



## دور العلاقات العامة الرقمية في إدارة الأزمات السياسية العراقية دراسة ميدانية

م.م. صباح جابر حسين فزع الزبيدي  
الجامعة التقنية الوسطى / الكلية التقنية الإدارية – بغداد، العراق  
[Sabah.ALzubaydi90@mtu.edu.iq](mailto:Sabah.ALzubaydi90@mtu.edu.iq)

### الملخص

يتمثل الهدف الأساسي من البحث هو تحديد "دور العلاقات العامة الرقمية في إدارة الأزمات السياسية العراقية"؛ كما يحاول مناقشة استراتيجيات الاتصال والأساليب المستخدمة في معالجة هذه المواقف؛ وهي دراسة ميدانية تم تطبيقها على عينة عمدية من (١٢٠)؛ فردًا يعملون في قسم العلاقات العامة بمجلس النواب العراقي في الفترة (١ يونيو إلى ٣١ يوليو ٢٠٢٥م)؛ كشف البحث أن استراتيجيات (الإعلام أو الإخبار)؛ أكثر الاستراتيجيات فائدة للتعامل مع العلاقات العامة الرقمية في الأزمة السياسية العراقية، يليه استراتيجية (الإقناعي)؛ وجاء (الموقع الإلكتروني للمنظمة)؛ هو المنصة الرقمية الأكثر شيوعًا لإدارة الأزمات، يليه (وسائل التواصل الاجتماعي)؛ كما لوحظ وجود ارتباط كبير بين درجة اهتمام متخصصي العلاقات العامة الرقمية؛ بالتعامل مع الأزمة السياسية العراقية ومواقفهم تجاهها، فضلاً عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الباحثين نحو الأزمات السياسية العراقية؛ وفقاً لنوع الاستراتيجية المستخدمة في إدارة الأزمات، لصالح استراتيجية (الإعلام أو الإخبار)، والخصائص الديموغرافية للباحثين باستثناء متغيري (العمر والمستوى التعليمي).

الكلمات المفتاحية: الدور الإعلامي، العلاقات العامة الرقمية، الأزمات السياسية، الاستراتيجيات الاتصالية، الوسائط الإلكترونية

## The Role of Digital Public Relations in Managing Iraqi Political Crises: A field study

Assistant. teacher. Sabah Jaber Hussein Fezea ALzubaydi  
Middle Technical University /Technical College of management – Baghdad, Iraq  
[Sabah.ALzubaydi90@mtu.edu.iq](mailto:Sabah.ALzubaydi90@mtu.edu.iq)

### Abstract

The main objective of present research is to determine the role of digital public relations in managing Iraqi political crises. It also attempts to discuss the communication strategies and methods used to address these situations. This study focused on a specific sample of 120 individuals working in the Public Relations Department of the Iraqi Council of Representatives from June 1 to July 31, 2025 AD. The research revealed that the media or news approach was the most useful strategy for handling digital public relations in the Iraqi political crisis, followed by the persuasive approach. The organization's website was the most popular digital platform for crisis management, followed by social media. A significant correlation was also observed between the degree of interest digital public relations professionals had in handling the Iraqi political crisis and their attitudes toward it. In addition, there were statistically significant differences in the respondents' attitudes towards the Iraqi political crises according to the type of strategy used in crisis management, in favor of the (media or news) strategy, and the demographic



characteristics of the respondents, with the exception of the variables (age and educational level).

**Keywords:** Media Role, Digital Public Relations, Political Crises, Communication Strategies, Electronic Media

### المقدمة: The Introduction

تسعى إدارات العلاقات العامة في الجهات الحكومية العراقية إلى مواكبة التكنولوجيا الحديثة وتوظيفها لنشر المعلومات والأخبار المتعلقة بالمناخ السياسي. فبعيداً عن الأساليب التقليدية، تُنشئ هذه الإدارات محتوىً لوسائل التواصل الاجتماعي، وتدعم محركات البحث، وتُحسّن سمعة المؤسسة وصورته، وتزيد من المشاركة العامة، وتُجري دراساتٍ للرأي العام ومقترحاته. كما تُلبّي هذه الإدارات احتياجات الجمهور بسرعة من خلال استطلاعات رأي إلكترونية تقيس آراء الجمهور حول قرارات المؤسسة وسياساتها، وتسعى لدعم قراراتها السياسية.

أصبحت العلاقات العامة الرقمية اليوم وسيلة تواصل فعّالة للمجلس التشريعي العراقي، وخاصةً مجلس النواب، حيث تُساعد هذه التقنية على زيادة شعبية المجلس على الإنترنت. تُكرّس هذه اللجان جهودها لنشر المعلومات والإخبار بسرعة وكفاءة للجمهور، وبناء علاقات طويلة الأمد مع الجمهور العراقي، باستخدام أساليب فعّالة للتواصل معه وإقناعه بأفكار المسؤول. تشمل هذه الاستراتيجيات إشراك الجمهور واستراتيجيات التفاعل، والتواصل الإعلامي والتفاعلي، وتحسين المواقع الإلكترونية، والعمل مع المؤثرين، والحفاظ على سمعة المؤسسة على الإنترنت وإدارتها. لمواكبة الأزمات السياسية التي تشغل الرأي العام العراقي، وتشغل ضمائره، وتؤثر في مصالحة ومستقبله، وتؤثر بشكل كبير على المسيرة الاقتصادية والاجتماعية للبلاد، يسعى قسم العلاقات العامة الرقمية في مجلس النواب العراقي إلى التواصل مع جمهوره المستهدف عبر مختلف الوسائل الإلكترونية، بما في ذلك مواقع التواصل الاجتماعي، ومحركات البحث، وقوائم البريد الإلكتروني، وتقنيات الوسائط المتعددة كالصور والفيديو والنصوص التشعبية على الموقع الإلكتروني. تُسهّل هذه التقنيات التواصل بين قنوات الاتصال والجمهور، وتتيح لهم المشاركة والتعبير عن آرائهم ومشاركة المنشورات على صفحاتهم الشخصية، وتُعزز قدرتهم على اختيار الوقت والموضوع المناسبين، وتُعزز اللامركزية، وتُسهّل التواصل المتبادل ثنائي الاتجاه.

### المبحث الأول: الإطار المنهجي للمبحث

#### أولاً: مشكلة البحث Research problem

مع تزايد انتشار وسائل الاتصال والتوجه المتزايد لاستخدام الإنترنت في مختلف المجالات، بدأ قادة العلاقات العامة في استخدام الوسائل والأدوات الإلكترونية لنشر المعلومات والإخبار المتعلقة بالأزمات السياسية وتعزيز التواصل الفعال مع الجمهور. وهذا يُسهّل اكتساب ثقة الجمهور ودعمه لمبادرات المنظمة، ويزيد من ثقتهم بقراراتها وسياساتها. وقد أشار الباحثون إلى أن إدارة العلاقات العامة في مجلس النواب العراقي سعت إلى استخدام الأدوات الإلكترونية، مثل وسائل التواصل الاجتماعي ومحركات البحث وقوائم البريد الإلكتروني، للتواصل مع الجمهور العراقي، كما اعتمدت استراتيجيات اتصال مختلفة للتأثير على تصورات الجمهور



ومواقفه تجاه الأزمة السياسية العراقية. ونتيجةً لذلك، يسعى هذا البحث إلى تقييم مدى انخراط العلاقات العامة الرقمية في التعامل مع الأزمات السياسية في العراق، وأكثر الوسائل الإلكترونية استخدامًا، والاستراتيجيات المُستخدمة لمواجهتها. ونتيجةً لذلك، حدد الباحث السؤال الرئيس لبحثه، وهو:

ما دور العلاقات العامة الرقمية في إدارة الأزمات السياسية العراقية؟

ثانياً: تساؤلات البحث **The Research Questions**

يهدف البحث إلى معالجة التساؤلات التالية:

- ١- ما مدى اهتمام العلاقات العامة الرقمية في التعامل مع الأزمات السياسية العراقية؟
- ٢- ما هي الاستراتيجيات المستخدمة التي اتبعتها العلاقات العامة الرقمية لمعالجة الأزمات السياسية العراقية؟
- ٣- ما الوسائل الإلكترونية المستخدمة في إدارة العلاقات العامة الرقمية للأزمات السياسية في العراق؟
- ٤- كيف اختلفت اتجاهات العاملين نحو دور العلاقات العامة الرقمية في التعامل مع الأزمات السياسية في العراق؟
- ٥- ما الأزمات السياسية العراقية التي نجحت في إدارتها العلاقات العامة الرقمية، من وجهة نظر المبحوثين؟

ثالثاً: فرضيات البحث **The Research Hypotheses**

يسعى البحث إلى اختبار الفروض الآتية:

- ١- "توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين مدى اهتمام العاملين في التعامل مع الأزمات السياسية العراقية واتجاهاتهم نحوها".
- ٢- "توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات العاملين نحو الأزمات السياسية العراقية وفقاً لنوع الاستراتيجية المُتبعة في إدارة الأزمات".
- ٣- "توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات العاملين نحو الأزمات السياسية العراقية وفقاً لمتغيراتهم الديموغرافية (النوع، العمر، المستوى التعليمي، سنوات الخبرة)".

