



**A. P : Mahmood
Yaseen Soud**

E-Mail :

mah_addahir@yahoo.com

Phone Number : 07811028188

Republic Of Iraq
Ministry Of Higher Education &
Scientific Research
AL-Iraqia University/ College Of
Mass Media/ Public Relations
Department
Baghdad, Iraq.

Keywords

-Public Relations Practitioners
-
-Professional Ethics
- Iraqi Universities
- Characteristics of Public
Relations Practitioners.

ARTICLE INFO

Article history:

Received : 2 / 7 / 2020

Accepted : 3 / 9 / 2020

Available Online : 4 / 10 / 2020

Journal of Media Studies and Research (M.S.A.R) - Journal of Media Studies and Research (M.S.A.R) - Journal of Media Studies and Research (M.S.A.R)

Ethics of Public Relations Practitioners in Iraqi Universities – (A survey of workers in universities, Baghdad, Wasit, and Tikrit).

A B S T R A C T

The ethics of the public relations profession is an important area of knowledge that requires a degree of systematic study and organized expertise to provide a set of sound ethical principles and principles that guarantee the institution's continuity in achieving its goals. Public relations in Iraqi universities to the ethics of the profession), and therefore sought to achieve the following objectives: Disclosure of the commitment of public relations practitioners in Iraqi universities to the ethics of the profession .Identify the professional and ethical qualities of public relations practitioners in Iraqi universities. Identify the main factors and reasons that influence the formation of decisions of public relations practitioners to break the commitment to the ethics of the profession . The researcher used the survey method to reach the desired results. The questionnaire was used as a tool for collecting primary data, distributed to all employees in the public relations agencies in the universities (under study) in a comprehensive inventory method. The research reached a number of results. In the Iraqi universities in terms of professional and moral qualities, and enjoy a high level of recognition and commitment to the ethics of the profession. The reasons and factors such as (poor salaries, work pressure, lack of interest, lack of awareness, lack of specialization ...) do not affect the formation of ethical decisions for practitioners

أخلاقيات ممارسو العلاقات العامة في الجامعات العراقية

(دراسة مسحية على العاملين في جامعات ، بغداد، واسط،
وتكريت)

أ.م. محمود ياسين سعود

البريد الإلكتروني :

mah_addahir@yahoo.com

رقم الهاتف : +9647811028188

الملخص

تمثل أخلاقيات مهنة العلاقات العامة، مجالاً مهماً من مجالات المعرفة التي تستلزم قدرًا من الدراسة المنهجية والخبرة المنظمة، لتوفير مجموعة من الأسس والمبادئ والسلوكيات الأخلاقية السليمة التي تضمن استمرار المؤسسة في عملها وتحقيق أهدافها، لذا انطلقت مشكلة البحث الحالي من التساؤل الرئيسي (ما مستوى ادراك ممارسي العلاقات العامة في الجامعات العراقية لأخلاقيات المهنة)، ولهذا سعى البحث إلى تحقيق الأهداف الآتية: الكشف عن مدى التزام ممارسي العلاقات العامة في الجامعات العراقية بأخلاقيات المهنة. والتعرف على الصفات المهنية والأخلاقية لممارسي العلاقات العامة في الجامعات العراقية.

وكذلك التعرف على ابرز العوامل والاسباب التي تؤثر في تشكيل قرارات ممارسي العلاقات العامة الخروج عن التزام بأخلاقيات المهنة.

واعتمد الباحث على المنهج المسحي للوصول إلى النتائج المرجوة، واستخدم استمارة مقياس كأداة لجمع البيانات الأولية، وزعت على جميع العاملين في أجهزة العلاقات العامة في الجامعات (قيد الدراسة)، بأسلوب الحصر الشامل، وتوصل البحث الى مجموعة من النتائج نوجز اهمها: يتسم ممارسي العلاقات العامة في الجامعات العراقية بالصفات المهنية والأخلاقية، ويتمتعون بمستوى إدراك والتزام عاليين بأخلاقيات المهنة، كما أن الاسباب والعوامل مثل (ضعف الرواتب، ضغط العمل، عدم الاهتمام، عدم الادراك، غياب التخصص، ...) لا تؤثر على تشكيل قرارات الاخلاقية للممارسين.

عنوان عمل الباحث

قسم العلاقات العامة، كلية
الإعلام، الجامعة العراقية، بغداد،
العراق

الكلمات المفتاحية :

- ممارسي العلاقات العامة،
- أخلاقيات المهنة،
- الجامعات العراقية،
- الصفات المهنية لممارسي
العلاقات العامة
- معلومات البحث

تاريخ البحث :

الاستلام : 2 / 7 / 2020
القبول : 3 / 9 / 2020
التوفر على الانترنت : 4 / 10 / 2020

المقدمة: تمثل أجهزة العلاقات العامة نافذة الجامعة التي تطل من خلالها إلى المجتمع الخارجي، وعن طريقها يتم التواصل مع المؤسسات والهيئات الأكاديمية والعلمية. حيث تسعى إدارة العلاقات العامة إلى بناء علاقة ايجابية متوازنة بين الجامعة ومختلف القطاعات العامة والخاصة، وعلى كافة المستويات المحلية والعربية والدولية، حيث تسعى إلى تقديم صورة صادقة ومحبية لدى الجمهور لتقنعه برسالة الجامعة وخدماتها. ولتحقيق أهداف الجامعة وكسب ثقة الجمهور والحصول على التفاهم المتبادل لا بد أن تهتم أجهزة العلاقات العامة بجميع الاطراف وقنوات الاتصال، والارتكاز على مجموعة من الاسس والمبادئ التي تضمن استمرار المؤسسة في عملها وتحقيق اهدافها، أخذه بالحسبان التمسك بأخلاقيات المهنة. حيث تستند مهنة العلاقات العامة على

الفضائل الانسانية، اذ يجب على ممارسي العلاقات العامة أن يراعوا المصلحة العامة ومصحة الجمهور عن طريق تهيئة الاسس السليمة لتعامل مع كافة الحالات والمشكلات التي قد تواجه المؤسسة. وبناءً على ما سبق رأى الباحث ضرورة دراسة أخلاقيات ممارسي العلاقات العامة في الجامعات العراقية.

المحت الأول: الاطار المنهجي للبحث

أولاً: مشكلة البحث:

إن اختيار مشكلة البحث وتحديدتها ربما يكون أصعب من إيجاد الحلول لها. ويتولى الباحث عرض المشكلة عرضاً دقيقاً يقود إلى بناء الفرض والتحليل الوافي لجمع الحقائق والتفسيرات المرتبط بالمشكلة وعزل الحقائق المرتبطة بها، فعرض المشكلة يسهم في تحديد الهدف والغرض من البحث ومنهجه وخطته وأدواته، وتتحدد مشكلة البحث الحالي من التساؤل الرئيسي (ما مستوى ادراك ممارسي العلاقات العامة في الجامعات العراقية لأخلاقيات المهنة)، ويتفرع منه مجموعة من الاسئلة الفرعية الآتية:-

تساؤلات البحث:

١. ما مدى التزام ممارسي العلاقات العامة في الجامعات العراقية بأخلاقيات المهنة؟
٢. ما الصفات المهنية والاخلاقية لممارسي العلاقات العامة في الجامعات العراقية؟
٣. ما ابرز العوامل والاسباب التي تؤثر في تشكيل قرارات ممارسي العلاقات العامة الخروج عن التزام بأخلاقيات المهنة؟

ثانياً: أهمية الدراسة:

تأتي أهمية البحث من أهمية المشكلات التي يثيرها، والموضوعات التي ترتبط بحياة الأفراد في المجتمع، ومن المفترض أن تناولها يسهم في تسليط الضوء على مشكلاتهم، وأن محاولة إيجاد حلول لها تشكل إضافة إلى ميادين العلم والمعرفة والمجالات التي يمتد إليها^(١). وجاءت أهمية هذا البحث من أهمية المفاهيم العلمية والممارسة العملية لأخلاقيات العلاقات العامة، حيث تمثل مجالاً مهماً من مجالات المعرفة التي تستلزم قدراً من الدراسة المنهجية والخبرة المنظمة، لتوفير الأسس السليمة للتعامل مع المشكلات والحالات المختلفة التي تواجه المؤسسات والتي تتسم بتعارض المصالح، ومع تزايد الآثار السلبية الناجمة عن الفضائح الأخلاقية جعل المؤسسات أكثر اهتماماً بأخلاقيات الإدارة عموماً والعلاقات العامة خصوصاً، ثمة أهمية أخرى تتحقق من الدراسة، حيث إن نتائج البحث تسهم في تعويض النقص في هذا الموضوع على المستوى العربي والمحلي.

