دور ادارة المؤسسات الاعلامية في تعزيز الأداء الاعلامي في مدينة أربيل

أ.م.د: عبد الخالق ابراهيم مصطفى

شيو و صابر توفيق

جامعة أربيل التقنية / كلية التقنية الإدارية في أربيل / قسم تقنيات الإعلام

The role of media management in enhancing media performance in Erbil

abdulkhaliq.mstaffa@epu.edu.iq

shewawsabir@epu.edu.iq

ملخص الدراسة

تهدف هذه الدراسة الى التعرف على (دور ادارة المؤسسات الاعلامية في تعزيز الأداء الاعلامي في مدينة أربيل) تعتبر الدراسة من الدراسات الوصفية حيث تم استخدام المنهج المسحي باعتماد اداة استمارة الاستبيان لقياس اتجاهات العاملين في المؤسسات الاعلامية الكوردية تجاه طبيعة و عمل الجهاز الاداري في مؤسساتهم و دوره في تعزيز أدائهم المهني و الأداء الاعلامي للمؤسسة. لذلك و كما هو واضح في عنوان الدراسة فإن العاملين العاملين في المؤسسات الاعلامية في مدينة اربيل يمثل مجتمع هذه الدراسة، وتم اختيار عينة عشوائية طبقية قوامها (158) من العاملين في جميع المؤسسات الاعلامية الموجودة في المدينة، بما في ذلك القنوات الفضائية و الصحف و الأذاعات و المواقع الالكترونية الاخبارية. توصلت الدراسة الى أن غالبية العاملين العاملين في المؤسسات الاعلامية في مدينة اربيل لديهم اتجاه ايجابي تجاه الجهاز الاداري في مؤسساتهم و يرون ان له دور في تعزيز أدائهم و الأداء الاعلامي للمؤسسة.

الكلمات المفتاحية: دور، ادارة، المؤسسات الاعلامية، الأداء الاعلامي

Abstract

This study aims to identify the role of media institutions' management in enhancing media performance in the Kurdistan Region. The study is considered a descriptive study, as the survey method was used, adopting a questionnaire form tool to measure the attitudes of media professionals working in Kurdish media institutions towards the nature and work of the administrative apparatus in their institutions and its role in enhancing their professional and media performance of the institution. Therefore, as is clear in the title of the study, media professionals working in media institutions in the city of Erbil represent the community of this study. A stratified random sample of (158) was selected from all media institutions in the city, including satellite channels, newspapers, radio stations, and news websites. The study concluded that the majority of media professionals working in media institutions in the city of Erbil have a positive attitude towards the administrative apparatus in their institutions and its role in enhancing their performance and the media performance of the institution.

Keywords: role, management of media institutions, media performance

المقدمة

لقد كانت المؤسسات الإعلامية كمؤسسة اجتماعية فاعلة من أكثر العوامل تأثيراً في تشكيل الرأي العام ورفع مستوى الوعي لدى الأفراد والمجتمع، وأصبحت أدوات مؤثرة لنشر وتعزيز القيم والمفاهيم الإنسانية السلبية والإيجابية، وهذه المؤسسات هي في نهاية المطاف مؤسسات إدارية، وتحتاج إلى مراقبة وتقييم أداء وسائل الإعلام من خلال اتباع نظام إداري محدد في ضوء المتغيرات التي يشهدها العالم اليوم. من اللافت للنظر أن العديد من المؤسسات الإعلامية لا تزال تعمل وفق معايير نظم إدارية تقليدية، متجاهلة أن تلبية الذوق العام تتطلب التميز في جميع عمليات ومراحل الإنتاج. فالإدارة، كعملية وضرورة، أثبتت فعاليتها ونجاحها في المؤسسات الصناعية والخدمية، وفي قطاعات مختلفة كالصحة والتعليم. ومن هنا، يطرح السؤال: لماذا لا تبادر المؤسسات الإعلامية بتطبيق نظام إداري حديث لإدارة هذه المؤسسات بكفاءة وفعالية؟ ولتعزيز الأداء الإعلامي

للمؤسسة، إذ لا ينبغي التركيز على الجانب المهني للإعلام فحسب، بل يجب أيضا تحقيق التوازن بينه وبين الجانب الإداري. لذا، يتحدد نطاق مشكلة الدراسة في محاولة التعرف على دور النظم الإدارية في المؤسسات الإعلامية الكوردية في مدينة أربيل في تعزيز الأداء الإعلامي لتلك المؤسسات. ويكون الدراسة الحالية من ثلاثة فصول، الفصل الأول يوضح الأطار المنهجي للدراسة، بما في ذلك الأبعاد المنهجية و التعريف الإجرائي لمفاهيم الدراسة و عرض الدراسات السابقة و مناقشتها. وفي الفصل الثاني تم التطرق الى الأطار النظري و توضيح الأدبيات المتعلقة بمتغيري الدراسة و هما ادارة المؤسسات الإعلامية و الأداء الإعلامي، و في الفصل الثالث و الأخير تم عرض و تحليل البيانات التي جمعت من خلال استمارة الأستبيان و اختبار فرضيات الدراسة.

الأطار المنهجي للدراسة الأبعاد المنهجية للدراسة مشكلة و تساؤلات الدراسة

تكمن مشكلة الدراسة في السؤال الرئيسي: إلى أي مدى تلعب إدارة المؤسسات الإعلامية دورا في تحسين الأداء الإعلامي في إقليم كردستان؟ لذا، يتحدد نطاق مشكلة الدراسة من جانبها الميداني من خلال طرح عدة أسئلة فرعية مرتبطة بالسؤال الرئيسي، وهي:

١. ماهي طبيعة العلاقة بين إدارة المؤسسات الإعلامية و الأداء الإعلامي في المؤسسات الإعلامية في مدينة أربيل؟
٢. ماهي أهم المتطلبات الإدارية داخل المؤسسات الإعلامية لتعزيز الأداء الإعلامي في المؤسسات الإعلامية في مدينة أربيل؟
٣. ماهي أهم المجالات التي يعمل من خلالها ادارة المؤسسات الإعلامية من اجل تعزيز الأداء الإعلامي في المؤسسات الإعلامية في مدينة أربيل؟

١.١.٢. أهداف الدراسة:

تتضمن أهداف الدراسة على التقاط التالي:

١. معرفة طبيعة العلاقة بين إدارة المؤسسات الإعلامية و الأداء الإعلامي في المؤسسات الإعلامية في مدينة أربيل؟
٢. معرفة أهم المتطلبات الإدارية داخل المؤسسات الإعلامية لتعزيز الأداء الإعلامي في المؤسسات الإعلامية في مدينة أربيل.
٣. معرفة أهم المجالات التي يعمل من خلالها ادارة المؤسسات الإعلامية من اجل تعزيز الأداء الإعلامي في المؤسسات الإعلامية في مدينة أربيل؟

١.١.٣. فرضيات الدراسة

لمعرفة احتمالية وجود علاقة بين متغيرات الدراسة، اعد الباحثان على الفرضيات التالية:
الفرضية الأولى: توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين نظام ادارة المؤسسات الإعلامية و الأداء الإعلامي لتلك المؤسسات في إقليم كردستان.
الفرضية الثانية: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات الإعلاميين في عينة الدراسة حول دور إدارة المؤسسات الإعلامية في تعزيز القدرة الإعلامية وفقاً لخصائصهم الديموغرافية.

أهمية الدراسة

لإدارة المؤسسات الإعلامية أهمية بالغة في تحسين الأداء الإعلامي و تنمية القدرات والمهارات المهنية للعاملين في المجال الإعلامي، لا سيما أساليب الإدارة. تكمن أهمية هذه الدراسة في جانبين:

- ١- الأهمية العلمية: تتمثل أهميتها في مناقشتها لجانب حيوي في عمل المؤسسات الإعلامية، وهو الجهاز الإداري، وذلك لمحدودية الأدبيات الإعلامية الكوردية في فهم العلاقة بين الإدارة والإعلام.
- ٢- الأهمية الإعلامية: تتجلى أهميتها في حداثة موضوعه، وفي الوقت نفسه، معرفة انعكاس اتجاه و طبيعة إدارة المؤسسة على مستوى وجوده العمل في المؤسسات الإعلامية، مما يوفر لهذه المؤسسات الوضوح اللازم للاعتماد على عدد من المعايير في تقييم وتصحيح العمل الإداري بما يساهم في تطوير وتعزيز الأداء الإعلامي.

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية بحكم تناولها واقع تطبيق النظام الإداري في المؤسسات الإعلامية، ويعتمد على منهج المسح لقياس أساليب عمل المؤسسات الإعلامية من خلال أداة استمارة الأستبيان، كون النتائج تكون دقيقة وموثوقة حول الظاهرة أو موضوع الدراسة خلال فترة زمنية محددة، وذلك للحصول على نتائج عملية يمكن تفسيرها بموضوعية وتتوافق مع البيانات التي تم جمعها حول الظاهرة المدروسة.

أداة الدراسة: استمارة الأستبيان

تتكون استمارة الأستبيان المستخدمة في الدراسة كأداة رئيسية لجمع المعلومات من عينة الدراسة، من ٤٩ سؤالاً، موزعة على ثلاثة محاور رئيسية: المحور الأول: الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة المحور الثاني: نظام إدارة المؤسسات الإعلامية. المحور الثالث: الأداء الإعلامي للمؤسسات الإعلامية.

