

أهم نظريات العلاقات العامة لإدارة المؤسسات الإعلامية الدينية في العراق

يحيى محمد مانع الربيعي

طالب دكتوراه - قسم الإعلام والعلاقات العامة - جامعة الأديان والمذاهب - إيران - قم

yahyam.alrubaye@uokufa.edu.iq

الدكتور رسول خدرلو

أستاذ مساعد - قسم الإعلام والعلاقات العامة - جامعة الأديان والمذاهب - إيران - قم

yahyam.alrubaye@uokufa.edu.iq

الدكتور حسن بشير

أستاذ - قسم الإعلام والعلاقات العامة - جامعة الأديان والمذاهب - إيران - قم

drhbashir100@gmail.com

المفص:

تلعب المؤسسات الإعلامية الدينية في العراق دورًا هامًا في نشر الرسالة الدينية وتعزيز القيم والمبادئ الإسلامية ولذلك فإن إدارة هذه المؤسسات بشكل فعال يُعد أمرًا ضروريًا لضمان تحقيق أهدافها وتُعد العلاقات العامة أداة فعالة يمكن للمؤسسات الإعلامية الدينية استخدامها لتحسين علاقاتها مع مختلف الجماهير. حيث تعمل نظريات العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية الدينية في العراق على بناء علاقات مع مختلف الجماهير بما في ذلك الجمهور الديني والجمهور العام والحكومة والمؤسسات الإعلامية الأخرى. وكذلك تعمل على فهم احتياجات الجماهير وتقديم محتوى يلبي هذه الاحتياجات وحل المشكلات واتخاذ القرارات بشكل فعال لمعالجة التحديات التي تواجهها. ومن أبرز التحديات التي واجهتها المؤسسات الإعلامية الدينية في العراق هي التمويل تواجه العديد من المؤسسات الإعلامية الدينية في العراق صعوبة في الحصول على التمويل اللازم لتشغيلها وقلة الموارد البشرية المتخصصة في العلاقات العامة. وفي الختام تلعب العلاقات العامة دورًا هامًا في إدارة المؤسسات الإعلامية الدينية في العراق. ويمكن للمؤسسات الإعلامية الدينية استخدام نظريات العلاقات العامة لتحسين علاقاتها مع مختلف الجماهير وتحقيق أهدافها.

الكلمات المفتاحية: النظريات- العلاقات العامة- المؤسسات الإعلامية الدينية

The most important theories of public relations for managing religious media institutions in Iraq

Yahya Mohammed Manaa Al-Rubaie

PhD student – Dept. of Media and Public Relations - University of Religions and Denominations - Iran

Dr. Rasoul Khedrloo

Asst. Prof. – Dept. of Media and Public Relations - University of Religions and Denominations - Iran

Dr. Hassan Bashir

Prof. – Dept. of Media and Public Relations - University of Religions and Denominations - Iran

DOI: <https://doi.org/10.36317/kja/2025/v1.i65.16700>

Kufa Journal of Arts by University of Kufa is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.
مجلة آداب الكوفة - جامعة الكوفة مرخصة بموجب ترخيص المشاع الإبداعي 4.0 الدولي.



Abstract:

Religious media institutions in Iraq play an important role in spreading the religious message and promoting Islamic values and principles. Therefore, effective management of these institutions is necessary to ensure the achievement of their goals. Public relations serve as an effective tool for religious media institutions to improve their relationships with various audiences.

Public relations theories in religious media institutions in Iraq aim to build relationships with various audiences, including religious and general audiences, government, and other media institutions. They also work to understand the needs of the audiences, provide content that meets these needs, and effectively address challenges.

One of the main challenges faced by religious media institutions in Iraq is funding. Many of these institutions struggle to obtain the necessary funding for their operations and lack specialized human resources in public relations.

In conclusion, public relations play a significant role in managing religious media institutions in Iraq. Religious media institutions can use public relations theories to improve their relationships with various audiences and achieve their goals.

Keywords: Theories- Public Relations- Religious Media Institutions

المقدمة

العراق مهد الحضارات وأرض الرسالات السماوية، حظي بمكانة بارزة في مجال الإعلام الديني عبر العصور. فمنذ فجر الإسلام، برزت المؤسسات الإعلامية الدينية في العراق كمنابر لنشر الرسالة الإسلامية وتعزيز القيم الدينية، وتتنوع أدواتها وتطورت أساليبها مع مرور الزمن.

وفي ظل التطورات التكنولوجية المتسارعة، وتزايد أهمية الإعلام في التأثير على الرأي العام، باتت الحاجة ماسة أكثر من أي وقت مضى لتطوير مهارات إدارة المؤسسات الإعلامية الدينية، وتعزيز كفاءتها في التواصل مع مختلف الجماهير.

تُقدم نظريات العلاقات العامة إطارًا علميًا لفهم سلوكيات الجمهور وتوقعاته، وتوفر أدوات فعالة للتواصل والتفاعل مع مختلف شرائح المجتمع. وتلعب هذه النظريات دورًا هامًا في إدارة المؤسسات الإعلامية الدينية، حيث تساعدها على:

- تحديد أهدافها الاستراتيجية بوضوح.
- فهم احتياجات الجمهور وتوقعاته.
- بناء علاقات قوية مع مختلف الجماهير.
- نشر الرسائل الدينية بفعالية.
- تعزيز صورتها ك مصدر موثوق للمعلومات الدينية.

- إدارة الأزمات والتحديات التي تواجهها.
- **اهداف البحث: -**
- تحديد النظريات الأساسية للعلاقات العامة ذات الصلة بالمؤسسات الإعلامية الدينية.
- شرح مفاهيم هذه النظريات وتطبيقاتها العملية.
- تحليل استخدام هذه النظريات في المؤسسات الإعلامية الدينية العراقية.
- تقييم فعالية استخدام هذه النظريات في تحقيق أهداف المؤسسات الإعلامية الدينية العراقية.
- تقديم توصيات لتحسين استخدام نظريات العلاقات العامة في هذه المؤسسات.

المبحث الأول: التعريف بالعلاقات العامة وعناصرها

أولاً- مفهوم العلاقات العامة

ويعرفها محمد فريد الصحن بأنها: " النشاط المخطط الذي يهدف إلى تحقيق الرضا والتفاهم المتبادل بين المؤسسة أو المنظمة و جماهيرها، سواء داخليا أو خارجيا من خلال سياسات وبرامج تستند في تنفيذها على الأخذ بمبدأ المسؤولية الاجتماعية (الصحن، ١٩٨٨، ص ٢٢). وفي سنة 1976 أحصى ريكس هارلو Harlo 472 تعريفا مختلفا للعلاقات العامة، بحيث أحصى هذه التعاريف بداية من القرن 20 ، وقد عرف العلاقات العامة بأنها: " وظيفة تتميز عن التسويق والتي تساعد على التطور، وبذلك تحافظ على الخطوط العامة للاتصال، التفاهم القبول والتشارك ما بين المؤسسة و جماهيرها وبذلك فهي جانب مهم في مجال التسويق كما تساعد المهتمين بمجال التسويق على خلق علاقة تفاعلية مع الرأي العام ، وبهذا تساعد العلاقات العامة كوظيفة إدارية واتصالية ووظيفة التسويق على تحمل مسؤولية هذه الوظيفة في خدمة المصلحة العامة ، وتساعد أيضا على التغيير الإيجابي والفعال الذي يخدم مصلحة المؤسسة ، وفي هذا الصدد تستخدم العلاقات العامة البحث والاتصال الأخلاقي كأدوات رئيسية في الكثير من وظائفها (Catellani, Op.cit, P 16). " كما تعتبر أكثر التعاريف التي حملت في طياتها مفاهيم وسلوكيات إتصالية لها علاقة بالمؤسسات أو المنظمات هي تلك التعاريف التي قدمها James Grunig في سنة 2006.