رابعاً: أهمية البحث **Importance of the Research**

تكمن أهمية هذا البحث فيما يلي:

- ١- يُعد هذا البحث إضافة علمية لمجال العلاقات العامة الرقمية فيما يتعلق بالأزمة السياسية العراقية.
- ٢- مواكبة أجهزة العلاقات العامة للرقمنة وتوظيفها في إدارة الأزمات السياسية العراقية.
- ٣- ارتباط الأزمات السياسية بتقدم وازدهار المجتمع العراقي سياسياً واقتصادياً واجتماعياً.
- ٤- تقييم فعالية دور العلاقات العامة الرقمية في إدارتها للأزمات السياسية في العراق.

خامساً: أهداف البحث **Objectives of the Research**

يدور الهدف الرئيس للبحث حول قياس دور العلاقات العامة الرقمية في إدارة الأزمات السياسية العراقية، وتتبع من هذا الهدف الرئيس عدة أهداف فرعية وهي:

- ١- التعرف على مدى اهتمام العلاقات العامة الرقمية بإدارة الأزمات السياسية في العراق.
- ٢- عرض الاستراتيجيات التي استخدمتها العلاقات العامة الرقمية في إدارتها للأزمات السياسية العراقية.
- ٣- تركيز المقالة على استخدام التكنولوجيا الإلكترونية لإدارة العلاقات الرقمية مع الجمهور خلال الأزمات السياسية العراقية.
- ٤- آراء المشاركين في الاستبيان حول فعالية العلاقات العامة الرقمية في معالجة الوضع السياسي في العراق.
- ٥- الكشف عن الأزمات السياسية العراقية التي نجحت في إدارتها العلاقات العامة الرقمية من وجهة نظر المبحوثين.

سادساً: حدود البحث ومجالاته **Research limits and areas**

- ١- الحدود الموضوعية: العلاقات العامة الرقمية والأزمات السياسية العراقية.
- ٢- الحدود الزمانية: الفترة من (١ يونيو إلى ٣١ يوليو ٢٠٢٥م).



٣- الحدود المكانية: مدينة بغداد - جمهورية العراق.

### سابعاً: نوع ومنهج البحث Type and Method of Research

تعد هذه الدراسة بحثاً وصفيّاً باستخدام منهج المسح الإعلامي بشقه الميداني، حيث تم تطبيقه على العاملين في مجال العلاقات العامة، والمهتمين باستخدام وسائل الإعلام الرقمية لإدارة الأزمات السياسية في العراق، تهدف هذه الدراسة إلى فهم مواقفهم تجاه إدارة وسائل الإعلام الرقمية للأزمات السياسية العراقية.

### ثامناً: مجتمع وعينة البحث The Research Community and Sample

وهي عينة عمدية قوامها (١٢٠) مفردة من العاملين بإدارة العلاقات العامة بمجلس النواب العراقي في مدينة بغداد.

### تاسعاً: أداة البحث The Research Tool

وتتمثل في أداة الاستبيان، التي يتم تطبيقها على العاملين بإدارة العلاقات العامة بالمجلس التشريعي العراقي، لرصد مدى اهتمامهم بالأزمات السياسية العراقية، واتجاهاتهم نحوها، وإبراز الاستراتيجيات الأكثر فعالية في إدارة الأزمات السياسية العراقية، والوسائل الإلكترونية المستخدمة.

### عاشراً: مفاهيم البحث The Research concepts

#### ١- العلاقات العامة الرقمية:

"هو استخدام التكنولوجيا الإلكترونية لإنشاء وتوزيع المحتوى، والتواصل مع الجمهور المستهدف، وتعزيز سمعة المنظمة وصورتها، وتحسين التواصل مع الآخرين. (الصيفي، ٢٠٢٢، صفحة ٥) بناءً على هذه الفكرة، كرّس العلماء أبحاثهم لموضوع استخدام العلاقات العامة والإعلام الرقمي في إدارة القضايا السياسية العراقية".

#### ٢- الأزمات السياسية:

"إنها حالة سياسية من عدم الاستقرار والفوضى في البلاد، وعجز الحكومة عن إدارة شؤون الدولة والمجتمع. ويحدث هذا عادةً نتيجة اختلاف الرؤية ومسار العمل بين القوى السياسية المختلفة. (حنيفة، ٢٠٢٠، صفحة ٨). بناءً على هذه الفكرة، درس الباحث الخلافات الأخيرة في السياسة العراقية، بما في ذلك الإرهاب والفساد السياسي وتشكيل الحكومة".

#### إحدى عشر: الإطار النظري للبحث (النظرية الموقفية لإدارة الأزمة)

### Theoretical framework of the research (Situational theory of crisis management)

يعتمد هذا البحث على النظرية الموقفية لإدارة الأزمات كأساس نظري لاستكشاف دور العلاقات العامة الرقمية في التعامل مع الأزمة السياسية في العراق. وتتبع هذه الظاهرة من نظرية الغزو التي طرحها كومبس عام ٢٠٠٧، والتي تنص على أن الناس يميلون إلى البحث عن تفسيرات مرتبطة بالأحداث السلبية أو العشوائية، وخاصةً عندما تكون هذه الأحداث غير متوقعة أو سلبية. يتأثر الناس عاطفياً بالحدث، مما قد يؤثر سلباً على سمعة المنظمة ومستقبلها. يُعدّ التنبؤ بالضرر الذي قد تُلحقه الأزمة بالمنظمة وسمعتها أمراً بالغ الأهمية لوضع خطة أثناء الأزمة، ولذلك من المهم التخطيط المُسبق. تُسهّل الاستراتيجية تحديد الآثار الرئيسية لحالة الأزمة على مساءلة المنظمة وسمعتها، كما تُساعد على فهم استجابة أصحاب المصلحة للأزمة، وتركز على الجوانب التالية: التواصل أثناء الأزمة، والتواصل بعد الأزمة. كما أقرّ كومبس بضرورة وجود منظور شامل. فإذا اعتقد عامة الناس أن المنظمة هي المسؤولة، ستُعرف المنظمة بسمعتها السيئة، وسيُحملونها المسؤولية. سيكون هذا أساساً لمزيد من الضرر بسمعة المنظمة. يجب على مدير الأزمات فهم نوع الأزمة التي ستواجهها منظمته. (Coomps, 2007, pp. 163-177).

تستكشف النظرية الموقفية لإدارة الأزمات الاستجابات المناسبة للتواصل في حالات الأزمات، حيث تتميز هذه الحالات بفقدان سمعة المنظمة، مما يستلزم الحفاظ على هويتها التجارية. تركز النظرية على آراء الجمهور



وأصحاب المصلحة حول أهمية الأزمة بالنسبة لهم، حيث تؤثر هذه الآراء على التزام المنظمة وسمعتها على المدى الطويل. تقترح هذه النظرية أن للمناصب التنفيذية مكونات متعددة، منها: (الخيرى، ٢٠٠٣، صفحة ١٧)

١. وصف الأهداف الرئيسية للمنظمة، فضلا عن الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها من خلال الأهداف الثانوية والمتوسطة.

٢. يُعتبر الجدول الزمني للمنظمة بمثابة التخطيط المنهجي الذي يُظهر قدرة المنظمة على تحقيق أهدافها.

٣. أنظمة تُقيّم الخطط وتُقارن بالواقع.

