دولة ليبيا

وزارة التعليم والبحث العلمي

جامعة طرابلس

كلية الاعلام والاتصال

قسم العلاقات العامة والاعلان

مشروع تخرج مقدم ضمن متطلبات نيل درجة البكالوريوس في العلاقات العامة والاعلان بعنوان

العلاقات العامة الرقيمة ودورها في تعزيز الشعور بالمسؤولية الوطنية لدى الشباب الجامعي (دراسة ميدانية لطلاب جامعة طرابلس)

اعداد كل من:

الطالب: سالم المبروك سالم

الطالب: معتز مصطفى امبارك

الطالب: علي محمد العموري

المشرف: أ.محمد الجبو

المحتويات

المقدمة: 7

الفصل الاول: الاطار المنهجي 8

مشكلة البحث 9

أهمية البحث: 9

اهداف البحث: 9

التساؤلات 10

حدود البحث: 10

المصطلحات والتعرفيات الاجرائية للبحث: 10

الدراسات السابقة: 11

المنهج المستخدم: 12

منهجية البحث: مجتمع وعينة الدراسة 12

اولا: مجتمع الدراسة : 12

ثانياً: عينة الدراسة : 12

أدوات البحث: 13

الفصل الثاني: الاطار المعرفي 15

المبحث الأول: 16

اولاً مفهوم العلاقات العامة الرقمية: 16

ثانياً مزايا وأهداف العلاقات العامة الرقمية: 18

ثالثاً خصائص وسائل العلاقات العامة الرقمية: 20

المبحث الثاني: 21

اولاً المسؤلية الوطنية: 21

ثانياً مفهوم المسؤولية الوطنية: 21

ثالثاً اهداف المسؤولية الوطنية: 21

رابعاً خصائص المسؤولية الوطنية: 22

الفصل الثالث: النتائج والتوصيات 23

المبحث الاول: 24

المحور الثاني: التفاعل الرقمي مع المؤسسات 25

المحور الثالث: المسؤولية الوطنية والشخصية 30

المبحث الثاني: النتائج البحث 33

المبحث الثالث: اهم التوصيات 34

المراجع: 35

الخاتمة: 40

الآية

{ وَمَا تَوْفِيقِي إِلَّا بِاللَّهِ عَلَيْهِ تَوَكَّلْتُ وَإِلَيْهِ أُنِيبُ }

{ هود:88 }

الاهداء

بسم الله, والصلاة والسلام على روسول الله, الحمدلله الدي بنعمته تتم الصالحات, وبتوفيقه تتحقق الطموحات.

الى من علموني أن التواصل فن, وان الكلمة الطيبة تبني جسورا لاتهدمها المسافات...

الى والدي, ووالدتي واخوتي, وكل افراد عائلتي...

الى أساتدتي الدين كانوا نمادج حقيقية في الإقناع, وحسن التأثير...

الى زملائي الدين شاركوني رحلة التعلم, والاجتهاد, وكانوا رفقة لا تنسى...

الى من امن بي وشجعني ودفعني لأمضي بثبات نحو هدفي...

اهدي هدا المشروع, ليكون بداية مهنية أطمح من خلالها الى ترك بصمة ايجابية في مجال العلاقات العامة.

شكر وتقدير

في كل انجاز يقف خلفه أشخاص لم يطلبو مقابلا, ولم ينتظروا شكرا, فقط امنو, وساعدو, ومضوا.

شكرا لعائلتي, النبض الدي لايخفت, والدعاء الدي يسبقني دائما الى أبواب التوفيق.

وشكرا لمعلمي الذين لم يكتفوا باعطاء المعلومة, بل زرعوا فينا فكرا, وفتحوا لنا ابوابا نحو الإبداع والفهم.

الى مشرفي الكريم (محمد الجبو) شكرا على سعة صدرك, ودعمك, وملاحظاتك التي منحت هدا العمل عمقه الحقيقي.

وشكرا لكل من مر في هده الرحلة, وترك في مسيرتي بصمة.

هدا العمل ليس مجرد مشروع تخرج, بل ترجمة لمواقف, ووجوه, وقلوب كانت حاضرة بروحها في كل مرحلة.

المقدمة:

أصبحت العلاقات العامة الرقمية من أبرز مجالات الاتصال المعاصر، لما تشهده المجتمعات الحديثة من تطور متسارع في تقنيات الاتصال ووسائل الإعلام الجديدة، والتي أسهمت في إحداث تحولات جوهرية في طبيعة التفاعل بين المؤسسات وجماهيرها. ولم تعد العلاقات العامة تقتصر على الأساليب التقليدية في الاتصال، بل أصبحت تعتمد بشكل متزايد على المنصات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي في بناء الصورة الذهنية، وتعزيز الثقة، وترسيخ القيم والسلوكيات الإيجابية لدى فئة الشباب، بوصفهم الفئة الأكثر استخدامًا وتأثرًا بهذه الوسائل.

وفي هذا السياق، تبرز المؤسسات التعليمية، ولا سيما الجامعات، باعتبارها من أهم الفاعلين في تنمية الوعي الوطني وتعزيز الشعور بالمسؤولية الوطنية لدى الشباب الجامعي، من خلال ما تقدمه من برامج تعليمية وأنشطة ثقافية وإعلامية رقمية. إذ تمثل الجامعة بيئة خصبة لتشكيل الاتجاهات الفكرية والسلوكية للطلبة، وتسهم إدارات العلاقات العامة الرقمية فيها في توجيه الخطاب الاتصالي نحو دعم قيم الانتماء الوطني، والمشاركة المجتمعية، والالتزام بالسلوك المسؤول في الفضاء الرقمي.

وتكتسب العلاقات العامة الرقمية أهمية خاصة في المجتمع الليبي، في ظل التحديات الوطنية والاجتماعية الراهنة، وما تفرضه من ضرورة تعزيز الشعور بالمسؤولية الوطنية لدى الشباب، وتمكينهم من أداء دور إيجابي وفاعل في خدمة المجتمع والوطن. ويُعد توظيف المنصات الرقمية بشكل واعٍ ومدروس من قبل الجامعات أحد أبرز الأدوات المؤثرة في بناء وعي وطني رقمي قائم على الحوار، والمشاركة، واحترام القيم الوطنية.

وانطلاقًا من ذلك، تسعى هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على دور العلاقات العامة الرقمية في تعزيز الشعور بالمسؤولية الوطنية لدى الشباب الجامعي، من خلال دراسة ميدانية تُجرى على طلبة جامعة طرابلس، بوصفها إحدى أكبر وأهم المؤسسات التعليمية في ليبيا. وتهدف الدراسة إلى الكشف عن طبيعة استخدام العلاقات العامة الرقمية داخل الجامعة، ومستوى تفاعل الطلبة معها، ومدى إسهامها في ترسيخ مفاهيم المسؤولية الوطنية لديهم، إضافة إلى الوقوف على أبرز التحديات التي تواجه هذا الدور وسبل تطويره.

وتنبع أهمية هذه الدراسة من كونها تسهم في إثراء الأدبيات العلمية المتعلقة بالعلاقات العامة الرقمية والمواطنة والمسؤولية الوطنية، كما توفر نتائج يمكن أن تفيد صانعي القرار والقائمين على إدارات العلاقات العامة في الجامعات الليبية، في وضع استراتيجيات رقمية أكثر فاعلية تسهم في بناء جيل جامعي واعٍ ومسؤول، قادر على توظيف الوسائط الرقمية لخدمة وطنه ومجتمعه.

