

The Contributions of Digital Public Relations in Promoting Social Awareness of the Drug Phenomenon: A Field Study of the Public in Baghdad

إسهامات العلاقات العامة الرقمية في تعزيز الوعي المجتمعي نحو ظاهرة المخدرات / دراسة ميدانية لجمهور مدينة بغداد

Salam Jabur Alawi Ismail\*1,  
Prof. Dr. Ithar Tariq Khalil Al-Obaidi\*,2  
Al-Iraqia University – College of Media \*2+1

سلام جبر علاوي إسماعيل\*1  
أ.د. إيثار طارق خليل\*2  
كلية الإعلام – الجامعة العراقية\*1+2

## ABSTRACT

The research problem centers on digital public relations' role in enhancing societal awareness toward the drug phenomenon, aiming to reveal practitioners' methods in addressing it. The researcher adopted a descriptive survey methodology, applying the study to an internal Ministry of Interior sample of (50) individuals using a comprehensive census, and an external Baghdad audience (Karkh and Rusafa) comprising (468) respondents. The research utilized questionnaires as a primary tool, alongside standardized interviews with (7) security experts, physicians, and media professionals. The temporal scope covered the field survey and interview periods. Results showed widespread awareness across social platforms and a vital role for live broadcasting in curbing the phenomenon and protecting human dignity. Findings confirmed that practitioners consult researchers to study negative impacts, emphasizing integrating security efforts with scientific studies to create a healthy environment and build conscious generations.

## الخلاصة:

تتمحور مشكلة البحث حول دور العلاقات العامة الرقمية في تعزيز الوعي المجتمعي تجاه ظاهرة المخدرات، مستهدفة الكشف عن أساليب الممارسين في التصدي لها. اعتمد الباحث المنهج المسحي، مطبقاً الدراسة على عينة من الجمهور الداخلي لوزارة الداخلية بواقع (٥٠) فرداً بأسلوب الحصر الشامل، وجمهور خارجي في بغداد (جانبي الكرخ والرصافة) قوامه (٤٦٨) مبحوثاً. استخدم البحث الاستبانة كأداة رئيسية، إضافة للمقابلات المقننة مع (٧) خبراء أمنيين وأطباء وإعلاميين. شمل المجال الزماني فترة إجراء المسح والمقابلات الميدانية. وأظهرت النتائج انتشاراً واسعاً للوعي المجتمعي عبر منصات التواصل، ودوراً حيوياً للبحث المباشر في الحد من الظاهرة وحماية كرامة الإنسان. كما كشفت عن استعانة الممارسين بالباحثين لدراسة الانعكاسات السلبية للمخدرات، مؤكدة ضرورة تكامل الجهود الأمنية مع الدراسات العلمية لتهيئة بيئة سليمة، مما يعكس أهمية صناعة المحتوى الرقمي الهادف في بناء أجيال واعية تستهويها الحداثة وتنبذ السموم.

## الكلمات المفتاحية:

العلاقات العامة الرقمية - وزارة الداخلية - الوعي المجتمعي - ظاهرة المخدرات

## Keywords:

Digital Public Relations, Ministry of Interior, Social Awareness, and Drug Phenomenon

Received

استلام البحث

2/6/2025

Accepted

قبول النشر

4/9/2025

Published online

النشر الإلكتروني

15/4/2026

## مقدمة:

أدت التطورات الكبيرة في مجال التكنولوجيا الحديثة إلى تطور مفهوم العلاقات العامة، إذ برزت العلاقات العامة الرقمية نتيجةً لهذه التطورات المتسارعة في العالم الرقمي، وقد تطور هذا المصطلح بشكل كبير مع تطور التكنولوجيا، مما أدى إلى تغيير شامل في الأنشطة الاتصالية، وكذلك الأدوات، والعديد من الجوانب الأخرى، وتُشكل العلاقات العامة الرقمية قيمة وأهمية كبيرة للمؤسسات كافة، لا سيما في تعزيز الوعي المجتمعي، حيث تُعد جسراً للتواصل، الذي يربط بين المؤسسة وجمهورها المختلفة، داخلياً وخارجياً، وترتكز العلاقات العامة الرقمية تركز على أسس في سبيل الوصول إلى أنجح الطرق للتواصل الفعال؛ لأنها تسعى لبناء الثقة والمحافظة على سمعة المؤسسة وإدارة أزماتها وصورتها، عن طريق الإنترنت باستخدام أحدث التطبيقات والمنصات والبرامج وغيرها من الأدوات المتعددة.

إنّ العصر الحديث الذي يتسم بالتقنيات الرقمية أسهم بتعزيز الوعي المجتمعي لتؤدي دوراً مغايراً في المجتمع، فلم يعد التغيير الاجتماعي مجرد نشاط اجتماعي للترفيه والانسجام، ولم يعد المجتمع يعتمد على التنمية البشرية، بل أصبحت صناعة تُسهم بشكل كبير في التنمية الاجتماعية، والاقتصادية للدول. ويعود هذا التغيير إلى التحول الكبير في مجال الاتصال عبر الإنترنت، مما أتاح انتشار الوعي المجتمعي عبر الاعلام الرقمي، وأصبح مصدر المعلومات الرئيس.

ووفقاً لما يتميز به العصر الرقمي من مميزات، أسهمت بنمو الوعي المجتمعي، إذ بدأت العديد من الدول الاستفادة من العلاقات العامة الرقمية، لما لها من آثار إيجابية على المجتمع، وفي نهاية المطاف خلق جيل واعي مثقف للبلد، ولدى العراق فرصة كبيرة للاستفادة منه، لما يحتويه من حضارة وعمق تاريخي، وثقافة حضارية، وتنوع طبيعي، وبالإمكان توظيف التكنولوجيا الحديثة للتنوعية المجتمعية بما يُسهم في تعزيز الوعي المجتمعي نحو ظاهرة المخدرات في المنطقة. وجاء هذا البحث لمعرفة الدور الذي تؤديه العلاقات العامة الرقمية في تعزيز الوعي المجتمعي نحو ظاهرة المخدرات، وقد توصلَ هذا البحث إلى تأثير تلك العلاقات العامة الرقمية على الوعي المجتمعي، ومساعدة المؤسسات الحكومية في الوصول إلى أكبر شريحة من الجمهور المستهدف، عن طريق العلاقات العامة الرقمية عبر الوسائط المتعددة، كالصور، والفيديو، والنصوص الاحترافية، وتبين للباحث إن توظيف تلك الأنشطة الاتصالية موضوع حيوي، وذو أهمية، وتتوافر فيه أسباب موضوعية للدراسة مثل، الحداثة والجدية في موضوع العلاقات العامة الرقمية في تعزيز الوعي المجتمعي، وبالتالي يُسهم في زيادة الرصيد المعرفي، ويمكن الخروج بنتائج وتوصيات ذات قيمة تحقق أهداف وتساؤلات البحث، فضلاً عن تقديم فهم عميق عن الخدمات السياحية، وبالتالي تحسين تجربة السائح، وزيادة الكفاءة التشغيلية، وتعزيز القدرة التنافسية في السوق العالمي.

## البحث الأول: منهجية البحث

### أولاً: مشكلة البحث:

وجد الباحث ان من الضروري دراسة المحتوى والمحتويات المنشورة على منصات ومواقع التواصل الاجتماعية لما لها من أهمية في جذب فئة الشباب والمراهقين بصورة خاصة والجمهور بصورة عامة، ومعرفة ماهية اليات المعالجة التي تم اعتمادها من قبل المؤسسات الحكومية كون

الوعي المجتمعي له تأثير على سلوكيات و اخلاقيات المجتمع وتغيير اتجاهاته بصورة سلبية لما لها مردود سلبي حتى على مستوى الجريمة المنظمة وغيرها من الجرائم .  
ثانياً: تساؤلات البحث:

**السؤال الرئيس: ما اسهامات العلاقات العامة الرقمية في تعزيز الوعي المجتمعي نحو ظاهرة المخدرات؟**

وتندرج تحت هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات الفرعية وهي كالآتي:

**(أ) التساؤلات الخاصة بالجمهور الداخلي:**

١. ما مدى اعتماد دائرة العلاقات العامة على أدوات العلاقات العامة الرقمية في تنفيذ حملات توعية حول اضرار المخدرات؟

٢. ما ابرز الاستراتيجيات التي تتبناها العلاقات العامة الرقمية الفعالة في التصدي لظاهرة المخدرات ؟

٣. كيف تُسهم الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة الرقمية في تعزيز الوعي المجتمعي؟

٤. ما اسهامات المحتوى الرقمي في التأثير على الجمهور المستهدف؟

٥. ما التحديات التي تواجه العلاقات العامة الرقمية في مكافحة ظاهرة المخدرات؟

**(ب) التساؤلات الخاصة بالجمهور الخارجي:**

١. ما مدى متابعة جمهور مدينة بغداد لموضوعات ظاهرة المخدرات عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

