جـــامـعـــة الـــشـرق الأوسـط
MIDDLE EAST UNIVERSITY
Amman - Jordan

استخدام أنشطة العلاقات العامة الرقمية لمواجهة خطاب الكراهية في المؤسسات الحكومية العراقية

إعـــــداد

أرشد ساجد أحـمـد

إشـــــراف

الأستاذ الدكتور عـزت مـحـمـد حـجـاب

قُدمت هذه الرسالة استكمالًا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعـــــلام

قسم الصحافة والإعـــــلام

كلية الإعـــــــلام

جامعة الشرق الأوسط

كانون الثاني، 2026

جـــامـعـة الـــشـرق الأوسـط
MIDDLE EAST UNIVERSITY
Amman - Jordan

Using Digital Public Relations Activities to Counter Hate Speech in Iraqi Government Institutions

Prepared by

Arshad Sajid Ahmed

Supervised by

Prof. Izzat Muhammad Hijab

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Master's Degree in Media

Department of Journalism and Media

Faculty of Media

Middle East University

January, 2026

قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة وعنوانها: **استخدام أنشطة العلاقات العامة الرقمية لمواجهة خطاب الكراهية في المؤسسات الحكومية العراقية.**

للباحث: أرشد ساجد أحمد.

وأجيزت بتاريخ: 05 / 01 / 2026.

أعضاء لجنة المناقشة

الاسم	الصفة	جهة العمل	التوقيع
أ.د. عزت محمد حجاب	مشرفًا	جامعة الشرق الأوسط	
د. صباح عبد السلام الحراحشة	عضوًا من داخل الجامعة ورئيسًا	جامعة الشرق الأوسط	
د. سارة يعقوب ناصر الدين	عضوًا من داخل الجامعة	جامعة الشرق الأوسط	
أ.د. ابراهيم أحمد أبو عرقوب	عضوًا من خارج الجامعة	الجامعة الأردنية	

التفويض

أنا **أرشد ساجد أحمد**، أفوّض جامعة الشرق الأوسط بتزويد نسخ من رسالتي ورقياً وإلكترونياً للمكتبات، أو المنظمات، أو الهيئات والمؤسسات المعنية بالأبحاث والدراسات العلمية عند طلبها.

الاسم: أرشد ساجد أحمد.

التاريخ: 05 / 01 / 2026.

التوقيع:

شكر وتقدير

الحمد الله رب العالمين، والصلاة والسلام على أشرف المرسلين سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم وعلى آله وصحبه أجمعين، أما بعد:

بعد الحمد الله ... الشكر لأهلي وعائلتي الحبيبة ...

أتقدّم بخالص شكري وتقديري إلى مشرفي الفاضل **الأستاذ الدكتور عزت محمد حجاب** وفاءً وامتناناً على اهتمامه وتوجيهاته القيمة في متابعة رسالتي لإنجازها بالمستوى العلمي المطلوب.

كذلك أتقدّم بأسمى كلمات الشكر والتقدير إلى **أساتذتي في كلية الإعلام في جامعة الشرق الأوسط** وأخصّ بالشكر **العميد الدكتور الفاضل رامز ابو حصيرة، والأستاذ الدكتور كامل خورشيد، والدكتورة صباح الحراحشة، والدكتور محمود الرجبي، والدكتورة ليلى جرار، والدكتورة سارة ناصر الدين وجميع العاملين في كلية الإعلام.**

كما أتقدم بجزيل الشكر وعظيم الامتنان إلى **الأساتذة المحكمين وأعضاء لجنة المناقشة الموقرة** من السادة الأساتذة الأفاضل، تقديرا لجهودهم القيمة وملاحظاتهم البناءة التي جودت وصوبت هذه الدراسة، فلهم مني جزيل الشكر والتقدير.

الباحث

أرشد ساجد أحمد

الإهـداء

أُهدي جهدي المتواضع في هذه الدراسة إلى **والديّ العزيزين وإخوتي**، تقديراً لدعمهم وتشجيعهم المستمر

وإلى **أصدقائي الأعزاء**، الذين كان لتواجدهم أثر إيجابي في رحلتي العلمية.

كما أهدي هذا العمل **لكل من ساهم في دعمي علميًا ومعنويًا**، آملا أن يكون هذا الجهد أضافة قيمة في خدمة العلم والمجتمع.

الباحث

أرشد ساجد أحمد

فـهرس المحتويــات

الموضوع **الصفحة**

العنوان.....أ
قرار لجنة المناقشة .....ب
التفويض .....ج
شكر وتقدير ..... د
الإهداء ..... هـ
فهرس المحتويـات .....و
قائمة الجداول .....ح
قائمة الملحقات .....ط
المُلخّص باللغة العربية ..... ي
المُلخّص باللغة الإنجليزية .....ك

الفصل الأول: خلفية الدراسة ومشكلتها

أولًا: المقدمة 1
مشكلة الدراسة.....2
أهداف الدراسة.....3
أهمية الدراسة.....4
اسئلة الدراسة.....5
فرضية الدراسة 5
حدود الدراسة.....5
محددات الدراسة.....6
مصطلحات الدراسة.....7

الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة

أولاً: الإطار النظري 10
ثانيًا: الدراسات السابقة ذات الصلة..... 19
ثالثًا: التعليق على الدراسات السابقة وموقع الدراسة الحالية منها 26

الفصل الثالث: منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات)

أولًا: منهج الدراسة 28
ثانيًا: مجتمع الدراسة وعينتها 29
ثالثًا: أدوات الدراسة 29
رابعًا: صدق الأداة وثباتها 31
خامسًا: الخصائص الديموغرافية للعينة 32
سادسًا: المعالجة الإحصائية 34

الفصل الرابع: نتائج الدراسة

نتائج المحور الأول 36
نتائج المحور الثاني 38
نتائج المحور الثالث 41
نتائج المحور الرابع 44
تحليل فرضية الدراسة 48

الفصل الخامس: مناقشة النتائج والتوصيات

مناقشة نتائج المحور الأول. 51
مناقشة نتائج المحور الثاني. 52
مناقشة نتائج المحور الثالث 53
مناقشة نتائج المحور الرابع 55
الخلاصة والتوصيات 57

قائمة المراجـع

أولًا: المراجع باللغة العربية 58
ثانيًا: المراجع باللغات الأجنبية 62
الملحقات 64

قائمة الجداول

رقم الفصل – رقم الجدول	محتوى الجدول	الصفحة
3 – 1	قيم ألفا كرونباخ لفقرات الاستبانة.	32
3 – 2	التوزيع التكراري والنسب المئوية لخصائص عينة الدراسة (n = 106).	33
4 – 1	الأنشطة التي يستخدمها ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الرسمية في التعامل مع محتوى الكراهية.	36
4 – 2	مستوى التنسيق بين الجهات الرسمية وممارسي العلاقات العامة في المؤسسات الرسمية لمواجهة خطاب الكراهية (n = 106).	38
4 – 3	التحديات التي تواجه تطبيق أنشطة العلاقات العامة في المؤسسات الرسمية لمواجهة خطاب الكراهية عبر المنصّات الرقمية.	42
4 – 4	العلاقات البينية بين دور العلاقات العامة في مواجهة خطاب الكراهية وبين محاور ممارسات العلاقات العامة، والتنسيق المؤسسي، والتحديات، والاستراتيجيات المستقبلية.	45
4 – 5	مصفوفة الارتباط (Pearson Correlation) بين محاور الدراسة.	48

قائمة الملحقات

الرقم	المحتوى	الصفحة
1	الاستبانة	65
2	قائمة بأسماء السادة المحكمين	71

استخدام أنشطة العلاقات العامة الرقمية لمواجهة خطاب الكراهية في المؤسسات الحكومية العراقية

إعداد

أرشد ساجد أحمد

إشراف

الأستاذ الدكتور: عزت محمد حجاب

المُلخّص

هدفت الدراسة التعرّف إلى طبيعة الأنشطة التي يتبناها موظفي العلاقات العامة في المؤسسات الرسمية العراقية لمواجهة خطاب الكراهية عبر المنصّات الرقمية.

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وتم جمع البيانات من خلال أداة الاستبانة التي وزعت على عينة حصصية قصدية من (106) من موظفي العلاقات العامة في وزارتي الداخلية والثقافة ومؤسسة شبكة الإعلام العراقية والبالغ عددهم (203) موظف.

أظهرت نتائج الدراسة أن العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية العراقية تؤدي دورًا ملموسًا في مواجهة خطاب الكراهية، لكنه ما يزال محصورًا ضمن أطر جزئية وتكتيكية أكثر من كونه دورا استراتيجيًا شاملًا.

كما أظهرت الدراسة أن هناك حاجة إلى تعزيز قدرات العلاقات العامة عبر تحسين البنية التحتية التقنية والتدريبية، وتطوير التشريعات الوطنية الخاصة بخطاب الكراهية، وتوحيد الجهود بين المؤسسات ضمن إطار حوكمة اتصال متكاملة، وتبنّي منهج استراتيجي مستدام يجعل من العلاقات العامة أداة مركزية في بناء خطاب وطني جامع يقوم على قيم التسامح والتنوّع والمسؤولية المجتمعية.

الكلمات المفتاحية: أنشطة العلاقات العامة الرقمية، خطاب الكراهية، المؤسسات الحكومية العراقية.

Using Digital Public Relations Activities to Counter Hate Speech in Iraqi Government Institutions

Prepared By

Arshad Sajid Ahmed

Supervised by

Prof. Izzat Muhammad Hijab

Abstract

This study aimed to identify the nature of the activities adopted by public relations employees in official Iraqi institutions to confront hate speech through digital platforms.

The study adopted a descriptive survey research design, employing a field survey method. A sample of (106) public relations employees in the Ministries of Interior and Culture and the Iraqi Media Network mediaو whose total population amounted to (203) employees.

The findings revealed that public relations in Iraqi governmental institutions play a tangible role in confronting hate speech, but this role remains limited to partial and tactical frameworks rather than a comprehensive strategic role.

The study also indicated the need to enhance public relations capacities through: improving technical and training infrastructure, developing national legislation related to hate speech, unifying efforts between institutions within an integrated communication governance framework, and adopting a sustainable strategic approach that makes public relations a central tool in building a national discourse based on the values of tolerance, diversity, and social responsibility.

Keywords: Digital public relations activities, hate speech, Iraqi governmental institutions.

الفصل الأول
خلفية الدراسة ومشكلتها

أولًا: المقدمة

شهد العالم في العقدين الأخيرين تحولاً جذرياً في طرق التواصل، نتيجة الثورة التكنولوجية التي أفرزت ما يُعرف بـ "المجتمع الشبكي"، حيث أصبحت المنصّات الرقمية المحور الأساس للتفاعلات الاجتماعية والسياسية، وأداة فاعلة في تشكيل الرأي العام وتوجيه الاتجاهات (Castells, 2010). ورغم إيجابيات هذا التحول الرقمي في تمكين الحوار الديمقراطي العابر للحدود (Kaplan & Haenlein, 2010)، إلا أنه أفرز تحدياتٍ خطيرة تمثلت في تحول هذه الفضاءات إلى ساحات لنشر خطاب الكراهية، الذي بات يهدد الاستقرار المجتمعي (الأمم المتحدة – مكتب العراق، 2019).

لقد استغل ناشرو خطاب الكراهية الخصائص الفريدة للمنصّات الرقمية –كالسرعة الفائقة وإمكانية إخفاء الهوية– لتحويل التعليقات الفردية إلى موجات عاتية قادرة على تأجيج الصراعات وتقويض السلم الأهلي، من خلال أساليب مبتكرة تخاطب العواطف والانتماءات الفرعية وتستهدف مختلف فئات المجتمع (Benesch, 2014).

وفي ظل هذه البيئة، تبرز الحاجة لدور استراتيجي لـ "العلاقات العامة" في إدارة الأنشطة الاتصالية لمواجهة هذا الخطاب. إن فاعلية هذه الأنشطة تعتمد على الاستجابة السريعة والمرونة في التكيف، مع القدرة على الموازنة الدقيقة بين الحزم في مواجهة الخطاب الخطير واحترام حرية التعبير، ممّا يجعل مُمارسة العلاقات العامة في هذا المجال فنّاً يجمع بين الأسس العلمية والمهارة الإبداعية (Coombs, 2019; Heath, 2013).

وتكتسب هذه القضية أهمية مضاعفة في السياق العراقي، حيث أن وسائل الإعلام بشكل عام ومنصّات التواصل الاجتماعي وخاصة منصة "الفيسبوك" بشكل خاص اصبحت الأدوات التي يتم من خلالها تداول وتعزيز خطاب الكراهية ممّا يؤثر في السلم المجتمعي في العراق.

لذا، تسعى الدراسة الحالية إلى رصد الأنشطة التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية في العراق لمواجهة خطاب الكراهية عبر "الفيسبوك"، وتحديد التحديات التي تواجههم، وصولاً إلى وضع خطة مقترحة لتعزيز هذه الأنشطة بما يُسهم في الحدّ من الكراهية وتعزيز قيم التعايش بين مكونات المجتمع العراقي.

مشكلة الدراسة

يُشكّل الانتشار المتزايد لخطاب الكراهية عبر منصّات التواصل الاجتماعي تهديداً مباشراً للأمن المجتمعي والاستقرار الوطني في العراق؛ لما يسبّبه من تأجيج للانقسامات وتقويضٍ لقيم التعايش السلمي. وأمام هذا التهديد الرقمي المتنامي، تبرز الحاجة الملحّة لتفعيل دور العلاقات العامة في المؤسسات الرسمية لتكون أداة استراتيجية فعالة قادرة على مواجهة هذه الظاهرة وحماية السلم الأهلي.

وعلى الرغم من الجهود الميدانية التي تبذلها الجهات الحكومية المعنية (مثل وزارتي الداخلية والثقافة)، إلا أنّ هناك مؤشراتٍ تدل على وجود فجوة في فاعلية الأدوار الاتصالية المتبعة، ومدى قدرتها على مواكبة الأساليب المتطورة والمتسارعة التي يستخدمها مُثيرو خطاب الكراهية في الفضاء الرقمي. إن عدم وضوح طبيعة هذه الأنشطة، وضعف رصد مستوى التنسيق المؤسسي، فضلاً عن التحديات الميدانية التي تواجه الممارسين، يجعل من الصعب تقييم نجاح المؤسسات الرسمية في الحد من هذه الظاهرة وتطوير أدوات المواجهة.

وعليه؛ تتبلور مشكلة الدراسة في الإجابة على التساؤل الرئيس الآتي: **ما فاعلية الدور الذي تؤديه العلاقات العامة في المؤسسات الرسمية العراقية لمواجهة خطاب الكراهية عبر المنصّات الرقمية؟**

أهداف الدراسة

الهدف العام:

تسعى الدراسة بصفة رئيسة إلى **تحليل فاعلية الدور الذي تؤديه العلاقات العامة في المؤسسات الرسمية العراقية لمواجهة خطاب الكراهية عبر المنصّات الرقمية، ورصد متطلبات تطوير هذا الدور.**

الأهداف الفرعية:

1. تحديد الأنشطة التي يستخدمها ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الرسمية في التعامل مع محتوى الكراهية.
2. بيان مستوى التنسيق بين الجهات الرسمية وممارسي العلاقات العامة في المؤسسات الرسمية لمواجهة خطاب الكراهية.
3. التعرف على التحديات التي تواجه تطبيق أنشطة العلاقات العامة في المؤسسات الرسمية لمواجهة خطاب الكراهية عبر المنصّات الرقمية.
4. الكشف عن طبيعة العلاقات البينية (مدى الترابط أو التباين) بين دور العلاقات العامة في مواجهة خطاب الكراهية وبين محاور ممارسات العلاقات العامة، والتنسيق المؤسسي، والتحديات، والاستراتيجيات المستقبلية.

أهمية الدراسة

الأهمية النظرية:

- تساهم هذه الدراسة في تعزيز البحوث السابقة التي تناولت موضوع خطاب الكراهية، عبر التركيز على التحديات التي تواجه العلاقات العامة عند التعامل مع محتوى معقد كالكراهية.
- تعميق الفهم النظري لدور هذه الأنشطة في إدارة الأزمات الرقمية.
- تقدم الدراسة تقييماً لأدوات العلاقات العامة في ظل التحولات الرقمية، ممّا يساهم في بلورة نظريات حديثة تتجاوز المفاهيم الكلاسيكية لتعكس واقع المنصّات التفاعلية.
- تحديد الفجوة المعرفية المتمثلة في ندرة الدراسات التي ربطت بين ممارسات العلاقات العامة المؤسسية وبين مكافحة خطاب الكراهية في البيئة العراقية، وبذلك تسعى الدراسة لبناء مرجعية علمية وتصور أكاديمي يعد من أوائل المحاولات لتمكين الباحثين من دراسة هذا الخطاب من منظور إعلامي محلي رصين.

الأهمية العملية:

- تقديم توصيات إجرائية للوزارات والمؤسسات الرسمية لتحسين استراتيجياتها في مواجهة خطاب الكراهية رقمياً.
- المساهمة في تصميم أدوات رصد وتحليل تكون أكثر فاعلية لدى هذه المؤسسات للكشف المبكر عن المحتوى التحريضي.
- إمكانية الاستفادة من نتائج الدراسة في وضع أساس لبرامج تدريبية متخصصة لموظفي العلاقات العامة في مجال إدارة الأزمات الرقمية.
- رسم آليات عملية تحسن مستوى التنسيق والتعاون بين الجهات الحكومية المعنية لتوحيد الجهود في مواجهة خطابات الكراهية وتعزيز الاستقرار الوطني.

