الجامعة العراقية
AL IRAQIA UNIVERSITY

# مجلة كلية التربية للبنات

مجلة دورية فصلية محكمة

تصدر عن كلية التربية للبنات

العدد (٣٤) الخاص بالبحوث المستلة

٣٤
العدد الرابع والثلاثون
١٥ ايلول
١٤٤٨هـ ٢٠٢٦ م

ISSN (print): 2708 - 1354 ISSN (online): 2708 - 1362

# الرؤية والرسالة والهدف

## الرؤية (Vision) :

الريادة في مجال نشر البحوث العلمية ، والسعي للوصول لتصنيف عالٍ متقدم بين المجلات العلمية المحكمة ، وأن تكون مجلتنا نبراساً للعلم والمعرفة ، وواجهة علمية وثقافية مشرقة لكليتنا الموقرة ورمزاً خلاقاً يجمع بين الأصالة والحداثة.

## الرسالة (Mission) :

إثراء الحركة العلمية بأجود أنواع البحوث والدراسات المتخصصة والتربوية ، التي تربط بين الأصالة والحداثة ضمن اطار حضاري بناء ، باستثارة همم الباحثين وتنمية قدراتهم في النشر العلمي الأصيل وباللغتين العربية والإنكليزية ، وبما يُسهم حتماً في إيصال الفكر الوطني / التربوي لكل شعوب العالم . وإتاحة الفرصة للباحثين لتقديم الصورة الحقيقية الناصعة لدور المرأة في المجتمع الإنساني ككل وفي بلدنا العراق بشكل خاص.

## الأهداف (Aims) :

تسعى مجلتنا إلى تحقيق الأهداف الآتية :

١.تنشيط البحث العلمي التخصصي في العلوم الإنسانية والمجالات التربوية وقضايا المرأة .

٢.تشجيع البحوث والدراسات والأنشطة العلمية التي تربط الأصالة بالحداثة وصولاً إلى تنمية الاعتزاز بماضينا الجميل والاختيار الواعي لما في الحداثة من توجيهات ينتفع منها الجيل الجديد .

٣. التواصل العلمي والبحثي الهادف مع المراكز العلمية ، والعلماء والباحثين لإبراز دور المرأة في المجتمع علمياً وتربوياً ، وإبراز نشاطاتها البناءة في مجال التخصص والتعليم .

٤.تسليط الضوء والاهتمام عما وصلت إليه المرأة لعراقية من رقي ومساهمة فاعلة في التنمية المستدامة لمجتمعنا الطيب .

٥.تنمية الوعي التربوي لدى الجيل الجديد من خلال استعراض الأفكار والأنشطة التربوية والتعليمية التي تساهم في انماء روح الاحترام للأصالة والانتقاء الواعي للحداثة.

بسم الله الرحمن الرحيم

﴿ الرَّحْمَٰنُ ﴿١﴾ عَلَّمَ الْقُرْآنَ ﴿٢﴾ خَلَقَ
الْإِنسَانَ ﴿٣﴾ عَلَّمَهُ الْبَيَانَ ﴾

سورة الرحمن: الآيات ١ - ٤

# مجلة كلية التربية للبنات

مجلة علمية محكمة

دورية فصلية

تصدر عن كلية التربية للبنات

# Iraqia University

# Journal of the College of Education for Women: A Peer-Reviewed Academic Journal

**جـهة الإصدار: كلية التربية للبنات / الجامعة العراقية اختصاص الـمجلة: العلوم الإنسانية والتربوية**

ISSN 2708-1354 (Print)

**ISSN 2708-1362 (Electronic)**

**رقم الاعتـماد في دار الكتب والوثائق العراقية 2138 لسنة 2016م نوع الإصدار: (فصلي) كل ثلاثة أشهر.**

**نطاق التوزيع: داخل العراق البريد الإلكتروني:-**

***wom.mag.uni@aliraqia.edu.iq***

**هاتف سكرتارية التحرير: 07747936814 (الهاتف الأرضي) داخلي: (2028)**

**مجلة كلية التربية للبنات – الجامعة العراقية ، المجلات الأكاديمية المحكمة:**

**https://www.iasj.net/iasj/journal/349/issues**

- **حقوق النشر محفوظة.**
- **الحقوق محفوظة للمجلة.**
- **الحقوق محفوظة للباحث من تاريخ تسليم البحث إلا في حالة تنازله الخطي.**

**ما ينشر في المجلة من بحوث ووجهات نظر تعبر عن أصحابها**

**ولا تعبر بالضرورة عن آراء هيئة التحرير أو وجهة نظر الكلية.**

**التعريف:**

**مجلة علمية دورية محكمة فصلية تصدر عن كلية التربية للبنات الجامعة العراقية تعنى بنشر البحوث في المجالات الإنسانية والتربوية**

**تحمل الرقم الدولي:**

**ISSN (print): 2708 - 1354 ISSN (online): 2708 - 1362**

**مجلة معتمدة في دار الكتب والوثائق العراقية بالرقم: (2138) لسنة 2016م**

**وتقوم بنشر البحوث العلمية القيمة والأصيلة**

**في مجالات العلوم الإنسانية المختلفة باللغتين العربية والإنجليزية.**

## دعـــوة:

**ترحب هيئة تحرير المجلة بإســـهامات الباحثين، وأصـــحاب الأقلام من الكتاب والمثقفين في أقســـام الفكر الإســـلامي، والعلوم الإنســـانية، والاجتماعية، والتعليمية والتربوية، وكل ما لـه صـــلة بشـــؤون المرأة والمجتمع، وقضـــايا الإنماء التربوي والتعليمي، والبرامج التطويرية المعاصـــرة على وجه العموم ، على وفق قواعد النشـر المعتمدة من هيئة تحرير المجلة ، على وفق تعليمات وضـوابط النشـر في الـــمجلات العلمية الصادرة من دائرة البحث والتطوير في وزارة التعليم والبحث العلمي الموقرة.**

## أولاً : رئيس هيئة التحرير:

## الأستاذ الدكتور

## ورقاء مقداد حيدر / قسم الشريعة / الفقه المقارن

## ثانياً : مدير التحرير:

## الأستاذ الدكتور

## أحمد عبد الجبار فاضل/ اللغة العربية / البلاغة والنقد/ قسم اللغة العربية

## ثالثاً : أعضاء هيئة التحرير:

| | | |
|---|---|---|
| ١. | أ.د. مولود عويمر: تخصص: التاريخ / جامعة الجزائر / كلية العلوم الإنسانية | عضواً خارجياً. |
| ٢. | أ.د. إبراهيم عبد الرحيم أحمد ربابعة: تخصص: أصول فقه / جامعة الوصل / كلية الدراسات الإسلامية/ الإمارات العربية . | عضواً خارجياً |
| ٣. | أ.د. عبد الملك بو منجل: تخصص: اللغة العربية/ النقد الأدبي/جامعة سطيف ٢ ، الجزائر/ كلية الآداب واللغات . | عضواً خارجياً. |
| ٤. | أ..م.د نجاة موسى الفيتوري : تخصص: تربية وعلم نفس/علم نفس تعليمي/ الجامعة الأسمرية الإسلامية / كلية التربية / ليبيا . | عضواً خارجياً |
| ٥. | أ.م.د نجاح عبدالله احمد البياع : تخصص: الدراسات الإسلامية / الدعوة والثقافة الإسلامية/ جامعة الأزهر / كلية أصول الدين / مصر . | عضواً خارجياً |
| ٦. | أ.د. سوسن صالح عبدالله سرية : تخصص: اللغة الإنكليزية/الترجمة. | عضواً ومدققاً للغة الإنكليزية |

| | | |
|---|---|---|
| ٧. | أ.د. بشرى غازي علوان : تخصص: اللغة العربية /اللغة . | عضواً |
| ٨. | أ.د نهلة عاشور منسي : تخصص: فلسفة إسلامية / الفقه الإسلامي . | عضواً |
| ٩. | أ.د. محمود دهام نايف : تخصص: أصول الدين / الحديث النبوي . | عضواً |
| ١٠. | أ.د. ليث خليل خلف :تخصص: تاريخ / التاريخ القديم . | عضواً |
| ١١. | أ.م.د وصال كاظم حسين : تخصص: اللغة العربية / البلاغة والأدب. | عضواً |
| ١٢. | أ.م.د أسيل عبد الحميد عبد الجبار : تخصص: علم النفس التربوي. | عضواً |
| ١٣. | أ.م.د جنان عبدالله شفيق : تخصص: اللغة الإنكليزية / الأدب . | عضوا |
| ١٤. | أ.م.د ذكرى فاضل محل : تخصص: طرائق التدريس / التاريخ . | عضواً |
| ١٥. | م.د سماح ثائر خيري : تخصص: رياض أطفال . | عضواً |
| ١٦. | أ.د يونس يحيى عبدالله : تخصص: اللغة العربية / اللسانيات النصية. | عضواً ومدققاً لغوياً. |
| ١٧. | أ.م.د. سيناء أحمد جار الله : تخصص: دراسات مالية / إدارة مالية . | عضواً ومحاسباً مالياً |

## رابعاً : موظفو المجلة

**١. م.م. مروة مرزة حمزة / تخصص : تاريخ / مسؤولة وحدة المجلة .**

**٢. براء إبراهيم سالم / سكرتيرة المجلة .**

## ضوابط النشر في المجلة

١. تتخصص المجلة بنشر الحوث العلمية القيمة والأصيلة في المجالات الإنسانية، والتي لم يسبق نشرها أو تقديمها إلى أي جهة أخرى (بتعهد خطي من صاحب البحث) ضمن المحاور المشار إليها في التعريف أعلاه ،شرط الالتزام بمنهجية البحث العلمي وخطوات المتعارف عليها محلياً وعالمياً، وتقبل البحوث بإحدى اللغتين العربية أو الإنجليزية بنسبة محددة.

٢. تخضع البحوث المرسلة إلى المجلة جميعها لفحص أولي من هيئة التحرير لتقرير مناسبتها لتخصص المجلة، ثم لبيان أهليتها للتحكيم، ويحق لهيئة التحرير أن تعتذر عن قبول البحث بالكامل، أو تشترط على الباحث تعديله بما يتناسب وسياسة المجلة قبل إرسال إلى المحكمين.

٣. ضرورة تحقق السلامة اللغوية مع مراعاة علامات الترقيم، ومتانة الأسلوب ووضوح الفكرة علل أن يكون الباحث مسؤولًا عن السلامة اللغوية للبحث المقدم باللغتين العربية والإنجليزية.

٤. ترسل البحوث المقبولة للتحكيم العلمي السري إلى خبراء من ذوي الاختصاص قبل نشرها، للتأكد من الرصانة العلمية والموضوعية والجدة والتوثيق على وفق استمارة معتمدة ولا تلتزم هيئة التحرير بالكشف عن أسماء محكميها، وترفض البحوث المتضمنة في خلالها إشارات تكشف عن هوية الباحث.

٥. لضمان السرية الكاملة لعملية التحكيم تكون المعلومات الخاصة بهوية الباحث أو الباحثين في الصفحة الأولى من البحث فحسب.

٦. يلتزم الباحث بإجراء التعديلات الجوهرية المقترحة من المحكمين للبحث.

٧. يحق لهيئة تحرير المجلة رفض البحث واتخاذ القرار وعدم التعامل مع الباحث مستقبلاً عند اكتشافها ما يتنافى والأمانة العلمية المطلوبة بعد التثبت من ذلك.

٨. تنتقل حقوق طبع البحث ونشره إلى المجلة عند إخطار صاحب البحث بقبول للنشر، ولا يجوز النقل أي عن البحث إلا بالإشارة إلى مجلتنا، ولا يجوز لصاحب البحث أو لأي جهة أخرى إعادة نشره في كتاب أو صحيفة أو دورية إلا بعد أن يحصل على موافقة خطية من رئيس التحرير.

٩. لا تدفع مكافأة للباحثين عن البحوث المحكمة التي تقبل للنشر في المجلة وتقدم رئاسة هيئة التحرير مكافأة خاصة للمحكمين.

