

فاعلية آليات الاتصال الحكومي في إشباع حاجات الصحفيين للمعلومات أثناء الأزمات

دراسة مسحية على صحفيي محافظات جنوبي العراق

المدة الزمنية ٢٠١٩/١٠/١ الى ٢٠٢٠/١٠/١ م.

الباحثة. زينب ساير صبر

الأستاذ الدكتور محمد مهدي بغدادي

جامعة الأديان والمذاهب

كلية العلوم الإجتماعية والإعلام والعلاقات / فرع إدارة الإعلام

الملخص:

يمثل التواصل الحكومي سواء عبر آلياته المتعددة او عبر وسائل الاعلام الاخرى نافذة مهمة لإعلام الجمهور بالأخبار والمعلومات الرسمية من مصادرها وبشكل خاص أثناء الأزمات ، اذ تعد الهياكل التواصلية الحكومية احد اهم مصادر الاخبار والمعلومات لوسائل الاعلام والصحفيين خاصة أثناء الأزمات لأنها تتيح لهم انتاج محتوى اخباري لجمهورهم، ومن هنا جاءت دراسة فاعلية آليات الاتصال الحكومي في إشباع حاجات الصحفيين للمعلومات أثناء الأزمات حيث تعد هذه دراسة مسحية على صحفيي محافظات جنوبي العراق للمدة من ٢٠١٩/١٠/١ لغاية ٢٠٢٠/١٠/١. وقد تمت الاستعانة بالمنهج الوصفي - التحليلي وتمت عملية جمع البيانات المطلوبة باستخدام اسلوب الاستبيان للصحفيين في محافظات جنوبي العراق الاربع المتنى وذي قار وميسان و البصرة حيث كشفت النتائج عن أن فاعلية آليات التواصل الحكومي في إشباع حاجات الصحفيين كانت أكثر بالنسبة إلى إشباع حاجات المؤسسات الإعلامية في جنوب العراق كما أن هذا الأمر يدل على أن التواصل الحكومي في العراق كان له تواسلا مباشرا أكثر مع الصحفيين بالنسبة إلى المؤسسات الإعلامية.

الكلمات المفتاحية: (آليات الاتصال الحكومي، اشباع حاجات الصحفيين للمعلومات).

**The effectiveness of government communication mechanisms in
satisfying journalists' information needs during crises**

A survey study on journalists in the southern governorates of Iraq

The time period is from 1/10/2019 to 1/10/2020

Researcher. zaynab sayir sabr

Dr. Muhammad Mahdi Baghdadadi

University of religions and sects

College of Social Sciences, Media and Relations / Media

Department Branch

Abstracts:

Government communication, whether through its various mechanisms or through other media, represents an important window for informing the public of news and official information from its sources, especially during crises. Government communication structures are one of the most important sources of news and information for media and journalists, especially during crises, because it allows them to produce news content for their audience. Hence the study of the effectiveness of government communication mechanisms in satisfying the needs of journalists for information during crises, as this is a survey study on journalists in the southern governorates of Iraq for the period from 1/10/2019 to 1/10/2020. The descriptive-analytical approach was used, and the data collection process took place required by using the questionnaire method for journalists in the four governorates of southern Iraq Muthanna, Dhi Qar, Maysan and Basra, where the results revealed that the effectiveness of government communication mechanisms in satisfying the needs of journalists was more in relation to satisfying the needs of media institutions in southern Iraq, and this matter indicates that government communication in Iraq had more direct contact with journalists than with media organizations.

Keywords: (government communication mechanisms, satisfying journalists' needs for information).

المقدمة:

تسعى الحكومات الى التواصل مع الجمهور الياتها الاتصالية المختلفة بما في ذلك وسائل الاعلام الخاصة او شبه الرسمية من خلال الصحفيين باعتبارهم وسيطا لنقل المعلومات من الادارات الحكومية الى الجمهور عبر الاعلام وتزداد الحاجة الى المعلومات خلال الازمات التي تمر بها البلاد لما في ذلك من اهمية كبيرة في تعزيز الامن والسلم المجتمعي.

ان فاعلية هذه الاليات والهياكل الحكومية للتواصل الحكومي كالصحف والبرامج الإذاعية والتلفازية والمنصات الرقمية التي يبث من خلالها المحتوى الإعلامي المعبر عن وجهات النظر الحكومية خلال الأزمات. يعد رافدا مهما للمعلومات العامة الا انه لا غنى عن تزويد الصحفيين بالمعلومات وبخاصة خلال الازمات لقدرنهم على ايصالها الى جمهور اوسع عبر مؤسساتهم الاعلامية.

وتتجلى أهمية المعلومات اكثر خلال الازمات التي تتسع فيها حاجة الرأي العام الى المعلومات الصحيحة والموثوقة ولا تبتعد هياكل التواصل الحكومي في العراق عن هذا التوصيف لما تؤديه من دور في تغذية الاعلام والرأي العام بالمعلومات، ومن هنا جاء بحثنا لاستكشاف فاعلية أليات الاتصال الحكومي في إشباع حاجات الصحفيين للمعلومات أثناء الأزمات.. دراسة مسحية على صحفي محافظات جنوبي العراق للمدة من ٢٠١٩/١٠/١ لغاية ٢٠٢٠/١٠/١.

المبحث الاول: منهجية البحث

اولا: مشكلة البحث

يمثل الاتصال الحكومي Government Communication الذي يعرف على نطاق واسع باسم الإعلام الحكومي احد اهم اوجه الوظائف الاتصالية للدولة ونافذة مهمة لتزويد الراي العام من خلال الصحافة بمستوياتها المتعددة بالأخبار والمعلومات. وتعد الهياكل التواصلية الحكومية احد اهم مصادر الاخبار والمعلومات لوسائل الاعلام والصحفيين، خاصة اثناء الازمات لأنها تتيح لهم انتاج محتوى اخباري لجمهورهم، والآليات هنا بوصفها معبر عنها بالهياكل الاعلامية الحكومية تشمل المكتب الإعلامي لرئاسة الوزراء، المكاتب الإعلامية للوزارات، المكاتب الإعلامية للمؤسسات والدوائر الحكومية في المحافظات، ومكاتب الاعلام والتواصل الحكومي في مجالس المحافظات فهي تمثل النافذة الرئيسية لاستقاء المعلومات عن القضايا التي تهم الراي العام ولاسيما اثناء الازمات، كما تشمل الآليات الاندراج الإعلامية لهياكل التواصل الحكومي كالصحف والبرامج الإذاعية والتلفزيونية والمنصات الرقمية التي يبيت من خلالها المحتوى الإعلامي المعبر عن وجهات النظر الحكومية خلال الأزمات. ولا تتعد هياكل التواصل الحكومي في العراق عن هذا التوصيف لما تؤديه من دور في تغذية الاعلام والراي العام بالمعلومات، ومن هنا جاء بحثنا لاستكشاف فعالية آليات الاتصال الحكومي في إشباع حاجات الصحفيين للمعلومات أثناء الأزمات.. دراسة مسحية على صحفيي محافظات جنوبي العراق للمدة من ١٠/١/٢٠١٩ لغاية ١٠/١/٢٠٢٠.

ثانيا: تساؤلات البحث

السؤال الرئيسي:

ما مدى فاعلية آليات التواصل الحكومي في اشباع حاجات الإعلام في جنوب العراق للمعلومات أثناء الأزمات؟

الأسئلة الفرعية

ما مدى فاعلية آليات التواصل الحكومي في اشباع حاجات الصحفيين في جنوب العراق للمعلومات أثناء الأزمات؟

ما مدى فاعلية آليات التواصل الحكومي في اشباع حاجات المؤسسات الإعلامية في جنوب العراق للمعلومات أثناء الأزمات؟

ما مدى اعتماد الإعلام العراقي في جنوب العراق على آليات التواصل الحكومي في اشباع حاجاته أثناء الأزمات؟

ما هو الفرق ذو الدلالة الإحصائية في آراء الصحفيين حول «فاعلية آليات التواصل الحكومي لإشباع حاجات الإعلام في جنوب العراق» حسب المعلومات الديمغرافية والمهنية؟

ثالثا: فرضيات البحث

الفرضية الرئيسية

فاعلية آليات التواصل الحكومي في اشباع حاجات الإعلام في جنوب العراق للمعلومات أثناء الأزمات، تكون في مستوى مرتفع.

الفرضيات الفرعية

فاعلية آليات التواصل الحكومي في اشباع حاجات الصحفيين في جنوب العراق للمعلومات أثناء الأزمات تكون في مستوى مرتفع.

فاعلية آليات التواصل الحكومي في اشباع حاجات المؤسسات الإعلامية في جنوب العراق للمعلومات أثناء الأزمات تكون في مستوى مرتفع.

يعتمد الإعلام العراقي في جنوب العراق على آليات التواصل الحكومي في اشباع حاجاته أثناء الأزمات في مستوى مرتفع.

يوجد فرق ذو دلالة إحصائية في آراء الصحفيين حول «فاعلية آليات التواصل الحكومي لإشباع حاجات الإعلام في جنوب العراق» حسب المعلومات الديمغرافية والمهنية.

رابعا: السبب الرئيسي لاختيار الموضوع

يتمثل السبب الرئيس لاختيار موضوع البحث في سعي الباحثة - بوصفها عاملة في مجال الاعلام الحكومي - الى دراسة فاعلية الاتصال الحكومي خلال الازمات في توفير المعلومات الكافية لإشباع حاجات الصحفيين باعتبارهم وسيطا ناقلا للسياسات والانشطة الحكومية الى الرأي العام.

