

تقييم الوظيفة الإعلامية للسفارات العراقية

(دراسة مسحية وصفية)

(Evaluation of the Media Function of Iraqi Embassies)

A field Study

إعداد الطالب : زيد رياض هاني

إشراف الأستاذة الدكتورة : حميدة مهدي سميسم

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لنيل درجة الماجستير في الإعلام

كلية الإعلام

جامعة الشرق الأوسط

الفصل الدراسي الثاني - حزيران 2011

ﺗﻔﻮﻳﺾ

أنا زید ریاض هانی أفوض جامعة الشرق الأوسط بتزويد نسخ من رسالتي ورقيا
وإلكترونيا للمكتبات أو المنظمات أو الهيئات والمؤسسات المعنية بالأبحاث
والدراسات العلميّة عند طلبها.

الاسم: زید ریاض هانی

التاريخ: / / 2011

التوقيع:

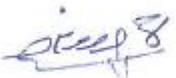
قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة وعنوانها:

" تقييم الوظيفة الإعلامية للسفارات العراقية " دراسة مسحية وصفية

وأجيزت بتاريخ 15 / 5 / 2011

أعضاء لجنة المناقشة:

- أ.د. حميدة مهدي سميسم / رئيساً ومشرفاً / جهة العمل: جامعة الشرق الاوسط التوقيع: 
- د. كامل خورشيد مراد / عضواً / جهة العمل: جامعة الشرق الاوسط التوقيع: 
- د. إبراهيم فؤاد الخصاونه / ممتحناً خارجياً / جهة العمل: جامعة البترا التوقيع: 

الإهداء

إلى والدي الكرّمين اللذين مرياني صغيراً ..

إلى شقيقتي مرحهما الله ..

إلى أخي الذي طالما وجدته إلى جنبي ..

وإلى أرواح شهداء العراق الأبرار ..

أهديكم ثمرة جهدي المنواضع ...

الباحث

شكر وتقدير

الحمد لله رب العالمين الذي يسر علينا، وسهل لنا خطواتنا وأتممنا هذا الجهد المتواضع، ولايسعني هنا إلا أن أنتهز الفرصة لأعبر عن عميق شكري وأمتناني إلى الأستاذة الدكتورة حميدة مهدي سميسم المشرفة على هذه الدراسة، لما أبدته من جهود كريمة، وما أظهرته من رعاية واهتمام ساعدني في أنجاز هذا الجهد العلمي، كما اتقدم بجزيل الشكر إلى كل من الأستاذ الدكتور عبد الجبار البياتي والدكتور كامل خورشيد اللذين كانا خير عون لنا حيث ساهمت نصائحهما في دفع مسيرتنا العلمية إلى الأمام، وكذلك بيتنا الكبير وأسرتنا الثانية المتمثلة بعمادة جامعة الشرق الأوسط، ومنتسبيها وأساتذتها الأفاضل الكرام، وكل أساتذتي و زملائي في كلية الإعلام، وإلى كل من قدم لي عوناً مهماً كان بسيطاً أثناء إعداد هذه الدراسة، والشكر موصول إلى كل من الدكتور محمد الحاج حمود كبير مستشاري معالي وزير الخارجية العراقي وسعادة السفير الدكتور جواد هادي عباس سفير جمهورية العراق في المملكة الأردنية الهاشمية، كذلك أشكر موظفي وزارة الخارجية العراقية كافة الذي أبدوا التعاون واستجابوا لتطبيق الاستبانة وزودني بعضهم ببعض المراجع والنصائح والمعلومات المفيدة، وأشكر ايضاً السيد عدي أسعد والصدیق عزام أبو حمام وزملائي في السفارة العراقية في عمان الذين قدموا لي كل مساعدة ممكنة ساهمت في إنجاز دراستي هذه.

ومن الله التوفيق

الباحث

قائمة المحتويات

أ	تقييم الوظيفة الإعلامية للسفارات العراقية
ب	التفويض
ج	قرار لجنة المناقشة
د	الإهداء
هـ	شكر وتقدير
و	قائمة المحتويات
م	الملخص باللغة العربية
ع	الملخص باللغة الانكليزية

الفصل الأول

1	مقدمة الدراسة
1	التمهيد
4	مشكلة الدراسة وأسئلتها
5	أهداف الدراسة
5	أهمية الدراسة
6	أسئلة الدراسة
8	حدود الدراسة
9	المصطلحات الإجرائية

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

15	تمهيد
17	1- النظرية البنائية الوظيفية
19	2- منهاج أو نموذج كارل دويتش الاتصال
24	3- الدراسات السابقة
37	المبحث الأول: أهمية الإعلام في العمل الدبلوماسي والعلاقات الخارجية
36	1-1 تمهيد

41	2-1	الدبلوماسية والتبادل الإعلامي الدولي
45	3-1	أنواع الدبلوماسية
45	1-3-1	الدبلوماسية التقليدية/ والحديثة:
46	2-3-1	دبلوماسية القمة
47	3-3-1	الدبلوماسية الثقافية
47	4-3-1	دبلوماسية الأقمار الصناعية
50		المبحث الثاني: تاريخ العلاقات الخارجية لدولة العراق وحتى عام 2003
53		المبحث الثالث: وزارة الخارجية العراقية والسفارات والبعثات في الخارج

الفصل الثالث

الإجراءات المنهجية للدراسة

62	1-	نوع الدراسة ومنهجيتها
63	2-	مجتمع الدراسة
63	3-	عينة الدراسة
65	4-	أدوات جمع البيانات
66	5-	اختبار صدق الأداة
66	6-	ثبات الأداة
66	7-	المعالجة الإحصائية
67	8-	إجراءات التطبيق والتنفيذ

الفصل الرابع

عرض نتائج الدراسة

69		عرض نتائج الأسئلة والفرضيات
69		أولاً : عرض نتائج الأسئلة
89		ثانياً : عرض نتائج الفرضيات

الفصل الخامس

مناقشة النتائج والتوصيات

92 مناقشة نتائج الأسئلة والفرضيات
92 أولاً : مناقشة نتائج الأسئلة
106 ثانياً : مناقشة نتائج الفرضيات
108 التوصيات
110 قائمة المراجع العربية
115 المراجع الأجنبية
117 الملاحق

قائمة الجداول

رقم الجدول	محتوى الجدول	الصفحة
جدول رقم (1)	توزيع أفراد العينة والنسب المئوية بحسب القارة التي تقيم بها السفارة.	63
جدول رقم (2)	عدد استبانات الدراسة الموزعة والمستجيبة مقارنة بمجتمع الدراسة وعينتها بحسب القارات.	64
جدول رقم (3)	تكرارات ونسب توزيع العاملين في العمل الإعلامي في السفارات بحسب الجنس.	69
جدول رقم (4)	خصائص العاملين في العمل الإعلامي في السفارات العراقية من حيث العمر.	70
جدول رقم (5)	خصائص العاملين من حيث التخصص الدراسي.	71
جدول رقم (6)	خصائص العاملين من حيث مدة سنوات العمل.	72
جدول رقم (7)	آلية العمل التي تعتمدها السفارات حالياً.	73
جدول رقم (8)	آلية العمل الإعلامي المستخدمة حالياً في السفارات العراقية حسب القارة التي تقيم بها السفارة.	74
جدول رقم (9)	آلية العمل الإعلامي المقترحة للسفارات في علاقتها مع وزارة الخارجية من وجهة نظر المبحوثين.	75
جدول رقم (10)	موقف المبحوثين (موزعين بحسب القارة) من آليات العمل الإعلامي المقترحة للمستقبل من وجهة نظر المبحوثين	77
جدول رقم (11)	إجابات المبحوثين حول الوسائل الإعلامية التي يستخدمها الإعلاميون حالياً في السفارات العراقية.	79

81	العقبات التي تواجه الدور الإعلامي للسفارات العراقية من وجهة نظر العاملين فيها.	جدول رقم (12)
83	تكرارات أفراد العينة (حسب القارة) عن طبيعة العقبات التي يواجهها العمل الإعلامي في السفارات.	جدول رقم (13)
87	اقتراحات المبحوثين حول الحلول المقترحة للمشكلات التي تواجه العمل الإعلامي في السفارات العراقية.	جدول رقم (14)
89	اختبار مربع كاي لاتجاهات المبحوثين مع مشكلة اختلاف الثقافة مع البلد المضيف تعزى لمدة العمل في السفارة.	جدول رقم (15)
90	تكرارات والنسبة المئوية وقيمة مربع كاي لموقف المبحوثين تجاه اختلاف الثقافة تبعاً لمتغير القارة.	جدول رقم (16)

قائمة الاشكال

20	عملية الاتصال تعد بمثابة الجانب المحوري في أي نظام سياسي.	الفصل الثاني - 1
59	عملية التغذية الراجعة التي يتحدث عنها نموذج كارل دويتش.	الفصل الثاني - 2

قائمة الملحقات

117	أسماء لجنة التحكيم	1
118	استبانة الدراسة	2
123	السفارات العراقية في العالم	3

المُلخَص باللغة العربية

طُرحت هذه الدراسة مشكلة العمل الإعلامي السياسي والدبلوماسي ممثلاً في دوائر العمل الإعلامي في السفارات العراقية في البلدان المضيفة المختلفة.

وكانت مشكلة الدراسة تتمثل في التعرف على واقع العمل الإعلامي في السفارات العراقية في دول العالم، والوقوف على المشكلات التي تواجه النشاط الإعلامي في هذه السفارات من خلال القائمين على العمل الإعلامي بمستوياته المختلفة في ضوء التغيرات الكبيرة التي وقعت على مستوى الداخل العراقي وعلى المستوى الخارجي أيضاً مما يتطلب معه التعرف على التغيرات الطارئة والمعوقات والمشاكل التي صاحبت ذلك التغير في النسقين الداخلي والخارجي على حد سواء.

وقد استخدم الباحث لتحقيق أغراض دراسته المنهج الوصفي واعتمد على طريقة العينة الطبقية العشوائية Stratified Random Sample مثلت مختلف قارات العالم الست التي تنتشر فيها (72) سفارة عراقية يعمل فيها ما تقديره 216 موظفاً في العمل الإعلامي من مختلف المسميات الوظيفية. وقد صممت الاستبانة من خمسة أسئلة رئيسية إضافة إلى البيانات المتعلقة بالمبحوثين، وتوجه الاستبيان إلى ثلاث فئات من العاملين في السفارات العراقية ممن لهم تماس مع العمل الإعلامي، وهم: الدبلوماسيون، والإداريون، والمستخدمون المحليون إذا كانوا على تماس بالعمل الإعلامي في السفارة.

وقد استجاب للاستبانة (98) مبحوثاً من أصل (114) استبانة وزعت على العينة وبنسبة (86%) للمستجيبين من العينة بواقع ثلاث استبانات لكل سفارة من سفارات العينة الطبقية العشوائية.

وخلصت الدراسة إلى مجموعة الاستنتاجات التي كان أهمها:

- أن غالبية العاملين في العمل الإعلامي في السفارات العراقية الذين خضعوا للدراسة كانوا من الذكور بنسبة 78% للذكور مقابل 22% للإناث، وأن غالبية العاملين هم من الشباب بنسبة (63%) من المبحوثين، وأن الغالبية (30%) يحملون شهادات في العلوم السياسية مقابل (18%) فقط للإعلام.
- أظهرت نتائج الدراسة أن آلية العمل الإعلامي الحالية في السفارات العراقية (من حيث استخدام أشكال الاتصال المختلفة من وجهة نظر العاملين فيها)، كانت "علاقة تتراوح بين المركزية وبين اللامركزية وفقا للظروف والمهام".
- أظهرت نتائج الدراسة أهمية الاتصال المواجهي من وجهة نظر العاملين في السفارات وهو الاتصال الذي يعتمد اللقاءات الشخصية المباشرة بين الأفراد والجماعات لما لذلك من فاعلية كبيرة في تحقيق أهداف الاتصال السياسي والدبلوماسي والإعلامي المنوطه بالعاملين في السفارات.
- أظهرت نتائج التحليل أن المشكلات التي تواجه الدور الإعلامي للسفارات العراقية من وجهة نظر العاملين في السفارات بلغت (10) مشكلات، وجاء في الرتبة الأولى من حيث التكرارات مشكلة "عدم كفاية الموازنات المالية للأنشطة الإعلامية اللازمة" ثم أعقبه مشكلة "اختلاف اللغة مع البلد المضيف"، أما الرتبة الثالثة فكانت من نصيب مشكلة "قلة الكفاءات الإعلامية".

وقد أوصت الدراسة بعدة توصيات أهمها:

- ضرورة الحفاظ على آلية العمل الحالية في النشاط الإعلامي للسفارات العراقية التي تتراوح بين المركزية واللامركزية وفقا للظروف والمهام .

- ضرورة تعزيز العمل الإعلامي في السفارات العراقية من خلال إمدادها بالكوادر الإعلامية المدربة التي تستطيع مجاراة التقدم الكبير في وسائل الاتصال في العالم ومن خلال توفير الموازنات المالية الكافية لهذا الغرض نظرا لما للإعلام من أهمية متزايدة في عصرنا الحالي.
- ضرورة أن يركز العمل الإعلامي في السفارات على خطط عمل سنوية واضحة للعمل الإعلامي على المستوى العام الذي يمثل السياسة العراقية وعلى مستوى البلد المضيف عن طريق اعتبار خصوصيات هذا البلد.

Evaluating the Media Function of Iraqi Embassies

A Descriptive Survey Study

Zaid Reyad Hani

Supervised by

Prof. Dr. Hamida Mahdi Smaysem

Abstract

This study has raised the problem of political and diplomatic work related to media circles in Iraqi embassies in various host countries.

The problem of the study is to identify the reality of media work in different Iraqi embassies across the world, and to identify the problems facing the media activities in these embassies in the light of the significant changes that took place at both internal and external levels in Iraq . This requires identification of changes, constraints and problem that accompanied those changes at both internal and external levels.

To achieve the purposes of the study , the researcher has used a descriptive approach and adopted Stratified Random Sample, which represented (72) Iraqi embassies in the six different continents of the world , with 216 staff working in the media from different job titles.

The questionnaire consisted of five key questions in addition to data related to the people subject to the questionnaire. The questionnaire went to the three categories of the Iraqi embassy staff who have direct contacts with media..

They are diplomats, administrators and local employees who have direct contacts with media in their embassies.

(98) People have responded to the questionnaire out of (114) questionnaire distributed to the members of the sample, i.e. (86%) of the sample responded to the questionnaire, three questionnaires were distributed for each embassy of Stratified Random Sample.

The study has reached a number of conclusions, the most important of which:

The majority of sample members (workers in Iraqi embassies in charge of media affairs) who underwent the study were males, 78% males compared to 22% females. the majority of the employees are young people by 63% of respondents and that the majority 30% of them holding degrees in political science while 18% have degrees in media

The results showed that the current mechanism of media work in the Iraqi embassies (in terms of the use of different means of communication from the employees perspective) was ranging between centralization and decentralization according to Circumstances and tasks.

The study results showed the importance of face to face communication from the perspective of those working in the embassies, a communication that supports the direct personal encounters between individuals and groups as this is very effective in achieving the goals of political , diplomatic and media tic communication assigned to embassies.

Analysis results showed that the problems facing the role of media in the Iraqi embassies from embassy workers perspective are 10 problems and came in the first rank i.e. the most frequent problem is inadequate

budget for necessary information activities then came the problem of language differences with the host country , the problem that came in the third rank was the lack of qualifications in the field of media.

The study gave a number of recommendations, the most important of which are:

The need to maintain the current mechanism of the media activity for the Iraqi embassies which ranging between centralization and decentralization in accordance with the conditions and tasks

The need to enhance the media work in the Iraqi embassies by providing the well-trained media cadres who can keep up with the rapid progress in the field of communication and by providing the sufficient financial budgets ,as media plays an increasingly important role nowadays.

The media work in the embassies should depend on annual business plans to help promote media work at both general level which represents the Iraqi policy and at the level of the host country by observing the privacy of that country.

الفصل الأول: مقدمة الدراسة

تمهيد .

- 1- مشكلة الدراسة.
- 2- أهداف الدراسة.
- 3- أهمية الدراسة.
- 4- أسئلة الدراسة وفرضياتها.
- 5- حدود الدراسة ومحدداتها.
- 6- محددات الدراسة.
- 7- المفاهيم والمصطلحات الإجرائية.

الفصل الأول

مقدمة الدراسة ومشكلتها وأسئلتها

مقدمة

الإعلام والدبلوماسية وجهان لعملة واحدة رغم ميول الدبلوماسية التقليدية إلى التكتّم مقابل العلنية والإفصاح للإعلام، لكن كليهما يستهدف نقل رسائل وتعديل اتجاهات وتغذية الآخر بالمعلومات، و كليهما ينتميان إلى مجال الاتصال العام، الاتصال الذي يستخدم كافة الأساليب الاتصالية بما في ذلك الإعلام الجماهيري إضافة إلى الاتصال الشخصي والجماعي، و كليهما يقومان بالوظيفة نفسها: الوصول إلى قناعات الناس وكسب ودهم وضمان دعمهم أو تعاطفهم وتعاونهم، و كليهما يعتمد الأدوات نفسها من رموز أو كلام مسموع أو مقروء أو من صور ناطقة أو صامتة أو ثابتة أو متحركة بصرف النظر عن تعدد الأدوات أو القنوات الناقلة.

لذلك فإن الإعلام ظل يوازي العمل السياسي والدبلوماسي خصوصاً في العصر الحديث إثر تطور تكنولوجيات الاتصال الفردي والجماهيري، وقد تنبه السياسيون منذ زمن بعيد إلى أهمية الوظيفة الإعلامية في نجاح مهامهم التي انتدبتهم الدولة لأجل تحقيقها، وأفردت لذلك هيئات أو أقسام في سفاراتها كما في وزاراتها وهيئاتها الداخلية أو المحلية.

وعملية الاتصال بالجماهير (الخارجية والداخلية) أصبحت اليوم من المهام المرتبطة بالعمل الدبلوماسي، وهكذا فإن العمل الدبلوماسي أصبح مرتبطاً بالعمل الإعلامي، وهذا يفسر الأسباب التي دعت بعض فروع العلوم السياسية لاعتبار الاتصال والإعلام مادة تدرس فيها

(البخاري، 2010)

وقد بات الإعلام السياسي أحد مقومات السياسة العامة للدول والمنظمات الإقليمية والدولية على السواء وعلى اختلاف مذاهبها وأهدافها وبات كل منها حريصاً على أن ينشئ الأجهزة المتخصصة للقيام بالوظيفة الاتصالية الخارجية. وينصرف الإعلام السياسي الخارجي إلى تبرير السياسة الخارجية وتفسير أو تغطية المواقف السياسية للدولة حتى في حالة تناقضها، وعليه فإن هناك تلازماً شديداً بين الخط السياسي للدولة ووظيفة الاتصال السياسي. (Katrin, 2006, 4).

وفي الفترة الحالية إن أغلب الدول الديمقراطية عملت على إلغاء المركزية في العمل الإعلامي، وهذا لا يعني بطبيعة الحال التقليل من قيمة العمل الإعلامي كونه سيبقى متطلباً ضرورياً في إنجاز أهداف عديدة تعمل الدول على تحقيقها، والاتصال السياسي يسهم في رفع حالة الوعي السياسي للأفراد، وهو في معناه الدولي معني بخلق السياسات التي يمكن أن تؤثر في العلاقات بين الدول، هو يعني أيضاً تبادل الرموز الهامة التي تُشكل التصورات السياسية، هذه التصورات بدورها تحكم الإدراك الدولي وعليه فإنه يُمكن أن نعزو الاتصال السياسي إلى تبادل الرموز أو الرسائل والتي - إلى حد ما - تكون قد شكلتها أو أنتجتها النظم السياسية الفعّالة (حجاب، 2010، 115-116).

وربما تكون هناك حاجة لأن يؤدي الإعلام دوراً في عمل السفارات العراقية لما يمثله من أهمية في إبراز الواقع السياسي الجديد في العراق الذي يشهد تحولات كبيرة على الرغم مما يرافق هذه التحولات من ملاحظات أو مواقف ترتبط بالواقع السياسي نفسه، وتعدُّ وزارة الخارجية العراقية الأداة المهمة لتنفيذ التوجهات الخارجية للدولة العراقية خصوصاً في مرحلة ما بعد التغيير السياسي في العراق بعد العام 2003، إذ نلاحظ حجم التوسع الذي شهده

التمثيل الدبلوماسي العراقي في مختلف الاتجاهات وذلك من خلال انتشار السفارات العراقية في مختلف دول العالم.

وبالاطلاع على هيكلية وزارة الخارجية العراقية، تبين أنها تتألف من ثماني عشرة دائرة من ضمنها الدائرة الصحفية المعنية بمتابعة الشأن الإعلامي في عمل السفارات العراقية وإيصال التعليمات المتعلقة بتنظيم العمل الإعلامي لهذه السفارات (الموقع الرسمي لوزارة الخارجية العراقية على شبكة الانترنت).

وقد اهتمت هذه الدراسة، بتسليط الضوء على واقع العمل الإعلامي في هذه السفارات وآلية العمل الذي يُنظم العمل الإعلامي والمشاكل التي تواجهه.

2- مشكلة الدراسة:

تتمثل مشكلة الدراسة في التعرف على واقع العمل الإعلامي في السفارات العراقية في دول العالم، والوقوف على المشكلات التي تواجه النشاط الإعلامي في هذه السفارات من خلال القائمين على العمل الإعلامي بمستوياته المختلفة في ضوء التغيرات الكبيرة التي وقعت على مستوى الداخل العراقي وعلى المستوى الخارجي أيضاً مما يتطلب معه التعرف على التغيرات الطارئة والمعوقات والمشاكل التي صاحبت ذلك التغير في النسقين الداخلي والخارجي على حد سواء.

ويرى الباحث أن أفضل من يستطيع إلقاء الغموض في مشكلة الدراسة والإجابة عن أسئلتها هم العاملون في الشأن الإعلامي والدبلوماسي في السفارات نفسها التي تشكل مجتمع الدراسة.

وعليه، فمن هم الذين يديرون العمل الإعلامي في السفارات العراقية في هذه المرحلة؟ وما خصائصهم الديموغرافية؟ وكيف يقيم العاملون في السفارات العراقية الوظيفة الإعلامية للدبلوماسية العراقية؟

3- أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى التعرف على واقع العمل الإعلامي في السفارات العراقية في بلدان مجتمع البحث المختلفة من حيث المعوقات والمشاكل التي تواجه العمل الإعلامي في الإطار الدبلوماسي خصوصاً، وتبحث الدراسة في وصف العمل الإعلامي وتقييمه من أجل الإسهام في محاولات تطويره في ضوء التغيرات والتطورات الكبيرة على مستوى النظام العالمي السياسي والإعلامي.

4- أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة من كونها تبحث في نماذج الاتصال السياسي من خلال عمل المؤسسات السياسية باعتبار ذلك نمطاً من أنماط الاتصال ونمطاً من أنماط الإعلام المخطط الذي تقوم عليه مؤسسات ومراكز قيادية وتوجيهية.

وكذلك يمكن أن تأتي أهمية الدراسة من محاولة التعرف على آليات ووسائل الإعلام الدبلوماسي والسياسي في تلك البيئة الجديدة من قبل مؤسسات دولة شهدت تغييراً في نظام الحكم وفلسفته وعلاقاته ومشكلاته، وإن هذه الدراسة يمكن أن تقدم مساهمة متواضعة للعمل الإعلامي والدبلوماسي للعاملين في السفارات العراقية بما يساعد على تفهم المشكلات والعمل

على مواجهتها والرقي بالإعلام السياسي والدبلوماسي ليكون رديفاً وسنداً لقضايا الشعب العراقي وأولوياته المرتبطة بمصالحه الحقيقية.

5- أسئلة الدراسة وفرضياتها:

تتنوع أسئلة الدراسة وفرضياتها وتدور حول المحورين الرئيسيين المتمثلين في التعرف على خصائص العاملين في العمل الإعلامي وفي تقييم النشاط الإعلامي للسفارات العراقية وكما يلي بالتفصيل:

5-1- الأسئلة:

السؤال الأول: ما خصائص العاملين في العمل الإعلامي في السفارات العراقية؟

ويتفرع هذا السؤال لأربعة أسئلة فرعية، كما يلي:

1-1- ما خصائص العاملين في العمل الإعلامي في السفارات حسب الجنس؟

1-2- ما خصائص العاملين في العمل الإعلامي في السفارات العراقية من حيث العمر؟

1-3- ما خصائص العاملين من حيث التخصص الدراسي؟

1-4- ما خصائص العاملين من حيث مدة سنوات العمل؟

السؤال الثاني: ما آلية العمل التي تعتمدها السفارات العراقية حالياً؟

السؤال الثالث: هل تختلف آلية العمل الإعلامي المستخدمة حالياً في السفارات العراقية تبعاً

للقارة التي تقيم بها السفارة؟.

السؤال الرابع: ما آلية العمل الإعلامي التي يقترحها العاملون في السفارات في علاقتهم مع

وزارة الخارجية؟

السؤال الخامس: هل تختلف آلية العمل الإعلامي المقترحة من قبل الباحثين تبعاً للقارة التي تعمل بها سفاراتهم؟

السؤال السادس: ما الوسائل الإعلامية التي يستخدمها العاملون حالياً في السفارات لتحقيق أهدافهم المكلفين بها من قبل وزارة الخارجية من وجهة نظرهم؟

السؤال السابع: ما المشكلات والعقبات التي تواجه الدور الإعلامي للسفارات العراقية من وجهة نظر العاملين في السفارات؟

السؤال الثامن: هل تختلف هذه العقبات والمشكلات في سفارات العراق تبعاً للقارة التي تقع بها السفارة من وجهة نظر العاملين في السفارات العراقية؟

السؤال التاسع: ما الحلول التي يقترحها العاملون في السفارات لمواجهة هذه المشكلات والعقبات التي يواجهها العمل الإعلامي في السفارات العراقية؟

5- 2- فرضيات الدراسة:

الفرضية الأولى: لا توجد فروق إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بين الباحثين تجاه مشكلة اختلاف الثقافة مع البلد المضيف التي تواجه الوظيفة الإعلامية للسفارات العراقية تعزى لمتغير مدة الخدمة في السفارات .

الفرضية الثانية: لا توجد فروق إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بين الباحثين تجاه مشكلات اختلاف الثقافة التي تواجههم تعزى لمتغير القارة التي تقيم بها السفارة.

حدود الدراسة ومحدداتها:

الحدود البشرية: ستقتصر الدراسة على العاملين في السفارات العراقية المحددة من جميع الفئات التي لها صلة بالعمل الإعلامي.

الحدود المكانية: سفارات العراق في القارات الست.

الحدود الزمانية: جمعت المعلومات خلال أواخر 2010 وبداية 2011 .

محددات الدراسة:

1. تتمثل محددات الدراسة في أن بعض الموظفين في السفارات قد لا يعينهم أمر الإعلام لأسباب تتعلق بالمهام الأخرى الملقاة على عاتقهم مثل الأمور الإدارية أو العسكرية أو الأمنية.

2. كذلك يمكن أن يكون من محددات الدراسة تأثير بعض المبحوثين بآراء بعضهم البعض بسبب طبيعة العمل الإداري في المؤسسات حيث يكون للرئيس أو المدير تأثير على رأي مرؤوسيه من الموظفين الآخرين.