١٠. تعتمد المجلة آلية التوثيق المتنوعة فتقبل البحوث بآلية التوثيق بالهوامش سواء أكان في نفس الصحيفة ، أم في نهاية البحث، كما تقبل البحوث بآلية التوثيق في المتن بالطريقة المتعارف عليها عالمياً بـ APA.

١١. تقبل المجلة كذلك البحوث الميدانية أو المعملية ،شرط أن يورد الباحث مقدمة يبين فيها طبيعة البحث ومدى الحاجة إليه ، ومن ثم يحدد مشكلة البحث في هيئة مسائلات أو فرضيات، ويعرف المفاهيم والمصطلحات، ويقدم ،عندها قسماً خاصاً بالإجراءات يتناول فيه خطة البحث ومجتمع والعينات والأدوات ، فضلا عن قسم خاص بالنتائج ومناقشتها، ويورد أخيراً قائمة المراجع.

١٢. لا يجوز نشر أكثر من بحث للباحث في العدد الواحد من المجلة سواء أكان بحث منفرداً أم مشتركاً مع باحث آخر.

١٣. يزود صاحب البحث- عند نشره- بنسخة واحدة مستلة مختومة من البحث المنشور في العدد.

١٤. تحتفظ هيئة التحرير بحقها في أولوية النشر في كل ما يرد إليها من مطبوعات، تأخذ بنظر الاعتبار توازن المجلة، والأسبقية في تسليم البحث معدلاً بعد التقويم، واعتبارات أخرى، ويخضع ترتيب البحوث في العدد الواحد للمعايير الفنية المعتمدة في خطة التحرير.

١٥. البحوث المنشورة في المجلة تعبر عن آراء أصحابها، ولا تعبر بالضرورة عن رأي هيئة التحرير أو رأي الكلية.

١٦. جميع المراسلات المتعلقة بالمجلة كافة تكون باسم رئيس التحرير، أو مدير التحرير عبر العنوان البريدي wom.Mag.uni@aliraqia.edu.iq: ، أو رقم هاتف المجلة.

١٧. أخيرا تؤكد هيئة التحرير على ضرورة الالتزام بالبحث الموضوعي الحر والهادئ والبعيد عن كل أشكال التهجم أو المساس بالرموز والشخصيات، وتنأى عن نشر الموضوعات التي تمس المقدسات، أو تلك التي تدعو إلى العصبيات الفئوية والطائفية، وكل ما يوجب الفرقة ويهدد السلم المجتمعي.

# دليل المؤلف

## Author Guidelines

١. يقدم الباحث طلب خطي (استمارة رقم 1 المرفقة) مختوم بالختم الرسمي لجهة الانتساب .

٢. يقدم الباحث ثلاث نسخ ورقية مطبوعة مكبوسة على ورق( A4) وعلى وجه واحد، وتكون إعدادات حواشي الصفحة 2.5 سم من كل جانب بخط( Simplified Arabic)بحجم 14 للمتن و 12 للهامش، و16 غامق للعنوان الرئيسي و 15 غامق للعنوان الفرعي. واذا كان البحث باللغة الإنجليزية فيكون بخط( Times New Roman) .

٣. لا يزيد البحث عن خمس وعشرين صفحة ، ويكون من ضمنها المراجع والحواشي والجداول والأشكال والملاحق. ويتحمل الباحث ما قيمته ثلاثة آلاف دينار عن كل صحيفة زائدة.

٤. يوقع الباحث التعهد الخاص بكون البحث لم يسبق نشره، ولم يقدم للنشر إلى جهات أخرى، ولن يقدم للنشر في الوقت نفسه حتى انتهاء إجراءات التحكيم (استمارة رقم 2).

٥. يلتزم الباحث بتقديم نسخة من كتاب الاستلال الإلكتروني للبحث وبخلافه يتعذر النشر.

٦. يتعهد الباحث بجلب نسخة إلكترونية من البحث على قرص حاسوب (CD) بعد إجراء جميع التعديلات المطلوبة وقبول البحث للنشر في المجلة.

٧. يرفق مع البحث خلاصة دقيقة باللغتين العربية والإنجليزية على ألا تزيد على صحيفتين مع السيرة الذاتية.

٨. يسدد الباحث أجور النشر والخبراء بحسب مقدارها بكل لقب علمي على وفق المنصوص عليه في الكتب الرسمية ، ويتم تسليم الأجور إلى الجهة الرسمية في القسم المالي للكلية بوصولات رسمية تحفظ حق الباحث وإدارة المجلة ، ولا تسترد الأجور في حالة رفض رئيس التحرير أو المقيمين للبحث المقدم لأسباب علمية أو لسلامة الفكرية أو غيرها.

٩. يستلم الباحث إيصالا خطيا بتاريخ تسليم البحث. ثم يُعلم بالإجراءات التي تمت.

١٠. إذا استخدم الباحث واحدة من أدوات البحث في الاختبارات أو جمع البيانات فعليه أن يقدم نسخة كاملة من تلك الأداة اذا لم تنشر في صلب البحث أو ملاحق .

١١. تلتزم المجلة بإرسال البحث إلى مقومين بخطاب تأليف، استمارة رقم 3 المرفقة ، على أن يتم تقويم البحث في مدة أقصاها ١٠ أيام، وبخلافهِ يقدم الخبير اعتذاره في أسبوع، وعندما يكون التقويم العلمي إيجابياً باتفاق اثنين من المقومين يحال البحث إلى المقوم اللغوي لتدقيقه لغوياً.

# دليل المقوم Reviewer Guidelines

أدناه الشروط والمتطلبات الواجب مراعاتها من قبل المقوم للبحوث المرسلة:

١. يقوم البحث على وفق استمارة معتمدة للتقويم (استمارة رقم 4) تتضمن الآتي:

أ- فقرة تتعلق بموضوع البحث هل سبقت دراسته من قبل بحسب علمكم؟ وهل يوجد اقتباس حرفي؟ (الإشارة إلى الاقتباس إن وجد) أو استلال مع تحديد مكان الاستلال.

ب - جدول تقويمي فني تفصيلي يعبر عنه بـ (24) فقرة محددة صيغت على وفق مقياس ليكرت الثلاثي: جيد (3)، مقبول :(2)، ضعيف:( 1) ويقوم الخبير بالتأشير على اختيار واحد منها تبعاً لقناعته بمحتوى الفقرة وعدم ترك أي فقرة بدون إجابة.

ت - مكان محدد لملاحظات الخبير الخاصة بتفاصيل البحث، أو بأساسيات العامة (علمية أو منهجية) كي يستفيد منها الباحث.

ث - خلاصة التقويم المتعلقة بصلاحية النشر على وفق ثلاث خيارات (صالح للنشر أو صالح بعد إجراء التعديلات، أو غير صالح للنشر) على وفق المعايير المحددة في الاستمارة.

ج - مكان محدد لتثبيت مسوغات عدم الصلاحية للنشر إذا حكم بذلك.

٢. على المقوم التأكد من تطابق وتوافق عنوان الخلاصتين العربية والإنجليزية لغوياً.

٣. أن يبين المقوم هل أن الجداول والأشكال التخطيطية الموجودة واضحة ومعبرة.

٤. أن يبين المقوم هل أن الباحث اتبع الأسلوب الإحصائي الصحيح.

٥. أن يوضح المقوم هل أن مناقشة النتائج كانت كافية ومنطقية.

٦. على المقوم تحديد مدى استخدام الباحث المراجع العلمية.

٧. يمكن للمقوم أن يوضح بورقة منفصلة التعديلات الأساسية لغرض قبول البحث.

٨. توقيع الخبير على الاستمارة تمثل تعهداً خطياً بأنه قام بتقويم البحث علميا على وفق المعايير الموضوعية، وان البحث يستحق التقويم الحاصل عليه ومطلوب تسجيل اسمه على وفق ما مثبت في الاستمارة.

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
الجامـــــعة العراقية
كلية التربية للبنات

# مجلة كلية التربية للبنات

مَجلة عِلمية مُحكمة

فصلية دورية

تصدر عن كلية التربية للبنات

تعنى بنشر البحوث في المجالات الإنسانية والتربوية

العدد الرابع والثلاثـــــون (٣٤) الخاص بالبحوث المستلة
الصادر بتاريخ: ٢٠٢٦\٩\١٥

بسم الله الرحمن الرحيم

## افتتاحيةُ العدد...

الحمــدُ للهِ ربِّ العــالمين ، والصــلاةُ والســلامُ علــى نبينّــا محمــدٍ ، وعلــى آلــهِ وصحبهِ تسليماً كثيراً...

أما بعدُ...

يولدُ عدد جديد من مجلة ( كلية التربية للبنات / الجامعة العراقية) يحمل الرقم(34) ، الرابع والثلاثين ، بتأريخ 15/9/2026، يحوي بحوثاً متنوعة بين لغوية وأدبية وتربوية ونفسية وتاريخية واجتماعية ، وبحوث اللغة الإنكليزية ، ليكون العدد منهلاً للباحثين والدارسين والقراء عموماً ، يروي عطش المعرفة وحب العلم والتميز.

وفي هذا الإطار تؤكد إدارة المجلة حرصها على أن تكون البحوث المنتخبة في المجلة مثمرة للمجتمع والإنسان العراقيين ، وأن تلتزم بمبادئ وزارة التعليم العالي والبحث العلمي وتعليماتها ، في نوعية الموضوعات التي تعالجها ، وإسهامها المباشر في تنمية المجتمع العراقي والارتقاء به في سلم العلم والمعرفة .

نسأل الله السداد والتوفيق للباحثين والقراء ، ونسأله تعالى السداد لنا في عمل تحرير المجلة ، وأن يكون العمل خالصاً لوجهه الكريم ، ويكون لبنة في البناء المعرفي والعلمي لكليتنا الرصينة ، وخطوة نحو التقدم والازدهار العلمي لعراقنا الحبيب ، ومن الله التوفيق ، وصلى الله على سيدنا محمد وآله وصحبه وسلم تسليماً كثيراً.

**هيئة تحرير المجلة**

**صيف** 2026/9/15

**قائمة المحتويات – العدد (٣٤) : ايلول/2026- خاص بالبحوث المستلة**


| ت | عنوان البحث | الباحث | الصفحة |
|---|---|---|---|
| ١. | أبنية الأفعال المزيدة ودلالاتها في شعر ابن حيوس | سما مكي يوسف ثجيل<br>أ. د. بشرى أحمد محمد أمين | ١-٢١ |
| ٢. | الشباب الناشئ في عبادة الله–دراسة موضوعية في ضوء القرآن الكريم | جيهان طالب دلف صياح<br>أ. د. عيسى أحمد محل الفلاحي | ٢٢-٣٦ |
| ٣. | الغزوات والسرايا والبعوث لرسول الله (صل الله عليه وسلم) في كتاب الاكتفاء في مغازي رسول الله والثلاثة الخلفاء للكلاعي الاندلسي (ت:٦٣٤) | سارة فرج خلف<br>أ. د.هدى نوري شكر | ٣٧-٥٥ |
| ٤. | جمع التكسير في كتاب التيسير في التفسير للنسفي(٥٣٧هـ ) | إكرام عبدالنبي نايف<br>أ.د. خولة عبيد خلف | ٥٦-٧٢ |
| ٥. | السلوك الاستقلالي لدى أطفال الرياض | اكرام فاضل برتو<br>ا.د قاسم محمد نده الحلبوسي | ٧١-٩٩ |
| ٦. | التربية في الإسلام: مفهومها وملامحها ودورها في بناء الفرد والمجتمع | م.م إسراء عَبدِ المجيد عَبدِ اللطيف<br>أ.د معتصم محمود إسماعيل | ١٠٠-١١٦ |
| ٧. | مستوى القيادة لدى فاقدي الأب وأقرانهم الاعتياديين من تلاميذ المرحلة الأبتدائية (دراسة مقارنة) | صفا حسام صلاح<br>أ.د. أحلام شهيد علي | ١١٧-١٤٢ |
| ٨. | العلاقات الأمريكية الفرنسية (١٩٦٩ – ١٩٨١) | جيلان رياض محمد<br>د. آراس الفت حسين | ١٤٣-١٧١ |
| ٩. | الصورة الذهنية للمشاريع الخدمية وانعكاسها على مستوى الثقة بالأداء الحكومي / دراسة ميدانية لجمهور مدينة (بغداد للمدة (٢٠٢٢-٢٠٢٥ | علي عادل محمود جلاب<br>أ.د. ايثار طارق خليل العبيدي | ١٧٢- ١٩٤ |
| ١٠. | شعرية الهجر والفراق في غزل الشاعر محمد حسين ال ياسين | حنين كاظم رحمن<br>أ.د. زينب عبد الامير حسين القيسي | ١٩٥-٢٠٣ |