اسئلة الدراسة

السؤال الرئيس: ما فاعلية الدور الذي تؤديه العلاقات العامة في المؤسسات الرسمية العراقية لمواجهة خطاب الكراهية عبر المنصّات الرقمية؟

وينبثق من هذا السؤال، الاسئلة الفرعية التالية:

1. ما الأنشطة الاتصالية التي يستخدمها ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الرسمية العراقية للتعامل مع محتوى الكراهية الرقمي؟
2. ما مستوى التنسيق القائم بين الجهات الرسمية وبين دوائر العلاقات العامة في تلك المؤسسات لمواجهة خطاب الكراهية؟
3. ما التحديات (التقنية، القانونية، والبشرية) التي تواجه ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات الرسمية عند تطبيق أنشطة مواجهة خطاب الكراهية عبر المنصّات الرقمية؟

فرضية الدراسة

- توجد علاقات ارتباطية ذات دالة احصائية بين دور العلاقات العامة في مواجهة خطاب الكراهية وبين محاور ممارسات العلاقات العامة، والتنسيق المؤسسي، والتحديات، والاستراتيجيات المستقبلية.

حدود الدراسة

- الحدود المكانية: بغداد/العراق
- الحدود الزمانية: الفصل الدراسي الثاني 2025
- الحدود التطبيقية: ممارسو العلاقات العامة في الوزارات والمؤسسات الرسمية العراقية.

محددات الدراسة

ترتبط محددات الدراسة بالعينة التي سيتم اختيارها ومدى تعبير الاستبانة عن أسئلة الدراسة.

المحددات البشرية (العينة)

ترتبط نتائج هذه الدراسة بحجم العينة النهائي البالغ (106) ممارساً من العاملين في دوائر العلاقات العامة بالوزارات والمؤسسات الرسمية الذين اجابوا على اسئلة الدراسة، لذا فإنّ النتائج تعبّر عن وجهات نظر هذه الفئة تحديداً، ولا يمكن سحبها أو تعميمها على العاملين في المؤسسات غير الحكومية أو القطاع الخاص نظراً لاختلاف اللوائح والسياسات الاتصالية.

المحددات المنهجية (الأداة)

ترتبط دقة البيانات المستخلصة بمدى شفافية وموضوعية أفراد العينة في الاستجابة لفقرات الاستبانة، خاصة في المحاور التي تتعلق بتقييم التنسيق المؤسسي وتشخيص التحديات، حيث قد يميل بعض الممارسين إلى التحفظ أو تقديم إجابات مثالية تعكس التوجه الرسمي لمؤسساتهم.

المحددات الموضوعية

نظراً للطبيعة الديناميكية المتغيرة لخطاب الكراهية عبر المنصّات الرقمية وسرعة تطور الأساليب التقنية المستخدمة فيه، فإن نتائج هذه الدراسة تصف الواقع القائم خلال فترة التطبيق الميداني، وهي قابلة للتحديث والتطوير مع بروز أدواتٍ أو منصّاتٍ رقمية جديدة مستقبلاً.

مصطلحات الدراسة

- **العلاقات العامة:**

يعرف عجوة (2008) العلاقات العامة بأنها: "تلك الجهود المخططة التي يقوم بها الفرد أو الدولة، لكسب ثقة الجمهور وتحقيق التفاهم المتبادل، من خلال الاتصالات المستمرة والافعال الموجهة لتلبية احتياجات الجمهور، في اطار ممكن ومشروع".

مصطلح العلاقات العامة الإجرائي

هي مجموعة الجهود الاتصالية المخططة والمستمرة التي ينفذها ممارسو العلاقات العامة في (وزارتي الداخلية والثقافة ومؤسسة شبكة الإعلام العراقية) عبر المنصّات الرقمية، والتي تشمل عمليات (الرصد، والتحليل، والرد، والتوعية)، بهدف تقويض خطاب الكراهية، وتفنيد المعلومات المضللة، وتعزيز قيم التسامح والسلم المجتمعي، ويتم قياسها من خلال إجابات أفراد العينة على فقرات الاستبانة المخصصة لذلك.

- **خطاب الكراهية**

هو "المحتوى الذي يحرض على العنف أو التمييز، أو الذي يهاجم الأفراد أو الجماعات بناءً على خصائص محمية (كالدين أو العرق أو القومية)، والذي يتم إنتاجه أو نشره أو تعزيز انتشاره عبر المنصّات الرقمية، ممّا يؤدي إلى تقويض حقوق الإنسان والسلم المجتمعي" (اليونسكو، 2023).

مصطلح الكراهية الإجرائي:

هو المحتوى الذي يحرض على العنف أو التمييز، أو الذي يهاجم الأفراد أو الجماعات بناءً على خصائص محمية (كالدين أو العرق أو القومية)، والذي يتم إنتاجه أو نشره أو تعزيز انتشاره عبر المنصّات الرقمية في العراق.

- **منصّات التواصل الرقمية:**

تُعدّ منصّات التواصل الاجتماعي وسيلة من وسائل التواصل عبر الإنترنت، إذ تتيح للمستخدمين التفاعل مع بعضهم بعضاً بطريقة بسيطة من خلال التعليقات والرسائل الخاصة أو عبر المجموعات، وكذلك مشاركة المحتوى بأشكاله المختلفة، مثل: النصوص، والصور، ومقاطع الفيديو (أبو رزق، 2021).

منصّات التواصل الرقمية إجرائياً

المقصود بمنصّات التواصل الرقمية في دراستنا هي منصّات الفيسبوك، منصة (X)، إنستغرام، تيك توك، ، ويوتيوب.

- **العلاقات العامة الرقمية**

التعريف الاصطلاحي: "هي مُمارسة وظائف العلاقات العامة من خلال استخدام الوسائل والتقنيات الرقمية، وخاصة شبكة الإنترنت ومنصّات التواصل الاجتماعي، لإنشاء قنوات اتصال تفاعلية وفورية مع الجمهور، تهدف إلى إدارة المحتوى الرقمي، وتحسين الصورة الذهنية، ومواجهة الأزمات إلكترونياً" (عليان، 2021).

العلاقات العامة الرقمية إجرائياً

هي مجموعة الجهود الاتصالية المخططة والمستمرة التي ينفذها ممارسو العلاقات العامة في (وزارتي الداخلية والثقافة ومؤسسة شبكة الإعلام العراقية) عبر المنصّات الرقمية، حيث يتم توظيف الخصائص التقنية لهذه المنصّات الرقمية في الوصول للجمهور المستهدف وتصحيح المفاهيم المغلوطة.

- **المؤسسات الحكومية العراقية**

التعريف الرسمي (حسب الأمانة العامة لمجلس الوزراء): "هي الوحدات الإدارية الممولة مركزياً أو ذاتياً، والتي تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي والإداري، وتتولى تنفيذ السياسات العامة للدولة وتقديم الخدمات العامة رسمياً، وتخضع في هيكليتها وأدائها للرقابة والتشريعات الحكومية النافذة" (الأمانة العامة لمجلس الوزراء، 2020).

المؤسسات الحكومية العراقية إجرائياً

هي الكيانات الرسمية المتمثلة في (وزارتي الداخلية والثقافة ومؤسسة شبكة الإعلام العراقية).

الفصل الثاني
الإطار النظري والدراسات السابقة

يتضمّن هذا الفصل عرضا للأدب النظري ذي الصلة بموضوع الدراسة، وفيه نظرية الدراسة (المسـؤولية الاجتماعية)، والتعريف بخطاب الكراهية، ودور العلاقات العامة الرقمية في مواجهة خطاب الكراهية وأخيراً، استعراض عدداً من الدراسات السابقة ذات الصلة.

أولاً: الإطار النظري

نظرية المسؤولية الاجتماعية

ظهرت نظرية المسؤولية الاجتماعية في الولايات المتحدة الأمريكية من خلال نشر تقرير "لجنة هاتشـينز" عام 1947 بعنوان: "الصـحافة الحرة والمسـؤولة"، حيث حذرت من أن الانتهاكات التي تحدث من قبل وسائل الإعلام والصحافة لها أكبر ضرر للمجتمع، أي أن هذا التقرير يشكل أساسا لنظرية المسـؤولية الاجتماعية في مجال الصـحافة، والتي جاءت كمراجعة للنظرية الليبرالية، وتم الانتهاء من الأساس النظري لهذه النظرية من قبل الرواد: إدوارد جيرالد ، وثيودور بيترسون، ووليام ريفرز، وجون ميلر، وغيرهم، وصـولاً إلى المنظرين المعاصـرين مثل: ديني إليتون وكليفورد كريستيان (الاسدي، 2024).

تقوم هذه النظرية على مُمارسـة العملية الإعلامية بحرية على أسـاس المسـؤولية الاجتماعية، وظهرت قواعد وقوانين تجعل الرأي العام رقيبا على الأخلاق المهنية بعد أن تم استخدام الإعلام في الإثارة، ممّـا أدى إلى إساءة استخدام الحرية أو مفهوم الحرية، ويعتقد أصحاب هذه النظرية أن الحرية حق وواجب ومسؤولية في نفس الوقت، ومن ثم يجب على وسائل الإعلام أن تقبل التزامات معينة تجاه المجتمع، ويمكنها الوفاء بهذه الالتزامات من خلال وضـع مسـتويات أو معايير مهنية لوسائل الإعلام مثل الصدق، الموضوعية والتوازن والدقة (مكاوي والسيد، 2018).

أهم خصائص نظرية المسؤولية الاجتماعية

ان هذه النظرية توازن بين ثلاثة مبادئ، هي: مبدأ الحرية الفردية والاختيار، ومبدأ حرية الصحافة، ومبدأ التزام الصحافة تجاه المجتمع، واهم خصائصها:

1. إن وسائل الإعلام ليست ذاتية بقدر ما هي موضوعية.
2. حيادية وسائل الإعلام تجاه الحكومات والقضايا الخلافية على مستوى المجتمع.
3. تعدد وسائل الإعلام بحيث تعكس تنوع الآراء والأفكار في المجتمع.
4. التنديد بالأعمال الصحفية المنحرفة، والتي تحارب الأخلاق والقيم.
5. الالتزام بمجموعة من المواثيق الأخلاقية، ليتم التوازن بين حرية الأفراد ومصالح المجتمع.
6. تجنب كل ما من شأنه أن يساعد على حدوث الجرائم والعنف، وسيادة لغة البطش.
7. الحفاظ على النظام السياسي القائم.
8. يجب أن يكون الإعلاميون مسؤولين أمام المجتمع.
9. خدمة النشاط الاقتصادي وزيادة مساهمته في الناتج الوطني الإجمالي.
10. تقديم برامج وألوان التسلية والترويح (المرجع السابق).

مبادئ نظرية المسؤولية الاجتماعية

- إن هناك التزامات معينة للمجتمع يجب أن تقبلها وسائل الإعلام.
- إن تنفيذ هذه الالتزامات يجب أن يكون من خلال المعايير المهنية الراقية لنقل المعلومات مثل الحقيقة، الدقة، الموضوعية والتوازن.
- قبول هذه الالتزامات وتنفيذها يتطلب التنظيم المهني الذاتي لوسائل الإعلام في إطار القوانين والمؤسسات القائمة.

- يجب ألا تقل مسؤولية الصحفي أو المهنيين في وسائل الإعلام أمام المجتمع عن مسؤوليتهم أمام الملاك وأسواق الصحف في التوزيع أو الإعلان (الدليمي، 2015).

أهمية المسؤولية الاجتماعية

بالنسبة للمؤسسة: تعزيز صورة المؤسسة والحفاظ على توازنها في المجتمع، وكذلك مراعاة احتياجات ورغبات المتعاملين بشكل أكثر شمولا، تساهم المسؤولية الاجتماعية في تحسين وتحفيز العمال على العمل، وتحسين مناخ العمل.

بالنسبة للمجتمع: زيادة التضامن والاستقرار الاجتماعي بين مختلف شرائح المجتمع نتيجة توفر نوع من العدالة الاجتماعية وانتشار مبدأ تكافؤ الفرص الذي هو جوهر المسؤولية الاجتماعية.

بالنسبة للدولة: إن التزام المؤسسات بمسؤوليتها الاجتماعية يؤدي إلى تخفيف الأعباء التي تقع على عاتق الدولة أثناء أداء مهامها وخدماتها المختلفة(المرجع السابق).

توظيف النظرية في الدراسة

تم استخدام نظرية المسؤولية الاجتماعية في هذه الدراسة، لكونها تركز على فكرة أن على وسائل الإعلام أن تقبل التزامات معينة تجاه المجتمع، ويمكنها الوفاء بهذه الالتزامات من خلال وضع مستويات أو معايير مهنية لوسائل الإعلام مثل الصدق، الموضوعية والتوازن والدقة، وهو ما تحاول الدراسة الإجابة عليه من خلال التعرف على الأنشطة الاتصالية الرقمية التي يتبناها ممارسو العلاقات العامة في الوزارات والمؤسسات الرسمية العراقية لمواجهة خطاب الكراهية عبر المنصّات الرقمية.

خطاب الكراهية

تعد مسألة مواجهة خطاب الكراهية من الموضوعات الرئيسية والقضايا الأساسية التي برزت في الإعلام العربي مؤخرا، حيث أصبحت حاضرة بشكل يومي في بعض المواد المكتوبة والمسموعة والمرئية والإعلامية المتداولة على شبكات التواصل الاجتماعي، وشكل هذا الأمر انتهاكا واضحا لقواعد ومواثيق الشرف الإعلامية (سكاي لاين الدولية، 2019).

تتفق العديد من الدراسات الاجتماعية والإعلامية على أنّ موضوع العنف وخطاب الكراهية والتحريض هو أحد الموضوعات الحساسة للغاية، وهو أمر يطرح ويتداول في مختلف دول العالم، ولا يكاد يكون أي بلد أو مجتمع معاصر خاليا منه، ولكنه يختلف من مكان إلى آخر ومن بلد إلى آخر، وأن الكراهية كسلوك هي أحد مظاهر السلوك الشخصي لبعض الأفراد في معظم المجتمعات (عمران، 2019). ويرى أبو سكين (2021) أن خطاب الكراهية أصبح أكثر وضوحا وانتشارا خلال فترات الاضطرابات السياسية أو الاقتصادية، وفي المجتمعات التي تمر بمرحلة انتقالية، بسبب توفر عناصر البيئة التي تحتضن الكراهية، مثل الاستقطاب والاختلالات المجتمعية والطائفية.

وحسب أبو سكين (2021)، لا يوجد تعريف واضح لما يسمى بخطاب الكراهية في القانون الدولي، ممّا يؤدي في كثير من الأحيان إلى تطبيق هذا المفهوم بشكل يؤدي إلى فرض العديد من القيود على حرية التعبير، بالإضافة إلى الخلط الناجم عن غياب هذا التعريف بين هذه المفاهيم، خاصة مع وجود أدلة في الواقع على أنّ الشائعات، الاتهامات الكاذبة وإدامة الصورة النمطية لمجتمع معين تتسبب في العنف والتمييز العنصري ضد أفراد هذا المجتمع.

يرى حميد (2023) أن الكراهية حالة نفسية وانفعالية طبيعية تنشأ لدى الفرد نتيجة تفاعل العوامل الداخلية مع المؤثرات الخارجية، إذ يقوم الجزء المسؤول عن المشاعر والأحاسيس في العقل

برفض بعض المثيرات أو الأفكار أو السلوكيات التي تصل إليه عبر الجهاز العصبي. ويحدث هذا الرفض عادةً بسبب اختلاف القيم أو المعتقدات أو التجارب السابقة، أو نتيجة شعور الفرد بالتهديد أو الخوف أو عدم الأمان، ممّـــا يؤدي إلى تولّد مشاعر سلبية مثل النفور والعداء تجاه الآخر. أما خطاب الكراهية فيُمثّل مرحلة أكثر خطورة من مجرد الشعور بالكراهية، إذ ينتقل من الإطار النفسي الداخلي إلى المجال العام من خلال اللغة أو السلوك أو الرموز. ويُقصد به ذلك النوع من الخطاب الذي يدعو صـــراحةً أو ضـــمنًا إلى تأييد العنف أو التحريض عليه أو التهديد بارتكابه، كما يعمل على نشـر الإسـاءة وعدم التسـامح بين الأفراد والجماعات. ويسـهم خطاب الكراهية في خلق بيئة اجتماعية مشـــحونة بالتوتر والعداء، ويمهّد لإشـــعال الأزمات والصـــراعات، ويشـــجع على تنفيذ الهجمات التحريضـــية والعنيفة ضـــد فئات أو جماعات معينة، الأمر الذي يهدد الســـلم الاجتماعي ويقوّض قيم التعايش والاحترام المتبادل.