المصطلحات الإجرائية:

التقييم:

"إصدار حكم قيمي انطلاقاً من حدود موضوعية مبني على أسس ومعايير علمية وقياس وحساب ويشمل تقييم السياسات والمؤسسات وأداء الأشخاص وتقييم النتائج وهو لا يمكن فصله عن تجديد وتحديث الإدارات، والتقييم معروف في العالم منذ الثلاثينات وانتشر في علوم الإدارة خلال سنوات الثمانينات وأصبح محورياً في سياسة تحديث وتجديد المؤسسات والإدارات، والتقييم عمل جماعي يخص القطاعات المختلفة وقد يكون فردياً يخص تقييم عامل أو جانب معين وقد يكون تقييماً داخلياً وقد يكون خارجياً وهو الأفضل". (عبد الرحمن تيشوري، الحوار المتمدن، العدد 1540، 2006).

الوظيفة الإعلامية:

الوظيفة هي التعبير الذي تمت استعارته من النظرية الوظيفية لغايات هذه الدراسة، وتعني مجموعة الأدوار الإعلامية التي يقوم بها العاملون في السفارات لتحقيق الوظيفة الإعلامية للسفارات. والوظيفة حسب مفاهيم علم الاجتماع لها الكثير من الأبعاد اخترنا هنا أبسطها مما يشابه مع استخدامه لهذه الدراسة، وهي تأتي من الفكرة القائمة على النسق أو الكل أو الوحدة الكلية أو المجتمع قائم على "ترابط الأجزاء، وتكاملها وظيفياً، وكل جزء في النسق وجد ليوّدي وظيفة أو أكثر، لتتكامل هذه الأجزاء وظيفياً في تلبية حاجات النسق ومن يشملهم في الواقع، ولأجل أن يتحقق التوازن والاستقرار". (عثمان، 2008، 44)

وتقوم السفارات بأداء الوظيفة الإعلامية من خلال مجموعة التوجيهات والتعليمات التي تتلقاها السفارات من وزارة الخارجية العراقية، وذلك من خلال عمليات الاتصال

المختلفة سواء عبر الاتصال الشخصي أو عبر الاتصال بوسائل الاتصال الفردية أو الجماهيرية أو من خلال الاتصال الجماعي كالحفلات والمعارض والندوات... إلخ في ساحة عمل السفارة (استقصاء الباحث من جهات في الخارجية العراقية).

الدائرة الصحفية في وزارة الخارجية العراقية :

للدائرة الصحفية دور مركزي في تحقيق الأهداف الأساسية لوزارة الخارجية في تقديم وشرح سياسة العراق الخارجية للعالم وإعطاء أفضل انطباع عن العراق الديمقراطي التعددي الجديد ومخاطبة أوسع شريحة من صناعات السياسة وأصحاب الرأي في المؤسسات الحكومية وغير الحكومية في العالم، بهدف تثبيت موقع العراق في المجتمع الدولي الحر، وعمل الدائرة هو القيام بالتحضيرات وإجراء الاتصالات اللازمة للمؤتمرات الصحفية التي تعقد في مبنى الوزارة، وتحديث موقع الوزارة الإلكتروني على شبكة الانترنت لإبراز الأخبار المتعلقة بأنشطة الوزارة وبعثاتها في الخارج والأحداث السياسية والإنجازات الهامة الحاصلة في العراق باللغتين العربية والإنجليزية وإعداد البيانات الصحفية الصادرة من الوزارة ونشرها على الموقع وتوزيعها على وسائل الإعلام العربية والأجنبية وترجمة وتحرير الأخبار والوثائق الخاصة التي تنشر على الموقع وإصدار النشرات الإعلامية الصباحية ومنتصف كل يوم حول أهم ما تنشره وسائل الإعلام العراقية والعربية والإعلامية وإرسالها إلى البعثات في الخارج وإعداد النشرات الخاصة عن أهم الأحداث الجارية على الساحة العراقية والعربية والدولية ورصد المقالات التي تنشر على المواقع الإلكترونية والتي تهتم مباشرة بأمور الوزارة والسفارات والبعثات العراقية في الخارج.

والدائرة الصحفية في وزارة الخارجية مجموعة من الأقسام هي:

قسم الرصد والمتابعة الإعلامية، قسم المطبوعات والنشر، قسم الصحفيين الأجانب، قسم موقع الوزارة الإلكتروني، قسم التنسيق الإعلامي (موقع وزارة الخارجية العراقية على الانترنت)

المشكلات:

يُقصد بالمشكلات، المصاعب والمتاعب التي تتعلق بجوانب مختلفة من عمل العاملين في السفارات في الجانب الإعلامي، سواء كانت تلك المشكلات داخلية تتعلق بالعمل الإداري ومستلزماته وظروفه، أو خارجية تتعلق بالمجتمع الذي تعمل به السفارة مثل مسألة اللغة الأجنبية واختلاف المعايير الثقافية أو القانونية وغير ذلك من المشكلات التي يمكن أن تُعرقل أو تضعف العمل الإعلامي وتعد مشكلات من وجهة نظر العاملين في السفارات.

الإعلام الخارجي:

هو الإعلام الموجه إلى الخارج وقد تتولى هذه المهمة مكاتب إعلامية قد تكون جزءاً من السفارة الخاصة بالبلد وقد تكون تابعة لوزارة الإعلام، وتؤدي هذه المكاتب عملها من خلال علاقات مع وسائل الإعلام في الدول المضيفة وإصدار النشرات والمطبوعات وإقامة المعارض الفنية وتبادل الزيارات للفرق الفنية ورجال الإعلام. (حجاب، 2004، ص 64).

الدبلوماسية:

مجموعة القواعد والاعراف الدولية والإجراءات والمراسم والشكليات التي تهتم بتنظيم العلاقات بين أشخاص القانون الدولي، أي الدول والمنظمات الدولية والممثلون الدبلوماسيون، مع بيان مدى حقوقهم وواجباتهم وامتيازاتهم وشروط ممارستها الرسمية والأصول التي يترتب عليهم اتباعهم لتطبيق أحكام القانون الدولي ومبادئه والتوفيق بين مصالح الدول

المتبادلة كما هي، فن إجراء المفاوضات السياسية في المؤتمرات والاجتماعات الدولية وعقد الاتفاقات والمعاهدات. (مجدلاوي، 2010، 17)

الاتصال الدبلوماسي:

هو النشاط السياسي الموجه الذي يقوم به الساسة وينقله الإعلاميون للجمهور، ويعكس آفاقاً سياسية محددة تنطلق بقضايا البيئة السياسية وتؤثر في الحكومة أو الرأي العام أو الحياة الخاصة للأفراد أو الشعوب من خلال وسائل الاتصال المتعددة. (حجاب، 2004، 16)

الإعلام الدولي:

يشير مصطلح الإعلام الدولي إلى التحليل الثقافي والاقتصادي والسياسي والاجتماعي والتقني للنماذج الاتصالية وآثارها بين الدول. ويركز الإعلام الدولي بشكل أكبر على الجوانب العالمية لوسائل الإعلام والأنظمة الاتصالية والتكنولوجية أكثر من التركيز على الجوانب المحلية أو حتى الوطنية. (ماكفيل، 2005، 24)

العلاقات الدولية:

ويعرفها بدوي بأنها "العلم الذي يعني بواقع العلاقات الدولية واستقرائها بالملاحظة والتجريب، أو المقارنة من أجل التفسير والتوقع" (بدوي، 1965، 73)

ويعرفها فريدريك بأن مصطلح العلاقات الدولية "يشمل كل الاتصالات بين الدول وكل حركات الشعوب والسلع والأفكار عبر الحدود الوطنية" (Fredrick:1973)

الاستراتيجية:

الاستراتيجية هي مصطلح أجنبي strategia من أصل يوناني. كانت تعني من الأشياء أو الخطط العامة، ثم أصبحت تعني من قيادة القوات العامة اليونانية. (حسين، 96، 2003) والاستراتيجية علم وفن وضع الخطط العامة المدروسة بعناية والمصممة بشكل متلاحق ومتفاعل ومنسق لاستخدام الموارد لتحقيق الأهداف الكبرى. (الموسوعة السياسية،

(169، 1981)

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

تمهيد:

1- النظرية البنائية الوظيفية.

2- منهج أو نموذج كارل دويتش في الاتصال.

1- الأسس التي يقوم عليها إطار كارل دويتش.

الدراسات السابقة.

المبحث الأول: أهمية الإعلام في العمل الدبلوماسي والعلاقات الخارجية.

1-1- تمهيد.

1-2- الدبلوماسية والتبادل الإعلامي الدولي.

1-3- أنواع الدبلوماسية.

المبحث الثاني: تاريخ العلاقات الخارجية للعراق حتى عام (2003).

المبحث الثالث: وزارة الخارجية العراقية والسفارات والبعثات في الخارج.

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

تمهيد:

تهتم نظريات الإعلام عموماً بعملية الاتصال الإعلامي على وجه الخصوص، تلك العملية التي يقوم بها أفراد أو قنوات إعلامية بهدف تحقيق بعض الأهداف من نقل الرسائل والمعلومات والتسليية والإعلان والدعاية وغير ذلك من الأغراض المتنوعة.

لكن نظريات الإعلام ونماذجه لا تهتم بالعمليات الإعلامية التي تستخدمها بعض المؤسسات أو المنظمات إلا بالقدر الذي ينضوي في نطاق وسائل الاتصال والإعلام ومن وجهة نظر النماذج والنظريات التي صممت على الجماهير أو على أركان العملية الاتصالية خصوصاً ما يتعلق بعمليات التأثير والتأثير.

لذلك فإن العمل الإعلامي الذي تقوم به بعض مؤسسات الدول، كالسفارات لا يجد له تفسيراً وافياً في تلك النماذج والنظريات مما حدا بالباحث للبحث في نظريات العلوم السياسية والدبلوماسية التي تعد شكلاً من أشكال الاتصال والإعلام، لكنه يختلف في جوانب عديدة منها أنه لا يقتصر على وسائل إعلامية بقدر ما يعتمد على الاتصال المباشر بين أطراف عديدة، وهو رغم أنه يستخدم وسائل الإعلام الجماهيرية إلا أن موضوع الاتصال في العمل الدبلوماسي والسياسي الخارجي أكبر من عمليات الإعلام التي هي في وسائل الإعلام، بل هو يعتمد على الاتصال (بطرق عديدة) بين مراكز القرار العليا في الدولة وبين العاملين في السفارات، إذ يقوم جزء من هؤلاء بالعمليات الإعلامية المباشرة مع الرأي العام في الدول المضيفة وفق ما تقتضيه مواقف بلادهم أو وفق ما يزودون به من توجيهات من جهة، أو

يقومون بتغذية مراجع القرار الإعلامي والسياسي بالمواقف والاتجاهات للرأي العام من جهة أخرى.

إن نظريات الإعلام ومعظم النماذج النظرية فيها وضعت أساساً لتفسير عمليات الإعلام الشخصي أو إعلام المؤسسات الإعلامية الجماهيرية، وقد وجدنا أن أغلب تلك النظريات كانت قاصرة عن تفسير العمل الإعلامي في نطاق المؤسسات السياسية، فهي تتحدث عن مرسل ورسالة وقناة ومستقبل، لكن معظمها يتحدث عن القناة كوسيلة إعلام جماهيرية أو وسيلة اتصال تكنولوجية ولم تأخذ بالاعتبار المنظمات أو المؤسسات التي تقوم بمثل هذا الدور في العمل السياسي، وتؤكد سمييم هذه الحقيقة وتحللها قائلة "إنه ليس من السهل إنشاء نظرية شاملة حول الظاهرة الإعلامية ولكن هذا لا يمنع من الدراسة البنائية (للنظرية) في جانبها العملي ثم الممارسة الواقعية " وهي تؤكد أن الفكر السياسي مازال يقف موقف المتردد حول ظاهرة الرأي العام وجوانبه المختلفة. (سمييم، 27، 2005).

لكن بعض نماذج الاتصال يمكن أن تعد مرشداً لعملية الاتصال السياسي لأنها تتحدث بعمومية ولا تحدد قنوات الاتصال مما يعني أنها تصلح لأن تفسر عملية الاتصال السياسي والدبلوماسي التي تتم من خلال السفارات، خصوصاً النماذج الدائرية التي تفسر عملية الاتصال المتبادل بين المرسل والمستقبل. ولأجل ذلك القصور في النظريات الإعلامية فقد لجأ الباحث إلى العلوم السياسية التي تعتمد على بعض النظريات الخاصة بالاتصال والعمل السياسي والدبلوماسي.

وقد رأى الباحث أن يسترشد بنظريتين في تفسير عملية الاتصال السياسي في السفارات هي النظرية الوظيفية البنائية Structural Functional ونموذج جرى استعارته من العلوم السياسية ألا وهو نموذج أو منهاج كارل دويتش في الاتصال السياسي.

وسيتم عرض البنائية الوظيفية أولاً بشكل مختصر فيما يلي:

1- النظرية البنائية الوظيفية Structural Functionalism:

قدمت هذه النظرية تصورات ومفاهيم كثيرة مفيدة في تحليل العلاقات الاجتماعية وتحليل الأنظمة المختلفة داخل المجتمع ومنها النظم السياسية والاتصال السياسي، وتقوم الفكرة الأساسية للوظيفية البنائية على أساس أن المجتمع يشكل وحدة واحدة كبيرة تتكون من مجموعة من الأنظمة هي الأنساق Systems، حيث تترابط هذه الأنساق وتتعاون فيما بينها لأجل تحقيق التوازن الدائم في النظام من خلال تحقيق وظائف معينة تحافظ على استمراره، سواء كان هذا النظام اجتماعياً أو سياسياً أو إعلامياً أو اقتصادياً. وقد ارتبط تصور المجتمع كوحدة كلية بمفهوم النسق الاجتماعي الذي يتضمن معناه في هذه الحالة، تشكل الوحدة النسقية من أجزاء مترابطة متسندة، يقوم كل جزء منها بوظيفة أو أكثر، تلي حاجات النسق والأعضاء فيه (عثمان، 2008، 41).

تقوم هذه النظرية على أن تنظيم المجتمع وبناءه هما ضمان استقراره، وذلك نظراً لتوزيع الوظائف بين عناصر هذا التنظيم بشكل متوازن، ويحقق الاعتماد المتبادل بين هذه العناصر. فالبنائية تشير إلى عناصر التنظيم والعلاقات التي تقوم بين هذه العناصر، والوظيفية تحدد الأدوار التي يقوم بها كل عنصر في علاقته بالتنظيم الكلي. (العبد الله، 2010، 175). وبخصوص معنى الوظيفة فهي على الرغم مما يشوبها من غموض، فإنها تشير في أغلب الأحيان، إلى كلمة مفيد أو الصالح لأنها تحقق الغرض الذي وجدت من أجله. (ربيع، 1967، 66).

وبتطبيق هذه الرؤية الوظيفية البنائية على العمل الإعلامي في السفارات نلاحظ أن النماذج الوظيفية تجعل من الاتصال عملاً اجتماعياً له غايات محددة بعضها كامن وبعضها

ظاهر، ولكنها جميعها تهدف إلى تحقيق وظائف استقرار النظام الاجتماعي أو النظام السياسي سواء من خلال الاتصال الداخلي أو من خلال الاتصال الخارجي الذي يمثله العمل الإعلامي في السفارات.

وفي الوقت الذي تميل فيه كل من الواقعية والليبرالية في التركيز على العوامل المادية فإن المقاربات البنوية تركز على تأثير الأفكار وبدلاً من النظر إلى الدولة ككيان سابق والافتراض أنها تعمل من أجل بقائها، يرى البنائيون أن المصلحة والهوية تتفاعل عبر عمليات اجتماعية تاريخية. إذ يولون اهتماماً كبيراً للخطاب السائد في المجتمع لأنه يعكس المعتقدات والمصالح ويؤسس لسلوكيات تحظى بالقبول، إذن يمكننا القول إن: البنوية تهتم أصلاً بمصدر التغيير أو التحول، وأهم المرتكزات التي تقوم عليها المدرسة البنوية هي (خلف، 2010، 13):

1- الأفراد والجماعات في المجتمع الوطني والدولي الذين يعدون الفاعلين الأساسيين في السياسة الدولية.

2- سلوك الدولة الذي يعد محددًا لمستويات النزاع والتعاون الدولي، ويعكس شكل وطبيعة مقاصد الدولة وخياراتها.

3- كل المؤسسات السياسية بما فيها الدولة التي تمثل مصالح البعض وليس بالضرورة كل أطراف المجتمع الذي يخضع لحكمها.

وبذلك فإن البنوية ترى بأن قدرات الدولة هي نتاج للأفكار والمقومات الاجتماعية، إذ هناك تأثير متبادل بينهما، فالقدرات الكبيرة تؤدي إلى تعزيز لهذه الأفكار والمقومات والقيم.

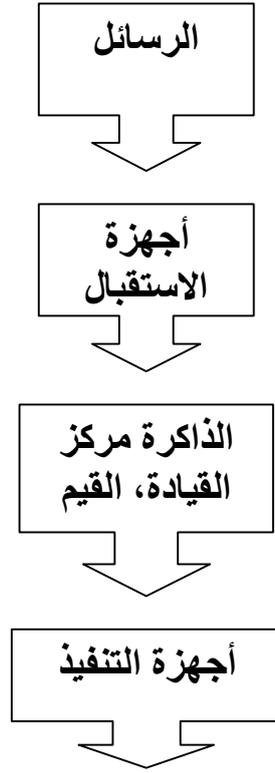
2- منهاج أو نموذج كارل دويتش في الاتصال:

يعد المفكر كارل رائداً لهذا المنهاج، فقد تحدث من خلال كتابيه (العصب الحكومي)، (السياسة والحكم)، وهو يعتقد بأن الاتصال محوري في العملية السياسية ويعبر عن ذلك من خلال نموذج يبدأ بتلقي النظام السياسي لرسائل من البيئة الداخلية والخارجية التي تدخل أجهزة الاستقبال في الحكومة حيث تقوم بنقلها إلى مركز القرار الذي يحتوي على ذاكرته من المعلومات ذات العلاقة بالرسائل، وبالتالي صدور القرارات لتقوم بعدها أجهزة التنفيذ والتشريع بتطبيقها كما وأن تلك القرارات تثير ردود أفعال مختلفة من أصحاب الرسائل، لتعاد من جديد على شكل معلومات وتدخل مركز القرار مرة ثانية، وهذا ما يسمى بالتغذية الراجعة. (نقلاً عن فارس، 2009، 167)

وعملية الاتصال تعد بمثابة الجانب المحوري في أي نظام سياسي ويمكننا توضيح

ذلك في الشكل الآتي: (النعيمي، 2008، 132).

شكل رقم (1)



ويشرح المنوفي كيف تجري عملية الاتصال وفق نموذج كارل دويتش بما يشبه ما يجري في وسائل الإعلام إلى حد كبير، إذ تتلقى أجهزة الاستقبال Receptors المعلومات في صورة رسائل Messages وتتولى نقلها إلى مركز القرار Center Decision، ويعتمد هذا الأخير على ذاكرته Memory (أي المعلومات المختزنة في العقل أو السجلات) وقيمه Values " أي تفضيل قرار على آخر" في التوصل إلى القرار الذي يبعث به إلى الأبنية التنفيذية Effectors التي تتخذ الأفعال والإجراءات الكفيلة بتنفيذه. (المنوفي، 1987، 118).

وتعالج نظرية الاتصال لدويتش الحكومة كنظام لصنع القرار مبني على تدفق مستمر للمعلومات، ويمكن فهم ذلك في ضوء المفاهيم الأساسية للنظرية وهي تنقسم إلى قسمين (العويني، 1988، 124).

أولاً: مفاهيم ترتبط بالبنى الفاعلة :

يرى دويتش أن هناك نظم استقبال تتلقى المعلومات من البيئة المحلية والدولية، تنقسم

هذه المعلومات إلى ثلاثة أنواع هي:

1. معلومات عن العالم الخارجي.
2. معلومات تاريخية عن الماضي.
3. معلومات عن النظام وأجزائه.

وتمثل عملية تشغيل المعلومات وتمثيلها نقطة التشابه الأساسية بين النظم السياسية كل

النظم الاتصالية الأخرى .

ثانياً: المفاهيم المرتبطة بعملية الاتصال وتدفق المعلومات:

يرى دويتش أن هناك تدفقاً للمعلومات بشكل مستمر يشكل شبكة الاتصال التي تعدل

من نفسها ذاتياً، وهذه الشبكات الاتصالية تمثل أي نظام يمكن وصفه بدرجة معينة من التنظيم

والإتصال والتحكم (بما في ذلك الوزارات والدوائر الحكومية والسفارات)، بغض النظر عن

العمليات الخاصة بنقل الرسالة سواء تمت عن طريق الكلمات كما يحدث بين الأفراد في

التنظيم الاجتماعي، أو من خلال العصب والهرمونات في الجسم الحي، أو تمت عن طريق

الإشارات الإلكترونية في الآلات الهندسية .

1 - الأسس التي يقوم عليها نموذج كارل دويتش: (فارس، 2009، 167-168):

1 - أسس تتعلق بالدوائر العامة:

أ. دائرة استقبال المعلومات.

ب. دائرة الذاكرة وحفظ المعلومات.

ج. اتجاه القيم، وهي المعايير أو القيم التي يستند إليها السياسيون في اتخاذ القرارات.

د. دوائر التنفيذ.

2- أسس تتعلق بالمعلومات من حيث الكم والنوع والمعالجة.

أ. الحمل: وتعني كافة المعلومات الواردة في لحظة معينة.

ب. قدرة التحمل: أي قدرة النظام على استقبال المعلومات ومعالجتها.

ج. الاستفادة من الخبرات السابقة لتحليل المعلومات.

3- أسس تتعلق بالقرارات:

أ. مخرجات النظام السياسي من حيث القرارات الصادرة استجابة للمعلومات الواردة.

ب. فترة استقبال المعلومات والاستجابة لها. فكلما كانت هذه الفترة قليلة كانت كفاءة النظام أعلى.

ج. التغيير الحاصل من قبل النظام السياسي في البيئة استجابة للمعلومات وهذا يرتبط بمستوى معالجة المعلومات والقرارات الصادرة ونجاحاتها.

د. التغذية الراجعة.

4 - أسس ترتبط بالتجديد والتكيف:

أ. قدرة النظام السياسي على التعلم من التجارب السابقة، أي تغيير في أدوات وأساليب النظام حيال مشكلة معينة. وعدم تكرار القديم في النهج والتعامل مع الأحداث.

ب. قدرة النظام السياسي على تجديد نفسه من حيث أدواته ومؤسساته وسياساته. سيلاحظ بعد الاطلاع على النظرية الوظيفية البنائية ونموذج كارل دويتش لتفسير عملية الاتصال أن هذا النموذج يساند النظرية البنائية الوظيفية في تفسير محدد للعمليات الاتصالية في نطاق المؤسسات السياسية، بينما النظرية تقدم تفسيراً أكثر شمولاً للعمليات التي تحيط بعملية الاتصال، فالاتصال السياسي الخارجي أو الاتصال الذي بين مؤسسات أو وحدات متباعدة هو عملية واحدة من ضمن عمليات كثيرة تجري في البناء الاجتماعي ووظائفه مثلما تفسره النظرية البنائية الوظيفية. بمعنى أن الاتصال الخارجي، هو وظيفة من وظائف الدولة، وهذه الوظيفة ضرورية وحيوية ليس للدولة فحسب، بل للمجتمع أيضاً الذي يكون هذه الدولة التي تقوم الحكومات بتولي رعاية هذه الوظائف وتنفيذها ومتابعة ذلك.

وبتطبيق هذه المفاهيم على الاتصال الإعلامي الذي يجري في نطاق وزارة الخارجية مع سفاراتها يتضح أن وزارة الخارجية العراقية تقوم بوظيفة الإعلام الخارجي لتحقيق أهداف ووظائف الدولة والحكومة. وسيتبين أن الاتصال الذي بين وزارة الخارجية والسفارات في الدول المختلفة يجري وفق نموذج كارل دويتش من حيث اتجاه الاتصال ومن حيث المحطات التي يسير بها، فهناك محطات أساسية هي: محطة قيادة وزارة الخارجية (صناعة القرار) ومحطة التخزين والمعالجة (موظفو الوزارة العاملين في السياسة والإعلام والإدارة) ثم محطة التنفيذ (العاملين في السفارات). لكن هذه الصيغة أيضاً لها اتجاه معاكس وفق نموذج كارل دويتش، إذ تقوم السفارات أيضاً بعمليات التغذية الراجعة التي تستخدم في صناعة القرار عبر

المحطات نفسها وصولاً إلى قيادة وزارة الخارجية أو مجلس الحكومة نفسه في بعض الحالات.

ثانياً: الدراسات السابقة:

1. دراسة الزبون (1999) التمثيل الدبلوماسي الأردني في الفترة 1953-1998.

استهدف الباحث التعرف على مسيرة العلاقات الدبلوماسية الأردنية مع الدول الأخرى العربية وغير العربية منذ تاريخ تولي المغفور له جلالة الملك الحسين سلطاته الدستورية وحتى نهاية هذا العهد الذي انتهى بانتقال الملك الحسين إلى رحمة الله تعالى، وقد استخدم الباحث المنهجين التاريخي للتعرف على تطور هذه العلاقات ومنهج النظم System لتحليل هذه العلاقات واستخراج بعض النتائج.

وقد توصلت الدراسة إلى أن علاقات التمثيل الدبلوماسي للمملكة الأردنية الهامشية تأثرت بمنظومة عوامل ومؤثرات قسمها إلى ثلاثة عوامل هي: الظروف الدولية، الظروف الإقليمية، والظروف الداخلية.

ويلاحظ أن الدراسة خلت من الدراسات السابقة، إذ أشار الباحث إلى أن دراسته كانت هي الأولى من نوعها في هذا الحقل حتى ذلك التاريخ في حدود علمه.

وتتقارب هذه الدراسة مع دراستنا في أنها جعلت من التمثيل الدبلوماسي موضوعاً لها وإن كانت لم تجعل الدور الإعلامي محوراً رئيسياً فيها. لكنها كانت مفيدة لدراستنا هذه من حيث الاطلاع على المنهج الذي اعتمده الباحث في دراسته ألا وهو منهج النظم الذي يشبه إلى حد كبير نموذج أو منهاج كارل دويتش الذي اعتمده دراستنا هذه، حيث يتعامل منهج النظم من ثلاث عمليات في العملية السياسية: المُدخلات، وعملية المعالجة أو صنع القرار التي تتأثر

بالظروف المحلية أو الإقليمية أو الدولية، ثم المخرجات أو القرارات والسياسات التي تأتي بناء على المعالجة والمؤثرات السياسية فيها.

2. دراسة (الحوسني، 2004) إشكالية الإعلام السياسي في النظام الدولي الجديد.

تعد هذه الدراسة من الدراسات النوعية أو النظرية، ومشكلتها تتمثل في العلاقة التبادلية بين الإعلام والسياسة في ضوء التغيرات الواسعة التي رافقت ظاهرة العولمة منذ بداية التسعينيات من القرن الماضي، وقد حددت الدراسة مشكلتها في محور رئيسي يتمركز حول مظاهر التغير الذي طرأ على العلاقة بين السياسة والإعلام وأسبابه وانعكاساته على الحياة السياسية والاجتماعية والثقافية.

وقام الباحث بتحليل عدة نماذج تطبيقية لدور الإعلام السياسي في النظام الدولي الجديد

وهي:

1- الإعلام السياسي في حرب الخليج الثانية 1990/1991م.

2- الإعلام السياسي في أحداث 11 سبتمبر 2001م.

3- الإعلام السياسي في حرب الخليج الثالثة 2003م.