| | | | |
|---|---|---|---|
| ١١. | بعض الاغراض شعرية في كتاب اختصار القدح المعلى في التاريخ المحلى لابن سعيد المغربي الأندلسي (ت:٦٨٥هـ) / دراسة في الموضوع والفن | ساره يوسف إسماعيل<br>أ.د. سرى طه ياسين | ٢٠٤-٢٣٢ |
| ١٢. | المرجعيات السيكولوجية لصورة الذات في رسوم ايغون شيلي | طيبه حسن عبدالامير<br>ا.د. سلام ادوريعقوب | ٢٣٣-٢٥٣ |
| ١٣. | Collaborative Digital Storytelling and Its Impact on EFL University Students' Speaking Fluency | اسراء احمد حسن<br>أ.د. شذى كاظم السعدي | ٢٥٤-٢٧٠ |
| ١٤. | النشاط الدبلوماسي لالكسندرا كولونتاي (١٩٣٠-١٩٥٢) | رنا عدنان ولي طاهر<br>أ.د شيماء فاضل مخيبر | ٢٧١-٢٩٩ |
| ١٥. | أدلة الترجيح عند الدكتور محمد عياش الكبيسي في كتاب مجالس النور | زينه ابراهيم سليم حسين<br>أ.د. طه فريح صالح | ٣٠٠-٣١١ |
| ١٦. | الخطاب الاجتماعي في نصوص الكاتب سعد هدابي المقدمة في المسرح المدرسي | م.م.شموس عبد الامير محمد<br>أ.د. مضاد عجيل حسن | ٣١٢-٣٣٨ |
| ١٧. | الإشاريات الزمانية في مقصورة ابن دريد (ت٣٢١ هـ) | مريم نزار منجد جواد<br>أ.د. يونس يحيى عبدالله | ٣٣٩-٣٥٨ |
| ١٨. | أبنية صيغ منتهى الجموع ودلالتها في ديوان المعتمد بن عباد(ت ٤٨٨ هـ) | سارة عامر مجبل<br>أ.د.خولة عبيد خلف | ٣٥٩-٣٧٨ |
| ١٩. | أنواع الشخصيات السردية في شعر أجود مجبل | دعاء عبد الحسين قاسم<br>أ.م. د. وصال كاظم حسين | ٣٧٩-٣٩٦ |
| ٢٠. | الجوانب الاقتصادية للعصر الراشدي في كتاب المنتظم في تاريخ الملوك والأمم لان الجوزي | حنان هاشم حسن منسي<br>أ.م. مديحة يعقوب يوسف<br>أ.م.د. سيناء احمد جار الله | ٣٩٧-٤٢١ |
| ٢١. | بناء بغداد سنة (١٤٥هـ) | كوثر مسلم وهم<br>ا.م.د شهلاء عبدالله عبد القادر | ٤٢٢-٤٣٥ |
| ٢٢. | الصورة البيانية والبديعية في شعر المؤيد في الدين الشيرازي المؤيد في الدين هبة الله (٣٩٠ - ٤٧٠ هـ) | رهام عباس بدر<br>أ.م.د. وسن منصور الحلو | ٤٣٦-٤٥٧ |

# الصورة الذهنية للمشاريع الخدمية وانعكاسها على مستوى الثقة بالأداء الحكومي / دراسة ميدانية لجمهور مدينة بغداد للمدة (٢٠٢٢-٢٠٢٥)

# The Mental Image of Public Service Projects and Its Reflection on the Level of Trust in Government Performance: A Field Study of the Public in Baghdad City for the Period (2022–2025)

الكلمات المفتاحية : الصورة الذهنية، المشاريع الخدمية، الثقة بالأداء الحكومي

**Keywords: Mental Image, Public Service Projects, Trust in Government Performance**

.

علي عادل محمود جلاب

**Ali Adel Mahmoud Jalab**

**Email:** urokmonster@gmail.com

أ.د. ايثار طارق خليل العبيدي

**Prof. (Ph.D). Aithar Tariq Khalil Al-Obaidi**

الجامعة العراقية / كلية الاعلام/ قسم العلاقات العامة

**الخلاصة**

يهدف هذا البحث إلى تحليل الصورة الذهنية للمشاريع الخدمية في مدينة بغداد لاسيما التركيز على مشاريع الطرق والجسور خلال المدة (٢٠٢٢–٢٠٢٥)، وبيان علاقتها بمستوى الثقة بالأداء الحكومي، من خلال دراسة العوامل المؤثرة في تشكيل هذه الصورة لدى الجمهور في ظل التحولات المتسارعة في بيئة الإعلام والاتصال وتزايد الاعتماد على الوسائل الرقمية، اذ تكمن أهمية البحث في فهم كيفية إدراك المواطنين للمشاريع الخدمية باعتبارها أحد مؤشرات تقييم الأداء الحكومي ودرجة الرضا العام عن الخدمات المقدمة . وأظهرت نتائج الدراسة أن وسائل التواصل الاجتماعي تمثل المصدر الرئيس لمتابعة أخبار المشاريع الخدمية، بينما تراجعت الوسائل التقليدية، اذ تبين أن كفاءة الإدارة وجودة التنفيذ تعدان من أبرز العوامل المؤثرة في تشكيل الصورة الذهنية، فضلا عن ذلك، ارتبطت الثقة بالمشاريع بعوامل الشفافية والنزاهة، مع بروز تأثير واضح لشبهات الفساد وضعف المصداقية الإعلامية، فضلا عن وجود فجوة ثقة بين الجمهور والمؤسسات الحكومية انعكست في تقييم نقدي يرتبط بسرعة التنفيذ وكفاءة التخطيط وتأخر إنجاز المشاريع.

ABSTRACT

This study aims to analyze the mental image of service projects in the city of Baghdad, with particular focus on road and bridge projects during the period (2022–2025), and to identify their relationship with the level of trust in government performance. The study examines the factors influencing the formation of this image among the public in light of the rapid transformations in the media and communication environment and the increasing reliance on digital media. The significance of the study lies in understanding how citizens perceive service projects as one of the indicators for evaluating government performance and the degree of public satisfaction with the services provided.The findings revealed that social media platforms constitute the primary source for following news related to service projects, while traditional media have declined in importance. The results also showed that administrative efficiency and quality of implementation are among the most prominent factors influencing the formation of the mental image. Furthermore, trust in these projects was associated with factors such as transparency and integrity, alongside a clear impact of corruption suspicions and weak media credibility. In addition, a trust gap was found between the public and government institutions, which was reflected in a critical evaluation related to the speed of implementation, planning efficiency, and delays in project completion.

**المقدمة**

تعد الصورة الذهنية للمشاريع الخدمية من المفاهيم الحديثة في الدراسات الإعلامية والاجتماعية، إذ تعكس مجموعة الانطباعات والتصورات التي تتشكل لدى الجمهور تجاه أداء المشاريع الخدمية في مدينة بغداد لاسيما مشاريع الطرق والجسور، اذ تشكل مكانه متزايدة لارتباطها المباشر بمستوى الثقة بين المواطن والحكومة، ولما تمثله من مؤشر على فاعلية الأداء الحكومي ونجاح السياسات العامة في تلبية احتياجات المجتمع. يأتي هذا الموضوع في ظل تنامي الاهتمام بالمشاريع الخدمية في مدينة بغداد خلال المدة (٢٠٢٢–٢٠٢٥)، وما رافقها من تباين في مستوى الإنجاز وجودة الخدمات المقدمة، فضلا عن اختلاف تقييمات المواطنين لتلك المشاريع، اذ أسهم تنوع مصادر المعلومات وتزايد دور وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل صور ذهنية متعددة لدى الجمهور، الأمر الذي جعل دراسة تلك الظاهرة ضرورة علمية لفهم كيفية تشكل الإدراك العام تجاه المشاريع الخدمية .

## المبحث الاول : منهجية البحث

### أولا : مشكلة البحث وتساؤلاته .

تعد المشكلة البحثية من الركائز الأساسية التي يبنى عليها الهيكل العام للبحث العلمي، وقد أجمع خبراء المناهج على أن صياغة مشكلة البحث تمثل شرطا جوهريا لبدء أي دراسة علمية[١]، رغم تنفيذ العديد من المشاريع الخدمية في العاصمة بغداد خلال السنوات الأخيرة (في مجالات الجسور والبناء التحتية والكهرباء والطرق والصرف الصحي والتعليم والصحة وغيرها) حيث اطلقت الحكومة السابقة على نفسها حكومة خدمات، إلا أن ردود فعل الجمهور تجاهها متباينة، وغالباً ما يشوبها الانتقاد وعدم الرضا بسبب ضعف الإنجاز أو غياب الشفافية أو سوء التخطيط . ان الاشكالية الرئيسية التي يطرحها البحث تتمثلي في:( **ما هي الصورة الذهنية التي يحملها جمهور مدينة بغداد عن المشاريع الخدمية المنفذة من قبل رئاسة الوزراء ؟ وكيف ينظر جمهور بغداد إلى تلك المشاريع)** ؟. يتفرع عن تلك الاشكالية عدد من التساؤلات الفرعية، وهي :

١– ما هي العوامل التي شكلت الصورة الذهنية للمشاريع الخدمية لدى جمهور مدينة بغداد خلال المدة (٢٠٢٢–٢٠٢٥) ؟

٢– هل كانت هنالك عوامل أثرت في تشكيل الصورة الذهنية للمشاريع الخدمية لدى الجمهور ؟

٣– كيف اسهمت الوسائل الاتصالية في تشكيل الصورة الذهنية للمشاريع الخدمية؟

٤– ما هو المقياس لمستوى الثقة بالأداء الحكومي لدى المواطنين في ظل تنفيذ المشاريع الخدمية؟

٥– ما أبرز التحديات و العوامل التي تضعف أو تحسن الصورة الذهنية للمشاريع الخدمية في بغداد؟ وما هي الآليات المقترحة لتعزيز تلك الصورة للمشاريع الخدمية لدى الجمهور في المستقبل؟

**ثانيا: أهمية البحث .**

تنبع أهمية البحث من كونه يسعى الى معرفة رضا الجمهور وثقته بالمشاريع الخدمية في بغداد، نظرا للتوسع الكبير في نطاق الخدمات والاهتمام المتزايد الذي تحظى به من قبل الحكومة ، وبيان جوهر الانطباعات لدى المواطنين، وتحديد العوامل التي أثرت بشكل كبير في تكوين الصورة الذهنية للمشاريع الخدمية، وتتجلى أهمية الدراسة ، عن طريق ثلاث مستويات :

١. الأهمية العلمية: تسعى الى تحليل الصورة الذهنية للمشاريع الخدمية وانعكاسها على الثقة بالأداء الحكومي لدى جمهور بغداد عبر الكشف عن العوامل الاتصالية والإدارية المؤثرة في تشكيلها.
٢. الأهمية العملية: توفر الدراسة تصورا عن الصورة الذهنية التي يحملها الجمهور تجاه المشاريع الخدمية المنفذة خلال مدة البحث، للمؤسسات الخدمية في بغداد، وهو ما يساعد في تحديد نقاط القوة والضعف في الأداء الخدمي والاتصالي، ووضع استراتيجيات عملية لتحسين جودة الخدمات .
٣. الأهمية المجتمعية: تساعد في تعزيز الثقة بين المواطن والمؤسسات الخدمية وتشخيص واقع الصورة الذهنية وتحديد سبل تحسينها، وأثرها في تحسين جودة الحياة الحضرية.