الفصل الاول: الاطار المنـهجي

مشكلة البحث

تكمن مشكلة البحث الرئيسية في تراجع الشعور بالمسؤولية لدى العديد من الشباب الجامعيين على الرغم من الإدراك المتزايد لأهمية المسؤولية الاجتماعية للجامعات باعتبارها مؤسسات لا تقتصر مهمتها على التعليم فحسب، بل تمتد لتشمل تنشئة أجيال ذات وعي ومسؤولية تجاه مجتمعاتها وأوطانها إلا أنه لا يزال هناك قصور أو إغفال واضح لدور مؤسسات التعليم العالي في تنمية وتعزيز هذا الحس بالمسؤولية الاجتماعية لدى الطلبة. ويظهر هذا القصور في ظل وجود مظاهر خلل في تحمل المسؤولية الاجتماعية على مستوى المؤسسات العامة، مما يستدعي إعادة تقييم وتوجيه لسياسات واستراتيجيات التعليم العالي لتمكين الجامعات من القيام بدورها الحيوي والكامل في هذا المجال، خاصة في مواجهة التحديات والأزمات المجتمعية الراهنة. إن هذا التراجع في الحس بالمسؤولية لا يقتصر تأثيره على السلوكيات الفردية فحسب، بل يمتد ليشكل عائقًا رئيسيًا أمام التنمية المستدامة والقدرة على مواجهة الأزمات (كالأوبئة، والتحديات البيئية، والأزمات الاقتصادية)، حيث تتطلب هذه التحديات مستوى عالٍ من المبادرة، والتطوع، والالتزام الأخلاقي تجاه الصالح العام، وهي مظاهر ضعيفة الحضور في الواقع الجامعي الراهن. ويعود هذا القصور جزئيًا إلى غياب دمج المسؤولية الاجتماعية كمحور أصيل في المناهج والأنشطة اللامنهجية وتقييم أداء الطلبة والمؤسسات على حدٍ سواء، مما يحولها من قيمة جوهرية إلى مجرد شعار هامشي. ولذلك، يصبح البحث ضروريًا لتشخيص الفجوة بين الأهداف المُعلنة والواقع الممارس، وتقديم إطار عمل متكامل يُعيد تصميم البرامج التعليمية والمبادرات

لدى تبلورت مشكلة البحث في الاجابة عن التساؤل الرئيسي التالي:

كيف يمكن لـ استراتيجيات وأدوات العلاقات العامة الرقمية (مثل منصات التواصل الاجتماعي، وحملات المحتوى التفاعلي) أن تُستخدم لتعزيز مشاركة ووعي الشباب الجامعيين بالمسؤولية الاجتماعية، وما هو تأثيرها في تحفيز السلوك المسؤول وتقليص الفجوة بين الخطاب الجامعي وواقع التزام الطلبة؟

أهمية البحث:

تكمن أهمية البحث في ندرة الدراسات العلمية والأبحاث السابقة في هدا المجال داخل جامعة طرابلس على حد علم الباحثين, وقوة القضية وموضوع الدراسة, وحداثتها مما يقتضي تسليط الضوء عليها وتوثيقها واستخلاص النتائج منها, بالإضافة الى اسهامات الدراسة في التطوير المعرفي لدى الدارسين.

اهداف البحث:

1. تحديد آليات التوظيف: تحديد وتحليل آليات توظيف أدوات ومنصات العلاقات العامة الرقمية (مثل وسائل التواصل الاجتماعي، والمدونات، والمحتوى التفاعلي) في نشر وتعزيز مبادرات المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات.
2. تقييم فعالية التواصل: تقييم فعالية المحتوى الرقمي الذي تنتجه المؤسسات فيما يتعلق بالتواصل حول المسؤولية الاجتماعية، ودوره في بناء الثقة وإشراك الجمهور في قضايا المجتمع.
3. حصر التحديات الرقمية: حصر وتصنيف التحديات والمخاطر الرقمية التي تواجه المؤسسات عند استخدام العلاقات العامة الرقمية للتعبير عن التزامها بالمسؤولية الاجتماعية (مثل أزمة "الغسيل الأخضر" الرقمي).

4. وضع نموذج اتصالي: وضع نموذج اتصالي (Communication Model) مقترح للعلاقات العامة الرقمية، يضمن تحقيق الشفافية والمساءلة والوصول الفعال للجمهور عند الترويج لمبادرات المسؤولية الاجتماعية.

التساؤلات:

1. ما هي أبرز أدوات ومنصات العلاقات العامة الرقمية (كوسائل التواصل الاجتماعي والمدونات) التي تعتمد عليها المؤسسات لنشر وتعزيز مبادراتها في المسؤولية الاجتماعية؟.
2. إلى أي مدى يساهم التواصل الرقمي للمؤسسات في إشراك الجمهور ودفعهم للمشاركة في مبادرات المسؤولية الاجتماعية؟
3. ما هي أبرز التحديات والمخاطر الاتصالية التي تواجه المؤسسات عند استخدام العلاقات العامة الرقمية للتعبير عن التزامها بالمسؤولية الاجتماعية؟
4. ما هي المكونات الأساسية والضرورية لنموذج اتصالي مقترح للعلاقات العامة الرقمية يضمن الشفافية والمساءلة في الترويج لمبادرات المسؤولية الاجتماعية؟

حدود البحث:

1. الحدود الموضوعية
   - العلاقات العامة الرقمية.
   - المسؤولية الوطنية.
2. الحدود المكانية والزمانية
   - المكان: جامعة طرابلس.
   - الزمان: بيانات مجمعة في أكتوبر 2025 (قد لاتعكس تغيرات لاحقة).

المصطلحات والتعرفيات الاجرائية للبحث:

العلاقات العامة: هي عملية إدارية واتصالية مخططة ومستدامة، يقوم بها فرد، مؤسسة، أو دولة، ترتكز على إجراءات وسلوكيات مسؤولة إلى جانب التواصل الفعّال.تهدف هذه الجهود بشكل أساسي إلى بناء وتعزيز الثقة والتفاهم المتبادل مع كافة الجماهير المستهدفة.يتم ذلك عبر التخطيط المنهجي، والتواصل الشفاف والمستمر، وتنفيذ أفعال تعكس القيم والمصالح المشتركة.الغاية النهائية هي خلق صورة إيجابية والحفاظ على سمعة طيبة.

الرقمية: تشير إلى اللغة الأساسية لعمل الوسائل والنظم التكنولوجية الحديثة فهي تمثل مجموعة معقدة من الأكواد الثنائية والبيانات المشفرة التي تُشكل الهيكل البرمجي والتشغيلي الذي تقرأه وتنفذه الأجهزة والمنصات،مثل تطبيقات الهاتف، مواقع الويب، وشبكات التواصل الاجتماعي، لإتاحة المحتوى والخدمات

المسؤولية الوطنية: المسؤولية الوطنية هي استعداد ذاتي متأصل يدفع الفرد ليكون شريكًا فاعلاً ومؤثرًا في جهود مجتمعه. هذا الاستعداد يترجم إلى مشاركة إيجابية ومُبادرة في تنفيذ الأعمال المشتركة التي تخدم الصالح العام. وتعني كذلك الالتزام الجاد والمساهمة الفعّالة في إيجاد حلول جذرية للتحديات والمشكلات التي تواجه الوطن. إنها جوهر المواطنة الفاعلة لضمان التنمية المستدامة والازدهار

الدراسات السابقة:

دراسات سابقة حول العلاقات العامة الرقمية ودورها في تعزيز الشعور بالمسؤولية الوطنية

1. دراسة أشرف شوقي صديق أبو حجر(2019)
هدفت الدراسة إلي الارتقاء بمستوي المواطنة الرقمية لدى طلاب الجامعات المصرية في ضوء التحديات التكنولوجية المعاصرة، واستخدم الباحث المنهج الوصفي، واستخدم الاستبانة كأداة للدراسة، وقد تألف المجتمع الأصلي الذي اشتقت منه عينة الدراسة من طلاب جامعة المنوفية في العام الدراسي 2019/2018، والبالغ عددهم (72820) طالب وفق احصاءات الجامعة، وتم اختيار عينة بالطريقة العشوائية العنقودية، وبلغت (854) طالب وطالبة من بعض الكليات النظرية والعملية.

2. دراسة معجب بن أحمد معجب الزهراني(2019)
هدفت الدراسة الحالية إلي التأصيل النظري لمفهوم المواطنة الرقمية، ومجالاتها، ودواعي تحقيقها لدي الطلاب. وبيان إسهامات عناصر العملية التعليمية كالمعلم، والقائد التربوي، والمنهج والبيئة في تنمية المواطنة الرقمية وتحقيق وتعزيز قيمها لدي الأجيال في ظل التحديات المعاصرة. وتم استخدام المنهج الوصفي.

دراسة نصار، والمحسن (2012):
هدفت الى التعرف على اهم الاساليب والأنشطة التربوية الواجب ان تقوم بها كليات التربية لتفعيل قيم المواطنة لدى طلابها ، وتقديم تصور مقترح لتفعيل دور كليات

التربية في تعزيز قيم المواطنة ، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي ، وكانت أداة الدراسة عبارة عن استبيانة ، وطبقت على عينة عددها (89) من أعضاء وعضوات هيئة التدريس.