واستخدم الباحث منهج البحث التاريخي والتحليل والمقارنة، وقد تناولت الدراسة سياسات دول عديدة خصوصاً السياسة الأمريكية باعتبارها مركز العولمة أو صناعتها كما تناولت السياسات العربية والإعلام العربي ضمن رؤية نظرية تقوم على علاقة التبعية.

واستنتجت الدراسة أن الإعلام عموماً والإعلام السياسي خصوصاً أصبح انطلاقاً وحرية في التعبير عن الرأي العام، وأكثر جرأة وفعالية في تشكيل الرأي العام المحلي والعالمي وتفعيل دوره في صنع القرار السياسي وإعادة صياغة الخطاب الإعلامي السياسي.

وكذلك فقد استخلصت الدراسة "أنه بحكم النظام الدولي الجديد أصبحت السياسة والسياسيون يتوددن للإعلام والإعلاميين لخدمة أغراضهم وأهدافهم السياسية".

3- . دراسة (أبو طالب، 2007) (الأثر الإعلامي واستراتيجيا القرار السياسي).

وتكمن مشكلة الدراسة في التعرف على العلاقة ما بين القرار السياسي والدور الإعلامي، وعلى مدى قدرة الألة الإعلامية الأمريكية على اختطاف الحقيقة بكل تفاصيلها، وليس هذا فحسب، بل والمباشرة في ضخ التشويشات وتعمية الحقائق، وكل ذلك وتكون الشعوب ضحية لموجات من الأخاديع والأضاليل، يحدث هذا في ظلّ عجز إعلامي عربيّ على الرغم من الامتيازات اللافتة للاهتمام التي أحدثها الإعلام العربي مع مطلع القرن الواحد والعشرين، لاسيما أنه أثبت الشيء الكثير من المنافسة أو المناجزة في الحرب الأمريكية على العراق، بيد أنه لم يصل الأمر به إلى مكانة تجعله في أفق مجارٍ لمنظومة الصناعة الإعلامية الغربية، وهنا يكمن الفارق في التأثير والتحكم في صناعة القرار السياسي، ومن هنا يأتي البحث ليدفع باتجاه العمل بمزدوجين اثنين: المنظومة الإعلامية الأمريكية المؤثرة في مقابل الإعلام العربي الهش والهلامي والذي ما يزال فاقداً لأبسط الأمور المناهية إزاء تحديات العولمة .

سلّطت الدّراسة الضوء على أهمية الإعلام بالنسبة للتأثير في الرأي العام، وما يعنيه الشأن من اتخاذ سلاحاً مضافاً إلى عتاد الحرب، التي تستخدمها الولايات المتحدة الأمريكية في حروبها العديدة، وقد اتخذت الدراسة من حادثة 11 سبتمبر 2001م في الولايات المتحدة محوراً أو أنموذجاً للدراسة وفق منهج الدراسات النوعية.

وقد حاولت الدراسة إدراك مدى العلاقة المطرّدة ما بين القرار السياسي والدور الإعلامي، وما تلعبه طبيعة هذه العلاقة من أدوار مزدوجة في صناعة الأحداث والمشاهد، ولو أدى لاتخاذ أساليب الخديعة والتضليل امتثالاً للقرارات السياسية والعسكرية. وهي تعتبر أن الوسائل الإعلامية قد انزلت عن موضوعيتها وحياديتها عند نقل الحدث وأثناء تبادل المعلومة إلى صناعة الخديعة والتضليل وتزييف الحقائق، لتكون أداةً طيّعةً للأجندة السياسية، وهذا ما تشير إليه الأحداث الواقعة عندما أعلن بوش الابن الحرب على أفغانستان والعراق، كردة فعل على حادثة 11 سبتمبر، بعد أن أعلنت الولايات المتحدة الأمريكية وحلفاؤها برنامج «الحرب على الإرهاب»، إذ يصبح الإعلام هو المؤشر للنوايا السياسية والتعاطي بأي كيفية مع الأزمات، كلُّ حسب طبيعتها وخصوصيتها، والدراسة هذه حاولت أن تؤسس لفكرة أن الإعلام لم يكن بوابة الحروب الأمريكية فحسب، بل أيضاً كان ملازماً للدبلوماسية وإدارة الصراعات، بل وكان العامل المساعد دوماً قبل وبعد أي خطوة تتوي الإدارة الأمريكية القيام بها.

4- دراسة دياب (2010) (دور العلاقات العامة في القطاع الدبلوماسي) هدفت لدراسة الجوانب التنظيمية والإدارية ووسائل الاتصال المستخدمة من قبل إدارة العلاقات العامة في القطاعات الدبلوماسية والقائمين بالاتصال بهدف التعرف على طبيعة أداء وظيفة العلاقات العامة الدولية وقياس مدى فاعلية هذه الوسائل في تحقيق الأهداف المطلوبة وتقييم هذا الأداء، ودراسة المشكلات والمعوقات وأساليب مواجهتها، ومدى استخدام القائم بالاتصال في العلاقات العامة لتكنولوجيا الاتصال الحديثة وأثر ذلك على أداء العمل، ومعرفة الصفات والمهارات الاتصالية التي يجب أن تتوفر في القائم بالاتصال في العمل الدبلوماسي، وكذلك نوعية

النماذج المستخدمة في الأدوار الاتصالية لممارسي العلاقات العامة الدولية في السفارات والقطاعات الدبلوماسية، وكذلك قياس أهم المتغيرات البيئية المؤثرة على ممارسة العلاقات العامة الدولية في السفارات، والقطاعات الدبلوماسية وصولاً إلى اقتراحات محدودة لتطوير هذه الوظيفة مما يعكس صورة متكاملة لأداء العمل في العلاقات العامة في القطاعات الدبلوماسية.

وتتنمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية Descriptive Study، وتعتمد هذه الدراسة على منهج المسح الميداني الذي تم تطبيقه على (50 مفردة شملت: 50 سفارة عربية وأجنبية داخل جمهورية مصر العربية) وقام الباحث باستخدام المنهج المقارن بوصفه من المناهج المساعدة في إجراء مقارنات كمية وكيفية بين مجتمع الدراسة.

واعتمدت الدراسة في جمع وتحليل البيانات الخاصة بها بأكثر من أداة بحثية تتوافق مع نوعية الدراسة وأهداف البحث: واستخدم الباحث استمارة الاستقصاء.

توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج من أهمها:

أظهرت إجابات المبحوثين درجة اهتمام السفارات العربية والأجنبية بوجود جهاز علاقات عامة متخصص لممارسة أنشطة العلاقات العامة.

كشفت إجابات المبحوثين أن نسبة (100%) من إجمالي نتائج المبحوثين أشاروا إلى أن الإدارة العليا بسفاراتهم تتفهم طبيعة عمل العلاقات العامة ووظائفها. وأظهرت نتائج المبحوثين بأن نسبة (94.9%) من إجمالي نتائج المبحوثين أكدوا على أن العلاقات العامة هي همزة الوصل بين السفارة والجمهور الخارجي وجاءت هذه العبارة في المرتبة الأولى من إجمالي نتائج المبحوثين. في حين جاءت بنسبة (100%) من استجابات المبحوثين في السفارات العربية، ونسبة (92%) من إجابات المبحوثين في السفارات الأجنبية.

أشارت نتائج المبحوثين إلى مدى استخدام استراتيجيات الدبلوماسية الإعلامية في إدارات العلاقات العامة بالسفارات وأشارت نتائجهم إلى "الاستخدام الدائم" لهذه الاستراتيجيات التي حددها الباحث في استمارة الاستقصاء التي عرضها عليهم وأوضحت النتائج ما يلي:

جاء استخدام الدبلوماسية الإعلامية "بأنها الذراع الأيمن للسياسة الخارجية للدول وبالتالي لا تبخل عليها بأي مبلغ مادي مهما تكن ميزانيتها في المرتبة الأولى من الاستراتيجيات الإعلامية" التي يستخدمها ممارسو العلاقات العامة في قطاعاتهم الدبلوماسية، في حين جاءت في المرتبة الأولى أيضاً في إجابات المبحوثين في السفارات العربية، وفي المرتبة الثانية من إجابات المبحوثين في السفارات الأجنبية وهذا يعطي مؤشراً قوياً لمدى التكامل بين العمل الدبلوماسي والإعلامي إذ إن الدبلوماسية الإعلامية وسيلة مهمة من وسائل توضيح المعلومات ونقل الصورة للجمهور.

وتتشابه هذه الدراسة مع الدراسة الحالية إلى حد كبير، إذ إنها تدرس جزءاً من العملية الإعلامية (العلاقات العامة) في نطاق السفارات، وهي أيضاً استخدمت منهجاً وصفيّاً مثل دراستنا الحالية وأداة استبيان لجمع البيانات والمعلومات، كذلك استخدمت الدراسة نماذج تحليلية (النموذج اللامتوازن ثنائي الاتجاه. النموذج المتوازن ثنائي الاتجاه) تشبه إلى حد بعيد النموذج الذي اعتمده دراستنا الحالية (نموذج كارل دويتش)، وتوصلت إلى نتائج بناء على تحليل التكرارات والنسب المئوية.

الدراسات الأجنبية:

1- دراسة (Otsuki, Hiromi 1995) (دور الاعلام في السياسة الخارجية الأمريكية) تتناول هذه الدراسة دور الإعلام في السياسة الخارجية الأمريكية خلال الفترة (1980-1994). وتؤكد الدراسة تزايد اهتمام صانع القرار السياسي الأمريكي بتأثير الإعلام على السياسة الخارجية، إذ إن نجاح أو فشل أي سياسة حكومية أضحت مرتبطةً بالكيفية التي تتعامل بها الإدارة الحكومية مع الإعلام وطريق التغطية الإعلامية لهذه السياسة وخصوصاً على الصعيد الخارجي، ففي وقت الأزمات التي تواجه السياسة الخارجية، تكون أحد أهم أولويات الحكومة تعبئة وحشد الرأي العام الداخلي، مع الأخذ في الاعتبار أن الغالبية العظمى من الأمريكيين يستقون معلوماتهم من الأحداث الجارية من الإعلام، وقد دخلت العلاقة بين الحكومة الأمريكية والإعلام خلال العقدين الأخيرين مرحلة جديدة، فقد أظهر الاجتياح الأمريكي لجيرنادا عام 1983 وكذلك حرب الخليج عام 1991 أن الإعلام الأمريكي كان عاملاً محفزاً للسياسة الأمريكية، وكان في طليعة الداعمين لتوجهات الإدارة الأمريكية من خلال التغطية الإيجابية والفعالة للحدث.

2- دراسة (Sonoski, 1997) (الرئيس و وسائل الاعلام في السياسة الخارجية الامريكية) تهدف هذه الدراسة إلى استقصاء دور الإعلام في السياسة العسكرية الأمريكية، ونجاح الإدارة الأمريكية في توجه الاهتمام العام من القضايا الداخلية إلى المصالح الأمنية للولايات المتحدة عبر العالم، وتركز الدراسة على قدرة الإعلام على تشكيل الاتجاهات العامة للمواطنين تجاه السياسة الخارجية، حيث تستطيع الحكومة خلال الأزمات التي تواجه السياسة الخارجية أن توظف الإعلام كأداة لتحقيق أهدافها السياسية. وكيف يمكن للحكومة أن تقيد

حرية الإعلام في الانتقاد خلال الأزمات لتجعل من الإعلام مسانداً للسياسة الخارجية وليس عاملاً معيقاً لحركتها وتوجهاتها، وتوضح الدور الإعلامي في السياسة الخارجية للحكومات الأمريكية، تتناول الدراسة حالتين هما اجتياح جرينادا عام 1983، وحرب الخليج عام 1991، ففي الحالتين كانت الإدارة الأمريكية تواجه انخفاضاً في الشعبية على الصعيد الداخلي ومع ذلك انغمست في استخدام القوة على الصعيد الخارجي لتكون النتيجة ارتفاعاً في شعبيتها نتيجة لتأثير الإعلام والدعاية السياسية، إذ تخلص الدراسة إلى أن الإعلام يمكن أن يساعد في دعم السياسة الخارجية واتجاهاتها.

3- تقدم دراسة (Yakubov, 1998) (سياسة الولايات المتحدة الأمريكية والتغطية الإعلامية في أوزبكستان) مراجعة لتأثير المصالح السياسية على التغطية الإعلامية لدولة أوزبكستان التي استقلت بعد انهيار الاتحاد السوفييتي، إذ تمت مقارنة التغطية الإعلامية والتحليلات الصحفية خلال الفترة منذ (Los Angeles Times) و (Washington Post) و (New York Times) لصحف 1996 مع المقارنة بالسياسة الأمريكية تجاه أوزبكستان، إذ لوحظ اهتمام الصحف عام 1991 بالكثير من القضايا التي كانت تركز عليها السياسة الخارجية الأمريكية أيضاً، مثل قضايا حقوق الإنسان والديمقراطية، بينما تجاهلت الصحف القضايا الأخرى التي لم تجد مجالاً لها على أجندة السياسة الأمريكية تجاه هذه الدولة.

4- تهدف دراسة (Ahmad.M, 2005) (العلاقة بين الإعلام والسياسة الخارجية الأمريكية) لإلقاء الضوء على العلاقة بين السياسة الخارجية والإعلام انطلاقاً من فرضية أساسية مفادها أن للإعلام دوراً محورياً ورئيسياً في التأثير على السياسة الحكومية سواء

الداخلية أو الخارجية، فالإعلام هو محدد فعال في أجندة السياسة، وتظهر الدراسة تأثير قناة في السياسة الأمريكية كمثال (CNN). وترى الدراسة أن التأثير الواضح للإعلام يظهر في جميع مراحل صنع القرار السياسي، فالإعلام يزود صانع القرار بداية بالمعلومات اللازمة والمقترحات التي تساعد في تشكل القرار السياسي، كما يحتاج السياسي الإعلام لدعم وتأييد سياسته وخطوطها، وقد تزايد الاهتمام الأمريكي بالإعلام بعد سقوط الاتحاد السوفييتي عام 1991، خصوصاً ما توافر وسائل الاتصال والتكنولوجيا الحديثة التي أضحت تتعامل مع الأحداث والأزمات لحظة بلحظة وفي جميع أنحاء العالم، مما أضاف الكثير من الضغوط على صانع القرار السياسي الذي أضحي مضطراً لاتخاذ القرار بناءً على توجهات الرأي العام وموقفه من الأزمات المختلفة.

5- دراسة (Gallo,2006) (وسائل الإعلام و السياسة الخارجية الامركية) تحاول هذه الدراسة إلقاء الضوء على الإمكانيات الإعلامية المعاصرة، ومحفزاتها، وأجنداتها، مع تفحص دورها في السياسة الخارجية الأمريكية خلال القرن العشرين، وتفسير الكيفية التي أسهم فيها الإعلام بدعم السياسة والسلوك الدولي الأمريكي، مع تحديد مخرجات هذا الدور وتأثيرها على مجمل العملية السياسية الخارجية.

وتركز هذه الدراسة على العناصر الأساسية في العملية الإعلامية، وتظهر الدوافع المحفزة لتسخير الإعلام في خدمة السياسة الخارجية، وذلك بالاعتماد على البيانات الإحصائية والدراسات الميدانية وكذلك الشهادات العينية والمقابلات الشخصية التي من شأنها أن تزيد من مصداقية قياس تأثير الإعلام في السياسة الخارجية، والمساهمة الأساسية التي تقدمها الدراسة هو تقديم فهم للوسائل والأدوات التي توظف إعلامياً لخدمة السياسة، مع تفسير لماذا يبحث

الإعلام عن دور سياسي، وكيف يتحكم الإعلام بنتائج السلوك السياسي سواء داخلياً أو خارجياً، كما تسعى الدراسة إلى تحديد الشروط التي تمكن الإعلام من لعب دور سياسي.

هذه الدراسة تحاول إلقاء الضوء على أهمية الإعلام كأداة من أدوات السياسة الخارجية للدولة مع التطبيق على الولايات المتحدة الأمريكية باعتبارها أولاً الدولة الأولى المهيمنة على النظام الدولي وباعتبارها أيضاً أكثر الدول توظيفاً للإعلام في سياستها الخارجية منذ بدايات القرن العشرين. حيث تركز هذه الدراسة على الكيفية التي وظفت بها الإدارات الأمريكية المتعاقبة الإعلام لخدمة أهداف السياسات الأمريكية عبر العالم، وتحديد الوسائل التي استخدمتها في هذا المجال، مع تقديم تقييم لمدى نجاح الولايات المتحدة الأمريكية في توظيف الإعلام كأحد أدوات السياسة الخارجية الأمريكية. وما يميز هذه الدراسة أيضاً أنها من الدراسات الأكاديمية القليلة جداً التي ناقشت دور الإعلام في السياسة.

6- دراسة مجموعة من الباحثين (2007) سفارة المستقبل، The Embassy of the Future تتمثل مشكلة الدراسة في أن الوجود الأمريكي في الخارج، سواء كان عسكرياً أو دبلوماسياً، حمل الكثير من أوجه النجاح والفشل في الوقت نفسه، ولا بد من تطوير أداء السفارات الأمريكية في المستقبل القريب، بهدف الوصول إلى أكبر قاعدة جماهيرية في الدول المضيفة.

تحاول هذه الدراسة أن تقدم رؤية عامة لدور السفارات الأمريكية والدبلوماسيين الأمريكيين في تقديم الولايات المتحدة بصورة أكثر إبداعية بعد عشر سنوات من الآن (أي من عام 2007)، وتقتراح خطة يمكن الجمع من خلالها بين الأداء الفعال للدبلوماسيين الأمريكيين وللسفارات الأمريكية في العالم دون الإخلال بالضرورات والمتطلبات الأمنية، وتقوم الخطة التطويرية التي توصلت لها الدراسة على نقاط عشر هي كما يلي:

- 1- **الاستثمار في الناس:** ويقصد بها رفع كفاءة الموظفين واختيار الرجل المناسب في المكان المناسب.
- 2- **الدمج بين التكنولوجيا وطريقة إدارة الأعمال:** ويقصد بها أن يقوم الإنسان الموظف بقيادة وتوجيه التكنولوجيا وليس العكس، وكذلك أوصت الدراسة أن يجري الاستعانة بخبرات من القطاع الخاص في مجال تكنولوجيا الاتصال.
- 3- **توسيع أطر المعرفة ونطاق تبادل المعلومات:** ويقصد بها تسخير مخازن المعلومات المختلفة وشبكاتها لتكون تحت تصرف الموظفين في السفارات.
- 4- **تبني أدوات اتصال جديدة:** حيث توصي الدراسة بتحسين مواقع الانترنت التي يتم تسخيرها للعمل الدبلوماسي، وكذلك توسيع التدريب الإعلامي. وتطوير برامج إعلامية مرئية ومسموعة قابلة للتنزيل والحفظ والمراجعة.
- 5- **العمل خارج أسوار السفارة:** بحيث يشجع الموظفون على تقديم تقارير من الميدان وليس من الدائرة داخل السفارة.
- 6- **تعزيز البرامج والخيارات المتاحة:** ويقصد بذلك التعامل مع شرائح اجتماعية وسياسية وجغرافية متعددة لا أن تقتصر على نخبة سياسية في العاصمة.
- 7- **تقوية أطقم العمل:** وذلك من خلال إشراك وكالات أمريكية مختلفة في عمل السفارات، وكذلك تعيين نائب للسفير وتدريب السفراء على العمل القيادي لأن السفير يعدّ ممثلاً للرئيس الأمريكي نفسه.
- 8- **إدارة المخاطر:** ويقصد به التعامل مع المخاطر الأمنية ليس بتجنبها أو بتجنب التفاعل مع الناس لأن العمل الدبلوماسي قائم على التفاعل، بل تدعو إلى إدارة المخاطر بواسطة السفير نفسه.

9- تعزيز الأمن في السفارات وفتح أبوابها.

10- تحديث الوظائف الإدارية في السفارات: تدعو الدراسة إلى توحيد معايير إدارية وتوحيد بعض البرامج الحاسوبية ليجري الاستفادة منها بشكل إقليمي وليس كل سفارة أو كل حدة كما هو معمول به حالياً.

تعليق على الدراسات السابقة:

لاحظنا قلة الدراسات في هذا الموضوع في الدراسات الأكاديمية وكذلك نلاحظ من خلال الدراسات التي وجدناها واستعرضناها في هذه الدراسة أن معظم الدراسات في هذا المجال جاءت في حقل العلوم السياسية وتناولت مشكلتها من منظور العلوم السياسية، ولا غرابة في ذلك ونحن نعرف حجم التشابك والتكامل الكبيرين بين حقلي الإعلام والسياسة، فكلاهما ينتمي إلى حقل الاتصال الأوسع. كذلك فإن معظم الدراسات التي تسنى لنا الاطلاع عليها تجعل مشكلتها تتمثل في الظروف الدولية المتغيرة على الصعيد السياسي وخصوصاً التغيير في النظام العالمي الجديد أو على صعيد تكنولوجيا الاتصال أو تغيير أنظمة الإعلام العالمي الجديد، كذلك نلاحظ أن العمل الدبلوماسي بدأ يتعرض لتغيرات أساسية فبعد أن كان عملاً سرياً أو خفياً أصبح يتعامل بالإعلام سواء رغب في ذلك أو لم يرغب، وقد أثبتت تسريبات موقع ويكيليكس أن عهد السرية انتهى أو ربما أنه على طريق النهاية لأنه لم يعد يحد التكنولوجيا الاتصالية حدود يمكن حمايتها بشكل مطلق إلى ما لانهاية.

وتتشابه هذه الدراسة مع الدراسات السابقة في أنها تهتم أيضاً بالتغيرات الحاصلة على الصعيدين: العالمي المتمثلة بالنظام الإعلامي الجديد والنظام العالمي الجديد، ثم على الصعيد العراقي المتمثلة بقدم نظام سياسي جديد قائم على التعددية وقائم على الانتخابات، ولا بد أن

هذا التغيير قد جلب معه تغييرات كثيرة منها ما هو في جانب العمل الدبلوماسي والإعلامي الخاص بالدولة العراقية. وقد لاحظنا كذلك أن الدراسات الأجنبية جاء أغلبها متناوياً للسياسة الأمريكية الخارجية وعلاقتها ببعض المتغيرات، وهذا ليس بمستغرب لأن السياسة الخارجية الأمريكية سياسة نشطة وفاعلة خصوصاً أن أمريكا تملك الكلمة الفصل في الكثير من القضايا السياسية الدولية.

المبحث الأول: أهمية الإعلام في العمل الدبلوماسي والعلاقات الخارجية.

1-1- تمهيد:

لعل العمل الدبلوماسي في حقيقته هو وجه من أوجه الاتصال، فهو قائم على العلاقات بين أطراف دولية بهدف تبادل الرسائل والمعلومات والأخبار لتحقيق بعض الأهداف التي تهم جانبي الاتصال. وإذا كان خبراء الاتصال يؤكدون أن أنجع أساليب الاتصال تتمثل في الاتصال الشخصي أو المواجهي face to face فإن العمل الدبلوماسي أكثر ما ينتمي إلى هذا النمط من الاتصال الذي يعتبر هو الأكثر فاعلية من أنماط الاتصال الأخرى، فكيف إذا ما كان هذا الاتصال مستنداً إلى خبراء في الاتصال والسياسة والعلاقات العامة؟ هذه الصفات التي يجب أن تتوفر في الدبلوماسي أو الرجل السياسي أو الإداري الذي يعمل في مهمات الإعلام في النظم السياسية خصوصاً في السفارات الأكثر من غيرها في النظام السياسي مطالبة بعكس صورة ذهنية بناءة وإيجابية عن البلد الذي تمثله، شعباً وحكومة وثقافة. لذلك فإن فن الاتصال يقع في صلب النظم السياسية نظراً لما يترتب عليه من نتائج تعود على الدولة والمجتمع إما بالفائدة الكبيرة أو على العكس من ذلك.

وقد اهتم علماء السياسة والاتصال السياسي والاجتماع السياسي بدراسة التفاعل بين الاتصال والنظام السياسي والعملية السياسية بصفة عامة، وأكدوا أهمية العلاقة الجوهرية بينهما، بل إنهم نادوا بتحليل السياسة بالاعتماد على نظريات الاتصال، فعالم السياسة من الصعب وجوده دون الاتصال، لأنه حلقة الوصل بين الجماهير والنخبة الحاكمة صانعة القرارات. (عبد الحليم، 1991، 49).

وفي النظام السياسي المعاصر أضحت الرأي العام ظاهرة لا يمكن لأي نظام سياسي، مهما كانت طبيعته أو شكله أن يتجاهلها، ولكن كشأن أية ظاهرة أخرى فإن دورها في الحياة

السياسية متباين من بلد إلى آخر تبعاً لدرجة التطور والخلفية الحضارية لهذه البلدان، والقيم السائدة فيها، وطبيعة المؤسسات السياسية القائمة، في الرأي العام في المجتمعات الحديثة يختلف عنه في الدول النامية. (سميسم، 2005، 38).

ويرى علماء السياسة أن الوظيفة الاتصالية هي إحدى وظائف النظام السياسي، وذلك أن النظام يعهد إلى الاتصال بمهمة التعبير عن المصالح وتجميعها.

فالمصاحفة قد تكون ساحة أو أداة أو طرفاً وبحكم طبيعة النظام السياسي؛ يتحدد النظام الإعلامي. (عبد الرحمن، 2008، 52).

وقد انتهت الإدارات الرسمية في شتى الدول لأهمية الإعلام كأداة أو قوة أو كذراع من أذرع السلطة تستطيع من خلاله تحقيق أهداف الدولة أو بعضها إلى جانب الأدوات الأخرى السياسية والعسكرية والاقتصادية حتى في الدول الديمقراطية التي تقول إن الإعلام فيها حر وإن النظام السياسي لا يتدخل في وسائل الإعلام ، بينما نجد في مذكرات الرئيس الأمريكي الأسبق (ريتشارد نيكسون) في كتابه (ست أزمات) "بأن القوة العسكرية حيوية ولكنها إن لم تُدعم ببرامج اقتصادية وسياسية ودعائية فإنها ليست كافية أبداً". ولوسائل الإعلام في الولايات المتحدة دور مهم وفاعل في صناعة القرار السياسي الخارجي الأمريكي، إذ تقوم بثلاث وظائف هي: (نقلاً عن هادي، 2010، 11).

1- إنها أداة أساسية يعتمدها صانعو السياسة للتعبير عن مواقفهم وسياساتهم وكسب التأييد لها.

2- إنها وسيلة مهمة لنقل آراء وتفضيلات الرأي العام وجماعات المصالح المختلفة إلى صانعي السياسة.

3- تعد أداة مهمة لتعبئة الرأي العام من قبل صانعي السياسة إزاء القضايا المتعلقة بالشؤون الخارجية.

