

College of Mass Communication
University of Baghdad



The means and methods of communication for the Municipality of Baghdad and the municipalities during the operations of imposing the law

Research extracted from a master's thesis

Marwan Falah Hadi Al-Shamry
Prof. Ali Jabbar Al-Shamry , Ph.D.

E-mail: marwanalshmri994@gmail.com

E-mail: Alijbar2000@yahoo.com

Mobile: 009 07735070875

Mobile: 00964 07705082971

Abstract

This study aims to identify how the Baghdad Municipality employs public relations in law enforcement operations and the role played by the Municipality in communicating and communicating with the public, raising their awareness, and educating them not to abuse public property. As for the research tools, the researcher used the questionnaire as a collection tool in addition to an analytical description of the means and methods of communication for public relations in the Baghdad Municipality Department on Facebook.

The research concluded with a set of results, the most important of which are:

DOI: <https://doi.org/10.33282>

ISSN: 2617- 9318 (Online)

ISSN: 1995- 8005 (Print)

* Supervisor: Prof.,Ali Jabbar Al-Shamry, Ph.D.·Baghdad University/College Of Mass Communication/ Public Relations Dept.

-
- ▶ The means through which citizens learned about the existence of campaigns to impose the law and lift abuses, represented by (social networking sites), recorded the highest percentage among other means.
 - ▶ The most prominent functions performed by the Department of Public Relations and Information in the Law Enforcement Plan, which were represented in (educating the public not to abuse public and private property), were higher than the rest of the other functions.
 - ▶ While the continuous follow-up of public relations and media activities for the municipalities of the Municipality of Baghdad by citizens, which contributes to increasing their information, the paragraph (for the media and communication networks to play a major role in educating citizens not to infringe on public property) got the highest percentage.

Keywords: communication; the Municipality of Baghdad; the municipalities; imposing the law

الوسائل والاساليب الاتصالية لأمانة بغداد والبلديات اثناء عمليات فرض القانون

بحث مستل من رسالة ماجستير

مروان فلاح هادي الشمري

أ.د. علي جبار الشمري

مستخلص

تهدف هذه الدراسة للتعرف على كيفية توظيف امانة بغداد العلاقات العامة في عمليات فرض القانون والدور الذي تقوم به الامانة في الاتصال والتواصل مع الجمهور وتوعيتهم وتنقيفهم بعدم التجاوزات على الممتلكات العامة ، وقد اعتمد الباحث على المنهج المسحي باعتباره احد اساليب الدراسة الوصفية في جمع وتحليل البيانات، اما ادوات البحث فقد استخدم الباحث الاستبيان كأداة لجمع اضافة الى وصف تحليلي للوسائل والاساليب الاتصالية للعلاقات العامة في دائرة أمانة بغداد على الفيسبوك.

وقد خُص البحث الى مجموعة من النتائج نذكر أهمها :

► سجلت الوسائل التي تعرف من خلالها المواطنين على وجود حملات لفرض القانون ورفع التجاوزات والمتمثلة (بمواقع التواصل الاجتماعي) أعلى نسبة مئوية بين الوسائل الأخرى.

* باحث في قسم العلاقات العامة - كلية الاعلام - جامعة بغداد

* مشرف رسالة الماجستير : قسم العلاقات العامة - كلية الاعلام - جامعة بغداد

الوسائل والاساليب الاتصالية لأمانة بغداد والبلديات

- ▶ حصلت ابرز الوظائف التي تؤديها دائرة العلاقات العامة والإعلام في خطة فرض القانون والتي تمثلت (بتوعية الجمهور بعدم التجاوزات على الممتلكات العامة والخاصة) أعلى نسبة من باقي الوظائف الأخرى.
- ▶ بينما المتابعة المستمرة لأنشطة العلاقات العامة والإعلام لبلديات امانة بغداد من قبل المواطنين والتي تسهم بزيادة معلوماتهم حصلت فقرة (لوسائل الاعلام وشبكات التواصل دوراً كبيراً لتوعية المواطنين بعدم التجاوز على الممتلكات العامة) اعلى نسبة مئوية .

الكلمات المفتاحية: الاتصال; أمانة بغداد ; فرض القانون

مقدمة Introduction

العلاقات العامة هي الشريان الرئيس للمؤسسات والمنظمات والشركات كافة وحظت باهتمام كبير من قبل الدولة والجهزة الحكومية ، فهي من أهم المظاهر المعاصرة وجانب مهماً من جوانب المجتمع حيث أصبحت العلاقات العامة ضرورة لازمة في حياتنا اليومية لتأثيرها الفعال فمن خلالها نستطيع الاتصال والتواصل مع الجمهور الداخلي في المؤسسة والخارجي لها من عامة المواطنين ، وان الحفاظ على هذه العلاقة والتفاهم لا يأتي من فراغ بل من التطبيق العلمي لهذا المفهوم ومعرفة اتجاهات الرأي العام والتواصل المستمر مع الجمهور لضمان توافق سياسة المنظمة معهم بهدف الحصول على المزيد من القبول والتعاون وتحقيق الاهداف المشتركة ، وما شهده العراق من تحولات سياسية واجتماعية واقتصادية كثيرة ولا سيما في الآونة الاخيرة أدى الى انتشار التجاوزات في عموم العراق من قبل المواطنين على الارصفة وبناء البيوت في اماكن غير مخصصة ، لذا عمدت أمانة بغداد الى ازالة هذه التجاوزات بعد تحذير المواطنين بإزالتها .

