

**العلاقات العامة  
والدعاية السياسية**

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

# العلاقات العامة والدعاية السياسية

دراسة مسحية لوظائف العلاقات العامة في الترويج  
لبرامج الأحزاب السياسية الإنتخابية في العراق

الدكتورة سهاد عادل جاسم

دار البصائر

Book Name: Public relations and political advertising

Author: Dr. Suhad Adel Jassim

Copyright Year: 2022m / 1443h

Quantity: 1000 book

Number Of Pages: 390

Measuring Book: 24×17

Publisher: Dar al-baydaa For Printing Publishing and Distribution – Iraq – Baghdad

© All right reserved, is not entitled to any person or institution or entity reissue of this book, or part thereof, or transmitted in any form or mode of modes of transmission of information, whether electronic or mechanical, including photocopying, recording, or storage and retrieval, without written permission from the rights holders

Important that all the opinions expressed in this book reflect the opinion of the author and do not necessarily reflect the opinion publisher ...

اسم الكتاب: العلاقات العامة والدعاية السياسية

المؤلف: الدكتورة سهاد عادل جاسم

سنة الطبع: ١٤٤٣ هـ / ٢٠٢٢ م

الكمية: ١٠٠٠ نسخة

عدد الصفحات: ٣٩٠ صفحة

قياس الكتاب: ٢٤×١٧

الناشر: دار البيضاء للطباعة والنشر والتوزيع – العراق – بغداد

© جميع حقوق النشر محفوظة، ولا يحق لأي شخص أو مؤسسة أو جهة إعادة إصدار هذا الكتاب، أو جزء منه، أو نقله بأي شكل أو واسطة من وسائط نقل المعلومات، سواء أكانت إلكترونية أو ميكانيكية، بما في ذلك النسخ أو التسجيل أو التخزين والاسترجاع، دون إذن خطي من أصحاب الحقوق

هام: إن جميع الآراء الواردة في هذا الكتاب تعبر عن رأي كاتبها ولا تعبر بالضرورة عن رأي الناشر...

ترجمة - طباعة - نشر وتوزيع / Translate, Printing, Publishing and Distribution

رقم الإيداع الدولي

ISBN 978 – 9922 – 9576 – 7 – 8

دار البيضاء

العنوان: بغداد - شارع المتنبي - فرع المتحف

موبايل: ٧٧٠٢٧١٤٢٠٥ - ٧٩٠١٨١٤٧٣٦ / ٠٠٩٦٤ - هاتف: ٤١٤٢٢٦٦ - ١ - ٠٠٩٦٤

E-mail: daralbaydaa@yahoo.com

## الاهداء

الى افعال والدي الشيخ عادل جاسم الكروي الخالدة لدى عشيرته فردا فردا

ولا تنزل شاهدة على أصالته ونسبه

أبي يا أبي . . إنَّ تأمِرخَ طِيبٍ

ومراءك يمشي، فلا تُعْتَبِ

على اسمك نمضي، فمن طِيبٍ

شهبي الجاني، إلى أطيبي

حملتك في صحو عيني . .

حتى تهياً للناس أني أبي . .

أشيلك حتى بنبرة صوتي

فكيف ذهبت . . ولا نزلت بي؟



## مقدمة

انتقل العراق في ليلة وضحاها الى مرحلة جديدة بعد ٩ / ٤ / ٢٠٠٣ سميت بمرحلة الإحتلال ، والتي شهدت سقوط نظام سياسي شمولي ، وظهور نظام متعدد الأحزاب وإشتراكها بالحكم ، وبالتالي تصاعد العنف السياسي في مقابل التعامل مع أزمة ممارسة الديمقراطية وآلية تداول القيادة وفق التعددية السياسية المفترضة. وكل ما سبق أفرز العديد من المتغيرات التي تحتاج الى بحث ودراسة لإستقاء دروس وتجارب طبعت هياكلها وممارستها خلال تطبيق خطوات الديمقراطية في العراق الحديث .

وجاءت فكرة البحث من المتغيرات الكبيرة التي أعقبت تلك المرحلة ، والتوجه نحو الممارسة الديمقراطية ، وبالتالي خوض الأحزاب للتجربة الإنتخابية لاختبار إنجازات الأحزاب وبرامجها الإنتخابية أمام المواطنين للفوز بثقتهم وحمل مسؤولية السلطة .

وقد تناول البحث الجهد التعبوي الذي تمارسه الأحزاب اثناء نشرها وترويجها لبرامجها الإنتخابية ، وعن طريق خطابها المعلن ، وهو جهدٌ مهمٌ وغير موثق وبحاجة الى تتبع ودراسة لتشخيص مواطن القوة والضعف فيه ، ومجالات النجاح والاختفاق وعن طريق رصد فعاليات مؤسسات العلاقات العامة التابعة للأحزاب .

وقد توصل البحث الى ان الأحزاب بشكل عام لا تملك خبرة عن وظائف

مؤسسات الإعلام والعلاقات العامة لديها ، بحيث ان لديها هياكل تنظيمية أوكلت اليها مهمة الترويج والدعاية لبرامجها الانتخابية ، وأحيانا تتكون تلك الهياكل التنظيمية من شخص واحد فقط ، لكنها من حيث تنظيمها الحزبي وعملها تقوم على افتراض مقدرتها في تأديتها لوظائفها ، وقد قامت جميع هذه الهياكل الحزبية ، سواء كانت إعلاماً أو علاقات عامة والتي اشرفت على عملية الترويج للبرامج الانتخابية بجهد متواصل لاثبات الوجود لاحتزابها وفي زمن يسوده الاضطراب والفوضى ، وتمكنت الى حد ما ، وخلال فترة زمنية بسيطة ان تكون لها مساهمة في الاحداث السياسية والتي شهدها العراق .

قام البحث بتوضيح دور هذه المؤسسات ، ودور روادها الاصليين ونوع الاساليب الترويجية التي قامت بها تلك الاحزاب ، والتي كانت في بدايتها بسيطة وغير علمية ونضجت بمرور الوقت فضلا عن نضوج البرامج الانتخابية للاحزاب ذاتها وكانت عملية الترويج تتم ضمن فترة زمنية محددة يتوجب على الحزب خلالها اعلان بداية تلك العملية الترويجية وتنتهي قبل بدء الانتخابات بساعات .

وتوصل البحث الى ان غالبية الاحزاب قد قامت بالترويج لبرامجها السياسية الانتخابية واستخدمت العديد من الوسائل والممكنات الاعلامية لاجل انجاح تلك العملية ، ورغم التفاوت في القدرات البشرية والمادية ، الا انها في النهاية هي تجارب جديرة بالبحث العلمي والمنهجي .

وقد تمكن عدد من الاحزاب التي تمت دراستها من المشاركة بالسلطة والاشتراك بعملية صنع القرار السياسي بعد فوزها بالانتخابات ، وعلى الرغم من تواضع تلك الجهود التي بذلت في اطار التسويق لافكار واهداف تلك الاحزاب ، الا انها رسمت مساراً مستقبلياً للصيغ المقبولة في إطار الدعاية الانتخابية ، وضمن إطار الوصول الى كسب الشارع ورضا المواطن لتأكيد الوصول الى قبة البرلمان .

إن هذا البحث محاولة علمية منهجية تسعى لدراسة تجربة في الإطار



الديمقراطي ، وعبر تأطير جهود عدد من الأحزاب العراقية التي ظهرت الى العلن بعد عام ٢٠٠٣ ، وهي في ذلك لا تسعى الى تقييم مدى النجاح او الفشل لتك الاحزاب على صعيد تحقيقها لأهدافها وغاياتها ، بل تسعى تحديدا الى تقييم الجهود المبذولة في مجال الدعاية السياسية والعلاقات العامة ، ولتقدم ما يمكن اعتبارها عملية مسحية موثقة لطبيعة واتجاهات تلك الممارسات في الواقع العملي ، وبما يمكن ان يشكل رصيذا عمليا يمكن الاستفادة من مستقبلا .



## تقديم

..... الدكتور صباح ياسين

تأتي فكرة هذا الكتاب في سياق تناول بحثي أكاديمي يتعرض لتجربة وممارسة الحياة الديمقراطية في العراق ، عبر طبيعة ودور الأحزاب التي ظهرت على الساحة السياسية بعد الاحتلال عام ٢٠٠٣ ، وفي سياق متابعة الفعاليات والنظم الانتخابية ، والنتائج المتحققة على مستوى الممارسة والواقع ، وضمن إطار منهجي بهدف الوصول نحو بيان الحقائق لأبعاد تلك الممارسة وأثارها الإيجابية والسلبية على مستوى الواقع ضمن مهام إدارة الدولة وقيادة المجتمع .

واذ يتصدى البحث الى معالجة قضية ذات صلة بالعمل الوطني ، فإنه يسعى للتعريف ، وبشكل موضوعي ومنهجي وضمن إطار علمي مُحكم ، لطبيعة الحياة السياسية في العراق ، وضمن فاصلة تأريخية لها دلالتها وأثارها على طبيعة إدارة الدولة وقيادة المجتمع ، فإنه يرسم معالم الطريق التي قطعتة فعالية الانتقال المفترض (ديمقراطيا) نحو حياة المشاركة عبر صيغة إنتخاب ممثلي الشعب ضمن الهيئة البرلمانية ، او ما عرف بانها ( مجلس النواب ) رسميا .

ولذلك عالج البحث منهجيا إشكالية الحياة السياسية بالعراق مرورا بالمراحل المختلفة ، منذ تاسيس الدولة العراقية عام ١٩٢١ ، ولغاية فترة إعداد الدراسة وإطارها التاريخي المحدد ٢٠٠٣-٢٠٠٦ . وبالتصدي للتعريف بطبيعة

الأهداف والسياسات والتكوين الطبقي ، الفكري والاجتماعي للحزب التي شهدتها الخارطة السياسية للعراق على مستوى الاحزاب العلنية او السرية ، وكذلك وفق الظروف السائدة وطبيعة الأنظمة السياسية الحاكمة وموقفها من تلك الأحزاب شكلا ومضمونا ، وعبر صيغة السماح بالممارسة العلنية ، او الإقصاء والقمع من جانب اخر .

والباحثة إذ تحدد مسار عملها البحثي - المنهجي عبر دلالة وأثر توظيف فعالية العلاقات العامة في إطار ما أصطلح على تسميته ب ( الدعاية السياسية ) ، فانها تسعى لان تحدث مقاربة فكرية وإعلامية في وقت واحد لقضية التسويق السياسي عبر صندوق الإنتخاب ، وهي إشكالية لازالت تشكل محورا للعمل الشعبي من أجل كسب الاصوات ( المؤيدين ) خلال الحملات الانتخابية وعلى مختلف المستويات ، سواء الإنتخابات في المنظمات المهنية ومنظمات المجتمع المدني ، او على المستوى الاكبر الشمولي في إنتخاب المجلس النيابية .

ولذلك تصدت الباحثة الى دراسة وتحليل دور العلاقات العامة وعبر متابعة أثرها وإسلوب عملها والأدوات التي تستخدمها بين الشرائح المختلفة من المواطنين ، بالاضافة الى مراعاة الظروف القائمة والمستحدثة ضمن تجربة العراق في لحظة مفصلية تدور على حافة قلقه من التحولات السياسية والاجتماعية والاقتصادية ضمن تجربة الاحتلال عام ٢٠٠٣ وما بعدها . وان تقدم تعريفات مختلفة لموضوع العلاقات العامة ، وبالتالي تنتخب التعريف الذي يمكن ان يساعدها في الولوج الى ملاحقة القضية المعرفية التي تسعى نحوها ، وبما يعبر عن الواقع المستهدف ، وهو دراسة دور المكاتب الاعلامية للحزب المشاركة بالانتخابات ضمن الفترة المحددة .

ولاجل ذلك قدمت الباحثة جردا شمل الخارطة السياسية في العراق خلال فترة البحث لكل التيارات والقوى السياسية وحتى المجتمعية ، وبشكل خاص تلك القوى التي قبلت المنازلة الإنتخابية بالإعتماد على جمهورها المفترض وتأثيرها

في الشارع السياسي من خلال برامجها الانتخابية ووسائل الدعاية والترويج لتلك البرامج والغايات ، وبالتالي متابعة تلك البرامج ومدى تأثيرها على المواطن من أجل الحث على القبول أو لا بالفكرة الانتخابية - الديمقراطية ، وثانية التفاعل معها إيجابيا باتجاه الانتقال الى مستوى المشاركة واستخدام صوته كعامل حاسم في تقرير تفضيل الجهة - الحزب الذي سيمثله تحت قبة البرلمان .

إن الامساك بتلك العوامل مجتمعة في إطار عمل بحثي ليس عملا سهلا دون شك ، وذلك لاسباب عديدة لعل في أبرزها صعوبة الوصول الى كمية المعلومات التي يجب ان توظف موضوعيا تلك الادوات والممكنات البحثية في جهد علمي يستخدم طريقا منهجيا يحكم تحركه وإسلوب وصوله الى الحقائق ، بالإضافة الى حداثة التجربة ذاتها . اذ ان الاحزاب العراقية في تلك الفترة وبطبيعة تكوينها ، وبشكل خاص في المجتمعات التي لم تعرف فيها الاحزاب الحياة العلنية والممارسات الديمقراطية ، تجد صعوبة في الافصاح عن هويتها الحقيقية وبرامجها وحتى طبيعة تركيبها الاجتماعية والطبقية وإسلوب عملها التنظيمي ، وبالتالي تجد حساسية بالغة في التعامل مع أي شكل وصيغة من العمل الاكاديمي الذي يستهدف بنيتها التنظيمية وحتى الفكرية .

وهنا لابد من الاشارة الى ان هذا البحث كان يميز وبحذر منهجي بين عملية الإنتخابات باعتبارها جزءاً من آلية تداول السلطة بشكل دوري ، وبين مجرد ممارسة عملية إنتخاب أعضاء لمؤسسة تشريعية ( البرلمان ) وعبرتها هيل الأحزاب والقوى المشاركة بفعالية الإنتخاب الديمقراطي ، وبعيدا عن مدلول الكثير من المفاهيم المتصلة بالعملية الإنتخابية ذاتها من الترشيح والدعاية الانتخابية وصولا الى الاقتراع وعملية فرز الاصوات وإعلان نتائج الإنتخابات ، اذ ان الإطار العام هنا في البحث العلمي هو عمليا يأتي في سياق ضبط المفاهيم ووضع تعريفات علمية لها ، وبالتالي الوصول الى الوصف والتحليل العلمي النزيه وغير المنحاز . ومن هذه المفاهيم على سبيل المثال : موضوع ومعنى الدولة الديمقراطية ، والدستور

، والانتخابات النزيهه ، الشفافية والحوكمة ، وطبيعة ودور الاحزاب والقوى والتيارات الفكرية والاجتماعية في صياغة تجربة إنتخابية تحمل مشروعا تأسيسيا ديمقراطيا يجسد معنى الحياة الديمقراطية السليمة في مختلف أبعادها ومسمياتها .

وفي الغالب فان نمط مثل هذه الدراسات الاكاديمية ، وذات الاتصال بالواقع مباشرة ، انها تركز الى الإمساك بالحقائق عبر الوثائق المتاحة ، والتي خاضتها الباحثة الدكتورة سهاد عادل القيسي بجهد واضح \* كان يهدف الى تسجيل واقعة سياسية - قانونية في حياة العراقيين ، عبر المزوجة بين المنظور الفكري والتاريخي ، وعبر الإمساك بلحظة تاريخية محدد بممارسة واحدة بذاتها ، ممارسة تملك تفردا في ظروفها ، ويصعب إعادة تكرارها بذات الظروف والعوامل المحيطة ، وهذا مما يجعل البحث يملك خصوصيته في التحليل والوصول الى النتائج المتحققة بامانة علمية ودون إنحياز أو تفضيل لجهة على أخرى .

بالإضافة الى ماسبق فان ثمة عوامل كثيرة أسهمت في إغناء هذا البحث تتصل بالمنهج العلمي الذي وظف الخطوات العملية والميدانية والتي أسهمت باغناء الدراسة وتميزها وتعبيرها عن طبيعة تلك الفترة بأمانة علمية دون إنحياز ، واخرى حكمتها الظروف السياسية التي كانت سائدة خلال فترة البحث والمتسمة أغلبها بسيادة فترة من العنف المجتمعي في العراق ، وربما أسهمت بشكل وآخر في التشويش - غير المقصود - عن الافصاح عن الواقع في إطار رصد كل جوانب العملية الانتخابية ودور الاعلام والدعاية الإنتخابية في ذلك الامر .

ومن هنا فان الغاية المستهدفة من البحث هو في إطار الغور والاستقصاء لكل الحقائق المحيطة بموضوع الانتخابات في العراق عام ٢٠٠٧ ، واستخدام الادوات والوسائل العلمية والمنهجية في حقل السياسة والاعلام في الوقت ذاته ، حيث وظفت الحقائق السياسية السائدة في العراق انذاك الى جانب المعطيات الإعلامية في ظروف غياب الإعلام المركزي وتشظي القدرات والمنابر الإعلامية على مساحة واسعة تعكس الطيف السياسي العراقي ، مما يسهم عمليا في توفر إمكانية للرصد

والتحليل يتجاوز المشهد الإعلامي ضمن الممارسة الإنتخابية الى رسم الصورة التفصيلية للمتغيرات السياسية المتلاحقة والتي شكلت مشهدا متفردا بخصوصيته في التاريخ السياسي المعاصر للعراق .

ولذا فان جهد الباحثة الدكتورة سهاد القيسي إتجه نحو محاور متعددة ، لعل من ابرزها رصد وتحليل قدرات المكاتب المعنية بدور العلاقات العامة لدى الأحزاب السياسية ضمن حملات الإنتخاب والدعاية الإنتخابية ، وبالتالي في الترويج والتسويق للبرامج السياسية والاقتصادية لتلك الاحزاب في إطار كسب الجمهور المستهدف . ولقد درس مفصلا كل من الباحثين ناتاليا كراستويكا وكيس برانس وسائل الاعلام القديمة والجديدة التي اسهمت بتغطية حملة الانتخابات المركزية في اوكرانيا عام ٢٠٠٢ وضمن تحليل سسيولوجي معمق للتحويلات الملتبسة التي شهدتها العديد من البلدان ضمن مرحلة التحول من الانظمة الشمولية الى الديمقراطية ( المفترضة ) وتوصلا الى جملة من الاراء والقناعات بالغة الاهمية والتي تشير في موزها ، الى ان الكثير من الممارسات التي تبدوا ديمقراطية المظهر لا زالت بعيدة بمسافة كبيرة عن المعنى والصورة الديمقراطية التي تظهر في الغرب اليوم ، وان ثمة تشريعات إعلامية قديمة - جديدة لازلت تمثل انتهاكا لحرية الإعلام ، وتمثل عقبات في طريق التحول الحقيقي الى الديمقراطية ، وهذا الرأي قد لا يتطابق تماما مع التجربة الانتخابية في العراق ضمن الفترة المحددة بالبحث الاكاديمي ولكنها قد تتماثل معها في جوانب متعددة بشكل و اخر . ويمكن الاطلاع على ذلك الجهد المعرفي القيم بمراجعة أصل البحث المنشور في كتاب : وسائل الإعلام الجماهيرية والاتصال السياسي في الديمقراطيات الجديدة - منشورات المنظمة العربية للترجمة ، بيروت ٢٠١٦ .

ولقد عرضت حيثيات ذات أهمية سياسية خلال البحث عن التحويلات التي شهدها العراق بعد عام ٢٠٠٣ ، تعكس القدرة الحقيقية للاحزاب السائدة في الساحة آنذاك على ممارسة الحشد والتفاعل مع الشارع السياسي ، وبالتالي

تأشير مديات الفاعلية السياسية التعبوية تجاه البرامج التي تعرضها الأحزاب أمام الجمهور ، ورصد ما تحقق من تراكم لصالح تطور العملية السياسية ذاتها ، وبالتالي ايضا في تاشير ورصيد مديات ثقة الجمهور بالدعاية الحزبية ذاتها ومدى قدرتها على بناء الممارسة الديمقراطية السليمة ، وبضمنها موضوع الدعاية الانتخابية ، بالاضافة الى بناء السياقات التنظيمية - القانونية المفترضة في إطار تأسيس الدولة المدنية على إعتبرات صحيحة وقابلة للتطور مستقبلا .

ومها يكن من أمر النتائج التي يخرج بها الباحث فان المحاولة العلمية بحد ذاتها تستحق التأمل والتدقيق والفحص ، رغم ان التأريخ يقدم لنا دروسا متعددة في هذا الاطار ، ورصيدا بالغ الاهمية أمام جهد البحث العلمي ، الا أن قدرة الباحثة على رصد الواقع في العراق مثل حصيلة باللغة الاهمية لكل جهد في إطار دراسة تجربة الحياة السياسية والاجتماعية وحتى الثقافية مستقبلا .

ومن جانب آخر فقد إستهدف البحث ما يمكن ان نطلق عليه تسمية ( عمليات الاصلاح السياسي ) عبر ما يمكن أن تقدمه القوى المجتمعية والحزاب من برامج في إطار إعادة بناء العراق على صعيد مختلف القطاعات وفي المقدمة من ذلك ، والاكثر أهمية وحاجة للاصلاح وهو طبيعة نظام الحكم ذاته ، والذي تعرض للكثير من الإختلالات والوهن ، مما يضع قضية إعادة الاصلاح السياقي ومنها إعادة تقييم موضوعه المحاصصة وغيرها ، لتشكل أهمية وضرورة وطنية ، ومسؤولية ملحة امام كل القوي السياسية في العراق اليوم ومستقبلا .

الحاصل هنا هو مدى قدرة وسائل الإتصال حين توظف في إطار جهود منظمة من قبل منظومات العلاقات العامة ، سواء كانت على شكل مكاتب تخصصية مؤهلة ، وكما هو في إطار مكاتب الإعلام والعلاقات المتصلة بانشطة الاحزاب والمعبرة عن سياساتها وتوجهاتها ، أو بأي صيغة تنظيمية مناسبة وفاعلة أخرى ، فان الامر يتصل ليس فقط بقدرة تلك المنظومات ببناء وتعبيد طرق التواصل والتفاعل مع المواطن حسب ، بل بالقدرة على إيصال الحقائق وبناء



الثقة وترسيخها ، وهذا الامر هو باختصار جوهر المهمة الأساسية لفكرة ومحتوى موضوعة العلاقات العامة .

ولاشك ان الصندوق الانتخابي هو ليس مجرد خزانة تودع فيها أصوات المواطنين وخياراتهم ، ولكن الأبعد من ذلك هو الجهد الذي بذلته الاحزاب موضوع البحث في إطار جهد العلاقات العامة لحشد القناعات وترجمتها الى خيارات مسؤولة ضمن وعي المواطن لاختيار الأقدر والأفضل للإنتساب الى المؤسسة التشريعية في البلد ، وبالتالي أن تتحول عملية الإقتراع بذاتها الى شكل من أشكال التنظيم الحضاري لتفعيل دور المواطن في إطار رسم السياسات العامة للدولة ، وبالأحرى رسم طريق المستقبل وإنتخاب الخيارات الافضل التي تفضي الى تجاوز المشكلات وتأسيس قواعد العمل القانونية والعملية لتجاوز المعضلات وترسيخ الحكم الصالح والرشيد .

وبصياغة أخرى وكما عبر عالم الاجتماع العربي ابن خلدون في مقدمته .. (في ان العمران البشري لا بد له من سياسة ينتظم بها أمره ، وانه لا بد لهم في الاجتماع البشري من وازع حاكم يرجعون اليه وحكمهم فيه ... تارة يكون مستندا الى شرع منزل من عند الله بموجب إنقيادهم إليه بايمانهم بالثواب والعقاب عليه الذي جاء به مبلغه ، وتارة الى سياسة عقلية بموجب انقيادهم الى ما يتوقعونه من ثواب ذلك الحاكم بعد معرفته بمصالحهم) .

ومن هذا السياق الفكري وفي إطاره العملي ، يكون البحث متجها بموضوعية ومنهجية نحو دراسة تأثير التكوينات الإجتماعية التقليدية ، وفي المقدمة منها الاحزاب السياسية في الواقع الاجتماعي وتطوره ، وبشكل خاص عندما يتصل الموضوع بطبيعة بنية تلك الأحزاب الفكرية او الطبقية التي عرفتها الساحة العراقية منذ مطلع العقد الثاني من القرن الماضي (الاستقلال عام ١٩٢١ ولغاية اليوم ، والمدى الذي يمكن فيه قدرة على التعبير عن أفكارها وأهدافها ، والمحافظة على توجهاتها المبدئية رغم تداعيات الظروف السياسية والاجتماعية على

أوضاعها وبشكل خاص على بنيتها الفكرية والاجتماعية .

ان التعرض الى موضوعه القيم التشاركية في المجتمعات لم يعد من إختصاص علماء الاجتماع حسب ، بل لقد دخل طوعية في إشاعته وتفعيله علماء الإتصال ، مستندين في ذلك الى مجموعة من القيم تتركز على تلك الروابط التي تفعلها المنظومة التواصلية بين الافراد في المجتمعات بغض النظر الى أي توصيف وتصنيف ذات طبيعة طبقية او فئوية وحتى جغرافية ، ويرتبط الامر بأسره بمديات الحرية التي تتسع يوما بعد آخر أمام وسائل الإتصال الإجتماعية المتنوعة ، وبتمكن كل إنسان على هذا الكوكب من ركوب الموجة العارمة والكاسحة لوسائل التواصل والمساهمة فيها بفعالية سياسية وفكرية .

وغالبا ما يسعى كل بحث إعلامي او غيره كذلك ، الى الوصول الى النتائج العلمية بعيدا عن الأهواء او الأمنيات والميول ، ولذلك جاءت النتائج التي خرج بها البحث أكثر تعبيرا عن الواقع ، وأشرت النتائج البحثية مستوى وطبيعة هشاشة البنية الفكرية والتنظيمية لأكثر الاحزاب العراقية ، وبشكل خاص تلك التي تم تاسيسها بعد عام ٢٠٠٣ ، والتي تفتقد الى الخبرة والتجربة في العمل التعبوي الجماهيري ، كذلك عدم أهليتها التنظيمية لخوض تجارب ديمقراطية ذات دلالات خاصة ، مثل تجربة اختيار المرشحين ، وبناء المكاتب المعنية بنشاط العلاقات العامة للترويج للمرشحين ، كذلك يبدو الخلل واضحا إبتداءً من طريقة إختيار طريقة العمل في إطار عمل مكاتب العلاقات العامة ضمن مسار ما يمكن تسميته بالشارع المستهدف ( المجتمع ) للترويج للمرشحين .

ومن هنا بقدر ما تحمل فكرة العمل الديمقراطي عبر صندوق الانتخاب من قيم نبيلة وغايات جلية باتجاه اختيار الممثلين الحقيقيين للشعب تحت قبة المؤسسة التشريعية في البلاد ( البرلمان ) ، إلا ان تلك الممارسة قدر شحت للواقع العراقي جملة من المشكلات والعيوب ، لعل أبرزها عدم قدرة العملية الإنتخابية من الخروج من التأثيرات الطائفية والمناطقية والفئوية ، وبالتالي سيادة مفاهيم تتقاطع مع الأهداف

السامية لعملية الترشيح او الإنتخاب ، وكذلك ما شاب في بعض المراكز الانتخابية من شبهة التزوير أو شراء الأصوات ، وحتى إستبدال الصناديق الانتخابية خلال نقلها من مراكز الاقتراع الى مراكز الفرز وإعلان النتائج .

ولذا هنا عند الإشارة الى اصول ثقافة الإستبدال في المجتمع المباشرة وغير المباشرة ، لابد من الاشارة الى إن تجربة الإنتخاب المباشر لاعضاء مجلس النواب في العراق ، ومساهمة الاحزاب والقوى والتيارات الإجتماعية ، ومن مدخل الدعاية الإنتخابية ودور مكاتب العلاقات العامة في تلك الاحزاب والقوى ، تستحق دراسات معمقة من أجل تغطية أبعاد تلك الممارسة من مختلف الزوايا والابعاد . ولاشك ان الممارسة الميدانية تلك كانت بداية صعبة وقلقة في ذات الوقت ، لانها لابد ان تستند الى وعي بأهمية الممارسة اولا ، وهذا الوعي لا يستجلب من رفوف المخازن او من بطون الكتب ، بل لابد له من ان يخرج من معين التجربة وتكرارها ، ومن الوعي المجتمعي ذاته ، لأهمية هذه الممارسة في الوصول الى الصيغة الأمثل لطريق حكم البلاد وتنفيذ سياسات الإصلاح والبناء الحضاري .

ورغم ان من الصعوبة إختراق شرقة التأريخ وعزل العوامل التي تشكل المرجعية الفكرية ضمن المجتمعات ، الا ان الصيرورة التأريخية ، والتجارب الناجحة والفاشلة معا ، يمكن ان تشكل منصة مؤهلة لبناء الخطوة الاولى في مسيرة أي عمل ديمقراطي يمثل أملا في إطار عملية الإصلاح الشاملة . اذا لايمكن أن نعزل العوامل الأساسية التي قد تكون ذات مرجعية في ثقافة المشاركة والتسامح وبناء شكل وآليات السلم الاهلي ، وفصل كل ذلك عن الارث الثقيل للماضي المشحون بغير ذلك ، وهذا الامر قد لا يحسم ولن يحسم إطلاقا عبر تجربة واحدة بذاتها ، او مارسة محددة بشروط خاصة وبوقت محدد .

... إذن نحن أمام مطلب ملح وعاجل في ذات الوقت ، هو تحمل قدرا من الخسائر مقابل حصاد منظم لنتائج إيجابية ستقود الى تراكم في الوعي أولا وعلى مستوى الخبرة الميدانية لصياغة مسار العمل الديمقراطي باسره ، وهذا الامر

يحتاج أولاً إلى إنتخاب الوسائل الإيجابية ، وثانياً إلى بناء المعايير والنظم التي تشكل الإطار السليم . وجميعها يمكن أن تلخص في معنى ودلالة العمل القانوني الذي يهدف نحو تأسيس معالم حياة المسؤولية المجتمعية التضامنية نحو قيم الممارسة الديمقراطية الحققة بأسرها ، وأن تتحول المشاركة المجتمعية إلى سياق يحمي ويدافع عن روح الديمقراطية ذاتها بالإضافة إلى ترسيخ نتائجها في مختلف مناحي الحياة والمجتمع ، ولضمان أفضل النتائج والغايات التي تصب بالضرورة في كل الجهود التي تستهدف بناء الوطن وتقدمه .

إن موضع ترسيخ تقاليد العمل الديمقراطي في إطار فعالية إنتخاب ممثلي الشعب في المجلس النيابي ، ومنها آليات الترشح والدعاية الإنتخابية ودور مكاتب العلاقات العامة في الأحزاب العراقية ، موضوع البحث وغايته ، يمكن أن يفهم باعتباره ثقافة تنويرية قبل كل شيء ، وأن تدرس عملية الدعاية الإنتخابية من مدخل أوسع وأشمل باعتبارها حقاً ديمقراطياً تحدده شروط الشفافية والنزاهة والحوكمة . إذ إن الخسائر في إطار التساهل مع تلك المتطلبات ستكون لها آثارها السلبية ليس على مستوى الممارسة ذاتها ، ولكن على مجمل الحياة السياسية بأسرها ، وقد اثبتت التجربة الراهنة قدراً من صدقية وحقيقة ذلك .

وفي ذلك الأمر تغدوا التجربة ودراساتها بمنهجية علمية أمراً عادلاً يبعد كل شبهة إنحياز أو إغفال متعمد ، وإنما ضمن إطار المسؤولية العلمية سيكون الإفصاح عن النتائج وكما هي عملاً يتصل بالامانة العلمية والامانة الوطنية بحد ذاتها ، ومهما كانت قسوة النتائج ، فإنها تمثل جرس إنذار وإستذكار في ذات الوقت ، وتجعل من مهمة الباحث في هذا الميدان مهمة صعبة ولكنها ذات دلالة وطنية من أجل المحافظة على النسق الديمقراطي في الحياة السياسية والاجتماعية ، ويحمل الطاقة والقدرة على الاستمرار وإدامة فعل التغيير في الواقع الراهن .

وقبل ان اختم التعرض لهذا الجهد العلمي - المعرفي والذي نهضت به الباحثة الدكتورة سهاد القيسي بجدارة منهجية ، لابد من الاشارة وب تقدير الى الحرص الذي

بدووا واضحا من الجهد الذي كان يسعى الى قول الحقيقة ، والى سعيها الى التمنطق بعدة وأسلحة الدفاع عن المنهجية التي إعتمدتها ، وحرصها على إختبار الاسئلة التي شكلت محور بحثها من خلال الاختبارات الميدانية التي تجسدت في الإستمارة الإستبائية وتحليل تلك الإستمارة وإخضاعها للتحليل الاحصائي - الرياضي من أجل الوصول الى دلالات رقمية ذات صدقية علمية في تاشير النتائج المستهدفة من هذا البحث .

... في سنة ١٨٩١ وضع العالم الالماني فردريش راتزل اللبنات الاولى للجغرافيا السياسية أو الجيوبوليتيك ، باعتباره العلم الذي يدرس الفضاء/ المكان وكيفيات السيطرة عليه . وهي دراسة لا زالت تلقي أثرها وضلالها على كل البحوث العلمية التي تسعى الى فهم محتوى الدولة وكذلك دراسة شبكات التبادل المجتمعية ( الديمقراطية والمشاركة في القرار ) ، ودور الاعلام في التبادل والتفاعل في الأراء وصولا الى القرارات المستقبلية ، وهو تدفق ثنائي للاتصال ، ينسق تصاعدي وتفاعلي يهدف الى ان يكون الانسان ووعيه محورا للتقدم البشري كغاية وهدف أسمى لكل مواطن .. وللانسانية جمعاء . وهذه الاهداف تبدو واضحة في العمل الفكري البحثي والمنهجي الذي اعتمدت على تقاليده الدكتور القيسي ، رغم ان كل عمل فكري وغيره ، له ماله وعليه ما عليه ، إلا ان ذلك لا يعني الكمال بكل شروطه ، بل ان الكمال الحقيقي هو صيرورة متصلة أساسا ببذل الجهد العلمي المنظم للبناء الفكري وتحقيق التراكم المعرفي أزاء هذه القضية البالغة الاهمية في سياق تاسيس التقاليد للعمل الديمقراطي الصائب في العراق .

وتزامنا مع طبيعة الجهد البحثي - العلمي في دراسة التجارب ، لابد من الاشارة الى أهمية الاخذ بنظر الإعتبار الطبيعة الخاصة للمجتمعات التي تدرس ، وشكل المؤسسات الحزبية وبضمنها عمل دوائر العلاقات العامة فيها . وان هذا الأمر ليس موضوعا ساكنا يمكن الإمساك به وتكميمه إحصائيا ، وإستنباط نتائج ذات طبيعة رياضية - رقمية جسب ، بل هي قضية إنسانية بكل معنى الكلمة

ومتصلة بقوة بشريان الواقع الاجتماعي ونموه وتطوره وفهمة لموضوع الشورى او الديمقراطية ، ولهذا فان كل النتائج الاحصائية التي خرج بها البحث لابد ان تكون مسكونة بروح الواقع الحي ومعبرة عنه ، وكل ما خرج به البحث من نتائج إنما يبقى محكوما بطبيعة المجتمع الدائم النمو والتطور .

هكذا يمكن ان نفهم تزامن المنطق الرياضي الجامد مع المنطق البشري الفكري الحيوي ، وان تكون الأرقام ذات علاقة ضمن محتوى ترجمة الواقع الحي ، وبمعنى آخر إننا هنا نستخدم منطق الإحصاء الرياضي من أجل تفسير الواقع ودلالاته ، وليس من أجل وضع أفاص تحجز وتتحكم بحركة الواقع وتعطل نموه . ولذلك لابد هنا من الإشارة بعلامة تقدير للجهد الذي قدم في هذا السياق ، تقديرا يتصل كذلك بالقدرة على البوح بالواقع رغم حساسيته ، وبتأشير ملامح الطريق الذي يجب ان يسلك من كل القوى المجتمعية في العراق ، بنزاهة وإخلاص للوصول الى تحقيق أسى صيغة من العمل الديمقراطي المفضي الى بناء دولة الرفاهية ومجتمع العدالة والنزاهة الحققة .

\* الدراسة في الأصل أطروحة مقدمة الى كلية الإعلام - جامعة بغداد ، وهي جزء من متطلبات نيل درجة الدكتوراه فلسفة في الإعلام - قسم العلاقات العامة عام ٢٠٠٧ . وقد تم إجازة الأطروحة بعد مناقشة علنية ، ومنحت الباحثة الدرجة العلمية .

الفصل الأول  
أهمية وأهداف البحث





## الفصل الاول أهمية واهداف البحث

يكتسب البحث أهميته ابتداءً من أهمية الموضوع وحساسيته، وأهميته تكمن في فعاليات الترويج للبرامج الانتخابية للأحزاب السياسية العراقية من خلال دور مؤسسات العلاقات العامة الموجودة بهذه الاحزاب، وتشخيص دور مؤسسات العلاقات العامة والاعلام في الترويج الدعائي لبرامج الاحزاب السياسية وتحديد وظائف العلاقات العامة . وتخصصت هذه الدراسة بالاحزاب السياسية التي ظهرت او انبثقت إثر تغيير النظام السياسي في العراق بعد التاسع من نيسان ٢٠٠٣ ولغاية نهاية الانتخابات النيابية الثانية في ١٥ / ١٢ / ٢٠٠٦ .

جاءت فكرة البحث اثر التغييرات السريعة التي اعقبت التاسع من نيسان ٢٠٠٣ وانصواء البلد تحت تعددية حزبية شرعية علنية فضلاً عن مخلفات العملية السياسية السابقة وقبول الاحزاب بالشرعية الدستورية، وظهور العنف السياسي والتعامل مع ازمة الديمقراطية وآلية تداول القيادة وفق التعددية السياسية ... الخ، وقد افرز ذلك العديد من التصورات التي تحتاج الى دراسة لاستقاء دروس وتجارب طبعت هياكلها وممارستها خلال تطبيق خطوات الديمقراطية في العراق الحديث .

أن الوقوف على تلك الممارسات يجابه بصعوبات غير قليلة، لانها تحتاج الى بحث موضوعي، ولأن احتمالية اثارها للجدل تظل قائمة، غير ان البحث

تابع تطور الاحزاب السياسية ومشاركتها بالسلطة وصيغ تطبيق تلك الممارسات ، والمنافسة السياسية اثناء خوض الانتخابات مرتين متتاليتين واختبار انجازات الاحزاب وبرامجها امام المواطنين للفوز بثقتهم وحمل مسؤولية السلطة والحكم .

عمل البحث على رصد الجهد التعبوي الذي مارسته الاحزاب اثناء نشرها وترويجها لبرامجها الانتخابية والتي تمثل لسان حال قياداتها وعن طريق خطابها الذي ظهرت به للجماهير عبر تلك البرامج .

كما تبرز اهمية البحث من استعراضه دور مؤسسات العلاقات العامة في الاحزاب السياسية من ٩ / ٤ / ٢٠٠٣ وهي المدة التي شهدت سقوط النظام السابق وولادة النظام السياسي الجديد بقيادة سلطة الاحتلال مروراً بتشكيل مجلس الحكم في ١٣ / ٧ / ٢٠٠٣ والمحاصصة الطائفية التي اعتمدت في تشكيلة المجلس<sup>(١)</sup>، وصّدر قانون ادارة الدولة للمرحلة الانتقالية حتى تشكيل حكومة منتخبة بموجب دستور دائم في موعد اقصاه ٣١ كانون الأول ٢٠٠٥<sup>(٢)</sup> وتمت في هذه المدة ذاتها مراسم نقل السيادة للعراقيين، ومرحلة تشكيل الحكومة الانتقالية برئاسة رئيس الوزراء (اياد علاوي) في ٣٠ / ٦ / ٢٠٠٤ لتليها مرحلة انتخابات الجمعية الوطنية الانتقالية (وهي الفترة الانتقالية الثانية حسب قانون ادارة الدولة) وتنتهي عند الانتخابات الثانية (النيابية) في ١٥ / ١٢ / ٢٠٠٦ وقد ارتأت الباحثة ان تعمل على تمديد مدة بحثها من ٣٠ / ٦ / ٢٠٠٤ الى ١٥ / ١٢ / ٢٠٠٦ من اجل الوقوف بدقة على البرامج الناضجة للاحزاب جراء التراكم المعرفي بفعل تكرار تجربة الانتخابات مرتين ولا مكانية رصد الانجازات المتحققة للمواطنين .

ان هذه الدراسة تصب في مجال العلاقات العامة ويمكن الاستفادة منها في مجالات اخرى وبشكل كبير في مجال الدعاية السياسية ، وفي مجال علم النفس وعلم

١ . للمزيد مراجعة احمد الحاج هاشم الدفاعي، العراق تحت الاحتلال، محاضر مجلس الحكم الانتقالي، آذار ٢٠٠٤، ص ٨٠٧ .

٢ . الرجوع الى قانون ادارة الدولة للمرحلة الانتقالية بالملاحق .

## الاجتماع وعلم الادارة.

ومن بين الاسباب التي تقف وراء البحث في هذا المجال هو التحري عن نقاط التقاء للأطراف المعنية باتجاه تشكيل جبهة اغلبية تتطلبها مهام المرحلة الجديدة عبر تحليل برامجها كمرحلة اولية على امل ترسيخ قاعدة متمكنة تستند الى تحقيق وتجسيد معنى وغاية بناء ارادة المواطنة الجماعية القادرة على صنع قرارها السياسي الوطني في اطار احترام قيمة الانسان وكرامته، وعبر تجسيد الثقة بين الاطراف المعنية من جهة وبين الاطراف المعنية والشعب من جهة اخرى، وعن طريق اشخاص مدربين ومؤهلين متخصصين في مجال العلاقات العامة وذلك باتباع احداث الاساليب المتبعة عالمياً في هذا المجال.

لذا فان هذا البحث يمكن ان يعد واحداً من البحوث الاعلامية العلمية، والمختصة بدراسة العلاقات العامة ودورها في الترويج الدعائي لبرامج الاحزاب السياسية. فهو يشخص دور مؤسسات العلاقات العامة واهميتها لتلك التي انشأتها الاحزاب السياسية لغرض الترويج لبرامجها. فقد دأبت معظم الاحزاب التي ظهرت اثر التغيير السياسي في ٩ / ٤ عام ٢٠٠٣ على انشاء مكاتب للاعلام وادارات العلاقات العامة وإصدار الصحف والبيانات والادبيات الثقافية الخاصة ببرامجها وعهدت الى هذه المؤسسات المعنية (مكاتب الاعلام والعلاقات العامة) بالترويج لبرامجها السياسية التي تعكس وتعبر عن ايدولوجيات الاحزاب وتوجهاتها في خضم مخاض عسير وصعب لاثبات الوجود في جو تنافسي يسوده العنف السياسي والتنازع المبطن والمحاصصة غير المبررة لتوضع تلك المؤسسات في قلب الاحداث الوطنية الساخنة والمهمة وضاعف هذا من دورها ومكانها كمؤسسات فاعلة في تلك المدة المستهدفة بالبحث، وظل دور تلك المؤسسات مجهولاً وغير موثق وهو بحاجة الى التتبع والوقوف على مواطن القوة والضعف ومجالات النجاح والاختفاق فيها.

وقد بحثت بعض الدراسات الاكاديمية الحديثة موضوع الأحزاب السياسية العراقية من اوجه متعددة ، وتناولت احداها صحافتها كأحزاب معارضة خارج البلد ، ودراسة ثانية تناولت صحافة الاحزاب السياسية بعد دخولها الى العراق اثر الاحتلال ، وصدور صحفها داخل العراق وشخصت اشكال الفنون الصحفية التي تستخدمها تلك الصحف ، ودراسة ثالثة تصدت للحملات الاعلانية في الصحافة العراقية، وقد اقتربت الدراسة من بحث منشور عن العلاقات العامة في الاحزاب والقوى السياسية العراقية من حيث كونها بحثاً مسحياً عن اساليب ممارسة نشاط العلاقات العامة في هذه الاحزاب والتعرف على الطرق المتبعة في ممارسة النشاط ، وكانت لعشرة احزاب فقط في حين ان هذه الدراسة ستسمح نشاط العلاقات العامة بالترويج لبرامج ٥٠ حزباً سياسياً عراقياً بالانتخابات ودراسة مقارنة للحملات المؤيدة والمعارضة للانتخابات التشريعية ومن ثم الحملات الانتخابية المعارضة والمؤيدة في الصحف والتي تعنى بالحملات الدعائية الترويجية للبرامج الانتخابية ، وهي حملات تكون مؤيدة للانتخابات وليست معارضة لها وهي ايضا حملات قادتها مؤسسات العلاقات ، واستخدمت الصحف والمجلات والاتصالات الشخصية والوسائل المطبوعة والبريد الالكتروني والاتصالات الهاتفية والاعلانات على القنوات الفضائية والارضية والاذاعية والصور والبوسترات والملصقات والكتابة على الجدران وغيرها.

إن بإمكان الباحثين الاعلاميين وطلبة الدراسات العليا الاستفادة من البحث في مجال الاعلام والدعاية والعلاقات العامة وبامكانهم اعتماده مصدراً لأبحاثهم ، وكذلك بإمكان الأحزاب الاستفادة منه في وضع برامجها السياسية الانتخابية المستقبلية وكيفية استخدام اساليب العلاقات العامة بالترويج لها .

## مشكلة البحث

تعرف المشكلة عادة بأنها «موقف غامض او ظاهرة لا نجد له تفسيراً محدداً»<sup>(٣)</sup> ومفهوم المشكلة العلمية هي «عبارة عن موقف او قضية او فكرة او مفهوم يحتاج الى البحث والدراسة العلمية للوقوف على مقدماتها وبناء العلاقات بين عناصرها، ونتائجها الحالية، وإعادة صياغتها من خلال نتائج الدراسة ووضعها في الاطار العلمي السليم»<sup>(٤)</sup>

ان السمة الرئيسة المميزة للبحوث العلمية هي ان تكون ذات مشكلة محددة وفي حاجة الى من يتصدى لها بالدراسة والتحليل في جوانبها المتعددة.<sup>(٥)</sup> ولا بد من وجود الاسس لتحديد اختبار المشكلة من قبل الباحث وهي الاجابة على الاسئلة الآتية<sup>(٦)</sup>:-

هل تقع المشكلة ضمن اهتمام الباحث وهل يتمكن من القيام بالدراسة المقترحة؟

هل المشكلة قابلة للبحث؟ وهل هناك مساعدات ادارية ووظيفية لبحث المشكلة؟

هل هي مشكلة جديدة، وما فائدتها العملية، وهل بالامكان تعميم نتائجها؟

٣. د. ذوقان عبيدات، أ.د. عبد الرحمن عدس، د. كايد عبد الحق، البحث العلمي، مفهومه وادواته وأساليبه، (دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع - عمان - الطبعة السادسة، ١٩٩٨، ص ٦٨).

٤. د. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الاعلامية، (عالم الكتب - القاهرة، الطبعة الاولى، ٢٠٠٠، ص ٦٩-٧٠)

٥. د. سمير محمد حسين، بحوث الاعلام الاسس والمبادئ (عالم الكتب، القاهرة، الطبعة الاولى، ١٩٧٦) ص ٣٧.

٦. عامر ابراهيم قنديلجي، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات، (دار البيازوردي العلمية، عمان، ١٩٩٩) ص ٦٦-٦٧.

هل سيسهم موضوع الدراسة في اضافة علمية جديدة معينة؟<sup>(٧)</sup>

وتم تحديد<sup>(٨)</sup> تصنيف دقيق لمعايير اختيار مشكلة البحث على النحو الآتي:-

١- المعايير الذاتية:- وتتحدد: بأهتمام الباحث، وقدرة الباحث، وتوفر الامكانيات وتوفر المعلومات والمساعدة الادارية.

٢- المعايير العلمية والموضوعية:- وهي تتعلق بأهمية المشكلة وفائدتها العلمية.

وتعد مشكلة البحث احدى اكثر المشكلات المثيرة للجدل والبحث والتقصي في الوقت الحاضر وبحاجة الى تفسير ورصد بحكم العوامل والاسباب التي انتجتها وفي مقدمتها: سقوط النظام السابق في ٩ / ٤ / ٢٠٠٣ وظهور نظام جديد يشمل سيطرة سلطة الاحتلال وظهور الاحزاب السياسية وتعددتها بعد غياب دام اكثر من ثلاثة عقود، والممارسة الديمقراطية التي أتاحت للاحزاب المعنية تقديم نفسها وبرامجها للجمهور العراقي، فقد عمدت الاحزاب السياسية الى انشاء المؤسسات الاعلامية والدعائية التابعة لها لخرس الترويج للايديولوجيات التي تبنتها.

وعلى الرغم من الصورة المشوشة لدى الاحزاب المعنية حول تسمية وظائف المؤسسات التي اوكلت لها مهمة الدعاية والترويج لبرامجها، فهي تقوم على أسس مؤسسات العلاقات العامة وتأديتها لوظائفها، وقد بذلت المؤسسات الجديدة ممثلة بمكاتب الاعلام والعلاقات العامة جهوداً مضمّنية وواسعة في الترويج لبرامج احزابها، وفي خضم معركة صعبة لاثبات الوجود وضعت هذه المؤسسات

٧. د. ربحي مصطفى عليان، د. عثمان محمد غنيم، مناهج واساليب البحث العلمي النظرية والتطبيق، (دار صفاء للنشر والتوزيع - عمان، الطبعة اولى، ٢٠٠٠) ص ٦٨.

٨. د. حميد جاعد محسن الدليمي، اساسيات البحث المنهجي، الجزء الاول، بغداد، شركة الحضارة للطباعة والنشر، ٢٠٠٤م، ص ٣٦-٣٧.

في قلب الاحداث الوطنية العامة، مما ضاعف دورها ومكانتها في الفترة المستهدفة بالدراسة الا ان الدور المذكور لهذه المؤسسات بقي الى حد كبير مجهولاً وغير موثق وبحاجة الى تتبع ودراسة مواطن الضعف والقوة ومجالات النجاح والاختفاق وهنا تكمن مشكلة البحث.

لذا فالبحث معني برصد فعاليات مؤسسات العلاقات العامة التابعة للحزب والقدرات التي تمتلكها والكادر المشرف على انشطتها والمناهج التي اتبعتها في عملها الدعائي والكيفية التي ادارت بها العمليات والحملات الدعائية لبرامج الاحزاب السياسية الانتخابية.

## الدراسات السابقة

### سعد سلمان عبد الله المشهداني

موقف صحافة الاحزاب العراقية العلنية من النشاط الصهيوني في العراق  
١٩٢٢-١٩٥٢.

اطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الآداب، قسم الاعلام،  
٢٠٠٠م.

وتدور مشكلة البحث حول تباعد الطروحات حول مواقف الصحف ومواقف الاحزاب تجاه قضية الصهيونية واسرائيل، لذا اخضعت موقف صحافة الاحزاب العراقية العلنية خلال الفترة من عام ١٩٢٢ حتى نهاية عام ١٩٥٢ للتشخيص.

وعملها لا توجد للدراسة أية فروض ولا تساؤلات واعتمد الباحث المنهج التاريخي بالاضافة الى اعتماده منهج تحليل المضمون حيث حلل مضمون المقالات الافتتاحية للصحف الحزبية العلنية بالنشاط الصهيوني في العراق.

وخلص الباحث الى ان صحافة الاحزاب العراقية العلنية شكلت ادراك

الرأي العام والحكومة العراقية للنشاط الصهيوني بالعراق وخلال عقد الثلاثينيات خلقت صحافة الاحزاب (رأياً عاماً) لاتخاذ اجراءات حكومية ضد اليهود بالعراق، وخلال عقد الاربعينيات نبهت صحافة الاحزاب الى ضرورة معالجة ظاهرة الهجرة غير الشرعية لليهود العراقيين وبرزت الصحافة خلال الخمسينيات الموقف من الاجراءات الحكومية في مواجهة الخطر الصهيوني في العراق وحثت الحكومة على اتخاذ بعض الاجراءات الفعالة لمعالجة ظاهرة الهجرة غير الشرعية ليهود العراق والاسراع في عملية التسفير والتنبيه على تهريب ثروة العراق بالسفر غير الشرعي.

وموضوعياً فقد استطاع الباحث ان يطبق منهج تحليل المضمون بشكل جيد، وتمكن من الخروج بنتائج مفيدة رغم عدم وجود اية فروض للبحث.

### د. عبد الوهاب حميد رشيد

العراق المعاصر (كتاب منشور لدار المدى للثقافة والنشر، سنة ٢٠٠٢، الطبعة الاولى، سوريا - دمشق).

وتكمن مشكلة البحث في تشخيص نقاط التقاء للاحزاب السياسية والمنظمات العراقية باتجاه بناء كتلة اغلبية تتطلبها المرحلة الحالية والقادمة لانقاذ الوطن من الظلم وهو ما دفع الباحث الى صياغة المشكلة.

وقد طرح الباحث الفرضية الآتية: ان عملية التحول الديمقراطي في العراق المعاصر لن تفلح وتستمر قبل ان تتبنى الاحزاب والمنظمات السياسية العراقية، على اختلاف افكارها وايدولوجياتها، القيم والممارسات الديمقراطية - قولاً وفعلاً - طريقاً واحداً لبلوغ اهدافها السياسية وتطبيق برامجها الاجتماعية.

اما النتائج التي توصل لها الباحث فيمكن اعتبار انها تنحصر في إطار تحديث برامج الاحزاب العراقية من خلال تبني المرونة الواقعية المبدئية والتواضع



والنظرة في بناء اهدافها وبرامجها ونبذ العنف السياسي الذي تحكمه القيم البدوية والاسراع بحركة الاصلاحات الديمقراطية من اجل الاتفاق على برنامج ذي اسس ثلاثة لمرحلة التحول الديمقراطي (حقوق الانسان والتعددية والانتقال السلمي للسلطة).

### د. علي جبار الشمري و د. عبد المحسن سلمان الشافعي

العلاقات العامة في الاحزاب والقوى السياسية العراقية (بحث منشور، مجلة الآداب، كلية الآداب، جامعة بغداد، العددان (٢٠، ١٩)، ٢٠٠٥، ص ١٧٥-١٨٨).

وقد صاغ الباحثان مشكلتهما من عدم وضوح حدود ممارسة الاحزاب السياسية في العراق لنشاط العلاقات العامة والاساليب المتبعة في ذلك، والمشكلات التي تواجه تحقيق ذلك النشاط.

وقامت الدراسة على افتراض اساسه ان الاحزاب السياسية في العراق لم تستطع اعداد برامج للعلاقات العامة قائمة على اسس علمية سليمة من شأنها الحصول على تأييد اكبر عدد ممكن من الجماهير، وذلك بسبب لجوء القائمين على نشاطات العلاقات العامة في تلك الاحزاب الى اسلوب المحاولة والخطأ او الاجتهاد والتشخيص او الارتجال في تحقيق أنشطة العلاقات العامة، وهو ما يتنافى مع مفهوم العلاقات العامة الحديثة القائم على اجراء البحوث العلمية والتخطيط لنشاط العلاقات العامة.

اما النتائج التي توصل لها الباحثان فهي ان الاحزاب السياسية العراقية مارسة نشاط العلاقات العامة بمفهومها الحديث القائم على أساس الثقة والتوافق والانسجام بين المؤسسة المتمثلة بالحزب او القوة السياسية وبين جماهيرها، وانه لا بد من الاستعانة بذوي الخبرة والاختصاص في ميدان العلاقات العامة من اكاديميين ومهنيين لانهم اكثر قدرة على اجراء البحوث ووضع الخطط وتحديد الميزانيات التي

من شأنها تحقيق برامج ونشاطات العلاقات العامة لاهداف المرجوة منها.  
وتميز البحث بأنه دراسة مسحية لاساليب ممارسة نشاط العلاقات العامة  
بقصد تصوير الواقع التطبيقي الفعلي والتعرف على الطرق المتبعة في ممارسة النشاط  
وكانت لعشرة احزاب.

## ازهار صبيح غنتاب الكعبي الصحافة الحزبية في العراق

[دراسة وصفية للفنون الصحفية في صحف (طريق الشعب، التأخي، البيان)  
للمدة من ١ / ٥ / ٢٠٠٣ الى ١ / ١١ / ٢٠٠٣] - اطروحة ماجستير غير منشورة،  
جامعة بغداد، كلية الاعلام، ٢٠٠٥م].

وقد صاغت الباحثة مشكلتها من عدم وجود تصورات علمية عن واقع  
الفنون الصحفية السائدة في الصحافة الحزبية القائمة في العراق ونوع الموضوعات  
التي اهتمت بها، واساليب معالجتها الصحفية وماهية الاسباب التي تحكمت بها.  
واختارت الباحثة المنهج الوصفي واسترشدت بالمنهج التاريخي من اجل  
متابعة التطور التاريخي لمسيرة الصحافة الحزبية في العراق.

اما النتائج التي توصلت لها فتنحصر بالاشارة الى ان الجرائد الحزبية الثلاث  
تجتمع بقاسم مشترك وهو موقف احزابها الثلاثة المعارض للنظام السابق وائتلافها  
في مجلس الحكم الانتقالي. بالاضافة الى ضعف اساليب التحرير الصحفي لعدم  
اعتماد الاسس والقواعد الاخراجية الحديثة المتعارف عليها مهنيًا وانعدام الصفة  
الجماهيرية وغلبة الرؤية الاحادية في طرح الموضوعات.

على الرغم من صياغة الباحثة لمشكلتها الا انها لم تضع فروضاً او تساؤلات  
لدراستها، لكنها استطاعت ان تقدم تصورات واضحة عن واقع تلكم الفنون  
الصحفية في الجرائد الحزبية وكانت جريئة بطرحها لاسباب وموقف في توصياتها

لاساليب المعالجة.

## ارجوان هاشم علي

الصحافة العراقية في المهجر (دراسة تحليلية مقارنة في صحف الاحزاب «طريق الشعب - الدعوة - بغداد») الصادرة خارج العراق للمدة من ١٩٨٠ لغاية ٢٠٠٣ م. (رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الاعلام، ٢٠٠٦).

تناولت الباحثة في هذه الدراسة الكشف عن تباينات السياسة الاعلامية وتمائلاتها لعدد من الاحزاب (الحزب الشيوعي العراقي، حزب الدعوة الاسلامية، حركة الوفاق الوطني العراقي) وذلك عبر تحليل السياسة الاعلامية للجرائد الرسمية لتحديد البنية المنطقية لها بتحليل مضمون الصفحات الاولى فقط والتي تضم الفنون الصحفية وهي (الخبر، المقال الافتتاحي، الحديث، التقرير، الصورة) لاجل تحديد الآليات الاقناعية لهذه الفنون الصحفية المستخدمة في صفحات الجرائد الثلاث.

لقد استعاضت الباحثة عن الفرضية بهذه التساؤلات التي أدرجتها ضمن المشكلة وهي:-

(١) ما اوجه التباين والتشابه في السياسة الاعلامية للصفحات الاولى لجرائد المعارضة العراقية الثلاث؟

(٢) هل عبرت الفنون الصحفية... (الخبر، التقرير، المقال الافتتاحي، الحديث) عن تنوعات السياسة الاعلامية للاحزاب واتجاهاتها؟

(٣) هل ادت الصورة وظيفتها كوسيلة ايضاحية لدعم اهداف السياسة الاعلامية لجرائد المعارضة الثلاث؟

(٤) التوافق في وحدة اهداف جرائد المعارضة الثلاث للنظام (السابق)، هل عبر عن انسجام في المنطقة الاعلامية لجرائد المعارضة؟

استخدمت الباحثة المنهج الوصفي لتصوير الوضع القائم وتحليل تلکم المعلومات واقتضت لديها الضرورة ان تستخدم اكثر من منهج او منهجين للوصول الى هدف الباحث واسمها بالمنهج التكاملي وهي:-

**المنهج التاريخي:** استخدمته لمتابعة تطوير جرائد المعارضة الثلاث في المهجر.  
**المنهج المقارن:** وهو لمعرفة سبب وكيفية حدوث الظواهر من خلال مقارنة بعضها ببعض.

**اسلوب تحليل المضمون:** تم الاستعانة به لتحليل مضمون الصفحات الاولى لجرائد المعارضة الثلاث من خلال توضيح السياسة الاعلامية لتلك الصحف.  
قسمت الباحثة النتائج الى نوعين نظرية وتحليلية:  
**أ- الاستنتاجات النظرية:-**

استطاعت الصحافة المعارضة استيعاب الكثير من الامكانيات الصحفية فضلاً عن ان الصحافة قد تمسكت بفلسفة واهداف حزبا الذي تمثله وعدته احد اسباب نجاحها، ولم تكن الصحافة المعارضة نمطية بل كانت فعالة واللغة سلسلة وبعيدة عن التکلف ومفهومة وعملت على فضح تآمر النظام العراقي على الشعب ودعت لاسقاطه واستقلال العراق وانقاذ الشعب.

**ب- استنتاجات الدراسة التحيلية:-**

اعلنت جرائد المعارضة موقفها الصريح تجاه النظام السابق واعطت درجات اهتمام مختلفة للاطاحة به، واهتمت بعلاقة النظام السابق مع دول الجوار ومالت الى توظيف اكثر للصور واعتمدت على مراسلين خارج الوطن وداخله.

### **تفريد فاضل حسين العبيدي**

الحملات الاعلامية في الصحافة العراقية، دراسة مقارنة للحملات المؤيدة

والمعارضة للانتخابات التشريعية للمدة من ١ / ١ / ٢٠٠٤ لغاية ٣٠ / ٦ / ٢٠٠٤ م،  
(بحث ماجستير غير منشور، جامعة بغداد، كلية الاعلام، قسم الصحافة،  
٢٠٠٥ م).

وقد صاغت الباحثة مشكلتها من التباين والاختلاف في وجهات النظر  
نحو الانتخابات التشريعية، وانسحب هذا الاختلاف على الصحافة لانها تعبر عن  
الاتجاهات المتباينة إذ بدأت الحملات الاعلامية على مستوى الصحافة وتحولت  
الصحافة الى ميدان لصراع الاتجاهات والافكار التي تدور حول الانتخابات، وهنا  
برزت اهمية دراسة الحملات الاعلامية الصحفية والاثر الذي يمكن ان تتركه في  
اراء وتوجهات الناس في كلا الاتجاهين - المؤيد والمعارض - للانتخابات.

استبدلت الباحثة فروضها بعدد من التساؤلات هي:-

- (١) كيف تعاملت الصحافة العراقية مع مسألة الانتخابات التشريعية؟
- (٢) ما الاساليب التي اعتمدها الصحافة العراقية عند تنظيمها الحملات  
الاعلامية الصحفية؟
- (٣) ما اتجاهات الصحافة العراقية حول مسألة الانتخابات التشريعية؟
- (٤) ما مدى التفاوت في مستوى الاتجاه بين الصحف المؤيدة والصحف  
المعارضة للانتخابات التشريعية؟
- (٥) هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين الفئات الرئيسة في الاتجاه المؤيد  
والفئات الرئيسة في الاتجاه المعارض؟

استخدمت الباحثة المنهج الوصفي والمنهج المقارن وهو احد انواع  
الدراسات الوصفية ولانه الانسب للاجابة على مشكلة البحث وتساؤلاته.

اما النتيجة التي توصلت لها الباحثة تتحدد في انه لا يوجد توافق بين  
الاتجاهين المعارض والمؤيد في الحملات الاعلامية وبلغ عدد الحملات ستاً قادت

الى تغير اتجاهات قوى سياسية مؤثرة في الرأي العام وتعبئة واسعة لجمهور كبير قاداته الى صناديق الاقتراع.

## الفرضيات المتعددة في هذا البحث

يعرف الفرض على انه «تفسير للنتائج التي يشعر بها الباحث انها مشكلة»<sup>(٩)</sup>. والفرض هو «حل او تفسير مؤقت يستخدمه الباحث لمعالجة مشكلة البحث الذي يتناوله. والفرض يمثل علاقة بين متغيرين احدهما مستقل والآخر تابع»<sup>(١٠)</sup> ويعرف الفرض العلمي كذلك «انه تفسير مؤقت او تعميم مبدئي، تظل صلاحيته موضع اختبار»<sup>(١١)</sup>.

وقد اعتمد البحث على الفروض الآتية للدراسة:-

١- ان نجاح الاحزاب السياسية مرهون باعداد الارضية الكاملة والمؤهلة علمياً من الاشخاص القادرين على تفهم تلك البرامج والعمل على افهامها للشعب العراقي الذي يحتاج الى الايضاح ثم بسبب الازمات والصدمات الكثيرة وأخرها صدمة الاحتلال.

٢- ان حصول الاحزاب السياسية العراقية على العلنية والتعامل السلمي والتعددية (ولو في ظل الاحتلال) يمهد السبيل لتلك الاحزاب بدخول الامتحان الشعبي امام صناديق الاقتراع.

٣- ان ممارسة العلاقات العامة لعملها في اطار الاحزاب التي تنتمي لها يساعد ويهيئ فرص وضع منهج مخطط ومدروس وشامل لممارستها تلك.

٤- توجيه الاحزاب السياسية الى استقطاب المثقفين والاكاديميين للتعرف

٩. د. وجيه محبوب. مصدر سبق ذكره، ص ٢١.

١٠. د. حميد جاعد محسن الدليمي. اساسيات البحث المنهجي، مصدر سبق ذكره، ص ٥١.

١١. د. محمد عبد الحميد، مصدر سبق ذكره، ص ١٠٩.

على وجهات النظر المختلفة والاستفادة منها في سبيل التعرف بالمشكلات الحياتية اليومية المستمرة للتعامل معها بمرونة يهيئ فرص النجاح لها.

## منهج البحث

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تدرس «التصور الدقيق للعلاقات المتبادلة بين المجتمع والاتجاهات والميول والرغبات والتطور بحيث يعطي البحث صورة للواقع الحياتي ويضع مؤشرات وبناء تنبؤات مستقبلية».<sup>(١٢)</sup> لذلك يقوم المنهج الوصفي برصد ومتابعة دقيقة لظاهرة او حدث معين بطريقة كمية او كيفية في فترة زمنية معينة او فترات عديدة، من اجل التعرف على الظاهرة او الحدث من حيث المحتوى والمضمون، والوصول الى نتائج وتعميمات تساعد في فهم الواقع وتطويره.<sup>(١٣)</sup>

ولا يقتصر المنهج الوصفي على وصف الظاهرة وجمع المعلومات والبيانات عنها بل يعتمد الى تصنيف المعلومات وتنظيمها والتعبير عنها كميًا وكيفيًا بحيث يؤدي ذلك في الوصول الى فهم لعلاقات هذه الظاهرة مع غيرها من الظواهر.<sup>(١٤)</sup> واخيراً فالمنهج الوصفي «يشمل جميع الدراسات التي تهتم بجمع وتلخيص الحقائق الحاضرة والمرتبطة بطبيعة ووضع جماعة من الناس، او عدد من الاشياء او مجموعة من الظروف، او خصلة من الاحداث، او نظام فكري، او اي نوع آخر من الظواهر التي يمكن ان يرغب الشخص في دراستها».<sup>(١٥)</sup>

١٢. أ.د. وجيه محبوب، البحث العلمي ومناهجه، كتاب منهجي، ٢٠٠٢، بلا سنة طبع ودار نشر، ص ٢٦٧.

١٣. نقلاً عن د. ربحي مصطفى عليان د. عثمان محمد غنيم، مناهج واساليب البحث العلمي النظرية والتطبيق، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٠، ط ١، ص ٤٣.

١٤. د. ذوقان عبيدات، أ.د. عبد الرحمن عدس، د. كايد عبد الحق، البحث العلمي مفهومه وادواته واساليبه، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، ١٩٨٨، الطبعة السادسة، ص ٢٢٤.

١٥. د. حميد جاعد محسن الدليمي، اساسيات البحث المنهجي، الجزء الاول، شركة الحضارة للطباعة

وتأتي أهمية المنهج الوصفي من كونه اكثر المناهج كفاءة لتطبيق خطوات البحث العلمي خاصة فيما يتعلق بالمشكلة، والفروض، والادوات، وجمع المعلومات، وتحليلها، واستخلاص النتائج،... الخ

وقد اعتمد البحث على تحليل وتقويم خصائص موضوع البحث او مجموعة ظواهره المنهج المسحي لكونه يستقي اصوله المنهجية من المنهج الوصفي.<sup>(١٦)</sup>

وان اهم ما يميز المسح انه يمثل الطريقة او الاسلوب الامثل لجمع المعلومات من المصادر الاولية وعرض هذه البيانات في صورة يمكن الاستفادة منها سواء في وضع قاعدة معرفية او تحقيق تساؤلات أو فروض الدراسة.<sup>(١٧)</sup>

ولا يقتصر المسح على استخدام اسلوب واحد في عملية جمع البيانات بل الى استخدام اساليب الاستقصاءات والاستبانات والملاحظة وغيرها. ويعد من ابرز المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الاعلامية ومن اهم المناهج المعتمدة حالياً<sup>(١٨)</sup>

وياخذ موضوع البحث مسح اساليب الممارسة الاعلامية المستخدمة في الترويج للبرامج السياسية الانتخابية للحزب السياسية العراقية . ويقصد بمسح اساليب الممارسة الاعلامية «دراسة الجوانب والاساليب الادارية والتنظيمية التي تتبعها اجهزة الاعلام وادارته في مختلف المجالات الاعلامية، وذلك بهدف تصوير الواقع التطبيقي الفعلي، والتعرف على الطرق التي تتبعها هذه الاجهزة في ممارسة نشاطاتها المختلفة، باعتبار ان نجاح الجهود الاعلامية يبنى اساساً على مدى فعالية

والنشر، بغداد، ٢٠٠٤، ص ٨٠.

١٦. أ.د. وجيه محبوب، مصدر سبق ذكره، ص ٢٧٤.

١٧. د. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الاعلامية، القاهرة، عالم الكتب، ٢٠٠٠، ط ١، ص ١٦٠.

١٨. د. سمير محمد حسين، دراسات في مناهج البحث العلمي، بحوث الاعلام، القاهرة، عالم الكتب، ١٩٩٩، ط ٣، ص ١٤٧.



الجوانب الادارية والتنظيمية لها» (١٩).

ويعد المسح من المناهج المستخدمة في بحوث ودراسات الاتصال الذي يمهّد الى امكانية تصوير الواقع التطبيقي الفعلي للوصول الى النتائج فهو يعمل على التعرف بالاساليب الاعلامية التي تتبعها اجهزة العلاقات العامة في ممارسة انشطتها الاتصالية عند الترويج لبرامج الاحزاب السياسية الانتخابية في العراق وذلك من خلال البيانات والمعلومات التي جمعت والتي تمت صياغتها وتحليلها وتفسيرها بالطريقة الوصفية.

واثبت المسح كأسلوب من الاساليب البحثية الوصفية فاعليته في الموضوعات السياسية المعاصرة (٢٠)

قامت الباحثة بأجراء مسح لمجتمع الدراسة لغرض التعرف على قطاع الاحزاب باكملة ولفترة طويلة تمكن من خلالها الامام بالتطور الذي شهدته تلك الاحزاب بعد اكتسابها العلنية والتعددية وانخراطها بالحكم وخوضها تجربة الانتخابات وتمثيلها شعبها، وقامت الباحثة كذلك بوصف نشاط وموقف وسلوك تلك الاحزاب تجاه برامجها الكبيرة او البسيطة والتي وضعتها من اجل خوض الانتخابات في العراق.

ويلخص الهدف من انجاز هذا المسح الحصول على تلك البيانات وتحليلها من اجل تعميم نتائج التحليل للانتقال الى التطبيق العملي، ميزت الدراسة في استخدامها المنهج المسحي بالآتي:-

١- شملت الدراسة اغلب الاحزاب والكيانات السياسية العراقية التي انبثقت في العراق او التي قدمت من خارج العراق بعد الاحتلال ولغاية

١٩. د. سمير محمد حسين. دراسات في مناهج البحث العلمي، ص ١٥٨.

٢٠. عامر ابراهيم قنديلجي، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات، بغداد، دار الشؤون الثقافية العامة، ١٩٩٢، ص ٩٠.



## حزب (Party) :-

الحزب بمعناه العام هو جماعة من الأفراد تشترك في تصور واحد لبعض المسائل السياسية وتكون رأياً انتخابياً واحداً. والهدف الذي يسعى اليه الحزب هو تحقيق القوة للجماعة ولقادة الحزب الذين يحاولون تدعيم المكانة المادية للحزب ولأعضائه.

## الحزب السياسي (Political Part) :-

منظمة جماهيرية للأفراد في سياق انتماءاتهم الفكرية - الطبقية، وتقوم على افكار ايديولوجية موحدة تجسد اولويات مجتمعية متعددة. وتوفر العمل المشترك في اطار المنافسة السياسية، وتبغى الوصول للسلطة من اجل احداث تغييرات اجتماعية منشودة وفق تصورات مستقبلية مرسومة.

## سلطة (Authority) :-

قوة نظامية، وشرعية في مجتمع معين، مرتبطة بنسق المكانة الاجتماعية؛ وموافق عليها من جميع أعضاء المجتمع. وترجع اهمية السلطة إلى انها توجه سلوك الأفراد بصورة محددة لإنجاز الأهداف العامة. ويتحقق ذلك عن طريق بعض الميكانيزمات مثل: التبادل، والمصالح المشتركة والتضامن، والقوة. ومن الدراسات المبكرة للسلطة في علم الاجتماع دراسة ماكس فيبر، التي حاول فيها أن يحدد مصادر شرعيتها وانتهى إلى أنها قد تكون مستمدة من التقليد، أو القانون، أو الإلهام.

## ائتلاف (Coalition) :-

وحدة مؤقتة بين جماعتين أو أكثر بهدف ممارسة نشاط تعاوني محدود. وعلى الرغم من أن المصطلح يرتبط في الغالب بالاتحاد بين الأحزاب السياسية لأغراض انتخابية برلمانية أو بين جماعات سياسية قد تنتمي إلى أكثر من حزب واحد، إلا أنه قد يشير أيضاً إلى تحالف مؤقت بين الأمم لتحقيق أهداف مشتركة. ويستخدم

مصطلح حكومة ائتلافية للإشارة إلى نوع من الوحدة بين أعضاء هذه الحكومة، ترجع انضمام أعضاء ينتمون إلى أكثر من حزب واحد. وقد ينشأ الائتلاف بين أكبر الأحزاب، ومجموعة أحزاب أخرى صغيرة للحصول على الأغلبية، أو قد تتحد هذه الأحزاب الصغيرة لكي تواجه الحزب الأكبر.

### منافسة (Competition):-

يستخدم المصطلح حديثاً لوصف ذلك النوع من التفاعل الذي ينطوي على كفاح من أجل أهداف معينة، ويتسم التفاعل بأنه منظم معيارياً، وقد يكون مباشراً أو غير مباشر، شخصي أو غير شخصي، كما أنه يستبعد من نطاقه القوة والعنف. المنافسة لا تنطوي بالضرورة على اتجاه عدائي حيث لا يتوفر الوعي أو الشعور الكامل بين الأشخاص المتنافسين، ولهذا فإن لها وظيفة اجتماعية تتمثل بأنعدام التعارض بين الأشخاص. فإن المنافسة تشير إلى هدف لا يمكن أن يتقاسم فيه شخصان.

### ديمقراطية (Democracy):-

يشير هذا المصطلح إلى (١) طريقة في الحياة تجعل كل فرد يعتقد أن لديه فرصاً متساوية للمشاركة بحرية كاملة في قيم المجتمع وتحقيقه لأهدافه العليا. أما المعنى الخاص لهذا المصطلح، فهو توفر فرصة المشاركة، لدى أعضاء المجتمع، في اتخاذ القرارات، في أي مجال من مجالات الحياة الاجتماعية، وخصوصاً المشاركة الجماهيرية في اتخاذ القرارات السياسية التي تؤثر في حياتهم الفردية والاجتماعية على السواء. (٢) نسق سياسي، قائم على مبدأ ممارسة الحكم من خلال موافقة المحكومين وتقبلهم له، ذلك أن الحكومة تستمد شرعيتها - سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة - من إرادة غالبية أعضاء المجتمع المحلي أو المجتمع بأكمله. الديمقراطية السياسية هي المساواة أمام القانون، وحرية الكلمة والتعبير، والنشر والاجتماع، وتقوم الديمقراطية في المجتمع الكبير على المنافسة الحرة، وتوازن جماعات المصلحة، بأعتبار أن الجماعات

المتعارضة تستطيع أن تصل إلى الاتفاق والتسوية في حالة وجود حد أدنى مقبول في الصراع بينها.

### الليبرالية (Liberalism):-

مذهب أو توجيه أيديولوجي يقوم على الاعتقاد في أهمية حرية الفرد ورفاهيته، وأمكانية التقدم الاجتماعي من خلال تغيير التنظيم الاجتماعي وتجديده في مجالات عديدة من الحياة، سياسية، وأقتصادية، ودينية، ودعم الدعوة لتطوير الديمقراطية، وتعميم الحقوق الانتخابية وتأكيد حرية التعبير، والقضاء على العبودية، وتوسيع نطاق الحريات المدنية. ومن أهم خصائص هذا المذهب معارضته لسيطرة الحكومة أو الطبقة العليا على الفرد، وتدعيمه للمنافسة الحرة في الميدان الاقتصادي، ورفضه معظم صور التدخل الحكومي في الأنشطة الاقتصادية.

### حكومة برلمانية (Parliamentary Government):-

يستخدم هذا المصطلح بمعانٍ متعددة نلخصها فيما يلي: (أ): يشير المعنى العام إلى كل الأنظمة السياسية التي يوجد فيها مجلس منتخب من النواب، الذي تتحقق له بعض المسؤوليات المتعلقة بالنواحي المالية والتشريعية. (ب): وفي النظام البرلماني تجتمع الحكومة والأعضاء المنتخبون معاً داخل البرلمان، وتنقسم السلطة التنفيذية البرلمانية إلى: رئيس الدولة، والحكومة التي يرأسها رئيس للوزراء، يتولى مهمة اختيار أعضاء الوزارة الذين يخضعون للبرلمان، بل وغالباً ما يكونون أعضاء فيه.

### التعددية (pluralism):-

يشير هذا المصطلح إلى وجهة النظر التي تذهب إلى أن الأنساق السياسية والثقافية والاجتماعية قد تتكون من أجزاء أو جماعات مستقلة ذاتياً بعضها عن بعض ولكن بينها تساند أو اعتماد متبادل. والتعددية السياسية Political pluralism مصطلح يطلق على المذاهب السياسية التي تؤكد أن جماعات معينة

(مثل: العائلة، والنقابة، والحكومة المحلية) تتبنى قيماً اجتماعية مهمة مستقلة عن السلطة التي تمنحها لهم الدولة.

### دعاية (Propaganda):-

يشير مصطلح الدعاية إلى الأساليب الفنية والطرق المستخدمة في التأثير على اتجاهات وآرائهم وأفكارهم وسلوكهم بواسطة الكلمات والرموز، والدعاية هي طريقة لتوجيه سلوك الناس حينها تكون هناك مسائل أو موضوعات متعارضة، أو محل خلاف.

### علماني (Secular):-

يشير هذا المصطلح بمعناه العام في العلوم الاجتماعية إلى كل ما هو واقعي، ومدني وغير ديني، وذلك تمييزاً له عن الأشياء الروحانية.

### شعار (Slogan):-

عبارة مختصرة تيسر تذكرها وترديدها، تعبر عن فكرة أو قيمة. أو هدف يتميز بالثبات، ومن أمثلة الشعارات القديمة «فلنمت قبل العار».

### الانتخابات (Elections):-

ممارسة عملية تهيب الفرصة لتشكيل حكومة ديمقراطية موثوق بها لتمثيل الناخبين ولا تقتصر على اختيار قادة مقبولين من وجهة نظر المقترعين بل وضعهم تحت طائلة المسؤولية.

### حكومة:-

مصطلح الحكومة قد يعني الأنشطة أو العمليات المتصلة بالحكم، أي ممارسة الضبط على الآخرين، أو توجيههم للقيام بأنماط سلوكية معينة. وقد تعني أيضاً الأداة التي تقوم بمتابعة هذه الأنشطة. ويمكن أن تشير كلمة الحكومة إلى الهيئة الحاكمة أو السلطة التنفيذية بصفة خاصة.

## اشتراكي (Socialism):-

يعتمد هذا المفهوم على فكرة انه سياسة تستهدف تحقيق ملكية المجتمع ككل لوسائل الانتاج (رأس المال، الأرض، الثروة) ويتولى المجتمع أدارتها من أجل المصالح العامة». ومع ذلك فإن هذا التعريف ينطوي على كثير من الصعوبات فملكية المجتمع لوسائل الانتاج وأدارتها ليست محدودة تماماً، فالبديل العملي الوحيد للمشروع الخاص في المجتمع الصناعي الحديث هو الذي نجده في رأسمالية الدولة State Capitalism ومع ذلك فإن الدولة قد تفوض سلطتها لمجلس تقوم هي بأختياره. وكلمة اشتراكي تطلق على الادارة التعاونية.





## الفصل الثاني العلاقات العامة والدعاية السياسية



## الفصل الثاني

### العلاقات العامة والدعاية السياسية

#### المبحث الاول

#### العلاقات العامة

### العلاقات العامة تاريخياً

قد لا نستطيع تحديد الكيفية التي بدأت فيها العلاقات العامة في تاريخ الانسان او الزمن الذي ابتدأت فيه، غير ان لنا ان نفترض أن ذلك قد حدث في تلك الفترة التي انتقل فيه السلوك البايولوجي الى مرتبة اوسع من السلوك الحياتي ويبدو ان مذكرة مكسيكو<sup>(٢٣)</sup> (The Statement of Mexico) التي وضعت ضمن محتوياتها تعريفاً للعلاقات العامة ونصت على ما يأتي:-

«إن ممارسة العلاقات العامة هي الفن والعلم الاجتماعي المتعلق بتحليل اتجاهات الرأي العام والتنبؤ بنتائج هذه الاتجاهات والتشاور مع قادة المنشأة ووضع برامج العمل المخطط لها والتي تخدم مصلحة كل من المنشأة والجمهور»<sup>(٢٤)</sup>

٢٣. وهو اسم الهيئة العالمية الاولى وهي نتاج اجتماع جمعيات العلاقات العامة المؤلفة من ممثلين عن مختلف الجماعات وجمعيات العلاقات العامة في العالم الغربي بما فيه الولايات المتحدة الامريكية في آب ١٩٧٨ في مدينة مكسيكو سيتي.

٢٤. د. زياد رمضان، العلاقات العامة في منشآت القطاع الخاص، (مفاهيم وواقع)، دار صفاء للنشر

هي ذروة النضج للمفهوم ودلالاته في الفقه الأجنبي . ومنذ السبعينات أصبحت «العلاقات العامة» مصطلحاً حاضراً في القطاعات الخاصة والعامة وفي المرافق السياسية. ولقد ارتبطت الكيانات والاحزاب باهتمام، بتقنيات المفهوم وتطوره بتطور التكنولوجيا التي يعمد اليها عند التنفيذ، وعندها سمي المنفذون متخصصي العلاقات العامة.

ويتصف نطاق العلاقات العامة بالشمول سواء من حيث عمومية وظائفها او انشطتها او من حيث مجال تطبيقها وممارستها، فهي فضلاً عن ممارستها في معظم القطاعات الحكومية<sup>(٢٥)</sup> والخاصة والبدء بممارستها حديثاً على مستوى سياسي خصوصاً بعد ظاهرة التعدد الحزبية المفرطة، فقد تعداه الى مستوى الفرد. فالفرد - على مستوى حياته الوظيفية وحياته الخاصة - يمارس العلاقات العامة فيما من فرد الا ويحاول بمختلف الطرق والاساليب تحسين صورته او سمعته او موقفه لدى رؤسائه وزملائه او اصدقائه وافراد اسرته والمجتمع المحيط به.

من الملاحظ ان الواجبات التي تمارسها الاجهزة الحكومية في العالم الثالث قد اخذت بالكبر والاتساع لتشمل أوجه النشاط الحكومي كافة، وممثل بدوره أوجه الحياة كافة والتي تحكمها أسس رسمتها تلك الدولة وهي تختلف من دولة الى اخرى، ويستخدم النشاط الحكومي الصحف والراديو والتلفاز وغيرها لكونها قد أصبحت جزءاً من الجهاز الحكومي تعمل لصالحه وخدمته.

في حين ان الوحدات المصغرة والتي يطلق عليها مجازاً اجهزة العلاقات العامة وذلك لتشبيهها بأجهزة العلاقات العامة في العالم المتقدم - وهي تبتعد في حقيقتها عنه - فهي ترتبط بالأجهزة الاعلامية ولا تعمل دون دعمها ومساعدتها وتعمل وفقاً لسياستها وتوجيهاتها وارشاداتها. وقام العالم المتقدم بتطوير

والتوزيع، عمان، طبعة (١)، ١٩٩٨م، ص ٢٦

٢٥. رغم جهودها بشكل اسمي في الوزارات الا ان طبيعة عملها لا يمكن تخصيصها وتحديد لها حد هذه اللحظة وبذلك تعد جهة تنفيذية لما يوكل اليها ليس الا ...

اشكال الاتصال وتقدمها والعلاقات العامة شكل متطور من اشكال الاتصال وتتمتع بتاريخ طويل في حين انها ذات عمر قصير بالعالم النامي وهو ما يفسر تماثل هذه الاجهزة وتشبيهاها بأجهزة الاعلام فقد اقتصر تطور الاتصال على الاجهزة الاعلامية بداخله مهمشاً بذلك دور اجهزة العلاقات العامة اداة ثانوية من ادوات الاعلام ، وهذا قاد بدوره الى ضمورها وتجردها من عملها الحقيقي على عكس اجهزة العالم المتقدمة والتي لا يعد الاعلام فيها سوى اداة من ادوات هذا العلم الكبير، فقد مثلت هذه الاجهزة الشكل المحترف للاتصال الحديث في العالم المتقدم ولم تتمكن من ارتداء ذات الثوب داخل العالم النامي لعدم تمتعه بالمقومات الارضية الخصبة لنموها بالشكل الطبيعي.

## المفهوم :

تباين مفهوم وتعريف العلاقات العامة بين المتخصصين فيه والمشتغلين به وهذا يعود لتعدد تعريفاته وتعدد فنونه وتخصصاته واتجاهات الباحثين المتخصصة في مجال من مجالاته فضلاً عن الاختلاف في وجهات النظر في معنى المفهوم لدى الادارات السياسية لهذه الدولة او تلك بما يتفق مع سياستها الاستراتيجية ومصالحها الخاصة.

واشكالية المفهوم هذه تعود الى منشأ هذا العلم فالعلاقات العامة علم ارتبط بمهنة التجارة والاعمال ولكنه لم يتطور في داخل هذا الاطار، فقد نما في حقل الصحافة، لكن قد يعده الصحفيون شخصاً غريباً عن مهنة الصحافة وذلك لاستخدامه للمعلومات الصحفية بالاضافة الى نشر معلومات الاشخاص الذين يعمل لحسابهم . مما ادى الى الخوض في التفسيرات الخاطئة اثناء التعريف بالمصطلح بل نستطيع ان نقول ان اختراق هذه الاشكالية للمفهوم جعلته غير جامع واضطربت اتجاهات الباحثين حوله والمجادلين بخصوصه مما تعذر بذلك الخروج بمفهوم جمعي.