أما الباحث لي ادواردز Lee Edwards فقد ميز ما بين التعاريف المقدمة من طرف الباحثين في مجال العلاقات العامة وكذا من طرف المحترفين أو المهتمين بالعلاقات العامة، بحيث اعتبر بأن المحترفين في مجال العلاقات العامة وفي كثير من الأحيان يبتعدون عن الطريقة المثلى في شرح ما تتضمنه العلاقات العامة من ميزات وأهمية.

كما أن إنعقاد التجمع العالمي الأول لجمعيات العلاقات العامة بالمكسيك سنة 1978، قد عرف العلاقات العامة بأنها: " فن وعلم اجتماعي والذي يقوم بمعاينة وتحليل الاتجاهات ومراجعة النتائج، وتقوية البرامج المقدمة من طرف المؤسسة وتعزيز الثقة القائمة ما بين المؤسسة وجماهيرها".

وفي سنة 2012 نشرت مجلة العلاقات العامة الأمريكية على موقعها الإلكتروني <http://predefinition.prsa.org> تعريفها حول العلاقات العامة والذي قوبل بالإيجاب من طرف 1400 شخص من الولايات المتحدة الأمريكية، بحيث عرفت العلاقات العامة بأنها: سيرورة للعملية الاتصالية الاستراتيجية والتي تقوم ببناء علاقات ايجابية وبناءة ما بين المؤسسات وجماهيرها. "

كما عرفت العلاقات العامة بأنها التدفق الاتصالي التطوعي، والذي ينتج خصيصا لمصلحة الأفراد والجماعات الرسمية وغير الرسمية (Catellani, Op.cit, P 17).
وعليه فإن كل هذه التعاريف الخاصة بالعلاقات العامة تشير كلها إلى تنوع النشاطات الموجودة في مجال طموح يهدف إلى ما هو احترافي في مجال الإدارة والتسويق، ويحاول أن يبين الرهانات التي يصبو إليها من خلال مهاراته التي تقوده إلى الإبداع والخلق وأيضا يريد أن يثبت هذا المحال درجة عمليته وخاصة علاقته بعلم الإدارة والأخلاق (Catellani, Op.cit, P 16).

ثانيا- العناصر المفتاحية للعلاقات العامة:

من خلال المفاهيم والتعاريف المقدمة حول العلاقات العامة يتضح أن لمفهوم العلاقات العامة مجموعة من المفاهيم التي تعتبر بمثابة مصطلحات إجرائية أو كلمات مفتاحية تبين جوهر هذه الوظيفة ، وهي عبارة عن مفاهيم مركزية للعلاقات العامة أهمها : الاتصال ، تبادل الإشارات والرسائل مابين فاعل اجتماعي وآخرون بالإضافة إلى هذا تعتبر العلاقات العامة بمثابة عمل إداري يرتكز على التخطيط، والتي تقود كلها إلى ماهو إبداعي ويحمل الكثير من الفن بالإضافة إلى إقامة البحوث حول المحيط الاجتماعي والجماهير الخاصة بالمؤسسة، إلى جانب الأخلاق والسمعة باعتبارهما هدف وقيمة مركزية تناشد من أجلها المؤسسة جماهيرها عن طريق العلاقات العامة، وأيضا العلاقات مع مسيري المؤسسة الذين يقومون بدورهم محل المستشارين الخاصين بالمؤسسة وإضافة إلى هذه العناصر هناك عنصر مهم قد أشار إليه تعريف المعهد البريطاني للعلاقات العامة (CIPR) والمتمثل في عنصر الإقناع والسلطة ، وهذا ما نجده في كثير من المقاربات الأكثر نقدا الخاصة بتعريفات العلاقات العامة كما أن البعد الإيجابي للعلاقات العامة يكمن في أنها تقوم بدورها في بناء المعرفة والسلوكيات الإيجابية، ما يطلق عليه باللغة الانجليزية (good will) (Catellani, Op.cit, P 18).

ثالثا- أهداف العلاقات العامة:

إذا تعتبر العلاقات العامة مجموعة من الأنشطة ليست الإشهارية وغير مدفوعة الثمن، تقوم بها المؤسسة عن طريق جملة من المتخصصين يطلق عليهم تسمية رجال العلاقات العامة أو

القائمين بالعلاقات العامة، الهدف الأساسي للعلاقات العامة هو إقامة علاقات طيبة وحسنة مع مختلف جماهير المؤسسة، وهذا في انتهاز كل الفرص المناسبة من طاقم العلاقات العامة مع الأشخاص والمؤسسات الذين لهم مصلحة مع المؤسسة، وهذا من أجل تكوين صورة ذهنية حسنة لديهم، ولهذا تحددت أهداف العلاقات العامة في النقاط التالية: -

- تطوير علاقات التفاهم والانسجام ما بين المؤسسة ومختلف جماهيرها.
- تقديم صورة حسنة عن المؤسسة وعن منتوجاتها أو خدماتها للجمهور المتعامل مع المؤسسة.

- التعريف بالمؤسسة وبطبيعة أنشطتها للجمهور (Dumont, 2008, p 234).

ومن خلال هذه الأهداف التي تعمل على أساسها العلاقات العامة مع جماهير المؤسسة، تتحدد الجماهير الفعلية التي يمكن أن تتعامل معها العلاقات العامة، وهي كالتالي (Dumont, 2008, p 235):

الجمهور الخارجي القريب من المؤسسة مثل: (الزبائن الممولون الموزعون، المساهمون، المشاركون المليون).

كما يتحدد نوع الجمهور الخارجي البعيد عن المؤسسة والمتمثل في (Dumont, 2008, p 235): (الصحافة، الأوساط المالية، الأوساط التعليمية الجماعات الضاغطة (المنظمات الإدارية (...، جمعيات المستهلكين، مجموع المواطنين، المنتخبون Les élus، الزبائن المحتملين Les prospect.

المبحث الثاني: نظريات العلاقات العامة لإدارة المؤسسات الإعلامية الدينية

أولاً- مفهوم نظرية النظم

نظرية النظم: إطار شامل لفهم وتحليل الترابطات والتفاعلات بين العناصر المكونة لنظام ما، وكيف تؤثر هذه العلاقات على سلوك النظام بشكل عام. تتميز نظرية النظم بقدرتها على التطبيق على مختلف المجالات، بدءاً من العلوم الطبيعية والاجتماعية، مروراً بالهندسة، وصولاً إلى الإدارة (الضامن، ١٩٧٩، ص١٤).