ثالثاً: اهداف البحث:

تعد أهداف البحث العلمي مؤشرات أساسية يتوصل إليها الباحث عن طريق النتائج التي تجيب عن التساؤلات في مشكلة البحث والتي يسعى البحث الوصول إليه^(٢). والهدف الرئيسي للبحث الحالي التعرف على مستوى ادراك ممارسي العلاقات العامة في الجامعات العراقية لأخلاقيات المهنة). والذي تنطلق منه الاهداف الآتية:-

١. الكشف عن مدى التزام ممارسي العلاقات العامة في الجامعات العراقية بأخلاقيات المهنة.
٢. التعرف على الصفات المهنية والاخلاقية لممارسي العلاقات العامة في الجامعات العراقية.
٣. التعرف على ابرز العوامل والاسباب التي تؤثر في تشكيل قرارات ممارسي العلاقات العامة الخروج عن التزام بأخلاقيات المهنة.

رابعاً: الفروض:

١. توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين النوع الاجتماعي لمفردات العينة وبين مستوى ادراك ممارسي العلاقات العامة لأخلاقيات المهنة.
٢. توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين العمر لمفردات العينة وبين مستوى ادراك ممارسي العلاقات العامة لأخلاقيات المهنة.

٣. توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين تخصص مفردات العينة وبين مستوى ادراك ممارسي العلاقات العامة لأخلاقيات المهنة.

٤. توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين التحصيل الدراسي لمفردات العينة وبين مستوى ادراك ممارسي العلاقات العامة لأخلاقيات المهنة.

خامساً: منهج البحث:

منهج البحث هو مجموعة من الخطوات التي على الباحث إتباعها ضمن إطار معين، تمكنه من الوصول إلى نتائج محددة، ويعرف بأنه (وسيلة عن طريقها يتم الوصول إلى الحقيقة) (٣). واعتمد الباحث على المنهج المسحي لأنه الانسب لهذا النوع من البحوث ولمتطلباته، حيث يُعدّ أحد الأشكال الخاصة للحصول على البيانات والمعلومات المطلوبة وصياغتها وتحليلها وتفسيرها بالطريقة الوصفية، كما يسمح هذا المنهج بجمع المعلومات عندما تشتمل الدراسة جميع مفردات المجتمع أو عينة منه منتشرة بالشكل الذي يصعب الاتصال بجميع مفرداتها، كما يتيح هذا المنهج دراسة عدد كبير من المتغيرات في آن واحد، وبالتالي سيتيح لنا التعرف مستوى ادراك ممارسي العلاقات العامة لأخلاقيات المهنة.

سادساً: حدود البحث ومجالاته:

المراد بمجالات البحث هو كل ما يخضعه الباحث للبحث العلمي بمجاله الزماني والمكاني والبشري.

أ – المجال المكاني للبحث : لقد حدد الباحث المجال المكاني للبحث في الجامعات العراقية الحكومية وتحديدًا جامعة بغداد، وجامعة تكريت، وجامعة واسط ووقع هذا الاختيار لامتلاك هذه الجامعات خصائص المجتمع الاصيلي.

ب – المجال البشري (المجتمعي) للبحث: يقتصر أي بحث على مجموعة من العناصر التي تعد مادته الأساسية ومصدره، ولذلك أقتصر المجال البشري للبحث على العاملين في أجهزة العلاقات العامة في الجامعات العراقية.

ج – المجال الزمني: اختار الباحث المدة المحصورة من ٢٠١٩/٣/٥ لغاية ٢٠١٩/٤/٥، مجالاً زمنياً للبحث وهي المدة التي تزامنت مع تنفيذ إجراءات البحث المتمثلة بتوزيع استمارة المقياس على الجامعات العراقية موضوع الدراسة، ومن ثم إعادة الاستمارات وتحليل بياناتها لغرض معالجتها إحصائياً.

سابعاً: مجتمع وعينة البحث:

تمثل مجتمع البحث بالعاملين في أجهزة العلاقات العامة في الجامعات العراقية ، المتمثلة في (جامعة بغداد، جامعة تكريت، جامعة واسط)، واستخدم الباحث أسلوب الحصر الشامل لجميع مفردات العينة، حيث قام الباحث بتوزيع (٦٠) استمارة على جميع العاملين في أجهزة العلاقات العامة في الجامعات (قيد الدراسة) وأخضع الباحث (٥١) استمارة فقط للتحليل، واهملت (٩) لعدم جدية الأجابات.

ثامناً: أداة البحث:

اعتمد الباحث في جمع البيانات والمعلومات اللازمة للدراسة على نوعين من المصادر، النوع الأول المصادر الثانوية وتتمثل في البيانات والمعلومات التي تشمل المقالات والكتب والأدبيات ذات العلاقة من أجل توضيح المفاهيم المختلفة في الدراسة ولإعطاء معلومات أساسية عن موضوع الدراسة، كما تم الاستعانة بالشبكة الدولية (الانترنت)، أما النوع الثاني المصادر الأولية فتم الاعتماد على بيانات استمارة المقياس الذي جرى إعداده وتطويره لغرض جمع البيانات الميدانية، وقد تكونت الاستمارة من مجموعة من المحاور التي تناولت الجوانب المتعلقة بموضوع البحث وأهدافه، وكما مبين في الملحق رقم (١).

تاسعاً: اختبار صدق الأداة:

الصدق الجيد يتم على مرحلتين، الصدق السطحي، ويتحقق عن طريق الاستطلاع الأولي على عينة قوامها (١٠%) من حجم العينة الكلية وتضمن الاستطلاع جميع الأسئلة الواردة في الاستمارة، حيث أكدت النتائج على فهم المبحوثين لأسئلة القياس جميعها وقدرتهم على الإجابة عنها بسهولة من الوهلة الأولى، وقام الباحث بتعديل وتقويم أسئلة المقياس على ضوء النتائج. أما الصدق الظاهري فقد توصل إليه الباحث بعرض الاستمارة على مجموعة من الخبراء المختصين في حقل البحث الاتصالي^(*)، للتأكد من فقرات المقياس ومدى تلييته لمتطلبات موضوع البحث، وقد أجرى الباحث التعديلات اللازمة عليها وفقاً لتوجيهات الخبراء لتقيس ما صممت من أجله، وصدق آخر يتعلق بالمعاملات الإحصائية (صدق البناء) حيث إن معامل ارتباط درجة الفقرة مع الدرجة الكلية للمقياس يعد إحدى مؤشرات صدق البناء لأن الدرجة الكلية للمقياس تعد بمثابة قياسات محكية آنية وذلك من خلال ارتباطها بدرجات الأشخاص على الفقرات، ومن ثم فإن ارتباط درجة الفقرة الكلية للمقياس يعني أن الفقرة تقيس المفهوم نفسه الذي تقيسه الدرجة الكلية^(٤). ومن خلال حساب معاملات ارتباط درجة الفقرة بالدرجة الكلية لمقياس أخلاقيات ممارسي العلاقات العامة في الجامعات العراقية باستخدام ارتباط بيرسون بوصفها محكاً داخلياً لصدق الفقرة، فأتضح أن جميع الفقرات بدلالة إحصائية، وجدول رقم (١) يوضح ذلك، وبناءً على ذلك لم تستبعد أي فقرة من فقرات المقياس والبالغ عددها (٢٠) فقرة.

