



جمهورية العراق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

معهد العلمين للدراسات العليا

قسم الإعلام

دور أنشطة العلاقات العامة في وزارة الدفاع العراقية

بتشكيل الصورة الذهنية لدى منتسبيها

(دراسة ميدانية)

رسالة تقدّم بها طالب الماجستير

ماجد حسين ناجي حسين الزاملي

إلى مجلس قسم الإعلام – معهد العلمين للدراسات العليا

وهي جزء من متطلبات نيل درجة الماجستير في الإعلام

بإشراف

الأستاذ الدكتور

عبد المحسن سلمان خضير الشافعي

٢٠٢٦

١٤٤٧هـ

م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿اللَّهُ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ قَرَارًا وَالسَّمَاءَ بِنَاءً وَصَوَّرَكُمُ فَأَحْسَنَ
صُورَكُمُ وَرَزَقَكُم مِّنَ الطَّيِّبَاتِ ذَلِكُمْ اللَّهُ رَبُّكُم ۖ فَتَبَارَكَ اللَّهُ رَبُّ
الْعَالَمِينَ﴾

صدق الله العلي العظيم

(سورة غافر آية ٦٤)

الإهداء

أهدي ثمرة هذا الجهد المتواضع إلى من غرسا فيّ نفسي حب العلم، وكانا ليّ النور الذي أنار دربي، ومنبع العطاء والتضحية، إلى روح والديّ العزيزين، (رحمهما الله) في رحمته، وجزاهما عني خير الجزاء .

مثلما أهديه إلى أستاذي الفاضل، الأستاذ الدكتور (عبد المحسن الشافعي)، لما أولاني من توجيه علمي سديد، ودعم متواصل، وإرشاد قيّم كان له الأثر البالغ في إنجاز هذه الرسالة. وإلى أساتذتي الكرام في قسم الإعلام؛ معهد العلمين للدراسات العليا، الذين أسهموا بعلمهم وخبراتهم في بناء شخصيتي العلمية.

وإلى عائلتي الكريمة، إخوتي أخواتي، وزوجتي وأولادي، الذين كانوا خير سند وأفضل عون الذين تحملوا معي مشقة الطريق طوال مدة إعداد هذه الرسالة.

وإلى كلّ من ساندني ووقف معي، وأسهم في دعمي وتشجيعي، ولو بكلمة طيبة.

وأخيرًا، أهدي هذا العمل إلى كلّ طالب علم يسعى لخدمة الوطن والعلم والعلماء، وأرجو من الله أن يجعله مفيداً نافعاً.

الشكر والعرفان

الحمد لله رب العالمين، الذي وفقني لإتمام هذا العمل، وأمدني بالصبر والعون لإكماله.

أتقدم بخالص شكري الجزيل وامتناني الكبير إلى أستاذي الفاضل الأستاذ (الدكتور عبد المحسن سلمان الشافعي)، على جهوده العلمية القيمة، وتوجيهاته السديدة، ومتابعته المستمرة التي أثرت هذا البحث وأسهمت في إخراجه بصورته الحالية، فله مني جزيل الشكر وعظيم الامتنان، وأتوجه بالشكر والامتنان إلى أساتذة قسم الإعلام في معهد العلمين للدراسات العليا، لما قدّموه لنا من علم ومعرفة طيلة مدة الدراسة، فجزاهم الله عني خير الجزاء.

وأقدم بخالص الشكر والامتنان إلى الأستاذ (الدكتور ناظم الجنابي)، لما بذله من جهد علمي في ترجمة المصادر الأجنبية، وما قدّمه من دعم علمي أسهم في تعزيز الجانب النظري للبحث وإغنائه بالمراجع الرصينة، فله مني كلّ التقدير والعرفان.

كذلك أتوجه بالشكر الجزيل إلى الأستاذ (الدكتور مهدي) المختص بالإحصاء، الذي تولّى إجراء المعالجات الإحصائية للبيانات، ممّا أسهم في تعزيز دقة الدراسة وموضوعيتها، وإلى عائلتي، زوجتي وأولادي الذين كانوا خير سند وأفضل عون.

وختامًا، أسأل الله تعالى أن يوفق الجميع لما فيه خدمة العلم والمعرفة.

