

استخدامات العلاقات العامة الرقمية في عمل الجامعات العراقية

دراسة مسحية للعاملين في العلاقات العامة

د. صباح انور محمد*

الجامعة العراقية - كلية الإعلام

المستخلص

تهدف العلاقات العامة الرقمية إلى إكساب العاملين المعلومات اللازمة عن المؤسسات الحكومية التي يعملون بها والبيئة المحيطة بها، وإلى إكسابهم المعارف الخاصة بطبيعة العلاقات العامة والأعمال المرتبطة بها مثل أعمال التخطيط والتنسيق وتنظيم أنشطة الاتصال وإكسابهم المهارات التنفيذية الخاصة بالكتابة والتحرير والمهارات الفنية الخاصة بالإعداد والتصميم والإنتاج والمهارات التكنولوجية اللازمة للتعامل مع الكمبيوتر أو الانترنت. وبناءً على ما تقدم فإن هذا البحث يهدف إلى معرفة عمل العلاقات العامة الرقمية في الجامعات العراقية لتحقيق أهداف متعددة ومتنوعة في مجال ممارستها. وتضمنت مشكلة البحث تساؤلات عدة، منها :

١. ما الاستخدامات والاشباعات المتحققة نتيجة استخدام العاملين للعلاقات العامة الرقمية في الجامعات العراقية (بغداد، المستنصرية، العراقية)؟
 ٢. ما آليات تطبيق العلاقات العامة الرقمية للاتصال التفاعلي في الجامعات العراقية؟
- ومن أهداف البحث :

١. التعرف على مدى استخدام العاملين في الجامعة العراقية للعلاقات العامة الرقمية في ضوء نظرية الاستخدامات و الاشباعات المتمثلة في عينة البحث.
٢. معرفة اعتماد العاملين في الجامعة العراقية على آلية تطبيق العلاقات العامة الرقمية. ومن أبرز الاستنتاجات التي توصل إليها الباحث في استخدامات العلاقات العامة الرقمية في عمل الجامعات العراقية (موضوع البحث) هي :
١. جاءت نسبة مشاركة المبحوثين تقدم الذكور على الإناث، أما بشأن المستويات العمرية كانت من (٢٠-٣٠ عاماً) هي الأكثر نسبة لباقي المستويات، ثم جاءت التحصيل الدراسي

Sabah67anwar@gmail.com

مجلة الباحث الإعلامي

(شهادة البكالوريوس) الأكثر مشاركة، ثم جاءت مكان العمل جامعة بغداد بالمرتبة الأولى

للعاملين في العلاقات العامة الرقمية ثم جاءت سنوات العمل (٧-٩ عام) تقدما على باقي السنوات و جاءت ممارسة العلاقات العامة الرقمية في الجامعات العراقية في تصنيف مستفيد (نعن) بالمرتبة الأولى.

٢. كشفت الدراسة المسحية للعاملين في العلاقات العامة الرقمية في الجامعات العراقية نسب متقاربة حول استخدام تقنيات الانترنت بعدها المحور الرئيس الجديد في عمل العلاقات العامة الرقمية بينما كانت الإجابة الأضعف هي عدم استخدام تقنيات الانترنت في مجال العلاقات العامة.

The Use of Digital Public – Relations in the Work of Iraqi Universities

A Survey Study of the Workers in the Departments of Public Relations

the digital public relations aim at make the workers getting the necessary information about the governmental institutions where they work and the environments surrounding them. it also tries to let the workers get the special knowlege of the public relations and their jobs like the works of planning, arranging the active communication and executive skills needed in their writing , editing , special art skills for designing , production and technological skills to deal with the computer.

the problem of the research includes some questions as :

- 1- what are the uses achieved by degetal public relations workers at Iraqi universities (Baghdad, Mustansiriya, and Iraqi)
- 2- what are the tools used to apply digital public relations in active communication at Iraqi universitites?

The goals of the research are as follows:

Identifying the extent to which employees use digital public relations according to the theory of uses and saturation .

identifying the extent to which employees' dependence on the tool of applying digital public relations

the researcher ends with the following conclusions:

1- the number of male respondents are larger than the females. their age is abut 20 years up to 30 years old . the educational level of the respondents who have bahelor degree are larger than those who have higher degrees. The university of Baghdad is higher in the number of workers in the departments of digital public relaions.

2- the number of those who know how to use the internet and computer

system increases in number year after another.

المقدمة

إن التطورات التي أحدثتها الثورة التكنولوجية في استخدامات العلاقات العامة وما منحتها من قيمة كبيرة في المرونة والثقة والتواصل والتفاعل للمستخدمين وللعاملين في العلاقات العامة عن طريق الحقائق والبحوث التطبيقية في الممارسة العملية المتقدمة اليوم في مجال العلاقات العامة، شيعوها على نطاق واسع في عمل المؤسسات الحكومية، ظهر مصطلح حديث في علم (العلاقات العامة) أطلق عليه العلاقات العامة الرقمية الذي يتطلب فهماً عميقاً وتصوراً واضحاً من العاملين للعلاقات العامة والإدارة العليا بتوظيف تقنيات الاتصال الحديثة في عمل العلاقات العامة وتوجيه الرأي العام وتحسين الصورة أو بنائها التي تحتاجها الجامعات العراقية في عملها.

قسم الباحث بحثه على ثلاثة مباحث وقد تناول المبحث الأول منه : الإطار المنهجي للبحث من حيث مشكلة البحث وأهميته وأهدافه ونوع البحث ومنهجه ومجالات البحث وعينته وإجراءات البحث التي شملت مجتمع البحث وطرق وأدوات البحث فضلاً عن اختبار الصدق والثبات والمعالجات الإحصائية للبيانات و تعريف المصطلحات و المفاهيم.

أما المبحث الثاني : فقد تناول الباحث فيه : مفهوم العلاقات العامة الرقمية ووظائفها واستخدامات العلاقات العامة الرقمية في المؤسسات التعليمية وجمهورها، فيما تناول الباحث في المبحث الثالث : الدراسة المسحية عن طريق عرض وتفسير نتائج هذا البحث وإعطاء أبرز الاستنتاجات، وختاماً لأبد من الإشارة إلى أن هذا البحث ليس إلا خطوة متواضعة إذ يعد من البحوث الحديثة التي تناولت العلاقات العامة الرقمية.

الإطار المنهجي للبحث

أولاً : مشكلة البحث

يعد الإحساس بالمشكلة وتحديدها نقطة البداية في البحوث العلمية وأهم خطوة فيها، إذ تستند إليها الخطوات والإجراءات الأخرى وأن اختيار وتحديد المشكلة هي خطوة أساسية لما يترتب عليها من إجراءات تنفيذية وخطوات للتحليل والتفريغ والصيغة، ذلك أن الميزة الرئيسية التي يتميز بها البحث العلمي هي وجود مشكلة محددة تسترعي انتباه من يدرسها ويحللها بتفاصيلها كلها والإحاطة بحقياتها للوصول إلى أسئلة تسهم في إيجاد حلول لإزالة ذلك الغموض والتحقق منه.^(١)

ويمكن تحديد مشكلة بحثنا بالتعرف على العلاقات العامة الرقمية بصفاتها مفهومًا حديثًا يستخدم في الجامعات العراقية لما له من دور فاعل في تحقيق التفاعل والتواصل مع العاملين في العلاقات العامة واتصالها بالجمهور الداخلي والخارجي.

إذ إن هناك نوعاً من الغموض أو عدم الوضوح والرؤية في التعامل مع العلاقات العامة الرقمية من حيث استخدامات العاملين بها في الجامعات العراقية ويمكن إيجاز مشكلة البحث بالتساؤلات الآتية :

١. ما الاستخدامات والإشباعات المتحققة نتيجة استخدام العاملين للعلاقات العامة الرقمية في الجامعات العراقية (بغداد، المستنصرية، العراقية)؟
٢. ما آليات تطبيق العلاقات العامة الرقمية للاتصال التفاعلي في الجامعات العراقية عينة البحث؟
٣. ما درجة تفضيلات العاملين للعلاقات العامة الرقمية في الجامعات العراقية عينة البحث؟
٤. ما الأهداف الأساسية التي تسعى إليها العلاقات العامة الرقمية في الجامعات العراقية في عينة البحث؟
٥. ما الإستراتيجيات الاتصالية المتحققة للعلاقات العامة الرقمية في الجامعات العراقية عينة البحث؟
٦. ما الصعوبات التي تعيق عمل العاملين للعلاقات العامة الرقمية في الجامعات العراقية عينة البحث؟

ثانياً : أهمية البحث

تتمن أهمية هذا البحث بما تميزت به العلاقات العامة الرقمية بصفقتها مفهوماً جديداً للعاملين في العلاقات العامة من حيث الاستمرارية والسرعة في التفاعل والتعامل مع القضايا العلمية والبحثية والمؤتمرات والمناسبات والأحداث ذات الصبغة الأكاديمية حيث أن المفهوم أعلاه يمكن العاملين من معرفة آخر المستجدات العلمية عن طريق استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة، لذا يعد هذا البحث خطوة علمية في تعزيز دور العلاقات العامة الرقمية للنهوض بالواقع التعليمي والأكاديمي كحاجة ضرورية للتعامل والتفاعل في الأمور التي تخدم المجتمع.