الاطار المنهجي للبحث

أولاً: مشكلة البحث وتساؤلاته

يركز هذا البحث على مشكلة تحتاج الى تفسير واجابة وهي ذات اهمية كبيرة بالنسبة للمجتمع ولا مناص من القول بانه لا يوجد هناك تصور واضح ودقيق عن الدور الذي تقوم به العلاقات العامة في الكثير من المؤسسات والمنظمات او يندرج اسم العلاقات العامة مع مسميات اخرى من ضمن الهيكل الاداري والتنظيمي للمؤسسة ، وهنا يتحتم علينا معرفة الدور الذي تقوم به العلاقات العامة في مجال التوعية وتثقيف الجمهور بالحفاظ على الممتلكات العامة وعدم التجاوز عليها وما تسببه من تشوه غير حضاري ، حيث لا بد من وضع تساؤلات تتناسب مع الدراسة وأهمها :

- ▶ ما الانماط الاتصالية المستعملة في مواقع أمانة بغداد على الفيسبوك ؟
- ▶ ما وسائل الانشطة الاتصالية للعلاقات العامة في امانة بغداد ؟
- ▶ ما الاساليب الاتصالية للعلاقات العامة في أمانة بغداد على الفيسبوك ؟

ثانياً : أهمية البحث

أذا تأملنا في مشكلة البحث سنجد المشكلة في سوء فهم العلاقات العامة وجورها وعدم معرفة نشاطاتها وتستمد هذه الدراسة أهميتها من أهمية الموضوع المطروح وهو كثرة التجاوزات

الوسائل والاساليب الاتصالية لأمانة بغداد والبلديات

التي حصلت ولا سيما بعد أحداث ٢٠٠٣ والتطور السكاني الذي حصل اضافة الى نقشي البطالة والوضع المعيشي الصعب وعدم توفر السكن وادى ذلك الى كثرة عدد المتجاوزين وخصوصاً في العاصمة بغداد , ونجد أهمية البحث في تناوله لموضوع فرض القانون ومعرفة اساليب وانشطة العلاقات العامة في أمانة بغداد .

ثالثاً : أهداف البحث

- ▶ تحديد الانماط الاتصالية المستعملة في مواقع أمانة بغداد على الفيسبوك .
- ▶ التعرف على وسائل الانشطة الاتصالية للعلاقات العامة في امانة بغداد .
- ▶ معرفة الاساليب الاتصالية للعلاقات العامة في أمانة بغداد على الفيسبوك .

رابعاً : حدود البحث

- ▶ **الحدود المكانية :** يتضمن المجال المكاني للبحث وتحديداً في العاصمة بغداد ، فيما تمثل الجزء الاخر الصفحات الرسمية لأمانة بغداد والبلديات التابعة لها على موقع الفيسبوك .
- ▶ **الحدود الزمانية :** تمثلت في مجالين وهما:
 - أ . **الاستبانة :** تمثلت الحدود الزمانية في توزيع وجمع وتحليل الاستبانة على المبحوثين امتدت للمدة من (٢٠٢١/٨/١٢ الى ٢٠٢٢/٥/١٢) بهدف الحصول على نتائج علمية قابلة للتعميم .
 - ب . **تحليل الانشطة لموقع الفيسبوك :** تمثلت هذه الحدود من (٢٠٢٢/٤/١٢ - ٢٠٢٢/٧/١٢) وهي المدة التي اشتهرت بأكثر المضامين التي تحدثت عن دور واهمية حملة عبير لرفع التجاوزات .
- ▶ **الحدود الموضوعية :** تمثلت الحدود الموضوعية بحصر الموضوعات التي تم عرضها في صفحات أمانة بغداد على موقع الفيسبوك .

خامساً : نوع البحث ومنهجه

فرضت طبيعة المشكلة التي تناولها البحث استخدام المنهج المسحي باعتباره احد اساليب الدراسات الوصفية في جمع البيانات والمعلومات مستعيناً بالأداة **المقياس** في الجانب الميداني ، اضافة الى استخدام توصيف الانشطة التي تستخدمها العلاقات العامة والإعلام في أمانة بغداد لتوعية الجمهور .