إقرار المشرف

أشهد أن إعداد هذه الرسالة الموسومة
(دور أنشطة العلاقات العامة في وزارة الدفاع العراقية بتشكيل الصورة الذهنية لدى منتسبيها) المقدمة
من طالب الماجستير (ماجد حسين ناجي حسين الزامل) أجريت تحت إشرافي في قسم الاعلام / معهد
العلمين للدراسات العليا وهي جزء من متطلبات نيل درجة الماجستير في الاعلام (العلاقات العامة)
وأوصي بمناقشتها.

التوقيع:

المشرف: الاستاذ الدكتور عبد المحسن سلمان الشافعي

التاريخ: / / ٢٠٢٦

بناء التوصيات المتوافرة أرشح هذه الرسالة للمناقشة

التوقيع:

الاستاذ الدكتور احمد عبد المجيد أمين

رئيس قسم الإعلام

التاريخ: / / ٢٠٢٦

إقرار وتوصية المقوم اللغوي

أشهد أن إعداد هذه الرسالة الموسومة
(دور أنشطة العلاقات العامة في وزارة الدفاع العراقية بتشكيل الصورة الذهنية لدى منتسبيها)
المقدمة من طالب الماجستير (ماجد حسين ناجي حسين الزامل) قد تمّ مراجعتها وتدقيقها من
الناحية اللغوية وتم تصحيح ما ورد فيها من أخطاء، وأصبحت ذات أسلوب علمي خالٍ من الأخطاء
ولأجله وقعت.

التوقيع:

الاسم واللقب العلمي: أ. د صادق فوزي

الدباس

التاريخ: / / ٢٠٢٦ م

إقرار الخبير العلمي الأول

أشهد أنَّ إعداد هذه الرسالة الموسومة
(دور أنشطة العلاقات العامة في وزارة الدفاع العراقية بتشكيل الصورة الذهنية لدى منتسبيها) لطالب
الماجستير (ماجد حسين ناجي حسين الزامل) قد تمَّ تقويمها علمياً وأصبحت مؤهلة
للمناقشة ولأجله وقعت.

التوقيع:

الاسم واللقب العلمي:

التاريخ: / / ٢٠٢٦

إقرار الخبير العلمي الثاني

أشهد أن إعداد هذه الرسالة الموسومة
(دور أنشطة العلاقات العامة في وزارة الدفاع العراقية بتشكيل الصورة الذهنية لدى منتسبيها) لطالب
الماجستير (ماجد حسين ناجي حسين الزامل) قد تمّ تقويمها علمياً وأصبحت مؤهلة
للمناقشة ولأجله وقعت.

التوقيع:

الاسم واللقب العلمي:

التاريخ: / / ٢٠٢٦ م

قرار لجنة المناقشة

نشهد - نحن رئيس وأعضاء لجنة المناقشة - أننا اطلعنا على هذه الرسالة الموسومة
(دور أنشطة العلاقات العامة في وزارة الدفاع العراقية بتشكيل الصورة الذهنية لدى منتسبيها) لطالب
الماجستير (ماجد حسين ناجي الزاملي) وقد ناقشنا الطالب في محتواها وفيما له علاقة بها، ونعتقد
أنها جديرة بالقبول لنيل درجة الماجستير في الإعلام / علاقات عامة - بتقدير)
(

التوقيع:	التوقيع:
الاسم: أ.د. احمد عبد المجيد امين	الاسم : أ.د. اكرم فرج عبد الحسين
رئيساً :	عضوا:
التاريخ: / / ٢٠٢٦ م	التاريخ: / / ٢٠٢٦ م
التوقيع:	التوقيع:
الاسم: أ.د. محمد ياس خضير	الاسم : أ.د. عبد المحسن سلمان الشافعي
عضواً :	عضوا ومشرفا
التاريخ: / / ٢٠٢٦ م	التاريخ: / / ٢٠٢٦ م

مصادقة مجلس الكلية:
صادق مجلس معهد العلمين للدراسات العليا في جلسته (بتاريخ / / ٢٠٢٦)
على قرار لجنة المناقشة.

التوقيع:

الاسم: أ. د زيد عدنان محسن العكيلي

عميد معهد العلمين للدراسات العليا

التاريخ : / / ٢٠٢٦ م

المستخلص

تؤدي العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية دوراً مهماً في توضيح وتحديد رؤيا المؤسسة وأهدافها للآخرين، فضلاً عن الأدوار الإشهارية والتوعوية، إلا أن دور العلاقات العامة في وزارة الدفاع العراقية والموجه لمنتسبي الوزارة لم يحظ بالقدر المناسب من البحث في الدراسات المرجعية التي تناولت عملها؛ لذلك هدفت هذه الدراسة إلى قياس مستوى التعرّض لبرامج إذاعة القوات المسلحة / منصات وزارة الدفاع بين منتسبي الوزارة، وتحديد أبعاد الصورة الذهنية لدى المنتسبين (الثقة والكفاءة المهنية والانضباط والنزاهة والقرب الاجتماعي والخدمي والشفافية الاتصالية)، وكذلك تفسير العلاقة بين التعرّض وأنماط الصورة الذهنية، مع اختبار دور الوسائط (مصادقية المصدر والجودة المدركة)، فضلاً عن تحديد مستوى ثقة منتسبي وزارة الدفاع بالمضامين التي تقدمها أنشطة العلاقات العامة عبر إذاعة القوات المسلحة والمنصات الرسمية، وكشف الفروقات في الصورة الذهنية والتعرّض بتبعية المتغيرات الديموغرافية والوظيفية (الرتبة، الفئة الوظيفية).

يعد البحث الحالي من الدراسات الوصفية، واعتمد البحث على المسح الميداني وتوزعت الاستبانة على ثلاثة محاور أساسية: متابعة إعلام وزارة الدفاع، ودور أنشطة العلاقات العامة، والصورة الذهنية لدى المنتسبين.

وقد أظهرت النتائج ارتفاع مستوى متابعة المنتسبين للإعلام العسكري، وتمتع هذا الإعلام بالمصداقية، فضلاً عن الدور الإيجابي لأنشطة العلاقات العامة في تعزيز التواصل والانتماء وبناء صورة ذهنية إيجابية عن المؤسسة العسكرية.

وأكدت النتائج صلاحية نظرية الاستخدامات والإشاعات في تفسير سلوك المنتسبين الإعلامي، بوصفهم جمهوراً نشطاً يسعى إلى إشباع حاجاته المختلفة من الإعلام الرسمي. وخلصت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات التي تسهم في تطوير أداء العلاقات العامة والإعلام العسكري، وتعزيز الصورة الذهنية الإيجابية للمؤسسة العسكرية لدى منتسبيها، وبينت النتائج أن المنصات الرقمية، ولاسيما قناة الوزارة على يوتيوب، جاءت في مقدمة الوسائل من حيث المتابعة، مما يشير إلى التحول الواضح في أنماط الاستهلاك الإعلامي داخل المؤسسة العسكرية نحو الوسائل الرقمية التفاعلية، وأظهرت النتائج أن البرامج الإعلامية ذات الطابع المهني والعسكري مثل: البرامج التي تتناول قضايا المقاتلين والإنجازات العسكرية، تحظى بنسبة متابعة مرتفعة، مما يعكس اهتمام المنتسبين بالمحتوى الذي يعبر عن هويتهم المهنية ويعزز شعورهم بالفخر والانتماء. ونذكر من توصيات الدراسة تطوير استراتيجية اتصال داخلية شاملة وطويلة الأمد تستند إلى التخطيط العلمي المبني على تحليل الجمهور الداخلي واحتياجاته، وتحديد أهدافاً واضحة قابلة للقياس فيما يتعلق ببناء الثقة وتعزيز الانتماء المؤسسي، والتركيز على الإعلام الرقمي وتحديث منصات الوزارة الإلكترونية باستمرار، نظراً لارتفاع نسب المتابعة للمنصات الرقمية، ولاسيما يوتيوب وتلغرام، والعمل على إنتاج محتوى تفاعلي متنوع يجمع بين الطابع المهني والإنساني.

الباحث
ماجد حسين ناجي

تثبيت المحتويات

ت	الموضوع	رقم الصفحة
١	الآية القرآنية	أ
٢	الاهداء	ب
٣	الشكر والتقدير	ج
٤	إقرار المشرف	د
٥	إقرار وتوصية المقوم اللغوي	هـ
٦	إقرار الخبير العلمي الأول	و
٧	إقرار الخبير العلمي الثاني	ز
٨	قرار لجنة المناقشة	ح
٩	المستخلص	ط - ي
١٠	فهرست المحتويات	ك - ل
١١	فهرس الجداول	م - ن
١٢	المقدمة	١-٣
١٣	الفصل الأول: الإطار المنهجي	٥-٢٤
١٤	أولاً: مشكلة البحث	٥-٦
١٥	ثانياً: اهداف البحث	٧
١٦	ثالثاً: أهمية البحث	٧-١٠
١٧	رابعاً : نوع البحث ومنهجه	١٠
١٨	خامساً: حدود البحث	١١-١٢
١٩	سادساً: أدوات البحث	١٣
٢٠	سابعاً: مجتمع البحث وعينته	١٣-١٤
٢١	ثامناً: التعريفات الإجرائية	١٤-١٥
٢٢	تاسعاً: النظرية الموجهة للبحث	١٥-١٦

