



المادة : فن الخبر والتقرير:

اسئلة الامتحانات النهائية

جامعة بغداد

المرحلة: الاولى

للعام الدراسي ٢٠٢٢ / ٢٠٢٣

كلية الإعلام

الزمن: ثلاث ساعات

الدور الاول/ نموذج (١)

قسم: العلاقات العامة

ملحوظة : اجب عن اربعة اسئلة فقط على ان يكون الاول من ضمنها :

س١ : اكتب خبرا متكاملًا مع عنوانه على طريقة الهرم المتدرج (الفكرة من اختيارك) ثم بيّن نوع القيمة الخبرية التي يحملها.

(١٥ درجة)

(١٥ درجة)

س٢ اكتب تقريرًا صحفيًا عن ظاهرة التدخين في الجامعات .

س٣ ا- ماهي خطوات تتبع صحة الصور المنشورة في المواقع الخبرية الالكترونية بحسب طريقة فرانس بريس؟

ب- اكتب خبرًا يتضمن قيمة الاثارة على ان يكون المصدر مجهل .

(١٥ درجة)

(١٥ درجة)

س٤ اجب باختصار عما ياتي :

١- لماذا يمنع ذكر اسم المصدر وعنوانه في الاخبار المهمة والخطيرة؟

٢- ماهي انواع التقارير الخبرية؟

٣- ماذا يقصد بقلب الهرم الذهبي؟

٤- لماذا يعد شاهد العيان اضعف مصدر من مصادر الاخبار؟

٥- لماذا تعد القيم الخبرية نسبية وليست مطلقة؟

س٥ اكتب خبرًا ترد فيه على تصريح لوزير خارجية إحدى الدول فيه أساءة للوطن علما انه يتوفر لديك تصريح رسمي من الحكومة العراقية ( اذكر التصريح ثم اكتب الرد ) . (١٥ درجة)



أ.د. محمد عبد حسن

رئيس القسم

استاذ المادة

## الاجابات النموذجية

س ١ يكتب الطالب الخبر حسب اختياره للفكرة على ان يكون خبرا متكاملًا مع عنوانه ويبيّن نوع القيمة الخبرية بحسب دراسته للقيم .

س ٢ ظاهرة انتشار التدخين في الجامعات وطرق معالجتها(العنوان قد يختلف من طال لآخر هناك مساحة من الحرية في اختيار العنوان والمقدمة وكذلك الخاتمة)

انتشرت في الونة الاخيرة ظاهرة التدخين من قبل الطلبة في الحرم الجامعي ورغم تحذيرات العمادات والقرارات التي صدرت الا ان ذلك لم يمنع البعض من الاستمرار في تعاطيه التدخين عن هذا الموضوع تحدثنا مع عدة اطراف كان اولهم الطالب ( ) حيث قال :

ثم التقينا بالطالبة ( ) التي اعربت عن ....

اما اساتذة الكلية فلهم راي ايضا في الموضوع حيث يقول الدكتور ( )....

وفي الختام نقترح على جامعة بغداد ...

س ٣ ا وضعت وكالة فرانس بريس خطوات لغرض التعرف على الصور المفبركة منها :  
اعتماد طريقة البحث المعكوس او طرح الصورة علو كوكل لبحث في ذاكرته و لمعرفة اوقات نشرها ومصدرها وفيما لو اخرجت من سياقها او تحميل الصورة على محركات بحث مثل

Tineye <images>bing

ب يختار الطالب فكرة مثيرة مثل انتحار او قتل او كشف جرائم غامضة ويكتب عنها خبر

س ٤

١-حفاظا على حياته

٢-الشخصيات/المناسبات/المكان/الزمان/الحدث

٣-الخبر الذي معلوماته كلها جدا مهمة في المقدمة والخاتمة والمتن

٤-لان الانسان بطبعه عاطفي معرض لضغوط ومزاج قد تدفعه لقول معلومات غير حقيقية

وخصوصا وانه مصدر غير رسمي لا نستطيع مسائلته

٥-لان ما يؤمن به مجتمع معين قد لا يؤمن به مجتمع اخر فلا نستطيع تعميمها

س ٥ مثلا :

تصريح لوزير الخارجية التركية حول عدم استطاعة العراق حماية حدوده

اعلن وزير الخارجية العراقية عن استعداد العراق لحماية حدوده من اي اعتداء خارجي جاء ذلك

ردا على تصريحات وزير الخارجية التركية صباح اليوم





المادة: مبادئ العلاقات العامة

اسئلة الامتحانات النهائية

جامعة بغداد

المرحلة: الأولى

تعداد الدراسي ٢٠٢٢ / ٢٠٢٣

كلية الإعلام

الزمن: ثلاث ساعات

الدور الاول/ نموذج (١)