ثالثاً : أهداف البحث

تعد أهداف البحث العلمي مؤشرات أساسية يتوصل إليها الباحث عن طريق النتائج التي تجيب عن التساؤلات في مشكلة البحث والتي يسعى البحث إلى الوصول إليها^(٢).

ويرمي هذا البحث إلى ما يأتي :

١. التعرف الى مدى استخدام العاملين في الجامعات العراقية للعلاقات العامة الرقمية في ضوء نظرية الاستخدامات و الإشباعات المتمثلة في عينة البحث.
٢. معرفة اعتماد العاملين في الجامعات العراقية على آلية تطبيق العلاقات العامة الرقمية.
٣. رصد درجة تراتيبيية العاملين للعلاقات العامة الرقمية في الجامعات العراقية.
٤. الوصول إلى الغايات الأساسية التي تسعى إليها العلاقات العامة الرقمية من عينة البحث.
٥. الوقوف إلى ستراتيبيات الاتصال المتحققة للعلاقات العامة الرقمية.
٦. تحديد المعوقات التي تعيق عمل العاملين للعلاقات العامة الرقمية في الجامعات العراقية.

رابعاً : منهج البحث ونوعه

استخدم الباحث في هذا البحث منهج المسح (وهو منهج علمي منظم يهدف إلى جمع البيانات والمعلومات المتعلقة بمؤسسات إدارية أو علمية أو ثقافية أو اجتماعية أو اقتصادية كالمؤسسات التعليمية والخدمية والإنتاجية بقصد التعرف على أنشطتها المختلفة وسلوك العاملين فيها، ومواقفهم من مختلف القضايا خلال مدة زمنية معينة)^(٣).

ويعد هذا البحث من البحوث الوصفية من حيث النوع وهو الأنسب لما يتميز به من قدرة لوصف خصائص ظاهرة معينة أو موقف معين أو حدث ما أو حقائق راهنة أو متصلة على مجموعة من أفراد جمهور معين ومن ثم تسجيل أو تصوير الخصائص أو الظروف المحيطة بها)^(٤).

وعن طريق هذا المنهج يمكن معرفة استخدامات العلاقات العامة الرقمية في الجامعات العراقية.

خامساً : مجالات البحث

١. المجال المكاني : تمثل بالجامعات العراقية (بغداد، المستنصرية، العراقية) مجالاً مكانياً لعينة البحث وأن سبب اختيار هذه الجامعات وجود وأقسام و وحدات للعلاقات العامة و الإعلام.

٢. المجال الزمني : اختار الباحث المدة المحصورة من ٢٠١٧/٤/١ لغاية ٢٠١٧/٤/٣٠ وهي المدة التي تزامنت مع تنفيذ إجراءات البحث المتمثلة بتوزيع استمارة المسح على الجامعات العراقية المتمثلة (بغداد، المستنصرية، العراقية) ومن ثم إعادة الاستمارات وتحليل بياناتها لغرض معالجتها إحصائياً.

٣. المجال البشري : تمثل المجال البشري بالعاملين في مجال العلاقات العامة حصراً في الجامعات العراقية و المتمثلة بأقسام و وحدات العلاقات العامة والإعلام.

سادساً : عينة البحث

تم اختيار الباحث المفردات في هذا البحث بطريقة عمدية لما يراه من سمات أو خصائص تتوفر في المفردات بما يخدم أهداف هذا البحث^(٥).

إذ تم اختيار عينة البحث من العاملين في الجامعات العراقية المتمثلة (بغداد، المستنصرية، العراقية) حصراً شاملاً لعينة البحث التي شملت (٣٢) مفردة موزعة بواقع (١٢) مفردة جامعة بغداد ، (٩) مفردة الجامعة المستنصرية ، (١١) مفردة الجامعة العراقية من الجامعات أعلا.

سابعاً : إجراءات البحث

١. مجتمع البحث

تمثل المجتمع المستهدف في هذا البحث جميع العاملين في العلاقات العامة في أقسام و وحدات العلاقات العامة و الإعلام التابعة للجامعات العراقية المتمثلة (بغداد، المستنصرية، العراقية) وذلك لملاءمة إجراءات البحث مع موضوع البحث وبيئة علمية لعمل العلاقات العامة الرقمية في الجامعات العراقية.

٢. طرائق وأدوات البحث

استخدم الباحث في هذا البحث مجموعة من الأدوات للوصول إلى البيانات والمعلومات المتعلقة بموضوع البحث وكالاتي:

أ. المقابلة العلمية : تم استخدامها في سياق جمع المعلومات عن طريق الاستمارات التي تم توزيعها للعاملين في العلاقات العامة بوساطة مدراء الإعلام والأقسام في الكليات التابعة للجامعات العراقية موضوع البحث.

ب. استبانة المسح : وتكونت من شقين رئيسيين (المعلومات العامة وأسئلة الاستبانة) وعدد من المحاور الرئيسية والفرعية وكما يلي :

- القسم الأول : تمثل بالمعلومات العامة والمكونة من النوع الاجتماعي (ذكر، أنثى، العمر، التحصيل الدراسي، المجال الذي تعمل به، عدد سنوات العمل في مجال الإعلام والعلاقات العامة).
- القسم الثاني : الذي شمل أسئلة الاستبانة والتي تتمثل بالمحاور الآتية :

*استند الباحث بأختيار العينة العمدية (القصدية) على اختيار العاملين في العلاقات العامة الرقمية التي تتعامل مع الجمهور الداخلي والخارجي , إذ تم اختيار اقسام و وحدات العلاقات العامة و الاعلام في جامعة بغداد , الجامعة المستنصرية , الجامعة العراقية.

- المحور الأول : استخدامات العلاقات العامة الرقمية في الجامعات العراقية.
- المحور الثاني : تطبيق العلاقات العامة الرقمية في الجامعات العراقية.
- المحور الثالث : تفضيل العلاقات العامة الرقمية في الجامعات العراقية.
- المحور الرابع : الهدف من استخدام العلاقات العامة الرقمية في الجامعات العراقية.
- المحور الخامس : استراتيجيات الاتصال للعلاقات العامة الرقمية في الجامعات العراقية.
- المحور السادس : الصعوبات التي تعيق عمل العلاقات العامة الرقمية في الجامعات العراقية.

ثامناً : الصدق والثبات

١. الصدق : تم التأكد من صدق الاستبانة أداة للقياس إذ قام الباحث بتحكيما من قبل أساتذة متخصصين^١ في الإعلام والعلاقات العامة والإدارة وبعدها قام الباحث بالأخذ بالملاحظات والتوصيات التي أقرها العدد الأكبر من المحكمين، إن كان في مستوى الصياغة أو تعديل بعض الفقرات أو حذف بعضها وإضافة أخرى.

٢. الثبات : ولحساب ثبات أداة البحث قام الباحث باستخدام طريقة الاتساق الداخلي باستخدام اختبار كرونباخ ألفا لجميع المحاور التي تخص الاستبانة وكانت النسبة (٠,٩١) وهي قيمة مقبولة باعتبارها أعلى في تحديد المحاور.

تاسعا : تعريف المصطلحات و المفاهيم

- العلاقات العامة :- هي الجهود المقصودة و المستمرة و المخططة التي تقوم بها ادارة المؤسسة التي تهدف للوصول إلى تفاهم متبادل و ثقة متبادلة و تعاون متبادل و علاقات سليمة بين المؤسسة و الجماهير التي تتعامل معها في داخلها و خارجها عن طريق النشر و الإعلام و الاتصال الشخصي بحيث يتحقق في النهاية التوافق بين المؤسسة و الجماهير^(٦).
- العلاقات العامة الرقمية :- و يمكن تعريف العلاقات العامة الرقمية إجرائياً هي جميع العمليات الالكترونية التي تستخدم الأنترنت و تطبيقاتها بصفقتها وسيلة اتصال بين الجمهور الداخلي و الخارجي توفيراً للجهد و الوقت لغرض إنجاز أعمال العلاقات العامة و تحسين سمعتها.