٢٣	عاشراً: الدراسات السابقة	٢٤-١٧
٢٤	الفصل الثاني: العلاقات العامة - المفهوم والوظيفة	٦٧-٢٦
٢٥	المبحث الأول: مفهوم العلاقات العامة - النشأة والتطور	٤٣-٢٦
٢٦	المبحث الثاني: أهداف العلاقات العامة	٥٢-٤٤
٢٧	المبحث الثالث: وظيفة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية	٦٧-٥٣
٢٨	الفصل الثالث: مفهوم الصورة الذهنية ووظائفها	٩٧-٦٩
٢٩	المبحث الأول: مفهوم الصورة الذهنية - النشأة والتطور	٧٨-٦٩
٣٠	المبحث الثاني: عوامل بناء الصورة الذهنية	٨٨-٧٩
٣١	المبحث الثالث: صعوبات بناء الصورة الذهنية	٩٧-٨٩
٣٢	الفصل الرابع: نظريات وأشكال الصورة الذهنية	١٣٥-٩٩
٣٣	المبحث الأول: النظريات المفسرة لبناء الصورة الذهنية	١١٦-٩٩
٣٤	المبحث الثاني: أشكال الصورة الذهنية	١٣٥-١١٧
٣٥	الفصل الخامس: الإطار العملي للدراسة	١٩٨-١٣٧
٣٦	التوطئة	١٣٧
٣٧	أولاً: مفهوم أداة الاستبانة	١٣٧
٣٨	ثانياً: أهمية الاستبانة في الدراسات الإعلامية	١٣٨
٣٩	ثالثاً: خصائص الاستبانة	١٣٨
٤٠	رابعاً: مقياس ليكرت ودوره في قياس الاتجاهات	١٣٩
٤١	خامساً: مراحل إعداد الاستبانة	١٣٩
٤٢	سادساً: ملائمة الاستبانة للدراسة الحالية	١٤٠
٤٣	سابعاً: صدق أداة البحث	١٤١
٤٤	النتائج والاستنتاجات والتوصيات	١٩٩
٤٥	نتائج واستنتاجات الدراسة	٢٠٢-٢٠٠
٤٦	التوصيات	٢٠٥-٢٠٣
٤٧	المصادر والمراجع	٢٢٠-٢٠٧
٤٨	الملاحق	
٤٩	المستخلص الإنكليزي	A
٥٠	العنوان الإنكليزي	

تثبيت الجداول

رقم الصفحة	اسم الجدول	رقم الجدول
١٤١	أسماء الخبراء وعناوينهم وأماكن عملهم	١
١٤٢	صدق الأداء واتفاق المحكمين على فقرات استبانة البحث	٢
١٤٤	توزيع أفراد العينة حسب العمر	٣
١٤٧	توزيع أفراد العينة حسب الرتبة / الوظيفة	٤
١٤٩	توزيع أفراد العينة حسب سنوات الخدمة	٥
١٥١	توزيع أفراد العينة حسب التحصيل الدراسي	٦
١٥٣	توزيع إجابات أفراد العينة حول مدى متابعتهم للبرامج والمواد الإعلامية لمديرية العلاقات العامة	٧
١٥٦	توزيع إجابات أفراد العينة حول متابعة برامج وزارة الدفاع عبر (قناة العراقية)	٨
١٥٩	توزيع إجابات أفراد العينة حول متابعة إذاعة القوات المسلحة	٩
١٦٢	توزيع إجابات أفراد العينة حول متابعة برنامج (مع المقاتل)	١٠
١٦٤	توزيع إجابات أفراد العينة حول متابعة برنامج (حماة العراق)	١١
١٦٦	توزيع إجابات أفراد العينة حول متابعة قناة وزارة الدفاع على يوتيوب	١٢
١٦٨	توزيع إجابات أفراد العينة حول متابعة محتوى وزارة الدفاع على التلغرام	١٣
١٧٠	توزيع إجابات أفراد العينة حول متابعة محتوى وزارة الدفاع على انستغرام	١٤
١٧٢	توزيع إجابات أفراد العينة حول مساعدة أنشطة العلاقات العامة على تعزيز الثقة بين المنتسبين والقيادة	١٥
١٧٤	توزيع إجابات أفراد العينة حول مساهمة الأنشطة الإعلامية في رفع الروح	١٦

