



تقويم أنشطة العلاقات العامة في القنوات الفضائية الإخبارية الكردية

علي جبار الشمري¹ لانه صابر محمد سعيد² فيان عمر³

¹جامعة بغداد

²جامعة السليمانية

³الجامعة التقنية

المستخلص :

يعد هذا البحث بحثاً مستقلاً من رسالة ماجستير بعنوان (واقع العلاقات العامة في القنوات الفضائية الكردية في اقليم كردستان) ، يهدف الى تسليط الضوء على طبيعة الأنشطة الممارسة في القنوات الفضائية الإخبارية الكردية، اذ تمثلت عينة البحث في العاملين باقسام العلاقات العامة في القنوات الفضائية الإخبارية الكردية التي تقع في مركز محافظة السليمانية و المتمثلة في كل من كوردسات قنوات الإخبارية، الإخبارية مؤسسة ناليا الاعلامية (NRT)، شبكة الاخبار الكردية (KNN) ، طقلي كردستان (G.K)، والذين بلغ مجموعهم (14) فرداً ، وقد توصل البحث الى عدة استنتاجات كان من اهمها اهتمام اقسام العلاقات العامة في القنوات الإخبارية الفضائية الكردية بالمهام التسهيلية اكثر من غيرها من المهام .

پووختە :

ئەم توێژینەووەیە بەشیکی لە نامەیی ماستر بە ناوێشان (رەوشی پەییوەندی گشتی یەکان لە کەناله ئاسمانیە کوردیەکانی هەپمی کوردستان)، نامانجی ئەم توێژینەووەیە زانیی جۆری ئەو کار و چالاکیانە کە جی بەجی دەکرێت لە کەناله هەواییە ئاسمانیە کوردیەکان، ئەم توێژینەووەیە هۆل دەدات روویوکردنی راویوچوونی کارمەندانی بەشی پەییوەندی گشتی یەکان لە کەناله ئاسمانیە کوردیەکانی کە لە شاری سلێمانیدان ، کە هەر یەک لەم کەناله دەگرتەوه (کوردسات نیوز، گەلی کوردستان (G.K)، دامەزراودی میدیایی ناليا (NRT)، توێژی هەوایی کوردی (KNN)، نموونەیی ئەم توێژینەووەیە لە (14) کارمەند پیکهاتبوو، لە کوتایی توێژینەووەکە گەشتە چەند دەرئەنجامیک لە گرنگترین بایخاندانی بەشەکانی پەییوەندی گشتی یەکان لە کەناله هەواییە ئاسمانیە کوردیەکاندا بە چالاکیە ئاسانکاریەکان زیاتر لە چالاکیانی دیکە .

Abstract:

This research is a research paper from the Master thesis entitled for "The Status of Public Relations in the Kurdish satellite channels in the Kurdistan Region". However, the current research aims to shed light on the nature of the activities practiced in the Kurdish news satellite channels. The research sample consisted of workers in the public relations departments in the channels which are in Sulaimani , represented by each of the channels Kurdsat news, NRT, Kurdish News Network(KNN) , G.K, which amounted to (14) individuals, and the research reached several results, most notably the interest of public relations sections of Kurdish satellite news channels the tasks more facilitation than other tasks.

المقدمة :

تعد وسائل الاعلام سواء كانت التقليدية او الحديثة احد وسائل نقل الاخبار وتشكيل البناء الإدراكي والمعرفي للفرد او المجتمع مما يسهم في تشكيل رؤية الفرد والمجتمع تجاه القضايا والقدرة على تحليلها واستيعابها لاتخاذ السلوك المناسب حول هذه القضايا المعنية ، وانطلاقاً من هذه الأهمية لا شك ان القنوات الفضائية الإخبارية تعد من أكثر المؤسسات الاعلامية تأثيراً على الجمهور كونها تهتم على نقل الاخبار الحديثة بصورة أنية ، وما سبق الصحفي والتفرد بنشر الخبر سوى وسيلة للوصول الى المرتبة الأولى لدى الجماهير خصوصاً في ظل تزايد المنافسة بين هذه المؤسسات ، وهنا يتجلى الدور المهم للعلاقات العامة في هذه المؤسسات اذ انها تسعى دائماً وابدأ الى التعرف على اتجاهات وحاجات الجمهور ورائهم ، لذا فان الأنشطة التي تمارسها العلاقات العامة في القنوات الفضائية الإخبارية تمتلك نوعاً من الخصوصية كونها تمارس ضمن مؤسسة اعلامية متخصصة بنقل الاخبار اي انها بطبيعة الحال قد لا تحتاج الى ادارة متخصصة بالعلاقات العامة لبناء علاقات مع الجمهور ، لكن تحتاج اليها للقيام بأنشطة أخرى تسهم في بناء الصورة المرغوبة وتكوين سمعة اعلامية جماهيرية جيدة لها، خصوصاً وان نشاطات العلاقات العامة تختلف من حيث التقويم عن النشاطات الإنتاجية الأخرى، فهي عبارة عن نشاطات نوعية تتعلق بردود الفعل الذهنية والنفسية للجمهور والذي يصعب تحديده وقياسه ، بينما النشاطات الإنتاجية الأخرى هي عبارة عن نشاطات كمية يمكن قياسها بمختلف المقاييس المادية كالقياسات المساحية والوزنية .

الفصل الاول : الاطار المنهجي

1 - مشكلة البحث :

تعد عملية اختيار المشكلة من أهم الموضوعات التي يجب ان ينتبه اليها الباحث بدقة تامة، فلا شك في ان للأختيار السليم لموضوع البحث أثراً كبيراً في قيمة البحث ذاته¹.

مما لا شك فيه ان القنوات الفضائية الإخبارية باتت تشكل أهمية كبيرة في تزويد الجمهور بالاعلام وجعله على اطلاع بأحدث المستجدات في الساحة الإخبارية ، إضافة الى الدور الذي تمارسه هذه القنوات في تشكيل اتجاهات الجمهور ورائه بالاتجاه الذي ترغب به، وحيث ان الجمهور يعد قطباً رئيسياً في العملية الإخبارية ولضمان استمرارية علاقته مع القناة، تولي العلاقات العامة في القناة أهمية خاصة بتحديد طبيعة الأنشطة التي تمارسها لضمان تحقيق الاهداف المرجوة ، وفي ظل التسابق الاخباري والاعلامي الحالي الموجود ضمن اقليم كوردستان – العراق ، والذي قد يصل الى حد الصراع احياناً فانه من المهم معرفة نوعية الأنشطة التي تمارسها العلاقات العامة في هذه القنوات الإخبارية للحفاظ على استمرارية العلاقة مع الجمهور .

لذا تمثلت مشكلة هذا البحث في الآتي :-

- تحديد طبيعة ونوعية المهام والأنشطة التي تمارسها العلاقات العامة في القنوات الفضائية الإخبارية الكوردية ، من حيث :-
- مدى الإهتمام بممارسة أنشطة اعلامية .
- مدى الإهتمام بممارسة أنشطة تسهيلية.
- مدى الإهتمام بممارسة أنشطة تنسيقية .
- مدى الإهتمام بممارسة أنشطة تخطيطية .

2- أهمية البحث :

انطلاقاً من أنه كلما ارتبطت الدراسة بالواقع أكثر فاكتر زادت أهميتها من حيث دراسة مشكلاتها وتقديم الحلول المناسبة لها²، وقد أدى التوسع الكبير الذي شهدته المؤسسات الحديثة سواء على مستوى التنظيمات الادارية أو على مستوى الأنشطة والفعاليات والاهداف التي ترمي الى تحقيقها في المجتمع وارتفاع معدلات الانتاج فيها الى بروز حاجة ملحة الى وجود جهاز متخصص يعمل على تنظيم العلاقات بين تلك المؤسسات وجماهيرها المستهدفة ، حتى اصبحت العلاقات العامة نشاطاً لا يمكن لأية مؤسسة مهما كانت اهدافها ووظائفها الاستغناء عنه، وهذه الأهمية للعلاقات العامة تزداد بتقدم المجتمعات وازدياد رقيها³، لكون دور

¹ - كامل القيم، مناهج واساليب كتابة البحث العلمي للدراسات الانسانية، بغداد ،دار السيماء:2006، ص 156

² يوسف المرعشلي، اصول كتابة البحث العلمي وتحقيق المخطوطات، دار المعرفة:2004، ص16.

