items reached (1.96). This result confirms the positive image of the Council in terms of the quality of services provided. He presents it to his audience.
- The respondents felt satisfied with the way the employees of the Federal Public Service Council dealt with them, as the value reached the mean The weighted arithmetic mean for the positive items was (2.061), while the value of the weighted arithmetic mean for the negative items was (1.79). This result confirms the positive image of the Federal Public Service Council in terms of its dealings with Employees of the Federal Public Service Council with its audience.

Keywords: mental image, Federal Public Service Council, image of the institution, top graduates and holders of advanced degrees.

مقدمة:

أصبحت الصورة الذهنية في العصر الحالي من أولويات أي مؤسسة، إذ تتجلى أهميتها في ما تقدمه من فائدة لأجل تحقيق أهداف المؤسسة وتشكيل علاقات طيبة مع جمهورها من العملاء أصحاب المصلحة، إذ تستخدم كافة الوسائل والأنشطة الاتصالية من أجل إيجاد حوار ينسجم مع توجهات وميول جمهورها الذي تتواصل معه عبر الرسائل الاتصالية المتنوعة، وقد أضاف التطور التكنولوجي على وسائل الاتصال الحديثة نجاحاً جديداً للمؤسسات إذ سهل عملية الاتصال و التواصل مع جماهيرها ومنح فرصة أوسع لتقديم صورة ايجابية عنها لديهم، وهذا ما جعل الاتصال والحوار بينها وبين جمهورها أكثر مرونة لمعرفة ردود أفعالهم تجاه ما تقدمه المؤسسة.

ومن هذا المنطلق تطرقنا في هذا البحث لمفهوم الصورة الذهنية ومكوناتها وأهمية الصورة الايجابية للمؤسسات، واستعرضنا التعريف بمجلس الخدمة العامة الاتحادي ومهامه والخدمات التي يقدمها لجمهوره المستفيد من الخريجين الأوائل وحملة الشهادات العليا، فضلاً عن إجراءات البحث الميدانية التي تضمنت



عرض وتحليل الجداول وتفسيرها واستعراض النتائج التي توصل اليها، فضلاً عن تقديم التوصيات والمقترحات.

الإطار المنهجي للبحث:

أولاً: مشكلة البحث :

ان تشكيل صورة ايجابية عن المؤسسة، وتحقيق التناغم بين المؤسسة و جماهيرها، وتحسين الاتصال بهم من أهم أهداف المؤسسة ، لان ذلك يسهم في نجاحها وتحقيق أهدافها، وان مجلس الخدمة بعده مؤسسة مدية مهمة لدى جمهوره يواجه تحديات في تشكيل الصورة الذهنية بسبب طبيعة عمله ، وإجراءات آلية التوظيف التي يقدمها لجمهوره.

فالمؤسسات تعمل جاهدة للتواصل المستمر مع جماهيرها لتشكيل علاقات ايجابية والحفاظ على صورتها الذهنية الطيبة لديهم، وقد اتاح عصر الاتصالات الرقمية للمؤسسات اجراء الاتصال والحوار مع الجماهير على نطاق واسع وتشكيل علاقات أقوى معهم، ووفقاً لذلك فقد تمثلت المشكلة البحثية في معرفة الانطباعات التي يحملها الجمهور عن المجلس ، اذ صيت مشكلة البحث بتساؤل رئيس هو : (ما الصورة الذهنية المتشكلة عن مجلس الخدمة العامة الاتحادي لدى جمهوره من الخريجين الأوائل وحملة الشهادات العليا ؟) ولغرض تغطية مشكلة البحث طرح التساؤلات الفرعية الآتية:

- ما طبيعة الصورة الذهنية التي يحملها الخريجين الأوائل وحملة الشهادات العليا عن مجلس الخدمة العامة الاتحادي؟
- ما فاعلية التواصل والاتصال بين مجلس الخدمة العامة الاتحادي وجمهوره من الخريجين الأوائل وحملة الشهادات العليا؟
- ما مدى رضا الجمهور الخريجين الأوائل وحملة الشهادات العليا عن تعامل موظفي مجلس الخدمة العامة الاتحادي معهم؟
- ما مستوى تقييم الخريجين الأوائل وحملة الشهادات العليا عن الخدمات التي يقدمها مجلس الخدمة العامة الاتحادي لهم؟

ثانياً: أهمية البحث:

تتجلى أهمية البحث من أهمية موضوع الصورة الذهنية الايجابية التي تسعى الى تشكيلها جميع المؤسسات وبشكل دائم لدى جماهيرها .

وتأتي أهمية البحث بالنسبة لمجلس الخدمة العامة الاتحادي في تقديمه لرؤية عامة عن الصورة الذهنية التي يحملها جمهوره من الخريجين الأوائل وحملة الشهادات العليا عن طريق ما يقدمه المجلس من الأنشطة والأساليب الاتصالية التي تزيد من معرفة الجمهور بطبيعة عمل المؤسسة والخدمات التي تقدمها من اجل فسح المجال لإجراء الحوار والتواصل مع ذلك الجمهور عن طريق اتصالات المؤسسة، لكون مجلس الخدمة العامة الاتحادي مؤسسة خدمية تأسس في ظل غياب المعايير اللازمة في مجال الوظيفة العامة، وما يرتبط بها



ولمصلحة الشرائح المختلفة من أفراد المجتمع من الخريجين بكل تخصصاتهم ولحاجة مؤسسات الدولة إلى وجود جهة تنظيمية لتنظم الشؤون الوظيفية العامة في العراق على أساس التخصص والكفاءة والمهنية.