❖ **تطبيق النظرية في إطار البحث الحالي:**

### **Application of the theory within the current research framework:**

ينطلق الباحث من فروض النظرية الموقفية لإدارة الأزمة في التعرف على مدى اهتمام أجهزة العلاقات العامة الرقمية بإدارة الأزمات السياسية العراقية، ورصد الخطط والإستراتيجيات التي اتبعتها العلاقات العامة الرقمية في إدارة تلك الأزمات، وإبراز أهم الأزمات التي نجحت في إدارتها من وجهة نظر الباحثين، وما دور العلاقات العامة الرقمية في إدارة الأزمات السياسية العراقية، وإبراز الإستراتيجيات الأكثر فعالية في إدارة تلك الأزمات، من وجهة نظر الباحثين.

### **Literature Reviews: الدراسات السابقة:**

❖ وقد وصف الباحث الدراسات حسب الترتيب الزمني، أي من الأحدث إلى الأقدم.

#### **١-دراسة (فهيمى، ٢٠٢٣) " فاعلية العلاقات العامة الرقمية في إدارة الأزمات الأمنية "**

يهدف هذا البحث إلى تقييم أهمية العلاقات العامة الرقمية في معالجة الأزمة الأمنية المصرية. وقد استعان الباحث بمُحاور لجمع آراء عينة من سبعة موظفين في إدارة العلاقات العامة بوزارة الداخلية المصرية خلال الفترة (١ نوفمبر - ٣١ ديسمبر ٢٠٢٢م). وكشف البحث أن موظفي إدارة العلاقات العامة بوزارة الدفاع يميلون إلى استخدام إستراتيجيات التنمية المستدامة لمعالجة القضايا الأمنية، بالتزامن مع الحكومة الإلكترونية، متبوعاً بـ "استراتيجية المشاركة والاستجابة العامة". كما نجح قسم العلاقات العامة في دمج خصائص الوسائط المتعددة على الموقع الإلكتروني، مثل الصور والفيديوهات والنصوص التشعبية، في إدارته لهذه المواقف.

#### **2-دراسة (Angawi, 2023) " العلاقات العامة والاتصال في الأزمات السياسية "**

يهدف هذا البحث إلى تحديد أهمية العلاقات العامة الرقمية في إدارة الأزمات السياسية. يتناول هذا البحث البيانات السياسية الصادرة عن وزارة الخارجية بين الفترة (١ يناير و ٣١ ديسمبر ٢٠٢٢م). ويشير البحث إلى أن العلاقات العامة الرقمية ساعدت الجمهور وفريق إدارة الأزمات بشكل فعال في الحفاظ على التواصل مع الحكومة ووسائل الإعلام، بهدف كسب ثقتهم وبناء سمعة وانطباع إيجابي عن الوزارة. ونتيجة لذلك، يأتي تحسين السمعة في المقام الأول من بين إستراتيجيات التعامل مع الأزمات السياسية، يليه عنصر التفاعل أو التفاعل الجماهيري. بالإضافة إلى ذلك، تُعد المواقع الإلكترونية لكل وزارة مهمة أيضاً في نشر المعلومات المتعلقة بالسياسات الحكومية، وتسليط الضوء على أهمية القرارات المتخذة، وتوفير الأخبار.

#### **٣-دراسة (نصير، ٢٠١٩) " العلاقات العامة الرقمية ودورها في إدارة الأزمات في الوزارات المصرية "**

يهدف هذا البحث إلى دراسة أهمية العلاقات العامة الرقمية في إدارة الأزمات في الحكومة المصرية. ويدرس تغطية وسائل الإعلام لقضايا الحكومة المصرية خلال الأزمة للفترة من (١ يوليو إلى ٣١ ديسمبر ٢٠١٨م). ويشير البحث إلى أن إستراتيجية "الإعلام والاتصال" كانت الإستراتيجية الأكثر شيوعاً في إدارة الأزمات الحكومية، تليها إستراتيجية "التفاعل الجماهيري". كما كان للمواقع الإلكترونية دورٌ هام في مساعدة قادة وكالات العلاقات العامة على اتخاذ قرارات فعالة، ووضع الخطط، وتنفيذها.

#### ٤-دراسة (جاسم و عبد الكاظم ، ٢٠١٨) " توظيف العلاقات العامة للقوة الناعمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي "

هدف التحقيق إلى تحديد مدى استخدام العلاقات العامة للقوة الناعمة عبر وسائل التواصل الاجتماعي في سياق الأزمات السياسية في الولايات المتحدة. نظر التحقيق في الحسابات الإعلامية التي نشرتها وزارة الخارجية على تويتر بين (١ أكتوبر و٣١ ديسمبر ٢٠١٧م). يوضح التحقيق أن العلاقات العامة للولايات المتحدة قد استخدمت تويتر بفعالية للرد على الرأي العام العالمي من أجل إبراز تميز البلاد وشعبيتها، في المقام الأول: قوة البلاد ووضوح السياسة الخارجية، ومثانة العلاقات الأمريكية مع الدول الأخرى، واستجابتها للأزمات العالمية، والسعي إلى بدائل لثقافة العنف والتطرف. يوضح التحقيق أيضًا أن الولايات المتحدة دولة متقدمة تمتلك ثقافة فريدة ونظامًا متقدمًا مكرسًا لحماية الفئات السكانية الضعيفة والأقليات، وتعزيز حقوق المرأة في جميع أنحاء العالم، وتسهيل الهجرة واللجوء من مختلف الأعراق، ومحاولة غرس ثقافة العدالة والتسامح والمساواة. ومن ثم، أصبحت استراتيجية "تعزيز السمعة" هي الاستراتيجية الأساسية للتعامل مع الأزمات السياسية في الولايات المتحدة.

#### ٥-دراسة (سامي، ٢٠١٧) " دور العلاقات العامة الرقمية في الإدارة الإلكترونية للأزمات السياسية وتأثيرها على الشباب "

يهدف هذا البحث إلى تحديد أهمية العلاقات العامة الرقمية في إدارة الأزمات السياسية، وتقييم آثارها على الشباب السعودي. ويتناول هذا البحث الخطاب الإعلامي المحيط بعملية عاصفة الحزم العسكرية السعودية، بالإضافة إلى عينة عشوائية من ٤٠٠ شاب وشابة من المملكة العربية السعودية، في الفترة من (١ يناير إلى ٣١ ديسمبر ٢٠١٦م). وخلص البحث إلى أن الاستراتيجية الأولى في إدارة الأزمات أو العمليات العسكرية هي التواصل مع الجمهور، ثم البحث عن المؤثرين والعمل معهم. كما تُعد وسائل التواصل الاجتماعي من أبرز الأدوات الرقمية المستخدمة في إدارة الأزمات، لما لها من دور فعال في نشر المعلومات، وتلقي التعليقات، وتسجيل الأحداث، والتعبير عن وجهات نظر مختلفة حول الأزمة.

#### ٦- دراسة (Lynn, 2013) " الرسائل الاستراتيجية الرقمية في الأزمات السياسية: اختبار النموذج المتكامل لتفسير سلوك التواصل لدى الجماهير "

يهدف هذا البحث إلى تقييم فعالية الاتصالات الرقمية فيما يتعلق بالعلاقات العامة والأزمات السياسية، من خلال استخدام نظرية شاملة تصف سلوك التواصل العام. كان هذا مشروعًا بحثيًا في مجال الطب، شمل (٢٥٢) فردًا من عامة الناس في ولاية فلوريدا الأمريكية. وخلص البحث إلى أن الإشارة إلى الأطر المرجعية، والدوافع الظرفية، والنوايا السلوكية تؤثر على محاولات الجمهور للتواصل خلال الأزمات السياسية، وعلى آرائهم حول دور العلاقات العامة الرقمية في التعامل معها. كما أن الاستراتيجيات المستخدمة بنجاح تؤثر على سلوك الجمهور ومواقفه تجاه الأزمة، وأهمها استراتيجية "التفاعل والتواصل مع الجمهور".

#### ❖ أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة: Benefits from previous studies

- ١- تم توضيح الاستفسارات والأهداف بشكل أكثر وضوحًا.
٢. قياس فعال لمتغيرات البحث بشكل صحيح.
٣. الاعتماد على مناهج ذات صلة بموضوع البحث.
٤. إنشاء أدوات وأسئلة تتعلق بالبحث الحالي.