³ - محمد فريد الصحن، العلاقات العامة، القاهرة ،الدار الجامعية: 1985 ، ص5

العلاقات العامة لا يقتصر على التعريف بأنشطة المؤسسة بل يمتد لاستقبال المعلومات من الجمهور ليعمل من خلال هذه المعلومات على تطوير المؤسسة¹. ونظرا للواقع الذي نعيشه الان والذي يشهد تسابقا بين القنوات الإخبارية الفضائية بشكل عام والكوردية بشكل خاص على تكوين صلة وثيقة مع الجماهير المتنوعة التي تثبت رسائلها اليها، ونتيجة لكثرة القنوات الإخبارية في الوقت الحالي في إقليم كردستان – العراق لذا فمن المهم إيجاد سبل واساليب اخرى للعمل على توطيد هذه العلاقة ، والعلاقات العامة تعد احد هذه السبل الفعالة في معرفة اراء الجماهير وتؤدي دورا بالغ الاهمية للقنوات الإخبارية الكوردية في معرفة ما يرغب به الجمهور اولاً ، و ماهية ردود افعاله على ما يتم عرضه ثانياً، إضافة الى ان العلاقات العامة ستؤدي دورا مهما في تنظيم عمل هذه المؤسسات بما تمتلكه من خبرات وفنون واساليب تعمل على فهم الجمهور واقناعه في الوقت ذاته ،لذا فمن الاهمية بمكان معرفة طبيعة الأنشطة التي تركز عليها العلاقات العامة في هذه المؤسسات .

3- أهداف البحث : - يهدف هذا البحث الى :-

- 1- تحديد مهام العلاقات العامة في القنوات الفضائية الإخبارية الكوردية .
- 2- تسليط الضوء على طبيعة هذه الأنشطة في القنوات الفضائية الكوردية.

4- منهجية البحث :

يمثل المنهج مجموعة من القواعد والإجراءات التي يجب ان يتبعها الباحث للوصول الى النتائج المستهدفة، وهو أيضاً أداة السيطرة على البحث بصفة عامة وضبط إجراءاته طبقاً للقواعد المعيارية المميزة لكل منهج². ويعرف المنهج بأنه(الوسيلة التي يمكننا عن طريقها الوصول الى الحقيقة أو مجموعة الحقائق في أي موقف من المواقف ومحاولة اختبارها للتأكد من صلاحيتها في مواقف أخرى)³. تم اعتماد المنهج الوصفي في هذا البحث ، اذ يستخدم هذا المنهج لدراسة واقع ظاهرة ما، ويهتم بوصفها وصفا دقيقا والتعبير عنها كيفيا أو كميا، إذ التعبير الكيفي يعطينا وصفا للظاهرة موضحا خصائصها في حين يعطينا التعبير الكمي وصفا رقميا موضحا مقدار هذه الظاهرة أو حجمها ودرجات ارتباطها مع الظواهر المختلفة الأخرى⁴.

5- مجتمع البحث وعينته :

يمثل مجتمع البحث الوحدات المتاحة التي يمكن حصرها وتطبيق الدراسة عليها اذ من خلالها يتم تحقيق أهداف البحث⁵، ونظرا لطبيعة الدراسة الحالية فان مجتمع البحث يتمثل في جميع القنوات الفضائية الكوردية الإخبارية وغير الإخبارية ممن يمتلكون قسما اداريا للعلاقات العامة ضمن هيكلها الاداري في إقليم كردستان العراق، في حين تمثلت عينة البحث في العاملين باقسام العلاقات العامة في القنوات الفضائية الكوردية الإخبارية التي تقع ضمن محافظة السليمانية والمتمثلة في كل من قنوات(كوردسات الإخبارية، NRT الإخبارية، KNN ، كهلئ كوردستان)، بمجموع (14) مبحوث .

¹-كامل خورشيد مراد ،الاتصال الجماهيري والاعلام ،عمان:دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة،2011،ص 384

²-حسين احمد عبد الحميد،العلاقات العامة والاعلام من منظور علم الاجتماع،الاسكندرية: المكتب الجامعي الحديث،2001،ص 150 .

³-حميد جاعد الدليمي،اساسيات البحث العلمي،بغداد :شركة الحضارة للطباعة والنشر ،2004،ص62.

⁴ - ذوقان عبيدات واخرون ،البحث العلمي مفهومه ادواته،اساليبيه , عمان:دار المجذلاوي للنشر والتوزيع،1997،ص17

⁵-محمد مصطفى ورجحي عثمان،مناهج البحث العلمي،عمان:دار الصفا للنشر،2000،ص112

6- طرق البحث وادواته :

تم اعتماد استمارة الاستبانة لتقويم طبيعة أنشطة العلاقات العامة في القنوات الإخبارية الفضائية الكوردية ، حيث ان الاستمارة او المقياس الصادق هو الذي يمس ما وضع لقياسه¹، ولغرض التأكد من مدى صدق الاستبانة تم الاستعانة باستخراج الصدق الظاهري من خلال عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين من ذوي العلم والخبرة في مجال البحث العلمي والعلاقات العامة والاعلام تألفت من الاساتذة الآتية ذكرهم:-

- 1- أ.م.د.سالم جاسم محمد/ استاذ مساعد في تخصص العلاقات العامة في كلية الاعلام —جامعة بغداد.
 - 2- أ.م.د.هدى مالك شبيب/ استاذ مساعد في تخصص العلاقات العامة في كلية الاعلام —جامعة بغداد.
 - 3- د.هيمن مجيد حسن/ تدريسي في فرع التلفزيون بقسم الاعلام بكلية العلوم الانسانية بجامعة السليمانية.
 - 4- د.سلام نصر الدين محمد/ تدريسي في فرع التلفزيون بقسم الاعلام بكلية العلوم الانسانية بجامعة السليمانية.
 - 5- د.أبتسام أسماعيل قادر/ تدريسي في فرع التلفزيون بقسم الاعلام بكلية العلوم الانسانية بجامعة السليمانية.
- وفي ضوء الملاحظات التي اشار اليها الاساتذة ، تم اجراء التعديلات الضرورية على استمارة الإستبانة. وحيث ان ثبات أي مقياس او استمارة يعني انه يعطي النتائج نفسها اذا ما اعيد على الأفراد أنفسهم وفي الظروف نفسها، وان هذا يقاس إحصائيا بحساب معامل الارتباط بين الدرجات، وهذا يعني ايضا ان محددات القياس على درجة عالية من الدقة والاتقان والاتساق والاطراد². ويعني الثبات ايضا الاستقرار بمعنى انه لو كررت عملية قياس الفرد الواحد لأظهرت درجته شيئا من الاستقرار³، لذا تم اعادة توزيع الاستمارة على عدد من مبحوثين بعد مرور 30 يوما على التوزيع الاول وتم استخدام معامل ارتباط بيرسون لحساب قيمة ثبات الاداة وكانت قيمته 0.853 .

7- مجالات البحث :

- المجال البشري : ويشمل جميع الافراد الذين يعملون في قسم العلاقات العامة في القنوات بصفة رسمية .
- المجال المكاني : يتمثل بمحافظة السليمانية .
- المجال الزماني:تشمل المدة التي وزعت فيها استمارات الاستبانة على العاملين في العلاقات العامة في هذه القنوات وتفرغها وتحليلها .

8- تحديد المصطلحات :

أ - تقويم : يمثل التقويم المحطة النهائية في آلية عمل العلاقات العامة ،ويرمي الى معرفة مدى كفاية خطط العلاقات العامة وبرامجها وإلى مدى حاجات جماهيرها المستهدفة، وكذلك فهي تمثل عملية التحري العلمي عن الأخطاء والتقييم الموضوعي لتحديد نواحي القصور ونقاط الضعف والخلل في العمل وخطوات البرامج المختلفة ، ومن ثم وضع الإجراءات التصحيحية لتقويم القصور والإنحرافات لضمان فعالية البرامج وتحقيق الأهداف المطلوبة و تلافي الاخفاقات في الخطط المستقبلية بما يساهم في تحقيق اهداف المؤسسة.

غير ان الهدف من التقويم في هذا العنوان ليس عملية التقويم بحد ذاتها وانما الهدف من استخدام كلمة التقويم هي لمعرفة وتسليط الضوء على ماهية الأنشطة والمهام التي يتم التركيز عليها في القنوات الفضائية الإخبارية الكوردية دون غيرها من الأنشطة والمهام .

¹- فؤاد السيد، علم النفس الاحصائي وقياس العقل البشري، بيروت: دار الفكر العربي، 1978، ص83

²- منذر الضامن ، أساسيات البحث العلمي، ط2، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع ، 2009 ، ص 57

³- مصطفى محمود الأمام وآخرون، التقويم والقياس النفسي، بغداد: دار الحكمة للطباعة والنشر، 1990، ص145.