كما ان هذا البحث يسهم في تقويم مسار الاتصالات والحوار بين مجلس الخدمة العامة الاتحادي كمؤسسة معنية بتوظيف الخريجين وبين الخريجين أنفسهم وتوفير المتطلبات الأساسية لإتمام هذه الإجراءات بشكل سلس وحسب الاستحقاق، كذلك معرفة الصورة الذهنية التي يحملها هذا الجمهور عن الخدمات التي يقدمها مجلس الخدمة العامة الاتحادي لجمهوره وللمجتمع، لذا فان نتائج هذا البحث مفيدة للمؤسسة نفسها (مجلس الخدمة العامة الاتحادي)، إذا ما أخذت بها في مجال تطوير عملها وفي علاقتها مع جمهورها والمجتمع.

ثالثاً: اهداف البحث

ان الهدف الرئيس للبحث هو (معرفة الصورة الذهنية المتشكلة عن مجلس الخدمة العامة الاتحادي لدى جمهوره الخريجين الأوائل وحملة الشهادات العليا؟)

وينبثق عن الهدف الرئيس اهداف فرعية وهي :

- التعرف على طبيعة الصورة الذهنية التي يحملها الخريجين الأوائل وحملة الشهادات العليا عن مجلس الخدمة العامة الاتحادي.
- الكشف عن مدى فاعلية التواصل والاتصال بين مجلس الخدمة العامة الاتحادي وجمهوره من الخريجين الأوائل وحملة الشهادات العليا.
- معرفة مستوى رضا جمهور الخريجين الأوائل وحملة الشهادات العليا عن تعامل موظفي مجلس الخدمة العامة الاتحادي معهم.
- التعرف على مستوى تقييم الخريجين الأوائل وحملة الشهادات العليا للخدمات التي يقدمها مجلس الخدمة العامة الاتحادي لهم.

رابعاً: منهج البحث واداته:

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي يصف الظاهرة الإعلامية، وأُعتمد المنهج المسحي الذي يعد الأنسب لموضوع البحث، لمعرفة الصورة الذهنية التي يحملها الجمهور عن مجلس الخدمة العامة الاتحادي، أما أداة البحث فقد كانت أداة المقياس التي تتناسب وتساؤلات البحث ولتحقيق أهدافه.

خامساً: مجتمع البحث وعينته

تمثل مجتمع البحث بالخريجين الأوائل وحملة الشهادات العليا (الدبلوم العالي، الماجستير، الدكتوراه) الذين وُظفوا عن طريق مجلس الخدمة العامة الاتحادي في الجامعات العراقية (بغداد و النهرين والمستنصرية والعراقية والتكنولوجية)، إذ اعتمدنا أسلوب العينة العشوائية متعددة المراحل لأخذ عينة قوامها (420) ممثلة لمجتمع البحث، إذ بلغت عدد الكليات في الجامعات (69) كلية، وتم اختيار عدد منها باعتماد العينة العشوائية البسيطة (عن طريق القرعة) من كل جامعة تمثلت بالآتي:



من جامعة بغداد (كلية الطب ، كلية العلوم ، كلية الإعلام ، كلية الهندسة ، كلية الفنون الجميلة)، ومن جامعة النهرين (كلية اقتصاديات الأعمال ، كلية العلوم السياسية ، كلية الحقوق) ، ومن الجامعة المستنصرية (كلية الإدارة والاقتصاد وكلية التربية البدنية وعلوم الرياضة وكلية الآداب) ، ومن الجامعة العراقية (كلية الإدارة والاقتصاد وكلية القانون) ، ومن الجامعة التكنولوجية (الهندسة المدنية والعلوم التطبيقية والهندسة الميكانيكية).

سادساً: إجراءات الصدق والثبات :

1- الصدق الظاهري: يعد الصدق من الشروط الضرورية واللازمة لبناء الاختبارات والمقاييس والصدق يدل على مدى أهميته لقياس الفقرات للظاهرة المراد دراستها، ويتحقق صدق المقياس ظاهرياً عن طريق عرض الفقرات على مجموعة من الخبراء والمحكمين من ذوي الاختصاص، اذ بلغ عددهم (9)* خبراء، وقد أجريت التعديلات وفقاً لتوجيهاتهم وملاحظاتهم العلمية ، اذ بلغت نسبة الاتفاق على فقرات المقياس (93.45%) وهي نسبة مقبولة.

2- الثبات :وهو الاتساق في نتائج المقياس إذ يعطي النتائج نفسها بعد تطبيقه مرتين في زمنين مختلفين على الأفراد أنفسهم، وتم حساب الثبات بطريقتين:

- الثبات بطريقة التجزئة النصفية: تقوم فكرة التجزئة النصفية على أساس قسمة فقرات المقياس إلى نصفين متجانسين ولغرض حساب الثبات على وفق هذه الطريقة تم استخدام جميع استمارات أفراد العينة والبالغ عددها (420)، وتم استخراج معامل ارتباط بيرسون بين درجات النصفين فبلغ (0.65) وباستخدام معادلة سبيرمان براون التصحيحية بلغ معامل الثبات بهذه الطريقة (0.81) وهو معامل ثبات مقبول.

-معامل (ألفا) للاتساق الداخلي: إن معامل ألفا يزودنا بتقدير جيد في اغلب المواقف وتعتمد هذه الطريقة على اتساق أداء الفرد من فقرة إلى أخرى ولاستخراج الثبات وفق هذه الطريقة تم استخدام جميع استمارات البحث ثم استخدمت معادلة (ألفا) وقد بلغ معامل ثبات المقياس (0.76) ويعد المقياس متسقاً داخلياً، لان هذه المعادلة تعكس مدى اتساق الفقرات داخلياً.