كان بداية العمل الدبلوماسي قائماً على الرسائل المكتوبة والاتصالات المباشرة بين طرفين أو أكثر، وغالباً ما كان مضمون الاتصال سرياً أو شبه سري باعتباره عملاً يتضمن أسراراً بين الأطراف المتصلة من خلال العمل الدبلوماسي، ولذلك عرف مفهوم "الحقبة الدبلوماسية" التي كان السفير ينقل فيها كل ما يهم دولته من خلالها. لكن التطور في وسائل الاتصال والإعلام غير كثيراً من تلك العادات أو التقاليد الدبلوماسية. وفي هذا المعنى يقول الدكتور عبد العزيز خوجة: "إن الحقبة الدبلوماسية كانت في الماضي رمزاً مقدساً للسفير، وكانت تحوي في جعبتها كل ما يهم السفير أن يرسله من معلومات عن البلد المضيف وتطور الأحداث فيه، واليوم أصبحت الحقبة الدبلوماسية رمزاً من الرموز القديمة ربما أكثر ما تهتم الأقسام المالية والإدارية، فالمعلومة حتى تصل إلى بلد السفير ستصبح قديمة ومستهلكة، فالأحداث المتلاحقة وشفافية الإعلام في معظم بقاع العالم جعل استخدام الحقبة عملاً ثانوياً. (البشر، 88، 1997-90)

ويلاحظ مدى التداخل ما بين الإعلام الخارجي والدبلوماسية والعمل الإعلامي عموماً فالإعلام الخارجي كما يقول روبرتس دي أف (Robert) هو التعبير الموضوعي عن الحقائق والوقائع والقضايا التي تهم الدولة عن طريق شرح وتوضيح الحقائق والمعلومات للجماهير، في الخارج بهدف إحداث تأثير في عقلية تلك الجماهير بما يخدم قضايا الدولة ومصالحها. (Roberts, 1978, 47)

أما كارتر مارتن (Marten) فيرى أن الإعلام الخارجي هو ذلك النشاط الاتصالي الذي تستخدم فيه الدولة مختلف وسائل الاتصال والإعلام بشكل يؤدي إلى تنوير عقلية الجماهير الخارجية بحقيقة الأمور والأوضاع القائمة في الدولة. (Marten, 1978, 103)

ومع ثورة المعلومات والاتصالات توسعت اتصالات الفرد والدولة وكافة المؤسسات، مع المحيط الخارجي الذي صار عالمياً، وغدت قاعدة التأثير.

والتأثر بارز في مضمار التفاعل الحضاري بين العالم كافة. (حسين، 2003، 227).

وقد أدت ثورة الاتصال والمعلومات إلى رفع القيود عن الكثير من الحواجز والحدود، ومن ذلك الحدود والحواجز بين السياسة الداخلية والخارجية. (الرشدان والموسى، 2005، 21)

وقد تنبعت الدول إلى أهمية وسائل الإعلام فبدأت التفكير في توظيف هذه الوسائل في علاقاتها مع الدول والأطراف الأخرى وصارت تستخدمها لإرسال الرسائل أو لاستقبالها ومعرفة اتجاهات الأطراف الأخرى حيال الكثير من القضايا.

ويرى السيد يسين ونتيجة لثورة الاتصالات الحديثة، فإن التفكير في الدور الذي تلعبه الميديا في الوقت الراهن في تشكيل الوعي الكوني والوعي الاجتماعي والوعي الفردي بشكل عام، يمثل إحدى التحديات المعرفية التي تواجهها في بداية الألفية الثالثة، ويكفي أن نتأمل وقعها على الجماهير الواسعة، وتأثيراتها العميقة في مجالات المعلومات، والمعرفة والثقافة، بل ونفاذها إلى أعماق ذواتنا لندرك أهمية الدراسة التحليلية والنقدية لتأثير الميديا على الإدراك الاجتماعي داخل كل قطر على حدة، وعلى المستوى الكوني على السواء (يسين، 2001، 245).

وفضلاً عن ذلك فقد قادت المتغيرات التي عملت على تطور المجتمع الدولي المعاصر وحطمت الحواجز بين الشعوب إلى إحداث تغيرات أساسية في بنية النظام الدولي وبلورت

وظائف جديدة للدولة العصرية، بحيث أضحت (الوظيفة الاتصالية) بمستواها الداخلي والخارجي التعبير الحي عن ديناميكية العلاقة بين مختلف العناصر التي يتكون منها الجسد السياسي في تماسكه الداخلي وفي حركته الخارجية. (سميسم، 2005، 107).

1-2- الدبلوماسية والتبادل الإعلامي الدولي:

الدبلوماسية في الكلام العام، تعني دراسة الوثائق إذ إنها مشتقة من الكلمة الإغريقية Diploma التي تعني بأنها مطلوبة بشكل معين، إلى جانب ذلك فإن الدبلوماسية تعني دراسة الوثائق القانونية والإدارية والمهمة، كما أنها تضمن دراسة السجلات والمفكرات والمخطوطات، أما المفهوم المعاصر للدبلوماسية فإنها تعني الحرفة المبنية على التدريب الذهني الطويل والتحقيق الذي تستطيع عن طريقه تأدية خدمة معينة. (النعيمي، 2008، ص 96)

جاءت الكلمة من اليونانية بمعنى طوى والتي كانت تطلق على الوثائق التي تطوى طيتين كجوازات السفر وتذاكر المرور ووثائق وذكور صادرة عن الملوك والرؤساء بمنح شخص توصية أو امتيازات. ثم شاع استعمال الكلمة عقب توقيع معاهدة وستفاليا عام 1645 التي أحدثت التمثيل الدائم بين الدول وذلك لوصف البعثات التي تتولى الدول إرسالها لتمثيل مصالحها.

وهناك العديد من التعريفات للمصطلح، نختار منها الأقرب لهذه الدراسة:

هي علم تمثيل الدول وفن المفاوضات. أو هي رعاية مصالح الدولة الوطنية والحوول دون اللجوء إلى العنف أو الحرب، أو هي فن إدارة الاتصال والعلاقات بين الدول. (قدرت، 2010 ص 14-15) وقد جاءت الدبلوماسية منذ ما عرف بمعاهدة وستفاليا بين الدول

الأوروبية في محاولة منها لتخفيف من حدة الصراع بين الدول ولأجل تنظيم العلاقات الدولية في شتى المجالات في حالي الحرب والسلم. لذلك فقد عرفت العلاقات الدولية بأنها "العلاقات بين حكومات دول مستقلة، ويستعمل كمرادف في المعنى للسياسة الدولية" (الموسوعة البريطانية، 778).

ويعد العمل الدبلوماسي من الوسائل الأساسية لتنفيذ السياسات الخارجية للدول، والعمل على تنظيم العلاقات وزيادة التعاون بينها، وعادة ما تقوم به وزارة الخارجية، وثمة بعض الدول التي أنشأت وزارات تساهم مع وزارة الخارجية في تحقيق أغراضها الواسعة، ومن ذلك وزارة التعاون الدولي التي عرفت في الكثير من الأنظمة السياسية المعاصرة، لكن مزاولة الوظيفة الدبلوماسية تعد من مهام وزارات الخارجية، من خلال إدارتها المركزية، وهي الإدارات الجغرافية: كإدارات غرب وشرق أوروبا، وأمريكا الشمالية والجنوبية، والشرق الأوسط... الخ، والوظيفية: كالاقتصادية، والسياسية، والثقافية، والإعلامية... الخ، والإدارية: كالشؤون القنصلية، والبعثات الدبلوماسية... الخ؛ وتزود السفارات والقنصليات في الخارج عادة بمستشارين أو ملحقين في الشؤون الإعلامية، والعسكرية، والاقتصادية، يشرف عليهم رئيس البعثة الدبلوماسية (السفير)، ولكنهم عملياً يتبعون الجهة الرسمية التي أوفدتهم في الدولة المعنية. وتختلف النظم السياسية في تحديد المرجعيات المشرفة على العاملين في العمل الإعلامي للسفارات، فمنها ما يجعله تابعاً لوزارة الخارجية، مثل النظام السياسي العراقي، ومنه ما يجعله تابعاً لوزارة الإعلام أو غيرها من الوزارات.

ويميز (J.R.Childs) بين السياسة الخارجية والدبلوماسية، فلا تعد السياسة الخارجية للدولة جوهرًا أساسياً لعلاقتها الخارجية، بينما الدبلوماسية هي المكان المناسب الحقيقي

للعمليات، حيث تقوم على تنفيذ هذه السياسة. (Palmer, 1957, 97) نقلا عن النعيمي،
(2008، 44) .

وعلى هذا الأساس، فإن السياسة الخارجية يتم اتخاذ القرار فيها بوساطة أشخاص
وهيئات في أعلى المستويات، وأما الدبلوماسية فإنها تزود جهاز اتخاذ القرار بالمعلومات
اللازمة.

لكن أثر عملية العولمة في السياسة والإعلام فقد تنامي نحو جعل الإعلام غير
مركزي، وعلى هذا الأساس فقد قامت العديد من الدول (ومنها الكثير من الدول العربية) بإلغاء
وزارة الإعلام وترك مهمة الإشراف على الإعلام لجهات أخرى منها وزارة الخارجية، أو
وزارة التعاون الدولي، أو تركه لرئيس البعثة الدبلوماسية نفسها في حالات السفارات، وقد
دفعت العولمة وتطور وسائل الاتصال في هذا الاتجاه على أساس أن الإعلام لم يعد شأنًا
حكوميًا فقط، بل إن وسائل الإعلام الحديثة أصبحت تتيح لكل مواطن ولكل مسؤول اليوم
القيام بالعمل الإعلامي على المستوى المحلي أو على المستوى الدولي، مما قلص من هامش
احتكار الدول لوسائل الإعلام ومما شجع على النشر والعلنية في العمل الإعلامي.

كانت الدبلوماسية في السابق سرية إلى أن تحولت إلى دبلوماسية مفتوحة وعلنية أكثر،
بعد الأحداث الهامة التي جرت في تاريخ العمل الدبلوماسي وأقدمت عليها السلطة البلشفية بعد
استيلائها على السلطة في الإمبراطورية الروسية عام 1917، وكشفت الالتزامات السرية
لروسيا القيصرية أمام المجتمع الدولي. وإعلان الرئيس الأمريكي "ويلسون" لمبادئه الأربعة
عشر عام 1918، وقيام عصبة الأمم بمطالبة الدول الأعضاء فيها بتسجيل معاهداتها
والالتزامات الدولية لتقوم عصبة الأمم بعد ذلك بتوثيقها، وهو الدور الذي تقوم به منظمة الأمم
المتحدة منذ تأسيسها، إثر الحرب العالمية الثانية، وتنتشر المعاهدات والالتزامات ضمن إطار

الدبلوماسية المفتوحة. (البخاري، 2010، 6) ونتيجة لانتشار الأساليب الديمقراطية الحديثة وإلى ازدياد قوة الرأي العام العالمي فإن ذلك أفضى إلى القضاء على الدبلوماسية التاريخية التي كانت تحيط بالمفاوضات الدبلوماسية في الماضي (القيار، 2010، 15) ولعل تطور وسائل الإعلام والاتصال بهذا الشكل الكبير أكثر ما ساهم في انتهاء تلك السرية أو على الأقل خفف منها إلى حد كبير، إذ إن وسائل الإعلام ومن خلال تكنولوجيا الاتصال الحديثة أصبحت قادرة على نقل وتسجيل الأحداث حين وقوعها والوصول إليها رغم ما يحاط بها من سرية عالية.

رغم ذلك فهناك جوانب كثيرة في العمل الدبلوماسي، لم تنزل تحمل طابع السرية، كالمفاوضات الخاصة بالمعاهدات، والاتفاقيات، واتفاق الأطراف المعنية على بعض البنود السرية، تمشياً مع ضرورات الأمن القومي، والمصلحة القومية العليا، وضرورات السياسة الخارجية لتلك الدول.

ويتضح مما ذكر أن العمل الدبلوماسي هو الوسيلة الهامة التي تنفذ من خلالها السياسة الخارجية للدولة، وهي إدارة العلاقات الدولية من خلال التفاوض، كما وتعرف بفن التفاوض من أجل تحقيق الحد الأقصى للأهداف بالحد الأدنى من النفقات، لحل مشاكل نظام سياسي أو اقتصادي يمكن أن تؤدي إلى نشوء حرب، ولو افترضنا بأن هناك دبلوماسية إعلامية بحد ذاتها، فإنه يمكن القول بأن تطور وظيفة العمل الدبلوماسي جعلت الدبلوماسي يقوم بمهام إعلامية من خلال إلقاء البيانات، وإطلاق التصريحات، ونشر الأخبار، وإجراء الاتصالات، وإقامة علاقات مع صانعي القرار السياسي، والصفوة الاجتماعية وقادة الرأي. وعملية الاتصال بالجمهور أصبحت اليوم من المهام المرتبطة بالعمل الدبلوماسي، وهكذا نرى أن العمل الدبلوماسي أصبح مرتبطاً بالعمل الإعلامي، وهذا يفسر الأسباب التي دعت بعض

فروع العلوم السياسية لتعتبر الإعلام، والعلاقات العامة الدولية فرعاً من فروعها الدراسية التي يتحتم على الطالب دراستها حتى أن مظاهر العمل الدبلوماسي خلال القرن العشرين اتخذت منحى الرغبة في نشر ثقافة الدولة التي يمثلها الدبلوماسي، بالإضافة لممارسته الوظيفة الإعلامية الدولية.

1-3- أنوع الدبلوماسية:

تصنف المراجع العمل الدبلوماسي على أسس مختلفة، اختار الباحث لهذه الدراسة منها التصنيف القائم على المجال أو المستوى الذي تتعامل فيه بدءاً من اللقاءات المباشرة وانتهاء باستخدام وسائل الإعلام وكما يلي:

1-3-1- الدبلوماسية التقليدية أو الرسمية:

تعد الدبلوماسية الطريقة المثلى والصيغة الأكثر عقلانية وعلمية للتعامل في مختلف الأوقات وفي أكثر المجالات، بما في ذلك إدارة أي حوار أو تفاوض بين أشخاص منفردين أو مجاميع أو بين شعوب أو دول معينة.

والدبلوماسية التقليدية من حيث المبدأ تشكل تراكماً معرفياً وخبرة إنسانية كبيرة جداً في العلاقات بين الدول من خلال أصحاب الحكمة والعقول الراجحة من بني البشر، تصل إلى مئات السنين قبل الميلاد.

يمكن القول إن النهاية التاريخية للدبلوماسية التقليدية كانت بعد الحرب العالمية الأولى، مع قيام عصبة الأمم المتحدة، وهذا ما مهد لنشوء الدبلوماسية الحديثة التي تعني في جوهرها الخروج من نطاق السرية ومحدودية الاتصالات والتأثير، والدخول في ما يمكن

تسميته بالدبلوماسية الشعبية التي يزداد فيها تأثير الرأي العام، وتتعدد معها مصادر التأثير في صنع القرار السياسي، يمثل ما تتعدد القوى الدولية (الأوروبية وغير الأوروبية) المؤثرة في السياسة الدولية (حسين، 2003، 129).

بعد انقضاء الحرب الباردة حتى أوائل التسعينيات من القرن الماضي، توسع إطار الدبلوماسية الشعبية مع انعقاد المؤتمرات العالمية الموسعة حول البيئة والتنمية وحقوق الإنسان والمرأة والسكان. لتتوارى الدبلوماسية التقليدية وخصوصاً أمام ثورة الاتصالات والمواصلات التي يشهدها العالم المعاصر، ودور الرقابة الشعبية (حسين، 2003، 130).

مقابل الدبلوماسية الشعبية كانت الدبلوماسية الشمولية تنطلق من الدول ذات الأنظمة الشمولية التي لجأت إلى أساليب الضغط العسكري والسياسي والدعائي من أجل مواجهة الأنظمة الليبرالية وبسط نفوذها العالمي، وهذا ما ساعد على توسع الأعمال التجسسية بين الدول وضلوع الدبلوماسيين في هذه المسألة، فمثلاً عن محاولة هذه الدبلوماسية إخضاع المنظمات الدولية لمصالح عقائدها السياسية، أو التملص من التزاماتها الدولية تحت موجه دعائية كثيفة، بتعبير آخر، لم تساعد الدبلوماسية الشمولية على تعزيز التعاون الدولي بقدر ما أوجدت مناطقاً من الإكراه والقسر في العلاقات الدولية، وأشاعت أجواء التهديد باستخدام القوة (Norman Palmer and H.Perkins,2006,35).

1-3-2- دبلوماسية القمة:

هي التي تعني المؤتمرات الدبلوماسية لرؤساء الدول والحكومات التي تتناول قضايا وطنية ودولية أساسية، وتعززت دبلوماسية القمة مع سياسة الوفاق الدولي ما بعد مرحلة الحرب الباردة.. ولعل قمة الألفية هي المثل الأبرز عندما اجتمع 150 رئيس دولة وحكومة

من البلدان الأعضاء في الأمم المتحدة، من السادس من أيلول 2000 إلى الثامن من نفس السنة، للبحث في التحديات العالمية التي تواجه الإنسانية في مطلع الألف الثالث الميلادي (حسين، 2003، 131).

1-3-3- الدبلوماسية الثقافية:

مع قيام ثورة العلوم والثقافة في النصف الثاني من القرن العشرين، ومع تعقد العلاقات وتنوعها بين الدول، ودخولها حقولاً ثقافية وبيئية وإنسانية متنوعة، ومع بروز الحاجة لتعزيز العلاقات الثقافية بين الدول لتبريد أجواء الحقد والعدوان، ومع شمولية العلاقات الدولية لمفاهيم جديدة، لم تكن موجودة في الدراسات التاريخية التقليدية.. ظهرت الدبلوماسية الثقافية لتعزيز التعاون الدولي خصوصاً في المجالات العلمية والثقافية، وإظهار القيم الحضارية المختلفة بعيداً عن الطمس والإنكار، ولزيادة المساعدات الفنية للدول في ميادين التربية والثقافة والعلوم (Farnhan, 1985, 114).

1-3-4- دبلوماسية الأقمار الصناعية:

بدأت دبلوماسية الأقمار الصناعية تنتشر في العصر الحاضر، إذ بنتنا نشاهد أو نسمع الزعماء والسياسيين يتبادلون الرسائل الاتصالية والدبلوماسية على الهواء مباشرة من خلال وسائل الإعلام، فهذا زعيم في الولايات المتحدة يحدث آخر في قارة أخرى بفضل التقدم الهائل في وسائل الاتصال والإعلام.

تشير معلومات وكالة ناسا انه منذ عام 1957 أطلق نحو 6 آلاف قمر اصطناعي الى الفضاء الخارجي وما يزال 3 آلاف منها قيد الخدمة حالياً، وهي تدور حول الأرض باستمرار (الدليمي، 2011، 114).

مع ثورة المعلومات والاتصالات تتقدم دبلوماسية جديدة يعرفها بعضهم بأنها دبلوماسية الأقمار الصناعية، فيما تتراجع الدبلوماسية التقليدية، وثمة علاقات خاصة ناشئة بين الرؤساء واتصالات مباشرة لحل النزاعات الدولية، ووزارة الخارجية معنية أكثر من أية مرحلة ماضية بإدخال ثقافة المعلومات في نظم أعمالها، وإن كانت الاعتبارات الأمنية للدول تحول دون تدفق المعلومات كما هي الحال في وزارات أخرى (حسين، 2003، 222-227). مما يساعد على تدفق المعلومات على الرأي العام بصورة رئيسة في تطور أجهزة الإعلام ووسائل الاتصال الحديثة.

على الصعيد العسكري، تجد ملاحظة نشوء أدوات جديدة للعمل العسكري في الحرب بفضل تدفق المعلومات بسرعة إلى القيادة العليا، ما يمكنها من اتخاذ القرار في وقت محدود. إن استخدام الفضاء للسيطرة على الأرض أصبح منهجاً مستخدماً من قبل الدول الكبرى والشركات عابرة القارات (الدليمي، 2011، 116).

يصعب تجاهل نتائج هذه الثورة على المفاهيم التقليدية المتعلقة بالدولة القومية، والسيادة الوطنية، والمصالح الاقتصادية للدولة، وثمة اختراقات واسعة لأثار ثقافية وحضارية كانت تعتبر من خصوصيات الأمم والشعوب، وعلى ذلك ليس سهلاً تصور ردود أفعال المتضررين من هذه الثورة العالمية الجديدة، وما قد تؤول إليه على صعيد تحديد مسار العلاقات الدولية.

إن البث الفضائي المباشر واستخدام شبكة الانترنت والهاتف الخليوي حظيت برضا وترحاب كبيرين من الناس في شتى بقاع العالم المتعطش للحضارة، ومع تحفظ الكثير من الطفرة المعلوماتية الخارقة والغزو الثقافي للمجتمعات المستقبلية للمعلومات فالإعلام المعولم (الكوني) يعمل بأدواته الجماهيرية في تكوين الرأي العام، ويساعد على زيادة الاحتكاك بين الدول والشعوب وتحقيق الأهداف تبعاً للغرض الذي يراد تحقيقه من عملية الاتصال وتبعاً لدرجة الترغيب أو الترهيب (مراد، 183، 2011).

المبحث الثاني: تاريخ العلاقات الخارجية للعراق حتى عام (2003):

تُعرف العلاقات الدولية بأنها عملية التبادل Exchange أو التفاعل Interaction بين الفاعلين الدوليين والتي تتسم بنوع من أنواع الاعتماد المتبادل interdependence فالعلاقات الدولية تشمل أي عملية تبادل: اقتصادية وسياسية واجتماعية وثقافية.. الخ. وهذا التفاعل يتسم بظاهرة التأثير والتوافق بنفس الدرجة وفي نفس الاتجاه فإذا أصبح التأثير في اتجاه واحد وبكثافة عالية فنصل إلى درجة يطلق عليها (ظاهرة التبعية). (الظاهر، 2010 ، 14).

وللعلاقات الدولية دور كبير في تحقيق المصالح الوطنية من خلال عملية التفاعل بين الدول، وفي المجالات كافة، وربما يُقصد أحياناً بالعلاقات الدولية ما ينطوي على القرارات المؤثرة ليس على حالة السلام فحسب بل على عملية الحرب كذلك وبمعنى آخر قد تكون سببا رئيسيا من أسباب الصراع والحروب، مثل حروب النفط وحروب مصادر المياه أو المعادن أو الممرات الدولية كالعُدوان الثلاثي على مصر بسبب قناة السويس عام 1956.

ولا يُمكن أن نتطرق إلى العلاقات الخارجية للعراق دون الإشارة إلى أن العراق كان خاضعاً للولاية العثمانية أسوة بباقي الدول العربية وحتى نهاية الحرب العالمية الأولى حينما سيطرت بريطانيا على البلاد واستطاعت أو توفر لها غطاء من الأمم المتحدة بصفة الانتداب الذي ستمر حتى العام 1932، وكانت الحكومة البريطانية هي التي تتولى شؤون العراق وتديره بعد احتلاله عام 1917، ومنها إدارة شؤونه الخارجية بواسطة سفاراتها في الخارج.

وقد شهد تاريخ 23 آب 1921 تنصيب الملك فيصل الأول ملكاً على العراق ليرتبط ذلك التاريخ بتأسيس الدولة العراقية الحديثة، وبالمبحث عن تاريخ تأسيس وزارة الخارجية العراقية نجد أن جلسة مجلس الوزراء العراقي التي عُقدت في يوم 24 تشرين الثاني عام 1924، شهدت اقتراح رئيس الوزراء العراق آنذاك ياسين الهاشمي استحداث وزارة للخارجية فتم

قبول مقترحه على أن تُعهد إلى رئيس الوزراء الذي تولى إدارتها إضافة إلى وزارة الدفاع آنذاك، وبذلك كان الهاشمي أول وزير لوزارة الخارجية العراقية (قدرت، 2010، 214).

إن استقلال العراق عن السيطرة الأجنبية حدث في عام 1932 حينما غدا العراق الدولة العربية الأولى التي تحقق استقلالها وتنضم إلى عصبة الأمم في عام 1932، وكانت المرحلة التي أعقبت الاستقلال مرحلة صعبة جداً للعراق، فقد كانت الحكومة العراقية قد وقعت اتفاقية مع بريطانيا استعداداً للاستقلال، وحين أعلن العراق مستقلاً نشأ فراغ في السلطة من جراء مغادرة الموظفين الإنجليز، وتفاقت هذه المشكلة بوفاة الملك فيصل الأول بتاريخ 8 أيلول 1933، وقد خلفه ابنه الملك غازي الذي كان ضابطاً صغير العمر قليل الخبرة في أمور إدارة الدولة (قيردار، 2010، 34-35) لكنه توفي بعد تعرضه إلى حادث بتاريخ 4 نيسان 1939 ليخلفه ابنه فيصل الثاني في عام 1939 ولصغر عمره فقد تولى خاله الأمير عبد الله وصاية العرش لغاية 2 أيار 1953 عندما تولى فيصل الثاني سلطاته الدستورية (دافيس، 2008، 37).

في عهد الملكية الدستورية عام 1921 تشكلت المؤسسات الجهورية للدولة العصرية، وكانت السياسات تهدف إلى إعطاء العراقيين كافة فرصة للمشاركة في حياة البلاد الاقتصادية والسياسية والثقافية كمواطنين متساوين، وكان الناس قبل ذلك التغيير يتمتعون بحق التعبير السياسي والثقافي علناً، مع وجود عدد من الجرائد التي تنشر ما تشاء بحرية من الآراء المتضاربة، وقد تغير ذلك كله بعد عام 1958، إذ تلاشت الحياة السياسية وحرية التعبير في ظل الاضطهاد الذي مارسته دولة الحزب الواحد، (قيردار، 2010، 54).

وقد شهد تاريخ 14 تموز 1958 إطاحة النظام الملكي والإعلان عن قيام الجمهورية في العراق بقيادة عبد الكريم قاسم، وشهد الفترة الممتدة بين عام 1958-1968 عدم استقرار

سياسي واضح في العراق وذلك نظراً لقيام حركة 8 شباط 1963 التي أطاحت بعبد الكريم قاسم ونصبت عبد السلام عارف رئيساً للعراق، والذي توفي أثر سقوط طائرته في 13 نيسان 1966 ليخلفه شقيقه عبد الرحمن عارف لغاية 17 تموز 1968 عندما حدث الانقلاب العسكري الذي أوصل حزب البعث إلى دفة السلطة في العراق حتى عام 2003، وقد اتصفت تلك المرحلة بعدم الاستقرار وكثرة التغيرات إضافة إلى قيام الحرب العراقية الإيرانية في عام 1980 التي استمرت حتى عام 1988، ومن ثم جاء غزو العراق للكويت في 2/8/1990 وما رافق ذلك من قرارات دولية أثرت على الدولة العراقية، وكان وضع العراق الدولي وعلاقته الدولية في أسوأ الحالات بعد عام 1991، إذ تباينت ردود الأفعال العربية تجاه الاحتلال العراقي للكويت، وانقسمت الدول العربية إلى مؤيد ومعارض، وقطعت الكثير من الدول العربية وغير العربية علاقاتها الدبلوماسية مع العراق خصوصاً الدول الغربية التي بدأت تمارس حصاراً شاملاً على العراق رغم انسحابه من الكويت التي غزاها في آب 1990، ساهمت هذه الأحداث في انكفاء السياسة الخارجية العراقية نتيجة ما اتخذته النظام السابق من قرارات وتوجهات أثرت كثيراً، وعد تاريخ التاسع من نيسان 2003 نهاية لمرحلة وبداية مرحلة جديدة في العراق شهدت تحولات كبيرة على صعيد الدولة ومؤسساتها والتحويلات التي رافقت سياستها الخارجية.

المبحث الثالث: وزارة الخارجية العراقية والسفارات والبعثات في الخارج.

يشير هوشيار زيباري وزير خارجية العراق الحالي "إلى انه بعد التغيير الكبير عام 2003، شرعت وزارة الخارجية العراقية لإعادة بناء سياسة خارجية تشكل مرآة عاكسة للتغيير الجذري الذي حصل في العراق، وكان هدفنا هو الوصول إلى سمعة وثقة متبادلة مع المحيط الذي نعيش وسطه ومع العالم الذي يشهد تسارعاً في الأحداث لا مثيل له. وقد اعتمدنا في ذلك الواقعية سبيلاً في وضع الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها الدولة العراقية الحديثة خارج حدود البلد.. لذا كان لابد من إحداث تغييرات جوهرية في الرؤية والاستراتيجية لمستقبل الدبلوماسية العراقية ودورها على المستويات الثنائية والإقليمية والدولية، وهو ما تطلب بالضرورة تغييرات ملموسة قد تشكل في بعضها انعطافات حادة لما كان متبعاً قبل 2003". (زيباري، صدى الخارجية، 2009).