خامسا: اهمية البحث

يكتسب البحث اهميته من الموضوع الذي يتناوله وهو موضوع يتجاذبه اكثر من حقل معرفي فهو ينتمي الى ادارة المؤسسات الاعلامية مثلما ينتمي الى حقل العلاقات العامة وعلم الاتصال السياسي وبالتالي فان الدراسة في هذا الموضوع تمثل بحثا معرفيا في ثلاثة حقول معا فضلا على ان هذا الموضوع لم يخضع للدراسة بشكل كاف في الادبيات العربية. كما تأتي اهمية الموضوع من كونه يتناول مدى فاعلية الاليات الاعلامية الحكومية بالنسبة للصحفيين في جنوبي العراق خلال الازمات وهي من الدراسة القلائل من نوعها في العراق كما انه سيتناول الهياكل الاعلامية التي من خلالها يتم الاتصال الحكومي مع الراي العام اثناء الازمات ومدى اشباع اليات التواصل الحكومي للصحفيين في جنوبي العراق بالمعلومات خلال الازمات.

سادسا: اهداف البحث

يهدف البحث الى :

معرفة مدى فاعلية آليات التواصل الحكومي الإعلامي أثناء الازمات.
الوقوف على اهم الهياكل الاعلامية التي تمارس الحكومة من خلالها إعلام الجمهور اثناء الازمات كجزء من الوظائف الاتصالية للدولة.

معرفة مدى اشباع اليات التواصل الحكومي للصحفيين في جنوبي العراق بالمعلومات خلال الازمات.

سابعا: تحديد المصطلحات

واجهت الباحثة في طريقها لإكمال هذا البحث سعة الانتشار الجغرافي لعينة البحث في وقت تطلب فيه اتخاذ اجراءات صارمة في الحركة بسبب القيود التي فرضها فيروس كوفيد ١٩ .

كما تمثلت الصعوبة الاخرى في ان معظم الدراسات تناولت الانشطة الاتصالية الحكومية بشكل مجتزأ مقتصرة على مكاتب العلاقات العامة والاعلام في هذه الوزارة او تلك دون البحث في آليات الاتصال الحكومي بوصفها هياكل ادارية تمثل حلقة الوصل بين الحكومة وجمهور الصحفيين، ومن هنا يمكن ان نقول ان هذه الدراسة هي الاولى من نوعها عراقيا التي تبحث في اليات التواصل الحكومي.

ثامنا: دراسات البحث السابقة

(١) لانة صابر محمد، العلاقات العامة في مجلس إقليم كردستان / إدارة السلطانية دراسة ميدانية في وظائف العلاقات العامة، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم العلاقات العامة، كلية الإعلام، جامعة بغداد، ٢٠٠٥

سعت الباحثة في دراستها الى تحديد تأثير نشاط العلاقات العامة على أداء مجلس وزراء منطقة كردستان العراق، وأهم الوظائف التي تعتمد عليها وحدة العلاقات العامة، وتوصلت الباحثة إلى جملة نتائج منها:

ان الوظائف التي تتولى العلاقات العامة تنفيذها في المجلس والأهداف التي تسعى إلى تحقيقها تتسم بالتداخل

أن العلاقات العامة بوصفها نشاطا اتصاليا لم تعتمد الأساليب العلمية لتقويم أدائها بوصفها مؤشرا لمدى نجاحها في تحقيق أهدافها.

أن العلاقات العامة بوصفها احد آليات النشاط الاتصالي الحكومي في المجلس تواجه ما يحدد من فاعليتها وقدرة وظائفها في تحقيق مهماتها لأسباب تعود إلى قلة التخصيصات المالية، والافتقار الى المتخصصين في مجال العلاقات العامة والإعلام ضمن الملاك الوظيفي.

أن نشاط العلاقات العامة بوصفه نشاطا اتصاليا حكوميا يعاني من مشكلات بعضها مادي وبعضها يتعلق بقلّة خبرة العاملين في مجال العلاقات العامة.

(٢) جمان علي قنيس، حرية التعبير في الاعلام الحكومي صوت فلسطين إنموذجا، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدراسات العليا، جامعة بيرزيت، ٢٠٠٧

قامت الباحثة بدراسة الاعلام الحكومي الفلسطيني من خلال اذاعة صوت فلسطين وصولا الى معرفة مدى حرية التعبير المعطاة للمعارضة السياسية في الاعلام الحكومي والعوامل المؤثرة في مساحة حرية التعبير، استعانت الباحثة بمنهجية تحليل المضمون لبرامج ونشرات الاذاعة لتحقيق اهداف البحث. وتوصلت الباحثة الى عدد من النتائج: ان الاعلام الحكومي هو لسان حال الحزب الحاكم ويمثله أمام المواطنين وليس العكس تحتل الاخبار الرسمية المساحة الاوسع من البرامج والنشرات والاخبار.

ان اذاعة صوت فلسطين بوصفها اذاعة حكومية فسحت المجال للمعارضة كحماس مثلا للتعبير عن آرائها ومواقفها، لكن بالقدر الذي لا يخالف التوجه العام لسياسة الرئاسة التي تقودها فتح، ولا يمس بها.

ان اذاعة صوت فلسطين وبعد الانتخابات التشريعية التي فازت فيها حركة حماس وتشكيلها الحكومة، تحوّل الاعلام الرسمي إلى ناقد لاذع للحكومة، ومارس دورا رقابيا على الأغلبية التي تمثلها حماس في المجلس التشريعي، فيما ظلت فرص التعبير متاحة لحركة فتح تماما كما كانت وهي تقود الحكومة، وهذا يعني أن مساحة الحرية المعطاة في اذاعة صوت فلسطين للمعارضة السياسية تتحدد حسب وضع الاحزاب والقوى على الساحة السياسية.

(٣) سندس فؤاد مصطفى، الوظيفة الاتصالية للعلاقات العامة في برلمان إقليم كردستان دراسة حالة للوظيفة الاتصالية في دائرة العلاقات بإقليم كردستان، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة بغداد، ٢٠٠٨

توصلت الباحثة من خلال عمليات تحليل البيانات المتعلقة بأداء لجنة العلاقات العامة في برلمان كردستان العراق ومقارنتها إلى نتائج مهمة وهي عدم وجود رؤية علمية واضحة المعالم في اختيار العاملين في مجال العلاقات العامة في برلمان كردستان، مع وجود تفاوت للتحصيل العلمي للمبجوثين، وان التنوع في المؤهلات المتخصصة يؤخذ عليه عدم وجود خريجين حاصلين على بكالوريوس الإعلام والعلاقات العامة وتمت معالجة ذلك بالاعتماد على أصحاب الممارسة والخبرة بدلا عن التحصيل الدراسي التخصصي، كما توصلت الدراسة الميدانية إلى أن إدارة العلاقات العامة في برلمان كردستان تسعى إلى تحقيق مجموعة من الوظائف، كما أشارت الباحثة إلى أن نسبة استخدام وسائل الاتصال الشخصي أعلى من نسبة استخدام وسائل الاتصال الجماهيري أيضا حددت الباحثة أن هنالك ضعفا في إدراك الإدارة العليا لمفهوم العلاقات العامة وأهميته أو الدور الذي يمكن أن تؤديه في هذا المجال، كما بينت أن الموقع الالكتروني للبرلمان غير مدعوم بأرشيف الكتروني ولا يحتوي على ساحات الحوار "المحادثة"، واستطاعت هذه الدراسة التأكد وبشكل واضح من أنه لا توجد ميزانية لإدارة العلاقات العامة وهذا ما تقتضيه طبيعة العمل من نشاطات ومستلزمات للأداء الصحيح

٤) عراك غانم محمد التميمي، ستراتيجيات العلاقات العامة في المواقع الالكترونية الحكومية دراسة تحليلية لأساليب ومضامين مواقع الوزارات العراقية ، التعليم العالي والبحث العلمي - المالية - النفط ، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الاعلام، قسم العلاقات العامة، ٢٠١٢ .
اعتمد الباحث المنهج الوصفي في دراسته مستعينا بأدوات تحليل المضمون والمقابلة والملاحظة لتحقيق اهداف البحث من خلال تحليل ثلاثة مواقع الكترونية حكومية وتوصل الباحث الى مجموعة من النتائج، منها: ان مواقع الوزارات الثلاثة - محل الدراسة - تعدّ وسيلة من وسائل الاتصال التي يمكن لإدارات العلاقات العامة استعمالها لتقديم الوزارات للجمهور وركزت هذه المواقع بدرجة كبيرة على الوظيفة الإعلامية للإنترنت. هناك إمكانية لاتصال المستخدم بالوزارة إلا إن عملية التفاعل مفقودة تماما. وكذلك الحال في الأساليب البحثية المستعملة عبر المواقع الالكترونية فهي أيضا غير فعالة. توافر ووجود رسائل ومعلومات هامة في الصفحة الرئيسية ووجود مؤشر عدد الزوار في المواقع كلها، ووجود نشر تاريخ وزمن اخر تحديث باستثناء موقع وزارة النفط.

٥) كريم خلف كيوش علي التميمي، العلاقات العامة في وزارة الداخلية ومعالجة الأزمات الأمنية، دراسة وصفية للأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الاعلام، ٢٠١٢ .

استخدم الباحث المنهج الوصفي في بحثه مع استخدام ادوات تحليل المضمون والمقابلة واستمارة الاستبيان والمسح المكتبي لتحقيق اهداف البحث واعتمد الباحث على صحيفة البلد الأمين التي تصدرها مديرية العلاقات العامة والاعلام في وزارة الداخلية بوصفها عينة لدراسته، وقد توصل الى جملة من النتائج:

إبراز الأنشطة الأمنية التي تقوم بها القوات الأمنية في اغلب المحافظات العراقية.
التأكيد على الدور السياسي التي تقوم به الحكومة عن طريق الانفتاح على المستويين: العربي والدولي.

إبراز الجانب الاجتماعي والنفسي للقوات الأمنية وخاصةً عند حملاتها الأمنية.
التأكيد على أهمية الجانب الاقتصادي وعلى الدور الكبير التي تقوم بها القوات الأمنية بالمحافظة على القطاع النفطي.

