

مصادقية المتحدث الرسمي للحكومة لدى الجمهور العراقي /دراسة مسحية

م. د. علي عبد الهادي الأمير
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

ملخص

يعد المتحدث الرسمي المسؤول الأول عن نقل المعلومات والرسائل الاتصالية التي تحمل وجهة نظر الحكومة تجاه القضايا السياسية والاقتصادية المختلفة والتي تؤثر على اتجاهات الرأي العام نحو الأداء المتحقق للمؤسسات الحكومية المختلفة ولغرض التواصل مع وسائل الإعلام بشكل ايجابي وفعال تبنت عدد من المؤسسات في العالم عامة وفي العراق خاصة إلى تسمية متحدث رسمي يقوم بمهام تنسيق الجهود ونشر الأخبار والأعداد للمؤتمرات الصحفية بما يساهم في تحقيق مستوى ايجابي وفعال بين الحكومة ووسائل الإعلام، ولذا فقد جاء هذا ليتناول مصادقية المتحدث الرسمي الحكومي لدى الجمهور بوصفها عاملاً مهماً ينعكس على طبيعة التلقي السائدة لدى الجمهور والصورة المنطبعة عن أدائه الإعلامي والمهني لاسيما خلال أوقات الأزمات ، عن طريق استمارة استبيان وزعت في محافظتي بغداد والسليمانية على (١٨١) مفردة وقد توصل إلى عدد من النتائج كان أبرزها :-

١ . جاءت مهمة الناطق الإعلامي في دعوة وسائل الإعلام لتوضيح موقف الحكومة من علاقاتها مع دول الجوار بالمرتبة الأولى وبمتوسط حسابي (٣,٦).

٢. المتحدث الرسمي باسم الحكومة العراقية يتمتع بمستوى مصادقية عالية لدى الجمهور ، حيث حصل المستوى المرتفع على مقياس مصادقية المتحدث الرسمي على (١٠٠) تكرار ، وبنسبة مئوية (٥٥,٢)٪.

الكلمات المفتاحية : المصادقية ، المتحدث الرسمي ، وسائل الاعلام، الحكومة، القائم بالاتصال

The credibility of the official government spokesman to the Iraqi public / Survey Study

Dr. Ali Abdel Hadi Abdel Amir

Ministry of Higher Education and Scientific Research

Abstract

The official spokesperson has considered responsible for the transmission of information and communication messages that convey the government's view on the various political and economic issues that affect the public opinion towards the performance achieved by the various governmental institutions and for the purpose of communicating with the media in a positive and effective manner, a number of institutions in the world in general and in Iraq in particular have nominated a spokesman to coordinate the efforts and the dissemination of news and the preparation of press conferences to contribute to the achievement of a positive and effective level between the government and the media, so this study has tackled to deal with the credibility of the government official spokesman to the public as an important factor reflected on the nature of the public reception and the image of his media and professional performance, especially during crisis, through questionnaire distributed in Baghdad and Alsulaymaniyah on (181) individuals and the study has reached a number of results:

1. The task of the media spokesperson to invite the media to clarify the government position regarding its relations with the neighboring countries has come the first rank and with an average of (3.6).

2. The official spokesperson of the Iraqi government has a high level of credibility among the public. The high level of credibility of the official spokesman was achieved at 100 frequency and a percentage of 55.2%.

Keywords: Credibility, Spokesperson, Media, Government, Communicator

مقدمة

يعد المتحدث الرسمي المسؤول الأول عن علاقة الحكومات والمؤسسات المختلفة بوسائل الإعلام بوصفه القائم بالاتصال الذي يتولى صياغة الرسائل الاتصالية ونشر الأخبار ونشرها لتوضيح المواقف والاتجاهات والرؤى التي يمكن أن تؤثر في طبيعة الرأي العام بوصفه شديد التأثير بمجريات الأحداث السياسية والاقتصادية خاصة في ظل أوقات الطوارئ والأزمات وتعد الولايات المتحدة الأمريكية من أوائل الدول التي ظهرت فيها وظيفية المتحدث الرسمي، إذ يقوم بمهمة التعامل مع وسائل الإعلام المختلفة بمختلف توجهاتها وأنماط ملكيتها حكومية كانت أو خاصة لذا فإن هذه الوظيفة تشترط في من يقوم بها صفات ومؤهلات معينة يستطيع من خلالها بناء صورة ذهنية ايجابية عن طبيعته الأداء المؤسسي والمنجزات التي تحققها الحكومات والمنظمات وتعد المصادقية من أهم الصفات التي ينبغي أن تتوفر في المتحدث الرسمي باعتباره قائماً بالاتصال يسعى إلى أحداث التأثيرات وإقناع الجمهور بمضامين رسائله الاتصالية بما يساهم في تعزيز قدرته على التعامل مع وسائل الإعلام ومختلف أنواع الجمهور إذ يعد المتحدث الرسمي في بعض الأحيان المصدر الإخباري الوحيد خاصة في ظل أوقات الأزمات ومواجهة بعض التسريبات التي يمكن أن تؤثر في اتجاهات الجمهور، خاصة أن الجمهور في ظل التطورات التكنولوجية الحديثة أصبح يتعامل مع مختلف الوسائل الإعلامية ومواقع التواصل الاجتماعي التي تمكنه من التأكد من صحة المعلومات التي يقدمها المتحدث الرسمي، ولذا فقد جاء هذا البحث ليتناول موضوع مصادقية المتحدث الرسمي باسم الحكومة العراقية بوصفه وظيفية مهمة ظهرت بعد عام ٢٠٠٣م يتولى خلالها تقديم مختلف الأخبار وشرح وجهات نظر الحكومة بما يضمن اتساح المواقف والرؤى أمام مختلف الجماهير العربية والدولية، معتمداً على تصميم استمارة استبيان تضمنت عدداً من الأسئلة التي يهدف من خلالها إلى التعرف على أهم المهارات الاتصالية التي ينبغي بيان تتوفر في المتحدث الرسمي إلى جانب أسئلة بخصوص رأي الجمهور في بعض المهام التي يؤديها المتحدث، بوصفه قائماً بالاتصال، مع مقياس المصادقية كونه يتكون من عدد من المعايير التي تساهم في تكوينه ويستطيع من خلاله الجمهور أن يحكم على طبيعته المضمون المقدم في الرسائل الاتصالية التي يتعرض لها من مختلف وسائل الإعلام، ولقد توصل البحث إلى عدد من النتائج المهمة بعد إجراء عملية تحليل الإجابات التي حصل عليها من توزيع استمارة الاستبيان على الجمهور العراقي .

الإطار المنهجي للبحث

أولاً: مشكلة البحث

يتطلب تحديد مشكلة البحث تحديد النقاط الأساس والفرعية للمشكلة فضلاً عن تحديد العوامل الرئيسية التي دفعت الباحث إلى اختيار المشكلة وبداً فإن مشكلة البحث تحدد بـ.....: (مدى مصادقية المتحدث الرسمي باسم الحكومة العراقية لدى الجمهور العراقي بوصفه قائماً بالاتصال يسعى إلى نشر المعلومات التي توضح القرارات الحكومية ومواقفها من مختلف القضايا التي مصالح واهتمامات الجمهور).

ثانياً: أهمية البحث

تتمثل أهمية البحث الحالي في :

١. تعد وظيفة المتحدث الرسمي للحكومة من الوظائف الرسمية الحديثة التي ظهرت في بعد التغيير السياسي في العراق، حيث تقع على عاتقه شرح وجهة نظر الحكومة تجاه مختلف القضايا العالمية والمحلية، فضلاً عن شرح توجهات الحكومة المستقبلية والقرارات التي تتخذها، معتمداً في ذلك على مصداقية المضمون التي يقدمها في الرسالة الاتصالية بما يسهم في تعزيز ثقة الجمهور به ويسهم في كسب ثقتهم .

٢. إضافة للدراسات الإعلامية، في مجال المصادقية بوصفها من المصطلحات الإعلامية المهمة التي لاقت اهتماماً من قبل المختصين وأساتذة الاتصال كونها الأساس الذي يعتمد عليه الجمهور في مدى تقييمه للأداء الإعلامي المقدم من قبل القائم بالاتصال بما ينعكس على الانطباعات المتكونة في ذهنية المتلقي.

ثالثاً: أهداف البحث

يهدف البحث إلى :

١. التعرف على أهم قدرات المتحدث الرسمي في أداء مهمته الرسمية من وجهة نظر الجمهور.
٢. التعرف على أهم المهارات الاتصالية التي ينبغي أن تتوفر في المتحدث الرسمي من وجهة نظر الجمهور .
٣. التعرف على أهم معايير المصادقية المتوفرة في المتحدث الرسمي كقائم بالاتصال من وجهة نظر الجمهور كونه يتعرض إلى المضامين التي يقدمها وتتعلق بقضايا تمس مصالحه وتسهم في تشكيل اتجاهاته.