بناء على تلك الرؤية التي أشار إليها وزير الخارجية زيباري، فإن الوظيفة الإعلامية للسفارات وكما يراها الدكتور جواد هادي عباس سفير جمهورية العراق المُعتمد لدى المملكة الأردنية الهاشمية قد اختلفت لتتسجم مع التغيير السياسي الذي حدث بعد عام 2003، فعمل البعثات الدبلوماسية كان يتسم بالطابع المخبراتي إلا أننا اليوم نجد أن السفارات العراقية أخذت تقوم بمهام متنوعة لتعكس بشكل واضح التحولات السياسية في العراق ولا وجود اليوم في السفارات العراقية لأية رؤية مخبراتية أو مضايقات تجاه العراقيين بل على العكس من ذلك نجد أنها تقدم الخدمات المتنوعة للعراقيين أينما كانوا (عباس، مقابلة، 2011).

ويذكر أن علاقات العراق الخارجية كانت قد شهدت تراجعاً كبيراً إثر الأزمات والحروب التي خاضها العراق منذ عام 1980 وصولاً إلى انتهاء النظام السابق في عام

2003، إذ قطعت العلاقات الخارجية أو جمدت مع أغلب الدول الغربية وبعض الدول العربية، حيث بدأت مرحلة جديدة عنوانها إعادة تنشيط وترميم علاقات العراق الخارجية. ومنذ عام 2003 وحتى عام 2009، فإن وزارة الخارجية نجحت في زيادة عدد سفاراتها لتصل إلى (72) سفارة و(15) قنصلية وعدد من الممثلات في مختلف دول العالم وقاراته وشهدت بغداد زيارات العديد من قادة العالم ووزراء الخارجية وآخرين حيث استثمرت تلك الزيارات لبناء علاقات استراتيجية تعتمد الهدوء في الطرح وبناء الثقة والمصلحة العليا كما وصفها وزير الخارجية زبياري (زبياري، صدى الخارجية، 2009).

تشير إحصائيات وزارة الخارجية إلى بعض الفعاليات الإعلامية التي تقوم عليها الدائرة الصحفية في وزارة الخارجية منها نشر أكثر من (336) خبراً في موقع الوزارة الإلكتروني إضافة إلى أكثر من (95) من أخبار ونشاطات البعثات عبر تمرير أكثر من (2026) رسالة صحفية إلى البعثات العراقية العاملة في الخارج توأصلاً مع مختلف وسائل الإعلام العربي والعالمي (صدى الخارجية، 2009).

المستشارون والملحقون الإعلاميون:

بعد التطور الكبير الذي شمل مهام عمل البعثات الدبلوماسية المعتمدة منذ القرن العشرين وتزويدها بالمستشارين والملحقين الثقافيين والتجاربيين والعسكريين وغيرهم، تمثيلاً مع وزن الدول التي يمثلونها، والرغبة بزيادة عدد أعضاء البعثة الدبلوماسية العاملة في الخارج بمختلف التخصصات لرعاية مصالحها في الدول المعتمدة فيها، وتنفيذ المهام المطلوبة منها ضمن إطار سياستها الخارجية، بدأت بعض الدول بتعيين مستشارين وملحقين إعلاميين، ضمن بعثاتها الدبلوماسية المعتمدة في الخارج (البخاري، 2010).

وكثير من الناس يفهم أن الدبلوماسية والإعلامي لا يفترقان في العمل والأداء، لكن الحقيقة أن الزمن قد تطور وأصبح التخصص أمراً واجباً، فالدبلوماسية يمثل دولته في النواحي السياسية والاجتماعية... وهو يعمل بصمت وهدوء ويحرص كل الحرص على حفظ الوثائق وكتمان الأسرار... وعدم الإفصاح عن مهمته التي يسعى من أجل تحقيقها... بينما الإعلامي يبحث عن الأحداث اليومية ويتابع المشاكل المتداولة... ويكشف الستار عن القضايا المعاصرة... ويتعرض لما يهم الناس ولما يتصل بالجمهور، فيتصل بالناس مستقراً عن قضاياهم ومشاكلهم.. ثم يتصل بالمسؤولين ليستطلع مواقفهم منها، وليأخذ منهم الحلول والترشيد والتوجيه (الملكي، 1986).

يمارس المستشارون والملحقون الإعلاميون، الوظيفة الإعلامية الدولية، أو وظيفة التبادل الإعلامي الدولي من خلال الاتصال بالجماعات المؤثرة في الدول المعتمدين لديها، والمسؤولين في الدولة، وأعضاء البرلمان، والأحزاب السياسية، وجماعات الضغط، وقادة الرأي وغيرهم من القوى المؤثرة في صناعة القرار السياسي بشكل عام. كما ويمارسون وظيفة الاتصال الجماهيري من خلال وسائل الإعلام الجماهيرية، بكتابة المقالات والمتابعة والرد على ما تنتشره وسائل الإعلام الجماهيرية، وإلقاء المحاضرات، وعقد المؤتمرات الصحفية، والمشاركة في البرامج التلفزيونية والإذاعية، وإصدار المطبوعات، وإقامة المعارض الإعلامية والاقتصادية، والأسابيع الثقافية والفنية والسياحية، وتشجيع السياحة، وتبادل الوفود الاطلاعية... الخ. في نفس الوقت الذي يخطرون فيه دولهم بأوجه نشاطاتهم الإعلامية، وعن تطور الإعلام المضاد واقتراح طرق مواجهته، والأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية، ومواقف الرأي العام الرسمي والشعبي في الدولة المعتمدين فيها وغيرها من القضايا التي تهتم دولهم.

ولكن من الملاحظ أن الدول المستقلة حديثاً، والدول الأقل تطوراً، والدول النامية والفقيرة تعاني من انخفاض في مستوى كفاءة مستشاريها وملحقيها الإعلاميين، ومن اختيارهم في أكثر الأحيان انطلاقاً من اعتبارات أخرى خاصة بتلك الدول، خارجة عن إطار الكفاءة المطلوبة للوظيفة التي اختيروا من أجلها.

ولهذا نعتقد بأن تلك الدول بحاجة دائماً لتطوير أجهزتها وكوادرها الإعلامية لتنماشى مع احتياجات العمل المطلوب في عصر تكنولوجيا الإعلام والاتصال المتطورة، وفي هذا المجال يمكن أن تسهم المنظمات الدولية والدول المتقدمة في العالم، بتقديم المساعدة لتلك الدول للولوج في عملية حوار الثقافات والحضارات العالمية (البخاري، 2010).

ولأجل جسامه المهمات والوظائف الملقاة على عاتق الملحقين بالعمل الإعلامي والدبلوماسي، كان لابد من التخطيط لمثل هذه المهمات حتى لا تكون أسيرة العشوائية والتخبط، وقلة الكفاءة، ولهذا الغرض فإن وزارات الخارجية عادة ما تنشأ وحدات أو دوائر للتخطيط، مهمتها تعزيز قدرات العاملين بالسفارات وإمدادهم بالخطط والدراسات والتوجيهات المناسبة، وحددت دائرة التخطيط في وزارة الخارجية العراقية في إحدى دراساتها، واستراتيجية عمل البعثات العراقية في الخارج في أنها تنطلق من القدرة على تعزيز تفهم المجتمعات والشعوب الأخرى للقيم والمبادئ التي يبني عليها العهد العراقي الجديد والسياسات المتبعة للسعي لزيادة الفهم والاحترام المتبادل على المستوى الشعبي بين المجتمع العراقي والمجتمعات والشعوب الأخرى. وكذلك توثيق العلاقات مع الجالية العراقية واستثمار دورها في الخارج، أما في مجال وسائل الإعلام فقد أوصت الدراسة بأن تقوم الدبلوماسية بدورها في نشر وجهة نظر الدولة وشرح سياستها الخارجية (دائرة التخطيط في وزارة الخارجية العراقية 2007).

الدائرة الصحفية في وزارة الخارجية العراقية: (موقع وزارة الخارجية العراقية على الانترنت)

للدائرة الصحفية دور مركزي في تحقيق الأهداف الأساسية لوزارة الخارجية في تقديم وشرح سياسة العراق الخارجية للعالم وإعطاء أفضل انطباع عن العراق الديمقراطي التعددي الجديد ومخاطبة أوسع شريحة من صناعات السياسة وأصحاب الرأي في المؤسسات الحكومية وغير الحكومية في العالم، بهدف تثبيت موقع العراق في المجتمع الدولي الحر. وتقوم الدائرة الصحفية بمجموعة من المهام حددتها وزارة الخارجية كما يلي:

1- القيام بالتحضيرات وإجراء الاتصالات اللازمة للمؤتمرات الصحفية التي تعقد في مبنى الوزارة.

2 - تحديث موقع الوزارة الالكتروني على شبكة الانترنت لإبراز الأخبار المتعلقة بأنشطة الوزارة وبعثاتها في الخارج والأحداث السياسية والإنجازات المهمة الحاصلة في العراق باللغتين العربية والانجليزية.

3- إعداد البيانات الصحفية الصادرة من الوزارة ونشرها على الموقع وتوزيعها على وسائل الإعلام العربية والأجنبية .

4- ترجمة وتحرير الأخبار والوثائق الخاصة التي تنشر على الموقع.

5- إصدار النشرات الإعلامية الصباحية ومنتصف كل يوم حول أهم ما تنشره وسائل الإعلام العراقية والعربية والإعلامية وإرسالها إلى بعثاتنا في الخارج.

6 -إعداد النشرات الخاصة عن أهم الأحداث الجارية على الساحة العراقية والعربية والدولية.

7- رصد المقالات التي تنتشر على المواقع الالكترونية التي تهتم مباشرة بأمور الوزارة والسفارات والبعثات العراقية في الخارج.

8- إصدار نشرة إعلام دول الجوار التي تهتم باتجاهات وسائل الإعلام في الدول المجاورة حول الشأن العراقي.

9- إصدار نشرة آراء وتعليقات التي تهتم بأهم ما يرد من مقالات وتقارير وتحليلات بخصوص العراق والشأن العربي والدولي ووضع قاعدة معلومات عن الكتاب والمحرفين في الصحف العراقية العربية والأجنبية.

10- التعامل مع عدد كبير من طلبات مقابلة الوزير والوكلاء ورؤساء الدوائر.

11- الإجابة عن الاستفسارات التي ترد للدائرة عبر البريد الالكتروني أو إحالتها إلى الدوائر المختصة.

12- التنسيق مع الدائرة القنصلية لإجابة طلبات سمات دخول الصحفيين العرب والأجانب.

أقسام الدائرة:

1- قسم الرصد والمتابعة الإعلامية.

2- قسم المطبوعات والنشر.

3- قسم الصحفيين الأجانب.

4- قسم موقع الوزارة الالكتروني.

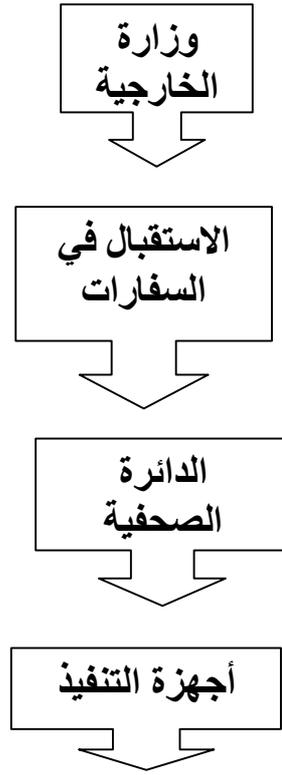
5- قسم التنسيق الإعلامي.

يلاحظ مما سبق أن وزارة الخارجية عموماً والدائرة الصحفية فيها خصوصاً تقوم

بتطبيق نموذج كارل دويتش في تمرير الرسائل الاتصالية الإعلامية في الاتجاهين، الاتجاه

الهابط والاتجاه الصاعد، فالاتجاه الهابط يتوجه بالرسائل والمعلومات إلى السفارات ليغذيها بالتوجيهات والأوامر والقرارات، وهي عملية التغذية الراجعة التي يتحدث عنها نموذج كارل دويتش وحسب الشكل التالي:

الشكل رقم (2)



وبالمقابل فإن هذه العملية تجري بالعكس في الاتجاه الصاعد أيضاً، بينما يتوجب على هذه السفارات القيام بالعملية نفسها لكن بالاتجاه المعاكس، ويؤكد السفير العراقي في الأردن (عباس، 2011) أن العمل الإعلامي في السفارات العراقية يعتمد على الدائرة الصحفية في وزارة الخارجية كمرجعية للعمل الإعلامي في السفارات إذ يتم الرجوع إليها في كل ما يتعلق بالشأن الإعلامي في الدولة التي تعمل فيها البعثة. ويحدد السفير المهمات الرئيسية لقسم الإعلام في السفارة بما يلي:

1. متابعة ما يُنشر عن الشأن العراقي في وسائل الإعلام الأردنية المختلفة.
 2. إعداد التقرير الإعلامي اليومي الذي يتضمن ملخص ما تم نشره في وسائل الإعلام المختلفة من أخبار ومقالات ويتم إرساله إلى الدائرة الصحفية في مركز الوزارة والدائرة العربية.
 3. إعداد تقرير صباحي يومي ملخص.
 4. التنسيق مع وسائل الإعلام العراقية والأردنية فيما يخص تغطية الأنشطة والفعاليات العراقية المختلفة.
 5. تحديث الموقع الإلكتروني الخاص بالسفارة وباللغات الثلاث العربية والكردية والانكليزية.
 6. إعداد الردود على المقالات التي تتناول الشأن العراقي والعمل للحصول على موافقة مركز الوزارة على نشرها في وسائل الإعلام الأردنية.
- وختاماً لهذا الفصل النظري الذي تم فيه عرض بعض الأدبيات المنشورة في مجال دراستنا هذه وفي بعض محاورها الأساسية، نلاحظ وجود تداخل كبير بين مختلف المحاور في العمل السياسي والدبلوماسي والإعلامي إلى الحد الذي يصعب معه وضع حدود واضحة لكل منها. خصوصاً أن جميع تلك المحاور تتركز حول العملية الاتصالية التي يشكل الإعلام جزءاً منها.

الفصل الثالث

الإجراءات المنهجية للدراسة

- 1- نوع الدراسة ومنهجيتها.
- 2- مجتمع الدراسة.
- 3- عينة الدراسة.
- 4- أدوات جمع البيانات (الاستبيان).
- 5- اختبار صدق الأداة.
- 6- ثبات الأداة.
- 7- المعالجة الإحصائية.
- 8- إجراءات التطبيق والتنفيذ.

الفصل الثالث

الإجراءات المنهجية للدراسة

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على واقع العمل الإعلامي في السفارات العراقية في دول العالم، والوقوف على المشكلات التي تواجه النشاط الإعلامي في هذه السفارات من خلال التعرف على وجهة نظر القائمين على العمل الإعلامي بمستوياته المختلفة في ضوء التغيرات الكبيرة التي وقعت على مستوى الداخل العراقي وعلى المستوى الخارجي أيضاً مما يتطلب معه التعرف على التغيرات الطارئة والمعوقات والمشاكل التي صاحبت ذلك التغير في النسقين الداخلي والخارجي على حد سواء.

1- نوع الدراسة ومنهجيتها:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية المسحية التي تهدف إلى التعرف على الظاهرة أو المشكلة وتحديد أبعادها، والمنهج الوصفي هو من أنسب المناهج للتعرف على المشكلات وتحديد أبعادها. وهذا النوع من الدراسات الوصفية يوفر رصيماً من البيانات والمعلومات الأساسية حول الظواهر، الأمر الذي يتيح تطوير دراسات جديدة، وفقاً للبيانات والنتائج التي قدمتها الدراسات الوصفية الأولى. وهذا ما يطلق عليه الجانب الاستكشافي في الدراسات الوصفية الذي يتولى جمع البيانات والمعطيات عما حدث ويحدث من وقائع، الأمر الذي يتيح الفرصة العملية أمام الباحثين لتأمل هذه البيانات والمعطيات، ومحاولة لمحو علاقات بينها واستنباط فروض منها، بل أيضاً محاولة التنظير على أساسها (عمر، 2008، 211).

2- مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من (72) سفارة عراقية تتوزع على ست قارات من قارات العالم. . ملحق رقم (3) وبعد استقصاء الباحث من مصادر مطلعة في وزارة الخارجية، فقد جرى تقدير أعداد العاملين في العمل الإعلامي بصورة مباشرة أو غير مباشرة بما تقديره بين (2-4) من الموظفين بما فيهم السفير نفسه ونائبه، وهذا يعني أن معدل عدد العاملين في السفارات من هم على صلة بالعمل الإعلامي يقدر ب 216 فرداً، وهو حاصل ضرب 72 سفارة في معدل عدد العاملين في كل سفارة كما يبين الجدول رقم (1).

جدول (1) توزيع أفراد العينة والنسب المئوية حسب القارة التي تقيم بها السفارة

القارة	أعداد السفارات	النسبة المئوية
آسيا	27	37.5
أوروبا	27	37.5
إفريقيا	11	15.3
أمريكا الشمالية	2	2.8
أمريكا الجنوبية	4	5.6
استراليا	1	1.3
المجموع	72	100

3- عينة الدراسة:

جرى اختيار عينة الدراسة على طريقة العينة الطبقية العشوائية Stratified Random Sample، وتقوم هذه الطريقة على أساس تقسيم المجتمع الأصلي إلى طبقات (على أساس محدد) بحيث يخلق تجانساً بين أفراد الطبقة الواحدة، ثم يحدد نسبة هذه الطبقة إلى المجتمع الأصلي، ثم يختار من كل طبقة بالطريقة العشوائية بحيث تتناسب في حجمها مع

حجم الطبقة في المجتمع الأصلي، ثم تجمع هذه العينات طبقية لتكون في مجموعها عينة طبقية واحدة تمثل المجتمع بأسره. (المغربي، 2011، 143).

وقد جرى اختيار الطبقات على أساس القارات الست، فيما جرى - داخل الطبقة - اختيار مفردات الطبقة الواحدة من خلال الطريقة العشوائية بعد أن جرى حصر عدد السفارات في كل قارة، واعتمادا على تقدير معدل عدد العاملين في الإعلام في كل سفارة (2-4)، جرى توزيع استبانتيين لكل مفردة، أي لكل سفارة حسب مخرجات العينة، فكانت مفردات الدراسة كما في الجدول (2).

جدول رقم (2) عدد استبانات الدراسة الموزعة والمستجيبة مقارنة بمجتمع الدراسة

وعينتها حسب القارات

القارة التي تقيم بها السفارة	عدد السفارات	النسبة المئوية للعدد الكلي للسفارات	عدد سفارات العينة لكل قارة	حصتها من الاستبانات المرسله	الاستبانات المستجيبة
آسيا	27	37.5	13	39	37
أوروبا	27	37.5	13	39	35
إفريقيا	11	15.3	6	18	12
أمريكا شمالية	2	2.8	2	6	6
أمريكا جنوبية	4	5.6	3	9	5
استراليا	1	1.3	1	3	3
المجموع	72	100	38	114	98

ويتضح من الجدول اعلاه أن مجموع الاستبانات الموزعة حسب القارات كانت قريبة للنسبة المئوية طبقية لهذه القارات في مجتمع الدراسة، أما نسبة الاستجابة فكانت أيضاً مرضية إذ بلغت نسبة حوالي (86%) من أفراد العينة (98 عدد الاستبانات المستجيبة تقسيم

114 الاستبيانات الموزعة =86%)، وهي نسبة تعادل (45%) من مجتمع الدراسة الكلي (98 عدد الاستبيانات المستجيبة تقسيم 216 عدد أفراد مجتمع الدراسة الكلي)، في حين أن أعداد السفارات المبحوثة يمثل حوالي (52%) من المجتمع الكلي لأعداد السفارات العراقية البالغة (72 سفارة)، وهي نسبة عالية نسبياً.

4- أدوات جمع البيانات (الاستبيان):

الاستبيان هو الأداة الرئيسية لجمع البيانات، بحيث جرى تصميمه من نوعين من الأسئلة: المغلقة والمفتوحة. ويتكون الاستبيان من أربعة أقسام رئيسية. ملحق رقم (2) القسم الأول: يختص بجمع بيانات عن العاملين بالعمل الإعلامي والدبلوماسي، كالتأهيل العلمي، السن، الجنس، سنوات الخبرة. وفيه تحديد خصائص العاملين في العمل الإعلامي.

القسم الثاني: ويختص بوجهة نظر العاملين نحو آلية العمل الإعلامي التي يعملون بها في الواقع والتي يرغبون أن يعملوا بها في المستقبل، وكذلك مدى رضاهم عن آلية العمل الإعلامي التي يتعاملون بها من وجهة نظرهم.

القسم الثالث: يتناول الوسائل الاتصالية التي يستخدمها العاملون في السفارات العراقية لتحقيق أهدافهم الإعلامية، وكذلك تلك التي يقترحها هؤلاء العاملون لتحقيق مستوى أفضل من الأهداف الإعلامية التي يقومون بها.

القسم الرابع: ويدور حول المشكلات التي يواجهها العاملون في السفارات من وجهة نظرهم، وهي مشكلات في مستويات متعددة.

القسم الخامس: يتعلق باقتراحات وحلول يقدمها المستجيبون لأجل تطوير وتحسين العمل الإعلامي من وجهة نظرهم.

5- اختبار صدق الأداة:

من الخصائص الأساسية المميزة الأخرى لأداة القياس هو الصدق الذي يعرف بأنه المدى الذي تقيس فيه الأداة الصفة المراد قياسها، بمعنى آخر هل أن أداة القياس تقيس الخصائص والصفات المراد قياسها. (النعمي والبياتي وخليفة، 2009، 175)

وقام الباحث باختبار صدق الأداة من خلال لجنة من المحكمين من الأساتذة الأفاضل في مجال الإعلام وفي مجال العلوم السياسية أيضاً، وعددهم ثمانية ملحق رقم (1) حيث تم حذف الفقرات التي لم يتم الاتفاق عليها بنسبة 50% فأقل وتم تعديل الفقرات التي طلب الخبراء تعديلها.

6- ثبات الأداة.

قام الباحث باستخراج اختبار ثبات الأداة من خلال عرض الاستبانة على عينة صغيرة من العاملين في السفارة العراقية في الأردن، ثم قام بإعادة تطبيق الاستبانة على هؤلاء العاملين بعد مرور أسبوعين من تطبيقها في المرة الأولى، وتم التحقق من صدق الأداة، باختبار - retest - إذ بلغ معامل ارتباط بيرسون بين التطبيقين (0.82) وتعد هذه القيمة مقبولة لأغراض البحث.

7- المعالجة الإحصائية:

استخدم الباحث الأساليب الإحصائية التي تفيد البحث وتحليل معلوماته، خصوصاً التكرارات والنسب المئوية، ومعامل ارتباط بيرسون للتحقق من ثبات أداة الدراسة.

كما استخدم مربع كاي لمعرفة الفروق في اتجاهات المبحوثين تجاه بعض جوانب العمل الإعلامي في السفارات والعوامل المؤثرة فيها افتراضا، وهذا ما يتضح في فرضيات الدراسة في الفصل الأول.

8- إجراءات التطبيق والتنفيذ:

بعد إقرار هذا المشروع في صيغته النهائية قام الباحث بإعداد الاستبيان الذي يتضمن الأسئلة من أجل جمع البيانات، وقام بتحكيمة واختبار ثباته، ثم قام الباحث بالتوجه إلى الجهات المعنية في وزارة الخارجية العراقية لأخذ الموافقات اللازمة للمباشرة بالعمل على جمع البيانات من السفارات في أرجاء العالم وذلك خلال شهر آذار/ فبراير من العام 2011، ثم بعد ذلك قام الباحث بتحليل البيانات وعمل التحليل الإحصائي اللازم ثم الخروج بالنتائج وعرضها.

الفصل الرابع: عرض نتائج الأسئلة والفرضيات

أولاً: عرض نتائج الأسئلة.

ثانياً: عرض نتائج الفرضيات.

الفصل الرابع: عرض نتائج الأسئلة والفرضيات

نستعرض في هذا الفصل نتائج تسعة أسئلة من أسئلة الدراسة، وفرضيتين، وذلك على

النحو المفصل كما يلي:

أولاً: عرض نتائج الأسئلة:

السؤال الأول: النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الأول، الذي نصه "ما خصائص العاملين

في العمل الإعلامي في السفارات العراقية؟"

للإجابة على هذا السؤال، استخرجنا البيانات الوصفية لعدد من المتغيرات الديموغرافية:

الجنس، العمر، التخصص الدراسي، عدد سنوات الخبرة. وكانت كما يلي:

1-1- النتائج المتعلقة بالسؤال " توزيع العاملين في العمل الإعلامي في السفارات حسب

الجنس " .

يبين الجدول (3) توزيع العاملين في العمل الإعلامي في السفارات حسب الجنس.

جدول (3) تكرارات ونسب توزيع العاملين في العمل الإعلامي في السفارات حسب

الجنس

الجنس	التكرار	النسبة
لم يستجب	1	%1.0
ذكر	76	%77.6
أنثى	21	%21.4
المجموع	98	%100

يتبين من الجدول السابق أن جنس المبحوثين من عينة الدراسة جاء لصالح الذكور بتكرار بلغ (76) فردا وبنسبة تساوي (77.6%) مقابل (21) للإناث وبنسبة تساوي (21.4%) و للأفراد الذين لم يستجيبوا بتكرار (1) وبنسبة (1.0%).

1- 2- النتائج المتعلقة بالسؤال " خصائص العاملين في العمل الإعلامي في السفارات العراقية من حيث العمر".

يبين الجدول (4) خصائص العاملين في العمل الإعلامي في السفارات العراقية من حيث العمر

جدول (4) خصائص العاملين في العمل الإعلامي في السفارات العراقية من حيث العمر

النسبة	التكرار	فئة العمر
22.5	22	20-29
40.8%	40	30-39
20.4%	20	40-49
16.3%	16	50 فما فوق
100%	98	المجموع

يتبين من الجدول أعلاه أن أعمار المبحوثين تتراوح على أربع فئات، وقد تبين أن أعلى نسبة هي لفئة (30 - 39) سنة بتكرار بلغ (40) مرة وبنسبة مئوية تساوي (40.8%) من عينة الدراسة، ثم كانت فئة (20-29) سنة في الرتبة الثانية إذ بلغ تكرارها (22%) مرة بما يساوي (22.5%) من عينة الدراسة، ثم جاء في الرتبة الثالثة فئة (40-49) بتكرار (20)

مرة بما يساوي (20.4%) من عينة الدراسة، ثم في الرتبة الأخيرة فئة (50 فما فوق) بتكرار (16) مرة بما يساوي (16.3%) من عينة الدراسة.

1-3- النتائج المتعلقة بالسؤال "خصائص العاملين من حيث التخصص الدراسي".

يبين الجدول (5) خصائص العاملين من حيث التخصص الدراسي.

جدول (5) خصائص العاملين من حيث التخصص الدراسي

النسبة	التكرار	
1.0%	1	لم يستجب
30.6%	30	علوم سياسية
18.4%	18	إعلام
20.4%	20	لغات
29.6%	29	أخرى
100%	98	المجموع

يتبين من الجدول أعلاه أن التخصصات الدراسية للمبحوثين من فئة العلوم السياسية جاءت في الرتبة الأولى بتكرار (30) وبنسبة (30.6%)، وفي الرتبة الثانية فكانت للتخصصات "الأخرى" بتكرار (29) وبنسبة (29.6%)، بينما كانت فئة "اللغات" في الرتبة الثالثة بتكرار (20) وبنسبة مئوية (20.4%)، وجاء المبحوثون المتخصصون في "الإعلام" في الرتبة الرابعة بتكرار (18) ونسبة (18.4%)، وفي الرتبة الأخيرة فكانت للأفراد الذين لم يستجيبوا بتكرار (1) وبنسبة (1.0%).