٢. ما أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي يتابعها الجمهور حول ظاهرة المخدرات؟

٣. ما درجة تكرار الموضوعات المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي التي تحذر من تعاطي المخدرات؟

٤. ما شكل المواد التي يتم عرضها عن اضرار المخدرات عبر وسائل التواصل الاجتماعي؟

٥. ما درجة وعي الجمهور بمخاطر المخدرات عن طريق الوسائل الرقمية؟

٦. ما اسهامات الجمهور مع حملات العلاقات العامة الرقمية في تعزيز الوعي ضد المخدرات؟

**ثالثاً: أهمية البحث:**

تعتبر أهمية البحث من المسلمات المنهجية لموضوع الدراسة والاضافة التي يقدمها الباحث إلى مستودع العلم والمعرفة في المجتمع وما له من معلومات حديثة تفتح له افاق كبيرة لبحوث أخرى، فلا بد للباحث ان يحدد أهمية بحثه في لغة وعبارات واضحة ودقيقة ومقنعة ويبين فيها مدى أهمية موضوع بحثه مقارنة بالبحوث الأخرى وما انعكاس هذا البحث على المجتمع بصورة أساسية. وتتضمن أهمية بحثنا في عدة نواحي منها:

**(أ) الأهمية العلمية:** تتمثل الأهمية في المواضيع الحديثة التي لم تدرس مسبقاً وتفتقر إلى الدراسة واثراء المكتبة العلمية لمثل هذا النوع من الدراسات التي اقتصت بدراسة اسهامات العلاقات العامة الرقمية في تعزيز الوعي المجتمعي نحو ظاهرة المخدرات ، حيث ان لمواقع التواصل الاجتماعي أهمية كبيرة في الوقت الحالي وأصبحت المحرك الأساس للعديد من المحتويات.

**(ب) الأهمية العملية:** للبحث أهمية كبيرة في الوقوف على اليات عمل المؤسسات الحكومية وكيفية تعاملها مع الجمهور على منصات ومواقع التواصل الاجتماعي التي تخدم المجتمع أكمل،

ولما لها من تأثير سلبي ينعكس على سلوكيات و اخلاقيات المجتمع وخصوصا الشباب والمراهقين.

(ت) **الأهمية المجتمعية:** تبرز الأهمية عن طريق معرفة دور العلاقات العامة في توعية الجمهور من ظاهرة انتشار المحتوى الهابط التي تتم عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي والتسويق لفكر المحتوى المسيء للذوق العام في المجتمع العراقي بوجه الخصوص والعالم اجمع بشكل عام.

**رابعاً: اهداف البحث:**

يسعى هذا البحث إلى تحقيق جملة من الأهداف، والتي تتمثل بالآتي:

#### **الأهداف الخاصة بالجمهور الداخلي:**

(أ) الكشف عن مدى اعتماد دائرة العلاقات العامة على أدوات العلاقات العامة الرقمية في تنفيذ حملات توعية حول اضرار المخدرات.

(ب) التعرف على ابرز الاستراتيجيات التي تتبناها العلاقات العامة الرقمية الفعالة في التصدي لظاهرة المخدرات.

(ت) الكشف عن كيفية اسهام الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة الرقمية في تعزيز الوعي المجتمعي.

(ث) التعرف على اسهامات المحتوى الرقمي في التأثير على الجمهور المستهدف.

(ج) رصد التحديات التي تواجه العلاقات العامة الرقمية في مكافحة ظاهرة المخدرات.

#### **الاهداف الخاصة بالجمهور الخارجي:**

(أ) الكشف عن مدى متابعة جمهور مدينة بغداد لموضوعات ظاهرة المخدرات عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

(ب) التعرف على اكثر المواقع التواصل الاجتماعي التي يتابعها الجمهور حول ظاهرة المخدرات.

(ت) تحديد درجة تكرار الموضوعات المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي التي تحذر من تعاطي المخدرات.

(ث) التعرف على شكل المواد التي يتم عرضها عن اضرار المخدرات عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

(ج) تحديد درجة وعي الجمهور بمخاطر المخدرات عن طريق الوسائل الرقمية.

(ح) الكشف عن اسهامات الجمهور مع حملات العلاقات العامة الرقمي في تعزيز الوعي ضد المخدرات.

#### **خامساً: نوع البحث ومنهجه:**

اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي والمنهج المسحي، من أجل الحصول على المعلومات الوافية والدقيقة التي تُسهم في تحليل الظواهر، على وفق اسلوب علمي ومنهجي. واقتضى البحث استخدام المنهج المسحي، الذي يضمن تحديد متغيرات البحث وتأثيرها على الظاهرة موضوع البحث، ويعد هذا المنهج من المناهج المستخدمة في البحوث الوصفية، لجمع البيانات وتنظيمها، وتحليلها بشكل علمي ومنهجي .

### سادساً: أداة البحث:

اعتمد الباحث في هذا البحث على اداتين :

- (أ) أداة الاستبانة: والذي يمكن تعريفه مجموعة من الأسئلة المترابطة والمتسلسلة التي يتم الاجابة عنها وتعبئتها من قبل المبحوث لجمع المعلومات والبيانات حول الظاهرة أو مشكلة البحث.
- (ب) أداة المقابلة: والذي يمكن تعريفها " استبياناً شفوياً يقوم من خلاله الباحث بجمع المعلومات والفرق بين المقابلة والاستبيان يتمثل في أن المفحوص هو الذي يكتب الإجابة في الاستبيان بينما يكتب الباحث بنفسه إجابات المفحوص في المقابلة، ويلجأ الباحث للمقابلة عند استدراج المفحوص وكسر تحفظاته.

كما استعان الباحث بأداة المقابلات المعمّقة لتعزيز المصدقية والدقة، وللحصول على بيانات من مصادر متعددة وتغطية جوانب مختلفة من البحث، وتُعرف المقابلات المقننة أنها " المقابلة التي يتم إعداد أسئلتها بطريقة محددة، ومقنّنة قبل المقابلة، وتستهدف التعرف على آراء المبحوثين، ووجهات نظرهم عن طريق الأسئلة .

### سابعاً: مجتمع البحث وعينته:

اعتمدت الدراسة إلى ثلاث عينات بحثية رئيسية؛ تمثلت العينة الأولى بجمهور مدينة بغداد، في حين شملت العينة الثانية ممارسي العلاقات العامة في وزارة الداخلية، أما العينة الثالثة فقد تألفت من سبعة خبراء تم اختيارهم بعناية، حيث يُعدّ معظمهم من الشخصيات البارزة في الساحة العراقية، لا سيما في المجالات الأمنية، والصحية، والإعلامية .

### ثامناً: حدود البحث:

(أ) الحدود المكانية: تتمثل الحدود المكانية لهذا البحث بجمهور مدينة بغداد من جانبي (الكرخ والرصافة)، وممارسي العلاقات العامة الاكاديميين في وزارة الداخلية، والخبراء من وزارة الداخلية ووزارة الصحة وشبكة الإعلام العراقي.

(ب) الحدود الزمانية: امتدت الحدود الزمانية لهذا البحث من ١/١/٢٠٢٥ إلى ١/٧/٢٠٢٥م، والتي شهدت نشاطاً واسعاً للإسهامات العلاقات العامة الرقمية، والتي يمكن اخضاعها للدراسة ، والبحث المنهجي العلمي الدقيق.

(ت) المجال البشري: تمثل المجال البشري في هذه الدراسة بجمهورين: داخلي وخارجي، فيما يتعلق بالجمهور الداخلي وهم الممارسون للعلاقات العامة في وزارة الداخلية ، والبالغ عددهم (٥٠) ممارساً أكاديمياً تم اختيارهم بأسلوب الحصر الشامل، بينما تمثل الجمهور الخارجي للدراسة الميدانية من جمهور مدينة بغداد والبالغ عددهم (٤٦٨) مفردة بحثية من مجتمع بغداد متوزعين على جانبي (الكرخ والرصافة)، عينة الخبراء الخاصة بالمقابلة فقد تمثلت بالخبراء من وزارتي الداخلية والصحة وشبكة الإعلام العراقي.

### تاسعاً: الدراسات السابقة:

بعد الاستقصاء والمراجعة والبحث توصل الباحث انه لا وجود لرسالة ماجستير مشابه إلى دراسته وعدم وجود دراسات سابقة حولها فاضطرت الباحث إلى الاستعانة بدراسات مقارنة ولكن كمتغير رئيسي هو تعزيز الوعي المجتمعي عبر العلاقات العامة الرقمية نحو ظاهرة المخدرات لا وجود لها لذلك استخدم الباحث بعض البحوث القريبة من العينة.