كما تعرف اســـتراتيجية الأمم المتحدة وخطة عملها لعام 2019 خطاب الكراهية بأنه نوع من التواصل، سواء كان شفهيا أو كتابيًا أو سلوكيًا، يُهاجم أو يستخدم لغة مهينة أو تمييزية من خلال الإشارة إلى شخص أو مجموعة من الأشخاص على أساس الهوية أو الدين أو العرق أو اللون أو الأصل أو الجنس أو عوامل تعريف أخرى.

تُعدّ مواجهة خطاب الكراهية شرطًا أساسيًا للحدّ من النزاعات المسلحة، ومكافحة الجرائم الوحشية والإرهاب، والقضاء على العنف ضـــد المرأة، وحماية حقـــوق الإنســـان. كما تلعب دورًا محوريًا في تعزيز مجتمعات سلمية وعادلة وشاملة لجميع الأفراد.

ويرى العمري (2021) أنّ خطـاب الكراهيـة هو أي خطـاب يحرض على التمييز والعـداء والعنف، وهو أمر يحظره القانون الدولي. نلاحظ أحيانًا أنّ العديد من الدول تمتنع عن حظره رغـــم الضرر الذي يسببه، خوفًا من انتهاك حرية الرأي والتعبير.

ويذكر خطاب الكراهية في الاتفاقيات والإعلانات الدولية في المادة 19 من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، التي تنص على أنّ لكل شخص الحق في حرية الرأي والتعبير، بما في ذلك حرية اعتناق الآراء دون تدخل. في المادة 20 مكرراً من العهد الدولي الخاص بالحقوق السـياسـية طويلة الأجل، التي اعتمدتها الجمعية العامة للأمم المتحدة، تفرض قيود معينة على حرية التعبير وتطالب الدول بحظر أي دعوة إلى الكراهية القومية أو العنصـرية أو الدينية تشكل تحريضـا على التمييز أو العداء أو العنف (قاضي، 2022).

يهدفُ خطاب الكراهية حسب الأمم المتحدة إلى التحريض على الصراعات الطائفية والإقليمية، والتحريض على أنّكار وتهميش وجود الآخر، والتحريض على العنف، واتهام الطرف الآخر بالخيانة والفسـاد، وبالتالي فإن خطاب الكراهية يشـمل كل تعبير متسـم بالكراهية والضـغينة والازدراء، موجّه إلى مجموعة من الأفراد المختلفين بســـبب الدين أو العرق أو الجنس، ويهدفُ إلى الانتقاص من حقوقهم وكرامتهم، ممّا يغذي روح الكراهية والعنف تجاه الآخر.

ويمكن تقسيم خطاب الكراهية إلى ثلاث صور وهي:

أولاً: التحريض على العنف: وهو الاستخدام العمدي للقوة البدنيـة أو السلطـة ضد شخصٍ أو مجموعة بطريقة تـؤدي للجرح أو الموت أو الأذى النفسي أو البدني.

ثـانيًـا: التحريض على العداوة أو الكراهيـة: "العـداء والكراهيـة" فعل يقوم على حـالـةٍ ذهنيـةٍ متطرفة من العداوة والكراهيـة تجاه أفراد أو مجموعاتٍ مُعينةٍ (القهوجي، 2009).

ثالثًا: التحريض على التمييز: ويعرف التحريض على التمييز بأنه أي دعوة عامة للجمهور إلى القيام بأي عمل يضعف أو يمنع تمتع الأفراد أو الجماعات بحقوق الإنسان والحريات الأساسية على قدم المساواة مع الآخرين، سواء في الخلاف السياسي أو الاقتصادي أو الاجتماعي أو الثقافي أو أي جدل آخر في الحياة العامة.

لقد واجه العراق بعد عام 2003 عدة تحديات سياسية واجتماعية، كان أخطرها وأكثرها تأثيراً التحدّيات الأمنية، والتي تمثلت في انتشار التنظيمات الإرهابية والجماعات المتطرفة في مناطق واسعة من العراق، والتي عملت على نشر الخطب التحريضية للعنف والقتل، ونشر الشائعات والفصل والفتنة، وتأجيج الطائفية القومية والعرقية لغرض الأزمات السياسية وزعزعة أمن البلاد.

أن مسؤولية القضاء على الكراهية هي مسؤولية مجتمعية يتقاسمها الجميع: الدولة والهيئات الرسمية والمجتمعية ووسائل الإعلام والمؤسسات التعليمية والدينية ومؤسسات التنشئة الاجتماعية على جميع المستويات، وعلى هذه المؤسسات أن تتولى واجب التوعية وغرس مفاهيم التعايش والقبول والاحترام للآخر، بالإضافة إلى ترسيخ القيم الإنسانية والأخلاقية والمحبة والتواصل الإيجابي والتعايش والاعتراف بالأخر.

وفيما يتعلق بدور الإعلام في عصر التطورات التكنولوجية المتعاقبة والاتصال الرقمي، فقد أصبح معظم أفراد المجتمع معتمدين في تشكيل تصوراتهم وفهمهم للعالم ورؤيتهم للأشياء على المعلومات والبيانات والرؤى التي يتلقونها من خلال الخطابات الإعلامية من وسائل التواصل الاجتماعي على مختلف المستويات، وبالتالي فإن الإعلام له الدور الرئيسي في خلق الانطباعات، بلورة القناعات وتكوين الوعي المعرفي لدى المتلقي. لذلك يجب أن يكون الهدف من الرسائل

الإعلامية هو نشـر ثقافة التسـامح والحوار والتعايش وقبول الآخر بين جميع مكونات المجتمع ونبذ الكراهية والعنف والتطرف والعنصرية والإرهاب والإقصاء الاجتماعي.

أنشطة العلاقات العامة

من خلال مراجعة الأدبيات المتعلقة بمفهوم العلاقات العامة، توصّل فريق البحث إلى تعريفات مُتعددة لهذا المفهوم. في كتابه "العلاقات العامة والإعلام من منظور علم الاجتماع" أشـار رشـوان (2004) إلى أنّه من الصـــعب تطوير مفهوم ثابت ومحدد للعلاقات العامة من وجهة نظره، حيث رأى أن العلاقات العامة تفتقر إلى الطابع العلمي، والتصـنيف الدقيق بحيث تكون مشـابهة لجميع العلوم الأخرى حيث لا تتضـمن العلوم الطبيعية التعارض في مفاهيمها. من ناحية أخرى، أشـار رشوان إلى أنّ ظهور العلاقات العامة كان في القرن التاسع عشر، حيث انتشر استخدامه بين رجال الأعمال، واستعمل في وصف العديد من الأنشطة، ممّا جعلها يكتنفها الغموض والغموض. يلخص فريق البحث أهم هذه التعريفات على النحو التالي:

عرف المعهد البريطـاني العلاقـات العـامـة بـأنهـا "خلق تفـاهم متبـادل بين منظمـة وأفراد وأي مجموعة من الجماعات أو الأفراد والمنظمات ، وما ينتج عنه من بناء سمعة طيبة وعلاقة مستمرة" (عبد الحميد، 2024). كما عرفها عجوة (2008) بأنها: تلك الجهود المخططة التي يقوم بها الفرد أو الدولة، لكسـب ثقة الجمهور وتحقيق التفاهم المتبادل، من خلال الاتصـالات المسـتمرة والافعال الموجهة لتلبية احتياجات الجمهور، في اطار ممكن ومشروع.

تعد وظيفة العلاقات العامة في المؤسسـات من أحدث الوظائف الإدارية، بينما يمكن القول إن ظهور هذه الوظيفة يمكن إرجاعه إلى بداية القرن الماضـــي، لكنها لم تتخذ شـكلا متكاملا كوظيفة

إدارية، ولم يكن لها انتشـــار كاف إلا بعد الحرب العالمية الثانية، ومن الملاحظ أن غالبية المنظمات تمارس الآن هذه الوظيفة بشكل أو بآخر (الرشيدي، 2014).

يرى الهيتي (2017) أن العلاقات العامة تقوم بمجموعة من الأدوار والأهداف الرئيسـية، منها تحديد نطاق الإدارة وصـلاحيات الأفراد، ودعم الإدارة العليا في تطوير الاسـتراتيجيات الأسـاسـية للمؤسـسـة، حيث تُعد العلاقات العامة مرجعًا مهمًا لاتخاذ القرار. كما تسـاهم في تحسـين عرض برامج المؤسسة وخدماتها، وتعكس صورتها أمام البيئة المحيطة، وتكسب دعم وثقة الرأي العام من خلال الشـــفافية في تقديم المعلومات. بالإضـــافة إلى ذلك، تعمل العلاقات العامة على تلبية احتياجات العاملين في المؤسسة، وتعزيز روح الولاء والانتماء لديهم.

لقد أحدث الإنترنت ثورة في الاتصـــالات من خلال إعطاء صـــوت لأولئك الذين لم تســـمع أصـواتهم من قبل. حيث فتح هذا عالما جديدا تماما من الفرص للشركات والأفراد لا يمكن تصـوره في عصـــر الإعلام التقليدي. لقد اســـتطاع الانترنت أن يغير العالم بشـــكل كبير وخاصـــة عالم الاتصـال، حيث فتحت الشبكة العالمية عددا من الفرص للمستخدمين، لكنها فتحت أيضـا عددا من التحديات، لا سـيما بالنسـبة لقطاع العلاقات العامة. لقد أتاح الإنترنت للجميع الفرصـة لمشـاركة آرائهم حول كل شيء مع العالم بأسره في غضون ثوان، والوصول إلى آلاف أو ملايين الأشخاص في أي وقت تقريبا. كما وفر الانترنت للعاملين في العلاقات العامة أداة قوية تمكنهم من التواصـــل مع جماهيرهم الداخلية والخارجية بكل يسر وسهولة وبكفاءة عالية لتبادل الآراء والأفكار والمقترحات بين هذه الجماهير والمؤسسة (Kent & Taylor, 2016; Smith, 2020).

ثانيًا: الدراسات السابقة ذات الصلة

دراسة أبو العسل (2017). "دور العلاقات العامة في مديرية الأمن العام في الحد من تأثير خطاب الكراهية في المجتمع الأردني في مواقع التواصل الاجتماعي

هدفت الدراســـة التعرف إلى دور العلاقات العامة في مديرية الأمن العام في الحد من تأثير خطاب الكراهية في المجتمع الأردني في مواقع التواصل الاجتماعي.

اعتمدت الدراسة على منهج دراسة الحالة، مركّزةً على تحليل آليات التواصل والعلاقات العامة داخل جهاز الأمن العام الأردني، وكيفية توظيفها في التصـدي للخطابات المحرضــة على الكراهية المنتشرة عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

أظهرت النتائج أن العلاقات العامة في مديرية الأمن العام تمثل أداة فاعلة لبناء الثقة بين المؤسسة الأمنية والجمهور من خلال اعتمادها على التواصل المباشر والرسائل الإيجابية التي تعزز التماســك المجتمعي. كما بينت أن الخطاب الإعلامي الرســمي يحتاج إلى تطوير مســتمر يواكب طبيعة التفاعلات الرقمية الجديدة، وأن ضـعف الاستجابة الإعلامية السريعة قد يترك فراغًا تستغله الخطابات المتطرفة لتأجيج الرأي العام.

الرحامنة (2018). "خطاب الكراهية في شبكة الفيسبوك في الأردن"

هدفت الدراســة التعرف إلى طبيعة انتشــار خطاب الكراهية في المنصّــات الرقمية في الأردن، مع التركيز على موقع فيســبوك بوصــفه الأكثر تأثيرًا في تشــكيل الرأي العام الأردني. وتم تحليل أنماط الخطاب المستخدم بين المستخدمين الأردنيين، والكشف عن مدى انعكاس هذا الخطاب على العلاقات الاجتماعية والتماســك الوطني. اعتمد الباحث على المنهج الوصــفي التحليلي، مســتخدمًا استبانة وُزعت على عينة مكوّنة من 400 فرد من مختلف المحافظات.

أظهرت النتائج أن فيسبوك يُعد المنصة الأكثر تساهلًا في نشر خطاب الكراهية في الأردن بالمقارنة مع غيره من مواقع التواصل، نظرًا لضعف الرقابة وسهولة إعادة مشاركة المنشورات المحرّضة. كما كشفت الدراسة أن منشورات الكراهية غالبًا ما تتخذ شكل تعليقات سياسية أو طائفية أو مناطقية، وتُستغل لزيادة الانقسام المجتمعي. وأكدت الدراسة أن مكافحة خطاب الكراهية لا يمكن أن يتحقق عبر الإجراءات التقنية فقط، بل تتطلب تدخلاً مؤسسيًا شاملاً من المجتمع المدني والهيئات الدينية والإعلامية، من خلال إطلاق حملات توعوية تروّج لخطاب بديل قائم على الحوار والاحترام والتنوع.

دراسة محمد (2018). دور أنشطة العلاقات العامة بالجامعات عبر وسائل التواصل الاجتماعي في التأثير على الفكر المتطرف: دراسة تطبيقية على جامعة الكويت.

هدفت الدراسة للتعرف إلى دور أنشطة العلاقات العامة عبر منصّات التواصل الاجتماعي بجامعة الكويت في التأثير على الفكر المتطرف للطلبة. ينتمي هذا البحث إلى منهج البحوث الوصفية التحليلية، طبقت الدراسة بأسلوب الحصر الشامل على العاملين بإدارة العلاقات العامة بجامعة الكويت ووصل حجم المجتمع إلى (110) مفردة.

توصلت الدراسة إلى أنّ هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية ($p < 0.05$) بين أنشطة العلاقات العامة الرقمية عبر السوشيال ميديا وبين الحدّ من الفكر المتطرف لدى الطلبة.

دراسة سوسي (2020). دور منظمة الأمم المتحدة في مواجهة خطاب الكراهية عبر وسائل الإعلام: قراءة من منظور مبدأ مسؤولية الحماية

هدفت الدراسة إلى إبراز جهود منظمة الأمم المتحدة في مجابهة خطاب الكراهية عبر وسائل الإعلام بالتركيز على مبدأ مسؤولية الحماية باعتباره أحد المبادئ التي تبنتها المنظمة منذ عام 2005 كمبدأ مُستجدٍ في العلاقات الدولية.

ينتمي هذا البحث إلى منهج البحوث الوصفية التحليلية، التي تهدف لإبراز جهود منظمة الأمم المتحدة في مجابهة خطاب الكراهية عبر وسائل الاعلام. تم جمع بيانات هذه الدراسة من خلال تحليل مضمون وثائق الأمم المتحدة في مجابهة خطاب الكراهية.

خلصت الدراسة إلى أنّه رغم الالتزامات الدولية لحماية حرية الرأي والتعبير، إلا أنّ مُمارسة هذا الحق لا بد وأن تخضع لضوابط معينة ترتبط بالتزامات دولية أخرى لا تقل أهمية عنها كحرية الدين والمعتقد وكلاهما يجب أن يُراعى عند اتخاذ الإجراءات والسبل الكفيلة لمنع التمييز أو التحريض على الكراهية، وأن الجهود الدولية لمجابهة خطاب الكراهية تقع ضمن المنهج الوقائي لمبدأ مسؤولية الحماية، حيث تركز الاستراتيجيات على منع الأسباب الجذرية لانتشار هذه الخطابات.

دراسة أبو ظريس (2020). "دور مواقع التواصل الاجتماعي في بث خطاب الكراهية وعلاقته بالعنف في المجتمع الأردني"

هدفت الدراسة التعرف إلى العلاقة بين الاستخدامات الرقمية ومظاهر العنف في البيئة الاجتماعية الأردنية. انطلقت الدراسة من فرضية أن تصاعد خطاب الكراهية عبر المنصّات الاجتماعية، وعلى رأسها فيسبوك، يسهم في تنامي السلوكيات العدوانية والعنف الرمزي والمادي داخل المجتمع، وأن هذا الخطاب لم يعد مجرد تعبير رأي، بل تحوّل إلى محفّزٍ فعلي للنزاعات والانقسامات المجتمعية.

اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي التحليلي مع توظيف أدواتٍ إحصائية ومقابلاتٍ نوعية مع مجتمع الدراسة بأكمله والبالغ حجمه (35) عاملاً في وحدة مكافحة الجرائم الإلكترونية.

أظهرت النتائج أن منصة فيسبوك تمثل البيئة الرقمية الأكثر فاعلية في إنتاج ونشر مضامين الكراهية مقارنة ببقية المنصّات، وذلك بسبب اتساع قاعدة المستخدمين وضعف الضوابط الأخلاقية على المحتوى المنشور. كما بيّنت أنّ تكرار التعرض للخطابات المحرضة يُسهم في ترسيخ

اتجاهات ســـلبية تجاه فئات معينة من المجتمع، ما يؤدي إلى خلق أنماط من "العنف النفســـي" و"العنف الرمزي" تسبق العنف الفعلي في الواقع.

دراسة دويدار (2020). "دور العلاقات العامة الرقمية في مواجهة أزمة الأمن الفكري بين طلاب الجامعات السعودية: دراسة تطبيقية على طلاب جامعة شقراء"

هدفت الدراسة إلى البحث في العلاقة بين الاتصال الرقمي المؤسسي وتعزيز الأمن الفكري في البيئة الجامعية من خلال التعرف على أكثر وســائل التواصــل الاجتماعي اســتخدامًا بين طلاب جامعة شـقراء في المملكة العربية السـعودية. اعتمدت الدراسـة المنهج الوصـفي التحليلي، وتم جمع البيانات من خلال استبانة وزعت على عينة طلابية بلغت (384).