سادساً : مجتمع البحث والعينة

يتطلب البحث التعرف على مجتمع الدراسة الذي يضم تحليل الانشطة والدراسة الميدانية :

الوسائل والاساليب الاتصالية لأمانة بغداد والبلديات

- ▶ مجتمع دراسة تحليل الأنشطة : يتمثل مجتمع دراسة تحليل الأنشطة في المضامين المنشورة على صفحة الفيسبوك لأمانة بغداد والخاصة بحملة عبير لرفع التجاوزات للمدة من (٢٠٢٢/٤/١٢ - 2022 / 7 /12)
- ▶ مجتمع الدراسة الميدانية : وقد تمثل مجتمع البحث بجمهور مدينة بغداد اعتمد الباحث على عينة عمدية من الساكنين في منطقتي الدورة والصدر الاولى ، راعى الباحث التنوع في البيانات الديموغرافية بين المبحوثين قدر الامكان وتم جمع بيانات الدراسة في الفترة من (12/8/2021 الى 12/5/2022)

سابعاً : أدوات البحث

- ▶ أداة الاستبانة : لاستبيان من أكثر طرق جمع البيانات الأولية شيوعاً في العلوم الاجتماعية وفي الدراسات الاعلامية (منفي، ٢٠٢٠، صفحة ٤١) نظراً لتنوعه وتعدد اشكاله مما يجعله يخدم اغراضاً مختلفة في البحوث المختلفة
- ▶ المقابلة : اعتمد الباحث على المقابلة لجمع البيانات التي يحتاجها من المبحوثين حيث قام بمقابلة عدد من افراد العينة وطرح عليهم العديد من الاسئلة بالإضافة الى قيام الباحث بإجراء عدد من المقابلات مع المسؤولين في الدوائر الحكومية التابعة لأمانة بغداد .
- ▶ مسح لأنشطة أمانة بغداد والبلديات التابعة لها على موقع الفيسبوك والخاصة بحملة عبير لرفع التجاوزات.

ثامناً : اختبار الصدق والثبات الخاص بتحليل الأنشطة

- ▶ لقياس الصدق الظاهري للأداة التي اعتمدها الباحث والخاصة بتحليل الأنشطة تم عرض استمارة التحليل على (٩) محكمين من ذوي الخبرة والاختصاص للتحقق من مدى صحة الفئات المقترحة ودقتها في تحقيق الهدف الذي وضعت لأجله فكانت نسبة الاتفاق على استمارة تحليل الأنشطة ٩١,٨ % .
- ▶ استخدم الباحث طريقة الاتساق عبر الزمان: بمعنى أن يحصل الباحثون المحللون على النتائج نفسها إذا طبقوا على الفئات ذاتها المضمون نفسه لفترات متباعدة أو مختلفة. إذ قام بإعادة التحليل بعد مضي شهريين على عملية التحليل الأولى، وقد خرج الباحث بالنتائج نفسها باستثناء اختلافات طفيفة. وعند تطبيق معادلة (هولستي) لقياس الثبات حصل الباحث على درجة ثبات (٠,٨٦) وهي درجة مقبولة لقياس الثبات. (م ٢) (الكبيسي ، ٢٠١٠، صفحة ٧٢)

الوسائل والاساليب الاتصالية لأمانة بغداد والبلديات

تاسعاً : الدراسات السابقة

► دراسة علي موفق فليح الحديثي « دور العلاقات العامة في نشر الوعي المروري» تهدف هذه الدراسة التعرف على واقع العلاقات العامة في مديرية المرور العامة ودورها في نشر الوعي المروري بين الجمهور العراقي وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي في الكشف عن واقع العلاقات العامة ودورها في نشر الوعي المروري واهم الوسائل والاساليب المستخدمة في نشر هذا الوعي معتمداً على أداة الاستبيان وكذلك المقياس الذي اعده الباحث وتوصلت الدراسة الى وجود وعي مروري عالٍ لدى الجمهور العراقي و يعد الوضع الامني السبب الاول في حدوث الاختناقات والحوادث المرورية .

► نادية خالد احمد « الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في دائرة صندوق الاسكان العراقي » دراسة مسحية للأنشطة للمدة 2019-2012 , وقد استخدمت الباحثة المنهج المسحي - الوصفي الذي يتم من خلاله مسح شامل للأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في دائرة صندوق الإسكان العراقي اما أداة البحث فقد صممت الباحثة استمارة مسح وصفي للأنشطة وكذلك شكل صفحات الفيس بوك لدائرة صندوق الإسكان والأداة الثانية المقابلة العلمية حيث أجريت الباحثة مقابلات علمية (غير مقننة) باستخدام الاسئلة المفتوحة وتوصلت الباحثة الى ان هناك نشاطات اتصالية للعلاقات العامة في دائرة صندوق الاسكان بنسب متفاوتة إذ ان هذه النشاطات تعود بالفائدة لهذه الدائرة في تحقيق اهدافها .