المدخل النظري للبحث

أولاً : مفهوم العلاقات العامة الرقمية ووظائفها

تسعى العلاقات العامة داخل المؤسسات التعليمية إلى كسب الجمهور سواء الداخلي أم الخارجي وهذا يعد هدفاً رئيسياً لاستخدامات الانترنت في مجال العلاقات العامة مما يدفع إلى وضع خطة عمل لجهاز العلاقات العامة في المؤسسات لتجديد السبل الكفيلة للوصول إلى الجماهير وتجاوبها مع مواقع المؤسسة، ومن هنا فأن العلاقات العامة الرقمية أصبحت تشكل علماً شبه منفصل عن العلاقات العامة التقليدية لأنه يجمع المعرفة بأسرار وتقنيات الانترنت مع أصول وأسرار العلاقات العامة المعروفة ونتوقع تطوير عمل العلاقات العامة في عصر الاتصال

١ الخبير والمحكمون هم :

- 1- د. علي جبار الشمري، جامعة بغداد، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة.
- 2- أ.م.د. شكريه كوكز السراج، جامعة بغداد، كلية الإعلام، قسم الصحافة.
- 3- أ.م.د. باقر موسى، جامعة بغداد، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة.
- 4- أ.م.د. حسين علي إبراهيم، الجامعة العراقية، كلية الإعلام، قسم الصحافة.
- 5- م.م.د. محسن عبد كشكول، الجامعة العراقية، كلية الاعلام، قسم الصحافة.

الالكتروني المباشر بالجمهور أو أي مكان آخر في مختلف دول العالم^(٧).

فقد اعتمد الباحث على نظرية الاستخدامات والإشباع التي تبدو أكثر نظريات التأثير الإعلامي رسوخاً في عصر الإعلام الجديد حيث الفضاء الممتلئ بالقنوات التلفزيونية والانترنت الذي يعرض الصحف الإلكترونية والنسخ الإلكترونية من الصحف والمجلات المطبوعة وعمل العلاقات العامة من استحداث تقنيات اتصالية جعلت الجماهير تتجول في (سوق الرسائل الإعلامية) وتتفاعل مع ما تريد ويتم على وفق رغبات الجمهور وميولهم والفروق الفردية بينهم^(٨).

وتقدم نظرية الاستخدامات والإشباع تفسيراً يميز بالمشاركة الإيجابية للجمهور أي أن أعضاء الجمهور هم مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري أي أن الجمهور نشيط يربط بين احتياجاته وبين اختياره لوسائل الاتصال بحيث يستخدم الوسائل التي تحقق أهدافاً مقصودة تلبي توقعاته، أي التأكيد على أن الجمهور هو الذي يستخدم وسائل الإعلام والاتصال ويختار الرسائل التي تشبع حاجاته فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليست وسائل الإعلام والاتصال هي التي تستخدم الأفراد فالفرد هو الذي يحدد ما الذي يستحوذ على اهتماماته وما الذي لا يمكن أن يحظى باهتمامه^(٩).

ونتيجة لتطور وسائل الاتصال وكتفاعل منطقي في عصرنا هذا تطورت آليات العمل في العلاقات العامة حيث ظهر ما يسمى بـ(العلاقات العامة الرقمية) والتي يمكن تعريفها كالاتي : هي التوجه الإداري والاتصالي لأنشطة العلاقات العامة ومزاوتها عبر استخدام شبكة الانترنت والتقنيات الرقمية لتحقيق أفضل أساليب وصيغ الاتصال الفعال مع جمهور المؤسسة وبناء الصورة الإيجابية عن طريق الإعلام والمعلومات الصادقة^(١٠).

أن للعلاقات العامة في أي مؤسسة لها عدد من الوظائف بغض النظر عن نوع المؤسسة و أي اعتبارات أخرى كما يأتي^(١١):

١. إجراء الأبحاث والدراسات لتوفير قاعدة معلومات مناسبة.
 ٢. تنظيم أعمال المؤسسة عن طريق المتابعة ومد جسور تواصل بينها وبين جماهيرها الداخلية والخارجية وأدارتها.
 ٣. تقديم النصح والمشورة لمن يحتاجها أو عند الضرورة.
- إذاً وظيفة العلاقات العامة الرقمية تتسم بطبائع أساسية هي :
١. طبيعة اتصالية إعلامية. ٢. طبيعة اجتماعية نفسية. ٣. طبيعة علمية بحتة. ٤. طبيعة إدارية توجيهية.

وهناك مَنْ بين أن وظائف العلاقات العامة الرقمية هي كالآتي^(١٢):

١. البحث العلمي والدراسات الالكترونية. ٢. التخطيط الإلكتروني. ٣. التنظيم الإلكتروني.
 ٤. الإنتاج الإلكتروني للمواد الإعلامية. ٥. الاتصال الإلكتروني. ٦. تقويم الأعمال الإلكترونية.
- وعلى اعتبار أن العلاقات العامة الرقمية كوسيلة اتصال هناك جملة من الوظائف التي تؤديها وهي^(١٣):

١. الاتصال الداخلي بالمؤسسة مع ربطه بشبكة الأنترنت للاتصال بالجمهور الداخلي في المؤسسة من العاملين والموظفين والإداريين والمسؤولين لتوفير وإيصال المعلومات والأخبار.
٢. الاتصال الخارجي بالجمهور العام والمتخصصين والمندوبين والمراسلين ووسائل الإعلام والمؤسسة العامة والخاصة وأرسال المعلومات والأخبار عبر البريد الإلكتروني.
٣. العلاقات العامة الرقمية وسيلة اتصال تفاعلي عن طريق مشاركة القراء عبر البريد الإلكتروني وغرف الحوار.
٤. تعد العلاقات العامة الرقمية كأداة اتصالية تسويقية للخدمات والمعلومات التعليمية والتجارية والثقافية والسياحية والاقتصادية.
٥. كمركز لتقديم المعلومات العامة عن طريق تحول جهاز العلاقات العامة إلى مزود للخدمات العلمية.

ثانياً: استخدامات العلاقات العامة الرقمية

- للعلاقات العامة الرقمية استخدامات رئيسة في المؤسسات التعليمية وهي كالآتي^(١٤):
١. تصميم موقع المنظمة الإلكتروني بحيث يمثل أداة جوهرية وحيوية للاتصال بجمهور المؤسسة والعالم الخارجي بشكل عام.
 ٢. استخدام قواعد البيانات على الشبكة في الحصول على المعلومات والبيانات والأخبار والاستفادة منها في إعداد نشرات ومطويات ومطبوعات المؤسسة.
 ٣. استخدام البريد الإلكتروني كوسيلة اتصال شخصي داخلي بين أعضاء المؤسسة واتصال إدارة المنظمة بالجمهور الخارجي المستحدث.
 ٤. إجراء البحوث عن طريق المقابلات عبر الشبكة عن طريق البريد الإلكتروني أو التصويت في موقع المؤسسة ومجموعات الحوار في المنتديات وعبر التخاطب المكتوب والاتصال التليفوني بأقل التكاليف.
 ٥. التعرف على صورة المؤسسة عن طريق ما ينشر من قبل وسائل الإعلام والمنافسين والمستخدمين.

٦. تصفح المواقع المؤسسة ومراكز الأبحاث والمعاهد والجامعات والتعرف على أنشطة هذه المؤسسات.

٧. الإفادة من نقل الملفات في الشبكة للحصول على المعلومات والبيانات والصور.

وعلى ضوء ذلك فإن أهمية العلاقات العامة الرقمية في المؤسسات التعليمية يمكن أجمالها بالآتي^(١٥):

- ١- أداة إنتاجية. ٢- أداة لجمع المعلومات وتخزينها واستخدامها. ٣- وسيلة لطلب الامان والنصح والمساندة. ٤- أداة تعليمية للمستخدمين تساعد على اكتساب معارف ومهارات جديدة.
- ٥- أداة لنقل المعرفة.

ثالثاً : جمهور العلاقات العامة الرقمية

أن ممارسي العلاقات العامة الرقمية هم بمنزلة حلقة وصل بين المؤسسات التي يمثلونها وبين جماهير المؤسسة فالعلاقات العامة من حيث هي وظيفة إدارية - اتصالية تضمن مسؤولية الاستجابة السريعة للمعلومات بما يحقق النتائج المثلى لتلبية مصالح المؤسسة وجماهيرها.

وانطلاقاً من ذلك فإن جماهير العلاقات العامة في الجامعات هي^(١٦):

- أ. الطلاب. ب. الإدارة. ج. أعضاء هيئة التدريس. د. المجتمع المحلي. هـ. أولياء أمور الطلبة والخريجون.
- و. رجال الإعلام. ز. الجماعات المهنية. ح. الهيئات الحكومية.