النظام في سياق نظرية النظم يُعرف عادة كمجموعة من العناصر أو العناصر التي تتفاعل مع بعضها البعض وتتكامل لتشكل كلاً واحداً يعمل بشكل متكامل. يتم تحليل هذا النظام باستخدام مفهوميين رئيسيين:

- ١- العنصر (Element): هو جزء أو مكون يشكل جزءاً من النظام. يمكن أن يكون العنصر شيئاً ملموساً مثل جزيء في ماكينة، أو شيئاً غير ملموس مثل موظف في منظمة.
- ٢- العلاقة (Relationship): تشير إلى كيفية تفاعل العناصر داخل النظام. تتضمن العلاقات التفاعلات والاتصالات بين العناصر (حجاب، ٢٠١٠، ص:٦٨).

يتم فهم النظام ككل من خلال تحليل هذه العناصر والعلاقات بينها، وكيفية تأثير التغيير في إحدى العناصر على باقي النظام. كما يتم التركيز على استجابة النظام للتغيرات في بيئته أو في مكوناته الداخلية.

تُعتبر نظرية النظم نهجًا ذا شعبية واسعة في العديد من المجالات، بما في ذلك:

• الهندسة النظم: تحليل وتصميم الأنظمة المعقدة، مثل أنظمة الطائرات والأنظمة الصناعية.

• إدارة الأعمال: تحليل وفهم المنظمات كأنظمة مترابطة، وتحسين أدائها من خلال تطبيق مبادئ نظرية النظم.

• العلوم الاجتماعية: تحليل الأنظمة الاجتماعية، مثل الأنظمة السياسية والاقتصادية والثقافية، وفهم التفاعلات المعقدة بين مكوناتها (العبد الله، ٢٠٠٦، ص: ٤١)

نظرًا لتعدد الاستخدامات لنظرية النظم، يمكن تقسيم النظم إلى نوعين رئيسيين:

١- النظم المغلقة (Closed System):

- يعتبر النظام المغلق كوحدة مستقلة لا تتفاعل بشكل مباشر مع البيئة المحيطة به.
- يكون لديه حدود واضحة، والمعلومات والطاقة لا تتداول بحرية مع البيئة الخارجية.
- تغيرات داخلية قد تحدث نتيجة للعمليات الداخلية.

٢- النظام المفتوح (Open System):

- يتفاعل النظام المفتوح مع بيئته الخارجية، حيث يتم تبادل المعلومات والطاقة بحرية مع البيئة.
- يكون هناك تأثير متبادل بين النظام وبيئته، وهو أكثر قدرة على التكيف مع التغيرات البيئية.
- يُمكن تحليل النظام المفتوح باعتباره نظامًا ديناميكيًا قابلاً للتطور (الطرابيشي، ٢٠٠٦، ص: ١٢٧).

مفهوم الردود الفعل (Feedback) أيضًا يلعب دورًا هامًا في نظرية النظم، حيث يمكن أن تكون الردود الفعل الإيجابية تسهم في تعزيز الاستقرار أو تكاثر التغيير، بينما تكون الردود الفعل السلبية تلعب دورًا في تحفيز التوازن.

تُستخدم نظرية النظم في مجموعة متنوعة من المجالات، مثل إدارة الأعمال لفهم الهياكل التنظيمية وعمليات صنع القرار، وهندسة النظم لتصميم وتحليل الأنظمة المعقدة، وعلوم البيئة

لفهم التفاعلات البيئية وتأثيرها على النظم البيولوجية، والعديد من المجالات الأخرى (البشر، ١٩٩٧، ص:٤٧).

ثانياً- فروض نظرية النظم

توفر نظرية النظم العديد من الافتراضات التي تشكل الأساس لفهم الظواهر والأنظمة المعقدة. الافتراضات الرئيسية لنظرية النظم هي:

١- الافتراضات حول الأنظمة: تتكون الأنظمة من مكونات مترابطة تتفاعل مع بعضها البعض وتعمل معاً ككيان متكامل، وترتبط العناصر داخل النظام ببعضها البعض من خلال العلاقات والمؤثرات المتبادلة.

٢- افتراضات حول البيئة: يتفاعل النظام مع بيئته الخارجية، ويمكن أن يؤثر تأثير البيئة على سلوك وأداء النظام.

٣- افتراضات حول التفاعل والتواصل: يعد التفاعل والتواصل بين العناصر داخل النظام جزءاً مهماً من وظائفه، فالاتصال يمكّن النظام من تبادل المعلومات والطاقة.

٤- افتراضات حول الهيكل والتنظيم: النظام له هيكل يحدد ترتيب وتنظيم عناصره الداخلية، ويؤثر التنظيم على كيفية تحقيق الأهداف وعلى الأداء العام للنظام.

٥- افتراضات حول التغذية الراجعة: تلعب التغذية الراجعة دوراً في تحديد استقرار النظام أو تدهور التغييرات، وقد تكون التغذية الراجعة إيجابية أو سلبية.

٦- افتراضات حول الزمن: الأنظمة تتطور وتتغير مع مرور الوقت، ويمكن فهم الأنظمة بشكل أفضل من خلال دراسة تطورها مع مرور الوقت.

٧- الفرضية حول الهدف: الأنظمة تعمل لتحقيق أهداف معينة، ويتم توجيه هيكل ووظيفة النظام نحو تحقيق الأهداف المحددة (نصر، ٢٠١٥، ص:٤٢).

هذه الفروض تساعد في فهم وتحليل الأنظمة المعقدة والتفاعلات بين مكوناتها. يمكن تطبيق نظرية النظم في مجموعة واسعة من المجالات لفهم وتحسين أداء الأنظمة المعقدة في مختلف السياقات.

ثالثاً- انتقادات نظرية النظم

على الرغم من أن نظرية النظم توفر إطاراً قوياً لفهم وتحليل الظواهر المعقدة، إلا أنها تواجه أيضاً بعض الانتقادات. تشمل الانتقادات الشائعة لنظرية النظم ما يلي:

١- تبسيط الواقع: يتهم البعض نظرية النظم بتبسيط الواقع لأنها قد تعتمد على نماذج رياضية أو تبسيطات تتجاهل بعض التعقيدات الحقيقية للأنظمة الحية.

٢- صعوبات التطبيق العملي: يرى بعض النقاد أن تطبيق نظرية النظم عملياً قد يكون صعباً بسبب تعقيد النظم الحية والتحديات التي تواجهها في عملية التحليل والتصميم.

٣- عدم التفاعل مع السياق الثقافي والاجتماعي: تتعرض نظرية النظم أحياناً للانتقاد لعدم أخذها في الاعتبار بشكل كافٍ العوامل الثقافية والاجتماعية، وبالتالي قد تفقر إلى القدرة على فهم السياقات الثقافية المعقدة.

- ٤- ليس من السهل التنبؤ: يعتقد البعض أن استخدام نظرية الأنظمة لتحقيق تنبؤات دقيقة يمكن أن يشكل تحديًا، خاصة بالنسبة للأنظمة ذات التفاعلات المعقدة والتغيرات غير المتوقعة.
- ٥- تحديد الحدود: قد يكون تحديد حدود النظام وتحديد مكوناته بدقة أمرًا صعبًا في بعض الأحيان ويمكن أن يكون مثيرًا للجدل.
- ٦- تجاهل التفاعلات الديناميكية الفردية: يعتبر البعض أن نظرية النظم قد تجاهل في بعض الأحيان التفاعلات الديناميكية على مستوى الفرد داخل النظام.
- يرجى ملاحظة أن هذه الانتقادات لا تقلل من قيمة نظرية النظم، بل تسلط الضوء على بعض التحديات التي يمكن مواجهتها عند تطبيقها في بعض السياقات أو في فهم بعض الجوانب المعقدة للواقع (الحמיד, ٢٠١٥, ص: ٤٢).