ثامناً: دراسات سابقة:

قسمت الباحثة الدراسات السابقة وفقاً لمتغيرات بحثها الى :

أولاً: دراسات سابقة عن الصورة الذهنية :

1- الشديدي ،2023(الصورة الذهنية للجهاز المركزي للتقييس والسيطرة النوعية لدى جمهور العملاء وأصحاب المصلحة: دراسة مسحية) (الشديدي، 2023)

هدفت هذه الدراسة الكشف عن مصادر معرفة الجمهور بخدمات الجهاز لتشكيل صورتهم الذهنية عنه، فضلاً عن معرفة الأنشطة الاتصالية التي يقدمها الجهاز عبر الموقع الالكتروني الرسمي والصفحات الرسمية في مواقع التواصل الاجتماعي، وتمثلت مشكلة البحث بالتساؤل الآتي: ما الصورة الذهنية المتكونة لدى جمهور الجهاز من العملاء وأصحاب المصلحة إزاء الخدمات التي يقدمها الجهاز المركزي للتقييس والسيطرة النوعية)، إذ تعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية، والمنهج المسحي، واعتمدت الباحثة أداة المقياس لقياس آراء أفراد العينة التي اختيرت كعينة بالصدفة، إذ وزعت الاستمارة على 500 مفردة، وتوصلت الدراسة إلى نتائج



أهمها: إن صورة الجهاز بمجملها ايجابية، فضلاً عن تناول الأنشطة الاتصالية التي يقدمها الجهاز عبر الموقع الرسمي والصفحات الرسمية في مواقع التواصل الاجتماعي التي يقدمها لجمهوره، وهي الندوات والمحاضرات وجاءت في المرتبة الأولى.

2- دراسة جمعة، 2019، (الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة وعلاقتها ببناء الصورة الذهنية للمؤسسات الربحية واللاربحية في مصر) (جمعة، 2019)

هدفت الدراسة إلى التعرف على الأنشطة الاتصالية التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة في المؤسسات الربحية واللاربحية، واعتمدت هذه الدراسة المنهج المقارن، واستخدم الباحث أداة الاستبانة لتحقيق أهدافها، وتبلورت مشكلة الدراسة بالتساؤل الآتي: ما علاقة الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة ببناء الصورة الذهنية للمؤسسات الربحية واللاربحية في مصر؟، وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها: تقوم المؤسسات اللاربحية بعملها على أعلى مستويات بشكل أكبر من المؤسسات الربحية وبذل جهد عالي للوصول إلى الجمهور. **ثانياً: دراسات سابقة عن مجلس الخدمة العامة الاتحادي :**

1- دراسة الازيرجاوي، 2022 (التنظيم القانوني لمجلس الخدمة العامة الاتحادي) (الازيرجاوي، 2022)

هدفت الدراسة الى بيان توجه المشرع العراقي في تنظيم المجلس باعتباره مؤسسة دستورية وبيان نقاط الضعف والخلل في ذلك التنظيم متقديم المقترحات والحلول التي تساعد تلافي ذلك مستعرضين موقف الدول المقارنة في هذا المجال لغرض انجاح التجربة في العراق، وتمثلت مشكلة الدراسة بالتساؤل الآتي: (ماهي المبررات التي دفعت المشرع الى انشاء مجلس الخدمة العامة الاتحادي وبيان الطبيعة القانونية للمجلس ومدى الاستقلال الذي يتمتع به المجلس وما هي محدداته؟)، واعتمدت هذه الدراسة المنهج المسحي التحليلي، وتوصلت الى نتائج أهمها: ان مجلس الخدمة العامة الاتحادي يتمتع بمكانه دستورية بسبب وروده في دستور العراق لسنة 2005 النافذ على خلاف الاجهزة المعنية بالوظيفة العامة في الدول المقارنة التي انشئت بادارة تشريعية.

2- دراسة علي، 2021 النظام القانوني لمجلس الخدمة العامة الاتحادي (علي، 2021)

تتمثل مشكلة الدراسة في الإطار القانوني لعمل مجلس الخدمة العامة الاتحادي والتحديات التي تعترض طريقه في مجال تنظيم شؤون الوظيفة العامة في العراق، وتعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية متبعة المنهج التحليلي لتحليل النصوص الدستورية ذات العلاقة لتحقيق هدف البحث، وتتضمن دراسة الفكرة الأساسية من وجود مجلس الخدمة العامة الاتحادي عن طريق بيان النظام القانوني له، وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها: إن مجلس الخدمة العامة الاتحادي جهاز مرتبط بمجلس النواب يتولى تنظيم شؤون الوظيفة العامة الاتحادية في العراق، ويقع على عاتقه رفد مؤسسات الدولة بالموظفين العموميين بالاعتماد على معايير المهنية والكفاءة وكذلك تدريبهم وتأهيلهم لإنجاح المنظومة الوظيفية.

الإطار النظري للبحث:

أولاً: الإطار المفاهيمي للصورة الذهنية

1- ماهية الصورة الذهنية:



عرفت الصورة الذهنية في مجال العلاقات العامة بأنها مجموعة السمات والملامح التي يشكلها الجمهور ويبنى على أساسها مواقفه واتجاهاته نحو المؤسسة ، وتتكون تلك الصورة عن طريق الخبرة الشخصية للجمهور وهذه الخبرة قائمة على الاتصال المباشر أو عن طريق العمليات الاتصالية الجماهيرية ، كما تتشكل سمات وملامح الصورة نتيجة إدراك الجمهور لشخصية المؤسسة ووظائفها وأهدافها وشرعية وجودها والقيم الأساسية التي تتبناها.(رضوان و هارون ، 2018، صفحة 33)، ووفقا للتطور التكنولوجي في وسائل الاتصال الذي ألقى بظلاله على تطور طبيعة الاتصال والتواصل بين المؤسسة وجمهورها فقد وظفت المؤسسات المواقع الرقمية ومنها مواقع التواصل الاجتماعي لنشر صورتها الايجابية ليرغب الجمهور ان يكونوا جزءا منها ، على اعتبار ان العلاقات العامة عبر الانترنت بشكل عام ومواقع التواصل الاجتماعي بشكل خاص هي حلقة وصل بين المؤسسة والجمهور وكذلك المؤسسات الاخرى.(Taha & Ahmed, 2023)