#### المبحث الثاني: العلاقات العامة الرقمية والأزمات السياسية

العلاقات العامة الرقمية مصطلح حديث العهد، يصف الخدمات المتنوعة التي تقدمها المؤسسات للتواصل مع جمهورها المستهدف وتوطيد علاقاته به. تُعنى هذه العلاقات بالأنشطة التي تُعزز سمعة المؤسسة وتحافظ على احترافيتها ومهارات التواصل. وتتميز بالتفاعل والتنسيق عبر وسائل التواصل الاجتماعي والبريد الإلكتروني.



كما تُتيح للمستخدمين التحكم في العملية، وتزيد من قدرتهم على اختيار الوقت والمحتوى المناسبين، وتدعم التواصل ثنائي الاتجاه، وتُحقق مركزية التواصل من خلال توفير رسائل متعددة تناسب الأفراد أو المجموعات الصغيرة. (جرادات، ٢٠٠١، صفحة ٨٧).

تُستخدم العلاقات العامة الرقمية الوسائل الإلكترونية ومنصات التواصل الاجتماعي لتسهيل التواصل المباشر بين المؤسسات والجمهور، مما يُمكنهم من التفاعل مع المؤسسة ومشاركة أفكارهم. وهذا يُعزز ثقة الجمهور، ويُعزز مشاركتهم وتفاعلهم على الصفحات الشخصية ضمن نطاق نفوذ المؤسسة دون تكلفة إضافية. تُستخدم العلاقات العامة الرقمية استراتيجيات متعددة، تشمل إنشاء محتوى قابل للمشاركة، والتفاعل مع الجمهور على وسائل التواصل الاجتماعي، وتحسين المواقع الإلكترونية أو محركات البحث، والعمل مع المؤثرين، والحفاظ على سمعة المؤسسة على الإنترنت وإدارتها. (Hikmat & Ahmed Adnen, 2015, pp. 133-170) كما تُستخدم العلاقات العامة الرقمية أساليب عملية للتعامل مع المواقف والأزمات السياسية، تجمع بين سرية المعلومات الأمنية وضرورة إطلاع الجمهور على تفاصيل الأحداث التي تؤثر على سلامتهم أو حياتهم. إضافةً إلى ذلك، تُنشأ آليات تنسيق بين الأجهزة الأمنية ووسائل الإعلام المحلية لتلبية رغبة الجمهور في الحصول على معلومات دقيقة بدلاً من إخفاء المعلومات أو البحث عنها من الخارج. كما تسعى إلى صياغة بيانات سياسية رسمية مستمدة من مصادر موثوقة للترويج للأزمة. بالإضافة إلى ذلك، تتيح هذه العلاقات معالجة القضية بطريقة متوازنة وعقلانية دون إثارة غضب الجمهور. يُستخدم قطاع العلاقات العامة الرقمية أساليب إلكترونية متعددة لتحقيق الأهداف وتنفيذ البرامج، كما يوضح. (إبراهيم، ٢٠٢٢، صفحة ٦٦).

**أ-الموقع الإلكتروني Website:** ويُعد الصورة الناطقة باسم المنظمة، ومركز النشاط لإدارة العلاقات العامة، حيث يتم توثيق المواقف والشخصيات بداخل صفحاته، وتقوم المنظمة من خلاله بتحديد نوع التواصل مع الجمهور وتزويده بالإخبار والمعلومات المختلفة، وفقاً للعناصر الفنية المختلفة كالتصميم والألوان، وتحديث المضمون بشكل مستمر.

**ب-البريد الإلكتروني E-mail:** وهو من أكثر وأسبق وسائل الاتصال انتشاراً، وتعتمد عليه المنظمات في نقل الرسائل المفردة والمتعددة لعدة جهات في آن واحد، كما يمكن للمنظمة من خلاله عمل قوائم إلكترونية لتسهيل إيصالها بالجمهور المستهدف.

**ج-مواقع التواصل الاجتماعي Social Media:** من أهمها فيسبوك وتويتر ويوتيوب، ولكل منها تأثير كبير على نقل الإخبار والتعليقات والآراء والوجهات النظر والصور والفيديوهات المسجلة للبيئة الشخصية أو المؤسسية. لذا، تُعتبر المؤسسات التي تنشر المعلومات المتعلقة بالحدث، من أخبار وأرقام وتقارير وتوضيحات وتعليمات، جزءاً لا يتجزأ من العملية الإدارية، مما يُسهّل التواصل الفعال مع الجمهور، ويستجيب لمخاوفهم، ويأخذ اقتراحاتهم وشكاواهم في الاعتبار. (بعزيز، ٢٠١١، الصفحات ١٧٣-١٨٨).

لقسم العلاقات العامة الرقمية دورٌ هام في التعامل مع الأزمة السياسية في العراق، إذ أصبح قادراً على الوصول إلى شريحة واسعة من المواطنين، والتأثير عليهم نفسياً، وإقناعهم برسائل سياسية، وضبط سلوكهم، لا سيما من خلال استخدام وسائل الاتصال الحديثة، والاستفادة من مختلف وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي. بالإضافة إلى ذلك، لها دورٌ هام في رفع مستوى الوعي والتوجيه والإرشاد من خلال التواصل المباشر بين إدارة الأزمات والجمهور، مما يزيد من وعي الجمهور بالأزمات المحتملة، ويخفف من آثارها، أو يعيد تشغيل الأنشطة بعد انتهائها. (الجبوري و التميمي، ٢٠١٧، الصفحات ٣٥٨-٣٨٠). يُسهّل تحقيق علاقات الإعلام الرقمي في التعامل مع الأزمة السياسية العراقية عواملٌ متعددة. (Cogan, 2014, pp. 55-56)

١. التركيز على عرض المعلومات والتفاصيل ذات الصلة، وتزويد الجمهور بمعلوماتٍ محددة بشأن الأزمة دون أي تشبيه أو سوء فهم.

٢. استخدام الوسائل الإلكترونية لنشر المعلومات بسرعة، وخلق بيئةٍ صحيةٍ لاحتواء آثار الأزمة ومحاربة الشائعات.



٣. نشر البيانات والروايات الرسمية والسياسية على المواقع الإلكترونية للحكومة العراقية يُعزز تكوين الرأي العام بشأن الأزمة.
٤. الالتزام بالحياد والموضوعية في نشر المعلومات، وتجنب الأحداث السياسية ذات الطابع العاطفي.
٥. استخدام العناصر البصرية ووسائل الوسائط المتعددة (مثل النص التشعبي والفيديو). ووصف الأوضاع السياسية في منطقتك، والمشاركة في المناطق التي تشهد هذه الأوضاع.
٦. نشر تقارير وتحليلات إخبارية تصف تطور الأزمة السياسية على موقع المنظمة الإلكتروني.
٧. إنتاج أفلام وثائقية مصاحبة للبرامج التلفزيونية تتناول الأزمة وأسبابها وتداعياتها، وكيفية معالجتها.
٨. استخدام وسائل الاتصال الإلكترونية لعقد لقاءات مع الخبراء والمشرعين والمثقفين؛ مما يساعد الجمهور على فهم الأزمة بشكل مستنير.
٩. إنشاء مدونة رقمية مخصصة لاستطلاع آراء الجمهور ومواقفه تجاه سياسات المنظمة، وتوفير قنوات اتصال مباشرة تلبى احتياجاته من المعرفة والفهم السياسي.
١٠. متابعة الأزمة وجوانبها المختلفة باستمرار على الموقع الإلكتروني، والتأكد من دقة المعلومات المقدمة.
١١. الالتزام بحرية التعبير السياسي، وتجنب الرقابة الذاتية على الأحداث، والمشاركة في الحفاظ على الأمن الداخلي وسلامة المواطنين واهتماماتهم الأساسية.
١٢. ضمان مصداقية المحتوى الإخباري الإلكتروني ووزنه، ونجاحه في طرح وجهات نظر مختلفة حول الأزمة، وإتاحة فرص الحوار والنقاش السياسي.
١٣. مكافحة الشائعات الضارة على المنصات الرقمية بنشر معلومات دقيقة وبأسرع وقت ممكن، فقد يؤدي ذلك إلى إرباك الرأي العام وزيادة القلق. (عبدالله، ٢٠١٧، الصفحات ٣٤٤-٣٧٦).