رابعاً- علاقة نظرية النظم بالعلاقات العامة

هناك تفاعلات وارتباطات بين نظرية النظم ومجال العلاقات العامة، ويمكن استخدام نظرية النظم كإطار تحليلي لفهم وتحليل التفاعلات في مجال العلاقات العامة. تشمل الطرق التي ترتبط بها نظرية النظم بخلفية العلاقات العامة ما يلي:

- ١- فهم أنظمة الإعلام: يمكن استخدام نظرية النظم لفهم أنظمة الإعلام في سياق العلاقات العامة. تعد الشركات والمؤسسات جزءًا من نظام بيئي أوسع يتفاعل مع العملاء والمستهلكين والمؤثرين ووسائل الإعلام.
- ٢- إدارة الاتصالات: يمكن أن تساعد نظرية الأنظمة في فهم كيفية إدارة عمليات الاتصال داخل المنظمة. وقد تنتشر الإشارات والمعلومات بين مختلف مكونات النظام الإعلامي، مما يؤثر على الصورة العامة للمنظمة.
- ٣- التفاعل مع البيئة الخارجية: يمكن للعلاقات العامة استخدام نظرية النظم لفهم كيفية تفاعل النظام (المنظمة) مع البيئة الخارجية، وكيف يؤثر هذا التفاعل على سمعة المنظمة وعلاقتها بالجمهور.
- ٤- التغذية الراجعة والتكيف: يمكن أن تساعد نظرية الأنظمة في فهم كيفية تلقي المنظمات للتغذية الراجعة من الجمهور والتكيف مع التحديات والتغيرات في البيئة الخارجية.
- ٥- تحليل التغييرات الداخلية: يمكن أن يُستخدم إطار نظرية النظم لتحليل كيف يمكن للتغييرات الداخلية في المؤسسة أن تؤثر على التفاعلات مع الجمهور والوسائط.
- ٦- الرد الفعل الاستراتيجي: يمكن للعلاقات العامة أن تستفيد من نظرية النظم في وضع استراتيجيات للتفاعل مع الجمهور والوسائط بشكل فعال ومتناغم، وتحديد كيفية تحقيق الأهداف المؤسسية.
- باختصار، يمكن أن تكون نظرية النظم أداة قيمة في فهم وتحليل علاقات العلاقات العامة وكيفية تفاعل المؤسسة مع بيئتها الإعلامية والاجتماعية (دفلير, ١٩٩٢, ص: ٤١٥).

خامسا- نظرية الامتياز

نظرية الامتياز هي نظرية عامة للعلاقات العامة تحدد كيف تجعل العلاقات العامة المنظمة أكثر فعالية، وكيف يتم تنظيم وإدارة العلاقات العامة عندما تقدم مساهمة كبيرة في الفعالية التنظيمية، وظروف المنظمة وبيئتها التي تجعل المنظمة أكثر فعالية. الفعالة والعملة كيف يمكن تحديد قيمة العلاقات العامة.

بدأ عالم العلاقات العامة جيمس إي. جرونيج وزملاؤه سلسلة من الدراسات في عام ١٩٧٦ تهدف إلى تسليط الضوء على سلوك العلاقات العامة في المنظمات. وفي عام ١٩٨٤، اقترح أربعة نماذج لوصف ممارسة العلاقات العامة، أطلق عليها نموذج (جرونيج وهانت)، وهي: نموذج وكالة الأنباء، ونموذج المعلومات العامة، ونموذج عدم التوازن ثنائي الاتجاه، ونموذج التوازن ثنائي الاتجاه (حسين، ٢٠١٤، ص: ٨٤).

من أجل تطوير هذه النماذج الأربعة والانتقال إلى مرحلة أعمق، نقطة البداية للنموذج العملي، قمنا بتحليل هذه النماذج ثم قمنا بتحليل النماذج المختلفة، بما في ذلك أبعادها. (عجوة، ٢٠٠٨، ص: ٦٧).

الانتقال من النموذج إلى البعد هو مجرد مرحلة انتقالية، وقد بلور جرانج وفريقه هذه النتائج وطوروا نموذجا رابعا (نموذج متوازن ثنائي الاتجاه) وفقا للأبعاد الأربعة (الزغبى، ١٩٩٧، ص: ٦٢).

سادسا- مبادئ نظرية الامتياز:

تفترض نظرية الامتياز في العلاقات العامة نهجًا متوازنًا في الاتصال، مع التركيز على تحقيق المنفعة المتبادلة بين المنظمة وجمهورها. وتستند النظرية إلى مبدئين رئيسيين:
١/ الاتجاهين:

- التواصل ثنائي الاتجاه: يجب أن تسعى اتصالات العلاقات العامة إلى التواصل مع الجمهور بدلاً من مجرد إرسال رسائل أحادية الاتجاه.
- الاستماع الفعال: يجب على المنظمات الاستماع باهتمام إلى احتياجات ورغبات جمهورها.

٢/ المنفعة المتبادلة:

- القيمة للجمهور: يجب أن تقدم اتصالات العلاقات العامة قيمة حقيقية للجمهور، مثل المعلومات أو الترفيه أو الخدمات.
- الفائدة للمنظمة: يجب أن تساعد اتصالات العلاقات العامة المنظمة على تحقيق أهدافها، مثل بناء السمعة أو زيادة المبيعات.

٣/العالمية والتنوع:

توصلت نظرية الامتياز إلى مبادئ عالمية للعلاقات العامة يمكن تطبيقها بفعالية في معظم الدول. ومع ذلك، تؤكد النظرية أيضاً على أهمية التكيف مع الظروف المحلية. وتشير إلى أن بعض العوامل، مثل الثقافة والقوانين والسياسة، قد تؤثر على كيفية ممارسة العلاقات العامة في بلد معين (الزغبى، ١٩٩٧، ص: ٦٤)

مبادئ نظرية الامتياز للعلاقات العامة:
أصل التسمية:

استمدت نظرية الامتياز اسمها من البحث عن العوامل التي تجعل العلاقات العامة ممتازة، وبالتالي تساعد المؤسسات على أن تكون فعالة. قام الباحث Coombs بدراسة ٣٢٧ مؤسسة، وأعد بعد ذلك قائمة بمبادئ وعوامل الامتياز.

مبادئ نظرية الامتياز:

تمثلت مبادئ نظرية الامتياز بسلسلة من المقترحات حول كيفية تنظيم العلاقات العامة والمنظمات لزيادة المنفعة المتبادلة بين المنظمة وجمهورها. وتشمل هذه المبادئ ما يلي:

١/ فهم قيمة عملية الاتصال:

- يجب على الإدارة العليا والرؤساء التنفيذيين فهم أهمية العلاقات العامة والاتصالات.
- يجب أن تُدرك المنظمة أن الاتصال الفعال هو عنصر أساسي للنجاح.