2- مكونات الصورة الذهنية :

ان مكونات وأبعاد الصورة الذهنية ثلاثة ابعاد هامة مترابطة يعتمد كل بعد من هذه الأبعاد على البعد الآخر لذلك عند حدوث تغيير في احد هذه الأبعاد يؤدي إلى حدوث خلل بين هذه الأبعاد(حسني، العلاقات العامة والدبلوماسية الشعبية ، 2015، صفحة 25)وتقسم هذه الأبعاد الى :

أ- البعد الإدراكي: يشير إلى الجانب المعلوماتي في الصورة، أي المعلومات والبيانات المتعلقة بموضوع ما، وتكتسب هذه المعلومات بشكل مباشر عن طريق تواجد الفرد في محيط الموضوع أو قربه، سواء عن طريق الاتصال الشخصي أو وسائل الإعلام وغيرها من مصادر المعلومات، وعادة ما لا يتم تحديد هذا البعد بشكل انتقائي ذاتي في مراحله وأشكاله المختلفة.(الشديدي م.، 2018، صفحة 25)

ب- البعد العاطفي: ويقصد به الاستجابة العاطفية تجاه موضوع أو قضية أو شخص أو شعب أو دولة ما تعد جزءاً من صورة الفرد الذهنية المكونة من مجموعة معتقداته وتصوراتهِ.(الحمد، 2015، صفحة 39)ويمكن للمؤسسة أن تعزز صورتها العاطفية لدى الجمهور عن طريق تقديم خدمات ومنتجات عالية الجودة وتلبية احتياجات وتوقعات العملاء بطريقة متميزة، كما يمكن للمؤسسة أن تبني علاقة تفاعلية ومرنة مع الجمهور، عن طريق التواصل المستمر والشفافية والاستجابة الجيدة لمتطلبات العملاء، إذ أن إدارة البعد العاطفي للمؤسسة يعتمد على فهم تفاصيل واحتياجات الجمهور والاستجابة لها بشكل مناسب، بغية تعزيز الثقة والولاء والتفاعل الإيجابي من قبل الجمهور.(Dinu.M.I, 2010, p. 56)

ج- البعد السلوكي يعكس سلوك الفرد طبيعة الصورة الذهنية المشكلة لديه في مختلف شؤون الحياة وتكمن أهمية الصورة في احد إبعادها، أي أنها تكمن من التنبؤ بسلوك الأفراد.(درار و الدناني ، 2020، صفحة 249)، ويتكون من مجموعة من الاستجابات للموضوع الذي يراه الشخص مناسباً في ضوء السمات المدركة.(حسني، 2015، صفحة 119)

3- مزايا الصورة الذهنية الايجابية للمؤسسة :

أدركت العديد من المؤسسات مدى أهمية الصورة الذهنية الايجابية لها لذلك استثمرت الكثير من الأموال في محاولة ترسيخها في أذهان أصحاب المصلحة ، إذ ان لكل مؤسسة صورتها الخاصة ومن بين فوائد الصورة لمؤسستها زيادة ثقة الجمهور في المؤسسة.(Mouloudi, 2022, p. 8)



ومن المزايا التي تقدمها الصورة الذهنية الايجابية للمؤسسة : (عواج، 2020، صفحة 223)

- جذب أفضل العناصر للعمل في المؤسسة.
- تعزيز العلاقات مع الجماهير الداخلية والخارجية.
- إقناع الجماهير والسلطات بالدور الاجتماعي للمؤسسة في خدمة المجتمع.
- تعزيز استعداد الجماهير للتريث قبل إصدار الحكم على المؤسسة في أوقات الأزمات
- تعزيز علاقات المؤسسة مع الجهات التشريعية والتنفيذية في الدولة.
- دعم الجهود التسويقية للمؤسسة.
- زيادة اهتمام قادة الرأي العام ووسائل الإعلام بالمؤسسة ودورها في خدمة المجتمع.(الجرايدة، 2013، صفحة 321)

ثانياً: مجلس الخدمة العامة الاتحادي

يعد مجلس الخدمة العامة من المؤسسات الخدمية ويقصد بالمؤسسة الخدمية المهمة في العراق والخاصة بتوظيف الخريجين، وهو أول كيان تنظيمي مستقل يتمتع بصلاحيات حصرية لتنظيم الوظيفة العامة في العراق اذ يشكل حدثاً قانونياً وإدارياً على مستوى كبير من الأهمية.(كمال، 2017، صفحة 158)، إذ أعيد العمل بمجلس الخدمة العامة الاتحادي لضرورته في ظل غياب المعايير اللازمة في مجال الوظيفة العامة وما يرتبط بها ولمصلحة الشرائح المختلفة من أفراد المجتمع، فضلاً عن وجود حاجة لمؤسسات الدولة لجهة تنظم شؤون الوظيفة العامة ووضع القواعد الأساسية للمؤسسات على أساس الكفاءة والمهنية لتحقيق المصلحة العامة.(علي، 2021، صفحة 232)

ويعرف مجلس الخدمة العامة الاتحادي (هيئة مستقلة مالياً وإدارياً يرتبط بمجلس النواب ويمثلها رئيساً تعنى بتنظيم شؤون الوظيفة العامة في العراق مهمتها تطوير العمل في دوائر الدولة وبلورة القواعد والأسس السليمة وتأمين العدالة والحيادية بما يتضمن تحقيق مبدأ المساواة وتكافؤ الفرص). (الازيرجاوي، 2022، صفحة 9)، ومن التعريف السابق يمكن اعتبار مجلس الخدمة العامة الاتحادي كأحد المؤسسات الخدمية في العراق، والذي يؤدي دوراً حاسماً في تنظيم الوظيفة العامة وضمان توفير الوظيفة المناسبة لذوي الاختصاص اذ يعتمد مجلس الخدمة العامة الاتحادي في التوظيف على معيار التخصص عند توظيف الخريجين.