الصدق الظاهري وثبات أداة الدراسة

من أهم خصائص أداة الدراسة الجيدة أنها صالحة وقابلة للتقييم. أي أن الأداة قادرة لقياس متغيرات الدراسة، وهل حصل الباحث على معلومات وبيانات حول الموضوعات أو المتغيرات التي يريد قياسها؟ كما قام الأساتذة بتقييم صدق الأداة وملاءمة محتواها وشمولها للموضوع قبل إجراء الدراسة الميدانية. بعد إعداد الاستمارة، قام الباحثان بأرسال الأستبانة الى عدد من الخبراء. وبعد تقييمهم للاستمارة، تم حذف وتعديل فقرات معينة وإضافة فقرات جديدة طبقاً لملاحظات واقتراحاتهم. والاستمارة المعتمدة ظاهرياً هي نفسها التي عرضت على عدد من الخبراء لتقييمها، وذلك للتأكد من صدقها، و عن طريق تقييم المحكمين. وبناء على الآراء والملاحظات التي تم أخذها، تم صياغة استمارة الأستبيان بصورتها النهائية. ثم توزع الاستمارة على أفراد عينة الدراسة. وبالنسبة لثبات أداة الدراسة، فقد اعتمد الباحث على قياس الفا كرونباخ لبيان مدى ثبات فقرات استمارة الأستبيان، وكانت درجات الفقرات عالية، يوضح الجدول (١) درجة ثبات فقرات محاور أداة الدراسة.

الجدول (١)

ثبات فقرات استمارة الأستبيان باستخدام مقياس الفا-كرونباخ

ر	المحاور	عدد الفقرات	الفا -كرونباخ	درجة الثبات
١	نظام ادارة المؤسسات الإعلامية	29	0.899	عالية
٢	الأداء الإعلامي للمؤسسات الإعلامية	20	0.860	عالية
٥	جميع فقرات المحاور	49	0,931	عالية

١.١.٤. مجتمع و عينة الدراسة

يمثل الإعلاميين في المؤسسات الإعلامية الكوردية مجتمع الدراسة في جميع محافظة أربيل، و تم اختيار عينة عشوائية طبقية قوامها (١٥٨) مفردة من الإعلاميين في مدينة أربيل.

١.١.٥. التعريف الإجرائي لمفاهيم الدراسة

الهدف من التعاريف الإجرائية تقديم و شرح دلالة و أبعاد المفاهيم الواردة في نطاق الدراسة الحالية: الدور: الأدوار هي المهام والأنشطة التي يؤديها أو يلعبها فرد أو مؤسسة أو نظام في سياق معين. الإدارة: هي إدارة الأعمال بذكاء لتحقيق الأهداف، وزيادة الفعالية، وإحداث تحسين في أي منظمة. الأداء: تشير الأداء في هذه الدراسة إلى قدرة أو مهارات الإعلاميين على تحقيق الأهداف بأفضل طريقة ممكنة. الإعلام: أي مؤسسة إعلامية مرئية ومكتوبة ومقروءة تبت وتنتشر الأخبار و المعلومات الإعلامية. الأداء الإعلامية: واجبات ومسؤوليات الإعلاميين للأداء الناجح وفق المعايير المحددة، وهو معيار أساسي لتقييم الأداء والإنتاجية في مكان العمل. المؤسسة: لها كيان منظم وهيكل قانوني ووظيفي في المجتمع. المؤسسات الإعلامية: يقصد بها المؤسسات الإعلامية الكوردية التي تبت الأخبار والمعلومات في إقليم كردستان، إقليم كردستان: إقليم كردستان هو إقليم فيدرالي ضمن دولة العراق الأتحادي، وتم الاعتراف به رسمياً كإقليم يتمتع بالحكم الذاتي في عام ٢٠٠٥ بموجب الدستور العراقي.

١.١.١٠. الدراسات السابقة أدرك الباحثان أهمية الدراسات السابقة لأنها ترشد و توجه الدراسة الحالية، فاستعانوا بها في تطوير النظرية وتحديد المنهجية المناسبة للدراسة، وإعداد استمارة الاستبيان. أولاً: دراسة سليمان (٢٠١٥): الدراسة بعنوان (العلاقة بين نظام إدارة القنوات التلفزيونية الكوردية وأسلوب عمل الصحفيين)^(١) وهو دراسة مسحية لعينة من صحفيي مؤسسات القنوات التلفزيونية الكوردية في إقليم كردستان العراق. تعتبر الدراسة من الدراسات الوصفية اعتمد منهج المسح، يمثل مجتمع الدراسة في جميع العاملين العاملين في القنوات الفضائية الكوردية في إقليم كردستان و تم اختيار عينة الدراسة بطريقة عشوائية من العاملين العاملين في خمس قنوات تلفزيونية هي (KNN، Payam، GK، Rudaw، Speda) بإجمالي ١٥٦ مفردة. هدفت الدراسة الى:

- ١- عرض واقع الصحفيين في نظام إدارة القنوات التلفزيونية الكردية.
  - ٢- معرفة أهمية الصحفيين في أبعاد نظام إدارة القنوات التلفزيونية الكردية.
  - ٣- إبراز أهمية أبعاد النظام الإداري والضغط التي يتعرض لها الصحفيون في القنوات التلفزيونية الكردية.
- توصلت الدراسة إلى عدة استنتاجات، أهمها: يرى ٥٠٪ من عينة الدراسة أن مالك القناة يتدخل في عمل الإعلاميين أثناء عملهم. يرى ٨.٣٧٪ من المستجيبين أن التعليمات الصادرة عن مجلس إدارة القناة قد سهلت عليهم العمل. أظهرت النتائج أن ٨.٢٨٪ من المبحوثين يعتقدون أن الصراع بين أعضاء الجهاز الإداري له تأثير سلبي على الإعلاميين. ٨.٣٠٪ من العينة لا يتفقون على أن الراتب الذي يتقاضاه الإعلاميون يجب أن يكون كافياً لإعالتهم دون الحاجة إلى عمل آخر. ثانياً: دراسة (نادر وأبو هلال، ٢٠٢٣) بعنوان (دور الرقابة التنظيمية في أداء المؤسسي الإعلامية الفلسطينية في المحافظات الجنوبية من وجهة نظر العاملين في الإعلام المرئي نموذجاً).^(٢) هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الرقابة التنظيمية في الأداء المؤسسي للمؤسسات الإعلامية الفلسطينية في المحافظات الجنوبية. ولتحقيق أهداف الدراسة، استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، واستمارة الاستبيان كأدوات رئيسية لجمع البيانات. تكون مجتمع الدراسة من جميع العاملين في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية في المحافظات الجنوبية محل الدراسة، والبالغ عددها (٥) مؤسسات، وهي: (فلسطين الأقصى، فلسطين اليوم، الكوفية، القدس اليوم). وتم استخدام أساليب الحصر الشامل، وبرنامج الحزم الإحصائية (SPSS) لتحليل البيانات وإجراء الإحصائيات المناسبة. أظهرت نتائج الدراسة أن مستوى توافر الأنشطة التنظيمية في المؤسسات الإعلامية في المحافظات الجنوبية بوجه عام هو اتجاه إيجابي نسبياً (٧٨.٢٤٪)، و وجود اتجاهات إيجابية لدى أفراد مجتمع الدراسة؛ مما يؤكد وعيهم وممارستهم لهذا الجانب، وأن مستوى الأداء المؤسسي لدى العاملين مرتفع (٨١.٢٦٪). كما توصلت الدراسة إلى أن لأبعاد المرونة التنظيمية تأثيراً جوهرياً ودالاً إحصائياً في تحسين الأداء المؤسسي، وأن نسبة (٦١.٥٪) تفسر مستوى الأداء المؤسسي لدى العاملين في المؤسسات الإعلامية المرئية في المحافظات الجنوبية. وتقدم الدراسة توصيات، منها: تطوير أدوات رصد لقياس حركة وكفاءة المؤسسات المتنافسة، ووضع آليات لقياس الرأي العام وتلبية مطالبهم.

الاستفادة من الدراسات السابقة

- يمكن استخلاص الفوائد من الدراسات السابقة على النحو التالي:
١. تعتبر الدراسات السابقة ركيزة أساسية في الدراسة، ونقطة انطلاق جيدة لإعداد الدراسة الحالية، وخاصة عند تحديد المشكلة.
  ٢. تسهم الدراسات السابقة في إثراء النظرية وإعدادها، وصياغة فرضيات الدراسة.
  ٣. ساهمت بشكل كبير في إعداد استمارة الاستبيان لمتغير الدراسة، وتحديد المنهجية المناسبة.
  ٤. ساعدت على مراجعة الأساليب والأدوات الإحصائية المستخدمة في الدراسات السابقة، مما سمح للباحثان بتحديد الأدوات المناسبة لاختبار صحة فرضيات الدراسة الحالية.