### المبحث الثالث: مناقشة نتائج البحث

قام الباحث بعمل دراسة ميدانية على عينة عمدية قوامها (١٢٠) مفردة من العاملين بإدارة العلاقات العامة بمجلس النواب العراقي في مدينة بغداد، في الفترة من (١ يونيو إلى ٣١ يوليو ٢٠٢٥م)، وتوصلت الدراسة إلى:

❖ الخصائص الديموغرافية للمبحوثين

جدول (١) يُبين توزيع المبحوثين حسب طبيعة العمل

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	طبيعة العمل
الأولى	٦٠.٨	٧٣	إداريون
الثانية	٢٩.٢	٣٥	أعضاء
الثالثة	١٠	١٢	مديرون
	١٠٠	١٢٠	المجموع

تشير بيانات جدول (١) إلى طبيعة عمل المبحوثين، وقد جاءت نسبة ٦٠.٨% من المبحوثين من العاملين بالمجلس التشريعي العراقي من فئة الإداريين، في مقابل ٢٩.٢% لفئة الأعضاء، ١٠% لفئة المديرين، مما يعكس تنوع الأشكال والمستويات الوظيفية للعاملين في تمثيل العينة.

جدول (٢) يُبين توزيع المبحوثين حسب النوع الاجتماعي

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	النوع
الأولى	٥١.٧	٦٢	ذكور
الثانية	٤٨.٣	٥٨	إناث
	١٠٠	١٢٠	المجموع



تشير بيانات جدول (٢) إلى نوع المبحوثين، وقد جاءت فئة الذكور بنسبة ٥١.٧% من إجمالي العينة، في مقابل ٤٨.٣% للإناث، وهو ما يعني اختلاف نوع المبحوثين في توزيع العينة ما بين الذكور والإناث.

جدول (٣) يُبين توزيع المبحوثين حسب الفئات العمرية

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	العمر
الأولى	٤٥.٨	٥٥	من ٢٢ إلى أقل من ٣٥ سنة
الثانية	٣٥.٨	٤٣	من ٣٥ إلى أقل من ٤٥ سنة
الثالثة	١٨.٤	٢٢	٤٥ سنة فأكثر
	١٠٠	١٢٠	المجموع

تشير بيانات جدول (٣) إلى عُمر المبحوثين، وقد جاءت نسبة ٤٥.٨% من إجمالي العينة، ممن تتراوح أعمارهم من ٢٢ إلى أقل من ٣٥ سنة، في مقابل ٣٥.٨% للفئة العمرية من ٣٥ إلى أقل من ٤٥ سنة، ونسبة ١٨.٤% لمن تبلغ أعمارهم ٤٥ سنة فأكثر، مما يعكس تنوع المراحل العمرية للمبحوثين في تمثيل العينة.

جدول (٤) يُبين توزيع المبحوثين حسب المستوى التعليمي

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	المستوى التعليمي
الأولى	٤٣.٣	٥٢	بكالوريوس
الثانية	٢٤.٢	٢٩	إعدادية
الثالثة	١٧.٥	٢١	ماجستير
الرابعة	١٥	١٨	دكتوراه
	١٠٠	١٢٠	المجموع

تشير بيانات جدول (٤) إلى المستوى التعليمي للمبحوثين، وقد جاءت فئة المبحوثين الحاصلين على درجة البكالوريوس بنسبة ٤٣.٣%، في مقابل ٢٤.٢% للحاصلين على درجة الإعدادية، ١٧.٥% للحاصلين على درجة الماجستير، ١٥% للحاصلين على درجة الدكتوراه، وهو ما يعكس تنوع المستويات التعليمية للمبحوثين في تمثيل العينة، مع غلبة الفئة الأعلى تعليمياً.

جدول (٥) يُبين توزيع المبحوثين حسب سنوات الخبرة

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	سنوات الخبرة
الأولى	٤٢.٥	٥١	أكثر من ٥ سنوات
الثانية	٣٧.٥	٤٥	من ٣ إلى أقل من ٥ سنوات
الثالثة	٢٠	٢٤	من سنة إلى أقل من ٣ سنوات
	١٠٠	١٢٠	المجموع

تشير بيانات جدول (٥) إلى سنوات الخبرة لدى المبحوثين، وقد جاءت نسبة ٤٢.٥% من ممن يعملون بالمجلس التشريعي العراقي لمدة تزيد عن خمس سنوات، في مقابل ٣٧.٥% لمن يعملون بالمجلس التشريعي العراقي في مدة تراوحت من ٣ إلى أقل من ٥ سنوات، ٢٠% للعاملين بالمجلس التشريعي العراقي لمدة تتراوح من سنة إلى



أقل من ٣ سنوات، وهو ما يعكس ارتفاع مستوى ثقافة العاملين بالمجلس التشريعي العراقي، وخبراتهم العالية في أداء أدوارهم في إدارة مختلف الأزمات، خاصة الأزمات السياسية.

**جدول (٦) يُبين مدى اهتمام المبحوثين بإدارة الأزمات السياسية العراقية**

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	مدى الاهتمام
الأولى	٣٨.٣	٤٦	عالي
الثانية	٣١.٧	٣٨	متوسط
الثالثة	٣٠	٣٦	منخفض
	١٠٠	١٢٠	المجموع

تشير بيانات جدول (٦) إلى مدى اهتمام العاملين في العلاقات العامة بإدارة الأزمات السياسية العراقية، وقد جاءت نسبة ٣٨.٣% من المبحوثين، ممن يهتمون بإدارة الأزمات السياسية بدرجة عالية، في مقابل ٣١.٧% ممن يهتمون بإدارة الأزمات بدرجة متوسطة، ٣٠% لمن يهتمون بإدارة الأزمات بدرجة منخفضة، وهو ما يعكس اهتمام العاملين في العلاقات العامة بالمجلس التشريعي العراقي بإدارة الأزمات السياسية، لتأثيرها الكبير في حياة ومستقبل المجتمع العراقي، وسعيهم الدائم إلى متابعة ما يدور حولهم من أحداث سياسية، وضمان حصول المواطن العراقي على حقه في المعرفة السياسية الكاملة.

**جدول (٧) يُبين الاستراتيجيات الأكثر فعالية في إدارة العلاقات العامة الرقمية للأزمات السياسية العراقية، من وجهة نظر المبحوثين**

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الاستراتيجيات
الأولى	٣٢.٥	٣٩	الإعلام أو الإخبار
الثانية	٢٥	٣٠	الإقناع
الثالثة	٢٣.٣	٢٨	التنسيق
الرابعة	١١.٧	١٤	الاستعلام
الخامسة	٤.٢	٥	الحوار
السادسة	٣.٣	٤	بناء الإجماع
	١٠٠	١٢٠	المجموع

تشير بيانات جدول (٧) إلى الاستراتيجيات الأكثر فعالية في إدارة العلاقات العامة الرقمية للأزمات السياسية العراقية، من وجهة نظر المبحوثين، وقد تصدرت استراتيجية (الإعلام أو الإخبار) للاستراتيجيات المستخدمة في إدارة الأزمات بنسبة ٣٢.٥%، تليها استراتيجية (الإقناع) بنسبة ٢٥%، تليها استراتيجية (التنسيق) بنسبة ٢٣.٣%، تليها (الاستعلام) بنسبة ١١.٧%، وأخيراً (بناء الإجماع) بنسبة ٣.٣%، وهو ما يعكس حرص أجهزة العلاقات العامة الرقمية بالمجلس التشريعي العراقي على القيام بمسؤولياتها تجاه المجتمع العراقي في تزويده بالإخبار والمعلومات المرتبطة بالأزمات السياسية، فضلاً عن نجاح أجهزة العلاقات العامة الرقمية في التنسيق الفعال مع الإدارات الأخرى لتنفيذ قراراتها، ونقل توجهاتها وأفكارها بشأن تلك الأزمات.