المبحث الثاني: الاطار النظري

اولا: مفهوم الاتصال

قدم المختصون جهودا نظرية لتعريف مفهوم الاتصال اذ يعرف بانه : العملية التي ينتقل بمقتضاها منبهات لكي يعدل سلوك الآخرين بحيث يشترك معهم في التفاهم والخبرة لتصبح مشاعة بين الجميع ويشمل الاتصال جميع صيغ التعبير التي تقدم الجو من التفاعل بين الأطراف المشتركة في المجتمع للمساعدة في حل المشكلات وتنمية وبناء المجتمعات المختلفة.

١

او هو: فن ارسال المعلومات والأفكار والمواقف من شخص لأخر. فيما ذهب تعريف اخر الى ان الاتصال هو فن ارسال المعلومات والأفكار والمواقف من شخص الى اخر ويتعامل القائم بالاتصال مع جمهور غير متنافر مستخدما وسائل الاتصال التي طوعت لتحقيق هذا الغرض. ٢
ويعرف دافيد بيرلو الاتصال بانه سلوك الاتصالي الذي يهدف الى الحصول على استجابة معينة من شخص ما او انه الاستجابة المتميزة نحو مثير معين ٣.

وركز تعريف اخر على دور الفرد والهدف من العملية الاتصالية بالقول: العملية التي ينتقل الفرد بمقتضاه منبهات لكي يعدل سلوك الآخرين بحيث يشترك معهم في التفاهم والخبرة لتصبح مشاعة بين الجميع ويشمل الاتصال جميع صيغ التعبير التي تقدم جو من التفاعل بين الأطراف المشتركة في المجتمع للمساعدة في حل المشكلات وتنمية بناء المجتمعات المختلفة. ٤.

كما يعرف الاتصال بانه النشاط الذي يستهدف تحقيق العمومية او الذبوع او الانتشار او الشبوع او المألوفة لفكرة او موضوع او منشأة او قضية عن طريق انتقال المعلومات او الأفكار او الآراء او الاتجاهات من شخص او جماعة الى اشخاص او جماعات باستخدام رموز ذات معنى موحد ومفهوم بنفس الدرجة كل من الطرفين ٥.

ويرى تعريف اخر للاتصال بانه عملية ديناميكية يقوم بها شخص ما او اشخاص بنقل رساله تحمل المعلومات او الآراء او الاتجاهات او المشاعر الى الآخرين لتحقيق هدف ما عن طريق

الرموز لتحقيق استجابة ما في ظرف ما او سياق بيئة اتصالية بغض النظر عن ما قد يعارضها عن تشويش^٦.

ثالثا: خصائص الاتصال ومستوياته

يقسم علماء الاتصال،الاتصال الى مستويات عدة هي:٧

الاتصال المواجهي المباشر: يعد الاتصال الشخصي اقوى هذه المستويات يكون فيه التأثير مباشرا ورجع الصدى فوريا وتتحد فيه الرموز اللفظية.

الاتصال الوسيطى: يكون عن طريق الهاتف مثلا من خلال الموجات الصوتية بنقل المعلومات والتحكم بنبرة الصوت بحيث تكون مناسبة لنوعية الرسالة لأحداث التأثير المطلوب في المستقبل ويجب ان تكون اللغة تناسب نوعية المستقبل ودرجة ثقافته.

الاتصال الجماهيري: ويقصد به هو عملية انتقال المعلومات والأفكار بين الأطراف المختلفة باستخدام وسيلة او اكثر من وسائل الاتصال الجماهيري باستخدام فنون الخبر والتحقيق الصحفي والمقال والصورة ويحتاج التأثير الى مراعاة الصفات النفسية والخصائص والعادات الاجتماعية والسياسية والثقافية. اذا الاتصال عملية متشابكة العناصر تحتوي على كثير من الرموز اللفظية وغير اللفظية التي يتناولها المرسل المرسلون المستقبل المستقبلون من خلال الخبرات الشخصية والتصورات الثقافية لكل متصل لا يمكن ان يكون هناك تطابقا تاما خلال عملية الاتصال لان كل حاله اتصال تختلف ظروفها وسياقتها وذاتها عن الأخرى.

وهناك خصائص للاتصال التي تعبر عن ديناميكية او حركة الأنشطة التفاعلية الاتية: ٨

١.الاتصال عملية مستمرة:

ان الاتصال يشمل سلسلة من لأفعال التي ليس لها بداية او نهاية محددة لأنها دائمة التغيير والحركة لذلك لا يستطيع المرء ان يمسه باي اتصال ويوقفه ويقوم بدراسته الاتصال لا يمكن إعادة كما هو لأنه على علاقات متداخلة بين الناس وبيئات الاتصال والمهارات والمواقف والمشاعر التي تفرز الاتصال في وقت محدد وشكل محدد.

٢. الاتصال يشكل نظاما كاملا

يتكون الاتصال من وحدات متداخلة تعمل جميعا عندما تتفاعل مع بعضها البعض من مرسل ومستقبل ورجع الصدى وبيئة اتصالية واذا غاب احدى العناصر او لم يعمل جيدا يؤدي الى تعطيل الاتصال او يصبح بدون التأثير المطلوب.

٣.الاتصال تفاعلي واني ومتغير

الاتصال نشاط يبين من خلال التفاعل مع الاخرين يقوم الشخص بالارسال والاستقبال في نفس الوقت لا يمكن ان يتصل شخص بالآخر ثم ينتظر الاخر حتي وصول الرسالة ثم يقوم بأرسال رسالة الية او يستجيب لرسالته عادة نرسل رسائل الى الاخرين حتي قبل ان يكتمل ارسال رسائلهم الينا.

٤.الاتصال غير قابل للتراجع او التبادلي غالبا

لا يستطيع الشخص التراجع عن الاتصال بعد حدوثه قد يستطيع التأسف او الاعتذار او اصلاح ما افسده الاتصال او حتي نسيان الاتصال هناك بعض الاستثناءات يمكن اعد للاتصال كرسالة كتبت،قبل ارسالها للمرسل يمكن ابقاؤها لكن في حالات محددة وقليله يكون التراجع عن الاتصال من خلال التفاعلات المشترك بين اطراف الاتصال لا يمكن تقاديه الاتصال الى في حالات محددة وخاصة مثل الاتصال الشخصي فانه يؤدي الى اثار سلبية على علاقات الاجتماعية.

٥. الاتصال قد يكون قصديا وقد لا يكون

يكون هذا الاتصال في اربع حالات:

أقد يرسل شخص الى اخر رسالة يقصد ويستقبلها فان الاتصال غالبا يكون مؤثرا.

بقد يرسل شخص رسالة بدون قصد لأخر ويستقبلها عن قصد كمن يتنصت على محادثة خاصة بين اثنين

تقد يرسل عن قصد اخر غير منبته لها فلا يتفاعل معها.

ثقد يرسل شخصان رسائل ويستقبلانها دون قصد منهما ويتمثل بشكل كبيرقي الرسائل غير اللفظية

٦.الاتصال ذو الابعاد متعددة

رغم الانسان يؤدي الاتصال بعفوية الاهداف الاتصال متعددة ومستويات متباينة من المعاني كل رسائل فيها اقل بعدان من المعاني معنى ظاهر يبرز من خلال محتوى الرسالة ومعنى باطن تحدد

طبيعة الصلة بين اطراف الاتصال كطريقة الحديث والتوكيد على بعض مقاطع الكلام وما يصاحب اللغة من ايماءات و اشارات فالاتصال يؤدي وظائف متعددة.

٧.انتشار الاتصال الجماهيري عبر الزمان والمكان

يكون الاتصال الجماهيري من خلال التعبير عن الأوضاع القائمة والثقافة لشعب معين والبيئة المحيطة للجمهور او المناخ حسب المجتمع.

٨.الاشتراك والمشاركة في المعني

الاتصال بوجه عام،والجماهيري بوجه خاص، يكون له اهداف ومعنى ويعي الى التميز من خلال توجيه المتغيرة يقوم الشخص بالاتصال من اجل عملية تحويل المنبه الخارجي من حاله مادية أولية خام الى معلومات تكون ذات معنى وهدف الاتصال الجماهيري يقلل الغموض الذي يحيط بنا.٩

٩. قابيله الاتصال الجماهيري للتنبؤ به بدرجة من الاحتمال

وقد اكدت الدراسات العلمية ان ما يحدث في عملية الاتصال اثناء ما تصل رساله معينة من مصدر محدد الى جمهور معين مسألة قابلة للتنبؤ بأثارها بدرجة مناسبة من الاحتمال، ومن هنا يمكن ان ثمة خصائص تميز الاتصال عن غيره من الانشطة الانسانية التي نمارسها في حياتنا اليومية، وهذه الخصائص هي ١٠:

نظرا لان الاتصال يشتمل على سلسلة من الأفعال: الاتصال عملية مستمرة ليس لها بداية او نهاية محددة. يتكون الاتصال من وحدات متداخلة: تعمل بشكل نظاما متكامل جميعا حينما تتفاعل مع بعضها البعض من مرسل ومستقبل ورسائل ورجع صدى وبيئة اتصالية. فاذا غابت بعض العناصر او لم تعمل بشكل جيد فان الاتصال يتعطل او يصبح بدون التأثير المطلوب. الاتصال تفاعلي وأني ومتغير: ان الاتصال نشاط ينبني على التفاعل مع الاخرين،حيث يقوم الشخص بالأرسال والاستقبال في الوقت نفسه. ولأيمكن ان يتصل شخص باخر ثم ينتظر الاخر. حتي وصول الرسالة ثم يقوم بأرسال رسالة الية او يستجيب لرسالته عادة ما ترسل رسائل الى الاخرين حتي قبل ان يكتمل ارسال رسائلهم اليها.