جدول (١) يبين قيم معاملات ارتباط درجة الفقرة بالدرجة الكلية للمقياس

معامل الارتباط	الفقرة	معامل الارتباط	الفقرة
.525**	11	.520**	1
.532**	12	.518**	2
.520**	13	.559**	3
.429**	14	.658**	4
.441**	15	.571**	5
.552**	16	.616**	6
.428**	17	.465**	7
.412**	18	.627**	8
.510**	19	.482**	9
.500**	20	.499**	10

عاشراً: ثبات المقياس:

لإيجاد ثبات المقياس استعمل الباحث معادلة ألفا-كرونباخ، وهذا النوع من الثبات يحسب معامل أتساق الأسئلة، أي قوة الارتباط بين فقرات المقياس (الاتساق الداخلي)^(٥)، وعند استخراج الثبات كانت قيمته (٠,٨٢٧) وهو معامل ثبات يمكن اعتماده.

المبحث الثاني: العلاقات العامة في الجامعات وأخلاقيات المهنة:

العلاقات العامة هي فن الاتصال الذي يهدف إلى هندسة علاقات جيدة بين المؤسسة أو أية منظمة مهما يكن حجمها أو طبيعة عملها وجمهورها، وترتكز هذه العلاقة بالأساس على الثقة والاحترام والتقدير والمصالح المتبادلة.

أولاً: العلاقات العامة

تعرف العلاقات العامة بأبسط صور بانها نشاط يهدف إلى كسب ثقة الجماهير وتأييدها، كما تعرف العلاقات العامة بانها الجهد المنظم الذي تبذله المؤسسة بهدف تحقيق الاندماج مع المجتمع واحتياجاته، مما يتطلب نوعاً من الاتصال بين المؤسسة وجمهورها^(٦). ويشير هذا التعريف إلى

اهمية الاتصال المتبادل بين المؤسسة و جماهيرها (اتصال مزدوج) في تحقيق التفاهم بين الطرفين، والثقة لا تتحقق بينهما بسهولة، وإنما تحتاج إلى عمل نافع وقول صادق وجهود مستمرة، فالعلاقات العامة ليست علاجاً للسياسات القاهرة أو المنتجات السيئة والخدمات الرديئة، بل تهدف أساساً إلى تحقيق الانسجام والتوافق في المجتمع الحديث الذي تعتريه التغيرات السريعة، فالعلاقات العامة تسعى للتنسيق والتوفيق بين عناصر المجتمع ومؤسساته، لخدمة الافراد ومصالحها ومصالح المجتمع ككل^(٧).

ثانياً: مهام ممارسي العلاقات العامة في الجامعات

تتمثل واجبات ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات كافة مهما اختلفت طبيعة نشاطها أو حجمها في تقديم النصح والمشورة إلى الإدارة العليا، وتوظيف خدماته لصناعة علاقات طيبة قائمة على اساس الثقة المتبادلة مع الجماهير واستمرارها وتزويد الجمهور بالمعلومات الخاصة بإنجازات المؤسسة وبكل المتغيرات والمؤثرات في انشطتها، كما يساهم ممارس العلاقات العامة في تغيير سياسة المؤسسة المقترحة وقياس النتائج^(٨).

ويتطلب من خبير العلاقات العامة جهود استثنائية لإداء مهامه كونه يتعامل مع جماهير متعددة ومتنوعة المهارات والمواهب، وجمهور في الجامعات يشمل كافة المتعاملين معها يجمعهم الهدف أو المصلحة المشتركة ومن هذه الجماهير جمهور الطلبة، واعضاء الهيئة التدريسية والإدارة، والمجتمع المحلي، والهيئات والمؤسسات الحكومية وغيرها من الجماهير الذين يتأثرون ويؤثرون فيها^(٩). ويقوم ممارسي العلاقات العامة على مستوى الجامعات بمجموعة من المهام والواجبات نوجز اهمها بالآتي^(١٠):

- ١- العمل على التنسيق بين الادارات في الجامعة لتحقيق الانسجام والتكامل.
- ٢- تقوية الاواصر بين الجمهور الداخلي فيما بينهم من جه ومع المجتمع من جهة أخرى.
- ٣- شرح فلسفة وسياسة الجامعة واهدافها وخطة عملها وانشطتها للمجتمع المحلي والخارجي بصدق وامانة.
- ٤- تزويد رئاسة الجامعة بالمعلومات والتطورات التي تحدث في الرأي العام نحو الجامعة بصدق.
- ٥- تنظيم زيارات متبادلة مع المؤسسات العلمية والثقافية والمهنية والاخلاقية.
- ٦- الدعوة إلى المؤتمرات الصحفية والاشراف على تنظيمها.
- ٧- المشاركة في اعداد النشرات والكتيبات والافلام التي تصدر من الجامعة وتوزيعها.
- ٨- اعداد ردود على ما قد ينشر في الصحافة بما يخص الجامعة.
- ٩- التنسيق مع وسائل الإعلام في مجال التغطية الإعلامية للفعاليات التي تشهدها الجامعة.
- ١٠- السعي لبناء صورة ايجابية عن الجامعة .

ثالثاً: اخلاقيات العلاقات العامة

يستند النقد الموجه إلى العلاقات العامة أن نشاطها غالباً ما يعمل على تشويه الحقائق، أي إنهم لا يحاولون توعية الجمهور بالحقائق الخاصة بموقف معين، بل يسعون إلى تحقيق مصالح المنظمة أو المؤسسة العاملين فيها على حساب الاطراف الأخرى متبعين في ذلك أي أسلوب يؤدي إلى هذا الغرض بما في ذلك اثاره الانفعالات والعواطف وتشويه الحقائق. ويبذل خبراء العلاقات العامة جهوداً مضنية للرد على هذه الانتقادات باعتبار إن العلاقات العامة من الناحية الاخلاقية عمل محايد، يمكن أن يستخدم لأغراض طيبة أو شريرة. فعلاقة رجل العلاقات العامة بموكله كعلاقة المحامي بموكله^(١١).

ورغم هذه الانتقادات الموجهة للعلاقات العامة يؤكد المختصين في هذا المجال على أن الطريق الأفضل والأسلم لكسب ثقة الجماهير، هو توخي الصدق والأمانة وكشف الحقائق كاملة إلى الجمهور حتى في ظروف الازمات، فإخفاء الحقائق يؤدي إلى انتشار الشائعات والتي غالباً ما تؤدي إلى تشويه سمعة المؤسسة.

وهناك محاولات كبيرة من جانب الخبراء والمختصين لوضع أسس ومبادئ مهنية شريفة ونظيفة ليسير عليها ممارسي العلاقات العامة، كما بذلت جهود مضمّنة من قبل العديد من الهيئات والمنظمات الدولية لوضع ضوابط وقواعد أخلاقية لهذه المهنة، ومن أهم الدساتير الأخلاقية لمهنة العلاقات العامة في العالم، الدستور الذي وضعته الجمعية الأمريكية للعلاقات العامة، ويشمل هذا الدستور الأخلاقي على العديد من قواعد المهمة التي بينتها الجمعية للمحافظة على مستوى أداء عالي من الخدمة مع التمسك بالسلوك الأخلاقي بين أعضائها، ومن أهم هذه المبادئ^(١٢):

- ١- لكل عضو واجبات محددة بصورة واضحة اتجاه الجمهور وأن لا تتعارض أهدافنا مع رفاهية المجتمع ومصالح عملائنا.
- ٢- أن يتعهد كل عضو بعدم الاشتغال في أي مهنة تقود إلى فساد وسلامة الاتصال والقوانين.
- ٣- على العضو أن لا يقوم بنشر معلومات كاذبة ومضللة.
- ٤- على العضو أن لا يقدم خدمات لأسباب أو لأغراض غير مكشوفة أو يعطي أسباب غير واقعية.
- ٥- على العضو أن يحمي ثقة جمهوره الحالي والسابق وأن لا يستخدم هذه الثقة.
- ٦- على العضو أن لا يقبل استشارة جهتين لديها مصالح متضاربة الا بعد اخذ موافقة جميع الاطراف.