الإطار النظري للدراسة

الأداء الإعلامي

١،٢. مفهوم الأداء الإعلامي

أصبح التعامل مع هذا الكم الهائل من المعلومات، بمختلف أشكالها وصورها، تحدياً للنظم الإدارية في المؤسسات الإعلامية، ويفرض حاجة جديدة. لذا، لا بد من مواجهة هذا الواقع الجديد من خلال تطوير قدرات الصحفيين و تعزيز الأداء الإعلامي، مما يؤثر على تنمية وعي المتلقي وأفكاره وقدراته العقلية. كل ذلك بهدف بناء جيل يتمتع بحس إعلامي قوي، متسلح بالمعرفة والعلم، مستخدماً أساليب حديثة تتماشى مع متطلبات

العصر التكنولوجي وعالم المعلومات^(٣) وقد ازدادت أهمية الأداء الإعلامي بشكل كبير، لا سيما في القرن الحادي والعشرين الحديث ومع مرور الوقت، نتيجة لقدرة الأعلاميين على التكيف مع العالم المتغير من حولهم.^(٤) لذلك يجب أن يمتلك العاملون في المجال الإعلامي كفاءات إعلامية معينة، لأن الأساليب التقليدية لم تعد كافية لتلبية متطلبات العصر الحديث.^(٥) الأداء: هو السلوكيات والقدرات الشخصية والاجتماعية اللازمة للأفراد للتعامل مع أنفسهم والآخرين والمجتمع بثقة واقتدار، وبالتالي اتخاذ القرارات المناسبة، وتحمل المسؤولية الشخصية والاجتماعية، وفهم أنفسهم والآخرين.^(٦) يصف البعض الأداء بأنه: "وصف شخص يتمتع بقدرة ومهارة وجودة عالية نتيجة لذلك".^(٧) أشار إلى أن مفهوم الأداء يعني: "أداء مهمة من قبل فرد يتميز بالسرعة والدقة والخبرة والفعالية". تُعرّف القدرة الصوفي (١٩٩٧) بأنها "قدرة تكتسب من خلال الملاحظة أو الدراسة أو اختبار الأداء العقلي أو البدني".^(٨) أو الأداء الإعلامي عبارة عن مزيج من المعارف والمهارات والتقنيات الجديدة التي يتلقاها الإعلاميون في التدريب الإعلامي، وما يختبرونه ميدانيا من خلال عملهم في المؤسسات الإعلامية.^(٩) الأداء الإعلامي: يعرفه الباحث إجرائيا بأنه كفاءة و قدرة الإعلامي أو المؤسسة الإعلامية على أداء مسؤوليات و مهام إعلامية معينة بسرعة ودقة وسهولة من خلال استخدام الوسائل المتاحة. والتعبير عن أقصى طاقة للترويج الذاتي وتحقيق أفضل إنجاز. ويعتقد الباحث أن الأداء: هو المحصلة النهائية لنشاط و سلوك معين، مبنية على فهم أن المرء يتعلم حركيا وذهنيا، مع توفير الوقت والجهد والتكلفة.

أهمية الأداء الإعلامي:

يعد الفهم العميق للإعلام وتأثيراته على المجتمع والأفراد ضرورة يجب أن يمتلكها الجميع، إذ تساعد الأداء الإعلامي على تعميق الوعي بكل ما يتعلق بالمعلومات والاتصال.. وبفضل استخدام التقنيات الحديثة في وسائل الإعلام، أصبح متلقيها أكثر قدرة على تحليل وإنشاء طوفان من المواد الإعلامية، بما في ذلك رسائلها الصريحة والضمنية عبر مختلف وسائل الإعلام، الجديدة منها والقديمة.^(١٠) يعد الأداء الإعلامي مؤشرا متعدد المتغيرات والعناصر الذي قد يؤثر - سلبا أو إيجابا - على أخلاقيات المهنة الإعلامية بشكل عام. يمكن تحديد أهم العوامل المؤثرة في الأداء الإعلامي ضمن الجوانب التالية: الجانب الذاتي والأخلاق المهنية: وينقسم إلى قسمين: استقلالية الإعلامي في أداء مهامه، الاستقلال المهني ركيزة أساسية لممارسة المهنة، والإعلامي المحترف هو الشخص الذي يمتلك الكفاءة العلمية والتقنية ومستوى عال من التخصص، ويجب أن يكون الحكم الوحيد في جميع أعماله المهنية.^(١١)

متطلبات الأداء:

يؤكد بيل، ف. وبيباتي أليساندرو، ج. أن هناك عددا من الشروط التي يجب استيفاؤها للأداء الإعلامي بفعالية. هذه الشروط هي:

- (١) يجب أن تكون قادر على التعلم.
- (٢) يجب أن يكون للقدرة دافع وهدف.
- (٣) يجب أن تكون مخططة.
- (٤) يتطلب أداء الإعلامي معرفة جيدة بمحتواها وسياقها المعرفي.
- (٥) يجب أن يكون هناك حافز أداء لإكمالها.
- (٦) يجب أن تكون قادرا على المشاركة في حل مشكلة.
- (٧) يجب أن تكون هناك معايير.
- (٨) يجب تحديد حد زمني لأدائها.^(١٢)

مفهوم و مبادئ الإدارة الإعلامية

٢,٢,١. مفهوم الإدارة

يُستخدم مصطلح "الإدارة" بعدة معانٍ، منها لغة الإدارة، فمصطلح (Administration) يعني خدمة الآخرين، وهو مشتق من كلمة لاتينية تعني تقديم المساعدة للآخرين؛ وهي منظمة عامة أو خاصة لغرض تحقيق هدف^(١٣). الإدارة الفنية هي أداء المهام من خلال القوى العاملة البشرية في المنظمة، بهدف تحقيق هدف مرغوب فيه من قبل المنظمة.^(١٤) قصد بفهوم إدارة وسائل الإعلام: كل جهد منظم لتحقيق هدف محدد من خلال استغلال واستخدام الموارد المتاحة مثل الموارد البشرية والمادية والتكنولوجية والمالية ضمن مؤسسة اعلامية محددة.^(١٥)

وظائف الإدارة

لإنجاز وظائف الإدارة، هناك العديد من الوظائف التي يجب على المدراء في أي مؤسسة القيام بها، سواء كانت المؤسسة عامة أو قطاع خاص. ولتنفيذ العمل وتحقيق الأهداف التي تعمل من أجلها المؤسسة، فإن إدارة وسائل الإعلام ليست مستثناة من قواعد عمل المنظمات والمؤسسات الأخرى ويجب عليهم، كأى مؤسسة أخرى، القيام بهذه الواجبات. صنف هنري فاولي، الفرنسي الذي يطلق عليه العديد من الباحثين لقب أبو الإدارة، ووظائف الإدارة على النحو التالي: (١٦). أولاً، التخطيط، ثانياً، التنظيم، ثالثاً، القيادة، رابعاً، التنسيق، خامساً، الرقابة حاول العديد من العلماء والمفكرين، كل حسب آرائه وتجاربه، تصنيف وظائف الإدارة. وإذا أردنا دراسة عدد الوظائف التي وصنفها علماء الإدارة، فإن هذه الوظائف تتسع لمجلات وانشطة اوسع لا يسع ذكها في هذه الدراسة. (١٧)

متطلبات إدارة المؤسسة الإعلامية:

تتطلب إدارة المؤسسة الإعلامية إدراكاً شاملاً لأركان العملية الإدارية الأربعة: الإنسان (الكوادر)، والآلية (الأدوات والتقنيات)، والزمان (التوقيت والسرعة)، والمكان (البيئة المحيطة). ويجب توظيف هذه العناصر في إطار التخطيط والتنفيذ لضمان تحقيق الأداء الأمثل والأهداف المرجوة. أما طبيعة العمل الإعلامي فهي عمل متكامل لا هرمي، حيث يؤدي كل فرد - بغض النظر عن موقعه الوظيفي - دوراً محورياً في نجاح المنظومة. وهذا يستلزم من الإدارة: - فهم ديناميكيات جماعات العمل وسلوكياتها - تحليل أنماط الاتصال الداخلي - تطوير أساليب القيادة الفعالة لضمان استثمار الطاقات البشرية بشكل مثمر. (١٨)

٢,٢,٤. مبادئ إدارة الإعلامية

١. تتبع الطبيعة الإدارية للمؤسسات الإعلامية من طبيعة إدارة هذه المؤسسات الخاصة، والتي تختلف عن إدارة الشركات والمصانع الأخرى في جوانب عدة.
٢. تتميز طبيعة المواد الإعلامية من حيث الزمن بضرورة مواكبة الأحداث والسرعة في تغطيتها والتعامل معها، بما لا يؤثر على طبيعة العمل الإداري وسرعة اتخاذ القرارات في المؤسسة.
٣. للقوانين الوقائية التي تصدرها الجمعيات والقوانين المنظمة لمهنة الإعلام أدوار عديدة، مما يجعل إدارة المؤسسة الإعلامية بحاجة إلى أكثر من وجهة نظر في عملية الإدارة.
٤. لا ترتبط طبيعة المنافسة في المؤسسات الإعلامية بأسلوب الرسالة الإعلامية كأداة، بل بمضمون هذه الرسالة الإعلامية. (١٩)
٥. تحتاج إدارة المؤسسة الإعلامية إلى إدراك كامل لأهمية الأشخاص والآلات والزمان والمكان في إطار التخطيط والتنفيذ، لتحقيق أفضل طاقة ممكنة لتحقيق أهدافها.
٦. إن طبيعة العمل الإعلامي وحدة متكاملة، ولكل فرد فيه دور أساسي مهما قلت مكانته الوظيفية، لذا فإن هذا الوعي بأهمية الأفراد يتطلب وعياً أشمل بطبيعة العلاقة بين مجموعات العمل، وسلوكهم، وأسلوب تواصلهم، وأسلوب قيادتهم. (٢٠)

الإطار الميداني للدراسة

عرض الجداول وتحليل بيانات الدراسة

الإحصاء الوصفي في هذا الدراسة، جمع الباحث عينة من الصحفيين من مؤسسات إعلامية مختلفة. وتم الحصول على البيانات باستخدام استمارات استبيان. وقد خللت بيانات الاستمارات في عدة جداول. الموضوع الأول: عرض خصائص عينة الدراسة أولاً: وصف عينة الدراسة حسب الجنس.