	المعنوية للمنتسبين	
١٧٦	توزيع إجابات أفراد العينة حول مساهمة العلاقات العامة في توعية المنتسبين بواجباتهم ومسؤولياتهم	١٧
١٧٨	توزيع إجابات أفراد العينة حول تقديم أنشطة العلاقات العامة انطباعاً إيجابياً عن الوزارة أمام المنتسبين	١٨
١٨٠	توزيع إجابات أفراد العينة حول مساهمة أنشطة العلاقات العامة في تعزيز التواصل المباشر بين القيادة والمنتسبين	١٩
١٨٣	توزيع إجابات أفراد العينة حول مساعدة أنشطة العلاقات العامة في توضيح سياسات وقرارات وزارة الدفاع	٢٠
١٨٥	توزيع إجابات أفراد العينة حول عكس أنشطة العلاقات العامة اهتمام الوزارة بمشكلات واحتياجات المنتسبين	٢١
١٨٧	توزيع إجابات أفراد العينة حول مساهمة الصورة الذهنية للوزارة بالمصادقية والوضوح في أذهان المنتسبين	٢٢
١٩٠	توزيع إجابات أفراد العينة حول اهتمام وزارة الدفاع بالمنتسبين	٢٣
١٩٢	توزيع إجابات أفراد العينة حول صورة وزارة الدفاع لدى المنتسبين	٢٤
١٩٤	توزيع إجابات أفراد العينة حول زيادة اعلام الوزارة من انتماء المنتسبين للمؤسسة العسكرية	٢٥
١٩٦	توزيع إجابات أفراد العينة حول مساهمة الصورة الذهنية للوزارة بالعدالة في التعامل مع المنتسبين	٢٦
١٩٧	توزيع إجابات أفراد العينة حول جعل الأنشطة الإعلامية والعلاقات العامة المنتسبين أكثر ثقة بقيادات الوزارة	٢٧
١٩٨	توزيع إجابات أفراد العينة حول الصورة الذهنية للوزارة إيجابية مقارنة بالمؤسسات الأخرى	٢٨

مقدمة

شهدت العقود الأخيرة تطوراً ملحوظاً في مفهوم العلاقات العامة ووظائفها داخل المؤسسات الحكومية ولاسيما العسكرية، إذ لم تعد العلاقات العامة نشاطاً شكلياً أو إعلامياً تقليدياً يقتصر على نقل الأخبار أو إصدار البيانات، بل أصبحت أداة استراتيجية لإدارة الاتصال وبناء السمعة المؤسسية وصياغة الصورة الذهنية لدى مختلف الجماهير، سواء أكانت داخلية أم خارجية. وقد فرضت التحولات السياسية والاجتماعية والتكنولوجية المتسارعة على المؤسسات الرسمية ضرورة إعادة النظر في آليات التواصل مع جمهورها، واعتماد استراتيجيات اتصال حديثة قادرة على تعزيز الثقة والشفافية والانتماء.

وتعد المؤسسة العسكرية من أكثر المؤسسات التي تحتاج إلى نظام اتصال داخلي فعال ومهني، نظراً لطبيعة عملها القائم على الانضباط والتراتبية والالتزام الصارم بالأوامر والتعليمات. فنجاح المؤسسة العسكرية لا يعتمد على الجاهزية الميدانية والتسليحية فحسب، بل يرتبط بمدى تماسكها الداخلي أيضاً، وقوة العلاقة بين القيادة والمنتسبين، ومستوى الثقة المتبادلة بينهم. ومن هنا تظهر أهمية العلاقات العامة بوصفها أداة تنظيمية تسهم في توحيد الرؤية، وتوضيح السياسات، ورفع الروح المعنوية، وبناء صورة ذهنية إيجابية ومستقرة لدى المنتسبين.

إن الصورة الذهنية لا تتكون بصورة عفوية أو تلقائية، بل هي نتاج تفاعل مستمر بين الرسائل الاتصالية التي تصدرها المؤسسة، والخبرات الشخصية التي يعيشها الأفراد داخلها، والتجارب المهنية التي يمرون بها. وفي السياق العسكري، تمثل الصورة الذهنية عاملاً حاسماً في تعزيز الانتماء المؤسسي، وتحفيز الأداء، وترسيخ الشعور بالفخر والاعتزاز بالانتماء للمؤسسة العسكرية. وكلما كانت الصورة الذهنية واضحة وإيجابية، انعكس ذلك على استقرار المؤسسة وفاعلية أدائها.