### دراسة علا وليد كريم الفلاحي (٢٠٢١م):<sup>(١)</sup>

تهدف الدراسة إلى تحديد المضامين والصور التي تم توظيفها من قبل العاملين في العلاقات العامة على موقع وزارة الداخلية للتوعية بمخاطر الجريمة الالكترونية وماهية اهم الاستراتيجيات التي استخدمت من الأساليب التي تتبعها الوزارة في معالجة القضايا المطروحة، والدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية وقد وظفت المنهج المسحي مستخدمة اداة تحليل المضمون لعينة من منشورات صفحة الفيس بوك والتي بلغ عددها (٧٥) للمدة من ٢٠٢١/٦/١ إلى ٢٠٢١/٩/١. توصلت إلى عدة نتائج منها قيام وزارة الداخلية باستخدام استمالات عاطفية وعقلانية وتخويفية ضمن منشورات التوعية التي استخدمتها والتي وفقت باستخدام الصور والألوان والمحتوى وعملت على جذب انتباه المتلقي لقراءتها ومعرفة مضمونها فضلاً عن تركيز المنشورات على جريمة الابتزاز مقابل اهمالها للجرائم الاخرى كالاختيال الالكتروني والتجاوزات اللفظية وجريمة بث الشائعات. وكانت اهم التوصيات التي توصلت لها الباحثة بشأن الدراسة بتعيين متخصصين لأدراه الصفحة الالكترونية للوزارة في ادارة قسم العلاقات العامة ايضاً من اجل مراقبة الصفحات وعدم اهمال الانواع الاخرى من الجرائم الالكترونية كالشائعات والمحتوى الهابط والاختيال والتجاوزات اللفظية ودعت الدراسة إلى تكثيف حملات التوعية في المدارس الثانوية للبنين والبنات وتشريع قوانين تجرم مرتكبي الجرائم الالكترونية ومنح صلاحيات أكثر للشرطة المجتمعية وقرار مادة التربية الرقمية للمدارس الابتدائية.

#### الاستفادة من الدراسات السابقة:

يعتبر العلم نتيجة تراكمية لذا يعتبر الباحث انه انطلاقة من حيث انتهى الآخرون: ان هنالك عدد من الدراسات التي تخص بعض المتغيرات ولكن غير مختصة بالجوهر الأساسي للبحث (المحتوى الهابط) لذا وظفت بعض المتغيرات إلى جانب دراسات في كتابة الدراسات السابقة ووظفت للمتناول العلمي لنفس المتغير مما أتاح ان تتناول المتغير بطريقة علمية جديدة وغير مدروسة مسبقاً.

#### أوجه التشابه والاختلاف:

١- يوجد اختلاف ملموس بين الدراسة الحالية مع أغلب الدراسات السابقة في الإدارة المستخدمة واستخدمت في الدراسة أداة الاستبانة لجميع المعلومات وتضمينها وتحليلها بينما الدراسات السابقة استخدمت فيها أداة تحليل المضمون.

٢- جوهر دراستنا ( تعزيز الوعي المجتمعي ) هو كيفية التعامل مع المحتوى المنشود وكيفية توعية المجتمع من خطر المحتوى الهابط والحفاظ على عادات وتقاليده المجتمع.

#### المبحث الثاني: العلاقات العامة ومواقع التواصل الاجتماعي:

أحدثت الثورة الصناعية تطور كبير في الإنتاج والاستهلاك من حيث الصناعات الضخمة التي جذبت الاف العمال والمستهلكين والمستثمرين في قطاع العمل<sup>(٢)</sup>.

(١) علا وليد كريم الفلاحي، توظيف العلاقات العامة لمواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بمخاطر الجريمة الالكترونية - دراسة تحليلية لصفحة وزارة الداخلية عبر الفيس بوك للمدة من ٢٠٢١/٦/١ إلى ٢٠٢١/٩/١ ..  
(٢) إبراهيم عزيز، تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيراتها الاجتماعية الثقافية، (الجزائر: دار الكتاب الحديث، ٢٠١٢م)، ص ٤٣.

أركز عمل العلاقات العامة على التفاهم الإنساني واقامت العلاقات الطيبة بين أفراد المجتمع أو المجتمع بصورة عامة أو المؤسسات أو الحكومات أي اية مؤسسة سواء كانت إنسانية السياسية وخدمية وبين جمهور تلك المؤسسة<sup>(١)</sup>.

تعد العلاقات العامة هي إحدى العلوم الاجتماعية فهي تهتم بعلم النفس وعلم الاجتماع والاقتصاد والعلوم العسكرية وباقي العلوم الإنسانية فان الاهتمام بعلوم الأخرى ومعرفة تفاصيلها وجزئياتها تساعد العاملين بالعلاقات العامة في اتخاذ القرارات داخل المؤسسة<sup>(٢)</sup>.

### أولاً: أهمية العلاقات العامة الرقمية في تعزيز الوعي المجتمعي:

لقد ساهمت العلاقات العامة الرقمية في تعزيز الوعي المجتمعي من تنفيذ السياسات الإعلامية بالتعاون مع خلية الاعلام العسكري الرسمية، واعتمد ممارسي العلاقات العامة على بعض المرتكزات منها<sup>(٣)</sup>:

١. استثمار الطاقات الشبابية والمجتمعية في عملية البناء والتنمية والارتقاء بالمجتمع.
٢. تعزيز أفكار الدفاع المجتمعي الذي يؤمن بأن مكافحة الجريمة والوقاية منها لا يقتصر فقط على

### احكام القانون الجنائي

٣. تعتبر الإجراءات الاستباقية والاحترافية قادرة على تطوير الذات.

### سلبيات وإيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي المجتمعي:

إن الانتشار الكبير في مواقع التواصل الاجتماعي بصورة واسعة وعلى نطاق عالمي هذا الانتشار له انعكاس إيجابي على المجتمع الا انه هناك سلبيات كبيرة تقف خلف الانتشار الكبير له تأثير غير مرغوب فيها ومن هذه الصفات الإيجابية والسلبية<sup>(٤)</sup>:

١. عادت مواقع التواصل الاجتماعي لها دور بارز في العملية التعليمية من خلال برامج الاون لاين وهذا يسهل الكثير على المدرسين والاباء والطلاب والمشاركة من كافة المحاور ومتابعة تدريسهم والعملية التعليمية، فيمكن الطلاب على متابعة دروسهم التعليمية حتى في أوقات غير الدراسة وكسر حاجز الخجل لديهم<sup>(٥)</sup>.
٢. مهنة مواقع التواصل الاجتماعي نقل الاخبار والمعلومات والحوادث أولاً بأول بعيداً عن الرقابة

الاجتماعية لذا تكون ضعيفة في مصداقيتها فيضيفون اليها وتزييف الحقائق أو المبالغة فيها.  
٣. تعمل على دمج الفرد في العالم الافتراضي وتقليل انطوائية وتعليمه أساليب الاندماج بالمجتمع والتكيف معه<sup>(٦)</sup>.

٤. نمو التفكير والابداع بسبب التواصل مع الآخرين حيث الضغوط والمشاكل الحياتية.

(١) بشير العلاق، تخطيط وتنظيم العلاقات العامة، (عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩م)، ص ٥٤.

(٢) عبد المحي محمود صالح، العلاقات العامة والاعلام في الخدمة الاجتماعية، (القاهرة: دار المعرفة الاجتماعية، ٢٠٠٤م)، ص ٧٦.

(٣) عادل همام، الإعلام وتوجهاته المعاصر، (عمان: دار أمجد للنشر والتوزيع، ٢٠١٤م)، ص ٩٨.

(٤) هالة حسين حاجي عبد الرحمن، التنشئة الاسرية للمراهقين في ضوء تأثير مواقع التواصل الاجتماعي دراسات عربية في التربية وعلم النفس، ( القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠١٦م)، ص ٥٢.

(٥) محمد العمر، الانترنت والمجتمع، (دمشق: الجامعة الافتراضية السورية، ٢٠٢٠م) ص ٧٤.

(٦) لؤي الزعبي، الاعلام والاتصال الالكتروني، (دمشق: الجامعة الافتراضية السورية، ٢٠٢٠م)، ص ٣٧.

يرى الباحث أن مجال العلاقات العامة الرقمية إبراز أنشطة المؤسسة وانجازاتها وتمكين شراكاتها مع المجتمع الداخلي والخارجي، دائماً رسالتها تسليط الضوء على المؤسسة أو الوزارة من خلال فعاليتها وخطوطها وطموحاتها وترسيخ التفاعل والتواصل مع المجتمع فإن العلاقات العامة الرقمية تهدف إلى إيجاد الترابط بين المصلحة التابعة لها والمتعلمين معها من المصالح الأخرى والجمهور، حيث يرى الباحث أن هذه العلاقة بين المؤسسة والجمهور لا تتم إلا بوجود مواقع تواصل الاجتماعي لفهم رغباتهم واحتياجاتهم (الجمهور) فإن تنوع أشكال الوعي الاجتماعي طبقاً لمستوياته فيما يخص علاقة الجمهور بمؤسسات المجتمع لذا فهي مرتبطة بغلاظة متينة من الروابط الاجتماعية.