الجدول (١) توزيع عينة الدراسة حسب الجنس

الجنس	ت	%
الذكور	126	79.7
الأنثى	32	20.3
المجموع	158	100.0

مجلة الجامعة العراقية المجلد (٧٣) العدد (١٠) آب لسنة ٢٠٢٥

ويبين الجدول (١) نسبة الذكور والإناث في عينة الدراسة، وهو ما يوضح أن نسبة الذكور (٧٩.٧٪) أعلى من نسبة الإناث (٢٠.٣٪)، وهو ما يعكس وضع المؤسسات الإعلامية الكوردية التي كان عدد الإعلاميين فيها دائما أكبر من عدد الإعلاميات. **ثانيا:** خصائص عينة الدراسة حسب العمر الجدول (٢) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب العمر

الفئات العمرية	ت	%
22-27 سنة	66	41.8
28-33 سنة	8	5.1
34-39 سنة	40	25.3
40-45 سنة	26	16.5
46 سنة و أكثر	18	11.4
المجموع	158	100.0

يوضح الجدول (٢) توزيع عينة الدراسة وفق الفئة العمرية، حيث تشكل الفئة العمرية بين ٢٢-٢٧ سنة النسبة الأعلى بنسبة ٤١.٨٪، تليها الفئة العمرية بين ٣٤-٣٩ سنة بنسبة ٢٥.٣٪، ثم الفئة العمرية بين ٤٠-٤٥ سنة، أما النسبة الرابعة تبلغ أعمارهم ٤٦ سنة فأكثر (١١.٤٪)، بينما النسبة الخامسة تتراوح أعمارهم بين ٢٨-٣٣ سنة، وهذا يدل على أن معظم الإعلاميين شباب، وهو أمر طبيعي. **ثالثا:** خصائص عينة الدراسة حسب الشهادة الجدول (٣) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الشهادة

الشهادة	ت	%
المتوسط	6	3.8
الأعدادي	10	6.3
دبلوم	31	19.6
بكالوريوس	84	53.2
دبلوم عالي	10	6.3
ماجستير	14	8.9
دكتورا	3	1.9
المجموع	158	100.0

وفي الجدول (٣) جاءت حاملو شهادة البكالوريوس في المركز الأول بنسبة (٥٣.٢٪)، وحاملو شهادة الدبلوم في المركز الثاني بنسبة (١٩.٦٪) وحاملو شهادة الماجستير في المركز الثالث بنسبة (٨.٩٪) وحصل حاملو شهادة الثانوية على المركز الرابع بنسبة (٦.٣٪) وحصل حاملو شهادة الدكتوراه على المركز الخامس بنسبة (٣.٨٪) من عينة الدراسة. **رابعا:** خصائص عينة البحث حسب الحالة الاجتماعية. الجدول (٤) الحالة الاجتماعية لعينة الدراسة

الحالة الاجتماعية	ت	%
أعزاب	51	32.3
متزوج	104	65.8
آخري	3	1.9
المجموع	158	100.0

يوضح الجدول (٤) الحالة الاجتماعية لأفراد عينة الدراسة، حيث جاءت في المرتبة الأولى المتزوجون بنسبة (٦٥.٨٪) و في المرتبة الثانية الغير المتزوجون بنسبة (٣٢.٣٪) والمرتبة الثالثة ذوي الحالة الاجتماعية الأخرى بنسبة (١.٩٪). **خامسا:** خصائص عينة البحث حسب المؤسسة التي يعمل فيها الجدول (٥) يوضح مؤسسات العمل لعينة الدراسة

المؤسسة	ت	%
Rudaw	35	22.2
Ava	31	19.6
+964	20	12.7
Speda	23	14.6
Kurdistan tv	21	13.3
Zagros	2	1.3
K24	26	16.5
المجموع	158	100.0

يبين الجدول (٥) المؤسسات الإعلامية التي يعمل فيها عينة الدراسة، حيث جاءت في المرتبة الأولى الإعلاميين الذين يعملون في مؤسسة روداو الإعلامية بنسبة (22.2)، والذين يعملون في قناة (Ava) في المرتبة الثانية بنسبة 19.6٪، وفي المرتبة الثالثة بنسبة 16.5٪ جاء الإعلاميون في قناة (K24)، وفي المرتبة الرابعة بنسبة 14.6٪ جاء الإعلاميون في قناة (Speda)، ويأتي الإعلاميون في قناة (Kurdistan tv) في المركز الخامس بنسبة 13.3٪، والعاملون بموقع +964 في المركز السادس (12.7٪)، وفي المركز السابع والأخير الإعلاميون العاملون في قناة (Zagros). الجدول (٦) دور نظام ادارة المؤسسات الإعلامية

البيانات	لا اتفق بشدة		لا اتفق		محايد		أتفق		أتفق بشدة		البيانات
	%	ن	%	ن	%	ن	%	ن	%	ن	
يسهل نقل المعلومات إلى الإدارة العليا لتنظمتك الإعلامية	3.6	14	6.5	25	14.5	56	46.0	177	29.4	113	3.91
يأخذ رئيسك المباشر في الاعتبار اقتراحاتك بشأن أداء العمل. ما يجعلك تحب وظيفتك أكثر	2.6	10	8.3	32	11.4	44	43.4	167	34.3	132	3.98
المعلومات المقدمة من قبل الإدارة قابلة للفهم.	1.8	7	2.9	11	8.6	33	40.8	157	46.0	177	4.26
يضغط مالك المؤسسة على نظام الإدارة في تعيين الإعلاميين في مناصب إدارية.	7.0	27	13.0	50	28.8	111	31.2	120	20.0	77	3.44
بسبب ضغوطات الجهاز الإداري، أعمل بحرية في مؤسستي	6.0	23	13.0	50	20.3	78	37.9	146	22.9	88	3.59
حرية العمل في إطار النظام الإداري للمؤسسة مرنة	3.6	14	7.5	29	9.1	35	48.8	188	30.9	119	3.96
لقد منحني مجلس إدارة المؤسسة الحرية وسمح لي بالتعبير عن آرائي في وسائل الإعلام الأخرى	10.6	41	10.1	39	18.4	71	37.4	144	23.4	90	3.53
إن الخلافات داخل الجهاز الإداري يؤثر علي بشكل سلبي.	8.6	33	16.4	63	22.1	85	33.8	130	19.2	74	3.39
يعتمد مجلس الإدارة مكافأة ومعاقبة الموظفين دون تمييز على أداؤهم المنظم لواجباتهم أو العكس.	7.3	28	11.4	44	17.1	66	35.8	138	28.3	109	3.66

يوضح الجدول (٦) أن 46.2٪ من العينة وافقوا على سهولة نقل المعلومات إلى الإدارة العليا في مؤسسته الإعلامية. وهذه أعلى نسبة بواقع ٧٣ تكراراً، و 28.5٪ بواقع ٤٥ تكراراً. أجاب 15.8٪ من العينة بواقع ٢٥ تكراراً، و 6.3٪ بواقع ١٠ تكرارات، و 3.2٪ بواقع ٥ تكرارات. هنا، تبلغ نسبة الموافقة 78.2٪، والمتوسط الحسابي 3.91، والانحراف المعياري 0.989. وبخصوص الفقرة الثانية من الجدول، فإن 43٪ من عينة الدراسة وافقوا على أن رئيسهم المباشر يأخذ في الاعتبار اقتراحاتهم حول مهارات العمل مما يجعلهم يحبون عملهم أكثر وهذه أعلى نسبة بواقع ٦٨ تكراراً وجاء في المركز الثالث (12.7٪) من عينة الدراسة أجابوا ب (٢٠) تكراراً بينما أجاب (9.5٪) من عينة الدراسة ب (١٥) تكراراً وهنا تكون نسبة الاتفاق 78.2٪ والمتوسط الحسابي 3.91 والانحراف المعياري 1.001. يبين أيضاً أن 46.8٪ من عينة الدراسة وافقوا على أن المعلومات المقدمة من الإدارة سهلة الفهم، وهذه أعلى نسبة بواقع ٧٤ تكراراً، و 39.2٪ من المستجيبين وافقوا بواقع ٦٢ تكراراً، وأجاب 8.2٪ من العينة بواقع ١٣ تكراراً، و 3.2٪ من العينة أجابوا بواقع ٥ تكرارات، يليهم 2.5٪ بواقع ٤ تكرارات. وهنا تكون نسبة الموافقة (83.4٪) والمتوسط الحسابي (4.17) والانحراف المعياري (0.897). وبحول الفقرة الرابعة فإن 39.2٪ من العينة وافقوا على أن صاحب المؤسسة يضغط على الجهاز الإداري في تعيين الصحفيين في المناصب الإدارية، وفي المرتبة الثالثة أجاب 15.8٪ من العينة بتكرار ٢٥ مرة، وفي المرتبة الرابعة أجاب 12٪