وهناك مجموعة من الأساليب التي تستخدمها العلاقات العامة الرقمية لبناء علاقات بالجماهير عبر الشبكة الإلكترونية كالاتي^(١٧):

١. الموقع الإلكتروني : وهو الموقع الذي تبنيه المؤسسة على الشبكة الإلكترونية وهو الصورة الإلكترونية فضلاً عن أنه مركز النشاط الإلكتروني لإدارة العلاقات العامة لبناء علاقاتها مع الجماهير الإلكترونية.

٢. الرسالة الإخبارية الإلكترونية : هي امتداد وتطوير طبيعي للرسالة الإخبارية التقليدية وتستخدمها أغلب المؤسسات الجامعية الحديثة لتتصل بجماهيرها.

٣. البريد الإلكتروني : يعد البريد الإلكتروني أكثر الأشكال انتشاراً على شبكة الانترنت ويكون أداة فعالة من أدوات العلاقات العامة الرقمية إذ يستخدم لإرسال الرسائل الإخبارية لعدد واسع من الجماهير المستخدمة.

٤. جماعة المناقشة : تلعب جماعات المناقشة عبر الشبكة أهمية خاصة بالنسبة لوظيفة العلاقات العامة الرقمية في المؤسسات الجامعية لمنع أي سوء فهم أو انتقال لمعلومات غير صحيحة عنها.

٥. مواقع التواصل الاجتماعي : تؤدي مواقع التواصل الاجتماعي وبالأخص

(الفييس بوك) و (التويتر) دوراً مهمً في نقل الإخبار والتعليقات والآراء ووجهات النظر بكل ما يحدث في المؤسسات الجامعية لأهميتها الخاصة لإدارات العلاقات العامة.

بناءً على ما سبق يتضح أن الديناميكية التي تعمل بها شبكة الانترنت تتطلب من ممارسي العلاقات العامة أن يأخذوا زمام المبادرة لأن التعامل في الأداء يحتاج إلى اتخاذ إجراءات فورية لا تحتمل أي تأجيل حيث تحتاج المؤسسات إلى ممارسي علاقات عامة لديهم فهم وإدراك كاملين للعلاقات العامة والإجراءات والمنتجات والخدمات المتوفرة للجمهور وسيحتاجون من القائمين على العلاقات العامة بذل أفضل ما لديهم في التعامل مع المعلومات وإدارة المعرفة.

الدراسة المسحية

عرض وتفسير نتائج الدراسة المسحية

وزعت (٣٢) استمارة على العاملين في الجامعات العراقية عينة البحث المتمثلة (بغداد، المستنصرية، العراقية) بواقع (١٢) استمارة لجامعة بغداد و (٩) استمارات للجامعة المستنصرية و (١١) استمارة للجامعة العراقية للوقوف على مدى استخدام العاملين في اقسام و وحدات العلاقات العامة و الاعلام و تعاملها مع الجمهور الداخلي و الخارجي لمهام العلاقات العامة الرقمية .

أولاً : خصائص المبحوثين

١. النوع الاجتماعي : توزع المبحوثون المشاركون في الدراسة المسحية ضمن العينة المختارة الذي بلغ أجمالي عددهم (٣٢) مبحوثاً توزعت بحسب متغير النوع الاجتماعي إلى (١٨ مبحوثاً من الذكور) بلغت نسبتهم (٥٦,٢٥%) مثلوا الجزء الأكبر من عينة الدراسة المسحية مقابل (١٤ مبحوثاً من الإناث) بلغت نسبتهم (٤٣,٧٥%) من العينة الممثلة للدراسة وكما موضح في الجدول (١):

جدول (١) يبين التوزيع النسبي لعدد المبحوثين بحسب النوع الاجتماعي للجامعات العراقية

ت	النوع الاجتماعي	التكرار	النسبة المئوية
١	الذكور	١٨	٥٦,٢٥%
٢	الإناث	١٤	٤٣,٧٥%
المجموع		٣٢	١٠٠%

٢. المستويات العمرية : توزعت المعدلات العمرية للعاملين في عمل العلاقات العامة الرقمية في الجامعات العراقية (المشاركين في البحث) بين مستويات عدة تم تقسيمهم كما يلي :

- أ. مستوى (من ٢٠-٣٠) عاماً : جاءت المرحلة العمرية هذه بالمرتبة الأولى في المعدلات العمرية للعاملين في عمل العلاقات العامة الرقمية في الجامعات العراقية النسبة الأعلى بواقع (١٤ مبحوث) ونسبة بلغت (٤٣,٧٥٪) وتعد هذه الفئة العمرية الأبرز لاستخدامات العلاقات العامة الرقمية لأنها المعدلات المناسبة لاستخدام هذه التقنيات.
- ب. مستوى (من ٤١-٥٠) عاماً : جاءت المرحلة العمرية هذه بالمرتبة الثانية من المعدلات العمرية وقد بلغت على (٩ مبحوث) ونسبة بلغت (٢٨,١٢٪).
- ت. مستوى (من ٣١-٤٠) عاماً : جاءت المرحلة العمرية هذه بالمرتبة الثالثة من المعدلات العمرية وقد بلغت على (٥ مبحوث) وجمعت على نسبة (١٥,٦٣٪).
- ث. مستوى (من ٥١- فما فوق) عاماً : جاءت المرحلة العمرية هذه بالمرتبة الأخيرة وجمعت على (٤ مبحوث) ونسبة بلغت (١٢,٥٪) وكما موضح في الجدول (٢) :
- جدول (٢) يبين التوزيع النسبي للمعدلات العمرية للمبحوثين في الجامعات العراقية

ت	المعدلات العمرية	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	(من ٢٠-٣٠) عاماً	١٤	٤٣,٧٥٪	الأولى
٢	(من ٤١-٥٠) عاماً	٩	٢٨,١٢٪	الثانية
٣	(من ٣١-٤٠) عاماً	٥	١٥,٦٣٪	الثالثة
٤	(من ٥١ فما فوق) عاماً	٤	١٢,٥٪	الرابعة
		٣٢	١٠٠٪	المجموع

٣. التحصيل الدراسي : وزعت مستويات التحصيل الدراسي (التعليمي) للمشاركين في الدراسة الميدانية بين مستويات عدة كما يأتي :

- أ. شهادة البكالوريوس (٧٥,٠٪) جاءت هذه الفئة بالمرتبة الأولى إذ بلغ عدد المشاركين في الدراسة المسحية من الحاصلين على الشهادة الجامعية (البكالوريوس) (٢٤ مبحوثاً) من مجموع عينة البحث، تمثل هذه النسبة الأفضلية للعاملين في ممارسة العلاقات العامة الرقمية لكونهم الجيل الأكثر ممارسة للتقنيات الرقمية.
- ب. شهادة دبلوم عالي (١٥,٦٢٪) جاءت هذه الفئة بالمرتبة الثانية إذ بلغ عدد المشاركين في الدراسة المسحية من الحاصلين على شهادة الدبلوم العالي (٥ مبحوثاً) من عينة البحث.
- ت. شهادة الإعدادية (٩,٣٨٪) جاءت هذه الفئة بالمرتبة الثالثة إذ بلغ عدد المشاركين

في الدراسة المسحية من الحاصلين على الشهادة (الإعدادية) (ثلاثة مبحوثين) من عينة البحث و كما موضح في الجدول (٣).

جدول (٣) يبين التوزيع النسبي للتحصيل الدراسي (التعليمي) للمبحوثين في الجامعات العراقية

ت	التحصيل الدراسي	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	البكالوريوس	٢٤	٪٧٥,٠	الأولى
٢	دبلوم عالي (خريج معهد)	٥	٪١٥,٦٢	الثانية
٣	الإعدادية	٣	٪٩,٣٨	الثالثة
		٣٢	٪١٠٠	المجموع

٤. مكان العمل : جاءت جامعة بغداد بالمرتبة الاولى بعد ان جمعت على تكرار (١٢) ونسبة مئوية بلغت (٣٧,٥)٪ بينما جاءت الجامعة العراقية بالمرتبة الثانية بعد ان جمعت على (١١) ونسبة مئوية بلغت (٣٤,٣٧)٪ بينما جاءت بالمرتبة الثالثة الجامعة المستنصرية بعد ان جمعت على تكرار (٩) ونسبة مئوية بلغت (٢٨,١٣)٪ اذ تم توزيع استبانة البحث فقط على العاملين في مجال العلاقات العامة و الاعلام حصراً و تم استثناء باقي التخصصات من (الإدارة , التدريس و البحث , ادارة الخدمات , الاعمال الفنية) للوقوف بدقة على تطبيق الية عمل العلاقات العامة الرقمية بما يتناسب في المجال التخصصي.