رابعاً: منهج البحث وأدواته

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تستهدف وصف الظواهر والتعرف على عناصرها ومكوناتها عن طريق جمع المعلومات والبيانات وتحليلها وتفسيرها بما يتيح تقديم صورة دقيقة وموضوعية عن الظاهرة التي هي قيد البحث (١)، ولأجل تحقيق أهداف البحث تمت الاستعانة بالمنهج المسحي بوصفه من المناهج الأساس في البحوث الوصفية التي تستهدف وصف السمات والآراء والاتجاهات لدى عينة ممثلة من الأفراد لمجتمع ما، بما يسمح بتعميم نتيجة المسح على المجتمع الذي سحبت منه العينة (٢)، لذا فقد تطلبت إجراءات البحث الاستعانة بأداة الاستبيان من خلال تصميم استمارة تتضمن عدداً من الأسئلة وعرضها على الخبراء (*) والأخذ بالملاحظات التي قدمها الخبراء بما يسهم في تطوير أداة البحث والهدف من استخدامها. ولغرض التحقق من ثبات الأداة تم تطبيقها على ما نسبته (١٠٪) من عينة البحث وبواقع (٢٠) مفردة ثم إعادة الاختبار في محافظتي بغداد والسليمانية ثم إعادة تطبيقها، بعد (١٥) يوماً، على نفس المفردات، ثم احتساب درجة الثبات إذ بلغت (٨٠,٣) وهي نسبة مقبولة ومستوفية لاستكمال إجراءات البحث.

عينة البحث

تعد العينة المتاحة من العينات غير الاحتمالية، وتقوم على اختيار وحدات العينة الأكثر إتاحة للباحث (٣)، إذ تم توزيع (٢٠٠) استمارة في محافظتي بغداد (ممثلة لحكومة المركز) والسليمانية (ممثلة لحكومة الإقليم) بواقع (١٠٠) استمارة لكل محافظة بلغ عدد الاستمارات المسترجع منها في محافظة بغداد (٩١) استمارة ومحافظة السليمانية (٩٠) استمارة، حيث تم إدخال (١٨١) استمارة في البرنامج الإحصائي (SPSS) لأجراء العمليات الإحصائية واستخراج النسب والتكرارات المئوية .

سادسا. مجالات البحث

١. المجال المكاني: ويتحدد بالعاصمة العراقية (بغداد) ومدينة السليمانية في شمال العراق .
٢. المجال البشري: ويتحدد ب (عينة متاحة) من أفراد الجمهور العراقي في محافظتي بغداد والسليمانية .
٣. المجال الزمني: تم انجاز البحث في المدة الزمنية الممتدة من ١/٥/٢٠١٧ ولغاية ٣٠/٩/٢٠١٧.

المصادقية وتعريفها

تعد المصادقية من العوامل المهمة والمؤثرة في عملية الاتصال، والدافع لأدبيات التعامل مع المنتج الإعلامي، فالحقيقة هي المحرك للإعلامي وللوصول اليها ينبغي أن تكون سلسلة من الجهود المبذولة في صياغة الرسائل الاتصالية ومضمونها وما تحمله من دلالات قادرة على كسب ثقة المتلقي. وتكمن أهمية متغير المصادقية في كونه يمثل المتغير الفاعل والرئيس في عملية الاقتناع وتعديل اتجاهات الرأي العام نحو القضايا البارزة في المجتمع. وقد أشار (هوفلاند) منذ زمن مبكر إلى ان المصادقية تمثل المتغير الأهم في حدوث الإقناع وتكريس تأثيرات وسائل الإعلام.(٤)، إذ تشير الاتجاهات العلمية الحديثة في دراسات الإعلام إلى ان تأثيرات المصادقية ليست علاقة أحادية الجانب من الوسيلة إلى الجمهور، ولكنها عملية تنطوي على العديد من المتغيرات المرتبطة بالمرسل والوسيلة ذاتها والرسالة الإعلامية وخصائص الجمهور المتلقي ومناخ الرأي السائد في المجتمع نحو القضايا البارزة في فترات زمنية معينة(٥)، لذا فان الخطوة الأولى لتعزيز المصادقية لدى الجمهور تبدأ بالمرسل بوصفه الشخص الذي يتولى صياغة أفكاره في رموز ومعاني تجد لها قبول عند المتلقي فتتحقق مصادقية المرسل التي توصف بأنها درجة الثقة التي يوليها مستقبل الرسالة للمصدر أو الرسالة الاتصالية، إذ إن الثقة بالمصدر تهيئ لاستهواء الجمهور بما يدفعهم إلى قبول مضمون الرسالة الاتصالية (٦) فإذا وثق الجمهور بمصدر إعلامي فانهم في الغالب يقبلون ما يقوله ذلك المصدر ويصدقونه (٧).

وتعرف المصادقية بأنها(المدى الذي يتم فيه رؤية المصدر كخبير يعرف الإجابات الصحيحة وينقل الرسائل من دون تغيير، وتنبع خبرة المصدر من عدة عوامل مثل التدريب والخبرة بالموضوع والقدرة على الاتصال بما تحتويه من مهارات الكلام والكتابة والتعبير الاحترافية وال.....وضع الاقتصادي.(٨) ويصف تعريف أخر المصادقية بأنها (المدى الذي

يتم فيه رؤية المصدر على انه يعرف الجواب الصحيح كخبير والمدى الذي يتم فيه الحكم عليه بناء على كونه يتصل بالآخرين من دون تحيز كموضع ثقة وقد عدها الكثير واحدة من ثلاث عوامل «المصداقية، الجاذبية، السلطة» التي تجعل المصدر أو المتصل مؤثراً في إقناع الجمهور، إذ تؤدي مصداقية المصدر إلى تفاعلنا الداخلي مع الأفكار الجديدة وتؤدي جاذبية المصدر إلى التقمص وتؤدي القوة (السلطة- النفوذ) إلى الإذعان (٩) فيما يذهب تعريف آخر للمصداقية فيصفها بأنها (درجة قابلية سلوك طرف معين لأن يصدق الطرف الآخر (١٠) وقدمت إحدى الدراسات التي أجريت بشأن المصداقية تعريفاً لها من وجهة نظر (صانع القرار ومصدر الخبر) فعرّف المصداقية بأن.....ها (القدرة على معرفة ما يجري بالنسبة للشعب أو الجمهور أو المستهلك بكلمات أخرى إلى أي مدى يستفيد صانع القرار من انعكاسات ما يجري في الصحف في إصدار قراره) (١١) .

وهذا يتفق مع الاتجاه الذي تذهب إليه بعض الأدبيات الإعلامية من أن المصداقية تخص ثلاثة مستويات (الوسلية، والمضمون، والمصدر). مما يتماشى مع سياق بحثنا هذا في دراسة مصداقية المتحدث الرسمي كمصدر للرسالة الاتصالية. ومن الأهمية بمكان الإشارة إلى أن أهم العوامل التي تسهم في نجاح عملية الاتصال هو أن يكون المرسل موضع ثقة عند المستقبل فهي الأساس الذي يبني عليه المستقبل تصديقه للرسالة، وقد أجريت عدد من الدراسات بخصوص تأثير المصدر على المستقبلين كالتجارب التي أجراها (فلاند وفايس) ، إذ اختاروا مجموعتين تعرضت الأولى لمصدر موثوق به إلى حد كبير، أما المجموعة الثانية فقد تعرضت لمصدر أقل ثقة من الأولى بكثير، وأثبتت هذه التجارب أن المصدر الموثوق به يمكن الاقتناع بوجهة نظره إلى درجة تبلغ ثلاثة أضعاف ونصف تلك الدرجة التي يبلغها المصدر الأقل ثقة، (١٢)، وتبرز أهمية المصداقية في أنها تجعل الرسالة أكثر اقناعاً، كما تعد عاملاً أساساً في تحديد العلاقة بين المستقبل ومصدر الرسالة الاتصالية (١٣).. ولقد اتضح ان المصداقية عامل مهم لاختيار المحتوى الإعلامي في وقت تعددت فيه وسائل الإعلام التقليدية وغير التقليدية وأصبحت المعلومات التي تتدفق ليل نهار فضلاً عن أنه تبين أن المصداقية قد تؤثر في النجاح المهني على مستوى الفرد والمؤسسة. (١٤) فالجماهير لديها استعدادات مسبقة لتصديق ما يقدم في وسائل الإعلام (كمصادر للمعلومات)، إذ تعد الرسالة الاتصالية المقدمة من خلالها حقيقة وواقعية كونها ظهرت على شاشة التلفزيون أو صحيفة (١٥). أو تم نشرها من قبل المتحدث الرسمي في وسائل الاعلام بوصفه مصدر الرسالة الاتصالية والمعلومات التي يقدمها وهي قابلة للتصديق. فمصداقية المصدر من العوامل المهمة في تصديق الرسالة من المتلقين، إذ تعتمد مصداقية المصدر على الخبرة (expertise) و زيادة الثقة (trustworthiness) إذ يشير مفهوم الخبرة إلى ادراك المتلقي أن القائم بالاتصال لديه الإجابة الصحيحة عن السؤال أو القضية المطروحة، فهي تعتمد على النزاهة والانجاز المهني والمكانة الاجتماعية فالمصدر الخبير هو الذي يمتلك معلومات صادقة عن الموضوع وأما زيادة الثقة فمعناها أدراك المتلقي أن القائم بالاتصال يقدم المعلومات بشكل موضوعي من دون تحيز. (١٦). ومن الجدير بالذكر أن (هوفلاند & وجنز) توصلوا في دراساتهم عن الإقناع في وسائل

الإعلام ، إلى أسباب كثيرة تؤدي إلى التأثير بهذه الوسائل ومن أهمها (صحة المصدر) المقتبس منه الموضوع ، وأهميته بالنسبة للمستقبل (١٧). وهذا ما يتطابق في حد ذاته مع ضرورة أن يكون المتحدث ذو مصداقية عالية كونه مصدرًا للمعلومات لكثير من وسائل الإعلام المحلية والعربية والدولية ويقوم بتقديم مختلف الأنشطة والانجازات إلى الحكومة إلى جانب القرارات التي تتخذها في مرحلة معينة، مثل القرارات التي اتخذتها الحكومة العراقية جَراء انخفاض أسعار النفط ، وتحدث عنها المتحدث الرسمي ووضح الآليات التي اعتمدها الحكومة العراقية خلال هذه المرحلة ، وسبل تنفيذها .