من العينة بتكرار ١٩ مرة، وفي المرتبة الخامسة أجاب ٧٪ من العينة بتكرار ١١ مرة، وهنا تكون نسبة الموافقة ٦٩٪، والمتوسط الحسابي ٣.٤٥، والانحراف المعياري ١.١٠٩. ويوضح أن ٣٦.١٪ من عينة الدراسة وافقوا على أن ضغط النظام الإداري لحرية العمل في المؤسسة يعود إلى ضغوط العمل، وهذه النسبة هي الأعلى بواقع ٥٧ تكراراً، حيث أجاب ١٧.٧٪ من العينة بواقع ٢٨ تكراراً، و١٤.٦٪ من العينة بواقع ٢٣ تكراراً، يليهم ٥.١٪ بواقع ٨ تكرارات. وهنا تبلغ نسبة الموافقة ٧٣٪، والمتوسط الحسابي ٣.٦٥، والانحراف المعياري ١.١٦٨. وبخصوص الفقرة السادسة فإن ٤٦.٨٪ من عينة الدراسة وافقوا على أن حرية العمل داخل الجهاز الإداري للمؤسسة تتسم بالمرونة، وهذه أعلى نسبة جاءت أولاً بواقع (٧٤) تكراراً، ومن وافقوا تماماً (٣١.٦٪) بواقع (٥٠) تكراراً، أجاب ٩.٥٪ من العينة بواقع ١٥ تكراراً في المركز الثالث، وأجاب ٨.٢٪ من العينة بواقع ١٣ تكراراً في المركز الرابع، ومن وافقوا تماماً (٣.٨٪) بواقع ٦ تكرارات في المركز الخامس. وهنا تكون نسبة الموافقة ٧٨.٦٪، والمتوسط الحسابي ٣.٩٣، والانحراف المعياري ١.٠٥٩. كما يتضح أن ٣٢.٩٪ من عينة الدراسة وافقوا على أن مجلس إدارة المؤسسة وفر لهم الحرية وسمح لهم بالتعبير عن آرائهم في وسائل الإعلام الأخرى، وأجاب ١٩.٦٪ من عينة الدراسة بـ ٣١ تكراراً، وأجاب ١٥.٨٪ من عينة الدراسة بـ ٢٥ تكراراً، وأجاب ١١.٤٪ من عينة الدراسة بـ ٢٥ تكراراً، وأجاب ١١.٤٪ بـ ١٨ تكراراً، وهنا تكون نسبة الموافقة ٦٦٪، والمتوسط الحسابي ٣.٣٠، والانحراف المعياري ١.٣٤٤. ويوضح الجدول أن ٣٣.٥٪ من عينة الدراسة اتفقوا على أن الصراع بين صفوف نظام الإدارة له تأثير سلبي عليهم، وهذه النسبة هي الأعلى بواقع ٥٣ تكراراً، أولاً استجاب ١٨.٤٪ من العينة بواقع ٢٩ تكراراً، ثم استجاب ١٦.٥٪ من العينة بواقع ٢٦ تكراراً، ثم ٩.٥٪ بواقع ١٥ تكراراً، وهنا تكون نسبة الاتفاق ٦٧٪، والمتوسط الحسابي ٣.٣٥، والانحراف المعياري ١.٢٢٦. ويوضح الجدول أن ٣٦.١٪ من عينة الدراسة وافقوا على أن مجلس الإدارة يكافئ ويعاقب الموظفين على الأداء الجيد أو العكس. وهذه هي أعلى نسبة بواقع ٥٧ تكراراً، والذين يوافقون تماماً بواقع ٤٤ تكراراً أجاب ١٧.١٪ من عينة الدراسة لا أعرف بواقع ٢٧ تكراراً، وأجاب ١٢٪ من عينة الدراسة موافق بواقع ١٩ تكراراً. وهنا تكون نسبة الموافقة ٧٣.٢٪، والمتوسط الحسابي ٣.٦٦، والانحراف المعياري ١.٢٠٤. كما يوضح الجدول أن ٤٤.٣٪ من عينة الدراسة وافقوا على أنك تلتقي أحياناً برؤسائك أو زملائك خارج ساعات العمل. هذه هي أعلى نسبة بواقع ٧٠ تكراراً، تليها ١٧.١٪ بواقع ٢٧ تكراراً، وأجاب ١٥.٨٪ من العينة بواقع ٢٥ تكراراً، وأجاب ١٢.٧٪ من العينة بواقع ٢٠ تكراراً، تليها ١٠.١٪ بواقع ١٦ تكراراً. هنا تكون نسبة الموافقة ٦٩.٢٪، والمتوسط الحسابي ٣.٤٦، والانحراف المعياري ١.٢٠٨. وبحسب نتائج المذكورة فإن هناك اتجاه إيجابي من قبل الإعلاميين العاملين في المؤسسات الإعلامية الكوردية تجاه النظام الإداري لمؤسساتهم بما يعزز من أداء واجباتهم المهنية و بالتالي تعزيز الأداء الإعلامي للمؤسسة ككل

الجدول (٧) الأداء الإعلامي للمؤسسات الإعلامية

البيانات	لا اتفق بشدة		لا اتفق		محايد		اتفق		اتفق بشدة	
	%	ن	%	ن	%	ن	%	ن	%	ن
الدورات التدريبية لمؤسستك الإعلامية تساعدك على أداء عملك بكفاءة.	6	11	7.0	6	3.8	6	41.1	65	47.5	75
لقد بذلت الكثير من الجهد في أداء عملك	6	1	.6	5	3.2	5	44.9	71	50.6	80
لديك الرغبة في التحدي أثناء العمل	1.9	3	3.8	6	9.5	15	38.6	61	46.2	73
تقوم بتنفيذ المهام الموكلة إليك في الوقت المناسب دون تأخير	1.3	2	3.2	4	2.5	4	35.4	56	57.6	91
تلتزم باتباع التعليمات المخصصة لك بنجاح.	0	0	1.9	3	3.8	6	36.7	58	57.6	91
على استعداد للتكيف مع ظروف العمل الصعبة.	1.3	2	1.9	3	4.4	7	34.8	55	57.6	91
يعتمد عليك رئيسك المباشر في أداء بعض المهام الصعبة.	2.5	4	3.2	5	10.8	17	38.0	60	45.6	72
محادثاتك مع زملائك تحسن قدرتك على العمل	.6	1	5.1	8	5.1	8	42.4	67	46.8	74
إن تقييم الإدارة لأدائك على العمل هو عملية مهمة.	1.9	3	1.9	3	11.4	18	36.7	58	48.1	76
إن اهتمام الإدارة بك سيزيد من حبك للعمل.	1.9	3	2.5	4	6.3	10	30.4	48	58.9	93

يوضح الجدول (٧) أن ٤٧.٥٪ من عينة الدراسة موافقون تماماً على أن الدورة التدريبية للمؤسسة الإعلامية تُساعدهم على أداء عملهم بكفاءة. وهذه أعلى نسبة بواقع ٧٥ تكراراً. أولاً، وافق ٧٪ من العينة بواقع ١١ تكراراً. أجاب ٣.٨٪ من العينة بـ "لا أعرف" بواقع ٦ تكرارات. وهنا تبلغ نسبة الموافقة ٨٥.٦٪، والمتوسط الحسابي ٤.٢٨، والانحراف المعياري ١.٥٠٦. ويوضح الفقرة الثانية من الجدول أن ٥٠.٦٪ من عينة الدراسة وافقوا على بذل جهود كبيرة في أداء عملهم، وهذه أعلى نسبة بواقع ٨٠ تكراراً، و٤٤.٩٪ بواقع ٧١ تكراراً، وأجاب ٣.٢٪ من العينة بـ "لا أعرف" بخمس