الإطار الميداني للبحث :

المحور الاول : المتغيرات الديموغرافية للمبحوثين

1- النوع الاجتماعي

جدول (1) يبين توزيع افراد العينة حسب النوع الاجتماعي

ت	النوع	التكرار	النسبة
1	انثى	230	54.8%
2	ذكر	190	45.2%



المجموع	420	%100.0
---------	-----	--------

أظهر جدول (1) التوزيع النسبي لأفراد العينة وفقاً للنوع الاجتماعي، أن نسبة الإناث جاءت بالمرتبة الأولى بواقع (230) تكراراً ونسبة (54.8%)، فيما حصل الإناث على المرتبة الثانية بواقع (190) تكراراً ونسبة (45.2%)، أي أن نسبة الإناث في العينة أعلى بقليل من نسبة الذكور، ويشير ذلك حصول الإناث والذكور على فرص متقاربة في التعيين عن طريق مجلس الخدمة العامة الاتحادي، ويرجع ذلك إلى اعتماد المجلس على معيار المهارات والقدرات وليس إلى النوع الاجتماعي.

2- الفئة العمرية

جدول (2) يبين توزيع أفراد العينة حسب الفئة العمرية

ت	الفئة العمرية	التكرار	النسبة
1	40-31 سنة	215	%51.2
2	30-21 سنة	163	%38.8
3	41 سنة فما فوق	42	%10.0
المجموع		420	%100.0

يوضح الجدول (2) على تصدر الفئة العمرية (40-31) بالمرتبة الأولى، إذ جاءت بواقع (215) تكراراً ونسبة (51.2%)، مما يدل على أن هذه الفئة العمرية تعد الفئة الأكثر فرصة في الحصول على وظيفة عن طريق مجلس الخدمة العامة الاتحادي وذلك حسب سنة التخرج، تلتها بالمرتبة الثانية الفئة العمرية (30-21 سنة) بواقع (163) تكراراً ونسبة (38.8%)، وتضم هذه الفئة المتخرجين حديثاً والأشخاص الطموحين الذين أكملوا دراستهم في سن مبكر، وتلتها بالمرتبة الثالثة والأخيرة الفئة العمرية (41 سنة فما فوق) بواقع (42) تكراراً ونسبة (10%) وتشمل هذه الفئة الخريجين الذين لم يحالفهم الحظ في الحصول على وظيفة عند تخرجهم من الجامعة، وتدل هذه النسبة على أن جميع الفئات العمرية تستفيد من خدمات مجلس الخدمة العامة الاتحادي ومشمولين في التوظيف.

3- التحصيل الدراسي

جدول (3) يبين توزيع أفراد العينة حسب التحصيل الدراسي

ت	التحصيل الدراسي	التكرار	النسبة
1	بكالوريوس	154	% 36.6
2	دكتوراه	121	%28.8
3	ماجستير	120	%28.6
4	دبلوم عالي	25	%6.0
المجموع		420	%100.0



يوضح الجدول (3) تصدر الفئة الحاصلة على شهادة بكالوريوس من افراد العينة على باقي الفئات الاخرى ،اذ حصلت على المرتبة الاولى بواقع (154) تكرارًا وبنسبة (36.6%)، وتلتها بالمرتبة الثانية الدكتوراه بواقع (121) تكرارًا وبنسبة (28.8%)، وكانت بالمرتبة الثالثة الماجستير بواقع (120) تكرارًا وبنسبة (28.6%)، أما فيما يخص المرتبة الاخيرة فكانت للدبلوم العالي بواقع (25) تكرارًا وبنسبة (6%) وتشير هذه النتائج الى ان افراد العينة متوزعين بنسب متفاوتة بحسب متغير التحصيل الدراسي ، وهذا يدل على ان عينة البحث من حملة شهادة البكالوريوس هم اكثر نسبة من خريجي الجامعات ثم حملة الشهادات العليا الماجستير والدكتوراه والدبلوم العالي.

المحور الثاني : قياس الصورة الذهنية لمجلس الخدمة العامة الاتحادي

وشمل هذا المحور ثلاثة أقسام وهي :

- القسم الأول: تقييم افراد العينة لمدى وجود الاتصال والحوار بين مجلس الخدمة العامة الاتحادي وجمهوره من الخريجين الأوائل وحملة الشهادات العليا

جدول (4) يبين تقييم أفراد العينة لمدى وجود الاتصال والحوار بين مجلس الخدمة العامة الاتحادي وجمهوره

الاهمية	الانحراف	الوسط	لاتتفق	محايد	اتتفق		
النسبية	المعيار	الحس	التكرار	التكرار	التكرار	الفقرة	ت
ي	ابي	ابي	النسبة	النسبة	النسبة		
97.3	0.29	2.92	2	30	388	يقدم مجلس الخدمة العامة الاتحادي كافة المعلومات الخاصة بالتوظيف عن طريق صفحته على الفيسبوك	1
			0.5%	7.1%	92.4%		
61.3	0.82	1.84	182	124	114	يحصل جمهور مجلس الخدمة العامة الاتحادي على المعلومات الخاصة بالتوظيف من وسائل الإعلام الأخرى قبل إن يقدمها مجلس الخدمة عبر موقعه الرسمي على صفحة الفيسبوك	2
			43.3%	29.6%	27.1%		
56.3	0.79	1.69	216	118	86	يخفق مجلس الخدمة العامة الاتحادي في التنسيق مع الوزارات والجهات الحكومية بغية إكمال الإجراءات الوظيفية للمتقدمين للتوظيف	3
			52.4%	28.1%	20.5%		
89.0	0.58	2.67	25	90	305		4