المنهج المستخدم:

يعد هدا البحث من البحوث الوصفية التي تناسب هدا النوع من الدراسات المتعلقة بالاراء والمواقف الاجتماعية ومظاهر الانسان السلوكية المعبرة عن الراي العام وانسبها، وانسجاما مع مقتضيات البحث وطبيعته الاجرائية وتحقيقا لأهدافه فقد استخدم الباحث المنهج المسحي للوصول الى النتائج المرجوة، والدي يعد نمودجا معياريا لخطوات جمع البيانات من المفردات البشرية، فضلا على انه المنهج الرئيسي لدراسة جمهور وسائل الاعلام في اطارها الوصفي والتحليلي، كما يعد اختيار العينة البحثية من المراحل الاساسية المهمة التي يمر بها الباحث ادا عليها تتوقف كل النتائج والقياسات التي يبتغيها البحث وفي اكثر الاحيان يضطر الباحث الى اجراء بحثه على عينة صغيرة من المجتمع بأعتبارها ممثلة للمجتمع الكلي للبحث.

منهجية البحث: مجتمع وعينة الدراسة

تعد هده الدراسة من البحوث الميدانية التي تعتمد على البيانات الأولية لجمع المعلومات من افراد الدراسة، ودلك لتقديم فهم اعمق عن العلاقات العامة الرقمية ودورها تعزيز الشعور بالمسؤولية الوطنية.

ولتحقيق اهداف الدراسة، تم تحديد مجتمع البحث وعينته وفقا للتفاصيل الاتية:

اولا: مجتمع الدراسة :

يتكون مجتمع الدراسة من جميع طلاب جامعة طرابلس، ودلك بالنظر الى طبيعة المشكلة البحثية التي تركز على دور العلاقات العامة الرقمية في تعزيز الشعور بالمسؤولية الوطنية ضمن هده الفئة تحديدا، كما هوا مبين في عنوان الدراسة(دراسة ميدانية لطلاب جامعة طرابلس). يمثل هدا المجتمع الإطار الكلي الدي يسعى لتعميم نتائج الدراسة عليه.

ثانياً: عينة الدراسة :

نظراً لاتساع مجتمع الدراسة، ولضمان تمثيل مناسب يتيح تعميم النتائج، تم الاعتماد على اسلوب المعاينة لاختيار جزء من هدا المجتمع.

حجم العينة: تم تحديد حجم العينة (101) طالباً وطالبة.

طريقة اختيار العينة: تم اختيار العينة بطريقة عشوائية. تعتبر هده الطريقة مناسبة لضمان تكافؤ الفرص لجميع افراد مجتمع الدراسة في الظهور ضمن العينة، مما يعزز من تمثيلية العينة للمجتمع ويقلل من التحيز.

أدوات البحث:

أداة الاتسبيان :

اعتمد البحث السابق حول "العلاقات العامة الرقمية ودورها في تعزيز الشعور بالمسؤولية الوطنية لدى الشباب الجامعي" على الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات. تم تصميمه بطريقة (أسئلة مغلقة) ونُشر إلكترونيًا، مما سمح بجمع آراء متنوعة من عينة من الطلاب والمهتمين.

حيث تم استخدام استمارة استبيان إلكترونية كوسيلة لجمع البيانات من أفراد العينة. يتيح هذا الأسلوب الوصول إلى عدد أكبر من المشاركين بكفاءة وسرعة، ويسهل عملية جمع وتصنيف البيانات لاحقا.

إجراءات التوزيع: تم توزيع الاستبيان الإلكتروني على طلاب جامعة طرابلس لجمع الردود منهم، بما يضمن الوصول إلى العينة المختارة عشوائيا

خطوات تطبيق الاستبيان :

أ. تحديد الهدف من الاستبيان

الغرض الرئيسي:

قياس مستوى معرفة المشاركين بالمسؤولية الوطنية وأنماط استخدامهم لأدوات العلاقات العامة الرقمية والتحديات التي تواجههم في الوصول إلى معلومات موثوقة

ب. تصميم الاستبيان

نوع الأسئلة :

مغلقة مثال: هل العلاقات العامة الرقمية تحسن الصورة الذهنية للمؤسسة؟ اوافق/ اوافق بشدة/ محايد/ لا اوافق

الهيكل العام:

معلومات ديموغرافية (الجنس، العمر، التخصص).

أسئلة حول استخدام العلاقات العامة الرقمية .

اسئلة حول الاراء عن العلاقات العامة الرقمية

ج.نشر الاستبيان وجمع البيانات:

طريقة النشر هي إلكترونيا عبر منصات مثل قوقل فورم وتم توزيعه على طلاب الجامعات (خاصة كليات الإعلام) عبر مجموعات الواتساب والفيسبوك.

فترة الجمع: امتدت على مدار عدة أيام لضمان مشاركة كافية

تحليل البيانات :
لأسئلة المغلقة: حولت إلى نسب مئوية وجداول تكرارية (كما ظهر في النتائج)

مميزات استخدام الاستبيان في هدا البحث :
.الكفاءة: سمح بجمع بيانات من 101 مشاركًا في وقت قصير
.التنوع:جمع بين البيانات الكمية (النسب المئوية) والنوعية (الأراء الحرة)

اختبار الصدق والثبات:

صدق يعني مدى تحقيق القياس للغرض الذي صممت الاستبانة لأجله. ومن أجل التحقق من الصدق، تم اعتماد اختبار وأبدوا بعض الملاحظات وتم استيعاب أسلوب الصدق لظاهري حيث تم عرض الاستبانة على ثلاثة محكمين. وقد أكدوا صلاحية الاستبانة لقياس ما وضع لقياسه بما يتفق مع أهدافها بعد مراجعتها

المعالجة الاحصائية :

اعتمد أسلوب التحليل على استخراج التكرارات والنسب وبعض الاختبارات البسيطة .وفقًا لأسئلة الدراسة وأهدافها
وقد تم استخدام نماذج جوجل في عمل الاستبيان، وهي خاصية من خصائص محرر لمستندات المدمج Google Drive.

الفصل الثاني: الاطار المعرفي

المبحث الأول:

اولاً مفهوم العلاقات العامة الرقمية:

تعد العلاقات العامة الرقمية أحد المفاهيم الأساسية المعاصرة التي استطاعت خلال السنوات القليلة الماضية أن تقفز بالجهود الاتصالية لتتماشى مع متغيرات العصر الحالي، وذلك بالاستعانة بمختلف الأدوات والوسائل المتطورة والتكنولوجية الحديثة في تنفيذ العملية الاتصالية للمنظمة، والتي ساهمت في تطوير ممارسة مهنة العلاقات العامة بالشكل الذي يتماشى مع التطور التكنولوجي الذي يشهده العصر الحالي عبر تلك الوسائل.

لذلك أصبحت العلاقات العامة الرقمية ضرورة حتمية للمؤسسات فرضتها التغيرات وفي مقدمتها تكنولوجيا الاتصال الحديثة واستخداماتها الوظيفية المتعددة، فظهور الوسائط الرقمية قد فتح المجال لعالم جديد من العلاقات العامة الرقمية، ووفقاً لذلك، صار لزاماً على المؤسسات في ظل كبر حجمها واتساع رقعة انتشارها وزيادة المتعاملين معها وتزايد المنافسة، امتلاك أداة اتصال وصوت يمثلها يتعامل مع التدفق الهائل للأخبار والمعلومات على المنصات في شبكة الإنترنت، فأصبح تواجدها على .الويب وتوفير خدمات الاتصالات في البيئة الرقمية أصبح أمر ضروري

فقد أتى العصر التقليدي الذي كانت العلاقات العامة فيه محصورة في بيان صحفي معدة للنشر كوسيلة؛ لتقديم وجهة نظر المؤسسة ونشر أنشطتها والتعريف بجهودها، فأصبحت الوسائل الرقمية المتعددة التي يتم توظيفها لصالح الاتصال المؤسساتي تمنح العلاقات العامة قوة بصورة أكثر تنظيماً وفقاً طرقاً استراتيجية منفتحة، وهذا ما يجعل من ممارس العلاقات العامة شخصية اتصالية قادرة على التعامل والتفاعل مع الجمهور.

لذا ظهرت العلاقات العامة الرقمية وهي امتداد للعلاقات العامة التقليدية، والتي جاءت لتواكب التغيرات نتيجة تطور وسائل الاتصال والاستغلال الأمثل لهذه التقنيات وتوظيفها لخدمة أهداف وأنشطة العلاقات العامة.

