

**تقييم عمل إعلام وزارة الهجرة والمهجرين العراقية في
عودة النازحين من وجهة نظر الخبراء والمختصين**

سيف صباح عبد الرحمن

الأستاذ المشرف : الدكتور سيد محمد علي ديباجي

الأستاذ المشرف المساعد : الدكتور محمد رفیق طاهری

يعنون الى جامعة الأديان والمذاهب كلية الإعلام والعلاقات فرع إدارة الإعلام

تهدف هذه الدراسة الموسومة « تقييم عمل إعلام وزارة الهجرة والمهجرين العراقية في عودة النازحين من وجهة نظر الخبراء والمختصين » إلى التعرف على تقييم عمل إعلام وزارة الهجرة والمهجرين العراقية في عودة النازحين، ومعرفة نقاط قوى إعلام وزارة الهجرة والمهجرين العراقية في عودة النازحين، ومعرفة نقاط الضعف إعلام وزارة الهجرة والمهجرين العراقية في عودة النازحين، ومعرفة التحديات التي تواجه إعلام وزارة الهجرة والمهجرين العراقية في عودة النازحين، ومعرفة الفرص المتاحة للإعلام في وزارة الهجرة والمهجرين العراقية لعودة النازحين، واعتمد الباحث في هذه الدراسة على نموذج SWOT ونظرية حارس البوابة ونظرية ترتيب الأولويات، واستخدم الباحث المنهج النوعي من خلال عمل مقابلات معمقة مع الخبراء والمختصين في مجال الدراسة وبلغ عددهم (١٠) خبراء، وللإجابة عن السؤال الرئيسي والأسئلة الفرعية توصل الباحث إلى النتائج الآتية: أن واقع الأنشطة الإعلامية في وزارة الهجرة والمهجرين هو نشر الأخبار الخاصة بأنشطة وزارة الهجرة والمهجرين في تقديم الدعم للنازحين في جميع المناطق التي شهدت حالات نزوح جماعي، ونشر أخبار جميع الجلسات الحوارية والندوات التي تشجع النازحين على العودة الطوعية إلى محل إقامتهم المعتاد في المناطق الأصلية، وإن الأنشطة الإعلامية في وزارة الهجرة والمهجرين تتضمن نشر الأخبار التي تخص الخدمات التي تقدمها الوزارة لفئات عنايتها وإجراء تغطيات إعلامية من قبل القسم الإعلامي لتوثيق وعرض نشاطات الوزارة كتوزيع المساعدات الإنسانية والإغاثية، والأنشطة الإعلامية تعتمد على برنامج الوزارة وقانون الوزارة الذي يعتمد على برامج الإغاثة والإعانة وتقديم المساعدات وكذلك في مجال الإيواء والنقل، وأن نقاط القوة للأنشطة الإعلامية تتركز على نشر الأخبار بشفافية وواقعية وبسرعة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي والوكالات الإخبارية والقنوات التلفزيونية والصحف، وأن أبرز نقاط الضعف في عمل الأنشطة الإعلامية لوزارة الهجرة والمهجرين ضعف الصور المرافقة للأنشطة التي قامت بها فروع الوزارة في المحافظات، وضعف التغطيات الإخبارية في وسائل الإعلام الأجنبية من معوقات تؤثر على الأنشطة الإعلامية الخاصة بعودة النازحين، والدعم من قبل الإعلام الحكومي المتمثل بإعلام الأمانة العامة لمجلس الوزراء وقناة (العراقية) الفضائية الرسمية وصحيفة (الصباح) الرسمية وإذاعة بغداد وبعض القنوات المحلية والدعم من قبل بعض المنظمات الدولية من الفرص المتاحة للنشاطات الإعلامية، وهناك خطط وبرامج مستقبلية لدى القسم الإعلامي لوزارة الهجرة والمهجرين تشجع النازحين على عودتهم إلى مناطق سكناهم الأصلية ومنها نشر أخبار عودة النازحين إلى مناطق سكناهم الأصلية، كما يوصي الباحث بضرورة أن يسعى الإعلام إلى تقديم تغطية شاملة وموثوقة لعمليات عودة النازحين، مع التأكد من تقديم معلومات دقيقة ومحايدة حول الجهود المبذولة والتحديات الموجودة، وينبغي أن يسلط الإعلام الضوء على التقدم والإنجازات التي تحققت في عملية عودة النازحين، مثل عودتهم إلى مناطقهم والدور الذي تلعبه الوزارة في تسهيل ذلك، ويجب أن يكون هناك توازن في تقديم المعلومات. **الكلمات المفتاحية:** تقييم، الأنشطة الإعلامية، وزارة الهجرة والمهجرين العراقية، النازحين.

المقدمة

يمكن تلخيص ظاهرة النزوح بأنها مغادرة الإنسان منطقتة للعيش في منطقة أخرى، وهو ظاهرة قديمة عُرفت منذ عصور ما قبل الحضارات عندما كانت الجماعات البشرية تغادر مناطقها للعيش في مناطق يتوفر فيها مناخ وغذاء وظروف أفضل، ومع ظهور الحضارة والتمدن ظهرت أسباب ودوافع أخرى للنزوح، بعضها أسباب سياسية أو اقتصادية، كالحروب والمجاعات والكوارث الطبيعية وغيرها، وقد شهدت أوروبا في القرن الماضي موجات نزوح خلال الحربين العالميتين هرباً من الغارات والقصف بين القوات المتحاربة، وفي الشرق الأوسط حدثت أكبر موجة نزوح في المنطقة في عام ١٩٤٨ عندما تم تهجير أكثر من ٧٠٠ ألف فلسطيني فيما بات يُعرف بالنكبة، وفي العراق حصلت موجات متعددة من النزوح خلال القرن الماضي تختلف باختلاف أزمنتها وظروفها وأسبابها، كنزوح أسر الفلاحين من الريف إلى المدينة لأسباب اقتصادية خلال العهد الملكي، والهجرة العكسية بعد إقرار قانون الإصلاح الزراعي من قبل رئيس الوزراء في العهد الجمهوري عبدالكريم قاسم، وفي ستينيات وسبعينيات القرن الماضي حصلت هجرات فردية لأسباب سياسية من قبل الشيوعيين وبعض القوميين وحتى البعثيين الذين كانوا على خلاف مع حزب البعث الحاكم، وفي ثمانينيات القرن الماضي حصلت موجة هجرة الى الخارج من قبل بعض الشباب الذين رفضوا الاشتراك في الحرب التي نشبت بين النظام الحاكم في العراق وبين الجمهورية الإسلامية الإيرانية، أعقبها موجة كبرى من الهجرة هرباً من الحصار الاقتصادي الذي فرض على البلد في مطلع التسعينيات، وكان من بين المهجرين العديد من أصحاب الخبرات والكفاءات العلمية كالأطباء والأساتذة الجامعيين، مما جعل الحكومة في ذلك الوقت تقرض على الراغب بالهجرة دفع مبلغ كبير من المال مقابل السماح له بالسفر بشرط أن لا يكون من أصحاب الكفاءات العلمية (لأن هذه الشريحة تم منعها من السفر)، وفي السنوات التي أعقبت ٢٠٠٣ حصلت موجة هجرة

كانت أكبر من سابقاتها، لأسباب أمنية واقتصادية وسياسية ودينية (كهجرة أبناء المكون المسيحي التي تزايدت بعد قيام مجاميع إرهابية بالهجوم على كنيسة سيدة النجاة في بغداد عام ٢٠١٠)، ثم شهد العراق أكبر موجة نزوح داخلي على الإطلاق في حزيران ٢٠١٤ بعد سقوط عدد من المحافظات والمدن والقرى في يد المصالحات الإرهابية التي ارتكبت جرائم إبادة جماعية بحق الأهالي، مما أدى إلى نزوح أكثر من ٩٨٢ ألف عائلة، بمتوسط عدد أفراد للعائلة الواحد ٥.٧ بحسب تصريحات المتحدث باسم وزارة الهجرة والمهجرين العراقية علي جهانكير، وإن الجهة المعنية بمتابعة كافة شؤون النازحين والمهاجرين في العراق هي وزارة الهجرة والمهجرين التي تأسست عام ٢٠٠٣، تهدف إلى رعاية النازحين داخل وخارج العراق والمرحليين والعائدين، والمهجرين الذين أسقطت عنهم الجنسية بموجب القرار (٦٦٦) لسنة ١٩٨٠، واللاجئين العراقيين واللجائين الفلسطينيين الذين اجبروا على ترك وطنهم منذ عام ١٩٤٨.

الفصل الأول: كليات البحث مشكلة الدراسة

تمثل مشكلة النازحين العراقيين واحدة من المشاكل والتحديات الأساسية التي تواجه الحكومة العراقية والمجتمع الدولي، أن حجم قضية النزوح في العراق تدق ناقوس الخطر وتدفع المؤسسات الحكومية وغير الحكومية والدولية أن توليها الاهتمام اللازم و محاولة إيجاد حلول واستراتيجيات مناسبة للخروج من هذه الحالة ومعالجتها بالسرعة الممكنة، وبعد تعرض العراق إلى الهجمة الإرهابية المتمثلة بتنظيم الدولة الإسلامية (داعش) عام ٢٠١٤ وسقوط عدد من المحافظات بيد هذا التنظيم الإرهابي، أدى هذا العمل إلى تهجير اغلب سكان هذه المحافظات، وإن اغلب المواطنين الذين تعرضوا إلى التهجير هم من الأقليات، واستمر هذا الوضع حتى عام ٢٠١٨، حيث تحررت هذه المناطق وبدء النازحون بالعودة إلى منازلهم. وهنا يقع القسم الإعلامي للوزارة في حرج ما بين التزام الصمت أو إصدار بيان يوضح فيه أن زيارات هذه الشخصيات تضامنية فقط وليس لهم أي دور في مد يد العون لتلك الأسر، بالإضافة إلى أن تلك الزيارات تسبب إرباكاً لعمل الوزارة، فغالباً ما يواجه النازحون أسئلة للوزارة (أو مكتبها الإعلامي) عن مصير الوعود التي أعطاهم السياسيون للنازحين وعن أسباب عدم تنفيذها، كما أن هناك إعلاماً مضاداً يحاول إضعاف عمل الوزارة تقف خلفه مصالح وأجندات سياسية. ومن هذا المنطلق عمد الباحث إلى معرفة عمل إعلام وزارة الهجرة والمهجرين العراقية في عودة النازحين، وذلك من خلال تقييم هذا العمل من خلال عمل المقابلات المعمقة مع الخبراء والمختصين في هذا المجال.

أهداف الدراسة الهدف الرئيسي

التعرف على تقييم عمل إعلام وزارة الهجرة والمهجرين العراقية في عودة النازحين.