جدول (٤) يبين التوزيع النسبي لمكان العاملين في العلاقات العامة الرقمية عينة البحث

ت	مجال العمل	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	جامعة بغداد	١٢	٪٣٧,٥	الأولى
٢	الجامعة العراقية	١١	٪٣٤,٣٧	الثانية
٣	الجامعة المستنصرية	٩	٪٢٨,١٣	الثالثة
	المجموع	٣٢	٪١٠٠	

٥. سنوات العمل والخبرة في الجامعات العراقية : تمثلت سنوات العمل والخبرة في الجامعات العراقية كما يلي إزاء تكراراتهم ونسبهم المئوية:

أ. (من ٧-٩) عاماً : حصلت على تكرار (١٥ مبحوثاً) وبنسبة مئوية بلغت (٤٤,٨٧)٪.

ب. (من ١٠ فما فوق) عاماً : حصلت على تكرار (٨ مبحوث) وبنسبة مئوية بلغت (٢٥,٠)٪.

ج. (من ٤-٦) عاماً : حصلت على تكرار (٦ مبحوث) وبنسبة مئوية بلغت (١٨,٧٥)٪.

د. (من ١-٣) عاماً : حصلت على تكرار (ثلاثة مبحوثين) وبنسبة مئوية بلغت (٩,٣٨٪). وكما موضح تسلسل تراتبيتها في الجدول (٥) ضمن عينة البحث.

جدول (٥) يبين التوزيع النسبي لسنوات العمل والخبرة في الجامعات العراقية

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	سنوات العمل والخبرة	ت
الأولى	٤٦,٨٧٪	١٥	(من ٧-٩) عاماً	١
الثانية	٢٥,٠٪	٨	من (١٠ فما فوق) عاماً	٢
الثالثة	١٨,٧٥٪	٦	(من ٤-٦) عاماً	٣
الرابعة	٩,٣٨٪	٣	(من ١-٣) عاماً	٤
	١٠٠٪	٣٢		المجموع

٦. ممارسة العلاقات العامة الرقمية : صنفت ثلاث متغيرات في ممارسة العلاقات العامة الرقمية في الجامعات العراقية، إذ جاء تصنيف متغير (نعم) ممارسة العلاقات العامة الرقمية في الجامعات أعلاه بالمرتبة الأولى بتكرار (٢٥ مبحوثاً) من أصل (٣٢ مبحوثاً) وزعت عليهم استمارة المسح لمعرفة استخدام العلاقات العامة الرقمية وبنسبة مئوية بلغت (٧٨,١٣٪) وجاء متغير (أحياناً) بالمرتبة الثانية بعد أن جمع (٥ مبحوث) وبنسبة مئوية بلغت (١٥,٦٢٪) كما اعترض على عدم ممارسة العلاقات العامة الرقمية بالمتغير الثالث (لا) إذ جمع على تكرار (٢ مبحوث) * ٢ وبنسبة مئوية بلغت (٦,٢٥٪)، وكما موضح في جدول (٦).

جدول (٦) يبين التوزيع النسبي لممارسة العلاقات العامة الرقمية في الجامعات العراقية

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الممارسة	ت
الأولى	٧٨,١٣٪	٢٥	نعم	١
الثانية	١٥,٦٢٪	٥	أحياناً	٢
الثالثة	٦,٢٥٪	٢	لا	٣
	١٠٠٪	٣٢		المجموع

ثانياً : إجابة المبحوثين على استمارة المسح الخاصة للعاملين في مجال العلاقات العامة الرقمية في الجامعات العراقية وكما موضح أدناه :

جدول (٧) يبين التوزيع النسبي لاستخدام العلاقات العامة الرقمية في الجامعات العراقية

ت	نوع الفقرة	اتفق بشدة		اتفق		محايد		لا أتفق		لا أتفق بشدة		المجموع
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
١	استخدامك للعلاقات العامة الرقمية بشكل دوري ومنظم.	٦	١٨,٧٥	١٥	٤٦,٨٨	٩	٢٨,١٢	٢	٦,٢٥	٠	٠	١٠٠
٢	يمثل استخدامك للعلاقات العامة الرقمية جزء من نشاطك اليومي.	٥	١٥,٦٢	١٣	٤٠,٦٣	٨	٢٥,٠	٤	١٢,٥	٢	٦,٢٥	١٠٠
٣	استخدام العلاقات العامة الرقمية في تعميق تواصل الجامعات مع الجمهور.	٤	١٢,٥	١٢	٣٧,٥	٧	٢٢,٠	٦	١٨,٧٥	٣	٩,٢٥	١٠٠
٤	استخدام العلاقات العامة الرقمية يتيح التفاعل مع إدارات الجامعات وجماهيرها الداخلية والخارجية.	٣	٩,٢٥	١١	٣٤,٢٥	١٤	٤٤,٠	٣	٩,٢٥	١	٣,٢٥	١٠٠
٥	استخدام العلاقات العامة الرقمية يسمح بتبادل وجهات النظر والحوار والنقاش في القضايا التعليمية فيما بينها.	٢	٦,٢٥	١٦	٥٠,٠	١٢	٣٧,٥	٢	٦,٢٥	٠	٠	١٠٠
٦	استخدامها في تنظيم الأرشيف الإلكتروني الخاص بالجامعات.	٦	١٨,٧٥	١٧	٥٣,٠	٥	١٥,٧٥	٣	٩,٢٥	١	٣,٢٥	١٠٠
٧	الحرص على استخدامها في معرفة تفاصيل عن المستجدات والتطورات العلمية في الجامعة.	٢	٦,٢٥	١٤	٤٣,٧٥	٨	٢٥,٠	٦	١٨,٧٥	٢	٥,٢٥	١٠٠
٨	استخدامها في تسهيل اتخاذ القرار في الموضوعات التعليمية.	٥	١٥,٧٥	١٢	٣٧,٥	٧	٢٢,٠	٢	٦,٢٥	٦	١٨,٢٥	١٠٠
٩	تستخدم في التحضير والترتيب للاجتماعات العامة إلكترونياً.	٣	٩,٥	١٨	٥٦,٢٥	٩	٢٨,٠	٢	٦,٢٥	٠	٠	١٠٠

المحور الأول : استخدام العلاقات العامة الرقمية في الجامعات العراقية

١ . كانت نسبة إجابة المبحوثين إزاء الفقرة (استخدامك للعلاقات العامة الرقمية بشكل دوري ومنظم) وفق تراتبيها تنازلياً كالآتي : 46.88 أتفق، 28.12 محايد، 18.75% اتفق بشدة، 6.25% لا أتفق، وهذا يعني أن إجابات المبحوثين اتجهت نحو الاتفاق ضمن الفقرة أعلاه.

٢. كانت نسبة إجابة المبحوثين إزاء الفقرة (يمثل استخدامك للعلاقات العامة الرقمية جزء من نشاطك اليومي) كالاتي : ٤٠,٦٣٪ أتفق، ٢٥,٠٪ محايد، ١٥,٦٢٪ أتفق بشدة، ١٢,٥٪ لا أتفق، ٦,٢٥٪ لا أتفق بشدة، وهذا يعني أن إجابات المبحوثين اتجهت نحو الاتفاق والمحايد.
٣. كانت نسبة إجابات المبحوثين إزاء الفقرة (استخدام العلاقات العامة الرقمية في تعميق تواصل الجامعات مع الجمهور) كالاتي : ٣٧,٥٪ أتفق، ٢٢,٠٪ محايد، ١٨,٧٥٪ أتفق بشدة، ١٢,٢٥٪ لا أتفق، ٩,٢٥٪ لا أتفق بشدة، وهذا يعني أن إجابات المبحوثين اتجهت نحو الاتفاق والمحايد.
٤. كانت نسبة إجابات المبحوثين إزاء الفقرة (استخدام العلاقات العامة الرقمية يتيح التفاعل مع إدارات الجامعات و جماهيرها الداخلية والخارجية) كالاتي : ٤٤,٠٪ محايد، ٣٤,٢٥٪ أتفق، ٩,٢٥٪ أتفق بشدة، ٩,٢٥٪ لا أتفق، ٣,٢٥٪ لا أتفق بشدة، وهذا يعني أن إجابات المبحوثين اتجهت نحو المحايد.
٥. كانت نسبة إجابات المبحوثين إزاء الفقرة (استخدام العلاقات العامة الرقمية يسمح بتبادل وجهات النظر والحوار والنقاش في القضايا التعليمية فيما بينها) كالاتي : ٥٠,٠٪ أتفق، ٣٧,٥٪ محايد، ٦,٢٥٪ أتفق بشدة، ٦,٢٥٪ لا أتفق، وهذا يعني أن إجابات المبحوثين اتجهت نحو الاتفاق.
٦. كانت نسبة إجابات المبحوثين إزاء الفقرة (استخدامها في تنظيم الأرشيف الإلكتروني الخاص بالجامعات) كالاتي : ٥٣,٠٪ أتفق، ١٨,٧٥٪ أتفق بشدة، ١٥,٧٥٪ محايد، ٩,٢٥٪ لا أتفق، ٣,٢٥٪ لا أتفق بشدة، وهذا يعني أن إجابات المبحوثين اتجهت نحو الاتفاق.
٧. كانت نسبة إجابات المبحوثين إزاء الفقرة (الحرص على استخدامها في معرفة تفاصيل عن المستجدات والتطورات العلمية في الجامعة) كالاتي : ٤٣,٧٥٪ أتفق، ٢٥٪ محايد، ١٨,٧٥٪ لا أتفق، ٦,٢٥٪ للفقرتين اتفق بشدة، لا أتفق بشدة، وهذا يعني أن إجابات المبحوثين اتجهت نحو الاتفاق.
٨. كانت نسبة إجابات المبحوثين إزاء الفقرة (استخدامها في تسهيل اتخاذ القرار في الموضوعات التعليمية) كالاتي : ٣٧,٥٪ أتفق، ٢٢,٠٪ محايد، ١٨,٥٪ لا أتفق بشدة، ١٥,٧٥٪ أتفق بشدة، ٦,٢٥٪ لا أتفق، وهذا يعني أن إجابات المبحوثين اتجهت نحو الاتفاق.
٩. كانت نسبة إجابات المبحوثين إزاء الفقرة (تستخدم في التحضير والترتيب للاجتماعات العامة إلكترونياً) كالاتي : ٥٦,٢٥٪ أتفق، ٢٨,٠٪ محايد، ٩,٥٪ أتفق بشدة، ٦,٢٥٪ لا أتفق، وهذا يعني أن إجابات المبحوثين اتجهت نحو الأنفاق.
- ومما تقدم أعلاه من مؤشرات إحصائية للمقياس تدل الإجابات على المحور الأول (استخدام العلاقات العامة الرقمية في الجامعات العراقية) والمكون من (٩) محاور فرعية