وقد تطلب ذلك من العلاقات العامة ضرورة تطوير آلياتها وأساليبها، لكي تتلاءم مع هذه الوسيلة وذلك عبر خلق مواقع إلكترونية وشبكات اجتماعية لمؤسساتها وتدريب القوى البشرية وتأهيلها على الوضع التكنولوجي الاتصالي الجديد، وهو ما دفع ممارسو العلاقات العامة إلى الاتجاه إلى إدارة مواقع مؤسساتهم على شبكة الإنترنت ومتابعتها و إنشاء بريد إلكتروني خاص بمؤسستهم وأيضاً نشرة إخبارية إلكترونية.

وإذا نظرنا إلى مفهوم العلاقات العامة الرقمية سنجده يتكون من شقين:

الشق الأول: وهو العلاقات العامة **والشق الثاني:** (الرقمية)، ويمكن القول أن الشق الأول من التعريف أصبح واضحاً منذ ظهورها في عشرينات القرن الماضي، حيث يعرفها الدكتور علي عجوة بأنها الجهود المخططة التي تقوم بها الفرد أو المؤسسة أو الدولة لكسب ثقة الجمهور وتحقيق التفاهم المتبادل من خلال الاتصالات المستمرة

والأفعال المرغوبة؛ لتلبية احتياجات الجمهور. كما عرفتها جمعية العلاقات العامة الدولية بأنها تلك الوظيفة الإدارية والمستمرة والمخططة والتي تسعى بها المؤسسات الخاصة والعامة لكسب تفاهم وتعاطف وتأييد الجماهير على حدة وللحفاظ على استمرار هذا التفاهم والتأييد. أما الشق الثاني من التعريف (الرقمية) تشير إلى الأفراد التي تقرأ الوسائل والنظم الرقمية مثل مواقع الويب وشبكات التواصل الاجتماعي وغيرهم من التكنولوجيا الجديدة التي يتم عبرها انتقال وتبادل المعلومات وترميزها ومعالجتها.
كما تشير الوسائل الرقمية في العلاقات العامة إلى الوسيط المستخدم في نقل الرسالة، أي الوسائل الرقمية الحديثة التي تستخدمها العلاقات العامة في ممارسة أنشطتها مثل الإنترنت ووسائل التواصل والمدونات والهواتف الذكية، وإذا كانت العلاقات العامة فن وعلم إدارة الاتصال بين المؤسسة وجماهيرها لتحقيق الفهم المتبادل، والرقمية تعنى الوسائل التكنولوجية الحديثة القائمة على النظم الرقمية والمستخدمة في عملية الاتصال بين المؤسسة والجمهورفأن الرقمية للعلاقات العامة الرقمية تشير إلى اندماج وتكامل العلاقات العامة والوسائل الاتصالية الرقمية لتحقيق أهداف العلاقات العامة.
وعلى هذا فإن مفهوم العلاقات العامة من المفاهيم التي مرت بعدة مراحل وتطورات وأخذت عدة مسميات حتى استقر هذا المفهوم، فقد ارتبط هذا المفهوم بمصطلحات مثل الإنترنت ووسائل الإعلام الجديدة ووسائل التواصل الاجتماعي.
فالعلاقات العامة الرقمية وفقاً لجمعية العلاقات العامة الدولية والمعهد البريطاني للعلاقات العامة، قيام إدارة العلاقات العامة بتوظيف وتسخير تقنيات الاتصال الحديث وقنوات الإعلام الرقمي، لتنفيذ أنشطتها، وذلك للإسهام في تحقيق أهداف المؤسسة مع الجمهور أو المجتمع.
ويعرفها ديفيد فيليبس بأنها توجه إداري واتصالي لأنشطة العلاقات العامة ومزاولتها عبر استخدام شبكة الإنترنت والتقنيات الرقمية، لتحقيق أفضل أساليب الاتصال مع جمهور المؤسسة وبناء الصورة الإيجابية عن طريق الإعلام والمقومات الصادقة.
ويعرف بعض الباحثين العلاقات العامة الرقمية بأنها إدارة الاتصال بين المؤسسة وجمهورها من خلال استخدام تطبيقات الإنترنت بما تتضمنه هذه التطبيقات من المواقع الإلكترونية، وخدمات الرسائل النصية التي تقدم المعلومات عبر الإنترنت ودمج النصوص والجرافيك والصور ومقاطع الفيديو.
كما يعرفها بعض الباحثين بأنها عملية توظيف تقنيات الاتصال التفاعلي من شبكة الإنترنت وخدماتها المتمثلة بالمواقع الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي في ممارسة أنشطة العلاقات العامة وقيامها بالاتصال الحواري مع جماهيرها من خلال هذه التقنيات بهدف الفهم المتبادل المشترك وبناء العلاقات بين المؤسسة وجمهورها، حيث صارت تقنيات المعلومات والاتصالات ضرورة ملحة للشركات والمؤسسات لتوظيفها في مجالات عملها بالأسواق المحلية والعالمية؛ لاسيما في مجالات العلاقات العامة وما تنطوي عليه من برامج وفعاليات خاصة بالمؤسسات على المستويين الكلي والجزئي، وصارت العلاقات العامة توظف هذه التقنيات في تطوير وسائل ومفاهيم الإعلام الإلكتروني، والترويج والتسويق الرقمي عبر الإنترنت.

ويمكننا القول بأن العلاقات العامة الرقمية أحدثت تغييراً كبيراً في وظائفها وفي أهدافها خاصة في طريقة الاتصال بالجمهور الداخلي والخارجي للمنظمة، كما أحدثت وسائل التواصل الاجتماعي تغييراً عميقاً في العلاقات بين المؤسسات وأصحاب المصلحة نظراً لقدرتها على نشر المحتوى وتوفير التفاعل وتعزيز العلاقات الدائمة بتضييق فجوة الاتصال بينها وبين جمهورها،والتي تتميز بالسرعة والآنية والتفاعلية متخطية الحدود الزمنية والمكانية، لتحقيق أهداف المؤسسة وإدارة نشاطاتها بفعالية أكبر، ولم يعد التحدي يقتصر على صناعة المحتوى فقط وإنما بالمنافسة على صناعة محتوى رقمي سريع يأخذ فيه عنصر التفاعلية.

ثانياً مزايا وأهداف العلاقات العامة الرقمية:

للعلاقات العامة الرقمية عديد من المزايا التي توفرها لمستخدميها، ومن هذه المزايا يمكن ذكر ما يلي:

1- اثبات القدرة التنافسية: إن امتلاك المؤسسة الموقع إلكتروني، ووسائل التواصل الاجتماعي يجعلها تظهر أمام منافسيها بأنها تمتلك المهارات التكنولوجية والأدوات المناسبة لتواصلها مع جماهيرها.

2- دعم أنشطة العلاقات الإعلامية: فالمنصات الإلكترونية أصبحت وسيلة سهلة للوصول للمنظمة وأنشطتها وخدماتها وأصبحت مصدراً أو مرجعاً معلوماتياً مهماً لوسائل الإعلام، فتقوم وسائل الإعلام بنشر هذه النشرات والبيانات المنشورة على وسائل التواصل الاجتماعي الخاصة بالمؤسسة إلى الجماهير المختلفة، فانتشار وسائل التواصل الاجتماعي، وتعدد التقارير على وسائل الاتصال، ووسائل قيد النشر، قد تدعم المفاهيم التقليدية للإعلامية، مما يتطلب من الممارسين المكلفين ببناء علاقات فعالة مع وسائل الإعلام والتعامل مع هذه المفاهيم الجديدة.

3- الوصول إلى جماهير مختلفة وجديدة: حيث مكنت المنصات الرقمية المؤسسات من استقطاب أعداد كبيرة من الجماهير ممن يتقنون التفاعل مع التكنولوجيا الحديثة ووسائل التواصل الاجتماعي.

4- بناء وتوطيد العلاقات مع جماهير المؤسسة: ينظر إلى المنصات الإلكترونية كوسيلة لتعزيز العلاقات والحفظ عليها وكأداة لبناء الفهم المشترك والمتبادل بين المؤسسة وجماهيرها، ويرجع ذلك إلى الأدوات الاتصالية التفاعلية المتاحة على هذه الوسائل، فأدوات وتكتيكات العلاقات العامة الرقمية من شأنها أن تعطي فهماً حقيقياً للجهود وتؤدي إلى مشاركة أفضل.