الأهداف الفرعية

١. معرفة نقاط قوى إعلام وزارة الهجرة والمهجرين العراقية في عودة النازحين.
٢. معرفة نقاط الضعف إعلام وزارة الهجرة والمهجرين العراقية في عودة النازحين.
٣. معرفة التحديات التي تواجه إعلام وزارة الهجرة والمهجرين العراقية في عودة النازحين.
٤. معرفة الفرص المتاحة للإعلام في وزارة الهجرة والمهجرين العراقية لعودة النازحين.

تساؤلات الدراسة

السؤال الرئيسي ما هو تقييم عمل إعلام وزارة الهجرة والمهجرين العراقية في عودة النازحين؟
الأسئلة الفرعية

١. ما هي نقاط قوى إعلام وزارة الهجرة والمهجرين العراقية في عودة النازحين؟
٢. ما هي نقاط الضعف إعلام وزارة الهجرة والمهجرين العراقية في عودة النازحين؟
٣. ما هي التحديات التي تواجه إعلام وزارة الهجرة والمهجرين العراقية في عودة النازحين؟
٤. ما هي الفرص المتاحة للإعلام في وزارة الهجرة والمهجرين العراقية لعودة النازحين؟

أهمية الدراسة:

تتم أهمية هذه الدراسة في أصالتها حيث تعتبر الدراسة الأولى في العراق، على حد علم الباحث، والتي تتطرق لمعرفة عمل إعلام وزارة الهجرة والمهجرين العراقية في عودة النازحين، وتعالج موضوع حيوي وعلى جانب كبير من الأهمية وهو ظاهرة عودة النازحين، وستعطي نتائج الدراسة الفرصة للتعرف عن قرب على تقييم عمل إعلام وزارة الهجرة والمهجرين العراقية في عودة النازحين، كما تكمن أهمية الدراسة في:

الجانب النظري: حيث يعد من البحوث المهمة على الصعيد الأكاديمي في مجال عمل إعلام وزارة الهجرة والمهجرين العراقية، وإعدادها وثيقة إعلامية عبر رصدها وتسجيلها لذلك، ورفد المكتبة العلمية ليكون ذا أهمية وفائدة للباحثين.

الجانب العلمي: حيث يسعى البحث لتقديم صورة واضحة وموضوعية عن ما يشكله عمل إعلام وزارة الهجرة والمهجرين العراقية في عودة النازحين من اتجاهات إيجابية أو سلبية للطلبة العراقيين، وإيجاد نقاط القوى والضعف لهذا القسم، وإفادة المهتمين بذلك من النتائج التي سيتم التوصل إليها.

تعريف المصطلحات:

التقييم: هو إجراء عملية تقدير، منهجية وغير متحيزة قدر الإمكان، لنشاط، أو مشروع، أو برنامج، أو استراتيجية، أو سياسة، أو موضوع، أو قطاع، أو مجال تنفيذي، أو أداء مؤسسي، وما إلى ذلك.

الأنشطة الإعلامية: هي مجموعة من الأنشطة التي تشمل إعداد وإنتاج ونقل وتوزيع المعلومات والأخبار والمحتوى إلى الجمهور باستخدام وسائل الإعلام المتنوعة مثل التلفزيون، والراديو، والصحف، والمجلات، ووسائل الإعلام الرقمية، ووسائل التواصل الاجتماعي.

وزارة الهجرة والمهجرين العراقية: هي وزارة عراقية، يمثلها وزير الهجرة والمهجرين أو من يخوله، تأسست عام ٢٠٠٣ وتم إصدار أمر سلطة الائتلاف في ٢٠٠٤ وقد اصدر أول قانون لوزارة الهجرة والمهجرين عام ٢٠٠٩ وهو القانون النافذ لغاية الآن، تهدف إلى رعاية النازحين داخل العراق والمرحلين والعائدين، والمهجرين الذين أسقطت عنهم الجنسية بموجب القرار (٦٦٦) لسنة ١٩٨٠، واللاجئين العراقيين وطالبوا اللجوء الذين يعيشون خارج العراق واللجوء الفلستينيين الذين اجبروا على ترك وطنهم منذ عام ١٩٤٨، واللجوء إلى العراق من جنسيات أخرى. **النازحين:** هم أشخاص يضطرون إلى مغادرة مكان إقامتهم لأسباب مختلفة مثل العنف، وبالتالي يضطرون إلى مغادرة منازلهم إلى أماكن أخرى في بلادهم أو قد يلجؤون إلى الخارج.

الفصل الثاني: الإطار النظري

نظريات الدراسة

١- مفهوم نموذج (SWOT): نموذج سوات هو اختصار لـ "القوى - الضعف - الفرص - التهديدات" بالإنجليزية: Strengths، Threats، Opportunities، Weaknesses. إنه أداة تحليل استراتيجي تُستخدم عادة لتقييم الوضع الحالي لمنظمة أو مشروع من خلال تحليل العوامل الإيجابية والسلبية الداخلية (القوى والضعف)، بالإضافة إلى العوامل الخارجية الإيجابية والسلبية (الفرص والتهديدات)^(١). العوامل الداخلية (القوى والضعف) تشمل المميزات والعوامل التي تؤثر على المنظمة من الداخل، مثل الموارد والكفاءات والعمليات. بينما تشمل العوامل الخارجية (الفرص والتهديدات) العوامل التي تأتي من البيئة المحيطة، مثل السوق والتغيرات التكنولوجية والتنافس. باستخدام هذا النموذج، يمكن للمنظمات تحديد نقاط القوة التي يمكنها الاستفادة منها، ونقاط الضعف التي يجب التركيز على تحسينها، والفرص التي يمكن الاستفادة منها في البيئة المحيطة، والتهديدات التي يجب تجنبها أو التصدي لها، وهذا التحليل يساعد على اتخاذ قرارات استراتيجية أكثر ذكاءً وتوجيه الجهود والموارد بشكل أفضل نحو تحقيق الأهداف المحددة^(٢). نموذج سوات يمكن أن يكون أداة قوية في عملية التخطيط واتخاذ القرارات في مجموعة متنوعة من السياقات، مثل:

١. استراتيجيات الأعمال: يمكن للشركات استخدام تحليل نموذج سوات لتحديد أين تكمن قوتها التنافسية وكيف يمكنها تحسين نقاط الضعف لتحقيق أداء أفضل في السوق.

٢. تخطيط المشروعات: يمكن للفرق داخل المشروعات استخدام التحليل لتحديد مدى تجهيزها لتحقيق أهداف المشروع والتصدي للتحديات المحتملة.

٣. اتخاذ القرارات الشخصية: يمكن للأفراد استخدام النموذج لتقييم خياراتهم واتخاذ قرارات مستنيرة استنادًا إلى تحليل دقيق للعوامل الإيجابية والسلبية.

٤. تطوير المنتجات والخدمات: يمكن للشركات تحسين منتجاتها أو خدماتها من خلال تحليل كيفية الاستفادة من الفرص المتاحة ومعالجة التهديدات المحتملة^(٣).

٢- نظرية حارس البوابة مفهوم نظرية حارس البوابة: نظرية حارس البوابة هي مفهوم يُستخدم في مجالات مثل علم الاجتماع وعلم الاتصال لوصف دور الأفراد أو الجهات الوسيطة في التحكم في تدفق المعلومات أو المحتوى. يُعتبر هؤلاء الأفراد أو الجهات "حراس البوابة" لأنهم يقومون بفرز المعلومات والمحتوى الذي يصل إلى الجمهور، وبالتالي يؤثران في تحديد ما يتم توصيله وما يتم تجاهله. هذا الدور يمكن أن يكون للصحفيين، وسائل الإعلام، المحررين، وكذلك منصات التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية. تتنوع القوى والاهتمامات التي يمكن أن تؤثر في قرارات حراس البوابة، مما يؤدي إلى تأثيرهم على التوجهات العامة والمعرفة المجتمعية. نظرية حارس البوابة (Gatekeeper Theory) هي مفهوم في علم الاجتماع وعلم الاتصال يشير إلى الدور الذي يلعبه الأفراد أو الجهات (الحراس) في التحكم في تدفق المعلومات أو الخدمات من خلال بوابات الوصول (gateways). يمكن أن تكون هذه البوابات وسائل الإعلام، أو المؤسسات، أو الأفراد. هؤلاء الحراس يمكن أن يؤثروا فيما يتم تمريره من معلومات أو محتوى من خلال التصفية أو القرارات التي يتخذونها بشأن ما يجب أن يتم نقله أو نشره وما يجب أن يتم حجبها أو منعه^(٤).

٣- نظرية ترتيب الأولويات نشأة وتطور نظرية ترتيب الأولويات: نظرية ترتيب الأولويات هي نظرية فلسفية تركز على كيفية اتخاذ القرارات وتحديد ما هو أكثر أهمية أو أولوية. يمكن تتبع أصول هذه النظرية إلى فلاسفة مثل أرسطو في القرن الرابع قبل الميلاد، ولكنها تطورت وازدادت تعقيداً مع مرور الوقت. في العصور الوسطى، قام توماس أكويناس بتطوير نظريته حول ترتيب الأولويات في سياق الأخلاق والفلسفة اللاهوتية. ثم تقدمت هذه النظرية وتطورت في العصور الحديثة بوجود عدد من الفلاسفة والمفكرين الآخرين مثل جيرمي بنتهام وجون ستيوارت ميل وإيمانويل كانت وجون راولز. تم استخدام هذه النظرية لتطوير الأخلاقيات ومجالات أخرى من الفلسفة.

تعتمد نظرية ترتيب الأولويات على تحليل الخيارات المتاحة وتقدير القيمة النسبية لكل خيار ومن ثم اتخاذ القرار الأمثل بناءً على هذه القيم^(٥).

الأنشطة الإعلامية في المؤسسات الحكومية

مفهوم الأنشطة الإعلامية: الأنشطة الإعلامية تشمل مجموعة متنوعة من الأنشطة التي تهدف إلى نقل المعلومات والأخبار والمحتوى إلى الجمهور. تشمل هذه الأنشطة العديد من الوسائل مثل التلفزيون والراديو والصحف والمجلات ووسائل الإعلام الرقمية مثل المواقع الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي. تهدف هذه الأنشطة إلى نقل المعلومات، وتوجيه الرأي العام، وإلقاء الضوء على القضايا المهمة، والترفيه، وتوفير مساحة للنقاش والحوار^(٦). تشمل الأنشطة الإعلامية إعداد وإنتاج المحتوى الإعلامي، مثل البرامج التلفزيونية والإذاعية والمقالات والتقارير الصحفية، وكذلك توزيع هذا المحتوى عبر وسائل مختلفة. تلعب الأنشطة الإعلامية دوراً مهماً في تشكيل الرأي العام ونقل المعلومات للجمهور^(٧). تشمل الأنشطة الإعلامية أيضاً الإعلان والتسويق، حيث يتم استخدام وسائل الإعلام لنشر رسائل دعائية وترويجية للمنتجات والخدمات. يتضمن ذلك إنشاء إعلانات تجارية على التلفزيون والراديو والإنترنت، وكتابة مقالات ومشاركات في وسائل الإعلام للترويج للعلامات التجارية^(٨).