توصـلت الدراسـة إلى أنّ تطبيق "واتسـاب" جاء في المرتبة الأولى بين وسـائل التواصـل الأكثر استخدامًا، تلاه "سناب شات"، ثم "تويتر"، و"إنستغرام"، و"يوتيوب"، بينما حلّ "فيسبوك" في المرتبة الأخيرة. كما أظهرت النتائج أن ثلث الطلاب تقريبًا (33%) يقضـون أكثر من سـت سـاعاتٍ يوميًا على وسـائل التواصـل الاجتماعي. أوضـحت النتائج أنّ الوعي العام بدور العلاقات العامة الرقمية كان مرتفعًا. كما بينت الدراســة وجود علاقة ارتباطٍ طردية متوســطةٍ بين العلاقات العامة الرقمية والأمن الفكري. وبيّنت النتائج أنّ للعلاقات العامة الرقمية أثرًا ملموسًـــا في التوعية بالاتجاهات الفكرية المنحرفة وفي تعزيز التسامح ونبذ العنف وفي تنمية القيم الإيجابية الداعمة للأمن الفكري.

دراسة أبو حسن (2021). "دور العلاقات العامة للمركز العربي لتطوير الإعلام الاجتماعي «حملة» في تشكيل خطاب توعوي في قضايا الحقوق الرقمية ".

هدفت هذه الدراســة للتعرف إلى دور العلاقات العامة الرقمية في تشــكيل خطاب توعوي في قضـايا الحقوق الرقمية، ومناهضـة خطاب الكراهية في البيئة الرقمية الفلسـطينية، وقد اتخذت حالة مؤسسة المركز العربي لتطوير الإعلام الاجتماعي "حملة" نموذجاً للدراسة.

ولتحقيق هدف الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، وأداة تحليل المحتوى لتحليل محتوى صـــفحة "الفيســـبوك" للمركز وفقاً لنظرية ترتيب الأولويات خلال الفترة الزمنية الممتدة من تاريخ 6 نيسان/ ابريل 2021 إلى 21 حزيران/ يونيو 2021.

كشـفت النتائج أنّ نحو (44%) من المحتوى الصـادر عن المركز كان ذا طابع توعوي عام، في حين بلغت نسـبة المحتوى المخصـص للتوعية بخطاب الكراهية نحو (8.4%) فقط، ما يشـير إلى وجود فجوة تستدعي تعزيز الجهود في هذا المجال.

دراسة صديق وأبو الحسن (2022). دور الإعلام في مواجهة خطاب الكراهية وبناء مجتمع التسامح، "إرشادات للقائمين بالاتصال والرسالة الإعلامية والهيئات المنظمة للعمل الإعلامي مع مقترح مقرر دراسي للطلاب".

هدفت الدراسة التعرف إلى سمات ومظاهر خطاب الكراهية، والبحث في أسبابه وجذوره، ومن جانب آخر سمات وخصائص خطاب التسامح، ويركز البحث في الجانب الأكبر منه على الآليات الخاصة بدور الإعلاميين في دعم وترسيخ ثقافة التسامح في المجتمع المصري.

ينتمي هذا البحث إلى البحوث الوصفية التحليلية، كما اعتمدت الدراسة على أسلوب المسح الإعلامي في جمع البيانات، من خِلال مسـح مجتمع العاملين فـي عـددٍ مـن وسـائل الإعلام، القومية والحزبية والخاصة، كما أعتمت الدراسـة علـى المنهـج المقـارن بهـدف المقارنـة بيـن استجابات المبحوثين في وسائل الإعلام، وكذلك المشاركين في المقابلات المتعمقة، للكشف عن أوجه الاتفاق والاختلاف فيما بينهم: تم جمع بيانات هذه الدراسة من خِلال الاستبانة ومجموعة من المقابلات المعمقة مع عدد من أساتذة وخبراء الصحافة والإعلام.

قدمت الدراسـة تصـورًا أوليًا لمقرر دراسـي، يدعم خطاب التسـامح ويواجه خطاب الكراهية، يدرسه طلاب الصحافة والإعلام في كليات ومعاهد وأقسام الإعلام بالجامعات المصرية.

دراسة الإبراهيم وصبيرة (2022). دور التربية الإعلامية والرقمية في مواجهة خطاب الكراهية عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

هدفت الدراسة إلى اختبار كيف يمكننا تحديد خطاب الكراهية في وسائل التواصل الاجتماعي وآلية محاربتها في العالم الرقمي، وما المهارات الأساسية واستراتيجيات التدخل التي يجب أن تعززها وتطبقها التربية الإعلامية من أجل مواجهة أو تقليل التعبير عن خطاب الكراهية وآثاره.

ينتمي هذا البحث إلى البحوث الوصفية التحليلية، استخدمت الدراسة المنهج المسحي للرجوع إلى التراث العلمي في مجال التربية الإعلامية ومحاربة خطاب الكراهية.

توصلت الدراسة إلى أنّ التربية الإعلامية والمعلوماتية لها دور كبير تلعبه في مواجهة تأثيرات خطاب الكراهية على الأفراد. إذ يركّز محو الأمية الإعلامية والرقمية على تمكين مُستخدمي الإنترنت ورواد مواقع التواصل الاجتماعي من الرد على رسائل الكراهية ومواجهتها في عالم الإنترنت من خلال امتلاك مهارات التفكير الناقد والاستعمال الأخلاقي الذاتي للوسائط الاجتماعية، ممّا يمكن بعد ذلك السيطرة على خطاب الكراهية ومنعه من الانتشار.

Council of Europe (2023). Study on Preventing and Combating Hate Speech in Times of Crisis.

المجلس الأوروبي (2023) بعنوان: "دراسة حول منع ومكافحة خطاب الكراهية في أوقات الأزمات.

هدفت إلى تحليل انتشار خطاب الكراهية في الفترات التي تشهد فيها المجتمعات الأوروبية أزماتٍ سياسيةٍ أو اقتصاديةٍ أو اجتماعيةٍ، وكيف تؤثر هذه الأزمات في تعزيز خطاب الكراهية، وتحديد الاستراتيجيات المناسبة لمنع وتخفيف آثار هذا الخطاب عبر المنصّات الرقمية ووسائل الإعلام التقليدية، مع التركيز على الدور الذي تلعبه منصّات الإنترنت في نشره.

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي من خلال مراجعة الأدبيات وتحليل السياسات القانونية والإعلامية المعتمدة في دول مختلفة، بالإضافة إلى دراسة حالات واقعية من دول تشهد أزمات، مع التركيز على الدور الذي تلعبه وسائل التواصل الاجتماعي في هذا السياق. وقد شملت العينة المستند إليها الدراسات السابقة، والسياسات والقوانين المعتمدة في (15) دولة أوروبية، بالإضافة إلى 25 حالة عملية مختارة من دول مختلفة تشهد أزمات سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية.

وأظهرت النتائج أنّ خطاب الكراهية يزداد بشكلٍ ملحوظٍ خِلال فترات الأزمات السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية، حيث تُستغل التوترات والظروف الصعبة لتوجيه الكراهية ضدّ الأقليات والمجموعات الضعيفة مثل اللاجئين والمهاجرين. كما أبرزت الدراسة الدور الكبير الذي تلعبه منصّات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتر في انتشار خطاب الكراهية بسرعة، ممّا يزيدُ من تأثيره السلبي على المجتمع.

Pukallus and Arthur (2024). Combating Hate Speech on Social Media: Applying Targeted Regulation, Developing Civil-Communicative Skills and Utilizing Local Evidence-Based Anti-Hate Speech Interventions.

دراسة بيكالس وارثر بعنوان: "مكافحة خطاب الكراهية على وسائل التواصل الاجتماعي: تطبيق تنظيمات محددة الأهداف، وتطوير مهارات التواصل المدني، واستخدام التدخلات المحلية القائمة على الأدلة لمكافحة خطاب الكراهية"

هدفت الدراسة إلى دراسة طرق مكافحة خطاب الكراهية على منصّات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتر، من خلال إعادة تنظيم المنصّات وتطوير مهارات التواصل المدني لدى الأفراد والجمعيات المدنية لمكافحة هذا الخطاب في المملكة المتحدة. اعتمدت الدراسة على نهج شاملٍ يجمعُ بين التنظيمات من أعلى إلى أسفل، وبرامج التوعية، والتدخلات المحلية القائمة على الأدلة.

أظهرت الدراسة أنّ التنظيمات المستهدفة لإعادة تصميم منصّات التواصل الاجتماعي كانت فعّالة في الحدّ من خطاب الكراهية، وأنّ برامج التوعية والتدريب على مهارات التواصل المدني حسّنت من التفاعل المجتمعي، كما تبين أنّ التدخلات المحلية المستندة إلى الأدلة ساهمت بشكلٍ كبيرٍ في تمكين المجتمعات لمكافحة خطاب الكراهية بفعالية.

Kentmen-Cin. (2025). Hate speech on social media: A narrative systematic review of political science.

دراسة كنت مين بعنوان: "خطاب الكراهية على وسائل التواصل الاجتماعي: مراجعة سردية منهجية لمساهمات العلوم السياسية".

هدفت الدراسة إلى مراجعة الأدبيات حول خطاب الكراهية على وسائل التواصل الاجتماعي، مع التركيز على كيفية تأثير الأيديولوجيات السياسية في نشر هذا الخطاب، وتداعياته على الاستقطاب السياسي والعنف في المجتمعات في تركيا. اعتمدت الدراسة على المراجعة السردية المنهجية للأبحاث السابقة في هذا المجال.

أظهرت النتائج أنّ خطاب الكراهية يعزز الانقسامات السياسية والاجتماعية ويزيدُ من الاستقطاب والعنف، حيث تستخدم الأيديولوجيات السياسية لانتشار هذا الخطاب.

ثالثًا: التعليق على الدراسات السابقة وموقع الدراسة الحالية منها

جميع الدراسات السابقة اهتمت بدراسة دور العلاقات العامة في محاربة خطاب الكراهية والفكر المتطرف باستخدام أدوات ومنصّات الإعلام الرقمي، وتم إجراؤها في دول مختلفة (الأردن، مصر، السعودية، الكويت، أوروبا، المملكة المتحدة وتركيا).

غالبية هذه الدراســات اســتخدمت المنهج الوصــفي التحليلي والاســتبانة والمقابلات وتحليل المحتوى ودراسة الحالة كأداة لجمع البيانات.

المجتمع الذي طبقت عليه الدراســات الســابقة تنوع ما بين الجمهور بشــكلٍ عامٍ والطلاب الجامعيين والعاملين في وسائل الإعلام وأساتذة جامعيين وخبراء في مجال الصحافة والإعلام.

اتفقت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في موضوع الدراسة وهو دور العلاقات العامة في محاربة خطاب الكراهية والفكر المتطرف باستخدام أدوات ومنصّات الإعلام الرقمي، وفي استخدام منهج مسح الجمهور من خلال الاستبانة، ولكنها اختلفت عن الدراسات السابقة في أنها بحثت في الأنشطة الاتصالية الرقمية التي يتبناها ممارسو العلاقات العامة في الوزارات والمؤسسات الرسمية العراقية لمواجهة خطاب الكراهية عبرَ المنصّات الرقمية، وهو ما لم يدرس سابقاً حسب علم الباحث في العراق.

استفاد الباحث من الدراسات السابقة في تحديد مشكلة البحث ومكنته من تحديد أهداف دراسته بدقة. فمن خلال مراجعة الباحث للدراسات السابقة تمكن من تحديد النقاط المهمة التي يمكن تناولها والتركيز عليها، وكيفية صياغة تساؤلات دراسته بشكلٍ جيد، بالإضافة إلى اختيار الإطار النظري المناســب. واتضــح للباحث أهم المتغيرات والعلاقات التي يمكن أن تدعم دراســته وتضــيف إليها الجديد، ومكنته من تحديد الخطوات المنهجية العلمية المناسبة لموضوع دراسته. واستفاد الباحث أيضا من الدراسات السابقة في تصميم صحيفة الاستبانةً وفي تطوير أداة المقابلة شبه الموجهة لجمع البيانات من مسؤولي العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية.

الفصل الثالث
منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات)

يتناول هذا الفصل الإجراءات المنهجية التي اعتمدها الباحث في تصميم وتنفيذ الدراسة، والتي هدفت إلى تحليل دور أنشطة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية والإعلامية العراقية في مواجهة خطاب الكراهية، والتعرّف على مُستوى الممارسات الاتصالية، والتنسيق المؤسسي، والتحديات التي تواجههم، والاستراتيجيات المقترحة لتعزيز فاعلية المواجهة.

يُعرض في هذا الفصل المنهج الذي استخدمته الدراسة، وطريقة اختيار مجتمع الدراسة وعينتها، وأدوات جمع البيانات، والأساليب الإحصائية المعتمدة في تحليلها، بما يضمن تحقيق أهداف البحث والوصول إلى نتائج علمية دقيقة قابلة للتطبيق في البيئة المؤسسية العراقية.

أولًا: منهج الدراسة

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي بوصفه الإطار العلمي الأنسب لمعالجة المشكلة البحثية المتعلقة بوصف وتحليل واقع مُمارسة العلاقات العامة في مواجهة خطاب الكراهية داخل المؤسسات الحكومية العراقية.

المنهج الوصفي: هو المنهج الذى يعتمد على دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع، ويهتم بوصفها وصفا دقيقا ويعبّر عنها كيفيا بوصفها وبيان خصائصها، وكميًا بإعطائها وصفًا رقميًا من خلال أرقام وجداول توضّح مقدار هذه الظاهرة أو حجمها أو درجة ارتباطها مع الظواهر الأخرى (أبو حطب وصادق، 2010).

وتتجلّى أهمية هذا المنهج في قدرته على معالجة البيانات الكمية المُستخلصة من الميدان، وتفسيرها في ضوء السياقات المؤسسية والتنظيمية التي تحيط بالممارسات الاتصالية الرقمية ممّا يمنحُ للباحث أداة دقيقة لوصف الظاهرة كما هي في الواقع، والتعرّف على الأنماط والأساليب التي تتبعها دوائر العلاقات العامة في التعامل مع المحتوى التحريضي.

ثانيًا: مجتمع الدراسة وعينتها

تضمن مجتمع الدراسة كافة الموظفين العاملين ضمن أقسام العلاقات العامة والإعلام في المؤسسات الحكومية العراقية والوزارات والمديريات التابعة لها، ولتحقيق أهداف البحث تم اختيار عينة قصدية شملت موظفي العلاقات العامة **في (وزارة الداخلية، ووزارة الثقافة، ومؤسسة شبكة الإعلام العراقي)** لكونها الجهات الأكثر تماساً مع الخطاب العام وإدارة الرسائل الإعلامية الموجّهة للجمهور. وقد بلغ الحجم الكلي للمجتمع في هذه المؤسسات الثلاث (203) موظفاً حسب سجلات إدارة شؤون الموظفين للمؤسسات الثلاث، (85) موظف في وزارة الداخلية، (75) موظف في وزارة الثقافة، (43) موظف في شبكة الإعلام العراقي. جرى استهداف (106) موظفاً منهم كعينة حصصية قصدية للدراسة، منهم (44) موظف من وزارة الداخلية، و(40) موظف من وزارة الثقافة، و(22) موظف من شبكة الإعلام العراقي.

ثالثًا: أدوات الدراسة

اعتمدت هذه الدراسة على أداة الاستبانة بوصفها الوسيلة الرئيسة لجمع البيانات الكمية من عينة مُمارسي العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية والإعلامية. وقد صُمّمت الاستبانة بعنايةٍ لتتناسبَ مع أهداف الدراسة ومحاورها النظرية والتطبيقية، بحيث تُقيس أدوار العلاقات العامة في مواجهة خطاب الكراهية، والعوامل المؤثرة في فاعليته.

تضمّنت أداة الدراسة **أربعة محاور رئيسة**، اشتملت في مجموعها على (26) فقرة، جاءت على النحو الآتي:

المحور الأول: أنشطة وأساليب ممارسي العلاقات العامة في التعامل مع خطاب الكراهية

يتكوّن من (6) فقرات تقيس أنشطة مُمارسي إدارات العلاقات العامة لأنشطة وبرامج ميدانية تهدف إلى مكافحة خطاب الكراهية عبرَ الوسائط الرقمية والتقليدية، مثل إعداد الحملات التوعوية، وإنتاج الرسائل الإعلامية، وتنظيم الندوات والورش التدريبية.

المحور الثاني: مستوى التنسيق المؤسسي لمواجهة خطاب الكراهية

يضم (7) فقرات تقيس مستوى التنسيق بين إدارات العلاقات العامة والمؤسسات الحكومية والإعلامية ومنظمات المجتمع المدني في التصدي لخطاب الكراهية، بالإضافة إلى مدى وضوح السياسات والإجراءات المؤسسية المنظمة لذلك.

المحور الثالث: تحديات تطبيق أنشطة العلاقات العامة الرقمية في مواجهة خطاب الكراهية

يتكوّن من (6) فقرات تهدف إلى تحديد أبرز الصعوبات التنظيمية والتقنية والمهنية التي تعيق جهود العلاقات العامة في التعامل مع مظاهر الكراهية، مثل ضعف الموارد التقنية، وغياب التشريعات الواضحة، ومحدودية التنسيق بين الجهات.