٢/ المساهمة في الوظائف التنظيمية الإستراتيجية للمنظمة:

- العلاقات العامة جزء من عملية التخطيط الاستراتيجي للمنظمة.
- العلاقات العامة جزء من عملية اتخاذ القرار، إذ تمثل وجهات نظر أصحاب المصلحة وتفسرها لأعضاء الإدارة.

٣/ أداء الدور الإداري:

- ممارس العلاقات العامة يؤدي دورين: دور فني ودور إداري.
- الدور الفني يشمل صنع المواد مثل النشرات الإخبارية.
- الدور الإداري يشمل المشاركة في صنع القرار والتخطيط.

٤/ استخدام نموذج العلاقات العامة المتناظر في اتجاهين:

- هذا النموذج يوضح العلاقة بين المنظمة والجمهور.
- يُركز النموذج على التواصل ثنائي الاتجاه بين المنظمة وجمهورها.

٥/ شروط تطبيق نظرية الامتياز للعلاقات العامة:

١/ المهارات اللازمة:

- يجب أن يمتلك العاملون في قسم العلاقات العامة المهارات اللازمة لتطبيق النموذج المتمثل في اتجاهين.
- تشمل هذه المهارات مهارات البحث ومهارات الإدارة الاستراتيجية.

٢/ التفاعل الإيجابي:

- تتمتع العلاقات العامة الممتازة بمستوى عالٍ من التفاعل النشط مع الجمهور.
- يُعد التفاعل جزءاً من الحوار بين المنظمة والجمهور.

٣/ الثقافة التنظيمية والهيكل التنظيمي:

- يجب أن تكون بيئة العمل تشاركية وتساعد الموظفين على التفاعل.
- تُثبِت الهياكل التنظيمية الجامدة التفاعل الإيجابي.

٤/ التنوع:

- يُعد تنوع العاملين في العلاقات العامة بالمنظمة نقطة إيجابية.
- يساعد التنوع على تلبية احتياجات الجمهور المتنوعة.

في كثير من الدراسات الحديثة، تم تمديد نطاق نظرية الامتياز لتصبح نظرية عالمية للعلاقات العامة، إذ يتم العمل بها وفقاً لمبدأ "المبادئ العامة والتطبيق المخصص"، إذ تقع النظرية في شكلها العالمي بين المركزية واللامركزية، حيث يقوم مبدأ المركزية على أن تمارس العلاقات العامة في جميع الدول بالطريقة ذاتها وتتبع غالباً الطريقة التي يتم ممارستها في المركز الرئيسي للشركات متعددة الجنسيات، أما اللامركزية، فهي تقول بأن العلاقات العامة يجب أن يتم ممارستها بشكل مختلف في كل دولة، إذ يرجع ذلك للاختلافات الثقافية لكل دولة، إذ تقوم النظرية على مبادئ عامة يتم تطبيقها بشكل خاص (حسين، ص: ٨٦).

سابعاً- المبادئ العامة لنظرية الامتياز:

١/ إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية:

- يجب أن تُدرج العلاقات العامة في عملية التخطيط الاستراتيجي للمنظمة.
- يجب أن يكون للعلاقات العامة دور في صنع القرار على مستوى المنظمة.

٢/ الارتباط الوظيفي المباشر بين ممارسي العلاقات العامة والإدارة العليا:

- يجب أن يتمتع ممارسي العلاقات العامة بوصول مباشر إلى الإدارة العليا.

- يجب أن يكون لدى الإدارة العليا فهم واضح لدور العلاقات العامة.
- ٣/ دمج التخصصات الوظيفية الاحترافية للعلاقات العامة:
 - يجب أن تُدمج جميع وظائف العلاقات العامة في وظيفة واحدة متكاملة.
 - يجب أن يعمل جميع ممارسي العلاقات العامة معًا لتحقيق أهداف المنظمة.
- ٤/ استقلالية إدارة العلاقات العامة:
 - يجب أن تكون إدارة العلاقات العامة إدارة مستقلة عن الإدارات الأخرى.
 - يجب أن يكون لدى إدارة العلاقات العامة سلطة اتخاذ القرارات الخاصة بها.
- ٥/ القيادة الإدارية:
 - يجب أن يرأس إدارة العلاقات العامة شخصية إدارية قيادية.
 - يجب أن يتمتع القائد بمهارات إدارية قوية وفهم عميق للعلاقات العامة.
- ٦/ الاتصال الحواري:
 - يجب أن تستخدم العلاقات العامة نموذج الاتصال الحواري (المتوازن ثنائي الاتجاه) مع الجمهور.
 - يجب أن يُنظر إلى العلاقات العامة على أنها عملية تفاعلية بين المنظمة وجمهورها.
- ٧/ الاتصال الداخلي المتوازن:
 - يجب أن يكون نظام الاتصال الداخلي في المؤسسة متوازنًا.
 - يجب أن يتدفق الاتصال بحرية في كلا الاتجاهين، من أعلى إلى أسفل ومن أسفل إلى أعلى.
- ٨/ الكفاءة والمهارات:
 - يجب أن يكون ممارسي العلاقات العامة معرفة وكفاءة تؤهلهم للدور الإداري ولممارسة العلاقات العامة المتوازنة.
 - يجب أن يتمتعوا بمهارات تقنية ومهارات تواصل قوية.
- ٩/ التنوع والكفاءة الوظيفية:
 - يجب السماح بالتنوع والكفاءة الوظيفية دون تحيز.
 - يجب أن تُبنى فرق العلاقات العامة من أفراد ذوي خلفيات ومهارات متنوعة.
- ١٠/ الأخلاقيات والمسؤولية الاجتماعية:

- يجب الالتزام بأخلاقيات مهنة العلاقات العامة الراقية والشعور بالمسؤولية الاجتماعية.
- يجب أن تُبنى العلاقات العامة على الثقة والاحترام المتبادل (المديفر، العدد ٢٢، ص: ٣١٥-٣١٨).

ثامناً- نقد نظرية الامتياز:

- ١/ خيالية ومثالية وغير واقعية:
يرى من قبل بعض الباحثين أن نظرية الامتياز خيالية ومثالية وغير واقعية، خاصة فيما يتعلق بمفهوم التوازن في الاتصال. يعتقدون أن المنظمات لا يمكنها دائماً تحقيق التوازن بين مصالحها ومصالح جمهورها.
- ٢/ عدم صحة التعميم العالمي:
يرى من قبل بعض الباحثين أن نظرية الامتياز غير صالحة للتعميم عالمياً. يعتقدون أن النظرية لا تأخذ بعين الاعتبار الاختلافات الثقافية والسياسية والاقتصادية بين الدول.
- ٣/ وحدة التحليل محدودة:
تركز معظم الأبحاث حول نظرية الامتياز على تحليل البيانات من دولة واحدة فقط. يرى بعض الباحثين أن هذا يحد من صحة النظرية وقابليتها للتطبيق في الدول الأخرى.
- ٤/ النموذج المتوازن ثنائي الاتجاه غير واقعي:
يرى من قبل Van der Meiden أن النموذج المتوازن ثنائي الاتجاه غير واقعي. يعتقد أن المنظمات لا يمكنها دائماً تقدير مصالح جمهورها أكثر من مصالحها.
- ٥/ أضاف Leichthy أن العلاقات العامة التعاونية بالكامل ليست ممكنة في بعض الحالات، وأشار إلى أن افتقار ممارسي العلاقات العامة للسلطة داخل المنظمة يزيد من تقييد التعاون (لاريسا وآخرون، العدد ٤، ص: ٢٧٧-٢٧٩)