أهمية الأنشطة الإعلامية

الأنشطة الإعلامية تحمل أهمية كبيرة في المجتمعات الحديثة من عدة جوانب:

١. نقل المعلومات: تسهم الأنشطة الإعلامية في نقل المعلومات والأخبار بشكل سريع وفعال إلى الجمهور. هذا يسمح للناس بالبقاء على اطلاع بأحداث العالم والتطورات في مجموعة متنوعة من المجالات.
٢. توجيه الرأي العام: تساهم وسائل الإعلام في توجيه وتشكيل الرأي العام من خلال تقديم وجهات نظر مختلفة حول القضايا المختلفة. هذا يعزز الحوار والنقاش العام ويسهم في تطوير المجتمع^(٩).
٣. رصد وتوثيق الأحداث: تساعد الأنشطة الإعلامية في رصد وتوثيق الأحداث التاريخية والقضايا الهامة. هذا يسهم في إنشاء سجل تاريخي دقيق للمجتمع والعالم.
٤. تعزيز الوعي: من خلال نشر المعلومات والأخبار حول قضايا اجتماعية وبيئية واقتصادية وصحية، تساهم الأنشطة الإعلامية في زيادة الوعي بالتحديات والفرص التي يواجهها المجتمع^(١٠).

٥. ترويج المنتجات والخدمات: تستخدم الأنشطة الإعلامية أيضًا لتسويق وترويج المنتجات والخدمات. وسائل الإعلام توفر منصة للشركات للتواصل مع العملاء المحتملين وتعريفهم بمنتجاتهم.

٦. تعزيز الثقافة والفن: تساهم وسائل الإعلام في نشر الثقافة والفن وتعزيز التفاعل مع الأعمال الإبداعية من خلال البرامج والمقالات والتغطية الخاصة^(١١).

٧. تشجيع التغيير والإصلاح: قد تلعب الأنشطة الإعلامية دورًا في تسليط الضوء على قضايا اجتماعية تحتاج إلى تغيير وإصلاح، مما يحفز التحرك والتغيير.

٨. تقوية الديمقراطية: تساهم الأنشطة الإعلامية في تعزيز مبادئ الديمقراطية من خلال توفير منصة للحوار العام وتبادل وجهات النظر والمعلومات^(١٢).

أهداف الأنشطة الإعلامية: أهداف الأنشطة الإعلامية تشمل مجموعة متنوعة من الأهداف التي تتراوح بين النقل الإعلامي للمعلومات وصولاً إلى توجيه الرأي العام وتعزيز التفاعل الاجتماعي. ومن الأهداف الرئيسية للأنشطة الإعلامية:

١. نقل المعلومات: توفير معلومات دقيقة وموثوقة حول الأحداث والقضايا الحالية والتطورات المختلفة.
٢. توجيه الرأي العام: تقديم وجهات نظر متعددة وتوجيه تفكير الجمهور نحو قضايا معينة أو اتجاهات.
٣. تسليط الضوء على القضايا الهامة: رفع الوعي بالقضايا المهمة والحساسة وتسليط الضوء على القضايا التي تحتاج إلى اهتمام وتدخل.
٤. تعزيز التواصل والحوار: توفير منصة للنقاش والتفاعل بين الأفراد والمجتمع حول مواضيع مختلفة.
٥. تقديم التسلية والترفيه: تقديم برامج ترفيهية ومحتوى تسلية لإسعاد الجمهور وتقديم لحظات من الترفيه^(١٣).
٦. تعزيز الثقافة والتعليم: تقديم محتوى يساهم في نشر الثقافة وتعزيز التعليم من خلال برامج توعية وتعليمية.
٧. ترويج المنتجات والخدمات: استخدام وسائل الإعلام لتسويق وترويج المنتجات والخدمات للجمهور المستهدف.
٨. تشجيع التغيير الاجتماعي: تسليط الضوء على قضايا اجتماعية تحتاج إلى تغيير وتعزيز دور الجمهور في دعم هذا التغيير.
٩. تقديم الأخبار والمعلومات الموثوقة: توفير مصادر موثوقة للأخبار والمعلومات لمساعدة الجمهور على اتخاذ قرارات مستنيرة.
١٠. تعزيز الديمقراطية وحقوق الإنسان: دعم مبادئ الحرية وحقوق الإنسان والديمقراطية من خلال توفير منصة للتعبير والمشاركة^(١٤).

الأنشطة الإعلامية في المؤسسات الحكومية

الأنشطة الإعلامية في المؤسسات الحكومية تلعب دورًا مهمًا في تحقيق الشفافية، وتوجيه الرسائل الحكومية، وتبادل المعلومات مع الجمهور. إليك بعض الأمور التي تتضمنها هذه الأنشطة:

١. الإعلان والتواصل الحكومي: تشمل الأنشطة الإعلامية في المؤسسات الحكومية إعداد ونشر البيانات الرسمية والإعلانات التي تشرح سياسات وبرامج الحكومة وأخبارها الهامة.
٢. توجيه الجمهور: تساعد الأنشطة الإعلامية في توجيه الجمهور بشأن السياسات الحكومية، ومشاريع التنمية، والإجراءات المهمة، مما يساهم في فهم الجمهور للمسار الذي تسعى الحكومة لاتخاذها.
٣. التوعية والتثقيف: تشمل الأنشطة الإعلامية توفير معلومات توعوية للجمهور حول القضايا الصحية والاجتماعية والبيئية والاقتصادية^(١٥).
٤. نشر الإنجازات والأخبار الإيجابية: تستخدم المؤسسات الحكومية الأنشطة الإعلامية للإعلان عن الإنجازات والمبادرات الإيجابية التي تحققت بفضل جهود الحكومة.
٥. توفير المعلومات الرسمية: تُستخدم الأنشطة الإعلامية لتوفير معلومات رسمية وموثوقة حول الإجراءات القانونية والقوانين واللوائح^(١٦).
٦. التفاعل مع الجمهور: تعزز الأنشطة الإعلامية من التواصل المستمر مع الجمهور من خلال الاستجابة للاستفسارات والتعليقات وتقديم توضيحات إضافية.
٧. تعزيز الشفافية: تُساهم الأنشطة الإعلامية في تحقيق أعلى مستويات الشفافية من خلال مشاركة معلومات مفتوحة ودقيقة حول قرارات وأنشطة الحكومة^(١٧).

٨. توالى هذه الإذاعة بإجراء التجارب الإذاعية مرة واثنين وثلاثة والبعض يقر أن إذاعة بغداد هي اسبق من إذاعة قصر الزهور (أن مراجعة دقيقة للصحف العراقية الصادرة في ثلاثينات القرن الماضي تجعلنا مقتنعين تماما أن إذاعة ٨- إدارة الأزمات: تُستخدم الأنشطة الإعلامية لإدارة الأزمات وتوفير المعلومات الصحيحة والمحدثة للجمهور خلال فترات الأزمات.

٩. تقديم خدمات للمواطنين: تستخدم الأنشطة الإعلامية لإعلام المواطنين بالخدمات الحكومية المتاحة وطرق الاستفادة منها^(١٨).

الفصل الثالث: إجراءات المنهجية للإطار العلمي

نوع الدراسة ومنهجها: تندرج هذه الدراسة ضمن فئة الدراسات النوعية، ويُعرّف النهج النوعي هي إحدى طرق البحث الاجتماعي والعلمي، وتهدف إلى فهم وتحليل الظواهر والسياقات الاجتماعية من خلال التركيز على الجوانب غير العددية والكمية. وبالتالي، يتم التركيز على الجوانب الموضوعية والتفسيرية للظواهر والظواهر الاجتماعية بدلاً من الكميات والأرقام.^{١٩} تعتمد الدراسة النوعية على البيانات النصية والمرئية والمسموعة، مثل المقابلات الشخصية، والملاحظات الميدانية، والمحتوى النصي، والصور، ومقاطع الفيديو، وغيرها. من خلال جمع هذه البيانات، يحاول الباحثون فهم وتفسير التجارب والمعاني والمفاهيم التي يعيشها الناس ويختبرونها في الحياة اليومية.^{٢٠} تعتبر الدراسة النوعية أداة قوية للبحث في المجالات الاجتماعية والإنسانية حيث يكون الهدف هو فهم الثقافة والمجتمع والتفاعلات الاجتماعية والظواهر النفسية والسلوك البشرية بشكل أعمق وأشمل. تعتمد هذه الطريقة على تحليل مفصل واعتمادها على تحليل السياق والثقافة والتفاعلات البشرية للكشف عن المعاني والأنماط الاجتماعية والثقافية،^{٢١} يمكن استخدام الدراسة النوعية في مجموعة متنوعة من المجالات مثل علم الاجتماع، وعلم النفس، والأنثروبولوجيا، والتربية، والعلوم السياسية، والاتصالات، وغيرها. يعتبر تنفيذ الدراسة النوعية عملية تحليلية تتطلب مهارات خاصة في جمع البيانات وتحليلها وتفسيرها للوصول إلى استنتاجات موثوقة ومفهومة حول الظواهر الاجتماعية المدروسة.^{٢٢}

مفهوم المنهج النوعي: حدد العلماء النهج النوعي على النحو التالي: هو نهج بحثي يستخدم في علوم الاجتماع والعديد من التخصصات الأخرى، ويهدف إلى فهم وتفسير الظواهر الاجتماعية والبشرية من خلال التركيز على الجوانب غير العددية والكمية. يُعرف أيضًا بالمنهج الاستقرائي للبحث، حيث يعتمد على تحليل وفهم الظواهر والتفاعلات والمعاني التي يعيشها الناس من خلال التفاعل معهم وفهم سياقاتهم.^{٢٣} يتطلب المنهج النوعي استخدام أدوات متنوعة لجمع البيانات مثل المقابلات الشخصية، والملاحظات الميدانية، والمحتوى النصي، والصور، ومقاطع الفيديو، وغيرها. من خلال هذه البيانات، يتم بناء تفاعلات مع المشاركين وفهم تجاربهم ومعانيهم للظواهر المدروسة. مفهوم المنهج النوعي يعتمد على المرونة والاستيعاب لأنه لا يمكن تحقيق الدقة والتمثيل الكلي للسكان المدروسة كما في الدراسات الكمية، ولكنه يسمح بفهم أعمق وأشمل للتفاصيل والسياقات والتفاعلات الاجتماعية.^{٢٤}