ب - أنشطة : على الرغم من تنوع واختلاف الأنشطة والمهام التي تؤديها إدارة العلاقات العامة لبلوغ الأهداف المحددة لها من منظمة لأخرى ، فإن ثمة نمطاً محدداً من الوظائف التي تشيع في أغلب إدارات العلاقات العامة ، وهي¹:

- تقديم النصيحة لإدارة المنظمة فيما يخص السياسات والعلاقات بالجمهور .
- نشر رسائل مدروسة ومخططة من خلال وسائل مختارة بدون مقابل مالي لتعزيز مصالح المنظمة.
- التفاعل الإنساني مع العاملين بالمنظمة والاستجابة لإهتمامات ومصالح أعضائها .
- المشاركة الفعالة في فعاليات المجتمع المحلي من أجل تعزيز بيئة المنظمة .
- الارتباط المباشر بالأجهزة والهيئات التشريعية والتنظيمية نيابة عن المنظمة .
- التعامل الفعال مع القضايا ذات الإهتمام العام في المجتمع ، لما لها من تأثير مباشر أو غير المباشر على المنظمة .
- بناء جو من الثقة بين المؤسسة والمستثمرين والمجتمع المالي بصفة عامة .

كما ويمكن تحديد وظائف العلاقات العامة ضمن المحاور الأساسية للخصائص الوظيفية الثلاثة على النحو الآتي² :-

- الوظائف الإعلامية :

- 1-- توعية جمهور المنظمة بمخرجاتها (سلعاً وخدمات) وكيفية الانتفاع بها .
- 2- تطوير تقنيات الأنشطة الاتصالية بما يحقق مرونة التفاعل الايجابي مع جمهور المنظمة .
- 3- رفع كفاءة استخدام وسائل الاتصال المتاحة بما يحسن من العلاقات مع الجمهور ويدفعها باتجاهات ايجابية .

- وظائف الاستعلام :

- 1- إجراء البحوث المسحية لجمهور المنظمة أو الرأي العام وصولاً إلى مؤشرات دقيقة عن مواقفها من المنظمة .
- 2- تحليل مواقف الجمهور والرأي العام لتحديد الآثار المترتبة عليها وسبل معالجة الجوانب السلبية منها ودعم الايجابية منها .
- 3- تطوير تقنيات فهم متغيرات مواقف الجمهور وكيفية التحكم بها .

- وظائف التنسيق :

- 1- ربط خطة العلاقات العامة مع خطط الإدارات الأخرى في إطار الخطة الشاملة للمنظمة .
- 2- تصميم الهيكل التنظيمي للعلاقات العامة بما يتفق مع موقعها في الهيكل التنظيمي للمنظمة وينسجم مع بناء العلاقات العامة بين الوحدات المختلفة في الهيكل .
- 3- برمجة وظيفة العلاقات العامة مع الوظائف الأخرى في المنظمة بما يمنع التداخل أو الازدواجية وكذلك التعارض والتقاطع بينها .

- 4- تنسيق فعاليات المتابعة ومراقبة برامج العلاقات العامة في اطار مراقبة البرامج الأخرى في المنظمة ومتابعتها .

ج -العلاقات العامة : جهد مخطط للتأثير بشكل إيجابي في الرأي العام من خلال الأداء الناضج والسمعة الطيبة والاتصالات التفاعلية ذات الاتجاهين³.

وعرفت الجمعية الدولية للعلاقات العامة : " بأنها وظيفة إدارية ذات طابع مخطط ومستمر ترمي من خلالها المنظمات والهيئات العامة والخاصة إلى كسب تعاطف وتأييد أولئك الذين تهتم بهم وتحافظ على ثقتهم ، عن طريق تقييم الرأي العام المتعلق بها من أجل ربط سياستها وإجراءاتها قدر الإمكان ، ومن أجل تحقيق تعاون مثمر أكثر ، ومن أجل مقابلة المصالح العامة بدرجة أكثر كفاءة عن طريق تخطيط المعلومات ونشرها باستخدام الإعلام الشامل المخطط " ⁴.

¹ - راسم الجمال وخيرت العياد، إدارة العلاقات العامة/المدخل الاستراتيجي، ط2، القاهرة: الدار المصرية، 2004، ص281-

² - علي عوجة، الاسس العلمية للعلاقات العامة، ط4، القاهرة :عالم الكتب، 2000 ،ص40

³ - بشير العلاق، العلاقات العامة في الازمات، عمان: دار اليازوري للنشر، 2009:ص14

⁴ - عبد الرزاق الدليم، العلاقات العامة والعولمة، عمان: دار الجريز، 2013، ص13.

د-القنوات الفضائية الإخبارية : وهي قنوات فضائية تقدم مواد اخبارية وبرامج سياسية بالدرجة الاولى، وتهتم رسالتها الاعلامية بمتابعة التطورات السياسية ونقل الاخبار لحظة حدوثها، وتختلف رسالتها الاعلامية باختلاف السياسات الاعلامية للجهات المالكة لها¹.

الفصل الثاني : نتيجة الدراسة الميدانية

اولاً : البيانات العامة :

- 1- الجنس: بلغت نسبة العاملين من الذكور في القنوات قيد البحث 9 مبحوثين بنسبة 65% من نسبة المبحوثين، في حين بلغ عدد الاناث 5 بنسبة 35 % من المجموع الكلي للمبحوثين ، وكانت نتائج كل قناة على حدة كالآتي :-
 - قناة كوردسات الاخبارية: من مجموع 6 مبحوثين بلغ عدد العاملين من الذكور 4 بنسبة 67% وعدد الاناث 2 بنسبة 33% من مجموع المبحوثين .
 - قناة گهلی كوردستان: من مجموع ثلاث مبحوثين بلغ عدد العاملين من الذكور 2 بنسبة 67% وعدد الاناث 1 بنسبة 33% من المبحوثين .
 - قناة KNN : من مجموع ثلاث مبحوثين بلغ عدد العاملين من الذكور 1 بنسبة 33% وعدد الاناث 2 بنسبة 67 % من المبحوثين
 - قناة NRT: اتصف المبحوثين العاملين في قسم العلاقات العامة في هذه القناة بانهم من الذكور و بنسبة 100%.
- وكما مبين في الجدول رقم 1.

جدول (1) يبين وصف تحديد جنس المبحوثين

ت	القناة	ذكور		اناث		المجموع	
		العدد	%	العدد	%	العدد	%
1	كوردسات الاخبارية	4	67%	2	33%	6	42.9%
2	گهلی كوردستان	2	67%	1	33%	3	21.4%
3	KNN	1	33%	2	67%	3	21.4%
4	NRT	2	100%	0	0%	2	14.3%
	المجموع	9	65%	5	35%	14	100%

- 2- التحصيل الدراسي : كانت شهادة الاعدادية وما دونها التحصيل الدراسي الاغلب لعينة البحث اذ كان 6 مبحوثين من ضمن هذه الفئة وبنسبة 43%، في حين ان تحصيلي الدبلوم والكلوريوس كانت بنفس النسبة التي بلغت 28.5% بعدد مبحوثين بلغ 4 مبحوثاً لكل منهما .

¹- محمد المفسر ، تحليل الرسالة الاعلامية تاثير الفضائيات العربية على الشباب العربي،مجلة المفكر،مجلة علمية محكمة تصدرها كلية الحقوق والعلوم السياسية بجامعة محمد خيضر بكسرة ،الجزائر ،العدد الثالث ،2008، ص 46.

وكانت نتائج كل قناة على حدة كالآتي:-

- كوردسات الاخبارية : من مجموع 6 مبحوثين كان لأربعة منهم تحصيل مرحلة الإعدادية وما دونها وبنسبة 66.7%، ولإثنين منهم تحصيل البكالوريوس وبنسبة 33.3% .
- **كهلي كوردستان**: من مجموع ثلاث مبحوثين حصل كل من الإعدادية وما دونها والدبلوم والبكالوريوس على نسب متساوية بواقع عدد 1 لكل منها وبنسبة 33.3%.
- **KNN**: اتصف كل من العاملين الثلاث في قسم العلاقات العامة في هذه القناة بانهم من حاملي شهادة الدبلوم وبنسبة 100%.
- **NRT**: كانت حصة التحصيلين الاعدايي وما دونه و البكالوريوس متساوية بمعدل عدد 1 لكل منهما وبنسبة 50% لكل منهما. وكما مبين في الجدول رقم 2 .