جدول (٨) يُبين الوسائل الإلكترونية المُستخدمة في إدارة الأزمات السياسية العراقية

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الوسائل الإلكترونية
الأولى	٣٦.٧	٤٤	الموقع الإلكتروني للمنظمة
الثانية	٢٧.٥	٣٣	مواقع التواصل الاجتماعي
الثالثة	٢٣.٣	٢٨	المواقع الإلكترونية للصحف
الرابعة	١٢.٥	١٥	مواقع القنوات التلفزيونية
	١٠٠	١٢٠	المجموع

تشير بيانات جدول (٨) إلى الوسائل الإلكترونية المُستخدمة في إدارة الأزمات السياسية العراقية، وقد تصدّر (الموقع الإلكتروني للمنظمة) للوسائل الإلكترونية المُستخدمة في إدارة الأزمات بنسبة ٣٦.٧%، تليه (مواقع التواصل الاجتماعي) بنسبة ٢٧.٥%، تليها (المواقع الإلكترونية للصحف) بنسبة ٢٣.٣%، وأخيراً (مواقع القنوات التلفزيونية) بنسبة ١٢.٥%، وهو ما يعكس اهتمام العاملين بالعلاقات العامة بتوظيف مختلف الوسائل الرقمية في إدارة الأزمات السياسية العراقية، خاصة المواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي، لما لها من جاذبية وشعبية كبيرة لدى الجمهور العراقي، فضلاً عن أدائها التفاعلية الهامة، التي تجعلها محط اهتمام كبير من القائمين على أجهزة العلاقات العامة بالمجلس التشريعي العراقي، لتوظيفها في إدارة الأزمات السياسية العراقية، وإقناع الجمهور بمواقف الحكومة العراقية تجاه تلك الأزمات.

جدول (٩) يُبين الأزمات السياسية العراقية التي نجحت في إدارتها العلاقات العامة من وجهة نظر المبحوثين

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الوسائل الإلكترونية
الأولى	٤٢.٥	٥١	أزمة تشكيل الحكومة
الثانية	٢٤.٢	٢٩	الفساد السياسي والإداري
الثالثة	٢٠	٢٤	الإرهاب
الرابعة	١٣.٣	١٦	ضعف الديمقراطية أو المشاركة السياسية
	١٠٠	١٢٠	المجموع

تشير بيانات جدول (٩) إلى الأزمات السياسية العراقية التي نجحت في إدارتها العلاقات العامة من وجهة نظر المبحوثين، وقد تصدّرت (أزمة تشكيل الحكومة) للأزمات السياسية العراقية بنسبة ٤٢.٥%، تليها أزمة (الفساد السياسي والإداري) بنسبة ٢٤.٢%، تليها أزمة (الإرهاب) بنسبة ٢٠%، وأخيراً أزمة (ضعف الديمقراطية أو المشاركة السياسية) بنسبة ١٣.٣%، وهو ما يعكس اهتمام العاملين في أجهزة العلاقات العامة بإدارة الأزمات السياسية الأكثر تأثيراً في حياة ومستقبل المجتمع العراقي، والتي تعكس مدى استقرار النظام الحكومي والإداري بالدولة.

جدول (١٠) يُبين العلاقة بين مدى اهتمام المبحوثين بإدارة الأزمات السياسية العراقية واتجاهاتهم نحوها

درجة الحرية	كا	الإجمالي	معارضة		محايدة		مويدة		طبيعة الاتجاهات
			ك	%	ك	%	ك	%	
			٤	٢٦.٧	١٤	٣٧.٨	٢٨	٤١.٢	مدى الاهتمام
			٥	٣٣.٣	١٤	٣٧.٨	١٩	٢٧.٩	عالي
									متوسط



٤	٩.٥١	٣٦	٤٠	٦	٢٤.٤	٩	٣٠.٩	٢١	منخفض
	(دالة)	١٢٠	١٠٠	١٥	١٠٠	٣٧	١٠٠	٦٨	المجموع

٩.٥١ = ٢كا مستوى المعنوية: ٠.٠٥ درجة الحرية = ٤

تشير بيانات جدول (١٠) إلى العلاقة بين مدى الاهتمام واتجاهات المبحوثين نحو الأزمات السياسية العراقية ، وقد جاءت نسبة ٤١.٢% من المبحوثين من ذوي الاهتمامات العالية قد تكونت لديهم اتجاهات مؤيدة نحو الأزمات السياسية، في مقابل ٣٧.٨% لمن تكونت لديهم اتجاهات محايدة، ٢٦.٧% لمن تكونت لديهم اتجاهات معارضة، كما جاءت نسبة ٢٧.٩% من المبحوثين من ذوي الاهتمامات المتوسطة قد تكونت لديهم اتجاهات مؤيدة نحو الأزمات السياسية، في مقابل ٣٧.٨% لمن تكونت لديهم اتجاهات محايدة، ٣٣.٣% لمن تكونت لديهم اتجاهات معارضة، كما جاءت نسبة ٣٠.٩% من المبحوثين من ذوي الاهتمامات المنخفضة قد تكونت لديهم اتجاهات مؤيدة للأزمات السياسية، في مقابل ٢٤.٤% لمن تكونت لديهم اتجاهات محايدة، ٤٠% لمن تكونت لديهم اتجاهات معارضة، وبحساب قيمة معامل كا، وُجد أنها تساوي = ٩.٥١ ، وهي قيمة أكبر من قيمتها الجدولية، عند مستوى معنوية ٠.٠٥ ، ودرجة حرية ٤ ، وهو ما يعني وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مدى اهتمام المبحوثين بإدارة الأزمات السياسية العراقية واتجاهاتهم نحوها.

جدول (١١) يبين العلاقة بين نوع الاستراتيجية واتجاهات المبحوثين نحو الأزمات السياسية العراقية

تشير بيانات جدول (١١) إلى العلاقة بين نوع الاستراتيجية واتجاهات المبحوثين نحو الأزمات السياسية العراقية ، وقد حظيت استراتيجية الحوار (بأكبر معدل انحراف معياري عن مركز القيم، حيث بلغ نحو ٥٠.٤٣، تليها

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	طبيعة الاتجاهات						نوع الاستراتيجية
		معارضة		محايدة		مؤيدة		
		%	ك	%	ك	%	ك	
٤٦.٦٩	١.٩	٣٢.٥	٣٩	٣٢.٥	٣٩	٣٥	٤٢	الإعلام أو الإخبار
٤٧.٨٦	٢.٢	٤٢.٥	٥١	٣٥	٤٢	٢٢.٥	٢٧	الإقناع
٤٧.٣٤	١.٩	٣٣.٣	٤٠	٢٦.٧	٣٢	٤٠	٤٨	التنسيق
٤٩.٥٥	٢.١	٣٠	٣٦	٤٩.٢	٥٩	٢٠.٨	٢٥	الاستعلام
٥٠.٤٣	١.٧	٢٧.٥	٣٣	٢١.٧	٢٦	٥٠.٨	٦١	الحوار
٤٧.٣١	٢.١	٣١.٧	٣٨	٤١.٧	٥٠	٢٦.٧	٣٢	بناء الإجماع

استراتيجية (الاستعلام) بمعدل انحراف معياري بلغ نحو ٤٩.٥٥ ، بينما حظيت استراتيجية (الإعلام أو الإخبار) بأقل معدل انحراف معياري بنحو ٤٦.٦٩ ، وهو ما يعكس وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المبحوثين نحو الأزمات السياسية العراقية وفقاً لنوع الاستراتيجية، لصالح استراتيجية (الإعلام أو الإخبار)، مما يؤكد على حرص العلاقات العامة الرقمية على إمداد الجمهور بالمعلومات الكافية عن الأزمات السياسية التي يشهدها المجتمع العراقي.

جدول (١٢) يبين العلاقة بين النوع واتجاهات المبحوثين نحو الأزمات السياسية العراقية

درجة الحرية	٢كا	الإجمالي	معارضة	محايدة	مؤيدة	طبيعة الاتجاهات
-------------	-----	----------	--------	--------	-------	-----------------



التنوع	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
ذكور	٢٩	٤٢.٦	٢٥	٦٧.٦	٨	٥٣.٣	٦٢	٥٠.٩٩
إناث	٣٩	٥٧.٤	١٢	٣٢.٤	٧	٤٦.٧	٥٨	(دالة)
المجموع	٦٨	١٠٠	٣٧	١٠٠	١٥	١٠٠	١٢٠	٢

٢كا = ٥.٩٩ مستوى المعنوية: ٠.٠٥ درجة الحرية = ٢

تشير بيانات جدول (١٢) إلى العلاقة بين النوع واتجاهات المبحوثين نحو الأزمات السياسية العراقية، وبحساب قيمة معامل كا، وُجد أنها تساوي = ٥.٩٩، وهي قيمة أكبر من قيمتها الجدولية، عند مستوى معنوية ٠.٠٥، ودرجة حرية ٢، وهو ما يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المبحوثين نحو الأزمات السياسية العراقية وفقاً لمتغير النوع، لصالح فئة الذكور.