الاطار النظري للبحث

١- أساليب الاتصال في العلاقات العامة :

قبل ان نوضح أساليب الاتصال في العلاقات العامة لابد من أن نتعرف على النشاط الاساسي والذي يتضمن كل النشاطات الأخرى الا وهو الاتصال ومن ثم نتعرف على اساليب ووسائل الاتصال والتواصل في العلاقات العامة .

للاتصال اهمية كبيرة في العلاقات العامة وضرورة ملحة بالنسبة للباحثين والممارسين والاكاديميين وان عمل العلاقات العامة في اي مؤسسة او على اي صعيد فهي تحتاج الاتصال لممارسة انشطتها وفعاليتها لذا توظف العلاقات العامة فنون الاتصال كافة واساليب الحوار والاقناع وتستخدمها للتفاعل مع الجمهور والتعرف على ردود الافعال ويرى الدكتور بلال خلف السكرانة ان الاتصال هو اساس حياتنا اليومية فنحن نتبادل كماً هائلاً من المعلومات والبيانات فمن السؤال عن الاحوال الى تبادل المشاعر والعواطف ونقل المعلومات وتبادل الآراء ووجهات النظر . (السكرانة , ٢٠١٥ , ص ٢٤)

الوسائل والاساليب الاتصالية لأمانة بغداد والبلديات

وشهدت أنظمة الاتصال ثورة كبيرة نتيجة للتطورات التكنولوجية التي حصلت والتي يمكن استخدامها في ميادين الاتصال التي تعتمد عليها العلاقات العامة في ممارسة اعمالها .

و من اهم هذه التطورات شبكة الانترنت التي تم استخدامها في تسعينات القرن الماضي وبشكل واسع في تبادل الرسائل الالكترونية والمعلومات في انحاء العالم كافة (المجالي وآخرون , ٢٠١٠ , ص ٣٢٣) اضافة الى الصحف والاذاعة والتلفزيون وساهمت شبكة الانترنت في خدمة ممارسي العلاقات العامة عبر:

▶ البريد الالكتروني E-mali :

هو توزيع الرسائل والرسائل الاعلامية للجماهير الداخلي او الخارجي وارسال البيانات الصحفية و الاعلامية الى الصحف والمجلات ووسائل الاعلام الاخرى .

▶ مواقع Sites على الشبكة :

أسهم الانترنت بوضع مواقع للمؤسسات والمنظمات على شبكات الانترنت و تقوم هذه المواقع بالتعريف بالمؤسسة واهدافها والية عملها وخدماتها ومشاريعها حتى يتمكن المستخدمون من الوصول اليها وتلبية احتياجاتهم .

▶ اتاحة فرص النقاش الجماعي :

يوفر الانترنت فرص التفاعل والنقاش الجماعي حول القضية المطروحة ويتيح الفرصة للجميع في ابداء الرأي والمشاركة والتعليق وتبادل الآراء والحوار وقدم جهاز الحاسوب خدمة للعاملين في العلاقات العامة والممارسين اهمها :

▶ إعداد الرسائل بشكل جيد وواضح من حيث الطباعة والتصميم .

▶ تصحيح الاخطاء الاملائية والقواعد حيث يوفر الكمبيوتر فرص تصحيح الاخطاء

▶ إعداد البيانات الصحفية التي تزود بها المجلات والصحف بشكل مميز ولائق

▶ وقدم جهاز الكمبيوتر خدمات ايضاً للعلاقات العامة في ميادين مختلفة منها:

• حفظ البيانات والاحصائيات

• حفظ الصور والرسومات

• ارسال البريد عبر الفاكس

ويمكن تعريف الاتصال في ضوء ما تقدم بأنه صياغة معنى بين شخصين باستخدام الرموز باستخدام اللغة وهو ما يسمى الاتصال اللفظي او من خلال الاتصال غير اللفظي ويتم باستخدام ثلاثة طرق السلوك والتصرفات» اي الحركات التي يقوم بعملها الانسان و الاشارات

الوسائل والاساليب الاتصالية لأمانة بغداد والبلديات

« ويستخدمها الانسان للتعبير بدل الكلمات ولغة الاشياء » كل الاشياء التي يستخدمها الانسان في حياته (كنعان , ٢٠٢٠ , ص ٩٨)

أساليب الاتصال في العلاقات العامة

أولاً الوسائل المكتوبة والمقروءة:

- ▶ **المجلات :** من وسائل الاتصال المقروءة وهي مطبوع مغلف يصدر بشكل منتظم اما اسبوعياً او شهرياً ويتضمن موضوعات مختلفة والمجلات هي إحدى الوسائل التي يستخدمها العاملون في العلاقات العامة بالمؤسسات او المنظمات بما يساعد على نقل الرسالة من هذه المؤسسة الى جمهورها المعني بها عن طريق هذه الوسيلة لبناء الصورة الايجابية (الجبوري , ٢٠٠١ , ص ١٠١) والتي تشمل نشاطاتها وانجازاتها .
- ▶ **الصحف :** للصحف اهمية كبيرة في تكوين الرأي العام و تحتوي على مادة اعلامية بصياغة صحفية تهدف الى نشر وبث المعلومات والاذخار وتعتبر الصحف المصدر الاكبر للمعلومات بالنسبة لكثير من الناس لسهولة الحصول عليها ورخص ثمنها مقارنة بالوسائل الاخرى حيث يستطيع القارئ من الاطلاع عليها في اي وقت يشاء .
- ▶ **النشرات :** هي من وسائل الاتصال التي تستخدمها المؤسسات حيث تستهدف جماهير معينة وتتضمن مواد تهم فئة من الجمهور و تقوم العلاقات العامة بأعدادها وارسالها الى وسائل الاعلام كي تقوم بنشرها (جودة , ١٩٩٩ , ص ٢٠٥) ويكون اسلوب كتابة النشرة بلغة بسيطة وواضحة وفقراتها مترابطة ومتناسقة وخلوها من الاخطاء الاملائية .

ثانياً الوسائل المنطوقة

- ▶ **الاذاعة :** تعد الاذاعة من اهم وسائل الاتصال مع الجماهير حيث استطاعت الاذاعة ان تحجز مكاناً مناسباً في نفوس المتلقين (نجادات , شنتاوي , ٢٠١٢ , ص ٣) او المستمعين على الرغم من التطورات التي حصلت في وسائل الاعلام الا ان للراديو مكانة خاصة , والاذاعة هي أولى الوسائل التي عرفها الانسان والتي هي متاحة للجميع ويمكن الاستماع اليها وانت في كل مكان او ابعد مكان ويعتمد الجمهور على الاذاعة ويرتبط بها ويكون على صلة دائمة لأنها دائماً تثير فضوله وتزوده بالمعلومات (هيلمان , ٢٠١٩ , ص ٢) وللاذاعة اهمية في عمل الممارسين للعلاقات العامة حيث يتميز اسلوبها بالبساطة والوضوح واستخدام المؤثرات الصوتية والموسيقى في ايصال رسائلهم .
- ▶ **المؤتمرات :** احد اساليب الاتصال السريع والفعال في توصيل المعلومات تقوم به

الوسائل والاساليب الاتصالية لأمانة بغداد والبلديات

المؤسسات او المنظمات في حال كان هناك ازمة او حدث مهم تود ان تبلغ الجماهير به او للإعلان عن خدمة جديدة حيث تقوم العلاقات العامة بتنظيم هذه المؤتمرات ومناقشة الاوضاع مع الجماهير الداخلية او الخارجية وكسب الثقة بين الطرفين وتوضيح الحقائق (مطاوع , ٢٠١٩ , ص ٣٧) .

▶ **الاحتفالات :** من الاساليب الاتصالية المهمة في العلاقات العامة ولا بد من العمل بها لتوطيد العلاقات وتقويتها بين الافراد العاملين في المؤسسات

ثالثاً الوسائل المرئية:

▶ **التلفزيون :** يعتبر التلفزيون من اهم وسائل الاتصال الجماهيري تأثيراً والذي يجمع بين الصوت والصورة معاً حيث يخاطب عدداً كبيراً من الجماهير المنتشرة والواسعة وليس جمهور المؤسسة فقط وقد أثبتت الكثير من الدراسات والابحاث الاعلامية مدى اهمية وتوغل التلفزيون داخل المحيط الاسري في نقل المعلومات والابحاث الاعلامية مدى اهمية وتوغل التلفزيون ويتمتع التلفزيون بتأثيره الاكبر على الجمهور والقدرة على جذب الانتباه واستخدام فنون الحوار والايحاء والسيناريو ونتيجة للتطورات التي حصلت في مجال التكنولوجيا اصبح من الممكن بث التقارير والابحاث مباشرة على الهواء باستمرار اثناء حدوث الازمات والمواضيع التي تهم اكبر شريحة في المجتمع .