### ثانياً: توعية الجمهور نحو ظاهرة المخدرات:

لقد ساهم التطور العلمي والتكنولوجي إلى حد كبير في تحقيق الخدمات في التعليم والتثقيف وزيادة الوعي وتوفير المعلومات، فجعلها قرية صغيرة للعالم الكبير وبسهولة الاتصال والتواصل معه وتبادل المعلومات والخبرات<sup>(١)</sup>.

وهذه التكنولوجيا العظيمة والاعلام الحديث التي ساعدت في زيادة انتشار المعلومات والثقافات ووسعت انتشارها بالنسبة لحجمها الكبير حيث من اهم خصائصها سرعة الأداء وسهولة الاستعمال وتنوع الخدمات<sup>(٢)</sup>.

إن الحديث عن أهمية ومكانة الوعي ودوره في الجمهور وتطوير وتحسين العملية العلمية والتعليمية والاجتماعية نحو النوعية يتطلب بداية، التعرف بالوعي الفكري والأخلاقي والتعليمي والثقافي والذي اتخذ هذا الأخير مساراً جديداً كان له الأثر العميق على كافة اطرافه العلمية والتعليمية سواء الأستاذ أو الطالب أو المحتوى ومضمون نوعية التعليم<sup>(٣)</sup>.

### ثالثاً: تصدي وزارة الداخلية لظاهرة المخدرات :

يجب على الناشر احترام الحقيقة واحترام الجمهور، فإن نشر المعلومات عن طريق الوكالات المعروفة وعدم صبغ الاحداث وتزييفها، كما ان للتوعية المجتمعية نحو ظاهرة المخدرات أهمية في المجال الأمني منها<sup>(٤)</sup>:

١- التوعية من خلال نشر المعلومات الثقافية الأمنية.

٢- التوعية من خلال نشر المعلومات التحذيرية والتنبيهية.

كما وان وزارة الداخلية تسعى إلى الحد من هذه الظاهرة عن طريق تعبئة الرأي العام والدعم المجتمعي وتوضيح دورها الأساسي والحفاظ على بنية المجتمع، نشر القوانين والتشريعات الصادرة عن القضاء العراقي الأعلى والعقوبات الخاصة بالنشر، وتوضيح دور وزارة الداخلية العراقية بحق المتجاوزين والقاء القبض عليهم والاحكام الصادرة بحقهم.

الأساليب التي ساعدت على عدم انتشار الوعي المجتمعي في وسائل الاعلام:

(١) سعد سلمان المشهداني، فراس حمود العبيدي، مواقع التواصل الاجتماعي وخصائص البيئة الإعلامية الجديدة، (عمان: دار امجد للنشر والتوزيع، ٢٠٢٠م)، ص ٩٤.

(٢) عبد الحكيم الغزاوي، دور الوسائل والتقنيات الحديثة في تجويد العملية التعليمية، (عمان: دار الجنان للنشر، ٢٠٠٧م) ص ٨٣.

(٣) زياد محمد الشerman، عبد الغفور عبد النور، مبادئ العلاقات العامة، (عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، ٢٠٠١م) ص ٦٢.

(٤) عبد الله قاسم محمود باشا كريشان، أثر الثورة المعلوماتية في نشر الوعي السياسي لدى الشباب الأردني، (عمان: دار الجنان للنشر والتوزيع، ٢٠١٤م)، ص ٩٢.

يعرف الاعلام في اللغة " الاطلاع على الشيء فيقال اعمله بالخبر أي اطلعه أي اطلع الجمهور بإيصال المعلومات اليه عن طريق وسائل متخصصة بذلك فينقل كل ما يتصل به من اخبار ومعلومات مهمة وذلك يهدف إلى توعية الناس وتعريفهم وخدمتهم بأمر الحياة " فأن للاعلام وسائل منها الوسائط الي تمارس دورها في اعلام المجتمع ونقل المعلومات<sup>(١)</sup>.

تدخل بعض السلبيات في وسائل التي ساعدت على عدم انتشار الوعي المجتمعي أهمها:  
١- المضيق للوقت: حينما يقوم المتفاعل بالولوج إلى الموقع حتى ينتقل خلال الصفحات ومن محتوى إلى اخر لا يدرك كم أهدر من الوقت دون الاستفادة من التصفح.

٢- الإدمان واضعاف مهارة التواصل: حيث اهدار الوقت الثمين امام شاشة الهاتف والبقاء في تصفح الويب يؤدي إلى انعزال الشخص عن حياته الاجتماعية والاسرية هذا الاتصال الإنساني والشعور بالمسؤولية وفقدان الحياة الواقعية<sup>(٢)</sup>.

### التعريف الاجرائي:

١. العلاقات العامة الرقمية: وهي جميع التكنيكات والأنشطة التي تستخدم التقنيات الحديثة لبناء العلاقات والتواصل الفعّال مع الجمهور، بهدف فهم خصائصه واحتياجاته وسلوكياته وتفضيلاته بشكل دقيق، لتعزيز الحضور الرقمي للمؤسسات وتحقيق النمو، والتطور المستمر.

٢. الوعي المجتمعي: هي مجموعة من الخطط، والأنشطة التي توّظف تقنيات العصر الحديث، لتعزيز التواصل مع الجمهور، بهدف الوعي بظاهرة المخدرات، وتحقيق الأهداف بشكل احترافي وفقاً لتوقيتات زمنية. بملاحظة الخبراء التي كانت متطابقة في مكان ومتباينة في مكان اخر، عبر تعديل وازافة فقرات محددة ليتم احتساب نسبة اتفاق الخبراء على الاستبانة.

## المبحث الثالث: الدراسة الميدانية

يُمثل الجانب الميداني الركيزة الأساسية في الدراسات الإعلامية الوصفية، حيث يسعى الباحث من خلاله إلى تحويل المؤشرات النظرية إلى بيانات واقعية تعكس طبيعة التفاعل بين المؤسسة والجمهور. وفي ظل التحولات الرقمية المتسارعة، لم تعد العلاقات العامة مجرد أداة تواصل تقليدية، بل أصبحت "منظومة رقمية" متكاملة تمتلك القدرة على النفاذ إلى عمق المجتمع وتشكيل وعيه تجاه القضايا المصيرية، وفي مقدمتها ظاهرة المخدرات التي باتت تهدد السلم المجتمعي في العراق.

يأتي هذا المبحث ليرصد ويحلل الدور الذي تضطلع به العلاقات العامة الرقمية (عبر منصات التواصل الاجتماعي والبت المباشر وصناعة المحتوى الهادف) في تحصين جمهور مدينة بغداد من مخاطر التعاطي والترويج. وتستمد هذه الدراسة الميدانية أهميتها من كونها تجمع بين رؤية "الممارس الداخلي" في وزارة الداخلية لضمان دقة الإجراءات، وبين استجابة "الجمهور الخارجي" في جانبي الكرخ والرصافة لقياس مدى فاعلية الرسالة الاتصالية.

ومن خلال الأدوات البحثية المتمثلة في الاستبانة والمقابلات المقننة مع الخبراء، يسعى هذا المبحث إلى الإجابة على التساؤلات الجوهرية المتعلقة بمدى نجاح المحتوى الرقمي الأمني في

(١) عبد الرحمن بن نامي المطيري ، استخدام ممارسي العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي ، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والاعلان – العدد الثالث عشر ، ٢٠١٨ ، ص ٦٧.

(٢) التربية على وسائل الاعلام ورهانات المستقبل، ندوة علمية، جامعة سطيف ٢: قسم علوم الاعلام والاتصال، ٢٠١٣م، ص ٨٤.

خلق بيئة طاردة للسموم، وصولاً إلى نتائج علمية تساهم في تطوير إستراتيجيات المواجهة الإعلامية لهذه الظاهرة.

جدول (١) يبين توزيع العينة وفق النوع الاجتماعي.