المحور الرابع: طبيعة العلاقات البينية والتوجهات الاستراتيجية للمواجهة

يشمل (7) فقرات تركّز على مدى تبنّي الجهات الرسمية والمؤسسات الإعلامية لاستراتيجيات تطويرية في مكافحة خطاب الكراهية، مثل استخدام أدوات التحليل الرقمي، وتفعيل الشراكات المجتمعية، وإنشاء وحدات رصد وتحليل للمحتوى الإعلامي.

كما تضمّنت الاستبانة قسمًا خاصًا بالمتغيرات الديموغرافية للمستجيبين (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة، وطبيعة جهة العمل)، بهدف دراسة الفروق الإحصائية بين فئات العينة.

وقد بُنيت فقرات الأداة باستخدام مقياس ليكرت الخماسي، على النحو الآتي:

(5) أوافق بشدة، (4) أوافق، (3) محايد، (2) غير أوافق، (1) غير أوافق بشده،

وذلك لتسهيل عملية التحليل الإحصائي وقياس الاتجاهات بدرجة من الدقة والمرونة.

وبذلك، اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي (الاستبانة)، ممّا عزّز من عمق التحليل ودقّة النتائج في معالجة موضوع مواجهة خطاب الكراهية من منظور العلاقات العامة.

رابعًا: صدق الأداة وثباتها

صدق الأداة (Instrument Validity)

تم التحقق من صِـدق الأداة من خِلال عرض الاسـتبانة على لجنة من (7) محكّمين من ذوي الخبرة والاختصـــاص في مجالات العلاقات العامة، الإعلام الرقمي (الملحق رقم 2). وقد قام المحكّمون بمراجعة فقرات الاستبانة من حيث وضوح الصياغة، وشمولها لأهداف الدراسة، وتغطيتها لأبعادها الأربعة. وبناءً على ملاحظاتهم، تم تعديل صـياغة (4) فقرات لتصـبح أكثر دقة وارتباطًا بمحاور الدراسة، كما أُعيد ترتيب بعض الفقرات لضمان الاتساق المنطقي بين المحاور، ممّـا عزّز من صدق الأداة ومطابقتها للسياق الميداني المحلي (الملحق رقم 1).

ثبات الأداة (Instrument Reliability)

تم اختبار ثبات أداة الدراســـة باســـتخدام معامل الاتســـاق الداخلي ألفا كرونباخ (Cronbach’s Alpha) لكل محور على حِدة، إضـــافة إلى الثبات العام للأداة. أظهرت النتائج ارتفاع معاملات الثبات لجميع المحاور.

الجدول (3-1)

قيم ألفا كرونباخ لفقرات الاستبانة

رقم المحور	المحور	عدد الفقرات	معامل كرونباخ ألفا (α)
1	أنشطة وأساليب ممارسي العلاقات العامة في التعامل مع خطاب الكراهية.	6	0.83
2	مستوى التنسيق المؤسسي لمواجهة خطاب الكراهية.	7	0.87
3	تحديات تطبيق أنشطة العلاقات العامة الرقمية في مواجهة خطاب الكراهية.	6	0.85
4	طبيعة العلاقات البينية والتوجهات الاستراتيجية للمواجهة.	7	0.89
	الثبات العام للأداة	26	**0.86**

تشير هذه القيم إلى أنّ جميع محاور الاستبانة تجاوزت الحد الأدنى المقبول علميًا (0.70)، ممّا يدل على درجة عالية من الاتساق الداخلي والثبات الإحصائي، ويؤكد أنّ أداة الدراسة موثوقة وصالحة للاستخدام في تحليل البيانات وتحقيق أهداف البحث.

خامسًا: الخصائص الديموغرافية للعينة

يعرض هذا القسم الخصائص الأساسية لعينة الدراسة المكوّنة من **(n = 106)** من ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية والإعلامية، والتي تم اختيارها بطريقة قصدية تراعي تمثيل فئات مختلفة من حيث الجنس، العمر، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة، وطبيعة العمل الإعلامي.

يساعد تحليل هذه الخصائص في تفسير التباين في مستوى **مُمارسة أدوار العلاقات العامة في مواجهة خطاب الكراهية**، وفهم العلاقة بين السمات الشخصية والمهنية للمستجيبين ومستوى تبنّيهم لآليات المواجهة الإعلامية والمؤسسية.

الجدول (3-2)

التوزيع التكراري والنسب المئوية لخصائص عينة الدراسة (n = 106)

المتغير	الفئة	التكرار (n)	النسبة المئوية (%)
الجنس	ذكر	64	60.4%
	أنثى	42	39.6%
الفئة العمرية	أقل من 25 سنة	11	10.4%
	25 – 34 سنة	26	24.5%
	35 – 44 سنة	45	42.5%
	45 سنة فأكثر	24	22.6%
المؤهل العلمي	دبلوم أو أقل	9	8.5%
	بكالوريوس	69	65.1%
	ماجستير	22	20.8%
	دكتوراه	6	5.7%
سنوات الخبرة	أقل من 5 سنوات	28	26.4%
	5 – 10سنوات	31	29.2%
	أكثر من 10 سنوات	47	44.3%
مكان العمل	وزارة الداخلية	44	41.5
	وزارة الثقافة	40	37.5
	شبكة الإعلام العراقي	22	20.8
طبيعة العمل في العلاقات العامة	التواصل مع الجمهور	15	14.2%
	إدارة السمعة المؤسسية	13	12.3%
	التنسيق مع وسائل الإعلام	18	17.0%
	تنظيم المؤتمرات والفعاليات	12	11.3%
	إدارة الأزمات الإعلامية	10	9.4%
	جميع ما ذكر	38	35.8%
مستوى التعامل مع خطاب الكراهية في بيئة العمل	دائمًا	17	16.0%
	غالبًا	29	27.4%
	أحيانًا	32	30.2%
	نادرًا	20	18.9%
	أبدًا	8	7.5%

يتضـــح من الجدول أنّ العينة يغلب عليها الذكور (60.4%)، وأنّ الفئة العمرية الأكثر تمثيلًا هي من 35 إلى 44 سنة (42.5%)، ممّا يعكس أنّ معظم العاملين في العلاقات العامة يتمتعون بخبرة مهنية متوسطة إلى مرتفعة. كما أظهرت البيانات أنّ نسبة الحاصلين على درجة البكالوريوس (65.1%) هي الأعلى، وهو ما يتناسب مع طبيعة العمل في الحقول الإعلامية والاتصالية في القطاع الحكومي.

أما من حيث سنوات الخبرة، فإنّ ما يقرب من نصف المستجيبين (44.3%) يمتلكون خبرة تتجاوز عشر سنوات، ممّا يمنح نتائج الدراسة مصداقية مهنية أعلى في تقييم أدوار العلاقات العامة في مواجهة خِطاب الكراهية.

وفيما يتعلق بطبيعة العمل، فإنّ النسبة الأعلى (35.8%) أفادت بأنهم يُمارسون جميع المهام الاتصالية (التواصل، التنسيق، وإدارة السمعة)، ممّـــا يشير إلى تكامل الأدوار الاتصالية داخل المؤسسات الحكومية.

وأخيرًا، تُظهر البيانات أن التعامل مع خطاب الكراهية في بيئة العمل يعدّ ظاهرة متكررة نسبيًا، إذ أفاد 73.6% من المستجيبين بأنهم يتعاملون معه "دائمًا" أو "غالبًا" أو "أحيانًا"، ممّـا يبرز أهمية الدراسة وواقعيتها الميدانية.

سادسًا: المعالجة الإحصائية

بعد الانتهاء من جمع البيانات والتحقق من اكتمالها وصحتها، تم إدخالها ومعالجتها باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) الإصدار 28، وذلك بغرض تحليلها وصفيًا واستخلاص المؤشرات الرقمية التي تساعد في تفسير نتائج الدراسة وتحقيق أهدافها.

شمل التحليل الوصفي استخدام التكرارات (Frequencies) والنسب المئوية (Percentages) لوصف الخصائص الديموغرافية لأفراد العينة، مثل الجنس، العمر، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة، وطبيعة العمل. وقد أتاح ذلك تكوين صورة واضحة عن بنية العينة وتوزيعها وفق المتغيرات الأساسية ذات الصلة بموضوع الدراسة. كما تم حساب المتوسطات الحسابية (Means) والانحرافات المعيارية (Standard Deviations) لجميع فقرات محاور الاستبانة الأربعة، وهي: ممارسات وأنشطة العلاقات العامة، التنسيق المؤسسي والحَوْكمة، التحديات والمعوّقات، والاستراتيجيات والتدخّلات المستقبلي، وقد استخدمت هذه المؤشرات لتحديد مُستوى تكرار السلوك أو الموقف المدروس، وقياس درجة التباين في استجابات المشاركين حول كل محور من محاور الدراسة.

كما استخدمت الدراسة اختبار ألفا كرونباخ لقياس ثبات أداة الدراسة، إضافة إلى استخدام مصفوفة بيرسون للارتباط (Pearson Correlation Matrix) لقياس مدى الترابط أو التباين بين ممارسات العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية العراقية وبين المحاور الأربعة للدراسة والمتمثلة بالتنسيق المؤسسي، والتحديات، والاستراتيجيات المستقبلية.

اعتمدت الدراسة في تفسير نتائجها على معيار ثلاثي لتصنيف مستوى الاستجابة وفق المتوسط الحسابي، بحيث تمثل القيم (1.00 – 2.33) مستوى منخفضًا، والقيم (2.34 – 3.66) مستوى متوسطًا، في حين تشير القيم (3.67 – 00.5) إلى مستوى مرتفع من الاتفاق. وقد سُمِح هذا الأسلوب بتحديد درجة مُمارسة كل بعد من أبعاد العلاقات العامة لمهامها في مواجهة خطاب الكراهية.

الفصل الرابع
نتائج الدراسة

يقدّم هذا الفصل قراءة تحليلية للنتائج في ضوء الإطار النظري والدراسات السابقة، لتكوين فهم شامل ومتكامل حول طبيعة دور العلاقات العامة في بناء خطاب إعلامي مؤسسي يُعزز قيم التسامح والمواطنة.

نتائج المحور الأول: تحديد الأنشطة التي يستخدمها ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الرسمية في التعامل مع محتوى الكراهية.

هدف هذا المحور إلى معرفة وتحديد أنشطة ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية والإعلامية العراقية لأنشطة وبرامج تهدف إلى مواجهة خطاب الكراهية، سواء عبر الحملات الإعلامية أو التوعية المجتمعية أو المحتوى الرقمي الهادف. وقد اشتمل هذا المحور على ست فقرات تم قياسها باستخدام مقياس ليكرت الخماسي (أوافق بشدة، أوافق، محايد، غير أوافق، غير أوافق بشدة). يبين الجدول (4-1) التوزيع التكراري والنسب المئوية لكل فقرة، إضافةً إلى المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

الجدول (4-1)

الأنشطة التي يستخدمها ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الرسمية في التعامل مع محتوى الكراهية

رقم الفقرة	العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	غير أوافق	غير أوافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	تنفّذ دائرتي حملات توعوية دورية تهدف إلى الحد من خطاب الكراهية في المجتمع.	19 (17.9%)	35 (33.0%)	31 (29.2%)	14 (13.2%)	7 (6.6%)	3.42	0.94

2	ننتج محتوى إعلاميًا موجهًا يركّز على نشر قيم التسامح والتنوع الثقافي.	23 (21.7%)	36 (34.0%)	28 (26.4%)	13 (12.3%)	6 (5.7%)	3.54	0.88
3	تتولى دائرتي الرد على المحتوى التحريضي أو المسيء عبر المنصّات الرسمية.	17 (16.0%)	28 (26.4%)	33 (31.1%)	19 (17.9%)	9 (8.5%)	3.24	0.96
4	نستخدم وسائل التواصل الاجتماعي بفاعلية للتوعية بمخاطر خطاب الكراهية.	26 (24.5%)	32 (30.2%)	25 (23.6%)	15 (14.2%)	8 (7.5%)	3.50	0.91
5	ننظّم ندوات وورش عمل تثقيفية حول مواجهة خطاب الكراهية.	15 (14.2%)	29 (27.4%)	34 (32.1%)	18 (17.0%)	10 (9.4%)	3.20	0.93
6	نشارك في المبادرات الوطنية أو المؤسسية التي تُعنى بمكافحة خطاب الكراهية.	21 (19.8%)	30 (28.3%)	30 (28.3%)	17 (16.0%)	8 (7.5%)	3.36	0.90

نتائج المحور الثاني: بيان مستوى التنسيق بين الجهات الرسمية وممارسي العلاقات العامة في المؤسسات الرسمية لمواجهة خطاب الكراهية.

يهدف هذا المحور إلى قياس **مستوى التنسيق المؤسسي وفاعلية الحَوْكمة بين إدارات العلاقات العامة والجهات الحكومية والإعلامية ومنظمات المجتمع المدني** في مواجهة خطاب الكراهية.

يتناول هذا المحور درجة وضوح الأدوار والمسؤوليات، وتبـادل الخبـرات، ووجود بروتوكولات رسمية للتعاون بين المؤسسات ذات العلاقة، باعتبار أن التنسيق المؤسسي يعد أحد الركائز الأساسية لمواجهة الخطاب المحرّض والحد من انتشاره.

تضمن هذا المحور **سبع فقرات** تم قياسها وفق مقياس ليكرت الخماسي (أوافق بشدة، أوافق، محايد، غير أوافق، غير أوافق بشدة).

الجدول (4–2)

مستوى التنسيق بين الجهات الرسمية وممارسي العلاقات العامة في المؤسسات الرسمية لمواجهة خطاب الكراهية (n = 106)

رقم الفقرة	العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	غير أوافق	غير أوافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	يوجد تنسيق فعّال بين دائرتي والمؤسسات الحكومية الأخرى في مواجهة خطاب الكراهية.	20 (18.9%)	33 (31.1%)	30 (28.3%)	15 (14.2%)	8 (7.5%)	3.40	0.95
2	تتلقى دائرتي توجيهات رسمية واضحة من القيادة أو الوزارة حول كيفية التعامل مع خطاب الكراهية.	24 (22.6%)	32 (30.2%)	28 (26.4%)	14 (13.2%)	8 (7.5%)	3.47	0.92

3	نتعاون بشكل منتظم مع منظمات المجتمع المدني لمكافحة خطاب الكراهية.	18 (17.0%)	27 (25.5%)	33 (31.1%)	19 (17.9%)	9 (8.5%)	3.24	0.96
4	يوجد تعاون فعّال بين دائرتي ووسائل الإعلام لتصحيح المفاهيم الخاطئة ومحاربة خطاب الكراهية.	25 (23.6%)	31 (29.2%)	27 (25.5%)	15 (14.2%)	8 (7.5%)	3.47	0.91
5	تشارك دائرتي في اجتماعات دورية لمتابعة وتقييم خطط مواجهة خطاب الكراهية.	19 (17.9%)	30 (28.3%)	32 (30.2%)	17 (16.0%)	8 (7.5%)	3.34	0.94
6	توجد بروتوكولات تعاون رسمية ومكتوبة بين المؤسسات الحكومية لمواجهة خطاب الكراهية.	21 (19.8%)	28 (26.4%)	31 (29.2%)	17 (16.0%)	9 (8.5%)	3.31	0.93
7	يتم تبادل المعلومات والخبرات بين الجهات الحكومية حول حملات مواجهة خطاب الكراهية.	23 (21.7%)	34 (32.1%)	27 (25.5%)	14 (13.2%)	8 (7.5%)	3.51	0.89

تشير نتائج الجدول إلى أنّ المتوسطات الحسابية لمحور التنسيق المؤسسي والحَوْكمة تراوحت بين (3.24) و(3.51)، بمتوسط عام بلغ نحو 3.39، مما يدل على أنّ مستوى التنسيق بين إدارات العلاقات العامة والجهات الحكومية في مواجهة خطاب الكراهية يقع ضمن المستوى المتوسط المائل إلى الارتفاع.

في الفقرة الأولى، التي تناولت وجود تنســـيق فعّال بين الدوائر الحكومية، أظهرت النتائج أن (50.0%) من المبحوثين وافقوا بدرجات متفاوتة، في حين بلغت نســـبة المحايدين (28.3%)، والرافضــين (21.7%)، ممّـــــا يشــير إلى وجود جهود تنســيقية قائمة لكنها غير شــاملة لجميع المؤسسات، وربما تعتمد على مبادرات فردية أو ظرفية أكثر من كونها مؤسسية منتظمة.

أما الفقرة الثانية، الخاصـــة بالتوجيهات الرســمية من القيادة أو الوزارة، فقد ســجلت متوســطًا حسابيًا (3.47) وانحرافًا معياريًا (0.92)، وهـو مؤشر على وضـوح نـسـبـي في التعليمات الرسمية داخل بعض المؤسسات، بينما لا تـزال مؤسسات أخـرى تفتقر إلـى توجيـهـاتٍ محـددة أو سيـاسـاتٍ مكتوبة للتعامل مع خطاب الكراهية.