بالإضافة إلى الدستور الذي وضعته الجمعية الأمريكية للعلاقات العامة فإن هناك عدة معاهد وجمعيات للعلاقات العامة وضعت دساتير أخلاقية تجبر أعضائها الالتزام بها كقواعد للسلوك الأخلاقي، ومنها المعهد البريطاني للعلاقات العامة وكان من أهم أهدافه تزويد الأعضاء بالأسس المهنية لممارسة المهنة وتعزيز قدراتهم كمارسين محترفين لمهنة العلاقات العامة. كما ان هناك اتفاقيات مهنية دولية متصلة بمهنة العلاقات العامة ومنها قانون اثنا الذي انعقد بين أعضاء الجمعية الدولية للعلاقات العامة وأعضاء المركز الأوروبي للعلاقات العامة عام ١٩٦٥ في اثنا، حيث يترتب على كل عضو ان يقوم جاهداً بما يلي^(١٣):

- ١- أن يعمل على تشجيع كل اشكال وشبكات الاتصال، عن طريق تعميم المعلومات الاساسية التي تساعد جميع أفراد المجموعة على الاطلاع وتحمل المسؤولية بروح الفريق الواحد.
- ٢- أن يشارك بتطبيق الشروط الأخلاقية والحضارية التي تُمكن الانسان من التمتع بحقوقه المنشورة في الإعلان العالمي لحقوق الانسان.
- ٣- يتصرف في كافة الظروف والاحوال بطريقة تؤدي إلى كسب الثقة.
- ٤- أن يعتبر مهنته ذات طبيعة عامة.
- ٥- أن يحترم من خلال ممارساته المهنة كرامة الانسان وافكاره بناء على القواعد المقررة لحقوق الانسان.
- ٦- أن يعمل على ملاحظة مصالح الاطراف المتعاقدة، لإيجاد علاقة متوازنة بين حاجات وحقوق المؤسسة وحاجات وحقوق المعني.
- ٧- أن يحترم وعوده وارتباطاته ويعمل بأمانة واخلاص في كل الظروف، لضمان ثقة العملاء والعاملين في المؤسسة.

رابعاً: الصفات المهنية والأخلاقية للعاملين في العلاقات العامة

أن نجاح أي تنظيم يتوقف إلى حد كبير على العنصر البشري، فليس هناك فائدة من انشاء تنظيم على قواعد وأسس علمية دون توفر الكادر البشري المؤهل للقيام بالواجبات والوظائف التي يحددها التنظيم.

وبشكل عام لا بد أن يتميز العاملون في جهاز العلاقات العامة ببعض الصفات والسمات والمؤهلات، بحكم اهمية هذه الوظيفة وما تتطلب من عمل متشعب ومستمر، ويوصف احد الخبراء في علم النفس، وصفاً عاماً لصفات ممارسي العلاقات العامة، ومنها القدرة على النظر إلى المسائل من وجهة نظر شخص آخر، والعمل بما يعود بالنفع إلى هذا الشخص، والقدرة على

تبيين التفصيلات العامة وأن يعمل على كسب محبة الآخرين، وأن يبتعد عن الغرور والاعجاب بالذات^(١٤)

أن العاملين في مجال العلاقات العامة لهم مكانة مؤثرة في الحياة الاجتماعية والرسمية لذا يجب أن تتسم احاديثهم واعمالهم بالجد واللياقة والرصانة، وعلى ممارس العلاقات العامة أن يتفاعل مع الناس على قدر المساواة متجاوزاً للفوارق الثقافية والاجتماعية، وأن يتميز خبير العلاقات العامة بالتبصر والحرص والنزاهة والامانة والسمة الطيبة والهدوء وغيرها من السمات الذاتية، فضلاً عن المؤهلات العلمية الواجب توفرها في خبير العلاقات العامة، حيث يجب ان يكون مزوداً بالأصول العلمية والعملية في علم العلاقات العامة، وان يكون حاصلًا على شهادة علمية في احدي التخصصات الإدارية أو اللغات، أو الإعلام أو علم الاجتماع، وأن تكون له القدرة على القراءة والاستماع إلى الجماهير ووسائل الإعلام ليتمكن من صحة التحليل، كما يجب أن يكون له القدرة على الكتابة والتعبير بهدف الإقناع^(١٥). أما من النواحي الاخلاقية فعليه أن يكون صادقاً في نقل المعلومات من الجمهور إلى المؤسسة ومن المؤسسة إلى الجمهور، وأن يكون عادلاً في التعامل مع كل فئات الجمهور ونقل وجهات نظرهم بأمانة وكذلك أن يكون نزيهاً في التصرف ويعمل على التوازن بين مصلحة المؤسسة والجمهور^(١٦).

وعند التعامل مع وسائل الاتصال والاعلام ضرورة الالتزام بعدم الاشتراك في أي عمل يؤدي الى افشاء وسلامة وسائل الاتصال، وعدم الاتيان بأي محاولة للتأثير على استقلالية الوسيلة ونزاهتها بوسائل غير مشروعة، كما يجب التحلي بصفات الصدق والامانة عند استعمال قنوات الاتصال، والحرص على ابعاد الاعلاميين من المواقف المشبوهة، وعدم تزويدهم بمعلومات غير ذات اهمية^(١٧). كما أشار بعض المختصين في مجال العلاقات العامة هناك التزام أخلاقي على ممارسي العلاقات العامة يجب التزم بها عند تعامله مع الانترنت واهمها:

- ١- تحري الصدق والامانة والصدق والموثوقية في طلب البيانات والمعلومات.
 - ٢- الاخذ بالاعتبار أن معلومات الانترنت للبحث والنشر والتواصل والتعارف والتعاون.
 - ٣- حماية حقوق الملكية الفكرية في الفضاء الالكتروني.
- وكذلك اتخاذ كافة التدابير الوقائية لحماية المجتمع وجماعته من البيانات والمعلومة الضارة والملوثة^(١٨).

المبحث الثالث: عرض نتائج الدراسة المسحية وتفسيرها

أولاً: الخصائص العامة للمبحوثين:

أ. النوع الاجتماعي:

جدول (٢) يبين توزيع المبحوثين وفقاً للنوع

المرتبة	%	ك	النوع
الأولى	٦٦,٧	٣٤	ذكور
الثانية	٣٣,٣	١٧	اناث
-	%١٠٠	٥١	المجموع

نتائج جدول رقم (٢) تبين توزيع المبحوثين حسب النوع الاجتماعي، حيث جاءت فئة الذكور بالمرتبة الأولى، بنسبة مئوية قدرها (٦٦,٧%)، وبواقع (٣٤) تكراراً، من إجمالي مفردات العينة البالغة (٥١) تكراراً، بينما جاءت الإناث بالمرتبة الثانية بنسبة مئوية قدرها (٣٣,٣%)، بواقع (١٧) تكراراً من إجمالي مفردات العينة. وهذه النسبة المتقاربة بين الاناث وذكور مع افضلية نسبية للذكور دالة على إدراك الإدارة إلى طبيعة عمل أجهزة العلاقات العامة التي تتطلب توظيف كلا النوعين.

ب. العمر:

جدول (٣) يبين توزيع المبحوثين على الفئات العمرية

المرتبة	%	ك	الفئة العمرية
الأولى	٤٣,١	٢٢	٤١-٣٢
الثانية	٤١,٢	٢١	٣١-٢٢
الثالثة	١٥,٧	٨	٤٢ سنة فأكثر
-	١٠٠%	٥١	المجموع

جدول رقم (٣) يبين توزعت مفردات العينة حسب الفئات العمرية، حيث جاءت فئة (٣٢ - ٤١ سنة) في المرتبة الأولى بواقع (٢٢) تكراراً، وبنسبة (٤٣,١%)، بينما اتت الفئة العمرية (٣١-٢٢) بالمرتبة الثانية، بواقع (٢١) تكراراً، وبنسبة (٤١,٢%)، من إجمالي مفردات العينة، في حين جاءت فئة (أكثر من ٤٢ سنة) بالمرتبة الثالثة والأخيرة بواقع (٨) تكراراً، وبنسبة (١٥,٧%)، وتمثل الفئتين الأولى والثانية النسبة الأكبر، وهذا يؤشر اهتمام الإدارة في توظيف الطاقات الشابة في هذا المجال الحيوي الذي يتطلب جهود كبيرة ومستمرة، بالإضافة الى العمل الميداني الذي يفرضه طبيعة واجبات ومهام العاملين في هذا المجال، والفئة العمرية أكبر من (٤٢) قد يقترن معها عنصر الخبرة مما يحقق التكامل في العمل.