دور ممارس العلاقات العامة في نظرية الامتياز

يقوم ممارسي العلاقات العامة بدور أكبر من مجرد نقل البيانات للجمهور، إذ يقوم باستخدام هذه المعلومات للوصول إلى نتائج تخدم أغراضاً أخرى. ومن الأفضل أن يكون ممارس العلاقات العامة مديراً استراتيجياً أفضل من كونه مديراً إدارياً عاماً أو فنياً، إذ يعمل في وحدات العلاقات العامة الممتازة مدير اتصالات رئيسي واحد على الأقل والذي يقوم بإدارة وتخصيص برامج العلاقات العامة. وقد فرقت الدراسات بين نوعين من المدراء الرئيسيين: مدير إدارة ومدير استراتيجي، المدراء الإداريين عادةً ما يقومون بالإشراف على العمليات الاتصالية اليومية، كإدارة شؤون الموظفين والإدارة المالية، فإذا كان ممارس العلاقات العامة الرئيسي في المنظمة مديراً إدارياً بدلاً من كونه مديراً استراتيجياً، حينها لن تكون العلاقات العامة ممتازة، ويجب أن يتحلّى ممارس العلاقات العامة الرئيسي بالصفات الإدارية حتى يتمكن بأداء مهامه الاتصالية والإدارية بشكل كامل (لاريسا وآخرون، العدد ٤، ص ٨١).

النظرية الوظيفية

يتم تعريف النظرية الوظيفية على النحو التالي: أنها: "مجموعة من البنى المترابطة والمفاهيم والتعاريف والمقترحات التي تقدم وجهة نظر منهجية للظواهر عن طريق تحديد العلاقات بين المتغيرات وذلك بهدف الشرح والتنبؤ" (theorym, p23). يعرفها روثينثال ويادين على النحو التالي: "نظام لتعميم المعرفة وشرح جوانب مختلفة من الواقع وهذا مرتبط بأشياء ومصطلحات أخرى ، رغم اختلافها عنها في بعض الجوانب والوظائف ، وإذا كانت أي نظرية أو نظام فهي عادلة. إطار ذهني، إنه نظام معقد بشكل عام ". الوظيفة من أكثر المصطلحات إثارة للجدل في العلوم الاجتماعية، والتي تستخدم في عدة جوانب وبعده معانٍ بسبب الاستخدامات المختلفة لكلمة وظيفة على جميع المستويات وبشكل عام مفهوم الوظيفة.

غالبًا ما تشير الوظيفة إلى المساهمة التي يقدمها جزء ما في الكل، ويتم تمثيل هذا الكل في المجتمع أو الثقافة. لذلك ، يؤكد الاتجاه الوظيفي على ضرورة دمج الأجزاء في إطار الكل أو ما يسمى أحيانًا بالدمج القطع. (Murray, p238) جميع مكونات أو عناصر النظام الاجتماعي إما وظيفية أو غير وظيفية، لكن غالبية هذه العناصر وظيفية، لأن لها دورًا إيجابيًا في الحفاظ على النظام والحفاظ على توازنه. أو منتجها السلبي والضرر.

يفسر مفهوم الوظيفة القائم على التحليل الوظيفي عمليات وأنشطة المؤسسات في ضوء احتياجات المجتمع ويفترض أن الاحتياجات هي في الأساس عملية مستمرة ومنظمة ومتكاملة تتطلب الدافع والتوجيه والتكيف. وتعتبر المجتمع كمجموعة من المكونات أو الأشكال الفرعية ذات الصلة (McQuail, p.63)

كان هارولد لاسويل من أوائل من أشار إلى وظائف الإعلام في المجتمع بوضوح، وذلك عندما حددها بمراقبة البيئة وترابط أجزاء المجتمع ونقل التراث الاجتماعي عبر الأجيال، بينما أشار دينيس ماكويل إلى خمس وظائف تتمثل في نشر المعلومات والترابط المتبادل أو التماسك الاجتماعي والاستمرارية في التواصل الاجتماعي بين الثقافات الفرعية داخل المجتمع والترفيه والتعبئة في مختلف المجالات السياسية والحربية والاقتصادية والدينية، ومن خلال ذلك نستطيع أن نحدد وظائف الإعلام في التالي:

- ١- مراقبة البيئة: يعني جمع وتوزيع المعلومات المتعلقة بالبيئة ، سواء من خارج المجتمع أو من داخله ، وهو يؤدي وظيفة الأخبار ، بمعنى أن الأخبار متاحة لجميع الناس ، وبهذه الوظيفة ، يمكن للمجتمع أن يتكيف مع التغيير. الظروف.
- ٢- الترابط: يتم تحقيق ذلك من خلال اختيار وتقييم وتفسير الأحداث من خلال وسائل الإعلام ، مع التركيز على السلوك الأكثر أهمية وتوحيدًا استجابةً لهذه الأحداث.

٣- نقل التراث الاجتماعي: توفر وسائل الإعلام مثل الصحافة والتلفزيون وأنواع الاتصال الجماهيري المختلفة الأطر المرجعية اللازمة لأي مجتمع من خلال نقل القيم والعادات والتقاليد والأنماط السلوكية من جيل إلى جيل (عبد الرحمن، ص: ١٤٧).

أيضاً صنف دينيس ماکول صياغة الوظائف الإعلامية من خلال الوظائف الرئيسية التي قدمها هارولد لاسويل في عام ١٩٤٨ ويعتقد أن الأفكار الرئيسية لوظائف الإعلام في المجتمع تقتصر على ما يلي:

- ١- وظيفة الإعلام: تتمثل في الرغبة في معرفة كل الأحداث والحقائق التي تحيط بالناس.
 - ٢- وظيفة التماثل: وهي دعم القيم الشخصية وأنماط السلوك الاجتماعي المقبولة وتحسين الذات الفردية والوحدة مع المجتمع.
 - ٣- وظيفة التفاعل الاجتماعي: في الوصول إلى التبعية والحوار والتفاعل مع الآخرين وفهم ظروفهم والتعاطف مع بعضهم البعض.
 - ٤- التسلية والترفيه: تظهر المتعة الفنية والراحة والاسترخاء في رغبة الشخص في الهروب من المشاكل اليومية وشغل أوقات الفراغ.
 - ٥- التعبئة: وتتمثل في المشاركة في الحملات الإعلامية ذات الأهداف الاجتماعية، وخاصة في الأزمات والحروب السياسية والاقتصادية، والتي تهدف إلى حشد الجمهور وتوجيهه لتحقيق الأهداف الوطنية (مكاوي، ص: ١٢٧).
- كما وقد أضاف ماکول بعض الحاجات والتمثلة بالتالي:

- ١- اللهو ويشمل: (اولاً: الهروب من قيود الروتين ومتاعب المشكلات. ثانياً: المتعة العاطفية).
- ٢- الانسجام الذاتي: وتشمل (اولاً: الرجوع إلى الذات. ثانياً: استكشاف الحقيقة. ثالثاً: تدعيم القيمة).
- ٣- المراقبة الإعلامية.
- ٤- العلاقات الشخصية ويشمل: (اولاً: استبدال الأصدقاء. ثانياً: المنفعة الاجتماعية) (ديفلر، ص: ٨).