**ثالثا : أهداف البحث .**

يهدف البحث إلى تحقيق مجموعة ابرزها :

١. تحديد مستوى إدراك الجمهور للمشاريع الخدمية المنفذة.
٢. قياس مستوى رضا الجمهور عن أداء المؤسسات الخدمية المنفذة لتلك المشاريع.
٣. بيان أثر جودة الخدمات المقدمة في تشكيل الصورة الذهنية.
٤. تقييم مدى شفافية ووضوح المعلومات المقدمة للجمهور بشأن المشاريع الخدمية.

**رابعا: نوع الدراسة ومنهجها.**

يقصد بمنهج البحث الأسلوب أو الطريق العلمي الذي يختاره الباحث من بين مجموعة من المناهج المتاحة، بما يتوافق مع طبيعة موضوعه، وذلك بهدف معالجة الإشكالية التي يتناولها والوصول إلى حلول أو نتائج مرتبطة بها، وفق خطوات بحثية محددة ومنظمة [٢]. اعتمد الباحث على المنهج الوصفي – المسحي لكونه من اكثر المناهج ملائمتا لدراسة الجمهور وآرائه واستخدمت اداة الاستبانة لجمع البيانات، وتضمنت مقياسا ثلاثي البدائل (أوافق – محايد – غير موافق) لقياس المبحوثين .

**خامسا : مجتمع الدراسة .**

يعرف مجتمع البحث بأنه مجموعة الحالات أو الأفراد أو الأشياء التي يتجه الباحث إلى دراستها بهدف الوصول إلى نتائج بحثه، غير أن الوصول إلى المجتمع الكلي غالبا ما يكون صعبا بسبب حجمه الكبير[٣]، لذلك يركز الباحث على المجتمع المتاح أو الممكن الوصول إليه لجمع البيانات، باعتباره جزءا ممثلا للمجتمع الأصلي ويحقق متطلبات الدراسة وأهدافها اذ تم اختيار عينة من سكان مدينة بغداد، موزعة على عدد من مناطقها (الكرخ، الرصافة) وبلغ عدد أفراد العينة (٤٠٠) مبحوث يمثلون شرائح عمرية وتعليمية ومهنية مختلفة .

**سادسا : مجالات الدراسة .**

اتخذ البحث مجموعة من المجالات، تمثلت في:

١- المجال المكاني : يتمثل المجال المكاني للدراسة في مدينة بغداد، وبالتحديد بين جمهور المستفيدين من المشاريع الخدمية المقدمة فيها، ويشمل مناطق جانبي الكرخ والرصافة التي تشهد نشاطا متنوعا لتلك المشاريع.

٢- المجال الزمني: يمتد المجال الزمني للبحث من ١٠ / ٣ / ٢٠٢٦ ولغاية ٢٠٢٦/٥/٢٥، وهي المدة التي أُنجزت خلالها عملية توزيع استمارات الاستبيان على أفراد العينة، ثم جمعها ومعالجتها إحصائيا لاستخلاص النتائج النهائية.

٣- المجال الموضوعي: انحصر المجال الموضوعي للبحث في دراسة الصورة الذهنية المتكونة لدى الجمهور تجاه المشاريع الخدمية وانعكاسها على مستوى الثقة بالأداء الحكومي .

**سابعا :عينة الدراسة .**

تعرف عينة الدراسة بأنها جزء أو نموذج يمثل مجتمع الدراسة الأصلي، بحيث يعكس خصائصه وصفاته المشتركة، وتستخدم بديلا عن دراسة جميع مفردات المجتمع [٤]، اذ اعتمدت الدراسة على العينة الطبقية العشوائية لضمان تمثيل مختلف فئات المجتمع بصورة متوازنة، بما يحقق دقة أكبر في قياس الصورة الذهنية للمشاريع الخدمية وانعكاسها على مستوى الثقة بالأداء الحكومي من حيث المناطق الجغرافية (الكرخ والرصافة) .

**ثامنا : أدوات الدراسة .**

تختلف أدوات البحث باختلاف تنوع المشكلات التي تواجه الباحث فالمشكلة هي المحرك الأساسي الذي يوجه الباحث في اختيار الطريقة الأنسب لفهمها والتوصل إلى حلول منطقية وتعرف أدوات البحث العلمي بأنها الوسائل التي يعتمد عليها الباحث في معالجة مشكلته، مهما تنوعت هذه الأدوات، اذ ان طبيعة المشكلة البحثية هي التي تحدد الأدوات المناسبة لاستخدامها، بما ينسجم مع متطلبات الدراسة وصولا إلى النتائج المطلوبة في تحقيق أهداف البحث [٥]، وتم استخدام أداة الاستبانة لجمع المعلومات عن موضوع الدراسة.

**تاسعا: الصدق وثبات اداة البحث :**

يقصد بصدق أداة البحث مدى صلاحية الأداة المستخدمة في جمع البيانات والمعلومات المرتبطة بموضوع الدراسة، وقدرتها على قياس الظواهر والمتغيرات التي يسعى الباحث إلى تحليلها بدقة، بما يتيح الوصول إلى نتائج موثوقة يمكن الاعتماد عليها وتعميمها، لذلك، تم عرض الاستبانة بصورتها الأولية، والمتكونة من (٥٨) فقرة، على مجموعة من المحكمين المختصين، والبالغ عددهم (٩) محكمين* بهدف التحقق من الصدق الظاهري لأداة الاستبيان ومدى ملاءمتها لأهداف البحث. تم احتساب نسبة اتفاق المحكمين وبلغت (٩٨,٢٨%)، مما يؤكد ملاءمة كل محور من محاور الاستبيان، ويعد هذا دليلا على قوة صدق الأداة.

$$\text{نسبة الاتفاق} = \frac{\text{عدد الفقرات المتفق عليها}}{\text{عدد الفقرات كل}} \times ١٠٠$$

$$\text{نسبة الاتفاق} = \frac{513}{522} \times ١٠٠$$

$$\text{نسبة الاتفاق} = 98.28\%$$

**عاشرا : التعريفات الاجرائية .**

**الصورة الذهنية :** هي التصور الذي يتكون لدى الأفراد عن أي موضوع معين، استنادا إلى تجاربهم المباشرة وغير المباشرة، وقد لا يعكس هذا التصور الواقع بالضرورة.

**المشاريع الخدمية :** هي مجموعة من المشاريع التي تهدف إلى تقديم خدمات مباشرة للأفراد والمؤسسات، التي تسعى الحكومة من خلالها الى تلبية احتياجات المجتمع وتحسين جودة الخدمات.

**الأداء الحكومي :** هو مدى قدرة المؤسسات الحكومية القائمة على المشاريع الخدمية في تحقيق الأهداف والسياسات العامة المخططة لها بكفاءة وفعالية ضمن الموارد المتاحة وتحقيق افضل نتيجة ممكنة .

**أحد عشر: الدراسات السابقة .**

دراسة ( تيسير باسم اسماعيل ) [٦]

هدفت الدراسة إلى التعرف على الصورة الذهنية لدى الجمهور العراقي تجاه وزارة الإعمار والإسكان والبلديات العامة، والكشف عن دور العلاقات العامة والإعلام في بنائها، فضلًا عن تحديد العوامل والوسائل الاتصالية المؤثرة فيها، وأظهرت الدراسة نتائج كان أهمها :

- غلبة الفئة الذكورية وشريحة الموظفين في التعامل مع الوزارة، مع اعتماد كبير على منصة (الفيس بوك) كمصدر أساسي لاستقاء المعلومات .

- وجود قصور واضح في الجوانب الإجرائية، اذ أكدت النتائج تأخر الوزارة في المصادقة على المعاملات، بالإضافة إلى عدم اتسام العمل بالسرعة والدقة المطلوبة في الإنجاز.
- تشكل صورة ذهنية سلبية بشكل عام لدى الجمهور العراقي تجاه الوزارة وذلك بسبب ضعف الاتصالات المتبادلة ووجود تمييز في التعامل بين فئات الجمهور، فضلاً عن عدم كفاية الخطط المعالجة لأزمة السكن.

تتشابه الدراسة الحالية مع دراسة تيسير باسم إسماعيل في تحليل الصورة الذهنية للجمهور تجاه المؤسسات الحكومية، واعتماد المنهج المسحي، ودراسة دور وسائل الإعلام والاتصال في تشكيل هذه الصورة، وتختلف عنها في أن الدراسة الحالية أكثر شمولا، إذ تتناول المشاريع الخدمية لرئاسة الوزراء عموما وليس مؤسسة واحدة فقط، وتعتمد عينة عشوائية من سكان بغداد، كما تربط الصورة الذهنية بمستوى الثقة بالأداء الحكومي ورضا الجمهور وتأثير نجاح أو فشل المشاريع، بينما ركزت الدراسة السابقة على وصف الصورة الذهنية ودور العلاقات العامة في تشكيلها.

**المبحث الثاني : الصورة الذهنية**

**اولا : مفهوم الصورة الذهنية**

يعد مصطلح الصورة الذهنية من اكثر المصطلحات التي اختلف الباحثون حول تفسيرها في ميادين البحث العلمي، ويعود ذلك الى تعدد الترجمات العربية للمفهوم، فضلا عن اختلاف التخصصات التي تناولته، مثل علم النفس وعلم الاجتماع والسياسة والاعلام، لاسيما بعد ان شهد العصر الحديث تطورا كبيرا في وسائل الإعلام، اذ اسهم ذلك التطور في إبراز مفهوم الصورة الذهنية وتعزيز أهميتها لدى الجمهور، سواء على مستوى الأفراد او المجتمعات، اذ لم تعد وسائل الإعلام تقتصر على نقل المعلومات فحسب، وانما اصبحت ادوات فاعلة في توجيه الأفكار والاتجاهات وصياغة المواقف السياسية والاجتماعية، ولاسيما وان العديد من الدراسات اشارت إلى أن نسبة كبيرة من الصور الذهنية التي تتشكل لدى الإنسان مصدرها وسائل الإعلام المختلفة، إذ تؤدي هذه الوسائل دورا اساسيا في بناء وتكوين ما يختزنه الفرد من تصورات ومعارف حول القضايا المختلفة [٧] .

يرجع الاهتمام بمفهوم الصورة الذهنية الى الفلسفة اليونانية، اذ يعد ارسطو من اوائل من وضع الاسس النظرية لفهم الصورة، والذي جعلها حلقة وصل بين الخيال والادراك[٨]، وفي التاريخ المعاصر، يعد الصحفي الامريكي والتر ليبمان اول من استخدم مصطلح الصورة الذهنية، اذ وصفها بانها الصورة التي يكونها الانسان عن العالم من حوله، والتي قد لا تعكس الواقع بصورة كاملة، لكنها تؤثر بصورة مباشرة في ميوله واتجاهاته وسلوكياته، وتمثل الاطار الذهني الذي يتعامل الانسان من خلاله مع محيطه [٩]. وبالتالي فان الصورة الذهنية تتشكل نتيجة تخزين العقل

لسلسلة من الصور والانطباعات المرتبطة بتجارب ومواقف مختلفة، سواء كانت اعتيادية أو استثنائية، ويحتفظ بها الفرد في ذاكرته، مع إمكانية استدعائها واستحضارها في مواقف لاحقة [١٠] .