الجدول (2) يبين وصف التحصيل الدراسي للمبحوثين

ت	القناة	اعداديه وما دونها		دبلوم		بكالوريوس		ماجستير		دكتوراه		المجموع	
		العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
1	كوردسات الاخباريه	4	66.7%			2	33.3%					6	42.9%
2	كهلي كوردستان	1	33.3%	1	33.3%	1	33.3%					3	21.4%
3	KNN			3	100%							3	21.4%
4	NRT	1	50%			1	50%					2	14.3%
المجموع		6	43%	4	28.5%	4	28.5%					14	100%

3- سنوات الخبرة: اغلب المبحوثين كانت خبرتهم بسيطة من (5-1 سنوات) بنسبة 64.3% من المبحوثين، في حين ان

نسبة 35.7% من المبحوثين بلغت سنوات خبرتهم (6 الى 10 سنوات) ، فكانت النتائج بشكل مفصل كالآتي :-

- كوردسات الاخبارية: من مجموع 6 مبحوثين كان 5 منهم ذو خبرة تتراوح بين (1- 5 سنوات) وبنسبة 83 % ، في حين كان لمبحوثا واحدا خبرة تتراوح بين (6 الى 10) سنوات وبنسبة 17%.
- **كهلي كوردستان** : من مجموع ثلاث مبحوثين كان لـ 2 منهم سنوات خبرة تتراوح بين (1 - 5 سنوات) وبنسبة 67%، في حين اتصف مبحوثا واحدا فقط بان خبرته تتراوح بين (6 - 10) وبنسبة 33.3% .
- **KNN**: من مجموع ثلاث مبحوثين كان لـ 2 منهم سنوات خبرة تتراوح بين (1 الى 5 سنوات) وبنسبة 67 %، في حين اتصف مبحوثا واحدا فقط بان خبرته تتراوح بين (6 - 10) وبنسبة 33.3% .
- **NRT**: اتصف مبحوثي قسم العلاقات العامة في هذه القناة بان خبرتهم تتراوح بين (6 - 10) وبنسبة 100% . وكما موضح بالجدول رقم 3 .

الجدول (3) يبين وصف سنوات خبرة للمبحوثين

ت	القناة	(5-1)		(10-6)		(15-11)		المجموع	
		العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
1	كوردسات الاخبارية	5	83%	1	17%			6	42.9%
2	كهلى كوردستان	2	67%	1	33%			3	21.4%
3	KNN	2	67%	1	33%			3	21.4%
4	NRT			2	100%			2	14.3%
المجموع		9	64.3%	5	35.7%			14	100%

ثانياً : مهام العلاقات العامة في القنوات الإخبارية الكوردية :

- 1- مرافقة الضيوف وتزويدهم بالمعلومات والتسهيلات اللازمة :- يظهر جليا من نتائج الاستبيان ان العلاقات العامة في القنوات قيد البحث تولي اهتماما كبيرا بمهمة من المهام التسهيلية وهي مرافقة الضيوف وتقديم التسهيلات اللازمة لهم، فكما موضح في الجدول أدناه ان في القنوات الأربعة قيد البحث حصل البديل (تمارس دائما) على أعلى نسبة من بين حصلت على نسبة 85.7% من أجابات المبحوثين وفي الوقت الذي حصل فيه البديل (تمارس احيانا) على نسبة 14.3% من اجابات المبحوثين، واذا ما اخذنا نتائج كل قناة على حدة فكانت النتائج كالآتي :-
- كوردسات الاخبارية: من مجموع 6 مبحوثين أجاب 5 منهم وبنسبة 83% بان هذه المهمة تمارس بشكل دائم، في حين مبحوثا واحدا فقط وبنسبة 17% أجاب انها تمارس احيانا .
- كهلى كوردستان: من مجموع 3 مبحوثين اظهر مبحوثين وبنسبة 67% بان هذه المهمة تمارس دائما، في حين أجابمبحوثا واحدا وبنسبة 33.3% انها تمارس احيانا .
- KNN : أجاب المبحوثين الثلاثة في هذه القناة ان هذه المهمة تمارس دائما وبنسبة 100% .
- NRT : أجاب المبحوثين الاثنين في هذه القناة ان هذه المهمة تمارس دائما وبنسبة 100% . وكما موضح في الجدول ادناه .

جدول (4) يبين مرافقة الضيوف وتزويدهم بالمعلومات وتسهيلات اللازمة

ت	اسم القناة	تمارس دائما		تمارس احيانا		تمارس نادراً		المجموع	
		العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
1	كوردسات الاخبارية	5	83%	1	17%			6	42.9%
2	كهلى كوردستان	2	67%	1	33%			3	21.4%
3	KNN	3	100%					3	21.4%
4	NRT	2	100%					2	14.3%
المجموع		12	85.7%	2	14.3%			14	100%

2- **اجراء البحوث للتعرف على اتجاهات الرأي العام والعوامل المؤثرة فيه :** يظهر جليا من نتائج الاستبيان ان العلاقات العامة في القنوات قيد البحث لا تولي اهتماما كبيرا بالجوانب البحثية والاطلاع على اتجاهات الراي العام والذي يتضح من الجدول ادناه حيث حصل (تمارس احيانا) على اعلى نسبة من بين البدائل الثلاثة بنسبة 57.1% ، وفيما عدا قناة **كهلي كوردستان** التي حصل فيها (تمارس نادرا) على اعلى نسبة بلغت 67%، فان القنوات الثلاثة الاخرى كان (تمارس احيانا) هو اجاباتهم ، واذا ما عرضنا نتائج القنوات بالتفصيل فانها كالآتي :-

- **كوردسات الاخبارية:** من مجموع 6 مبحوثين اجاب 5 منهم وبنسبة 83.3% بان هذه المهمة تمارس احيانا ،في حين مبحوثا واحدا وبنسبة 16.6% أجاب انها تمارس نادرا .
- **كهلي كوردستان:** من مجموع 3 مبحوثين، أجاب مبحوثين منهم انها تمارس نادرا وبنسبة 67.6 % ،في حين مبحوثا واحدا منهم أجاب انها تمارس دائما وبنسبة 33.3% .
- **KNN :** من مجموع 3 مبحوثين ،أجاب مبحوثين منهم وبنسبة 67 % بانها تمارس احيانا ،وبحوث واحد أجاب انها تمارس دائما وبنسبة 33.3% .
- **NRT :** من مجموع مبحوثين أجاب احدهم انها تمارس دائما وأجاب الاخر انها تمارس احيانا وبنسبة 50% لكل منهم .

وكما هو موضح في الجدول الآتي:

جدول(5) يبين اجراء البحوث للتعرف على اتجاهات الرأي العام والعوامل المؤثرة فيه

ت	اسم القناة	تمارس دائما		تمارس احيانا		تمارس نادراً		المجموع	
		العدد	%	العدد	%	العدد	%	عددا	نسبة %
1	كوردسات الاخبارية			5	83.3%	1	16.6%	6	42.9%
2	كهلي كوردستان	1	33.3%			2	67%	3	21.4%
3	KNN	1	33.3%	2	67%			3	21.4%
4	NRT	1	50%	1	50%			2	14.3%
	المجموع	3	21.4%	8	57.1%	3	21.4%	14	100%

3- **متابعة اخر التطورات والتشريعات في الحقل الاعلامي:** يظهر جليا من نتائج الاستبيان ان العلاقات العامة في القنوات قيد البحث تولي اهتماما كبيرا بالمتابعات الاعلامية من حيث التطورات الاعلامية واخر التشريعات الاعلامية، فكما موضح في الجدول أدناه ان في القنوات الأربعة قيد البحث حصل (تمارس دائما) على اعلى نسبة من بين البدائل الثلاثة المطروحة للأختيار اذ حصل على نسبة 78.6% من أجابات المبحوثين في الوقت الذي حصل فيه الخيار (تمارس احيانا) على نسبة 14.3% من اجابات المبحوثين ،أما (تمارس نادرا) فكان بنسبة 7.1% . واذا ما حاولنا توضيح كل قناة فان النتائج كالآتي :

- **كوردسات الاخبارية:** من مجموع 6 مبحوثين اجاب 5 منهم وبنسبة 83.3% بان هذه المهمة تمارس دائما ،في حين مبحوثا واحدا وبنسبة 16.6% أجاب انها تمارس احيانا.

- **كهلى كوردستان** : كان لكل من المبحوثين الثلاثة رأي مختلف عن الآخر اذ يلاحظ ان كل مبحوث اختار بديل من البدائل اي ان كل من البدائل الثلاثة حصلت نسب متساوية من الالخيار بواقع مبحوثا واحدا لكل بديل وبنسبة 33 % .
 - **KNN** : اجاب المبحوثين الثلاثة ان هذه المهمة تمارس بشكل دائم وبنسبة 100% في هذه القناة .
 - **NRT** : اجاب المبحوثين الاثنين ان هذه المهمة تمارس بشكل دائم وبنسبة 100 % .
- وكما هو موضح في الجدول ادناه .