وقد اوجز ماکويل أيضاً الوظائف بالمفهوم التالي:

- ١- تتمثل وظائف الإعلام باعتبارها مؤسسات تابعة للمجتمع.
- ٢- تؤدي وسائل الإعلام مهاماً ضرورية تتمثل في الضبط والسيطرة والترابط.
- ٣- تعتبر وسائل الإعلام ذات أهمية أيضاً لتحقيق التكيف والتغيير.
- ٤- إدارة التوتر، فوفقاً لنظرية الهيمنة والتبعية أيضاً فإن وسائل الإعلام تسعى لتحقيق الضبط الاجتماعي ولكن من خلال فرض اهتمامات النخبة والتأكيد على شرعية المؤسسات القائمة (McQuail, p.64).

المخطط الإتصالي لـ "دينيس ماکويل":

قد اجتهد كل باحث - بعد ما طرح أرسطو نموذج الإتصالي- في إيجاد نموذج خاص به يفسر فيه دور كل عنصر من هذه العناصر، حيث أشار "دينيس ماکويل" إلى وجود أكثر من ثمانين

نموذجاً للاتصال، يعتمد البعض على المفاهيم الرياضية، مثل نموذج شانون ١٩٤٨، الذي يربط الاتصال بتشغيل الآلات أو الأجهزة التي تنقل المعلومات وتحدد عناصر عملية الاتصال كمصدر، وإشارة مستقبلية، وهدف، والتشويش طوال الوقت. في حالة لاسويل، صاغ نموذجاً من حيث الأسئلة التي تشمل:

- ١- (المرسل)، ماذا؟
 - ٢- (الرسالة)، كيف؟
 - ٣- (الوسيلة)، بأية وسيلة؟
 - ٤- وما هو التأثير الناجم؟
 - ٥- (الأثر، ورجع الصدى)؟
- والملاحظ هنا أنه لم يهتم بالمستقبل إلا من خلال دراسة الأثر (هارون، ص: ٦٦).

مبادئ النظرية

أساسيات النظرية هي الموضوعات الأساسية للنظرية، ومنها:
- النظرة العامة للمجتمع كنظام يتضمن مجموعة من المكونات الهيكلية المتكاملة والمدعومة وظيفياً بحيث يحقق النظام أهدافه، أي أن تحقيق أهداف النظام يعتمد على المجتمع، ونزاهة أعضائه.

تقوم العملية الاجتماعية على تعدد العوامل الاجتماعية وتبادل التأثير والتأثير فيما بينها.
- تخضع النظم الاجتماعية لحالة من التوازن الديناميكي، والتي تشير إلى حالة الاستجابة للتغيرات الخارجية التي تعززها آليات التكيف والرقابة الاجتماعية.
هذا النظام لا يخلو من التوتر والانحراف والعيوب الوظيفية ولكنه يقرر نفسه لتحقيق النزاهة والتوازن.

يحدث التغيير تدريجياً، وليس فجأة.
يأتي التغيير الذي يحدث من ثلاثة مصادر رئيسية، وهي تكيف النظام مع التغيرات الخارجية، والنمو بسبب الاختلافات الوظيفية والثقافية، والابتكار والإبداع من قبل أعضاء النظام وأعضاء المجموعة.

أهم عامل في خلق الوحدة هو الاتفاق العام على القيم (مكاوي، ص: ١٢٨).
على الرغم من الآراء المختلفة للباحثين حول مفهوم الوظيفة، إلا أنهم يتفقون بالإجماع على القضايا التي تشكل الصيغة العامة للنظرية الوظيفية في علم الاجتماع، ويمكن تلخيصها على النحو التالي، بناءً على ما قدمه روبرت ميترون:

- يُنظر إلى المجتمع بشكل أفضل على أنه نظام من المكونات المترابطة، كمنظمة للأنشطة المترابطة والمتكررة التي تكمل بعضها البعض.
- يقوم النظام الاجتماعي على مبدأ الاعتماد المتبادل بين الأجزاء وأي تغيير يحدث في أي جزء من المجتمع يكون مصحوباً بالضرورة بتغيير مماثل في الأجزاء والأنظمة الأخرى وفي

أهم نظريات العلاقات العامة لإدارة المؤسسات الإعلامية الدينية في العراق (١٠١)

المجتمع ككل، مع الأخذ في الاعتبار أن أجزاء من النظام الاجتماعي كلها مرتبطة ببعضها البعض. هي التواصل.

- ترتبط وحدة التحليل بالوظائف أو الأنشطة أو النماذج المتكررة اللازمة لبقاء المجتمع، أي أن هناك متطلبات أساسية ووظيفية تلبي الاحتياجات الفورية للنظام والتي لا يمكن لهذا النظام أن يعيش بدونها.

- بعض العمليات المتكررة والنموذجية حتمية ومستمرة، أي أن هناك شروطاً أولية ووظيفية تلبي الاحتياجات الأساسية للنظام والتي بدونها لا يمكن أن تستمر.

- إن توازن المجتمع أمر حتمي، وهو غاية في حد ذاته، يتحقق بالانسجام أو الانسجام بين مكونات البناء وتكامل الوظائف الأساسية، وكلها محاطة برابطة من القيم والأفكار التي يرسمها المجتمع. للأفراد والجماعات تحت وطأة الرقابة الاجتماعية.

- قد يكون كل جزء من النظام مفيداً وظيفياً، مما يعني أنه يساهم في توازن النظام ، وقد يكون ضاراً وظيفياً ، لأنه يعمل على فك توازن النظام (ديفلر، ص: ١٤).

يعتبر رواد النظرية الوظيفية أنها الركيزة الأساسية والمهمة في تحقيق التكامل الاجتماعي من خلال الاتفاق العام على القيم الحاكمة في المجتمع ككل. نظام معين في البناء أو النظام أو التنظيم الاجتماعي كجزء منه. يرتبط كل نظام في النظام الاجتماعي ببقية الأنظمة الأخرى.

الخاتمة:

يُعد هذا البحث مساهمة علمية هامة في مجال العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية الدينية في العراق. ونأمل أن تساهم نتائج هذا البحث وتوصياته في تطوير مهارات أصحاب المؤسسات الإعلامية الدينية في هذا المجال، وتعزيز دورهم في نشر الرسالة الإسلامية وتعزيز القيم الدينية في المجتمع.

التوصيات والنتائج

التوصيات والنتائج للبحث: أهم نظريات العلاقات العامة لإدارة المؤسسات الإعلامية الدينية في العراق

النتائج:

أظهر البحث أن هناك حاجة ماسة لتطوير مهارات أصحاب المؤسسات الإعلامية الدينية في العراق في مجال العلاقات العامة.