المتحدث الرسمي

شهدت الساحة الإعلامية والسياسية في الآونة الأخيرة اهتماما كبيرا بوظيفة المتحدث الرسمي اذ عهدت الحكومات والوزارات والمنظمات الكبرى إلى من يتولى هذا المنصب مسؤولية التعامل مع وسائل الإعلام من اجل إيصال وجهة نظرها إلى الجمهور بدقة وموضوعية إليها بما يسهم في تعريف الرأي العام بمواقفها وأنشطتها ومن ثم أصبح المتحدث الرسمي أحد أهم مصادر الإخبار للإعلاميين وأصبح يتبوأ ترتيبا متقدما في سلم مصادر المعلومات ووسائل الإعلام ، وبخاصة في أوقات الأزمات والأحداث المهمة (١٨) ، ويوصف المتحدث الرسمي بأنه ذلك المسؤول المكلف بنشر ما يراه مناسبًا من أخبار ومعلومات واتجاهات وقرارات تتعلق بالمنشأة التي يمثلها وسياسيتها ومواقفها المختلفة إزاء القضايا المختلفة التي تهم الحكومة أو تهم الرأي العام ووسائل الإعلام (١٩). ويذهب احد التعاريف في الاتجاه نفسه اذ يرى أن المتحدث الرسمي هو (الشخص الذي يحترف نقل وتقديم المعلومات بصوته إلى الجماهير بواسطة مختلف الوسائل الاتصالية (ندوات ، مؤتمرات ، لقاءات خاصة) (٢٠) .

ومن الجدير بالذكر ضرورة أن تكون هذه المعلومات تتميز بالمصداقية لدى الجمهور المستقبل لأنها ستسهم في تشكيل انطباع الجمهور المستقبل عن المتحدث الرسمي الأمر الذي يؤثر في مستوى التفاعل مع التصريحات والأخبار التي يقدمها خاصة في اثناء أوقات الأزمات والصراعات المجتمعية ، فالمصداقية رأس مال المتحدث الرسمي وأساسه المهني ، إلى جانب التعاطف والدقة وإجادة التعامل مع وسائل الإعلام ، وأن يحتفظ دائما بهدوء الأعصاب وعدم التوتر خاصة عند التعرض للهجوم والانتقاد من جانب الجماهير الخارجية ووسائل الإعلام ، فمن الضروري أن تمنح الإدارة العليا للمتحدث الرسمي الثقة اللازمة والقدرة على تقدير الموقف ، واتخاذ التصريحات الفورية اللازمة للتعامل مع وسائل الإعلام . (٢١) . ومن الجدير بالذكر إلى أن قدرة الحكومة على إدارة العلاقات والمعلومات مع الجمهور ووسائل الإعلام يتوقف على جزء رئيس منها على اختيار وتسمية المتحدث الرسمي باسمها ووضع نظام اتصالي فعال لإدارة المعلومات التي ينقلها إلى الجمهور، الذي يبحث عن المعلومات التي تحقق احتياجاته المعرفية والرغبة في إزالة مشاعر الخوف والقلق في حالة الأزمات والأحداث المتواترة. هذا وقد بدأت الحكومة العراقية باعتماد وظيفة المتحدث الرسمي منذ عام (٢٠٠٣) وبرزت عدت شخصيات تبوأَت منصب المتحدث الرسمي باسم الحكومة

العراقية، قد اهتمت بتحقيق التواصل الفعال مع وسائل الإعلام المحلية والعربية والدولية .

مهام المتحدث الرسمي

يسعى المتحدث الرسمي إلى تحقيق عدة مهام المتعلقة بأداء وظيفته الرسمية، يسعى من خلالها إلى تحقيق أهداف الجهة التي يمثلها بالوصول إلى الجماهير المختلفة وشرح وتوضيح الحقائق أمام الرأي العام، بالشكل الذي يسهم في تحقيق نوع من الشفافية مع الجمهور المستهدف، خاصة المتحدث الرسمي باسم الحكومة بوصفه القائم بالاتصال والناقل للمعلومات الذي يهتم بإبراز الجهود الحكومية في مختلف القطاعات لكسب الجمهور وتكوين رأي ايجابي تجاهها، فالهدف الأساسي من تحديد متحدث رسمي هو الحرص على الدقة والموضوعية في الأخبار التي تنقل عن المنظمة إلى وسائل الإعلام، (٢٢) وخاصة فيما يتعلق بالبيانات والإحصائيات الصادرة عن المؤسسة التي يمثلها كالجهات الحكومية التي تكون مسؤولة عن قطاع معين كقطاع الصحة أو التعليم أو القطاع الأمني، ومن الأهمية بمكان الإشارة إلى أن مهام المتحدث الرسمي تحدد ب (٢٣) .

١. تحسين الصورة الخاصة بالجهة التي يمثلها .
٢. توضيح فوائد القرارات والمواقف التي اتخذتها الجهة التي يمثلها.
٣. اقناع الجمهور بالقرارات الصادرة .
٤. توضيح مواقف وقرارات الجهة التي يمثلها .
٥. الدفاع عن المؤسسة أو الجهة التي يمثلها أمام وسائل الإعلام.

والى جانب هذه المهام هناك مهام إضافية تتعلق بالمهارات الفنية للمتحدث الرسمي كممارس للعلاقات للعام في المؤسسة الحكومية والتي تتطلب مستوى عالياً من المهارات في شرح وتوعية الجمهور بالقوانين والتي تتخذها الحكومة في وقت ما كوقت الأزمات السياسية والاقتصادية فضلاً عن الأزمات المفاجئة كانهض الأسعار أو حوادث اختطاف الطائرات، وهنا يبرز دور المتحدث الرسمي في كتابة البيانات الصحفية، وعقد المؤتمرات الصحفية، ودعوة الصحفيين وتسهيل أمورهم في التقاء المسؤولين الكبار، الى جانب التخطيط لاصدار البيانات التوضيحية بشأن آليات حدوث الأزمة، والحلول المقترحة لتجاوزها والتغلب على أثارها. وتجدد الإشارة إلى أن المتحدث الرسمي هو قائم بالاتصال يسعى إلى نقل وعرض وجهة نظر المنظمة وموقفها من الأحداث والمسؤول أيضاً عن تعريف الجماهير بجهود المنظمة وسعيها للحفاظ على مصالح جماهيرها، لذا فمن أولى صفات المتحدث الرسمي كقائم بالاتصال هي المصداقية والدقة في النقل، والحصول على المعلومات والحقائق التي تنقل صورة حقيقة عن جهود المؤسسة التي تيدلها، معبراً تعبيراً حقيقياً عن نشاط المؤسسة في تعاملها مع الجمهور (٢٤). فهو حلقة الوصل بين وسائل الإعلام والجمهور الخارجي وبين الجهة التي يمثلها .

كما أنه ينبغي أن يتوافر لديه حس إعلامي وقدرة على التحدث بلباقة وتخطي المواقف الصعبة إلى جانب توافر الثقافة العامة لديه بحيث يستطيع الرد على جميع الأسئلة واحتواء كافة المواقف الممكن التعرض لها فضلاً عن سرعة بديهيته وأن يكون وعلى قدر عال

من الذكاء بحيث يستطيع التعامل مع المواقف المتنوعة وأسئلة الإعلاميين المتواصلين معه (٢٥). ولقد أشارت إحدى الدراسات التي أجريت على اتجاهات الصحفيين نحو المتحدث الرسمي إلى أنهم يعتمدونهم كمصدر لمعلوماتهم، ويزداد هذا الاعتماد في حالة الأزمات كونها تتطلب معلومات وتتطلب ظهور المتحدث والمسؤول باستمرار، وأن أكثر الأنشطة الاتصالية التي يمارسها المتحدث الرسمي من وجهة نظرهم هو اصدار بيانات صحفية بخصوص أنشطة المؤسسات والأحداث التي تمر بها (٢٦).