ت. التخصص:

جدول (٤) يبين توزيع المبحوثين وفقاً للتخصص

المرتبة	%	ك	التخصص
الأولى	٤٥,١	٢٣	غير ذلك
الثانية	٢٩,٤	١٥	علاقات عامة
الثالثة	٢٥,٥	١٣	اعلام
-	١٠٠	٥١	المجموع

أظهرت نتائج جدول رقم (٤) توزيع مفردات العينة وفقاً للتخصص، حيث جاءت فئة غير (ذلك) بالمرتبة الأولى) بنسبة (٤٥,١%) وبتكرار (٢٣) من مجموع مفردات العينة، وهي نسبة كبيرة ممن لا يحملون شهادات علمية في تخصص الإعلام أو العلاقات العامة وهذا لا يتفق مع التوجهات العلمية التي تؤكد على ضرورة تكليف كوادر متخصصة في هذا المجال. بينما اتت فئة العلاقات العامة بالمرتبة الثانية بنسبة (٢٩,٤%) وبواقع (١٥) تكراراً. أما المرتبة الثالثة فكانت من حصت فئة (الإعلام) بنسبة (٢٥,٥%) وبواقع (١٣) تكراراً من مجموع مفردات العينة.

ث. التحصيل الدراسي:

جدول (٥) يبين توزيع مفردات العينة وفقاً للتحصيل الدراسي

المرتبة	%	ك	التحصيل الدراسي
الأولى	٧٦,٥	٣٩	جامعي
الثانية	١٣,٧	٧	شهادة عليا
الثالثة	٧,٨	٤	ثانوي
الرابعة	٢,٠	١	ابتدائي
-	١٠٠	٥١	المجموع

أظهرت نتائج جدول رقم (٥) التحصيل الدراسي لعينة الدراسة حيث جاءت فئة الحاصلين على الدراسة الجامعية (البكالوريوس) بالمرتبة الأولى، وبنسبة (٧٦,٥%) وبواقع (٣٩) تكراراً من

اجمالي مفردات العينة، أما المرتبة الثانية فكانت للحاصلين على الشهادات العليا بنسبة (١٣,٧%) وبواقع (٧) تكراراً. وهذه الفئتين تشكل أكثر من (٩٠%) من العاملين في أجهزة العلاقات العامة في الجامعات العراقية (قيد الدراسة) الذين لديهم مستوى متقدم من التعليم والمعرفة، وهذا قد يمنح لهذه الأجهزة قوة الاداء وفرص أكبر للنجاح. أما المرتبة الثالثة فكانت للحاصلين على شهادة الثانوية بنسبة (٧,٨%) وبواقع (٤) تكراراً، في حين اتت فئة الحاصلين على شهادة الابتدائية بالمرتبة الرابعة والاخيرة بنسبة (٢,٠%) وبتكرار (١) من مجموع مفردات العينة. ثانياً: التعرف على مستوى إدراك ممارسي العلاقات العامة في الجامعات العراقية لأخلاقيات المهنة.

للتحقق من هذا الهدف الرئيسي والاهداف الفرعية للبحث تم تطبيق مقياس أخلاقيات ممارسي العلاقات العامة في الجامعات العراقية الذي جرى اعداده في هذا البحث، وتحليل الإجابات وحساب الدرجات الكلية لكل مفردة من مفردات العينة والبالغ عددها (٥١) مبحوثاً، بواقع (٣٤) ذكور، و(١٧) اناث، وحساب المتوسطات الحسابية لدرجات مفردات العينة ككل والذكور والاناث كل على انفراد، وانحرافات المعيارية، وأظهرت النتائج الآتي:-

* بلغ متوسط درجات مستوى إدراك ممارسي العلاقات العامة في الجامعات العراقية لأخلاقيات المهنة (عينة البحث) (٤,٠٨٢٤) درجة، و بانحراف معياري مقداره (٠,٣٩٣٠٤)، إذ كانت القيمة التائية المحسوبة لدلالة الفرق باستعمال الاختبار التائي لعينة واحدة (١٠٧,٥٢١) وهي أكبر من القيمة التائية الجدولية (٢,٠١)، بدرجة حرية (٥٠) وهي دالة عند مستوى دلالة (٠,٠٥)، وجدول رقم (٦) يوضح ذلك.

جدول (٦): يوضح متوسطات درجات مستوى إدراك مفردات العينة لأخلاقيات المهنة وانحرافات المعيارية لدى المبحوثين (ذكور، اناث) والقيم التائية لدلالة الفرق بينهما.

ك	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	القيمة التائية		مستوى الدلالة
				المحسوبة	الجدولية	
٥١	٤,٠٨٢٤	٠,٣٩٣٠٤	٥٠	١٠٧,٥٢١	٢,٠١	دال عند مستوى ٠,٠٥

وفقاً للنتائج تبين أن ممارسي العلاقات العامة في الجامعات العراقية (عينة البحث)، لديهم مستوى عالي من الإدراك لأخلاقيات المهنة.

- ولمعرفة دلالة الفرق في متوسطات درجات مستوى إدراك ممارسي العلاقات العامة في الجامعات العراقية لأخلاقيات المهنة بين الذكور والإناث، استعمل الباحث الاختبار التائي T- test () لعينتين مستقلتين فاتضح أن متوسط الذكور (٤,٠٣٥٣) وبانحراف معياري (٠,٤٠٣٨٧)، ومتوسط الإناث (٤,١٧٦٥) وبانحراف معياري (٠,٣٦٣٦٣) وبدرجة حرية (٤٩)، وأن القيمة التائية المحسوبة (٠,٨٧١) وهي أصغر من القيمة التائية الجدولية (٢,٠١) والنتيجة أن الفرق غير دال إحصائياً عند مستوى (٠,٠٥)، ينظر جدول رقم (٧).

جدول (٧): يبين القيمة التائية لدلالة الفرق بين الذكور والإناث في متوسطات مستوى إدراك عينة البحث لأخلاقيات المهنة على وفق متغير النوع.

النوع	ك	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	درجة الحرية	القيمة التائية		مستوى الدلالة
						المحسوبة	الجدولية	
ذكور	٣٤	٤,٠٣٥٣	٠,٤٠٣٨٧	١٠,٠٠٨٤٢	٤٩	٠,٨٧١	٢,٠١	غير دال عند مستوى ٠,٠٥
إناث	١٧	٤,١٧٦٥	٠,٣٦٣٦٣	٨,٧٠٦٥٧				

وتبين هذه النتيجة لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين الذكور والإناث في متوسطات مستوى إدراك ممارسي العلاقات العامة في الجامعات العراقية لأخلاقيات المهنة، ولم يكن الفرق لمصلحة أحد.

أ. التعرف على مدى التزام ممارسي العلاقات العامة في الجامعات العراقية بأخلاقيات المهنة. بلغ متوسط درجات مدى التزام ممارسي العلاقات العامة في الجامعات العراقية بأخلاقيات المهنة (عينة البحث) (٤,١٣٧٣) درجة، وبانحراف معياري مقداره (٠,٥٠١٤١)، إذ كانت القيمة التائية المحسوبة لدلالة الفرق باستعمال الاختبار التائي لعينة واحدة (٨,٥٠٢) وهي أكبر من القيمة التائية الجدولية (٢,٠١) بدرجة حرية (٥٠) وهي دالة عند مستوى دلالة (٠,٠٥). وجدول (٨) يوضح ذلك.

جدول (٨): يبين متوسطات درجات التزام عينة البحث بأخلاقيات المهنة وانحرافات المعيارية لدى (ذكور، إناث) والقيم التائية لدلالة الفرق بينهما.