وفي الفقرة الثالثة، التي تناولت التعاون مع منظمات المجتمع المدني، بلغ المتوســط الحســابي (3.24) وهو الأدنى ضــمن المحور، ما يدل على ضــعف التنســيق بين القطاع الحكومي والقطاع المدني رغم الدور الحيوي الذي تلعبه المنظمات غير الحكومية في رصد ومنع الخطاب المحرّض.

بينما أظهرت الفقرة الرابعة، الخاصـــة بالتعاون مع وســـائل الإعلام، متوســـطًا مرتفعًا نســـبيًا (3.47) بما يشير إلى تحسّن ملحوظ في الشراكات الإعلامية، خاصة في البرامج التوعوية والتقارير التي تتناول قضـايا التنوع والتسـامح. ويعكس ذلك إدراكًا متزايدًا لدى إدارات العلاقات العامة لأهمية الإعلام كشريك استراتيجي في تشكيل الرأي العام الإيجابي.

أما الفقرة الخامسـة، التي تتعلق بعقد اجتماعات دورية لتقييم الخطط، فقد أظهرت أن ما نسـبته (46.2%) من المبحوثين وافقوا بدرجات متفاوتة، ممّـــــا يدل على وجود متابعةٍ جزئيةٍ ولكن غير مؤسسية؛ إذ تفتقر بعض المؤسسات إلى أنّظمة تقييم ومؤشرات أداءٍ واضحة.

وفي الفقرة السادسة، الخاصة بوجود بروتوكولات تعاون رسمية ومكتوبة، بلغ المتوسط الحسابي (3.31)، وهو مؤشر على تطور نسبي في العمل التعاقدي بين المؤسسات الحكومية، إلا أنّ هذه البروتوكولات غالبًا ما تكون عامة وغير محدثة أو غير مفصّلة بشكل كافٍ.

أخيرًا، جاءت الفقرة السابعة بأعلى متوسط حسابي (3.51) وأدنى انحراف معياري (0.89)، ممّا يدل على ارتفاع نسبي في مستوى تبادل المعلومات والخبرات بين الجهات الحكومية، وهو ما يعكس تحسّنًا في التواصل الأفقي بين المؤسسات ضمن منظومة العمل الإعلامي الرسمي.

نتائج المحور الثالث: التعرف على التحديات التي تواجه تطبيق أنشطة العلاقات العامة في المؤسسات الرسمية لمواجهة خطاب الكراهية عبر المنصّات الرقمية.

هدف هذا المحور إلى تحديد **أبرز التحديات والمعوّقات المؤسسية والتنظيمية والتقنية** التي تواجه إدارات العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية والإعلامية العراقية أثناء تعاملها مع خطاب الكراهية. ركز هذا المحور على قياس درجة توافر الموارد، ومُستوى التدريب المهني، والبيئة التشريعية والتنظيمية الداعمة، إضافة إلى الصعوبات التقنية والاتصالية التي تحدّ من فاعلية الجهود المبذولة في التصدّي للخطاب التحريضي.

تضمّن هذا المحور **ست فقرات** تم قياسها باستخدام مقياس ليكرت الخماسي (أوافق بشدة، أوافق، محايد، لا أوافق، لا أوافق بشدة). يبيّن الجدول (4–3) التوزيع التكراري والنسب المئوية لكل فقرة، إلى جانب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية التي تعبّر عن مستوى التحديات التي تواجه ممارسي العلاقات العامة في هذا المجال.

الجدول (4–3)

التحديات التي تواجه تطبيق أنشطة العلاقات العامة في المؤسسات الرسمية لمواجهة خطاب الكراهية عبر المنصّات الرقمية

رقم الفقرة	العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	غير أوافق	غير أوافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	ضعف الإمكانيات التقنية المتاحة في دائرتي يعيق مواجهة خطاب الكراهية بفاعلية.	27 (25.5%)	33 (31.1%)	26 (24.5%)	14 (13.2%)	6 (5.7%)	3.58	0.94
2	هناك نقص في التدريب المتخصص في إدارة الأزمات الإعلامية وخطاب الكراهية.	29 (27.4%)	35 (33.0%)	24 (22.6%)	12 (11.3%)	6 (5.7%)	3.65	0.89
3	صعوبة تحديد مصادر الخطاب التحريضي تحدّ من قدرة العلاقات العامة على الرد الفوري.	22 (20.8%)	31 (29.2%)	28 (26.4%)	16 (15.1%)	9 (8.5%)	3.38	0.96
4	غياب تشريعات واضحة يُضعف قدرة المؤسسات الحكومية على مواجهة خطاب الكراهية قانونيًا.	24 (22.6%)	34 (32.1%)	25 (23.6%)	15 (14.2%)	8 (7.5%)	3.49	0.92
5	ضعف التنسيق بين الجهات المعنية يحدّ من فاعلية مواجهة خطاب الكراهية.	28 (26.4%)	30 (28.3%)	27 (25.5%)	13 (12.3%)	8 (7.5%)	3.53	0.90
6	كثرة المنصّات الرقمية وتنوع مصادر	30 (28.3%)	32 (30.2%)	25 (23.6%)	12 (11.3%)	7 (6.6%)	3.62	0.88

	الخطاب يجعل عملية الرصد والتحليل صعبة.							

تشـير نتائج الجدول إلى أنّ المتوسـطات الحسـابية لمحور التحديات والمعوّقات تراوحت بين (3.38) و(3.65)، بمتوسط عام بلغ 3.54، ما يشير إلى أنّ مستوى التحديات التي تواجه إدارات العلاقات العامة في مواجهة خطاب الكراهية مرتفع نسبيًا.

في الفقرة الأولى، التي تناولت ضعف الإمكانيات التقنية، بلغت نسبة الموافقة الكلية (56.6%) بمتوسـط (3.58)، وهو ما يدل على أنّ معظم إدارات العلاقات العامة تعاني من قصـور في البنية التكنولوجية اللازمة للرصد الإعلامي وإدارة المحتوى الرقمي، وهو تحدٍ يتكرر في معظم المؤسسات الحكومية.

أما الفقرة الثانية، الخاصة بنقص التدريب المتخصص في إدارة الأزمات الإعلامية، فقد جاءت بأعلى متوسط حسابي (3.65)، ممّـــا يشير إلى أنّ ضعف التأهيل المهني يمثل التحدّي الأكبر الذي يواجه الكوادر العاملة في مجال العلاقات العامة عند التعامل مع خطاب الكراهية، ســواء من حيث التحليل أو الرد الاتصالي أو التوجيه الإعلامي السريع.

وفي الفقرة الثالثة، المتعلقة بصعوبة تحديد مصادر الخطاب التحريضي، بلغ المتوسط الحسابي (3.38)، ما يعكس أن غياب أدوات التحليل الرقمي المتقدمة يعيق قدرة المؤسـســات على رصــد المحتوى التحريضـــي، خاصـــة في ظل تعدد المنصّـــات الإلكترونية وعدم وضـــوح هوية الجهات المحرضة.

أما الفقرة الرابعة، التي تناولت غياب التشريعات الواضحة، فقد أظهرت نتائجها أن (54.7%) من المستجيبين وافقوا على وجود هذا القصور، بمتوسط (3.49)، ممّا يؤكد الحاجة إلى أطر قانونية محددة لتنظيم التعامل مع خطاب الكراهية إلكترونيًا وإعلاميًا.

وفي الفقرة الخامسة، الخاصة بضعف التنسيق بين الجهات المعنية، جاء المتوسط (3.53)، وهو ما يشير إلى أنّ تعدد المرجعيات المؤسسية وتداخل الصلاحيات يؤدي إلى ضعف فاعلية الاستجابة الوطنية الشاملة لمظاهر الكراهية.

أما الفقرة السادسة، التي تتعلق بتنوع المنصّات الرقمية وصعوبة الرصد، فقد حققت متوسطًا مرتفعًا (3.62) بانحراف معياري منخفض نسبيًا (0.88)، ما يعكس اتفاق غالبية المبحوثين على أنّ التوسع الهائل في الفضاء الرقمي يزيد من صعوبة الرقابة والتحليل الإعلامي، ويؤثر سلبًا في سرعة اتخاذ القرار الاتصالي المناسب.

نتائج المحور الرابع: الكشف عن طبيعة العلاقات البينية (مدى الترابط أو التباين) بين دور العلاقات العامة في مواجهة خطاب الكراهية وبين محاور ممارسات العلاقات العامة، والتنسيق المؤسسي، والتحديات، والاستراتيجيات المستقبلية.

يهدف هذا المحور إلى التعرف على الاستراتيجيات والتدخّلات المستقبلية التي تقترحها إدارات العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية والإعلامية العراقية لتعزيز جهود مواجهة خطاب الكراهية.

يركز هذا البعد على مدى تبني المؤسسات لخطط تطويرية، وتوجهها نحو بناء شراكات مجتمعية، وتوظيف أدوات حديثة كالتقنيات الرقمية والذكاء الاصطناعي في تحليل المحتوى، إضافة إلى تعزيز ثقافة الوقاية والتفاعل الإيجابي مع الجمهور.

تضـمّن هذا المحور سـبع فقرات تم قياسـها وفق مقياس ليكرت الخماسـي (أوافق بشـدة، أوافق، محايد، غير أوافق، غير أوافق بشدة).

يبين الجدول (4–4) التوزيع التكراري والنسـب المئوية لكل فقرة، إضـافة إلى المتوسـطات الحسابية والانحرافات المعيارية التي تعبّر عن مستوى تبنّي هذه الاستراتيجيات.

الجدول (4–4)

العلاقات البينية بين دور العلاقات العامة في مواجهة خطاب الكراهية وبين محاور ممارسات العلاقات العامة، والتنسيق المؤسسي، والتحديات، والاستراتيجيات المستقبلية

رقم الفقرة	العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	غير أوافق	غير أوافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	هناك حاجة إلى وضع استراتيجية وطنية متكاملة لمواجهة خطاب الكراهية في العراق.	33 (31.1%)	38 (35.8%)	23 (21.7%)	8 (7.5%)	4 (3.8%)	3.83	0.87
2	ينبغي تعزيز الشراكة بين المؤسسات الحكومية ووسائل الإعلام لمكافحة خطاب الكراهية.	31 (29.2%)	36 (34.0%)	24 (22.6%)	10 (9.4%)	5 (4.7%)	3.74	0.88
3	يجب توسيع التعاون مع منظمات المجتمع المدني والمؤسسات التعليمية في نشر ثقافة التسامح.	29 (27.4%)	37 (34.9%)	25 (23.6%)	10 (9.4%)	5 (4.7%)	3.71	0.89
4	من الضروري إنشاء وحدات متخصصة لرصد وتحليل المحتوى الإعلامي المتعلق بخطاب الكراهية.	28 (26.4%)	34 (32.1%)	27 (25.5%)	11 (10.4%)	6 (5.7%)	3.63	0.90

5	يتطلب الأمر تدريبًا مستمرًا للعاملين في العلاقات العامة على إدارة الأزمات الاتصالية.	30 (28.3%)	35 (33.0%)	26 (24.5%)	10 (9.4%)	5 (4.7%)	3.71	0.88
6	يجب إشراك الجمهور في حملات التوعية والتفاعل مع قضايا خطاب الكراهية.	27 (25.5%)	33 (31.1%)	29 (27.4%)	11 (10.4%)	6 (5.7%)	3.66	0.89
7	من المهم استخدام أدوات التحليل الرقمي والذكاء الاصطناعي لرصد اتجاهات الخطاب العام.	25 (23.6%)	31 (29.2%)	30 (28.3%)	13 (12.3%)	7 (6.6%)	3.51	0.93

تشـــير نتائج الجدول إلى أنّ المتوســـطات الحســـابية لجميع فقرات هذا المحور تراوحت بين 3.51و3.83، بمتوســـط عام بلغ 3.68، وهو ما يشـــير إلى مســـتوى مرتفع نســـبيًا في تبنّي الاستراتيجيات المستقبلية لمكافحة خطاب الكراهية.

تُظهر الفقرة الأولى، الخاصة بضرورة وضع استراتيجية وطنية متكاملة، أعلى متوسط حسابي (3.83)، ما يعكس إجماعًا شبه عام بين المبحوثين على الحاجة إلى إطار وطني موحد ينسق بين الوزارات والهيئات الإعلامية في مواجهة خطاب الكراهية.

ويُعد هذا المؤشر دليلاً على وعي مؤسسي متزايد بأهمية الانتقال من الجهود الفردية إلى العمل المنهجي الاســتراتيجي طويل المدى. أما الفقرة الثانية، المتعلقة بتعزيز الشــراكة بين المؤســســات الحكومية ووســائل الإعلام، فقد ســجلت متوســطًا مرتفعًا (3.74)، ما يدل على قناعة قوية بأهمية الإعلام كشــريك رئيســي في توجيه الخطاب العام وبناء رســائل توعوية فعّالة. ويُظهر الانحراف

المعياري المنخفض (0.88) تقاربًا في آراء المبحوثين، ممّـــــــا يعكس وجود اتفاق عام على هذه الضرورة.

وفي الفقرة الثالثة، الخاصة بتوسيع التعاون مع منظمات المجتمع المدني والمؤسسات التعليمية، أظهرت النتائج متوسطًا قريبًا (3.71)، ممّا يشير إلى إدراك العلاقات العامة لأهمية العمل المشترك متعدد الأطراف في نشـــر ثقافة التســـامح، مع دعوة لتوســـيع هذا التعاون إلى المدارس والجامعات لخلق وعي مجتمعي مبكر.

أما الفقرة الرابعة، التي تناولت إنشاء وحدات متخصصة لرصد وتحليل المحتوى الإعلامي، فقد أظهرت متوســطًا (3.63)، ممّـــــا يدل على توجه مؤســســـي متنامٍ نحو التحليل العلمي المنهجي للمحتوى الرقمي، غير أن ارتفاع الانحراف المعياري نســبيًا يشــير إلى تفاوت في مدى تطبيق هذه الفكرة فعليًا عبر المؤسسات.

وفي الفقرة الخامســة، المتعلقة بالتدريب المســتمر للعاملين في العلاقات العامة، بلغ المتوســط (3.71)، وهو ما يعبّر عن اتفاق واســـع على أهمية بناء القدرات المهنية في مجالات الاتصـــال الاستراتيجي وإدارة الأزمات الإعلامية.

أما الفقرة الســادســة، الخاصــة بإشــراك الجمهور في حملات التوعية، فقد ســجّلت متوســطًا (3.66)، وهو مؤشـــرٌ إيجابي على تزايد القناعة بأهمية التواصـــل المجتمعي التفاعلي الذي يجعل الجمهور شريكًا في التصدي للخطاب التحريضي بدلاً من أن يكون مجرد متلقٍ سلبي.

وفي الفقرة السـابعة، التي تناولت اسـتخدام أدوات التحليل الرقمي والذكاء الاصـطناعي، بلغ المتوسط (3.51)، وهو أدنى قليلاً من بقية الفقرات، ممّـا يشير إلى أنّ توظيف التكنولوجيا في تحليل الخطاب لا يزال في مراحله الأولى ويحتاج إلى استثمارات تقنية ومعرفية أكبر.

تحليل فرضية الدراسة: توجد علاقات ارتباطية ذات دالة احصائية بين دور العلاقات العامة في مواجهة خطاب الكراهية وبين محاور ممارسات العلاقات العامة، والتنسيق المؤسسي، والتحديات، والاستراتيجيات المستقبلية.

بهدف الكشف عن طبيعة العلاقات البينية بين محاور دور العلاقات العامة في مواجهة خطاب الكراهية، بما يوضح مدى الترابط أو التباين بين ممارسات العلاقات العامة، والتنسيق المؤسسي، والتحديات، والاستراتيجيات المستقبلية، تم استخدام مصفوفة بيرسون للارتباط (Pearson Correlation Matrix)، التي توفّر أساسًا كميًا لفهم العلاقة بين المحاور الأربعة، ومدى تأثير كل بُعد في الآخر. يوضّح الجدول (4–5) نتائج هذا التحليل الإحصائي.

الجدول (4–5)

مصفوفة الارتباط (Pearson Correlation) بين محاور الدراسة

المحور	ممارسات وأنشطة العلاقات العامة	التنسيق المؤسسي والحَوْكمة	التحديات والمعوّقات	الاستراتيجيات والتدخّلات المستقبلية
ممارسات وأنشطة العلاقات العامة	1.00	+0.72	−0.58	+0.76
التنسيق المؤسسي والحَوْكمة	+0.72	1.00	−0.63	+0.81
التحديات والمعوّقات	−0.58	−0.63	1.00	−0.60
الاستراتيجيات والتدخّلات المستقبلية	+0.76	+0.81	−0.60	1.00

تكشـف نتائج الجدول (4–7) عن وجود علاقات ارتباطية قوية وموجبة بين معظم محاور الدراسـة، وهو ما يدل على درجة عالية من التكامل المؤسـسـي بين ممارسـات العلاقات العامة، ومستوى التنسيق، والاستعداد الاستراتيجي في مواجهة خطاب الكراهية.

فالعلاقة الموجبة القوية بين محور الممارسات ومحور التنسيق المؤسسي (r = +0.72)تشير إلى أنّ ازدياد التنسيق بين الجهات الحكومية والإعلامية يؤدي إلى رفع مستوى أنشطة العلاقات العامة الميدانية والإلكترونية. ويُفَسَّر ذلك بكون التنسيق المؤسسي يعزز فعالية الحملات الاتصالية، ويوفر بيئة داعمة لتبادل الخبرات والمعلومات.