1-4- النتائج المتعلقة بالسؤال "خصائص العاملين من حيث مدة سنوات العمل".

يبين الجدول (6) خصائص العاملين من حيث سنوات العمل:

جدول (6) يبين خصائص العاملين من حيث مدة سنوات العمل

فئات الأعمار	التكرار	النسبة
5 سنوات فأقل	38	38.8%
6 - 10 سنوات	34	34.7%
11 - 15 سنة	8	8.1%
15 سنة فأكثر	18	18.4%
المجموع	98	100%

يتبين من الجدول أعلاه أن خصائص العاملين من فئة "5 سنوات فأقل" قد كانت في الرتبة الأولى بتكرار (38) ونسبة (38.8%)، والرتبة الثانية لفئة "6 - 10 سنوات" بتكرار (34) ونسبة مئوية (34.7)، ثم جاءت الفئة "15 سنة فأكثر" بتكرار (18) ونسبة (18.4%)، ومن ثم الفئة "11 - 15 سنة" في الرتبة الأخيرة بتكرار بلغ (8) ونسبة (8.1%).

السؤال الثاني: النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الثاني الذي نصه "ما آلية العمل

الإعلامي التي تعتمد عليها السفارة حالياً؟"

يبين الجدول (7) آلية العمل التي تعتمد عليها السفارة حالياً:

جدول (7) يبين آلية العمل التي تعتمد عليها السفارة حالياً

النسبة	التكرار	الإجابة
3.1%	3	غير مستجيب
56.1%	55	علاقة تتراوح بين المركزية واللامركزية
40.8%	40	علاقة يغلب عليها المركزية
100%	98	المجموع

يتبين من الجدول أعلاه أن آلية العمل من فئة "علاقة تتراوح بين المركزية واللامركزية" قد جاءت في الرتبة الأولى بتكرار بلغ (55) ونسبة تبلغ (56.1%)، أما الرتبة التالية فجاءت فئة "علاقة يغلب عليها المركزية" بتكرار بلغ (40) ونسبة (40.8%)، أما في الرتبة الأخيرة فهي للمبحوثين غير المستجيبين على هذا السؤال بتكرار (3) ونسبة (3.1%). ويلاحظ عدم ظهور الخيار الأول بأي تكرار أو نسبة، وهو الخيار الذي يتمثل في "علاقة غير مركزية"، مما يعني أن أفراد العينة انقسموا بين الخيارين الظاهرين في الجدول بأفضلية للخيار الذي نصه على المزج بين المركزية واللامركزية في علاقة العاملين بالعمل الإعلامي في وزارة الخارجية في بغداد.

السؤال الثالث: نتائج الإجابة عن السؤال الثالث الذي نصه "هل تختلف آلية العمل الإعلامي

المستخدمة حالياً في السفارات العراقية تبعاً للقارة التي تقيم بها السفارة؟".

يبين الجدول رقم (8) إجابات المبحوثين عن هذا السؤال، كما يلي:

جدول (8) آلية العمل الإعلامي المستخدمة حالياً في السفارات العراقية حسب القارة التي تقيم بها السفارة

القارة												آلية العمل المستخدمة حالياً للعمل الإعلامي
استراليا		أمريكا الجنوبية		أمريكا الشمالية		إفريقيا		أوروبا		آسيا		
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
%1	0	%33.5	1	%0	0	%0	0	%66.5	2	%0	0	غير مستجيب
%3.5	2	%5	3	%9	5	%13	7	%36.5	20	%33	18	علاقة تتراوح بين المركزية وبين اللامركزية وفقاً للظروف والمهام
%2.5	1	%2.5	1	%2.5	1	%12.5	5	%32.5	13	%47.5	19	علاقة يغلب عليها المركزية. إذ أغلب النشاطات موجهة من المركز في وزارة الخارجية

يبين الجدول اعلاه التكرارات والنسب المئوية لاستجابة المبحوثين نحو آليات العمل الإعلامي

المستخدمة حالياً في السفارات العراقية تبعاً للقارة التي تقيم فيها السفارة. وتبين هذه النتائج ان

الرتبة الأولى كانت لصالح المزج بين المركزية واللامركزية في العلاقة مع وزارة الخارجية

في بغداد بخصوص آلية العمل الإعلامي، وجاء هذا الخيار بتكرار (55) مرة من كافة

القارات، ويبين الجدول ان نسبة (36.5%) من هؤلاء كانوا من قارة أوروبا، فيما جاء

(33%) من قارة آسيا، بينما (13%) من قارة أفريقيا، و (9%) من أمريكا الشمالية ، ثم (5%) و(3.5%) من أمريكا الجنوبية واستراليا على التوالي.

ويبين الجدول أيضا أن الذين اختاروا " علاقة يغلب عليها المركزية " بلغ تكرارهم (40) مرة وجاءت هذه التكرارات من قارة آسيا بالرتبة الاولى بنسبة تساوي (47.5%)، ثم أوروبا (32%) ثم افريقيا بنسبة (12.5%)، فيما تساوت باقي القارات بنسبة (2.5%) لكل منها.

السؤال الرابع: النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الرابع، الذي نصه "ما آلية العمل

الإعلامي التي يقترحها العاملون في السفارات في علاقتهم مع وزارة الخارجية؟"

يبين الجدول (9) آلية العمل الإعلامي المقترحة للسفارات في علاقتها مع وزارة الخارجية من وجهة نظر المبحوثين:

جدول (9) آلية العمل الإعلامي المقترحة للسفارات في علاقتها مع وزارة الخارجية من وجهة نظر

المبحوثين

النسبة	التكرار	الآلية المقترحة
3.1%	3	غير مستحيب
26.5%	26	علاقة غير مركزية مع وزارة الخارجية
68.3%	67	علاقة تتراوح بين المركزية واللامركزية
2.1%	2	علاقة يغلب عليها المركزية
100%	98	المجموع

يبين الجدول أعلاه آلية العمل الإعلامي المقترحة للسفارات في علاقاتها مع وزارة الخارجية من وجهة نظر المبحوثين، بحيث كانت الفئة "علاقة تتراوح بين المركزية واللامركزية" في الرتبة الأولى بتكرار (67) ونسبة (68.3%)، وفي الرتبة الثانية جاءت "علاقة مركزية مع وزارة الخارجية" بتكرار (26) ونسبة (26.5%)، "أما غير المستجيبين" فكانت في الرتبة الثالثة بتكرار (3) ونسبة بلغت (3.1%)، أما الرتبة الأخيرة فكانت لـ "علاقة يغلب عليها طابع المركزية" بتكرار (2) ونسبة (2.1%).

السؤال الخامس: النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الخامس، الذي نصه "هل تختلف

آليات العمل الإعلامي المقترحة من قبل المبحوثين تبعاً للقارة التي تعمل بها سفاراتهم؟"

ويبين الجدول (10) يبين موقف المبحوثين من آليات العمل الإعلامي المقترحة للمستقبل

موزعين حسب القارة.

جدول (10) يبين موقف المبحوثين (موزعين حسب القارة) من آليات العمل الإعلامي المقترحة للمستقبل

من وجهة نظر المبحوثين

النسبة المئوية لإجابات المبحوثين	المجموع	استراليا	أمريكا الجنوبية	أمريكا الشمالية	إفريقيا	أوروبا	آسيا	القارة
3.1%	3	0	1	0	0	1	0	غير مستجيب
26.5%	26	1	2	5	0	8	10	علاقة غير مركزية
68.3%	67	2	2	1	12	25	25	علاقة تتراوح بين المركزية واللامركزية
2.1%	2	0	0	0	0	0	2	علاقة يغلب عليها المركزية
100%	98	3	5	6	12	34	37	المجموع

يبيّن الجدول أعلاه أن أغلبية المبحوثين اختاروا اقتراح "علاقة تتراوح بين المركزية

واللامركزية" وذلك بتكرار بلغ (67) مرة بما يساوي نسبة مئوية (68.3%) من العينة، وقد

توزعت هذه النسبة على المبحوثين في قارتي آسيا وأوروبا بالتساوي بتكرار (25) لكل من

المبحوثين في القارتين، بينما اختار اقتراح "علاقة مركزية مع وزارة الخارجية" (26) مستجيباً وبما يساوي (26.5%) من أفراد العينة، ويلاحظ أيضاً أن (100%) وعدادهم (12) من المستجيبين في قارة إفريقيا اختاروا هذا الخيار، بينما اختار (2) فقط علاقة يغلب عليها المركزية بما يساوي (2.1%) من المبحوثين، ومثلهم أيضاً لم يستجيبوا لهذا السؤال.

السؤال السادس: النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال السادس، الذي نصه "ما الوسائل الإعلامية التي يستخدمها العاملون حالياً في السفارات لتحقيق أهدافهم المكلفين بها من قبل وزارة الخارجية من وجهة نظرهم؟"

ويبين الجدول (11) إجابات المبحوثين حول الوسائل الإعلامية التي يستخدمها الإعلاميون حالياً في السفارات العراقية:

جدول (11) يبين إجابات المبحوثين حول الوسائل الإعلامية التي يستخدمها الإعلاميون حالياً في السفارات

العراقية

النسبة المئوية للتكرار	التكرار	الوسائل التي يستخدمها العاملون الإعلاميون في السفارات	الرتبة في النتائج	الرقم في الاستبانة
91.8%	90	اللقاءات الشخصية	1	1
37%	36	اللقاءات العامة	2	2
19.4%	19	الاتصال مع الصحفيين في البلد المضيف وتزويدهم بمواد إعلامية مختلفة	7	3
15.3%	15	إقامة الندوات والمؤتمرات	8	4
36.7%	36	الحديث لوسائل الإعلام	2	5
21.4%	21	إقامة الأنشطة في المناسبات الوطنية	6	6
8.2%	8	إصدار النشرات والمطبوعات الخاصة	9	7
1.0%	1	إصدار النشرات والمطبوعات الدورية	12	8
4.1%	4	إنتاج أفلام فيديو وتوزيعها لوسائل الإعلام وغيرها في البلد المضيف	11	9
26.5%	26	الاتصال بالصحفيين في البلد المضيف	5	10
28.6%	28	الاعتماد على وزارة الخارجية	3	11
26.5%	27	الاعتماد على الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية	4	12
5.5%	5	وسائل أخرى	10	13

يبين الجدول السابق أن غالبية المستجيبين اختاروا اللقاءات الشخصية المباشرة كوسيلة ناجحة في العمل الإعلامي وهي الرتبة الأولى من الخيارات المتاحة، وذلك بتكرار بلغ (90) مرة وبما يساوي (91.8%) من إجابات المستجيبين، أما الرتبة الثانية فكانت فقد توزعت على خيارين أو أسلوبين من الأساليب الاتصالية وهي "اللقاءات العامة" ثم "الحديث لوسائل الإعلام" وذلك بتكرار (36) لكل منهما وبما يساوي (36.7%) من الاستجابات. وجاءت الرتبة الثالثة بتكرار (28) وبما يساوي (28.6%) لخيار "الاعتماد على ما ترسله وزارة الخارجية" من مواد وتعليمات في الشأن الإعلامي. ثم جاء الخيار المتمثل في "الاعتماد على الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية" في الرتبة الرابعة بتكرار بلغ (27) وبما يساوي (26.5%) من الاستجابات. ثم جاء خيار "الاتصال بالصحفيين في البلد المضيف" في الرتبة الخامسة بتكرار بلغ (26) وبما يساوي (26.5%) من الاستجابات. أما باقي الرتب فقد توزعت على باقي الخيارات بنسب أقل من الرتب الخمس الأولى كما يوضح الجدول أعلاه.

السؤال السابع: النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال السابع، الذي نصه "ما المشكلات والعقبات التي تواجه الدور الإعلامي للسفارات العراقية من وجهة نظر العاملين في السفارات؟".

يبين الجدول (12) العقبات التي تواجه الدور الإعلامي للسفارات العراقية في الخارج من وجهة نظر العاملين في السفارات العراقية:

جدول (12) المشكلات والعقبات التي تواجه الدور الإعلامي للسفارات العراقية من وجهة نظر العاملين في

السفارات

نسبتهم المئوية	الذين لم يختاروا	نسبتهم المئوية	التكرارات	الرتبة	طبيعة المشكلة أو العقبة/ البلد
56.1%	55	43.9%	43	2	اختلاف اللغة مع البلد المضيف
80.6%	79	19.4%	19	5	اختلاف الثقافة
85.7%	84	14.3%	14	7	وجود صور سلبية نمطية عن العراقيين
83.7%	82	16.3%	16	6	وجود مراكز ضغط في البلد المضيف
90.8%	89	9.2%	9	8	المركزية في التعليمات
99%	97	1%	1	10	عدم وجود مركزية في التعليمات
50%	49	50%	49	1	عدم كفاية الموازنات المالية
58.2%	57	41.8%	41	3	قلة الكفاءات الإعلامية
74.5%	73	25.5%	25	4	انعكاس الوضع السياسي الداخلي في العراق على عمل السفارات
94.9%	93	5.1%	5	9	عقبات أخرى

يبين الجدول أعلاه أن الرتبة الأولى في المشكلات والعقبات التي يواجهها الإعلاميون في

السفارات العراقية تمثلت في "عدم كفاية الموازنات المالية" وذلك بتكرار بلغ (49) مرة وبما

يساوي (50%) من المستجيبين، أما الرتبة الثانية فكانت من نصيب "اختلاف اللغة مع البلد المضيف" وكانت بتكرار بلغ (43) مرة بما يساوي (43,9%) من عينة المستجيبين، أما الرتبة الثالثة فكانت من نصيب "قلة الكفاءات الإعلامية" التي جاءت بتكرار بلغ (41) مرة وبما يساوي (41,8%). أما الرتبة الرابعة فكانت من نصيب "انعكاس الوضع السياسي الداخلي على عمل السفارات" وذلك بتكرار بلغ (25) مرة بما يساوي (25.5%) من المستجيبين، أما الرتبة السادسة فكانت من نصيب خيار "وجود مراكز ضغط في البلد المضيف" بتكرار بلغ (16) مرة وبما يساوي (16,3%) من المستجيبين. وجاءت الرتبة السابعة من نصيب خيار "وجود صور سلبية نمطية عن العراقيين" بتكرار بلغ (14) مرة وبما يساوي (14,3%) من المستجيبين، فيما توزعت الرتب الأخرى على خيارات أقل أهمية من وجهة نظر المبحوثين وحققت تكرارات ونسب ضعيفة دون العشرة في المئة كما في الجدول أعلاه.

السؤال الثامن: النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الثامن، الذي نصه "هل تختلف هذه العقبات والمشكلات في سفارات العراق تبعاً للقارة التي تقع بها السفارة من وجهة نظر العاملين في السفارات العراقية؟".

يبين الجدول رقم (13) تكرارات أفراد العينة (حسب القارة) عن طبيعة العقبات التي يواجهها العمل الإعلامي في السفارات العراقية:

جدول رقم (13) يبين تكرارات أفراد العينة (حسب القارة) عن طبيعة العقبات التي يواجهها العمل الإعلامي

في السفارات

نسبتها من العينة المستجيبة	مجموع التكرارات	النسبة %	استراليا	النسبة %	أمريكا الجنوبية	النسبة %	أمريكا الشمالية	النسبة %	إفريقيا	النسبة %	أوروبا	النسبة %	آسيا	طبيعة المشكلة أو العقبة/ البلد
43.9 %	43	1%	1	3 %	3	5.1 %	5	6.1 %	6	17.3 %	17	11.2 %	11	اختلاف اللغة مع البلد المضيف
19.4 %	19	2 %	2	2 %	2	0 %	0	5.1 %	5	4.1 %	4	6.1 %	6	اختلاف الثقافة
14.3 %	14	1%	1	2 %	2	0 %	0	0 %	0	2 %	2	9 %	9	وجود صور سلبية نمطية عن العراقيين
16.3 %	16	1%	1	1 %	1	0 %	0	0 %	0	7 %	7	7 %	7	وجود مراكز ضغط في البلد المضيف
9.2 %	9	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	5.1 %	5	4 %	4	المركزية في التعليمات
1.3 %	1	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	1 %	1	عدم وجود مركزية في التعليمات

نسبتها من العينة المستجيبة	مجموع التكرارات	النسبة %	استراليا	النسبة %	أمريكا الجنوبية	النسبة %	أمريكا الشمالية	النسبة %	إفريقيا	النسبة %	أوروبا	النسبة %	آسيا	طبقة المشكلة أو العقبة/ البلد
50 %	49	%2	2	3 %	3	6.3 %	6	5.1 %	5	17.3 %	17	16.3 %	16	عدم كفاية الموازنات المالية
41.8 %	41	%1	1	2 %	2	6.3 %	6	0 %	0	18.3 %	18	14.2 %	14	قلة الكفاءات الإعلامية
25.5 %	25	1 %	1	2 %	2	5.1 %	5	0 %	0	9.1 %	9	8.1 %	8	انعكاس الوضع السياسي على عمل السفارات
5.1 %	5	%0	0	%1	1	%0	0	%0	0	%2	2	%2	2	عقبات أخرى

ملاحظة: النسب في الصفوف تجمع نسبة إلى تكرار المستجيبين في كل طبقة (القارة)

بقراءة الصفوف في الجدول بأعلاه يتبين ما يلي بخصوص اختلاف وجهات النظر بشأن

العقبات والمشكلات التي تواجه العمل الإعلامي في السفارات العراقية، وكما يلي:

1- الصف الأول: "اختلاف اللغة مع البلد المضيف" حازت على أعلى النسب أمريكا

الشمالية بتكرار (5) وبنسبة (83%) من العينة الطبقية، ثم بعد ذلك كانت في أمريكا

الجنوبية بتكرار (3) وبنسبة (60%) من العينة الطبقية، ثم جاءت في إفريقيا وأوروبا

على التوالي بنسب (50%) و(48.5%) لكل منهما. ثم جاءت استراليا بتكرار (1)

وبما يساوي (33.3%) من عينتها الطبقية. ثم في آسيا بتكرار (11) وبنسبة (30%)

من العينة الطبقية.

- 2- في الصف الثاني: "اختلاف الثقافة مع البلد المضيف" جاءت أعلى النسب من استراليا (67%) ثم من إفريقيا بنسبة (41%) من عينتها الطبقية، ثم جاءت آسيا بنسبة (16%) من عينتها الطبقية. ويلاحظ أن أمريكا الشمالية لم تظهر في هذا الخيار.
- 3- في الصف الثالث: "وجود صور نمطية سلبية عن العراقيين" فقد سجلت أعلى النسب في العينات الطبقية في قارة أمريكا الجنوبية (40%) ثم في استراليا بنسبة (33.3%) ثم في آسيا بنسبة (24%) ثم في أوروبا بنسبة (6%) من العينة الطبقية.
- 4- في الصف الرابع: "وجود مراكز ضغط في البلد المضيف" فقد جاءت أعلى النسب من استراليا (33.3%) ثم من أوروبا بنسبة (20%) من العينة الطبقية لكل منهما.
- 5- في الصف الخامس: "المركزية في التعليمات" أي التعليمات القادمة من وزارة الخارجية بشأن العمل الإعلامي في السفارات، فقد سجلت أعلى النسب في أوروبا بنسبة تساوي (14%) من عينتها الطبقية.
- 6- في الصف السادس: "عدم وجود مركزية في التعليمات" أي التعليمات القادمة من وزارة الخارجية بشأن العمل الإعلامي في السفارات، فيلاحظ أن التكرارات والنسب إما معدومة أو ضعيفة جدا، وقد جاءت أعلى النسب من آسيا بتكرار (1) وبنسبة مئوية (02%) فقط من عينتها الطبقية.
- 7- في الصف السابع: "قلة الكفاءات الإعلامية" العاملة في العمل الإعلامي، فقد سجلت نسبا متوسطة، وجاءت أعلى النسب من أمريكا الشمالية بنسب (100%) وثم أوروبا بنسبة (51%) ، ثم جاءت أمريكا الجنوبية بنسبة (40%) من العينة الطبقية، ثم آسيا بنسبة (38%) من عينتها الطبقية تليها استراليا بنسبة (33.3%) من عينتها الطبقية.

8- في الصف الثامن: "انعكاس الوضع السياسي الداخلي على عمل السفارات" فقد جاءت أعلى النسب من أمريكا الشمالية (83%) من عينتها الطبقية. ثم من أمريكا الجنوبية بنسبة (40%) من عينتها الطبقية، ثم من استراليا بنسبة (33.3%) من عينتها الطبقية.

9- الصف التاسع والأخير: "عقبات ومشاكل أخرى" فقد كان هذا الخيار مفتوحا للمبحوثين، لذلك فقد سجلت (5) تكرارات فقط من كافة المبحوثين، وقد تراوحت هذه الخيارات في "قلة مشاركة المرأة العراقية في العمل الإعلامي" و"عدم وضوح التعليمات" وغير ذلك.

السؤال التاسع: النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال التاسع، الذي نصه "ما الحلول التي يقترحها العاملون في السفارات لمواجهة هذه العقبات والمشكلات التي يواجهها العمل الإعلامي في السفارات العراقية؟"

وللإجابة عن هذا السؤال تم حساب التكرارات والنسب المئوية للحلول التي يقترحها العاملون في السفارات لمواجهة هذه العقبات، والجدول (14) يبين النتائج:

جدول رقم (14) يبين اقتراحات المبحوثين حول الحلول المقترحة للمشكلات التي تواجه العمل الإعلامي في

السفارات العراقية

الرقم في الاستبانة	الحلول المقترحة	التكرار	النسبة المئوية للموافقين	النسبة لغير الموافقين	الرتبة
5	وضع خطط عمل سنوية للعمل الإعلامي على الساحة	72	73.5	26.5%	1
1	تهيئة الكادر الإعلامي المتخصص.	58	59.2	40.8%	3
4	تخصيص مبالغ مناسبة لتغطية الأنشطة الإعلامية في السفارة	66	67.3	32.7%	2
3	أن تكون هناك ملحقيات صحفية في السفارات العراقية	39	39.2	60.8%	4
2	أن تكون هناك توجيهاً مركزية من قبل وزارة الخارجية العراقية	2	2	98%	6
6	اقتراحات وحلول أخرى	5	5.1%	94.9%	5
	المجموع	140	100		

يلاحظ من الجدول أعلاه أن الحلول التي يقترحها العاملون في السفارات لمواجهة هذه المشكلات بلغت (6) حلول، وجاء في الرتبة الأولى من حيث التكرارات الحل (5) الذي ينص على "وضع خطط عمل سنوية للعمل الإعلامي على الساحة" إذ بلغ تكراره (72) وبنسبة مئوية تساوي (73.5%)، ويليه الحل (4) الذي ينص على "تخصيص مبالغ مناسبة لتغطية الأنشطة الإعلامية في السفارة" إذ بلغ تكراره (66) وبنسبة مئوية تساوي (67.3%)، ويليه في الرتبة الثالثة الحل (1) الذي ينص على "تهيئة الكادر الإعلامي المتخصص" حيث جاء

بتكرار بلغ (58) وبنسبة مئوية (59.2%) في حين جاء في الرتبة الرابعة الحل (3) الذي ينص على " أن تكون هناك ملحقيات صحفية في السفارات العراقية " إذ بلغ تكراره (39) وبنسبة مئوية تساوي (39.2%)، وجاء في الرتبة قبل الأخيرة الحل الذي يتمثل في عدد من الاقتراحات التي لا تكرر لها مثل "تخصيص مبالغ مالية إضافية للعمل الإعلامي" ومثل "تخصيص إعلاميين يجيدون لغة البلد المضيف"، وجاء الحل الأخير (2) الذي ينص على "أن تكون هناك توجيهات مركزية من قبل وزارة الخارجية العراقية " إذ بلغ تكراره (2) وبنسبة مئوية تساوي (2%) أيضا.

ثانياً : الفرضيات:

الفرضية الأولى: لا يوجد فروق إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بين المبحوثين تجاه مشكلة اختلاف الثقافة مع البلد المضيف التي تواجه الدور الإعلامي للسفارات العراقية في الخارج تعزى لمتغير مدة الخدمة في السفارات.

لفحص هذه الفرضية يرى اختبار مربع كاي كما في الجدول (15):

جدول (15) اختبار مربع كاي لاتجاهات المبحوثين مع مشكلة اختلاف الثقافة مع البلد

المضيف تعزى لمدة العمل في السفارات

مستوى الدلالة	قيمة χ^2	درجة الحرية	النسبة المئوية	التكرارات	
4.705	4.208	3	%38.8	38	سنوات فأقل 5
			%34.7	34	6-10 سنوات
			%8.2	8	11- 15 سنة
			%18.4	18	15 سنة فأكثر
			%100.0	98	المجموع

يتبين من خلال نتائج تحليل مربع كاي عند مستوى الدلالة (0.05) أن قيمة مربع كاي بلغت (4.208) عند درجة حرية (df=3) ومستوى معنوية (0.240) وهي ليست معنوية عند مستوى الدلالة (0.05) مما يعني تأكيد الفرضية الأولى التي تنص على "عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين تجاه مشكلة اختلاف الثقافة مع البلد المضيف التي تواجه الدور الإعلامي للسفارات العراقية في الخارج تعزى لمتغير مدة الخدمة في السفارات".

الفرضية الثانية: لا يوجد فروق إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بين المبحوثين تجاه

مشكلات اختلاف الثقافة التي تواجههم تعزى لمتغير القارة التي تقيم بها السفارة؟

لفحص هذه الفرضية استخدمنا تحليل مربع كاي، وكانت النتائج كما في الجدول (16)

جدول (16) يبين تكرارات والنسبة المئوية وقيمة مربع كاي لموقف المبحوثين تجاه اختلاف الثقافة تبعا

لمتغير القارة

مستوى الدلالة	قيمة χ^2	درجة الحرية	النسبة المئوية	التكرارات	مدة الخدمة
11.866	12.561	5	%31.5	6	آسيا
			%21.5	4	أوروبا
			%26	5	إفريقيا
			%0	0	أمريكا الشمالية
			%10.5	2	أمريكا الجنوبية
			%10.5	2	استراليا
			%100	19	المجموع

يتبين من خلال نتائج تحليل مربع كاي عند مستوى الدلالة (0.05) أن قيمة مربع كاي بلغت

(12.561) عند درجة حرية (df=5) ومستوى معنوية (0.028) وهي ليست معنوية عند

مستوى (0.05) مما يعني تأكيد الفرضية الثانية التي تنص على "عدم وجود علاقة ذات دلالة

إحصائية بين المبحوثين تجاه مشكلة اختلاف الثقافة مع البلد المضيف التي تواجه الدور

الإعلامي للسفارات العراقية في الخارج تعزى لمتغير مدة الخدمة في السفارات.

الفصل الخامس: مناقشة نتائج الأسئلة والفرضيات

أولاً: مناقشة نتائج الأسئلة.

ثانياً: مناقشة نتائج الفرضيات.