5- تحقيق أعلى مستويات التفاعلية في عملية الاتصال: حيث تساهم في ضمان أعلى درجة من الكفاءة والفاعلية في نقل الرسائل بوضوح مع تقليص حالات التشويش بين طرفي الاتصال.

6- تقليص وتسهيل زمن الاتصال: حيث ساهمت في توفير الوقت اللازم لإتمام العملية الاتصالية بسرعة هائلة وفي الوقت المناسب، من أجل كسب ثقة الجمهور والاستمرار في تعزيزها على المدى الطويل.
7- توفير التغذية الراجعة الفورية: مما يسهل تدارك الأمور وتقييم وتقويم المحتوى الرقمي للعلاقات العامة بسهولة.
8- الرفع من كفاءة عمل الجمهور الداخلي: وذلك من خلال تسهيل عملية الاتصال بين مختلف المستويات الإدارية داخل المؤسسة.
9- المساعدة في إجراء البحوث الكمية والكيفية: فقد ساعدت ممارسي العلاقات العامة في تنفيذ بحوث المجموعات المركزة عبر مواقعها على الإنترنت خصوصاً في الموضوعات التي يصعب مقابلة الجماهير فيها أو المواضيع شديدة الحساسية، كما يمكن إعداد استطلاعات رأي إلكترونية تختزل الجهد والوقت والجهد.
10- تقديم معلومات فورية وكاملة للجمهور: حيث مكنت الوسائل الإلكترونية القائمين على العلاقات العامة من نشر معلومات وتفاصيل أكثر حول المؤسسة ومنتجاتها وأنشطتها وإمكانية مشاركة الجمهور في هذه التفاصيل.
11- زيادة قدرة المؤسسات على متابعة كل ما ينشر حولها: سواء في وسائل الإعلام والمواقع الإلكترونية، حيث أصبحت لدى المؤسسات العديد من الوسائل التكنولوجية التي تمكنها من القيام بذلك من خلال الاشتراك في خدمة وسائل الإعلام التي تقوم بإرسال الأخبار للمؤسسات عبر البريد الإلكتروني بصورة فورية بالإضافة إلى الاشتراك في قواعد البيانات التي تقوم بمتابعة اسم المؤسسة أو ما يبث أو ينشر أو يذاع عنها في كل وسائل الإعلام وإرساله له وهذه الميزة زادت من فاعلية المؤسسة للاستجابة للأزمات.
12- توفير المرونة في تعديل المضامين: حيث مكنت القائمين بالاتصال من تعديل مضامين الرسالة أينما يكونون ووقتها يشاؤون، والتحكم فيها كلياً.
13- تطور مفهوم العلاقة مع الجمهور: الطبيعة المتماثلة للعلاقات العامة عبر المنصات الرقمية تسمح بالاتصال المتبادل والحوار مع الجماهير، حيث أتاحت العلاقات العامة الرقمية للجمهور القدرة على التفاعل والاختيار والتعبير عن ردود أفعاله تجاه المعلومات التي يتلقاها، كما أتاحت له حرية تبادل المعلومات والحصول عليها بسرعة وبشكل متزامن مع القائم بالاتصال، فقد تطورت العلاقات إلى مفهوم الاتصال القائم على الحوار والمشاركة.
14- القدرة على الاستهداف: حيث مكنت العلاقات العامة الرقمية المؤسسات على اختلاف أشكالها وأنواعها باستهداف فئات وقطاعات محددة بدقة.
15- التواصل المرن مع الجمهور في كافة الأوقات والظروف: وذلك بما توفره من إمكانيات على تحديث وتطوير الرسائل الاتصالية الصادرة عنها بما يضمن ويحقق رضا الجماهير المتعاملة معها، ويكون ذلك من خلال خاصية رجع الصدى أو التغذية الراجعة التي تصدرها هذه الجماهير.

ثالثاً خصائص وسائل العلاقات العامة الرقمية:

حيث جمعت العلاقات العامة الرقمية بين خصائص الاتصال الشخصي والجمعي والجماهيري.

وفيما يلي ابرز خصائص وسائل العلاقات العامة الرقمية:

1- التفاعلية: ويتم ذلك من خلال حدوث علاقة اتصالية متعددة الاتجاهات، تحدث بشكل متزامن في الفضاء الاتصالي بين العناصر الفعالة في العملية الاتصالية؛ أي بين المرسل والمتلقي والرسالة الاتصالية، وينطوي ذلك على مجموعة من السمات والعناصر المحددة لخصائص التفاعلية ومظاهرها، وهي (تبادل الأدوار الاتصالية بين أطراف الاتصال، المساواة بين المشاركين في الاتصال وتماثلهم في القوى الاتصالية بما يضمن التبادل الحر للآراء دون تدخل أو تأثير من مصادر خارجية، المشاركة الديمقراطية المفتوحة بين أطراف الاتصال كما في الحلقات النقاشية وغرف الدردشة ومواقع تبادل رسائل البريد الإلكتروني.

2- تعدد الخيارات: يقصد بتعدد الخيارات في الاتصال الرقمي، أن يتم تزويد المستخدمين بخيارات متعددة للاختيار من بين المعلومات المتاحة.

3- تحديد المستقبل: وتعني هذه السمة أن المعلومات التي يتم تبادلها تكون محددة الغرض أي أن هناك درجة من التحكم في معرفة المستفيد الحقيقي من معلومات معينة دون غيرها.

4-ثنائية الاتصال: بمعنى أن يكون الاتصال ثنائي الاتجاه بين عدد غير محدود من الأفراد فمن خلال وسائل التواصل الاجتماعي تكون هناك فرص جديدة للاتصال المتماثل وإدارة العلاقات عبر الإنترنت.

5- اللا تزامنية: حيث تتمتع مختلف تطبيقات الاتصال الإلكتروني بإمكانية استقبال رسائل الاتصال الإلكتروني في أي وقت يناسب المستخدم، دون الحاجة إلى تواجد المستقبل أثناء العملية الاتصالية، وذلك عبر البريد الإلكتروني، وهو ما يمثل توفيراً لوقت أطراف العملية الاتصالية، كما يساعدهم على تنظيم استخداماتهم ومهام عملهم؛ دون إلزام بضرورة الرد الفوري على رسائل القائم بالاتصال.

6- سرعة النشر والتفاعل: من خلال تمكين المؤسسات من سرعة التفاعل ونشر بيانات المؤسسة الرسمية لاسيما في أوقات الأزمات التي تتعرض لها المؤسسة.

7- اللامركزية: وهي خاصية تسمح باستقلالية تطبيقات وأدوات تكنولوجيا الإعلام والاتصالات، فلا يمكن لجهة مفردها أن تتمكن من تعطيل خدمات الإنترنت علي مستوى العالم أو التأثير علي محتواه من برامج ومعلومات ومواقع.

8- اللاجماهيرية: حيث يمكن توجيه الرسالة الاتصالية عبر الفضاء الإلكتروني لأعداد غير متناهية من الأفراد الذين يمكنهم أيضاً استقبالها في ذات الوقت، وذلك عبر رسائل البريد الإلكتروني أو عبر نوافذ الدردشة الجماعية التي يمكن أن يشترك فيها عدد كبير من الأفراد في ذات الوقت.

9- الشيوع والانتشار: فالمعلومات والرسائل المتدفقة عبر شبكة الإنترنت يمكنها اختراق كافة الحدود الجغرافية، كما يمكن لعدد ضخم من الأفراد من التواصل الإلكتروني الفوري على الرغم من اختلاف جنسياتهم ومواقع تواجدهم في البلدان

المختلفة، كما يدخل في نطاق الانتشار سمة التعددية؛ حيث تتيح الوسائط الإلكترونية خاصية التراكم المعرفي من قبل كل مستقبل أو متعرض للرسالة الاتصالية، وتختلف أنماط هذا التراكم بين الحذف أو التعديل أو الإضافة وفقاً لمعالجة وأسلوب المتلقي.
10- المرونة: حيث يمكن للقائم بالاتصال استخدام عدد كبير من مصادر المعلومات والوسائط الإلكترونية، والتمييز بينها، والتحرير في طبيعتها بالحذف أو الإضافات بشكل مرن، كما يمكن إرسال هذه المادة للآخرين، أو استقبالها منهم عبر رسائل البريد الإلكتروني وقنوات التواصل الاجتماعي، وكذلك إمكانية نقل المعلومات عبر الوسائط الإلكترونية المتعددة، كما يمكن تحويل القالب النمطي للرسالة الاتصالية نفسها من شكل لآخر كتحويل.