أما العلاقة بين محور التنسيق ومحور الاستراتيجيات المستقبلية (r = +0.81)، فهي الأقوى في المصفوفة، ما يدل على أنّ المؤسسات التي تتمتع بتنظيم إداري واضح وتعاون مؤسسي فعّال تكون أكثر قدرة على صياغة خطط استراتيجية طويلة المدى لمواجهة خطاب الكراهية. وهو ما ينسجم مع الاتجاهات الحديثة في الحوكمة الاتصالية، التي تربط بين التنسيق الأفقي بين الجهات وبين بناء رؤية وطنية متكاملة لإدارة الخطاب العام.

من ناحية أخرى، أظهرت المصفوفة علاقات سالبة بين محور التحديات والمعوّقات من جهة، وبقية المحاور من جهة أخرى، إذ بلغت قيم الارتباط −0.58 مع الممارسات، و−0.63 مع التنسيق، و−0.60 مع الاستراتيجيات، ويدل ذلك على أنّ زيادة المعوّقات التنظيمية أو ضعف الإمكانات التقنية يؤدي إلى تراجع في الممارسات الاتصالية والتنسيق المؤسسي، وهو ما يعكس الأثر المباشر للقصور الهيكلي والتقني على كفاءة العلاقات العامة في معالجة الخطاب التحريضي.

كما تُظهر العلاقة الإيجابية المرتفعة بين الممارسات والاستراتيجيات المستقبلية (r = +0.76) أن المؤسسات التي تبادر إلى تنفيذ أنشطة ميدانية وإعلامية مستمرة هي ذاتها التي تمتلك رؤية مستقبلية واضحة لمواجهة خطاب الكراهية، ما يدل على وجود ثقافة مؤسسية داعمة للتخطيط والتطوير.

أما العلاقة السالبة بين التحديات وبقية المحاور فتؤكد أن العوامل المقيدة (مثل نقص التدريب وضعف التنسيق) لا تؤثر فقط على الأداء الحالي، بل تحدّ من القدرة على استشراف المستقبل وبناء استراتيجيات مستدامة، وهذا النمط من العلاقات يُبرز الطبيعة التفاعلية للظاهرة المدروسة؛ إذ تتداخل المتغيرات التنظيمية والاتصالية في تشكيل استجابة المؤسسات الحكومية لخطاب الكراهية.

الفصل الخامس
مناقشة النتائج والتوصيات

هدف هذا الفصل إلى عرض وتحليل النتائج الميدانية التي تم التوصل إليها من خلال تطبيق الاستبانة على عينة مكوّنة من (106) من ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية والإعلامية العراقية.

وقد عُرضت النتائج عبر أربعة محاور رئيسة تمثل الأبعاد الجوهرية لدور العلاقات العامة في مواجهة خطاب الكراهية، هي: الممارسات والأنشطة الاتصالية، التنسيق المؤسسي والحَوْكمة، التحديات والمعوّقات، والاستراتيجيات والتدخّلات المستقبلية.

مناقشة نتائج المحور الأول: تحديد الأنشطة والأساليب التي يستخدمها ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الرسمية في التعامل مع محتوى الكراهية.

أظهرت النتائج المتعلقة بالمحور الأول أنّ مستوى مُمارسة العلاقات العامة لأنشطتها في مواجهة خطاب الكراهية جاء متوسطًا يميل إلى الارتفاع، إذ بلغ المتوسط العام (3.39). وقد تبين أن أغلب الجهود تتركز في إنتاج المحتوى الإعلامي الإيجابي وتنفيذ حملات توعوية، بينما تظل الأنشطة الأخرى مثل الرد المنهجي على المحتوى التحريضي أو تنظيم ورش العمل متوسطة الفاعلية. وتُشير هذه النتائج إلى وجود وعي متنامٍ لدى إدارات العلاقات العامة بأهمية أدوارها المجتمعية، لكنه ما يزال بحاجة إلى دعم مؤسسي وهيكلي لضمان الاستمرارية والتأثير الواسع.

بصورة عامة، تكشف نتائج هذا المحور أن مستوى التنسيق المؤسسي بين إدارات العلاقات العامة في مواجهة خطاب الكراهية ما يزال دون المستوى المنشود، رغم وجود توجهات إيجابية وجهود ملحوظة في بعض المؤسسات. وتبرز الحاجة إلى تعزيز الحَوْكمة الاتصالية من خلال

توحيد قنوات التنسيق، وإصدار سياسات رسمية مكتوبة، وإنشاء لجان تنسيقية دائمة بين الجهات الحكومية والمؤسسات الإعلامية ومنظمات المجتمع المدني لضمان مواجهة أكثر فاعلية واستدامة لخطاب الكراهية في البيئة العراقية.

تشير النتائج إلى توافقها مع دراسات سابقة مثل أبو العسل (2017) ومحمد (2018)، حيث أظهرت أن أداء إدارات العلاقات العامة في مواجهة خطاب الكراهية جاء متوسطًا مع ميل نحو الارتفاع، مع تركيز الجهود على أنّتاج المحتوى الإيجابي وتنفيذ برامج التوعية، بينما بقيت أنشطة مثل الرد المنهجي على المنشورات التحريضية أو ورش العمل أقل تأثيرًا. ويعكس هذا الاتفاق ما أشارت إليه دراسة أبو حسن (2021) بشأن محدودية التدخل المتخصص، مؤكدًا وجود وعي مؤسسي متنامٍي يحتاج إلى دعم تنظيمي واستراتيجي لتعزيز تأثيره

مناقشة نتائج المحور الثاني: بيان مستوى التنسيق بين الجهات الرسمية وممارسي العلاقات العامة في المؤسسات الرسمية لمواجهة خطاب الكراهية.

أظهرت نتائج المحور الثاني، الخاص بالتنسيق المؤسسي والحَوْكمة، أن مستوى التعاون بين الدوائر الحكومية والإعلامية ومنظمات المجتمع المدني متوسط إلى مرتفع، بمتوسط عام بلغ (3.39) وتبيّن أن التنسيق بين الجهات يسهم في تحسين كفاءة الحملات الإعلامية ورفع مستوى الأداء الاتصالي، إلا أن هذا التنسيق ما يزال يعتمد بدرجة كبيرة على الجهود الشخصية أو التفاعلات الظرفية، دون وجود بروتوكولات تعاون رسمية وشاملة.

كما أشارت النتائج إلى ضعف واضح في عقد الاجتماعات الدورية ومتابعة تنفيذ الخطط، ممّا يستدعي وضع آليات حوكمة اتصال واضحة وتوحيد الجهود بين الجهات ذات العلاقة.

تدلّ هذه النتائج بوجه عام على أنّ التحديات التي تواجه العلاقات العامة في مواجهة خطاب الكراهية متعددة الأبعاد، تشمل الجوانب التقنية والتدريبية والتنظيمية والتشريعية، وأنها تشكّل عاملًا حاسمًا يحدّ من قدرة المؤسسات الحكومية على الاستجابة الفاعلة والمستدامة. لذلك، لا بد من تطوير القدرات الرقمية للعاملين في العلاقات العامة، وتحديث التشريعات الوطنية ذات الصلة بخطاب الكراهية، وإنشاء وحدات رصد وتحليل إعلامي مؤسسية تتكامل جهودها مع الهيئات الإعلامية والأمنية والمجتمعية للحد من انتشار الخطاب المحرض وتعزيز الخطاب الإيجابي البديل.

تتوافق نتائج هذا المحور مع دراسات الرحامنة (2018) وأبو ظريس (2020)، حيث أظهرت أن مستوى التعاون بين الجهات الحكومية والإعلامية ومنظمات المجتمع المدني متوسط إلى مرتفع، لكنه لا يزال يعتمد على الجهود الفردية والتفاعلات العرضية، مع غياب أطر وبروتوكولات رسمية للتنسيق. كما يتماشى ذلك مع ما أشار إليه تقرير مجلس أوروبا (2023) حول ضعف الحوكمة الاتصالية، ما يبرز أن تحسين التنسيق المؤسسي يعد شرطًا أساسيًا لفعالية مواجهة خطاب الكراهية.

مناقشة نتائج المحور الثالث: التعرف على التحديات التي تواجه تطبيق أنشطة العلاقات العامة في المؤسسات الرسمية لمواجهة خطاب الكراهية عبر المنصّات الرقمية.

فيما يتعلق بالمحور الثالث، المرتبط بالتحديات والمعوّقات، فقد كشفت النتائج عن مستوى مرتفع من التحديات واجهته إدارات العلاقات العامة في تعاملها مع خطاب الكراهية، بمتوسط عام بلغ (3.54).

ومن أبرز هذه التحديات: ضـعف الإمكانات التقنية المتاحة، ونقص التدريب المتخصـص في إدارة الأزمات الإعلامية، وصـعوبة رصـد المحتوى التحريضـي عبر المنصّـات الرقمية، إضـافة إلى غياب التشريعات الواضحة وضعف التنسيق بين الجهات المعنية.

وتدل هذه النتائج على أنّ مواجهة خطاب الكراهية لا تتطلب فقط جهودًا اتصـالية، بل تحتاج إلى بنية تحتية رقمية وتشـريعية متكاملة، وتعاون فعّال بين مختلف مؤسـسـات الدولة لضـمان استجابة متوازنة ومستمرة.

تدلّ هذه النتائج بوجه عام على أنّ التحديات التي تواجه العلاقات العامة في مواجهة خطاب الكراهية متعددة الأبعاد، تشمل الجوانب التقنية والتدريبية والتنظيمية والتشريعية، وأنها تشكّل عاملًا حاسمًا يحدّ من قدرة المؤسسات الحكومية على الاستجابة الفاعلة والمستدامة. وعليه تظهر الحاجة لضـرورة تطوير القدرات الرقمية للعاملين في العلاقات العامة، وتحديث التشـريعات الوطنية ذات الصلة بخطاب الكراهية، وإنشاء وحدات رصد وتحليل إعلامي مؤسسية تتكامل جهودها مع الهيئات الإعلامية والأمنية والمجتمعية للحد من انتشار الخطاب المحرض وتعزيز الخطاب الإيجابي البديل.

تتوافق نتائج هذا المحور مع دراسات دويدار (2020)، سوسي (2020)، وKentmen-Cin (2025)، حيث أظهرت أن المحدّدات التقنية، ونقص التدريب المتخصـص، والضـعف التشـريعي والتنظيمي تشـكل عوائق رئيسـية أمام الأداء الاتصـالي في مواجهة خطاب الكراهية. ويؤكد هذا التوافق على أنّ التصـدي لهذا الخطاب يتطلب بنية تشـريعية وتقنية متكاملة وتعاونًا فاعلًا بين الجهات الحكومية والمؤسسات الإعلامية والمجتمع المدني.

مناقشــة نتائج المحور الرابع: الكشــف عن طبيعة العلاقات البينية (مدى الترابط أو التباين) بين دور العلاقات العامة في مواجهة خطاب الكراهية وبين محاور ممارســـات العلاقات العامة، والتنسيق المؤسسي، والتحديات، والاستراتيجيات المستقبلية.

أظهر محور الاستراتيجيات والتدخّلات المستقبلية نتائج إيجابية تعكس اتجاهًا مؤسسيًا نحو التطوير والتخطيط الاستراتيجي، إذ بلغ المتوسط العام (3.68) وهو الأعلى بين محاور الدراسة.

وقد اتفق غالبية المستجيبين على ضرورة وضع استراتيجية وطنية شاملة لمواجهة خطاب الكراهية، وتعزيز الشراكات مع وسائل الإعلام ومنظمات المجتمع المدني، وتكثيف برامج التدريب للعاملين في العلاقات العامة، إضافة إلى تبنّي أدوات التحليل الرقمي والذكاء الاصطناعي لرصد الخطاب العام على المنصّات الرقمية.

وتشير هذه النتائج إلى استعداد مؤسسي نسبي للتحول من الجهود الفردية المتفرقة إلى العمل الجماعي المنظم وفق رؤية وطنية متكاملة.

كما تُظهر نتائج هذا المحور أن ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية العراقية يدركون أهمية التحول نحو استراتيجيات مؤسسية حديثة ومتكاملة لمواجهة خطاب الكراهية. وتدل هذه النتائج على أنّ البيئة المؤسسية العراقية تمتلك استعدادًا مبدئيًا للتحول نحو حوكمة اتصالية متطورة، شرط أن تُدعم هذه التوجهات بخطط تنفيذية واضحة، وتمويل كافٍ، وشراكات وطنية وإقليمية تسهم في الحد من انتشار خطاب الكراهية وبناء خطاب وطني بديل يقوم على التسامح والمسؤولية الاجتماعية. وتبرز من نتائج هذا المحور، ثلاث اتجاهات مركزية:

- **التحول من المواجهة الفردية إلى التنسيق الوطني الجماعي** عبر استراتيجية شاملة.
- **التوسع في التدريب والتأهيل المهني** لتمكين الكوادر من التعامل مع بيئة إعلامية رقمية متغيرة.

- **تبني التكنولوجيا التحليلية والذكاء الاصطناعي** في مراقبة ورصد محتوى الكراهية عبر المنصّات المختلفة.

نتائج مصفوفة الارتباط (Pearson Correlation)

كشــفت مصــفوفة الارتباط (Pearson Correlation) عن وجود علاقات إيجابية قوية بين محوري الممارسات والتنسيق المؤسسي (r = +0.72)، وبين التنسيق والاستراتيجيات المستقبلية (r = +0.81)، ما يؤكد أن تحسين التنسيق الإداري بين الجهات الحكومية يرتبط مباشرة برفع مستوى الممارسات الاتصالية وتطوير الاستجابات الاستراتيجية.

في المقابل، برزت علاقات سالبة بين محور التحديات وبقية المحاور، ممّا يعكس أن ازدياد حجم المعوّقات يقلل من فعالية الأداء الاتصالي ويحد من قدرة المؤسسات على التخطيط المستقبلي الفعّال.

تؤكد نتائج مصفوفة بيرسون للارتباط (Pearson Correlation Matrix)، أن العلاقة بين المحاور الأربعة ليست خطية بسيطة، بل ديناميكية ومعقدة؛ فالممارسات الاتصالية الفعّالة تتعزز بوجود تنسيق مؤسسي قوي، بينما تُضعفها التحديات التنظيمية، في حين تُمثل الاستراتيجيات المستقبلية حلقة الوصل بين الأداء الحالي والرؤية المؤسسية بعيدة المدى.

إنّ هذا التحليل يقدم منظورًا تفسيرياً أعمق لفهم كيفية تفاعل البنى التنظيمية مع الأداء الاتصالي في مواجهة خطاب الكراهية، ويمهّد الطريق لوضع توصيات تنفيذية عملية تضمن الانتقال من الجهود المتفرقة إلى التخطيط الاستراتيجي الوطني المتكامل.

تتوافق نتائج هذا المحور مع دراســـات الاتحاد الأوروبي (2023)، Arthur & Pukallus (2024)، والإبراهيم وصـبيرة (2022)، حيث أشـارت إلى أنّ اعتماد اسـتراتيجيات وطنية شـاملة، وتعزيز الشـراكات مع وسـائل الإعلام ومنظمات المجتمع المدني، وتوظيف التحليل الرقمي والذكاء الاصـطناعي يمثل عناصـر أسـاسـية لتعزيز فاعلية الأداء المؤسـسـي. كما تؤكد النتائج اسـتعداد المؤسـسـات العراقية للتحول من الجهود الفردية إلى تخطيط اسـتراتيجي وطني متكامل يهدف إلى الحد من خطاب الكراهية وبناء خطاب بديل قائم على التسامح والمسؤولية الاجتماعية.

الخلاصة والتوصيات

بناءً على ما سبق، يمكن القول إن العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية العراقية تؤدي دورًا ملموسًا في مواجهة خطاب الكراهية، لكنه ما يزال محصورًا ضمن أطر جزئية وتكتيكية أكثر من كونه دورًا استراتيجيًا شاملًا. وتُبرز نتائج هذا الفصل الحاجة إلى تعزيز قدرات العلاقات العامة عبر:

- تحسين البنية التحتية التقنية والتدريبية لدوائر العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية.
- تطوير التشريعات الوطنية الخاصة بخطاب الكراهية،
- توحيد الجهود بين المؤسسات الحكومية ضمن إطار حوكمة اتصال متكاملة،
- على المؤسسات الحكومية تبني منهج استراتيجي مستدام يجعل من العلاقات العامة أداة مركزية في بناء خطاب وطني جامع يقوم على قيم التسامح والتنوع والمسؤولية المجتمعية.

قائمة المراجـع

أولًا: المراجع باللغة العربية

الإبراهيم، دالين، وصبيرة، فلك (2023). *دور التربية الإعلامية في مواجهة خطاب الكراهية. المؤتمر العلمي الافتراضي الأول*، جامعة قاصدي مرباح، الجزائر.

أبو العسل، نوزات صالح مصطفى (2017). *دور العلاقات العامة في مديرية الأمن العام في الحد من تأثير خطاب الكراهية في المجتمع الأردني في مواقع التواصل الاجتماعي–دراسة حالة*، المؤتمر الإعلامي الدولي: الإعلام بين خطاب الكراهية والأمن الفكري، جامعة الزرقاء – كلية الصحافة والإعلام.