مستوى الدلالة	القيمة التائية		درجة الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي
	الجدولية	المحسوبة			
دال عند مستوى ٠,٠٥	٢,٠١	٨,٥٠٢	٥٠	٠,٥٠١٤١	٤,١٣٧٣

حيث أظهرت هذه النتيجة أن المبحوثين لديهم درجة التزام عالية بأخلاقيات المهنة. ولمعرفة دلالة الفرق في متوسطات درجات أخلاقيات ممارسي العلاقات العامة في الجامعات العراقية بين الذكور والإناث، استعمل الباحث الاختبار التائي (T- test) لعينتين مستقلتين فأتضح أن متوسط الذكور (٤,٠٩٩٣) وبانحراف معياري (٠,٥٣٨١١)، ومتوسط الإناث (٤,٢١٣٢) وبانحراف معياري (٠,٤٢٣٣٥) وبدرجة حرية (٤٩) درجة، وأن القيمة التائية المحسوبة (٠,٨٢٦)، وهي أصغر من القيمة التائية الجدولية (٢,٠١) والنتيجة أن الفرق غير دال إحصائياً عند مستوى (٠,٠٥)، ينظر إلى جدول رقم (٩).

جدول (٩) يبين القيمة التائية لدلالة الفرق بين الذكور و الإناث في متوسطات مدى التزام ممارسي العلاقات العامة بأخلاقيات المهنة على وفق متغير النوع

النوع	ك	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	درجة الحرية	القيمة التائية	
						الجدولية	المحسوبة
ذكور	٣٤	٤,٠٩٩٣	٠,٥٣٨١١	١٣,١٢٦٨	٤٩	٢,٠١	٠,٨٢٦
إناث	١٧	٤,٢١٣٢	٠,٤٢٣٣٥	١٠,٠٤٨١			

وتبين هذه النتيجة لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين الذكور والإناث في متوسطات مدى التزام ممارسي العلاقات العامة بأخلاقيات المهنة في الجامعات العراقية (عينة البحث)، وبصورة متساوية ولم يكن الفرق لمصلحة أحد.

ب. التعرف على الصفات المهنية والأخلاقية لممارسي العلاقات العامة في الجامعات العراقية. بلغ متوسط درجات الصفات المهنية والأخلاقية لممارسي العلاقات العامة في الجامعات العراقية (عينة البحث) (٤,٣١٠٩) درجة، وبانحراف معياري مقداره (٠,٤٥٤١٩)، إذ كانت القيمة التائية المحسوبة لدلالة الفرق باستعمال الاختبار التائي لعينة واحدة (٨,٤٥١) أكبر من القيمة التائية الجدولية (٢,٠١) بدرجة حرية (٥٠) وهي دالة عند مستوى دلالة (٠,٠٥). وجدول (١٠) يوضح ذلك.

جدول (١٠) متوسطات درجات الصفات المهنية والأخلاقية لعينة البحث وانحرافات المعيارية لدى (الذكور، الإناث) والقيم التائية لدلالة الفرق بينهما

ك	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	القيمة التائية		مستوى الدلالة
				المحسوبة	الجدولية	
٥١	٤,٣١٠٩	٠,٤٥٤١٩	٥٠	٨,٤٥١	٢,٠١	دال عند مستوى ٠,٠٥

وتبين هذه النتيجة أن عينة البحث ، يمتلكون الصفات المهنية والأخلاقية عند ممارستهم لعمل العلاقات العامة في الجامعات بدرجة عالية.

- ولمعرفة دلالة الفرق في متوسطات درجات الصفات المهنية والأخلاقية لممارسي العلاقات العامة في الجامعات العراقية بين الذكور والاناث، استعمل الباحث الاختبار التائي (T- test) لعينتين مستقلتين، فاتضح أن متوسط الذكور (٤,٢١٠١)، وانحراف معياري (٠,٤٣٦٧٧)، ومتوسط الإناث (٤,٥١٢٦)، وانحراف معياري (٠,٤٣١٧١)، وبدرجة حرية (٤٩)، وأن القيمة التائية المحسوبة (٠,٧٦٨) أصغر من القيمة التائية الجدولية (٢,٠١) والنتيجة أن الفرق غير دال إحصائياً عند مستوى (٠,٠٥)، وجدول (١١) يوضح ذلك.

جدول (١١) القيمة التائية لدلالة الفرق بين الذكور والإناث في متوسطات درجات الصفات المهنية والأخلاقية لعينة البحث على وفق متغير النوع

النوع	ك	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	درجة الحرية	القيمة التائية		مستوى الدلالة
						المحسوبة	الجدولية	
ذكور	٣٤	٤,٢١٠١	٠,٤٣٦٧٧	١٠,٣٧٤٣٣	٤٩	٠,٧٦٨	٢,٠١	غير دال عند مستوى ٠,٠٥
	١٧	٤,٥١٢٦	٠,٤٣١٧١	٩,٥٦٦٧٦				

وتبين هذه النتيجة أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين الذكور والإناث في متوسطات الصفات المهنية والأخلاقية لممارسي العلاقات العامة في الجامعات العراقية، وبصورة متساوية ولم يكن الفرق لمصلحة أحد.

ت. الكشف عن أبرز العوامل والأسباب التي تؤثر في تشكيل قرارات ممارسي العلاقات العامة للخروج عن الالتزام بأخلاقيات المهنة.

- بلغ متوسط درجات العوامل والأسباب التي تؤثر في تشكيل قرارات ممارسي العلاقات العامة في الجامعات العراقية (عينة البحث) (٣,٦٧٤٥) درجة، وانحراف معياري مقداره (٠,٦٨٨١٤)، إذ كانت القيمة التائية المحسوبة لدلالة الفرق باستعمال الاختبار التائي لعينة واحدة (٦,٦٤٥) وهي أكبر من القيمة التائية الجدولية (٢,٠١)، بدرجة حرية (٥٠) وهي دالة عند مستوى دلالة (٠,٠٥). وجدول (١٢) يوضح ذلك.

جدول (١٢) متوسطات درجات العوامل والأسباب التي تؤثر في تشكيل قرارات عينة البحث وانحرافات المعيارية لدى المبحوثين (ذكور، إناث) والقيم التائية لدلالة الفرق بينهما

ك	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	القيمة التائية		مستوى الدلالة
				المحسوبة	الجدولية	
٥١	٣,٦٧٤٥	٠,٦٨٨١٤	٥٠	٦,٦٤٥	٢,٠١	دال عند مستوى ٠,٠٥

وتبين هذه النتيجة أن العوامل والأسباب التي تؤثر في تشكيل قرارات عينة البحث لا يوجد فيها تأثير كبير على التزامهم بأخلاقيات المهنة.

- ولمعرفة دلالة الفرق في متوسطات درجات العوامل والأسباب التي تؤثر في تشكيل قرارات ممارسي العلاقات العامة في الجامعات العراقية بين الذكور والإناث، استعمل الباحث الاختبار التائي T- test العينيين مستقلتين فاتضح أن متوسط الذكور (3,6882)، وبانحراف معياري (0,68612)، ومتوسط الإناث (3,6471)، وبانحراف معياري (0,71249)، وبدرجة حرية (49)، وأن القيمة التائية المحسوبة (0,197) وهي أصغر من القيمة التائية الجدولية (2,01)، والنتيجة أن الفرق غير دال إحصائياً عند مستوى (0,05)، وجدول (13) يوضح ذلك.

جدول (13) القيمة التائية لدلالة الفرق بين الذكور والإناث في متوسطات درجات العوامل والأسباب التي تؤثر في تشكيل قرارات عينة البحث في الالتزام بأخلاقيات المهنة على وفق متغير النوع

النوع	ك	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	درجة الحرية	القيمة التائية		مستوى الدلالة
						المحسوبة	الجدولية	
ذكور	34	3,6882	0,68612	18,60311	49	0,197	2,01	غير عند مستوى 0,05
إناث	17	3,6471	0,71249	19,53579				

وتبين هذه النتيجة أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين الذكور والإناث في متوسطات درجات العوامل والأسباب التي تؤثر في تشكيل قرارات ممارسي العلاقات العامة للالتزام بأخلاقيات المهنة في الجامعات العراقية، وبصورة متساوية ولم يكن الفرق لمصلحة أحد. ثالثاً: اختبار الفروض.

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية بين النوع الاجتماعي لمفردات العينة وبين مستوى ادراك ممارس العلاقات العامة لأخلاقيات المهنة.

جدول (14) يبين العلاقة بين مستوى ادراك ممارس العلاقات العامة لأخلاقيات المهنة وبين النوع.