رابعا: مستويات الاتصال

ان نشاط الاتصال الإنساني يأخذ صوراً تفاعلية متعددة في اشتراكه مع الآخرين من خلال الرسائل والرموز، الاتصالية قام الباحثون في ميدان الاتصال الى تصنيف هذه النشاطات تبعاً لمحاور منها ما تعلق بمضمون الاتصال ومنها ما تعلق، بوسائله، وأهدافه وما تعلق بحدوده الشخصية المشاركة والعوامل المساعدة كالقنوات، الناقله، وحجم، نوعية الجمهور لكن الاغلبية أشاروا الى نمطين أو شكلين رئيسين في مجرى عملية الاتصال، هما الاتصال الشخصي أو المواجهي، والأخر هو الاتصال الجماهيري من خلال بنيتها ووجودها:

١. الاتصال الشخصي

ويعنى الاتصال الذي يجري ضمن المجال الشخصي بين فرد وآخر أو بين مجموعة قليلة، من الأفراد دون استخدام وسائل نقل، مادية، ويظهر فيه تأثير السمات الشخصية كالصوت، وتعبيرات الوجه، والجسم، ويميز بصفه الفورية في الحصول على الاستجابات من خلال رجع الصدى، مما يجعل ممكن تعديل أو تغيير الرسائل والمعاني بهدف الاتفاق، ويوصف الاتصال الشخصي بأنه مباشر أو مواجهي كونه يعتمد على أساس المواجهة أو الصوتية الشفاهية بين الأشخاص. في اثناء عملية الاتصال الشخصي تظهر النتائج الفورية من خلال رجع الصدى وردود الأفعال اللفظية والجسمية، والتعبيرية التي يوفرها المرسل، والمستقبل للبعض اثناء عملية التواصل، ورغبةً للنقاهم والاتفاق وقد وصف الاتصال الشخصي بالتقليدي وذلك من خلال اعتماده على طرائق متوارثة وأصيلة، إضافة إلى اعتماد على المجتمعات التقليدية والمنعزلة عليه بشكل، كبير، والتي لا تحمل في الاتصال الجماهيرية صفة الانتشار أو الإتاحة والتغطية الكافية. وتعد طرائق الاتصال التقليدية التي يجري فيها التفاعل والمشاركة بشكل مواجهي ودائم، من خلال التجمعات واللقاءات الرسمية وغيرها، تعد بناءً و أرضية اتصالية وحيوية وفاعلة، على الرغم من انتشار الوسائل الجماهيرية اخرى. والاتصال الشخصي، لا تحكمه شروط منتظمة، أو قواعد محددة، إنما يرتبط الى حد كبير بالطرف الاتصالي وهدفه، ونمط المواجهة الشخصية، حددت بطريقتين:

الأولى :طرائق، تعتمد على التجمعات والاتصالات، المنظمة والرسمية، كما في التعليم في المدارس، واللقاءات وغيرها.

الثانية: طرائق تعتمد على التجمعات غير المنظمة، وهي طرائق تقليدية، وتلقائية، اغلبها يعتمد على مدى تجانس الفرد اجتماعياً، كالاشتراك في مناسبات قومية ودينية وغيرها من المناسبات، ولا تتسم بصفة الاستمرار، والتنظيم، كما لا تقوم جهة رسمية بتنظيمها، كما في المآتم والأعياد الدينية والوطنية، والأسواق.. الخ.

٢. الاتصال الجماهيري

وهو عملية الاتصال التي تجري باستخدام وسائل الاتصال الجماهيرية من خلال توصيل الرسائل الى جمهور كبير وغير معروف شخصياً بالنسبة للمصدر وفي وقت واحد، أو أوقات متقاربة، وكذلك هو العملية التي يقوم بها القائم بالاتصال بأرسال، رسائل مستمرة ومتعددة، من خلال الوسائل الآلية والإلكترونية الى عدد كبير ومنتشر من المتلقين في محاولة للتأثير عليهم بطرق متعددة وان الاتصال الجماهيري له تأثيرات يحمل بعداً آخرأ عنه في الاتصال الشخصي، من خلال شكل ونمط العلاقة والتفاعل، والخاصية في تنظيم رسائله ووسائله وأشكال تعرض الأفراد له، ويعد استعمال المعدات الميكانيكية و الإلكترونية والمادية الأخرى، كأجهزة التلفاز والراديو والصحف وغيرها في نقل الرسائل من خلال مواقع التواصل الى الجمهور ما يضيفي ويميز طابعه الفوري والشامل، ويمثل استخدام الوسائل بعداً حيوياً في التأثير، لما تحمله من تنوع وجذب وتحكم في بناء وصياغة ونقل الرسائل الاتصالية ونظراً لطبيعة علاقتها بالجمهور تصنف على أنها وسائل ذات اتجاه واحد، أي أنها تحمل هدف المرسل ومقاصده، ويشترط لا داء الاتصال الفعال أن يجري التعرض لهذه الوسائل ومن ثم يرتبط هذا بدرجة توفر الوسيلة، وأتاحتها للجمهور. وعلى الرغم من أن عملية الاتصال الجماهيري تتكون وفقاً لتسلم المعلومات وإرسالها على المستوى الشخصي والجماهيري ألا أنها تبدو اكثر تعقيداً وتشعباً في مسؤولياتها الاقناعية وأهدافها التي غالباً ما تتصف، بالرسمية وبطابعها الاجتماعي، والثقافي العام وتتراوح حدود السير في وظائفها الرئيسية من خلال، فلسفة وسياسة الهيئة أو المؤسسة التي تديرها سواء أكانت مملوكة للدول أم مملوكة خاصة. ١١

خامساً: مفهوم الاتصال الحكومي

يعرف الاتصال الحكومي: بأنه جميع أنشطة مؤسسات الدولة التي تهدف الى نقل وتبادل المعلومات من والى المواطنين بغرض عرض وشرح القرارات والإجراءات الحكومية والدفاع عن السياسات الحكومية والترويج لبرامج الحكومة عبر آليات معينة. ١٢

وأيضاً يعرف الاعلام الحكومي او الاعلام المملوك للدولة : بأنه اعلام الاتصال الجماهيري والذي تسيطر عليه في النهاية وتموله الدولة، وقد تكون هذه المنافذ الإخبارية الوسيلة الإعلامية الوحيدة او قد تكون في المنافسة مع اعلام يسيطر عليه القطاع الخاص. ١٣

كما يمكن تعريف الاتصال الحكومي: على انه جميع الأنشطة مؤسسات القطاع العام والمتطلبات القانونية لضمان الوصول الى سجل الوثائق المتاحة للتشاور العام من الافراد في التدخلات والدفاع

عن القيم المعترف بها والمساعدات في الحفاظ على الروابط الاجتماعية. ١٤

الاتصال الحكومي على انه: جميع أنشطة مؤسسات القطاع العام والمنظمات التي تهدف الى نقل وتبادل المعلومات في المقام الأول لغرض عرض وتوضيح القرارات الحكومة وفعالها وتعزيز

شرعيتها والدفاع عن القيم المعترف بها والمساعدة في الحفاظ على الروابط الاجتماعية. ١٥ يرى البعض ان الاعلام الحكومي او الاتصال الحكومي هو جزء من الاتصال السياسي الذي

تمارسه الهياكل الحكومية من خلال ضخ المعلومات التي تعزز وترسخ القناعة بالبرامج الحكومية يجب على الحكومة التأكد من صحة المعلومات التي قدمتها لحدوث التفاعل لان المتلقي هو من

يصنع القرار يكون من خلال شكلين مختلفين توفير المعلومات في حالة القطاع العام، يكون من خلال مراعاة الشكل عام من حيث القواعد واللوائح واختيار الحكومة المعلومات التي تقدمها

للجمهور المتلقي ويختلف الاعلام العام عن المعلومات التي تقدم للصحيفة تهدف الى زيارات رسمية وغير رسمية وما الى ذلك تدابير سياسية هي قيد الاعداد والتدابير السياسية ويجب التزام

بتوفير المعلومات يخضع الاعلام الحكومي من خلال الحصول على المعلومات من خلال مد وجزر في أي دولة لكن بدأت مرحلة جديدة من الثقافة في الحكومات أصبحت ثقافة السرية تشكل

عمل الحكومات على سنوات يجب على الحكومة تقديم المعلومات في زمن تدفق المعلومات فيه استثناءات يمكن الحفاظ عليها من خلال السرية في الحفاظ على تلك المعلومات التي تم الحصول

عليها وان الوصول الى السجلات والمعلومات الحكومية يعتبر شرطاً أساسياً من شروط الحكومة

الحديثة حيث يساعد على معرفة المعلومات والمناقشات العامة كذلك حماية أساسية ضد سوء الإدارة والفساد والذي يساعد الحكومة على اتخاذ القرارات وتسهم في تطوير ثقة المواطن بالأعمال وان قرارات الحكومة في معظم الحكومات المتقدمة. ١٦

سادسا: الاعلام الحكومي ومديات التفاعل

تدخل اطراف مجتمعية عدة في التفاعل مع الاعلام الحكومي منها. ١٧.

١. تفاعل مع الفرد المواطن

كونه السبيل الأقرب لتلقي القرار الحكومي من قبل المجتمع وكل ما يعني من إجراءات حكومية مؤسسية من خلال ما يقدمه المواطن رسائله عبر نتاجه المسموع والمرئي والمكتوب خدمة لصالح الحكومة العام

٢. تفاعل مع المؤسسات والأحزاب

المؤسسات، تعني على تشكيل ضمن التوجيه الديمقراطي العام ويأخذ شكل مراكز الرصد والمنظمات غير الحكومية والفضائيات والاذاعات والصحف ومنابر الاعلام عبر شبكة الانترنت. اما الأحزاب، تعني كل تنظيم يضم مجموعة من الافراد لها تصور فكري مشترك وتعمل على تعبئة الراي العام لصالحها.

٣. الاعلام الدولي

يعتمد كافة أوجه الأنشطة الاتصالية تستهدف تزويد الجمهور الدولي بالحقائق والايخبار الصحيحة عن القضايا والموضوعات الدولية بطريقة موضوعية وبدون تحريف يؤدي الى خلق اكبر درجة من المعرفة والادراك ويساهم في تكوين الراي الصائب حول المشكلات العالمية المطروحة. ١٨

شروط توفر اتصال حكومي ناجح: ١٩

وجود استراتيجيات واضحة ومخطة للاتصال الحكومي.