وفي العراق، ومع التحولات التي شهدتها المؤسسة العسكرية في السنوات الماضية، ظهرت الحاجة إلى تطوير منظومة الاتصال الداخلي، وتعزيز دور مديريات العلاقات العامة والإعلام العسكري في بناء جسور تواصل فعالة مع المنتسبين. قد أصبحت وزارة الدفاع العراقية تعتمد على وسائل إعلام متنوعة، تقليدية ورقمية، تشمل القنوات التلفزيونية،

والإذاعة العسكرية، ومنصات التواصل الاجتماعي، بهدف إيصال رسائلها وتعزيز حضورها المؤسسي.

إلا أن التساؤل الذي يفرض نفسه يتمثل في مدى فاعلية هذه الأنشطة الاتصالية في تحقيق أهدافها، وهل نجحت بالفعل في تشكيل صورة ذهنية إيجابية لدى المنتسبين؟ وهل أسهمت في تعزيز الثقة والانتماء والروح المعنوية؟ أو أن هناك فجوات اتصالية تحتاج إلى معالجة وتطوير؟

وانطلاقاً من هذه التساؤلات، جاءت هذه الدراسة لتسلط الضوء على دور أنشطة العلاقات العامة في وزارة الدفاع العراقية بتشكيل الصورة الذهنية لدى المنتسبين، عن طريق دراسة ميدانية شملت عينة من منتسبي قيادة عمليات كربلاء المقدسة ووحداتها المختلفة، بهدف قياس مستوى متابعة الإعلام الرسمي، وتحليل اتجاهات المنتسبين نحو أنشطة العلاقات العامة، واستكشاف مستوى الصورة الذهنية بأبعادها المتعددة.

وتنبع أهمية هذه الدراسة من جوانب متعددة؛ فهي تسهم في إثراء الجانب النظري المتعلق بالعلاقات العامة في المؤسسات العسكرية، ومن جهة تقدم مؤشرات تطبيقية يمكن أن تستفيد منها وزارة الدفاع في تطوير سياساتها الاتصالية، ومن جهة أخرى أنها تركز على الجمهور الداخلي، الذي غالباً ما يحظى باهتمام أقل مقارنة بالجمهور الخارجي، على الرغم من كونه حجر الأساس في بناء الصورة المؤسسية.

وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي في جمع البيانات وتحليلها، وأفادت الدراسة أيضاً من المنهج الاستقرائي في استخلاص النتائج العامة. بوصفهما الأنسب لمثل هذه الدراسة، إذ تم تصميم استبانة شاملة تضمنت مجموعة من المحاور التي تقيس مستوى التعرض الإعلامي، ودور أنشطة العلاقات العامة، وأبعاد الصورة الذهنية (الثقة والعدالة والمصادقية والانتماء والتواصل). وتم تحليل البيانات باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة لاستخلاص النتائج وتفسيرها في ضوء الإطار النظري للدراسة.

وتسعى هذه الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف، من أبرزها:

- التعرف على مستوى متابعة المنتسبين لإعلام وزارة الدفاع.
- قياس مدى إسهام أنشطة العلاقات العامة في تعزيز الثقة بين القيادة والمنتسبين.

- تحليل دور الإعلام المؤسسي في رفع الروح المعنوية.
 - استكشاف مستوى الصورة الذهنية لوزارة الدفاع لدى منتسبيها.
 - تقديم توصيات عملية تسهم في تطوير منظومة الاتصال الداخلي.
- وعليه، فإنّ هذه الدراسة لا تقتصر على تحليل واقع قائم، بل تهدف أيضاً إلى استشراف آفاق التطوير المستقبلي للعلاقات العامة في وزارة الدفاع العراقية، بما يعزز مكانتها المؤسسية، ويدعم تماسكها الداخلي، ويكرّس صورة ذهنية إيجابية قائمة على الثقة والعدالة والانتماء.

وتأتي هذه الدراسة في إطار الاهتمام المتزايد بدور الاتصال الاستراتيجي في المؤسسات العسكرية، وإدراك أهمية الصورة الذهنية في تحقيق الاستقرار المؤسسي، وترسيخ الهوية الوطنية، وتعزيز الروح المعنوية لدى المنتسبين، بوصفهم الركيزة الأساسية لأي مؤسسة عسكرية فاعلة وقادرة على أداء مهامها بكفاءة ومسؤولية.