			72.6	%21.4	%6.0	يوفر مجلس الخدمة العامة الاتحادي حلاً سريعاً للجمهور في حال حدوث خلل أو مشكلة إثناء التقديم على الوظائف عن طريق الاتصال بأرقام مخصصة لشكاوي المواطنين	
5		1.64	74	119	227	يعجز مجلس الخدمة العامة الاتحادي عن تقديم معلومات متكاملة عن إجراءات التوظيف لجمهوره	54.7
			17.6	%28.3	%54.0		0.77
6		2.65	301	91	28	يقدم مجلس الخدمة العامة الاتحادي إعلانات هادفة تسهم في إيصال المعلومات وتوعية الجمهور عن طريق النشاطات الخاصة بالمجلس	88.3
			71.7	%21.6	%6.7		0.60
7		1.75	89	139	192	يتجاهل مجلس الخدمة العامة الاتحادي تقديم التسهيلات للخريجين حملة الشهادات الأولية والعليا معصوبة التواصل مع موظفي المجلس	58.3
			%21.2	%33.1	%45.7		0.78
8		2.64	307	75	38	تسهم التقارير الإخبارية التي يقدمها مجلس الخدمة العامة الاتحادي في توضيح وتفسير إي من المعلومات الغامضة أو الشائعات عن عمل المؤسسة	88.0
			73.1	%17.9	%9.0		0.64
9		1.66	97	84	239	يعجز مجلس الخدمة العامة الاتحادي عبر صفحته الرسمية على الفيسبوك في التعريف بكل جديد عن عمل المجلس أو معلومات تخص التوظيف	55.3
			23.1	%20.0	%56.9		0.83
10		1.44	56	74	290	يتعامل مجلس الخدمة العامة الاتحادي بازدواجية مع طالبي التوظيف إذ يعطي الأولوية للأقارب والمعارف	48.0
			13.3	%17.7	%69.0		0.72
11		2.74	335	61	24	يُسهل مجلس الخدمة العامة الاتحادي كافة إجراءات التقديم على الوظائف عبر الموقع الرسمي للمجلس على الفيسبوك	91.3
			79.8	%14.5	%5.7		0.55



1 2	ضعف القدرة الاتصالية لمجلس الخدمة العامة الاتحادي في تواصله مع جمهوره ونقل أنشطته الاتصالية لهم	92	206	122	1.93	0.71	64.3
		21.9 %	%49.1	%29.0			
1 3	يعرض مجلس الخدمة العامة الاتحادي نشاطاته عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي كافة الأنشطة من ورش العمل و وندوات يوميًا بما يخدم جمهوره	280	100	40	2.57	0.66	85.7
		66.7 %	%23.8	%9.5			
1 4	يخفق الموقع الالكتروني الخاص بالمجلس عن توفير الإخبار فيستمد الجمهور تلك الإخبار من مصادر أخرى	71	159	190	1.72	0.74	57.3
		16.9 %	%37.9	%45.2			
1 5	يعمل مجلس الخدمة العامة الاتحادي على نشر الإعلانات بشكل يومي ومستمر للتواصل مع جمهوره	277	102	41	2.56	0.67	85.3
		66.0 %	%24.2	%9.8			
1 6	يهمل موظفو المجلس الرد على أرقام الهواتف المخصصة لطالب التوظيف بسرعة والإجابة على كافة الاستفسارات	147	107	166	1.95	0.86	65.0
		35.0 %	%25.5	%39.5			

وبلغت قيمة الوسط الحسابي المرجح للفقرات الايجابية في القسم الاول (2.68) ، في حين بلغت قيمة الوسط الحسابي المرجح للفقرات السلبية (1.74)

● القسم الثاني : تقييم افراد العينة لمستوى أداء الخدمات التي يقدمها مجلس الخدمة العامة الاتحادي لجمهوره من الخريجين الاوائل وحملة الشهادات العليا

جدول (5) يبين تقييم افراد العينة لمستوى اداء الخدمات التي يقدمها مجلس لخدمة العامة الاتحادي لهم

ت	الفقرات	اتفق	محايد	لا اتفق	الوسط	الانحراف	الأهمية النسبية
1	يسهل مجلس الخدمة العامة الاتحادي إجراءات التوظيف للخريجين وحملة الشهادات العليا	353	52	15	2.80	0.48	93.3
		%84	%12.4	%3.6			
2		64	159	197	1.68	0.72	56.0



			46.9%	37.9%	15.2%	يتجاهل مجلس الخدمة العامة الاتحادي دعم مسارات العمل الحكومية للخريجين الجدد	
77.3	0.78	2.32	82	121	217	يعمل مجلس الخدمة العامة الاتحادي على تذليل كافة الصعوبات التي يواجهها الخريجين من حملة الشهادات الأولية والعليا إثناء تقديمهم للتوظيف.	3
			19.5%	28.8%	51.7%		
88.3	0.63	2.65	36	77	307	يعمل مجلس الخدمة العامة الاتحادي على تكافؤ الفرص عند التوظيف لجميع الخريجين منحمله الشهادات الأولية والعليا.	4
			8.6%	18.3%	73.1%		
84.3	0.71	2.53	52	94	274	يحد مجلس الخدمة العامة الاتحادي حلاً لمشكلة التقاطع الوظيفي عند الاعتراض بأسرع وقت	5
			12.4%	22.4%	65.2%		
71.3	0.80	2.14	108	147	165	يخفق مجلس الخدمة العامة الاتحادي في إقامة الورش والندوات للخريجين التي تفيدهم عند التوظيف	6
			25.7%	35.0%	39.3%		
83.7	0.70	2.51	50	104	266	ينجز مجلس الخدمة العامة الاتحادي معاملات الخريجين المتقدمين للتوظيف بالسرعة الممكنة	7
			11.9%	24.8%	63.3%		
72.7	0.78	2.18	96	152	172	لايولي مجلس الخدمة العامة الاتحادي الاهتمام بالدورات التدريبية لتطوير مستوى الخريجين المتقدمين للتوظيف في المؤسسات الحكومية	8
			22.9%	36.1%	41.0%		
78.0	0.70	2.34	57	165	198	تسهم ورش العمل والندوات التي يقيمها مجلس الخدمة العامة الاتحادي في تقديم موضوعات تخص نظام التعيينات والاحتياجات الوظيفية	9
			13.6%	39.3%	47.1%		
61.7	0.85	1.85	187	107	126	تسير إجراءات تقديم الخدمات في مجلس الخدمة العامة	10