وقد اسهمت بعض المفاهيم الخاطئة للحرية والحقوق وتباين السلطة وتغاضي الإدارات السياسية عنه في تشكيل المفهوم . واستمرار خطأ المفهوم يعزى الى تفشي المحسوبية وتجذر الرشوة في المجتمع النامي بالذات فالمفهوم يجذر الشفافية والصدق والثقة والاخلاق السامية ولربما لعدم رغبة السلطات في انحباس هذا العلم الجديد عن المجتمع وتصادم المصالح وتعارض الاهداف بين نية الدولة ونية المنفذين لتطبيقات العلم في المؤسسات فقد تحول مفهوم العلاقات العامة الى اشكالية معقدة حيث تقبل الناس اليوم التوصيف، لا التعريف التوصيف الذي يرتبط بتركيبه المجتمع العراقي المعقدة وسلسلة النكبات المستمرة لأفراد ذلك المجتمع والذي لا يرتبط بظاهرة العلاقات العامة مباشرة، ومما يؤكد على ما قلنا هو تعدد مثيرات المجتمع الذي نريد ان يطبق فيه المفهوم .

فالمثير السياسي او الاقتصادي او الاجتماعي او الفكري او الديني او غير ذلك والذي يختلف فيه المفهوم تبعاً لكل نوع من المجتمعات ، فالمجتمع العراقي مجتمع حكمته ظروفه المتغيرة قبل سياساته فالكبت والتسلط والاستبداد والاحتلال وسلب الحريات وفرض المبادئ والحزبيات وحكم الطائفة والعرق أو القبيلة او العائلة والفقر والجوع والبطالة وغياب الدساتير الدائمة وتعثر السلطة المشروعة كل هذه الاسباب قادت الى تخلخل القيم الاخلاقية داخل مجتمع العراق ، وكذلك الجري وراء المصلحة الخاصة وتجذر الرشوة والفساد الاداري والمحسوبية فقط ليأتي دور مفهوم العلاقات العامة في توظيف القيم الاخلاقية التي ابتعد عنها الناس نتيجة اتساع المجتمع والذي يعمل على تقديم هذه القيم في صيغ وقوالب جديدة يمكن استخدامها في مجال الخدمات بصفة عامة وترويج مفهوم الفائدة العامة قبل المصلحة الخاصة ، وتستمد العلاقات العامة اساسها في الواقع من صورة ذلك البيت الزجاجي الذي اخرجه شارل بلونديل للوجود والذي يكشف من كل جوانبه ما يحدث بداخله ويعد بذلك كاشفاً لكل ما أريد له ان يغطي من انواع الخداع والغش .

لم يعد هذا الاشكال وقفاً على التعريف بل على المفاهيم ايضاً، فجذر الكلمة (العلاقات العامة) من حيث اللغة يعني تعامل الناس مع بعضهم بعضاً بأنواع التعامل كافة، ومن الناحية الاجرائية يعني (ابراز الحقيقة ونشرها محل الكذب والسراب والضلال) ومن حيث الممارسة يكون فردياً ومن حيث الاهداف يكون بقصد الحصول على الرضا والقبول ومن حيث الدوافع يكون بسبب الاعتداء او التجاوز على المقابل والتقليل من قابلياته وامكانياته في المجتمع عند قبوله بالرشوة وخاصة عندما يصدر هذا الاعتداء من المواطن العادي، او من مجموعات ذات اهداف غير نظيفة وضالة، او جماعات ضاغطة تهدف الى الضغط باتجاه تحقيق هدف غير مشروع وخارج عن القانون؛ ومن حيث (النتائج) فهو يؤدي الى تفشي المحسوية والاضطراب والفوضى والفساد الاداري واختلال النظام والتخلف.

على الرغم من كل الجهود المبذولة لتعريف المصطلح وتوضيح فلسفته فإن مصطلح (العلاقات العامة)، لما يزل يحتاج الى تبيين واثبات من اجل تبديد ما يمكن ان يلحق بهذا المصطلح من سوء فهم، ولا سيما في المجتمعات المتخلفة. فصورة هذا الحقل المعرفي ما زالت مضطربة داخل هذه المجتمعات، مما يستوجب القيام بعملية علاقات عامة للعلاقات العامة نفسها في تلك البلدان.

## المبحث الثاني

### الدعاية السياسية

#### مدخل

الدعاية، كالدعاء والدعوة، اسم من الفعل «دعا» ومعناه في الأصل نادى وسمّى، والدين دعوة والدعوة ماهي ألا عمل إعلامي يخاطب العقل ويستند إلى المنطق والبرهان، ويعمل على الكشف عن الحقيقة. فالاعلام الاسلامي يزود الجماهير بصفة عامة بحقائق الدين الاسلامي بصورة مباشرة أو غير مباشرة خلال وسيلة اعلامية دينية متخصصة أو عامة بهدف تكوين رأي عام صائب يعي الحقائق الدينية ويدركها ويتأثر بها. (٢٦)

والدعوة (نشر العقيدة Propagation of Faith) هي لغة تنبعث من المنطق إلى المنطق، وهي ترفض الكذب والتشويه، لأنها عبارة عن حديث موجه من عقيدة معينة إلى من يمكن أن يؤمن بها، أو من هو مؤمن بها بالفعل فهي أكبر من مجرد عملية إخبار أو إعلام لأنها تفترض وجود علاقة ولاء قائمة او ممكنة، ولكنها ليست دعاية لأنها ترفض كل تشويه وتمويه. ويقصد بالدعوة هي دعوة دينية ودعوة في ميادين السياسة والأيدولوجية والاقتصاد ايضاً. (٢٧)

وكلمة دعاية يعود أصلها إلى عام ١٦٣٣ عندما انشأ أحد البوابات إدارة تحمل أسم (Congregation of propaganda) تتولى تنظيم وتخطيط المهام الخارجية للكنيسة الكاثوليكية<sup>(٢٨)</sup> وأرتبط منذ ذلك الحين مفهوم الدعاية بالدعوة وهما مفهومان متعاكسان فالدعوة خطاب للعقل يقوم على اساس تقديم الحقيقة

٢٦. د. محمد حمد خضر، مطالعات في الأعلام، دار المريخ - السعودية، ط ٢، ١٩٨٧، ص ٣٦.  
 ٢٧. أ.د. سامية محمد جابر، د. نعمات أحمد عثمان، الأتصال والأعلام «تكنولوجيا المعلومات»، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، ٢٠٠٣، ص ١٩٥-١٩٦.  
 ٢٨. فتحي اليباري، فن الدعاية والمخطط الصهيوني، سلسلة دراسات اعلامية معاصرة، ص ٤٠.



ومنتقها المناقشة والحجة والاقناع والصراحة والصدق، والدعاية التي تخاطب العواطف وتشوه الحقيقة بأسلوب او بآخر.<sup>(٢٩)</sup>

## تعريف الدعاية Propaganda

عرف قاموس اكسفورد مصطلح «الدعاية» على أنها «جماعة أو خطة منظمة لنشر معتقد أو ممارسة، أو أنها جهود وخطط ومبادئ هذا النشر».<sup>(٣٠)</sup>

وعرفها والتر لبيان بأنها «محاولة التأثير في عقول الجماهير ونفوسهم والسيطرة على سلوكهم لأغراض مشكوك فيها، وذلك في مجتمع معين».<sup>(٣١)</sup>

وفي تعريف قانوني<sup>(٣٢)</sup> للدعاية «يعتبر دعاية كل طباعة لاي نوع من الكتب أو النشرات أو الاعلانات توزع باليد أو الصحف أو اي نوع آخر من النشرات الطبوغرافية الاخرى وكذلك توزيعها أو حيازتها بقصد توزيعها أو الخطب أو الاذاعة اللاسلكية أو أي عمل آخر يساعد على النشر».<sup>(٣٣)</sup>

والدعاية اصطلاح يطلق على عملية نشر الافكار وحث الآخرين على الاقناع بها أو أعتناقها، أي دعوتهم لاعتناق افكار معينة.<sup>(٣٤)</sup>

وتعرف الدعاية السياسية قانونياً<sup>(٣٥)</sup> على أنها «أي اتصال بالسماع أو الرؤية

٢٩. د. محمد حمد خضر، مطالعات في الاعلام، مصدر سبق ذكره، ص ٣٩.

٣٠. فتحي الابياري، مصدر سبق ذكره، ص ٣٩.

٣١. د. محمد حمد خضر، مصدر سبق ذكره، ص ٤٠.

٣٢. جاء التعريف العريض للدعاية ضمن المرسوم الاسباني الصادر في ٢٣ ديسمبر سنة ١٩٤٤، ضمن المادة رقم ٢٥١ (والمعدل في ١٧ يوليو ١٩٤٦).

٣٣. د. محمد عبد القادر حاتم، الاعلام والدعاية، مكتبة لبنان، بيروت، طبعة ١٩٨٩، الكتاب الثاني، ص ١٣٨.

٣٤. د. تيسر مشاركة، مدخل الى الدراسات الاعلامية (نظري)، بيت المقدس للنشر والتوزيع، فلسطين، ص ١٣٧.

٣٥. جاء تعريف الدعاية ضمن قانون تسجيل الوكالات الاجنبية في الولايات المتحدة سنة ١٩٣٨.

او الرسم او الكتابة او أي اتصال او تعبير آخر يقوم به اي شخص بالشروط الآتية:-

(١) أن يكون مدبراً او يعتنقه الشخص الذي ينشره او يقصد ان ينشره او يبشر به، او يغير او يقنع او يسعى إلى اي تأثير من اي نوع كان على من يلقي عليه سواء كان شخصاً او قطاعاً من الشعب في داخل الولايات المتحدة، او يهدد المصالح السياسية او العامة او السياسات او العلاقات المتبعة مع حكومة دولة اجنبية او حزب سياسي اجنبي او السياسات التي تتبعها حكومة الولايات المتحدة مع الدول الاجنبية او ينشر روح الانقسام العنصري او الديني او الاجتماعي.

(٢) ان يناصر او يؤيد او يثير او ينشر اي اضطراب عنصري او اجتماعي او سياسي او ديني او عصيان مدني او اصطدام تستعمل فيه القوة او العنف في اي جمهورية امريكية اخرى او الاحاطة بأي حكومة او هيئة سياسية بأي اساليب تنطوي على استعمال القوة والعنف.<sup>(٣٦)</sup>

ويقول لندلي فريزر إنّ الدعاية «نشاط او فن يستهدف إستعماله الناس ليتصرفوا بطريقة ما كانوا سيتصرفون بها في غياب الدعاية، والمقصود بها هو العمل في المجال السياسي كالدعاية التي تمارسها الاحزاب السياسية». <sup>(٣٧)</sup>

وذهب العلامة - دووب - <sup>(٣٨)</sup> إلى انها يمكن ان تسمى بمحاولة التأثير على الشخصيات والسيطرة على سلوك الافراد لاغراض تعتبر غير عملية او مشكوك في قيمتها في مجتمع ما وفي وقت ما. <sup>(٣٩)</sup>

ويراها ميراتون مجموعة من الرموز التي تؤثر على الاعتقاد او السلوك والرأي

٣٦. د. محمد عبد القادر حاتم، الاعلام والدعاية، مصدر سبق ذكره، ص ١٣٨.

٣٧. د. محمد حمد خضر، مصدر سبق ذكره، ص ٣٩-٤٠.

٣٨. وهو تعريف جديد للدعاية ذكره في كتابه «الرأي العام والدعاية».

٣٩. د. محمد عبد القادر حاتم، مصدر سبق ذكره، ص ١٤٠.

العام وذلك بالنسبة للقضايا غير المتفق عليها بالمجتمع.<sup>(٤٠)</sup>

وفي تعريف للعالم ف.ي. لامال «الدعاية هي الاحتيال بطريقة أو بأخرى من ناحية اصل ومصدر الدعاية، المصالح التي تنطوي عليها الوسائل المستخدمة بالدعاية، فحوى ما ينشر عن طريق الدعاية، النتائج التي تتحكم في المتأثرين بها بعد تحقيق اغراضها».<sup>(٤١)</sup>

### ماهية الدعاية السياسية

بعد تباين وتنوع التعاريف المختلفة للدعاية نستطيع ان نلخص إلى أن الدعاية هي «فن اقناع الآخرين لان يسلكوا في حياتهم سلوكاً معيناً ما كانوا ليسلكوه بدون اقناعهم».<sup>(٤٢)</sup>

وهو تعريف مناسب يتماشى مع المفهوم العام عند أغلب الناس وترتبط المفردة بأذهاننا مع كلمة السياسة، رغم وجود الدعاية الدينية او الاقتصادية والاجتماعية الا ان الدعاية السياسية هي الابرز لتردها على أسماعنا بكثرة.

والدعاية هي محاولة للاقناع فقط وهذا ما يعدها بطبيعة الحال عن محاولات التأثير عن طريق القوة أو الجبر أو التهديد أو الضغط الاجتماعي. تهدف الدعاية السياسية إلى نشر الآراء والمعتقدات السياسية التي تأخذ بها بعض الأنظمة، وهي نشاط انساني ووظيفة اتصالية تهدف عبر استخدام الرموز (كاللغة مثلاً) إلى إحداث نمط او انماط سلوكية لدى الآخرين. ومن خصائصها أنها عملية نفسية لكونها تركز على الجانب الانفعالي عند الانسان وتخطب عواطفه وميوله واستعداداته او عملية اجتماعية لان لديها اطار اجتماعي تعمل فيه بالاضافة الى

٤٠. د. محمد حمد خضر، مصدر سبق ذكره، ص ٤١.

٤١. د. محمد عبد القادر حاتم، مصدر سبق ذكره، ص ١٤٠.

٤٢. د. محمد عبد القادر حاتم، الرأي العام وتأثره بالاعلام والدعاية، الكتاب الثاني الاعلام والدعاية، مكتبة لبنان، بيروت، طبعة جديدة، ١٩٨٩، ص ١٤٠.

كونها عملية هادفة لانها تعمل لتحقيق غاية معينة من خلال لغة مليئة ومحملة بالمعاني والايحاءات والارشادات.<sup>(٤٣)</sup>

والدعاية بدورها تنقسم إلى قسمين<sup>(٤٤)</sup>: شق ايجابي وشق سلبي ويتلخص الشق الايجابي بأحداث تغيير في سلوك الموجه اليه، وهو تغيير ما كان ليحدث لولا الحملة الدعائية، اما الشق السلبي فهدفه الحيلولة دون وقوع تغيير ما متوقع الحدوث ما لم توجه هذه الحملة.

وتستعمل الدعاية العوامل الغرائزية والعاطفية<sup>(٤٥)</sup> بشكل كبير وبفعالية ممتازة في حملاتها فالامر متعلق بدعاية تستثير، ردود فعل غريزية وهو أسرع من اسلوب يتطلب جهداً للأستيعاب وإلى عمليات عقلية لكونها تهدف إلى اقناع اكبر عدد من الناس بأقصر وقت ممكن.

تكون الدعاية مؤثرة فقط عندما تسقط بذورها في أرض خصبة فالدعاية عملية أقناع وتطويع (Manipulation) وتكون الدعاية اكثر تأثيراً وخطورة عند اتصالها بأمر بعيدة عن فهم عامة الناس وبعيدة عن خبراتهم اليومية المباشرة ويتم اللعب على المشاعر التي يمكن اثارها. وبذلك نصل الى مهمة الدعاية هي تعزيز الاجماع القائم او العمل على خلقه.<sup>(٤٦)</sup>

ويستخدم رجل الدعاية العديد من الاساليب المتنوعة والتي يراها اكثر واقوى الطرق لتحقيق التأثير المطلوب على سلوك الفرد وقد تكون هذه الاساليب اما فاسدة او طيبة او يكون الغرض منها شراً او اصلاحياً وبالحاليتين فهو لا يمس

٤٣. د. تيسير مشاركة، مصدر سبق ذكره، ص ١٤٦.

٤٤. د. محمد عبد القادر حاتم، الراي العام وتأثره بالاعلام والدعاية، مصدر سبق ذكره، ص ١٤١.

٤٥. غي دورندان، الدعاية والدعاية السياسية، مصدر سبق ذكره، ص ٨٣.

٤٦. د. أحمد بدر، الاتصال بالجمهور بين الاعلام والتطويع والتنمية، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، ١٩٩٨، ص ١٥١.

جوهر الدعاية كدعاية. (٤٧)

ومن الاسلوب المستخدم نفسه نتعرف على الهدف الذي تقصده الدعاية. فأن كانت الاساليب خيرة كانت الاهداف كذلك وان كانت سيئة كانت الاهداف خبيثة.

وتستند الدعاية في خطتها على عددٍ من المبادئ: (٤٨)

(١) عندما تستخدم الدعاية للهجوم او الاعتداء فتكون مستهدفة اشخاصاً لا موضوعات.

(٢) يجب على الدعاية ان تخفى وتموّه ولا تكون واضحة على انها دعائية والا تعرضت للفشل.

(٣) استنادها الى المعلومات ذات القيمة والى المعرفة الدقيقة بمجريات الأمور وأن تنسق مع الاتجاهات السياسية والاقتصادية والعاطفية للدولة وللسكان الموجهة اليهم.

(٤) لا تظهر الدعاية وكأنها تخلق موضوعات جديدة بل تعنى بدلا من هذا بالموضوعات القائمة فعلاً.

(٥) الا تكون لها صيغة جامدة تجعلها عاجزة من ملاحقة التطورات اليومية ومهيأة للتطورات اليومية.

(٦) لاتدار بسيطرة آلية بل تدار من سلطة مركزية.

(٧) ان تستخدم كل التسهيلات الممكنة المستطاعة وبخاصة مواطني الدولة

٤٧. د. محمد عبد القادر حاتم، الرأي العام وتأثره بالاعلام والدعاية، مصدر سبق ذكره، ص ١٤٧.

٤٨. د. محمد عبد القادر حاتم، الرأي العام وتأثره بالاعلام والدعاية، مصدر سبق ذكره، ص ١٤٩ - ١٥٠.

الموجهة اليهم.

وعند مراعاة هذه المبادئ تكون الخطة بسيطة وبالامكان تكرارها من اجل ان يكون التكرار مؤثراً بشأن موضوع الدعاية، والطابع الخشن والوحشي الهجومي<sup>(٤٩)</sup> يعتبر عاملاً هاماً لكونه يسترعي الانتباه، وكذلك اظهار القوة والنجاح والنصر أكثر تأثيراً من الوعد بكسب النصر.

وبرزت الدعاية كواحدة من الاثار المترتبة على منح القوة السياسية للشعب ولا تنحصر الدعاية بالجهود التي تقوم بها الحكومة والحزب الحاكم فحسب، وأنها دعاية الاحزاب والجماعات العديدة المتنافسة كرجال الاعمال ورجال الدين وجماعات المصالح الاصلاحية في المجالات الثقافية والسياسية والجماعات التي تظهر مع أحداث معينة وتختفي بعدها... الخ.<sup>(٥٠)</sup>

## الدعاية السياسية الحديثة

وهي الدعاية السياسية بمعناها المؤسسي المنظم، الهادف الى قيادة الرأي، والتأثير عليه، وهي الدعاية التي ظهرت في القرن العشرين وحدثت قفزة نوعية باتساع تأثيرها بسبب الجماهير الحديثة والتقنيات الجديدة للاعلام والاتصال.<sup>(٥١)</sup>

## مميزات الدعاية السياسية الحديثة

تحدد الدعاية السياسية بعدد كبير من العوامل هي<sup>(٥٢)</sup>:-

(١) لا بد للدعاية السياسية من ان تكون كثيفة للغاية لكي تدرك من قبل

٤٩. د. محمد عبد القادر حاتم، الرأي العام وتأثره بالاعلام والدعاية، مصدر سبق ذكره، ص ١٥١.

٥٠. د. أحمد بدر، مصدر سبق ذكره، ص ١٦٥.

٥١. د. فريال مهنا، تقنيات الاقناع في الاعلام الجماهيري (ترجمة واعداد)، دار طلاس للدراسات والترجمة والنشر، ط ١، ١٩٨٩، ص ٢٦.

٥٢. تم الاعتماد بعرض هذه العوامل على (١) غي دورندان، الدعاية والدعاية السياسية، ترجمة د. رالف رزق الله، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ١٩٨٣، ط ١، ص ٧٥-٨٢. (٢) د. فريال مهنا، مصدر سبق ذكره، ص ٢٤-٢٩.

الجمهور، وتحدث تغييراً في اوساط الرأي العام بأكمله، للحصول على سلوك جماهيري. من خلال تطور المجتمع الشامل ساهمت الجماهير بالحياة السياسية وكذلك استخدام وسائل الاتصال الجماهيرية كأداة رئيسية للدعاية.

(٢) ادراك الدعاية لاهمية الظاهرة النفسية في النشاطات السياسية والاقتصادية، بحيث اصبح جميع من يعمل في حقل السياسة مقتنعاً بضرورة الدعاية من خلال مسألة البحث عن اسس علمية وتفسيرات وربط الدعاية بمضمون عقائدي من اجل فرض الاطر المرجعية للحكم على الاشياء، ومن ذلك فأن فعالية الدعاية السياسية لا تركز فقط الى الاوليات النفسية بل إلى القوى الاقتصادية والسياسية.

(٣) تقنية الدعاية السياسية الحديثة وتشمل استخدام الوسائل التقنية المكتشفة حديثاً والتي وفرت ادوات التحرك المباشر والمتزامن للتأثير على تلك الجماهير الجديدة. ومحاولة تحويل الدعاية الى عملية تقنية وذلك من خلال:-

أ- امتداد الكتابة المطبوعة: من خلال ازدياد وانتشار الصحف وتأثيرها وغدت الصحف الاكثر تأقلاً مع الدعاية لكونها وسيلة شعبية وأداة تأثير عظيمة على الرأي وخاضعة للدولة أو مرتبطة بوكالات الأنباء الكبرى.

ب- امتداد الكلمة: ويتمثل بالارتفاع الثابت لعدد محطات الراديو والذي أعطى الكلمة التفوق الذي قد فقدته بمراحل معينة مقابل المطبوع.

ج- امتداد الصورة: الصورة التي صنعها التلفاز، وحملت الشاشة الصغيرة الصورة آتياً إلى البيت.

(٤) تناسب فعالية الدعاية السياسية طردياً مع احتكار الاتصال، أي كلما احتكر حزب معين وسائل الاتصال؛ اكتسب الدعاية السياسية فعالية هائلة وحينئذ يتحول تأثير الدعاية السياسية إلى سياق ترويض (تعليمي).

(٥) قدمت تقنيات البث الحديثة لجماهير حديثة الانغراس بالوسط الاعلامي لاتملك الوقت والوسائل للتحقق المسبق من المعلومات المتلقاة، ومن خلال الكلمة والكتابة والصورة تحكم قبضتها على الجماهير الحديثة، لينشأ من ثمّ تلاحم للرأي لا سابق له.

### إطار عمل الدعاية السياسية

تعمل الدعاية ضمن التأثير النفسي الذي تخلقه، وكلما ازداد وجود الدعاية طالب الجمهور بالمزيد، وتحقق الدعاية أثراً أقوى في الحالات الآتية<sup>(٥٣)</sup>:-

عندما يحيا الانسان في وضع غير مضمون وغير مطمئن، فالدعاية تمنحه الاستقرار الذي يحتاج اليه.

عندما تعمل على انتشار الانسان من وضع خاص «دور بشري» تمنحه احساساً بأهميته. وتشبع حاجته إلى المشاركة النشيطة وتعطيه المجال للتعبير عن تأكيد ذاته.

الدعاية تمنحه تبريراً للاستمرار والتأكيد لنفسه بأنه يسير في الطريق الصحيح وتطمئنه بأنه على حق وعندما تتوقف الدعاية يقع حينها الانسان في خيبة أمل مرة.

للدعاية تغيرات نفسية تعمل من اجلها ويقع الرضى الذي تخلقه في دائرة الحاضر والفوري، فهي ليست ذات طابع دائم.

فلذلك عندما توقف الدعاية نشاطها داخل الحياة السياسية يتعرض أعضاء المجموعة تلك الى التفكك، وتفقد المجموعة قيمتها في عيون افرادها، بسبب انعزال الفرد عن تلك المجموعة ورفض مشاركته السياسية فيها، نتيجة الخشية

٥٣. د. فريال مهنا، مصدر سبق ذكره، ص ١٠٠-١٠١.



وعدم التشجيع اذ لا حاجة له ولارائه في الحياة السياسية.<sup>(٥٤)</sup>

وعليه لا تتمكن الدعاية تغيير الميول العميقة التي تنتمي لعصر معين ولجماعة معينة. فهي تفترض القيام بعمل فوري تجاه الأوضاع اليومية وتدفعه باتجاه الحالي والفوري وتستولي على حياته وتحجب عنه كل شعور بالديمومة او استمرارية في العمل والفكر.<sup>(٥٥)</sup>

فهدف الدعاية هو خلق تغيير سريع وفوري في مواقف وسلوك الجماعات المستهدفة. وتلجأ الدعاية الى المثيرات النفسية أكثر من اللجوء إلى القضايا التي تحتاج إلى المناقشة وإعمال الفكر والتأني قبل اتخاذ المواقف، ويعتمد على مجموعة من الحيل المتداخلة بحيث يتم تغيير المنطق وتغليب لغة العواطف والشعور على لغة العقل ومنطقه دون الاشارة إلى ذلك بصورة مباشرة.<sup>(٥٦)</sup>

والدعاية تلجأ في جذب الأتنباه إلى حيل متعددة منها استخدام الألوان المتناقضة، والاعتماد على الآراء التعسفية أكثر من الاستناد الى حقائق، والتحريف عن طريق اختيار عناصر معينة واستبعاد عناصر أخرى، وبذلك يكون قد حَرَف الحقيقة من خلال الانتقاء والتشويه.<sup>(٥٧)</sup>

فهي عمل سريع في ذاته يضيق منطقة التردد عند الافراد والجماعات قدر الاستطاعة وتعتمد على الكلمات البراقة المألوفة، والصيغ المحفوظة، والمعلومات الشائعة بين الجمهور فهي ايجاء نفسي تستغل فيه سلبية الفرد وطبيعته التي ولد بها وهي طبيعة التقليد او المحاكاة.<sup>(٥٨)</sup>

٥٤. د. فريال مهنا، مصدر سبق ذكره، ص ١٠١.

٥٥. د. فريال مهنا، مصدر سبق ذكره، ص.

٥٦. د. هاني الرضا، د. رامز محمد عمار، الرأي العام والاعلام والدعاية، مصدر سبق ذكره، ص ٢٠٠.

٥٧. أ.د. سامية محمد جابر، د. نعمات أحمد عثمان، مصدر سبق ذكره، ص ٢٠٤.

٥٨. د. محمد حمد خضر، مصدر سبق ذكره، ص ٤٣.

تكوّن الدعاية نموذجاً انسانياً بلا ماض وبلا مستقبل أي انها تبني نوعاً من الشخصية المفككة، المحتاجة الى ان تستمد استمراريته من الخارج ويأتي هذا البناء من الغموض الذي يخلق التسييس والانعزال فالدعاية تكون فاعلة عندما تجعل الفرد يشارك في النشاط السياسي ويهتم بالمشكلات السياسية ويكرس نفسه لها. وهذا يفقده أهتمامه بشؤونه الخاصة الشخصية والعائلية (ظاهرة التخصص)<sup>(٥٩)</sup> من اجل تحقيق قرار سياسي او المشاركة بالتصويت او الأيمان بقضية لحد التضحية بالحياة من اجلها.<sup>(٦٠)</sup>

ويمكننا ان نخلص إلى ان الدعاية هي «نشاط مراوغ» يتكيف مع حالة كل فئة مستهدفة على حدة، ولديها علاقة وثيقة مع الايديولوجيا السائدة وتدافع عن وجهة نظر جزئية لها، بهدف دفع المواطن لتأييد نماذج معينة من السلوك والتي تتفق مع مصلحة الداعية وعن طريق الدعاية السياسية يمكن تعليم الافراد الاكثر معارضة والتأثير عليهم وضمهم الى جانب القضية التي كانوا يعارضونها.<sup>(٦١)</sup>

## الدعاية الانتخابية

تعد الدعاية الانتخابية مظهراً من مظاهر النظام السياسي السائد في المجتمع، والانسقة الدعائية تختلف من نظام سياسي لآخر.

وتعرف الدعاية الانتخابية على انها الانسقة الاتصالية المباشرة وغير المباشرة التي يمارسها مرشح او حزب بصدد حالة انتخابية معينة، بهدف تحقيق الفوز بالانتخاب عن طريق الحصول على اكبر عدد ممكن من الاصوات الانتخابية.<sup>(٦٢)</sup>

٥٩. هو الشعور الذي يجعل الفرد يعتبر ان شؤونه الخاصة هي الاكثر اهمية، يجعله غير مؤمن بقضايا الدولة، ومقتنع بان كل شيء غير مجد ولا يعني شيئاً.

٦٠. د. فريال مهنا، مصدر سبق ذكره، ص ١٠٤-١٠٥.

٦١. د. هاني الرضا، د. رازم محمد عمار، الرأي العام والاعلام والدعاية، ص ٢٠١.

٦٢. محمد كمال القاضي، الدعاية الانتخابية والنظام البرلماني المصري، مكتبة مدبولي، مصر، ١٩٨٧، ص ١٨.

ولذلك فإن الهدف الذي تسعى الدعاية الانتخابية الى تحقيقه هو الفوز بالانتخابات وتقتصر هذه الدعاية على تهمين بعض الافكار والرجال عبر اجراءات محدودة، كتعبير عادي عن النشاط السياسي.

والدعاية الحديثة تستثمر كل الطاقات الانسانية بسبب انصهار الايديولوجيا بالسياسية فلم تعد الدعاية نشاطاً جزئياً وعبيراً بل تعبيراً عن السياسة في تحركها كإرادة لاحداث التبدل، ولكسب التأييد وأستثمار الرأي.<sup>(٦٣)</sup>

وتنقسم الدعاية بالمجتمعات الحديثة إلى نوعين الاولى هي الدعاية المنطقية (العقلانية) والتي تلجأ الى العقل والمنطق بواسطة المناقشات المنطقية للحصول على الدليل الكافي بأمانة والثانية هي الدعاية غير المنطقية أو غير العقلانية وهي دعاية تفرضها الدوافع الغريزية العاطفية وتتجنب المناقشة المنطقية وتسعى للتأثير على ضحاياها بالتكرار والشعارات والتشهير من خلال ربط الغرائز بالمثل العالية، ويتم ذلك بمكر ودهاء بحيث ترتكب الأثام والفظائع بأسم الله، وتتم معاملة الألاعب السياسية على واجبات وطنية ومبادئ دينية.<sup>(٦٤)</sup>

أعتمدت الدعاية الانتخابية الجديدة على الخطب القصيرة المقتضبة واصبح من العسير تجميع عدد كبير من الناس لسماع الخطابات السياسية بسبب الضغط الكبير على وقت المواطن وذلك لتنوع اشكال التسلية والتعليم المتنافسة، وحتى الناخبون اصبحوا اكثر مناعة مجملهم لهم رأي مسبق في كيفية الانتخاب حتى قبل اعلان المرشحين لانفسهم.<sup>(٦٥)</sup>

«إن الفكرة القائلة إن الحملات السياسية الانتخابية يجب ان تساعد الناخب على ان يدلي بصوته بحكمة هي الوظيفة المنوطة بهذه الحملات في الفكر

٦٣ . د. فريال مهنا، مصدر سبق ذكره، ص ٣١.

٦٤ . د. أحمد بدر، مصدر سبق ذكره، ص ١٦٧.

٦٥ . د. أحمد بدر، مصدر سبق ذكره، ص ١٧١.

السياسي... وإذا قلنا إن هذه الحملات لا تخدم هذه الوظيفة بصورة طيبة، لم نكن الا مقرين للحقيقة... فكثيراً ما تمتلئ الاتصالات السياسية خلال الحملات الانتخابية بالزيف والخداع والمواربة والاجابات المطاطية التي لا تلزم المرشح بسياسة محددة بل يمكن تفسيرها في عدة اتجاهات».<sup>(٦٦)</sup>

ومما يعاب على الدعاية الانتخابية عدم عملها نسق الدعاية الذي يتطلب الديمومة والاستمرارية فهي تعمل لمدة خمسة عشر يوماً<sup>(٦٧)</sup> لا أكثر، فهي كما يقال<sup>(٦٨)</sup> منها دعاية غير فعالة، وكل تلك الاساليب الخشنة والكتابات على جدران الشارع ليس لها القدرة بالتأثير على أحد، فالموضوعات متناقضة والجمهور غير مبال تجاه الدعاية ويأتي التأثير متدنياً لهذه الحملات الدعائية في اثناء هذه المدة القصيرة.

وحتى التقنيات الكبيرة للدعاية لا يمكن لها ان تحقق تأثيراً خلال خمسة عشر يوماً. وعن الضرر الذي لحق فعالية الدعاية الانتخابية هو بسبب حملات ضخمة وصارخة وتعبها فترة صمت طويلة يدرك خلالها الفرد بأنها مجرد دعاية ليس الا.<sup>(٦٩)</sup>

## الدعاية والترويج

تستخدم الدعاية والترويج كأسلوب من الاساليب التي تهدف الى التأثير على اراء مختلف الفئات المستهدفة واتجاهاتها ومواقفها.

ويعرف الترويج (Promotion) بأنه الاتصال بالافراد والمجموعات او المنظمات بهدف تسهيل تبادل المعلومات واقناع الجمهور لاختيار الافضل واقناعه

٦٦. د. أحمد بدر، مصدر سبق ذكره، ص ١٧٣.

٦٧. تكون مدة الاعلان اكثر وقل حسب الحكومات وقوانينها.

٦٨. قول المثقفين الذين يتبنون الدعاية في اثناء الحملة الانتخابية.

٦٩. د. فريال مهنا، مصدر سبق ذكره، ص ٩٢.

بعد ذلك بأنها الافضل مقارنة بغيرها ثم دفعه الى اتخاذ قرار بشأنها.<sup>(٧٠)</sup>

وكلمة ترويج مشتقة من الكلمة العربية (روج شيئاً) أي عرف به وهذا يعني ان الترويج هو الاتصال بالآخرين وتعريفهم بالمادة التي يتم الترويج لها. ويعرف كذلك على انه التنسيق بين جهود المروج في اقامة منافذ للمعلومات لقبول فكرة معينة.<sup>(٧١)</sup>

والدعاية بمجال الترويج تتميز بدرجة كبيرة من المصدقية وتختلف عن كونها دعاية تحتل الكذب، لكونها تقدم من خلال الترويج مادة محايدة عبر وسائل الاتصال وتكون غالباً غير مدفوعة الاجر في مرحلة الانتخابات كجزء من الدعم لكل الاحزاب المشاركة بالعملية الانتخابية.

فالترويج الدعائي يستخدم لايجاد علاقة طيبة بين الطرف المعني وعامة الجمهور وبين رجال الدولة والمجتمع بصفة عامة بهدف ارساء صورة ايجابية عنهم لدى الجمهور. وبسبب وجود التعددية الحزبية وجد ما يطلق عليه المنافسة الانتخابية التي تشتد في مدة الانتخابات مما يتطلب القيام بالجهود الترويجية لغرض كسب المعركة وتثبيت الاقدام بالدولة.

## أهمية الترويج الدعائي الانتخابي

يتلخص دور الترويج الدعائي اثناء العملية الانتخابية بعدد من النقاط هي:-

يحتاج الترويج الى استخدام ادوات الاتصال من اجل خلق التفاهم وذلك لبعده المسافات بين الحزب والجمهور.

تنوع الجمهور الذي سيتصل بالقائم بعملية الترويج الدعائي وامكانية

٧٠. محسن فتحي عبد الصبور، اسرار الترويج في عصر العولمة، مجموعة النبل العربية، ص ١٠.  
٧١. د. قحطان بدر العبدلي، د. سمير عبد الرزاق العبدلي، الدعاية والإعلان، (مكتبة بغداد للبطباعة والنشر، اردن، عمان/ دار العلوم العربية للطباعة والنشر، بيروت، لبنان، ط ١، ١٩٩٣، ص ٧).

عملية الترويج ذاتها بالوصول الى مختلف الفئات من خلال اختلاف اشكال عملية الاتصال.

اشتداد المنافسة بين الاحزاب على مدار الساعة وحاجتهم لعملية الترويج من اجل الفوز النهائي.

يساهم الترويج في تثقيف وتوعية الفرد من خلال كم المعلومات والحقائق التي يبثها اليهم عن الاحزاب ودورها بقيادة البلد وبرنامجها السياسي وما ستقدمه للشعب.

تخصص الدول مبالغ كبيرة من اجل قيام الاحزاب بعملية الترويج وتعدّه اهم نشاط في تلك الفترة.

## العلاقات العامة والدعاية

يحدث تداخل كبير بين مفهومي العلاقات العامة والدعاية لان الفرق بينهما لم يتبلور بعد، فالعلاقات العامة تتخذ من الدعاية والترويج كوسائل للوصول لاهدافها فضلاً عن اكثر ادواتها فعالية واحد الادوات التي اصبحت شائعة الاستعمال بالوقت الحاضر<sup>(٧٢)</sup> وتستخدم العلاقات العامة وسيلتي الدعاية والترويج بشكل يتفق مع مبادئها المتمثلة بالاخلاق والمثل العليا ولا تلجأ الى الوسائل المنافية للأخلاق كالغش والكذب والنصب وعدم الامانة.<sup>(٧٣)</sup>

وغالباً ما يساء فهم مصطلح العلاقات العامة ويتم تحريفه ليستخدم ومن ثمّ بشكل عشوائي ويتم ربطه بالدعاية المبالغ فيها او المراوغة. وينظر اليها كذلك على انها وسيلة لتحسين السمعة السيئة ولاخفاء عدم الكفاءة او عدم الامانة في

٧٢. فيليب هنسلو، العلاقات العامة، دار الفاروق للنشر والتوزيع، مصر، القاهرة، ط ١، ٢٠٠٣، ص ٥٥.

٧٣. د. محمد جودت ناصر، الدعاية والاعلان والعلاقات العامة، عمان، دار مجدلاوي، ط ١، ١٩٩٨، ص ١٩٣.

التعامل. (٧٤)

والدعاية السياسية هي الدعاية المقنعة في الدول الديمقراطية الليبرالية، لكونها ترفع رايات الديمقراطية وفي مقدمتها حرية التعبير والتظاهر والاحزاب ليس من اجل حقوق الانسان بل من اجلها وصورتها في نظر الدول الاخرى. (٧٥)

والدعاية هنا اداة تستهدف اغراء الملتقي بأعتناق وجهة نظر او رأي معين، وتستخدم كل الاساليب السيكولوجية والسوسولوجية والتي تصور للمتلقي بان كل ما فعلته اجهزة الاعلام هو انها رددت ما يدور بداخلها. (٧٦)

وعلى الرغم من مبالغة التعميمات المتعددة للدعاية الا انها تحوي جانباً من الصدق، وتلجأ في بعض الاحيان للدعاية الى العقول ولكنها غالباً تهتم بالتأثير على عواطف وانفعالات الموضوعات. ويقول «بارتلت» ان خلق اتجاهات عاطفية عن الموضوعات واستخدام «الايحاء» يعد منهجاً اساسياً ليتمكن من انجاح الدعاية. (٧٧)

ويقول د. حامد ربيع «ولكن قد لا تتضمن الدعاية اي نوع من انواع الكذب المباشر في معناه المتداول اذ تكفي بان تضع الشخص الذي يخضع لعملية الدعاية في موقف معين او تؤثر في بعض عناصر موقفه الاصلية فإذا بنطقه الذاتي يقوده تدريجياً الى تكوين رأي معين او الى تقييم وضع معين بأسلوب ما كان يمكن ان يحدث لو ترك لمنطقه الذاتي الطبيعي». (٧٨)

ويعد الترويج والاعلام ادوات العلاقات العامة لتحقيق اهدافها، والدعاية

٧٤. فيليب هنسلو، مصدر سبق ذكره، ص ١١.

٧٥. د. نبيل راغب، العمل الصحفي، المقروء والمسموع والمرئي، الشركة المصرية العالمية للنشر، لوندجان، مصر، طبعة اولى ١٩٩٩، ص ٢٦٤.

٧٦. د. نبيل راغب، مصدر سبق ذكره، ص ٢٦٦.

٧٧. سامية محمد جابر، نعمات احمد عثمان، مصدر سبق ذكره، ص ٢٠٣.

٧٨. د. محمد حمد خضر، مصدر سبق ذكره، ص ٤٥.

لامكان لها في مجال العلاقات العامة. اذ قد لا تتفق اعمال الدعاية مع مبادئ الامانة والصدق. وقد لا تتفق مع الاخلاق او المثل، وقد تؤدي الى الحاق الضرر بسمعة المنظمة. (٧٩)

ولكون العلاقات العامة تقوم على الاخلاق فهي قادرة على تحقيق المنفعة المتبادلة بين الجمهور والمنظمات التي يتعامل معها. (٨٠) فهي تحاول عرض الحقيقة على الرأي العام وبذلك تحاول الوصول الى اقناع الجمهور فهي تتجه للعقول من اجل توعيتها دون السيطرة عليها ومحاولة اجتذابها لصالحها. (٨١)

كما تفعل الدعاية من خلال الايجاء والتقنيات النفسية وبهدف تغيير الاراء والافكار والقيم ثم التحكم فيها لتغير بالتالي النشاطات المكشوفة وفقاً لخطوط موضوعة وتخطط لها مسبقاً. وقد تخفي غرضها او تعلنه الا انها تجري دائماً وفق اطار اجتماعي، ثقافي ولن تفهم سماته بدونه. (٨٢)

وتستخدم الدعاية حقائق مجردة ايجابياً وتستغلها لتأييد وجهة نظر معينة، وتعتمد الدعاية على العلاقات العامة كثيراً الا ان الاخيرة اوسع مجالاً ومعروفة المصادر. (٨٣)

ولا يُقصدُ بكلمة دعاية (Propaganda) المعنى اللغوي الاصلي للكلمة وانما المعنى اللغوي الجديد الذي التصق باللفظة نتيجة سوء الاستعمال لها اثناء الحرب العالمية الثانية، وهو معنى سلبي لترويج الافكار لتحقيق اهداف مشكوك

٧٩. د. مهدي حسن زويلف، العلاقات العامة، نظريات وأساليب، عمان، دار صفاء، ٢٠٠٣، ص ١٧.

٨٠. د. محمد جودت ناصر، مصدر سبق ذكره، ص ١٩٢.

٨١. د. علي الباز، العلاقات العامة والعلاقات الانسانية والرأي العام، دار الجامعات العربية، اسكندرية، ص ٨٠.

٨٢. د. عبد الرزاق محمد الدليمي، العلاقات العامة والعولة، دار جرير، ط ١، ٢٠٠٥، ص ٥٢.

٨٣. عبد الرحمن محمد المبيضي، وسائل الاتصال (إعلام-علاقات عامة-دعاية وعلان-رأي عام-اتصالات-تواصل)، دار البركة للنشر والتوزيع، ط ١، ٢٠٠١، ص ٤٣.



فيها.<sup>(٨٤)</sup> والمعنى من الناحية التاريخية يشير الى عملية الترويج لايدولوجية سياسية او عقيدة دينية وهو ما تذهب اليه المنظمات السياسية والدينية لجذب اعضاء وحشد التأييد الكامل لتلك المنظمات وضمن هذا المفهوم تلجأ الدعاية الى اخفاء اصحاب المصلحة الخاصة والهدف الحقيقي لها بينما تؤكد العلاقات العامة على العلاقة بين المصلحة الخاصة والعامة وتوضع اهدافها بأمانة وصدق.<sup>(٨٥)</sup>

وقد لا تهتم الدعاية بتحقيق نتائج بعيدة المدى، بل تهدف لتحقيق اهداف سريعة ووقتية بينما العلاقات العامة تعمل للمدى البعيد في نشاطاتها كافة.<sup>(٨٦)</sup>

وهنا تعد العلاقات العامة وليدة الاسلوب الديمقراطي لطرح الافكار فهي لا تلجأ الى الضغط واثارة الحماس لكونه اسلوباً استبدادياً بل تلجأ الى احترام رأي الفرد وحقه بالوصول الى الحقيقة ومعرفة ما يجري حوله من احداث تؤثر في حياته.<sup>(٨٧)</sup>

وفي عملية الاتصال فالعلاقات العامة اتصال ذو اتجاهين يصل الى الافراد من اجل دراسة الافراد ومعرفة ردود افعالهم بتحسين السياسات المتبعة في حين ان الدعاية ذات اتجاه واحد تهتم فقط بالوصول الى اكبر عدد ممكن واقناعهم.<sup>(٨٨)</sup>

٨٤. د. نشأت الاقطش، الدعاية الاعلامية، ط ١، ١٩٩٨، ص ٢٦.

٨٥. د. رضا عبد الواحد الشامي، العلاقات العامة والمبادئ والاسس العلمية، لبنان، ط ١، ٢٠٠٣، ص ٢١٥-٢١٦.

٨٦. د. بشير العلاق علي رابعة، الترويج والاعلان، دار اليازوردي العلمية، عمان، ١٩٩٨، ط ١، ص ٥٠.

٨٧. د. علي الباز، العلاقات العامة والعلاقات الانسانية والرأي العام مع دراسة تطبيقية للعلاقات العامة بأجهزة الشرطة، مصر، ٢٠٠٢، ص ٨٣.

٨٨. د. نشأت الاقطش، مصدر سبق ذكره، ص ٢٧.



الفصل الثالث  
العلاقات العامة  
والاحزاب السياسية



## الفصل الثالث

### العلاقات العامة والاحزاب السياسية

#### المبحث الاول

### العلاقات العامة والاحزاب السياسية

#### مقدمة

يعد نشاط العلاقات العامة ضرورة قصوى لكل مؤسسة عامة او خاصة، يعمل نشاط العلاقات العامة على ربط الجماهير بمؤسساتها ويزيد من وعيها الثقافي اضافة الى رفع توقعاتها وتطلعتها وآمالها بواسطة المؤسسات التي تعمل على ذلك. ونلاحظ نشاطاً مميزاً للعلاقات العامة في الدول التي تأخذ بالديمقراطية البرلمانية وتعدد الاحزاب السياسية من خلال استقطاب الجماهير والتأثير عليها لصالح حزب من الاحزاب السياسية التي تتنافس على كراسي الحكم في اثناء الانتخابات.

ويعد استخدام محترفي العلاقات العامة وخبرائها من اجل بلورة السياسات الحزبية وشرح تلك السياسات للجمهور وتميئة الرأي العام من اجل التأثير عليه اقدم نشاط مارسته العلاقات العامة الحديثة. فقد أصبح رجل العلاقات العامة، شخصاً لا يمكن الاستغناء عنه لاي سياسي في العصر الحديث، فهو يرمج له الخطب ويكتب له الرسائل الصحفية ويعلن عن برامجه وتحركاته، ويتوسط حلقة

وصل بين الجماهير وبينه، يستقطب تأييدهم ويحمل عنهم اراءهم وطموحاتهم السياسية<sup>(٨٩)</sup>.

ويحتاج اي نظام ديمقراطي في العالم الى تجمع وتعدد سياسي ويصعب الحديث عن وجود الديمقراطية دون الاحزاب السياسية، والديمقراطية هي دولة الاحزاب<sup>(٩٠)</sup>. ويشكل النظام السياسي الاطار العام الذي تخضع له المنظمات كافة في المجتمع وتتأثر أنشطة تلك المنظمات بالقوانين والانظمة والفلسفة التي يصفها النظام السياسي ومن ثمّ تلتزم العلاقات العامة بالاهداف التي يحددها ذلك النظام<sup>(٩١)</sup>.

ويسيطر الجانب الفكري والثقافي والاعلامي للنظام السياسي بشكل عام على توجهات<sup>(٩٢)</sup> اجهزة العلاقات العامة التي تعمل داخل مؤسسات ذلك النظام، فمثلاً مهمة العلاقات العامة الاساسية في أمريكا في التغلب على الرفض الواسع النطاق لاشكال التدخل الامريكي باقتصاد الامم الاخرى<sup>(٩٣)</sup>.

إن مجالات الديمقراطية والاعلام والسياسات الخارجية الجديدة ماهي سوى علاقات عامة وتسويق<sup>(٩٤)</sup> وقد ساعدها على ذلك التطور الكبير في مجال

٨٩. د. احمد ابراهيم ابوسن، العلاقات العامة في الدولة الحديثة، المطبعة العصرية، دبي، ١٩٨٤، ص ١٠٣.

٩٠. د. عامر حسن فياض، جذور الفكر الديمقراطي في العراق الحديث ١٩١٤-١٩٣٩، دار الشؤون الثقافية العامة، بغداد، ص ٢١٥.

٩١. د. رضا صاحب ابو حمد ال علي، أ. سنان كاظم الموسوي، وظائف المنظمة المعاصرة-نظرة بانورامية عامة، عمان، مؤسسة الوراق، ٢٠٠١، ص ٤٠٥.

٩٢. عبد الكريم راضي الجبوري، العلاقات العامة فن وابداع، منشورات دار النجار، بيروت، ٢٠٠٣، ص ١٠٨.

٩٣. هربرت أ. شيللر، المتلاعبون بالعقول، ترجمة عبد السلام رضوان، طبعة ثاني، عالم المعرفة ٢٤٣، ١٩٩٩، ص ١٩١.

٩٤. مصطفى ابو لبدة، مقالة تكنولوجيا المعلومات وأثرها في تغيير واقع الصحافة والاعلام العربي- محاولة اقتراب من حدود الوهم الشائع، <http://www.htm>. تكنولوجيا المعلومات

تكنولوجيا المعلومات بالعالم.

## الحزب السياسي والمجتمع

ان الاحزاب السياسية هي عبارة عن تنظيمات ذات اهداف وطموحات سياسية وفكرية معينة، تعمل داخلها مجموعة من الناس اعضاء واصدقاء، ترى فيها الآلية لتحقيق طموحاتها، وتتسع مساحة اهتمام الحزب لتشمل كل مرافق الحياة، ويحاول بدوره ادارتها او صياغتها او التأثير عليها بالشكل الذي يتناسب وبرنامج عمله ونظامه الداخلي... الذي يستند بدوره على المنهج الفكري الذي يتبناه.

كما إن المجتمعات الديمقراطية تتطلب مشاركة الاحزاب فعالة في النشاط السياسي، وخاصة الفرص التي يوفرها الدستور الدائم لهذه الاحزاب الارضية القانونية في حرية التعبير عن افكارها وتحقيق برامج عملها عبر الوسائل المشروعة والمسموح بها دستورياً في هذه المجتمعات وكذلك على ضوء نتائج الانتخابات تشارك في النظام السياسي ومن ثم اتخاذ القرارات وصنعها والتي تتفق وبرنامج عمل الحزب وتقدم المجتمع.

وفي هذا السياق تعمل الاحزاب السياسية في ظل الانظمة الديمقراطية الليبرالية كحلقة وصل ما بين الشعب والحكومة، وتدلل التعددية السياسية على نشاط وصحة المجتمع في توجهه نحو التقدم والتطور ولكون المجتمع يعيش في حركة مستمرة على كل المستويات لبناء دولة يسودها الامن الاستقرار والقانون باعتبارهما اهم ركائز المجتمع المدني.

وبما ان الحزب هو حلقة الوصل بين الشعب والدولة فهو يوجه في مراحل عمله رغبات اعضاءه واصدقائه، يعمل على جمعها وترشيحها وبلورتها على شكل مطالب من خلال توحيد الاراء المختلفة والتعبير عنها من خلال برنامج الانتخابي الذي يتم صياغته لاجل خوض الانتخابات النيابية.

ولذا يتسم عمل الحزب بالديمومة ولا يقتصر على العملية الانتخابية فقط ، فهو يعمل ايضاً على تفعيل دور الفرد للمساهمة الفعالة داخل المجتمع من خلال المشاركة بعملية صنع القرار السياسي من خلال عرض افكار الشعب بعد صياغتها لمطالب على الحكومة او البرلمان واستعمال جميع الامكانيات المشروعة والسليمة لاعطاء المطالب زخماً يعجل في تحقيقها من جهة ويتقل رأيه واستنتاجاته حول سياسة الدولة الى الشعب.

ويمارس الحزب بالمجتمع الديمقراطي عدداً من الادوار أهمها:-

حلقة الوصل بين الشعب والحكومة من خلال حشد المصالح الاجتماعية وتمثيلها.

رفع مستوى الوعي السياسي.

المساهمة في صنع القرار السياسي.

المشاركة في الانتخابات للحصول على اكبر عدد من النواب داخل البرلمان.

طرح البدائل للسياسات المطروحة.

التحقيق من نزاهة القادة السياسيين الذين يملكون دوراً في حكم المجتمع

وتدريبهم.

تدعيم القيم الديمقراطية وحقوق الانسان سواء كانت في السلطة او في

المعارضة.

## نشاط العلاقات العامة في الاحزاب السياسية

خلق الصورة العامة<sup>(٩٥)</sup> والأنطباعات الجيدة: - يقوم ملاك العلاقات

العامة في الاحزاب السياسية بتكوين السمعة الطيبة والانطباع الجيد عن الحزب.

٩٥. الصورة العامة وهي الانطباع العام الذي ينشأ طبقاً لمستوى المعرفة والفهم للحقائق (حول الافراد او المنتجات او المواقف)



وتنطلق من تحسين علاقات الحزب الداخلية مع اعضاءه على اساس المحبة والتعاون والاحترام المتبادل لبث الثقة والحماس والاندفاع لتحسين الصورة في الوسط الخارجي وتقديم كل ما من شأنه تقديم السمعة الجيدة والانطباع الحسن والجيد من الحزب وسياساته وبرنامجه السياسي.

**الترويج:-** تعمل العلاقات العامة على ترويج برامج الاحزاب السياسية واهدافها بين الجماهير واقناع الجماهير بأهمية هذه الاهداف وضرورة تحقيقها للمجتمع فرجل العلاقات يلجأ الى الاسلوب السياسي اي يستطيع ان يقدر انواع الشعارات ونوع الاشخاص الذين يتقبلهم الجمهور، وكذلك استخدام النشرات والصور الصحيحة اثناء الحملات الانتخابية<sup>(٩٦)</sup>.

**تحقيق الاتصال الفعال:-** تناول اغلبية وسائل الاتصال وتقدير أية وسيلة تقرأ اكثر او يستمع اليها فيعمل بدوره على التركيز عليها وبث رسالته وشعاراته الانتخابية من خلالها من اجل جذب انتباه الجمهور وتحقيق اعلى قدر ممكن من فاعلية الاتصال مع الجمهور المستهدف.

**المعرفة والفهم:-** تساعد العلاقات العامة على تقديم المعلومات في صيغة واقعية سهلة، فهي تعمل على اثاره اهتمام جمهور الناخبين من خلال تقديم معلومات وحقائق عن الحزب وبرنامجه وتعمل على تقبل الوضع وكذلك على التعاطف مع مواقف معينة وتكون هذه الحقائق والمعلومات موضوعية وحقيقية.

### **اساليب الترويج والتعبئة التي استخدمتها الاحزاب**

أن وضع برنامج انتخابي للحزب السياسي من اجل المشاركة بالانتخابات يعد مرحلة مهمة ولكن الأهم من ذلك هي عملية وضع برنامج اتصالي ناجح يعمل على الترويج للبرنامج الانتخابي والذي يركز الى ثلاثة اساليب للاتصال

٩٦. د. احمد بدر، الاتصال بالجماهير بين الاعلام والتطويع والتنمية، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، ١٩٩٨، ص ١١٤.

بجمهور الناخبين في مقدمتها:

الاتصال الشخصي والمواجهي ويتمثل في اللقاءات والمؤتمرات، والندوات، والمحاضرات، المهرجانات وغيرها.

الاتصال بين نقطة ونقطة، مثال ذلك: الرسائل، والانترنت، والبريد الالكتروني، وتكنولوجيا المعلومات.

الاتصال عبر وسائل الاعلام المطبوعة والمرئية والمسموعة، واما ان تكون مجانية او اعلانات مدفوعة الثمن.

ومن الاساليب المتبعة للترويج والتي استخدمتها الاحزاب هي:-

### (١) الكتابة على الجدران

لقد كان اسلوب الكتابة على الجدران اول وسيلة استخدمت بعد السقوط بسبب تحطيم البنى التحتية وقطع الكهرباء وعدم وجود أية اذاعة توجه وتقود الجماهير فلجأت الاحزاب للكتابة على الجدران وهي لسان حال قادتها وكانت الشعارات والتعابير المكتوبة تدعو الى تعبئة الشعب تحت لواء الحزب الذي يخطط تلك الكلمات فالكتابات الجدرانانية هي احتلال<sup>(٩٧)</sup> لذلك الجدار ولترك طابع وأثر الحزب المذكور في ذهن المطلعين عليه.

### (٢) التأثير عبر وسائل الاعلام

#### ١- الأذاعة

أستخدمت الاحزاب البث الاذاعي وكان للاذاعات الخاصة بالاحزاب السياسية الأثر الكبير في الجمهور العراقي كاذاعة بغداد وصوت الشعب العراقي وأذاعة الحرية والمؤتمر وأذاعة آشور ودار السلام وقناة الزوراء والعهد وقد

٩٧. د. علي عواد، الدعاية والرأي العام، مضمون ونماذج من الحزب في لبنان والخليج، تجارب دولية، بلا دار طبع وسنة طبع، ص ١٩٠.

قامت الاحزاب بأرسال البيانات الاخبارية واخبار قادة الحزب ونشاط الحزب على مختلف المستويات وعلاقة الحزب والحكومة الى غير ذلك فضلاً عن الترويج المستمر للحزب وتكثيف تلك الحملات عن اقتراب الانتخابات.

## ٢- التلفزيون

أستطاعت بعض الاحزاب استحداث وانشاء محطات ارضية وقامت ببث نشاطاتها والترويج لنفسها من خلالها وعملت على بث النشرات الاخبارية التي تتفق مع وجهة نظر الحزب والبرامج المتخصصة والتي تعمل على نشر افكار الحزب وتوجيهاته من اجل تعبئة الجمهور، بالاضافة الى برامج الدردشة واللقاءات والمناقشات وبرامج خاصة بالاحداث الجارية على الساحة العراقية وذلك بالاستعانة بتقارير خارجية منجزة او مواد ارشيفية وثائقية او لقطات حية.

وقد كان التأثير الاكبر للمحطات الفضائية والتي لم تتمكن الاحزاب قليلة ومعدودة من امتلاكها، وعن الاحزاب التي لا تمتلك محطة ارضية او فضائية عملت على الاستفادة من الوقت الذي منحه الاذاعة والمحطة الارضية «العراقية» لعرض اسمها وبرنامجهما السياسي من خلال الشاشة والاذاعة وهي فرصة متساوية منحت لجميع الاحزاب التي شاركت بالترشيح على كلا المرحلتين الانتخابيتين.

## ج- الصحافة

تفردت العديد من الاحزاب بصحف خاصة بها تعمل على نشر اخبارها ولقاءاتها ونشاطاتها على مختلف الاصعدة ومشاركتها بالحكومة الى غير ذلك واضطرت الاحزاب غير المالكة للصحف او الممولة لحملات خاصة بها الى اللجوء الى صحف يومية او اسبوعية رسمية او غير رسمية لنشر نشاطاتها وفعاليتها واعلاناتها من خلالها، وقد كان للصحف بشكل عام وصحف الاحزاب بالشكل خاص الأثر الكبير في الترويج للأحزاب المرشحة لخوض الانتخابات.

## ٤- الانترنت

تفردت بعض الاحزاب بمواقع خاصة لها على شبكة الويب العالمية وتقوم تلك الاحزاب بتحديثها ونشر كل ما هو جديد فيها من اخبار وتقارير ونشرات ولقاءات ونشاطات بالاضافة الى الخدمات التي تقدمها من خلال الموقع والتي تجذب اكبر عدد من متصفحى الانترنت لاجل الاستفادة من هذه الخدمات التي يستفاد منها زائري الموقع.

## ٥- الاعلانات

وشملت الاعلانات الضوئية والورقية والتي توزعت على كل شوارع العاصمة والمحافظات واعلانات (الفليكس) توزعت على أسطح العمارات والجسور وأسطح المنازل المواجهة للشوارع العامة وعلى أعمدة الكهرباء أيضاً.

الاعلانات من خلال السيارات والتي تحمل لافتات باسم الحزب (Loud speaker) تهتف بقادته وانجازاته.

اعلانات الصحف وهي تأجير مساحات على الصحف في الصفحة الاولى او الاخيرة وتكون ملونة او بالصفحات الداخلية وتكون غير ملونة.

اعلانات الهاتف النقال وقد قامت بعض الاحزاب باستخدام شركة عراقنا واسياسيل والاثير من اجل الترويج لاسمها ورقم قائمة ترشيحها عبر رسائل (SMS) على شبكات الموبايل الثلاث العاملة داخل العراق.

اعلانات التلفاز والقنوات الفضائية وتعرض خلال الحملة الدعائية المخصصة لمرحلة ما قبل الانتخابات وتكون مقابل اجر معين ومنها يظهر قائد الحزب او التجمع او الائتلاف ومن معه ويستعرضون شخصيتهم وما قدموه للعراق وما هم قادرون على تقديمه من خلال كلمات مركزة ومبسطة وهادفة وموجزة.

## و- المؤتمرات

ويدعو اليها العديد من الشخصيات من اجل الاتصال بهم لاستعراض تاريخ وملف الحزب وانجازاته وما سيعمل على انجازه وبرنامج الانتخابي الذي يطمح الى تحقيقه في حال اشراكه في الحكومة وتعمل وسائل الاعلام والفضائيات على بثه.

## ز- اللقاءات اليومية

وقد عملت اغلب الاحزاب بحملاتها الانتخابية الى الالتقاء يومياً في مقر الحزب وتكون هناك موائد طعام وولائم للاشخاص المستقطبين من المحافظات او المتطوعين او الراغبين بالتعاون مع الحزب لاجل فوزه بالانتخابات.

## د- المنشورات واللافتات والملصقات والكتيبات

وهي منشورات وملصقات وكتيبات يتم توزيعها في الشوارع والمحلات وفي مقرات الاحزاب في كل مناطق التي يختارها الحزب وتحوي على البرنامج السياسي وصور الاشخاص المهمين بالحزب وما يقدرون على تحقيقه للعراق وتلصق الملصقات في كل الشوارع العامة والأزقة وعلى السيارات الى غير ذلك.

## بيئة العلاقات العامة

وهي المكان الذي تمارس فيه نشاطات العلاقات العامة بشكل عام وبشكل خاص البيئة هنا هي الاحزاب السياسية ومكاتب العلاقات العامة والاعلام التي تعمل بداخل تلك الاحزاب.

## مشكلات بيئة العلاقات العامة

ان اهم المشكلات البيئية التي تؤثر على انجاز انشطتها وتمثل تحديات في مواجهة انجاز أنشطة العلاقات العامة، على الصعيد الداخلي والصعيد الخارجي للحزب. هذا مع الاخذ بنظر الاعتبار ان المشكلات التي سيتم تناولها هي في الواقع

نتيجة لنظائرها في البيئة الكلية للحزب سواء كانت خارجية او داخلية ويمكن تناول هذه المشكلات على النحو الاتي<sup>(٩٨)</sup>:-

## اولاً: المشكلات ذات الطابع العام ومن امثلتها:-

### ١ - نقص المعرفة السياسية لدى الجماهير

كانت المعلومات السياسية العامة لدى معظم الجمهور حكرًا على ما تقدمه له الحكومة السابقة وكانت عبارة عن معلومات سياسية مقتصرة على النظام الحاكم وتصرفاته على الساحة الدولية مهمشاً الأفكار والطروحات والتيارات السياسية الاخرى، فعلى سبيل المثال كم مواطن عراقي يعرف الأفكار المناهضة للحزب آنذاك او أفكاراً معينة عن المعارضة خارج العراق.

لا بد ان هناك فئة تخضع الى الادعاء بالمعرفة او تمتهن التشويش وتكون احكامها غير صحيحة على قضايا قد تكون صحيحة وتبدي رأيا في قضايا سياسية بدون فهم للقضية اساسا. وقد بذلت الاحزاب التي جاءت بعد السقوط جهوداً<sup>(٩٩)</sup> داخل المجتمع العراقي لتفسير وشرح هذه القضايا التي غيبت عنه، وتبنى كل حزب بشكل فردي مفهومه وسياسته وفكره الخاص وعمل على أيباله للجمهور وبأختصار استحضار الوعي السياسي لمعظم الجماهير.

### ٢ - تأثير الصفوة (المرجعية)

الصفوة لها اثر كبير على معتقدات معظم الجماهير، ومن ثم على معظم الاحزاب سواء كانت احزاباً دينية ام وطنية ام قومية ام ليبرالية او ديمقراطية او

٩٨. تم الاعتماد بتصريف في صياغة هذه المشكلات على د. عبد السلام ابو قحف، هندسة الاعلان والعلاقات العامة، مصدر سبق ذكره، وعلى المقابلات الشخصية مع رؤساء وقادة الاحزاب العراقية ضمن العينة وخارجها.

٩٩. لقد عملت المعاهد الامريكية التي تبنت الاحزاب وعملية تدريب افرادها شرح هذه المسائل للجمهور او لاعضاء الاحزاب انفسهم باستثناء القادة التي يعتمد الحزب عليهم.

علمانية حتى وهم الذين يحاولون اقناع الجمهور او المواطن العادي بل ويرسخون عنده هذه المعتقدات. حتى يقتنع المواطن بانه لا يستطيع ان يأخذ قراره دون الرجوع اليها، فتوضح له المرجعية المعينة كيف يتصرف بامر من الامور، على افتراض ان الجمهور مازال في طور الحياة وليدلاً لا يعرف شيئاً ولا حتى مصلحته ومن ثم لا بد من موجه له يأخذ بيده ويرعاه فهو غير كامل الأهلية بعد، لقد برز دور (المرجعية) وبقوة بعد السقوط، وكانت تمثل العامل الامثل في عملية تهدئة الجماهير، ومحاوله استحضرار الروح الدينية التي غيبتها الأنظمة السابقة والالتجاء الى الله والى اولياء الدين للتخفيف من كاهل الصدمة ودخول المحتل الأجنبي على ارض اسلامية ومحاوله استيعاب هذه الأزمة من خلال اشغال الجمهور بفتاوى دينية جديدة تدعو للمشاركة بالحياة الجديدة وضرورة اجتياز هذه المرحلة واخذ الدور المناسب للمواطن العراقي وتفعيل ذلك الدور في الحياة السياسية الجديدة وإشراك اغلب العقول العراقية بالسلك السياسي الجديد. قد اقتصر هذا التأثير على طائفة دون اخرى، فقد قامت مرجعية المذهب الشيعي بهذا الدور ولم تكن هناك مرجعية تفتي للمذهب السني ورغم ذلك ادى انسحاب الاحزاب السنية وغيرها من الانتخابات الى انحسار التمثيل السني في الانتخابات الاولى.

### ٣- تأثير رؤساء الأحزاب الكبيرة

يتأثر الرأي العام والقيادة في الدولة بشدة بموقف وآراء رؤساء الأحزاب الكبيرة بالمجتمع العراقي مثل الحزب الشيعي العراقي، حركة الوفاق الوطني، المجلس الاعلى للثورة الاسلامية، فقد عرفت هذه الاحزاب كيفية استغلال أدراك ووعي هؤلاء من خلال وسائل الاتصال المختلفة للتأثير على الجماهير، ومن خلال تكثيف الحملات الدعائية التي تستهدف القطاعات العريضة من الجمهور وعلى سبيل المثال الحملة الدعائية الكبيرة التي قامت بها حركة الوفاق الوطني ومن اتحد معها تحت القائمة العراقية الوطنية بالانتخابات العراقية الاولى.

## ٤ - الأرهاب Terrorism

أصبحت المتفجرات واعمال العنف والسيارات المفخخة والتخريب عملية شائعة في البيئة العراقية، وبدأت تخلق جواً من عدم الاستقرار فيه، وهذا يؤثر بالطبع على السلوك المضاد لهذا الجو، فنرى انه لم يعد بالامكان الدخول الى اي مكان يخص الدولة او الاحزاب السياسية دون اجراءات امن مشددة ومتكررة، يتضمنها عملية اثبات للشخصية، وتفتيش الحقائق، وترك جهاز الهاتف النقال لدى الاستعلامات، اضافة الى العيون المراقبة له من الدخول الى الخروج، وبذلك اصبحت البطاقات التي تحدد هوية الانسان امرأً روتينياً. وادت هذه الإجراءات الى عزل الجمهور عن الحكومة وعن الاحزاب ومن ثمّ تضخمت مشكلة بناء جسور الصداقة والثقة بين الدولة والجمهور.

## ٥ - تبادل التهم

تضع معظم الاحزاب السياسية العراقية لائحة طويلة من الشعارات التي تدلل على حرصها على العراق وعلى المواطن العراقي وان الجمهور ومصالحته يقع ضمن اولويات اهداف هذا الحزب او ذاك، وعندما تبدأ بين الاحزاب تراشق التهم ووصم احدهم الآخر بانه كاذب ومدع، ولم يحقق شيئاً منذ وجوده على ارض العراق، بل يظهر وثائق ومستمسكات تؤكد على انه خائن وغير امين على ممتلكات الشعب وقام بتسخيرها لخدمته وهو متآمر ضد شعبه وغيرها من الاتهامات والتي ستعمل على وضع المتلقي البسيط من الشعب داخل دوامة لم يعرف لها قرار، وهو بالاساس غير مستقر داخل بلد مضطرب مما يؤدي الى سحب ثقته بالحكومة وبالاحزاب السياسية والانكفاء على ذاته بلا ممثل او الحصول على جماعات ذات رأي متطرف ضد فئة او اخرى.

## ٦ - مشكلة حرية التعبير

ونجدها حلقة مكملة للحلقة التي سبقتها والتي سبقتها والتي يقصد بها



مدى احترام المجتمع لخصوصيات افراده. فنحن نجد ان هناك امراً متناقضاً يحدث في المجتمع العراقي في ان واحد بين الرغبة الشديدة في احترام خصوصية الافراد، والمطالبة بفتح ملفات كل شخص يتولى منصباً ما في الدولة المناصب العليا خاصة. وهل من الحق ان تصبح المعلومات مشاعة لدى الناس. وهل هناك ضمانات لمن يقول رأيه صراحة في مدير او وزير او حتى رئيس الدولة..... في هذه الحالة سيعتري الخوف جميع الاطراف من المجاهرة برأيها، مما يصعب مهمة العلاقات العامة.

### ٧- التعميم والوعود المبالغ فيها

ترتكب الحكومة او قيادات الاحزاب ورجال السياسة خطأ كبيراً عندما يتسابقون في اعطاء الوعود بزيادة الرواتب او تعويض حصة الفرد من واردات النفط كالتي اطلقها الدكتور احمد الجلبلي على سبيل المثال، ولم يستطع هو او اية حكومة انتخبت من الايفاء به للشعب، او اعادة الجيش العراقي المنحل الى الخدمة وغير ذلك.

وهذا يؤثر على درجة المصداقية لرجال السياسة والتي سيتم سحبها على جميع الساسة بالحكومة... وبالنتيجة سيصبح رجل العلاقات العامة هنا بوقاً لأذاعة ما يقوله صاحبه او مرؤوسه ليس الا وسحب ذلك عليه ايضا.

### ٨- تأثير وسائل الاتصال الجماهيري

لقد نمت صناعة الاتصال الجماهيري، لا باعتمادها على الصدق او الكذب، بل باعتمادها على الاشياء غير الحقيقة والتي لا علاقة لها بأموال الناس السياسية والاجتماعية، وقد افادت السياسات الغربية من استعداد الانسان لتشتيت فكره، وذلك لخدمة اهداف سياسية معينة او كوسيلة لمنع الناس من تركيز اهتمامهم وانتباههم على حقائق المواقف السياسية والاجتماعية. وهذا ما استورده الفكر العربي ايضا في استخدام وسائل الاتصال الجماهيري وقد افاد الفقه العربي هنا من

استجابة اعماق الفرد البدائي لغير المعقول والى الكذب خصوصاً عندما يثير ذلك عاطفة وشعوراً ساراً بدواً... وكمثال على ذلك التلفاز الذي يقدم حلولاً سريعة وسهلة لأعقد المشاكل وذلك يقود الجمهور للأعتقاد بانهم خدعوا اذا لم تحل مشاكلهم بالكفاءة والسرعة نفسها التي تحل بها في التلفاز فضلاً عن تأثيره على ميول الجمهور واتجاهاتهم واراتهم وعلى القيم السائدة في المجتمع.

## المشكلات المصاحبة للعلاقات العامة :-

### ١- الانطباع السلبي حول وظيفة العلاقات العامة

ان الرأي العام تجاه وظيفة العلاقات العامة أخذ بالتحسن التدريجي، فهناك من يصف ممارس العلاقات العامة بأنه ماهر او ناعم الملمس او غير امين. وآخرون يعتبرونه يؤدي دوراً هاماً في المجتمع، وكثير منهم ينظر اليه بحذر باعتبار ان لديهم القدرة على اعادة صياغة الرأي العام بالمجتمع وهذا يفرض على هؤلاء الممارسين ان يؤدوا الوظيفة بحرفية بارعة.

### ٢- عدم الصلاحية والمهنية

يوجد العديد من الممارسين في مجال العلاقات العامة، الذين لا يملكون المهارات لأداء هذه الوظيفة سواء في المؤهلات او الصفات او ... الخ

### ٣- المهنية

هناك العديد من الممارسين في مجال العلاقات العامة يعتبرون حقيقة مهنيين ومحترفين في هذا المجال اي ان الاشخاص هم من يمتلك هذه المهنة، أما كوظيفة داخل الاحزاب، فهي ما تزال بعيدة عن ذلك.

### ٤- محدودية الشهادة المعترف بها في مجال العلاقات العامة

تمنح شهادة الاختصاص بالعلاقات العامة وحديثاً جداً في العام (٢٠٠٣) في جامعة بغداد - كلية الاعلام حين استحدثت قسم العلاقات العامة إضافة الى

قسم الصحافة والاذاعة. وتمنح هذه الشهادة ايضا في كلية الادارة والاقتصاد بالجامعة ذاتها ولكن في تخصص العلاقات العامة الادارية.

#### ٥- اخلاقيات المهنة

يستطيع كل شخص ان يمارس مهنة العلاقات العامة او لربما يجد نفسه موجوداً في قسم العلاقات العامة، ومجبراً على القيام بواجبات العلاقات العامة، ولا توجد قيود مهنية للدخول الى هذا المجال ولا مؤهل معين مطلوب. ولا توجد جهة تمنع شخصاً من اداء هذه المهنة، او تعطي تصريحاً لمزاوتها؛ فلا بد من اهداف تحدد من قبل هيئة عليا لهذا القسم يلتزم بها الموظفون داخل القسم، لتثقيف العاملين وقيامهم بواجباتهم وتحديداً من اجل القيام بها على افضل وجه.

#### ٦- المشكلة الكبرى

من اكبر المشاكل التي تواجه العلاقات العامة في كل المنظمات او المؤسسات او الاحزاب، عدم رغبة القيادة العليا بالاعتراف بتأثير العلاقات العامة ودورها الكبير في تعبئة الرأي العام وعدم ربط هذا القسم بتلك الادارة سواء بالوزير او الوزارة او برئيس الحزب في الاحزاب السياسية .. وهكذا

## المبحث الثاني

### برامج العلاقات العامة في الانتخابات

#### مقدمة

يتوجب على كل حزب عند اعداده لبرنامج الانتخابي الخاص به ان يضع استراتيجية مفصلة في العلاقات العامة، تختصر ماهية البرنامج واهدافه وخطة عمله ومنهجيته، وانطلاقاً من هذه الاستراتيجية ستتوفر معلومات المشروع امام الشعب. والاحزاب السياسية والمرشحين والسلطات الانتخابية والوكالات الحكومية ومختلف المنافذ الاعلامية المرتبطة بالموضوع.

وعليه لا بد من اعداد الاجتماعات مع الاحزاب، والسلطات الانتخابية والمجالس التشريعية، وغيرها وذلك كمقدمة لمشروع البرنامج، وفي الوقت المناسب يعقد مؤتمر صحافي للاعلان عن اطلاق هذا البرنامج.

وهنا تبدأ العلاقات العامة نشاطها بالترويج للبرنامج فضلاً عن دور ناشطي وقيادي الحزب في العمل على اشراك الحلفاء الاساسيين بالمشروع في عدة بلدان والجمعيات والنقابات الصحفية الصديقة والمنظمات المدنية المهمة بحرية التعبير والانتخابات الديمقراطية اضافة الى ممثلين من المجتمع الدولي لا بد من الحصول على الدعم باسرع ما يمكن.

#### تحليل وحدات برامج القوائم الحزبية السياسية الانتخابية للاحزاب العراقية

أثارت البرامج السياسية الانتخابية المختارة وهي:-

قائمة التحالف الكردستاني.

قائمة الائتلاف.

القائمة العراقية.

قائمة التوافق.

قائمة المؤتمر العراقي الوطني.

للاأثارت بعض الملاحظات الجوهرية وهي قيام البرامج على نظام برلماني متدرج يأخذ بالقائمة النسبية والتي تجعل الاختيار الفعلي للمرشحين بيد الاحزاب وليس بيد الناخبين مما أدى الى زيادة عدد الاحزاب والتكتلات في الانتخابات الثانية قياساً بالانتخابات الاولى.

والانتخابات العراقية الثانية والتي جرت في ١٥ ديسمبر ٢٠٠٥ ركزت على اختبار اعضاء البرلمان العراقي ومن ثم تشكيل حكومة عراقية جديدة، وهي انتخابات منفردة ليس معها انتخابات رئاسية او اقليمية او بلديات، ولا استفتاء، وتمت بمشاركة واسعة من قطاعات الشعب العراقي حيث شارك السنة العرب أول مرة مشاركة جادة وهو ما اعطى العملية الانتخابية ابعاداً مهمة وحيوية في وقتها.

## البرامج الانتخابية

تميزت البرامج الانتخابية في مرحلة الانتخابات الثانية بكونها أكثر فاعلية من البرامج الانتخابية التي قدمتها الاحزاب لمرحلة الانتخابات الاولى. ولم تأت البرامج الانتخابية للاحزاب في مرحلة الانتخابية الثانية بجديد عن البرامج الانتخابية للمرحلة الاولى فعلى صعيد المجال السياسي اجمعت القوائم الخمسة وبأصرار على:

### (١) الوحدة الوطنية

جعل العراق دولة موحدة ديمقراطية تعددية برلمانية، تسعى لتوحيد صفوف الشعب العراقي وترسيخ الهوية الوطنية العراقية، وتنبذ اساليب المحاصصة والطائفية والتعصب والتطرف على اساس توافق سياسي ومراعاة المصالح المشروعة لجميع الاطراف.

## (٢) الفيدرالية

سعت قائمة التحالف الكردستاني الى ترتيب الوضع الفيدرالي للمنطقة مع الحكومة المركزية في بغداد، والى حل مشكلة كركوك بعد تطبيع الاوضاع فيها طبقاً للمادة ٥٨ من قانون إدارة الدولة العراقية وكذلك بقية المدن المشابهة مثل خانقين ومنبلي وغيرها.

واكدت قائمة الائتلاف العراقي الموحد تشكيل الاقاليم وفق الدستور المعترف به في الدولة ضمن حدود وحدة العراق، مشددةً على دعم اللامركزية للمحافظات.

وقد بدأ البرنامج الانتخابي لقائمة المؤتمر الوطني العراقي مبدأ الفدرالية في العراق. ولم تدعم كل من قائمتي العراقية وجبهة التوافق العراقية، هذا المبدأ خارج اقليم كردستان ورفضته مؤكدة التصدي له.

## (٣) توفير الامن

تطرح البرامج الانتخابية الامن أولويةً من أولويات العراق الجديد، إذ تشدد على أهمية الأمن وتطمح لأن يكون هناك اتفاقاً ورضاً بين الأطراف حول هذا الموضوع، ويعد ملف الامن متغيراً في العراق، لانتشار الادارات الشرطة والامنية والجيش وهي ادارات حزبية تأتمر بأمر احزابها وعدم السيطرة على المسلحين والمليشيات، وشددت القوائم على السيطرة على المسلحين من خلال إعادة المزيد من الضباط السابقين في الجيش العراقي وهو ما جاءت به القائمة العراقية وجبهة التوافق، وعن طريق تحسين اداء المخابرات وهو يعود لقائمة المؤتمر الوطني العراقي او اتخاذ اجراءات صارمة وهو ما ذكرته قائمة الائتلاف الموحد.

## (٤) الدستور

اكدت قوائم كل من الائتلاف والتحالف والمؤتمر العمل والسير على خطى

الدستور الدائم للعراق وضرورة التمسك ببنيه، في حين رفضت قائمتا التوافق والعراقية العمل به وطالبتا بتعديله بعد الانتخابات.

### (٥) الدين والسياسة

أكد البرنامج الانتخابي لقائمة الائتلاف العراقي الموحد فسح المجال امام الدين للتدخل في السياسة يشبهها في ذلك التوافق والمؤتمر، وكان برنامج التحالف معتدلاً في طرحه، مؤكداً على تعزيز مكانة علماء الدين في العراق، بينما رفض برنامج العراقية اي تدخل لرجال الدين في السياسة.

### (٦) إنهاء الاحتلال وجلاء المحتل

اتفقت برامج ثلاث قوائم على إنهاء التواجد الامريكي لتحقيق الاستقلال الكامل، وسكتت برامج قائمتي التحالف والمؤتمر عن الخوض اصلاً بهذا الامر.

### (٧) الارهاب

شدت برامج القوائم الانتخابية الخمسة على محاربة الارهاب ونظرت كل قائمة الى الارهاب ومسألة حل تلك المعضلة من خلال منفذ معين فالقائمة العراقية ربطت حل مشكلة الارهاب من خلال تأمين الجيش العراقي القوي القادر على ردع الارهاب، وقائمة الائتلاف من خلال محاربة التخريب وتوفير الامن، والتحالف من خلال مشاركته بالحملة العالمية لمكافحة الارهاب، والتوافق عن طريق وقف عمليات الابداء الجماعية التي تتعرض لها مدن العراق. وقائمة المؤتمر من خلال مكافحة الفساد الاداري.

### (٨) الديمقراطية

ركزت ثلاث قوائم في برامجها على الديمقراطية وضرورة ترسيخ الحرية والديمقراطية وتطبيقها على ارض العراق فيما سكتت كل من قائمتي الائتلاف والعراقية عن الخوض في برامجها وهذا الموضوع او التطرق اليه.

## (٩) اجتثاث البعث

يُطرح برنامج التوافق إعادة النظر بقانون اجتثاث البعث أما مطالب برنامج الائتلاف فهي الاسراع بعزل البعثيين وتقديمهم للمحاكمة، ويسعى برنامج التحالف لتعويض المتضررين من جراء النظام السابق وشمولهم بالضمان الاجتماعي بينما صممت كل من القائمة العراقية والمؤتمر.

## (١٠) البطالة

طرحت قوائم الاحزاب الثلاث في برامجها ضرورة امتصاص البطالة وتوفير فرص العمل بينما سعت كل من قائمة التوافق والمؤتمر الى الخوض بموضوع البطالة في برامجها.

## (١١) الفساد الاداري

تحديث برامج الاحزاب عن الفساد المالي والاداري وضرورة محاربة الفساد، ومكافحته والطرق الواجب اتباعها من اجل الوصول الى المهمة بشكل قانوني ودستوري.

## (١٢) حقوق الانسان

طرحت برامج القوائم ايماناً تاماً بحقوق الانسان وحياته الاساسية. وشددت على ضرورة الحزم بمسألة الانتهاكات المستمرة لحقوق الانسان والتي تمارس من قبل المليشيات والاجهزة الامنية وضرورة توقيف التهجير القسري للمواطنين وآساليب التعذيب للمعتقلين.

## (١٣) المعتقلين

تحدث برنامج قائمة الائتلاف والتوافق على الاهتمام بعوائل الشهداء وضحايا الارهاب والمعتقلين، وشدد على ضرورة اطلاق سراح المعتقلين والاسرى من معسكرات الاحتلال وسجون الحكومة العراقية فيما لم تشير بقية برامج القوائم



لاي امر يتعلق بالمعتقلين.

#### (١٤) القوانين

تحدثت برامج قائمتي الائتلاف والتوافق عن ضرورة احترام القوانين من خلال اعادة بناء المؤسسات والعمل على صياغتها بأسلوب يشكل اقل ضرراً للمجتمع العراقي.

#### (١٥) المرأة

اكادت برامج القوائم على ضرورة دعم المرأة والاهتمام بأصدار تشريعات قانونية تضمن حقوقها. وسكتت برنامج جبهة التوافق عن الحديث بهذا الامر او الخوض به.

#### (١٦) الشباب

تحدثت البرامج عن دعم الشباب لكونهم شريحة تشكل ٦٠٪ من المجتمع. وتوفير فرص العمل والسكن اللائق ودعم الرياضة والانشطة الشبابية.

#### (١٧) الأقليات

تحدثت قائمة التحالف وبشكل مفصل عن حقوق الاقليات وعن كيفية ضمان حقوقهم. وسكتت بقية القوائم عن التحدث عن الاقليات وحقوقهم في العراق.

#### (١٨) العلاقات الخارجية

يطرح برنامج القوائم العلاقات الخارجية وتطويرها وبناء افضلها مع الدول واحترام المواثيق والمعاهدات الدولية.

وقد تميزت البرامج الانتخابية السياسية بكونها غير واقعية وهي تعبر عن اهدافها السياسية بطريقة دعائية وذلك على الرغم من التسليم بصدق نياتها،

وشعورها بالحاجة الى الفعل الجماهيري المنظم لمواجهة الاحتلال من اجل حل مشكلات الواقع المعقد وتداعياته، الا ان مفردات البرامج كانت فضفاضة وبعيدة نسبياً عن الواقع اليومي.

## المبحث الثالث

### السيرة الشخصية للأحزاب العراقية

#### مقدمة

لقد ميزت الاحزاب المختارة للدراسة بميزات معينة لكل حزب بذاته يميزه عن غيره من الاحزاب وتم رصد هذه الميزات من خلال استمارة الاستبيان التي تم الاجابة عليها من قبل الاحزاب بأنفسهم ، وشملت هذه السير على خمسون حزبا وهي عينة البحث المختارة.

الحزب الشيوعي العراقي :- هو الحزب الشيوعي العراقي وأسمه السابق هو لجنة مكافحة الاستعمار والاستثمار وتاريخ الحزب المعتمد للتأسيس هو ٣١/٣/١٩٣٤ وقد تأسس في داخل العراق ولديه فروع في جميع المحافظات وأتجاهه اشتراكي، وقد عمل الحزب على تغيير الاتجاه العام له تبعا لظروف معينة ولم يدمج مع حزب او حركة اخرى ولم يعمل على تبني ايديولوجيته بشكل مرحلي. وقد واجه الحزب العديد من المشاكل الخارجية بسبب تبنيه لايدولوجيته يسعى الحزب لتحقيق اهدافه كاملة وقد عمل على المشاركة بالسلطة لاجل تحقيق تلكم الاهداف بالاضافة الى التعريف باتجاهاته قام الحزب بتصميم برنامج سياسي لمرحلي الانتخابات واستطاع الترويج له بين الجماهير وللحزب صحيفة (صوت الشعب) ولدى الحزب اذاعة خاصة به وقد استخدم وسائل الاعلام بكفاءة عالية وللحزب هيئة تشرف على وسائل الاعلام والترويج لبرنامج السياسي وعدد العاملين في الهيئة هم ١٢ شخص وهم يتمتعون بمؤهلات جامعية وصحفية وعلاقات عامة (٤٠) حاملين على الشهادة الثانوية، ٣ حاملين على شهادة البكالوريوس، ٢ شهادة متوسطة، ٢ مجرد خبرة صحفية . وللهيئة مقر مستقل واجهزت حاسبات وادوات طبع وتصوير ووسائط نقل وشرائط فلمية ، وترتبط الهيئة بالادارة ولقد عمل الحزب على ترويج افكاره وتسويق سياساته بواسطة الصحف والمجلات

والنشرات والبيانات والبرامج الاذاعية والتلفاز والمقابلات وعن طريق الندوات ايضا والمحاضرات واللقاءات واستخدام وسائل الاعلام المختلفة ويرى الحزب ان العلاقات العامة مهمة ويؤمن بضرورة بناء جهاز للعلاقات العامة.