كانت إجابات المبحوثين (الاتفاق) و (الحيادية) متقدمة عن الإجابات الأخرى وهذا يدل على وجود علاقات عامة رقمية تستخدمها الجامعات العراقية بشكل متواصل لإدامة عملها.

جدول (٨) يبين تطبيق العلاقات العامة الرقمية في الجامعات العراقية

ت	نوع الفقرة	اتفق بشدة		اتفق		محايد		لا أتفق		لا أتفق بشدة		المجموع	
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
١	تتيح العلاقات العامة الرقمية مشاركة الآخرين في اهتماماتهم التعليمية والبحثية والثقافية.	٣	٩,٢٥	٧	٢٢,٠	١٢	٣٧,٥	٦	١٨,٧٥	٤	١٢,٥	٣٢	١٠٠
٢	تقوم العلاقات العامة الرقمية بعرض القوانين واللوائح الخاصة بالجامعات.	٤	١٢,٥	٦	١٨,٧٥	١٤	٤٣,٧٥	٦	١٨,٧٥	٢	٦,٢٥	٣٢	١٠٠
٣	تعمل على توفير محركات بحث مخصصة في الجامعات.	٦	١٨,٧٥	٩	٢٨,٠	١٣	٤٠,٧٥	٣	٩,٢٥	١	٣,٢٥	٣٢	١٠٠
٤	تقوم العلاقات العامة الرقمية بتزويد الجمهور الداخلي والخارجي بالمعلومات الالكترونية.	٧	٢١,٧٥	٨	٢٥,٠	١١	٣٤,٥	٤	١٢,٥	٢	٦,٢٥	٣٢	١٠٠
٥	العلاقات العامة الرقمية توفر البيانات والمعلومات اللازمة في اتخاذ القرار.	٥	١٥,٧٥	٧	٢١,٧٥	١٥	٤٧,٠	٣	٩,٢٥	٢	٦,٢٥	٣٢	١٠٠
٦	تعمل العلاقات العامة الرقمية ونظمها في تنظيم المؤتمرات العلمية عن طريق المراسلة الإلكترونية.	٦	١٨,٧٥	١٠	٣١,٢٥	١٢	٣٧,٥	٣	٩,٢٥	١	٣,٢٥	٣٢	١٠٠
٧	تعزز التواصل بين الأقسام المختلفة للعاملين في الجامعة.	٤	١٢,٥	٩	٢٨,٠	١٥	٤٧,٠	٤	١٢,٢٥	-	-	٣٢	١٠٠
٨	أمكانية تبادل الآراء والتعليمات في الجامعة أو الكلية.	٢	٦,٢٥	٨	٢٥,٠	١٦	٥٠,٠	٦	١٨,٧٥	-	-	٣٢	١٠٠
٩	تسهم في تقديم إيصال الشكوى والمقترحات وتقييم التعليمات والتوصيات في الجامعة.	٣	٩,٢٥	١٠	٣١,٢٥	١٢	٣٧,٥	٧	٢٢,٠	-	-	٣٢	١٠٠
10	تعمل على تأمين الاتصال بقطاعات الجامعة بصورة فورية وآنية عن طريق الاستبيان ومواقع التواصل الاجتماعي.	7	21.75	9	28.25	14	43.75	2	6.25	-	-	32	100

المحور الثاني : تطبيق العلاقات العامة الرقمية في الجامعات العراقية

بلغت إجابات المبحوثين إزاء (تطبيق العلاقات العامة الرقمية في الجامعات العراقية) حسب ظهورها تراتيبياً إذ أظهرت الإحصائيات ضمن المقياس اتجاه غالبية المبحوثين نحو الإجابة إلى مقياس (محايد) النسبة الأكبر ثم تلتها مقياس (أتفق) و ثم جاء مقياس (أتفق بشدة) وكذلك مقياس (لا أتفق) وبعدها مقياس (لا أتفق بشدة) بحسب التكرارات والنسب المئوية المؤشرة إزاء كل فقرة من المحور أعلاه وبالغلة (١٠) محاور فرعية إذ يدل أن إجابات المبحوثين تعطي مقياساً محايداً في تطبيق العلاقات العامة الرقمية في الجامعات وهو مؤشر إيجابي وخاصة تلتها الإجابة بمقياس (أتفق).

جدول (٩) يبين تفضيل العلاقات العامة الرقمية في الجامعات العراقية

رقم	نوع الفقرة	اتفق بشدة		اتفق		محايد		لا أتفق		لا أتفق بشدة		مج
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
١	تسهم في تحقيق معايير جودة التعليم على وفق مقياس (Q.S) العالمي.	١٨	١٨,٧٥	١٧	١٧,٧٥	٥٤	٥٤,٠٠	٢٨	٢٨,٢٥	٠	٠,٠٠	١٠٠
٢	تنتج التفاعل والمشاركة في بناء علاقات جديدة مع زوار الموقع.	١٦	١٦,٧٥	١٦	١٦,٧٥	٥٠	٥٠,٠٠	٢٨	٢٨,٢٥	٠	٠,٠٠	١٠٠
٣	فتح أفاق التواصل مع الجامعة والجامعات الأخرى.	١٥	١٥,٧٥	١٥	١٥,٧٥	٤٦	٤٦,٠٠	٢٥	٢٥,٠٠	٠	٠,٠٠	١٠٠
٤	مشاركة العاملون في العلاقات العامة الرقمية في المجموعات الإخبارية.	١٧	١٧,٧٥	١٧	١٧,٧٥	٥٣	٥٣,٠٠	٢٢	٢٢,٠٠	٠	٠,٠٠	١٠٠
٥	تسهم في تسويق الجامعة وتعزيز سمعتها على المستوى المحلي والدولي.	١٤	١٤,٧٥	١٤	١٤,٧٥	٤٣	٤٣,٠٠	١١	١١,٠٠	٠	٠,٠٠	١٠٠
٦	تساعد العلاقات العامة الرقمية في مواجهة الأزمات التي تواجه الجامعات.	١٦	١٦,٧٥	١٦	١٦,٧٥	٥٠	٥٠,٠٠	١٢	١٢,٠٠	٠	٠,٠٠	١٠٠
٧	تساعد بخدماتها المتعددة على إقامة علاقات جيدة ومتفاعلة مع وسائل الإعلام.	١٧	١٧,٧٥	١٧	١٧,٧٥	٥٣	٥٣,٠٠	١٠	١٠,٠٠	٠	٠,٠٠	١٠٠
٨	وسيلة فعالة في دراسات وأبحاث العلاقات العامة للتعرف على اتجاهات الجمهور وانطباعاته إزاء الجامعة.	١٥	١٥,٧٥	١٥	١٥,٧٥	٤٦	٤٦,٠٠	٢٨	٢٨,٢٥	٠	٠,٠٠	١٠٠
٩	تعد مصدر من مصادر توفير المعلومات الخاصة بالجامعة.	١٩	١٩,٧٥	١٩	١٩,٧٥	٥٩	٥٩,٠٠	١٧	١٧,٧٥	٠	٠,٠٠	١٠٠
١٠	استخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك، يوتيوب، تويتر، انستغرام) دوراً مهماً في نقل الأخبار والتعليقات والآراء حول قضايا الجامعة.	١٤	١٤,٧٥	١٤	١٤,٧٥	٤٣	٤٣,٠٠	١٣	١٣,٠٠	٠	٠,٠٠	١٠٠