مميزات المنهج النوعي في البحث العلمي

من مميزات المنهج النوعي:

١. الفهم العميق: يتيح المنهج النوعي فهماً أعمق للتفاصيل والسياقات والظروف التي تؤثر في الظواهر المدروسة.
 ٢. التفسير والفهم الثقافي: يسمح بتفسير التفاعلات الاجتماعية والثقافية وفهم السياق الثقافي الذي تنشأ فيه الظواهر.
 ٣. المرونة: يمكن للباحث أن يعدل نطاق البحث وينمذج توجهاته أثناء عملية البحث وفقاً للظروف والتحديات.
 ٤. الاستكشاف والتجديد: يسمح باكتشاف أفكار ومفاهيم جديدة للظواهر التي قد لا يكون لها تمثيل كمي واضح.^{٢٥}
- عينة الدراسة:** تُعرف على أنها: "مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة التي يتم اختيارها بطرق مناسبة، وإجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام تلك النتائج، وتعميمها على كافة مجتمع الدراسة الأصلي"^{٢٦}، حيث وقع الاختيار في موضوع الدراسة على نخبة من الخبراء والمختصين الذين يتميزون ببعض الخصائص التي ستجعل من الدراسة تتميز بالصدق والواقعية كونهم من أصحاب المساهمات العلمية والعملية والخبرة الأكاديمية، حيث تم اختيارهم بصورة قصدية والبالغ عددهم (١٠) عشرة خبراء، أربعة منهم من الكوادر المتقدمة في وزارة الهجرة والمهجرين العراقية وستة من الأكاديميين المختصين في مجال الإعلام في الجامعات الحكومية العراقية.

أدوات الدراسة: هي المواد والوسائل التي يتم استخدامها لجمع البيانات والمعلومات ضمن عملية البحث العلمي أو الدراسات الأكاديمية. تختلف أدوات الدراسة حسب طبيعة البحث ونوع المعلومات المطلوب جمعها. يتم اختيار الأدوات بناءً على أهداف الدراسة والمتغيرات المراد قياسها وتحليلها، لذا استخدم الباحث المقابلة وهي عبارة عن لقاء يحدث فيما بين الباحث والمبحوث يتم فيه إلقاء مجموعة من الأسئلة، ومن ثم التعرف على الإجابات فيما يخص البحث العلمي، وسوف نفصل ما يتعلق بالمقابلة عبر فقرات المقال، وهو لقاء مباشر يجمع ما بين الباحث العلمي،

وأفراد العينة التي يراها مناسبة من وجهة نظره، للحصول على معلومات تخص موضوع البحث العلمي، ويتم ذلك بصورة مباشرة دون وسيط، وتعد طريقة المقابلة من أكثر أدوات الدراسة صدقاً.

صدق الأداة: يقصد باختبار صدق الأداة جمع المعلومات والبيانات ومدى قدرتها على أن تقيس ما تسعى الدراسة إليه، لكي تعكس المعنى الحقيقي والفعلي للمفاهيم الواردة بالدراسة.^{٢٧} حيث قام الباحث لهذه الدراسة بإجراء اختبارات الصدق الظاهري من خلال عرض استمارة أسئلة المقابلات على خمسة من الأكاديميين في جامعة بغداد متخصصين في مجال الإعلام والصحافة للحكم على مدى صلاحية هذه الأسئلة. حيث عرض الباحث استمارة أسئلة المقابلة الخاصة بالدراسة على مجموعة من الأساتذة:

ت	الاسم	مكان العمل
١	الدكتور طالب عبد المجيد ذياب	تدريسي في كلية الإعلام/ جامعة بغداد
٢	الدكتور علي عباس فاضل	تدريسي في كلية الإعلام/ جامعة بغداد
٣	الدكتور فاضل جتي سلمان	تدريسي في كلية الإعلام/ جامعة بغداد
٤	الدكتور نوح عز الدين عبد الرزاق	تدريسي في كلية الإعلام/ جامعة بغداد
٥	الدكتور حيدر احمد القطبي	تدريسي في كلية الإعلام/ جامعة بغداد

جدول يوضح أسماء المقابلات وعددهم من موظفي وزارة الهجرة والمهجرين والأكاديميين في الجامعات العراقية

التسلسل	الإسم	التحصيل العلمي	المنصب	سنوات الخدمة
١	ايفان فائق جابرو	بكالوريوس أحياء مجهرية	وزير الهجرة والمهجرين	٣
٢	كريم حسين علي	دكتوراه علوم سياسية	وكيل وزارة الهجرة والمهجرين	٣
٣	علي عباس جهاكير	بكالوريوس قانون	الناطق الرسمي لوزارة الهجرة والمهجرين	٢٨
٤	حسنيين أحمد علو	بكالوريوس إعلام	مدير شعبة التصوير في قسم الإعلام/ وزارة الهجرة والمهجرين	٢٠
٥	عادل عبدالرزاق مصطفى	دكتوراه إعلام رقمي	تدريسي في كلية الإعلام جامعة بغداد	٢٣
٦	يوسف حسن محمود	دكتوراه إعلام	رئيس قسم الإعلام في كلية الآداب/ جامعة تكريت	١٦
٧	حسين علي نور	دكتوراه إعلام	تدريسي في كلية الإعلام جامعة بغداد	٢٥
٨	حسين دبي حسان	دكتوراه اعلام	تدريسي في كلية الإعلام جامعة بغداد	١٨
٩	صفد حسام حمودي	دكتوراه إعلام رقمي	تدريسي في كلية الإعلام جامعة بغداد	١٦
١٠	خميس محمد كرحوت	دكتوراه إذاعة وتلفزيون	تدريسي في كلية الآداب/ قسم الإعلام/ جامعة تكريت	١٠

جدول يوضح ارتباط أسئلة المقابلات بأسئلة الدراسة

تساؤلات الدراسة	أسئلة المقابلات
السؤال الرئيسي: ما هو تقييم عمل إعلام وزارة الهجرة والمهجرين العراقية في عودة النازحين؟	١ - ما هو واقع الأنشطة الإعلامية في وزارة الهجرة والمهجرين؟
	٢ - ما هي الاستراتيجيات المتبعة من قبل إعلام وزارة الهجرة والمهجرين العراقية في موضوع عودة النازحين؟

السؤال الفرعي الأول: ما هي نقاط قوى إعلام وزارة الهجرة والمهجرين العراقية في عودة النازحين؟	3	- ما هي نقاط القوى للأنشطة الإعلامية في وزارة الهجرة والمهجرين في التعامل مع موضوع عودة النازحين؟
السؤال الفرعي الثاني: ما هي نقاط الضعف إعلام وزارة الهجرة والمهجرين العراقية في عودة النازحين؟	4	- ما هي نقاط القوى في الأدوات والمرفقات لدعم الأنشطة الإعلامية في وزارة الهجرة والمهجرين؟
السؤال الفرعي الثالث: ما هي نقاط الضعف إعلام وزارة الهجرة والمهجرين العراقية في عودة النازحين؟	5	- ما هي نقاط الضعف في الأنشطة الإعلامية لوزارة الهجرة والمهجرين في التعامل مع موضوع عودة النازحين؟
	6	- ما هي نقاط الضعف في الأدوات والمرفقات لدعم الأنشطة الإعلامية في وزارة الهجرة والمهجرين؟
السؤال الفرعي الثالث: ما هي التحديات التي تواجه إعلام وزارة الهجرة والمهجرين العراقية في عودة النازحين؟	7	- ما هي المعوقات التي تعرقل الأنشطة الإعلامية لوزارة الهجرة والمهجرين الخاصة بموضوع عودة النازحين؟
	8	- ما هي أبرز التحديات التقنية التي تؤثر على تنفيذ الأنشطة الإعلامية في وزارة الهجرة والمهجرين العراقية في عودة النازحين؟
	9	- ما هي العراقيل التي تواجه لقسم الإعلام في وزارة الهجرة والمهجرين تجاه عودة النازحين؟
	10	- ما هي المشاكل التي تواجه إعلام وزارة الهجرة والمهجرين العراقية في موضوع عودة النازحين؟
السؤال الفرعي الرابع: ما هي الفرص المتاحة للإعلام في وزارة الهجرة والمهجرين العراقية لعودة النازحين؟	11	- ما هي الفرص المتاحة للأنشطة الإعلامية في وزارة الهجرة والمهجرين لمواجهة ظاهرة النزوح في العراق؟
	12	- ما هي أبرز الفرص التقنية التي تؤثر على تنفيذ الأنشطة الإعلامية في وزارة الهجرة والمهجرين العراقية لعودة النازحين؟
	13	- ما هي الفرص المتاحة لقسم الإعلام في وزارة الهجرة والمهجرين تجاه عودة النازحين؟

الفصل الرابع: تحليل البيانات (الإطار العملي) استخراج الرموز من نص المقابلات 1. استخراج الرمز من نص مقابلة السيدة إيفان فائق جابرو وزيرة الهجرة والمهجرين العراقية.