**ثانيا : مصادر الصورة الذهنية**

وتقسم مصادر الصورة الذهنية الى : [١١]

- الخبرة المباشرة كمصدر للصور الذهنية : تشير الخبرة المباشرة إلى التجارب التي يخوضها الفرد من خلال احتكاكه اليومي والمتكرر مع المؤسسات أو مع أفراد آخرين، ويمكن للعاملين في العلاقات العامة في هذه المؤسسات استثمار هذا الاحتكاك لتشكيل صورة إيجابية للمؤسسة[١٢]، وذلك من خلال الأداء الوظيفي الجيد، والتنظيم الفعال للعمل، وتلبية احتياجات الأفراد والمؤسسة بطريقة تشعرهم بالارتياح والثقة وبهذه الطريقة، تنتج صورة ذهنية تستند إلى التجربة الشخصية للفرد. [١٣] .
- الخبرة غير المباشرة كمصدر للصور الذهنية: تشير الخبرة غير المباشرة إلى المعارف والانطباعات التي يكتسبها الفرد من خلال ما تقدمه وسائل الإعلام المختلفة من محتوى مسموع أو مقروء او مرئي او مطبوع، عبر نقل المواقف والأحداث والأخبار المتعلقة بالمؤسسات او الأفراد إلى الجمهور، ومع مرور الوقت وتكرار التعرض لهذه الرسائل، ومع عملية التأكيد والانتقاء، تتشكل لدى الأفراد صورة ذهنية معينة تجاه تلك المؤسسات او الأشخاص ،وبالتالي، تتكون صورة ذهنية مبنية على ما قدمه الآخرون من معلومات وتصوير للأحداث، وليس فقط على التجربة الشخصية المباشرة ، وبالتالي فأن الإنسان يؤسس صورته الذهنية عن الأشياء او الأشخاص من خلال مزيج من التجارب [١٤] .

**ثالثا : دور وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الصورة الذهنية في ضوء نظرية الغرس الثقافي**

تؤدي وسائل الإعلام دورا مهما في توجيه اتجاهات الجمهور وبناء الرأي العام من خلال طريقة عرض الأخبار ومعالجة القضايا، مما يجعلها قوة مؤثرة في تشكيل الصورة الذهنية لدى المتلقي وترسيخ الانطباعات الإيجابية أو السلبية[١٥]، ويعد الإعلام بمثابة المرآة الكبرى التي تعكس صورة المجتمع، إذ يتجه إليها الأفراد ليتعرفوا إلى بعضهم ، اذ يطلع الجمهور من خلالها على ما يدور حوله من أحداث وتفاعلات في مسيرة الحياة اليومية، فالإعلام يمثل دور بالغ الأهمية في أي مجتمع بشري، وتتضاعف هذه الأهمية في المجتمعات المعاصرة التي تتسم بتعدد الاهتمامات وتباين الميول واختلاف الاتجاهات ، وفي ظل هذه التعقيدات، يقوم الإعلام بدور مزدوج يتمثل في الإسهام في عملية بناء المجتمع[١٦] ، فضلا عن ذلك يسهم الاعلام في نقل الرسائل التي تشكل البيئة السياسية والاجتماعية للجمهور [١٧].

تعد وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي من اهم الوسائل الاتي تساهم في تشكيل الصورة الذهنية او اعادة تشكيل الصورة لدى الجمهور من خلال ما تملكه من امكانية على نقل المعلومات وصياغة الأحداث بأسلوب يؤثر في إدراك المتلقين وتفسيرهم للوقائع، وتقدم هذه القضايا ضمن أطر محددة تسهم في تعزيز الانطباعات الإيجابية او السلبية حول الأفراد او المؤسسات او الدول، كما تسهم طريقة العرض الإعلامي، من عناوين وصور ومقابلات في خلق انطباعات اولية قد تستمر طويلا وتؤثر في الرأي العام[١٨].

**المبحث الثالث : المشاريع الخدمية والثقة بالأداء الحكومي.**

**أولا: المشاريع الخدمية**

تعرف المشاريع الخدمية على انها مجموعة من الأعمال المترابطة التي تنفذ بطريقة منظمة، ولها بداية ونهاية ، تهدف لتحقيق خدمات محددة تلبي احتياجات الجمهور ضمن الوقت الحالي او مستقبلا [١٩] .

تهدف المشاريع الخدمية في بغداد إلى تطوير الواقع الخدمي وتحسين مستوى معيشة المواطنين من خلال تنفيذ مشاريع خدمية وتنموية في مختلف المحافظات، إذ تركز على معالجة المشكلات الأساسية التي يعاني منها المجتمع، مثل ضعف البنية التحتية وشح الخدمات والازدحام ، عبر خطط تنفيذية شملت والطرق والإسكان ، وقد أولى البرنامج الحكومي خلال المدة (٢٠٢٢-٢٠٢٥) اهتماما كبيرا بقطاع الإعمار والخدمات ، من خلال استكمال المشاريع المتوقفة التي تجاوزت نسب إنجازها ٧٠% ، كما عملت الحكومة على تنفيذ مشاريع إنشاء وتأهيل الطرق والجسور بهدف رفع كفاءة الخدمات العامة وتحسين الواقع الحضري، كما عملت على تطوير قطاع النقل والمواصلات عبر مشاريع الطرق لتسهيل حركة النقل وتقليل الزخم المروري[٢٠] . يتبين من خلال تتبع مسار المشاريع الخدمية في بغداد ورغم الجهود التي بذلتها الحكومة ، الا انها لاتزال تواجه تحديات تتمثل في الفساد الإداري والمالي وتأخر الإنجاز وضعف التخطيط والمتابعة ومحدودية التمويل، ورغم كل تلك العوائق، إلا أن الحكومة مستمرة في تنفيذ خططها لتحسين الخدمات الأساسية وتطوير البنية التحتية في العراق .

تحتل المشاريع الخدمية جزءا كبيرا من حياتنا اليومية، لأن أغلب تلك الاحتياجات يتم تلبيتها عن طريق خدمات التي تؤديها الحكومة ، لاسيما بعد أن تحولت الدولة من مفهوم الحارسة التي كان يقتصر دورها على حفظ الأمن والنظام، الى دولة تؤدي أدوارا تداخلية ومتعددة تشمل الجوانب السياسية والاقتصادية والاجتماعية والإدارية، إذ امتد دورها إلى تنظيم الاقتصاد وتحقيق التنمية وتوفير الخدمات العامة كالتعليم والصحة والرعاية الاجتماعية، مما جعل الحكومة الحديثة مؤسسة شاملة تتدخل في مختلف مجالات الحياة لتحقيق رفاهية المجتمع وتقدمه ، لذلك أصبحت المشاريع الخدمية ذات أهمية كبيرة ومتزايدة في حياة الأفراد اذ أصبح قطاع المشاريع الخدمية يشغل

مكانة كبيرة ومهمة في معظم اقتصادات الدول، من حيث طريقة تقديم الخدمة ، ودراسة مفهومها وطبيعتها وأبعادها [٢١].

## ثانيا : أهداف المشاريع الخدمية .

تهدف المشاريع الخدمية إلى تقديم وتحقيق خدمة عامة للمجتمع في مختلف المجالات، اذ يسهم تنفيذ تلك المشاريع في تحقيق أهداف مباشرة وغير مباشرة تعود بالنفع على الأفراد والمجتمع وتعزيز الثقة بالأداء الحكومي من خلال : [٢٢]

- **تحسين البنية التحتية للنقل**

تعد البنية التحتية مؤشرا أساسيا لتعزيز الثقة بالأداء الحكومي، لاسيما ان العراق قد شهد تراجعا بعد حرب الخليج الثانية في انجاز المشاريع الخدمية بسبب الحصار الاقتصادي الذي حد من تنفيذ المشاريع الخدمية حتى عام ٢٠٠٣، وبالتالي فأن تحسين البنية التحتية للنقل ضرورة ملحة في بغداد، نظرا لما تعانيه الطرق والجسور من تدهور واضح نتيجة الحروب المتعاقبة وضعف أعمال الصيانة والتخطيط، إذ إن الكثير من الشبكات الطرق الحالية لم تعد قادرة على استيعاب حجم حركة المرور، التي تسبب اختناقات مرورية وحوادث متكررة ، لذلك فإن تنفيذ المشاريع خدمية في هذا المجال يمثل استجابة مباشرة لمعالجة هذا الخلل البنيوي، من خلال إعادة تأهيل الطرق وإنشاء جسور حديثة تواكب متطلبات النمو السكاني والعمراني[٢٣].

- **تقليل الازدحام المروري و تسهيل حركة المرور بين المدن**

يعد الازدحام المروري في العاصمة بغداد، من أبرز التحديات اليومية التي تواجه المواطنين، نتيجة الزيادة الكبيرة في أعداد المركبات مقابل محدودية البنية التحتية الحالية، اذ يسبب هذا الازدحام هدرا كبيرا في الوقت والجهد، وذكرت وزارة التخطيط في ٢٠٢٥/١٢/٢٥ أن إجمالي عدد السيارات في البلاد نهاية عام ٢٠٢٤ بلغ (ثمانية ملايين واربعمائة الف) ، باستثناء السيارات الحكومية، اذ بلغت منها حصة العاصمة بغداد نحو (مليوني) سيارة، أي ما نسبته حوالي (٢٥%)[٢٤] .

- **خلق فرص عمل و تحسين مستوى المعيشة**

يعاني العراق من ارتفاع معدلات البطالة، لا سيما بين فئة الشباب في ظل محدودية فرص العمل في القطاعين العام والخاص، وقد ارتفع معدل البطالة في العراق وفق ترندنغ إيكونومي* إلى (١٥,٥٠%) عام ٢٠٢٥ ، وسجل أعلى مستوى له بنسبة (١٦,٢٠%) عام ٢٠٢١[٢٥] ، وعلى مستوى محافظة بغداد، بلغ معدل البطالة العام (١٥ سنة فأكثر) نحو (١٨,٣%) عام ٢٠٢٤[٢٦] .

تعد المشاريع الخدمية أداة مهمة في توفير فرص عمل مباشرة وغير مباشرة وتقيل نسبة البطالة، سواء خلال مراحل التنفيذ أم التشغيل، إذ ينبغي أن تسهم هذه المشاريع في توظيف الأيدي

العاملة المحلية وعدم الاعتماد على العمالة الأجنبية، وهو ما تبين في عدد من المشاريع الخدمية في بغداد، التي ساهمت في تشغيل الأيدي العاملة المحلية وتنشيط القطاعات المرتبطة بها، كالنقل والتجارة، مما يساعد في التخفيف من حدة البطالة وتحقيق قدر من الاستقرار الاقتصادي والاجتماعي[٢٧] .

- **تحفيز الاقتصاد والاستثمار**

يعد العراق من الدول التي تمتلك بيئة استثمارية واعدة، نظرا لوفرة وتنوع موارده الطبيعية، فضلا عن قدرته على استقطاب المشروعات الاستثمارية الكبرى ، فضلا عن التسهيلات القانونية والحوافز التي قدمتها الدولة للمستثمرين والتي تسهم في تعزيز جاذبية العراق للاستثمارات الأجنبية والمحلية ، اذ يعد الاستثمار أحد المحركات الأساسية لتسريع عجلة التنمية الاقتصادية [٢٨]، لذلك فان النهوض بالواقع الاقتصادي وتحسين مستوياته يتطلب تبني برنامج إصلاح اقتصادي شامل، مع التركيز على تشجيع الاستثمارين المحلي والأجنبي، بما يسهم في تنويع مصادر الدخل وتقليل معدلات البطالة والفقر ، اذ تعد البنية التحتية المتطورة عاملا أساسيا في جذب الاستثمارات وتحفيز النشاط الاقتصادي ، إلا أن العراق يواجه تحديات في هذا المجال نتيجة ضعف شبكات النقل وارتفاع تكاليف الخدمات ، مما يقلل من جاذبية البيئة الاستثمارية ،لذلك فإن تنفيذ المشاريع الخدمية، خاصة في قطاع النقل ينعكس إيجابا على تنشيط الاقتصاد الوطني ودعم عملية التنمية [٢٩] .