▶ **الفيديو :** من الوسائل ذات التكلفة الرخيصة حيث يقوم اخصائي العلاقات العامة في المؤسسة او المنظمة بتصوير فيديو يناول من خلاله الموضوع الذي يرغب بتوضيحه وطرحه للجمهور واخراجه على شكل فيديو قصير واضح ومعبر ومن ثم نسخه على الاشرطة وتوزيعه على الجمهور المستهدف (المجالي وإبراهيم , ٢٠١٠ , ص ٣٢٩ - ٣٣٤)

الاطار العملي للبحث

وصف الوسائل والاساليب الاتصالية لأمانة بغداد والبلديات التابعة لها

▶ معرفة الوسائل المقروءة والمكتوبة التي تستخدمها العلاقات العامة في دائرة أمانة بغداد لنشر نشاطاتها الاتصالية للجمهور الخاصة بالخدمات البلدية المشمولة بحملة عبير:

أظهرت النتائج إن العلاقات العامة في أمانة بغداد استخدمت الجرائد فقط لنشر نشاطاتها الاتصالية للجمهور الخاصة بالخدمات البلدية المشمولة بحملة عبير، وهذا يؤشر استقرار العلاقات العامة في أمانة بغداد وادراكها لأهمية هذه الوسيلة في نشر الاخبار والمعلومات

الوسائل والاساليب الاتصالية لأمانة بغداد والبلديات

والقرارات التي تهم الجمهور ، حيث تتميز الجرائد عن باقي الوسائل الاخرى بإتاحتها لدى الجمهور بشكل يومي ، ورخص ثمنها . ومن الجدير بالذكر ان الجرائد التي تستخدمها العلاقات العامة في أمانة بغداد هي جرائد خارجية رسمية وغير رسمية، وذلك لأنها لا تمتلك جريدة خاصة بها، ولكن لديها اشتراكات سنوية مع الصحف الخارجية.

▶ الفنون الصحفية التي تستخدمها العلاقات العامة في الوسائل المقروءة والمكتوبة في الجرائد الخارجية :

تنوعت الفنون الصحفية التي تستخدمها العلاقات العامة في الوسائل المقروءة والمكتوبة في الجرائد الخارجية بين الخبر والتقرير والتحقيق والحديث والمقال الصحفي وتباينت نسب هذه الفنون الصحفية من جريدة الى اخرى ، **الخبر الصحفي** : من الجدير بالذكر ان الاخبار الصحفية التي تنشرها الجرائد الخارجية هي الاخبار الصحفية التي تعدها العلاقات العامة في دائرة أمانة بغداد، إذ حصلت جرائد كل من (الصباح، العراق، العالم الجديد، المدى، NAS على (1) تكرار ونسبة مئوية قدرها (20%) لكل منهم، من مجموع (5) تكرارات. وذلك يعود الى ان هذه الجرائد بطبيعتها تعتمد على الاخبار الصحفية بالدرجة الاولى في تغطيتها لأخبار دائرة أمانة بغداد.

▶ **التقرير الصحفي** : حصلت جرائد كل من (الزمان، الدستور، شفق نيوز، IQ NEWS على (1) تكرار ونسبة مئوية قدرها (25%) لكل منهم من مجموع (4) تكرارات. ▶ **التحقيق الصحفي** : حصلت جريدة الشرق على (1) تكرار ونسبة مئوية قدرها (100%) من مجموع (1) تكرار، أما الجرائد الأخرى فلم تحصل على أي نسبة تذكر وذلك لان النشاطات الخاصة بأمانة بغداد اقتصرت على الفنون الصحفية الأخرى واستخدم هذا الفن بنسبة ضئيلة .

الفنون الخاصة التي تستخدمها العلاقات العامة لنشاطها الاعلامي في دائرة أمانة بغداد:

أتضح لنا أن فئة **(المؤتمر الصحفي)** جاء في مقدمة الفنون الخاصة التي تستخدمها العلاقات العامة لنشاطها الإعلامي في دائرة أمانة بغداد وحصلت على (7) تكرارات ونسبة مئوية قدرها (46,7%) من مجموع (10) تكرار، تلتها فئة **(المعلقات الاعلانية)** بالمرتبة الثانية وحصلت على (5) تكرارات ونسبة مئوية قدرها (33,3%)، ثم فئة **(البيان الاخباري)** بالمرتبة الثالثة والأخيرة وحصل على (3) تكرارات ونسبة مئوية قدرها (20%). في لم تحصل فئة **(العروض التقديمية)** على أي نسبة مئوية أو تكرار يذكر

الوسائل والاتصاليات لأمانة بغداد والبلديات

انواع الاعلانات المنشورة في الوسيلة المقروءة والمكتوبة (الجرائد) :

أتضح لنا من النتائج ان فئة (الاعلان الاعلامي) جاءت في مقدمة انواع الاعلانات المنشورة في الوسيلة المقروءة والمكتوبة (الجرائد)، وحصلت على (٥) تكرارات ونسبة مئوية قدرها (٤٥,٤٥٪) من مجموع (١١) تكرار، تلتها فئتا كلا من (اعلان المسؤولية الاجتماعية - التنبيه، اعلانات الابواب الثابتة) وحصلت على (٣) تكرارات ونسبة مئوية قدرها (٢٧,٢٧٪) لكل منهما.