وجود وسائل وقنوات اتصال فعالة في المجتمع.

توفر أدوات للتعرف على الراي العام وقياسه.

اعتماد قيم الموضوعية والثقافية والمصادقية في الاتصال الحكومي.

الايمان بمبدأ حق وسائل الاعلام والمواطنين في الحصول على المعلومات.

حرية وسائل الاعلام في المجتمع.

الحوار الدائم مع مؤسسات المجتمع.

سابعا: خصائص الاتصال الحكومي

يتميز الاتصال الحكومي بعدد من الخصائص تختلف حسب طبيعة النظام السياسي لهذا البلد او

ذاك ويمكن اجمالاً ان نحدد عدداً من الخصائص للاتصال الحكومي من بينها: ٢٠

١. الاتصال الحكومي كقطاع استراتيجي

يمثل الاتصال الحكومي قطاعاً استراتيجياً بامتياز وذلك بسبب مستوى التوقعات في ثنايا القطاعات

الحكومية الأخرى، وأيضاً في باقي القطاعات الحكومية والمهام اليومية بشكل منعزل التي يقوم بها

القطاعات الحكومية في مجال الخدمات أصبح هذا التوجه في الخطط الاستراتيجية التي وضعتها

المؤسسات الحكومية واضحاً ومؤثراً رئيسياً من خلال خططها التشغيلية وميزانيتها المتوفرة وتقييم

الأداء المعتمد منها، واستعراض واقع إدارة الاتصال الحكومي في جميع انحاء العالم ان الاتصال

الحكومي هو اتصال استراتيجي يهدف وضع تنفيذ سياسات اتصالية لتحقيق رؤى الحكومة

ومؤسساتها وتنفيذ استراتيجياتها من خلال اهداف الحكومة في جميع الجوانب السياسة والاقتصادية

وثقافية واجتماعية وتنموية وإنسانية

مجلة معايير الجودة للدراسات والبحوث
Journal of Quality Standards for Studies and Research

٢. الاتصال الحكومي كمكن فاعل في التعامل مع الطوارئ والأزمات

تكون الازمات في الحالات الطارئة وهذى من ابرز التحديات التي تواجه المؤسسات الحكومية

وتقليل لخسائر في الأرواح والممتلكات وأيضاً بكل ما يمس سمعة المؤسسة الحكومية ومكانتها

لأهمية هذا الموضوع وضعت المؤسسات الحكومية أنشطة اتصالية على المستويين الداخلي

والخارجي يكون من خلال معلومات ووثائق تكون موثقة بالإجراءات توضح للعاملين في الاتصال

الحكومي مقارنة للضرورة بما يخدم اهداف المؤسسة ولا يلحق ضرر بها.

٣. الاتصال الحكومي كفضاء رقمي وشبكي ومفتوح

أصبح الاتصال الحكومي منصة مفتوحة وتفاعلية يتم خلالها تطبيق الممارسات المهنية لا يمكن

ان يكون الاتصال الحكومي بوظائفه المختلفة وهيكله المتنوعة قائمة ومستمرة بدون البنية التحتية

الرقمية توفر فضاء اتصالياً مفتوحاً لجميع الممارسين والمستخدمين لخدمة هذا القطاع يستطيع القائمون على الاتصال الحكومي من تأسيس منظومة اتصالية متكاملة وتفاعلية توفر للعاملين فرصاً للتواصل مع الجمهور المستهدف بشكل مباشر وتفاعلي وبرود فعل مباشرة وعلمية يمكن تحليلها والخروج باستنتاجات حولها.

٤. الاتصال الحكومي كمنصة تفاعلية وحوارية بين الجهات الحكومية والأطراف ذات العلاقة:

يعد التفاعل وتدفق المعلومات باتجاهين من المظاهر الابتكارية في الاتصال الحكومي لفضاء رقمي مفتوح يعكس النموذج التقليدي احادي الاتجاه في الاتصال والاعلام يتميز الاتصال الحكومي بثنائية الاتصال والتشابك التفاعلي بين القائمين على الاتصال والمستخدمين يتشابه نموذج ثنائي الاتجاه مع نموذج الحوار في التواصل حيث يتساوى المرسل والمستقبل في الاتصال.

٥. الاتصال الحكومي كقطاع يستند الى قياس وتلبية احتياجات الجمهور

ان الاتصال الحكومي يمثل خدمة تقدمها الجهات الحكومية لا طرف متنوعة في المجتمع يجب التركيز على الجهود الاتصالية على احتياجات المواطنين والافراد المستفيدين من الخدمات يتم خلالها هؤلاء الافراد على الحصول على التجربة اتصالية تفاعلية كذلك تقوم ادارت الاتصال الحكومي على توفير موارد المعلومات إعلامية تتعلق بالرعاية الصحية والمرافق التعليمية ومراكز الأطفال وبرامج تنمية وغيرها من البرامج التي تلبي احتياجات الجمهور.

ثامنا: مفهوم الازمة وإدارة الازمة

يعرف المعجم الوسيط الازمة: بانها تعني الشدة والقحط ويذهب قاموس المنجد الى ان اصل الكلمة مشتق من زأم زؤوما أي مات سريعاً، اما من حيث دلالاتها الدولية، فان مصطلح الازمة يعتبر من المفاهيم المعقدة التي تحتل تعاريف متعددة، وهذا بسبب طابع الشمولية. ويذهب البعض الى تعريف الازمة بانها لحظة صعبة وحرجة وتكون حاسمة في اتخاذ القرار عند حدوث المشكلة أي قرار يأخذ من دون التأكد وبدون معرفة وقلة البيانات والمعلومات واختلاط الأسباب بالنتائج نشأ مفهوم الازمة من خلال مواجهة الدولة للكوارث وحدثها بصورة مفاجئة والطوارئ واصبح مصطلح الازمات يكون مهما في الدراسات الحديثة من خلال استخدام أسلوب جديد وحديث تبنته الأجهزة الحكومية والمنظمات العامة . ويذهب معجم أكسفورد الى تعريف الازمة بانها نقطة تحول في

المرض، او تطور الحياة، او في تطور التاريخ.. الخ، وتفسر نقطة التحول بانها قد تتسم بالصعوبة والخطورة والقلق على المستقبل ووجوب اتخاذ قرار محدد. ٢١

ويرى اخرون ان الازمة هي مرحلة متقدمة من مراحل الصراع في أي مظهر من مظاهر وعلى أي نطاق من نطاقاته بدءا في داخل النفس البشرية وانتهاء بالصراعات الدولية. ٢٢

تاسعا: خصائص الازمة

تتسم الازمة بعدد من الخصائص التي تميزها بوصفها معضلة بحاجة الى حلول ومن هذه الخصائص:

التعقيد والتداخل.

المفاجأة والسرعة وقدرتها على التحول الى بؤرة اهتمام كبير ترافقها درجة عالية من الشك، بسبب ندرة المعلومات والطابع السيكولوجي الذي يرافقها. أهمية عامل الوقت، وسرعة اتخاذ القرار السليم.

تستوجب مواجهتها درجة عالية من التحكم في الطاقات والإمكانات، وحسن توظيفها في اطار مناخ تنظيمي، يتم بدرجة عالية من الاتصالات الفعالة. ٢٣

فيما يرى بعض الباحثين ان الازمة تتحدد بالخصائص الآتية:

المفاجأة: فهي حدث غير متوقع يتسم بالغموض وعدم وضوح الرؤية وتعقيد وتداخل وتشابك العوامل والأسباب ويثير القلق والاضطراب في حياة الافراد.

التهديد الشديد للمصالح والاهداف: وتسبب حالة رعب من المجهول الذي تتجه نحوه الازمة وأيضا الى تعدد الأطراف والقوى المؤثرة في حدوث الازمة وتطورها وبعض الصعوبات إدارية او مادية او بشرية وسياسية او بيئية.

نقطة تحول أساسية: حيث ينتقل خطر الازمة من الحاضر للتأثير في مجريات المستقبل، وتسبب الدخول في دائرة من المجاهيل المستقبلية والعلاقات المعقدة المتداخلة التي يصعب حسابها بدقة.

تسود فيها اطراف عدم التأكد: وتحدث حالة من الارتباك والضياع بسبب نقص المعلومات وعدم وضوح الرؤية التي يجب اتخاذها بشأن الازمة.

ضغط الوقت المتاح عادة للتعامل مع الازمة والحاجة الى اتخاذ قرارات سريعة وفعالة وصائبة، فالأحداث تقع وتتصاعد بشكل متسارع وربما حاد، الذي يفقد اطراف الازمة وأيضا عدم استيعاب جيد للمواقف من خلال الجهود في اتخاذ القرارات حاسمة وسريعة وقت يتسم بالضيق والضغط.

تسبب الازمة وقوع خسائر مادية او بشرية او نفسية تجذب المتصلين بها تهدد الافتراضات الرئيسية التي يقوم عليها النظام وتخلق حالة من التوتر والقلق وعدم اليقين في البدائل المتاحة خاصة في نقص المعلومات

مما يضاعف الصعوبات في اتخاذ القرار قرار ينطوي على قدر من المخاطر.

الازمة تفرض نفسها وتخلق واقعا مرعبا يطلب تدخل سريعا لا نهائيا و تخفيف تأثيرها ويعرف الازمة بانه قرار عادي في ظروف استثنائية تؤثر سلبا من خلال الظروف العادية من بيانات وتحليل وصياغة البدائل واتخاذ القرارات وإدارة الموارد البشرية والمادية ومهارات التفكير

الإبداعي. ٢٤

المبحث الثالث: المنهجية

أولاً: منهجة البحث

استخدم في هذه الدراسة المنهج الوصفي المسحي فهذا المنهج عكس المنهج المسحي التوضيحي يسعى لتبيين وشرح «كيفية» الأمور والظواهر وليس «سببها». في الحقيقة يسعى لمعرفة ما يحدث في المجتمع وكيف يفكر ويتعقل أفراد مجتمع البحث حول موضوع البحث.