المبحث الثاني:

اولاً المسؤلية الوطنية:

تُعدّ المسؤولية الوطنية ركيزة أساسية تقوم عليها الدول الحديثة، وتمثل جسراً يربط بين حقوق الفرد وواجباته تجاه وطنه ومجتمعه. ففي عالم تتسارع فيه التغيرات وتتزايد فيه التحديات، يصبح الوعي بهذه المسؤولية وتحملها أمراً حتمياً لضمان استقرار الأوطان وازدهارها. هذا المفهوم يتجاوز مجرد الانتماء العاطفي ليصبح التزاماً عملياً يظهر في سلوك المواطنين والمؤسسات على حد سواء.

ثانياً مفهوم المسؤولية الوطنية:

المسؤولية الوطنية هي الإحساس العميق بالواجب والالتزام الذي يشعر به الفرد تجاه وطنه، وهو شعور ينبع من الانتماء والولاء ويُترجم إلى أفعال وممارسات تهدف إلى خدمة المصلحة العامة. إنها لا تقتصر على المشاعر فقط، بل تشمل الحفاظ على أمن الوطن واستقراره، واحترام قوانينه، والمساهمة الفعالة في نهضته وتطوره. هذه المسؤولية جماعية وفردية في آن واحد، حيث يتحمل كل شخص ومؤسسة مسؤوليته في مجال عمله، سواء كان خدميًا، لوجستيًا، أو دفاعيًا.

ثالثاً اهداف المسؤولية الوطنية:

تهدف المسؤولية الوطنية إلى تحقيق مجموعة من الغايات السامية التي تضمن قوة المجتمع وتماسكه، ومن أبرزها:
1- تحقيق الوحدة الوطنية: تعمل المسؤولية الوطنية على تعزيز التكاتف والتضامن بين جميع أفراد المجتمع لمواجهة التحديات كصف واحد.

2-الحفاظ على أمن واستقرار الوطن: من أهم أهدافها حماية الوطن من الأخطار الداخلية والخارجية، والتصدي للشائعات والأخبار المضللة التي قد تزعزع الأمن.
3- بناء وتنمية المجتمع: تسعى إلى دفع عجلة التنمية المستدامة من خلال مشاركة الجميع في بناء الوطن وتطويره في كافة المجالات.
4- ترسيخ الانتماء والولاء: تهدف إلى غرس حب الوطن في نفوس الأجيال الجديدة وتنمية مشاعر التضحية والدفاع عنه.

رابعاً خصائص المسؤولية الوطنية:

تتميز المسؤولية الوطنية بمجموعة من السمات التي تجعلها ركيزة أساسية لنهضة الأمم، ومن أبرز هذه الخصائص:

1- الشعور بالواجب: الإخلاص الدائم في أداء الواجب ومراقبة الله في كل عمل يقوم به الفرد.
2- القدوة الحسنة: أن يكون المسؤول نموذجاً يحتذى به في سلوكه الإيجابي وولائه وانتمائه للوطن.
3- احترام القوانين والأنظمة: الالتزام بالقوانين والأنظمة والمحافظة على الممتلكات العامة.
4- نبذ التمييز: التعامل مع جميع أفراد المجتمع على قدم المساواة دون تمييز على أساس العرق أو الدين أو
المنطقة.

الفصل الثالث: النتائج والتوصيات

المبحث الاول:

نتائج البحث:

الجدول (1): توزيع أفراد العينة حسب الجنس

الجنس	التكرار	نسبة المؤية
انثى	74	74.0%
ذكر	26	26.0%
100%	100	100%

يظهر الجدول أن الإناث يشكلن الأغلبية الساحقة من عينة الدراسة بنسبة 74%، مقابل 26% للذكور. هذا يشير إلى أن الاستجابة للاستبيان كانت أعلى بكثير لدى الطالبات، مما قد يعكس اهتماماً أكبر من قبلهن بموضوع المسؤولية الوطنية أو تواجداً أكثر فاعلية على المنصات التي نُشر فيها الاستبيان

الجدول (2): توزيع أفراد العينة حسب العمر

العمر	التكرار	(%) النسبة المئوية
سنة 21-25	54	54.0%
سنة 18-20	27	27.0%
سنة 24-26	13	13.0%
سنة 27-29	5	5.0%
أخرى	1	1.0%
المجموع	100	100%

الفئة العمرية الأكثر تمثيلاً هي (21-25 سنة) بنسبة 54%، تليها فئة (18-20 سنة) بنسبة 27%. هذا يعني أن حوالي 81% من العينة هم في مرحلة الشباب الجامعي المبكر، وهي الفئة الأكثر حيوية وتفاعلاً مع الأدوات الرقمية.

الجدول (3): توزيع أفراد العينة حسب المستوى الدراسي

المستوى الدراسي	التكرار	النسبة المئوية (%)
طالب في السنة الثالثة	26	27.08%
طالب في السنة الرابعة	22	22.92%
طالب في السنة الخامسة	20	20.83%
طالب في السنة الثانية	17	17.71%
طالب في السنة الأولى	10	10.42%
أخرى	1	1.04%
المجموع	96	100%

النتائج موزعة بشكل متقارب بين السنوات الدراسية، مع تفوق طفيف لطلاب السنة الثالثة (27.08%) والسنة الرابعة (22.92%). هذا التنوع يضمن أن النتائج تعبر عن رؤية الطلاب في مختلف مراحل نضجهم الأكاديمي داخل الجامعة

المحور الثاني: التفاعل الرقمي مع المؤسسات

الجدول (4): أتابع الصفحات والحسابات الرسمية لجامعة طرابلس

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية (%)
أوافق	49	49.0%
أوافق بشدة	36	36.0%
محايد	14	14.0%
لا أوافق	1	1.0%
المجموع	100	100%

هناك مستوى عالٍ من المتابعة، حيث أن 85% من العينة يوافقون (بدرجات متفاوتة) على أنهم يتابعون حسابات الجامعة. هذا يدل على أن منصات التواصل الاجتماعي للجامعة هي قناة اتصال فعالة وحيوية للوصول للطلاب

الجدول (5): المحتوى الرقمي للجامعة حول القضايا الوطنية جذاب ومحفز

الإجابة	التكرار	(%) النسبة المئوية
محايد	34	34.69%
أوافق	33	33.67%
لا أوافق	18	18.37%
أوافق بشدة	12	12.24%
لا أوافق بشدة	1	1.02%
المجموع	98	100%

نلاحظ انقساماً في الآراء؛ فبينما يوافق 45.9% على جاذبية المحتوى، نجد أن 34.69% محايدون و19.39% غير موافقين. هذا يشير إلى حاجة الجامعة لتطوير محتواها الرقمي ليكون أكثر جذباً وتفاعلاً ليناسب تطلعات الشباب

الجدول (6): أعتمد على المواقع الحكومية للحصول على معلومات موثوقة

الإجابة	التكرار	(%) النسبة المئوية
أوافق	38	38.38%
أوافق بشدة	29	29.29%
محايد	24	24.24%
لا أوافق	7	7.07%
لا أوافق بشدة	1	1.01%
المجموع	99	100%

أظهرت النتائج أن 67.67% من الطلاب يعتمدون على المصادر الرسمية للحصول على المعلومات. هذه نسبة جيدة تعكس وعياً لدى الطلاب بضرورة استقاء الأخبار من مصادرها الموثوقة لتجنب التضليل

الجدول (7): منصة الفيسبوك هي الأداة الرئيسية لمعرفة الأنشطة

الإجابة	التكرار	(%) النسبة المئوية
أوافق	38	38.0%

الإجابة	التكرار	(%) النسبة المئوية
أوافق بشدة	37	37.0%
محايد	19	19.0%
لا أوافق	6	6.0%
المجموع	100	100%

يؤكد 75% من المشاركين أن الفيسبوك هو وسيلتهم الأساسية. هذا يثبت أن الفيسبوك لا يزال يتربع على عرش المنصات الأكثر تأثيراً واستخداماً في الوسط الجامعي الليبي

الجدول (8): أشارك في التعليق أو التفاعل مع منشورات الجامعة

الإجابة	التكرار	(%) النسبة المئوية
محايد	33	33.0%
أوافق	31	31.0%
أوافق بشدة	21	21.0%
لا أوافق	11	11.0%
لا أوافق بشدة	4	4.0%
المجموع	100	100%