الجانب الميداني للبحث

جدول (١) يوضح السمات الديموغرافية والتحصيل العلمي لمفردات عينة البحث

المتغيرات الديموغرافية	ك	%
النوع	ذكر	٥٧,٥%
	أنثى	٤٢,٥%
العمر	من ١٨ الى أقل من ٢٢	٢٧,١%
	من ٢٢ الى أقل من ٢٧	٢٦,٥%
	من ٢٧ الى أقل من ٣١	١٥,٥%
	من ٣١ الى أقل من ٣٦	١٢,٢%
	من ٣٦ الى أقل من ٤١	٦,٦%
	من ٤١ الى أقل من ٤٦	٥,٥%
	من ٤٦ فأكثر	٦,٦%
التحصيل العلمي	ابتدائية	٠,٦%
	متوسطة	٣,٩%
	اعدادية	٩,٩%
	دبلوم	٢٨,٧%
	بكلوريوس	٤١,٤%
	ماجستير	٩,٤%
دكتوراه	٦,١%	

النوع الاجتماعي

يتضح من البيانات التفصيلية المبينة في الجدول (١) ان عدد الذكور (١٠٤) مفردة وبنسبة مئوية بلغت (٥٧,٥%)، وقد بلغ عدد الاناث (٧٧) وبنسبة مئوية بلغت (٤٢,٥)، مما يشير الى تفوق عدد الذكور على عدد الاناث في عينة البحث

الفئات العمرية: تشير بيانات الجدول (١) الى ان الفئات العمرية لافراد عينة البحث توزعت وفقاً للفئات الآتية :-

١. (١٨ - الى أقل من ٢٢) بلغت (٤٩ مفردة) وبنسبة مئوية بلغت (٢٧,١%).

٢. (من ٢٢ الى أقل من ٢٧) بلغت (٤٨ مفردة) وبنسبة مئوية بلغت (٢٦,٥).

٣. (من ٢٧ الى اقل ٣١) بلغت (٢٨) مفردة وبنسبة مئوية بلغت (١٥,٥%).
 ٤. (من ٣١ الى اقل ٣٦) بلغت (٢٢) مفردة وبنسبة مئوية بلغت (١٢,٢%).
 ٥. (من ٣٦ الى اقل من ٤١) بلغت (١٢) مفردة وبنسبة مئوية بلغت (٦,٦%).
 ٦. من ٤١ إلى اقل من ٤٦) بلغت (١٠) مفردة وبنسبة مئوية بلغت (٥,٥%).
 ٧. من (٤٧ - فاكثر) بلغت (١٢) مفردة وبنسبة مئوية بلغت (٦,٦%).
- مما يشير إلى الفئة العمرية من (١٨ - إلى اقل من ٢٢) حصلت على أعلى نسبة من التكرارات ضمن مفردات عينة البحث

التحصيل العلمي

- تشير البيانات التفصيلية للجدول رقم (١) ان الشهادات الحاصلين عليها مفردات عينة البحث توزعت وفقاً للاثي :-
١. الابتدائية: بلغت نسبة الحاصلين على شهادة الابتدائية بلغت مفردة واحدة (١) وبنسبة مئوية (٠,٦%).
 ٢. المتوسطة : بلغت نسبة الحاصلين على شهادة (المتوسطة) بلغت (٧) مفردات وبنسبة مئوية (٣,٩%).
 ٣. الاعدادية: بلغت نسبة الحاصلين على شهادة (الاعدادية) بلغت (١٨) مفردة وبنسبة مئوية (٩,٩%).
 ٤. دبلوم: بلغت نسبة الحاصلين على شهادة (الدبلوم) بلغت (٥٢) مفردة وبنسبة مئوية (٢٨,٧%).
 ٥. بكالوريوس: بلغت نسبة الحاصلين على شهادة (البكالوريوس) بلغت (٧٥) مفردة وبنسبة مئوية (٤١,٤%).
 ٦. ماجستير: بلغت نسبة الحاصلين على شهادة (الماجستير) بلغت (١٧) مفردة وبنسبة مئوية (٩,٤%).
 ٧. دكتوراه: بلغت نسبة الحاصلين على شهادة (الدكتوراه) بلغت (١١) مفردة وبنسبة مئوية (٦,١%).
- مما يشير إلى أن عدد الحاصلين على شهادة البكالوريوس من مفردات عينة البحث مثلت أعلى نسبة بواقع (٧٥) تكراراً وبنسبة مئوية بلغت (٤١,٤%).

جدول رقم (٢) يوضح مدى اعتقاد الجمهور بقدرة المتحدث الرسمي على تأديته لهذه المهام

العبارة	اتفق بشدة		اتفق		محايد		لا اتفق		لا اتفق بشدة	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
	دعوة وسائل الإعلام المحلية العالمية لتوضيح موقف الحكومة من علاقاتها مع دول الجوار	١٠٠	٧٤	٤٠	٤٠	٢٠	٢٠	١٠	١٠	١٠
شرح موقف الحكومة واجراءاتها بشأن الأزمات الحالية في الشارع العراقي .	١٠٠	٧٤	٤٠	٤٠	٢٠	٢٠	١٠	١٠	١٠	١٠

البيانات	اتفق بشدة		اتفق		محايد		لا اتفق		لا اتفق بشدة		الدرجة
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
	عدد التقييم		عدد التقييم		عدد التقييم		عدد التقييم		عدد التقييم		
الاهتمام بصياغة الرسائل الاتصالية الكفيلة باقناع الجمهور بالقوانين والسياسات المتخذة	١٠	١١	٧٧	٤٢,٥	٥١	٢٨,٢	٢١	١٤,٤	٧	٣,٩	٢
التواصل بفاعلية مع الجمهور العراقي من خلال صفحته الرسمية على الفيس بوك	٢٤	١٣,٣	٧٠	٣٨,٧	٤٤	٢١,٥	٢٨	١٥,٥	١١	٦,١	٤
نقل الحقائق إلى الجمهور بشفافية وموثوقية	١٧	٩,٤	٦٤	٣٥,٤	٥٧	٣١,٥	٤٠	٢٢,١	٣	١,٧	٥
استخدام استطلاعات الرأي العام الالكتروني للتعرف على اتجاهات الراي العام المحلي تجاه مختلف الاحداث بالعراق	٥٥	٢٨,٧	١٠	٣,١	٥٠	٢٧,٦	٢٤	١٢,٨	١٢	٦,٢	١
المتوسط العام											٢,٤

٢. يتضح من الجدول (٢) ان المتحدث الرسمي الحكومي قادر على القيام بالمهام الاتيه وفقاً لآراء الجمهور (عينة البحث) التي تمثلت بالاتي:

١. دعوة وسائل الاعلام المحلية والعالمية لتوضيح موقف الحكومة من علاقاتها مع دول الجوار: اشار (٣٠) مفردة وبنسبة مئوية (١٦,٦) الى مدى (اتفق بشدة) و اشار (٧٣) مفردة وبنسبة مئوية (٤٠,٣) الى مدى اتفق ، في حين اشارت (٥٦) مفردة الى مدى محايد وبنسبة مئوية (٣٠,٩) % وقد اشار (٢٠) مفردة الى مدى لا اتفق وبنسبة مئوية (١١) % في حين اشار (٢) الى مدى لا اتفق بشدة وبنسبة مئوية (١,١) % . مما يعطينا مؤشرا على ان الجمهور متفق وبنسبة (٤٠) % ان من بين مهام المتحدث الرسمي الحكومي هو دعوة وسائل المحلية والعالمية لتوضيح موقف الحكومة العراقية من علاقاتها الدولييه مع دول الجوار حيث حصلت على المرتبة الأولى من بين المهام وبمتوسط حسابي وبمتوسط حسابي (٣,٦) .

٢. شرح موقف الحكومة واجراتها بشأن الازمات الحالية في الشارع العراقي : اشار (٢٨) مفردة وبنسبة مئوية (١٥,٥) الى مدى (اتفق بشدة) و اشار (٦٦) مفردة وبنسبة مئوية (٣٦,٥) الى مدى اتفق ، في حين اشارت (٥٠) مفردة الى مدى محايد وبنسبة مئوية (٢٧,٦) % وقد اشار (٣٣) مفردة الى مدى لا اتفق وبنسبة مئوية (١٨,٢) % في حين اشار (٤) الى مدى لا اتفق بشدة وبنسبة مئوية (٢,٢) % ، مما يعطينا مؤشرا على ان الجمهور متفق وبنسبة (٣٦,٥) % على انهم من مهام المتحدث الرسمي هو شرح موقف الحكومة والاجراءات المتخذة من الازمات التي يشهدها الشارع العراقي ، اذ جاءت بالمرتبة الثانية وبمتوسط حسابي (٣,٤٥) .

٣. الاهتمام بصياغة الرسائل الاتصالية الكفيلة باقناع الجمهور بالقوانين والسياسيات المتخذة : اشار (٢٠) مفردة وبنسبة مئوية (١١) % الى مدى (اتفق بشدة) و اشار (٧٧) مفردة وبنسبة مئوية (٤٢,٥) الى مدى اتفق ، في حين اشارت (٥١) مفردة الى مدى محايد وبنسبة مئوية (٢٨,٢) % وقد اشار (٢٦) مفردة الى مدى لا اتفق وبنسبة مئوية (١٤,٤) % في حين اشارت (٧) مفردات الى مدى لا اتفق بشدة وبنسبة مئوية (٣,٩) % مما

يعطينا مؤشرا على ان الجمهور متفق وبنسبة (٤٢,٥%) على انهم من مهام المتحدث الرسمي هو الاهتمام بصياغة الرسائل الاتصالية وتضمنها دلالات اقناعية تسهم في اقناع الجمهور بالاجراءات الحكومية المتخذة، اذ جاءت بالمرتبة الثالثة وبمتوسط حسابي (٣,٤٣).