**ثالثا : مفهوم الاداء الحكومي**

يعد الأداء الحكومي من العناصر المهمة التي تؤثر بشكل مباشر في نجاح المشاريع الخدمية وتحقيق أهدافها، إذ يعكس قدرة المؤسسات الحكومية على التخطيط والتنفيذ والمتابعة وتقديم الخدمات للمواطنين بكفاءة وفاعلية، اذ يعد مستوى الأداء الحكومي عاملا حاسما في إنجاز هذه المشاريع ضمن الوقت المحدد وبالجودة المطلوبة، بينما يؤدي التطور المستمر في وظائف الدولة وتنامي مسؤولياتها إلى زيادة اهتمام الحكومات بمتابعة أداء مؤسساتها وتقويمها، بهدف ضمان انسجامه مع الأهداف والاستراتيجيات العامة للدولة، اذ يعتمد نجاح الحكومات في تحقيق أهدافها وتطلعاتها بقدرة مؤسساتها على إنجاز المهام الموكلة لها [٣٠] .

يكتسب مفهوم الأداء اهتماما واسعا في الدراسات الإدارية وبحوث الموارد البشرية، وذلك لما له من أهمية في توضيح تأثير الفرد والمنظمات على مستوى الإنجازات [٣١]، فضلا عن ذلك يعبر عن البعد التطبيقي لمجمل أنشطة المنظمة، إذ يعكس الكيفية التي توظف بها الوحدة الاقتصادية مواردها المختلفة، ومدى قدرتها على التفاعل مع بيئتها الداخلية والخارجية، بما يترجم خياراتها الاستراتيجية إلى ممارسات فعلية تسهم في تحقيق أهدافها بكفاءة وفاعلية [٣٢] . يتميز

الأداء الحكومي بمجموعة من الخصائص التي تميزه عن أداء المؤسسات الأخرى، ومن ابرزها : (٣٣)

١. تعددية جوانب الأداء: يتسم الأداء الحكومي بتعدد مصادره وتشعب نتائجه، نتيجة تنوع وظائف الحكومة وامتدادها إلى المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، مما يجعل تأثيره واسع النطاق ومتداخل الأبعاد.
٢. الطابع الهرمي للأداء: يقوم الأداء الحكومي على هيكل تنظيمي هرمي يمتد من المستويات المركزية العليا إلى المستويات الوسطى والدنيا، حيث تنتقل المعلومات من الأسفل إلى الأعلى، بينما تكون القرارات والتوجيهات من الأعلى إلى الأسفل، الأمر الذي يؤثر في مستوى الفاعلية والكفاءة الحكومية.
٣. تسلسلية تنفيذ القرارات: تطبق القرارات الحكومية بصورة متدرجة تبدأ من مجلس الوزراء والجهات المركزية وصولا إلى الوزارات والإدارات المحلية، مما يجعل نجاح الأداء الحكومي مرتبطا بمدى استيعاب مختلف المستويات الإدارية لهذه القرارات وقدرتها على تنفيذها.
٤. تنوع الأجهزة الرقابية: يخضع الأداء الحكومي لرقابة متعددة المستويات تشمل الأجهزة الرقابية المركزية، ووحدات الرقابة داخل الوزارات والسلطة التشريعية ، فضلا عن الرقابة الشعبية، اذ تسهم الجهات غير الرسمية، مثل وسائل الإعلام والصحافة المستقلة، في متابعة الأداء الحكومي وتقويمه وتعزيز الشفافية والمساءلة.

**المبحث الرابع / الاطار العملي للدراسة**

١ / الوسائل التي تتابع عبرها عينة الدراسة أخبار المشاريع الخدمية:

جدول رقم (1)- الوسائل التي تتابع عبرها عينة الدراسة أخبار المشاريع الخدمية

| جدول رقم (1) | | |
|---|---|---|
| الوسائل | ك | % |
| التلفزيون | ٥٠ | ١٢,٥ |
| الاذاعة. | ٦ | ١,٥ |
| المواقع الاخبارية الالكترونية | ٢٥ | ٦,٣ |
| وسائل التواصل الاجتماعي. | ٢٦٩ | ٦٧,٢ |
| الصفحات الرسمية للجهات الحكومية. | ٢٢ | ٥,٥ |
| من خلال الواقع المباشر المشاهدة الميدانية. | ٢٨ | ٧,٠ |
| المجموع | ٤٠٠ | ١٠٠,٠ |

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي احتلت المرتبة الأولى بوصفها الوسيلة الأكثر متابعة من قبل أفراد عينة الدراسة للحصول على أخبار المشاريع الخدمية، بنسبة بلغت (٦٧,٢%)، وهو ما يعكس الهيمنة المتزايدة للمنصات الرقمية في تشكيل المصدر الرئيس للمعلومات لدى الجمهور، وجاءت وسائل الإعلام التقليدية في مراتب لاحقة، إذ حل التلفزيون في المرتبة الثانية بنسبة (١٢,٥%)، تلاه الاعتماد على المشاهدة الميدانية بنسبة (٧,٠%)، ثم المواقع الإخبارية الإلكترونية بنسبة (٦,٣%)، في حين بلغت نسبة متابعة الصفحات الرسمية للجهات الحكومية (٥,٥%)، بينما جاءت الإذاعة في المرتبة الأخيرة بنسبة (١,٥%)، مما يشير إلى تراجع واضح في دور الوسائل السمعية التقليدية في نقل المعلومات المتعلقة بالمشاريع الخدمية.

وتفسر هذه النتائج في ضوء التحول المتسارع نحو الإعلام الرقمي، إذ أصبحت منصات التواصل الاجتماعي المصدر الأكثر جذبا للمستخدمين بفضل ما توفره من سرعة في نقل المعلومات، وإتاحة التفاعل، وسهولة الوصول مقارنة بالوسائل الإعلامية الأخرى، كما تعكس النتائج محدودية الاعتماد على المصادر الرسمية المباشرة، الأمر الذي يستدعي ضرورة تعزيز الحضور الرقمي للمؤسسات الحكومية، وتطوير استراتيجياتها الاتصالية بما يضمن إيصال المعلومات الدقيقة حول المشاريع الخدمية عبر القنوات الأكثر استخداماً وتأثيراً لدى الجمهور، وفي ضوء ذلك، يمكن الإشارة إلى أن العوامل الإدارية والتنفيذية، إضافة إلى الاستدامة التشغيلية، تمثل محددات رئيسية في تشكيل الصورة الذهنية للمشاريع الخدمية، مع بروز أهمية كل من الجودة والرقابة والتخطيط في تعزيز مستوى الثقة المؤسسية، وبناء على إجابات عينة الدراسة، يمكن استنتاج مستويات المقياس العام كما يلي:

جدول رقم (٢) – مستويات المقياس العام للعوامل المؤثرة في تشكيل صورة المشاريع الخدمية

| جدول رقم (٢) | | |
|---|---|---|
| مجمل المقياس | ك | % |
| منخفض | ٥ | ١,٣ |
| متوسط | ٨٢ | ٢٠,٤ |
| مرتفع | ٣١٣ | ٧٨,٣ |
| المجموع | ٤٠٠ | ١٠٠,٠ |

يكشف الجدول السابق عن مستويات المقياس العام المتعلق بالعوامل المؤثرة في تشكيل صورة المشاريع الخدمية وقد تبين أن غالبية أفراد عينة الدراسة يقعون ضمن مستوى مرتفع بنسبة (٧٨,٣%)، في حين جاءت نسبة المستوى المتوسط بـ (٢٠,٤%)، ويُفسَّر هذا الارتفاع في المستوى المرتفع تلاه المتوسط بأن الجمهور أصبح أكثر قدرة على تحليل أداء المشاريع الخدمية

وربطه بعوامل موضوعية مثل الإدارة، التخطيط، جودة التنفيذ، والرقابة، إلى جانب النتائج الملموسة بعد التنفيذ، كما أن هذا الإدراك يعكس نضجًا في التقييم العام، حيث لم يعد الحكم على المشاريع قائمًا على الانطباعات السطحية فقط، بل على مجموعة من المؤشرات التي تتعلق بالاستدامة وجودة الخدمات واستمرارية الأثر، أما انخفاض نسبة المستوى المنخفض.

بينما سجل المستوى المنخفض نسبة محدودة جدًا بلغت (١,٣%) من إجمالي العينة، ويشير إلى محدودية الفئة التي لا تمتلك تصورا واضحا حول هذه العوامل، مما يؤكد على أن الوعي العام بهذه المحددات يعد مرتفعًا نسبيًا ويتمتع بدرجة عالية من الوعي والوضوح ويسهم في تشكيل صورة أكثر دقة وواقعية عن المشاريع الخدمية، حيث تتبلور لدى أغلب العينة قناعة بأن هذه العوامل تلعب دورًا مباشرًا في بناء أو إضعاف الصورة الذهنية تجاه تلك المشاريع.

ويمكن تفسير هذه النتائج بأن ارتفاع مستوى إدراك أفراد العينة للعوامل المؤثرة في تشكيل صورة المشاريع الخدمية يعود إلى تزايد انكشاف الجمهور على المعلومات وتعدد مصادرها، خاصة مع انتشار وسائل الإعلام الرقمية التي تتيح متابعة مستمرة وتفصيلية لأداء المشاريع، كما أن ارتباط هذه المشاريع المباشر بحياة المواطنين اليومية يدفعهم إلى تقييمها بشكل أكثر عمقًا، اعتمادًا على معايير واقعية مثل جودة التنفيذ وكفاءة الإدارة واستمرارية الخدمات، وليس فقط على الانطباعات العامة، كما تعكس النتائج نضجًا في الوعي العام نتيجة تراكم الخبرات والتجارب السابقة، إلى جانب تزايد النقاشات المجتمعية والإعلامية حول قضايا الأداء الحكومي، مما أسهم في تكوين قدرة تحليلية أعلى لدى الجمهور.

٢/ الثقة والمصداقية للصورة الذهنية للمشاريع الخدمية:

جدول رقم (٣) – الثقة والمصداقية للصورة الذهنية للمشاريع الخدمية.

| جدول رقم (٣) | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| العبارة | موافق | | محايد | | غير موافق | | المتوسط | الانحراف المعياري | الوزن النسبي |
| | ك | % | ك | % | ك | % | | | |
| انتشار شبهات الفساد أو الشكوك يجعل الانطباع العام سلبيا على تلك للمشاريع | ٣١٥ | ٧٨,٨ | ٧٢ | ١٨,٠ | ١٣ | ٣,٣ | ٢,٧٦ | 0.501 | ٩٢,٠ |
| التغطية الإعلامية الرسمية للمشاريع الخدمية لم تكن موضوعية تمت المبالغة فيها | ٢٠٨ | ٥٢,٠ | ١٥٩ | ٣٩,٨ | ٣٣ | ٨,٣ | ٢,٤٤ | 0.642 | ٨١,٣ |
| أتأثر بالطرح السلبي الذي | ١٩٧ | ٤٩,٣ | ١٥٥ | ٣٨,٨ | ٤٨ | ١٢ | ٢,٣٧ | 0.69 | ٧٩,٠ |

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| يقوم به بعض النواب الذي ينتقد تكلفة المشاريع الخدمية | | | | | | | | | |
| تشعرني المشاريع الخدمية بأنها إنجاز حقيقي يخدم المجتمع | ١٧٨ | ٤٤,٥ | ١٤٨ | ٣٧,٠ | ٧٤ | ١٨,٥ | ٢,٢٦ | 0.751 | ٧٥,٣ |
| اعتقاد أن الجهات الحكومية تحاسب المسؤولين عن أي تقصير أو فساد في المشاريع | ٨٣ | ٢٠,٨ | ١١٦ | ٢٩,٠ | ٢٠١ | ٥٠,٣ | ١,٧١ | 0.79 | ٥٧,٠ |
| الثقة بأن الأموال المخصصة للمشاريع الخدمية تستخدم بشكل صحيح من دون شبهات فساد | ٨٦ | ٢١,٥ | ١٠٩ | ٢٧,٣ | ٢٠٥ | ٥١,٣ | ١,٧٠ | 0.8 | ٥٦,٧ |

يكشف الجدول السابق عن تقييم عينة الدراسة للثقة والمصداقية للصورة الذهنية اتجاه المشاريع الخدمية وقد تبين أن مستوى الثقة العامة تجاه المشاريع الخدمية يتأثر بشكل واضح بعوامل الشفافية والإعلام والاتهامات المرتبطة بالفساد، حيث جاءت بعض العبارات بوزن نسبي مرتفع يعكس حساسية الجمهور تجاه هذه الجوانب في تشكيل صورته الذهنية، حيث حصلت عبارة "انتشار شبهات الفساد أو الشكوك يجعل الانطباع العام سلبياً عن تلك المشاريع" على أعلى وزن نسبي بلغ (٩٢,٠%)، مما يدل على أن عامل النزاهة والشفافية يمثل المحدد الأبرز في بناء الثقة، وأن أي إشارات تتعلق بالفساد تنعكس مباشرة وبشكل قوي على الصورة الذهنية للمشاريع الخدمية، ويعكس ذلك ارتفاع مستوى الحساسية المجتمعية تجاه قضايا الفساد وربطها الفوري بجودة وكفاءة المشاريع.