النسبة المئوية	التكرار	الجنس	ت
٨٨,٢٤	٧٥	ذكر	=
١١,٧٦	١٠	انثى	٢
%١٠٠	٨٥	المجموع	
	** ٤٩,٧٠١ (٠.٠٠٠١)	قيمة مربع كاي (P-value)	
** (P ≤ ٠,٠٠١)، دلالة عالية المعنوية. درجات الحرية: ١، قيمة مربع كاي الجدولية: ٦,٦٣			

يتضح من الجدول (١) توزيع المبحوثين من حيث النوع الاجتماعي وظهر ان نسبة الذكور جاءت في المرتبة الأولى بتكرار (٧٥) وبنسبة مئوية (٨٨,٢٤ %) ونسبة الاناث جاءت في المرتبة الثانية بتكرار (١٠) وبنسبة مئوية (١١,٢٤ %) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين عدد الذكور وعدد الاناث حيث كانت قيمة مربع كا (٦,٦٣) وذات دلالة عالية المعنوية (٠.٠١) عند درجة حرية (١). ويفسر الباحث ذلك ان الذكور كانوا أكثر مشاركة في السلك العسكري كونها مؤسسة عسكريه كان العدد الأكثر يرجح للذكور فيما يقل عدد الاناث وذلك بسبب الأعراف والتقاليد المجتمعية التي تحيد من دور المرأة في الميادين العسكرية فيتوجب على المؤسسة العسكرية بأشراك المرأة لما لها دور بارز في كافة مفاصل العمل المهني سواء على الصعيد المدني أو العسكري وخاصة في محاربة الظواهر التي ترتبط بالجانب النفسي والعاطفي للمجتمع.

جدول (٢) يبين العدد والنسب المئوية لتوزيع العينة وفق الفئة العمرية.

النسبة المئوية	التكرار	الفئة العمرية (سنة)	ت
١٧,٦٥	١٥	٣٠-١٨	=
٤٢,٣٥	٣٦	٤٠-٣١	٢
٢٥,٨٨	٢٢	٥٠-٤١	٣
١٤,١٢	١٢	٥١- فما فوق	٤
%١٠٠	٨٥	المجموع	
** ١٦,١٢٩ (٠.٠٠١١)	---	قيمة مربع كاي (P-value)	
** (P ≤ ٠,٠٠١)، دلالة عالية المعنوية. درجات الحرية: ٣، قيمة مربع كاي الجدولية: ١١,٣٤			

يتضح من الجدول (٢) ان الفئات العمرية لعينة العاملين في العلاقات العامة اذ كانت المرتبة الأولى الفئة العمرية (٤٠- ٣٠) بتكرار (٣٦) بنسبة مئوية (٤٢,٣٥) وجاء في المرتبة الثانية

الفئة العمرية (٤١ - ٥٠) بتكرار (٢٢) بنسبة مئوية (٥٢,٨٨) وجاء في المرتبة الثالثة الفئة العمرية (١٨ - ٣٠) بتكرار (١٥) وبنسبة مئوية (١٧,٦٥) وجاء في المرتبة الرابعة الفئة العمرية (٥٠ فما فوق) بتكرار (١٢) وبنسبة مئوية (١٤,١٢).

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الفئة العمرية حيث كانت قيمة مربع كا (١١,٣٤) ودالة عند المستوى (٠,٠١) ذات دلالة عالية المعنوية عند درجة حرية (٣) وتبين من الجدول ان الفئة العمرية بين (٣١ - ٤٠) كانوا اعلى فئة يزاولون عملهم في العلاقات العامة في وزارة الداخلية وتعتبر الطاقات الشبابية اكثر إنتاجية وأبداع في مجال العمل.

جدول (٣) يبين العدد والنسبة المئوية لتوزيع العينة المدروسة وفق التحصيل الدراسي

ت	التحصيل الدراسي	التكرار	النسبة المئوية
=	دكتوراه	٠	٠,٠٠
٢	ماجستير	١٢	١٤,١٢
٣	بكالوريوس	٤٨	٥٦,٤٧
٤	دبلوم	١١	١٢,٩٤
٥	اعدادية	١٤	١٦,٤٧
	المجموع	٨٥	%١٠٠
	قيمة مربع كاي (P-value)	---	** ٣٢,٩٤٣ (٠,٠٠٠١)
** (P ≤ ٠,٠١)، دلالة عالية المعنوية. درجات الحرية: ٤ ، قيمة مربع كاي الجدولية: ١٣,٢٨			

يتضح من الجدول (٣) توزيع الباحثين وفقا للتحصيل الدراسي اذ جاءت فئة حملة شهادة البكالوريوس في المرتبة الأولى بتكرار (٤٨) وبنسبة مئوية (٥٦,٤٧ %) وجاء في المرتبة الثانية حملة شهادة الإعدادية بتكرار (١٤) وبنسبة مئوية (١٦,٤٧ %) وجاء في المرتبة الثالثة حملة شهادة الماجستير بتكرار (١٢) وبنسبة مئوية (١٤,١٢ %) وجاء في المرتبة الرابعة من حملة شهادة الدبلوم بتكرار (١١) وبنسبة مئوية (١٢,٩٤ %)، ووفقا للدراسة التي تم اجرائها وجد الباحث ان الدكتوراه لم تحصل على اية نسبة (٠ %).

وجود فروق ذات دلالة إحصائية ضمن فئة التحصيل الدراسي اذ كانت قيمة مربع كا ٢٨ الجدولية (١٣,٢٨) ضمن درجة عالية المعنوية (٠,٠١) عند درجة حرية (٤) وقد لاحظ الباحث ان اعلى نسبة حصلت عليها في التحصيل الدراسي هم حملة شهادة البكالوريوس وتليها حملة شهادة الماجستير فيستوجب على العاملين في العلاقات العامة ان يهتموا بالحصول على الشهادات العليا لزيادة خبراتهم في مواجهة الظواهر والمشاكل المجتمعية التي تقوض بناء المجتمع.

جدول (٤) يبين العدد والنسب المئوية لاستخدام ممارسي العلاقات العامة في وزارة الداخلية مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي المجتمعي لدى الجمهور.

النسبة المئوية	التكرار	هل يستخدم	ت
٦٢,٣٥	٥٣	دائما	=
٣٧,٦٥	٣٢	أحيانا	٢
٠,٠٠	٠	ابدا	٣
%١٠٠	٨٥	المجموع	
** ٢٩,٧٦٧ (٠,٠٠٠١)	---	قيمة مربع كاي (P-value)	
** ( $P \leq ٠,٠٠١$ )، دلالة عالية المعنوية.			

يبين الجدول (٤) ان توزيع فئة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي لدى الجمهور اذ جاء في المرتبة الأولى (دائما) بتكرار (٥٣) وبنسبة مئوية (٦٢,٣٥%) وجاء في المرتبة الثانية (أحيانا) بتكرار (٣٢) وبنسبة مئوية (٣٧,٦٥%) وجاء في المرتبة الثالثة (ابدا) بتكرار (٠) وبنسبة مئوية (٠%).

وجود فروق ذات دلالة إحصائية لفئة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي لدى الجمهور اذ كانت قيمة مربع كاي (٢٩,٧٦٧) ذات دلالة عالية المعنوية (٠,٠٠٠١) وتبين من الجدول ان ممارسي العلاقات العامة يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي بشكل دائم.

جدول (٥) يبين العدد والنسب لمدى انتشار الوعي المجتمعي نحو ظاهرة المخدرات على مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	مدى الانتشار	ت
٤٥,٨٨	٣٩	دائما	=
٤٩,٤١	٤٢	أحيانا	٢
٤,٧١	٤	ابدا	٣
%١٠٠	٨٥	المجموع	
** ٣١,٨٣٢ (٠,٠٠٠١)		قيمة مربع كاي (P-value)	
** ( $P \leq ٠,٠١$ )، دلالة عالية المعنوية.			

يتضح من الجدول (٥) ان توزيع فئة مدى انتشار الوعي المجتمعي نحو ظاهرة المخدرات على مواقع التواصل الاجتماعي اذ جاءت بالمرتبة الأولى (أحيانا) بتكرار (٤٢) وبنسبة مئوية (٤٩,٤١%) وجاءت في المرتبة الثانية (دائما) بتكرار (٣٩) وبنسبة مئوية (٤٥,٨٨%) وجاءت في المرتبة الثالثة (ابدا) بتكرار (٤) وبنسبة مئوية (٤,٧١%).

وجود فروق ذات دلالة إحصائية ضمن قيمة مربع كاي (٣١,٨٣٢) عند مستوى (٠,٠٠٠١) ذات دلالة عالية المعنوية، وهذا ما وجدته الباحثة عند الوقوف على أعلى نسبة إحصائية (أحيانا) لان

الوعي المجتمعي محدود في مواقع التواصل الاجتماعي مما يتطلب من وزارة الداخلية اتخاذ الإجراءات اللازمة في اتخاذ القرار اللازم .