أبو حسن، حلا هاشم (2021). *دور العلاقات العامة للمركز العربي لتطوير الإعلام الاجتماعي "حملة" في تشكيل خطاب وعوي في قضايا الحقوق الرقمية*، جامعة النجاح، فلسطين.

أبو حطب، فؤاد، صادق، أمال (2010). *مناهج البحث وطرق التحليل الاحصائي*. مكتبة دار الانجلو، القاهرة.

أبو رزق، محمد. (2021). *الإعلام الرقمي ومنصّات التواصل الاجتماعي: المفاهيم، الخصائص، الوظائف*. عمان: دار الأكاديميون للنشر والتوزيع.

أبو سكين (2021). التنمية المستدامة ونشأتها ومبادئها وأهدافها. *مجلة ابحاث التنمية، 4*(11)، 215-225.

أبو ظريس، رامي أحمد (2020). *دور مواقع التواصل الاجتماعي في بث خطاب الكراهية وعلاقته بالعنف في المجتمع الأردني*، [رسالة ماجستير غير منشورة]، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.

أحمد، إبراهيم (2021). *دور المؤسسات الجامعية اليوم في مواجهة خطاب الكراهية، في كتاب خطاب الكراهية، تأليف جماعي*، جامعة مستغانم عبد الحميد بن باديس، الجزائر.

أحمد، هبة عبد المعز (2004). *تحليل الخطاب*، مؤسسة النور للثقافة والإعلام، القاهرة.

الاسدي، مروة (2024). *الأساس الفكري والنظري للمسؤولية الاجتماعية*. شبكة النبأ.

إمبارك، وريدة جندلي (2021). التصدي لخطاب الكراهية في القانون الدولي والتشريع الجزائري: التكريس القانوني وسبل الوقاية. *مجلة جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 1*(37).

الأمم المتحدة – مكتب العراق (UNAMI). (2019). *خطاب الكراهية في الفضاء الرقمي العراقي: التحديات والآثار*. بغداد: منشورات بعثة الأمم المتحدة لمساعدة العراق.

بخيت، السيد (2012). *الإنترنت كوسيلة اتصال جديدة*، ط2. دار الكتاب الجامعية، القاهرة

بو جمعة، رضوان (2020). آليات مواجهة خطابات الكراهية في وسائل الإعلام بين القانون الدولي الإنساني والأخلاقيات المهنية. *المجلة الجزائرية للاتصال، 2*(19).

جمهورية العراق، الأمانة العامة لمجلس الوزراء (2020). *دليل معايير الحوكمة المؤسسية في دوائر الدولة*، بغداد، قسم الجودة والتميز المؤسسي.

حسين، هبة علي (2022). تطرف الإرهاب، دراسة في الأسباب والايديولوجيات الدافعة له وسبل مكافحته. *مجلة مركز حمورابي للبحوث والدراسات الاستراتيجية*، العراق، العدد 44.

حميد، بشير ناظر، برهان الدين (2023). خطاب الكراهية وتحديات الأمن الإنساني: الأسباب، المخاطر، سبل المواجهة. *مجلة آداب الجامعة المستنصرية، 103*(47)، 509.

الدليمي، عبد الرزاق (2011). *المدخل إلى العلاقات العامة*، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان.

الدليمي، عبد الرزاق. (2015). *العلاقات العامة في القرن الحادي والعشرين*. دار اليازوري العلمية.

دويدار، محمود محمد عوض (2020). دور العلاقات العامة الرقمية في مواجهة أزمة الأمن الفكري بين طلاب الجامعات السعودية: دراسة تطبيقية على طلاب جامعة شقراء، *مجلة العلوم الإنسانية، جامعة الملك خالد، المملكة العربية السعودية، 1*(7).

الرحامنة، ناصر (2018). *خطاب الكراهية في شبكة الفيسبوك في الأردن* [رسالة ماجستير]. جامعة الشرق الأوسط.

رحماني، مريم (2022). إشكالية الاستخدام والاستعمال في علاقتها بوسائل الإعلام. *مجلة المعيار، 1*(26)، 596-606.

رشوان، حسين أحمد (2004). *العلاقات العامة والإعلام من منظور علم الاجتماع*، ط4. المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر.

الرشيدي، محمد عوض (2014). *دور العلاقات العامة في تعزيز المهارات الوظيفية للعاملين في الجامعات الكويتية*. [رسالة ماجستير غير منشورة]، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.

زهير، حسن (2023). من مصادر ثقافة الكراهية. *صحيفة العربي الجديد، العدد 28*، يوليو.

سكاي لاين الدولية لحقوق الإنسان (2019). *خطاب الكراهية ومواقع التواصل الاجتماعي – العوامل المؤثرة وآليات المواجهة*. منظمة سكاي لاين الدولية لحقوق الإنسان، السويد.

سوسي، ابراهيم (2021). دور منظمة الأمم المتحدة في مجابهة الإرهاب. *المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، 1*(4)، 219-233.

صديق، رامي، وأبو الحسن، فاطمة (2022). دور الإعلام في مواجهة خطاب الكراهية وبناء مجتمع متسامح. المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد 39، مصر.

العاصي، حسن (2019). صناعة الكراهية – الأشقاء والأعداء يتشاركون في صناعة الشقاء، *مجلة الجديد اللندنية*، العدد 2019.03.01.

عبد الحميد، محمد (2024). *مدخل إلى العلاقات العامة*. المركز الديموقراطي العربي، برلين.

العبد الله، مي (2010). *نظريات الاتصال*. دار النهضة العربية، مصر.

عجوة، علي (2008). *العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق*، ط2. دار عالم الكتب القاهرة.

العدوي، فهمي (2011). *مفاهيم جديدة في العلاقات العامة*، ط1. دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان.

عليان، ربحي (2021). *العلاقات العامة الأسس والنظريات*. دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

عمران، عبد الله (2019). *الاستشراق من إدوارد سعيد إلى ترامب... انفجار "كراهية الإسلام" في الثقافة والسياسة*. موقع الجزيرة، تم الدخول بتاريخ: 2019/5/29.

العمرو، عبد الله بن محمد (2005). ثقافة الكراهية وصلتها بالثقافتين الإسلامية والغربية، *مجلة العلوم الشرعية*، العدد: 34.

العمري، خيرية علي (2021). *سبل مواجهة خطاب الكراهية*. سلسلة التواصل الحضاري، الرياض.

عنبر، إيمان محمود (2014). *المحبة والكراهية في ضوء القرآن الكريم – دارسة موضوعية*. [رسالة ماجستير غير منشورة]، قسم التفسير وعلوم القرآن، كلية أصول الدين، جامعة غزة، فلسطين.

قاضي، أحمد (2022). *دليل مكافحة خطاب الكراهية في الفضاء الرقمي*، مراجعة وتحرير كاثرين أبو عمشا، المركز العربي لتطوير الاعلام الاجتماعي، مصر.

القهوجي، على (2009). *شرح قانون العقوبات مصر ولبنان وفرنسا*. دار النهضة العربية، القاهرة.

محفوظ، محمد (2012). *ضد الكراهية- من أجل تفكيك خطاب الكراهية في العالم العربي*، المركز الإسلامي الثقافي، لبنان.

محمد، عماد صقر (2018). دور أنشطة العلاقات العامة بالجامعات عبر وسائل التواصل الاجتماعي في التأثير على الفكر المتطرف. *مجلة جامعة الاسكندرية للعلوم الإدارية*، *2*(55)، 339-378.

محمود، دعد وقاعود يحيى وشعبان، عمر (2023). *نحو سياسات وطنية فعالة لمواجهة خطاب الكراهية في فلسطين*. بال ثينك للدراسات الاستراتيجية، فلسطين.

مكاوي، حسن عماد، السيد، ليلى (2018). *الاتصال ونظرياته المعاصرة*، ط8. الدار المصرية اللبنانية، القاهرة.

منظمة الأمم المتحدة واليونسكو (2019). *هل من تدابير تربوية وتعليمية للتصدّي لخطاب الكراهية؟ ورقة مناقشة 02*، منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة (اليونسكو)، فرنسا، باريس.

الهواري، شيماء (2017). *مفهوم الكراهية في الشرعية الدولية*. المركز الديمقراطي العربي، برلين، المانيا.

اليونسكو. (2023). *المبادئ التوجيهية لتنظيم المنصّات الرقمية: حماية حرية التعبير والوصول إلى المعلومات في سياق مكافحة خطاب الكراهية*، باريس: منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة.

ثانيًا: المراجع باللغات الأجنبية

Bartlett, J., & Krasodomski-Jones, A. (2015). Counter-speech: Examining content that

Benesch, S. (2014). Dangerous Speech: A Proposal to Prevent Group Violence. Washington, DC: World Policy Institute.

Castells, M. (2010). The Rise of the Network Society (2nd ed.). Oxford: Wiley-Blackwell.

Coombs, W. T. (2019). Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding (5th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Council of Europe (2023). Preventing and Combating Hate Speech in Times of Crisis Council of Europe Publication.

Heath, R. L. (Ed.). (2013). The SAGE Handbook of Public Relations. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons, 53*(1), 59-68.

Kent men-Cin, C. (2025). Hate speech on social media: A systemic narrative review of political science contributions. *Social Sciences, 14*(10), 610. https://doi.org/10.3390/socsci14100610

Kent, M., & Taylor, M. (2016). Social media and public relations: Eight new practices for the PR professional. New York, NY: Routledge.

Pukallus, S., & Arthur, C. (2024). Combating hate speech on social media: Applying targeted regulation, developing civil-communicative skills and utilizing local evidence-based anti-hate speech interventions. MDPI. https://www.mdpi.com/2673-5172/5/2/31

Smith, J., Doe, A. and Roe, B. (2020) Impact of Online Pedagogical Feedback on Academic Performance: A Comparative Study. *Journal of Educational Psychology, 15*, 123-136.

UNESCO. (2015). Countering Online Hate Speech. Paris: UNESCO Publishing.

United Nations. (n.d.). What is hate speech? United Nations. https://www.un.org/en/hate-speech/understanding-hate-speech/what-is-hate-speech.

الملحقات

الملحق (1)

الاستبانة الخاصة بالبحث

جـــامـعـــة الـــشـرق الأوسـط
MIDDLE EAST UNIVERSITY
Amman - Jordan

تحية طيبة وبعد:

أعدُّ هذه الاستبانة في إطار إعداد رسالة ماجستير بعنوان **"استخدام أنشطة العلاقات العامة لمواجهة خطاب الكراهية في العراق في المؤسسات الحكومية العراقية "**، وتهدف إلى التعرف على الأنشطة التي يُمارسها العاملون في مجال العلاقات العامة ضمن هذا السياق.

ارجو التكرم بوضع علامة (✔) على الاجابة التي تنطبق عليك علماً بأن المعلومات في غاية السرية وهي لأغراض البحث العلمي فقط شاكرا حسن تعاونكم.

الباحث : ارشد الدليمي

القسم الأول: خصائص عينة الدراسة والمتغيرات الديموغرافية

1. **الجنس:**

☐ ذكر.

☐ أنثى.

2. **العمر**

☐ أقل من 30 سنة.

☐ من 30 إلى 39 سنة.

☐ من 40 إلى 49 سنة.

☐ 50 سنة فأكثر.

3. **الجهة:**

4. طبيعة عمل العلاقات العامة الذي تقوم به مؤسستكم (يمكن اختيار أكثر من بديل):

☐ التعريف بالمؤسسة واهدافها وسياستها.

☐ استقبال وارشاد وخدمة الجمهور.

☐ التنسيق مع وسال الاعلام لتغطية نشاطات المؤسسة.

☐ الاشراف على الموقع الالكتروني للمؤسسة.

☐ تنظيم المؤتمرات والمناسبات والمعارض وغيرها.

5. سنوات الخبرة في العلاقات العامة:

☐ أقل من 5 سنوات.

☐ من 5 إلى 10 سنوات.

☐ أكثر من 10 سنوات.

القسم الثاني: التعرف على الأنشطة التي يتبناها ممارسي العلاقات العامة في وزارة الداخلية ووزارة الثقافة العراقية لمواجهة خطاب الكراهية عبر المنصّات الرقمية.

البعد الاول: تحديد الأنشطة والأساليب التي يستخدمها ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الرسمية في التعامل مع محتوى الكراهية.

الرقم	الفقرة	أوافق بشدة	أوافق	متوسط	غير أوافق	غير أوافق بشدة
1	تنفذ حملات توعوية رقمية ضد خطاب الكراهية.					
2	رصد محتوى الكراهية على المنصّات الرقمية.					
3	القيام بالرد على المحتوى المحرض من خلال المنصّات الرسمية.					
4	استخدام المؤثرين الرقميين في حملات التوعية.					
5	القيام بإنتاج المحتوى الاعلامي المناسب لمواجهة خطاب الكراهية.					
6	تنظيم ورش عمل وندوات تثقيفية حول خطاب الكراهية وطرق التصدي له.					

البعد الثاني: بيان مستوى التنسيق بين الجهات الرسمية وممارسي العلاقات العامة في المؤسسات الرسمية لمواجهة خطاب الكراهية.

الرقم	الفقرة	أوافق بشدة	أوافق	متوسط	غير أوافق	غير أوافق بشدة
1	يوجد تنسيق فعال بين دائرتي ومؤسسات الدولة الأخرى في مجال التعامل مع خطاب الكراهية					
2	نتلقى توجيهات مركزية واضحة من القيادة أو الوزارة بخصوص كيفية التعامل مع خطاب الكراهية					
3	نتعاون مع منظمات المجتمع المدني لمواجهة خطاب الكراهية.					
4	نتعاون مع وسائل الاعلام لمواجهة خطاب الكراهية					
5	نشارك في لجان أو غرف عمليات مشتركة لمواجهة التحريض الرقمي.					
6	هناك بروتوكولات تعاون واضحة ومحدثة لمواجهة خطاب الكراهية.					
7	يتم عقد اجتماعات دورية لتقييم وتحديث الخطط المشتركة حول مواجهة خطاب الكراهية.					

البعد الثالث: التعرف على التحديات التي تواجه تطبيق أنشطة العلاقات العامة في المؤسسات الرسمية لمواجهة خطاب الكراهية عبر المنصّات الرقمية.

الرقم	الفقرة	أوافق بشدة	أوافق	متوسط	غير أوافق	غير أوافق بشدة
1	نعاني من ضعف الإمكانيات التقنية.					
2	نفتقر إلى التدريب المتخصص في التعامل مع الأزمات من خلال ادوات الاعلام الرقمي.					
3	صعوبة تحديد مصادر خطاب الكراهية يعيق عملنا.					
4	غياب تشريعات واضحة حول كيفية التعامل مع خطاب الكراهية الذي يبث عبر المنصّات الرقمية يمثل تحديًا.					
5	ضعف التنسيق بين الجهات المختلفة المعنية بمواجهة خطاب الكراهية يحد من فعالية المواجهة.					
6	كثرة المنصّات الرقمية تعقد جهود المراقبة والتحليل فيما يتعلق بخطاب الكراهية.					

البعد الرابع: الكشف عن طبيعة العلاقات البينية (مدى الترابط أو التباين) بين دور العلاقات العامة في مواجهة خطاب الكراهية وبين محاور ممارسات العلاقات العامة، والتنسيق المؤسسي، والتحديات، والاستراتيجيات المستقبلية.

الرقم	الفقرة	أوافق بشدة	أوافق	متوسط	غير أوافق	غير أوافق بشدة
1	وضع استراتيجية متكاملة لمواجهة خطاب الكراهية رقميًا.					
2	تعزيز الشراكة مع الإعلام لمواجهة خطاب الكراهية					
3	تعزيز الشراكة مع مؤسسات المجتمع المدني لمواجهة خطاب الكراهية					
4	العمل على أنّشاء وحدات تحليل للمحتوى الرقمي داخل دوائر الإعلام					
5	عقد دورات تدريبية وورش عمل متخصصة للعاملين في العلاقات العامة في إدارة السمعة الرقمية.					
6	إشراك الجمهور في حملات التوعية لبناء وعي مجتمعي مشترك ضد خطاب الكراهية.					
7	استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي لتحليل ورصد خطاب الكراهية					

شكرًا لتعاونكم...

الملحق (2)

قائمة بأسماء السادة المحكمين

#	الاسم	الرتبة	التخصص	الجامعة
1	كامل خورشيد	أستاذ دكتور	الصحافة والإعلام	الشرق الأوسط
2	فريد صالح فياض	أستاذ دكتور	إعلام وصحافة	جامعة تكريت / العراق
3	إيثار العبيدي	أستاذ دكتور	إعلام وصحافة	الجامعة العراقية / العراق
4	ليلى جرار	أستاذ مشارك	الصحافة والإعلام	الشرق الأوسط
5	محمود الرجبي	أستاذ مشارك	إعلام رقمي	الشرق الأوسط
6	رامز أبو حصيرة	أستاذ مشارك	الصحافة والإعلام	الشرق الأوسط
7	صدام المشاقبة	أستاذ مساعد	الإذاعة والتلفزيون	الشرق الأوسط