رقم السؤال	رمز الباحث	نص المقابلة	استخراج الرمز	كود المحتوى
Q1	P 01	أن واقع الأنشطة الإعلامية في وزارة الهجرة والمهجرين هو نشر الأخبار الخاصة بأنشطة وزارة الهجرة والمهجرين في تقديم الدعم للنازحين في جميع المناطق التي شهدت حالات نزوح جماعي بعد أحداث عام ٢٠١٤، ونشر أخبار جميع الجلسات الحوارية والندوات التي تشجع النازحين على العودة الطوعية إلى محل إقامتهم المعتاد في المناطق الأصلية، ونشر التقارير والفيديوهات واللقاءات الخاصة بإحصائيات النازحين والعائدين في وسائل الإعلام الرسمية (إذاعة وتلفزيون وصحف ومواقع إخبارية) وكذلك مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك وتويتر).	- أن واقع الأنشطة الإعلامية في وزارة الهجرة والمهجرين هو نشر الأخبار الخاصة بأنشطة وزارة الهجرة والمهجرين في تقديم الدعم للنازحين.	A1
Q2	P 01	أن نقاط القوة للأنشطة الإعلامية تتركز على نشر الأخبار بشفافية وواقعية وبسرعة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي والوكالات الإخبارية والقنوات التلفزيونية والصحف وذلك لنشر الأنشطة الخاصة بتقديم الدعم المادي والمعنوي والإنساني للنازحين والعائدين، وكذلك	- أن نقاط القوة للأنشطة الإعلامية تتركز على نشر الأخبار بشفافية وواقعية وبسرعة من خلال مواقع	B1

رقم السؤال	رمز الباحث	نص المقابلة	استخراج الرمز	كود المحتوى
		نشر التقارير والفيديوهات وعمل بروشورات وبوسترات تشجع النازحين على العودة لمناطق سكنهم الأصلية بالتنسيق مع الجهات ذات العلاقة.	التواصل الاجتماعي والوكالات الإخبارية والقنوات التلفزيونية والصحف.	
Q3	P 01	أن أبرز نقاط الضعف في عمل الأنشطة الإعلامية في وزارة الهجرة والمهجرين ضعف الصور المرافقة للأنشطة التي قامت بها فروع الوزارة في المحافظات وذلك بسبب عدم توفر أصحاب الاختصاص في تلك الدوائر وذلك لعدم توفر أدوات ذات كفاءة في التقاط الصور، وعدم استخدام وسائل الإعلام الرقمية بشكل واسع والاكتفاء أحياناً بصفحة الفيس بوك والموقع الرسمي للوزارة.	الهجرة والمهجرين ضعف الصور المرافقة للأنشطة التي قامت بها فروع الوزارة في المحافظات.	D1
Q4	P 01	من نقاط القوة في الأدوات والمرافقات لدعم الأنشطة الإعلامية في وزارة الهجرة والمهجرين الكفاءة التقنية حيث توفير أدوات تقنية متقدمة لتحرير وإنتاج المحتوى المتعدد الوسائط، مثل البرمجيات المتخصصة في المونتاج والتصميم الجرافيكي.	- من نقاط قوة في الأدوات والمرافقات لدعم الأنشطة الإعلامية الكفاءة التقنية.	E1
Q5	P 01	أن نقاط الضعف في الأدوات والمرافقات في دعم الأنشطة الإعلامية هي قلة الفريق الإعلامي التخصصي، وقلة الكاميرات والأدوات الإعلامية.	- قلة الفريق الإعلامي التخصصي، وقلة الكاميرات والأدوات الإعلامية من نقاط الضعف في الأدوات والمرافقات في دعم الأنشطة الإعلامية.	F1
Q6	P 01	هناك عدة فرص متاحة للنشاطات الإعلامية لمواجهة ظاهرة النزوح في العراق، وهي كالاتي دعم من قبل الإعلام الحكومي المتمثل بإعلام الأمانة العامة لمجلس الوزراء وقناة (العراقية) الفضائية الرسمية وصحيفة (الصباح) الرسمية وإذاعة بغداد وبعض القنوات المحلية، ودعم من قبل بعض المنظمات الدولية من خلال عقد ندوات ومؤتمرات مشتركة.	- الدعم من قبل الإعلام الحكومي والدعم من قبل بعض المنظمات الدولية من الفرص المتاحة للنشاطات الإعلامية.	G1
Q7	P 01	هناك عدة معوقات تؤثر على الأنشطة الإعلامية الخاصة بعودة النازحين، أبرزها قلة الدعم المقدم من المنظمات الشريكة للوزارة، وضعف التغطيات الإخبارية في وسائل الإعلام الأجنبية.	- ضعف التغطيات الإخبارية في وسائل الإعلام الأجنبية من معوقات تؤثر على الأنشطة الإعلامية.	H1
Q8	P 01	أن أبرز الفرص التقنية التي تؤثر على تنفيذ الأنشطة الإعلامية في وزارة الهجرة حول عودة النازحين منصات التواصل الاجتماعي حيث استخدام منصات التواصل مثل تويتر وفيس بوك للتواصل المباشر مع النازحين ونشر معلومات محدثة بشأن العودة والإجراءات المتعلقة بها.	- أن أبرز الفرص التقنية التي تؤثر على تنفيذ الأنشطة الإعلامية في وزارة الهجرة حول عودة النازحين منصات التواصل الاجتماعي.	J1
Q9	P 01	من التحديات التقنية التي قد تؤثر على تنفيذ الأنشطة الإعلامية في وزارة الهجرة حول عودة النازحين قد تكون تأمين البنية التحتية التقنية المناسبة للتواصل ونقل المعلومات بشكل فعال، ضمان الأمان والخصوصية للبيانات المتعلقة بالنازحين، توفير منصات رقمية سهلة الاستخدام لتسهيل التواصل مع النازحين وتقديم المعلومات بشكل واضح، ومواجهة التحديات التقنية المحتملة مثل انقطاع الاتصالات أو مشاكل التوافق التقني بين مختلف الأنظمة والأجهزة.	- من التحديات التقنية التي قد تؤثر على تنفيذ الأنشطة الإعلامية في وزارة الهجرة حول عودة النازحين تأمين البنية التحتية المناسبة للتواصل ونقل المعلومات بشكل فعال.	K1
Q10	P 01	تشمل الفرص في قسم الإعلام في وزارة الهجرة والمهجرين مجموعة من المهام والأنشطة المرتبطة بعودة النازحين، ويمكن أن تشمل هذه	- تشمل الفرص في قسم الإعلام في وزارة الهجرة	L1

رقم السؤال	رمز الباحث	نص المقابلة	استخراج الرمز	كود المحتوى
		الفرص تطوير حملات إعلامية لتوعية النازحين بإجراءات العودة والتسهيلات المتاحة. كما يمكن أن تتضمن إعداد ونشر مواد إعلامية تسلط الضوء على الجهود المبذولة لتسهيل عملية العودة وإعادة التوطين. هذا بالإضافة إلى التواصل مع وسائل الإعلام لنقل رسائل حول الجهود والنجاحات في مجال إعادة النازحين إلى مناطقهم.	والمهجرين تطوير حملات إعلامية لتوعية النازحين بإجراءات العودة والتسهيلات المتاحة.	
Q11	P 01	تشمل العراقيل التي تواجه قسم الإعلام في وزارة الهجرة والمهجرين تجاه عودة النازحين عدة أمور، مثل عدم وجود تواصل فعال مع النازحين لتوضيح الإجراءات والمعلومات المتعلقة بعودتهم، وصعوبة توفير تغطية إعلامية شاملة للعمليات العودية نظراً للتحديات الأمنية واللوجستية في بعض المناطق المتضررة. كما قد تشمل العراقيل تحديات الإعلام في نقل تجارب النازحين والتحديات التي واجهوها أثناء العودة، وكذلك تسليط الضوء على الجهود التي تبذلها الوزارة لدعم عملية العودة وإعادة التوطين.	- تشمل العراقيل التي تواجه قسم الإعلام في وزارة الهجرة والمهجرين تجاه عودة النازحين عدم وجود تواصل فعال مع النازحين وصعوبة توفير تغطية إعلامية شاملة للعمليات العودية.	N1
Q12	P 01	المشاكل التي تواجه إعلام وزارة الهجرة والمهجرين العراقية في موضوع عودة النازحين ضعف الموازنة المخصصة للقسم الإعلامي لوزارة الهجرة، وقلة الكوادر الإعلامية المتخصصة في فروع ومكاتب الوزارة في المحافظات، وعدم توفر الأدوات الإعلامية الحديثة لدى القسم الإعلامي لوزارة الهجرة والمهجرين.	- ضعف الموازنة المخصصة للقسم الإعلامي لوزارة الهجرة، وقلة الكوادر الإعلامية المتخصصة.	M1
Q13	P 01	هناك خطط وبرامج مستقبلية لدى القسم الإعلامي لوزارة الهجرة والمهجرين تشجع النازحين على عودتهم إلى مناطق سكنهم الأصلية ومنها نشر أخبار عودة النازحين إلى مناطق سكنهم الأصلية في فيديوهات وكراريس هي من أولويات القسم الإعلامي، وعقد ندوات تثقيفية في مخيمات النزوح، وعقد جلسات حوارية لتقريب وجهات النظر وتشجيعهم على العودة.	- هناك خطط وبرامج مستقبلية لدى القسم الإعلامي لوزارة الهجرة والمهجرين تشجع النازحين على عودتهم إلى مناطق سكنهم الأصلية ومنها نشر أخبار عودة النازحين إلى مناطق سكنهم الأصلية.	Z1

٢- تحليل محتوى الفئات حسب الموضوعات استخراج ثلاثة عشر (١٣) موضوعاً رئيسياً من خلال دراسة نصوص المقابلة، وتم استخراج مئة وثلاثون (١٣٠) فئة فرعية، كما هو موضح في الجدول أدناه.

رمز الفئة	الفئات الفرعية	الرمز	الموضوعات الرئيسية	ت
C01	- أن واقع الأنشطة الإعلامية في وزارة الهجرة والمهجرين هو نشر الأخبار الخاصة بأنشطة وزارة الهجرة والمهجرين في تقديم الدعم للنازحين.	A1	واقع الأنشطة الإعلامية	١
C02	- إن الأنشطة الإعلامية في وزارة الهجرة والمهجرين تتضمن نشر الأخبار التي تخص الخدمات التي تقدمها الوزارة.			
C03	- الأنشطة الإعلامية تعتمد على برنامج الوزارة وقانون الوزارة الذي يعتمد على برامج الإغاثة والإعانة وتقديم المساعدات وكذلك في مجال الإيواء والنقل.			
C04	- واقع الأنشطة الإعلامية في وزارة الهجرة والمهجرين يشمل تعريف الجمهور بكافة نشاطات ومهام وإنجازات الوزارة.			

رمز الفئة	الفئات الفرعية	الرمز	الموضوعات الرئيسية	ت
C05	- أن واقع الأنشطة الإعلامية نشر الأخبار والتقارير والصور وكل الأنشطة الخاصة بعمل وزارة الهجرة والمهجرين.			
C06	- أن واقع الأنشطة الإعلامية ضعيفة في بعض الجوانب ولم تصل إلى المستوى المطلوب.			
C07	- الأنشطة الإعلامية لوزارة الهجرة والمهجرين بالتنوع والتباين في طبيعة التغطية الإعلامية.			
C08	- يتمثل واقع الأنشطة الإعلامية في التغطية الخبرية لنشاطات وزارة الهجرة والمهجرين والتي تسلط الضوء على يوميات النازحين والمهجرين في المخيمات.			
C09	- واقع الأنشطة الإعلامية يتمحور في المجالات المرئية والمجالات الميدانية ومجال الأنشطة الرقمية.			
C10	- القيام بتغطية إعلامية لإغاثة النازحين داخل العراق وخارجه، وتغطية إجراءات الوزارة أثناء الكوارث والأزمات.			
C11	- أن نقاط القوة للأنشطة الإعلامية تتركز على نشر الأخبار بشفافية وواقعية وبسرعة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي والوكالات الإخبارية والقنوات التلفزيونية والصحف.			
C12	- أن نقاط القوة للأنشطة الإعلامية تتضح من خلال حرص القسم الإعلامي على نشر كافة أخبار النازحين والعائدين.			
C13	- نقاط القوة تعتمد على مصداقية الوزارة في تقديم الخدمات، كذلك باعتبار هذه الأنشطة يرافقها تخطيط مسبق ورؤية واضحة.			
C14	- قدرة القسم الإعلامي على مواجهة التحديات التي تعرقل وصول كوادره إلى المناطق التي تشهد أحداثاً تخص فئات عناية الوزارة كالنزوح والعودة.	B1	نقاط القوى في الأنشطة الإعلامية	٢
C15	- التركيز على نشر الأخبار الخاصة بالتعامل مع النازحين وآلية معالجة هذه القضية والأخبار والتقارير التي تخص عمل الوزارة وجهودها في عملية إعادة النازحين.			
C16	- هناك نقاط قوة متمثلة في أنها تدخل لمناطق لا يعرف الناس عنها شيئاً.			
C17	- من اهم نقاط القوة في الأنشطة الإعلامية لوزارة الهجرة والمهجرين هي أنها في أغلب الأحيان قريبة من الحدث.			