جدول (٦) يبين الجدول الأساليب الاتصالية التي لجأ إليها ممارسي العلاقات العامة في وزارة الداخلية

ت	ما الأساليب الاتصالية	التكرار (نعم)	النسبة المئوية	التكرار (كلا)	النسبة المئوية
=	الندوات	٧٨	٩١.٧٦	٧	٨.٢٤
٢	الاجتماعات	٧٦	٨٩.٤١	٩	١٠.٥٩
٣	المؤتمرات	٧٧	٩٠.٥٩	٨	٩.٤١
٤	الورش	٧٢	٨٤.٧١	١٣	١٥.٢٩
٥	المنشورات	٨٤	٩٨.٨٢	١	١.١٨
٦	متابعة الصفحات	٨٥	١٠٠	٠	٠.٠٠
	قيمة مربع كاي (P-value)	** ٦.٨٠٥ (٠.٠٠٨٥)	** ٦.٧٠٩ (٠.٠٠٨٩)		
** (P ≤ ٠,٠١) دلالة عالية المعنوية.					

يتضح من الجدول (٦) الأساليب الاتصالية التي لجأ إليها ممارسي العلاقات العامة في وزارة الداخلية ان متابعة الصفحات جاءت بالمرتبة الأولى كانت (نعم) بتكرار (٨٥) وبنسبة مئوية (١٠٠%) وجاءت (كلا) بتكرار (٠) وبنسبة مئوية (٠,٠٠%) وجاءت في المرتبة الثانية المنشورات اذ جاءت (كلا) بتكرار (٨٤) وبنسبة مئوية (٩٨,٨٢%) وجاءت (كلا) بتكرار (٠) وبنسبة مئوية (٠,٠٠%) اما الورش فجاءت بالمرتبة الثالثة (نعم) بتكرار (٨٤) وبنسبة مئوية (٩٨,٨٢%) وجاءت كلا (١) بتكرار (١,١٨%) وجاءت في المرتبة الرابعة الندوات اذ كانت (نعم) بتكرار (٧٨) وبنسبة مئوية (٩١,٧٦%) وجاءت (كلا) بتكرار (٧) وبنسبة مئوية (٨,٢٤%) وجاءت المؤتمرات بالمرتبة الخامسة اذ كانت (نعم) بتكرار (٧٧) وبنسبة مئوية (٩٠,٥٩%) وجاءت (كلا) بتكرار (٨) وبنسبة مئوية (٩,٤١%) فيما جاءت الاجتماعات بالمرتبة السادسة اذ كانت (نعم) بتكرار (٧٦) وبنسبة مئوية (٨٩,٤١%) و(كلا) بتكرار (٩) وبنسبة مئوية (١٠,٥٩%) .

وجود فروق ذات دلالة إحصائية اذ كانت قيمة مربع كا (٦,٨٠٥) فيما كانت قيمة مربع كا (٦,٧٠٩) وكانت ذات دلالة عالية المعنوية عند مستوى (٠,٠١) ويرى الباحث مما تبين من الجدول ان المنشورات حصدت المرتبة الأولى كون المنشورات مختلفة ومتنوعة ساهمت في التأثير على المشاهدين والمتفاعلين مع مواقع التواصل الاجتماعي، فكان لها دور في نشر التوعية المجتمعية وعن طريق النسب المئوية التي توصلت لها الباحثة فإن العمل على تحسين مستوى النشر وانتشاله من مستنقع الهبوط إلى المنشورات الهادفة و البناء وأهمية الاعلام والدور المأخوذ على عاتقهم عن طريق التوعية وتنقيف الجمهور ورفض ظاهرة المخدرات .

الجدول (٧) يبين الجدول العدد والنسب لمدى استعانة ممارسي العلاقات العامة بالباحثين والمتخصصين في تطوير خبراتهم في مجال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

ت	هل استعان	التكرار	النسبة المئوية
=	دائما	٢٦	٣٠,٥٩
٢	أحيانا	٥٤	٦٣,٥٣
٣	ابدا	٥	٥,٨٨
	المجموع	٨٥	%١٠٠
	قيمة مربع كاي (P-value)	٤٣,٠٩٨ ** (٠,٠٠٠١)	
** (P ≤ ٠,٠١)، دلالة عالية المعنوية.			

يتضح من الجدول (٧) لمدى استعانة ممارسي العلاقات العامة بالباحثين والمتخصصين في تطوير خبراتهم في مجال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي اذ جاء في المرتبة الأولى (أحيانا) بتكرار (٥٤) وبنسبة مئوية (٦٣,٥٣ %) وجاءت (دائما) في المرتبة الثانية بتكرار (٢٦) وكانت النسبة المئوية (٣٠,٥٩ %) وجاءت (ابدا) في المرتبة الثالثة بتكرار (٥) وكانت النسبة المئوية (٥,٨٨ %).

وجود فروق ذات دلالة إحصائية وكانت قيمة مربع كاي (٤٣,٠٩٨) عند مستوى (٠,٠١) وذات دلالة عالية معنوية، ويتضح مما سبق ان ممارسي العلاقات العامة استعانوا بالباحثين والمتخصصين لدراسة أهمية الوعي المجتمعي ومدى مضار انتشار ظاهرة المخدرات وانعكاسه السلبي على المجتمع ويرى الباحث ان اجراء الدراسات والبحوث بشأن التوعية المجتمعية لها أهمية كبيرة في مواجهة هذه الظاهرة، وعلى المؤسسة الامنية الاستعانة بالباحثين والمتخصصين للمساعدة في القضاء على هذه الظاهرة والوصول الى سبل الأمان.

الجدول (٨) يبين الجدول العدد والنسب لاهم مواقع التواصل الاجتماعي التي اعتمد عليها ممارسي العلاقات العامة في مواجهة ظاهرة المخدرات

ت	أهم مواقع التواصل الاجتماعي	التكرار	النسبة المئوية
=	موقع الوزارة الإلكتروني	٤٨	١٩,٠٥
٢	الفيس بوك	٥١	٢٠,٢٣
٣	الانستغرام	٢٨	١١,١١
٤	تك توك	٣٥	١٣,٨٩
٥	البريد الإلكتروني	٣١	١٢,٣٠
٦	منصة بلغ	٢٨	١١,١١
٧	تليكرام	١٦	٦,٣٥
٨	واتساب	١٠	٣,٩٧
٩	أخرى	٤	١,٥٩
	المجموع	٢٥٢	%٩٩,٦
	قيمة مربع كاي (P-value)	(٠,٠٠٠١)	** ٢٢,٦٥٩
** (P ≤ ٠,٠١)، دلالة عالية المعنوية.			

يتضح من الشكل (٨) وبحسب تفسيرات الجدول السابقة ان الفيس بوك جاء بالمرتبة الأولى وبتكرار (٥١) وبنسبة مئوية (٢٠,٢٣%) وجاء موقع الوزارة الالكتروني بالمرتبة الثانية بتكرار (٤٨) وبنسبة مئوية (١٩,٠٥%) وجاء تك توك بالمرتبة الثالثة بتكرار (٣٥) وبنسبة مئوية (١٣,٨٩%) وجاء في المرتبة الرابعة البريد الالكتروني بتكرار (٣١) وبنسبة مئوية (١٢,٣%) وجاءت منصة بلغ بالمرتبة الخامسة وبتكرار (٢٨) وبنسبة مئوية (١١,١١%) وجاء الانستغرام بالمرتبة السادسة بتكرار (٢٨) وبنسبة مئوية (١١,١١%) وجاء التليكرام بالمرتبة السابعة وبتكرار (١٦) وبنسبة مئوية (٦,٣٥%) وجاء الواتساب بالمرتبة الثامنة بتكرار (١٠) وبنسبة مئوية (٣,٩٧%) وجاء في المرتبة التاسعة أخرى وبتكرار (٤) وبنسبة مئوية (١,٥٩%)

وجود فروق ذات دلالة ذات قيمة إحصائية وكانت قيمة مربع كا (٢٢,٦٥٩) وذات درجة عالية الدلالة (٠,٠٠٠١) ضمن درجة الحرية، وتبين من الجدول ان اعتماد ممارسي العلاقات العامة في وزارة الداخلية على موقع الوزارة الالكتروني بالدرجة الأولى وكونها الموقع الرسمي ويستقبل كافة الاستفسارات التي عن طريقها تقديم المساعدة والارشادات واكد الموقع على سرعة استقبال المعلومة والعمل بها وسرية التعامل مع الأشخاص وعد افشاء معلوماتهم

جدول (٩) يبين الاثار الوجدانية السلبية المترتبة على قلة الوعي نحو ظاهرة المخدرات من قبل الجمهور

الرتبة	المعدل $\pm$ SD	المعنوية	أبداً	أحياناً	دائماً	الاثار الوجدانية السلبية المترتبة على قلة الوعي نحو ظاهرة المخدرات من قبل الجمهور	ت
٩	٠.٢٩±٢.٣٤	**	٤	٤٨	٣٣	التدهور العاطفي	=
١٠	٠.١٩±٢.٢١	**	١٠	٤٧	٢٨	الخوف والقلق	٢
٨	٠.٣٨±٢.٣٥	**	٧	٤١	٣٧	الدعم المعنوي	٣
٥	٠.٣٤±٢.٥٦	**	٥	٢٧	٥٣	التفكك الأسري	٤
٢	٠.٤١±٢.٦٥	**	٣	٢٤	٥٨	انحدار المستوى الثقافي	٥
=	٠.٣٨±٢.٦٦	**	٣	٢٣	٥٩	استخدام المصطلحات البديئة	٦
٤	٠.٣٧±٢.٥٩	**	٥	٢٥	٥٥	الانحدار القيمي والأخلاقي	٧
٦	٠.٢٨±٢.٥٣	**	٣	٣٤	٤٨	اندثار اللغة الأصلية	٨
٣	٠.٣٢±٢.٦٠	**	=	٣٢	٥٢	انعدام الحياء	٩
٧	٠.٣٧±٢.٤٥	**	٤	٣٩	٤٢	زيادة نسب الطلاق	١٠
--	* ٠.٤٠٧	--	--	--	--	قيمة T (LSD)	

\* (P≤٠,٠٥): دلالة عالية المعنوية، \*\* (P≤٠,٠١): دلالة عالية المعنوية.