ثانياً: أداة الدراسة

اعتمدت دراستنا على الاستبيان كوسيلة أساسية للحصول على البيانات والمعلومات وقد تم تصميمه بشكل مناسب لأغراض البحث والبحوث النظرية التي أشير إليها في الفصل الثاني. أعدت الباحثة الاستبانة بنفسها وتؤكد بنفسها من صدق وثبات الاستبانة وسيشار في هذا الفصل إلى هذا الأمر.

ثالثاً: مجتمع البحث

يطلق مصطلح مجتمع البحث على مجموعة من الأفراد، الأشياء، الأماكن والأحداث وبشكل عام على أمور قد تشترك في صفة وميزة أو مجموعة من الصفات والميزات؛ وإضافة إلى الميزات أو

الصفات المشتركة فإنّ أعضاء كل مجتمع يمكن أن يكون لهم أيضاً صفات أو ميزات غير مشتركة يرغب الباحث بدراستها.

فعلى هذا الأساس مجتمع البحث في هذه الدراسة، نظراً إلى موضوع البحث هو «صحفيو محافظات جنوبي العراق». فهذه الميزة هي الميزة أو الصفة المشتركة لمجتمع البحث، لكن لكل من هؤلاء الصحفيين وجهة نظر مختلفة حول «فاعلية آليات التواصل الحكومي لإشباع حاجات الصحفيين للمعلومات أثناء الأزمات»، وهذا الأمر دفع الباحثة إلى دراسة هذه الفروق.

رابعا: عينة البحث

عينة البحث في هذه الدراسة هي «بعض من صحفيي محافظات جنوبي العراق». وتمّ اختيارهم بالطريقة العشوائية البسيطة. ويتم الاختيار في الطريقة العشوائية البسيطة بشكل يتمتع فيه جميع أفراد المجتمع من فرص متساوية للاختيار؛ ويتم اختيار كل فرد بصورة مستقلة عن الآخرين. وقد سعت الباحثة اختيار العينة وفقاً للعدد المحدد من قبل قانون كوكران.

المبحث الرابع: النتائج والتوصيات

في هذا المبحث سنقوم الباحثة بعرض النتائج واختبار تساؤلات البحث وفرضياته وتقديم التوصيات التي تراها ملائمة لطبيعة النتائج التي توصلت إليها الدراسة.

هدفت الدراسة الى الكشف عن مدى فاعلية آليات التواصل الحكومي في اشباع حاجات الصحفيين في جنوبي العراق اثناء الازمات، وتكونت عينة الدراسة من ٢٤٩ مبحوثا ١٤٤ ذكرا و ١٠٥ اناث، ولتحقيق هدف الدراسة تم استخدام ولتحقيق هدف الدراسة تم استخدام اداة الاستبانة لاستخراج البيانات المطلوبة كما استخدم البرنامج الاحصائي SPSS لاستخراج النتائج وقد عولجت عبارات وفقرات الاستبانة وخصص له رمز مستقل وتم تصنيف الرموز طبقا لفقرات الاستبانة، وضمن اهداف البحث المحددة، وادناه مناقشة النتائج المتعلقة بالدراسة الموسومة فاعلية آليات الاتصال الحكومي في إشباع حاجات الصحفيين للمعلومات أثناء الأزمات.. دراسة مسحية على صحفيي

محافظات جنوبي العراق للمدة من ٢٠١٩/١٠/١ لغاية ٢٠٢٠/١٠/١

اولا: النتائج

مناقشة النتائج المتعلقة بالإجابة على التساؤل الرئيسي : ما مدى فاعلية آليات التواصل الحكومي في اشباع حاجات الإعلام في جنوب العراق للمعلومات أثناء الأزمات؟تضمن هذا المحور ١٠ اسئلة استجاب لها ١٧٣ مبحوثا من اصل ٢٤٩ مبحوثا وكانت النتائج كالآتي:
اظهرت الدراسة ان اجابة المبحوثين الذين بلغ عددهم ١٧٣ مبحوثا من اصل ٢٤٩ كانت اجاباتهم عند مستوى ثقة ٩٥% يمكن القول بأن المتوسط الحسابي لمجتمع البحث في الاجابة عن السؤال الاول المرتبط بالتساؤل الرئيس بين ٢/٢٣ و ٢/٤٤ و قد يكون في مستوى « متوسط إلى مرتفع » من الموافقة على هذه الفقرة.

أشارت قيمة الانحراف المعياري ٠/٦١ إلى الخلاف القليل بين آراء المستجيبين في الإجابات. ولتعميم النتائج من هذه العينة على مجتمع البحث عند مستوى ثقة ٩٥% كان المتوسط الحسابي للاجابة عن السؤال الثاني المرتبط بالتساؤل الرئيسين ١/٢٤ و ١/٤٢ و قد يكون في مستوى «منخفض » من الموافقة على هذه الفقرة.

بينت قيمة الانحراف المعياري ٠/٧٩ إلى الخلاف إلى حد ما بين آراء المستجيبين في الإجابات عن السؤال الثالث المرتبط بالتساؤل الرئيس عند مستوى ثقة ٩٥% يمكن القول بأن المتوسط الحسابي لمجتمع البحث بين ١/١٥ و ١/٣٩ و قد يكون في مستوى «منخفض » من الموافقة على هذه الفقرة.

اشارت قيمة الانحراف المعياري ٠/٧٩ إلى الخلاف إلى حد ما بين آراء المستجيبين في الاجابة عن السؤال الرابع المرتبط بالتساؤل الرئيس. ويمكن القول بأن المتوسط الحسابي بين ٢/١٥ و ٢/٣٨ و قد يكون في مستوى « متوسط إلى مرتفع » من الموافقة على هذا السؤال.

كانت قيمة الانحراف المعياري ٠/٨٢ إلى الخلاف إلى حد ما بين آراء المستجيبين في الاجابة عن السؤال الخامس المرتبط بالتساؤل الرئيس ولتعميم النتائج من هذه العينة على مجتمع البحث عند مستوى ثقة ٩٥% يمكن القول بأن المتوسط الحسابي لمجتمع البحث للسؤال المرتبط بالتساؤل الرئيسي يكون بين ٢/٠٨ و ٢/٣٣ و قد يكون في مستوى « متوسط إلى مرتفع » من الموافقة على هذا السؤال.

بحسب الجدول التفسيري للمتوسط الحسابي فقد حلّ متوسط إجابة المبحوثين ٢/٢٨ عن السؤال السادس المرتبط بالتساؤل الرئيسي في مستوى «مرتفع» وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠/٧٧ وهي تشير إلى الخلاف إلى حد بين آراء المستجيبين في الإجابات. ولتعميم النتائج من هذه العينة على مجتمع البحث عند مستوى ثقة ٩٥% يمكن القول بأنّ المتوسط الحسابي لمجتمع البحث لهذا السؤال يكون بين ٢/١٧ و ٢/٤٠ وقد يكون في مستوى « متوسط إلى مرتفع» من الموافقة على هذا السؤال.

أشارت قيمة الانحراف المعياري ٠/٧٦ إلى الخلاف إلى حد ما بين آراء المستجيبين في الإجابة عن السؤال السابع المرتبط بالتساؤل الرئيس. ولتعميم النتائج من هذه العينة على مجتمع البحث عند مستوى ثقة ٩٥% يمكن القول بأنّ المتوسط الحسابي لمجتمع البحث يكون بين ٢/١٦ و ٢/٣٩ وقد يكون في مستوى « متوسط إلى مرتفع» من الموافقة.

تشير قيمة الانحراف المعياري ٠/٧٦ إلى الخلاف إلى حد ما بين آراء في الإجابة عن السؤال الأول المرتبط بالتساؤل الرئيس ولتعميم النتائج من هذه العينة على مجتمع البحث عند مستوى ثقة ٩٥% يمكن القول بأنّ المتوسط الحسابي لمجتمع البحث لهذا السؤال يكون بين ٢/١٦ و ٢/٣٩ وقد يكون في مستوى « متوسط إلى مرتفع» من الموافقة.

حلّ متوسط اجابات المبحوثين ٢/٣٥ في الإجابة عن السؤال التاسع المرتبط بالتساؤل الرئيس بمستوى «مرتفع» ولكن تشير قيمة الانحراف المعياري ٠/٧٠ إلى الخلاف إلى حد ما بين آراء المستجيبين في الإجابات. ويمكن القول بأنّ المتوسط الحسابي لمجتمع البحث لهذا السؤال يكون بين ٢/٢٤ و ٢/٤٥ وقد يكون في مستوى «مرتفع» من الموافقة على هذا السؤال.

حل المتوسط الحسابي للسؤال العاشر المرتبط بالتساؤل الرئيسي عن مستوى «مرتفع» ولكن تشير قيمة الانحراف المعياري ٠/٧٩ إلى الخلاف إلى حد ما بين آراء المستجيبين في الإجابات. ولتعميم النتائج عند مستوى ثقة ٩٥% يمكن القول بأنّ المتوسط الحسابي لمجتمع البحث لهذا السؤال يكون بين ٢/١٤ و ٢/٣٨ وقد يكون في مستوى « متوسط إلى مرتفع» من الموافقة على هذا السؤال.

مناقشة النتائج المتعلقة بالتساؤل الفرعي الاول : ما مدى فاعلية آليات التواصل الحكومي في اشباع حاجات الصحفيين في جنوب العراق للمعلومات أثناء الأزمات؟.