رغم المتابعة العالية، إلا أن التفاعل الفعلي (تعليق/مشاركة) أقل نسبياً، حيث يوافق 52% فقط على ذلك، بينما تظل نسبة 33% محايدة. هذا يسمى "الاستهلاك الصامت" للمحتوى، حيث يقرأ الطالب دون أن يتفاعل علناً

الجدول (9): ساهم المحتوى الرقمي في زيادة وعيي بالقضايا الوطنية

الإجابة	التكرار	(%) النسبة المئوية
أوافق	35	35.35%
محايد	26	26.26%
أوافق بشدة	24	24.24%
لا أوافق	11	11.11%

الإجابة	التكرار	(%) النسبة المئوية
لا أوافق بشدة	3	3.03%
المجموع	99	100%

يرى 59.59% أن المحتوى الرقمي ساهم فعلياً في زيادة وعيهم. هذه النتيجة تؤكد القوة الناعمة للإعلام الرقمي في تشكيل الوعي المجتمعي والوطني لدى الطلاب

الجدول (10): تشجعني الحملات الرقمية (فيديوهات) على التطوع

الإجابة	التكرار	(%) النسبة المئوية
أوافق	44	44.90%
أوافق بشدة	32	32.65%
محايد	17	17.35%
لا أوافق	4	4.08%
لا أوافق بشدة	1	1.02%
المجموع	98	100%

نسبة كبيرة تصل إلى 77.55% تؤكد أن المحتوى المرئي والتفاعلي يحفزهم على العمل التطوعي. هذا يوجه القائمين على العلاقات العامة بضرورة التركيز على "الفيديو" كأداة تحفيزية قوية

الجدول (11): لغة التواصل الرقمي تتسم بالشفافية والمصداقية

الإجابة	التكرار	(%) النسبة المئوية
محايد	38	38.78%
أوافق	37	37.76%
لا أوافق	12	12.24%
أوافق بشدة	11	11.22%

الإجابة	التكرار	(%) النسبة المئوية
المجموع	98	100%

النتائج هنا تميل للحياد بنسبة 38.78%، مع موافقة 48.98%. هذا يشير إلى وجود نوع من الحذر أو التشكك البسيط لدى الطلاب تجاه ما تنشره المؤسسات عن إنجازاتها، مما يتطلب تعزيز الشفافية بالأدلة والوقائع

الجدول (12): سرعة استجابة المؤسسات تساهم في بناء الثقة

الإجابة	التكرار	(%) النسبة المئوية
أوافق	38	38.78%
أوافق بشدة	30	30.61%
محايد	15	15.31%
لا أوافق	11	11.22%
لا أوافق بشدة	4	4.08%
المجموع	98	100%

يوافق 69.39% على أن سرعة الرد على التعليقات والأسئلة تبني الثقة. هذه رسالة واضحة للمؤسسات بأن "التفاعل الثنائي" وليس فقط النشر هو مفتاح النجاح الرقمي

الجدول (13): بعض المنشورات مجرد "تجميل للصورة" دون التزام

الإجابة	التكرار	(%) النسبة المئوية
أوافق بشدة	42	42.86%
أوافق	29	29.59%
محايد	25	25.51%
لا أوافق	2	2.04%
المجموع	98	100%

نتيجة صادمة نوعاً ما، حيث يوافق 72.45% (منهم 42.86% بشدة) على أن بعض المنشورات هي مجرد تجميل للصورة. هذا يعكس وعياً نقدياً عالياً لدى الطلاب وقدرة على التمييز بين الإنجاز الحقيقي والتسويق الإعلامي

الجدول (14): العلاقات العامة الرقمية تُحسن الصورة الذهنية للمؤسسة

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية (%)
أوافق	40	41.67%
أوافق بشدة	33	34.38%
محايد	22	22.92%
لا أوافق	1	1.04%
المجموع	96	100%

رغم النقد السابق، يقر 76.05% بأن العلاقات العامة الرقمية تنجح في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسات، مما يؤكد أهمية هذا الدور في بناء السمعة المؤسسية

المحور الثالث: المسؤولية الوطنية والشخصية

الجدول (15): أشعر بأنني شريك فاعل ومؤثر في خدمة الصالح العام

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية (%)
محايد	39	41.05%
أوافق	22	23.16%
أوافق بشدة	20	21.05%
لا أوافق	10	10.53%
لا أوافق بشدة	4	4.21%

الإجابة	التكرار	(%) النسبة المئوية
المجموع	95	100%

النسبة الأكبر كانت "محايد" (41.05%)، بينما شعر 44.21% بأنهم شركاء فاعلون. هذا يشير إلى وجود طاقة كامنة لدى "الطلاب تحتاج إلى برامج ومبادرات عملية لاستقطابهم وتحويلهم من "محايدين" إلى فاعلين

الجدول (16): أحرص على تحري دقة الأخبار لتجنب نشر الشائعات

الإجابة	التكرار	(%) النسبة المئوية
أوافق بشدة	40	42.11%
أوافق	40	42.11%
محايد	13	13.68%
لا أوافق	2	2.11%
المجموع	95	100%

نسبة وعي ممتازة، حيث يلتزم 84.22% بتحري الدقة. هذا يعكس مسؤولية رقمية عالية تساهم في حماية المجتمع من الفتن والشائعات الإلكترونية

الجدول (17): ألتزم بمسؤوليتي تجاه الحفاظ على الممتلكات والمرافق العامة

الإجابة	التكرار	(%) النسبة المئوية
أوافق بشدة	62	63.92%
أوافق	26	26.80%
محايد	9	9.28%
المجموع	97	100%

سجلت هذه العبارة أعلى نسبة موافقة في الاستبيان (90.72%)، مما يدل على تجذر قيم الانتماء والحفاظ على مقدرات الوطن لدى الطالب الجامعي

الجدول (18): أشارك بفاعلية في الحملات لمواجهة تحديات الوطن

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية (%)
أوافق	37	38.14%
أوافق بشدة	26	26.80%
محايد	24	24.74%
لا أوافق	9	9.28%
لا أوافق بشدة	1	1.03%
المجموع	97	100%

وافق 64.94% على مشاركتهم الفاعلة. هذه النتيجة تعكس روح المبادرة والتعاون التي تظهر بوضوح في الأزمات الوطنية

الجدول (19): دوري كطالب يتجاوز الدراسة ليشمل تنمية الوطن

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية (%)
أوافق بشدة	41	42.27%
أوافق	37	38.14%
محايد	14	14.43%
لا أوافق بشدة	3	3.09%
لا أوافق	2	2.06%
المجموع	97	100%

يؤمن 80.41% من الطلاب بأن دورهم لا يقتصر على الكتب والمحاضرات، بل يمتد لبناء الوطن. هذا يعكس رؤية طموحة ومسؤولة للجيل القادم

الجدول (20): أرفض أي سلوكيات تضر بالهوية الثقافية والوطنية

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية (%)
أوافق بشدة	61	61.62%
أوافق	26	26.26%
محايد	11	11.11%
لا أوافق بشدة	1	1.01%
المجموع	99	100%

نسبة موافقة قوية جداً تصل إلى 87.88%. هذا يؤكد أن الهوية الوطنية الليبية تمثل خطاً أحمر لدى الشباب الجامعي، وأنهم يمثلون حائط صد ضد أي ممارسات تسيء لثقافة وقيم المجتمع

المبحث الثاني: اهم النتائج

1.وجود علاقة إيجابية قوية بين استخدام أدوات العلاقات العامة الرقمية (مواقع التواصل الاجتماعي، المواقع الإلكترونية، المنصات الرقمية) وتعزيز الشعور بالمسؤولية الوطنية لدى طلاب جامعة طرابلس.

2.أظهرت الدراسة أن وسائل التواصل الاجتماعي تُعد من أكثر أدوات العلاقات العامة الرقمية تأثيرًا في تشكيل وعي الطلاب بالقضايا الوطنية، مقارنة بالوسائل التقليدية.

3.تسهم العلاقات العامة الرقمية في زيادة وعي الطلاب بأهمية المشاركة المجتمعية، مثل المحافظة على الممتلكات العامة، والمشاركة في المبادرات الوطنية.

4.بينت النتائج أن المحتوى الرقمي التفاعلي (الفيديوهات، الحملات الرقمية، الرسائل التوعوية) له دور كبير في تعزيز الانتماء الوطني لدى الطلبة.