			30.0	%25.5	%44.5	الاتحادي بشكل بطيء نسبياً ولا يتناسب مع عمل المؤسسة %
--	--	--	------	-------	-------	---

بلغت قيمة الوسط الحسابي المرجح للفقرات الايجابية (2.53) في حين بلغت قيمة الوسط الحسابي المرجح للفقرات السلبية (1.96)

- القسم الثالث مستوى رضا افراد العينة عن تعامل موظفي مجلس الخدمة العامة الاتحادي معهم
- جدول (6) يبين مستوى رضا افراد العينة عن تعامل موظفي مجلس الخدمة العامة الاتحادي معهم عند انجاز معملاتهم.

ت	الفقرات	اتفق التكرار النسبة	محايد التكرار النسبة	لا اتفق التكرار النسبة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاهمية النسبية
1	يُدير موظفو مجلس الخدمة العامة الاتحادي الاية التوظيف بطريقة فعالة وناجحة	349	63	8	2.81	0.44	93.7
		%83.1	%15.0	%1.9			
2	يجيب موظفو مجلس الخدمة العامة الاتحادي على استفسارات جمهوره بسرعة تامة	248	120	52	2.47	0.71	82.3
		%59.0	%28.6	%12.4			
3	يهمل موظفو مجلس الخدمة العامة الاتحادي الرد على الرسائل الالكترونية بسرعة	88	182	150	1.85	0.74	61.7
		%21.0	%43.3	%35.7			
4	يعجز مجلس الخدمة العامة الاتحادي عن اتاحة تقديم الفرصة امام الجميع للحصول على وظيفة	75	93	252	1.58	0.78	52.7
		%17.9	%22.1	%60.0			
5	يتعامل موظفو مجلس الخدمة العامة الاتحادي بحيادية عند رفع طلبات التظلم إلى رئيس المجلس وإجراء اللازم في حل المشكلات التي تواجه المتقدمين على الوظيفة	266	112	42	2.53	0.67	84.3
		%63.3	%26.7	%10.0			
6	يلتزم المجلس في تنفيذ واجباته وحرصه البالغ في منح جميع الفئات استحقاقهم بالتعيين وفقاً للضوابط والتوجيهات الحكومية	316	81	23	2.70	0.57	90.0
		%75.2	%19.3	%5.5			



7	يعمل موظفو مجلس الخدمة العامة الاتحادي جاهدين على مواجهه المعوقات والمشكلات التي تواجه إجراءات التوظيف من اجل تلافيها	292	93	35	2.61	0.64	87.0
		%69.5	%22.1	%8.3			
8	يهمل موظفو مجلس الخدمة العامة الاتحادي اعتراضات المتقدمين في حال لم يتم قبولهم	89	165	166	1.82	0.76	60.7
		%21.2	%39.3	%39.5			
9	يعلن موظفو مجلس الخدمة العامة الاتحادي أسماء المقبولين بسرعة بعد إغلاق الاستمارة الالكترونية الخاصة بالتقديم	264	84	72	2.46	0.77	82.0
		%62.9	%20.0	%17.1			
10	جهود موظفو مجلس الخدمة العامة الاتحادي متواصلة لتقديم التسهيلات اللازمة لإتمام إجراءات التعيين لجمهورها	317	61	42	2.65	0.65	88.3
		%75.5	%14.5	%10.0			
11	لا يوفر موظفو مجلس الخدمة العامة الاتحادي الوقت الكافي لمقابلة الجمهور والاستماع لأرائهم	111	179	130	1.95	0.76	65.0
		%26.4	%42.6	%31.0			
12	يمنع مجلس الخدمة العامة الاتحادي نقشي الرشوة ويحاولون التصدي للفساد المالي في تعاملهم مع الجمهور	309	88	23	2.68	0.57	89.3
		%73.6	%21.0	%5.4			
13	لا يهتم موظفو مجلس الخدمة العامة الاتحادي بالرد على كافة الاستفسارات وأسئلة المتقدمين للتوظيف	71	176	173	1.76	0.72	58.7
		%16.9	%41.9	%41.2			

بلغت قيمة الوسط الحسابي المرجح للفقرات الايجابية (2.61) في حين بلغت قيمة الوسط الحسابي المرجح للفقرات السلبية (1.79)

النتائج :

1- ان الصورة التي يحملها أفراد العينة من الخريجين الاوائل وحملة الشهادات العليا عن مجلس الخدمة العامة الاتحادي كانت ايجابية بمجملها وفقاً لفقرات المقياس.

2- يؤكد أفراد العينة وجود التواصل والاتصال بين مجلس الخدمة العامة الاتحادي وجمهوره ،اذ بلغت قيمة الوسط الحسابي المرجح للفقرات الايجابية (2,68)،فيما بلغت قيمة الوسط الحسابي المرجح للفقرات السلبية (1.74)،وهذه النتيجة تؤكد الصورة الايجابية لمجلس الخدمة العامة الاتحادي من حيث وجود فاعلية للاتصال بين المجلس وجمهوره.



3- كان تقييم افراد العينة لمستوى اداء الخدمات التي يقدمها مجلس الخدمة العامة الاتحادي لهم بمستوى عالٍ، اذ بلغت قيمة الوسط الحسابي المرجح للفقرات الايجابية (2.53)، فيما بلغ الوسط الحسابي المرجح للفقرات السلبية (1.96)، وهذه النتيجة تؤكد الصورة الايجابية لمجلس الخدمة العامة الاتحادي من حيث جودة الخدمات التي يقدمها لجمهوره.