النوع الاجتماعي			المتغير
N	P	R	مستوى ادراك ممارس العلاقات العامة لأخلاقيات المهنة
51	0,000	171	

توضح بيانات الجدول السابق وجود علاقة موجبة بين مستوى ادراك ممارس العلاقات العامة لأخلاقيات المهنة والنوع الاجتماعي، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون 171 عند مستوى دلالة 0,000 وبذلك ثبت صحة الفرض الأول. مما يعني أن متغير النوع له تأثير على مستوى إدراك ممارسي العلاقات العامة لأخلاقيات المهنة.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين العمر لمفردات العينة وبين مستوى إدراك ممارسي العلاقات العامة لأخلاقيات المهنة.

جدول (15) العلاقة بين مستوى ادراك ممارس العلاقات العامة لأخلاقيات المهنة وبين العمر.

العمر			المتغير
N	P	R	مستوى ادراك ممارس العلاقات العامة لأخلاقيات المهنة
51	0,000	161	

توضح بيانات الجدول السابق وجود علاقة موجبة بين مستوى ادراك ممارس العلاقات العامة لأخلاقيات المهنة والعمر، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون 161 عند مستوى دلالة 0,000 وبذلك ثبت صحة الفرض الثاني. مما يعني أن متغير العمر له تأثير على مستوى إدراك ممارسي العلاقات العامة لأخلاقيات المهنة.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين تخصص مفردات العينة وبين مستوى إدراك ممارسي العلاقات العامة لأخلاقيات المهنة.
جدول (١٦) يبين العلاقة بين مستوى ادراك ممارس العلاقات العامة لأخلاقيات المهنة وبين التخصص.

التخصص			المتغير
N	P	R	مستوى ادراك ممارس العلاقات العامة لأخلاقيات المهنة
51	0,000	291*	

توضح بيانات الجدول السابق وجود علاقة موجبة بين مستوى ادراك ممارس العلاقات العامة لأخلاقيات المهنة والتخصص، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون *291 عند مستوى دلالة 0,000 وبذلك ثبت صحة الفرض الثالث. مما يعني أن متغير التخصص له تأثير على مستوى إدراك ممارسي العلاقات العامة لأخلاقيات المهنة. وبذلك ثبت صحة الفرضية الثانية.
الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين التحصيل الدراسي لمفردات العينة وبين مستوى إدراك ممارسي العلاقات العامة لأخلاقيات المهنة.
جدول (١٧) يبين العلاقة بين مستوى ادراك ممارس العلاقات العامة لأخلاقيات المهنة وبين التحصيل الدراسي.

التحصيل الدراسي			المتغير
N	P	R	مستوى ادراك ممارس العلاقات العامة لأخلاقيات المهنة
51	0,831	31	

توضح بيانات الجدول السابق بعدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين مستوى ادراك ممارس العلاقات العامة لأخلاقيات المهنة والتحصيل الدراسي، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون 31 عند مستوى دلالة 0,831 وبذلك ثبت عدم صحة الفرضية الرابعة. مما يعني أنه لم يكن لمتغير التحصيل الدراسي تأثير على مستوى إدراك ممارسي العلاقات العامة لأخلاقيات المهنة.
الاستنتاجات: في ضوء النتائج التي افرزتها الدراسة المسحية توصل الباحث إلى عدة استنتاجات موضحة بالآتي:-

١. حرص الإدارة في الجامعات العراقية على تكليف كوادر بشرية في اجهزة العلاقات العامة من كلا الجنسين، ومن الطاقات الشابة في الغالب مع الاحتفاظ بالفئات العمرية الكبيرة لما لديهم من خبرة.
٢. على الرغم من حرص الإدارة في تكليف كوادر بشرية من حملة الشهادات الجامعية الأولية والعليا، إلا إنها لم تراعي التخصص في ذلك الى حد ما.
٣. إدراك ممارسي العلاقات العامة في الجامعات العراقية لأخلاقيات المهنة بدرجة عالية.
٤. التزام ممارسي العلاقات العامة في الجامعات العراقية لأخلاقيات المهنة بدرجة عالية.
٥. يتسم ممارسي العلاقات العامة في الجامعات العراقية بالصفات المهنية والاخلاقية لمهنة العلاقات العامة.
٦. تمسك ممارسي العلاقات العامة في الجامعات العراقية بالالتزام بأخلاقيات المهنة، رغم الاسباب والعوامل (ضعف الراتب، ضغط العمل، عدم الاهتمام، عدم الادراك، غياب التخصص، ...) التي قد تدفعهم الى الخروج عن هذا الالتزام.
٧. تؤثر متغيرات (النوع الاجتماعي، العمر، التخصص) على مستوى ادراك ممارس العلاقات العامة في الجامعات العراقية لأخلاقيات المهنة، بينما لم يكن لمتغير التحصيل الدراسي تأثير على مستوى إدراك ممارسي العلاقات العامة لأخلاقيات المهنة.

ملحق (١): استمارة المقياس

تحية طيبة....

فيما يأتي مجموعة من الفقرات تمثل (أداة لقياس مستوى ادراك ممارسي العلاقات العامة في الجامعات العراقية بأخلاقيات المهنة). الرجاء قراءتها بدقة والإجابة عنها بما يتناسب مع تصوراتك وانطباعاتك، لذا أرجو أن تكون إجابتك معبرة عن الصراحة والصدق التي تتسم بها شخصيتك، وذلك بوضع إشارة (√) تحت البديل الذي يعبر عن إجابتك، علماً أن إجابتك لن يطلع عليها احد سوى الباحث ولن تستعمل إلا لأغراض البحث العلمي، ولا داعي لذكر اسمك والاكتماء بذكر المعلومات الآتية:

أ-النوع: ذكر: أنثى:
 ب-العمر: ٢٢-٣١ ٣٢-٤١ سنة ٤٢ سنة وأكثر
 ت- التخصص: إعلام علاقات عامة غير ذلك
 ث-التحصيل الدراسي: ابتدائي ثانوي جامعي شهادة عليا
 المحور الثاني: حدد درجة موافقتك عن الفقرات الآتية:-

الفقرة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق بشدة	غير موافق بشدة
يجب أن لا تتقاطع أهداف العلاقات العامة مع مصالح الجماهير المعنية أو مع رفاهية المجتمع.					
اعتقد أن العلاقات العامة من الناحية الاخلاقية عمل محايد					
كممارسين للعلاقات العامة يجب أن نراعي في اعمالنا الدقة والصدق والذوق السليم					
على ممارسي العلاقات العامة التصرف بشرف وامانة في كافة المناسبات للاستحواذ على ثقة جماهير المؤسسة					
على ممارسي العلاقات العامة احترام المبادئ والقواعد الاخلاقية الواردة بالإعلان العالمي لحقوق الانسان					
على ممارسي العلاقات العامة استعمال وسائل الاتصال والانترنت وتطبيقاته ضمن التعامل الاخلاقي (تحري الصدق والموثوقية والامانة في طلب البيانات والمعلومات مع كفالة أمنها وسريتها)					
يجب على ممارسي العلاقات العامة منع استخدام البريد الالكتروني لأغراض لا يرغب بها المستخدم					
الالتزام بنشر الموضوعات والمقالات عبر وسائل الاتصال والانترنت التي تهم الجمهور، وعدم إحداث ثغرات التي لا قيمة لها، أو عرض موضوعات لا تمت إلى المؤسسة بصلة					

المحور الثالث: حدد درجة موافقتك عن الفقرات الآتية:-

الفقرة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق بشدة	غير موافق بشدة
يجب على ممارسي العلاقات العامة التحلي بالقدرة على النظر من وجهة نظر شخص آخر، ولديه الرغبة في مساعدة الآخرين					
ينبغي على ممارس العلاقات العامة أن يتسم بروح الصداقة والبعد عن الغرور وأن يكون مؤثراً في الحياة الاجتماعية والرسمية					
يجب أن يتجاوز الفوارق الثاقبة والاجتماعية عندما يتعامل مع الناس وأن يكون ودوداً					
يجب أن يتسم خبير العلاقات العامة بالحرص والامانة والسمعة الطيبة والهدوء وغيرها من السمات الذاتية الأخرى					
يجب أن يكون مهتماً بالاتجاهات والتطورات التي تحدث في الرأي العام					
يجب أن يكون على علم تام بسياسة المؤسسة ومشكلاتها عليه أن يومن ايماناً كاملاً بعمله ورسالته التي يوديتها					