كما جاءت عبارة "التغطية الإعلامية الرسمية للمشاريع الخدمية لم تكن موضوعية وتمت المبالغة فيها" بوزن (٨١,٣%)، وهو ما يشير إلى وجود درجة من عدم الرضا عن الأداء الإعلامي الرسمي، حيث يرى جزء كبير من العينة أن هناك فجوة بين الواقع الفعلي للمشاريع والصورة التي تقدمها وسائل الإعلام الرسمية.

وفي السياق ذاته، سجلت عبارة "أتأثر بالطرح السلبي الذي يقوم به بعض النواب اذ ينتقد تكلفة المشاريع الخدمية" وزنا بلغ (٧٩,٠%)، مما يعكس تأثير الخطاب السياسي النقدي في تشكيل اتجاهات الرأي العام، وخاصة عندما يتعلق الأمر بكلفة المشاريع وجدواها، أما فيما يتعلق بتقييم طبيعة المشاريع، حصلت عبارة "أن المشاريع الخدمية تعد إنجاز حقيقي يخدم المجتمع" على وزن

(٧٥,٣%)، وهو ما يشير لوجود تباين نسبي بالثقة، حيث تميل العينة للتشكيك في استدامة الأثر الحقيقي للمشاريع مقابل اعتبارها إنجازًا إعلاميًا أكثر منه تنمويًا.

في المقابل، جاءت العبارات المتعلقة بالمساءلة والنزاهة بوزن أقل نسبيًا، إذ سجلت عبارة "الاعتقاد بأن الجهات الحكومية تحاسب المسؤولين عن أي تقصير أو فساد في المشاريع" وزنا بلغ (٥٧,٠%)، وعبارة "الثقة بأن الأموال المخصصة للمشاريع الخدمية تستخدم بشكل صحيح دون شبهات فساد" وزنا بلغ (٥٦,٧%)، مما يشير إلى وجود مستوى متوسط إلى ضعيف نسبيًا من الثقة في آليات الرقابة والمساءلة المالية، ويعكس ذلك وجود فجوة ثقة بين الجمهور والمؤسسات فيما يتعلق بإدارة الموارد المالية، وهو ما يضعف المصداقية العامة للصورة الذهنية للمشاريع الخدمية.

وتكشف النتائج السابقة أن الثقة في المشاريع الخدمية تتأثر بدرجة كبيرة بعوامل الشفافية والنزاهة، حيث يُعد وجود شبهات الفساد العامل الأكثر تأثيرًا في تشكيل الانطباع السلبي، في مقابل تراجع الثقة في موضوعية التغطية الإعلامية الرسمية وتأثر الجمهور بالخطاب النقدي، كما تكشف النتائج عن تباين في تقييم المشاريع بين اعتبارها إنجازًا حقيقيًا أو مجرد طرح إعلامي، مع انخفاض ملحوظ في الثقة بآليات المساءلة واستخدام الموارد المالية، مما يعكس فجوة ثقة نسبية بين الجمهور والمؤسسات تؤثر في مصداقية الصورة الذهنية للمشاريع الخدمية.

**أبرز النتائج:**

- تعد وسائل التواصل الاجتماعي المصدر الرئيس لمتابعة أخبار المشاريع الخدمية بنسبة (٦٧,٢%)، وهو ما يؤكد هيمنة المنصات الرقمية في تشكيل المعرفة لدى الجمهور، في مقابل تراجع نسبي للوسائل التقليدية التي جاء في مقدمتها التلفزيون بنسبة (١٢,٥%)، ثم المشاهدة الميدانية، والمواقع الإخبارية الإلكترونية، والصفحات الرسمية، بينما جاءت الإذاعة في المرتبة الأخيرة.
- تمثل كفاءة الإدارة والتنفيذ العامل الأكثر تأثيرا في تشكيل صورة المشاريع الخدمية، تليها عوامل الحوكمة وجودة الأداء المستدام، مما يعكس وعيا مرتفعا لدى الجمهور بأهمية التخطيط الجيد، والرقابة، واستمرارية جودة الخدمات في بناء الثقة، في المقابل، تأتي الانطباعات المرتبطة بالتجربة الواقعية بدرجة أقل، مع وجود بعض التحفظات تجاه جودة الاستدامة طويلة الأمد، وهو ما يشير إلى أن تقييم الجمهور يعتمد على الخبرة الفعلية والنتائج الملموسة، ويؤكد أن تعزيز الصورة الذهنية يتطلب تحسين الأداء التنفيذي وضمان استدامة الخدمات.
- تتأثر الثقة والمصداقية تجاه المشاريع الخدمية بشكل رئيس بعوامل الشفافية والنزاهة، حيث يعد انتشار شبهات الفساد العامل الأكثر تأثيرا في تكوين الانطباع السلبي، إلى جانب تراجع الثقة في موضوعية التغطية الإعلامية الرسمية وتأثر الجمهور بالخطاب السياسي النقدي.

- تعكس النتائج تباينا في تقييم المشاريع بين اعتبارها إنجازا حقيقيا أو مجرد طرح إعلامي، في مقابل انخفاض ملحوظ في الثقة بآليات المساءلة واستخدام الموارد المالية، مما يشير إلى وجود فجوة ثقة نسبية بين الجمهور والمؤسسات تؤثر سلبا في مصداقية الصورة الذهنية للمشاريع الخدمية.
- يتسم تقييم الجمهور لنجاح الأداء الحكومي في المشاريع الخدمية بطابع نقدي مشروط، حيث يرتبط بدرجة أساسية بكفاءة التخطيط وسرعة التنفيذ ومدى مراعاة الاحتياجات الفعلية عند اختيار المشاريع. ويبرز تأخر التنفيذ كعامل رئيس في خفض مستوى الرضا، إلى جانب وجود شكوك حول دوافع بعض المشاريع وتداخل الاعتبارات السياسية أو الانتخابية في تحديدها، مما يضعف من ثقة الجمهور في عدالة التخطيط.

## الهوامش

(١) سعد سلمان المشهداني، *مناهج البحث الإعلامي*، (العين: دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٧)، ص٤٠ .

(٢) محمود أحمد دوريش، مناهج البحث في العلوم الإنسانية ، (القاهرة: مؤسسة الأمة للاستثمارات الثقافية، ٢٠١٨)،ص٤٩.

(٣) محمد عبد الحميد، مصدر سابق، ص١٩٢.

(٤) عامر ابراهيم قنديلجي، منهجية البحث العلمي، (عمان : دار اليازوري للنشر والتوزيع، ٢٠٢٠)، ص١٣٣.

(٥) سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث الإعلامي، مصدر سابق، ص ٤٢ .

(٦) دراسة تيسير باسم اسماعيل، الصورة الذهنية لوزارة الاعمار والاسكان والبلديات العامة لدى الجمهور العراقي رسالة دبلوم العالي غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الاعلام ، ٢٠٢٤ .

(٧) احمد حصيني ضيدان، دور جودة الخدمات في بناء الصورة الذهنية لدى عملاء شركات الاتصالات الكويتية، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة الشرق الاوسط، كلية ادارة الاعمال، ٢٠١١، ص٤٤.

(٨) سعد سلمان المشهداني، الصورة الذهنية للعراق في الصحافة الامريكية، مجلة جامعة تكريت للعلوم الانسانية ، المجلد ١٥، العدد٦، تموز، ٢٠٠٨، ص٤٧٥.

(٩) سعد سلمان المشهداني، الاعلان التلفزيوني وتأثير في الجمهور، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٢)، ص ٩٠.

(١٠) محمد صباح القريشي، الصورة الذهنية والتنوع الثقافي ،(عمان : دار المعتز للنشر والتوزيع ،٢٠٢١)،ص٣٠.

(١١) نجم عبد خلف العيساوي، مصدر سابق، ص ٤٩.

(١٢) علي محمد الخطيب ،اثر الخداع التسويقي في بناء الصورة الذهنية للمستهلكين في السوق الخدمات الأردني ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الاعمال، جامعة الشرق الاوسط، ٢٠١١، ص٣٢.

(١٣) محمد رافع لابد ،الصورة الذهنية لمنظمات المجتمع المدني لدى جمهور محافظة الانبار ، مجلة كلية ادأب الفراهيدي ،كلية الآداب، جامعة تكريت ،المجلد ١٢ ،العدد ٤٣ ،ايلول ٢٠٢٤، ص١٣٧.

(١٤) علي موفق فليح، الصورة الذهنية للمؤسسة العسكرية العراقية لدى الجمهور العراقي، مجلة أداب المستنصرية المجلد ٤٧، العدد١٠٣، ايلول ٢٠٢٣، ص ٤٧٢.

(١٥) انصار ابراهيم عبد الرزاق، صفد حسام الساموك، الاعلام الجديد تطور الاداء والوسيلة والوظيفة (بغداد : الدار الجامعية للطباعة والنشر والترجمة ، ٢٠١١)، ص٧٦.

(١٦) علي عبد الفتاح كنعان، الاعلام والمجتمع ،(عمان : دار اليازوري للنشر والطباعة،٢٠١٤)، ص ٩.

(١٧) ستيفن كولمان ، كارين روس ، الإعلام والجمهور، ترجمة صباح حسن عبد القادر، (القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع ، ٢٠١٢)، ص ٨١.

(١٨) هبة الله السيد ابراهيم ،شروق امين زينهم ، دور وسائل التواصل الاجتماعي في تحسين الصورة الذهنية للكيانات السياسية والدول ، المجلة العربية لبحوث الاتصال والإعلام الرقمي ،كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات، المجلد ٤، العدد٧، يناير ٢٠٢٥،ص٣٣٦.

(١٩) ثريفر يونغ، **ادارة المشاريع**، ترجمة تسامي تيسير سلمان، ( الرياض: بيت الافكار الدولية للنشر والتوزيع، ١٩٩٧)، ص١٥.

(٢٠) مجلس الوزراء العراقي، المنهاج الوزاري ، تم الاطلاع عليه بتاريخ ٢٥/٥/ ٢٠٢٦ متوفر على الرابط : https://pmo.iq/?page=6

(٢١) مروى محمد عبد ابراهيم، استراتيجيات التسويق لخدمات القطاع العام، ( الرياض : مكتبة الملك فهد الوطنية ، ٢٠١٦)، ص٥٧.

(22) Maryam G.S. AL-khazrajy ,et al., Evaluation of bridge projects in Iraq using international ,NJRS ,Iraq ,vol 28, iss3, aug.2024, p471.

(٢٣) مرح مؤيد حسن، **تردي خدمات البنية التحتية في مدينة الموصل وانعكاساتها على التنمية الاجتماعية**، مجلة أبحاث كلية التربية الاساسية، جامعة الموصل ،رقم المجلد ٨، العدد٤، ٢٠٠٩، ص٤٢٢.

(٢٤) جريدة الصباح، ٨,٤ ملايين سيارة في العراق، تم الاطلاع عليه بتاريخ ١٠/٥/ ٢٠٢٦، متوفر على الرابط: https://alsabaah.iq/125633-.html

*توفر منصة Trading Economics لمستخدميها معلومات دقيقة عن ١٩٦ دولة، بما في ذلك البيانات التاريخية والتوقعات لأكثر من ٢٠ مليون مؤشر اقتصادي، وأسعار الصرف، ومؤشرات أسواق الأسهم، وعوائد السندات الحكومية، وأسعار السلع الأساسية وتعتمد بيانات المؤشرات الاقتصادية على مصادر رسمية الحكومية .