رمز الفئة	الفئات الفرعية	الرمز	الموضوعات الرئيسية	ت
C18	- من نقاط القوة للأنشطة الإعلامية تتمثل بالوضوح الذي من الممكن أن تعتمده في إدارة المضامين الإخبارية التي تنقل واقعهم.			
C19	- مصداقية المعلومة التي تقدمها من نقاط القوة التي تتعلق بالأنشطة الإعلامية لوزارة الهجرة والمهجرين.			
C20	- مواقع التواصل الاجتماعي والصحف والمجلات اليوسترات وبرامج توعوية في وسائل الإعلام المختلفة من نقاط القوة في إعلام وزارة الهجرة والمهجرين.			

نتائج تحليل الرموز في المحاور والمركز الأول: نقاط قوى إعلام وزارة الهجرة والمهجرين العراقية في عودة النازحين تخصص جزء من الرموز لأراء الباحثين حول معرفة نقاط قوى إعلام وزارة الهجرة والمهجرين العراقية في عودة النازحين، تم تعيين ٨ رموز من مجموعة الرموز لهذه الفئة ويتم عرض نتائج هذه المجموعة من الرموز على النحو التالي:

الفئة	الرمز	تفسير الرمز
نقاط قوى إعلام وزارة الهجرة والمهجرين العراقية في عودة النازحين.	B1	- أن نقاط القوة للأنشطة الإعلامية تتركز على نشر الأخبار بشفافية وواقعية وبسرعة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي والوكالات الإخبارية والقنوات التلفزيونية والصحف.
	B1	- قدرة القسم الإعلامي على مواجهة التحديات التي تعرقل وصول كوادره إلى المناطق التي تشهد أحداثاً تخص فئات عناية الوزارة كالنزوح والعودة.
	B1	- التركيز على نشر الأخبار الخاصة بالتعامل مع النازحين وآلية معالجة هذه القضية والأخبار والتقارير التي تخص عمل الوزارة وجهودها في عملية إعادة النازحين.
	B1	- من نقاط القوة للأنشطة الإعلامية تتمثل بالوضوح الذي من الممكن أن تعتمده في إدارة المضامين الإخبارية التي تنقل واقعهم.
	E1	- من نقاط قوة في الأدوات والمرفقات لدعم الأنشطة الإعلامية الكفاءة التقنية.
	E1	- من نقاط القوة في الأدوات والمرفقات لدعم الأنشطة الإعلامية في وزارة الهجرة والمهجرين التواصل الاجتماعي.
	E1	- إدارة المحتوى من نقاط القوة في الأدوات والمرفقات لدعم الأنشطة الإعلامية
	E1	- استخدام وسائل الاتصال الحديثة بشكل فعال لنشر المعلومات والأخبار، وتوظيف التقنيات الحديثة في تحسين جودة المحتوى الإعلامي.

- من خلال ما تم طرحه في جدول المحور الأول "نقاط قوى إعلام وزارة الهجرة والمهجرين العراقية في عودة النازحين" توصل الباحث إلى الآتي:
١. أن نقاط القوة للأنشطة الإعلامية تتركز على نشر الأخبار بشفافية وواقعية وبسرعة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي والوكالات الإخبارية والقنوات التلفزيونية والصحف.
 ٢. قدرة القسم الإعلامي على مواجهة التحديات التي تعرقل وصول كوادره إلى المناطق التي تشهد أحداثاً تخص فئات عناية الوزارة كالنزوح والعودة.
 ٣. التركيز على نشر الأخبار الخاصة بالتعامل مع النازحين وآلية معالجة هذه القضية والأخبار والتقارير التي تخص عمل الوزارة وجهودها في عملية إعادة النازحين.
 ٤. من نقاط القوة للأنشطة الإعلامية تتمثل بالوضوح الذي من الممكن أن تعتمده في إدارة المضامين الإخبارية التي تنقل واقعهم كما هو بدون أي تزويق أو إضافات.
 ٥. من نقاط قوة في الأدوات والمرفقات لدعم الأنشطة الإعلامية الكفاءة التقنية، حيث توفير أدوات تقنية متقدمة لتحرير وإنتاج المحتوى المتعدد الوسائط، مثل البرمجيات المتخصصة في المونتاج والتصميم الجرافيكي.

٦. من نقاط القوة في الأدوات والمرفقات لدعم الأنشطة الإعلامية في وزارة الهجرة والمهجرين التواصل الاجتماعي حيث أن منصات التواصل الاجتماعي توفر وسيلة للتفاعل مع الجمهور، نشر المحتوى، وتعزيز التفاعل والمشاركة.
٧. إدارة المحتوى من نقاط القوة في الأدوات والمرفقات لدعم الأنشطة الإعلامية حيث أن أنظمة إدارة المحتوى تسهل إنشاء وتحرير المحتوى على المواقع الإلكترونية والمدونات بشكل سهل وفعال.
٨. استخدام وسائل الاتصال الحديثة بشكل فعال لنشر المعلومات والأخبار، وتوظيف التقنيات الحديثة في تحسين جودة المحتوى الإعلامي والاستفادة من الخبرات والمهارات الإعلامية المتاحة، وتوفير بيئة عمل إعلامية محفزة ومتطورة.
- المحور الثاني: نقاط الضعف إعلام وزارة الهجرة والمهجرين العراقية في عودة النازحين**
- خصص جزء من الرموز لآراء المبحوثين حول معرفة نقاط الضعف إعلام وزارة الهجرة والمهجرين العراقية في عودة النازحين، تم تعيين ٩ رموز من مجموعة الرموز لهذه الفئة ويتم عرض نتائج هذه المجموعة من الرموز على النحو التالي:

الفئة	الرمز	تفسير الرمز
نقاط الضعف إعلام وزارة الهجرة والمهجرين العراقية في عودة النازحين.	D1	- أن أبرز نقاط الضعف في عمل الأنشطة الإعلامية لوزارة الهجرة والمهجرين ضعف الصور المرافقة للأنشطة التي قامت بها فروع الوزارة في المحافظات.
	D1	- ضعف في نشر التقارير والعمل من خلال قوالب صحفية كلاسيكية من نقاط ضعف في عمل الأنشطة الإعلامية.
	D1	- هناك مناطق لا يسمح الوقت ولا الكادر ولا الإمكانيات في تغطيتها بسبب قلة الكادر المتخصص في مجال التغطية الإعلامية.
	D1	- عدم التواصل مع الوكالات الإعلامية الأجنبية، وضعف في تكنولوجيا الاتصال.
	D1	- عدم وجود التخصيصات المالية اللازمة التي من الممكن أن تخدم وزارة الهجرة والمهجرين في حملات التوعية والتثقيف ونقل صورة عن أوضاع النازحين ومعاناتهم.
	F1	- ضعف التواصل في بعض الأحيان مع وسائل الإعلام وخصوصاً القنوات الفضائية العربية والأجنبية.
	F1	- قلة الفريق الإعلامي التخصصي، وقلة الكاميرات والأدوات الإعلامية من نقاط الضعف في الأدوات والمرفقات في دعم الأنشطة الإعلامية.
	F1	- لا توجد استراتيجية أو تخطيط منظم لاستثمار الوسائل الإعلامية المتاحة لنقل نشاطات الوزارة إلى الجمهور العام والاكتفاء فقط بالأخبار العامة.
	F1	- عدم وجود موظفين من ذوي الاختصاص من أبرز نقاط الضعف للأدوات والمرفقات في دعم الأنشطة الإعلامية.

من خلال ما تم طرحه في جدول المحور الثاني نقاط الضعف إعلام وزارة الهجرة والمهجرين العراقية في عودة النازحين توصل الباحث إلى الآتي:

١. أن أبرز نقاط الضعف في عمل الأنشطة الإعلامية لوزارة الهجرة والمهجرين ضعف الصور المرافقة للأنشطة التي قامت بها فروع الوزارة في المحافظات.
٢. ضعف في نشر التقارير والعمل من خلال قوالب صحفية كلاسيكية من نقاط ضعف في عمل الأنشطة الإعلامية، وذلك بسبب ضعف الإمكانيات والأدوات، والعمل من خلال قوالب صحفية كلاسيكية.
٣. هناك مناطق لا يسمح الوقت ولا الكادر ولا الإمكانيات في تغطيتها بسبب قلة الكادر المتخصص في مجال التغطية الإعلامية وكذلك الأجهزة والقضايا اللوجستية لذلك هذا كان احد الأسباب التي حالت دون تغطية جميع النشاطات الإعلامية في وقتها المناسب.

٤. عدم التواصل مع الوكالات الإعلامية الأجنبية، وضعف في تكنولوجيا الاتصال من بين نقاط الضعف في عمل الأنشطة الإعلامية في الوزارة

٥. عدم وجود التخصيصات المالية اللازمة التي من الممكن أن تخدم وزارة الهجرة والمهجرين في حملات التوعية والتثقيف ونقل صورة عن أوضاع النازحين ومعاناتهم.

٦. ضعف التواصل في بعض الأحيان مع وسائل الإعلام وخصوصاً القنوات الفضائية العربية والأجنبية من نقاط الضعف في الأدوات والمرفقات في دعم الأنشطة الإعلامية.

٧. قلة الفريق الإعلامي التخصصي، وقلة الكاميرات والأدوات الإعلامية من نقاط الضعف في الأدوات والمرفقات في دعم الأنشطة الإعلامية.

٨. لا توجد استراتيجية أو تخطيط منظم لاستثمار الوسائل الإعلامية المتاحة لنقل نشاطات الوزارة إلى الجمهور العام والاكتفاء فقط بالأخبار العامة.