جدول (6) يبين متابعة اخر التطورات والتشريعات فى الحقل الاعلامي

ت	القناة	تمارس دائماً		تمارس احيانا		تمارس نادراً		المجموع	
		العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	نسبة %
1	كوردسات الاخبارية	5	83.3%	1	16.6%			6	42.9%
2	كهلى كوردستان	1	33%	1	33%	1	33%	3	21.4%
3	KNN	3	100%					3	21.4%
4	NRT	2	100%					2	14.3%
	المجموع	11	78.6%	2	14.3%	1	7.1%	14	100%

4 - التنسيق والمتابعة بين الهيئات والمؤسسات الرسمية والجهات ذات العلاقة فى الداخل والخارج : اتضح من نتائج الاستبيان ان العلاقات العامة في القنوات قيد البحث تهتم كثيراً بالقيام بالتنسيق بين القناة والجهات الاخرى، فكما موضح في الجدول أدناه ان في القنوات الأربعة قيد البحث حصل (تمارس دائماً) على أعلى نسبة بلغت 85.7% من أجابات المبحوثين ، في الوقت الذي حصل فيه (تمارس احيانا) على نسبة 14.3% من اجابات المبحوثين . واذا ما عدنا الى نتائج كل قناة بشكل مفصل فان النتائج كانت كالآتي :

- **كوردسات الاخبارية**: من مجموع 6 مبحوثين اجاب 5 منهم وبنسبة 83.3% بان هذه المهمة تمارس دائماً ، في حين مبحوثا واحدا وبنسبة 16.6% اجاب انها تمارس احيانا.
 - **كهلى كوردستان** : اجاب اثنان من المبحوثين الثلاثة ان هذه المهمة تمارس دائماً وبنسبة 76 % ، في حين ان مبحوثا واحدا اجاب انها تمارس احيانا وبنسبة 33 % .
 - **KNN** : اجاب المبحوثين الثلاثة ان هذه المهمة تمارس بشكل دائم وبنسبة 100% في هذه القناة .
 - **NRT** : اجاب المبحوثين الاثنين ان هذه المهمة تمارس بشكل دائم وبنسبة 100 % .
- وكما موضح في الجدول ادناه :

جدول (7) يبين التنسيق والمتابعة بين الهيئات والمؤسسات الرسمية والجهات ذات العلاقة فى الداخل والخارج .

ت	اسم القناة	تمارس دائماً		تمارس احياناً		تمارس نادراً		المجموع	
		العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
1	كوردسات الاخبارية	5	83.3 %	1	16.6 %			6	42.9 %
2	كهلى كوردستان	2	67 %	1	33 %			3	21.4 %
3	KNN	3	100 %					3	21.4 %
4	NRT	2	100 %					2	14.3 %
	المجموع	12	85.7 %	2	14.3 %			14	100 %

5- المشاركة في التخطيط : يظهر جلياً من نتائج الاستبيان ان العلاقات العامة في القنوات قيد البحث تهتم بوضع الخطط وفق اسس علمية ، فكما موضح في الجدول أدناه ان في القنوات الأربعة قيد البحث حصل (تمارس دائماً) على أعلى نسبة بلغت 57.1% من أجابات المبحوثين، في الوقت الذي حصل فيه (تمارس احياناً) على نسبة 28.6%، اما (تمارس نادراً) فقد حصل على نسبة 14.3% من اجابات المبحوثين . وكانت نتائج كل قناة على حدة كالآتي :-

- كوردسات الاخبارية: من مجموع 6 مبحوثين اجاب 5 منهم وبنسبة 83.3% بان هذه المهمة تمارس دائماً، في حين إن مبحوثاً واحداً وبنسبة 16.6% أجاب بأنها تمارس نادراً .
- كهلى كوردستان: أجاب اثنان من المبحوثين الثلاثة ان هذه المهمة تمارس احياناً وبنسبة 76%، في حين ان مبحوثاً واحداً أجاب بانها تمارس نادراً وبنسبة 33%.
- KNN : من بين المبحوثين الثلاثة أجاب مبحوثين منهم ان هذه المهمة تمارس بشكل دائم وبنسبة 67% ، في حين ان مبحوثاً واحداً أجاب بأنها تمارس احياناً وبنسبة 33% .
- NRT : اختلف المبحوثين الاثنان في هذه القناة حول مدى ممارسة هذه المهمة في الوقت الذي أجاب فيها احدهما بانها تمارس بشكل دائم الا ان المبحوث الاخر أجاب بأنها تمارس احياناً وبنسبة 50% لكل منهما . وكما موضح في الجدول ادناه .

جدول (8) يبين المشاركة في التخطيط

ت	اسم القناة	تمارس دائماً		تمارس احياناً		تمارس نادراً		المجموع	
		العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
1	كوردسات الاخبارية	5	83.3 %			1	16.6 %	6	42.9 %
2	كهلى كوردستان			2	67 %	1	33 %	3	21.4 %
3	KNN	2	67 %	1	33 %			3	21.4 %
4	NRT	1	50 %	1	50 %			2	14.3 %
	المجموع	8	57.1 %	4	28.6 %	2	14.3 %	14	100 %

6- إبداء الآراء والمقترحات بشأن استضافة الشخصيات المهمة وذات العلاقة في برامج القناة :

يظهر جلياً من نتائج الاستبيان ان العلاقات العامة في القنوات قيد البحث تولي اهتماماً كبيراً بإبداء الآراء في الخيار نوعية الضيوف أذ حصل (تمارس دائماً) على أعلى نسبة بلغت 85.7% من أجابات المبحوثين في الوقت الذي حصل فيه كل من (تمارس احياناً) و (تمارس نادراً) على 7.1% لكل منهما . وكانت نتائج كل قناة على حدة كالآتي :-

- كوردسات الاخبارية: من مجموع 6 مبحوثين اجاب 5 منهم وبنسبة 83.3% بان هذه المهمة تمارس دائماً، في حين إنّ مبحوثاً واحداً وبنسبة 16.6% أجاب بانها تمارس نادراً .
- كهلي كوردستان: أجاب اثنان من المبحوثين الثلاثة بان هذه المهمة تمارس دائماً وبنسبة 76 % ، في حين إنّ مبحوثاً واحداً أجاب بانها تمارس احياناً وبنسبة 33 % .
- KNN : أجاب المبحوثين الثلاثة ان هذه المهمة تمارس بشكل دائم وبنسبة 100% في هذه القناة .
- NRT : أجاب المبحوثين الاثنان ان هذه المهمة تمارس بشكل دائم وبنسبة 100 % .

وكما موضح في الجدول ادناه .

جدول (9) يبين إبداء الآراء والمقترحات بشأن استضافة الشخصيات المهمة وذات العلاقة في برامج القناة

ت	اسم القناة	تمارس دائماً		تمارس احياناً		تمارس نادراً		المجموع	
		العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
1	كوردسات الاخبارية	5	83%			1	17%	6	42.9%
2	كهلي كوردستان	2	67%	1	33%			3	21.4%
3	KNN	3	100%					3	21.4%
4	NRT	2	100%					2	14.3%
	المجموع	12	85.7%	1	7.1%	1	7.1%	14	100%

7-دراسة الاتجاهات العامة في السوق المحلي والدولي لمعرفة القوة المؤثرة في الرأي العام :- يظهر جلياً من نتائج الاستبيان

ان العلاقات العامة في القنوات قيد البحث لا تهتم كثيراً بدراسة الاتجاهات العامة في السوق لغرض معرفة مدى تأثيرها في الرأي العام ، فكما موضح في الجدول أدناه ان في القنوات الأربعة قيد البحث حصل (تمارس احياناً) على أعلى نسبة بلغت 64.2% من أجابات المبحوثين في الوقت الذي حصل فيه (تمارس دائماً) على نسبة 21.4% من اجابات المبحوثين ، اما (تمارس نادراً) فحصل على نسبة 14.2% من اجابات المبحوثين . وكانت النتائج كالآتي :-

- كوردسات الاخبارية: من مجموع 6 مبحوثين كانت اجابات جميعهم بانها تمارس احياناً وبنسبة 100% .
- كهلي كوردستان: أجاب اثنان من المبحوثين الثلاثة ان هذه المهمة تمارس نادراً وبنسبة 76 % ، في حين ان مبحوثاً واحداً أجاب انها تمارس احياناً وبنسبة 33 % .
- KNN : أجاب اثنان من المبحوثين ان هذه المهمة تمارس بشكل دائم وبنسبة 67 % ، في حين ان مبحوثاً واحداً أجاب انها تمارس احياناً وبنسبة 33 % .
- NRT: اختلف المبحوثان في هذه القناة حول مدى ممارسة هذه المهمة في الوقت الذي أجاب فيه انها تمارس دائماً ، أجاب الثاني انها تمارس احياناً وبنسبة 50 % لكل منهما .