**حركة العراق الجديد :-** وهو الاسم الحالي ولا يوجد له اسم سابق وتاريخ تأسيسه العلني ٢٢ / ٤ / ٢٠٠٣ وهو التاريخ المعتمد للتأسيس ايضا، ومكان التأسيس في داخل العراق وفروعه داخل العراق فقط واتجاهه ليبرالي ولم يغير اتجاهه تبعا لاية ظروف ولم يندمج مع اية حركة اخرى، ولم يقيم بتبني الايديولوجية بشكل مرحلي وبسبب تبنية لهذه الايديولوجية واجه مشاكل داخلية، يسعى الحزب لتحقيق اهدافه مكاملة و عمل على تعبئة الجماهير لتحقيق تلكم الاهداف ولم يتمكن من التعريف بأهدافه، وقد قام الحزب بتصميم البرنامج السياسي لمرحلتى الانتخابات وعمل على الترويج لها ولا يمتلك صحيفة ناطقة بأسمه ولا يوجد للحزب وسائل اعلام اخرى، ولم يستخدم وسائل الاعلام بكفاءة عالية ولا يوجد لدى الحزب جهازا للاشراف على وسائل الاعلام والترويج لبرنامج السياسي، وينوي ان يأسس مكتب للاعلام والعلاقات العامة، وقد كان يستعين بالصحف واستخدام الانشطة المؤقتة للترويج لافكاره ويؤمن بان العلاقات العامة مهمة و ضرورت بناء جهاز لها.

**الحزب الديمقراطي الكردستاني :-** اسمه التحالف الوطني الفدرالي الذي اكتسبه بعد الانضمام لتشكيل اخر والاسم الحالي له هو الحزب الديمقراطي الكردستاني وتاريخ تأسيسه ١٦ / ٨ / ١٩٤٩ وهو ذات التاريخ العلني والمعتمد وتم تأسيسه داخل العراق ولديه فروع داخل العراق فقط واتجاهه ديمقراطي واستمر عليه ولم يتبنى ايديولوجية بشكل مرحلي والمشاكل التي واجهته بسبب تبنية لهذه الايديولوجية هي مشاكل داخلية ويعتقد بان بإمكان تحقيق اهداف الحزب كاملة، وأولى ممارسته لتحقيق الاهداف هي المشاركة بالسلطة تمكن الحزب

من التعريف بأجهاته وقد صمم الحزب برنامجاً سياسياً وتمكن من الترويج له ولدى الحزب صحيفة ناطقة بأسمه ولدى الحزب وسائل اعلام اخرى وهي تلفاز واذاعة ومجلة. ولدى الحزب مكتب للاشراف على الاعلام ونوعه مكتب علاقات عامة وعدد العاملين اربعة فقط يمتلكون مؤهلات اعلامية ومهنية وخبرة صحفية وخبرة علاقات عامة وحاصلون على شهادات ثانوية وجامعية، ويمتلك المكتب حواسيب وادوات طباع وادوات تصوير واستنساخ ووسائل نقل وشرائط فلمية. ويرتبط المكتب بأدارة رئيس الحزب مباشرة .

وقد روج المكتب لسياسات الحزب من خلال الصحف والمجلات والنشرات والبيانات والبرامج الاذاعية والبرامج التلفازية والمقابلات والندوات والمؤتمرات والمحاضرات واللقاءات وبؤمن الحزب بان العلاقات العامة مهمة ولا تمكن الاستعاضة عنها وضرورة ايجاد مكتب خاص لها لأداء عملها بالشكل الامثل .

الحركة الديمقراطية الاشورية: - وهذا هو اسمه الحالي ، وتاريخ تأسيسه السري ١٢ / ٤ / ١٩٧٩ والعلني ١١ / ١١ / ١٩٩١ والتاريخ المعتمد هو ١٢ / ٤ / ١٩٧٩ ومكان تأسيسه خارج العراق ولديه فروع خارج العراق واتجاهه قومي ولم يتم تغييره للآن، ولم يعمل على تبني ايديولوجيته بشكل مرحلي وواجهته مشاكل خارجية بسبب تبنيه لهذه الايديولوجية ، ويعتقد انه حقق اهداف الحزب كاملة، والممارسات التي تم استخدامها لضمان تحقيق الاهداف هي المشاركة بالسلطة واستطاع الحزب التعريف بأجهاته، يمتلك برنامج سياسي وعمل لترويج برنامجه السياسي بين الجماهير ويمتلك صحيفة ناطقة بأسمه ويمتلك تلفاز واذاعة ومجلة وقد استخدم وسائل الاعلام بكفاءة عالية ولدى الحزب مكتب اعلام للترويج لبرنامج السياسي وعدد العاملين خمسة عاملين ويتمتعون بمؤهلات اعلامية ومهنية ونوعها مؤهلات اعلامية جامعية وخبرة صحفية والمستويات العقلية

للعاملين جامعية ومجرد خبرة صحفية ويمتلك المكتب حواسيب وادوات طبع وادوات تصوير واستنساخ ووسائل نقل وشرائط فلمية.

يرتبط المكتب برئيس الحزب ونجح المكتب بترويج افكاره من خلال الصحف والبرامج الاذاعية والتلفزيونية والمقابلات والندوات والمحاضرات. ولا يؤمن بانة قد نجح بتعبئة الجماهير لصالحه ويؤمن بأهمية العلاقات العامة وضرورة بناء جهاز مستقل لها.

حزب الحل الديمقراطي الكردستاني:- وهو ذات الاسم الحالي له والتاريخ العلني والمعتمد هو ٢٠٠٢ / ٣ / ٥ ومكان تأسيسه بداخل العراق وفروعه واتجاهه ديمقراطي ولم يغيره لاية ظروف ولم يندمج مع حزب اخر وتبنى ايديولوجيته بشكل مرحلي والمشاكل التي واجهها بسبب هذه الايديولوجية هي مشاكل خارجية ، ويعتقد بإمكانية تحقيق اهدافه، وكانت تعبئة الجماهير هو اهم الممارسات لتحقيق تلك الاهداف، وتمكن الحزب من التعريف بأتجاهه من خلال برنامجه السياسي ولديه صحيفة ناطقة بأسمه واذاعة واستخدم وسائل الاعلام بكفاءة عالية ويمتلك حزبه مكتبا اعلامي للاشراف على وسائل الاعلام وله خمسة عاملين يتمتعون بمؤهلات جامعية وخبرة صحفية وخبرة علاقات عامة، ويمتلك حواسيب وادوات طبع وادوات تصوير واستنساخ ومقر مستقل ووسائل نقل ويرتبط هذا المكتب برئيس الحزب مباشرة ونجح بالترويج لافكاره وبرامج الحزب بواسطة الصحف والنشرات والبيانات والبرامج الاذاعية والتلفازية والمقابلات والندوات والمؤتمرات والمحاضرات واللقاءات وقد نجح المكتب بتعبئة الجماهير لصالح الحزب ويؤمن بأهمية العلاقات العامة وضرورة بناء جهاز العلاقات العامة.

الأئتلاف الوطني الديمقراطي:- وهو ذات الاسم السابق والاسم الحالي للحزب وتاريخ التأسيس السري ١٩٩٩ / ٣ / ٧ والعلني ٢٠٠٤ / ١ / ١٨ والمعتمد ٢٠٠٤ / ١ / ١٨ ومكان تأسيسه داخل العراق وفروعه داخل العراق واتجاهه

ليبرالي ولم يغير اتجاهه العام، واندمج مع حزب اخر، وقد عمل الحزب على تبني ايدولوجية بشكل مرحلي، ولديه مشاكل مادية بسبب تبنيه لهذه الايدولوجية ولم يتمكن من تحقيق الاهداف كاملة وعمل على تبني برامج عملية لتحقيق اهدافه واستطاع الحزب التعريف بأجهاته .

ويملك برنامج سياسي وروج عن هذا البرنامج ولديه صحيفة ولديه اصدارات مختلفة ولم يستخدم وسائل الاعلام بكفاءة ولديه مكتب للاشراف على وسائل الاعلام والترويج السياسي وهو مكتب علاقات عامة وعدد العاملين به عشرة يتمتعون بمؤهلات خبرة علاقات عامة ويمتلك المكتب الوسائل والادوات لاداء وظائفه، ويرتبط المكتب بالادارة ونجح المكتب بالترويج لافكاره وبرامج الحزب عن طريق الصحف والبيانات والبرامج الاذاعية والتلفازية والمقابلات والمهرجانات والندوات والمحاضرات واللقاءات، ولا يعتقد بكونه قد نجح بتعبئة الجماهير ويؤمن بأهمية العلاقات العامة وضرورة بناء جهاز للعلاقات العامة.

حزب الامة العراقية الديمقراطية:- والاسم السابق حزب الامة العراقية والتاريخ المعتمد للتأسيس هو ٤ / ٥ / ٢٠٠٤ ومكان التأسيس داخل العراق وفروعه داخل العراق واتجاهه ديمقراطي ولم يتغير الاتجاه العام للحزب ولم يدمج مع حزب اخر ولم يتبنى ايدولوجية بشكل مرحلي ويعاني من مشاكل داخلية بسبب تبنيه لهذه الايدولوجية ويعتقد بإمكانية تحقيق اهدافه، وقام بتعبئة الجماهير لتحقيق تلك الاهداف.

واستطاع ان يعرف بأجهاته ويمتلك برنامج سياسي وروج لهذا البرنامج ولديه موقع الكتروني على الشبكة واستخدم وسائل الاعلام بكفاءة عالية، ويمتلك مكتب اعلامي وفيه اربعة عاملين، ولديهم خبرة صحفية ويمتلك الادوات والوسائل لاداء وظائفه ويرتبط برئيس الحزب مباشرة ونجح بالترويج لافكاره وبرامج الحزب عبر الصحف والمجلات والبرامج الاذاعية والمهرجانات

والمحاضرات واللقاءات ويعتقد انه قد نجح بتعبئة الجماهير لصالح الحزب ويؤمن بأهمية العلاقات العامة وبناء جهاز لها.

**الحركة الاشتراكية العربية:** - تاريخ تأسيسها العلني هو ١١/٨/١٩٦٥ وهو التاريخ المعتمد لتأسيس الحزب ومكان التأسيس داخل العراق وفروعه داخل العراق واتجاهه اشتراكي وواجه مشكلة عدم تقبل الناس له بسبب تبنيه الايديولوجية وقد عبأ الجماهير لاجل تحقيق اهدافه وتمكن من التعريف بأهدافه وروج لبرنامج السياسي ولديه صحيفة ولا يمتلك اية وسائل اعلامية اخرى ولم يعمل على استخدام الوسائل الاعلامية بكفاءة عالية ولديه مكتب اعلامي يعمل به ١٨ عامل يمتلكون مؤهلات اعلامية جامعية وخبرة صحفية وخبرة علاقات عامة لديه الوسائل والادوات لاداء وظائفه حيث يرتبط بالادارة مباشرة ونجح في ترويج افكاره وبرامجه عبر الصحف والمجلات والبرامج الاذاعية والتلفزيونية والمقابلات والندوات والمؤتمرات والمحاضرات ويعتقد بانه نجح بتعبئة الجماهير لصالح الحزب، يؤمن بأهمية العلاقات العامة وضرورة بناء جهاز لها.

**حزب البناء الديمقراطي:** - وتاريخ تأسيسه العلني والمعتمد هو ٤/٣/٢٠٠٤ ومكان تأسيسه داخل العراق ولديه فروع خارج العراق واتجاهه ديمقراطي ولم يغيره ولم يدمج مع اي حزب اخر ولم يعمل على تبني ايديولوجية بشكل مرحلي مما ادى الى مواجهة مشاكل خارجية بسبب هذه الايديولوجية ويعتقد بإمكانية تحقيق اهداف الحزب وتمكن الحزب من التعريف بأهدافه وبممتلك برنامج سياسي وروج لبرنامج بين الجماهير وليس لديه صحيفة ولا اي وسيلة من وسائل الاعلام ولكنه استخدم وسائل الاعلام الخارجية بكفاءة عالية.

ويمتلك مكتب اعلام ولديه خمسة موظفين ولديهم مؤهلات اعلامية جامعية وخبرة صحفية وخبرة علاقات، يمتلك المكتب الوسائل والادوات لاداء وظائفه ويرتبط المكتب بالادارة الحزبية ونجح بالترويج لافكاره عبر الصحف



والمجلات والنشرات والبيانات والبرامج الاذاعية والتلفزيونية والمقابلات والمهرجانات والندوات والمؤتمرات والمحاضرات واللقاءات وشارك بمبادرات المصالحة والمصالحة الوطنية ، يؤمن بأهمية العلاقات العامة وضرورة بناء جهاز لها للعلاقات العامة.

**الحركة الديمقراطية العراقية المباشرة:-** والتاريخ المعتمد للتأسيس ١١ / ١١ / ٢٠٠٣ ومكان التأسيس خارج العراق وفروعه خارج العراق واتجاهه ديمقراطي ولم يغير الاتجاه العام للحزب والمشاكل التي واجهته هي مشاكل خارجية والممارسات التي تم تطبيقها لتحقيق الاهداف هي البرامج العملية وروج لبرنامج السياسي ولديه صحيفة واستخدم وسائل الاعلام بكفاءة عالية ولديه مكتب اعلام وعدد العاملين ثلاث موظفين، ولا يمتلك المكتب الادوات بأكملها لاداء وظائفه، ويرتبط المكتب بادارة الحزب مباشرة وعمل المكتب على ترويج الافكار والسياسات من خلال الصحف والمقابلات والمهرجانات والندوات والمحاضرات واللقاءات، يؤمن بأهمية العلاقات العامة وضرورة بناء جهاز لها.

**حزب العدالة والتقدم الديمقراطي:-** تأريخه العلني للتأسيس ١٨ / ٩ / ١٩٩٨ اسس داخل العراق ولديه فروع داخل العراق واتجاهه ديمقراطي ولم يغير الاتجاه العام للحزب ولم يدمج مع حزب اخر ولم يتبنى ايديولوجية بشكل مرحلي مما واجه مشاكل خارجية ويعتقد بإمكانية تحقيق اهدافه عن طريق تعبئة الجماهير، وعرف باتجاهاته ولديه برنامج سياسي ولديه صحيفة ناطقة بأسمه. واستخدم وسائل الاعلام بكفاءة عالية ونوع المكتب هو مكتب اعلام ولديه (٤٥) موظف ومؤهلاتهم اعلامية جامعية وخبرة علاقات عامة وخبرة صحفية ويمتلك المكتب الوسائل والادوات لاداء وظائفه ويرتبط المكتب برئيس الحزب مباشرة وروج لافكار الحزب بواسطة الصحف والمجلات والنشرات والبيانات والبرامج الاذاعية والتلفازية والمقابلات والمهرجانات والندوات والمؤتمرات والمحاضرات

واللقاءات ويؤمن بأهمية العلاقات العامة وضرورة بناء جهاز لها.

**حزب الاخاء والسلام:-** وتاريخ تاسيسه السري هو ١١ / ٥ / ٢٠٠١ والعلني والمعتمد للتأسيس ١٩ / ٤ / ٢٠٠٤ ومكان التأسيس داخل العراق ولديه فروع بالخارج واتجاهه ليبرالي ولم يدمج مع حزب اخر وواجه مشاكل داخلية بسبب تبنيه لايدولوجية ويعتقد بإمكانية تحقيق اهداف الحزب عبر تعبئة الجماهير وروج لبرنامج السياسي بين الجماهير وليس لديه اية وسائل اعلام خاصة به لكنه استخدم وسائل اعلام خاصة وليس لديه مكتب اعلام للترويج لبرنامج السياسي ولديه النية بأيجاده وهو يستخدم بعض الانشطة المؤقتة لترويج لبرنامج السياسي ويؤمن بأهمية العلاقات العامة وتأسيس جهاز لها.

**حزب الاتحاد الوطني الكردستاني:-** تاريخه السري للتأسيس ٢٩ / ٥ / ١٩٧٥ وتأريخه المعتمد للتأسيس ١ / ٦ / ١٩٧٥، اسس خارج العراق وفروعه داخل العراق واتجاهه اشتراكي وواجه مشاكل خارجية بسبب تبنيه لايدولوجية وتمكن من تحقيق اهدافه من خلال المشاركة بالسلطة وروج لبرنامج السياسي بين الجماهير ويمتلك صحيفة ومحطة تلفاز واذاعة ومجلة واستخدم وسائل الاعلام بكفاءة عالية ولديه مكتب اعلام وعدد من العاملين (٣٨) يتمتعون بمؤهلات خبرة وصحفية فقط ويمتلك وسائل قليلة لاداء وظائفه ويرتبط بادارة الحزب مباشرة روج لافكاره وبرامج الحزب عن طريق الصحف والمجلات والنشرات والبيانات والبرامج الاذاعية التلفازية والمقابلات والمهرجانات والندوات والمؤتمرات والمحاضرات وادوات للاعلانات الحزبية عبر معهد اعداد الملاكات ويؤمن بأهمية العلاقات العامة وضرورة بناء جهاز لها.

**الحزب الاسلامي العراقي:-** التاريخ المعتمد للتأسيس ١١ / ١١ / ١٩٦٠ ومكان تأسيسه داخل العراق وفروعه داخل العراق واتجاهه ديني وواجه مشاكل خارجية بسبب تبنيه لهذه الايدولوجية وعمل على البقاء في المعارضة بالاضافة

الى المشاركة بالسلطة لتحقيق اهدافه، وروج لبرنامج السياسي من خلال صحيفة ناطقة بأسمه والاذاعة والتلفاز لديه مكتب اعلام ويعمل فيه (٧) موظفين ولا يتمتعون بأية مؤهلات اعلامية او جامعية ويمتلك الوسائل والادوات لاداء وظائفه بالشكل الامثل ويرتبط بالادارة مباشرة وروج لافكار الحزب وسياساته عبر الصحف والمجلات والنشرات والبرامج الاذاعية والتلفازية والمقابلات والمهرجانات والندوات والمؤتمرات والمحاضرات واللقاءات ويؤمن بأهمية العلاقات العامة وبناء جهاز للعلاقات العامة.

**تجمع الديمقراطيين المستقلين:-** تأريخه العلني والمعتمد للتأسيس ٢٨/٦/٢٠٠٣ ومكان تأسيسه داخل العراق ولديه فروع داخل العراق واتجاهه ليبرالي، ويعاني من مشاكل داخلية بسبب تبنيه لايدولوجيته وحقق اهدافه من خلال المشاركة بالسلطة وروج لبرنامج السياسي بين الجماهير عن طريق صحيفة ناطقة بأسمه ومجلة، ولديه مكتب اعلام ولديه موظف واحد بالمكتب لادارته ويمتلك مؤهلات اعلامية جامعية وعلاقات عامة وخبرة صحفية ولا يمتلك مقر مستقل ويرتبط برئيس الحزب مباشرة وروج لافكار الحزب من خلال المهرجانات والصحف والمقابلات والنشرات والبيانات واللقاءات والمحاضرات والندوات والمؤتمرات وبرامج اذاعية وتلفزيونية ويؤمن ضرورة بناء جهاز للعلاقات العامة لاهمية العلاقات العامة.

**الحزب الاشتراكي الناصري:-** وتأريخ تأسيسه ١٢/٧/١٩٩٩ ومكانه داخل العراق وفروعه داخل العراق واتجاهه قومي وعانى من مشاكل داخلية بسبب تبنيه لايدولوجيته وروج لبرنامج السياسي عن طريق صحيفة ناطقة باسمه والبيانات والدوريات ولديه مكتب اعلام ٦ عاملين ولديهم مؤهلات اعلامية جامعية وخبرة صحفية وخبرة علاقات عامة، ويمتلك الوسائل والادوات لاداء وظائفه ويرتبط برئيس الحزب مباشرة، وروج لبرامجه وافكاره عن طريق الصحف

والنشرات والبيانات والبرامج التلفزيونية والمقابلات والمهرجانات والمؤتمرات والمحاضرات واستخدام وسائل الاعلام المختلفة، نجح في تعبئة الجماهير لصالح الحزب ويؤمن بأهمية العلاقات العامة وضرورة بناء جهاز لها.

**حزب كادحي كوردستان:-** والاسم السابق هو الحزب الاشتراكي الكوردستاني وتاريخ تأسيسه ١٢ / ١٢ / ١٩٨٥ وتأسس داخل العراق وفروعه داخل العراق واتجاهه قومي والمشاكل التي واجهها اعتراض الاعضاء بسبب تبنيه لايدولوجيته. يسعى لتحقيق اهدافه عن طريق تعبئة الجماهير، وروج لبرنامج السياسي عن طريق صحيفة وتلفاز واذاعة ولديه مكتب اعلام ولدى المكتب (٥ عاملين) ومؤهلاتهم اعلامية جامعية وخبرة صحفية وخبرة علاقات عامة، ويمتلك كل الوسائل والادوات لاداء وظائفه ويرتبط بأدارة الحزب مباشرة. وروج افكاره وبرامجه عن طريق الصحف والنشرات والبيانات والبرامج الاذاعية والتلفازية والمقابلات والمهرجانات والمؤتمرات، والمحاضرات نجح في تعبئة الجماهير لصالح ويؤمن بأهمية العلاقات العامة وضرورة بناء جهاز لها.

**الحركة الوطنية العراقية:-** وتاريخ تأسيسها ٢٠٠٤ خارج العراق ولديه فروع بالداخل واتجاهه ديمقراطي وقد واجه مشاكل داخلية وحقق اهدافه عبر تعبئة الجماهير وروج لبرنامج السياسي عن طريق صحيفة ناطقة بأسمه، ولديه مكتب اعلام يعمل فيه موظف فقط يتمتع بخبرة جامعية وعلاقات عامة واعلام، ولا يمتلك وسائل نقل ولا مقر مستقل، ويرتبط يرئيس الحزب مباشرة وروج لافكاره عبر الصحف والبرامج الاذاعية والتلفازية والمقابلات والندوات والمؤتمرات واللقاءات يؤمن بأهمية العلاقات العامة وضرورة بناء جهاز للعلاقات العامة.

**حزب الاستقلال الوطني:-** واسمه السابق هو الحزب العربي الاشتراكي وبعد انضمامه لاحزاب اخرى سمي بالائتلاف الوطني الديمقراطي واسمه الحالي

حزب الاستقلال الوطني وتاريخه العلني للتأسيس ١١ / ١١ / ٢٠٠٣ والمعتمد ١٥ / ٤ / ٢٠٠٣ تأسس داخل العراق وفروعه داخل العراق واتجاهه ليبرالي وقد اندمج مع حزب اخر وتبنى ايديولوجية بشكل مرحلي والمشاكل التي واجهته بسبب تبنيه لهذه الايديولوجية خارجية ومن الممارسات التي تم تطبيقها لضمان تحقيق الاهداف المشاركة بالسلطة، وروج لبرنامج السياسي عن طريق صحيفة ناطقة بأسمه ونشرات وادبيات وله مكتب علاقات عامة ولديه (١١) موظف يمتلكون مؤهلات خبرة صحفية وخبرة علاقات عامة ولديه الوسائل والادوات اللازمة الاداء وظائفه، ويرتبط بالادارة مباشرة روج افكاره الحزب وسياساته عبر الصحف والنشرات والبيانات والمقابلات والمهرجانات والندوات والمؤتمرات والمحاضرات واللقاءات، ويعتقد بانه نجح بتعيئة الجماهير لصالح الحزب ويؤمن بأهمية العلاقات العامة وضرورة وجود جهاز لها.

**حركة القوميين الديمقراطيين العرب:-** وقد اندمج مع الائتلاف الوطني العراقي وتأسس في ١٨ / ١ / ٢٠٠٤ والتاريخ المعتمد للتأسيس هو ١١ / ١١ / ١٩٥٦ وقد تأسس داخل العراق ولديه فروع داخل العراق واتجاه الحزب قومي وقد تبنى ايديولوجية بشكل مرحلي ولم يواجه مشاكل بسبب تبنيه هذه الايديولوجية وقد عرف باتجاهاته وروج لبرنامج السياسي باستخدام وسائل الاعلام بكفاءة عالية ولديه مكتب اعلام ولديه ثلاث موظفين ومؤهلاتهم خبرة صحفية وخبرة علاقات عامة ولدى المكتب حواسيب وادوات طبع ومقر مستقل يرتبط بادارة الحزب مباشرة وروج لافكاره وسوق سياسات عن طريق الصحف والبرامج التلفزيونية ويؤمن باهمية العلاقات العامة وضرورة تأسيس جهاز لها.

**حزب الدعوة الاسلامية:-** تاريخ تأسيس ١١ / ١١ / ١٩٥٧ وتم تأسيسه داخل العراق ولديه فروع خارج العراق واتجاهه (ديني اسلامي)، وقد عانى من مشاكل خارجية بسبب تبنيه لهذه الايديولوجية يعتقد بإمكان تحقيق اهدافه كاملة

عبر تبني برامج عملية، استطاع الحزب التعريف باتجاهاته وروج لبرنامج السياسي عبر صحيفة ناطقة باسمه ولديه وسائل اعلام اخرى بالاضافة الى الانترنت ولا يعتقد بأنه استخدم وسائل الاعلام بكفاءة عالية وللحزب مكتب اعلام ولديه (٦) موظفين ويمتلكون مؤهلات اعلامية جامعية وخبرة صحفية وخبرة علاقات عامة ويمتلك الوسائل والادوات لاداء وظائفه ويرتبط برئيس الحزب مباشرة. ونجح بالترويج الافكار وبرامج الحزب من خلال النشرات والصحف والنشرات والبيانات والبرامج الاذاعية والبرامج التلفزيونية والمقابلات والمهرجانات والندوات والمحاضرات واللقاءات ويؤمن بأهمية العلاقات العامة وضرورة بناء جهاز للعلاقات العامة.

**المجلس الاعلى للثورة الاسلامية في العراق:-** التاريخ التأسيس العلني ١٩ / ١ / ١٩٨٢ وقد تأسس خارج العراق ولديه فروع خارج العراق واتجاه الحزب ديني وقد عانى مشاكل خارجية بسبب تبنيه لهذه الايديولوجية ويعتقد بإمكانية تحقيق اهدافه كامل عبر المشاركة في السلطة واستطاع الحزب التعريف باتجاهاته وروج لبرنامج السياسي عبر صحيفة ناطقة باسمه ومحطة تلفزيون وراديو وكان قد استخدم وسائل الاعلام بكفاءة عالية وللحزب مكتب اعلام ولديه (٦) موظفين ولديهم مؤهلات خبرة صحفية وخبرة علاقات عامة ويمتلك الحزب الوسائل والادوات لاداء وظائفه ويرتبط بادارة مباشرة وعمل المكتب على ترويج افكار الحزب وتسويق سياسات بواسطة الصحف والمجلات والنشرات والبيانات والبرامج الاذاعية والتلفزيونية والمقابلات والمهرجانات والندوات والمؤتمرات والمحاضرات واللقاءات وتعبئة الجماهير عسكريا ضمن النظام ويرون بان العلاقات العامة مهمة وضرورة بناء جهاز للعلاقات العامة .

**الحزب الوطني الديمقراطي:-** تاريخ تأسيسه المعتمد ١١ / ١١ / ١٩٤٦ في العراق ولديه فروع داخل العراق واتجاهه ليبرالي وقد عانى من اعتراض الاعضاء

بسبب تبنيه لهذه الايديولوجية ومن الممارسات التي تم تطبيقها لضمان تحقيق الاهداف لتبني برامج علمية وقد استطاع الحزب التعريف باتجاهاته وروج لبرنامج السياسي عبر صحيفة ناطقة باسمه .

وقد استخدم وسائل الاعلام بكفاءة عالية وللحزب مكتب اعلام ولديه (٧) موظفين يتمتعون بمؤهلات خبرة صحفية وخبرة علاقات علما ان الحزب لا يمتلك مقر مستقل وشرائط فلمية ويرتبط المكتب برئيس الحزب مباشرة وتم تسويق سياساته وترويج افكاره عبر الصحف والبيانات والبرامج التلفزيونية والمقابلات والمهرجانات والندوات ولقاءات ويرى بأهمية العلاقات العامة وضرورة بناء جهاز للعلاقات العامة.

**الملكية الدستورية:-** التاريخ السري للتأسيس ١١/١١/١٩٩٦ بينما العلني ١١/١١/١٩٩٣ حيث اسس الحزب خارج العراق ولديه فروع خارج العراق واتجاهه ديمقراطي وعانى من مشاكل عدم تقبل الناس بسبب تبنيه لهذه الايديولوجية ، ويعتقد بإمكانية تحقيق اهدافه عن طريق تعبئة الجماهير وقد روج الحزب لبرنامج السياسي عبر الاستعانة بوسائل الاعلام الاخرى ولديه مكتب علاقات عامة به (٥) موظفين يتمتعون بمؤهلات اعلامية جامعية وخبرة علاقات عامة ويمتلك المكتب حواسيب وادوات طبع وتصوير واستنساخ لاداء وظائفه ويرتبط برئيس الحزب مباشرة وروج الحزب عن افكاره وتسويق سياساته بواسطة النشرات والبيانات والمقابلات ويؤمن بأهمية العلاقات العامة وضرورة وجود جهاز لها.

**حركة الوفاق الوطني العراقي:-** تاريخ التأسيس ١١/٣/١٩٩١ خارج العراق ولديها فروع خارج العراق واتجاهه ديمقراطي وقد تبني ايديولوجية بشكل مرحلي وعانى من مشاكل خارجية بسبب الايديولوجية وعن طريق تبني برامج علمية لتحقق اهداف الحزب، وروج لبرنامج عن طريق صحيفة ناطقة باسمه

واذاعة ومكتب اعلام يتكون من (٦) موظفين يتمتعون بمؤهلات اعلامية جامعية فقط ويمتلك جميع الوسائل والادوات لاداء وظائفه، يرتبط بالادارة مباشرة وقد روج لافكاره برامج حزب عبر الصحف والبرامج الاذاعة والمقابلات والمؤتمرات والمحاضرات واللقاءات وتعتقد بانه قد نجح تعبئة الجماهير لصالحهم ويؤمن بأهمية العلاقات العامة.

**احرار العراق :-** الاسم الذي اكتسبه بعد الانضمام الى تشكيل اخر وهو حزب الجمهوريين الاحرار واصبح هو اسمه الحالي وتاريخ التأسيس ٢٠٠٣ / ٦ / ٣ وهو العلني والتاريخ المعتمد ١٩٩٢ / ٨ / ٣ تأسس داخل العراق وفروعه داخل العراق واتجاهه ليبرالي وعانى من مشاكل داخلية لتبنيه ايدولوجيته بشكل مرحلي، ويعتقد بانه يستطيع تحقيق اهدافه عن طريق تعبئة الجماهير. ويمتلك برنامج سياسي وقد عمل على الترويج له عن طريق الاستعانة بوسائل الاعلام التي استخدمها بكفاءة عالية، لديه مكتب اعلام وفيه (١٢) موظف يتمتعون بمؤهلات اعلامية جامعية فقط ومن الادوات والوسائل التي يمتلكها لاداء وظائفه هي حواسيب وادوات طبع وتصوير واستنساخ، ويرتبط مكتب برئيس الحزب مباشرة وقد نجح بالترويج لافكاره وبرامج الحزب عبر الصحف والبيانات والمقابلات والمؤتمرات يؤمن بأهمية العلاقات العامة.

**حركة الوفاق الاسلامي :-** واسمه السابق حركة المهجرين العراقيين وتاريخ تاسسه السري ١٩٧٠ / ١١ / ١١ والمعتمد والعلني ١٩٨٠ / ١١ / ١١ خارج العراق وفروعه خارج العراق واتجاهه ديني وتبنى الايدولوجية بشكل مرحلي وعانى من مشاكل خارجية بسبب تبنيه لهذه الايدولوجية ولضمان تحقيق اهدافه شارك بالسلطة وروج لبرنامج السياسي عبر صحيفة ناطقة باسمه والنشرات والبيانات يمتلك مكتب اعلام يتضمن (١٢) عامل يمتلكون مؤهلات اعلامية جامعية وخبرة صحفية ومن الادوات والوسائل التي يمتلكها لاداء وظائفه هي حواسيب



ادوات طبع وسائط نقل ويرتبط المكتب بالادارة مباشرة وقد عمل على ترويج افكار الحزب والسويق لسياسته بواسطة الصحف والنشرات والبيانات والبرامج الاذاعية والمقابلات والمهرجانات والمؤتمرات يؤمن باهمية العلاقات العامة.

**كوادر الحزب الدعوة الاسلامية:-** التاريخ المعتمد للتأسيس ١١ / ١١ / ١٩٩١ خارج العراق وكانت له فروع خارج العراق ايضا واتجاهه ديني وقد تم دمج مع حزب اخر، وواجه مشاكل داخلية بسبب تبنيه لايدولوجية بشكل مرحلي، وقد عبأ الجماهير لتحقيق اهدافه وروج لبرنامج السياسي عبر صحيفة ناطقة باسمه واذاعة ويمتلك مكتب اعلام وفيه (١٢) عامل يتمتعون بمؤهلات اعلامية جامعية وخبرة علاقات عامة وخبرة صحفية، ويحتوي المكتب على حواسيب وادوات تصوير واستنساخ ووسائط نقل وشرائط فلمية ويرتبط المكتب برئيس الحزب مباشرة وسوق افكاره بواسطة الصحف، النشرات والبيانات والبرامج الاذاعية والتلفازية والمقابلات والندوات والمؤتمرات والمحاضرات واللقاءات وتنشيط وترويج المعاملات مثل العمل على التوظيف العاطلين عن العمل ويؤمن باهمية العلاقات العامة وضرورة بناء جهاز لها.

**منظمة العمل الاسلامي:-** الاسم السابق حركة المرجعية (الطلائع الرسالة) والتاريخ السري للتأسيس هو ١١ / ١١ / ١٩٦٨ وهو التاريخ المعتمد وتاسس في داخل العراق ولديه فروع في بعض المحافظات واتجاهه ديني وقد عانى من مشاكل خارجية بسبب تبنيه لايدولوجيته بشكل مرحلي وقد تبنى برامج عملية لضمان تحقيق الاهداف وروج لبرنامج السياسي عن طريق صحيفة ومحطة تلفاز وراديو ويمتلك مكتب اعلام متكون من (١٦) موظفين يتمتعون بمؤهلات اعلامية جامعية وخبرة صحفية وخبرة علاقات عامة ولا يمتلك الوسائل والادوات لاداء وظائف المكتب ويرتبط الحزب مباشرة وعمل على ترويج بكفاءة عن طريق التحركات الجماهيرية ويؤمن باهمية العلاقات العامة.

**حزب الوطن الديمقراطي الحر:-** واسمه السابق نخبة الوطنيين العراقيين وتاريخ تاسيسه السري ١٣/٩/١٩٩٩ والعلني ٨/٥/٢٠٠٣ والمعتمد ١٣/٩/١٩٩٩ داخل العراق وله فروع في جميع المحافظات واتجاهه ليبرالي وقد عمل على تغيير الاتجاه العام للحزب واندمج مع حزب اخر ويعتقد بإمكانية تحقيق اهدافه بواسطة تبني برامج علمية وقد روج لبرنامج السياسي عن طريق الصحيفة ويمتلك مكتب اعلام يعمل فيه (٣٥) موظف يتمتعون بمؤهلات اعلامية جامعية وخبرة صحفية وخبرة علاقات عامة ولديه الوسائل والادوات لاداء وظائفه ويرتبط برئيس الحزب مباشرة وعمل على ترويج سياساته بواسطة زيارة المحافظات كل ثمانية ايام وعشائر العراق ويؤمن بأهمية العلاقات العامة.

**حزب الجمهوريين الاحرار:-** واسمه السابق حركة الدفاع الوطني المقدس مع حركة الكفاح الثوري وتاريخه السري للتأسيس ١١/١١/١٩٩١ والعلني ١٥/٣/١٩٩٣ والمعتمد ٣٠/٩/٢٠٠٣ وقد تأسس داخل العراق وفروعه داخل العراق واتجاهه ليبرالي وتبنى برامج عملية لتحقيق اهدافه وتمكن من التعريف باتجاهه والترويج لبرنامج السياسي باستخدام وسائل اعلام، لديه مكتب اعلام وبه (٢٠) موظف لديهم مؤهلات اعلامية جامعية وخبرة صحفية يمتلك المكتب حواسيب وادوات طبع فقط لاداء وظائفه ويرتبط المكتب بادارة الحزب مباشرة وقد نجح بالترويج لافكاره بواسطة الصحف والنشرات والبرامج الاذاعة والمقابلات والمهرجانات والندوات والمؤتمرات والمحاضرات وتنشيط وترويج المعاملات كالعامل على التوظيف العاطلين ويؤمن بأهمية العلاقات العامة.

**الحزب الوطني العراقي:-** وتاريخ تاسيسه العلني ١٥/١٠/١٩٩٥ ولديه فروع في بعض المحافظات واتجاهه ديمقراطي، وقد واجه مشاكل خارجية بسبب تبنيه لايدولوجية ومارس البقاء بالمعارضة لضمان تحقيق الاهداف وعرف لاتجاهاته وروج لبرنامج السياسي عبر صحيفة ناطقة باسمه ويمتلك مكتب اعلام وبه (٥)

موظفين يتمتعون بمؤهلات اعلامية جامعية وخبرة علاقات عامة ويمتلك المكتب حواسيب وادوات طبع ووسائط نقل ويرتبط برئيس الحزب مباشرة وقد نجح بالترويج لسياسات عبر الصحف والنشرات والبيانات والندوات والمؤتمرات ويؤمن بأهمية العلاقات العامة.

**التيار الاسلامي الديمقراطي:-** وتاريخ تاسيسه المعتمد ١١ / ٥ / ٢٠٠٣ داخل العراق ولديه فروع في داخل العراق واتجاهه ديمقراطي وتبنى برامج عملية لتحقيق اهداف وروج لبرنامج السياسي بواسطة صحيفة ناطقة باسمه وراديو ومجلة ويمتلك مكتب علاقات عامة يضم (٤) موظفين يتمتعون بمؤهلات اعلامية جامعية وخبرة صحفية وخبرة علاقات عامة. ويمتلك حواسيب وادوات طبع ومقر مستقل لاداء وظائف حيث يرتبط المكتب مباشرة بادارة الحزب وروج المكتب لافكاره بواسطة الصحف والمجلات والنشرات والبيانات البرامج الاذاعة والتلفزيون والمقابلات والندوات والمؤتمرات والمحاضرات واللقاءات ويؤمن باهمية العلاقات العامة.

**الاتجاه الاسلامي الكردستاني:-** التاريخ العلني والمعتمد للتاسيس ٦ / ٢ / ١٩٩٤ داخل العراق وفروعه كذلك داخل العراق واتجاهه ديني (اسلامي) ، وعانى من اعتراض الاعضاء بسبب تبنيه لهذه الايديولوجية وشارك في السلطة لضمان تحقيق اهدافه ، وروج لبرنامج السياسي عبر صحيفة ناطقة باسمه ومحطة تلفزيون وراديو وجريدة ويمتلك مكتب اعلام يضم (١٥) عامل لديهم مؤهلات اعلامية جامعية وخبرة صحفية وخبرة علاقات عامة وكان الحزب يمتلك الوسائل والادوات اللازمة لاداء وظائفه ، ويرتبط المكتب برئيس الحزب مباشرة وقد روج لافكاره وسوق سياساته بواسطة الصحف والمجلات والنشرات والبيانات والبرامج الاذاعية والتلفزيونية والمقابلات والندوات والمؤتمرات والمحاضرات واللقاءات ويؤمن بأهمية العلاقات العامة وضرورة وجود جهاز لها.

**حزب الرسالة:-** حيث كان الاسم السابق هو الوراثةين بينما الاسم الحالي هو حزب الرسالة وان التاريخ السري والمعتمد للتأسيس ١١/١١/١٩٩١ بينما التاريخ العلني ١١/١١/٢٠٠٤ وقد اسس داخل العراق وله فروع داخل العراق ولديه اتجاه ديني (اسلامي) حيث تم تغيير الاتجاه العام للحزب تبعا لظروف معينة وواجه مشكلة عدم تقبل الناس بسبب تبنيه لهذه الايديولوجية ، وقد عبأ الجماهير لتحقيق اهدافه المعلنة ، وقد روج الحزب لبرنامج السياسي واستخدم وسائل الاعلام بكفاءة عالية ، ويمتلك الحزب مكتب اعلام يتكون من (٦) عمال يتمتعون بمؤهلات اعلامية جامعية وخبرة صحفية ولا يمتلك المكتب الوسائل والادوات اللازمة لاداء وظائفه ويرتبط المكتب برئيس الحزب مباشرة وعمل المكتب على ترويج افكار الحزب وتسويق سياياته بواسطة الصحف والنشرات والبيانات والمقابلات والندوات والمحاضرات واللقاءات ويؤمن الحزب ان العلاقات العامة مهمة وضرورة بناء جهاز لها.

**حزب الديمقراطيين الاحرار:-** التاريخ السري والمعتمد للتأسيس ١١/١١/١٩٩٢ والعلني ١١/١١/١٩٩٦ بداخل العراق ولديه فروع في بعض المحافظات واتجاهه ليبرالي وعانى من مشاكل خارجية بسبب تبنيه لهذه الايديولوجية وفضل البقاء بالمعارضة لتحقيق اهدافه وروج الحزب لبرنامج السياسي عبر صحيفة ناطقة باسمه ولديه مكتب اعلام ولديه (١٥) موظف يتمتعون بمؤهلات اعلامية جامعية وخبرة صحفية وخبرة علاقات عامة ويمتلك المكتب حواسيب وادوات طبع ومقر مستقل وشرائط فلمية لاداء وظائفه حيث يرتبط برئيس الحزب مباشرة، وروج لافكاره وتسويق سياساته عبر الصحف والنشرات والبيانات والمقابلات والندوات والمحاضرات واللقاءات ويؤمن باهمية العلاقات العامة.

**حزب الاصلاح والعدالة الديمقراطي:-** والاسم السابق له هو حزب الاصلاح الديمقراطي وتاريخ تاسيسه العلني ١٧/٤/٢٠٠٣ والمعتمد

١٨ / ٨ / ٢٠٠٣ تأسس في داخل العراق ولديه فروع في بعض المحافظات اتجاهاه ديمقراطي وعانى من مشاكل خارجية بسبب تبنيه لايدولوجية بشكل مرحلي، وقد عمل على تعبئة الجماهير لضمان تحقيق الاهداف، ويعتقد الحزب بانه استطاع التعريف باتجاهاه.

وروج لبرنامجها السياسي بين الجماهير عبر صحيفة ناطقة باسمه ووسائل الاعلام الاخرى ولا يعتقد بانه استخدم وسائل الاعلام بكفاءة عالية . وللحزب مكتب اعلام وبه (٤) موظفين يتمتعون بمؤهلات اعلامية ومهنية واعلامية وجامعية وخبرة صحفية ويمتلك الحزب الادوات لاداء وظائفه كالحواسيب ، ويرتبط المكتب برئيس الحزب وروج المكتب لافكار الحزب من خلال الصحف والمجلات والنشرات والبيانات والبرامج الاذاعية والبرامج التلفزيونية والمقابلات والندوات واستخدام وسائل الاعلام المختلفة. ويعتقد المكتب بانه نجح بالتعبئة لصالح الحزب ويؤمن باهمية العلاقات العامة.

الحركة الاسلامية العراقية الموحدة:- تاريخ تاسيسه السري ١١ / ٧ / ١٩٩٢ وهو نفس التاريخ العلني والتاريخ المعتمد للتاسيس وفي داخل العراق وفي المحافظات وهو اتجاه ديني وقد واجه الحزب مشاكل داخلية بسبب تبنيه لايدولوجية بشكل مرحلي وقد تبني الحزب برامج عملية لضمان تحقيق اهدافه، واستطاع الحزب التعريف باتجاهاه والترويج لبرنامجها السياسي ولا يوجد للحزب مكتب اعلام على وسائل الاعلام والترويج لبرنامجها السياسي ويؤمن بان العلاقات العامة مهمة.

الاتحاد الوطني الديمقراطي التقدمي:- والاسم السابق له هو الحزب الماركسي وقد انضم الى التجمع من اجل الديمقراطية العراقي وتاريخ التاسيس ٢٨ / ٣ / ١٩٧٦ وهو تاريخ معتمد وبداخل العراق وله فروع في بعض المحافظات واتجاهاه ليبرالي وقد واجه مشاكل بسبب تبنيه لايدولوجية بشكل مرحلي، وفضل

البقاء بالمعارضة لاجل تحقيق اهدافه واستطاع ان يعرف باهدافه وروج لبرنامج السياسي عبر صحيفة ناطقة باسمه ووسائل الاعلام الاخرى والتي استخدمها بكفاءة عالية، ولديه علاقات عامة وفيه (١٧) موظفين ويتمتعون بمؤهلات اعلامية ومهنية ولديهم خبرة علاقات عامة وللمكتب حواسيب وادوات طبع وادوات تصوير واستنساخ ومقر مستقل ويرتبط المكتب برئيس الحزب مباشرة وانه نجح بالترويج لافكاره وبرامجه عبر الصحف والبيانات والبرامج الاذاعية والتلفازية والمقابلات والندوات والمهرجانات والمحاضرات والمؤتمرات وباستخدام وسائل الاعلام المختلفة ويؤمن به.

**حركة نهضة الاحرار:-** واسمه بعد انضمامه السري لتشكيل اخر هو التجمع من اجل الديمقراطية العراقي وتاريخ التأسيس السري هو ١١/١١/١٩٩٢ والتاريخ العلني هو ١٨/٤/١٩٩٢ وقد تأسس في داخل العراق ولديه فروع في داخل العراق واتجاهه ديمقراطي، وواجه مشكلة عدم تقبل الناس له بسبب تبنيه لايدولوجية بشكل مرحلي وعمل على تبني برامج عملية لضمان تحقيق الاهداف الكاملة له واستطاع ان يعرف باتجاهاته وروج لبرنامج السياسي عبر الصحيفة الناطقة باسمه وقد استخدم الحزب وسائل الاعلام بكفاءة عالية وللحزب هيئة تعمل على الاشراف على وسائل الاعلام ولديه (٤) موظفين ويرتبط برئيس الحزب مباشرة ولا يمتلك المكتب عمل الوسائل والادوات لاداء وظائفه ويرتبط المكتب برئيس الحزب مباشرة وروج لافكاره وبرامجه من خلال الصحف والنشرات والمقابلات والمحاضرات ويؤمن بان العلاقات العامة مهمة وامكانية بناء جهاز لها.

**التحالف الوطني الديمقراطي:-** التاريخ التأسيس السري ١١/٨/١٩٨٨ والعلني والمعتمد للتأسيس ١٩/٢/٢٠٠٤ داخل العراق وله فروع داخل العراق واتجاهه ديمقراطي وعانى من مشكلة عدم تقبل الناس بسبب تبنيه لايدولوجية

بشكل مرحلي، وعمل على تبني برامج عملية لضمان تحقيق لاهدافه، وقد روج لبرنامج السياسي باستخدام وسائل الاعلام بكفاءة عالية، ولدى الحزب مكتب للاشراف على وسائل الاعلام وهو مكتب اعلام ولديه (٤) موظفين ويتمتعون بمؤهلات اعلامية جامعية وخبرة علاقات عامة ولا يمتلك مقر مستقل للحزب ويرتبط بادارة الحزب مباشرة، وقد نجح بالترويج لافكار الحزب وسياساته عبر النشرات والبيانات والمقابلات والندوات والمحاضرات واللقاءات ويؤمن باهمية العلاقات العامة.

**الحركة الاسلامية للكرد الافيلية:-** والتاريخ العلني والمعتمد للتاسيس ١١ / ١١ / ١٩٨٢ والعلي، خارج العراق وله خارج العراق ولديه اتجاه ديني وعانى من مشاكل داخلية بسبب تبنيه لهذه الايديولوجية وقد عبأ الجماهير لضمان تحقيق الاهداف وروج لبرنامج السياسي باستخدام وسائل الاعلام بكفاءة عالية، ويمتلك الحزب مكتب علاقات عامة وبه (٧) موظفين يتمتعون بمؤهلات خبرة علاقات عامة ويمتلك المكتب عمل الوسائل والادوات اللازمة لاداء وظائفه حيث يرتبط برئيس الحزب مباشرة وقد نجح بالترويج لافكاره وبرامج الحزب عبر الصحف والبيانات والبرامج الاذاعية والتلفزيونية والمقابلات والمهرجانات والندوات والمؤتمرات والمحاضرات واللقاءات واستخدام وسائل الاعلام المختلفة ويؤمن باهمية العلاقات العامة .

**التحالف الوطني العراقي:-** ١٢ / ٥ / ٢٠٠٣ هو التاريخ العلني والمعتمد للتاسيس داخل العراق وله فروع في بعض المحافظات العراق واتجاهه ليبرالي وتبني ايديولوجية بشكل مرحلي وعانى من مشكلة عدم تقبل الناس لها، وتبني برامج عملية لضمان تحقيق الاهداف وروج لبرنامج السياسي عن طريق الصحف واستخدام وسائل الاعلام بكفاءة عالية يمتلك مكتب اعلام (٣) موظفين يتمتعون بمؤهلات اعلامية جامعية فقط ويمتلك الوسائل والادوات لاداء وظائفه ويرتبط

بإدارة الحزب مباشرة وعمل المكتب على ترويج افكار الحزب وتسويق سياساته بواسطة الصحف والبيانات والبرامج اللازمة والتلفزيونية والمقابلات والمؤتمرات والمحاضرات واستخدام وسائل الاعلام المختلفة ويؤمن بأهمية العلاقات العامة.

**حركة القوميين الديمقراطيين العرب:-** واسمها السابق هي القوميين الديمقراطيين والتاريخ السري ١١ / ١١ / ١٩٩٦ والعلمي والمعتمد هو ٤ / ١٠ / ٢٠٠٣ داخل العراق ولديه فروع داخل العراق واتجاهه قومي، عانى من مشاكل داخلية وعبأ الجماهير لضمان تحقيق الاهداف وروج لبرنامج السياسي عبر صحيفة ناطقة باسمه ونشرات وادبيات ولا يمتلك الحزب مكتب للاشراف على ترويج افكار الحزب وبرنامج السياسي وبنيته ايجاد مكتب لها لانه يؤمن بأهميتها.

**حزب الدعوى الاسلامية (تنظيم العراق):-** التاريخ العلني والمعتمد ١١ / ١١ / ١٩٧٥ داخل العراق ولديه فروع داخل العراق، واتجاهه ديني عانى من اعتراض الاعضاء بسبب ايديولوجية المرحلة وشارك بالسلطة لضمان تحقيق الاهداف وروج لبرنامج السياسي عبر صحف ناطقة باسمه ومحطة تلفزيونية ويمتلك مكتب اعلام به (٣) موظفين يتمتعون بمؤهلات اعلامية جامعية وخبرة صحفية، ويمتلك الوسائل والادوات لاداء وظائفه حيث يرتبط برئيس الحزب مباشرة وروج لافكاره وبرامجه عبر الصحف والبيانات والمقابلات والمهرجانات والندوات والمحاضرات واللقاءات ويؤمن بأهمية العلاقات العامة وضرورة استحداث مكتب لها.

**الاتحاد الديمقراطي الكلداني:-** التاريخ السري ١٦ / ٩ / ١٩٩٨ والعلمي هو ١٥ / ١٠ / ٢٠٠٠ داخل العراق ولديه فروع بالخارج واتجاهه قومي وعانى من مشاكل خارجية وشارك بالسلطة لضمان تحقيق الاهداف وروج لبرنامج السياسي عن طريق صحيفة و مجلة ويمتلك مكتب اعلام ولديه (١٠) موظفين يتمتعون بمؤهلات اعلامية جامعية وخبرة صحفية ويمتلك المكتب حواسيب وادوات



طبع وتصوير واستنساخ لاداء وظائفه حيث يرتبط برئيس الحزب مباشرة وروج لبرنامج السياسي عبر الصحف والمجلات والنشرات والبيانات والمقابلات والمهرجانات والندوات والمؤتمرات والمحاضرات ويؤمن بأهمية العلاقات العامة.

**الحزب الوطني الاشوري:-** وتاريخه السري ١٤ / ٧ / ١٩٧٣ العلني والمعتمد ١٧ / ٩ / ١٩٧٣ داخل العراق وله فروع خارج العراق واتجاهه ديمقراطي وعانى من مشاكل خارجية بسبب تبني ايديولوجية بشكل مرحلي وشارك بالسلطة بسبب تحقيق الاهداف وروج لبرنامج السياسي عن طريق صحيفة وراديو والنشرات والبيانات يمتلك مكتب اعلام (١٣) موظف ويتمتعون بمؤهلات اعلامية جامعية وخبرة صحفية ، ولا يمتلك مقر مستقل ويرتبط بإدارة الحزب مباشرة وروج لافكاره وسياساته عبر الصحف والمجلات والنشرات والبيانات والبرامج الاذاعية والبرامج التلفزيونية والمقابلات والمهرجانات والندوات والمؤتمرات واللقاءات ويؤمن بأهمية العلاقات العامة وضرورة بناء جهاز لها.

**حركة الابرار الاسلامية:-** التاريخ السري ١١ / ١١ / ٢٠٠٢ والعلني والمعتمد ٢٢ / ٢ / ٢٠٠٢ خارج العراق ولديها فروع في بعض المحافظات، واتجاهها ديني عانة من مشاكل خارجية بسبب تبنيها للايديولوجية بشكل مرحلي وعبأت الجماهير لضمان تحقيق الاهداف، وروجة لبرنامجها السياسي بواسطة النشرات والادبيات وتمتلك مكتب اعلام به (٤) موظفين يتمتعون بمؤهلات مجرد خبرة صحفية وتمتلك حواسيب فقط لاداء وظائفها ، ويرتبط برئيس الحركة مباشرة وقد روج لافكار الحركة وتسويق سياساتها عبر الصحف والبرامج الاذاعية والمهرجانات والمؤتمرات والمحاضرات واستخدام وسائل الاعلام المختلفة ويؤمن بأهمية العلاقات العامة وضرورة بناء جهاز لها.

**حزب المؤتمر الوطني العراقي:-** واصبح اسمه الائتلاف الوطني الموحد بعد انضمامه لحزب اخر وتاريخ التأسيس العلني ٢٠ / ١٠ / ١٩٩٢ والمعتمد

١١ / ١٠ / ٢٠٠٤ وتأسس داخل العراق وفروعه خارج العراق واتجاهه ليبرالي وتبنى برامج عملية لضمان تحقيق الاهداف وروج لبرنامج السياسي عبر صحيفة ناطقة باسمه وليس لديه مكتب اعلام ولديه النية لايجاد مكتب علاقات عامة لايرانه باهميتها.

**حزب الدعوة العراقي :-** واسمه السابق هو مجاهدي الاھوار واسمه الحالي حزب الله العراقي والتاريخ المعتمد للتأسيس والعلني ١١ / ١١ / ١٩٩٤ واتجاهه ديني عانى من مشاكل خارجية بسبب تبنيه لهذه الايديولوجية وتبنى برامج عملية لضمان تحقيق الاهداف وروج لبرنامج السياسي عبر صحيفة ناطقة باسمه ولديه مكتب اعلام ويه (٣٠) موظف يتمتعون بمؤهلات خبرة صحفية وخبرة علاقات عامة ويمتلك المكتب الوسائل والادوات اللازمة لاداء وظائفه ويرتبط بالادارة وروج لبرنامج السياسي بواسطة النشرات والبيانات والمقابلات والمهرجانات والمؤتمرات والمحاضرات واللقاءات ويؤمن باهمية العلاقات.

تسلسل	الفقرة	القائمة العراقية	قائمة الائتلاف	قائمة التحالف الكردستاني	قائمة التوافق	قائمة المؤتمر العراقي الوطني
١	الوحدة العراقية الوطنية	٢- بدون الوحدة الوطنية لن ننعيم بالأمن أبداً.. وسنبذل قصارى جهودنا لنكريسها وبالطائفية والعرقية.	و ترسيخ الوحدة الوطنية	بذال الجهود لتوحيد صفوف الشعب العراقي وترسيخ الوحدة الوطنية	ترسيخ الهوية الوطنية العراقية والعمل على نيل أسلوب المحاصصة الطائفية والقومية واحترام خصوصيات المجتمع العراقي وإشاعة روح التسامح والأخوة والمواطنة الحقة	* وترسيخ الوحدة الوطنية بين أبناء الأمة العراقية النبيلة وتعزيز أواصر الأخوة والمحبة والعمل المشترك بين كافة شرائحها
				لقد دأب التحالف الكرديستاني على حمل راية السلام الداخلي والحوار الوطني على أساس التوافق السليم ومراعاة المصالح المشتركة لكافة القوى وأطراف الشعب العراقي، بعيداً عن جميع أشكال التعصب والتطرف.		

تسلسل	الفقرة	القائمة العراقية	قائمة الائتلاف	قائمة التحالف الكردستاني	قائمة التوافق	قائمة المؤتمر العراقي الوطني
٢	الفيدرالية	سكوت	السعي لتشكيل الأقاليم وفق الدستور وبناء يخطط وحدة العراق ودعم الامة كزينة للمحافظات	لقد عمل التحالف الكرديستاني ويواصل العمل من أجل إعادة ربط شبكات وزمار وتلعفر وشيخان وخمور وخاتقين ومندلي بإقليم كردستان بالسائل السلمية والديمقراطية * يعمل التحالف الكرديستاني من أجل الإسراع في حل مشكلة كركوك وفق ما جاء في الدستور بعيداً عن جميع أشكال العنف . * يعمل التحالف الكرديستاني لزيادة حصص إقليم كردستان من الميزانية الفيدرالية وفق نسبة السكان	سكوت	سكوت

تسلسل	الفقرة	القائمة العراقية	قائمة الائتلاف	قائمة التحالف الكردستاني	قائمة التوافق	قائمة المؤتمر العراقي الوطني
٣	الدستور	سكوت	العمل بموجب الدستور الدائم للبلاد.	لقد عمل التحالف الكرديستاني بجد وإخلاص لصياغة وتصديق الدستور الجديد للعراق وسيواصل حماية المبادئ الأساسية فيه. *• يعمل التحالف الكرديستاني من أجل الإسراع في حل مشكلة كركوك وفق ما جاء في الدستور بعيداً عن جميع أشكال العنف. *• لقد عمل التحالف الكرديستاني من أجل تثبيت الحقوق العادلة للتركمان والأشوريين والكلدان والأرمن في الدستور الجديد وسيواصل العمل لحماية حقوقهم.	المختلف عليه بالاستفادة من المادة (١٤٠) العراقي	وتؤكد (قائمة المؤتمر الوطني العراقي) التزامها وتأييدها للدستور وتسعى إلى تنفيذه وتطبيق بنوده

قائمة المؤثر العراقي الوطني	قائمة التوافق	قائمة التحالف الكردستاني	قائمة الائتلاف	القائمة العراقية	الفقرة	تسلسل
<p>في البداية تؤكد التزامنا الكامل بالجمعية العليا ممثلة بساحة آية الله العظمى السيد علي السيستاني (دام ظلّه) الذي يمثل لنا نبراسا في صمامنا السياسي، بعد سقوط نظام صدام المجرم وكان له الفضل الكبير في إنجاح العملية السياسية ومن ضمنها إجراء الانتخابات في نهاية شهر كانون الثاني الماضي ومن ثم إقرار الدستور وبنده اللطائفية ورعائيته الأيوية لكافة أبناء الشعب العراقي بكل أطيافه ومكوناته.</p>			<p>العمل على ضمان حقوق الشعب العراقي بكافة أديانه وقومياته ومذاهبه وتياراته واعتبار أن الدفاع عن الإسلام والمسلمين هو المركز الأساسي لتحقيق ذلك</p>	<p>سكوت + عنيات المقدسة مصدر احترام واهتمام نعمل على حمايتها وتوفير الخدمات لها لا تخيئه من مكانة اجتماعية ودينية كبيرة في نفوسنا جميعا و سنعمل وبالتنسيق مع المراجع الكرام لبأئمين ذلك</p>	<p>منح الدين بالسياسة</p>	<p>٤</p>

تسلسل	الفقرة	القائمة العراقية	قائمة الائتلاف	قائمة التحالف الكردستاني	قائمة التوافق	قائمة المؤتمر العراقي الوطني
5	الامن	الامن من أهم أولوياتنا	تفويت الفرصة على الذين يعملون من أجل إشعال الحرب الطائفية والأهلية. * إعطاء الأولوية لمحاربة الإرهاب والتخريب والجريمة وتوفير الأمن للمواطن.	لقد عمل ويعمل التحالف الكردستاني من أجل استتباب الأمن والاستقرار في أنحاء العراق.	السعي لطرح ميثاق شرف وطني ملمزم للقوى السياسية العراقية يتضمن الإجماع على الثوابت الوطنية وتخريم دماء العراقيين والوقوف صفا واحدا ضد عمليات التخريب والتدمير التي تستهدف العراق والعراقيين أي كان مصدرها	وتوفير الخدمات الاجتماعية لا يحقق الأمان والرفاه للمواطنين. * وكل ما تقدم أعلاه لا يمكن تحقيقه إلا ضمن إطار أمني مستقر، والأمن يجب أن يعتمد على قوات تمتاز بالمهنية والانضباط ويجب أن تكون عراقية الملية من حيث التجنيد والتدريب والتجهيز والقيادة، وإن تطيح السلطة المتخزية وتنفذ أوامرها، كما أن الأمن يعتمد على قبول كافة مكونات الشعب العراقي بالحكومة القادمة، فالأمن لا يساوي استعمال القوة والعنف، بل يعني الرضا والاتفاق.

تسلسل	الفقرة	القائمة العراقية	قائمة الائتلاف	قائمة التحالف الكردستاني	قائمة التوافق	قائمة المؤتمر العراقي الوطني
٦	الاجراء الاحتلال وجلاء المحتل	ونسمى لبناء مؤسسات أمنية قوية قادرة على الاطول محل القوات متعددة الجنسيات ولاؤها للوطن، والغاء الكيانات السلطة غير النظامية وضمان سيادة القانون، واستعادة كرامة العراق وعزته.	إبهاء التواجد الأجنبي العسكري وكل مخلفات الاحتلال	سكوت	العمل الاجتثاث وتحقيق الاستقلال الكامل	سكوت
٧	الارهاب	سيكون ذلك اساسا لانسحاب منظم للقوات البعثة الجنسيات متزامنا مع بناء قدرات العراق	إعطاء الأولوية لمحاربة الإرهاب والتخريب والجريمة وتوفير الأمن للمواطن.	• يدين التحالف الكرديستاني جميع أشكال الإرهاب في العراق والمنطقة والعالم ويواصل المشاركة في الحملة العالمية لمكافحةها.	العمل على وقف عمليات الإبادة الجماعية التي تتعرض لها مدن العراق	والعمل على مكافحة الفساد الإداري والإرهاب بكل أشكاله ومظاهره



قائمة المؤتمرات العراقية الوطني	قائمة التوافق	قائمة التحالف الكردستاني	قائمة الائتلاف	القائمة العراقية	الفقرة	تسلسل
والعمل الجاد على تأصيل التجربة الديمقراطية وحمايتها وصيانتها	ترسيخ قواعد البناء السياسي الديمقراطي بتوفير الظروف الملائمة لحرية الرأي والصحافة ومؤسسات المجتمع المدني بشكل حقيقي، وتوفير الضمانات القانونية لعملها بعيداً عن هيمنة الأجهزة الحكومية	• ناضل التحالف الكردستاني من أجل بناء عراق جديد قائم على أساس الاتحاد الاختياري والتعددية والديمقراطية، وسيعمل من أجل تعزيزه وازدهاره.	سكوت	سكوت	الديمقراطية	٨

تسلسل	الفقرة	القائمة العراقية	قائمة الائتلاف	قائمة التحالف الكردستاني	قائمة التوافق	قائمة المؤتمر العراقي الوطني
9	اجتثاث البعث	سكوت	عزل المجرمين من البعثيين وأعوان النظام والسابق والاهما رئيسين وتقليديهم للمحاكمة العادلة.	سكوت	إعادة النظر بقانون اجتثاث البعث وضمان عدم تحول القانون إلى وسيلة للتطهير الطاغوتي وإخلال التوازن في مؤسسات الدولة	سكوت
10	البطالة	امتصاص البطالة من خلال الإدارة الخيرية والحكومية للاقتصاد الوطني،	السعي بكل الوسائل لامتصاص البطالة وتوفير فرص العمل الكريمة	يعمل التحالف الكردي من أجل تحقيق المزيد من المكاسب الاقتصادية والاجتماعية للشباب و وضع الخطط والبرامج الكفيلة بتحقيق تطلعاتهم المشروعة ومعالجة مشاكلهم الملحة وعلى وجه الخصوص البطالة والسكن.	سكوت	سكوت

قائمة المؤتمرات العراقية الوطني	قائمة التوافق	قائمة التحالف الكرديستاني	قائمة الائتلاف	القائمة العراقية	الفقرة	تسلسل
وسنعمل على مكافحة الفساد الإداري عن طريق الأجهزة المكلفة دستوريا بهذه المهمة من خلال دعم ديوان الرقابة المالية وهيئة النزاهة			مخاربة الفساد الإداري والرشوة وتفعيل هيئة الرقابة المالية والنزاهة	الفساد المالي والإداري هو سرقة لأموال الشعب وأن أي مسئول حكومي تثبت عليه تهمة الفساد سيحاسب قضائياً * مكافحة الفساد وحاسبية كل من يثبت تورطه بقضايا الفساد وفق قضاء عادل	الفساد الإداري	١١

قائمة المؤتمرات العراقي الوطني	قائمة التوافق	قائمة التحالف الكردستاني	قائمة الائتلاف	القائمة العراقية	الفقرة	تسلسل
	<p>الوقوف بحزم ضد انتهاكات حقوق الإنسان التي تمارسها جماعات من الأجهزة الأمنية الحكومية والمليشيات التابعة للأحزاب والجاعات وإنهاء عمليات المداهمة غير القانونية والاعتقالات العشوائية وأساليب التعذيب غير الإنسانية التي يتعرض لها المعتقلون وإيقاف التهجير القسري للمواطنين العراقيين من مدتهم.</p>	<p>• يؤمن التحالف الكردستاني بحقوق الإنسان وحرياته الأساسية بغض النظر عن اللون والعنصر والدين والجنس والمذهب، ويراها الالتزام بالإعلان العالمي لحقوق الإنسان وكافة البروتوكولات واللوائح الدولية في هذا الميدان.</p>			حقوق الإنسان	١٢

قائمة المؤتمرات العراقية الوطني	قائمة التوافق	قائمة التحالف الكرديستاني	قائمة الائتلاف	القائمة العراقية	الفقرة	تسلسل
	<p>إطلاق سراح جميع المعتقلين والأسرى من معسكرات الاحتلال وسجون الحكومة العراقية عن لم تبنت ضدهم تهمة ارتكاب جرائم ضد العراقيين، وتحسين الأوضاع الإنسانية في السجون بما يتلاءم مع المعايير الدولية لحقوق الإنسان.</p>		<p>الاهتمام بعوائل الشهداء وضحايا الإرهاب والمعتقلين السياسيين بعد نجاحنا في سن قانون مؤسسة الشهيد.</p>		المعتقلين	١٣

قائمة المؤتمرات العراقي الوطني	قائمة التوافق	قائمة التحالف الكردستاني	قائمة الائتلاف	القائمة العراقية	الفقرة	تسلسل
	<p>- مراجعة وطنية تجلصية للقرارات والقوانين التي صدرت منذ يوم النكبة في ٩/ نيسان / ٢٠٠٣ والتي أُلغيت بالقرار البالغ بالعراق مؤسسات مؤسسات وأفراد ومن ذلك:</p> <p>•القوانين والإجراءات التي أدت إلى حل المؤسسة العسكرية مما أحدث فراغاً أمنياً واسعاً وجعل العراق مسرحاً للتدخلات الخارجية</p>		<p>بناء الحالة المؤسسية وبناء يقود إلى احترام القوانين وضوابط العمل.</p>		الفوانين	١٤

قائمة المؤتمرات العراقية الوطني	قائمة التوافق	قائمة التحالف الكردستاني	قائمة الائتلاف	القائمة العراقية	الفقرة	تسلسل
<p>كما ندعو لإعطاء المرأة الدور الكبير والمناسب لحجم هذا القطاع من المجتمع وما واجهته المرأة في العقود الماضية، ونؤكد على دورها في بناء العراق الجديد وعلى منحها حقوقها السياسية والاجتماعية وتوفير سبل الحياة الكريمة لها في التعليم والصحة والعمل ومنع العنف ضد المرأة قانونياً.</p>		<p>يؤيد من التحالف الكرديستاني بأن تطوير البنية الاجتماعية والاقتصادية والسياسية لأي مجتمع مرتبط ارتباطاً عضوياً بتطوير الوضع القانوني والسياسي والاجتماعي للمرأة ومنحها الحرية الكاملة وضمان حقوقها الطبيعية ومكائنتها اللائقة كأم وكمربية، وكقائدة اجتماعية وتربوية، وسيواصل العمل من أجل الإسراع في سن تشريعات كفيلة بتنشيط وتفعل دور المرأة في الحياة السياسية والاجتماعية والاقتصادية والعلمية.</p>	<p>الاهتمام بالمرأة واعتاد تشريعات قانونية لحمايتها حقوقها</p>	<p>دعم المرأة والشباب لفضان مستقبل واعد لهم</p>	<p>المرأة</p>	<p>١٥</p>

قائمة المؤتمرات العراقي الوطني	قائمة التوافق	قائمة التحالف الكردستاني	قائمة الائتلاف	القائمة العراقية	الفقرة	تسلسل
إن الشعب العراقي شعب شباب حيث تشكل شريحة الشباب فيه أكثر من ٦٠٪، وهم يحتاجون إلى رعاية خاصة واهتمام كبير من قبل الدولة في التعليم والعيشية وتوفير فرص العمل والسكن اللائق، كذلك نؤكد على دعم الرياضة والأنشطة الشبابية ومساعدة هذا القطاع على تجاوز ما ناله من ظلم مضاعف في العهد السابق				دعم المرأة والشباب لضمان مستقبل واعد لهم	الشباب	١٦



# الفصل الرابع اجراءات وادوات البحث



## الفصل الرابع اجراءات وادوات البحث

### المبحث الاول

#### الاطار المنهجي لاجراءات وادوات البحث

يعتمد على البحوث المسحية لبناء سياسات العلاقات العامة، ولا تتخذ القرارات الاستراتيجية لانها<sup>١٠٠</sup>:

تصمم طبقاً للقواعد العلمية المنهجية المتفق عليها، وتجرى على عينات ممثلة لجمهور العلاقات العامة. كما انها تستخدم طرق التحليل الاحصائي، يراعى فيها عوامل الصدق والثبات.

نتائجها قابلة للتعميم. وتعطي نتائجها مؤشرات مهمة ومفيدة.

ولا تقدم البحوث المسحية وصفة جاهزة للاعتماد عليها في اجراءات بحث مسحي، ولكن توجد هناك قواعد واساسيات وخطوات يتبعها الباحث الى جانب خبراته البحثية السابقة، والمامه بالنظريات العلمية. وبذلك يتطلب من القائم بالبحث المسحي ان يكون ملماً بقواعد الاساليب العلمية. لان الامام بهذه القواعد

١٠٠. أ. د. راسم محمد الجمال، د. خيرت معوض عياد، ادارة العلاقات العامة، المدخل الاستراتيجي، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الاولى، مصر، ٢٠٠٥، ص ١٢١.

العلمية في البحوث تزيد ثقنتنا بالبيانات والنتائج التي نحصل عليها لبناء السياسات والاستراتيجيات في العلاقات العامة. وهي اجراءات منهجية متفق عليها علمياً.

## مجالات البحث

تنقسم مجالات البحث الى قسمين كالآتي:-

١. الاطار الزمني: وهي المدة الزمنية التي تناولها البحث من ٩ / ٤ / ٢٠٠٣ الى تأسيس اول انتخابات نيابية في العراق يوم ١٥ / ١ / ٢٠٠٦.

قامت الباحثة بدراسة الوقت اللازم الضروري لاجراء البحث مع الاخذ بنظر الاعتبار امتناع عدد من الاحزاب المعنية بالبحث من الاجابة لاسباب ترتبط بحساسية الوضع الامني وتعددية الاحزاب المتنافسة. او اعتبارهم البحث أسلوب من اساليب التجسس على الاحزاب ذاتها، ولكن من خلال استمارة (السيرة الذاتية) اقامت الباحثة علاقات بنيت على اساس الثقة ومهدت لاستمارة الاستبيان اللاحقة وضرورة حصول الباحثة على الاجابة عن اسئلة الاستبيان وخاصة الاحزاب التي تم اختيارها كعينة البحث<sup>١٠١</sup>.

٢. الاطار المكاني: البحث العلمي يصف مدى استخدام العلاقات العامة للترويج لبرامج الاحزاب السياسية العراقية قبل الانتخابات بدلاً من الدعاية وقد مثلت المجتمع الكلي عينة بحثية تحوي (٥٠) حزباً عشوائياً.

وقد قصدنا من بحثنا هذا وصف الاحزاب السياسية العراقية باكملها ومدى استخدامها للعلاقات العامة بدلاً من الدعاية السياسية بالترويج لبرامجها السياسية قبل الانتخابات النيابية الاولى بالعراق.

وقد قام البحث بالتركيز على مفردة العلاقات العامة واستخدامها في عملية

١٠١. اعتمدت الباحثة على الاحزاب التي تجاوزت معها من استمارة الاستقصاء الاولى وكانت استمارة الاستقصاء الاولى بمثابة الدليل لاختيار العينة الممثلة لمجتمع البحث.

الترويج لتلك البرامج بدلاً من الدعاية.

ولقد تم تصنيف جميع الحقائق الاولية التي تمكن البحث من الحصول عليها والتي تمثل المادة الخام للتجربة العراقية الانتخابية الاولى وتعددية الاحزاب السياسية والتي روجتها مكاتب واجهزة العلاقات العامة في الحزب المذكور بشكل صادق وموضوعي. والكيفية التي انصهرت بها تلك البرامج داخل بودقة المجتمع العراقي.

### مجتمع البحث

اشتمل البحث على مجمل الاحزاب السياسية العراقية الموجودة في الساحة العراقية التي خاضت عملية الانتخابات والتي انسحبت او اقنعت عن خوضها. واشتمل البحث كذلك على احزاب من الخارج والتي تسمى احزاب المعارضة واحزاب من داخل العراق والتي تسمى (مناضلي الداخل) واحزابا شكلت حديثاً.

ولم يحدد البحث فئات عمرية معينة للمبحوثين بل حدد وظيفة المبحوثين والذين انحصرت اجاباتهم على الاستثمارات وهم رئيس الحزب، امين سر الحزب، اللجنة المركزية للحزب، وكل من ينوب عن الوظائف المذكورة.

.. ان حقيقة الظاهرة التي تمت دراستها وما أفرزته من عوامل واسباب حديثة على المجتمع العراقي يقع في اولها النظام الجديد الذي انتج ولادة احزاب سياسية بعد غياب دام اكثر من ثلاثة عقود، وعرض البرامج لتلك الاحزاب بصورة ديمقراطية مما حدا بتلك الاحزاب الى ضرورة الترويج لتلك البرامج بطرق دعائية تقوم اساساً على اسلوب عمل مؤسسات العلاقات العامة في جو المعركة، ولم توجد اية بحوث سابقة اجريت في صلب الظاهرة لكي يتم الاستفادة منها، وتم من خلال الملاحظة المباشرة والدقيقة من الوقوف على حقائق الظاهرة ومعرفة اسبابها والتنبؤ بأية نتائج سوف تصدر عنها، وتم توظيف خبرات سابقة عن

كينونة عمل ودور العلاقات العامة لتخصص الباحثة في دراسة الماجستير بوظيفة ودور العلاقات العامة في القطاع العام واختارت حقل الوزارات العراقية<sup>(١٠٢)</sup>، وحصلت الباحثة على ملاحظات خاصة من خلال متابعتها اليومية<sup>(١٠٣)</sup> للاحداث السياسية عن مقربة لرؤساء الاحزاب المعارضة ومجمل الشخصيات السياسية الموجودة في الساحة العراقية ويوميات عملها من الاطلاع على مجريات الاحداث، مروراً بتشكيل مجلس الحكم وخوض الانتخابات النيابية، واجراءات تشكيل اول حكومة منتخبة، فضلاً على اسلوب الملاحظة فقد قامت الباحثة بالاستعانة بأراء وتفاسير اهل الخبرة السياسية من خلال الحصول على مقابلات صحفية معمقة استفادت الباحثة منها ومن كل من له علاقة مباشرة بالظاهرة من خلال حضورها اغلب المؤتمرات السياسية التي كانت تعقد في نادي العلوية او نادي الصيد او في قصر المؤتمرات .

وكذلك الاشتراك باغلب ورش العمل التي اقيمت في مقرات تلك الاحزاب ، كذلك حضور الباحثة بعض دورات الاعداد للكوادر الحزبية والتي تقام في مقرات معاهد (المعهد الجمهوري الدولي) - IRI - والمعهد الديمقراطي الدولي للشؤون الدولية - NDI -<sup>(١٠٤)</sup> وقد وصلت الباحثة الى عدد من الاسئلة

١٠٢ . سهاد عادل جاسم، دور اجهزة العلاقات العامة بالوزارات العراقية، رسالة ماجستير غير منشورة، ١٩٩٥ .

١٠٣ . باعتبار الباحثة تعمل كصحفية تتواجد يومياً في قصر المؤتمرات، وهو مطبخ الساحة العراقية في ذلك الوقت.

١٠٤ . وهي منظمات امريكية غير رسمية تعمل في سبيل تعزيز الديمقراطية ونشرها في العالم بشكل عام وفي العراقي بشكل خاص، مستعينة بشبكة من الكوادر المتخصصة، فهي تعمل على:

١ . بناء المؤسسات الثابتة كالاحزاب والمنظمات بشكل منتظم، وتعتبر هذه المؤسسات وسط المواطن وحكومته والتي تقوم برجع صدى المواطن لربط المواطنين بحكومتهم وبعضهم البعض من خلال تأمين وسائل للمشاركة في السياسة العامة.

٢ . يشجع على الانتخابات الشفافة والديمقراطية، ويوفر المساعدة التقنية للاحزاب السياسية والجماعات المدنية في سبيل تنظيم حملات تثقيف للمقترع وبرامج الانتخابات.

٣ . تلبية طلبات قادة الحكومات والاحزاب السياسية النصح بشأن الاجراءات التشريعية والخدمات

ثم صياغتها وفق الاسئلة البحثية لتوصل الى الخطوة التالية وهي تصميم استمارة الاستقصاء.

## تصميم استمارة الاستبيان

آ- قامت الباحثة بتصميم استمارة استبيان: الاولى كانت عبارة عن استمارة (سيرة ذاتية)<sup>١٠</sup> تحوي على معلومات مسحية نمطية تشتمل على (اسم الحزب، تاريخ تاسيسه، عنوانه، اهدافه، ابرز مؤسسيه، صفته، الصحيفة الناطقة بأسمه، الاذاعة او التلفاز (ان وجد)، المنظمات التابعة له). وهي أستمارة استطلاعية وقد احتوت هذه الصحيفة على تسعة اسئلة قامت الباحثة بتوزيعها على الاحزاب السياسية من خلال المؤتمرات السياسية المستمرة في قصر المؤتمرات وفي نادي العلوية، وبواقع (٣٠٠) استمارة. ولم يعد منها سوى (١٦٣) أستمارة فقط وتشكل نسبة (٥٤٪) من مجموع الاستمارات الموزعة، وهي نسبة مقبولة لانها فاقت النصف وكان بعضها غير كامل المعلومات، واستبعدت الباحثة بعض المعلومات الخاصة بالاحزاب نزولاً عند ظرف الوضع الأمني للحزب وحرارة الوضع بالبلد. وقد قامت الباحثة بعزل استمارات الاحزاب التي لا تمتلك نظاماً داخلياً او برنامجاً سياسياً وابقت على استمارات الاحزاب والكيانات السياسية التي تمتلك نظاماً داخلياً وبرنامجاً سياسياً.

استطاعت الباحثة من خلال هذه الاستمارة ان تحصر الخصائص المشتركة لعينة البحث وبذات الوقت خصائص عامة للجماهير المستهدف في صياغة اسئلة الاستمارة الثانية.

وحرصاً على موضوعية الاستمارة والتأكد من قياسها للغرض الذي وضعت

التأسيسية وموازنة العلاقات المدنية والعسكرية في نظام ديمقراطي. فهي تبني الهيئات التشريعية والحكومات المحلية والمحترفة والمسئلة والشفافية والمستجيبة لمطالب مواطنيها. - بالامكان الاطلاع على تفاصيل أكثر على المعهد الديمقراطي الدولي للشؤون الدولية في الملاحق.

١٠٥. وهي الاستمارة التي تم الاشارة اليها بالملاحق رقم (١).

من اجله، قامت الباحثة بعرضها على مجموعة من الخبراء والمتخصصين<sup>(١٠٦)</sup> لتحكيم صدقها الظاهري وفي ضوء ملاحظاتهم عدلت صياغة فقرات وحذفت بعض الفقرات وبذلك تحقق الصدق الظاهري. وللتعرف على مدى فهم العينة للأسئلة ووضوحها ومن ثم التعرف على ثبات الاستمارة.

أختارت الباحثة عينة عشوائية مكونة من عشرة احزاب وطبقت عليهم الاستمارة بأختبار اولي وبعد اسبوع أعادت عليهم الاستمارة نفسها واستخرجت معامل الارتباط (بيرسون<sup>١٠٧</sup>) وكان (٠,٧٢) وهو معامل ثبات مقبول.

### ب- استمارة الاستقصاء البحثية الثانية Questionnaire

ان الاستبيان يمثل اداة لجمع البيانات من المبحوثين عن طريق استمارة تتضمن مجموعة من الاسئلة ترسل بالبريد او تسلم للمبحوثين الذين يقومون بتسجيل اجاباتهم بأنفسهم على هذه الاستمارات<sup>١٠٨</sup>.

بالاضافة الى بعض الملاحظات التي تخص اجابة الاسئلة من عدمها وكيفية الاجابة، الى غير ذلك من الملاحظات. ان تصميم هذه الاستمارة التي اعتمد عليها المسح بالعينة قد وضعت (٣٦) سؤالاً توزعت الاسئلة على عدة محاور هي:-

١٠٦. السادة الخبراء هم:- د. حميدة سمبسم، د. حميد جاعد محسن، د. عبد السلام السامر، د. احمد علي صالح، د. مظفر مندوب، د. عمر العشاري، د. ايدن حسن حسين.

١٠٧. معامل بيرسون (Pearson) وهو معامل ارتباط بين متغيرين كل منهما متصل، وعند حساب هذا المعامل يفترض ان العلاقة بين متغيرين علاقة خطية كما يفترض تجانس التباين، اي ثبات تباين قيم احد المتغيرين (س) مثلاً عند كل قيمة من قيم المتغير (ص).

$$r = \frac{n \sum_{i=1}^n x_i y_i - \left( \sum_{i=1}^n x_i \right) \left( \sum_{i=1}^n y_i \right)}{\sqrt{\left[ n \sum_{i=1}^n x_i^2 - \left( \sum_{i=1}^n x_i \right)^2 \right] \left[ n \sum_{i=1}^n y_i^2 - \left( \sum_{i=1}^n y_i \right)^2 \right]}}$$

١٠٨. أ. د. علي عجوه، الاسس العلمية للعلاقات العامة، عالم المكتبة، مصر، الطبعة الرابعة ٢٠٠٠، ص ٨٨.



- سيرة الحزب الذاتية بواقع خمسة اسئلة.
- اتجاه وايدولوجية الحزب بواقع ثمانية اسئلة.
- برامج الحزب بواقع خمسة اسئلة.
- النشاط الاتصالي بواقع اثني عشر سؤالاً.
- العلاقات العامة بواقع ستة اسئلة.

وشكل مجموعتها (٣٦) سؤالاً مباشراً وحرصت الباحثة على ان تكون اجابة تلك الاسئلة من خلال المقابلة الشخصية مع عينة البحث العشوائية من الاحزاب الدينية والعلمانية والليبرالية والاشتراكية والمستقلة والديمقراطية والقومية، ومن جهة ثانية فقد شملت العينة ايضاً احزاب مناضلي الداخل والخارج واحزاباً حديثة الانشاء، واحزاباً تمتلك تاريخاً طويلاً.

## خطوات اجراءات تصميم الاستمارة<sup>(١٠٩)</sup>

### ١. تحديد المعلومات المطلوبة

وهي من الخطوات السهلة والسلسة خاصة وان البحوث الوصفية بحاجة الى معرفة البيانات الاولية الكافية التي تؤهله لصياغة فرضيات البحث من اجل تحديد نوع العلاقات التي تخضع للبحث.

وقد حددت الباحثة ثلاثة محاور للمعلومات المطلوبة من الباحثين وهي:

المحور الاول: معلومات اساسية.

المحور الثاني: معلومات عامة.

المحور الثالث: معلومات مهنية وفنية.

١٠٩. لقد استعانت الباحثة بنموذج تطوير الاستبيان للدكتور محمد ناجي الجوهر، العلاقات العامة، مصدر سابق، ص ٣٢٥ - ٣٤٨.

## ٢. نوع الاستبيان وطريقة تنفيذه

بعد قيام الباحثة بعملية تحديد المعلومات الاساسية عملت على تحديد كيفية الحصول على هذه المعلومات.

ولكن هذه الكيفية تحتاج الى جدولة هيكلية الاستبيان وطريقة الاعداد، وقد شرحت الباحثة الخطوة الاولى عناوين المحاور الثلاثة لاستمارة الاستبيان والان تشرح الباحثة هيكلية الاستبيان .

### الاستبيان:

#### المحور الاول: اسئلة معلومات اساسية

وقد اشتمل هذا المحور على (اسم الحزب وكيونته، الشخصيات الاساسية، تاريخ تأسيس الحزب ومكانه، فروع الحزب الاخرى) وكانت بمثابة تكرار لمفردات السيرة الذاتية التي قامت الباحثة بالحصول عليها في استمارة الاستبيان الاولى لاجل التأكد منها وقد كونت (٥) اسئلة.

#### المحور الثاني: اسئلة معلومات عامة

وقد اشتمل هذا المحور على الاتجاه العام للحزب وصفته والايديولوجيا التي استخدمها، الاهداف المرحلية، الممارسات، البرنامج السياسي، الترويج للبرنامج، وقد كون المحور (١٠) اسئلة.

#### المحور الثالث: اسئلة معلومات مهنية وفنية

وتشمل الجهاز الاعلامي، جهاز العلاقات العامة، العلملين في تلك الاجهزة، المؤهلات العاملون التي يمتلكها العاملين، المستويات التعليمية، وسائل الاجهزة، ترويج المكتب العلاقات للبرنامج، مكاتب العلاقات العامة في الاحزاب، نجاح مكتب العلاقات العامة، وقد كون المحور بواقع (٢١) سؤالاً. وقد نفذت الباحثة الاستبيان باسلوب المقابلة الشخصية فقط.