يتضح من الجدول (٩) ان الاثار الوجدانية السلبية المترتبة على قلة الوعي المجتمعي نحو ظاهرة المخدرات من قبل الجمهور كانت بالمرتبة الأولى استخدام المصطلحات البديئة وبمتوسط

(٢,٦٦) وانحدار المستوى الثقافي جاء بالمرتبة الثانية وبمتوسط (٢,٦٥) وجاء انعدام الحياء بالمرتبة الثالثة وبمتوسط (٢,٦٠) وجاء بالمرتبة الرابعة الانحدار القيمي والأخلاقي بمتوسط (٢,٥٩) وبالمرتبة الخامسة التفكك الاسري بمتوسط (٢,٥٦) وجاء بالمرتبة السادسة اندثار اللغة الاصلية بمتوسط (٢,٥٣) وجاء بالمرتبة السابعة زيادة نسب الطلاق بمتوسط (٢,٤٥) وجاء بالمرتبة الثامنة الدعم المعنوي بمتوسط (٢,٣٥) وجاء بالمرتبة التاسعة التدهور العاطفي بمتوسط (٢,٣٤) وجاء الخوف بالمرتبة العاشرة والخوف والقلق بمتوسط (٢,٢١).

وجود فروق ذات دلالة إحصائية ان الآثار الوجدانية السلبية المترتبة على قلة الوعي المجتمعي نحو ظاهرة المخدرات من قبل الجمهور اذ كانت قيمة T (LDS) (٠,٤٠٧) وذات دلالة متوسط المعنوية واكد الباحثين في أخرى على الفقر والحالة المادية، ان كل هذه الظواهر المنتشرة لها أسباب مادية أو نفسية ساعدت على قلة الوعي المجتمعي عن طريق استخدامهم للألفاظ البيئية التي تسئ إلى الذوق العام وتخدش حياء المجتمع بلفظ هابط أو حركات غير لائقة امام الالف من المشاهدين للتفاعل .

جدول (١٠) يبين الجدول أسباب اتجاه الأفراد نحو ظاهرة المخدرات والمؤثرات العقلية

ت	أسباب اتجاه الأفراد نحو ظاهرة المخدرات والمؤثرات العقلية	دائماً	أحياناً	أبداً	المعنوية	المعدل $\pm$ SD	الرتبة
١	الفقر	٤٨	٣٥	٢	**	٠.٣٧±٢.٥٤	=
٢	الانحلال الأسري	٥٠	٣١	٤	**	٠.٣٧±٢.٥٤	=
٣	الحالات النفسية والكآبة	٣٧	٣٧	١١	**	٠.٢٨±٢.٣١	٧
٤	تعاطي المخدرات	٣٤	٤٦	٥	**	٠.٢٩±٢.٣٤	٦
٥	الانفلات الأمني	٤٧	٢٦	١٢	**	٠.٣٩±٢.٤١	٤
٦	تغير المستوى المادي	٤٣	٣٦	٦	**	٠.٤٢±٢.٤٤	٢
٧	امتلاك القوة	١٤	٣٤	١٠	**	٠.٣٢±٢.٣٦	٥
٨	الحصول على الدعم	٤٣	٣٥	٧	**	٠.٣٩±٢.٤٢	٣
	قيمة T (LSD)	--	--	--	--	NS ٠.٢٨٩	--
** (P≤0.01): دلالة عالية المعنوية.							

يتضح من الجدول (١٠) أسباب اتجاه أسباب اتجاه الأفراد نحو ظاهرة المخدرات والمؤثرات العقلية ان أسباب اتجاه أسباب اتجاه الأفراد نحو ظاهرة المخدرات والمؤثرات العقلية كانت الفقر بالمرتبة الأولى وبمتوسط (٢,٥٤) وبالمرتبة الأولى ايضا جاء الانحلال الاسري بمتوسط (٢,٥٤) وبالمرتبة الثانية تغيير المستوى المادي بمتوسط (٢,٤٤)، وجاء الحصول على الدعم بالمرتبة الثالثة بمتوسط (٢,٤٢)، وجاء بالمرتبة الرابعة الانفلات الأمني بمتوسط (٢,٤١)، وجاء بالمرتبة الخامسة امتلاك القوة بمتوسط (٢,٣٦)، وجاء بالمرتبة السابعة الحالات النفسية والكآبة بمتوسط (٢,٣١).

وجود فروق ذات دلالة إحصائية في فئة أسباب اتجاه الأفراد للمحتوى الهابط وكانت قيمة مربع كا (٠,٢٨٩) عند مستوى (٠,٠١) ذات دلالة عالية المعنوية ويرى الباحث من الجدول ان الانحلال الاسري والفقر والانفلات الأمني هي من الأسباب المؤثرة على الأفراد نحو ظاهرة

المخدرات والمؤثرات العقلية وترويج لثقافة الانحلال الاخلاقي والاستهتار الفكري وتصوير اخلاقيات مغايرة عن قيمنا ومبادئنا ، وأصبحت خطر يمس الأطفال والمراهقين فلو نظرنا إلى الجانب المظلم لوجدنا ان من أهم الأسباب التي اكد عليها المبحوثين هي الانحلال الاسري من العوامل المخيفة، وارتفاع نسب الطلاق مع الزواج المبكر الذي يؤدي في قادم الأيام إلى انعكاس سلبي، فالأرقام المخيفة التي تعرضها المحاكم العراقية حول نسب الطلاق مثير للقلق وبنفس الوقت يقع ضحيتها الأطفال والمراهقين فيكون المستقبل المجهول امامهم وانخراطهم في مواقع التواصل الاجتماعي، أو غسيل الأموال الذي يتم عن طريق الترويج للمخدرات، وكذلك عصابات الشوارع والمخدرات وتعرضهم للاغتصاب أو جرائم القتل.

#### ❖ النتائج:

١- أظهرت النتائج في جدول (١) ان النوع الاجتماعي لممارسي العلاقات العامة جاءت نسبة الذكور في المرتبة الأولى بنسبة مئوية (٨٨,٢٤ %) ونسبة الاناث جاءت في المرتبة الثانية وبنسبة مئوية (١١,٢٤ %).

٢- يتضح من جدول (٥) ان توزيع فئة مدى انتشار الوعي المجتمعي نحو ظاهرة المخدرات على مواقع التواصل الاجتماعي اذ جاءت بالمرتبة الأولى (أحياناً) وبنسبة مئوية (٤٥,٨٨ %) وجاءت في المرتبة الثانية (دائماً) وبنسبة مئوية (٢٩,٤١ %).

٣- تبين من جدول (٦) ان الأساليب الاتصالية التي لجأ إليها ممارسي العلاقات العامة في وزارة الداخلية ان متابعة الصفحات جاءت بالمرتبة الأولى اذ كانت (نعم) بنسبة مئوية (١٠٠ %) وجاءت في المرتبة الثانية المنشورات اذ جاءت (كلا) وبنسبة مئوية (٩٨,٨٢ %) اما الورش فجاءت بالمرتبة الثالثة (نعم) وبنسبة مئوية (٩٨,٨٢ %).

٤- أظهرت النتائج من جدول (٩) ان الآثار الوجدانية السلبية المترتبة على قلة الوعي نحو ظاهرة المخدرات من قبل الجمهور كانت بالمرتبة الأولى استخدام المصطلحات البديئة وبمتوسط (٢,٦٦) وانحدار المستوى الثقافي جاء بالمرتبة الثانية وبمتوسط (٢,٦٥) وجاء انعدام الحياء بالمرتبة الثالثة وبمتوسط (٢,٦٠) وجاء بالمرتبة الرابعة الانحدار القيمي والأخلاقي بمتوسط (٢,٥٩) وبالمرتبة الخامسة التفكك الاسري بمتوسط (٢,٥٦).