المحور الرابع: حدد درجة موافقتك عن الأسباب التي تجعل ممارسي العلاقات العامة الخروج عن الالتزام بأخلاقيات المهنة:

الفقرة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
ضف المرتب الشهري وقلة الحوافز					
ضغوط العمل المستمر الذي لا يتوقف ولا يترك فرصة للراحة					
اهمال الإدارة العليا لأنشطة العلاقات العامة وعدم منح المخصصات اللازمة لأداء مهامها					
عمل غير المتخصصين في مجال العلاقات العامة					
عدم ادراك بعض العاملين بالمكاسب المتحققة جراء الالتزام بأخلاقيات المهنة					

ملحق رقم (٢): قائمة الخبراء

١. أ.م. د محسن عبود كشكول، كلية الإعلام، الجامعة العراقية، تخصص صحافة.
 ٢. أ.م. د محمد جواد زين الدين، كلية الإعلام، الجامعة العراقية تخصص علاقات عامة.
 ٣. أ.م. د. إيثار طارق خليل، كلية الإعلام، الجامعة العراقية، تخصص علاقات عامة.
 ٤. أ.م. د عادل عبد الرزاق الغريري، كلية الإعلام، الجامعة بغداد، تخصص إذاعة وتلفزيون.
 ٥. أ.م. د صباح أنور محمد، كلية الإعلام الجامعة العراقية، تخصص علاقات عامة.
- ❖ الهوامش

- (١) - عاطف عدلي العبد، الرأي العام وطرق قياسه، (القاهرة: دار الفكر العربي، ٢٠٠٠)، ص ١٧٦.
- (٢) - نائل عبد الحافظ العواملة، أساليب البحث العلمي - الأسس النظرية وتطبيقاتها، (عمان: دار الجامعة الأردنية، ١٩٩٥)، ص ١٠.
- ٢- السيد أحمد مصطفى عمر، البحث العلمي إجراءاته ومناهجه (القاهرة: مكتبة الفلاح، ٢٠٠٢)، ص ١٦٦.
- (*) عرضت الاستمارة على الخبراء للتحكيم ينظر ملحق رقم (٢).
- (٤) - وهيب مجيد الكبيسي، القياس النفسي بين النظرية والتطبيق، (بغداد: مؤسسة مصر مرتضى للكتاب العراقي، بغداد، ٢٠١٠)، ص ٣٣.
- (٥) - فؤاد أبو حطب وسيد عثمان، التقويم والقياس، (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٧٣)، ص ٨٢.
- (٦) - أشرف صالح، تصميم المطبوعات الإعلامية: مطبوعات العلاقات، (القاهرة: دار النهضة، ١٩٩٩)، ص ١٩.
- (٧) - محمد منير حجاب، سحر محمد وهبي، المداخل الأساسية للعلاقات العامة، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ١٩٩٢)، ص ٥٩-٦٠.
- (٨) - عبد السلام ابو قحف، محاضرات في العلاقات العامة، (بيروت: الدار الجامعية، ١٩٩٤)، ص ٢٢-٢٦.
- (٩) - عبد الرزاق الدليمي، العلاقات العامة في التطبيق، (عمان: دار جرير للنشر والتوزيع، ٢٠٠٤)، ص ١٧٦.
- (١٠) - محمد منير حجاب، العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة، (القاهرة: دار الفجر للنشر، ٢٠٠٧)، ص ٤٤٤.
- (١١) - محمد منير حجاب، العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة، صدر سابق، ص ٥١.
- (١٢) - عبد الرزاق محمد الدليمي، العلاقات العامة والعلوية (عمان: دار جرير للنشر والتوزيع، ٢٠٠٥)، ص ٤١-٤٢.
- (١٣) - عبد الكريم راضي الجبوري، العلاقات العامة فن وابداع، تطوير المؤسسة ونجاح الادارة، (بيروت: دار التيسير، ٢٠٠٧)، ص ١١١، ص ١١٢.
- (١٤) - عبد الناصر جرادات، لبنان هاتف الشامي، مقدمة في العلاقات العامة (عمان: دار اليازوري، ٢٠١١)، ص ٢٠٩.
- (١٥) - عبد الرزاق الدليمي، العلاقات العامة رؤية معاصرة (عمان: ادارة وائل للنشر والتوزيع، ٢٠١٠)، ص ٢٢٣، ٢٢٩، ٢٣٠.
- (١٦) - حنان سليم الاتجاهات الحديثة في العلاقات العامة (بيروت: دار النهضة العربية، ٢٠١٣)، ص ٣٩.
- (١٧) - فهمي محمد العدوي، مفاهيم جديدة في العلاقات العامة (عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٠)، ص ١٤٣.
- (١٨) - محمد ماجد الهلالي، محمد ناصر الصقري، أخلاقيات التعامل مع الانترنت، مجلة الاتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات، (القاهرة: المكتبة الأكاديمية، المجلد السادس، العدد (١١)، ١٩٩٩)، ص ١٢٨.

❖ قائمة المصادر والمراجع

- (١) أشرف صالح، تصميم المطبوعات الإعلامية: مطبوعات العلاقات، (القاهرة: دار النهضة، ١٩٩٩).
- (٢) حمد منير حجاب، سحر محمد وهبي، المداخل الأساسية للعلاقات العامة، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ١٩٩٢).
- (٣) حنان سليم الاتجاهات الحديثة في العلاقات العامة (بيروت: دار النهضة العربية، ٢٠١٣).

- ٤) السيد أحمد مصطفى عمر، البحث العلمي إجراءاته ومناهجه (القاهرة: مكتبة الفلاح، ٢٠٠٢).
- ٥) عاطف عدلي العبد، الرأي العام وطرق قياسه، (القاهرة: دار الفكر العربي، ٢٠٠٠).
- ٦) عبد الرزاق الدليمي، العلاقات العامة رؤية معاصرة (عمان: ادارة وائل للنشر والتوزيع، ٢٠١٠).
- ٧) عبد الرزاق الدليمي، العلاقات العامة في التطبيق، (عمان: دار جرير للنشر والتوزيع، ٢٠٠٤).
- ٨) عبد الرزاق محمد الدليمي، العلاقات العامة والعولمة (عمان: دار جرير للنشر والتوزيع، ٢٠٠٥).
- ٩) عبد السلام ابو قحف، محاضرات في العلاقات العامة، (بيروت : الدار الجامعية، ١٩٩٤).
- ١٠) عبد الكريم راضي الجبوري، العلاقات العامة فن وابداع، تطوير المؤسسة ونجاح الادارة، (بيروت: دار التيسير، ٢٠٠٧).
- ١١) عبد الناصر جرادات، لبنان هاتف الشامي، مقدمة في العلقات العامة (عمان : دار اليازوري، ٢٠١١).
- ١٢) فهمي محمد العدوي، مفاهيم جديدة في العلاقات العامة (عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٠).
- ١٣) فؤاد أبو حطب وسيد عثمان، التقويم والقياس، (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٧٣).
- ١٤) محمد ماجد الهلالي، محمد ناصر الصقري، أخلاقيات التعامل مع الانترنت، مجلة الاتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات، (القاهرة: المكتبة الأكاديمية، المجلد السادس، العدد (١١)، ١٩٩٩).
- ١٥) محمد منير حجاب، العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة، (القاهرة: دار الفجر للنشر ، ٢٠٠٧).
- ١٦) نائل عبد الحافظ العواملة، أساليب البحث العلمي – الأسس النظرية وتطبيقاتها، (عمان : دار الجامعة الأردنية، ١٩٩٥).
- ١٧) وهيب مجيد الكبيسي، القياس النفسي بين النظرية والتطبيق، (بغداد: مؤسسة مصر مرتضى للكتاب العراقي، بغداد، ٢٠١٠).