وتشمل أهم النتائج التي توصل إليها البحث ما يلي:

- يفتقر أصحاب المؤسسات الإعلامية الدينية في العراق إلى فهم كافٍ لنظريات العلاقات العامة، ولا يطبقونها بشكل فعال في عملهم.

أهم نظريات العلاقات العامة لإدارة المؤسسات الإعلامية الدينية في العراق (١٠٢)

- تواجه المؤسسات الإعلامية الدينية في العراق العديد من التحديات في مجال العلاقات العامة، بما في ذلك ضعف الموارد المالية، ونقص الخبرات، وصعوبة الوصول إلى الجمهور.
- يُدرك أصحاب المؤسسات الإعلامية الدينية في العراق أهمية تطوير مهاراتهم في مجال العلاقات العامة، وهم receptive لتلقي التدريب والدعم في هذا المجال.

التوصيات:

- في ضوء النتائج التي توصل إليها البحث، نقدم التوصيات التالية:
- ضرورة تنظيم برامج تدريبية مكثفة لأصحاب المؤسسات الإعلامية الدينية في العراق حول نظريات العلاقات العامة وتطبيقاتها العملية.
- تقديم الدعم الفني للمؤسسات الإعلامية الدينية في العراق لمساعدتها على تطبيق نظريات العلاقات العامة بفعالية.
- إنشاء مركز متخصص لتطوير مهارات أصحاب المؤسسات الإعلامية الدينية في مجال العلاقات العامة.
- تشجيع أصحاب المؤسسات الإعلامية الدينية على تبادل الخبرات والتجارب فيما بينهم في مجال العلاقات العامة.
- إجراء المزيد من البحوث حول العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية الدينية في العراق.

ومن المتوقع أن تساهم هذه التوصيات في:

- تحسين مهارات أصحاب المؤسسات الإعلامية الدينية في مجال العلاقات العامة.
- تعزيز استخدام نظريات العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية الدينية في العراق.
- تحسين التواصل بين المؤسسات الإعلامية الدينية في العراق وجمهورها.
- نشر الرسالة الإسلامية بشكل أكثر فعالية.

- 1- **Data Availability Statement:** (The manuscript includes all the data used in the study.)
- 2- **Conflict of Interest Statement:** (The authors confirm that there are no conflicts of interest that could affect the content of this research.)
- 3- **Funding Statement:** This research was fully funded by the authors without any financial support from other entities.

المصادر والمراجع

- حاتم، صالح الضامن. (١٩٧٩). نظرية النظم تاريخ وتطور. دار الحرية للطباعة. بغداد.
- حجاب، محمد منير. (٢٠١٠). نظريات الاتصال. دار الفجر للنشر والتوزيع. القاهرة.
- حسين، سمير. (٢٠١٤). العلاقات العامة الأسس العلمية والتطبيقات العملية. عالم الكتب. القاهرة.
- الحميد، محمد عبد. (٢٠١٥). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. عالم الكتاب. القاهرة.
- دقلير، ملفين. (١٩٩٢). وساندرا بول روكيتش. ترجمة: كمال عبد الرؤوف، نظريات وسائل الإعلام. الدار الدولية للنشر والتوزيع.
- الزغبى، شيماء. (١٩٩٧). نظريات في تشكيل اتجاهات الرأي العام. عالم الكتب. القاهرة.
- سعود البشر، محمود. (١٩٩٧). مقدمة في الاتصال السياسي. مكتبة العبيكان للنشر. الرياض.
- الصحن، محمد فريد. (١٩٨٨). العلاقات العامة المبادئ والتطبيق الدار الجامعية. بيروت.
- الطرابيشي، مرفت. (٢٠٠٦). نظريات الاتصال. دار النهضة العربية. القاهرة.
- عبد الرحمن، عبد الله محمد. سوسيولوجيا الاتصال والإعلام.
- العبد الله، مي. (٢٠٠٦). نظريات الاتصال. دار النهضة العربية للنشر والتوزيع. بيروت.
- عوجة، على. (٢٠٠٨). فن العلاقات العامة. التعليم المفتوح كلية الإعلام. جامعة القاهرة. القاهرة.
- لاريسا، جورنج وآخرون. نظرية الامتياز ونماذج العلاقات العامة. ترجمة: مفوض العنزى. مجلة العلاقات العامة والإعلان. العدد ٤.

- المديفر، عماد. ما بعد نموذج الاتصال المتوازن ثنائي الاتجاه في العلاقات العامة - مراجعة نظرية. الجمعية المصرية للعلاقات العامة. العدد ٢٢.
- نصر، حسني محمد. (٢٠١٥). نظريات الإعلام. دار الكتاب الجامعي. الإمارات.
- هارون، مليكة. الاتصال في أوساط الشباب في ظل التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال - دراسة ميدانية تحليلية على عينة من شباب ولاية تيبازة.

المصادر باللغة الإنجليزية:

- Andrea Catellani, Caroline Sauvajol- Rialland, Op
- Bryman, A. functional theory, New York
- Hatim, Sahel Al-Dhameen. (1979). Systems theory: History and evolution. Dar Al-Hurriya for Printing. Baghdad.
- Hijab, Mohamed Munir. (2010). Communication theories. Dar Al-Fajr for Publishing and Distribution. Cairo.
- Hussein, Sameer. (2014). Public relations: Scientific foundations and practical applications. Al-Kutub World. Cairo.
- Al-Hamid, Mohamed Abd. (2015). Media theories and influence trends. Al-Kutub World. Cairo.
- Defleur, Melvin, and Sandra Ball-Rokeach. Translation: Kamal Abdul Raouf. Media theories. Dar Al-Dawlia for Publishing and Distribution.
- Al-Zaghloul, Shaimaa. (1997). Theories in shaping public opinion trends. Al-Kutub World. Cairo.
- Saud Al-Bashir, Mahmoud. (1997). Introduction to political communication. Al-Obeikan Library for Publishing. Riyadh.
- Al-Sahn, Mohamed Fareed. (1988). Public relations: Principles and applications. Dar Al-Jami'a. Beirut.
- Al-Tarabishi, Murfat. (2006). Communication theories. Dar Al-Nahda Al-Arabiya. Cairo.
- Abdul Rahman, Abdullah Mohamed. Sociology of communication and media.
- Al-Abdullah, May. (2006). Communication theories. Dar Al-Nahda Al-Arabiya for Publishing and Distribution. Beirut.
- Ajwa, Ali. (2008). The art of public relations. Open Education,

- Faculty of Media, Cairo University. Cairo.
- Larissa, Georg and others. Privilege theory and public relations models. Translation: Mufeed Al-Anzi. Public Relations and Advertising Magazine. Issue 4.
 - Al-Mudayfar, Emad. Post-balanced two-way communication model in public relations: A theoretical review. Egyptian Association for Public Relations. Issue 22.
 - Nasr, Hassani Mohamed. (2015). Media theories. Dar Al-Kitab Al-Jami'i. Emirates.
 - Haroun, Malika. Communication among young people in the light of modern media and communication technologies - An analytical field study on a sample of young people in the state of Tipaza.
- Liliane Dumont - Lugol, Alain Kempf et autres, Communication des Entreprises, (Stratégies et Pratiques)2eme Edition, Armant Colin, 2008.
 - McQuail, D. McQuail's mass communication theory
 - Murray, H. functional theory media,