٩. عدم وجود موظفين من ذوي الاختصاص في فروع ومكاتب الوزارة في المحافظات من أبرز نقاط الضعف للأدوات والمرفقات في دعم الأنشطة الإعلامية.

الفصل الخامس: النتائج والتوصيات

النتائج العامة: فيما يأتي مناقشة نتائج الدراسة العامة لعنوان "تقييم عمل إعلام وزارة الهجرة والمهجرين العراقية في عودة النازحين من وجهة نظر الخبراء والمختصين"، وتوصلت الدراسة لمجموعة من النتائج المهمة التي من الممكن أن تثري وتعزز الأدبيات النظرية ذات العلاقة بموضوع الدراسة، وفيما يلي عرض لمناقشة النتائج حسب أسئلة الدراسة:

مناقشة النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الرئيسي والذي ينص على: ما هو تقييم عمل إعلام وزارة الهجرة والمهجرين العراقية في عودة النازحين؟

١. أن واقع الأنشطة الإعلامية في وزارة الهجرة والمهجرين هو نشر الأخبار الخاصة بأنشطة وزارة الهجرة والمهجرين في تقديم الدعم للنازحين في جميع المناطق التي شهدت حالات نزوح جماعي، ونشر أخبار جميع الجلسات الحوارية والندوات التي تشجع النازحين على العودة الطوعية إلى محل إقامتهم المعتاد في المناطق الأصلية

٢. إن الأنشطة الإعلامية في وزارة الهجرة والمهجرين تتضمن نشر الأخبار التي تخص الخدمات التي تقدمها الوزارة لفئات عنايتها وإجراء تغطيات إعلامية من قبل القسم الإعلامي لتوثيق وعرض نشاطات الوزارة كتوزيع المساعدات الإنسانية والإغاثية.

٣. الأنشطة الإعلامية تعتمد على برنامج الوزارة وقانون الوزارة الذي يعتمد على برامج الإغاثة والإعانة وتقديم المساعدات وكذلك في مجال الإيواء والنقل.

٤. أن واقع الأنشطة الإعلامية نشر الأخبار والتقارير والصور وكل الأنشطة الخاصة بعمل وزارة الهجرة والمهجرين وكذلك كل الفعاليات التي تقوم بها من ناحية الدعم وتوفير الخدمات والإحصائيات وغيرها.

٥. يمثل واقع الأنشطة الإعلامية في التغطية الخيرية لنشاطات وزارة الهجرة والمهجرين والتي تسلط الضوء على يوميات النازحين والمهجرين في المخيمات.

٦. القيام بتغطية إعلامية لإغاثة النازحين داخل العراق وخارجه، وتغطية إجراءات الوزارة أثناء الكوارث والأزمات على غرار ما حصل أثناء الحرب على تنظيم داعش الإرهابي، حيث كان لإعلام الوزارة دور كبير وهام جداً في تغطية إغاثة النازحين وتقديم سلات غذائية بالتعاون مع المنظمات الدولية والبحث عن المفقودين.

مناقشة النتائج المتعلقة بالإجابة على السؤال الفرعي الأول: ما هي نقاط قوى إعلام وزارة الهجرة والمهجرين العراقية في عودة النازحين؟

١. أن نقاط القوة للأنشطة الإعلامية تتركز على نشر الأخبار بشفاافية وواقعية وبسرعة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي والوكالات الإخبارية والقنوات التلفزيونية والصحف.

٢. قدرة القسم الإعلامي على مواجهة التحديات التي تعرقل وصول كوادره إلى المناطق التي تشهد أحداثاً تخص فئات عناية الوزارة كالنزوح والعودة.

٣. التركيز على نشر الأخبار الخاصة بالتعامل مع النازحين وآلية معالجة هذه القضية والأخبار والتقارير التي تخص عمل الوزارة وجهودها في عملية إعادة النازحين.

٤. من نقاط القوة للأنشطة الإعلامية تتمثل بالوضوح الذي من الممكن أن تعتمده في إدارة المضامين الإخبارية التي تنقل واقعهم كما هو بدون أي تزويق أو إضافات.

٥. من نقاط قوة في الأدوات والمرفقات لدعم الأنشطة الإعلامية الكفاءة التقنية، حيث توفير أدوات تقنية متقدمة لتحرير وإنتاج المحتوى المتعدد الوسائط، مثل البرمجيات المتخصصة في المونتاج والتصميم الجرافيك.

٦. من نقاط القوة في الأدوات والمرفقات لدعم الأنشطة الإعلامية في وزارة الهجرة والمهجرين التواصل الاجتماعي حيث أن منصات التواصل الاجتماعي توفر وسيلة للتفاعل مع الجمهور، نشر المحتوى، وتعزيز التفاعل والمشاركة.

٧. إدارة المحتوى من نقاط القوة في الأدوات والمرفقات لدعم الأنشطة الإعلامية حيث أن أنظمة إدارة المحتوى تسهل إنشاء وتحرير المحتوى على المواقع الإلكترونية والمدونات بشكل سهل وفعال.

٨. استخدام وسائل الاتصال الحديثة بشكل فعال لنشر المعلومات والأخبار، وتوظيف التقنيات الحديثة في تحسين جودة المحتوى الإعلامي والاستفادة من الخبرات والمهارات الإعلامية المتاحة، وتوفير بيئة عمل إعلامية محفزة ومتطورة. مناقشة النتائج المتعلقة بالإجابة على السؤال

الفرعي الثاني: ما هي نقاط الضعف إعلام وزارة الهجرة والمهجرين العراقية في عودة النازحين؟

١. أن أبرز نقاط الضعف في عمل الأنشطة الإعلامية لوزارة الهجرة والمهجرين ضعف الصور المرافقة للأنشطة التي قامت بها فروع الوزارة في المحافظات.

٢. ضعف في نشر التقارير والعمل من خلال قوالب صحفية كلاسيكية من نقاط ضعف في عمل الأنشطة الإعلامية، وذلك بسبب ضعف الإمكانيات والأدوات، والعمل من خلال قوالب صحفية كلاسيكية.

٣. هناك مناطق لا يسمح الوقت ولا الكادر ولا الإمكانيات في تغطيتها بسبب قلة الكادر المتخصص في مجال التغطية الإعلامية وكذلك الأجهزة والقضايا اللوجستية لذلك هذا كان أحد الأسباب التي حالت دون تغطية جميع النشاطات الإعلامية في وقتها المناسب.

٤. عدم التواصل مع الوكالات الإعلامية الأجنبية، وضعف في تكنولوجيا الاتصال من بين نقاط الضعف في عمل الأنشطة الإعلامية في الوزارة

٥. عدم وجود التخصيصات المالية اللازمة التي من الممكن أن تخدم وزارة الهجرة والمهجرين في حملات التوعية والتثقيف ونقل صورة عن أوضاع النازحين ومعاناتهم.

٦. ضعف التواصل في بعض الأحيان مع وسائل الإعلام وخصوصاً القنوات الفضائية العربية والأجنبية من نقاط الضعف في الأدوات والمرفقات في دعم الأنشطة الإعلامية.

٧. قلة الفريق الإعلامي التخصصي، وقلة الكاميرات والأدوات الإعلامية من نقاط الضعف في الأدوات والمرفقات في دعم الأنشطة الإعلامية.

٨. لا توجد استراتيجية أو تخطيط منظم لاستثمار الوسائل الإعلامية المتاحة لنقل نشاطات الوزارة إلى الجمهور العام والاكتفاء فقط بالأخبار العامة.

٩. عدم وجود موظفين من ذوي الاختصاص في فروع ومكاتب الوزارة في المحافظات من أبرز نقاط الضعف للأدوات والمرفقات في دعم الأنشطة الإعلامية.

مناقشة النتائج المتعلقة بالإجابة على السؤال الفرعي الثالث: ما هي التحديات التي تواجه إعلام وزارة الهجرة والمهجرين العراقية في عودة النازحين؟

١. ضعف التغطيات الإخبارية في وسائل الإعلام الأجنبية من معوقات تؤثر على الأنشطة الإعلامية الخاصة بعودة النازحين.

٢. نقص التمويل وتحديات الأمن والإجراءات البيروقراطية من المعوقات التي تعرقل الأنشطة الإعلامية لوزارة، ويمكن أن تكون هذه العوامل تؤثر على قدرة الوزارة على تنفيذ حملات إعلامية فعالة وشاملة لتعزيز عودة النازحين.

٣. من المعوقات التي تعرقل الأنشطة الإعلامية تتمثل في ضعف الدعم للبرامج التي تتضمن إعادة النازحين إذ نجد دوراً ضعيفاً أو خجولاً يمارسه إعلام وزارة الهجرة في تشجيع شريحة النازحين على العودة إلى مناطقهم الأصلية.

٤. موضوع الصراعات الحزبية والسياسية الحاصلة بالعراق والتي انعكست على مجمل نشاطات الدولة العراقية من أهم المعوقات التي تواجه إعلام وزارة الهجرة والمهجرين.

٥. من التحديات التقنية التي قد تؤثر على تنفيذ الأنشطة الإعلامية في وزارة الهجرة حول عودة النازحين تأمين البنية التحتية التقنية المناسبة للتواصل ونقل المعلومات بشكل فعال.

٦. أبرز التحديات التقنية التي تؤثر على تنفيذ الأنشطة الإعلامية في وزارة الهجرة حول عودة النازحين التواصل مع مناطق محرومة من التقنية.

٧. أبرز التحديات التقنية التي تؤثر على تنفيذ الأنشطة الإعلامية في وزارة الهجرة حول عودة النازحين الأمان السبراني حيث أن ضمان أمان البيانات والمعلومات المتداولة يعد تحديًا مهمًا.

٨. تشمل العراقيل التي يواجهها قسم الإعلام في وزارة الهجرة والمهجرين قيوداً على حرية الإعلام وعدم توفر بيئة إعلامية مفتوحة وحرّة.

٩. عدم الاستقرار الأمني في بعض مناطق العودة من المشاكل التي تواجه إعلام وزارة الهجرة والمهجرين العراقية في موضوع عودة النازحين. مناقشة النتائج المتعلقة بالإجابة على السؤال الفرعي الرابع: ما هي الفرص المتاحة للإعلام في وزارة الهجرة والمهجرين العراقية لعودة النازحين؟

١. الدعم من قبل الإعلام الحكومي المتمثل بإعلام الأمانة العامة لمجلس الوزراء وقناة (العراقية) الفضائية الرسمية وصحيفة (الصباح) الرسمية وإذاعة بغداد وبعض القنوات المحلية والدعم من قبل بعض المنظمات الدولية من الفرص المتاحة للنشاطات الإعلامية.

٢. من الفرص المتاحة استثمار الدعم العربي والدولي الحكومي، واستثمار دعم المنظمات الإنسانية، واستثمار النشاط الإعلامي العالمي الذي يخص المهجرين.