تكرارات، بينما حل في المرتبة الرابعة من وافق ولم يوافق تماماً بنفس النسبة وهي ٠.٦٪ بتكرار واحد. وهنا بلغت نسبة الموافقة ٨٨.٨٪، والمتوسط الحسابي ٤.٤٤، والانحراف المعياري ٠.٦٥٣. يوضح الجدول أن ٤٦.٢٪ من عينة الدراسة وافقوا على رغبتهم في التحدي في عملهم وهي أعلى نسبة بواقع ٧٣ تكراراً، وجاء في المرتبة الثانية ٣٨.٦٪ ممن وافقوا بواقع ٦١ تكراراً، واختار ٩.٥٪ من عينة الدراسة المجهول بواقع ١٥ تكراراً، و ٣.٨٪ من عينة الدراسة وافقوا بواقع ٦ تكرارات، يليه ١.٩٪ بواقع ٣ تكرارات، وهنا تكون نسبة الاتفاق ٨٤.٦٪، والمتوسط الحسابي ٤.٢٣، والانحراف المعياري ٠.٩١١. توضح الفقرة الرابعة من الجدول أن ٥٧.٦٪ من عينة الدراسة وافقوا تماماً على أداء المهام الموكلة إليهم دون تأخير، وهذه أعلى نسبة بواقع ٩١ تكراراً، و ٣٥.٤٪ بواقع ٥٦ تكراراً، و ٣.٢٪ بواقع ٥ تكرارات، و ٢.٥٪ بواقع ٤ تكرارات، و ١.٣٪ بواقع تكرارين. وهنا تكون نسبة الموافقة ٨٩٪، والمتوسط الحسابي ٤.٤٥، والانحراف المعياري ٠.٨٠٢. كما يوضح الجدول أن ٥٧.٦٪ من عينة الدراسة وافقوا تماماً على أداء المهام الموكلة إليهم دون تأخير، وهذه أعلى نسبة بواقع ٩١ تكراراً، و ٣٥.٤٪ بواقع ٥٦ تكراراً، و ٣.٢٪ بواقع ٥ تكرارات، و ٢.٥٪ بواقع ٤ تكرارات، و ١.٣٪ بواقع تكرارين. وهنا تكون نسبة الموافقة ٨٩٪، والمتوسط الحسابي ٤.٤٥، والانحراف المعياري ٠.٨٠٢. يتضح من الفقرة السادسة أن ٥٧.٦٪ من عينة الدراسة موافقون تماماً على استعدادهم للتكيف مع ظروف العمل الصعبة وهي أعلى نسبة بواقع ٩١ تكراراً، و ٣٨.٤٪ بواقع ٥٥ تكراراً، و ٤.٤٪ من عينة الدراسة لا يعرفون بواقع (٧) تكرارات، و ١.٩٪ من عينة الدراسة موافقون بواقع (٣) تكرارات في المرتبة الرابعة، وفي المرتبة الخامسة غير موافقين تماماً بواقع (٢) تكراراً، و ١.٣٪ بواقع (٢) تكراراً، وهنا تكون نسبة الموافقة ٨٩.٢٪، والمتوسط الحسابي ٤.٤٦، والانحراف المعياري ٠.٧٧٩. يوضح الجدول أيضاً أن ٤٥.٦٪ من عينة الدراسة هم أقران تماماً يعتمد عليهم رؤسائهم المباشرون في أداء بعض المهام الصعبة، وهذه أعلى نسبة بواقع ٧٢ تكراراً، و ٣٨٪ بواقع ٦٠ تكراراً (١٠.٨٪) من عينة الدراسة لا يعرفون بواقع (١٧) تكراراً، وفي المرتبة الرابعة جاء من يوافقون تماماً بواقع (٥) تكرارات، وفي المرتبة الخامسة جاء من يوافقون تماماً بواقع (٤) تكرارات، وهنا تكون نسبة الموافقة ٨٤.٢٪، والمتوسط الحسابي ٤.٢١، والانحراف المعياري ٠.٩٣٨. و توضح الفقرة الثامنة ٤٤ أن ٤٦.٨٪ من عينة الدراسة يوافقون تماماً على أن المناقشة مع زملائهم تحسن قدرتهم على العمل. وهذه أعلى نسبة بواقع ٧٤ تكراراً، ويأتي في المرتبة الثانية ٤٢.٤٪ ممن يوافقون بواقع ٦٧ تكراراً، و ٥.١٪ ممن يوافقون بواقع ٨ تكرارات، و ٠.٦٪ من عينة الدراسة يوافقون تماماً بتكرار واحد. وهنا تبلغ نسبة الموافقة ٨٦٪، والمتوسط الحسابي ٤.٣٠، والانحراف المعياري ٠.٨٣٣. يوضح الجدول أن ٤٨.١٪ من عينة الدراسة موافقون تماماً على أن تقييم الإدارة عملية مهمة لقدرتهم على العمل، وهذه أعلى نسبة بواقع ٧٦ تكراراً، و ٣٦.٧٪ بواقع ٥٨ تكراراً (١١.٤٪) من عينة الدراسة لا يعرفون بواقع (١٨) تكراراً، و (١.٩٪) من عينة الدراسة موافقون ويوافقون تماماً بواقع (٣) تكرارات في المرتبة الرابعة، وهنا تكون نسبة الموافقة ٨٥.٤٪، والمتوسط الحسابي ٤.٢٧، والانحراف المعياري. توضح الفقرة الأخيرة أن ٥٨.٩٪ من عينة الدراسة وافقوا تماماً على أن اهتمام الإدارة يزيد من حبهم للعمل. وهذه هي أعلى نسبة بواقع ٩٣ تكراراً، و ٣٠.٤٪ ممن وافقوا بواقع ٤٨ تكراراً هم في المرتبة الثانية، وأجاب ٦.٣٪ من العينة بـ "لا أعرف" بواقع ١٠ تكرارات، و ٢.٥٪ من العينة وافقوا بواقع ٤ تكرارات، يليهم ١.٩٪ بواقع ٣ تكرارات. وهنا تكون نسبة الموافقة ٨٨.٤٪، والمتوسط الحسابي ٤.٤٢، والانحراف المعياري ٠.٨٦٩.

4.2. اختبار فرضيات الدراسة

الفرضية الأولى

توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين نظام ادارة المؤسسات الاعلامية و الأداء الاعلامي لتلك المؤسسات في اقليم كردستان.

الجدول (٨) معامل الارتباط بين المتغيرات الرئيسية للدراسة

Correlations			
الأداء الاعلامية للمؤسسات الاعلامية	النظام الاداري في المؤسسات الاعلامية		
.729**	1	Pearson Correlation	النظام الاداري في المؤسسات الاعلامية
.000		(Sig. (2-tailed	

1	.729**	Pearson Correlation	الأداء الإعلامي للمؤسسات الإعلامية
	.000	(Sig.(2-tailed)	
**. Correlation is significant at the 0.01 level(2-tailed).			

وفقاً للنتائج الموضحة في الجدول (٨) أعلاه، فإن العلاقة بين متغيرات الدراسة الرئيسية (نظام إدارة المؤسسات الإعلامية، الأداء الإعلامي للمؤسسات الإعلامية) تشير إلى وجود علاقة بين (نظام إدارة المؤسسات الإعلامية، الأداء الإعلامي للمؤسسات الإعلامية). بقيمة احتمالية (p-value) تبلغ (729)

الفرضية الثانية توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات الإعلاميين في عينة الدراسة حول دور إدارة المؤسسات الإعلامية في تعزيز القدرة الإعلامية وفقاً لخصائصهم الديموغرافية. يوجد فرق ذو دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠٥ بين استجابات الصحفيين في عينة الدراسة حول دور

الجدول (٩) اختبار (F-test) لقياس دور الإدارة في المؤسسات الإعلامية حسب الخصائص الديموغرافية					
Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	Source
.000	266.302	59972.722	32	1919127.104a	Model
.000	4231.423	952939.781	2	1905879.563	الجنس
.171	1.628	366.731	4	1466.923	العمر
.387	1.066	240.014	6	1440.082	التحصيل الدراسي
.344	1.075	242.119	2	484.239	الحالة الاجتماعية
.000	6.241	1405.406	6	8432.439	المؤسسة الإعلامية
a. R Squared = .986 (Adjusted R Squared = .983)					

إدارة المؤسسات الإعلامية في تعزيز القدرة الإعلامية وفقاً ل (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، الحالة الاجتماعية، نوع المؤسسة). يوضح الجدول (٩)، الذي يستخدم تحليل التباين (ANOVA) لقياس دور نظام إدارة المؤسسات الإعلامية وفقاً لمتغيرات (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، الحالة الاجتماعية، نوع المؤسسة)، ومستوى القيمة = ٠.٠٥، ما يلي:

- فيما يتعلق بفترة الجنس، يوجد فرق ذو دلالة إحصائية في الدور الإداري للمؤسسات الإعلامية وفقاً للجنس. ويتضح ذلك بمقارنة القيمة المحسوبة (F) بالقيمة الجدولية (F). تفترض الفرضية الصفرية (عدم وجود فرق ذي دلالة إحصائية في الدور الإداري للمؤسسات الإعلامية وفقاً للجنس)، أو من خلال قيمة الاحتمال لاختبار (F (sig value = 0.000) التي تكون أصغر من مستوى القيمة الذي يساوي ٠.٠٥.

- لا يوجد فرق ذو دلالة إحصائية في الدور الإداري للمؤسسات الإعلامية باختلاف الفئات العمرية، وذلك من خلال مقارنة القيمة المحسوبة (F) بالقيمة الجدولية (F)، أو مقارنة قيمة sig بقيمة مستوى = ٠.٠٥، ٠.٠٥، ٤، ١٢٦ = ٢.٤٦. وهذا يعني عدم رفض الفرضية الصفرية التي تفترض (لا يوجد فرق ذو دلالة إحصائية في الدور الإداري للمؤسسات الإعلامية باختلاف الفئات العمرية)، أو من خلال القيمة الاحتمالية لاختبار F (قيمة = 0.171). عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية.