### الخطوة الثالثة: مضمون الاسئلة

اعتمدت الباحثة على اسلوب الملاحظة والإستنتاج من خلال استمارة الإستبيان الاول الذي أجرته على الاحزاب العراقية باكملها، مما حدا بالباحثة الى العمل على اختيار عينة من الاحزاب اشترت على تعاونها بالاستجابة للبحث العلمي بهدف اقامة المؤسسات السياسية الديمقراطية العراقية بالعراق، فقد اجابت عن ايمان بأهمية اجابتها ودورها في تقدم السياسة بالعراق، فعند قيام الباحثة باعداد استمارة استبيان ثانية لم تواجه صعوبة في وضع مضمون الاسئلة، واختيارها، فهي قد وضعت بالطريقة التي تنسجم مع عينة البحث إضافة الى انها اخذت بعين النظر ما يمكن ان تسببه بعض الاسئلة من حرج، لذا فقد وضعت الاجوبة على شكل فئات كما في سؤال (٢٣، ٢١، ٢٤).

### الخطوة الرابعة: اشكال الاجابة

وتتعدد اشكال الاجابة وتقع تحت ثلاثة انواع هي:

الاسئلة ذات النهاية المفتوحة.

الاسئلة المغلقة متعددة الاجابات.

المقياس المدرج.

وقد اعتمدت الباحثة النوع الثاني وهي الاسئلة المغلقة ذات الاجابات المتعددة. وقد راعت الباحثة ان تكون إجابة المبحوث اكثر من الاسئلة المدونة امامه وهذا لا يمكنه من الاجابة بحرية فقامت بوضع بديل محايد بكلمة (لا اعرف) و (اخرى تذكر)، واستطاعت هذه البدائل المحددة ان تحد من اي بديل في اجابة المبحوث يقود الى خطأ النتائج والى احتمالية ترك اجابة المبحوث او توقفه عن الاجابة.

### الخطوة الخامسة: صياغة الاسئلة

وهي المهمة الاصعب عند تصميم الاستبيان وهي تلزم الباحث بقواعد معينة تعتمد بالاساس على قدرة الباحث وخبرته في مجال بحثه بسبب عدم وجود مبادئ اساسية يمكن الاعتماد عليها في الصياغة والقواعد هي:

#### ١- استخدام الباحث للكلمات البسيطة

يواجه المبحوث مشكلة استخدام الكلمات الصعبة الموجهة اليه. وقامت الباحثة بتسجيل ملاحظات من خلال اللقاءات المتعددة واسلوب الملاحظة وصحيفة الاستبيان الاولى ساعدتها على صياغة الاسئلة بأسلوب سهل الفهم لدى المبحوثين.

#### ٢- تفادي غموض الكلمات والاسئلة

عمدت الباحثة الى وضوح الكلمات التي استخدمتها في اسئلة البحث وفي الاجابات المتعددة التي وضعتها للمبحوث. وكل غموض عانى منه المبحوث قامت الباحثة بتوضيحه وجهاً لوجه.

#### ٣- تفادي الاسئلة الايحائية

عملت الباحثة على تفادي الاسئلة الايحائية من خلال ابتعادها عن المفردات الموحية والسلبية لان الباحثة بحثت عن اجابات حقيقية صريحة ولم تبحث عم نوع معين من الاجابة.

#### ٤- تفادي التوقعات الضمنية والتعميمات والتقديرات

وهذا ما عملت الباحثة جاهدة عليه في جميع اسئلتها، وكانت مضامين الاسئلة ذات نتيجة محددة وذات نهايات مغلقة لا تسمح بالتوقع او تقدير اي امر حسابي او رقمي.

## ٥- تفادي الاسئلة التي تثير اجابات مزدوجة

وهذا ما قامت به الباحثة عندما عملت على اختيار اسئلة مغلقة ذات اجابات متعددة.

### الخطوة السادسة: تحديد تسلسل الاسئلة

وقد قامت الباحثة بالبدا بالاسئلة العامة ومن ثم انتقلت الى الاسئلة الخاصة، وجاء الانتقال سلساً وغير مفاجئ، وذلك لتضمن الاستبيان نوعين من المعلومات (معلومات اساسية، معلومات مصنفة) والمعلومات الاساسية هي التي تعلقت بموضوع الدراسة في حين ان المعلومات المصنفة تتعلق بالبيانات التي تجمعها من البحوث لاستنباط مزيد من المعلومات وتشمل هذه المعلومات ايضاً الاسئلة الصعبة والحساسة والتي لا بد ان توضع ضمن الاسئلة ذات المعلومات المصنفة لكي تكون في نهاية الاستبيان.

### الخطوة السابعة: الاختبار الاولي للاستبيان

لقد قامت الباحثة باختيار الاستبيان مع عشرة احزاب وهي (الحزب الشيوعي العراقي، الحزب الديمقراطي الكردستاني، حزب الحل الديمقراطي الكردستاني، حزب الامة العراقية الديمقراطي، الائتلاف الوطني العراقي، الحركة الوطنية العراقية، حزب العدالة والتقدم. المجلس الاعلى للثورة الاسلامية، حزب الدعوة، حركة الوفاق الوطني

وعند اجراء المقابلات الشخصية وتوزيع الاستبيان، وُجد ان الاسئلة تحتاج الى بعض التوضيح فتوصلت الباحثة الى القيام بعملية التوضيح هذه من خلال المقابلة الشخصية والتي قامت بأجرائها بنفسها في استجابة المبحوثين.

### رابعاً: اختيار العينة

العينة هي جزء من مجتمع محددة يتم اختيارها باتباع اسلوب او اساليب معينة

تضمن التمثيل الكامل للمجتمع المذكور - اذا خلت من الاخطاء - كما تتضمن تمثيلاً يمكن استخدامه والاعتماد عليه بنسبة خطأ مقبولة علمياً<sup>١١٣</sup>.

## اجراءات سحب العينة<sup>١١٤</sup>

قامت الباحثة بعد تحديد اداة جمع البيانات باختيار عينة من مجتمع البحث وذلك بالاستفادة من المعلومات التي تم الحصول عليها من خلال البحث والمتابعة.

### ١. تحديد مجتمع الدراسة

اي تحديد العناصر التي يرغب الباحث في دراستها، وقد حددت الباحثة الاحزاب السياسية العراقية والكتل السياسية التي كانت خارج العراق، والاحزاب السياسية داخل العراق، والحركات والتجمعات والائتلافات والتيارات والمؤتمرات السياسية<sup>(١١٢)</sup> التي تشكلت بعد التغيير ٩ / ٤ / ٢٠٠٣ وتمّ استبعاد كل الجمعيات والمنتديات والمراكز والمؤسسات والروابط ودور الثقافة .

١١٠. محمد ناجي جوهر، العلاقات العامة - المبادئ والتطبيقات، رؤية معاصرة، مصدر سبق ذكره، ص ٣٤١.

١١١. هناك عدد من المفاهيم الاساسية التي ترتبط بالعينة وهي:

١. وحدات التحليل: وهي المفردات التي ستخضع للدراسة وهي في الغالب افراد الا انها قد تكون مؤسسات او صحفا او محطات اذاعية او حياً سكنياً.

٢. مجتمع الدراسة population: وهي مجموع وحدات التحليل في البحث.

٣. عنصر المعاينة sampling elment: وهو كل وحدة ضمن وحدات التحليل والتي تستهدف من اجل الدراسة.

٤. وحدة المعاينة sampling unit: وهي فرداً او عنصر او مجموعة عناصر.

٥. اطار المعاينة sampling frame: وهي القائمة التي تضم كل وحدات المعاينة والتي تسحب منها العينة.

٦. مجتمع البحث population: وهو الحالات كافة التي تشترك بمواصفات معينة وهذه المواصفات تحدد العناصر التي تشملها الدراسة اولاً.

١١٢. قد ركزت الباحثة على النظام الداخلي لتلك المؤسسات الحزبية وبرامجها السياسية التي اعدتها للخوض بالانتخابات النيابية الاولى بالعراق في ١٥ / ١ / ٢٠٠٥.

## ٢. تحديد اطار العينة

ويقصد بها وضع قائمة بالعناصر التي سيتم سحب العينة منها، وقد قامت الباحثة بوضع قائمة بالاحزاب والتكتلات السياسية التي ظهرت في العراق بعد التغيير في ٩ / ٤ / ٢٠٠٣ وذلك لعدم توفر قائمة بتكلم الاحزاب<sup>١١٣</sup>. وقد تفردت الباحثة باعداد قائمة طويلة باسماء الاحزاب والتشكيلات السياسية والطائفية والقومية واعدت بها تصنيفاً سياسياً حديثاً.

## ٣. اختيار اجراءات المعاينة

وهي خطوة ترتبط بتحديد اطار العينة لان اختيار طريقة المعاينة يعتمد بشكل كبير على ما طورته الباحثة من قائمة للمجتمع المستهدف وكأطار للعينة فالعينة البسيطة توفر قائمة حديثة وكاملة بالاحزاب والتكتلات السياسية العراقية والتي تمثل عناصر المجتمع.

## ٤. تحديد حجم العينة

اعتمدت الباحثة في تحديد عينتها بأستشارة الاستاذ مهدي محمد البياع - استاذ في كلية الادارة والاقتصاد - جامعة بغداد - وذلك على سبيل الغرض اذ إنَّ عدد الاحزاب والتكتلات والحركات التي تم رصدها على الساحة العراقية تقارب (٣٠٠) حزب وحركة وتكتل والعينة تَضُمُّ (٥٠) حزباً وحركة، اي بنسبة (١٦,٧٪) من اصل مجتمع البحث.

## ٥. اختيار عناصر العينة

اختارت الباحثة العينة من خلال ثلاث نقاط وهي:

الاتجاه: ديمقراطي، ليبرالي، اشتراكي.

١١٣. قابلت الباحثة السيد حميد الكفائي للبحث للاستفسار عن امكانية توفر قائمة محددة قدمت اعدادها من قبل مجلس الحكم تشتمل على الاحزاب السياسية العراقية عقب التغيير في ٩ / ٤ / ٢٠٠٣.

الطائفي: طوائف اسلامية، اديان اخرى.

القومية: عرب، اكراد، آشوريون.

وقد شملت العينة مجمل هذه النقاط التي اعتمدها الباحثة عند اختيارها لعينتها.

## ٦. جمع البيانات

قامت الباحثة بجمع بياناتها عن طريق استمارة (السيرة الذاتية) الاولى التي وزعتها على مجمل الاحزاب التي ذكرتها في قائمة التصنيف السياسي، اضافة الى تدوين المقابلات الشخصية مع اغلب الشخصيات السياسية، واسلوب الملاحظة. كما اعتمدت الباحثة العينة العشوائية البسيطة، وهي العينة التي تحقق لجميع مفردات المجتمع الفرصة نفسها بالظهور بالعينة، وتم سحب هذه العينة من خلال قائمة التصنيف السياسي والتي اشتملت على مجمل عناصر مجتمع البحث والتي اعدتها الباحثة بأرقام متسلسلة ومنها تم اختيار العينة المطلوبة وبالحجم المطلوب.



## المبحث الثاني:

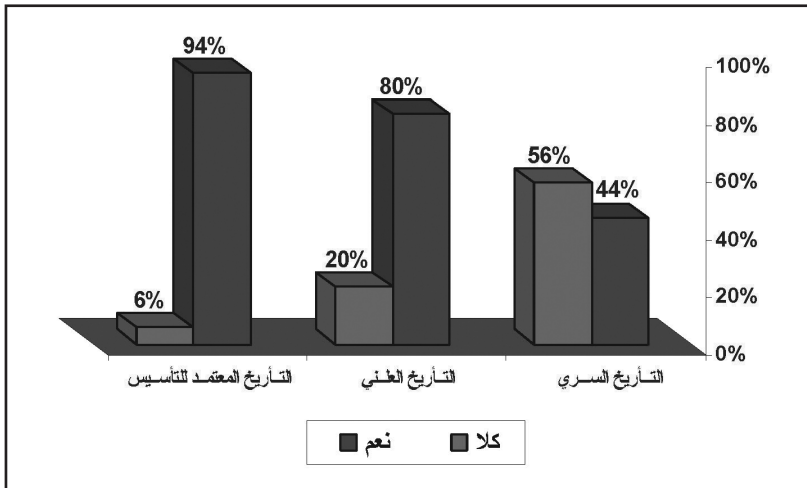
### تحليل نتائج البحث الميداني

جدول (١): توزيع عينة البحث حسب تاريخ التأسيس للحزب / الحركة.

النسبة المئوية %			عدد التكرارات			الفقرات
المجموع	كلا	نعم	المجموع	كلا	نعم	
١٠٠	٥٦	٤٤	٥٠	٢٨	٢٢	التاريخ السري
١٠٠	٢٠	٨٠	٥٠	١٠	٤٠	التاريخ العلني
١٠٠	٦	٩٤	٥٠	٣	٤٧	التاريخ المعتمد للتأسيس

يشير جدول رقم (١) أن (٢٢) حزباً لديه تاريخ سري وبنسبة (٤٤٪)، و (٢٨) حزباً ليس لديها تاريخ سري وبنسبة (٥٦٪) من اصل عينة البحث ويظهر الجدول رقم (١) كذلك بأن (٤٠) حزباً من اصل (٥٠) تمتلك تاريخاً علنياً لتأسيسها وبنسبة بلغت (٨٠٪). كما يظهر الجدول (١) أن (٤٧) حزباً من اصل العينة لديه تاريخ معتمد للتأسيس ونسبة هذه الأحزاب الى المجموع بلغت (٩٤٪).

شكل (١): توزيع عينة البحث حسب تاريخ التأسيس للحزب / الحركة

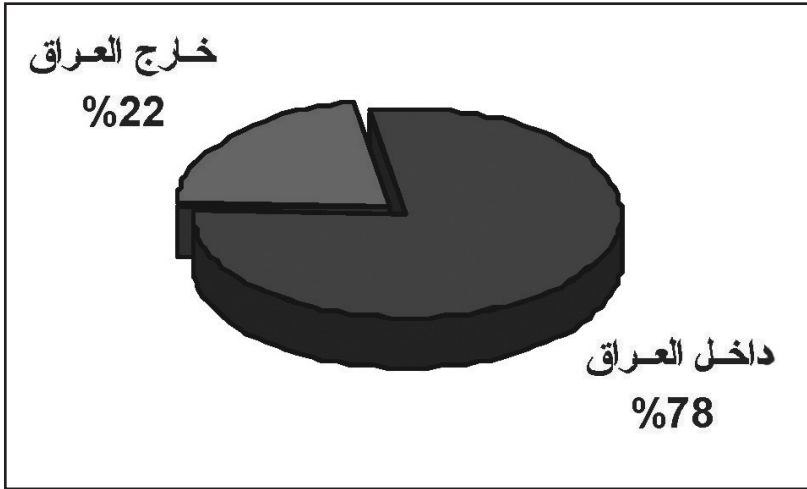


جدول (٢): توزيع عينة البحث حسب مكان التأسيس للحزب او الحركة

مكان التأسيس	عدد التكرارات	النسبة المئوية %
داخل العراق	٣٩	٧٨
خارج العراق	١١	٢٢
المجموع	٥٠	١٠٠

حول أماكن تأسيس الأحزاب المعينة بالدراسة يظهر الجدول (٢) أن (٣٩) حزباً وبنسبة (٧٨٪) قد أسس داخل العراق مقابل (١١) حزباً وبنسبة (٢٢٪) حزباً قد أسس خارج العراق.

شكل (٢): توزيع عينة البحث حسب مكان التأسيس للحزب أو الحركة

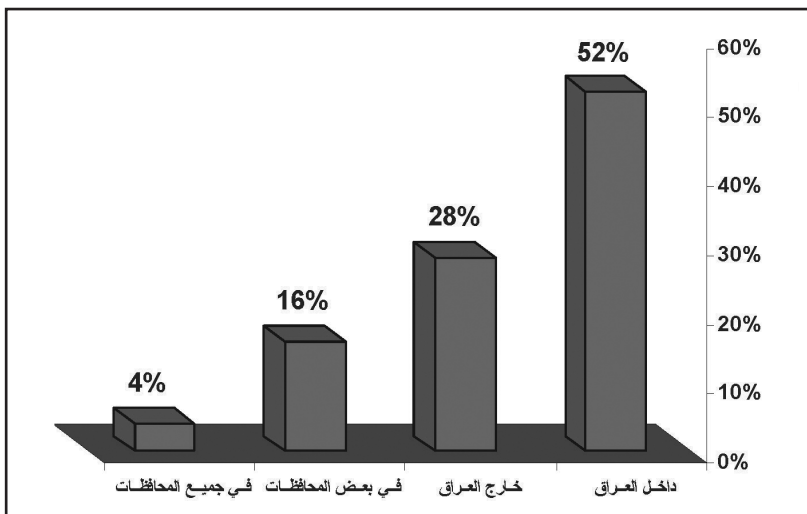


جدول (٣): توزيع عينة البحث حسب توفر فروع أخرى للحزب أو الحركة

فروع الحزب	عدد التكرارات	النسبة المئوية %
داخل العراق	٢٦	٥٢
خارج العراق	١٤	٢٨
في بعض المحافظات	٨	١٦
في جميع المحافظات	٢	٤
المجموع	٥٠	١٠٠

يوضح جدول رقم (٣) بشأن وجود فروع للأحزاب المذكورة أجاب (٢٦) حزباً أنّ لديها فروعاً داخل العراق وبنسبة (٥٢٪) و (١٤) حزباً ونسبتها (٢٨٪) فقط أجابوا أنّ لديهم فروعاً خارج العراق، كما يظهر الجدول المذكور، أنّ (٨) أحزاب فقط تمتلك فروعاً في بعض المحافظات بنسبة (١٦٪) وان اثنين فقط بنسبة (٤٪) يمتلكون فروعاً في جميع محافظات العراق.

شكل (٣): توزيع عينة البحث حسب توفر فروع أخرى للحزب أو الحركة

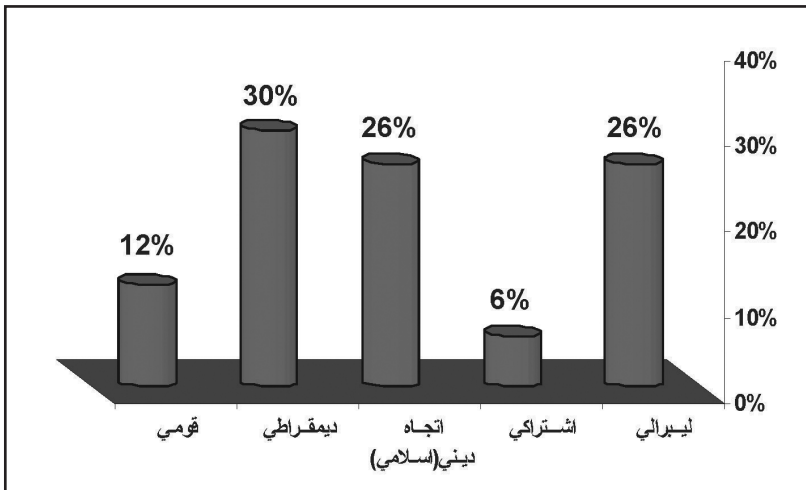


جدول (٤): توزيع عينة البحث حسب اتجاه الحزب أو الحركة

النسبة المئوية %	عدد التكرارات	اتجاه الحزب
٢٦	١٣	ليبرالي
٦	٣	اشتراكي
٢٦	١٣	اتجاه ديني (إسلامي)
٣٠	١٥	ديمقراطي
١٢	٦	قومي
١٠٠	٥٠	المجموع

يوضح الجدول رقم (٤) اتجاهات الأحزاب المعنية بالدراسة وقد مثل الاتجاه الديمقراطي (١٥) حزباً أي بنسبة (٣٠٪) وقد مثل الاتجاه الليبرالي والاسلامي (١٣) حزباً وبنسبة (٢٦٪) في حين مثل الاتجاه القومي (٦) أحزاب بنسبة (١٢٪) ومثل الاتجاه الاشتراكي (٣) أحزاب أي بنسبة (٦٪).

شكل (٤): توزيع عينة البحث حسب اتجاه الحزب أو الحركة



## جدول (٥):

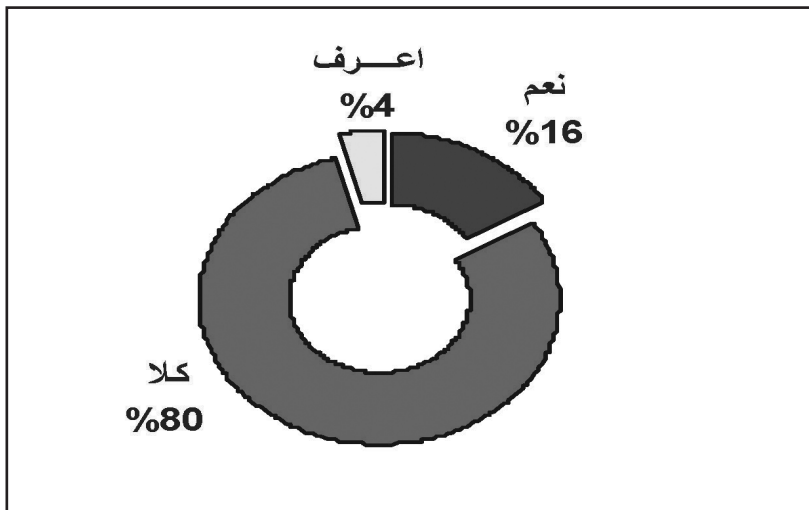
توزيع عينة البحث حسب تغيير الاتجاه العام للحزب تبعاً لظروف معينة

النسبة المئوية %	عدد التكرارات	الإجابة
١٦	٨	نعم
٨٠	٤٠	كلا
٤	٢	لا اعرف
١٠٠	٥٠	المجموع

يوضح الجدول رقم (٥) مدى تغيير الاتجاه العام للحزب تبعاً لظروف معينة أجاب (٤٠) حزباً بعدم تغيير اتجاهها العام لظروف معينة أي بنسبة (٨٠٪)، في حين ان (٨) أحزاب قد غيروا اتجاههم العام بنسبة (١٦٪) وأجاب اثنان بلا اعرف وبنسبة (٤٪).

## شكل (٥):

توزيع عينة البحث حسب تغيير الاتجاه العام للحزب تبعاً لظروف معينة



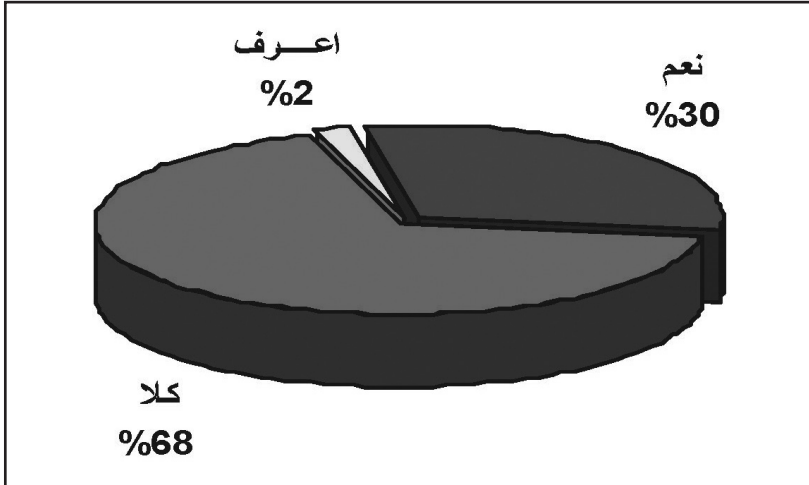
جدول (٦): توزيع عينة البحث حسب إدماج الحزب مع حزب أو حركة أخرى

الإجابة	عدد التكرارات	النسبة المئوية %
نعم	١٥	٣٠
كلا	٣٤	٦٨
لا اعرف	١	٢
المجموع	٥٠	١٠٠

حول اندماج الحزب مع حزب آخر أو حركة أخرى يظهر الجدول (٦) أن (١٥) حزباً قد اندمج وبنسبة (٣٠٪) مقابل (٣٤) حزباً لم تدمج مع غيرها وبنسبة (٦٨٪)، وأجاب حزب واحد بلا اعرف وبنسبة (٢٪).

شكل (٦):

توزيع عينة البحث حسب دمج الحزب مع حزب أو حركة أخرى



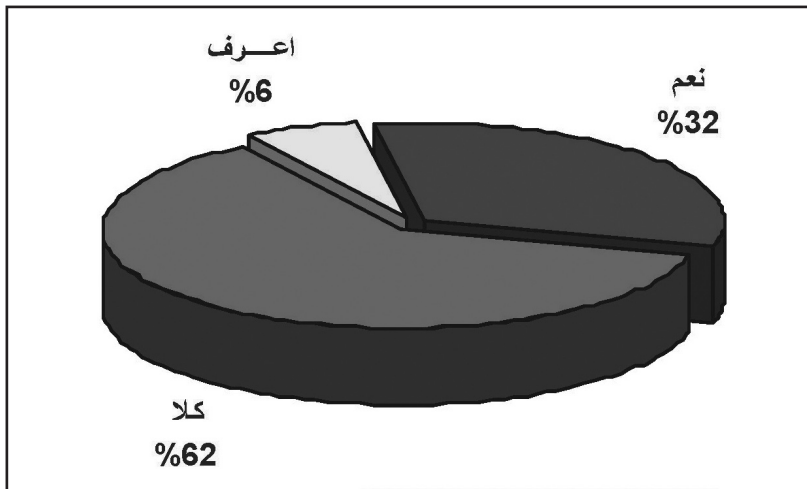
جدول (٧): توزيع عينة البحث حسب تبني إيديولوجية الحزب / الحركة بشكل مرحلي

الإجابة	عدد التكرارات	النسبة المئوية %
نعم	١٦	٣٢
كلا	٣١	٦٢
لا اعرف	٣	٦
المجموع	٥٠	١٠٠

يوضح الجدول رقم (٧) تبني الحزب او الحركة لايدولوجيته بشكل مرحلي أجاب (١٦) حزبا بتبني أيديولوجية بشكل مرحلي وبنسبة (٣٢٪)، و (٣١) حزبا لم يتبن أيديولوجية بشكل مرحلي وبنسبة (٦٢٪) مقابل (٣) أحزاب أجابت بلا اعرف وبنسبة (٦٪).

شكل (٧): توزيع عينة البحث حسب تبني إيديولوجية الحزب /

الحركة بشكل مرحلي

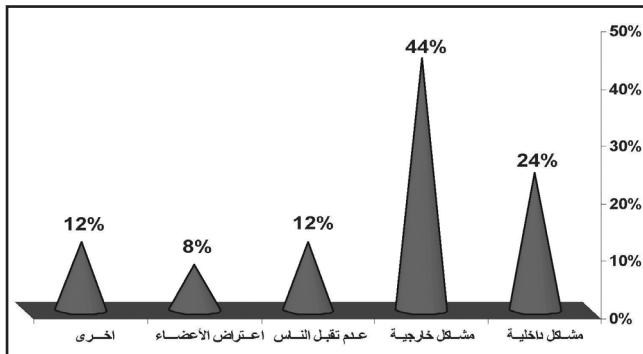


جدول (٨): توزيع عينة البحث حسب المشاكل التي واجهت الحزب بسبب تبنيه لهذه إيديولوجية

النسبة المئوية %	عدد التكرارات	المشاكل
٢٤	١٢	مشاكل داخلية
٤٤	٢٢	مشاكل خارجية
١٢	٦	عدم تقبل الناس
٨	٤	اعتراض الأعضاء
١٢	٦	أخرى (المشاكل المادية، الظروف الأمنية)
١٠٠	٥٠	المجموع

في حين يشير جدول (٨) الى المشاكل التي واجهت الحزب او الحركة بسبب تبنيه هذه الأيديولوجية فقد عانى (١٢) حزباً من مشاكل داخلية وبنسبة (٢٤٪)، وعانى (٢٢) حزباً من مشاكل خارجية وبنسبة (٤٤٪) في حين عانت (٦) أحزاب من عدم تقبل الناس وبنسبة (١٢٪) وعانت (٤) أحزاب من اعتراض أعضائها وبنسبة (٨٪) وعانت (٦) أحزاب من مشاكل أخرى كالمشاكل المادية او الظروف الأمنية وبنسبة (١٢٪).

شكل (٨): توزيع عينة البحث حسب المشاكل التي واجهت الحزب بسبب تبنيه لهذه إيديولوجية



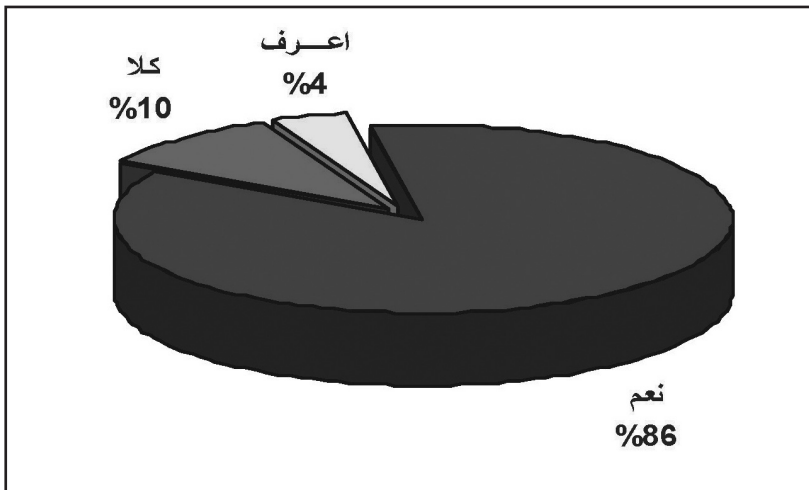


جدول (٩): اعتقاد عينة البحث بتحقيق أهداف الحزب كاملة

الإجابة	عدد التكرارات	النسبة المئوية %
نعم	٤٣	٨٦
كلا	٥	١٠
لا اعرف	٢	٤
المجموع	٥٠	١٠٠

عن اعتقاد الحزب بتحقيق أهدافه كاملة يشير الجدول (٩) الى أن (٤٣) حزباً أجاب بنعم وبنسبة (٨٦٪) مقابل (٥) أحزاب أجابت بكلا وبنسبة (١٠٪) وأجاب حزبان بلا اعرف وبنسبة (٤٪).

شكل (٩): اعتقاد عينة البحث بتحقيق أهداف الحزب كاملة

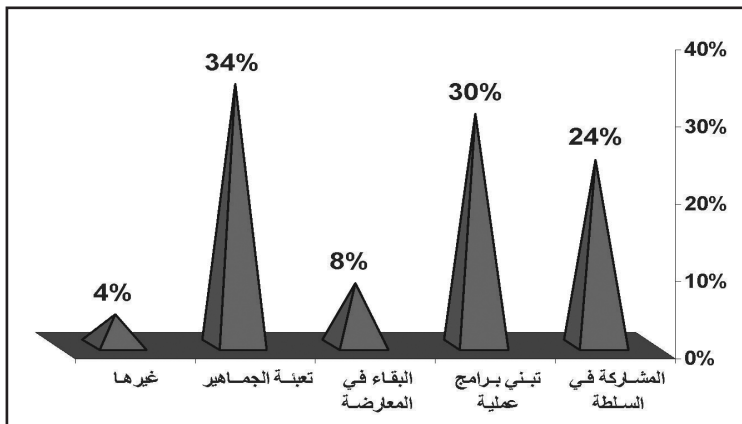


جدول (١٠): توزيع عينة البحث حسب الممارسات التي تم تطبيقها لضمان تحقيق الأهداف

النسبة المئوية %	عدد التكرارات	الممارسات
٢٤	١٢	المشاركة في السلطة
٣٠	١٥	تبني برامج عملية
٨	٤	البقاء في المعارضة
٣٤	١٧	تعبئة الجماهير
٤	٢	غيرها
١٠٠	٥٠	المجموع

لضمان تحقيق أهداف الأحزاب المعنية بالدراسة لا بد من ممارسات يتم تطبيقها لهذا الغرض، وقد وضح الجدول (١٠) ان (١٢) حزباً قد شارك بالسلطة وبنسبة (٢٤٪) و (١٥) حزباً قد تبني برامج علمية وبنسبة (٣٠٪) و (١٧) حزباً قد قام بتعبئة الجماهير وبنسبة (٣٤٪) مقابل (٤) أحزاب قد بقت بالمعارضة وبنسبة (٨٪) وحزبان مارسا غير هذه التطبيقات وبنسبة (٤٪).

شكل (١٠): توزيع عينة البحث حسب الممارسات التي تم تطبيقها لضمان تحقيق الأهداف



## جدول (١١):

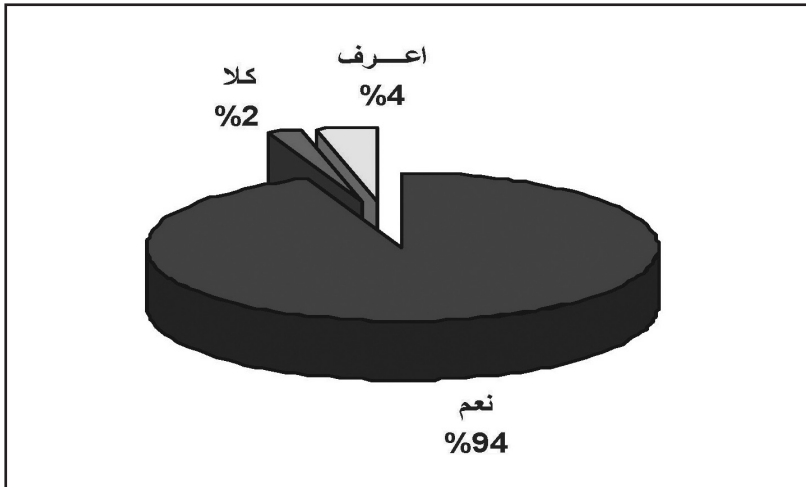
توزيع عينة البحث حسب استطاعة الحزب التعريف باتجاهاته

الإجابة	عدد التكرارات	النسبة المئوية %
نعم	٤٧	٩٤
كلا	١	٢
لا اعرف	٢	٤
المجموع	٥٠	١٠٠

يوضح الجدول رقم (١١) حول استطاعة الحزب التعريف باتجاهاته فقد أجاب (٤٧) حزباً بنعم وبنسبة (٩٤٪) مقابل حزب واحد أجاب بكلا وبنسبة (٢٪) وأجاب حزبان بلا اعرف وبنسبة (٤٪).

## شكل (١١):

توزيع عينة البحث حسب استطاعة الحزب التعريف باتجاهاته

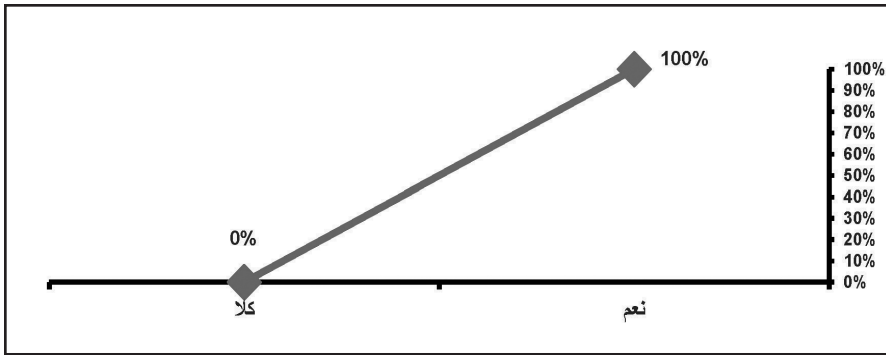


جدول (١٢): يبين امتلاك الحزب (الحركة) برنامجاً سياسياً

الإجابة	عدد التكرارات	النسبة المئوية %
نعم	٥٠	١٠٠
كلا	٠	٠
المجموع	٥٠	١٠٠

يشير جدول (١٢) ان (٥٠%) حزباً لديه برنامجٍ سياسيٍّ وبنسبة (١٠٠%) أي كل عينة البحث.

شكل (١٢): يبين امتلاك الحزب (الحركة) برنامج سياسي

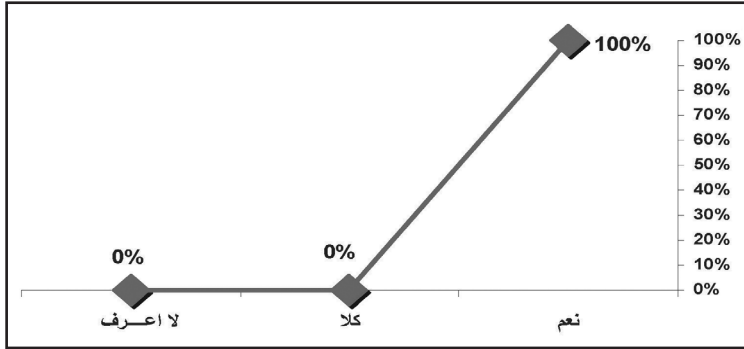


جدول (١٣): يبين ترويج الحزب لبرنامجها السياسي بين الجماهير

الإجابة	عدد التكرارات	النسبة المئوية %
نعم	٥٠	١٠٠
كلا	٠	٠
لا اعرف	٠	٠
المجموع	٥٠	١٠٠

عند ترويج الأحزاب السياسية لبرنامجها السياسي بين الجماهير فقد أجاب (٥٠) حزباً بنعم وبنسبة (١٠٠%) أي كل عينة البحث وهذا يوضحه الجدول (١٣).

شكل (١٣): يبين هل روج الحزب لبرنامجها السياسي بين الجماهير

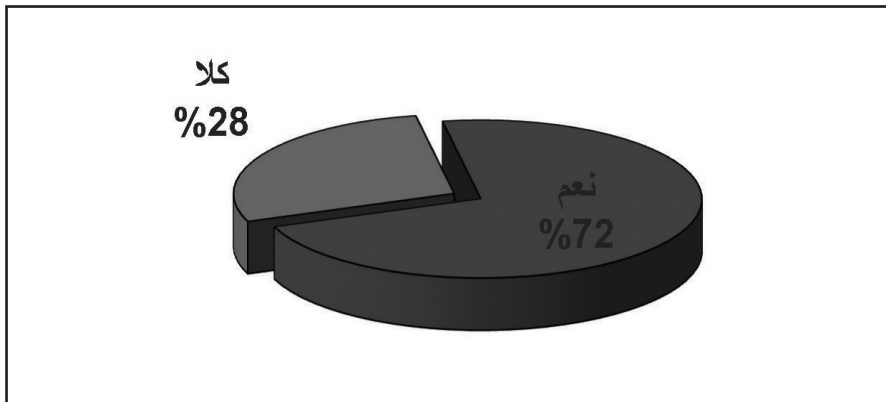


جدول (١٤): يبين امتلاك الحزب صحيفة ناطقة باسمه

الإجابة	عدد التكرارات	النسبة المئوية %
نعم	٣٦	٧٢
كلا	١٤	٢٨
المجموع	٥٠	١٠٠

عن امتلاك الحزب لصحيفة ناطقة باسمه فقد وضع الجدول (١٤) بأن (٣٦) حزباً لديه صحيفة ناطقة باسمه وبنسبة (٧٢٪) مقابل (١٤) حزباً وبنسبة (٢٨٪) لا يمتلكون صحيفة ناطقة باسمه.

شكل (١٤): يبين امتلاك الحزب صحيفة ناطقة باسمه

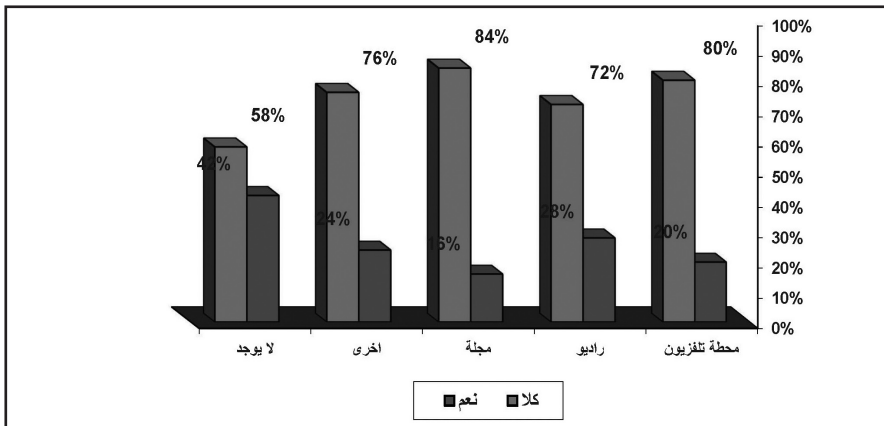


جدول (١٥): يبين امتلاك الحزب وسائل إعلام أخرى

النسبة المئوية %			عدد التكرارات			وسائل الإعلام
المجموع	كلا	نعم	المجموع	كلا	نعم	
١٠٠	٨٠	٢٠	٥٠	٤٠	١٠	محطة تلفزيون
١٠٠	٧٢	٢٨	٥٠	٣٦	١٤	راديو
١٠٠	٨٤	١٦	٥٠	٤٢	٨	مجلة
١٠٠	٧٦	٢٤	٥٠	٣٨	١٢	أخرى (نشرية وأدبيات دورية)
١٠٠	٥٨	٤٢	٥٠	٢٩	٢١	لا يوجد

يشير جدول رقم (١٥) أن (١٠) أحزاب لديها محطة تلفزيون ونسبة (٢٠٪) و (١٤) حزباً لدية راديو ونسبة (٢٨٪) و (٨) أحزاب لديها مجلات تصدرها ونسبة (١٦) و (٢١) حزباً بلا وسائل إعلام ونسبة (٤٢٪)، ويظهر الجدول (١٥) كذلك بأن (١٢) حزباً يمتلك وسائل إعلام غير محطة التلفزيون والراديو مثل النشرية والأدبيات الدورية ونسبة (٢٤٪)، وان (٢١) حزباً ونسبة (٤٢٪) لا يمتلكون وسائل إعلام غير الصحيفة الناطقة باسمه.

شكل (١٥): يبين امتلاك الحزب وسائل إعلام أخرى

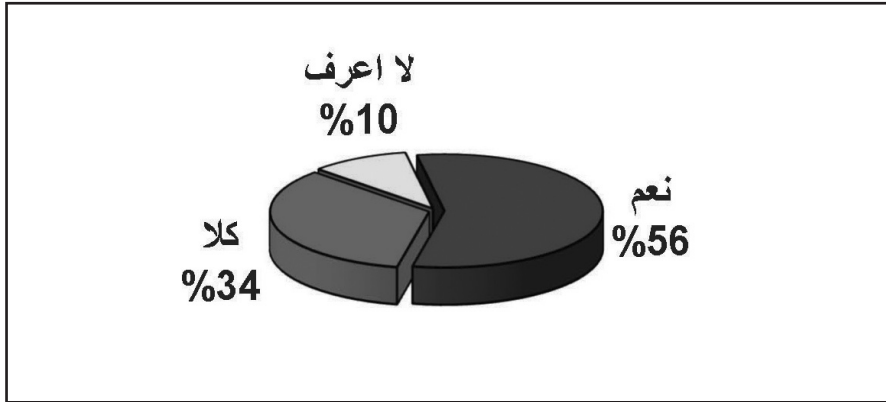


جدول (١٦): يبين استخدام الحزب وسائل الأعلام بكفاءة عالية

الإجابة	عدد التكرارات	النسبة المئوية %
نعم	٢٨	٥٦
كلا	١٧	٣٤
لا اعرف	٥	١٠
المجموع	٥٠	١٠٠

يوضح الجدول رقم (١٦) استخدام الحزب لوسائل الأعلام بكفاءة عالية، أجاب (٢٨) حزباً باستخدامهم لتلك الوسائل بكفاءة عالية وبنسبة (٥٦٪) مقابل (١٧) حزباً أجاب بعدم استخدامهم لها بكفاءة عالية وبنسبة (٣٤٪) و (٥) أحزاب أجابت بلا اعرف وبنسبة (١٠٪).

شكل (١٦): يبين استخدام الحزب وسائل الأعلام بكفاءة عالية

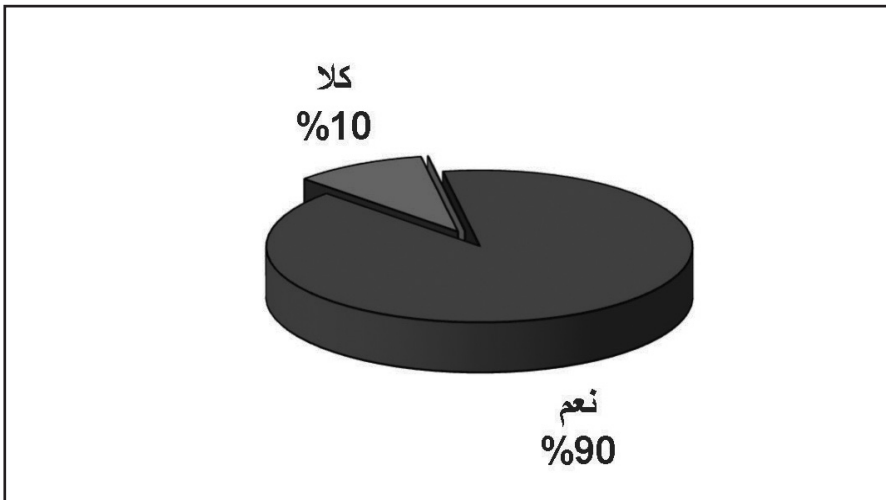


جدول (١٧): يبين ان الحزب يمتلك مكتباً أو جهازاً للإشراف على وسائل الإعلام والترويج لبرنامج الحزب السياسي

النسبة المئوية %	عدد التكرارات	الإجابة
٩٠	٤٥	نعم
١٠	٥	كلا
١٠٠	٥٠	المجموع

يشير جدول (١٧) أن (٤٥) حزباً لديهم مكتب أو جهاز للإشراف على وسائل الإعلام والترويج لبرنامج الحزب السياسي وبنسبة (٩٠٪) مقابل (٥) أحزاب ليس لديها مكتب أو جهاز للإشراف على وسائل الإعلام والترويج لبرنامج الحزب السياسي وبنسبة (١٠٪).

شكل (١٧): يبين ان الحزب يمتلك مكتباً أو جهازاً للإشراف على وسائل الإعلام والترويج لبرنامج الحزب السياسي



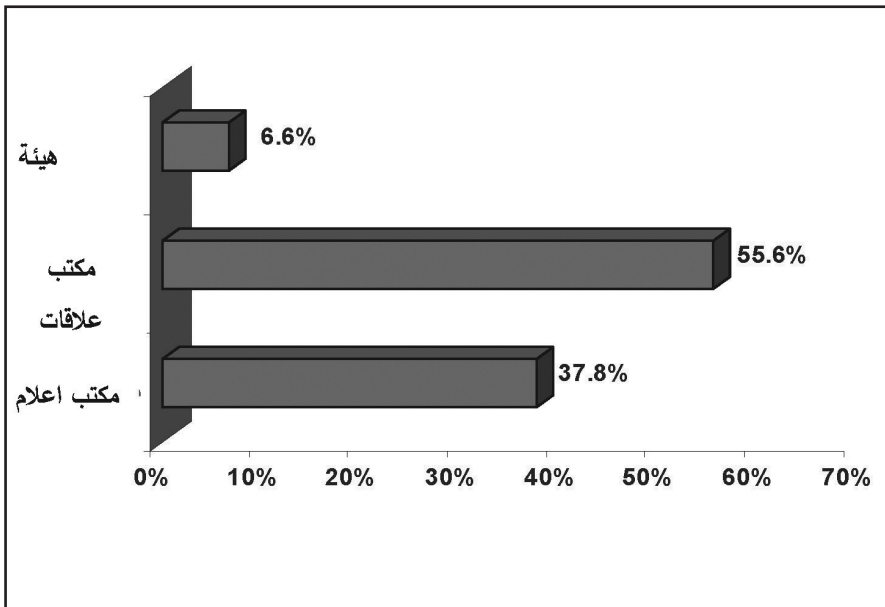


جدول (١٨): يبين نوع الجهاز الإعلامي الذي يمتلكه الحزب

النسبة المئوية %	عدد التكرارات	الإجابة
٣٧,٨	١٧	مكتب أعلام
٥٥,٦	٢٥	مكتب علاقات عامة
٦,٦	٣	هيئة
١٠٠	٤٥	المجموع

يظهر جدول رقم (١٨) أن (١٧) حزباً لديها مكتب أعلام يمثل جهازاً إعلامياً وبنسبة (٣٧,٨%) و (٢٥) حزباً فقط لديها مكتب علاقات عامة وبنسبة (٥٥,٦%)، وثلاثة أحزاب تمتلك هيئة وبنسبة (٦,٦%) فقط.

شكل (١٨): يبين نوع الجهاز الإعلامي الذي يمتلكه الحزب

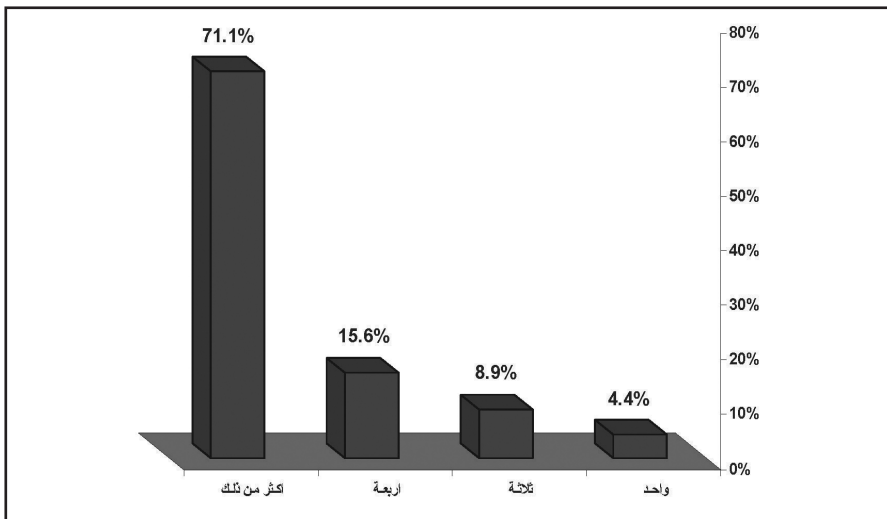


جدول (١٩): يبين عدد العاملين في المكتب المذكور

عدد العاملين	عدد التكرارات	النسبة المئوية %
واحد	٢	٤,٤
ثلاثة	٤	٨,٩
أربعة	٧	١٥,٦
أكثر من ذلك	٣٢	٧١,١
المجموع	٤٥	١٠٠

يظهر الجدول أعلاه ان (٣٢) حزباً يفوق عدد العاملين في المكتب الإعلامي عن الأربعة وبنسبة (١, ٧١٪) و (٧) أحزاب يبلغ عدد العاملين فيه أربعة وبنسبة (٦, ١٥٪) و (٤) أحزاب بلغ عدد العاملين في المكتب الإعلامي ثلاثة وبنسبة (٩, ٨٪) في حين ان حزبين فقط لديها عامل واحد في مكتبه الإعلامي وبنسبة (٤, ٤٪) ضمن الأحزاب المعنية بالدراسة.

شكل (١٩): يبين عدد العاملين في المكتب المذكور

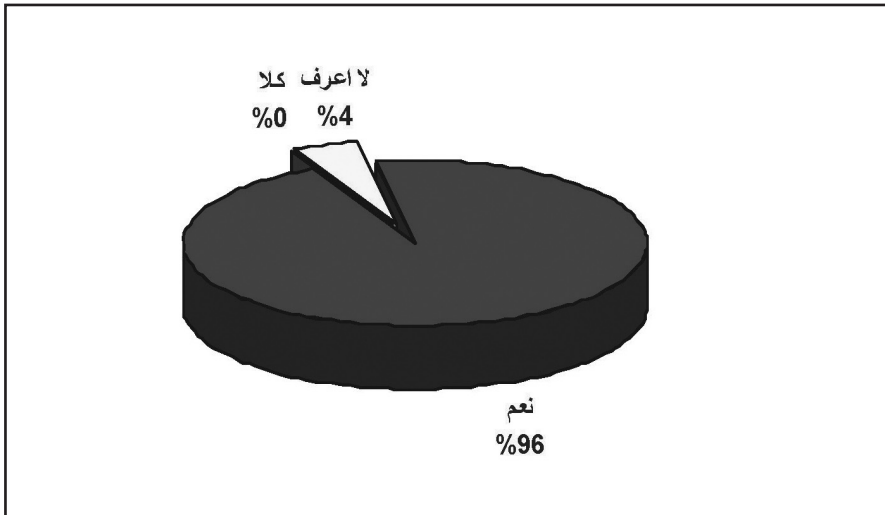


جدول (٢٠): يبين تمتع العاملين بمؤهلات إعلامية أو مهنية

الإجابة	عدد التكرارات	النسبة المئوية %
نعم	٤٣	٩٥,٦
كلا	٠	٠
لا اعرف	٢	٤,٤
المجموع	٤٥	١٠٠

أشار الجدول أعلاه الى تمتع العاملين بالمكاتب الإعلامية بمؤهلات إعلامية او مهنية، وقد أجاب (٤٣) حزبا بنعم وبنسبة (٩٥,٦ %) مقابل حزبين أجابا بلا اعرف وبنسبة (٤,٤ %).

شكل (٢٠): يبين تمتع العاملين بمؤهلات إعلامية أو مهنية

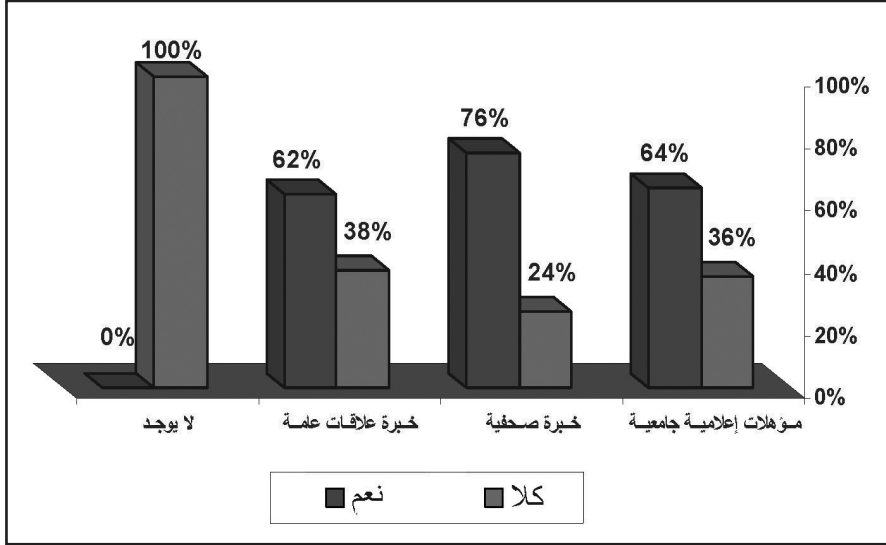


جدول (٢١): يبين المؤهلات التي يمتلكها العاملون

النسبة المئوية %			عدد التكرارات			المؤهلات
المجموع	كلا	نعم	المجموع	كلا	نعم	
١٠٠	٣٥,٦	٦٤,٤	٤٥	١٦	٢٩	مؤهلات إعلامية جامعية
١٠٠	٢٤,٤	٧٥,٦	٤٥	١١	٣٤	خبرة صحفية
١٠٠	٣٧,٨	٦٢,٢	٤٥	١٧	٢٨	خبرة علاقات عامة
١٠٠	١٠٠	٠	٤٥	٤٥	٠	لا يوجد

يشير الجدول أعلاه الى أنّ (٢٩) حزباً يمتلك مكتبه الإعلامي مؤهلات إعلامية جامعية و (١٦) حزباً ليس لديه عاملون في مكتبه الإعلامي يمتلكون مؤهلات إعلامية جامعية وبنسبة (٦, ٣٥٪)، ويظهر جدول (٢١) كذلك أنّ (٣٤) حزباً من اصل (٤٥) يمتلك العاملون في مكتبه الاعلامي خبرة صحفية مقابل (١١) حزباً ليس لدى عامله خبرة صحفية وبنسبة (٤, ٢٤٪)، كما يظهر الجدول أيضاً أنّ (٢٨) حزباً من اصل العينة لدى عاملي مكتبهم الإعلامي خبرة علاقات عامة وبنسبة (٢, ٦٢٪) مقابل (١٧) حزباً ليس لدى عاملهم خبرة علاقات عامة وبنسبة (٨, ٣٧٪)، كما اظهر الجدول ان (٤٥) حزباً أجاب بوجود مؤهلات لدى عاملها بالمكاتب المذكورة وهي تمثل العينة كلها وبنسبة (١٠٠٪).

شكل (٢١): يبين المؤهلات التي يمتلكها العاملون



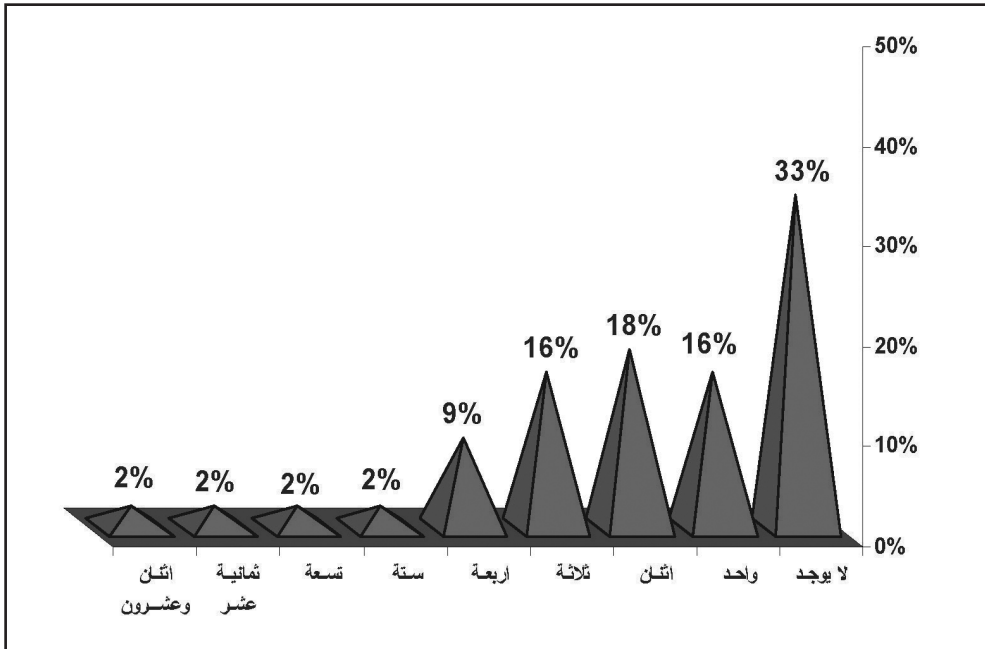
جدول (٢٢): يبين المستويات التعليمية الثانوية للعاملين في المكاتب الإعلامية

الإجابة	عدد التكرارات	النسبة المئوية %
لا يوجد	١٥	٣٣,٣
واحد	٧	١٥,٦
اثنان	٨	١٧,٨
ثلاثة	٧	١٥,٦
أربعة	٤	٨,٩
ستة	١	٢,٢
تسعة	١	٢,٢
ثمانية عشر	١	٢,٢
اثنان وعشرون	١	٢,٢
المجموع	٤٥	١٠٠

أوضح الجدول أعلاه أعداد المستويات التعليمية للمرحلة الثانوية للعاملين بالمكتب الإعلامي فقد أجاب (١٥) حزباً من اصل (٤٥) بعدم وجود مستويات تعليمية ثانوية لديه وبنسبة (٣, ٣٣٪)، مقابل (٧) أحزاب قد أجابت بأن لديها عاملاً واحداً وبنسبة (٦, ١٥٪) و (٨) أحزاب أجابت بأن لديها عاملين اثنين وبنسبة (٨, ١٧٪)، (٧) أحزاب أجابت بأن لديها ثلاثة عمال وبنسبة (٦, ١٥٪) و (٤) أحزاب أجابت أن لديها أربعة عمال وبنسبة (٩, ٨٪) في حين ان أربعة أحزاب أجابت بأن لديها ستة، وتسعة، وثمانية عشر، واثنين وعشرين عاملاً على التوالي وبنسبة (٢, ٢٪) من اصل عينة البحث.

شكل (٢٢):

يبين المستويات التعليمية الثانوية للعاملين في المكاتب الإعلامية



## جدول (٢٣):

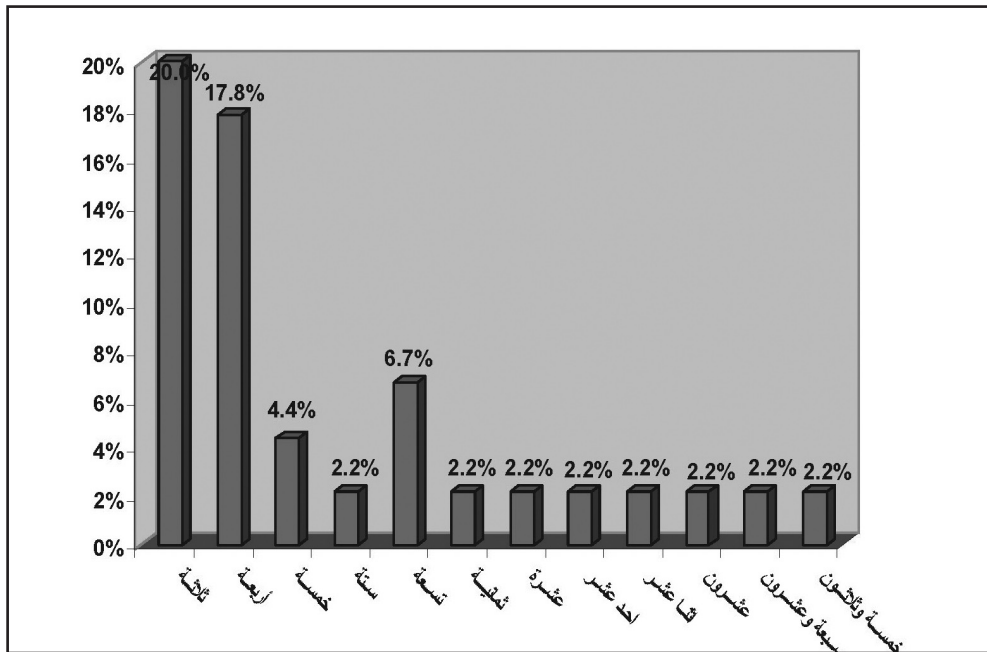
يبيّن المستويات التعليمية الجامعية للعاملين في المكاتب الإعلامية

النسبة المئوية %	عدد التكرارات	الإجابة
٢,٢	١	لا يوجد
١٧,٨	٨	واحد
١٥,٦	٧	اثنان
٢٠	٩	ثلاثة
١٧,٨	٨	أربعة
٤,٤	٢	خمسة
٢,٢	١	ستة
٦,٧	٣	تسعة
٢,٢	١	ثمانية
٢,٢	١	احد عشر
٢,٢	١	اثنا عشر
٢,٢	١	عشرون
٢,٢	١	سبعة وعشرون
٢,٢	١	خمسة وثلاثون
١٠٠	٤٥	المجموع

أوضح الجدول أعلاه أعداد المستويات التعليمية الجامعية للعاملين بالمكتب الإعلامي فقد أجاب حزب واحد من اصل (٤٥) بعدم وجود مستويات تعليمية جامعية لديه وبنسبة (٢, ٢٪)، مقابل (٨) أحزاب قد أجابت بأن لديها عاملاً واحداً وبنسبة (٨, ١٧٪) و (٧) أحزاب أجابت بأن لديها عاملين اثنين وبنسبة (٦, ١٥٪)، (٩) أحزاب أجابت بأن لديها ثلاثة عمال وبنسبة (٢٠, ٢٠٪) و (٨) أحزاب أجابت بأن لديها أربعة عمال وبنسبة (٨, ١٧٪)، وأجاب حزبان بأن لديهم خمسة عمال وبنسبة (٤, ٤٪) في حين أن سبعة أحزاب أجابت بأن لديها ستة، وثمانية، واحد عشر، واثنى عشر، وعشرين، وسبعة وعشرين، وخمسة وثلاثين عاملاً على التوالي وبنسبة (٢, ٢٪) من اصل عينة البحث.

شكل (٢٣):

يبين المستويات التعليمية الجامعية للعاملين في المكاتب الإعلامية



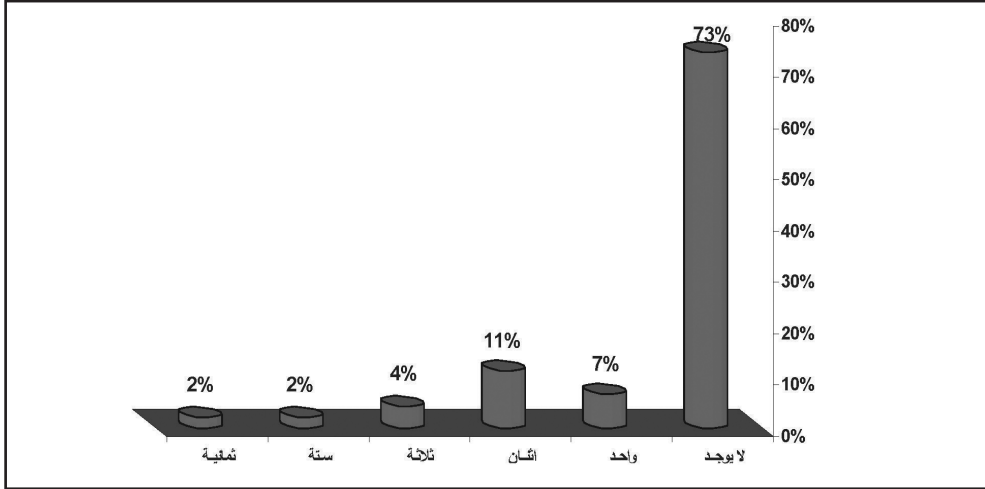


جدول (٢٤): يبين المستويات التعليمية المتوسطة للعاملين في المكاتب الإعلامية

الإجابة	عدد التكرارات	النسبة المئوية %
لا يوجد	٣٣	٧٣,٣
واحد	٣	٦,٧
اثنان	٥	١١,١
ثلاثة	٢	٤,٤
ستة	١	٢,٢
ثمانية	١	٢,٢
المجموع	٤٥	١٠٠

أوضح الجدول أعلاه أعداد المستويات التعليمية للمرحلة المتوسطة للعاملين بالمكتب الإعلامي فقد أجاب (٣٣) حزباً من اصل (٤٥) بعدم وجود مستويات تعليمية متوسطة لديه ونسبة (٣, ٧٣٪)، مقابل (٣) أحزاب قد أجابت بأن لديها عاملاً واحداً ونسبة (٦, ٧٪) و (٥) أحزاب أجابت بأن لديها عاملين اثنين ونسبة (١, ١١٪)، (٢) أحزاب أجابت بأن لديها ثلاثة عمال ونسبة (٤, ٤٪)، في حين ان حزين أجاب بأن لديها ستة وثمانية ونسبة (٢, ٢٪) من اصل عينة البحث.

شكل (٢٤): يبين المستويات التعليمية المتوسطة للعاملين في المكاتب الإعلامية



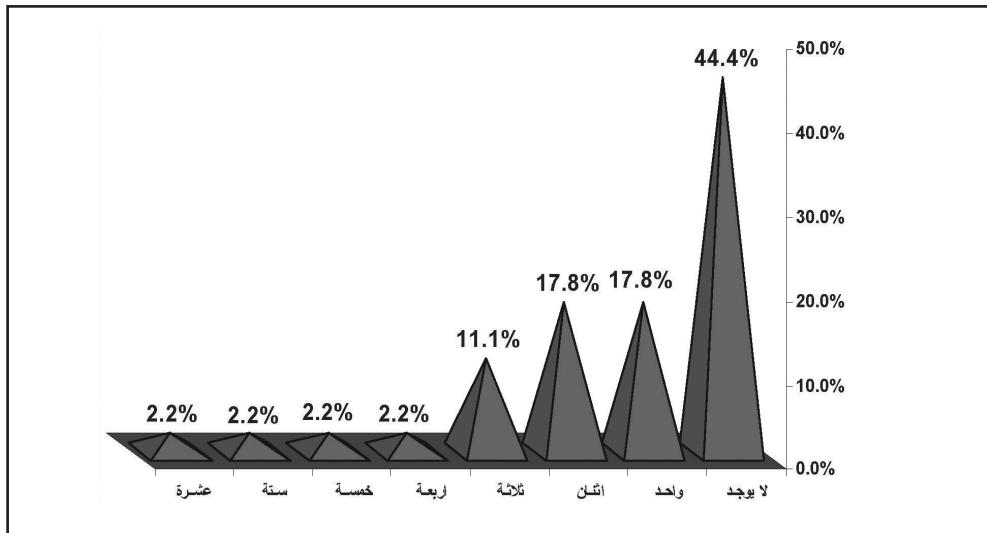
جدول (٢٥): يبين المستويات التعليمية للعاملين في المكاتب الإعلامية مجرد خبرة صحفية

الإجابة	عدد التكرارات	النسبة المئوية %
لا يوجد	٢٠	٤٤,٤
واحد	٨	١٧,٨
اثنان	٨	١٧,٨
ثلاثة	٥	١١,١
أربعة	١	٢,٢
خمسة	١	٢,٢
ستة	١	٢,٢
عشرة	١	٢,٢
المجموع	٤٥	١٠٠

أوضح الجدول أعلاه أعداد المستويات التعليمية خبرة جامعية بالمكتب الإعلامي فقد أجاب (٢٠) حزباً من اصل (٤٥) بعدم وجود مستويات تعليمية ذات خبرة جامعية لديه وبنسبة (٤, ٤٤٪)، مقابل (٨) أحزاب قد أجابت بأن لديها عاملاً واحداً وبنسبة (٨, ١٧٪) و (٨) أحزاب أجابت بأن لديها عاملين اثنين وبنسبة (٨, ١٧٪)، (٣) أحزاب أجابت بأن لديها خمسة عمال وبنسبة (١, ١١٪)، في حين أن حزباً واحداً أجاب بأن لديه أربعة، وخمسة، وستة، وعشرة، وسبعة عشر عاملاً وبنسبة (٢, ٢٪) من اصل عينة البحث.

شكل (٢٥):

يبين المستويات التعليمية للعاملين في المكاتب الإعلامية، مجرد خبرة صحفية

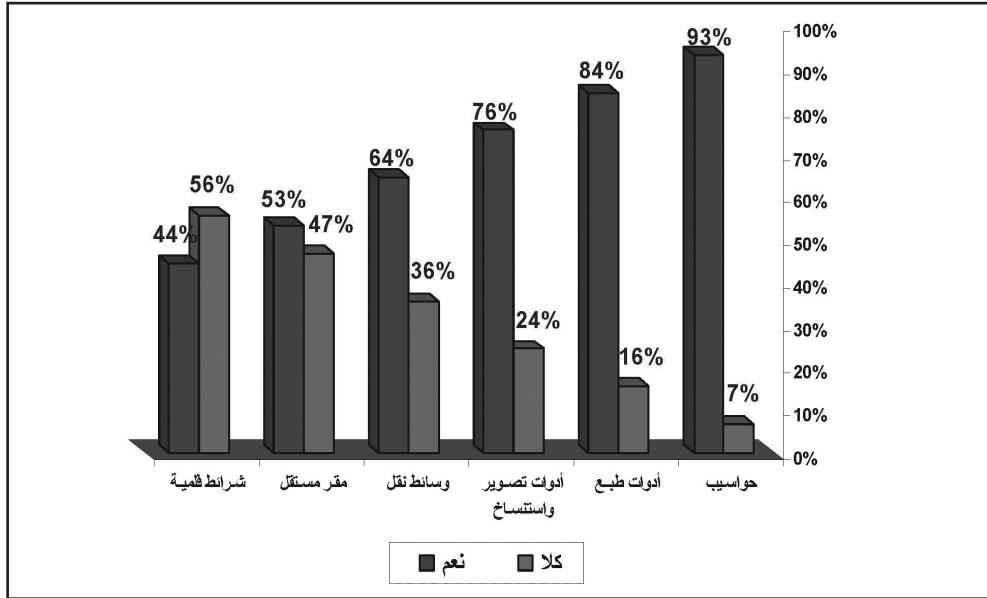


جدول (٢٦): يبين امتلاك المكتب الوسائل والأدوات لأداء وظائفه

النسبة المئوية %			عدد التكرارات			الوسائل والأدوات
المجموع	كلا	نعم	المجموع	كلا	نعم	
١٠٠	٦,٧	٩٣,٣	٤٥	٣	٤٢	حواسيب
١٠٠	١٥,٦	٨٤,٤	٤٥	٧	٣٨	أدوات طبع
١٠٠	٢٤,٤	٧٥,٦	٤٥	١١	٣٤	أدوات تصوير واستنساخ
١٠٠	٣٥,٦	٦٤,٤	٤٥	١٦	٢٩	وسائط نقل
١٠٠	٤٦,٧	٥٣,٣	٤٥	٢١	٢٤	مقر مستقل
١٠٠	٥٥,٦	٤٤,٤	٤٥	٢٥	٢٠	شرائط فلمية

يشير الجدول أعلاه الى الوسائل والأدوات التي يمتلكها المكتب الإعلامي لأداء وظائفه فهناك (٤٢) حزباً من اصل (٤٥) حزباً يمتلك حواسيب وبنسبة (٩٣,٣%) مقابل (٣) أحزاب ليس لديها حواسيب وبنسبة (٦,٧%)، (٣٨) حزباً لديه أدوات طبع وبنسبة (٨٤,٤%) مقابل (٧) أحزاب بلا أدوات طبع وبنسبة (١٥,٦%)، (٣٤) حزباً يمتلك أدوات تصوير واستنساخ وبنسبة (٧٥,٦%) مقابل (١١) حزباً لا يمتلكها وبنسبة (٢٤,٤%)، ويمتلك (٢٩) حزباً وسائط نقل وبنسبة (٦٤,٤%) مقابل (١٦) حزباً لا يمتلكها وبنسبة (٣٥,٦%)، و(٢٤) حزباً يمارس نشاطه الإعلامي من خلال مقر مستقل وبنسبة (٥٣,٣%) مقابل (٢١) حزباً لا يمتلك مقراً مستقلاً وبنسبة (٤٦,٧%) وأخيراً يستخدم (٢٠) حزباً شرائط فلمية في أداء وظائف مكتبة الإعلام وبنسبة (٤٤,٤%) مقابل (٢٥) حزباً لا يمتلكها وبنسبة (٥٥,٦%).

شكل (٢٦): يبين امتلاك المكتب الوسائل والأدوات لأداء وظائفه

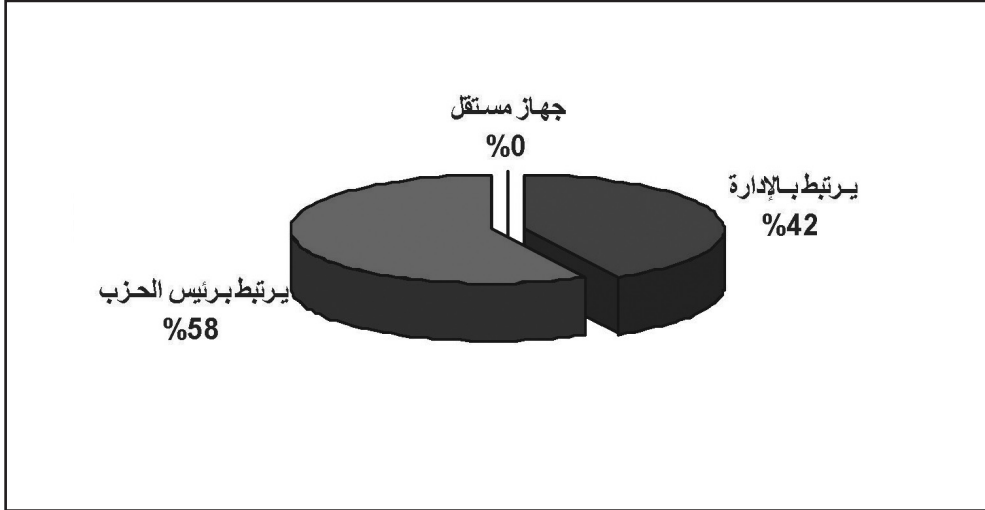


جدول (٢٧): يبين ارتباط المكتب بإدارة أو برئيس الحزب مباشرة

النسبة المئوية %	عدد التكرارات	الإجابة
٤٢,٢	١٩	يرتبط بالإدارة
٥٧,٨	٢٦	يرتبط برئيس الحزب
٠	٠	جهاز مستقل
١٠٠	٤٥	المجموع

يوضح الجدول أعلاه أن (٢٦) حزبا من اصل (٤٥) يرتبط مكتبه الإعلامي برئيس الحزب مباشرة وبنسبة (٥٧,٨%) مقابل (١٩) حزبا يرتبط مكتبه الإعلامي بالإدارة وبنسبة (٤٢,٢%)، ولا يوجد حزب لديه جهاز مستقل لا يرتبط بأية جهة.

شكل (٢٧): يبين ارتباط المكتب بإدارة أو برئيس الحزب مباشرة

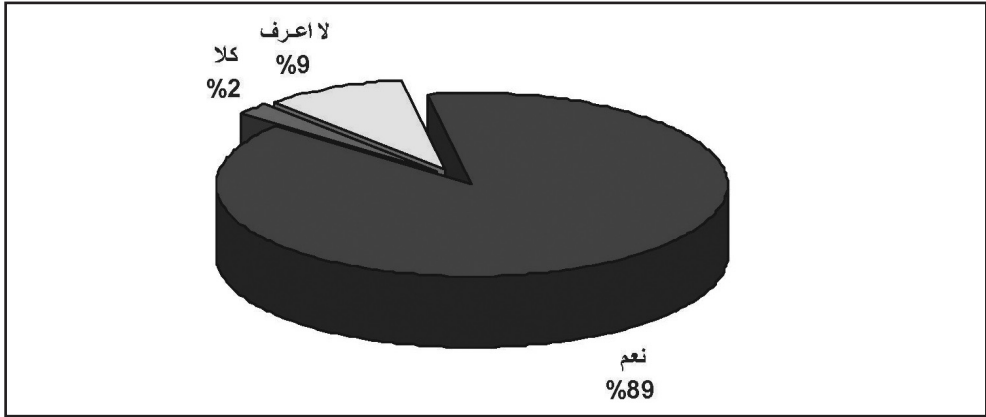


جدول (٢٨): يبين نجاح المكتب بالترويج لأفكار الحزب وبرامجه

الإجابة	عدد التكرارات	النسبة المئوية %
نعم	٤٠	٨٨,٩
كلا	١	٢,٢
لا اعرف	٤	٨,٩
المجموع	٤٥	١٠٠

يظهر الجدول أعلاه أن (٤٠) حزياً من اصل (٤٥) قد نجح بالترويج لأفكار الحزب وبرامجه وبنسبة (٨٨,٩%) مقابل حزب واحد لم ينجح وبنسبة (٢,٢%) و (٤) أحزاب أجابت بعدم معرفتها أن كانت قد نجحت مكاتبها الإعلامية بالترويج لأفكارها وبنسبة (٨,٩%) من اصل العينة.

شكل (٢٨): يبين نجاح المكتب بالترويج لأفكار الحزب وبرامجه



جدول (٢٩): يبين عمل المكتب على ترويج أفكار الحزب وتسويق سياساته بواسطة ما يلي

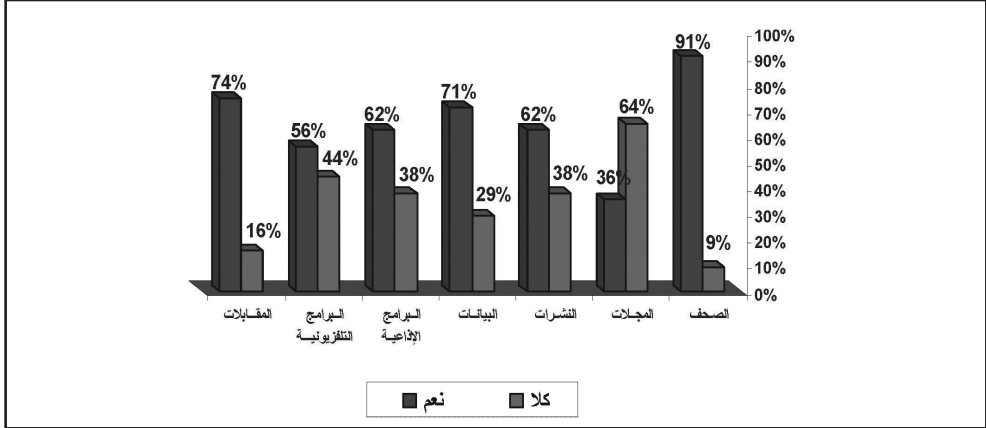
النسبة المئوية %			عدد التكرارات			الوسائط
المجموع	كلا	نعم	المجموع	كلا	نعم	
١٠٠	٨,٩	٩١,١	٤٥	٤	٤١	الصحف
١٠٠	٦٤,٤	٣٥,٦	٤٥	٢٩	١٦	المجلات
١٠٠	٣٧,٨	٦٢,٢	٤٥	١٧	٢٨	النشرات
١٠٠	٢٨,٩	٧١,١	٤٥	١٣	٣٢	البيانات
١٠٠	٣٧,٨	٦٢,٢	٤٥	١٧	٢٨	البرامج الإذاعية
١٠٠	٤٤,٤	٥٥,٦	٤٥	٢٠	٢٥	البرامج التلفزيونية
١٠٠	١٥,٦	٨٤,٤	٤٥	٧	٣٨	المقابلات

يشير الجدول أعلاه إلى ان (٤١) حزباً يعمل مكتبه الاعلامي على ترويج أفكار الحزب وتسويق سياساته بواسطة الصحف وبنسبة (٩١,١%) مقابل (٤)

أحزاب مكاتبها الاعلامية لا تعمل على ترويج أفكار الحزب وتسويق سياساته بواسطة الصحف وبنسبة (٩, ٨٪)، و (٢٩) حزباً لم يستخدم مكتبه الإعلامي المجالات لترويج أفكار الحزب وتسويق سياساته وبنسبة (٤, ٦٤٪) مقابل (١٦) حزباً استخدم فيها مكتبه الإعلامي المجالات في عملية ترويج لأفكار الحزب وتسويق سياساته وبنسبة (٦, ٣٥٪)، ويظهر الجدول كذلك أن (٢٨) حزباً استخدم مكتبه الاعلامي النشرات لترويج أفكار الحزب وتسويق سياساته وبنسبة (٢, ٦٢٪) مقابل (١٧) حزباً لم يستخدم فيها مكتبه الاعلامي النشرات وبنسبة (٨, ٣٧٪)، كما يظهر الجدول أعلاه أن المكتب الاعلامي لـ (٣٢) حزباً قد قام باستخدام البيانات لترويج أفكار الحزب وتسويق سياساته وبنسبة (١, ٧١٪) مقابل (١٣) حزباً لم يستخدم مكتبه الإعلامي البيانات وبنسبة (٩, ٢٨٪) واطهر جدول (٢٩) كذلك ان (٢٨) حزباً قد استخدم مكتبه الإعلامي البرامج الإذاعية في الترويج لأفكار الحزب وتسويق سياساته وبنسبة (٢, ٦٢٪) مقابل (١٧) حزباً لم يستخدم البرامج الإذاعية للترويج لأفكار الحزب وتسويق سياساته وبنسبة (٨, ٣٧٪)، واطهر الجدول أعلاه كذلك استخدام (٢٥) حزباً للبرامج التلفزيونية في الترويج لأفكار الحزب وتسويق سياساته وبنسبة (٦, ٥٥٪) مقابل (٢٠) حزباً لم يستخدم البرامج التلفزيونية في الترويج وبنسبة (٤, ٤٤٪)، وقد اظهر أن (٣٨) حزباً قد استخدم المقابلات في الترويج لأفكار الحزب وتسويق سياساته وبنسبة (٤, ٨٤٪) مقابل (٧) أحزاب لم تستخدم المقابلات للترويج وبنسبة (٦, ١٥٪) من مجمل عينة البحث.



شكل (٢٩): يبين عمل المكتب على ترويج أفكار الحزب وتسويق سياساته بواسطة ما يلي

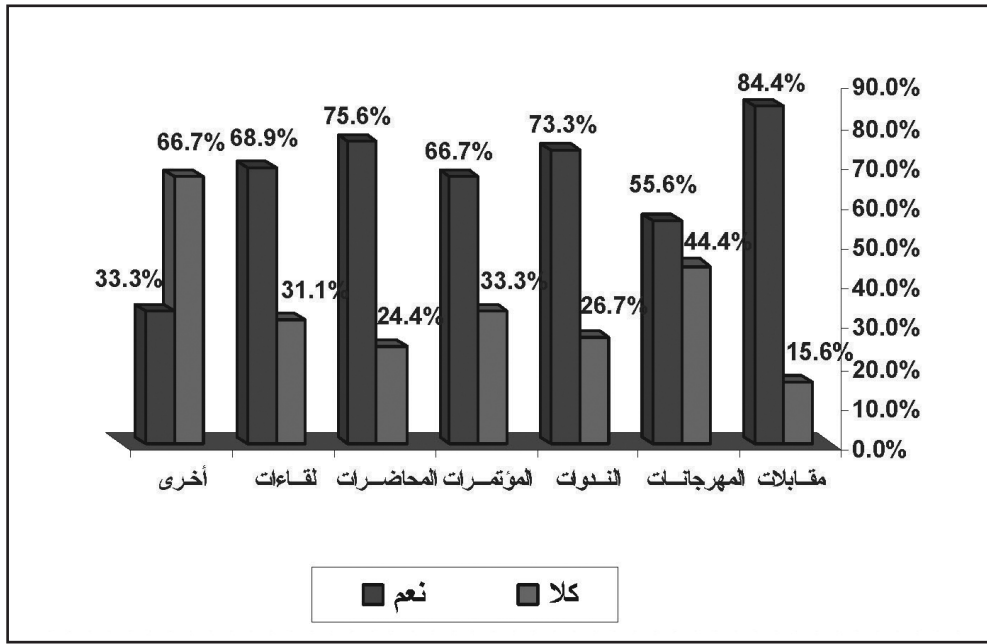


جدول (٣٠): يبين هل عبأ المكتب الجماهير لصالح الحزب عبر ما يلي

النسبة المئوية %			عدد التكرارات			الإجابة
المجموع	كلا	نعم	المجموع	كلا	نعم	
١٠٠	١٥,٦	٨٤,٤	٤٥	٧	٣٨	المقابلات
١٠٠	٤٤,٤	٥٥,٦	٤٥	٢٠	٢٥	المهرجانات
١٠٠	٢٦,٧	٧٣,٣	٤٥	١٢	٣٣	الندوات
١٠٠	٣٣,٣	٦٦,٧	٤٥	١٥	٣٠	المؤتمرات
١٠٠	٢٤,٤	٧٥,٦	٤٥	١١	٣٤	المحاضرات
١٠٠	٣١,١	٦٨,٩	٤٥	١٤	٣١	لقاءات
١٠٠	٦٦,٧	٣٣,٣	٤٥	٣٠	١٥	أخرى (استخدام وسائل الإعلام المختلطة، العمل على توظيف المواطنين)

فيما اظهر الجدول أعلاه أن (٢٥) حزباً قد استخدم المهرجانات لتعبئة الجماهير لصالح الحزب وبنسبة (٦, ٥٥٪) مقابل (٢٠) حزباً لم يستخدم المهرجانات للتعبئة لصالح الحزب وبنسبة (٤, ٤٤٪)، وقد اظهر جدول (٣٠) كذلك استخدام (٣٣) حزباً للندوات في تعبئة الجماهير لصالح الحزب وبنسبة (٣, ٧٣٪) مقابل (١٢) حزباً لم يستخدم الندوات في التعبئة لصالح الحزب وبنسبة (٧, ٢٦٪) وكذلك اظهر الجدول أعلاه أن استخدام (٣٠) حزباً قد قام باستخدام المؤتمرات للتعبئة لصالح الحزب وبنسبة (٧, ٦٦٪) مقابل (١٥) حزباً لم يستخدم المؤتمرات لغرض التعبئة وبنسبة (٣, ٣٣٪)، وكذلك اظهر الجدول أعلاه استخدام (٣٤) حزباً للمحاضرات لغرض التعبئة لصالح الحزب وبنسبة (٦, ٧٥٪) مقابل (١١) حزباً لم يستخدم المحاضرات لغرض التعبئة وبنسبة (٤, ٢٤٪)، ويظهر جدول (٣٠) أن (٣١) حزباً قد استخدم اللقاءات للتعبئة لصالح الحزب وبنسبة (٩, ٦٨٪) مقابل (١٤) حزباً لم يستخدم اللقاءات لغرض التعبئة وبنسبة (١, ٣١٪)، وقد بين الجدول أعلاه كذلك أن (١٥) حزباً استخدم وسائل أخرى من اجل تعبئة الجماهير لصالحه كاستخدام وسائل الإعلام المختلطة والعمل على توظيف المواطنين وبنسبة (٣, ٣٣٪) مقابل (٣٠) حزباً لم يستخدم الوسائل الأخرى لغرض التعبئة وبنسبة (٧, ٦٦٪) من مجمل عينة البحث. وان (٣٨) حزباً قد استخدم المقالات وبنسبة (٤, ٨٤٪) مقابل (٧) احزاب لم تستخدمها وبنسبة (٦, ١٥٪).