٣. أن أبرز الفرص التقنية التي تؤثر على تنفيذ الأنشطة الإعلامية في وزارة الهجرة حول عودة النازحين منصات التواصل الاجتماعي.

٤. أن أبرز الفرص التقنية التي تؤثر على تنفيذ الأنشطة الإعلامية في وزارة الهجرة حول عودة النازحين التحليلات والبيانات الضخمة.

٥. أن أبرز الفرص التقنية التي تؤثر على تنفيذ الأنشطة الإعلامية في وزارة الهجرة حول عودة النازحين التفاعل مع المستخدمين.

٦. تشمل الفرص في قسم الإعلام في وزارة الهجرة والمهجرين تطوير حملات إعلامية لتوعية النازحين بإجراءات العودة والتسهيلات المتاحة.

٧. من الفرص المتاحة لقسم الإعلام في وزارة الهجرة والمهجرين تجاه عودة النازحين إنشاء حملات إعلامية موجهة حيث يمكن للقسم تصميم حملات إعلامية محددة تستهدف فئات معينة من النازحين، مثل العائلات، أو الأفراد ذوي الاحتياجات الخاصة.

٨. من الفرص المتاحة لقسم الإعلام في وزارة الهجرة والمهجرين تجاه عودة النازحين إعداد تقارير ودراسات ميدانية حيث يمكن لفريق الإعلام أن يقوم بإعداد تقارير ودراسات ميدانية تسلط الضوء على تحديات عملية العودة وتقديم توصيات لتحسينها.

٩. من الفرص المتاحة لقسم الإعلام في وزارة الهجرة والمهجرين تجاه عودة النازحين التواصل مع المجتمع الدولي حيث يمكن لفريق الإعلام التواصل مع وسائل الإعلام الدولية والمنظمات الإنسانية لنشر رسائل إيجابية عن جهود الوزارة في تسهيل عودة النازحين.

التوصيات:

١. يجب أن يسعى الإعلام إلى تقديم تغطية شاملة وموثوقة لعمليات عودة النازحين، مع التأكد من تقديم معلومات دقيقة ومحايدة حول الجهود المبذولة والتحديات الموجودة.

٢. ينبغي أن يسلط الإعلام الضوء على التقدم والإنجازات التي تحققت في عملية عودة النازحين، مثل عودتهم إلى مناطقهم والدور الذي تلعبه الوزارة في تسهيل ذلك.

٣. يجب أن يكون هناك توازن في تقديم المعلومات، بحيث يتم التطرق أيضًا إلى التحديات المستمرة والاحتياجات المتبقية لتحقيق عملية عودة ناجحة.

٤. يجب أن يعمل الإعلام على تشجيع التواصل المفتوح بين وزارة الهجرة والمهجرين والنازحين والجمهور، لتبادل المعلومات والتوضيح وتقديم الاستجابة للاستفسارات.

٥. يمكن للإعلام تسليط الضوء على قصص ناجحة للنازحين الذين نجحوا في العودة وبناء حياة جديدة، مما يلهم الآخرين ويعزز الأمل.

٦. يمكن للإعلام أن يلعب دورًا في توجيهه وتنقيف النازحين حول الإجراءات والخدمات المتاحة لهم خلال عملية العودة.

٧. يجب أن يكون هناك تركيز على تعزيز الشفافية فيما يتعلق بالجهود المبذولة واستخدام الموارد، لبناء الثقة بين الوزارة والمجتمع.

٨. يمكن للإعلام أن يساعد في تعزيز التعاون مع الشركاء الدوليين والمنظمات غير الحكومية المعنية بقضايا الهجرة والنازحين، وذلك من خلال تسليط الضوء على الجهود المشتركة والمبادرات التي تساهم في عملية العودة.
٩. يمكن للإعلام أن يساهم في تعزيز التواصل بين النازحين العائدين والمجتمع المحلي في المناطق المستقبلية، من خلال تسليط الضوء على الفوائد المشتركة وتعزيز التفاهم المتبادل.
١٠. يمكن للإعلام تقديم تقارير دورية توضح تقدم البرامج والمشاريع المتعلقة بعودة النازحين، وكذلك قياس مدى تحقيق الأهداف المستهدفة.

المصادر والمراجع

١. المحمودي، محمد سرحان علي. (١٤٤١هـ-٢٠١٩م). مناهج البحث العلمي. صنعاء: دار الكتب.
٢. حسين، سمير. (٢٠٠٦). دراسات في مناهج البحث العلمي: بحوث الإعلام، القاهرة: عالم الكتب.
٣. البياتي، ياس خضر. (١٩٩٣م). الإعلام الدولي والعربي. بغداد: دار الفراهيدي للطباعة.
٤. التل، سعيد. (٢٠٠٧م). طرق البحث النوعية. بيروت: دار المسيرة للطباعة والنشر.
٥. الحديدي، منى سعيد وشريف درويش اللبان. (٢٠٠٩م). فنون الاتصال والإعلام المتخصص. الدار المصرية اللبنانية.
٦. حسين، سمير محمد. (١٩٩٧م). الاتصال والجماهير. القاهرة: عالم الكتب.
٧. خضور، أديب. (١٩٩٩م). الإعلام والأزمات. الرياض: أكاديمية نايف للعلوم الأمنية.
٨. الدليمي، عبد الرزاق. (٢٠١٩م). صناعة الإعلام العالمي المعاصر. عمان: دار اليازوري.
٩. السامرائي، ايمان، وعامر القنديلجي. (٢٠٠١م). البحث العلمي الكمي والنوعي. عمان: دار اليازوري.
١٠. ستراوس، انسلم. (١٩٩٩م). البحث الكيفي: أساليب وإجراءات النظرية المجردة. ترجمة: عبد الله ابن حسين الخليفة، الرياض: معهد الإدارة العامة.
١١. عبد الهادي، محمد فتحي. (٢٠٠٩م). الاتجاهات الحديثة في التحليل الموضوعي للمعلومات وموقف قطاع المعلومات منها. الرياض: الاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات.
١٢. الفار، محمد جمال. (٢٠١٣م). معجم المصطلحات الإعلامية: أول معجم شامل في كل المصطلحات الإعلامية المتداولة في العالم وتعريفاتها. عمان: دار أسامة.
١٣. كنعان، علي. (٢٠٢٠م). الإعلام والمجتمع. عمان: دار اليازوري للنشر والتوزيع.
١٤. المشهداني، سعد سلمان. (٢٠١٥م). تاريخ وسائل الإعلام في العراق (النشأة والتطور). عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
١٥. مصالحة، محمد. (١٩٨٤م). دراسات في الإعلام العربي. بغداد: مركز التوثيق الإعلامي لدول الخليج السلسلة الإعلامية الثالثة.
١٦. المعاضيد، عصام جمعة. (٢٠٠١م). الصحافة اليهودية في العراق. القاهرة: الدار الدولية للاستثمارات الثقافية.
١٧. مكاي، حسن عماد والعبد عاطف عدلي. (٢٠٠٧م). نظريات الإعلام. جامعه القاهرة: كلية الإعلام.
١٨. مكاي، وليلى السيد. (٢٠٠٩م). الاتصال ونظرياته المعاصرة. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

الصف والمجلات

١. العزاوي، سالم جاسم محمد. (٢٠١٧م). «البحث الكيفي في العلاقات العامة (دراسة تحليلية لبحوث العلاقات العامة في العراق للمدة من ١٩٨٩ إلى ٢٠١٦)». مجلة الباحث الإعلامي. ١(٣٨).

الرسائل والأطاريح

١. بلجل، جمعة. (٢٠١٤م). «استخدام تحليل (swot) في تشخيص الاستراتيجي في المؤسسة الاقتصادية: دراسة حالة مطاحن كبرى للجنوب». بسكرة، رسالة ماجستير، كلية علوم الاقتصادية والتسيير وعلوم التجارية، جامعة محمد خيضر.

المصادر الأجنبية

1. Helms, M. M., & Nixon, J (2010):” Exploring SWOT analysis - where are we now”. Journal of Strategy and Management. (3) par1.
2. Lawrence, G Fine. (2009). The SWOT Analysis Using your Strength to overcome Weaknesses, Using Opportunities to overcome Threats. LLC: Copyright by Kick It.

1. Lawrence, The SWOT Analysis Using your Strength to overcome Weaknesses: p19
2. Helms & Nixon, "Exploring SWOT analysis – where are we now": P127
3. بلجبل، «استخدام تحليل (SWOT) في تشخيص الاستراتيجي في المؤسسة الاقتصادية: دراسة حالة مطاحن كبرى للجنوب»: ص 31
4. مكاوي وعدلي، نظريات الإعلام: ص 295
5. Ferment, Mass Communication Theory: Foundations: p 282
6. الفار، معجم المصطلحات الإعلامية: أول معجم شامل في كل المصطلحات الإعلامية المتداولة في العالم وتعريفاتها: ص 28
7. حسين، الاتصال الجماهير: ص 22
8. العويني، الإعلام الإسلامي الدولي بين النظرية والتطبيق: ص 20
9. مصالحة، دراسات في الإعلام العربي: ص 43
10. كنعان، الإعلام والمجتمع: ص 20
11. مصالحة، دراسات في الإعلام العربي: ص 46
12. الدليمي، صناعة الإعلام العالمي المعاصر: ص 8
13. الحديدي واللبن، فنون الاتصال والإعلام المتخصص: ص 27
14. المشهداني، تاريخ وسائل الإعلام في العراق (النشأة والتطور): ص 59
15. خضور، الإعلام والأزمات: ص 40
16. المعاضيد، الصحافة اليهودية في العراق: ص 67
17. النياتي، الإعلام الدولي والعربي: ص 20
18. المشهداني، وسائل الإعلام في العراق: ص 230
19. ستراوس، البحث الكيفي: أساليب وإجراءات النظرية المجردة: ص 23
20. Bogdan's and biklen, qualitative research for education: p28.
21. شاهين، الاتجاهات الحديثة في التحليل الموضوعي: ص 24
22. عبد الهادي، الاتجاهات الحديثة في التحليل الموضوعي للمعلومات وموقف قطاع المعلومات منها: ص 53
23. السامرائي والقنديلجي، البحث العلمي الكمي والنوعي: ص 135
24. العزاوي، البحث الكيفي في العلاقات العامة (دراسة تحليلية لبحوث العلاقات العامة في العراق للمدة من 1989 إلى 2016): ص 42
25. التل وأخرون، طرق البحث النوعية: ص 73
26. المحمودي، مناهج البحث العلمي: ط 3. ص 160
27. حسين، دراسات في مناهج البحث العلمي ببحوث الإعلام: ص 313