- لا يوجد فرق دال إحصائياً في دور المؤسسات الإعلامية وفقاً للمستويات التعليمية، وذلك من خلال مقارنة القيمة المحسوبة (F) مع القيمة الجدولية (F)، أو مقارنة قيمة sig بقيمة مستوى = ٠.٠٥، ٠.٠٥، ٦، ١٢٦ = ٢.١٩. وهذا يعني عدم رفض الفرضية الصفرية التي تفترض (لا يوجد فرق دال إحصائياً في الدور الإداري للمؤسسات الإعلامية وفقاً للمستويات التعليمية)، أو من خلال القيمة الاحتمالية لاختبار F (قيمة sig = 0.387). فرق دال إحصائياً.

- فيما يتعلق ببند الحالة الاجتماعية، لا يوجد فرق دال إحصائياً في الدور الإداري للمؤسسات الإعلامية وفقاً للحالة الاجتماعية، وذلك من خلال مقارنة القيمة المحسوبة (F) بالقيمة الجدولية (F)، أو مقارنة قيمة sig بقيمة = ٠.٠٥، ١٢٦، ٠.٠٥، ٢، ٣.٠٩. وهذا يعني عدم رفض الفرضية الصفرية التي تفترض (لا يوجد فرق دال إحصائياً في الدور الإداري للمؤسسات الإعلامية وفقاً للحالة الاجتماعية)، أو من خلال القيمة الاحتمالية لاختبار F (قيمة = 0.344). عدم وجود فروق دال إحصائياً.

- فيما يتعلق بمسمى المؤسسات الإعلامية، يوجد فرق دال إحصائياً في الدور الإداري للمؤسسات الإعلامية وفقاً لمسمى المؤسسات الإعلامية. وذلك من خلال مقارنة القيمة المحسوبة (F) مع القيمة الجدولية التي يفترضها الصفر (لا يوجد فرق دال إحصائياً في الدور الإداري للمؤسسات الإعلامية وفقاً لمسمى المؤسسة الإعلامية)، أو من خلال قيمة الاحتمال لاختبار F (قيمة $\text{sig} = 0.000$) وهي أصغر من مستوى القيمة ٥

الاستنتاجات

في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة، استنتج الباحث مايلي:

- ١- فاعلية ادارة المؤسسات الإعلامية في مدينة أربيل انعكست بوضوح على ايجابية اتجاه و تقييم الاعلاميين ازاء دور النظام الإداري في تعزيز الأداء الإعلامي للمؤسسة.
- ٢- فاعلية ادارة المؤسسات الإعلامية يتطلب توفر هامش من حرية العمل و مرونة في اتخاذ القرارات و سرعة فينقل المعلومات الى الإدارة العليا، و هذه المتطلبات تتوفر بنسب متفاوتة في ادارة المؤسسات الإعلامية في اربيل.
- ٣- يمكن من خلال الإدارة تعزيز الأداء الإعلامي عن طريق المتابعة و التقييم الموضوعي من قبل إدارة المؤسسات الإعلامية لمهام الاعلاميين و توفير دورات تدريبية لرفع الكفاءة المهنية لديهم.
- ٤- توجد علاقة دالة احصائياً بين دور ادارة المؤسسات الإعلامية و تعزيز الأداء الإعلامي في اقليم كردستان.
- ٥- توجد فروق ذات دلالة احصائية في اتجاهات الاعلاميين ازاء دور ادارة المؤسسات الإعلامية و تعزيز الأداء الإعلامي في اقليم كردستان وفق الجنس و المؤسسة الإعلامية.

٤. قائمة المراجع

اولاً: الكتب

(أ) باللغة العربية

١. رشدي احمد طعيمة، لمهارات اللغوية، ط١. القاهرة: دار الفكر العربي، ٢٠٠٤م، ص. ٣٠.
٢. السيد ابو هاشم، سيكولوجية المهارات ، القاهرة: مكتبة زهراء الشرق، ٢٠٠٤م، ص. ١٧.
٣. عبدالله اسماعيل الصوفي، معجم التقنيات التربوية عربي-انجليزي، عمان: دار الميسرة للنشر والتوزيع فطباغة، ١٩٩٧، ص. ٢٤٤.
٤. نجم العزاوي وعبدالله حكمت النقار، ادارة البيئة نظم ومتطلبات وتطبيقات، ط١. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، ٢٠٠٧، ص ١٥.
٥. علاء عبدالرزاق السالمي، الادارة الالكترونية، ط١. عمان : دار وائل النشر، ٢٠٠٨، ص ١٣.
٦. فوزي حبش، الادارة العامة والتنظيم الإداري، ط١. بيروت: دار النهضة العربية للطباعة والنشر، ١٩٩٩، ص. ٢٤.
٧. فوزي حبش، الادارة العامة والتنظيم الإداري، ط١. بيروت: دار النهضة العربية للطباعة والنشر، ١٩٩٩، ص. ٢٤.
٨. عطالله احمد شاكر، ادارة المؤسسات الاعلامية، ط١. عمان -الاردن: دار اسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٥، ص. ٧٥-٧٦.

(ب) باللغة الأجنبية

1. QCAA. (2015). 21 Century Skills for senior Education the State of Queensland: Queensland Curriculum and Assessment Authority. Page 4-5.
2. Mehmet Can Sahin, M.C. (2009). Instructional Design Principles for 21 Century Learning Skills Procedia Social and Behavioral Sciences. P 1464-1468
3. Bill, Vanpatten, & Alessandro, G. Benati (2010). Key Terms in Second Language Acquisition In: United Kingdom Bloom sbury Publishing. P.139

ثانياً: الرسائل الماجستير

أ. باللغة الكوردية

١. دلشاد مصطفى سليمان، العلاقة بين نظام إدارة القنوات التلفزيونية الكوردية وأسلوب عمل الصحفيين، دراسة ميدانية على عينة من الصحفيين التلفزيونيين ألكرد، رسالة مقدمة إلى مجلس كلية الآداب في جامعة صلاح الدين - أربيل كجزء من متطلبات الحصول على شهادة الماجستير في الإعلام (الإذاعة والتلفزيون)، ٢٠١٥.

٢. كاروان عبدالله محمد، روزا محمدويس ميرزا، مشاركة المرأة في إدارة المؤسسات الإعلامية في إقليم كردستان. المؤسسات الإعلامية في السلطانية، على سبيل المثال، جامعة السلطانية / كلية العلوم الإنسانية قسم الإعلام، ٢٠٢١، ص.٥٠.
- ب. باللغة العربية.
١. رمزي محمد نادر، سليم ابو هلال، دور الرشافة التنظيمية في أداء المؤسسي الإعلامية الفلسطينية في المحافظات الجنوبية من وجهة نظر العاملين في الإعلام المرئي نموذجاً، مجلة العلوم الإنسانية والطبيعية. العدد٧، المجلد ٦ يوليو ٢٠٢٥م، السودان.
٢. محمد احمد عبود ، فعالية استخدام منصة ثينكي thingqi الاللكترونية في تنمية بعض المهارات الاعلامية لدى طلاب الاعلام التربوي بكلية التربية النوعية جامعة بنها، المجلة العلمية التربية النوعية، العدد٣٣، يناير ٢٠٢٣ ج١، ص ٨٤٠.
٣. سايبى فتحى وكروشي رشيدة، دور الاداعة المحلية في تنمية المهارات الاعلامية،(دراسة ميدانية على عينة طلبة علوم الاعلام والاتصال- مستنغام-)، جامعة عبد الحميد بن باديس-مستنغام-، ٢٠١٣/٢٠١٧، ص.٣١، ص ٣٢.
٤. هناء السيد محمد علي، سكرة علي حسن البريدي، دعاء عبدالله محمد سالم. (٢٠١٧) ممارسة أنشطة الاعلام التربوي وعلاقتها بتنمية مهارات التربية الاعلامية لدى طلاب المرحلة الثانوية، المجلة العلمية لكلية التربية النوعية، العدد العاشر، الجزء الاول، ابريل ٢٠١٧، ص.١٧.
٥. بن حود حليلة، شامخة خيرة ، الدورات التدريبية وتطور المهارات الاعلامية لدى الاعلاميين الجزائريين دراسة مسحية على عينة من الاعلاميين الجزائريين، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص: الاتصال والعلاقات العامة، جامعة غرداية، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، ٢٠٢٠م، ص. ٣٠.
٦. عمار طيبي، دور تسير الكفاءات البشرية في تنافسية المؤسسات الاعلامية، حالة: قنوات الجزيرة، بدون الجامعة، قسم الادارة الاعمال، ٢٠١٢، ص.٦٤.
٧. مجيد صالح عزيز، بيئة العمل الصحفي في المؤسسات الصحفية في اقليم كردستان العراق وتأثيرها على اداء القائم بالاتصال، كلية الاعلام، قسم الصحافة والاعلام، جامعة البنان، ٢٠١٣

References First:

First: Books

(a) In Arabic

1. Rushdi Ahmed Taaima, Language Skills, 1st ed. Cairo: Dar Al Fikr Al Arabi, 2004, p. 30
2. Al Sayed Abu Hashim, Psychology of Skills, Cairo: Zahrat Al Sharq Library, 2004, p. 17
3. Abdullah Ismail Al Sufi, Dictionary of Educational Technologies Arabic-English, Amman: Dar Al Maysarah for Publishing and Distribution, 1997, p. 244
4. Najm Al Azzawi and Abdullah Hikmat Al Naqqar, Environmental Management Systems, Requirements and Applications, 1st ed. Amman: Dar Al-Masirah for Publishing and Distribution, 2007, p.15
5. Alaa Abdul Razzaq Al-Salmi, Electronic Administration, 1st ed. Amman: Dar Wael Publishing, 2008, p. 130
6. Fawzi Habash, Public Administration and Administrative Organization, 1st ed. Beirut: Dar Al-Nahda Al-Arabiya for Printing and Publishing, 1999, p. 24
7. Fawzi Habash, Public Administration and Administrative Organization, 1st ed. Beirut: Dar Al-Nahda Al-Arabiya for Printing and Publishing, 1999, p. 24
8. Atallah Ahmed Shaker, Management of Media Institutions, 1st ed. Amman, Jordan - : Dar Osama for Publishing and Distribution, 2015, pp. 75-76

(b) In foreign language

1. QCAA. (2015). 21 Century Skills for senior Education the State of Queensland: Queensland Curriculum and Assessment Authority. Page 4-5.
2. Mehmet Can Sahin, M.C. (2009). Instructional Design Principles for 21 Century Learning Skills Procedia Social and Behavioral Sciences. P 1464-1468
3. Bill, Vanpatten, & Allessandro, G.Benati (2010). Key Terms in Second Language Acquisition In: United Kingdom Bloom sbury Publishing. P.139

Second: Master's theses

A. In Kurdish

1. Dilshad Mustafa Suleiman The Relationship Between the Management System of Kurdish Television Channels and the Working Style of Journalists A Field Study on a Sample of Kurdish Television Journalists, A Thesis Submitted to the Faculty of Arts Council at the University of Salahaddin - Erbil as Part of the Requirements for Obtaining a Master's Degree in Media (Radio and Television), 2015.
2. Karwan Abdullah Muhammad, Rosa Muhammadwis Mirza, Women's Participation in the Management of Media Institutions in the Kurdistan Region Media Institutions in Sulaymaniyah, for Example, University of Sulaymaniyah / College of Humanities Department of Media, 2021, p. 5

In Arabic

1. Ramzi Muhammad Nader Salim Abu Hilal The role of organizational agility in the performance of Palestinian media institutions in the southern governorates from the point of view of visual media workers as a model, Journal of Humanities and Natural Sciences. Issue 7, Volume 6, July 2025, Sudan.
2. Muhammad Ahmad Aboud, The effectiveness of using the electronic platform Thinki in developing some media skills among educational media students at the Faculty of Specific Education, Benha University, Scientific Journal of Specific Education, Issue 33, January 2023, Vol. 1, p. 840.
3. Saibi Fathi and Krushi Rashida, The role of local radio in developing media skills, a field study on a sample of media and communication sciences students (Mustangam), Abdel Hamid Ibn Badis University - Mustangam 2013/2017, pp. 31, 32.
4. Hanaa Al-Sayed Muhammad Ali, Sakra Ali Hassan Al-Baridi, Duaa Abdullah Muhammad Salem (2017) Practicing educational media activities and their relationship to developing media literacy skills among secondary school students, Scientific Journal of the College of Specific Education, Issue 10, Part 1, April 2017, p. 17
5. Ben Houd Halima Shamkha Khaira, Training courses and the development of media skills among Algerian media professionals, a survey study on a sample of Algerian media professionals, a memorandum submitted to fulfill the requirements for obtaining a master's degree in media and communication sciences, specialization: communication and public relations, University of Ghardaia, Faculty of Social and Human Sciences, 2020 AD, p. 30
6. Ammar Taybi, The role of managing human competencies in the competitiveness of media institutions, the case of Al Jazeera Channel without the university, Department of Business Administration, 2012, p. 64

هوامش البحث

- (١) دلشاد مصطفى سليمان، العلاقة بين نظام إدارة القنوات التلفزيونية الكوردية وأسلوب عمل الصحفيين، دراسة ميدانية على عينة من الصحفيين التلفزيونيين الآكراد، رسالة مقدمة إلى مجلس كلية الآداب في جامعة صلاح الدين - أربيل كجزء من متطلبات الحصول على شهادة الماجستير في الإعلام (الإذاعة والتلفزيون)، ٢٠١٥.
- (٢) رمزي محمد نادر، سليم ابو هلال، دور الرشاقة التنظيمية في أداء المؤسسي الإعلامية الفلسطينية في المحافظات الجنوبية من وجهة نظر العاملين في الإعلام المرئي نموذجاً، مجلة العلوم الانسانية والطبيعية. العدد ٧، المجلد ٦ يوليو ٢٠٢٥م، السودان.
- (٣) محمد احمد عبود، فعالية استخدام منصة ثينكي thinqi الاءلكترونية في تنمية بعض المهارات الاعلامية لدى طلاب الاعلام التربوي بكلية التربية النوعية جامعة بنها، المجلة العلمية التربوية النوعية، العدد ٣٣، يناير ٢٠٢٣ ج١، ص ٨٤٠.
- (٤) QCAA. (2015). 21 Century Skills for senior Education the State of Queensland: Queensland Curriculum and Assessment Authority. Page 4-5.
- (٥) Mehmet Can Sahin, (2009). Instructional Design Principles for 21 Century Learning Skills Procedia Social and Behavioral Sciences. P 1464 - 1468 .
- (٦) رشدي احمد طعيمة، لمهارات اللغوية، ط١. القاهرة: دار الفكر العربي، ٢٠٠٤م، ص. ٣٠
- (٧) السيد ابو هاشم، سيكولوجية المهارات، القاهرة: مكتبة زهراء الشرق، ٢٠٠٤م، ص. ١٧
- (٨) عبدالله اسماعيل الصوفي، معجم التقنيات التربوية عربي-انجليزي، عمان: دار الميسرة للنشر والتوزيع فلطباعه، ١٩٩٧، ص. ٢٤٤
- (٩) سايبى فتحي وكروشي رشيدة، دور الاذاعة المحلية في تنمية المهارات الاعلامية، (دراسة ميدانية على عينة طلبة علوم الاعلام والاتصال- مستنغام-)، جامعة عبد الحميد بن باديس- مستنغام-، ٢٠١٣/٢٠١٧، ص. ٣١، ص. ٣٢.

- (١٠) هناء السيد محمد علي، سكرة علي حسن البريدي، دعاء عبدالله محمد سالم. (٢٠١٧) ممارسة أنشطة الاعلام التربوي وعلاقتها بتنمية مهارات التربية الاعلامية لدى طلاب المرحلة الثانوية، المجلة العلمية لكلية التربية النوعية، العدد العاشر، الجزء الاول، ابريل ٢٠١٧، ص. ١٧.
- (١١) بن حود حليلة، شامخة خيرة ، الدورات التدريبية وتطور المهارات الاعلامية لدى الاعلاميين الجزائريين دراسة مسحية على عينة من الاعلاميين الجزائريين، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص: الاتصال والعلاقات العامة، جامعة غرداية، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، ٢٠٢٠م، ص. ٣٠.
- (12) Bill Vanpatten, & Alessandro, G. Benati. (2010). Key Terms in Second Language Acquisition In: United Kingdom Bloom sbury Publishing. P.139
- (١٣) نجم العزاوي وعبدالله حكمت النفار، ادارة البيئة نظم ومتطلبات وتطبيقات، ط١. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، ٢٠٠٧، ص ١٥
- (١٤) علاء عبدالرزاق السالمي، الادارة الالكترونية، ط١. عمان : دار وائل النشر، ٢٠٠٨، ص ١٣.
- (١٥) كاروان عبدالله محمد، روزا محمديس ميرزا، مشاركة المرأة في إدارة المؤسسات الإعلامية في إقليم كردستان. المؤسسات الإعلامية في السلبيانية، على سبيل المثال، جامعة السلبيانية / كلية العلوم الإنسانية قسم الإعلام، ٢٠٢١، ص. ٥.
- (١٦) فوزي حبش، الادارة العامة والتنظيم الاداري، ط١. بيروت: دار النهضة العربية للطباعة والنشر، ١٩٩٩، ص. ٢٤
- (١٧) محمد عبدالله عبدالرحيم، اساسيات الادارة والتنظيم، الشركة العربية للنشر والتوزيع، ط١. القاهرة: بدون سنة نشر، ص. ٣٥
- (١٨) عطاالله احمد شاكر، ادارة المؤسسات الاعلامية، ط١. عمان الاردن - : دار اسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٥، ص. ٧٥-٧٦
- (١٩) عمار طيبي، دور تسير الكفاءات البشرية في تنافسية المؤسسات الاعلامية، حالة: قنات الجزيرة، بدون الجامعة، قسم الادارة الاعمال، ٢٠١٢، ص. ٦٤.
- (٢٠) مجيد صالح عزيز، بيئة العمل الصحفي في المؤسسات الصحفية في اقليم كردستان العراق وتأثيرها على اداء القائم بالاتصال، كلية الاعلام، قسم الصحافة والاعلام، جامعة لبنان، ٢٠١٣