٤. التواصل بفاعلية مع الجمهور العراقي من خلال صفحته الرسمية على الفيس بوك: اشار (٢٤) مفردة وبنسبة مئوية (١٣,٣%) الى مدى (اتفق بشدة) و اشار (٧٠) مفردة وبنسبة مئوية (٣٨,٧%) الى مدى اتفق، في حين اشارت (٤٨) مفردة الى مدى محايد وبنسبة مئوية (٢٦,٥%) وقد اشار (٢٨) مفردة الى مدى لا اتفق وبنسبة مئوية (١٥,٥%) في حين اشار (١١) مفردة الى مدى لا اتفق بشدة وبنسبة مئوية (٦,١%) وبمتوسط حسابي (٣,٣٨) مما يعطينا مؤشرا على ان الجمهور متفق وبنسبة (٣٨,٧%) على انهم من مهام المتحدث الرسمي هو التواصل بفاعلية مع الجمهور العراقي من مستخدمي صفحة المتحدث الرسمي في موقع الفيس بوك، اذ جاءت بالمرتبة الرابعة وبمتوسط حسابي (٣,٣٨).

٥. نقل الحقائق إلى الجمهور بشفافية وموثوقية: اشار (١٧) مفردة وبنسبة مئوية (٩,٤%) الى مدى (اتفق بشدة) و اشار (٦٤) مفردة وبنسبة مئوية (٣٥,٤%) الى مدى اتفق، في حين اشارت (٥٧) مفردة الى مدى محايد وبنسبة مئوية (٣١,٥%) وقد اشار (٤٠) مفردة الى مدى لا اتفق وبنسبة مئوية (٢٢,١%) في حين اشار (٣) مفردات الى مدى لا اتفق بشدة وبنسبة مئوية (٧,١%) مما يعطينا مؤشرا على ان الجمهور (عينة البحث) متفق وبنسبة (٣٨,٧%) على انه من مهام المتحدث الرسمي هو نقل الحقائق إلى الجمهور بشفافية ومصادقية تساعده في فهم الأحداث المحلية، اذ جاءت بالمرتبة الخامسة وبمتوسط حسابي (٣,٢٩).

٦. استخدام استطلاعات الرأي العام الالكتروني للتعرف على اتجاهات الرأي العام المحلي تجاه مختلف الاحداث بالعراق: اشار (٢٥) مفردة وبنسبة مئوية (١٣,٨%) الى مدى (اتفق بشدة) و اشار (٦٠) مفردة وبنسبة مئوية (٣٣,١%) الى مدى اتفق، في حين اشارت (٥٠) مفردة الى مدى محايد وبنسبة مئوية (٢٧,٦%) وقد اشار (٣٤) مفردة الى مدى لا اتفق وبنسبة مئوية (١٨,٨%) في حين اشار (١٢) مفردة الى مدى لا اتفق بشدة وبنسبة مئوية (٦,٦%) مما يعطينا مؤشرا على ان الجمهور متفق وبنسبة (٢٧,٦%) على انه من مهام المتحدث الرسمي هو استخدام استطلاعات الرأي العام الالكتروني بما يساعده على التعرف على اتجاهات الرأي العام المحلي اذ جاءت بالمرتبة السادسة وبمتوسط حسابي (٣,٢٩).

جدول (٣) يوضح اتجاهات افراد عينة البحث نحو العبارات الخاصة بالية عمل المتحدث الرسمي الحكومي العراقي

الاتجاه	الترتيب	متوسط	النقاط	لا اتفق		محايد		اتفق		اتفق بشدة		العبارات
				ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
موافق	١	٣,٥٧	٦٤٧	٧	١,٢	٢٢	٣,١	١٥	٤,٢	٢٢	٣,١	ينسجم الناطق الاعلامي بمقدرته على نقل الافكار بلغة واضحة وسليمة
موافق	٢	٣,٥١	٦٣٦	١	٠,١	٢٧	٤,٢	٢٧	٤,٢	٢٠	٣,١	يهتم الناطق الاعلامي بنقل التصريحات الرسمية الى الجمهور وسائل الاعلام بمصادقية عالية

العبارة	اتفق بشدة		اتفق		محايد		لا اتفق		لا اتفق بشدة		عدد النقط	متوسط	النسبة	الاتجاه
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%				
يمتلك كفاءة ومهنية عالية في نقل الاحداث والتعليق عليها الى الجماهير	31	17,1	12	34,3	55	30,4	25	13,8	8	4,4	626	3,46	3	موافق
يقدم الحقائق بكفاءة وفعالية	40	22,1	37	20,4	59	32,1	19	10,1	9	5	635	3,35	4	محايد
يتميز باداء اعلامي مسؤول في تناول الاحداث التي تمس مصالح الجمهور	19	10,5	15	8,9	59	32,1	34	18,8	4	2,2	604	3,34	5	محايد
يهتم بتقديم الاخبار والمعلومات بحيادية واستقلالية الى الجمهور	29	16	49	27,1	57	31,5	35	19,3	11	6,1	593	3,28	6	محايد
قادر على تقديم المواقف الحكومية تجاه الازمات والحلول المقترحة بصورة واضحة	15	8,3	55	30,4	57	31,5	35	19,3	19	10,5	555	3,07	7	محايد
												2,28		محايد

يتضح من الجدول (3) ان اتجاهات افراد عينة البحث نحو العبارات الخاصة بالية عمل المتحدث الرسمي الحكومي العراقي توزعت وفقاً للاتي :

1. يتسم الناطق الاعلامي بمقدرته على نقل الافكار بلغة واضحة وسليمة: اشارت (39) مفردة من مفردات عينة البحث الى مدى (اتفق بشدة) وبنسبة مئوية (21,5%) واشارت (62) مفردة الى مدى (اتفق وبنسبة مئوية (34,3%) واشار (51) مفردة الى مدى (محايد) وبنسبة مئوية (28,2%) واشار (22) مفردة الى مدى لا اتفق وبنسبة مئوية (12,2%) في حين اشار (7) الى مدى لا اتفق بشدة وبنسبة مئوية (3,9%)، مما يعطينا مؤشرا على ان الاتجاه العام للجمهور (عينة البحث) كان (موافق) اذ جاء بالمرتبة الاولى وبمتوسط حسابي (3,57).
2. يهتم الناطق الاعلامي بنقل التصريحات الرسمية الى الجمهور وسائل الإعلام بمصادقية عالية: اشارت (31) مفردة من مفردات عينة البحث الى مدى (اتفق بشدة) وبنسبة مئوية (17,1%) واشارت (70) مفردة الى مدى (اتفق) وبنسبة مئوية (38,7%) واشار (47) مفردة الى مدى (محايد) وبنسبة مئوية (26%) واشار (27) مفردة الى مدى لا اتفق وبنسبة مئوية (14,9%) في حين اشار (6) الى مدى (لا اتفق) بشدة وبنسبة مئوية (3,3%)، مما يعطينا مؤشرا على ان اتجاه الجمهور (عينة البحث) كان (موافق) اذ جاءت بالمرتبة الثانية وبمتوسط حسابي (3,51).
3. يمتلك كفاءة ومهنية عالية في نقل الاحداث والتعليق عليها الى الجماهير: اشار (31) مفردة من مفردات عينة البحث الى مدى (اتفق بشدة) وبنسبة مئوية (17,1%) واشارت (62) مفردة الى مدى (اتفق) وبنسبة مئوية (34,3%) واشار (55) مفردة الى مدى (محايد) وبنسبة مئوية (30,4%) واشار (25) مفردة الى مدى لا اتفق وبنسبة مئوية (13,8%) في حين اشارت (8) مفردة الى مدى (لا اتفق) بشدة وبنسبة مئوية (4,4%)، مما يعطينا مؤشرا على ان اتجاه الجمهور (عينة البحث) كان (موافق) اذ جاء بالمرتبة الثالثة

وبمتوسط حسابي (٣,٤٦).

٤ . يقدم الحقائق بكفاءة وفعالية: اشار (٤٠) مفردة من مفردات عينة البحث الى مدى (اتفق بشدة) وبنسبة مئوية (٢٢,١٪) واشارت (٣٧) مفردة الى مدى (اتفق) وبنسبة مئوية (٢٠,٤٪) واشار (٥٩) مفردة الى مدى (محايد) وبنسبة مئوية (٣٢,٦٪) واشار (٣٦) مفردة الى مدى (لا اتفق) وبنسبة مئوية (١,٩٪) في حين اشارت (٩) مفردات الى مدى (لا اتفق) بشدة وبنسبة مئوية (٥٪)، مما يعطينا مؤشرا على ان اتجاه الجمهور (عينة البحث) كان (محايد) اذ جاء بالمرتبة الرابعة وبتوسط حسابي (٣,٣٥).