قسم: العلاقات العامة

ملحوظة : اجب عن اربعة اسئلة فقط :

- س١: بين/ ي فيما اذا كانت العبارات الاتية صحيحة ام خاطئة من العبارات الاتية: (١٥ درجة)
١. ان العلاقات العامة جزء لا يتجزأ من المجتمع، لذلك هي تعمل ضمن قيم وعادات وتقاليد ذلك المجتمع ولا تتناقض معها.
  ٢. اهم التسميات التي اطلقت لتعبر عن معنى العلاقات العامة، فهي هندسة العوامل البشرية؟
  ٣. ان الوظيفة الاعلامية التي تقوم بها ادارات العلاقات العامة تعد من اخطر الوظائف لأهميتها في وضع الخطط وصناعة القرارات.
  ٤. شهدت العصور القديمة ظهور النقابات الحرفية التي مارست العلاقات العامة للتأثير في الرأي العام.
  ٥. يعد الاقناع احد اهم الخصائص التي تميز ادوار العلاقات العامة، ويتم من خلال عملية اتصال مدروسة.

س٢: في ضوء المصفوفة التي قمت بإعدادها اثناء دراستك حدد/ي مفهوم العلاقات العامة؟ (١٥ درجة)

س٣: ما هي ابرز اسهامات ايفي لي في نشوء العلاقات العامة؟ (١٥ درجة)

س٤: ما اساليب الاتصالات الادارية المستخدمة في نشاط العلاقات العامة؟ عددها مع الشرح. (١٥ درجة)

س٥: ما خصائص الجمهور في العلاقات العامة، وما هي انواعه على وفق نوعيته؟ (١٥ درجة)

مع امتيانتنا لكم بالنجاح

ا.د. محمد عبد حسن  
رئيس القسم

ا.د. علي الشمري و د. زينب ليث  
استاذ المادة

## الأجوبة النموذجية لأسئلة الامتحانات النهائية لمادة مبادئ العلاقات العامة

س ١: بين/ ي فيما اذا كانت العبارات الآتية صحيحة ام خاطئة من العبارات الآتية: (١٥ درجة)

١. صح

٢. خطأ

٣. صح

٤. خطأ

٥. صح



س ٢: في ضوء المصفوفة التي قمت بإعدادها اثناء دراستك حدد/ي مفهوم العلاقات العامة؟ (١٥ درجة)

تعتمد إجابة السؤال على قدرة الطالب لكتابة ٥ تعريفات مختلفة للعلاقات العامة ، ومن ثم يقوم الطالب بترتيب المصفوفة وأخيرا يعد الطالب مفهوم للعلاقات العامة

س ٣: ما هي ابرز اسهامات ايفي لي في نشوء العلاقات العامة؟ (١٥ درجة)

يعد ايفي لي اول رواد العلاقات العامة ، وهو صحفي اميركي بدا حياته الصحفية عام ١٩٠٣ ثم عمل مستشارا للعلاقات العامة في احدى مؤسسات صناعة الفحم، وفي هذه الأونة قام عمال المناجم بالإضراب عن العمل لحين استجابة الادارة لمطالبهم، ولاحظ "لي" ان مدير المصنع رفض تزويد المرسلين الصحفيين بالمعلومات التي يطلبونها بشأن الاضراب ، كما رفض التحدث معهم واصر على عرض الموقف للتحكيم.

نجح "لي" في اقناع مدير المصنع بتغيير موقفه وانتهاج سياسة من شأنها امداد الصحافة بكل المعلومات الممكنة والسعي الى الوقوف على مصالح واهتمامات جمهور العاملين ، كما نجح "لي" في اقناع الادارة بإصدار "اعلان مبادئ" يبشر بعصر جديد يقوم على اخبار واعلام الجمهور والصحافة بالحقائق عن اي موقف من المواقف ، وتوفير معلومات صحيحة ودقيقة عن أنشطة المنظمة

كذلك نجح في اقناع ادارة شركة سكك بنسلفانيا التي كان مستشارا لها بان تغير موقفها من الصحافة بعد كارثة السكك الحديدية التي حدثت وقتئذ ، وان تكشف عن كل المعلومات التي ادت الى الكارثة وتمد بها رجال الصحافة بل واتاحة الفرصة للصحفيين لان يشاهدوا مسرح الكارثة على الطبيعة ، وقام "لي" بتوزيع نشرات صحفية عن ظروف الحادث على الصحفيين ، كما ساعدهم في تجميع حقائق اضافية عن الحادث والنقاط الصور ، وقد لاقى هذا التصرف رد فعل طيب من قبل الصحافة.