تضمن المحور المتعلق بالتساؤل الفرعي اعلاه عشرة اسئلة وكانت استجابات المبحوثين قد بلغت ١٧٧ مبحوثا من اصل عينة البحث البالغة ٢٤٩ مبحوثا أي ما نسبته ٧١% وكانت النتائج كالآتي :

اظهرت الدراسة ان ٤٢.٤% من العينة قالوا ان مؤسستهم تتلقى اشعارات حصرية من مكتب الاعلام والتواصل الحكومي لتغطية نشاط معين فيما اجابت نسبة ٣٩% باحيانا و ١٨.٦% نادرا ولتعميم النتائج من هذه العينة على مجتمع البحث عند مستوى ثقة ٩٥% يمكن القول بأن المتوسط الحسابي لمجتمع البحث لهذا السؤال يكون بين ١/١٣ و ١/٣٥ وقد يكون في مستوى «منخفض» من الموافقة على هذا السؤال.

اجابت نسبة ٤١.٨% من عينة البحث بنعم على التساؤل، هل تتم دعوة مؤسستك لحضور الاجتماعات الحضرية التي ينظمها مكتب الاعلام والاتصال الحكومي في المحافظة؟ فيما قالت نسبة ٤٠.١% احيانا وجاءت اجابة نسبة ١٨.١% ب نادرا وهنا يمكن القول بأن المتوسط الحسابي لمجتمع البحث لهذا السؤال يكون بين ٢/١٣ و ٢/٣٥ وقد يكون في مستوى « متوسط إلى منخفض» من الموافقة.

اظهرت الدراسة ان نسبة ٤٤.٦% اجابت ب نعم على التساؤل هل تتم دعوة مؤسستك لحضور الاجتماعات الالكترونية التي ينظمها مكتب الاعلام والاتصال الحكومي في المحافظة؟ فيما اجابت نسبة ٣٥% ب أحيانا وجاءت اجابة ٢٠.٣% ب نادرا، % يمكن القول بأن المتوسط الحسابي لمجتمع البحث لهذا السؤال يكون بين ٢/١٣ و ٢/٣٦ وقد يكون في مستوى « متوسط إلى مرتفع » من الموافقة على هذا السؤال.

اظهرت الدراسة ان نسبة ٤٧.٥% اجابت ب نعم على التساؤل هل يزود مكتب الإعلام والاتصال الحكومي في المحافظة مؤسستك بالمعلومات اللازمة المتعلقة بالأزمات ؟ فيما اجابت نسبة ٢٧.١% ب أحيانا وجاءت اجابة ٢٥.٤% ب نادرا، ويمكن القول بأن المتوسط الحسابي لمجتمع البحث لهذا السؤال يكون بين ٢/١ و ٢/٣٤ وقد يكون في مستوى «متوسط إلى مرتفع» من الموافقة.

أظهرت الدراسة ان نسبة ٤٢.٤% اجابت ب نعم على التساؤل هل يدعو مكتب الاتصال والاعلام الحكومي في المحافظة مؤسستك للمشاركة في الجولات الميدانية التي ينظمها ؟ فيما اجابت نسبة ٣٦.٧% ب أحيانا وجاءت اجابة ٢٠.٩% ب نادرا ولتعميم النتائج من هذه العينة على مجتمع البحث عند مستوى ثقة ٩٥% يمكن القول بأن المتوسط الحسابي لمجتمع البحث لهذا السؤال يكون بين ٢/١ و ٢/٣٣ وقد يكون في مستوى « متوسط إلى مرتفع » من الموافقة.

أظهرت الدراسة ان نسبة ٤٧.٥% اجابت ب نعم على التساؤل يدعو مكتب الاتصال والإعلام الحكومي في المحافظة مؤسستك للجولات الميدانية التي ينظمها خلال الأزمات؟ فيما اجابت نسبة ٢٨.٢% ب أحيانا وجاءت اجابة ٢٤.٣% ب نادرا ولتعميم النتائج من هذه العينة على مجتمع البحث عند مستوى ثقة ٩٥% يمكن القول بأن المتوسط الحسابي لمجتمع البحث لهذا السؤال يكون بين ٢/١١ و ٢/٣٥ وقد يكون في مستوى « متوسط إلى مرتفع » من الموافقة.

أظهرت الدراسة ان نسبة ٥٣.١% اجابت ب نعم على التساؤل، تتصل مؤسستك بمكتب الاعلام والاتصال الحكومي في محافظتك للحصول على مقابلات مع المسؤولين؟ فيما اجابت نسبة ٣١.١% ب أحيانا وجاءت اجابة ١٥.٨% ب نادرا ولتعميم النتائج من هذه العينة على مجتمع البحث عند مستوى ثقة ٩٥% يمكن القول بأن المتوسط الحسابي لمجتمع البحث لهذا السؤال يكون بين ٢/٢٦ و ٢/٤٨ وقد يكون في مستوى «مرتفع» من الموافقة.

أظهرت الدراسة ان نسبة ٦٤.٤% اجابت ب نعم على التساؤل، ان مكتب الاعلام والتواصل الحكومي متواصل مع مؤسستك على الدوام في حدود واجباته؟ فيما اجابت نسبة ٣٧.١% ب أحيانا وجاءت اجابة ٨.٥% ب نادرا ولتعميم النتائج من هذه العينة على مجتمع البحث عند مستوى ثقة ٩٥% يمكن القول بأن المتوسط الحسابي لمجتمع البحث لهذا السؤال يكون بين ٢/٤٦ و ٢/٦٦ وقد يكون في مستوى «مرتفع» من الموافقة.

أظهرت الدراسة ان نسبة ٥٤.٢% اجابت ب نعم على التساؤل، هل تتلقى مؤسستك الاعلامية إشعارات من مكتب الاعلام والاتصال الحكومي في المحافظة لحضور المؤتمرات الصحفية؟ فيما اجابت نسبة ٣٧.٩% ب أحيانا وجاءت اجابة ٧.٩% ب نادرا ولتعميم النتائج من هذه العينة على

مجتمع البحث عند مستوى ثقة ٩٥% يمكن القول بأن المتوسط الحسابي لمجتمع البحث لهذا السؤال يكون بين ١/٣٧ و ١/٥٦ و قد يكون في مستوى «منخفض» من الموافقة.

اظهرت الدراسة ان نسبة ٤٤.٦% اجابت ب نعم على التساؤل، هل يزود مكتب الاعلام والاتصال الحكومي في المحافظة مؤسستك بالمعلومات اللازمة المتعلقة بالأحداث الجارية؟ فيما اجابت نسبة ٣٦.٢ب أحيانا وجاءت اجابة ١٩.٢% ب نادرا ولتعميم النتائج من هذه العينة على مجتمع البحث عند مستوى ثقة ٩٥% يمكن القول بأن المتوسط الحسابي لمجتمع البحث لهذا السؤال يكون بين ٢/١٤ و ٢/٣٧ وقد يكون في مستوى « متوسط إلى مرتفع » من الموافقة.

مناقشة النتائج المتعلقة بالتساؤل الفرعي الثاني : ما مدى فاعلية آليات التواصل الحكومي في اشباع حاجات المؤسسات الإعلامية في جنوب العراق للمعلومات أثناء الأزمات؟ وقد طرح في هذا القسم سبعة أسئلة في الاستبانة أجاب عليها المبحوثون واخذ في الاعتبار حجم العينة وهو ٢٤٩ مبحوثا. وكانت النتائج كالآتي:

اظهرت الدراسة ان نسبة ٣٩.٨% اجابت ب نعم على التساؤل، بإمكان مؤسستك اجراء المقابلات مع المسؤولين في المحافظة دون الحاجة للمرور بمكتب الاعلام والاتصال الحكومي؟ فيما اجابت نسبة ٣٥.٧% ب أحيانا وجاءت اجابة ٢٤.٥%ب نادرا. ولتعميم النتائج من هذه العينة على مجتمع البحث عند مستوى ثقة ٩٥% يمكن القول بأن المتوسط الحسابي لمجتمع البحث لهذا السؤال يكون بين ٢/٠٥ و ٢/٢٥ وقد يكون في مستوى «متوسط إلى مرتفع» من الموافقة.

اظهرت الدراسة ان نسبة ٤٨.٦% اجابت ب نعم على التساؤل، ان مؤسستك الإعلامية تعتمد على مصادرها الخاصة في الحصول على المعلومات الرسمية دون المرور بمكتب الاعلام والاتصال الحكومي؟ فيما اجابت نسبة ٣٦.١%ب أحيانا وجاءت اجابة ١٥.٣% ب نادرا. ولتعميم النتائج من هذه العينة على مجتمع البحث عند مستوى ثقة ٩٥% يمكن القول بأن المتوسط الحسابي لمجتمع البحث لهذا السؤال يكون بين ٢/٢٤ و ٢/٤٢ وقد يكون في مستوى «مرتفع» من الموافقة.

اجابت نسبة ٤٢.٢% ب نعم على التساؤل، انت تعتمد شخصا على مصادرك الخاصة في الحصول على المعلومات الرسمية دون المرور بمكتب الاعلام والاتصال الحكومي؟ فيما اجابت

نسبة ٣٥.٧% أحيانا وجاءت اجابة ٢٢.١% ب نادرا. ولتعميم النتائج من هذه العينة على مجتمع البحث عند مستوى ثقة ٩٥% يمكن القول بأن المتوسط الحسابي لمجتمع البحث لهذا السؤال يكون بين ٢/١ و ٢/٣ و قد يكون في مستوى « متوسط إلى مرتفع» من الموافقة.

اجابت نسبة ٣٨.٢% ب نعم على التساؤل، خلال الازمات تعاني مؤسستك من شحة توفير المعلومات الرسمية من قبل مكتب الاتصال والاعلام الحكومي؟ فيما اجابت نسبة ٣٧.٨% ب أحيانا وجاءت اجابة ٢٤.١% ب نادرا. ولتعميم النتائج من هذه العينة على مجتمع البحث عند مستوى ثقة ٩٥% يمكن القول بأن المتوسط الحسابي لمجتمع البحث لهذا السؤال يكون بين ٢/٠٤ و ٢/٢٤ و قد يكون في مستوى « متوسط إلى مرتفع» من الموافقة.