الفصل الخامس: مناقشة نتائج الأسئلة والفرضيات

يناقش هذا الفصل نتائج تسعة أسئلة من أسئلة الدراسة، وفرضيتين، وذلك على النحو المفصل كما يلي:

أولاً: مناقشة نتائج الأسئلة:

مناقشة النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الأول الذي نصه "ما خصائص العاملين في العمل الإعلامي في السفارات العراقية؟"

للإجابة على هذا السؤال، تم استخراج البيانات الوصفية لعدد من المتغيرات الديموغرافية: الجنس، العمر، التخصص الدراسي، عدد سنوات الخبرة. وكانت كما يلي:

1-1 مناقشة النتائج المتعلقة بـ "العاملين في العمل الإعلامي في السفارات حسب الجنس".

يتبين من النتائج أن جنس المبحوثين من عينة الدراسة جاء لصالح الذكور بتكرار بلغ (76) فرداً وبنسبة تساوي (77.6%) مقابل (21) للإناث وبنسبة تساوي (21.4%).

وتعد هذه النسب منطقية وطبيعية في ضوء معرفتنا لوضع العراق من حيث انتمائه للدول النامية والمجتمعات المحافظة التي يقل فيها عدد النساء العاملات في شتى مجالات العمل ومنها المجال الرسمي والحكومي كما في المجال الإعلامي خصوصاً.

1-2 - مناقشة النتائج المتعلقة بـ "خصائص العاملين في العمل الإعلامي في السفارات العراقية من حيث العمر".

يتبين من نتائج هذا السؤال أن أعمار المبحوثين تتراوح على أربع فئات، وقد تبين أن أعلى نسبة هي لفئة (30-39) سنة بتكرار بلغ (40) مرة وبنسبة مئوية تساوي (40.8) من عينة الدراسة، ثم كانت فئة (20-29) سنة في الرتبة الثانية إذ بلغ تكرارها (22) مرة بما يساوي (22.5%) من عينة الدراسة، وهذه النسب تشير إلى تبوؤ فئات الشباب العمل الإعلامي في السفارات العراقية، فإذا جُمعت الفئتان الأولى والثانية يتضح أن حوالي (63%) من العاملين في العمل الإعلامي في سفارات العراق ينتمون إلى فئة الشباب، ثم جاء في الرتبة الثالثة فئة (40-49) بتكرار (20) مرة بما يساوي (20%) تقريباً من عينة الدراسة، وهي أيضاً فئة لا تبتعد عن الشباب كثيراً، لكنها تمتاز ربما بقدر أكبر من التجربة والحكمة في مجال العمل والحياة، ثم في الرتبة الأخيرة فئة (50 فما فوق) بتكرار (16) مرة بما يساوي (16%) من عينة الدراسة. وهذا ليس من الصعب تفسيره، فإن فئة الأكبر سناً يحاولون على التقاعد بحكم سنوات العمل لديهم. وهي نسبة منطقية ربما كان في أغلبها من السفراء أو من كبار الموظفين الدبلوماسيين الذين لم يصلوا إلى هذه الوظيفة إلا بعد سنوات طويلة من الخدمة في العمل العام أو في السلك الدبلوماسي.

1-3 - مناقشة النتائج المتعلقة بـ "خصائص العاملين من حيث التخصص الدراسي".

يتبين من نتائج هذا السؤال أن التخصصات الدراسية للمبحوثين من فئة العلوم السياسية جاءت في الرتبة الأولى بتكرار (30) وبنسبة (30.6%)، وفي الرتبة الثانية فكانت للتخصصات "الأخرى" بتكرار (29) وبنسبة (29.6%)، بينما كانت فئة "اللغات" في الرتبة

الثالثة بتكرار (20) وبنسبة مئوية (20.4%)، وجاء المبحوثون المتخصصون في "الإعلام" في الرتبة الرابعة بتكرار (18) ونسبة (18.4)، وفي الرتبة الأخيرة فكانت للأفراد الذين لم يستجيبوا بتكرار (1) وبنسبة (1.0).

ويلاحظ من خلال هذه النتائج غلبة تخصصات العلوم السياسية وقلة فئة تخصص الإعلام، وهذه الحقيقة هي التي جعلت بعض أفراد العينة يشيرون إلى "قلة الكفاءات الإعلامية" في الرتبة الثالثة من العقبات والمشكلات التي تواجه العمل الإعلامي وذلك خلال إجابة السؤال الخامس من أسئلة هذه الدراسة مما سنستعرضه لاحقاً. ويلاحظ كذلك أن تخصص "اللغات" جاء في مرتبة ثالثة بعد تخصص العلوم السياسية والتخصصات الأخرى، وهو في حقيقة الأمر قد يكون في الرتبة الثانية لو قسمنا "التخصصات الأخرى" على فئات متنوعة حسب التخصص، وهذا في الحقيقة يعد أمراً إيجابياً ذلك لأن العمل الإعلامي لا يستغني عن تخصص اللغات، بل هو من أهم الأولويات في العمل الإعلامي، خصوصاً إذا كان في السلك الدبلوماسي وفي الخارج عموماً.

1-4- مناقشة النتائج المتعلقة بـ "خصائص العاملين من حيث مدة سنوات العمل".

يتبين من نتائج هذا السؤال أن خصائص العاملين من فئة "5 سنوات فأقل" حازت على الرتبة الأولى بتكرار (38) وبنسبة (39%) تقريباً والرتبة الثانية لفئة "6 - 10 سنوات" بتكرار (34) ونسبة مئوية (34.7%)، ثم جاءت الفئة "15 سنة فأكثر" بتكرار (18) ونسبة (18.4%)، ومن ثم الفئة "11 - 15 سنة" في الرتبة الأخيرة بتكرار بلغ (8) ونسبة (8.1%).

وتعد هذه النتائج منطقية في ضوء ما شهده النظام العراقي من تغيير منذ أقل من عشر سنوات، وهذا يؤدي إلى تغيير في العاملين في السلك الدبلوماسي والإعلامي، ومع ذلك فقد لاحظنا وجود نسبة أكثر من (8%) كانت تخدم منذ العهد السابق وظلت في العمل حتى هذا التاريخ، وتفسير ذلك أن النظام الجديد لم ينكر أن بعض العاملين السابقين يعدون كفاءات إعلامية ومن الأفضل أن يستمروا في أعمالهم.

مناقشة النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الثاني الذي نصه "ما آلية العمل الإعلامي التي تعتمدھا السفارة حاليا؟"

تبين نتائج هذا السؤال أن آلية العمل من فئة "علاقة تتراوح بين المركزية واللامركزية" قد جاءت في الرتبة الأولى بتكرار بلغ (55) ونسبة تبلغ (56.1%)، أما الرتبة التالية فجاءت فئة "علاقة يغلب عليها المركزية" بتكرار بلغ (40) ونسبة (40.8%)، أما في الرتبة الأخيرة فهي للمبوهين غير المستجيبين على هذا السؤال بتكرار (3) ونسبة (3.1%). ويلاحظ عدم ظهور الخيار الأول بأي تكرار أو نسبة، وهو الخيار الذي يتمثل في "علاقة مركزية" مما يعني أن أفراد العينة انقسموا بين الخيارين فقط بأفضلية للخيار الذي ينص على المزج بين المركزية واللامركزية في علاقة العاملين بالعمل الإعلامي في وزارة الخارجية في بغداد.

وهذا تأكيد أن لا وجود للعمل المركزي في الإعلام، ويقصد بهذا أن وزارة الخارجية لا تشترط المركزية في العمل الإعلامي، لكنها تمزج بين المركزية واللامركزية أكثر من أي خيار آخر، فيما يرى بعضهم وبنسبة عالية أيضا، أن العمل الإعلامي المتبعة حاليا تقوم على

" علاقة يغلب عليها اللامركزية" وهذا لا يناقض الخيار الأول، بل قد يكون ذلك بسبب تغيير الأحوال والظروف من دولة إلى أخرى ومن مرحلة إلى أخرى.

لكن يبدو أن بعضهم يرغب في أن تكون هناك بعض المركزية في آلية العمل الإعلامي مع الوزارة في بغداد، وهذا ما سيظهر لنا في مناقشة نتائج السؤال اللاحق.

السؤال الثالث: مناقشة نتائج الإجابة عن السؤال الثالث الذي نصه "هل تختلف آلية العمل الإعلامي المستخدمة حالياً في السفارات العراقية تبعاً للمقارنة التي تقيم بها السفارة؟".

يتبين من خلال النسب المئوية لاستجابات المبحوثين نحو آليات العمل الإعلامي المستخدمة حالياً في السفارات العراقية في علاقتها بوزارة الخارجية العراقية أن الرتبة الأولى كانت لصالح المزج "بين المركزية واللامركزية في العلاقة مع وزارة الخارجية في بغداد بخصوص العمل الإعلامي" الذي يقوم به المبحوثون، ويبين الجدول أن العاملين في سفارات أوروبا حققوا نسباً أعلى في هذا الخيار بواقع (20%) من أفراد العينة، فيما جاء العاملون في آسيا في الرتبة الثانية بنسبة (18%) من أفراد العينة، فيما توزعت باقي النسب على العاملين في القارات الأخرى بخصوص هذا الخيار، بينما لم يستجب له (3%) فقط من أفراد العينة. لكن يتضح أن النسب متقاربة وقد لا تشكل فارقاً إحصائياً يعتمد عليه.

السؤال الرابع: مناقشة النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الرابع، الذي نصه "ما آلية

العمل الإعلامي التي يقترحها العاملون في السفارات في علاقتهم مع وزارة الخارجية؟"

يتبين من خلال نتائج هذا السؤال حول "آلية العمل الإعلامي المقترحة للسفارات في علاقاتها مع وزارة الخارجية من وجهة نظر المبحوثين"، أن الفئة "علاقة تتراوح بين المركزية واللامركزية" في الرتبة الأولى بتكرار (67) ونسبة (68.3%)، وفي الرتبة الثانية

جاءت "علاقة غير مركزية مع وزارة الخارجية" بتكرار (26) ونسبة (26.5%)، "أما غير المستجيبين" فكانت في المرتبة الثالثة بتكرار (3) ونسبة بلغت (3.1%)، أما المرتبة الأخيرة فكانت لـ "علاقة يغلب عليها طابع المركزية" بتكرار (2) ونسبة (2%).

وتشير هذه النتائج إلى تفضيل المبحوثين من أفراد العينة للخيار الذي يمزج بين المركزية واللامركزية في علاقة العاملين بالعمل الإعلامي، وهذه النتيجة منطقية إذ إن العمل الإعلامي يحتاج إلى الأمرين، التعليمات والمواد الإعلامية من الوزارة في بغداد، وهو أيضا يحتاج إلى بعض المرونة لأن العاملين يحتاجون للمبادرة الذاتية وهم يدركون الظروف المحيطة بالعمل الإعلامي في البلدان المضيفة في السفارات.

السؤال الخامس: مناقشة النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الخامس، والذي نصه "هل تختلف آليات العمل الإعلامي المقترحة من قبل المبحوثين تبعا للقارة التي تعمل بها سفاراتهم؟"

يتبين من خلال النتائج أن أغلبية المبحوثين اختاروا "علاقة تتراوح بين المركزية واللامركزية" وذلك بتكرار بلغ (68) مرة من العينة، وقد استحوذت قارتا آسيا وأوروبا على النسبة الأعلى بالتساوي بتكرار (25) لكل من المبحوثين في القارتين، وبما يساوي ما نسبته (69%) تقريبا من المستجيبين في القارتين، وهذا تأكيد مرة أخرى على أن أغلب المستجيبين في الإجمال يفضلون هذه الآلية، فيما ظهر أن المبحوثين في آسيا وأوروبا هم الأكثر تفضيلا لهذا الخيار، بينما اختار اقتراح "علاقة مركزية مع وزارة الخارجية" (26) مستجيبا وبما يساوي (26%) تقريبا من أفراد العينة، ويلاحظ أيضا أن (100%) وعددهم (12) من

المستجيبين في قارة إفريقيا اختاروا هذا الخيار، بينما اختار (2) فقط علاقة يغلب عليها المركزية بما يساوي (2%) من المبحوثين، ومثلهم أيضا لم يستجيبوا لهذا السؤال.

السؤال السادس: مناقشة النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال السادس، الذي نصه "ما الوسائل الإعلامية التي يستخدمها العاملون حاليا في السفارات لتحقيق أهدافهم المكلفين بها من قبل وزارة الخارجية من وجهة نظرهم؟"

بينت النتائج المتعلقة بهذا السؤال أن غالبية المستجيبين اختاروا اللقاءات الشخصية المباشرة كوسيلة ناجعة في العمل الإعلامي وهي الرتبة الأولى من الخيارات المتاحة، وذلك بتكرار بلغ (90) مرة وبما يساوي حوالي (92%) من إجابات المستجيبين، وهذه النتيجة تعيد التأكيد على أهمية الاتصال الشخصي نظرا لأنه الأكثر فاعلية في توصيل الرسالة الإعلامية، خصوصا إذا كانت في نطاق العمل الدبلوماسي والسياسي الذي يمتاز بالخصوصية والسرية التي تتعلق بأمن الدول وبأسراها السياسية والأمنية وغيرها.

أما الرتبة الثانية فكانت قد توزعت على خيارين أو أسلوبين من الأساليب الاتصالية وهي "اللقاءات العامة" ثم "الحديث لوسائل الإعلام" وذلك بتكرار (36) لكل منهما وبما يساوي (37%) من الاستجابات. وتدلل هذه النتيجة على وعي المستجيبين بأهمية نشر الرسالة على أكبر عدد ممكن من المتلقين من خلال وسائل الاتصال الجماهيري أو من خلال وسائل الإعلام الجماهيرية.

وجاءت الرتبة الثالثة بتكرار (28) وبما يساوي (29%) تقريبا لخيار "الاعتماد على ما ترسله وزارة الخارجية" من مواد وتعليمات في الشأن الإعلامي. وهذه النتيجة تشير إلى أهمية التزود بالمعلومات الدقيقة عن الأوضاع الداخلية وعن الاتجاهات السياسية للحكومة

العراقية ممثلة بوزارة الخارجية، وهذا يشير أيضا إلى أهمية التزود بالمعلومات والبيانات خلال العمل الإعلامي، ذلك أن الاعتماد على الخطابات وإثارة العواطف أصبحت أساليب بالية في الدعاية الإعلامية وأصبحت المعلومات هي أساس العمل الإعلامي.

ثم جاء الخيار المتمثل في "الاعتماد على الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية" في الرتبة الرابعة بتكرار بلغ (27) وبما يساوي (27%) تقريبا من الاستجابات. وكانت هذه النتيجة مفاجئة إلى حد ما، ذلك لأنها لم تكن خيارا محددًا من خيارات الاستبيان الذي وزع على المستجيبين، بل اختاره المستجيبون مما يعكس أهمية الاعتماد على المعلومات المحدثة والآنية التي يمكن أن يجري نشرها عبر هذه الوسيلة الحديثة، ومما يعني أيضا أن نسبة كبيرة من المستجيبين تعتمد على هذا الموقع الإلكتروني في التزود ببعض البيانات والمعلومات ذات الصلة بالشأن العراقي خصوصا في الموضوعات التي تهم الإعلام الخارجي.

ثم جاء خيار "الاتصال بالصحفيين في البلد المضيف" في الرتبة الخامسة بتكرار بلغ (26) وبما يساوي (26%) تقريبا من الاستجابات. وفي هذه النتيجة أيضا هناك تقدير لهذا الأسلوب إذ يسهم تفهم الصحفيين المحليين في كسب الرأي العام المحلي في بلدانهم وإيصال الرسالة إلى أكبر عدد ممكن الرأي العام، أما باقي الرتب فقد توزعت على باقي الخيارات بنسب أقل من الرتب الخمس الأولى مما لا يحمل مغزى كبيرا.

السؤال السابع: مناقشة النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال السابع، الذي نصه "ما المشكلات والعقبات التي تواجه الدور الإعلامي للسفارات العراقية من وجهة نظر العاملين في السفارات؟".

بيّنت نتائج هذا السؤال أن الرتبة الأولى في "العقبات والمشكلات" التي يواجهها الإعلاميون في السفارات العراقية تمثلت في "عدم كفاية الموازنات المالية" وذلك بتكرار بلغ (49) مرة وبما يساوي (50%) من المستجيبين، وهذه النسبة العالية من المستجيبين ربما عكست حقيقة أن العمل الإعلامي أصبح صناعة مكلفة بالرغم من التقدم الكبير في وسائل الاتصال والإعلام، فلم يعد الموضوع كتابة المقالات وإلقاء الخطب فحسب، بل يتطلب العمل الإعلامي توفير وسائل متعددة تستطيع مواكبة التطور في وسائل الاتصال من مثل صناعة الأفلام وإصدار النشرات والكتب وإقامة اللقاءات التي تحتاج إلى كلفة مالية كبيرة في كثير من الأحيان.

أما الرتبة الثانية فكانت من نصيب "اختلاف اللغة مع البلد المضيف" وكانت بتكرار بلغ (43) مرة بما يساوي حوالي (44%) من عينة المستجيبين. وهذه النتيجة منطقية في العمل الإعلامي من خلال السفارات التي تتوزع على قارات العالم، وبالتالي فإن العاملين في العمل الإعلامي مضطرون لفهم عشرات اللغات التي تتحدث بها الشعوب المختلفة حيث تقام سفاراتهم. وهذا يؤكد على أهمية تزويد هؤلاء العاملين بالكفاءات اللغوية إضافة إلى الكفاءات الإعلامية وتأكيدا على أهمية امتلاك اللغة الأجنبية من أجل إيصال الرسالة الإعلامية.

أما الرتبة الثالثة فكانت من نصيب "قلة الكفاءات الإعلامية" التي جاءت بتكرار بلغ (41) مرة وبما يساوي (42%) تقريبا. وهذه النتيجة تأكيد للنتيجة السابقة، وقد لاحظنا من خلال خصائص المستجيبين في مجال التخصصات الدراسية أن نسبة (20%) فقط منهم

يحملون مؤهلات علمية في الإعلام، وهذا يعني أن على وزارة الخارجية رفق دوائر العمل الإعلامي في السفارات بالمزيد من المؤهلين في الحقل الإعلامي إضافة إلى الحقول السياسية والدبلوماسية.

أما الرتبة الرابعة فكانت من نصيب "انعكاس الوضع السياسي الداخلي في العراق على عمل السفارات" وذلك بتكرار بلغ (25) مرة بما يساوي (25.5%) من المستجيبين. وهذه نتيجة تعكس مدى الإرباك الذي يواجه العمل الإعلامي في السفارات نتيجة الوضع الأمني والسياسي غير المستقرين في الداخل العراقي.

أما الرتبة السادسة فكانت من نصيب خيار "وجود مراكز ضغط في البلد المضيف" بتكرار بلغ (16) مرة وبما يساوي (16%) تقريبا من المستجيبين. ويقصد بمراكز الضغط الجماعات السياسية وغير السياسية التي يمكن أن تعرقل تحقيق الأهداف الإعلامية التي يسعى لها العاملون في قطاع السفارات، ولم يوضح المستجيبون ما إذا كانت مراكز الضغط هذه تعود للمجتمعات المضيفة نفسها أم هي من قبل جاليات أخرى. ولم يكن هذا التفصيل من اهتمامات الدراسة، وربما يحتاج الأمر إلى دراسة خاصة في حقل العلوم السياسية.

وجاءت الرتبة السابعة من نصيب خيار "وجود صور سلبية نمطية عن العراقيين" بتكرار بلغ (14) مرة وبما يساوي (14%) من المستجيبين، فيما توزعت الرتب الأخرى على خيارات أقل أهمية من وجهة نظر الباحثين وحققت تكرارات ونسب ضعيفة دون العشرة في المئة مما يعكس بعض التقصير في الإعلام الحكومي والإعلام العراقي بشكل عام لأن تغيير هذه الحقيقة ليس شأنًا حكوميًّا فقط، بل هو شأن يهم كل العراقيين بغض النظر عن انتماءاتهم السياسية وغير السياسية.

السؤال الثامن: مناقشة النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الثامن، الذي نصه "هل تختلف هذه المشكلات والعقبات في سفارات العراق تبعا للقارة التي تقع بها السفارة من وجهة نظر العاملين في السفارات العراقية؟".

يتبين من نتائج هذا السؤال بخصوص اختلاف وجهات النظر بشأن العقبات والمشكلات التي تواجه العمل الإعلامي في السفارات العراقية ما يلي:

أ. الصف الأول: "اختلاف اللغة مع البلد المضيف" حازت على أعلى النسب في أمريكا الشمالية بتكرار (5) وبنسبة (83%) من العينة التطبيقية، ثم بعد ذلك كانت في أمريكا الجنوبية بتكرار (3) وبنسبة (60%) من العينة التطبيقية، ثم جاءت في إفريقيا وأوروبا على التوالي بنسب (50%) و(51%) تقريبا لكل منهما. ثم جاءت استراليا بتكرار (1) وبما يساوي (33%) تقريبا من عينتها التطبيقية. ثم في آسيا بتكرار (11) وبنسبة (30%) من العينة التطبيقية. وتشير هذه النتائج إلى احتمال مواجهة المبحوثين بعض الصعوبات في التعامل مع اللغة الإنجليزية وربما الفرنسية المستخدمة في بعض فئات المجتمع في (كندا مثلا)، أما آسيا فهناك الكثير من اللغات غير العربية، ومنها ما يعتبر لغات صعبة على التعامل مثل اللغات الهندية والصينية وغير ذلك، مما ينصح معه الاهتمام بتعليم بعض العاملين في العمل الإعلامي للكثير من اللغات الآسيوية أيضا إضافة إلى اللغات المستخدمة في الأمريكيتين (كالاسبانية وغيرها) إضافة إلى الفرنسية.

ب. في الصف الثاني: "اختلاف الثقافة مع البلد المضيف" جاءت أعلى النسب من استراليا (67%) ثم من إفريقيا بنسبة (41%) من عينتها التطبيقية، ثم جاءت آسيا بنسبة (16%) من عينتها التطبيقية. ويلاحظ أن أمريكا الشمالية لم تظهر في هذا الخيار. وتعد

هذه النتائج منطقية نظرا للاختلاف الكبير بين الثقافات العربية وبين ثقافات بعض تلك الشعوب.

ج. في الصف الثالث: "وجود صور نمطية سلبية عن العراقيين" فقد سجلت أعلى النسب في العينات الطباقية في قارة أمريكا الجنوبية (40%) ثم في استراليا بنسبة (33%) تقريبا، ثم في آسيا بنسبة (24%) ثم في أوروبا بنسبة (6%) من العينة الطباقية.

د. في الصف الرابع: "وجود مراكز ضغط في البلد المضيف" فقد جاءت أعلى النسب من استراليا (33%) ثم من أوروبا بنسبة (20%) من العينة الطباقية لكل منهما. وهذه النتيجة غير مفاجئة في ضوء ما يعرف عن عالم السياسية والمعادلات السياسية الإقليمية والدولية من وجود مثل هذه المراكز الضاغطة.

هـ. في الصف الخامس: "المركزية في التعليمات" أي التعليمات القادمة من وزارة الخارجية بشأن العمل الإعلامي في السفارات، فقد سجلت أعلى النسب في أوروبا بنسبة تساوي (14%) من عينتها الطباقية. ولا تعد هذه النسبة ذات دلالة كبيرة .

و. في الصف السادس: "عدم وجود مركزية في التعليمات" أي التعليمات القادمة من وزارة الخارجية بشأن العمل الإعلامي في السفارات، فيلاحظ أن التكرارات والنسب إما معدومة أو ضعيفة جدا، وقد جاءت أعلى النسب من آسيا بتكرار (1) وبنسبة مئوية (2%) فقط من عينتها الطباقية. ولا تعد هذه النسبة ذات دلالة كبيرة .

ز. في الصف السابع: "قلة الكفاءات الإعلامية" العاملة في العمل الإعلامي، فقد سجلت نسبا متوسطة، وجاءت أعلى النسب من أوروبا وأمريكا الشمالية بنسب (51%) و(50%) على التوالي، ثم جاءت أمريكا الجنوبية بنسبة (40%) من العينة الطباقية، ثم آسيا بنسبة (38%) من عينتها الطباقية تليها استراليا بنسبة (33.3%) من عينتها

الطبقية. ويلاحظ أن النتائج في هذا الخيار كانت متقاربة كثيرا، مما يعني اتفاق الباحثين على هذا الخيار باعتباره مشكلة أو عقبة يهتم بها الكثير من العاملين في العمل الإعلامي.

ح. في الصف الثامن: "انعكاس الوضع السياسي الداخلي على عمل السفارات" فقد جاءت أعلى النسب من أمريكا الشمالية (83%) من عينتها الطبقية. ثم من أمريكا الجنوبية بنسبة (40%) من عينتها الطبقية، ثم من استراليا بنسبة (33.3%) من عينتها الطبقية. وتفسير الباحث لهذه النتيجة هو ما يتصل بالوضع السياسي، إذ إن الأمريكيين هم من أكثر الدول الغربية تماسا مع الوضع السياسي الداخلي في العراق نظرا لطبيعة العلاقة المعقدة بين الطرفين.

ط. الصف التاسع والأخير: "عقبات ومشاكل أخرى" فقد كان هذا الخيار مفتوحا للمبشرين، لذلك فقد سجلت (5) تكرارات فقط من كافة المبشرين، وقد تراوحت هذه الخيارات في "قلة مشاركة المرأة العراقية في العمل الإعلامي" و"عدم وضوح التعليمات" وغير ذلك مما لا يشكل مؤشرات قوية أو ذات مغزى كبير.

السؤال التاسع: مناقشة النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال التاسع، الذي نصه "ما الحلول التي يقترحها العاملون في السفارات لمواجهة هذه المشكلات والعقبات التي يواجهها العمل الإعلامي في السفارات العراقية؟"

يلاحظ من خلال نتائج هذا السؤال أن الحلول التي يقترحها العاملون في السفارات لمواجهة هذه المشكلات بلغت (6) حلول، وجاء في الرتبة الأولى من حيث التكرارات الحل (5) الذي ينص على " وضع خطط عمل سنوية للعمل الإعلامي على الساحة " إذ بلغ تكراره

(72) مرة وبنسبة مئوية تساوي (73%) تقريبا، وهذا يشير إلى احتمالين: أن غالبية العاملين في العمل الإعلامي يفتقدون مثل هذه الخطط السنوية ويدركون أهميتها لعملهم، أو أنهم يؤكدون على أهمية هذه الخطط السنوية رغم وجودها، لكن الاحتمال الأول هو المرجح من وجهة نظر الباحث.

ثم جاء في الرتبة الثانية الحل لذي ينص على " تخصيص مبالغ مناسبة لتغطية الأنشطة الإعلامية في السفارة " إذ بلغ تكراره (66) وبنسبة مئوية تساوي (67.3%). ومثل الحل السابق، فإنه غالبا ما يعكس النقص في الموازنات المخصصة من قبل الوزارة لأغراض الإعلام الخارجي، وهذا يعكس رغبة المستجيبين بإيلاء هذا الأمر المزيد من الموازنات الكافية لتحقيق الأغراض الإعلامية بفعالية أكبر، لأنه كما قلنا سابقا، فقد تحول العمل الإعلامي إلى صناعات لها كلف عالية خصوصا في مجال إنتاج الوسائط الإعلامية من أفلام وكتب وغيره.

وجاء في الرتبة الثالثة الحل (1) لذي ينص على "تهيئة الكادر الإعلامي المتخصص" حيث جاء بتكرار بلغ (58) وبنسبة مئوية (59%) تقريبا، وهذه الرتبة منطقية في ضوء أهمية وأسبقية الحلول السابقة المتمثلة في الخطط السنوية وفي توفير الموازنات المالية الكافية لهذا الغرض، فإذا توافرت الحلول السابقة وأضيف إليها " تهيئة كادر إعلامي متخصص" فإنه لا بد من الوصول إلى أهداف العمل الإعلامي أو إلى نسبة عالية منها.