4- يرى أفراد العينة ان مجلس الخدمة العامة الاتحادي يسهل اجراءات التوظيف لهم، وجاء ذلك بنسبة 84%

5- يشعر أفراد العينة بالرضا عن تعامل موظفي مجلس الخدمة العامة الاتحادي معهم، اذ بلغت قيمة الوسط الحسابي المرجح للفقرات الايجابية (2.61)، في حين بلغت قيمة الوسط الحسابي المرجح للفقرات السلبية (1.79)، وتؤكد هذه النتيجة الصورة الايجابية لمجلس الخدمة العامة الاتحادي من حيث تعامل موظفي مجلس الخدمة العامة الاتحادي مع جمهوره.

6- يؤكد أفراد العينة ان مجلس الخدمة العامة الاتحادي يقدم لهم كافة المعلومات الخاصة بالتوظيف عن طريق صفحته على الفيسبوك بنسبة 92.4%.

7- يرى أفراد العينة ان موظفي مجلس الخدمة العامة الاتحادي يدير الية التوظيف بطريقة فعالة وناجحة وذلك جاء بنسبة 83.1%.

التوصيات :

ضرورة اعداد نموذج للحفاظ على الصورة الذهنية الايجابية لمجلس الدمة العامة الاتحادي لدى جمهوره وتكثيف الجهود للتواصل المستمر مع تلك الجماهير ، مع اعطاء اهمية للحوار والتفاعل مع الجمهور .

المصادر:

المصادر الاجنبية :

- 1- Mouloudi,A. (2022).innovation in financail technology and its role in imporving the mental image of the organization among customers.elwahat journal for research and studies, vol.(15).issue(1):1-21
- 2- Dinu,M.(2010).regulation and best practices in public and nonprfit marketing bucharest. romania: editura economica.
- 3- Taha,H.& Ahmed, R. (2023). the effectiveness of public relation of the sunni endowment diwan through social netwoking sites : an analytical study of the official facebook page of the diwan. migration letters, volume:20,No5 .pp.232-245.

المصادر العربية:



1. احمد فاروق رضوان، و رشا سمير هارون . (2018). العلاقات العامة وادارة سمعة المنظمات ، اتجاهات حديثة في الاعلام . مصر : دار العالم العربي .
 2. امين حسنين نجم الازيرجاوي. (2022). التنظيم القانوني لمجلس الخدمة العامة الاتحادي في العراق دراسة مقارنة . العراق : مجلس كلية القانون - جامعة البصرة \ دراسة مقدمة لنيل شهادة الماجستير .
 3. بسام عبد الرحمن الجرايدة. (2013). ادارة العلاقات العامة . عمان : دار اسامة للنشر والتوزيع .
 4. خالد درار، و عبد الملك الدناني . (2020). العلاقات العامة الاسس النظرية والممارسة المهنية . عمان : دار اسامة للنشر والتوزيع .
 5. خلف لافي الحلبا الحماد. (2015). الصورة الذهنية لرجل الامن لدى الرأي العام الاردني . عمان : دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع .
 6. سامية عواج. (2020). الاتصال في المؤسسة . عمان : مركز الكتاب الاكاديمي .
 7. ضياء عباس علي. (2021). النظام القانوني لمجلس الخدمة العامة الاتحادي . العراق : كلية القانون والعلوم السياسية جامعة كركوك \ المجلات الاكاديمية العراقية المجلد الثاني العدد (2) .
 8. علي فرجاني. (2018). العلاقات العامة واستراتيجيات الاتصال . الاردن - عمان : دار امجد للنشر والتوزيع .
 9. مرتضى نوري الشديدي. (2018). الصورة الذهنية عن مكاتب المفتشين العموميين . عمان : دار غيداء للنشر والتوزيع .
 10. مها رشيد حسن الشديدي. (2023). الصورة الذهنية للجهاز المركزي للتقييس والسيطرة النوعية لدى جمهور العملاء واصحاب المصلحة : دراسة مسحية . بغداد : جامعة بغداد كلية الاعلام دراسة مقدمة لنيل شهادة الدبلوم العالي المهني المعادل للماجستير .
 11. نشوي محمد عبد العظيم جمعة. (2019). الانشطة الاتصالية للعلاقات العامة وعلاقتها ببناء الصورة الذهنية للمؤسسة الربحية والاربحية ف مصر : دراسة ميدانية . مصر : جامعة ام الزقازيق - كلية الاداب قسم الاعلام .
 12. هشام جميل كمال. (2017). مجلس الخدمة العامة الاتحادي بين الرقابة والاستقلالية في العراق . العراق- تكريت : مجلة كلية القانون العدد (20) ، مجلد (6).
 13. يسرا حسني. (2015). العلاقات العامة والدبلوماسية الشعبية . الجيزة : دار اطلس للنشر والتوزيع .
- *الخبراء البالغ عددهم (9) الذي عرضت عليهم استمارة المقياس لاجراء الصدق الظاهري:

- أ.د علي جبار الشمري – جامعة بغداد كلية الاعلام
- أ.د محمد عبد حسن العامري – جامعة بغداد كلية الاعلام
- أ.د باقر موسى – جامعة بغداد كلية الاعلام



- أ.د. ناهض فاضل زيدان – جامعة بغداد كلية الاعلام
- أ.د. سالم جاسم العزاوي – جامعة بغداد كلية الاعلام
- أ.د. هيثم عكاب عطية – الجامعة العراقية كلية الاعلام
- أ.م.د. ريا قحطان احمد – جامعة بغداد كلية الاعلام
- أ.م.د. زينة عبد الخالق – جامعة بغداد كلية الاعلام