الوسائل المسموعة والمرئية التي استخدمتها العلاقات العامة في تغطية حملة عبير :

أتضح لنا من النتائج ان قناة (العراقية) جاءت في مقدمة القنوات الفضائية التي استخدمتها العلاقات العامة في أمانة بغداد في تغطية حملة عبير، وحصلت على (١٨) تكرارا ونسبة مئوية قدرها (٢٦,١٪) من مجموع (٦٩) تكرار، تلتها قناة (هنا بغداد) وحصلت على (١٢) تكرارا ونسبة مئوية قدرها (١٧,٤٪)، ثم قناة (الفرات) بالمرتبة الثالثة وحصلت على (١٠) تكرارات ونسبة مئوية قدرها (١٤,٥٪)، تلتها قناة (السومرية) بالمرتبة الرابعة وحصلت على (٨) تكرارات ونسبة مئوية قدرها (١١,٦٪)، بينما جاءت قناة (الشرقية) بالمرتبة الخامسة وحصلت على (٦) تكرارات ونسبة مئوية قدرها (٨,٧٪)، تلتها قناة (آفاق) بالمرتبة السادسة وحصلت على (٥) تكرارات ونسبة مئوية قدرها (٧,٢٪)، ثم قناة (دجلة) بالمرتبة السابعة وحصلت على (٤) تكرارات ونسبة مئوية قدرها (٥,٨٪)، تلتها قناة (الحرّة) بالمرتبة الثامنة وحصلت على (٣) تكرارات ونسبة مئوية قدرها (٤,٣٪)، ثم قناة (الغدير) وحصلت على (٢) تكرار ونسبة مئوية قدرها (٢,٩٪)، وأخيراً جاءت قناة (Utv) بالمرتبة الأخيرة وحصلت على (١) تكرار ونسبة مئوية قدرها (١,٤٪). وذلك يعود الى انها اسرع وسيلة في اقبال المعلومات والايخبار الى الجمهور وكذلك لكونها متاحة لدى الكثير من الجمهور ولما يتميز به من سهولة استخدامها ، لذلك تلجئ اليها العلاقات العامة في أمانة بغداد لإيصال التعليمات الصحيحة الى الجمهور.

الأساليب الاتصالية للعلاقات العامة في أمانة بغداد على الفيسبوك :

أتضح لنا من نتائج الدراسة ان أسلوب (الزيارات الميدانية) جاءت في مقدمة الأساليب الاتصالية في أمانة بغداد على الفيسبوك، وحصلت على (٦٣٠) تكرارا ونسبة مئوية قدرها (١٠٠٪) من مجموع (٦٣٠) تكرارا، فيما اهملت العلاقات العامة في أمانة بغداد الأساليب الاتصالية لكل من (الندوات، ورش العمل، المعارض، الاحتفالات) وهذا يعد مؤشر سلبي.

الوسائل والاساليب الاتصالية لأمانة بغداد والبلديات

الاستنتاجات :

- ▶ أشارت نتائج الدراسة أن امانة بغداد تستخدم الانشطة الاتصالية منها النشاط الاعلامي وذلك لنشر الاخبار الجديدة عن حملة رفع التجاوزات وكذلك تقارير دوائر البلدية المشمولة بالحملة والتقارير المنجزة من الحملة، وفيما يخص اللقاءات فقد تقوم العلاقات العامة بعرضها على شكل نص و صور وغيرها من اللقاءات التي تفيد المواطن , اما بالنسبة للنشاط الثاني النشاط الاعلاني حيث ينشر البيج (موقع أمانة بغداد) اعلانات لان البيج ممول لا يصله الى اكبر عدد ممكن من المواطنين مثلا : الإعلانات الخاصة بالخدمات البلدية التي تقدمها الأمانة للمواطنين في المناطق المشمولة بالحملة، وان هذا النوع من الاعلانات هي اعلان اعلامي وكذلك تعلن أمانة بغداد عن وجود رقم خدمة المواطنين ومن خلاله تتم الاجابة عن استلتهم واستفساراتهم ، وهذا النوع اعلان الخدمة وغيرها من الاعلانات التي تهتم المواطن .
- ▶ اكدت النتائج ان الأساليب الاتصالية للعلاقات العامة في أمانة بغداد على الفيسبوك استخدمت أسلوب (الزيارات الميدانية) حيث جاءت في مقدمة هذه الاساليب .
- ▶ كشفت نتائج الدراسة ان العلاقات العامة في أمانة بغداد استخدمت في تغطيتها لحملة عبير الوسائل المسموعة والمرئية (القنوات الفضائية، والاذاعات) لإيصال المعلومات والاخبار الى الجمهور وهذا ما أكدته النتائج وان قناة العراقية جاءت في مقدمة القنوات .
- ▶ أشارت نتائج الدراسة أن امانة بغداد تستخدم الانشطة الاتصالية منها النشاط الاعلامي وذلك لنشر الاخبار الجديدة عن حملة رفع التجاوزات وكذلك تقارير دوائر البلدية المشمولة بالحملة والتقارير المنجزة من الحملة، وفيما يخص اللقاءات فقد تقوم العلاقات العامة بعرضها على شكل نص و صور وغيرها من اللقاءات التي تفيد المواطن , اما بالنسبة للنشاط الثاني النشاط الاعلاني حيث ينشر البيج (موقع أمانة بغداد) اعلانات لان البيج ممول لا يصله الى اكبر عدد ممكن من المواطنين مثلا : الإعلانات الخاصة بالخدمات البلدية التي تقدمها الأمانة للمواطنين في المناطق المشمولة بالحملة، وان هذا النوع من الاعلانات هي اعلان اعلامي وكذلك تعلن أمانة بغداد عن وجود رقم خدمة المواطنين ومن خلاله تتم الاجابة عن استلتهم واستفساراتهم ، وهذا النوع اعلان الخدمة وغيرها من الاعلانات التي تهتم المواطن