واستمر "لي" في تقديم النصح والمشورة الى العديد من المؤسسات لكي تتببع سياسات من شأنها اكتساب ثقة الجماهير، ومن ذلك نصحه لشركة التبغ الاميركية بتطبيق خطة لمشاركة العاملين في ارباح الشركة ، ونصحه لشركة سكك حديد بنسلفانيا بتجميل وتطوير محطاتها ، ونصحه لمؤسسات صناعة السينما بان تضع مبادئ تطوعية للرقابة الاخلاقية على الافلام .

ويرجع الفضل الى "لي" في حث منظمات الاعمال التجارية والصناعية على نشر سياساتها واعلام الجمهور بأهدافها واغراضها حيث ان السرية تثير الشك دائما، وكذلك العمل على اكتساب ثقة الجمهور في المنظمة وتأييدها، وبذلك القى "لي" الاضواء على اهمية الاعلام والنشر كميدان جديد في عالم التجارة والصناعة، وكان من الاوائل الذين ادركوا بان الدعاية للمنظمة لا تجدي نفعا مالم تدعمها الافعال، وهو من نادى بان يكون للعلاقات العامة دور في نقل اتجاهات الراي العام الى المنظمة ، ونقل سياسات المنظمة واخبارها الى الراي العام بصدق وامانة لكسب ثقة الجماهير وتأييدها، كما نادى بان على المنظمة ان تخطط اعمالها وسياساتها بما يتفق مع مصالح الجمهور وليس العكس، وانه من الاهمية بمكان الابقاء على اتصال مفتوح مع

وسائل الاعلام، وانه من الضروري اضافة الصفة الانسانية على المنظمة وتنمية علاقاتها مع المجتمع والعاملين والعملاء، ومع جماهير المنظمة الداخلية والخارجية كافة، كما اكد حاجة المنظمات الماسة لان تكون اكثر حساسية في التعاطي مع الحاجات الحقيقية للجمهور .

س ٤: ما اساليب الاتصالات الادارية المستخدمة في نشاط العلاقات العامة؟ عددها مع الشرح. (١٥ درجة)

الاتصالات الإدارية هي الطريقة التي تتبعها ادارة العلاقات العامة للاتصال بالعاملين في المنظمة او المخاطبات الرسمية التي تقوم بها مع جهات خارجية، ومنها:

١. الاتصالات الهاتفية والمكتبية، وتتميز بالتبليغات السريعة والاستعلام، ويساعد استخدام الاتصالات الهاتفية والمكتبية في مجال العلاقات العامة في احداث الاثر النفسي المطلوب من خلال التحكم بالصوت والنغمة، وتبادل الآراء وازالة سوء الفهم في وقت قصير وبتكاليف اقل، ومنها الهاتف بأنواعه، والفاكس، وشبكات اتصالات الحاسوب داخل المنظمة.. وغيرها.
٢. الاجتماعات، اذ تتيح فرصة للالتقاء بالعاملين في المنظمة ومعرفة آرائهم والمشكلات التي تواجههم ومقترحاتهم، وقد تكون عامة تشمل عدد كبير او خاصة بعاملين محددين.
٣. المقابلات الشخصية، ويتوقف نجاح هذه المقابلات على شخصية القائم بها، وتؤدي في العلاقات العامة دورا كبيرا في ازالة سوء الفهم، وتوطيد العلاقة مع الشخص المعني.
٤. الدوائر التلفزيونية المغلقة، وتستخدم للاتصال بالعاملين داخل المنظمة كأن يتم بث محاضرة توعوية الى العاملين او نقل توجيه معين وهكذا.
٥. شبكة الحاسوب الداخلية، اذ ترتبط اجهزة الحاسوب داخل المنظمة بشبكة بحيث يسهل نقل التوجيهات والاورامر الى مختلف اجزاء التنظيم.
٦. التقارير، وهي عبارة عن عرض لحقائق خاصة بموضوع ما عرضا تفصيليا، وتختلف اهداف التقرير باختلاف الغرض الذي كتب التقرير لأجله، وهي عدة انواع منها تقارير اخبارية واخرى تحليلية ومنها سنوية .. الخ.
٧. المذكرات، وتستخدم على نطاق واسع كونها احدى طرق الابلاغ عن التعليمات والقرارات، وتتطلب كتابتها تحديد الغرض منها، وموضوعها، واختيار المفردات والعبارات الواضحة التي تعبر بدقة عن موضوعها.
٨. المراسلات، وتأخذ اشكالا عدة فمنها ما هو شخصي ومنها ما هو رسمي، والمراسلات تعني التخصيص، لأنها تركز على الشخص المرسل إليه وهي مهمة في نجاح عملية الاتصال واستمرارها.
٩. لوحة الاعلانات، وهي من الوسائل الشائعة للاتصال بالعاملين واخبارهم بالتوجيهات والتعليمات والارشادات.. الخ.
١٠. المقترحات، وهي طريقة لتمكين العاملين على طرح الافكار التي من شأنها تطوير العمل والارتقاء به.