(٢٥) معدل البطالة في العراق، Trading Economics، تم الاطلاع عليه بتاريخ ٢٢/٤/٢٠٢٦، متوفر على الرابط: https://ar.tradingeconomics.com/iraq/unemployment-rate

(٢٦) هيأة الاحصاء ونظم المعلومات الجغرافية ، معدلات البطالة والنشاط الاقتصادي للأعمار( ١٥- ٢٤سنة ) للسنوات ٢٠١٤، 2016، 2024 ، تم الاطلاع عليه بتاريخ ٢٢/ ٤/ ٢٠٢٦متوفر على الرابط : https://cosit.gov.iq/ar/

(٢٧) وكالة الانباء العراقية، احصائية بعدد العمال العاطلين، تم الاطلاع عليه بتاريخ٢٢/٤/٢٠٢٦ ، متوفر على الرابط : https://ina.iq/ar/local/167232--.html

(٢٨) ناجي ساري المالكي، اهمية الاستثمار في تنويع الاقتصاد العراقي، مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والادارية، جامعة البصرة، رقم المجلد٢٠، العدد٢، ٢٠٢٤، ص٨٣٠.

(29) Maryam G.S. AL-khazrajy ,et al, , Op.,cit , p471.

(٣٠) فايز عبد الرحمن فروخ، **التعلم التنظيمي وأثرة في تحسين الاداء الوظيفي**، ( عمان : دار جليس الزمان للنشر والتوزيع، ٢٠١٠)، ص٧ .

(٣١) محمد سرور الحريري، **قواعد التحليل النفسي والمعالجة النفسية والسلوكية** ( عمان : الاكاديميون للنشر والتوزيع، ٢٠١٦)، ص٣٨٨.

(٣٢) عمر علي كامل الدوري، **تقييم الاداء المصرفي**، ( بغداد : دار الدكتور للعلوم، ٢٠١٣)، ص٧ .

(٣٣)جاسم محمد دايش، مصدر سابق ،ص ٣٦٢، ص٣٦٣.

## المصادر والمراجع


- انصار ابراهيم عبد الرزاق، صفد حسام الساموك، الاعلام الجديد تطور الاداء والوسيلة والوظيفة (بغداد : الدار الجامعية للطباعة والنشر والترجمة ، ٢٠١١).
- احمد حصيني ضيدان، دور جودة الخدمات في بناء الصورة الذهنية لدى عملاء شركات الاتصالات الكويتية، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة الشرق الاوسط، كلية ادارة الاعمال، ٢٠١١.
- تيسير باسم اسماعيل، الصورة الذهنية لوزارة الاعمار والاسكان والبلديات العامة لدى الجمهور العراقي رسالة دبلوم العالي جامعة بغداد، كلية الاعلام ، ٢٠٢٤.
- ناجي ساري المالكي، اهمية الاستثمار في تنويع الاقتصاد العراقي، مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والادارية، جامعة البصرة، رقم المجلد٢٠، العدد٢، ٢٠٢٤.
- سعد سلمان المشهداني، الاعلان التلفزيوني وتأثير في الجمهور، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٢).
- ـــــــــــــــــ، *مناهج البحث الإعلامي*، (العين: دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٧).
- ـــــــــــــــــ، الصورة الذهنية للعراق في الصحافة الامريكية، مجلة جامعة تكريت للعلوم الانسانية ، المجلد ١٥، العدد٦، تموز، ٢٠٠٨.
- ستيفن كولمان ، كارين روس ، الإعلام والجمهور، ترجمة صباح حسن عبد القادر، (القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع ، ٢٠١٢).
- طوني بينت وأخرون، مفاتيح اصطلاحية جديدة معجم مصطلحات الثقافة والمجتمع، ترجمة سعيد الغانمي، (بيروت : مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠١٠).
- عاطف عدلي العبد، مدخل الى الاتصال ، (القاهرة: دار الفكر العربي ،٢٠١٠).
- عامر ابراهيم قنديلجي، منهجية البحث العلمي، (عمان : دار اليازوري للنشر والتوزيع، ٢٠٢٠).

- عبد الرزاق محمد الدليمي، العلاقات العامة والعولمة، (عمان: دار الجرير للنشر ولتوزيع ، ٢٠١٥).
- عدنان حبيب عروج، واقع قطاع النقل العام في العراق والسبل الكفيلة لتطوره خلال المدة( ٢٠١٥- ٢٠١٨)، مجلة الاقتصادي الخليجي، جامعة البصرة كلية الادارة والاقتصاد، العدد٤٢، كانون الثاني، ٢٠١٩ .
- علي عبد الفتاح كنعان، الاعلام والمجتمع ،(عمان : دار اليازوري للنشر والطباعة ،٢٠١٤) .
- علي عجوة، العلاقات العامة والصورة الذهنية، ( القاهرة : عالم الكتب، ٢٠٠٣) .
- علي محمد الخطيب ،اثر الخداع التسويقي في بناء الصورة الذهنية للمستهلكين في السوق الخدمات الأردني ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الاعمال، جامعة الشرق الاوسط، ٢٠١١ .
- علي موفق فليج، **الصورة الذهنية للمؤسسة العسكرية العراقية لدى الجمهور العراقي**، مجلة أداب المستنصرية المجلد ٤٧، العدد١٠٣، ايلول ٢٠٢٣.
- عمرو مصطفى علي، **تعدد مصادر الأخبار عبر وسائل الاعلام الاجتماعي وانعكاساته على أنماط استهلاك المستخدمين وتصوراتهم نحوها**، مجلة البحوث الاعلامية، جامعة الازهر، كلية الاعلام، العدد ٧٤، المجلد ٣، أبريل ،٢٠٢٥.
- غفران احمد غرباني، حليمة الحبيب ادم عمر، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تحسين الصورة الذهنية لإدارة العلاقات العامة في المؤسسات الخدمية، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، المملكة العربية السعودية، المجلد ٥ ،العدد٢، فبراير، ٢٠٢١.
- محمد ابن ابي بكر الرازي، مختار الصحاح، (الكويت : دار الرسالة، ١٩٨٢).
- محمد رافع لابد ،الصورة الذهنية لمنظمات المجتمع المدني لدى جمهور محافظة الانبار ، مجلة كلية ادأب الفراهيدي ،كلية الآداب، جامعة تكريت ،المجلد ١٢ ،العدد ٤٣ ،ايلول ٢٠٢٤.
- محمد زياد حمدان، الدماغ والأدراك والتعلم، (الامارات : دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٢).
- محمد صباح القريشي، الصورة الذهنية والتنوع الثقافي ،(عمان : دار المعتز للنشر والتوزيع ،٢٠٢١).
- محمود أحمد دوريش، مناهج البحث في العلوم الإنسانية ، (القاهرة: مؤسسة الأمة للاستثمارات الثقافية، ٢٠١٨).
- مختار التهامي، الرأي العام والحرب النفسية، (القاهرة : دار المعارف ، ١٩٨٢) .

- مرح مؤيد حسن، تردي خدمات البنية التحتية في مدينة الموصل وانعكاساتها على التنمية الاجتماعية، مجلة أبحاث كلية التربية الاساسية، جامعة الموصل ،رقم المجلد ٨، العدد٤.
- مروى محمد عبد ابراهيم، استراتيجيات التسويق لخدمات القطاع العام، ( الرياض : مكتبة الملك فهد الوطنية ، ٢٠١٦)
- ممدوح سيد شتلة ، استخدامات الوظيفة الإعلامية الإخبارية لموقعي التواصل الاجتماعي (فيس بوك ـ تويتر) والإشباعات المتحققة منهما من وجهة نظر طلبة الجامعات المصرية، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، المجلد ١١ العدد ١١، يوليو ،٢٠١٧.
- هبة الله السيد ابراهيم ،شروق امين زينهم ، دور وسائل التواصل الاجتماعي في تحسين الصورة الذهنية للكيانات السياسية والدول ، المجلة العربية لبحوث الاتصال والإعلام الرقمي ،كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات، المجلد ٤، العدد٧، يناير ٢٠٢٥.
- وكالة الانباء العراقية، الإعلام الرقمي: ٣٤ مليون مستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي في العراق، تم الاطلاع عليه بتاريخ ١١ /٢٠٢٥/١٢ متوفر على الرابط التالي https://ina.iq/ar/local/229291--34-.html . https://wearesocial.com/me
- مجلس الوزراء العراقي، المنهاج الوزاري ، تم الاطلاع عليه بتاريخ ٢٥/ ٥/ ٢٠٢٦ متوفر على الرابط :https://pmo.iq/?page=6
- جريدة الصباح، ٨,٤ ملايين سيارة في العراق، تم الاطلاع عليه بتاريخ ١٠/ ٥/ ٢٠٢٦، متوفر على الرابط :https://alsabaah.iq/125633-.html
- معدل البطالة في العراق ،Trading Economics، تم الاطلاع عليه بتاريخ ٢٢/٤/٢٠٢٦، متوفر على الرابط: https://ar.tradingeconomics.com/iraq/unemployment-rate
- وكالة الانباء العراقية، احصائية بعدد العمال العاطلين، تم الاطلاع عليه بتاريخ٢٢/٤/٢٠٢٦ ، متوفر على الرابط : https://ina.iq/ar/local/167232--.html
- وكالة الانباء العراقية، الإعلام الرقمي: ٣٤ مليون مستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي في العراق، تم الاطلاع عليه بتاريخ ١١ /٢٠٢٥/١٢ متوفر على الرابط التالي https://ina.iq/ar/local/229291--34-.html .
- مجلس الوزراء العراقي، المنهاج الوزاري ، تم الاطلاع عليه بتاريخ ٢٥/ ٥/ ٢٠٢٦ متوفر على الرابط :https://pmo.iq/?page=6

- جريدة الصباح، ٨,٤ ملايين سيارة في العراق، تم الاطلاع عليه بتاريخ ١٠/٥/ ٢٠٢٦، متوفر على الرابط :https://alsabaah.iq/125633-.html
- معدل البطالة في العراق ،Trading Economics، تم الاطلاع عليه بتاريخ ٢٠٢٦/٤/٢٢، متوفر على الرابط: https://ar.tradingeconomics.com/iraq/unemployment-rate
- وكالة الانباء العراقية، احصائية بعدد العمال العاطلين، تم الاطلاع عليه بتاريخ٢٠٢٦/٤/٢٢ ، متوفر على الرابط : https://ina.iq/ar/local/167232--.html

المصادر الاجنبية

- Maryam G.S. AL-khazrajy ,et al., Evaluation of bridge projects in Iraq744 using international ,NJRS ,Iraq ,vol 28, iss3, aug.2024 .
- mesut bozkurt ,corporate image brand reputation concepts and their importance for tourism establishments ،International Journal of Contemporary Tourism Research ,vol 2, 2018, p6١.
- Saut Boangmanalu ,et al. ,Revisiting Governance Determinants of Public Service Performance Empirical Evidence on Transparency and Accountability from Pakpak Bharat , roceeding of the International Conference on Management ،Entrepreneurship ،and Business ،vol. 2 , no. 2 ,December ,2025
- Susanne E. Baumgartner ،On the stabilization of media effects after repeated exposure: Consequences for media effects research ، Communication Theory ،Amsterdam ، no1-13 ،July،2025.
- Thomas Fujiward ،et al ،the effect of social media on elections , evidence from the united states ،Italy ،Bocconi university ،journal of the European economic association ،vol ،22،iss 3 june،2023.
- Webster- Dictionary, mental image, accessed February 4, 2026, Available at the following link: https://www.merriam-webster.com/dictionary/verbal%20ima

# Iraqia University

# Journal of the College of Education for Women: A Peer-Reviewed Academic Journal

*Issue (34) of the extracted research*

Issue No.34
15 September
A.H 1448
A.D 2026

ISSN (print): 2708 - 1354 ISSN (online): 2708 - 1362