جدول (١٣) يبين العلاقة بين العمر واتجاهات المبحوثين نحو الأزمات السياسية العراقية

طبيعة الاتجاهات	ك	%	محايدة		معارضة		الإجمالي	كا	درجة الحرية
			ك	%	ك	%			
العمر	ك	%	ك	%	ك	%	٥٠.٣١	٤	
من ٢٢ إلى أقل من ٣٥ سنة	٢٥	٣٦.٨	٢١	٥٦.٧	٩	٦٠	٥٥	(غير دالة)	
من ٣٥ إلى أقل من ٤٥ سنة	٢٩	٤٢.٦	١١	٢٩.٨	٣	٢٠	٤٣		
٤٥ سنة فأكثر	١٤	٢٠.٦	٥	١٣.٥	٣	٢٠	٢٢		
المجموع	٦٨	١٠٠	٣٧	١٠٠	١٥	١٠٠	١٢٠		

٢كا = ٥.٣١ مستوى المعنوية: ٠.٠٥ درجة الحرية = ٤

تشير بيانات جدول (١٣) إلى العلاقة بين العمر واتجاهات المبحوثين نحو الأزمات السياسية العراقية، وبحساب قيمة معامل كا، وُجد أنها تساوي = ٥.٣١، وهي قيمة أقل من قيمتها الجدولية، عند مستوى معنوية ٠.٠٥، ودرجة حرية ٤، وهو ما يعني عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المبحوثين نحو الأزمات السياسية العراقية، وفقاً لمتغير العمر.

جدول (١٤) يبين العلاقة بين المستوى التعليمي واتجاهات المبحوثين نحو الأزمات السياسية العراقية

طبيعة الاتجاهات	ك	%	محايدة		معارضة		الإجمالي	كا	درجة الحرية
			ك	%	ك	%			
المستوى التعليمي	ك	%	ك	%	ك	%	٦.٩٤	٦	
دكتوراه	١٠	١٤.٧	٥	١٣.٥	٣	٢٠	١٨	(غير دالة)	
ماجستير	١٢	١٧.٦	٦	١٦.٢	٣	٢٠	٢١		
بكالوريوس	٣١	٤٥.٦	١٦	٤٣.٢	٥	٣٣.٣	٥٢		



		٢٩	٢٦.٧	٤	٢٧.١	١٠	٢٢.١	١٥	إعدادية
		١٢٠	١٠٠	١٥	١٠٠	٣٧	١٠٠	٦٨	المجموع

٦ = درجة الحرية      مستوى المعنوية: ٠.٠٥      ٦.٩٤ = كا

تشير بيانات جدول (١٤) إلى العلاقة بين المستوى التعليمي واتجاهات المبحوثين نحو الأزمات السياسية العراقية، وبحساب قيمة معامل كا، وُجد أنها تساوي = ٦.٩٤، وهي قيمة أقل من قيمتها الجدولية عند مستوى معنوية ٠.٠٥ ودرجة حرية ٦، مما يؤكد عدم فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المبحوثين نحو الأزمات السياسية العراقية وفقاً لمتغير المستوى التعليمي.

جدول (١٥) يُبين العلاقة بين سنوات الخبرة (كفاءة العاملين) واتجاهات المبحوثين نحو الأزمات السياسية العراقية

درجة الحرية	كا	الإجمالي	معارضة		محايدة		مويدة		طبيعة الاتجاهات سنوات الخبرة
			%	ك	%	ك	%	ك	
٤	١٦.٩١ (دالة)		٣٣.٣	٥	٦٧.٦	٢٥	٣٠.٩	٢١	أكثر من خمس سنوات
		٥١	٤٠	٦	١٣.٥	٥	٥٠	٣٤	من (ثلاث إلى أقل من خمس سنوات)
		٤٥	٢٦.٧	٤	١٨.٩	٧	١٩.١	١٣	من سنة إلى أقل من ثلاث سنوات
		٢٤	١٠٠	١٥	١٠٠	٣٧	١٠٠	٦٨	المجموع

٤ = درجة الحرية      مستوى المعنوية: ٠.٠٥      ١٦.٩١ = كا

تشير بيانات جدول (١٥) إلى العلاقة بين سنوات الخبرة (كفاءة العاملين) واتجاهات المبحوثين نحو الأزمات السياسية العراقية، وبحساب قيمة معامل كا، وُجد أنها تساوي = ١٦.٩١، وهي قيمة أكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى معنوية ٠.٠٥ ودرجة حرية ٤، مما يؤكد وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المبحوثين نحو الأزمات السياسية العراقية وفقاً لمتغير سنوات الخبرة، لصالح الفئة الأعلى خبرة.

المبحث الرابع: الاستنتاجات والتوصيات  
أولاً: الاستنتاجات



- ١- زيادة اهتمام أجهزة العلاقات العامة بإدارة الأزمات السياسية العراقية، لارتباطها باستقرار ومستقبل المجتمع العراقي.
- ٢- تصدّرت (استراتيجية الإعلام أو الإخبار) للاستراتيجيات الأكثر فعالية في إدارة العلاقات العامة الرقمية للأزمات السياسية العراقية، تليها استراتيجية (الإقناع).
- ٣- جاء (الموقع الإلكتروني للمنظمة) كأبرز الوسائل الإلكترونية المستخدمة في إدارة الأزمات، تليها (مواقع التواصل الاجتماعي).
- ٤- تصدّرت أزمة (تشكيل الحكومة) للأزمات السياسية العراقية التي نجحت في إدارتها العلاقات العامة من وجهة نظر المبحوثين، تليها أزمة (الفساد السياسي والإداري)، تليها أزمة (الإرهاب)، ثم أزمة (ضعف الديمقراطية أو المشاركة السياسية).
- ٥- وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مدى اهتمام العاملين بالعلاقات العامة الرقمية بإدارة الأزمات السياسية العراقية واتجاهاتهم نحوها.
- ٦- وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المبحوثين نحو الأزمات السياسية العراقية وفقاً لنوع الاستراتيجية المتبعة في إدارة الأزمات، لصالح استراتيجية (الإعلام أو الإخبار).
- ٧- وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المبحوثين نحو الأزمات السياسية العراقية وفقاً لخصائصهم الديموغرافية، باستثناء متغيري العمر والمستوى التعليمي.

#### ثانياً: التوصيات

بعد الانتهاء من إعداد البحث، يوصي الباحث بعدة توصيات وهي:

- ١- التنوع في وسائل الاتصال الإلكترونية المستخدمة في نشر الأزمات السياسية العراقية.
- ٢- عقد دورات تدريبية للعاملين بإدارات العلاقات العامة في مجال التوظيف الجيد للوسائل الرقمية في تناولها للأزمات السياسية العراقية.
- ٣- تقييم قدرة الحكومة العراقية على إدارة الأزمة السياسية عبر الوسائل الرقمية.
- ٤- زيادة العمق والشمولية في خطاب العلاقات العامة الرقمية للأزمات السياسية العراقية.
- ٥- تناول أجهزة العلاقات العامة الرقمية لمختلف الأزمات السياسية في العراق.

#### Funding

This research received no specific grant from any funding agency in the public, commercial, or not-for-profit sectors

#### Conflict of Interest

The authors declare that there is no conflict of interest regarding the publication of this paper

#### Acknowledgments

The authors would like to extend their heartfelt thanks to institution, for the moral support provided during the course of this research. The encouragement and guidance provided by the institution have helped tremendously in completing this research.