المحور الثالث : تفضيل العلاقات العامة الرقمية في الجامعات العراقية

ظهرت إجابات المبحوثين ضمن المحور الثالث للعينة تفضيل العلاقات العامة الرقمية في الجامعات العراقية أسبقية المقياس (أتفق) عن باقي إجابات المبحوثين في المحور الثالث المتضمن (١٠) محاور فرعية تعطي تفضيل إجابات المبحوثين للعلاقات العامة الرقمية في الجامعات العراقية وحسب تسلسل ظهورها تنازلياً إزاء كل فقرة ضمن المحور الثالث، وتمثل الفقرة (تعد مصدر من مصادر توفير المعلومات الخاصة بالجامعة) كأسبقية أولى من تفضيلات المبحوثين كون العلاقات العامة الرقمية توفر مصادر المعلومات الخاصة بالجامعة.

جدول (١٠) يبين الهدف من استخدام العلاقات العامة الرقمية في الجامعات العراقية

ت	نوع الفقرة	اتفق بشدة		اتفق		محايد		لا أتفق		لا أتفق بشدة		المجموع
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
١	التصفح لأغراض علمية وبحثية.	٢٠	١٢,٥	١٢	٣٧,٥	٧	٢٥,٠	٥	١٦,٠	٢	٩,٥	١٠٠
٢	التواصل مع مواقع الجامعات.	١٢	١٨,٧٥	١٤	٤٣,٧٥	٢	١٨,٧٥	٤	١٢,٥	٢	٦,٢٥	١٠٠
٣	نشر نشاطات الجامعة إلكترونياً.	٥	١٥,٥	١٣	٤٠,٥	٩	٢٨,٠	٣	٩,٥	٢	٦,٢٥	١٠٠
٤	الإطلاع على أحر المستجدات العلمية في الجامعات.	٢	٩,٥	١٥	٤٦,٧٥	٩	٢٨,٠	٢	٦,٢٥	٣	٩,٢٥	١٠٠
٥	التعرف على أخبار وإصدارات الهيئة التدريسية.	٢	١٨,٧٥	١٠	٣١,٢٥	٨	٢٥,٠	٢	١٨,٧٥	٢	٦,٢٥	١٠٠
٦	المشاركة في الحوارات المتعلقة بالعملية التعليمية.	٧	٢٥,٠	١١	٣٤,٢٥	٢	١٨,٧٥	٤	١٢,٥	٣	٩,٥	١٠٠
٧	الاسهام في الإعلان والترويج للدورات العلمية التي تقيمها الجامعات.	٧	٢١,٧٥	١٢	٣٧,٥	٨	٢٥,٠	٣	٩,٥	٢	٦,٢٥	١٠٠
٨	المساهمة في إبراز فعاليات الجامعة محلياً وعربياً ودولياً.	٥	١٥,٥	١١	٣٤,٧٥	٩	٢٨,٠	٥	١٥,٥	٢	٦,٢٥	١٠٠

المحور الرابع: الهدف من استخدام العلاقات العامة الرقمية في الجامعات العراقية

كانت إجابات المبحوثين ضمن المحور الرابع أي الهدف من استخدام العلاقات العامة

الرقمية في الجامعات العراقية هو حصول مقياس (أتفق) كترتيب اول من المحور أعلاه ثم تلتها مقياس (محايد) كترتيب ثاني وباقي المقاييس ظهورها تنازليا بحسب التكرارات والنسب المئوية المؤشرة إزاء كل مقياس في الجدول أعلاه وهذا يدل على أن إجابات المبحوثين ضمن المحور الرابع هو الاتفاق بأن الهدف من استخدام العلاقات العامة الرقمية (الإطلاع على آخر المستجدات العلمية في الجامعات) بعد أن جمعت على تكرار (١٥) من أصل (٣٢) مبحوث) بنسبة مئوية بلغت (٤٦,٧٥%) متقدمة عن باقي الأهداف الأخرى.

جدول (١١) يبين إستراتيجيات الاتصال للعلاقات العامة الرقمية في الجامعات العراقية

ت	نوع الفقرة	اتفق بشدة		اتفق		محايد		لا أتفق		لا أتفق بشدة		المجموع
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
١	إستراتيجية الإعلام توفر للعلاقات العامة الرقمية معلومات عن تاريخها الواسع ومهامها وأهدافها وسياساتها وخدماتها وقياداتها.	٤٦,٧٥	١٥	١٥,٧٥	٥	٢١,٧٥	٧	٤٦,٧٥	١٥	٤	١٠٠	
٢	إستراتيجية الحوار تمنح العلاقات العامة الرقمية للعاملين الفرصة للتعبير عن رأيهم وتقديم شكاوى ومقترحات المشاركة في تقييم أنشطة الجامعة.	٥٠,٥	١٢	١٨,٧٥	٦	٢٥,٠	٨	٤٠,٥	١٢	١٠٠		
٣	إستراتيجية الأفتاح تسعى العلاقات العامة الرقمية إلى خلق قاعدة للعلاقات الإستراتيجية مع الجماهير الأساسية بهدف التغيير المقصود في المعارف والاتجاهات والسلوكيات.	١٥,٧٥	٥	٢١,٧٥	٧	١٨,٧٥	٦	٣١,٢٥	١٢	٤	١٠٠	
٤	إستراتيجية بناء الإجماع تعتمد العلاقات العامة الرقمية لبناء علاقات إستراتيجية بين الجامعة وبيئتها الخارجية.	١٢,٥	٤	١٥,٧٥	٥	٢٥,٠	٨	٣٧,٢٥	١٢	٤	١٠٠	

المحور الخامس : إستراتيجيات الاتصال للعلاقات العامة الرقمية في الجامعات العراقية

أظهرت نتائج إجابات المبحوثين على المحور الخامس تقدم مقياس (لا أتفق) عن باقي المقاييس لعدم وجود استراتيجيات للاتصال في العلاقات العامة الرقمية في الجامعات العراقية وذلك لعدم وضوح رؤية المبحوثين حول استراتيجيات الاتصال للعلاقات العامة الرقمية وذلك لتطبيقها واستخدامها حديثاً في الجامعات العراقية مما انعكس سلباً على إجابات المبحوثين.

جدول (١٢) يبين الصعوبات التي تعيق عمل العلاقات العامة الرقمية في الجامعات العراقية

ت	نوع الفقرة	اتفق بشدة		اتفق		محايد		لا أتفق		لا أتفق بشدة		المجموع
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
١	عدم الاهتمام باستخدام الحاسوب.	٥	٢٨٠	١٤	٤٣٠	٥	١٥٠	٤	٩٠	١	٢٠	١٠٠
٢	عدم المعرفة بكيفية البحث إلكترونياً.	٧	٢١٠	١٢	٣٧٠	٤	١٢٠	١	١٨٠	٣	٩٠	١٠٠
٣	عدم الاستخدام الأمثل لتطبيقات الانترنت.	٧	٢٥٠	١٣	٤٠٠	١	١٨٠	٤	٩٠	٢	٢٠	١٠٠
٤	صعوبة المعرفة بكيفية استخدام المواقع الإلكترونية	١	١٨٠	١٥	٤٧٠	٧	٢١٠	٤	١٢٠	-	-	١٠٠
٥	عدم الاعتماد على المعلومات المنشورة إلكترونياً.	٧	٢٥٠	١٣	٤٠٠	١	١٨٠	٣	٩٠	٢	٢٠	١٠٠
٦	عدم التحديث للمعلومات بصورة منتظمة.	٤	١٢٠	١٤	٤٤٠	٧	٢١٠	٥	١٥٠	٢	٢٠	١٠٠

المحور السادس : الصعوبات التي تعيق عمل العلاقات العامة الرقمية في الجامعات العراقية

١. كانت نسبة إجابة المبحوثين إزاء الفقرة (عدم الاهتمام باستخدام الحاسوب) وفق تراتبيتها تنازلياً كالآتي : ٤٣,٧٥٪ أتفق، ٢٨,٠٪ أتفق بشدة، ١٥,٥ محايد، ٩,٥٪ لا أتفق، ٣,٢٥٪ لا أتفق بشدة، وهذا يعني أن إجابات المبحوثين اتجهت نحو الاتفاق ضمن الفقرة أعلاه.