شكل (٣٠): يبين هل عبأ المكتب الجماهير لصالح الحزب عبر ما يلي

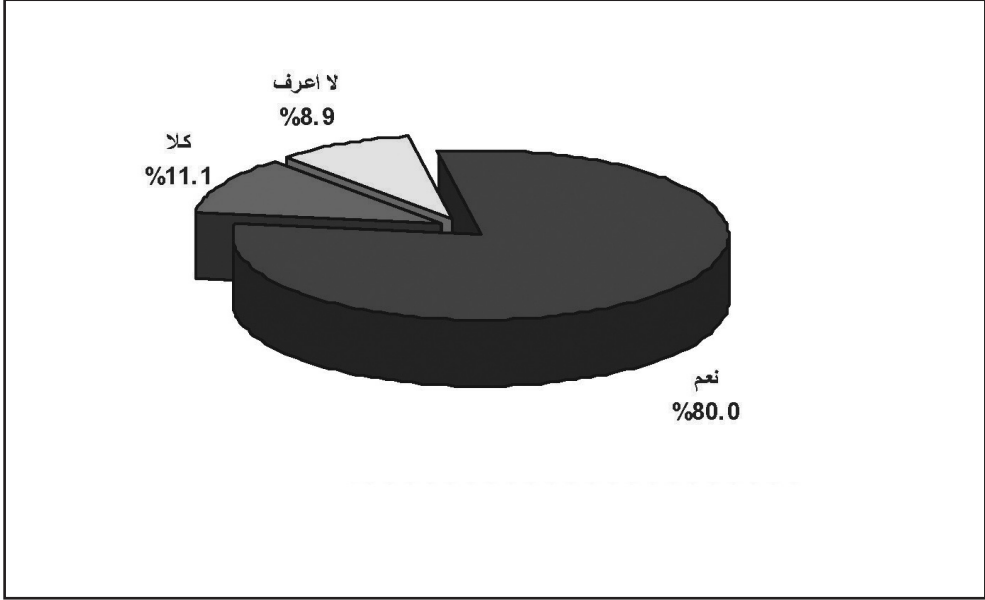


جدول (٣١): يبين اعتقاد المكتب بنجاحه في تعبئة الجماهير لصالح الحزب

الإجابة	عدد التكرارات	النسبة المئوية %
نعم	٣٦	٨٠
كلا	٥	١١,١
لا اعرف	٤	٨,٩
المجموع	٤٥	١٠٠

يوضح الجدول أعلاه أن (٣٦) حزباً يعتقد أنه قد نجح في تعبئة الجماهير لصالح الحزب وبنسبة (٨٠٪) مقابل (٥) أحزاب لم تعتقد بأنها قد نجحت في تعبئة الجماهير لصالح الحزب وبنسبة (١١,١٪) و (٤) أحزاب أجابت بعدم معرفتها أن كانت قد نجحت في تعبئة الجماهير لصالح الحزب وبنسبة (٨,٩٪).

شكل (٣١): يبين اعتقاد المكتب بنجاحه في تعبئة الجماهير لصالح الحزب

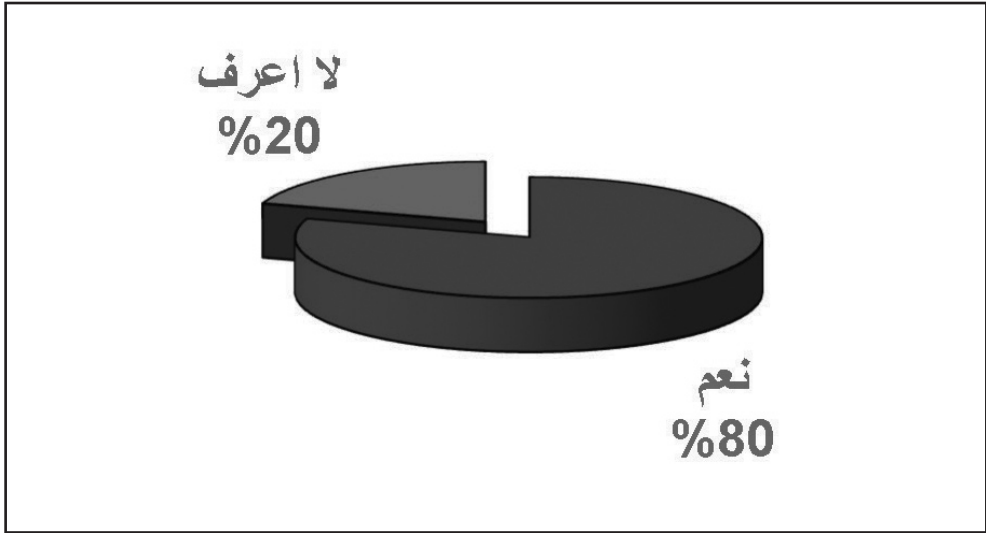


جدول (٣٢): يبين اذا لم يكن لدى الحزب مكتب إعلام أو علاقات عامة هل في نيتكم أيجاد مكتب

الإجابة	عدد التكرارات	النسبة المئوية %
نعم	٤	٨٠
كلا	٠	٠
لا اعرف	١	٢٠
المجموع	٥	١٠٠

يظهر جدول (٣٢) أن (٤) أحزاب قد أجابت بنعم أي أن لديها نية في أيجاد مكتب إعلام أو علاقات عامة وبنسبة (٨٠٪) وحزب واحد أجاب بلا اعرف أن كانت لديه نية في أيجاد مكتب إعلام أو علاقات عامة وبنسبة (٢٠٪).

شكل (٣٢): يبين اذا لم يكن لدى الحزب مكتب إعلام أو علاقات عامة هل في نيتكم أيجاد مكتب



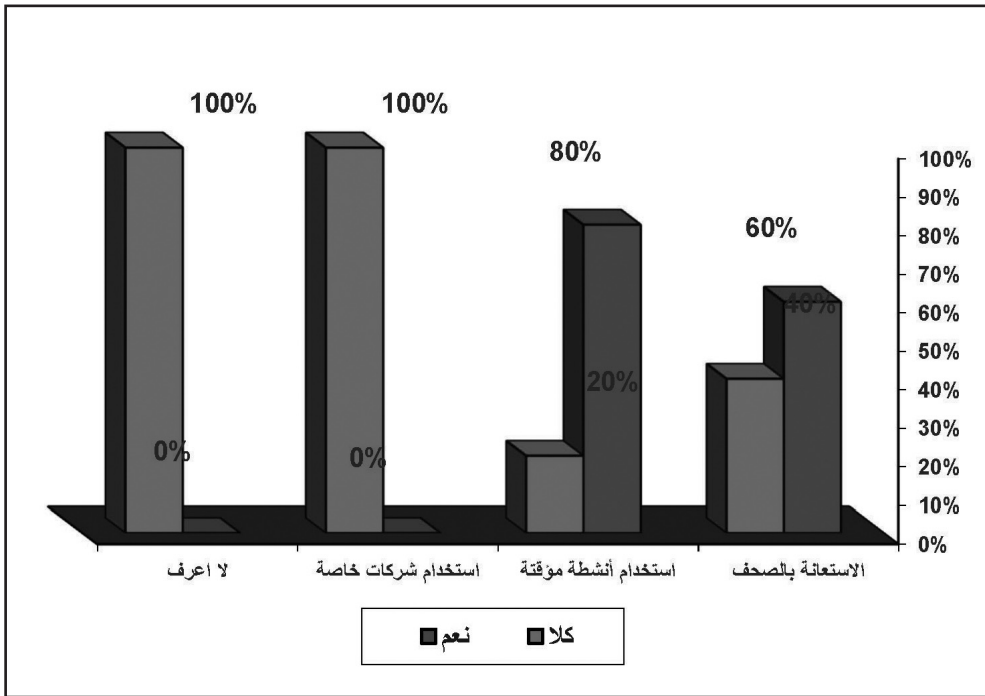
جدول (٣٣): إذا لم يكن لدى الحزب مكتب علاقات عامة كيف يمكنك الترويج لأفكار وإيديولوجية الحزب

الإجابة	عدد التكرارات			النسبة المئوية %		
	نعم	كلا	المجموع	نعم	كلا	المجموع
الاستعانة بالصحف	٣	٢	٥	٦٠	٤٠	١٠٠
استخدام أنشطة مؤقتة	٤	١	٥	٨٠	٢٠	١٠٠
استخدام شركات خاصة	٠	٥	٥	٠	١٠٠	١٠٠
لا اعرف	٠	٥	٥	٠	١٠٠	١٠٠

يظهر جدول رقم (٣٣) أن (٣) أحزاب قد استعانت بالصحف لأنها لا تمتلك علاقات عامة لترويج أفكار وإيديولوجية الحزب وبنسبة (٦٠%) مقابل حزبين لم

تستعن بالصحف لهذا الغرض وبنسبة (٤٠٪)، ويظهر الجدول رقم (٣٣) كذلك أن (٤) أحزاب قد استخدمت أنشطة مؤقتة من مجموع خمسة أحزاب لا تمتلك مكتب علاقات عامة يروج لأفكار وأيديولوجية الحزب وبنسبة (٨٠٪) مقابل حزب واحد لم يستخدم الأنشطة المؤقتة لغرض الترويج بنسبة (٢٠٪)، ويظهر جدول رقم (٣٣) كذلك أن الأحزاب الخمسة التي لا تمتلك مكتب علاقات عامة او أعلام لم تستخدم شركات خاصة لغرض الترويج وبنسبة (١٠٠٪)، ويظهر كذلك جدول رقم (٣٣) أن الأحزاب الخمسة ذاتها التي لا تمتلك مكاتب أعلام او علاقات عامة لم تجب على لا اعرف وبنسبة (١٠٠٪).

شكل (٣٣): إذا لم يكن لدى الحزب مكتب علاقات عامة كيف يمكنك الترويج لأفكار وإيديولوجية الحزب

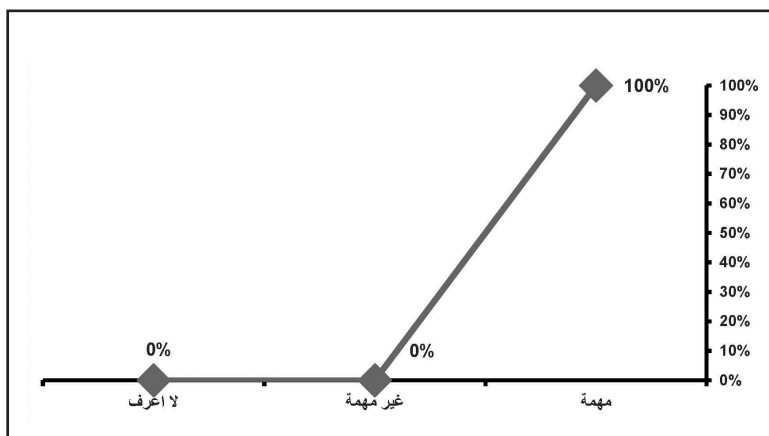


جدول (٣٤): يبين رأي عينة البحث في العلاقات العامة

الإجابة	عدد التكرارات	النسبة المئوية %
مهمة	٥٠	١٠٠
غير مهمة	٠	٠
لا اعرف	٠	٠
المجموع	٥٠	١٠٠

يظهر الجدول رقم (٣٤) أن مجمل عينة البحث أي (٥٠) حزباً أجاب بأن العلاقات العامة مهمة وبنسبة (١٠٠٪).

شكل (٣٤): يبين رأي عينة البحث في العلاقات العامة

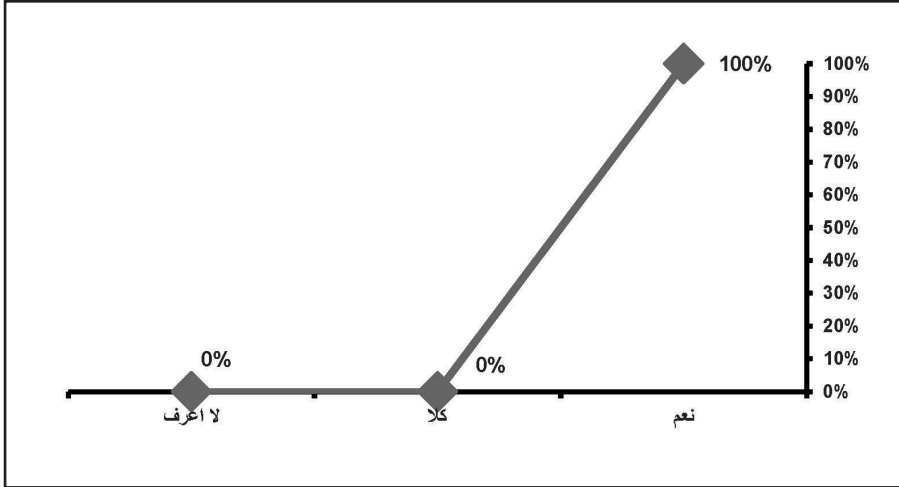


جدول (٣٥): يبين اعتقاد عينة البحث بضرورة بناء جهاز للعلاقات العامة

الإجابة	عدد التكرارات	النسبة المئوية %
نعم	٥٠	١٠٠
كلا	٠	٠
لا اعرف	٠	٠
المجموع	٥٠	١٠٠

اظهر جدول رقم (٣٥) أن (٥٠) حزباً أي مجمل عينة البحث أجابت بضرورة بناء جهاز للعلاقات العامة وبنسبة (١٠٠٪).

شكل (٣٥): يبين اعتقاد عينة البحث بضرورة بناء جهاز للعلاقات العامة



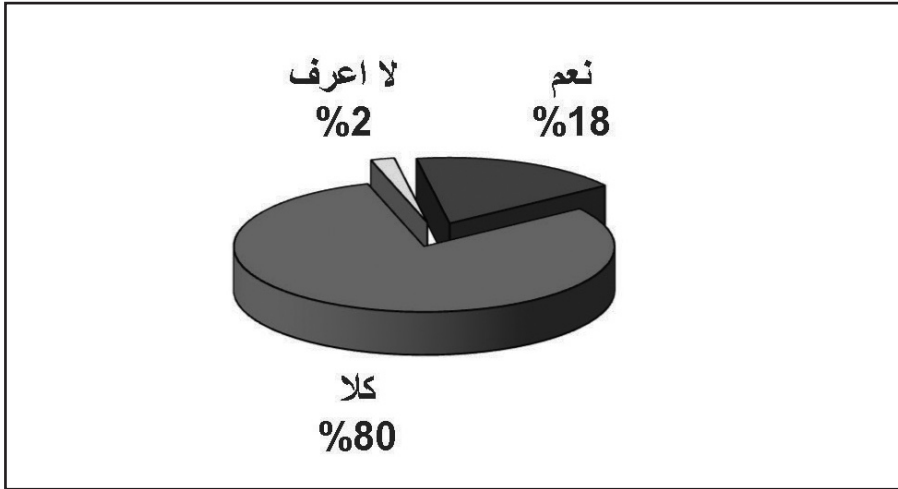
جدول (٣٦): يبين استعاضة عينة البحث عن العلاقات العامة

الإجابة	عدد التكرارات	النسبة المئوية %
نعم	٩	١٨
كلا	٤٠	٨٠
لا اعرف	١	٢
المجموع	٥٠	١٠٠

اظهر جدول رقم (٣٦) أن (٩) أحزاب أجابت بإمكانية الاستعاضة عن العلاقات العامة وبنسبة (١٨٪) مقابل (٤٠) حزباً أجاب بعدم إمكانية الاستعاضة عن العلاقات العامة وبنسبة (٨٠٪)، واظهر الجدول رقم (٣٦) كذلك أن حزباً واحداً أجاب بلا اعرف وبنسبة (٢٪) من مجمل عينة البحث.



شكل (٣٦): يبين استعاضة عينة البحث عن العلاقات العامة



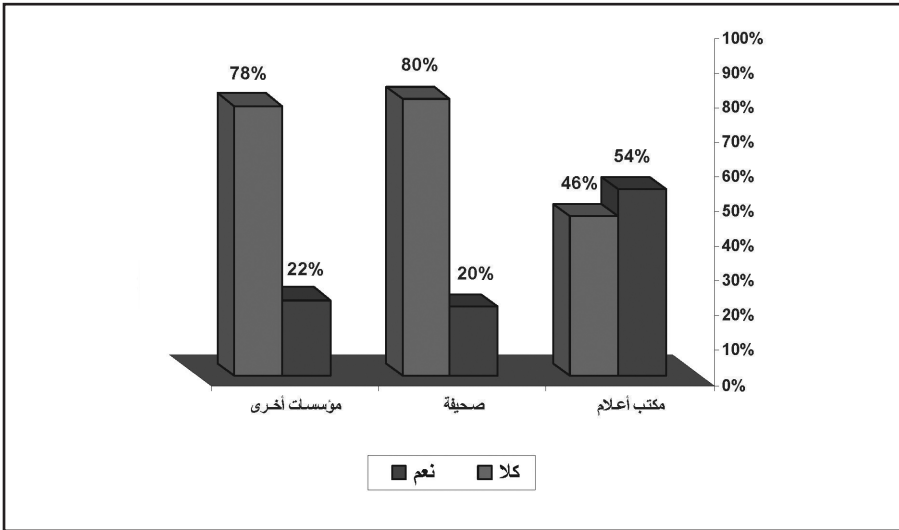
جدول (٣٧): يبين الجهاز الذي يستطيع أن يعوض عن العلاقات العامة

النسبة المئوية %			عدد التكرارات			الجهاز
المجموع	كلا	نعم	المجموع	كلا	نعم	
١٠٠	٤٦	٥٤	٥٠	٢٣	٢٧	مكتب أعلام
١٠٠	٨٠	٢٠	٥٠	٤٠	١٠	صحيفة
١٠٠	٧٨	٢٢	٥٠	٣٩	١١	مؤسسات أخرى (منظمات المجتمع المدني، مؤسسات تعبئة الجماهير)

يظهر جدول رقم (٣٧) أن (٢٧) حزباً يقترح أن يعوض الأعلام عن جهاز العلاقات العامة وبنسبة (٥٤٪) من مجمل عينة البحث مقابل (٢٣) حزباً لم يقترح أن يكون مكتب الأعلام جهازاً يعوض عن العلاقات العامة وبنسبة (٤٦٪)، ويظهر كذلك جدول رقم (٣٧) أن (١٠) أحزاب تقترح أن تكون الصحيفة عوضاً

العلاقات العامة وبنسبة (٢٠٪) مقابل (٤٠) حزباً لا يقترح ان تكون الصحيفة عوضاً عن جهاز العلاقات العامة وبنسبة (٨٠٪) من مجمل عينة البحث، ويظهر جدول رقم (٣٧) كذلك أن (١١) حزباً أجاب بوجود مؤسسات أخرى بإمكانها التعويض عن جهاز العلاقات كمنظمات المجتمع المدني او مؤسسات تعبئة الجماهير وبنسبة (٢٢٪) مقابل (٣٩) حزباً لم يؤيد فكرة أن المؤسسات الأخرى بإمكانها ان تعوض عن جهاز العلاقات العامة وبنسبة (٧٨٪) من مجمل عينة البحث.

شكل (٣٧): يبين الجهاز الذي يستطيع أن يعوض عن العلاقات العامة



## المبحث الثالث: تحليل معامل التوافق ومربع كاي

### معامل التوافق

تم تطبيق هذا المعامل لمعرفة وجود ارتباط بين المتغيرات (الاسئلة).

جدول يبين قيمة معامل كندال بين المتغير السابع والعشرين والمتغير العشرين

المتغير العشرون	المتغير السابع والعشرون
٠, ١٦٧	

لمعرفة الارتباط بين المتغير العشرين والذي يمثل (نوع الجهاز الاعلامي الذي يمتلكه الحزب) والمتغير السابع والعشرين والذي يمثل (نجاح المكتب بالترويج لافكار وبرامج الحزب) يلاحظ بأن معامل التوافق (الارتباط) بينها قد بلغ (٠, ١٦٧) وهذا ارتباط طردي وضعيف بين المتغيرات مما يعني ليس هناك ارتباط يذكر بين نوع الجهاز الاعلامي الذي يمتلكه الحزب وبين نجاح ذلك الجهاز بالترويج لافكار وبرامج الحزب.

جدول يبين قيمة معامل كندال بين المتغير السابع والعشرين والمتغير الثاني والعشرين

المتغير الثاني والعشرون	المتغير السابع والعشرون
٠, ٥٦٨	

من اجل حساب الارتباط بين المتغير الثاني والعشرين والذي يمثل (تمتع العاملين بمؤهلات اعلامية او مهنية) و المتغير السابع والعشرين والذي يمثل (نجاح المكتب بالترويج لافكار وبرامج الحزب) يلاحظ أن معامل التوافق (الارتباط) بينها قد بلغ (٠, ٥٨٨) وهو ارتباط طردي وجيد بين هذين المتغيرين مما يعني ارتباط نجاح المكتب بالترويج لافكار الحزب وبرامجه بامتلاك العاملين

## لمؤهلات اعلامية ومهنية.

جدول يبين قيمة معامل كندال بين المتغير السابع والعشرين والمتغير الثالث

## العشرين-آ

المتغير الثالث والعشرون-آ	المتغير السابع والعشرون
٠, ٤٢٩	

من اجل حساب معامل الارتباط بين المتغير الثالث والعشرين-آ والذي يمثل (نوع المؤهلات التي يمتلكها العاملون وتحديداً مؤهلات اعلامية جامعية) والمتغير السابع والعشرين والذي يمثل (نجاح المكتب بالترويج لافكار وبرامج الحزب) يلاحظ ان معامل التوافق (الارتباط) بينها قد بلغ (٠, ٤٢٩) وهذا الارتباط طردي ومتوسط بين المتغيرات مما يعني أن هناك ارتباطاً بين المؤهلات الاعلامية الجامعية التي يمتلكها العاملون وبين نجاح المكتب بالترويج لافكار الحزب وبرامجه.

جدول يبين قيمة معامل كندال بين المتغير السابع والعشرين والمتغير الثالث

## العشرين-ب

المتغير الثالث والعشرون-ب	المتغير السابع والعشرون
٠, ٢١٥	

من اجل حساب الارتباط بين المتغير الثالث والعشرين-ب والذي يمثل (نوع المؤهلات التي يمتلكها العاملون وتحديداً الخبرة الصحفية) والمتغير السابع والعشرين والذي يمثل (نجاح المكتب بالترويج لافكار وبرامج الحزب) يلاحظ أن معامل التوافق (الارتباط) بينها قد بلغ (٠, ٢١٥) مما يعني أن ليس هناك ارتباط يذكر بين مؤهلات الخبرة الصحفية التي يمتلكها العاملون وبين نجاح المكتب

بالترويج لافكار الحزب وبرامجه.

جدول يبين قيمة معامل كندال بين المتغير السابع والعشرين والمتغير الثالث

العشرين-ج

المتغير الثالث والعشرون-ج	المتغير السابع والعشرون
٠, ١٣٧	

ومن اجل حساب الارتباط بين المتغير الثالث والعشرين-ج والذي يمثل (نوع المؤهلات التي يمتلكها العاملون وتحديداً خبرة علاقات عامة) والمتغير السابع والعشرين والذي يمثل (نجاح المكتب بالترويج لافكار وبرامج الحزب) يلاحظ أن معامل التوافق (الارتباط) بينها قد بلغ (٠, ١٣٧) وهذا الارتباط طردي وضعيف بين المتغيرات مما يعني ليس هناك ارتباط يذكر من خبرة العلاقات العامة التي يمتلكها العاملون وبين نجاح المكتب بالترويج لافكار الحزب وبرامجه.

جدول يبين قيمة معامل كندال بين المتغير السابع والعشرين والمتغير الخامس

العشرين-آ

المتغير الخامس والعشرون-آ	المتغير السابع والعشرون
٠, ٠٩٤	

ولحساب الارتباط بين المتغير الخامس والعشرين-آ الذي يمثل (امتلاك المكتب الوسائل والادوات لاداء وظائفه وتحديداً وسيلة الحاسوب) وبين المتغير السابع والعشرين والذي يمثل (نجاح المكتب بالترويج لافكار وبرامج الحزب) يلاحظ أن معامل التوافق (الارتباط) بينها قد بلغ (٠, ٠٩٤) وهذا الارتباط طردي وضعيف بين وسيلة الحاسوب وامتلاك المكتب الاعلامي لها ونجاح ترويج الافكار والبرامج.

جدول يبين قيمة معامل كندال بين المتغير السابع والعشرين والمتغير الخامس  
العشرين-ب

المتغير الخامس والعشرون-ب	المتغير السابع والعشرون
٠,١٠١	

لمعرفة الارتباط بين المتغير الخامس والعشرين-ب والذي يمثل (امتلاك المكتب للوسائل والادوات لاداء وظائفه وتحديدًا ادوات الطبع) وبين المتغير السابع والعشرين والذي يمثل (نجاح المكتب بالترويج لافكار وبرامج الحزب) يلاحظ أن معامل التوافق (الارتباط) بينها قد بلغ (٠,١٠١) وهذا الارتباط طردي وضعيف بين المتغيرين مما يعني لا يوجد ربط بين امتلاك المكتب الاعلامي لادوات الطبع وترويجه لافكار الحزب وبرامجه.

جدول يبين قيمة معامل كندال بين المتغير السابع والعشرين والمتغير الخامس  
العشرين-ج

المتغير الخامس والعشرون-ج	المتغير السابع والعشرون
٠,٢١٥	

من اجل حساب الارتباط بين المتغير الخامس والعشرين-ج والذي يمثل (امتلاك المكتب للوسائل والادوات لاداء وظائفه وتحديدًا ادوات التصوير والاستنساخ) وبين المتغير السابع والعشرين والذي يمثل (نجاح المكتب بالترويج لافكار وبرامج الحزب) يلاحظ أن معامل التوافق (الارتباط) بينها قد بلغ (٠,٢١٥) وهذا الارتباط طردي وضعيف بين المتغير مما يعني لا يوجد ربط بين امتلاك المكتب الاعلامي لوسيلة التصوير والاستنساخ وبين نجاح ذلك المكتب بالترويج لافكار الحزب وبرامجه.

جدول يبين قيمة معامل كندال بين المتغير السابع والعشرين والمتغير الخامس  
العشرين - د

المتغير الخامس والعشرون - د	المتغير السابع والعشرون
٠, ١٤١	

ومن اجل حساب الارتباط بين المتغير الخامس والعشرين - د الذي يمثل (امتلاك المكتب للوسائل والادوات لاداء وظائفه وتحديدًا وسائط النقل) وبين المتغير السابع والعشرين والذي يمثل (نجاح المكتب بالترويج لافكار وبرامج الحزب) يلاحظ أن معامل التوافق (الارتباط) بينها قد بلغ (٠, ١٤١) وهذا الارتباط طردي وضعيف بين المتغيرين مما يعني لا وجود لارتباط يذكر بين امتلاك المكتب الاعلامي لوسيلة وسائط النقل وبين نجاح المكتب بالترويج لافكار وبرامج الحزب.

جدول يبين قيمة معامل كندال بين المتغير السابع والعشرين والمتغير الخامس  
والعشرين - هـ

المتغير الخامس والعشرون - هـ	المتغير السابع والعشرون
٠, ٢٥٤	

ومن اجل حساب الارتباط بين المتغير الخامس والعشرين - هـ والذي يمثل (امتلاك المكتب للوسائل والادوات لاداء وظائفه وتحديدًا المقر المستقل) وبين المتغير السابع والعشرين الذي يمثل (نجاح المكتب بالترويج لافكار وبرامج الحزب) يلاحظ أن معامل التوافق (الارتباط) بينها قد بلغ (٠, ٢٥٤) وهو ارتباط طردي وضعيف بين المتغيرين مما يعني لا يوجد أي ارتباط يذكر بين امتلاك المكتب الاعلامي لوسيلة المقر المستقل وبين نجاح ذلك المكتب بالترويج لافكار وبرامج الحزب.

جدول يبين قيمة معامل كندال بين المتغير السابع والعشرين والمتغير الخامس والعشرين-و

المتغير الخامس والعشرون- و	المتغير السابع والعشرون
٠, ١٩٩	

لمعرفة الارتباط بين المتغير الخامس والعشرين- و الذي يمثل (امتلاك المكتب الوسائل والادوات لاداء وظائفه وتحديد الشرائط الفلمية) وبين المتغير السابع والعشرين الذي يمثل (نجاح المكتب بالترويج لافكار وبرامج الحزب) يلاحظ أن معامل التوافق (الارتباط) بينها قد بلغ (٠, ١٩٩) وهذا الارتباط طردي وضعيف بين المتغيرين مما يعني لا وجود لاي ارتباط بين امتلاك المكتب الاعلامي للشرائط الفلمية وبين نجاح ذلك المكتب بالترويج لافكار وبرامج الحزب.

جدول يبين قيمة معامل كندال بين المتغير السابع والعشرين والمتغير الثامن والعشرين- آ

المتغير الثامن والعشرون- آ	المتغير السابع والعشرون
٠, ١٠٩	

ومن اجل حساب الارتباط بين المتغير الثامن والعشرين- آ الذي يمثل (ترويج افكار الحزب وتسويق سياساته بواسطة الصحف) وبين المتغير السابع والعشرين والذي يمثل (نجاح المكتب بالترويج لافكار وبرامج الحزب) يلاحظ أن معامل التوافق (الارتباط) بينها قد بلغ (٠, ١٠٩) وهذا الارتباط طردي وضعيف بين المتغيرين مما يعني ان لا وجود لاي ارتباط بين ترويج افكار الحزب وتسويق سياساته عن طريق الصحف وبين نجاح مكتبه الاعلامي بالترويج لتلك الافكار والبرامج.



جدول يبين قيمة معامل كندال بين المتغير السابع والعشرين والمتغير الثامن والعشرين - ب

المتغير الثامن والعشرون - ب	المتغير السابع والعشرون
٠, ١٤١	

ومن اجل حساب الارتباط بين المتغير الثامن والعشرين - ب الذي يمثل (ترويج افكار الحزب وتسويق سياساته بواسطة المجلات) وبين المتغير السابع والعشرين والذي يمثل (نجاح المكتب بالترويج لافكار وبرامج الحزب) يلاحظ أن معامل التوافق (الارتباط) بينها قد بلغ (٠, ١٤١) وهذا الارتباط طردي وضعيف بين المتغيرين مما يعني لا يوجد ارتباط بين ترويج افكار الحزب وتسويق سياساته بواسطة المجلات وبين نجاح المكتب بالترويج لتلك الافكار وبرامج الحزب.

جدول يبين قيمة معامل كندال بين المتغير السابع والعشرين والمتغير الثامن والعشرين - ج

المتغير الثامن والعشرون - ج	المتغير السابع والعشرون
٠, ١٣٧	

ولمعرفة الارتباط بين المتغير الثامن والعشرين - ج الذي يمثل (ترويج افكار الحزب وتسويق سياساته بواسطة النشرات) وبين المتغير السابع والعشرين والذي يمثل (نجاح المكتب بالترويج لافكار وبرامج الحزب) يلاحظ أن معامل التوافق (الارتباط) بينها قد بلغ (٠, ١٣٧) وهذا الارتباط طردي وضعيف بين المتغيرين مما يعني لا يوجد ارتباط يذكر بين ترويج افكار الحزب وتسويق سياساته النشرات وبين نجاح مكتبه الاعلامي بالترويج لافكاره وبرامجه.

جدول يبين قيمة معامل كندال بين المتغير السابع والعشرين والمتغير الثامن والعشرين - د

المتغير الثامن والعشرون - د	المتغير السابع والعشرون
٠, ١٦٨	

من اجل حساب الارتباط بين المتغير الثامن والعشرين - د الذي يمثل (ترويج افكار الحزب وتسويق سياساته بواسطة البيانات) وبين المتغير السابع والعشرين والذي يمثل (نجاح المكتب بالترويج لافكار وبرامج الحزب) يلاحظ أن معامل التوافق (الارتباط) بينها قد بلغ (٠, ١٦٨) وهذا الارتباط طردي وضعيف بين المتغيرين مما يعني لا يوجد اي ارتباط يذكر بين ترويج افكار الحزب وتسويق سياساته عن طريق الصحف وبين نجاح مكتبه الاعلامي بالترويج لتلك الافكار والبرامج.

جدول يبين قيمة معامل كندال بين المتغير السابع والعشرين والمتغير الثامن والعشرين - هـ

المتغير الثامن والعشرون - هـ	المتغير السابع والعشرون
٠, ٢١٢	

ولمعرفة الارتباط بين المتغير الثامن والعشرين - هـ والذي يمثل (ترويج افكار الحزب وتسويق سياساته بواسطة البرامج الاذاعية) وبين المتغير السابع والعشرين الذي يمثل (نجاح المكتب بالترويج لافكار وبرامج الحزب) يلاحظ أن معامل التوافق (الارتباط) بينها قد بلغ (٠, ٢١٢) وهذا الارتباط طردي وضعيف بين المتغيرين مما يعني لا وجود لارتباط بين ترويج افكار الحزب وتسويق سياساته عن طريق البرامج الاذاعية وبين نجاح مكتبه الاعلامي بالترويج لافكار الحزب وبرامجه.

جدول يبين قيمة معامل كندال بين المتغير السابع والعشرين والمتغير الثامن والعشرين - و

المتغير الثامن والعشرون - و	المتغير السابع والعشرون
٠, ١٨٢	

لمعرفة الارتباط بين المتغير الثامن والعشرون - و والذي يمثل (ترويج افكار الحزب وتسويق سياساته بواسطة البرامج التلفزيونية) وبين المتغير السابع والعشرين والذي يمثل (نجاح المكتب بالترويج لافكار وبرامج الحزب) يلاحظ أن معامل التوافق (الارتباط) بينها قد بلغ (٠, ١٨٢) وهذا الارتباط طردي وضعيف بين المتغيرين مما يعني وجود ارتباط بين ترويج افكار الحزب وتسويق سياساته عن طريق البرامج التلفزيونية وبين نجاح المكتب الاعلامي فيه بالترويج لافكاره وبرامجه.

جدول يبين قيمة معامل كندال بين المتغير السابع والعشرين والمتغير الثامن والعشرين - ي

المتغير الثامن والعشرون - ي	المتغير السابع والعشرون
٠, ١٠١	

لمعرفة الارتباط بين المتغير الثامن والعشرين - ي والذي يمثل (ترويج افكار الحزب وتسويق سياساته بواسطة المقابلات) وبين المتغير السابع والعشرين والذي يمثل (نجاح المكتب بالترويج لافكار وبرامج الحزب) يلاحظ أن معامل التوافق (الارتباط) بينها قد بلغ (٠, ١٠١) وهذا الارتباط طردي وضعيف بين المتغيرين مما يعني ان لا وجود لارتباط يذكر بين ترويج افكار الحزب وتسويق سياساته عن طريق المقابلات وبين نجاح المكتب بالترويج لافكار الحزب وبرامجه.

جدول يبين قيمة معامل كندال بين المتغير السابع والعشرين والمتغير السابع

المتغير السابع	المتغير السابع والعشرون
٠, ١٢٤	

يلاحظ ان الارتباط بين المتغير السابع والذي يمثل (تغيير الاتجاه العام للحزب تبعاً لظروف معينة) وبين المتغير السابع والعشرين والذي يمثل (نجاح المكتب بالترويج لافكار وبرامج الحزب) يلاحظ أن معامل التوافق (الارتباط) بينها قد بلغ (٠, ١٢٤) وهذا الارتباط طردي وضعيف مما يعني ليس هناك أي ارتباط يذكر بين تغيير الاتجاه العام للحزب تبعاً لاية ظروف وبين نجاح المكتب بالترويج لافكار وبرامج الحزب.

### اختبار مربع كاي

تم تطبيق هذا الاختبار لمعرفة وجود علاقة بين المتغيرات (الاسئلة) او عدم وجودها.

جدول يبين قيمة اختبار مربع كاي بين المتغير السابع والعشرين والمتغير العشرين

المتغير العشرون	المتغير السابع والعشرون
١, ٢٩٢	

لمعرفة وجود علاقة بين المتغير السابع والعشرين والذي يمثل (نجاح المكتب بالترويج لافكار وبرامج الحزب) والمتغير العشرين والذي يمثل (نوع الجهاز الاعلامي الذي يمتلكه الحزب).

فرضية العدم: لا توجد علاقة بين المتغير (٢٧) والمتغير (٢٠).

الفرضية البديلة: توجد علاقة بين المتغير (٢٧) والمتغير (٢٠).

وعند مقارنة القيمة المحسوبة لهذا الاختبار مع القيمة الجدولية لها عند

مستوى معنوية (٠, ٠٥) ودرجة حرية (٤٣) قد بلغت (١٦, ٤) مما يعني ان القيمة المحسوبة اقل من القيمة الجدولية فنقبل فرضية العدم التي تنص على عدم وجود علاقة بين المتغير (٢٧) والمتغير (٢٠).

جدول يبين قيمة اختبار مربع كاي بين المتغير السابع والعشرين والمتغير الثاني والعشرين

المتغير الثاني والعشرون	المتغير السابع والعشرون
٢١, ٤٥٣	

لمعرفة وجود علاقة بين المتغير السابع والعشرين والذي يمثل (نجاح المكتب بالترويج لافكار وبرامج الحزب) والمتغير الثاني والعشرين والذي يمثل (تمتع العاملون بمؤهلات اعلامية او مهنية).

الفرضية البديلة: لا توجد علاقة بين المتغير (٢٧) والمتغير (٢٢).

فرضية العدم: توجد علاقة بين المتغير (٢٧) والمتغير (٢٢).

وعند مقارنة القيمة المحسوبة لهذا الاختبار مع القيمة الجدولية لها عند مستوى معنوية (٠, ٠٥) ودرجة حرية (٤٣) قد بلغت (١٦, ٤) مما يعني ان القيمة المحسوبة اكبر من القيمة الجدولية فنقبل الفرضية البديلة التي تنص على عدم وجود علاقة بين المتغير (٢٧) والمتغير (٢٢).

جدول يبين قيمة اختبار مربع كاي بين المتغير السابع والعشرين والمتغير الثالث والعشرين

المتغير الثالث والعشرون	المتغير السابع والعشرون
١٠, ١٩٥	

لمعرفة وجود علاقة بين المتغير السابع والعشرين والذي يمثل (نجاح المكتب بالترويج لافكار وبرامج الحزب) والمتغير الثالث والعشرين والذي يمثل (ماهي نوع المؤهلات التي يمتلكها العاملين).

الفرضية البديلة: لا توجد علاقة بين المتغير (٢٧) والمتغير (٢٣ - آ).

فرضية العدم: توجد علاقة بين المتغير (٢٧) والمتغير (٢٣ - آ).

وعند مقارنة القيمة المحسوبة لهذا الاختبار مع القيمة الجدولية لها عند مستوى معنوية (٠,٠٥) ودرجة حرية (٤٣) قد بلغت (١٦, ٤) مما يعني ان القيمة المحسوبة اكبر من القيمة الجدولية فنقبل الفرضية البديلة التي تنص على وجود علاقة بين المتغير (٢٧) والمتغير (٢٣ - آ).

جدول يبين قيمة اختبار مربع كاي بين المتغير السابع والعشرين والمتغير الثالث والعشرين - ب

المتغير الثالث والعشرون - ب	المتغير السابع والعشرون
٢, ١٨٦	

لمعرفة وجود علاقة بين المتغير السابع والعشرين والعشرين الذي يمثل (نجاح المكتب بالترويج لافكار وبرامج الحزب) والمتغير الثالث والعشرين لاجابة الخبرة الصحفية.

فرضية العدم: لا توجد علاقة بين المتغير (٢٧) والمتغير (٢٣ - ب).

الفرضية البديلة: توجد علاقة بين المتغير (٢٧) والمتغير (٢٣ - ب).

وعند مقارنة القيمة المحسوبة لهذا الاختبار مع القيمة الجدولية لها عند مستوى معنوية (٠,٠٥) ودرجة حرية (٤٣) قد بلغت (١٦, ٤) مما يعني ان القيمة المحسوبة اقل من القيمة الجدولية فنقبل فرضية العدم التي تنص على عدم

وجود علاقة بين المتغير (٢٧) والمتغير (٢٣ - ب).

جدول يبين قيمة اختبار مربع كاي بين المتغير السابع والعشرين والمتغير

الثالث والعشرين - ج

المتغير الثالث والعشرون - ج	المتغير السابع والعشرون
٠, ٨٦٣	

لمعرفة وجود علاقة بين المتغير السابع والعشرين والذي يمثل (نجاح المكتب بالترويج لافكار وبرامج الحزب) والمتغير الثالث والعشرين والذي يمثل (نوع المؤهلات التي يمتلكها العاملون ولاجابه خبرة علاقات عامة).

فرضية العدم: لا توجد علاقة بين المتغير (٢٧) والمتغير (٢٣ - ج).

الفرضية البديلة: توجد علاقة بين المتغير (٢٧) والمتغير (٢٣ - ج).

وعند مقارنة القيمة المحسوبة لهذا الاختبار مع القيمة الجدولية لها عند مستوى معنوية (٠, ٠٥) ودرجة حرية (٤٣) قد بلغت (٤, ١٦) مما يعني ان القيمة المحسوبة اقل من القيمة الجدولية فنقبل فرضية العدم التي تنص على عدم وجود علاقة بين المتغير (٢٧) والمتغير (٢٣ - ج).

جدول يبين قيمة اختبار مربع كاي بين المتغير السابع والعشرين والمتغير

الخامس والعشرين - آ

المتغير الخامس والعشرون - آ	المتغير السابع والعشرون
٢, ١٨٦	

لمعرفة وجود علاقة بين المتغير السابع والعشرين والذي يمثل (نجاح المكتب بالترويج لافكار وبرامج الحزب) والمتغير الخامس والعشرين الذي يمثل (امتلاك المكتب الوسائل والادوات لاداء وظائفه وتحديد امتلاكه للحواسيب) فقد كان

اختبار مربع كاي قد بلغ (٤٠٢, ٠) وهذا يعني ان الفروق غير معنوية ومن ثمّ نقبل فرضية العدم التي تنص على:

فرضية العدم: لا توجد علاقة بين المتغير (٢٧) والمتغير (٢٥ - آ).

الفرضية البديلة: توجد علاقة بين السؤال (٢٧) والسؤال (٢٥ - آ).

وعند مقارنة القيمة المحسوبة لهذا الاختبار مع القيمة الجدولية لها عند مستوى معنوية (٠, ٠٥) ودرجة حرية (٤٣) قد بلغت (١٦, ٤) مما يعني ان القيمة المحسوبة اقل من القيمة الجدولية فنقبل فرضية العدم التي تنص على عدم وجود علاقة بين المتغير (٢٧) والمتغير (٢٥ - آ).

جدول يبين قيمة اختبار مربع كاي بين المتغير السابع والعشرين والمتغير الخامس والعشرين - ب

المتغير الخامس والعشرون - ب	المتغير السابع والعشرون
٠, ٤٦٥	

لمعرفة وجود علاقة بين المتغير السابع والعشرين والذي يمثل (نجاح المكتب بالترويج لافكار وبرامج الحزب) والمتغير الخامس والعشرين والذي يمثل (امتلاك المكتب الوسائل والادوات لاداء وظائفه وتحديد أدوات الطبع).

فرضية العدم: لا توجد علاقة بين المتغير (٢٧) والمتغير (٢٥ - ب).

الفرضية البديلة: توجد علاقة بين المتغير (٢٧) والمتغير (٢٥ - ب).

وعند مقارنة القيمة المحسوبة لهذا الاختبار مع القيمة الجدولية لها عند مستوى معنوية (٠, ٠٥) ودرجة حرية (٤٣) قد بلغت (١٦, ٤) مما يعني ان القيمة المحسوبة اقل من القيمة الجدولية فنقبل فرضية العدم التي تنص على عدم وجود علاقة بين المتغير (٢٧) والمتغير (٢٥ - ب).



جدول يبين قيمة اختبار مربع كاي بين المتغير السابع والعشرين والمتغير الخامس والعشرين - ج

المتغير الخامس والعشرون - ج	المتغير السابع والعشرون
٢, ١٨٦	

لمعرفة وجود علاقة بين المتغير السابع والعشرين والذي يمثل (نجاح المكتب بالترويج لافكار وبرامج الحزب) والمتغير الخامس والعشرين والذي يمثل (امتلاك المكتب الوسائل والادوات لاداء وظائفه وتحديد أدوات التصوير والاستنساخ).

فرضية العدم: لا توجد علاقة بين المتغير (٢٧) والمتغير (٢٥ - ج).

الفرضية البديلة: توجد علاقة بين السؤال (٢٧) والسؤال (٢٥ - ج).

وعند مقارنة القيمة المحسوبة لهذا الاختبار مع القيمة الجدولية لها عند مستوى معنوية (٠, ٠٥) ودرجة حرية (٤٣) قد بلغت (٤, ١٦) مما يعني ان القيمة المحسوبة اقل من القيمة الجدولية فنقبل فرضية العدم التي تنص على عدم وجود علاقة بين المتغير (٢٧) والمتغير (٢٥ - ج).

جدول يبين قيمة اختبار مربع كاي بين المتغير السابع والعشرين والمتغير الخامس والعشرين - د

المتغير الخامس والعشرون - د	المتغير السابع والعشرون
٠, ٩٢١	

لمعرفة وجود علاقة بين المتغير السابع والعشرين والذي يمثل (نجاح المكتب بالترويج لافكار وبرامج الحزب) والمتغير الخامس والعشرين والذي يمثل (امتلاك المكتب الوسائل والادوات لاداء وظائفه وتحديد وسائل النقل).

فرضية العدم: لا توجد علاقة بين المتغير (٢٧) والمتغير (٢٥ - د).

الفرضية البديلة: توجد علاقة بين المتغير (٢٧) والمتغير (٢٥ - د).

وعند مقارنة القيمة المحسوبة لهذا الاختبار مع القيمة الجدولية لها عند مستوى معنوية (٠,٠٥) ودرجة حرية (٤٣) قد بلغت (١٦, ٤) مما يعني ان القيمة المحسوبة اقل من القيمة الجدولية فنقبل فرضية العدم التي تنص على عدم وجود علاقة بين المتغير (٢٧) والمتغير (٢٥ - د).

جدول يبين قيمة اختبار مربع كاي بين المتغير السابع والعشرين والمتغير الخامس والعشرين - هـ

المتغير الخامس والعشرون - هـ	المتغير السابع والعشرون
٣, ١٠٣	

لمعرفة وجود علاقة بين المتغير السابع والعشرين والذي يمثل (نجاح المكتب بالترويج لافكار وبرامج الحزب) والمتغير الخامس والعشرين والذي يمثل (امتلاك المكتب الوسائل والادوات لاداء وظائفه وتحديداً المقرر المستقل).

فرضية العدم: لا توجد علاقة بين المتغير (٢٧) والمتغير (٢٥ - هـ).

الفرضية البديلة: توجد علاقة بين المتغير (٢٧) والمتغير (٢٥ - هـ).

وعند مقارنة القيمة المحسوبة لهذا الاختبار مع القيمة الجدولية لها عند مستوى معنوية (٠,٠٥) ودرجة حرية (٤٣) قد بلغت (١٦, ٤) مما يعني ان القيمة المحسوبة اقل من القيمة الجدولية فنقبل فرضية العدم التي تنص على عدم وجود علاقة بين المتغير (٢٧) والمتغير (٢٥ - هـ).

جدول يبين قيمة اختبار مربع كاي بين المتغير السابع والعشرين والمتغير الخامس والعشرين - و

المتغير الخامس والعشرون-و	المتغير السابع والعشرون
١,٨٦٨	

لمعرفة وجود علاقة بين المتغير السابع والعشرين والذي يمثل (نجاح المكتب بالترويج لافكار وبرامج الحزب) والمتغير الخامس والعشرين والذي يمثل (امتلاك المكتب الوسائل والادوات لاداء وظائفه وتحديد الشرائط الفلمية).

فرضية العدم: لا توجد علاقة بين المتغير (٢٧) والمتغير (٢٥ - و).

الفرضية البديلة: توجد علاقة بين المتغير (٢٧) والمتغير (٢٥ - و).

وعند مقارنة القيمة المحسوبة لهذا الاختبار مع القيمة الجدولية لها عند مستوى معنوية (٠,٠٥) ودرجة حرية (٤٣) قد بلغت (٤,١٦) مما يعني ان القيمة المحسوبة اقل من القيمة الجدولية فنقبل فرضية العدم التي تنص على عدم وجود علاقة بين المتغير (٢٧) والمتغير (٢٥ - و).

جدول يبين قيمة اختبار مربع كاي بين المتغير السابع والعشرين والمتغير الثامن والعشرين - آ

المتغير الثامن والعشرون-آ	المتغير السابع والعشرون
٠,٥٤٩	

لمعرفة وجود علاقة بين المتغير السابع والعشرين والذي يمثل (نجاح المكتب بالترويج لافكار وبرامج الحزب) والمتغير الثامن والعشرين والذي يمثل (قيام المكتب بالترويج لافكار الحزب وتسويق سياساته بواسطة الصحف).

فرضية العدم: لا توجد علاقة بين المتغير (٢٧) والمتغير (٢٨ - آ).

الفرضية البديلة: توجد علاقة بين المتغير (٢٧) والمتغير (٢٨ - آ).

وعند مقارنة القيمة المحسوبة لهذا الاختبار مع القيمة الجدولية لها عند مستوى معنوية (٠,٠٥) ودرجة حرية (٤٣) قد بلغت (٤,١٦) مما يعني ان القيمة المحسوبة اقل من القيمة الجدولية فنقبل فرضية العدم التي تنص على عدم وجود علاقة بين المتغير (٢٧) والمتغير (٢٨ - آ).

جدول يبين قيمة اختبار مربع كاي بين المتغير السابع والعشرين والمتغير الثامن والعشرين - ب

المتغير الثامن والعشرون - ب	المتغير السابع والعشرون
٠,٩٢١	

لمعرفة وجود علاقة بين المتغير السابع والعشرين والذي يمثل (نجاح المكتب بالترويج لافكار وبرامج الحزب) والمتغير الثامن والعشرين والذي يمثل (قيام المكتب بالترويج لافكار الحزب وتسويق سياساته بواسطة المجلات).

فرضية العدم: لا توجد علاقة بين المتغير (٢٧) والمتغير (٢٨ - ب).

الفرضية البديلة: توجد علاقة بين المتغير (٢٧) والمتغير (٢٨ - ب).

وعند مقارنة القيمة المحسوبة لهذا الاختبار مع القيمة الجدولية لها عند مستوى معنوية (٠,٠٥) ودرجة حرية (٤٣) قد بلغت (٤,١٦) مما يعني ان القيمة المحسوبة اقل من القيمة الجدولية فنقبل فرضية العدم التي تنص على عدم وجود علاقة بين المتغير (٢٧) والمتغير (٢٨ - ب).

جدول يبين قيمة اختبار مربع كاي بين المتغير السابع والعشرين والمتغير الثامن والعشرين - ج

المتغير الثامن والعشرون - ج	المتغير السابع والعشرون
٠,٨٦٣	

لمعرفة وجود علاقة بين المتغير السابع والعشرين والذي يمثل (نجاح المكتب بالترويج لافكار وبرامج الحزب) والمتغير الثامن والعشرين والذي يمثل (قيام المكتب بالترويج لافكار الحزب وتسويق سياساته بواسطة النشرات).

فرضية العدم: لا توجد علاقة بين المتغير (٢٧) والمتغير (٢٨ - ج).

الفرضية البديلة: توجد علاقة بين المتغير (٢٧) والمتغير (٢٨ - ج).

وعند مقارنة القيمة المحسوبة لهذا الاختبار مع القيمة الجدولية لها عند مستوى معنوية (٠,٠٥) ودرجة حرية (٤٣) قد بلغت (١٦,٤) مما يعني ان القيمة المحسوبة اقل من القيمة الجدولية فنقبل فرضية العدم التي تنص على عدم وجود علاقة بين المتغير (٢٧) والمتغير (٢٨ - ج).

جدول يبين قيمة اختبار مربع كاي بين المتغير السابع والعشرين والمتغير الثامن والعشرين - د

المتغير الثامن والعشرون - د	المتغير السابع والعشرون
١,٣١٢	

لمعرفة وجود علاقة بين المتغير السابع والعشرون والذي يمثل (نجاح المكتب بالترويج لافكار وبرامج الحزب) والمتغير الثامن والعشرون والذي يمثل (قيام المكتب بالترويج لافكار الحزب وتسويق سياساته بواسطة البيانات).

فرضية العدم: لا توجد علاقة بين المتغير (٢٧) والمتغير (٢٨ - د).

الفرضية البديلة: توجد علاقة بين المتغير (٢٧) والمتغير (٢٨ - د).

وعند مقارنة القيمة المحسوبة لهذا الاختبار مع القيمة الجدولية لها عند مستوى معنوية (٠,٠٥) ودرجة حرية (٤٣) قد بلغت (١٦,٤) مما يعني ان القيمة المحسوبة اقل من القيمة الجدولية فنقبل فرضية العدم التي تنص على عدم وجود علاقة بين المتغير (٢٧)

المتغير (٢٨-د).

جدول يبين قيمة اختبار مربع كاي بين المتغير السابع والعشرين والمتغير الثامن والعشرين - م

المتغير الثامن والعشرون - م	المتغير السابع والعشرون
٢, ١٣٨	

لمعرفة وجود علاقة بين المتغير السابع والعشرين والذي يمثل (نجاح المكتب بالترويج لافكار وبرامج الحزب) والمتغير الثامن والعشرين والذي يمثل (قيام المكتب بالترويج لافكار الحزب وتسويق سياساته بواسطة البرامج الاذاعية).

فرضية العدم: لا توجد علاقة بين المتغير (٢٧) والمتغير (٢٨ - م).

الفرضية البديلة: توجد علاقة بين المتغير (٢٧) والمتغير (٢٨ - م).

وعند مقارنة القيمة المحسوبة لهذا الاختبار مع القيمة الجدولية لها عند مستوى معنوية (٠,٠٥) ودرجة حرية (٤٣) قد بلغت (١٦, ٤) مما يعني ان القيمة المحسوبة اقل من القيمة الجدولية فنقبل فرضية العدم التي تنص على عدم وجود علاقة بين المتغير (٢٧) والمتغير (٢٨ - م).

جدول يبين قيمة اختبار مربع كاي بين المتغير السابع والعشرين والمتغير

الثامن والعشرين - هـ

المتغير الثامن والعشرون - هـ	المتغير السابع والعشرون
١, ٥٤٩	

لمعرفة وجود علاقة بين المتغير السابع والعشرين والذي يمثل (نجاح المكتب بالترويج لافكار وبرامج الحزب) والمتغير الثامن والعشرين والذي يمثل (قيام المكتب بالترويج لافكار الحزب وتسويق سياساته بواسطة البرامج التلفزيونية).

فرضية العدم: لا توجد علاقة بين المتغير (٢٧) والمتغير (٢٨ - هـ).

الفرضية البديلة: توجد علاقة بين المتغير (٢٧) والمتغير (٢٨ - هـ).

وعند مقارنة القيمة المحسوبة لهذا الاختبار مع القيمة الجدولية لها عند مستوى معنوية (٠,٠٥) ودرجة حرية (٤٣) قد بلغت (١٦,٤) مما يعني ان القيمة المحسوبة اقل من القيمة الجدولية فنقبل فرضية العدم التي تنص على عدم وجود علاقة بين المتغير (٢٧) والمتغير (٢٨ - هـ).

جدول يبين قيمة اختبار مربع كاي بين المتغير السابع والعشرين والمتغير الثامن والعشرين - ي

المتغير الثامن والعشرون - ي	المتغير السابع والعشرون
٠,٤٦٥	

لمعرفة وجود علاقة بين المتغير السابع والعشرين والذي يمثل (نجاح المكتب بالترويج لافكار وبرامج الحزب) والمتغير الثامن والعشرين والذي يمثل (قيام المكتب بالترويج لافكار الحزب وتسويق سياساته بواسطة المقابلات).

فرضية العدم: لا توجد علاقة بين المتغير (٢٧) والمتغير (٢٨ - ي).

الفرضية البديلة: توجد علاقة بين المتغير (٢٧) والمتغير (٢٨ - ي).

وعند مقارنة القيمة المحسوبة لهذا الاختبار مع القيمة الجدولية لها عند مستوى معنوية (٠,٠٥) ودرجة حرية (٤٣) قد بلغت (١٦,٤) مما يعني ان القيمة المحسوبة اقل من القيمة الجدولية فنقبل فرضية العدم التي تنص على عدم وجود علاقة بين المتغير (٢٧) والمتغير (٢٨ - ي).

جدول يبين قيمة اختبار مربع كاي بين المتغير السابع والعشرين والمتغير السابع

المتغير السابع	المتغير السابع والعشرون
٠,٧٠٥	

لمعرفة وجود علاقة بين المتغير السابع والعشرين والذي يمثل (نجاح المكتب بالترويج لافكار وبرامج الحزب) والمتغير السابع والذي يمثل (تغيير الاتجاه العام للحزب تبعاً لظروف معينة).

فرضية العدم: لا توجد علاقة بين المتغير (٢٧) والمتغير (٧).

الفرضية البديلة: توجد علاقة بين المتغير (٢٧) والمتغير (٧).

وعند مقارنة القيمة المحسوبة لهذا الاختبار مع القيمة الجدولية لها عند مستوى معنوية (٠,٠٥) ودرجة حرية (٤٣) قد بلغت (١٦,٤) مما يعني ان القيمة المحسوبة اقل من القيمة الجدولية فنقبل فرضية العدم التي تنص على عدم وجود علاقة بين المتغير (٢٧) والمتغير (٧).



## المبحث الرابع العلاقة بين المتغيرات

### الوسط الحسابي والانحراف المعياري والاهمية النسبية

جدول يبين الوسط الحسابي والانحراف المعياري والاهمية النسبية للمتغير

السادس

الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي
٥١,١١	١,٣٣	٣,٠٤

يلاحظ من خلال الجدول أن الوسط الحسابي الموزون للمتغير السادس (والذي يمثل اتجاه الحزب او الحركة) قد بلغ (٣,٠٤) وهذا يعني ان غالبية اراء المبحوثين كانت عند الفقرة بأن الحزب او الحركة ذات اتجاه ديني اسلامي. اما الانحراف المعياري لاجابات المبحوثين عن الوسط الحسابي الموزون فقد بلغ (١,٣٣) وهو انحراف قليل نوعاً ما اما الاهمية النسبية لهذا المتغير فقد بلغت (٥١,١١) وهي اهمية جيدة تدل بأن اتجاه اغلبية الاحزاب هو اتجاه ديني اسلامي وديموقراطي.

جدول يبين الوسط الحسابي والانحراف المعياري والاهمية النسبية للمتغير السابع

الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي
١٥,٥	٠,٤٣٨	١,٨٩

يتضح من خلال الجدول أن الوسط الحسابي الموزون للمتغير السابع والذي يمثل تغيير الاتجاه العام للحزب تبعاً لظروف معينة قد بلغ (١,٨٩) وهذا يعني أن غالبية اجابات المبحوثين كانت رأيهم عند الفقرة (كلا). اما الانحراف المعياري لهذا المتغير فقد (٠,٤٣٨) وهذا يعني أن انحراف اجابات المبحوثين عن المتوسط

كان قليلاً وصغيراً في حين ان الاهمية النسبية لهذا المتغير قد بلغت (٥, ١٥) وهذا يعني أن جميع الاحزاب لم تقم بتغير الاتجاه العام لظروف معينة.

جدول يبين الوسط الحسابي والانحراف المعياري والاهمية النسبية للمتغير الثامن

الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي
٢٨, ٨٨	٠, ٤٩٥	١, ٧٣

ومن خلال متغير دمج الحزب مع حزب اخر او حركة اخرى فقد ظهر أنّ الوسط الحسابي الموزون قد بلغ (١, ٧٣) وهذا يعني أن اكثرية اجابات المبحوثين كانت عند الفقرة (كلا)، وبلغ الانحراف المعياري (٠, ٤٩٥) وهذا يعني أن انحراف اجابات المبحوثين عن المتوسط كان قليلاً وصغيراً. في حين ان الاهمية النسبية لهذا السؤال قد بلغت (٢٨, ٨٨) وهي اهمية بسيطة وهذا يعني ان غالبية الاحزاب لم تدمج مع حزب وحركة اخرى.

جدول يبين الوسط الحسابي والانحراف المعياري والاهمية النسبية للمتغير التاسع

الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي
٣٣, ٣٣	٠, ٥٨	١, ٧٣

ويلاحظ ومن خلال متغير تبني الحزب لايدولوجية بشكل مرحلي أن الوسط الحسابي الموزون يبلغ (١, ٧٣) مما يفسر ان اغلبية اجابات المبحوثين كانت عند الفقرة (كلا)، اما الانحراف المعياري لهذا المتغير فقد بلغ (٠, ٥٨) وهو انحراف قليل وصغير عن المتوسط، أما الاهمية النسبية لهذا المتغير قد بلغت (٣٣, ٣٣) مما يعني بأن الاحزاب لم تتبنّ ايديولوجيتها بشكل مرحلي.

جدول يبين الوسط الحسابي والانحراف المعياري والأهمية النسبية للمتغير العاشر

الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية
٢,٤٩	١,٢٧	٣١,١

يتضح من خلال الجدول أنَّ الوسط الحسابي الموزون للمتغير العاشر (المشاكل التي واجهت الحزب بسبب أيديولوجية قد بلغ (٢, ٤٩) وهذا يعني أن غالبية إجابات المبحوثين كانت عند فقرة عدم تقبل الناس لتلك الأيديولوجية، أما الانحراف المعياري لإجابات المبحوثين عن الوسط الحسابي الموزون قد بلغ (١, ٢٧) وهو انحراف قليل نوعاً ما. أما الأهمية النسبية لهذا المتغير فقد بلغ (٣١, ١) وهي أهمية جيدة تدل على أن عدم تقبل الناس لأيديولوجية الحزب هي أهم مشكلة واجهت أيديولوجية الحزب.

جدول يبين الوسط الحسابي والانحراف المعياري والأهمية النسبية للمتغير الحادي

عشر

الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية
١,٢	٠,٥٠٥	٨٤,٤٤

وعن الاعتقاد بإمكانية تحقيق أهداف الحزب كاملة يقول الجدول إن الوسط الحسابي الموزون قد بلغ (١, ٢) وهذا يعني أن غالبية إجابات المبحوثين قد أجمعت على إمكانية تحقيق أهداف الحزب كاملة، أما الانحراف المعياري لإجابات المبحوثين عن الوسط الحسابي الموزون قد بلغ (٠, ٥٠٥) وهو انحراف قليل جداً. أما الأهمية النسبية لهذا السؤال فقد بلغ (٨٤, ٤٤) وهي نسبة عالية تدل على أن إمكانية تحقيق أهداف الحزب بشكل كامل هي مسألة نسبية لا تبنى على اعتقاد رؤساء الأحزاب بذلك فقط.

جدول يبين الوسط الحسابي والانحراف المعياري والاهمية النسبية للمتغير الثاني عشر

الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي
٥٥,٥٥	١,٣٠٥	٢,٥٨

يظهر الجدول من خلال متغير الممارسات التي طبقت فعلاً لضمان تحقيق أهداف الحزب الوسط الحسابي الموزون قد بلغ (٢,٥٨) مما يعني أن غالبية آراء الباحثين قد اتفقت على البقاء في المعارضة، أما الانحراف المعياري لإجابات الباحثين عن الوسط الحسابي الموزون فقد بلغ (١,٣٠٥) وهو انحراف قليل تقريباً. أما الأهمية النسبية لهذا المتغير فقد بلغ (٥٥,٥٥) وهي أهمية جيدة تدل بأن تعبئة الجماهير كانت من أهم الممارسات التي تم تطبيقها من خلال الأحزاب لتحقيق أهدافها.

جدول يبين الوسط الحسابي والانحراف المعياري والاهمية النسبية للمتغير الثالث عشر

الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي
٩٥,٥	٠,٤١٧	١,٠٩

يتضح من خلال الجدول أن الوسط الحسابي الموزون للمتغير الثالث عشر قد بلغ (١,٠٩) وهذا يعني أن غالبية إجابات الباحثين كانت رأيهم عند الفقرة (نعم) بالنسبة لمتغير عن استطاعة الحزب التعريف باتجاهاته، أما الانحراف المعياري لهذا السؤال فقد بلغ (٠,٤١٧) وهذا يعني أن انحراف إجابات الباحثين عن المتوسط كان قليلاً وصغيراً. في حين أن الأهمية النسبية لهذا السؤال قد بلغت (٩٥,٥) وهذا يعني أن جميع الأحزاب قامت بالتعريف بشكل جيد عن اتجاهاتها.

جدول يبين الوسط الحسابي والانحراف المعياري والاهمية النسبية للمتغيرين  
الرابع عشر والخامس عشر

الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي
١٠٠	٠	١

ومن خلال سؤال المبحوثين عن امتلاك الحزب أو الحركة لبرنامج سياسي وسؤال المبحوثين أيضا عن ترويج الحزب كذلك البرنامج السياسي بين الجماهير فقد اظهر الجدول أنَّ الوسط الحسابي الموزون لكلا المتغيرين قد بلغ (١) وهذا يعني أن إجابة المبحوثين كانت قاطعة عند الفقرة (نعم) وهذا يفسر امتلاك جميع الأحزاب لبرنامج سياسي وترويج جميع الأحزاب لذلك البرنامج بين الجماهير، أما الانحراف المعياري لإجابات المبحوثين عن الوسط الحسابي الموزون فقد بلغ (٠) مما يعني عدم وجود انحراف معياري لكلا المتغيرين. أما الأهمية النسبية لهذين المتغيرين فقد بلغت (١٠٠) وهي أهمية ممتازة مما يعني امتلاك جميع الأحزاب المبحوثة لبرنامج سياسي وقيامها كذلك بالترويج لها بين الجماهير.

جدول يبين الوسط الحسابي والانحراف المعياري والاهمية النسبية للمتغير  
السادس عشر

الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي
٢٤,٤٤	٠,٤٣٥	١,٢٤

ويلاحظ من خلال الجدول أن الوسط الحسابي الموزون للمتغير السادس عشر وهو امتلاك الحزب لصحيفة ناطقة باسمه قد بلغ (١,٢٤) وهنا يعني أن أكثرية إجابات المبحوثين كان رأيهم عند الفقرة (نعم) وهذا يعني امتلاكهم لصحيفة ناطقة باسمهم، أما الانحراف المعياري لإجابات المبحوثين عن الوسط الحسابي الموزون فقد بلغ (٠,٤٣٥) وهو انحراف صغير وقليل عن المتوسط. أما

الأهمية النسبية لهذا السؤال فقد بلغت (٢٤, ٤٤) وهي أهمية بسيطة مما يعني أن بعض الأحزاب قد امتلكت صحيفة ناطقة باسمها.

جدول يبين الوسط الحسابي والانحراف المعياري والأهمية النسبية للمتغير السابع عشر

الأهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي
٢٢, ٢٢	٠, ٤٢٠	١, ٧٨

من خلال سؤال المبحوثين لامتلاك الحزب لوسيلة التلفزيون فقد اظهر أن الوسط الحسابي الموزون قد بلغ (١, ٧٨) بالنسبة لإجابات المبحوثين عن محطة التلفزيون وهذا يعني عدم امتلاك عدد من الأحزاب لهذه الوسيلة، أما الانحراف المعياري لإجابات المبحوثين عن الوسط الحسابي الموزون فقد بلغ (٠, ٤٢) وهو انحراف قليل جداً. أما الأهمية النسبية لاختيار المبحوثين لمحطة التلفزيون فقد بلغت (٢٢, ٢٢) وهي أهمية بسيطة وقليلة تعني عدم امتلاك عدد كبير من الأحزاب لمحطة التلفزيون.

جدول يبين الوسط الحسابي والانحراف المعياري والأهمية النسبية للمتغير السابع عشر - ب

الأهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي
٢٨, ٨٨	٠, ٤٦٨	١, ٦٩

ويتضح ان الوسط الحسابي الموزون قد بلغ (١, ٦٩) بالنسبة لاجابات المبحوثين عن امتلاك الحزب للراديو وهذا يعني أغلب الاحزاب المبحوثة لا تمتلك لوسيلة الراديو (الاذاعة)، اما الانحراف المعياري لاجابات المبحوثين عن الوسط الحسابي الموزون فقد بلغ (٠, ٤٥٨) وهو انحراف صغير وقليل

جداً. اما الاهمية النسبية لاختيار الباحثين للراديو فقد بلغت (٢٨, ٨٨) وهي اهمية قليلة تشير إلى أن أغلب الاحزاب المبحوثة لا تمتلك وسيلة الراديو (الاذاعة).

جدول يبين الوسط الحسابي والانحراف المعياري والاهمية النسبية للمتغير السابع عشر - ج

الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي
١٧,٧٧	٠,٣٨٧	١,٨٢

ويلاحظ أن الوسط الحسابي الموزون قد بلغ (١, ٨٢) بالنسبة لإجابات الباحثين عن امتلاك الحزب للمجلة وهذا يعني ان أغلب الأحزاب المبحوثة لا تمتلك وسيلة المجلة، أما الانحراف المعياري لإجابات الباحثين عن الوسط الحسابي الموزون فقد بلغ (٠, ٣٨٦) وهو انحراف صغير وقليل جداً. أما الأهمية النسبية لاختيار الباحثين للمجلة فقد بلغت (١٧, ٧٧) وهي أهمية قليلة وتعني عدم امتلاك الأحزاب لوسيلة المجلة.

جدول يبين الوسط الحسابي والانحراف المعياري والاهمية النسبية للمتغير السابع عشر

الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي
١٧,٧٧	٠,٤٩٠	١,٦٢

واوضح متغير الباحثين لامتلاك الحزب لوسائل اخرى ان الوسط الحسابي الموزون قد بلغ (١, ٦٢) وهذا يعني ان اغلبية الاحزاب ليس لديها وسائل اعلام اخرى (كالنشرات والادبيات الدورية والانترنت كما ذكروها بالاستمارة)، اما عن الانحراف المعياري لاجاباتهم عن الوسط الحسابي الموزون فقد بلغ (٠, ٤٣٤)

وهو انحراف قليل نوعاً ما. اما الأهمية النسبية لهذا المتغير فقد بلغ (١٧, ٧٧) وهي قليلة جداً تدل على قلة الوسائل الاعلامية الاخرى التي تمتلكها الاحزاب.

جدول يبين الوسط الحسابي والانحراف المعياري والأهمية النسبية للمتغير السابع

عشر - هـ

الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي
٣٥, ٥	٠, ٤٩٠	١, ٦٢

ويتضح كذلك ان الوسط الحسابي الموزون لاجابات المبحوثين عن عدم امتلاكهم لاية وسيلة اعلامية غير الصحيفة الناطقة باسمهم قد بلغ (١, ٦٢) وهذا يعني ان عدد الاحزاب التي لا تمتلك وسائل اعلام اخرى قليل نسبياً، اما الانحراف المعياري لاجاباتهم عن الوسط الحسابي الموزون فقد بلغ (٠, ٤٨٤) وهي انحراف قليل نوعاً ما. اما الأهمية لهذا المتغير فقد بلغت (٣٥, ٥) وهي اهمية قليلة نوعاً ما تدل على ان عدد الاحزاب التي لا تمتلك وسائل اعلامية بشكل تام قليل جداً.

جدول يبين الوسط الحسابي والانحراف المعياري والأهمية النسبية للمتغير الثامن

عشر

الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي
٦٤, ٤٤	٠, ٦٩٥	١, ٤٩

ويتضح من إجابات المبحوثين لمتغير استخدام الحزب لتلك الوسائل الاعلامية بكفاءة عالية بان الوسط الحسابي الموزون قد بلغ (١, ٤٩) وهذا يعني ان غالبية اراء المبحوثين كانت عند الفقرة (نعم)، اما الانحراف المعياري لهذا المتغير فقد بلغ (٠, ٦٩٥) وهو انحراف قليل جداً. وبلغت الأهمية النسبية لهذا السؤال



(٤٤, ٦٤) وهي اهمية جيدة تدل على أنّ الاحزاب التي تمتلك وسائل اعلامية قد نجحت استخداماتها بكفاءة عالية.

جدول يبين الوسط الحسابي والانحراف المعياري والاهمية النسبية للمتغير التاسع عشر

الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي
١٠٠	٠	١

يظهر الجدول بالنسبة للمتغير التاسع عشر أنّ الوسط الحسابي قد بلغ (١) وهي اجابة قاطعة لجميع الاحزاب تؤكد على امتلاكها مكتباً او جهازاً اشراف على وسائل الاعلام والترويج لبرنامجها السياسي، في حين بلغ انحرافه المعياري (٠) وهو انحراف قليل نوعاً ما. بينما بلغت اهميته النسبية (١٠٠) وهي اهمية كبيرة جداً تعني ان لدى جميع الاحزاب وبشكل كامل بلا استثناء جهازاً للاشراف على وسائل الاعلام والترويج لبرنامجها السياسي.

جدول يبين الوسط الحسابي والانحراف المعياري والاهمية النسبية للمتغير العشرين

الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي
٩٣, ٣٣	٠, ٦٢٦	٣, ٨٨٤

وكان الوسط الحسابي الموزون للمتغير العشرين والذي يحدد نوع الجهاز الاعلامي الذي تملكه الحزب قد بلغ (٣, ٨٨٤) وهذا يعني ان غالبية اراء المبحوثين كانت عند الفقرة التي تحدد نوع الجهاز الذي يمتلكه الحزب وهو مكتب علاقات عامة، في حين ان الانحراف المعياري للوسط كان (٠, ٦٢٦) وهو انحراف صغير جداً وقليل. اما الاهمية النسبية لهذا المتغير فقد بلغت (٩٣, ٣٣) وهي ممتازة مما

يعني وجود مكاتب علاقات عامة لمجمل الاحزاب المبحوثة.

جدول يبين الوسط الحسابي والانحراف المعياري والاهمية النسبية للمتغير الثاني والعشرين

الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي
٩٥,٥٥	٠,٤١٧	١,٠٩

بلغ الوسط الحسابي الموزون لمتغير تمتع العاملين بمؤهلات اعلامية او مهنية (١,٠٩) وهذا يعني ان غالبية اراء المبحوثين كانت عند الفقرة (نعم)، اما الانحراف المعياري عن الوسط الحسابي الموزون فقد بلغ (٠,٤١٧) وهو انحراف بسيط جداً، في حين ان الاهمية النسبية لهذا المتغير قد بلغت (٩٥,٥٥) وهي اهمية ممتازة تدل على ان اغلبية بل مجمل الاحزاب يمتلك العمال العاملون في مكاتبها الاعلامية مؤهلات اعلامية او مهنية.

جدول يبين الوسط الحسابي والانحراف المعياري والاهمية النسبية للمتغير الثالث والعشرين-آ

الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي
٦٤,٤٤	٠,٤٨٤	١,٣٦

من خلال متغير المبحوثين عن نوع المؤهلات التي يمتلكها العاملون في تلك المكاتب الاعلامية، يلاحظ ان الوسط الحسابي الموزون لامتلاك العاملين مؤهلات اعلامية جامعية قد بلغ (١,٣٦) وهذا يعني ان نسبة لا بأس بها من العاملين يمتلكون مؤهلات اعلامية جامعية. اما الانحراف المعياري للوسط الحسابي الموزون فقد بلغ (٠,٤٨٤) وهو انحراف قليل جداً، اما الاهمية النسبية للمتغير فقد بلغت (٦٤,٤٤) وهي اهمية جيدة تدل على ان لبعض العاملين مؤهلات

اعلامية جامعية.

جدول يبين الوسط الحسابي والانحراف المعياري والاهمية النسبية للمتغير الثالث والعشرين - ب

الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي
٧٧, ٧٧	٠, ٤٣٥	١, ٢٤

في حين بلغ الوسط الحسابي الموزون لاجابات المبحوثين عن امتلاك انفس العاملين للخبرة الصحفية للمتغير ذاته (١, ٢٤) وهذا يعني ان نسبة قليلة ايضاً من العاملين تمتلك للخبرة الصحفية، في حين بين ان الانحراف المعياري قد بلغ (٠, ٤٣٥) وهو انحراف قليل نسبياً، الا ان الاهمية النسبية قد بلغت (٧٧, ٧٧) وهي اهمية جيدة جداً تدل على ان بعض العاملين في تلك الاحزاب يمتلكون للخبرة الصحفية.

جدول يبين الوسط الحسابي والانحراف المعياري والاهمية النسبية للمتغير الثالث والعشرين - ج

الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي
٦٢, ٢٢	٠, ٤٩٠	١, ٣٨

وعن امتلاك العاملين خبرة علاقات عامة فقد بلغ الوسط الحسابي الموزون (١, ٣٨) وهذا يعني ان نسبة قليلة ايضاً من العاملين تمتلك هذه الخبرة في حين ان الانحراف المعياري قد بلغ (٠, ٤٩٠) وهو انحراف قليل جداً. اما الاهمية النسبية فقد بلغت (٦٢, ٢٢) وهي نسبة جيدة تدل على ان بعض العاملين في تلك المكاتب لديهم خبرة علاقات عامة.

جدول يبين الوسط الحسابي والانحراف المعياري والاهمية النسبية للمتغير الثالث والعشرين-د

الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي
١٠٠	٠	٢

وعن اجابة لا توجد لدى العاملين في تلك المكاتب أي شكل من اشكال الخبرات بلغ الوسط الحسابي الموزون (٢) وهذا يعني ان جميع العاملين يمتلكون خبرات في حين ان الانحراف المعياري قد بلغ (٠) وهو انحراف قليل نوعا ما. اما الاهمية النسبية لهذه الاجابة فقد كانت (١٠٠) وهذا يعني ان جميع العاملين في تلك المكاتب لديهم خبرات عمل في تلك المكاتب.

جدول يبين الوسط الحسابي والانحراف المعياري والاهمية النسبية للمتغير الخامس والعشرين-آ

الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي
٩٣,٣٣	٠,٢٥٢	١,٠٧

ويتضح من الجدول ايضاً ان الوسط الحسابي الموزون لمتغير امتلاك المكتب الوسائل والادوات وظائفه فقد بلغ الوسط الحسابي لوسيلة الحاسوب (١,٠٧) وهذا يعني ان بعض المكاتب لديها وسيلة الحاسوب في حين ان الانحراف المعياري كان (٠,٢٥٢) وهو انحراف قليل جداً. اما الاهمية النسبية لهذه الوسيلة فقد بلغت (٩٣,٣٣) وهي اهمية ممتازة تدل على ان وسيلة الحاسوب مهمة جداً لاداء وظائف المكتب الاعلامي.

جدول يبين الوسط الحسابي والانحراف المعياري والاهمية النسبية للمتغير  
الخامس والعشرين - ب

الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي
٨٤, ٤٤	٠, ٣٦٧	١, ١٦

في حين بلغ الوسط الحسابي الموزون لوسيلة ادوات الطبع (١, ١٦) هذا يعني ان لدى معظم المكاتب وسيلة ادوات الطبع للقيام بوظائفها اما الانحراف المعياري فقد بلغ (٠, ٣٦٧) وهو انحراف قليل نوعاً ما. اما الاهمية النسبية فقد بلغت (٨٤, ٤٤) وهي اهمية جيدة جداً مما يعني ان وسيلة ادوات الطبع مهمة جداً لاداء وظائف المكتب الاعلامي.

جدول يبين الوسط الحسابي والانحراف المعياري والاهمية النسبية للمتغير  
الخامس والعشرين - ج

الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي
٧٧, ٧٧	٠, ٤٣٥	١, ٢٤

وعند وسيلة ادوات التصوير والاستنساخ فقد بلغ الوسط الحسابي الموزون (١, ٢٤) وهذا يعني حصول بعض المكاتب الاعلامية على هذه الوسيلة، اما الانحراف المعياري عن الوسط الحسابي الموزون فقد بلغ (٠, ٤٣٥) وهو انحراف قليل جداً. اما الاهمية النسبية لهذا السؤال فقد بلغت (٧٧, ٧٧) وهي اهمية جيدة جداً تعني أنّ ادوات التصوير والاستنساخ مهمة في عملية اداء المكتب لوظائفه.

جدول يبين الوسط الحسابي والانحراف المعياري والاهمية النسبية للمتغير  
الخامس والعشرين - د

الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي
٦٤, ٤٤	٠, ٤٨٤	١, ٣٦

وعن وسيلة وسائط النقل لذات المتغير فقد بلغ الوسط الحسابي الموزون (١, ٣٦) وهي تعني ان لدى بعض المكاتب هذه وسيلة في حين بلغ الانحراف المعياري (٠, ٤٨٤). اما الاهمية النسبية لهذا الفرع فقد بلغت (٦٤, ٤٤) وهي اهمية جيدة تعني أنّ وسائط النقل مهمة بدرجة معينة لاداء المكتب لوظائفه.

جدول يبين الوسط الحسابي والانحراف المعياري والاهمية النسبية للمتغير الخامس والعشرين-هـ

الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي
٦٤, ٤٤	٠, ٥٠٥	١, ٤٦٦٧

وعن امتلاك المكتب لمقر مستقل لذات المتغير فقد بلغ الوسط الحسابي (١, ٤٦٦٧) وهذا يعني ان بعض المكاتب لديها مقر مستقل لاداء وظائفها، اما الانحراف المعياري فقد بلغ (٠, ٥٠٥) وهو انحراف بسيط جداً. اما الاهمية النسبية فقد بلغت (٦٤, ٤٤) وهي اهمية جيدة تدل على ان امتلاك المكتب لمقر مستقل مهم جداً لاداء وظائفه.

جدول يبين الوسط الحسابي والانحراف المعياري والاهمية النسبية للمتغير الخامس والعشرين- و

الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي
٤٤, ٤٤	٠, ٥٠٣	١, ٥٦

وعن وسيلة الشرائط الفلمية لذات المتغير فقد بلغ الوسط الحسابي (١, ٥٦) وهذا يعني ان قلة من المكاتب تمتلك هذه الوسيلة، اما الانحراف المعياري فقد بلغ (٠, ٥٠٣) وبلغت الاهمية النسبية (٤٤, ٤٤) وهي اهمية ضعيفة تعني أنّ وسيلة الشرائط العلمية ليست بتلك الاهمية للمكتب لاداء وظائفه.

جدول يبين الوسط الحسابي والانحراف المعياري والاهمية النسبية للمتغير  
السادس والعشرين

الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي
٥٧,٧٧	٠,٤٩٩	١,٥٨

ويلاحظ من خلال الجدول أن الوسط الحسابي الموزون لتحديد ارتباط المكتب بجهة معينة كأن تكون بأدارة او برئيس الحزب او جهاز مستقل قد بلغ (١,٥٨) وهذا يعني ان بعض اراء المبحوثين اجتمعت عند الارتباط برئيس الحزب، اما الانحراف المعياري لاجابات المبحوثين عن الوسط الحسابي الموزون فقد بلغ (٠,٤٩٩) وهو انحراف قليل جداً عن المتوسط. اما الاهمية النسبية لهذا السؤال فقد بلغت (٥٧,٧٧) وهي اهمية (متوسطة) تعني ان المكتب يستطيع ان يربط برئيس الحزب او بأدارة الحزب.

جدول يبين الوسط الحسابي والانحراف المعياري والاهمية النسبية للمتغير السابع  
والعشرين

الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي
٨٨,٨	٠,٥٨٨	١,٢

من خلال متغير المبحوثين بنجاح المكتب في الترويج لافكار وبرامج الحزب فقد ظهر بأن الوسط الحسابي الموزون قد بلغ (١,٢) وهذا يعني ان اكثرية اجابات المبحوثين كانت رأيهم عند الفقرة (نعم) مما يعني نجاح المكتب في الترويج لافكار وبرامج الحزب، وان الانحراف المعياري قد بلغ (٠,٥٨٨) وهو انحراف قليل وصغير عن المتوسط. اما الاهمية النسبية لهذا المتغير فقد بلغ (٨٨,٨) وهي اهمية جيدة جداً مما يعني نجاح المكتب في الترويج لافكار وبرامج الحزب.

جدول يبين الوسط الحسابي والانحراف المعياري والاهمية النسبية للمتغير الثامن والعشرين - أ

الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي
٩١,١١	٠,٢٨٨	١,٠٩

وعن متغير الوسائل التي بواسطتها تم الترويج لافكار الحزب وتسويق سياساته وعن وسيلة الصحف فإن الوسط الحسابي الموزون قد بلغ (١,٠٩) وهذا يعني ان اغلب الاحزاب قد اتخذت من الصحف وسيلة لترويج افكارها وتسويق سياساتها، اما الانحراف المعياري فقد بلغ (٠,٢٨٨) وهو انحراف قليل جداً. اما الاهمية النسبية فقد بلغت (٩١,١١) وهي اهمية ممتازة مما يعني ان الصحف وسيلة مناسبة لعملية الترويج التي قامت بها الاحزاب لافكارها ولتسويق سياساتها.

جدول يبين الوسط الحسابي والانحراف المعياري والاهمية النسبية للمتغير الثامن والعشرين - ب

الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي
٣٥,٥٥	٠,٤٨٤	١,٦٤

وعن وسيلة المجالات اوضح الجدول بأن الوسط الحسابي الموزون قد بلغ (١,٦٤) وهذا يعني ان عدداً قليلاً من الاحزاب استخدمت المجالات كوسيلة لترويج افكارها وتسويق سياساتها، اما الانحراف المعياري فقد بلغ (٠,٤٨٤) وهو انحراف قليل نوعاً ما. اما الاهمية النسبية لهذه الاجابة فقد بلغت (٣٥,٥٥) وهي اهمية بسيطة مما يعني ان المجالات وسيلة محدودة (غير مناسبة، غير محبذة، ثقيلة) في عملية الترويج للافكار والتسويق للسياسات.