٥ . يتميز باداء اعلامي مسؤول في تناول الاحداث التي تمس مصالح الجمهور: اشار (١٩) مفردة من مفردات عينة البحث الى مدى (اتفق بشدة) وبنسبة مئوية (١٠,٥٪) واشارت (٦٥) مفردة الى مدى (اتفق) وبنسبة مئوية (٣٥,٩٪) واشار (٥٩) مفردة الى مدى (محايد) وبنسبة مئوية (٣٢,٦٪) واشارت (٣٤) مفردة الى مدى (لا اتفق) وبنسبة مئوية (١٨,٨٪) في حين اشارت (٤) مفردات الى مدى (لا اتفق) بشدة وبنسبة مئوية (٢,٢٪)، مما يعطينا مؤشرا على ان اتجاه الجمهور (عينة البحث) كان (محايد) اذ جاء بالمرتبة الخامسة وبتوسط حسابي (٣,٣٤).

٦ . يهتم بتقديم الاخبار والمعلومات بحيادية واستقلالية الى الجمهور: اشارت (٢٩) مفردة من مفردات عينة البحث الى مدى (اتفق بشدة) وبنسبة مئوية (١٦٪) واشارت (٤٩) مفردة الى مدى (اتفق) وبنسبة مئوية (٢٧,١٪) واشار (٥٧) مفردة الى مدى (محايد) وبنسبة مئوية (٣١,٥٪) واشارت (٣٥) مفردة الى مدى لا اتفق وبنسبة مئوية (١٩,٣٪) في حين اشارت (١١) مفردة الى مدى (لا اتفق بشدة) وبنسبة مئوية (٦,١٪)، مما يعطينا مؤشرا على ان اتجاه الجمهور (عينة البحث) كان (محايد) اذ جاء بالمرتبة السادسة وبتوسط حسابي (٣,٢٨).

٧ . قادر على تقديم المواقف الحكومية تجاه الازمات والحلول المقترحة بصورة واضحة: اشارت (١٥) مفردة من مفردات عينة البحث الى مدى (اتفق بشدة) وبنسبة مئوية (٨,٣٪) واشارت (٥٥) مفردة الى مدى اتفق وبنسبة مئوية (٣٠,٤٪) واشارت (٥٧) مفردة الى مدى (محايد) وبنسبة مئوية (٣١,٥٪) واشارت (٣٥) مفردة الى مدى (لا اتفق) وبنسبة مئوية (١٩,٣٪) في حين اشارت (١٩) مفردة الى مدى (لا اتفق بشدة) وبنسبة مئوية (١٠,٥٪)، مما يعطينا مؤشرا على ان اتجاه الجمهور (عينة البحث) كان (محايد) اذ جاء بالمرتبة السابعة وبتوسط حسابي (٣,٧).

جدول (٤) يوضح المهارات الاتصالية التي يجب أن تتوفر في المتحدث الرسمي من وجهة نظر الجمهور

العبارات	اتفق بشدة		اتفق		محايد		لا اتفق بشدة		مجموع	النسبة المئوية	الاتجاه
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			
التواصل وبناء العلاقة مع وسائل الإعلام المحلية	٣١	١٥	٨٧	٤٥,٣	٤٤	٢٢,١	١٥	٧,٣	٣٧٢	١٠٠	مواقف
الحديث أمام وسائل الإعلام المحلية والعربية بسهولة ويسر	٢٥	١٣,٧	٩٨	٥٤,١	٣٧	٢٠,٤	١٩	١٠,٥	٣٠٦	١٠٠	مواقف

العبارة	اتفق بشدة		اتفق		محايد		لا اتفق		لا اتفق بشدة		عدد النماذج	متوسط الترتيب	الاجاه	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%				
القدرة على كتابة الافكار التي تتضمنها الرسائل الاتصالية بسهولة ويسر	٣٥	١٩,٣	٦٤	٣٥,٤	٦٠	٣٣,١	١٨	٩,٩	٤	٢,٢	٦٥١	٣,٦٠	موافق	
رصد النشر الاعلامي في المواقع الاخبارية على شبكة الانترنت	٢٥	١٣,٨	٧٩	٤٣,٦	٥٣	٢٩,٣	٢٢	١٢,٢	٢	١,١	٦٤٦	٣,٥٧	موافق	
القدرة على ادارة وتخطيط الحملات الاعلامية من خلال وسائل الاعلام الجديد	٢٠	١١	٥٩	٣٢,٦	٦٤	٣٥,٤	٣١	١٧,١	٧	٣,٩	٥٩٧	٣,٣	محايد	
الامام بالسياسات الاعلامية التي تتخذها القنوات الاعلامية في التعامل مع التصريحات الحكومية	١٦	٨,٨	٦١	٣٣,٧	٦٨	٣٧,٦	٣٠	١٦,٦	٦	٣,٣	٥٩٤	٣,٢٨	محايد	
امتلاك مهارات الرصد والتحليل في التعامل مع التغيرات المحلية والدولية	١٨	٩,٩	٥٥	٣٠,٤	٦٢	٣٤,٣	٤٠	٢٢,١	٦	٣,٣	٥٨٢	٣,٢٢	محايد	
القدرة على التعامل مع الازمات بصورة دبلوماسية	٢٦	١٤,٤	٥١	٢٨,٢	٤٥	٢٤,٩	٤٦	٢٥,٤	١٣	٧,٢	٥٧٤	٣,١٧	محايد	
يسهم في ادارة الانطباع وبناء صورة الحكومة لدى الجمهور	٢٣	١٢,٧	٥١	٢٨,٢	٥٨	٣٢	٣٢	١٧,٧	١٧	٩,٤	٥٧٤	٣,١٧	محايد	
استخدام الاستراتيجيات الاتصالية بما يسهم في تحقيق الاهداف في التواصل مع وسائل الاعلام	٢١	١١,٦	٥٧	٣١,٥	٤٨	٢٦,٥	٣٩	٢١,٥	١٦	٨,٨	٥٧١	٣,١٥	محايد	
المتوسط العام													٣,٢٨	محايد

يتضح من الجدول (٤) ان المهارات الاتصالية التي يجب ان تتوفر في المتحدث الرسمي من وجهة نظر الجمهور (عينة البحث) تتمثل بالاتي:

- التواصل وبناء العلاقة مع وسائل الاعلام المحلية: اشارت (٣٦) مفردة من مفردات عينة البحث الى مدى (اتفق بشدة) وبنسبة مئوية (١٩,٩%) واشارت (٨٢) مفردة الى مدى (اتفق) وبنسبة مئوية (٤٥,٣%) واشار (٤٤) مفردة الى مدى (محايد) وبنسبة مئوية (٢٤,٣%) واشارت (١٥) مفردة الى مدى لا اتفق وبنسبة مئوية (٨,٣%) في حين اشارت (٤) مفردة الى مدى (لا اتفق بشدة) وبنسبة مئوية (٢,٣%). مما يعطينا مؤشرا ان هذه العبارة جاءت بالمرتبة (الاولى) وبمتوسط حسابي (٣,٧٢)
- الحديث امام وسائل الاعلام المحلية والعربية بسهولة ويسر: اشارت (٢٥) مفردة من مفردات عينة البحث الى مدى (اتفق بشدة) وبنسبة مئوية (١٣,٨%) واشارت (٩٨) مفردة الى مدى (اتفق) وبنسبة مئوية (٥٤,١%) واشارت (٣٧) مفردة الى مدى (محايد) وبنسبة مئوية (٢٠,٤%) واشارت (١٩) مفردة الى مدى لا اتفق وبنسبة مئوية (١٠,٥%) في حين اشارت (٢) مفردة الى مدى (لا اتفق بشدة) وبنسبة مئوية (١,١%). مما يعطينا مؤشرا ان هذه العبارة جاءت بالمرتبة (الثانية) وبمتوسط حسابي (٣,٦٩).
- القدرة على كتابة الافكار التي تتضمنها الرسائل الاتصالية بسهولة ويسر: اشارت (٣٥)