٢. كانت نسبة إجابات المبحوثين إزاء الفقرة (عدم المعرفة بكيفية البحث إلكترونياً) كالآتي : ٣٧,٥٪ أتفق، ٢١,٧٥٪ أتفق بشدة، ١٨,٧٥٪ لا أتفق، ١٢,٥٪ محايد، ٩,٥٪ لا أتفق بشدة، وهذا يعني أن إجابات المبحوثين اتجهت نحو لا اتفق.

٣. كانت نسبة إجابات المبحوثين إزاء الفقرة (عدم الاستخدام الأمثل لتطبيقات الانترنت) كالآتي : ٤٠,٥٪ أتفق، ٢٥,٠٪ أتفق بشدة، ١٨,٧٥٪ محايد، ٩,٥٪ لا أتفق، ٦,٢٥٪ لا أتفق بشدة، وهذا يعني أن إجابات المبحوثين اتجهت نحو الاتفاق ضمن الفقرة أعلاه.

٤. كانت نسبة إجابات المبحوثين إزاء الفقرة (صعوبة المعرفة بكيفية استخدام المواقع الإلكترونية) كالآتي : ٤٧,٠٪ أتفق، ٢١,٧٥٪ محايد، ١٨,٧٥٪ أتفق بشدة، ١٢,٥٪ لا أتفق، وهذا يعني أن إجابات المبحوثين اتجهت نحو الاتفاق.

٥. كانت نسبة إجابات المبحوثين إزاء الفقرة (عدم الاعتماد بالمعلومات المنشورة إلكترونياً) كالآتي : ٤٠,٥٪ أتفق، ٢٥,٠٪ محايد، ١٨,٧٥٪ أتفق بشدة، ٩,٥٪ لا أتفق، ٦,٢٥٪ لا أتفق بشدة، وهذا يعني أن إجابات المبحوثين اتجهت نحو الاتفاق.

٦. كانت نسبة إجابات المبحوثين إزاء الفقرة (عدم التحديث للمعلومات بصورة منتظمة) كالآتي : ٤٤,٠٪ أتفق، ١٢,٥٪ أتفق بشدة، ٢١,٧٥٪ محايد، ١٥,٥٪ لا أتفق، ٦,٢٥٪ لا أتفق بشدة، وهذا يعني أن إجابات المبحوثين اتجهت نحو الاتفاق.

ومما تقدم كشفت إجابات المبحوثين على المحور السادس المتضمن الصعوبات التي تعيق عمل العلاقات العامة الرقمية تقدم مقياس (أتفق) بشأن الصعوبات التي تواجه العاملين وأظهرت فقرة (صعوبة المعرفة بكيفية استخدام المواقع الإلكترونية) من أبرز الصعوبات التي تواجه عمل العلاقات العامة الرقمية في الوقت الحاضر.

الاستنتاجات

١. جاءت نسبة مشاركة المبحوثين تقدم الذكور على الإناث، أما بشأن المستويات العمرية كانت من (٢٠-٣٠ عاماً) هي الأكثر نسبة لباقي المستويات، ثم جاءت التحصيل الدراسي (شهادة البكالوريوس) الأكثر مشاركة، ثم جاءت مكان العمل جامعة بغداد بالمرتبة الاولى بالنسبة للعاملين في العلاقات العامة الرقمية ثم جاءت سنوات العمل (٧-٩ عاماً) تقدماً على باقي السنوات و جاءت ممارسة العلاقات العامة الرقمية في الجامعات العراقية ضمن تصنيف متغير (نعم) بالمرتبة الاولى.
٢. كشفت الدراسة المسحية للعاملين في العلاقات العامة الرقمية في الجامعات العراقية نسب متقاربة حول استخدام تقنيات الانترنت بعدها المحور الرئيس الجديد في عمل العلاقات العامة الرقمية بينما كانت الإجابة الأضعف هي عدم استخدام تقنيات الانترنت في مجال العلاقات العامة.
٣. أظهرت نتائج الدراسة المسحية توافقاً مع مفهوم نظرية الاستخدامات والاشباع في عمل العاملين للعلاقات العامة الرقمية وأن الحاجة والضرورة تتطلب استخدام التقنيات الحديثة في استخدام وعمل العلاقات العامة الرقمية في الجامعات العراقية عينة البحث.
٤. شكلت إجابات المبحوثين الحيادية في تطبيق العلاقات العامة الرقمية فيما تنافست على أبرز تطبيقاتها هي قيام العلاقات العامة الرقمية في عرض اللوائح والقوانين وإمكانية تبادل الآراء والتعليمات في الجامعات هي نسب إيجابية فيما إذا قورنت باستخدامات العاملين للعلاقات العامة الرقمية.
٥. اتضح من الدراسة المسحية أن من أهم تفضيلات العاملين للعلاقات العامة الرقمية في الجامعات التي تعدها من مصادر توفير المعلومات بالقضايا العلمية والبحثية والإدارية في الجامعات العراقية.
٦. كان من أولويات أهداف العلاقات العامة الرقمية الإطلاع على آخر المستجدات العلمية في الجامعات العراقية وذلك للارتباط بين الجامعة والبحث العلمي.
٧. لم تكن هناك رؤية واضحة ودلالة عملية توفرت في إجابات المبحوثين إزاء إستراتيجيات الاتصال للعلاقات العامة الرقمية وذلك لوجود تخصصات أخرى تعمل ضمن مجال العلاقات العامة الرقمية.
٨. من المعوقات والصعوبات التي عانى منها العاملين في العلاقات العامة الرقمية هي عدم المعرفة بكيفية استخدام المواقع الإلكترونية في عمل الجامعات العراقية.

الهوامش و المصادر

١. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، (القاهرة : عالم الكتب، ٢٠٠٠)، ص ٧٠.
٢. نائل عبد الحافظ العواملة، أساليب البحث العلمي – الأسس النظرية وتطبيقاتها، (عمان : دار الجامعة الأردنية، ١٩٩٥)، ص ١٠.
٣. مصطفى حميد الطائي، خير ميلاد أبو بكر، مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الإعلام والعلوم السياسية، (الإسكندرية : دار الوفاء للطباعة والنشر، ٢٠٠٧)، ص ١٠٢.
٤. سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، (القاهرة : عالم الكتب، ١٩٩٥)، ص ١٣١.
٥. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في تكنولوجيا التعليم، ط ٣، (القاهرة : عالم الكتب، ٢٠١٣)، ص ٢٨٩.
٦. عبد الخالق محمد شفيق، العلاقات العامة في الخدمة الاجتماعية، (القاهرة، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، ٢٠١٤)، ص ٣٣.
٧. أياد حسن الرمضاني وآخرون، المدخل إلى الشبكة التبادلية والبريد الإلكتروني، (الموصل : دار جامعة الموصل للنشر والتوزيع، ٢٠٠٢)، ص ٣٩.
٨. محمد بن سعود البشر، نظريات التأثير الإعلامي، (الرياض : العبيكان للنشر، ٢٠١٤)، ص ١٣٢.
٩. حسنين شفيق، نظريات الإعلام في البيئة الرقمية، (القاهرة : دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠١٣)، ص ١٩١.
١٠. ديفيد فيليبس، العلاقات العامة عبر الانترنت، (القاهرة : مصر، كوجان بيدج، ٢٠١٣)، ص ٢١.
١١. فهمي محمد العبدى، مفاهيم جديدة في العلاقات العامة، (عمان : دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١١)، ص ٢٦٧.
١٢. شدونا علي شبيبة، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، (القاهرة : دار المعرفة الجامعية، ٢٠٠٩)، ص ١٣١.
١٣. محمد ناجي الجوهر، وسائل الاتصال في العلاقات العامة، (عمان : مكتبة الرائد العلمية، ٢٠٠٠)، ص ٢٤.
١٤. حسنين شفيق، الإعلام التفاعلي، (القاهرة : دار فكر وفن، ٢٠٠٨)، ص ٨٠.
١٥. Barbee, David E, interactive Multimedia – information Resources management .ISS ,60.Vol ,1993 journal, medal Town : Full .٤
١٦. محمد ناجي الجوهر، وسائل الاتصال في العلاقات العامة، مصدر سبق ذكره، ص ٢٥.
١٧. محمد ناجي الجوهر، المواد الإعلامية التقليدية والإلكترونية في العلاقات العامة، (اليمن، دار الكتاب الجامعي، ٣١٠٢)، ص ٦٠٢.