جدول يبين الوسط الحسابي والانحراف المعياري والاهمية النسبية للمتغير الثامن والعشرين - ج

الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي
٦٢, ٢٢	٠, ٤٩٠	١, ٣٨

وعن وسيلة النشرات فإن الجدول يظهر ان الوسط الحسابي الموزون فقد بلغ (١, ٣٨) وهذا يعني ان عدداً لا بأس به من الاحزاب قامت بأستخدام النشرات في عمليات الترويج والتسويق، اما الانحراف المعياري فقد بلغ (٠, ٤٩٠) وهو انحراف قليل. اما الاهمية النسبية لهذه الاجابة فقد كانت (٦٢, ٢٢) وهي اهمية جيدة نوعاً ما تدل على النشرات من الوسائل المناسبة للبرامج والسياسات.

جدول يبين الوسط الحسابي والانحراف المعياري والاهمية النسبية للمتغير الثامن والعشرين - د

الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي
٧١, ١١	٠, ٤٥٨	١, ٢٩

في حين ان وسيلة البيانات قد بلغ (١, ٢٩) وهذا يعني ان عدد من الاحزاب استخدمت البيانات أيضاً في عمليات الترويج والتسويق للبرامج، وبلغ الانحراف المعياري عن الوسط الحسابي الموزون (٠, ٤٥٨) وهو انحراف قليل. اما الاهمية النسبية لهذه الاجابة فقد بلغت (٧١, ١١) وهي اهمية جيدة جداً تدل على ان البيانات قد استخدمت بنجاح في عملية ترويج البرامج وتسويق السياسات.

جدول يبين الوسط الحسابي والانحراف المعياري والاهمية النسبية للمتغير الثامن والعشرين-هـ

الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي
٦٦, ٦٦	٠, ٤٩٠	١, ٣٨

ويظهر الجدول ان الوسط الحسابي الموزون لاستخدام وسيلة البرامج الاذاعية للمتغير ذاته قد بلغ (١, ٣٨) وهذه يعني ان عدداً لا بأس به من الاحزاب قامت بأستخدام البرامج الاذاعية للترويج والتسويق لبرامجها وسياساتها، اما الانحراف المعياري عن الوسط الحسابي الموزون فقد بلغ (٠, ٤٩٠) وهي نسبة قليلة جداً. اما الاهمية النسبية لهذه الاجابة فقد بلغت (٦٦, ٦٦) وهي اهمية جيدة تعني أن الاحزاب قد نجحت في استخدام وسيلة البرامج الاذاعية في عمليات الترويج والتسويق.

جدول يبين الوسط الحسابي والانحراف المعياري والاهمية النسبية للمتغير الثامن والعشرين-و

الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي
٥٧, ٧٧	٠, ٥٠٣	١, ٤٤

اما عن وسيلة البرامج التلفزيونية فقد بلغ الوسط الحسابي الموزون للمتغير ذاته (١, ٤٤) وهذا يعني ان الاحزاب قد استخدمت هذه الوسيلة، في حين ان الانحراف المعياري قد بلغ (٠, ٥٠٣) وهي نسبة قليلة جداً. اما الاهمية النسبية فقد بلغت (٥٧, ٧٧) وهي نسبة لا بأس بها تعني ان الاخرى قد نجحت في استخدام وسيلة البرامج الاذاعية في عمليات الترويج والتسويق.

جدول يبين الوسط الحسابي والانحراف المعياري والاهمية النسبية للمتغير الثامن والعشرين-ز

الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي
٨٤,٤٤	٠,٣٦٧	١,١٦

وعن وسيلة المقابلات فقد اظهر الجدول ان الوسط الحسابي الموزون قد بلغ (١,١٦) وهذا يعني ان عدداً كبيراً من الاحزاب قد عملت على استخدام هذه الوسيلة في عمليات الترويج والتسويق للسياسات والبرامج، في حين ان الانحراف المعياري قد بلغ (٠,٣٦٧) وهو انحراف قليل جداً. اما الاهمية النسبية لهذه الاجابة فقد بلغت (٨٤,٤٤) وهي اهمية جيدة جداً تدل على نجاح الاحزاب باستخدام هذه الوسيلة نفسها بالترويج لبرامج الحزب وسياساته.

جدول يبين الوسط الحسابي والانحراف المعياري والاهمية النسبية للمتغير التاسع والعشرين-آ

الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي
٦٠	٠,٥٠٣	١,٤٤

ويظهر الجدول ان الوسط الحسابي الموزون لمتغير تعبئة المكتب للجماهير لصالح الحزب عبر المهرجانات قد بلغ (١,٤٤) وهذا يعني ان بعض الاحزاب قد استخدمت هذه الوسيلة من اجل القيام بتعبئة الجماهير لصالح الحزب، اما الانحراف المعياري فقد بلغ (٠,٥٠٣) وهو انحراف قليل نوعاً ما. اما الاهمية النسبية فقد بلغت (٦٠) وهي اهمية جيدة تدل على نجاح وسيلة المهرجانات لتعبئة الجماهير لصالح المكتب.

جدول يبين الوسط الحسابي والانحراف المعياري والاهمية النسبية للمتغير التاسع والعشرين - ب

الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي
٧٣,٣٣	٠,٤٤٧	١,٢٧

وعن استخدام المكتب الاعلامي للندوات بتعبئة الجماهير لصالح الاحزاب فقد بلغ الوسط الحسابي الموزون من خلال الجدول (١, ٢٧) وهذا يعني ان عدداً جيداً من مكاتب الاحزاب قد لجأت الى الندوات من اجل تعبئة الجماهير، اما الانحراف المعياري فقد بلغ (٠, ٤٤٧) وهو انحراف قليل جداً. اما الاهمية النسبية لهذه الاجابة فقد بلغت (٧٣, ٣٣) وهي اهمية جيدة جداً تدل على نجاح الندوات التي تعدها المكاتب في عملية تعبئة الجماهير لصالح الاحزاب.

جدول يبين الوسط الحسابي والانحراف المعياري والاهمية النسبية للمتغير التاسع والعشرين - ج

الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي
٦٦,٦٦	٠,٤٧٧	١,٣٣

وعن استخدام المكتب الإعلامي للمؤتمرات من اجل تعبئة الجماهير لصالح الحزب فقد بلغ الوسط الحسابي الموزون من خلال الجدول (١, ٣٣) وهذا يعني بعض الاحزاب قد استخدمت مكاتبها للمؤتمرات في عملية تعبئة الجماهير لصالح الحزب، اما الانحراف المعياري فقد بلغ (٠, ٤٧٧) وهو انحراف قليل نوعاً ما. اما الاهمية النسبية لهذه الاجابة فقد بلغت (٦٦, ٦٦) وهي اهمية جيدة جداً وتعني نجاح المؤتمرات التي تعدها المكاتب الاعلامية لعملية تعبئة الجماهير.

جدول يبين الوسط الحسابي والانحراف المعياري والاهمية النسبية للمتغير التاسع والعشرين-د

الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي
٧٧,٧٧٧	٠,٤٣٥	١,٢٤

ولاستخدام المكتب للمحاضرات في عملية التعبئة للجماهير فقد بلغ الوسط الحسابي الموزون (١,٢٤) وهذا يعني ان عدداً كبيراً من المكاتب قد قامت بأستخدام المحاضرات من اجل تعبئة الجماهير لصالح الحزب، اما الانحراف المعياري (٠,٤٣٥) وهو انحراف قليل نوعاً ما. اما الاهمية النسبية (٧٧,٧٧٧) وهي اهمية جيدة جداً تعني بان المكاتب الاعلامية قد نجحت في استخدام المحاضرات من اجل تعبئة الجماهير لاحزابها.

جدول يبين الوسط الحسابي والانحراف المعياري والاهمية النسبية للمتغير التاسع والعشرين-هـ

الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي
٦٨,٨	٠,٤٦٨	١,٣١

وعن اللقاءات ايضاً للمتغير نفسه فقد بلغ الوسط الحسابي الموزون (١,٣١) وهذا يعني ان عدداً من الاحزاب قد استخدمت اللقاءات في عمليات التعبئة لصالحها في حين ان الانحراف المعياري قد بلغ (٠,٤٦٨) وهو انحراف قليل جداً. اما الاهمية النسبية لهذه الاجابة فقد بلغت (٦٨,٨) وهي اهمية جيدة تعني ان المكتب قد نجح باستخدام اللقاءات في عملية التعبئة.

جدول يبين الوسط الحسابي والانحراف المعياري والاهمية النسبية للمتغير التاسع والعشرين-و

الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي
٣٥,٥٥	٠,٣٦٧	١,٨٤

وعن استخدام المكتب لوسائل اخرى في عمليات التعبئة لصالح الحزب فإن الوسط الحسابي الموزون قد بلغ (١,٨٤) وهذا يدل على ان أغلب المكاتب لم تستخدم وسائل اخرى في عمليات التعبئة، اما الانحراف المعياري فقد بلغ (٠,٣٦٧) وهو انحراف قليل جداً. اما الاهمية النسبية فقد بلغت (٣٥,٥٥) وهي اهمية قليلة نوعاً ما تدل على ان استخدام الوسائل الاخرى من قبل المكاتب كان محدوداً في عمليات التعبئة.

جدول يبين الوسط الحسابي والانحراف المعياري والاهمية النسبية للمتغير الثلاثين

الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي
٦٤	٠,٢٦٢	١,٢٩

ويبين الجدول أنَّ الوسط الحسابي الموزون لاجابات المبحوثين عن اعتقادهم بنجاح المكتب في تعبئة الجماهير لصالح الحزب يبلغ (١,٢٩) وهذا يعني ان غالبية اراء المبحوثين كانت عند الفقرة (نعم)، اما الانحراف المعياري لاجابات المبحوثين عن الوسط الحسابي الموزون فقد بلغ (٠,٢٦٢) وهو انحراف قليل. اما الاهمية النسبية لهذا المتغير فقد بلغت (٦٤) وهي نسبة لا بأس بها.

جدول يبين الوسط الحسابي والانحراف المعياري والاهمية النسبية للمتغير الثالث  
والثلاثين

الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي
١٠٠	٠	١

من خلال سؤال الباحثين عن رأيهم بالعلاقات العامة فقد ظهر ان الوسط الحسابي الموزون قد بلغ (١) وهذا يعني ان جميع اجابات الباحثين كان رأيهم عند الفقرة (مهمة) وان الانحراف المعياري قد بلغ (٠) وهو انحراف قليل جداً. اما الاهمية النسبية لهذا المتغير فقد بلغت (١٠٠) وهي اهمية ممتازة تدل ان اجماع اراء الباحثين على ان العلاقات العامة مهمة لديهم.

جدول يبين الوسط الحسابي والانحراف المعياري والاهمية النسبية للمتغير  
الرابع والثلاثين

الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي
١٠٠	٠	١

وعن اعتقاد الباحثين بضرورة بناء جهاز للعلاقات العامة فقد ظهر ان الوسط الحسابي الموزون قد بلغ (١) وهذا يعني ان جميع اجابات الباحثين كانت عند الفقرة (نعم) اما الانحراف المعياري لهذا المتغير فقد بلغ (٠) وهو انحراف قليل جداً. والاهمية النسبية لهذا المتغير قد بلغت (١٠٠) وهي اهمية ممتازة تدل على ضرورة بناء جهاز للعلاقات العامة داخل الاحزاب.

جدول يبين الوسط الحسابي والانحراف المعياري والاهمية النسبية للمتغير الخامس والثلاثين

الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي
٢٠	٠,٤٠٥	١,٨

وتوضح اجابات المبحوثين للمتغير الخامس والثلاثين عن امكانية الاستعاضة عن العلاقات العامة من خلال الجدول بأن الوسط الحسابي الموزون قد بلغ (١,٨) وهذا يعني ان اكثرية اراء المبحوثين كانت عند الفقرة (كلا)، اما الانحراف المعياري فقد بلغ (٠,٤٠٥) وهو انحراف قليل. في حين بلغت الاهمية النسبية لهذا المتغير (٢٠) وهي اهمية قليلة تدل على عدم امكانية الاستعاضة عن العلاقات العامة داخل الاحزاب.

جدول يبين الوسط الحسابي والانحراف المعياري والاهمية النسبية للمتغير السادس والثلاثين-آ

الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي
٥٣,٣	٠,٥٠٥	١,٤٧

ويوضح الجدول أنّ الوسط الحسابي الموزون لاجابات المبحوثين للمتغير السادس والثلاثين عن نوع الجهاز الذي يستطيع ان يعوض عن العلاقات العامة قد بلغ (١,٤٧) وهذا لاجابة المبحوثين عن مكتب اعلام وهذا يعني أنّ عدداً من آراء بعض المبحوثين تؤيد ان مكتب الاعلام يستطيع ان يعوض عن العلاقات العامة، اما الانحراف المعياري فقد بلغ (٠,٥٠٥) وهو انحراف قليل نوعاً ما. اما الاهمية النسبية لهذه الاجابة فقد بلغت (٥٣,٣) وهي اهمية لا بأس بها تدل على ان المكتب الاعلامي يستطيع ان يعوض عن مكتب العلاقات العامة.



جدول يبين الوسط الحسابي والانحراف المعياري والاهمية النسبية للمتغير  
السادس والثلاثين-ب

الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي
١٧,٧٧	٠,٣٨٦	١,٨٢٢

اما عن اختبار الباحثين لفقرة الصحيفة التي تعوض عن مكتب العلاقات العامة فقد بلغ الوسط الحسابي الموزون (١,٨٢٢) وهذا يعني ان عدداً قليلاً من اراء الباحثين تعتقد ان الصحيفة تنفع كبديل لمكتب العلاقات العامة، اما الانحراف المعياري (٠,٣٨٦) وهو انحراف قليل جداً. اما الاهمية النسبية لهذه الاجابة فقد بلغت (١٧,٧٧) وهي اهمية بسيطة وقليلة جداً تدل على ان الصحيفة لا تستطيع ان تعوض عن مكتب العلاقات العامة بالاحزاب.

جدول يبين الوسط الحسابي والانحراف المعياري والاهمية النسبية للمتغير  
السادس والثلاثين-ج

الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي
٧٧,٧٧	٠,٣١٨	١,٨٨٩

ويتضح من خلال الجدول ان لفقرة المؤسسات الاخرى التي تعوض عن مكتب العلاقات العامة لذات المتغير فقد بلغ الوسط الحسابي الموزون (١,٨٨٩) وهذا يعني ان عدداً قليلاً من اراء الباحثين قد اتفقت على ان المؤسسات الاخرى تنفع كبديل لجهاز العلاقات العامة. اما الانحراف المعياري عن الوسط الحسابي الموزون فقد بلغ (٠,٣١٨) وهو انحراف قليل جداً. اما الاهمية النسبية لهذه الاجابة فقد بلغت (٧٧,٧٧) وهي اهمية جيدة تدل ان اكثرية الاحزاب قد اتفقت على ان مؤسسات اخرى تستطيع ان تعوض عن مكتب العلاقات العامة بالاحزاب مثل منظمات المجتمع المدني او مؤسسات تعبئة الجماهير.



الفصل الخامس  
**النتائج والتوصيات**



## الفصل الخامس

### النتائج والتوصيات

#### النتائج

#### أولاً: النتائج العامة

§ أظهر البحث ان معظم الاحزاب السياسية التي أسست بعد التغيير تمتلك تاريخاً علنياً لتأسيسها وبنسبة (٨٠٪) و (٤٤٪) من الاحزاب التي لديها تاريخ سري و (٩٤٪) تمتلك تاريخاً معتمداً لتأسيسها.

§ أظهر البحث ان (٧٨٪) من الاحزاب قد أسست داخل العراق و (٥٢٪) لديها فروع داخل العراق و (٢٨٪) تمتلك فروعاً خارج العراق و (١٦٪) لديها فروع في المحافظات و (٤٪) فقط في جميع المحافظات.

§ أظهر البحث ان (٣٠٪) من الاحزاب ذات اتجاه ديمقراطي و (٢٦٪) اسلامي و (٢٦) ليبرالي و (٦٪) اشتراكي وان (٨٠٪) من الاحزاب لم يغيروا اتجاههم تبعاً لظروف معينة و (١٦٪) قد غيروا اتجاههم لاسباب معينة وان (٩٤٪) من الاحزاب استطاعت التعريف بأهدافها في حين ان (٣٠٪) من الاحزاب قد دمجت مع غيرها و (٦٨٪) منهم لم تدمج وان (٦٢٪) من الاحزاب لم تتبنَ ايديولوجيتها بشكل مرحلي مقابل (٣٢٪) قامت بالتبني.

§ أظهر البحث ان الاحزاب قد عانت من مشاكل خارجية بنسبة (٤٤٪)

ومن مشاكل داخلية بنسبة (٤٪) ومن اعتراض اعضائها بنسبة (٨٪) ومن مشاكل مادية وظروف امنية بنسبة (١٢٪) وهذه المشاكل منعت (٨٦) من الاحزاب من تحقيق اهداف الحزب كاملةً وعمدت الى ممارسات طبقتها لضمان تحقيق الاهداف وهي المشاركة بالسلطة بنسبة (٢٤٪) وتبني برامج عملية بنسبة (٣٠٪) وتعبئة الجماهير بنسبة (٣٤٪) والبقاء بالمعارضة بنسبة (٨٪) وغيرها بنسبة (٤٪).

§ أظهر البحث ان (١٠٠٪) من الاحزاب تمتلك برنامجاً سياسياً وان (١٠٠٪) من الاحزاب ايضاً تمكنت من الترويج لبرنامجها هذا.

§ أظهر البحث ان (٧٢٪) من الاحزاب لديه صحيفة ناطقة بأسمها ، وان (٢٠٪) منهم يمتلكون محطة تلفاز و (٢٨٪) راديو و (١٦٪) مجلة و (٢٤٪) دوريات ونشرات دورية، وقد استخدمت (٥٦٪) من الاحزاب وسائل الاعلام بكفاءة عالية من خلال امتلاك (٩٠٪) منهم لمكتب يشرف على الترويج للبرنامج، توزعت هذه النسبة بمقدار (١٧) مكتب اعلام وبنسبة (٨، ٣٧٪) و (٢٥) مكتب علاقات عامة لنسبة (٦، ٥٥٪) و (٣) مكاتب على شكل هيئة لنسبة (٦، ٦٪).

§ أظهر البحث ان نسبة العاملين في تلك المكاتب والتي فاقت الاربعين عاملاً بنسبة (١، ٧١٪) ويتمتعون بمؤهلات اعلامية ومهنية وبنسبة (٦، ٩٥٪)، ان (٣، ٣٣٪) ليس لديهم تحصيل ثانوي وان (٤، ٦٦٪) لديهم خبرة صحفية فقط وان (٣، ٩٧٪) لديهم تحصيل تعليم جامعي.

§ يوضح البحث ان (٢٦٪) من الاحزاب يرتبط جهازها الترويجي برئيس الحزب وان (١٩٪) منهم يرتبط بالادارة وقد نجح (٩، ٨٨٪) منهم بالترويج لافكار وبرامج الحزب وبواسطة الصحف بنسبة (١، ٩١٪) والراديو بنسبة (٢، ٦٢٪) والتلفزيون بنسبة (٦، ٥٥٪) والمقابلات بنسبة (٤، ٨٤٪) والبيانات بنسبة (١، ١٧٪) والنشرات بنسبة (٢، ٦٢٪) والمجلات بنسبة (٦، ٣٥٪).

§ أوضح البحث ان المكتب الترويجي سواء كان إعلام او علاقات عامة

قد قام بالتعبئة الجماهير لصالح الاحزاب من خلال المقابلات بنسبة (٤, ٨٤٪) والمهرجانات بنسبة (٦, ٥٥٪) والندوات بنسبة (٣, ٧٣٪) والمؤتمرات بنسبة (٧, ٦٦٪) والمحاضرات بنسبة (٦, ٧٥٪) واللقاءات بنسبة (٩, ٦٨٪) ووسائل الإتصال الاخرى بنسبة (٣, ٣٣٪) وقد نجحت (٨٠٪) من الأحزاب في تعبئة الجماهير لصالح الحزب.

§ يظهر البحث ان اربعة أحزاب ممن لا تمتلك مكتباً للعلاقات العامة والإعلام بنيتها ايجاد مكتب لذلك وان (٣) منهم قررت الاستعانة بالصحف من اجل الترويج لبرنامجها السياسي واربعة منهم استعانة بأنشطة مؤقتة ولم تستعن بأية شركات خاصة.

§ يظهر البحث ان الأحزاب تعتبر العلاقات العامة مهمة بنسبة (١٠٠٪) وان (١٠٠٪) منهم يقرون بأهمية بناء جهاز للعلاقات العامة في الأحزاب و (٩) تجزم بإمكانية الاستعاضة عن العلاقات العامة مقابل (٤٠) حزباً يؤكد على عدم امكانية الاستعاضة هذه، و (٥٤٪) منهم يقترح بأن مكتب الاعلام يعوض عن جهاز العلاقات العامة و (٢٠٪) منهم يقترح الصحيفة للتعويض عن الجهاز و (٢٢٪) يقترح المؤسسات الاخرى للتعويض.

§ يوضح البحث ان نجاح المكتب بالترويج لافكار وبرامج الحزب يتوقف على مدى تمتع العاملين بمؤهلات اعلامية ومهنية وعلى نوعها ايضاً وتحديداً التحصيل الجامعي ولم تشكل تمتع العاملين بالخبرة الصحفية او بخبرة العلاقات العامة امراً يذكر بالترويج لافكار وبرامج الحزب.

§ لا توجد اية علاقة تذكر بين نوع الجهاز الاعلامي الحزبي ونجاح المكتب للترويج لبرامج الحزب.

§ لا توجد اية علاقة بين امتلاك مكتب العلاقات العامة او الاعلام للوسائل والادوات ووسائل الطبع والحاسوب وادوات التصوير والاستنساخ والمقر المستقل

وبالشرائط الفلمية وبين ترويج المكتب لبرامج الحزب.

§ لا توجد اية علاقة بين ترويج الحزب لبرامجه وتسويقها من خلال الصحف والمجلات والنشرات والبيانات والمقابلات والبرامج الاذاعية والبرامج التلفزيونية وبين نجاح مكتبه بالترويج لبرامج تلك الأحزاب.

§ لا توجد علاقة بين تغيير الاتجاه العام للحزب تبعاً لظروف معينة وبين نجاح المكتب بالترويج لبرامج الحزب.

§ أظهر البحث ان إتجاه اغلبية الاحزاب هو اتجاه ديني اسلامي واتجاه ديمقراطي وغالبية الاحزاب لن تقوم بتغيير اتجاهها العام تحت اي ظروف.

§ أظهر البحث ان غالبية الاحزاب لم تدمج مع حزب او حركة، ولم تتبن ادبيولوجيتها بشكل مرحلي وان أهم مشكلة واجهت اغتلبية الاحزاب هي عدم تقبل الناس لتلك الادبيولوجية.

§ أظهر البحث ان تحقيق اهداف الحزب كاملة مسألة نسبية ولا تبني على اعتقاد رؤساء الاحزاب بتحقيقها وكانت اهم ممارسة اتبعتها الاحزاب لتحقيق اهدافها هي تعبئة الجماهير.

§ قامت مجمل الاحزاب بالتعريف بشكل جيد عن اتجاهاتها.

§ تمتلك اغلبية الاحزاب صحيفة ناطقة باسمها ووسائل اعلامية وقد نجحت في استخدامها بكفاءة عالية.

§ تمتلك الاحزاب جهازاً جديداً للأشراف على وسائل الاعلام والترويج لبرنامجها السياسي ومجمل الاحزاب تمتلك مكاتب علاقات عامة بالاضافة الى مكاتبها الاعلامية.

§ نجحت مكاتب الحزب الاعلامية ومكاتب العلاقات العامة بالترويج لبرامج وافكار الحزب.



§ تمتلك مجمل الاحزاب عاملين ذوي مؤهلات اعلامية ومهنية وخبرة علاقات عامة وخبرة صحفية.

§ احتلت وسيلة الصحف الدرجة الاولى بالترويج لبرامج الاحزاب وأفكارها وتسويق سياساتها وتأتي البرامج الاذاعية بالدرجة الثانية لتليها المقابلات والندوات والمؤتمرات والمحاضرات واللقاءات.

§ أجمعت الاحزاب على ان العلاقات العامة مهمة وعلى ضرورة بناء وتطوير جهاز العلاقات العامة داخل الاحزاب وعدم الاستعاضة عنها.

## ثانياً: النتائج الخاصة

جدول رقم (١)

اتجاه الحزب أو الحركة				
Spearman correlation	P. value	X <sup>2</sup>	التفسير اللغوي للمتغير	رمز المتغير
٠,٠٧٥	٠,٨٣٧	١,٤٣٩	هل استطاع الحزب التعريف باتجاهاته	X <sub>13</sub>
٠,٠١٢-	٠,٨٧٣	١,٢٣٣	هل يمتلك الحزب صحيفة ناطقة بأسمه	X <sub>16</sub>
٤٥.٠-	٠,٠١٨	١١,٩٢٥	هل لدى الحزب وسائل إعلام أخرى (تلفزيون)	X <sub>17-a</sub>
٠,١٩٣-	٠,١٢٩	٧,١٢٨	هل لدى الحزب وسائل إعلام أخرى (راديو)	X <sub>17-b</sub>
٠,٠٧٩-	٠,٠٩٤	٧,٩٤٣	هل لدى الحزب وسائل إعلام أخرى (مجلة)	X <sub>17-c</sub>
٠,٢٣٢-	٠,٠٦٩٥	٢٣,٧٣٥	هل لدى الحزب وسائل إعلام أخرى (تذكر)	X <sub>17-d</sub>

٠,٠٩٦	٠,٦١٤	٢,٦٧١	هل لدى الحزب وسائل إعلام أخرى (لا توجد)	X1٧-e
٠,٠٠٠	٠,٦٦٧	٥,٨٣٢	هل استخدم الحزب وسائل الإعلام بكفاءة عالية	X1٨

يلاحظ من خلال العلاقات الموجودة في الجدول أعلاه ومن خلال اختبار مربع كاي بأنه ليس هناك علاقة بين المتغير السادس الذي يمثل اتجاه الحزب أو الحركة والمتغيرات (X1٣، X1٦، X1٨، X1٧e، X1٧d، X1٧c، X1٧b) وإن الارتباطات بين تلك المتغيرات كانت جميعها ضعيفة، في حين إن العلاقة بين المتغير السادس والمتغير السابع عشر -a كانت علاقة معنوية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ وإن معامل الارتباط والذي بلغ -٠,٤٥ هو ارتباط جيد وعكسي. مما يدل على وجود علاقة بين اتجاه الحزب وبين امكانية الحزب بالتعريف بأجهاته من خلال الوسائل الاعلامية كالصحيفة والراديو والتلفاز والمجلة.

#### جدول رقم (٢)

ما هي نوع المؤهلات التي يمتلكها العاملين مؤهلات اعلامية جامعية				
رمز المتغير	التفسير اللغوي للمتغير	X <sup>٢</sup>	P. value	Spearman correlation
X1٣	هل استطاع الحزب التعريف بأجهاته	٣,٧٩٤	٠,٠٥١	٠,٢٩
X1٦	هل يمتلك الحزب صحيفة ناطقة بأسمه	٠,٠٠٤	٠,٩٤٩	٠,٠١٠
X1٧-a	هل لدى الحزب وسائل إعلام أخرى (تلفزيون)	٠,١١١	٠,٧٣٩	-٠,٠٥٠

٠,٠٩٨	٠,٥١١	٠,٤٣٣	هل لدى الحزب وسائل إعلام أخرى (راديو)	X1٧-b
٠,١٠٣	٠,٤٩٢	٠,٤٧٣	هل لدى الحزب وسائل إعلام أخرى (مجلة)	X1٧-c
-٠,٠٨٥	٠,٤٥٥	٦,٧٤٩	هل لدى الحزب وسائل إعلام أخرى (تذكر)	X1٧-d
-٠,١٨٧	٠,٢٠٩	١,٥٧٨	هل لدى الحزب وسائل إعلام أخرى (لا توجد)	X1٧-e
٠,٢٤١	٠,٠٨٥	٤,٩٣٢	هل استخدم الحزب وسائل الإعلام بكفاءة عالية	X1٨

يلاحظ من خلال العلاقات الموجودة في الجدول أعلاه ومن خلال اختبار مربع كاي أن علاقات بين المتغير الثالث والعشرين a- والذي يمثل المؤهلات الجامعية التي يمتلكها العاملون والمتغيرات (X1٣، X1٦، X1٧b، X1٧a، X1٧c، X1٧d، X1٧e، X1٨) هي علاقات غير معنوية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ وان الارتباطات بين تلك المتغيرات كانت جميعها ضعيفة. مما يدل ليس هنالك علاقة بين نوع المؤهلات التي يمتلكها العاملون في المكاتب الاعلامية ومكاتب العلاقات العامة وبين استطاعة الحزب التعريف بأهدافه من خلال الوسائل الاعلامية كالصحيفة والراديو والتلفاز وغيرها.

جدول رقم (٣)

ما هي نوع المؤهلات التي يمتلكها العاملون مؤهلات اعلامية جامعية				
رمز المتغير	التفسير اللغوي للمتغير	X <sup>2</sup>	P. value	Spearman correlation
X13	هل استطاع الحزب التعريف باتجاهاته	٦,٤٦٩	٠,٠١١	٠,٦٠
X16	هل يمتلك الحزب صحيفة ناطقة بأسمه	٣,٤٨٠	٠,٠٦٢	٠,٢٧٨
X17-a	هل لدى الحزب وسائل إعلام أخرى (تلفزيون)	١,٤٥٢	٠,٢٢٨	٠,١٨٠
X17-b	هل لدى الحزب وسائل إعلام أخرى (راديو)	١,١٣٦	٠,٢٨٧	٠,١٥٩
X17-c	هل لدى الحزب وسائل إعلام أخرى (مجلة)	٣,١٤٨	٠,٠٧٦	٠,٢٦٤
X17-d	هل لدى الحزب وسائل إعلام أخرى (تذكر)	١٤,٩٠٢	٠,٠٣٧	٠,٥٢٥
X17-e	هل لدى الحزب وسائل إعلام أخرى (لا توجد)	٠,٣٦٥	٠,٥٤٦	-٠,٠٩٠
X18	هل استخدم الحزب وسائل الإعلام بكفاءة عالية	١,٠٥٣	٠,٥٩١	٠,٠٤٧

يلاحظ من خلال العلاقات الموجودة في الجدول أعلاه ومن خلال اختبار مربع كاي بأن علاقات بين المتغير الثالث والعشرين -b والذي يمثل مؤهلات الخبرة الصحفية التي يمتلكها العاملون والمتغيرات (X16، X17a، X17b، X17c، X17d، X17e، X18)

هي علاقات غير معنوية عند مستوى معنوية ٠,٠٥، و X18، X17c، X17e، X17a هي علاقات غير معنوية عند مستوى معنوية ٠,٠٥، و X16 هي أيضاً علاقة معنوية ومن ثم يوجد ارتباط بينهما وإن قيمة معامل الارتباط بينهما هي ٠,٦٠ وهو ارتباط قوي وموجب. وكذلك العلاقة بين المتغيرين الثالث والعشرين b- والسادس عشر d- هي أيضاً علاقة معنوية ومن ثم يوجد ارتباط بينهما وإن قيمة معامل الارتباط بينهما هي ٠,٥٢٥ وهو ارتباط طردي وقوي. مما يدل على وجود علاقة قوية بين مؤهلات الخبرة الصحفية للعاملين في المكتب الاعلامي او مكتب العلاقات العامة وبين صحيفة ناطقة بأسمه وكذلك استطاعة الحزب التعريف بأتجاهاته ومؤهلات الخبرة الصحفية.

#### جدول رقم (٤)

ما هي نوع المؤهلات التي يمتلكها العاملون مؤهلات اعلامية جامعية				
رمز المتغير	التفسير اللغوي للمتغير	X <sup>2</sup>	P. value	Spearman correlation
X13	هل استطاع الحزب التعريف بأتجاهاته	٣,٤٤٧	٠,٠٦٣	٠,٢٧٧
X16	هل يمتلك الحزب صحيفة ناطقة بأسمه	١,٧٤١	٠,١٨٧	٠,١٩٧
X17-a	هل لدى الحزب وسائل إعلام أخرى (تلفزيون)	٠,٠٢٧	٠,٨٦٩	٠,٠٢٤-
X17-b	هل لدى الحزب وسائل إعلام أخرى (راديو)	٠,٠٣٧	٠,٨٤٨	٠,٠٢٩

٠,٠٠٣	٠,٩٨٦	٠,٠٠٠	هل لدى الحزب وسائل إعلام أخرى (مجلة)	X1٧-c
٠,٢٠٦	٠,٣٣٠	٨,٠٢٦	هل لدى الحزب وسائل إعلام أخرى (تذكر)	X1٧-d
٠,١٣٤	٠,٣٦٧	٠,٨١٤	هل لدى الحزب وسائل إعلام أخرى (لا توجد)	X1٧-e
٠,١٦٨	٠,٤٧١	١,٥٠٦	هل استخدم الحزب وسائل الإعلام بكفاءة عالية	X1٨

يلاحظ من خلال العلاقات الموجودة في الجدول أعلاه ومن خلال اختبار مربع كاي أنّ علاقات بين المتغير الثالث والعشرين -c والذي يمثل مؤهلات خبرة العلاقات العامة التي يمتلكها العاملون والمتغيرات (X1٣، X1٦، X1٧a، X1٧b، X1٧c، X1٧d، X1٧e، X1٨) هي علاقات غير معنوية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ وان الارتباطات بين تلك المتغيرات كانت جميعها ضعيفة. مما يدل ان لا وجود لعلاقة بين خبرة العاملين في مجال العلاقات العامة واستطاعة الحزب التعريف باتجاهاته.

جدول رقم (٥)

ما هي نوع المؤهلات التي يمتلكها العاملين مؤهلات اعلامية جامعية				
رمز المتغير	التفسير اللغوي للمتغير	X <sup>2</sup>	P. value	Spearman correlation
X1٣	هل استطاع الحزب التعريف باتجاهاته	٣,٤٤٧	٠,١٧٨	٠,١٧٠-
X1٦	هل يمتلك الحزب صحيفة ناطقة بأسمه	٦,٩٢٥	٠,٥٤٩	٠,٥٣٦

٠, ٢٤٩	٠, ١٨٢	٣, ٤٠٦	هل لدى الحزب وسائل إعلام أخرى (تلفزيون)	X1٧-a
٠, ٢٠٢	٠, ٢٨٧	٢, ٤٩٨	هل لدى الحزب وسائل إعلام أخرى (راديو)	X1٧-b
٠, ٠٢٣	٠, ٠٣١	١, ٢	هل لدى الحزب وسائل إعلام أخرى (مجلة)	X1٧-c
٠, ١٢٧	٠, ٩٨٣	٥, ٢٠١	هل لدى الحزب وسائل إعلام أخرى (تذكر)	X1٧-d
٠, ٠٥٢-	٠, ٩٤١	٠, ١٢٢	هل لدى الحزب وسائل إعلام أخرى (لا توجد)	X1٧-e
٠, ١٣٤	٠, ٣٨٠	٤, ٢٠١	هل استخدم الحزب وسائل الإعلام بكفاءة عالية	X1٨

يلاحظ من خلال العلاقات الموجودة في الجدول أعلاه ومن خلال اختبار مربع كاي بأن علاقات بين المتغير العشرين-a والذي يمثل نوع الجهاز الاعلامي الذي يمتلكه الحزب وبالتحديد مكتب إعلام والمتغيرات (X1٣, X1٦, X1٧a, X1٧b, X1٧d, X1٧e, X1٨) هي علاقات غير معنوية عند مستوى معنوية ٠, ٠٥ وان الارتباطات بين تلك المتغيرات كانت جميعها ضعيفة. في حين إن العلاقة بين المتغير العشرين-a والمتغير السابع عشر-c كانت معنوية وبالتالي يوجد ارتباط بين هذين المتغيرين وكذلك فإن قيمة معامل الارتباط بينهما كانت ٠, ٥٣٦ وهو ارتباط قوي وموجب. مما يدل على ان امتلاك الحزب لمكتب اعلام لديه علاقة مع امتلاكه لصحيفة ناطقة بأسمه وعلى العكس لا توجد اية علاقة بين امتلاك الحزب لمكتب اعلام او بقية وسائل الاعلام الاخرى كالتلفاز والراديو والمجلة.

جدول رقم (٦)

ما هي نوع المؤهلات التي يمتلكها العاملين مؤهلات اعلامية جامعية				
Spearman correlation	P. value	X <sup>2</sup>	التفسير اللغوي للمتغير	رمز المتغير
٠,٢٥٢-	٠,٠٩١	٢,٨٦٤	هل استطاع الحزب التعريف باتجاهاته	X١٣
٠,٠٦٧	٠,٦٥١	٠,٢٠٥	هل يمتلك الحزب صحيفة ناطقة بأسمه	X١٦
٠,١٩٢	٠,١٩٧	١,٦٦٦	هل لدى الحزب وسائل إعلام أخرى (تلفزيون)	X١٧-a
٠,٦٠٠	٠,٠٤٤	٤,٠٥٥	هل لدى الحزب وسائل إعلام أخرى (راديو)	X١٧-b
٠,٠٧٣	٠,٦٢٣	٠,٢٤١	هل لدى الحزب وسائل إعلام أخرى (مجلة)	X١٧-c
٠,١٦٣-	٠,٣١٨	٨,١٦٨	هل لدى الحزب وسائل إعلام أخرى (تذكر)	X١٧-d
٠,١٠٩-	٠,٤٦٣	٠,٥٣٨	هل لدى الحزب وسائل إعلام أخرى (لا توجد)	X١٧-e
٠,٢٩٢-	٠,١١١	٤,٣٨٩	هل استخدم الحزب وسائل الإعلام بكفاءة عالية	X١٨

يلاحظ من خلال العلاقات الموجودة في الجدول أعلاه ومن خلال اختبار مربع كاي أن علاقات بين المتغير السادس العشرين والذي يمثل ارتباط المكتب برئيس الحزب والمتغيرات (X١٣، X١٦، X١٧a، X١٧c، X١٧d، X١٧e، X١٨)



X18) هي علاقات غير معنوية عند مستوى معنوية 0,05، وان الارتباطات بين تلك المتغيرات كانت جميعها ضعيفة. في حين إن العلاقة بين المتغير السادس والعشرين والمتغير السابع عشر -b كانت معنوية وبالتالي يوجد ارتباط بين هذين المتغيرين وكذلك فإن قيمة معامل الارتباط بينهما كانت 0,60، وهو ارتباط قوي وموجب. مما يدل على وجود علاقة بين امتلاك الحزب لوسيلة الراديو وبين ارتباط المكتب برئيس الحزب مباشرة.

جدول رقم (٧)

ما هي نوع المؤهلات التي يمتلكها العاملين مؤهلات اعلامية جامعية				
رمز المتغير	التفسير اللغوي للمتغير	X <sup>2</sup>	P. value	Spearman correlation
X13	هل استطاع الحزب التعريف باتجاهاته	21,453	0,000	0,625
X16	هل يمتلك الحزب صحيفة ناطقة بأسمه	0,331	0,848	0,033-
X17-a	هل لدى الحزب وسائل إعلام أخرى (تلفزيون)	2,186	0,335	0,159-
X17-b	هل لدى الحزب وسائل إعلام أخرى (راديو)	1,141	0,565	0,075-
X17-c	هل لدى الحزب وسائل إعلام أخرى (مجلة)	0,361	0,835	0,025-
X17-d	هل لدى الحزب وسائل إعلام أخرى (تذكر)	1,820	1	0,162-
X17-e	هل لدى الحزب وسائل إعلام أخرى (لا توجد)	2,033	0,362	0,155-

٠,٥٩٠	٠,٠٠٠	٢١,٧١٣	هل استخدم الحزب وسائل الإعلام بكفاءة عالية	X١٨
-------	-------	--------	--	-----

يلاحظ من خلال العلاقات الموجودة في الجدول أعلاه ومن خلال اختبار مربع كاي أن علاقات بين المتغير السابع والعشرين والذي يمثل نجاح المكتب بالترويج لأفكار الحزب وبرامجه والمتغيرات (X١٦، X١٧، X١٧b، X١٧a، -c، X١٧d، X١٧e) هي علاقات غير معنوية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ وان الارتباطات بين تلك المتغيرات كانت جميعها ضعيفة. في حين إن العلاقة بين المتغير السابع والعشرين والمتغير الثالث عشر كانت معنوية وبالتالي يوجد ارتباط بين هذين المتغيرين وكذلك فإن قيمة معامل الارتباط بينهما كانت ٠,٦٢٥ وهو ارتباط قوي وموجب، وكذلك العلاقة بين المتغير السابع والعشرين والمتغير الثامن عشر كانت معنوية وبالتالي يوجد ارتباط بين هذين المتغيرين وإن قيمة معامل الارتباط بينهما كانت ٠,٥٩ وهو ارتباط قوي وموجب. مما يدل على وجود علاقة بين نجاح المكتب بالترويج لبرامج الحزب وافكاره وبين استخدام الحزب لوسائل الاعلام بكفاءة عالية واستطاعته التعريف باتجاهاته أيضاً.

#### جدول رقم (٨)

ما هي نوع المؤهلات التي يمتلكها العاملين مؤهلات اعلامية جامعية				
رمز المتغير	التفسير اللغوي للمتغير	X <sup>2</sup>	P. value	Spearman correlation
X١٣	هل استطاع الحزب التعريف باتجاهاته	٢١,٤٥٣	٠,٠٠٠	٠,٥٨٤
X١٦	هل يمتلك الحزب صحيفة ناطقة بأسمه	٤,٨١٣	٠,٠٩٠	٠,٠٦٩

٠,٤٩٨-	٠,٠٢٩	٧,١٠٤	هل لدى الحزب وسائل إعلام أخرى (تلفزيون)	X1٧-a
٠,١٧٢-	٠,١٣١	٤,٠٧٠	هل لدى الحزب وسائل إعلام أخرى (راديو)	X1٧-b
٠,٢٢١-	٠,١٩٩	٣,٢٣١	هل لدى الحزب وسائل إعلام أخرى (مجلة)	X1٧-c
٠,٠٠٥	٠,٤٨٠	١٣,٦٠٣	هل لدى الحزب وسائل إعلام أخرى (تذكر)	X1٧-d
٠,٠٥٣	٠,٨٥٨	٠,٣٠٧	هل لدى الحزب وسائل إعلام أخرى (لا توجد)	X1٧-e
٠,٥٦٢	٠,٠٠٠	٢١,٠٢٧	هل استخدم الحزب وسائل الإعلام بكفاءة عالية	X1٨

يلاحظ من خلال العلاقات الموجودة في الجدول أعلاه ومن خلال اختبار مربع كاي أنّ علاقات بين المتغير الثلاثين والذي يمثل نجاح المكتب بتعبئة الجماهير لصالح الحزب والمتغيرات (X1٦, X1٧, X1٧b-X1٧e, X1٧d, c) هي علاقات غير معنوية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ وان الارتباطات بين تلك المتغيرات كانت جميعها ضعيفة. في حين إن العلاقة بين المتغير الثلاثين والمتغير الثالث عشر كانت معنوية ومن ثمّ يوجد ارتباط بين هذين المتغيرين وكذلك فإن قيمة معامل الارتباط بينهما كانت ٠,٥٨٤ وهو ارتباط قوي وموجب، وكذلك العلاقة بين المتغير الثلاثين والمتغير السابع عشر -a كانت معنوية وبالتالي يوجد ارتباط بين هذين المتغيرين وإن قيمة معامل الارتباط بينهما كانت -٠,٤٩٨ وهو ارتباط قوي وعكسي، وكذلك العلاقة بين المتغير الثلاثين والمتغير الثامن عشر كانت معنوية ومن ثمّ يوجد ارتباط بين هذين المتغيرين وإن قيمة معامل الارتباط بينهما كانت

٥٦٢, ٠ وهو ارتباط قوي وموجب. مما يدل على وجود علاقة قوية بين استطاعة الحزب التعريف بأهدافه وبين اعتقاد المكتب ونجاحه في تعبئة الجماهير لصالح الحزب وايضاً بين استخدام احزاب لوسائل الاعلام بكفاءة عالية وبين اعتقاد المكتب بنجاحه في تعبئة الجماهير لصالح الحزب وخاصة وسيلة التلفاز.

## التوصيات

§ ضرورة توفير جهاز للعلاقات العامة في جميع الاحزاب السياسية العراقية من أجل نجاح سياسات تلك الاحزاب وتمكينها من الإلتشار وحصولها على تسويق أكبر لسياساتها وعلى مساحات ممتدة غير محدودة.

§ ضرورة الاستفادة من تكنولوجيا الإعلام الجديد في تصميم تقنيات الإلتصال والتواصل بين الاحزاب والجماهير المستهدف.

§ اهمية الاعتماد على الكفاءات وبشكل خاص من يملكون شهادات جامعية في مجال التسويق السياسي والعلاقات العامة ، بالاضافة الى من يملكون تجربة شخصية في هذا المجال .

§ تشجيع المؤسسات البحثية والجامعات على التوجه لدراسة التجارب الناجحة في هذا المجال وتعميم نتائجها الايجابية .

§ اهمية العمل على توثيق مسارات العمل من خطط وبرامج في إطار العلاقات العامة للمنظمات الحزبية وكذلك منظمات المجتمع المدني واعتبارها رصيذا مهما لاي نشاط مستقبلي انتخابي وغيره في من الانشطة التعبوية الجماهيرية .

## المصادر

### الرسائل الجامعية

- (١). ارجوان هاشم علي، الصحافة العراقية في المهجر دراسة تحليلية مقارنة في صحف الاحزاب (طريق الشعب - الدعوة - بغداد) الصادرة خارج العراق للمدة من (١٩٨٠) لغاية (٢٠٠٣) م، رسالة الدكتوراه غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الاعلام، قسم الصحافة، (٢٠٠٦) م.
- (٢). ازهار صبيح عتاب الكعبي، الصحافة الحزبية في العراق دراسة وصفية للفنون الصحفية في صحف (طريق الشعب، التآخي، البيان) للمدة من (١/٥/٢٠٠٣ - ١/١١/٢٠٠٣) م، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الاعلام قسم الصحافة، (٢٠٠٥) م.
- (٣). تغريد فاضل حسين العبيدي، الحملات الاعلامية في الصحافة العراقية دراسة مقارنة الحملات المؤيدة والمعارضة للانتخابات التشريعية للمدة من (١/١/٢٠٠٤) لغاية (٣٠/٦/٢٠٠٤)، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الاعلام، قسم الصحافة، ٢٠٠٥ م.
- (٤). جمال عسكر مضحي، الدعاية الصهيونية الموجهة الى الوطن العربي، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الاعلام، قسم الصحافة، نيسان (٢٠٠٤) م.
- (٥). حامد مجيد فارة الشطري، الدعاية السياسية لقناة الكويت الفضائية دراسة تحليلية لنشرات الاخبار في الفضائية الكويتية ازاء ازمة المفتشين الدوليين لمدة من (٢٧/١١/٢٠٠٢ حتى ١٨/٣/٢٠٠٣)، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الاعلام، قسم الصحافة، أب (٢٠٠٤) م.
- (٦). سامية احمد هاشم، انعكاس البيئة الاعلامية على قائم بالاتصال دراسة

في تجربة انتقال مركز تلفزيون الشرق الاوسط من لندن الى مدينة دبي للاعلام، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الاعلام، قسم الصحافة، (٢٠٠٦) م.

(٧). سهاد عادل جاسم القيسي، دور اجهزة العلاقات العامة العامة في الوزارات العراقية دراسة ميدانية لوزارات النفط والاسكان والتعمير والثقافة والاعلام والتعليم العالي والبحث العلمي، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الاداب، قسم الصحافة، كانون الثاني (١٩٩٥) م.

(٨). ظافر سلمان مجيد الصميدعي، العلاقات العامة في القطاع الصناعي بالعراق (١٩٩٨-١٩٩٩)، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الاداب، قسم الصحافة، (٢٠٠٠) م.

(٩). عبد الرحمن علي سعود العيساوي، تقنيات الاتصال الحديثة ودورها في تطوير اساليب العلاقات العامة، دراسة مسحية لأستخدام وسائل الاتصال الحديثة في شركة اوراسكوم تيلكوم، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الاعلام، قسم الصحافة، (٢٠٠٥) م.

## الكتب العربية

(١). الياس سلوم، تقنية العلاقات العامة، دار الرضا للنشر، ط ١، سنة الطبع (٢٠٠٠).

(٢). ، الدساتير العراقية ودراسة مقارنة بمعايير الحقوق الدستورية الدولية، ط ١، Boydprinting company INC، (٢٠٠٥).

(٣). ، وقائع المؤتمر الاول للعلاقات العامة، بلا سنة طبع، جمعية العلاقات العامة العراقية.

(٤). أ.د وجيه محبوب، البحث العلمي ونتائجه، كتاب منهجي، (٢٠٠٢).

- (٥). أ.د. احمد الصيداوي، البحث (العلمي)، بنماذجه الاساسية مقدمة المقدمات للبحوث التربوية والاجتماعية، ط ١، بيروت، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، (٢٠٠١).
- (٦). د. ابراهيم الغمري، السلوك الاداري و العلاقات العامة، بلا سنة طبع، بلا دار نشر.
- (٧). د. ابراهيم السامرائي، المعجم الوجيز في مصطلحات الاعلام، ط ١، بيروت-لبنان، مكتبة لبنان ناشرون، (١٩٩٩).
- (٨). د. احمد بدر، الاتصال بالجمهور بين الاعلام والتطويع والتنمية، بلا سنة طبع، القاهرة، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، (١٩٩٨) م.
- (٩). د. احمد كمال احمد، العلاقات العامة، ط ٣، القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، (١٩٧٥).
- (١٠). د. احمد محمد المصري، العلاقات العامة، بلا سنة طبع، اسكندرية، مؤسسة شباب الجامعة، (١٩٩٩-٢٠٠٠).
- (١١). د. احمد مطلوب، الفاظ حضارية، بلا سنة طبع، مطبعة المجمع العلمي، (١٩٩٨) م.
- (١٢). د. اديب خضور، بحوث اعلامية ميدانية، ط ١، دمشق، سوريا، المكتبة الاعلامية، (١٩٩٩).
- (١٣). إدوارد ل. بيرنير وآخرين، العلاقات العامة فن، ط ٢، مصر، دار المعارف، (١٩٧٦).
- (١٤). احلام حسين جميل، الافكار السياسية للحزب العراقية (في عهد الانتداب)، منشورات مكتبة المثني، بغداد، العراق.

- (١٥). د. احمد سليمان عودة، د. فتحي حسن ملكاوي، اساسيات البحث العلمي في التربية والعلوم الانسانية، ط ٢، إربد، مكتبة الكنافي، (١٩٩٢) م.
- (١٦). اريك شولتز ترجمة أ. خالد الكردي، لعبة التسويق، كيف نمارس افضل الشركات في العالم لعبة التسويق لتكسب، مكتبة الشقري.
- (١٧). اسماعيل جبري مقلد، نظريات السياسية الدولية، منشورات ذات السلاسل، الكويت، (١٩٨٧).
- (١٨). اعداد المادة العالمية خبراء مركز الخبرات المهنية للإدارة (بميك) تحت اشراف د. عبد الرحمن توفيق، ١٠ / ١٣ / منهج المهارات التخصصية ١٠ / ١٣ / ١٢ / العلاقات العامة والاعلام.
- (١٩). ايرفنج كرسبي، الرأي العام واستطلاعات الرأي والديمقراطية، عمان، دار سندباد للنشر، ط ١، (١٩٩٨).
- (٢٠). د. احمد محمد المصري، العلاقات العامة، الناشر مؤسسة شباب الجامعة، ١٩٩٩ / ٢٠٠٠.
- (٢١). د. احمد ابراهيم ابو سن، العلاقات العامة في الدول الحديثة، المطبعة العصرية، دبي، (١٩٨٤).
- (٢٢). د. احمد بدر، الاتصال بالجمهور بين الاعلام والتطوع والتنمية، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة.
- (٢٣). د. بشير العلاق، علي رابعة، الترويج والاعلان، ط ١، عمان، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، (١٩٩٨) م.
- (٢٤). د. بشير العلاق، علي رابعة، الترويج والاعلان، عمان، دار اليازوري، بلا سنة طبع.



- (٢٥). بريجنسكي، الاختيار السيطرة على العالم ام قيادة العالم، بيروت، دار الكتاب العربي، (٢٠٠٤).
- (٢٦). بول فندي، من يجروء على الكلام اللوبي الصهيوني وسياسات اميركا الداخلية والخارجية، ط٢، بيروت- لبنان، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، (١٩٨٥).
- (٢٧). باقر ياسين، تأريخ العنف الدموي في العراق الوقائع - الدوافع - الحلول، ط١، بيروت، دار الكنور الادبية، (١٩٩٩).
- (٢٨). باقر ياسين، قول ما لا يقال عن المعارضة العراقية وقائع واسرار، ط١، بيروت، دار الكنور الادبية، (٢٠٠١).
- (٢٩). د. بشير العلاق، د. علي ربابعة، الترويج والاعلان، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الطبعة الاولى ١٤١٨ هـ - ١٩٩٨ م.
- (٣٠). التوثيق العلمي مركز القرار للاستشارات د. السيد عليوه، تنمية مهارات العلاقات العامة في ظروف المنافسة، الطبعة الاولى ٢٠٠١، ايتراك للنشر والتوزيع.
- (٣١). د. تيسير مشاركة، مدخل الى الحداسات الاعلامية (نظرية)، بيت القدس للنشر والتوزيع، رام الله، فلسطين
- (٣٢). أ.د. جيهان رشتي، الدعاية واستخدام الراديو في الحرب النفسية، بلا سنة طبع، دار الفكر العربي، (١٩٨٥).
- (٣٣). د. جورج كنعان، سقوط الامبراطورية الاسرائيلة، ط٢، بيروت، دار النهار للنشر، (١٩٨٢).
- (٣٤). الجنرال ديسلي كلارك، الانتصار في الحروب الحديثة العراق والأرهاب والامبراطورية الامريكية، دار الكتاب العربي، (٢٠٤).

- (٣٤). جيني سنغلتون، الحزب الوطني الديمقراطي العراقي في العهد الملكي، ط ١، بيروت، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، (١٩٩٩).
- (٣٥). جون كورنل، التلفزيون والجمع، ط ١، دمشق، سوريا، المكتبة الاعلامية، (١٩٩٩).
- (٣٦). د. جميل احمد خضر، العلاقات العامة، ط ١، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، (١٩٩٨) م.
- (٣٧). حمدان حمدان، العراق وثمان الخروج من النفق، ط ١، بيروت-لبنان، بيان للنشر والتوزيع والاعلام، (٢٠٠٤) م.
- (٣٨). د. حسن عماد مكاوي، د. ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة.
- (٣٩). د. حسنين توفيق ابراهيم، كراسات استراتيجية (مستقبل العراق وانعكاساته على امن الخليج)، السنة الحادية عشر، (٢٠٠١).
- (٤٠). د. حسنين توفيق ابراهيم، مستقبل العراق وانعكاسات على امن الخليج، (٢٠٠١).
- (٤١). حسين ناجي عارف، مبادئ العلاقات العامة، الطبعة الاولى، ١٤٢١هـ - ٢٠٠٠ م، دار يافا العلمية.
- (٤٢). د. حسين عبد الحميد احمد رشوان، العلاقات العامة والاعلام من منظور علم الاجتماع، بلا سنة طبع، الاسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، (١٩٧٨).
- (٤٣). د. حمدي عبد الحارس البخشونجي، العلاقات العامة، الاسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، (٢٠٠١).

- (٤٤). د. حميد جاعد محسن الدليمي، اساسيات البحث المنهجي، بغداد، شركة الحضارة، (٢٠٠٤).
- (٤٥). د. حنان فاروق محمد جنيد، العلاقات العامة والتنظيم مدخل اداري، بلا سنة طبع، القاهرة، مكتبة عين شمس، (١٩٩٧).
- (٤٦). خالد حبيب الراوي، دراسة عن المراكز الاعلامية، بلا سنة طبع، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، نيسان، (١٩٧٢).
- (٤٧). ديفيد فيليبس، ترجمة تيب توب لخدمات التعريب والترجمة، الناشر الاجنبي كوجان بيرج، العلاقات العامة عبر الانترنت، دار الفاروق للنشر والتوزيع.
- (٤٨). ديفيد فيليبس، ترجمة تيب توب لخدمات التعريب والترجمة، شعبة العلوم الاقتصادية والادارية، العلاقات عبر الانترنت، الطبعة الاولى ٢٠٠٣، دار الفاروق للنشر والتوزيع، دمشق.
- (٤٩). د. ذوقان عبيدات، د. عبد الرحمن عدس، د. كايد عبد الحق، البحث العمي مفهومه وادواته واساليبه، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، الطبعة السادسة، (١٩٩٨).
- (٥٠).
- د. رضا صاحب ابو حمد العتلي، أ. سنان كاظم الموسوي، وظائف النظمة المعاصرة نظرة بانورامية عامة، الطبعة الاولى، ٢٠٠١ م، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع.
- (٥١). د. راسم محمد الجمال، د. خيرت معوض عياد، ادارة العلاقات العامة المدخل الاستراتيجي، ط ١، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، (٢٠٠٥) م.
- (٥٢). د. رعد ناجي الجدة، تشريعات الجمعيات والاحزاب السياسية في

- العراق، بيت الحكمة، بغداد، (٢٠٠٢).
- (٥٣). د. ربحي مصطفى عليان، د. عثمان محمد غنيم، مناهج واساليب البحث العلمي النظرية والتطبيق، ط ١، عمان، دار صفاء للنشر والتوزيع، (٢٠٠٠).
- (٣). ريتشارد ل. كلاين وباتريك مرلو، بناء الثقة في عملية تسجيل الناخبين، لبنان، معهد الديمقراطية الوطني.
- (٥٤). د. زياد رمضان، العلاقات العامة (في منشآت القطاع الخاص) مفاهيم وواقع، الطبعة الاولى ١٤١٩ هـ - ١٩٩٨ م، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان.
- (٥٥). زياد محمد الشрман، عبد الغفور عبد السلام، مبادئ العلاقات العامة، ط ١، عمان - الاردن، دار صفاء للنشر والتوزيع، (٢٠٠١) م.
- (٥٦). د. زكي راتب غوشة، العلاقات العامة في الادارة المعاصرة، ط ١، عمان - الاردن، مطبعة التوفيق، (١٩٨١).
- (٥٧). د. سعادة راغب احمد الخطيب، مدخل الى العلاقات العامة، ط ١، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، (٢٠٠٠) م.
- (٥٨). د. سمير محمد حسين، بحوث الاعلام الاسس والمبادئ، ط ١، القاهرة عالم الكتب، (١٩٧٦).
- (٥٩). د. سمير محمد حسين، دراسات في العلاقات العامة، بلا سنة طبع، القاهرة، (١٩٨٢).
- (٦٠). د. سمير محمد حسين، دراسات في مناهج البحث العلمي بحوث الاعلام، ط ٣، القاهرة، عالم الكتب، (١٩٩٩).
- (٦١). سعد سعدي، معجم الشرق الاوسط، ط ١، بيروت، دار الجليل، (١٩٩٨) م.

- (٦٢). سلسلة كتب المستقبل العربي (٢٧)، العراق الغزو- الاحتلال، المقاومة شهادات من خارج الوطن العربي، ط ١، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، (٢٠٠٣).
- (٦٣). د. سامية محمد جابر، د. نعمات احمد عثمان، الاتصال والاعلام (تكنولوجيا المعلومات)، دار المعرفة الجامعية، (٢٠٠٣).
- (٦٤). د. شاهيناز طلعت، الدعاية والاتصال، مكتبة الانجلو المصرية، (١٩٨٧).
- (٦٥). شمران العجيلي، الخريطة السياسية للمعارضة العراقية، ط ١، لندن، دار الحكمة، (٢٠٠٠) م.
- (٦٦). د. صالح خليل ابو اصبع، فن الادارة: النظريات والاسس العلمية، بلا سنة طبع، بلا دار نشر.
- (٦٧). صالح خليل ابو اصبع، العلاقات العامة والاتصال الانساني، ط ١، عمان- الاردن، الشروق للنشر والتوزيع، (١٩٩٨).
- (٦٨). صالح ليري، مدخل الى العلاقات العامة، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.
- (٦٩). د. صالح ابو اصبع، الاسس العلمية لفن الادارة نظريات وتطبيقات (أدارة المؤسسات الاعلامية في الوطن العربي)، دار آرام للدراسات والنشر والتوزيع، عمان، الاردن، (١٩٩٧).
- (٧٠). د. صالح خليل ابو اصبع، أدارة المؤسسات الاعلامية في الوطن العربي، عمان، دار آرام للدراسات والنشر، (١٩٩٧).
- (٧١). د. صفوت محمد العالم، فنون العلاقات، دار الهاني للطباعة والنشر، الطبعة الاولى، (٢٠٠٢).

- (٧٢). طاهر مرسي عطية، من الاعلان وتخطيط الحملات الاعلانية، ١٩٩٣، دار النهضة العربية، القاهرة
- (٧٣). طلعت همام، مائدة سؤال عن العلاقات العامة والاعلان، ط ١، عمان، دار الفرقان للنشر والتوزيع، (١٩٨٤) م.
- (٧٤). د. عبد اللطيف حمزة، اللعام والدعاية، ط ١، بغداد، مطبعة المعارف، (١٩٦٨).
- (٧٥). د. عبد الوهاب حميد رشيد، العراق المعاصر، ط ١، سوريا- دمشق، دار المدى للثقافة والنشر، (٢٠٠٢) م.
- (٧٦). د. علي الشمري، صراع الاضداد المعارضة العراقية بعد حرب الخليج، ط ١، لندن، دار الحكمة، (٢٠٠٣).
- (٧٧). د. علي عجوه، الاسس العلمية للعلاقات العامة، بلا سنة طبع، القاهرة، عالم الكتب، (١٩٧٧).
- (٧٨). د. علي محمد علي محمد، طرق البحث الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، (١٩٨٣).
- (٧٩). أ.د. عادل حرموش المفرجي، أ. احمد علي صالح، رأس المال الفكري طرق قياسه واساليب المحافظة عليه، بلا سنة طبع، مصر، المنظمة العربية للتنمية الادارية، (٢٠٠٣).
- (٨٠). أ.د. عبد الجبار منديل الغانمي، الاعلان بين النظرية والتطبيق، بلا سنة طبع، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- (٨١). أ.د. علي عجوة، الاسس العلمية للعلاقات العامة، ط ٤، عالم الكتب، (٢٠٠٠) م.

- (٨٢). عادل رؤوف، عراق بلا قيادة قراءة في ازمة القيادة الاسلامية الشيعية في العراق الحديث، ط٨، سوريا - دمشق، المركز العراقي للاعلام والدراسات، (٢٠٠٤) م.
- (٨٣). عامر ابراهيم قنديلجي، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات، بغداد، دار الشؤون الثقافية العامة، (١٩٩٢).
- (٨٤). عامر ابراهيم قنديلجي، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات، ط١، عمان، دار اليازوري العلمية، (١٩٩٩).
- (٨٥). عبد الوهاب نجم، القاموس الاعلامي، ط٢، بغداد، دار الحكمة للطباعة والنشر، (١٩٩١) م.
- (٨٦). أ. عبد الكريم راضي الجبوري، العلاقات العامة فن وابداع تطوير المؤسسة ونجاح الاداره، منشورات دار الجار، بيروت، ودار التيسير، بيروت.
- (٨٧). د. عبد اللطيف حمزة، الاعلام والدعاية، ملتزم الطبع والنشر، دار الفكر العربي.
- (٨٨). د. عادل حسين، العلاقات العامة، جامعة الاسكندرية، جامعة بيروت العربية، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت.
- (٨٩). د. عامر حسن فياض، جذور الفكر الديمقراطي في العراق الحديث، ط١، بغداد، دار الشؤون الثقافية العامة، (٢٠٠٢).
- (٩٠). د. عامر حسن فياض، سلسلة رسائل جامعية، جذور الفكر الديمقراطي في العراق الحديث ١٩١٤-١٩٣٩، طبعة الاولى، بغداد، ٢٠٠٢.
- (٩١). د. عبد الرزاق محمد الدليمي، العلاقات العامة في التطبيق، دار جرير للنشر والتوزيع، الطبعة الاولى، ١٤٢٥هـ - ٢٠٠٥ م.

- (٩٢). د. عبد الرزاق محمد الدليمي، العلاقات العامة في التطبيق، ط ١، دار جرير للنشر والتوزيع، (٢٠٠٥) م.
- (٩٣). د. عبد الرزاق محمد الدليمي، العلاقات العامة والعمولة، دار جرير للنشر والتوزيع، الطبعة الاولى ١٤٢٥ هـ - ٢٠٠٥ م.
- (٩٤). د. عبد السلام ابو قحف، محاضرات في هندسة الاعلان والعلاقات العامة وتطبيقاتها، دار المعرفة الجامعية، كلية التجارة، جامعة بيروت العربية، (٢٠٠٠).
- (٩٥). د. عبد السلام ابو قحف، هندسة الاعلام والعلاقات العامة، مكتبة ومطبعة الاشعاع الفنية.
- (٩٦). د. عبد اللطيف حمزة، الاعلام والدعاية، دار الفكر العربي، (١٩٨٤) م.
- (٩٧). د. عصام سلنجان الموسى، المدخل في الاتصال الجماهيري، ط ٤، الكتابي للنشر والتوزيع، (١٩٩٧) م.
- (٩٨). د. علي الباز، العلاقات العامة الانسانية والرأي العام، دار الجامعات المصرية، الاسكندرية.
- (٩٩). د. علي الباز، العلاقات العامة والعلاقات الانسانية والرأي العام (مع دراسة تطبيقية للعلاقات العامة بأجهزة الشرطة)، مكتبة ومطبعة الاشعاع الفنية، الطبعة للعام (٢٠٠٢).
- (١٠٠). د. علي جبار الشمري، العلاقات العامة في الاحزاب والقوى السياسية العراقية، كانون الاول، (٢٠٠٤).
- (١٠١). د. علي كريم سعيد، العراق البيرية المسلحة حركة من سريع وقطار الموت ١٩٦٣، ط ٢، توزيع دار البراق، لندن / بغداد، بلا سنة طبع.



- (١٠٢). عامر ابراهيم قنديلجي، المعلومات الصحفية وتوثيقها، دار الرشيد للنشر، (١٩٨١).
- (١٠٣). عبد الكريم راضي الجبوري، العلاقات العامة فن وابداع، (الانظمة والبيئة وتأثيرها على العلاقات العامة)، منشورات دار البهاء، بيروت، ٢٠٠٣.
- (١٠٤). عزيز قادر الصمانجي، التأريخ السياسي لتركمان العراق، ط ١، بيروت، لبنان، دار الساقى، (١٩٩٩).
- (١٠٥). علي العنتيل، اسس الدعاية والاعلان، الهيئة المصرية العامة للكتاب، (١٩٨٢).
- (١٠٦). غي دورندان، الدعاية والدعاية السياسية، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع.
- (١٠٧). د. فاضل زكي محمد، السياسة الخارجية وابعادها في السياسة الدولية، ط ١، بغداد، مطبعة شفيق، (١٩٧٥) م.
- (١٠٨). فرانسيس ج. برجين، ترجمة ابراهيم سلامة ابراهيم، الاعلام التطبيقي (استخداماته في تطوير الادارة)، الهيئة المصرية العامة للكتاب، (١٩٩٥).
- (١٠٩). فيصل دليو، اتصال المؤسسة، انبيار - علاقات عامة + علاقات مع الصحافة، دار الفجر للنشر والتوزيع، (٢٠٠٣).
- (١١٠). فيليب هنسلو، ترجمة تيب توب لخدمات التعريب والترجمة، الناشر كوجان بيرج، العلاقات العامة، الطبعة الاولى ٢٠٠٣، Public Relations، دار الفاروق للنشر والتوزيع.
- (١١١). فريال مهنا، تقنيات الاقناع في الاعلام الجماهيري، دار طلاس للدراسات والترجمة والنشر، الطبعة الاولى، (١٩٨٩).

- (٤). فائق بطي، صحافة الاحزاب وتاريخ الحركة الوطنية، بغداد، مطبعة الاديب، (١٩٦٩).
- (٥). فيصل دارج، جمال باروت، الاحزاب والحركات القومية العربية (الجزء الثاني).
- (١١٢). فيليب هنسلو، العلاقات العامة، دار الفاروق للنشر والتوزيع.
- (١١٣). د. قحطان احمد سليمان الحمداني، النظرية السياسية المعاصرة، ط ١، عمان - الاردن، دار الحامد للنشر والتوزيع، (٢٠٠٣).
- (١١٤). د. فيصل دراج، محمد جمال باروت، الاحزاب والحركات اليسارية (الجزء الاول)، المركز العربي للدراسات الاستراتيجية.
- (١١٥). د. قحطان بدر العبدلي، د. سمير عبد الرزاق العبدلي، الدعاية ووالاعلان، دار العلوم العربية للطباعة والنشر، بيروت، لبنان.
- (١١٦). هربرت أ. شيللر، ترجمة: عبد السلام رضوان، المتلاعبون بالعقول (كيف يجذب محركو الدمى الكبار في السياسة والاعلان ووسائل الاتصال الجماهيري خيوط الرأي العام؟)، عالم المعرفة، الكويت، ٢٤٣ الاصدار الثاني، ذو العقدة ١٤١٩ هـ - مايس/آذار (١٩٩٩) م.
- (١١٧). د. محمد حسن الايباري، المنظمات الدولية الحديثة وفكرة الحكومة العالمية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، (١٩٧٨).
- (١١٨). د. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات العلمية، ط ١، القاهرة، عالم الكتب، (٢٠٠٠) م.
- (١١٩). د. محمد عبد القادر حاتم، الرأي العام وتأثره بالاعلام والرعاية، طبعة جديدة، مكتبة لبنان، (١٩٨٩).

- (١٢٠). د. محمد منير حجاب، الاعلام والتنمية الشاملة، ط ١، مصر، دار الفجر للنشر والتوزيع، (١٩٩٨).
- (١٢١). د. محمد منير حجاب، الدعاية السياسية وتطبيقاتها قديماً وحديثاً، ط ١، مصر، دار الفجر للنشر والتوزيع، (١٩٩٨) م.
- (١٢٢). د. محمد منير حجاب، د. سحر محمد وهبي، المداخل الاساسية للعلاقات العامة المدخل الاتصالي، ط ٢، مصر، دار الفجر للنشر والتوزيع، (١٩٩٩).
- (١٢٣). د. محمد منير حجاب، د. سحر محمد وهبي، المداخل الاساسية للعلاقات العامة، بلا سنة طبع، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع.
- (١٢٤). د. محمد ناجي الجوهر، العلاقات العامة المبادئ والتطبيقات رؤية معاصرة، ط ١، الامارات العربية المتحدة - دبي، دار القلم للنشر والتوزيع، (٢٠٠٤) م.
- (١٢٥). د. محمد ناجي الجوهر، وسائل الاتصال في العلاقات العامة، ط ١، عمان - الاردن، مكتبة الرائد العلمية، (٢٠٠٠).
- (١٢٦). د. محمد نجيب الصرايرة، العلاقات العامة الاسس والمبادئ، بلا سنة طبع، اربد - الاردن، مكتبة الرائد العلمية، (٢٠٠١).
- (١٢٧). د. محمود محمد الجوهري، دليل العلاقات العامة للمؤسسات والشركات، بلا سنة طبع، دار القومية للطباعة والنشر.
- (١٢٨). د. مهدي حسن زويلف، د. احمد القطامين، العلاقات العامة النظرية والاساليب، ط ١، عمان، دار الحنين للنشر والتوزيع، بيروت، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، (١٩٩٤).
- (١٢٩). م. دي فلور، س. بال روكاخ، نظريات الاعلام، ط ١، اربد، دار

- الامل للنشر والتوزيع، (١٩٩٤) م.
- (١٣٠). ماريون فاروق سلو غلت، بيتر سلو غلت، من الثورة الى الدكتاتورية، بلا سنة طبع، منشورات الجمل، (٢٠٠٣).
- (١٣١). مجموعة من الباحثات والباحثين، مراجعات في الدستور العراقي، ط١، شركة الاطلس للطباعة المحدودة، (٢٠٠٦).
- (١٣٢). محفوظ احمد جودة، العلاقات العامة (مفاهيم وممارسات)، بلا سنة طبع، عمان-الاردن، مؤسسة زهران للنشر والتوزيع، (١٩٩٦).
- (١٣٣). مرسيل مرل، السياسة الخارجية، بلا سنة طبع، بروس برس.
- (١٣٤). أ.د. محمد منير حجاب، الاعلام والتنمية الشاملة، ط٢، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، (٢٠٠٠) م.
- (١٣٥). منفين ل. دينيفر، ساندرابول. روكليتس، نظريات وسائل الاعلام، ط٣، مصر، الدار الدولية للنشر والتوزيع، (١٩٩٩).
- (١٣٦). أ.د. مهدي حسن زويلف، العلاقات العامة نظريات واساليب، الطبعة الثانية ١٤٢٤هـ-٢٠٠٣م، دار الصفا للنشر والتوزيع
- (١٣٧). محسن فتحي عبد الصبور خبير اقتصادي، اسرار الترويج في عصر العولمة (تجارب شركات - دولية في الترويج)، مجموعة النيل العربية.
- (١٣٨). د. مازن اسماعيل الرمضاني، السياسة الخارجية، دراسة نظرية، (١٩٩١).
- (١٣٩). د. مازن اسماعيل الرمضاني، السياسة الخارجية دراسة نظرية.
- (١٤٠). د. مختار التهامي، تحليل مضمون الدعاية في النظرية التطبيقية، دار المعارف بمصر.

- (١٤١). د. محمد بن سعود البشر، مقدمة في الاتصال السياسي، الناشر مكتبة العبيكان، الطبعة الاولى ١٤١٨ هـ - ١٩٩٧ م، الرياض.
- (١٤٢). د. محمد جودت ناصر، الدعاية والاعلان والعلاقات العامة، مكتب الجامعة الاردنية، الطبعة الاولى ١٤١٨ هـ - ١٩٩٧ / ١٩٩٨ م.
- (١٤٣). د. مختار التهامي، تحليل مضمون الدعاية في النظرية والتطبيق، دار المعارف بمصر.
- (١٤٤). د. منال طلعت محمود، العلاقات العامة النظرية والتطبيق، الاسكندرية، المكتب الجامعي الحديث،، الازارطة، الاسكندرية، (٢٠٠٢).
- (١٤٥). محمد كمال القاضي، الدعاية الانتخابية والنظام البرلماني المصري الناشر، مكتبة مدبولي، (١٩٨٧).
- (١٤٦). مركز المشروعات الدولية الخاصة، كيف تجعل التأييد مؤثراً: دليل جمعيات الاعمال،
- (١٤٧). مظفر عبد الله الأمين، جماعة الأهالي منشؤها، عقيدتها، ودورها في السياسة العراقية ١٩٣٢-١٩٤٦، ط ١، بيروت، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، (٢٠٠١).
- (١٤٨). المعهد الديمقراطي الوطني للشؤون الدولية، دليل المعهد الديمقراطي الوطني للشؤون الدولية، كيف تقوم المنظمات المحلية بمراقبة الانتخابات، دليل من الالف الى الياء، اعداد ريتور. ثامار، ترجمة المعهد الديمقراطي الوطني.
- (١٤٩). المعهد الديمقراطي الوطني للشؤون الدولية، محاولة الضغط على البرلمان (دليل المنظمات غير الحكومية).
- (١٥٠). المعهد الديمقراطي للشؤون الدولية، الاحزاب السياسية والانتقال الى الديمقراطية، دليل القادة والمنظمين والناشطين حول الاسلوب الديمقراطي

## لبناء الاحزاب.

- (١٥١). المقدم د. علي جواد، الدعاية والرأي العام (مضمون ونماذج من الحرب في لبنان والخليج - تجارب دولية).
- (١٥٢). منذر الموصلبي، الحياة السياسية والحزبية في كردستان، ط١، لندن، قبرص، رياض الريس للكتب والنشر، (١٩٩١).
- (١٥٣). وليم أيه. روو، الصحافة العربية الاعلام الاخباري وعجلة السياسة في العالم العربي، مركز الكتب الاردني.
- (١٥٤). وليم د. جارفي، الاتصال اساس النشاط العلمي، ط١، بيروت، الدار العربية للموسوعات، (١٩٨٣).
- (١٥٥). د. نبيل راغب، العمل الصحفي المقروء والمسموع والمرئي، مصر، الشركة المصرية العالمية للنشر، (١٩٩٩).
- (١٥٦). د. نفيسة محمد باشري، العلاقات الانسانية، بلا سنة طبع، القاهرة، مكتبة نهضة المشرق، (١٩٨٦).
- (١٥٧). د. نوال عمر، عبد المجيد شكري، الاعلام التعاوني في ظل عالم متغير، بلا سنة طبع، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، (١٩٩٢).
- (١٥٨). د. هاني الرضا، د. رافد محمد عمار، الرأي العام والاعلام والدعاية، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع.
- (١٥٩). وليم د. جامرني، ترجمة د. حشمت قاسم، الاتصال اساس النشاط العلمي، دار العربية للموسوعات، الطبعة الاولى، (١٩٨٣).

الملاحق





## استمارة الاحزاب

١- اسم الحزب / الحركة :

\* الاسم السابق ان وجد:

§ الاسم الذي اكتسبه بعد الانضمام الى تشكيل آخر:

§ الاسم الحالي للحزب / الحركة:

٢- ابرز الشخصيات المؤسسة للحزب او الحركة :

أ-

ب-

ج-

د-

٣- تاريخ التأسيس للحزب / الحركة :

§ التاريخ السري (ان وجد)

§ التاريخ العلني

§ التاريخ المعتمد للتأسيس

٤- مكان التأسيس : داخل العراق  خارج العراق

٥- هل لدى الحزب فروع أخرى:

داخل العراق  خارج العراق

في بعض المحافظات  في جميع المحافظات

٦- اتجاه الحزب او الحركة:

ليبرالي  اشتراكي

ديني (اسلامي)  ديمقراطي

قومي  توجهات اخرى

٧- هل تم تغيير الاتجاه العام للحزب تبعاً لظروف معينة :

نعم  كلا  لا أعرف

٨- هل تم دمج الحزب مع حزب آخر او حركة اخرى :

نعم  كلا  لا أعرف

٩- هل تم تبني ايديولوجية الحزب / الحركة بشكل مرحلي :

نعم  كلا  لا أعرف

١٠- ماهي المشاكل التي واجهت الحزب بسبب تبنيه لهذه الايديولوجية:

مشاكل داخلية  مشاكل خارجية

عدم تقبل الناس  أخرى تذكر

١١- هل تعتقد بإمكانية تحقيق اهداف الحزب كاملة:

نعم  كلا  لا أعرف

١٢- ماهي الممارسات التي تم تطبيقها لضمان تحقيق الاهداف ؟

المشاركة في السلطة  تبني برامج عملية

البقاء في المعارضة  تعبئة الجماهير

غيرها ان وجد

١٣- هل استطاع الحزب التعريف باتجاهاته:

نعم  كلا  لا أعرف

١٤- هل يمتلك الحزب (الحركة) برنامج سياسي؟

نعم  كلا

١٥- هل روج الحزب لبرنامجه السياسي بين الجماهير؟

نعم  كلا  لا أعرف

١٦- هل يمتلك الحزب صحيفة ناطقة باسمه؟

نعم  كلا

١٧- هل لدى الحزب وسائل اعلام اخرى؟

محطة تلفزيون  راديو  مجلة

اخرى تذكر  لا يوجد

١٨- هل استخدم الحزب وسائل الاعلام بكفاءة عالية؟

نعم  كلا  لا اعرف

١٩- هل لدى الحزب مكتب او جهاز للاشراف على وسائل الاعلام

والترويج لبرنامجه السياسي؟

نعم  كلا  لا اعرف

٢٠- ماهو نوع الجهاز الاعلامي الذي يمتلكه الحزب؟

مكتب اعلام  مكتب علاقات عامة

هيئة  لا يوجد

٢١- ماهو عدد العاملين في المكتب المذكور؟

واحد  اثنان  ثلاثة  اربعة  اكثر يذكر

٢٢- هل يتمتع العاملون بمؤهلات المهنة الاعلامية ؟

نعم  كلا  لا أعرف

٢٣- ماهي نوع المؤهلات التي يمتلكها العاملين؟

مؤهلات اعلامية جامعية  خبرة صحفية

خبرة علاقات عامة  لا توجد

٢٤- ماهي المستويات التعليمية للعاملين في المكاتب المعنية:

ثانوية عدد .....  جامعة عدد .....

متوسطة عدد .....  مجرد خبرة صحفية عدد .....

٢٥- هل يمتلك المكتب الوسائل والادوات لاداء وظائفه ؟

حواسيب  ادوات طبع  ادوات تصوير واستنساخ

وسائط نقل  مقر مستقل  شرائط فلمية

٢٦- بمن يرتبط المكتب ؟

يرتبط بالادارة  يرتبط برئيس الحزب  جهاز مستقل

٢٧- هل نجح المكتب بالترويج لافكار و برامج الحزب ؟

نعم  كلا  لا أعرف

٢٨- هل عمل المكتب على ترويج افكار الحزب وتسويق سياساته بواسطة؟

الصحف  المجلات  النشرات  البيانات

البرامج الاذاعية  البرامج التلفزيونية  المقابلات

٢٩- هل عبأ المكتب الجماهير لصالح الحزب عبر :

المهرجانات  الندوات  المؤتمرات

المحاضرات  لقاءات  اخرى تذكر

٣٠- هل تعتقد ان المكتب قد نجح في تعبئة الجماهير لصالح الحزب ؟

نعم  كلا  لا أعرف

٣١- اذا لم يكن لدى الحزب مكتب اعلام او علاقات عامة هل في نيتكم

ايجاد مكتب لهذا الغرض ؟

نعم  كلا  لا أعرف

٣٢- اذا لم يكن لدى الحزب مكتب علاقات عامة كيف يتم الترويج

لافكاروايديولوجية الحزب ؟

الاستعانة بالصحف  استخدام أنشطة مؤقتة

استخدام شركات خاصة  لا اعرف

٣٣- ما هو رأيك في العلاقات العامة ؟

مهمة  غير مهمة  لا أعرف

٣٤- هل تعتقد بضرورة بناء جهاز للعلاقات العامة ؟

نعم  كلا  لا أعرف

٣٥- هل يمكن الاستعاضة عن العلاقات العامة ؟

نعم  كلا  لا أعرف

٣٦- ما هو الجهاز الذي يستطيع ان يعوض عن العلاقات العامة ؟

مكتب اعلام  صحيفة  مؤسسات اخرى تذكر

## سيرة ذاتية

أسم الحزب:

تاريخ التأسيس:

عنوانه / مقره:

أهدافه:

أبرز مؤسسيه:

صفته:

الصحيفة الناطقة باسمه:

الإذاعة والتلفاز (ان وجد):

المنظمات التابعة له:

## الأمر رقم ٩٧

### الصادر عن سلطة الائتلاف المؤقتة

#### قانون الاحزاب والهيئات السياسية

بناء على السلطات المخولة لي بصفتي المدير الاداري لسلطة الائتلاف المؤقتة وبموجب القوانين والاعراف المتبعة في حالة الحرب وتماشياً مع قرارات مجلس الامن الدولي ذات العلاقة، بما في ذلك القرار رقم ١٤٨٣ (٢٠٠٣) والقرار رقم ١٥١١ (٢٠٠٣)؛ وتأكيداً مرة اخرى على حق الشعب العراقي الذي اقره قراران رقم ١٤٨٣ و ١٥١١ في تحديد مستقبله السياسي بحرية؛ ونظراً الى ان قانون ادارة دولة العراق خلال المرحلة الانتقالية ينص على قيام الشعب العراقي بأختيار حكومته عن طريق انتخابات صادقة وموثوق بها تجري في نهاية شهر ديسمبر/ كانون اول ٢٠٠٤، اذ تيسر ذلك، او على اي حال، في تاريخ لا يتعدى ٣١ يناير/ كانون الثاني ٢٠٠٥؛ واصراراً على تحقيق الاهداف الانتقالية لقانون الادارة خلال الفترة الانتقالية، بما في ذلك اعداد الدستور الدائم والتصديق عليه، وتأليف حكومة منتخبة بموجب ذلك الدستور؛ وتأكيداً على الحاجة للتعاون الدولي لتحقيق هذه الاهداف وعلى الدور الضروري الذي يُعتمزم ان تلعبه الامم المتحدة وخبراء اخرين معترف بهم دولين في ادارة الانتخابات؛ والتزاماً بتأسيس كيان من المحترفين العراقيين والمستشارين ذوي الخبرة يكون غير متحيز وزمعترف به دولياً لتنسيق الانتخابات السلمية والنزيهة في العراق والاشراف عليه؛ وبعد التشاور المستفيض مع ممثلي الامم المتحدة والاستفادة من مشاوراتهم مع مجلس الحكم ومع قطاع عريض من الشعب العراقي؛ اعلن بموجب ذلك اصدار ما يلي:

## القسم ١

### الغاية

يشكل هذا الامر جزءاً من الاطار القانوني لأنتخابات حقيقية وذات مصداقية تعكس بشكل منصف وفرة تنوع الفكر السياسي في العراق عن طريق تشجيع تطوير الهيئات السياسية في كافة ارجاء العراق وتنظيم ذلك على نحو نزيه ومنصف.

## القسم ٢

### الاعتراف بالكيانات السياسية

١. تعني عبارة «الكيان السياسي» اي منظمة، بما في ذلك اي حزب سياسي، تتكون من ناخبين مؤهلين يتأزرون طواعية على اساس افكار او مصالح او اراء مشتركة بهدف التعبير عن مصالحهم ونيل النفوذ وتمكين مندوبيهم من ترشيح انفسهم لمنصب عام، شريطة حصول هذه المنظمة المكونة من الناخبين المؤهلين على المصادقة الرسمية ككيان سياسي من قبل المفوضية العراقية المستقلة للانتخابات (المفوضية). كما تعني عبارة «الكيان السياسي» شخصاً واحداً بمفرده ينوي ترشيح نفسه لأنتخابه في منصب عام، شريطة حصول ذلك الشخص على المصادقة الرسمية ككيان سياسي من قبل المفوضية.

٢. تضع المفوضية اللوائح التي تنظم منح وسحب المصادقة من الكيانات السياسية. وتشمل هذه اللوائح التنظيمية اجمالي عدد الناخبين المؤهلين، الذي يجري تحديده عن طريق التوقيعات او البصمات الشخصية المميزة او عن طريق اي وسيلة اخرى لتحديد الهوية. ان اجمالي عدد الناخبين المؤهلين هو العدد المطلوب لمنح الكيان السياسي المصادقة على انه كيان سياسي، شريطة ان لا يتجاوز اجمالي عدد الناخبين المؤهلين اللازم لمنح المصادقة للمنظمات او للاشخاص بمفردهم ٥٠٠ ناخب مؤهل.



## القسم ٣

### الوضع القانوني للكيانات السياسية وكيفية التعامل معها

١. باستثناء الافراد المصادق عليهم، يصبح كل كيان سياسي حال منحه المصادقة، كياناً سياسياً قائماً بذاته في العراق، ما لم يكن يتمتع بذلك الوضع القانوني مسبقاً.

٢. يكون بمقدور الكيانات السياسية، بصفتها كيانات قانونية مميزة، امتلاك العقارات او استأجارها او الحصول على حق شغلها قانونياً، كما يحق لها ابرام العقود واجراء المعاملات. وتتمتع الكيانات السياسية بأي استحقاقات قانونية اضافية او اية حماية اضافية تقدمها لها المفوضية من خلال اللوائح التنظيمية والقواعد والاجراءات والقرارات.