٥- أظهرت النتائج من جدول (١٠) ان أسباب اتجاه الأفراد نحو ظاهرة المخدرات والمؤثرات العقلية ان أسباب اتجاه الأفراد نحو ظاهرة المخدرات والمؤثرات العقلية كانت الفقر بالمرتبة الأولى وبمتوسط (٢,٥٤) وبالمرتبة الأولى ايضا جاء الانحلال الاسري بمتوسط (٢,٥٤) وبالمرتبة الثانية تغيير المستوى المادي بمتوسط (٢,٤٤)، وجاء الحصول على الدعم بالمرتبة الثالثة بمتوسط (٢,٤٢).

#### ❖ الاستنتاجات:

بناءً على الفرضيات والأسئلة التي تم اختبارها ميدانياً على عينة من جمهور بغداد وممارسي العلاقات العامة في وزارة الداخلية ، يمكن استنتاج ما يلي:

١. على الرغم من انتشار الحملات، فإن نسبة كبيرة من الجمهور في بغداد لا يزالون غير ملمين بالحملات الرقمية المخصصة لمكافحة المخدرات، مما يشير إلى ضعف في استراتيجيات الاستهداف والوصول.

٢. توجد فجوة بين المحتوى المُقدم والجمهور المستهدف، حيث أن المحتوى لا يتناسب دائماً مع الخصائص الثقافية والتعليمية والاجتماعية المتنوعة لسكان بغداد.

٣. أظهرت النتائج أن المنصات البصرية مثل (إنستغرام، TikTok، اليوتيوب) هي الأكثر فعالية في جذب انتباه فئة الشباب (الفئة الأكثر عرضة للخطر).
٤. المحتوى التفاعلي (مثل الاستطلاعات، الأسئلة والأجوبة المباشرة، قصص النجاح) يحصل على تفاعل ومشاركة أعلى بكثير من المنشورات النصية أو التصريحات الصحفية التقليدية.
٥. هناك درجة من الشك والريبة بين أفراد المجتمع تجاه الرسائل الصادرة عن المصادر الحكومية الرسمية. بينما تكتسب الرسائل المنشورة من قبل خبراء طبيين، نفسانيين، ونشطاء مجتمعيين موثوقين مصداقية أعلى.
٦. الجمهور لا يريد فقط معرفة أن المخدرات مضرّة، بل يريد معرفة "كيف" تؤثر، وكيفية التعرف على علامات الإدمان لدى الأصدقاء أو الأقارب، وأين يمكن طلب المساعدة. القصص الواقعية للناجين من الإدمان كانت من أكثر أنواع المحتوى تأثيراً.
٧. أشارت النتائج إلى أن العائلة لا تزال المصدر الأساسي للتوعية، وأن الحملات التي تشجع الحوار العائلي تكون أكثر تأثيراً.
٨. للمؤثرين (Influencers) على وسائل التواصل الاجتماعي دور محوري في نشر الرسائل التوعوية إذا تمت استضافتهم ضمن استراتيجية مدروسة.
٩. الجمهور يدرك مخاطر المخدرات بشكل عام، لكن الوعي بالآليات الوقائية الأولية وطرق العلاج المتاحة وكيفية الوصول إليها لا يزال ضعيفاً.

#### ❖ التوصيات:

- ١- يجب ان تكون المسؤولية مجتمعية مشتركة للحد من انتشار ظاهرة المخدرات ولمؤثرات العقلية وتعزيز الوعي المجتمعي وحذف كل ما يتعارض مع القيم والتعاليم الدينية القويمة عن طريق حذفها وحجبها ذلك لخطورتها على عقلية الأجيال القادمة والعمل على غرس المعرفة والعلم لنشر الموضوعات الهادفة والدعوات إلى التسامح ونبذ العنصرية والطائفية.
- ٢- فرض عقوبات أكثر صرامة على مروجي هذه الظاهرة للحد من هكذا انتهاكات تطال الفتيات من المراهقات والمراهقين والأطفال والعوائل التي تعاني من تعصب وضغوطات منها التعنيف الاسري مما يفتح لهم باب الانحراف المجتمعي .
- ٣- ضرورة الإسراع بتشريع قانون حرية التعبير وقانون حق الحصول على المعلومة وقانون الجرائم الالكترونية للحد من التصرفات المخالفة للضوابط الأخلاقية والقانونية.
- ٤- ضرورة تحديث قانون العقوبات لعام ١٩٦٩م كونه لم يعد يواكب التطورات لخدمة وحماية حقوق القانون.

#### ❖ المراجع:

- (١) بشير العلاق، تخطيط وتنظيم العلاقات العامة، (عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩م).
- (٢) التربية على وسائل الاعلام ورهانات المستقبل، ندوة علمية، جامعة سطيف ٢: قسم علوم الاعلام والاتصال، ٢٠١٣م.
- (٣) زياد محمد الشрман، عبد الغفور عبد النور، مبادئ العلاقات العامة، (عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، ٢٠٠١م).
- (٤) سعد سلمان المشهداني، فراس حمود العبيدي، مواقع التواصل الاجتماعي وخصائص البيئة الإعلامية الجديدة، (عمان: دار امجد للنشر والتوزيع، ٢٠٢٠م).

- ٥) عادل همام، الإعلام وتوجهاته المعاصر، (عمان: دار أمجد للنشر والتوزيع، ٢٠١٤م)
- ٦) عبد الحكيم الغزاوي، دور الوسائل والتقنيات الحديثة في تجويد العملية التعليمية، (عمان، جامعة الجنان، ٢٠٠٧م).
- ٧) عبد الرحمن بن نامي المطيري، استخدام ممارسي العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والاعلان – العدد الثالث عشر، ٢٠١٨م.
- ٨) عبد الله قاسم محمود باشا كريشان، أثر الثورة المعلوماتية في نشر الوعي السياسي لدى الشباب الأردني، (عمان: دار الجنان للنشر والتوزيع، ٢٠١٤م).
- ٩) عبد المحي محمود صالح، العلاقات العامة والاعلام في الخدمة الاجتماعية، (القاهرة: دار المعرفة الاجتماعية، ٢٠٠٤م).
- ١٠) لؤي الزعبي، الاعلام والاتصال الالكتروني، (الجمهورية العربية السورية: الجامعة الافتراضية السورية، ٢٠٢٠م).
- ١١) محمد العمر، الانترنت والمجتمع، (الجمهورية العربية السورية: الجامعة الافتراضية السورية، ٢٠٢٠م).
- ١٢) هالة حسين حاجي عبد الرحمن، التنشئة الاسرية للمراهقين في ضوء تأثير مواقع التواصل الاجتماعي دراسات عربية في التربية وعلم النفس، ( القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠١٦م).

- 1) Abdul Hakim Al-Ghazawi, The Role of Modern Media and Technologies in Improving the Educational Process, (Amman, University of Al-Jinan, 2007).
- 2) Abdullah Qasim Mahmoud Pasha Krishan, The impact of the information revolution in spreading political awareness among Jordanian youth, (Amman: Dar Al-Janan for Publishing and Distribution, 2014).
- 3) Abdul-Muhi Mahmoud Saleh, Public Relations and Media in Social Service, (Cairo: Dar Al-Ma'rifah Al-Ijtima'iyah, 2004).
- 4) Abdulrahman bin Nami Al-Mutairi, The use of social media by public relations practitioners, Scientific Journal of Public Relations and Advertising Research - Issue Thirteen, 2018.
- 5) Adel Hamman, Media and its Contemporary Trends, (Amman: Dar Amjad for Publishing and Distribution, 2014).
- 6) Bashir Al-Alaq, Planning and Organizing Public Relations, (Amman: Dar Al-Yarouzi Scientific Publishing and Distribution, 2009).
- 7) Education on Media and Future Challenges, Scientific Symposium, University of Setif 2: Department of Media and Communication Sciences, 2013.
- 8) Hala Hussein Haji Abdulrahman, Family upbringing of adolescents in light of the impact of social networking sites, Arab studies in education

and psychology, (Cairo: Dar Al-Fajr for Publishing and Distribution, 2016).

9) Louay Al-Zoubi, Media and Electronic Communication, (Syrian Arab Republic: Syrian Virtual University, 2020).

10) Muhammad Al-Omar, The Internet and Society, (Syrian Arab Republic: Syrian Virtual University, 2020).

11) Saad Salman Al-Mashhadani, Firas Hamoud Al-Ubaidi, Social Media Sites and Characteristics of the New Media Environment, (Amman: Dar Amjad for Publishing and Distribution, 2020).

12) Ziad Muhammad Al-Sharman, Abdul Ghafoor Abdul Nour, Principles of Public Relations, (Amman: Dar Safa for Publishing and Distribution, 2001).