وقد جاء في الرتبة الرابعة الحل (3) الذي ينص على " أن تكون هناك ملحقيات صحفية في السفارات العراقية " إذ بلغ تكراره (39) وبنسبة مئوية تساوي (39.2%)، وهذه نسبة عالية نسبيا، وتدل على قناعة بعضهم بتحويل العمل الإعلامي في السفارات إلى النظام الآخر المتمثل في جعله دائرة أو قسماً مختصاً شبه مستقل، لكن هذه النسبة لم يوافق عليها (60%) من المبحوثين، مما أضعف من أهميتها، هذا إضافة إلى أن مسألة "إنشاء ملحقيات

إعلامية" أو غيرها هي مسألة تتعلق بسياسات وزارة الخارجية وربما بسياسة الحكومة قبلها، وقد يكون توجه الحكومة قائماً على تحرير الإعلام كما تفعل الكثير من الحكومات في العصر الحالي حينما راحت تلغي وزارات الإعلام في بلدانها وتستبدلها بوزارات أخرى لتقليل الرقابة على الإعلام ولفتح الباب أمام المنافسة والإبداع.

وجاء في الرتبة قبل الأخيرة الحل الذي يتمثل في عدد من الاقتراحات التي لا تكرر لها مثل "تخصيص مبالغ مالية إضافية للعمل الإعلامي" ومثل "تخصيص إعلاميين جيّدون لغة البلد المضيف"، وجاء الحل الأخير (2) الذي ينص على "ان تكون هناك توجيهات مركزية من قبل وزارة الخارجية العراقية " إذ بلغ تكراره (2) وبنسبة مئوية تساوي (2%) أيضاً.

الفرضيات:

الفرضية الأولى: لا يوجد فروق إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بين المبحوثين تجاه مشكلة اختلاف الثقافة مع البلد المضيف التي تواجه الدور الإعلامي للسفارات العراقية في الخارج تعزى لمتغير مدة الخدمة في السفارات.

تبين من خلال نتائج تحليل مربع كاي عند مستوى الدلالة (0.05) أن قيمة مربع كاي بلغت (4.208) عند درجة حرية (df=3) ومستوى معنوية (0.240) وهي ليست معنوية عند مستوى الدلالة (0.05) مما يعني تأكيد هذه الفرضية التي تنص على "عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين تجاه مشكلة اختلاف الثقافة مع البلد المضيف التي تواجه الدور الإعلامي للسفارات العراقية في الخارج تعزى لمتغير مدة الخدمة في السفارات.

ولتفسير هذه النتيجة، قد يكون من المحتمل أن سنوات الخبرة لم تغير من حقيقة واقعية وهي "اختلاف الثقافة مع البلد المضيف"، فسواء كانت سنوات الخبرة قليلة أو كثيرة،

فإن اتجاهات العاملين في السفارات العراقية يبقى مدركا لهذا التغير ولا يستطيع أن يغيره بطبيعة الحال.

الفرضية الثانية: لا توجد فروق إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بين المبحوثين تجاه مشكلات اختلاف الثقافة التي تواجههم تعزى لمتغير قارة التي تقيم بها السفارة؟

لفحص هذه الفرضية استخدمنا تحليل مربع كاي حيث تبين من خلال نتائج تحليل مربع كاي عند مستوى الدلالة (0.05) أن قيمة مربع كاي بلغت (12.561) عند درجة حرية (df=5) ومستوى معنوية (0.028) وهي ليست معنوية عند مستوى (0.05) مما يعني تأكيد الفرضية الثانية التي تنص على "عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين تجاه مشكلة اختلاف الثقافة مع البلد المضيف التي تواجه الدور الإعلامي للسفارات العراقية في الخارج تعزى لمتغير القارة التي تقيم بها السفارات العراقية.

ومن المحتمل أن يكون سبب عدم ظهور فروق عائدًا إلى أن اختلاف الثقافات يوجد في كل القارات، وربما في البلدان العربية أيضا من وجهة نظر المبحوثين، لكن الفرضية لم تقس العلاقة مع الدول العربية دون غيرها، بل جرى قياسها في نطاق القارات، فبعض الدول العربية تقع في آسيا وبعضها الآخر في إفريقيا، وفي كلا القارتين توجد ثقافات غير عربية وغير إسلامية مما قد يكون عكس نفسه في عدم وجود فروق بين القارات من ناحية اختلاف الثقافة، حيث يؤكد أغلبية المبحوثين على هذا الأمر.

التوصيات

في ضوء النتائج التي تمخضت عنها الدراسة الحالية فان الباحث يوصي بالاتي:

1. يوصي الباحث أن تكون العلاقة بين العاملين في المجال الإعلامي في السفارات وبين المركز تتراوح بين المركزية وبين اللامركزية وفقا للظروف والمهمات. لكن مع تحديد أكثر للظروف والحالات التي يجوز فيها للعاملين في السفارة المبادرة والاجتهاد.
2. إمداد السفارات بالكوادر الإعلامية المؤهلة والمدربة لتكون قادرة على مزاوله العمل الإعلامي بكفاءة .
3. ضرورة تخصيص مبالغ مالية كافية لتغطية الأنشطة الإعلامية في السفارات نظرا لما للدور الإعلامي من أهمية في تحقيق الأهداف السياسية والثقافية التي تضطلع بها السفارات.
4. تأهيل الكوادر العاملة في المجال الإعلامي في السفارات في مجال اللغات حتى يكونوا أقدر على التعامل مع الآخرين في الدول الأجنبية.
5. تزويد الموقع الالكتروني للسفارة بأحدث الأخبار والنشاطات التي تقيمها السفارة وبشكل مستمر دون انقطاع سيما وأننا نعيش في عصر تكنولوجيا المعلومات.
6. ضرورة أن تتوع السفارات وبخاصة المجال الإعلامي باستخدام عدة وسائل للتواصل مع الآخرين مثل: إصدار النشرات والمطبوعات الدورية، ووضع لوحة إعلانات خاصة بالسفارة تبين فيها بعض التعليمات للمواطنين المقيمين في الخارج.
7. إنتاج أفلام فيديو وتوزيعها لوسائل الإعلام وغيرها من الأوساط المعنية في البلد المضيف.

8. ضرورة أن يرتكز العمل الإعلامي في السفارات على خطط عمل سنوية واضحة

للعمل الإعلامي على المستوى العام الذي يمثل السياسة العراقية وعلى مستوى البلد

المضيف عن طريق اعتبار خصوصيات هذا البلد.

والله ولي التوفيق

قائمة المراجع:

- § بدوي، محمد طه (1965)، أصول علم السياسة، الإسكندرية: المكتب المصري الحديث للطباعة و النشر.
- § حجاب، محمد منير (2004)، المعجم الإعلامي، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- § حجاب، محمد منير (2010) نظريات الاتصال، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- § بوقنطار الحسان (1985) العلاقات الدولية، الدار البيضاء، دار توفال للنشر.
- § حسين، عدنان السيد(2003) نظرية العلاقات الدولية، ط2، بيروت، دار أمواج للنشر والتوزيع.
- § دافيس، إريك (2008) مذكرات دولة، ترجمة حاتم عبد الهادي، بيروت، المؤسسة العربية للدراسات والنشر.
- § الدليمي، عبد الرزاق (2011) الاعلام الجديد والصحافة الالكترونية، عمان دار وائل للنشر.
- § ربيع، حامد (1967) نظرية التحليل السياسي، القاهرة، المكتبة الحديثة.
- § الرشدان، عبد الفتاح على، موسى، محمد خليل(2005) أصول العلاقات الدبلوماسية والقنصلية، عمان، المركز العلمي للدراسات السياسية.
- § سميسم، حميدة (2005) نظرية الراي العام ، القاهرة ، الدار الثقافية للنشرة.
- § ظاهر، نعيم إبراهيم (2010) إدارة الدولة والنظام السياسي الدولي، اربد، عالم الكتب.
- § عمر، السيد احمد مصطفى (2008)، البحث العلمي، مفهومه..إجراءاته..ومناهجه، الكويت، مكتبة الفلاح.

- § عبد الرحمن، عواطف (2008) النظرية النقدية في بحوث الاتصال، دبي، مؤسسة سلطان عويس الثقافية.
- § العبد الله، مي (2010) نظريات الاتصال، بيروت، دار النهضة العربية.
- § عثمان، إبراهيم (2008) النظرية المعاصرة في علم الاجتماع، عمان، دار الشروق.
- § عويني، محمد علي (1988) العلوم السياسية، دراسة في الأصول والنظريات والتطبيق، عالم الكتب، القاهرة.
- § قدرت، صباح طلعت (2010) الوجيز في الدبلوماسية والبروتوكول، طبعة 2 بغداد، وزارة الخارجية.
- § قيردار، نمير أمين (2010) إنقاذ العراق (بناء أمة محطمة)، بيروت، لندن، دار الساقى.
- § فارس، أحمد (2009)، مقارنة النظم السياسية، الطبعة الثانية، فلسطين: جامعة القدس.
- § مجدلاوي، فاروق (2010) الدبلوماسية بين الحرب والسلام، عمان، روائع مجدلاوي للنشر.
- § ماكفيل، توماس، (2005) الإعلام الدولي: النظريات - الاتجاهات - الملكية، ترجمة، نصر، محسن محمد والمندي، عبد الله، الإمارات العربية المتحدة، العين: دار الكتاب الجامعي.
- § مراد، كامل خورشيد (2011) مدخل الى الراي العام، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
- § المغربي، كامل محمد (2011) أساليب البحث العلمي في العلوم الانسانية والاجتماعية، الطبعة الثانية، عمان، دار الثقافة للنشر والتوزيع

§ المنوفي، كمال (1987) أصول الأنظمة السياسية المقارنة، الكويت، شركة الربيعان للنشر والتوزيع.

§ النعيمي، محمد عبد العال، والبياتي، عبد الجبار توفيق، وخليفة، غازي جمال (2009) طرق ومناهج البحث العلمي، عمان: دار الوراق.

§ النعيمي، أحمد (2008) السياسة الخارجية والدبلوماسية، عمان، دار زهران للنشر و التوزيع.

§ القيار، عادل محمد (2010) الدبلوماسية: المفهوم، بغداد، وزارة الخارجية العراقية.

§ هادي، فادية عباس (2010) دور الإعلام في السياسة الخارجية الأمريكية، في "أوراق دولية" بغداد، مركز الدراسات الدولية، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي.

العدد 168، شباط 2010

§ يسين، السيد (2001) العولمة والطريق الثالث، دار نهضة مصر للطباعة والنشر.

رسائل ماجستير و دكتوراه :

§ أبو طالب، علي (2007) الأثر الإعلامي واستراتيجيا القرار السياسي، (رسالة ماجستير غير منشورة في الإعلام والعلاقات العامة، الجامعة الوطنية باليمن).

§ دياب، وليد خلف الله محمد (2010): " دور العلاقات العامة في القطاع الدبلوماسي " دراسة تطبيقية على مكاتب السفارات العربية والأجنبية (اطروحة دكتوراه غير منشورة، جمهورية مصر العربية، جامعة قنا).

§ الحوسني، حمد علي حسن (2004) إشكالية الإعلام السياسي في النظام الدولي الجديد، (رسالة ماجستير غير منشورة في العلوم السياسية، الجامعة الأردنية).

§ الزبون، محمد سليم عودة (1999) التمثيل الدبلوماسي الأردني في الفترة 1953 -

1998 (رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم السياسية، الجامعة الأردنية).

§ عبد الحليم، بسيوني إبراهيم (1991) دور وسائل الإتصال في صناعة القرارات:

دراسة تطبيقية على صانعي القرارات في مصر. (دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة).

الدراسات:

§ دراسة مجموعة من الباحثين (2007) سفارة المستقبل، The Embassy of

the Future. -الولايات المتحدة، مركز الدراسات الإستراتيجية والدولية CSIS.

§ دائرة التخطيط في وزارة الخارجية العراقية (2007) استراتيجيات عمل البعثات

العراقية، بغداد، وزارة الخارجية العراقية.

مجلات وصحف:

§ البشر، محمد سعود (1997) "الإعلام الدبلوماسي الخليجي واستراتيجية التعرض أم

الصد" في مجلة الدبلوماسي، العدد 19، ديسمبر 1997، ص ص 88-90.

§ خلف، م.م. رنا (2010) البنية في العلاقات الدولية، في أوراق دولية، بغداد، مركز

الدراسات الدولية. العدد 186، شباط 2010.

§ المليكي، فهد عبد الرحمن (1986) بين الدبلوماسي والإعلامي، في مجلة

الدبلوماسي، العدد السادس، المملكة العربية السعودية، وزارة الخارجية، معهد

الدراسات الدبلوماسية.

مجلات ونشرات الخارجية العراقية:

§ وزارة الخارجية العراقية(2009)، صدى الخارجية، بغداد، العدد الأول، نيسان 2009.

§ القيار، عادل محمد (2010) الدبلوماسية: المفهوم، بغداد، وزارة الخارجية العراقية.
موسوعات:

§ The New Eneyelopaedie Britannica.Ibid.p 778

§ الموسوعة السياسية، بيروت، المؤسسة العربية للدراسات و النشر، 1981.

مقالات ودراسات على مواقع في شبكة الإنترنت:

§ محمد البخاري. العولمة والتبادل الإعلامي الدولي(2010): في الرابط

http://muhammad-2009.blogspot.com/2010/03/blog-post_5610.html

§ مركز الدراسات الإستراتيجية والدولية CSIS (الولايات المتحدة www.csis.org) .

§ (الموقع الرسمي لوزارة الخارجية العراقية على شبكة الانترنت) على الرابط

<http://www.mofa.gov.iq>

§ عبد الرحمن تيشوري (2006) "متى نؤسس لنظام تقييم علمي ودقيق ومضبوط في

اداراتنا ومؤسساتنا العامة" في الحوار المتمدن، العدد 1540، 2006 : على الرابط

<http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=63883#>

مقابلات:

جواد هادي عباس / سفير جمهورية العراق في المملكة الأردنية الهاشمية
2011/4/20 الساعة الواحدة بعد الظهر.

المراجع الإنكليزية

- D. F, Roberts, (1978), The Nature Of Communication And Mass Communication, London.
- Fredrick, Hartmann, (1973), The Relations of Nations Forth edition, Macmillan pub co. Inc New York.
- Katrin, Voltmer, (2006), Mass media and political communication in new democracies, London: Routledge.
- Marten, carter, (1978), An Introduction Of Mass Communication, London.
- Norman, Palmer and H.Perkins,(2006) International Relations, 3rd edn, New York Hong
- Farnhan, Nicholas (1985) Th U.N. and Educations New York.the heritage Foundation,
- Perkins, Palmer,(1957) International Relations: The World Community in Transition, Second Edition, U.S.A.,

- § Ahmad, Hanan Mian(2005) The Media-Foreign Policy Relationship: Pakistan's Media Image And United States Foreign Policy, Ph.D., York University Canada.
- § Gallo, Paul A. F., (2006) Influencing The World: The Media And United States ForeignPolicy, M.A., Webster University.
- Otsuki, Hiromi, (1995)The Role Of The Media In American Foreign Policy ,M.A.,(1994-1980) The University Of Western Ontario (Canada).
 - Sonoski, Patrick J. (1997), Facilitating the diversionary theory of war: The president and the media in United States foreign policy, M.A., The University of Western Ontario (Canada).
 - Yakubov, Mardon Nigmatovich(1998) , United States foreign policy and media coverage of Uzbekistan: A case study. M.M.C., Louisiana State University and Agricultural & Mechanical College,.

الملاحق:

لجنة المحكمين

ملحق رقم (1)

جدول بأسماء لجنة التحكيم

الرقم	الأسم	العنوان
1	أ.د عبد الجبار البياتي	كلية العلوم التربوية / جامعة الشرق الأوسط
2	أ.د سعد السعد	قسم العلوم السياسية / جامعة الشرق الأوسط
3	أ.د تيسير ابو عرجة	قسم الصحافة والإعلام / جامعة البتراء
4	أ.د. عبد الرزاق الدليمي	كلية الإعلام / جامعة الشرق الأوسط
5	د. عبد الكريم الدبيسي	قسم الصحافة والإعلام / جامعة البتراء
6	د. محمد سلطان	قسم الصحافة والإعلام / جامعة البتراء
7	د. كامل خورشيد	كلية الإعلام / جامعة الشرق الأوسط
8	د. رائد البياتي	كلية الإعلام / جامعة الشرق الأوسط

ملحق رقم (2)

استبانة الدراسة



استبانة بحث موجهة للسفارات العراقية

تعباً من قبل الكادر الدبلوماسي والإعلامي في السفارة

الأعضاء كادر السفارات العراقية:

هذه الاستبانة هي أداة للدراسة في مستوى الماجستير في الإعلام من جامعة الشرق

الأوسط (الأردن) وعنوانها (تقييم الوظيفة الإعلامية للسفارات العراقية : دراسة

مسحية وصفية)، والهدف النهائي من الدراسة هو تقييم الوظيفة الإعلامية للسفارات على

طريق تطوير هذا العمل والرقي به للأفضل.

يأمل الباحث الاستجابة وتعبئة الاستبانة من قبل المعنيين كافة في العمل الدبلوماسي

والإعلامي في سفاراتنا العراقية بصرف النظر عن أعدادهم أو مساهمهم الوظيفي.

وان جميع البيانات ستكون لاغراض البحث العلمي فقط.

وللجميع كل الشكر والامتنان.

الباحث: زيد رياض هاني

(قسم الماجستير - كلية الإعلام - جامعة الشرق الأوسط - عمان - الاردن)

هاتف: 00962799899934 البريد الإلكتروني: zaidhany@yahoo.com

القسم الأول : بيانات ديموغرافية

1- الجنس للمستجيب: ذكر انثى

2- العمر 20 – 29

30 – 39

40 – 49

50 – فأكثر

3- التخصص الدراسي الذي تتمتع به:

علوم سياسية

إعلام

لغات

ادارة واقتصاد

اخرى تذكر

4- مدة الخدمة في السلك الدبلوماسي:

5 سنوات فأقل

6 – 10 سنوات

11 – 15 سنوات

اكثر من 15 سنة

5- المسمى الوظيفي للمستجيب:

دبلوماسي

اداري

مستخدم محلي

..... اخرى تذكر

6- البلد الذي توجد فيه السفارة:

القسم الثاني:

(ضع إشارة R للخيار الأفضل الذي تراه مناسباً)

س1- ما آلية العمل الإعلامي التي تعتمدها السفارة حالياً في علاقتها مع وزارة الخارجية العراقية :

- * - علاقة غير مركزية، إذ يعتمد الكادر الدبلوماسي والإعلامي في السفارة ما يناسب الأهداف والبيئة التي يعملون بها.
- * - علاقة تتراوح بين المركزية وبين اللامركزية وفقاً للظروف والمهام.
- * - علاقة يغلب عليها المركزية. إذ أغلب النشاطات موجهة من المركز في وزارة الخارجية.

س2- ما آلية العمل الإعلامي التي تقترحها للسفارات في علاقتها مع وزارة الخارجية العراقية :

- * - علاقة غير مركزية، إذ يعتمد الكادر الدبلوماسي والإعلامي في السفارة ما يناسب الأهداف والبيئة التي يعملون بها.
- * - علاقة تتراوح بين المركزية وبين اللامركزية وفقاً للظروف والمهام.
- * - علاقة يغلب عليها المركزية. إذ أغلب النشاطات موجهة من المركز في وزارة الخارجية.

س3 - ما الوسائل والوسائط الإعلامية التي يستخدمها العاملون في السفارات العراقية لتحقيق أهدافهم الإعلامية؟ (ضع إشارة R للخيار الأفضل الذي تراه مناسباً يمكن اختيار أكثر من خيار)

- * - اللقاءات الشخصية.
- * - الاجتماعات العامة
- * - الندوات والمؤتمرات.
- * - الحديث لوسائل الإعلام المحلية كلما لزم الأمر.
- * - إقامة الأنشطة الوطنية والثقافية ودعوة المهتمين.
- * - إصدار النشرات والمطبوعات الخاصة.
- * - إصدار النشرات والمطبوعات الدورية.

- * - إنتاج أفلام فيديو وتوزيعها لوسائل الإعلام وغيرها من الأوساط المعنية في البلد المضيف.
- * - الاتصال مع الصحفيين في البلد المضيف وتزويدهم بمواد إعلامية مختلفة.
- * - الاعتماد على ما نتلقاه من وزارة الخارجية.
- * - وسائل أخرى (تذكر ان وجدت):

- 1-
- 2-
- 3-
- 4-
- 5-

القسم الثالث: المشكلات

س4 - ما اهم المشكلات التي تواجه الوظيفة الإعلامية للسفارات العراقية في ضوء عملكم وخبراتكم ؟ (ضع إشارة R للخيار الافضل الذي تراه مناسباً يمكن اختيار أكثر من خيار)

- * - اختلاف اللغة مع البلد المضيف.
- * - اختلاف الثقافة والقيم والعادات مع البلد المضيف.
- * - وجود صور نمطية سلبية في البلد المضيف بحق العراق والعراقيين.
- * - وجود مراكز ضغط في البلد المضيف تعيق العمل الدبلوماسي والإعلامي.
- * - المركزية في التعليمات والتوجيهات الصادرة من وزارة الخارجية العراقية .
- * - عدم وجود مركزية في التعليمات والتوجيهات تصدر من وزارة الخارجية العراقية .
- * - عدم كفاية الموازنات المالية للأنشطة الإعلامية اللازمة.
- * - عدم وجود كفاءات إعلامية كافية.
- * - انعكاس الوضع السياسي والأمني المضطرب في العراق على العمل في السفارات.
- * - غير ذلك من مشكلات : (تذكر ان وجدت):

- 1-
- 2-
- 3-

-4

-5

س5 - الحلول التي تقترحها لمعالجة مشكلات وتحديات العمل الإعلامي في السفارات

العراقية : (ضع إشارة R للخيار الافضل الذي تراه مناسباً يمكن اختيار أكثر من خيار)

*- تهيئة الكادر الإعلامي المتخصص .

*- ان تكون هناك توجيهات مركزية من قبل وزارة الخارجية العراقية .

*- ان تكون هناك ملحقيات صحفية في السفارات العراقية .

*- تخصيص مبالغ مناسبة لتغطية الانشطة الإعلامية في السفارة .

*- وضع خطط عمل سنوية للعمل الإعلامي على الساحة .

*- اخرى (يرجى ذكرها ان وجدت)

أ-

ب-

ج-

د-

ملحق رقم (3)

السفارات العراقية في العالم وحسب موقعها من القارات

المدينة	الدولة	ت
الرياض	السعودية	1
الكويت	الكويت	2
أبوظبي	الإمارات	3
المنامة	البحرين	4
مسقط	عمان	5
الدوحة	قطر	6
بيروت	لبنان	7
صنعاء	اليمن	8
القاهرة	مصر	9
الجزائر	الجزائر	10
الرباط	المغرب	11
تونس	تونس	12
طرابلس	ليبيا	13
الخرطوم	السودان	14
دمشق	سوريا	15
عمان	الأردن	16
نواكشوط	موريتانيا	17
موسكو	روسيا	18
بكين	الصين	19
وارشو	بولندا	20
صوفيا	بلغاريا	21
بودابست	هنغاريا	22
روما	إيطاليا	23
بلغراد	صربيا والجبل الأسود	24
بوخارست	رومانيا	25
براغ	الچيك	26

طوكيو	اليابان	27
مانيلا	فلبين	28
هانوي	فيتنام	29
كولومبو	سريلانكا	30
ابوجا	نيجيريا	31
سيئول	كوريا الجنوبية	32
نيروبي	كينيا	33
طهران	ايران	34
بريتوريا	جنوب افريقيا	35
داكار	السنغال	36
برازيليا	البرازيل	37
مكسيكو	المكسيك	38
كراكاس	فنزويلا	39
انقره	تركيا	40
نيودلهي	الهند	41
اسلام اباد	باكستان	42
دكا	بنغلادش	43
كابول	أفغانستان	44
كوالامبور	ماليزيا	45
جاكارتا	اندونيسيا	46
برلين	المانيا	47
واشنطن	الولايات المتحدة الامريكية	48
لندن	بريطانيا	49
باريس	فرنسا	50
روما	ايطاليا	51
الفاتيكان	الفاتيكان	52
بروكسل	بلجيكا	53
هلنسكي	فنلندا	54
بيرن	سويسرا	55

ستوكهولم	السويد	56
اوتاوا	كندا	57
لاهاي	هولندا	58
فيينا	النمسا	59
اثينا	اليونان	60
مدريد	اسبانيا	61
لشبونه	البرتغال	62
كانبيرا	استراليا	63
كييف	اوكرانيا	64
مينسك	بلاروسيا	65
كوبنهاغن	الدنمارك	66
أوسلو	النرويج	67
سانتياغو	تشيلي	68
باكو	اذربيجان	69
براتسلافا	سلوفاكيا	70
استانا	كازخستان	71
تبيليسي	جورجيا	72

السفارات العراقية حسب القارات

قارة اسيا		
الرياض	السعودية	1
الكويت	الكويت	2
ابوظبي	الإمارات	3
المنامة	البحرين	4
مسقط	عمان	5
الدوحة	قطر	6
بيروت	لبنان	7
صنعاء	اليمن	8
دمشق	سوريا	9

عمان	الاردن	10
بكين	الصين	11
باكو	اذربيجان	12
استانا	كازخستان	13
تبيليسي	جورجيا	14
طوكيو	اليابان	15
مانيلا	فلبين	16
هانوي	فيتنام	17
كولومبو	سريلانكا	18
سيئول	كوريا الجنوبية	19
طهران	ايران	20
انقره	تركيا	21
دلهي	الهند	22
اسلام اباد	باكستان	23
داكا	بنغلادش	24
كابول	أفغانستان	25
كولامبور	ماليزيا	26
جاكارتا	اندونيسيا	27
قارة اوربا		
وارشو	بولندا	1
صوفيا	بلغاريا	2
موسكو	روسيا	3
بودابست	هنكاري	4
روما	ايطاليا	5
بلغراد	صربيا والجبل الاسود	6
بوخارست	رومانيا	7
براغ	الجييك	8
برلين	المانيا	9
لندن	بريطانيا	10

باريس	فرنسا	11
روما	ايطاليا	12
الفاتيكان	الفاتيكان	13
بروكسل	بلجيكا	14
هلسنكي	فنلندا	15
بيرن	سويسرا	16
ستوكهولم	السويد	17
لاهاي	هولندا	18
فيينا	النمسا	19
اثينا	اليونان	20
مدريد	اسبانيا	21
لشبونة	البرتغال	22
كييف	اوكرانيا	23
مينسك	بلاروسيا	24
كوبنهاغن	الدنمارك	25
اوسلو	النرويج	26
براتسلافا	سلوفاكيا	27
قارة افريقيا		
القاهرة	مصر	1
الجزائر	الجزائر	2
الرباط	المغرب	3
تونس	تونس	4
طرابلس	ليبيا	5
الخرطوم	السودان	6
نواكشوط	موريتانيا	7
ابوجا	نيجيريا	8
نيروبي	كينيا	9
بريتوريا	جنوب افريقيا	10
داكار	السنغال	11

قارة امريكا الجنوبية		
برازيليا	البرازيل	1
مكسيكو	المكسيك	2
كراكاس	فنزويلا	3
سانتياغو	تشيلي	4

قارة امريكا الشمالية		
واشنطن	الولايات المتحدة الامريكية	1
اوتاوا	كندا	2

قارة استراليا		
كانبيررا	استراليا	1