س ٥: ما خصائص الجمهور في العلاقات العامة، وما هي انواعه على وفق نوعيته؟

خصائص الجمهور في العلاقات العامة هي:

١. سهولة التأثير عليه وإقناعه ومراضاته وهذا ما يلزم العلاقات العامة أمانة عدم استغلاله.
٢. يتصف الجمهور بالتخيل أي انه يتخيل صورة لحدث وقع في الماضي لواقعة لم تحدث بحيث ينتقي ما يريد إدراكه، وما يتفق مع حاجاته وفي تذكره لها فهو يتذكر ما يريد تذكره، كما أن عملية أدراك المعاني والأشياء ترتبط ارتباطا وثيقا بالخبرات السابقة والصور الذهنية.
٣. يتأثر الجمهور بالإعلام وان الفرد يتأثر بالجماعة واتجاهاتها وفي ضوء ذلك تضع العلاقات العامة برامجها وتوجهها للجمهور لنقل أفكار أو التأثير عليه.

٤. يتأثر الجمهور بالإيحاء لأن الإنسان في الجماعة يتأثر تفكيره باتجاهات الجماعة فيجد نفسه منساقا. ومندمجا في وسط التفكير الجمعي انسياقا واندماجا يؤدي إلى اتباع سلوك لا يقوم به مطلقا إذا كان بمفرده.
٥. عادة ما تؤثر العواطف التي لا تستند إلى العقل في كمية ونوع المعلومات التي يتعرض لها الجمهور .

### ما هي أنواع الجمهور على وفق نوعيته؟

١. الجمهور الداخلي: وهم سفراء المنظمة لدى المجتمع الخارجي، ولذلك يمكن القول أن العلاقات العامة الناجحة تبدأ من داخل المنظمة ذاتها، ويتكون هذا الجمهور من أعضاء المؤسسة كافة الذين يتعرضون بشكل مباشر لأنشطتها ويقومون في أثناء أدائهم لوظائفهم بتقديم خدماتها أو سلعها إلى الجمهور الخارجي، لذا لا بد من وجود اتصال فعال بين المستويات الإدارية والتنفيذية ليتم من خلالها تحقيق التلاحم الفكري والفهم المتبادل بين أعضاء المنظمة كافة، ويسهم الاتصال بالجمهور الداخلي إلى تحقيق ما يأتي:

- أ. رفع الوعي بين القوة العاملة بأهمية الدور الذي تقوم به في التقدم الاقتصادي للبلد.
  - ب. اقناع العمال والإدارة بأن مصالحها مشتركة وأن التعاون بينهما يؤدي إلى زيادة الأرباح وارتفاع الأجور .
  - ت. رفع معنويات الأشخاص الذين يعملون في المنظمة.
  - ث. جذب الموظفين والعمال ذوي الخبرة الممتازة للعمل بالمنظمة.
٢. الجمهور الخارجي: ويشمل عادة المنتفعين بالخدمة والموردين والدوائر والهيئات الحكومية والصحافة والاتحادات المهنية وغيرها من الجماهير الخارجية.

من أجل أن نتعرف إلى الجمهور لا بد أن نقرب منه ونناقش بعض أفراده من أجل معرفة آرائه وانطباعاته والمسائل التي تثيره ولا بد أن نضع وصفا لهذا الجمهور، وكلما كان الاتصال بالجمهور قويا كان التأثير عليه أسهل، وعندما نحدد الجمهور بدقة يمكننا أن نحدد أي الوسائل أكثر فاعلية من غيرها للاتصال به وأي الأوقات هي الأنسب للاتصال به لأن التوقيت المناسب يأتي دائما بالنتائج الأفضل ويقلل من احتمال رفض الاتصال.

عندما تقوم إدارة العلاقات العامة بتخطيط برامجها يجب أن تراعي الفروقات بين جمهور وآخر على وفق أهميته للمنظمة، لذلك يجب أن نتقرب وتتصل بكل جمهور من هذه الجماهير على حده وبدقة متناهية وليس الاتصال بهم جميعا وفي وقت واحد وطريقة واحدة لأن ذلك يفقد البرامج الدقة والتأثير المتوقع.



١ م . د . ف . ت . ب . ل . ي . ت

استاذ المادة