اجابت نسبة ٣٩.٨% ب نعم على التساؤل، خلال الأزمات تعاني شخصا من شحة توفير المعلومات الرسمية من قبل مكتب الاتصال والاعلام الحكومي؟ فيما اجابت نسبة ٣٩.٠% ب أحيانا وجاءت اجابة ٢١.٣% ب نادرا. ولتعميم النتائج من هذه العينة على مجتمع البحث عند مستوى ثقة ٩٥% يمكن القول بأن المتوسط الحسابي لمجتمع البحث لهذا السؤال يكون بين ٢/٠٩ و ٢/٢٨ و قد يكون في مستوى « متوسط إلى مرتفع» من الموافقة.

اجابت نسبة ٤٣.٠% ب نعم على التساؤل، هل تلجأ مؤسستك إلى حسابات مواقع التواصل الاجتماعي للدوائر والمؤسسات في المحافظة للحصول على المعلومات؟ فيما اجابت نسبة ٣٢.٩% ب أحيانا وجاءت اجابة ٢٤.١% ب نادرا. ولتعميم النتائج من هذه العينة على مجتمع البحث عند مستوى ثقة ٩٥% يمكن القول بأن المتوسط الحسابي لمجتمع البحث لهذا السؤال يكون بين ٢/٠٩ و ٢/٢٩ و قد يكون في مستوى « متوسط إلى مرتفع» من الموافقة.

اجابت نسبة ٤١.٨% ب نعم على التساؤل، هل تلجأ شخصا الى حسابات مواقع التواصل الاجتماعي للدوائر والمؤسسات في المحافظة للحصول على المعلومات؟ فيما اجابت نسبة ٣٧.٣% ب أحيانا وجاءت اجابة ٢٠.٩% ب نادرا. ولتعميم النتائج من هذه العينة على مجتمع البحث عند مستوى ثقة ٩٥% يمكن القول بأن المتوسط الحسابي لمجتمع البحث لهذا السؤال يكون بين ٢/١١ و ٢/٣ و قد يكون في مستوى « متوسط إلى مرتفع» من الموافقة.

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الفرعي الثالث: ما مدى اعتماد الإعلام العراقي في جنوب العراق على آليات التواصل الحكومي في اشباع حاجاته أثناء الأزمات؟ اظهرت الدراسة ان اعتماد الإعلام العراقي على آليات التواصل الحكومي لجميع أفراد مجتمع البحث يكون في مستوى «متوسط إلى مرتفع»؛ ولذا يمكن القول بأنّ مؤشر « اعتماد الإعلام العراقي على آليات التواصل الحكومي» حسب وجهات نظر جميع أفراد مجتمع البحث يكون في مستوى «متوسط إلى مرتفع»؛ كذلك يقدر مستوى الثقة المناسب للمتوسط عند مستوى ثقة ٩٥% من ٢/١٥ إلى ٢/٢٥.

ثانياً: التوصيات

بناء على ما تقدم فان الباحثة توصي بالاتي:

توسيع دائرة التواصل مع المؤسسات الاعلامية والصحفيين في جنوبي العراق والابتعاد عن الانتقائية في تحديد مؤسسات بعينها للتعامل معها خاصة خلال الازمات.

محاولة ضم اكبر عدد من الصحفيين والمؤسسات الاعلامية في المجموعات المهنية على المنصات الرقمية سواء تلك التي تديرها مكاتب الاعلام والاتصال الحكومي او مكاتب الاعلام في الدوائر الحكومية.

ايجاد آليات اضافية للتواصل مع الصحفيين ومؤسساتهم سواء في الاحداث الجارية او خلال الازمات لما لذلك من دور مهم في توفير المعلومات الصحيحة لأفراد المجتمع.

اتباع تقليد الايجاز اليومي من قبل مكاتب الاعلام والاتصال الحكومي من خلال تقديم عرض موجز بأهم الانشطة الحكومية بالنص والصوت والصورة عبر المنصات المخصصة للتواصل مع المؤسسات الاعلامية والصحفيين.

تفعيل دور مكاتب الاعلام والاتصال الحكومي وجعلها اكثر حيوية من خلال منحها الصلاحية الكاملة لإدارة اخبار الانشطة الرسمية وتوزيع هذه الاخبار.

من المهم ان يضع مكتب الاعلام والاتصال الحكومي خطة عمل تتعلق بإدارة الاخبار وكيفية التعامل الشفاف مع الصحفيين خلال الازمات وبطريقة تختلف عن اوقات الاحداث الاعتيادية الجارية لان اوقات الازمات تتطلب سرعة ودقة في العمل وفي اتخاذ القرارات.

- ^١. الملا ، مادة وسائل الاتصال الجماهيري: ص٧.
- ^٢. امرى، الاتصال الجماهيري: ص١٧.
- ^٣. راضي، التميمي، الاتصال ووسائله الشخصية والجماهيرية والتفاعلية: ص٢٥.
- ^٤. الملا ، مادة وسائل الاتصال الجماهيري: ص٩.
- ^٥. راضي، التميمي، الاتصال ووسائله الشخصية والجماهيرية والتفاعلية: ص٢٥.
- ^٦. الملا ، مادة وسائل الاتصال الجماهيري: ص٤.
- ^٧. رائد، وسائل الاتصال الجماهيري: ص٧.
- ^٨. خيرالله، محاضرات في نظريات الاعلام: ص٤٢.
- ^٩. خيرالله، محاضرات في نظريات الاعلام: ص٥٤٢.
- ^{١٠}. مراد، الاتصال الجماهيري والاعلام: ص٣٢.
- ^{١١}. القيم ، محاضرات: ص ٢٠.
- ^{١٢}. ابراهيم، «محاضرة على طلبة الدراسات الاولى عن استراتيجية الاعلام الحكومي في العراق»: ص ٣٢.
- ^{١٣}. الساعدي، الاعلام الحكومي والتحول الرقم: ص ٦٣.
- ^{١٤}. mavtiaI pasquiev ،Kfessor ،EhcycIopedic Dictiohavy of pubic Admihis tvatioh،admihistvatioh،pubI
- ^{١٥}. Government Communica Tion And Public Informa Tion Press and pubic IhformatIon division The Hague
- ^{١٦}. سلطان ، «حرية الاعلام في الحصول على المعلومات الحكومية»: ص ٣٠١.
- ^{١٧}. كاظم ، الاعلام الحكومي في العراق وتجارب اعوام عشر: ص ٣٦.
- ^{١٨}. كاظم، الاعلام الحكومي في العراق وتجارب اعوام عشر: ص ٣٧.
- ^{١٩}. عايش ، خيرت معوض عياد: ص ٢٠.
- ^{٢٠}. عايش، الاتصال الحكومي ممارسات ودراسات: ص ١٩٢.
- ^{٢١}. المساعدة، ادارة الازمات المداخل_المفاهيم_العمليات: ص ٢١١.
- ^{٢٢}. مُجَدّ، «الإعلام وتسير الكوارث الطبيعية تحليل مضمون الصورة التلفزيونية في زلزالى الاصنام. وبرمر داس»: ص١٧.
- ^{٢٣}. مُجَدّ، «الإعلام وتسير الكوارث الطبيعية تحليل مضمون الصورة التلفزيونية في زلزالى الاصنام. وبرمر داس»: ص ٧٥.
- ^{٢٤}. المساعدة، ادارة الازمات المداخل_المفاهيم_العمليات: ص ١٠٦-١٠٧.

المصادر:

١. اسعد كاظم، الاعلام الحكومي في العراق وتجارب اعوام عشر، بلا مكان نشر، بلا تاريخ نشر .
٢. رائد الملا، (٢٠٠٠). مادة وسائل الاتصال الجماهيري، المشروع القومي للترجمة، المجلس الاعلى للثقافة.
٣. رجاء يونس سليمان أبو مزيد (٢٠١٣). «الخطاب الصحفي الفلسطيني نحو ٩ قضية المصالحة الفلسطينية». رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية بغزة.
٤. عبدالله حسن سلم، (٢٠١٥م). مهارات الاتصال الاداري، الاردن _ عمان: دار المعترز.
٥. كامل خورشيد مراد، (٢٠١٤م). الاتصال الجماهيري والاعلام، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان.
٦. لؤي الزعبي، (٢٠٢٠م). الاعلام والاتصال الالكتروني، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية .
٧. ماجد عبد المهدي المساعدة، (٢٠١٢). ادارة الازمات المداخل _ المفاهيم _ العمليات، جامعة الزرقاء، دار الثقافة للنشر والتوزيع _ عمان _ الاردن .
٨. محمد ابراهيم عايش و د. احمد فاروق رمضان، (٢٠١٩). الاتصال الحكومي ممارسات ودراسات، مراجعة امل عنبر بشير و لينا جردات، المكتب الاعلامي لحكومة الشارقة.
٩. محمد علي ابو العلا، (٢٠١٤م). فن الاتصال الجماهيري بين النظرية والتطبيق، جامعة كفر الشيخ، دار العلم والايمان للنشر والتوزيع.
١٠. محمد مفتاح، احمد بو حسن، (٢٠٠١). المفاهيم واشكال التواصل، منشورات كلية الآداب والعلوم الإنسانية، الرباط.
١١. محمود حسن اسماعيل (٢٠٠٣). مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، الهرم.

١٢. منال طلعت محمود، (٢٠٠١م). مدخل الى علم الاتصال، جامعة الاسكندرية، المعهد العالي للخدمات الاجتماعية.
١٣. منال هلال المزاهرة، (٢٠١٢). نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان.
١٤. نصيف فهمي منقر يوس، (٢٠١٠). الاتصال بين الجوانب الانسانية والتكنولوجية المعاصرة المكتب الجامعي الحديث، مطبعة الاسكندرية.
١٥. هشام رشدي خيرالله، محاضرات في نظريات الاعلام، جامعة المنوفية. بلا تاريخ نشر، بل امكان نشر.
١٦. وسام فاضل راضي، م.م مهند حميد التميمي، (٢٠١٧). فاعلية الاتصال ووسائله الشخصية والجماهيري، دار الكتاب الجامعي، دولة الامارات العربية المتحدة.