٣. تعتبر كافة الكيانات السياسية، بما في ذلك الاشخاص المصادق عليهم، متساوية امام القانون، وتحظى في كافة الاوقات على معاملة متساوية من قبل جميع مستويات الحكومة في العراق.

٤. لا يجوز لاية منظمة او مجموعة من الافراد تقديم مرشحين للانتخابات في العراق ما لم تكون قد حصلت على المصادقة عليها ككيان سياسي من قبل المفوضية. ولا يحق لاي شخص بمفرده ترشيح نفسه للانتخابات في العراق ما لم يكون قد حصل على مصادقة المفوضية على اعتباره كيان سياسي.

## القسم ٤

### الاعتراف بالمبادئ العامة

١. تلتزم الكيانات السياسية للوائح التنظيمية والقواعد والاجراءات والقرارات التي تصدر عن المفوضية.

٢. تحدد المفوضية الافعال التي يعتبر تنفيذها او اغفالها افعال مخلّة بالانتخابات، ويخضع بالتالي من يقوم بها او يخفلها للعقوبة. وقد تشمل العقوبة لمن يرتكب افعالاً مخلّة بالانتخابات، على سبيل المثال لا الحصر، الانذار القضائي والغرامة المالية والتنبيه العام وتعليق المصادقة وسحب المصادقة. ويتم تنفيذ العقوبة على مرتكبي هذه الافعال المخلّة بالانتخابات بالاضافة الى العقوبات الجنائية التي ينص عليها القانون العراقي.

٣. تنطبق المبادئ التالية على كافة الكيانات السياسية في العراق، ويتم دمجها في اللوائح التنظيمية للمفوضية التي تسري على الكيانات السياسية والتي تقوم المفوضية بتنفيذها:

أ- لا يجوز لأي كيان سيليبي الارتباط مع او تكوين اية علاقة مع اية قوة مسلحة او مليشيا او وحدة عسكرية متبقية تم تعريفها في الامر رقم ٩١ الصادر عن سلطة الائتلاف المؤقتة، وعنوانها اللائحة التنظيمية للقوات المسلحة والمليشيات داخل العراق؛

ب- لا يجوز لاي كيان سياسي الحصول على تمويل مباشر او غير مباشر من اية قوة مسلحة او مليشيا او وحدة عسكرية متبقية؛

ج- لا يجوز لاي كيان سياسي ترشيح اي شخص لا تتوفر فيه المعايير القانونية المعمول بها؛

د- يجب ان تتقيد الكيانات السياسية بكافة القوانين والانظمة في العراق، بما

في ذلك احكام الاجتماعات العامة وحالات حضر التحريض على العنف وتحريض الآخرين على الكراهية وتحويق الآخرين ودعم الارهاب وممارسته واستخدامه؛ ه- يجب ان تمارس الكيانات السياسية عملها عملاً بقواعد السلوك التي ستصدرها المفوضية، ويجب ان تشمل هذه القواعد، ضمن ما تشمله من امور اخرى، المتطلبات الوارد ذكرها في الفقرة الفرعية (د) في الفقرة ٣ من القسم ٤ من هذا الامر؛

و- يجب على الكيانات السياسية، فيما عدا الافراد المصادق عليهم ككيانات سياسية، ان تصدر نظاماً يحكم تنظيمها وطريقة عملها، بما في ذلك طريقة او عملية اختيار القادة والمرشحين، ويجب ان يكون هذا النظام متاح لأي فرد من الشعب في حال طلبه الأطلاع عليه؛

ز- لغرض المنافسة الحرة والصريحة في الانتخابات، تتاح للكيانات السياسية امكانية تشكيل ائتلافات لتجميع المصالح، ولها كذلك امكانية تشكيل الحملة الانتخابية للمرشحين حول الائتلافات التي يتم تشكيلها حول هذه المصالح؛

ح- يجب ان تبذل الكيانات السياسية قصارى جهتها لتحقيق الشفافية الكاملة في كافة معاملاتها المالية. ويجوز للمفوضية ان تصدر لوائح تنظيمية في هذا الصدد تتعلق بالكشف عن المعاملات المالية.

٤. تحتفظ المفوضية بكامل حرية التصرف بغية تحديد الآليات المستخدمة لتنفيذ لوائحها التنظيمية بحق اي كيان سياسي.

## القسم ٥

### التعديلات واللوائح التنظيمية الاضافية

للمفوضية وحدها دون غيرها مسؤولية معالجة جميع الامور الاضافية المتعلقة باللوائح التنظيمية والمصادقة على الكيانات السياسية.

## القسم ٦

### التشريعات المتعارضة

يتم بموجب هذا الامر تعليق العمل بأي حكم من احكام القانون العراقي يتعارض مع هذا الامر، وذلك بقدر درجة تعارضه معه.

## القسم ٧

### تاريخ النفاذ

يصبح هذا الامر نافذاً اعتباراً من تاريخ التوقيع عليه.

إل. بول بريمر، المدير الاداري

سلطة الائتلاف المؤقتة

٢٠٠٤/٦/١٥

بسم الله الرحمن الرحيم

## قانون إدارة الدولة العراقية للمرحلة الإنتقالية

### الديباجة

إن الشعب العراقي الساعي إلى إسترداد حريته التي صادرها النظام الإستبدادي السابق، هذا الشعب الراض للتعنف والإكراه بكل أشكالهما، وبوجه خاص عند إستخدامهما كأسلوب من أساليب الحكم، قد صمّم على أن يظل شعباً حراً يسوسه حكم القانون.

وهو يؤكد اليوم إحترامه للقانون الدولي لاسيما وهو من مؤسسي الأمم المتحدة؛ عاملاً على إستعادة مكانه الشرعي بين الأمم، وساعياً في الوقت نفسه إلى الحفاظ على وحدة وطنه بروح الأخوة والتآزر، ولغرض رسم الملامح لمستقبل العراق الجديد، ووضع آلية تهدف فيما تهدف إليه إلى إزالة آثار السياسات والممارسات العنصرية والطائفية ومعالجة المشاكل المحلية.

فقد أقرّ هذا القانون لإدارة شؤون العراق خلال المرحلة الإنتقالية إلى حين قيام حكومة منتخبة تعمل في ظل دستور شرعي دائم سعياً لتحقيق ديمقراطية كاملة.

### الباب الأول - المبادئ الأساسية

#### المادة الأولى:

(أ) - يسمى هذا القانون «قانون إدارة الدولة العراقية للمرحلة الإنتقالية»، وتعني عبارة (هذا القانون) أينما وردت في هذا التشريع «قانون إدارة الدولة العراقية للمرحلة الإنتقالية».

(ب) - إن الإشارة للمذكر في هذا القانون يشمل المؤنث أيضاً.

(ج) - تعتبر ديباجة هذا القانون جزءاً لا يتجزأ منه.

## المادة الثانية:

(أ) - إن عبارة «المرحلة الإنتقالية» تعني المرحلة التي تبدأ من ٣٠ حزيران ٢٠٠٤ حتى تشكيل حكومة عراقية منتخبة بموجب دستور دائم كما ينص عليه هذا القانون وذلك في موعد أقصاه ٣١ كانون الأول ٢٠٠٥، إلا في حالة تطبيق المادة ٦١ من هذا القانون.

(ب) - إن المرحلة الإنتقالية تتألف من فترتين.

تبدأ الفترة الأولى بتشكيل حكومة عراقية مؤقتة ذات سيادة كاملة تتولى السلطة في ٣٠ حزيران. وستتألف هذه الحكومة وفق عملية تداول واسعة النطاق بتشاور شرائح المجتمع العراقي يقوم بها مجلس الحكم وسلطة الائتلاف المؤقتة و يمكن التشاور مع الأمم المتحدة بذلك. إن هذه الحكومة ستمارس السلطة بموجب هذا القانون، وبضمنها المبادئ والحقوق الأساسية المنصوص عليها في هذا القانون، و ملحق يٌتفق عليه ويصدر قبل بداية المرحلة الإنتقالية ويكون جزءاً لا يتجزأ من هذا القانون. تبدأ الفترة الثانية بعد تأليف الحكومة العراقية الإنتقالية والتي تتم بعد إجراء الإنتخابات للجمعية الوطنية كما هو منصوص عليه في هذا القانون، على ألا تتأخر هذه الإنتخابات ان امكن عن ٣١ كانون الاول ٢٠٠٤ وعلى كل حال قبل ٣١ كانون الثاني ٢٠٠٥. تنتهي المرحلة الثانية عند تأليف حكومة عراقية وفقاً لدستور دائم.

## المادة الثالثة:

(أ) - إن هذا القانون يعد القانون الأعلى للبلاد ويكون ملزماً في أنحاء العراق كافة، وبدون استثناء. ولا يجوز تعديل هذا القانون إلا بأكثرية ثلاثة أرباع أعضاء الجمعية الوطنية، وإجماع مجلس الرئاسة، كما لا يجوز إجراء أي تعديل عليه من شأنه أن ينتقص بأي شكل من الأشكال من حقوق الشعب العراقي المذكورة في الباب الثاني أو أن يمدد أمد المرحلة الإنتقالية إلى مابعد المدد المذكورة في هذا القانون، أو

يؤخر إجراء الانتخابات لجمعية جديدة أو يقلل من سلطات الأقاليم والمحافظات أو من شأنه أن يؤثر على الإسلام أو غيره من الأديان والطوائف وشعائرها.

(ب) - إن أي نص قانوني يخالف هذا القانون يعد باطلاً.

(ج) - ينتهي سريان نفاذ هذا القانون عند تشكيل حكومة منتخبة وفقاً لدستور دائم.

### المادة الرابعة:

نظام الحكم في العراق جمهوري، إتحادي (فيدرالي) I، ديمقراطي، تعددي، ويجري تقاسم السلطات فيه بين الحكومة الاتحادية والحكومات الإقليمية والمحافظات والبلديات والإدارات المحلية. ويقوم النظام الإتحادي على أساس الحقائق الجغرافية والتاريخية والفصل بين السلطات وليس على أساس الأصل أو العرق أو الإثنية أو القومية أو المذهب.

### المادة الخامسة:

تخضع القوات المسلحة العراقية للسيطرة المدنية للحكومة العراقية الانتقالية وذلك وفق ما جاء في البابين الثالث والخامس من هذا القانون.

### المادة السادسة:

تتخذ الحكومة العراقية الانتقالية خطوات فعّالة لإنهاء آثار الأعمال القمعية التي قام بها النظام السابق والتي نشأت عن التشريد القسري وإسقاط الجنسية ومصادرة الأموال المنقولة وغير المنقولة والفصل من الوظيفة الحكومية لأسباب سياسية أو عنصرية أو طائفية.

### المادة السابعة:

(أ) - لسلام دين الدولة الرسمي ويُعد مصدراً للتشريع ولا يجوز سن قانون خلال المرحلة الانتقالية يتعارض مع ثوابت الإسلام المجمع عليها ولا مع مبادئ

الديمقراطية والحقوق الواردة في الباب الثاني من هذا القانون، ويحترم هذا القانون الهوية الإسلامية لغالبية الشعب العراقي، ويضمن كامل الحقوق الدينية لجميع الافراد في حرية العقيدة والممارسة الدينية.

(ب) - العراق بلد متعدد القوميات و الشعب العربي فيه جزء لا يتجزأ من الأمة العربية.

### المادة الثامنة:

يُحدّد عَلم الدولة ونشيدها وشعارها بقانون.

### المادة التاسعة:

اللغة العربية واللغة الكردية هما اللغتان الرسميتان للعراق. ويضمن حق العراقيين بتعليم أبنائهم بلغة الأم كالتركية أو السريانية أو الأرمنية في المؤسسات التعليمية الحكومية وفق الضوابط التربوية أو بأية لغة أخرى في المؤسسات التعليمية الخاصة. يحدد نطاق المصطلح لغة رسميةً وكيفية تطبيق احكام هذه المادة بقانون يشمل:

١ - إصدار الجريدة الرسمية (الوقائع العراقية) باللغتين. التكلم والمخاطبة والتعبير في المجالات الرسمية كالجمعية الوطنية، ومجلس الوزراء، والمحاكم، والمؤتمرات الرسمية، بأي من اللغتين. الاعتراف بالوثائق الرسمية والمراسلات باللغتين وإصدار الوثائق الرسمية بهما. فتح مدارس باللغتين وفق الضوابط التربوية. أية مجالات أخرى يحتمها مبدأ المساواة مثل الأوراق النقدية، وجوازات السفر، والطوابع. تستخدم المؤسسات والأجهزة الاتحادية في إقليم كردستان اللغتين.



## الباب الثاني - الحقوق الأساسية

### المادة العاشرة:

تعبيراً عن سيادة الشعب العراقي وإرادته الحرة يقوم ممثلوه بتشكيل الهيكل الحكومية لدولة العراق. وعلى الحكومة العراقية الإنتقالية و حكومات الأقاليم والمحافظات والبلديات والإدارات المحلية، أن تحترم حقوق الشعب العراقي بما فيها الحقوق المذكورة في هذا الباب.

### المادة الحادية عشرة:

(أ) - كل من يحمل الجنسية العراقية يُعد مواطناً عراقياً وتُعطيه مواطنته كافة الحقوق والواجبات التي ينص عليها هذا القانون وتكون مواطنته أساساً لعلاقته بالوطن والدولة.

(ب) - لا يجوز إسقاط الجنسية العراقية عن العراقي ولا يجوز نفيه. ويُستثنى المواطن المتجنس الذي يثبت عليه في محاكمة أنه أورد في طلبه للتجنس معلومات جوهرية كاذبة تم منحه الجنسية استناداً إليها.

(ج) - يحق للعراقي أن يحمل أكثر من جنسية واحدة، وان العراقي الذي أُسقطت عنه جنسيته العراقية بسبب اكتساب جنسية اخرى، يُعد عراقياً.

(د) - يحق للعراقي ممن أُسقطت عنه الجنسية العراقية لأسباب سياسية أو دينية او عنصرية أو طائفية ان يستعيدها.

(هـ) - يُلغى قرار مجلس قيادة الثورة المنحل رقم ٦٦٦ لسنة ١٩٨٠ ويعد كل من اسقطت عنه الجنسية العراقية بموجبه عراقياً.

(و) - على الجمعية الوطنية اصدار القوانين الخاصة بالجنسية والتجنس والمتفقة مع احكام هذا القانون.

(ز) - تنظر المحاكم في كل المنازعات التي تنشأ عن تطبيق الاحكام الخاصة بالجنسية.

### المادة الثانية عشرة:

العراقيون كافة متساوون في حقوقهم بصرف النظر عن الجنس أو الرأي أو المعتقد أو القومية أو الدين أو المذهب أو الأصل، وهم سَوَاء أمام القانون. ويُمنع التمييز ضد المواطن العراقي على أساس جنسه أو قوميته أو ديانته أو أصله. ولهم الحق بالأمن الشخصي وبالحياة والحرية، ولا يجوز حرمان أي أحد من حياته أو حريته إلا وفقاً لإجراءات قانونية. إن الجميع سواسية أمام القضاء.

### المادة الثالثة عشرة:

(أ) - الحريات العامة والخاصة مُصانة.

(ب) - الحق بحرية التعبير مصان.

(ج) - إن الحق بحرية الإجتماع السلمي وبحرية الانتماء في جمعيات هو حق مضمون، كما أن الحق بحرية تشكيل النقابات والأحزاب والانضمام إليها وفقاً للقانون، هو حق مضمون.

(د) - للعراقي الحق بحرية التنقل في أنحاء العراق كافة، وله الحق بحرية السفر إلى خارجه وبالعودة إليه.

(هـ) - للعراقي الحق بالتظاهر والإضراب سلمياً وفقاً للقانون.

(و) - للعراقي الحق بحرية الفكر والضمير والعقيدة الدينية وممارسة شعائرها ويجرم الإكراه بشأنها.

(ز) - تحرم العبودية وتجارة العبيد والعمل القسري والخدمة الإجبارية (أعمال السخرة).

(ح) - للعراقي الحق بخصوصية حياته الخاصة.

### المادة الرابعة عشرة:

للفرد الحق بالأمن والتعليم والعناية الصحية والضمان الاجتماعي، وعلى الدولة العراقية ووحداتها الحكومية وبضمنها الاقاليم والمحافظات والبلديات والإدارات المحلية، بحدود مواردها ومع الأخذ بالإعتبار الحاجات الحيوية الأخرى أن تسعى لتوفير الرفاه وفرص العمل للشعب.

### المادة الخامسة عشرة:

(أ) - لا يكون لأي من احكام القانون المدني أثر رجعي إلا إذا ورد فيه نص بذلك. لا جريمة ولا عقوبة إلا بقانون ساري المفعول عند ارتكاب الجريمة.

(ب) - لا يجوز انتهاك حرمة المساكن الخاصة من قبل الشرطة أو المحققين أو السلطات الحكومية الأخرى، سواء كانت هذه السلطات تابعة للحكومة الاتحادية أو الإقليمية، أو المحافظات والبلديات والإدارات المحلية، إلا إذا أصدر قاضٍ أو قاضي تحقيق حسب القانون المرعي اذناً بالتفتيش بناءً على معلومات أدلى بها شخص أقسمَ يميناً وهو يعلم أن اليمين الكاذب يعرضه للعقاب. إن ظروفًا ملحة للغاية، كما تقررّه محكمة ذات اختصاص، قد تبرّر إجراء التفتيش بلا إذن، ولكن يجب عدم التوسع في تفسير مثل هذه الظروف الملحة، وفي حالة إجراء تفتيش بلا إذن عند عدم وجود ظرف ملّح للغاية فإن الأدلة أو القرائن التي يُعثر عليها في مثل هذا التفتيش لا يُعتد بها بشأن تهمة جنائية، إلا إذا قررت المحكمة أن الذي قام بالتفتيش بلا إذن كان يعتقد بشكل مقبول وبحسن نية أن التفتيش موافق للقانون.

(ج) - لا يجوز إعتقال أحد أو حجزه خلافاً للقانون. ولا يجوز إحتجازه بسبب معتقدات سياسية أو دينية.

(د) - يضمن للجميع الحق بمحاكمة عادلة وعلنية في محكمة مستقلة وغير

متحيزة سواءً كانت المحاكمة مدنية أو جنائية. إن إشعاراً بالمحاكمة وأساسها القانوني يجب أن يوفر للمتهم بلا تأخير.

(هـ) - المتهم بريء حتى تثبت إدانته بموجب القانون، وله الحق كذلك بتوكيل محامٍ مستقل وذو دراية، وبأن يلزم الصمت ولا يجوز إكراهه على الإدلاء بأقواله لأي سبب من الأسباب، وأن يشارك في التحضير للدفاعه، وأن يستدعي شهوداً ويناقشهم ويطلب من القاضي القيام بذلك. يجب تبليغ الشخص عند اعتقاله بهذه الحقوق.

(و) - إن الحق بمحاكمة عادلة وسريعة وعلنية حق مضمون.

(ز) - لكل شخص حرم من حريته بالتوقيف أو الاعتقال حق الرجوع إلى محكمة لكي تفصل دون إبطاء في قانونية توقيفه أو اعتقاله وتأمراً بالإفراج عنه إذا كان ذلك قد جرى بشكل غير قانوني.

(ح) - لا يجوز محاكمة المتهم بالتهمة ذاتها مرة أخرى بعد تبرئته منها.

(ط) - لا يجوز محاكمة المدني أمام محكمة عسكرية. ولا يجوز إنشاء محاكم خاصة أو إستثنائية.

(ي) - يحرم التعذيب بكل أشكاله، الجسدية منها والنفسية وفي كل الأحوال، كما يحرم التعامل القاسي المهين وغير الانساني. ولا يقبل كدليل في المحكمة اي اعتراف انتزع بالاكراه او التعذيب أو التهديد لأي سبب كان وفي أي من الاجراءات الجنائية الاخرى.

## المادة السادسة عشرة:

(أ) - للأموال العامة حرمة وحمايتها واجب على كل مواطن.

(ب) - الملكية الخاصة مصانة فلا يمنع احد من التصرف في ملكه الا في حدود القانون، ولا ينزع عن احد ملكه الا لأغراض المنفعة العامة في الاحوال

المبينة في القانون و بالكيفية المنصوص عليها فيه، وبشرط تعويضه عنه تعويضاً عادلاً وسريعاً.

(ج) - للمواطن العراقي الحق الكامل غير المشروط بالتملك في كافة أنحاء العراق بلا قيود.

### **المادة السابعة عشرة:**

لا يجوز حيازة أو حمل السلاح أو شراؤه أو بيعه إلا بإجازة تصدر وفقاً للقانون.

### **المادة الثامنة عشرة:**

لاضربية ولا رسم إلا بقانون.

### **المادة التاسعة عشرة:**

لا يجوز تسليم اللاجئ السياسي الذي مُنح حق اللجوء وفقاً لقانون نافذ، ولا يجوز إعادته قسراً إلى البلد الذي فرّ منه.

### **المادة العشرون:**

(أ) - لكل عراقي تتوفر فيه الشروط المنصوص عليها في قانون الإنتخاب أن يرشح نفسه للانتخابات ويُدلي بصوته بسرية في انتخابات حرة، مفتوحة، عادلة، تنافسية ودورية.

(ب) - لا يجوز التمييز ضد أي عراقي لأغراض التصويت في الانتخابات على أساس الجنس أو الدين أو المذهب أو العرق أو المعتقد أو القومية أو اللغة أو الثروة أو المعرفة بالقراءة والكتابة.

### **المادة الحادية والعشرون:**

لا يجوز للحكومة العراقية الانتقالية أو حكومات وإدارات الأقاليم

والمحافظات والبلديات أو الإدارات المحلية أن تتدخل في حق الشعب العراقي في تطوير مؤسسات المجتمع المدني سواءً كان ذلك بالتعاون مع منظمات المجتمع المدني الدولية أو بأي شكل آخر.

### المادة الثانية والعشرون:

إذا قام مسؤول في أية دائرة حكومية، سواءً في الحكومة الاتحادية أو حكومات الإقليم أو إدارات المحافظات والبلديات والإدارات المحلية، خلال قيامه بعمله بتجريد شخص أو جماعة من الحقوق التي ضمنها هذا القانون أو أية قوانين عراقية أخرى سارية المفعول، يكون لهذا الشخص أو تلك الجماعة الحق بالإدعاء ضد ذلك المسؤول للتعويض عن الأضرار التي سببها هذا التجريد ولتثبيت الحق ولابتغاء أية وسيلة قانونية أخرى. أما إذا قررت المحكمة أن ذلك المسؤول قد تصرف بحسن نية بدرجة مقبولة معتقداً أن عمله كان متفقاً مع القانون فلا يترتب عليه دفع التعويض.

### المادة الثالثة والعشرون:

يجب ألا يُفسر تعداد الحقوق المذكورة آنفاً بأنها الحقوق الوحيدة التي يتمتع بها أبناء الشعب العراقي، فهم يتمتعون بكل الحقوق اللائقة بشعب حر له كرامته الإنسانية، وبضمنها الحقوق المنصوص عليها في المعاهدات والاتفاقيات الدولية وغيرها من وثائق القانون الدولي التي وقعها العراق أو إنضم إليها، أو غيرها التي تُعد ملزمة له وفقاً للقانون الدولي. ويتمتع غير العراقيين في داخل العراق بكل الحقوق الإنسانية التي لا تتعارض مع وضعهم باعتبارهم من غير المواطنين.

## الباب الثالث - الحكومة العراقية الانتقالية

### المادة الرابعة والعشرون:

(أ) - تتألف الحكومة العراقية الانتقالية والمشار إليها أيضاً في هذا القانون بالحكومة الاتحادية من الجمعية الوطنية ومجلس الرئاسة، ومجلس الوزراء وبضمنه رئيس الوزراء، والسلطة القضائية.

(ب) - تكون السلطات الثلاث التشريعية والتنفيذية والقضائية منفصلة ومستقلة الواحدة عن الأخرى.

(ج) - لا يتمتع أي مسؤول أو موظف في الحكومة العراقية الانتقالية بالحصانة عن أفعال جنائية يرتكبها خلال قيامه بوظيفته.

### المادة الخامسة والعشرون:

تختص الحكومة العراقية الانتقالية بالشؤون التالية حصراً:

(أ) - رسم السياسة الخارجية والتمثيل الدبلوماسي، والتفاوض بشأن المعاهدات والإتفاقيات الدولية والتوقيع عليها وإبرامها، ورسم السياسة الإقتصادية والتجارية الخارجية وسياسات الاقتراض السيادي.

(ب) - وضع وتنفيذ سياسة الأمن الوطني، بما في ذلك إنشاء قوات مسلحة وادامتها لتأمين وحماية وضمان أمن حدود البلاد والدفاع عن العراق.

(ج) - رسم السياسة المالية، وإصدار العملة، وتنظيم الكمارك، وتنظيم السياسة التجارية عبر حدود الأقاليم والمحافظات في العراق، ووضع الميزانية العامة للدولة ورسم السياسة النقدية وإنشاء بنك مركزي وإدارته.

(د) - تنظيم أمور المقاييس والأوزان ورسم السياسة العامة للأجور.

(هـ) - ادارة الثروات الطبيعية للعراق والتي تعود لجميع أبناء الأقاليم

والمحافظات في العراق بالتشاور مع حكومات وإدارات هذه الأقاليم والمحافظات. توزع الواردات الناتجة عن هذه الثروات عن طريق الميزانية العامة وبشكل منصف، يتناسب مع التوزيع السكاني في جميع أنحاء البلاد، مع الأخذ بنظر الاعتبار المناطق التي حرمت منها بصورة مجحفة من قبل النظام السابق، ومعالجة مشاكلها بشكل إيجابي، واحتياجاتها ودرجة التطور في المناطق المختلفة من البلاد.

(و)- تنظيم أمور الجنسية العراقية والهجرة واللجوء.

(ز)- تنظيم سياسة الاتصالات.

### المادة السادسة والعشرون:

(أ) - ستبقى القوانين النافذة في العراق في ٣٠ حزيران ٢٠٠٤ سارية المفعول، إلا إذا نص هذا القانون على خلاف ذلك وإلى أن تقوم الحكومة العراقية الإنتقالية بإلغائها أو تعديلها وفقاً لهذا القانون.

(ب)- التشريعات الصادرة من قبل السلطة التشريعية الاتحادية تعلق على أية تشريعات أخرى صادرة من قبل أية سلطة تشريعية أخرى وذلك في حالة التعارض بينهما، بإستثناء ما نص عليه في المادة ٥٤ (ب) من هذا القانون.

(ج)- إن القوانين والأنظمة والأوامر والتعليقات الصادرة من سلطة الإئتلاف المؤقتة بناءً على سلطتها بموجب القانون الدولي تبقى نافذة المفعول إلى حين إلغائها أو تعديلها بتشريع يصدر حسب الأصول ويكون لهذا التشريع قوة القانون.

### المادة السابعة والعشرون:

(أ)- تتألف القوات المسلحة العراقية من عناصر الوحدات العاملة ووحدات الاحتياط، وغرض هذه القوات: هو الدفاع عن العراق.

(ب)- لا يجوز تشكيل قوات مسلحة وميليشات ليست خاضعة مباشرة



لإمرة القيادة للحكومة العراقية الانتقالية، إلا بموجب قانون إتحادي.

(ج) - لا يجوز للقوات العراقية المسلحة وأفرادها، وبضمنهم العسكريون العاملین في وزارة الدفاع أو أية دوائر أو منظمات تابعة لها، الترشيح في إنتخابات لإشغال مراكز سياسية، ولا يجوز لهم القيام بحملات انتخابية لصالح مرشحين فيها ولا المشاركة في غير ذلك من الأعمال التي تمنعها أنظمة وزارة الدفاع. ويشمل عدم الجواز هذا أنشطة أولئك الافراد المذكورين آنفاً التي يقومون بها بصفتهم الشخصية او الوظيفية. وليس في هذه المادة ما يحد من حق هؤلاء الأفراد بالتصويت في الانتخابات.

(د) - تقوم دائرة الإستخبارات العراقية بجمع المعلومات وتقييم التهديدات الموجهة للأمن الوطني وبتقديم المشورة للحكومة العراقية. وتكون هذه الدائرة تحت السيطرة المدنية وتخضع للرقابة من الهيئة التشريعية وتعمل وفق القانون وبموجب مبادئ حقوق الإنسان المعترف بها.

(هـ) - تحترم الحكومة العراقية الإنتقالية وتنفذ إلتزامات العراق الدولية الخاصة بمنع إنتشار وتطوير وإنتاج واستخدام الأسلحة النووية والكيميائية والبيولوجية وبمنع ما يتصل بتطويرها وتصنيعها وإنتاجها واستخدامها من معدات ومواد وتكنولوجيا وأنظمة للإيصال.

## المادة الثامنة والعشرون:

(أ) - إن أعضاء الجمعية الوطنية ومجلس الرئاسة ومجلس الوزراء بضمنه رئيس الوزراء، والقضاة في المحاكم لا يجوز تعيينهم في أية وظيفة أخرى داخل الحكومة أو خارجها. إن عضو الجمعية الوطنية الذي يصبح عضواً في مجلس الرئاسة أو في مجلس الوزراء يعتبر مستقياً من عضوية الجمعية الوطنية.

(ب) - لا يجوز بأي حال من الأحوال أن يكون المنتسب للقوات المسلحة عضواً في الجمعية الوطنية، أو وزيراً أو رئيساً للوزراء أو عضواً في مجلس الرئاسة

قبل مضي ثمانية عشر شهراً على إستقالته من القوات المسلحة أو إحالته على التقاعد منها.

### المادة التاسعة والعشرون:

حَال تولى الحكومة العراقية المؤقتة للسلطة الكاملة وفق الفقرة (ب - ١) من (المادة الثانية أعلاه)، تحل سلطة الائتلاف المؤقتة وينتهي عمل مجلس الحكم.

## الباب الرابع - السلطة التشريعية الإنتقالية

### المادة الثلاثون:

(أ) يكون لدولة العراق خلال المرحلة الإنتقالية سلطة تشريعية تعرف بأسم الجمعية الوطنية ومهمتها الرئيسية هي تشريع القوانين والرقابة على عمل السلطة التنفيذية.

(ب) تصدر القوانين باسم شعب العراق، وتُنشر القوانين والأنظمة والتعليمات المتعلقة بها في الجريدة الرسمية ويُعمل بها من تاريخ نشرها، مالم ينص فيها على خلاف ذلك.

(ج) - تنتخب الجمعية الوطنية طبقاً لقانون الإنتخابات وقانون الاحزاب السياسية، ويستهدف قانون الإنتخابات تحقيق نسبة تمثيل للنساء لا تقل عن الربع من اعضاء الجمعية الوطنية، وتحقيق تمثيل عادل ل «> شرائح المجتمع العراقي كافة وبضمنها التركمان والكلدو آشوريون والآخرين.

(د) - تجري انتخابات الجمعية الوطنية إن أمكن قبل ٣١ كانون أول ٢٠٠٤ أو في موعد أقصاه ٣١ كانون الثاني ٢٠٠٥.

### المادة ال حادية الثلاثون:

(أ) - تتألف الجمعية الوطنية من عضواً. وتقوم بسن القانون الذي يعالج استبدال أعضائها في حالة الاستقالة أو الإقالة أو الوفاة.

(ب) - يجب أن تتوفر في المرشح للجمعية الوطنية الشروط التالية: ١. أن يكون عراقياً لا يقل عمره عن ثلاثين سنة.

١. ألا يكون عضواً في حزب البعث المنحل بدرجة عضو فرقة أو أعلى الا اذا استثنى حسب القواعد القانونية.

٢. اذا كان في الماضي عضواً في حزب البعث المنحل بدرجة عضو عامل عليه أن يوقع وثيقة براءة من حزب البعث يتبرأ فيها من كافة ارتباطاته السابقة قبل ان يحق له ان يكون مرشحاً، وأن يقسم على عدم التعامل والارتباط بمنظمات حزب البعث. واذا ثبت في محاكمة انه كان قد كذب أو تحايل بهذا الشأن فإنه يفقد مقعده في الجمعية الوطنية.

٣. ألا يكون من منتسبي الأجهزة القمعية السابقة أو ممن أسهم أو شارك في اضطهاد المواطنين.

٤. ألا يكون قد أثرى بشكل غير مشروع على حساب الوطن والمال العام.

٥. ألا يكون محكوماً عليه بجريمة مُخلّة بالشرف، وأن يكون معروفاً بالسيرة الحسنة.

٦. أن يكون حاملاً لشهادة الدراسة الثانوية او ما يعادلها على الأقل.

٧. ألا يكون عضواً في القوات المسلحة عند الترشيح.

## المادة الثانية والثلاثون:

(أ) - تضع الجمعية الوطنية نظاماً داخلياً لها، وتعدّد جلساتها علنياً إلا إذا تطلبت الظروف غير ذلك وفقاً لنظامها الداخلي. يترأس الجلسة الأولى للجمعية أكبر الأعضاء سناً.

(ب) - تنتخب الجمعية الوطنية من بين أعضائها، رئيساً ونائين للرئيس لها. يصبح رئيس الجمعية الوطنية مَنْ يحصل على أكثر الأصوات لذلك المنصب،

والنائب الأول هو الذي يليه بعدد الأصوات والنائب الثاني يلي النائب الأول بعدد الأصوات. للرئيس أن يصوّت على أية قضية ولكنه لا يشترك في النقاش إلا عندما يتنازل بصورة مؤقتة عن رئاسة الجلسة قبل تحدّثه حول القضية مباشرة.

(ج) - لا يجري التصويت على مشروع قانون في الجمعية الوطنية إلا بعد قراءته مرتين في جلسة اعتيادية للجمعية، على أن يفصل بين القراءتين يومان في الأقل، وذلك بعد أن يدرج مشروع القانون على جدول أعمال الجلسة قبل التصويت بأربعة أيام في الأقل.

### المادة الثالثة والثلاثون:

(أ) - تكون إجتماعات الجمعية الوطنية علنية وتسجّل محاضر إجتماعاتها وتنشر. ويسجل تصويت كل عضو من أعضاء الجمعية الوطنية ويُعلن ذلك. وتتخذ القرارات في الجمعية الوطنية بالأغلبية البسيطة إلا إذا نص هذا القانون على غير ذلك.

(ب) - على الجمعية الوطنية أن تنظر في مشاريع القوانين المقترحة من قبل مجلس الوزراء، بما في ذلك مشاريع قوانين الميزانية.

(ج) - لمجلس الوزراء وحده تقديم مشروع الميزانية العامة. وللجمعية الوطنية إجراء المناقلة بين أبواب الميزانية وتخفيض مجمل مبالغ الميزانية العامة، ولها أيضاً أن تقترح على مجلس الوزراء زيادة إجمالي مبلغ النفقات عند الضرورة.

(د) - لأعضاء الجمعية الوطنية الحق بإقتراح مشاريع قوانين وفق النظام الداخلي الذي تضعه هذه الجمعية.

(هـ) - لا يجوز إرسال قوات عراقية مسلحة إلى خارج العراق وإن كان ذلك لغرض الدفاع ضد عدوان خارجي إلا بموافقة الجمعية الوطنية، وبطلب من مجلس الرئاسة.

(و) - للجمعية الوطنية وحدها سلطة إبرام المعاهدات والإتفاقيات الدولية.

(ز) - يتضمن عمل الرقابة الذي تقوم به الجمعية الوطنية ولجانها حق استجواب المسؤولين التنفيذيين، بمن فيهم أعضاء مجلس الرئاسة ومجلس الوزراء وبضمنهم رئيس الوزراء وأي مسؤول آخر أقل مرتبة في السلطة التنفيذية. ويشمل هذا حق التحقيق وطلب المعلومات وإصدار الأوامر بحضور أشخاص للمثول أمامها.

### المادة الرابعة والثلاثون:

يتمتع عضو الجمعية الوطنية بالحصانة عمّا يدلي به أثناء إنعقاد جلسات الجمعية، ولا يتعرض العضو للمقاضاة أمام المحاكم بشأن ذلك، لا يجوز إلقاء القبض عليه خلال إنعقاد جلسات الجمعية الوطنية إلا إذا كان هذا العضو متهماً بجريمة و وافقت الجمعية الوطنية على رفع الحصانة عنه او إذا ضبط هذا العضو متلبساً بالجرم المشهود في جناية.

## الباب الخامس - السلطة التنفيذية الانتقالية

### المادة الخامسة والثلاثون:

تتكون السلطة التنفيذية في المرحلة الإنتقالية من مجلس الرئاسة ومجلس الوزراء ورئيسه.

### المادة السادسة والثلاثون:

(أ) - تنتخب الجمعية الوطنية رئيساً للدولة ونائبين له يشكلون مجلس الرئاسة التي تكون وظيفتها تمثيل سيادة العراق والإشراف على شؤون البلاد العليا. يتم إنتخاب مجلس الرئاسة بقائمة واحدة وبأغلبية ثلثي أصوات الأعضاء. وللجمعية الوطنية صلاحية إقالة أي عضو من أعضاء مجلس الرئاسة بأغلبية ثلاثة

أربع أصوات أعضائها لعدم الكفاءة أو النزاهة، وفي حالة وجود شاغر في الرئاسة تنتخب الجمعية الوطنية بثلاثي أعضائها بديلاً له لملء هذا الشاغر.

(ب)- يُشترط في أعضاء مجلس الرئاسة أن تتوفر فيهم نفس الشروط الخاصة بأعضاء الجمعية الوطنية مع ملاحظة مايلي:

١. أن تبلغ أعمارهم أربعين عاماً على الأقل.

٢. أن يتمتعوا بالسمعة الحسنة والنزاهة والاستقامة.

٣. أن يكون قد ترك الحزب البائد قبل سقوطه بعشر سنوات على الأقل، إذا كان عضواً في حزب البعث المنحل.

٤. ألا يكون قد شارك في قمع الانتفاضة عام ١٩٩١ والأنفال ولم يقترف جريمة بحق الشعب العراقي.

(ج)- يتخذ مجلس الرئاسة قراراته بالإجماع، ولا يجوز لأعضائه إنابة آخرين عنهم.

### المادة السابعة والثلاثون:

يمكن لمجلس الرئاسة نقض أي تشريع تصدره الجمعية الوطنية، على أن يتم ذلك خلال خمسة عشر يوماً من تاريخ إبلاغ مجلس الرئاسة من قبل رئيس الجمعية الوطنية بإقرار ذلك التشريع. وفي حالة النقض يُعاد التشريع إلى الجمعية الوطنية التي لها أن تقر التشريع مجدداً بأغلبية الثلثين غير قابلة للنقض خلال مدة لا تتجاوز ثلاثين يوماً.

### المادة الثامنة والثلاثون:

(أ)- يقوم مجلس الرئاسة بتسمية رئيس للوزراء بالإجماع، واعضاء مجلس الوزراء بناءً على توصية من رئيس الوزراء. يسعى رئيس الوزراء ومجلس الوزراء بعد ذلك للحصول على تصويت بالثقة بالأغلبية المطلقة من الجمعية الوطنية قبل

البدء بعملهم كحكومة. لمجلس الرئاسة الاتفاق على مرشح لمنصب رئيس الوزراء في غضون أسبوعين، وفي حالة إخفاقه تعود مسؤولية تسمية رئيس الوزراء للجمعية الوطنية. في هذه الحالة يجب أن تصدق الجمعية الوطنية على تسميته بأغلبية الثلثين. وإذا تعذر على رئيس الوزراء ترشيح مجلس وزرائه خلال شهر يقوم مجلس الرئاسة بتسمية رئيس وزراء آخر.

(ب)- يجب أن تكون مؤهلات رئيس الوزراء هي المؤهلات ذاتها التي يجب أن تتوفر في أعضاء مجلس الرئاسة، عدا أن عمره يجب ألا يقل عن خمس وثلاثين سنة عند توليه منصبه.

### المادة التاسعة والثلاثون:

(أ) - يقوم مجلس الوزراء بموافقة مجلس الرئاسة بتعيين ممثلين لغرض التفاوض على عقد معاهدات واتفاقيات دولية. ويقوم مجلس الرئاسة بالتوصية بإصدار قانون من الجمعية الوطنية للمصادقة على هذه المعاهدات والاتفاقيات.

(ب)- يقوم مجلس الرئاسة بمهمة القيادة العليا للقوات المسلحة العراقية للاغراض التشريعية والاحتفالية فقط، ولن يكون له سلطة قيادة وله الحق في الاطلاع، والاستفسار واعطاء المشورة. وستسري القيادة الفعلية في الأمور العسكرية، عملياً، من رئيس الوزراء، فوزير الدفاع، فتسلسل القيادة العسكرية للقوات المسلحة العراقية.

(ج)- يقوم مجلس الرئاسة، كما هو مفصّل في الباب السادس بتعيين رئيس وأعضاء المحكمة العليا، بناءً على توصية من مجلس القضاء الأعلى.

(د)- يقوم مجلس الوزراء بتعيين المدير العام لدائرة الإستخبارات العامة وكذلك بتعيين كبار الضباط في القوات المسلحة العراقية من رتبة عميد فما فوق، وتكون هذه التعيينات خاضعة لمصادقة الجمعية الوطنية بالأغلبية البسيطة لأعضائها الحاضرين.

## المادة الأربعون:

(أ) - يكون رئيس الوزراء والوزراء مسؤولين أمام الجمعية الوطنية، ولهذه الجمعية الحق بسحب الثقة سواءً من رئيس الوزراء أو الوزراء مجتمعين أو منفردين. وفي حالة سحب الثقة من رئيس الوزراء تنحل الوزارة بأسرها وتصبح المادة ٤٠ (ب) أدناه نافذة.

(ب) - في حالة التصويت بعدم الثقة بمجلس الوزراء بأسره يظل رئيس الوزراء والوزراء في مناصبهم لمزاولة أعمالهم مدة لا تزيد عن ثلاثين يوماً، إلى حين تشكيل مجلس الوزراء الجديد وفق المادة ٣٨ أعلاه.

## المادة الحادية والأربعون:

يُزاول رئيس الوزراء مسؤولياته اليومية لإدارة الحكومة، ويجوز له إقالة الوزراء بموافقة أغلبية مطلقة من الجمعية الوطنية. ويمكن لمجلس الرئاسة بتوصية من هيئة النزاهة العامة بعد مراعاة الاجراءات القانونية أن تقيل عضواً من مجلس الوزراء، بما فيه رئيس الوزراء.

## المادة الثانية والأربعون:

يقوم مجلس الوزراء بوضع نظام داخلي لعمله وإصدار الأنظمة والتعليقات الضرورية لتنفيذ القوانين، وله كذلك إقتراح مشاريع قوانين للجمعية الوطنية. ولكل وزارة، حسب اختصاصها ترشيح وكلاء الوزارات والسفراء وباقي موظفي الدرجات الخاصة، وبعد موافقة مجلس الوزراء على هذه الترشيحات، ترفع إلى مجلس الرئاسة لإقرارها. تتخذ قرارات مجلس الوزراء كافة بالأغلبية البسيطة لاعضاءها الحاضرين.



## الباب السادس - السلطة القضائية الاتحادية

### المادة الثالثة والأربعون:

(أ) - القضاء مستقل، ولا يُدار بأي شكل من الأشكال من السلطة التنفيذية وبضمنها وزارة العدل. ويتمتع القضاء بالصلاحية التامة حصراً لتقرير براءة المتهم أو أدانته وفقاً للقانون من دون تدخل السلطتين التشريعية أو التنفيذية.

(ب) - يبقى القضاة العاملون في مناصبهم في ١ تموز ٢٠٠٤ إلا إذا جرى الإستغناء عنهم وفق هذا القانون.

(ج) - تضع الجمعية الوطنية ميزانية مستقلة ووافية للقضاء.

(د) - تبت محاكم اتحادية في القضايا التي تنشأ عن تطبيق القوانين الاتحادية. ويكون تأسيس هذه المحاكم من اختصاص الحكومة الاتحادية حصراً. سيكون تأسيس هذه المحاكم في الاقاليم بالتشاور مع رؤساء مجالس القضاء في الاقاليم وتكون الأولوية لتعيين القضاة في تلك المحاكم أو نقلهم إليها هي للقضاة المقيمين في الإقليم.

### المادة الرابعة والأربعون:

(أ) - يجري تشكيل محكمة في العراق بقانون وتسمى المحكمة الاتحادية العليا.

(ب) - إختصاصات المحكمة الاتحادية العليا هي:

١. الاختصاص الحصري والاصيل في الدعاوى بين الحكومة العراقية الإنتقالية وحكومات الاقاليم وإدارات المحافظات والبلديات والإدارات المحلية.
٢. الاختصاص الحصري والاصيل، وبناءً على دعوى من مدعٍ أو بناءً على إحالة من محكمة أخرى، في دعاوى بأن قانوناً أو نظاماً أو تعليمات صادرة

عن الحكومة الاتحادية أو الحكومات الاقليمية أو إدارات المحافظات والبلديات والإدارات المحلية لا تتفق مع هذا القانون.

٣. تحدد الصلاحية الإستئنافية التقديرية للمحكمة العليا الاتحادية بقانون إتحادي.

(ج)- إذا قررت المحكمة العليا الاتحادية أن قانوناً أو نظاماً أو تعليمات أو إجراءً جرى الطعن به أنه غير مُتفق مع هذا القانون يعد ملغياً.

(د)- تضع المحكمة العليا الاتحادية نظاماً لها بالإجراءات اللازمة لرفع الدعاوى وللسماع للمحامين بالترافع أمامها وتقوم بنشره. وتتخذ قراراتها بالأغلبية البسيطة ما عدا القرارات بخصوص الدعاوى المنصوص عليها في المادة ٤٤ (ب) التي يجب أن تكون بأغلبية الثلثين، وتكون مُلزِمة، ولها مُطلق السلطة بتنفيذ قراراتها بضمن ذلك صلاحية إصدار قرار بإزدراء المحكمة وما يترتب على ذلك من إجراءات.

(هـ)- تتكون المحكمة العليا الاتحادية من تسعة أعضاء. ويقوم مجلس القضاء الأعلى أولاً وبالتشاور مع المجالس القضائية للأقاليم بترشيح ما لا يقل عن ثمانية عشر إلى سبعة وعشرين فرداً لغرض ملء الشواغر في المحكمة المذكورة، ويقوم بالطريقة نفسها فيما بعد بترشيح ثلاثة أعضاء لكل شاغر لاحق يحصل بسبب الوفاة أو الإستقالة أو العزل. ويقوم مجلس الرئاسة بتعيين أعضاء هذه المحكمة وتسمية أحدهم رئيساً لها. وفي حالة رفض أي تعيين يرشح مجلس القضاء الأعلى مجموعة جديدة من ثلاثة مرشحين.

### المادة الخامسة والأربعون:

يتم إنشاء مجلس أعلى للقضاء ويتولى دور مجلس القضاة. يشرف المجلس الأعلى للقضاء على القضاء الإتحادي ويدير ميزانية المجلس، يتشكل هذا المجلس من رئيس المحكمة الاتحادية العليا، ونواب محكمة التمييز الاتحادية، ورؤساء محاكم

الاستئناف الاتحادية ، ورئيس كل محكمة إقليمية للتمييز ونائبه. يترأس رئيس المحكمة الاتحادية العليا المجلس الأعلى للقضاء وفي حال غيابه يترأس المجلس رئيس محكمة التمييز الاتحادية.

### المادة السادسة والأربعون:

(أ) - يتضمن الجهاز القضائي الإتحادي المحاكم الموجودة خارج إقليم كردستان بما في ذلك محاكم الدرجة الأولى و المحكمة الجنائية المركزية، ومحاكم الاستئناف ومحكمة التمييز التي هي آخر درجات المحاكم باستثناء ما نصت عليه المادة من هذا القانون. ويمكن إقامة محاكم اتحادية إضافية أخرى بالقانون ويجري تعيين قضاة هذه المحاكم من قبل المجلس الأعلى للقضاء. ان هذا القانون يحفظ المؤهلات اللازمة لتعيين القضاة والتي يحددها القانون.

(ب) - إن قرارات المحاكم الإقليمية والمحلية بما في ذلك محاكم إقليم كردستان تعتبر قطعية ولكنها تخضع لمراجعة القضاء الإتحادي إذا كانت تتعارض مع هذا القانون أو أي قانون إتحادي. تحدد إجراءات المراجعة هذه بقانون.

### المادة السابعة والأربعون:

لا يجوز عزل القاضي أو عضو مجلس القضاء الأعلى إلا إذا أُدين بجريمة مُخلّة بالشرف أو بالفساد أو إذا أصيب بعجز دائم، ويكون العزل بتوصية من مجلس القضاء الأعلى وبقرار من مجلس الوزراء وبموافقة مجلس الرئاسة. يُنفذ العزل حال صدور هذه الموافقة. إن القاضي الذي يُتَّهم بما ذكر أعلاه يوقف عن عمله في القضاء إلى حين البت في قضيته الناشئة عما ورد ذكره في هذه المادة. لا يجوز تخفيض راتب القاضي أو إيقاف صرفه لأي سبب من الأسباب خلال مدة خدمته.

## الباب السابع – المحكمة المختصة والهيئات الوطنية

### المادة الثامنة والأربعون:

(أ) – إن قانون تأسيس المحكمة العراقية المختصة الصادر في ١٠ / ١٢ / ٢٠٠٣ . يعد مصدقاً عليه وهو يحدد حصراً إختصاصها وإجراء آتها، دون الأخذ بنظر الإعتبار النصوص الواردة في هذا القانون.

(ب) – ليس لأية محكمة أخرى اختصاص في النظر بالقضايا التي هي من صلاحية المحكمة العراقية المختصة، إلا بقدر ما نصّ عليه في قانون تأسيس المحكمة الجنائية المختصة.

(ج) – يجري تعيين قضاة المحكمة الجنائية المختصة وفق النصوص الواردة في قانون تأسيسها .

### المادة التاسعة والاربعون:

(أ) – إن تأسيس الهيئات الوطنية مثل الهيئة الوطنية للنزاهة العامة والهيئة العليا لحل النزاعات الملكية العقارية والهيئة الوطنية العليا لإجتثاث البعث، يعد مصدقاً عليه، كما يعد مصدقاً على تأسيس الهيئات المشكّلة بعد نفاذ هذا القانون. ويستمر أعضاء هذه الهيئات الوطنية بعملهم بعد نفاذ هذا القانون، مع مراعاة ما ورد في المادة ٥١.

(ب) – يجري تعيين أعضاء الهيئات الوطنية بموجب القانون.

### المادة الخمسون:

تؤسس الحكومة العراقية الإنتقالية هيئة وطنية لحقوق الإنسان لغرض تنفيذ التعهدات الخاصة بالحقوق الموضحة في هذا القانون، وللنظر في الشكاوى المتعلقة بانتهاكات حقوق الإنسان. تؤسس هذه الهيئة وفقاً لمبادئ باريس الصادرة عن الأمم المتحدة والخاصة بمسؤوليات المؤسسات الوطنية. وتضم هذه الهيئة مكتباً

للتحقيق في الشكاوى، ولهذا المكتب صلاحية التحقيق بمبادرة منه أو بشكوى ترفع إليه، في أي إدعاء بأن تصرفات السلطات الحكومية تجري بغير وجه حق وخلافاً للقانون.

### المادة الحادية والخمسون:

لا يجوز توظيف أي عضو من أعضاء المحكمة المختصة أو أي هيئة تؤسسها الحكومة الاتحادية بأي صفة أخرى كانت في جهاز الحكومة أو خارجها. ويسري هذا المنع دون تحديد سواء في السلطة التنفيذية، أو التشريعية، أو القضائية للحكومة الإنتقالية العراقية. ولكن يجوز لأعضاء المحكمة المختصة تعليق عملهم في دوائر أخرى خلال عملهم في المحكمة المذكورة.

## الباب الثامن – الأقاليم والمحافظات والبلديات والهيئات المحلية

### المادة الثانية والخمسون:

يؤسس تصميم النظام الاتحادي في العراق بشكل يمنع تركيز السلطة في الحكومة الاتحادية، ذلك التركيز الذي جعل من الممكن إستمرار عقود الإستبداد والإضطهاد في ظل النظام السابق. إن هذا النظام سيشجع على ممارسة السلطة المحلية من قبل المسؤولين المحليين في كل اقليم ومحافطة، ويخلق عراقاً موحداً يشارك فيه المواطن مشاركة فاعلة في شؤون الحكم ويضمن له حقوقه ويجعله متحرراً من التسلط.

### المادة الثالثة والخمسون:

(أ) - يُعترف بحكومة إقليم كردستان بصفتها الحكومة الرسمية للأراضي التي كانت تدار من قبل الحكومة المذكورة في ١٩ آذار ٢٠٠٣ الواقعة في محافظات دهوك وأربيل والسليمانية وكركوك وديالى ونينوى. إن مصطلح «حكومة إقليم كردستان» الوارد في هذا القانون يعني المجلس الوطني الكردستاني، ومجلس وزراء

کردستان والسلطة القضائية الإقليمية في إقليم كردستان.

(ب) - تبقى حدود المحافظات الثمانية عشر بدون تعديل خلال المرحلة الانتقالية.

(ج) - يحق لمجموعة من المحافظات خارج إقليم كردستان لا تتجاوز الثلاث، فيما عدا بغداد وكر كوك، تشكيل اقاليم فيما بينها، وللحكومة العراقية المؤقتة أن تقترح آليات لتشكيل هذه الأقاليم، على أن تُطرح على الجمعية الوطنية المنتخبة للنظر فيها وإقرارها. يجب الحصول بالاضافة الى موافقة الجمعية الوطنية على اي تشريع خاص بتشكيل إقليم جديد على موافقة أهالي المحافظات المعنية بواسطة استفتاء.

(د) - يضمن هذا القانون الحقوق الإدارية والثقافية والسياسية للتركان والكلدو آشوريين والمواطنين الآخرين كافة.

### المادة الرابعة والخمسون:

(أ) - تستمر حكومة إقليم كردستان في مزاولة أعمالها الحالية طوال المرحلة الانتقالية، إلا ما يتعلق بالقضايا التي تقع ضمن الاختصاص الحصري للحكومة الاتحادية كما ينص عليه هذا القانون. ويتم تمويل هذه الوظائف من قبل الحكومة الاتحادية تماشياً مع الممارسة الجاري بها العمل ووفقاً للمادة ٢٥ .

(هـ) - من هذا القانون. تحتفظ حكومة إقليم كردستان بالسيطرة الإقليمية على الأمن الداخلي وقوات الشرطة، ويكون لها الحق في فرض الضرائب والرسوم داخل إقليم كردستان.

(ب) - فيما يتعلق بتطبيق القوانين الاتحادية في إقليم كردستان، يسمح للمجلس الوطني الكردستاني بتعديل تنفيذ اي من تلك القوانين داخل منطقة كردستان، ولكن في ما يتعلق فقط بالامور التي ليست مما هو منصوص عليه في المادة ٢٥ و في المادة ٤٣ (د) من هذا القانون التي تقع ضمن الاختصاص الحصري

للحكومة الاتحادية حصراً.

## المادة الخامسة والخمسون

(أ) - يحق لكل محافظة تشكيل مجلس محافظة وتسمية محافظ، وتشكيل مجالس بلدية ومحلية. ولا يتم إقالة أي عضو في حكومة إقليم، أو أي محافظ أو عضو في أي من مجالس المحافظة أو البلدية أو المحلية على يد الحكومة الاتحادية أو على يد أحد مسؤوليها، إلا إذا ادين من قبل محكمة ذات اختصاص بجريمة وفقاً للقانون. كما لا يجوز لحكومة إقليم عزل محافظ أو عضو من أعضاء أي من مجالس المحافظة أو البلدية أو المحلية، ولا يكون أي محافظ، أو أي عضو في مجالس المحافظة أو البلدية أو المحلية خاضعاً لسيطرة الحكومة الاتحادية، إلا بقدر ما يتعلق الأمر بالصلاحيات المبينة في المادة ٢٥ والمادة ٤٣ (د) أعلاه.

(ب) - يظل المحافظون وأعضاء مجالس المحافظات، الذين يشغلون مناصبهم كما في الأول من تموز ٢٠٠٤، بموجب نص قانون الحكم المحلي الذي يُتوقع إصداره، لحين إجراء انتخابات حرة مباشرة كاملة تتم بموجب قانون، إلا إذا تنازل أحد هؤلاء عن منصبه طواعيةً أو عُزل منه قبل ذلك التاريخ لإدانته بجريمة مخلة بالشرف أو بجريمة تتعلق بالفساد أو لإصابته بعجز دائم أو الذي أُقيل طبقاً للقانون المذكور أعلاه. وعند عزل المحافظ أو رئيس البلدية أو عضو من أعضاء المجالس، فإن للمجلس ذي العلاقة أن يتلقى الطلبات من أي شخص مؤهل مقيم في المحافظة لإشغال العضوية. أما شروط التأهيل فهي ذاتها المنصوص عليها في المادة ٣١ لعضوية الجمعية الوطنية. إن على المرشح الجديد أن يحصل على أغلبية الأصوات في المجلس لكي يشغل المقعد الشاغر.

## المادة السادسة والخمسون:

(أ) - تساعد مجالس المحافظات الحكومة الاتحادية في تنسيق عمليات الوزارة الاتحادية الجارية داخل المحافظة، بما في ذلك مراجعة خطط الوزارة السنوية

وميزانياتها بشأن الأنشطة الجارية في المحافظة نفسها. يجري تمويل مجالس المحافظات من الميزانية العامة للدولة، ولهذه المجالس الصلاحية كذلك بزيادة إيراداتها بشكل مستقل عن طريق فرض الضرائب والرسوم، وتنظيم عمليات ادارة المحافظة، والمبادرة بانشاء مشروعات وتنفيذها على مستوى المحافظة وحدها او بالمشاركة مع المنظمات الدولية والمنظمات غير الحكومية، والقيام بأنشطة اخرى طالما كانت تتماشى مع القوانين الاتحادية.

(ب)- تساعد مجالس الأفضية والنواحي وغيرها من المجالس ذات العلاقة في أداء مسؤوليات الحكومة الاتحادية وتقديم الخدمات العامة وذلك بمراجعة خطط الوزارة الاتحادية في الاماكن المذكورة والتأكد من إنها تلبى الحاجات والمصالح المحلية بشكل سليم، وتحديد متطلبات الميزانية المحلية من خلال اجراءات الموازنة العامة وجمع الإيرادات المحلية وجباية الضرائب والرسوم والحفاظ عليها، وتنظيم عمليات الادارة المحلية والمبادرة بانشاء مشروعات محلية وتنفيذها وحدها او بالمشاركة مع المنظمات الدولية والمنظمات غير الحكومية، والقيام بأنشطة اخرى تتماشى مع القانون.

(ج)- تتخذ الحكومة الاتحادية كلما كان ذلك عملياً إجراءات لمنح الادارات المحلية والإقليمية والمحافظات سلطات إضافية وبشكل منهجي. سيتم تنظيم الوحدات الإقليمية وإدارات المحافظات، بما فيها حكومة إقليم كردستان، على أساس مبدأ اللامركزية ومنح السلطات للإدارات البلدية والمحلية.

### المادة السابعة والخمسون:

(أ) - إن جميع الصلاحيات التي لا تعود حصراً للحكومة العراقية الإنتقالية يجوز ممارستها من قبل حكومات الأقاليم والمحافظات وذلك بأسرع ما يمكن، وبعد تأسيس المؤسسات الحكومية المناسبة.

(ب)- تجري الانتخابات لمجالس المحافظات في أرجاء العراق كافة،



وللمجلس الوطني الكردستاني في نفس موعد إجراء انتخابات في موعد لا يتجاوز ٣١/ كانون الثاني/ ٢٠٠٥.

### المادة الثامنة والخمسون:

(أ) - تقوم الحكومة العراقية الانتقالية ولا سيما الهيئة العليا لحل النزاعات الملكية العقارية وغيرها من الجهات ذات العلاقة، وعلى وجه السرعة، باتخاذ تدابير، من اجل رفع الظلم الذي سببته ممارسات النظام السابق والمتمثلة بتغيير الوضع السكاني لمناطق معينة بضمونها كركوك، من خلال ترحيل ونفي الافراد من اماكن سكناهم، ومن خلال الهجرة القسرية من داخل المنطقة وخارجها، وتوطين الأفراد الغرباء عن المنطقة، وحرمان السكان من العمل، ومن خلال تصحيح القومية. ولمعالجة هذا الظلم، على الحكومة الانتقالية العراقية اتخاذ الخطوات التالية:

١. فيما يتعلق بالمقيمين المرحلين والمنفيين والمهجرين والمهاجرين، وانسجاماً مع قانون الهيئة العليا لحل النزاعات الملكية العقارية، والإجراءات القانونية الأخرى، على الحكومة القيام خلال فترة معقولة، بإعادة المقيمين إلى منازلهم وممتلكاتهم، وإذا تعذر ذلك على الحكومة تعويضهم تعويضاً عادلاً.

٢. بشأن الافراد الذين تم نقلهم الى مناطق و اراض معينة، وعلى الحكومة البت في امرهم حسب المادة ١٠ من قانون الهيئة العليا لحل النزاعات الملكية العقارية، لضمان امكانية اعادة توطينهم، او لضمان امكانية تلقي تعويضات من الدولة، او امكانية تسلمهم لأراض جديدة من الدولة قرب مقر اقامتهم في المحافظة التي قدموا منها، او امكانية تلقيهم تعويضاً عن تكاليف انتقالهم الى تلك المناطق.

٣. بخصوص الاشخاص الذين حرموا من التوظيف او من وسائل معيشية اخرى لغرض اجبارهم على الهجرة من اماكن اقامتهم في الاقاليم والاراضي، على الحكومة ان تشجع توفير فرص عمل جديدة لهم في تلك المناطق والاراضي.

٤. اما بخصوص تصحيح القومية فعلى الحكومة الغاء جميع القرارات ذات

الصلة ، والسماح للأشخاص المتضررين ، بالحق في تقرير هويتهم الوطنية وانتمائهم العرقي بدون اكراه او ضغط .

(ب) - لقد تلاعب النظام السابق أيضاً بالحدود الادارية و غيرها بغية تحقيق اهداف سياسية . على الرئاسة والحكومة العراقية الانتقالية تقديم التوصيات الى الجمعية الوطنية وذلك لمعالجة تلك التغييرات غير العادلة . وفي حالة عدم تمكن الرئاسة الموافقة بالأجماع على مجموعة من التوصيات ، فعلى مجلس الرئاسة القيام بتعيين محكم محايد و بالاجماع لغرض دراسة الموضوع وتقديم التوصيات . وفي حالة عدم قدرة مجلس الرئاسة على الموافقة على محكم ، فعلى مجلس الرئاسة أن يطلب من الأمين العام للأمم المتحدة تعيين شخصية دولية مرموقة للقيام بالتحكيم المطلوب .

(ج) - تؤجل التسوية النهائية للاراضي المتنازع عليها ، ومن ضمنها كركوك ، الى حين استكمال الاجراءات أعلاه ، وإجراء إحصاء سكاني عادل وشفاف و الى حين المصادقة على الدستور الدائم . يجب ان تتم هذه التسوية بشكل يتفق مع مبادئ العدالة ، أخذاً بنظر الاعتبار ارادة سكان تلك الاراضي .

## الباب التاسع - المرحلة ما بعد الإنتقالية

### المادة التاسعة والخمسون :

(أ) - سيحتوي الدستور الدائم على ضمانات تؤكد ان القوات المسلحة العراقية لن تستخدم مجدداً لارهاب الشعب العراقي او قمعه .

(ب) - تماشياً مع مكانة العراق كدولة ذات سيادة ورغبتها بالمساهمة مع دول اخرى في حفظ الامن والسلم ومكافحة الارهاب خلال المرحلة الانتقالية ستكون القوات المسلحة العراقية مشاركا رئيسيا في القوة المتعددة الجنسيات العاملة في العراق تحت قيادة موحدة وفقا لقرار مجلس الامن رقم ١٥١١ لسنة ٢٠٠٣ واية قرارات اخرى لاحقة وذلك الى حين المصادقة على الدستور الدائم وانتخاب

حكومة جديدة وفقاً لهذا الدستور.

(ج) - حال تسلمها السلطة وتماشياً مع مكانة العراق كدولة ذات سيادة، ستكون للحكومة العراقية الانتقالية المنتخبة الصلاحية لعقد الإتفاقيات الدولية الملزمة بخصوص نشاطات القوة المتعددة الجنسيات العاملة في العراق تحت قيادة موحدة، وطبقاً لشروط قرار مجلس الأمن التابع للأمم المتحدة رقم ١٥١١ لسنة ٢٠٠٣، وأي قرارات لاحقة صادرة عن مجلس الأمن ذات العلاقة. لن يؤثر اي شيء في هذا القانون على الحقوق والالتزامات المترتبة على هذه الاتفاقيات او المترتبة على قرار مجلس الأمن المرقم ١٥١١ لسنة ٢٠٠٣ او اية قرارات اخرى لاحقة لمجلس الأمن بهذا الشأن تحكم أعمال القوة المتعددة الجنسيات إلى حين دخول هذه الإتفاقيات حيز التنفيذ.

### المادة الستون:

على الجمعية الوطنية كتابة مسودة للدستور الدائم للعراق. وستقوم هذه الجمعية بأداء هذه المسؤولية بطرق منها تشجيع المناقشات بشأن الدستور بواسطة اجتماعات عامة علنية و دورية في كل انحاء العراق وعبر وسائل الإعلام، وتسلم المقترحات من مواطني العراق اثناء قيامها بعملية كتابة الدستور.

### المادة الواحدة والستون:

(أ) - على الجمعية الوطنية كتابة المسودة للدستور الدائم في موعد أقصاه ١٥ آب ٢٠٠٥.

(ب) - تعرض مسودة الدستور الدائم على الشعب العراقي للموافقة عليه باستفتاء عام. وفي الفترة التي تسبق اجراء الاستفتاء، تنشر مسودة الدستور وتوزع بصورة واسعة لتشجيع اجراء نقاش عام بين أبناء الشعب بشأنها.

(ج) - يكون الاستفتاء العام ناجحاً، ومسودة الدستور مصادقاً عليها، عند

موافقة أكثرية الناخبين في العراق، وإذا لم يرفضها ثلثا الناخبين في ثلاث محافظات أو أكثر.

(د) - عند الموافقة على الدستور الدائم بالاستفتاء، تجري الانتخابات لحكومة دائمة في موعد أقصاه ١٥ كانون الأول ٢٠٠٥، وتتولى الحكومة الجديدة مهامها في موعد أقصاه ٣١ كانون الأول.

(هـ) - إذا رفض الاستفتاء مسودة الدستور الدائم، تحل الجمعية الوطنية. وتجري الانتخابات لجمعية وطنية جديدة في موعد أقصاه ١٥ كانون الأول ٢٠٠٥. إن الجمعية الوطنية والحكومة العراقية الانتقالية الجديدتين ستوليان عندئذ مهامهما في موعد أقصاه ٣١ كانون الأول ٢٠٠٥، وستستمران في العمل وفقاً لهذا القانون، إلا أن المواعيد النهائية لصياغة المسودة الجديدة قد تتغير من أجل وضع دستور دائم لمدة لا تتجاوز سنة واحدة. وسيعهد للجمعية الوطنية الجديدة كتابة مسودة لدستور دائم آخر.

(و) - عند الضرورة، يجوز لرئيس الجمعية الوطنية وبموافقتها بأغلبية اصوات الاعضاء ان يؤكد لمجلس الرئاسة، في مدة اقصاها ١ آب ٢٠٠٥، ان هنالك حاجة لوقت اضافي لاكمال كتابة مسودة الدستور. ويقوم مجلس الرئاسة عندئذ بتمديد المدة لكتابة مسودة الدستور لسته اشهر فقط ولا يجوز تمديد هذه المدة مرة اخرى.

(ز) - اذا لم تستكمل الجمعية الوطنية كتابة مسودة الدستور الدائم بحلول الخامس عشر من شهر آب ٢٠٠٥، ولم تطلب تمديد المدة المذكورة في المادة ١٦ (و) اعلاه، عندئذ يطبق نص المادة ١٦ (هـ) اعلاه.

## المادة الثانية والستون:

يظل هذا القانون نافذاً الى حين صدور الدستور الدائم وتشكيل الحكومة العراقية الجديدة بموجبه

## ملحق التعاريف

### (١) تعريف جمعية العلاقات العامة الدولية

العلاقات العامة هي وظيفة الادارة المستمرة والمخططة التي تسعى بها المؤسسات والمنظمات الخاصة والعامة لكسب تفاهم وتعاطف وتأييد الجماهير التي تهمها، والحفاظ على استمرارها هذا التفاهم والتعاطف والتأييد وذلك من خلال قياس اتجاه الراي العام لضمان توافقه قدر الامكان مع سياساتها وانشطتها وتحقيق المزيد من التعاون الخلاق والاداء الفعال للمصالح المشتركة باستخدام الاعلام الشامل المخطط.

### - Cutlip and Center: Effective Public Relation P. 5

نقلًا عن د. علي عجوة، الاسس العلمية للعلاقات العامة/ عالم الكتب/ القاهرة/ ١٩٧٧ / ص ١٧.

### (٢) تعريف جمعية العلاقات العامة الامريكية

نشاط أي صناعة او اتحاد او هيئة او مهنة او حكومة او أي منشأة اخرى في بناء وتدعيم علاقات سليمة منتجة بينها وبين فئة من الجمهور كالعملاء او الموظفين او المساهمين او الجمهور بوجه عام لكي تحور سياساتها حسب الظروف المحيطة بها وشرح هذه السياسة للمجتمع.

- حسن محمد خير الدين/ العلاقات العامة (المبادئ والتطبيق) مكتبة عين شمس/ ٤٤ شارع القصر العيني بالقاهرة/ دار وهدان للطباعة والنشر/ ص ١٦.

### (٣) تعريف معهد العلاقات العامة البريطاني

الجهود المدروسة والمخططة والمستمرة لبناء تفاهم مشترك والمحافظة عليه بين الجمهور والمؤسسة.

Mrs. Fadila Zalzala: Public Relations (Baghdad university Press, 1981), P.11, 12

د. جميل احمد خضر، العلاقات العامة / الطبعة الاولى / ١٩٩٨ / دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة / عمان / ص ٢٣.

The deliberate Planned & sustained effort to establish and maintain mutual understanding between organization and its public.

(٤) تعريف الجمعية الفرنسية للعلاقات العامة

عرفت بانها صورة من السلوك واسلوب الاعلام والاتصال بهدف بناء وتدعيم العلاقات المليئة بالثقة والتي تقوم على اساس المعرفة والفهم المتبادلين بين المؤسسة وجمهورها المتأثر بوظائف وانشطة تلك المؤسسة.

- محمود محمد الجوهري / العلاقات العامة بين الادارة والاعلام / القاهرة / مكتبة الانجلو المصرية / ١٩٦٨ / ص ١٢٦.

(٥) تعريف قاموس ويبستر

لقد عرفها في طبيعته الحديثة بأن العلاقات العامة نشاط تستهدف تنشيط العملية الاتصالية بهدف خلق الثقة بين المنظمة وجمهورها من خلال نشر المعلومات التي تفسر وتشرح وتنمي العلاقات المتبادلة بالاضافة الى دراسة ردود الافعال وتقييمها.

د. صفوت محمد العالم / فنون العلاقات العامة الطبعة الاولى / ٢٠٠٢ / ص ١٤.

(٦) تعريف ايفي لي (رائد العلاقات العامة في امريكا)

مسؤلية كبرى تتطلب دراسة الاحوال السائدة والعمل على الاصلاح ثم اعلام الناس، بذلك، وان مهمتها مزدوجة تبدأ بدراسة اتجاهات الرأي العام ونصح الشركات بتغير خططها وتعديل سياساتها لخدمة المصلحة العامة ثم اعلام الناس بما تقوم به الشركات من اعمال تهمهم وتخدم مصالحهم.

د. محمد الجوهرى / الاتجاهات الجديدة في العلاقات العامة / مكتبة الانجلو المصرية / ١٩٧١ / الطبعة الاولى / ص ١٨.

نقلًا عن د. جميل احمد خضر / العلاقات العامة / دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة / عمان / ١٩٩٨ / الطبعة الاولى / ص ٢٢.

(٧) تعريف B. Christain كريستان

العلاقات العامة هي الجهود التي تبذل للتاثير على الجمهور عن طريق وسائل الاعلام المختلفة حتى يكون لديها فكرة صحيحة عن المؤسسة في ندرتها في ازماتها، ويساعدونها على تحقيق اهدافها ويشعونها في نشاطها.

د. علي الباز / العلاقات العامة والعلاقات الانسانية والرأي العام / دار الجامعات المصرية / ص ٧٤.

(٨) تعريف ادورد بيرنز (خبير العلاقات العامة الامريكي)

العلاقات العامة هي محاولة كسب تايد الرأي العام بالنسبة لنشاط او قضية او حركة او مؤسسة وذلك عن طريق الاعلام والاقناع والتكيف، ويقصد بالتكيف هنا ايجاد التكامل والتوافق بين مواقف مؤسسة معينة وسلوكها ومواقف جماهيرها ورغباتهم بحيث لا يظفي جانب منها على الجانب الاخر.

ويقول ادوارد بيزيز ان العلاقات العامة الطيبة هي المعادلة الاتية

الاداء الجيد + الاعلام الصادق = علاقات عامة طيبة

- د. علي الباز/ العلاقات العامة والعلاقات الانسانية والرأي العام مع دراسة لطبيعة العلاقات العامة بأجهزة الشرطة/ مكتبة ومطبعة الاشعاع الفنية/ مصر/ طبعة ٢٠٠٢ / ص ٧٥.

(٩) تعريف د. ابراهيم امام

العلاقات العامة ليس دعاية من جانب واحد او التزويق والاشهار، وانما تنطوي على عرض الحقائق على الناس مع تفسيرها وتعليلها وايضاها، كما يجب ايضاً دراسة الرأي العام وتحليله وقياسه وتفسيرها للمؤسسة وعلى ضوء هذه الدراسة المزدوجة المتبادل ويمكن الوصول الى الانسجام او التكيف الاجتماعي.

د. صالح خليل ابو اصبع/ العلاقات العامة والاتصال الانساني/ الطبعة الاولى/ ١٩٩٨ / ص ٨٣.

(١٠) تعريف كانفيلد Canfield Bettran

الفلسفة الاجتماعية للادارة والتي تعبر عنها من خلال انشطتها وسياساتها المعلنة للجمهور وكسب ثقته.

- د. علي الباز/ العلاقات العامة والعلاقات الانسانية والرأي العام مع دراسة لطبيعة العلاقات العامة بأجهزة الشرطة/ مكتبة ومطبعة الاشعاع الفنية/ مصر/ طبعة ٢٠٠٢ / ص ٧٥.

(١١) تعريف الدكتور ابراهيم امام

فن الحصول على رضى الجمهور وثقته وتأييده والوصول الى ذلك عن طريق الاتصال والتفسير الكافين.



(١٢) العلاقات العامة مصطلح للتعبير عن شتى الخدمات تستهدف الاتصال بالجمهور وتقوية الروابط بين المؤسسة والمجتمع، وذلك بإيجاد نمط معين من الاتصال يساعد الجماهير على تنمية العلاقات بينهما ويربطها من قرب او من بعد سواء اكانت هذه العلاقة مباشرة او غير مباشرة.

### (١٣) تعريف مجلة اخبار العلاقات العامة Public Relations News

قامت المجلة بأستقصاء بين مشتركياتها والمشتغلين في العلاقات العامة، ثم جمعت هذه الاقتراحات واستخلصت منها تعريفاً واحداً ذلك في عام ١٩٤٧ والتعريف هو:

«العلاقات العامة هي وظيفة الادارة التي تقوم بتقويم اتجاهات الجمهور وربط سياسات واعمال فردا ومنشأة مع الصالح العام، وبتنفيذ برنامج لكسب تأييد الجمهور وتفاهمه».

د. محمد الجوهري / الاتجاهات الجديدة في العلاقات العامة / مكتبة الانجلو المصرية / ١٩٧١ / الطبعة الاولى / ص ١٨.

نقلاً عن د. جميل احمد خضر / العلاقات العامة / دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة / عمان / ١٩٩٨ / الطبعة الاولى / ص ٢٢.

(١٤) العلاقات العامة عملية مستمرة تستخدم ادوات الاعلام ووسائل الاتصال بعد قياس اتجاهات الرأي العام وتحليل نفسية الجماهير المعنية المتصلة بالهيئات الاجتماعية بصفة مباشرة او بصفة غير مباشرة وكذلك العاملين بالتنظيمات الاجتماعية طبقاً لمنهاج علمي يمكن عن طريقه توصيل رأي المسؤولين في هذه التنظيمات الى جميع الفئات المذكورة من الجماهير بهدف ايجاد التفاهم والاتفاق والتكيف بين المؤسسات وجماهيرها المختلفة وبذلك تتحقق الفائدة للجميع.

## (١٥) تعريف د. ركس هارلو

وهو تعريف جديد للدكتور هارلو يعتبر اوفى واشمل تعريف لهذا النشاط وهو «وظيفة ادارية تساعد على اقامة قنوات من الاتصال من اجل خلق وتوطيد التفاهم والقبول والتعاون بين مؤسسة ما وجمهورها ويشمل ذلك سيطرة المؤسسة على المشكلات والمسائل التي تواجهها، مما يساعد ادارة المؤسسة على ان تكون على علم بما يدور في اوساط الرأي العام، كما يساعد على تحديد مسؤولية الادارة تجاه المصلحة العامة وذلك يجعل ادارة المؤسسة قادرة على التفاعل مع المتغيرات التي تحدث لكونها وسيلة تبؤ بما يدور في الافق من خلال استخدام البحث العلمي والتفاعل مع وسائل الاتصال وتقنياتها المتجددة.

- حمود عبد العزيز البدر/ العلاقات العامة في الجامعات/ مجلة دراسات تربوية/ مجلد الثالث/ ١٩٨٦/ ص ١٢٦.

(١٦) العلاقات العامة عملية مستمرة تستخدم وسائل الاتصال والبحوث الاجتماعية للوصول الى خطط تحقق التفاهم والتكيف بين المنظمات وجمهورها حتى تعم الفائدة.

## (١٧) تعريف كتلب وسنتروبروم

في كتابهم «العلاقات العامة الفعالة» يعرف كتلب وسنتروبروم العلاقات العامة بأنها «وظيفة الادارة التي تحدد وتؤسس وتديم علاقات متبادلة مفيدة بين منظمة وجمهورها المختلفة التي تعتمد نجاحها او فشلها.

Cutlip ، S. M Center، A. H. Broom، G. M Effective  
Public Relation، 6th ed، London: Prentice،Hall  
Intemational، 1985.

نقلًا عن د. محمد ناجي الجوهر/ العلاقات العامة (المبادئ والتطبيقات،

رؤية معاصرة)، الإدارات العربية المتحدة/ دار القلم للنشر والطباعة/ دبي/  
الطبعة الاولى / ٢٠٠٤ / ص ١٩ .

(١٨) العلاقات العامة تتضمن كافة اشكال الاتصالات المخططة الداخلية  
والخارجية بين مسؤولي العلاقات العامة وادارة المؤسسة من جهة وبين المؤسسة  
وجمهورها من جهة اخرى، الهدف من هذه الخطط هو تنفيذ اهداف محددة تتعلق  
بالتفاهم المتبادل.

### (١٩) تعريف ارنوف وباسكن Aronf & baskin

هي وظيفة ادارية تساعد في تحديد اهداف المنظمة وتسهل التغير فيها، ويقوم  
ممارسو العلاقات العامة بالاتصال مع الجمهور الداخلي والخارجي الذين لهم صلة،  
وذلك لخلق تماسك بين اهداف المنظمة والتوقعات المجتمعة. ويطور وينفذ ويقيم  
ممارسو العلاقات العامة برامج المؤسسات والجماهير.

نقلاً عن د. صالح خليل ابو اصبع / ادارة المؤسسات الاعلامية في الوطن  
العربي/ دار آرام للدراسات والنشر والتوزيع/ عمان - الاردن / ١٩٩٧/  
ص ٣٣٢.

### (٢٠) تعريف بول جاريت للعلاقات العامة

اتجاه اساسي وفلسفة للادارة تعتمد بأنانية مستنيرة وضع المصلحة العامة في  
المقام الاول في كل قرار على سير اعمال المنظمة.

- زياد محمد الشрман، عبد الغفور عبد السلام/ مبادئ العلاقات العامة/  
دار صفاء للطباعة والنشر والتوزيع/ عمان/ الطبعة الاولى / ٢٠٠١ / ص ١٦ .

### (٢١) تعريف مارشال ديموك

ان اساس العلاقات العامة في القيم التي توجه العمل الحكومي وتجعله  
مستجيباً لمتطلبات واحتياجات الجمهور وامانية.

- زياد محمد الشрман، عبد الغفور عبد السلام/ مبادئ العلاقات العامة/  
دار صفاء للطباعة والنشر والتوزيع/ عمان/ الطبعة الاولى/ ٢٠٠١ / ص ١٥.

(٢٢) تعريف جون مارستون

العلاقات العامة وظيفة هامة من وظائف الادارة معنية بتحليل سلوك الجمهور لمعرفة اتجاهاته واحتياجاته والعمل على وضع البرامج التي تتفق مع الصالح العام في مقابلة هذه الاحتياجات.

- زياد محمد الشрман، عبد الغفور عبد السلام/ مبادئ العلاقات العامة/  
دار صفاء للطباعة والنشر والتوزيع/ عمان/ الطبعة الاولى/ ٢٠٠١ / ص ١٥.

(٢٣) تعريف لورنس ايلي

هو عمل المنظمة الادارية الذي يؤثر في آراء جمهورها تجاهها هي العلاقات العامة.

- زياد محمد الشрман، عبد الغفور عبد السلام/ مبادئ العلاقات العامة/  
دار صفاء للطباعة والنشر والتوزيع/ عمان/ الطبعة الاولى/ ٢٠٠١ / ص ١٦.

(٢٤) تعريف خاص للعلاقات العامة

العلاقات العامة تتضمن كافة الاتصالات المخططة، الداخلية والخارجية، بين مسؤولي العلاقات العامة وادارة المؤسسة من جهة، وبين المؤسسة وجمهورها من جهة اخرى، الهدف من هذه الخطط هو تنفيذ اهداف محددة تتعلق بالتفاهم المتبادل.

- الياس سلوم/ تقنية العلاقات العامة/ سلسلة الرضا للمعلومات/ الطبعة  
الاولى/ ٢٠٠٠ / ص ١١.

(٢٥) تعريف ريموز ميللر

انها الدراسة الدقيقة لاسباب السلوك الانساني.

د. احمد كمال احمد / العلاقات العامة / مكتبة الانجلو المصرية / الطبعة  
الثالثة / ١٩٧٥ / ص ١٨.

نقلاً عن

Plachavd D. H. & Blackman C., Blue Print for  
Publicelation, Newyork, Mc.Grow Hill Co, Inc. 1947.

(٢٦) تعريف بلاكا مذوبلاكان

انها الفلسفة التي تسير عليها منظمة ما.

د. احمد كمال احمد / العلاقات العامة / مكتبة الانجلو المصرية / الطبعة  
الثالثة / ١٩٧٥ / ص ١٨.

نقلاً عن

Cantil, Hadiey, "Saunging Public Opienion Prineeten  
J Prineeton University Press, 1947.

(٢٧) تعريف دائرة المعارف الامريكية

العلاقات العامة هي الفن الذي يقوم على التحليل والتاثير والتفسير لموضوع  
معين سواء كان هذا الموضوع يدور حول فكرة او حول شخص او حول مجموعة  
ما، يقصد تهيئة السبل امام الجماهير لكي يعرف الفائدة التي يتضمنها هذا الموضوع  
وانه يستفيد فعلاً من اداء ذلك.

د. احمد كمال احمد / العلاقات العامة / مكتبة الانجلو المصرية / الطبعة  
الثالثة / ١٩٧٥ / ص ١٨.

## (٢٨) تعريف زياد الشрман

العلاقات العامة في مفهومها المعاصر والشامل هي حصيلة التفاعلات الايجابية ولذلك السلبية بين الجمهور بمختلف طبقاته الاجتماعية والاقتصادية والادارة الحكومية، ولا شك ان نسبة التفاعل الايجابي او السلبي تتوقف على مستوى التقدم العام في الدولة والتي يقصد بها نسبة وجود المتعلمين والمتعلمات ونسبة التقدم القومي بكل جوانبه الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والادارية والتكنولوجية.

- زياد محمد الشрман، عبد الغفور عبد السلام/ مبادئ العلاقات العامة/ دار صفاء للطباعة والنشر والتوزيع/ عمان/ الطبعة الاولى/ ٢٠٠١ / ص ١٧.

## (٢٩) تعريف كندال

هي عملية يتم من خلالها تبادل النفع بين الوحدات الاجتماعية بصورة تدعم العلاقات مع الجماهير النوعية. وهي يمثل ظاهرة تقسم بها المجتمعات المتحضرة وتعد بمثابة نقد دفاعي يستهدف وقاية المؤسسة من كافة اشكال النقد او الهجوم الذي قد يمس مكانة المؤسسة ويسئ الى سمعتها ومعادلة الدفاع عن الصورة المثلى للمؤسسة المنظمة في اذهان الجماهير وهي تمثل نظاماً وقائياً يطمح الى تحقيق الفعالية والتأثير وكفلسفة توجه عمل العلاقات العامة داخل وخارج التنظيم الاداري.

د. صفوت محمد العالم/ فنون العلاقات العامة/ ط ١ / ٢٠٠٢ / ص ١٦.

## (٣٠) تعريف احمد كمال وعدي سليمان

عملية قياس وتحليل الرأي العام لتوصيل رأي الجمهور للمؤسسات من ناحية او لتوصيل رأي المسؤولين في المؤسسات الى الجمهور من ناحية اخرى، وهي عملية مستمرة تهدف الى كسب رأي الجمهور والابقاء عليه.

(٣١) العلاقات العامة علم وفن يستند الى اسس علم الاجتماع الانساني

ويسعى الى تحسين العلاقات بين الناس لا في حياتهم الخاصة وانما في حياتهم الجماعية.

(٣٢) العلاقات العامة ترعى العلاقات الانسانية من خلايا المجتمع تكسب ود الجماهير وتضمن التفاهم بين المؤسسات من جهة وبين الجماهير من جهة اخرى.

(٣٣) العلاقات العامة فن مسايرة الناس ومجاراتهم.

(٣٥) العلاقات العامة هي العملية المستمرة للسياسات العليا والخدمات والافعال من اجل مصالح اولئك الافراد وتلك الجماعات التي يقدر الفرد او المؤسسة ثقتها ونيتها الطيبة، والعلاقات العامة تفسير هذه السياسات والخدمات والافعال لتأكيد الفهم والتقدير الكاملين.

(٣٦) العلاقات العامة هي الوظيفة الادارية التي تعنى بأنشاء وصيانة العلاقات النافعة والمتبادلة بين المنظمة وجماهيرها والتي يتوقف عليها نجاح المنظمة او فشلها/ الجمال ص ٢٥.

(٣٧) تعريف الاجتماع الدولي لجمعيات العلاقات العامة في ١٩٧٨

العلاقات العامة هي فن وعلم الاجتماع لتحليل الاتجاهات، توقع نتائجه، نظج وارشاد قادة المنظمات، وتطبيق برامج تنفيذية مخططة والتي سوف تخدم كلاً من المنظمة والمصلحة العامة.

(٣٨) تعريف معهد العلاقات العامة في ١٩٨٧

العلاقات العامة عبارة عن الجهد التخطيطي والمتواصل لانشاء والمحافظة على الشخصية الطيبة والفهم المتبادل بين المنظمة وجماهيرها.