- مفردة من مفردات عينة البحث الى مدى (اتفق بشدة) وبنسبة مئوية (١٩,٣٪) و اشارت (٦٤) مفردة الى مدى (اتفق) وبنسبة مئوية (٣٥,٤٪) و اشارت (٦٠) مفردة الى مدى (محايد) وبنسبة مئوية (٣٣,١٪) و اشارت (١٨) مفردة الى مدى لا اتفق وبنسبة مئوية (٩,٩٪) في حين اشارت (٤) مفردة الى مدى (لا اتفق بشدة) وبنسبة مئوية (٢,٢٪). مما يعطينا مؤشرا ان هذه العبارة جاءت بالمرتبة (الثالثة) وبمتوسط حسابي (٣,٦٠).
٤. رصد النشر الاعلامي في المواقع الاخبارية على شبكة الانترنت: اشارت (٢٥) مفردة من مفردات عينة البحث الى مدى (اتفق بشدة) وبنسبة مئوية (١٣,٨٪) و اشارت (٧٩) مفردة الى مدى (اتفق) وبنسبة مئوية (٤٣,٦٪) و اشارت (٥٣) مفردة الى مدى (محايد) وبنسبة مئوية (٢٩,٣٪) و اشارت (٢٢) مفردة الى مدى لا اتفق وبنسبة مئوية (١٢,٢٪) في حين اشارت (٢) مفردة الى مدى (لا اتفق بشدة) وبنسبة مئوية (١,١٪). مما يعطينا مؤشرا ان هذه العبارة جاءت بالمرتبة (الرابعة) وبمتوسط حسابي (٣,٥٧).
٥. القدرة على ادارة وتخطيط الحملات الاعلامية من خلال وسائل الاعلام الجديد: اشارت (٢٠) مفردة من مفردات عينة البحث الى مدى (اتفق بشدة) وبنسبة مئوية (١١٪) و اشارت (٥٩) مفردة الى مدى (اتفق) وبنسبة مئوية (٣٢,٦٪) و اشارت (٦٤) مفردة الى مدى (محايد) وبنسبة مئوية (٣٥,٤٪) و اشارت (٣١) مفردة الى مدى لا اتفق وبنسبة مئوية (١٧,١٪) في حين اشارت (٧) مفردة الى مدى (لا اتفق بشدة) وبنسبة مئوية (٣,٩٪). مما يعطينا مؤشرا ان هذه العبارة جاءت بالمرتبة (الخامسة) وبمتوسط حسابي (٣,٣).
٦. الاهتمام بالسياسات الاعلامية التي تتخذها القنوات الاعلامية في التعامل مع التصريحات الحكومية: اشارت (١٦) مفردة من مفردات عينة البحث الى مدى (اتفق بشدة) وبنسبة مئوية (٨,٨٪) و اشارت (٦١) مفردة الى مدى (اتفق) وبنسبة مئوية (٣٣,٧٪) و اشارت (٦٨) مفردة الى مدى (محايد) وبنسبة مئوية (٣٧,٦٪) و اشارت (٣٠) مفردة الى مدى لا اتفق وبنسبة مئوية (١٦,٦٪) في حين اشارت (٦) مفردات الى مدى (لا اتفق بشدة) وبنسبة مئوية (٣,٣٪) مما يعطينا مؤشرا ان هذه العبارة جاءت بالمرتبة (السادسة) وبمتوسط حسابي (٣,٢٨).
٧. امتلاك مهارات الرصد والتحليل في التعامل مع التغيرات المحلية والدولية: اشارت (١٨) مفردة من مفردات عينة البحث الى مدى (اتفق بشدة) وبنسبة مئوية (٩,٩٪) و اشارت (٥٥) مفردة الى مدى (اتفق) وبنسبة مئوية (٣٠,٤٪) و اشارت (٦٢) مفردة الى مدى (محايد) وبنسبة مئوية (٣٤,٣٪) و اشارت (٤٠) مفردة الى مدى لا اتفق وبنسبة مئوية (٢٢,١٪) في حين اشارت (٦) مفردات الى مدى (لا اتفق بشدة) وبنسبة مئوية (٣,٣٪) مما يعطينا مؤشرا ان هذه العبارة جاءت بالمرتبة (السادسة) وبمتوسط حسابي (٣,٢٢).
٨. القدرة على التعامل مع الازمات بصورة دبلوماسية: اشارت (٢٦) مفردة من مفردات عينة البحث الى مدى (اتفق بشدة) وبنسبة مئوية (١٤,٤٪) و اشارت (٥١) مفردة الى مدى (اتفق) وبنسبة مئوية (٢٨,٢٪) و اشارت (٤٥) مفردة الى مدى (محايد) وبنسبة مئوية (٢٤,٩٪) و اشارت (٤٦) مفردة الى مدى لا اتفق وبنسبة مئوية (٢٥,٤٪) في حين اشارت (١٣) مفردة الى مدى (لا اتفق بشدة) وبنسبة مئوية (٧,٢٪) مما يعطينا مؤشرا ان هذه العبارة جاءت بالمرتبة (الثامنة) وبمتوسط حسابي (٣,١٧).

٩. يساهم في ادارة الانطباع وبناء صورة الحكومة لدى الجمهور: اشارت (٢٣) مفردة من مفردات عينة البحث الى مدى (اتفق بشدة) وبنسبة مئوية (١٢,٧٪) و اشارت (٥١) مفردة الى مدى (اتفق) وبنسبة مئوية (٢٨,٢٪) و اشارت (٥٨) مفردة الى مدى (محايد) وبنسبة مئوية (٣٢٪) و اشارت (٣٢) مفردة الى مدى لا اتفق وبنسبة مئوية (١٧,٧٪) في حين اشارت (١٧) مفردة الى مدى (لا اتفق بشدة) وبنسبة مئوية (٩,٤٪) مما يعطينا مؤشرا ان هذه العبارة جاءت بالمرتبة (التاسعة) وبمتوسط حسابي (٣,١٧).

١٠. استخدام الاستراتيجيات الاتصالية بما يساهم في تحقيق الاهداف في التواصل مع وسائل الاعلام: اشارت (٢١) مفردة من مفردات عينة البحث الى مدى (اتفق بشدة) وبنسبة مئوية (١١,٦٪) و اشارت (٥٧) مفردة الى مدى (اتفق) وبنسبة مئوية (٣١,٥٪) و اشارت (٤٨) مفردة الى مدى (محايد) وبنسبة مئوية (٢٦,٥٪) و اشارت (٣٩) مفردة الى مدى لا اتفق وبنسبة مئوية (٢١,٥٪) في حين اشارت (١٦) مفردة الى مدى (لا اتفق بشدة) وبنسبة مئوية (٨,٨٪) مما يعطينا مؤشرا ان هذه العبارة جاءت بالمرتبة (العاشرة) وبمتوسط حسابي (٣,١٥).

جدول (٥) يوضح مدى مصادقية المتحدث الرسمي لدى الجمهور العراقي

العبارات	اتفق بشدة		اتفق		محايد		لا اتفق		لا اتفق بشدة		عدد النقاط	متوسط	الترتيب	الاتجاه
	٪	ع	٪	ع	٪	ع	٪	ع	٪	ع				
الكفاءة المهنية	٢٦	٤٦	١٠,٧	١٧	٥٩,١	٢٩	١٦	١٧	٩,٤	٢	١,١	٣,٧٦	١	موافق
الجاذبية	٣٤	٦٤	١٨,٨	٨١	٤٤,٨	٤٣	٢٣,٢	١٦	٨,٨	٨	٤,٤	٣,٦٥	٢	موافق
الامانة	٥٠	٩٠	٢٧,٦	٥٢	٢٨,٧	٤٦	٢٥,٤	٢٥	١٣,٨	٨	٤,٤	٣,٦١	٣	موافق
القابلية للتصديق	٣٧	٦٧	٢٠,٤	٦٦	٣١,٥	٥١	٢٨,٢	٢١	١١,٦	٦	٣,٣	٣,٥٩	٤	موافق
الوضوح في تقديم الاخبار والمعلومات	٤٠	٨٠	٢٢,١	٥٩	٣٢,٦	٥١	٢٨,٢	٢٢	١٢,٢	٩	٥	٣,٥٥	٥	موافق
القدرة على الاقناع	٣٣	٦٣	١٨,٢	٧٣	٤٠,٣	٣٧	٢٠,٤	٣٣	١٨,٢	٥	٢,٨	٣,٥٣	٦	موافق
الدقة	٥٥	٩٥	١٩,٣	٥٧	٣١,٥	٥٦	٣٠,٩	٢٩	١٦	٤	٢,٢	٣,٥٠	٧	موافق
الواقعية في نقل الحدث	٣٤	٦٤	١٨,٨	٥٧	٣١,٥	٥٢	٢٨,٧	٢١	١٧,١	٧	٣,٩	٣,٤٤	٨	موافق

العبارة	اتفق بشدة		اتفق		محايد		لا اتفق		لا اتفق بشدة		عدد النقاط	متوسط الترتيب	الاتجاه
	أ	ب	أ	ب	أ	ب	أ	ب	أ	ب			
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%			
الموضوعية	33	18,2	57	31,5	48	26,5	32	17,7	11	6,1	212	3,38	محايد
عدم التحيز	37	20,4	48	26,5	47	26	41	22,7	8	4,4	208	3,36	محايد
الجدارة بالثقة	35	19,3	44	24,3	58	32	32	17,7	12	6,6	201	3,32	محايد
تلبية احتياجات الجمهور	31	19,9	42	23,2	37	20,4	35	19,3	31	17,1	210	3,09	محايد
المتوسط العام											2,28	3,38	محايد

يوضح جدول رقم (٥) العبارات التي الاعتماد عليها في قياس مصادقية المتحدث الرسمي لدى الجمهور العراقي، والتي تكونت من اثنتا عشرة عبارة، تمت صياغتها بالاعتماد على معايير المصادقية المعتمدة في الدراسات الاعلامية بالنسبة لمصادقية القائم بالاتصال، باعتبار ان المتحدث الرسمي بشكل عام هو قائم بالاتصال يتولى شرح وتفسير ونقل المعلومات الى الجمهور بهدف توضيح الاجراءات الحكومية والقرارات المتخذة لمعالجة اوضاع اقتصادية او سياسية مختلفة تهتم قطاع كبير من الجمهور، ولذا فقد جاء معيار (الكفاءة المهنية) بالمرتبة الاولى وبمتوسط حسابي مقداره (3,76)، وجاء معيار (الجانبية) المهنية بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي مقداره (3,65)، وجاء معيار (الامانة) بالمرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (3,61) في حين جاء معيار القابلية للتصديق بالمرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (3,59). ومعيار (الوضوح في تقديم الاخبار والمعلومات) بالمرتبة الخامسة بمتوسط حسابي (3,55)، ومعيار القدرة على الإقناع بالمرتبة السادسة بمتوسط حسابي (3,53) ومعيار (الدقة) بالمرتبة السابعة بمتوسط حسابي (3,50) وتلاه معيار (الواقعية في نقل الحدث) بالمرتبة الثامنة بمتوسط حسابي (3,44) وكان الاتجاه العام لهذه المعايير هو (موافق). في حين جاء معيار (الموضوعية) بالمرتبة (التاسعة) بمتوسط حسابي (3,38)، ومعيار عدم التحيز بالمرتبة (العاشر) بمتوسط حسابي (3,36)، تلاه معيار (الجدارة بالثقة) بالمرتبة (الحادية عشر) بمتوسط حسابي (3,32)، وقد احتل معيار (تلبية احتياجات الجمهور) المرتبة الأخيرة (الثانية عشر) بمتوسط حسابي (3,9).