وكما موضح في الجدول ادناه .

جدول (10) دراسة الاتجاهات العامة في السوق المحلي والدولي لمعرفة القوة المؤثرة في الرأي العام

ت	اسم القناة	تمارس دائماً		تمارس احياناً		تمارس نادراً		المجموع	
		العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
1	كوردسات الاخبارية			6	100%			6	42.9%
2	كهلي كوردستان			1	33%	2	67%	3	21.4%
3	KNN	2	67%	1	33%			3	21.4%
4	NRT	1	50%	1	50%			2	14.3%
	المجموع	3	21.4%	9	64.2%	2	14.2%	14	100%

8- المشاركة في رسم سياسة ادارة القناة وبرامجها : يظهر جلياً من نتائج الاستبيان ان العلاقات العامة في القنوات قيد البحث تهتم كثيراً بالمشاركة في رسم سياسة ادارة القناة ، اذ انه في القنوات الأربعة قيد البحث حصلت (تمارس دائماً) على اعلى نسبة بلغت 71.4% من أجابات المبحوثين، في الوقت الذي حصل فيه كل من (تمارس احياناً و تمارس نادراً) على نسبة 14.3 % من اجابات المبحوثين لكل منهما . فكانت النتائج كالآتي : -

- كوردسات الاخبارية: من مجموع 6 مبحوثين اجاب 5 منهم وبنسبة 83.3% بان هذه المهمة تمارس دائماً ، في حين إن مبحوثاً واحداً وبنسبة 16.6% أجاب بانها تمارس نادراً .
- كهلي كوردستان: حصل كل تمارس دائماً ، تمارس احياناً ، تمارس على نسب متساوية ، بنسبة 33% لكل منهم .
- KNN: أجاب اثنان من المبحوثين ان هذه المهمة تمارس بشكل دائم وبنسبة 67 %، في حين ان مبحوثاً واحداً أجاب انها تمارس احياناً وبنسبة 33 % .
- NRT : اتفق المبحوثان في هذه القناة بان هذه المهمة تمارس دائماً وبنسبة 100 % .

وكما موضح في الجدول ادناه .

جدول (11) يبين المشاركة في رسم سياسة ادارة القناة وبرامجها

ت	اسم القناة	تمارس دائماً		تمارس احياناً		تمارس نادراً		المجموع	
		العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
1	كوردسات الاخبارية	5	83.3%			1	16.6%	6	42.9%
2	كهلي كوردستان	1	33%	1	33%	1	33%	3	21.4%
3	KNN	2	67%	1	33%			3	21.4%
4	NRT	2	100%					2	14.3%
المجموع		10	71.4%	2	14.3%	2	14.3%	14	100%

9- متابعة الحملات الإعلامية والدعائية الخارجية_ : يظهر جلياً من نتائج الاستبيان ان العلاقات العامة في القنوات قيد البحث تولي مهمة متابعة الحملات الاعلامية والدعائية اهمية من خلال ممارستها بشكل دائم ويظهر ذلك جلياً من ان (تمارس دائماً) حصلت على اعلى نسبة بلغت 57.1% من اجابات المبحوثين الذين كان عددهم 8 مبحوثاً، اما (تمارس احياناً) فحصلت على نسبة 35.7% من اجابات المبحوثين ، اما (تمارس نادراً) فحصلت على نسبة 7.1% من اجابات المبحوثين . وكانت النتائج كالآتي :

- كوردسات الاخبارية : من مجموع 6 مبحوثين اجاب 4 منهم ونسبة 67 % بان هذه المهمة تمارس دائماً، في حين اجاب مبحوثين اثنين ونسبة 33 % بانها تمارس نادراً .
- كهلي كوردستان: أجاب اثنان من المبحوثين ان هذه المهمة تمارس احياناً ونسبة 67 % ، في حين ان مبحوثاً واحداً أجاب بانها تمارس نادراً ونسبة 33 %.
- KNN : أجاب اثنان من المبحوثين ان هذه المهمة تمارس بشكل دائم ونسبة 67 % ، في حين ان مبحوثاً واحداً أجاب بانها تمارس احياناً ونسبة 33 % .
- NRT : اتفق المبحوثان في هذه القناة بان هذه المهمة تمارس دائماً ونسبة 100 % .
- وكما موضح في الجدول ادناه .

جدول (12) متابعة الحملات الإعلامية والدعائية الخارجية

ت	اسم القناة	تمارس دائماً	تمارس احياناً	تمارس نادراً	المجموع
---	------------	--------------	---------------	--------------	---------

		العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
1	كوردسات الاخبارية	4	67%	2	33%			6	42.9%
2	كهلى كوردستان			2	67%	1	33%	3	21.4%
3	KNN	2	67%	1	33%			3	21.4%
4	NRT	2	100%					2	14.3%
	المجموع	8	57.1%	5	35.7%	1	7.1%	14	100%

10 -- تقديم الخدمات والتسهيلات والهدايا لمنتسبي القناة : كانت اجابات المبحوثين حول مدى إهتمامهم بتقديم الخدمات، التسهيلات أو الهدايا لمنتسبيهم بانهم (يمارسون دائما) بنسبة 42.9% وبعده 6 مبحوثين ، في حين كانت اجابات 5 مبحوثين بانها تمارس احيانا وبنسبة 35.7% ، واجاب 3 مبحوثين بانها تمارس نادرا وبنسبة 21.4% . وكانت النتائج كالآتي :-

- **كوردسات الاخبارية** : من مجموع 6 مبحوثين اجاب 4 منهم وبنسبة 67% بان هذه المهمة تمارس دائما، في حين اجاب مبحوثين اثنين وبنسبة 33% بانها تمارس نادرا .
- **كهلى كوردستان** : اجاب اثنان من المبحوثين ان هذه المهمة تمارس نادرا وبنسبة 67% ، في حين ان مبحوثا واحدا اجاب انها تمارس احيانا وبنسبة 33% .
- **KNN** : كانت الاجابات بنسب متساوية لكل من تمارس دائما ، تمارس احيانا ، تمارس نادرا ، وبنسبة 33% لكل منهم .
- **NRT** : كانت الاجابات بنسب متساوية لكل من تمارس دائما ، تمارس احيانا وبنسبة 50% لكل منهم . وكما موضح في الجدول ادناه .

جدول (13) تقديم الخدمات والتسهيلات والهدايا لمنتسبي القناة .

ت	اسم القناة	تمارس دائما		تمارس احيانا		تمارس نادراً		المجموع	
		العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
1	كوردسات الاخبارية	4	67%	2	33%			6	42.9%
2	كهلى كوردستان			1	33%	2	67%	3	21.4%
3	KNN	1	33%	1	33%	1	33%	3	21.4%
4	NRT	1	50%	1	50%			2	14.3%
	المجموع	6	42.9%	5	35.7%	3	21.4%	14	100%

11 - تنظيم أنشطة متنوعة سواء إجتماعية ،ترفيهية ،ثقافية أو رياضية ، لمنتسبي القناة: كانت اجابات 9 مبحوثين بانها (تمارس دائما) بنسبة 64.3%، في حين اجاب مبحوثا واحدا بانها (تمارس احيانا) وبنسبة 7.1% ، واجاب 4 مبحوثين بانها (تمارس نادرا) بنسبة 28.6% . وكانت النتائج كالآتي :-

- **كوردسات الاخبارية**: من مجموع 6 مبحوثين اجاب 5 منهم وبنسبة 83% بان هذه المهمة تمارس دائما، في حين اجاب مبحوثا واحدا وبنسبة 17% بانها تمارس احيانا .

- **كهلى كوردستان:** أجاب اثنان من المبحوثين بانها تمارس نادرا وبنسبة 67 % ، في حين ان مبحوثا واحدا أجاب انها تمارس دائما وبنسبة 33 % .
- **KNN:** أجاب اثنان من المبحوثين بانها تمارس دائما وبنسبة 67 % ، في حين ان مبحوثا واحدا أجاب بانها تمارس نادرا وبنسبة 33 % .
- **NRT :** اختلف المبحوثان في هذه القناة حول مدى ممارسة هذه المهمة في الوقت الذي أجاب أحدهما بانها تمارس دائما ،أجاب الثاني بانها تمارس نادرا وبنسبة 50 % لكل منهما .