5.كشفت الدراسة عن وجود قصور نسبي في استثمار المؤسسات التعليمية، ومنها جامعة طرابلس، لأدوات العلاقات العامة الرقمية بشكل منظم لتعزيز المسؤولية الوطنية.

6.أظهرت النتائج أن مستوى الشعور بالمسؤولية الوطنية يختلف باختلاف درجة تفاعل الطلاب مع المنصات الرقمية التابعة للمؤسسات الرسمية.

أكدت الدراسة أن الطلاب يثقون أكثر في الرسائل الوطنية التي تُقدَّم عبر منصات رقمية رسمية وموثوقة.

المبحث الثالث: اهم التوصيات

1.ضرورة تفعيل إدارات العلاقات العامة الرقمية بجامعة طرابلس وفق خطط استراتيجية واضحة.

2.الاهتمام بإنتاج محتوى رقمي وطني هادف يعزز قيم الانتماء والمسؤولية الوطنية لدى الطلاب.

3.توظيف وسائل التواصل الاجتماعي بشكل تفاعلي وليس إعلاميًا فقط، مع تشجيع الحوار والمشاركة.

4.تنظيم حملات رقمية توعوية حول القضايا الوطنية والاجتماعية تستهدف طلاب الجامعة.

5.تدريب العاملين في العلاقات العامة على أحدث أدوات الاتصال الرقمي وأساليب التأثير في الشباب.

6.إجراء دراسات مستقبلية حول دور العلاقات العامة الرقمية في تعزيز المواطنة الرقمية لدى طلاب الجامعات الليبية.

7.توسيع عينة البحث لتشمل جامعات ليبية أخرى للمقارنة بين النتائج.

8.دراسة تأثير أنواع المحتوى الرقمي المختلفة في تنمية القيم الوطنية.

9.ستخدام مناهج بحث نوعية (مقابلات – مجموعات تركيز) لدعم النتائج الكمية.

المراجع:

(2023) المواطنة الرقمية ودور المؤسسات التعليمية في تعزيزها

النتائج:

تلعب المؤسسات التعليمية دورًا محوريًا في تعزيز مفاهيم المواطنة الرقمية لدى الطلاب.

ضعف الوعي بالمواطنة الرقمية يؤدي إلى سوء استخدام الوسائط الرقمية بين الشباب.

التوصيات:

إدماج مفاهيم المواطنة الرقمية ضمن المناهج الجامعية.

تنظيم برامج توعوية رقمية لتعزيز السلوك الرقمي المسؤول.

نوع البحث.

البحث الوصفي التحليلي

البحث التربوي

(2023) دور العلاقات العامة الرقمية في إدارة سمعة الجامعات

النتائج:

للعلاقات العامة الرقمية تأثير مباشر في تشكيل سمعة الجامعات لدى الجمهور.

ضعف التخطيط الرقمي يؤدي إلى تراجع الصورة الذهنية للمؤسسات التعليمية.

التوصيات:

تطوير استراتيجيات العلاقات العامة الرقمية داخل الجامعات.

تعزيز التفاعل الرقمي الإيجابي مع الجمهور الجامعي.

نوع البحث:

البحث الوصفي

البحث الارتباطي

(2020) الإعلام الجديد وتأثيره في تشكيل الوعي المجتمعي

النتائج:

يسهم الإعلام الجديد في إعادة تشكيل الوعي المجتمعي والقيم الاجتماعية.

الاستخدام غير الواعي للإعلام الجديد قد يؤدي إلى تشويه المفاهيم والقيم.

التوصيات:

تعزيز التربية الإعلامية لدى الشباب.

توجيه الإعلام الجديد لخدمة القضايا المجتمعية والوطنية.

نوع البحث:

البحث الوصفي التحليلي

تحليل المضمون

استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الانتماء الوطني لدى الشباب الجامعي (2021)

النتائج:

وجود علاقة إيجابية بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والانتماء الوطني.

المحتوى التفاعلي أكثر تأثيرًا في تعزيز الانتماء الوطني من المحتوى التقليدي.

التوصيات:

توظيف وسائل التواصل الاجتماعي في نشر المحتوى الوطني الهادف.

تشجيع مشاركة الشباب في المبادرات الرقمية الوطنية.

نوع البحث:

البحث الارتباطي

البحث المسحي

تصور مقترح لتنمية المسؤولية الاجتماعية لدى طلبة الجامعات بدولة الكويت

النتائج:

ضعف مستوى المسؤولية الاجتماعية لدى بعض طلبة الجامعات.

للأنشطة الجامعية دور مهم في تنمية المسؤولية الاجتماعية.

التوصيات:

تبني تصور مقترح لتنمية المسؤولية الاجتماعية داخل الجامعات.

تفعيل الأنشطة الطلابية ذات الطابع المجتمعي.

نوع البحث:

البحث الوصفي

البحث التطويري

(2013) التحول الرقمي بالجامعات المصرية: دراسة تحليلية

النتائج:

التحول الرقمي يسهم في تحسين جودة التعليم الجامعي.

تواجه الجامعات تحديات تنظيمية وتقنية في تطبيق التحول الرقمي.

التوصيات:

دعم البنية التحتية الرقمية بالجامعات.

تدريب الكوادر الأكاديمية على التقنيات الرقمية الحديثة.

نوع البحث:

البحث التحليلي

دراسة الحالة

(2019) تحديث المناهج التعليمية لمواكبة متطلبات الثورة الرقمية الثانية

النتائج:

المناهج التقليدية لا تلبي متطلبات الثورة الرقمية الحديثة.

تحديث المناهج يسهم في تنمية المهارات الرقمية لدى الطلاب.

التوصيات:

مراجعة وتحديث المناهج التعليمية بشكل دوري.

إدماج المهارات الرقمية والتقنية في العملية التعليمية.

نوع البحث:

البحث الوثائقي

البحث الوصفي التحليلي

(2017) دور كليات التربية بجامعة شقرا في تنمية مسؤولية طلابها الاجتماعية

النتائج:

تسهم كليات التربية في تنمية المسؤولية الاجتماعية لدى الطلاب بدرجات متفاوتة.

وجود قصور في بعض البرامج الموجهة لتعزيز المسؤولية الاجتماعية.

التوصيات:

تطوير البرامج التعليمية والأنشطة الداعمة للمسؤولية الاجتماعية.

تعزيز الشراكة بين الجامعة والمجتمع المحلي.

نوع البحث.

البحث الميداني

البحث الوصفي

الخاتمة:

في ختام هذه الدراسة، يتضح أن العلاقات العامة الرقمية أصبحت أداة فاعلة في التأثير على وعي الشباب الجامعي، لما تتميز به من سرعة في الوصول، وتنوع في المحتوى، وقدرة عالية على التفاعل والمشاركة. وقد بيّنت الدراسة أن توظيف المنصات الرقمية بشكل مدروس يسهم بشكل واضح في تعزيز الشعور بالمسؤولية الوطنية لدى طلاب جامعة طرابلس، من خلال نشر القيم الوطنية، وترسيخ مفاهيم الانتماء والمواطنة، وتشجيع المشاركة الإيجابية في القضايا المجتمعية.

كما أظهرت النتائج أن نجاح العلاقات العامة الرقمية لا يرتبط فقط باستخدام الوسائل الحديثة، بل يعتمد بالأساس على جودة الرسائل الاتصالية ومصداقيتها، ومدى توافقها مع اهتمامات الشباب وواقعهم الاجتماعي. فكلما كان المحتوى الرقمي هادفًا وتفاعليًا، زادت قدرته على التأثير في اتجاهات الشباب وسلوكياتهم الوطنية.

وتخلص الدراسة إلى أن تعزيز الشعور بالمسؤولية الوطنية لدى الشباب الجامعي يتطلب تكاملًا بين الجهود الاتصالية الرقمية والمؤسسات التعليمية، من خلال وضع استراتيجيات واضحة للعلاقات العامة الرقمية، تستند إلى التخطيط العلمي والتقييم المستمر. وفي هذا الإطار، تمثل هذه الدراسة إضافة علمية تسهم في فهم أعمق لدور العلاقات العامة الرقمية في بناء وعي وطني مسؤول، بما يدعم استقرار المجتمع الليبي ويسهم في إعداد جيل واعٍ قادر على المساهمة الفاعلة في تنمية الوطن وحمايته.