جدول (٦) يوضح مستوى مصادقية المتحدث الرسمي لدى الجمهور

النسبة التراكمية	النسبة المئوية	التكرار	العبارات
٩٢,٣	٥٥,٢	١٠٠	مرتفع
	٣٧,١	٦٧	متوسط
	٧,٧	١٤	منخفض
	%١٠٠	١٨١	المجموع الكلي

يوضح جدول (٦) مستوى مصادقية المتحدث الرسمي لدى الجمهور العراقي، حيث حصل المستوى المرتفع للمصادقية على (١٠٠) تكرار وبنسبة مئوية مقدارها (٥٥,٢)، وحصل المستوى المتوسط على (٦٧) تكرار وبنسبة مئوية (٣٧,١)، في حين جاء المستوى المنخفض بالمرتبة (١٤) تكرار وبنسبة مئوية (٧,٧). مما يعطي مؤشر واضح على ان المتحدث الرسمي باسم الحكومة العراقية، يتمتع بمصادقية كبيرة لدى الجمهور العراقي (عينة البحث)، ويمكن الإشارة إلى ان المصادقية جاءت كون التصريحات التي يتقدم بها إلى وسائل الإعلام أو ينشرها على الموقع الرسمي لرئاسة الوزراء هي بالأساس ترجمه لما يصدر عن هذه المؤسسة من قرارات وتوجيهات تخص المؤسسات الحكومية العراقية، والتي يمكن أن تنعكس بدورها على أفراد المجتمع العراقي، كإقرار قانون معين، مثل (قانون العفو العام) أو قضية فرض الضرائب على شركات الهاتف النقال.

النتائج العامة للبحث

توصل البحث الى عدة نتائج تمثلت بالاتي .:

١. جاءت مهمة النطاق الاعلامي في دعوة وسائل الاعلام لتوضيح موقف الحكومة من علاقاتها مع دول الجوار بالمرتبة الاولى وبمتوسط حسابي (٣,٦).
٢. من حيث الية عمل الناطق الاعلامي جاءت قدرته على نقل الافكار الى الجمهور بلغة واضحة وسليمة بالمرتبة الاولى وبمتوسط حسابي (٣,٥١).
٣. جاءت مهارة التواصل وبناء العلاقة مع وسائل الاعلام كاهم مهارة ينبغي ان تتوفر في المتحدث الرسمي بالمرتبة الاولى وبمتوسط حسابي (٣,٧٢).
٤. جاء معيار المهنية بوصفه من معايير مصادقية المتحدث الرسمي بالمرتبة الاولى وبمتوسط حسابي (٣,٧٦).
٥. المتحدث الرسمي باسم الحكومة العراقية يتمتع بمستوى مصادقية عالية لدى الجمهور، حيث حصل المستوى المرتفع على مقياس مصادقية المتحدث الرسمي على (١٠٠) تكرار وبنسبة مئوية (٥٥,٢)%.

هوامش البحث

١. السيد احمد مصطفى عمر، البحث الاعلامي، مفهومه، اجراءاته، ومناهجه، ط٣ (الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨) ص ٢١١.
٢. راسم محمد الجمال، مقدمة في مناهج الدراسات الاعلامية (القاهرة: مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، ١٩٩٩) ص ١٣٤.
- (*) عرضت استمارة الاستبيان على ادعلي جبار الشمري، جامعة بغداد كلية الاعلام، ا.م.د محمد جواد زين الدين، الجامعة العراقية، كلية الاعلام، د.منى هاشم، جامعة بني سويف، كلية الاعلام، د.علاء نجاح، الجامعة العراقية، كلية الاعلام.
٣. شيماء ذو الفقار، مناهج البحث والاستخدامات الاحصائية في الدراسات الاعلامية (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٩) ص ٢٤٣.
٤. خالد صلاح الدين حسين علي، مستويات مصداقية وسائل الاعلام المصرية لدى الجمهور: دراسة كمية في اطار النموذج البنائي للمصداقية، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، ٢٠٠٦، ع ٢٦، ص ١٢٩.
٥. غادة عبد التواب اليماني، بحوث ودراسات في الاعلام الصحفي، البناء المنهجي والاستدلال الإحصائي (الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، ٢٠١٤)، ص ٣٦٨.
٦. هادي نعمان الهيتمي، الاتصال الجماهيري، المنظور الجديد (بغداد: دار الشؤون الثقافية، ١٩٩٨) ص ١٧٥.
٧. عصام سليمان الموسى، المدخل في الاتصال الجماهيري ط٥ (الربيد: دار الكتاني للنشر والتوزيع، ٢٠٠٥) ص ١٢٦.
٨. حسن عماد مكاي، الاعلام ومعالجة الازمات (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٩) ص ٤٠.
٩. صالح خليل أبوإصبع: الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، ط٥ (عمان: دار المجلاوي للنشر والتوزيع، ٢٠٠٦) ص، ٢٢٧.
١٠. سهام الشجيري، انسنة الاعلام: جدلية التأثير والتغيير (قسنطينة، الفا للوثائق، ٢٠١٥) ص ٤٧٩.
١١. الشيماء محمد احمد حمدي، مصداقية الصحافة الحزبية والخاصة لدى الشباب الجامعي، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأزهر، كلية الاعلام، قسم الصحافة، ٢٠٠٧) ص ٧٨.
١٢. هناء حافظ بدوي، الاتصال بين النظرية والتطبيق (الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، ٢٠٠٣) ص ٤٣.
١٣. احمد محمد احمد سابق، علاقة المقيمين المصريين في دول الخليج العربي بالصحافة المصرية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٧، ص ٢٢٣.
١٤. philipmeyer”defining and measuring credibility of news paper: developing an index “journalism” (vol. ٤٥١، p.٦٥، ١٩٨٦، quarterly).
١٥. عبد الرحيم الدرويش، مقدمة إلى علم الاتصال (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠١٢) ص ٢٤٥.
١٦. اسامة عبد الرحيم علي، الصحافة الالكترونية والصحافة المطبوعة، دراسات وبحوث مطبوعة (المنصورة: المكتبة العصرية، ٢٠١٦) ص ٢٤٨.
١٧. طه عبد العطي نجم، الاتصال الجماهيري في المجتمع العربي الحديث (الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية، ٢٠٠٨) ص ٢٢.
١٨. شوارع بن مزيد البقمي، اتجاهات الاعلاميين نحو مصداقية المتحدث الرسمي، المجلة العربية للاعلام والاتصال، ع ١٣، الجمعية السعودية للاعلام والاتصال، ٢٠١٥، ص ١٥.
١٩. لمصدر السابق، ص ١٣.
٢٠. علي فرجاني، مهارات المتحدث الرسمي، طريقك للمنصات الإعلامية (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠١٥). ص ٣٦.
٢١. هيثم محمد يوسف، استراتيجيات المتحدث الرسمي في بناء الرسالة الاعلامية لمعالجة الازمات، ورقة علمية مقدمة في ندوة الدور الوقائي للاعلام الامني، الرياض، ٢٣/١٠/٢٠١٤.
٢٢. حمدي شعبان، المتحدث الرسمي: المهمة وكيفية ادائها (القاهرة: الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، ٢٠٠٧) ص ١٠٨.
٢٣. علي فرجاني، مصدر سابق، ص ٣٧.
٢٤. حمدي شعبان، مصدر سابق ص ١٠٦.
٢٥. مارغريت سوليفان، مكتب صحفي مسؤول، دليل المطلع من الداخل، وزارة الخارجية الأمريكية، مكتب الاعلام الخارجي، ٢٠٠٨) ص ١٠-١٣.
٢٦. السيد السعيد، اتجاهات الصحفيين نحو اداء وظيفة المتحدث الرسمي بمؤسسات الدولة، دراسة على عينة من المندوبين الصحفيين، المؤتمر العلمي الدولي العشرون (مستقبل الاعلام المصري في ظل دستور ٢٠١٤)، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٤، ص ص ١٢٨-١٢٩.