(٣٩) تعريف ثانٍ لحدث معهد العلاقات العامة

العلاقات العامة هي نظام يهتم بسمعة المنظمة او منتجاتها او افرادها بهدف

كسب الفهم والتزعيم.

#### (٤٠) تعريف Baskin, etal 1997

العلاقات العامة هي الوظيفة الادارية التي تساعد المنظمات في تحديد اهدافها وبلوغها، وتحديد فلسفتها، وتسهيل عمليات التغير داخل المنظمة، ويمارس رجال العلاقات العامة العمليات الاتصالية مع كل من الجماهير الداخلية والخارجية التي تربط بها المنظمة لتطوير علاقات ايجابية وخلق حالة من التوافق بين اهداف المنظمات وتوقعات المجتمع. وليقوم رجال العلاقات العامة بوضع وتنفيذ وتقويم برامج المنظمات لتطوير تبادل التأثير والتفاهم بين كل مكونات المنظمة وبينها وبين المجتمع.

#### (٤١) تعريف Austin & Pinkleton 2001

العلاقات العامة هي الوظيفة التي تحدد وتبين وتحافظ على علاقات ذات منفعة متبادلة بين المنظمة والجماهير التي يتوقف عليها نجاح المنظمة واخفائها.  
الجمال ص ٣٨.



## المعهد الديمقراطي الوطني للشؤون الدولية

### National democratic Institute for International

### Affairs

يُعد المعهد الديمقراطي الوطني للشؤون الدولية منظمة ذات اهداف غير تجارية تعمل من أجل توطيد الديمقراطية ونشرها عبر العالم. ويقدم المعهد الديمقراطي الوطني، عن طريق شبكة دولية من الخبراء المتطوعين، مساعدة عملية لقادة منظمات المجتمع المدني والمنظمات السياسية الذين يسعون الى تنمية القيم والممارسات والمؤسسات الديمقراطية. ويعمل المعهد مع الديمقراطيين في كل مناطق العالم على بناء منظمات سياسية ومدنية، وضمان قيام انتخابات حرة ونزيهة، وتعزيز مشاركة المواطنين، والتشجيع على اعتماد الشفافية والمساءلة في الحكم. يعتمد نمط الحكم الديمقراطي على وجود هيئة تشريعية تمثل المواطنين وتراقب السلطة التنفيذية، وعلى سلطة قضائية مستقلة تصون دولة الحق والقانون، وعلى احزاب سياسية متفتحة ومسؤولة، وعلى انتخابات تسمح للناخبين بأختيار ممثليهم بكل حرية. وللقيام بدور المحفز على تنمية الديمقراطية، يدعم المعهد المؤسسات والعمليات التي تساعد على اشاعة الديمقراطية.

بناء المنظمات السياسية والوطنية: يساعد المعهد على بناء مؤسسات راسخة على قاعدة واسعة وتتمتع بتنظيم جيد لتشكل اساس ثقافة مدنية قوية. أن الديمقراطية مرهونة بقيام هذه المؤسسات التي تقوم بدور الوسيط وتكون بمثابة صوت المواطنين الواعين وتربط فيما بينهم وبين الدولة وتوفر سبل المشاركة في السياسة العمومية.

ضمان نزاهة الانتخابات: يعمل المعهد الديمقراطية الوطني ايضاً على اقامة انتخابات شفافة وديمقراطية. في هذا المضمار، طلبت احزاب سياسية وحكومات من المعهد دراسات القوانين الانتخابية وتقديم توصيات بغرض تحسينها. كما يوفر

المعهد المساعدة التقنية للأحزاب السياسية وللهيئات المدنية للقيام بحملات تربية الناخبين وتنظيم برامج لمراقبة العمليات الانتخابية. ويعد المعهد رائداً على المستوى الدولي في مجال مراقبة الانتخابات حيث سبق له ان سهر على تنظيم بعثات دولية للقيام بعمليات مراقبة الانتخابات في العشرات من الدول والمساعدة على ان تكون نتائج الانتخابات تعكس ارادة السكان.

إشاعة الشفافية والمساءلة: يستجيب المعهد لطلبات الحكومات والبرلمانات والأحزاب السياسية ومنظمات المجتمع المدني التي تسعى للحصول على نصائح في مختلف المجالات من قضايا الإجراءات التشريعية لخدمة سكان الدوائر الانتخابية أو كيفية إحداث التوازن في العلاقات المدنية العسكرية في ظل النظام الديمقراطي. ويسعى المعهد أيضاً الى بناء هيئات تشريعية ومؤسسات حكم محلي احترافية، ومسؤولة، وشفافة وقادرة على الاستجابة لمواطنيها.

يشكل التعاون الدولي عاملاً أساسياً لتوطيد اسس الديمقراطية بشكل فعال وفعلي. كما يعطي اشارة عميقة للديمقراطيات الجديدة والناشئة على امكانية اعتمادها على حلفاء دوليين وعلى سند فاعل في الوقت الذي تبقى فيه الانظمة الاستبدادية معزولة تخشى العالم الخارجي. يوجد المقر الرئيسي للمعهد الوطني الديمقراطي بالعاصمة واشنطن ولديه مكاتب محلية في كل مناطق العالم، وبالإضافة الى قدرات موظفيه، يستعين المعهد بخبراء متطوعين من مختلف أنحاء العالم يعتبر العديد منهم من الممارسين المحنكين للنضال الديمقراطي في بلدانهم ولهم آراء وجهية في مجال تنمية الديمقراطية.

## الدستور المقدم الى الامم المتحدة والذي سيوصت عليه يوم ١٥ تشرين الاول ٢٠٠٥

### الديباجة

بسم الله الرحمن الرحيم

{ولقد كررنا بني ادم}

نَحْنُ أَبْنَاءُ وَاوَدِي الرَّاغِدِيْنَ، مَوْطِنِ الرُّسُلِ وَالْأَنْبِيَاءِ، وَمَثْوَى الْأُمَّةِ الْأَطْهَارِ، وَمَهْدِ الْحَضَارَةِ، وَصُنَاعِ الْكِتَابَةِ، وَرَوَادِ الزَّرَاعَةِ، وَوُضَاعِ التَّرْقِيمِ. عَلَى أَرْضِنَا سَنَّ أَوَّلِ قَانُونٍ وَضَعَهُ الْإِنْسَانُ، وَفِي وَطْنِنَا حُطَّ أَعْرَقَ عَهْدٌ عَادِلٌ لِسِيَاسَةِ الْأَوْطَانِ، وَفَوْقَ تَرَابِنَا صَلَّى الصَّحَابَةُ وَالْأَوْلِيَاءُ، وَنَظَرَ الْفَلَسِيفَةُ وَالْعُلَمَاءُ، وَأَبَدَعَ الْأُدْبَاءُ وَالشُّعْرَاءُ.

عَرَفْنَا مَنْ أَحَقَّ اللَّهُ عَلَيْنَا، وَتَلْبِيَةً لِنَدَاءِ وَطْنِنَا وَمُؤَاظِنِنَا، وَاسْتِجَابَةً لِدَعْوَةِ قِيَادَاتِنَا الدِّيْنِيَّةِ وَقَوَانِنِ الْوَطْنِيَّةِ وَإِصْرَارِ مَرَاجِعِنَا الْعِظَامِ وَزُعْمَانِنَا وَسِيَاسِيْنِنَا، وَوَسْطِ مُؤَاوَزَةِ عَالَمِيَّةٍ مِنْ أَصْدِقَائِنَا وَمُحِبِّيْنَا، زَحَفْنَا لِأَوَّلِ مَرَّةٍ فِي تَارِيخِنَا لِصِنَادِيْقِ الْاِقْتِرَاعِ بِالْمَلَائِيْنَ، رِجَالًا وَنِسَاءً وَشَبَابًا فِي الثَّلَاثِيْنَ مِنْ شَهْرِ كَانُونِ الثَّانِي مِنْ سَنَةِ أَلْفِيْنَ وَخَمْسِ مِيْلَادِيَّةٍ، مُسْتَذَكْرِيْنَ مَوَاجِعِ الْقَمْعِ الطَّائِفِي مِنْ قَبْلِ الطُّغْمَةِ الْمُسْتَبْدَةِ، وَمُسْتَلْهِمِيْنَ فَجَائِعِ شُهْدَاءِ الْعِرَاقِ شِيْعَةٍ وَسَنَةِ، عَرَبًا وَكُورْدًا وَتُرْكْمَانًا، وَمِنْ مُكَوَّنَاتِ الشَّعْبِ جَمِيْعِهَا، وَمُسْتَوْحِيْنَ ظُلَامَةِ اسْتِبَاحَةِ الْمُدُنِ الْمُقَدَّسَةِ وَالْجَنُوبِ فِي الْاِنْتِفَاضَةِ الشَّعْبَانِيَّةِ، وَمُكْتَوِيْنَ بِلْطَى شَجْنِ الْمَقَابِرِ الْجَمَاعِيَّةِ وَالْأَهْوَارِ وَالْدَجِيْلِ وَغَيْرِهَا، وَمُسْتَنْطَقِيْنَ عَذَابَاتِ الْقَمْعِ الْقَوْمِيِّ فِي مَجَازِرِ حَلْبَجَةِ وَبَارزَانَ وَالْأَنْفَالِ وَالْكُورْدِ الْفِيْلِيْنَ، وَمُسْتَرْجِعِيْنَ مَآسِيِ التُّرْكْمَانَ فِي بَشِيْرٍ، وَمُعَانَاةِ أَهْلِ الْمُنْطَقَةِ الْغَرِيْبَةِ كِبَقِيَّةِ مَنَاطِقِ الْعِرَاقِ مِنْ تَصْفِيَّةِ قِيَادَاتِهَا وَرُمُوزِهَا وَشَيْوْخِهَا وَتَشْرِيْدِ كِفَآئِهَا وَتَجْفِيْفِ مَنَابِعِهَا الْفِكْرِيَّةِ وَالثَّقَافِيَّةِ، فَسَعِيْنًا يَدًا بِيْدٍ، وَكَتَفًا بِكَتْفٍ، لِنُصَّعَ عِرَاقِنَا الْجَدِيْدِ، عِرَاقِ الْمُسْتَقْبَلِ، مِنْ دُونِ نَعْرَةِ طَائِفِيَّةٍ، وَلَا نَزْعَةِ عُنْصُرِيَّةٍ، وَلَا عَقْدَةِ مَنَاطِقِيَّةٍ، وَلَا تَمِيْزٍ، وَلَا إِقْصَاءِ.

لم يُثبنا التكفير والإرهاب من أن نمضي قُدماً لبناء دولة القانون، ولم تُوقفنا الطائفية والعنصرية من أن نسير معاً لتعزيز الوحدة الوطنية، وانتهاج سبيل التداول السلمي للسلطة، وتبني أسلوب التوزيع العادل للثروة، ومنح تكافؤ الفرص للجميع. نحن شعب العراق الناهض تَوّاً من كِبوتِه، والمتطلع بثقة الى مستقبله من خلال نظام جمهوري إتحادي ديمقراطي تعدّدي، عقّدنا العزم برجالنا ونسائنا، وشيوخنا وشبابنا، على احترام قواعد القانون، وتحقيق العدل والمساواة، ونبذ سياسة العدوان، والاهتمام بالمرأة وحقوقها، والشيوخ وهمومه، والطفل وشؤونهِ، وإشاعة ثقافة التنوع، ونزع فتيل الإرهاب. نحن شعب العراق الذي آلى على نفسه بكل مكوناته وأطيافه أن يُقرّر بحريته واختياره الإتحاد بنفسه، وأن يتعظ لغده بألمه، وأن يسُن من منظومة القيم والمثل العليا لرسالات السماء ومن مستجدات علم وحضارة الإنسان هذا الدستور الدائم. إن الالتزام بهذا الدستور يحفظ للعراق اتحادهُ الحرّ شعباً وأرضاً وسيادةً.

## الباب الاول

### المبادئ الاساسية

المادة (١): جمهورية العراق دولة مستقلة ذات سيادة، نظام الحكم فيها جمهوري نيابي (برلماني) ديمقراطي إتحادي.

المادة (٢):

اولاً:- الاسلام دين الدولة الرسمي، وهو مصدرٌ اساس للتشريع:

أ- لا يجوز سن قانون يتعارض مع ثوابت احكام الاسلام.

ب- لا يجوز سن قانون يتعارض مع مبادئ الديمقراطية.

ج- لا يجوز سن قانون يتعارض مع الحقوق والحريات الاساسية الواردة في

هذا الدستور.

ثانياً:- يضمن هذا الدستور الحفاظ على الهوية الاسلامية لغالبية الشعب العراقي، كما ويضمن كامل الحقوق الدينية لجميع الافراد في حرية العقيدة والممارسة الدينية، كالمسيحيين، والايديين، والصابئة المندائيين.

المادة (٣): العراق بلدٌ متعدد القوميات والاديان والمذاهب، وهو جزءٌ من العالم الاسلامي، وعضوٌ مؤسسٌ وفعالٌ في جامعة الدول العربية، وملتزمٌ بميثاقها.

#### المادة (٤):

اولاً:- اللغة العربية واللغة الكردية هما اللغتان الرسميتان للعراق، ويضمن حق العراقيين بتعليم ابنائهم باللغة الام كالتركمانية، والسريانية، والارمنية، في المؤسسات التعليمية الحكومية، وفقاً للضوابط التربوية، او بأية لغة اخرى في المؤسسات التعليمية الخاصة. ثانياً:- يحدد نطاق المصطلح لغة رسمية، وكيفية تطبيق احكام هذه المادة بقانونٍ يشمل:

أ- اصدار الجريدة الرسمية باللغتين .

ب- التكلم والمخاطبة والتعبير في المجالات الرسمية كمجلس النواب، ومجلس الوزراء، والمحاكم، والمؤتمرات الرسمية، بأيٍ من اللغتين.

ج- الاعتراف بالوثائق الرسمية والمراسلات باللغتين واصدار الوثائق الرسمية بهما.

د- فتح مدارس باللغتين وفقاً للضوابط التربوية.

هـ- اية مجالات اخرى يحتمها مبدأ المساواة، مثل الاوراق النقدية، وجوازات السفر، والطوابع.

ثالثاً:- تستعمل المؤسسات والاجهزة الاتحادية في اقليم كردستان اللغتين.

رابعاً: - اللغة التركمانية واللغة السريانية لغتان رسميتان أخريان في الوحدات الادارية التي يشكلون فيها كثافةً سكانية.

خامساً: - لكل اقليم او محافظة اتخاذ لغة محلية اخرى، لغةً رسمية اضافية، اذا اقرت غالبية سكانها ذلك باستفتاء عام.

المادة (٥): السيادة للقانون، والشعب مصدر السلطات وشرعيتها، يارسها بالاقتراع السري العام المباشر وعبر مؤسساته الدستورية.

المادة (٦): يتم تداول السلطة سلمياً، عبر الوسائل الديمقراطية المنصوص عليها في هذا الدستور.

المادة (٧):

اولاً: - يحظر كل كيان او نهج يتبنى العنصرية او الارهاب او التكفير أو التطهير الطائفي، او يجرّض أو يمهد أو يمجد او يروج أو يبرر له، وبخاصة البعث الصدامي في العراق ورموزه، وتحت أي مسمى كان، ولا يجوز ان يكون ذلك ضمن التعددية السياسية في العراق، وينظم ذلك بقانون.

ثانياً: - تلتزم الدولة بمحاربة الارهاب بجميع اشكاله، وتعمل على حماية اراضيها من ان تكون مقراً أو ممرأاً أو ساحةً لنشاطه.

المادة (٨): يرفع العراق مبادئ حسن الجوار، ويلتزم بعدم التدخل في الشؤون الداخلية للدول الاخرى، ويسعى لحل النزاعات بالوسائل السلمية، ويقيم علاقاته على اساس المصالح المشتركة والتعامل بالمثل، ويحترم التزاماته الدولية.

المادة (٩):

اولاً: - أ- تتكون القوات المسلحة العراقية والاجهزة الامنية من مكونات الشعب العراقي، بما يراعي توازنها وتمائلها دون تمييز او اقصاء، وتخضع لقيادة

السلطة المدنية، وتدافع عن العراق، ولا تكون أداة لقمع الشعب العراقي، ولا تتدخل في الشؤون السياسية، ولا دور لها في تداول السلطة.

ب- يحظر تكوين ميليشيات عسكرية خارج اطار القوات المسلحة.

ج- لا يجوز للقوات العراقية المسلحة وافرادها، وبضمنهم العسكريون العاملون في وزارة الدفاع أو أية دوائر أو منظمات تابعة لها، الترشيح في انتخابات لإشغال مراكز سياسية، ولا يجوز لهم القيام بحملات انتخابية لصالح مرشحين فيها، ولا المشاركة في غير ذلك من الاعمال التي تمنعها انظمة وزارة الدفاع، ويشمل عدم الجواز هذا أنشطة اولئك الافراد المذكورين آنفاً التي يقومون بها بصفتهم الشخصية او الوظيفية، دون ان يشمل ذلك حقهم بالتصويت في الانتخابات.

د- يقوم جهاز المخابرات الوطني العراقي بجمع المعلومات، وتقويم التهديدات الموجهة للأمن الوطني، وتقديم المشورة للحكومة العراقية، ويكون تحت السيطرة المدنية، ويخضع لرقابة السلطة التشريعية، ويعمل وفقاً للقانون، وبموجب مبادئ حقوق الانسان المعترف بها.

هـ- تحترم الحكومة العراقية، وتنفذ، التزامات العراق الدولية الخاصة بمنع انتشار وتطوير وإنتاج واستخدام الاسلحة النووية والكيميائية والبيولوجية، ويُمنع ما يتصل بتطويرها وتصنيعها وانتاجها واستخدامها من معدات ومواد وتكنولوجيا وأنظمة للاتصال.

ثانياً :- تنظم خدمة العلم بقانون.

المادة (١٠):

العبثات المقدسة، والمقامات الدينية في العراق، كيانات دينية وحضارية، وتلتزم الدولة بتأكيد وصيانة حرمتها، وضمان ممارسة الشعائر بحرية فيها.

**المادة (١١):**

بغداد عاصمة جمهورية العراق.

**المادة (١٢):**

اولاً :- ينظم بقانون، علم العراق وشعاره ونشيدته الوطني بما يرمز الى مكونات الشعب العراقي.

ثانياً :- تنظم بقانون، الاوسمة والعطلات الرسمية والمناسبات الدينية والوطنية والتقويم الهجري والميلادي.

**المادة (١٣):**

اولاً :- يُعد هذا الدستور القانون الاسمى والاعلى في العراق، ويكون ملزماً في انحائه كافة، وبدون استثناء. ثانياً :- لا يجوز سن قانون يتعارض مع هذا الدستور، ويُعد باطلاً كل نص يرد في دساتير الاقاليم، او أي نص قانوني آخر يتعارض معه .

**الباب الثاني****الحقوق والحريات****الفصل الأول****( الحقوق )**

اولاً :- الحقوق المدنية والسياسية

**المادة (١٤):**

العراقيون متساوون أمام القانون دون تمييز بسبب الجنس أو العرق أو القومية أو الأصل أو اللون أو الدين أو المذهب أو المعتقد أو الرأي أو الوضع الاقتصادي أو الاجتماعي.



#### المادة (١٥):

لكل فرد الحق في الحياة والأمن والحرية، ولا يجوز الحرمان من هذه الحقوق أو تقييدها إلا وفقاً للقانون، وبناءً على قرار صادرٍ من جهة قضائية مختصة.

#### المادة (١٦):

تكافؤ الفرص حقٌّ مكفولٌ لجميع العراقيين، وتكفل الدولة اتخاذ الإجراءات اللازمة لتحقيق ذلك.

#### المادة (١٧):

أولاً:- لكل فرد الحق في الخصوصية الشخصية، بما لا يتنافى مع حقوق الآخرين، والآداب العامة .

ثانياً:- حرمة المساكن مصنونة، ولا يجوز دخولها او تفتيشها او التعرض لها الا بقرار قضائي، ووفقاً للقانون.

#### المادة (١٨):

أولاً:- العراقي هو كل من ولد لأبٍ عراقي أو لأم عراقية.

ثانياً:- الجنسية العراقية حقٌ لكل عراقي، وهي أساسٌ لمواطنته.

ثالثاً:- أ- يحظر إسقاط الجنسية العراقية عن العراقي بالولادة لأي سبب من الأسباب، ويحق لمن اسقطت عنه طلب استعادتها، وينظم ذلك بقانون.

ب- تسحب الجنسية العراقية من المتجنس بها في الحالات التي ينص عليها القانون.

رابعاً:- يجوز تعدد الجنسية للعراقي، وعلى من يتولى منصباً سيادياً أو اميناً رفيعاً، التخلي عن اية جنسية اخرى مكتسبة، وينظم ذلك بقانون.

خامساً:- لا تمنح الجنسية العراقية لأغراض سياسة التوطين السكاني المخل

بالتركيبة السكانية في العراق.

سادساً :- تنظم أحكام الجنسية بقانون، وينظر في الدعاوى الناشئة عنها من قبل المحاكم المختصة.

المادة (١٩):

أولاً :- القضاء مستقل لا سلطان عليه لغير القانون.

ثانياً :- لا جريمة ولا عقوبة إلا بنص، ولا عقوبة إلا على الفعل الذي يعده القانون وقت اقترافه جريمة، ولا يجوز تطبيق عقوبة اشد من العقوبة النافذة وقت ارتكاب الجريمة.

ثالثاً :- التقاضي حقٌ مضمونٌ ومكفولٌ للجميع.

رابعاً :- حق الدفاع مقدسٌ ومكفولٌ في جميع مراحل التحقيق والمحاكمة.

خامساً :- المتهم بريء حتى تثبت إدانته في محاكمة قانونية عادلة، ولا يحاكم المتهم عن التهمة ذاتها مرةً أخرى بعد الإفراج، عنه إلا إذا ظهرت أدلة جديدة.

سادساً :- لكل فرد الحق في أن يعامل معاملةً عادلةً في الإجراءات القضائية والإدارية.

سابعاً :- جلسات المحاكم علنية إلا إذا قررت المحكمة جعلها سريةً.

ثامناً :- العقوبة شخصية.

تاسعاً :- ليس للقوانين اثر رجعي ما لم يُنص على خلاف ذلك، ولا يشمل هذا الاستثناء قوانين الضرائب والرسوم.

عاشراً :- لا يسرى القانون الجزائي بأثر رجعي إلا إذا كان أصلح للمتهم.

حادي عشر :- تتدب المحكمة محامياً للدفاع عن المتهم بجناية أو جنحة لمن ليس له محام يدافع عنه، وعلى نفقة الدولة.

ثاني عشر :- أ- يحظر الحجز.

ب- لا يجوز الحبس أو التوقيف في غير الأماكن المخصصة لذلك وفقاً لقوانين السجون المشمولة بالرعاية الصحية والاجتماعية والخاضعة لسلطات الدولة.

ثالث عشر :- تعرض أوراق التحقيق الابتدائي على القاضي المختص خلال مدة لا تتجاوز أربعاً وعشرين ساعة من حين القبض على المتهم، ولا يجوز تمديدها إلا مرة واحدة وللمدة ذاتها.

المادة (٢٠):

للمواطنين رجالاً ونساءً، حق المشاركة في الشؤون العامة، والتمتع بالحقوق السياسية، بما فيها حق التصويت والانتخاب والترشيح.

المادة (٢١):

أولاً :- يحظر تسليم العراقي الى الجهات والسلطات الاجنبية.

ثانياً :- ينظم حق اللجوء السياسي إلى العراق بقانون، ولا يجوز تسليم اللاجئ السياسي إلى جهة أجنبية، أو إعادته قسراً إلى البلد الذي فر منه.

ثالثاً :- لا يمنح حق اللجوء السياسي إلى المتهم بارتكاب جرائم دولية أو إرهابية، أو كل من الحق ضرراً بالعراق.

ثانياً :- الحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية

المادة (٢٢):

أولاً :- العمل حق لكل العراقيين بما يضمن لهم حياة كريمة.

ثانياً :- ينظم القانون، العلاقة بين العمال واصحاب العمل على اسس اقتصادية، مع مراعاة قواعد العدالة الاجتماعية.

ثالثاً :- تكفل الدولة حق تأسيس النقابات

الاتحادات المهنية، أو الانضمام إليها، وينظم ذلك بقانون.

#### المادة (٢٣):

أولاً:- الملكية الخاصة مصنونة، ويحق للمالك الانتفاع بها واستغلالها والتصرف بها، في حدود القانون.

ثانياً:- لا يجوز نزع الملكية إلا لأغراض المنفعة العامة مقابل تعويضٍ عادل، وينظم ذلك بقانون.

ثالثاً:- أ- للعراقي الحق في التملك في أي مكانٍ في العراق، ولا يجوز لغيره تملك غير المنقول، الا ما استثني بقانون.

ب- يحظر التملك لأغراض التغيير السكاني.

#### المادة (٢٤):

تكفل الدولة حرية الانتقال للأيدي العاملة والبضائع ورؤوس الاموال العراقية بين الاقاليم والمحافظات، وينظم ذلك بقانون.

#### المادة (٢٥):

تكفل الدولة اصلاح الاقتصاد العراقي وفق اسس اقتصادية حديثة وبما يضمن استثمار كامل موارده، وتنويع مصادره، وتشجيع القطاع الخاص وتنميته.

#### المادة (٢٦):

تكفل الدولة تشجيع الاستثمارات في القطاعات المختلفة، وينظم ذلك بقانون.

#### المادة (٢٧):

أولاً:- للأموال العامة حرمة، وحمايتها واجب على كل مواطن.

ثانياً :- تنظم بقانون، الاحكام الخاصة بحفظ املاك الدولة وادارتها وشروط التصرف فيها، والحدود التي لا يجوز فيها النزول عن شيء من هذه الاموال.

المادة (٢٨):

اولاً :- لا تفرض الضرائب والرسوم، ولا تعدل، ولا تجبى، ولا يعفى منها، إلا بقانون .

ثانياً :- يعفى اصحاب الدخول المنخفضة من الضرائب، بما يكفل عدم المساس بالحد الأدنى اللازم للمعيشة، وينظم ذلك بقانون.

المادة (٢٩):

أولاً :- أ- الأسرة أساس المجتمع، وتحافظ الدولة على كيانها وقيمها الدينية والأخلاقية والوطنية.

ب- تكفل الدولة حماية الأمومة والطفولة والشيخوخة، وترعى النشء والشباب، وتوفر لهم الظروف المناسبة لتنمية ملكاتهم وقدراتهم.

ثانياً :- للأولاد حق على والديهم في التربية والرعاية والتعليم، وللوالدين حق على أولادهم في الاحترام والرعاية، ولا سيما في حالات العوز والعجز والشيخوخة.

ثالثاً :- يحظر الاستغلال الاقتصادي للأطفال بصورة كافية، وتتخذ الدولة الإجراءات الكفيلة بحمايتهم.

رابعاً :- تمنع كل أشكال العنف والتعسف في الأسرة والمدرسة والمجتمع.

المادة (٣٠):

أولاً :- تكفل الدولة للفرد وللأسرة - وبخاصة الطفل والمرأة - الضمان الاجتماعي والصحي، والمقومات الأساسية للعيش في حياة حرة كريمة، تؤمن لهم

الدخل المناسب، والسكن الملائم.

ثانياً :- تكفل الدولة الضمان الاجتماعي والصحي للعراقيين في حال الشيخوخة أو المرض أو العجز عن العمل أو التشرّد أو اليتيم أو البطالة، وتعمل على وقايتهم من الجهل والخوف والفاقة، وتوفر لهم السكن والمناهج الخاصة لتأهيلهم والعناية بهم ، وينظم ذلك بقانون .

المادة (٣١):

أولاً :- لكل عراقي الحق في الرعاية الصحية، وتعنى الدولة بالصحة العامة، وتكفل وسائل الوقاية والعلاج بإنشاء مختلف أنواع المستشفيات والمؤسسات الصحية.

ثانياً :- للأفراد والهيئات إنشاء مستشفيات أو مستوصفات أو دور علاج خاصة، وبإشراف من الدولة، وينظم ذلك بقانون.

المادة (٣٢):

ترعى الدولة المعاقين وذوي الاحتياجات الخاصة، وتكفل تأهيلهم بغية دمجهم في المجتمع، وينظم ذلك بقانون.

المادة (٣٣):

أولاً :- لكل فرد حق العيش في ظروف بيئية سليمة.

ثانياً :- تكفل الدولة حماية البيئة والتنوع الحيائي والحفاظ عليهما.

المادة (٣٤):

أولاً :- التعليم عامل أساس لتقدم المجتمع وحق تكفله الدولة، وهو إلزامي في المرحلة الابتدائية، وتكفل الدولة مكافحة الأمية.

ثانياً :- التعليم المجاني حق لكل العراقيين في مختلف مراحل.

ثالثاً :- تشجع الدولة البحث العلمي للاغراض السلمية بما يخدم الإنسانية، وترعى التفوق والإبداع والابتكار ومختلف مظاهر النبوغ.  
رابعاً :- التعليم الخاص والاهلي مكفول، وينظم بقانون.

## الفصل الثاني ( الحريات )

المادة (٣٥):

أولاً :- أ - حرية الإنسان وكرامته مصونة.

ب - لا يجوز توقيف أحد أو التحقيق معه إلا بموجب قرار قضائي.  
ج - يحرم جميع أنواع التعذيب النفسي والجسدي والمعاملة غير الإنسانية، ولا عبدة بأي اعتراف انتزع بالإكراه أو التهديد أو التعذيب، وللمتضرر المطالبة بالتعويض عن الضرر المادي والمعنوي الذي أصابه وفقاً للقانون.

ثانياً :- تكفل الدولة حماية الفرد من الإكراه الفكري والسياسي والديني.

ثالثاً :- يحرم العمل القسري ( السخرة )، والعبودية وتجارة العبيد ( الرقيق )، ويحرم الاتجار بالنساء والأطفال، والاتجار بالجنس.

المادة (٣٦):

تكفل الدولة، بما لا يخل بالنظام العام والآداب:

اولاً :- حرية التعبير عن الرأي بكل الوسائل.

ثانياً :- حرية الصحافة والطباعة والإعلان والإعلام والنشر.

ثالثاً :- حرية الاجتماع والتظاهر السلمي، وتنظم بقانون.

المادة (٣٧):

اولاً :- حرية تأسيس الجمعيات والاحزاب السياسية، او الانضمام اليها،

مكفولة، وينظم ذلك بقانون.

ثانياً :- لا يجوز اجبار أحد على الانضمام الى اي حزب او جمعية أو جهة سياسية، او اجباره على الاستمرار في العضوية فيها.

المادة (٣٨):

حرية الاتصالات والمراسلات البريدية والبرقية والهاتفية والالكترونية وغيرها مكفولة، ولا يجوز مراقبتها أو التنصت عليها، أو الكشف عنها، إلا لضرورة قانونية وأمنية، وبقرار قضائي.

المادة (٣٩):

العراقيون احرار في الالتزام باحوالهم الشخصية، حسب دياناتهم أو مذاهبهم أو معتقداتهم أو اختياراتهم، وينظم ذلك بقانون.

المادة (٤٠):

لكل فرد حرية الفكر والضمير والعقيدة.

المادة (٤١):

اولاً :- اتباع كل دين او مذهب احراراً في:

أ - ممارسة الشعائر الدينية، بما فيها الشعائر الحسينية.

ب - ادارة الاوقاف وشؤونها ومؤسساتها الدينية، وينظم ذلك بقانون.

ثانياً :- تكفل الدولة حرية العبادة وحماية اماكنها.

المادة (٤٢):

أولاً :- للعراقي حرية التنقل والسفر والسكن داخل العراق وخارجه .

ثانياً :- لا يجوز نفي العراقي، أو إبعاده، أو حرمانه من العودة إلى الوطن.



المادة (٤٣):

اولاً:- تحرص الدولة على تعزيز دور مؤسسات المجتمع المدني، ودعمها وتطويرها واستقلاليتها، بما ينسجم مع الوسائل السلمية لتحقيق الأهداف المشروعة لها، وينظم ذلك بقانون.

ثانياً:- تحرص الدولة على النهوض بالقبائل والعشائر العراقية، وتهتم بشؤونها بما ينسجم مع الدين والقانون، وتعزز قيمها الإنسانية النبيلة، بما يساهم في تطوير المجتمع، وتمنع الاعراف العشائرية التي تتنافى مع حقوق الانسان.

المادة (٤٤):

لا يكون تقييد ممارسة أي من الحقوق والحريات الواردة في هذا الدستور أو تحديدها الا بقانون أو بناءً عليه، على ان لا يمس ذلك التحديد والتقييد جوهر الحق أو الحرية.

## الباب الثالث السلطات الاتحادية

المادة (٤٥):

تتكون السلطات الاتحادية، من السلطات التشريعية والتنفيذية والقضائية، تمارس اختصاصاتها ومهامها على اساس مبدأ الفصل بين السلطات.

## الفصل الاول السلطة التشريعية

المادة (٤٦):

تتكون السلطة التشريعية الاتحادية من مجلس النواب ومجلس الاتحاد.

أولاً :- مجلس النواب

المادة (٤٧):

أولاً :- يتكون مجلس النواب من عدد من الاعضاء بنسبة مقعد واحد لكل مائة ألف نسمة من نفوس العراق يمثلون الشعب العراقي بأكمله، يتم انتخابهم بطريق الاقتراع العام السري المباشر، ويراعى تمثيل سائر مكونات الشعب فيه.

ثانياً :- يشترط في المرشح لعضوية مجلس النواب ان يكون عراقياً كاملاً الاهلية.

ثالثاً :- تنظم بقانون، شروط المرشح والناخب وكل ما يتعلق بالانتخاب.

رابعاً :- يستهدف قانون الانتخابات تحقيق نسبة تمثيل للنساء لا تقل عن الربع من عدد اعضاء مجلس النواب.

خامساً :- يقوم مجلس النواب بسن قانون يعالج حالات استبدال اعضاءه عند الاستقالة أو الاقالة أو الوفاة.

سادساً :- لا يجوز الجمع بين عضوية مجلس النواب، وأي عمل، أو منصب رسمي آخر.

المادة (٤٨):

يؤدي عضو مجلس النواب اليمين الدستورية امام المجلس، قبل ان يباشر عمله، بالصيغة الآتية: (أقسم بالله العلي العظيم، أن أوّدي مهاتي ومسؤولياتي القانونية، بتفان واخلاص، وان احافظ على استقلال العراق وسيادته، وارعى مصالح شعبه، وأسهر على سلامة أرضه وسنائه ومياهه وثرواته ونظامه الديمقراطي الاتحادي، وان أعمل على صيانة الحريات العامة والخاصة، واستقلال القضاء، والتزم بتطبيق التشريعات بامانةٍ وحياد، والله على ما اقول شهيد).

المادة (٤٩):

يضع مجلس النواب نظاماً داخلياً له لتنظيم سير العمل فيه.

المادة (٥٠):

اولاً:- يبت مجلس النواب في صحة عضوية اعضائه، خلال ثلاثين يوماً من تاريخ تسجيل الاعتراض، بأغلبية ثلثي اعضائه.

ثانياً:- يجوز الطعن في قرار المجلس امام المحكمة الاتحادية العليا، خلال ثلاثين يوماً من تاريخ صدوره.

المادة (٥١):

اولاً:- تكون جلسات مجلس النواب علنية الا اذا ارتأى لضرورة خلاف ذلك.

ثانياً:- تنشر محاضر الجلسات بالوسائل التي يراها المجلس مناسبة.

المادة (٥٢):

يدعو رئيس الجمهورية مجلس النواب للانعقاد بمرسوم جمهوري، خلال خمسة عشر يوماً من تاريخ المصادقة على نتائج الانتخابات العامة، وتعد الجلسة برئاسة اكبر الاعضاء سناً لانتخاب رئيس المجلس ونائبيه، ولا يجوز التمديد لكثر من المدة المذكورة آنفاً.

المادة (٥٣):

ينتخب مجلس النواب في أول جلسة له رئيساً، ثم نائباً أول ونائباً ثانياً، بالأغلبية المطلقة لعدد اعضاء المجلس، بالانتخاب السري المباشر.

المادة (٥٤):

اولاً:- تكون مدة الدورة الانتخابية لمجلس النواب أربع سنواتٍ تقويمية،

تبدأ بأول جلسة له، وتنتهي بنهاية السنة الرابعة.

ثانياً: - يجري انتخاب مجلس النواب الجديد قبل خمسة واربعين يوماً من تاريخ انتهاء الدورة الانتخابية السابقة.

#### المادة (٥٥):

لمجلس النواب دورة انعقاد سنوية بفصلين تشريعيين امدهما ثمانية أشهر، يحدد النظام الداخلي كيفية انعقادها، ولا ينتهي فصل الانعقاد الذي تعرض فيه الموازنة العامة الا بعد الموافقة عليها.

#### المادة (٥٦):

اولاً: - لرئيس الجمهورية، أو لرئيس مجلس الوزراء، أو لرئيس مجلس النواب، أو لخمسين عضواً من اعضاء المجلس، دعوته الى جلسة استثنائية، ويكون الاجتماع مقتصرأ على الموضوعات التي اوجبت الدعوة اليه.

ثانياً: - يتم تمديد الفصل التشريعي لدورة انعقاد مجلس النواب بما لا يزيد على ثلاثين يوماً، لانجاز المهام التي تستدعي ذلك، بناءً على طلب من رئيس الجمهورية، او رئيس مجلس الوزراء، او رئيس مجلس النواب، او خمسين عضواً من اعضاء المجلس.

#### المادة (٥٧):

اولاً:

أ- يتحقق نصاب انعقاد جلسات مجلس النواب بحضور الاغلبية المطلقة لعدد اعضاءه.

ب- تتخذ القرارات في جلسات مجلس النواب بالاغلبية البسيطة، بعد تحقق النصاب، ما لم يُنص على خلاف ذلك.

ثانياً :

- أ- مشروعات القوانين تقدم من رئيس الجمهورية ومجلس الوزراء.  
ب- مقترحات القوانين تقدم من عشرة من اعضاء مجلس النواب، أو من احدى لجانه المختصة.

المادة (٥٨):

يختص مجلس النواب بما يأتي:

- اولاً :- تشريع القوانين الاتحادية .  
ثانياً :- الرقابة على اداء السلطة التنفيذية.  
ثالثاً :- انتخاب رئيس الجمهورية.  
رابعاً :- تنظيم عملية المصادقة على المعاهدات والاتفاقيات الدولية، بقانون يسن بأغلبية ثلثي اعضاء مجلس النواب.  
خامساً :- الموافقة على تعيين كل من:  
أ- رئيس واطعاء محكمة التمييز الاتحادية، ورئيس الادعاء العام، ورئيس هيئة الاشراف القضائي، بالاغلبية المطلقة، بناءً على اقتراح من مجلس القضاء الاعلى .

- ب- السفراء واصحاب الدرجات الخاصة، بأقتراح من مجلس الوزراء.  
ج- رئيس اركان الجيش، ومعاونيه، ومن هم بمنصب قائد فرقة فما فوق، ورئيس جهاز المخابرات، بناءً على اقتراح من مجلس الوزراء.  
سادساً :

أ- مساءلة رئيس الجمهورية بناءً على طلب مسبب، بالاغلبية المطلقة لعدد

اعضاء مجلس النواب .

ب- اعضاء رئيس الجمهورية، بالاغلبية المطلقة لعدد اعضاء مجلس النواب، بعد ادانته من المحكمة الاتحادية العليا، في احدى الحالات الآتية:

١- الحنث في اليمين الدستورية .

٢- انتهاك الدستور .

٣- الخيانة العظمى .

سابعاً :- أ- لعضو مجلس النواب ان يوجه الى رئيس مجلس الوزراء والوزراء، اسئلةً في اي موضوع يدخل في اختصاصهم، ولكل منهم الاجابة عن اسئلة الاعضاء، وللسائل وحده حق التعقيب على الاجابة .

ب- يجوز لخمسة وعشرين عضواً في الاقل من اعضاء مجلس النواب، طرح موضوع عام للمناقشة، لاستيضاح سياسة واداء مجلس الوزراء، او احدى الوزارات، ويقدم الى رئيس مجلس النواب، ويحدد رئيس مجلس الوزراء او الوزراء موعداً للحضور امام مجلس النواب لمناقشته .

ج - لعضو مجلس النواب، وبموافقة خمسة وعشرين عضواً، توجيه استجواب الى رئيس مجلس الوزراء او الوزراء، لمحاسبتهم في الشؤون التي تدخل في اختصاصهم، ولا تجري المناقشة في الاستجواب الا بعد سبعة ايام في الاقل من تقديمه .

ثامناً :-

أ- لمجلس النواب سحب الثقة من احد الوزراء، بالاغلبية المطلقة، ويُعد مستقيلاً من تاريخ قرار سحب الثقة، ولا يجوز طرح موضوع الثقة بالوزير الا بناءً على رغبته، او طلب موقع من خمسين عضواً، اثر مناقشة استجواب موجه اليه، ولا يصدر المجلس قراره في الطلب الا بعد سبعة ايام في الاقل من تأريخ تقديمه .

ب -

١- لرئيس الجمهورية، تقديم طلبٍ الى مجلس النواب بسحب الثقة من رئيس مجلس الوزراء.

٢- لمجلس النواب، بناءً على طلب خمس (١ / ٥) اعضاءه سحب الثقة من رئيس مجلس الوزراء، ولا يجوز ان يقدم هذا الطلب الا بعد استجوابٍ موجهٍ الى رئيس مجلس الوزراء، وبعد سبعة ايام في الاقل من تقديم الطلب.

٣- يقرر مجلس النواب سحب الثقة من رئيس مجلس الوزراء، بالاغلبية المطلقة لعدد اعضاءه.

ج - تُعد الوزارة مستقلةً في حالة سحب الثقة من رئيس مجلس الوزراء.

د- في حالة التصويت بسحب الثقة من مجلس الوزراء بأكمله، يستمر رئيس مجلس الوزراء والوزراء في مناصبهم لتصريف الامور اليومية، لمدة لا تزيد على ثلاثين يوماً، الى حين تأليف مجلس الوزراء الجديد وفقاً لاحكام المادة (٧٣) من هذا الدستور.

هـ- لمجلس النواب، حق استجواب مسؤولي الهيئات المستقلة وفقاً للاجراءات المتعلقة بالوزراء، وله اعفاؤهم بالاغلبية المطلقة.

تاسعاً :

أ- الموافقة على اعلان الحرب وحالة الطوارئ بأغلبية الثلثين، بناءً على طلبٍ مشتركٍ من رئيس الجمهورية، ورئيس مجلس الوزراء.

ب - تُعلن حالة الطوارئ لمدة ثلاثين يوماً قابلةً للتمديد، وبموافقةٍ عليها في كل مرة.

ج - يخول رئيس مجلس الوزراء الصلاحيات اللازمة التي تمكنه من ادارة

شؤون البلاد خلال مدة اعلان الحرب وحالة الطوارئ، وتنظم هذه الصلاحيات بقانون، بما لا يتعارض مع الدستور.

د- يعرض رئيس مجلس الوزراء على مجلس النواب، الاجراءات المتخذة والتتائج، خلال مدة اعلان الحرب وحالة الطوارئ، خلال خمسة عشر يوماً من تاريخ انتهائها.

#### المادة (٥٩):

اولاً:- يُقدم مجلس الوزراء مشروع قانون الموازنة العامة والحساب الختامي الى مجلس النواب لاققراره.

ثانياً:- لمجلس النواب، اجراء المناقلة بين أبواب وفصول الموازنة العامة، وتخفيض مجمل مبالغها، وله عند الضرورة ان يقترح على مجلس الوزراء زيادة اجمالي مبالغ النفقات.

#### المادة (٦٠):

اولاً:- تحدد حقوق وامتيازات رئيس مجلس النواب ونائبيه واعضاء المجلس، بقانون.

ثانياً:- أ- يتمتع عضو مجلس النواب بالحصانة عما يدلي به من آراء في اثناء دورة الانعقاد، ولا يتعرض للمقاضاة امام المحاكم بشأن ذلك. ب- لا يجوز القاء القبض على العضو خلال مدة الفصل التشريعي الا اذا كان متهماً بجناية، وبموافقة الاعضاء بالاغلبية المطلقة على رفع الحصانة عنه، او اذا ضبط متلبساً بالجرم المشهود في جناية.

ج- لا يجوز القاء القبض على العضو خارج مدة الفصل التشريعي الا اذا كان متهماً بجناية، وبموافقة رئيس مجلس النواب على رفع الحصانة عنه، او اذا ضبط متلبساً بالجرم المشهود في جناية.



### المادة (٦١):

اولاً:- يُحل مجلس النواب، بالاغلبية المطلقة لعدد اعضائه، بناءً على طلب من ثلث اعضائه، او طلب من رئيس مجلس الوزراء وبموافقة رئيس الجمهورية، ولا يجوز حل المجلس في اثناء مدة استجواب رئيس مجلس الوزراء.

ثانياً:- يدعو رئيس الجمهورية، عند حل مجلس النواب، الى انتخابات عامة في البلاد خلال مدة اقصاها ستون يوماً من تاريخ الحل، ويعد مجلس الوزراء في هذه الحالة مُستقيلاً، ويواصل تصريف الامور اليومية.

ثانياً:- مجلس الاتحاد

### المادة (٦٢):

يتم انشاء مجلس تشريعي يُدعى بـ (مجلس الاتحاد) يضم ممثلين عن الاقاليم والمحافظات غير المنتظمة في اقليم، وينظم تكوينه، وشروط العضوية فيه، واختصاصاته، وكل ما يتعلق به، بقانون يسن بأغلبية ثلثي أعضاء مجلس النواب.

## الفصل الثاني السلطة التنفيذية

### المادة (٦٣):

تتكون السلطة التنفيذية الاتحادية، من رئيس الجمهورية، ومجلس الوزراء، تمارس صلاحياتها وفقاً للدستور والقانون.

اولاً:- رئيس الجمهورية

### المادة (٦٤):

رئيس الجمهورية هو رئيس الدولة ورمز وحدة الوطن، يمثل سيادة البلاد، ويسهر على ضمان الالتزام بالدستور، والمحافظة على استقلال العراق، وسيادته، ووحدته، وسلامة اراضيه، وفقاً لاحكام الدستور.

## المادة (٦٥):

يشترط في المرشح لرئاسة الجمهورية ان يكون:  
 اولاً :- عراقياً بالولادة ومن ابوين عراقيين.  
 ثانياً :- كامل الاهلية واتم الاربعين سنةً من عمره .  
 ثالثاً :- ذا سمعةٍ حسنةٍ وخبرةٍ سياسيةٍ ومشهوداً له بالنزاهة والاستقامة  
 والعدالة والاخلاص للوطن.  
 رابعاً :- غير محكوم بجريمةٍ مخلةٍ بالشرف.

## المادة (٦٦):

أولاً :- تنظم بقانون، احكام الترشيح لمنصب رئيس الجمهورية.  
 ثانياً :- تنظم بقانون، احكام اختيار نائبٍ أو اكثر لرئيس الجمهورية.

## المادة (٦٧):

أولاً :- ينتخب مجلس النواب من بين المرشحين رئيساً للجمهورية، باغلبية  
 ثلثي عدد اعضائه. ثانياً :- اذا لم يحصل أيُّ من المرشحين على الاغلبية المطلوبة، يتم  
 التنافس بين المرشحين الحاصلين على اعلى الاصوات، ويعلن رئيساً من يحصل على  
 اكثرية الاصوات في الاقتراع الثاني.

## المادة (٦٨):

يوّدي رئيس الجمهورية، اليمين الدستورية امام مجلس النواب، بالصيغة  
 المنصوص عليها في المادة (٤٨) من الدستور.

## المادة (٦٩):

أولاً :- تحدد ولاية رئيس الجمهورية باربع سنوات، ويجوز اعادة انتخابه لمرةٍ  
 ثانيةٍ فحسب.

ثانياً :- أ- تنتهي ولاية رئيس الجمهورية بانتهاء مدة مجلس النواب.

ب- يستمر رئيس الجمهورية بممارسة مهامه الى ما بعد انتهاء انتخابات مجلس النواب الجديد واجتماعه، على ان يتم انتخاب رئيس جديد للجمهورية خلال ثلاثين يوماً من تاريخ أول انعقاد له.

ج- في حالة خلو منصب رئيس الجمهورية لأي سبب من الاسباب، يتم انتخاب رئيس جديد لاكمال المدة المتبقية لولاية رئيس الجمهورية.

المادة (٧٠):

يتولى رئيس الجمهورية الصلاحيات الآتية:

اولاً :- اصدار العفو الخاص بتوصية من رئيس مجلس الوزراء، باستثناء ما يتعلق بالحق الخاص، والمحكومين بارتكاب الجرائم الدولية والارهاب والفساد المالي والاداري. ثانياً :- المصادقة على المعاهدات والاتفاقيات الدولية، بعد موافقة مجلس النواب، وتُعد مصادقاً عليها بعد مضي خمسة عشر يوماً من تاريخ تسلمها.

ثالثاً :- يصادق ويصدر القوانين التي يسنها مجلس النواب، وتعد مصادقاً عليها بعد مضي خمسة عشر يوماً من تاريخ تسلمها.

رابعاً :- دعوة مجلس النواب المنتخب للانعقاد خلال مدة لا تتجاوز خمسة عشر يوماً من تاريخ المصادقة على نتائج الانتخابات، وفي الحالات الاخرى المنصوص عليها في الدستور.

خامساً :- منح الاوسمة والنياشين بتوصية من رئيس مجلس الوزراء، وفقاً للقانون.

سادساً :- قبول السفراء.

سابعاً :- اصدار المراسيم الجمهورية .

ثامناً :- المصادقة على احكام الاعدام التي تصدرها المحاكم المختصة.  
تاسعاً :- يقوم بمهمة القيادة العليا للقوات المسلحة للاغراض التشريعية  
والاحتفالية.

عاشراً :- ممارسة اية صلاحيات رئاسية اخرى وارادة في هذا الدستور.  
المادة (٧١):

يحدد بقانون، راتب ومخصصات رئيس الجمهورية.  
المادة (٧٢):

اولاً :- لرئيس الجمهورية تقديم استقالته تحريراً الى رئيس مجلس النواب،  
وتُعد نافذةً بعد مضي سبعة ايام من تاريخ ايداعها لدى مجلس النواب.  
ثانياً :- يحل نائب رئيس الجمهورية محل الرئيس عند غيابه.

ثالثاً :- يحل نائب رئيس الجمهورية محل رئيس الجمهورية عند خلو منصبه  
لاي سبب كان، وعلى مجلس النواب انتخاب رئيس جديد، خلال مدة لا تتجاوز  
ثلاثين يوماً من تأريخ الخلو.

رابعاً :- في حالة خلو منصب رئيس الجمهورية، يحل رئيس مجلس النواب،  
محل رئيس الجمهورية في حالة عدم وجود نائب له، على ان يتم انتخاب رئيس جديد  
خلال مدة لا تتجاوز ثلاثين يوماً من تأريخ الخلو، وفقاً لاحكام هذا الدستور.  
ثانياً :- مجلس الوزراء

المادة (٧٣):

اولاً :- يكلف رئيس الجمهورية، مرشح الكتلة النيابية الاكثر عدداً، بتشكيل  
مجلس الوزراء، خلال خمسة عشر يوماً من تاريخ انتخاب رئيس الجمهورية.

ثانياً :- يتولى رئيس مجلس الوزراء المكلف، تسمية اعضاء وزارته، خلال مدة

اقصاها ثلاثون يوماً من تاريخ التكليف.

ثالثاً:- يُكلف رئيس الجمهورية، مرشحاً جديداً لرئاسة مجلس الوزراء، خلال خمسة عشر يوماً، عند اخفاق رئيس مجلس الوزراء المكلف في تشكيل الوزارة، خلال المدة المنصوص عليها في البند «ثانياً» من هذه المادة.

رابعاً:- يعرض رئيس مجلس الوزراء المكلف، اسماء اعضاء وزارته، والمنهاج الوزاري، على مجلس النواب، ويعد حائزاً ثقته، عند الموافقة على الوزراء منفردين، والمنهاج الوزاري، بالاغلبية المطلقة.

خامساً:- يتولى رئيس الجمهورية تكليف مرشح آخر بتشكيل الوزارة، خلال خمسة عشر يوماً، في حالة عدم نيل الوزارة الثقة.

المادة (٧٤):

اولاً:- يشترط في رئيس مجلس الوزراء ما يشترط في رئيس الجمهورية، وان يكون حائزاً الشهادة الجامعية او ما يعادلها، واتم الخامسة والثلاثين سنةً من عمره.

ثانياً:- يشترط في الوزير ما يشترط في عضو مجلس النواب، وان يكون حائزاً الشهادة الجامعية أو ما يعادلها.

المادة (٧٥):

رئيس مجلس الوزراء هو المسؤول التنفيذي المباشر عن السياسة العامة للدولة، والقائد العام للقوات المسلحة، يقوم بادارة مجلس الوزراء، ويتأسس اجتماعاته، وله الحق باقالة الوزراء، بموافقة مجلس النواب.

المادة (٧٦):

يؤدي رئيس واطعاء مجلس الوزراء، اليمين الدستورية امام مجلس النواب، بالصيغة المنصوص عليها في المادة (٤٨) من الدستور.

## المادة (٧٧):

يمارس مجلس الوزراء الصلاحيات الآتية:

اولاً :- تخطيط وتنفيذ السياسة العامة للدولة، والخطط العامة، والاشراف على عمل الوزارات، والجهات غير المرتبطة بوزارة.

ثانياً :- اقتراح مشروعات القوانين.

ثالثاً :- اصدار الانظمة والتعليمات والقرارات، بهدف تنفيذ القوانين.

رابعاً :- اعداد مشروع الموازنة العامة والحساب الختامي وخطط التنمية.

خامساً :- التوصية الى مجلس النواب، بالموافقة على تعيين وكلاء الوزارات والسفراء واصحاب الدرجات الخاصة، ورئيس اركان الجيش ومعاونيه، ومن هم بمنصب قائد فرقة فما فوق، ورئيس جهاز المخابرات الوطني، ورؤوساء الاجهزة الامنية.

سادساً :- التفاوض بشأن المعاهدات والاتفاقيات الدولية، والتوقيع عليها، او من يخوله.

## المادة (٧٨):

اولاً :- يقوم رئيس الجمهورية، مقام رئيس مجلس الوزراء، عند خلو المنصب لاي سبب كان.

ثانياً :- عند تحقق الحالة المنصوص عليها في البند «اولاً» من هذه المادة، يقوم رئيس الجمهورية بتكليف مرشح آخر بتشكيل الوزارة، خلال مدة لا تزيد على خمسة عشر يوماً، ووفقاً لاحكام المادة (٧٣) من هذا الدستور.

## المادة (٧٩):

ينظم بقانون، رواتب ومخصصات رئيس واعضاء مجلس الوزراء، ومن هم

بدرجتهم.

المادة (٨٠):

تكون مسؤولية رئيس مجلس الوزراء والوزراء امام مجلس النواب، تضامنيّةً وشخصية.

المادة (٨١):

اولاً :- ينظم بقانون، عمل الاجهزة الامنية، وجهاز المخابرات الوطني، وتحدد واجباتها وصلاحياتها، وتعمل وفقاً لمبادئ حقوق الانسان، وتخضع لرقابة مجلس النواب.

ثانياً :- يرتبط جهاز المخابرات الوطني بمجلس الوزراء.

المادة (٨٢):

يضع مجلس الوزراء نظاماً داخلياً، لتنظيم سير العمل فيه.

المادة (٨٣):

ينظم بقانون، تشكيل الوزارات ووظائفها، واختصاصاتها، وصلاحيات الوزير.

### الفصل الثالث ( السلطة القضائية )

المادة (٨٤):

السلطة القضائية مستقلة، وتتولاها المحاكم على اختلاف انواعها ودرجاتها، وتصدر احكامها وفقاً للقانون.

المادة (٨٥):

القضاة مستقلون، لا سلطان عليهم في قضائهم لغير القانون، ولا يجوز لاية

سلطة التدخل في القضاء او في شؤون العدالة.

المادة (٨٦):

تتكون السلطة القضائية الاتحادية، من مجلس القضاء الاعلى، والمحكمة الاتحادية العليا، ومحكمة التمييز الاتحادية، وجهاز الادعاء العام، وهيئة الاشراف القضائي، والمحاكم الاتحادية الاخرى التي تنظم وفقاً للقانون.

اولاً :- مجلس القضاء الاعلى

المادة (٨٧):

يتولى مجلس القضاء الاعلى ادارة شؤون الهيئات القضائية، وينظم القانون، طريقة تكوينه، واختصاصاته، وقواعد سير العمل فيه.

المادة (٨٨):

يمارس مجلس القضاء الاعلى الصلاحيات الآتية:

اولاً :- ادارة شؤون القضاء والاشراف على القضاء الاتحادي. ثانياً :-

ترشيح رئيس واعضاء محكمة التمييز الاتحادية، ورئيس الادعاء العام، ورئيس هيئة الاشراف القضائي، وعرضها على مجلس النواب للموافقة على تعيينهم. ثالثاً :- اقتراح مشروع الموازنة السنوية للسلطة القضائية الاتحادية، وعرضها على مجلس النواب للموافقة عليها.

ثانياً :- المحكمة الاتحادية العليا

المادة (٨٩):

اولاً :- المحكمة الاتحادية العليا هيئة قضائية مستقلة مالياً وإدارياً.

ثانياً :- تتكون المحكمة الاتحادية العليا، من عدد من القضاة، وخبراء في الفقه الاسلامي، وفقهاء القانون، يُحدد عددهم، وتنظم طريقة اختيارهم، وعمل



المحكمة، بقانون يُسن بأغلبية ثلثي اعضاء مجلس النواب.

المادة (٩٠):

تختص المحكمة الاتحادية العليا بما يأتي:

اولاً :- الرقابة على دستورية القوانين والانظمة النافذة .

ثانياً :- تفسير نصوص الدستور.

ثالثاً :- الفصل في القضايا التي تنشأ عن تطبيق القوانين الاتحادية، والقرارات والانظمة والتعليمات، والاجراءات الصادرة عن السلطة الاتحادية، ويكفل القانون حق كل من مجلس الوزراء، وذوي الشأن، من الافراد وغيرهم، حق الطعن المباشر لدى المحكمة.

رابعاً :- الفصل في المنازعات التي تحصل بين الحكومة الاتحادية، وحكومات الاقاليم والمحافظات والبلديات والادارات المحلية.

خامساً :- الفصل في المنازعات التي تحصل فيما بين حكومات الاقاليم أو المحافظات.

سادساً :- الفصل في الاتهامات الموجهة الى رئيس الجمهورية، ورئيس مجلس الوزراء والوزراء، وينظم ذلك بقانون.

سابعاً :- المصادقة على النتائج النهائية للانتخابات العامة لعضوية مجلس النواب.

ثامناً :

أ- الفصل في تنازع الاختصاص بين القضاء الاتحادي، والهيئات القضائية للاقاليم والمحافظات غير المنتظمة في إقليم.

ب- الفصل في تنازع الاختصاص فيما بين الهيئات القضائية للاقاليم، أو

المحافظات غير المنتظمة في إقليم.

المادة (٩١):

قرارات المحكمة الاتحادية العليا باتة وملزمة للسلطات كافة.

ثالثاً :- احكام عامة

المادة (٩٢):

يحظر انشاء محاكم خاصة أو استثنائية.

المادة (٩٣):

ينظم القانون، تكوين المحاكم، وانواعها، ودرجاتها، واختصاصاتها، وكيفية تعيين القضاة وخدمتهم، واعضاء الادعاء العام، وانضباطهم، واحالتهم على التقاعد.

المادة (٩٤):

القضاة غير قابلين للعزل الا في الحالات التي يحددها القانون، كما يحدد القانون، الاحكام الخاصة بهم، وينظم مساءلتهم تأديبياً.

المادة (٩٥):

يحظر على القاضي وعضو الادعاء العام ما يأتي:

اولاً :- الجمع بين الوظيفة القضائية، والوظيفتين التشريعية والتنفيذية، وأي عملٍ آخر.

ثانياً :- الانتماء الى أي حزبٍ او منظمةٍ سياسية، او العمل في أي نشاطٍ سياسي.

المادة (٩٦):

ينظم بقانون، القضاء العسكري، ويحدد اختصاص المحاكم العسكرية التي

تقتصر على الجرائم ذات الطابع العسكري التي تقع من افراد القوات المسلحة، وقوات الامن، وفي الحدود التي يقررها القانون.

المادة (٩٧):

يحظر النص في القوانين على تحصين أي عمل او قرار اداري من الطعن.

المادة (٩٨):

يجوز بقانون، انشاء مجلس دولة، يختص بوظائف القضاء الاداري، والافتاء، والصياغة، وتمثيل الدولة، وسائر الهيئات العامة، امام جهات القضاء، الا ما استثني منها بقانون.

## الفصل الرابع الهيئات المستقلة

المادة (٩٩):

تُعد المفوضة العليا لحقوق الانسان، والمفوضية العليا المستقلة للانتخابات، وهيئة النزاهة، هيئات مستقلة، تخضع لرقابة مجلس النواب، وتنظم اعمالها بقانون.

المادة (١٠٠):

اولاً:- يُعد كل من البنك المركزي العراقي، وديوان الرقابة المالية، وهيئة الاعلام والاتصالات، ودواوين الاوقاف، هيئات مستقلة مالياً وادارياً، وينظم القانون عمل كل هيئة منها.

ثانياً:- يكون البنك المركزي العراقي مسؤولاً امام مجلس النواب، ويرتبط ديوان الرقابة المالية، وهيئة الاعلام والاتصالات بمجلس النواب.

ثالثاً:- ترتبط دواوين الاوقاف بمجلس الوزراء.

المادة (١٠١):

تؤسس هيئة تسمى مؤسسة الشهداء، ترتبط بمجلس الوزراء، وينظم عملها

واختصاصاتها بقانون.

#### المادة (١٠٢):

تؤسس هيئة عامة لضمان حقوق الاقاليم والمحافظات غير المنتظمة في اقليم، في المشاركة العادلة في ادارة مؤسسات الدولة الاتحادية المختلفة، والبعثات والزمالات الدراسية، والوفود والمؤتمرات الاقليمية والدولية، وتتكون من ممثلي الحكومة الاتحادية، والاقاليم والمحافظات غير المنتظمة في اقليم، وتنظم بقانون.

#### المادة (١٠٣):

تؤسس بقانون، هيئة عامة لمراقبة وتخصيص الواردات الاتحادية، وتتكون الهيئة من خبراء الحكومة الاتحادية والاقاليم والمحافظات وممثلين عنها، وتضطلع بالمسؤوليات الآتية:

اولاً:- التحقق من عدالة توزيع المنح والمساعدات والقروض الدولية، بموجب استحقاق الاقاليم والمحافظات غير المنتظمة في اقليم.

ثانياً:- التحقق من الاستخدام الامثل للموارد المالية الاتحادية واقتسامها.

ثالثاً:- ضمان الشفافية والعدالة عند تخصيص الاموال لحكومات الاقاليم او المحافظات غير المنتظمة في اقليم، وفقاً للنسب المقررة.

#### المادة (١٠٤):

يؤسس مجلس، يسمى مجلس الخدمة العامة الاتحادية، يتولى تنظيم شؤون الوظيفة العامة الاتحادية، بما فيها التعيين والترقية، وينظم تكوينه واختصاصاته بقانون.

#### المادة (١٠٥):

يجوز استحداث هيئات مستقلة اخرى حسب الحاجة والضرورة بقانون.

## الباب الرابع اختصاصات السلطات الاتحادية

المادة (١٠٦):

تحافظ السلطات الاتحادية على وحدة العراق وسلامته واستقلاله وسيادته ونظامه الديمقراطي الاتحادي.

المادة (١٠٧):

تختص السلطات الاتحادية بالاختصاصات الحصرية الآتية:

اولاً:- رسم السياسة الخارجية والتمثيل الدبلوماسي، والتفاوض بشأن المعاهدات والاتفاقيات الدولية، وسياسات الاقتراض والتوقيع عليها وابعادها، ورسم السياسة الاقتصادية والتجارية الخارجية السيادية.

ثانياً:- وضع سياسة الامن الوطني وتنفيذها، بما في ذلك انشاء قوات مسلحة وادارتها، لتأمين حماية وضمان امن حدود العراق، والدفاع عنه.

ثالثاً:- رسم السياسة المالية، والكمركية، واصدار العملة، وتنظيم السياسة التجارية عبر حدود الاقاليم والمحافظات في العراق، ووضع الميزانية العامة للدولة، ورسم السياسة النقدية وانشاء البنك المركزي، وادارته.

رابعاً:- تنظيم أمور المقاييس والمكاييل والاوزان.

خامساً:- تنظيم امور الجنسية والتجنس والاقامة وحق اللجوء السياسي.

سادساً:- تنظيم سياسة الترددات البثية والبريد.

سابعاً:- وضع مشروع الموازنة العامة والاستثمارية.

ثامناً:- تخطيط السياسات المتعلقة بمصادر المياه من خارج العراق، وضمان مناسيب تدفق المياه اليه وتوزيعها العادل داخل العراق، وفقاً للقوانين والاعراف

الدولية.

تاسعاً: - الاحصاء والتعداد العام للسكان.

المادة (١٠٨):

النفط والغاز هو ملك كل الشعب العراقي في كل الاقاليم والمحافظات.

المادة (١٠٩): اولاً: - تقوم الحكومة الاتحادية بادارة النفط والغاز المستخرج من الحقول الحالية مع حكومات الاقاليم والمحافظات المنتجة، على ان توزع وارداتها بشكل منصف يتناسب مع التوزيع السكاني في جميع انحاء البلاد، مع تحديد حصة لمدة محددة للأقاليم المتضررة، والتي حرمت منها بصورةٍ مجحفة من قبل النظام السابق، والتي تضررت بعد ذلك، بما يؤمن التنمية المتوازنة للمناطق المختلفة من البلاد، وينظم ذلك بقانون.

ثانياً: - تقوم الحكومة الاتحادية وحكومات الاقاليم والمحافظات المنتجة معاً برسم السياسات الاستراتيجية اللازمة لتطوير ثروة النفط والغاز، بما يحقق أعلى منفعةٍ للشعب العراقي، معتمدةً احدث تقنيات مبادئ السوق وتشجيع الاستثمار.

المادة (١١٠):

تكون الاختصاصات الآتية مشتركةً بين السلطات الاتحادية وسلطات الاقاليم:

اولاً: - ادارة الكمارك بالتنسيق مع حكومات الاقاليم والمحافظات غير المنتظمة في إقليم، وينظم ذلك بقانون.

ثانياً: - تنظيم مصادر الطاقة الكهربائية الرئيسة وتوزيعها.

ثالثاً: - رسم السياسة البيئية لضمان حماية البيئة من التلوث، والمحافظة على

نظافتها، بالتعاون مع الاقاليم والمحافظات غير المنتظمة في إقليم.

رابعاً :- رسم سياسات التنمية والتخطيط العام.

خامساً :- رسم السياسة الصحية العامة، بالتعاون مع الاقاليم والمحافظات غير المنتظمة في إقليم.

سادساً :- رسم السياسة التعليمية والتربوية العامة بالتشاور مع الاقاليم والمحافظات غير المنتظمة في إقليم.

سابعاً :- رسم سياسة الموارد المائية الداخلية، وتنظيمها بما يضمن توزيع عادل لها، وينظم ذلك بقانون.

المادة (١١١):

كل ما لم ينص عليه في الاختصاصات الحصرية للسلطات الاتحادية، يكون من صلاحية الاقاليم والمحافظات غير المنتظمة في اقليم، والصلاحيات الاخرى المشتركة بين الحكومة الاتحادية والاقاليم، تكون الاولوية فيها لقانون الاقاليم والمحافظات غير المنتظمة في اقليم، في حالة الخلاف بينهما.

## الباب الخامس

### سلطات الأقاليم

#### الفصل الاول

#### الأقاليم

المادة (١١٢):

يتكون النظام الاتحادي في جمهورية العراق من عاصمةٍ واقاليمٍ ومحافظاتٍ لا مركزيةٍ واداراتٍ محلية.

المادة (١١٣):

اولاً :- يقر هذا الدستور، عند نفاذه، اقليم كردستان وسلطاته القائمة، اقليماً

اتحادياً.

ثانياً :- يقر هذا الدستور، الاقاليم الجديدة التي تؤسس وفقاً لاحكامه.

المادة (١١٤):

يسن مجلس النواب في مدة لا تتجاوز ستة اشهر من تاريخ اول جلسة له، قانوناً يحدد الاجراءات التنفيذية الخاصة بتكوين الاقاليم، بالاغلبية البسيطة للاعضاء الحاضرين.

المادة (١١٥):

يحق لكل محافظة او اكثر، تكوين اقليم بناءً على طلب بالاستفتاء عليه، يقدم بأحدى طريقتين:

اولاً :- طلب من ثلث الاعضاء في كل مجلس من مجالس المحافظات التي تروم تكوين الاقليم.

ثانياً :- طلب من عشر الناخبين في كل محافظة من المحافظات التي تروم تكوين الاقليم.

المادة (١١٦):

يقوم الاقليم بوضع دستور له، يحدد هيكل سلطات الاقليم، وصلاحياته، وآليات ممارسة تلك الصلاحيات، على ان لا يتعارض مع هذا الدستور.

المادة (١١٧):

اولاً :- لسلطات الاقليم، الحق في ممارسة السلطات التشريعية والتنفيذية والقضائية، وفقاً لاحكام هذا الدستور، باستثناء ما ورد فيه من اختصاصات حصرية للسلطات الاتحادية.

ثانياً :- يحق لسلطة الاقليم، تعديل تطبيق القانون الاتحادي في الاقليم، في



حالة وجود تناقض او تعارض بين القانون الاتحادي وقانون الاقليم، بخصوص مسألة لا تدخل في الاختصاصات الحصرية للسلطات الاتحادية.

ثالثاً:- تخصص للاقاليم والمحافظات حصةً عادلة من الايرادات المحصلة اتحادياً، تكفي للقيام بأعبائها ومسؤولياتها، مع الاخذ بعين الاعتبار مواردها وحاجاتها، ونسبة السكان فيها.

رابعاً:- تؤسس مكاتبٌ للاقاليم والمحافظات في السفارات والبعثات الدبلوماسية، لمتابعة الشؤون الثقافية والاجتماعية والانمائية.

خامساً:- تختص حكومة الاقليم بكل ما تتطلبه ادارة الاقليم، وبوجه خاص انشاء وتنظيم قوى الامن الداخلي للاقليم، كالشرطة والامن وحرس الاقليم.

## **الفصل الثاني** **(المحافظات التي لم تنتظم في اقليم)**

المادة (١١٨):

اولاً:- تتكون المحافظات من عددٍ من الأضية والنواحي والقرى.

ثانياً:- تمنح المحافظات التي لم تنتظم في اقليم الصلاحيات الادارية والمالية الواسعة، بما يمكنها من ادارة شؤونها على وفق مبدأ اللامركزية الادارية، وينظم ذلك بقانون.

ثالثاً:- يُعد المحافظ الذي ينتخبه مجلس المحافظة، الرئيس التنفيذي الاعلى في المحافظة، لممارسة صلاحياته المخول بها من قبل المجلس.

رابعاً:- ينظم بقانون، انتخاب مجلس المحافظة، والمحافظ، وصلاحياتها.

خامساً:- لا يخضع مجلس المحافظة لسيطرة أو اشراف اية وزارة او اية جهة غير مرتبطة بوزارة، وله ماليةٌ مستقلة.

المادة (١١٩):

يجوز تفويض سلطات الحكومة الاتحادية للمحافظات، أو بالعكس، بموافقة الطرفين، وينظم ذلك بقانون.

### الفصل الثالث (العاصمة)

المادة (١٢٠):

اولاً:- بغداد بحدودها البلدية، عاصمة جمهورية العراق، وتمثل بحدودها الادارية محافظة بغداد.

ثانياً:- ينظم وضع العاصمة بقانون.

ثالثاً:- لا يجوز للعاصمة أن تنضم لأقليم.

### الفصل الرابع (الادارات المحلية)

المادة (١٢١):

يضمن هذا الدستور الحقوق الادارية والسياسية والثقافية والتعليمية للقوميات المختلفة كالتركمان، والكلدان والآشوريين، وسائر المكونات الاخرى، وينظم ذلك بقانون.

### الباب السادس الاحكام الختامية والانتقالية الفصل الاول (الاحكام الختامية)

المادة (١٢٢):

اولاً:- لرئيس الجمهورية ومجلس الوزراء مجتمعين، أو لخمس (٥ / ١) اعضاء

مجلس النواب، اقتراح تعديل الدستور. ثانياً :- لا يجوز تعديل المبادئ الأساسية الواردة في الباب الاول، والحقوق والحريات الواردة في الباب الثاني من الدستور، الا بعد دورتين انتخابيتين متعاقبتين، وبناءً على موافقة ثلثي اعضاء مجلس النواب عليه، وموافقة الشعب بالاستفتاء العام، ومصادقة رئيس الجمهورية، خلال سبعة ايام.

ثالثاً :- لا يجوز تعديل المواد الاخرى غير المنصوص عليها في البند «ثانياً» من هذه المادة، الا بعد موافقة ثلثي اعضاء مجلس النواب عليه، وموافقة الشعب بالاستفتاء العام، ومصادقة رئيس الجمهورية، خلال سبعة ايام.

رابعاً :- لا يجوز اجراء اي تعديل على مواد الدستور، من شأنه ان ينتقص من صلاحيات الاقاليم التي لا تكون داخلة ضمن الاختصاصات الحصرية للسلطات الاتحادية، الا بموافقة السلطة التشريعية في الاقليم المعني، وموافقة أغلبية سكانه باستفتاء عام.

خامساً :

أ- يُعدُّ التعديل مصادقاً عليه من قبل رئيس الجمهورية بعد انتهاء المدة المنصوص عليها في البند «ثانياً» و«ثالثاً» من هذه المادة، في حالة عدم تصديقه.

ب- يُعدُّ التعديل نافذاً، من تاريخ نشره في الجريدة الرسمية.

المادة (١٢٣):

لا يجوز لرئيس الجمهورية، ورئيس و اعضاء مجلس الوزراء، ورئيس مجلس النواب ونائبه و اعضاءه، و اعضاء السلطة القضائية، و اصحاب الدرجات الخاصة، ان يستغلوا نفوذهم في ان يشتروا أو يستأجروا شيئاً من اموال الدولة أو ان يؤجروا أو يبيعوا لها شيئاً من اموالهم، أو ان يقاضوها عليها أو ان يبرموا مع الدولة عقداً بوصفهم ملتزمين او موردين او مقاولين.

المادة (١٢٤):

تصدر القوانين والاحكام القضائية بأسم الشعب.

المادة (١٢٥):

تنشر القوانين في الجريدة الرسمية، ويعمل بها من تاريخ نشرها، ما لم يُنص على خلاف ذلك.

المادة (١٢٦):

تبقى التشريعات النافذة معمولاً بها، ما لم تُلغ أو تعدل، وفقاً لاحكام هذا الدستور.

المادة (١٢٧):

كل استفتاء وارد في هذا الدستور يكون ناجحاً بموافقة اغلبية المصوتين، ما لم ينص على خلاف ذلك.

## الفصل الثاني (الاحكام الانتقالية)

المادة (١٢٨):

اولاً :- تكفل الدولة، رعاية ذوي الشهداء، والسجناء السياسيين، والمتضررين من الممارسات التعسفية للنظام الدكتاتوري البائد.

ثانياً :- تكفل الدولة، تعويض اسر الشهداء والمصابين نتيجة الاعمال الارهابية.

ثالثاً :- ينظم ما ورد في البندين «اولاً» و «ثانياً» من هذه المادة، بقانون.

المادة (١٢٩):

يعتمد مجلس النواب في جلسته الاولى، النظام الداخلي للجمعية الوطنية

الانتقالية، لحين اقرار نظام داخلي له.

المادة (١٣٠):

تستمر المحكمة الجنائية العراقية العليا بأعمالها بوصفها هيئة قضائية مستقلة، بالنظر في جرائم النظام الدكتاتوري البائد ورموزه، ولمجلس النواب الغاؤها بقانون، بعد اكمال اعمالها.

المادة (١٣١):

اولاً :- تواصل الهيئة الوطنية العليا لاجتثاث البعث اعمالها بوصفها هيئة مستقلة، بالتنسيق مع السلطة القضائية والاجهزة التنفيذية في اطار القوانين المنظمة لعملها، وترتبط بمجلس النواب.

ثانياً :- لمجلس النواب حل هذه الهيئة بعد انتهاء مهمتها، بالاغلبية المطلقة.

ثالثاً :- يشترط في المرشح لمنصب رئيس الجمهورية، ورئيس واعضاء مجلس الوزراء، ورئيس واعضاء مجلس النواب، ورئيس واعضاء مجلس الاتحاد، والمواقع المتناظرة في الاقاليم، واعضاء الهيئات القضائية، والمناصب الاخرى المشمولة باجتثاث البعث وفقاً للقانون، ان يكون غير مشمول بأحكام اجتثاث البعث.

رابعاً :- يستمر العمل بالشرط المذكور في البند «ثالثاً» من هذه المادة، ما لم تُحل الهيئة المنصوص عليها في البند «اولاً» من هذه المادة.

المادة (١٣٢):

اولاً :- تواصل هيئة دعاوى الملكية اعمالها بوصفها هيئة مستقلة، بالتنسيق مع السلطة القضائية والاجهزة التنفيذية، وفقاً للقانون، وترتبط بمجلس النواب.

ثانياً :- لمجلس النواب حل الهيئة باغلبية ثلثي اعضائه.

## المادة (١٣٣):

يؤجل العمل باحكام المواد الخاصة بمجلس الاتحاد اينما وردت في هذا الدستور، الى حين صدور قرار من مجلس النواب، باغلبية الثلثين، وفي دورته الانتخابية الثانية التي يعقدها بعد نفاذ هذا الدستور.

## المادة (١٣٤):

اولاً:- يجل تعبير (مجلس الرئاسة) محل تعبير (رئيس الجمهورية) اينما ورد في هذا الدستور، ويعاد العمل بالاحكام الخاصة برئيس الجمهورية، بعد دورة واحدة لاحقة لنفاذ هذا الدستور.

ثانياً:- أ- ينتخب مجلس النواب، رئيساً للدولة، ونائبين له، يؤلفون مجلساً يسمى (مجلس الرئاسة)، يتم انتخابه بقائمة واحدة، وباغلبية الثلثين.

ب- تسري الاحكام الخاصة بإقالة رئيس الجمهورية، الواردة في هذا الدستور، على رئيس واعضاء هيئة الرئاسة.

ج- لمجلس النواب اقالة اي عضو من اعضاء مجلس الرئاسة، باغلبية ثلاثة ارباع عدد اعضاءه، بسبب عدم الكفاءة او النزاهة.

د- في حالة خلو اي منصب في مجلس الرئاسة، ينتخب مجلس النواب بثلاثي اعضاءه بديلاً عنه.

ثالثاً:- يشترط في اعضاء مجلس الرئاسة، ما يشترط في عضو مجلس النواب، على ان يكون:

أ- اتم الاربعين سنة من عمره.

ب- متمتعاً بالسمعة الحسنة والنزاهة والاستقامة.

ج- قد ترك الحزب المنحل قبل سقوطه بعشر سنوات، اذا كان عضواً فيه.

د- ان لا يكون قد شارك في قمع الانتفاضة في عام ١٩٩١، او الانفال، ولم يقترف جريمة بحق الشعب العراقي.

رابعاً:- يتخذ مجلس الرئاسة قراراته بالاجماع، ويجوز لأي عضو ان ينيب احد العضوين الآخرين مكانه.  
خامساً:-

أ- ترسل القوانين والقرارات التي يسنها مجلس النواب، الى مجلس الرئاسة، لغرض الموافقة عليها بالاجماع، واصدارها خلال عشرة ايام من تاريخ وصولها اليه، باستثناء ما ورد في المادتين (١١٤) و(١١٥) من هذا الدستور، والمتعلقين بتكوين الاقاليم.

ب- في حالة عدم موافقة مجلس الرئاسة، تعاد القوانين والقرارات الى مجلس النواب لاعادة النظر في النواحي المعترض عليها، والتصويت عليها بالاغلبية، وترسل ثانية الى مجلس الرئاسة للموافقة عليها.

ج- في حالة عدم موافقة مجلس الرئاسة على القوانين والقرارات ثانية، خلال عشرة ايام من تاريخ وصولها اليه، تعاد الى مجلس النواب، الذي له ان يقرها بأغلبية ثلاثة اخماس عدد اعضائه، غير قابلة للاعتراض، ويُعد مصادقاً عليها.

سادساً:- يمارس مجلس الرئاسة صلاحيات رئيس الجمهورية، المنصوص عليها في هذا الدستور.

المادة (١٣٥):

يكون لرئيس مجلس الوزراء نائبان في الدورة الانتخابية الاولى.

المادة (١٣٦):

اولاً:- تتولى السلطة التنفيذية اتخاذ الخطوات اللازمة لاستكمال تنفيذ متطلبات

المادة (٥٨) من قانون ادارة الدولة العراقية للمرحلة الانتقالية، بكل فقراتها. ثانياً :- المسؤولية الملقاة على السلطة التنفيذية في الحكومة الانتقالية، والمنصوص عليها في المادة (٥٨) من قانون ادارة الدولة العراقية للمرحلة الانتقالية، تمتد وتستمر الى السلطة التنفيذية المنتخبة بموجب هذا الدستور، على أن تنجز كاملةً (التطبيع، الاحصاء، وتنتهي باستفتاء في كركوك والمناطق الاخرى المتنازع عليها، لتحديد ارادة مواطنيها) في مدة أقصاها الحادي والثلاثون من شهر كانون الاول سنة الفين وسبعة.

#### المادة (١٣٧):

يستمر العمل بالقوانين التي تم تشريعها في اقليم كردستان منذ عام ١٩٩٢، وتُعدُّ القرارات المتخذة من حكومة اقليم كردستان - بما فيها قرارات المحاكم والعقود - نافذة المفعول، ما لم يتم تعديلها او الغاؤها حسب قوانين اقليم كردستان، من قبل الجهة المختصة فيها، وما لم تكن مخالفةً لهذا الدستور.

#### المادة (١٣٨):

يلغى قانون ادارة الدولة العراقية للمرحلة الانتقالية، وملحقه، عند قيام الحكومة الجديدة، باستثناء ما ورد في الفقرة (أ) من المادة (٥٣) والمادة (٥٨) منه.

#### المادة (١٣٩):

يُعدُّ هذا الدستور نافذاً، بعد موافقة الشعب عليه بالاستفتاء العام، ونشره في الجريدة الرسمية، وتشكيل الحكومة بموجبه.

#### المادة (١٤٠)

أولاً - تتولى السلطة التنفيذية اتخاذ الخطوات اللازمة لاستكمال تنفيذ متطلبات المادة (٥٨) من قانون ادارة الدولة العراقية للمرحلة الانتقالية، بكل فقراتها .



ثانياً - المسؤولية الملقاة على السلطة التنفيذية في الحكومة الانتقالية ، والمنصوص عليها في المادة (٥٨) من قانون ادارة الدولة العراقية للمرحلة الانتقالية، تمتد وتستمر الى السلطة التنفيذية المنتخبة بموجب هذا الدستور ، على ان تنجز كاملة ( التطبيع ، الاحصاء ، وتنتهي باستفتاء في كركوك والمناطق الاخرى المتنازع عليها، لتحديد ارادة مواطنيها ) في مدة اقصاها الحادي والثلاثون من شهر كانون الاول سنه الفين وسبعة.

#### المادة (١٤١)

يستمر العمل بالقوانين التي تم تشريعها في اقليم كردستان منذ عام ١٩٩٢، وتعد القرارات المتخذة من حكومة اقليم كردستان \_ بما فيها قرارات المحاكم والعقود \_ نافذة المفعول ، ما لم يتم تعديلها او الغاؤها حسب قوانين اقليم كردستان ، من قبل الجهة المختصة فيها ، وما لم تكن مخالفة لهذا الدستور .

#### المادة (١٤٢)

اولاً - يشكل مجلس النواب في بداية عمله لجنة من اعضائه تكون ممثلة للمكونات الرئيسية في المجتمع العراقي ، مهمتها تقديم تيرير الى مجلس النواب، خلال مدة لا تتجاوز اربعة اشهر ، يتضمن توصية بالتعديلات الضرورية التي يمكن اجراؤها على الدستور ، وتحل اللجنة بعد البت في مقترحاتها .

#### المادة (١٤٣)

يلغى قانون ادارة الدولة العراقية للمرحلة الانتقالية، وملحقه، عند قيام الحكومة الجديدة، باستثناء ما ورد في الفقرة (أ) من المادة (٥٣) والمادة (٥٨) منه .

#### المادة (١٤٤)

يعد هذا الدستور نافذاً، بعد موافقة الشعب عليه بالاستفتاء العام، ونشره في الجريدة الرسمية، وتشكيل الحكومة بموجبه.



## قائمة المحتويات

الصفحة	المحتوى
٥	الاهداء
٧	مقدمة
١١	تقديم
الفصل الاول : الأطار المنهجي للبحث	
٢٥	اولاً: - أهمية البحث
٢٩	ثانياً: - مشكلة البحث
٣١	ثالثاً: - الدراسات السابقة
٣٨	رابعاً: - الفرضيات
٣٩	خامساً: - منهج البحث
٤٢	سادساً: - المفاهيم
الفصل الثاني : العلاقات العامة والدعاية السياسية	
٥١	المبحث الاول: العلاقات العامة تاريخياً
٥٣	المفهوم والدلالة
٥٦	المبحث الثاني: الدعاية
٥٦	مدخل
٥٧	تعريف الدعاية Propaganda
٥٩	ماهية الدعاية السياسية
٦٢	الدعاية السياسية الحديثة
٦٤	أطار عمل الدعاية السياسية

الصفحة	المحتوى
٦٦	الدعاية والترويج
٦٩	أهمية الترويج الدعائي الانتخابي
٧٠	الفرق بين العلاقات العامة والدعاية
الفصل الثالث : العلاقات العامة والاحزاب السياسية	
٧٧	المبحث الاول: العلاقات العامة والاحزاب السياسية
٧٧	مقدمة
٧٩	الحزب السياسي و المجتمع
٨٠	نشاط العلاقات العامة بالاحزاب السياسية
٨١	أساليب الترويج والتعبئة التي استخدمتها الاحزاب
٨٥	بيئة العلاقات العامة
٨٥	مشكلات بيئة العلاقات العامة
٩٠	المشكلات المصاحبة للعلاقات العامة
٩٢	المبحث الثالث: برنامج العلاقات العامة بالانتخابات
٩٢	مقدمة
٩٢	تحليل وحدات بعض برامج الاحزاب السياسي
الفصل الرابع : اجراءات وأدواته البحث	
١٣٩	المبحث الاول
١٤٠	مجالات البحث
١٤١	مجتمع البحث
١٤٣	تصميم استمارة الاستبيان

الصفحة	المحتوى
١٤٥	خطوات اجراءات تصميم الاستمارة
١٤٦	الاستبيان
١٥٠	اجراءات سحب العينة
١٥٣	المبحث الثاني: تحليل النتائج
١٩٥	المبحث الثالث: معامل التوافق ومربع كاي
١٩٥	معامل التوافق
٢٠٤	اختبار مربع كاي
٢١٧	المبحث الرابع: العلاقة بين المتغيرات
٢١٧	الوسط الحسابي والانحراف المعياري والاهمية النسبية
الفصل الخامس : النتائج والتوصيات	
٢٤٥	النتائج
٢٤٥	اولاً: النتائج العامة
٢٤٩	ثانياً: النتائج الخاصة
٢٦٠	التوصيات
٢٦١	المصادر
٢٨١	الملاحق
٣٨٧	المحتويات

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