الوسائل والاساليب الاتصالية لأمانة بغداد والبلديات

المصادر العربية

- بلال خلف السكرانة. (5102). مهارات الاتصال . عمان، الاردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- تشارلز هيلمان. (9102). مبادئ الراديو. (محمد يوسف الابياري، المترجمون) القاهرة: مؤسسة فرانكلين.
- درة المجالي ، عبد الباري أبراهيم ، و نبيل خليف. (0102). العلاقات العامة في القرن الحادي والعشرين النظرية والممارسة . عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.
- سمير مطاوع. (9102). العلاقات العامة جسر الاتصال والنجاح. دار اليازوري للنشر والتوزيع.
- صباح عواد منفي. (0202). بعض المتغيرات النفسية كمنبئات بأخلاقيات الممارسة المهنية في الصحافة العربية(رسالة دكتوراه). القاهرة: جامعة المينا -كلية الاداب.
- عبد الكريم راضي الجبوري. (1002). العلاقات العامة فن وابداع . دار الهلال للنشر والتوزيع.
- علي العمري ، و أحمد الحويتي . (5102). أثر التلفزيون على اتجاهات الرأي العام نحو الجريمة: (رسالة ماجستير) . علم الاجتماع التربوي ، جامعة الجزائر: كلية العلوم الاجتماعية والانسانية.
- علي عقلة نجادات ، و محمد نايف شنطاوي . (13 ديسمبر/كانون الأول , 4102). دور إذاعات الامم المتحدة في نشر ثقافة السلام: (بحث منشور على شبكة الانترنت). كلية الآداب و العلوم الاجتماعية، 6-53.
- علي كنعان. (0202). الإعلام والمجتمع . دار اليازوري للنشر والتوزيع .
- محمد أحمد جودة. (9991). العلاقات العامة مفاهيم وممارسات (الإصدار 2). عمان : دار ازهر للنشر والتوزيع.

References

- Bilal Khalaf Al-Sakrana, (2015). Communication Skills. Dar al-Massira for Publishing and Distribution, Amman, Jordan, p. 24.
- Durrah al-Majali, Abdul Bari Ibrahim, Nabil Khalifa, (2010). Public Relations in the Twenty-First Century: Theory and Practice. Dar Wael for Publishing and Distribution, Amman, pp. 323.
- Ali Kanaan, (2020). Media and Society. Dar Al Yazori For Publishing and Distribution, p. 98.
- Abd Al-Karim Radhi Al-Jubouri, (2001). Public Relations as Art and Creativity. Dar Al Hilal for Publishing and Distribution, p. 101.
- Mohammed Ahmed Jouda, (1999). Public Relations: Concepts and Practices.

الوسائل والاساليب الاتصالية لأمانة بغداد والبلديات

Dar Azhar for Publishing and Distribution, Amman. 2nd Edition, pp. 205.

Ali Uqla Najadat, Mohamed Nayef Shantawi, (2012). The Role of United Nations Radio in Spreading the Culture of Peace. A published research on the Internet, p. 3.

Charles Hillman, (2019). Principles of Radio. Translated by Mohamed Yusuf Al-Abiari, Franklin Foundation, Cairo - New York, p. 2,

Samir Mutawa, (2019). Public Relations, the Bridge of Communication and Success. Dar Al-Yazori for Publishing and Distribution, p. 37

Ali Al-Omari, Ahmed Al-Huwaiti, (2015). The Impact of Television on Public Opinion Attitudes Towards Crime. A Master Thesis. Educational Sociology, Faculty of Social Sciences and Humanities, University of Algiers. p. 55.