وكما موضح في الجدول ادناه .

جدول (14) يبين تنظيم أنشطة متنوعة سواء إجتماعية ،ترفيهية ،ثقافية أورياضية لمنتسبي القناة

ت	اسم القناة	تمارس دائما		تمارس احيانا		تمارس نادراً		المجموع	
		العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
1	كوردسات الاخبارية	5	83%	1	17%			6	42.9%
2	كهلى كوردستان	1	33%			2	67%	3	21.4%
3	KNN	2	67%			1	33%	3	21.4%
4	NRT	1	50%			1	50%	2	14.3%
	المجموع	9	64.3%	1	7.1%	4	28.6%	14	100%

الاستنتاجات :

- 1- يلاحظ عدم اهتمام اقسام العلاقات العامة في القنوات الإخبارية الكوردية عينة البحث بتوظيف الكوادر المتخصصة النسوية خصوصا ان المرأة اثبتت جدارتها في مجال العلاقات العامة .
- 2- مما يؤخذ على القنوات الإخبارية الكوردية عينة البحث عدم اهتمامها بالخلفية الأكاديمية المطلوبة للعاملين في اقسام العلاقات العامة،وعلى الرغم من ان العلاقات العامة كقسم علمي ضمن الاختصاصات الأكاديمية في جامعات اقليم كوردستان العراق وبالأخص جامعة السليمانية يُعد حديثا نسبياً الا ان ذلك لا يمنع هذه القنوات الاستفادة من الكوادر المتخصصة والحاصلة على الدرجات العلمية من هذه الجامعات .
- 3- يتضح ان اغلب العاملين في اقسام العلاقات العامة في القنوات الإخبارية الكوردية المبحوثة لا يتجاوز سنوات الخبرة لديهم 5 سنوات اي انهم حديثي العهد بالعمل في العلاقات العامة ولا يملكون الخبرة والتجربة الكافية التي تؤهلهم لفهم طبيعة عمل العلاقات العامة فكيف اذا لم يكونوا ذي خلفية علمية أكاديمية تؤهلهم للعمل في اقسام العلاقات العامة .
- 4- بالرغم من قيام ادارات العلاقات العامة في القنوات الأربعة قيد البحث بممارسة اغلب الأنشطة في هذه القنوات الا اننا نرى تخطيطا في هذه الممارسة وذلك واضح من اجابات المبحوثين عن مدى ممارسة الأنشطة فكثيرا ما تراهم يخطفون في مدى ممارسة هذه الأنشطة مع انهم يعملون معا في ادارات منفصلة مخصصة للعلاقات العامة في هذه القنوات .
- 5- اهتمام ادارات العلاقات العامة في القنوات الإخبارية الكوردية عينة البحث بممارسة المهام التسهيلية والاعلامية اكثر من غيرها من المهام والأنشطة ، والذي يعد نتيجة لعدم وجود كوادر متخصصة بممارسة العلاقات العامة من جهة ، وعدم اهتمام هذه القنوات برفع كفاءة عاملها في اقسام العلاقات العامة من خلال دورات تدريبية في هذا المجال من جهة اخرى .

6- بالرغم من الإهتمام بالأنشطة التخطيطية والتنسيقية إلا ان هذا الإهتمام والممارسة بحاجة ماسة الى مزيد من الارتقاء ليواكبا آخر المستجدات والتطورات .

التوصيات :

- 1- اقامة دورات تدريبية لتنمية مهارات العاملين في مجال العلاقات العامة في هذه القنوات .
- 2- السعي للاستفادة من الكوادر الأكاديمية المتخرجة من جامعات اقليم كوردستان – العراق .
- 3- اجراء تقويم دوري وعلمي لطبيعة وآليات ممارسة مهام وأنشطة العلاقات العامة في المؤسسات الاعلامية بهدف مواكبة أحدث التطورات في هذا المجال الحيوي.

قائمة المصادر:-

• الكتب

1. بشير العلاق، العلاقات العامة في الازمات، عمان: دار اليازوري للنشر، 2009.
2. حسين احمد عبد الحميد، العلاقات العامة والاعلام من منظور علم الاجتماع، الاسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، 2001.
3. حميد جاعد الدليمي، اساسيات البحث العلمي، بغداد : شركة الحضارة للطباعة والنشر، 2004
4. ذوقان عبيدات واخرون، البحث العلمي مفهومه ادواته، اساليبه ، عمان: دار المجدلاوي للنشر والتوزيع ، بدون سنة نشر .
5. راسم الجمال وخيرت العياد، ادارة العلاقات العامة/المدخل الاستراتيجي، ط2، القاهرة: الدار المصرية، 2004.
6. عبد الرزاق الدليمي ، العلاقات العامة والعولمة، عمان: دار الجريز، 2013.
7. علي عوجة، الاسس العلمية للعلاقات العامة، ط4، القاهرة : عالم الكتب، 2000 .
8. فؤاد السيد، علم النفس الاحصائي وقياس العقل البشري، بيروت: دار الفكر العربي، 1978 .
9. كامل خورشيد مراد ، الاتصال الجماهيري والاعلام ، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ، 2011 .
10. كامل القيم، مناهج واساليب كتابة البحث العلمي للدراسات الانسانية، بغداد ، دار السيماء 2006.
11. محمد فريد الصحن، العلاقات العامة، القاهرة ، الدار الجامعية: 1985 .
12. محمد مصطفى وربحي عثمان، مناهج البحث العلمي، عمان: دار الصفا للنشر ، 2000.
13. مصطفى محمود الأمام واخرون، التقويم والقياس النفسي ، بغداد: دار الحكمة للطباعة والنشر، 1990
14. منذر الضامن ، أساسيات البحث العلمي، ط2، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع ، 2009
15. يوسف المرعشلي، اصول كتابة البحث العلمي وتحقيق المخطوطات، دار المعرفة، 2004 .

• المجلات العلمية

1. محمد المفسر ، تحليل الرسالة الاعلامية تاثير الفضائيات العربية على الشباب العربي، مجلة المفكر، مجلة علمية محكمة تصدرها كلية الحقوق والعلوم السياسية بجامعة محمد خيضر بكسرة ، الجزائر ، العدد الثالث ، 2008.

ملحق (1)

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي في اقليم كردستان
جامعة السليمانية / كلية العلوم الانسانية
قسم الاعلام – العلاقات العامة

واقع العلاقات العامة في القنوات الفضائية الكوردية في اقليم كردستان
دراسة ميدانية لاهداف وانشطة العلاقات العامة في القنوات الفضائية

الكوردية

اخي الكريم , اختي الكريمة

أضع بين ايديكم استمارة الاستبانة الخاصة بالدراسة الموسومة (العلاقات العامة في القنوات الفضائية الكوردية) والتي تعد جزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلاقات العامة من قسم الاعلام / كلية العلوم الانسانية – جامعة سليمانية .

ان هدف الباحثة من هذه الدراسة هو الوصول الى حقائق ومعلومات واقعية عن طبيعة العمل في أقسام العلاقات العامة في القنوات الفضائية الكوردية من حيث طبيعة اهداف العلاقات العامة وانشطتها التي يتم ممارستها في هذه القنوات , وعليه فانكم تتفقون معنا ولاشك بان هناك ضرورة للإجابة على جميع الأسئلة الواردة في الاستبيان . . علما ان المعلومات التي تعطى في هذه الاستمارة تستخدم لإغراض البحث العلمي فقط . وان الاجابات عن الأسئلة الواردة في هذه الاستمارة ستكون هي الأساس الحقيقي للوصول إلى نتائج علمية للبحث....

شاكرين تعاونكم معنا .. مع وافر الشكر والتقدير .