#### References

- 1) Angawi, M. (2023). Pubic Relations and Communicatian Political Crisis. *Journal of Artificial Intelligence and Transforming Digital*,(487), pp. 191-177. Retrieved from



[https://www.researchgate.net/publication/374442815\\_Digital\\_Public\\_Relations\\_and\\_Communication\\_Crisis](https://www.researchgate.net/publication/374442815_Digital_Public_Relations_and_Communication_Crisis)

- 2) Cogan, J. (2014). *Relations Collapse Between Iraqi Government and Kurdish Region*. France: International Committee of the Fourth international.
- 3) Coomps, W. N. (2007). Organization Reputations during A Crisis, The Development and Application of Situational Crisis Communication Theory. *Journal of Corporate Reputation Crisis Communication Theory*,10(3), pp. P163-177. Retrieved from [https://www.researchgate.net/publication/247478499\\_Protecting\\_Organization\\_Reputations\\_During\\_a\\_Crisis\\_The\\_Development\\_and\\_Application\\_of\\_Situational\\_Crisis\\_Communication\\_Theory](https://www.researchgate.net/publication/247478499_Protecting_Organization_Reputations_During_a_Crisis_The_Development_and_Application_of_Situational_Crisis_Communication_Theory)
- 4) Hikmat, H., & Ahmed Adnen . (2015). The Intergovernmental Relations in Fedevative Iraq. *Journal of international studies*,V61,N(5), pp. 170-133. Retrieved from <https://search.emarefa.net/detail/BIM-646429>
- 5) Lynn, T. (2013). Digital Strategic Messaging in a Political Crisis : Testing the Integrated Model for Explaining the Communication Behavior of Public,(Unpublished doctoral Thesis). College of Arts and Sciences, University of South Florida.

٦) إبراهيم بعزیز. (٢٠١١). دور وسائل الاتصال الجديدة في إحداث التغير السياسي في الدول العربية. *المجلة العربية للعلوم السياسية، العدد (٣١)*، الصفحات ١٧٣-١٨٨. تم الاسترداد من <https://search.emarefa.net/detail/BIM-27079>

٧) إرادة الجبوري، و غانم التميمي. (٢٠١٧). أطر بناء صورة العراق عبر ممارسة العلاقات العامة الدولية في المواقع الإلكترونية الرئاسية. *مجلة الآداب والعلوم الإنسانية، المجلد ٨٥ العدد (٢)*، الصفحات ٣٥٨-٣٨٠. تم الاسترداد من [https://fjhj.journals.ekb.eg/issue\\_14107\\_14130.html](https://fjhj.journals.ekb.eg/issue_14107_14130.html)

٨) إسماعيل إبراهيم. (٢٠٢٢). *العلاقات العامة في العصر الرقمي*. القاهرة: دار العالم العربي.

٩) الوليد أبو حنيفة. (٢٠٢٠). *الأزمة السورية الجذور والأسباب والفواعل والأدوار*. عمان: مركز الكتاب الأكاديمي.

١٠) إيمان سامي. (٢٠١٧). دور العلاقات العامة الرقمية في الإدارة الإلكترونية للأزمات السياسية وتأثيرها على الشباب (رسالة ماجستير غير منشورة). كلية الإعلام، جامعة القاهرة.



- (١١) جليلة عبدالله. (٢٠١٧). الأزمة السياسية العراقية في الإعلام الإلكتروني. مجلة جامعة أهل البيت، العدد(٢١)، الصفحات ٣٤٤-٣٧٦. تم الاسترداد من <https://abu.edu.iq/ar/research/journals/ahl-al-bayt/issues/21>
- (١٢) حسن الصيفي. (٢٠٢٢). مبادئ العلاقات العامة الرقمية. السعودية: مكتبة ديوان للنشر والتوزيع.
- (١٣) خالد فهمي. (٢٠٢٣). فاعلية العلاقات العامة الرقمية في إدارة الأزمات الأمنية. مجلة بحوث كلية الآداب، المجلد ٣٤ العدد(٤)، الصفحات ٢٨٩-٣١٣. تم الاسترداد من [https://sjam.journals.ekb.eg/issue\\_34918\\_41382.html](https://sjam.journals.ekb.eg/issue_34918_41382.html)
- (١٤) دعاء نصير. (٢٠١٩). العلاقات العامة الرقمية ودورها في إدارة الأزمات في الوزارات المصرية. مجلة كلية الآداب، المجلد ٤٤ العدد(٩١)، الصفحات ٢٩٧-٣٣٤. تم الاسترداد من [https://artzag.journals.ekb.eg/issue\\_21760\\_21780.html](https://artzag.journals.ekb.eg/issue_21760_21780.html)
- (١٥) سالم جاسم، و فاطمة عبد الكاظم. (٢٠١٨). توظيف العلاقات العامة للقوة الناعمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي. مجلة آداب الفراهيدي، المجلد ١٠ العدد(٣٤)، الصفحات ٢٧٩-٣٢٩. تم الاسترداد من [https://www.researchgate.net/publication/325533741\\_twzyf\\_allaqat\\_alamt\\_llqwt\\_alnamt\\_br\\_mwaq\\_altwasl\\_alajtmaydrast\\_thlylyt\\_lmnshwrat\\_alkharjyt\\_alamrykyl\\_ly\\_twytr](https://www.researchgate.net/publication/325533741_twzyf_allaqat_alamt_llqwt_alnamt_br_mwaq_altwasl_alajtmaydrast_thlylyt_lmnshwrat_alkharjyt_alamrykyl_ly_twytr)
- (١٦) عبد الناصر جرادات. (٢٠٠١). العلاقات العامة في الإدارة المبادئ والأسس العلمية. الأردن: المركز القومي للنشر.
- (١٧) محسن الخيري. (٢٠٠٣). إدارة الأزمات. القاهرة: مكتبة مدبولي للنشر والتوزيع.

❖ **Translated scientific sources and references:**

- 1) Ibrahim Baaziz. (2011). The Role of New Communication Technologies in Bringing About Political Change in Arab Countries. Arab Journal of Political Science, Issue (31), pp. 173-188. Retrieved from <https://search.emarefa.net/detail/BIM-27079>.
- 2) Irada Al-Jubouri and Ghanem Al-Tamimi. (2017). Framing Iraq's Image Through International Public Relations Practices on Presidential Websites. Journal of Arts and Humanities, Volume 85, Issue (2), pp. 358-380. Retrieved from [https://fjhj.journals.ekb.eg/issue\\_14107\\_14130.html](https://fjhj.journals.ekb.eg/issue_14107_14130.html).
- 3) Ismail Ibrahim. (2022). Public Relations in the Digital Age. Cairo: Arab World House.
- 4) Al-Walid Abu Hanifa. (2020). The Syrian Crisis: Roots, Causes, Actors, and Roles. Amman: Academic Book Center.



- 5) Iman Sami. (2017). The role of digital public relations in the electronic management of political crises and its impact on youth (Unpublished Master's thesis). Faculty of Mass Communication, Cairo University.
- 6) Jalila Abdullah. (2017). The Iraqi Political Crisis in Electronic Media. Ahlulbait University Journal, Issue (21), pp. 344-376. Retrieved from <https://abu.edu.iq/ar/research/journals/ahl-al-bayt/issues/21>.
- 7) Hassan Al-Saifi. (2022). Principles of Digital Public Relations. Saudi Arabia: Diwan Library for Publishing and Distribution.
- 8) Khaled Fahmy. (2023). The Effectiveness of Digital Public Relations in Managing Security Crises. Journal of the Faculty of Arts Research, Volume 34, Issue (4), pp. 289-313. Retrieved from [https://sjam.journals.ekb.eg/issue\\_34918\\_41382.html](https://sjam.journals.ekb.eg/issue_34918_41382.html).
- 9) Doaa Naseer. (2019). Digital Public Relations and its Role in Crisis Management in Egyptian Ministries. Journal of the Faculty of Arts, Volume 44, Issue (91), pp. 297-334. Retrieved from [https://artzag.journals.ekb.eg/issue\\_21760\\_21780.html](https://artzag.journals.ekb.eg/issue_21760_21780.html).
- 10) Salem Jassim and Fatima Abdul Kadhim. (2018). Employing Public Relations for Soft Power via Social Media. Al-Farahidi Journal of Arts, Volume 10, Issue (34), pp. 279-329. Retrieved from [https://www.researchgate.net/publication/325533741\\_twzyf\\_allaqat\\_alamt\\_llqwt\\_alnamt\\_br\\_mwaq\\_altwasl\\_alajtmaydrast\\_thlylyt\\_lmshwrat\\_alkharjyt\\_alamrykyt\\_ly\\_twytr](https://www.researchgate.net/publication/325533741_twzyf_allaqat_alamt_llqwt_alnamt_br_mwaq_altwasl_alajtmaydrast_thlylyt_lmshwrat_alkharjyt_alamrykyt_ly_twytr).
- 11) Abdul Nasser Jaradat. (2001). Public Relations in Management: Principles and Scientific Foundations. Jordan: National Publishing Center.
- 12) Mohsen Al-Khairy. (2003). Crisis Management. Cairo: Madbouli Library for Publishing and Distribution.