الباحثة

فيان عمر

الأستاذ المشرف

أ.د. على جبار الشمري

د. لانه صابر

اولا : الاسئلة العامة

-خصائص المبحوثين

1. الجنس : ذكر () أنثى ()
2. التحصيل الدراسي : اعدادية وما دونها () , دبلوم () , بكوريوس () , ماجستير ()
دكتوراه () .
3. عدد سنوات الخبرة في مجال العلاقات العامة : ()
ثانيا: ممارسة العلاقات العامة في القناة الفضائية :
4. الى مدى تهتم العلاقات العامة في القناة بتحقيق الاهداف الانية :-

ت	الاهداف	كثيرا	قليلا	لا تهتم
1	بناء وتعزيز سمعة القناة .			
2	ايجاد رأي عام و مؤيد للقناة لدى الجمهور			
3	تنظيم العلاقات الداخلية والخارجية لأنشطة القناة			
4	خلق علاقات مع الادارات والمؤسسات والهيئات داخل داخل القناة وخارجها			
5	تحفيز المعلنين وحثهم على الاعلان في القناة			
6	تحسين الصورة الذهنية للقناة			
7	تنمية شعور الارتباط والانتماء لدى العاملين بالقناة			
8	تعريف المجتمع بنشاطات القناة			
9	الحرص على زيادة جماهيرية القناة			

- 5- ما مدى ممارسة العلاقات العامة في القناة للمهام الاتية :

ت	المهام	درجة الممارسة	تمارس دائما	تمارس احيانا	تمارس نادرا
1.	مرافقة الضيوف وتزويدهم بالمعلومات والتسهيلات اللازمة				
2.	إجراء البحوث للتعرف على اتجاهات الرأي العام والعوامل المؤثرة فيه .				
3.	متابعة اخر التطورات والتشريعات في الحقل الاعلامي				
4.	التنسيق والمتابعة بين الهيئات والمؤسسات الرسمية والجهات ذات العلاقة في الداخل والخارج .				
5.	وضع الخطط التي تساعد على القيام بالعمل على أساس علمي .				
6.	إبداء الآراء والمقترحات بشأن استضافة الشخصيات المهمة وذات العلاقة في برامج القناة .				

7.	دراسة الاتجاهات العامة في السوق المحلي والدولي لمعرفة القوة المؤثرة في الرأي العام .		
8.	المشاركة في رسم سياسة ادارة القناة وبرامجها .		
9.	متابعة الحملات الاعلامية والدعائية الخارجية .		
10.	تقديم الخدمات ،التسهيلات ،الهدايا لمنتسبي القناة .		
11.	تنظيم أنشطة متنوعة سواء (أجتماعية ،ترفيهية ،ثقافية ،رياضية) لمنتسبي القناة .		

5. هل تعتمدون على البحوث العلمية في تقييم نشاط العلاقات العامة في القناة ؟
دائماً () أحياناً () نادراً () لا نعتمد ()

إذا كانت اجابتك ب (لا نعتمد) اذهب الى السؤال رقم 8

6. ما هي الجهة التي تقوم بإعداد البحوث ؟

- إدارة العلاقات العامة نفسها ()
- جهات خارجية متخصصة باجراء بحوث الراي العام ()
- اخرى () , تذكر

7. في حالة وجود أهمية لإجراء البحوث ، أي من المجالات الآتية يتم إجراء البحث العلمي فيه (ملاحظة: يمكن تحديد أكثر من مجال)

تحديد الأهداف
تخطيط أنشطة العلاقات العامة
قياس مدى تطبيق العلاقات العامة لأهدافها
قياس اتجاهات الرأي العام
تطوير وسائل وأساليب الاتصال مع الجمهور
تقويم كفاءة وأداء العاملين في العلاقات العامة

- مجالات أخرى () , تذكر
- 8. أي الاسباب الآتية تعد سببا لعدم اجراء البحث العلمي في القناة :-
- عدم وجود التخصيصات المالية الكافية () .
- اعتقاد الادارة العليا بان البحث العلمي هو اهدار لمال ووقت القناة () .
- عدم الالمام الكافي بأساليب البحث العلمي () .
- 9. هل تمارس العلاقات العامة عمليات التخطيط :
- نعم () لا ()

إذا كانت اجابتك ب (لا) فاجب عن السؤال رقم 13

10. الى اي مدى تلتزم القناة بانواع الخطط الاتية لتنفيذ اهداف العلاقات العامة :

ت	مدى الالتزام		نوع الخطة
	دائماً	أحياناً	نادراً
1			خطط طويلة المدى تسعى إلى تطوير الإستراتيجية الترويجية وتصوراتها المستقبلية لخدمة أهداف القناة العامة (تحتاج إلى أكثر من 3 سنوات لتحقيقها)
2			خطط متوسطة المدى تسعى إلى تطوير وسائل وأساليب العلاقات العامة في القناة للاتصال بالجمهور . (تحتاج من 1-3 للتنفيذ) .
3			خطط قصيرة المدى تسعى إلى تبصير الجمهور بمهام ونشاطات القناة (تحتاج إلى سنة واحدة أو اقل للتنفيذ)

11. يتم التخطيط للعلاقات العامة في المؤسسة على أساس :- (يمكن الإشارة إلى أكثر من اختيار) :
() الاستعانة بالخبراء والمختصين .

() الاعتماد على النتائج التي يتم التوصل إليها من خلال البحوث .

() توجيهات الإدارة العليا .

12. اذا كانت المؤسسة لاتعد خططاً لبرامج العلاقات العامة فما هي اهم الاسباب (اذكرها) ؟

- الاعتقاد بان العلاقات العامة عمل يحتاج إلى الارتجال أكثر منه إلى التخطيط .
- قلة التخصيصات المالية اللازمة للتخطيط .
- لا أهمية للتخطيط للعلاقات العامة من وجهة نظر الإدارة .
- عدم وضوح الاهداف الرئيسية والفرعية للمؤسسة المؤسسة

13. من بين الوسائل والأساليب الآتية ، ما الاسلوب أو الوسيلة الاتصالية الأكثر استخداماً مع الجمهور الداخلي للمؤسسة؟

مدى الاستخدام	الوسيلة أو الاسلوب	دائماً	أحياناً	نادراً
	أ- الوسائل المطبوعة			
	• مطبوعات الأنشطة الداخلية.			
	• الملصقات الداخلية .			

			• المجلة الداخلية .
			• لوحة الإعلانات .
			ب- الوسائل المسموعة والمرئية :
			• الإذاعة
			• التلفزيون
			• الأشرطة المسموعة .
			• الأشرطة المرئية .
			• الأفلام .
			ج- وسائل الاتصال الشخصي :
			• المعارض .
			• المؤتمرات .
			• الندوات .
			• المحاضرات
			• المقابلات الشخصية .
			• الاجتماعات .
			د – وسائل الاتصال الالكترونية :
			• الانترنت
			• البريد الالكتروني .

14. من بين الوسائل والأساليب الآتية ، ما الأسلوب أو الوسيلة الاتصالية الأكثر استخداما مع الجمهور الخارجي للقناة؟

نادرًا	أحيانًا	دائمًا	مدى الاستخدام
			الوسيلة أو الأسلوب

			أ – الوسائل المطبوعة :
			ب – الوسائل المسموعة والمرئية :
			ج – وسائل الاتصال الشخصية :
			• المؤتمرات .
			• المعارض.
			• الحفلات .
			• الاجتماعات .
			• المسابقات .
			• المهرجانات .
			• المقابلات الشخصية .
			• الزيارات الخاصة .
			د – وسائل الاتصال الالكترونية :
			• الانترنت
			• البريد الالكتروني .

15. هل تمارس ادارة العلاقات العامة وظيفة التنسيق مع الإدارات الأخرى في القناة
نعم () لا ()

16. هل تمارس إدارة العلاقات العامة وظيفة التنسيق مع الوزارات والمؤسسات المختلفة ؟
نعم () ، لا ()

17. هل يوجد دورات تدريبية للعاملين في العلاقات العامة ؟
دائماً () أحياناً () نادراً () لا () اجب عن السؤال 20

18. ما ابرز هذه الدورات التدريبية في مجال العلاقات العامة (اذكرها) ؟
- - -

19. من بين الاسباب الاتية ما الذي يعيق قيامكم بتدريب العاملين في العلاقات العامة ؟
- عدم وجود التخصيصات المالية الكافية .
- اعتقاد الإدارة العليا بان التدريب لا يشكل أي أهمية في تطوير كفاءات وقدرات منتسبي المؤسسة .

- عدم وجود الوقت الكافي .
20. هل يتم تقويم أنشطة العلاقات العامة في القناة ؟

دائماً () أحياناً () نادراً () لا ()

اجب عن السؤال 20 في حالة الاجابة ب (لا)

21. في أي المجالات الآتية يتم الاهتمام بإجراء التقويم لها في مؤسستكم ؟

- تقويم النتائج المتحققة على ضوء الأهداف الموضوعة () .
- تقويم كفاءة منتسبي القناة () .
- تقويم كفاءة وسائل الاتصال والإعلام المستخدمة () .
- تقويم مدى نجاح برامج العلاقات العامة في زيادة جماهيرية القناة () .
- تقويم الصورة الذهنية المتكونة عن القناة () .

22. ما الذي يعيق إجراء التقويم :-

- لاعتقاد ادارة المؤسسة ان التقييم اهدار لامكانات المؤسسة () .
- لعدم الالمام بالاساليب العلمية لتقييم أنشطة المؤسسة () .
- لعدم وجود الميزانية الكافية للقيام بالتقييم () .